

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

2021
6

ISSN 1340-8917



美と健康をテーマとした地域活性化

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 巻頭エッセー／観光立県「にいがた」の実現に向けて

花角英世（新潟県知事）

特集

美と健康をテーマとした地域活性化

- | | | | |
|----|--------|-------------------------|---------------------------|
| 2 | 基調論文 | 自然と健康になれるまちづくり | 久野譜也（愛媛大学健康科学部健康プログラム 教授） |
| 6 | 北海道浦幌町 | 町の花から生まれた化粧品ブランド | 森 健太 |
| 8 | 福井県高浜町 | まちに出るほど健康になれるまちに | 井階友貴 |
| 10 | 高知県馬路村 | 林業の村でユズを新たな産業に | 長野桃太 |
| 12 | 副基調論文 | 「手作りコスメ × 鉱山探検」で心身共に美しく | 大岡千紘（群馬大学健康科学部健康プログラム 教授） |

【特集編では基調論文、全12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】

- | | | |
|-----------|--------------------------|-------|
| ●青森県弘前市 | ニューノーマル時代の未来型ヘルスケアサービス戦略 | 村下公一 |
| ●秋田県由利本荘市 | インターバル速歩を核に健康づくり | 三船 彩 |
| ●山形県上山市 | “心と体がうるおう” まちづくり | 佐々木慶 |
| ●長野県小海町 | 豊かな自然活かし健康経営支援 | 中野玲子 |
| ●兵庫県宍粟市 | セラピーで「森林王国」の復権 | 大北真彰 |
| ●島根県雲南市 | 住民同士の「おせっかい」で健康づくり | 平井佑佳 |
| ●広島県広島市 | 「食」を中心とした健康&地域づくり | 伊藤夕賀子 |
| ●佐賀県唐津市 | コスメ産業集積による経済活性化 | 藤岡継美 |
| ●鹿児島県南大隅町 | 廃校を活用した化粧品づくり | 黒木靖之 |

レギュラーレポート

- | | |
|--|--|
| 16 2020年度 国内調査報告
山形県最上地域、岐阜県飛騨地域
若者の地元回帰を促進 | 24 地域づくりは人づくり
地域や職場、公務員自身に
問いを投げかける勉強会
野村恒太、西澤公太、服部純平 |
| 18 第3回 日本国際観光映像祭 in 京都
世界に向けたデジタルマーケティングと
観光映像のこれからの役割
木川剛志 | 26 首長の思い
ココロまじわうコロ
交流を深めた地域活性化を目指して
岡原文彰（愛媛県宇和島市長） |
| 20 2021地方創生フォーラム in 東京
ポストコロナ時代の社会変容 | 27 センター通信 |
| 22 “がんばる地域” 応援事業 山形県酒田市
欧州発タラソテラピーで離島振興
本間 当 | |

グラビア

- | | |
|-------------|----------|
| 28 都道府県漫遊 | 【広島県】 |
| 表3 手前みそですが… | 【愛知県大府市】 |



本州最大の高層湿原「尾瀬ヶ原」を散策

群馬県の北東部に位置する片品村は、「日本百名山」のひとつで関東以北最高峰の日光白根山と上州武尊山、至仏山の2000m級の山々に囲まれた尾瀬国立公園の玄関口となる、大自然の中の小さな村です。

尾瀬国立公園は、群馬県、福島県、栃木県、新潟県の4県にまたがり、国の特別天然記念物として指定されています。なかでも、尾瀬ヶ原（標高1400m）は東西約6km、南北約2km、広さ760haに及び本州最大の高層湿原で、例年5月下旬に雪解けし、10月末に初冠雪を迎えます。

雪解け後の5月下旬から6月初旬にかけて、湿原には可憐な姿のミズバショウが咲き誇ります。その他にも四季折々の高山植物が豊富にあり、日々変わりゆく姿が私たちの目を魅了させてくれます。

大自然の素晴らしさをゆつくりと存分に味わい、尾瀬の魅力を感じていただきたいと思います。

問い合わせ先（一社）片品村観光協会
（0278・58・3322）
（写真提供：片品村観光協会）

表紙
尾瀬ヶ原のミズバショウと残雪の至仏山

（群馬県片品村）

観光立県「にいがた」の 実現に向けて

新潟県知事 ● 花角 英世



『「黄金」と「白銀」で酔わせる新潟』

令和3年3月、当県では、新潟の魅力を最大に引き出し、観光立県を実現するための目指すべきビジョンとして、この言葉を掲げ、「新潟県観光立県推進行動計画」を策定しました。

策定にあたっては、検討委員会のほか四つの専門部会で議論を深めていただいたほか、有識者からもヒアリングさせていただき、多くの方々の知見、知恵、あるいは思いが詰まった行動計画が出来上がったと思っております。

一斉に花が咲き誇る春、日本海に沈む夕日や大輪の花火がまばゆい夏、稲穂が黄金に輝く恵みの秋、白銀の冬、そして、雪解け水が生み出す新潟米や日本酒などの食の豊かさ、伝統と革新のものづくりなど、四季折々に見せる豊かな表情や、ひとことで語り尽くせない無数の魅力が、当県の強みです。

「黄金」「白銀」は、上質な色であると同時に、光の当たり方や周りの色、そして見る人によって、その色彩を繊細に変化させる不思議な色であり、味えば味わうほど、様々な色に出会うことができる、当県が世界に誇る多数の観光資源の魅力を象徴的に表現したものです。

これまで当県の観光は、「食」と「スノーリゾート新潟」を中心に取り組みを進めており、特に食については、令和元年に実施された「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」で、「日本海美食旅（ガストロノミー）」をキャッチフレーズに掲げ、歴史・文化や自然を内包した、多様な食文化に焦点を当てたPRを実施しました。

また、昨年7月には、「ミシュランガイド新潟2020 特別版」が発行され、282軒もの多様な飲食店や宿泊施設が選出・掲載されたことから、当県の食文化は、第三者から高く評価されているところです。

当県では、この「ガイド」を最大限に活用し、上質な食の魅力を国内外に発信し、来訪の促進につなげるべく、

発行との相乗効果を狙う取り組みを始めました。国内向けには、ガイド掲載店のミシュランシェフによる食、観光拠点、地場産品の魅力をセットにして伝えるイベント「NIIGATAプレミアムダイニング」を開催したほか、ポータルサイト「にいがたうちごはんプレミアム」を立ち上げ、県産食材を活かしたミシュランシェフ等による日替わりメニューなどを配信しているところです。

今後のインバウンド誘客に向けては、ガイド掲載店やミシュランシェフに注目したデジタルパンフレットを制作するなど、その知名度を活かした取り組みを進めています。

新型コロナウイルスの感染拡大が続く中、当面は、「withコロナ」の取り組みとして、教育旅行の誘致や新潟の観光ファンづくりに取り組んでまいります。「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」では、そのサポート活動を行うボランティアが地域のファンになり定住に至る例があるほか、湯沢町苗場スキー場で開催される「フジロックフェスティバル」は、参加者が当県に愛着を感じてくれているのが特徴です。様々な形で当県を応援してくださるファンの皆様に対して、当県の魅力を継続的に発信し、絆を深めていきたいと考えております。さて、最初に述べたビジョンには続きがあります。

「全国から、そして世界から人々が訪れる地域へ、オール新潟で挑みます」

観光は、あらゆる分野の各界各層を巻き込んで行われる幅広い社会経済活動だと思っています。現在、観光関係者はもとより、多くの皆様が新型コロナウイルスの影響を受け、厳しい環境におかれておりますが、当県を訪れる方々が「黄金」や「白銀」の宝に触れ、感動して何度も訪れていただけのように、また、お迎えする県民をはじめ、観光事業者や地域としても、当県の魅力に気づき自慢したくなるような新潟県づくりを通じて、持続可能な観光地域を目指して観光立県の実現に挑んでまいります。と考えております。

自然と健幸になれるまちづくり

― 便利さの追求より「歩くこと」を基盤に ―



筑波大学人間総合科学学術院
スポーツウエルネス学学位プログラム教授

● 久野 譜也

超高齢社会とは
どのような社会を目指すべきか

我々は12年前に、超高齢社会におけるまちづくりの進むべき方向性として、「自然と健幸になれるまち」と位置づけ、これを「Smart Wellness City（健幸都市）」と名付けました。また、心身の健康だけではなく、生きがいを持った幸せな日々を送ることが、国民皆が望んでいることと定義し、「健幸」という言葉も積極的に用いることとしました。そして、多くの首長と超高齢社会のまちづくりのイノベーションのための社会実験を繰り返し行ってきました。その結果、一定数のエビデンスの蓄積がなされ、成果を得るための政策パッケージも組み立てられる段階までにきました。

そこでまず、地方自治体が、超高齢社会によって生じる健康や社会保障における課題を解決し、政策的に成果を得るためのポイントを三つ挙げます。

(1) 長寿化に比例した健康寿命の延伸（寝たきり者数の減少）↓この「まち」に
すむと自然と健康寿命が延びるまちであるか？

(2) リタイア後の20年以上も生きがいをも
って幸せに暮らせるまち↓リタイア後の
メインコミュニティは居住地域となる
が、それに対応できるまちとなっている
か？

(3) 現在の子ども世代が高齢になった時
にも現在と同様の社会保障制度を維持↓
公助依存が強い現在の成人世代の意識
改革を確実に進められるか？

これらの課題を解決していくため、第一
には、自治体が保有している健診や医
療レセプトなどの健康やまちづくりの関
連データを、最新の統計手法を駆使して

筆者プロフィール

久野 譜也氏
(くの・しんや)

筑波大学 人間総合科学学術院 教授
大学院スポーツウエルネス学学位プログラム リーダー
スマートウエルネスシティ政策開発研究センター センター長

1962年生まれ。筑波大学大学院博士課程医学研究科修了。医学博士。2002年に健康増進分野日本初の大学発VB株式会社つくばウエルネスリサーチを設立。代表取締役社長兼任。科学的根拠に基づいた高齢化社会に対する日本の健康政策の構築を目指して2009年全国9市長とSmart Wellness City首長研究会を立ち上げ、現在43都道府県111区市町村に拡大。内閣府、厚労省、文科省、経産省、総務省、国交省等各種委員会委員を務める。

健康課題として見える化し、それを生じさせている複数の原因（ライフスタイルや都市環境、コミュニティの状況、ソーシャルキャピタルなど）とそれらの因果関係を明らかにすることが求められます。さらに、それらの健康課題に対して明確な手が打てなかった場合、3～5年後にどの程度課題が深刻化するかをシミュレーションすることにより、今後の政策の内容・規模などが具体化し、一定の効果が期待される施策計画の立案が可能となります。

単に国から示されたメニューを漫然と実施するのではなく、自分のまちの課題に沿った政策立案が必要なことは明白ですが、現実には各自治体においてこれがほとんど効果の出るレベルで実施されていません。

第二には、これから仕事をリタイアした後の人生は、現実的に20～30年間もあり、いかにこの間を健康で生きがいを持った人生を送れる住民を多くするかが自治体の重要な責務となります。しかも、この期間は健康状態が加齢に伴い一生涯において最も虚弱化していくときでもあります。

すなわち、高齢期は、中期や前期高齢期と比較すると、居住地域で過ごす時間が圧倒的に増加するわけですから、各自治体において「このまちで過ごす」と自然と健康になれる環境（ハードとソフト）が整備されれば、多数の高齢者における健康寿命の延伸が期待され、結果的に医療費や介護費等の抑制にもつながることも予想されます。そのためには、これまでの便利さを追求してきた「まちづくり」の概念を、歩くことを基盤とした「健康都市づくり」に変えることが必要となります。

なぜ、Smart Wellness Cityへの転換が求められるのか

東京、大阪、愛知の3都府県における日常生活での自動車依存度と糖尿病の外来者数を比較した研究があります（為本浩至・肥満と糖尿病、8・923、2009）。東京が最も依存度が低く、大阪、愛知の順に高くなっていますが、東京と愛知では2倍以上の差があります。それに対して、人口10万人当たりの糖尿病の患者数も自動車依存度と同じ順、つまり東京が最も少なく、愛知が最も高い値を示しました。このことは、都市環境が生活習慣病の代表的な疾病である糖尿病の発生に一定の影響を持つことを示唆しているわけです。

さらに興味深いのは、東京都民と愛知県民で健康リテラシーに大きな差があるとのデータはこれまでに示されていません。このことは、東京都民は必ずしも健康のために意識的に歩いているわけではなく、日常的に便利で経済的な公共交通を利用することが多いため、結果的に家や勤務地などから駅やバス停まで、そして駅での乗り換えで歩かされてしまうので、自然と健康になっている可能性が考えられます。

それゆえ、健康都市とは、出かけたくなるまちが整備され、まちを楽しむことにより自然と歩いてしまうまちづくりと同時に、そこへのアクセスとして公共交通が整備されており、結果的に歩いてしまう都市（walkable city）と定義されます。

世界を見ても、ロンドン、パリ、ニューヨークなどの大都市は、既にまちづくりの方向性をwalkable cityへと舵を切っています。それゆえ、

今後の我が国の自治体における健康政策は、人にダイレクトに関わる政策（運動・食事・睡眠・心など）のみではなく、都市そのものも健康にしていこうという発想、すなわち「健康都市づくり」が重要となるわけです。そして、これを実現していくには、住民の価値観の転換も含めた総合的な政策推進がなくては難しいと考えます。

また、今後は健康まちづくりの整備状況の進捗度が、自治体間の活性度合いに大きな差異をもたらすことは、必然であると考えられます。80歳、90歳になっても生きがいを持った生活を維持するためには、それを支えてくれるコミュニティが必要であり、そのコミュニティがあると結果的に外出回数も増え、人と会い、会話し、そして消費活動も活発化します。そして、外出することは、歩数の増加、すなわち身体活動量の確保につながり、フレイルの予防、また認知症の予防にも貢献することが期待されます。

それゆえ、今後の健康都市戦略は、自治体内の健康・福祉部門、まちづくり部門、市民生活部門、およびスポーツ部門などが一体となって総合的に政策が企画・実行されていく体制も鍵となります。これが機能しだすと、まちづくりは効果的なポリシー・アクションアプローチですので、自ら健康づくりをなかなか開始しない、あるいは継続できない多数の健康無関心層も、健康意識なしに歩いてしまい、生活習慣病、認知症、およびフレイルなどの予防効果が生まれ、その結果、社会保障費の持続性にも貢献することが期待されます。

未来の子どもたちも見据えた 健幸都市づくりとは

現在の子ども世代が成人し、そして高齢者になる頃、現在の現役世代と同等水準での社会保障が維持されるためには、高齢者も含む成人世代の多くが、自律的な健康づくりを開始・継続している社会状況に転換することが求められると考えます。とくに、これまでの我が国の傾向として、公的保険などの公助への依存度が高まり、自助や共助があまり機能していない状況が続いています。この状況を、自助・共助・公助のバランスが良い社会に早急に転換することが必要です。

そのためには、現在と将来の課題について正確に状況を理解しておらず、行動しようとしていない無関心層を動かす社会技術を政策に位置付けることが、今自治体に求められます。とくに、公助への依存度意識が高く、また便利さや楽をすることの味を知ってしまった多数の住民の意識や行動を転換するといった成果を得るには、エビデンスに基づいた政策の推進が必須となるでしょう。

この方向性で取り組んできたのが、Smart Wellness City 首長研究会です。2009年に全国9人の市長と共に「Smart Wellness City 首長研究会（SWC）」を筑波大学が事務局を担って発足させました（会長・久住時男新潟県見附市長、事務局長が筆者）。立ち上げ時から10年間は、会そのものを大きくすることを目的とせず、社会実験などによる成果に基づき発信を大切にし、会員の募集活動は原則行ってきました。しかしながら、エビデンスを持つ健幸都市づくりのため

の政策パッケージが構築されつつあるため、これを全国の自治体に拡大したいと考え、方針を転換しました。その結果、現在は43都道府県111区市町村まで拡大しています。

SWCでは、科学的根拠に基づく街づくりを中核とした総合的健康づくり施策により、健康寿命の延長が可能であるとの仮説を立て、これを実現するため、①歩いて生活することを基本とする「まち」（まちがコンパクトであり、公共交通がサポートされている「まち」）②高齢者が社会的役割を持てる「まち」（高齢者を一方的に弱者とせず、元気に過ごす期間が自然と長くなる「まち」）③市民の健康・医療情報のデータに基づき、的確な健康づくり施策が展開される「まち」④住民の行動変容を起こすために、健康に関心が薄い層も含めて、対象に適した情報が戦略的に提供され続ける「まち」——の構築を目指しています。

住民と自治体職員の意欲・価値観を 変換できる社会技術

（1）ソーシャル・インパクト・ボンド

一つ目は、「ソーシャル・インパクト・ボンド（SIB）」と呼ばれる2010年にイギリスで始まった制度です。これは、社会的価値が高く、これまで民間が事業化としてはあまり参入していない事業に対して、個人や投資団体などから出資を募り、しかも事業は民間が行い、事業開始時には成果に対する目標値（KPI）を設定し、自治体は事業終了時にその成果度合いに応じて委託費を支払うという方式となります。それゆえ、自治体が投資者から資金を集めるには、金額のみではなく、

民間サービスの質（成果の可能性）を重視して採用の可否を決めることになるため、残念ながら現在各自治体で見られる、質の悪い民間サービスの活用を減じられる可能性が高いと考えています。

今後、インセンティブ事業を行う自治体はさらに増加すると予想されますが、多くの自治体の実情としては、①財政が厳しい中、政策効果が出る人数規模（ポピュレーションアプローチとして）での事業予算を確保するのが難しい②イベントなどの広報以外でのポピュレーションアプローチ（数千人以上の健康づくり事業）における実施経験が乏しい③官民連携事業として民間の知恵、サービスやノウハウ、民間によるポイント原資へのサポートを期待したいが、どのような協同事業のスキームを構築するとうまくいくのかそのノウハウがわからず、結果的に安さだけが民間サービス採用の基準となり、成果が得られていない——などの課題が挙げられます。

前述のSIBは、これらの課題を解決する方法として、私は大変期待できる社会技術と考えます。わが国で最初に健康ポイント事業でのSIBは、平成30年度より兵庫県川西市、新潟県見附市、千葉県白子町が、飛び地かつ広域の連携型で内閣府の地方創生交付金も活用して先進的な取り組みをスタートさせました。これを我々は、「SWC-SIB」と呼んでいます。私は、このプロジェクト推進チームの責任者を務めています。必ずしもイギリスでスタートしたSIBの仕組みを厳格には採用せず、日本流に、そして各自治体の現状を考慮して新たなアレンジを加えてスタートさせました。

一部繰り返しになりますが、イギリスの制度からすると、①事業の主体は民間であり、自治体は事業委託するが、開始前に成果に関するKPIをセットする②事業の運営資金は、民間ファンドから事業実施者に支払われる③自治体は、KPIに応じて事業費と投資に対する利息を支払うが、KPIが達成されていない場合には事前に決められたルールに従って減額の支払いを事業者と投資者に対して行う—となっています。さらに、もし大変な成果が出ても、事業者はKPI達成度が100%と同様の金額しか支払われない仕組みとなっています。それに対し、SWC—SIBは、▽上記②の運営資金について、いきなり投資ファンドや市民から資金調達する仕組みを構築するには、時間と費用がかかるため後回しにする（事業3年目にはスタート予定）▽KPIより高い成果を出した場合は、民間事業者にボーナス分を上乗せする—こととしました。

この理由としては、前者において自治体は、厳格なSIBをすることが目的ではなく、成果を得る方法としてSIBを活用したいので、まずスタートのしやすさを優先する、後者では自治体は民間に予定した支払額を減じたいわけではなく、成果（住民の健康度アップ）を出し、結果的に医療費や介護費の抑制効果（アウトカム）を出したいので、民間事業者にもよりインセンティブをセットすることに対して同意が得られたものと考えられます。つまり、ヘルスケア事業にかかわる全ステークホルダーが成果をアウトカムにすることに同意することにより、これまで生まれにくかった医療経済的な効果をも得られる可能性が強くなる

と期待できます。

（2）口コミによる伝道師

「健幸アンバサダー」の養成と活躍

我々は、平成26～28年度に全国の6市と共同で実施したヘルスケアポイントの大規模社会実験で、1万2000人以上の参加、その75%が無関心層の参加、および3年目には1人当たり平均で約4・5万円の医療費抑制効果という大変良い成果を得ることができました。このような成果が得られた要因としては、事業参加を決めた情報源として「口コミ」が第1位で、約40%を占めていました。

我々の研究で、健康無関心層の特徴として、この層は健康情報を積極的に取ろうとしない態度であることが分かっていたので、地域の多様なコミュニティにおいて口コミで本事業の情報が伝搬するような取り組みを各自治体に取り組んでももらいました。それが、私からしても予想以上の良い成果が得られたことにより、まず健康無関心層のヘルスリテラシーを向上させるためには、多様な地域コミュニティでの口コミによる情報が無関心層にも届けられるシステムを作る必要があるとの仮説を持ちました。これが、健幸アンバサダーとなりました。

現在、全国の30以上の自治体や企業・団体等で育成が始まり、約2万5000人が活躍しています。今年度中に2万人まで養成し、2030年までに20万人、最終的には200万人の健幸アンバサダーが活躍する仕組みを構築する予定です。この健幸アンバサダーの特徴は、保健師、薬剤師、

管理栄養士などの専門職、健康推進委員、スポーツ推進委員など住民が担っている委員に加え、一般の住民や企業の社員の皆さんにも就任いただいたことです。

このように多様なコミュニティに属する健幸アンバサダーが活躍することにより、養成した自治体内では、たとえ健康無関心層であっても、自治会、趣味のサークル、社内、商店街など、どこかでアンバサダーより健康情報が繰り返し提供される機会がこれまでに比べて圧倒的に増え、その結果知らず知らずヘルスリテラシーが高まり、どこかのタイミングで望ましい健康づくりが開始されるということが期待されます。現在、その成果に関しては、調査を実施中であり、きちんとした成果の紹介は次のチャンスに譲りたいと思います。自治体へのヒアリングベースでは、好事例が多数生まれています。

おわりに

本稿で紹介してきた事例を通じて、従来の縦割りの発想や組織ではほとんど動かないことについて、皆さんは気づくことができたと思います。これからの我が国の超高齢社会に伴う様々な社会課題を克服するためには、国、あるいは自治体が従来の狭義の政策では課題を克服しきれず、まちづくりという総合的な発想で課題解決を試みる方向性であることが求められます。これは、これまで世界で蓄積された科学的根拠からみても妥当な方向であり、より多くの自治体や関係団体等が早く政策転換することを願います。

町の花から生まれた化粧品ブランド —地域を担う子どもに将来の雇用を—



株式会社Ciokay 代表取締役社長 ● 森 健太

雇用を生み出すプロジェクト

北海道・十勝の最東端に位置する浦幌町は人口4500人ほどの小さな町で、広大な十勝ならではの大規模農業や林業、水産業など一次産業が盛んです。かつては炭鉱で栄えていましたが、1960年をピークに人口が減少。2010年には町唯一の高校が廃校になり、さらなる若年層の流出が危惧されていました。

そんな中、地域住民や教育委員会、行政が協働し、地域への愛着や誇りを育むことを目的に、総合学習の時間を活用して「うらほろスタイル」と呼ばれる独自の地域学習を始めました。その取り組みを通じて、「早く町を出たい」と思っていた子どもたちの意識も徐々に変化し、「この町で住み続けたい」と考えるようになっていきました。

しかし、町内での雇用機会は農業などの第一次産業と福祉・土木関係が中心で、若者が求める多様な働き方に応じられるような状況ではありませ

ん。そこで、浦幌町に住みたいと考える子どもたちの思いに応えるため、将来の受け皿となる新たな雇用を生み出すプロジェクトに2013年度から乗り出しました。

ハマナスを使った商品づくり

町内での仕事づくりに向けて、まず行政や地域の産業・農業関係者などで構成する「若者の雇用創造委員会」を発足させ、地域内にある資源の洗い出しや活用の方角性を定める検討を行いました。そこで取り上げられたのが、北海道の花であり、浦幌町の花にも指定されている「ハマナス」を活用する案でした。

もともとは地元中学生による地域活性化案の発表会から出たアイデアです。この中学生は「ハマナスを活用してこの町を活性化することができないのではないかと、ハマナスのハーブティーやお菓子などを提案していました。

委員会はそこに着目し、ハマナスを軸にした事



浦幌町で栽培するハマナス

業創出プロジェクトが始まりました。ハマナスは町内でも海岸付近にたくさん自生していますが、環境面やコストの問題から商品化するには新たに栽培する必要があったため、地元農家から栽培場所を提供してもらい、2年間の植樹イベントを行って株数を増やしていきました。

ゼロからのコスメ作り

栽培と並行し、付加価値化を目指して商品開発を進めました。地域住民からのヒアリングを数回行い、まずハーブティーやお菓子などを試作しました。残念ながら商品化には至りませんでした。が、



開発した商品ロサ・ルゴサ



催事販売の様子

その中で同時に進めてきた化粧品開発に関しては大きな進展がありました。

大阪でオーガニックコスメの製造を専門にする会社との出会いをきっかけに、地域の女性たちと「ハマナスコスメブランドディング会議」を設立。「自分たちの使いたいオーガニックコスメを、自分の手で作る」ことをコンセプトに、商品の使用感はもちろん、容器の選定や価格帯、容量、デザインなども全てゼロから考えていきました。

そして生まれたのが、浦幌町で無肥料・無農薬栽培したハマナスを主原料に、天然由来成分にこだわって配合したスキンケアブランド「rosa rugosa（ロサ・ルゴサ）」です。「rosa rugosa」はハマナスの学名。自分たちの町で自分たちが栽

培するハマナスだからこそ、素材そのものの良さを実感してもらいたいと思い、これをブランド名に決定しました。

パッケージデザインについても、都市部の有名デザイナーに依頼するのは、子どもたちを大事にする浦幌町らしくありません。ブランドディング会議で、自分たちのブランドを作るにあたり、その「らしさ」をどうすれば出せるのかを考えたとき、それなら子どもたちに描いてもらおうというアイデアが生まれました。

ハマナスの収穫イベントで写生会を実施し、参加した親子に畑で育つハマナスの絵を描いてもらいました。そのときの絵をパッケージデザインに採用しています。

◆◆◆ 全国に広がるブランド

ブランドディング会議を経て誕生したロサ・ルゴサは2017年の販売前に、地域資源を活用した美容商品・健康食品などを表彰する「ジャパンメイドビューティーアワード」で審査員賞を受賞。販売後にも、社会性のある商品を表彰する「ソーシャルプロダクツアワード」でソーシャルプロダクツ賞を受賞するなど、「地域発のオーガニックコスメ」として全国的な評価を頂いています。

品質はもちろん、商品の後ろにある地域性やストーリー性なども評価してもらった結果が、全国への広がりにつながっています。

◆◆◆ 最後に

ロサ・ルゴサを販売し始めてから今年で丸3年を迎えます。2020年からは地域にある廃校の教室を使った自社蒸留も開始しました。これらは全て地域の中で「できることを増やしていく」という狙いがあります。

最初はうまくいかないことも多々あります。しかし、その過程を乗り越えていくことが、うらほろスタイルで育った子どもたちの夢と希望につながると思っています。今後もこうした取り組みを通じ、浦幌町内で新しい仕事を作り出すことを目指してロサ・ルゴサを販売していきます。

まちに出るほど健康になれるまちに

―まちづくり系医師の挑戦―



福井大学医学部地域プライマリケア講座／
高浜町国民健康保険和田診療所 教授

・井階 友貴

健康のまちづくりを目指すに至るまで

福井県の最西端、白砂青松の海が自慢の人口1万人の高浜町に、縁あって赴任したのが平成20年。当時の私は、まさか今の自分がこれほどまちづくりに関わっていくようとは、全く想像できずにいました。

とにかく、目の前の患者さんを健康にしようと必死に医療を提供していたのですが、そのうち限界を感じるようになりました。治しても治しても何度と同じ病気になるってしまう患者さん。治療を施そうとしても生活に困っていてそれぞれ違うところではない患者さん。そもそも医療機関で関われるのは健康面で問題を抱える一部の住民だけ。このままでは切りがない、問題の根本的な解決になっていないと考えた私は、学びを進める中で健康の社会的決定要因という概念に出会います。教育や職業、家族、コミュニティ、政策、環境などの社会的な要因が、人の健康に影響を与えているというもの

です。

その学びを得るために海外の門戸をたたき、三つのヒントを得ました。一つ目は、ソーシャル・キャピタル。平たく言うところの「絆の力」。地域社会において良い関係性があると、健康に強力に良い効果をもたらすことがわかっています。二つ目は、地域主体であること。行政や専門職主導ではなく、地域（住民）がその必要性に気づき、仲間と出会い、継続的に行動することで、課題の本質的な解決に近づけます。三つ目は、行動経済学。直感に訴えるような、とにかく楽しい取り組みでないと、多くの無関心層との関わりがもたらされません。これら「みんな」「楽しく」「地域をつなぐ」をモットーとして、健康のまちづくりに取り組みました。

「みんな」「楽しく」「地域をつなぐ」
仕掛け

まず取り組んだのが、3K（気付き、きっかけ、協働）の生まれる場所「けっこう健康！高浜☆わ

いわいカフェ」（通称「健高カフェ」）です。これは、地域のあらゆる分野（ヘルスケア関係分野のみならず、教育、政策、商工観光などすべて）のあらゆる立場の者（ヘルスケア従事者のみならず、行政、住民（団体）などすべて）が月1回自由参加で一堂に会し、参加者から提案されたテーマをもとにワールドカフェ形式でざくざくらんに対話するもの。立場を越えて、人と人、団体と団体、地域と地域が交わることで、地域への思いのある参加者が日々の取り組み・仕事・生活にここの気付きときっかけを活かし、出会った人との協働が生まれたりしています。これまでに大小20以上の施策がこの場所から実現しています。

次に、高浜町公認町民体操「赤ふん坊や体操」の取り組みです。近年、自治体オリジナルの介護予防体操を考案して拡散する取り組みが広がっており、一説によると全自治体の3分の1以上にあるとも。もともとは健高カフェでオリジナル介護予防体操の発案がありましたが、それでは対象は高齢者のみ、提供者もヘルスケア関係者のみで、大きな「つながり」は期待できません。

そこで、町民なら老若男女誰でもできて当たり前の町民体操を考案して拡散することに議論が展開。町内の理学療法士らの考案で、町長の公認を得て「赤ふん坊や体操」が誕生しました。「赤ふん坊や」は高浜町のマスコットキャラクターで、なんと昭和63年生まれの子供。「ご当地キャラ」。町民なら知らない者はいません。

町民の代表である（？）赤ふん坊やと、楽しくみんなで体操しようと呼びかけ、保育園や小学校、老人クラブ、老人サロンなどを中心に幅広く取り



赤ふん坊や体操拡散の様子



世界最大のちらし寿司認定の瞬間

組んでもらい、養成したインストラクターの活躍もあって、1年強で町民全体の約2割に浸透しました。実際にマラソン大会等の地域のイベントで採用してもらい、地域の交流を育んでいます。

そして、健康をNGワードに、とにかく「楽しい」取り組みを目指したのが「世界最大のちらし寿司プロジェクト」。高浜町はひそかに「寿司ゆかりの地」をうたっており、その昔、奈良の都に

寿司を運んでいた証拠である木簡（荷札）が出土していることにちなみます。今でも郷土料理の焼き鯖（さば）入りちらし寿司が受け継がれています。

これを使って何か楽しく地域をつなぐことができなにか、という議論から発展したのが本プロジェクトです。みんなで力を合わせてギネス世界記録に挑戦するという、シンプルで大胆な取り組みでした。各方面の多くの人たちに協力してもらい、

町民の約3・5%にあたる350人が協力・参加して、無事375・1^キの世界最大のちらし寿司を高浜町の記録と記憶に残すことができました。長年取り組んできた私が初めて見た町民さんも多く、「とにかく楽しい」の力を痛感した取り組みになりました。

その他、町民をつなぐ担い手「暮らし健康マイスター」を育成する取り組みや、健康のまちづくりを学ぶ「健康のまちづくりアカデミー」など、種々取り組んで今日に至ります。

成果と結論―地域は生き物

高浜町の全高齢者に対する追跡調査では、地域のつながりの指標である交流頻度が平成28年〜令和元年で最大14・4ポイント向上するという結果を得ました。その後コロナ禍になりましたが、オンラインの取り組みに切り替えて対応しています。

地域は生き物です。目の前の課題を解決して終わりではなく、年月がたてば抱える課題も変化します。で、我々は地域の課題に向き合い続ける必要があります。それなら、楽しく地域に関わり続けたいと、いつか限界が来てしまいます。これから、まず自分が楽しく、みんなも楽しい取り組みで、人と地域を元気にしていきたいと思っています。

林業の村でユズを新たな産業に —健康分野にも拡大し農家に還元—



馬路村農業協同組合加工販売課 課長 ・ 長野 桃太

主産業・林業の陰り

馬路村は高知県東部に位置し、面積の96%を森林が占め、かつては林業が一大産業だった小さな山村です。村に入るには近隣の町から車で30分ほど山道を登らなければならず、バスも1日4便しかありません。人口は850人ほどでありながら、市町村合併をせず今なお「村」として残り続けています。

馬路村は馬路と魚梁瀬の二つの大字からなり、年間降水量は4000mmを超えます。このため、江戸時代から良質な杉の生育場であり、林業が村の産業になっていきました。明治に入ると村の中を森林鉄道が走り、近隣5町村に延びる沿線の総距離は250kmほどに及ぶ、全国でも有数の林業の村になりました。

しかしながら、昭和30年ごろから住宅構造の変化や安価な輸入木材の普及により村の林業に陰りが見え始め、村一丸となって新たな産業の創出に

とりかかりました。当時の農協には販売事業の職員が2人しかおらず、わずかな量の米を取り扱う程度でした。

林業の陰りを受け、3500人ほどの人口は瞬く間に減っていきました。農協では金融事業や共済事業で村を維持していくのは困難になると見越して、生き残りをかけて販売事業に力を入れることとなります。しかし、森林率96%の村で農業を産業にするのは不可能に近いことだったかもしれません。農耕地として利用できるのはわずか80haほどで、利用できる農耕地も急傾斜がほとんど。車も入れず、利便性は非常に悪いものばかりでした。そんな土地に古くから自生していたのがユズです。農協はそこに目をつけ、小さな販売事業から産業化を図っていくこととなります。

ユズによる地域づくり

馬路村にユズが入ってきたのは今から800年前です。平家の落人がユズの種を持ち込んだと言



池袋西武百貨店の物産展（昭和61年）

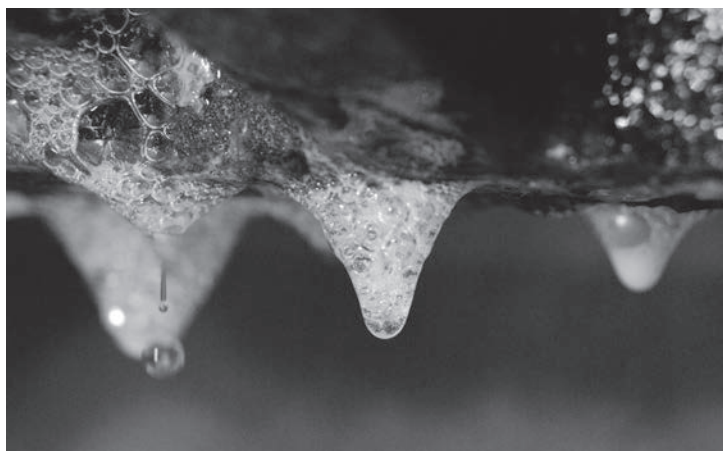
われており、以来、村の中で自生するともに、家の庭先でも自家消費用として植えるなど、なじみのある農作物になりました。村の気候が生育に適していることは歴史が証明してくれています。また、青果や搾った果汁などは高知県内に需要があり販売先も見えたことから、ユズにいちろの望みをかけ、昭和38年に10人ほどの農家が本格的な栽培を始めました。

当初は青果出荷比率を上げていくことを目指しました。しかし、兼業農家がほとんどで、どうしても加工用のユズ玉が多くなってしまっています。このため、搾ったユズ果汁の販売に尽力していきませんが、県内の供給もいづれ飽和状態になると感じ、県外に販売していくことを考えました。

大手原料メーカーや卸問屋への販売ではなく、



収穫されたユズ



ユズ種子油 肌に潤いを与えて保護する



umaji 化粧品

われわれ馬路村農協が最も大切に考えていることは、「メイドイン馬路」であることです。多少無理をしても自分たちでつくり届ける形を続けたことで、ユズ農家190戸、農協従業員90人と村の中に雇用が生まれました。そして、山間地でも持続的な産業が生まれると信じています。馬路村のこれからにますますご期待ください。

直接消費者と結びつくことを目指し、デパートの物産展などへトラックを走らせ、「馬路のユズはいりませんか」とPRを重ね、時にはユズ果汁を使った寿司なども実演販売しました。こうして馬路村のユズを認知してもらう活動をコツコツと続けた結果、農協にハガキが届くようになりました。「物産展で買ったユズ果汁がなくなったから、送ってください」という内容で、今では当たり前となった通信販売の始まりでした。

最初はわずかな量でしたが、消費者と直接結びついた販売を展開していけば、加工品でも十分に農家に還元できるという可能性を感じました。そこで、ユズ果汁だけではなく、それを使った飲料など加工品の開発に乗り出し、昭和50年代に通信

販売に大きくかじを切りました。次第にユズ農家や加工品の製造工場で働く人が増え、それに伴ってお客さんも増えていきました。加工事業が拡大していくにつれ、ユズを搾った際に出る多量の種の活用方法も考えていくことになります。目をつけたのは、村の女性たちがつくっていた自家製ユズ種化粧水でした。

ユズのさらなる可能性

ユズ種化粧水は、種を天日干しして乾燥させた「乾燥ユズの種」として販売し始めました。乾燥ユズの種は焼酎に漬けておくとベクチン質が抽出され、2週間ほどでプルプルとした化粧水ができ

ます。ユズ産地などでは昔からよく使われてきました。メディアなどでも紹介され、徐々に乾燥ユズ種の販売を伸ばしていきましたが、これも原料売りで高い利益は見込めません。食品と同様に商品をつくり、農家に還元する形を何とかつくりたいと、化粧品事業へ踏み出すこととなります。

高知大学医学部とともにユズの研究を行い、2011年に「ゆずスキンケアumaji」を販売しました。ユズの生産から加工、販売までを一貫して馬路村で行い、食品とは違った加工販売のノウハウが村の中に蓄積されていきました。また、近年では同大医学部との共同研究により、ユズ種子油をカプセルに入れた「百年源」という食品を開発し、ユズ種事業を健康の分野にも拡大していきます。ユズの種までしっかりと活用することにより、農業としては不利・不便な土地であつても農家への還元が形になり始めています。

「手作りコスメ×鉱山探検」で 心身共に美しく

―東栄町発ビューティーリズムを全国に―



手作りコスメ体験naori
ブランドマネージャー

・大岡 千紘

宝の山との出会い

ファンデーションが何からできているかご存じですか？ そう質問すると、多くの人は知らないと答えます。私もその一人でした。

愛知県の北東部、静岡県との境にある東栄町は、山林が約9割を占める山里。振草川の清流で獲れる天然のアユや、国の重要無形民俗文化財である「花祭」が有名です。そして、日本で唯一ファンデーションの原料となる「セリサイト」という鉱物が採掘されている町でもあります。

セリサイトは雲母の細かな結晶で、透明感のある柔らかな光沢があることから「絹雲母」とも呼ばれています。東栄町のセリサイトはとても純度が高く、化粧品原料としては最高品質。「奇跡のパウダー」とも呼ばれ、世界中の化粧品に採用されています。

そんな宝が眠っているともつゆ知らず、私はこの町に地域おこし協力隊としてやって来ました。地域おこし協力隊を志したのは、大学時代に島根県の郷土芸能「石見神楽」を通して小さな温泉街を盛り上げるプロジェクトに参加したことがきっかけです。

プロジェクトを経験し、祭りと地域振興に関心を持つようになった私は、大学卒業後は地域おこし協力隊になろうと決めていました。いくつかの候補地から東栄町を選んだのは、東栄町の花祭がきっかけです。神事を含めると丸2日行われることもある花祭はまさに奇祭で、クラブのような盛り上がりやと神々しさがありません（ぜひ一度参加してほしい！）。そんな花祭に魅了され、さらにはそこで出会った町のひとと縁ができたところに、協力隊へ誘われたことが決め手となりました。

東栄町の人口は約3000人。過疎化・少子高齢化が進み、人口の約半分は高齢者のいわゆる限



花祭

界集落です。若者はどんどん町を離れ寂しくなる一方でした。協力隊として移住して来た当初は、「なんでこんな何もないところに来たの？」とよく言われました。そんな状況を打破する何かがあるはずだと、その何かを必死に探しましたが、なかなか「これ！」と言えるものが見つからず、最初の1年は空回りをするばかり。そのうち、何のスキルもアイデアもなく単に勢いで来てしまったことを後悔し、もう辞めようと思っていた協力隊2年目の夏、私にとって転機となる出会いがあり



セリサイトを採掘している鉱山

ました。

出会ったのは、セリサイトの採掘・精製業を営む三信鉱工株式会社の三崎順一社長です。町の行く末を案じていた三崎社長は、世界に誇る自社のセリサイトを使って自分で化粧品を手作りする「手作りコスメ体験」を通して町おこしができないかと、協力隊に相談しに来てくれたのです。

「体験をきっかけに東栄町を知り、体験しに来ることで東栄町を好きになって移住する人が増えるのではないかな。また、地元の人にも改めて自分

たちの町にはこんな素晴らしい資源があるということを知ってほしい」という三崎社長の想いがまさに、探していた「これ！」でした。何のスキルも知識もないけれど、三崎社長の想いを実現するお手伝いはできるかもしれない。そう思ってからすぐに事業化に向けて動き始めます。

東栄町で採れたセリサイトを使った手作りコスメ体験を中心に、東栄町で心身共に美しくなれる「ビューティーリズム」をやろうと、地域の人や外部にアイデアをもらいながら、試行錯誤を重ね約1年がかりで2015年6月に「naoriri なおり」がスタートしました。

失敗から学ぶ

初めに企画したのは、東栄町で美につながる体験ができるツアーです。「東栄町で美しくなる」をテーマに、手作りコスメ体験や鉱山探検、ヘルシーな食事、ノルディックウォーキングや星空観察会などを盛り込んだ1泊2日のツアーを企画しました。特に、セリサイトの採掘鉱山探検はここだけの貴重な体験として注目されました。鉱山は岩盤質で機械では採掘できないため、ダイナマイトで爆破しながら少しずつ手で掘り進め、手押しでトロツコで運び出します。昔ながらの手法が見られる採掘現場はここだけではないでしょうか。

「手作りコスメ体験×鉱山探検」という日本初のビューティーリズムとしてメディアにも大きく取り上げられ、成功間違いなしと思われていました。蓋を開けてみると全く集客できず、一度もツアーを開催できませんでした。

失敗の原因は主に二つ。一つは1泊2日のツアーが重すぎる。全く知らない土地で2日間はハードルが高かったのです。二つ目は「手作りコスメ体験」も「セリサイト」も認知されていないこと。知らなければ参加したいと思えないことに気づきました。そこで、ツアーはいったん置いておき、まずはファンデーション作り体験のみに尽力することにしました。

日本で唯一のファンデーション原料の産地で、オリジナルのファンデーションが手作りできることを前面に押し出し発信。分かります面白さが伝わったのか、その年で約1000人の集客ができ、その後も徐々に参加者が増えています。

まずは一歩から

naoririで行っている手作りコスメ体験は、セリサイトを使ったファンデーション、チーク&アイシャドウ、ボディパウダーの三つがメインです。材料を量って、乳鉢に入れて、よく混ぜて、ふるいにかけて。目が行き届く少人数制なので、丁寧に手ほどきします。場所は元小学校を利用した「東栄町体験交流館のき山学校」で行います。また、日本ミツバチのハチミツを使ったリップクリームや、無農薬ハーブやお茶を使ったバスボムのメニューも用意してあります。コスメに加える素材はどれも地元産がこだわります。特にセリサイトをふんだんに使ったファンデーションは、使い切るとすぐにまた作りに来るリピーターもいる人気の体験となりました。

普段コスメを選ぶとき、あまり原料にまで意識



ファンデーション作り体験の様子

しませんが、コスメも食品と同じく体に影響を及ぼすものですから、どんなものが使われているのかを知ることが大切です。食やコスメに限らず、普段何気なく使っている身のまわりのものに対し、どこでだれが作ったものなのか、環境に配慮したものなのかを意識することになるこそが美への第一歩であり、地域を知るきっかけになります。

きっかけを作るだけお客様が自ら行動し、楽しんでもらえるということが分かりました。想い

があふれるとあれもこれもやりたくなりますが、まずは鍵となるひとつに集中することが大切だと学びました。

町とともに歩み始める

naoriの参加者が増えてきたのと同時に、新たな課題が浮かび上がりました。それは東栄町の観光情報がないことです。当時東栄町には観光協会など情報発信する拠点がなく、体験の際に口頭で伝える以外にお客様が東栄町の情報を知ることができませんでした。いくら町に人が来ても、地域でお金を落とす仕組みが十分にできていなかったのです。

そこで観光協会を設立することになり、私は協力隊卒業後の1年間、役場の臨時職員として観光協会立ち上げを担当することになりました。まだ実績すら出せていない若輩者に、やる気があるそうだからと大事な役を任せる懐の深さが東栄町の良さであると思います。

地域住民を交えた設立準備会を立ち上げ、東栄町に必要な観光協会とは何かの話し合いを重ね、1年後の2017年4月に「東栄町観光まちづくり協会」（任意団体）を設立。私は観光協会職員として働くことになり、そのままnaoriも協会事業の一つになりました。

協会事業となって活動が安定してきたことを受けて、naoriとビューティーズリズムの商標権を取得。東栄町の発展に貢献する事業に育てていきたいという思いから、東栄町として登録することになりました。これがきっかけで、ビューテ

ィーズリズムは東栄町の観光の柱として確立され、第6次東栄町総合計画後期計画において活力あるまちづくりに組み込まれました。手探りで少しずつ形にしてきた事業が、町の方針を担うまでに成長したのです。

また、協会設立とともに協力隊を2人採用し、naori事業の強化とさらなる発展を図りました。現在は2人とも協力隊を卒業し、1人は地元に戻って手作りコスメ体験教室を起業するために準備中。もう1人は今年4月に東栄町でせっけん販売・せっけん教室を起業し、独自の手作りコスメ体験を行っています。また、去年新たに協力隊が1人入り、事業の継続と起業を目指して活動しています。

さらに、役場職員が報酬を得て職務外に地域貢献活動に従事する許可基準が明確化されたことを受け、役場の若手職員6人を補助講師として採用しました。役場職員が地域と関わる場のひとつにもなっています。

私は観光協会職員として2年間勤務した後、出産を機に昨年3月に退職。現在は個人事業主としてnaoriのブランドマネージャー兼講師として活動しています。

誇りをもって取り組む

私が協会を離れたことで、ビューティーズリズムもよい意味でnaoriから離れることができました。それまで、naoriの手作りコスメ体験ばかりが目立ってしまい、見た目の美しさのみがビューティーズリズムであると勘違いされ



ビューティーツーリズムウィークでのひととき

ることが多かったのです。化粧はよく分からない、男性だから関係ないと協力を得難い状況がビューティーツーリズム推進の上での悩みでした。私が協会を退職しnaoriに専念することで、あくまでビューティーツーリズムの参画事業者のひとつであるということが明確になり、想いが伝わりやすくなりました。

また、奥三河（東栄町を含めた4市町村の総称）発ビューティーツーリズム「okunikawaAwake／メザメ奥三河」が2018年に始まったことも

後押しとなります。「心の美と健康が目覚める、新しい旅の目的地」をキャッチフレーズに奥三河を発信していこうというもので、地域の隠れた名品をリブランディングしたり、地域の食材を使ったレシピをシェフと開発したりと、これまでなかった視点を取り入れた活動を奥三河観光協議会を中心に行っています。いつかは東栄町だけでなく奥三河でビューティーツーリズムの概念を広げていきたいと考えていたのですが、思った以上に早い展開で驚きました。それだけ「美」というワードが地域を魅力的に発信するのに適しているのだと思います。

そして、様々な後押しを受け2020年に東栄町観光まちづくり協会を中心にビューティーツーリズムの取り組みが新たに始まりました。東栄町らしい「美」とは何かを仲間たちと改めて考え、たどり着いたのが「生まれ清まり」です。花祭りは、一度生気を失ったものを復活させる「疑死再生」の考え方があり、やがて人間の魂の復活を願う生まれ清まりの概念へとつながり、花祭の根本思想となりました。

これまでは目の前にある東栄町の魅力を伝えることばかりに目が向いていましたが、大切なのは東栄町の魅力に触れてどう感じ、どう変わるかです。自然と共にいきいきと暮らす住民と出会い、地域の野菜や肉を使った食事をとり、川の冷たさを感じ、鳥のさえずりに耳を傾けながら、ゆっくり時を過ごす中で自分を見つめます。それによる変化や気づきが心地よく感じたならば、東栄町にまた来たいと思うのではないのでしょうか、住んでみたいと思うのではないのでしょうか。それが、東栄町

のビューティーツーリズムが目指すところです。

このコンセプトを軸に、昨年11月には「BEAUTY TOURISM WEEK（ビューティーツーリズムウィーク）」と称した5日間のプログラムを実施しました。コロナ禍ということもあり制限された状況ではあったものの、参加者と密な時間を過ごし、イベント最終日には参加者もスタッフも涙する素晴らしい企画となりました。成果として得られたことは、参加者が東栄ファンとなり、イベント後も継続して町に訪れるようになったこと、事業者側から次はウチもぜひ参加したいという声が出てきたことです。今後も事業を継続していくことで、少しずつこの輪を広げていきたいと思っています。

そして、改めて課題も浮き彫りになりました。誰がどのように継続していくのか、利益を生む仕組みが作れるのか、受け入れ態勢が整うか、さらなる魅力の向上ができるかなど、考えるべきことがまだまだあります。これらの課題を乗り越え、東栄町が美の町として確立されていけば、東栄町の未来の姿が変わっていくかもしれません。そして、この東栄町をモデルにビューティーツーリズムが全国に広がり、それぞれの地域が豊かになっていくことを願っています。

naoriは漢字で書くと「直り」で、鍼床の特に発達した部分、有用鉱物の含有率が高い部分を意味する日本古来の鉱山用語です。直りは、鍼脈の交差部分や傾斜が変わるところに形成されることが多いことから、「地域に誇りを持って人と人が交わり、そして変わっていく」という願いが、この名には込められています。これからもその想いを胸に邁進していきます。

若者の地元回帰を促進 —ジモト大学で地域を育てる—

少子化を背景とする人口減少と、それに伴う地域経済の縮小が全国各地で進展している。加えて、進学や就職を理由に地方の高校生が都市部に流出するケースも多く、地域コミュニティの存続が危ぶまれている。

そこで、近年注目を集めているのが、地域の大人たちが取り組む「ジモト大学」という新たな試みだ。高校生に地域の産業や文化などへの理解を深めてもらい、地元回帰を促進する狙いがある。

ジモト大学の先駆である「新庄・最上ジモト大学」(山形県最上地域)と、その影響を受けて始まった「飛騨ジモト大学」(岐阜県飛騨地域)を調査し、ジモト大学の取り組みが他の地域に広がる可能性を探った。

新庄・最上ジモト大学

平成29年に開始した新庄・最上ジモト大学は、自治体や高校、企業、団体などがコンソーシアム(共同事業体)を構築して運営している。事務局は、山形県の出先機関である最上総合支庁と、公共施設等の管理運営を中心に活動する一般社団法人とらいあが担い、運営資金は最上地域8市町村と最上総合支庁が負担している。

プログラムは、地域の大人と高校生との対話がテーマになっている。これまでに▽農家レストランを計画する女性たちに加わり、郷土料理考案やPRに関わる▽地元で働く若手女性従業員の本音トークを聞き、地元就職を考える―など、多種多様のプログラムを提供してきた。

令和元年度のアンケートからは、新庄・最上ジモト大学は高校生に成長をもたらすだけでなく、大人が地域を見つめ直す機会にもなっていることがうかがえる(グラフ1:2参照)。

設立4年目を迎えた令和2年度は、高校生の参加者をいかにして増やすかが課題になった。このため、高校生にとって魅力的なプログラムにし、新たな参加者の獲得につなげようと、一部プログラムの企画立案に高校生

飛騨ジモト大学

を企画させる機会を創出した。魅力的と思えるかどうかは、高校生や保護者、教師、地域の大人など立場によって異なる。それぞれがジモト大学に何を求めているかを知るためにも、異なる立場からの幅広い意見や発想に耳を傾けていくことが大切だと考えているとのことである。

平成31年1月、新庄・最上ジモト大学の取り組みをテーマとした講演会が岐阜県高山市で開催された。この講演会に参加した中小企業診断士の丸山学氏は、地元の飛騨地域でも民間でできることをやってみようと、講演会のわずか2カ月後に飛騨ジモト大学を立ち上げた。

初年度は10のプログラムを用意し、高校生と大人たちが話しやすい雰囲気となるよう、少人数の座談会形式で開催するなど工夫を施した。プログラムには会社経営者や農家、医師、保育士、デザイナーなど地元で働く様々な職種の大人が参加し、「飛騨には仕事がない」と思っていた高校生にとって、地元で働くためのロールモデルを見つめる機会となった。

このほか、飛騨地域出身の大学生と対話するプログラムもあり、年齢の近い若者から様々な話を聞く機会

も提供された。

民間が主体で運営している飛騨ジモト大学は、企画した講演会を翌月に開催するなど、行動の早さが強みとなっている。一方で、収益が上がる事業ではないため、事業規模を広げるには人的・資金的な面で制約があり、どのように運営体制を広げ、資金を確保していくかが課題となっている。

若者の地元回帰のために

ジモト大学の調査事例から、若者の地元回帰を進めるためには①地域内連携②運営費の確保③高校生の企画段階からの参加促進の3点がキー



飛騨ジモト大学令和元年度プログラム

ポイントになることが分かった。

①については、既存のネットワークを活用してもらいたい。例えば、民間企業には同業種間など横のネットワークが、また青年団や消防団といった地域コミュニティには若者のネットワークがある。新たにネットワークを構築するのではなく、これら既存のネットワークが

連携して、新庄・最上ジモト大学のように官民学のコンソーシアムを立ち上げるべきだろう。その際は、地域を巻き込むために信頼性の高い行政が中心となることが重要と考える。

②については、安定・継続した資金の確保が求められる。安定財源としては、地元企業から協賛を募ることが有効である。そのためには、地域振興や人材確保に寄与する取り組みであることを発信していくことが重要である。

③については、地域内のネットワークと高校生をつなぐ役割を果たすコーディネーターが鍵となる。調査したジモト大学では、運営事務局がその機能を担い、積極的にネ

ットワークに働きかけていた。また、高校生の活躍の場を設けるため、高校生が自発的に立案したプログラムを地域全体で応援する機運を創り出していた。こうした機運醸成が、一人でも多くの高校生を巻き込むためには必要となる。

つては、その目的が単に若者を地元引きとめることにならないよう注意が必要である。地元を離れることで人脈が広がり、新しい知識・経験を得ることができるよう、地元の良さや課題に気づくこともあるからだ。こうした気付きこそが、高校生に地元について考えるきっかけを与

え、郷土愛を育んでいく。そして、地元回帰を考えるうえで大きな役割を果たすことになる。

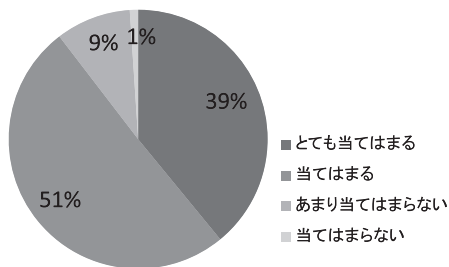
地域活性化センター副参事

●鈴木 瑛二(鳥取県米子市から派遣)

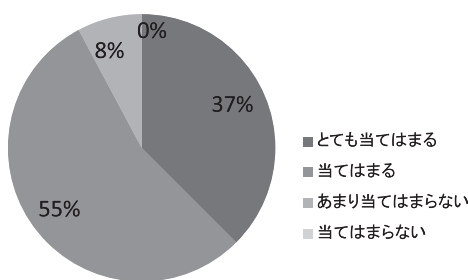
●倉本 隆行(千葉県君津市から派遣)

●大西 大輝(鳥取県から派遣)

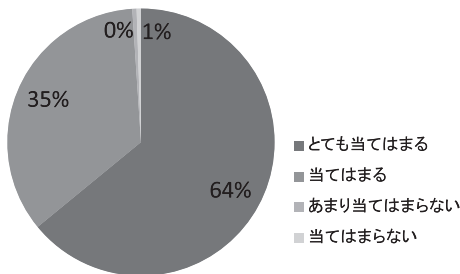
1. 将来、自分の住んでいる地域に役立ちたいという気持ちが湧いた



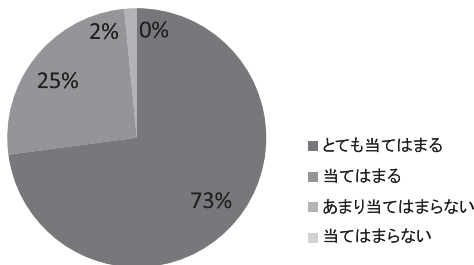
2. プログラムを通して、地域の資源や課題についてさらに聞いたり、調べたり、学びたいと思った



3. 学校では学べない新たな発見や知識が増えた

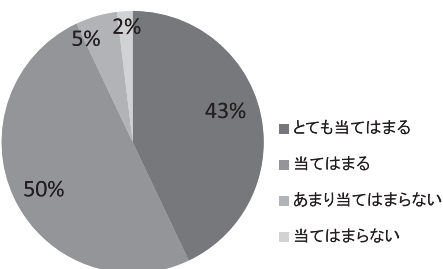


4. プログラムは充実し、楽しいものだった

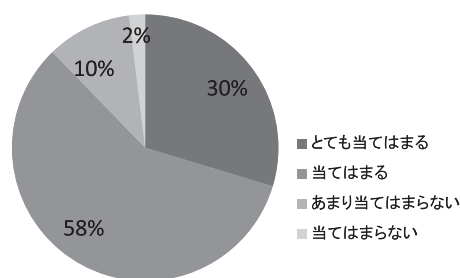


グラフ 1 令和元年度に参加した高校生へのアンケート結果

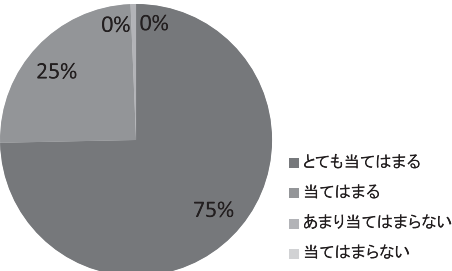
1. 高校生との対話を通して日常では気付かない新たな発見があった



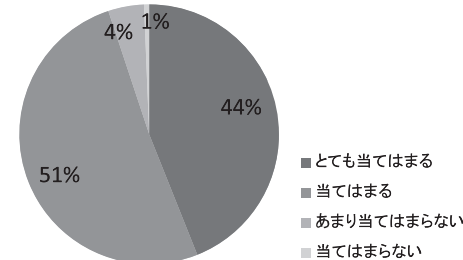
2. プログラムを通して自分自身の変化や成長を感じることができたか



3. このような異世代の対話の場は必要と思う



4. 高校生の思いを受け止め、共に地域を作っていきたいと思った



グラフ 2 令和元年度に参加した大人へのアンケート結果

世界に向けたデジタルマーケティングと 観光映像のこれからの役割



和歌山大学観光学部教授／
日本国際観光映像祭総合ディレクター

● 木川 剛志

日本の観光映像が世界に届くようにしたい。その思いで2018年3月に日本国際観光映像祭を立ち上げました。その第3回を、新型コロナウイルスの感染拡大の中でしたが、オンライン配信することで3月3・4日に京都市の清水寺を会場に開催することができました。日本部門への応募総数は148本、国際部門には1207本。国際部門にもエントリーした日本部門の応募を差し引いて、総数1327本の応募がありました。配信にも、延べ2000人を超える視聴数があり、観光映像への関心の高さを改めて認識しました。

私は都市計画を研究の専門とし、地域を舞台とした短編映画がまちづくりにとのよう貢献できるか、をもととは考えていました。その縁から2015年に和歌山大学観光学

部へ赴任し、観光を研究対象に加えてきました。当時は「インバウンド」「爆買い」がバズワードとして広がり「観光」への注目が高まっていた。また、地方自治体が制作した移住促進映像や観光映像がテレビで話題となっていました。

「こんな面白い映像がありますよ」「芸能人が地方の映像に出演してバズっています」。このような形でテレビに取り上げられたことは、知名度の向上には確かに役立っていたのでしょう。しかし、私は疑問を持ちました。

確かに「バズって」はいるが、観光地の好感度の向上には結びつかないもの、その地域を有名にしても観光行動には結びつかないように思える映像が多くある。一方で結構な予算で制作した映像がユーチューブで

公開されても、数年たつて数百回の再生数にとどまっているものもある。本当にこれでいいのだろうか…。

その疑問から、観光映像のあり方を問う研究会の開催を重ねるようになっていました。

2017年ごろにポルトガルの観光学者、フランシスコ・ディアス教授と知り合い、世界には観光に特化した映像祭があることを知りました。ディアス教授自身も国際観光映像祭を主催し、その映像祭は1987年から続く世界最大の観光映像祭ネットワークCIFFTに加盟していました。彼の映像祭に実際に行きました。映像祭では優れた観光映像を表彰するだけではなく、シンポジウムも開催され、どのような観光映像が持続可能な発展に必要なか、などが議論されていました。映像祭で



京都・清水寺で開催された第3回日本国際観光映像祭

会った観光映像関係者からは「日本から全く観光映像が届かないが、作っているのか」と聞かれました。世界に向けた日本の観光映像は数多く作られている、でも届いていない。その現実を知り、日本でも国際観光映像祭を立ち上げました。

CIFFTの正式メンバーに

2020年11月に日本国際観光映像祭は正式に東アジア唯一のCIFFTメンバーとなりました。正式メンバーとして初開催となった第3回では、国際部門は世界統一の主要6カテゴリーで審査しました。「観光誘客」の三つのカテゴリー「都市」「地域」「国」



審査員によって受賞作品への講評が行われました



与論ファクトリー最優秀作家への表彰式



講演する地域活性化センターの北村常務理事



登壇者たちの集合写真

に、「観光資源」「観光サービス」「独立映像作家」のカテゴリーを加えた六つです。映像のストーリーの説明だけでなく、その観光映像が目指すゴールの記述も重要な審査対象となります。

日本国際観光映像祭はCIFFFTの開幕戦です。そのため、受賞結果は世界から大きな注目を集めます。国際部門は、賞に応じてポイントが与えられ、獲得ポイントの累積が世界ランキングとしてCIFFFTのホームページで公開されていきます。授賞式は大きな注目を集めます。その結果が出ると瞬間に受賞者は各国でプレスリリースを出します。そのため、映像祭の次の日には各国で大きなニュースとなっていました。

観光映像祭の主催者たちは「観光映像が完成したことはニュースではない、それが映像祭で受賞し評価されたことがニュースだ」と言います。

フォーラムで議論されたこと

今年の映像祭のテーマは「観光と平和、地域と観光」でした。開会に先立ち、森清顕執事補によって「世界における対話と相互理解ならびに新型コロナウイルス早期収束を願う法要」が行われました。その後、地域活性化センターの北村潤一郎常務理事による「観光で地域を豊かに！」と題した基調講演がありました。

初めての取り組みとして行った「与論ファクトリー」は観光映像の

新しい可能性を示す事業となりました。ファクトリーはポルトガルのディアス教授が始めた企画で、2018年ポルトガル中部の大火災で疲弊した地域の復興のために、観光映像祭に来る映像作家たちに数日間中部地区に滞在してもらい即興で映像制作を行うコンテストでした。私たちはその日本版を鹿児島県与論島を舞台に開催し、映像祭当日にそのプレミア上映を行いました。

議論の場として立ち上げた映像祭も、第3回からは社会実装を目指すことになりました。日本における観光、デジタルマーケティングにおいて牽引する立場の企業とともに観光映像プロモーション機構を立ち上

げ、その意義を語るフォーラムを行いました。観光映像が来るべき観光客にきちんと届き、持続可能な誘客手法となる「エコシステム」の構築を目指すことになりました。

観光映像は、単に知名度を高めるためのだけのツールではありません。誘客のため、地域の人たちが目指すビジョンを共有するため、どのような観光客にどのように観光をしてほしいか—そのイメージを構築するために重要なツールです。それをコロナ後の世界におけるDX（デジタルトランスフォーメーション）と融合して、より良い地域の構築にどのように貢献するのか、これからも日本国際観光映像祭は考えていきます。

ポストコロナ時代の社会変容 —新しい地域活性化の手法を考える—

地域活性化センターは3月4日、「2021 地方創生フォーラム in 東京」を開催した。新型コロナウイルス感染症と付き合いながら経済や社会を維持する時代を見据え、「ポストコロナ時代の社会変容」新しい地域活性化の手法を考える」をテーマに掲げた。感染防止策として初のオンライン開催となり、ユーチューブを活用したライブ配信を427人が視聴した。

基調講演1

株式会社ディー・エヌ・エー（DeNA）最高医療責任者（CMO）の三宅邦明氏が登壇し、コロナ禍におけるDeNAの働き方・取り組みなどについて紹介した。

DeNAは、2020年2月に社内に「新型コロナウイルス対策本部」を設置。4月からリモートワーク制度を導入し、出社率10%以下を維持している。ズーム（Zoom）、スラック（Slack）といったコミュニケーションツールの活用や電子捺印の導入などデジタルトランスフォーメーション（DX）の推進によって、スムーズなリモートワークを実現している。

リモートワークでは一般的に孤独感やコミュニケーション不足の問題が提起されているが、DeNAでは社員のやりがい向上していることが特徴だ。

社員へのアンケート調査によると、社員のやりがいは2020年4月の緊急事態宣言により一時的に低下したが、その後はコロナ禍以前より上昇。三宅氏は、ヨガや肩こり解消講座などのオンラインコンテンツの充実に加え、在宅環境サポートや在宅勤務手当支給に取り組んだことが、社員のやりがい向上に結びついたと分析した。

また、自治体との協働については、自治体や健康保険組合向けのヘルスケアエンターテインメントアプリ

「kencom」の活用を提言。アプリを利用して楽しみながら健康行動を習慣化するように促した。

kencomは、DeNAと住友商事の合弁会社が運営し、独自のノウハウであるエンゲージサイエンスやゲームのノウハウを健康分野にも応用した。一般的なアプリはダウンロード後の利用率が半年で5%になるが、kencomは4年以上経過しても60%という実績を誇っているという。

最後に、三宅氏は新しい官民連携に言及し、「委託する・されるの関係ではなく、より良い連携方法を模索しながら協働することが必要だ」と述べた。

事例発表1

DeNAスマートシティ統括部スマート・ベニュー推進部の中寺康太郎氏がまちづくり事業の事例を発表した。

DeNAは、横浜スタジアムや横浜アリーナの周辺でエリアマネジメント事業に取り組み、スポーツエンターテインメントを核とした「にぎわいのある街づくり」を推進。スタジアムで行われるプロ野球・ベースタイズの試合だけでなく、それ以外の様々なコンテンツを発信し、「常に人が集まる、24時間365日のにぎわい」を目指している。

三つのプロジェクトが進行中で、



オープニングの様子

一つは2020年12月に開催された「ボールパークファンタジア」だ。ベイスターズの試合がない日やオフシーズンのにぎわいを創出するための実験的なイベントで、スタジアム内を光と音で演出するライティングイルミネーションを行った。入場者アンケートでは満足度96.5%を記録している。

中寺氏は、今後は川崎市や相模原市のようなスポーツチームがある他の地域への展開も目指すと語った。

事例発表2

続いて、群馬県みなかみ町で「ナノツーリズム」を生み出した一般社団法人みなかみ町体験旅行専務理事

の福田一樹氏による事例発表が行われた。

福田氏は香りと記憶の關係に注目し、アロマオイルの抽出体験プログラムを開発した。体験にとどまらず、香りという目に見えないものを言葉に変換する学びも提供している。また、コロナ禍により移動が制限されるなかで、県内や町内から出ない、マイクロツーリズムを超えたナノツーリズムを提唱。物事の見方を変えることで、どんな場所でも「学び場」に変化できることを実証した。

福田氏は、「コロナ禍はいつかのための準備と棚卸しの機会」と語り、次の三つのポイントを示した。

- ①自分たち（地域）でやれるところまでやりきってみる
 - ②自分たちのウィークポイントを把握する
 - ③ウィークポイントを補ってくれる組織とアライアンスを組む
- 福田氏は、「小さい規模だが、仲間を集いモチベーションを維持する」として、

この時期を楽しみながら耐えられる地域にしたい」と抱負を語った。

基調講演2（映像配信）

東京大学大学院工学系研究科教授の森川博之氏が講演し、コロナ禍により世界は著しく変化していくことが予想され、それにうまく乗っていくことが大切だと強調した。具体例として、自動運転による配達ロボットやバーチャルサイクリングサービスなどを挙げ、「今までもやれば

できると思っていたことが、よりリアルティーを持って感じられ、実現性が高いレベルに到達している。コロナ禍が大きな変化への一步を踏み出すきっかけになるかもしれない」と語った。

続いてデジタルの話題に踏み込み、デジタルは現実世界からデータを集め、分析を行い、それを現実世界へ反映させるというループに気づくかどうかのポイントだと指摘。IoTやAI、5Gはあくまでツール

であり、ループにどう反映させていくかが重要だと述べた。

さらに、デジタルを推進するためには、DXだけでなく組織のあり方やマネジメントのあり方を変革するCX（コーポレートトランスフォーメーション）も大切であり、両輪を回していく必要があるとし、一番重要なのは「人間力」だと締めくくった。

●地域活性化センター副参事
高橋弘人（山形県長井市から派遣）



DeNA の事業



中寺氏の講演



森川氏の講演

欧州発タラソテラピーで離島振興

「とびしま海藻プロジェクト」



とびしま渚泊協議会 事務局長

● 本間 当

飛島の現状

山形県唯一の離島である飛島は、酒田港（酒田市）から北西へ39^{キロ}、定期船「とびしま」で75分ほどの場所に位置する。比較的高緯度でありながら、対馬海流（暖流）の影響を受け、年間平均気温は12・3度と温暖である。渡り鳥の中継地であり、これまで290種以上の鳥が確認されており、春と秋の渡りの時期には多くのバードウォッチャーでにぎわう。そのような環境にあることから、島全体が鳥海国定公園の区域内に含まれている。

島の活性化を目指し、これまでに「とびしま未来協議会」の設立をはじめ、「緑のふるさと協力隊」など外部人材の島内配置、「とび魚だしプロジェクト」によるとび魚だし麵

つゆの開発、かんきつ類の試験栽培、「しまCafé」の開設などに取り組み、一定の評価を得てきた。しかし、冬季の厳しい気象条件や、雇用・教育・医療・娯楽といった都市機能面での格差は残っており、物資の輸送などに係る費用が本土側より割高になることなども相まって、人口減少と少子高齢化の流れに歯止めはかかっていないのが現状だ。昭和15年に最多の1788人を記録した人口は、令和3年には180人にまで減少している。

また、地域の基幹産業である漁業は後継者不足が喫緊の課題となっており、新たな収益構造の構築が必要である。もうひとつの基幹産業である観光業でも、島への入込観光客数が低迷していることから旅館などの維持が困難になっている事業者も存

在する。その一方で、島出身の若い世代からUターン希望の声も少なからず聞こえてくるため、観光客の受け入れ体制を充実させることで島内の就労の場を創出するなど、旅館や民宿の後継者が回帰・定着できる環境づくりが求められている。

海藻プロジェクトに着手

こうした状況を踏まえ、滞在型観光の受け入れ体制を整備し、観光業の活性化を図ろうと、行政機関と民間企業・団体が協働して「とびしま渚泊協議会」を組織した。飛島特有の動植物など豊かな自然環境を活かし、これまで育んできた釣り・採貝藻などの漁業や、飛島の魚介類を使った料理といった漁村文化を体験できる観光メニューの開発を目指している。



飛島が一望できる館岩からの風景

これらの取り組みを漁業だけでなく地域の産業全体にも波及させて、雇用の拡大やU・I・Jターンの促進につなげ、島の活性化を実現するとともに、受け入れ体制の整備のみに終始することなく、情報発信や営業活動など実際に島を訪れてもらうための活動にも注力している。

そして、令和2年度に当協議会が取り組んだのが、「とびしま海藻プロジェクト」飛島版タラソテラピーをつくること。欧州を発祥とするタラソテラピーは、海に関連する健康素材を病気の治療や健康づくりに活用する海洋療法である。これを飛島の新しい地域資源として取り入れ、島周辺の海に自生する多品種の海藻を使っ

た独自の体験商品を開発。島内外の新しいつながりを生み出し、地域の活性化を促そうという試みである。

非日常体験を商品に

飛島の飛島は豊かな海産物に恵まれ、特に海藻の種類は多岐にわたる。しかし、収穫量が少ないため、単に食料品として販売しただけでは生産量の多い事業者に劣ってしまう。そこで、海藻を活用したタラソセラピーに着目し、飛島という非日常体験と組み合わせた商品開発を目指すことにした。

飛島版タラソセラピーは、次の四つのプログラムで構成される。

①ハイドロセラピー（水治療法）…海藻入浴剤入りの海水風呂で血行を促進する体験



海藻クリームを使用した研修の様子

②キネジセラピー（運動療法）…海藻オイルを使いながらヨガや簡単な運動を行う体験

③テルモセラピー（温熱療法）…海藻クリームのエステやサウナを体験

④フーードセラピー（食事療法）…海藻ドレッシング、海藻ゼリーなどを手作りする体験

これらの体験をパッケージ化して売り出すため、地域活性化センターの令和2年度がんばる地域応援事業の採択を受けて活動した。

タラソセラピーの聖地に

活動ではまず、タラソセラピーを行うための体験ツールとして、①で使用する海藻入浴剤、②で



ドラム缶風呂に漬かって海を眺める



夕日を眺めながら瞑想にふける

使用する海藻オイル、③で使用する海藻クリーム、④で使用する海藻ドレッシングやゼリーの開発に取り組んだ。飛島では、海藻を風呂に入れたり、海藻を練って固めた郷土食を作ったりする文化があり、これを掘り起こして商品を作り出す際のストーリーに活用した。

そして、飛島の地形を活かした移動可能なタラソセラピーを行うため、仮設型のドラム缶風呂とテント型のサウナを整備。さらに、タラソセラピーを島外に発信する人材として、セラピストやエステティシャン、安全管理者などの資格を取得する研修を行い、インストラクターを育成した。最後に完成した体験商品のモニター調査を実施して同事業は終了した。

今後はこの体験商品を正式に販売する予定で、初年度は年50人の利用者を目指とする。また、体験で使用する海藻ツールを持ち帰りできる土産品として販売し、飛島を新たな「タラソセラピーの聖地」として発信していきたい。

私たちができるのは小さなことかもしれないが、それがいつか大きな実を結び地域の活性化の一助になることを願っている。

地域や職場、公務員自身に 問いを投げかける勉強会



野村 恒太 さん

西澤 公太 さん

服部 純平 さん

「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、福井市提案型勉強会の西澤公太さん、野村恒太さん、服部純平さんの3人にお話を伺いました。

輪読会から活動の幅を拡大

―福井市提案型勉強会について紹介してください。

福井市提案型勉強会は、福井市職員を中心に、福井市の可能性を追求している有志のグループです。2015年に市職員の輪読会として活動をスタートさせましたが、本を読むだけでは物足りないという声が上がったため、より実践的な学びの場を目指して活動の幅を広げました。2020年には福井市職員共済会の部活動に登録され、現在は20代半ばの若手職員から50代後半の幹部職員まで約30人が所属しています。公務員の自己啓発のほか、実際に住むまちの可能性を試す実験（提案）を行っており、メンバー同士で取り組みたいことを話し合いながら自由に活動しています。

―勉強会のこれまでの活動について教えてください。

最初に取り組んだのは、私たち市職員の知識や経験を地域に還元しようという試み

です。市内の青年団と協力してまちづくり活動に携わり、地域資源を活用して地域内でお金を循環させる仕組みづくりに取り組むなど、自立的な活動に向けたサポートを行いました。

公務員志望の学生が就職後に理想の公務員像を目指すモチベーションを維持する助けになればと、「公務員と公務員を語る会」というイベントも2018年から開催しています。福井県や他の市の職員にも参加してもらい、学生にとっては気軽に職場の雰囲気などを聞くことができ、自治体ごとの違いについて理解を深める機会にもなっています。学生時代に語る会に参加し、その後、福井市に入庁した職員も勉強会に参加しており、若手職員との接点づくりや次世代の担い手の育成にもつながっています。

2019年9月には福岡市職員の今村寛さんを招いて財政出前講座と財政シミュレーションゲームの体験会を開催し、市民のみなさんにもご参加いただきました。その後、福井市版の財政シミュレーションゲームを作りたいという声が上がったため、「SIMULATIONふくい2040」として開発を進めています。福井市によく似たF市という自治体の2020年から2040年までの財政を体験できるゲームとなっており、財政に関するアプローチのツールとして活用したいと考えています。

また、地域に飛び出す活動と合わせて、庁内広報の制作や市役所の各部署の業務紹介など内部向けの活動も行い、より多くの人に勉強会の活動に関わってもらうきっかけを提供しています。20

21年1月には市職員も高い関心を寄せている北陸新幹線福井開業に向けた勉強会を開催しました。市内の民間事業者や既に新幹線が開業している金沢市や富山市の職員から話を伺い、職員の機運醸成につなげています。

業務に縛られず、部署や所属の枠を越えて自由に活動できるという強みを生かして、いろいろな人を巻き込みながら活動を展開しています。

福井市提案型勉強会の目指す姿

―活動のアイデアを生み出すために意識していることを教えてください。―

地域でまちづくりをしているプレイヤーと、なるべく多く接触することを心がけています。地域で活動するプレイヤーには、こちらから出ていかないとなかなか出会うことができません。ウィズコロナの時代ではありますが、可能な範囲で出会う意見交換をしたり、一緒にイベントを開催したり、外向きのアンテナを高くして関わっていくことを意識しています。

また、他の人の仕事に耳を傾けたり、別の部署と連携して仕事をしたり、内向きのアンテナも張り巡らせて庁内の職員との接点も意識的に増やしています。市役所へのイメージや働くことに対する価値観も年々変わっているため、自分たちより若い職員の意見を大事にしたいと思っています。

―今後、発展させたいことや改善したいことを教えてください。―

西澤…せっかく部活動として活動し始めたので、

勉強会の存在を知ってもらうことが課題です。地域に飛び出して地域の方と連携して何かを行うという活動は最近実施できていませんが、公務員が地域に飛び出す価値を高め、この人たちが公務員で良かったと思ってもらえるような活動を展開していきたいです。

野村…どうしても「意識高い系」と思われがちなので、活動への参入障壁を低く、勉強会の存在を日常レベルに落とし込みたいです。職員同士で雑談しながらのランチツアーやまち歩きを開催するなど、接点を増やしていきたいと思っています。

服部…継続的な活動を目指しています。現在は私たち30代のメンバーが中心になって活動していますが、若い世代を巻き込みながらいろいろな事業を展開していきたいです。それに向けていろいろな人が関わっていけるような企画に意識的に取り組んでいきたいと思っています。

公務員も地域づくりのプレイヤー

―「地域づくり」「人づくり」に対する思いを教えてください。―

地域づくりの主役は地域の住民であり、公務員はあくまで黒子にすぎないと思われがちです。しかし、その役割や関係が不変的なものであるとは考えていません。公務員も地域の住民の一人であり、公務員として黒子を務めるときもありつつ、地域づくりのプレイヤーとしてジョインしていくことも大事だと思っています。

プロフィール

西澤公太

2010年福井市採用。企業局営業開発課、総務部まち未来創造課を経て、現在は議会事務局庶務課に所属。福井市提案型勉強会では、部長を務める。

野村恒太

2008年福井市採用。建設部道路課、国土交通省への出向を経て、現在は都市戦略部都市計画課に所属。福井市提案型勉強会では、副部長を務める。フクイキャスルマーケット事務局をはじめ、地域の様々な取り組みに参画中。

服部純平

2010年福井市採用。都市戦略部都市計画課、財政部施設活用推進課を経て、現在は教育委員会事務局教育総務課に所属。福井市提案型勉強会では、事務局を務める。公共空間の利活用に関するイベントや、市職員向けの勉強会企画に携わっている。



福井駅前再開発に関して、お昼休みにゆるく意見交換



愛媛県宇和島市長

岡原 文彰

ココロまじわうトコロ 交流を深めた地域活性化を目指して

宇和島市は、今から約400年前の江戸時代、仙台藩主・伊達政宗の長男である秀宗が入部し、以来、宇和島伊達家10万石として栄えた城下町です。市の中心部に位置する宇和島城は、現存12天守のひとつで、江戸時代に建てられたそのままの姿で現在でも存在感を示しています。

市の西側は宇和海に面し、複雑なリアス式海岸が続いています。穏やかな湾内では魚類養殖が営まれ、また、海を見渡す段々畑では柑橘^{かんきつ}がたわに実るなど、海の幸、山の幸に恵まれた温暖で過ごしやすい地域です。

平成30年7月豪雨では、未曾有の土砂災害により、段々畑が流されてしまうなど、基幹産業である柑橘栽培は大きなダメージを受けました。しかし、これをきっかけに農地の再編復旧など災害に強いまちにしようと、2年半余りを経過した今もなお、国・県の力をお借りしながら取り組んでいるところです。

同時に、魚類や真珠養殖などの生産現場でも自然のリスクが高まりつつあり、昨今の頻発化する台風はもちろん、赤潮が発生して生育に悪影響が及ぶ状況もあります。当市は、柑橘王国愛媛の中においても中心的な産地のひとつですが、一方、真鯛、真珠の養殖についても生産量は日本一であります。そのため、被害が発生した場合、生産者はもちろんのこと、周辺への影響も大きくありますので、産地の責任として、産業を守っていく必要があると考えています。

昨年、コロナ禍により需要が大きく減少した養殖真鯛の消費喚起のため、官民が一体となって展開した「#鯛たべよう」キャンペーンに加え、今年は、需要減少だけでなく、稚貝の大量へい死により危機的な状況にある真珠業界とともに「#WithPearl」キャンペーンをスタートし、日々の暮らしに寄り添える真珠の魅力を提案・PRする取り組みを始めました。私はもともと水産会社で

営業の仕事をしていたこともあり、特に広報・営業活動には力を入れ、当市の特産品を全国に向けてしっかりと売り込んでいきたいと考えています。

また、全国的な課題である人口減少対策では、平成30年度から「おかえりプロジェクト」として、子どもたちの郷土愛醸成に力を入れています。地元の子どもたち地域に魅力を感じて知ってもらえるかに注力し、例えば、市役所内に「高校生まちづくり課」を設置し、高校生たちを中心となってワークショップを開催するほか、高校生たちを含めた地元の青少年が自由に交流できる「青少年市民協働センター事業（ホリバタ事業）」に取り組み、彼らの柔軟な発想をまちづくりに生かしていきたいと考えています。また、故郷から離れても当市の情報を積極的に伝えながら、いつかは戻りたいと、そう感じてもらえるようなまちづくりを展開しているところです。

それは、地域で育った子どもたちが、地域を盛り上げる担い手になってほしい、そして、彼らの活動を通じて「宇和島って楽しそうだね」という雰囲気や伝わって、他の地域からも人が訪れるなど関係人口を創出し、地元の人と様々な価値観を交えて、新たな挑戦をする、そんな仕組みを作っていきたいと考えています。

このような中、令和元年に当市のキャッチコピーを「ココロまじわうトコロ」に決定しました。この「まじわう」という言葉は、宇和島^{うわしま}を逆から読んだ造語で、「人と人が関わりあい、心が通いあう」という意味を込めています。私自身、子どものころから育った当市の魅力は何といても人の「あたたかみ」だと思います。ウィズコロナ・アフターコロナの時代においては、ますます人と人のつながりが大切になってくると確信していますので、当市の今をどのように考え、次の世代に何を残していくのか、みんなで考えることができる市政を目指していきます。

4県13市町村から新たな職員

—「地域力創造大学校®」へようこそ—

「地域力創造大学校®」を目指す地域活性化センターでは、毎年、全国の地方公共団体からの派遣職員を受け入れています。私たち職員は、センターに在籍する2年間、仕事をしながらアクティブラーニング（自ら能動的に学ぶ）に取り組み、地域づくりの手法やトレンドを学びます。

令和3年4月1日、地方公共団体から派遣された17人の職員が、新たに地域活性化センターに着任しました。

当センターは、「地域づくりは、人づくりから」という理念のもと、地域づくりの中核となる人材を育成するとともに、相互の情報交換やネットワーク構築のための場を提供しています。また、人材と地域を横につなぎイノベーションを起こす取り組みも行っています。

その事業の一環である研修制度「地域づくり人材養成塾」では、全国に通用する地域づくりのプランナーを養成するため、派遣職員が業務に携わりながら2年間の研修を受けます。研修内容は、当センターが実施する研修会の受講に加え、自治大学校や政策研究大学院大学など他団体主催の研修会への参加、また自らのテーマ設定に沿った国内外の調査研究、企業・団体・NPOなどへのインターンなど、多岐にわたっています。

地域づくり人材養成塾の詳しい内容は、当センターのホームページ(<https://www.jcird.jp/seminar/training/>)をご覧ください。

【令和3年度着任職員の派遣元地方公共団体】

青森県六ヶ所村、山形県小国町、茨城県、栃木県、埼玉県小鹿野町、富山県南砺市、岐阜県飛騨市、愛知県長久手市、三重県四日市市、京都府福知山市、兵庫県三田市、島根県雲南市、同飯南町、広島県、長崎県、熊本県上天草市、宮崎県延岡市

※地域活性化センターのシンボルマークと「地域力創造大学校®」の名称は、令和3年3月23日に商標登録されました。

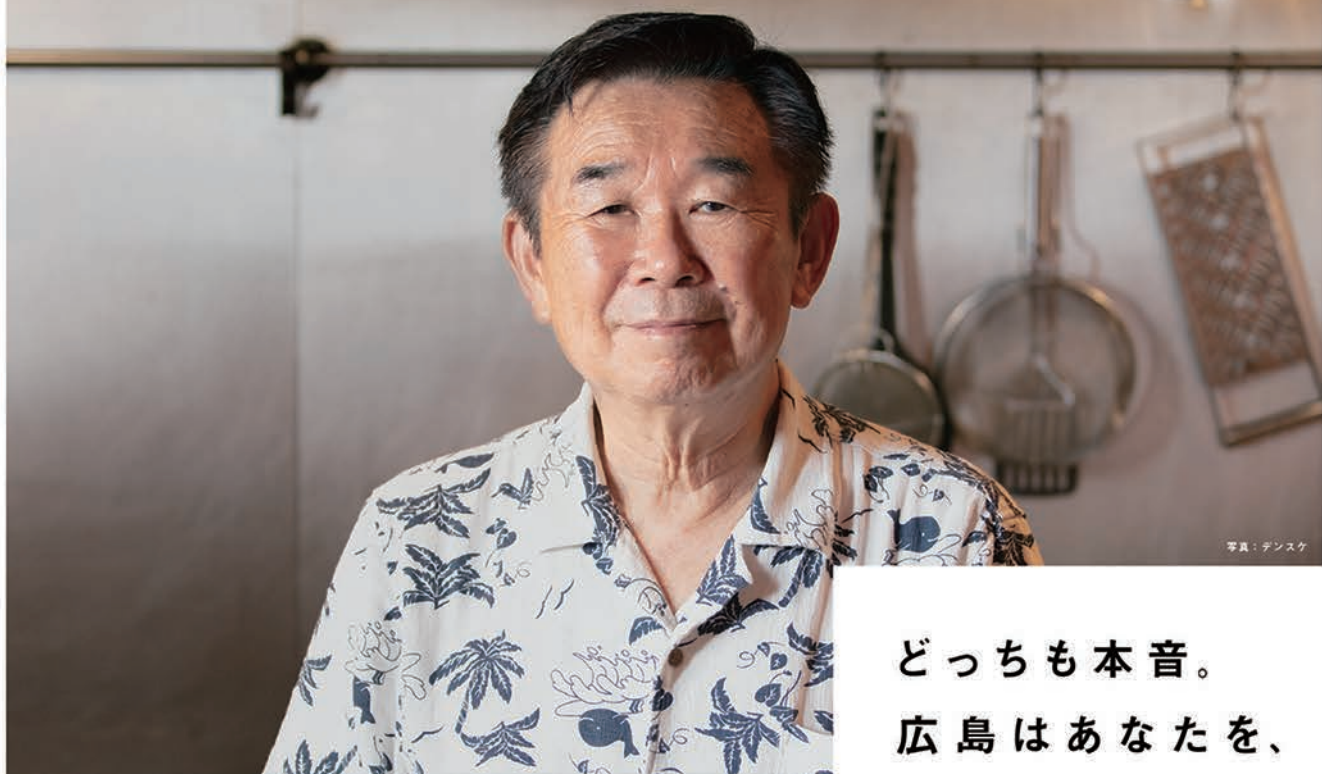
通信センター

一般財団法人
地域活性化センター
Japan Center for Regional Development



4月1日に地方公共団体、民間企業から着任した職員

いますぐおいで



写真：デンスケ

どっちも本音。
広島はあなたを、
待っとるけん。

広島県観光連盟

ひろしま観光ナビ 



そのうちおいで

サステイナブル健康都市 おおぶ



■ あいち健康の森

広大な園内には、テニスコートや球技場のほか、体力測定ができる健康ロードや大型遊具が整備されています

大府市は、愛知県の西部、知多半島の付け根に位置し、名古屋市の東南に隣接する高い利便性と豊かな自然環境が魅力の住みやすいまちです。市制施行以来、「健康都市」をまちづくりの基本理念に掲げて成長を続け、市制50周年の記念すべき節目を迎えた令和2年には、施行当時に4万9000人弱であった人口が9万2000人を突破しました。平成25～29年の合計特殊出生率は愛知県内で最も高い1.93を記録し、人口は現在も緩やかな増加傾向にあります。

温暖な気候と愛知用水の恵みを受け、「木の山芋」「ぶどう」「ジャンボ梨」「タマネギ」「キャベツ」など多彩な農産物が栽培されています。豊かな自然として「あいち健康の森公園」や「大府みどり公園」など、緑あふれる公園・緑道がたくさんあり、市民の憩いの場となっています。

令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により延期・中止となった「市制50周年記念事業」を、新たな時代に即した形で「市制50周年Plus 1 記念事業」として再構成し、記念事業を展開していきます。



■ 共和西土地区画整理事業区域内

子育て世代の流入により人口増加を続けています



■ スポーツ

市にゆかりのある多数のアスリートがオリンピックで活躍。子ども向けにレスリング教室を開催しています



■ 鈴木バイオリン

創業者である日本のバイオリン王・鈴木政吉はかつて大府で研究に没頭しました



■ 緑道

市内を流れる鞍流瀬川沿いに整備した緑道は市民のウォーキングコースです



■ どぶろくまつり

500年以上続く長草天神社の奇祭。参拝者へどぶろくが振る舞われます



■ ぶどう

巨峰をはじめ多くの品種が栽培され、7月下旬から9月中旬にかけて市内に多数の直売所が開所します



■ さくらまつり

桃山公園周辺を彩るのは約200本のソメイヨシノ。夜のライトアップも人気です

地域づくり6月号

2021年6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。編集室 (03-5202-6139) E-mail: hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。



地域活性化
センターからの
メールマガジン
登録はこちら



宝くじ桜



一輪車



ドリームジャンボ
絵本



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豊かな暮らしに役立っています。



救急普及啓発
広報車



遊具



移動採血車



青色回転灯
パトロール車



下水道啓発
パンフレット



自然公園案内
映像展示設備



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

<https://jla-takarakuji.or.jp/>



美と健康をテーマとした 地域活性化

地域づくり 特集編

目次

表2 グラビア

- | | | | |
|-------|---|-------|-------------------------------------|
| 2~5 | 基調論文／久野譜也
自然と健幸になれるまちづくり | 18~19 | 兵庫県宍粟市／大北真彰
セラピーで「森林王国」の復権 |
| 6~7 | 北海道浦幌町／森 健太
町の花から生まれた化粧品ブランド | 20~21 | 島根県雲南市／平井佑佳
住民同士の「おせっかい」で健康づくり |
| 8~9 | 青森県弘前市／村下公一
ニューノーマル時代の未来型ヘルスケアサービス戦略 | 22~23 | 広島県広島市／伊藤夕賀子
「食」を中心とした健康&地域づくり |
| 10~11 | 秋田県由利本荘市／三船 彩
インターバル速歩を核に健康づくり | 24~25 | 高知県馬路村／長野桃太
林業の村でユズを新たな産業に |
| 12~13 | 山形県上市市／佐々木慶
“心と体がうるおう” まちづくり | 26~27 | 佐賀県唐津市／藤岡継美
コスメ産業集積による経済活性化 |
| 14~15 | 福井県高浜町／井階友貴
まちに出るほど健康になれるまちに | 28~29 | 鹿児島県南大隅町／黒木靖之
廃校を活用した化粧品づくり |
| 16~17 | 長野県小海町／中野玲子
豊かな自然活かし健康経営支援 | 30~33 | 副基調論文／大岡千紘
「手作りコスメ×鉱山探検」で心身共に美しく |

2021年6月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター ©2019 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



美と健康をテーマとした地域活性化



② 青森県弘前市 (p8-9)
大規模合同健康調査「岩木健康増進プロジェクト」



① 北海道浦幌町 (p6-7)
町内在住者とのブランディング会議の様子



④ 山形県上山市 (p12-13)
年間360日開催するクアオルト健康ウォーキング



③ 秋田県由利本荘市 (p10-11)
インターバル速歩講座の体力測定に参加する受講者



⑥ 長野県小海町 (p16-17)
企業の健康経営を支援する独自のセラピープログラム



⑤ 福井県高浜町 (p14-15)
けっこう健康！高浜☆わいわいカフェの様子



⑧ 島根県雲南市 (p20-21)

地縁血縁も生かしつつ、時には飛び越えてつながる
「おせっかい」の輪



⑦ 兵庫県宍粟市 (p18-19)

癒し・病気予防効果が科学的に実証されている
宍粟市の森林セラピー



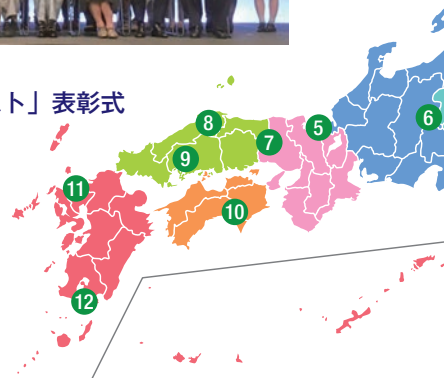
⑩ 高知県馬路村 (p24-25)

ユズを収穫する馬路村の農家



⑨ 広島県広島市 (p22-23)

「第2回ご当地タニタごはんコンテスト」表彰式
「湯来のぼたんコロッケ」が
グランプリ受賞
(中央3人がレシピ開発担当)



⑫ 鹿児島県南大隅町 (p28-29)

化粧品・香水の原料となるハーリーバジルを栽培する農家



⑪ 佐賀県唐津市 (p26-27)

自分たちで作ったみつろうを使ってコスメ作り体験(唐津市提供)

自然と健幸になれるまちづくり

― 便利さの追求より「歩くこと」を基盤に ―



筑波大学人間総合科学学術院
スポーツウエルネス学学位プログラム教授

● 久野 譜也

超高齢社会とは
どのような社会を目指すべきか

我々は12年前に、超高齢社会におけるまちづくりの進むべき方向性として、「自然と健幸になれるまち」と位置づけ、これを「Smart Wellness City（健幸都市）」と名付けました。また、心身の健康だけではなく、生きがいを持った幸せな日々を送ることが、国民皆が望んでいることと定義し、「健幸」という言葉も積極的に用いることとしました。そして、多くの首長と超高齢社会のまちづくりのイノベーションのための社会実験を繰り返し行ってきました。その結果、一定数のエビデンスの蓄積がなされ、成果を得るための政策パッケージも組み立てられる段階までにきました。

そこでまず、地方自治体が、超高齢社会によって生じる健康や社会保障における課題を解決し、政策的に成果を得るためのポイントを三つ挙げます。

(1) 長寿化に比例した健康寿命の延伸（寝たきり者数の減少）↓この「まち」に
すむと自然と健康寿命が延びるまちであるか？

(2) リタイア後の20年以上も生きがいをも
って幸せに暮らせるまち↓リタイア後の
メインコミュニティは居住地域となる
が、それに対応できるまちとなっている
か？

(3) 現在の子ども世代が高齢になった時
にも現在と同様の社会保障制度を維持↓
公助依存が強い現在の成人世代の意識
改革を確実に進められるか？

これらの課題を解決していくため、第一
には、自治体が保有している健診や医
療レセプトなどの健康やまちづくりの関
連データを、最新の統計手法を駆使して

筆者プロフィール

久野 譜也氏
(くの・しんや)

筑波大学 人間総合科学学術院 教授
大学院スポーツウエルネス学学位プログラム リーダー
スマートウエルネスシティ政策開発研究センター センター長

1962年生まれ。筑波大学大学院博士課程医学研究科修了。医学博士。2002年に健康増進分野日本初の大学発VB株式会社つくばウエルネスリサーチを設立。代表取締役社長兼任。科学的根拠に基づいた高齢化社会に対する日本の健康政策の構築を目指して2009年全国9市長とSmart Wellness City首長研究会を立ち上げ、現在43都道府県111区市町村に拡大。内閣府、厚労省、文科省、経産省、総務省、国交省等各種委員会委員を務める。

健康課題として見える化し、それを生じさせている複数の原因（ライフスタイルや都市環境、コミュニティの状況、ソーシャルキャピタルなど）とそれらの因果関係を明らかにすることが求められます。さらに、それらの健康課題に対して明確な手が打てなかった場合、3～5年後にどの程度課題が深刻化するかをシミュレーションすることにより、今後の政策の内容・規模などが具体化し、一定の効果が期待される施策計画の立案が可能となります。

単に国から示されたメニューを漫然と実施するのではなく、自分のまちの課題に沿った政策立案が必要なことは明白ですが、現実には各自治体においてこれがほとんど効果の出るレベルで実施されていません。

第二には、これから仕事をリタイアした後の人生は、現実的に20～30年間もあり、いかにこの間を健康で生きがいを持った人生を送れる住民を多くするかが自治体の重要な責務となります。しかも、この期間は健康状態が加齢に伴い一生涯において最も虚弱化していくときでもあります。

すなわち、高齢期は、中期や前期高齢期と比較すると、居住地域で過ごす時間が圧倒的に増加するわけですから、各自治体において「このまちで過ごす」と自然と健康になれる環境（ハードとソフト）が整備されれば、多数の高齢者における健康寿命の延伸が期待され、結果的に医療費や介護費等の抑制にもつながることも予想されます。そのためには、これまでの便利さを追求してきた「まちづくり」の概念を、歩くことを基盤とした「健康都市づくり」に変えることが必要となります。

なぜ、Smart Wellness Cityへの転換が求められるのか

東京、大阪、愛知の3都府県における日常生活での自動車依存度と糖尿病の外来者数を比較した研究があります（為本浩至・肥満と糖尿病、8・9・23、2009）。東京が最も依存度が低く、大阪、愛知の順に高くなっていますが、東京と愛知では2倍以上の差があります。それに対して、人口10万人当たりの糖尿病の患者数も自動車依存度と同じ順、つまり東京が最も少なく、愛知が最も高い値を示しました。このことは、都市環境が生活習慣病の代表的な疾病である糖尿病の発生に一定の影響を持つことを示唆しているわけです。

さらに興味深いのは、東京都民と愛知県民で健康リテラシーに大きな差があるとのデータはこれまでに示されていません。このことは、東京都民は必ずしも健康のために意識的に歩いているわけではなく、日常的に便利で経済的な公共交通を利用することが多いため、結果的に家や勤務地などから駅やバス停まで、そして駅での乗り換えで歩かされてしまうので、自然と健康になっている可能性が考えられます。

それゆえ、健康都市とは、出かけたくなるまちが整備され、まちを楽しむことにより自然と歩いてしまうまちづくりと同時に、そこへのアクセスとして公共交通が整備されており、結果的に歩いてしまう都市（walkable city）と定義されます。

世界を見ても、ロンドン、パリ、ニューヨークなどの大都市は、既にまちづくりの方向性をwalkable cityへと舵を切っています。それゆえ、

今後の我が国の自治体における健康政策は、人にダイレクトに関わる政策（運動・食事・睡眠・心など）のみではなく、都市そのものも健康にしていこうという発想、すなわち「健康都市づくり」が重要となるわけです。そして、これを実現していくには、住民の価値観の転換も含めた総合的な政策推進がなくては難しいと考えます。

また、今後は健康まちづくりの整備状況の進捗度が、自治体間の活性度合いに大きな差異をもたらすことは、必然であると考えられます。80歳、90歳になっても生きがいを持った生活を維持するためには、それを支えてくれるコミュニティが必要であり、そのコミュニティがあると結果的に外出回数も増え、人と会い、会話し、そして消費活動も活発化します。そして、外出することは、歩数の増加、すなわち身体活動量の確保につながり、フレイルの予防、また認知症の予防にも貢献することが期待されます。

それゆえ、今後の健康都市戦略は、自治体内の健康・福祉部門、まちづくり部門、市民生活部門、およびスポーツ部門などが一体となって総合的に政策が企画・実行されていく体制も鍵となります。これが機能しだすと、まちづくりは効果的なポリシー・アクションアプローチですので、自ら健康づくりをなかなか開始しない、あるいは継続できない多数の健康無関心層も、健康意識なしに歩いてしまい、生活習慣病、認知症、およびフレイルなどの予防効果が生まれ、その結果、社会保障費の持続性にも貢献することが期待されます。

未来の子どもたちも見据えた 健幸都市づくりとは

現在の子ども世代が成人し、そして高齢者になる頃、現在の現役世代と同等水準での社会保障が維持されるためには、高齢者も含む成人世代の多くが、自律的な健康づくりを開始・継続している社会状況に転換することが求められると考えます。とくに、これまでの我が国の傾向として、公的保険などの公助への依存度が高まり、自助や共助があまり機能していない状況が続いています。この状況を、自助・共助・公助のバランスが良い社会に早急に転換することが必要です。

そのためには、現在と将来の課題について正確に状況を理解しておらず、行動しようとしていない無関心層を動かす社会技術を政策に位置付けることが、今自治体に求められます。とくに、公助への依存度意識が高く、また便利さや楽をすることの味を知ってしまった多数の住民の意識や行動を転換するといった成果を得るには、エビデンスに基づいた政策の推進が必須となるでしょう。

この方向性で取り組んできたのが、Smart Wellness City 首長研究会です。2009年に全国9人の市長と共に「Smart Wellness City 首長研究会（SWC）」を筑波大学が事務局を担って発足させました（会長・久住時男新潟県見附市長、事務局長が筆者）。立ち上げ時から10年間は、会そのものを大きくすることを目的とせず、社会実験などによる成果に基づき発信を大切にし、会員の募集活動は原則行ってきました。しかしながら、エビデンスを持つ健幸都市づくりのため

の政策パッケージが構築されつつあるため、これを全国の自治体に拡大したいと考え、方針を転換しました。その結果、現在は43都道府県111区市町村まで拡大しています。

SWCでは、科学的根拠に基づく街づくりを中核とした総合的健康づくり施策により、健康寿命の延長が可能であるとの仮説を立て、これを実現するため、①歩いて生活することを基本とする「まち」（まちがコンパクトであり、公共交通がサポートされている「まち」）②高齢者が社会的役割を持てる「まち」（高齢者を一方的に弱者とせず、元気に過ごす期間が自然と長くなる「まち」）③市民の健康・医療情報のデータに基づき、的確な健康づくり施策が展開される「まち」④住民の行動変容を起こすために、健康に関心が薄い層も含めて、対象に適した情報が戦略的に提供され続ける「まち」——の構築を目指しています。

住民と自治体職員の意欲・価値観を 変換できる社会技術

（1）ソーシャル・インパクト・ボンド

一つ目は、「ソーシャル・インパクト・ボンド（SIB）」と呼ばれる2010年にイギリスで始まった制度です。これは、社会的価値が高く、これまで民間が事業化としてはあまり参入していない事業に対して、個人や投資団体などから出資を募り、しかも事業は民間が行い、事業開始時には成果に対する目標値（KPI）を設定し、自治体は事業終了時にその成果度合いに応じて委託費を支払うという方式となります。それゆえ、自治体が投資者から資金を集めるには、金額のみではなく、

民間サービスの質（成果の可能性）を重視して採用の可否を決めることになるため、残念ながら現在各自治体で見られる、質の悪い民間サービスの活用を減じられる可能性が高いと考えています。

今後、インセンティブ事業を行う自治体はさらに増加すると予想されますが、多くの自治体の実情としては、①財政が厳しい中、政策効果が出る人数規模（ポピュレーションアプローチとして）での事業予算を確保するのが難しい②イベントなどの広報以外でのポピュレーションアプローチ（数千人以上での健康づくり事業）における実施経験が乏しい③官民連携事業として民間の知恵、サービスやノウハウ、民間によるポイント原資へのサポートを期待したいが、どのような協同事業のスキームを構築するとうまくいくのかそのノウハウがわからず、結果的に安さだけが民間サービス採用の基準となり、成果が得られていない——などの課題が挙げられます。

前述のSIBは、これらの課題を解決する方法として、私は大変期待できる社会技術と考えます。わが国で最初に健康ポイント事業でのSIBは、平成30年度より兵庫県川西市、新潟県見附市、千葉県白子町が、飛び地かつ広域の連携型で内閣府の地方創生交付金も活用して先進的な取り組みをスタートさせました。これを我々は、「SWC—SIB」と呼んでいます。私は、このプロジェクト推進チームの責任者を務めています。必ずしもイギリスでスタートしたSIBの仕組みを厳格には採用せず、日本流に、そして各自治体の現状を考慮して新たなアレンジを加えてスタートさせました。

一部繰り返しになりますが、イギリスの制度からすると、①事業の主体は民間であり、自治体は事業委託するが、開始前に成果に関するKPIをセットする②事業の運営資金は、民間ファンドから事業実施者に支払われる③自治体は、KPIに応じて事業費と投資に対する利息を支払うが、KPIが達成されていない場合には事前に決められたルールに従って減額の支払いを事業者と投資者に対して行う—となっています。さらに、もし大変な成果が出ても、事業者はKPI達成度が100%と同様の金額しか支払われない仕組みとなっています。それに対し、SWC—SIBは、▽上記②の運営資金について、いきなり投資ファンドや市民から資金調達する仕組みを構築するには、時間と費用がかかるため後回しにする（事業3年目にはスタート予定）▽KPIより高い成果を出した場合は、民間事業者にボーナス分を上乗せする—こととしました。

この理由としては、前者において自治体は、厳格なSIBをすることが目的ではなく、成果を得る方法としてSIBを活用したいので、まずスタートのしやすさを優先する、後者では自治体は民間に予定した支払額を減じたいわけではなく、成果（住民の健康度アップ）を出し、結果的に医療費や介護費の抑制効果（アウトカム）を出したいので、民間事業者にもよりインセンティブをセットすることに対して同意が得られたものと考えられます。つまり、ヘルスケア事業にかかわる全ステークホルダーが成果をアウトカムにすることに同意することにより、これまで生まれにくかった医療経済的な効果をも得られる可能性が強くなる

と期待できます。

（2）口コミによる伝道師

「健幸アンバサダー」の養成と活躍

我々は、平成26～28年度に全国の6市と共同で実施したヘルスケアポイントの大規模社会実験で、1万2000人以上の参加、その75%が無関心層の参加、および3年目には1人当たり平均で約4・5万円の医療費抑制効果という大変良い成果を得ることができました。このような成果が得られた要因としては、事業参加を決めた情報源として「口コミ」が第1位で、約40%を占めていました。

我々の研究で、健康無関心層の特徴として、この層は健康情報を積極的に取ろうとしない態度であることが分かっていたので、地域の多様なコミュニティにおいて口コミで本事業の情報が伝搬するような取り組みを各自治体に取り組んでももらいました。それが、私からしても予想以上の良い成果が得られたことにより、まず健康無関心層のヘルスリテラシーを向上させるためには、多様な地域コミュニティでの口コミによる情報が無関心層にも届けられるシステムを作る必要があるとの仮説を持ちました。これが、健幸アンバサダーとなりました。

現在、全国の30以上の自治体や企業・団体等で育成が始まり、約2万5000人が活躍しています。今年度中に2万人まで養成し、2030年までに20万人、最終的には200万人の健幸アンバサダーが活躍する仕組みを構築する予定です。この健幸アンバサダーの特徴は、保健師、薬剤師、

管理栄養士などの専門職、健康推進委員、スポーツ推進委員など住民が担っている委員に加え、一般の住民や企業の社員の皆さんにも就任いただいたことです。

このように多様なコミュニティに属する健幸アンバサダーが活躍することにより、養成した自治体内では、たとえ健康無関心層であっても、自治会、趣味のサークル、社内、商店街など、どこかでアンバサダーより健康情報が繰り返し提供される機会がこれまでに比べて圧倒的に増え、その結果知らず知らずヘルスリテラシーが高まり、どこかのタイミングで望ましい健康づくりが開始されるのが十分に期待されます。現在、その成果に関しては、調査を実施中であり、きちんとした成果の紹介は次のチャンスに譲りたいと思います。自治体へのヒアリングベースでは、好事例が多数生まれています。

おわりに

本稿で紹介してきた事例を通じて、従来の縦割りの発想や組織ではほとんど動かないことについて、皆さんは気づくことができたと思います。これからの我が国の超高齢社会に伴う様々な社会課題を克服するためには、国、あるいは自治体が従来の狭義の政策では課題を克服しきれず、まちづくりという総合的な発想で課題解決を試みる方向性であることが求められます。これは、これまで世界で蓄積された科学的根拠からみても妥当な方向であり、より多くの自治体や関係団体等が早く政策転換することを願います。

町の花から生まれた化粧品ブランド

―地域を担う子どもに将来の雇用を―



株式会社Ciookay 代表取締役社長 ● 森 健太

雇用を生み出すプロジェクト

北海道・十勝の最東端に位置する浦幌町は人口4500人ほどの小さな町で、広大な十勝ならではの大規模農業や林業、水産業など一次産業が盛んです。かつては炭鉱で栄えていましたが、1960年をピークに人口が減少。2010年には町唯一の高校が廃校になり、さらなる若年層の流出が危惧されていました。

そんな中、地域住民や教育委員会、行政が協働し、地域への愛着や誇りを育むことを目的に、総合学習の時間を活用して「うらほろスタイル」と呼ばれる独自の地域学習を始めました。その取り組みを通じて、「早く町を出たい」と思っていた子どもたちの意識も徐々に変化し、「この町で住み続けたい」と考えるようになっていきました。

しかし、町内での雇用機会は農業などの第一次産業と福祉・土木関係が中心で、若者が求める多様な働き方に応じられるような状況ではありませ

ん。そこで、浦幌町に住みたいと考える子どもたちの思いに応えるため、将来の受け皿となる新たな雇用を生み出すプロジェクトに2013年度から乗り出しました。

ハマナスを使った商品づくり

町内での仕事づくりに向けて、まず行政や地域の産業・農業関係者などで構成する「若者の雇用創造委員会」を発足させ、地域内にある資源の洗い出しや活用の方角性を定める検討を行いました。そこで取り上げられたのが、北海道の花であり、浦幌町の花にも指定されている「ハマナス」を活用する案でした。

もともとは地元中学生による地域活性化案の発表会から出たアイデアです。この中学生は「ハマナスを活用してこの町を活性化することができないのではないかと、ハマナスのハーブティーやお菓子などを提案していました。

委員会はそこに着目し、ハマナスを軸にした事



浦幌町で栽培するハマナス

業創出プロジェクトが始まりました。ハマナスは町内でも海岸付近にたくさん自生していますが、環境面やコストの問題から商品化するには新たに栽培する必要があったため、地元農家から栽培場所を提供してもらい、2年間の植樹イベントを行って株数を増やしていきました。

ゼロからのコスメ作り

栽培と並行し、付加価値化を目指して商品開発を進めました。地域住民からのヒアリングを数回行い、まずハーブティーやお菓子などを試作しました。残念ながら商品化には至りませんでした。が、



開発した商品ロサ・ルゴサ



催事販売の様子

最後に
ロサ・ルゴサを販売し始めてから今年で丸3年を迎えます。2020年からは地域にある廃校の教室を使った自社蒸留も開始しました。これらは全て地域の中で「できることを増やしていく」という狙いがあります。最初はいまうまいかなことも多々あります。しかし、その過程を乗り越えていくことが、うらほろスタイルで育った子どもたちの夢と希望につながると思っています。今後もこうした取り組みを通じ、浦幌町内で新しい仕事を作り出すことを目指してロサ・ルゴサを販売していきます。

その中で同時に進めてきた化粧品開発に関しては大きな進展がありました。

大阪でオーガニックコスメの製造を専門にする会社との出会いをきっかけに、地域の女性たちと「ハマナスコスメブランドディング会議」を設立。「自分たちの使いたいオーガニックコスメを、自分の手で作る」ことをコンセプトに、商品の使用感はもちろん、容器の選定や価格帯、容量、デザインなども全てゼロから考えていきました。

そして生まれたのが、浦幌町で無肥料・無農薬栽培したハマナスを主原料に、天然由来成分にこだわって配合したスキンケアブランド「rosa rugosa（ロサ・ルゴサ）」です。「rosa rugosa」はハマナスの学名。自分たちの町で自分たちが栽

培するハマナスだからこそ、素材そのものの良さを実感してもらいたいと思い、これをブランド名に決定しました。

パッケージデザインについても、都市部の有名デザイナーに依頼するのは、子どもたちを大事にする浦幌町らしくありません。ブランドディング会議で、自分たちのブランドを作るにあたり、その「らしさ」をどうすれば出せるのかを考えたとき、それなら子どもたちに描いてもらおうというアイデアが生まれました。

ハマナスの収穫イベントで写生会を実施し、参加した親子に畑で育つハマナスの絵を描いてもらいました。そのときの絵をパッケージデザインに採用しています。

◆◆◆ 全国に広がるブランド

ブランドディング会議を経て誕生したロサ・ルゴサは2017年の販売前に、地域資源を活用した美容商品・健康食品などを表彰する「ジャパニメイドビューティーアワード」で審査員賞を受賞。販売後にも、社会性のある商品を表彰する「ソーシャルプロダクツアワード」でソーシャルプロダクツ賞を受賞するなど、「地域発のオーガニックコスメ」として全国的な評価を頂いています。

品質はもちろん、商品の後ろにある地域性やストーリー性なども評価してもらった結果が、全国への広がりにつながっています。

ニユールノーマル時代の 未来型ヘルスケアサービス戦略

―産学官民連携で短命県返上と 地域活性化を同時実現へ―



弘前大学健康未来イノベーション・センター
(医学研究科附属) 副センター長・教授

・村下 公一

はじめに

弘前大学（青森県弘前市）は、長年の青森県の平均寿命全国最下位（短命県）から脱却すべく、2005年から「岩木健康増進プロジェクト」と銘打った地域健康増進活動を展開し、その一環として毎年1000人超の弘前市民を対象とした大規模合同健康調査を実施しています。この健診は、検査項目数が1人当たり約2000〜3000あり、これまでの16年間で延べ約2万人（小中学生を含む）の健康情報（健康ビッグデータ）を蓄積し続けてきています。この「超多項目健康ビッグデータ」は、ゲノムから生理・生化学データ、個人の生活活動データ、社会経済環境データに至るまでの全身健康（機能）に関するあらゆる

内容を包含する網羅的なデータ構造となっており、世界的にも他に類例がなく大きな特長となっています。

2013年に文部科学省の革新的イノベーション創出プログラム（COI STR EAM）の拠点に採択されて以降、国内大手ヘルスケアを含む企業や大学、国研など約70機関（2021年4月現在）が参画しています。産学官民それぞれのステークホルダーがアンダーワンルーフのもと、健康ビッグデータの解析を通じて得られる疾患予防法の開発、予兆された因子に基づく予防法の開発など、戦略的に研究課題に取り組んでいます。

超多項目健康ビッグデータ

データ解析にあたっては、学内ほぼすべての医

学系講座および学部、京都大学、東京大学、名古屋大学、東京医科歯科大学などのAIや生物統計の第一級の専門家に加え、参画企業・機関などから多様な分野の専門家が一大集結し、戦略的アライアンスのもと実施しています。近年、糖尿病をはじめ20種以上の主要疾患の発症を高精度で予測できる画期的な疾患発症予測モデルが創出されつつあります。また、内臓脂肪と腸内細菌の関係についての共同研究では、性別にかかわらず腸内細菌ブラウティア（Bifidobacterium）菌を多く持つ人は内臓脂肪面積がより少ないことを初めて発見するなど、数多くの知見も得られています。なお、超多項目健康ビッグデータについては、九州大学、京都府立医科大学、名桜大学、和歌山県立医科大学とも連携して解析しており、全国縦断的なデータ連携基盤の構築が進められ、相互補完的な連携解析や比較分析も進行しています。

地域健康増進への社会環境づくり

本拠点では、住民の健康増進に向けた社会構築を重視し、健康意識（ヘルスリテラシー）改善のため、一般市民を巻き込んで健康教育・啓発を積極的に推進しています。活動例として、▽青森県内40市町村すべての首長による「健康宣言」の実施▽青森県医師会内に設置した「健やか力推進センター」の健康づくり活動の一端として「健康リーダー」の育成▽各教育委員会と連携した小中学校での健康教育の実施などが挙げられます。

また、企業の健康経営支援には、青森県の働き盛り世代の健康づくりを目的に、従業員の健康管理



理を経営的視点から戦略的に実践する「健康経営」に取り組み県内事業者を「青森県健康経営事業所」として認定する独自の制度を創出しました。この制度は従業員の健康増進に資するのみならず、経営面でのインセンティブ（県実施入札での優遇等）も付与しています。

参画企業との連携・社会実装戦略

本拠点では、企業・大学・国研など約70機関が参画して巨大コンソーシアムを形成しており、学内に15の共同研究講座を開設し（2021年4月現在）、超多項目健康ビッグデータをベースに課題解決に向けて取り組んでいます。花王、ライオン、サントリー、ハウスなど大手有力企業の共同研究講座開設による大型研究開発投資導入に成功

し、年間約4億円の民間資金獲得を達成し、強固な産学連携研究ネットワーク基盤を確立しました。参画企業同士がアンダーワンルーフのもと連携・融合（戦略的相互補完）した新事業や商品化の開発事例（新たな健康増進サービスや検査システムなど）も多数創出され、地域中小企業と大手企業との戦略的アライアンスの推進により地域経済活性化や地方創生にも大きく貢献しています。

商品・サービスの例は、▽冬季の運動不足解消を目指したショッピングモールにおけるモールドウォーキングの展開と健康ポイントの付与（イオン）▽「健康教育」プログラムの開発（ベネッセ）▽口腔健康を5分で測定できる唾液検査システム SMT（ライオン）▽内臓脂肪測定で健康増進プログラム（花王）▽コンビニエンスストアにおける減塩おにぎり・食物繊維豊富な総菜等の販売（LAWSON）▽買い物データを携帯端末アプリで収集・分析し、食生活改善や健康指導につなげる生協版ミグロスモデル「健やかショッピングサポート」（コープ共済連）など、広い業種・分野における多種多様なものとなっています。

新行動変容プログラム「QOL健診」

現在、本拠点のあらゆる知見・成果を集約した新行動変容プログラム「QOL健診」を開発・展開しています。この健診は項目を「メタボ」「口コモ」「口腔保健」「うつ・認知症」の四つの重要領域に絞り、健診後2〜3時間のうちに健診結果通知、行動変容に向けた健康教育までを一気通貫で完結させるコンパクト型のプログラムパッケージ

ジです。最大の特長は「教育」に重点を置いていることです。健康教育に機軸を置くことによって健診後の受診者の行動変容を促し、ヘルスリテラシーの向上を目指すものです。現在、青森県内の地銀はじめ中小企業等にて展開しており、受診後の行動変容など一定のエビデンスが認められています。また、新型コロナウイルス流行以前の2019年には、ベトナムの現地企業にて従業員を対象に実施し、海外における展開でも十分に有用である旨が確認されており、今後は社保・国保加入者、開発途上国、献血センター、高齢者などそれぞれの対象者に向けてモデルの最適化を進め、遠隔（非接触）での健康状態の把握や行動変容に向けた健康教育を行う方法の開発など、ニューノーマル／Withコロナ時代に即してDX対応したものと研究開発を加速していく予定です。

SDGsへの貢献を目指して

以上、本拠点では一般市民や地元中小・大手企業を含む産学官民すべてのステークホルダーが一体となり、それぞれの活動を多様に展開し、健康研究および健康増進活動のオープンイノベーション・プラットフォームをリアルに構築しているところです。高齢者の健康寿命延伸、医療費の削減等、最終的にはQOL向上を実現し、地域の産学官民が一体となって健康ビッグデータと最新科学がもたらす「健康長寿社会」を達成し、社会課題解決と経済活性化の同時実現、ひいては複数のSDGs、特にSDG3「世界人類の健康づくり」への貢献を目指していきます。

インターバル速歩を核に健康づくり ―市内体育館の開放日に年延べ2万人参加―



由利本荘市健康福祉部健康管理課
成人保健班 主任保健師

・三船 彩

心身ともに健康な生活が続けるために

秋田県の南西部に位置し、県内一の面積を誇る由利本荘市は、海と川、烏海山を代表とする山々など、美しく豊かな自然に囲まれています。こうした環境のなかで、市民の健康寿命の延伸を目指して取り組んでいるのが「インターバル速歩」です。インターバル速歩は信州大学医学部（長野県松本市）が開発したウォーキング方法で、本人がやりきつと感じる程度の速さで歩く「早歩き」と、普段の自分のペースで歩く「ゆっくり歩き」を3分間ずつ交互に繰り返します。それを1日5セット、週4日繰り返すことにより、体力の向上や生活習慣病関連指標の改善、うつ指標の改善などの効果が期待できるということが明らかになっています。個人の体力に合わせて早歩きのレベルを設定できることから、年齢を問わず挑戦しやすく、無理なく続けやすい運動となっています。

「インターバル速歩」でつながる
市民の輪

本市では、NPO法人熟年体育大学リサーチセンター（JTRC）の協力のもと、平成27年度から普及に取り組んできました。その中心となるのが「インターバル速歩講座」の開催です。参加者は、講座の前と後に▽運動活動量計を装着しての持久力測定▽血圧や体脂肪などの形態測定▽下肢筋力測定▽脂質や血糖値を測る血液検査―を実施し、前後の数値を比較して効果を検証します。

講座は、基本的に月1回程度の頻度で半年間開催します。運動指導や栄養指導などの健康に関する内容だけではなく、野外研修などのレクリエーションも交え、受講者が楽しみながら継続的に参加できる内容となるよう工夫しています。

日々のトレーニング結果は講座の際にJTRCにデータとして報告し、それを基にグラフ化されます。資格を取得した「インターバル速歩インストラクター」がこのグラフを使用して、歩き方や



「ナイスアリーナ」プレオープンイベントでの集合写真

成果に関する指導・助言を行います。グラフには日々継続的に実践している結果が現れており、受講者の熱意を感じています。

また、講座を通して知り合った人たちがインターバル速歩と一緒に取り組む仲間となり、日々の実践におけるモチベーションの維持・向上につながっているという効果も見られます。インターバル速歩に限ったことではありませんが、確実な効果を得るためには継続的に取り組んでもらうことが重要です。同じ目的を持った仲間との出会いを大切にしながら、インターバル速歩をいきいきと



インターバル速歩講座



インターバル速歩を屋外で実践

楽しんで実践してもらっていることを、私たちも
ありがたいと思っています。

実践しやすい環境を整備

基本的には屋外での実践を推奨しているインターバル速歩ですが、雪国である秋田県の積雪量の多さは由利本荘市も例外ではありません。冬期間の実施場所の確保が課題となり、インターバル速歩を実践できる時間として市内各地域の体育館に「開放日」を設けました。講座受講者の利用にとどまらず、多くの市民にインターバル速歩を体験

してもらいうる重要な機会となっております。

特に、平成30年に大規模なスポーツイベント等も可能な多目的施設「ナイスアリーナ（由利本荘アリーナ）」が建設され、開放日には毎回200人近い参加者が集っています。令和元年度には市内全体育館で延べ約2万人が開放日を利用しました。新型コロナウイルスの感染拡大を受けて昨年度は一時中止としましたが、現在は感染予防対策をとりながら再開しています。コロナ禍で人々の集いが自粛傾向となっていたため、開放日の再開を多くの市民がとても喜んでくれました。感染予防のため、ナイスアリーナに限り人数を制限して開催しています

が、毎回定員を超える問い合わせを頂いています。

市民主導の普及活動へ

インターバル速歩の普及を継続していく中で、欠かせない存在となっているのが市民インストラクターです。最初は市職員のみで構成されていたインストラクターですが、市ではJTRCで実施しているインストラクター養成講座の受講費用を一部助成する制度を設け、市民のインストラクター育成に取り組んできました。現在では計11人の市民が資格を取得し、市内外で指導しながら、普及活動に協力してもらっています。

また、インターバル速歩を核とした健康づくり事業を推進する「由利本荘市いきいきインターバル速歩推進協会」が令和元年度に発足しました。市民の「こころ」と「からだ」の健康増進を図るとともに、健康寿命の延伸を目指しています。現在では80人が会員となり、市民が主体となってインターバル速歩の普及に取り組んでいます。

最後に

今年度の講座には新たに20人が受講者として参加することになりました。体験会や開放日などを通じてインターバル速歩に興味を持ち、自らの健康に関心を向けてくれたことをうれしく思います。これまでインターバル速歩を続けてきた皆さんに加え、新たに興味をもってもらえる人がこれから増えるように、新規受講者の開拓に向けて今後も普及に努めていきたいと思います。

心と体がうるおうまちづくり ―ドイツ手本にクアオルト先進地目指す―



上山市政戦略課
クアオルト推進室 室長

・佐々木 慶

140年以上前から続く物語

「もしここが外国人の容易に來られる場所であつたら、美しい景色を味わいながら各方面にここから遠足もできるから、彼らにとって健康的な保養地となるであろう…」

明治11（1878）年、山形県上山市を訪れた英国人旅行家イザベラ・バードは「日本奥地紀行」で本市の印象をこう記しています。

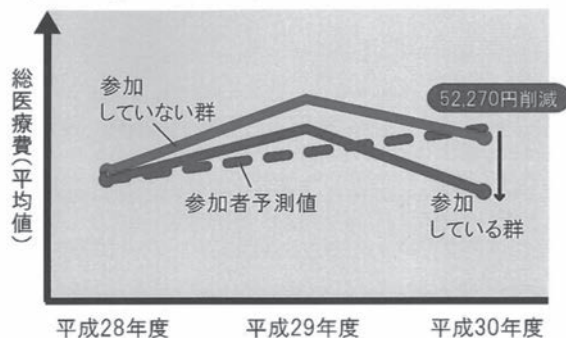
それから140年以上の時を経た今、上山市は全国に先駆けて、ドイツの「クアオルト（健康保養地）」にならい、自然や温泉、食などの地域資源を活かした「上山型温泉クアオルト事業」を展開しています。取り組みを始めた平成20年当時、県内13市の中で本市の1人あたり医療費はワースト1。高齢化率も高く、県内有数の観光地「かみのやま温泉」の宿泊客数も減少傾向にありました。そんな課題を解決するため、健康・観光・環境をキーワードとし、▽市民の健康増進▽交流人口

の拡大による地域活性化を目的に、心と体がうるおうまちづくりを推進し、官民一体となって様々な取り組みを行っています。

市民が毎日楽しく健康づくり

市民の健康増進では、「気候性地形療法」（※）を開発したドイツ・ミュンヘン大学のアンゲラ・シュー教授が日本で唯一認定した8コースを活用し、気候性地形療法に基づく「クアオルト健康ウォーキング」を専門ガイド付きで年360日開催しています。地域住民を対象に予約不要で行っている「毎日ウォーキング」には、市内外から1日10〜20人が参加して楽しく健康づくりに取り組んでいます。特に、最近ではコロナ禍による運動不足の解消に加え、新たに健康ポイント事業も始まり、新規参加者は約1・5倍に拡大。毎日ウォーキングに継続して参加する市民の国民健康保険医療費の推移は、参加していない人に比べ、平成30年度で年間5万2000円程度の抑制効果がありまし

〔グラフ1〕
毎日ウォーキング参加者の医療費の変化



健康支援技術研究所調査分析

た（グラフ1参照）。

健康ポイント事業は令和2年度からスタートし、ICT（活動量計）を使い、市民が楽しみながら継続できる健康づくりを進めています。本市の健康課題（糖尿病、高血圧症が多い）を踏まえ、医療費影響ハイリスク群をはじめ、働き世代（市内11社）などから約600人が参加。これまでアプローチが難しかった壮年期層が全体の4割、健康無関心層が2割を占めています。参加前と比べて、転倒の指標となる下肢筋力は全年代で向上し、歩数が増加した人も75%に上りました。

参加者の健康データや医療費への影響を分析して、健康課題に直結した、より実効性の高いアプローチを目指すと同時に、地域の健康づくりを市民自身が担う「健康マイスター」を育成していることも大きな特徴です。

（※）気候性地形療法 ドイツの気候の要素を活

用したクアオルトで実施され、運動負荷を測定した自然の野山を歩いて治療する運動療法

◆◆◆ 企業の健康経営支援で誘客促進

交流人口拡大の分野では、東北地方で唯一実施している厚生労働省の「宿泊型新保健指導（スマート・ライフ・ステイ）事業」を柱とし、主に生活習慣病予防を目的とした、企業等の健康経営支援を切り口とした誘客を進めてきました。

令和2年度は、新たに林野庁の「森林サービス産業」のモデル地域として全国7カ所の一つに選定され、標高1000以上に位置する蔵王高原坊平を中心とした豊富な森林資源を活かし、新たにメンタルヘルス改善につなげる取り組みに着手しています。この中で、森の中で1〜2日を過ごすことにより「ストレスが軽減し、リラックス傾向になる」ことが実証されています。

このエリアでは民間組織が中心となり専門職と連携し、公認心理師によるコミュニケーション研修、医師による禁煙教室、姿勢矯正ストレッチなど、森でできる新たな体験プログラムを開発。今後は、プログラムの磨き上げやガイド・コーディネーターの育成など受け入れ体制を構築しながら、県内外の企業に対し、従業員の心と体の健康づくりや研修・ワーケーションなどへの活用を働きかける活動も本格化させていきます。

地域の民間組織を主体としたヘルスツーリズムは、これまでビジネスモデルの構築が進まなかったという課題があります。そんな中で強力なプレイヤーが現れたことは、今後の大きな原動力とな

ります。コロナ禍をある意味チャンスと捉え、健康経営や働き方改革を体現できるフィールドとして、さらなる誘客促進を図っていきます。

◆◆◆ 市民と夢を紡ぎ、百年のまちづくりへ

今年度で14年目を迎えたこの取り組みは、本市を起点に全国に広がり、7市2町で構成する日本クアオルト協議会へと発展し、クアオルト健康ウォーキングは20カ所で実施されています。令和元年度には「第6回デイスカバー農山漁村の宝」（内閣官房・農林水産省主催）で全国900以上の申請の中から準グランプリを獲得するなど、着実に成果が現れています。

一方で、市民が主役となった「心と体がうるおう」まちづくりの定着や、企業等の健康経営支援による交流人口の拡大で一定の道筋を付けることが、さらに取り組みを進進させる上での大きなポイントと考えています。

「クアオルトはまちづくりということを初めて知りました。森を歩いて、木々や流れる水がとてもきれいで、においにする葉っぱや木のト



“心と体がうるおう” まちクアオルトかみのやま



「楽しく・お得に・健康に」健康ポイント事業

ンネルは新鮮でした。そんな場所がいつまでも残るように、自然を大切にしていきたいです」

これは、同僚が市内の小学校で5年生を対象に行った授業の感想として届いた手紙の一部です。明るい未来が見えるようで、とても心がほっこりしました。

ドイツのクアオルトは、まさに百年のまちづくり。「クアオルト かみのやま」は、子どもからシニア世代まで市民みんなが笑顔で暮らすことができ、訪れる人たちにも癒やしを与え、地域経済も元気になれるまちを目指しています。

イザベラ・バードが残した想いが脈々と受け継がれ、これから先もずっと続く物語：地域でいきいきと輝く皆さんとたくさん夢を紡ぎながら、そんなまちをじっくり創り上げていきます。

まちに出るほど健康になれるまちに

―まちづくり系医師の挑戦―



福井大学医学部地域プライマリケア講座／
高浜町国民健康保険和田診療所 教授

・井階 友貴

健康のまちづくりを目指すに至るまで

福井県の最西端、白砂青松の海が自慢の人口1万人の高浜町に、縁あって赴任したのが平成20年。当時の私は、まさか今の自分がこれほどまちづくりに関わっていくようとは、全く想像できずにいました。

とにかく、目の前の患者さんを健康にしようと必死に医療を提供していたのですが、そのうち限界を感じるようになりました。治しても治しても何度と同じ病気になってしまふ患者さん。治療を施そうとしても生活に困っていてそれぞれ違うところではない患者さん。そもそも医療機関で関われるのは健康面で問題を抱える一部の住民だけ。このままでは切りがない、問題の根本的な解決になっていないと考えた私は、学びを進める中で健康の社会的決定要因という概念に出会います。教育や職業、家族、コミュニティ、政策、環境などの社会的な要因が、人の健康に影響を与えているというもの

です。

その学びを得るために海外の門戸をたたき、三つのヒントを得ました。一つ目は、ソーシャル・キャピタル。平たく言うところの「絆の力」。地域社会において良い関係性があると、健康に強力に良い効果をもたらすことがわかっています。二つ目は、地域主体であること。行政や専門職主導ではなく、地域（住民）がその必要性に気づき、仲間と出会い、継続的に行動することで、課題の本質的な解決に近づけます。三つ目は、行動経済学。直感に訴えるような、とにかく楽しい取り組みでないと、多くの無関心層との関わりがもたらされません。これら「みんなで」「楽しく」「地域をつなぐ」をモットーとして、健康のまちづくりに取り組みました。

「みんなで」「楽しく」「地域をつなぐ」仕掛け

まず取り組んだのが、3K（気付き、きっかけ、協働）の生まれる場所「けっこう健康！高浜☆わ

いわいカフェ」（通称「健高カフェ」）です。これは、地域のあらゆる分野（ヘルスケア関係分野のみならず、教育、政策、商工観光などすべて）のあらゆる立場の者（ヘルスケア従事者のみならず、行政、住民（団体）などすべて）が月1回自由参加で一堂に会し、参加者から提案されたテーマをもとにワールドカフェ形式でざくばらんに対話するもの。立場を越えて、人と人、団体と団体、地域と地域が交わることで、地域への思いのある参加者が日々の取り組み・仕事・生活にここの気付きときっかけを活かし、出会った人との協働が生まれたりしています。これまでに大小20以上の施策がこの場所から実現しています。

次に、高浜町公認町民体操「赤ふん坊や体操」の取り組みです。近年、自治体オリジナルの介護予防体操を考案して拡散する取り組みが広がっており、一説によると全自治体の3分の1以上にあるとも。もともとは健高カフェでオリジナル介護予防体操の発案がありましたが、それでは対象は高齢者のみ、提供者もヘルスケア関係者のみで、大きな「つながり」は期待できません。

そこで、町民なら老若男女誰でもできて当たり前の町民体操を考案して拡散することに議論が展開。町内の理学療法士らの考案で、町長の公認を得て「赤ふん坊や体操」が誕生しました。「赤ふん坊や」は高浜町のマスコットキャラクターで、なんと昭和63年生まれの元祖「ご当地キャラ」。町民なら知らない者はいません。

町民の代表である（？）赤ふん坊やと、楽しくみんなで体操しようと呼びかけ、保育園や小学校、老人クラブ、老人サロンなどを中心に幅広く取り



赤ふん坊や体操拡散の様子



世界最大のちらし寿司認定の瞬間

組んでもらい、養成したインストラクターの活躍もあって、1年強で町民全体の約2割に浸透しました。実際にマラソン大会等の地域のイベントで採用してもらい、地域の交流を育んでいます。

そして、健康をNGワードに、とにかく「楽しい」取り組みを目指したのが「世界最大のちらし寿司プロジェクト」。高浜町はひそかに「寿司ゆかりの地」をうたっており、その昔、奈良の都に

寿司を運んでいた証拠である木簡（荷札）が出土していることにちなみます。今でも郷土料理の焼き鯖（さば）入りちらし寿司が受け継がれています。

これを使って何か楽しく地域をつなぐことができなにか、という議論から発展したのが本プロジェクトです。みんなで力を合わせてギネス世界記録に挑戦するという、シンプルで大胆な取り組みでした。各方面の多くの人たちに協力してもらい、

町民の約3・5%にあたる350人が協力・参加して、無事375・1キの世界最大のちらし寿司を高浜町の記録と記憶に残すことができました。長年取り組んできた私が初めて見た町民さんも多く、「とにかく楽しい」の力を痛感した取り組みになりました。

その他、町民をつなぐ担い手「暮らし健康マイスター」を育成する取り組みや、健康のまちづくりを学ぶ「健康のまちづくりアカデミー」など、種々取り組んで今日に至ります。

成果と結論―地域は生き物

高浜町の全高齢者に対する追跡調査では、地域のつながりの指標である交流頻度が平成28年〜令和元年で最大14・4ポイント向上するという結果を得ました。その後コロナ禍になりましたが、オンラインの取り組みに切り替えて対応しています。

地域は生き物です。目の前の課題を解決して終わりではなく、年月がたてば抱える課題も変化します。で、我々は地域の課題に向き合い続ける必要があります。それなら、楽しく地域に関わり続けたいと、いつか限界が来てしまいます。これから、まず自分が楽しく、みんなも楽しい取り組みで、人と地域を元気にしていきたいと思っています。

豊かな自然活かし健康経営支援

―訪れる人すべてが「憩うまち」に―

憩うまちこうみ事務局・
地域おこし協力隊

・中野 玲子

◆◆◆
これまでの取り組み

長野県の八ヶ岳山麓に位置し、松原湖や白駒の池など豊かな自然に恵まれた小海町は、地域資源を活用した持続可能なまちづくりを目指す「憩うまちこうみ事業」を推進しています。きっかけは、平成28年度に町民有志を中心に発足したまちづくり協議会において、関係人口創出のための取り組みを模索するなかで全国的に課題となっていた働き方改革や企業の健康経営に着目したことでした。

企業のメンタルヘルスケア対策として「ストレスチェック」が義務化されたものの、それに伴う職場改善が進まないなか、豊かな自然を活用した研修などで小海町への来訪を促すことができれば、企業ニーズを満たすとともに、新たな関係人口の創出につながるのではないかと考えました。

そこで、地域への経済効果だけでなく、これまで町の事業に携わってきた事業者以外の町民も積極的に関わることができるようにしようと構築し

たのが、憩うまちこうみ事業の核となるヘルスツーリズムプログラム「リ・デザインセラピー」です。

◆◆◆
「気づき」のためのプログラム

仕事熱心な人ほど、忙しいときは自分のことを後回しにしがちで、不調やストレスのサインに気づきにくいといった傾向があります。そんな「気づき」の感覚を養うため、自然の中で五感を刺激する「森林セラピー」をベースに、小海町の自然資源や食文化を活かした四つの要素（リラックス、メディテーション、デトックス、コミュニケーション）をもつセラピープログラムを構築しました。複数のセラピーを体験して様々な角度からアプローチすることにより、変化をすぐに受容できなくても自分のペースで少しずつ感覚を開くことができるのが、このプログラムの特徴でもあります。

メインとなる森林セラピーでは、森を歩きながら植物に触れ、香りを感じ、水の流れる音や鳥の声に耳を澄ますことで、自分の外側にある様々な

刺激に意識を向けるとともに、深緑の中でリラックスして自分の日常を振り返る時間を過ごします。森で行うヨガでは、ゆっくりと体を動かしながら深い呼吸で自律神経を整えます。すると、心と体の状態に気づき、自分自身を内観する感覚（メディテーション）が体験できます。

食事は、旬の野菜などを中心とした地元の食材をバランスよく摂取して腸内環境を整えること（デトックス）で、思考や睡眠に適した「ほどよい食事量」を体得するきっかけになります。

滞在を通して感受性が豊かになった状態で、満天の星の下、仲間とたき火を囲めば、日常とは異なる視点や感性での話題が生まれコミュニケーションを深めることができます。

これらのプログラムは必須パッケージ化しておらず、企業のニーズや目的、日程に応じて柔軟に対応しています。他にも、釣りや農業体験、町民や役員職員との交流などを行っており、リクエストがあつた際はオーダーメイドのプログラムとして提供できる態勢を整えています。

◆◆◆
担い手は町民セラピスト

事業の立ち上げから6年目となる現在、町役場の中に事務局を設置し、プログラム構築や企業との折衝、スケジュール調整、新規の協定企業獲得に向けた営業活動を役員職員と地域おこし協力隊が担当しています。

各プログラムの担い手となる「セラピスト」は町民の公募制で採用します。外部講師による研修後、練習を重ねて基準を満たせばセラピストとし



研修を受けた町民がセラピストとして活躍



湖畔や森で行うヨガの心地よい解放感



既存の建物を改修した湖畔の拠点施設

て認定され、企業受け入れの際には仕事として有償で担当します。なかには、セラピストになったことがきっかけで学びを深め、個人事業主として町内や観光客向けに独自のプログラムを提供する町民もでてきており、ライフワークとしての役割も果たすようになっていきます。

町民にとっては、自然も文化も日常生活の一部ですが、来訪者と触れ合う中で改めてその価値を再認識して知識を深めることができます。また、フィールド整備やごみ拾いなどを積極的に行うなかで、セラピスト同士の横のつながりもでき、移住者を含む新たなコミュニケーションの場としても機能するようになりました。

町と企業とのコミュニケーション

この事業では個人観光客の受け入れを行って、「B to B（企業間取引）」として首都圏企業と町が協定を結び、「地域と企業の協働による双方の活性化」を目指しています。令和3年4月末現在の協定企業は15社で、関わり方はそれぞれ異なり、主に新人やキャリア研修、経営会議、福利厚生などで来訪するほか、特産品の発送やふるさと納税の利用、企業主催による町内イベント開催など多岐にわたります。

また、森林プログラムのフィールドでもある松原湖畔に、協定企業のニーズに応える形で研修や

リモートワークの拠点施設を整備しました。令和2年3月に完成しましたが、コロナ禍により稼働の機会はまだまだ多くありません。働き方が多様化するなかで、在宅勤務によるストレス対策や社員間のコミュニケーションが新たな課題となっており、今後の活用方法について企業と意見交換しながら試験運用を重ねています。

憩うまちのこれから

令和2年度には国土緑化推進機構の森林サビス産業モデル地域に選定され、4泊5日の自然環境でのワーケーションを想定した効果測定を専門医監修のもと実施しました。その結果、主観的回復感、活力感、生活習慣、睡眠状態の数値が滞在後に改善しており、生産性テストの評価も向上。特に不安抑うつ尺度や人生満足度尺度では、滞在から2カ月後までの長期的な改善傾向がみられました。こうしたエビデンスも今後の利用に際して指標となることで期待できます。

また、憩うまちこうみ事業をきっかけとした移住や企業の地方拠点の設立など新たな展開も動き始めており、当初からの目標である「訪れる人すべてが憩えるまち」を目指し、今後も町を挙げて受け入れ態勢とプログラム拡充を進めていきたいと思います。

セラピーで「森林王国」の復権 ―「森とともに生きるまち」の新たな挑戦―



公益財団法人しろう森林王国
観光協会 事務局長

・大北 真彰

森の保健機能に着目

宍粟市は兵庫県の中西部に位置し、県内では2番目に広い面積をもつ人口約3万6000人（令和3年3月現在）のまちである。面積の90%を森林が占めており、「森とともに生きるまち」をキヤッチフレーズに、森林の持つ多面的な機能を活かしたまちづくりを先進的に推進してきた。

その一環として市が新たに着目したのが、森林の持つ「保健機能」。つまり、森林を「健康づくりの場」として活用し地域の活性化を図ろうとする取り組みである。

現代社会は、多くの人が何らかのストレスを抱えているといわれている。ストレスを引き起こす原因も多岐にわたり、その感じ方も人によってさまざまなである。しかし、ストレスを放置していると心身の不調（疾病）として発現し、日常生活や仕事・学業に支障をきたすことがある。

多くの人は、「寝る」「運動する」「趣味に興じる」

ことでストレスを解消している。しかし、自分自身ではなかなか解消できず、何か（どこか）に解消法を求める人も少なくない。

また、自分では精神的にストレスを感じていなくても、身体的にはストレスによる不調を生じる「目に見えないストレス」の場合がある。

そうしたストレスの解消、疾病予防として注目されたのが、森林の持つ保健機能を活用した「森林セラピー」である。

森林には、樹木が発散してリフレッシュ効果をもたらす「フィトンチッド」や、木々や水の流れ、鳥のさえずりなど森林が奏でる「1/fゆらぎ」と呼ばれるハーモニー、空気中に多く含まれるマイナスイオンなど、人をリラックスさせてくれる機能がある。

森林セラピーは、科学的なエビデンスに裏付けされた森林浴であり、健康の維持増進・病気の予防を目的として一定時間を森林内で過ごすことである。森林セラピーが生み出す健康効果は次のとおりである。



国見山より望む宍粟市の市街地

- ▽「緊張」「抑うつ」「怒り」「疲労」「混乱」などストレス状態の改善
- ▽「活気」「活力」の意欲、エネルギーの回復
- ▽「身体の痛み」など自覚症状の改善
- ▽「全体的健康」「心の健康」などの気分改善
- ▽血圧の低下、脈拍の減少などの自律神経系の改善
- ▽運動による体質改善とリハビリテーション効果（NPO法人森林セラピーソサエティのホームページより）

森林セラピー基地に

宍粟市は、平成27年3月に森林セラピーソサエティから「森林セラピー基地」に認定された。



美しい自然を味わいながら癒される森林セラピー



手を広げて歩く

森林セラピー基地とは、リラックス効果が森林医学の面から専門家により検証され、さらに関連施設などの自然・社会条件が一定水準で整備されている地域のことである。基地内には、森林セラピーロード」と呼ばれ、フィールド生理・心理実験に基づいて科学的効果が検証された散策路がある。

宍粟市には「赤西セラピーロード」と「国見の森セラピーロード」「東山セラピーロード」の3つの散策路があり、このうち赤西セラピーロード

は「ひょうご森林浴場50選」などにも選ばれた赤西溪谷沿いの林道で、電気・水道もなく、携帯電話も不通という「日常生活からの離脱」をコンセプトとしている。

令和3年4月1日現在で全国に65カ所の森林セラピー基地があり、兵庫県では宍粟市のみが認定されている。市は、認定から約1年後の平成28年6月に基地をオープンして本格的な取り組みを開始した。

森林をただ散策するだけでもその効果はあると考えられるが、森林セラピーは医学的効果を高めるために専門のガイドによる施術などが必要である。宍粟市では、森林セラピーソサエティから資格を取得した「森林セラピーガイド」「森林セラピスト」に加え、市独自でカリキュラム（12単位）を作成し、受講者を「癒しの森ガイド」として認定している。

令和3年4月1日現在で39人がガイ

ドとして活動している。

◆◆◆ 森林セラピーの新たな展開

厚生労働省の「事業場における労働者の健康保持増進のための指針」は、その前文に「労働者の心身の健康問題に対処するためには、早い段階から心身の両面について健康教育等の予防対策に取り組むことが重要であることから、事業場において、全ての労働者を対象として心身両面の総合的な健康の保持増進を図ることが必要である」と記している。

また、平成26年公布の「改正労働安全衛生法」は、労働者が50人以上いる事業所に對し、平成27年12月から毎年1回、ストレスチェックを全ての労働者に実施することを義務付けた。

こうした状況を踏まえ、宍粟市は森林セラピー推進計画の中で、平成28年～令和2年の5年間で森林セラピーの普及期と位置づけ、地域住民を対象にした森林セラピーの受講を通じて広く普及を目指してきた。そして、令和3年からは企業のメンタルヘルス対処期と位置づけ、企業労働者の健康増進・疾病予防に寄与する取り組みを進めていく予定である。

しかし、企業のメンタルヘルスに対応していくためには、より質の高い森林セラピーメニューが求められるとともに、それらを行うガイドの養成が不可欠である。それなしには、森林セラピーによる地域活性化は望めないと考える。

「森林セラピー」「森林セラピーロード」はNPO法人森林セラピーソサエティの登録商標です。

住民同士の「おせっかい」で健康づくり

—うれしいや楽しいつながりで活かし合う—

NPO法人おつちラボ コーディネーター
コミュニケーション実践講座@雲南 事務局

・平井 佑佳

地域おせっかい会議の発足

島根県雲南市は松江市と出雲市に隣接し、市全域が過疎指定される中山間地域の自治体です。「地域自主組織」という小規模多機能自治の取り組みが全国的に注目されており、名前を知っている人もいるかもしれません。

平成16年に6町村が合併して誕生し、令和3年2月現在の人口は約3万7000人。高齢化率は39%を超えています。少子高齢化による担い手不足や人のつながりの希薄化が進み、このまちにも地域自治や生活の維持に困難を感じている人がいます。

そんな雲南市で生まれたのが「地域おせっかい会議」です。まちの中で「誰かを喜ばせたい」「誰かのために頑張りたい」という「おせっかい」ができる場所です。そこに集まる人の「好き」や「得意」を活かすことで、おせっかいができる人や場所を増やし、地域住民の「こんな暮らしを実現し

たい！」という思いを、チームの力で後押しします。

発足したのは2019年9月。月に1〜3回の会議を開き、そこに持ち込まれる「こんなおせっかいがしたい」という相談について、さまざまな立場の参加者が具体的な方策を検討します。

新型コロナウイルス感染症の影響が続く現在も、オンラインの活用や会場の分散といった工夫をしながら、毎月1回以上の会議を開催しています。令和2年度からは市の委託事業として運営しています。

ここでは、会議で生まれた「健康おせっかい」の例を二つ紹介します。

◆ケース1…梅バンク

管理栄養士のAさんは、住民の高齢化などで収穫されずに放置されている梅を見かけ、収穫を代行させてもらえないかと考えて、地域おせっかい会議で提案しました。会議に参加していた郵便局長がすぐに、梅を持て余していそうな高齢世帯などに連絡して許可を取り、会議メンバーが収穫に

出かけました。その結果、60^キもの梅の実が集まりました。

集まった梅は、梅干し、梅びネガー、梅酒、梅ブランド、梅ジャムなどの保存食に加工し、梅を収穫させてもらった住民にもお礼として差し上げました。その際、来年の収穫についても話し合うなど、継続したコミュニケーションのきっかけになっています。

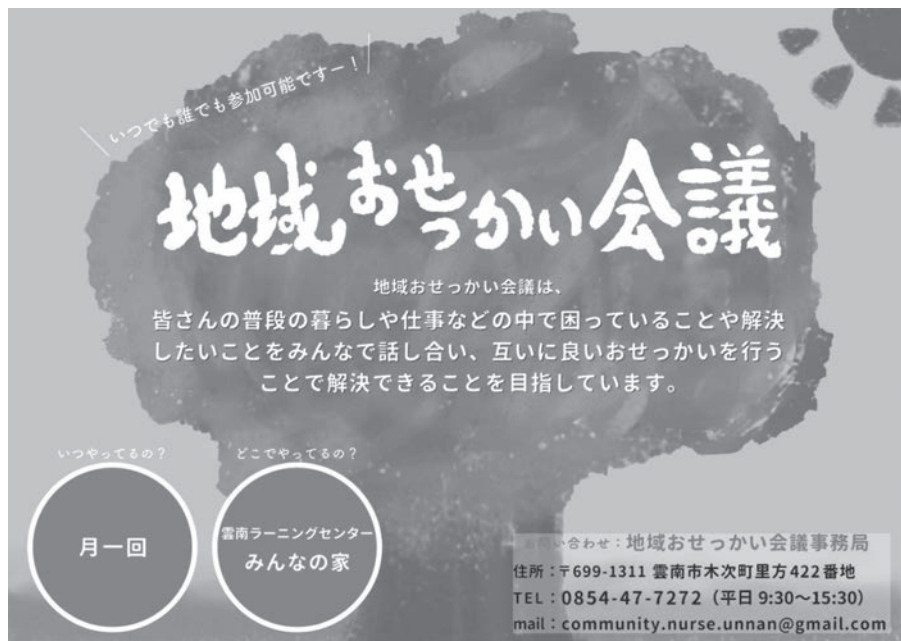
地域おせっかい会議の果たした役割と取り組みについて、Aさんは次のように話しました。

「当初は『自分一人の思いつき』という感覚があったので、会議参加者の前向きなアクションを見て、安心して行動に移すことができました。また、会議には地域に根差した方がたくさん参加していたので、地域の方から梅を提供していただくための信頼を築く時間が大幅に短縮されました。梅バンクの取り組みについては、梅の収穫には草刈りが必要になることもあるので、梅をもらいに行くことで地域が奇麗になったり、提供者のお年寄りに『あの人たちがまた来るから元気でいよう』と思ってもらえたりすればうれしいです」

◆ケース2…買い物おせっかいのバトンリレー

次に、病気により歩行が困難になったBさんの「自分で買い物に行きたい」という思いを、既存のサービスにとらわれず、地域の福祉事業者やスーパー店員の連携でおせっかいした例です。

Bさんは進行性の難病を患って訪問型の医療・介護のサービスを利用しているため、必要なものはヘルパーに買ってきてもらうことができます。しかし、本人は「自分で買い物に行きたい」とい



地域おせっかい会議における「おせっかい」とは、一般的な「おせっかい（余計なお世話）」とは異なり、まちの中で元気を広げる「健康おせっかい」の意味



世代や職種も多様な参加者たちと

う強い思いを持っていました。その話を聞いた医療関係者が地域おせっかい会議に相談したことで、買い物支援のサポート体制が確立されました。具体的には、地域おせっかい会議のメンバーである介護予防事業者が中心となって、Bさんがスーパーに入ってからサポートを店内のテナント関係者を交えて協議した結果、来店に合わせて入り口付近に歩行補助カーンを準備してもらえらることになりました。

その後、Bさんの病状が進み自力でスーパーに

行くことが難しくなったため、次は店に行くときのサポートが必要になりました。そこで、地域おせっかい会議で意見を募ったところ、福祉タクシーの利用が提案されました。Bさんもこのサービス利用に賛同し、移動のサポートを得られるようになりました。

このおせっかいに関わった介護予防事業者の一人は、多様な業種の参加者が関わる地域おせっかい会議の価値を次のように話しました。

「会議には地域で多様なつながりを持つ人が集

まるので、課題解決に自分以外の人の強みを活用できます。今回のように既存の制度が使えないときなどは、他業種のつながりが特に重要です。また、会議メンバーの中には経営者もいるので、うまく連携できれば事業として持続可能なモデルをつくることも可能です。例えば、私自身も誰かの健康づくりをおせっかいしたいという気持ちがありますが、それは結果として自分の事業にも必ず返ってくると分かっているからです。多様な事業者や実践者が集まることで、みんなで解決するという会議の価値が高まることを期待しています」

◆◆◆ 全市展開を目指して

地域おせっかい会議はこれまで、雲南市の木次エリアを拠点に開催していましたが、今後は全市への展開を目指します。その際にポイントとなるのが、市内18カ所にある郵便局です。住民の生活動線上にある強みを生かし、まちの人の「うれしい」「楽しい」や「心と身体の安心」に寄与するサテライト拠点として「健康ステーション」にしていくことを目指します。

その他にも身近な商店や公民館など、日常的に人が行き来する場所を健康ステーション化し、暮らしの中で「健康おせっかい」をする人を増やしていくことで、地域おせっかい会議を持続可能な市民活動へと発展させていきます。

「食」を中心とした健康&地域づくり —地区住民考案のレシピでグランプリ受賞—



前広島市佐伯区役所厚生部地域支えあい課
(現広島市こども未来局保育指導課)

・伊藤 夕賀子

地区の食材でレシピ開発

広島市佐伯区の北部に位置する湯来地区は、風光明媚な景観が広がり、広島県の奥座敷として親しまれてきた「湯来温泉」や、旧広島藩主浅野氏の湯治場でもあった「湯の山温泉」という二つの温泉地を有し、かつてはたいへんにぎわっていました。

現在では住民の2人に1人が高齢者と地区の高齢化が進み、佐伯区役所は観光業や農林業への支援、移住・定住の促進など地区の活性化に取り組んでいます。私が今年3月まで所属していた地域支えあい課でも、保健福祉の面から何か支援したいと検討を進め、そこで改めて注目したのが湯来地区の「食」の特性でした。

湯来地区には、農業や畜産などによる豊かな食材があり、また、栄養士の資格を有する「すこやか食生活推進リーダー（以下、リーダー）」や食のボランティアである「食生活改善推進員（以下、食推）」といった恵まれた人的資源もあります。

そこで、この特性を踏まえ、「食」を中心とした健康づくりに取り組もうということになりました。具体的には、住民主導型の取り組みとし、リーダーや食推に担い手となってもらい、湯来地区の食材を使って栄養バランスの良いレシピを開発、普及させることで、社会問題となっている高齢者の低栄養やフレイルの予防をはじめ、地場産業の育成や地域のにぎわいづくりにもつなげていくというものです。少し欲張りな計画ですが、管理栄養士の私をはじめ、区職員は側面から全力で支援していきます。

早速、リーダーや食推の皆さんに提案したところ、すぐに「やってみたい」「やってみよう」ということになり、平成30年度から3カ年計画で取り組むことになりました。

栄養満点牛乳みそ汁

リーダーと食推の皆さんは、最初、何から始めようかと手探り状態でしたが、熱心に意見を出し



「栄養満点牛乳みそ汁」試食会・栄養改善啓発パネル展の様子

合い、平成30年10月に開催される地元イベント「湯来特産フェスティバル秋物語」に、自分たちの開発レシピによる試食会と栄養改善啓発パネル展をしようということになりました。

そして、全員で力を合わせ、高齢者になじみのあるみそ汁を基に、湯来地区の野菜をふんだんに使ってビタミンを確保し、湯来特産の砂谷牛乳を加えることで手軽にたんぱく質をとることを狙った「栄養満点牛乳みそ汁」を開発しました。

緊張の中で迎えた開催当日、来場者は予想を超え、食の重要性をしつかり訴えることができ、皆さんとともに「よし」と確かな手応えを感じました。

ぼたんコロッケでコンテストに

活動2年目は、オリジナルレシピを競う「第2



全国グランプリを獲得した「湯来のぼたんコロッケ」



「湯来のぼたんコロッケ」試食会・栄養改善啓発パネル展の様子



区役所の待合ロビーのモニター広告

自分たちの地域を良くしようという熱い思いでした。現在、この取り組みが契機となり、他地区でもやってみたいという声が出てきました。これからは、リーダーと食推の皆さんと手を携えて、湯来地区はもちろん、佐伯区内の多くの地区で展開していきたいと思えます。

今回ご当地タニタごはんコンテスト」に応募することを決めました。このコンテストは、郷土料理を健康という視点で現代風にアレンジし、これを地域活性化につなげることを目的としたものです。応募を決める際、リーダーと食推の皆さんからは、「有害鳥獣のイノシシ肉を活用して、地元の農家や肉加工業者を支援したい」「食材の良さをPRしたい」「にぎわいを取り戻したい」など、湯来地区への愛着や熱い思いが語られました。この思いを受け止め、開発レシピは、イノシシ肉を使った「ぼたん鍋」をアレンジすることに決定し、何度も何度も試行錯誤を繰り返しました。使用する食材は全て、応募を聞きつけた湯来の農家や事業者の皆さんからの差し入れです。予想外の展開です。私たちの取り組みが地域で支持され、支援

の輪が広がっているのを感じました。こうして出来上がったのが、「湯来のぼたんコロッケ」です。ぼたん鍋の風味を生かすため、鍋の具材をコロッケに使い、白菜とだし汁をソースにアレンジして、塩分控えめで高カロリー・高たんぱくを実現しました。副菜の和え物で鍋物に不足しがちなビタミンCを補い、デザートに「酒粕プリン」がカルシウム摂取と腸の活動を高めます。コンテストでは、全国101チームの中からグランプリを獲得するという快挙を達成しました。多くのメディアに取り上げられるなど反響は大きく、食と健康に関する意識の向上や湯来地区の食材への注目につながりました。

◆◆◆
国民宿舎でレシピを商品化
活動3年目は、開発レシピを飲食店や高齢者配食サービス「まごころ弁当」のメニューに加えてもらうという取り組みです。いずれも内諾は得ていたものの、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による飲食店の休業や配食サービスの中止で、思うように活動ができません。

そこで、区職員が中心になってアイデアを出し合い、区役所の待合ロビーのモニター広告の作成や市役所広報紙「市民と市政」への掲載など、コロナ禍でも取り組みやすい啓発活動に力を入れました。そうした中、令和2年11月から国民宿舎「湯来ロッジ」でグランプリ受賞レシピが「湯来のぼたんコロッケ御膳」として商品化され、地元テレビ番組で大きく紹介されました。この朗報を受け、誰からともなく「さあ、次はまごころ弁当だ」との声が上がリ、この活動は4年目に突入します。

振り返ると、原動力となったのは、リーダーと食推、地域の皆さんの湯来地区への愛着であり、

林業の村でユズを新たな産業に —健康分野にも拡大し農家に還元—



馬路村農業協同組合加工販売課 課長 ・ 長野 桃太

主産業・林業の陰り

馬路村は高知県東部に位置し、面積の96%を森林が占め、かつては林業が一大産業だった小さな山村です。村に入るには近隣の町から車で30分ほど山道を登らなければならず、バスも1日4便しかありません。人口は850人ほどでありながら、市町村合併をせず今なお「村」として残り続けています。

馬路村は馬路と魚梁瀬の二つの大字からなり、年間降水量は4000mmを超えます。このため、江戸時代から良質な杉の生育場であり、林業が村の産業になっていきました。明治に入ると村の中を森林鉄道が走り、近隣5町村に延びる沿線の総距離は250kmほどに及ぶ、全国でも有数の林業の村になりました。

しかしながら、昭和30年ごろから住宅構造の変化や安価な輸入木材の普及により村の林業に陰りが見え始め、村一丸となって新たな産業の創出に

とりかかりました。当時の農協には販売事業の職員が2人しかおらず、わずかな量の米を取り扱う程度でした。

林業の陰りを受け、3500人ほどの人口は瞬く間に減っていきました。農協では金融事業や共済事業で村を維持していくのは困難になると見越して、生き残りをかけて販売事業に力を入れることとなります。しかし、森林率96%の村で農業を産業にするのは不可能に近いことだったかもしれません。農耕地として利用できるのはわずか80haほどで、利用できる農耕地も急傾斜がほとんど。車も入れず、利便性は非常に悪いものばかりでした。そんな土地に古くから自生していたのがユズです。農協はそこに目をつけ、小さな販売事業から産業化を図っていくこととなります。

ユズによる地域づくり

馬路村にユズが入ってきたのは今から800年前です。平家の落人がユズの種を持ち込んだと言



池袋西武百貨店の物産展（昭和61年）

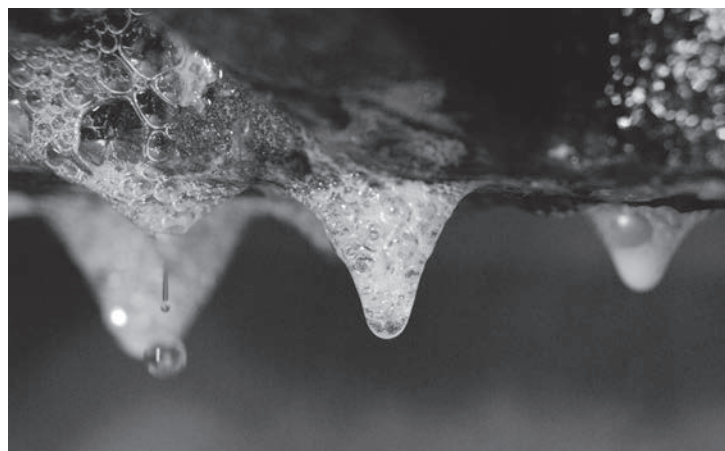
われており、以来、村の中で自生するともに、家の庭先でも自家消費用として植えるなど、なじみのある農作物になりました。村の気候が生育に適していることは歴史が証明してくれています。また、青果や搾った果汁などは高知県内に需要があり販売先も見えたことから、ユズにいちごの望みをかけ、昭和38年に10人ほどの農家が本格的な栽培を始めました。

当初は青果出荷比率を上げていくことを目指しました。しかし、兼業農家がほとんどで、どうしても加工用のユズ玉が多くなってしまっています。このため、搾ったユズ果汁の販売に尽力していきませんが、県内の供給もいづれ飽和状態になると感じ、県外に販売していくことを考えました。

大手原料メーカーや卸問屋への販売ではなく、



収穫されたユズ



ユズ種子油 肌に潤いを与えて保護する



umaji 化粧品

われわれ馬路村農協が最も大切に考えていることは、「メイドイン馬路」であることです。多少無理をしても自分たちでつくり届ける形を続けたことで、ユズ農家190戸、農協従業員90人と村の中に雇用が生まれました。そして、山間地でも持続的な産業が生まれると信じています。馬路村のこれからにますますご期待ください。

直接消費者と結びつくことを目指し、デパートの物産展などへトラックを走らせ、「馬路のユズはいりませんか」とPRを重ね、時にはユズ果汁を使った寿司なども実演販売しました。こうして馬路村のユズを認知してもらう活動をコツコツと続けた結果、農協にハガキが届くようになりました。「物産展で買ったユズ果汁がなくなったから、送ってください」という内容で、今では当たり前となった通信販売の始まりでした。

最初はわずかな量でしたが、消費者と直接結びついた販売を展開していけば、加工品でも十分に農家に還元できるという可能性を感じました。そこで、ユズ果汁だけではなく、それを使った飲料など加工品の開発に乗り出し、昭和50年代に通信

販売に大きくかじを切りました。次第にユズ農家や加工品の製造工場で働く人が増え、それに伴ってお客さんも増えていきました。加工事業が拡大していくにつれ、ユズを搾った際に出る多量の種の活用方法も考えていくことになります。目をつけたのは、村の女性たちがつくっていた自家製ユズ種化粧水でした。

◆◆◆ ユズのさらなる可能性

ユズ種化粧水は、種を天日干しして乾燥させた「乾燥ユズの種」として販売し始めました。乾燥ユズの種は焼酎に漬けておくとベクチン質が抽出され、2週間ほどでプルプルとした化粧水ができます。

ます。ユズ産地などでは昔からよく使われてきました。メディアなどでも紹介され、徐々に乾燥ユズ種の販売を伸ばしていきましたが、これも原料売りで高い利益は見込めません。食品と同様に商品をつくり、農家に還元する形を何とかつくりたいと、化粧品事業へ踏み出すこととなります。

高知大学医学部とともにユズの研究を行い、2011年に「ゆずスキンケアumaji」を販売しました。ユズの生産から加工、販売までを一貫して馬路村で行い、食品とは違った加工販売のノウハウが村の中に蓄積されていきました。また、近年では同大医学部との共同研究により、ユズ種子油をカプセルに入れた「百年源」という食品を開発し、ユズ種事業を健康の分野にも拡大していきます。ユズの種までしっかりと活用することにより、農業としては不利・不便な土地であつても農家への還元が形になり始めています。

コスメ産業集積による経済活性化 ―地域資源と優れた技術で国際クラスターに―



一般社団法人ジャパン・
コスメティックスセンター 事務局長

・ 藤岡 継美

北部九州にコスメ産業集積地を

佐賀県唐津市に美容・健康産業の集積地をつくる「唐津コスメティックス構想」。その実現のため、佐賀県、唐津市、玄海町、民間企業、大学など産学官が連携して「ジャパン・コスメティックスセンター（JCCC）」を設立し、地域資源を活かした経済活動の活性化と雇用の創出を目指した取り組みを進めています。

唐津コスメティックス構想は、フランスのコスメティックス産業の一大集積地「コスメティックスバレー」をモデルとして策定されました。コスメティックスバレーは、フランス中部のシャルトル市を中心とした半径150^キ圏内に、化粧品メーカーとその関連工場に加え、化粧品の原料となる農作物の産地や大学・研究機関が集積しており、中小の企業・団体が連携して「クラスター」を形成しています。

本構想のきっかけは、コスメティックスバレー協会の前会長アルバン・ミユラー氏がアジア市場開

拓のために唐津市を訪れたことです。佐賀県は東アジアに近く、韓国や中国が東京と同距離内にあり、アジアでビジネスをする際に最適なポジションになるということが、唐津に目を向けられた理由です。

またミユラー氏は、自身が天然素材を使った化粧品を手掛けていることもあり、唐津の豊かな自然をコスメティックスバレーと重ね合わせ、この地でモノづくりをし、さらに自生している植物を使った原料を開発することも示唆していました。

こうした豊かな環境の中で、天然素材、海外取引、研究開発などの企業が集積したサプライチェーンを通じてアジアのコスメビジネスを展開したいという思いから、佐賀県、唐津市、玄海町と一体となり事業を進めてきました。

JCCCの設立と役割

唐津コスメティックス構想の策定と同時期の平成25年11月、同構想の実現を目指す産学官連携組織



化粧品の原材料となるみつろう

としてJCCCが設立されました。会員数は、化粧品関連企業などの正会員が147、大学や行政などの支援会員が26（令和3年3月現在）となり、そのエリアは全国的に広がっています。

JCCCの役割としては、国際取引の拡大、地産素材の活用、コスメ環境の整備、産業集積の促進の四つを柱とし、グローバルな活動とローカルな活動を同時並行で行っています。

このうち国際取引の拡大では、これまでフランス、イタリア、スペイン、台湾、タイ各国の化粧品クラスターや、中国・広州市の大手投資会社と連携協定を締結し、主にJCCC会員企業の海外展示会への出展・輸出入の支援、商談会の開催などに取り組んできました。

今年は、化粧品産業をグローバルな視点で強化



唐津市の離島で自生するヤブツバキ



耕作放棄地でとれた温州みかんのつばみ「ネロリ」。高級化粧品や香水の原料として人気

することを目的とした「グローバルコスメティックスクラスター（GCC）」がフランスで設立され、JCCはここに加盟することで、世界各地の国際クラスターと長期的かつ持続可能な国際ネットワークを構築するとともに、経済・技術・人材面などで交流するプラットフォームの創出を目指します。

地産素材の活用では、唐津市をはじめ佐賀県内の豊かな自然に育まれた植物に注目し、化粧品の天然由来原料として供給するため、素材の探索・開発・産地化に取り組んでいます。これまでに、佐賀県産の素材を使った化粧水やリップクリーム、シャンブー・リンスなど、31社120種の製

品が販売されています。

このほか、佐賀大学、JCC、唐津市は共同研究で地産素材から化粧品原料サンプルを製造し、地産原料を用いた商品化につなげています。

コスメ環境の整備では、産学連携として大学・研究機関とのネットワークを構築し、JCC会員企業などへの共同研究のコーディネートや、産学連携セミナーの開催などを通じて交流を促進しています。また、産業人材の輩出を目指し、地元高校の授業を受け持つなど人材育成にも力を入れています。

今年4月には、化粧品研究について優れた知見

を有する徳留嘉寛氏をプロジェクトリダーとして迎え、この地における化粧品産業の発展に貢献し、化粧品の新技術開発、人材育成に力を入れてまいります。

◆◆◆ 地域の活性化に向けて

産業発展と環境保全の両立は全世界が直面する課題であり、持続可能な地域社会の創造のためには、多様な人材の交流と技術の集積による、地域資源を活かした環境にやさしいビジネスの創出が求められています。そんな中、唐津市にある離島では化粧品原料の栽培が盛んに行われるようになってきています。

近年、住民の高齢化などにより耕作放棄地が増えていました。そこで、化粧品原料の栽培地として再生させ、住民の協力も得てハーブや新しい素材の栽培を進めたところ、生産量も増えてきました。

もともと休耕地だったことから、無農薬・無化学肥料の自然栽培によるオーガニックな原料となり、付加価値がつくことでブランド化を図っています。今後は、島の産業として発展していくことが期待されています。

唐津コスメティック構想の策定とJCCの設立から8年が経過しようとしています。現在は、様々な活動の中でこの構想に注目してもらっており、コスメ関連の企業立地が徐々に進み新たな雇用も生まれています。コスメ産業クラスターとしてより一層魅力的になるためにも、会員をはじめ関係機関と連携して事業を展開し、さらなるコスメ産業の集積を目指してまいります。

廃校を活用した化粧品づくり ―「僻地」で取り組むSDGsコスメ―



株式会社ボタニカルファクトリー ● 黒木 靖之

私たちの工場は、鹿児島県の大隅半島南端に位置する南大隅町にあります。三方を海に囲まれ、山は原生林に深く覆われた自然豊かな町です。工場の近辺は約4000種類もの植物が群生する亜熱帯気候に属しています。化粧品の原料となる植物が一地域内にこれほどそろっている場所は多くありません。私たちはこの特徴を生かし、地元農家と提携して三つのコンセプトを軸に「SDGsコスメ」、言い換えると「エシカル&サステイナブルコスメ」を製造、販売しています。三つのコンセプトは次の通りです。

- ① 自然由来成分100%。「食べ物」のような口に入れても害のない原料を使用
- ② 可能な限り近隣地域で採取された地産素材を活用
- ③ 環境に配慮したモノづくり

◆◆◆ 廃校の再活用（SDGs12）

南大隅町では2013年に11の小学校を2校に合併して9校を廃校にしました。私たちは201

6年に、廃校の中でも校舎の状態が良い登尾小学校をリノベーションし、化粧品の原料抽出から製品製造までを一貫生産する事業をスタートさせました。

校舎を活用して更衣室↓前室（エアシャワー）↓製造区画↓生産区画と動線を設け、教室は原料保管庫や秤量（しよりょう）室などに区割りし、廃校の使える部分を活かした独特のモノづくりの場ができ上がりました。校長室から入って着替え、エアシャワーをくぐり職員室でモノづくりをし、図書室から出荷する、といったイメージです。

製造区画内に特注の水蒸気蒸留機を2台設置し、近隣で採取されたハーブや果実から蒸留水を抽出して、そのまま化粧品の「水」として活用しているのが特徴です。また、見学者は廊下からガラス越しに製造過程を見ることができ、観光用の立ち寄りスポットとしても利用してもらっています。

このように小学校の跡地を再活用していることで、お客様には「温かさ」や「無垢（むく）」「安心安全」といった良い印象を、商品を使う前から抱いても



廃校になった小学校を工場にリノベーション

られます。これは、スキんケアブランドを展開する上で大きなメリットとなっています。

◆◆◆ 農業廃棄物の削減と再利用（SDGs12）

地域農家と連携して「規格外農産物の買い取り」を行った事例を二つ紹介します。

事例1 パッションフルーツ

毎年6月から8月まで無農薬栽培されるパッションフルーツのうち、熟成不良のものはエキスを抽出し、傷などの外観不良のものは「芳香蒸留水」にして、「パッションフルーツ化粧水」として商品化しました。いずれもこれまでは廃棄処分になっていたものです。

事例2 タンカン

特産品の柑橘類・タンカンは、傷物だったり実

が小さかったりして規格外となるものが町内だけで毎年3〜5トあり、その多くが廃棄されています。私たちは創業以来、毎年数百キロを買収してきましたが、生産者支援というには程遠いことから、2021年2月に規格外タンカンを買収取るためのクラウドファンディングを立ち上げました。

結果は、目標金額の2倍を超える賛同を得て、約2トのタンカン買い取りが実現できました。タンカンの皮からアロマオイルや芳香蒸留水を抽出し、主に化粧水や美容オイルの着香の目的で活用しています。

これらの活動以外に、農産物を再利用するコンサルティングも行っています。生産者にとっては再利用による収入増加はもとより、かつて捨てられていたものが化粧品に生まれ変わることの喜びが大きく、農業生産活動のモチベーション向上につながったという声を頂いています。

海の豊かさ、陸の豊かさを守る (SDGs 14、15)

工場の近隣には、自生するハーブなど植物が生い茂っています。しかし、これら自然の恵みを乱獲せずに、近隣農家との契約を通じて無農薬栽培を実施しています。こうした生産活動は、持続的な植物環境の保護と地域農業への貢献につながると思っています。このほか、「環境に配慮したモノづくり」を行うために次の活動も行っております。

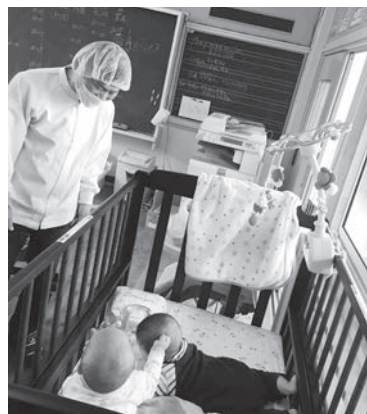
- ① 植物を蒸留した後の残渣を土壌改良肥料として栽培地に戻す活動
- ② 工場排水は下水道を通じて直接、錦江湾（海）に流れていくため、器具の洗浄に自社でつくつ



工場内での作業風景



観光客の立ち寄りスポットにも



教室にベビーベッドを設け、「工場兼託児所」に

- ③ 食器洗い用液体石鹸を「量り売り」にして海を守る取り組み

僻地でモノづくりをする意義

南大隅町は人口の約半分が65歳以上という超高齢化の自治体で、私たちの工場がある場所は「限界集落」にあたります。そのような中、地域では子育て世代の就労率が大変低いことがわかり、安心して働ける場として「事務所、工場兼託児所」を実施しています。

放課後の学童を受け入れたり、ベビーベッドを設置して託児所にしたたり、もともと教室だった空間を活用して自由な運営を行っています。それでも慢性的な人手不足は否めません。かといって、都市部の人材を採用するにはハードルの高さを感じ

ています。

ただ、毎年インターンシップの応募があるなど「地方でのモノづくり」に興味・関心の高い学生が増えているという現実もあり、将来的には若手確保の可能性も感じています。

最後に、私たちは「アフターコロナ」を生き抜く鍵が「地方」にあると考えています。企業の事務所もリモートワークの普及に伴い必要性が薄れ、人々が集まる「場」の存在意義がより一層問われる時代になりました。そのような中でも、地方ではゆったりとした時間が流れ、ゆとりある空間が存在し、大自然が恵みを与え、モノづくりの本質を追求する「場」が存在します。これを機会にあらゆる業種が地方に目を向け、連携強化が深まることを期待します。

私たちがSDGs コスメを推進していくことは、都会と地方の格差を縮め、時間・距離・価値・感性においてポータラス化をもたらします。そして、日本はもとより、世界の「僻地」においてその地に属した産業の希望を生み出す活動だと信じています。

「手作りコスメ×鉱山探検」で 心身共に美しく

―東栄町発ビューティーリズムを全国に―



手作りコスメ体験naori
ブランドマネージャー

・大岡 千紘

宝の山との出会い

ファンデーションが何からできているかご存じですか？ そう質問すると、多くの人は知らないと答えます。私もその一人でした。

愛知県の北東部、静岡県との境にある東栄町は、山林が約9割を占める山里。振草川の清流で獲れる天然のアユや、国の重要無形民俗文化財である「花祭」が有名です。そして、日本で唯一ファンデーションの原料となる「セリサイト」という鉱物が採掘されている町でもあります。

セリサイトは雲母の細かな結晶で、透明感のある柔らかな光沢があることから「絹雲母」とも呼ばれています。東栄町のセリサイトはとても純度が高く、化粧品原料としては最高品質。「奇跡のパウダー」とも呼ばれ、世界中の化粧品に採用されています。

そんな宝が眠っているともつゆ知らず、私はこの町に地域おこし協力隊としてやって来ました。地域おこし協力隊を志したのは、大学時代に島根県の郷土芸能「石見神楽」を通して小さな温泉街を盛り上げるプロジェクトに参加したことがきっかけです。

プロジェクトを経験し、祭りと地域振興に関心を持つようになった私は、大学卒業後は地域おこし協力隊になろうと決めていました。いくつかの候補地から東栄町を選んだのは、東栄町の花祭がきっかけです。神事を含めると丸2日行われることもある花祭はまさに奇祭で、クラブのような盛り上がりやと神々しさがありません（ぜひ一度参加してほしい！）。そんな花祭に魅了され、さらにはそこで出会った町のひとと縁ができたところに、協力隊へ誘われたことが決め手となりました。

東栄町の人口は約3000人。過疎化・少子高齢化が進み、人口の約半分は高齢者のいわゆる限



花祭

界集落です。若者はどんどん町を離れ寂しくなる一方でした。協力隊として移住して来た当初は、「なんでこんな何もないところに来たの？」とよく言われました。そんな状況を打破する何かがあるはずだと、その何かを必死に探しましたが、なかなか「これ！」と言えるものが見つからず、最初の1年は空回りをするばかり。そのうち、何のスキルもアイデアもなく単に勢いで来てしまったことを後悔し、もう辞めようと思っていた協力隊2年目の夏、私にとって転機となる出会いがあり



セリサイトを採掘している鉱山

ました。

出会ったのは、セリサイトの採掘・精製業を営む三信鉱工株式会社の三崎順一社長です。町の行く末を案じていた三崎社長は、世界に誇る自社のセリサイトを使って自分で化粧品を手作りする「手作りコスメ体験」を通して町おこしができないかと、協力隊に相談しに来てくれたのです。

「体験をきっかけに東栄町を知り、体験しに来ることで東栄町を好きになって移住する人が増えるのではないかな。また、地元の人にも改めて自分

たちの町にはこんな素晴らしい資源があるということを知ってほしい」という三崎社長の想いがまさに、探していた「これ！」でした。何のスキルも知識もないけれど、三崎社長の想いを実現するお手伝いはできるかもしれない。そう思ってからすぐに事業化に向けて動き始めます。

東栄町で採れたセリサイトを使った手作りコスメ体験を中心に、東栄町で心身共に美しくなれる「ビューティーリズム」をやろうと、地域の人や外部にアイデアをもらいながら、試行錯誤を重ね約1年がかりで2015年6月に「naoriri なおり」がスタートしました。

失敗から学ぶ

初めに企画したのは、東栄町で美につながる体験ができるツアーです。「東栄町で美しくなる」をテーマに、手作りコスメ体験や鉱山探検、ヘルシーな食事、ノルディックウォーキングや星空観察会などを盛り込んだ1泊2日のツアーを企画しました。特に、セリサイトの採掘鉱山探検はここだけの貴重な体験として注目されました。鉱山は岩盤質で機械では採掘できないため、ダイナマイトで爆破しながら少しずつ手で掘り進め、手押しでトロツコで運び出します。昔ながらの手法が見られる採掘現場はここだけではないでしょうか。

「手作りコスメ体験×鉱山探検」という日本初のビューティーリズムとしてメディアにも大きく取り上げられ、成功間違いなしと思われていました。蓋を開けてみると全く集客できず、一度もツアーを開催できませんでした。

失敗の原因は主に二つ。一つは1泊2日のツアーが重すぎる。全く知らない土地で2日間はハードルが高かったのです。二つ目は「手作りコスメ体験」も「セリサイト」も認知されていないこと。知らなければ参加したいと思えないことに気づきました。そこで、ツアーはいったん置いておき、まずはファンデーション作り体験のみに尽力することにしました。

日本で唯一のファンデーション原料の産地で、オリジナルのファンデーションが手作りできることを前面に押し出し発信。分かります面白さが伝わったのか、その年で約1000人の集客ができ、その後も徐々に参加者が増えています。

まずは一歩から

naoririで行っている手作りコスメ体験は、セリサイトを使ったファンデーション、チーク&アイシャドウ、ボディパウダーの三つがメインです。材料を量って、乳鉢に入れて、よく混ぜて、ふるいにかけて。目が行き届く少人数制なので、丁寧に手ほどきします。場所は元小学校を利用した「東栄町体験交流館のき山学校」で行います。また、日本ミツバチのハチミツを使ったリップクリームや、無農薬ハーブやお茶を使ったバスボムのメニューも用意してあります。コスメに加える素材はどれも地元産がこだわります。特にセリサイトをふんだんに使ったファンデーションは、使い切るとすぐにまた作りに来るリピーターもいる人気の体験となりました。

普段コスメを選ぶとき、あまり原料にまで意識



ファンデーション作り体験の様子

しませんが、コスメも食品と同じく体に影響を及ぼすものですから、どんなものが使われているのかを知ることが大切です。食やコスメに限らず、普段何気なく使っている身のまわりのものに対し、どこでだれが作ったものなのか、環境に配慮したものなのかを意識することになるこそが美への第一歩であり、地域を知るきっかけになります。

きっかけを作るだけお客様が自ら行動し、楽しんでもらえるということが分かりました。想い

があふれるとあれもこれもやりたくなりますが、まずは鍵となるひとつに集中することが大切だと学びました。

町とともに歩み始める

naoriの参加者が増えてきたのと同時に、新たな課題が浮かび上がりました。それは東栄町の観光情報がないことです。当時東栄町には観光協会など情報発信する拠点がなく、体験の際に口頭で伝える以外にお客様が東栄町の情報を知ることができませんでした。いくら町に人が来ても、地域でお金を落とす仕組みが十分にできていなかったのです。

そこで観光協会を設立することになり、私は協力隊卒業後の1年間、役場の臨時職員として観光協会立ち上げを担当することになりました。まだ実績すら出せていない若輩者に、やる気があるというだからと大事な役を任せる懐の深さが東栄町の良さであると思います。

地域住民を交えた設立準備会を立ち上げ、東栄町に必要な観光協会とは何かの話し合いを重ね、1年後の2017年4月に「東栄町観光まちづくり協会」（任意団体）を設立。私は観光協会職員として働くことになり、そのままnaoriも協会事業の一つになりました。

協会事業となって活動が安定してきたことを受けて、naoriとビューティーズリズムの商標権を取得。東栄町の発展に貢献する事業に育てていきたいという思いから、東栄町として登録することになりました。これがきっかけで、ビューテ

ィーズリズムは東栄町の観光の柱として確立され、第6次東栄町総合計画後期計画において活力あるまちづくりに組み込まれました。手探りで少しずつ形にしてきた事業が、町の方針を担うまでに成長したのです。

また、協会設立とともに協力隊を2人採用し、naori事業の強化とさらなる発展を図りました。現在は2人とも協力隊を卒業し、1人は地元に戻って手作りコスメ体験教室を起業するために準備中。もう1人は今年4月に東栄町でせっけん販売・せっけん教室を起業し、独自の手作りコスメ体験を行っています。また、去年新たに協力隊が1人入り、事業の継続と起業を目指して活動しています。

さらに、役場職員が報酬を得て職務外に地域貢献活動に従事する許可基準が明確化されたことを受け、役場の若手職員6人を補助講師として採用しました。役場職員が地域と関わる場のひとつにもなっています。

私は観光協会職員として2年間勤務した後、出産を機に昨年3月に退職。現在は個人事業主としてnaoriのブランドマネージャー兼講師として活動しています。

誇りをもって取り組む

私が協会を離れたことで、ビューティーズリズムもよい意味でnaoriから離れることができました。それまで、naoriの手作りコスメ体験ばかりが目立ってしまい、見た目の美しさのみがビューティーズリズムであると勘違いされ



ビューティーツーリズムウィークでのひととき

ることが多かったのです。化粧はよく分からない、男性だから関係ないと協力を得難い状況がビューティーツーリズム推進の上での悩みでした。私が協会を退職しnaoriに専念することで、あくまでビューティーツーリズムの参画事業者のひとつであるということが明確になり、想いが伝わりやすくなりました。

また、奥三河（東栄町を含めた4市町村の総称）発ビューティーツーリズム「okumikawaAwake／メザメ奥三河」が2018年に始まったことも

後押しとなります。「心の美と健康が目覚める、新しい旅の目的地」をキャッチフレーズに奥三河を発信していこうというもので、地域の隠れた名品をリブランディングしたり、地域の食材を使ったレシピをシェフと開発したりと、これまでなかった視点を取り入れた活動を奥三河観光協議会を中心に行っています。いつかは東栄町だけでなく奥三河でビューティーツーリズムの概念を広げていきたいと考えていたのですが、思った以上に早い展開で驚きました。それだけ「美」というワードが地域を魅力的に発信するのに適しているのだと思います。

そして、様々な後押しを受け2020年に東栄町観光まちづくり協会を中心にビューティーツーリズムの取り組みが新たに始まりました。東栄町らしい「美」とは何かを仲間たちと改めて考え、たどり着いたのが「生まれ清まり」です。花祭りは、一度生気を失ったものを復活させる「疑死再生」の考え方があり、やがて人間の魂の復活を願う生まれ清まりの概念へとつながり、花祭の根本思想となりました。

これまでは目の前にある東栄町の魅力を伝えることばかりに目が向いていましたが、大切なのは東栄町の魅力に触れてどう感じ、どう変わるかです。自然と共にいきいきと暮らす住民と出会い、地域の野菜や肉を使った食事をとり、川の冷たさを感じ、鳥のさえずりに耳を傾けながら、ゆっくり時を過ごす中で自分を見つめます。それによる変化や気づきが心地よく感じたならば、東栄町にまた来たいと思うのではないのでしょうか、住んでみたいと思うのではないのでしょうか。それが、東栄町

のビューティーツーリズムが目指すところです。

このコンセプトを軸に、昨年11月には「BEAUTY TOURISM WEEK（ビューティーツーリズムウィーク）」と称した5日間のプログラムを実施しました。コロナ禍ということもあり制限された状況ではあったものの、参加者と密な時間を過ごし、イベント最終日には参加者もスタッフも涙する素晴らしい企画となりました。成果として得られたことは、参加者が東栄ファンとなり、イベント後も継続して町に訪れるようになったこと、事業者側から次はうちもぜひ参加したいという声が出てきたことです。今後も事業を継続していくことで、少しずつこの輪を広げていきたいと思います。

そして、改めて課題も浮き彫りになりました。誰がどのように継続していくのか、利益を生む仕組みが作れるのか、受け入れ態勢が整うか、さらなる魅力の向上ができるかなど、考えるべきことがまだまだあります。これらの課題を乗り越え、東栄町が美の町として確立されていけば、東栄町の未来の姿が変わっていくかもしれません。そして、この東栄町をモデルにビューティーツーリズムが全国に広がり、それぞれの地域が豊かになっていくことを願っています。

naoriは漢字で書くと「直り」で、鍼床の特に発達した部分、有用鉱物の含有率が高い部分を意味する日本古来の鉱山用語です。直りは、鍼脈の交差部分や傾斜が変わるところに形成されることが多いことから、「地域に誇りを持って人と人が交わり、そして変わっていく」という願いが、この名には込められています。これからもその想いを胸に邁進していきます。



宝くじ桜



一輪車



ドリームジャンボ
絵本



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豊かな暮らしに役立っています。



救急普及啓発
広報車



遊具



移動採血車



青色回転灯
パトロール車



下水道啓発
パンフレット



自然公園案内
映像展示設備



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

<https://jla-takarakuji.or.jp/>