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

2017
12
ISSN 1340-8917



官民で取り組む地方創生

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

地域づくり　2017-12

CONTENTS

1　巻頭エッセー／官民連携、本来の力で未来を拓く　高島宗一郎（福岡市長）

特集　官民で取り組む地方創生

2　基調論文　企業が拓く地方創生の可能性　岡本義行（法政大学大学院教授）
6　北海道ニセコ町・倶知安町　地元自治体と共同でニセコを通年型リゾート地に　ロス・フィンドレー
8　静岡県富士宮市　身近なコンビニを子育てにやさしい施設に　臼井　史
10　鳥取県大山町　町営ケーブルテレビで地域を動かす　貝本正紀
12　徳島県神山町　日本の田舎をステキに変えるサテライトオフィス　竹内和啓
14　鹿児島県肝付町　ＡＮＡと連携して「宇宙に一番近い町」を発信　木佐貫英哉
16　副基調論文　地域経済の好循環と地方圏への人・仕事の流れの創出　梶原　清（総務省地域力創造グループ地域自立応援課課長補佐）

【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】

●岩手県釜石市　ホームステイ型民泊で持続可能な観光　久保竜太
●宮城県丸森町　官民連携でドローンに優しい町に！　横山　達
●千葉県　地域で地域を応援する仕組み「地域クラウド交流会」　永岡恵美子
●長野県塩尻市　官民協働で施策を自治体トップに直接提言　山田　崇
●島根県津和野町　高齢者支援の実証実験で官民一体の取り組み　内藤雅義
●宮崎県都城市　地元酒造会社と連携してＰＲ戦略を展開　野見山修一

レギュラーリポート

20　“がんばる地域”応援事業　北海道厚真町
森でつながる「あつマルシェ」推進プロジェクト　上道和恵

22　地方創生実践塾　島根県雲南市
若者チャレンジによる持続可能なまちづくり　小俣健三郎

24　自主研究　千葉県鴨川市
定住支援を行う団体と企業とのマッチング可能性

26　平成29年度土日集中セミナー
住民が主役となるビジネス

27　広報室だより
全国地域リーダー養成塾　塾生募集中！

28　書籍紹介

29　首長の思い
自治体の「経営」について　坂本義次（東京都檜原村長）

30　地域づくりは人づくり
NAS 多くの生き様に触れ 生き様を考える場所　酒井直人

表3　センター通信

グラビア
32　手前みそですが…　【福島県喜多方市】

表紙　クリスマスツリーの木

（北海道美瑛町）

美瑛町は、北海道内第2の都市「旭川市」とドラマ「北の国から」などで知られる「富良野市」とのほぼ中間に位置しています。面積はその70％を山林、15％を農地が占めています。大雪山十勝岳連峰の裾野に広がる丘陵地帯で営まれている農業の景観と、なだらかな曲線が作り出す耕作地の風景が美しい農村景観を作り出し、「丘のまちびえい」の観光資源となっています。そこには、農家の生活の営みがあり、厳しい自然との戦いと、年月をかけて作られてきた歴史が息づいています。近年は、滞在型や交流型の観光を推進し、観光産業と農業が連携した地域づくりを進めています。

クリスマスツリーの木は、畑の中にポツンとある1本のトウヒの木。木の上部の枝振りが星の形に見えることから「クリスマスツリーの木」と呼ばれています。

その他にも、青い池やCMや商品でおなじみのパッケージや名前の付いた「木」や「丘」もございます。

問い合わせ先＝美瑛町経済文化振興課
（0166・92・4321）
（写真提供＝美瑛町経済文化振興課）



クリスマスツリーの木

ESSAY

巻頭エッセー

官民連携、本来の力で未来を拓く



福岡市長 ● 高島宗一郎

福岡市は古来、大陸との交流の窓口であり、進取の気性に富んだ人々が海外に向けて飛び出し、人や物が交流することで発展を続けてきました。そして今また、福岡市は気概のある人材が集い、新しい時代を切り拓く都市としてチャレンジを続けています。

就任後、第三次産業が9割という特徴的な産業構造を踏まえ成長戦略を定めました。短期的には「交流人口の増」、中期的には「知識創造型産業の集積」、長期的には「支店経済からの脱却」を目指すこととしました。

無料ＷｉＦｉを整備し、オープントップバスを導入しました。国際スポーツ大会の誘致にも取り組み、フィギュアスケート「グランプリファイナル」やアジア初開催となったヨットの「アメリカズカップ」には多くの観客が訪れました。福岡名物の屋台では、廃止の方向を転換し、初の公募によって個性豊かな新規屋台が登場し、人気を博しています。

入込観光客数や外国人入国者数、国際会議の開催件数は過去最高を更新し続け、クルーズ船の寄港回数は2年連続で日本一と、様々な成果が表れています。

２０１９年には「ラグビーワールドカップ」に加え、東京以外では初となる「フィギュアスケート国別対抗戦」の開催も決まり、２０２０年東京オリンピック・パラリンピックではスウェーデン・ノルウェーチームのキャンプも行われます。２０２１年には世界水泳の開催が控えており、大会の成功に向けオール福岡で取り組み、福岡市を世界に向けて発信していきます。

人口減少が進む日本にあって、福岡市は２０３５年ごろまで人口が増加を続けると予測されています。今こそ、都市のさらなる成長に道筋をつけ、市民の生活の質を高める持続可能な仕組みを構築する機会だと考えています。

これからのまちづくりで最も重要なことは、行政が税金を投入するだけではなく、規制緩和等の支援策で環境を整え、民間が持てる力を最大限に発揮する「官民連携」を進めていくことだと考えています。

福岡市のオフィス空室率は１％台と極めて低く、空き室がないことから世界的な企業の進出を逃すという事態も起きています。そこで、今後10年間で30棟のビルの建替えを誘導する「天神ビッグバン」をスタートさせました。

国家戦略特区によって、長年、大きな課題であった航空法による都心部ビルの高さ制限緩和が実現しました。さらに、期限を区切って容積率を緩和するなど市独自のインセンティブ策を加えることで、民間の皆さんの投資意欲を喚起しています。すでに、いくつかの開発プロジェクトが動き出し、これから、福岡の都心部は大きく姿を変えていくことになります。

少子高齢・人口減少が進む日本において、明るい未来を拓くためには、官民が連携した新しいテクノロジーの開発やビジネスの創出と、それらを実際に社会で機能する状態にすることが必要です。そこで福岡市では、スタートアップ支援に特に力を入れています。

国家戦略特区によって、スタートアップにかかるビザの取得要件や法人税減税などの規制緩和が実現しました。４月には、「スタートアップカフェ」のほか、ＤＩＹスタジオ、起業家が集まるバーなど、民間のアイディアが詰まった官民連携スタートアップ支援施設「Ｆｕｋｕｏｋａ Ｇｒｏｗｔｈ Ｎｅｘｔ」がオープンしました。さらに、民間がＡＩやＩｏＴなど新しいテクノロジーを使ったビジネス創出に向けた実証実験をする際の資金面や地元調整、さらには規制緩和等の支援も行っています。

福岡市は、新しい価値が次々に生まれるまちを目指して、官民連携でチャレンジしてまいります。

特集

官民で取り組む地方創生

企業が拓く地方創生の可能性

―地域が求めるのは経済活動、企業活動による発展―



法政大学大学院教授 ● 岡本 義行

はじめに

日本経済がゼロ成長を続けていることは周知であり、ゼロ金利という異常な政策や他の国では経験したことのない財政への依存は続いている。世界的に見れば、日本の1人当たりGDPはすでにベストテンから消えて久しい。出生率の低下や長時間労働を含めて、日本の当面する問題は企業や産業の競争力に関わっている。

地域活性化の問題も同様である。3年前「地方創生」というキャッチフレーズが第二次安倍内閣で華々しくデビューした。それまでも地方の「地域振興」は「地域活性化」や「地域再生」と名称を変えながら政策が次々に展開されてきた。どのような言葉を使おうと、これは地域の発展であり経済成長である。「地方創生」と言い換えても内実が変わるわけではない。「地方創生」の内実は地域における経済的発展である。地方創生は政策投資では解決できない。経済活動、企業活動でしか地域の発展は解決できない。経済活動に向けた手順はもちろん必要である。地域の発展、すなわち仕事や所得を生み出す力は地方創生に求められるものであるが、地域産業の生産性上昇や経済的あるいは社会的なイノベーションが基盤である。

地域の戦略

ところで、人口減少が現実のものとなり、それを食い止めるまでいかないにしても対応しなければならないとして、政府は「人口ビジョン」と「地方版総合戦略」を各自治体に作成させた。人口減少を食い止めるためには地方の雇用や所得を増加させる必要がある。これはわれわれのアンケートからも明白である。それは地方の経済的発展であ

筆者プロフィール

岡本 義行氏
（おかもと・よしゆき）

1947年東京都生まれ。1976年法政大学社会学部助手、1978年京都大学大学院経済研究科博士課程単位取得。博士(経済学)。1984-1986年エイナウディ財団（イタリア・トリノ）研究員、1987年法政大学社会学部教授を経て、2008年法政大学大学院政策創造研究科教授。2004年法政大学地域研究センター副所長（現在所長）。専門は　企業論、産業論、地域経済学。

主な著書は「イタリアの中小企業戦略」「産業集積の転換可能性：なぜ産業集積は進化するのか」「イノベーションマネジメント研究」など。

り、GDPの上昇である。政策的な投資では持続的な成長はできない。民間のビジネスによってのみ可能である。

その戦略をどのように描くのか。これこそ真剣に各地域が議論し考えなくてはならない課題である。今回は各地域にとっては非常に良い機会であったが、しかし、自治体の「総合戦略」はHPで見られるように、多くは地域特性のない総花的な「戦術」レベルのものである。

地方の主要な産業は農林水産業である。地方に先端産業を育成するには時間がかかるが、競争力のある農林水産業の育成は可能である。後に述べるように、先進諸国は何らかの競争的な地域産業を育成している。

地方創生には、起業やビジネス環境の改善のような長期的構造改革が必要であり、それを実現するのが、「地域活性化のメカニズム」を活用した「戦略」である。ともかく時間がかかっても、競争力のある産業を育成しなくてはならない。土産物やB級グルメだけでは地方創生は難しいだろう。あえて言えば、企業活動もグローバルな競争力が今や求められている。

以下では、たまたま縁あって依頼された「地方版総合戦略」の作成過程で実施したアンケートとヒアリングの調査結果を参考にしながら、「企業が拓く地方創生の可能性」を考えてみたい。

「地方版総合戦略」作成の調査から

この調査結果を全て紹介することはできないので、論点に関わる結果をいくつか紹介しよう。

調査した地域は、中山間地を含む中国山地に位置する人口約1万4千人の自治体である。全国的に見ても平均的な地域である。主要な産業は農業、林業であるが、川を活用した養殖事業も検討されている。小規模であるが老舗の温泉街もある。当地の自然を基盤とした観光資源には可能性がある。

アンケート調査の結果で目を引くのは、いくつかの形を変えた質問に対して、低所得や低収入が問題であると回答する住民が多く、約50％が年収300万円未満であることだ。いうまでもなく農業所得が低いことも原因である。兼業農家では農業収入が100万円未満の人が95％を超えている。それは生活に様々な影響を与える。少子化の原因にもなっている。子供を3人持つのが理想と回答する人は50％を超えるが、所得の低さや不安定さにより、また養育費で子供を諦めている人も少なからずいるようである。

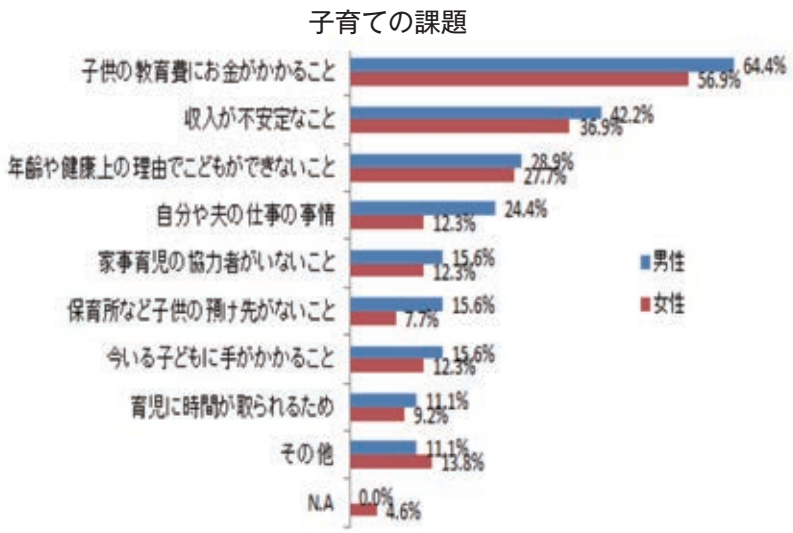
ところで、今日米作は日本中の地域が競争相手であるといっても過言ではなく、差別化して競争優位を獲得することは難しい。しかし、農協をはじめ農業関係者、農家の多くは米作に拘っている。

表　兼業農家の収入

問11.「兼業農家」の方にお尋ねします。農業の収入はどれくらいですか。（○はひとつ）

項目	回答数	%
1. **収入なし（自家消費）**	83	66.4%
2. 100**万円未満**	38	30.4%
3. 100**万円～300万円未満**	3	2.4%
4. 300**万円～500万円未満**	1	0.8%
5. 500**万円以上**	0	0.0%
N.A	0	0.0%
N	125	100.0%

図　実際の子供の数と希望する子供の数に差がある理由



その生産性を向上させることは不可欠である。地域によっては集団営農化し大規模化によって効率を上げているところもある。さらにＩＴやＡＩなどによる無人化に取り組もうとしている地域もある。こうした取り組みは地域ぐるみで推進するか、大企業に任せるしかない。しかし、農家の考え方ばかりでなく、農業の仕組みそのものが伝統的稲作と強く結びついているのでやっかいだ。

プロの農家とビジネス手法が地方創生を実現する鍵である

注目したのはトマト栽培である。幸いここには40年前にオランダから輸入されたハウス栽培がある。トマトは水耕栽培であり、ハウスには炭酸ガスが注入されている。独自の市場も開拓している。

こうした栽培方法は千葉大などで研究されており、その技術がここにも若干ではあるが移転されているようである。しかし、オランダの収量は日本のおよそ2倍といわれている。オランダは国土が小さいにも関わらず、世界第2位の農産物輸出大国であり、日本にもトマトを輸出している。ワーヘニンゲンを中心に大学や研究機関も農業の技術や品種改良を支援する。日本の食品関連の大企業も研究所をここにおいている。徹底した農業の知識産業化を目指している。

ところで、オランダでトマト耕作を実際に視察していくつかの点で驚いた。一つは、日本の種子のトップメーカーと協力関係にあるなど、国や地域の市場ごとに対応するマーケティング力を持っているということだ。

また、設備や農薬使用でも日本とは異なる。例えば、トマトの収量を上げるためには背を高くしなくてはならないので、11～12段まで実を付けさせる。そのためにはハウスの高さを高くしなければならないし、手入れや収穫のために台車のような設備も必要になる。日本の農産物は農薬使用もありＥＵなどへの輸出は緑茶のように難しい。ＥＵの方が厳しいのだ。当然、オランダのトマト栽培でも病気や害虫の問題に直面する。害虫に対しては鳥をハウス内に飛ばしている。

さらに、必要な炭酸ガスは水道やガスのように道路の下に埋設されて地域で利用する設備があった。光の量や温度など１００項目に近いパラメーターに関するノウハウが蓄積されてきているという。協力できるところは民間で協力する。マーケティングまでの広い範囲で大学や研究機関がビジネスとして支援する。こうした農業の体制は近年構築されたわけではない。19世紀末からの戦略であるという。

日本の国土の70％は山地であり、その多くは森林で覆われている。山間地における経済基盤はかつて林業や木材業であった。今日、木材の80％が輸入され、森林の活用が叫ばれているが、森林の手入れさえされていないのが実情である。岡山県の西粟倉村や真庭市、北海道の下川町のように、ビジネス化は進められているが、サステイナブルな本格的産業といえるのだろうか。

ドイツでは、林業は雇用の観点からすると最大の産業といわれている（川下の製紙業も含まれるといわれているが）。いずれにせよ、「森の民」と呼ばれたドイツ、スイスあるいはフィンランドなど北欧では、林業は地域にとって重要な産業なのである。「フォレスター」という専門家が林業の主役である。作業道、林道、索道などによる輸送経路や輸送手段の選択から販売までを担っている。

フォレスターはドイツ圏特有の資格制度である。ドイツやスイスでは土地を入手して農業に従事するためには教育を受ける必要がある。自宅の周辺の「クラインガルテン」は問題ないが、農業に従事するために生産手段として土地を入手するには、トラクターの運転だけではなく経理やマーケティングまで学ばねばならない。デンマークの養豚についても同様に基礎的な知識や経験、４～



オランダトマト工場



オランダトマト工場で生産出荷されたトマト

5年ぐらいの教育が求められる。

地域産業の競争力

今回の報告書とは別の論点であるが、畜産や漁業についても地域産業でありながら、グローバルな競争力が不可欠である。デンマークの養豚やノルウェーの漁業もグローバルな競争力を持つことで知られているが、イノベーションが重要な役割を果たす。ノルウェーは中国に次いで世界第二の魚類の輸出国である。日本ばかりでなく、世界中の回転寿司屋で出てくるサーモンのほとんどはノルウェーのフィヨルドで養殖された輸入品である。

養殖の技術は最初日本からも導入されたが、餌をはじめ養殖の技術的な研究によって飛躍的に発展した。さらにマーケティングや流通の進化によって、ノルウェーで養殖されたサーモンが翌日には日本の寿司屋で食べられるようになったという。漁業のサプライチェーンのイノベーションである。ちなみに、日本の漁獲物の自給率は60％程度であり、40％は輸入している。周辺国の漁獲の問題はあるにせよ、生産性が低く燃料代も出ない漁業では継続できないのである。


ノルウェーの海外の集落

ノルウェーの漁業は生産性が高く高付加価値の産業である。日本の漁師の平均年収は２００万円に満たないが、ノルウェーの漁師の年収は１０００万円を超える。漁業の付加価値が高くないと、人材が他産業へ流れてしまい、ノルウェーの漁業は消滅するといわれていた。ノルウェーの長い沿岸部はまさしく過疎地なのである。かつてはバイキングが住んでいたが、高い所得の魅力的な職場が生まれると、移住を始めた。アメリカにも多くのノルウェー人が移民した。住民が少なくなると日本の中山間地と同様に過疎化の悪循環が始まる。したがって、漁業の高付加価値化は重要な国土政策でもあった。

地域の経済基盤として産地や地場産業と呼ばれる地域産業を忘れることはできない。20年前ぐらいまでには５００カ所を越える製造業の地域産業が全国に点在していた。そうした地域産業の中には江戸時代以前から立地していたものもある。伝統的な産業の中には消滅しつつあるものもあるが、そうした中で、地域産業は経済環境に適合して「転換する」あるいは「レジリエンス（回復）の」必要がある。先進国にはそうした転換に成功して今日でもグローバルな競争力を維持している地域もある。そうした転換を可能にし促進する要因は人材とシステムであり地域自体の政策である。研究機関の重要性も指摘できる。先ほどのノルウェーの沿岸部にはノルド大学やトロムソ大学等が設置された。ドイツのルール地方では、重厚長大産業の転換を促進するために大学が設置されてきた。

おわりに

地方創生のためには地域の雇用・所得の増加が不可欠である。それには地域経済の生産性を向上させて地域産業の競争力を向上させることである。地域産業の高付加価値化でもある。そのためには技術、経営ノウハウ、組織、仕組みなどをイノベーションしなくはならない。

すでに述べたノルウェーでは漁師や漁業関係者、さらに国民の高学歴化を進めている。私が数年前に会った漁協の専務理事は社会学博士であった。ノルウェーは企業の従業員に「インダストリアル Ph.D」の取得を推進し支援している。漁業でも養殖からマーケティング・流通までイノベーションを促進するために、科学的な知識や思考を重要視している。

ＥＵ全体で地域づくりのために、異分野の修士をいくつか持つ専門家が立案実施している。そうした専門家の会議が頻繁に行われ、情報共有と政策批判が進められている。

こうした地域発展や地域活性化にはいくつかのキーになるステップがあるが、別の機会に述べたい。ともかく、時間がかかっても確実な地域づくりのステップを歩んで、地域の社会や経済の構造を転換し、地方創生を実現させたいものである。

地元自治体と共同で ニセコを通年型リゾート地に

―町を、住み、働くのに望ましい場所にするためのツーリズム―

北海道ニセコ町
倶知安町



株式会社ＮＡＣ　代表
● ロス・フィンドレー

ニセコ冬市場の崩壊

１９８０年代後半から１９９０年代前半にかけて、日本は誰もがスキーに行く時代だった。そのスキーバブルの最後に私はニセコにやってきた。当時のニセコは何千もの熱心なスキーヤーたちが列をなしてリフトに並び、スキーに費やす日々だった。大した危険を冒さずともエンドレスにパウダースノーを存分に楽しめた。まさにニセコはスキーヤーにとっての天国だった。

全国で次々とスキー場が開発されたが、残念なことにほとんどのスキー場はリゾート地というにはほど遠く、スキー以外の娯楽に乏しいものだった。そして、90年代の不景気の時代に入り、日本のスキー市場は崩れ、スキーリゾートを維持していくことは困難になった。

ニセコ夏市場の拡大

冬市場全体が崩れてきたとき、何か夏シーズンに人を呼び込むことはできないかという声があがった。しかし、スキーリゾートを通年型リゾートにもっていくだけの経験は誰にもなかった。

この時に私は、来た時にすることがあれば、人は来たくなるかもしれない、（シンプルに人々がするなにかを作ろう）と思った。そして私は北海道では最初（日本においてもほぼ最初）のラフティング会社を立ち上げた。瞬く間にニセコは北海道のみならず日本のアウトドアの中心地となり、人々が足を運んでくるところになった。

私は通年型リゾートとして、また住む場所としてのニセコの未来を強く感じ、このエリアのためにブランド、称号、目標を掲げて取り組んだ。そしてニセコは日本やアジアのアウトドアライフスタイルの中心地となった。

これがニセコや倶知安が日本の中で通年型リゾート地として成功した経緯だ。



ＮＡＣが経営するアドベンチャーセンター

ニセコの海外市場の始まり

２００１年にニューヨークでのテロ事件があり世界は震撼した。多くのオーストラリア人は恒例の海外スキートリップを取りやめた。しかし2つの小さなスキー旅行会社がニセコへの旅行を取り扱い、その年の冬にそれぞれ10人ずつのお客様を10回、合計２００人をニセコに送り込むことができた。

２００人のスキーヤー、これが、ニセコがオーストラリアのスキー旅行市場で脚光を浴びるのに必要とした人数だった。

ニセコの雪質はとてもよく、しかも毎日降り積もる。旅行会社はほとんど完璧なコンディションを保証することができた。パウダースノーを渇望しているオーストラリアのスキーヤーは、スキー

リフトを降りてすぐに、膝まで埋まる手つかずのディープパウダースノーを楽しめた。ニセコはスキーヤーにとって天国だった。ニセコはオーストラリアからみて、ただ車で走ってちょっと飛行機に飛び乗れば翌日にはスキーができる場所である。時差ぼけもない。さらには格安だった。日本はお金がかかる場所だと思われており、メロンの値段は月給並みだと認識していたのに、ニセコは世界のどこよりも安かった。



筆者とニセコの雄大な風景



ニセコの冬の体験観光の中心、スキー

ニセコの海外市場の拡大

突然、ニセコヒラフスキーリゾートと倶知安町にオーストラリアのスキーヤーが殺到するようになった。地域住民は、オーストラリア人はたくさんのお金をお店で使ってくれる友好的な旅行集団だと認識するようになった。

もちろん日本のスキーリゾートのインフラ全体はオーストラリアスキー市場に適した宿泊施設に変わらねばならなかった。古いホテルも長く滞在したいと思える施設に変わらねばならない。彼らは家族でリラックスしながら、自分たちがわかる言語でテレビや映画を観たかった。カフェラテを飲みながら友達とリラックスし、おしゃべりをしたかった。彼らは飲む場所が欲しかった。子供たちを一週間スキースクールに預けたかった。

シンプルに需要と供給の経済原理を当てはめると全ての問題は解決した。たくさんの新しい商売やビジネスモデルが現れ、古いものは消滅したり買収されたりした。

ニセコはコンドミニアム、新しいホテル、バー、カフェ、さらにはミシュランの星付きレストラン、そしてお酒を飲むパブもある町へと変貌し、オーストラリア人が普通に外国の行先として感じられる場所になった。

このニセコエリアへの劇的な投資は今もなお続いており、国際的なホテルブランドが軒を連ね、今年は600億円近くの投資が行われている。

地元自治体とニセコ

ニセコと共同事業をすることは地元自治体にとって必須となった。しかし、地域住民に利益を、海外の人にも日本のイメージを与えることができる、継続的で成功を収める通年型リゾートを作るために必要なことをする日本人は残念ながらいなかった。国際スキー旅行市場への参入も、海外から多くの投資を引き付けたことも全てが前例のないことだった。

通年型スキーリゾートを企画する能力を備えた自治体を見つけることは大変なことだろう。一方で自治体は必要とされるインフラ開発の決定や、様々な計画に付随する社会的なニーズや教育的なニーズに応えて最終決定をしなくてはならない。

1つの解決策は自治体が街づくりの教育を受けた者を雇うことだ。そこで、私は次のようなルールを考えた。

① 町は町のライフスタイルを改善するためのツーリズムをしなくてはならない。ツーリストが楽しいだけであればだれもリゾート地に住むことはない。ツーリズムは地域住民を、カフェ、レストランなどと連携してサポートする。

② 町はツーリズムを地域経済に拡充すべきだ。ツーリズムで得たお金は可能な限り町のビジネスに広がっていかなくてはならない。よそから来たオーナーが地域住民を最低賃金で使う一方で、全てのお金を彼のポケットにしまったならツーリズムはなしえない。同様に全てのお金が一カ所にのみつぎ込まれてもツーリズムは成立しない。

③ 自分の町を、住み、働くのに望ましい場所にするためにツーリズムを使う。そのためには自分たちをブランディングし、売り込み、新しい住民を引きよせなくてはならない。

④ 国際的な行く先としてのニセコは素晴らしい。しかしあまりにも国際的すぎる。町とデベロッパーは日本の最も大きな魅力の一つは日本であることを忘れてはならない。

今後とも、これらのルールに沿ってニセコでの地域づくりを進めていきたい。

官民で取り組む地方創生

静岡県富士宮市

身近なコンビニを子育てにやさしい施設に

―市と地元NPO団体、コンビニが連携「ふじのみやベビーステーション」―



富士宮市市民交流課女性が輝くまちづくり推進室 ● 臼井 史

ベビ＊ステ誕生秘話

「ベビーカーのまま入ると迷惑かな」「オムツを売っているかな」。子ども連れでのコンビニで、こんなことを思ったことはありませんか？この気持ちを受けとめてくれるのが、「ふじのみやベビーステーション（ベビ＊ステ）」です。

きっかけは、「企業&NPO協働アイデアコンテスト（主催：NPO法人パートナーシップサポートセンター）の募集をみたこと」と話すのは、NPO法人母力向上委員会（以下、母力向上委員会）の中村鈴鹿さん。中村さんは3児の母で、当時は3人目が生まれたばかりでした。「子ども3人を連れて出かけるのが億劫でした。その理由の1つが荷物の多さであることに気が付いたのです」。そこで、身近なコンビニでオムツやミルクのお湯が補充出来たらどんなに楽だろうと考えました。

早速、母力向上委員会で話してみると「いいね」の声。と同時に「モノだけでは足りないんじゃない？」という指摘が。「周りに迷惑をかけるかも」「目を離した隙に危険なことをするかも」という心配も外出をためらう要因であることに気づきます。

重い荷物と赤ちゃんを抱えて会計にもたつくお母さんに、ふいに走り出した子どもに、コンビニの店員さんが声をかけてくれたら、そっと見守り手を差し伸べてくれたら、安心して子育てができるまちになるのではないか。こうした話し合いの末に前述のコンテストに応募し、「ママたちの声から生み出す！コンビニ発の子育て支援事業」は、見事最優秀賞を受賞しました。

コンビニとの連携の壁

最優秀賞を受賞し、アイデアは評価されたものの、コンテスト関係者からコンビニとの連携は難しいのではないかと言われ、コンビニ関係者からも「乳幼児向けの製品は一時的な需要しかなく、顧客として意識しづらい」という話をききました。しかし、中村さんは、生活に身近で、24時間いつでも利用できるコンビニだからこそ、この事業に意味があると思っていました。

同時期、富士宮市は地方創生の推進に取り組む中で、母力向上委員会の受賞を知りました。当時の市の企画担当係長は「当事者目線のアイデアは共感でき、実現すれば富士宮ならではの取り組みになると確信した」と振り返ります。一方で、「行政が参加してくれることで、コンビニが話し合いのテーブルについてくれたと思う」と話す中村さん。まずは市内のコンビニ全店に対し、子育て関連の商品調査や店員への聞き取りから始まり、さらに市職員と共に店舗やエリア本部に直接出向き、事業内容の説明や協力を依頼するなど、市と母力向上委員会の連携プレーにより、コンビニ各社と多くの対話を重ねました。その結果、市とコンビニ本部が「ふじのみやベビーステーション事業協力に関する協定書」を締結し、富士宮市は母力向上委員会とともに「協働事業」として、取り組みを進めていくこととなりました。

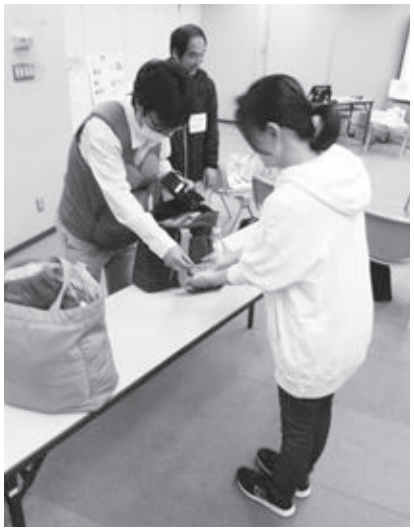


ベビ＊ステ目印ののぼり：ベビ＊ステ登録店舗にお配りするのぼり。店舗出入り口で富士山に負けない存在感です

生きた事業にしたい

ベビ＊ステ登録には、①紙オムツの販売 ②粉ミルク用のお湯の提供 ③講習会への参加―の3つを条件としました。その1つである講習会は、コンビニオーナーや店員を対象に、妊婦体験ジャケットを着用しての買い物体験（当事者目線）、店内での応対の実演（店員目線）を通して、子育てへの共感や事業への理解を促すものです。母力向上委員会の塩川祐子代表は、「講習会での体験によって、一方通行ではなく、お互いの理解を深めていきたい」と話します。コンビニ側の参加者は、「すでにポットのお湯は、カップラーメン以外に使ってもらってかまいませんでしたが、それ以外の利用は見たことがありませんでした」と、表示や声かけの大切さを感じていました。

現在、半年に1回「ラウンド（認定店舗の訪問）」を行っています。ラウンドでは、ミルクのお湯などの利用状況や子育て支援に工夫していることや、子どもの対応で困ったことなども聞き、利用者側の意識向上にも取り組んでいます。また、コンビニ本部との意見交換会を開催し、常にこの事業を意識して協力してもらえるよう密な関係を構築しています。



講習会の様子：コンビニ各社店からの参加者に、子育て体験をしてもらいます

力を合わせて

事業推進の基盤とも言えるのが、毎月行われる定例会。母力向上委員会メンバーと、市の担当部署のほか、関係する職員が部課をまたいで参加し、毎回今後の展開について熱い意見が飛び交います。



熱い定例会：毎月、事業推進のため熱い意見交換が行われます。時に、お母さんが赤ちゃんや子どもを連れてきて、にぎやかになることも!?

また、市内に工場をもち、ノンカフェイン飲料なども手がけるアサヒ飲料（株）から、コンセプトに共感をいただき、平成29年6月に企業版ふるさと納税による寄附をいただきました。大手企業からの理解と協力は、市と母力向上委員会双方にとって、とても大きな励みになりました。現在も、民間企業の目線から、良いアドバイスをいただいています。

お母さんの活躍の場に

現在、市内コンビニの半数以上にあたる34店舗がベビ＊ステに登録され、少しずつ認知度が高まってきました。初めは、お母さんの不安な気持ちの受け皿となる事業として提案されましたが、この事業はともに取り組む母力向上委員会メンバー（お母さんたち）の活躍の場としての役割も担っています。私たちは、このベビ＊ステの輪が広がると同時に、子育てに前向きな気持ちを持って伸び伸びと活躍できる女性の輪を広げたいと考えています。

また、子育て世代にやさしいまちは、そこに暮らす全ての人にやさしいまちでもあります。事業に関わるすべての人、すべての市民、訪れるすべての人にとって誰もが幸せを感じられる事業になるよう、常により良いものを求め、バージョンアップを繰り返しながら官民協働で共に創りあげていきたいと思います。

皆さん、富士宮市にお寄りの際は、ぜひベビ＊ステのコンビニへお立ち寄りください。

町営ケーブルテレビで地域を動かす

―企画から制作、演出まで全て住民が行う番組づくり―

鳥取県大山町



映像制作会社アマゾンラテルナ鳥取大山オフィス
代表・総合プロデューサー
● 貝本　正紀

◆◆◆日本一人口の少ない鳥取県にサテライトオフィス

中国地方最高峰「大山」の麓に広がる鳥取県大山町。人口減少、高齢化、後継者不足、観光業の低迷など多くの課題を抱えています。２００７年に約30億円を使って整備した町営ケーブルテレビもその一つ。行政の管轄で、役場職員が中心になって行政情報や町議会中継などを放送していましたが、番組のクオリティーは低く、視聴者は一部の人に限られていました。さらにＳＮＳやネット環境の向上により、広報機能としての存在価値も年々低下し、各所から事業の見直しや放送内容の改善を求める声が相次ぐようになりました。

民間への業務委託に活路を見出そうと大山町が誘致したのが、弊社アマゾンラテルナでした。東京に本社を置く映像制作会社で、ＮＨＫや民放のテレビ番組の制作を手がけています。私が地方創生関連の取材で大山町を訪れた際に、役場職員からケーブルテレビについて相談を受けたことがきっかけでした。元々、ローカルメディアに可能性を感じていたことから話し合いを重ねるようになり、結果、大山町に移住し、立て直しに協力することになったのです。

２０１５年、町営ケーブルテレビ「大山チャンネル」の制作業務を全面受託し、町内の閉鎖した保育所にサテライトオフィスを設立。他に2人のスタッフが大山町に移住し、地元採用のスタッフと4人で、まちのテレビを変える日々がスタートしました。

◆◆◆視聴者から共創者へ

大山町では、7割の世帯がケーブルテレビに加入しています。まず、私たちが行ったのは、住民へのヒアリング。悪名は無名に勝るとも言いますが、番組を見たことがない人が大半で、存在すら知らない住民も多くいました。そもそもテレビ自体を見ないという若者も少なくありませんでした。

私たちが考えたのが一人でも多くの住民を番組づくりに巻き込むこと。どんなにテレビを見ない人でも、自分の子供が出演したり、友人が関わっていれば、録画してでも見たくなります。地域のイベントでも知り合いが関わっていれば行ってみようとなります。あの心理です。住民とテレビの間に接点を量産し、視聴者が見たくなる「動機」を増やしていこうと考えたのです。

◆◆◆日本一の超住民参加型テレビを目指して

新コンセプトは「住民の住民による住民のため



子どもリポーター



住民ナレーターは小学生から高齢者まで交代で担当

の住民参加型テレビ」。出演者、リポーター、ナレーター、デザインまで、すべて住民たちが行う自給率100％の番組づくりを進めています。

司会を務めるのは、若手農家と食堂の女性店員。地域の情報を伝えるリポーターは、小学生からガソリンスタンドの店員まで総勢10人。ナレーターは、保育園の先生や70代のおばあちゃんなど20人が担当しています。

住民が地域の魅力や課題を語り合う「住民トークバラエティ・だいせん100％TV」では、日曜大工が趣味の若者が制作したスタジオセットに、漁師、旅館の若旦那、主婦、住職、中学生など毎回異なる住民が登場。超ローカルなトークを繰り広げています。

番組制作の裏側にも多くの住民が関わっています。東京時代は、プロの業者にお願いしていた空撮は、ドローンが趣味の農家のおじさん。CG制作も、それを趣味とする住民に依頼し、撮影や編集を除く、あらゆるテレビの仕事を地域の人たちと行っています。



住民トークバラエティ「激論！どうする大山町」


住民参加の番組企画会議

この3年で番組に出演してくれた住民は約700人。地域には、おしゃべりが好き、絵を描くのが上手、声がきれいなど、自分の「得意」や「好き」を生かして、地域に貢献したい人がたくさんいます。そういう人に声を掛け、番組づくりに参加してもらうことで、「活躍の場づくり」にもつながっています。

◆◆◆ 見たい番組をみんなでつくる

番組の企画内容も、住民と企画会議を開いて決めています。会議の時間にやってくれば誰でも参加できる仕組みで、中学生、高校生、スーパー店員、主婦、議員、経営者など、職種も世代も様々な人が集まり企画を考えていきます。ルールは「自分が見たいと思える番組である」「自分がワクワクする企画である」です。この条件を満たしていれば、ほぼ採用します。住民が企画した番組の一つに「住民対抗！大山町クイズ王選手権」があります。野球場に住民を集めて、大山町の歴史文化・雑学について誰が一番詳しいかを決めるというもの。「大山町に暮らしていても、知らないことがいっぱいあるよね」「だからと言ってお堅い番組は見たくない…」という参加者のつぶやきから生まれました。

他にも、町長と住民が町の課題について議論する討論番組、出稼ぎに来ている外国人労働者の素顔に迫る密着番組など、30本以上の企画が住民のアイデアから実現しました。

企画から制作まで住民参加で作り上げる「おらがまちのテレビ」。行政が行ったアンケート（1000人対象）では、「番組の内容に大変満足している」と答えた人が60％に達しました。

また、多様な住民が集まり一つの番組を作り上げていく過程は、世代や職種を越えた交流の場にもなっており、新たなつながりも生まれています。

◆◆◆ 住民参加から住民主導へ

2017年には、日本財団の支援を受け「大山テレビ部」を発足。住民が映像ノウハウを学んで大山町の魅力を全国に発信していくプロジェクトです。小学生、中高生など、若い世代を中心に40人の住民が在籍。脚本、撮影、編集など、プロの技術を勉強しながら、まちのプロモーション動画や、ご当地「ヒーロードラマ」を制作しています。大山町には高校がありません。中学を卒業すると都市部の高校に進学するため、地域との接点が減り都会志向を強くする一因となっています。大山テレビ部は、そんな中高生が映像づくりを通して、まちの人と触れ合い、ふるさとへの愛着を高めていく、そんな場にしたいと考えています。そして、将来は大山町のケーブルテレビを担う人材として、番組をさらに面白くしてくれたらと願っています。

日本の田舎をステキに変える サテライトオフィス

―古民家改修から生まれた「ワークインレジデンス」―

徳島県神山町



NPO法人グリーンバレー　事務局長　●竹内　和啓

◆◆◆始まりは一件の古民家改修から

「サテライトオフィスの集積は意図してできたんじゃない。神山に集まる人の思いやアイデアが結果的につながって生まれたヒトノミクスなんです」。当法人の大南信也理事長は常々そう言います。それでも、「思い返せば、あの古民家改修工事によって、今の流れが始まったんよなあ」というのが、地域活性化センターの助成金を活用した古民家改修プロジェクト第1号案件「ブルーベアオフィス」です。

私たちNPO法人グリーンバレーは、法人登記は2004年ですが、活動自体は四半世紀を超える歴史があります。その中でも、海外からアーティストを招聘して町に滞在しながら創作活動に取り組んで頂く、アーティストインレジデンスの事業を20年近く続けています。町に訪問するアーティストの滞在満足度を上げることに注力した結果、やがてリピート訪問が起こり、口コミを生み、実際に移り住む人まで現れる取り組みとなりました。そんな実績を町から認められ、移住交流支援の窓口業務を町より委託頂いたのが、2007年のことでした。

◆◆◆ワークインレジデンスへ

アーティストの移住を受け入れているうちに見えてきたことがありました。アーティストというのは職業であり、神山に住んで仕事をすることだとすれば、これを一般的な仕事にもあてはめることができるのではないか。田舎から都会に仕事をしにいくのではなく、神山に仕事をしにくるという逆転の発想です。しかも、移住の窓口は自分たちで請け負っているので、申し込みの中から神山に必要な業種や起業家を、空き物件と照らし合わせながら、こちらで選別することができます。この、移住者と空き家をマッチングさせる新しい取り組みが、「ワークインレジデンス」です。このまま放置すれば街から商店が消えてしまうとの危機感からくるものでもありました。これが思いの外うまく機能し、実績が一つ二つと積み上がり、再生の兆しのようなものが現れてきました。

そこから次の一手として新たに手掛けたのが、古民家改修プロジェクト、名付けて「空家町屋」。移住者を受け入れる空き家が出てくるのを待つの



古民家改修プロジェクト第１号「ブルーベアオフィス」

でなくて、ぼろぼろになった空き家に、グリーンバレーとして投資し、新しい場所を作る。アトリエ、工房兼住居みたいなものを作り、循環的に人々が訪れ、賑わいをもたらすような場所をつくろうというのが、この第1号案件のコンセプトでした。Ｗｅｂサイト「イン神山」の映像撮影や編集などを担当し、神山に興味を持っていた東京在住のトム・ヴィンセント氏の企画提案です。

この物件は、彼自身が年に何度か訪れる際の拠点となるだけでなく、それ以外の期間は都市部や海外からのクリエイターに、この場所を貸し出します。借りる企業や個人が利用料を支払うだけでなく、それぞれのクリエイティビティを活かした地域貢献や交流を図ってもらうことで、新たな仕事を創出するなどの地域活性化につなげていきます。例えば、造形に関わるクリエイターであれば、アート作品を展示したり、教室を開いたりします。都市と自然豊かな神山町という対照的なふたつの地域を行き来するオフィスワークのあり方は、当時としては非常に先進的なものであり、これがやがてサテライトオフィスという形で町内に次々と花開いていくことになりました。

◆◆◆ ヒトノミクスがムーブメントをもたらす

そして、ここからヒトノミクスが始まります。このプロジェクトで空き家の改修をお願いしたのは、徳島出身の若手建築家の坂東幸輔さん。ニューヨークで建築家としてのキャリアをスタートさせていた坂東さんが２０１０年に母校である東京芸大の建築家の助手として帰国する折、縁あってお願いすることになりました。その後、さらに坂東さんの友人で同じく建築家の須磨一清さんも合流、２人の建築家と共にこのプロジェクトは進められました。

さらにヒトノミクスは続きます。須磨さんと大学同期というご縁で、神山に遊びに来たところ、その場所に魅せられ、すぐさまサテライトオフィスを置くことを決断されたのが、Ｓａｎｓａｎ株式会社の寺田親弘社長。名刺管理アプリサービスを提供するＩＴベンチャー企業です。

寺田さんは商社員時代、シリコンバレーでの駐在を経験しています。シリコンバレーといえば、サンフランシスコのダウンタウンからは車で1時間ほどの郊外にある一見のどかな田舎町。それでありながら、アップルやグーグルなど、ＩＣＴ関連の最新先端企業が本拠地にしているだけでなく、毎年巨額の投資マネーが流れ込む、不思議なエリアでもあります。そこに集まる人々は、おおらかで、柔軟で、チャレンジ精神にあふれ、常に何か新しいことが起こることを予感させる、ワクワクを感じられる場所。同じような空気感を神山に感じ取った寺田さんは、自社の社員にも、そのような環境で仕事をさせたいと、サテライトオフィス開設を即決されたのでした。県内全域に光ファイバー網が敷かれるという「地の利」も、神山に追い風となりました。

◆◆◆ 神山バレー誕生

そして、そんな一連の流れを、当時取材に来ていたＮＨＫがとらえてくれました。その中の一枚の写真が反響を呼び、町の運命を変えることになります。

これ以降、神山は一躍注目の的なり、サテライトオフィス開設希望者がたくさん訪ねてくるようになりました。企業の進出や移住はやがて周辺サービスも呼び込むことになり、今、町にはいくつか新しいレストランも開業しています。

現在の大きな課題の一つは、慢性的な空き家物件の供給不足です。おかげさまで、進出企業も移住希望者も増え、これまでのアプローチでは供給が追い付かない状態が続いています。町として集合住宅のプロジェクトも始まっておりますが、丁寧に進めておりますので、時間との戦いです。



ＮＨＫニュース９で流れた１枚の写真

ＡＮＡと連携して「宇宙に一番近い町」を発信
―地域資源の「ロケット発射場」を生かした地域おこし―

鹿児島県肝付町
肝付町企画調整課　企画調整第一係長　●　木佐貫英哉



◆◆◆官民連携に至る経緯

地方創生が世間で騒がれ始めた平成26年、行政運営に民間視点を取り入れるべく、地域課題に共に取り組む事業パートナーを探していました。そのような中、株式会社ＡＮＡ総合研究所（以下、ＡＮＡ総研）による地域活性化支援事業の記事を目にし、ＪＡＸＡ内之浦宇宙空間観測所（ロケット発射場）が立地する「宇宙に一番近い町・肝付町」と「国内最大規模の航空会社・全日本空輸株式会社（以下、ＡＮＡ）」の事業連携の可能性を直感し、相談したのが始まりでした。その内容は、地域資源を生かした地域活性化のため、ＡＮＡグループの持つ知識・経験を活かすというものでした。そして、ＡＮＡ総研を事業パートナーとして官民連携補助事業の応募に至りましたが、不採択という結果でした。平成27年度のＡＮＡ総研との事業連携を断念しかけた矢先、ＡＮＡ総研から突然の電話がありました。その内容は「せっかくのご縁、『宇宙』と『空』のつながり、一緒におもしろいことをやりませんか」というものでした。ここから官民連携による取り組みがスタートし、今年で3年目を迎えています。

◆◆◆協働事業の内容

○きもつきファンづくり事業

平成27年度、最初に取り組んだのが、東京都中央区で開催の「太陽のマルシェ」にＡＮＡ総研と肝付町、そしてＪＡＸＡ内之浦宇宙空間観測所の三者で参加したことでした。肝付町の知名度向上・ファン獲得を目的とし、ロケットなどのペーパークラフトワークショップ、パイロット・宇宙飛行士などの制服試着、宇宙関連グッズ・肝付町特産品販売、宇宙・航空クイズを実施しました。また、「きもつきファンクラブ会員証」交付など、宇宙に一番近い町・肝付町のＰＲは大盛況でした。

平成28年度はマルシェ参加に加え、地域活性化センター補助事業としてスペースサマーキャンプを実施し、都内より8組19人のご家族、町民含めた総勢30人に参加いただきました。「五感で感じる体験ツアー」をコンセプトに、ご当地食材によるイプシロンの里弁当、地域住民が教える竹細工（竹とんぼ・竹箸）、冷たい谷川での水遊び、ＪＡＸＡ職員が教える水ロケット製作、伊勢海老・牛肉などの地域食材ＢＢＱ、地域グルメが当たるご当地ビンゴ、ＪＡＸＡ内之浦宇宙空間観測所見学、えっがね（伊勢海老）定食など1泊2日のスケジュールに肝付の魅力を詰め込みました。



東京都中央区で開催の「太陽マルシェ」に肝付町、ＡＮＡ総研、ＪＡＸＡの三者で参加

○人材派遣事業（地域おこし協力隊・専門研究員）

より効果的・スムーズな連携事業の展開を図るため、平成28年度からは地域活性化に向けた連携協定を締結し、ＡＮＡ総研から駐在員（地域おこし協力隊）１人を派遣していただいています。連携事業業務の他、ＡＮＡキャビンアテンダントという職歴を活かし、小中学生を対象としたキャリア教育、各種団体を対象としたマナー（おもてなし）講座も行っています。

平成29年度に実施した初の試みである町内中学生を対象としたアメリカホームステイ事業も、事前研修から現地同行まで協力いただきました。また、専門研究員を招いて地域資源調査を実施し、意見交換等を行いました。



ＡＮＡ総研から派遣されたキャビンアテンダントによるキャリア教育



ＡＮＡ機に町名・町花をラッピングした「肝付町ご当地プレーン」

○情報発信事業

平成28年度からは情報発信事業として、ＡＮＡ総研ホームページ・ＡＮＡ機内誌・空港イベント・ＡＮＡふるさと納税サイトなどで地域情報の発信を行っています。

平成29年度は、連携開始からの念願でありました「肝付町ご当地プレーン」が就航しました。ＡＮＡ機に「町名・町花」をラッピング、座席ポケットに肝付町紹介リーフレットを設置し、日本国中で肝付町をＰＲしています。

◆◆◆ これまでの成果

平成27・28年のきもつきファンづくり事業においては、マルシェでの多数の来場者・体験ツアー参加者の満面の笑みから、肝付町の持つポテンシャルの高さ、今後の可能性を実感しました。官民連携の成果として、地域資源をブラッシュアップした「本物」を提供できたことを挙げることができます。

平成28・29年の人材派遣事業においては、キャリア教育は将来を担う子どもたちの夢の実現に向けた道しるべとなり、マナー講座はホスピタリティを学ぶ機会となりました。また、青少年海外派遣事業の早期実現につながりました。

平成28・29年の情報発信事業においては、ＡＮＡの持つ高い情報発信能力により、地域情報の発信・肝付町の知名度向上に一定の成果をあげたと感じています。それは、ロケット打ち上げ時の多数の見学者来町、着実に増加するふるさと納税額から見て取れるところです。

◆◆◆ これからの課題・展望

現在も「肝付町」は、日本の端っこにある過疎化が進む町であり、人口減少抑制・産業振興などの問題を抱えていることに変わりはありません。

しかし、ＡＮＡ総研との官民連携事業で地域の宝探しは3年目を迎え、地域が刺激を受けたことは間違いありません。今まで、なかなか前に進まなかったことが、動き始めました。和牛日本一の県として活気づく畜産業界、水産業のブランド化、地域特産果樹のＧＩ（地理的表示保護制度）導入に向けた動き、特産品開発など、産業振興は着実に進んでいます。そして、地域資源を活かした地域おこしを目指すＮＰＯ組織が新たに誕生しました。

これも、官民連携した地域の宝探しにより、地域住民が地域資源の価値を認識した結果です。今後、地域づくりのテーマである「人そして地域活力の創出による地域力あふれる町」を目指し、これらの動きを協働・支援していくことが行政の役割であり、そのことが肝付町のブランド化につながると確信しています。

地域経済の好循環と地方圏への人・仕事の流れの創出
―官民連携による地域雇用の創出や遊休資産の活用―

総務省地域自立応援課課長補佐 ● 梶原 清

【施策概要】

・産学金官の連携により、地域の資源と資金を活用して、雇用吸収力の大きい地域密着型企業（事業）の立ち上げを支援
・具体的には、地域金融機関から融資を受けて事業化に取り組む民間事業者が事業化段階で必要となる初期投資費用について、地方公共団体が助成する場合に、地域経済循環創造事業交付金により支援

はじめに

本格的な人口減少社会の中、地方創生を進めていくためには、地域経済を再生させるとともに、地方への人や仕事の流れを促進し、さらなる地域経済の好循環を生み出してくことが重要である。

総務省では、これまで地域経済の好循環や地方圏への人や仕事の流れを創出するための様々な取り組みを進めているところであるが、本稿では官民連携した取り組みである「ローカル10，000プロジェクト」「地域おこし企業人」「お試しサテライトオフィス」について紹介する。

なお、文中意見にわたる部分は私見である。

「ローカル10，000プロジェクト」

「ローカル10，000プロジェクト」は、本誌2017年2月号「地域資源を活用した地域経済好循環推進プロジェクト」の中でも取り上げているので、詳細は省略するが、産学金官の連携によって、地域の資源と資金を活用して、雇用吸収力の大きい地域密着型企業（事業）の立ち上げを支援する取り組みである。

例えば、一旦事業が立ち上がれば、地域で雇用を創出し、地域から原材料を購入することで、地元にも資金還元がなされた上で、毎年の営業利益が黒字になることが十分期待できるものの、初期の設備投資の資金を金融機関からの借り入れで賄うには十分でないビジネスモデルがあったとする。そのような場合に、地方公共団体がその事業の立ち上げに必要な初期投資額と金融機関の融資可能限度額との差額を補助して支援を行う際に地域経済循環創造事業交付金を交付するものである。

平成28年度までに、311の事業に対し支援がなされてきたが、その事例の一つとして岐阜県多治見市の映像コンテンツを活用したエンターテインメント型レストランの運営によるにぎわいづくり事業を紹介する。

○映像コンテンツを活用したエンターテインメント型レストランの運営によるにぎわいづくり（岐阜県多治見市）

岐阜県多治見市は、古くからのやきものの文化が栄え、全国でも有数のやきもの（美濃焼）の産地として関連産業も含めて発達してきた。しかし、消費者の嗜好の変化と代替品の台頭等により、やきもの文化は近年低迷気味であり、やきもの目当てに全国から訪れていた観光客の大幅な減少と商店街を中心とした町のにぎわいの低下が課題となっている。

そこで、地元企業5社が有限責任事業組合を設立し、駅前の一等地を市から借り受けるとともに、地域経済循環創造事業交付金と地域金融機関の融資を受け、最先端の技術を活かしたプロジェク

ションマッピングによる幻想的な空間演出と飲食サービスを提供するエンターテインメント型レストランを整備、より幅広い世代の入込客の増加につなげ、にぎわいの創出を図ることを目的とした、にぎわいづくり事業を実施している。

食器類や店内什器には、伝統ある地域資源である陶磁器やタイルを使用し、それらにも投影を行うなど、異なる活用方法にて消費者に見せることで、魅力の再発見を促進する。米のほか、トマトやイチゴ、ブルーベリー、鶏卵など地域の農畜産物を気軽かつスタイリッシュな料理として提供することにより、地域の食資源の魅力を認識いただくことで、地域に根付く地場産業や関連産業の振興にも寄与しようとするものである。

本プロジェクトを活用した食×アート体験型レストランは10月11日にグランドオープンしたところであるが、多治見市のにぎわいづくりに大きく寄与することを期待したい。

「地域おこし企業人交流プログラム」

【施策概要】

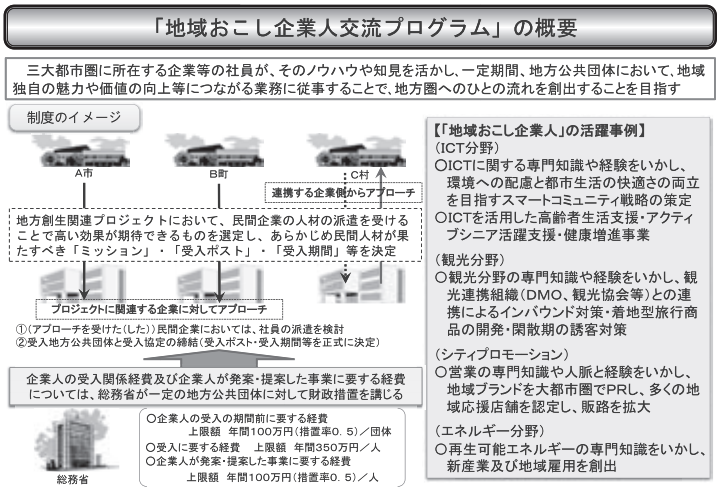
・地方公共団体が三大都市圏に所在する民間企業の社員を一定期間（6カ月～3年）受け入れ、そのノウハウや知見を生かし地域独自の魅力や価値の向上につながる業務に従事
・企業人の募集や受け入れ、企業人が発案・提案した事業に要する経費については、特別交付税措置

総務省では、地方公共団体が三大都市圏に勤務する民間企業の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を活かして地域独自の魅力や価値の向上、安心・安全につながる業務に従事してもらうことで、地方圏へのヒトの流れを創出することを目指す「地域おこし企業人交流プログラム」を推進している。

〈受け入れ団体、派遣元企業双方にメリット〉

地域おこし企業人の受け入れ団体にとっては、派遣元企業のノウハウや人脈等を活かした地域活性化・課題解決の取り組みを展開し、民間の経営感覚やスピード感覚を取り入れることで、地方創生の総合戦略に掲げる目標を早期に達成するための戦略的なパートナーを得ることができる。また、組織の意識改革等にも資するものとなることが期待される。特に一般的な委託事業とは異なり、現場にマンパワーとして企業人が投入されることから、目標達成に向けた士気が高まることも期待できる。

派遣元企業にとっては、社員の人材育成や地方圏との人的交流・人脈構築だけにとどまらず、地域の潜在的資源を活かした新たな事業展開を見据えた行政等との連携、課題最先端地域の住民と協力することにより新たなビジネスモデルを構築するなど、経営戦略のツールとしての活用が考えられる。地方創生に貢献することで企業価値を高めることや、社会的責任を新しい形で果たすことにつながることも期待できる。このほか、専門スキ





ルや幅広い人脈を持ったシニア人材と、そのような人材を求める地域をマッチングすることで、シニア人材の新たなライフステージの発見につなげるきっかけにもなるものである。

各地で活躍いただいている地域おこし企業人の事例は資料の通りであるが、さらに多くの企業人が地方公共団体で活躍することによって、官民協働の地域づくりが推進されることを期待したい。

「お試しサテライトオフィス」

【施策概要】

・地方公共団体が都市部のベンチャー企業等にとって真に魅力的なサテライトオフィスを提供するためには、①都市部の企業の具体的ニーズが把握できない②誘致に向けた戦略やノウハウがない、といった課題の解決が必要

・このため、地方公共団体が「お試し勤務」の受け入れ等を通じて、民間企業のニーズ把握することにより、地域の特性を活かした誘致戦略を策定することを支援

東京一極集中を是正し、地方へのヒト・情報の流れをつくるためには、地方における雇用機会を創出することが不可欠である。昨今、一部地域においては、民間企業等がサテライトオフィスを活用し、本社機能の一部移転や二地域居住のワークスタイルの実践等が行われているところであるが、こうした民間企業の動向を把握した上で、多くの地方公共団体がサテライトオフィスの誘致を展開することが、課題解決のための有効な手段の一つである。

この「お試しサテライトオフィス」は、平成28年度補正予算、平成29年度予算で措置されたモデル事業であるが、サテライトオフィスに関心はあるものの、いきなり地方に「サテライトオフィス」を設置するのはハードルが高いと感じている三大都市圏の民間企業を事業実施地方公共団体（以下「モデル団体」）に招へいし、「お試し勤務」の体験を通じて、地方へのサテライトオフィスの誘致を目指すとともに、モデル団体においては、「お試し勤務」の受け入れを通じて、民間企業のニーズを実践的に検証・分析することにより、民間企業にとって真に魅力的なサテライトオフィスを提供するための誘致戦略を策定することを目的としている。

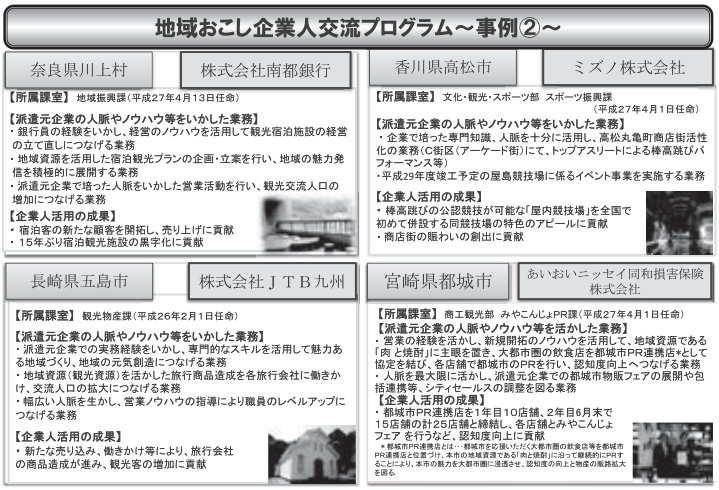
総務省では、モデル団体における取り組みを効果的に進めるため、三大都市圏内の民間企業等6万社を対象に「サテライトオフィス」設置に係る基本ニーズ調査を行うとともに、当該調査において「お試し勤務」に関心があると回答いただいた企業等に対し、モデル団体の取り組みを示し、個々のモデル団体でのお試し勤務に関心のある企業情報を収集し、当該情報をモデル団体に提供することにより、マッチングの支援を行ったところである。

なお、「サテライトオフィス」設置に係る民間企業等のニーズ調査については、10,955社から回答をいただいたところであるが、サテライトオフィスを既に導入している企業が850社（7・8％）、導入検討中が459社（4・2％）、導入していないが興味はある企業が1,721社（15・7％）で、サテライトオフィスに前向きな企業は3,008社（27・5％）と、従業員の働き方の多様化や業務効率の向上等のため、多くの企業がサテライトオフィスに関心を示している。

○モデル団体における取り組み

平成28年度は、40件の提案の中から、外部有識者による評価を踏まえ10件を、平成29年度は、21件の提案の中から8件の採択を行ったところである。

空き家活用や豊かな自然環境下での勤務体験、地元大学との連携等、各々、地域の魅力や特色を活かした「お試し勤務」の取り組みがなされてい



るが、本稿ではその中から徳島県における取り組みを紹介させていただく。

なお、本モデル事業は今年度で終了予定であるが、総務省情報流通行政局では、サテライトオフィス等のテレワーク環境を整備するための費用の一部を助成する「ふるさとテレワーク推進事業」を引き続き実施予定であるほか、地域力創造グループでは、多くの地方公共団体において、「お試し勤務」等を通じたサテライトオフィス誘致の取り組みが広がっていることを踏まえ、サテライトオフィスに関心のある企業とのマッチング機会の創出等、引き続き、サテライトオフィス誘致に取り組む地方公共団体の支援を行うことを考えている。

平成28年度採択団体
弘前市（青森県）
大館市（秋田県）
銚子市（千葉県）
南魚沼市（新潟県）
鯖江市（福井県）
京丹後市（京都府）
松江市（島根県）
山口県
徳島県
錦江町（鹿児島県）

平成29年度採択団体
下川町（北海道）
みなかみ町（群馬県）
南房総市（千葉県）
高山市（岐阜県）
南伊豆町（静岡県）
岡崎市（愛知県）
奈良県
伊仙町（鹿児島県）

○徳島県にし阿波エリアにおける地元事業者と連携した取り組み

徳島県において、県、美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町が連携協力して本事業に取り組み、おもてなし専門人材の配置、ＷｅｂサイトやＦａｃｅｂｏｏｋなどＳＮＳを併用したプロモーション活動の展開、誘致イベントの実施等により都市部企業の誘引を行い、3月～9月の間に65社の「お試し勤務」を受け入れ、5社のサテライトオフィス開設につなげたところであるが、その中で、地元事業者とも連携した取り組みが展開されたところである。

にし阿波におけるサテライトオフィスのメリットを地域内の関係各層で広く共有し、地域経済の活性化に結びつけることを目的とし、「都市部と地方とのマッチング」をテーマに、都市部とにし阿波の企業間交流・連携（ビジネスマッチング）の創出と、それを契機とした都市部企業のサテライトオフィス誘致の促進を図る事業（「都市部と地方の連携ビジネス創出」調査研究）を展開した。

具体的には、①サテライトオフィスの意義や活動についての理解を深めるセミナーの開催（双方の事業者向け）②新商品開発や販路開拓など双方の経営課題の解決を図る商談形式のワークショップ、を実施するとともに、にし阿波におけるビジネス関連の相談窓口（コーディネート）の開設によるきめ細やかなマッチングを図る取り組みを実施した。

この「都市部と地方の連携ビジネス創出」調査研究は、サテライトオフィス誘致を直接的な目的とするアプローチではなく「地方との関係性の構築」、すなわち都市部企業等と地元事業者とのビジネスマッチングによる環境づくりに重きをおいた取り組みである。

この結果、「にし阿波の事を全然知らなかった」都市部の企業にとって、地元事業者とビジネス面だけでなくプライベート面でも交流が図られている状態で、ビジネスモデルの具体的検討とサテライトオフィス開設の是非の判断が出来たとの声が上がっている。

この取り組みは、今後当該企業のサテライトオフィス進出後の地元定着率（認知度）の向上にも寄与することが期待される。

地元事業者でも、一見、都市部から縁もゆかりもない企業が進出してくることに対し、「自らのマーケット・顧客の取り合いになるのでは？」と危惧する声や不安感を払拭し、サテライトオフィスが自分達のビジネスのチャンスであることの期待感の醸成や、「サテライトオフィスそのものの価値」への理解促進に繋がった。

調査研究の実働期間は4カ月程度であったが、この期間内に3社のサテライトオフィスの進出が実現した。今回の企業間の連携ビジネス創出の取り組みが、サテライトオフィス進出の有効な施策の一つとなり得ること、またビジネス活性化を通じた地域経済の活性化につながることが期待できる結果となった。

おわりに

「ローカル１０，０００プロジェクト」は行政が地域密着型企業（事業）の立ち上げを支援することにより、地域雇用の創出、地域資源の活用を図っていくことができ、「地域おこし企業人」は都市部の企業人の持つノウハウを行政に取り込むことにより地域の課題解決を図っていくことができる。サテライトオフィスの誘致は遊休資産の活用や交流人口の拡大に加え、地域雇用の創出、地元企業等との連携による地域経済の活性化などの効果が期待できる。

官民共同のあり方は様々であるが、本稿で紹介した「ローカル１０，０００プロジェクト」や「地域おこし企業人プログラム」等の活用も検討いただければ幸いである。

地方創生に向けて〝がんばる地域〟応援事業

（北海道厚真町）

森でつながる「あつマルシェ」推進プロジェクト

―町有林を活用した親子向け森あそびイベント―



森のひろばプロジェクト実行委員会
プロジェクトリーダー

● 上道　和恵

地方創生推進のためには、地域内経済循環の活性化による雇用の創出、若者や女性が活躍する地域づくりの推進などの環境整備が必要である。地域活性化センターでは、「地方創生に向けて〝がんばる地域〟応援事業」として、地域団体もしくは市町村等が住民と共に実施する、自治体・地域・集落の消滅可能性の危機打開等に向けた事業を支援している。

今回、平成28年度に同事業を活用した北海道厚真町の取り組みを、実施組織である「森のひろばプロジェクト実行委員会」のプロジェクトリーダー・上道和恵氏にご紹介いただいた。（企画・コンサルタント業務課）

厚い真心のまち・厚真町

厚真町は、北海道胆振地方の東部、夕張山地から太平洋へとつながる厚真川流域を町域とし、稲作・畑作が盛んな農業の町です。作付面積日本一を誇るハスカップが初夏の訪れを告げ、秋には黄金色に実った稲穂が美しい田園風景を織りなします。人口は約４６００人。近年では、移住者向けの住宅・宅地整備など移住定住促進のほか、子育て支援施設の整備など、教育や子育て支援の充実にも力を入れ、その成果が実を結び、自分が育った町で子育てをしたいと帰ってくる人もいれば、仕事や結婚を機に厚真に転入してきた人もいて、若い世代の新たなまちづくりが始まろうとしています。

子育て奮闘中の母親たちとの出会いから

「小さな子どものいる子育て中のファミリーが、わが子を連れて気兼ねなく参加でき、子どもだけでなく、大人も一緒に楽しめるような場が必要だ」と考えるようになったのは、子育てに奮闘する母親たちとの出会いがきっかけでした。子育てをしている家庭、特に母親たちとの会話には、この町でのリアルな暮らしの現状が詰まっています。こども園や学校が休みの日、遊びたい盛りの小さな子どもたちとずっと家の中にいるのも大変なので、近くの公園で遊んだり、車で近郊のショッピングモールに買い物に行ったりするという話をよく耳にしました。子どもと一緒に過ごす時間を大切にしようとしている方は多いのですが、お父さんは仕事だけでなく地域でも何かといろいろな役割を担っており、家族サービスに充てられる時間が意外と少ないのが現状です。母親が家族サービスを一手に引き受けることも「よくあることだよ」と笑っているものの、特に小さな子連れでの外出は、時間や場所など、子どもの状況に合わせて周囲に何かと気を遣うのが多いものです。それでも「子どもが喜ぶし、家にいるより自分も気持ちは楽だから」と母親たちはたくましく子どもとの時間を過ごしているのです。

子育て支援に関する様々な制度や施設は整ってきている厚真町ですが、これからは地域の魅力をもっと生かしたソフト面での取り組みの充実が求められます。行政施策だけでなく、市民のチカラも一緒になれば、もっと面白いことができるはず。そんな思いを胸に、企画を練り始めたのが２０１５年の冬のことでした。

子育て世代×町有林の利活用＝親子向け森遊びイベント

主な対象をおおむね小学校低学年までの子どもがいる子育て世代と設定し、次に考えたのは会場です。候補に挙がったのは、豊沢地区にある環境保全林でした。環境保全林は、３年ほど前から行政と地域住民が協働で整備を進めている町有林です。ちょうど同じ時期に町内に立ちあがったＮＰＯを中心に、散策路づく

りや広場の草刈りといった整備活動が続けられてきたほか、自然散策会やキノコの植菌体験会など町民向けのイベントが開催されてきました。しかし、こうしたイベントの参加者は中高年のリピーターが多く、幅広い世代が参加できる場づくりとしては課題もありました。もし、この企画を環境保全林で開催することができれば、厚真町の身近で豊かな森という地域資源をより多くの世代に知ってもらうことにつながります。また、森の中で心地よいひとときを過ごしてもらうことで、子育てに新たな魅力を感じてもらえる絶好の機会になるのではないかと思いました。トイレや駐車場の整備などクリアすべき問題もいくつかありました



秘密基地で作戦会議

が、行政側の理解と支援もあり、何とか課題を解決しながら、プロジェクトがスタートしました。

ようこそ「森のひろば」へ！

プロジェクトは、町内外の有志で実行委員会を組織して進めることになりました。会場のイメージとして、子どもが森の中で安全に楽しく過ごせる遊び場を基本に、かたわらで大人もゆったりお茶を飲みながら過ごせるカフェスペースや、自然素材を使って親子で簡単に楽しめるクラフトコーナー、可愛い小物が並ぶ雑貨屋さん、森の本屋さんなどの案が挙がりました。イメージに合わせて町内外からの各コーナーを担当する出店協力者を募り、個人・団体合わせ



薪割り体験コーナー

て13組の協力を得ることができました。実行委員の打ち合わせの時間の確保、事業イメージの共有、出店協力者との連絡・調整には幾多の苦労もありましたが、それぞれの得意分野を活かして準備を進めました。

そして迎えたイベント当日。いったいどれほどのお客さんが来てくれるのか？内心ドキドキしていましたが、結果的には関係者を含めて、子どもから大人まであわせて約２６０人の来場をいただきました。想定をはるかに上回る来場者の数に驚きと同時に安堵感が胸に広がりました。秋晴れの空の下、いつもは静かな厚真の森に子どもたちの楽しそうな声が響き、周りの大人たちの表情も穏やかです。「町の中にこんな場所があるなんて知



大人気のツリーイング体験

らなかった。子どもも楽しんでいたけど、それ以上に大人も楽しめる内容で、みんな良い顔をしていたね」「町の雰囲気、そこに関わる人の温かさが伝わる場だったよ」など多くの方々から会場で声をかけてもらえたことが何よりの収穫となりました。

「森のひろば」がつないだもの

「森のひろば」を通して、「子どもがいてももっと社会との接点を持って暮らしたい」「もっと子どもと一緒に外に出たい」と思っている母親のニーズは、潜在的な部分も含めてかなり高いと感じました。

また、出店協力者など地域内外の新たな人材との交流の場が生まれたことや、「身近に体験できる厚真町の自然」という確かな魅力を内外にＰＲできたことはとても大きな成果となりました。

潜在的なニーズと地域資源とのマッチングを図り、地域社会に必要とされる場をつくっていくことは、地域に新たな人材を呼び込む契機にもなります。子育てをしながらも社会とつながりを持てるという実感や、小さなことでも自己実現が図れるといった暮らしが、厚真町での子育てをより面白いものにしていくと信じ、これからも人と自然と地域をつなぐお手伝いができればと思います。

平成29年度地方創生実践塾　島根県雲南市

若者チャレンジによる持続可能なまちづくり

―チャレンジャーへの中間支援のあり方を学ぶ―

NPO法人おっちラボ事務局長　●　小俣　健三郎

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。平成29年9月22日（金）～23日（土）に島根県雲南市で開催された実践塾の内容について、NPO法人おっちラボ事務局長の小俣健三郎氏にご報告頂いた。

（地域支援業務課）

地域に変化を与える担い手づくり

島根県雲南市は平成16年11月に6町が合併してできた、総面積の8割を山林が占める中山間地域だ。現在の人口は約3万9千人だが、全国平均よりも高い人口減少率となり、高齢化率も36・8％と日本の全体でみると25年先の数値となっている。まさに日本の未来を行く高齢化社会である。

雲南市は、この厳しい状況に対して「人材づくり」で立ち向かっている。合併以来、住民主体のまちづくりを推進し、おおむね小学校区単位で設置した地域自主組織による高齢者の見守りや買い物支援、子育てなどの課題解決に取り組んできた。しかし、担い手の高齢化が課題となり、多様な課題に取り組む「次世代の育成」を目的とし、雲南市の事業として平成23年から地域プロデューサー養成講座「幸雲南塾」を開講した。平成25年には塾生や卒業生の継続的なサポートをするために、卒業生が中心となってNPO法人おっちラボを設立し、以来、幸雲南塾の運営を担っている。現在では連携している行政部署の他、多岐にわたる外部支援機関と連携をとりながら塾生の活動を事業化するためのコーディネートを行っている。

今回の実践塾は、「若者チャレンジによる持続可能なまちづくり」をテーマに、チャレンジャーに対し中間支援者としてどのようなことを行えばよいか、結果として、チャレンジャーにどのような変化を与えることができるのか、といったことを、その現場に巻き込まれることで感じてもらう機会として実施した。





グループワークの様子（上下）

幸雲南塾塾生支援の取り組みについて

1日目は、前述の雲南市の取り組みについて雲南市政策企画部政策推進課鳥谷健二さんよりご紹介いただき、続いて筆者よりおっちラボが行っている塾生支援についてお話しした。その後、幸雲南塾5期生である訪問看護ステーション「コミケア」所長代行の安達弓恵さんにご講演頂いた。

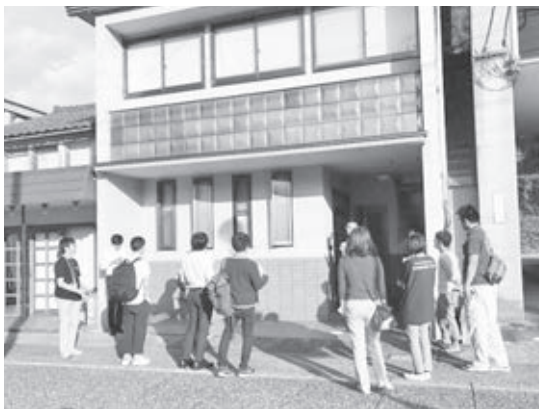
安達さんは、雲南市では、病院ではなく自宅で療養を受けたいというニーズに十分に応えられないことへの解決策として、UIターンの看護師3人で訪問看護ステーションの立ち上げを決意し、チームに参加した。おっちラボは市内の医療機関や地域住民、都市部の先駆者などをコミケアにつなぎ、さらに国の交付金を立ち上げの準備に活用するなどして、安定経営のための環境づくりを支援した。現在、スタッフは8人となり、設立2年余りで利用者は170人を超えた。安達さんの話で印象的だったのは、たびたび出てきた「エンパワメント」という言葉だ。地域で事業を進めていく中、くじけそうなタイミングに、おっちラボ代表矢田明

子から「心理的サポート」になるプラスの声掛けをもらい、前に進むことが出来ているという。

ここでは、雲南での変化を支える支援のあり方について理解頂けたかと思う。

チャレンジャー支援に挑戦①
～現状分析編

次に、今回の実践塾の肝である「中間支援」を実際に体感するワークショップを行った。①子どもの一時預かりの出来る場づくり　②地域の有償ボランティア団体「おたがいさま雲南」　③コワーキングスペース「三日市ラボ」の運営・活用　④商店街活性化事業「まちゼミ」参加店　⑤買い物を通じた介護予防サービス「ショッピングリハビリ」―という団体・企業等5組織のチャレンジャーにお越し頂き、雲南市木次商店街周辺でチャレンジしようとしているプランを発表してもらった。



フィールドワークの様子

受講者も5グループに分け、「各チャレンジャーの活動の悩みをスッキリさせる」ことを目標にグループワークを開始した。受講者は中間支援者になりきり、チャレンジャーの事業内容や課題などの現状分析を行った。必要に応じて、実際のフィールドである商店街に出向き、商店や住民からのヒアリングも行った。各グループが付箋紙やホワイトボードを使い情報を整理、プラン内容を検討していった。



集合写真

チャレンジャー支援に挑戦②
～アドバイザー活用編

2日目は宮崎県日南市で商店街活性化などを担われている、木藤亮太さん、田鹿倫基さん、土屋有さん、徳永煌季さんに各チームへのアドバイスをもらい、改めてチャレンジャーの方向性や支援方法などを検討した。

その後、それぞれのグループの発表を行い、今後の組織の方向性を伝えてもらった。チャレンジャーは、現在の状況を実践塾参加者から客観的にみてもらうことで状況整理が行えたようで、グループワーク後ではすっきりとした表情を見せていた。

日南市のグループワークアドバイザーの皆様からは、「周りの人が反対しても、自分が信じたことをとにかくやってみる」「たくさんのチャレンジが形になっていくことが、ひいては商店街の活性化にもなる」といった講評を頂いた。

各グループから、2日間支援を体感した感想として、よりよく支援するための情報量の必要性や、支援側の連携が重要であることが出された。

筆者からは、コーディネーターによる「つなぐ」機能の重要性を伝えさせて頂いた。

振り返り

今回の実践塾は中間支援の先進地として座学するだけでなく、すぐに学びを身体知としてほしいと思い、中間支援を体感するプログラムとした。雲南のチャレンジャーだけでなく、受講生もとても達成感に満ちた笑顔が広がったことが印象的だった。ぜひ体感した中間支援の重要性をそれぞれの地域へ還元して頂きたい。

地方創生実践塾（島根県雲南市）の概要

テーマ：若者チャレンジによる持続可能なまちづくり
主任講師：ＮＰＯ法人おっちラボ事務局長　小俣 健三郎 氏

1日目：9月22日（金）
地方創生総合戦略紹介「雲南市の挑戦」
雲南市政策企画部政策推進課　鳥谷 健二 氏
講義「若者のチャレンジが溢れる魅力的なまちづくり～課題解決の中間支援」
主任講師：ＮＰＯ法人おっちラボ事務局長　小俣 健三郎 氏
特別講師：訪問看護ステーションコミケア所長代行　安達 弓恵 氏
ワークショップ「木次の商店街周辺エリアでの課題解決プランを伴走して応援する」
グループワーク（木次周辺商店街フィールドワーク）①
主任講師：ＮＰＯ法人おっちラボ事務局長　小俣 健三郎 氏

2日目：9月23日（土）
ワークショップ「木次の商店街周辺エリアでの課題解決プランを伴走して応援する」
グループワーク（木次周辺商店街フィールドワーク）②、発表会
グループワークアドバイザー：宮崎県日南市職員
振り返り・まとめ
主任講師：ＮＰＯ法人おっちラボ事務局長　小俣 健三郎 氏

定住支援を行う団体と企業とのマッチング可能性

―行政、団体、企業の連携が必要―

我が国が人口減少局面に入った現在、多くの自治体が移住・定住支援施策に取り組んでいる。移住支援については、助成金制度やお試し移住制度などの事例が全国にあるが、移住者が定住していくためには現地のコミュニティづくりなどを担うＮＰＯ法人といった団体の存在が重要と考えられる。本調査では行政だけでは行き届かない部分を補完する存在として、定住支援を行うＮＰＯ法人などの団体（以下「団体」）や企業の活動を調査し、団体と企業のマッチングによる定住支援について、今後の可能性を探ることを目的とした。

千葉県鴨川市

千葉県鴨川市での事例

鴨川市は千葉県の南東部に位置し、海や里山など豊富な自然環境に恵まれ、年間を通じた温暖な気候や東京から2時間で移動できる圏内にあることなどから、近年移住者が増えている地域である。

この地域において移住者を呼び込み、地元生活者も巻き込んだ地域づくりを展開している「ハッカーファーム」という団体に注目し、現地ヒアリング調査を実施した。また、ハッカーファームと連携しているＮＰＯ法人うず（以下「うず」）、またこの地域の取り組みに企業としての関わりを持つ株式会社良品計画（以下「良品計画」）についてもヒアリング調査を実施した。

ハッカーファームは、外国人クリエイターを中心とした移住者で構成される任意団体で、地域生活者向けのイベント活動に加え、移住者や移住希望者に対するサポート活動を展開している。閉店したカフェをハッカーファームが借り受けてリノベーションした「里山デザインファクトリー」という地域の交流拠点では、ハッカーファームのメンバーがイベントを行うほか、地域の人々へレンタルスペースとして貸し出している。



ハッカーファームが運営しているコミュニティスペース「里山デザインファクトリー」

「うず」は、ハッカーファームより先に鴨川市で活動しているＮＰＯ団体で、移住者によって組織されている。理事長の林良樹さんは鴨川市で代表的な移住者でハッカーファームメンバーを鴨川市へ導いた。うずでは、様々な農体験イベントや里山保全活動「鴨川里山トラスト」の開催、地域通貨「あわマネー」の事務局運営など積極的な活動を展開している。こうした中で、イベント規模の拡大に伴い、事務局の業務が増加したことから企業との連携を模索した結果、「良品計画」との連携が実現した。同社と事務局業務を分担することで問題点を解決し、現在もタッグを組み、棚田イベントやワークショップなどを開催している。



「鴨川里山トラスト」イベント会場となる棚田

「無印良品」を展開している良品計画は、地域が自立できる仕組みづくりは他の地域にも参考になるとの考えのもと自社Ｗｅｂメディア「ローカルニッポン」上で鴨川市を紹介したり、鴨川市の取り組みである里山保全活動「鴨川里山トラスト」について、イベント事務局として集客および申込受付などの窓口対応や当日のサポートなど積極的に関わっ

たりしている。地域での取り組みを進める上で自社のみで活動できる範囲は限られており、現在関わりのある地域団体や行政に加え、関係者をさらに増やすことで、集落単位での小さな成功事例を作り、それをモデルケースとして他地域への横展開を図りたいと考えている。

移住・交流推進機構 法人会員へのヒアリング

一般社団法人 移住・交流推進機構（ＪＯＩＮ）は、移住・定住に取り組んでいる自治体と法人とをマッチングし、都市から地方への移住や交流の活性化を推進している団体である。法人会員として加入している株式会社ぱど（以下「ぱど」）及び株式会社パソナ（以下「パソナ」）に地域団体とのマッチング可能性についてヒアリング調査を行った。



ハッカーファームへのヒアリングの様子

「ぱど」は、全国１８０エリア、約1千万部を発行する地域密着型フリーペーパーのぱどを発行しているが、発行エリアでの読者数は限界を迎えており、これからは発行エリア外の地域でいかに顧客を作るかが課題となっている。そのために地方の情報を掲載するなど新たな切り口を増やすことを予定している。自治体だけでなく、その地方で活動している団体や企業などと関わりを持ちつつ、自社でも地方にフォーカスしたイベントを企画し、情報発信をしたいと考えている。



（株）パソナ本社でのヒアリングの様子

「パソナ」は、人材誘致による地方創生への寄与を目指す中で、定住支援事業として、行政と連携した取り組みと自主事業を行っている。地方創生を実現するためには、地域における様々なつながりが不可欠との考えのもと、各支社の社員が地域の様々な団体・企業との繋がりを独自に構築している。今後は「シェアリングエコノミーによる地方創生」をテーマに事業を進めることとしており、地域の人と資産を生かした新しい産業振興・雇用創出に取り組む予定である。

調査結果

鴨川市ではハッカーファームやうずといった移住・定住促進や地域活性化に取り組む団体と、その動きをサポートする行政との連携に加え、良品計画といった民間企業が関わることでスムーズに連携が進んでいる。地域活性化の取り組みには、地域外への情報発信力が重要だと思われるが、行政や地域団体には、この点について有効な方法を持ち合わせていないケースがある。一方、民間企業の中には、この領域を得意としているところもあり、両者が結びつくことにより相乗効果が生まれ、地域活性化施策の効果が高まる可能性がある。

しかし、地方で活動する団体と首都圏で活動する企業とが関わる機会は乏しく、企業が地方で活動する場合、自治体に働きかけることはできても、団体との接点はなかなか広がらないという。そのため行政＋企業に加え、団体＋企業をマッチングする場づくりが必要であると考える。ＪＯＩＮでは行政と企業をマッチングする仕組みを設けているが、そのような取り組みはまだ珍しく、繋がりを求めている行政や企業にとって貴重な機会となっているようだ。もしその仕組みに団体を追加すれば、行政・団体・企業の連携が促進され、都市から地方への移住・交流の推進につながるに違いない。

地域活性化センター
自主研究グループ ●
稲葉　淳一
山内　睦
田染賢一郎
北澤　美沙
長友　弥生

平成29年度地方成功人材のマッチングによる土日集中セミナー

住民が主役となるビジネス

～困りごとから生業へ～

地域活性化センターでは、土日でなければセミナーに参加することが困難な地域づくりに熱意のある方を対象に「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29年度第7回は、9月30日、10月1日の両日、「住民が主役となるビジネス～困りごとから生業へ～」をテーマに東京・日本橋の東京八重洲ホールで開催しました。それぞれの地域で活動されている講師の方々をお招きし、郷土愛や危機感をきっかけに地域ビジネスを起こし、熱意と工夫で成功していく事例について学びました。



集合写真

地域の困りごとをビジネスに結び付ける

地域ビジネスの起業は、地域住民による地域力向上を図るための起業、地域の雇用を支えるための起業であり、地域貢献や社会貢献などの意義を有する重要なものと考えられます。講師陣からは、ビジネスを起こすきっかけは地域への郷土愛や衰退への危機感など様々だが、小さなチャレンジを繰り返し、成功するものを見つけていくことが大事であるとのお話を頂きました。

今回のセミナーで取り上げた事例は4つです。

1つ目は、高知県本山町のブランド米「土佐天空の郷」に関する取り組みです。ブランド化にあたり、きれいな水や日中の気温差がある土地といった米作りに適した産地の特徴を示し、米の品質を向上させ、生産者の熱意と努力を伝えた結果、お米日本一コンテストで、史上初となる2度目の日本一を受賞しています。



グループワークの様子

都市農村交流活動や、酒や米粉（ポン粉）といったブランド米の加工品作り・販売にも取り組み、本山町に直接足を運んでもらえるようにしています。

2つ目は、奈良県曽爾村の取り組みです。米のブランド化や高原野菜の生産量回復に向けた農業後継者の育成のほか、村内各集落で地区住民による団体などが漆の産地復活やゆず加工商品の開発、米焼酎の製造などを行っています。

3つ目は、島根県松江市にあるモルツウェル株式会社の取り組みです。完全調理済み真空パック食材をつくり、毎日1万食を全国に配送しているほか、在宅高齢者弁当配食サービスなどを行い、島根県の過疎地域の高齢者を支えています。

4つ目は、岡山県美作市のNPO法人山村エンタープライズのひきこもり・若者自立支援のための寮運営と就労プログラム（人おこし事業）の実践です。空き家を改修したシェアハウスに集まったひきこもりの方と地域の困りごとをマッチングし、問題を解決する活動をしています。

地域課題に前向きにアプローチ

前述の取り組みは、地域の衰退に危機感を覚えて地域ビジネスを起こしたものでした。しかし、パネルディスカッションでは、参加者から、単に危機感や課題だけではなく、地域課題を前向きに捉えてアプローチしていきたいという意見が出ました。

一方、今回のセミナーの取りまとめ役である地域再生マネージャーの斉藤俊幸氏からは、小さなチャレンジの繰り返しが成功につながるとのお話を頂きました。地域の課題に対して、前向きに積極的に、まず取り組んでみるということも必要ではないでしょうか。

◆講師

地域再生マネージャー　斉藤 俊幸 氏
一般財団法人本山町農業公社専務理事　和田 耕一 氏
曽爾村企画課課長　細谷 忠弘 氏
モルツウェル株式会社代表取締役社長　野津 積 氏
NPO法人山村エンタープライズ代表理事　藤井 裕也 氏

地域活性化センター編集室
●千田達也(岩手県金ケ崎町から出向)

全国地域リーダー養成塾　塾生募集中！

地域活性化センター研修交流課

既存の枠にとらわれない、斬新かつ大胆な発想のできる地域のリーダーを養成する研修として、地域活性化センターでは「全国地域リーダー養成塾」（塾長：大森 彌 東京大学名誉教授）を運営しています。

広い視野と深い見識、卓越した想像力と豊かな人間性を備え、常に問題意識と確固たる使命感を持ち、積極的・主体的に行動できる地域のリーダーを養成することを理念として平成元年に始まり、来年度で30年目となります。

今回は、全国地域リーダー養成塾の内容についてご紹介します。

特色

一般研修では、多彩な外部講師を招いた座学のほか、プレゼンテーション研修、ファシリテーション研修などのグループ演習を大幅に取り入れ、専門家、行政・民間の実践家など多様な講師陣が実践を重視した研修を行っております。第3回研修時には、首都圏での地域づくり団体などによるまちづくり（福祉、観光、コミュニティ再生、地域おこし等）について現地を訪問し実践者から講義を受けます。

また、5人の主任講師による少人数制のゼミナールを開講し、塾生各自が地域のテーマを見つけて調査・研究に取り組み、その成果を修了レポートにまとめます。ゼミナールごとに全国の先進地に赴く「先駆的地域づくり現地調査」（年1回）も実施しており、きめ細かい指導により「考える力」を養います。

その他、研修修了後も修了者の地域リーダーとしての資質向上、各期を超えたネットワーク構築のため、毎年、修了者研修会（東京で開催）や修了者情報交換会（全国5ブロックごとに開催）などを実施しております。

現在、第30期塾生を募集しておりますので、みなさまぜひご応募ください！



グループワークの様子



ファシリテーション研修の様子

募集要領

○募集締切：平成30年1月19日（金）
○研修地：東京都内、市町村アカデミー（千葉県）等
○研修内容：一般研修（全7回：5月上旬～翌年1月下旬、うち1回は市町村アカデミーでの合宿研修）、先駆的地域づくり現地調査、ゼミナール特別研修
○定員：40名
○対象者：地方公共団体職員で所属団体の長の推薦がある方。NPO団体などで地域づくり活動を行っている者や農協・商工会・第3セクター等職員で、市区町村長の推薦のある方
○応募書類：①参加申込書②塾生応募者経歴書③小論文（千字程度）（センターホームページ内を参照）
○受講費用：教材費や受講料は「無料」、研修地までの往復旅費・宿泊費等は「自己負担または派遣元負担」となります。
○後援（予定）：内閣府　総務省
○問合わせ先：一般財団法人地域活性化センター　研修交流課
電話　03-5202-6135
メール　leader2@jcrd.jp
※詳細・申込方法等については、地域活性化センターホームページ内「全国地域リーダー養成塾」をご覧ください。
URL：https://www.jcrd.jp/

書籍紹介

ロズウェルなんか知らない



篠田節子　著
講談社（2005 年 7 月 10 日発行）
定価：1700 円＋税

温泉はない、名所はない、歴史はない。在来線の駅からバスで 40 分、高速道路のインターチェンジから 80 分かかる。かつては首都圏から最も近いスキー場として、高校生のスキー合宿で栄えたが、今はスキー場を運営する企業が撤退し、衰退の一途を辿るまち・駒木野町。

本書は、そんな日本のどこにでもある田舎のまちを舞台とした「町おこし小説」である。2030 年に駒木野町の人口がゼロになるという推計結果を受けて、駒木野町の元若者たちが町に人を呼ぶために様々な企画を立ち上げ、住民との衝突や失敗を繰り返しながら、町を盛り上げるため奮闘する。「超常現象が起こるまち」として売り出すため、人工で遺跡を作ったり、閉鎖された遊園地を勝手に改良して観光スポットに仕立てたり…。最終的には偽造や嘘が発覚し、日本中から批判を浴びることになるが、自分たちの地域を良くしたいという思いが伝わる内容となっている。

作中に、「座して死を待つよりは」といった青年クラブの発言が出てくる。何もしないで衰退するのを待つよりは、何かやってみようという気概が感じられる。物語の中盤に、駒木野バスツアー参加者からのアンケート結果を受けて、民宿の掃除や食事を見直すなど自分ができるところから環境を変えていく描写がある。そうした意識改革や環境改善によって、成功体験を重ねることで非協力的だった住民も一緒に町おこしに取り組んでくれるようになるなど、物語が進むにつれて登場人物も前向きに変わっていく。

小説ということでフィクションの世界ではあるが、本書を読むことで一緒に町おこしをしている、成功体験を重ねていくような気分を味わうことができる。なお、本書の巻末に参考文献の一覧が掲載されているが、本誌「地域づくり」も参考文献として記載されている。

田舎の力が未来をつくる！
ヒト・カネ・コトが持続するローカルからの変革



金丸弘美 著
合同出版（2017 年 11 月 7 日発行）
定価：1600 円＋税

人口減少が社会問題となっている日本において、それを補完する役割を担うのが「交流人口」の拡大である。中でも外国人観光客の誘致を大きな政策として掲げており、その数は 2005 年の約 673 万人から 2016 年には約 2400 万人へと大幅に伸びている。

このように日本への外国人観光客が増えている一方、彼らの訪問・滞在先は東京、大阪、京都といった都市部が中心となり、地方への影響はほんの一部となっている。加えて、都市部では宿泊施設が不足するなど、都市と地方との間で数々の問題が生じている。

本書では、このような日本の課題を踏まえ、観光誘客で国際的な地位を得ているイタリアの「農村宿泊観光」に注目し、具体的事例にも詳細に言及している。また、こうした流れを日本で感じ取った先駆者たちを取り上げ、高い収益を上げて雇用を増やす手法やマーケティングを用いた経営手法など、新しい未来を見据えた先進事例を数多く掲載している。

地域に入り徹底的に調査している著者だからこそ見いだせる、国内外の事例を豊富に取りそろえた地方創生のバイブル的存在となるだろう。2020 年までに農村観光需要 1450 万人という、政府の掲げた目標への道標となる 1 冊である。

首長の思い
column



自治体の「経営」について

東京都檜原村長　坂本義次

檜原村は東京都の西南に位置し、周りを山々に囲まれ、神奈川県相模原市、山梨県上野原市と接しています。村の中央には標高900㍍から1000㍍の浅間尾根が東西に横たわり、村を南谷・北谷に二分し、その裾を清流秋川が流れています。

集落が清流沿いに点在する渓谷型の山村で、総面積は105・41平方㌔。その93％が山林となっており、ほとんどが秩父多摩甲斐国立公園に属し、木材資源豊富な自然環境に恵まれています。

さて、「市町村」という言葉、皆さんはどのように感じられるでしょうか。私は常々「市町村」は人口の多い順であるだけで、市も町も村も横並びだと考えています。それぞれの自治体が、何を行うのか、どのように考えるかで、その順番は問題ではなく、住んでいる人が自分の地域に愛着を持って、自信をもって暮らせるのかが重要であり、首長の仕事は自治体の経営をどう考えるかであると思っています。

私が村長に就任したのは平成15年ですが、その時の住民の意識は、村＝田舎、恥ずかしい。住民の多くがそう考えていると思っていました。

ところが、市町村合併について住民に意思確認をしたところ、合併が必要という意見が54・9％、合併の必要がないという意見が21・4％、合併の必要という結果になりました。村として自立していくことを望んだのです。

その結果を受け、村として自立していくために私は、村民と職員の意識を「自治体運営から自治体経営」に変えました。

そのひとつとして、役場職員の各課での朝礼を実施し、来庁される方、住民の方への挨拶を徹底いたしました。

その他にも、キャッチフレーズを考え、ステッカーを作成し、ゆるキャラを作り、とにかく村のPRに力を入れました。檜原村に住んでいることに誇りを持ってほしかったのです。今では多くの方がステッカーを車などに貼り、村内外で檜原村をPRしてくれています。その意識の変革こそが、村を前に進める原動力であると確信しております。

また、どんなに素晴らしい計画があっても、お金がなくては何も出来ません。檜原村の村税は予算額の1割にも満たないのです。企業を誘致したとしても税収入を増やすことは難しいのです。その中で私は、徹底した行政改革、コストダウンへの取り組みを行いました。職員数の削減、職員の評価制度の導入、就労時間の徹底、入札制度の見直しなど。ただし、単に予算の削減だけを行ったのではなく、限られた予算で、いかに住民にサービスを充実する事が出来るかを考え、職員にもそれを伝えました。就任以来その考えを貫いた結果、住民福祉を低下させることなく、基金残高を増額することが出来ました。

お金も貯めるだけでなく、秋川の清流を守るための下水道整備、木材活用としての、小中学校の教室の木質化、木造図書館の建設、ひのはら緑（力）創造事業、バイオマスエネルギーの利用、さらに定住促進のために村営住宅の建設も行ってきました。

今後は、未来の子孫に誇れる「東京のふるさと　檜原村」を村づくりの基本理念とし、新しい仕事を創る取り組みや魅力ある村営住宅の建設、空き家対策、結婚から子育て、教育までの一貫した支援、高齢期を元気にいきいきと暮らすための支援など、総合的な施策を進めることで、村民の定住促進を図ってまいります。

また、自然や歴史・文化を体験し、学び、その保全に責任を持つ観光のあり方である「エコツーリズム」を推進し、自然との共生や村での暮らしにふれる人々を増やすことで、村への移住・定住者の増加につなげていきます。これらの取り組みを通じて、村民の、村（故郷）への誇り、愛する心を育み、観光業の活性化による雇用の創出や新たな生きがいにつなげていきたいと考えています。



NAS
多くの生き様に触れ 生き様を考える場所

中野区職員勉強会 NAS 幹事
酒井 直人 氏

◉ 酒井直人氏プロフィール
1971年生まれ。96年中野区入庁。
文書管理システム、財政会計システムなどシステム担当、広報担当を経て現職。中野区の人材育成の仕掛人。モットーは「とりあえずやってみよう」

「地域づくりは人づくり」では、編集室が人材育成をテーマに全国の様々な方を取材し、熱い思いや取り組みについてご紹介していきます。今回は、東京都中野区職員で中野区職員勉強会NASを立ち上げた酒井直人氏にお話を伺いました。

賑わいと住民自治のまち　中野

―中野区のご紹介をお願いします

中野区は東京23区の一つで、人口約33万人、面積約15平方キロの自治体です。都心に近く、再開発も進んで働く場所が多いのですが、戦後発展してきた静かな住宅地や、賑わいを見せる商店街もある職住近接のまちです。

人口は現在も若干増え続けており、人口構成は20・40代が多くなっています。これは木造アパートが多く、学生から社会人の独身者が多いためです。逆に子どもが生まれたら手狭になって郊外へ転出していくので、子どもは少ない状況です。

また、区内には駅が14あり、どこに住んでいても駅に10分以内で歩いて行ける便利なまちです。駅ごとに商店街があり、生活の利便性が高いことから、世帯当たりの車の保有台数が少ないのも特徴です。

区の政策としては、再開発と地域包括ケアに力を入れています。地域包括ケアについては、町会から、「自分たちでまちの高齢者の見守りをしたいが、誰がどこに住んでいるかわからない」という声がありました。そこで、中野区では見守りの対象者の名簿を町会などに提供する条例を制定しました。この取り組みは全国の自治体で初でした。

中野区は町会がまだまだ元気で、自治が進んでいるまちだと思っています。

ほかにも、中野区観光協会は民間が主導して立ち上げ、経済団体が運営する全国的にも珍しい団体になっています。

人づくりのための勉強会NAS

―中野区職員勉強会NASを立ち上げたきっかけを教えてください。

NASはNakano After Sixの略で平成21年度から始まりました。立ち上げた理由は2つあります。

それまで私は、行政職員は民間企業の社員に比べてあまり勉強していないということを感じていました。そこで、まず時間外に勉強会をやってみようと思いたったのが、理由の一つです。

もう一つの理由は、なにより人づくりが大事だからです。私は中野区の業務改善運動に公募の委員として長年携わってきましたが、改善を進める職場の風土づくりがなかなかうまく進みませんでした。なぜだろうと考えたとき、風土は人が作るものだから、人が育っていかないと風土が変わらない。組織を変えたり、運動をしたりするのではなく、人づくりをしていかなくてはと思ったんです。「何をするにも人づくりから」です。

NASとは少し離れますが、私はずっと人材育成を自分の課題として取り組んできました。取り組みの一つとして、私的に管理職の勉強会も立ち

上げ、知り合いの管理職を誘って月1、2回開催していました。それを人事担当者が、区として幹部を育てないといけないからと声をかけてくれて、オフィシャルな勉強会になったんです。また、入庁10年前後の若手の経済分析や資料解析、統計の勉強会も始めました。こちらもオフィシャルな研修になりました。今では年間通して、統計分析、政策発表を行う研修に育ち、メンターで管理職が入っています。

生き様に触れて生き様を考える

―NASはどのような勉強会ですか。

月に1回講師を呼んで、講義とダイアログを行います。初めのうちは中野区の職員20人ほどでしたが、徐々に区民や区外の職員も参加するようになり、開始時間も6時30分からになりました。これまで7年間、87回開催しています。今では、参加者が平均30人。内訳は、職員10人、中野区民10人、その他の参加者が集まります。コアなメンバーも10人くらいいますが、テーマごとに新たな参加者がいらっしゃいます。



中野区職員勉強会の様子

講師は区の部長級などの内部講師や外部講師など様々ですが、毎回生き様を見せてくれる講師を呼んでいます。講師の生き様に触れて、自らの生き様を考えてもらいたいと思っています。

プログラムは、前半講義で、後半はダイアログをすることとしています。講義で学んだことを咀嚼して相手に伝えることで、人によって感じ方が違うことに気づくからです。ダイアログと呼んでいるのは、互いに話し合って協力し合いながら一つのプロセスを共有し、答えは出さなくてもいいから、より良い方向性を見極めていく体験を毎回してもらいたいからです。

このスキルは庁内会議にも活きてきますよね。

NASがもたらしたもの

―NASの開催で職場や職員に変化はありましたか。

外部講師でヤフー株式会社の堀博晴さんをお招きしたことで転機となったことがあります。堀さんは、税の滞納者から差し押さえたものをインターネットオークションで売り払うことを始めた方です。また、後日NASの参加者以外の職員にも話を聞かせたいと、区職員の研修会も2回開催しました。この研修をきっかけに始まったのが、国保の収納率向上の取り組みです。様々な改善を行いました。一つは、口座振替の原則化です。規則で定めて窓口業務委託と同時にクレジットカードでの振替手続きを原則化しました。これらの取り組みで、当時23区中18位の収納率を9位まで上げ、年間2億円収入が増えました。

この取り組みも、NASでいろいろな話を聞いてインプットしているからこそ知恵を出して実現できたものです。だからこそ、学習する組織が大事だと感じています。それ以降も、NASの影響で実現した施策がまだまだあります。

また、参加者にとっても内部、外部に知り合いができ、懇親会では「今度一緒にやってみようよ」という話になります。

NASそして中野区の目指す姿

―酒井さんにとって人づくりとは

自治体が今最も力を入れないといけないことだと思います。ただ、もう一つ大事なのは採用する段階です。中野区が目指すまちのビジョンを実現させる人材はどういう人か。それを明確にして、まずは採用を行い、そして人づくりをしていくことが大事だと感じています。

これからは、戦略的に人材育成ができている自治体が差をつけていくと感じています。地域づくりは人づくり。人づくりを失敗したら地域づくりもない。だからこそ、人づくりは大事です。

私のミッションは人と人をつなぐことだと思っています。まちにはいろいろ人がいますが、なかなかつながらない。NASをきっかけにつながることで、新たな価値が生まれると思っています。そこが目指すところであり、これからも力を入れていきたいと考えています。

◇

職員の勉強会に留まらないNAS。多くの講師の生き様に触れた職員と住民が作り上げる中野区を今後もさらに注目したいと思います。

地域活性化センター編集室

● 千田達也（岩手県金ケ崎町から出向）

手前みそですが…

福島県

喜多方市 226

自然と美味あふれる 蔵シックなまち　喜多方



■蔵のまち
古くからお酒の醸造や漆器作りなどの作業をするための場所として建てられた蔵は現在も約 4000 棟が残っています。

喜多方市は、福島県の北西部、会津盆地の北に位置し、北西に飯豊連邦の雄大な山並みが連なり、東には名峰磐梯山の頂を望む雄国山麓が裾野を広げる豊かな自然に恵まれた風光明媚なまちです。飯豊山の澄んだ伏流水を使った味噌、醤油、清酒などの醸造業が盛んで、喜多方産の醤油を使ったスープと縮れ麺が特徴の「喜多方ラーメンのまち」として、また、醸造作業所などとして建てられた蔵が現在も多く立ち並ぶ「蔵のまち」としてもよく知られています。

これら蔵やラーメンなどの観光資源に加え、桜、ひめさゆり、花しょうぶ、福寿草など豊かな自然を満喫でき、昭和を彷彿とさせるレトロ横丁や会津塩川バルーンフェスティバルなど多くの観光イベントが開催されています。

豊富な観光資源と歴史情緒にあふれる喜多方市へ是非お越しください。



■喜多方ラーメン
日本三大ラーメンの１つで、醤油ベースのスープと平打ち縮れ麺が特徴です。市内には、約 110 軒のラーメン店が存在します



■二市一ヶ村日橋川「川の祭典」花火大会
塩川町を流れる日橋川を舞台とした夏祭りの一環として行われる花火大会で、約１万発の花火が打ち上げられます



■日中線記念自転車歩行者道
廃線となった日中線線路跡地には、３キロにわたって約１千本のしだれ桜が咲き誇ります



■三ノ倉高原花畑
三ノ倉スキー場のゲレンデを利用し、春は菜の花、夏には東北最大級の約２５０万本のひまわりが咲き誇ります



■喜多方レトロ横丁
毎年７月に行われるイベントで、昭和のミュージアムや SAKE 万博が開催されます



■一ノ戸川鉄橋
山都町にある阿賀川水系一ノ戸川にかかる鉄橋で、年に数回ライトアップを実施しています



■会津塩川バルーンフェスティバル
福島県内唯一の日本気球連盟公認熱気球大会が開催されるほか、バルーンの体験搭乗やバルーンナイトグローが行われます

センター通信

平成29年度 地方創生実践塾のお知らせ

◆「多様な人材で創造する新しいコミュニティビジネスのあり方・実践編」【熊本県人吉市】

人吉市を舞台に、「食」「農」「命」をテーマとし、九州各地のムラで活躍している実践者とひざを突き合わせながら、空き家を活用した新たなコミュニティビジネスのあり方や新しいコミュニティづくりについてじっくり学びます。

【日　　時】平成 30 年 1 月 19 日（金）13 時～ 1 月 20 日（土）13 時 30 分（予定）
【会　　場】ひまわり亭（熊本県人吉市矢黒町 1880-2）　リュウキンカの郷（熊本県球磨郡あさぎり町深田西 879-1）
【講　　師】主任講師：本田　節氏（有限会社ひまわり亭代表取締役）　特別講師：松岡隼人氏（人吉市長）ほか
【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）
【申込方法】下記ホームページの申込フォームから
【問合せ先】地域支援課（電話 03-5202-6136　メール chiiki@jcrd.jp）
https://www.jcrd.jp/（人材の育成・導入→地方創生実践塾 よりご覧ください。）

地域づくりコーディネーター研修会 in 仙台開催のお知らせ

◆「移住者が切り開く新しい暮らしの場」

【日　　時】平成 30 年 2 月 22 日（木）　震災の語り部による特別講演　10：00 ～ 12：00
地域づくりコーディネーター研修会　13：00 ～ 17：00（交流会　17：30 ～ 19：00）
【会　　場】東京エレクトロンホール宮城　401 中会議室（仙台市青葉区国分町 3-3-7）
【語 り 部】・阿部憲子氏（南三陸ホテル観洋 女将）
【講　　師】・役重真喜子氏（花巻市コミュニティ・アドバイザー）　・関元弘氏（ななくさ農園 代表）
・水柿大地氏（みんなの孫プロジェクト 代表取締役）
【定　　員】40 名（先着順）
【参 加 費】5,000 円（交流会参加者は別途 3,000 円）
【問合せ先】研修交流課（電話 03-5202-6135　メール chi-dantai @ 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のお知らせ

第 11 回「やねだん東京塾～一歩踏み出す行動の秘訣～」

鹿児島県鹿屋市串良町柳谷集落、通称「やねだん」では、「集落に補欠なし」、「感謝が感動を生み、行動に繋がる」の基本からなる地域おこしが実践されています。

この取り組みを学ぶため、やねだんには「故郷創世塾」を含め、年間 5,000 人もの方が訪れます。本セミナーでは、「故郷創世塾」の講師陣と各地域で活躍する卒塾生による集中講義を通して、地域のリーダーに求められる資質や考え方、行動のあり方の本質を学んでいきます。

【日　　時】平成 30 年 1 月 27 日（土）13：00 ～ 1 月 28 日（日）13：00
【会　　場】オフィス東京 T3 会議室（東京都中央区京橋 1-6-8 コルマ京橋ビル）
【講　　師】豊重哲郎氏（鹿児島県鹿屋市柳谷自治公民館長、やねだん故郷創世塾塾長）ほか
【定　　員】60 名（先着順）
【問合せ先】クリエイティブ事業室（電話 03-5202-6134　メール creative@jcrd.jp）

第 12 回「民間の資金とノウハウを生かす新たな官民連携 ～ SIB と官民連携による公共空間利活用の手法を学ぶ～」

行政と地域が連携して複合的な地域課題を解決するためには、人と資金・資源をつなげ、柔軟で独創的な創意工夫を喚起する取り組みを行う必要があります。

本セミナーでは、行政と地域が連携して社会的投資を行う「ソーシャルインパクト・ボンド（SIB）」と官民連携による「公共空間の利活用」など、地域資源と民間ノウハウを結び付け有効活用していく手法を学んでいきます。

【日　　時】平成 30 年 2 月 3 日（土）13：00 ～ 2 月 4 日（日）12：50
【会　　場】地域活性化センター 大会議室（東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザ 13 階）
【講　　師】深尾昌峰氏（龍谷大学政策学部 准教授）ほか
【定　　員】25 名（先着順）
【問合せ先】クリエイティブ事業室（電話 03-5202-6134　メール creative@jcrd.jp）
※詳しくはホームページをご覧ください。http://www.jcrd.jp/

地域づくり 12 月号

2017 年 12 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・乱丁はお取り替えします。地域づくり情報課（03-5202-6138）まで、ご連絡下さい。

地域づくり12月号（通巻342号）　平成29年12月1日　一般財団法人　地域活性化センター発行



宝くじは、みなさまの豊かな暮らしに役立っています。



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。

一般財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
http://jla-takarakuji.or.jp/

あなたに夢を。街に元気を。
クーちゃん
宝くじ

地域づくり

特集編（2017.12）

ISSN 1340-8917

特集　官民で取り組む地方創生

グラビア

2	基調論文	**企業が拓く地方創生の可能性**	岡本義行（法政大学大学院教授）
6	北海道ニセコ町 倶知安町	地元自治体と共同でニセコを通年型リゾート地に	ロス・フィンドレー
8	岩手県釜石市	ホームステイ型民泊で持続可能な観光	久保竜太
10	宮城県丸森町	官民連携でドローンに優しい町に！	横山　達
12	千葉県	地域で地域を応援する仕組み「地域クラウド交流会」	永岡恵美子
14	長野県塩尻市	官民協働で施策を自治体トップに直接提言	山田　崇
16	静岡県富士宮市	身近なコンビニを子育てにやさしい施設に	臼井　史
18	鳥取県大山町	町営ケーブルテレビで地域を動かす	貝本正紀
20	島根県津和野町	高齢者支援の実証実験で官民一体の取り組み	内藤雅義
22	徳島県神山町	日本の田舎をステキに変えるサテライトオフィス	竹内和啓
24	宮崎県都城市	地元酒造会社と連携してＰＲ戦略を展開	野見山修一
26	鹿児島県肝付町	ＡＮＡと連携して「宇宙に一番近い町」を発信	木佐貫英哉
28	副基調論文	**地域経済の好循環と地方圏への人・仕事の流れの創出**	梶原　清（総務省地域自立応援課課長補佐）
32	地域トピックス　大阪府	行政としての新たな資金調達の調査・研究	難波英太郎

2017 年 12 月 1 日発行　編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター　©2017 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

官民で取り組む地方創生



ニセコの夏の体験観光の中心、ラフティング

● 北海道ニセコ町、倶知安町（p 6- 7）



高野建設とドローン応援プロジェクトパートナー協定を締結

● 宮城県丸森町（p10-11）



釜石市と宿泊施設専用のウェブサイトを運営する米国のＡｉｒｂｎｂが観光促進に関する覚書を締結

● 岩手県釜石市（p 8- 9）



MICHIKARA のチームメンバー

● 長野県塩尻市（p14-15）



地域起業家による事業プレゼンテーションの様子

● 千葉県（p12-13）



大山町営ケーブルテレビで地元中高生がＰＲ動画づくり

● 鳥取県大山町（p18-19）



NPO法人母力向上委員会と富士宮市役所職員一丸となり、市内のコンビニと連携して「ベビーステーション」事業に取り組んでいます

● 静岡県富士宮市（p16-17）



日本の田舎をステキに変えるサテライトオフィス。サテライトワークの風景

● 徳島県神山町（p22-23）



買い物支援サービスの実証実験。食料品などを自宅に配達

● 島根県津和野町（p20-21）



ＪＡＸＡ職員の指導で製作された水ロケットの打ち上げ

● 鹿児島県肝付町（p26-27）



80 を超える地元事業者が加入する「都城市ふるさと納税振興協議会」の意見交換会議風景

● 宮崎県都城市（p24-25）

特集

官民で取り組む地方創生

企業が拓く地方創生の可能性

―地域が求めるのは経済活動、企業活動による発展―



法政大学大学院教授 ● 岡本 義行

はじめに

日本経済がゼロ成長を続けていることは周知であり、ゼロ金利という異常な政策や他の国では経験したことのない財政への依存は続いている。世界的に見れば、日本の1人当たりGDPはすでにベストテンから消えて久しい。出生率の低下や長時間労働を含めて、日本の当面する問題は企業や産業の競争力に関わっている。

地域活性化の問題も同様である。3年前「地方創生」というキャッチフレーズが第二次安倍内閣で華々しくデビューした。それまでも地方の「地域振興」は「地域活性化」や「地域再生」と名称を変えながら政策が次々に展開されてきた。どのような言葉を使おうと、これは地域の発展であり経済成長である。「地方創生」と言い換えても内実が変わるわけではない。「地方創生」の内実は地域における経済的発展である。地方創生は政策投資では解決できない。経済活動、企業活動でしか地域の発展は解決できない。経済活動に向けた手順はもちろん必要である。地域の発展、すなわち仕事や所得を生み出す力は地方創生に求められるものであるが、地域産業の生産性上昇や経済的あるいは社会的なイノベーションが基盤である。

地域の戦略

ところで、人口減少が現実のものとなり、それを食い止めるまでいかないにしても対応しなければならないとして、政府は「人口ビジョン」と「地方版総合戦略」を各自治体に作成させた。人口減少を食い止めるためには地方の雇用や所得を増加させる必要がある。これはわれわれのアンケートからも明白である。それは地方の経済的発展であ

筆者プロフィール

岡本 義行氏
（おかもと・よしゆき）

1947年東京都生まれ。1976年法政大学社会学部助手、1978年京都大学大学院経済研究科博士課程単位取得。博士(経済学)。1984-1986年エイナウディ財団（イタリア・トリノ）研究員、1987年法政大学社会学部教授を経て、2008年法政大学大学院政策創造研究科教授。2004年法政大学地域研究センター副所長（現在所長）。専門は　企業論、産業論、地域経済学。

主な著書は「イタリアの中小企業戦略」「産業集積の転換可能性：なぜ産業集積は進化するのか」「イノベーションマネジメント研究」など。

り、GDPの上昇である。政策的な投資では持続的な成長はできない。民間のビジネスによってのみ可能である。

その戦略をどのように描くのか。これこそ真剣に各地域が議論し考えなくてはならない課題である。今回は各地域にとっては非常に良い機会であったが、しかし、自治体の「総合戦略」はHPで見られるように、多くは地域特性のない総花的な「戦術」レベルのものである。

地方の主要な産業は農林水産業である。地方に先端産業を育成するには時間がかかるが、競争力のある農林水産業の育成は可能である。後に述べるように、先進諸国は何らかの競争的な地域産業を育成している。

地方創生には、起業やビジネス環境の改善のような長期的構造改革が必要であり、それを実現するのが、「地域活性化のメカニズム」を活用した「戦略」である。ともかく時間がかかっても、競争力のある産業を育成しなくてはならない。土産物やB級グルメだけでは地方創生は難しいだろう。あえて言えば、企業活動もグローバルな競争力が今や求められている。

以下では、たまたま縁あって依頼された「地方版総合戦略」の作成過程で実施したアンケートとヒアリングの調査結果を参考にしながら、「企業が拓く地方創生の可能性」を考えてみたい。

「地方版総合戦略」作成の調査から

この調査結果を全て紹介することはできないので、論点に関わる結果をいくつか紹介しよう。

調査した地域は、中山間地を含む中国山地に位置する人口約1万4千人の自治体である。全国的に見ても平均的な地域である。主要な産業は農業、林業であるが、川を活用した養殖事業も検討されている。小規模であるが老舗の温泉街もある。当地の自然を基盤とした観光資源には可能性がある。

アンケート調査の結果で目を引くのは、いくつかの形を変えた質問に対して、低所得や低収入が問題であると回答する住民が多く、約50％が年収300万円未満であることだ。いうまでもなく農業所得が低いことも原因である。兼業農家では農業収入が100万円未満の人が95％を超えている。それは生活に様々な影響を与える。少子化の原因にもなっている。子供を3人持つのが理想と回答する人は50％を超えるが、所得の低さや不安定さにより、また養育費で子供を諦めている人も少なからずいるようである。

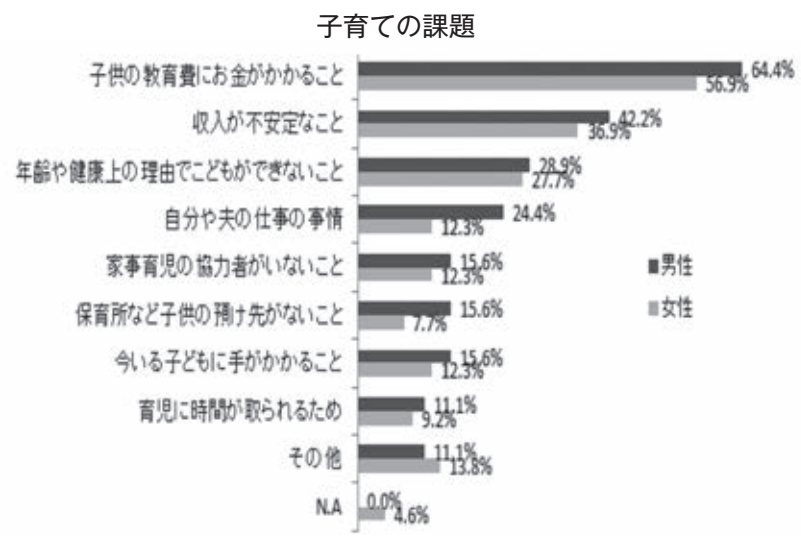
ところで、今日米作は日本中の地域が競争相手であるといっても過言ではなく、差別化して競争優位を獲得することは難しい。しかし、農協をはじめ農業関係者、農家の多くは米作に拘っている。

表　兼業農家の収入

問11.「兼業農家」の方にお尋ねします。農業の収入はどれくらいですか。（○はひとつ）

項目	回答数	%
1. **収入なし（自家消費）**	83	66.4%
2. 100**万円未満**	38	30.4%
3. 100**万円～300万円未満**	3	2.4%
4. 300**万円～500万円未満**	1	0.8%
5. 500**万円以上**	0	0.0%
N.A	0	0.0%
N	125	100.0%

図　実際の子供の数と希望する子供の数に差がある理由



その生産性を向上させることは不可欠である。地域によっては集団営農化し大規模化によって効率を上げているところもある。さらにＩＴやＡＩなどによる無人化に取り組もうとしている地域もある。こうした取り組みは地域ぐるみで推進するか、大企業に任せるしかない。しかし、農家の考え方ばかりでなく、農業の仕組みそのものが伝統的稲作と強く結びついているのでやっかいだ。

プロの農家とビジネス手法が地方創生を実現する鍵である

注目したのはトマト栽培である。幸いここには40年前にオランダから輸入されたハウス栽培がある。トマトは水耕栽培であり、ハウスには炭酸ガスが注入されている。独自の市場も開拓している。

こうした栽培方法は千葉大などで研究されており、その技術がここにも若干ではあるが移転されているようである。しかし、オランダの収量は日本のおよそ2倍といわれている。オランダは国土が小さいにも関わらず、世界第2位の農産物輸出大国であり、日本にもトマトを輸出している。ワーヘニンゲンを中心に大学や研究機関も農業の技術や品種改良を支援する。日本の食品関連の大企業も研究所をここにおいている。徹底した農業の知識産業化を目指している。

ところで、オランダでトマト耕作を実際に視察していくつかの点で驚いた。一つは、日本の種子のトップメーカーと協力関係にあるなど、国や地域の市場ごとに対応するマーケティング力を持っているということだ。

また、設備や農薬使用でも日本とは異なる。例えば、トマトの収量を上げるためには背を高くしなくてはならないので、11～12段まで実を付けさせる。そのためにはハウスの高さを高くしなければならないし、手入れや収穫のために台車のような設備も必要になる。日本の農産物は農薬使用もありＥＵなどへの輸出は緑茶のように難しい。ＥＵの方が厳しいのだ。当然、オランダのトマト栽培でも病気や害虫の問題に直面する。害虫に対しては鳥をハウス内に飛ばしている。

さらに、必要な炭酸ガスは水道やガスのように道路の下に埋設されて地域で利用する設備があった。光の量や温度など１００項目に近いパラメーターに関するノウハウが蓄積されてきているという。協力できるところは民間で協力する。マーケティングまでの広い範囲で大学や研究機関がビジネスとして支援する。こうした農業の体制は近年構築されたわけではない。19世紀末からの戦略であるという。

日本の国土の70％は山地であり、その多くは森林で覆われている。山間地における経済基盤はかつて林業や木材業であった。今日、木材の80％が輸入され、森林の活用が叫ばれているが、森林の手入れさえされていないのが実情である。岡山県の西粟倉村や真庭市、北海道の下川町のように、ビジネス化は進められているが、サステイナブルな本格的産業といえるのだろうか。


オランダトマト工場


オランダトマト工場で生産出荷されたトマト

ドイツでは、林業は雇用の観点からすると最大の産業といわれている（川下の製紙業も含まれるといわれているが）。いずれにせよ、「森の民」と呼ばれたドイツ、スイスあるいはフィンランドなど北欧では、林業は地域にとって重要な産業なのである。「フォレスター」という専門家が林業の主役である。作業道、林道、索道などによる輸送経路や輸送手段の選択から販売までを担っている。

フォレスターはドイツ圏特有の資格制度である。ドイツやスイスでは土地を入手して農業に従事するためには教育を受ける必要がある。自宅の周辺の「クラインガルテン」は問題ないが、農業に従事するために生産手段として土地を入手するには、トラクターの運転だけではなく経理やマーケティングまで学ばねばならない。デンマークの養豚についても同様に基礎的な知識や経験、４～

5年ぐらいの教育が求められる。

地域産業の競争力

今回の報告書とは別の論点であるが、畜産や漁業についても地域産業でありながら、グローバルな競争力が不可欠である。デンマークの養豚やノルウェーの漁業もグローバルな競争力を持つことで知られているが、イノベーションが重要な役割を果たす。ノルウェーは中国に次いで世界第二の魚類の輸出国である。日本ばかりでなく、世界中の回転寿司屋で出てくるサーモンのほとんどはノルウェーのフィヨルドで養殖された輸入品である。

養殖の技術は最初日本からも導入されたが、餌をはじめ養殖の技術的な研究によって飛躍的に発展した。さらにマーケティングや流通の進化によって、ノルウェーで養殖されたサーモンが翌日には日本の寿司屋で食べられるようになったという。漁業のサプライチェーンのイノベーションである。ちなみに、日本の漁獲物の自給率は60％程度であり、40％は輸入している。周辺国の漁獲の問題はあるにせよ、生産性が低く燃料代も出ない漁業では継続できないのである。


ノルウェーの海外の集落

ノルウェーの漁業は生産性が高く高付加価値の産業である。日本の漁師の平均年収は２００万円に満たないが、ノルウェーの漁師の年収は１０００万円を超える。漁業の付加価値が高くないと、人材が他産業へ流れてしまい、ノルウェーの漁業は消滅するといわれていた。ノルウェーの長い沿岸部はまさしく過疎地なのである。かつてはバイキングが住んでいたが、高い所得の魅力的な職場が生まれると、移住を始めた。アメリカにも多くのノルウェー人が移民した。住民が少なくなると日本の中山間地と同様に過疎化の悪循環が始まる。したがって、漁業の高付加価値化は重要な国土政策でもあった。

地域の経済基盤として産地や地場産業と呼ばれる地域産業を忘れることはできない。20年前ぐらいまでには５００カ所を越える製造業の地域産業が全国に点在していた。そうした地域産業の中には江戸時代以前から立地していたものもある。伝統的な産業の中には消滅しつつあるものもあるが、そうした中で、地域産業は経済環境に適合して「転換する」あるいは「レジリエンス（回復）の」必要がある。先進国にはそうした転換に成功して今日でもグローバルな競争力を維持している地域もある。そうした転換を可能にし促進する要因は人材とシステムであり地域自体の政策である。研究機関の重要性も指摘できる。先ほどのノルウェーの沿岸部にはノルド大学やトロムソ大学等が設置された。ドイツのルール地方では、重厚長大産業の転換を促進するために大学が設置されてきた。

おわりに

地方創生のためには地域の雇用・所得の増加が不可欠である。それには地域経済の生産性を向上させて地域産業の競争力を向上させることである。地域産業の高付加価値化でもある。そのためには技術、経営ノウハウ、組織、仕組みなどをイノベーションしなくはならない。

すでに述べたノルウェーでは漁師や漁業関係者、さらに国民の高学歴化を進めている。私が数年前に会った漁協の専務理事は社会学博士であった。ノルウェーは企業の従業員に「インダストリアル Ph.D」の取得を推進し支援している。漁業でも養殖からマーケティング・流通までイノベーションを促進するために、科学的な知識や思考を重要視している。

ＥＵ全体で地域づくりのために、異分野の修士をいくつか持つ専門家が立案実施している。そうした専門家の会議が頻繁に行われ、情報共有と政策批判が進められている。

こうした地域発展や地域活性化にはいくつかのキーになるステップがあるが、別の機会に述べたい。ともかく、時間がかかっても確実な地域づくりのステップを歩んで、地域の社会や経済の構造を転換し、地方創生を実現させたいものである。

1 北海道ニセコ町
倶知安町

地元自治体と共同で ニセコを通年型リゾート地に

―町を、住み、働くのに望ましい場所にするためのツーリズム―



株式会社ＮＡＣ　代表
● ロス・フィンドレー

ニセコ冬市場の崩壊

１９８０年代後半から１９９０年代前半にかけて、日本は誰もがスキーに行く時代だった。そのスキーバブルの最後に私はニセコにやってきた。当時のニセコは何千もの熱心なスキーヤーたちが列をなしてリフトに並び、スキーに費やす日々だった。大した危険を冒さずともエンドレスにパウダースノーを存分に楽しめた。まさにニセコはスキーヤーにとっての天国だった。

全国で次々とスキー場が開発されたが、残念なことにほとんどのスキー場はリゾート地というにはほど遠く、スキー以外の娯楽に乏しいものだった。そして、90年代の不景気の時代に入り、日本のスキー市場は崩れ、スキーリゾートを維持していくことは困難になった。

ニセコ夏市場の拡大

冬市場全体が崩れてきたとき、何か夏シーズンに人を呼び込むことはできないかという声があがった。しかし、スキーリゾートを通年型リゾートにもっていくだけの経験は誰にもなかった。

この時に私は、来た時にすることがあれば、人は来たくなるかもしれない、（シンプルに人々がするなにかを作ろう）と思った。そして私は北海道では最初（日本においてもほぼ最初）のラフティング会社を立ち上げた。瞬く間にニセコは北海道のみならず日本のアウトドアの中心地となり、人々が足を運んでくるところになった。

私は通年型リゾートとして、また住む場所としてのニセコの未来を強く感じ、このエリアのためにブランド、称号、目標を掲げて取り組んだ。そしてニセコは日本やアジアのアウトドアライフスタイルの中心地となった。

これがニセコや倶知安が日本の中で通年型リゾート地として成功した経緯だ。



ＮＡＣが経営するアドベンチャーセンター

ニセコの海外市場の始まり

２００１年にニューヨークでのテロ事件があり世界は震撼した。多くのオーストラリア人は恒例の海外スキートリップを取りやめた。しかし2つの小さなスキー旅行会社がニセコへの旅行を取り扱い、その年の冬にそれぞれ10人ずつのお客様を10回、合計２００人をニセコに送り込むことができた。

２００人のスキーヤー、これが、ニセコがオーストラリアのスキー旅行市場で脚光を浴びるのに必要とした人数だった。

ニセコの雪質はとてもよく、しかも毎日降り積もる。旅行会社はほとんど完璧なコンディションを保証することができた。パウダースノーを渇望しているオーストラリアのスキーヤーは、スキー

リフトを降りてすぐに、膝まで埋まる手つかずのディープパウダースノーを楽しめた。ニセコはスキーヤーにとって天国だった。ニセコはオーストラリアからみて、ただ車で走ってちょっと飛行機に飛び乗れば翌日にはスキーができる場所である。時差ぼけもない。さらには格安だった。日本はお金がかかる場所だと思われており、メロンの値段は月給並みだと認識していたのに、ニセコは世界のどこよりも安かった。

ニセコの海外市場の拡大

突然、ニセコヒラフスキーリゾートと倶知安町にオーストラリアのスキーヤーが殺到するようになった。地域住民は、オーストラリア人はたくさんのお金をお店で使ってくれる友好的な旅行集団だと認識するようになった。

もちろん日本のスキーリゾートのインフラ全体はオーストラリアスキー市場に適した宿泊施設に変わらねばならなかった。古いホテルも長く滞在したいと思える施設に変わらねばならない。彼らは家族でリラックスしながら、自分たちがわかる言語でテレビや映画を観たかった。カフェラテを飲みながら友達とリラックスし、おしゃべりをしたかった。彼らは飲む場所が欲しかった。子供たちを一週間スキースクールに預けたかった。

シンプルに需要と供給の経済原理を当てはめると全ての問題は解決した。たくさんの新しい商売やビジネスモデルが現れ、古いものは消滅したり買収されたりした。

ニセコはコンドミニアム、新しいホテル、バー、カフェ、さらにはミシュランの星付きレストラン、そしてお酒を飲むパブもある町へと変貌し、オーストラリア人が普通に外国の行先として感じられる場所になった。

このニセコエリアへの劇的な投資は今もなお続いており、国際的なホテルブランドが軒を連ね、今年は600億円近くの投資が行われている。



筆者とニセコの雄大な風景



ニセコの冬の体験観光の中心、スキー

地元自治体とニセコ

ニセコと共同事業をすることは地元自治体にとって必須となった。しかし、地域住民に利益を、海外の人にも日本のイメージを与えることができる、継続的で成功を収める通年型リゾートを作るために必要なことをする日本人は残念ながらいなかった。国際スキー旅行市場への参入も、海外から多くの投資を引き付けたことも全てが前例のないことだった。

通年型スキーリゾートを企画する能力を備えた自治体を見つけることは大変なことだろう。一方で自治体は必要とされるインフラ開発の決定や、様々な計画に付随する社会的なニーズや教育的なニーズに応えて最終決定をしなくてはならない。

1つの解決策は自治体が街づくりの教育を受けた者を雇うことだ。そこで、私は次のようなルールを考えた。

① 町は町のライフスタイルを改善するためのツーリズムをしなくてはならない。ツーリストが楽しいだけであればだれもリゾート地に住むことはない。ツーリズムは地域住民を、カフェ、レストランなどと連携してサポートする。

② 町はツーリズムを地域経済に拡充すべきだ。ツーリズムで得たお金は可能な限り町のビジネスに広がっていかなくてはならない。よそから来たオーナーが地域住民を最低賃金で使う一方で、全てのお金を彼のポケットにしまったならツーリズムはなしえない。同様に全てのお金が一カ所にのみつぎ込まれてもツーリズムは成立しない。

③ 自分の町を、住み、働くのに望ましい場所にするためにツーリズムを使う。そのためには自分たちをブランディングし、売り込み、新しい住民を引きよせなくてはならない。

④ 国際的な行く先としてのニセコは素晴らしい。しかしあまりにも国際的すぎる。町とデベロッパーは日本の最も大きな魅力の一つは日本であることを忘れてはならない。

今後とも、これらのルールに沿ってニセコでの地域づくりを進めていきたい。

ホームステイ型民泊で持続可能な観光
―米国の宿泊予約サイトと提携、国内外に発信―



釜石リージョナルコーディネーター ● 久保　竜太

◆◆◆ 国内初の覚書締結

２０１６年10月20日、岩手県釜石市は、宿泊施設専用のウェブサイトを運営するＡｉｒｂｎｂ（本社：米国・サンフランシスコ市）と、観光促進に関する国内初の覚書を締結しました。提携の内容には、次の様な方針が記載されています。

「民泊（ホームシェアリング）の推進をはじめ、釜石市の更なる観光振興を図るため、潜在旅行者を釜石市に誘致するために協働する。両当事者に適した時期及び方法で、釜石市の特色を打ち出すマーケティング・キャンペーンを実施する。２０１９年のラグビーワールドカップを始めとする大規模なイベント開催時における釜石市への旅行者の来訪に対応するために、地域内外の観光関係者等とのパートナーシップを通じて、既存の及び潜在的なホームステイの提供者に対して、Ａｉｒｂｎｂを含む新たなインターネット・プラットフォームへの適応を促進するための基本的なトレーニング及び関連資料を提供する。必要に応じて、非常用宿泊施設の提供にＡｉｒｂｎｂのホストコミュニティを活用する地域災害対応プログラムを策定し、釜石市の地域防災計画を支援する」。

以前から釜石市は、岩手県が策定したガイドライン（「農林漁家への民泊に係る取扱指針」）に則って、一般家庭でのホームステイ型民泊を提供するプログラムを実施してきました。現在、Ａｉｒｂｎｂとの覚書締結に基づき、このホームステイ型民泊のホストを拡大すると共に、ホストをＡｉｒｂｎｂが提供するグローバルな民泊予約サイトに登録し、釜石市とＡｉｒｂｎｂの協働でプロモーションを行う取り組みを進めています。

◆◆◆ 滞在交流型観光と国際交流

釜石市がＡｉｒｂｎｂとの協働を推し進めた背景には大きく2つの理由があります。

理由の1つ目は、ホームステイ型民泊を軸として滞在交流型観光を強化させるためです。

釜石市は、２０１１年の東日本大震災により大きな被害を受けましたが、復興支援を通じて多くの市外の方々に釜石市を訪れていただいたことにより、多くの交流が生まれました。そこには、単に「支援する側」「支援される側」にとどまらない交流の姿がありました。訪れた方が、地域に住む方の暮らしの中にある生活や文化、なりわい、ローカルな景観等に触れて感動し、そうした経験がきっかけで釜石市を再び訪れてくれるようになります。地域の方もこうした経験がきっかけで、自分の暮らしや地域に誇りを持つという変化が起きるようになります。こうした交流の形こそが、今後の観光の目指すべき姿と考えました。また、一般的に地域への滞在時間が長いほど旅行者の消費額が高まるとされており、交流を通じて滞在を促すことにより、地域経済の復興を図っていく狙いもあります。

理由の２つ目は、国際交流への対応力を強化するためです。

釜石市は、２０１９年に日本で開催されるラグビーワールドカップの試合会場地として、国内の12都市の1つに選ばれています。そのため、２０１９年には、多くの外国人旅行者が釜石市を訪れることが予想されます。それは、この東北の小都市を世界に知っていただく大きな機会でもあります。その来るべき好機に向けて、外国人を迎え入れる機運を高め、行政と市民が一丸となって受入体制を整える手段の一つとしてホームステイ型民泊を活用する考えです。そして、ラグビーワールドカップ開催時には、ホームステイ型民泊を通して外国人と地域住民との良質な交流の機会を多く

提供することで、ラグビーワールドカップ終了後も外国人旅行者とのつながりを維持し、釜石市が国際都市として発展していくことを目指しています。

「暮らすように旅する」という印象的なメッセージと共に提案する旅行スタイルや、グローバル市場での高いシェア率を誇るAirbnbは、釜石市の観光戦略にとって強力なパートナーです。

◆◆◆プロジェクトの経過

覚書締結の後、まず2016年12月に周知を兼ねたイベントを開催。Airbnbの担当者の他、和歌山県と三重県からAirbnbを活用している農家民宿のホスト2人をゲストに招きトークセッションを行いました。このイベントには、ホームステイ型民泊のホストや関心を寄せる地域の方など約30人が参加しました。

2017年3月からは、複数の体験プログラムを市内各地で展開する観光イベント「Meetup Kamaishi」の開催に合わせて、3軒のホストファミリーをAirbnbに登録してトライアル運用を開始しました。5人の在日外国人がAirbnbを利用して市内で1泊2日のホームステイ型民泊を体験しました。また、このイベントに先駆けて、Airbnbが釜石市の英語版ガイドブック「Kamaishi Explorer」を作成しました。

2017年8月からは、農水省の農山漁村振興交付金（農泊推進事業）を活用し、専門人材を増員してプロジェクトチームを強化しました。地域ごとのコーディネーターを配置し、複数地域でのホスト拡大と受け入れサポートを進めるとともに、事務局の運営基盤の強化を図っています。

今後2年間で、ホームステイ型民泊ホストのAirbnb登録数を順次増やしていきながら、コーディネーターのサポート体制構築と報酬制度を導入し、2019年からは交付金に頼らず自立的な運用が開始できるよう取り組んでいきます。



Airbnbを利用した外国人モニター（ガイドブックを手に）



Airbnbを活用している農家民宿のホストをゲストに招いてトークセッションを開催

◆◆◆持続可能な観光

2017年は、国連が「持続可能な観光国際年」と定めている年です。その取り組みを主導する国連世界観光機関は、これからの観光の役割について、文化の価値や相互理解などを提唱しています。

釜石市は、今年3月に策定した「釜石市観光振興ビジョン」で、この持続可能な観光に重点を置く方針を示しました。ホームステイ型民泊における外国人と地域住民との交流が、釜石市の文化の価値を高め、また国を越えた相互理解へと貢献できる可能性を秘めていると考えています。

3

官民連携でドローンに優しい町に！
―ドローン関連の起業や企業立地を支援―



丸森町商工観光課商工班　主事　●　横山　達

◆◆◆はじめに

宮城県丸森町は、平成28年2月に「ドローンイノベーション応援」を宣言し、「ドローンに優しい町」を目指しています。

この宣言は、ドローン産業の発展を本旨としつつ、当町での起業や、企業立地を支援するとともに、「ものづくり」で若者を引きつけることを目的としたものです。

当町は民間企業2社とパートナー協定を結んでおり、官民が連携することで、ドローンに優しい町を構築することを目指し協力しています。

◆◆◆ドローン産業の可能性とリスク

ドローンとは、無人車両や無人航空機等遠隔操縦機または半自律的な機械全般を指した言葉ですが、近年では、やや狭義に、遠隔操縦または自立式のクワッドコプターやマルチコプターを表す言葉として、メディア等で多用されるようになりました。

ドローンは趣味として楽しむほか、地上観測や空中写真撮影など広範囲な商業用途が広がり、新しい産業として成長する可能性があり、民間企業の関心も高い状況にあります。

しかし、急速に普及しているドローンは、新しい産業として成長できる大きな可能性を秘める一方、墜落や危険飛行による事故などのリスク面で不安視されており、こうした状況を踏まえ、国では平成27年12月の航空法の改正をはじめ、様々な法整備を行ってきました。

◆◆◆応援宣言の経緯

丸森町は、平成27年に一般社団法人ＭＡＫＯＴＯ（本社：仙台市）と連携し、地域から起業家を育て、世界に通用する事業を想像する「丸森ＣＵＬＡＳＴＡ」プロジェクトを立ち上げました。

これは、町中に眠っている価値を「開き」「共有し」「つなぐ」ことで、丸森町から、世の中に新しい価値を想像していくことをコンセプトとしています。

平成27年10月、丸森ＣＵＬＡＳＴＡのコンセプト、そして丸森町の自然豊かな環境、平坦地も中山間地のどちらも有する地域特性に期待する高野建設株式会社（本社：仙台市、以下「高野建設」）から、官民連携のドローンビジネスプラットフォーム「丸森ドローンフィールド」企画について、町に相談がありました。

この企画は、町の広大な土地と空間をドローンの操縦体験・トレーニング・実証実験・コミュニティの場にリノベートし、町外からの来訪者を増やし、丸森町の価値を高め、ビジネスと雇用を創出することを目的としたものです。町有不動産であるグラウンドや体育館などを利用されていない期間にドローン飛行場として活用します。ドローンパイロット養成事業を行う「ドローンスクール」や、ドローンのメンテナンスと開発を行う工房「ドローンスタジオ」、そして、町内の空き家をリノベートし、ドローンフィールド企画の拠点となる「ドローンベース」の3事業が新しいビジネスとして、どのような連携が行えるかを町として検討しました。

そこで、「丸森ドローンフィールド」企画の実施を受け入れるだけでなく、「ドローンに優しい町」を目指すと共に、ドローンの安全運行の普及・啓発に取り組むなど、「規制するのではなく、受入体制を整える」ことで、ドローン産業の発展と共に、時代を担う若者が「ものづくり」に夢を見る、かっこよく・わくわくできる田舎を目指すこ

とを目的に、「ドローンイノベーション応援」を宣言し、高野建設と「ドローン応援プロジェクトパートナー協定」を締結しました。

現在までの成果

平成28年8月、町の中心部の空き店舗をリノベートした「ドローンベース」がオープン、同年9月には、「ドローンスクール」が開校し、平成28年だけで、80人以上の方に実際のドローン運用を想定した実践的カリキュラムを提供するドローンパイロット育成講座を受講いただきました。

これにより、町外からの来町者が増えるだけでなく、グラウンドや体育館等の公共施設の利用料金収入が増加しています。

また、自治体におけるインフラ点検などの課題解決にドローンを活用したソリューションを提供する株式会社ブイキューブロボティクス・ジャパン（本社：東京都）に「ドローン応援宣言」の内容に共感いただき、平成28年8月に「ドローン応援プロジェクトパートナー協定」を締結しました。平成29年2月には、同社と共同で、ドローンを活用した災害対策実証実験を実施し、消防署や警察署と共に、水害発生時や火災発生時に人が立ち入れない場所での初期対応や人命救助の判断へのサポートなど、行政課題の解決や、新しいビジネスの創出など、ドローンのさらなる可能性が示される実験となりました。

その他、行政課題や地域課題をドローンで解決する可能性を探るため、「ドローンハッカソン」を開催し、行政やドローンメーカー・ユーザー間によるビジネスの受発注機会の提供とともに、ネットワーク構築を目指すイベントを開催しています。



空き店舗を有志でリノベーション　右上は筆者



ドローンスクールで座学講座を開催



町のグラウンドをドローン飛行のフィールドに活用

将来の展望

「ドローンイノベーション応援」を宣言後、ドローン関係者からの丸森町の認知度は飛躍的に高まりました。今後も「丸森ドローンフィールド」や「災害対策実証実験」に続く取り組みを実施することで、「ドローンに優しい町」、「ドローンなら丸森」というポジションの構築を目指します。

官民の連携により、両者がお互いに進むべき方向が一致した際のスピード、パワーは今後も大いに期待しています。

例を挙げると、「丸森ドローンフィールド」企画の持ち込みから4カ月程度で「ドローン応援プロジェクトパートナー協定」の締結に至りました。また、「ドローンベース」の拠点整備時は、事業者と空き店舗所有者との間に町が入ることで、賃貸借の交渉手続きがスムーズに進んだほか、町職員が積極的にリノベーションイベントに参加するなど、新たな産業の創出に向け、官民が連携することの効果が現れました。

今後も、行政単独事業では得ることができない効果につながるよう、まちづくりの一環として官民連携を推進していきます。

地域で地域を応援する仕組み「地域クラウド交流会」

―起業家支援と地域活性化を実現させる地域のチームづくり―



サイボウズ株式会社
地域クラウドプロデューサー
● 永岡　恵美子

◆◆◆「地域クラウド交流会」

今や、全国各地で自立的に開催されている「地域クラウド交流会」（愛称：ちいクラ）についてご説明します。テーマは「つながる。広がる。うまれる。起業家の応援を通じて地域を活性化」です。

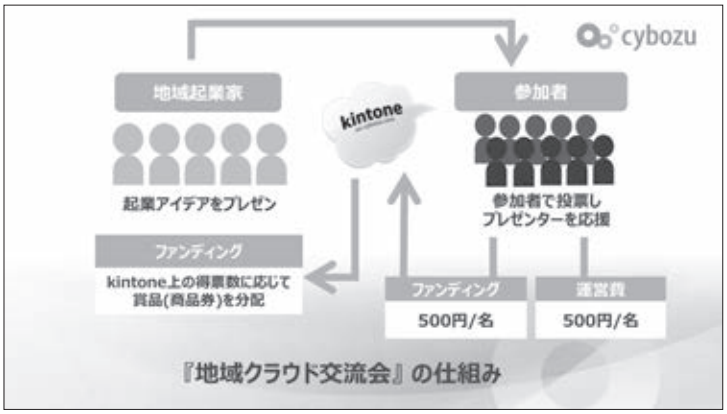
そもそもは「こんな交流会が地域で繰り返し開催されていたら、地域で地域の人を応援し合えるとっても良い街になるじゃないか」という自らの発想に突き動かされ、行動し、様々な壁にぶち当たっては方向転換をしながら、作り上げて来たのが、今や「ちいクラ」という愛称で親しまれ、全国で60回以上開催され、延べの参加者は34市区町で8千人を超える「地域クラウド交流会」という地域で行うビジネス交流会となりました。

原点となる第1回開催は、2015年1月15日。私自身が主催者として開催するものでしたので、生まれ育った街、千葉県千葉市でスタートさせました。

試行錯誤の上で用意したプログラムには、「ちいクラ」の特徴的な仕組み「交流会型のクラウドファンディング」（添付の図）と、繋がる7つの仕掛けがあり、起業家支援と地域活性化を一気に実現させる交流会として、参加者や関係者から多くの高評価を受けました。第1回から、千葉県庁の職員の方が参加されていたことがきっかけとなり、その後、2015年と2016年の2年間に渡り、千葉県の事業として、千葉県内で計20回が開催されました。

もちろん、私としては千葉県だけではなく、全国どこでも開催が実現可能な仕組みであると考えていましたし、起業家支援と地域活性化のために沢山の地域で開催してほしいと思っていました。しかし、千葉県内でしか実績のない「地域クラウド交流会」の開催に協力して下さるところはなかなかありませんでした。

そんな中、飛騨高山の皆さんが、地域クラウド交流会の可能性に賭け、開催を決断して下さいました。それが呼び水となり、そこからは、評判を聞きつけた方や、実際に視察参加された方の中から、自分の街でも開催したいと、様々な地域から手が挙がるようになり、北海道の釧路市、東京都では江東区、東大和市を皮切りに、1年半で北は北海道から南は九州まで15都道府県へ開催が広が



交流会型のクラウドファンディング

ることとなりました。

◆◆◆ 地域の方が主体的に参加

全員が参加者であり、よくあるように主催者側と参加者側に分かれることはなく、平場で交流して行きます。起業家、事業家、街の方、行政、金融機関、支援機関、士業の方など、それぞれが餅は餅屋で、自分の得意なことを負担にならない程度に、ちょっとだけ交流会の場に提供して頂きます。

みんな役割を持って交流会に参加しますので、傍観者ではなく主体的に関わることで楽しさが増します。自分が役割を果たしたことにより他の参加者から感謝もされますし、役に立っている実感と達成感を味わえるようになります。地域の起業家は会場で事業のプレゼンテーションを行い参加者から応援投票を集めます。パソコンの得意な参加者はクラウドシステムで行うその投票を手伝い、参加者全員が、それぞれ一番応援したいと思った起業家に1票（５００円の価値のある投票権）を投じる応援という役割も持っているのです。

様々なプレイヤーで構成されている参加者により会場内で繰り返される交流は、起業家にとって、地域の起業家仲間を発見する場であり、先輩起業家からのアドバイスを受ける場であり、さらには行政の方から使えそうな支援策を教えてもらえる場ともなります。反対に、行政の方は実際に起業家が何を求めているのか生の声をその場で聞くことが出来ます。毎回１００人近い参加者で賑わう交流会なので、参加者にとっては、たくさんの街の方に出会えるチャンスであり、さらにはビジネスで大切な見込み客の獲得へと繋がり、やがては「ちいクラ」をきっかけにして地域に新しいチームがうまれて行くのです。

どんな地域で開催しても、参加者の放つ熱気と楽しさが詰まった素晴らしい場になるのですが、映像で伝えても、文章で伝えても、その熱量を感じて頂くことは難しく、とにかくお近くの開催地に足をお運びいただくことが一番です。会場で是非ご体感ください。やはり視察に来て頂きますと良さを分かって頂けるのか、千葉県のほか、滋賀県近江八幡市、近畿経済産業局、中国経済産業局、九州経済産業局の事業としても開催が行われています。



地域クラウド交流会でのアイスブレイク「ラジオ体操」



地域クラウド交流会の様子。全員笑顔で集合

◆◆◆ 47都道府県での開催を目指して

ひとりでも多くの方に「ちいクラ」を自立開催してほしい！そう考え、２０１７年８月からは、２日間集合研修により「ちいクラ」開催のすべてのノウハウをお教えする研修プログラムを開始しました。

研修の中では、①地域の人をチームにしていく巻きこみ力②開催準備から開催後の処理までを円滑に行うタスク遂行能力③実際に１００人以上の参加者をまとめて行く現場統率力―以上の３つのスキルを備えた開催オーガナイザーが各地で開催を続けてくれています。今は、まだ15都道府県での開催ですが、２年後までには47都道府県すべてで開催されることを目指しています。

本稿をお読みくださった方の中から、ぜひ自分の街でも開催したいと研修に参加して下さる方が多くあらわれ、実際に地域クラウド交流会開催が実現することを切に願っています。

注

・写真出典：ちば起業家応援事業実行委員会

・「地域クラウド交流会」はサイボウズ㈱の登録商標です。

官民協働で施策を自治体トップに直接提言

―地方創生協働リーダーシッププログラム MICHIKARA―



塩尻市地方創生推進課シティプロモーション係 ● 山田 崇

MICHIKARAは、塩尻市職員と、チェンジウェーブ、ソフトバンク、リクルートホールディングスがチームを組み、同市の「生の地方課題」に対する行政施策提案を、同市担当職員も入った「官民協働チーム」で自治体トップに直接立案・提言する仕組みです。2016年2月に発足しました。





単なる「提言」に終わらず、実際の予算編成に取り込まれるようになっています。極めて短期間で取り組むことで参加者の急成長を促す仕掛けもあり、2016年6月・7月に第2期が、2017年5月・6月に第3期が実施されました。現在は、日本たばこ産業、日本郵便、オリエンタルランドが参画。首都圏と地方のボーダーを越え、あらゆるステークホルダーが協働することで新たな価値を創造することに大きく寄与するプログラムです。

◆◆◆「コクリ!プロジェクト」から始まった

MICHIKARAのきっかけは、コクリ!プロジェクトの場でした。2015年9月、じゃらんリサーチセンター研究員の三田愛さんからのお誘いで、様々な分野の方が集まって対話する「コクリ!プチキャンプ」に参加、意気投合したのが、塩尻市職員の山田崇、数々の企業で変革実現のサポートや変革リーダー育成など個人や組織、社会変革を担ってきた「変革屋」の佐々木裕子さん、リクルートライフスタイル人事部の飯田竜一さんの3人でした。他の場では絶対に出会わないはずの3人が、コクリ!の場で出会い、対話を通して深くつながり、互いに境界を越え、一歩を踏み出し、そこから生まれたのが地方創生協働リーダーシッププログラムMICHIKARAです。

◆◆◆行政経営システムと民間活力導入事業の連動による実現性の担保

民間活力の導入を塩尻市行政経営システムの基本項目として設定。市職員の参加者に、意思決定権限を有する担当者、企画課職員が参画することにより、次年度への予算化・事業化を担保しています。MICHIKARAの実施により、行政課題についての提案が実際に動きはじめ、また、次年度の事業として設計されるなどの成果が現れています。

具体的に、今年6月に実施された第3期MICHIKARA、過去に実施したMICHIKARA、インターンの詳細は別表の通りです。

◆◆◆課題解決策が次々に実行される

第1期のテーマ「空き家対策」では、小学校の総合学習授業の一環として「空き家おそうじフェスティバル」が開催され、「子育て世代の復職・両立支援」では、子育て女性の就業支援事業「Seed」が始まりました。

第2期の「塩尻型新規木材需要創造戦略」のテーマでは、課題解決アイデアは森林公社設立につながり、「しおじりICT産業集積戦略の構築」「未来型保育園運営構想のデザイン」にもそれぞれ予算計上されました。また、塩尻市では2017年度から「地方創生共創プロジェクトチーム」と「地方創生推進課」が立ち上がり、その組織改革自体も、MICHIKARAからの産物と言えます。

◆◆◆課題の構造化「仕様書」

MICHIKARA実施の3カ月前から、官民協働で解くべき喫緊のテーマを選定し、参加職員の公募・選定後、課題設計研修（クリティカルシンキング研修）を実施。庁内での課題仕様書作成過程で、達成したい目標の設定と、現状やこれまでの施策成果や課題の整理が進みました。本市職員が作成した課題仕様書は、過去4回実施したMICHIKARAインターンも含めると34となり、その精度・具体性は、初回に比べて格段に向上していると参加民間企業の事務局からも賞賛いただきました。

参加者にはチームごとに事前に「仕様書」が配られ、「テーマ選定の背景」「今回のプロジェクトで提案していただきたいこと、提案時に勘案いただきたい条件」「今回のプロジェクト施策を考えていただく上での参考資料」が共有されます。実際の生でリアルな課題、その背景や見えている制約など、施策提言に向けて必要な情報の詳細がA4で2枚の仕様書にまとめられているからこそ短期間での施策立案につながっています。

	MICHIKARA			MICHIKARAインターン			
	第1期	第2期	第3期	SPIRIT	WILL	TURE TECH 第1期	TURE TECH 第2期
日程	・平成26年1月25日（東京）/キックオフ ・平成26年2月5日-7日（塩尻）/協働合宿	・平成26年6月23日（東京）/キックオフ ・平成26年7月15日-17日（塩尻）/協働合宿	・平成27年5月31日（東京）/キックオフ ・平成27年6月9日（塩尻）/中間FW ・平成27年6月23日-25日（塩尻）/協働合宿	・平成28年 2月20日-21日（東京）/キックオフ ・平成28年 2月22日-26日（塩尻）/協働合宿	・平成28年6月31日（東京）/キックオフ ・平成28年 9月1日-5日（塩尻）/協働合宿	・平成28年 9月21日-22日（東京）/キックオフ ・平成28年 9月23日-26日（塩尻）/協働合宿	・平成29年 9月21日-22日（東京）/キックオフ ・平成29年 9月23日-27日（塩尻）/協働合宿
参加企業参加人数	・リクルートグループ7名、ソフトバンクグループ7名 ・塩尻市職員7名、塩尻市企画担当・世話役 7名	・リクルートグループ7名、ソフトバンクグループ8名、日本たばこ産業5名 ・塩尻市職員5名、塩尻市企画担当 世話役12名	・リクルートグループ1名、ソフトバンクグループ8名、日本たばこ産業5名、日本郵便4名、オリエンタルランド5名 ・塩尻市職員6名、塩尻市企画担当・世話役 18名	・大学生32名（エントリー数 約3,200名）、リクルートキャリア社員8名 ・市職員2名	・大学生18名（エントリー2,200名）、リクルートマーケティングパートナーズ社員7名 ・市職員3名	・大学生30名（エントリー約1400名から選考）、ソフトバンク社員15名 ・市職員3名	・大学生30名（エントリー約1500名から選考）、ソフトバンク社員15名 ・市職員参加者10名、世話人等7名
テーマ	1.新体育館の活用促進戦略	1.塩尻型新規木材需要創造戦略	1.木曽漆器産業のイノベーション戦略	1.東京人により、ぶどう農家を増やすには	1.空き家問題をテーマにした岡小野中学校への総合授業の考案	1.予防医療への参加率を日本で最も高い市にするには	1 森林再生における担い手創出
	2.木質ペレット熱供給システム構築	2.しおじりICT産業集積戦略の構築（ソルトバレー構想）	2.森林整備の多様な担い手の確保	2.塩尻の飲食店を地元の若者無業者で救え		2.インバウンド交流人口増加策	2 中小製造業における人材採用戦略
	3.ICT基盤を使った新規事業開発	3.企業シニアの新たな雇用対策スキーム 構築戦略	3.地元製造業のイノベーション支援	3.塩尻市次世代リーダー輩出	2.高校生向けキャリア教育プログラムの考案	3.地場産ワイン 需給バランスのミスマッチ解消	3 都市農村交流による担い手創出
	4.空き家対策	4.保育士不足を解消する「未来型保育園 運営構想」のデザイン	4.生き抜く力を育む探求型社会教育プログラム	4.塩尻市に女性エンジニアを増やすには		4.若年層の選挙投票率増加	4 まちづくりの担い手の持続と発展戦略
	5.子育て世代の復職・両立支援	5.小坂田公園の民間協働再生戦略	5.働き盛り世代の健康意識向上戦略 6.首都圏人材還流プロモーション戦略	5.塩尻市子育てテレワーク領域雇用拡大	3.信州大学「地域ブランド実践ゼミ」のブランディング考案	5.塩尻市の婚姻率数増加	5 ウイングロード（中心市街地商業施設）活用戦略

MICHIKARA34 テーマ一覧

◆◆◆MICHIKARAの4つの成果

1.「TURE TECH」ソフトバンク

地方創生インターンシッププログラム

2016年9月には、大学生が塩尻市の課題解決策を考えるソフトバンクのインターンシッププログラム「TURE TECH」がスタートしました。大学生は地方創生の学びの機会として、企業は新たな採用戦略の一環として、行政は新たな視点の施策立案として、win-winの取り組みとなっています。第2期TURE TECHからは、兵庫県丹波市でも実施されました。

2. 株式会社リクルートホールディングスとの包括連携協定の締結

2016年10月、塩尻市とリクルートホールディングスとが地方創生をテーマにとした包括連携協定を締結しました。リクルートホールディングスでは、今年6月に、オンライン薬局に服薬・健康相談ができるサービス「すこやくトーク」の開発・提供を発表。塩尻市は実証実験のフィールドの提供など、さまざまな形で連携を進め、今年7月には、リクルートホールディングスと信州大学との包括連携協定も締結され、地域での新たな共創を生み出す挑戦につながっています。

3. MICHIKARA官民協働フォーラム開催

2016年10月、全国の地方自治体職員100人と首都圏企業人材100人が集結して、本気で協働し、短期集中で地方先進課題に対する行政施策立案を行うプラットフォーム「MICHIKARA官民協働フォーラム」を東京大学駒場キャンパスで開催しました。今年11月には第2回のフォーラムを日本財団ビルで実施し、地方自治体と民間企業との共創の場、情報発信の場と発展しています。

4. MICHIKARAグッドデザイン賞2016受賞

現在は、全国の地方自治体からの行政視察も増え、また全国各地から呼ばれることも多くなっています。今後も塩尻市の地方創生の取り組みにご注目ください。

6 静岡県富士宮市

身近なコンビニを子育てにやさしい施設に

―市と地元NPO団体、コンビニが連携「ふじのみやベビーステーション」―



富士宮市市民交流課女性が輝くまちづくり推進室 ● 臼井 史

ベビ＊ステ誕生秘話

「ベビーカーのまま入ると迷惑かな」「オムツを売っているかな」。子ども連れでのコンビニで、こんなことを思ったことはありませんか？この気持ちを受けとめてくれるのが、「ふじのみやベビーステーション（ベビ＊ステ）」です。

きっかけは、「企業&NPO協働アイデアコンテスト（主催：NPO法人パートナーシップサポートセンター）の募集をみたこと」と話すのは、NPO法人母力向上委員会（以下、母力向上委員会）の中村鈴鹿さん。中村さんは3児の母で、当時は3人目が生まれたばかりでした。「子ども3人を連れて出かけるのが億劫でした。その理由の1つが荷物の多さであることに気が付いたのです」。そこで、身近なコンビニでオムツやミルクのお湯が補充出来たらどんなに楽だろうと考えました。

早速、母力向上委員会で話してみると「いいね」の声。と同時に「モノだけでは足りないんじゃない？」という指摘が。「周りに迷惑をかけるかも」「目を離した隙に危険なことをするかも」という心配も外出をためらう要因であることに気づきます。

重い荷物と赤ちゃんを抱えて会計にもたつくお母さんに、ふいに走り出した子どもに、コンビニの店員さんが声をかけてくれたら、そっと見守り手を差し伸べてくれたら、安心して子育てができるまちになるのではないか。こうした話し合いの末に前述のコンテストに応募し、「ママたちの声から生み出す！コンビニ発の子育て支援事業」は、見事最優秀賞を受賞しました。

コンビニとの連携の壁

最優秀賞を受賞し、アイデアは評価されたものの、コンテスト関係者からコンビニとの連携は難しいのではないかと言われ、コンビニ関係者からも「乳幼児向けの製品は一時的な需要しかなく、顧客として意識しづらい」という話をききました。しかし、中村さんは、生活に身近で、24時間いつでも利用できるコンビニだからこそ、この事業に意味があると思っていました。

同時期、富士宮市は地方創生の推進に取り組む中で、母力向上委員会の受賞を知りました。当時の市の企画担当係長は「当事者目線のアイデアは共感でき、実現すれば富士宮ならではの取り組みになると確信した」と振り返ります。一方で、「行政が参加してくれることで、コンビニが話し合いのテーブルについてくれたと思う」と話す中村さん。まずは市内のコンビニ全店に対し、子育て関連の商品調査や店員への聞き取りから始まり、さらに市職員と共に店舗やエリア本部に直接出向き、事業内容の説明や協力を依頼するなど、市と母力向上委員会の連携プレーにより、コンビニ各社と多くの対話を重ねました。その結果、市とコンビニ本部が「ふじのみやベビーステーション事業協力に関する協定書」を締結し、富士宮市は母力向上委員会とともに「協働事業」として、取り組みを進めていくこととなりました。

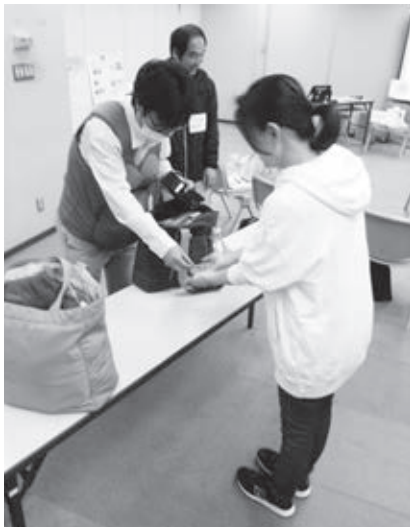


ベビ＊ステ目印ののぼり：ベビ＊ステ登録店舗にお配りするのぼり。店舗出入り口で富士山に負けない存在感です

生きた事業にしたい

ベビ＊ステ登録には、①紙オムツの販売 ②粉ミルク用のお湯の提供 ③講習会への参加―の3つを条件としました。その1つである講習会は、コンビニオーナーや店員を対象に、妊婦体験ジャケットを着用しての買い物体験（当事者目線）、店内での応対の実演（店員目線）を通して、子育てへの共感や事業への理解を促すものです。母力向上委員会の塩川祐子代表は、「講習会での体験によって、一方通行ではなく、お互いの理解を深めていきたい」と話します。コンビニ側の参加者は、「すでにポットのお湯は、カップラーメン以外に使ってもらってかまいませんでしたが、それ以外の利用は見たことがありませんでした」と、表示や声かけの大切さを感じていました。

現在、半年に1回「ラウンド（認定店舗の訪問）」を行っています。ラウンドでは、ミルクのお湯などの利用状況や子育て支援に工夫していることや、子どもの対応で困ったことなども聞き、利用者側の意識向上にも取り組んでいます。また、コンビニ本部との意見交換会を開催し、常にこの事業を意識して協力してもらえるよう密な関係を構築しています。



講習会の様子：コンビニ各社店からの参加者に、子育て体験をしてもらいます

力を合わせて

事業推進の基盤とも言えるのが、毎月行われる定例会。母力向上委員会メンバーと、市の担当部署のほか、関係する職員が部課をまたいで参加し、毎回今後の展開について熱い意見が飛び交います。



熱い定例会：毎月、事業推進のため熱い意見交換が行われます。時に、お母さんが赤ちゃんや子どもを連れてきて、にぎやかになることも!?

また、市内に工場をもち、ノンカフェイン飲料なども手がけるアサヒ飲料（株）から、コンセプトに共感をいただき、平成29年6月に企業版ふるさと納税による寄附をいただきました。大手企業からの理解と協力は、市と母力向上委員会双方にとって、とても大きな励みになりました。現在も、民間企業の目線から、良いアドバイスをいただいています。

お母さんの活躍の場に

現在、市内コンビニの半数以上にあたる34店舗がベビ＊ステに登録され、少しずつ認知度が高まってきました。初めは、お母さんの不安な気持ちの受け皿となる事業として提案されましたが、この事業はともに取り組む母力向上委員会メンバー（お母さんたち）の活躍の場としての役割も担っています。私たちは、このベビ＊ステの輪が広がると同時に、子育てに前向きな気持ちを持って伸び伸びと活躍できる女性の輪を広げたいと考えています。

また、子育て世代にやさしいまちは、そこに暮らす全ての人にやさしいまちでもあります。事業に関わるすべての人、すべての市民、訪れるすべての人にとって誰もが幸せを感じられる事業になるよう、常により良いものを求め、バージョンアップを繰り返しながら官民協働で共に創りあげていきたいと思います。

皆さん、富士宮市にお寄りの際は、ぜひベビ＊ステのコンビニへお立ち寄りください。

町営ケーブルテレビで地域を動かす
―企画から制作、演出まで全て住民が行う番組づくり―



映像制作会社アマゾンラテルナ鳥取大山オフィス
代表・総合プロデューサー
● 貝本　正紀

◆◆◆ 日本一人口の少ない鳥取県にサテライトオフィス

中国地方最高峰「大山」の麓に広がる鳥取県大山町。人口減少、高齢化、後継者不足、観光業の低迷など多くの課題を抱えています。２００７年に約30億円を使って整備した町営ケーブルテレビもその一つ。行政の管轄で、役場職員が中心になって行政情報や町議会中継などを放送していましたが、番組のクオリティーは低く、視聴者は一部の人に限られていました。さらにＳＮＳやネット環境の向上により、広報機能としての存在価値も年々低下し、各所から事業の見直しや放送内容の改善を求める声が相次ぐようになりました。

民間への業務委託に活路を見出そうと大山町が誘致したのが、弊社アマゾンラテルナでした。東京に本社を置く映像制作会社で、ＮＨＫや民放のテレビ番組の制作を手がけています。私が地方創生関連の取材で大山町を訪れた際に、役場職員からケーブルテレビについて相談を受けたことがきっかけでした。元々、ローカルメディアに可能性を感じていたことから話し合いを重ねるようになり、結果、大山町に移住し、立て直しに協力することになったのです。

２０１５年、町営ケーブルテレビ「大山チャンネル」の制作業務を全面受託し、町内の閉鎖した保育所にサテライトオフィスを設立。他に2人のスタッフが大山町に移住し、地元採用のスタッフと4人で、まちのテレビを変える日々がスタートしました。

◆◆◆ 視聴者から共創者へ

大山町では、7割の世帯がケーブルテレビに加入しています。まず、私たちが行ったのは、住民へのヒアリング。悪名は無名に勝るとも言いますが、番組を見たことがない人が大半で、存在すら知らない住民も多くいました。そもそもテレビ自体を見ないという若者も少なくありませんでした。

私たちが考えたのが一人でも多くの住民を番組づくりに巻き込むこと。どんなにテレビを見ない人でも、自分の子供が出演したり、友人が関わっていれば、録画してでも見たくなります。地域のイベントでも知り合いが関わっていれば行ってみようとなります。あの心理です。住民とテレビの間に接点を量産し、視聴者が見たくなる「動機」を増やしていこうと考えたのです。

◆◆◆ 日本一の超住民参加型テレビを目指して

新コンセプトは「住民の住民による住民のため



子どもリポーター


住民ナレーターは小学生から高齢者まで交代で担当

の住民参加型テレビ」。出演者、リポーター、ナレーター、デザインまで、すべて住民たちが行う自給率１００％の番組づくりを進めています。

司会を務めるのは、若手農家と食堂の女性店員。地域の情報を伝えるリポーターは、小学生からガソリンスタンドの店員まで総勢10人。ナレーターは、保育園の先生や70代のおばあちゃんなど20人が担当しています。

住民が地域の魅力や課題を語り合う「住民トークバラエティ・だいせん１００％ＴＶ」では、日曜大工が趣味の若者が制作したスタジオセットに、漁師、旅館の若旦那、主婦、住職、中学生など毎回異なる住民が登場。超ローカルなトークを繰り広げています。

番組制作の裏側にも多くの住民が関わっています。東京時代は、プロの業者にお願いしていた空撮は、ドローンが趣味の農家のおじさん。ＣＧ制作も、それを趣味とする住民に依頼し、撮影や編集を除く、あらゆるテレビの仕事を地域の人たちと行っています。



住民トークバラエティ「激論！どうする大山町」


住民参加の番組企画会議

この３年で番組に出演してくれた住民は約７００人。地域には、おしゃべりが好き、絵を描くのが上手、声がきれいなど、自分の「得意」や「好き」を生かして、地域に貢献したい人がたくさんいます。そういう人に声を掛け、番組づくりに参加してもらうことで、「活躍の場づくり」にもつながっています。

◆◆◆ 見たい番組をみんなでつくる

番組の企画内容も、住民と企画会議を開いて決めています。会議の時間にやってくれば誰でも参加できる仕組みで、中学生、高校生、スーパー店員、主婦、議員、経営者など、職種も世代も様々な人が集まり企画を考えていきます。ルールは「自分が見たいと思える番組である」「自分がワクワクする企画である」です。この条件を満たしていれば、ほぼ採用します。住民が企画した番組の一つに「住民対抗！大山町クイズ王選手権」があります。野球場に住民を集めて、大山町の歴史文化・雑学について誰が一番詳しいかを決めるというもの。「大山町に暮らしていても、知らないことがいっぱいあるよね」「だからと言ってお堅い番組は見たくない…」という参加者のつぶやきから生まれました。

他にも、町長と住民が町の課題について議論する討論番組、出稼ぎに来ている外国人労働者の素顔に迫る密着番組など、30本以上の企画が住民のアイデアから実現しました。

企画から制作まで住民参加で作り上げる「おらがまちのテレビ」。行政が行ったアンケート（１０００人対象）では、「番組の内容に大変満足している」と答えた人が60％に達しました。

また、多様な住民が集まり一つの番組を作り上げていく過程は、世代や職種を越えた交流の場にもなっており、新たなつながりも生まれています。

◆◆◆ 住民参加から住民主導へ

２０１７年には、日本財団の支援を受け「大山テレビ部」を発足。住民が映像ノウハウを学んで大山町の魅力を全国に発信していくプロジェクトです。小学生、中高生など、若い世代を中心に40人の住民が在籍。脚本、撮影、編集など、プロの技術を勉強しながら、まちのプロモーション動画や、ご当地「ヒーロードラマ」を制作しています。大山町には高校がありません。中学を卒業すると都市部の高校に進学するため、地域との接点が減り都会志向を強くする一因となっています。大山テレビ部は、そんな中高生が映像づくりを通して、まちの人と触れ合い、ふるさとへの愛着を高めていく、そんな場にしたいと考えています。そして、将来は大山町のケーブルテレビを担う人材として、番組をさらに面白くしてくれたらと願っています。

高齢者支援の実証実験で官民一体の取り組み

―ITを活用した見守り・買い物支援サービス―



津和野町つわの暮らし推進課　課長　●内藤　雅義

◆◆◆津和野町における地域課題

人口減少と高齢化が進行する中で、町にこれからも安心して豊かな気持ちで住み続けられるよう、人口減少に対応したまちづくりが島根県津和野町の最重要課題です。

津和野町では、平成24年に住民と行政の協働指針を策定し、協働のまちづくりを推進してまいりました。具体的な取り組みとして、町内102の自治会や町内会、商店会を中心に、12の公民館等エリアにそれぞれまちづくり委員会を設置し、地域住民による地域課題の解決に努めているところです。高齢者のみの世帯が5割以上占めている自治会が3割という状況の中、地域住民の主体的な活動として、草刈りなどの環境美化や住民の親睦活動、防災などに取り組んでいますが、一方で、高齢者独居世帯の増加や、食料品や日常生活用品を販売している店舗の閉鎖などを背景に高齢者の見守り・買い物支援などに、町全体として取り組むことが必要となっています。このため、町として合理的かつ効果的な施策を実施することが課題となっておりました。

◆◆◆総務省　地域おこし企業人交流プログラムの活用

津和野町は、平成24年より災害時協力活動を中心とする全国50自治体と関連企業40社で構成される「ささつな自治体協議会」に参加しています。その協議会にITを活用した高齢者支援事業の立ち上げを検討していたシャープ株式会社が参加していたことから、高齢者の見守りや買い物不便者対策など地域課題の解決に向けた取り組みを実施する目的で、総務省の「地域おこし企業人交流プログラム」を活用して、平成27年11月より同社の社員2人の派遣を受けることになりました。



まちづくり委員会との意見交換会

◆◆◆アクティブシニア総活躍事業の企画

平成27年度に策定した「まち・ひと・しごと創生津和野町総合戦略」では、地域と連携し住みよいまちをつくることを基本目標の一つとして掲げ、まちづくり委員会や関係機関などと連携しながら、住み慣れた地域での生活サービス機能等を維持し安心して住み続けられるまちづくりを推進することとしています。これを基本に、地域おこし企業人交流プログラムを通してシャープ株式会

社から提案のあったテレビとインターネットを使った見守りサービス、買い物支援サービスの実証実験について民間企業の知見を活かしたアクティブシニア総活躍事業として総務省の地方創生加速化交付金の採択を受け平成28年度に実施することとなりました。

◆◆◆ 実証実験の取り組み

実証実験は高齢者世帯等50世帯を対象として平成28年12月より3カ月間実施しましたが、準備・運用は初めて経験することであり、多くの困難がありました。見守りサービス（テレビの電源ＯＮ／ＯＦＦの情報を親族などにメールでお知らせ）については、関係者とのルールの調整や実証実験参加世帯及び親族世帯への説明・承諾、買い物支援サービス（テレビを通して商品を画面で選択しコンシェルジュと対話する方法などで食料品などを注文し自宅に配達）については商品を供給する地元商店との交渉・調整、参加者に安心して利用してもらえるような商品選定や配送体制を構築し運用しました。



テレビを通して商品の注文を受ける
コンシェルジュ

さらに、先進事例として食料品などの宅配事業を行っているスーパーマーケットに協力を要請し運用しているシステムについて検討を重ねました。

実証実験の結果としては、テレビ見守りサービスについては、サービスを利用することで安心感を得られたとの回答や今後も利用したいとの回答が多くあったのに比べて、買い物支援サービスについては、注文方法や経費面などに関して課題が残るものであったと考えております。



実証実験の様子。買い物支援サービス

◆◆◆ 今後はふるさと納税の活用などを検討

平成28年度に実施したアクティブシニア総活躍事業の結果を踏まえ、平成29年度もシャープ株式会社と連携して総務省の地域の暮らしサポート実証事業を活用した実証実験に取り組むこととしました。

平成29年度は、実証実験世帯を５００世帯まで増やして、町内全世帯のうち希望する世帯を対象として、11月中旬から平成30年1月末まで行う予定です。

実証実験の内容としては、買い物支援サービスに変更を加え、携帯電話アプリによる注文方法の追加や誘致企業であるコールセンターの活用、買い物支援サービスの拠点施設の整備、今後担い手となる第三セクターとの連携、音声アシスタント端末（人工知能）を活用した音声対話による暮らしリズムナビの実験なども行うこととしております。

平成30年度から同サービスの本稼働を予定しておりますが、特に買い物支援サービスにつきましては、全体経費からの受益者負担を課題として捉えており、ふるさと納税の活用など財源確保について検討しているところです。

まだまだ課題が多いですが、シャープ株式会社との連携があればこそたどり着いた取り組みと考えており、今後は、商工会や第三セクター、誘致企業、まちづくり委員会と連携し、住み慣れた地域での生活サービス機能等を維持し安心して住み続けられるまちづくりを推進してまいりたいと考えております。

9 徳島県神山町

日本の田舎をステキに変える サテライトオフィス

―古民家改修から生まれた「ワークインレジデンス」―



NPO法人グリーンバレー　事務局長
竹内　和啓

◆◆◆始まりは一件の古民家改修から

「サテライトオフィスの集積は意図してできたんじゃない。神山に集まる人の思いやアイデアが結果的につながって生まれたヒトノミクスなんです」。当法人の大南信也理事長は常々そう言います。それでも、「思い返せば、あの古民家改修工事によって、今の流れが始まったんよなあ」というのが、地域活性化センターの助成金を活用した古民家改修プロジェクト第1号案件「ブルーベアオフィス」です。

私たちNPO法人グリーンバレーは、法人登記は2004年ですが、活動自体は四半世紀を超える歴史があります。その中でも、海外からアーティストを招聘して町に滞在しながら創作活動に取り組んで頂く、アーティストインレジデンスの事業を20年近く続けています。町に訪問するアーティストの滞在満足度を上げることに注力した結果、やがてリピート訪問が起こり、口コミを生み、実際に移り住む人まで現れる取り組みとなりました。そんな実績を町から認められ、移住交流支援の窓口業務を町より委託頂いたのが、2007年のことでした。

◆◆◆ワークインレジデンスへ

アーティストの移住を受け入れているうちに見えてきたことがありました。アーティストというのは職業であり、神山に住んで仕事をすることだとすれば、これを一般的な仕事にもあてはめることができるのではないか。田舎から都会に仕事をしにいくのではなく、神山に仕事をしにくるという逆転の発想です。しかも、移住の窓口は自分たちで請け負っているので、申し込みの中から神山に必要な業種や起業家を、空き物件と照らし合わせながら、こちらで選別することができます。この、移住者と空き家をマッチングさせる新しい取り組みが、「ワークインレジデンス」です。このまま放置すれば街から商店が消えてしまうとの危機感からくるものでもありました。これが思いの外うまく機能し、実績が一つ二つと積み上がり、再生の兆しのようなものが現れてきました。

そこから次の一手として新たに手掛けたのが、古民家改修プロジェクト、名付けて「空家町屋」。移住者を受け入れる空き家が出てくるのを待つの



古民家改修プロジェクト第1号「ブルーベアオフィス」

でなくて、ぼろぼろになった空き家に、グリーンバレーとして投資し、新しい場所を作る。アトリエ、工房兼住居みたいなものを作り、循環的に人々が訪れ、賑わいをもたらすような場所をつくろうというのが、この第1号案件のコンセプトでした。Webサイト「イン神山」の映像撮影や編集などを担当し、神山に興味を持っていた東京在住のトム・ヴィンセント氏の企画提案です。

この物件は、彼自身が年に何度か訪れる際の拠点となるだけでなく、それ以外の期間は都市部や海外からのクリエイターに、この場所を貸し出します。借りる企業や個人が利用料を支払うだけでなく、それぞれのクリエイティビティを活かした地域貢献や交流を図ってもらうことで、新たな仕事を創出するなどの地域活性化につなげていきます。例えば、造形に関わるクリエイターであれば、アート作品を展示したり、教室を開いたりします。都市と自然豊かな神山町という対照的なふたつの地域を行き来するオフィスワークのあり方は、当時としては非常に先進的なものであり、これがやがてサテライトオフィスという形で町内に次々と花開いていくことになりました。

◆◆◆ ヒトノミクスがムーブメントをもたらす

そして、ここからヒトノミクスが始まります。このプロジェクトで空き家の改修をお願いしたのは、徳島出身の若手建築家の坂東幸輔さん。ニューヨークで建築家としてのキャリアをスタートさせていた坂東さんが2010年に母校である東京芸大の建築家の助手として帰国する折、縁あってお願いすることになりました。その後、さらに坂東さんの友人で同じく建築家の須磨一清さんも合流、2人の建築家と共にこのプロジェクトは進められました。

さらにヒトノミクスは続きます。須磨さんと大学同期というご縁で、神山に遊びに来たところ、その場所に魅せられ、すぐさまサテライトオフィスを置くことを決断されたのが、Sansan株式会社の寺田親弘社長。名刺管理アプリサービスを提供するITベンチャー企業です。

寺田さんは商社員時代、シリコンバレーでの駐在を経験しています。シリコンバレーといえば、サンフランシスコのダウンタウンからは車で1時間ほどの郊外にある一見のどかな田舎町。それでありながら、アップルやグーグルなど、ICT関連の最新先端企業が本拠地にしているだけでなく、毎年巨額の投資マネーが流れ込む、不思議なエリアでもあります。そこに集まる人々は、おおらかで、柔軟で、チャレンジ精神にあふれ、常に何か新しいことが起こることを予感させる、ワクワクを感じられる場所。同じような空気感を神山に感じ取った寺田さんは、自社の社員にも、そのような環境で仕事をさせたいと、サテライトオフィス開設を即決されたのでした。県内全域に光ファイバー網が敷かれるという「地の利」も、神山に追い風となりました。

◆◆◆ 神山バレー誕生

そして、そんな一連の流れを、当時取材に来ていたNHKがとらえてくれました。その中の一枚の写真が反響を呼び、町の運命を変えることになります。

これ以降、神山は一躍注目の的なり、サテライトオフィス開設希望者がたくさん訪ねてくるようになりました。企業の進出や移住はやがて周辺サービスも呼び込むことになり、今、町にはいくつか新しいレストランも開業しています。

現在の大きな課題の一つは、慢性的な空き家物件の供給不足です。おかげさまで、進出企業も移住希望者も増え、これまでのアプローチでは供給が追い付かない状態が続いています。町として集合住宅のプロジェクトも始まっておりますが、丁寧に進めておりますので、時間との戦いです。



NHKニュース9で流れた1枚の写真

地元酒造会社と連携してPR戦略を展開
―行政が民間企業に乗っていく新たな取り組み―



都城市総合政策課ふるさと納税担当主幹 ● 野見山　修一

◆◆◆都城市に関心を持ってもらう「つかみ」は何か？

宮崎県都城市では、２０１４年４月から「肉と焼酎のふるさと・都城」を対外的にＰＲする方針を定めた。２０１２年11月に就任した池田宜永市長により打ち出されたこの「肉と焼酎に特化した」戦略は当時、他の産業とバランスがとれないと思われた。

都城市の知名度は決して高いものではない。市長も実際に体験してきたことだが、未だに「宮城県都城市」と間違えられることもあるし、「とじょうし」と読まれることもある。そのような状況で、市長の「都城に関心を持ってもらう『つかみ』を『日本一の肉と焼酎』に特化する」という考え方はこれまでの行政の概念を打ち破るものであった。

あまり知られていないが、都城市は、牛、豚、鶏を合わせた畜産算出額が全国１位である。また、焼酎メーカーとして、ここ数年トップの座を譲ることのない、「黒霧島」で有名な「霧島酒造」がある。この分かりやすくなじみやすい２つの日本一をＰＲの看板としたのである。

◆◆◆霧島酒造との包括連携協定

一方で、特定の民間企業と行政の距離が近すぎるのは問題という見方もある。しかしながら、「目的を果たすためには霧島酒造と連携するのが一つのポイント。特定の企業というのは横に置いて、日本一の会社が地域にあるので、その力を借りる」という市長の考えのもと、今までにない、行政が民間企業に乗っていく新たな取り組みを進めてきた。

「目的」とは無論、地方創生である。地方創生の取り組みを進めるためには、それぞれの地域が横並び主義から脱却し、地元の資源や資産を生かして成長していかなければならない。２０１５年11月10日、本市は、双方の資源を有効に活用した協働による活動を推進し、地域経済の一層の活性化と市民サービスの向上に資することを目的として、本市に本社がある霧島酒造と包括連携協定を締結した。

協定締結後は、東京モノレール浜松町駅の手前付近に設置した「黒霧島ＭＡＤＥＩＮ都城」の看板をはじめ、ポスターやグッズ、イベントなど首都圏を中心に対外的ＰＲのツールとしてフル活用してきた。

本市においては、地方創生推進にかかる地域の特色を再定義するうえで、霧島酒造の存在が欠かせない。それは「ふるさと納税」でも実証されている。

◆◆◆本市のＰＲ戦略とふるさと納税の実績

ふるさと納税に関しては、２０１４年10月から「都城市を知ってもらう」ことを目的に対外的ＰＲのツールとして活用することをより明確に打ち出し、「肉と焼酎に返礼品を特化したふるさと納税」の推進に取り組んできた。

結果はすぐに数字となって現れた。「日本一の肉と焼酎に特化した返礼品」は寄附者のニーズをしっかりと捉え、リニューアル後、半年で５億円の寄附が集まり、２０１５年度、２０１６年度の寄附額はそれぞれ42億円、73億円と、２年連続日本一となった。

日本一となったことで、さらに多くのメディアに取り上げられ、ふるさと納税を通じて初めて都城市を知ったという方もたくさん現れた。今では、都城市と聞いて、「肉と焼酎のまち」あるいは「ふるさと納税日本一のまち」をイメージする方も増

えてきており、市が目的として掲げている対外的PRについて、大きな効果があったと考えている。

◆◆◆ 地元事業者の参加と官民一体の取り組み

リニューアル当初は、肉と焼酎に特化するPR戦略に理解が得られないこともあり、返礼品の調達に苦労することもあった。しかし、当初は1社だけだった返礼品提供事業者も徐々に増加し今では80社を超えている。

2016年4月、事業者自らが資金を出し合って、ふるさと納税のさらなる振興や地場産業のさらなる成長への取り組みを行う「都城市ふるさと納税振興協議会」を立ち上げた。協議会には市からの補助金は一切ない。

協議会の大きな取り組みは3つ。1つは販売戦略。本市とともに、広告代理店や食レポのプロと組んで、ネット戦略や雑誌・新聞広告、通販とのタイアップ企画、都市圏でのイベントなど、あらゆるツールを活用して販売戦略を展開している。その結果を分析しながら次の戦略を練るという好循環を形成しつつある。

2つめは、新商品開発や顧客満足度の向上に向けた新たな事業の展開。ふるさと納税の先行きには不安感もあり、常に、ふるさと納税だけに頼り過ぎない取り組みの必要性も共有し、行政と事業者が一体となって、ニーズに応える商品づくりを本気で考えてきた。

3つめは社会貢献。利益追求だけにとどまらず、被災地への支援（寄附）や、NPO等によるまちづくり活動支援なども展開しており、社会貢献の意識をしっかりと持って活動が維持されていることも特徴的である。

恒例となった月に1度の集まりは、本市の担当者や事業者同士の情報交換の場ともなっている。他の事業者の取り組みを常に意識しており、良い意味での競争が生じ、事業者のスキルアップにも繋がっている。



「黒霧島 MADE IN 都城ポスター」と「焼酎」



黒霧島を活用した東京モノレール浜松町駅看板

◆◆◆ 今後の戦略の方向性

本市ではPR戦略を段階的に展開することとしている。第一段階の「都城を知ってもらう」から、第二段階の「都城に関心を持ってもらう」を経て、最終的には「都城を選んでもらう（手にとってもらう）」段階へと至ることだ。

まずは、官民一体となった協働での取り組みを通じて、しっかりと都城市の知名度を向上させ、インバウンドを含む観光やスポーツ・文化合宿の誘致、移住UIJターンの促進、企業立地の促進など、様々な分野で戦略的なチャレンジを続ける。これにより、地域経済に大きな波及効果が創出されると考えている。

ANAと連携して「宇宙に一番近い町」を発信
―地域資源の「ロケット発射場」を生かした地域おこし―

肝付町企画調整課　企画調整第一係長　●　木佐貫英哉



◆◆◆官民連携に至る経緯

地方創生が世間で騒がれ始めた平成26年、行政運営に民間視点を取り入れるべく、地域課題に共に取り組む事業パートナーを探していました。そのような中、株式会社ＡＮＡ総合研究所（以下、ＡＮＡ総研）による地域活性化支援事業の記事を目にし、ＪＡＸＡ内之浦宇宙空間観測所（ロケット発射場）が立地する「宇宙に一番近い町・肝付町」と「国内最大規模の航空会社・全日本空輸株式会社（以下、ＡＮＡ）」の事業連携の可能性を直感し、相談したのが始まりでした。その内容は、地域資源を生かした地域活性化のため、ＡＮＡグループの持つ知識・経験を活かすというものでした。そして、ＡＮＡ総研を事業パートナーとして官民連携補助事業の応募に至りましたが、不採択という結果でした。平成27年度のＡＮＡ総研との事業連携を断念しかけた矢先、ＡＮＡ総研から突然の電話がありました。その内容は「せっかくのご縁、『宇宙』と『空』のつながり、一緒におもしろいことをやりませんか」というものでした。ここから官民連携による取り組みがスタートし、今年で3年目を迎えています。

◆◆◆協働事業の内容

○きもつきファンづくり事業

平成27年度、最初に取り組んだのが、東京都中央区で開催の「太陽のマルシェ」にＡＮＡ総研と肝付町、そしてＪＡＸＡ内之浦宇宙空間観測所の三者で参加したことでした。肝付町の知名度向上・ファン獲得を目的とし、ロケットなどのペーパークラフトワークショップ、パイロット・宇宙飛行士などの制服試着、宇宙関連グッズ・肝付町特産品販売、宇宙・航空クイズを実施しました。また、「きもつきファンクラブ会員証」交付など、宇宙に一番近い町・肝付町のＰＲは大盛況でした。

平成28年度はマルシェ参加に加え、地域活性化センター補助事業としてスペースサマーキャンプを実施し、都内より8組19人のご家族、町民含めた総勢30人に参加いただきました。「五感で感じる体験ツアー」をコンセプトに、ご当地食材によるイプシロンの里弁当、地域住民が教える竹細工（竹とんぼ・竹箸）、冷たい谷川での水遊び、ＪＡＸＡ職員が教える水ロケット製作、伊勢海老・牛肉などの地域食材ＢＢＱ、地域グルメが当たるご当地ビンゴ、ＪＡＸＡ内之浦宇宙空間観測所見学、えっがね（伊勢海老）定食など1泊2日のスケジュールに肝付の魅力を詰め込みました。



東京都中央区で開催の「太陽マルシェ」に肝付町、ＡＮＡ総研、ＪＡＸＡの三者で参加

○人材派遣事業（地域おこし協力隊・専門研究員）

より効果的・スムーズな連携事業の展開を図るため、平成28年度からは地域活性化に向けた連携協定を締結し、ＡＮＡ総研から駐在員（地域おこし協力隊）１人を派遣していただいています。連携事業業務の他、ＡＮＡキャビンアテンダントという職歴を活かし、小中学生を対象としたキャリア教育、各種団体を対象としたマナー（おもてなし）講座も行っています。

平成29年度に実施した初の試みである町内中学生を対象としたアメリカホームステイ事業も、事前研修から現地同行まで協力いただきました。また、専門研究員を招いて地域資源調査を実施し、意見交換等を行いました。



ＡＮＡ総研から派遣されたキャビンアテンダントによるキャリア教育



ＡＮＡ機に町名・町花をラッピングした「肝付町ご当地プレーン」

○情報発信事業

平成28年度からは情報発信事業として、ＡＮＡ総研ホームページ・ＡＮＡ機内誌・空港イベント・ＡＮＡふるさと納税サイトなどで地域情報の発信を行っています。

平成29年度は、連携開始からの念願でありました「肝付町ご当地プレーン」が就航しました。ＡＮＡ機に「町名・町花」をラッピング、座席ポケットに肝付町紹介リーフレットを設置し、日本国中で肝付町をＰＲしています。

◆◆◆ これまでの成果

平成27・28年のきもつきファンづくり事業においては、マルシェでの多数の来場者・体験ツアー参加者の満面の笑みから、肝付町の持つポテンシャルの高さ、今後の可能性を実感しました。官民連携の成果として、地域資源をブラッシュアップした「本物」を提供できたことを挙げることができます。

平成28・29年の人材派遣事業においては、キャリア教育は将来を担う子どもたちの夢の実現に向けた道しるべとなり、マナー講座はホスピタリティを学ぶ機会となりました。また、青少年海外派遣事業の早期実現につながりました。

平成28・29年の情報発信事業においては、ＡＮＡの持つ高い情報発信能力により、地域情報の発信・肝付町の知名度向上に一定の成果をあげたと感じています。それは、ロケット打ち上げ時の多数の見学者来町、着実に増加するふるさと納税額から見て取れるところです。

◆◆◆ これからの課題・展望

現在も「肝付町」は、日本の端っこにある過疎化が進む町であり、人口減少抑制・産業振興などの問題を抱えていることに変わりはありません。

しかし、ＡＮＡ総研との官民連携事業で地域の宝探しは3年目を迎え、地域が刺激を受けたことは間違いありません。今まで、なかなか前に進まなかったことが、動き始めました。和牛日本一の県として活気づく畜産業界、水産業のブランド化、地域特産果樹のＧＩ（地理的表示保護制度）導入に向けた動き、特産品開発など、産業振興は着実に進んでいます。そして、地域資源を活かした地域おこしを目指すＮＰＯ組織が新たに誕生しました。

これも、官民連携した地域の宝探しにより、地域住民が地域資源の価値を認識した結果です。今後、地域づくりのテーマである「人そして地域活力の創出による地域力あふれる町」を目指し、これらの動きを協働・支援していくことが行政の役割であり、そのことが肝付町のブランド化につながると確信しています。

地域経済の好循環と地方圏への人・仕事の流れの創出
―官民連携による地域雇用の創出や遊休資産の活用―

総務省地域自立応援課課長補佐 ● 梶原 清

【施策概要】

・産学金官の連携により、地域の資源と資金を活用して、雇用吸収力の大きい地域密着型企業（事業）の立ち上げを支援
・具体的には、地域金融機関から融資を受けて事業化に取り組む民間事業者が事業化段階で必要となる初期投資費用について、地方公共団体が助成する場合に、地域経済循環創造事業交付金により支援

はじめに

本格的な人口減少社会の中、地方創生を進めていくためには、地域経済を再生させるとともに、地方への人や仕事の流れを促進し、さらなる地域経済の好循環を生み出してくことが重要である。

総務省では、これまで地域経済の好循環や地方圏への人や仕事の流れを創出するための様々な取り組みを進めているところであるが、本稿では官民連携した取り組みである「ローカル10，000プロジェクト」「地域おこし企業人」「お試しサテライトオフィス」について紹介する。

なお、文中意見にわたる部分は私見である。

「ローカル10，000プロジェクト」

「ローカル10，000プロジェクト」は、本誌2017年2月号「地域資源を活用した地域経済好循環推進プロジェクト」の中でも取り上げているので、詳細は省略するが、産学金官の連携によって、地域の資源と資金を活用して、雇用吸収力の大きい地域密着型企業（事業）の立ち上げを支援する取り組みである。

例えば、一旦事業が立ち上がれば、地域で雇用を創出し、地域から原材料を購入することで、地元にも資金還元がなされた上で、毎年の営業利益が黒字になることが十分期待できるものの、初期の設備投資の資金を金融機関からの借り入れで賄うには十分でないビジネスモデルがあったとする。そのような場合に、地方公共団体がその事業の立ち上げに必要な初期投資額と金融機関の融資可能限度額との差額を補助して支援を行う際に地域経済循環創造事業交付金を交付するものである。

平成28年度までに、311の事業に対し支援がなされてきたが、その事例の一つとして岐阜県多治見市の映像コンテンツを活用したエンターテインメント型レストランの運営によるにぎわいづくり事業を紹介する。

○映像コンテンツを活用したエンターテインメント型レストランの運営によるにぎわいづくり（岐阜県多治見市）

岐阜県多治見市は、古くからのやきものの文化が栄え、全国でも有数のやきもの（美濃焼）の産地として関連産業も含めて発達してきた。しかし、消費者の嗜好の変化と代替品の台頭等により、やきもの文化は近年低迷気味であり、やきもの目当てに全国から訪れていた観光客の大幅な減少と商店街を中心とした町のにぎわいの低下が課題となっている。

そこで、地元企業5社が有限責任事業組合を設立し、駅前の一等地を市から借り受けるとともに、地域経済循環創造事業交付金と地域金融機関の融資を受け、最先端の技術を活かしたプロジェク

ションマッピングによる幻想的な空間演出と飲食サービスを提供するエンターテインメント型レストランを整備、より幅広い世代の入込客の増加につなげ、にぎわいの創出を図ることを目的とした、にぎわいづくり事業を実施している。

食器類や店内什器には、伝統ある地域資源である陶磁器やタイルを使用し、それらにも投影を行うなど、異なる活用方法にて消費者に見せることで、魅力の再発見を促進する。米のほか、トマトやイチゴ、ブルーベリー、鶏卵など地域の農畜産物を気軽かつスタイリッシュな料理として提供することにより、地域の食資源の魅力を認識いただくことで、地域に根付く地場産業や関連産業の振興にも寄与しようとするものである。

本プロジェクトを活用した食×アート体験型レストランは10月11日にグランドオープンしたところであるが、多治見市のにぎわいづくりに大きく寄与することを期待したい。

「地域おこし企業人交流プログラム」

【施策概要】

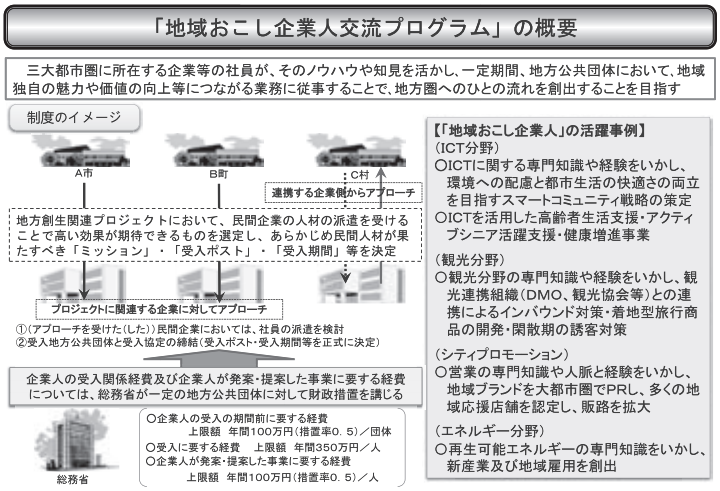
・地方公共団体が三大都市圏に所在する民間企業の社員を一定期間（6カ月～3年）受け入れ、そのノウハウや知見を生かし地域独自の魅力や価値の向上につながる業務に従事
・企業人の募集や受け入れ、企業人が発案・提案した事業に要する経費については、特別交付税措置

総務省では、地方公共団体が三大都市圏に勤務する民間企業の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を活かして地域独自の魅力や価値の向上、安心・安全につながる業務に従事してもらうことで、地方圏へのヒトの流れを創出することを目指す「地域おこし企業人交流プログラム」を推進している。

〈受け入れ団体、派遣元企業双方にメリット〉

地域おこし企業人の受け入れ団体にとっては、派遣元企業のノウハウや人脈等を活かした地域活性化・課題解決の取り組みを展開し、民間の経営感覚やスピード感覚を取り入れることで、地方創生の総合戦略に掲げる目標を早期に達成するための戦略的なパートナーを得ることができる。また、組織の意識改革等にも資するものとなることが期待される。特に一般的な委託事業とは異なり、現場にマンパワーとして企業人が投入されることから、目標達成に向けた士気が高まることも期待できる。

派遣元企業にとっては、社員の人材育成や地方圏との人的交流・人脈構築だけにとどまらず、地域の潜在的資源を活かした新たな事業展開を見据えた行政等との連携、課題最先端地域の住民と協力することにより新たなビジネスモデルを構築するなど、経営戦略のツールとしての活用が考えられる。地方創生に貢献することで企業価値を高めることや、社会的責任を新しい形で果たすことにつながることも期待できる。このほか、専門スキ





ルや幅広い人脈を持ったシニア人材と、そのような人材を求める地域をマッチングすることで、シニア人材の新たなライフステージの発見につなげるきっかけにもなるものである。

各地で活躍いただいている地域おこし企業人の事例は資料の通りであるが、さらに多くの企業人が地方公共団体で活躍することによって、官民協働の地域づくりが推進されることを期待したい。

「お試しサテライトオフィス」

【施策概要】

・地方公共団体が都市部のベンチャー企業等にとって真に魅力的なサテライトオフィスを提供するためには、①都市部の企業の具体的ニーズが把握できない②誘致に向けた戦略やノウハウがない、といった課題の解決が必要

・このため、地方公共団体が「お試し勤務」の受け入れ等を通じて、民間企業のニーズ把握することにより、地域の特性を活かした誘致戦略を策定することを支援

東京一極集中を是正し、地方へのヒト・情報の流れをつくるためには、地方における雇用機会を創出することが不可欠である。昨今、一部地域においては、民間企業等がサテライトオフィスを活用し、本社機能の一部移転や二地域居住のワークスタイルの実践等が行われているところであるが、こうした民間企業の動向を把握した上で、多くの地方公共団体がサテライトオフィスの誘致を展開することが、課題解決のための有効な手段の一つである。

この「お試しサテライトオフィス」は、平成28年度補正予算、平成29年度予算で措置されたモデル事業であるが、サテライトオフィスに関心はあるものの、いきなり地方に「サテライトオフィス」を設置するのはハードルが高いと感じている三大都市圏の民間企業を事業実施地方公共団体（以下「モデル団体」）に招へいし、「お試し勤務」の体験を通じて、地方へのサテライトオフィスの誘致を目指すとともに、モデル団体においては、「お試し勤務」の受け入れを通じて、民間企業のニーズを実践的に検証・分析することにより、民間企業にとって真に魅力的な受け入れ環境等を整備したサテライトオフィスを提供するための誘致戦略を策定することを目的としている。

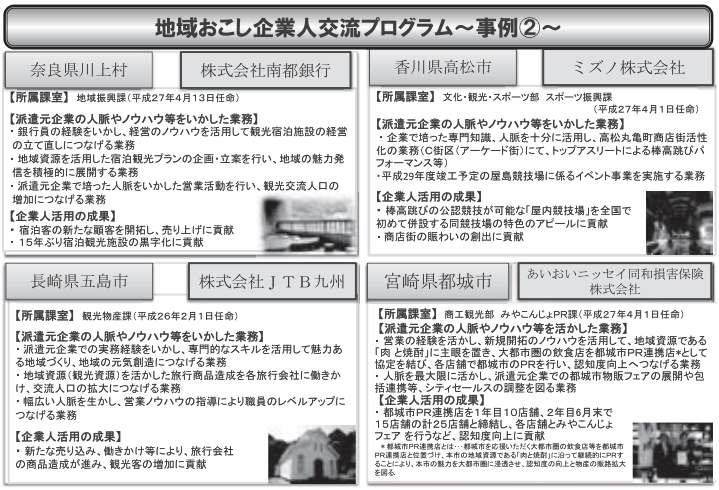
総務省では、モデル団体における取り組みを効果的に進めるため、三大都市圏内の民間企業等6万社を対象に「サテライトオフィス」設置に係る基本ニーズ調査を行うとともに、当該調査において「お試し勤務」に関心があると回答いただいた企業等に対し、モデル団体の取り組みを示し、個々のモデル団体でのお試し勤務に関心のある企業情報を収集し、当該情報をモデル団体に提供することにより、マッチングの支援を行ったところである。

なお、「サテライトオフィス」設置に係る民間企業等のニーズ調査については、10,955社から回答をいただいたところであるが、サテライトオフィスを既に導入している企業が850社（7・8％）、導入検討中が459社（4・2％）、導入していないが興味はある企業が1,721社（15・7％）で、サテライトオフィスに前向きな企業は3,008社（27・5％）と、従業員の働き方の多様化や業務効率の向上等のため、多くの企業がサテライトオフィスに関心を示している。

○モデル団体における取り組み

平成28年度は、40件の提案の中から、外部有識者による評価を踏まえ10件を、平成29年度は、21件の提案の中から8件の採択を行ったところである。

空き家活用や豊かな自然環境下での勤務体験、地元大学との連携等、各々、地域の魅力や特色を活かした「お試し勤務」の取り組みがなされてい



るが、本稿ではその中から徳島県における取り組みを紹介させていただく。

なお、本モデル事業は今年度で終了予定であるが、総務省情報流通行政局では、サテライトオフィス等のテレワーク環境を整備するための費用の一部を助成する「ふるさとテレワーク推進事業」を引き続き実施予定であるほか、地域力創造グループでは、多くの地方公共団体において、「お試し勤務」等を通じたサテライトオフィス誘致の取り組みが広がっていることを踏まえ、サテライトオフィスに関心のある企業とのマッチング機会の創出等、引き続き、サテライトオフィス誘致に取り組む地方公共団体の支援を行うことを考えている。

平成28年度採択団体
弘前市（青森県）
大館市（秋田県）
銚子市（千葉県）
南魚沼市（新潟県）
鯖江市（福井県）
京丹後市（京都府）
松江市（島根県）
山口県
徳島県
錦江町（鹿児島県）

平成29年度採択団体
下川町（北海道）
みなかみ町（群馬県）
南房総市（千葉県）
高山市（岐阜県）
南伊豆町（静岡県）
岡崎市（愛知県）
奈良県
伊仙町（鹿児島県）

○徳島県にし阿波エリアにおける地元事業者と連携した取り組み

徳島県において、県、美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町が連携協力して本事業に取り組み、おもてなし専門人材の配置、Ｗｅｂサイトや Ｆａｃｅｂｏｏｋなど ＳＮＳを併用したプロモーション活動の展開、誘致イベントの実施等により都市部企業の誘引を行い、3月～9月の間に65社の「お試し勤務」を受け入れ、5社のサテライトオフィス開設につなげたところであるが、その中で、地元事業者とも連携した取り組みが展開されたところである。

にし阿波におけるサテライトオフィスのメリットを地域内の関係各層で広く共有し、地域経済の活性化に結びつけることを目的とし、「都市部と地方とのマッチング」をテーマに、都市部とにし阿波の企業間交流・連携（ビジネスマッチング）の創出と、それを契機とした都市部企業のサテライトオフィス誘致の促進を図る事業（「都市部と地方の連携ビジネス創出」調査研究）を展開した。

具体的には、①サテライトオフィスの意義や活動についての理解を深めるセミナーの開催（双方の事業者向け）②新商品開発や販路開拓など双方の経営課題の解決を図る商談形式のワークショップ、を実施するとともに、にし阿波におけるビジネス関連の相談窓口（コーディネート）の開設によるきめ細やかなマッチングを図る取り組みを実施した。

この「都市部と地方の連携ビジネス創出」調査研究は、サテライトオフィス誘致を直接的な目的とするアプローチではなく「地方との関係性の構築」、すなわち都市部企業等と地元事業者とのビジネスマッチングによる環境づくりに重きをおいた取り組みである。

この結果、「にし阿波の事を全然知らなかった」都市部の企業にとって、地元事業者とビジネス面だけでなくプライベート面でも交流が図られている状態で、ビジネスモデルの具体的検討とサテライトオフィス開設の是非の判断が出来たとの声が上がっている。

この取り組みは、今後当該企業のサテライトオフィス進出後の地元定着率（認知度）の向上にも寄与することが期待される。

地元事業者でも、一見、都市部から縁もゆかりもない企業が進出してくることに対し、「自らのマーケット・顧客の取り合いになるのでは？」と危惧する声や不安感を払拭し、サテライトオフィスが自分達のビジネスのチャンスであることの期待感の醸成や、「サテライトオフィスそのものの価値」への理解促進に繋がった。

調査研究の実働期間は4カ月程度であったが、この期間内に3社のサテライトオフィスの進出が実現した。今回の企業間の連携ビジネス創出の取り組みが、サテライトオフィス進出の有効な施策の一つとなり得ること、またビジネス活性化を通じた地域経済の活性化につながることが期待できる結果となった。

おわりに

「ローカル１０，０００プロジェクト」は行政が地域密着型企業（事業）の立ち上げを支援することにより、地域雇用の創出、地域資源の活用を図っていくことができ、「地域おこし企業人」は都市部の企業人の持つノウハウを行政に取り込むことにより地域の課題解決を図っていくことができる。サテライトオフィスの誘致は遊休資産の活用や交流人口の拡大に加え、地域雇用の創出、地元企業等との連携による地域経済の活性化などの効果が期待できる。

官民共同のあり方は様々であるが、本稿で紹介した「ローカル１０，０００プロジェクト」や「地域おこし企業人プログラム」等の活用も検討いただければ幸いである。

大阪府

行政としての新たな資金調達の調査・研究
―マッセOSAKA「クラウドファンディングによる地域活性化研究会」―

枚方市産業文化政策課
難波　英太郎



クラウドファンディングを学ぶきっかけ

「限られた予算の中で、どのように地域活性化を仕掛けていこうか」。私が所属している産業文化政策課は、観光振興に係る施策企画などのミッションを担うべく、平成29年4月に新設されました。

枚方市は大阪と京都のほぼ中間に位置し、古くから交通の要所として栄えてきました。現在は人口40万人を超える中核市であり、市内には、ひらかたパークやくずはモールなどの集客施設、淀川や生駒山系の山々などの豊かな自然があります。私の部署では、そんな本市の効果的なPR手法について考察しながら、本市の魅力向上、交流人口の増加、地域の経済活性化を目指した観光施策を検討していますが、厳しい財政状況下では様々な制約に悩まされることが多々あります。昨今はどの自治体も税収減に悩まされており、ふるさと納税やSIB（ソーシャル・インパクト・ボンド）などの受益と負担の関係を明確にした税外収入が欠かせない時代に突入しています。特に、広く支援を募るクラウドファンディングは今後の行政にとって有効な資金調達法であり、クラウドファンディングを研究することで、施策の選択肢の幅が広がると考え、マッセOSAKA主催の「クラウドファンディングによる地域活性化研究会」に参加しました。

「クラウドファンディングによる地域活性化研究会」とは

マッセOSAKAは、大阪府内の市町村職員（政令市除く）の広域的な研修研究機関であり、市町村職員の資質向上を目指して、行政を取り巻く社会経済情勢の変化に対応できる人材育成のための研修研究事業を展開しています。年間120コース程度の研修事業や、本研究会を含めた研究事業を行っています。研究事業は、市町村の広域的かつ将来的な課題や政策について提言等を行うのが目的であり、本稿で紹介する「研究会」においては、学識経験者の助言・指導を求めながら、市町村職員や関係者と共同して調査・研究を行います。

本研究会は、本年5月にマッセOSAKAにて設置され、神戸大学大学院経営学研究科の保田隆明准教授の指導のもと、大阪府内市町村職員16人が集い、クラウドファンディングの仕組みや活用事例などを精査し、地域活性化につながる効果的な活用方法に焦点を当てて調査・研究を進めています。平成30年2月には1年間の研究を通して政策提言を目指し成果を報告する研究成果報告会が開催される予定です。

クラウドファンディングの課題

クラウドファンディングとは、インターネットを通じて広く資金を集める仕組みです。新事業を展開する際の資金調達法としてだけでなく、まちのプロモーションを図るきっかけづくりになるなど、地域活性化に繋がる仕組みとしても注目されています。

研究会では研究員によるグループワークがメーンではありますが、様々な形でクラウドファンディングに関わっている方々の講演を聞く機会があり、その中で、クラウドファンディングとは何かという基本的な知識から、事業を成功させるための秘訣など技術的なアドバイスを受けました。また、ふるさと納税や、民間資金を活用して官民連携により社会問題を解決するSIBについての講演もあり、クラウドファンディングに関連するものについて広い知識を身につけることができました。そこで私が課題としているのが、公募周知方法と、クラウドファンディングによって得られた成果をどのように地域経済活性化につなげていくのかの2点です。

グループワークとしては、それぞれ調査・研究を行いたいテーマごと

に4つのグループに分かれて研究しています。クラウドファンディングといっても、行政が主体となって行うのか、事業者が実施するクラウドファンディングを行政が支援するのか、など関わり方は様々ですが、どのようなやり方であっても観光による、地域経済の活性化につながる提案ができるよう研究しています。

先進地の事例視察

研究プロセスによって認識した課題解決のため、私は4人の研究員からなる「観光」グループの一員として、神奈川県鎌倉市及び茨城県城里町を視察しました。鎌倉市では、自治体が主体となるクラウドファンディング事業を行っており、支援を通して観光案内板を設置した事例があります。城里町では、学生グループが主体となって実施したダムカレー開発についてのクラウドファンディングを町役場が支援した事例があります。視察では、担当者の説明を聞き、意見交換を行うとともに、事業に関連する観光案内板や施設などを見学しました。両自治体とも、共通して事業のPRに力を入れていました。クラウドファンディングはインターネット上で支援を募るものですが、インターネット上だけでなく、チラシを作成して市内の施設に掲示したり、人が集まるイベントで配布したりと、地道な広報活動を続けることが不可欠だと痛感しました。城里町ではプロジェクトを実施することが町内外へのまちのPRに繋がりましたし、支援に対する返礼品としてダムカレー試食券などを用意することによって、支援者による城里町への訪問を期待することができます。

いずれも、行政としてクラウドファンディングに関わった担当者の生の声は非常に具体的で、私が今後クラウドファンディングを実施する場合の大きな示唆をそこからたくさん得ることができました。今後は年度末にかけて、視察内容を基にグループで報告書を作成し、さらに知識を深めながら成果報告会に向けての準備を進めていきます。



鎌倉市担当者からプロジェクト概要について聞き取り



城里町担当者及び地域おこし協力隊からプロジェクト概要について聞き取り



研究会グループ討議の様子

研究会で得られた成果

私は初めてマッセOSAKAの研究会に参加しましたが、1年という期間を通して研究することができるのは非常に有意義です。また、クラウドファンディングの活用は行政においても様々な部門で行われるので、研究員の所属は文化部門や土木・環境部門など多岐にわたり、日常の業務ではなかなか関わることのない他市職員と様々な意見交換ができることも大変刺激になります。

本研究会を通して学んだことを職場に持ち帰り、地域の活性化につながるクラウドファンディングの積極的な活用について検討し府内市町村にも利用できるような仕組みを提言したいと思います。

地域づくり12月号 特集編（通巻342号） 官民で取り組む地方創生 平成29年12月1日 一般財団法人 地域活性化センター発行



宝くじは、みなさまの豊かな暮らしに役立っています。



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。

一般財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人 日本宝くじ協会
http://jla-takarakuji.or.jp/

