

明日をひらく地域活性化のための情報誌

# 地域づくり

## 本編

2016

8

ISSN 1340-8917



イノベーターによる地域活性化

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／若者の帰郷・移住促進の取り組み

仁坂吉伸（和歌山県知事）

特集

イノベーターによる地域活性化

- |    |          |                           |                                            |
|----|----------|---------------------------|--------------------------------------------|
| 2  | 基調論文     | ナンバー1になれる領域を見つける          | 福田秀人（ランチェスター戦略学会副会長）<br>立教大学大学院客員教授        |
| 6  | 群馬県      | ジャパニーズドリームを群馬から           | 高橋 徹                                       |
| 8  | 東京都      | 目指そう楽しい漁師、海の社会起業家集団       | 松尾省二、田村典江                                  |
| 10 | 静岡県富士市   | 中小零細企業を支援、日本を変える          | 小出宗昭                                       |
| 12 | 山口県周防大島町 | 過疎高齢の島で「世界に今ここだけ」産業を造る    | 松嶋匡史                                       |
| 14 | 宮崎県宮崎市   | 人財育成を通じて、地域ビジネスを創出        | 齋藤潤一                                       |
| 16 | 副基調論文    | 都市部のビジネスパーソンが地域づくりのプレーヤーに | 長谷川奈月（NPO法人ETICローカルイン<br>ベーション事業部サブマネージャー） |

【特集編では基調論文、全11事例を全て掲載～特集編のみに掲載される事例は以下の通り】

- |          |                         |              |
|----------|-------------------------|--------------|
| ●石川県七尾市  | 能登の中小企業・集落と都市部の学生をマッチング | 岡本竜太         |
| ●長野県小布施町 | 全国に広がる「若者会議」というフレームワーク  | 大宮 透         |
| ●岡山県高梁市  | 特産品開発から「自文化創出」へ         | 長野 エドウィン・タケル |
| ●岡山県美作市  | 地域おこしは人おこし              | 藤井裕也         |
| ●島根県江津市  | 障がい者の就労支援と過疎地での起業支援     | 尾野寛明         |
| ●徳島県上勝町  | ゴミゼロ宣言の町でゴミの出ない店を展開     | 田中達也         |

レギュラーレポート

- |    |                                                  |            |
|----|--------------------------------------------------|------------|
| 20 | 移住・定住・交流推進支援事業 長崎県対馬市<br>学生の手で古民家を再生             | 川口幹子       |
| 22 | 平成28年度地方創生実践塾 静岡県三島市<br>地域の未来をつくる仲間と出会う、映画づくり    | 五井利明       |
| 24 | 自主研究 ふるさと納税<br>自治体や特産品の認知度向上                     |            |
| 26 | 平成28年度第2回土日集中セミナー<br>「DMO時代の観光マーケティング実践力強化」をテーマに |            |
| 27 | アンテナショップ情報<br>「日本橋 とやま館」がオープン                    | 山下章子       |
| 28 | リーダー塾修了者エッセー<br>サクラマス大作戦                         | 吉中 力       |
| 29 | 首長の思い<br>自治体経営マネジメント                             | 横尾俊彦（多久市長） |
| 32 | センター通信                                           |            |

グラビア

- |    |          |            |
|----|----------|------------|
| 30 | 都道府県漫遊   | 【岐阜県】      |
| 31 | 手前みそですが… | 【茨城県常陸太田市】 |

ライトアップされた江島神社



問い合わせ先 江の島灯籠実行委員会  
（江ノ島電鉄内）  
（0466・24・2715）

開催期間は2016年8月1日（月）から8月31日（水）まで。期間中、浴衣または甚平で会場の方には、「江の島灯籠オリジナル手ぬぐい」をプレゼントします。是非、夏の装いで、灯籠のやさしい光と風鈴の音色に包まれる「江の島灯籠」にお越しください。

夕暮れ時から夜にかけて、灯籠のほかにも江島神社や龍口寺にライトアップが施され、江の島頂上部の江の島サムエル・コッキング苑内のイベントステージでは「天女と五頭龍伝説」にまつわる影絵の上映会が行われることも。風鈴の涼しげな音色を聴きながら島内を歩けば、昼間とはまた異なる和の情緒を感じることが出来ます。

「江の島灯籠」は、毎年江の島で開催される藤沢市の夏の風物詩です。江の島島内と片瀬すばな通りの一部に、江の島の伝説「天女と五頭龍」のデザインが施された大小さまざまな影絵灯籠が立ち並び、江の島全体を柔らかな灯りで包み込みます。

（神奈川県藤沢市）

表紙  
江の島灯籠



# 若者の帰郷・移住促進の取り組み

和歌山県知事 ● 仁坂吉伸

和歌山県では人口減少が大きな課題となっております。特に本県が抱える大きな要因に、人口の県外流出があります。県内に大学が少ないため、都市部の大学に進学し、その大多数がそのまま都市部へ就職してしまうのです。

本県の中小企業の層は厚く、いわゆる「オンリーワン企業」も少なくありません。しかし、これらの企業が優秀な人材を採ろうとしても、なかなか難しいのが現状であり、このことが、企業ひいては地域経済の発展の阻害要因になっていきます。また、人口の流出は、過疎地域の担い手不足の問題にも拍車をかけています。

問題は、和歌山県内の若者が、更にはその保護者も、和歌山にこんなに良い企業があるということを知らないで、他県に行かざるを得ないと考えてきたことです。このため、和歌山県ではUターンフェア、学生インターシップなどのほか、高校卒業時に住所登録をもらい、大学の3・4年生になったら県内の企業情報や就活情報を届ける取り組みを行っています。その結果、県からの案内を見て企業面談会に来た学生も増えていきます。

高校生については、地域の企業を知ることが重要です。そのため、工業高校において企業との連携を強化し、社長や工場長による講義、企業での職業体験などを充実させました。この事業によって県内企業への就職者数が増加しています。現在、全ての高校にこの事業が広がっています。このほか、企業から直接説明を受けることができる「応募前サマー企業ガイダンス」を毎年6月に開催しています。

もう一つの問題は、和歌山にいるよりは、大都市に行った方が生活の面で得だという考えが流布していたことです。和歌山と大都市圏を比較した場合、給料には多少の差

が出ますが、家賃や物価を考え併せたとき、差し引き和歌山の方がずっと得ですし、高い持ち家比率や余暇を楽しむ時間が多いといった本県の暮らしやすさ、更には育児の面で大きな問題となっている待機児童数などは圧倒的な差があります。こういうことを具体的なデータを用いて説明する「高校生のみなさん、和歌山で働きましょう!!」というチラシを作成し、高校生並びに保護者に情報提供を進めています。こういった全てのことを頭に入れて、たった一つしかない自分の人生を選択してもらいたいと思っています。

一方、「田舎暮らし応援県わかやま」をキャッチフレーズに、過疎地域に他所から人に来てもらおうという取り組みを、他府県に先駆けて進めてきました。「ワンストップパーソン」という相談員を各市町村に置き、地域ごとに「受入協議会」を組織してサポートするという仕組みをつくりました。その結果、定着率が全国トップクラスになり、移住希望地としての人気も上々でした。ところが、このモデルが全国に広がり、近年ではむしろ他県の後塵を拝するようになってきました。そこでもう一度、本格的にこの移住定住に力を入れ、従来からの良いモデルは維持しつつ、首都圏などでのPR活動に更に力を入れ、移住の重要な要素となる住宅の提供に関して、「和歌山県定住支援住宅管理機構」を設置し、「空き家バンク」を創設しました。また就農・創業支援などに加え、40歳未満の人の定着には直接インセンティブを提供するなど、対策を一段と強化することになりました。

これらの取り組みによって、従来から一生懸命行っている産業振興等による雇用拡大とともに、多くの人が和歌山へ来て下さることを期待しています。

# ナンバー1になれる領域を見つける

―富山県氷見市、高知県本山町、山口県平生町のイノベーター―



ランチェスター戦略学会副会長  
立教大学大学院客員教授

● 福田 秀人

何としてもナンバー1になれる領域を見つける

偉人は自分のことをする。だが、凡人はできることをせず、できないことばかり望む―

フランスのノーベル文学賞作家ロマン・ロランの言葉ですが、しっかりとした企業を築き上げてきた経営者は、「凡事徹底」を唱え、「できることをしっかりとやる」ことに全力を尽くし、「創意と工夫」で改良改善に励んで、実績を積み重ねているものです。その努力のありようは、次の「ランチェスター戦略」と一致するものです。

「大勝を狙わず、実力をわきまえて、ナンバー1になれ」という領域を絞り込み、こつこつと成果を積みかさねて、その領域でナンバー1になる。それで得られる信用などのアドバンテージを生か

して圧倒的ナンバー1になる。以後、同様にして、圧倒的ナンバー1の領域を増やし、変化と競争に強くなっていく。

ナンバー1にこだわるのは、ナンバー2以下は信用力が格段に低く、ナンバー1の行動に振り回されるからです。ここで大事なことは、マーケットを商品、顧客、地域で細分化し、何としてもナンバー1になれる領域を見つけることです。こういったことは、地域活性化でも心がけるべきだし、地域活性化に貢献している組織や人材の多くは、同様のことを心がけていると思います。

## トップクラスの起業家たちがとる戦略

ナンバー1は、多数のライバルがいて成立するポジションであり、ライバルがないオンリー1と異なる存在です。また、なじみがないオンリー1商品は、売るのに大変な時間と費用がかかり、

ヒットすれば未知の強力なライバルが続出するのがふつうです。そこで、ランチェスター戦略は、資金力と販売力に優れた企業以外は、オンリー1

## 筆者プロフィール

福田 秀人氏  
(ふくだ・ひでと)

慶應義塾大学大学院商学研究科博士課程修了後、リゾートホテルの再生責任者、中堅商社の取締役経営企画部長、管理本部長等を歴任。その後、経営コンサルタントとして経営戦略、組織改革、リーダー育成研修に関与。別途、横浜国大等の非常勤講師や海上自衛隊幹部学校講師などを歴任し、5年間、立教大学大学院教授をつとめる。現在は、ランチェスター戦略学会副会長、立教大学大学院客員教授、日本法制学会首席研究員、他。

著書は「ランチェスター思考：競争戦略の基礎」など多数。



あいやまガーデン

## 産学官の連携（ハトムギ戦略）

### JA氷見市グループ

農産物の産地を築く

販路開拓の促進

安心・安全な原料の供給  
ブランド化戦略  
販路拡大の確立  
（専門家の招聘）

医学薬学的な評価や  
安全性試験  
情報活動など

事業の認定  
（支援）  
・農産加工振興事業  
・ブランド化支援事業

### 金沢大学グループ

・CRD（金沢大学発ベンチャー）  
・橋本ブリッジ（金沢大学発ベンチャー）  
・NPO 代替医療科学研究センター

### 経済産業省 農林水産省

ハトムギ戦略

- 独力で山林を切り開き、4万4千平方メートルでブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。
- 耕作放棄地を利用してブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。
- JA氷見市。
- 耕作放棄地を利用してブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。
- 独力で山林を切り開き、4万4千平方メートルでブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。

商品の開発に頼るべきではないとします。実際、企業を大きく発展させ、業界のありようまで変えていったイノベーターと呼ぶにふさわしいトップクラスの起業家は、ランチエスター戦略か、同様の考えでナンバー1を目指してきた方ばかりです。例えば、H・I・Sを海外旅行取扱件数ナンバー1の旅行会社に発展させ、ハウステンボスなど、いくつもの企業を再生した澤田秀雄氏は、ランチエスター戦略の使い手として有名です。ソフトバンクの孫正義氏は、それを経営のコアに据えていることを2010年にプレジデント誌で明かしました。また昨年、日経ビジネスで次のように述べています。

「本当のナンバー1になって勝ち続けていくためには、やっぱり最後はトータルバランスだと思う。一時的には何かとがった部分でパンと抜き出で、シェアを伸ばさなければいけない。でも、最後に本当の王様になろうと思ったら、やっぱり

バランスよく保たなきゃいけない」。

## 多様な活動を展開—富山県氷見市

2007年に、ESD（社会の持続的発展のための教育）を研究する立教大学ESD研究センターが設立され、立教大学の教授をしていた私は、CSR（企業の社会的責任）と地域活性を担当しました。おかげで様々な地域と接しましたが、特に感心したのは富山県氷見市と高知県本山町です。

氷見市に関心をもったのは、インドネシアへCSRの調査に行ったとき、氷見市の漁協が同国の貧しい漁村で定置網の指導に取り組んでいることを知ったためです。また、ある地域活性研究者の推薦もあって訪問し、次のような地域活性に頑張っている組織や人を知りました。

○ 農家に「はと麦」の栽培を奨励し、相場の数倍で買い取る一方、

の英国風庭園「あいやまガーデン」を10数年かけて完成させた増井俊一氏。

氷見市の次の活動も素晴らしいものでした。

○ 氷見を食都として全国ブランドにすることを

目指し、料理人が切磋琢磨する氷見三昧倶楽部やカレー学会をつくり、その活動を応援。

○ ネット販売の楽天市場に合同会社まちづくり氷見を設立し、氷見産品の訴求と販売をバックアップ。

○ ハンドボールの聖地を目指し、毎年、中学生のハンドボール全国大会を開催。

はと麦茶の生産販売は、新製品の成功確率数パーセントという超激戦区のソフトドリンクマーケットへの参入です。それには、はと麦の栽培、精麦、保管、発送と販促のための投資が必要であり、多額の損失を出すリスクが大きいチャレンジです。それが実行できたのは、周到な計画を立てた上、JA氷見市の川上組合長が「責任はすべて俺がもつ」と宣言したからです。

なお、はと麦茶が1本売れるごとに、氷見市に5円の寄付が入り、中学生の全国ハンドボール大会費にあてられます。また、氷見で水揚げされるブリが「氷見ブリ」として全国ブランドになっていますが、その理由は次の通りです。

- ① 南下するブリは、富山湾にさしかかる頃に肉質が最高となる。
  - ② ブリをとる定置網の場所から30分で市場に着くので鮮度抜群である。
  - ③ 製氷工場から漁船に大量の水を供給し、ブリを船上で氷絞めにするため鮮度を維持できる。
- なるほど、氷見漁港の岸壁には、10階建てのビ

ルほどの大きな製氷工場がありました。環境に配慮すること  
はもちろん、果てしない美味への追究を自負に日  
本一の米作りを宣言しました」。

## 日本一の米作りに成功 —高知県本山町の農業公社

高知県の本山町は、徳島県との県境の山の中  
にある人口3500人の小さな町です。しかし、  
100人に満たない農業公社が、次の「日本一の  
米作り宣言文」を掲げ、日本一の米に本気でチャ  
レンジしていました。

「米は全国どこでも収穫できます。つまり最も  
競争が激しい農産物。その厳しい競争へ飛び込  
み、全国で愛される米作りに挑戦する本山町の生  
産者。2009



天空の郷 生産者

年秋に発売され  
たこの米の誕生  
には、棚田の維  
持や後継者不足  
などがありました  
た。問題に直面  
した生産者たち  
は『本山町特産  
品ブランド化推  
進協議会』を発  
足。自分達の米  
の良さ、風土や  
歴史を見つめ直  
し、美味しい米  
作りのために科  
学的な栽培方法

も積極的に取り入れました。環境に配慮すること  
はもちろん、果てしない美味への追究を自負に日  
本一の米作りを宣言しました」。

本山町は、長曽我部氏の盛衰を描いた司馬遼太  
郎の『夏草の賦』に天空の郷として登場している  
ことにちなみ、米を「天空の郷」と名づけました。  
そして、早くも初出荷の翌年に「お米日本一コン  
テストINしずおか」で日本一的最優秀賞に選ば  
れました。それほどの米が生まれた理由は、ネッ  
ト記事に次のとおり列挙されています。

① 四国山系のもたらす激しい寒暖差  
② 山々から湧き出す綺麗な水、創り上げられた  
土壌

③ 生産者は全て、環境に配慮し優れた農業を展  
開するエコファーマー

④ 土壌栽培管理の徹底  
⑤ 生産者別水田別個別乾燥保存

⑥ 玄米の被害粒、着色粒の徹底除去

⑦ 食味分析機により高得点のもののみ出荷

⑧ 良質の大粒を厳選出荷

⑨ 室戸海洋深層水の使用で独特の甘みを実現

⑩ 世界一の米を作るといふ生産者の情熱と努力  
これ以外にも海洋深層水の効果的な散水法の開  
発など、日本一の米作りのために何をすればいい  
かを徹底的に考え抜き実行したのです。また、農  
業公社を訪問した際、「TPPで関税が撤廃され  
ても生き残る」ために、米以外でも、あらゆる努  
力していることを知りました。

## A級グルメにも取り組む本山町役場

本山町の素晴らしさは、米作りだけではありま

せん。農産物直売所は、広く豊富な品揃えで、魅  
力的な加工品も数多く展開していました。隣に、  
おしゃれなレストランがあり、ランチメニューに  
まで2100円のスTEEキランチがあり、「吉野  
川を望みながら、ヨーロッパの味を愉しむ、緑の  
中の本格欧風レストラン」というキャッチコピー  
のとおりでした。

今年の2月のことでしたが、町役場主催の郷土  
料理イベントで供されたのは、年間700頭しか  
出荷されない高価な土佐あか牛のコース料理でし  
た。こんなハイレベルの料理イベントをする町役  
場は他にはないと思います。地域活性化伝道師で  
もあるフードコーディネーターの河崎妙子氏は、  
B級グルメは観光客誘致効果が小さいとし、A級  
グルメを開発、アピールするように指導していま  
すが、本山町は、役場でも実行しているのです。

## 「全ては失敗から始まる」 —本山町商工会青年部会

本山町では、同町商工会青年部会が2010年  
に合同会社として設立した「ぼうむ」を訪問しま  
した。その名前は、木の年輪のように、一年ごと  
に着実に成長していくことを願ってつけられたも  
のです。その主目的は次の通りです。

○ 間伐材を有効利用した製品の開発・販売によ  
る地域の雇用促進と人材育成。  
○ 本山町という自然豊かな環境から、都市に住  
む人たちにやすらぎをとどける。

おしゃれな木造の社屋とレーザー加工機などの  
充実した設備、いい感じの組み立て式学習机や木  
製レースなどの商品、木製学習机を採用した教室

を写したPRポスターと「教室のドアをあけると、そこは森の中」というコピーなどに感心しました。経営理念は、次のような、ビジネスの厳しさをふまえたリアルなものでした。

「全ては失敗から始まる、諦めない心を、いつまでも!」。

地域活性でも失敗はつきものと考え、失敗を隠さず、失敗から教訓を得ることが、成功確率を高める条件です。大変な勇気を要する条件ですが、この理念は、そのハードルをうんと低くします。ばうむの代表役員を務める藤川豊文氏が考えたのですが、同氏は、20年前に、13年つとめた横浜の建設会社をやめ、本山町にUターンし、家業の藤川工務店を継ぎ、ばうむの代表にも就任したのです。さらに、3年前より農業公社の理事長をつとめ、今年、近隣町村も含めた新たな地域振興の企業をつくりました。

ちなみに、ばうむの事業は、栃木県の栗野町にまででかけ、木工のノウハウの教えを乞うことから始まりました。栗野町は、木工品の開発から流通に至るまで指導してくださったとのこと。以後、ばうむは、激戦区の木工品マーケットがらばり、実績を積み重ね、三越伊勢丹など東京の百貨店でも扱ってもらえるようになりました。その実績を買われ、最近、某有力企業経由で、ミツキーマウスなどのデイズニーキャラクターをレーザー加工で彫りこんだ木製コースターの製造販売の許諾を得ました。それを製作し、横浜高島屋などで販売したところ、即日売り切れになる人気になり、取り扱いの引き合いが殺到し、その対応に追われている毎日です。

## Uターンし「日本一のいりこづくり」で地域創生を目指す―山口県平生町

今年の5月末、東京、品川の居酒屋「あじろ定置網」で、一人の元気な若者を、おじさんたちが囲む会合が開かれました。若者は、2011年に、東京から瀬戸内海に面した山口県平生町、人口2000人の漁業の町の実家にUターンし、家業の水産加工業「小田水産」の6代目になった小田佳希氏、31歳。おじさんたちは、環境保全と水産物での地域活性化に活躍している海藻研究所新井所長、東京海洋大学の馬場教授（海洋政策文化学）と有元教授（海洋生物資源学）、煮干しの出し汁で有名な気仙沼のラーメン店「まるき」の熊谷店主です。また、あじろ定置網の理念は次の通りであり、その西潟料理長は魚博士とも呼ばれています。



小田さんと4人のメンターたち

○ 高鮮度の漁獲物を無駄なく調理し、首都圏の皆様にご直接食べていただく。

○ 漁獲される全ての魚種を有効利用する。

会のタイトルは「いりこサミット」。いりことも関係する様々な分野の第一人者が、日本一のいりこづくりを

通しての雇用創出、地域創生を目指す小田氏の情熱と行動に感銘して開いたミニフォーラムです。私も、折にふれて、戦略・マネジメントのアドバイスをしていますが、全員、自主的なメンター（仕事での個人的なアドバイザー）です。

若いビジネスパーソンのためのメンターの必要性が取りざたされていますが、実業家として「イノベーションを起こすには、5〜10人の知識と経験に優れたメンターが必要」というのが私の経験則です。小田氏は、新井氏との出会いをきっかけに、それを実現し、地元の人々を巻き込みながら、いりこを柱とする商品開発と販売実績を着実に積み重ね、中国・四国・九州に店舗展開するゆめタウンでも大きく扱ってもらうに至っています。新井氏は、すでに、品質では「いりこ日本一」を達成していると評していますが、小田氏の方針は次の通りです。

「2000の人、6水産加工業者の地域の特色を使い、個の力で伸ばすことより集の力で連携し、漁業組合という組織で動いていくことが未来に続く」と確信しています」。

## おわりに

地域のイノベーションをリードする地域イノベーターの育成が、地域創生のための大きな課題とされています。しかし、私は、ことさら育成せずとも、その資質を持ち、実際に、イノベーションを起こそうと頑張っている人材が、年代を問わず、多数存在すると感じています。そこで、本稿では、そういった方々の役に立つと思う理論と事例を提供しましたが、ご意見、ご批判をお寄せいただければ幸いです。

# ジャパニーズドリームを群馬から ―起業家発掘プロジェクト、群馬イノベーションアワード―



上毛新聞社事業局長 ● 高橋 徹

軽快な太鼓演奏に促されるようにステージに登場した女子大生3人。

「下宿生活の子供に、親が食べさせたい食事を外食で取らせることができる、新しい仕送りの仕組みを考えました」。

1900人の観客を前に、代表の学生がよく通



GIA2015で大賞を受賞した前田善成さん（中央）と実行委員

る、はつらつとした声でプレゼンテーションを始めた。

## 白熱のプレゼンバトル

起業家発掘プロジェクト、群馬イノベーションアワード（GIA）2015のファイナルステージは昨年12月5日、過去2回と同じ群馬県最大のスポーツ・コンベンション施設、ヤマダグリーンドーム前橋で開催。2次の審査を通過したファイナリスト15組が、330インチの大スクリーンを使ってプレゼンバトルを繰り広げた。

客席には群馬県内の主要企業や団体のトップのほか、ガンホーの孫泰蔵会長、岡崎浩巳・元総務次官の顔も。スタンド席には500人近い高校生が陣取り、ステージに立つ友人に声援を送ったり、世界を視野に入れたビジネスモデルのプレゼンに息をのんで見入った。

「大賞は―」。選ばれたのは、マレーシアで深刻な河川汚染を引き起こしているバーム油工場の廃

液を肥料と燃料に変えることに成功した前田設備の前田善成さん（48）。県北のみなかみ町で設備工事業を営む従業員11人の中小企業の開発部長だった。

前田さんは上毛新聞のインタビュアーにGIAに出場した理由をこう語った。

「どうせ無理だと諦めてしまう若者に、やればできると訴えたかった」。

## 増えるエントリー、協賛

GIAはパソコン用などの機能性メガネで躍進したジェイアイエヌの田中仁社長が「起業家としてふさわしい社会貢献」を考えて提唱。上毛新聞社や趣旨に賛同する群馬県の起業家を巻き込んで2013年に始めた。

起業を目指す人が対象の「ビジネスプラン」、起業5年未満の「スタートアップ」、5年以上の「イノベーション」の3部門でビジネスプランや成功事例を募集。開催初年に57件だったエントリー数は昨年110件に、ファイナルステージの来場者も2013年の914人から昨年は1900人に倍増した。大口の協賛社も2013、14年の21社から昨年は38社に大幅増となるなど、プロジェクトに対する県民の関心の高まりがうかがえた。

## 女子大生が株式会社

GIAは、起業家を発掘し、光を当てることで起業家の社会的地位を高めることを当初の目的としたため、資金供給などで支援して育てるイン



プレゼン力も光った共愛学園前橋国際大。その後、株式会社を立ち上げた



会場のヤマダグリーンホール前橋アリーナには企業、団体、教育界のトップらがずらり



好評のシリコンバレー視察研修。インキュベーション施設、ブラグ・アンド・プレイで成功を収めた企業のプレートを確認＝2015年4月

「ジャパニーズドリームを、再び群馬から」。

プロジェクトを推進する。

は、今年もこのスローガンを掲げ、プロジェクトを進める。

「ジャパニーズドリームを、再び群馬から」。

プロジェクト2年目の一昨年6月、日本近代化の原動力となり、技術立国の礎となった「富岡製糸場と絹産業遺産群」がユネスコの世界文化遺産に登録され、群馬県がイノベーションの地であることが国内外で再認識された。GIAに参画する企業、団体、支援機関は、今年もこのスローガンを掲げ、プロジェクトを進める。

## シリコンバレー研修人気

GIAを特徴づける取り組みの一つに春のシリコンバレー研修がある。テストモーターズやエ

さらに昨年は、協賛社の中から「有望案件に投資したい」「起業を支援する仕組みをつくりたい」との声が上がった。実際、冒頭の女子大生3人はこの4月、協賛社の支援で株式会社を設立。サービス開始に向け、起業家の指導を受けながら準備を進めている。

バーノートなど最先端のIT企業やシリコンバレーに人材を供給するスタンフォード大学、世界中からスタートアップが集まるインキュベーション施設を視察し、投資家垂涎のビジネスコンテンツがどのようにして生み出されるかを学ぶツアーだ。

開催初年度、大賞受賞者の特典としたところ、受賞者が、米国のベンチャー企業では当たり前になっているフリーアドレス制（オフィスで個人専用デスクを設けない制度。多様な人材の交流の活性化やペーパーレス化の推進が狙い）を帰国後、ただちに導入。2年目はこうした反応を聞いた協賛社の一部が自己負担で参加し、評判が広がった。実行委員会は一人数でも多く刺激を受けてもらうと、昨年は各部門の入賞者全員計6人を米国派遣。帰国後は、一般市民に参加を呼び掛けるの報

告会を開くほどの盛り上がりとなっている。

## 「ドリーム」再び！

エントリーやファイナル来場者、協賛社の増加が示すように、GIAを始めたことにより、群馬県では起業やベンチャーに関心を持つ人が増えている。地域活性化との関連で言えば、起業家精神を持った人材、しかも世界を視野に地域で活躍できる人材を増やすことは、人口減少社会の地方にとって、これからはますます重要になると、実行委員会と上毛新聞社は考えている。

GIAがその役割を果たすためには何より、プロジェクトを継続し、しかも盛り上げていかなければならない。そのために①プロジェクトにかかわる企業や団体を増やす②エントリーの数、質を

# 目指そう楽しい漁師、海の社会起業家集団 ―漁業者による漁業者支援で多様な事業活動―



株式会社エンジョイ・フィッシャーマン代表取締役

株式会社エンジョイ・フィッシャーマン取締役

● 松尾 省二  
● 田村 典江

## 客体から主体へ

株式会社エンジョイ・フィッシャーマン（略称：ジョイエフ）は、海の社会起業家集団を標榜す

る事業体です。2010年2月に、現役の沿岸漁業者6人を中心に設立されました。この6人はIターンやUターンにより漁業に参入した者で、もと「ザ・漁師's」という有志チームをつくって、全国の漁業就業イベントなどで漁業や漁村の魅力



漁師の料理教室

を伝える活動を行っていました。この「ザ・漁師's」メンバーの6人に、地域づくりや水産関連コンサルティングを業とする3人が加わり、合計9人で設立したのが当社です。現在は取締役11人、従業員1人の体制で、「目指そう楽しい漁師！」をモットーに、全国の漁業者のネッ

トワーキングや、一般の方に向けた漁業や漁村の理解促進を目的として、各種の自主事業や受託事業に取り組んでいます。

漁業は地域の生態系や文化と密接に関連するなりわいです。地域づくりの核となる産業に位置づけられることも多いでしょう。そして漁業者はふつう、地域づくりの枠組みにおいて、コンサルタントやイノベーターの支援を受ける客体側と考えられがちです。しかし私たちジョイエフでは、漁業者メンバー自身がコンサルタント／イノベーター側となり、自身の拠点地域の外へと出向いていて、現地の漁業者に対して支援やアドバイスをを行っています。これが当社の大きな特徴です。

## 漁業と漁業者の多様な可能性

漁業者による漁業者支援という当社のかたちは、私たち自身が漁業と漁業者の可能性を確認しているからこそ生まれました。当社の漁業者メンバーはみな、これまで、自身の地元で多様な活動を行ってきました。市場開拓、ブランド化、加工品開発、地域環境保全、環境教育、いずれもメンバー各自が漁業者として生業を営む延長上で取り組んできた内容です。地域に根ざして真剣になりわいと向き合うと、単に魚を捕ることにとどまらずこのような広い活動に取り組まざるを得なくなってしまうことを、私たちは自身の活動を通じて知っていました。

しかし、漁業者が参加する各種団体の会合等ではどうしても、コンサルタントや専門家による先進事例、他産業の取り組みの研修が行われるとい



漁師と消費者の交流サロン

う構図に陥りがちです。もちろん、そのような機会から得たものも多くあります。また、私たち自身も単独で活動してきたわけではなく、いろいろな専門家やコンサルタントとの連携を経て成功体験を積んできました。なにより、当社設立メンバーの三分の一は、そのコンサルタントの側に所属する者です。ですから、そういう従来型の「外部の専門家・漁業者」という構図をすべて否定するつもりありません。しかし、漁業者の中に自ら考えて面白い活動をしている者は確実にいるし、そういう者が他とつながったり、またそういう活動が広く知られたりすることができれば、もっと全国の漁業者が自分のなりわいの豊かさや可能性に気づくのではないかと、そしてより楽しく主体的に地域で活動することができるようではないかと、漁業や漁村の振興のために漁業者自身が持つ力をもっと活かせないかと思ったことが当社設立のきっかけでした。

現在、当社では、漁業者メンバーが活動の方向性を牽引し、コンサルタントメンバーはそのサポートを務めています。漁業者メンバーと一般社会をつなぐ役割もコンサルタントメンバーの受け持ちです。それぞれの持ち味や強みの違いを活かして事業に取り組んでいます。

### ◆◆◆ 多様な事業活動

おかげさまで設立以来、全国のみなさんにご理解をいただき、多くの仲間を増やすことができました。これまでにイベント開催等を通じて、全国で40人程度の漁業者と連携してきました。連携パートナーはもちろん、当社メンバーもみな違う地域に居住しているため、ウェブサイトやFacebookなどは、当社の活動において大きな役割を担うツールです。これも当社のひとつの特徴といえるかもしれません。ぜひみなさんにも一度、

当社のFacebookページをご覧ください。ぜひと思えます。

創業以来の自主事業の中核は漁業者と消費者の交流です。「漁師の料理教室」や「漁師と消費者の交流サロン」と題するイベントを主に首都圏で開催してきました。全国各地の漁業者が自分たちで漁獲した魚を持ち込み、消費者の皆さんに実

際に食べてもらいつつ、地元のこと、漁業のこと、魚のこと、料理法や食べ方のお伝えする場となっており、不定期ながらも総計で20回を超える開催実績を有しています。補助金を利用せず取り組んでいるため苦労する部分も多いですが、漁業者と消費者の互いの距離を近づける場としてささやかながらも機能してきたのではないのでしょうか。

受託事業では、各地の農林水産就業フェアや漁業者就業支援の講習等にメンバーを講師として派遣しているほか、「6次産業化プランナー」の認定を持ち、各地でアドバイザリー業務に当たるメンバーや、ふるさと財団事業で地域再生マネジャーとして地域の水産業振興支援を行うメンバーもいます。また、当社が法人として受託する活動ではありませんが、地域の高校生を対象とした魚料理教室の講師を務めるメンバーや、海や漁業をテーマとするラジオ番組パーソナリティーを担当するメンバーもあり、漁業者のロールモデルを拡張するような多彩な活動を実践しています。

### ◆◆◆ 脱中央・現場志向

現役の漁師自身の活動という設立の基本スタンスに加え、メンバーが全国各地に分散していることから、社としてまとまった活動がなかなかできないことは課題です。しかしそれこそが当社の強みの源泉とも考えています。私たちは今後も、現役漁師・地方居住というスタンスを活かして、脱中央・現場志向の地域づくりに取り組みつづけます。目指そう、楽しい漁師！

# 中小零細企業を支援、日本を変える ―産業支援・起業者のための相談所、「f・Biz」―



富士市産業支援センター「f・Biz」センター長

・小出 宗昭

## ミッションは究極の地方創生

誰が呼んだか、産業支援・起業者のための「行列ができる相談所」、それが富士市産業支援センター「f・Biz（エフビズ）」である。

f・Bizは2008年に産業・起業支援に向けた総合的相談窓口として私の会社（株式会社イドム）が富士市より要請を受けて始動した施設で、自治体が設置する公的な産業支援施設の運営を民間企業が直接委託されたケースはほかに例がない。つまり、挑戦者達を支援する私どももまた1ベンチャーなのだ。

過去に多数の公的産業支援施設が思うような成果を得られなかった一方、f・Bizは相談件数の多さはもちろん、これまでに1千件近い新商品・新サービス開発を支援するなど驚異的な実績を持つ。

これは私どもの掲げるミッションが、単なる産業・起業支援の成功にとどまらず、「全国の都市

における産業支援施設・産業支援プロジェクトのロールモデルとなること」「産業支援施設を核とした地域活性化、地域再生の先端を走るフロントランナーとなること」であるからにはかならない。

地域活性化や地方創生といえば、農産品や水産物をベースにした6次産業化の推進を筆頭に、田舎であることを逆手にとったビジネスなど、とかく「その地域の特性を活かす」ことを考えがちである。たしかにそうした成功事例は数多い。だが、それで地域住民全体が潤っているかといえばどうだろう？

どんなに大成功に思えても、それが特性を活かすことのできる一部の人間だけのものである限り、地域全体の活性化には結びつきにくいのである。

大切なのは成功事例の大量生産だ。特性があるうがなかりうが、誰がどんな分野にいてもうまくいくこと。要は、個々（点）の成功が集まって「面」（全体）になることが必要なのだ。

通常私達は生活の糧を得るために何らかの産業



富士市産業支援センター「f・Biz」

に従事している。それで多くの人は大企業に就職して安泰な生活を送りたいと願うわけだが、日本には大企業は0.3%しか存在しない。それ以外の99.7%、つまり日本の会社のほぼすべては中小零細企業なのだ。ということは、中小零細企業こそ元気でなければならぬ。とくに、大企業の少ない地方では必須だ。

視点を改めて言えば、99.7%を占める町の小さな会社がそれぞれ元気であれば特段「地方創生」「地域活性化」を叫ばずとも、自ずとそのようになっってしまうということだ。f・Bizはその境地を目指しているのである。

## 「f・Bizモデル」が全国を席巻

f・Bizへの来場相談件数は1日あたり約15件。これは開設初年度と比較すると250%の増、



f-Bizでの相談風景

年平均でみると20%超えの増加率となっており、これほどの伸び率は全国同業他所に類を見ない。相談内容で多いのは、販路拡大や新製品開発、新分野進出など「売上増」に関するもので、これは年々増加傾向にあり、8割以上を占めている。また、2013年8月に起業支援施設「f-Biz e.g. (エフビズエッグ)」が併設されると、「創業」に関する相談が大幅に増加し、平成27年度だけで48組が創業を果たし、100人の雇用も

生まれている。

実は、昨年度の総相談件数は全体で4200件だったのだが、うち9割は口コミでの来場となっている。病院と同じで、そこへ行って良くなった、治った、という人が多ければ、噂を聞きつけてどんどん人がやって来る。いわば、イノベーターであるが、f-Bizが、確実に「結果」を出し続けることでさらなるイノベーターを輩出しているのだ。

具体的には次のポイントをおさえた業務支援を実施している。

- ①問題点の指摘ではなく、企業の強みを伸ばすための具体的な解決策・戦略の提案を行う。
- ②経営から広告、IT、財務、金融に至るまで幅広い専門家をそろえたチームによるワンストップ・コンサルティングを行う。
- ③単発のアドバイスではなく、成果を出すために一緒に走りながら継続的支援を行う。

成果を上げ続けているf-Bizの支援手法は全国の自治体や企業から「f-Bizモデル」として注目され、愛知県の岡崎ビジネスサポートセンター「OKa・Biz (オカビズ)」、熊本県天草市の天草市起業創業・中小企業支援センター「Am a・biz (アマビズ)」をはじめ、「〇〇ビズ」が全国各地に続々と展開。本年は全国5つ以上の地方自治体から誕生予定だ。

また、経済産業省が発表した2014年度の概算要求にはf-Bizをモデルにした中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業が盛り込まれている。これにより全国47都道府県で「よろず支援拠点」が開設され、現在私は全国本部のアドバイザー役を一任されている。

### ◆◆◆ 人材づくりで日本全国「〇ビズ」だらけに

こうしたなか急務ともいえるのが人材づくりだ。従来、産業支援機関の抱える一番の問題でもある。

過去に公的機関での産業支援がうまくいかなかった大きな原因の一つに、支援側が経営課題の解決を目指すよりも企業の問題点を指摘することだけに終始し、相談者のニーズを汲み取れていなかったことがあると私は考えている。

これは私自身が1ベンチャーの現役プレーヤーとして走り続けているからこそ痛感することでもある。これらをふまえ支援担当者に求められる姿勢をあげれば次の3つになる。

- ①相談者と同じ目線に立って考える。
- ②ビジネスや経営者のセールのポイントを的確に捉え、本人にも認識させる。

③ビジネスの成功を目指して戦略と戦術を共に練り、実現に向けて一緒に頑張って挑戦する。着実に人材づくりを進め、目指すは「日本全国〇ビズだらけ」である。成功事例を大量生産し、最終的に日本全体を元気にするため、f-Bizは今後も、産業・起業支援の先駆者でありすべての挑戦者達の伴走者として走り続けていきたい。

# 過疎高齢の島で「世界に今こだけ」産業を造る ―地域の多種多様な農作物を生かしてジャムを生産―



株式会社瀬戸内ジャムズガーデン代表取締役

● 松嶋 匡史

田舎でしかできない事業を

「里山資本主義」をご存知だろうか？地域でこれまで見過ごされてきた足元にある宝を再評価し、価値あるものとして活用することにより、マネー経済だけでは得られない豊かさをつかんでいくという考え方だ。

今の時代に求められているのは、地域の価値に気づき、その地域に根ざした活動を展開すること



春の晴れた日のジャム屋

であり、そこで私たちが取り組んでいるのはこの土地でできた農作物を使い、人の手で作り上げていく生活の充実感を表現していくこと。そして田舎では田舎でしかできない事業を行うことが理想のスタイルであることを実践によって示すことだ。そんな当社の創業から現在までの取り組み、そして目指す未来の展望について紹介する。

始まりは新婚旅行での出会い

ジャム屋創業のきっかけは、2000年新婚旅行で訪れたパリでの体験。偶然立寄ったジャム専門店デザートの「一品料理」のような多彩なマリージュが施された無数のジャムが壁一面に並んだ光景を目にし、その文化にとっても驚いた。帰国後、その感動が忘れられず、ジャム屋のローカルベンチャー計画を作ったのが始まりだ。

まず取り組んだのは、周防大島で入手可能な原材料の調査。妻の実家がお寺ということもあり、妻が住職のお手伝いで門徒さんの法事に赴くと、

門徒さんが生産している果実類を事細かにヒアリング。お寺の資源「ご縁（人の繋がり）」のおかげで、この小さな島で実に多種多様な農作物が生産されていることが次第に分かってきた。

加工食品は均質であるべき？

その後は試行錯誤の繰り返し。数え切れないほど挑戦し、数え切れないほど失敗した。なぜ難しいのか。ある日、私は気付いた。それは「均一な味」を求めたからだ。考えてみると当然のことなのだが、昨日煮込んだ「いちじく」と今日煮込む「いちじく」は違う。季節の移り変わりとともに果実の風味や水分量も微妙に異なるし、畑の場所でも味が違う。それを均一な味にするにはPH調整剤やゲル化剤、化学調味料、着色料などが必要となる。そういったものを使用しないジャム作りを目指しているのに、画一的な味を求めること自体意味のないことだと気付いたのだ。本来原材料の味が変化していくのだから、その味の変化を楽しむべきではないか。ヨーロッパでのワイン造りなどは正しくその概念が息づいている。ワインはそれぞれの地域、畑、年々の気候に左右された出来の異なる果実をそれぞれが最善に仕上げていく。その出来を楽しむのが高度で奥深い食文化であり楽しみなのだ。私たちのジャム造りも生産者、畑、時季で味が変わることを肯定しており、それを反対に楽しんでいただくことを提案している。

競合するより共働する



島の梅農家さんの選果風景



島の特産柑橘だけでマーメイドが60種類



地元のお餅屋さんとコラボ打ち合わせ

2007年、11年間勤めた電力会社を退社。島にIターンしてジャム屋の本格営業を始めた。現在は株式会社化し、65<sup>才</sup>の畑と26人のスタッフで地域の個性と多様性をジャム瓶に詰めて年間160種類以上、約13万個のジャムを生産するまでになった。

当社にも農業部門があるが、地域内で生産されている果実は自社で生産しない。既存の農家と連携することにより農家に経済的循環を生み、さらに高品質のジャム用果実を確保する。一方、地域内での生産が少ない果実や地域内で生産されていない果実、を自社農業部門で生産する。ミカンの島だから自分もミカン栽培し、すでに地域内にミカン加工品があるのに自分もミカンの加工品を

作って...というカニバイゼーション（共食い）型6次産業化の発想はそこにある。「競合するより共働する」連携農家は56軒に上り、現在も増加中だ。

### 「規模の経済」と「ヴァンテージ経済」

農産物にもスピードと量が求められる現代、農業の中心は単品種大量生産の「規模の経済」に適した平野等が主体となる。このため、国土の7割を占める中山間地・島しょ部は効率的農業に不利なため、人が域外に多く流れていった。しかし近年、中山間地・島しょ部にも若い人の流れが出来る。スピードと量を追い求める経済だけではない価値観を見つけた人々だ。現代の「規模の経済」の逆の発想が当社の取り組みなのだ。地域の個性と多様性を繋いで価値を創造する経済。私はこれを「ヴァンテージ経済」と呼んでいる。

日本は起伏にんだ地形と複雑な気象条件、さらにそこに住んでいる人々の個性から、それぞれの地域で多種多様な農産物を生産してきた。これまで経済的効率性がなかったため過疎化が進んできた中山間地・島しょ部は、裏を返すと

個性と多様性の塊と言える。

日本人が古来24の季節（二十四節気）ごとにその旬を楽しんだように、この年、この土地、この気候、この人々だからできる「ヴァンテージ」を楽しむ成熟した文化は海外にも通用するだろう。

その特色を活かすには、小ロット多品種、地域内ハイブリッド6次産業化、そして共感がカギになると私は考えている。当社のジャムが過疎高齢の島で13万本も生産販売できているのもこのおかげだ。商品づくりにも販売方法にも「里山資本主義」的な考えが脈々と流れていることを付け加えておく。

### チャレンジの集合体こそが地域力

「地域に埋もれた価値に気付く、その地域に根ざした活動の展開」を実践してきた当社はジャム屋を「人の繋がりを作る場」に発展させ、さらに地域内での経済的循環と仕事造りに取り組んできた。島ではUターン起業家がオイルサーディン生産会社を設立したり、餅屋・豆腐屋・パン屋・花井生産者等が連携した新商品が次々と生まれている。さらにその繋がりの輪の中には障がい者支援施設との共働体制構築やお寺、高校との連携等、それぞれが個別の問題と想っていたことを地域全体の問題として解決していく取り組みも行っている。「人の繋がりが作り」はチャレンジしやすい環境・雰囲気作りに繋がり、そこで生まれたチャレンジは、一つ一つの規模は小さくても地域に魅力を与え、地域全体の底上げに大きく貢献している。チャレンジの集合体こそが地域力なのだ。

# 人財育成を通じて、地域ビジネスを創出 —シリコンバレー流のデザイン思考で地域の課題解決—



NPO法人まちづくりGIFT代表理事

● 齋藤 潤一

NPO法人まちづくりGIFTでは、「地域ビジネスで、世界を変える」を使命に、全国各地で、地域ビジネスの創出に取り組んでいます。私達の地域ビジネス創出の手法は、人財育成を通じたものです。住民が地域づくりを「ジブンゴト」と認識し、地域ビジネスを創出していく力を養成することによって、持続可能な地域づくりを目指します。

## 地域ビジネスを創出する力を養成

人口減少や高齢化など、時代の変化に対応できる人財の育成が大切です。私達は、地域の個性(GIFT)を活かし、人財育成を通じた、地域ビジネスづくりに取り組んでいます。地域の埋もれている魅力を「発見」「磨く」「発信」プロセスを、住民と共有しながら住民自らが地域ビジネスを創出する力を養成していきます。

発見Ⅱ地域に関する情報を大量収集・まち歩き、歴史を学ぶ、現地聞き取り

磨くⅡワークショップを通じてコンセプトを練り上げる…ワールドカフェ、KJ法

発信Ⅱテストマーケティングを行う…クラウドファンディング、イベントでの実売会、映像制作  
これらの過程において重視するのは、人間中心です。シリコンバレーでもよく取り上げられるデザイン思考に近い発想です。市場ニーズ等だけでなく、その土地に住む人が幸せになる方法を追求することで、事業が終わった後も、持続的に、地域が動き続ける仕組みを創ります。

## シリコンバレー流で地域づくり

私は、米国シリコンバレーのITベンチャー企業に勤務していました。私が米国に滞在した2000年から2005年は、appleコンピュータの株価の低迷期。それが今では、世界最高峰の企業の一つになっています。このappleの急成長が、米国で学んだことの一つです。今、日本でも人口減少の影響で消える可能性のある市町



全国各地で地域ビジネスに関する講演+ワークショップを展開

村が896自治体あると言われています。しかし、地域住民が、自ら地域をデザインし、明確なビジョンのもと、経済活動を活性化していく仕組みを作ることができれば、このような危機的な状況から抜け出すことも可能であると信じています。

もう一つシリコンバレーで学んだことは、「早くたくさん失敗することです」。スタンフォード大学の講座の中には、「FAILURE FAST」すなわち、早く失敗する事の重要性を教える講義もあります。

早く失敗することで、より早く成功に近づくことができます。このことは、私が地域ビジネスプロデューサーとして、チームメンバーに伝えていることの一つです。これは、決して楽ではありません。報告書には記載されることがない、たくさん失敗を誰よりも早く経験しています。おかげさまで、私達の活動は、多くの方の協力を得て、全国メディアや地方創生の成功事例として、多数



住民自ら商品を売り込む



夢プレゼンテーション大会の後の記念撮影

取り上げていただけの結果になりました。

この前提条件を踏まえた上で、私達の地域ビジネスの取り組みのうちいくつかを紹介します。

事例1…補助金0。クラウドファンディングで世界のギフト・ショーへ。

私達のプロジェクトで象徴的に取り上げられるのは、<sup>おび</sup>飢肥杉の世界展開プロジェクトです。このプロジェクトは、行政・民間・NPOが職業や肩書をこえて、有志のボランティアチームを結成。林業で有名な宮崎県日南市の飢肥杉の経済活動を再び活性化することを目的としたプロジェクトです。「obigaigidesign」という飢肥杉で作られた木工品がありましたが、その販路拡大に苦戦していました。そこで、私たちは、多くの人の共感を生み出すことを目的に、クラウドファンディングを活用しました。幅広く情報発信することで、市民が、地元の魅力に気づき、「ジブンゴト」としてプロジェ

クトに参画してほしいと思ったからです。

最終的に、国内のみならず、世界各国から、合計325万円の支援があつまり、米国ニューヨークで開催された世界最大級のギフト・ショーに出展。世界から高い評価を得ることができました。その結果、国内での売上も増加、全国から視察も増加し、全国テレビ放送や雑誌や新聞などにも幅広く取り上げられ、宮崎日南市の林業再生の起爆剤になることができました。

事例2…東京の有名レストランで、新規就農者の野菜が大人気に

宮崎県の中西部に位置する綾町は、1988年に全国初の「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定。それ以来「有機農業の街」として知られています。しかし、有機農業の街として一部の人は知られていないものの、実体経済に繋がっていない現状があり、深刻な課題となっていました。

まず、私達は、宮崎県綾町で生産者への聞き取り調査を行いました。どのような野菜がどんな想いで作られているのか？何を残して行きたいのか？そして、私たちは、チームメンバー内でのワークシヨップやディスカッションを通じて、この生産者の想いこそが、宮崎県綾町の強みであると考えました。そこで、私たちは、「100年後に綾町の魅力を伝える」をコンセプトに設定し、プロジェクト

「aya100」を開始しました。

私たちは、企業や共感してくれる有志から寄付を募り、生産者の想いや農業の魅力を記録した映像を制作。この映像を、YouTubeなどの動画サイトで幅広く公開した結果、大きな反響を得ました。綾町の野菜は、料理人らに高く評価され、また新規就農者が生産した野菜が人気になるなど、私達の予想を超える結果となりました。今では、東京の丸の内、表参道、六本木などで、綾町の野菜が食べられるようになりました。現在、綾町では、新規就農者を含めた農家の人財育成や野菜の付加価値の向上に、継続的に取り組んでいます。

### ◆◆◆ チャレンジしやすい街づくりを

私たちは、住民が、チャレンジしやすい環境づくりを推進することを目的に、宮崎県の地元経営者らと「宮崎スタートアップバレー」を創立しました。2020年までに100のチャレンジを支援することを目標にしています。2015年には、19のチャレンジを支援することができました。その中の一つ「夢プレゼンテーション大会」では、宮崎県の「飛び出す公務員」らで構成された「宮崎ベースキャンブ」と連携し、史上初めて宮崎科学技術館のプラネタリウムでのプレゼンテーション大会を開催しました。このイベントには、約200人が集まり、宮崎県のチャレンジ文化の熟成に貢献することができました。こうした活動の連続が地域の活力になり、地域イノベーションを起こし、そして、日本、世界への活力に変わると信じています。

# 都市部のビジネスパーソンが地域づくりのプレイヤーに

## ―地域での「起業」「転職」につながる流れの構築を―



NPO法人ETIC・ローカルイノベーション事業部  
サブマネージャー

・長谷川 奈月

地方創生と言われ各地方が注目を浴び始めて1年あまり、昨今「地域」をめぐる動きが活発です。各地に必ずいるゆるキャラ、B級グルメ、はたまたふるさと納税、地域でのビジネスプランコンテスト、地域おこし協力隊制度など、様々な取り組みが行われています。今回は、ETICの歴史をなぞりながら、都市部から地域への移住への流れをつくり、地域でのプレイヤー増加に貢献できるか、日々東京で奮闘している現場の様子をお話できればと思います。

### 最初はインターンシップから

ETICは1993年にスタートした団体で、当初は起業家を大学構内に招いて、起業したい学生向けの勉強会を開催していました。就職活動し大企業に入社するも、学生のころのように自由で活発な様子ではなくなる先輩を目にしながら、働くということとはもったいなくできることではないか、自分でオーナーシップをもって働くこと

の面白さを広めたい、という思いからです。そこで講演に来た起業家と、講演を聞いていた学生が意気投合し、学生が起業家のもとに丁稚奉公に行くようになる、これがETICです。と手掛けてきたインターンシップの原型です。その後1997年に事業化し、累計2800人のインターン生を生み出し、当時のベンチャー企業・NPOにつないできました。はじまりが「起業家のもとで起業や事業の立ち上げ、リーダーとしてのふるまいを学ぶ」ものだったため、期間も半年から1年と一般のものより長いことも特徴です。そのため、企業と学生、双方にとって成長のあるプロジェクトをつくり、そこに学生をマッチングさせていくという、ETICが手掛けてきたインターンシップはマッチングを丁寧に行っています。企業、学生それぞれのマインドセットを行い、お互いの目的をすり合わせ、プロジェクト達成まで走り切れるように伴走するコーディネーターが不可欠でした。また、2001年には「社会起業家」の育成・支援もスタート。社会起業家のビジネス

プランコンテストや大企業と連携した社会起業塾というプログラムも実施しています。これまでに400人近くの起業家の支援に携わりました。

2004年、このインターンシップ事業と社会起業家支援事業のノウハウを、ETICと志を同じくする日本各地の団体にシェアしていくことを始めました。「チャレンジ・コミュニティ・プロジェクト（通称チャレコミ）」と題して、地域でのインターンシップ事業や起業支援事業を展開する団体のサポートをしています。最初は地域でのモデル5団体のサポートからスタートし、現在40団体まで広がっています。

### Uターンを考えている 社会人対象の「地域イノベーター留学」

受入企業は、ベンチャー企業だけではなく、伝統産業、農業、ホテルなどのサービス業でのインターンが多いのも特徴です。ここに、社長の右腕として、インターン生がマッチングされ、既存の事業のオペレーションの改善や、新規事業の実験を行っていくのです。賛同し受け入れてくださった企業は、全国どこも魅力的な社長が経営しており、自社の発展はもちろん、どうしたら自分たちの会社のある地域（もしくは産業）がもっと盛り上がるか、発展するか、を一緒に考えているような地域貢献意識が高い方々でした。徐々に、わたしたちはビジネス経験のある社会人がマッチングされると、もっと事業が加速し、地域貢献につながるのではないかと考えはじめました。

次に東京など都市部を見ると、「将来地元



現地でのフィールドワークにて、まちを歩いて雰囲気をつかむ参加者

に帰って地域を盛り上げたいと思っているが、なかなか仕事がないので帰れない」「親からせっかく入った大企業なのだから、地元に戻ってきてても仕事がないから辞めるなんてもったいないと言われる」という声をたくさん聞きました。東京から地域に転職するということは未知の世界に近いのだと感じました。両親の跡を継ぐために、という人はいても、キャリアアップや自分のやりたいことを実現するために「あえて」地域に転職する、という人は少ないのです。そこで、地域は面白い、ということをもまずは働きながら知ってもらえるようなプログラムを運営し始めたのが、「地域イノベーター留学」です。



東京での研修の様子

「地域イノベーター留学」とは、3年以内に地元や、ゆかりのある地域へのUターンを考えている社会人を対象にフィールドワークや研修を数回組み合わせて行う、4カ月間の短期実践プログラムです。初回のフィールドワークで、地域を訪れ、地域での仕事づくりやキャリア相談ができるコーディネーターの案内のもと、その地域の魅力や現状の課題を体感してきます。そのあと東京で研修を行い、その課題はどのようなアプローチで解決できそうか仮説を立て、2回目のフィールドワークでその仮説を検証しに行きます。実際にミニイベントを行って地域の方の声を聴いたり、キーパーソンとじっくり語り合ったりし、その結

果をまた東京の研修でまとめ、最後に修了報告会で発表する、というのが一連の流れです。プログラム実施5年目からは、フィールドワークで訪問する地域にある企業からお題をもらい、そのお題解決のためのプランを考える仕立てにしてみました。参加者と地域の企業との接点も強くなりました。参加者からは、次のような声を聞きます。

「今まで知ることのなかった地域を好きになり、会社とは違う場で自己表現することができた。メンバーと仲良くできた」

「地域に入り込んで、地域との人と一緒になって1つのことに取り組めたこと、その出会いが得られた。自分のもっと強化したい点ややっていきたいこと、地域とのかかわり方について、実践だからこそ、それぞれ明確になった。ほかの地域への知見が増えた」

「地域で生活している人の様子を客観的に見て、自分の移住について考えるヒントになった」

「地域について課題を持っている、関心を持っている人たちがこれほど多いのかという印象を持ちました。地域に入っていくには、なかなかハードルが高いところがあるが、プログラムを通じて、その地域のキーパーソンと会え、話ができ、関係ができたことは非常に有意義であった」

このように、プログラムを通じて、地域で仕事をはじめめるきっかけや、地域でのキャリアを考えるメンターや仲間づくりができ、結果プログラム修了者の15%がUターンを行うまでになりました。

この数字に至った背景は、社会的背景も大きいと感じています。例えば、2011年の東日本大



DRIVE REGIONS イメージ

震災の影響があります。それ以前に漠然と「地域に移住して仕事をしたい」とか「地元に戻りたい」と思っていた人たちにとっては、あの震災は「あなたは、どこで暮らし、どんな仕事をしたいの?」ということ突きつけたのだと思います。

また、「地域で働きたい」という想いを仲間と共有できるということも1つの要因になっています。交流会などで参加者の話を聞いていると、「会社で働いている時は、地域で働きたいという話をまわりとすることもなし、そう考えているのは自分だけだと思っていた」という声が意外と多く、驚きました。プログラム期間中、週末に集まったり、夜な夜なスカイプをつないで、そのとき自分が思っている地域についての想いや考えを共有して、ディスカッションしたり。さらには合宿のような雰囲気のパワーワードワークで、普通に旅行するだけではおそらく会わないであろう人たちと、濃密なコミュニケーションをとる、そうしているうちに、少しずつコミュニティが生まれるのです。そして、「同じプログラムに参加した」というだけで、年度をまたいで交流していく中で、移住する人がひとり、ふたりと出てくる。おそらく、自分の想いをじっくり温められるつながり、時間が大事なのだと思います。参加者の日々の生活の中で、少しずつ地域や移住について思いを巡らせている時間が増え、それぞれのタイミングで行動に移されていることを感じます。

## 地域企業への転職や 地域おこし協力隊として定着

修了後地域にUターンした参加者は、①地域の企業に転職する②フリーランスとして事業を小さくスタートさせる③地域おこし協力隊（総務省の制度で、人口減少や高齢化等の進行が著しい地方において、地域外の人材を積極的に受け入れ、地域協力活動を行ってもらい、その定住・定着を図ることで、意欲ある都市住民のニーズに答えながら、地域力の維持・強化を図っていくことを目的としたもの）として地域に移り住む—というパターンで地域に移っています。

地域イノベーター留学OBのひとり、東日本大震災を機に地域づくりに関心を持ち、プログラムに参加。フィールドワークでは三重県尾鷲市に訪問、そこで尾鷲のまちのことをどんどん知っていくようになりました。プログラム修了後も、尾鷲のコーディネーターと連絡を取り合い、キャリアのことも相談する仲に。あるとき東京の仕事をやめようかと相談したところ、地域おこし協力隊での募集を教えてもらい移住へとつながりました。彼は尾鷲市の中でも人口150人の小さな漁師町に住み地域づくりに携わることに。町を残していくには漁師はもちろん若い人たちに定住してもらいたい、そのためには子育てをしながらでも女性が働けるような場が必要、という地元で長らく地域づくり活動を行ってきた方に共感し、会社を設立します。現在は魚の会員制通信販売と、車での移動販売を行っています。

また、東日本大震災をきっかけに、ETICが今まで行ってきた人材面での支援を復興活動につなげようという「右腕プログラム」を立ち上げ、実施しています。東北の被災地において、新たな

地域づくりに挑む中小企業経営者や新規創業者の事業立ち上げ・成長を支えるために、経営者リーダーの右腕となる人材を1年間派遣するプログラムです。スタートアップ期の事業に、スキルを有した人材を派遣し、担当のコーディネーターが人材活用や事業推進のためのフォローアップなどを実施しています。派遣される右腕人材は、平均年齢32歳、主に東京などの都市部でビジネス経験を積んできた人で、受入先の90%が右腕派遣により、「専門スキルの導入ができた」と回答しています。これまで200人を超える右腕が東北の地で様々な事業の力となってきました。震災から5年目と



わたしたちの考える地域コーディネーターの立ち位置

なる今年は、「地方創生」への注目も高まる中、これらの事業が持続・発展し、復興にとどまらない未来のモデルになろうとしています。

このプログラムは、転職とはまた違う、期間限定のプログラムですが、現在積み上げてきたキャリアを生かしながら、自身の次のステージに行きたいと考えているタイミングには有効で、右腕期間で地域での仕事の仕方・創り方を体感し、派遣後定着率は64%、派遣後の起業者は23人まで増えています。右腕を経て起業した方々は、食事の宅配事業、高齢者のリハビリ支援事業、外出の少ない住民が気軽にからだを動かせる教室の運営、幼児向けのお絵かきアプリの開発事業など、今、そしてこれからの地域に必要なサービスを、地域に根差して行っています。

## 地域での「起業」「転職」につなげる流れを強化

地域での起業はますますニーズが高まり、各自治体でも起業支援事業が行われています。そして、地元の人のみならず、都市部から移住して起業する人を増やすにはどうしたらいいか、という声もよく聞きます。しかし、起業は簡単なことではありません。ひとりの人の人生がどのように進むのかに直結することだからです。その際に、立派な事業計画書も大事ですが、小さくても行動を積み重ね、サービスを磨くことに時間を使うこと、まわりにさまざまな形での支援者がいることが重要なのではないかと、400人近くの起業家に伴走しながら感じてい

ます。また、彼らの取り組みに憧れ、「地域で何かを仕掛けるのはおもしろそう!」と感じるが、まだ自ら起業するまで心が温まっていないビジネスパーソンの受け皿として、地域での魅力的な企業を紹介する転職サイトを2015年から運営しています(DRIVEREGIONS=現DRIVEキャリア内に設置)。地域イノベーター留学というきっかけのプログラムから、地域での「起業」「転職」につながり、地域づくりのサポーターからブレイヤーになる流れをこれからも強化していきたいと思っています。

ETICでは設立当初から、いかに自分が納得した状況で行動に移していけるかをとても大切にしてきました。学生のインターンも、起業もすべて自分の動機がしっかりしていないと続くものではありません。ただ、納得というものは考えてできるものではなく、現場の人たちの声を聞き、自ら足を動かし行動しながらできるものです。そのため時間が、ETICのプログラムでいうと「地域イノベーター留学」や「右腕プログラム」になります。階段でいう踊り場のような、次のキャリアに進むための準備時間が必要なのではないと感じています。また、踊り場を経て次のキャリアを歩む際に、本人たちにとっても、地域にとっても成長のある「プロジェクト」として地域活動を設計できるコーディネーターがいることも成功の鍵のひとつではないかと感じています。このコーディネーター育成も近年プログラム化をしています。わたしたちもより地域でのブレイヤー育成に貢献できるよう、役目を果たしたいと思っています。

# 学生の手で古民家を再生

## ―インターンや研究の拠点、地元との交流の場―



一般社団法人M-I-T専務理事

● 川口 幹子

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・定住・交流推進支援事業」として、地域団体もしくは市町村等が自主的・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27年度に同事業を活用した長崎県対馬市の取り組みを一般財団法人M-I-T専務理事の川口幹子氏にご紹介いただいた。

(企画・コンサルタント業務課)

### 事業の目的

離島である対馬は、大学が存在しないため進学による若者の流出が著しく、転出超過の大きな要因となっている。やる気も体力もあふれており、地域づくりの重要なアクターでもある大学生世代の欠落は、対馬にとって大きな課題である。そこで対馬市は、地域づくりの人材確保と担い手の育成を目的として、大学生のインターンやフィールド研究を積極

的に受け入れている。平成26年度に

おいては約30大学460人の学生が対馬に来島し、集落再生や離島教育、地域交通などの実践活動支援や調査研究等に取り組んだ。プログラムに参加した学生の中には、リピーターとして再来島したり、対馬に限らず地域おこし協力隊や集落支援員として地方へ移住したりする学生もあり、移住・定住・交流への成果が現れ始めている。

現在空き家を借り上げて学生の

滞在拠点としているが、所有者の荷物が置かれたままであったり、盆・正月は退居しなければならなかったりと、長期間の借り受けが難しい現状がある。そこで、インターンや研究のために中長期で滞在する学生の拠点づくりをおこなうため、古民家の再生活動をインターンの課題の一つに位置づけ、学生自らの手で拠点づくりを進める事業を行った。

### 学生の手で行う古民家再生

対象となる物件は、学生インターンを多く受け入れている上県町志多留地区にある築100年以上の古民家とした。改修は、地元大工と建築士の指導を仰ぎながら、学生が主体的に行うこととし、コンセプトづくり、設計、地元大工との調整、資材調達、施工、広報等のすべての工程を学生自ら行うようなプログラムに

した。

参加者を募集するため独自の広報チラシを作成し、一般社団法人M-I-Tのホームページ、対馬市の域学連携サイト、SNSなどを通じて情報発信したほか、雑誌にも記事を掲載していただいた。また、参加者を募集するための説明会も開催した。その結果、10人の学生がプログラムに参加し、延べ85人日、古民家再生活動に携わっていただいた。

古民家再生プログラムは、秋と春の2回行った。8月末〜9月に行った1回目では現況調査を行い、地元大工と改修必要箇所や改修の方法等を検討した。この期間では主に、古民家周辺の土砂撤去及び草刈り、古民家内の家財道具の撤去や清掃作業という準備段階を行った。後半部分では、腐った床や壁の張替えといった改修作業にも入ることができた。2月中旬から下旬にかけて開催した2回目では、未完成だった床の張り替えを完了させた。また朽ち落ちていた外壁を張り防腐剤を塗布する作業を行い窓も設置した。さらに、抜け落ちていた天井板の張り替え作業も行った。

### 古民家再生のコンセプト

古民家再生プログラムでは、改修作業だけではなく、改修した古民家をどのように活用するか、どのよう



改修前の古民家



改修の様子

なコンセプトで改修するかといった検討も行った。まずは、対象物件がある志多留地区の住民へのヒアリングによって、どのような施設が望まれているかという需要調査を行った。その結果、「インターンで来る学生の宿泊場所」「グリーンツーリズムで来た人の体験宿泊場所」「移住希望者が住む家」といった宿泊施設としての需要に加え、「お茶を飲みながらおしゃべりできる場所」「地元の人や若い人と交流する場」といった交流施設としての需要も見えてきた。そこで、改修する家は、一時的に滞在する学生等の宿泊場所と、住民も利用できる娯楽施設を併せ持った施設を作ることになった。

た。また、対馬に移住を検討している人や、対馬に学びに来る学生などは、環境の良さに惹かれてくるはずなので、環境負荷を低減する設計もアピールポイントになるのではないかとという意見があった。そこで、改修にあたっては、古民家の構造的な工夫や知恵を活かしつつ、現代の環境技術を導入して再建することとした。学生（若者）とお年寄り、古民家と現代建築の融合ということでは、学生が提案したコンセプトは「文化の潮目」であった。

### 事業の成果と今後の展望

今年度は、限られた予算の中、残された家財道具などの撤去と清掃、

埋もれていた排水路の整備や敷地内の草、竹の伐採などの準備段階から、朽ち果てた床板や壁板の張り替えなどの改修作業までを行い、あとは水回りを整えれば人が住めるという状況にまで再生することができた。学生の教育プログラムとして実施することで、人件費を抑えられたという側面もある。しかし、それ以上に、参加した若者が空き家の現状を生で見、自ら再生に関与することで、過疎集落での空き家問題がより現実的に認識できたのは、大きな成果だと思う。また、プログラムの開催期間中は、若者が滞在したことで、地域住民との交流が生まれ、高齢化した集落に活気が生まれたと感じる。

参加者からも、「古民家再生は、土砂くずれや草木の処理から始めないといけないことが分かった」「田舎で暮らすことをぼんやりと考えていたが、実際にそうした環境に入ったことによってより現実的に捉えられるようになった」との声が寄せられ、現場を見て体験することの意義の大きさを感じた。また、「対馬に対して強く愛着を覚えるようになった」という声もあり、体験を通して、対馬そのものに興味をもってもらったきっかけになったと思う。中には、「できる限り最後まで関わり家の完成やその活用に関わりたい」と次年度のプログラムにも参加する意思を表明してくれた学生もいた。

今後も引き続き、学生が主体的に行うプログラムとして改修作業を継続していきたいと考えている。今回改修できなかった水回りなどの整備に関しては、別途予算が必要になる。この資金調達方法についても、参加した学生がワークショップを行い検討した。学生からはクラウドファンディングや環境系の助成金などを活用して資金調達をしていくという方法が提案された。今後は、「文化の潮目」というコンセプトに賛同してくださる方々から、出資や助成という形で資金を頂きながら整備を継続し、滞在・交流拠点として活用していきたい。

## 地域の未来をつくる仲間と出会う、映画づくり

「何をやるか」ではなく「誰とやるか」――



ものがたり法人FireWorks  
地域プロデューサー ● 五井 利明

地域活性化センターでは、地方創生の担い手となる人材の養成を目的としたワークショップ「地方創生実践塾」を実施している。6月3日（金）～5日（日）に静岡県三島市で開催された実践塾の内容について、主任講師の五井利明氏にご報告いただいた。

（地域支援総務課）

初日の冒頭、コーディネーターを務めた私から参加者（塾生）のみなさんに「学ぶ」のではなく「遊ぶ」つもりで参加してください、とお伝えした。地域づくりに取り組む上で最も大切な、けれどつい忘れそうになる、「楽しい」「ワクワクする」という原動力の強さを体感していただきたかったからだ。

静岡県三島市は、富士山とその湧水に見守られ、歴史と文化の香りが感じられる、街中に流れる水の美しさを自ら取り戻した市民活動でも有名だ。そして、その文化力・市民力が豊かな三島を舞台に、「NPO法人みしまびと」と「ものがたり法人FireWorks」がタッグを組み、地域住民約1万人とともに約3

年間に及ぶ地方創生プロジェクトの末に誕生したのが、映画「惑うAfter the Rain」だ。今回の地方創生実践塾は、地域の未来をつくる映画づくりの真髓から学び、気づきを得るために開催された。

### 1日目：「心のスイッチを入れる」

1日目のテーマは、塾生の「心のスイッチを入れる」こと。塾生の情熱に火をつけるため、3人の講師が登壇した。

1人目はNPO法人みしまびとの事務局長である河田亮一さん。みしまびとのスローガンは「未来をつくる人をつくる」。映画づくりが目的ではなく、映画のプロセスを通して

まちをひとつにするために始まった。それまでまちづくりに取り組んでいたのはいつも同じ顔ぶれで、しかもそれぞれの動きがバラバラだった。映画づくりを通して「楽しい！面白い！」という原動力が中心となることで「いつもの人」ではない多様な人が集い、仲間とのつながりが築かれていった。完成した映画はもちろんだが、関わる人の多様性こそがかけがえのない財産であり、今後はこの宝物をどう活用していくかを考えていくと語った。

2人目は伊豆の地域活性を中心としたプロデューサー事業に取り組むNPOサプライズ代表理事の飯倉清太さん。「ドットツリープロジェクト」など様々な事業を手がけているが、その始まりは「ゴミ拾い」だった。「楽しいことを好きな人たちと続けよう」という思いで飯倉さんがゴミを拾い続けていると、次第に人が集まってきて、さらには世界中とつながることもあった。飯倉さんの信念は「d+PDCA」。小さなことでもいいから行動（do）を起こしてからPDCAを重ねる、アイディアは行動してこそカタチになる。地域活性化にはかけ算はなく、2段階よりも3段階跳びもない。まずは行動を始めようと、力強くメッセージを発していた。

3人目はものがたり法人FireWorks代表・映画監督の林弘樹。

映画づくりは、正解がなく非合理的なプロセスだからこそ、地域の財産となるような多様な人と人との関係性が生まれる。常に大切なのは「どうしたら心が動く（感動＝MOVIE）のか」「楽（たの）かつこいいかどうか」。そして心が動くと、体が動く。映画も登場人物による「出来事」「リアクション」「アクション」の繰り返しによってつくられている。本当の出来事や出会いを得られているか、リアクションとして心が動いているか、行動に移せているか。そのサイクルをまわすことが地域づくりにも人づくりにも共通して大切なことであり、塾生には2日目の「1日映画づくりワークショップ」を通してそれを体験してほしいと伝えた。

### 2日目：「話し合う・力を合わせる・あきらめない」

2日目はものがたり法人FireWorks脚本家の栗山宗大を講師として、1日映画づくりワークショップを行った。たった1日で、6人ほどのグループごとに3分間の映画をつくり上げる。



参加者の集合写真



グループワーク



「惑う After the Rain」



「1日映画づくり」撮影風景

映画づくりの3原則は「話し合う・力を合わせる・あきらめない」だ。まず午前中いっぱい、どんな映画をつくりたいかを話し合う「脚本づくり」から取り掛かり、アイディアを出し合いストーリーを練り上げた。

午後はいよいよ街に飛び出し「撮

影」を行う。はじめは恥ずかしがっていた塾生たちも、役者さながら真剣に演じ、力を合わせてシーンをくり上げていく。

そして、あきらめずにこだわった「編集」で作品を完成させ、上映会を行った。「人生最高の映画」とは自分がつくった映画」である。上映会

は大いに盛り上がり、みんなで感動を共有した。

こうしたプロセスを通して、塾生たちはともに遊ぶように、けれど真剣に映画をつくり、心が動くまま体を動かした。深い対話でコミュニケーションを磨き、仲間とともにひとつの作品をつくり上げる体験をし、地域の未来をつくる原点となる熱量を得たのだ。た。なお、この

日の夜には映画「惑う After the Rain」の特別先行試写会も実施された。観たい、または上映会を開催したい、という方はぜひご連絡をいただきたい。

### 3日目：「学び・気づきを未来への行動に変える」

3日目は、じっくりと学び・気づきを共有し、全員が明日からの行動を宣言した。決意表明は非常に力強く、これからきつと多くのことを実現することになる、そのきっかけとして三島での地方創生実践塾が刻まれたと感じた。

振り返ると、「何をやるかではなく誰とやるか」にこだわった3日間だった。全国から集まった約30人の塾生たちは、映画づくりの体験を通じた濃密な関係性づくりを経て、その後もずっと続いていく仲間との出会いを得た。終了後も語り合いが止まらず連絡先を交換し合っている姿こそが、大きな成果を表していると感じられた。

いつだって、どんな地域でも、「この人たちとなら何でも一緒にやっていける」と感じられる仲間との本当の関係性こそが、ともに未来をつくる基盤になるのだから。

#### 地方創生実践塾（静岡県三島市）の概要

テーマ：住民の手で映画を作った三島市

～地域の未来をつくるまちづくり人材の発掘と育成～

主任講師：

ものがたり法人 FireWorks 地域プロデューサー 五井 潤 利明氏

#### 1日目 6月3日（金）

講義① 「三島市について」

講師：NPO 法人みしまびと 事務局長 河田 亮一氏

フィールドワーク 「ロケハン」

講義② 「まちづくり・ひとづくり」

講師：NPO サプライズ 代表理事 飯倉 清太氏

グループワーク① 「自己紹介・実践参加の想い」

講師：ものがたり法人 FireWorks 五井 潤 利明氏

講義③ 「地域総参加型映画づくりについて」

講師：ものがたり法人 FireWorks 代表取締役 林 弘樹氏

グループワーク② 「各自の想い共有」

講師：五井 潤氏・林氏・飯倉氏

#### 2日目 6月4日（土）

1日映画づくり

講師：ものがたり法人 FireWorks 取締役 栗山 宗大氏

グループワーク③ 「脚本作り」

グループワーク④ 「撮影・編集」

グループワーク⑤ 「上映会」

#### 3日目 6月5日（日）

グループワーク⑥ 「振り返り・各自の地域づくりについての意思表示」

講師：ものがたり法人 FireWorks 取締役 栗山 宗大氏

グループワーク⑦ 「オールドラングサイン 合唱」

（映画『惑う After the Rain』劇中歌）

# 自治体や特産品の認知度向上 —ふるさと納税の副次的効果を調査—

日本は、人口構造の変化に伴う社会保障費の拡大を含め様々な社会的課題に直面しており、地方自治体は人口減少を見据えて移住支援や創業支援といった新たな課題に取り組んでいる。このような課題に対応しつつ、住民へのサービスの質を維持・向上していくための財源確保等において新しい発想、取り組みが求められている。即ち、今後、地方自治体は「税、地方交付税、補助金などの既存の制度的な財源だけに頼らない自治体独自の資金調達」への取り組みが不可避になってきており、その代表的な手法として「ふるさと納税」がある。

ふるさと納税に特徴的に取り組む団体を調査することで、特徴・課題を整理し、今後の資金調達のあり方を検討することを目的とする。



ふるさと納税の一部を活用して設けたエトピリカ文庫（国境地域にかかる情報を広く共有できる文庫）＝対馬市



平戸市の返礼品＝寄付者目線でのパッケージの魅力化を図る

## 返礼品による資金調達増と 特産物PRなど―5自治体を調査

現地調査は、次の5つの地方自治体に対して行った。①長崎県平戸市（平成26年度ふるさと納税額が地方自治体の中で第1位）②佐賀県玄海町（多様な設定により戦略的にふるさと納税に取り組む）③佐賀県（ふるさと納税を通してNPO法人等を支援）④長野県白馬村（災害対策のためのふるさと納税）⑤長崎県対馬

市（対馬らしい寄付金の使い道にこだわった取り組み）。

このうち、長崎県平戸市、佐賀県玄海町については、「全国に先駆けて返礼品にカタログポイント制を採用（平戸市）」「低額の寄付でも多種の返礼品から選択できる、1年間毎月の特産物を贈る返礼品の定期便（佐賀県玄海町）」など返礼品の仕組みの差別化により、資金調達増と特産物PRを目指している。これら返礼品に力を入れる地方自治体に共通の副次的効果として、返礼品の生産者のモチベーション向上や販売ノウハウの強化がもたらされていること

が分かった。

佐賀県では、通常の返礼品を用意したふるさと納税のほか、県の定める要件を満たすNPO法人等への活動資金に充てるふるさと納税に取り組んでいる。これにより県内の地域の課題解決に取り組むNPO法人等への支援方法が拡充し、県外からのNPO法人の誘致にもつながっている。

## 義援金の意味合いの ふるさと納税も

白馬村では、平成26年11月に起こった震災に際して、震災発生

2日後に民間のふるさと納税ポータルサイトの緊急寄付受付フォームによる寄付受付を開始したところ、義援金の意味合いのふるさと納税が急増した。従来から義援金などの災害時寄付の仕組みはあったが、ふるさと納税ポータルサ

イトが新たな災害時支援受付の媒体として効果が高いことが分かった。

長崎県対馬市では、〃対馬らしい〃寄付金の使い道にこだわった取り組みを進めている。具体的な使い道については、庁内の職員による提案が審査の上、採用・実施され、その実施後、寄付者への事業実施の報告が丁寧に行われている。このような想いが寄付者に届き、毎年対馬に寄付をするリピーターを増やしていることである。

### ふるさと納税のメリット

返礼品を用意し、寄付を募るという典型的なパターンでのふるさと納税の取り組みには次のような効果があることが分かった。まず、「シティプロモーション」である。民間企業のふるさと納税ポータルサイトを利用してふるさと納税を募集することにより、地方自治体や地域の特産品、ふるさと納税への取り組みの認知度が向上する。次に、「マーケティング

グ（商品価値の調査）」である。生産者は自ら市場調査をすることはほとんどないが、ポータルサイト上での注文数の多寡により取扱う商品の価値を実感できる。ただしこの商品価値は、ふるさと納税の税額控除のメリットを加味した上での価値であり、一般に流通している商品に比べ有利な条件下での価値と認識しておく必要がある。さらに、「人材育成」である。多くの生産者は、販売することよりも生産することに注力しているといえるが、ふるさと納税で返

礼品を扱う生

産者は、明らかにモチベーションが向上している。また寄付者目線を重視した販売ノウハウを身につけて成長している。

先進的な取り組み地では、創意工夫

してふるさと納税に取り組みむことを通じて地元企業の

競争原理の創出（平戸市）、NPO支援（佐賀県）が実現するなど、ふるさと納税が様々な課題解決の手段になっていることが分かった。

### 使途の明確化が課題

ふるさと納税に取り組む多くの地方自治体では、ふるさと納税により集めた寄付金の使途が細かくは定められていない、或いは、寄付金を活用して実施した事業の報告があまり行われていない状況があり、ふるさと納税の「資金調達手段」という側面にばかり関心が集まっている。このような状況では、寄付者の意識も返礼品を受け取る楽しみにとどまり、地域づくりを支援しようという寄付者を増やすことはできないだろう。今後地方自治体は寄付金の使途をより明確にし、寄付者にわかりやすく使途を伝える必要がある。その上で、本当に地域を応援してくれる人を増やす取り組みとしてふるさと納税を拡げていく必要がある。

一般財団法人地域活性化センター  
タ―振興部地域支援課

● 副参事 吉田 桂一郎



調査に応じてくれた佐賀県庁の職員（右端は岩永幸三さん、左端は宮司愛子さん）



調査に応じてくれた平戸市職員の黒瀬啓介さん

# 「DMO時代の観光マーケティング実践力強化」をテーマに

～28年度第2回地方成功人材のマッチングによる土日集中セミナー～

地域活性化センターでは、平日に参加が難しい自治体関係者等を対象に、テーマに対する成功人材の経験から学びを深め、実践へと移すための「地方成功人材のマッチングによる土日集中セミナー」を開催しています。

平成28年度第2回は、6月11、12の両日、「RESAS（リーサス）地域経済分析システム」・ビッグデータを使いこなそう！！～DMO時代の観光マーケティング実践力強化講座～をテーマに東京・日本橋の同センター会議室で開催。DMO（マーケティングに基づく観光戦略を担う組織）時代に必要なマーケティングの方法や、エクスペリエンス・デザイン（体験を設計する）という新たな視点の演習が行われました。

## DMO時代の観光に必要なマーケティング

電通チーフマーケティング・プランナー加形拓也氏は、様々な関係者の関わりを必要とするDMO時代の観光戦略に、マーケティングの考え方を取り入れることが必要であること、それを実行するための手法について話されました。

マーケティングに大切なことは①顧客のターゲットを定めること②顧客のニーズを見極めること③事業を継続できるようにすること―の3点

とし、これらを網羅するための手段として、エクスペリエンス・デザインという手段を提案されました。

エクスペリエンス・デザインとは、ターゲットとなる顧客が製品やサービスを利用する過程や、そこで価値を感じるプランを設計することです。観光においては、顧客が生活の中で様々な観光地についての情報を得る段階、行先を検討し実際に観光に向かう段階、ある観光地へのリピートを決める段階など、様々な段階を想定し、その時々々の顧客の気持ちを考え企画・設計することが求め

られます。

## デザイン思考の必要性

電通シニアプランニング・マネージャーの岡田健一氏は、行政機関の勤務経験から、行政のフィールドにこそデザイン思考が広まれば良いと考えています。デザイン思考は整合性や客観性などを必ずしも重視せず、不完全なこと、楽しいかどうかといった主観性の強い評価、生活者目線の横断的な視点などを重視しています。岡田氏は、日常に疑問を持ち感情に素直になることで、様々な視点を必要とするエクスペリエンス・デザインを可能にすると話しています。

## ビッグデータ・RESASを使いこなすために

行政がビッグデータやRESASを使用するメリットは、住民にとって必要なことを数字としてわかりやすく示せることです。また、データの積み重ねにより効果の測定・評価を行うことができます。これらをマーケティングと組み合わせることで正確でより早くPDCA（管理業務を円滑に進める手法）を進めることができます。

エクスペリエンス・デザインは観光の分野に限らず他の事業でも応用が可能な手法で、これを取り入れることで明確な目的やターゲットを定

めた事業展開が可能になると締めくくりました。

## エクスペリエンス・デザインの可能性

エクスペリエンス・デザインは多様な関係者や視点が必要なため、多くの時間を要する手法です。しかし、この手法を用いることで円滑にPDCAを行えるだけでなく、計画する人は当事者としての自覚を強く持つきっかけになると思います。この手法から多くの人の関心を引きつける、自立した地域づくりが可能になると感じます。

地域活性化センター広報室

● 東 佑樹



エクスペリエンス・デザインの演習の様子

# 「日本橋とやま館」がオープン

「富山の日常の「上質なライフスタイル」を提供」



日本橋とやま館  
館長・総支配人

● 山下 章子

## 首都圏での情報発信力を強化

2016年6月4日、東京・日本橋に、富山県の新首都圏情報発信拠点「日本橋とやま館」がオープンしました。

県では、2002年から、有楽町でアンテナショップ「いきいき富山館」を運営してきましたが、昨年3月の北陸新幹線の開業や、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、首都圏における



ショップフロア



バーラウンジ



和食レストランディナーコース例

効果的な情報発信がますます重要になってくるということで、日本橋三越本店新館の真向いのビルの、日本橋から銀座への目抜き通りに面する1階ワンフロア（143坪）に、新たな首都圏情報発信拠点を開設しました。

モノを売るだけでなく、富山の自然・文化・県民性などを伝えるのが狙い

「日本橋とやま館」の開設コンセ

プトは、「富山の日常の「上質なライフスタイル」の提供」。単にモノを売るだけでなく、その背後にある富山の自然・食の魅力・文化・県民性を伝え、富山に行ってみたいと思わせるのが狙いです。

これを実現するための機能として、まず寿司や昆布などの食や、高岡銅器や越前和紙などの工芸品も扱うショップフロアのほか、高低差4メートルの地形が育む海の幸、山の幸など富山直送の新鮮な食材を中心とした料理を、高岡銅器や越前瀬戸焼など伝統工芸品の器で提供する和食レストランも設けています。

目抜き通り側には広いショールールンドウを設け、内部が見える開放的な空間を設定。ここに県内の酒蔵の日本酒を提供し富山ファンや来館者の交流・憩いの場としてご利用いただけるバーラウンジや、市町村等と

連携したイベントを実施できる交流スペースなどを設けています。

正面入口すぐのところには、観光交流サロンを設置しました。英語対応可能なコンシェルジュが2人程度常駐し、富山への観光誘客や富山ファンの更なる獲得

を目指し、観光情報だけでなく、Uターン情報も提供します。

これらの各部門が連携し、全館連携イベントなども開催することで、館の多彩な機能を総合的に活かしていきます。

施設内は、井波彫刻のほか、随所にタテヤマスギやケヤキ、ナラ、城端のしけ網などの県産材を活用し、富山らしい上質な雰囲気演出しました。

## 魅力あふれる館を目指して

「日本橋とやま館」が開館して約2カ月が経過しましたが、多くの方にご来館いただいております。その中でも、外国人ご夫妻にコンシェルジュが英語で対応したところ、お気に入りの伝統工芸品をまとめ買いされたり、ご年配の富山出身の男性が、友人を連れて何度もご来館され、ご自身で館内を案内されたりと、うれしい反応も数多く起こっています。今後とも、魅力あるコンテンツの提供やサービスレベルの向上に努め、この場所に来たら、知らなかった富山の魅力に触れることができ、そして「富山へ行ってみよう、富山に住んでみたい」と感じていただけるよう、スタッフ一同、精一杯頑張っていきたいと思っています。



## サクラマス大作戦

高津川清流ネットワーク代表 ● 吉中 力 (第10期)

究極のキーワードは「体力・酒力・歌唱力」。当時の塾長から教わったリーダーの条件です。「体力」とはリーダーとしての基本的な資質のこと。「酒力」は（呑み）ノミユニケーション能力。これだけは強力な武器であったと確信しています。そして、「歌唱力」とはどんなステージでもきちんと自己主張できる表現力のこと。ディベーターや交渉能力も必要です。さらに、リーダーに必要な要件に4つの「き」と「ち」もあります。「やる気」「根気」「ひらめき」「人気」があつて、「愚痴」「無知」「けち」「やきもち」がないこと。塾長の教えは今もずっと継続実践しています。

平成10年、全国地域リーダー養成塾第10期生として、30人の仲間たちと学び合う幸運に恵まれました。塾長の森巖夫先生は凛として泰然。一方で、駄洒落を連発されるなど、お茶目で気さくなお人柄で塾生仲間達から慕われていました。島根県にも何度か足を運ばれ、過疎地域で汗を流す皆さんにたくさん元気を配信されました。講師の先生方も個性派揃いでした。OB会を通じた情報交流は貴重な財産となっています。

「何としても参加したい」。立ち上がったばかりの温泉開発プロジェクトを抱える担当者の心はまさにハムレット。それでも、笑顔で送り出してくれた当時の上司や同僚に今更ながら感謝しています。1年間の研修を終えて、なんだか根拠のない自信を得た自分がありました。見えな何かを掴んだような気さえしたものです。自分は今、何をなすべきか。世代間や性別・地域を超えた異業種間交流「まちづくり交流会」が発足し、事務局を担当。勉強会に名を借りて旨い酒を飲みながら町の未来を語り合いました。映画館のない町で毎年上映する「僕たちの映画館」。町出身デザイナーを招聘してのファッションショー「着て観ん彩」やミュージカルなどを開催しました。また、お見合いイベントのテレビ出演ではカップル誕生も。さらに、53年ぶりに復活した『雨乞い神事』は、

4年連続清流日本一に輝いた高津川の水源「大蛇ヶ池」を舞台に繰り広げる勇壮なイベント『水源祭り』に成長しました。テーマは何でもありで、いつでもどこでも「ほら話し」に出かけたものです。

そして、3年前に37年間の「はみ出し公務員」を卒業し、気ままな自遊人を愉しんでいましたが、人生何が起るかわかりません。45日後に投票日を控えた首長選に出馬することになり、3選を目指す現職町長に挑みました。

「この町が好きだから」「背中を押してくださいだった皆さんの思いに応えたい」…8票差で敗れましたが、多くの仲間に出会い、得難い経験となりました。

現在は週刊誌の連載エッセーも復活。20年以上続いた流域の中小高生達との環境学習は、「ガサガサ」と呼ばれる人気メニューに進化しました。活動は春から10月いっぱい続きます。

川で生まれたヤマメには一生を川で過ごす個体と、いったん海に降り再び戻ってくる降海型がいて、後者をサクラマスと呼んでいます。ふるさとの原風景や豊かな自然の中で過ごした子ども時代の楽しい思い出は、大人になっても決して忘れることはないでしょう。Uターンを考える時の貴重な判断材料になるはずです。たくましく成長したサクラマスが源流を遡るように、いつの日かふるさとに帰っておいで！「サクラマス大作戦」（活動記録集で紹介）と名付けました。いつの日かふるさとを離れていく君たちに伝えたい。そんな思いをポケットサイズにまとめてこの春、上梓しました（高津川不思議探検隊「文芸社」）。

郷土の大先輩である澄川喜一先生（元東京芸術大学学長「彫刻家」）曰く、「60歳過ぎたら人間はお礼奉公なんだよ」と。

小さな一歩から…少しでも地域社会に恩返しが出来ればと、そんな日々を過ごしています。



多久市長 ● 横尾俊彦

## 自治体経営マネジメント

我が国も自治体経営を常識として、様々な改革変革を行うべきだと考えています。

そもそも自治体も経営体です。住民の皆さんから納税などの原資を預かり、国や都道府県の施策や交付金・補助金などを活用して財政をやりくりをしながら、住民の未来のくらしや福祉医療、子どもたちの教育などを高めるため、計画をつくり、施策を推進していく。それが行政運営の基本型であり、計画や予算を議会に諮って、主体的に実行する仕組みになっています。その一連の流れで、少しでも経費を抑制し、政策効果を向上させるような努力を日々重ねている訳です。全国の1700を超える自治体で同様の努力が今まさに重ねられています。

最近改めて注目されるPDCAサイクル（計画企画、実行、評価、さらなる改善実行）の取り組みは、民間企業経営では必須で、常識です。コスト意識は当然で、代替策を常に考え、リスク管理もあたり前のことです。その上で、所期の目標達成に全力を挙げていくのです。

民間企業では世界標準を意識するケースも多々あり、例えばISO認証登録は世界市場アクセスの必須項目の一つです。ISOにはサービス産業部門もあり、市民行政サービスを提供する自治体も、サービス産業としての評価分析を心得ながら、経営推進を図ることが重要です。

自治体の仕事は、その背景や根拠に、法令条例があり、定められた項目をきっちり仕上げて行うことが仕事であるといえます。けれども、法令遵守はもちろん大事ですが、条文記述の項目実施ということとどまるというよりは、その起因となった課題の解決、必要な市民サービス提供、そして市民幸福度実現こそが重要です。

そこで必要なのが経営マネジメントという視点です。同じ作業や仕事なら、時間と費用の投入量は少ないほう

が効率的です。その仕事の効果をより優れたものにできれば、より効果的です。そのような思考を発展させれば「生産性」という観点が重要になるのは容易に分かるはずです。実際、欧米では公務・行政の生産性(Productivity of Public Administration)という概念が一般的です。そのような視点と取り組みが、もって日本でも重要だとかねてより感じていました。

これからの時代はあらゆるものがインターネットで結ばれて新たな価値創造を進める「第4次産業革命」時代ともいわれます。そこで活躍するICTを利用し、マイナンバーも活用して、これまでにない新しい行政を創造していくことがこれからの重要テーマだと思います。

改善改革のヒントは基本的には「現場にあり」です。公務員の気付きと志で、よりすばらしい行政が可能になります。その推進に一助を添えたいと思います。

松下政経塾で学んだ者として、そもそもこの発想は、薫陶を受けた、塾の創設者・松下幸之助塾主の「政治行政も経営」「生産性の高い政治」という理念から来ています。日本の国・地方の行財政改革を調べ、渡米して米国ニューヨークの財政再建、シティーマネジャーを調査する中で「日本にももつと自治体経営を」と思ったのです。まだまだ道半ば、けれどこれこそが重要テーマ、ミッションと感じます。

もうひとつ松下塾主が常に語られたのが「現地現場」の重要性、自ら行う「自主性」「熱意」の大切さです。言われただけ、決められただけをやるのではなく、自ら課題を見出し、改善解決に力を尽くすことこそ新たな創造を生みだします。

公務員の皆さんの踏ん張りこそが未来創造に重要であると改めて確信しています。

# Gifu

Travel Through Time

The Heartland of Japan

# 岐阜

*The Gassho-zukuri Settlement of Shirakawa-go*

白川郷合掌造り集落

Included deep in the mountains, this picturesque settlement is registered as a UNESCO World Heritage Site (Shirakawa Village).  
この深い山奥に位置する美しい集落は、ユネスコ世界文化遺産に登録されている山里風景です。(白川村)

<http://travel.kankou-gifu.jp>

## 岐阜県

都道府県漫遊  
POSTER GALLERY

地域づくり 本編 2016・8月号 30

**常**陸太田市は茨城県の北部に位置し、平成 16 年 12 月 1 日に旧常陸太田市、旧金砂郷町、旧水府村、旧里美村の合併により誕生した県内最大の面積を誇る自然豊かなまちです。

農業が盛んで美味しい米をはじめ、常陸太田が発祥の地である常陸秋そば、ぶどうでは巨峰や常陸太田オリジナル品種の常陸青龍、約 100 年前から栽培されている梨も人気の味覚です。

西山御殿は水戸黄門で知られる水戸徳川家 2 代・徳川光圀公が家督を息子に譲り、元禄 13 年（1700 年）に亡くなるまでの 10 年間を過ごした御殿跡です。春夏秋冬ごとに異なる趣きのある名園で、平成 28 年 3 月に県内では 93 年ぶり、2 件目の国の史跡及び名勝に指定されました。

竜神大吊橋では、竜のように屈曲した美しい峡谷の中で、高さ 100 ㍎の日本一のバンジージャンプを楽しめます。この他にも、かなさ笑楽校や里美ふれあい館といった体験交流施設で都会では味わえないそば打ちや農作業などを体験することができます。

四季折々の食、自然、体験が満喫できる常陸太田市に是非、足を運んでみてください！



## 自然が溢れ、歴史と文化が薫る、 黄門様が愛したまち

■西山御殿 時代劇でお馴染みの水戸黄門様こと徳川光圀公が晩年を過ごした隠居所で、今年、国の史跡及び名勝に指定されました。

画像所蔵：公益財団法人徳川ミュージアム／撮影：阿部浩 ©徳川ミュージアム・イメージアーカイブ/DNPartcom



■竜神大吊橋（鯉のぼりまつり） 歩行者専用の吊橋としては日本最大級の 375 ㍎の長さを誇る竜神大吊橋は、四季折々の表情を楽しめます。春には約 1000 匹もの鯉のぼりが雄大に泳ぎます

■常陸秋そば 玄そばの最高峰とも言われるブランド蕎麦。香り、味ともに優れ、多くのそば通を唸らせます



■竜神バンジー 高さ 100 ㍎（日本一）からの竜神ダム湖へのバンジージャンプは他では味わえないスリル満点のアクティビティです



■常陸秋そばフェスティバル 里山フェア 常陸秋そばの新そばの時期（11 月）に開催され、県内外の新そばを食べ歩きできることから毎年多くのひとでにぎわいます



■米・ぶどう・なし 清涼な水と豊かな土壌で育まれた農産物は、逸品のおいしさです



■道の駅ひたちおおた 今年 7 月にオープンし、朝どり新鮮野菜の直売所や野菜を使ったレストランなど、魅力ある施設が充実しております



■そば打ち体験 体験交流施設のかなさ笑楽校では、地元の住民が講師となり、そば打ちや農作業体験などが楽しめます

## 地方創生実践塾のお知らせ

### ◆地方創生における持続可能な社会【岡山県真庭市】

岡山県真庭市<sup>ひるぜんちゅうか</sup>の蒜山中和地域（人口 700 人弱）において、地域の方々の手で材木などの地域資源をエネルギーに活用し、かつ古くからの里山のしくみを活かしつつ、経済を循環させている現場を、関係の方々のお話やフィールドワークを通じて体感していただきます。

地域資源を地域内で有効に活用するとともに、一方で移住の促進も図りながら、中山間地域の活性化に取り組む真庭市の事例を学び、人口減少時代の山村の活性化の手法を一緒に考えるセミナーです。

【講師】 澁澤 寿一 氏（NPO 法人 共存の森ネットワーク理事長）ほか

【開催日程】 平成 28 年 9 月 22 日（木・祝）13:00 ～ 23 日（金）12:30

【会場】 岡山県真庭市<sup>ひるぜんちゅうか</sup> 蒜山中和地域<sup>つくろ</sup>

※集合・解散および交流会場…津黒高原荘（真庭市蒜山下和 1080-1）

【対象者】 地域づくりに興味のある方（どなたでも）

【定員】 40 名（先着順、定員に達し次第締め切ります）



蒜山中和地域の風景

### ◆地方自治体職員ネットワークによる新たな地方創生の取り組みの提案 ～地方創生を一過性で終わらせないための定住促進戦略～【山口県周防大島町】

ふるさとライフプロデューサーとして、「島時々半島ツアー」「無料島人紹介所」などの移住施策や、総務大臣賞を受賞した地方創生動画「回帰」などの動画配信、「シマグラシs 錠」の PR 企画をプロデュースしている泉谷勝敏氏を主任講師とし、一過性ではない定住促進戦略に取り組む周防大島町の事例を学ぶセミナーです。また、地方自治体職員の連携による新たな地方創生（取り組み、価値など）を生みだしていく方法なども議論します。

【講師】 泉谷 勝敏 氏（ファイナンシャルプランナー）ほか

【開催日程】 平成 28 年 10 月 5 日（水）13:00 ～ 7 日（金）12:00

【会場】 周防大島町内（大島文化センター）

【対象者】 地域づくりに興味のある方（どなたでも）

【定員】 40 名（先着順、定員に達し次第締め切ります）



シマグラシS錠

※ 申込方法等、詳しくは地域活性化センターホームページをご覧ください。

◆ お問い合わせ先：地域支援課（電話 03-5202-6136 メール chiiki@jcrd.jp）

## 地方成功人材のマッチングによる土日集中セミナー 今後の予定

### 第4回「徹底解剖 氷見市地方創生戦略」

【日時】 平成 28 年 10 月 1 日（土）13:00 ～ 18:00 / 10 月 2 日（日）09:00 ～ 12:30

【場所】 東京八重洲ホール 201 会議室（東京都中央区日本橋 3-4-13）

【講師】 本川祐治郎 氏（氷見市長）、高野誠鮮 氏（氷見市地方創生アドバイザー）ほか

### 第5回「（仮）地域経済を見る眼と RESAS の活用」

【日時】 平成 28 年 10 月 22 日（土）13:00 ～ 19:30 / 10 月 23 日（日）09:00 ～ 12:30

【場所】 東京八重洲ホール 201 会議室（東京都中央区日本橋 3-4-13）

【講師】 岩崎正敏（一般財団法人地域活性化センター常務理事）ほか

### 「地域に飛び出す公務員と地域おこし協力隊・支援員たちの集い」

【日時】 平成 28 年 10 月 29 日（土） / 10 月 30 日（日）

【場所】 松江テルサ（島根県松江市朝日町 478-18）ほか

※各セミナーの詳細や申込方法については、当センターのホームページ (<https://www.jcrd.jp/>) をご覧いただくか、以下までご連絡ください。

一般財団法人地域活性化センター クリエイティブ事業室 TEL: 03-5202-6134 E-mail: creative@jcrd.jp

# 都市・農村共生社会創造シンポジウム 2016 in 北海道

## 〔田園回帰が創る未来〕

全国町村会と地域活性化センターは、昨今都市住民や若者・子育て世代を中心に高まりを見せている農村志向に着目し、都市と農村が協力し合いながら共生する方策について議論するシンポジウムを開催します。今年度初の開催となる北海道会場では、全国で活躍中の研究者や地元や農村で活躍している活動実践者を招き、参加者とともに「田園回帰が創る未来」をテーマにメッセージを発信します。

【開催日】平成 28 年 9 月 2 日（金）

【会場】「札幌市男女共同参画センター」 札幌市北区北 8 条西 3 丁目 札幌エルプラザ 3F

【参加料】無料

【定員】250 名（事前申込が必要です。）

【内容】

○主催者挨拶

○基調講演 『1%戦略からはじまる地域の可能性』

講師： 藤山 浩 氏 島根県中山間地域研究センター研究統括監  
島根県立大学連携大学院教授 博士（マネジメント）

○パネルディスカッション 『田園回帰が創る未来』

コーディネーター：藤山 浩 氏

パネリスト： 江面 陽子氏 農家民宿えづらファーム代表（北海道遠軽町）

三条 幹男氏 下川町環境未来都市推進課長

長島 由佳氏 合同会社 PotLuckField 里美代表（茨城県常陸太田市）

コメンテーター： 東山 寛 氏 北海道大学大学院農学研究院准教授



藤山 浩氏

シンポジウム用 facebook ページはこちら <https://www.facebook.com/relaysympo2015>

申込方法等、詳しくは地域活性化センターホームページをご覧ください。

お問合せ先：一般財団法人 地域活性化センター 企画・コンサルタント業務課

TEL 03-5202-6133 FAX 03-5202-0755 E-mail kikaku@jcrd.jp



## 地域づくり団体全国協議会からのご案内

自主的、主体的な地域づくりのための活動を行う「地域づくり団体」の全国組織である地域づくり団体全国協議会より、案内がありましたので、ご紹介します。

## 平成 28 年度地域づくりコーディネーター研修会のご案内

「若者と共に育つ地域づくり」をテーマに、若者と地域をつなぐことで新たな取り組みを行っている方々を講師にお招きし、地域に若者を呼び込むプロセスや、それによって生まれる効果、可能性についてお聞きします。経験豊富な実践家を交えて皆さんと一緒に学びます。

【日程】平成 28 年 9 月 6 日（火）13 時～17 時

【会場】大阪市中央公会堂（大阪府大阪市北区中之島 1-1-27）

【内容】実践家による事例発表、パネルディスカッション、交流会

【講師】「クラウドファンディングによるシェアビレッジ運営！」

・丑田 俊輔 氏（ハバタク株式会社 代表取締役）

「マチ・ヒト・ミセを育てて七尾から元気を発信！」

・森山 奈美 氏（株式会社御蔵川 代表取締役）

「よそ者目線で地域活性化！I ターン者専用のシェアハウス！」

・井口 元 氏（株式会社みんなの家 代表）

【対象】地域活性化に熱意をお持ちの方

【受講料】5,000 円（交流会への参加をご希望される方は、別途 3,000 円をご負担いただきます。）

【定員】40 名（但し、定員になり次第、締め切らせていただきます。）

【申込先】地域づくり団体全国協議会事務局（地域活性化センター研修交流課内）

Tel：03-5202-6135 Fax：03-5202-0755 E-mail: chi-dantai@jcrd.jp

※申込み方法等、詳細は地域活性化センターホームページ内、「地域づくり団体のひろばー地域づくりコーディネーター研修会」をご覧ください。

地域づくりコーディネーター研修会  
QRコード



## 地域づくり 8月号

2016 年 8 月 1 日発行 編集・発行＝一般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）<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

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、みなさまの 豊かな暮らしに役立っています。



点字本レシピ集



冊子  
「フラッグフットボール作戦ブック」



ベンチ



一輪車



パブリックアート



さくらの若木植栽



冊子  
「おやこの食育教室  
(三角巾付)」



胸部X線検診車



宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、  
少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、  
さまざまなかたちで、みなさまの暮らしに役立っています。

# 地域づくり

## 特集編 (2016.8)

ISSN 1340-8917

### 特集 イノベーターによる地域活性化

#### グラビア

- |    |              |                           |                                             |
|----|--------------|---------------------------|---------------------------------------------|
| 2  | 基調論文         | ナンバー1になれる領域を見つける          | 福田秀人 (ランチェスター戦略学会副会長<br>立教大学大学院客員教授)        |
| 6  | 群馬県          | ジャパニーズドリームを群馬から           | 高橋 徹                                        |
| 8  | 東京都          | 目指そう楽しい漁師、海の社会起業家集団       | 松尾省二、田村典江                                   |
| 10 | 石川県七尾市       | 能登の中小企業・集落と都市部の学生をマッチング   | 岡本竜太                                        |
| 12 | 長野県小布施町      | 全国に広がる「若者会議」というフレームワーク    | 大宮 透                                        |
| 14 | 静岡県富士市       | 中小零細企業を支援、日本を変える          | 小出宗昭                                        |
| 16 | 岡山県高梁市       | 特産品開発から「自文化創出」へ           | 長野 エドウィン・タケル                                |
| 18 | 岡山県美作市       | 地域おこしは人おこし                | 藤井裕也                                        |
| 20 | 島根県江津市       | 障がい者の就労支援と過疎地での起業支援       | 尾野寛明                                        |
| 22 | 山口県周防大島町     | 過疎高齢の島で「世界に今ここだけ」産業を造る    | 松嶋匡史                                        |
| 24 | 徳島県上勝町       | ゴミゼロ宣言の町でゴミの出ない店を展開       | 田中達也                                        |
| 26 | 宮崎県宮崎市       | 人財育成を通じて、地域ビジネスを創出        | 齋藤潤一                                        |
| 28 | 副基調論文        | 都市部のビジネスパーソンが地域づくりのプレーヤーに | 長谷川奈月 (NPO法人ETICローカルイノ<br>ベーション事業部サブマネージャー) |
| 32 | 地域トピックス 和歌山県 | 国内最古の木造議事堂で約80年ぶりの本会議開会   | 和歌山県観光振興課<br>岩出市産業振興課                       |

2016年8月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター ©2016 jcrd.jp

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) <https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

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



# イノベーターによる地域活性化



エンジョイ・フィッシャーマンの多様な事業活動＝  
漁師の料理教室

● 東京都 (p 8- 9)



G I Aファイナルステージ終了後、ステージに勢ぞろいしたファイナリストと実行委員ら

● 群馬県 (p 6- 7)



小布施若者会議の様子

● 長野県小布施町 (p12-13)



インターンハウス(シェアハウス)に集まる能登留学生たち

● 石川県七尾市 (p10-11)



「こんにゃくカフェ」。店内はこじんまり、お客さん同士が  
自然と交流できるような雰囲気づくりを大切にしています

● 岡山県高梁市 (p16-17)



f - B i zでの相談風景

● 静岡県富士市 (p14-15)



中間支援組織「おっちラボ」の拠点、「三日市ラボ」。空き店舗を若者たちの手で再生し、人の集まる拠点になりました

● 島根県江津市 (p20-21)



山村シェアハウスのメンバーと耕作放棄地の再生活動

● 岡山県美作市 (p18-19)



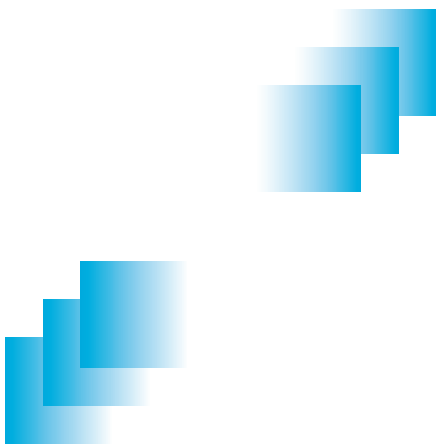
ゼロ・ウェイストの理念を形にしたビール工場「RISE & WIN BREWING」の概観（町から出た廃材で構成）

● 徳島県上勝町 (p24-25)



季節ごとに30〜40種のジャムが並ぶ店内

● 山口県周防大島町 (p22-23)



人材育成を通じた地域ビジネスづくりに取り組んでいます

● 宮崎県宮崎市 (p26-27)

# ナンバー1になれる領域を見つける

―富山県氷見市、高知県本山町、山口県平生町のイノベーター―



ランチェスター戦略学会副会長  
立教大学大学院客員教授

● 福田 秀人

何としてもナンバー1になれる領域を見つける

偉人は自分のことをする。だが、凡人はできることをせず、できないことばかり望む―

フランスのノーベル文学賞作家ロマン・ロランの言葉ですが、しっかりとした企業を築き上げてきた経営者は、「凡事徹底」を唱え、「できることをしっかりとやる」ことに全力を尽くし、「創意と工夫」で改良改善に励んで、実績を積み重ねているものです。その努力のありようは、次の「ランチェスター戦略」と一致するものです。

「大勝を狙わず、実力をわきまえて、ナンバー1になれ」という領域を絞り込み、こつこつと成果を積みかさねて、その領域でナンバー1になる。それで得られる信用などのアドバンテージを生か

して圧倒的ナンバー1になる。以後、同様にして、圧倒的ナンバー1の領域を増やし、変化と競争に強くなっていく。

ナンバー1にこだわるのは、ナンバー2以下は信用力が格段に低く、ナンバー1の行動に振り回されるからです。ここで大事なことは、マーケットを商品、顧客、地域で細分化し、何としてもナンバー1になれる領域を見つけることです。こういったことは、地域活性化でも心がけるべきだし、地域活性化に貢献している組織や人材の多くは、同様のことを心にかけていると思います。

## トップクラスの起業家たちがとる戦略

ナンバー1は、多数のライバルがいて成立するポジションであり、ライバルがないオンリー1と異なる存在です。また、なじみがないオンリー1商品は、売るのに大変な時間と費用がかかり、

ヒットすれば未知の強力なライバルが続出するのがふつうです。そこで、ランチェスター戦略は、資金力と販売力に優れた企業以外は、オンリー1

## 筆者プロフィール

福田 秀人氏  
(ふくだ・ひでと)

慶應義塾大学大学院商学研究科博士課程修了後、リゾートホテルの再生責任者、中堅商社の取締役経営企画部長、管理本部長等を歴任。その後、経営コンサルタントとして経営戦略、組織改革、リーダー育成研修に関与。別途、横浜国大等の非常勤講師や海上自衛隊幹部学校講師などを歴任し、5年間、立教大学大学院教授をつとめる。現在は、ランチェスター戦略学会副会長、立教大学大学院客員教授、日本法制学会首席研究員、他。

著書は「ランチェスター思考：競争戦略の基礎」など多数。



あいやまガーデン

## 産学官の連携（ハトムギ戦略）

### JA氷見市グループ



### 金沢大学グループ

・CRD（金沢大学発ベンチャー）  
・ハトムギブリッジ（金沢大学発ベンチャー）  
・NPO 代替医療科学研究センター

### 経済産業省 農林水産省

ハトムギ戦略

○独力で山林を切り開き、4万4千平方メートルでブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。

○耕作放棄地を利用してブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。

○JA氷見市。

○耕放棄地を利用してブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。

○独力で山林を切り開き、4万4千平方メートルでブドウを栽培し高級ワインづくりに挑戦している釣屋魚問屋。

商品の開発に頼るべきではないとします。

実際、企業を大きく発展させ、業界のありようまで変えていったイノベーターと呼ぶにふさわしいトップクラスの起業家は、ランチエスター戦略か、同様の考えでナンバー1を目指してきた方ばかりです。例えば、H・I・Sを海外旅行取扱件数ナンバー1の旅行会社に発展させ、ハウステンボスなど、いくつもの企業を再生した澤田秀雄氏は、ランチエスター戦略の使い手として有名です。ソフトバンクの孫正義氏は、それを経営のコアにしていることを2010年にプレジデント誌で明かしました。また昨年、日経ビジネスで次のように述べています。

「本当のナンバー1になって勝ち続けていくためには、やっぱり最後はトータルバランスだと思う。一時的には何かとがった部分でパンと抜きこんで、シェアを伸ばさなければいけない。でも、最後に本当の王様になろうと思ったら、やっぱり

バランスよく保たなきゃいけない」。

多様な活動を展開——富山県氷見市

2007年に、ESD（社会の持続的発展のための教育）を研究する立教大学ESD研究センターが設立され、立教大学の教授をしていた私は、CSR（企業の社会的責任）と地域活性を担当しました。おかげで様々な地域と接しましたが、特に感心したのは富山県氷見市と高知県本山町です。

氷見市に関心をもったのは、インドネシアへCSRの調査に行ったとき、氷見市の漁協が同国の貧しい漁村で定置網の指導に取り組んでいることを知ったためです。また、ある地域活性研究者の推薦もあって訪問し、次のような地域活性に頑張っている組織や人を知りました。

○農家に「はと麦」の栽培を奨励し、相場の数倍で買い取る一方、

の英国風庭園「あいやまガーデン」を10数年かけて完成させた増井俊一氏。

氷見市の次の活動も素晴らしいものでした。

○氷見を食都として全国ブランドにすることを目指し、料理人が切磋琢磨する氷見三昧倶楽部やカレー学会をつくり、その活動を応援。

○ネット販売の楽天市場に合同会社まちづくり氷見を設立し、氷見産品の訴求と販売をバックアップ。

○ハンドボールの聖地を目指し、毎年、中学生のハンドボール全国大会を開催。

はと麦茶の生産販売は、新製品の成功確率数パーセントという超激戦区のソフトドリンクマーケットへの参入です。それには、はと麦の栽培、精麦、保管、発送と販促のための投資が必要であり、多額の損失を出すリスクが大きいチャレンジです。それが実行できたのは、周到な計画を立てた上、JA氷見市の川上組合長が「責任はすべて俺がもつ」と宣言したからです。

なお、はと麦茶が1本売れるごとに、氷見市に5円の寄付が入り、中学生の全国ハンドボール大会費にあてられます。また、氷見で水揚げされるブリが「氷見ブリ」として全国ブランドになっていますが、その理由は次の通りです。

①南下するブリは、富山湾にさしかかる頃に肉質が最高となる。

②ブリをとる定置網の場所から30分で市場に着くので鮮度抜群である。

③製氷工場から漁船に大量の水を供給し、ブリを船上で氷絞めにするため鮮度を維持できる。

なるほど、氷見漁港の岸壁には、10階建てのビ

ルほどの大きな製氷工場がありました。環境に配慮すること  
はもちろん、果てしない美味への追究を自負に日  
本一の米作りを宣言しました」。

## 日本一の米作りに成功 —高知県本山町の農業公社

高知県の本山町は、徳島県との県境の山の中  
にある人口3500人の小さな町です。しかし、  
100人に満たない農業公社が、次の「日本一の  
米作り宣言文」を掲げ、日本一の米に本気でチャ  
レンジしていました。

「米は全国どこでも収穫できます。つまり最も  
競争が激しい農産物。その厳しい競争へ飛び込  
み、全国で愛される米作りに挑戦する本山町の生  
産者。2009



天空の郷 生産者

年秋に発売され  
たこの米の誕生  
には、棚田の維  
持や後継者不足  
などがありました  
。問題に直面  
した生産者たち  
は『本山町特産  
品ブランド化推  
進協議会』を発  
足。自分達の米  
の良さ、風土や  
歴史を見つめ直  
し、美味しい米  
作りのために科  
学的な栽培方法

も積極的に取り入れました。環境に配慮すること  
はもちろん、果てしない美味への追究を自負に日  
本一の米作りを宣言しました」。

本山町は、長曽我部氏の盛衰を描いた司馬遼太  
郎の『夏草の賦』に天空の郷として登場している  
ことにちなみ、米を「天空の郷」と名づけました。  
そして、早くも初出荷の翌年に「お米日本一コン  
テストINしずおか」で日本一的最優秀賞に選ば  
れました。それほどの米が生まれた理由は、ネッ  
ト記事に次のとおり列挙されています。

① 四国山系のもたらす激しい寒暖差  
② 山々から湧き出す綺麗な水、創り上げられた  
土壌

③ 生産者は全て、環境に配慮し優れた農業を展  
開するエコファーマー

④ 土壌栽培管理の徹底

⑤ 生産者別水田別個別乾燥保存

⑥ 玄米の被害粒、着色粒の徹底除去

⑦ 食味分析機により高得点のもののみ出荷

⑧ 良質の大粒を厳選出荷

⑨ 室戸海洋深層水の使用で独特の甘みを実現

⑩ 世界一の米を作るといふ生産者の情熱と努力  
これ以外にも海洋深層水の効果的な散水法の開  
発など、日本一の米作りのために何をすればいい  
かを徹底的に考え抜き実行したのです。また、農  
業公社を訪問した際、「TPPで関税が撤廃され  
ても生き残る」ために、米以外でも、あらゆる努  
力していることを知りました。

## A級グルメにも取り組む本山町役場

本山町の素晴らしさは、米作りだけではありま

せん。農産物直売所は、広く豊富な品揃えで、魅  
力的な加工品も数多く展開していました。隣に、  
おしゃれなレストランがあり、ランチメニューに  
まで2100円のスTEEキランチがあり、「吉野  
川を望みながら、ヨーロッパの味を愉しむ、緑の  
中の本格欧風レストラン」というキャッチコピー  
のとおりでした。

今年の2月のことでしたが、町役場主催の郷土  
料理イベントで供されたのは、年間700頭しか  
出荷されない高価な土佐あか牛のコース料理でし  
た。こんなハイレベルの料理イベントをする町役  
場は他にはないと思います。地域活性化伝道師で  
もあるフードコーディネーターの河崎妙子氏は、  
B級グルメは観光客誘致効果が小さいとし、A級  
グルメを開発、アピールするように指導していま  
すが、本山町は、役場でも実行しているのです。

## 「全ては失敗から始まる」 —本山町商工会青年部会

本山町では、同町商工会青年部会が2010年  
に合同会社として設立した「ばうむ」を訪問しま  
した。その名前は、木の年輪のように、一年ごと  
に着実に成長していくことを願ってつけられたも  
のです。その主目的は次の通りです。

○ 間伐材を有効利用した製品の開発・販売によ  
る地域の雇用促進と人材育成。

○ 本山町という自然豊かな環境から、都市に住  
む人たちにやすらぎをとどける。

おしゃれな木造の社屋とレーザー加工機などの  
充実した設備、いい感じの組み立て式学習机や木  
製レースなどの商品、木製学習机を採用した教室

を写したPRポスターと「教室のドアをあけると、そこは森の中」というコピーなどに感心しました。経営理念は、次のような、ビジネスの厳しさをふまえたリアルなものでした。

「全ては失敗から始まる、諦めない心を、いつまでも!」。

地域活性でも失敗はつきものと考え、失敗を隠さず、失敗から教訓を得ることが、成功確率を高める条件です。大変な勇気を要する条件ですが、この理念は、そのハードルをうんと低くします。ばうむの代表役員を務める藤川豊文氏が考えたのですが、同氏は、20年前に、13年つとめた横浜の建設会社をやめ、本山町にUターンし、家業の藤川工務店を継ぎ、ばうむの代表にも就任したのです。さらに、3年前より農業公社の理事長をつとめ、今年、近隣町村も含めた新たな地域振興の企業をつくりました。

ちなみに、ばうむの事業は、栃木県の栗野町にまででかけ、木工のノウハウの教えを乞うことから始まりました。栗野町は、木工品の開発から流通に至るまで指導してくださったとのこと。以後、ばうむは、激戦区の木工品マーケットがらばり、実績を積み重ね、三越伊勢丹など東京の百貨店でも扱ってもらえるようになりました。その実績を買われ、最近、某有力企業経由で、ミツキーマウスなどのデイズニーキャラクターをレーザー加工で彫りこんだ木製コースターの製造販売の許諾を得ました。それを製作し、横浜高島屋などで販売したところ、即日売り切れになる人気になり、取り扱いの引き合いが殺到し、その対応に追われている毎日です。

## Uターンし「日本一のいりこづくり」で地域創生を目指す―山口県平生町

今年の5月末、東京、品川の居酒屋「あじろ定置網」で、一人の元気な若者を、おじさんたちが囲む会合が開かれました。若者は、2011年に、東京から瀬戸内海に面した山口県平生町、人口2000人の漁業の町の実家にUターンし、家業の水産加工業「小田水産」の6代目になった小田佳希氏、31歳。おじさんたちは、環境保全と水産物での地域活性化に活躍している海藻研究所新井所長、東京海洋大学の馬場教授（海洋政策文化学）と有元教授（海洋生物資源学）、煮干しの出し汁で有名な気仙沼のラーメン店「まるき」の熊谷店主です。また、あじろ定置網の理念は次の通りであり、その西潟料理長は魚博士とも呼ばれています。



小田さんと4人のメンターたち

います。

○ 高鮮度の漁獲物を無駄なく調理し、首都圏の皆様に直接食べていただく。

○ 漁獲される全ての魚種を有効利用する。

会のタイトルは「いりこサミット」。いりことも関係する様々な分野の第一人者が、日本一のいりこづくりを

通しての雇用創出、地域創生を目指す小田氏の情熱と行動に感銘して開いたミニフォーラムです。私も、折にふれて、戦略・マネジメントのアドバイスをしていますが、全員、自主的なメンター（仕事での個人的なアドバイザー）です。

若いビジネスパーソンのためのメンターの必要性が取りざたされていますが、実業家として「イノベーションを起こすには、5〜10人の知識と経験に優れたメンターが必要」というのが私の経験則です。小田氏は、新井氏との出会いをきっかけに、それを実現し、地元の人々を巻き込みながら、いりこを柱とする商品開発と販売実績を着実に積み重ね、中国・四国・九州に店舗展開するゆめタウンでも大きく扱ってもらうに至っています。新井氏は、すでに、品質では「いりこ日本一」を達成していると評していますが、小田氏の方針は次の通りです。

「2000の人、6水産加工業者の地域の特色を使い、個の力で伸ばすことより集の力で連携し、漁業組合という組織で動いていくことが未来に続く」と確信しています」。

## おわりに

地域のイノベーションをリードする地域イノベーターの育成が、地域創生のための大きな課題とされています。しかし、私は、ことさら育成せずとも、その資質を持ち、実際に、イノベーションを起こそうと頑張っている人材が、年代を問わず、多数存在すると感じています。そこで、本稿では、そういった方々の役に立つと思う理論と事例を提供しましたが、ご意見、ご批判をお寄せいただければ幸いです。

# ジャパニーズドリームを群馬から ―起業家発掘プロジェクト、群馬イノベーションアワード―



上毛新聞社事業局長 ● 高橋 徹

軽快な太鼓演奏に促されるようにステージに登  
場した女子大生3人。

「下宿生活の子供に、親が食べさせたい食事を  
外食で取らせることができる、新しい仕送りの仕  
組みを考えました」。

1900人の観客を前に、代表の学生がよく通



GIA2015で大賞を受賞した前田善成さん（中央）と  
実行委員

る、はつらつとした声でプレゼンテーションを始  
めた。

## 白熱のプレゼンバトル

起業家発掘プロジェクト、群馬イノベーション  
アワード（GIA）2015のファイナルステー  
ジは昨年12月5日、過去2回と同じ群馬県最大の  
スポーツ・コンベンション施設、ヤマダグリーン  
ドーム前橋で開催。2次の審査を通過したファイ  
ナリスト15組が、330インチの大スクリーンを  
使ってプレゼンバトルを繰り広げた。

客席には群馬県内の主要企業や団体のトップの  
ほか、ガンホーの孫泰蔵会長、岡崎浩巳・元総務  
次官の顔も。スタンド席には500人近い高校生  
が陣取り、ステージに立つ友人に声援を送ったり、  
世界を視野に入れたビジネスモデルのプレゼンに  
息をのんで見入った。

「大賞は」。選ばれたのは、マレーシアで深刻  
な河川汚染を引き起こしているバーム油工場の廃

液を肥料と燃料に変えることに成功した前田設備  
の前田善成さん（48）。県北のみなかみ町で設備  
工事業を営む従業員11人の中小企業の開発部長  
だった。

前田さんは上毛新聞のインタビュにGIAに  
出場した理由をこう語った。

「どうせ無理だと諦めてしまう若者に、やれば  
できると訴えたかった」。

## 増えるエントリー、協賛

GIAはパソコン用などの機能性メガネで躍進  
したジェイアイエヌの田中仁社長が「起業家とし  
てふさわしい社会貢献」を考えて提唱。上毛新聞  
社や趣旨に賛同する群馬県の起業家を巻き込んで  
2013年に始めた。

起業を目指す人が対象の「ビジネスプラン」、  
起業5年未満の「スタートアップ」、5年以上の「イ  
ノベーション」の3部門でビジネスプランや成功  
事例を募集。開催初年に57件だったエントリー数  
は昨年110件に、ファイナルステージの来場者  
も2013年の914人から昨年は1900人に  
倍増した。大口の協賛社も2013、14年の21社  
から昨年は38社に大幅増となるなど、プロジェク  
トに対する県民の関心の高まりがうかがえた。

## 女子大生が株式会社

GIAは、起業家を発掘し、光を当てることで  
起業家の社会的地位を高めることを当初の目的と  
したため、資金供給などで支援して育てるイン



プレゼン力も光った共愛学園前橋国際大。その後、株式会社を立ち上げた



会場のヤマダグリーンホール前橋アリーナには企業、団体、教育界のトップらがずらり



好評のシリコンバレー視察研修。インキュベーション施設、プラグ・アンド・プレイで成功を収めた企業のプレートを確認＝2015年4月

「ジャパニーズドリームを、再び群馬から」。

プロジェクトを推進する。

は、今年もこのスローガンを掲げ、プロジェクトを進める。

「シリコンバレー視察研修。インキュベーション施設、プラグ・アンド・プレイで成功を収めた企業のプレートを確認＝2015年4月」

プロジェクト2年目の一昨年6月、日本近代化の原動力となり、技術立国の礎となった「富岡製糸場と絹産業遺産群」がユネスコの世界文化遺産に登録され、群馬県がイノベーションの地であることが国内外で再認識された。GIAに参画する企業、団体、支援機関は、今年もこのスローガンを掲げ、プロジェクトを進める。



## シリコンバレー研修人気

GIAを特徴づける取り組みの一つに春のシリコンバレー研修がある。テストモーターズやエ

さらに昨年は、協賛社の中から「有望案件に投資したい」「起業を支援する仕組みをつくりたい」との声が上がった。実際、冒頭の女子大生3人はこの4月、協賛社の支援で株式会社を設立。サービス開始に向け、起業家の指導を受けながら準備を進めている。

バーノートなど最先端のIT企業やシリコンバレーに人材を供給するスタンフォード大学、世界中からスタートアップが集まるインキュベーション施設を視察し、投資家垂涎のビジネスコンテンツがどのようにして生み出されるかを学ぶツアーだ。

開催初年度、大賞受賞者の特典としたところ、受賞者が、米国のベンチャー企業では当たり前になっているフリーアドレス制（オフィスで個人専用デスクを設けない制度。多様な人材の交流の活性化やペーパーレス化の推進が狙い）を帰国後、ただちに導入。2年目はこうした反応を聞いた協賛社の一部が自己負担で参加し、評判が広がった。実行委員会は一人数でも多く刺激を受けてもらおうと、昨年は各部門の入賞者全員計6人を米国派遣。帰国後は、一般市民に参加を呼び掛けるの報



## 「ドリーム」再び！

告会を開くほどの盛り上がりとなっている。

エントリーやファイナル来場者、協賛社の増加が示すように、GIAを始めたことにより、群馬県では起業やベンチャーに関心を持つ人が増えている。地域活性化との関連で言えば、起業家精神を持った人材、しかも世界を視野に地域で活躍できる人材を増やすことは、人口減少社会の地方にとって、これからはますます重要になると、実行委員会と上毛新聞社は考えている。

GIAがその役割を果たすためには何より、プロジェクトを継続し、しかも盛り上げていかなければならない。そのために①プロジェクトにかかわる企業や団体を増やす②エントリーの数、質を

# 目指そう楽しい漁師、海の社会起業家集団 ―漁業者による漁業者支援で多様な事業活動―



株式会社エンジョイ・フィッシャーマン代表取締役

株式会社エンジョイ・フィッシャーマン取締役

● 松尾 省二  
● 田村 典江

客体から主体へ

株式会社エンジョイ・フィッシャーマン（略称：ジョイエフ）は、海の社会起業家集団を標榜す

る事業体です。2010年2月に、現役の沿岸漁業者6人を中心に設立されました。この6人はIターンやUターンにより漁業に参入した者で、もと「ザ・漁師's」という有志チームをつくって、全国の漁業就業イベントなどで漁業や漁村の魅力



漁師の料理教室

を伝える活動を行っていました。この「ザ・漁師's」メンバーの6人に、地域づくりや水産関連コンサルティングを業とする3人が加わり、合計9人で設立したのが当社です。現在は取締役11人、従業員1人の体制で、「目指そう楽しい漁師！」をモットーに、全国の漁業者のネッ

トワーキングや、一般の方に向けた漁業や漁村の理解促進を目的として、各種の自主事業や受託事業に取り組んでいます。

漁業は地域の生態系や文化と密接に関連するなりわいです。地域づくりの核となる産業に位置づけられることも多いでしょう。そして漁業者はふつう、地域づくりの枠組みにおいて、コンサルタントやイノベーターの支援を受ける客体側と考えられがちです。しかし私たちジョイエフでは、漁業者メンバー自身がコンサルタント／イノベーター側となり、自身の拠点地域の外へと出向いていて、現地の漁業者に対して支援やアドバイスをを行っています。これが当社の大きな特徴です。

## 漁業と漁業者の多様な可能性

漁業者による漁業者支援という当社のかたちは、私たち自身が漁業と漁業者の可能性を確認しているからこそ生まれました。当社の漁業者メンバーはみな、これまで、自身の地元で多様な活動を行ってきました。市場開拓、ブランド化、加工品開発、地域環境保全、環境教育、いずれもメンバー各自が漁業者として生業を営む延長上で取り組んできた内容です。地域に根ざして真剣になりわいと向き合うと、単に魚を捕ることにとどまらずこのような広い活動に取り組まざるを得なくなってしまうことを、私たちは自身の活動を通じて知っていました。

しかし、漁業者が参加する各種団体の会合等ではどうしても、コンサルタントや専門家による先進事例、他産業の取り組みの研修が行われるとい



漁師と消費者の交流サロン

う構図に陥りがちです。もちろん、そのような機会から得たものも多くあります。また、私たち自身も単独で活動してきたわけではなく、いろいろな専門家やコンサルタントとの連携を経て成功体験を積んできました。なにより、当社設立メンバーの三分の一は、そのコンサルタントの側に所属する者です。ですから、そういう従来型の「外部の専門家・漁業者」という構図をすべて否定するつもりありません。しかし、漁業者の中に自ら考えて面白い活動をしている者は確実にいるし、そういう者が他とつながったり、またそういう活動が広く知られたりすることができれば、もっと全国の漁業者が自分のなりわいの豊かさや可能性に気づくのではないかと、そしてより楽しく主体的に地域で活動することができるようではないかと、漁業や漁村の振興のために漁業者自身が持つ力をもっと活かせないかと思ったことが当社設立のきっかけでした。

現在、当社では、漁業者メンバーが活動の方向性を牽引し、コンサルタントメンバーはそのサポートを務めています。漁業者メンバーと一般社会をつなぐ役割もコンサルタントメンバーの受け持ちです。それぞれの持ち味や強みの違いを活かして事業に取り組んでいます。

### ◆◆◆ 多様な事業活動

おかげさまで設立以来、全国のみなさんにご理解をいただき、多くの仲間を増やすことができました。これまでにイベント開催等を通じて、全国で40人程度の漁業者と連携してきました。連携パートナーはもちろん、当社メンバーもみな違う地域に居住しているため、ウェブサイトやFacebookなどは、当社の活動において大きな役割を担うツールです。これも当社のひとつの特徴といえるかもしれません。ぜひみなさんにも一度、

当社のFacebookページをご覧ください。ぜひと思えます。

創業以来の自主事業の中核は漁業者と消費者の交流です。「漁師の料理教室」や「漁師と消費者の交流サロン」と題するイベントを主に首都圏で開催してきました。全国各地の漁業者が自分たちで漁獲した魚を持ち込み、消費者の皆さんに実

際に食べてもらいつつ、地元のこと、漁業のこと、魚のこと、料理法や食べ方のお伝えする場となっており、不定期ながらも総計で20回を超える開催実績を有しています。補助金を利用せず取り組んでいるため苦労する部分も多いですが、漁業者と消費者の互いの距離を近づける場としてささやかながらも機能してきたのではないのでしょうか。

受託事業では、各地の農林水産就業フェアや漁業者就業支援の講習等にメンバーを講師として派遣しているほか、「6次産業化プランナー」の認定を持ち、各地でアドバイザリー業務に当たるメンバーや、ふるさと財団事業で地域再生マネジャーとして地域の水産業振興支援を行うメンバーもいます。また、当社が法人として受託する活動ではありませんが、地域の高校生を対象とした魚料理教室の講師を務めるメンバーや、海や漁業をテーマとするラジオ番組パーソナリティーを担当するメンバーもあり、漁業者のロールモデルを拡張するような多彩な活動を実践しています。

### ◆◆◆ 脱中央・現場志向

現役の漁師自身の活動という設立の基本スタンスに加え、メンバーが全国各地に分散していることから、社としてまとまった活動がなかなかできないことは課題です。しかしそれこそが当社の強みの源泉とも考えています。私たちは今後も、現役漁師・地方居住というスタンスを活かして、脱中央・現場志向の地域づくりに取り組みつづけます。目指そう、楽しい漁師！

# 能登の中小企業・集落と都市部の学生をマッチング —自分らしさと出会うキャリアデザイン留学—



株式会社御祓川  
ひと育て課コーディネーター

・岡本 竜太

「ひと」育て事業として生まれた能登留学

能登留学は、石川県七尾市を拠点とする株式会社御祓川<sup>みそがわ</sup>の事業の1つ。能登の中小企業／集落と都市部の大学生をマッチングさせ、企業や集落が抱える課題の解決に取り組むインターシッププログラムです。

運営する株式会社御祓川は、1999年、地域の方々の出資によって生まれた民間のまちづくり会社です。

設立当初は、七尾市の中心部を流れる御祓川の浄化と川沿いの活性化が中心事業でした。しかし、2007年3月に発生した能登半島地震をきっかけに、能登全域の「まち・みせ・ひと」を対象とした中間支援活動に舵を切りました。「若いもん

がおらん…」そんな地域の声（危機感）に応える、能登の「ひと」育ての新規事業として、能登留学が生み出されました。

◆ ◆ ◆  
県外から大学生が  
やってくる

都市部の大学生が能登地域に長期間滞在するときのインパクトは計り知れません。能登留学は通常のイン

ターンシップとは違い1カ月以上の挑戦となります。事業開始から6年間で、1カ月コースに53人、6カ月コースに50人の学生が参加しています。驚くべき点は、この103人のうち7割が県外出身の大学生であること。つまり、休学を選択して能登に来る学生も多くいます。

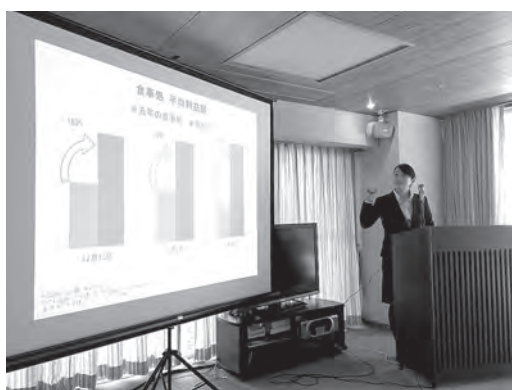
また、Uターン者も生まれています。移住や就職を条件としたプログラムでないにも関わらず、6年間で7人（石川県では12人）の学生が能登留学をきっかけにUターンをしました。

「あれ？休学生たちはどこで生活を？」これは、能登留学を説明するときに必ず出てくる質問です。能登留学学生たちは、インターンハウスというシェアハウスで共同生活を行います。このような生活面のフォロー、また、受入プロジェクトの設計からインターンシップ終了後のキャリア研修など、常に企業／学生に伴走してサポートしていくのが僕ら「コーディネーター」の役割となります。

◆ ◆ ◆  
企業／集落の変革

能登留学の特徴は、課題解決を通じて「ひと」を育てていくことです。もちろん、知らない土地で課題解決に挑む都市部の大学生にとっては大きな成長の場となります。しかし、それだけではありません。彼らとの交流・受入を通じて、受入企業側にも大きな影響を及ぼします。

そもそも、どんな企業が大学生を受け入れるのでしょうか。「やってみたいことがあるけど新しく社員を雇うにはリスクがありすぎる」「若いエネルギーで社内の活性化をしたい」「新卒採用に



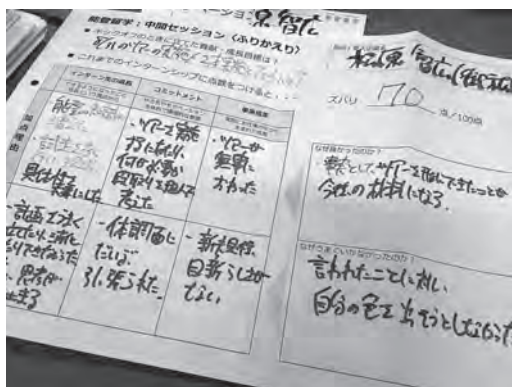
企業インターンの最終報告会の様子



集落インターン



東京での交流会



学生の研修用シート

備え、人材育成のノウハウを得たい」など、そんな想いを持つ能登の企業に、都市部の若者を送り込みます。ちなみに、株式会社である御祓川は、この事業を通じて受入先企業から会費を頂いています。つまり企業は、大きな金銭的コストをかけてでも大学生とともに挑戦をしたい、と考えているのです。

想いを持った企業とやる気のある大学生が連携したことで、能登留学をきっかけに、数年ぶりの新卒を採用した旅館、農業レストランの立ち上げを実現した農業法人、海外事業部立ち上げを進めている老舗和ろうそく店、地域おこし協力隊の活用に踏み切った集落など、様々な形で成果が生まれています。

### ◆ ◆ ◆ キャリアをデザインする

6年間、少しずつ事業を進化させていく中で最も変わったことは、世の中における「インターン

シップ」という言葉の位置づけでした。意識の高い学生が自分の成長のためにチャレンジするものから、全ての学生が就職活動の第一段階として義務的に参加するものへと変わってしまったのです。そうすると、応募してくる学生数の減少、参加学生の質の低下などの問題が発生。ただのインターンシップではない、違うブランディングへの変更が必要となってきました。

2016年、本事業の変革期を迎え、改めて「まちづくり会社」として能登留学を振り返り、意味合いを考え直しました。そこで見えてきたことは、能登留学に参加することによって、生き方も含めた「キャリアデザイン」に貢献できるということ。これまで参加した100人以上の学生たちが、能登留学をきっかけに「自分らしさ」と出会い、その後のキャリア設計を進めてくれたことが分かったのです。

だから、私たちは今年から能登留学のことを、「自分らしさと出会う、キャリアデザイン留学」と呼んでいます。一般化されたインターンシップと差別化を図りプロモーション先や手段も変えていくことで、応募学生の増加や参加学生の質向上にも繋げていく予定です。

また、「キャリアデザイン」という新しい言葉を用いたことによって、大学生だけでなく、地域で新しい一歩を踏み出そう

と考える社会人を対象としたプロジェクト設計もできるようになりました。

今後は、大学生／若手社会人を横断して、能登留学をプロモーションし運営する予定です。

### ◆ ◆ ◆ コミュニティを育てる

ブランディングの変更とともに力を入れ始めたのが、能登留学という「コミュニティの造成」です。例えば、昨年度から、「ローカルインターンシップスクール」という講座を東京で始めました。これは1カ月に1回、3カ月続けて行う、交流会／ワークショップです。1回目は、ローカルをテーマとした交流会。2回目は、地域に入り込む活動をしたいかも？と考える方を対象とした小規模ワークショップ＆交流会。3回目は、能登留学に行くことを決めた学生を対象とした準備ワークショップという設計です。

コストをかけてまで東京で講座を開催する目的は、インターンシップ期間だけではない、能登留学に接する「場」を増やすことです。そして、この交流会やワークショップには、地域活動に関心ある若手社会人や、能登留学OB、OGも多数参加します。横の繋がり、縦の繋がりを増やし、1つのコミュニティを育てています。

あらゆる地域で面白いプロジェクトが立ち上がっている今、能登留学が選ばれ生き残っていくためには、積み重ねて来た100人以上の実績とキャリアデザインという未来設計が共存した、このコミュニティが大きな鍵になってくれると信じています。

# 全国に広がる「若者会議」というフレームワーク ―全国の若者が地域の課題に向き合う合宿型プログラム―



小布施町特別職主任研究員

● 大宮 透

## 「交流と協働」をスローガンに

長野県の北東部に位置し、わずか20平方<sup>キ</sup>ほどの面積にその全てが収まってしまう小布施町。古くから栗の生産やその加工が盛んだったこの町は、江戸時代後期には町中心部で定期市が開かれ、北信濃においては商業の一大中心地としても栄えてきた。しかし、明治維新以降の産業構造の転換に乗り遅れ、1960年代までの長い衰退の歴史を経験した中で、1970年代以降、官民連携による様々なまちづくりの取り組みを進めてきた。そのような取り組みが評価され、現在では「まちづくりの先進地」として、年間100万人を超える観光客がこの地を訪れる町となっている。

平成の大合併に際して「自立」を決断してから、現町長の市村良三氏のもとで、厳しい財政の中でも活力あるまちづくりを進めるための戦略として「交流と協働」がスローガンに掲げられ、産学官民や地域の垣根を越えて様々な交流事業・協

働事業を展開している。

## プロジェクト「小布施若者会議」

小布施町で、2012年より毎年開催されている「小布施若者会議」は、交流と協働を根本理念とする市村町政の一つの象徴として位置づけられたプロジェクトであり、2016年で5回目を迎える。小布施町が主催し、具体的な企画運営は、筆者を含めた地域内外の若者や行政の担当者が構成する実行委員会によって進められている。

会議は2泊3日で行われる合宿型プログラムがメインコンテンツであり、全国から公募や運営委員の推薦により選ばれた50人から200人の若者がその期間に小布施町に集い、これからの時代を生きる自分自身が抱える切実な課題に向き合い、具体的な解決策を考え発表するというものだ。共通する形式を持ちながらも、実際には、時代の流れや地域のニーズ、実行委員の想いなどを加味しながら、毎年フォーカスする目的やプログラム内

容を少しずつ変化させて開催している。

2015年で4回を数えた小布施若者会議だが、これをきっかけとした様々な動きが生まれている。例えば、2012年の若者会議の中で提案された「第二町民制度」は、「行きは観光、帰りは町民」というコンセプトのもと、2014年度より行政と民間事業者が連携し具体的な制度として試験的に運用されている。2015年度の若者会議では、地方創生の流れを踏まえ、町外の大企業との連携が模索され、日本郵便株式会社と参加者による地方創生プロジェクトの事業化が目指されている。さらには、小布施若者会議の参加者が、それぞれの地元や活動地域において、各地域の名前を冠した若者会議を始めたり、その動きに触発された他地域の行政や市民が新たに若者会議を立ち上げたりするなど、若者会議というフレームワークが地域内外の若者を集める手法として全国に広がっている。

このように様々な化学変化を生み出してきた小布施若者会議だが、そもそも、なぜこのような事業が人口わずか1万人足らずの小さな町で始まることになったのか。様々な背景があるが、ここでは2つに絞って説明したい。

## 若者会議の背景

一つ目の背景は、日本全国の地方自治体同様、小布施町でも確実に進行している少子高齢化や人口減少という問題である。特に若者世代の町外への流出は深刻であり、町の重要な収入源でもある観光客の多くも中高年層で占められる。このよう



小布施若者会議の様子



日米学生会議の中で地元との交流

な背景から、近年は若者世代を対象にした交流事業や協働プロジェクトを積極的に推進してきた。都会の大学生を対象に2009年より実施してきた「地域づくりインターン」などはその最たる例だが、これも国や県の事業を踏襲したものが多く、発信力に乏しいという課題があった。そのような課題意識のもとで、小布施発の自主的な取り組みとして、若者を対象としたプロジェクトの立ち上げが目指されたわけだ。

二つ目は、現在の市村町長の想いとそのきつかけとなった「日米学生会議」というプログラムである。これは、日本とアメリカで学ぶ学生の、両国や世界情勢に対する相互理解の深化を目的に始まり1930年代からの長い歴史を持つ。小布施

町では、若者を対象とした交流事業の一環として2009年に日米学生会議を2泊3日の日程で誘致した。期間中、日米から集まった参加者は町内の一般家庭にホームステイしながら町の成り立ちやまちづくりの歴史を学び、プログラム最終日には町民との意見交換を目的に「まちづくりフォーラム」を開催。フォーラムでは、町の取り組みに対して忌憚なき意見交換が行われた。当事者の一人として参加していた市村町長は、「これからのまちづくりには、これまでの取り組みに甘んじることなく、町外の多様なバックグラウンドを持った人々からの鋭い視点も加えた場を、地域の内部にもち続けることの重要性を痛感した」と語る。また、少子高齢化が進む中で社会に対する若者の

意見は政治的に軽視されがちだが、これからの社会を担っていくのは他ならない若者である。そのような若者が社会に対して発信できる場を小布施が率先して作りたい。そんな想いもあったようだ。

### ◆◆◆ 具体的成果が求められる段階に

このように、地域の深刻な課題や個人の想いが結びつく形で実施されてきた小布施若者会議だが、回を重ねるごとに、より目的を明確化された場づくりとそれによる具体的な成果が求められる段階を迎えていると感じる。また、このようなプログラムにはありがちではあるが、筆者も含め固定化した人間が企画運営に関わる状況が生まれつつ

あり、風通しの良いチームによるプログラムの見直しが必要になってきている。このような課題は全国に広がる若者会議にも、同じことがいえるのではないかと。若者が集まることや協働の枠組みを作ることを目的化するのではなく、町内外との若者との協働の中で、市村町長の想いにもあるような「地域にとって新鮮な発想」や「社会を変える新しい思想」、それに基づく具体的な取り組みを生み出していくことが肝要だ。このことにフォーカスを当て、真摯に地域に向き合う姿勢が、今の私たちに求められているだろう。

# 中小零細企業を支援、日本を変える ―産業支援・起業者のための相談所、「f・Biz」―



富士市産業支援センター f・Biz センター長

・小出 宗昭

## ミッションは究極の地方創生

誰が呼んだか、産業支援・起業者のための「行列ができる相談所」、それが富士市産業支援センター「f・Biz（エフビズ）」である。

f・Biz は2008年に産業・起業支援に向けた総合的相談窓口として私の会社（株式会社イドム）が富士市より要請を受けて始動した施設で、自治体が設置する公的な産業支援施設の運営を民間企業が直接委託されたケースはほかに例がない。つまり、挑戦者達を支援する私どももまた1ベンチャーなのだ。

過去に多数の公的産業支援施設が思うような成果を得られなかった一方、f・Biz は相談件数の多さはもちろん、これまでに1千件近い新商品・新サービス開発を支援するなど驚異的な実績を持つ。

これは私どもの掲げるミッションが、単なる産業・起業支援の成功にとどまらず、「全国の都市

における産業支援施設・産業支援プロジェクトのロールモデルとなること」「産業支援施設を核とした地域活性化、地域再生の先端を走るフロントランナーとなること」であるからにはほかならない。

地域活性化や地方創生といえば、農産品や水産物をベースにした6次産業化の推進を筆頭に、田舎であることを逆手にとったビジネスなど、とかく「その地域の特性を活かす」ことを考えがちである。たしかにそうした成功事例は数多い。だが、それで地域住民全体が潤っているかといえはどうだろう？

どんなに大成功に思えても、それが特性を活かすことのできる一部の人間だけのものである限り、地域全体の活性化には結びつきにくいのである。

大切なのは成功事例の大量生産だ。特性があるうがなかりうが、誰がどんな分野にいてもうまくいくこと。要は、個々（点）の成功が集まって「面」（全体）になることが必要なのだ。

通常私達は生活の糧を得るために何らかの産業



富士市産業支援センター「f・Biz」

に従事している。それで多くの人は大企業に就職して安泰な生活を送りたいと願うわけだが、日本には大企業は0.3%しか存在しない。それ以外の99.7%、つまり日本の会社のほぼすべては中小零細企業なのだ。ということは、中小零細企業こそ元気でなければならぬ。とくに、大企業の少ない地方では必須だ。

視点を改めて言えば、99.7%を占める町の小さな会社がそれぞれ元気であれば特段「地方創生」「地域活性化」を叫ばずとも、自ずとそのようになっってしまうということだ。f・Biz はその境地を目指しているのである。

## 「f・Biz モデル」が全国を席巻

f・Biz への来場相談件数は1日あたり約15件。これは開設初年度と比較すると250%の増、



f-Bizでの相談風景

年平均でみると20%超えの増加率となっており、これほどの伸び率は全国同業他所に類を見ない。相談内容で多いのは、販路拡大や新製品開発、新分野進出など「売上増」に関するもので、これは年々増加傾向にあり、8割以上を占めている。また、2013年8月に起業支援施設「f-Biz egg（エフビズエッグ）」が併設されると、「創業」に関する相談が大幅に増加し、平成27年度だけで48組が創業を果たし、100人の雇用も

生まれている。

実は、昨年度の総相談件数は全体で4200件だったのだが、うち9割は口コミでの来場となっている。病院と同じで、そこへ行って良くなった、治った、という人が多ければ、噂を聞きつけてどんどん人がやって来る。いわば、イノベーターであるが、f-Bizが、確実に「結果」を出し続けることでさらなるイノベーターを輩出しているのだ。

具体的には次のポイントをおさえた業務支援を実施している。

- ①問題点の指摘ではなく、企業の強みを伸ばすための具体的な解決策・戦略の提案を行う。
- ②経営から広告、IT、財務、金融に至るまで幅広い専門家をそろえたチームによるワンストップ・コンサルティングを行う。
- ③単発のアドバイスではなく、成果を出すために一緒に走りながら継続的支援を行う。

成果を上げ続けているf-Bizの支援手法は全国の自治体や企業から「f-Bizモデル」として注目され、愛知県岡崎ビジネスサポートセンター「OKa・Biz（オカビズ）」、熊本県天草市の天草市起業創業・中小企業支援センター「Amabiz（アマビズ）」をはじめ、「〇〇ビズ」が全国各地に続々と展開。本年は全国5つ以上の地方自治体から誕生予定だ。

また、経済産業省が発表した2014年度の概算要求にはf-Bizをモデルにした中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業が盛り込まれている。これにより全国47都道府県で「よろず支援拠点」が開設され、現在私は全国本部のアドバイザー役を一任されている。

### ◆◆◆ 人材づくりで日本全国「〇ビズ」だらけに

こうしたなか急務ともいえるのが人材づくりだ。従来、産業支援機関の抱える一番の問題でもある。

過去に公的機関での産業支援がうまくいかなかった大きな原因の一つに、支援側が経営課題の解決を目指すよりも企業の問題点を指摘することだけに終始し、相談者のニーズを汲み取れていなかったことがあると私は考えている。

これは私自身が1ベンチャーの現役プレーヤーとして走り続けているからこそ痛感することでもある。これらをふまえ支援担当者に求められる姿勢をあげれば次の3つになる。

- ①相談者と同じ目線に立って考える。
- ②ビジネスや経営者のセールスポイントを的確に捉え、本人にも認識させる。

③ビジネスの成功を目指して戦略と戦術を共に練り、実現に向けて一緒に挑む。着実に人材づくりを進め、目指すは「日本全国〇ビズだらけ」である。成功事例を大量生産し、最終的に日本全体を元気にするため、f-Bizは今後も、産業・起業支援の先駆者でありすべての挑戦者達の伴走者として走り続けていきたい。

# 特産品開発から「自文化創出」へ ―地域イノベラズで「銀杏ダレ」や「こんにやくカフェ」―



カフェ裏店主

・長野 エドウィン・タケル

## 「自分おこし」と「地域イノベラズ」

2012年9月、私は高梁市の委嘱を受け「地域おこし協力隊」隊員となった。担当地域は、合併前の川上町（旧町）で、標高500mの里山での暮らしが始まった。

アツという間の3年間でしたが、振り返ると立ちくらみがするほど長く濃い時間でした。そもそも、岡山県への移住を考えたきっかけは、2つありました。

①私の生まれ故郷であるコストリカ共和国サンホセ州と、岡山市が姉妹都市であること。またそれは子ども達に、多文化共生や活動への関心を



開発工事の進む、JR備中高梁駅前



キャンプ×6次かふえ（キャンピングインストラクターの資格や知識経験を活かし地場食材の食べ比べ交流イベントを企画＆開催した）

もってもらえるきっかけになればと考えていた  
②父方の祖先が井原市出身（隣の市）であり、ルーツがあつた―私にとって「地域おこし」とは「自分おこし」でした。  
未来のビジョンはぼやけてい

ましたし、新しい土地で何がしたいのか、定まっていませんでした。また都会では当たり前であったことが、田舎では通用しません。毎日が、学びであり、気づきであり、勉強でした。今まで社会のシステムやルールに従って暮らしてきたこと、目に見えるものばかり追い求めてきた自分が、なんだか情けなくなってきた頃、何かが沸々と芽生えてきたのです。

まず、地域のことをよく知るためにも、思いついたことや興味のあることは何でもやりましたし、要望や誘いは断らず、呼ばれば直ぐに行きました。お金はなくても、新しい環境は、私たち家族の心や暮らしを、少しずつ豊かにしていきました。3人目の子どもも授かり、父として、男として目標が見え始め「自分おこし」から必然的に「地域イノベラズ」活動をしている自分がいました。地域という枠の中で考えず、人と人とのつながりや小さな絆をつむいでいく、地味で地道な活動ですが、日々、ワクワクとドキドキが続ききました。

## 「地産他生」をコンセプトに 「銀杏だれ」開発

私にとって大きな成果は3年後、この地を拠点に活動していくイメージが自然と生まれたことでした。目に見えない活動や挑戦には度々、地域から実績や成果を求められました。

高梁市には「6次かふえ」という、毎回テーマを決めて既存の特産品への改善提案や新特産品開発の意見交換等を行う会議があります。そこで、猪肉に合うタレの開発がテーマになりました。その時、私は地域で燻っていた銀杏に目がいき、何



「無添加・銀杏だれ（960円350㌔）」



おばちゃん達による、こんにゃく作りの指導



こんにゃく栽培・加工・開発・営業・販売・カフェと俗に言われる6次産業化を行っております（看板メニュー こんにゃくバーガー）

…自文化とは、すべての人を幸せにできるものではありません。だからこそ、私たちに、多様な社会をよく理解し交流や挑戦できる場がもつと必要であると思うのです。

実は他に、移住コンシェルジュとして、地域の紹介やご案内も、行っております。高梁市の新しい窓として、風通しの良い、環境づくりのお手伝いをしていますので、興味がありませんでしたらぜひ、検索してください。

「地域イノベラズ」して「未来を掴む」…それが私の、私達の、使命です。

とかしたい！そういう想いが込み上げてきたのでした。

3年間の、地元暮らしだけで完結している地域を変えていく作業は、描いたイメージを新しいカタチにしていく練習でした。そうした中で生まれた「銀杏だれ」は商品開発ではなく、「自文化創出」です。たれの味は、郷土料理店を経営されている、3年間お世話になったおばちゃんグループにお願いしたのです。深刻な担い手不足により地の美味しいものがたくさん消え始めている現状を危惧し、「地産地消」から「地産多消」、さらには「地産他生」を新たなコンセプトにして開発。2015年、全国調味料選手権大会伝統調味料部門で、最優秀賞をいただきました。

までたどり着いたというこの銀杏は、実は、精神疾患等のサプリメントとして、ドイツでは親しまれているそうです。現在、高梁市以外では、東京都銀座にある「ぎんざ・泥武士」さんにて、入手可能です。ここではお料理にも、使っていただいております。「地産他生」の考え方としては、生産者、売り手、買い手の顔と顔とが、自然と浮かぶような営業や販路開拓を心がけております。またドイツへの開拓も視野に入れ、ゆるやかに計画中です。

### ◆◆◆ こんにゃくカフェ「カフェ裏駅」

私は、地元の「弥高こんにゃく」農家の担い手としてこんにゃく栽培を始めていましたが、そのこんにゃくを活用したハンバーガーなどを提供する「こんにゃくカフェ」を平成27年12月に開店し

ました。

その際、私が気をつけたのが店の場所です。神奈川県鎌倉市で育った私は裏駅側のお洒落な雰囲気が好きでした。人込みもなく、寛げる場があり、落ち着いて散歩ができたからです。JR備中高梁駅の裏駅側もそんな場所でした。

田舎暮らしも、異文化（国際）交流みたいなものです。地元住民や学生、観光客にとつての交流の場になればと、そうした落ち着いた場所である裏駅に、こんにゃくカフェ「カフェ裏駅」を始めました。

### ◆◆◆ 多様な社会を理解し交流できる場が必要

もっと広い心で多様性を受け入れたい。自分らしい暮らしや文化を築いていきたい。いま、子供たちの未来を切り拓く言葉が求められています。

# 地域おこしは人おこし

一人おこしシェアハウスでニート・引きこもりの自立支援―



NPO法人山村エンタープライズ代表

・藤井 裕也

若者が踊って暮らせる農村をつくる

「僕らの会社名なあゝ山村エンターテイメントとかどうかな」。

「いやいや娯楽屋じゃないんだから。山村エンタープライズの方が様になるでしょ」。

いつものように岡山県美作市の山間部に若者達が集まって他愛もない話をしている。冗談のようにで冗談じゃない話の中から多くの社会実験や事業が生まれてきた。「若者が踊って暮らせる農村をつくる」これが私たちの活動初期のキャッチフレーズである。

地域おこし協力隊と仲間

2011年に、地域おこし協力隊として岡山県美作市の農山村に移り住み、地域おこし協力隊の仲間や地域住民とともに地域活動をはじめた。任地は、岡山県の最北端に位置する梶並地域。人口

約700人で人口のうち、70代・80代の人口は5割以上を占め、岡山県でも過疎高齢化のスピードが最も早い地域の一つだ。梶並地域では地域住民の有志で作る梶並地区活性化推進委員会が地域づくりに早くから取り組んできていた。

私たちは地域おこし協力隊として、地域に入り、右も左も分からないなりに、まずは草刈りからはじめ、できることをひとつひとつやってきた。伝統技術の木工や織物など手仕事商品のプロデュースや地域にある柚子の販売、空き家を活用した茶屋の開業など小さな「社会実験」を行ってきた。

小さな社会実験を数多くこなす中で、地域住民との葛藤や失敗体験なども数多くあったが、地域の中で支えてくれるよき理解者や、協力隊の同期メンバーが相談にのってくれ、社会実験の中から事業を生み出すことができた。

山村シェアハウスの開設

私たちの活動の中で、ひととき目立った事業が



山村エンタープライズの運営メンバー

山村シェアハウスだ。梶並地域は、450軒の家があり、そのうち空き家は約200軒に上る。この空き家を活用し、山村に単身者の入り口になる「山村

シェアハウス」を開設。最初の目的は、地域おこし活動の仲間集めであったが、都市部にシェアハウスのほとんどが集まる中で、全国で最も早く山間部で単身者用のシェアハウスを開設することになった。運用面で様々な課題にぶつかり葛藤もあったが、2年間で約25人の若者を受け入れ、そのうち約10人が市内に就業し移住するなど一定の成果を上げた。入居してくる若者は増え、卒業生の中には、地域の後継ぎのいない事業所の担い手として自立しているメンバーもいる。まだまだ課題が多いものの、現在、田舎にあるシェアハウスの数は増えている。

地域おこしから人おこしへ

山村シェアハウスを開設してから、入居希望者の中にひきこもり経験のもつ若者がくるように



空き家を改修して山村茶屋をオープン



人おこしシェアハウス

なった。2年間ほど家で引きこもっていた若者が、山村シェアハウスでの生活体験や、耕作放棄地の再生活動、高齢者の御用聞きなどを通して、自らの居場所をつくり、仲間をつくり社会的自立に向けて成長していく姿をみることでできた。

例えば、Y君は学校での人間関係の悪化がきっかけで2年間自宅に引きこもり、生活が昼夜逆転し、親も周囲の人に相談できず、社会的に孤立していた。そのような中、山村シェアハウスの活動を知り、親の勧めで山村シェアハウスに入居。入居中に、耕作放棄地の再生活動や高齢者のサロンへの参加、独居高齢者の生活支援などに取り組んできた。冬場には、シェアハウスの同じ入居メンバーと共に地域の農家さんからキムチづくりを教えてもらい、キムチを道の駅で販売をするなどしながら人間関係をつくってきた。そうした中で、

「高齢者に喜ばれることを仕事にしたい」という意思が芽生えてきた。地域の人の勧めもあり、地域のケアセンターで短時間働くようになった。今では週5日間以上働いており、介護福祉士の国家資格取得のために勉強している。他にも、地域の印刷会社や工務店に就職するなど地域を支える担い手として自立していった事例もある。

ひきこもり状態の若者からよく聞くのは、「自分は社会から必要とされたいと思う」という言葉だ。社会的にも孤立し、人間関係が極めて希薄な場合が多い。昼夜が逆転し生活が乱れ、親との関係がこじれひきこもり状態が長期化してしまう事例も多く見てきた。農山村の生活環境や、同年代の仲間との生活体験、「必要とされ喜ばれる体験」は、希薄になっていった人間関係を取り戻し、人間らしい生活に戻るきっかけをつかむには

よいらしい。また、私たちのところにかけている若者の中には、障害者ではないひきこもり状態の若者が数多くおり、障害者をとりまく法制度ではまかないきれない「グレーゾーン」の若者が少なからずいることが分かった。

地方で過疎高齢化が進む中、全国にはひきこもり状態の若者が70万人もいると言われている。過疎高齢化や人口減少が進む地域で若者がもつポテンシャルを伸ばしていくことは日本全体にとって必要なことだ。彼らの可能性を伸ばし、地域でもてる才能を発揮してもらうことこそ地域の活力になる。この地域での若者自立支援の活動を「人おこし」と名付けることになった。こうして、私たちのキャッチコピーは「地域おこしは人おこし」になった。2016年4月から18人入れる「人おこしシェアハウス」をオープンし、運営をしている。

### ◆◆◆ あらゆる若者が希望をもって暮らせる地域をつくる

私たちは、あらゆる若者が希望をもって暮らせる地域の実現に向けて、地域で多様な若者を受け入れられる環境を地域につくっていききたい。「ひきこもり」に対する偏見はまだ根深い。1人1人理解者を増やすため、民泊や山村留学など地域づくりの分野で行われてきた実践の蓄積をひきこもり状態の若者の自立支援に活用していきたいと考えている。

これまで、「ひきこもり」というレッテルを張られ、ネガティブな印象を持たれていた彼らが地域で活躍する姿は頼もしい。ひきこもり状態の若者は、様々な課題をかかえて生きているが、その課題を乗り越え、もてる才能や可能性に気づき、居場所となる地域と自分自身に希望を持つことができれば必ずその地域は活力のある地域へ変わっていくはずだ。

# 障がい者の就労支援と過疎地での起業支援 ―過疎と戦うネット古書店―



有限会社エコカレッジ代表取締役

● 尾野 寛明

## 古本屋と障がい者就労支援

私が代表を務める「エコカレッジ」は東京から島根県に本社を移転し、過疎地でネット通販を営む会社である。2001年に東京で創業、細々と中古の専門書をネット販売していたが、島根県川本町唯一の本屋を再生させるため、2006年に同町に移転した。蔵書は15万冊以上。専門書は在庫の回転が悪い扱いづらい商品であるが、過疎地の家賃の安さを活かし長期保管が可能になった。流通網の発達した日本においては、山間部であつても輸送には影響がなく、都市部と変わらぬ料金で全国に発送が可能である。こうした過疎地のデメリットを逆手に取ったビジネスモデルで成長してきた。

現在の社員数は26人、うち20人が障がい者である。様々な障がいに合わせて出品・在庫管理・発送など仕事を作り出せるため、雇用を増やしてきた。過疎地では珍しい就労継続支援A型事業所の

認可を受け、正規雇用で最低賃金が保障される事業所として障がい者就労の受け皿となっている。現在は古本以外の仕事も増えており、3畝の耕作放棄地再生をはじめ、伝統和紙の原料加工など、高齢化で担い手不足に悩む地域において新たな担い手を補う存在となりつつある。

ただし、私自身は島根県に定住しているわけではない。毎週東京と島根を往復する生活を続けて10年。当初は1週間おきに行き来していたが、今では日・月・火曜が東京、水・木・金・土曜が島根、という生活である。

そんな暮らしを続けながら胸を痛めていたのが、高い高齢化率の中、地域に残された数少ない若手に地域の「役」が集中し、疲弊していく若者の姿だった。若手の自殺という悲劇的な結末にも何度か遭遇してきた。定住にこだわらない、都市と農村を柔軟に行き来できる世の中づくり、誰もが無理せず気軽に参画できる地域づくりが必要であることを痛感してきた。

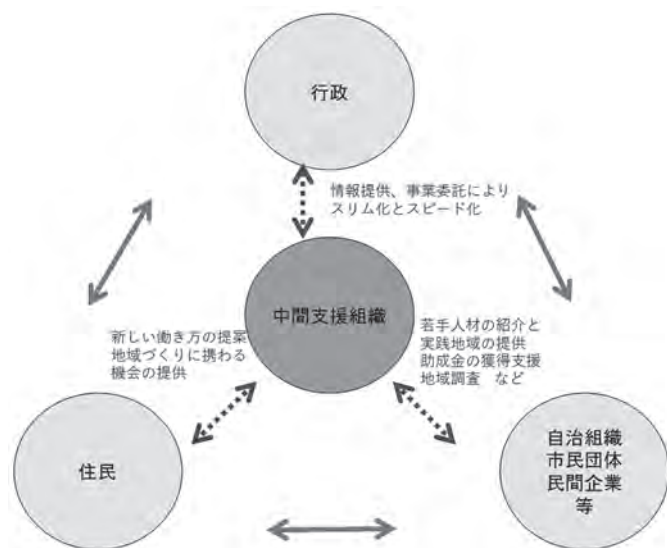


15万冊を超える蔵書

## ◆ ◆ ◆ ビジネスコンテストで創業人材誘致 Ⅱ 江津市

最初の取り組みは、江津市であった。空き家バンク制度をいち早く整備した定住先進地として知られていたが、せっかく制度を整えても、働ける場がない。雇用創出も喫緊の課題であり、新しい仕組みを自由に考えてほしいと私に振られたのであった。そこで提案したのが、自ら仕事を作り出せる人と呼び込む新しい定住対策、ビジネスコンテストという枠組みである。

デザインオフィス、民泊、地ビール製造、飲食店。コンテスト受賞者たちは次々に小さな事業をスタートさせ、廃墟のようになっていたJR江津駅前の商店街で20以上の空き店舗を再生。市内各地に若手主導によるまちづくりの拠点ができていく。2013年には「過疎地域自立活性化優良事



中間支援組織の在り方

例表彰」において総務大臣賞、2014年には全国の地方紙が選ぶ「地域再生大賞」にて大賞を受賞している。同年には中核都市を除く地方都市の中で全国初とされる中心市街地活性化法の適用を受け、町並み整備が進んだ。これもコンテストの運営を経験した人々や出場経験者たちが力を合わせて実現したものである。

あえて地方の一都市でビジネスコンテストを開催するという斬新さ、そしてこれまで別々に考えられていた定住対策と企業誘致を融合するという考え方が共感を呼んだ。第6回となる2015年度コンテストの最終発表会には150人を超える市民が来場し、一大恒例行事として定着した感がある。受賞者の受け皿として「NPO法人てごねつと石見（いわみ）」が設立され、このNPOを中

心として江津市は若者の創業が数多く生まれる町へと変貌した。地方では、役所や銀行にでも採用されない限り、Uターンしたら負けといった考えもまだ残る。しかし、実はみんな戻る機会を模索している。「帰ってこられる島根」を実現すべく、日々模索を続けている。

### 塾を通じた担い手発掘Ⅱ雲南市

江津市の枠組みを雲南市にも取り入れたいという打診をもらった。ただ、同じ島根県でも江津市と雲南市は、氣質が全く違う。雲南市は自治の取り組みも全国に先駆けるほど進んでおり、U・Iターン者が数多く創業する動きを作っても、不協和音となってしまう恐れもあった。しかし、市内外には地域づくりの現場があれば携わってみたいと思う若い世代も多にいる。そして、自治の現場では若い担い手が足りていない。そこで、地域づくりの担い手を発掘し育成する取り組みとして、地域づくり実践塾「幸雲南塾」が2011年より開講した。

あえて起業をゴールにしない塾というコンセプトが共感を呼び、2016年で6期目。OBは60人を突破し、雲南市は空き時間で小さな取り組みを続ける若者が溢れる町となった。その輪をもとに「NPO法人おっちラボ」という中間支援組織も設立された。これにより地域の自治組織と若者による連携が進み、各地で空き店舗再生や都市農村交流事業などが進んでいる。

地域医療に関心のあるOBが企画した「うんなん医療見学ツアー」は、地域医療に携わりたいたい

思う都市部の医師・看護師たちの共感を呼んだ。これまで4回のツアーを通じて医師3人をはじめ、15人近くの医療従事者が雲南市にU・Iターンするようになった。年間何千万円という医師確保対策費を投じるのが通常とされる中、ほぼゼロ予算でこうした動きが生まれているのは驚異的なことと言える。U・Iターンの看護師3人により、過疎地では成り立たないとされていた訪問看護ステーションが設立した。病院付属ではない民間のステーションとしては全国初の取り組みとされている。

「幸雲南塾」自体も、2015年には全国14カ所と同様の地域づくり実践塾が開催されるまでになった。東北にも展開し、雲南市発の担い手づくりのモデルは東日本大震災復興に向けた担い手発掘にまで応用されている。

### 中間支援組織が必要

これら2つの地域では「中間支援組織」と呼ばれるものが地域づくりを支えている。いわゆる「平成の大合併」を経て行政区割りが大きくなっていく中で、必要性が高まっているのがこの中間支援組織である。

既に県レベルや、主要都市レベルでは市民活動支援機関は充実している。もっと小さな単位で、かつ、民間で、新しい課題に取り組んでいける組織が必要ではないだろうか。主要都市でもない、人口減少に悩む市町村レベルで、定住対策や若者の小さな取り組みを支援していくような枠組みを作るべく、私自身も活動中である。

# 過疎高齢の島で「世界に今こだけ」産業を造る ―地域の多種多様な農作物を生かしてジャムを生産―



株式会社瀬戸内ジャムズガーデン代表取締役

● 松嶋 匡史

## 田舎でしかできない事業を

「里山資本主義」をご存知だろうか？地域でこれまで見過ごされてきた足元にある宝を再評価し、価値あるものとして活用することにより、マネー経済だけでは得られない豊かさをつかんでいくという考え方だ。

今の時代に求められているのは、地域の価値に気づき、その地域に根ざした活動を展開すること



春の晴れた日のジャム屋

であり、そこで私たちが取り組んでいるのはこの土地でできた農作物を使い、人の手で作り上げていく生活の充実感を表現していくこと。そして田舎では田舎でしかできない事業を行うことが理想のスタイルであることを実践によって示すことだ。

そんな当社の創業から現在までの取り組み、そして目指す未来の展望について紹介する。

## 始まりは新婚旅行での出会い

ジャム屋創業のきっかけは、2001年新婚旅行で訪れたパリでの体験。偶然立寄ったジャム専門店デザートの「一品料理」のような多彩なマリージュが施された無数のジャムが壁一面に並んだ光景を目にし、その文化にとっても驚いた。帰国後、その感動が忘れられず、ジャム屋のローカルベンチャー計画を作ったのが始まりだ。

まず取り組んだのは、周防大島で入手可能な原材料の調査。妻の実家がお寺ということもあり、妻が住職のお手伝いで門徒さんの法事に赴くと、

門徒さんが生産している果実類を事細かにヒアリング。お寺の資源「ご縁（人の繋がり）」のおかげで、この小さな島で実に多種多様な農作物が生産されていることが次第に分かってきた。

## 加工食品は均質であるべき？

その後は試行錯誤の繰り返し。数え切れないほど挑戦し、数え切れないほど失敗した。なぜ難しいのか。ある日、私は気付いた。それは「均一な味」を求めたからだ。考えてみると当然のことなのだが、昨日煮込んだ「いちじく」と今日煮込む「いちじく」は違う。季節の移り変わりとともに果実の風味や水分量も微妙に異なるし、畑の場所でも味が違う。それを均一な味にするにはPH調整剤やゲル化剤、化学調味料、着色料などが必要となる。そういったものを使用しないジャム作りを目指しているのに、画一的な味を求めること自体意味のないことだと気付いたのだ。本来原材料の味が変化していくのだから、その味の変化を楽しむべきではないか。ヨーロッパでのワイン造りなどは正しくその概念が息づいている。ワインはそれぞれの地域、畑、年々の気候に左右された出来の異なる果実をそれぞれが最善に仕上げていく。その出来を楽しむのが高度で奥深い食文化であり楽しみなのだ。私たちのジャム造りも生産者、畑、四季で味が変わることを肯定しており、それを反対に楽しんでいただくことを提案している。

## 競合するより共働する



島の梅農家さんの選果風景



島の特産柑橘だけでマーメイドが60種類



地元のお餅屋さんとコラボ打ち合わせ

2007年、11年間勤めた電力会社を退社。島にIターンしてジャム屋の本格営業を始めた。現在は株式会社化し、65<sup>㍻</sup>の畑と26人のスタッフで地域の個性と多様性をジャム瓶に詰めて年間160種類以上、約13万個のジャムを生産するまでになった。

当社にも農業部門があるが、地域内で生産されている果実は自社で生産しない。既存の農家と連携することにより農家に経済的循環を生み、さらに高品質のジャム用果実を確保する。一方、地域内での生産が少ない果実や地域内で生産されていない果実、を自社農業部門で生産する。ミカンの島だから自分もミカン栽培し、すでに地域内にミカン加工品があるのに自分もミカンの加工品を

作って…というカニバイゼーション（共食い）型6次産業化の発想はそこにある。「競合するより共働する」連携農家は56軒に上り、現在も増加中だ。

### 「規模の経済」と「ヴァンテージ経済」

農産物にもスピードと量が求められる現代、農業の中心は単品種大量生産の「規模の経済」に適した平野等が主体となる。このため、国土の7割を占める中山間地・島しょ部は効率的農業に不利なため、人が域外に多く流れていった。しかし近年、中山間地・島しょ部にも若い人の流れが出来る。スピードと量を追い求める経済だけではない価値観を見つけた人々だ。現代の「規模の経済」の逆の発想が当社の取り組みなのだ。地域の個性と多様性を繋いで価値を創造する経済。私はこれを「ヴァンテージ経済」と呼んでいる。

日本は起伏にんだ地形と複雑な気象条件、さらにそこに住んでいる人々の個性から、それぞれの地域で多種多様な農産物を生産してきた。これまで経済的効率性がなかったため過疎化が進んできた中山間地・島しょ部は、裏を返すと

個性と多様性の塊と言える。

日本人が古来24の季節（二十四節気）ごとにその旬を楽しんだように、この年、この土地、この気候、この人々だからできる「ヴァンテージ」を楽しむ成熟した文化は海外にも通用するだろう。

その特色を活かすには、小ロット多品種、地域内ハイブリッド6次産業化、そして共感がカギになると私は考えている。当社のジャムが過疎高齢の島で13万本も生産販売できているのもこのおかげだ。商品づくりにも販売方法にも「里山資本主義」的な考えが脈々と流れていることを付け加えておく。

### チャレンジの集合体こそが地域力

「地域に埋もれた価値に気付く、その地域に根ざした活動の展開」を実践してきた当社はジャム屋を「人の繋がりを作る場」に発展させ、さらに地域内での経済的循環と仕事造りに取り組んできた。島ではIターン起業家がオイルサーディン生産会社を設立したり、餅屋・豆腐屋・パン屋・花弁生産者等が連携した新商品が次々と生まれている。さらにその繋がりの輪の中には障がい者支援施設との共働体制構築やお寺、高校との連携等、それぞれが個別の問題と想っていたことを地域全体の問題として解決していく取り組みも行っている。「人の繋がりが作り」はチャレンジしやすい環境・雰囲気作りに繋がり、そこで生まれたチャレンジは、一つ一つの規模は小さくても地域に魅力を与え、地域全体の底上げに大きく貢献している。チャレンジの集合体こそが地域力なのだ。

# ゴミゼロ宣言の町でゴミの出ない店を展開

## 「ゼロ・ウェイスト活動」という地域の魅力をビジネスチャンスに―



株式会社スベック社長 ● 田中 達也

最大の課題は過疎化

上勝町は徳島県の中山間地域に位置する人口1700人足らずの四国で一番小さな町である。四方を山に囲まれた山岳地域で、かつては林業で



ゴミステーション

栄えた。開けた土地が少なく棚田を開墾し農作物を育てる姿は、今となっては保護すべき日本の原風景として国内外から訪れる人も少なくない。現在この町が抱える最大の課題は過疎化で

ある。いわゆる「限界集落」に指定されており、何よりもこの問題を解決するための対策が急がれる。

### 「ゴミゼロ宣言」の町

我々が初めてこの町に足を踏み入れたのは2011年。当時の町役場の担当者に誘われおきまりの町のスポットを案内された。当時の率直な感想は「何もない町」。ここでなくてはならないものは何一つなく私は一考を案じたが、観光スポットではないのだけれど、という前置きの上で案内されたのがゴミステーションであった。

2003年、上勝町は全国に先駆け「ゴミゼロ宣言」を行った。未来の子供たちにふるさとの美しい景観を残すため、2020年までにゴミをなくそうという取り組みである。町にゴミ収集車はなく、町民は自らゴミステーションまで廃棄物を持ち込み34種類に分別する。ゴミを細かく分別することにより再生可能な素材としてリサイクル業

者の引取りが可能となる仕組みだ。私はこれこそここにしかない「キラリと光る地域の魅力」だと確信した。

### ゴミの出ない買い物を提案

町を維持するためにはある一定の人口確保が必要だが、よほどの魅力がない限り定住どころか訪問すら見込めない。一時的なイベントやブームでは一過性のものに終わってしまう。我々はこの町の「ゼロ・ウェイスト活動（ごみをださない活動）」の魅力を価値化することで、この地での起業を可能なものにしようと考えた。

最初に手がけたのがゴミの出ない買い物を提案する「上勝百貨店」。この町に住むとゴミの問題が容赦なく襲いかかる。市中で販売されている商品は、メーカーが消費者の利便性を考えパッケージデザインされている。例えば、チョコレートやキャンディーなどは溶けてくっつかないよう個包装されているものが多い。しかし、この町の住民にとってそれは迷惑でしかなく、自ずとゴミの出ていく商品を選ぶようになる。であればそもそもゴミの出ない商品を選ぶ店があれば売れるのではないか、という考えからこの店は生まれた。自ら容器を持参し、必要な分だけ購入できる量り売りは町民からは歓迎されたが、経営的には全く成立しなかった。何しろ人口は2千人足らず。売上は思うように伸びなかった。

この教訓から、町外からの来訪者を増やさない限りこの地で持続可能なビジネスは成立しない、理念だけではメシは食えないということを痛感し

た。ではどうすれば遠方からでもわざわざ来てくれるのか？我々は検討を重ね、直感的に感じられる魅力がなければ人は興味を示さないという結論に至った。

### ◆◆◆ 廃材活用の店でビールを量り売り

我々は全米で一大旋風を巻き起こしているクラフトビール産業に着目した。その中でもオレゴン州ポートランドはローカルのビール醸造所が際立って多いことでも有名で、ビール天国とも呼ばれ大層な賑わいを見せている。かつてここは何もない田舎町であったが、大胆な政策変更により域外からの人の流入を促進することに成功した。町は活気を取り戻し、様々なアイデアやビジネスが今も試され世界中に発信されている。

我々の興味を引いたのがビールの量り売りだっ



上勝百貨店の店内



東京・東麻布にオープンしたKAMIKATZ TAPROOMの内観

SE & WIN BREWING CO. を設立。特にこだわったのがコンセプト。ゼロ・ウェイストの理念を余すことなく形にしたこの建物は、町から出た廃材で構成されている。取り壊された家屋や廃校になった学校から集められた窓を組み合わせた高さ8mの印象的なファサードは町の入口で訪れる人たちを出迎える。日本屈指のクリエイターたちがこの町の取り組みに共感し、プロジェクトに参画したおかげで単なるお洒落なお店ではなく、計算された空間演出が施されている。

### ◆◆◆ 東京に2号店オープン

上勝百貨店の頃にはゼロ・ウェイストでござい、とその理念を全身に纏い集客に務めていたのだが、今はこの町の取り組みなど知らずにこの店を目指す人がほとんどで、店を訪れて初めて知る

た。お気に入りのビールをマイボトルに詰め込んで持ち帰る姿に未来の上勝像が重なった。大自然の中で出来たての生ビール。ジビエ料理や本格BBQなどもわざわざ来たる気分を盛り上げるだろうと直感した。我々は早速、上勝ビール工場の計画を立て、2015年5月30日(ゴミゼロの日)、RI

という逆転現象が起こった。理念を押し付けることなく魅力が伝わっている証拠だと実感した。国内外のメディアからも継続的に取材依頼が入りSNS上でも話題となっている模様で、1年間にレジを通った人数だけでも1万人を超える人がこの町を訪れた。

さらに多くの人に発信すべく今年の4月には東京タワーの真下、東麻布に2号店となる「KAMIKATZ TAPROOM」をオープン。コンセプトは「東京に上勝がやってきた」。驚いたことに東京の店舗で上勝の取り組みを知り、わざわざ上勝まで足を運ぶ人が多いのだ。

首尾は上々、ビールは製造が追いつかず、現在町内に第二工場の設立を計画している。

### ◆◆◆ いかに外から人を呼び込むか

地域づくりに人は欠かせない。特に過疎の問題を抱える地域では外から人をいかに呼び込むかが喫緊の課題だ。行政からすると定住を求める気持ちも理解できるが、いきなり何もない町に住むのはあまりにハードルが高すぎる。まずは一時的な流入者の促進が肝要。キラリと光る地域の魅力を最大化しビジネスチャンスと捉えさせることができれば、ここで起業したいという人や企業が出てくる可能性は十分に考えられる。ただし、通常のビジネス理論では到底考えられない常軌を逸した挑戦を行おうとするよそ者を、行政や団体、町民たちが受け入れる覚悟と準備ができているか？生き残りをかけた地域間競争が激化する中、地域が問われる重要な問題ではないだろうか。

# 人財育成を通じて、地域ビジネスを創出 —シリコンバレー流のデザイン思考で地域の課題解決—



NPO法人まちづくりGIFT代表理事

● 齋藤 潤一

NPO法人まちづくりGIFTでは、「地域ビジネスで、世界を変える」を使命に、全国各地で、地域ビジネスの創出に取り組んでいます。私達の地域ビジネス創出の手法は、人財育成を通じたものです。住民が地域づくりを「ジブンゴト」と認識し、地域ビジネスを創出していく力を養成することによって、持続可能な地域づくりを目指します。

## 地域ビジネスを創出する力を養成

人口減少や高齢化など、時代の変化に対応できる人財の育成が大切です。私達は、地域の個性(GIFT)を活かし、人財育成を通じた、地域ビジネスづくりに取り組んでいます。地域の埋もれている魅力を「発見」「磨く」「発信」プロセスを、住民と共有しながら住民自らが地域ビジネスを創出する力を養成していきます。

発見Ⅱ地域に関する情報を大量収集・まち歩き、歴史を学ぶ、現地聞き取り

磨くⅡワークショップを通じてコンセプトを練り上げる…ワールドカフェ、KJ法

発信Ⅱテストマーケティングを行う…クラウドファンディング、イベントでの実売会、映像制作  
これらの過程において重視するのは、人間中心です。シリコンバレーでもよく取り上げられるデザイン思考に近い発想です。市場ニーズ等だけでなく、その土地に住む人が幸せになる方法を追求することで、事業が終わった後も、持続的に、地域が動き続ける仕組みを創ります。

## シリコンバレー流で地域づくり

私は、米国シリコンバレーのITベンチャー企業に勤務していました。私が米国に滞在した2000年から2005年は、appleコンピュータの株価の低迷期。それが今では、世界最高峰の企業の一つになっています。このappleの急成長が、米国で学んだことの一つです。今、日本でも人口減少の影響で消える可能性のある市町



全国各地で地域ビジネスに関する講演+ワークショップを展開

村が896自治体あると言われています。しかし、地域住民が、自ら地域をデザインし、明確なビジョンのもと、経済活動を活性化していく仕組みを作ることができれば、このような危機的な状況から抜け出すことも可能であると信じています。

もう一つシリコンバレーで学んだことは、「早くたくさん失敗することです」。スタンフォード大学の講座の中には、「FAILURE FAST」すなわち、早く失敗する事の重要性を教える講義もあります。

早く失敗することで、より早く成功に近づくことができます。このことは、私が地域ビジネスプロデューサーとして、チームメンバーに伝えていることの一つです。これは、決して楽ではありません。報告書には記載されることがない、たくさん失敗を誰よりも早く経験しています。おかげさまで、私達の活動は、多くの方の協力を得て、全国メディアや地方創生の成功事例として、多数



住民自ら商品売り込む



夢プレゼンテーション大会の後の記念撮影

取り上げていただける結果になりました。

この前提条件を踏まえた上で、私達の地域ビジネスの取り組みのうちいくつかを紹介します。

事例1…補助金0。クラウドファンディングで世界のギフト・ショーへ。

私達のプロジェクトで象徴的に取り上げられるのは、<sup>おび</sup>飢肥杉の世界展開プロジェクトです。このプロジェクトは、行政・民間・NPOが職業や肩書をこえて、有志のボランティアチームを結成。林業で有名な宮崎県日南市の飢肥杉の経済活動を再び活性化することを目的としたプロジェクトです。「obigaigidesign」という飢肥杉で作られた木工品がありましたが、その販路拡大に苦戦していました。そこで、私たちは、多くの人の共感を生み出すことを目的に、クラウドファンディングを活用しました。幅広く情報発信することで、市民が、地元の魅力に気づき、「ジブンゴト」としてプロジェ

クトに参画してほしいと思ったからです。

最終的に、国内のみならず、世界各国から、合計325万円の支援があつまり、米国ニューヨークで開催された世界最大級のギフト・ショーに出展。世界から高い評価を得ることができました。その結果、国内での売上も増加、全国から視察も増加し、全国テレビ放送や雑誌や新聞などにも幅広く取り上げられ、宮崎日南市の林業再生の起爆剤になることができました。

事例2…東京の有名レストランで、新規就農者の野菜が大人気に

宮崎県の中西部に位置する綾町は、1988年に全国初の「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定。それ以来「有機農業の街」として知られています。しかし、有機農業の街として一部の人は知られていないものの、実体経済に繋がっていない現状があり、深刻な課題となっていました。

まず、私達は、宮崎県綾町で生産者への聞き取り調査を行いました。どのような野菜がどんな想いで作られているのか？何を残して行きたいのか？そして、私たちは、チームメンバー内でのワークシヨップやディスカッションを通じて、この生産者の想いこそが、宮崎県綾町の強みであると考えました。そこで、私たちは、「100年後に綾町の魅力を伝える」をコンセプトに設定し、プロジェクト

「aya100」を開始しました。

私たちは、企業や共感してくれる有志から寄付を募り、生産者の想いや農業の魅力を記録した映像を制作。この映像を、YouTubeなどの動画サイトで幅広く公開した結果、大きな反響を得ました。綾町の野菜は、料理人らに高く評価され、また新規就農者が生産した野菜が人気になるなど、私達の予想を超える結果となりました。今では、東京の丸の内、表参道、六本木などで、綾町の野菜が食べられるようになりました。現在、綾町では、新規就農者を含めた農家の人財育成や野菜の付加価値の向上に、継続的に取り組んでいます。

### ◆◆◆ チャレンジしやすい街づくりを

私たちは、住民が、チャレンジしやすい環境づくりを推進することを目的に、宮崎県の地元経営者らと「宮崎スタートアップバレー」を創立しました。2020年までに100のチャレンジを支援することを目標にしています。2015年には、19のチャレンジを支援することができました。その中の一つ「夢プレゼンテーション大会」では、宮崎県の「飛び出す公務員」らで構成された「宮崎ベースキャンブ」と連携し、史上初めて宮崎科学技術館のプラネタリウムでのプレゼンテーション大会を開催しました。このイベントには、約200人が集まり、宮崎県のチャレンジ文化の熟成に貢献することができました。こうした活動の連続が地域の活力になり、地域イノベーションを起こし、そして、日本、世界への活力に変わると信じています。

# 都市部のビジネスパーソンが地域づくりのプレイヤーに

## ―地域での「起業」「転職」につながる流れの構築を―



NPO法人ETIC・ローカルイノベーション事業部  
サブマネージャー

・長谷川 奈月

地方創生と言われ各地方が注目を浴び始めて1年あまり、昨今「地域」をめぐる動きが活発です。各地に必ずいるゆるキャラ、B級グルメ、はたまたふるさと納税、地域でのビジネスプランコンテスト、地域おこし協力隊制度など、様々な取り組みが行われています。今回は、ETICの歴史をなぞりながら、都市部から地域への移住への流れをつくり、地域でのプレイヤー増加に貢献できるか、日々東京で奮闘している現場の様子をお話できればと思います。

### 最初はインターンシップから

ETICは1993年にスタートした団体で、当初は起業家を大学構内に招いて、起業したい学生向けの勉強会を開催していました。就職活動し大企業に入社するも、学生のころのように自由で活発な様子ではなくなる先輩を目にしながら、働くということとはもったいなくできることではないか、自分でオーナーシップをもって働くこと

の面白さを広めたい、という思いからです。そこで講演に来た起業家と、講演を聞いていた学生が意気投合し、学生が起業家のもとに丁稚奉公に行くようになる、これがETICです。ずっと手掛けてきたインターンシップの原型です。その後1997年に事業化し、累計2800人のインターン生を生み出し、当時のベンチャー企業・NPOにつないできました。はじまりが「起業家のもとで起業や事業の立ち上げ、リーダーとしてのふるまいを学ぶ」ものだったため、期間も半年から1年と一般のものより長いことも特徴です。そのため、企業と学生、双方にとって成長のあるプロジェクトをつくり、そこに学生をマッチングさせていくという、ETICが手掛けてきたインターンシップはマッチングを丁寧に行っています。企業、学生それぞれのマインドセットを行い、お互いの目的をすり合わせ、プロジェクト達成まで走り切れるように伴走するコーディネーターが不可欠でした。また、2001年には「社会起業家」の育成・支援もスタート。社会起業家のビジネス

プランコンテストや大企業と連携した社会起業塾というプログラムも実施しています。これまでに400人近くの起業家の支援に携わりました。

2004年、このインターンシップ事業と社会起業家支援事業のノウハウを、ETICと志を同じくする日本各地の団体にシェアしていくことを始めました。「チャレンジ・コミュニティ・プロジェクト（通称チャレコミ）」と題して、地域でのインターンシップ事業や起業支援事業を展開する団体のサポートをしています。最初は地域でのモデル5団体のサポートからスタートし、現在40団体まで広がっています。

### Uターンを考えている 社会人対象の「地域イノベーター留学」

受入企業は、ベンチャー企業だけではなく、伝統産業、農業、ホテルなどのサービス業でのインターンが多いのも特徴です。ここに、社長の右腕として、インターン生がマッチングされ、既存の事業のオペレーションの改善や、新規事業の実験を行っていくのです。賛同し受け入れてくださった企業は、全国どこも魅力的な社長が経営しており、自社の発展はもちろん、どうしたら自分たちの会社のある地域（もしくは産業）がもっと盛り上がるか、発展するか、を一緒に考えているような地域貢献意識が高い方々でした。徐々に、わたしたちはビジネス経験のある社会人がマッチングされると、もっと事業が加速し、地域貢献につながるのではないかと考えはじめました。

次に東京など都市部を見ると、「将来地元



現地でのフィールドワークにて、まちを歩いて雰囲気をつかむ参加者

に帰って地域を盛り上げたいと思っているが、なかなか仕事がないので帰れない」「親からせっかく入った大企業なのだから、地元に戻ってきてても仕事がないから辞めるなんてもったいないと言われる」という声をたくさん聞きました。東京から地域に転職するということは未知の世界に近いのだと感じました。両親の跡を継ぐために、という人はいても、キャリアアップや自分のやりたいことを実現するために「あえて」地域に転職する、という人は少ないのです。そこで、地域は面白い、ということをまずは働きながら知ってもらえるようなプログラムを運営し始めたのが、「地域イノベーター留学」です。



東京での研修の様子

「地域イノベーター留学」とは、3年以内に地元や、ゆかりのある地域へのUターンを考えている社会人を対象にフィールドワークや研修を数回組み合わせて行う、4カ月間の短期実践プログラムです。初回のフィールドワークで、地域を訪れ、地域での仕事づくりやキャリア相談ができるコーディネーターの案内のもと、その地域の魅力や現状の課題を体感してきます。そのあと東京で研修を行い、その課題はどのようなアプローチで解決できそうか仮説を立て、2回目のフィールドワークでその仮説を検証しに行きます。実際にミニイベントを行って地域の方の声を聴いたり、キーパーソンとじっくり語り合ったりし、その結

果をまた東京の研修でまとめ、最後に修了報告会で発表する、というのが一連の流れです。プログラム実施5年目からは、フィールドワークで訪問する地域にある企業からお題をもらい、そのお題解決のためのプランを考える仕立てにしています。参加者と地域の企業との接点も強くなりました。参加者からは、次のような声を聞きます。

「今まで知ることのなかった地域を好きになり、会社とは違う場で自己表現することができた。メンバーと仲良くできた」

「地域に入り込んで、地域との人と一緒になって1つのことに取り組めたこと、その出会いが得られた。自分のもっと強化したい点ややっていきたいこと、地域とのかかわり方について、実践だからこそ、それぞれ明確になった。ほかの地域への知見が増えた」

「地域で生活している人の様子を客観的に見て、自分の移住について考えるヒントになった」

「地域について課題を持っている、関心を持っている人たちがこれほど多いのかという印象を持ちました。地域に入っていくには、なかなかハードルが高いところがあるが、プログラムを通じて、その地域のキーパーソンと会え、話ができて、関係ができたことは非常に有意義であった」

このように、プログラムを通じて、地域で仕事をはじめめるきっかけや、地域でのキャリアを考えるメンターや仲間づくりができ、結果プログラム修了者の15%がUターンを行うまでになりました。

この数字に至った背景は、社会的背景も大きいと感じています。例えば、2011年の東日本大



DRIVE REGIONS イメージ

震災の影響があります。それ以前に漠然と「地域に移住して仕事をしたい」とか「地元に戻りたい」と思っていた人たちにとっては、あの震災は「あなたは、どこで暮らし、どんな仕事をしたいの？」ということ突きつけたのだと思います。

また、「地域で働きたい」という想いを仲間と共有できるということも1つの要因になっています。交流会などで参加者の話を聞いていると、「会社で働いている時は、地域で働きたいという話をまわりとすることもないし、そう考えているのは自分だけだと思っていた」という声が意外と多く、驚きました。プログラム期間中、週末に集まったり、夜な夜なスカイプをつないで、そのとき自分が思っている地域についての想いや考えを共有して、ディスカッションしたり。さらには合宿のような雰囲気のパワーワードワークで、普通に旅行するだけではおそろく会わないであろう人たちと、濃密なコミュニケーションをとる、そうしているうちに、少しずつコミュニケーションティーが生まれるのです。そして、「同じプログラムに参加した」というだけで、年度をまたいで交流していく中で、移住する人がひとり、ふたりと出てくる。おそらく、自分の想いをじっくり温められるつながり、時間が大事なのだと思います。参加者の日々の生活の中で、少しずつ地域や移住について思いを巡らせている時間が増え、それぞれのタイミングで行動に移されていることを感じます。

## 地域企業への転職や 地域おこし協力隊として定着

修了後地域にUターンした参加者は、①地域の企業に転職する②フリーランスとして事業を小さくスタートさせる③地域おこし協力隊（総務省の制度で、人口減少や高齢化等の進行が著しい地方において、地域外の人材を積極的に受け入れ、地域協力活動を行ってもらい、その定住・定着を図ることで、意欲ある都市住民のニーズに応えながら、地域力の維持・強化を図っていくことを目的としたもの）として地域に移り住むというパターンで地域に移っています。

地域イノベーター留学OBのひとり、東日本大震災を機に地域づくりに関心を持ち、プログラムに参加。フィールドワークでは三重県尾鷲市に訪問、そこで尾鷲のまちのことをどんどん知っていくようになりました。プログラム修了後も、尾鷲のコーディネーターと連絡を取り合い、キャリアのことも相談する仲に。あるとき東京の仕事をやめようかと相談したところ、地域おこし協力隊での募集を教えてもらい移住へとつながりました。彼は尾鷲市の中でも人口150人の小さな漁師町に住み地域づくりに携わることに。町を残していくには漁師はもちろん若い人たちに定住してもらいたい、そのためには子育てをしながらでも女性が働けるような場が必要、という地元で長らく地域づくり活動を行ってきた方に共感し、会社を設立します。現在は魚の会員制通信販売と、車での移動販売を行っています。

また、東日本大震災をきっかけに、ETICが今まで行ってきた人材面での支援を復興活動につなげようという「右腕プログラム」を立ち上げ、実施しています。東北の被災地において、新たな

地域づくりに挑む中小企業経営者や新規創業者の事業立ち上げ・成長を支えるために、経営者リーダーの右腕となる人材を1年間派遣するプログラムです。スタートアップ期の事業に、スキルを有した人材を派遣し、担当のコーディネーターが人材活用や事業推進のためのフォローアップなどを実施しています。派遣される右腕人材は、平均年齢32歳、主に東京などの都市部でビジネス経験を積んできた人で、受入先の90%が右腕派遣により、「専門スキルの導入ができた」と回答しています。これまで200人を超える右腕が東北の地で様々な事業の力となってきました。震災から5年目と



わたしたちの考える地域コーディネーターの立ち位置

なる今年は、「地方創生」への注目も高まる中、これらの事業が持続・発展し、復興にとどまらない未来のモデルになろうとしています。

このプログラムは、転職とはまた違う、期間限定のプログラムですが、現在積み上げてきたキャリアを生かしながら、自身の次のステージに行きたいと考えているタイミングには有効で、右腕期間で地域での仕事の仕方・創り方を体感し、派遣後定着率は64%、派遣後の起業者は23人まで増えています。右腕を経て起業した方々は、食事の宅配事業、高齢者のリハビリ支援事業、外出の少ない住民が気軽にからだを動かせる教室の運営、幼児向けのお絵かきアプリの開発事業など、今、そしてこれからの地域に必要なサービスを、地域に根差して行っています。

## 地域での「起業」「転職」につなげる流れを強化

地域での起業はますますニーズが高まり、各自治体でも起業支援事業が行われています。そして、地元の人のみならず、都市部から移住して起業する人を増やすにはどうしたらいいか、という声もよく聞きます。しかし、起業は簡単なことではありません。ひとりの人の人生がどのように進むのかに直結することだからです。その際に、立派な事業計画書も大事ですが、小さくても行動を積み重ね、サービスを磨くことに時間を使うこと、まわりにさまざまな形での支援者がいることが重要なのではないかと、400人近くの起業家に伴走しながら感じてい

ます。また、彼らの取り組みに憧れ、「地域で何かを仕掛けるのはおもしろそう!」と感じるが、まだ自ら起業するまで心が温まっていないビジネスパーソンの受け皿として、地域での魅力的な企業を紹介する転職サイトを2015年から運営しています(DRIVEREGIONS=現DRIVEキャリア内に設置)。地域イノベーター留学というきっかけのプログラムから、地域での「起業」「転職」につながり、地域づくりのサポーターからブレイヤーになる流れをこれからも強化していきたいと思っています。

ETICでは設立当初から、いかに自分が納得した状況で行動に移していけるかをとても大切にしてきました。学生のインターンも、起業もすべて自分の動機がしっかりしていないと続くものではありません。ただ、納得というものは考えてできるものではなく、現場の人たちの声を聞き、自ら足を動かし行動しながらできるものです。そのため時間が、ETICのプログラムでいうと「地域イノベーター留学」や「右腕プログラム」になります。階段でいう踊り場のような、次のキャリアに進むための準備時間が必要なのではないと感じています。また、踊り場を経て次のキャリアを歩む際に、本人たちにとっても、地域にとっても成長のある「プロジェクト」として地域活動を設計できるコーディネーターがいることも成功の鍵のひとつではないか、と感じています。このコーディネーター育成も近年プログラム化をしています。わたしたちもより地域でのブレイヤー育成に貢献できるよう、役目を果たしたいと思っています。

和歌山県

国内最古の木造議事堂で約80年ぶりの本会議開会  
―復原整備された「旧和歌山県議会議事堂」―

和歌山県観光振興課  
岩出市産業振興課

化財の価値を残しながら移築を進めた。また、移築後に議場の大規模な空間を大幅な構造補強なしに再現することができないため、免震構造を採用した。

文化観光施設としての活用

堂内は一般に開放されており、明治時代に使用されていた議会議事録や、建築当時の柱や瓦、県政史の解説パネルなどの展示や県内の観光情報コーナーが設けられている。建物1階部分のかつて議場として利用されていたスペースは、講演会や演奏会としての利用が可能である。

また、同時に開館した「ねごろ歴史資料館」は、昭和51年から発掘調査が行われてきた埋蔵文化財「根来寺坊院跡」の出土品を展示しており、史跡根来寺境内とともに歩んできた周辺地域の歴史が学べる魅力的な施設となっている。「ねごろ歴史資料館」は展示棟だけではなく、物販スペースを整備し、日本酒やあらねど地元の特産品を紹介・販売している。

移築を機に周辺を  
「歴史の丘」として整備

購買販売利用組合連合会（現J A和歌山）に売却され、和歌山市美園町で事務所として用いられた。その後、事務所の建て替えにより、同37年に隣の岩出市にある根来寺の境内に移築され、根来寺の山号「一乗山」にちなんで一乗閣と名付けられた。一乗閣は、大客殿として使われたほか、集会や合宿にも活用され、地元の人々に親しまれてきたが、近年は老朽化が指摘されていた。

復原と移築

国内最古の木造和風議事堂  
和歌山県は6月1日、復原整備され4月に開館した「旧和歌山県議会議事堂」で、和歌山県議会本会議を開会した。この議事堂での本会議の開会には約80年ぶりである。明治31年（1898年）に建築された県有形文化財であるこの建物は現存する国内最古の木造和風意匠の議事堂で、建造物としての価値が高い。  
建築当時は、和歌山市内に立地し、議場としての使用だけでなく、講演会や選挙にも活用された。明治44年には夏目漱石が講演を行うなど、明治から昭和にかけて約40年、県政の発展を見守り続けてきた。昭和13年（1938年）に議場を備えた現県庁舎が新築されるとその役目を終え、同16年に保証責任和歌山県信用

設予定地の一部に羽柴秀吉による天正13年（1585年）年の根来攻めに関連すると思われる焼土層や、中世の僧坊に関わる地割と遺構・遺物が良好に保存されていることが確認された。このため、それらの発掘調査を経て、ようやく平成25年より「旧和歌山県議会議事堂」の解体・移築工事が開始された。  
「旧和歌山県議会議事堂」は度重なる移設を経て、議場の向きが建築当時とは逆転しており、本館1階の間取りや、柱の位置も大きく変えられ、控室は柱3本、土台1本、瓦のほかはすべて失われるという大きな変更が加えられていた。そのため、売却価格調書などの資料を参考に、当時の間取りを推定する必要があった。なお、古い柱や瓦を修復しながらもできるだけ利用することで、文

「旧和歌山県議会議事堂」が立地している岩出市は、和歌山県の最北端に位置しており、大阪市内より車で1時間程度とアクセスに恵まれ、大阪府や和歌山市のベッドタウンとしての性格を持つ街である。観光資源としては、日本さくらの会が選定する「日本さくら名所100選」にも選ばれる桜の名所として知られ

ているとともに、秋には周辺の日々の紅葉に囲まれる紅葉の名所でもある「根来寺」を擁し、中世より根来寺を中心として栄えた歴史と文化の薫る街でもある。

岩出市は、これらの環境を生かし、前述の「旧和歌山県議会議事堂」と、隣接する「ねごろ歴史資料館」、根来SL公園、岩出市立岩出図書館を

合わせて、「ねごろ歴史の丘」と位置づけ整備を行った。そして、観光交流の場として整備活用すると同時に、各施設を結ぶ道路、遊歩道等の整備や観光交流のための広域的な観光情報発信、プロモーション活動を進めるとしている。6月19日には「ねごろ歴史の丘」観光推進協議会を設立、官民一体となって同地域の盛り

上げを企画している。

#### 《お問い合わせ》

和歌山県庁観光振興課

Tel.. 073-441-2775

岩出市役所産業振興課

Tel.. 0736-63-5840



旧和歌山県議会議事堂外観



建築当時利用されていた議事録等



議場

# 宝くじは、みなさまの 豊かな暮らしに役立っています。



点字本レシピ集



冊子  
「フラッグフットボール作戦ブック」



ベンチ



さくらの若木植栽



一輪車



パブリックアート



冊子  
「おやこの食育教室  
(三角巾付)」



胸部X線検診車



宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、  
少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、  
さまざまなかたちで、みなさまの暮らしに役立っています。