

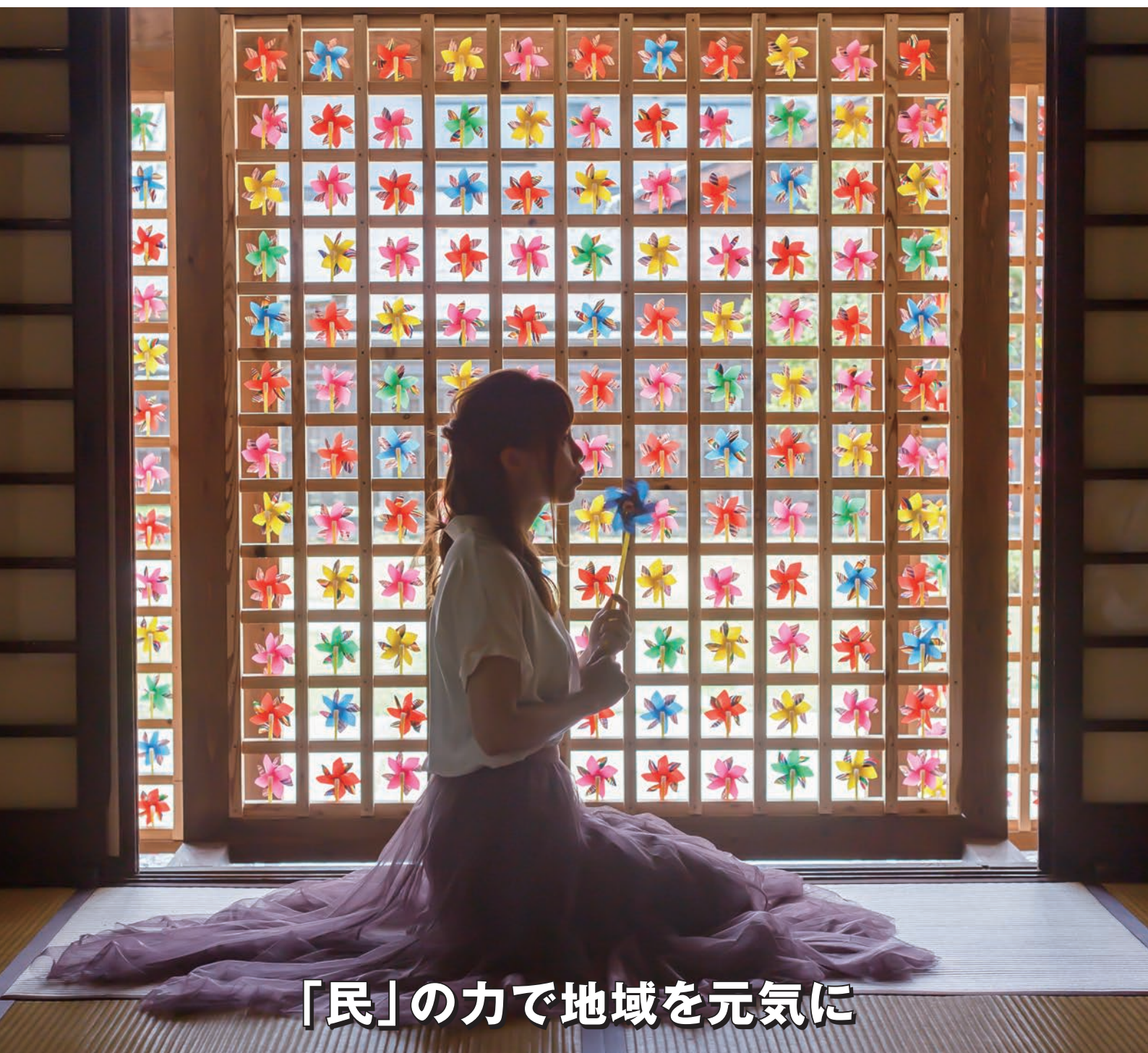
明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

本編

2022
8

ISSN 1340-8917



「民」の力で地域を元気に

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／「愛顔あふれる愛媛県」の実現に全力

中村時広（愛媛県知事）

特集

「民」の力で地域を元気に

少子高齢化で地方の衰退が懸念される中、地域ブランド確立やまちづくり、人材育成といった分野で、株式会社など「民」の役割が注目されている。今号では、各地で地域活性化に取り組む企業、財団法人、官民連携の動きなどを特集する。

- | | | | |
|----|--------|-------------------|--|
| 2 | 基調論文 | 地域経済の持続性のカギ握る | 篠崎 宏 (リ・マスタートーク創設者・CEO
東京大学経済学部観光経済学科 教授) |
| 6 | 秋田県能代市 | 大人も子どもも楽しめる街に | 湊 哲一 |
| 8 | 長崎県西海市 | 地域産品を掘り起こし、人を育てる | 拝崎麻衣 |
| 10 | 副基調論文 | デジタル田園都市国家構想と地域商社 | 渡邊政嘉 (内閣府デジタル田園都市
国家構想実現会議事務局 審議官) |

【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】

- | | | |
|----------|-------------------------|------|
| ●埼玉県川越市 | 特別醸造 ALE で YELL を送る | 田邊 真 |
| ●東京都町田市 | 当事者の声から始まるまちづくり | 松本礼子 |
| ●富山県 | レストランから教育支援、ワーケーションまで | 編集室 |
| ●長野県山ノ内町 | つまるところ人 | 中尾大介 |
| ●京都府京都市 | 地域の「問い」に向き合うコミュニティ | 森下容子 |
| ●兵庫県洲本市 | 官民連携によるシティプロモーション・まちづくり | 市場一也 |
| ●兵庫県三田市 | 古民家再生から学生支援まで | 諸富 稜 |
| ●香川県三豊市 | 新しいチャレンジが生まれ続ける地域を創る | 北川智博 |
| ●熊本県多良木町 | 魅力的な農産品開発や IT 人材育成 | 栃原 誠 |
| ●宮崎県延岡市 | 行政・地元企業と取り組む地域活性化 | 元永辰也 |

レギュラーレポート

- 14 “がんばる地域” 応援事業 秋田県八郎潟町
田んぼアートと城跡整備、農産品販売で満足度向上
齊藤志郎
 - 16 まちづくりコラボ 合同会社DMM.com
煩雑な行政手続きを DX 化
片山 尊
 - 18 地域トピックス 静岡県
静岡・地域の生産性向上プロジェクト
齋藤 亮
 - 20 地域トピックス 和歌山県田辺市
CSVでスモールビジネスの群れ創造
鍋屋安則
 - 22 《連載》連携団体の取り組み⑦
NPO法人ETIC.
「企業×地域共創ラボ」で効果的な新事業開発を
松本未生

武蔵野美術大学

地域価値デザインラボの設立と来るべき未来
若杉浩一

- 24 リーダー塾修了者エッセー
卒塾は第二の公務員人生のスタート
須川翔太
 - 25 地域プロモーションアワード2022 募集要項
 - 26 書籍紹介 「SDGsを活かす地域づくり」
 - 28 首長の思い
みなさんと共にいい町づくり
山村吉由（奈良県広陵町長）

グラビア

- 27 都道府県漫遊 【和歌山県】
手前みそですが… 【群馬県桐生市】



結楽座の手ぬぐい回廊

問い合わせ先〓大野市観光交流課

(写真提供) 大野市観光交流課

たな^{たな}フオ^{フオ}ス^スポツ^{ポツ}ト^トとしてても人気です。
平成大野屋結業座は、観光拠点施設である越前おおの結ス^ステ^テー^ーシ^ショ^ョン^ン内にあり、大野市の物産や農林産物、加工品などを販売しています。
その結業座の回廊約40^{メートル}の区間と、隣接する平成大野屋洋館のテラスに、色や柄の異なる約50種類の日本てぬぐい約200枚をつるし、日暮らしい涼やかな城下町の風情を楽しんでもらえるよう演出しています。

また庭園の東側にある築山は、越前大野城を築城した金森長近が、外敵が侵入するのを防止するために外堀に沿って造らせたと言われている土塁の一部が残っています。

2018年より、春から秋にかけて季節限定で屋敷前と庭先、駐車場から玄関までのアプローチを約2000個の風車で華やかに彩っています。最近ではSNS等でも話題となり、新たなフオスポットとしても人気です。

ふれあいのやまのさと

武家屋敷旧田村家は、大野藩の家老を務めた田村又左衛門家の屋敷を解体復元した建物です。文政10年（1827）に起こった大野の大火で建物は全焼。現在の建物は、農家を移築して改築したもので、江戸時代の武家住宅の様相を今に伝える、貴重な建物です。

武家屋敷旧田村家と平成大野屋結楽座

表紙

「愛^え顔^{がお}あふれる愛媛県」の 実現に全力

愛媛県知事 ● 中村 時広



愛媛県では、前向きな気持ちと思いやりの心が結集した「愛顔（えがお）」の輪を、県内に大きく広げることにより、県民一人ひとりが本県ならではの幸せのかたちを見つけ、創ることができ「愛のくに愛顔あふれる愛媛県」を目指して全力で取り組んでいます。

平成30年の西日本豪雨災害では、西日本各地で大きな被害が発生し、愛媛県においても、道路・河川等の公共土木施設の損壊、かんきつ園地の崩落など、県南西部の南予地域を中心に甚大な被害に見舞われましたが、全国の皆様からの御支援と、被災された方々をはじめ、地域の皆さんの懸命な御努力によって、創造的復興への歩みを着実に進めております。改めて、被災地の復興にお力添えを賜りました皆様に、厚くお礼申し上げます。

そして、4月から南予9市町において、復興の象徴となる「えひめ南予きずな博」を開催しています。本イベントは、温かい御支援をいただきました全国の方々に、感謝の気持ちや復興に向けて頑張っている地域の姿をお届けするとともに、「南予から発信する『えひめシフト!!』」をコンセプトに、コロナ禍で変化した働き方や暮らし方に対応した南予の魅力と新しい体験価値を提供していくことで、交流人口の拡大、ひいては移住・定住の促進など、地域活性化に結び付けたいと考えております。12月までの約8カ月間にわたる長期の取り組みとなりますが、この「きずな博」を通じて、復興の過程で生まれた絆を深めるとともに、新たな交流の輪を広げ、その成果をイベント終了後も継承し、持続可能な地域づくりにつなげていけるよう全力を挙げる所存ですので、今後とも、

御支援、御協力をよろしく願っています。

また、今年10月には、「サイクリストの聖地」瀬戸内しまなみ海道において、4年ぶりの国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ2022」を開催することとしております。高速道路を規制して行う日本唯一のサイクリング大会であり、国内外から参加される多くの方々に、多島美や橋梁が織り成す絶景、瀬戸内の島ならではのおいしい食べ物や人々の温かいおもてなしなど、しまなみ地域の多彩な魅力を感じていただきたいと思っています。

さらに、本県では、コロナ禍を契機とした社会経済の変化を前向きにとらえ、急速に進歩するデジタル技術を活用し、地域の持続的な発展につなげるべく、DXの推進に力を注いでいます。昨年3月に「愛媛県デジタル総合戦略」を策定し、県と市町の連携による「チーム愛媛」での「愛媛県・市町DX協働宣言」の下、行政、暮らし、産業の各分野でさまざまな施策を展開しております。加えて、産業界のニーズに対応したデジタル人材の育成と、その人材を基盤とした産業のDXを両輪とする「あたらしい愛媛の未来を切り拓くDX実行プラン」を今年2月にスタートさせたところであり、これらを連動させ、好循環のスパイラルを創出し、県民所得の向上や地域経済の活性化に結び付けていきたいと考えています。

今後も、本県の強みである市町や民間企業との連携を生かしながら、困難な状況にあっても、県民とともに常に前を向き、愛媛の未来を切り開く新たな施策を積極的に展開し、力を合わせて「愛顔あふれる愛媛県」の実現に向けて邁進（まいしん）して参ります。

地域経済の持続性のカギ握る

―アントレプレナー教育の方向性―

はじめに

少子高齢化とともに地域経済の縮小が続いている。交流人口のみならず関係人口構築など、地域経済を支える新たな取り組みが全国各地で行われている。団塊世代が後期高齢者となる、いわゆる2025年問題が間近に迫り、いまだに中小企業の約60%が後継者を決めることができず、事業承継問題は深刻さを増している。

これらの緊急課題への対応を進めつつ、中長期的な視点で地域経済の縮小に対する解決方法を模索する必要がある。

本稿ではそのカギを握る地域での起業およびアントレプレナー教育の方向性について述べたい。

持続可能な観光資源となった
闘牛文化



リ・マスター合同会社 帝京大学経済学部観光経営学科教授

● 篠崎 宏

今からさかのぼること50年前の1972年12月、

沖縄県のコザ市営沖縄観光闘牛場で全日本闘牛大会が行われた。屋良朝苗沖縄県知事(当時)は、沖縄の闘牛は農閑期の農村娯楽であったこと、戦後の混乱期に一時衰退したが関係者の尽力により中部地区を中心に発展しつつあること、観光産業は平和産業として基地経済を脱却する重要な産業であること、そのためには先祖から受け継いだ沖縄闘牛の観光への寄与を期待していることなどを祝辞の中で述べている。その後、周知のとおり沖縄は日本を代表する観光地として歩み始めた。

それから50年後の2022年5月7日(土)、沖縄県うるま市にある石川ドーム(通称・闘牛ドーム)で開催された沖縄本土復帰50周年大闘牛大会には、満員の観客が集まり、50年前と同様に地域の誇りである闘牛に熱狂した。沖縄を代表する伝統文化となった闘牛は、今や持続可能な観光の象徴となったと言っても良い。少子高齢化の進捗

筆者プロフィール

篠崎 宏氏
(しのさき ひろし)

リ・マスター合同会社 CEO、帝京大学経済学部観光経営学科教授。1990年 JTB 入社、海外旅行札幌支店、北海道営業本部、事業創造本部を経て JTB 総合研究所・主席研究員、執行役員、フェローを歴任。20年前から全国各地を飛び回る生活を続けている。これまで30件以上の都道府県市町村の観光計画を策定しており、最近では観光計画の高度化として地域エコシステム、後追い消費、アントレプレナー教育などの先駆的モデルの構築を行っている。2021年4月よりコンサルタントと大学教授の兼業生活を始めている。

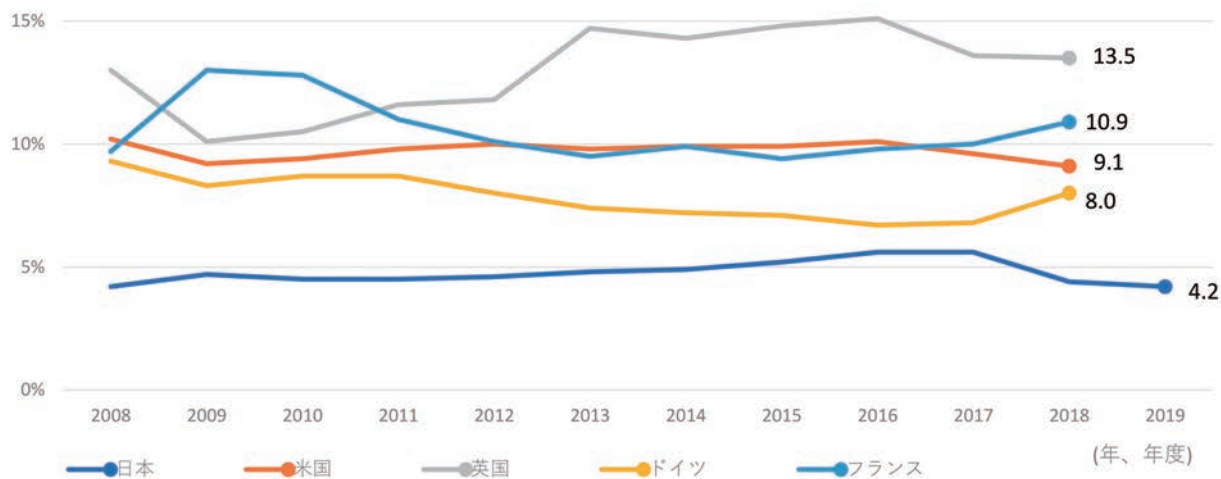


図 開業率

とともに全国各地の伝統文化の維持が難しくなっており、規模縮小から消滅へと向かうものも少なくない中、闘牛文化は持続可能な観光として隆盛

を極めている。

闘牛文化を陰で支える起業

この50年の道のりは決して平たんではない。やや人気下降気味であった闘牛文化に対して、2015年にうるま市商工会が中心となって闘牛文化リマスタリングプロジェクトをスタートさせた。各種マーケティング調査の結果、一定の情報を与えることにより闘牛文化の無関心層を関心層へ変化させられることがわかり、闘牛関係者一丸となった取り組みが加速した。その中で、闘牛アナウンサー・伊波大志氏や闘牛女子・久高幸枝氏（故人）をはじめとする若手のパワーもあって、沖縄県民はもちろん観光客の闘牛文化への注目度が徐々に高まっていった。ここ数年は、ツーリズムEXPOジャパンや沖縄県内イベントへの出展、マスコミでの情報発信、旅行会社の商品造成など、沖縄観光になくはならない存在になりつつある。

農村から生まれた娯楽である闘牛を地域関係者がリマスターする（時代に合ったものに作り変える）ことにより、新たな交流人口を創出し、その結果、闘牛が限られた地域における娯楽から文化へ、文化から産業へとその役割を拡大することになった。

これらの動きを陰で支えているのがワイドー・プロ株式会社である。この会社は2017年8月に商工会会員を中心に設立、映像事業を通じて伝統文化および地場産業の継承、革新を目指すことを目的に事業をスタートしている。2018年、「闘牛戦士ワイドー」の番組を製作、同年4

月より琉球放送で放映され、一躍沖縄を代表する戦隊キャラクターの地位を確立した。その後、続編である「闘牛戦士ワイドーII」を製作、関連して闘牛戦士ワイドーホットケーキなどの関連商品を開発販売、事業面からも闘牛文化の発展を支えている。

また、闘牛好きのための動画配信番組「BULL ITUBE」も人気である。この番組は、闘牛の試合にスポットを当てるのではなく、闘牛関係者にスポットを当て、闘牛アナウンサー伊波大志氏との掛け合いで視聴者を楽しませている。

このように一つの会社の起業により、地域経済が活性化することはもちろん、地域の伝統文化を維持発展させることも十分に可能である。

日本に必要な条件不利地での起業

中小企業白書によると、2019年の日本の開業率は4・2%、廃業率も3・4%と先進国の中では極めて低い数字である。2018年のアメリカの開業率が13・5%であり（図）、中小企業白書に記載はないが、日本と中小企業比率がほぼ同じであるオーストラリアでも開業率は15・4%と高い数字となっている。廃業率が低い要因についてはさまざまな議論がされているので、ここでは割愛するが、開業率の低さに関しては、将来に向けてあるべき姿について認識を共有する必要がある。

周知のとおり、日本では地域で育った子どもたちが、進学や就職を機に生まれ育った故郷を離れ、大都市圏に定着する流れが来ている。また就職

の際には大手企業や公務員のように安定している職種を選択することが一般的である。高等教育機関である大学も、学生が名の通った企業への就職をすることにより、学生募集活動への追い風となることから、就職サポートには力を入れている。

一度都会暮らしを経験した若者が故郷にＵターンすることは、家業の事業承継や親の介護などを除いてあまり多くない。親も一度故郷を出た子どもたちのＵターンに対しては、本心はともかく、積極的に働きかけない場合が大多数である。

その結果、大都市圏を除いた日本各地で少子高齢化が進行しており、これに伴う廃業により、さらなる経済基盤の弱体化が進んでいる。

これらの深刻な問題に対して、Ｉターン起業を促す地域おこし協力隊制度や関係人口構築など、国を挙げてさまざまな施策が実行されているが、今後の廃業増加を考えると、さらに強力な施策を実行する必要がある。

新しい資本主義実現会議で議論されているアントレプレナーシップ

2022年4月に内閣官房の新しい資本主義実現本部事務局が発表した基礎資料では、起業が望ましい職業選択と考える人の割合は、「中国」79・3%、「アメリカ」67・9%、「イギリス」56・4%、「ドイツ」53・6%に対し、日本は24・6%にとどまっている。また起業家が日本で起業が少ないと考える原因は、「失敗に対する危惧（再チャレンジの難しさ等）」が39・2%、「学校教育（勇気ある行動への低い評価等）」20・0%、「身近に起業家がない」10・8%、「世間の風潮

（成功しても尊敬される程度が低い等）」9・2%となっており、日本で起業家を増やすためには、「意識・風土・風潮」が60%、「再チャレンジ・セーフティネット」58%、「資金調達」45%、「教育」38%、「ロールモデルの存在」32%となっている。これらの結果から、開業率の低さが日本の経済成長にも悪影響を与え、成長力を失うことにより国際社会における給与水準の相対的地位の低下などのさまざまな問題をもたらしていることが推測される。

このような中で、文部科学省では数年前から大学を中心としたスタートアップ・エコシステム形成に向けた施策を実施しており、4地域のグローバル拠点都市（東京圏、東海圏、関西圏、福岡）と4地域の推進拠点都市（札幌・北海道、仙台、広島、北九州）を支援している。

経営学者であるピーター・ドラッカーはアントレプレナーシップを「イノベーションを武器として、変化の中に機会を発見し、事業を成功させる行動体系」と定義しており、文部科学省の資料には「急激な社会環境の変化を受容し、新たな価値を生み出していく精神」と書かれている。ここでは内容をわかりやすくするために一般的に解釈されている既存の枠にとられない勇気ある行動による「起業家精神」という意味で述べていると理解していただきたい。

2021年度、文部科学省はアントレプレナーシップ人材育成プログラムを試行、全国約250の大学から1400人の大学生および大学院生が参加している。2023年度からはこれらのアントレプレナーシップ人材育成プログラムを小中高

生へのアントレプレナー教育へと拡大することを検討している。

具体的には、前述のスタートアップ・エコシステム8拠点都市を中心とした面的展開、グローバルサイエンスジュニアドクター育成塾やSSH（スーパーサイエンスハイスクール）指定校などへの高度なアントレプレナー教育プログラムの提供などである。

これらが実現すると、進学や就職で故郷を出る子どもたちが、アントレプレナーシップを持ちながら新たな人生を歩むことになり、仮に大企業や公務員に就職したとしても、そのマインド効果により組織へ創造的な働きかけを行うことが出来る人材が増えることは容易に想像できる。また条件不利地にある市町村は、アントレプレナーシップ教育の一環として、Ｕターン起業の社会的価値について意識啓発を行うことにより、家業の事業承継や地元企業への就職以外の選択として、起業をする人材の増加が現実味を帯びてくる。

自らが育った地元で、最も信頼する人々に囲まれた環境での起業は、前述の日本社会の開業率の低さの根本的解決の道筋を与え、起業家を増やすことへつながるはずである。あわせてLINEなどのコミュニティを作って、「〇〇年卒業の〇〇さんが東京から戻って地元で起業した」などの情報を共有することにより、アントレプレナーシップのマインドが持続することも容易に考えられる。つまりＵターン起業は、アントレプレナー教育から始まり、一連のフローを経て、起業自体の成功の可能性を高めることになる。



アントレプレナー教育意見交換会（北海道寿都町）

北海道寿都町で行われた アントレプレナー教育意見交換会

北海道寿都町では2022年6月7日、オーストラリアでスタートアップ起業のサポートを行っている経営コンサルティング、Global Solutions Strategies 代表の久保田貴宏氏をオンラインで迎え、アントレプレナー教育について

アントレプレナー教育から Uターン起業のフロー（仮説）

中小高生へのアントレプレナー
 （起業家）教育の実施
 ←
 進学・就職による人材の流出
 ←
 アントレプレナーシップ継続の
 ためのコミュニティの形成
 ←
 Uターン起業の実現&自治体や
 経済団体による手厚い創業支援

レナー教育につ
 いての意見交換
 会を行った。冒
 頭に筆者から新
 しい資本主義実
 現会議で議論さ
 れている起業に
 ついての資料の
 説明を行い、そ
 の後久保田氏に
 より日本とオー

ストラリアの中小企業の違いやアントレプレナー
 シップの重要性について説明がなされた。久保田
 氏によると、日本とオーストラリアの起業に関す
 る違いは主に次の5点になる。

- ・日本とオーストラリアでは中小企業比率には大
きな違いがないが、開業率、廃業率ともに、オ
ーストラリアが10ポイント程度高い。
- ・オーストラリアでは大企業や公務員への就職よ
りも、起業することの方が社会的な位置づけは高
い。子どもの成長の段階でアントレプレナーシ
ップが身についている。

- ・失敗経験があることを重要視し、投資の際には
失敗経験が有利に働く。日本はその正反対に位
置し、敗者復活が難しい社会である。

- ・オーストラリアは、国内市場が小さいので中小
企業もグローバルを意識して事業活動を行って
いる。

- ・日本もアントレプレナー教育により地域内のス
タートアップ起業が増え、スピニングアウト・スパ
イラルが発生する可能性が高い。

また参加者からのアントレプレナー教育につい
 ての意見は概ね次のようであった。

- ・短期的な効果は出にくい、中長期的に見れば
地域経済の縮小に対して効果を発揮するかもし
れない。

- ・学習時間は多くはないが、地域の子どもたちへ
職業教育を実施している。

- ・若者の起業は非常に重要だが、地元を選んでも
らえるかどうか課題である。

- ・短期的な課題が多い中でそう簡単には進まない

可能性がある。実現するにはいくつものハード
 ルがある。
 ・仕事があれば地元に戻ってきたいという若者は
 かなりいる。

オーストラリアの事例を踏まえたより具体的
 な議論により、アントレプレナー教育の重要性を身
 近に感じることが出来る意見交換会となった。

まとめ

2022年6月7日に発表された「新しい資本
 主義のグランドデザイン及び実行計画案」に書か
 れている「新しい資本主義に向けた計画的な重点
 投資」に「スタートアップの起業加速及びオー
 プンイノベーションの推進」が位置付けられており、
 その実施事項に「起業家教育」が挙げられている。
 その内容は「産業界の協力を得て、起業家を教育
 現場に派遣いただき、初等中等教育等における起
 業家教育を推進する。また、高等専門学校・大学
 においては、AIやディープテックの活用を含め
 た起業家教育を横展開する」となっており、地域
 で子どもを育てているうちにアントレプレナー教
 育をしっかりやろうという意気込みがうかがえ
 る。冒頭にも述べたが地域経済の縮小に対してさ
 らなる強力な施策が必要であり、「新しい資本主
 義のグランドデザイン及び実行計画案」は、そこ
 に掲載されている新たな仕組みの構築を期待せず
 にはいられない。アントレプレナーシップを持っ
 た地元出身者がUターン起業を実現し、地域の経
 済縮小に歯止めがかかることを信じていたい。

大人も子どもも楽しめる街に —遊び場併設カフェや多彩なマルシェ—



合同会社のしろ家守舎 代表社員 ● 湊 哲一

22年ぶりの故郷での生活

2017年4月。神奈川県横浜市から故郷である秋田県能代市に家族4人でUターンしました。能代市は人口約5万人。秋田県北西部に位置し、日本海に面し、世界自然遺産「白神山地」と隣接した自然豊かな場所です。移住したきっかけは、仕事である家具作りを静かなところで行いたかったことと、子どもたちとのびのびした環境で過ごしたかったからです。移住と同時に能代駅前の古い民家を借りて家具作りを始めました。もともと建具屋さんだった場所なので、機械音に対しての周りの方々の理解があつて助かりました。おかげでマイペースに家具作りができています。休日は、海と山が近いこともあり、海に釣りに行ったり山に遊びに行ったりすることが多いです。

静かを通り越し寂しさに

日々を楽しく過ごしている中で、あらためて周りを見渡してみると心地よい静かさを通り越して、人の姿が少なくて寂しさを感じるようになってきました。移住してから毎年数件お店が閉店しています。お店もなければ街中で遊んでいる子どもの姿もない。もちろん大人の姿も。このままではいけないと危機感を抱くようになってきました。

街づくりに取り組むきっかけ

モヤモヤしている時期に、秋田県主催の「動き出す商店街プロジェクト」という勉強会が開催されました。この勉強会はエリアリノベーションという手法を学ぶものでした。デザイン、マネジメント、コミュニケーション、プロモーションなどがバランスよく存在する、新しいエリア形成の方法です。全国各地で街を元気にしている実践者さんが講師となり、さまざまな事例を教えてもらう中で、私たち世代が街を変えていかないと、と思

うようくなりました。勉強会に偶然参加していた仏壇屋経営者、飲食店経営者、工務店経営者そして私の4人が意気投合し、その後「合同会社のしろ家守舎」を立ち上げるに至ります。

街に必要なモノ・コト

勉強会で、最初に議論したことは「この街に足りないものは何だろうか？」でした。その結果、四つの地域の課題が見えてきました。こどもの遊び場がない。ママさんの居場所がない。木都能代らしい場所がない。クリエイティブな仕事がない。どこの街にもある課題がほとんどですが、まずはそこからです。この課題を解決するための拠点を作り、そこからエリアを変えていくこととなります。

拠点を見つけるべくフィールドワークをしていたら偶然、駅前という好立地に「丸彦商店」という元酒屋だった空き店舗を見つけました。地下1階地上2階の3フロアある建物です。大家さんは90歳のおばあちゃん。今では私たちの最大の応援者です。

マルヒコビルヂングと街のイベント

まずは2021年4月、2階にシェアオフィス・レンタルオフィス・コワーキングスペースを整備し「Co-motomachi」と名付けました。同時にビルの名前を丸彦商店から引き継ぎ「マルヒコビルヂング」と命名。デザイン会社、工務店、農家までさまざまな業種の事業者が入居しています。新



リノベーションする前の丸彦商店



空き店舗を活用したカフェに併設している物販スペース



企画運営した能代駅前商店会主催の「のしろいち」

の起業勉強会などさまざまなことを積極的に行っていききたいと思っています。「場」が出来るとコミュニティが生まれ、街の動きのスピードが加速します。作って良かったと実感しています。これからはこのスピード感を大切に、常に発信して行きたいです。

今後も能代市、そしてのしろ家守舎の動きを注目してもらえるとうれしいです。

しい仕事を生み出すクリエイティブな場所にしていきたいという思いに賛同してくれた家族のような方々です。

そして2022年4月、1階にcafe & asobiba(カフェとアソビバよんのろく)をオープンしました。子どもの遊び場併設のカフェです。赤ちゃんを抱っこしたママさんから放課後に遊びに来る小学生、そして近所のおじいちゃんおばあちゃんまで世代を問わず来店いただいています。

遊び場スペースを使ったママさんたち主催のリースイイベント「ちゅちゅりゅーす」や、画家主催のデッサン教室、高校生主催のアースデイ能代など街に住む人が取り組むイベントも増えてきました。

地下にはDIYの学校「KILTA能代」を整

備しました。自分で空き店舗の内装を手がけるとが出来るくらいのスキルが身につけられる講座を開催予定です。KILTAは全国に10カ所ほど展開している学校で、地域課題をDIYという手法で解決をしていこうと頑張っている地域の方々と構成している団体です。

拠点整備と一緒に進めていたのが、街のイベントです。たくさんの方にこの商店街、のしろ家守舎って楽しいことをやってるよね、と感じてもらえるようにこの短期間でイベントはかなりの回数を行ってきました。日本一のシャッター通りと言われるほど寂れた歩道、車道を有効活用するイベントです。歩道と空き地を使つてのバーベキュー・マルシェイベント「だん・だんのしろ」、能代の駅前であつてにぎわっていた能代最大の朝市を再現す

べく「のしろいち」という新たな市を作り、今まで計3回開催しました。秋に開催したのしろいちでは車道を歩行者天国にし、延べ1万5000人のお客さんでにぎわいました。そのほかに、空き店舗ではハンドメイド作家が行う「Creerマルシェ」、小商いチャレンジショップ「Coten」など空き店舗への起業促進も兼ねた見せ方もしています。

◆◆◆ ようやくスタートライン

拠点を作って終わりではなくこれからがスタートです。東北一のシャッター通りと言われたこの街です。連動して空き店舗を開け、この街を楽しむ仲間を見つけないと衰退する一方です。そこで、空き店舗のリサーチや行政連携で

地域産品を掘り起こし、人を育てる ―西海クリエイティブカンパニーの取り組み―



株式会社西海クリエイティブカンパニー取締役

・ 拝崎 麻衣

小さなまちの「お役立ち会社」

株式会社西海クリエイティブカンパニーは、長崎県西海市で2017年に西海市、株式会社親和銀行、民間の3者の共同出資による地域商社として創業しました。

地域の「お役立ち会社」として、行政だけでは対応できない分野にも民間だからこそスピード感を持って積極的に事業展開を行い、課題解決のための具体的な行動を実行する企業として日々活動を行っています。

これまで主な事業として、地域産品のブランディング&マーケティング事業の他、エネルギー事業、ローカルウェブメディアでの情報発信、シテイマネジメントに加え、近年では地域でのデジタル技術を活用したAIAアプリ開発、行政や民間におけるDX推進に関わるアプリケーションやプロダクト開発の事業等、外部人材の活用や人材育成なども含めて積極的に行っています。

当社の拠点である西海市は、周りを海と山に囲まれた自然豊かな場所です。人口は2万7000人ほどの小さなまちです。農業や漁業などの一次産業を生業とする方々や、飲食店や製造業などの個人事業主の方も多く、小さいまちながら全国に誇れる品質のいいモノがたくさんあります。

一方で、地域内においてデザインやブランディング・マーケティングにおけるサポート、情報発信等の課題を持っているという声なども耳にしてきました。

こうした地域の現状を整理し、課題を共にクリアにしていくことも地域商社として当社に求められていることと感じています。

ブランディング&マーケティング事業では、市内事業者の方々を中心とし、商品開発、デザイン、流通販売におけるサポートなどを通じ、地域産品の掘り起こし、商品開発から販売促進までをワンストップでサポートしています。

創業当初よりさまざまなご縁をいただき、地域商社として市内事業者の方々と信頼関係と実績を

少しずつ積み重ねていく中で、営業コンサルティングサービスを展開し、近年進む高齢化や人材不足による地域課題を解決するため、デジタルを活用した提案・開発にも取り組んでおり、将来人が減っても大丈夫な仕組みを作ることに力を入れています。

営業コンサルティングは、業種を限らずさまざまな事業者の方々から依頼があり、農家や養殖業者、市内漁業協同組合、食品加工業者など多岐にわたります。

デザインによる販売促進に関わるクリエイティブ面でのサポートをはじめ、ヒアリングを元に課題の抽出、市場のニーズや分析・提案を行うマーケティング支援から営業に至るまで、定期的に足を運び、コミュニケーションを取りながら出来るだけ近い距離で寄り添うことを大切にし、共に走りながら課題解決と事業推進のサポートをすることを心がけています。

これまで、弊社がサポートした案件より、一部ですがご紹介します。

ブランディング&マーケティング業務

・ 株式会社浦野淡水

西海市内でご夫婦ですっぱんの養殖事業を営んでおられる事業者様で、これまで業者向けの販売が主でしたが、長引くコロナの影響もあり、個人向け通販にも力を入れていきたいとのご相談があり、それに伴う販路開拓および同封するフライヤーの作成、商品パッケージ等のデザインを行いました。



ミーティング中の社員



西海クリエイティブカンパニーが支援したクラウドファンディング



ローカルメディア「ばりぐっど」



デジタル人材育成のオンライン講座

で、西の端の小さな町からワクワクする挑戦をする人が増え、それを応援する文化が当たり前の地域になるように、これからも地域の方々と共に地域づくりの発展に寄与できればと思っています。

◆ ◆ ◆
・市内4漁協「西海の魚」ブランド力強化
西海市は大村湾・五島灘・角力灘と三方の海に囲まれており、水産業や漁業を生業にしている方多い地域です。近年、水産業全体が海洋環境の変化等による漁獲量の減少や魚食離れによる魚価の低迷など多くの課題を抱えています。西海市ももちろん例外ではなく、同様の課題を抱える中、市内4漁協で構成される西海市水産協議会や西海市水産課と共に、西海の魚の魅力向上とブランド

◆ ◆ ◆ コンサルティング事業

個人向け販売を開始するにあたり、販売価格の見直しや販売先の選定などもサポートし、コロナによる売り上げ減少も見込まれていましたが、新たな販路を開拓し、新規顧客への販売ができたことで、売り上げ向上につなげることができました。今後の販売戦略のサポートなど、さらなる発展に向けた取り組みも進めます。

◆ ◆ ◆ 人材育成&発掘

力強化に向け、漁協コンサルティング事業に取り組んでいます。それぞれ特徴の異なる漁協の特性を活かした商品開発や、全国に向けた販路開拓としてクラウドファンディングやライブECコマースなどを活用した販売戦略の立案、地域の方々へ西海の魚の魅力や漁協の取り組みを知ってもらうためのイベントサポートなどを行っています。

・市民向け講座の開催
ローカルメディア「ばりぐっど」

当社が地域に貢献できることとして、モノ（地域産品）の掘り起こしと併せて、ヒト（人材）づくりも大事であると考えています。2017年から西海市と共に人材育成の事業も行っており、多種多様な業種のプロフェッショナルを講師に招き、市民を対象とした各種講座の開催と運営を行

ってきました。

本取り組みへの参加をきっかけに、さまざまな才能を開花させ、デザイナー、カメラマン、プログラマーとして新たな一歩を踏み出した方、動画クリエイターとして起業し、法人化するなどキャリアアップした方など、見事な転身を遂げ活躍の場を広げている方も複数います。

当社で運営を行っている、西海市のさまざまな情報を発信するメディアとして閲覧者数1000人以上を有する西海市発のローカルウェブメディア「VARY GOODーばりぐっどー」で、市民ライターとして活動している方もおり、企画・取材・執筆の他、市内事業者のブログやHP・SNSの運営サポートなど幅広く行っています。

こうして培ったスキルをいかし、地域コミュニティ作りや人材育成の分野で活動している方もおり、新たなキャリア開発へもつながっています。

地方には解決すべき課題が多くあり、解決に当たる人材も豊富ではありません。しかし、環境や場所にとらわれずにさまざまな挑戦があらゆる場所から行える時代がすぐ目の前にある今、西海市内に点在するさまざまな人材や産品などまだまだ眠っているであろう地域資源を掘り起こすこと

「民」の力で地域を元気に

デジタル田園都市国家構想と地域商社

―社会課題解決へ向けた国・地方の取り組み―



内閣官房デジタル田園都市
国家構想実現会議事務局審議官

・ 渡邊 政嘉

地方には人口減少や少子高齢化、産業空洞化など、さまざまな社会課題があり、こうした課題を

解決し、地方活性化を図っていくことが重要である。2014年以降、地方創生に関する取り組みが進められてきたが、東京圏と地方との転出入均等達成目標はいまだ達成できていないなど、その実現は

道半ばである。加えて、新型コロナウイルス感染症が拡大したことに伴い、観光業など地方経済を支える産業への打撃や、地域コミュニティの弱体化など、地方の経済・社会は大きな影響を受けた。

こうした課題を解決するために、これまでの地方創生の成果を最大限に活用しつつ、国や地方の取り組みを大きくバージョンアップさせ、地方の社会課題を解決し、魅力を向上させることを通じて、地方活性化を図ることが求められている。

こうした中、官民のさまざまな主体により、デジタル技術の活用が多方面で進み、他地域の見本となる優れた取り組みも見られ始めている。地域経済や地域コミュニティ等と密接な関係がある地域商社にとっても、デジタル実装に向けた取り組み

みは非常に重要なものである。

本稿では、本年6月、閣議決定された「デジタル田園都市国家構想基本方針」に基づき、同構想の基本的考え方等について紹介するとともに、「地域商社事業」の概要について紹介する。

なお、文中意見にわたる部分は私見である。

デジタル田園都市国家構想とは

・ 意義

デジタル田園都市国家構想は、市場や競争に任せきりにせず、官と民とが協働して成長と分配の好循環を生み出しつつ経済成長を図る「新しい資本主義」の重要な柱の一つである。地方の社会課題を障害物と捉えるのではなく、成長のエンジンへと転換していく。さらに、官が呼び水となって、民間の投資を集め、官民連携で社会課題を解決し、力強く成長する。さまざまな社会課題に直面する地方にこそ、デジタル技術の活用によって、地域の個性を生かしながら地方の社会課題の解決、魅

力向上のブレークスルーを実現し、地方活性化を加速する。これがデジタル田園都市国家構想の意義である。

・ 目的

デジタル技術の進展を背景に、地方に住み、働きながら都会に匹敵する情報やサービスを利用できるようなするなど、デジタル技術を効果的に活用して、地方の「不便・不安・不利」の言わば三つの「不」を解消し、魅力を高めることができる。

このようにデジタル化の恩恵を日本の津々浦々にまで広げ、根付かせるための取り組みを強力に推進することにより、地方活性化の取り組みを一層高度かつ効率的に進めることが可能となる。

本構想を通じて、暮らす場所、年齢、性別にかかわらずあらゆる国民が、それぞれのライフスタイルやニーズに合ったゆとりと安心を兼ね備えた心豊かな暮らしを営むことができ、地方における仕事や暮らしの向上に資する新たなサービスの創出、持続可能性の向上、Wellbeingの実現等を通じてデジタル化の恩恵を国民や事業者が享受できる社会、いわば「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指す。これがデジタル田園都市国家構想の目的である。

次項においては、デジタル田園都市国家構想が、どのように地域商社に関わってくるのかを論じたい。

デジタル田園都市国家構想と地域商社

・ 地域商社とは

いわゆる「地域商社」というものの法的な位置づけ、登録制度といったものはない。あえて地域

地域づくり 本編 2022・8月号 10

デジタル田園都市国家構想基本方針の全体像

【基本的な考え方～「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指して～】

デジタルは地方の社会課題を解決するための鍵であり、新しい価値を生み出す源泉。今こそデジタル田園都市国家構想の旗を掲げ、デジタルインフラを急速に整備し、官民双方で地方におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）を積極的に推進。

- デジタル田園都市国家構想は「新しい資本主義」の重要な柱の一つ。地方の社会課題を成長のエンジンへと転換し、持続可能な経済社会の実現や新たな成長を目指す。
- 構想の実現により、地方における仕事や暮らしの向上に資する新たなサービスの創出、持続可能性の向上、Well-beingの実現等を通じて、デジタル化の恩恵を国民や事業者が享受できる社会、いわば「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指す。これにより、東京圏への一極集中の是正を図り、地方から全国へとボトムアップの成長を推進する。
- 国は、基本方針を通じて、構想が目指すべき中長期的な方向性を提示し、地方の取組を支援。特に、データ連携基盤の構築など国が主導して進める環境整備に積極的に取り組む。地方は、自らが目指す社会の姿を描き、自主的・主体的に構想の実現に向けた取組を推進。

【取組方針】

★解決すべき地方の社会課題

- ・人口減少・少子高齢化
※出生率 1.45(2015年)→1.33(2020年)
※生産年齢人口 7,667万人(2016年)
→7,450万人(2021年)
- ・過疎化・東京圏への一極集中
※東京圏転入超過数 80,441人(2021年)
- ・地域産業の空洞化
※都道府県別労働生産性格差
最大1.5倍(2018年)

デジタル実装を通じて、地域の社会課題解決・魅力向上の取組を、より高度・効率的に推進

➢ デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

(2024年度末までにデジタル実装に取り組む地方公共団体1000団体達成)

- ①地方に仕事をつくる
スタートアップ・エコシステムの確立、中小・中堅企業DX（キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等）、スマート農林水産業、観光DX、地方大学を核としたイノベーション創出等
- ②人の流れをつくる
「転職なき移住」の推進（2024年度末までにサテライトオフィス等を地方公共団体1000団体に設置）、オンライン関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進、サテライトキャンパス等
- ③結婚・出産・子育ての希望をかなえる
母子オンライン相談、母子健康手帳アプリ、子どもの見守り支援等
- ④魅力的な地域をつくる
GIGAスクール・遠隔教育（教育DX）、遠隔医療、ドローン物流、自動運転、MaaS、インフラ分野のDX、3D都市モデル整備・活用、文化芸術DX、防災DX等
- ⑤地域の特色を活かした分野横断的な支援
デジタル田園都市国家構想交付金による支援、スマートシティ関連施策の支援（地域づくり・まちづくりを推進するハブとなる経営人材を国内100地域に展開）等

➢ デジタル田園都市国家構想を支えるハード・ソフトのデジタル基盤整備

2030年度末までの5Gの人口カバー率99%達成、全国各地で十数カ所の地方データセンター拠点を5年程度で整備、2027年度末までに光ファイバの世帯カバー率99.9%達成、日本周回の海底ケーブル（デジタル田園都市スーパーハイウェイ）を2025年度末までに完成など、「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」の実行等を通じてデジタル基盤整備を推進。

- ①デジタルインフラの整備
- ②マイナンバーカードの普及促進・利活用拡大
- ③データ連携基盤の構築
- ④ICTの活用による持続可能性と利便性の高い公共交通ネットワークの整備
- ⑤エネルギーインフラのデジタル化

➢ デジタル人材の育成・確保

デジタル推進人材について、2026年度末までに230万人育成。「デジタル人材地域還流戦略パッケージ」に基づき、人材の地域への還流を促進。

「女性デジタル人材育成プラン」に基づく取組を推進。

- ①デジタル人材育成プラットフォームの構築
- ②職業訓練のデジタル分野の重点化
- ③高等教育機関等におけるデジタル人材の育成
- ④デジタル人材の地域への還流促進

➢ 誰一人取り残されないための取組

2022年度に2万人以上で「デジタル推進委員会」の取組をスタートし、今後更なる拡大を図るなど、誰もがデジタルの恩恵を享受できる「取り残されない」デジタル社会を実現。

- ①「デジタル推進委員」の展開
- ②デジタル共生社会の実現
- ③経済的事情等に基づくデジタルデバイドの是正
- ④利用者視点でのサービスデザイン体制の確立
- ⑤「誰一人取り残されない」社会の実現に資する活動の周知・展開

（構想の実現に向けた地域ビジョンの提示） 地方の取組を促すため、構想を通じて実現する地域ビジョンを提示。



スマートシティ・スーパーシティ



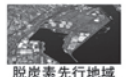
「デジ活」中山間地域



産学官協創都市



SDGs未来都市



脱炭素先行地域



MaaS実装地域

【今後の進め方】

○デジタル田園都市国家構想総合戦略（仮称）の策定（まち・ひと・しごと創生総合戦略の改訂）

国は、2024年度までの地方創生の基本的方向を定めたまち・ひと・しごと創生総合戦略を抜本的に改訂し、構想の中長期的な基本的方向を提示するデジタル田園都市国家構想総合戦略（仮称）を策定。地方公共団体は、新たな状況下で目指すべき地域像を再構築し、地方版総合戦略を改訂し、具体的な取組を推進。国は、様々な施策を活用して地方の取組を支援。

図1 デジタル田園都市国家構想基本方針の概要

商社とはなにかと問うのであれば、政府の示している第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020改訂版）においては、「地域の特性に応じた、生産性が高く、稼働域のまだ十分に知られていない農産品や工芸品、伝統と歴史、景観とふれる地域資源を磨き上げ付加価値をもたらし、重要な位置づけ、その中で、地域の生産者をとりまとめ、プロデュースする役割

をもった地域商社を、重要な事業主体の一つとしている。

以上を総合すると、地域商社とは「農産物、工芸品など地域に眠る魅力ある産品やサービスを発掘し、販路・市場を開拓し、交渉力を持って流通・調整することにより、価値に見合った価格での販売を行い、市場から従来以上の収益をもたらす役割を担う」存在であると言える。

・地域商社のデジタル実装における国の役割
前述したように地域商社は、地域の産品の事業展開において、非常に重要な役割を担っている。デジタル化が進む現代社会において、役割を果たし続けるためには、いわゆるDX化によるデジタル実装が急務である。しかし、人材・資金に乏しい地域商社においてはデジタル投資を十分行えず、都市部の大企業と比べると海外への展開や業務効率化による生産性向上の実現が難しい。こうした状況を踏まえ、政府として、地域の産学官金が参画して地域ぐるみで中小企業等をサポートする支援コミュニティの立ち上げを促し、中小企業等のDXを伴走型で支援する取り組み等を進めるとともに、地域発のデジタルイノベーション創出に取り組む中小企業等を支援すること等を通じて、地方の中小企業の輸出力の強化など新たな市場の開拓に結びつくデジタル化や、デジタルを活用した地域産業の生産性向上を、積極的に進めることが非常に重要である。

また、キャッシュレス決済の拡大は、決済関連業務のデジタル化による効率化・付加価値向上という事業者の生産性向上、消費者の利便性向上による消費活性化およびポストコロナのインバウン

ド回復等による地域活性化に資する取り組みであり、事業環境等を大きく改善させる可能性がある。そのような恩恵を、地域の中小加盟店を含めた事業者等が広く享受できるように社会の実現を目指し、さらに、シェアリングエコノミーを進めること等により、地域の新しい産業の創出を進め、また、林地や空き家などの地域の遊休資産をデジタル技術により有効活用する取り組み等を通じて、地方における魅力的な仕事の創出を促す。加えて、地域の中小企業やスタートアップにおいてデジタル化に係る経営課題の解決や、デジタルを柱とする成長戦略の策定・実行を担える即戦力の経営人材や専門人材の確保を支援する。こうした取り組みにより、稼ぐ地域づくりを目指すことが、国として非常に重要な役割である。

次項以降では実際に政府として実施している取り組みの内、地域商社のネットワーク形成支援に関する事業にスポットを当て、その概要を紹介する。

地域商社に係る取り組み

・地域商社の課題

地域商社は前項で述べたようにその役割を十全に果たすことにより、地域に従来以上の収益をもたらすことができる。地域資源を生み出す地域の文化・伝統・歴史・生活・自然環境を生かし、異分野との連携や広く海外市場の開拓まで視野に入れた多様な事業展開が見込める。

しかし、消費者ニーズの掘り起し、商品の磨き上げ、流通の効率化、信用リスクの補完等担う役割が非常に多いことにより、事業運営に苦慮して

いる地域商社があることも事実である。その原因としては、業務が多量に渡ることによる多忙化の他に、明確な登録制度がないことにより同業種や支援機関のネットワークが貧弱という点もあげられる。もちろん広く地域商社的事業を行っており、成功と言える事例も多くみられる。だが、ネットワーク化されていないことから成功事例の横展開も進んでいない。このため、そういった地域商社ビジネスの担い手の人材不足や、ノウハウ、ネットワーク不足を課題と捉え、「地域商社等ネットワーク形成支援事業」を実施している。

・地域商社等ネットワーク形成支援事業

① ネットワーク事業

本事業は、ネットワーク形成による手法の横展開等を通じて地域商社の課題を解決するために実施している。大きく二つの事業で構成されており、一つは、「地域商社ネットワークサイト <https://chikisyougya-network.go.jp/>」(以下「本サイト」)に会員として、地域商社ビジネスに取り組む者、地域商社ビジネスを立ち上げようとする者、地域商社ビジネスへの参画を希望する者、地方公共団体、地域金融機関、創業支援者が幅広く参画できるようにすることにより、地域商社への関わりを持つものの属性等を広く調査し、課題解決につなげるものである。2022年4月現在において、約700会員数であり、今まで明確化されてこなかった地域商社事業者、地域商社の支援者を明確化することが可能となった。

入会の際にアンケート調査を行い、会員の入会目的を調査した。会員全体では「先進事例に関する情報収集のため」が約9割と最も高く、「補助

金等支援メニューに関する情報収集のため」「販路開拓のため」が約6割程度と続く。このほか、約4割が「事業パートナー探しのため」と回答しており、ネットワークが強化されることにも期待が寄せられている様子もうかがえる。

また、会員が直面している経営課題についても調査を行った。会員全体で見ると「販売力・営業力の強化」が39・0%と最も高く、「新製品やサービスの開発・新規事業の立ち上げ」が28・4%。「自社ブランドの育成強化」が28・2%、「従業員の確保・育成」および「広報の強化」が約2割と続いている。このような課題への解決の一助として、次項にある、セミナー事業を実施している。

② セミナー事業

セミナー事業については、大きく分けて二つのセミナーを実施している。先進的事例の共有および会員同士の交流を目的とした「地域商社協議会」と、人材育成の観点から地域商社経営者や開業希望者等向けに実施している「少人数講義」を実施している。

「地域商社協議会」は、従前より民間企業等の立場から地域商社支援を行っている「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー実行委員会」と共催して実施している。本協議会では、多様化する地域商社ビジネスの実態を踏まえながら、先進的に事業展開している地域商社経営者による事例発表、パネルディスカッション等を実施している。令和3年度においては、「これからさらに広がる地域商社の役割」「地域商社とDXとUX」「これから地域商社が取り組むべき新しいフィールド」の全3回で開催した。地域商社ビジネスの生産性向上や付加価値向上に向

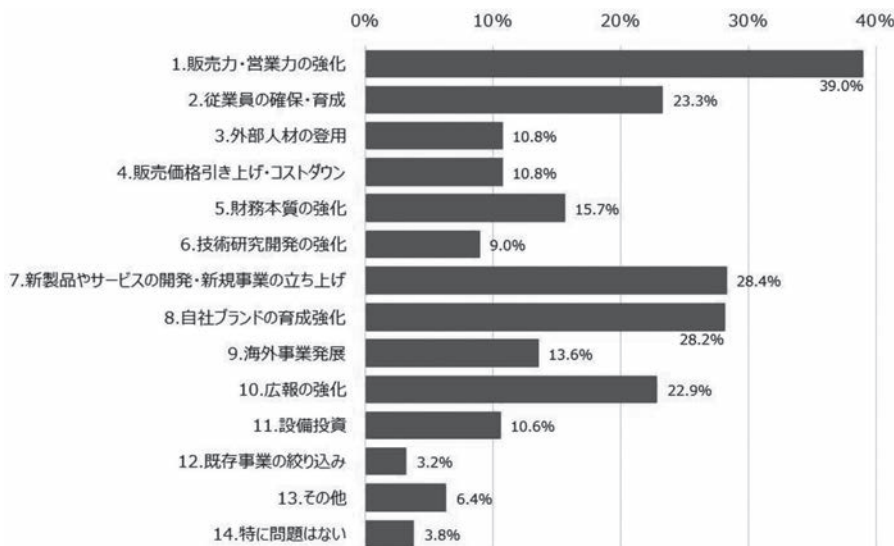


図2 直面する経営課題（複数回答）
注）令和4年3月14日現在、677者

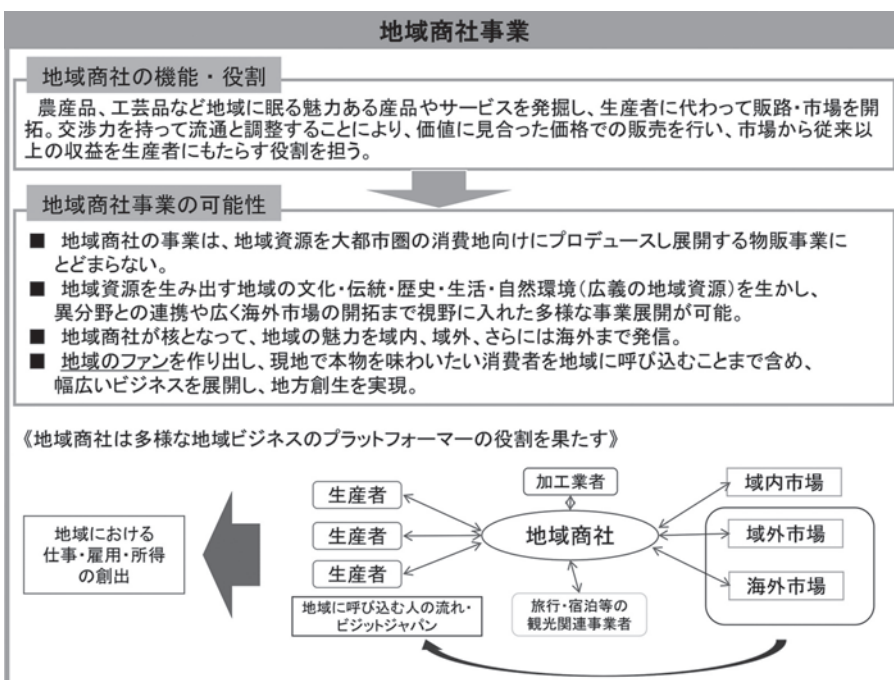


図3 地域商社事業について

特に、デジタル実装は経営者にとって重要なテーマである。人手不足解消、地域商材のオンライン販売、情報共有、情報管理の簡易さ、コミュニケーションの利便性向上など足元の経営課題解決とも関連が深い。中小規模の事業者にとっては取り組みにくく、新型コロナウイルス感染症により対面型の情報提供やビジネス交流がすすみにくい状況下では、特に地方の事業者にとって実は情報が得にくい側面もある。このように、DXやUX、SDGsや脱炭素などの中長期的視点は、企業価値を高めるうえでは押さえておくべきテーマであり、アフターコロナを見据えた事業再編等に役立つノウハウであるため、政府として、積極的に取り上げていきたい。

積極的に活用いただきたい。他省庁の地域商社事業に関する支援施策についても、ネットワークサイトで取りまとめている。

2019年12月以降の新型コロナウイルス感染症の世界的拡大に伴い、特に2020年4月以降我が国の中小企業・小規模事業者は厳しい経営環境が続いている。地域商社事業者も、小売業、飲食店・宿泊業、旅行業・娯楽業（観光）などコロナによるマイナスの影響が大きな業種が多く、アフターコロナを見据えながら、事業見直しが必要不可欠な状況にあり、少しでも多くの事業者やその支援者にとって取り組みのヒントとなるような支援が必要不可欠となっている。

「顧客獲得（地域ファンを創る連携力）」「道の駅の実務家に学ぶ販売拠点づくり」といった実務的な経営課題にスポットを当てて実施している。また、講師との個別意見交換の時間を設ける等、より個別の会員のフォローアップに注力している。

このようにネットワークサイトでのネットワーキング、2種類のセミナー事業による地域商社事業者・支援者等への事例横展開、実務向け講義等でも地域商社の課題解決への支援を行っているところである。本事業は、本年度も同様に実施しており、

一歩進んだ視点からの横展開を実施している。

他方「少人数講義」においては、開業前、開業後1～2年の地域商社経営者をターゲットとするとともに、講師との綿密なコミュニケーションを重視し、定員30人で実施している。講義内容についても「商品開発とブランディング」「販路開拓」

田んぼアートと城跡整備、

農産品販売で満足度向上

―協議会設置し、課題解決に取り組み―



八郎潟町地域振興協議会
地域おこし実行委員会会長

● 齊藤 志郎

本事業に至った経緯

八郎潟町は、秋田市から北へ約35^キロに位置し、全長約6キロの県内で最も狭い町、かつ最も人口密度が高い町です。町内は、商業地区の一日市エリア、豊かな田園地である面潟エリアに分かれています。

この面潟エリアの観光資源に、関東の豪族「三浦一族」の居城跡「浦城」、田園地帯の一画に描かれた「田んぼアート」があります。

戦国時代の山城・浦城は、その跡地を磨いて観光客呼び込む活動をしているNPO法人浦城の歴史を伝える会が管理・整備を行い、田んぼアートは八郎潟町地域振興協議会が毎年田植えや稲刈りを行っています。

す。それぞれが地域住民を中心とした団体で、地域の更なる魅力向上のために活動をしています。各団体の地道な努力のおかげか、メディアに登場する機会も増え、観光客は年々増加しています。

そうした中で、田んぼアートの見学に訪れる観光客への「おもてなし」体制が整っていないという課題が出てきました。せっかく田んぼアートを見に来て、周りにお土産処や食事をする場所がないために、来訪客の満足度は低く、地域経済にも貢献度が低い状況でした。

このことを指摘する声もあったのですが、田んぼアートの展望台は公有地である塞ノ神農村公園の一角にあることから、この地に物販施設を

設置するのは困難と考えられてきました。

それが今回、行政からの情報で「がんばる地域応援事業」を知り、これを機に今までの課題解決に真剣に取り組もうという気運が生まれ、八郎潟町地域振興協議会、NPO法人浦城の歴史を伝える会、NPO法人HachiLAB、そして地元の浦大町町内会が立ちあがって行政との協議が始まり、実現にたどり着きました。

実施団体の概要

中心となった団体は八郎潟町地域振興協議会で、地域住民の手作りによる田んぼアートで町内外の方々と交流したいという目的のもと、平成

27年7月に設立されました。これに加え、戦国時代にこの地域を治めた三浦一族の城「浦城」の歴史と文化を後世に正しく伝承し、浦城周辺の自然を保全管理し、町おこしに寄与することを目的に平成19年に設立されたNPO法人浦城の歴史をつたえる会、八郎潟町の高齢者を中心とする弱者に寄り添い、併せて地域経済の活性化に寄与するべく平成29年に設立されたNPO法人HachiLAB、そして、地元で展開されている田んぼアートと浦城跡の保全管理に一丸となって協力している浦大町町内会の3団体が参加する協議会をつくり、連携してこれにあたることになりました。

直売所を設置し、 農産品や弁当販売

塞ノ神農村公園内、田んぼアート展望台の近くに4坪のレンタルハウスを設置し、主に田んぼアートに訪れる町外からのお客様に対して、浦大町の産直農家の農産品やNPO法人HachiLABで製造している弁当の販売を行いました。

直売所近くの涼しげな紅葉林には天然木を利用したくつろぐためのテンプル・椅子を制作・設置し、周囲の自然にあった雰囲気を出しました。



展望台から見える田んぼアート（2021年）



塞ノ神公園内に設置した特産品販売所



整備後の「浦城」本丸の柵

直売所の営業日は、地場産品が最盛期を迎え、田んぼアートがその全容を現し始める7月3日から稲刈りの9月20日までの期間中の土日祝日、営業時間は10時から16時までとしました。

浦城の本丸を整備

当町の主たる集客装置である浦城跡地の本丸整備を行い、訪れる方々に「浦城」のイメージをしやすくするための資料に基づく鳥瞰図や城主のイメージ図を看板にして資料館脇に設置しました。

本丸は、古い柵や雑草で荒れ気味でしたが、本支援を受けて雑木の伐採を行い、その木材を活用した新しい柵への取り換えを行いました。

本事業を行うにあたって、各団体が協力して取り組んだほか、さまざまな技術をもった一般市民のボランティアの協力も得ることができました。

事業の成果と今後展望

塞ノ神農村公園の直売所では、産直野菜が基本一袋100円で、飛ぶように売れ、全27回の販売で来訪客

数2万1539人（1日あたり798人）、販売額は39万5900円（1日あたり1万4663円）と大好評で、売り切れのため急ぎ畑に仕入れに行く日も多くありました。

販売にあたっては、同地域の住民、町民ボランティアが参加し、来訪客の方々と田んぼアートや野菜の話、八郎潟町の文化についてなど、楽しくおしゃべりする様子が多く見られました。

こうした地域文化の交流はこれからの新たな町の魅力につながり、交流人口拡大の大きなポイントとなる

と思われます。

今回は初めての実施ということで、来店客数、ニーズなど未知の要素が多い中、実験的な取り組みとなりましたが、想定をはるかに超える販売額と客数、来訪客の反応がありました。本事業に携わった関係者の多くが達成感を味わい、次のステップへと思いをしています。

こうしたことから、令和4年度は、協力農家の生産調整による安定した農産物の供給に加えて、土産品が少ない当町の土産品開発に参画しながら直売所での販売を計画し、経済の回復を図る昨今の世相に 대응することができるよう、当町の土産品を基調に地域経済の活性化と共に来訪客の満足度向上を進める計画です。

令和3年度の取り組み成果を受け、関係者の意気は盛んで次々に新たなアイデアが生まれています。会ではこれを一つずつクリアしながら、仲間の拡大と共に町民の知恵と行動で持続的な活動を推し進めていく所存です。

煩雑な行政手続きをDX化

—自治体と伴走して課題を解決—



合同会社 DMM.com 地方創生事業部 事業部長 片山 尊

地域課題を解決する
「DMM 地方創生」

合同会社 DMM.com は、2019 年より「DMM 地方創生」として地方創生事業に参入し、「事業創出企業として地域に貢献する持続可能な事業を生み出す」をミッションに、展開する50以上の事業を通じてこれまでに培ってきたノウハウ・専門人材・ネットワークを活用した事業企画を地域ごとの課題に応じて提供しています。

今回は伴走体制により、福岡県大川市の課題を解決した事例についてご紹介します。

大川市では業務および庁内手続きにおいてデジタル化に遅れをとっていた部分があり、職員をはじめ多くの方から課題があげられていました。これまで市民の方が市の情報を得る手段として、市のHP・市役所・関連機関の掲示板・市報がメインとなっており、特に市民の方への情報発信に課題を抱えていました。

また、他方では、役所窓口で手続きや相談に来る市民の方に長時間の待ち時間を強いることが頻発しており、職員の業務効率化や労働生産性向上による待ち時間短縮も大きな課題となっていました。新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、行

政システムのデジタル化への対応の遅れや対面を前提とする働き方の抜本的な見直しの必要がありました。

行政サービスと 行政内業務をDX化

段階的・多面的なデジタル実装とともにこれらの課題を解決していくことを目的として、大川市とともに官民連携のDX推進共同プロジェクト「デジタルトランスフォーメーション加速化事業」を開始いたしました。本プロジェクトでは『多様な幸せを実現できる大川市』を目指し、庁内業務のデジタル化・デジタルライゼーションに取り組みつつ、DXを通じて市民の方とより近いコミュニケーションをとれるような環境づくりに力を入れ、デジタル時代の市民サービス向上を目指しています。

特に昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、市民の方に向けた素早い情報発信、窓口の混雑解消および非接触・非対面対応のニーズが高まったことから、情報発信、行政手続きのオンライン化が急務となっていました。そこで、令和3年度は初年度として、広報DXを目的とした公式LINEアカウントの開設および開発・運用の開始、また『行かない・書かない役所』の実

現に向けた「Grafter スマート申請」の導入など、オンライン市役所の整備に取り組みました。

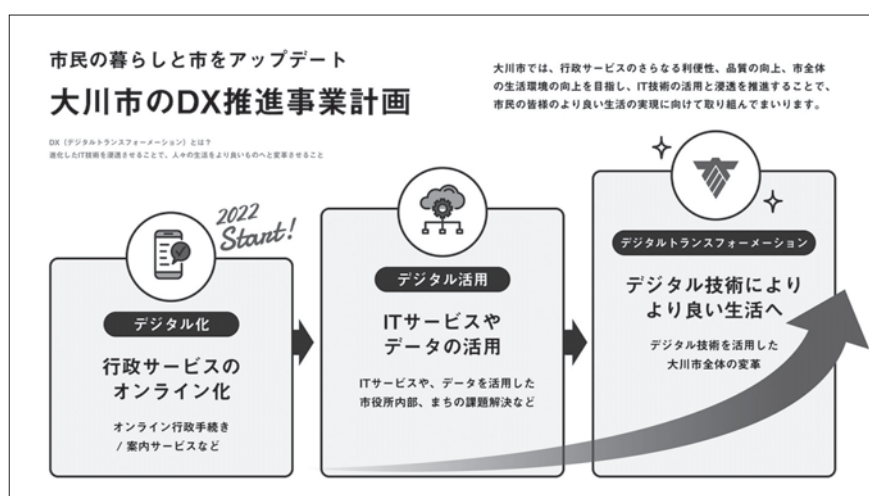
災害・防災、ワクチン情報 などLINEで素早く発信

広報DXを目的とした公式LINEアカウントの開設では、コミュニケーションアプリとして広く普及しているLINEを活用することで、災害・防災情報に加え、新型コロナウイルスワクチン接種に関する情報など、市民の方に向けた素早い情報発信が可能になり、必要な情報を必要な方のもとへ届けられるようになりました。また、アカウント開設と同時にLINE FUKUOKAが開発・運用をするGovetechプラットフォームを活用したLINEメニュー開発を行い、導入決定から3カ月という最短期間でのリリースを実現しました。

オンライン市役所の整備においては、行政手続きのうち特に役所窓口での処理件数が多く、手数料の決済が必要となる住民票の写し、印鑑登録証明書等の交付請求手続きにオンライン申請システム「Grafter スマート申請」を導入しました。これにより開庁時間に捉われることなく24時間どこからでも手続きが可能になり、窓口の混雑解消、職員の業務効



大川市 DX 加速化事業 メインビジュアル



大川市 DX 加速化事業 今後の計画



市担当者との打ち合わせの様子

本プロジェクトは令和3年度で完結せず、DX推進の切り口の幅を広げ、令和4年度以降も加速させていく方針です。今後は、市民が暮らしやすく、職員が働きやすい環境づくりのため、市役所内のキャッシュレス対応、相談窓口、子育て、職員の勤怠管理などのDX化にも取り組んでいく予定です。



LINE とオンライン申請導入時の告知ポスター

率化および市民の利便性向上につながっています。
結果として最適なソリューションを最短期間で運用開始できたのは、市との伴走体制による

り、行政機関と民間の垣根を超えてひとつのプロジェクトに取り組んだことで互いの強みを活かせることが大きかったと考えています。
大川市の担当者からは「公式LINEアカウント開設後は、特に市民からのニーズが高い情報に絞ってLINE上からアクセスできるようにしたことで、欲しい情報にすぐにアクセスできるようになった。『定

職員が働きやすい環境実現に向けて

額小為替や返信用封筒の準備が不要になった』『家にいながらいつでも手続きできるようになった』など市民の方に好評いただいている。また、本人確認書類の不備もなくなり、職員の業務効率改善にもつながっている」といった成果の声が挙がっています。

静岡・地域の生産性向上プロジェクト — ネットワークで社会課題の解決を図る —



公益財団法人日本生産性本部
顧客価値創造センター 研究員

● 齋藤 亮

インクルージョン推進へ 多様なアクター結集

日本生産性本部は、2022年4月に「地域の生産性向上プロジェクト」を静岡県中部地域で発足させました。これは地域の多様なアクター（企業、団体、行政や大学など）を結集して、ネットワークで社会課題の解決を図るもので、全国的にもユニークな取り組みです。

我が国では少子・高齢化や人口減少、労働力不足、後継者問題、そして最近では新型コロナウイルスへの対応など、複雑性の高い課題が山積しています。このような課題は、個別の企業や団体では解決が困難であり、また、国や自治体も単体では解決が難しいものです。

そこで、近年、こうした課題を地域の多様なアクター間のネットワークで解決する考え方が注目されています。しかし、国内外での実践事例

はまだまだ少なく、社会課題の解決も思うように進んでいません。

静岡県中部地域は、サービス産業を中心に産業のすそ野が広く、多層の産業構造を有していますが、東京をはじめとする大都市への人口流出は止まらず、慢性的な人口の社会減が大きな課題となっています。特に進学や就職を機とする若い女性の流出が目立っており、背景には地域におけるロールモデル不足や活躍する姿をイメージしづらいことが挙げられます。一方で、外国人住民の数が急増しており、女性や外国人をはじめとした多様な人材の包摂＝インクルージョンの推進が不可欠となっています。

そこで、まず、静岡県中部地域で多様なアクターを結集し、「インクルージョン」の課題解決を図ることにしました。

地域目標設定ワークショップ キックオフに30人が参加

本プロジェクトには、地元企業（静岡ガス・静岡新聞社等）、在京企業の支店（東京海上日動火災保険・野村證券等）、地域金融機関（静岡銀行）、各種団体（静岡商工会議所・連合静岡等）、行政（静岡市）、大学（静岡県立大学）などの主要なアクターが参画しています。

キックオフとなるワークショップでは企業の若手中堅層・各種商工団体職員・静岡市役所関係各課職員・市内の大学生など、約30人が参加しました。午前には龍谷大学の白石克孝教授と静岡県立大学の国保祥子准教授から、それぞれ地域経営とインクルージョンに関する講義を行い、午後はグループに分かれて地域としての目標とその達成に向けた手段について議論しました。

ルージョンを達成した状態を想定し、「どんな静岡であれば住み続けたいか」を議論のテーマに設定しました。付せんに次々と意見が書き出され、女性活躍や多文化共生から地域の身近な課題まで、多様で幅広い意見が飛び交いました。

その後、地域の目標を達成するための手段について議論しました。人的資源に限りがあるという意見を基にした「地域の企業間で多様な人材を共有するプラットフォームの構築」や、地域でのロールモデルを見つけることに課題を感じているという民間企業の若手女性社員の意見を基にした「20代女性社員のリアルな声が聴ける学生向け産学共同サロンの開催」などが提案されました。

課題解決のサードプレイスに

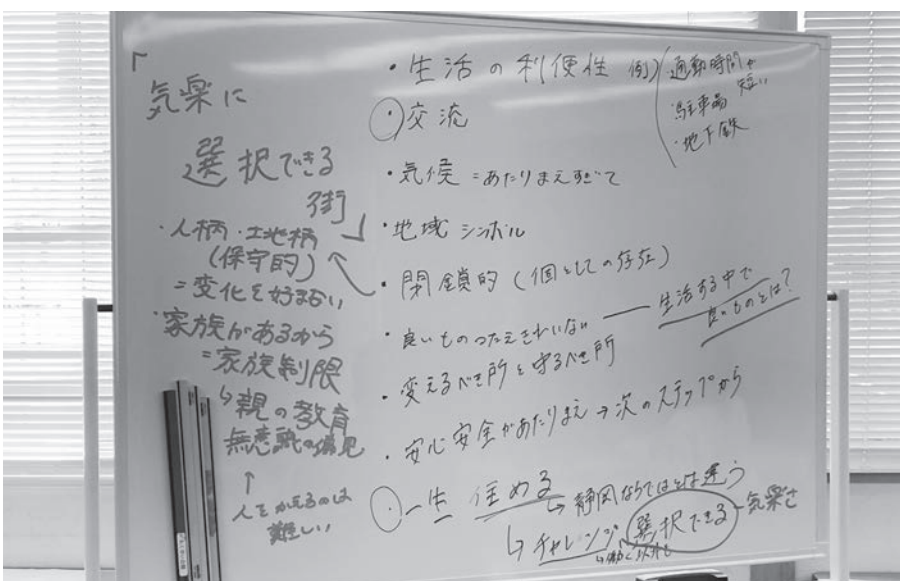
地域に対する価値観や課題意識は、所属する組織や年代・性別等によって違いがありました。だからこそ、自らが働き、暮らす地域の抱える共通の課題について、所属する組織にとらわれない、多様で幅広い意見交換ができたと言えます。白石教授からは、地域の課題を解決するためには家庭でも職場でもない「サードプレイス」が重要である、との指摘がありました。今回のワークショップ



アイデア出しの様子。大学生もファシリテーターを務めた



白石教授と国保准教授も参加したグループワーク



「どんな静岡だったらずっと住みたいか」を検討したホワイトボード

ツプはまさにサードプレイスになったと考えています。

参加者からも「仕事で知る姿とは違って新たな静岡の魅力を発見できた」（東京の企業の支店従業員）、「幅広い市民の意見を聞けて政策づくりの参考になった」（市職員）など、ネットワークで取り組むことに前向きな意見がありました。また、就職活動を控えた大学生からは「地域の企

業とフラットに交流できて有意義だった」との声が寄せられ、今後地域でキャリアを形成していくイメージをつかみきっかけになったようです。

なお、ワークショップの様子や各グループが設定した地域の目標は地方創生カレッジ上の特設ページに動画や写真と併せて掲載しています。

今後の取り組み

本プロジェクトは継続的な取り組みとして、約1年間をかけて地域単位と企業を中心としたアクター単位での目標設定などに取り組む予定です。

少子・高齢化や外国人住民の増加などが進む我が国では、静岡だけでなく、あらゆる地域でインクルージョンの必要性が高まっています。また、本プロジェクトのように、多様

なアクターが結集して取り組む課題解決は、多くの社会課題に対して有効なアプローチだと考えます。

今後、当本部では、地域や各アクターの目標設定に留まらず、静岡地域のインクルージョンに係る具体的な課題の解決も目指していきます。プロジェクトの経過は地方創生カレッジ上の特設ページにて随時発信して参りますので是非ご覧ください。

CSVでスモールビジネスの群れ創造 ―「たなべ未来創造塾」から地域課題解決へ―



田辺市たなべ営業室 係長

● 鍋屋 安則

和歌山県田辺市は人口約7万人、県下第二の都市、交通や商業の要衝として栄えてきた。また、世界文化遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」、世界農業遺産「みなべ・田辺の梅システム」という二つの世界遺産を有するなど、自然と歴史が豊かな地方都市である。

しかし、全国平均を上回るスピードで人口減少が進み、空き家や空き店舗の増加、地域の担い手不足など地域の産業や日常生活に多くの課題を引き起こしている。

「たなべ営業室」設置と「カッコいい大人」の育成

田辺市では、持続可能な地方創生に取り組むため、2014年4月に「たなべ営業室」を創設、地域づくり・地域経済の専門家として富山県内で数々の実績を挙げていた現・熊本大学熊本創生推進機構（当時・富山大学地域連携推進機構）の金岡省吾教

授に協力を要請し、新たな戦略をたてることとなり、地域づくりの変遷や全国の事例、マーケティングなど幅広い知識を学んだ。

これまでの地域づくりは、全国総合開発計画からわかるように道路建設、企業誘致、港湾整備、大規模土地開発など、人口増加を前提とした施策が展開されてきた。

しかし、人口減少社会を迎え、国ではすでに国土形成計画や地方創生といった施策に大きく転換している。こうした時流の中、特に重要なのは、経営学者マイケル・ポーターが提唱した「CSV（共通価値の創造）」という考え方だ。新しい資本主義と言われることもあるが、民間企業が自ら地域課題を探し出し、それを解決しながら、企業利益に結び付け、地域と企業がwin・winの関係構築することで、共通価値を見出すもので、こうした企業行動を広めていくことにより、地域経済

が循環し、最終的には人口減少に歯止めをかけることができると理解している。

そのため、田辺市の地方創生には、地域の中から地域課題を解決する新しい仕事を創出し、地域で輝き、稼ぐ「カッコいい大人」を生み出す内発型の人材育成を中心に据えることが必要だと考えたのである。

地域を救う！ 「たなべ未来創造塾」

「カッコいい大人」を生み出すためには、化学反応を誘発するオープンイノベーションの場が必要だ。そのため、2016年に「たなべ未来創造塾」を立ち上げた。同塾の創設以降、5期58人の修了生のうち70・7%がプランを実行し、その中から、2018年間伐・間伐材コンクールで特別賞を受賞したり、2021年デイスカバー農山漁村の宝で優良事例に選出、ミシラン和歌山に掲載



たなべ未来創造塾講義の様子

され、グリーンスターを獲得したり、2019年プレミア和歌山で最優秀賞、農林水産省イナカムビジネスコンテストで優秀賞を受賞したりといった事例が相次いでいる。

また、自主的にOB会が組織され、期を超えたコラボも数多く生まれているが、動く仕組みとなっている背景として、大きく三つのポイントを挙げることができる。

(1) 産学官金が一体となった支援体制
市長をトップとした庁内横断的組織、「たなべ営業室」を設置し、金岡教授を中心とする大学の全面的な

サポートを得るとともに、ビジネスにつなげるためには資金調達や目利きの役割が重要であることから、日本政策金融公庫とは、「経営者育成に係る連携協力に関する協定書」を締結。カリキュラム作成や塾生選抜、塾生の個別相談など強力なタッグを組んでいる。

(2) 自ら考え行動できる人材の確保

KPI（重要行政評価指標）として、塾生の50%以上を行動させると設定した。この高い目標を達成するため、20〜40代の意欲的な若手事業者・幹部候補生の中から、誰と誰が

つながればどんなビジネスが生まれるかバリエーションの仮説を立てながら、異業種の人材をリストアップし、一人一人口説いていった。今では、たなべ未来創造塾の認知が広がり、自ら手を挙げてくるケースが多くなっている。

(3) CSVを段階的に理解する

実践的カリキュラム

地域課題をビジネスチャンスと捉え、自らが解決できる課題を探し出す独自のカリキュラムが必要だ。講師は、市外の専門家や実践者に加え、「たなべ未来創造塾」修了生も登壇

させることで、身近な事例、地域課題を学びつつ、PBL（課題解決型学習）の手法を用いながら、対話を通じて自分ごととして考えていく訓練を行い、演習を経て、修了式でビジネスプランを発表するという約半年、全14回の講義で構成している。

「未来塾」を核とした 地方創生へ

塾修了生たちの活躍を目の当たりにし、修了生たちと地方に関わりたい都市住民との関係人口を創出すること、さらに新たなイノベーションを生み出そうと、「たなべコトアカ

デミー」「熊野リボーンプロジェクト」「こところば」など、都市圏での関係人口養成講座にも着手、たなべ未来創造塾修了生がゲストスピーカーとして登壇し、フィールドワークを受け入れるオープンイノベーションの仕組みで、これまで約120人の修了生を出している。

また、熊本県八代市、天草市、玉名市、阿蘇地域、富山県南砺市で姉妹塾が立ち上がり、地域内でも裾野を広げようと「たなべプチ起業塾」を創設し、2期を終えた。

なお、姉妹塾や「たなべプチ起業塾」にもたなべ未来創造塾修了生がゲストスピーカーとして登壇している。

「たなべ未来創造塾」を核とした田辺市の地方創生は、2021年シティブロモーションアワードで金賞並びに特別賞（人材育成賞）を受賞するなど、全国から注目されるようになった。

一つ一つは小さいかもしれない。しかし、CSVの考え方を共有し、地域事業者が自ら考え行動することで、それぞれが輝きだし、群れとなる。

田辺市では、ローカルイノベーションが新しい資本主義で、地域を動かし始めている。



塾生のプランによる事例。theCUE- シェアハウス&ゲストハウス&カフェバー



塾生のプランによる事例。紀州南高梅ひつまぶし



「たなべ未来創造塾」と関係人口講座「たなべコトアカデミー」の交流会

地域活性化センターは、地域づくりに取り組む団体のうち、地域づくりは人づくりからというセンターの理念に共鳴する団体と連携協定を締結し、相互の職員交流や、センター職員のインターン派遣、共同事業等を実施しています。これにより、人材育成のノウハウを共有し、相互の発展と地域社会への一層の貢献を目指します。連載7回目の今回はNPO法人ETIC.と武蔵野美術大学です。

(企画・人材育成グループ)

● NPO法人ETIC.

「企業×地域共創ラボ」で効果的な新事業開発を



NPO法人ETIC.
企業×地域共創ラボ責任者

● 松本 未生

企業と地域の協働は
本音で話せる関係づくりから

NPO法人ETIC.は、2016年度に発足したローカルベンチャー協議会の事務局として、地方での起業支援や自治体と民間事業者との連携促進を行ってきました。当初5年間の成果を踏まえ、昨年度からは都市部企業と地方（自治体および地域側の事業者）との協働を一段と推進することに注力しています。

その理由としては、地域の課題解決に企業の力を生かしたい自治体側の需要に加え、地方創生を自らの死活問題と捉えて地方と共同で新規事

業開発に取り組もうとする企業が着実に増えていることが挙げられます。

一例を紹介すると、オープンシティを掲げる岩手県釜石市は、総務省の地域活性化起業人制度を活用してLIFULL、江崎グリコ、ソフトバンクから出向人材を受け入れ、彼らと共に空き家活用や商品開発、行政DX化などに取り組んでいます。

しかし、こうした協働は思い立ってすぐ実行できるものではありません。企業と地域、まず双方のキーパーソン同士が出逢って信頼を築き、その上で事業仮説を描いて検証し……という長いプロセスを要します。それも通常は一对一で個別に進めなければ



石川県七尾市でのフィールドワークの様子

ばなりません。

そうした出会いと関係づくり・事業仮説検証を、志を同じくする複数の参加者が集うことで効率的に実現する場として誕生したのが「企業×地域共創ラボ」です。半年間のトライアルを経て2022年度から本格運用を開始しており、竹中工務店や日本郵政、セイノーホールディングスなど10社、およびローカルベンチャー協議会参加自治体を中心に10地域が会員となっています。

フィールドワーク、定例会など
接点づくりの機会が充実

地方での新規事業開発は、地域の生活者視点でのテーマ設定や現場での実証が欠かせません。本ラボでは年4回の「公式」フィールドワークで会員自治体を中心に地方の現場を



宮崎県日南市でのフィールドワークの様子

訪問するほか、サーキュラーエコノミーや女性の雇用創出といったテーマごとの「自主的」フィールドワークも実施されます。

さらに、会員企業による月次定例会は、プライベートな話題も含めて意見交換しながら関係を構築する場として活用できます。ここからは既に、子育て世代や出張が多い企業人でも地域で働きやすい社会の仕組みを考える、といった部活動的な動きも生まれています。

このようにしてさまざまな関係性を育みながら、地域側・企業側双方にとって中長期的なインパクトのある事業創出を目指すのが「企業×地域共創ラボ」です。会員企業・自治体は随時募集していますので、本ラボに関心のある方はお気軽にお問い合わせください。

地域価値デザインラボの設立と来るべき未来



武蔵野美術大学教授・
ソーシヤルクリエイティブ研究所所長

● 若杉 浩一

実施してきました。

価値観と活動の変換へ

地域活性化センターと武蔵野美術大学は2020年7月に、教育・研究、ひとつづくり、まちづくり等の分野において連携協力し、文化の創造発展および地域振興の推進に寄与することを旨とし、協定を結び、「地域価値デザインラボ」を共同で設立しました。ラボの母体となるソーシヤルクリエイティブ研究所は、激しい環境の変化や未来が予測しづらい現代が抱える課題を、企業、地域、行政、教育の壁を越え、領域横断的に取り組み、ビジョンとプロトタイプを研究・提案するために開設しました。

これまで、当大学が地域とデザイン、デザインの役割などに関するセミナーをセンターの皆さん対象に開催したり、デザイン演習（創造的思考の演習）として開発した「フォト・オブザベーション」（写真を撮るという表現を使って対話する）を実施したりしてきました。

また、その演習は「にかほ市」の職員研修として3回行うなど、地域創生の新しい人材育成、産業創造の手段としても地域、自治体と連携し

我が国は、経済発展を軸として人材育成や産業育成を推進してきました。それはひとえに、経済的發展が豊かな未来を創るはずだという考えが基本にあったからです。しかし、その行為は私たちの暮らしを、より便利で、安価で、安全にしたものの、消費を推進し、格差を生み出し、環境破壊や、地域、経済格差を推し進めることにつながりました。

つまり、自然資源を使い、経済発展し続けることの限界や未来が世界中で見え始めたのです。そして、SDGsをはじめとして、さまざまな新しい活動や指針が世界レベルで推進され、今までの私たちの欲望から生まれる未来像の方向転換を余儀なくされる時代になったのです。文部科学省も、大きく教育の方針を変え、知識・スキル・キャリア型の問題解決力の教育から、「創造的思考」、つまり問題を発見し、探求する力を育成する「STEAM教育

育」への転換を図っています。

この転換は、私たちが「意識変革の時代」入っていることを意味します。つまり自分たちの価値観や活動変換をしないとイケない時代になってきたのです。デザインには、色や形を美しくして売れるものを作るという側面がありますが、本来の意味は、「コトや、魅力の本質を可視化して翻訳すること」であり、常に機能的、合理的に動いていく産業や社会へのアンチテーゼでした。しかし、近年はもっぱら物を売るという経済活動の、消費の欲望をおおる役割に甘んじてしまっていると思います。

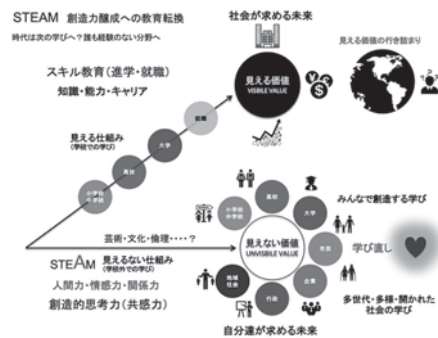
地域にこそデザインが必要

僕は地域こそデザインが必要だと思っています。デザインは地域の人々のくらしや、営みや、豊かな自然の中にある豊かさを翻訳することが出来るからです。都市部には、便利なのは沢山ありますが、生活のための資源があるのは地域です。私たちは長い間の経済発展信仰の中で、地域の豊かな宝物を見失ってしまいましたが、地域にはまだまだ豊かな宝物が存在します。その宝物を価値に変えるのは私たち自身なのです。

コロナ禍で、私たちは、初めて働く場の自由を経験しました。循環する社会の始まりは地域です。たくさん地域で、コンパクトで、豊かな



流動する人口を受け入れるための学び



今までの教育と STEAM 教育の違い

くらしを創造し、つながり合う形が未来の姿だと思っています。武蔵野美術大学と地域活性化センターの連携はそのような、創造的な社会を共に創っていく関係性を意味しています。

ますます、沢山の試みや、活動を通じて、未来のプロトタイピングを実施していきたいと思っています。



卒塾は第二の 公務員人生のスタート

～最終プレゼンを生かし商店街活性化に全力～

紫波町産業部商工観光課 商工観光係長 ● 須川 翔太

平成27年度に地域リーダー養成塾を受講しました。岩手から月1回、2泊3日の東京通い。主任講師を務められていた当時日本大学の沼尾波子先生（現東洋大学）のゼミに所属し、沼尾先生の厳しくも温かいご指導のもと、とても充実した1年間を過ごしました。沼尾先生をはじめ地域活性化センターの皆様には改めて感謝申し上げます。

当時の私は、地方創生の成功事例として取り上げられることが多いオガールプロジェクト（紫波中央駅前都市整備事業）の活気を他の地域にも波及させ、町内全域で活気あるまちづくりを展開していきたいという思いがあり、そのためにもまずは商店街の活性化が必要だと考え、研究テーマに掲げました。そして、さまざまな調査結果から町に若い人材を呼び込み新しい事業を仕掛けていく必要性を感じ、地域おこし協力隊の導入とリノベーションまちづくりの推進を提案するレポートをまとめました。

気合いを入れて臨んだ最終報告会。当時塾長だった大森彌先生（東京大学名誉教授）と沼尾先生に対しご自身のプレゼンを行った結果は惨たんたるものでした。大森先生「あなたの提案は至難中の至難。あなたが頑張ったくらいでこの商店街が復活するとは僕には考えられない。もう冒険そのもの。成功の可能性が低いことを頑張るのはどうかと思う。まあ体に気を付けて頑張つて」。沼尾先生「実現にはとにかく時間がかかる。須川さんの子ども（当時4歳）が大人になるときくらいにありつてなるかも、くらい時間かかると思いなさい」。見事なまでの撃沈です。もう笑うしかない。

しかし、プレゼンを終えたばかりで気持ちが高ぶっていた私はなぜかその状況を変に解釈しており、「大森先

生に頑張れって言われた！沼尾先生にも応援してもらえたぞ！」と意味不明なポジティブ変換をかまし、意気揚々とリーダー塾を卒業したのでした。

やると宣言したからにはすぐに実践。地域お

こし協力隊の採用や大学生の実践型インターンシップを始めました。熱量を持った若い外部の人材と、同じく熱量を持った地域の内部の人材が力を合わせればきつとまちは変わっていくはず。そのように考え、さまざまな方々と連携しながら若者の想いを形にするためのサポートを行ってきました。

その結果、商店街に空き家をリノベーションしたカフェ兼 coworkingスペースであるYOKOSAWA CAMPUUSが誕生。若者のチャレンジを応援する拠点施設となり、さまざまな立場の若者が行き交っています。

リーダー塾の最終報告会での意味不明なポジティブ変換という奇跡的な出来事はあったものの、あの時のプレゼンが自分の人生の決意表明になったことは紛れもない事実です。リーダー塾の卒塾は終わりではなくむしろスタートだと思います。当時の記憶をよみがえらせてくれた今回のエッセー執筆の機会に感謝を申し上げ、また今日から気を引き締めて頑張っていきたいと思っています。



活動中の写真

地域プロモーションアワード2022募集要項

共通事項

地域の魅力を独自のセンスで発信している優れたパンフレット・プロモーション動画を募集・表彰し、全国に紹介するため、地域プロモーションアワード2022を開催します。

★応募条件

1. 受賞後に当センターによるホームページ掲載・各種メディアへの紹介が可能であること
2. 大賞を受賞した場合に、都内で開催する表彰式(令和5年1月頃)で発表が可能であること
※旅費は当センターで負担。新型コロナウイルスの感染状況によってはオンラインでの登壇に変更します
※受賞団体には11月中旬頃に受賞決定の連絡をします
3. 著作権・肖像権などが第三者に帰属する場合、権利者から事前の使用許諾・承認を得ていること
※応募作品に対し、第三者からの権利侵害・損害賠償などの苦情・異議申し立てがあった場合、当センターは一切責任を負わず、応募自治体が費用負担等を含め、全て対処するものとします

★審査日程

9月中旬～10月上旬 1次審査、2次審査
10月 最終審査
11月中旬 メディア発表
1月下旬 表彰式、表彰状授与
(大賞団体によるプレゼン等)

★受賞特典

- ・メディアにリリースを配布
- ・月刊「地域づくり」のカラーページで特集
- ・受賞作品を当センターホームページ・Facebook・YouTubeで紹介

★各賞

大賞・優秀賞・各審査委員賞

パンフレット大賞

★応募条件

1. 自治体が制作したパンフレットであること(民間事業者等へ委託した作品も含む)
※応募作品数は、市区町村1点、都道府県1点とします

★審査委員

○審査委員長
南 伸坊 氏(イラストレーター)

○審査委員

楓 千里 氏(國學院大學観光まちづくり学部 教授)
バックン 氏(お笑いコンビ パックンマックン)
マックン 氏(お笑いコンビ パックンマックン)
川住 昌光(一般財団法人地域活性化センター 常務理事)

動画大賞

★応募条件

1. 自治体が制作、もしくは推薦する地域プロモーション動画で、応募時点でWEB上に公開していること
(民間事業者等へ委託した作品、市民団体等が独自に制作した作品も含む)
※応募作品数は、市区町村1点、都道府県1点とします
2. 審査対象は3分以内の作品。3分を超える作品は、開始0秒～3分を審査対象とします

★審査委員

○審査委員長
箭内 道彦 氏(クリエイティブディレクター)

○審査委員

秋吉 久美子 氏(女優)
木川 剛志 氏(和歌山大学観光学部 教授)
松原 亨 氏((株)マガジンハウス コロカル編集部 編集長)
谷中 修吾 氏(一般社団法人INSPIRE 代表理事/BBT大学 教授)
川住 昌光(一般財団法人地域活性化センター 常務理事)

応募方法

★募集期間 7月1日(金)～8月31日(水)
ホームページ申込フォームから提出

地域プロモーションアワード 検索

※応募は自治体からのみとします。



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

SDGsを活かす地域づくり

あるべき姿とコーディネーターの役割



白井信雄／大和田順子／奥山睦 編著
晃洋書房（2022年4月10日発行）
定価：2,000円＋税

「地域づくりの現場からみると、SDGsと一緒にやりましょうと言われても、素直に受け入れきれずに“もやもや”する、そんな人が多いのではないだろうか」と編著者の白井信雄氏は述べている。“もやもや”の中身は人によって異なるのだが、それを念頭に置いて、SDGsを地域づくりの道具として役立てるための方策を検討した成果が本書である。

SDGsは「誰一人取り残さない」ことをうたっている。これについて本書は、「できる主体だけが取り組んで成果をあげるのは容易だが、それに取り残される主体がいる。取り残される主体とは、農山漁村であり、中小企業である」「農山漁村や中小企業がSDGsを上手く使えば、それらの膠着を打開する、新たなプロジェクト・プログラムが創出できる可能性がある」と強調している。

序章「持続可能な発展を深く考え、地域から転換を起こす」に続いて10の章を置き、終章「SDGsを活かすコーディネーターの在り方、そしてもっと未来のこと」で締めくくる。

理論的な解説が中心の章と事例紹介にもページを割いた章があり、事例には宮崎県諸塚村・椎葉村（第2章「農山村におけるSDGsの活かし方」）、北九州市の魚町商店街（第3章「SDGs商店街をコーディネートする」）、山梨県小菅村（第7章「SDGsを目指す地域づくりに伴走する」）、福島県浜通り地域（第10章「SDGsプロジェクトのマネジメントとNPOの役割」）などでの取り組みが登場する。

第2章では、まず農林水産省によるSDGsの捉え方を紹介している。続いて、「実際にSDGsについて農業や農村はどのように取り組んでいるのか、あるいは取り組んでいけばいいのか、その手掛かりを得るために」、国内11カ所の世界農業遺産認定地域におけるSDGsへの取り組みに関する調査結果を検討。17の目標のうち、「持続可能な農業」（目標2）や「陸の生態系」（目標15）に取り組む認定地域が多いのは当然として、それ以外にも「持続可能な水管理」（目標6）や「持続可能な生産消費」（目標8）、「質の高い教育」（目標4）などにも比較的多くの地域が取り組んでいることが分かる。

具体的な事例としては、宮崎県の高千穂郷・椎葉山地域（2015年認定）について、諸塚村の林業関係の取り組みや椎葉村での焼き畑の継承を、宮城県大崎地域（2017年認定）については農業生物多様性や伝統的な水管理の取り組みなどを紹介している。

第10章では、「（NPOの）活動分野は多岐にわたる。SDGsの17のゴールに対応するNPO法人は多く存在し、NPOはもともSDGs達成の重要な担い手の1つである」とした上で、原子力発電所事故の影響を受けた農地の再生を目指す「ふくしまオーガニックコットンプロジェクト」の取り組みを詳しく紹介している。

本書は、編著者の3人とそれ以外の6人の計9人による共同執筆。大学の研究者のほか、NPO代表や企業経営者も名を連ねる。事例紹介に多くの紙幅を割いた章も、理論的な考察・解説を織り交ぜたスタイルになっているのは、本書が学会の研究部会で検討をベースにしているためだろう。

（編集室）



雄略岩(串本町)



植魚の滝(古座川町)



あらさ島(有田川町)



生石高原(紀美野町、有田川町)



白崎海岸(田辺町)



大新原(田辺市)



「蘇りの地、わかやま」キャンペーン

和歌山県は海・山・川などの大自然に恵まれ、開放的な気持ちになれるスポットが盛りだくさん。
和歌山でひとときの息抜きを楽しむことができる特別企画をご用意しました。

和歌山



和み、和らく。
和歌山から
はじまる旅。

和歌山県の観光に関するお問い合わせ 和歌山県観光情報 検索
和歌山県観光振興課 TEL.073-441-2775 FAX. 073-432-8313
和歌山県観光連盟 TEL.073-422-4631 FAX. 073-432-8313





奈良県広陵町長 山村 吉由

みなさんと共にいい町づくり ～be Happy 未来につながるまち 広陵～

奈良県広陵町は、面積16・30平方キロ、人口約3万5000人のコンパクトな町です。大阪中心部への交通アクセスの良さに加え、住環境に恵まれている一方、自然を生かした大規模な都市公園や田園風景が広がる「ほどよく都会、ほどよく田舎」を体現した町となっています。

また、全国一の生産を誇る靴下産業（年間約2000万足）といった製造業、米作やイチゴ・ナスなどの農業が盛んであるほか、国の特別史跡に指定されている全長200m超の巢山古墳、竹取物語の舞台とされている讃岐神社、鎌倉時代創建で国の重要文化財に指定されている百済寺など歴史ロマンあふれるまちとしてバランスよく発展してきました。

一方で、少子高齢化や住民ニーズの高度化、多様化により、行政サービスだけでは解決できない課題が山積しています。そのため、自由に議論ができるよう「対話を重視すること」「コミュニティを大事にすること」「あたかな政策を基本にすること」を町政の基本姿勢としてきました。その集大成として、令和3年6月に「広陵町自治基本条例」を施行しました。「参画と協働」を基本理念に町民、町議会、行政がそれぞれの権利や役割、責務を果たしながら連携してまちづくりに取り組んでいく際の基本ルールとして、SDGsの推進も踏まえ、持続可能なまちづくりを町全体で熟議していくこととしています。

そのような中で、広陵町では地域担当職員制度を導入し、地域のパイプ役、サポート役となって地域と職員とが連携、協力し合いながら地域課題の解決に向け取り組んでいます。令和4年度は、地域担当職員が地域からヒアリングを行い、地域の課題を洗い出す地域の診断書「コミュニティカルテ」を取りまとめ、それぞれの地域同士が話し合う機会を創出します。

また、令和4年度から今後12年間の長期ビジョンを掲

げた「第5次広陵町総合計画」を策定しました。目指す将来像は「be Happy ～未来につながるまち 広陵～」。

広陵町に住み、幸せであると感じていただきたい、お互いに助け合い、支え合うことで、幸せの輪を広げていこう、という思いを言葉に込めました。

広陵町は、大都市に近い故に人口減少はしていませんが、大学進学や就職を機に、都市部へ若年層が流出している現状です。しかし、結婚や子育てのときには「広陵町へ戻りたい」「広陵町で子育てをしたい」と思えるよう、町内の子どもたちに対して愛町の醸成を育むとともに、住み続けられるための雇用の確保、地場産業の育成などを推進しています。

一つ目は産業振興です。冒頭に紹介した靴下産業は、安価な海外製品に押され、斜陽産業と位置づけられていました。しかし、近畿経済産業局との連携により「広陵くつした」としてブランド化し、ものづくりの最先端をゆく高付加価値製品は、国内外の販路開拓を目指して町内企業の支援を進めています。また、農業分野においても付加価値の高いイチゴ作りについて、「ストロベリータウン広陵」として地域ブランド化を進めています。

二つ目は、まちの将来を担う子どもたちの教育です。小学3年生を対象として、地域の方々が指導者となる「広陵放課後塾」の実施、タブレットに慣れない教職員に代わり専門的指導を行うICT指導員の設置、また、特別支援を必要とする児童・生徒に対して学習支援員の加配を行うなど、誰ひとり取り残すことなく、この町で学んでよかったと思える教育を目指しています。

「人は石垣、人は城、人は堀」これは戦国武将武田信玄の言葉です。広陵町を支えるのも人です。住民だけでなく、事業者、観光客等、広陵町に関係する多くの人が町に関心を持ち、人と人とのつながりが広がっていくまちづくりを進めていきたいと考えています。

桐生市は群馬県の東部に位置し、2本の清流と屏風状に連なる山々に囲まれ、古くから織物の町として発展してきました。

江戸時代には「西の西陣、東の桐生」ともうたわれ、今でも市内にはノコギリ屋根の工場など、織物産業に係わるさまざまな歴史的建造物が残っています。文化庁から認定を受けた日本遺産「かかあ天下一ぐんまの絹物語」については、群馬県内の構成文化財13件のうち半数にあたる6件が桐生市の文化財となっています。

夏には一大イベントである桐生八木節まつりが開催され、県内外から多くの観光客が訪れ、市内が熱気と興奮に包まれます。

また「ソースカツ丼」や「ひもかわ」など桐生ならではのグルメも大きな魅力です。

民間企業による調査「いい部屋ネット 街の幸福度&住み続けたい街ランキング2021（北関東版）」では住み続けたい街1位に選ばれています。



■ 桐生八木節まつり

伝統ある桐生祇園祭と郷土芸能の八木節を中心とした夏の一大イベント。桐生が熱気と興奮に包まれる



■ 桐生新町重要伝統的建造物群保存地区

織物に関する歴史的建造物が多く残る地区は、国の「重要伝統的建造物群保存地区」に選定されている



■ カリビアンビーチ

清掃センターの余熱を利用したサステナブルな全天候型室内温水プール。夜にはボードを楽しめる大波も



■ 未来へはばたけ山田製作所桐生が岡動物園・アースケア 桐生が岡遊園地

入園無料の動物園と遊園地。動物園にはライオンやキリンのほか、今年はレッサーパンダが仲間入り



■ 織物参考館「紫」

市内に6カ所ある日本遺産の構成資産の一つ。貴重な織物関連の資料1,200点余りを展示するほか藍染体験もできる



■ ソースカツ丼

ご飯と甘辛いソースに浸したトンカツだけのシンプルさが売り。ひもかわと並ぶご当地グルメ



■ ひもかわ

通常のうどんより幅が広く薄い麺が特徴のご当地グルメ。中には10号以上の幅を持つものも

地域づくり8月号

2022年8月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代)

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

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。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

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。



移動採血車



ユニバーサルデザイン施設
ピクニックテーブル



一輪車



宝くじ桜



こどもの国 ふれあい学び館



地震免震体験装置



星空観察映像展示施設



ドリームジャンボ絵本



消防団防災学習・災害活動車両



テント



総合検診車



フラワープランター

宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、災害に強い街づくりまで、みんな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
<https://jla-takarakuji.or.jp/>



地域づくり 特集編

「民」の力で地域を元気に

目次

表紙裏 グラビア

- | | |
|---|--|
| <p>2~5 基調論文／篠崎 宏
地域経済の持続性のカギ握る</p> <hr/> <p>6~7 秋田県能代市／湊 哲一
大人も子どもも楽しめる街に</p> <hr/> <p>8~9 埼玉県川越市／田邊 真
特別醸造ALEでYELLを送る</p> <hr/> <p>10~11 東京都町田市／松本礼子
当事者の声から始まるまちづくり</p> <hr/> <p>12~13 富山県／編集室
レストランから教育支援、ワーケーションまで</p> <hr/> <p>14~15 長野県山ノ内町／中尾大介
つまるところ人</p> <hr/> <p>16~17 京都府京都市／森下容子
地域の「問い」に向き合うコミュニティ</p> <hr/> | <p>18~19 兵庫県洲本市／市場一也
官民連携によるシティプロモーション・まちづくり</p> <hr/> <p>20~21 兵庫県三田市／諸富 稜
古民家再生から学生支援まで</p> <hr/> <p>22~23 香川県三豊市／北川智博
新しいチャレンジが生まれ続ける地域を創る</p> <hr/> <p>24~25 長崎県西海市／拝崎麻衣
地域産品を掘り起こし、人を育てる</p> <hr/> <p>26~27 熊本県多良木町／栃原 誠
魅力的な農産品開発やIT人材育成</p> <hr/> <p>28~29 宮崎県延岡市／元永辰也
行政・地元企業と取り組む地域活性化</p> <hr/> <p>30~33 副基調論文／渡邊政嘉
デジタル田園都市国家構想と地域商社</p> <hr/> |
|---|--|

2022年8月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター ©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



「民」の力で地域を元気に

少子高齢化で地方の衰退が懸念される中、地域ブランド確立やまちづくり、人材育成といった分野で、株式会社など「民」の役割が注目されている。今号では、各地で地域活性化に取り組む企業、財団法人、官民連携の動きなどを特集する。



② 埼玉県川越市 (p8-9)
COEDO BREWERYの「川越まつり・祭エール」



① 秋田県能代市 (p6-7)
空き店舗を活用したカフェに併設している物販スペース



④ 富山県 (p12-13)
「BiBiBi&JURULI」の「コンポジションプレート」



③ 東京都町田市 (p10-11)
Dカフェで話がはずむ認知症の当事者や家族



⑥ 京都府京都市 (p16-17)
京都信用金庫「QUESTION」の学生のフロア



⑤ 長野県山ノ内町 (p14-15)
「WAKUWAKUやまのうち」卒業生の会社が経営する古民家をリノベーションしたダイニングバー



⑧ 兵庫県三田市 (p20-21)
 オフィスを置く古民家の縁側で。MOVEDOORの経営メンバー



⑦ 兵庫県洲本市 (p18-19)
 コンテストに出品された創作メニュー



⑩ 長崎県西海市 (p24-25)
 西海クリエイティブカンパニーが支援した
 株式会社浦野淡水の商品



⑨ 香川県三豊市 (p22-23)
 大ヒットしたさぬきうどん英才教育キット



⑫ 宮崎県延岡市 (p28-29)
 市民イベントで骨の健康チェックの順番待ちをする市民



⑪ 熊本県多良木町 (p26-27)
 ゲームソフトMinecraftを使ったワークショップ

地域経済の持続性のカギ握る

―アントレプレナー教育の方向性―

はじめに

少子高齢化とともに地域経済の縮小が続いている。交流人口のみならず関係人口構築など、地域経済を支える新たな取り組みが全国各地で行われている。団塊世代が後期高齢者となる、いわゆる2025年問題が間近に迫り、いまだに中小企業の約60%が後継者を決めることができず、事業承継問題は深刻さを増している。

これらの緊急課題への対応を進めつつ、中長期的な視点で地域経済の縮小に対する解決方法を模索する必要がある。

本稿ではそのカギを握る地域での起業およびアントレプレナー教育の方向性について述べたい。

持続可能な観光資源となった
闘牛文化



リ・マスター合同会社 帝京大学経済学部観光経営学科教授

● 篠崎 宏

筆者プロフィール

篠崎 宏氏
(しのさき ひろし)

リ・マスター合同会社 CEO、帝京大学経済学部観光経営学科教授。1990年 JTB 入社、海外旅行札幌支店、北海道営業本部、事業創造本部を経て JTB 総合研究所・主席研究員、執行役員、フェローを歴任。20年前から全国各地を飛び回る生活を続けている。これまで30件以上の都道府県市町村の観光計画を策定しており、最近では観光計画の高度化として地域エコシステム、後追い消費、アントレプレナー教育などの先駆的モデルの構築を行っている。2021年4月よりコンサルタントと大学教授の兼業生活を始めている。

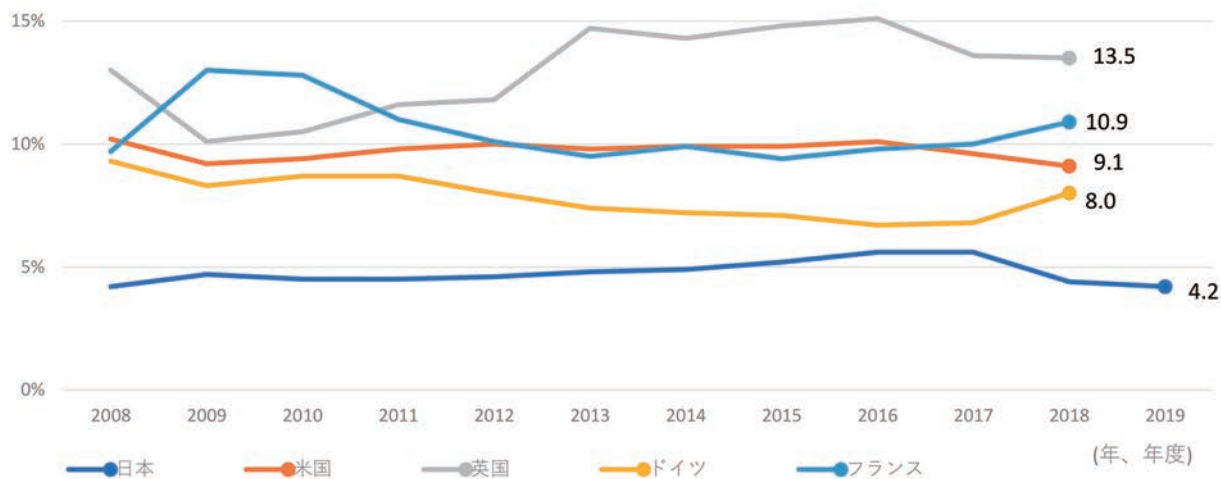


図 開業率

とともに全国各地の伝統文化の維持が難しくなっており、規模縮小から消滅へと向かうものも少なくない中、闘牛文化は持続可能な観光として隆盛

を極めている。

闘牛文化を陰で支える起業

この50年の道のりは決して平たんではない。やや人気下降気味であった闘牛文化に対して、2015年にうるま市商工会が中心となって闘牛文化リマスタリングプロジェクトをスタートさせた。各種マーケティング調査の結果、一定の情報を与えることにより闘牛文化の無関心層を関心層へ変化させられることがわかり、闘牛関係者一丸となった取り組みが加速した。その中で、闘牛アナウンサー・伊波大志氏や闘牛女子・久高幸枝氏（故人）をはじめとする若手のパワーもあって、沖縄県民はもちろん観光客の闘牛文化への注目度が徐々に高まっていった。ここ数年は、ツーリズムEXPOジャパンや沖縄県内イベントへの出展、マスコミでの情報発信、旅行会社の商品造成など、沖縄観光になくはならない存在になりつつある。

農村から生まれた娯楽である闘牛を地域関係者がリマスタリングする（時代に合ったものに作り変える）ことにより、新たな交流人口を創出し、その結果、闘牛が限られた地域における娯楽から文化へ、文化から産業へとその役割を拡大することになった。

これらの動きを陰で支えているのがワイド・プロ株式会社である。この会社は2017年8月に商工会会員を中心に設立、映像事業を通じて伝統文化および地場産業の継承、革新を目指すことを目的に事業をスタートしている。2018年、「闘牛戦士ワイド」の番組を製作、同年4

月より琉球放送で放映され、一躍沖縄を代表する戦隊キャラクターの地位を確立した。その後、続編である「闘牛戦士ワイドII」を製作、関連して闘牛戦士ワイド・ホットケーキなどの関連商品を開発販売、事業面からも闘牛文化の発展を支えている。

また、闘牛好きのための動画配信番組「BULL ITUBE」も人気である。この番組は、闘牛の試合にスポットを当てるのではなく、闘牛関係者にスポットを当て、闘牛アナウンサー伊波大志氏との掛け合いで視聴者を楽しませている。

このように一つの会社の起業により、地域経済が活性化することはもちろん、地域の伝統文化を維持発展させることも十分に可能である。

日本に必要な条件不利地での起業

中小企業白書によると、2019年の日本の開業率は4.2%、廃業率も3.4%と先進国の中では極めて低い数字である。2018年のアメリカの開業率が13.5%であり（図）、中小企業白書に記載はないが、日本と中小企業比率がほぼ同じであるオーストラリアでも開業率は15.4%と高い数字となっている。廃業率が低い要因についてはさまざまな議論がされているので、ここでは割愛するが、開業率の低さに関しては、将来に向けてあるべき姿について認識を共有する必要がある。

周知のとおり、日本では地域で育った子どもたちが、進学や就職を機に生まれ育った故郷を離れ、大都市圏に定着する流れが来ている。また就職

の際には大手企業や公務員のように安定している職種を選択することが一般的である。高等教育機関である大学も、学生が名の通った企業への就職をすることにより、学生募集活動への追い風となることから、就職サポートには力を入れている。

一度都会暮らしを経験した若者が故郷にＵターンすることは、家業の事業承継や親の介護などを除いてあまり多くない。親も一度故郷を出た子どもたちのＵターンに対しては、本心はともかく、積極的に働きかけない場合が大多数である。

その結果、大都市圏を除いた日本各地で少子高齢化が進行しており、これに伴う廃業により、さらなる経済基盤の弱体化が進んでいる。

これらの深刻な問題に対して、Ｕターン起業を促す地域おこし協力隊制度や関係人口構築など、国を挙げてさまざまな施策が実行されているが、今後の廃業増加を考えると、さらに強力な施策を実行する必要がある。

新しい資本主義実現会議で議論されているアントレプレナーシップ

2022年4月に内閣官房の新しい資本主義実現本部事務局が発表した基礎資料では、起業が望ましい職業選択と考える人の割合は、「中国」79・3%、「アメリカ」67・9%、「イギリス」56・4%、「ドイツ」53・6%に対し、日本は24・6%にとどまっている。また起業家が日本で起業が少ないと考える原因は、「失敗に対する危惧（再チャレンジの難しさ等）」が39・2%、「学校教育（勇気ある行動への低い評価等）」20・0%、「身近に起業家がない」10・8%、「世間の風潮

（成功しても尊敬される程度が低い等）」9・2%となっており、日本で起業家を増やすためには、「意識・風土・風潮」が60%、「再チャレンジ・セーフティネット」58%、「資金調達」45%、「教育」38%、「ロールモデルの存在」32%となっている。これらの結果から、開業率の低さが日本の経済成長にも悪影響を与え、成長力を失うことにより国際社会における給与水準の相対的地位の低下などのさまざまな問題をもたらしていることが推測される。

このような中で、文部科学省では数年前から大学を中心としたスタートアップ・エコシステム形成に向けた施策を実施しており、4地域のグローバル拠点都市（東京圏、東海圏、関西圏、福岡）と4地域の推進拠点都市（札幌・北海道、仙台、広島、北九州）を支援している。

経営学者であるピーター・ドラッカーはアントレプレナーシップを「イノベーションを武器として、変化の中に機会を発見し、事業を成功させる行動体系」と定義しており、文部科学省の資料には「急激な社会環境の変化を受容し、新たな価値を生み出していく精神」と書かれている。ここでは内容をわかりやすくするために一般的に解釈されている既存の枠にとられない勇気ある行動による「起業家精神」という意味で述べていると理解していただきたい。

2021年度、文部科学省はアントレプレナーシップ人材育成プログラムを試行、全国約250の大学から1400人の大学生および大学院生が参加している。2023年度からはこれらのアントレプレナーシップ人材育成プログラムを小中高

生へのアントレプレナー教育へと拡大することを検討している。

具体的には、前述のスタートアップ・エコシステム8拠点都市を中心とした面的展開、グローバルサイエンスジュニアドクター育成塾やSSH（スーパーサイエンスハイスクール）指定校などへの高度なアントレプレナー教育プログラムの提供などである。

これらが実現すると、進学や就職で故郷を出る子どもたちが、アントレプレナーシップを持ちながら新たな人生を歩むことになり、仮に大企業や公務員に就職したとしても、そのマインド効果により組織へ創造的な働きかけを行うことが出来る人材が増えることは容易に想像できる。また条件不利地にある市町村は、アントレプレナーシップ教育の一環として、Ｕターン起業の社会的価値について意識啓発を行うことにより、家業の事業承継や地元企業への就職以外の選択として、起業をする人材の増加が現実味を帯びてくる。

自らが育った地元で、最も信頼する人々に囲まれた環境での起業は、前述の日本社会の開業率の低さの根本的解決の道筋を与え、起業家を増やすことへつながるはずである。あわせてLINEなどのコミュニティを作って、「〇〇年卒業の〇〇さんが東京から戻って地元で起業した」などの情報を共有することにより、アントレプレナーシップのマインドが持続することも容易に考えられる。つまりＵターン起業は、アントレプレナー教育から始まり、一連のフローを経て、起業自体の成功の可能性を高めることになる。



アントレプレナー教育意見交換会（北海道寿都町）

北海道寿都町で行われた アントレプレナー教育意見交換会

北海道寿都町では2022年6月7日、オーストラリアでスタートアップ起業のサポートを行っている経営コンサルティング、Global Solutions Strategies 代表の久保田貴宏氏をオンラインで迎え、アントレプレナー教育について

アントレプレナー教育から Uターン起業のフロー（仮説）

中小高生へのアントレプレナー（起業家）教育の実施
←
進学・就職による人材の流出
←
アントレプレナーシップ継続のためのコミュニティの形成
←
Uターン起業の実現&自治体や経済団体による手厚い創業支援

の意見交換会を行った。冒頭に筆者から新しい資本主義実現会議で議論されている起業についての資料の説明を行い、その後久保田氏により日本とオー

ストリアの中小企業の違いやアントレプレナーシップの重要性について説明がなされた。久保田氏によると、日本とオーストラリアの起業に関する違いは主に次の5点になる。

- ・日本とオーストラリアでは中小企業比率には大きな違いがないが、開業率、廃業率ともに、オーストラリアが10ポイント程度高い。
- ・オーストラリアでは大企業や公務員への就職よりも、起業することの方が社会的な位置づけは高い。子どもの成長の段階でアントレプレナーシップが身についている。
- ・失敗経験があることを重要視し、投資の際には失敗経験が有利に働く。日本はその正反対に位置し、敗者復活が難しい社会である。
- ・オーストラリアは、国内市場が小さいので中小企業もグローバルを意識して事業活動を行っている。
- ・日本もアントレプレナー教育により地域内のスタートアップ起業が増え、スピニングアウト・スパイラルが発生する可能性が高い。

また参加者からのアントレプレナー教育についての意見は概ね次のようであった。

- ・短期的な効果は出にくい、中長期的に見れば地域経済の縮小に対して効果を発揮するかもしれない。
- ・学習時間は多くはないが、地域の子どもたちへ職業教育を実施している。
- ・若者の起業は非常に重要だが、地元を選んでもらえるかどうか課題である。
- ・短期的な課題が多い中でそう簡単には進まない

可能性がある。実現するにはいくつものハードルがある。
・仕事があれば地元に戻ってきたいという若者はかなりいる。

オーストラリアの事例を踏まえたより具体的な議論により、アントレプレナー教育の重要性を身近に感じることが出来る意見交換会となった。

まとめ

2022年6月7日に発表された「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画案」に書かれている「新しい資本主義に向けた計画的な重点投資」に「スタートアップの起業加速及びオープンイノベーションの推進」が位置付けられており、その実施事項に「起業家教育」が挙げられている。その内容は「産業界の協力を得て、起業家を教育現場に派遣いただき、初等中等教育等における起業家教育を推進する。また、高等専門学校・大学においては、AIやディープテックの活用を含めた起業家教育を横展開する」となっており、地域で子どもを育てているうちにアントレプレナー教育をしっかりとやろうという意気込みがうかがえる。冒頭にも述べたが地域経済の縮小に対してさらなる強力な施策が必要であり、「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画案」は、そこに掲載されている新たな仕組みの構築を期待せずにはいられない。アントレプレナーシップを持った地元出身者がUターン起業を実現し、地域の経済縮小に歯止めがかかることを信じていたい。

大人も子どもも楽しめる街に —遊び場併設カフェや多彩なマルシェ—



合同会社のしろ家守舎代表社員 ● 湊 哲一

22年ぶりの故郷での生活

2017年4月。神奈川県横浜市から故郷である秋田県能代市に家族4人でUターンしました。能代市は人口約5万人。秋田県北西部に位置し、日本海に面し、世界自然遺産「白神山地」と隣接した自然豊かな場所です。移住したきっかけは、仕事である家具作りを静かなところで行いたかったこと、子どもたちとのびのびした環境で過ごしたかったからです。移住と同時に能代駅前の古い民家を借りて家具作りを始めました。もともと建具屋さんだった場所なので、機械音に対しての周りの方々の理解があつて助かりました。おかげでマイペースに家具作りができています。休日は、海と山が近いこともあり、海に釣りに行ったり山に遊びに行ったりすることが多いです。

静かを通り越し寂しさに

日々を楽しく過ごしている中で、あらためて周りを見渡してみると心地よい静かさを通り越して、人の姿が少なくて寂しさを感じるようになってきました。移住してから毎年数件お店が閉店しています。お店もなければ街中で遊んでいる子どもの姿もない。もちろん大人の姿も。このままではいけないと危機感を抱くようになってきました。

街づくりに取り組むきっかけ

モヤモヤしている時期に、秋田県主催の「動き出す商店街プロジェクト」という勉強会が開催されました。この勉強会はエリアリノベーションという手法を学ぶものでした。デザイン、マネジメント、コミュニケーション、プロモーションなどがバランスよく存在する、新しいエリア形成の方法です。全国各地で街を元気にしている実践者さんが講師となり、さまざまな事例を教えてもらう中で、私たち世代が街を変えていかないと、と思

うようくなりました。勉強会に偶然参加していた仏壇屋経営者、飲食店経営者、工務店経営者そして私の4人が意気投合し、その後「合同会社のしろ家守舎」を立ち上げるに至ります。

街に必要なモノ・コト

勉強会で、最初に議論したことは「この街に足りないものは何だろうか？」でした。その結果、四つの地域の課題が見えてきました。こどもの遊び場がない。ママさんの居場所がない。木都能代らしい場所がない。クリエイティブな仕事がない。どこの街にもある課題がほとんどですが、まずはそこからです。この課題を解決するための拠点を作り、そこからエリアを変えていくこととなります。

拠点を見つけるべくフィールドワークをしていたら偶然、駅前という好立地に「丸彦商店」という元酒屋だった空き店舗を見つけました。地下1階地上2階の3フロアある建物です。大家さんは90歳のおばあちゃん。今では私たちの最大の応援者です。

マルヒコビルヂングと街のイベント

まずは2021年4月、2階にシェアオフィス・レンタルオフィス・コワーキングスペースを整備し「Co-motomachi」と名付けました。同時にビルの名前を丸彦商店から引き継ぎ「マルヒコビルヂング」と命名。デザイン会社、工務店、農家までさまざまな業種の事業者が入居しています。新



リノベーションする前の丸彦商店



空き店舗を活用したカフェに併設している物販スペース



企画運営した能代駅前商店会主催の「のしろいち」

の起業勉強会などさまざまなことを積極的に行っていききたいと思っています。「場」が出来るとコミュニティが生まれ、街の動きのスピードが加速します。作って良かったと実感しています。これからはこのスピード感を大切に、常に発信して行きたいです。

今後も能代市、そしてのしろ家守舎の動きを注目してもらえるとうれしいです。

しい仕事を生み出すクリエイティブな場所にしていきたいという思いに賛同してくれた家族のような方々です。

そして2022年4月、1階にcafe & asobiba（カフェとアソビバよんのろく）をオープンしました。子どもの遊び場併設のカフェです。赤ちゃんを抱っこしたママさんから放課後に遊びに来る小学生、そして近所のおじいちゃんおばあちゃんまで世代を問わず来店いただいています。

遊び場スペースを使ったママさんたち主催のリースイイベント「ちゅちゅりゅーす」や、画家主催のデッサン教室、高校生主催のアースデイ能代など街に住む人が取り組むイベントも増えてきました。

地下にはDIYの学校「KILTA能代」を整

備しました。自分で空き店舗の内装を手がけるとが出来るくらいのスキルが身につけられる講座を開催予定です。KILTAは全国に10カ所ほど展開している学校で、地域課題をDIYという手法で解決をしていこうと頑張っている地域の方々と構成している団体です。

拠点整備と一緒に進めていたのが、街のイベントです。たくさんの方にこの商店街、のしろ家守舎って楽しいことをやってるよね、と感じてもらえるようにこの短期間でイベントはかなりの回数を行ってきました。日本一のシャッター通りと言われるほど寂れた歩道、車道を有効活用するイベントです。歩道と空き地を使つてのバーベキュー・マルシェイベント「だん・だんのしろ」、能代の駅前であつてにぎわっていた能代最大の朝市を再現す

べく「のしろいち」という新たな市を作り、今まで計3回開催しました。秋に開催したのしろいちでは車道を歩行者天国にし、延べ1万5000人のお客さんでにぎわいました。そのほかに、空き店舗ではハンドメイド作家が行う「Creer マルシェ」、小商いチャレンジショップ「Coten」など空き店舗への起業促進も兼ねた見せ方もしています。

◆◆◆ ようやくスタートライン

拠点を作って終わりではなくこれからがスタートです。東北一のシャッター通りと言われたこの街です。連動して空き店舗を開け、この街を楽しむ仲間を見つけないと衰退する一方です。そこで、空き店舗のリサーチや行政連携で

特別醸造ALEでYEELLを送る

クラフトビール「祭エール」プロジェクト



株式会社協同商事
カスタマーコミュニケーションチーム、広報

● 田邊 真

◆◆◆ 原点は農産物の有効活用

埼玉県川越市発の「CODED BRAWERY」は、オーガニック野菜の商社である株式会社協同商事が創業母体の、日本のクラフトビールメーカーです。1996年よりビール醸造をスタートし、現在では25カ国への輸出実績があります。

当社はもともと、1975年に「安心・安全・美味しい」をコンセプトに川越の農家と提携して、産地直送の農作物販売事業から始まり、全国の有機栽培減農薬無農薬野菜を作る農家と共に新しい農業へ挑戦してきた会社です。農業の会社ならではのと思うのですが、「地元の農産物の活用」がビールづくりへの着想の原点でした。

麦の産地でもある埼玉県では、昔から麦を連作障害対策の緑肥として活用していました。また、地元の代表的な農産物であるサツマイモは規格外品としてはじかれるものが少なくありませんでした。1次産業としてだけでなく大麦の食品への加

工により高付加価値化を図っていくという、いわば6次産業化的なアプローチの中でビール醸造へたどり着きました。ビールでは、大麦を発芽させ酵素を作り、乾燥し安定した状態の麦芽を使用して仕込んでいきます。この大麦の加工を「製麦」と言いますが、独立した産業として存在しておらずゼロから立ち上げるにはコストも高い。総合的に検証した結果、これは断念せざるを得ませんでした。サツマイモを使用したビール醸造に成功しました。

醸造技術面においては、ドイツよりブラウマイスターを招聘し、5年間醸造技術や知識、設備や原材料の仕入れ等ビールづくりの基礎を学び、ブルワリー（醸造所）としての土台を形成していきました。いまでは、伝統的なビールスタイルからアロマホップを多用したIPA（India Pale Ale）に代表されるものや、日本の原材料や酒造りからの学びを応用した新しいビールづくりにも積極的に取り組んでいます。

当社では、海外のクラフトブルワリーとのコラ

ボレーションのほか、クラフトチョコレートやスパシャリティコーヒーを専門とするロースタリー（焙煎所）と、あるいはハンドメイドのグラス職人とのコラボレーションなど異業種とのコラボレーションも行っています。お互いのクラフトマンシップによるものづくりの技術や知識をもつて、従来にないビールやものづくりに挑戦しています。機械化による効率の追求ではなく、熟練した職人の手仕事によるものづくりへの追求の末に真の価値を見出しています。

◆◆◆ エールプロジェクト

こういったコラボレーションによる新しいものづくりへの挑戦のほか、コエドエールプロジェクトと呼んでいる取り組みがあります。ビール界では、20℃程度の中温度帯を好む上面発酵酵母により醸し出すビールの事をエール（Ale）と呼び、10℃程度の低温度帯を好む下面発酵酵母によるビールの事をラガー（Lager）と呼んでいます。運動会やスポーツなどを応援する際にエール（YEELL）を送るという表現は、多くの方にとってなじみのある日本語と思いますが、当社では、「エール」の二つの同音異義語にクラフトビールメーカーならではの思いを託して結び付け、多くの団体の記念日に向けて、特別なアニバーサリーエールとしてALEを醸造することでYEELLを送ってきました。

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、人々の交流が制限され、全国各地のお祭りが中止を余儀なくされた2020年、ユネスコ無形文化遺産に



川越市の川合善明市長（左）へ寄付の目録を手渡す朝霧重治代表取締役社長
(2022年2月14日)



COEDO BREWERY の
「川越まつり・祭エール」

も指定されている、地元の川越まつりも同様中止となり、多くの方々が喪失感を感じている中、川越まつりを応援し、復活を祈念し特別醸造したビール「祭エール・Matsuri ALE」を開発し、売



「東北6県のお祭り」

(左から、仙台・七夕まつり、盛岡・さんさ踊り、福島・わらじまつり、秋田・竿燈まつり、山形・花笠まつり、青森・ねぶた祭)

上の一部を次年度のお祭り開催のために寄付することができないものだろうかと思ったりしました。疫病に由来する生活への影響、閉塞感や焦燥感に対して、地域を拠点としたクラフトビールだから

こそできる、少しでもお役に立てることはないだろうか、またウイズコロナだからこそ改めて感じる大切なお祭りに、人々をつなぐ不思議な力を持つビールでエールを送りたいという想いから、コエドブルワリーでは、川越まつりを第一弾（2021年2月15日発売開始）に、東北6県のお祭り（2021年4月28日発売開始）青森・ねぶた祭、秋田・竿燈まつり、盛岡・さんさ踊り、山形・花笠まつり、仙台・七夕まつり、福島・わらじまつり、そして埼玉県内の秩父夜祭（2021年10月8日発売開始）と、各地で中止となってい

まったお祭りを応援するため「COEDO MATSURI YELL PROJECT」を始動しました。お祭り復活に向けたYELLを送るべく、日本の祭りの精神性の源の一つでもあるそれぞれの土地の米をテーマとし、特別なALEビールを醸造致しました。

「祭エール・Matsuri ALE」は、明るく淡い黄金色とクリーンな苦味、ヨーロッパ伝統のノールホップの柔らかいアロマに加えて、米を使用することですっきりとした飲み口とバランスのとれた仕上がりとなりました。ラベルには、歴代の祭りのポスターをラベルデザインとして使用し、また秩父夜祭は同地域が舞台となり話題となったアニメの周年ということで、秩父夜祭をモチーフにしたアニメのイラストをデザインに起用し、地域への思いを活動につなげてきました。

2021年2月15日の川越まつり・祭エールの発売開始から、同年11月頃までに全国の酒販店やスーパーマーケット、自社通販サイトなどを通じて、川越まつりと東北6県、秩父夜祭を合わせて累計23万3395本を販売し、1本あたり20円、計466万7900円をお祭り関係者などの各団体へ寄付しました。

私たち単独でできることは限られていますが、おいしいビールをつくることで市民の方や川越まつりを応援している方に購入してもらい、寄付することができました。ご購入くださった方、共感いただいた皆様には改めて感謝申し上げます。ありがとうございます。

COEDO BREWERY コエドブルワリーHP

<https://www.coedobrewery.com/>

当事者の声から始まるまちづくり

―「まちの保健室」から認知症カフェへ―



一般社団法人Dフレンズ町田
認知症と共に生きる町づくり推進メンバー

・松本 礼子

気軽に立ち寄れる場所

私たちが東京都町田市の空き家に、「まちの保健室」という場所を作ったのは2012年6月でした。子どもたちがちょっと困ったときに手当をしてもらいに行く学校の保健室みたいなところ、大人も気軽に立ち寄れる場所です。一人暮らしの人が孤立しないように、だれかと話せる場所が必要ではないかと考えたのです。

町田市は東京の西、神奈川県に隣接した丘陵地帯の町です。昭和30年代に開発された団地群が8カ所あり人口は42万人を数えます。都心や横浜、八王子まで30分以内に行ける場所のため若い人が増えてきて駅前にはぎやかさを呈しています。しかし、高度経済成長期に入居した団地の住民は高齢化が進み、さまざまな課題が浮かんできました。

若年性認知症の当事者との出会い

ある日一人の女性が訪ねてきました。「夫が認知症と診断されました。どうしたらいいのかわかりません」

後ろには、まだそれほど高齢でもない男性が隠れるように立っていました。話を聞くと、35年間務めてきた商社を先月辞めたばかり。若年性の認知症と診断されて半年になるが、ミスが多くなり周りに迷惑をかけるようになったため退職したということです。しかしなかなか会話が続きません。奥様も、このままでは何もわからなくなってしまうのでは、と心配しますが、夫婦二人だとしても詰問調になってしまいます。双方に余裕が欲しいということになり、しばらく「保健室」に通ってやることになりました。

男性は「保健室」で、訪ねてくる人にお茶を入れたり、パソコンで書類を作ったり、資料をまとめたりして過ごしました。仕事はなんでもしつかりと丁寧にできます。これで仕事ができないというのは、もったいないと思うくらいでした。その間も訪ねてくる近所の高齢者の話し相手になった



本人会議で話し合う当事者

りしていましたが、ほとんど聞いているという感じで、寡黙な人だという印象でした。

「本人会議」の立ち上げとミニ講座

この男性をきっかけに、ほかにも認知症の人が「保健室」に来るようになりました。当事者同士で話すことが楽しくなり、次第に自分たちもまだやれることがある、地域で役に立ちたい、仲間を増やしていきたい、認知症のことを正しく知ってもらいたいと話が進んでいきました。

それから、いろいろなところで「認知症ミニ講座」として語りはじめました。すると自分も認知



D カフェの掲示も用意された



D カフェで話がはずむ認知症の当事者や家族

症という人が次々に集まってきて、ついには「認知症と共に歩む人・本人会議」という当事者の話し合いの場ができました。

やはり自分たちが直接語って認知症のことを知ってもらふこと、講座を続けていくことが大切、自分たちのことは自分たちで、とミニ講座を続けていました。町内会、団地の集会、学校、商店会、声をかけていただいたところは断らず出かけていき、2019年3月までの7年間に200回を超えて、およそ2500人の地域の人と語り合ってきました。5、6人の場合もありました。100人超えという時もありました。

一方、町田市の担当の方の紹介で、2015年2月に成瀬が丘南口商店街さんとの駅前のクリー

ンアップ活動をしました。ここに皆で参加して自分たちも地域の役に立つたことがうれしかったのですが、商店街の方から、認知症の人がこんなに一生懸命にやれるとは思わなかった、誰が認知症なのかわからなかった、と言っていたきました。そこから、商店街の歳末福引抽選会のお手伝いしたり、出張認知症カフェを一緒に開催したりしました。

◆◆◆ Dカフェの定期開催と 新型コロナウイルスへの対応

このことが一つのきっかけとなり、大手のコーヒーチェーンから、お店を使って何かやりませんか、という声掛けをいただき、認知症カフェ（Dカフェ）を毎月定期的に開催できることとなり、2020年3月に新型コロナウイルス感染拡大で休止するまで続きまし

た。Dカフェが始まると、当事者や外出を避けていた人にとってもカフェに行くという目的ができ、外出し

やすくなりました。家族にとっても、家族同士の相談場所となり「もっと早くこんな場所があれば参加したかった、妻がここまで進まないうちに何かできたと思う」と、家族間で仲良くなっていることもあり

ました。2018年には市内8店舗で毎月開催するようになり、開催回数96回、参加者数945人（うち当事者本人164人）、2019年度は、開催回数90回、参加者数921人（うち当事者本人144人）でした。

街中のカフェでの開催は誰もが参加しやすい利点があります。介護家族、専門職、学生、市民の方。自分は認知症ではないかと話を聞きに参加される方もいました。その時々集まった人の話からテーマを見つけ、誰にとっても隔たりのない話をするのができたのも参加した人が自分の居場所として受け入れられていたからだと思

います。2020年度以降は新型コロナウイルスの感染拡大予防のため、一時休止していますが、オンラインの形をとり、現在も月一回の開催は続けられています。毎回市内のみならず全国各地から参加されていますが、市内の介護家族の中には、オンラインがうまく使えないという方もあり、課題となっています。これを解決するために、地域包括支援センターなどをサテライトにして、家の近所から参加できるようにしたり、スマホの使い方サポートをしてくれる人の養成などを考え、一人でも多く参加できるように仕組みを考えています。

本人の声から始まったDカフェですが今後の認知症と共に生きる町づくりの一助になれば、と思っています。

レストランから教育支援、 ワークショップまで ——地域と人を巻き込んで大きな力に——

株式会社TOYAMATO

2019年設立の株式会社TOYAMATO（本社・富山市、青井茂代表取締役）は幅広い分野で富山県の魅力発信や活性化に取り組んでいます。今回は、地域活性化センター編集室が直接取材しました。なお、文責は全て当センターにあります。
（編集室）

TOYAMATOは「富山を世界一ワクワクするまちにする」をコンセプトに、富山県の豊かな環境や食材、芸術、スポーツなどの資源・文化を活用した地域活性化事業に取り組んでいる。現在、レストラン、カルチャー、観光・U・I・ターン事業の三つを軸に活動している。

◆ ◆ ◆ アートを楽しみ食を楽しむ レストランで教育支援も

レストラン事業は、富山県美術館の中にあるレストラン「BiBi & JURULI」、北陸新幹線富山

駅に近い日本酒バル「パール・デ・美富味」など3店舗を展開する。

「BiBi & JURULI」の店内や料理にはアートを感じる工夫が随所に施されている。店内の壁面は、県内で制作したアーティストの作品で彩られている。20世紀の画家カンディンスキーの抽象画「コンポジション」シリーズにインスピレーションを受けた「コンポジションプレート」は、お盆の上に盛られた色鮮やかな料理の配置を自分で変えて、各々がアートを楽しむことができるようになっており、美術館を訪れた子どもから大人まで楽しむことができる一品だ。

使用する食材の多くが富山県内で生産されており、食器や店内のインテリアも県内の職人が作った物を使用。同社取締役の中谷幸葉氏によれば、「利用者からはこうした産品について『産地に行ってみた』という声も聞く」そう、地域をPRし、地元産産を盛り上げるきっかけの場になっ

ていることが分かる。

「BiBi & JURULI」は富山県立氷見高等学校と連携して、高校生が提案した商品を2022年1、2月に提供した。同校は文部科学省「地域との協働による高等学校教育改革推進事業」特例校の指定を受けており、その探究学習の一環という。生徒は地元の食材について学び、調理を行い、どうすれば売れるかを考えることで、学校内ではできない体験をすると同時に、地域を見つめ直す機会にもなっている。

一方の「パール・デ・美富味」は日本酒のプロデュースに力を入れる。2021年12月にTOYAMATOが547人を対象に日本酒に関するアンケートを行ったところ、144人が「日本酒が苦手」と回答し、「アルコールが強い」「日本酒と



「BiBi & JURULI」の店内

の出会いが悪く、それ以降苦手になった」等の理由が挙げられていた。そこで、「パール・デ・美富味」では、日本酒をベースにした日本酒カクテルを提供。日本酒に苦手意識がある人も楽しめる味の工夫やアルコール度数の調整が行われており、日本酒に縁のなかった人がそのおいしさを知り、きっかけになっている。ここで取り扱う食材や日本酒は富山県産にこだわっているのはレストランと同様だ。

◆◆◆ 県内スポーツチームの協力で活動 資金はクラウドファンディングで

カルチャー事業では、「TOYAMA WHITE SHRIMPS」が中心となり、富山県内の子どもたちのスポーツ振興の活動をしている。「TOYAMA WHITE SHRIMPS プロジェクト」は、サッカーリーグの「カターレ富山」、バスケットボールBリーグの「富山グラウジーズ」を始め、富山県内のプロ、実業団、アマチュアのスポーツチーム6チームとTOYAMA ATOで結成したプロジェクト。例えばスポーツクラブにプロスポーツ選手が出向き、講演やスポーツ指導を行ったり、体育の授業の一環としての小学校で機械運動教室、公園で自由参加の子ども向けミニ運動会・スポーツ体験イベントを開催したりしている。自由参加のイベントでは、1000人以上が来場することもあり、大きな盛り上がりを見せている。「BIBI & JURU」を会場として、県内小中学生を対象に、著名選手による陸上競技のオンライン講習会も実施した。

「こうした取り組みが可能となっている背景に

は、関係者に『富山のスポーツを盛り上げたい』『未来の子どもたちのために何かをしたい』という共通認識があるから』（中谷氏）。スポーツ振興活動の資金の多くは、クラウドファンディングと協賛金等を中心として賄われており、賛同者の力が大きな原動力になっている。

◆◆◆ 地域密着、オーダーメイドの ワーケーション事業

2020年度は環境省、2021年度は県のワーケーション事業を受託し、実施した。第1回の2020年10月は桂湖、五箇山相倉集落で実施し、15社30人が参加。参加者は桂湖のキャンプ場と五箇山相倉集落の民宿に宿泊し、トレッキングや和紙製作、工芸などを体験した。夜は懇親会や課題解決ワークショップを開催。以降、数カ月に1回程度の頻度で開催しており、多くの参加者から好評を得ている。

TOYAMA ATOが企画するワーケーションには決まった型がなく、親子ワーケーションや課題解決型、企業誘致向けなど、参加者や企業、自治体のニーズに合わせたプログラムをその都度構成している。地域と密着した

形で提供することで、参加者と地元事業者の間で新しい仕事が生まれるなど、仕事面でのメリットが得られる事業でもある。

中谷氏は今後について「まずは今のプロジェクトや施設を活用し、お客様にどう地域を周遊してもらうのか、コミュニティを作っていくのかを考えながら誘客を行い、いま立ち上がっているプロジェクトを大切に育てたい」という。「地域活性化には地域と人を巻き込むことが大事。最初は『この指とまれ』で共感してくれる人を増やしていく。その人たちがまた『この指とまれ』と、人を増やしていくことで少しずつ輪を広げていくことが大切だと思う」

地域活性化センター副参事

● 川口 峻平（鳥取県より派遣）



「パール・デ・美富味」のカウンターと中谷氏



「TOYAMA WHITE SHRIMPS」のスポーツイベント

つまるとうろ人

―「WAKUWAKUやまのうち」の活動と考え方―

元株WAKUWAKUやまのうち取締役 ● 中尾 大介

観光まちづくりを考えるとするならば、何より重要なことは持続可能性です。そのために必要なのは、つまるところ人（人材）です。地域調整役の黒子として8年半近く地域に携わってきた経験から少し振り返ってみたいと思います。

2014年の冬、当時所属していた八十二銀行本部（融資部）より観光活性化プロジェクトの専任担当者として指名を受けた私は、地元有志のメンバーをリードし、長野県山ノ内町にある湯田中温泉において観光まちづくり会社「WAKUWAKUやまのうち」を立ち上げました。

温泉地の再生・活性化に取り組む

WAKUWAKUやまのうちは、地域の若手人材が担い手の中心となり、長野電鉄の終着駅となる湯田中駅に隣接する湯田中温泉かえで通りにおいて、増加する訪日外国人をメインターゲットとして捉え、遊休物件等のリノベーションによるレストラン・カフェ・宿等の滞在施設の出店（まち

づくり）と事業の担い手の育成や誘致（ひとづくり）、地域の情報発信（泊食分離など回遊促進）を行うことで、温泉地の再生・活性化のきっかけづくりに取り組んできた民間事業者です。事業の安定化を目的に若手人材は事業を買い取り、独立。継続的に事業を行っています。若手が卒業したWAKUWAKUやまのうちは、投融資を受けたファンドがEXIT（資金を回収）しており、現在は直営する事業を抱えていません。

当初、WAKUWAKUやまのうちの設立メンバーには、地元の旅館のご主人や女将、地域事業者、まちづくりのボランティア代表などが集まりました。皆さんそれぞれ本業があり、活性化に資する事業への取り組みに専任的に活動することが難しい状況にありました。斬新なアイデアや企画を生み出すという観点でも、担い手となりうる若手人材が全く見つかっておらず、出資金はわずか85万円と資金的にも課題がありました。会社は設立したものの人材（人）と資金（お金）という壁に最初からぶつかってしまったのです。そん

な中、自ら宿泊事業を創りたいとする若手人材（20代）との出会いが転機となりました。実家は地元でホテルを営んでおり彼は次男でした。当時ホテルの社長（現在は長男が社長）であった父親が次男を連れて、銀行に相談に来たのが出会いのきっかけでした。設立メンバーの大人や銀行には地域の若手人材とのネットワークがなかったため、運命的に出会った若手から、取り組みに関心のありそうな地元の同級生、先輩・後輩を紹介してもらい、そのまた友人を紹介してもらい、私は一人ひとりに会いに行くことにしたのです。

こうして20代後半ぐらいの若手人材たちとの出会いがあり、彼らのやりたいことを形にしていく方法を考えていくことになりました。もう一つの課題である資金がない問題を解決するため、観光活性化ファンドの組成・活用について検討を行い、2015年3月長野県内に本店を有するすべての地域金融機関および国の機関が出資する「ALL信州観光活性化ファンド」が組成され、観光まちづくり会社WAKUWAKUやまのうちはへの投融資を検討し、2015年8月、同ファンドによる第1号案件として、同社および不動産SPC（特別目的会社）となるWAKUWAKU地域不動産マネジメントに対し投融資を実行しました。

会社の設立当初から私は、地域にコミットするべく同社の取締役に就任したいと考えましたが、銀行法の解釈から同社の取締役にはなることは叶わず、議決権を持たない監査役として就任しました。それまでは銀行本部の経営改善支援や旅館再生案件などの業務を兼任していましたが、本件取り組みへの関与のウェイトをさらに上げていき、



「WAKUWAKU やまのうち」卒業生の会社が経営する古民家をリノベーションしたダイニングバー

銀行には出勤せず、観光活性化プロジェクトの専任的な役割を担うことになりました（銀行の役員に相談し、自らの人事異動を凍結し、異動のリスクを排除しました）。

地域には共通する課題があります。担い手となる若手人材の不足と、持続可能性を担保する稼ぐ仕組みの欠如です。観光地が衰退傾向にある場合、観光産業においては、その労働環境や賃金水準から人材が集まりにくい問題に直面しており、家業

である事業者は後継者問題を抱えています。一方で、地方の地域で生活し、働くことに関心のある若手人材も少なくありません。ただ、単純に仕事があるだけでは、地域は若手人材のアンテナにかからず、おもしろそうなきっかけが起きそうな地域、おもしろい人となりがれる地域であるということも選択要因になっていると考えています。さらに、ゆるいつながりが居心地よく、起業してみたい思いはあるけれど、何をどうしたらいいかわからない、あるいは最初から覚悟を持ってガチに事業をやっていくことに違和感を持っている人もいるのではないかと思います。

◆◆◆ 若手人材とどうつながるか

取り組みを通じて、地域・行政・民間の大人は、こうした若手人材とのつながりが希薄であることをあらためて認識しました。若手人材の視点からみると相談者は友だちや地域の知り合いといったネットワークに留まっており、起業希望者であっても持続可能性の追求に必要であろう地域のしがらみや、ファイナンスやマネタイズなどについて気軽にじっくり、相談できる人がいないということに気が付きます。若い人が自ら敷居の高い金融機関の窓口や地域の重鎮や事業経営者などに直接向かい、相談する場面は実は少ないのです。

さらに、地域における利害関係は複雑で、想像以上に地域の危機意識の共有というのは進みません。地域には経済合理性では解

決できない感情やプライドが存在します。それぞれ地域の状況を的確に把握しつつ、本気のやる気をもった人をつなげていく、ハブ的な人たちの存在が、持続可能性のある観光まちづくりには必要なのではないかと考えています。そのハブを考えると、目的やビジョンを共有し続けられるチームビルディングが望ましく、例えば、立場、思惑、時間軸の異なる外部のファンダやコンサルといった専門家のスタンスと地域の当事者とはやがて馴染まなくなっていくことも想定されます。

思い違いをしてはならないのは、ハブ的な人たちが主体・主役になるわけではないということです。あくまで主体・主役は地域の人やそこでチャレンジする人であるべきです。地域の中で本気でやりたい人が見つからないのに予算やファイナンスのスキームだけが用意され、地域をよく知らない人たちが外堀だけを埋めていくような取り組みでは、地域では持続可能性のある取り組みはできないのかもしれない。地域を俯瞰し、大局観を持って調整していく人の存在が必要であり、地域とチャレンジする人との間で信用を補完していく役割が重要なのではないかと考えています。地域の持続可能性を追求するために必要な、覚悟を持ったプレイヤーとなる人（人材）と、事業が定着し自立していくところまで伴走していくハブになる人（人材）やチームのあり方を何より先んじて考える必要があると思います。そのハブになる人（人材）・チームは、行政でも、民間でも、あるいは協働・共創するチームでも考え方は同じです。いったい誰がやるのか、つまるところ人なのです。

地域の「問い」に向き合う「コミュニティ」 — 京都信用金庫が集いの場「QUESTION」 —



京都信用金庫「QUESTION」館長 ● 森下 容子

◆◆◆ コミュニティ・バンクの原点

京都信用金庫は相互扶助を旨とする協同組織金融機関で、1923年に設立され、現在は京都府と滋賀県、大阪府北部に92店舗を展開しています。来年2023年9月に100周年を迎える京都信用金庫は、1971年より「コミュニティ・バンク」を理念に掲げ、地域の交流・共創がうまれる仕組みづくりに力を入れてきました。当時の理事長である榊田喜四夫は、「地域社会の個人と企業に資金を提供するだけではなく、資金とともに情報、資金とともに知恵を、資金とともに人を、資金とともにシステムを地域に提供することを通じて、地域の人や企業との接触をあらゆる面で深め、地域社会との真の意味での共栄を図るのがコミュニティ・バンクの使命である」という言葉を残しています。

◆◆◆ ネットワーク生かし 地域課題に向き合う

私たちは、幅広いネットワークを持つ地域の金融機関として、地域課題や社会課題の解決に向き合い、さまざまな「問い」に対していろいろな人や知恵をつなぎ、答えを探す取り組みをはじめています。

金融機関と言えば「お金の相談をするところ」というイメージは根深くありますが、人と人をつなぎ、事業と事業をつなぐという役割は、本来、金融機関のネットワークが生かせることです。さらに、そこに地域のさまざまなプレーヤーがつながり、地域や社会の課題解決ができれば、地域全体が活性化していくと考えています。

これを実践するため2020年11月に開業したのが、「1人では解決できない『?（問い）』に対して、さまざまな分野の人が集まり、みんなで寄ったかって答えを探しに行く場所」をコンセプトに、さまざまな人がフラットに交流できる場「Q

UESTION」です。

QUESTIONの目的は、経営者、起業家、学生、など地域の多様な人たちが集い、新たな出会いによってイノベーションが創発されること。各階それぞれのコンセプトのもとにさまざまな層の人が利用でき、多様なコミュニティが混ざり合う仕組みづくりを行っています。

従来の金融機能（河原町支店）は6階に移して、1階には地域の方が自由に使える「café & bar」や、地域の起業家や事業者が自社の商品をテストマーケティングできる「チャレンジスペース」、2階・3階にはスタートアップやフリーランス、企業にお勤めの方が会員制で利用できる「コワーキングスペース」を設置しました。他にもイベントスペースや、学生向けの無料のオープンスペース、大小の会議室を設け、最上階は「食」を通してコミュニティを創造するキッチンスペースとなっています。

QUESTIONには、11人の京都信用金庫の職員が常駐しています。私たちは「コミュニティマネージャー」として、地域の人々からさまざまな相談を受け、寄せられた「問い」の解決に向けてプロジェクトを組成したり、人を紹介したりしています。施設運営には、移住支援を行う起業家、学生支援のNPO、芸術大学などが名を連ね、さまざまな企業・団体と共同運営を行っています。

さらに、QUESTIONのビジョンに賛同してくださった各ジャンルのエキスパートである「アソシエイトパートナー」とのネットワークを生かし、多種多様な「問い」に対して知恵を出し合えるのもQUESTIONの大きな特徴のひとつ



QUESTION 外観



QUESTION コミュニティストeps



QUESTION イメージポスター

金融業の役割が変わりつつあり、金融しかできなかった専門分野もさまざまなサービスの発展で代替できるようになりました。地域が元気になるのと金融の出番もあります。これからは、地域内で「競争」ではなく、「共創」していくことで、新たな価値を創造していきたいと思っています。

学生は社会に出る前にさまざまな経験やチャレンジができ、企業にとっても新たな事業展開が可能となりました。そして、地域の活性化にもつながる結果となりました。

「競争」ではなく「共創」へ

つです。

京都の地域課題

このコミュニティを構成する重要な役割に、「学生」がいます。人口の約1割を学生が占めるといわれる京都市には36校もの大学があり、毎年たくさんの方が京都にきています。これは本当に恵まれたことで、彼ら・彼女らは地域の宝です。ただ、その一方で、就職等を機にその約8割以上が京都を離れ、他都市へ流出してしまうという地域課題があります。

私たちは京都を、ここにきた学生たちがもっとこの街に残りたい、と思ってもらえる魅力的な地域にしていきたいと考えています。

現在QUESTIONの会員約2600人のう

ち、学生は800人を超えています。QUESTIONの5階には「Students Lab（スチューデントラボ）」という学生に開放しているフロアがあり、ここではコロナ禍で希薄になっている学生同士のつながりや、学外の交流も生まれています。またここを利用する学生の中には起業している学生も多く、就職だけでなく起業を視野に入れた未来への選択肢を広げる可能性をもっています。実際にQUESTIONに相談された「問い」に対して学生と大人と一緒にプロジェクトを立ち上げた事例も生まれています。

学生と事業承継のプロジェクト

ある事例では、京都で有名な綿菓子ショップがコロナ禍で廃業を決め、事業譲渡を受けた方から、

「若者が経営を学ぶチャンスでもあるので、事業承継と同時に、学生と一緒に新事業を立ち上げたい、QUESTIONに集まる学生と一緒に考えられないか」というご相談が寄せられました。そこで、私たちコミュニティマネージャーは、パートナーでもある京都芸術大学に相談し、チャレンジしたい学生さんとベンチャー型事業承継のプロジェクトを組成しました。学生さんは定款作成から登記まで会社を立ち上げるための一連の流れを経験し、その後はパッケージデザインやイベント商品の開発、SNS運用までアイデアを出してくれました。結果としてコロナ禍で一時休業していた店舗の営業を再開することができ、今では新天地に移転した本店で店舗運営を任されています。

官民連携による

シティプロモーション・まちづくり

ーともに立ち向かうコロナ禍でのPRー



洲本市魅力創生課魅力発信係主査

・市場 一也

包括連携協定の締結

淡路島の中央に位置する洲本市は、人口約4万2000人、温暖な瀬戸内気候に属する静かな街です。有名な淡路島の玉ネギ、海産物等の豊富な食材や、洲本城、洲本温泉をはじめとする観光資源、そして移住定住関連のPRを全国へ行うため、これまでも首都圏を中心にアンテナショップの開設やイベント出展等さまざまな活動を行ってきました。その中でも株式会社JTBパブリッシング（以下「JTBパブリッシング」とは観光情報誌「るるぶ特別編集 淡路島洲本市」の発行をはじめ、飲食店舗「るるぶキッチン」（東京都新宿区）における洲本市食材を活用したメニューの提供など相互に連携した事業を複数展開してきました。

そんな中、コロナ禍での「密」を避けるためさまざまなイベントが中止や延期となり、都市圏へのPR活動は縮小せざるを得ない状況に。飲食店の経営も厳しさを増し、市内産品の需要が低迷する情勢を踏まえ、コロナ禍における諸課題を共に打開しようという共通の目的から2020年9月29日、洲本市とJTBパブリッシングは包括連携協定を締結するに至りました。

協定の締結により、首都圏での知名度向上や移住・定住促進等の活動を連携してよりスムーズに実施できるようになり、コロナ禍に対応した活動方針をそれぞれのノウハウをいかして打ち出していくこととなりました。

東京事務所の開設

2021年2月9日には、東京都新宿区のJTBパブリッシング本社ビル内に「洲本市魅力創生課東京事務所」を新たにオープン。洲本市からJTBパブリッシングへ運営を委託する形によるもので、先に締結した包括連携協定に基づき首都圏でのシティプロモーションやコロナ禍で注目されるサテライトオフィス、ワーケーションの促進といった活動を行う拠点としての機能を担うこととなりました。

また、東京事務所には移住の制度や支援事業の問い合わせ、空き家の紹介等を行う「淡路島洲本市首都圏移住センター」の機能も併設されています。コロナ禍での活動ということで、オンラインを活用しながら移住相談やセミナーを実施してきました。事務所の運営には、これまで洲本市とのさまざまな連携活動を通して洲本市の魅力を熟知したJTBパブリッシングの社員が着任し活動をしているほか、洲本市のアンテナショップの勤務経験者などが移住相談等の業務にあたっています。

また、2021年4月以降は、洲本市にゆかりのある方を相談員として募集するなど、雇用の創出につなげることも目指しています。

取り組みの具体例

包括連携協定の下、JTBパブリッシングと共



JTB パブリッシングと共同製作した「るるぶ特別編集 淡路島洲本市」



包括連携協定の調印式。コロナ禍のためモニター越しで行われた



コンテストに出品された創作メニュー



定期的に行う共同プロジェクトでの情報交換会

同での活動内容は多岐にわたります。

都市圏におけるPRイベントやフェアの開催をはじめ、洲本市と東京事務所が連携して定期実施したオンラインによる移住相談会、外部講師を招聘しての勉強会等々、さまざまな活動を共に連携を取りながら実現してきました。

その中でも個人的に非常に印象に残ったのが、ワーケーションのトライアル事業として2021年4月に実施した「未来のシェフのワーケーション事業」です。

これは都内を中心に飲食店舗を運営する企業から新入社員約20人を当市内へ受け入れ、ワーケーションと新入社員研修を行うものですが、ワーケーション期間内に市内の農産物や海産物の生産者を訪問して地元の人たちの生の声を聞き、地元食材を活用したメニューをそれぞれのアイデアで創作、ワーケーション期間の最後にそのメニューを発表し優勝作品を決定するコンテストを実施する

という特色ある内容です。

ワーケーション事業に関しては、これ以前にJTBBパブリッシングが自社社員を対象に洲本市でワーケーショントライアルを行っており、その際に見いだした課題等を踏まえてこの「未来のシェフのワーケーション事業」を提案してくれたという積み重ねがありました。

コンテストで新入社員の方々が発表した創作メニューにはフレッシュな創意工夫が光り、地元の食材に慣れ親しんでいる我々から見ても新たな発見に満ちていました。

将来一人前のシェフになって、また洲本産の産品を使った料理を作ってくれることを願わずにはられません。

◆◆◆ 連携により見えてくるもの

JTBBパブリッシングと共同で行ってきた数々

の事業に共通するメリットとして、課題の発見から解決に向けたプロセスをすべて一貫して共有することで、より効率的に取り組みを進めることができるという点を挙げられるでしょう。

特に、地域の課題を発見する段階から連携が取れるという点は大きく、目まぐるしく移り変わる地域の情勢に柔軟に対応していける強みがあります。

外部の経験、知識が豊富な人材と共に地域を見つめることで、より高い解像度で地域の実態を捉えることができる、そのように考えています。

◆◆◆ 今後の展望

現在も洲本市はJTBBパブリッシングと包括連携協定の下でさまざまな事業に取り組んでいます。洲本市内の複合施設「ウェルネスパーク五色」

のさらなる魅力の向上を目指した共同プロジェクトでは、定期的な情報交換や会議を

重ね日々歩みを進めています。

さらに新たな道の駅を整備する計画も進めており、まちづくりの分野においても連携を強めているところ

です。

当面は続いていくであろうコロナ禍に対応し、コロナ禍ならではの対策を打ちながら、いかにして共に課題をクリアしていけるか。

これまでの協働で蓄積したノウハウを用い、今後も共に立ち向かって行きたいと思っています。

古民家再生から学生支援まで

―「事業成長を売る広報PR企業」の多彩な活動―



株式会社MOVEDDOOR 社長
こみんか学生拠点代表

● 諸富 稜

起業と地域貢献

MOVEDDOORは兵庫県三田市を拠点とする広報PR会社である。2018年11月、私が大学3年生のときに設立した弊社は、顧客の広報戦略の構築から革新的なデザインや映像の制作、それを顧客へ届ける広告までを担う。地元三田市での地域貢献にも力を入れており、再生した古民家をオフィスとして利用。地域の学生を支援する拠点や、さまざまなイベントの場としても活用している。

学生時代に三田市で、農業体験事業やローカルイベントの実施、ローカル雑誌づくりなどを経験。起業後まもなくコロナショックにみまわれたが、会社は20人規模に成長した。顧客企業の課題分析から広報戦略の立案、誌面広告や動画の制作・配信、WebサイトやSNSの運営、YouTube広告など多彩な手法により、令和の軍師として、集客・採用・ブランディングを勝利に導き、顧客企業の事業成長を実現している。150社以上の実

績を持ち、顧客である観光農園の予約数が、西日本全体の観光施設で第2位に躍進するなど（情報誌「じゃらん」調べ）成果を上げている。

築100年の古民家を自社オフィスに

現在の自社オフィスは、築100年近くの古民家に置いている。10年以上空き家だったものを地域住民や学生と協力して改修・再生。JR三田駅徒歩2分の好立地かつ街中にあり、2階を自社オフィス、1階を地域の学生を支援する「こみんか学生拠点」として整備した。

こみんか学生拠点は、行政と連携しながら三田で活動する学生の活動と交流を支援している。さらに、学生と共に設立した子ども食堂を実施。里山エリアの観光促進を始めた、地域プロジェクトの拠点としても使われている。

私は他の学生起業家と異なって、あえて都会ではなくローカルで起業した。だからこそ、普通のオフィスビルでは満足できなかった。とことん個



古民家の外観

性的な会社でありたいと思った。そして、出来ることなら、起業後も地域貢献に関わろうと決めていた。こうした考えから、古民家の空き家を探し続けていた。その想いを発信して、いろいろな方に相談し続けてきた結果、オーナー様を紹介してもらえることに。ここをオフィスとして継続的に利用することに加えて、学生拠点として、まちに開いていくことにした。

リノベーションもエンタメ化

古民家のリノベーションに際しては、学生拠点を利用したい学生、まちづくりや建築に興味がある学生、地域住民の方など、数百人に参加してもらい、共に再生を進めた。この場所への愛着を高



学生拠点未来会議に参加した学生や地域住民



古民家再生イベントには学生と地域住民、建築士が協力



古民家オフィスでの弊社経営メンバー

めるためには、誰かがつくった場所ではなく、自分たちがつくった場所になる必要がある。そこで、大清掃や建築リノベをエンタメにしてイベント化した。終わった後には食事を囲んで会話をし、仲間になってから帰れるような場づくりを意識した。

また、再生と同時に、この古民家の活用方法について、何度もアイデア会議を開いた。数百人の学生や地域住民が意見交換した結果、300以上のアイデアが生まれ、本当にみんなが使いやすい、使いたくなる場所になった。このように、拠点が完成する道のりを共に歩むことで、完成後の盛り上がりにも大いにつながったと考えている。

こうした拠点ができることによる地域社会への波及効果は①まち中に、魅力的な拠点が生まれることで、まち中に訪れる学生が増加する②まち中にぎわいが生まれ、三田を舞台に活動する学生が増加する③まちの盛り上げ活動や課題解決が行

われ、学生が三田のまちや住民と関わる楽しさを体験できる④三田に愛着を持つ、三田のことを好きになる学生が増加する⑤その結果として、三田で活躍する若者や事業家の増加につながる――などが挙げられる。

空き家活用の利点と成功のポイント

「空き家を活用する必要ってあるの?」と考える人も多いだろう。「お金がかかる。改修が面倒くさい」といったイメージがあると思う。しかし、私に言わせれば、空き家を活用することで、事業は加速する。

空き家を活用するメリットは三つある。一つ目は「おもしろい物件が見つかること」。普通の一軒家だけでなく、古民家もあれば診療所や銭湯の跡といったものもある。特に、クリエイティブ

イが求められる仕事をしているなら、外観や内装がすてきな場所で事業をすることで柔軟な発想力を育むことができる。温かな古民家で事業することはメンバーのモチベーションにもなっている。二つ目は、「自由なオフィス・店づくりができること」。例えば、住宅兼店舗にして出費を抑えたり、オフィスにキッチンを付けて料理をしたり、学生コミュニティなどの交流の場にするのも。ユニークな発想で使えば、新たな出会いや事業につながる。三つ目のメリットは、「実はコストカットにつながること」だ。オーナーさんと直接やり取りをすれば、不動産会社への仲介手数料も必要ない。また、空き家をきれいに整備する代わりに家賃調整の相談ができることもある。空き家再生の補助金が充実している自治体ならこれを活用することもできる。

空き家の再生で重要なことは「事業をつくり、価値を生んで継続すること」だと考えている。なぜなら、空き家での事業が失敗すると建築費も家賃も払えないため、空き家が再生しないからだ。そのため、空き家再生の最優先は「事業が成功すること」。その先に地域貢献がある。

そもそも一軒の空き家が空き家だけでなく、地方に事業が一つ生まれるだけで、十分な経済効果がある。雇用が生まれるだろう。また、事業が成功して余裕が生まれると、さらなる地域貢献に取り組むことができ、次世代に勇気を与えられる。

新しいチャレンジが

生まれ続ける地域を創る

―地域商社瀬戸内うどんカンパニー―

瀬戸内うどんカンパニー株式会社CEO
(Chief Udon Officer)

● 北川 智博

「地域商社の経営者を募集します」――201

7年に香川県三豊市から出された募集の文言だ。地域商社というワードが引っかけ読み込むと、第三セクターではなく完全民間資本の地域商社を構想しているという。

地域活性化には民間の感性や力が必要だと当然のように言われるが、自治体が主導して創出する地域商社やDMO（観光地域づくり法人）などの行政資本組織では民間経営感覚も悲しいかな公共事業の特性や仕組みに相殺されてしまう。

そんな構造的不協和が起きやすい地域活性化事業において、香川県三豊市の取り組みは当時かなり斬新な切り口だった。私は本事業に名乗りをあげ、幸運にも選任していただくこととなった。社名は「瀬戸内うどんカンパニー株式会社」に決まった。

◆ ◆ ◆
半年で地域の声1000件蓄積
見えてきた公民の役割の変化

地域商社にはいくつかのパターンがある。商品開発や販路開拓に主軸を置く地域商社や、道の駅や公共のハード事業を請け負いながら、地域の新しい機能を担う地域商社などさまざま。私は、設立から半年間とはにかく地域を回って人の話を聞いた。毎日10人程度の地域の方とお会いし、その人は何をしていた、どんな課題をお持ちか、なにに違和感を覚えて、これからどうしていきたいのか。そんなことをしているとあっという間に1000件以上の地域データベースができた。そして個々の声から地域の大きな傾向として「行政機関の役割と民間の役割が高度経済成長期以降変化している」ことが見えてきた。

少し大雑把に表現すると、行政は地域社会のセーフティネットを担い、民間企業は経済成長に合わせて事業拡大を図ることで相互補完関係が機能していた過去に比べ、バブル崩壊などを経て経済成長が停滞し始めた地域民間企業は保守的な経

営を行うしかなく、雇用や投資を抑えるようになった。一方これまで行政が担ってきた地域社会運用に関わるコストは肥大化しており、行政は少子高齢化対策に加えてシティプロモーションや移住定住施策、企業誘致など広報PRなどの役割も求められはじめた。企業でいえば、大量の業務に加えて新規事業も立ち上がるが人員は増えず、短期で成果が求められるがうまくいかなければ経営層や株主から袋叩きにされる。つまり地域社会構造の変化に伴って生じた民間と公共の相互補完関係に溝が生じているのだ。（図1）

◆ ◆ ◆
「地域を創る」3つのステップ

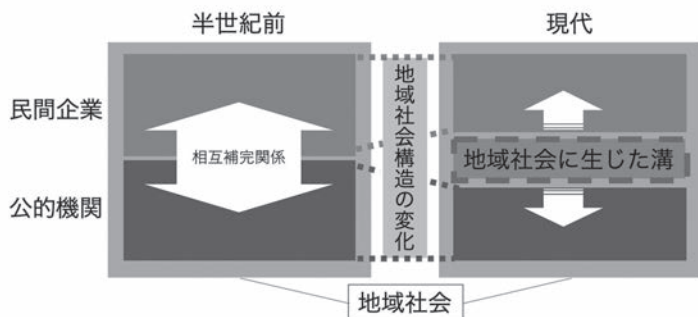
このような理解をした上で当社は「新しいチャレンジが生まれ続ける地域を創る」ということをミッションとして定めた。そして地域社会の溝を埋めていくために大きく①チャレンジモデルを創る②地域プレイヤーを巻き込む③外部プレイヤーを巻き込む――の3段階で取り組んでいくことにした。

えてして地域商社には地域特産品を使った加工商品開発や流通開拓など特定の役割を求められることが多いが、当社は公共施設運営を担わない地域商社として、それらの事業はあくまで地域づくりの手段として捉えることにした。（図2）

①チャレンジモデルを創る

まずは誰が見てもわかりやすい「地域の魅力を伝えられる商品」を創ることにした。香川県の地域食、さぬきうどんに食育のテーマを掛け合わせ「さぬきうどん英才教育キット」を開発した。「安

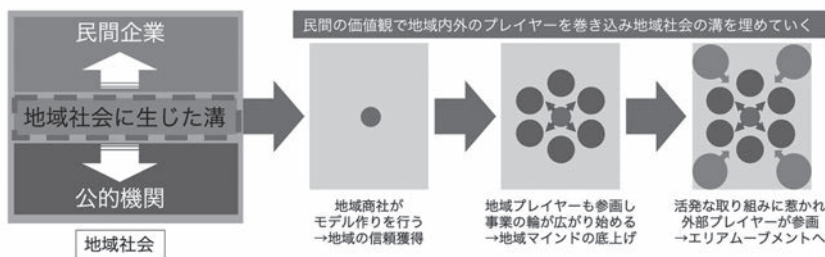
地域社会構造の変化



地域社会の構造が変化し、
これまで相互補完関係にあった役割分担に溝が生じていった

図1 地域社会構造の変化

瀬戸内うどんカンパニーの役割



地域商社は地域事業者のシティズンシップを掘り起こす役割
商品開発、流通開拓、観光開発などはあくまで手段

図2 瀬戸内うどんカンパニーの役割

「早い美味しい」を極限まで突き詰めて長い歴史を有する、言わずと知れたさぬきうどんも、逆にいうとこれ以上改善（安く早く美味しく）することは難しい。であれば「食品」の領域を超えて「食育の題材」として価値転換してみても考えた。地域うどん関連事業者の皆様の協力を得ながら、それ者だからこそその視点を生かし、子どもから大人まで楽しみながら学べる商品として発売し、多数のメディアで取り上げられ、年間1000セットを超えるヒット商品となった。

② 地域プレイヤーを巻き込む
地域のシンボリック資源を生かして新しい切り口で商品を創り出したことにより、メディア等で商品開発の裏側や考え方を知って当社に興味を持つてくださる地域事業者や市民の方が増え始めた。商品発売前までは「また外部から来て、地域をかき乱すだけかき乱して帰っていくのでは」という先入観があった人たちも、地域資源は活用しているが、競合しないことを示したことで「害はなさそう、むしろちょっと面白そう」という感覚に変

わっていったのだと思う。今までは時間をいただいて会いに行くことばかりだったが、「こんなことをしているんだけど一緒に何かやらない？」と声をかけてもらえるようになった。地域事業者のお手伝いや、共同の観光開発事業なども始め、少しずつ点だった地域が面になり始めた。
③ 外部プレイヤーを巻き込む
地域が面になり始めるとおのずと各事業規模も拡大してくる。徐々に地域の機運も醸成され、所々で新プロジェクトが自発的に生まれてくる状態になった。そうすると、地域の中だけでは足りない労働力や専門ノウハウを持った人材が地元と対等な関係で必要になる。行政事業では地域外企業が入っても契約期間が終わったら関係が終わるケースも多いが、民間企業同士で地域と外部が対等につながると持続しやすい。

こうして地域事業者とさまざまな外部企業や人材とをつなげるハブになることで地域のプロジェクトがさらに盛り上がっていくのだ。当社は2020年3月をもって三豊市からの地域商社構築業務委託を終え、民間企業として引き続き地域の多様な民間事業運営に携わっているし、これからもっと面白くなる三豊市に関わり続けていきたい。行政事業をきっかけに立ち上がったが、今では地域のさまざまな事業者が地域商社のような役割を果たしている。これから三豊市だけではなく他の地域とも連携して前向きで本気なチャレンジを続けて日本の地域の魅力を創出していきたい。

地域産品を掘り起こし、人を育てる ―西海クリエイティブカンパニーの取り組み―



株式会社西海クリエイティブカンパニー取締役

・ 拝崎 麻衣

小さなまちの「お役立ち会社」

株式会社西海クリエイティブカンパニーは、長崎県西海市で2017年に西海市、株式会社親和銀行、民間の3者の共同出資による地域商社として創業しました。

地域の「お役立ち会社」として、行政だけでは対応できない分野にも民間だからこそスピード感を持って積極的に事業展開を行い、課題解決のための具体的な行動を実行する企業として日々活動を行っています。

これまで主な事業として、地域産品のブランディング&マーケティング事業の他、エネルギー事業、ローカルウェブメディアでの情報発信、シテイマネジメントに加え、近年では地域でのデジタル技術を活用したAIAアプリ開発、行政や民間におけるDX推進に関わるアプリケーションやプロダクト開発の事業等、外部人材の活用や人材育成なども含めて積極的に行っています。

当社の拠点である西海市は、周りを海と山に囲まれた自然豊かな場所です。人口は2万7000人ほどの小さなまちです。農業や漁業などの一次産業を生業とする方々や、飲食店や製造業などの個人事業主の方も多く、小さいまちながら全国に誇れる品質のいいモノがたくさんあります。

一方で、地域内においてデザインやブランディング・マーケティングにおけるサポート、情報発信等の課題を持っているという声なども耳にしてきました。

こうした地域の現状を整理し、課題を共にクリアにしていくことも地域商社として当社に求められていることと感じています。

ブランディング&マーケティング事業では、市内事業者の方々を中心とし、商品開発、デザイン、流通販売におけるサポートなどを通じ、地域産品の掘り起こし、商品開発から販売促進までをワンストップでサポートしています。

創業当初よりさまざまな縁をいただき、地域商社として市内事業者の方々と信頼関係と実績を

少しずつ積み重ねていく中で、営業コンサルティングサービスを展開し、近年進む高齢化や人材不足による地域課題を解決するため、デジタルを活用した提案・開発にも取り組んでおり、将来人が減っても大丈夫な仕組みを作ることに力を入れています。

営業コンサルティングは、業種を限らずさまざまな事業者の方々から依頼があり、農家や養殖業者、市内漁業協同組合、食品加工業者など多岐にわたります。

デザインによる販売促進に関わるクリエイティブ面でのサポートをはじめ、ヒアリングを元に課題の抽出、市場のニーズや分析・提案を行うマーケティング支援から営業に至るまで、定期的に足を運び、コミュニケーションを取りながら出来るだけ近い距離で寄り添うことを大切にし、共に走りながら課題解決と事業推進のサポートをすることを心がけています。

これまで、弊社がサポートした案件より、一部ですがご紹介します。

ブランディング&マーケティング業務

・ 株式会社浦野淡水

西海市内でご夫婦ですっぽんの養殖事業を営んでおられる事業者様で、これまで業者向けの販売が主でしたが、長引くコロナの影響もあり、個人向け通販にも力を入れていきたいとのこと相談があり、それに伴う販路開拓および同封するフライヤーの作成、商品パッケージ等のデザインを行いました。



ミーティング中の社員



西海クリエイティブカンパニーが支援したクラウドファンディング



ローカルメディア「ばりぐっど」



デジタル人材育成のオンライン講座

で、西の端の小さな町からワクワクする挑戦をする人が増え、それを応援する文化が当たり前の地域になるように、これからも地域の方々と共に地域づくりの発展に寄与できればと思っています。

◆ ◆ ◆
・市内4漁協「西海の魚」ブランド力強化
西海市は大村湾・五島灘・角力灘と三方の海に囲まれており、水産業や漁業を生業にしている方も多い地域です。近年、水産業全体が海洋環境の変化等による漁獲量の減少や魚食離れによる魚価の低迷など多くの課題を抱えています。西海市ももちろん例外ではなく、同様の課題を抱える中、市内4漁協で構成される西海市水産協議会や西海市水産課と共に、西海の魚の魅力向上とブランド

◆ ◆ ◆ コンサルティング事業

個人向け販売を開始するにあたり、販売価格の見直しや販売先の選定などもサポートし、コロナによる売り上げ減少も見込まれていましたが、新たな販路を開拓し、新規顧客への販売ができたことで、売り上げ向上につなげることができました。今後の販売戦略のサポートなど、さらなる発展に向けた取り組みも進めます。

◆ ◆ ◆ 人材育成&発掘

力強化に向け、漁協コンサルティング事業に取り組んでいます。それぞれ特徴の異なる漁協の特性を活かした商品開発や、全国に向けた販路開拓としてクラウドファンディングやライブECモースなどを活用した販売戦略の立案、地域の方々へ西海の魚の魅力や漁協の取り組みを知ってもらうためのイベントサポートなどを行っています。

・市民向け講座の開催
ローカルメディア「ばりぐっど」

当社が地域に貢献できることとして、モノ（地域産品）の掘り起こしと併せて、ヒト（人材）づくりも大事であると考えています。2017年から西海市と共に人材育成の事業も行っており、多種多様な業種のプロフェッショナルを講師に招き、市民を対象とした各種講座の開催と運営を行

ってきました。

本取り組みへの参加をきっかけに、さまざまな才能を開花させ、デザイナー、カメラマン、プログラマーとして新たな一歩を踏み出した方、動画クリエイターとして起業し、法人化するなどキャリアアップした方など、見事な転身を遂げ活躍の場を広げている方も複数います。

当社で運営を行っている、西海市のさまざまな情報を発信するメディアとして閲覧者数1000人以上を有する西海市発のローカルウェブメディア「VARY GOODーばりぐっどー」で、市民ライターとして活動している方もおり、企画・取材・執筆の他、市内事業者のブログやHP・SNSの運営サポートなど幅広く行っています。

こうして培ったスキルをいかし、地域コミュニティ作りや人材育成の分野で活動している方もおり、新たなキャリア開発へもつながっています。

地方には解決すべき課題が多くあり、解決に当てる人材も豊富ではありません。しかし、環境や場所にとらわれずにさまざまな挑戦があらゆる場所から行える時代がすぐ目の前にある今、西海市内に点在するさまざまな人材や産品などまだまだ眠っているであろう地域資源を掘り起こすこと

魅力的な農産品開発やIT人材育成

―「たらぎ財団」のチャレンジ―



一般財団法人たらぎまちづくり推進機構
業務執行理事 COO

● 栃原 誠

「Challenge for Change」

これは一般財団法人たらぎまちづくり推進機構（以下「たらぎ財団」）が掲げる企業理念です。「変化に挑戦する」という意味を持ち、地域に変革をもたらしたいという思いが込められています。

たらぎ財団は、町100%の出資により2020年10月1日に設立された法人です。多良木町は熊本県の南東部に位置し、宮崎県との県境にある人口約8900人の小さな町です。町の総面積の約8割を山林原野が占め、町の中央を熊本県内最大の川で最上川・富士川と並ぶ日本三大急流の一つ、球磨川が流れています。山々に囲まれ、盆地となっており四季折々の姿を見せる地域で、昔から農林業で栄えてきました。

現在は、少子高齢化が進み、町内にあった県立多良木高校も2019年3月31日に閉校となり、町内で受けることができる教育は中学教育までとなっています。高校からは他の市町村の高校へ進学していきます。多良木町は、2014年に日本創成会議の人口減少問題検討分科会が発表した消滅

可能性都市の一つでもあります。

ブランド米開発やシェフツアー開催も

地方創生の推進母体として、2016年に多良木町しごと創生機構を設立し、米のブランド化や地域資源を活用したドレッシング製造等を実施してきました。米に関しては、有志の米農家による研究会が発足。高温障害に強い品種「にこまる」を使い、栽培時期・方法、精米方法を科学的な観点から統一し、良食味を追求しながら安心安全や環境に配慮した特別栽培米を研究した結果、ブランド米「こめたらぎ」が生まれました。「こめたらぎ」は2018年から2021年まで、九州のお米食味コンクールで自治体部門4連覇を達成しています。

ドレッシングは、地域で採れる野菜資源を使います。高知県のイタリアンシェフが作るドレッシングとコラボした商品で、無添加で製造しており、安心安全な「野菜で野菜を食べるドレッシング」

として、地域や県内外のスーパーやデパートなどでも販売しています。

地域活性化の取り組みをさらに推進していくために、2020年10月に多良木町しごと創生機構を改組し、現在のたらぎ財団が設立されました。たらぎ財団は、これまでの成果を踏まえ、商品の高度化と人材育成、ふるさと納税事業を基盤とし、地域活性化を推進しています。

地域には豊かな資源がたくさんあります。これをもっと多くの人たちに知ってもらい、多良木町の魅力を感じてもらうために地域資源のリブランディングを目指しています。

多良木町の食の魅力発掘・発信を目的とし、シェフに滞在してもらいながら自然環境や食材、生産者とのつながりを創出するシェフツアーを実施



多良木町内の妙見野自然の森展望公園からの眺望



ジビエ・ブランシチュー・スープ



DeNA クリエイティブキャンプ

しました。東京の渋谷で活躍されているオーナーシェフを招聘し、多良木町に深く関わるジビエを活用したレシピを試作・開発してもらいました。また、地元猟友会の協力の下、狩猟見学を行い、ジビエの生態についても確認してもらうなど、地域資源が持つ付加価値をシェフ自らの目で確認してもらいました。また、福岡県を中心に活動しているシェフを招き、既存のドレッシングとは違ったコンセプトの、「肉に合うドレッシング」の開発も実施しました。

◆◆◆ DeNAとIT人材育成協定を締結

私たちが特に注力して実践しているのは人材育成です。2021年に株式会社ディー・エヌ・エ

ー（以下、DeNA）と多良木町は「IT人材育成事業に関する協定」を締結しました。多良木町内にIT関連企業が存在せず、ロールモデルとの出会いや職業感の醸成が困難でした。そんな状況の中、町内小学校の授業でDeNAの社員が多良木町を訪れて、またはオンラインを活用して自社のプログラミング教育ソフトを使った授業を行っています。単にプログラミングを学ぶのではなく、自らが考えたり想像したりすることが、プログラミングの技術を用いて作れるということを体験として学んでいます。また、東京都渋谷区で事業展開している企業と連携し、Minecraftを使った授業を行い、地域の史跡を調べ、Minecraftのワールド上に再現し、全世界への公開までを行い、作業の進め方やプログラムの組み合わせの論理的な思考を育成する

とともに、地域に愛着を持つきっかけづくりとしています。地域の子どもたちが集まり、オリジナルのゲームの制作や自らが考える未来の多良木町を再現するイベントも実施しました。

人材育成は子どもたちばかりではありません。多拠点生活をしている

都市部の人材が講師となってスキルを地域の人たちにシェアするイベント「たらぎつながるDAY S」を実施しました。コロナ感染拡大により、テレワークが普及しつつある現代で、多拠点生活をしている人材は場所にとられない働き方を実践しており、その人材が持つスキルやマインドを地域に落とし込むことで人材育成につながっていきました。また大学との連携も実施しています。大学生が地域の高校生と交流し、地域のまちづくりに関するワークショップを開催。大学生がワークショップの中で高校生と対話をし、地域をあらためて見つめ直すことで、高校生が自らの視点で地域の良さや課題を可視化することができました。

地方には「情報」と「刺激」が不足していると思います。しかし、この二つは人と人とのコミュニケーションで十分活性化出来ると考えています。都市部の企業や人材を地域とつなげ、誘致することで「情報」と「刺激」を地域に落とし込むことができます。関係人口の創出に注力して、小さなイノベーションをどんどん起こしていけば地域力を向上させていくことができると思います。

そして、持続可能なまちづくりを地方で実現するには、その地方に住む人と関わる人の幸福度を上げていくことが大切だと思います。そのために、たらぎ財団は、企業、大学、人材と連携することで、今まで先人たちが紡いできた地域にある歴史や文化、人などの資源を、「情報」と「刺激」でその可能性をさらに向上させ、地域の持続可能性を高めていくとしています。

今後いろいろな方と一緒に、多良木町でChallengeをして、地域にワクワクを創出します。

行政・地元企業と取り組む地域活性化 — 児童生徒の学びや市民の健康長寿を支援 —



旭化成株式会社延岡支社延岡総務部
地域活性化推進グループグループ長

・元永 辰也

2020年1月、旭化成株式会社延岡支社延岡総務部に新設されたのが、私が所属する地域活性化推進グループである。当社は宮崎県の北部に位置する延岡市に生産拠点を構え、ケミカル製品をはじめ、多岐にわたる製品を数多く生産している。延岡市は、2006年の市町村合併により、九州で2番目に広い面積をもつ市となって以降、当時13万人ほどいた人口は、現在では11万6000人ほどと減少傾向が続いている。全国の地方都市同様、この延岡市においても、人口減少や人材流出への対応が課題となつたいま、これまで以上に地域創生や活性化推進の取り組みを強化する必要があると考え、行政や地元企業と連携し、この課題に取り組んでいる。われわれ地域活性化推進グループはこれら社内外との連携の核となり、新規事業開発、人材確保・育成、地域PR等の地域活性化施策の立案、推進役を担っている。

教育・次世代育成支援

延岡市では、各世代に対し、地元企業が教育や次世代育成を支援する仕組みがある。小学生向けの「ふるさと教育支援事業」は、さまざまな分野の方に、苦勞した体験や困難を克服した経験に加え、延岡への思いを織り交ぜて話してもらうことで、子どもたちに「困難に立ち向かうたくましさ」や「自立する力」をもってもらいたいとしている。「講師派遣事業」は、主に中学生を対象とし、日頃の学校生活では経験できない、実験、実習、見学等を通し、科学が豊かな生活を送る上で、いかに役立っているかを実感することで、科学に対する興味・関心を醸成することが狙いである。「キャリア教育」は、企業の講師や働く人との交流を通して、働くことの意義や楽しさ、仕事への情熱や責任感等を知ることができるもので、高校生など就職を考えている生徒に向けたものである。これら事業には多くの企業が関わり、身近に「科学」や「技術」を感じられる延岡ならではの取り組みである。これら歴史ある事業のほか、最近では、当社グループ会社のコンテンツを活用したものが

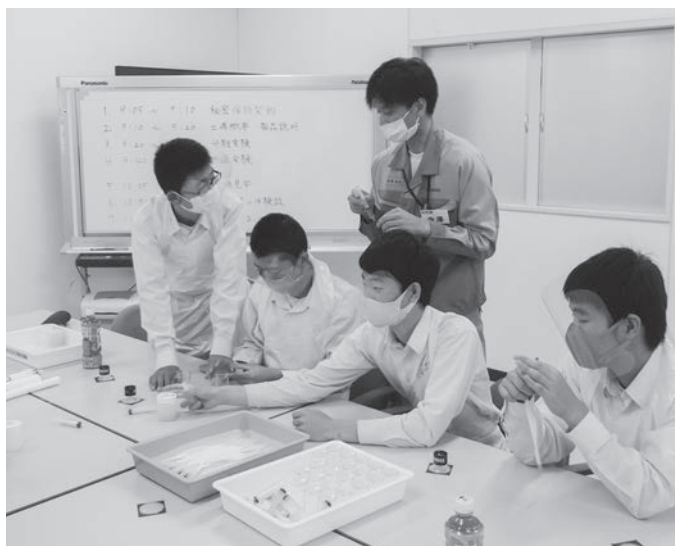
ある。リサイクル社会やSDGsへの取り組みに関するもので、延岡市の全中学校にZiplock（食品や日用品の整理・収納グッズのブランド）のリサイクルボックスを提供し、生徒会活動に役立ててもらっている。さらに2020年度から必修化された小学校のプログラミング教育を地元企業と協力して支援する全国初の取り組みも始めたばかりである。これからも地元企業として、まちぐるみで次世代を担う子どもたちを温かく支援していきたい。

地域活性化イベントの展開

コロナ禍の中、われわれが行っているイベントが『謎解き』である。謎解きイベントは、全国各地で行われているが、休日などのスポット開催が多く、年間を通じて実施する例は少ない。開催期間を長くとり、参加に自由度を持たせ、コロナ禍においても実施しやすく、さらには、まちを周遊することもできる『謎解き』を、継続性を意図して『謎解きのまちのべおか』と称した。まちを周遊する仕掛けとして、謎の提示場所には商店街の店舗の協力を得ている。日頃行かないような道を友だちと歩いたり、家族で新たな街並みを発見したりできるほか、店舗では、単に『謎』を入手するだけではなく、お店の人と会話をしたり、店を利用したりしてもらうなどのきっかけにもなる。すべての謎が解けた際のクリア賞に地元産品や地元通貨を採用するなど、少しでも地元を感じてもらおう仕掛け、工夫を施している。回を重ねるごとに皆のアイデアが反映されるユニークな企画



「謎解きのまちのべおか」に参加する子ども



講師派遣事業により工場で実験を行う生徒たち



高校生向けの出前授業での講義



市民イベントで骨の健康チェックの順番待ちをする市民

人々との調和を図り、共生していくことが大切だと改めて感じている。お互いが尊重される存在として、共に助け合い、高め合うなど良好な関係を築き、これからも地元とともに成長していける企業として、しっかりと責任を果たしていきたい。

として定着しつつある。

健康長寿のまちづくりで協定

2020年12月に延岡市と「自分の足で100

年歩ける健康長寿のまちづくり」に関する連携協定を締結した。健康寿命の延伸には、運動器（骨、筋肉、関節、神経）の機能維持が重要と言われており、当社グループでは、骨疾患治療薬の開発・製造を通して、多くの知見や経験があるため、この強みを生かし、骨粗鬆症（こつそしょうしょう）に関する活動をスタートさせた。市民が、骨粗鬆症の理解を深め、早期予防・治療が広がることで、骨折から始まる介護に至ることのないまちを目指している。骨粗鬆症は、自覚症状がない上に、高齢の疾患というイメージもあり、なかなか若い世代には自分事として捉えることが難しいようだ。このため、高校生向けに出前授業を行い、骨粗鬆症に関する基本的な知識の講義、市の保健師による成長や生活の上で大切なことへのアドバイス、実際に骨の状態を

計測して「今の自分」を知るといった活動を行っている。疾患啓発は長い時間をかけ、粘り強く取り組む活動だと認識している。これからも1人でも多くの市民に骨粗鬆症について知ってもらい、延岡市の「健康長寿のまちづくり」に寄与していきたい。

地域社会との共生を目指して

われわれが取り組んでいる活動には、20年以上継続しているものもあるが、これからは現状をしっかりと見極めながら、現代、またはこれからの時代にふさわしい活動、事業として展開していきたい。企業が地元で事業を継続していくには、自己本位ではなく、行政をはじめ、そこに暮らす

「民」の力で地域を元気に

デジタル田園都市国家構想と地域商社
―社会課題解決へ向けた国・地方の取り組み―内閣官房デジタル田園都市
国家構想実現会議事務局審議官

・ 渡邊 政嘉

地方には人口減少や少子高齢化、産業空洞化など、さまざまな社会課題があり、こうした課題を

解決し、地方活性化を図っていくことが重要である。2014年以降、地方創生に関する取り組みが進められてきたが、東京圏と地方との転出入均等達成目標はいまだ達成できていないなど、その実現は

道半ばである。加えて、新型コロナウイルス感染症が拡大したことに伴い、観光業など地方経済を支える産業への打撃や、地域コミュニティの弱体化など、地方の経済・社会は大きな影響を受けた。

こうした課題を解決するために、これまでの地方創生の成果を最大限に活用しつつ、国や地方の取り組みを大きくバージョンアップさせ、地方の社会課題を解決し、魅力を向上させることを通じて、地方活性化を図ることが求められている。

こうした中、官民のさまざまな主体により、デジタル技術の活用が多方面で進み、他地域の見本となる優れた取り組みも見られ始めている。地域経済や地域コミュニティ等と密接な関係がある地域商社にとっても、デジタル実装に向けた取り組み

みは非常に重要なものである。

本稿では、本年6月、閣議決定された「デジタル田園都市国家構想基本方針」に基づき、同構想の基本的考え方等について紹介するとともに、「地域商社事業」の概要について紹介する。

なお、文中意見にわたる部分は私見である。

デジタル田園都市国家構想とは

・ 意義

デジタル田園都市国家構想は、市場や競争に任せきりにせず、官と民とが協働して成長と分配の好循環を生み出しつつ経済成長を図る「新しい資本主義」の重要な柱の一つである。地方の社会課題を障害物と捉えるのではなく、成長のエンジンへと転換していく。さらに、官が呼び水となって、民間の投資を集め、官民連携で社会課題を解決し、力強く成長する。さまざまな社会課題に直面する地方にこそ、デジタル技術の活用によって、地域の個性を生かしながら地方の社会課題の解決、魅

力向上のブレークスルーを実現し、地方活性化を加速する。これがデジタル田園都市国家構想の意義である。

・ 目的

デジタル技術の進展を背景に、地方に住み、働きながら都会に匹敵する情報やサービスを利用できるようなするなど、デジタル技術を効果的に活用して、地方の「不便・不安・不利」の言わば三つの「不」を解消し、魅力を高めることができる。このようにデジタル化の恩恵を日本の津々浦々にまで広げ、根付かせるための取り組みを強力に推進することにより、地方活性化の取り組みを一層高度かつ効率的に進めることが可能となる。

本構想を通じて、暮らす場所、年齢、性別にかかわらずあらゆる国民が、それぞれのライフスタイルやニーズに合ったゆとりと安心を兼ね備えた心豊かな暮らしを営むことができ、地方における仕事や暮らしの向上に資する新たなサービスの創出、持続可能性の向上、Wellbeingの実現等を通じてデジタル化の恩恵を国民や事業者が享受できる社会、いわば「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指す。これがデジタル田園都市国家構想の目的である。

次項においては、デジタル田園都市国家構想が、どのように地域商社に関わってくるのかを論じたい。

デジタル田園都市国家構想と地域商社

・ 地域商社とは

いわゆる「地域商社」というものの法的な位置づけ、登録制度といったものはない。あえて地域

デジタル田園都市国家構想基本方針の全体像

【基本的な考え方～「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指して～】

デジタルは地方の社会課題を解決するための鍵であり、新しい価値を生み出す源泉。今こそデジタル田園都市国家構想の旗を掲げ、デジタルインフラを急速に整備し、官民双方で地方におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）を積極的に推進。

- デジタル田園都市国家構想は「新しい資本主義」の重要な柱の一つ。地方の社会課題を成長のエンジンへと転換し、持続可能な経済社会の実現や新たな成長を目指す。
- 構想の実現により、地方における仕事や暮らしの向上に資する新たなサービスの創出、持続可能性の向上、Well-beingの実現等を通じて、デジタル化の恩恵を国民や事業者が享受できる社会、いわば「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指す。これにより、東京圏への一極集中の是正を図り、地方から全国へとボトムアップの成長を推進する。
- 国は、基本方針を通じて、構想が目指すべき中長期的な方向性を提示し、地方の取組を支援。特に、データ連携基盤の構築など国が主導して進める環境整備に積極的に取り組む。地方は、自らが目指す社会の姿を描き、自主的・主体的に構想の実現に向けた取組を推進。

【取組方針】

★解決すべき地方の社会課題

- 人口減少・少子高齢化
※出生率 1.45(2015年)→1.33(2020年)
※生産年齢人口 7,667万人(2016年)
→7,450万人(2021年)
- 過疎化・東京圏への一極集中
※東京圏転入超過数 80,441人(2021年)
- 地域産業の空洞化
※都道府県別労働生産性格差
最大1.5倍(2018年)

デジタル実装を通じて、**地域の社会課題解決・魅力向上の取組を、より高度・効率的に推進**

➤ デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

(2024年度末までにデジタル実装に取り組む地方公共団体1000団体達成)

- ①地方に仕事をつくる
スタートアップ・エコシステムの確立、中小・中堅企業DX（キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等）、スマート農林水産業、観光DX、地方大学を核としたイノベーション創出等
- ②人の流れをつくる
「転職なき移住」の推進（2024年度末までにサテライトオフィス等を地方公共団体1000団体に設置）、オンライン関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進、サテライトキャンパス等
- ③結婚・出産・子育ての希望をかなえる
母子オンライン相談、母子健康手帳アプリ、子どもの見守り支援等
- ④魅力的な地域をつくる
GIGAスクール・遠隔教育（教育DX）、遠隔医療、ドローン物流、自動運転、MaaS、インフラ分野のDX、3D都市モデル整備・活用、文化芸術DX、防災DX等
- ⑤地域の特色を活かした分野横断的な支援
デジタル田園都市国家構想交付金による支援、スマートシティ関連施策の支援（地域づくり・まちづくりを推進するハブとなる経営人材を国内100地域に展開）等

➤ デジタル田園都市国家構想を支えるハード・ソフトのデジタル基盤整備
2030年度末までの5Gの人口カバー率99%達成、全国各地で十数か所の地方データセンター拠点を5年程度で整備、2027年度末までに光ファイバの世帯カバー率99.9%達成、日本周回海底ケーブル（デジタル田園都市スーパーハイウェイ）を2025年度末までに完成など、「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」の実行等を通じてデジタル基盤整備を推進。

- ①デジタルインフラの整備
- ②マイナンバーカードの普及促進・利活用拡大
- ③データ連携基盤の構築
- ④ICTの活用による持続可能性と利便性の高い公共交通ネットワークの整備
- ⑤エネルギーインフラのデジタル化

➤ デジタル人材の育成・確保

デジタル推進人材について、2026年度末までに230万人育成。「デジタル人材地域還流戦略パッケージ」に基づき、人材の地域への還流を促進。

「女性デジタル人材育成プラン」に基づく取組を推進。

- ①デジタル人材育成プラットフォームの構築
- ②職業訓練のデジタル分野の重点化
- ③高等教育機関等におけるデジタル人材の育成
- ④デジタル人材の地域への還流促進

➤ 誰一人取り残されないための取組

2022年度に2万人以上で「デジタル推進委員会」の取組をスタートし、今後更なる拡大を図るなど、誰もがデジタルの恩恵を享受できる「取り残されない」デジタル社会を実現。

- ①デジタル推進委員の展開
- ②デジタル共生社会の実現
- ③経済的事情等に基づくデジタルデバイドの是正
- ④利用者視点でのサービスデザイン体制の確立
- ⑤「誰一人取り残されない」社会の実現に資する活動の周知・横展開

（構想の実現に向けた地域ビジョンの提示） 地方の取組を促すため、構想を通じて実現する地域ビジョンを提示。



スマートシティ・スーパーシティ



「デジ活」中山間地域



産学官協創都市



SDGs未来都市



脱炭素先行地域



MaaS実装地域

【今後の進め方】

○デジタル田園都市国家構想総合戦略（仮称）の策定（まち・ひと・しごと創生総合戦略の改訂）

国は、2024年度までの地方創生の基本的方向を定めたまち・ひと・しごと創生総合戦略を抜本的に改訂し、構想の中長期的な基本的方向を提示するデジタル田園都市国家構想総合戦略（仮称）を策定。地方公共団体は、新たな状況下で目指すべき地域像を再構築し、地方版総合戦略を改訂し、具体的な取組を推進。国は、様々な施策を活用して地方の取組を支援。

図1 デジタル田園都市国家構想基本方針の概要

商社とはなにかと問うのであれば、政府の示している第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020改訂版）においては、「地域の特性に応じた、生産性が高く、稼働域のまだ十分に知られていない農産品や工芸品、伝統、歴史、景観といった魅力あふれる地域資源を磨き上げ付加価値をもたらすことが重要と位置づけ、その中で、地域の生産者をとりまとめ、プロデュースする役割

をもった地域商社を、重要な事業主体の一つとしている。

以上を総合すると、地域商社とは「農産物、工芸品など地域に眠る魅力ある産品やサービスを発掘し、販路・市場を開拓し、交渉力を持って流通・調整することにより、価値に見合った価格での販売を行い、市場から従来以上の収益をもたらす役割を担う」存在であると言える。

・地域商社のデジタル実装における国の役割
前述したように地域商社は、地域の産品の事業展開において、非常に重要な役割を担っている。デジタル化が進む現代社会において、役割を果たし続けるためには、いわゆるDX化によるデジタル実装が急務である。しかし、人材・資金に乏しい地域商社においてはデジタル投資を十分行えず、都市部の大企業と比べると海外への展開や業務効率化による生産性向上の実現が難しい。こうした状況を踏まえ、政府として、地域の産学官金等が参画して地域ぐるみで中小企業等をサポートする支援コミュニティの立ち上げを促し、中小企業等のDXを伴走型で支援する取り組み等を進めるとともに、地域発のデジタルイノベーション創出に取り組む中小企業等を支援すること等を通じて、地方の中小企業の輸出力の強化など新たな市場の開拓に結びつくデジタル化や、デジタルを活用した地域産業の生産性向上を、積極的に進めることが非常に重要である。

また、キャッシュレス決済の拡大は、決済関連業務のデジタル化による効率化・付加価値向上という事業者の生産性向上、消費者の利便性向上による消費活性化およびポストコロナのインバウン

ド回復等による地域活性化に資する取り組みであり、事業環境等を大きく改善させる可能性がある。そのような恩恵を、地域の中小加盟店を含めた事業者等が広く享受できるように社会の実現を目指し、さらに、シェアリングエコノミーを進めること等により、地域の新しい産業の創出を進め、また、林地や空き家などの地域の遊休資産をデジタル技術により有効活用する取り組み等を通じて、地方における魅力的な仕事の創出を促す。加えて、地域の中小企業やスタートアップにおいてデジタル化に係る経営課題の解決や、デジタルを柱とする成長戦略の策定・実行を担える即戦力の経営人材や専門人材の確保を支援する。こうした取り組みにより、稼ぐ地域づくりを目指すことが、国として非常に重要な役割である。

次項以降では実際に政府として実施している取り組みの内、地域商社のネットワーク形成支援に関する事業にスポットを当て、その概要を紹介する。

地域商社に係る取り組み

・地域商社の課題

地域商社は前項で述べたようにその役割を十全に果たすことにより、地域に従来以上の収益をもたらすことができる。地域資源を生み出す地域の文化・伝統・歴史・生活・自然環境を生かし、異分野との連携や広く海外市場の開拓まで視野に入れた多様な事業展開が見込める。

しかし、消費者ニーズの掘り起し、商品の磨き上げ、流通の効率化、信用リスクの補完等担う役割が非常に多いことにより、事業運営に苦慮して

いる地域商社があることも事実である。その原因としては、業務が多量に渡ることによる多忙化の他に、明確な登録制度がないことにより同業種や支援機関のネットワークが貧弱という点もあげられる。もちろん広く地域商社的事業を行っており、成功と言える事例も多くみられる。だが、ネットワーク化されていないことから成功事例の横展開も進んでいない。このため、そういった地域商社ビジネスの担い手の人材不足や、ノウハウ、ネットワーク不足を課題と捉え、「地域商社等ネットワーク形成支援事業」を実施している。

・地域商社等ネットワーク形成支援事業

① ネットワーク事業

本事業は、ネットワーク形成による手法の横展開等を通じて地域商社の課題を解決するために実施している。大きく二つの事業で構成されており、一つは、「地域商社ネットワークサイト <https://chikisyouyasanetwork.go.jp/>」(以下「本サイト」)に会員として、地域商社ビジネスに取り組む者、地域商社ビジネスを立ち上げようとする者、地域商社ビジネスへの参画を希望する者、地方公共団体、地域金融機関、創業支援者が幅広く参画できるようにすることにより、地域商社への関わりを持つものの属性等を広く調査し、課題解決につなげるものである。2022年4月現在において、約700会員数であり、今まで明確化されてこなかった地域商社事業者、地域商社の支援者を明確化することが可能となった。

入会の際にアンケート調査を行い、会員の入会目的を調査した。会員全体では「先進事例に関する情報収集のため」が約9割と最も高く、「補助

金等支援メニューに関する情報収集のため」「販路開拓のため」が約6割程度と続く。このほか、約4割が「事業パートナー探しのため」と回答しており、ネットワークが強化されることにも期待が寄せられている様子もうかがえる。

また、会員が直面している経営課題についても調査を行った。会員全体で見ると「販売力・営業力の強化」が39・0%と最も高く、「新製品やサービスの開発・新規事業の立ち上げ」が28・4%。「自社ブランドの育成強化」が28・2%、「従業員の確保・育成」および「広報の強化」が約2割と続いている。このような課題への解決の一助として、次項にある、セミナー事業を実施している。

② セミナー事業

セミナー事業については、大きく分けて二つのセミナーを実施している。先進的事例の共有および会員同士の交流を目的とした「地域商社協議会」と、人材育成の観点から地域商社経営者や開業希望者等向けに実施している「少人数講義」を実施している。

「地域商社協議会」は、従前より民間企業等の立場から地域商社支援を行っている「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー実行委員会」と共催して実施している。本協議会では、多様化する地域商社ビジネスの実態を踏まえながら、先進的に事業展開している地域商社経営者による事例発表、パネルディスカッション等を実施している。令和3年度においては、「これからさらに広がる地域商社の役割」「地域商社とDXとUX」「これから地域商社が取り組むべき新しいフィールド」の全3回で開催した。地域商社ビジネスの生産性向上や付加価値向上に向

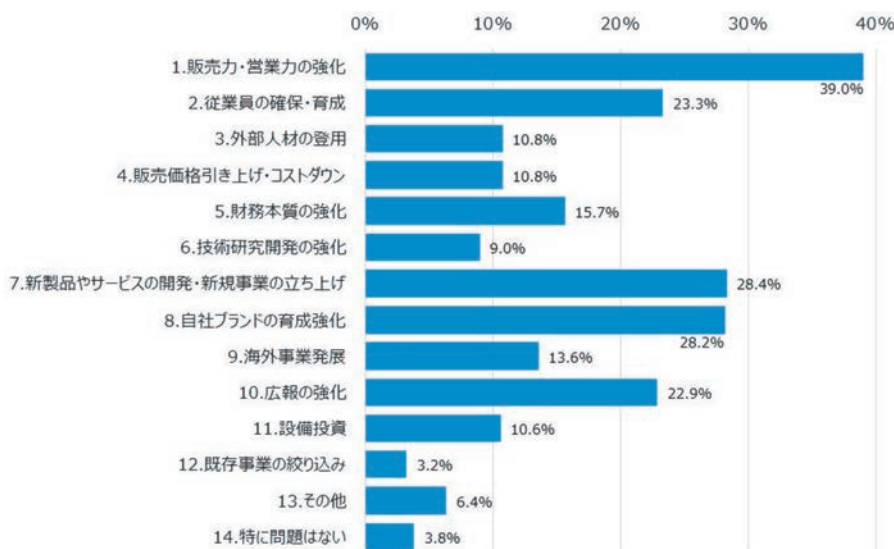


図2 直面する経営課題（複数回答）
注）令和4年3月14日現在、677者

けて、地域商社が取り組むべきDXやUXのあり方、住みよい未来のために新しい価値を生み出して地域を豊かにするという観点から、これから地域商社が取り組むべき新しいフィールド等、今までより一歩進んだ視点からの横展開を実施している。

他方「少人数講義」においては、開業前、開業後1～2年の地域商社経営者をターゲットとするとともに、講師との綿密なコミュニケーションを重視し、定員30人で実施している。講義内容についても「商品開発とブランディング」「販路開拓」

「顧客獲得（地域ファンを創る連携力）」「道の駅の実務家に学ぶ販売拠点づくり」といった実務的な経営課題にスポットを当てて実施している。また、講師との個別意見交換の時間を設ける等、より個別の会員のフォローアップに注力している。

このようにネットワークサイトでのネットワーキング化、2種類のセミナー事業による地域商社事業者・支援者等への事例横展開、実務向け講義等地域商社の課題解決への支援を行っているところである。本事業は、本年度も同様に実施しており、

積極的にご活用いただきたい。他省庁の地域商社事業に関する支援施策についても、ネットワークサイトで取りまとめている。

2019年12月以降の新型コロナウイルス感染症の世界的拡大に伴い、特に2020年4月以降我が国の中小企業・小規模事業者は厳しい経営環境が続いている。地域商社事業者も、小売業、飲食店・宿泊業、旅行業・娯楽業（観光）などコロナによるマイナスの影響が大きな業種が多く、アフターコロナを見据えながら、事業見直しが必要不可欠な状況にあり、少しでも多くの事業者やその支援者にとって取り組みのヒントとなるような支援が必要不可欠となっている。

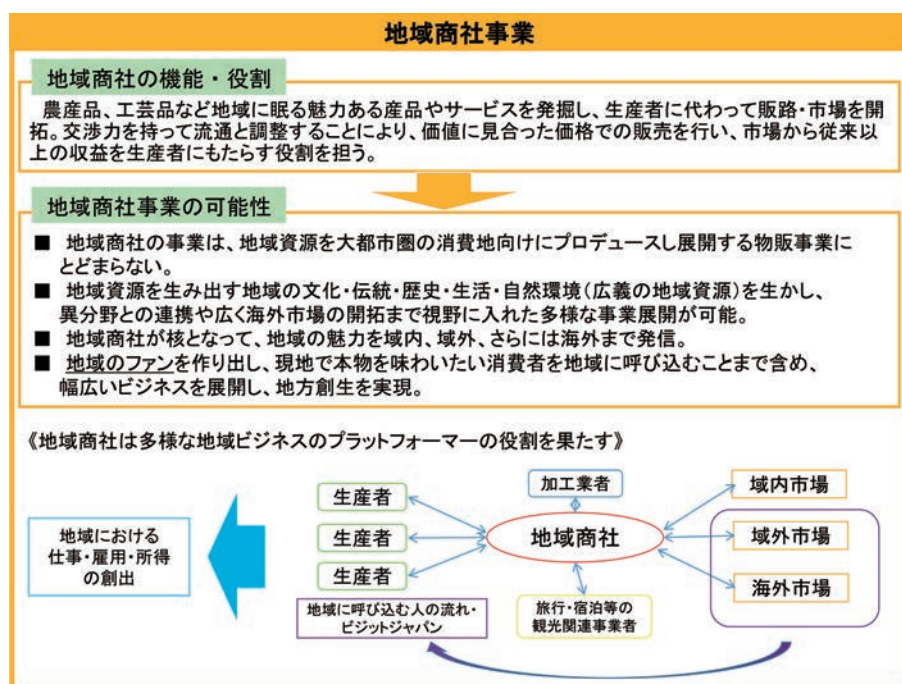


図3 地域商社事業について

特に、デジタル実装は経営者にとって重要なテーマである。人手不足解消、地域商材のオンライン販売、情報共有、情報管理の簡易さ、コミュニケーションの利便性向上など足元の経営課題解決とも関連が深い。中小規模の事業者にとっては取り組みにくく、新型コロナウイルス感染症により対面型の情報提供やビジネス交流がすすみにくい状況下では、特に地方の事業者にとって実は情報が得にくい側面もある。このように、DXやUX、SDGsや脱炭素などの中長期的視点は、企業価値を高めるうえでは押さえておくべきテーマであり、アフターコロナを見据えた事業再編等に役立つノウハウであるため、政府として、積極的に取り上げていきたい。

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。



移動採血車



ユニバーサルデザイン施設
ピクニックテーブル



一輪車



宝くじ桜



こどもの国 ふれあい学び館



地震免震体験装置



星空観察映像展示施設



ドリームジャンボ絵本



消防団防災学習・災害活動車両



テント



総合検診車



フラワープランター

宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、災害に強い街づくりまで、みんな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
<https://jla-takarakuji.or.jp/>