

### 3.4 モデル地域の取り組み課題の対応方策の検討

モデル地域へのヒアリング結果と次章の事例分析結果を踏まえ、モデル地域における取り組み課題が顕在化している地域については、その解決方策等の検討を行った。

#### 3.4.1 課題分析の類型化

##### (1) 本物を活かした地域づくりにおける「活かす」主体の整理

モデル地域における活動内容を通じて、本物を活かした地域づくりを以下のように再整理する。

##### 1) 「本物」資源の分類

モデル地域における「本物」資源を、資源の小分類でなく、「物」「場所」「暮らし」という3つの分類に整理すると以下のようなようになる。

表 3.12 「本物」資源の分類

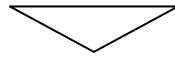
モデル地域	資源	本物の分類
堺市	刃物や線香、繊維など匠の技に裏打ちされた製品	物
京都府山城地区	宇治茶	
奈良県明日香村	農産品や直売所	
兵庫県豊岡市	コウノトリ	
奈良県明日香村	棚田・里山 古代遺跡	場所
大阪市	御堂筋	
堺市	中心市街地に残された町屋 歴史的人物のゆかりの地	
神戸市	兵庫運河	
和歌山県九度山町	高野山と真田幸村の隠れ里	暮らし
滋賀県高島市	生水を使ったライフスタイル	
奈良県明日香村	明日香の風土	

## 2)「本物」を活かす主体

「本物」を活かす主体とは、「本物」に対する直接の利害関係者や管理者、そしてそれを活用し地域づくりにつなげる主体に大別される。

表 3.13 「本物」を活かす主体

「本物」の分類	直接の利害関係者や管理者	地域づくりへの活用主体
物	所有者 生産者、加工者 流通業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直接の利害関係者</li> <li>・NPOや任意の組織などまちづくり団体</li> <li>・企業</li> <li>・複数の主体によるネットワーク組織</li> <li>・行政</li> </ul> <p style="text-align: center;">等</p>
場所	所有者、地権者 管理者	
暮らし	地域住民 地元事業者	

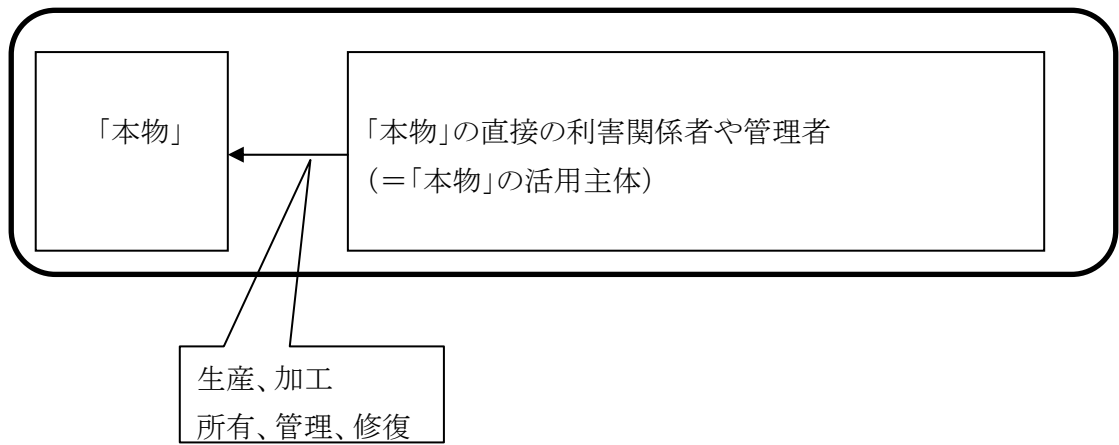


「本物」資源	直接の利害関係者や管理者	地域づくりへの活用主体
物	堺刃物商工業協同組合連合会 堺注染和晒興業会 流通業者	NPO法人堺観光ボランティア協会 社団法人堺観光コンベンション協会 堺式手織緞通技術保存会
	宇治茶生産、加工業者 販売業者	宇治茶の郷づくり協議会 京都府宇治茶製法手もみ技術保存会 連絡会議 永谷宗円翁顕彰会 ほっこりサークル NPO法人わづか有機栽培茶業研究会 NPO法人南山城村ECOプロジェクト
	農家 農地組合法人ふるさと明日香	飛鳥京観光協会 明日香村観光開発公社 にぎわいの街まちづくり実行委員会
	コウノトリ野生復帰推進連絡協議会	コウノトリファンクラブ NPO法人コウノトリ市民研究所 たじま農業協同組合
	棚田・里山	棚田等の所有者

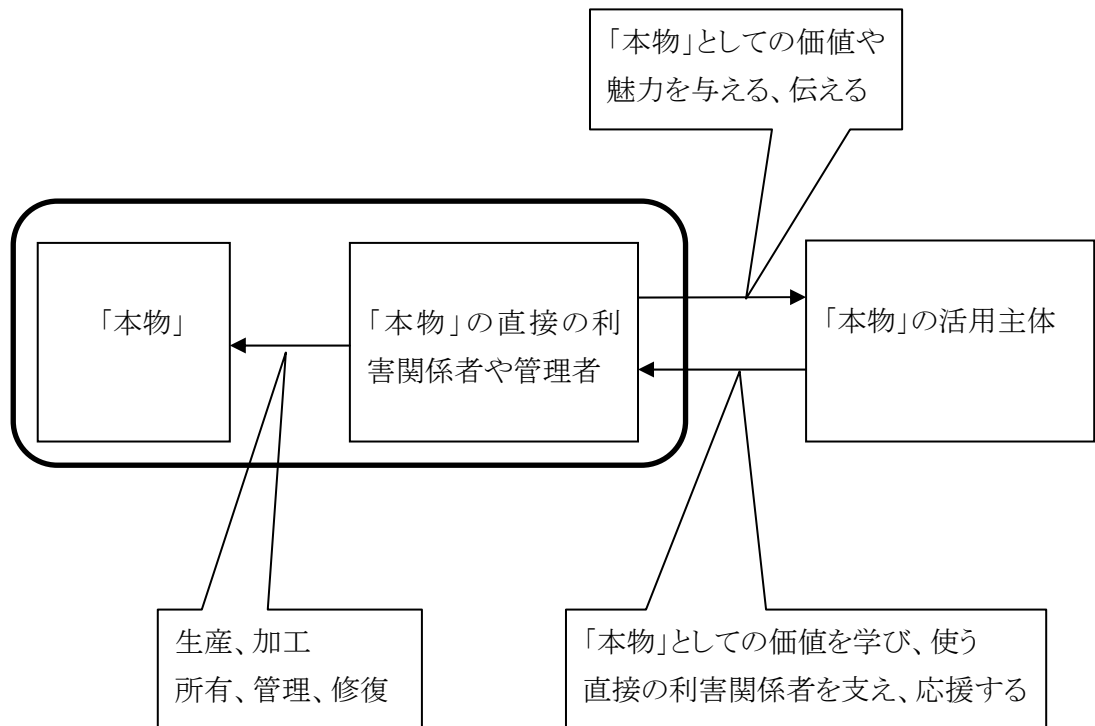
	「本物」資源	直接の利害関係者や管理者	地域づくりへの活用主体
場 所	古代遺跡	遺跡管理者(行政)	飛鳥京観光協会 明日香村観光開発公社 飛鳥里山クラブ 明日香村文化協会 にぎわいの街まちづくり実行委員会 その他エージェント
	御堂筋	沿道地権者、道路管理者(大阪市)	御堂筋まちづくりネットワーク せんばGENKIの会 NPO法人長堀 21 世紀計画の会 ミナミまち育てネットワーク 中之島・御堂筋SBJ連絡協議会 心齋橋石橋 100 周年イベント実行委員会
	中心市街地に残された町屋	町屋所有者	
	歴史的人物(千利休、与謝野晶子)のゆかりの地	施設管理者(堺市)	NPO法人堺観光ボランティア協会 社団法人堺観光コンベンション協会
	兵庫運河	運河管理者	兵庫運河魅力再発見プロジェクト協議会 チャンネルレガッタ実行委員会 兵庫運河を美しくする会 兵庫運河真珠貝プロジェクト
	高野山と真田幸村の隠れ里	史跡等所有者、管理者	九度山町なか活性化協議会 高野山町石道語り部の会 財団法人九度山町柿の郷振興公社
暮 ら し	生水を使ったライフスタイル	生水の管理者、使用者	針江生水の郷委員会 環の郷産業経済振興協議会
	明日香の風土、生活様式	空き家の所有者 行政(古都保存法)	景観ボランティア明日香 NPO法人ASUKA自然塾 飛鳥川の原風景を取り戻す仲間の会 大化塾 飛鳥保存財団 明日香村地域振興公社 明日香村伝統芸能保存会 にぎわいの街まちづくり実行委員会

モデル地域における状況から、「本物」を活かす主体は以下のように整理される。

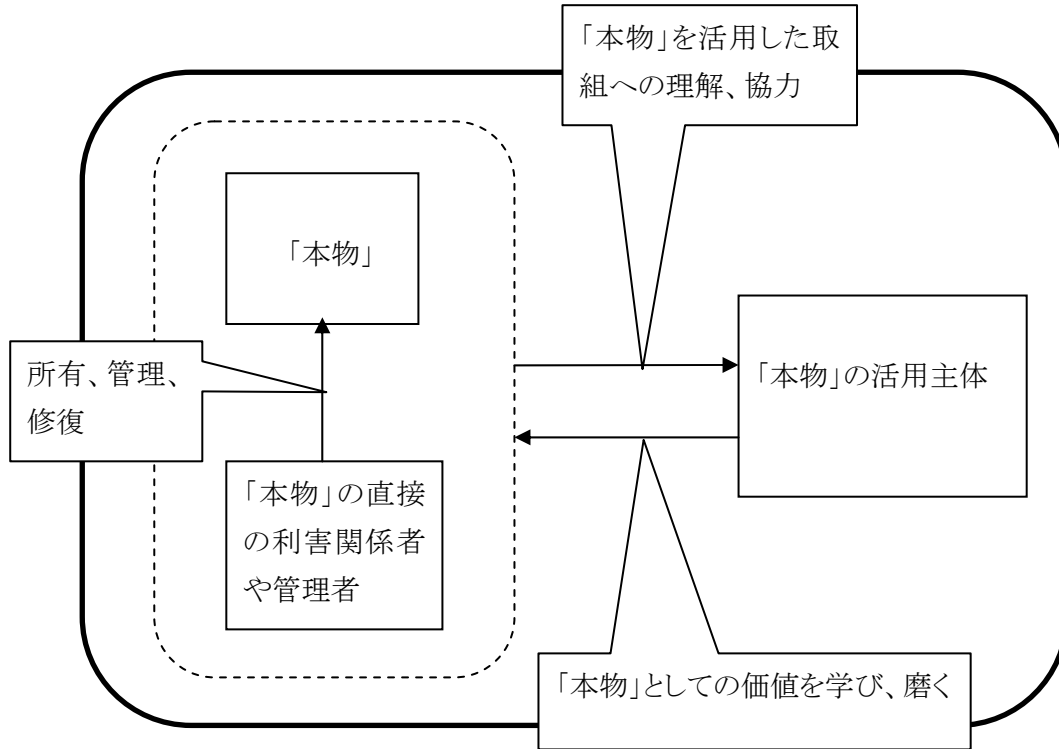
a) 「本物」の直接の利害関係者自身が地域づくりへの活用主体となるケース



b) 「本物」そのものを直接生産したり加工したりする主体(利害関係者)と地域づくりへの活用主体が明らかに異なるケース(主に「本物」が「物」)



c) 直接の利害関係者の理解や協力を得て、「本物」の活用主体が「本物」の価値をつくりだすケース(主に「本物」が「場所」や「暮らし」)



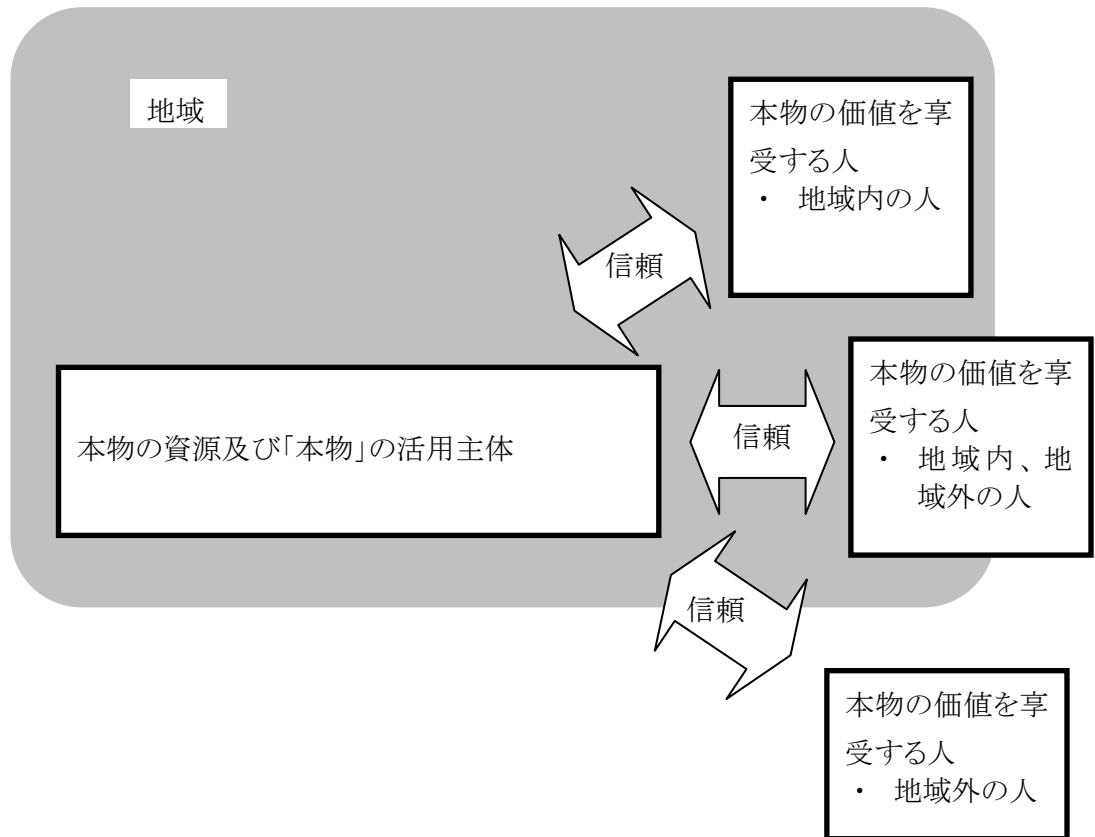
## (2)「本物」を活かした地域づくり

「本物」を活かした地域づくりとは、「本物」の価値を生み出す場や、享受したりする場を地域内で様々な形で提供していくことであるといえる。

その資源が「本物」であるがゆえに、それを生み出す主体、享受する主体によって地域づくりが進展していくというシナリオが求められる。

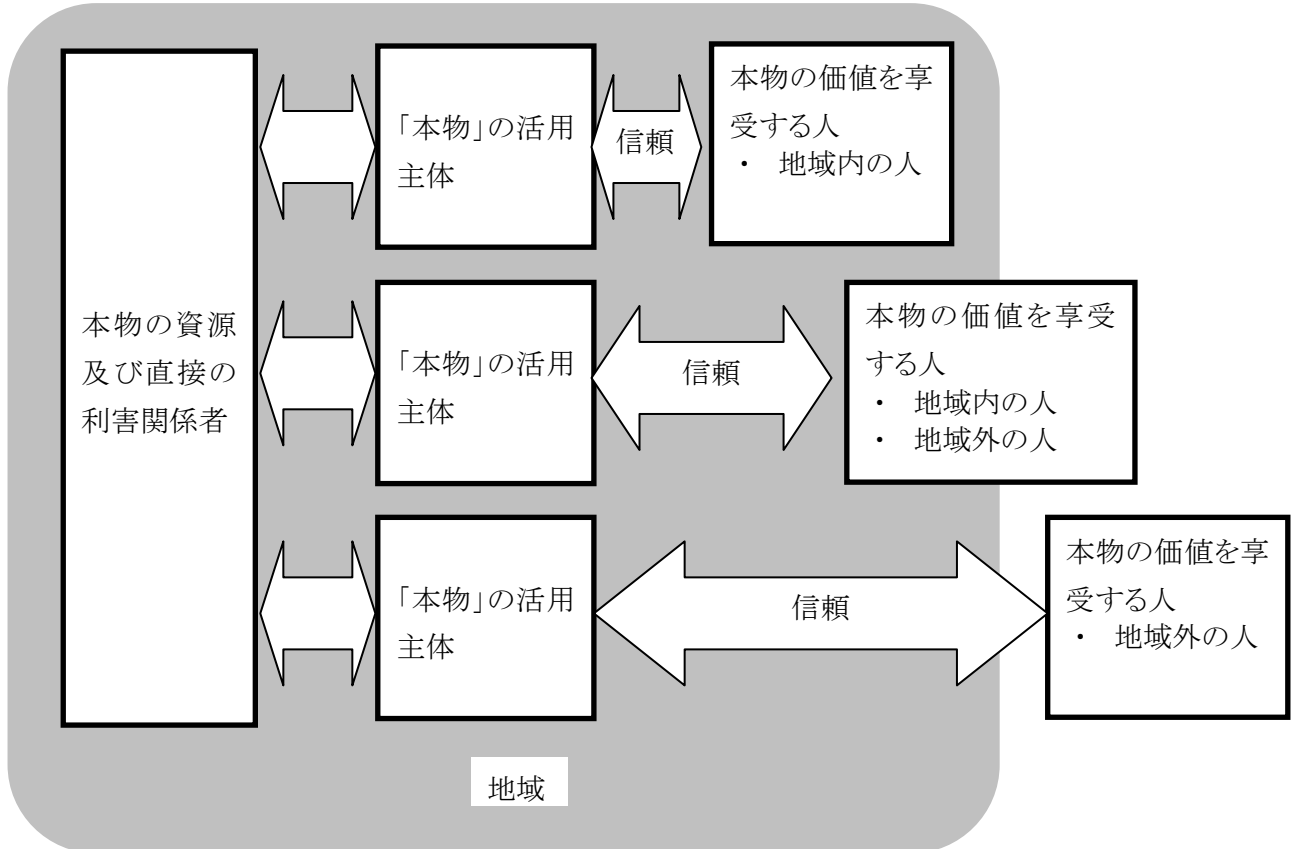
こういった関係を、「本物」の活用主体ごとに整理すると以下のようなになる。

## a)「本物」の直接の利害関係者自体が地域づくりへの活用主体となるケース



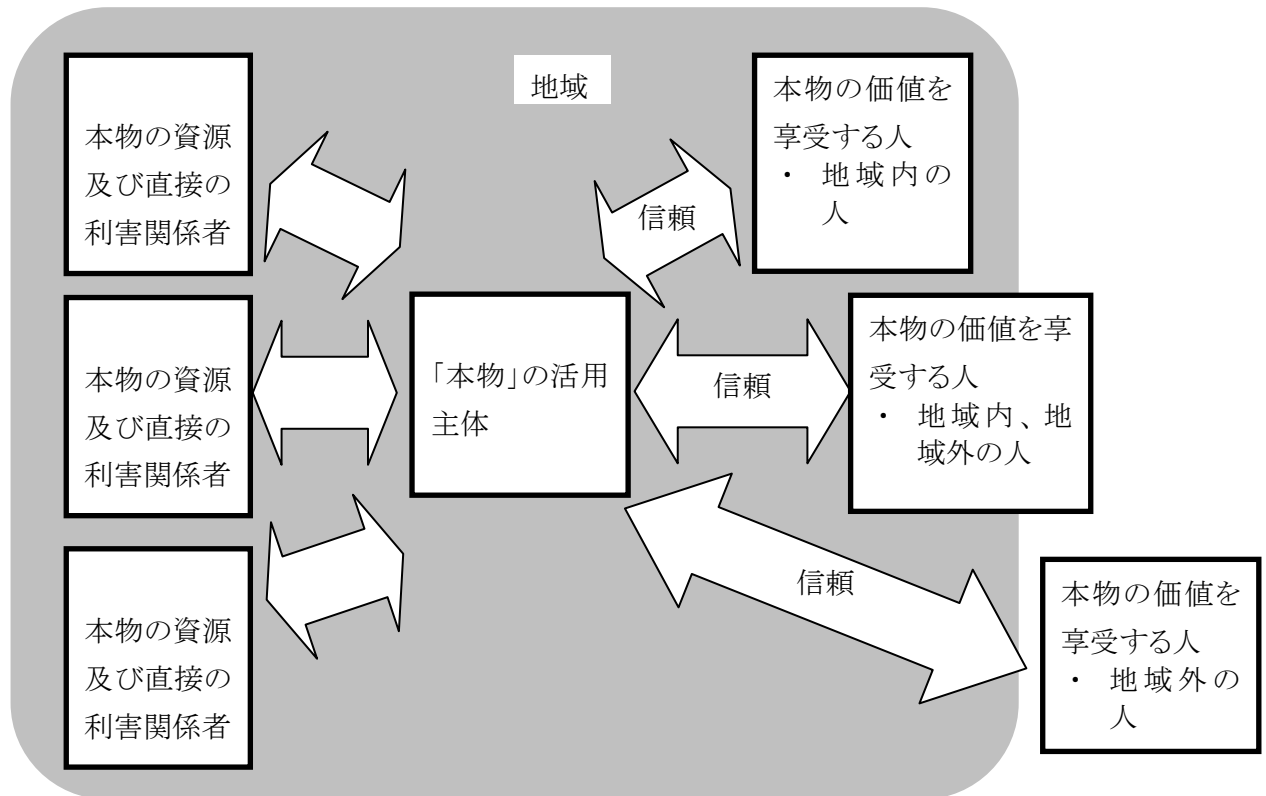
- ・本物の資源の直接の利害関係者自身が、それを地域づくりに活用する。
- ・活用の方向性や、価値を提供したい対象は様々な考えられる。
- ・本物の価値を享受する人は、地域内、地域外の両方に存在し、本物の価値をより楽しみ、自らの満足度を高めるために、学習し、資源により高い質を求める。
- ・「本物」の活用主体と本物の価値を享受する人とが、「本物」の価値に対する「信頼関係」を構築するに至り、地域内で様々な価値の享受の仕方が出現する。

b) 「本物」そのものを直接生産したり加工したりする主体(利害関係者)と活用する主体が明らかに異なるケース



- 本物の資源(及び直接の利害関係者)に対して、「本物」の活用主体は、その主体自身が本物の資源に対するファン(=パトロン、信奉者)であり、複数の主体が「本物」を活かした地域づくりのビジョンを有している。
- 本物の価値を享受する人は、地域内、地域外の両方に存在し、「本物」を活用する主体を通して、本物の価値を知ったり、享受したりする一方で、本物をより楽しんだり、満足度を高めるために、自ら学習し、資源により高い質を求める。
- 「本物」の活用主体は、価値を享受する人からの要求に応え、「本物」の質の維持・向上をめざして、直接の利害関係者への働きかけを行ったり、本物の価値をより理解してもらえる活用方法を考えたりする。
- このような本物の資源の直接の利害関係者、「本物」の活用主体、本物の価値を享受する人相互の交流の場が地域の中に出現する。

c) 直接の利害関係者の理解や協力を得て、「本物」を活用する主体が「本物」の価値をつくりだす  
ケース



- 本物の資源の直接の利害関係者自身は、「本物」の活用主体に対して、「本物」を活用する機会や権利を与え、実質的に活用主体が、その価値を高め、享受する人に提供する。
- 本物の資源が複数に及ぶ場合もあり、本物と本物を結びつけて、あらたな価値を創造するようなケースもある。
- 本物の価値を享受する人は、地域内、地域外の両方に存在し、「本物」を活用する主体を通して、本物の価値を知ったり、享受したりする一方で、本物をより楽しんだり、満足度を高めるために、自ら学習し、資源により高い質を求める。
- 「本物」の活用主体は、価値を享受する人からの要求に応え、資源の質の維持・向上をめざして、本物の価値をより理解してもらえる活用方法や組み合わせ方を考える。
- このような「本物」を活用する主体、本物の価値を享受する人相互の交流の場が地域の中に出現する。



**(2) 本物を活かした地域づくりにおける課題の類型化**

モデル地域における状況、本物を活かす「主体」に関する整理を踏まえ、「本物」を活かした地域づくりにおける課題は、以下のように類型化される。

**a) 本物の資源の価値そのものの存続や認識に関する課題**

- 直接の利害関係者が本物の資源の価値に気付いていない、または活用の協力が得られない
  - ・本物の価値を有する資源を有しているにも係らず、その直接の利害関係者がそのことに気付いておらず、資源そのものがなくなる危機に瀕したり、価値が失われたりする
  - ・直接の利害関係者と活用主体が異なる場合に、活用主体が、直接の利害関係者の理解や協力を得ることができない
  
- 本物の資源を取り巻く地域の中に、その資源を守り、活用しようという思いが醸成されていない。
  - ・本物の価値を有する資源があるにもかかわらず、地域としてそのことに対する意識が低く、活用したいと考える主体が育っていない。
  - ・地域の中で、本物の資源を地域づくりに活用していこうという思いが共有されていない。

**b) 本物の資源の有する価値の向上やファンとの信頼関係を構築する上での課題**

- 本物の活用主体が、本物の資源が有する価値を引き出せていない。
  - ・本物の資源が存在するということは理解しているものの、どのように活用すればよいか方向性が見出せない。
  - ・活用すればするほど、本物の資源が有する本来の価値が薄れてしまう。
  
- 本物の活用主体が、本物の資源の有する価値をうまく伝えることが出来ない。
  - ・本物の資源が有する価値を効果的に発信できておらず、本物の価値を享受したいと考える人が育たない。

**c) 本物を核とした活動の場としての「地域」を形成していく上での課題**

- 活動の体制が脆弱または個別で、地域づくりにまで活動が継続・展開していかない。
  - ・組織内での役割分担ができていないなど、体制が脆弱で、地域を変えていくほどにまで活動を継続させていくことができない。
  - ・個別の活動団体がそれぞれに活動しており、一定の方向を目指した地域づくりが行われていない。
  
- 地域づくりに向けた自立的な活動がおこなえていない。
  - ・自立的な活動を行うための人材の確保や、活動を展開する上での資金繰りが厳しい。

## 3.4.2 モデル地域における取り組み課題への対応方策の検討

## (1) 各モデル地域の主な取り組み課題

モデル地域へのヒアリングの結果から、各地域の主な取り組み課題は、以下のとおりであった。

表 3.14 各モデル地域の主な取り組み課題

近畿の先行事例(モデル地区)		課題事項
京都府 山城地区	宇治茶の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地元住民のお茶の魅力の再発見</li> <li>・ 歴史の街道づくりにおけるストーリー展開等</li> </ul>
奈良県 明日香村	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 空き農家を活用した定住促進に関する仕組みづくり</li> <li>・ 法規制と風景保全の整合性</li> <li>・ 農業・インストラクターの後継者問題</li> <li>・ 直販所のマーケティング</li> </ul>
大阪府 堺市	堺区等の匠の技術、歴史的資源等を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 町屋保全・活用手法</li> <li>・ 住民の組織化</li> <li>・ ストーリー性</li> <li>・ 職人(マイスター)の本業と体験観光支援との両立等</li> </ul>
兵庫県神戸市 兵庫区等	兵庫運河を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ イメージアップ戦略</li> <li>・ 産業遺産を活用した観光振興</li> <li>・ 活動資金</li> </ul>
和歌山県 九度山町	高野山と真田幸村隠れ里等の資源を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光と産業の振興</li> <li>・ 新規名物の開発</li> <li>・ 財源</li> </ul>
大阪府 大阪市	御堂筋と界限資源を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関係機関との円滑な合意形成</li> <li>・ 歴史的価値のあるビル等の保全</li> <li>・ 財源・PR 等</li> </ul>
滋賀県高島市 針江地区	生水(かばた)の郷づくり	(成功事例として、他の取り組みの参考)
兵庫県 豊岡市	コウノトリを活かした地域づくり	(成功事例として、他の取り組みの参考)

## (2) 類型課題での整理

課題の中から、本物を活かした地域づくりに係る類型課題として分類すると以下のように整理される。

表 3.15 各モデル地域の主な取り組み課題

類型課題		京都府山城地区	奈良県明日香村	大阪府堺市	兵庫県神戸市兵庫区等	和歌山県九度山町	大阪府大阪市
a) 本物の資源の価値そのものの持続や認識に関する課題	○直接の利害関係者が本物の資源の価値に気付いていない、または活用の協力が得られない			・町屋保全・活用手法 ・職人(マイスター)の本業と体験観光支援との両立等			・関係機関との円滑な合意形成
	○本物の資源を取り巻く地域の中に、その資源を守り、活用しようという思いが醸成されていない。	・地元住民のお茶の魅力の再発見		・住民の組織化			・歴史的価値のあるビル等の保全
b) 本物の資源の有する価値の向上やファンとの信頼関係を構築する上での課題	○本物の活用主体が、本物の資源が有する価値を引き出せていない。				・産業遺産を活用した観光振興	・観光と産業の振興	
	○本物の活用主体が、本物の資源の有する価値をうまく伝えることが出来ない。				・イメージアップ戦略		・PR
c) 本物を核とした活動の場としての「地域」を形成していく上での課題	○活動の体制が脆弱または個別で、地域づくりにまで活動が継続・展開していない。	・歴史の街道づくりにおけるストーリー展開等		・ストーリー性			
	○地域づくりに向けた自立的な活動がおこなえていない。		・農業・インストラクターの後継者問題		・活動資金	・財源	・財源
個別課題			・空き農家を活用した定住促進に関する仕組みづくり ・法規制と風景保全の整合性 ・直販所のマーケティング			・新規名物の開発	

## (3) 取り組み課題に対する対応の方向性(案)の検討

高島市及び豊岡市以外のモデル地域における主な取り組み課題に対する対応の方向性(案)については、事例調査における成功要因等から、以下の一方向性が考えられる。

## a) 本物の資源の価値そのものの存続や認識に関する課題への対応の方向性

○直接の利害関係者が本物の資源の価値に気付いていない、または活用の協力が得られない

## 【対象地域】

- ・堺：匠の技術、歴史的資源等を活かした地域づくり  
／町屋保全・活用手法、職人(マイスター)の本業と体験観光支援との両立等
- ・大阪：御堂筋と界隈資源を活かした地域づくり／関係機関との円滑な合意形成

- 「愚者は経験に学び、賢者は歴史に学ぶ」。地域の人には自分の経験を超えたものが出てくると、受け入れない傾向にあるので、地域の良さを見落としがちである。地域の本物の資源は外の目から学ぶことが重要である。
- 本物資源や地域づくり活動が“ハク”をつけることで、それらの地域住民の再認識や認知度向上・誇りにつながっていくものと考えられる。
- “ハク”とは、世界遺産、国宝、国指定の何がしなどへの認定・指定や、取り組み等に対する国等からの表彰などが挙げられる。また、先の有名人の起用も“ハク”につながるものである。

○本物の資源を取り巻く地域の中に、その資源を守り、活用しようという思いが醸成されていない。

## 【対象地域】

- ・山城：宇治茶の郷づくり／地元住民のお茶の魅力の再発見
- ・堺：匠の技術、歴史的資源等を活かした地域づくり／住民の組織化
- ・大阪：御堂筋と界隈資源を活かした地域づくり／歴史的価値のあるビル等の保全

- 資源の魅力再発見には、住民の関心を高めることが重要で、関心を持ってその資源及び地域を自主的に再認識しようとする仕掛けが必要である。
- 行政が地域住民の活動をほめ、認めることで、対象となった住民が自信を持ち、意気が上がることはもちろん、その周囲の人々はその活動の価値を認め、参画のキッカケにもなる。
- まちを挙げたイベントによって、徐々にその良さを地域の人が認識すれば、活動の輪が広がっていく。
- 資源の価値を勉強でき、それを保存・継承・活用したいと自ら思ってもらえるような仕掛けが必要。
- 住民を組織化していくには、住民に成功を体験してもらうことで、自信をつけてもらうことが

必要である。

- 地域の人々がこだわりと誇りを持って取り組める活動となるよう、地域の人々が楽しく勉強できる環境づくりを行政側から仕掛けることも重要。

#### b) 本物の資源の有する価値の向上やファンとの信頼関係を構築する上での課題

○ 本物の活用主体が、本物の資源が有する価値を引き出せていない。

【対象地域】

- ・ 神戸：兵庫運河を活かした地域づくり／産業遺産を活用した観光振興
- ・ 九度山：高野山と真田幸村隠れ里等の資源を活かした地域づくり／観光と産業の振興

- 地域資源を活かすためには、その資源の持つ歴史的な背景を最大限に活かすやり方を考える。また、それがその活動とどう結びついているのかを PR することで、ストーリー性が生まれる。
- 単に規模拡大や入込客を増大させるという観点だけでなく、どのようなコンセプトをめざし、そのためには何が必要かという視点から考えるべきである。
- 否定や批判、マイナス思考ばかりしていても何も生まれない。利点や特異点を見出し、それを生かすという考え方。⇒「どうすれば成功するのか」を考え、実施すること(プラス思考)の方が、楽しく、やりがいがある。

○ 本物の活用主体が、本物の資源の有する価値をうまく伝えることが出来ない。

【対象地域】

- ・ 神戸：兵庫運河を活かした地域づくり／イメージアップ戦略
- ・ 大阪：御堂筋と界限資源を活かした地域づくり／PR

- 資源のブランド化には、有名な人が食べ・飲み・使用することで、ブランドの名を高めることで、裾野(地域住民・購買者)を広げることができる。
- 人を呼ぶためには、これまでにない発想での PR 活動が必要。しかも、人を引き付けるやり方を資源の持つ背景から選び抜くこと。
- ちょっとした物でも PR のやり方ひとつで、人を呼び込むための資源となる。特に、新聞・マスコミの宣伝効果を十二分に活用すべき。
- オーナー制度などで有名な人・外国人などもオーナーとすることで、国内外のメディアに売り込むこともできる。

## c) 本物を核とした活動の場としての「地域」を形成していく上での課題

○活動の体制が脆弱または個別で、地域づくりにまで活動が継続・展開していかない。

## 【対象地域】

- ・山城: 宇治茶の郷づくり／歴史の街道づくりにおけるストーリー展開等
- ・堺: 匠の技術、歴史的資源等を活かした地域づくり／町屋保全・活用手

- 歴史街道等に人を呼び込むためには、歴史的なストーリーと風景その当時の風景を偲ばせる演出などを行う。
- 点在する資源をつなぐには、イベントの同時開催などによる周遊性を高めることが重要である。
- 資源のストーリーは、歴史的背景だけでなく、新しくそこに付加していくことで、ブランドとしての地位を高めていくことも考えられ、それにより、裾野、つまり、住民の再認識にもつながる。

○地域づくりに向けた自立的な活動がおこなえていない。

## 【対象地域】

- ・明日香: 棚田・里山を活かした地域づくり／農業・インストラクターの後継者問題
- ・神戸: 兵庫運河を活かした地域づくり／活動資金
- ・九度山: 高野山と真田幸村隠れ里等の資源を活かした地域づくり／財源
- ・大阪: 御堂筋と界限資源を活かした地域づくり／財源

- 過疎化の進む地域に、若者を呼び込むことで、高齢者の活力向上にも寄与する。
- 例えば、空き農家の活用に対しては、大学や専門学校との連携によって、学生を交えた地域づくりに取り組むことが考えられる。
- 住民活動に対しては、行政はあくまで黒子に徹していることで、住民のやる気を支援している。
- 旗振り役が前に出してしまうと上手くいかないため、住民一人ひとりが主人公である必要があり、行政としては一歩引いた位置支援することが望ましい。