

2019 年度自主研究事業 最終報告書

多様な人材と取り組む地域課題の解決

グループ構成員	所属課	氏名 (派遣元)
管 理 者	企画グループ	鳥山 敦 (山梨県)
リ ー ダ ー	企画グループ	古舘 真美 (青森県南部町)
	企画グループ	高田 慶太 (千葉県君津市)
	企画グループ	篠原 潤 (長野県小海町)
	地域リーダー養成課	松永 怜朗 (長崎県)
	情報課・広報グループ	石原 歩美 (岡山県真庭市)
	編集室	岡田 敬依子 (島根県飯南町)

目 次

1	はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	P1
2	地域づくりの担い手の多様性への対応・・・・・・・・	P2
3-1	NP0 法人くらしアトリエ（島根県雲南市）・・・・・・・・	P2
3-2	株式会社 WAKUWAKU やまのうち（長野県山ノ内町）・・・・・・・・	P7
3-3	一般社団法人まるオフィス（宮城県気仙沼市）・・・・・・・・	P11
3-4	北海道東川町・・・・・・・・・・・・・・・・	P14
3-5	南郷トマト生産組合（福島県南会津町）・・・・・・・・	P18
3-6	鹿児島県伊仙町・・・・・・・・・・・・・・・・	P21
4	まとめ・・・・・・・・・・・・・・・・	P24
5	おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・	P24

1 はじめに

地域が抱える問題の1つは人口減少による担い手不足である¹⁾²⁾。2015年国勢調査によると、日本の総人口(年齢不詳人口を除く)は2008年の1億2,808万人より約2%減少し1億2,520万人となっており、同様に生産年齢人口(15歳～64歳)も1995年のピーク時8,716万人より約13%減少し

7,592万人となっている。特に年少人口(14歳以下)の減少が長く続いており、ピーク時の1981年と比べると約43%減少している。

このような中、地域づくりを自律的で継続的なものとするためには、自治会や町内会といった地縁団体など、多様な地域活動団体が地域づくりの担い手を育成していく必要がある。

担い手の育成には、既存の地域住民はもちろんのこと、移住者や地域外の人材も時として重要な役割を果たす。これらの人材は、地域住民の気付かない地域の魅力や価値を発見することがある。地域住民はこうした人材との交流を通じて刺激を受け、地域の魅力や価値に気づかされ、自信と誇りを取り戻すこともある。こうした事例を情報発信することで、地域づくりに興味をもつ地域住民が増え、また新たな移住者や地域外の人材が現れることで、地域づくりの活動が継続されていくことが期待できる³⁾。

このように、地域づくりを従来からの地域住民だけで担うのではなく、移住者や地域外の人材等も含め、広く担い手を求め、活用することが重要である⁴⁾。

そこで、外からの視点も加えて地域課題を捉え、その解決に向けたスキームや組織体制を構築している地域を調査研究し、派遣元に対し新たな政策提言を行う。



(出典) 2015年までは総務省「国勢調査」(年齢不詳人口を除く)、2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」(出生中位・死亡中位推計)

¹⁾ 藤山浩(2018)『「地域人口ビジョン」をつくる』農山漁村文化境界、pp. 50-64.

²⁾ 藤山浩(2015)『田園回帰1%戦略 シリーズ田園回帰1』農山漁村文化協会、pp. 8-21.

³⁾ 藤山浩(2015)『田園回帰1%戦略 シリーズ田園回帰1』農山漁村文化協会、pp. 208-214.

⁴⁾ 小田切徳美・筒井一伸(2016)『田園回帰の過去・現在・未来 シリーズ田園回帰3』農山漁村文化協会、pp. 46-59、pp. 194-202.

2 地域づくりの担い手の多様性への対応

地域に関わる多様な人材を地域づくりに生かすためには、地域づくりに対する温度差を埋めることから始める必要がある。

一般に移住者は、地域コミュニティの一員として、地域の行事や自治会への参加が期待されることになるが、過疎地域における地域コミュニティの機能は、①冠婚葬祭等の生活扶助、②農作業等を助け合う生産補完、③農道整備、水路掃除、共有林の手入れといった地域資源の維持管理など都市部と比較して多岐にわたっており、このコミュニティへの参画の期待が地域と移住者との間で共有されていないことが往々にしてある。

都市住民が地方に移住を希望する主な理由は「気候や自然環境に恵まれたところで暮らしたいから」や「環境にやさしい暮らし（ロハス）やゆっくりとした暮らし（スローライフ）、自給自足の生活を送りたいから」である⁵⁾。このことから、移住しようとする者の多くは、地域コミュニティへの参加ではなく、自分らしい暮らし方や働き方を期待していることが窺える。

このため、移住者を地域づくりの担い手として期待する地域と、それぞれのライフスタイルを楽しみたい移住者との温度差を埋めるために、両者の相互理解と協働が非常に重要となる⁶⁾⁷⁾。そうすることで、地域住民の中に存在する地域づくりに必ずしも積極的でない層にもつながると考えられる。

次章で地域住民と移住者、多様な人材が交流しながら地域課題の解決を図っている取組を紹介する。

3-1 NPO 法人くらしアトリエ（島根県雲南市）

(1) 調査地選定理由

NPO 法人くらしアトリエが運営する「シマシマしまね」は、島根県の市町村 19 のおいしいものや手仕事の作品の展示販売やワークショップを行い、県民のシビックプライドの醸成に取り組んでいる。地域づくりの担い手育成として、県民に県内の魅力を再発見してもらえるきっかけ作りを提供しており、地域づくりのはじめの一步の背中を押している事例として選定した。

⁵⁾ 藤山浩(2015)『田園回帰 1%戦略 シリーズ田園回帰 1』農山漁村文化協会、pp. 83-98.

⁶⁾ 藤山浩(2015)『田園回帰 1%戦略 シリーズ田園回帰 1』農山漁村文化協会、pp. 208-214.

⁷⁾ 小田切徳美・筒井一伸(2016)『田園回帰の過去・現在・未来 シリーズ田園回帰 3』農山漁村文化協会、pp. 46-59.

(2) NPO 法人くらしアトリエの概要

NPO 法人くらしアトリエ（以下「くらしアトリエ」という。）は、子育て中の女性をターゲットにシビックプライドの醸成に取り組んでいる組織である。島根県雲南市畑鶴に拠点を持ち、女性の視点で「山陰から始まるていねいな暮らし」をコンセプトに山陰地方の情報を発信するとともに、食や手作りをテーマとしたイベントを開催し、ものづくりに携わる山陰地方在住の人たちに自己表現の場を提供している。また、山陰地方が素晴らしい魅力的な土地であるとアピールすることにより、山陰地方全体の文化的発展や郷土への意識の向上に寄与することを目的に活動している。任意団体として 2005 年から活動を始め、2007 年に NPO 法人を設立した。2017 年 4 月には「島根を知る、学ぶ、楽しむ」をコンセプトとした施設「シマシマしまね」を開設し、現在は島根県産品の販売やワークショップの開催などを行い、島根県を中心に活動を広めている。

今回の視察では、女性をターゲットとしたシビックプライドの醸成の手法を学ぶため、くらしアトリエの梅慈子代表理事と今若麻希子副代表理事に話を伺った⁸⁾。

(3) 取組概要

くらしアトリエのコンセプト「山陰地方から始まるていねいな暮らし」には、山陰地方で子育てを経験した梅・今若両氏の山陰地方に対する思いが込められている。両氏は子育てを始めるまで自分の住んでいる場所に目を向けたことがなく、自分の生活である「日常」と、山陰地方という「地域（田舎）」は別物のように感じていたという。また、一般的に田舎は面倒・ださい・不便といったマイナスイメージを持たれやすいが、子育てを通して、山陰地方が「田舎のマイナスイメージだけではない四季折々に楽しめる素敵な場所」だと気付いた。そして、山陰地方の良さを山陰地方に住む子育て中の女性全員が共有できるように何かできないかと考え、任意団体「くらしアトリエ」を設立した。

くらしアトリエでは、山陰地方をターゲットに日常と地域が重なる 2 つの活動を行った。1 つ目がマルシェの開催である。「休みの日にウキウキした気持ちで家族と出かけられる場所を作りたい」というスタッフの思いから、マルシェの開催を始めた。開催地には、普段人通りの少ない山陰地方の趣のある場所“春の海辺、山の中のお寺、路地裏”などを選び、山陰地方の新しい魅力発見の機会にした。また、販売する商品は、スタッフ自らが買い付け、自信をもってオススメできる山陰地方産品を選んだ。さらに、くらしアトリエは子供目線で会場内を歩き、地域を探検する楽しさを感じてもらえるようスタンプラリーの実施や家族でゆっくり散策できるような会場作りなど工夫を行った。マルシェの開催によって、開催地の魅力を地域内外の人と再確認でき、普段手にすることのない山陰地方産品に触れる機会の創出に繋がった。マルシェの午後には生産者による山陰地方産品の勉強会も開催し、参加者から「もっと色々学びたい」と声があがった。そこで、梅氏は継続して勉強で

⁸⁾ 藤山浩(2018)『「地域人口ビジョン」をつくる』農山漁村文化協会、pp. 6-7、pp. 34-38.

きる場を作りたいと考え、行政の空き家バンクを活用し、拠点となる空き家を見つけた。さらに、任意団体だったくらしアトリエを NPO 法人にし、2 つ目の活動となる「くらしの学校」を始めた。くらしの学校は、山陰地方在住の様々な分野の職人が講師となり、講演や山陰地方の食材を使い、調理体験などができる地域の大人向けのワークショップである。

この 2 つの活動を通して、山陰地方の中でも島根県に注目した梅氏は「島根の良いところを知ってもらうにはマルシェのようなイベント以外に、くらしの学校のようにその場所に行けば学ぶ・知ることができ、魅力ある産品を販売・紹介する施設が必要だ」と考えた。そこで、くらしの学校で使っていた場所を「シマシマしまね」として開設した。シマシマしまねでは、「シビックプライド×スマートエイジング=島根で楽しく歳を重ねる！」をコンセプトに、島根県民が住んでいる地域を楽しみ、誇りに思うこと（シビックプライドの醸成）を目標に次の 4 つの事業を実施している。



シマシマしまねの内装

① web 配信事業

山陰地方での日々の活動や山陰地方産品をブログの記事で紹介し、日常に溶け込む山陰地方の風景や産品の品質の良さや生産者の思いを伝える活動を行っている。シマシマしまねの情報発信事業の 1 つである「シマシマ編集室」では、山陰地方在住の魅力ある方に取材を行い、一般募集したライターがブログ原稿を執筆している。これは、地域の中に、講演会や習い事などインプットの活動が多く、住民がアウトプットをする場がないと両氏が気付いて始めた活動である。誰もがインターネットで簡単に情報発信ができる時代だからこそ、情報を外に発信する練習や伝えたいことを適切な表現で書く力を身につけてもらいたいという思いが込められている。シマシマしまねのスタッフがこれまでに培ったデザイナー・ライター・写真家としての経験を、ブログのライターに教えている。現在 6 名のライター希望者がおり、その中には、県外に進学した島根出身の学生もいる。

② 地域ものづくりに関する事業

シマシマしまねでの島根県産品販売はもちろんのこと、ワークショップを通じて島根県産品に触れる機会を提供している。産品販売では、マルシェと同様にスタッフ自ら現地へ赴き選定・買い付けを行い、生産者の人柄や思いを知った上で販売している。その結果、スタッフの接客により消費者は商品だけでなく生産者の魅力も知ることができ、商品の購入に繋がっているという。また、商品選定のための情報収集では、山陰地方各地のアンバ

サダーと呼ばれる支援者が活躍している。アンバサダーの中には、マルシェの関係者や取材を機に知り合った報道関係者もいる。アンバサダーが、地元の人しか知らない道の駅の限定販売商品や無農薬・無添加などの島根県産の食品の情報などを提供することで、シマシマしまねはこだわりのある品質の高い商品を選定し、販売できている。また、住民同士が気軽に交流できるワークショップとして、自分が作った料理を評価してもらう「おふるまいプロジェクト」、自分が暮らす地域の食材を使った1品持ち寄りのごはん会「地元を愛する会」なども実施している。



シマシマしまね内に設置している産品生産市町村のエリア紹介看板

③ 朝市事業（シマシマキャラバン）

朝市事業として山陰各地の店舗や施設で小規模な出店を行う「シマシマキャラバン」を実施している。以前から開催していたマルシェの類似イベントが増えたこと、情報化が進みマルシェで産品の魅力発信をしなくても SNS など誰でも情報を入手出来るようになったことから、くらしアトリエはマルシェを主催する役割を終えたと判断し、2019 年から「シマシマキャラバン」へ移行した。

④ 地域デザイン事業

商品パッケージやホームページなど様々なデザインを手掛けている。既存の商品パッケージをオシャレにリニューアルすることで商品を知ってもらいたい消費者に響き、売上増加に繋げることが出来る。しかし、「生産者が手間をかけて作ったパッケージには愛情がこもっている」と今若氏は語る。生産者がこだわって作った既存のデザインには味があり、それが商品の良さを引き立てている場合もある。そういった商品に出会った時には、デザインのリニューアルを提案せずに、消費者に届けたい生産者の思いをしっかりと聞き取り、接客時に商品の良さを伝えるよう心がけているそうだ。



しまねのかたちパズル

地域デザイン事業の中でも特に注目したい商品が「しまねのかたちパズル」である。「島根の形って、かわいいんですよ」と笑顔で今若氏は語る。「新しいものに手を出すのではなく、在るものの良さを知ってほしい」という思いから島根の各市町村の形に注目し、島根

県のパズルを作った。企業のマッチングサイトを利用し、島根県内の木工品製作を行う障がい者就業支援の NPO 法人へ製作を依頼した。また、くらしアトリエスタッフのデザイン経験を活かし、配色・色塗りはくらしアトリエが行っている。最初は展示用に作ったパズルだったが、色々な方々から「どこで販売しているのか」「欲しい」という声があがり、商品化された。パズルというと子供のイメージがあるが、大人も楽しめるという。その理由は、平成の大合併で市町村の形が変わったことで「合併前なら形がわかるのに」「市町村の形をこんなにじっくり見たことない」と興味を持たせるからだ。このパズルは、自分が住んでいる地域の形に触れてもらい、改めて地域を見直すきっかけになっている。

(4) 課題と展望

くらしアトリエは朝市事業によりマルシェを山陰地方にいち早く取り入れ、女性をターゲットに山陰地方の価値に気付いてもらうための活動を行った。シビックプライドの醸成には、人に言われて気付くのではなく自分自身で体験して感じる必要があり、時間を要する。シマシマしまねの開設により、単発のイベントではなく、定期的に地域に目を向ける機会が提供され、住民は継続して学ぶことが出来る。さらに、ワークショップで女性の日常に近いテーマを扱うことで、参加者は自然に地域を自分事として学ぶことが出来る。

シマシマしまねでは消費者 1 人ひとりにマッチした商品提供や学びの機会創出に力を入れている。なぜなら、消費者が 1 つの商品を手にとって、気に入れば、その人のコミュニティにその商品の情報が広がるからだ。インターネットを使って誰でも簡単に情報発信が出来る時代だからこそ、「1 人に伝える」ということに重点をおき、「1 人の力」を大切にしている。今後は、品質の高い産品を作っている生産者と、それを求めている消費者を繋げる活動に力をいれ、より多くの「1 人」を見つける活動を行っていく。

(5) 所感

地域づくりは特別な人だけが行うものではなく、自分の生活を見つめ直すことで行われると感じた。梅氏と今若氏は「私達は自分たちが前に出るタイプではない。だからこそ、私達と似たような人が楽しめる活動を支援していきたい。地域づくりは特定の人だけが関わる特別なものではなく、誰もが関われるということに気付いて欲しい」と話していたことが印象に残った。くらしアトリエは日常と地域を繋ぐことで、女性だけに限らず何かに挑戦したいと思っている人の新しい一歩を支援することが出来ている。

3-2 株式会社 WAKUWAKU やまのうち（長野県山ノ内町）

(1) 調査地選定理由

若者が中心となって、「観光」と「まちづくり」の視点で魅力ある地域プロモーションを実施しており、山ノ内の人々や移住者の地域や世代の枠を超えた協力により、住む人たちが笑顔になる町を共創している事例として選定した。

(2) 山ノ内町の概要

山ノ内町の地獄谷野猿公苑には、「スノーモンキー」と呼ばれる温泉につかる野生の猿目当ての外国人が年間約 8 万人訪れる。しかし、そこから最も近い温泉街である湯田中温泉にはわずか 1 万人程度の宿泊者数しかなく、長野オリンピック以降の宿泊者数の減少を抑えることができずにいた。これは、外国人観光客の多様な宿泊ニーズやインバウンドに対応できていないことが大きな要因であった。こうした中、県内の観光産業活性化に向けて調査を行っていた長野県内の金融機関である八十二銀行が、山ノ内町で開催された「まちづくり研究会」で、地域と連携して観光振興へ取り組むことを参加者に提言した。そこで、地元の事業者らの有志が集結し、まちの観光活性化に関する検討会が開かれ、その過程で「合同会社 WAKUWAKU やまのうち」が誕生した。しかし、この合同会社は検討会のメンバーが中心となって設立されたもので、地元の旅館や不動産会社など本業を継続中での活動であり、事業に専念することが難しかった。そこで、八十二銀行が地域経済活性化支援機構（以下、REVIC）に支援を打診し、観光を軸とした地域金融機関との連携協定を締結した。協定締結後、八十二銀行と REVIC は長野県に本店を有するすべての地域金融機関と「ALL 信州観光活性化ファンド」を設立した。そのファンドの観光まちづくりモデル第一号案件として、山ノ内町が選定された。そして、合同会社 WAKUWAKU やまのうちは、REVIC の専門家や、地元の若手をメンバーに迎え、2015 年 8 月に株式会社へ組織変更した。

株式会社 WAKUWAKU やまのうちは、インバウンド受け入れ環境の整備や情報発信、そして、経営者人材の育成など湯田中温泉の活性化事業に取り組んでいる。同社は起業を希望する若者を社員として採用し、ホステルや飲食店を運営させながら一人前の経営者に育て上げるという手法を取っている⁹⁾。

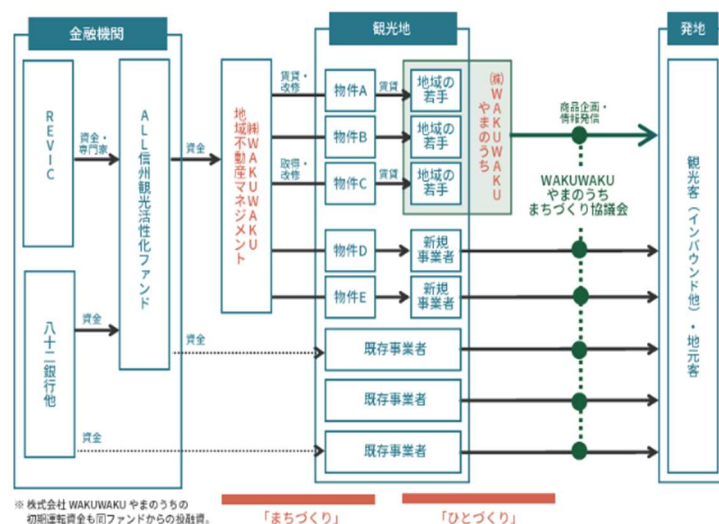
今回の視察では同社飲食事業部長の君島登茂樹氏に話を聞いた。

⁹⁾ 小田切徳美・筒井一伸(2016)『田園回帰の過去・現在・未来 シリーズ田園回帰 3』農山漁村文化協会、pp. 150-192.

(3) 取組概要

①不動産管理会社との連携

この事業では、直営店舗の運営及び観光まちづくり会社としての情報発信を行う事業運営会社「WAKUWAKU やまのうち」と、未活用物件の取得・改修、賃貸等を行う不動産管理会社「WAKUWAKU 地域不動産マネジメント」が分離されている。(図1) つまり、WAKUWAKU やまのうちの直営店の不動産は、WAKUWAKU 地域不動産からサブリースされている。これにより、他の事業者が地域に参入する際にも不動産のサブリースが可能となり、不動産管理会社が地域の不動産を一元的に管理することで、



(図1) 事業スキームと若手育成の仕組み

https://www.chihouseisei-hiroba.jp/case/wakuwaku_yamanouchi.html

②起業家の育成

経営実績の無い若者にとって、金融機関から起業資金の融資を受けることは非常に困難である。また、起業できたとしても、経営の知識不足で、早々に失敗するケースも少なくない。

株式会社 WAKUWAKU やまのうちでは、起業を志す若者を社員として採用し、彼らの理想や希望を尊重しながら、地域を支える起業家として育成している。彼らの起業プランを社内事業として位置づけることで、起業リスクを同社が負うという特徴的な仕組みを有している。事業の具体的な KPI 設定や計画のブラッシュアップを彼らに取り組みせたうえで事業をスタートさせ、その後の運営は任せながら、マーケティングやブランディングなどの支援を行っている。同社は、事業が安定した段階での社員の独立を認めている。

③外国人観光客のニーズへの対応

年々増加する外国人観光客は、観光地を周遊したいだけでなく、日本の多様な食文化や独自のアクティビティを体験したいというニーズを持っているため、全国各地でそのニーズに対応したサービスが提供されている。しかしながら、山ノ内町の温泉旅館では、宿泊費が高額で、朝晩の食事がセットになっている団体客向けの宿泊プランの提供を継続していた。このような状態では、当然ながら外国人観光客のニーズに応えられないため、日本

観光での宿泊先として選択されることは少なかった。このため、株式会社 WAKUWAKU やまのうちでは、「宿泊場所」と「飲食場所」を分ける「泊食分離」への戦略的な取組を進めることとした。

この取組では、地域のヒト、モノ、情報が集まる店を「点」とみなし、その点を結ぶことによって、地域の複数の魅力が自然と集まる「線」を創出することで、宿泊滞在人口の増加を目指した。具体的には、未



活用物件を以「HAKKO」外観としたホス

テル「AIBIYA」、回遊人口の増加を図るためレストラン「HAKKO」、リピーターや延泊者の増加を図るためのカフェ「CHAMISE」の3店舗を長野電鉄長野線湯田中駅前のメインストリートであるかえで通りに整備開業した。なお、急増する外国人観光客を可能な限り早期に獲得するため、3店舗の開業にかけた時間はわずか1年であった。

ホステル AIBIYA では、夕食は提供せず、朝食はホステル側が用意した食材を宿泊客が自分で調理することになっている。それが、人件費等の抑制につながり、安価な宿泊費の設定を実現した。加えて、外国語の情報版設置や英語対応ができるスタッフを配置することで、今まで宿泊していなかった外国人観光客がより滞在しやすい施設を実現した。滞在する観光客同士での交流も盛んに行われており、リピーターも増加中である。経営が安定したため、同ホステルは、株式会社 WAKUWAKU やまのうちに独立して経営している。

レストラン HAKKO は、地域ならではの食材を使用した料理のほか、ビーガンやベジタリアンのニーズにも応える料理を提供することで、素泊まりの外国人観光客が利用しやすいレストランとなっている。同店での食事をきっかけに、湯田中駅周辺を飲み歩く観光客も増えている。観光客と地元客同士の交流も毎晩のように自然発生しており、湯田中温泉の新しい文化のひとつとなってきた。レストラン HAKKO は、運営も順調であり、令和元年9月に長野市善光寺門前に2店舗目を開業した。

カフェ CHAMISE は、湯田中駅近くにあり、地元宿泊施設へのチェックイン前またはチェックアウト後の隙間時間に、観光客が一息つける場所となっている。同カフェには、フリーWi-Fiの環境を整備し、観光案内所としての機能も果たしながら、地域独自の商品も販売しており、都会的でお洒落な内装とも相まって来訪者が増加している。

このように、特色のある3つの店舗の開業によって、「泊・食・情報収集できる場」の三位一体の「線」が出来上がった。これにより、複数の人の流れや動線ができ、結果として、エリア全体の注目度を増すことにも繋がっている。



ホステル「AIBIYA」キッチン



「AIBIYA」内外国語での情報版

(4) 課題・展望

湯田中温泉では、HAKKO、AIBIYA、CHAMISE が軌道に乗り始めていることによって、エリアとしての魅力も高まりつつある。長野県「外国人延宿泊者数調査」によると 2015 年度 40,374 名であった山之内町に宿泊する外国人観光客数は、2018 年度には 88,996 名となり、倍増している。しかしながら、人が観光に向かう 4 つのニーズ「泊まる、食べる、体験する、買う」のうち、物販・土産事業である「買う」の改善は道半ばである。このため、特産品やお土産を「買う」場所の創出と、その担い手の育成が求められている。また、アクティビティなどの多様な事業の展開・拡大を推進し、泊まる・食べる以外の域内消費の点を繋げるため、山ノ内町内の志賀高原、奥志賀高原、北志賀高原、湯田中渋温泉郷という 4 つの観光エリアの連携を強化する必要がある。

株式会社 WAKUWAKU やまのうちではこれまで 3 名採用し、そのうち 1 名が独立起業している。まちづくり会社としての課題は「更なる経営者候補の招聘・育成」である。現時点では、若い担い手の活躍が新しい担い手を呼び寄せるとい現象が続いているが、さらなる人材獲得の方策として県内の大学と連携する仕組みを模索している。

(5) 所感

多くの自治体において若年人口の流出・減少による担い手不足への対策、稼ぐ仕組みづくりができていない。また、地域特有のしがらみなどもあり、行政の取組にも限界がある。若い人達にチャレンジさせ、次の担い手を育てる株式会社 WAKUWAKU やまのうちの様に、若い人たちの活躍を後ろから支える存在は重要であり、必要である。また、新たに起業する際の地元への挨拶をする順番など、地元ならではの暗黙知の情報があると事業が軌道にのりやすいという言葉が印象的であった。今後は地域をよく知る役所、商工会、金融機関がそれぞれの強みを生かしながら、「地域課題の解決」に対し継続的に連携して取り組むことが重要である。そうすることで、それぞれが抱える課題解決への糸口が必ず見つかるはずである。

3-3 一般社団法人まるオフィス（宮城県気仙沼市）

(1) 調査地選定理由

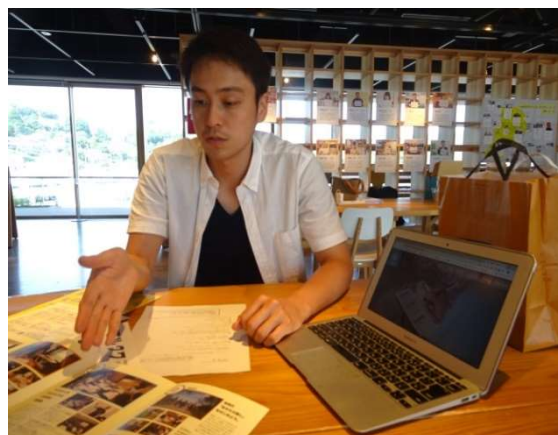
県外移住者の外からの視点を取り入れながら、地域ぐるみの教育や移住推進などを通して地域の人材育成に取り組んでおり、多様な人材が地域住民と共に地域課題の解決に取り組みながら人材育成を行っている事例として選定した。

(2) 一般社団法人まるオフィス（宮城県気仙沼市）の概要

宮城県気仙沼市は県の北東端に位置し、東は太平洋、南は宮城県本吉郡南三陸町、西は岩手県一関市及び宮城県登米市、北は岩手県陸前高田市に接した人口 62,997 人の市である（2019 年 6 月末日の住民基本台帳人口）。

市は 2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災により、死者 1,218 人・行方不明者 214 人（2018 年 12 月 31 日現在）、住宅被災棟数 15,815 棟（2014 年 3 月 31 日現在）の甚大な被害を受けた。しかし、震災前にはまちづくりに参画していなかった若者達が、東日本大震災をきっかけに各被災地でまちづくりに関わる事例が増えていた¹⁰⁾。そこで市は、震災の復興に向けて、同年 10 月に策定した気仙沼市震災復興計画の重点事業の一つにまちづくりの担い手育成を掲げ、市民（自治組織）・NPO・企業など多様な主体との協働を推進している。また、まちづくりに意欲のある若者同士の交流や対話の機会を設けながら具体的な実践活動を支援することで人材を育成している。

今回の視察では、東日本大震災を機に気仙沼市に移住した若者と地元の若者が立ち上げた一般社団法人まるオフィスの理事兼若者支援チームリーダーの小林峻氏に話を伺った¹¹⁾。



一般社団法人まるオフィス

理事兼若者支援チームリーダー 小林 峻 氏

¹⁰⁾ 小田切徳美・筒井一伸(2016)『田園回帰の過去・現在・未来 シリーズ田園回帰 3』農山漁村文化協会、pp. 93-97.

¹¹⁾ 佐藤一子(2016)『地域文化が若者を育てる シリーズ田園回帰 7』農山漁村文化協会 pp. 1-39.

(3) 取組概要

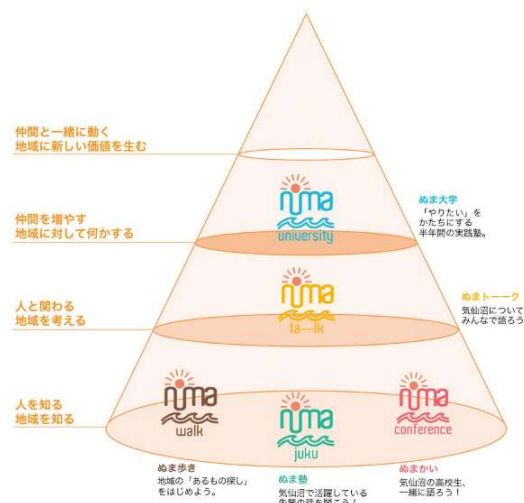
2015 年に設立された一般社団法人まるオフィスは、気仙沼市より 2017 年から委託された、担い手育成支援事業に取り組んでいる。もともとは市が将来直面する人口減少問題やこれから先の震災復興の対策として、地域内で若手のまちづくりに関わる人材をどう増やすかに重点を置き、国の震災復興支援制度を活用して 2013 年度よりスタートした事業であった。事業開始から 4 年が経ち、成果が出るまで時間のかかる人材育成の領域で本事業を継続するために、事業に関わる人間が中長期にわたり関わり続けていく体制をつくるべく、人材育成に特化した民間団体等が事業を担うことが今後の発展に繋がると考え、2017 年度より市の直営事業からまるオフィスへの委託事業に切り替えた。

担い手育成支援事業として最初に始めた取組は、「ぬま歩き」である。これは熊本県水俣市の事例を基にまち歩きを通して地域にあるものを見直し、地域資源を活かして地域の再生を図ることを目的としている。

フィールドワークのぬま歩きに加え、座学による学びの機会を地域に創るため立ち上げたのが「ぬま塾」である。ぬま塾は地元住民や移住してきた若者が地元企業の社長やまちづくりの先進的な取組に関わっている人に話を聞き、自分にもこれは出来るかもしれないという感覚や学びを得ること、併せて同世代のつながりづくりを目的として、2013 年から延べ 27 回開催している。

さらにぬま塾から「ぬまトーク」というワークショップ型の学びの場が生まれた。ぬまトークは毎回気仙沼市で話題になっている事柄や地域課題をテーマに、関連する地域の方をゲストに迎えて語ってもらい、その後参加者全員でテーマについて話し合うことで様々な視点から地域について考える取組で、2014 年から延べ 13 回開催した。「ぬま歩き」「ぬま塾」「ぬまトーク」は移住者の外の視点を活かし、まちに既にあるモノや人に焦点を当てることで移住者だけでなく地元住民にもまちの魅力を知ってもらう機会となっている。

そして、これらの取組を発展させて現在の主要事業である「ぬま大学」が始まった。ぬま大学は若手の社会人向けの人材育成の取組で現在 5 期目に入った。ぬま大学では半年かけて全 5 回の講座と報告会の計 6 回を通して、受講生が地域で実現したいことをマイプランとして磨き上げていく実践塾である。受講生同士が集まり進捗状況をシェアし、プ



担い手育成支援事業の内容

出典：<http://numa-ninaite.com/about/>

レゼンや意見交換により互いのプランをブラッシュアップしていくことにより、最後の報告会では地域住民の前でマイプランを発表する。

社会人向けの取組と並行して地域の高校生向けの取組も進めている。当初は「ぬま会」という高校生と地域の大人が交わり、地域で実現したいことや出来ることなどを話し合う場として定期的を開催していた。その後、教育委員会や高校生の人材育成、交流支援を行っている NPO 団体等と連携しながら「気仙沼の高校生マイプロジェクトアワード」という取組に発展した。この取組は、新しいことにチャレンジしてみたい、地域のために何か行動してみたいという高校生たちが自分だけのマイプロジェクトを作成し、アクションを起こしていく 5 か月間のプログラムで、プロジェクトの作成から実行までを地域の大人がサポートしていく。これは高校卒業と同時に約 9 割が市外へ流出してしまう気仙沼市の現状について、市外に流出する前に気仙沼市で成功体験を積むことや地元の仲間づくりや何らかの地域コミュニティを形成することが解決策になるという考えで動き出した取組であり、今年で 3 年目を迎える。

また、まるオフィスでは気仙沼市から委託を受けて「気仙沼市移住・定住支援センター MINATO」を 2016 年より運営している。MINATO は「気仙沼市まち・ひと・しごと交流プラザ (PIER7)」内に事務所を設置し移住者であるまるオフィスの職員が、移住者に対し仕事やサークルなどのくらしの情報や空き家バンクと連携した物件情報を提供したり、交流イベントを開催したりするなどの移住・定住支援を行っている。さらに MINATO が持つ移住者とのネットワークを活用し、移住者の歓迎会や交流会で担い手育成支援事業を紹介したり、ぬま大学の受講生を募集したり、移住者を担い手育成支援事業に誘導したりする仕組みづくりにも挑戦している。



気仙沼市まち・ひと・しごと交流プラザの外観（左）と事務所内観（右）

(4) 課題・展望

2015 年から開始したぬま大学の受講生は延べ 67 人となる。また、ぬま塾も 2013 年からこれまでに 1,000 人以上、ぬまトークも合わせると約 1,300 人の参加があった。地域の中

に若者の学びの場やチャレンジの機会を設け、地域全体で支援する体制を整えながら家族、友達、職場といった既存のコミュニティ以外で多様な個人が交わる新たなコミュニティを地域の中に創り上げた意義は大きい。

現在、担い手育成支援事業は国の震災復興支援制度を財源としているため、本事業をどのように続けていくかが運営面での今後の課題である。

(5) 所感

小林氏は「人材育成において、地域に学びの場を創るということは、人に投資をすることだと思う。今後も学びの機会を地域の中に創り続け、人の学びや成長に投資がされる地域になることが重要」と語っていた。今後、本事業を通して生まれた地域内外の多様な人のつながりという見えない成果を可視化出来れば、さらなる地域の魅力や可能性が見えてくるのではないだろうか。つながりの成果の可視化から課題解決の糸口を見出したい。

3-4 北海道東川町

(1) 調査地選定理由

北海道の中央部に位置する東川町は「写真甲子園」「株主制度」「新婚姻届・新出生届」など、多種多様な事業で注目を集めており、全国で人口減少が起きている中で社会増となっている¹²⁾。教育・文化・産業振興のための環境整備を戦略的に行い、関係人口を増やし町内外の人と一緒に町づくりを行っている自治体として選定した。

(2) 東川町の概要

北海道の中央部に位置する東川町は、人口 8,360 人（2019 年 5 月 1 日時点）の町で、東部は山岳地帯で、大規模な森林地域を形成している。また、日本最大の自然公園「大雪山国立公園」の区域の一部になっており、北海道の峰といわれる大雪山連峰の最高峰旭岳が東川町に所在する。豊富な森林資源と優れた自然の景観は、観光資源として高く評価を受けている。

1986 年に「写真の町条例」を制定し、2014 年には「写真文化首都」を宣言した。長年に渡る写真を切り口としたまちづくりは、「東川スタイル」と呼ばれるようになり、写真を通じて国内だけでなく海外からも東川町を訪れる人々が年々増加している。また、「東川スタイル」に共感した人たちの移住も増加している¹³⁾。

写真文化を核としたまちづくりを基盤に、教育・文化・産業振興のために戦略的に環境

¹²⁾ 藤山浩(2018)『「地域人口ビジョン」をつくる』農山漁村文化協会、pp. 44-48.

¹³⁾ 玉村雅敏・小島敏明(2016)『東川スタイル 人口 8000 人のまちが共創する未来の価値基準』産学社.

を整備し、関係人口や移住者の増加といったまちの担い手を増やしている取組について、東川町役場東川スタイル課長の菊池伸氏と定住促進課長の吉原敬晴氏、慶應義塾大学大学院政策メディア研究科特任教授の小島敏明氏に話を伺った¹⁴⁾。

(3) 取組概要

東川町の定住人口は1993年に7,000人を割ったが、「写真の町」事業や関連施策の実施により2014年に目標としていた8,000人を超え、現在も8,000人超を維持している¹⁵⁾。東川町ではまちの担い手育成として、教育の環境整備事業とひがしかわ株主制度と呼ばれるふるさと納税の活用事業に注力している。

教育の環境整備事業では、地域の担い手として子どもに焦点をあて、東川町で育つ子どもの質を高めるために国際交流、芸術、複合型の3つの視点から環境整備に取り組んでいる。

国際交流では、ALT（外国語指導助手：Assistant Language Teacher）やCIR（国際交流員：Coordinator for International Relations）として合わせて40人以上を職員として採用している。これらの職員は地域ごとの特色を残すため、あえて統合しなかった4校の小学校や町内唯一の中学校で児童・生徒への英語教育や国際交流の促進に取り組んでいる。

また町内に公立の日本語学校を設立し運営している。学校の行事に町民を招待することで、学生が地域コミュニティに参加できる機会をつくるなど町民と日本学校に通う外国人との交流も進んでいる。

芸術では、日常で子どもたちが芸術作品に触れる機会を増やすために、町内の公共施設には必ず芸術作品を展示している。東川小学校のコミュニティスペースには、約5,000万円の芸術作品が置かれ、教室では、町内の木工作家が製作した椅子や机、本棚を使用して

写真の町宣言

「自然」と「人」、「人」と「文化」、「人」と「人」それぞれの出会いの中に感動が生まれます。

そのとき、それぞれの迫間に風のようにカメラがあるなら、人は、その出会いを永遠に手中にし、幾多の人々に感動を与え、分かちあうことができるのです。

そして、「出会い」と「写真」が結実するとき、人間を誼い、自然を語る感動の物語がはじまり、誰もが、言葉を超越した詩人やコミュニケーションの名手に生まれかわるのです。

東川町に住むわたくしたちは、その素晴らしい感動をかたちづくるために四季折々に別世界を創造し植物や動物たちが息づく、雄大な自然環境と、風光明媚な景観を未来永劫に保ち、先人たちから受け継ぎ、共に培った、美しい風土と、豊かな心をさらに育み、この恵まれた大地に、世界の人々に開かれた町、心のこもった“写真映りのよい”町の創造をめざします。

そして、今、ここに、世界に向け、東川町「写真の町」誕生を宣言します。

1985年6月1日 北海道上川郡東川町

写真の町宣言

出典 <https://town.higashikawa.hokkaido.jp/town-of-photograph/>

¹⁴⁾ 写真文化首都「写真の町」東川町編著(2016)『東川町ものがたり 町の「人」があなたを魅了する』新評論。

¹⁵⁾ 『写真甲子園20年の軌跡1994-2013』(2014)、立木義浩、写真甲子園実行委員会編。

いる。子どものころから生活の中で何気なく芸術作品に触れる機会をつくることで、本物の価値を体感できる環境を整えている。

複合型では、図書館や小学校の建て替えの際に、防災・交流機能などの複合型機能を有した建物を建設している。同じ建物内に地域のコミュニティ機能や学童保育機能を持たせ、建物周辺にサッカー場・野球場・体験農園や果樹園、プレイパークを備え、子供たちが自由に学び・遊ぶ環境が整っている。また、町の中心部に位置する交流施設「せんとびゅあⅡ」では、図書館機能に加え、大雪山に関する書籍などを収集公開するスペースやデザイン性の高い家具の展示、役場の企画系担当課のスペースがあり、立地条件を生かした多様な人々との交流の場を創り出している。

「ひがしかわ株主制度」は、ふるさと納税者を“株主”という目線で捉え継続的に東川町に関わることができる仕組みづくりを確立している。株主からの投資により実施する事業は、「写真の町」ひがしかわ株主条例に基づき、「写真の町振興事業」、「子ども達の育成事業」、「自然景観と環境事業」、「人に優しい交流事業」に区分されている。株主の特典として、個人向けには、ブランド米や天然水の定期便や、株主の旅として株主対象の限定イベントを実施し、東川町を訪問する機会をつくり、関係人口の増加につなげている。法人向けにはオフィシャルパートナー制度を設けており、企業向けに貸オフィスを提供したり、社員の福利厚生として、町内滞在施設の利用補助や体験プログラムの利用補助を支援したりしている。災害時には東川町の天然水の物資支援を行うなど東川町の強みを活かした制度づくりをしている。



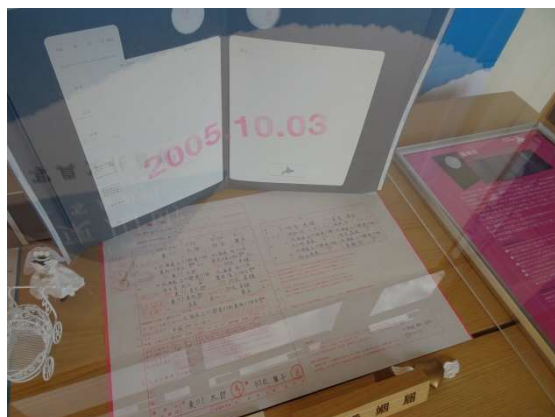
東川町学校コミュニティスペース



町内の木工作家が作成した机と椅子

実際に街を訪れてみると、広場には若者や子どもたちがいる風景を容易く見受けることができ、飲食店にも人が溢れ行列になっている店もあるなど、人口 8,000 人のまちとは思えないほどに、活気がある印象を肌で感じることができる。また、子どもが大きな声であいさつをする様子や生き生き生活している様子を感じることができ、子どもの教育の環境整備事業に注力していることが町内の各所で窺えた。子供が活発に活動できる環境をつくることで、学校外の交流も生まれ、保護者同士も町外を超えて交流が生まれている。

また、東川町では土日でも移住の相談を受け付けており、小学校の内覧希望者も多い。複合型施設である小学校を実際に見学することで、自分の子どもが伸び伸びと育つ様子や子育てと働くことを両立する自分の姿をイメージすることができ、移住の決め手となっているという。教育の環境整備を進めることで、町民が安心して町内で子育てができるだけでなく、移住者にとっても魅力ある町となり、担い手となる子どもの人口が増えることにつながっている。



北海道東川町のデザイン婚姻届



「せんとびゅあⅡ」館内

(4) 課題・展望

玉村雅敏氏・小島敏明氏編著「東川スタイル」出版の影響もあり、東川町に関心を持つ人が増えている。その話題性から株主制度に参加する人も増えているが一過性になってしまう人も一定数いる。株主制度は財源確保の面だけでなく、町との交流を深めてもらうきっかけにもなりうる。そこで、一過性になる人には東川町に関わってもらうきっかけをつくり、継続して株主制度に参加している人にはより深く関わってもらうために、株主の特典として、町民との交流を含め共に町づくりをしやすい環境・仕組みをより充実させることが必要であると考えます。

(5) 所感

東川町の写真を核としたまちづくりは、まちの担い手を子どもと捉え、様々なまちづくりの施策を立てるにあたり、未来を描き計画的に実施してきた成果だといえる。東川町での暮らしを町内外に可視化させ発信するために、写真を媒介として町内外に継続的に発信しており、写真は東川町での暮らしを発信する一助となっている。東川町での暮らしに共感した子育て世代の人たちが移住者となり、東川町は住みたいまちとして選ばれるようになった。

3-5 南郷トマト生産組合（福島県南会津町）

（1）調査地選定理由

南郷トマト生産組合は、新規就農者確保のため、2003 年から継続して移住者を受け入れている。組合員は農業手法のみならず住居等の生活基盤を支援するなど、町外出身の I ターン移住者を新規就農者として積極的に受け入れている¹⁶⁾。

その取組の成果として、多数の I ターン移住者による農家を生み出し、特にスノーボード等のウィンタースポーツ愛好家の移住就農者が多いという、土地柄を強みに変えている事例として選定した¹⁷⁾。

今回の取材では南郷トマト生産組合の取組について、同組合事務局の渡部氏、同組合員で移住者の小山氏よりお話を伺った。

（2）南会津町の概要

南会津町は福島県の南西部に位置する東北地方の南の玄関口となる地域であり、2006 年 3 月に田島町・舘岩村・伊南村・南郷村が合併して誕生した。

同町は越後山系から連なる帝釈山（標高 2,059.6m）を最高峰とする山に囲まれ、町の総面積（886.47 km²）の内、約 92%（816.67 km²）を森林が占める。また、気候については、夏は朝夕しのぎやすいが、冬は厳しく冷え込むという日本海型に属しており、特に西部地区は特別豪雪地帯に指定され、時にはビニールハウスがすべて埋もれるほどの雪が降り、地域総出で除雪作業を行う必要がある。豪雪地帯であるためウィンタースポーツが盛んであり、町内には会津高原だいらスキー場、会津高原たかつえスキー場、会津高原高畑スキー場、会津高原南郷スキー場の 4 つのスキー場が存在する。



南会津町では昭和 37 年より南郷トマトの生産が開始され、昭和 48 年には南郷トマト生産組合が発足した。

同組合はトマト栽培の全面ハウス化や最先端の選果機の導入などを積極的に行い、また、「南郷トマト」の地域登録商標化や地理的表示保護制度への登録を行うなど、トマトの高品質化及びブランド化に努めてきた。

一方で、人口の減少やそれに伴う就農人口の減少により、将来の農業の担い手の確保が

¹⁶⁾ 小田切徳美・筒井一伸(2016)『田園回帰の過去・現在・未来 シリーズ田園回帰 3』農山漁村文化協会、pp. 150-192.

¹⁷⁾ 沼尾波子(2016)『交響する都市と農山村 シリーズ田園回帰 4』農山漁村文化協会、pp. 130-148.

大きな課題となっていた。そこで南郷トマト生産組合は、町外から移住者を集めることにより、担い手の確保を図ることとした。

(3) 取組概要

南郷トマト生産組合はIターン移住者による新規就農者を集めるため、金銭面を含めた様々な援助を行っている¹⁸⁾。

まず、農林水産省の農業次世代人材投資資金を活用し、移住者への金銭的援助を行っている。同資金は就農前の研修を後押しする準備型と、就農直後の経営確立を支援する経営開始型の2種類の給付方法があり、南郷トマト生産組合ではどちらも利用している。

就農・移住を希望する際、Iターン移住者はまず組合員の一人を親方として、その親方のもとで準備期間として2年間の研修を受ける。研修終了後には定住先と農地を確保し、本格的に南会津町で就農することとなる。南郷トマト生産組合は同資金をこれらの就農の過程全てで活用することで、就農者が金銭面において不安が生じないようにしている。

また、単に金銭面で援助を行うだけでなく、定住後の住居や農地の斡旋を行っている。

前述の通り、Iターン移住者は研修終了後には定住先と農地を確保する必要がある。しかし、現地に知り合いが少なく、土地勘もないため、住居と農地を探すことは非常に困難である。そこで、組合による住居の斡旋や、研修時の親方から良質な農地の情報を入手することで、生活環境の不安を減らし、Iターン移住者の定着を図っている。

Iターン移住者の勧誘方法は特徴的で、広く一般に公募せず、主に南会津町内のスキー場で来場者を勧誘している。町内のスキー場は冬季オリンピックの開催種目を練習できるようなコースがある。このため、複数回に渡って来場するコアなウィンタースポーツの愛好家が多くおり、彼らはスキー場内で地元の人々と徐々に顔見知りになっていく。こうした、すでに地元と縁ができている愛好家をIターン移住者として勧誘することで、地域と移住者のミスマッチを防ぐことができています。

以上の取組の結果、2003年からの移住者はIターンのみで28人となった。Iターン移住者の平均年齢は30代で、研修を終了した定住後は、病気等を除いて離農する移住者はほぼいないという。今年は3名、来年は1名のIターン移住者が、研修終了後に独立して本格的に就農、移住する予定である。



移住者の小山氏

更に、移住者はトマトの生産だけではなく、地域活動においても積極的に地域と関わっている。特に、現在のような支援策が充実する以前に移住し就農した、元プロスノーボーダーの小山氏の存在は大きい。消防団やPTA等に積極的に参加することで地域に貢献し、

¹⁸⁾ 『南郷トマト 50年の記録』JA会津みなみほか編（参考：南郷トマト生産組合）。

また、子供たちを対象にボランティアでスノーボード教室を開くなど、自らの経験を活かした活動も行っている。

(4) 課題・展望

現在の課題として、順調にIターン者の就農者が増える一方で、就農の準備が不十分のまま移住し、研修期間中にリタイアする者が生じていることが挙げられる。

南郷トマト生産組合では就農希望者に対して手厚い援助を行っていることから、就農、移住に際して十分な準備をしない状態でも就農が可能である。そのため、援助を当てにして安易に移住を決定してしまい、研修期間中にリタイアする者が近年生じている。安易な移住希望に起因するリタイアを防止するため、就農希望の者に対して夫婦での移住等の条件を課している。しかし、南会津町の環境の厳しさから、移住と就農への覚悟ができていないとどうしても現実とのギャップが生じ、リタイアに繋がってしまっている。そのため、今後は援助と就農の難しさの現実のバランスを取りながら、なるべくリタイア者が生じないよう、新たな方策を考える必要がある。

また、近年ウィンタースポーツの人口が減りつつあるためにスキー場の運営が苦しくなっていることも問題である。主に町内のスキー場に頻繁に通うウィンタースポーツの愛好家に移住の勧誘を行っているため、スキー場の有無は移住者の獲得の有無に直結する。そのため、南郷トマト生産組合は、行政に対し、スキー場を維持するための補助などを行うように申し入れている。このほか、都心部において移住のイベントに出展するなど、スキー場に依存しない新規就農者の獲得手段も模索するなどしている。



南郷トマト生産組合 渡部氏

今後の展望として、福島大学に農学群（農学部）が2019年に新設されたことから、南郷トマトのさらなる品種改良等について大学と連携を図っていくことを考えている。大学と連携して南郷トマトをより良いものとすることで、若い層にも南郷トマトの良さを理解してもらい、さらなる新規就農の獲得を目指している。

(5) 所感

南郷トマト生産組合の組合員は南会津町、そして自分たちが生産する南郷トマトに誇りを持っており、両者を維持するため、金銭面だけに留まらない、様々な援助策を講じることで移住者を受け入れる土壌を作る努力をしている。また、移住者も地元の人に助けられながら、トマトの生産に本気で取り組むことで地元に関わり、新たな地域の担い手となっ

ている。地元の人と移住者の話を聞き、両者が共に努力することが、地域を維持・発展するために重要であると感じた。

南郷トマト生産組合は、厳しい自然の中で、地元の人と移住者がお互いに助け合いながら地域を維持している好例である。

3-6 鹿児島県伊仙町

(1) 調査地選定理由

鹿児島県大島郡伊仙町は高い合計特殊出生率を誇るだけでなく、長寿の町でもある。伊仙町の人々と子育て政策等に魅力を感じ移住してきた人々が交わり、地域コミュニティを形成し、住みやすく、子育てをしやすいまちを創っている事例として選定した¹⁹⁾²⁰⁾。

(2) 伊仙町の概要

鹿児島から南へ約 500 キロ離れた徳之島の 1 番南に位置する町で、人口は 6,635 人（2019 年 8 月時点）である。

気候は沖縄と同じ亜熱帯気候で 1 年を通じて温暖な気候に恵まれていることから第 1 次産業が主要産業であり、主にサトウキビ、バレイショ、マンゴーの生産、畜産が盛んである。

また、長寿世界一を 2 人も輩出したこと、2003～2012 年までの 10 年間、連続して合計特殊出生率が 2.81 で全国 1 位になったことから「長寿子宝のまち」としても全国的に有名である。



伊仙町役場外観

今回の視察では、伊仙町の子育て政策が出産、育児をする人々に支持される理由を調査するため、伊仙町役場の未来創生課及び子育て支援課の職員から話を伺った²¹⁾。

(3) 取組概要

出産祝い金をはじめとしたいくつかの行政の取組について説明を受けた。しかしながら、これらの政策的な取組は、高い合計特殊出生率を後押ししている主要因ではないことは担当からの説明からも推察できた。

¹⁹⁾ 藤山浩(2018)『「地域人口ビジョン」をつくる』農山漁村文化協会、pp. 10-16、pp. 39-42.

²⁰⁾ 藤山浩(2015)『田園回帰 1%戦略 シリーズ田園回帰 1』農山漁村文化協会、pp. 181-204.

²¹⁾ 沼尾波子(2016)『交響する都市と農山村 シリーズ田園回帰 4』農山漁村文化協会、pp. 91-112.

伊仙町の政策的な取組以外で、高い合計特殊出生率を維持し続ける要因を知る方法として若年層の母親のアンケート結果がある。アンケート結果の「「子宝」といわれる要因はズバリ何だと思いますか」という項目で、最も回答割合が高かった理由は、「親や兄弟、友人、近所の人など子育てを支援する人がいる」(48.5%)であった。続いて、「子どもが多くて何とか育てていけると思う」(44.1%)となっている。

子育てが困難であると考えるのは、経済的な理由が多いといわれている。子どもの教育費用が高すぎることから、出産をあきらめる家庭があるため、自治体では教育費無料化の施策など、経済的な支援を進めているのが現状である。

一方、合計特殊出生率の高い伊仙町の人たちが、子どもを産む理由として、「人のつながり」をあげているのは、注目すべき点である。

伊仙町では「子ども宝」(子は宝)という精神文化が根付いており、家族や地域が一体となり、子育てを応援する精神基盤が存在している。特に、子どもの出生、小学校入学、成人式といった1人の人間が人生での大切な節目を、家族だけでなく知人・友人・近隣住民がともに祝うという地域文化がある。子育てにおいても地縁を超えた支援の手が多数存在するなど、高い地域力を持っていることが子を産み育てる夫婦、特に母親の孤立を防ぎ、子沢山でも育てられるという自信に繋がっており、出生率の高い要因の一つとして挙げられる。

また、伊仙町では学校を中心とした小さな拠点に人々が集い、交流する機会を広げることで、高齢者だけの集落とならないよう、子育て世代の維持に努めている。文部科学省が策定した「公立小学校・中学校の適正規模・適正配置等に関する手引」によれば、伊仙町の適正数は小学校が3校、中学校が1校である。しかしながら、子育て世代は小・中学校からの通学距離などにより、住む場所を決めると考えられている²²⁾。そのため、小学校数を減らすことで移住者が通学圏に集中することを懸念し、「集中から分散」を掲げ、小学校8校、中学校3校を統合せず、学校区の維持に努めている。

(4) 課題・展望

伊仙町では、特にコミュニティ形成について、小学校を拠点として集落を守っていくという考え方がある。コミュニティの規模は集落にもよるが、小さな集落であれば、お互いの顔が見える関係であり、家族構成などをわかりあっている人たちで形成されている。小学校の文化祭や運動会になれば、子どもたちだけでなく大人たちも催しものや出し物をするなど、集落全体で盛りあがっている。

このような大人の背中を見て育つことにより、島を出た子供たちも再びまた戻ってきたいという気持ちを抱くのではないかと町の担当者が話していたことが印象的であった。なお、毎年実施している新成人へのアンケート調査では「伊仙町に生まれて良かった」との

²²⁾ 藤山浩(2018)『「地域人口ビジョン」をつくる』農山漁村文化協会、p. 77

回答が100%、「進学等の関係で島を出ても島に帰って来たい」との回答が70%であった²³⁾。

また、町営住宅の整備や空き家対策の推進、企業誘致の推進などにより、若者のU・Iターン者も増えてきている。特定の地区への集中を避け、各集落や小学校区の維持を大切にする施策、地域雇用の創出のための企業誘致、基幹産業である農業の発展を促す施策等により、全ての世代にとって住みやすいまちづくりを進めている。

また、住みよいまちづくりを進めていくという観点から「ホエールウォッチング」や「スキューバダイビング」といった観光のコンテンツがあるにも関わらず、観光での集客は積極的には行っていないという言葉が印象的であった。

観光による集客を開始し、経済的に潤う可能性はある。しかし、伊仙町の風土に合わない人々が押しかけることにより、地域の人々の幸せが損なわれ、地域への愛着がなくなってしまっは意味がない。

そのため、移住の呼びかけについてはUターン者や伊仙町にゆかりのあるIターン者をターゲットに進めている。

(5) 所感

子どもの学力格差について、最近インターネットで無料教材や低価格の動画教材も入手できるようになり、地域格差がなくなってきたといわれる。

しかしながら、徳之島は全国と比較すると学力が低いと言われており、学習塾は少なく、予備校もない。島では、インターネット環境も十分に整っていない。今後は教育の充実を図り、子供を連れて移住しても、子供の教育・将来性に不安がない環境づくりを推進していきたいとのことである。

ただし、インターネット利用者が限られる島では行政がその環境を整備するしかないが、行政主体で整備することが伊仙町の風土とあっているのかについては今後大きな検討材料となるとのことである。

担当者の方々に話を聞くと「コミュニティやコミュニケーションを尊重してきた結果、周回遅れの町がいつの間にか先進地として視察が来るようになった」という言葉が印象的であった。

今後、前述したインターネット環境の整備などが謳われている「Society5.0」と地域コミュニティ、コミュニケーションをどう融合させていくかが鍵になっていくのであろう。

²³⁾ 椎川忍ほか(2014)『知られざる日本の地域力』今井出版、pp. 71-81.

4 まとめ

調査を行う前は、地域おこし協力隊の受入や、地方で起業を目指す人材を地域外から呼び込むことこそが地域課題を解決するための担い手づくりに必要だと考えていた。しかし、本調査を通じて地域の担い手が生まれるケースは多岐にわたることが分かった。

地域の担い手が生まれるまでには、大きく3つのケースがある。

① 地域内から担い手が生まれるケース

地域の人たちが、そこにある魅力を再発見することで地域へ誇りや想いを深め自ら地域の担い手となっていく。今回の調査では NPO 法人くらしアトリエでの取組がこれにあたる。

② 地域の人が自らの地域に誇りを持って暮らしていることに共感し、地域外からの移住者が担い手となるケース

地域の人が、その地域独自の風土や暮らしの中に価値あるものを見出し、幸福感や誇りとともに日々を過ごすことで、地域の価値に共感した人たちが移住し、担い手としてとなることがある。今回の調査では、伊仙町や東川町がこれにあたる。

③ 地域の自然環境等の特徴に魅了されて移住し、地域内の人を巻き込みながら新たな担い手となるケース

地域外の人が地域資源の魅力や課題に気づき、移住者となって地域内の人を巻き込みながら地域の課題に取り組む事例がある。今回の調査では、一般社団法人まるオフィス、南郷トマト生産組合がこれにあたる。また、地域外からの視点で地域の活力を引き出していく担い手を育成するという意味で株式会社 WAKUWAKU やまのうちもここに分類される。

地域の担い手づくりには、地域住民と地域外からの人との密接で継続的なかわりが非常に重要であるとともに、地域内と地域外の人と繋ぐ人材の存在がものごとを円滑に進める上で欠かせないことが分かった。

5 おわりに

今回の調査では、それぞれ地域での違いはあるが、地域の担い手を取り巻く課題や期待について多くのことを学ぶことができた。

地域における担い手づくりは、一概に外から人を招き入れるだけで解決する問題ではない。それぞれの地域特性に応じたやり方で長期にわたり粘り強く継続していくことが重要である。

調査を通じて、新たな担い手が生まれてくる際の共通点も見えてきた。それは、地域特性や利用可能な地域資源を見極め、無理なくできることから始めていることや、あらゆる機会を活用して多様な人が関わる場を設けていることである。

それぞれの地域で担い手づくりに取り組むにあたっては、まず、地域の現状を把握することから始め、地域住民と地域外の人々とを継続的に繋ぐ場を提供するとともに、地域ごとの課題に丁寧に向き合う必要がある。そして、地域住民と地域の未来像を共有し、密接で継続的なかかわりを持ちながら、地域の担い手となる人材が生まれるような環境を整えていくことが重要である。

【参考文献・資料】

- 1) 藤山浩(2018)『「地域人口ビジョン」をつくる』農山漁村文化協会.
- 2) 藤山浩(2015)『田園回帰1%戦略 シリーズ田園回帰1』農山漁村文化協会.
- 3) 小田切徳美・筒井一伸(2016)『田園回帰の過去・現在・未来 シリーズ田園回帰3』農山漁村文化協会.
- 4) 沼尾波子(2016)『交響する都市と農山村 シリーズ田園回帰4』農山漁村文化協会.
- 5) 佐藤一子(2016)『地域文化が若者を育てる シリーズ田園回帰7』農山漁村文化協会.
- 6) 椎川忍ほか(2014)『知られざる日本の地域力』今井出版、pp. 67-81.
- 7) 『写真甲子園20年の軌跡1994-2013』(2014), 立木義浩, 写真甲子園実行委員会編.
- 8) 玉村雅敏・小島敏明(2016)『東川スタイル 人口8000人のまちが共創する未来の価値基準』産学社.
- 9) 写真文化首都「写真の町」東川町編著(2016)『東川町ものがたり 町の「人」があなたを魅了する』新評論.
- 10) 『南郷トマト 50年の記録』JA会津みなみほか編.
- 11) 「シマシマしまね」公式HP <<http://www.shima-shima.net/>>
- 12) 「NPO法人くらしアトリエ」公式HP <<http://www.slow-slow.com/top.html>>
- 13) 「一般社団法人まるオフィス」公式HP <<https://maru-office.com/#top>>
- 14) 「担い手育成支援事業」公式HP (参考「一般社団法人まるオフィス」)
<<http://numa-ninaite.com/>>
- 15) 「株式会社WAKUWAKUやまのうち」<<https://wakuwaku-yamanouchi.com/>>
- 16) 「株式会社WAKUWAKUやまのうちの取組事例」
<https://www.boj.or.jp/announcements/release_2018/data/rel180713a4.pdf>
- 17) 「地方創生「連携・交流ひろば」地方創生実践事例」(参考「株式会社WAKUWAKUやまのうち」)
<https://www.chihouseisei-hiroba.jp/case/wakuwaku_yamanouchi.html>

- 18) 第44回農業大賞 集団組織の部 大賞 (参考「南郷トマト生産組合」)
〈<https://agri.ja-group.jp/promote/prize/44/winner>〉
〈https://agri.ja-group.jp/img/promote/prize/pdf/no44_syudan01.pdf〉
- 19) 農林水産省「農業の『働き方改革』検討会」 (参考「南郷トマト生産組合」)
〈<https://www.maff.go.jp/j/study/work/>〉
〈https://www.maff.go.jp/j/study/work/attach/pdf/03_haifu-5.pdf〉
- 20) 「まち・ひと・しごと創生 伊仙町総合戦略」
〈<http://www.town.isen.kagoshima.jp/cont.php?parent=56&depth=2&target=46>〉