

4.2 事例ヒアリングの実施

各種事例に関して、特にモデル地域の取り組み課題等の解決事例として参考になりそうな地域については、別途ヒアリング調査を実施した。(8 地域実施(5 箇所でヒアリング))

ヒアリング実施概要は以下のとおりであり、モデル地域の課題対応表を次頁、ヒアリング結果概要は次々頁以降に示す。

表 4.8 事例ヒアリング実施概要

地区名		ヒアリング先	ヒアリング日時	場所
和歌山県 日高川町	道成寺の釣鐘や笑い祭等の資源を活用した「日高を近畿のオアシス」プロジェクト	日高川町 玉置俊久氏 栩野清貴氏	2009/3/12 14:00～16:00	日高川町役場
兵庫県 伊丹市	町屋活用プロジェクト	伊丹市都市創造部都市 企画室 綾野昌幸主幹	2009/3/23 16:30～17:30	伊丹市役所
愛知県 半田市	産業遺産・運河を活用した地域づくり	半田市 企画部企画課:間瀬氏 建設部都市計画課:柘植主査 市民経済部商工観光課:竹内 主査	2009/3/13 13:30～15:30	半田市役所
愛媛県 内子町	「内子フレッシュパークからり」の取り組み	株式会社 内子フレッシュパークからり 代表取締役社長 高本厚美	2009/3/16 13:30～15:00	内子 フレッシュパーク からり
石川県 羽咋市	神子原米・天然岩牡蠣のブランド化戦略(山彦・海彦プロジェクト)	羽咋市産業観光課 1.5 次産業 振興室:高野総括主幹、山田 氏	2009/2/27 13:30～20:30	国土交通省内 共用会議室 3A
石川県 能登町	春蘭の里そくさいかいねプロジェクト～農家民宿マーケティング活動～	春蘭の里実行委員会:多田副 会長 能登町企画財政課:干場主 事、小川氏		
大分県 別府市	古民家再生通じたロングステイツーリズムの構築と地域の組織化	内成活性化協議会ホリデーハウス 事業部長:梶原氏 立命館アジア太平洋大学:畠 田教授		
広島県 東広島市	日帰りツアー実施を通じた地域の組織化	こころのふるさと県央協議会 代表:沖氏		

表 4.9 モデル地域の課題及び事例対応表

近畿の先行事例(モデル地区)		課題事項	参考事例(ヒアリング対象)							
			和歌山県 日高川町	兵庫県 伊丹市	愛知県 半田市	愛媛県 内子町	石川県 羽咋市	石川県 能登町	大分県 別府市	広島県 東広島市
			道成寺の釣鐘や笑い祭等の資源を活用した「日高を近畿のオアシス」プロジェクト	町屋活用プロジェクト	産業遺産・運河を活用した地域づくり	「内子フレッシュパークからり」の取り組み	神子原米・天然岩牡蠣のブランド化戦略(山彦・海彦プロジェクト)	春蘭の里そくさいかいねプロジェクト～農家民宿マーケティング活動～	古民家再生通じたロングステイ Turismoの構築と地域の組織化	日帰りツアー実施を通じた地域の組織化
京都府 山城地区	宇治茶の郷づくり	・地元住民のお茶の魅力の再発見 ・歴史の街道づくりにおけるストーリー展開等	○		○		○			
奈良県 明日香村	棚田・里山を活かした地域づくり	・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 ・農業・インストラクターの後継者問題 ・直販所のマーケティング				○	○	○	○	
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	・町屋保全・活用手法 ・住民の組織化 ・ストーリー性 ・職人(マイスター)の本業と体験観光支援との両立等	○	○	○		○		○	
兵庫県神戸市 兵庫区等	兵庫運河を活かした地域づくり	・イメージアップ戦略 ・産業遺産を活用した観光振興 ・活動資金			○					
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	・観光と産業の振興 ・新規名物の開発 ・財源	○		○		○	○		○
大阪府 大阪市	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 ・歴史的価値のあるビル等の保全 ・財源・PR 等								
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)								

(1) 和歌山県日高川町

表 4.10 ヒアリング結果概要(和歌山県日高川町)

ヒアリング日時	平成 21 年 3 月 12 日(木) 14:00~16:00	ヒアリング場所	日高川町役場
ヒアリング対象	日高川町:玉置俊久氏、栩野清貴氏		
活動の売り	道成寺の釣鐘や笑い祭等の資源を活用した「日高を近畿のオアシス」プロジェクト		
地域資源	道成寺・笑い祭・備長炭 等		
活動概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全国的に有名な道成寺の境内で、各界第一人者に依頼して歌舞伎、文楽、能、日本舞踊等の公演を実施 ・ 奇祭で有名な「笑い祭」の笑い文化を高めるため、1月に「初詣初笑い」を企画、また、WARAI ロボットを和歌山高専と共同で製作 ・ 備長炭生産量日本一と、地域の特産であるホロホロ鳥とのPRのため、長さ世界一の焼き鳥に挑み成功、他市町との挑戦合戦を企画 ・ 森林環境保全の啓蒙のため、「日本一楽しいヤッホーポイント」としてTVで紹介された地域のダム湖畔を発掘、子どもたちの人気スポットに ・ 地元で酒米を栽培し、日本酒醸造を計画、ハーブ・薬草などの新しい農産品栽培に取り組む ・ 日高川町は、旧川辺町、中津村、美山村が合併して誕生したが、各旧町村で一つずつ目玉となる地域資源を取り上げ、各旧町村で反目が生じないように留意 		
成果項目とポイント			
成果項目		ポイント	
PR 戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ すべて、資源の PR には、「日本一」、「世界一」という触れ込みを付けた。このことで、町民に地域の資源に意識付けをさせるとともに、地域に自信をもたせる効果がある。 ・ 新聞などマスコミの宣伝効果は非常に大きく、うまく利用すべきである。日高川町は特徴あるイベントを実施することで常に地方紙の一面で掲載された。 ・ 坂東三津五郎氏など著名人に道成寺で演じてもらい、道成寺で演じることが歌舞伎役者にとって一つのステータスにしようとしており、徐々に浸透しつつある。現に道成寺で演じる役者は出演料をほとんどいらぬという。 		
教訓	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「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。 ・ 旗振り役が前に出してしまうと上手いかない。町民みんなが主人公である必要があり、一歩引くようにしている。 ・ 行政は地域住民をほめること、認めてあげることで、住民にやる気を起こさせる。賞状を一枚渡すだけでも住民のモチベーションが非常に向上させる。 ・ 自分の仕事に関連する活動であれば、住民から文句が出る。仕事と分けて完全にボランティアで行動することで住民と摩擦が生じることはなかった 		

本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント	
モデル地域名	ポイント
京都府山城地区 (宇治茶の郷づくり)	<ul style="list-style-type: none"> 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。 そのために、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、その周囲の人々がその活動の価値を認め、参画のキッカケにもなる。 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こと、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。
堺市(匠の技と街並み、伝統文化による産業文化観光再生)	<ul style="list-style-type: none"> 上記と同様 さらに、旗振り役が前に出してしまうと上手くないため、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で、マスコミ等を活用した PR により支援することが望ましい。 また、住民間の摩擦を起させないように、ボランティア活動の位置づけを明確化させることが重要。
九度山 (高野山と真田幸村の隠れ里、そばを活かした産業・観光振興)	<ul style="list-style-type: none"> 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。 そのために、新聞・マスコミの宣伝効果を十二分に活用すべき。 九度山の場合は、慈尊院は女人結縁の寺として「女人高野」とも呼ばれていることから、道成寺と連携して紀州女三蛇巡りなどを仕掛けたらどうかと考えている。

(2) 兵庫県伊丹市

表 4.11 ヒアリング結果概要(兵庫県伊丹市)

ヒアリング日時	平成 21 年 3 月 23 日(月) 16 時 30 分～17 時 30 分	ヒアリング場所	伊丹市役所
ヒアリング対象	伊丹市都市創造部都市企画室 綾野昌幸主幹		
活動の売り	日本酒発祥の地であり、酒蔵や町家等歴史と文化による中心市街地の活性化		
地域資源	日本酒発祥の地であり、その中心地の郷町に残る酒蔵や町家		
活動概要	<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地活性化推進協議会の実行部隊である ITC(伊丹タウンセンター)の活動 ・伊丹酒蔵通り協議会による地元の自主的・積極的な活動 		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
・定住人口	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 18 年～19 年の 1 年間で 1500 人増えるなど、郷町の街並み整備とあわせて大幅な人口増を示した。現在 19 万 5 千人から、20 万都市となる日も近い 		
・郷町周辺の公共施設の入館者数	<ul style="list-style-type: none"> ・伊丹市中心市街地(郷町周辺)に立地する、いたみホール、伊丹アイフォニックホール、アイホール(演劇ホール)。美術館、柿衛文庫、工芸センター、等が集積立地することによるにぎわいの創出 		
・歩行者交通量	<ul style="list-style-type: none"> ・上記に加えて、旧岡田家、旧石橋家や新町家、郷町長屋等の江戸時代の町家や町家風施設や街路によって、にぎわいのある回遊路となっている。 		
・ITC のまちづくりサポーターの登録者数	<ul style="list-style-type: none"> ・上記施設の中心となる三軒寺前広場をイベント活動拠点とする ITC の活動により、活動が活性化し、郷町長屋等、民間の町家デザインの施設も増加 		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
堺市(匠の技と街並み、伝統文化による産業文化観光再生)	<ul style="list-style-type: none"> ・伊丹市は、「夢と魅力あるまちづくり」を進めている。伊丹市の歴史や文化は近隣より優れており、昆陽池、伊丹緑道などの地域資源を市外へも PR し、伊丹ブランドとして、全国的に伊丹の文化を発信している。 ・景観条例を改正し、酒蔵通りに郷町長屋など、まちなみづくりを行っている。多数のイベントが行われる三軒寺前広場に、20 年度に公衆トイレなどを設けイベントの拠点広場として完成。毎年度行事となった「蔵まつり」では、伊丹の特産品として開発された「かす汁うどん」を出店するなど特産品開発にまで至っている。来て、見て、食べて、市民に楽しんでもらえる中心市街地となっていくている。最近、近隣から伊丹に来る人が多くなり、良いまちと言われるようになっている。 ・市において、旧岡田家や旧石橋家、新町家など町家を再生保存し、展示イベントスペース・交流施設等として活用するほか、町家デザインに統一する郷町長屋での建築費と賃料の一部を助成することで、魅力ある飲食店を誘致している。また、ニトリには土地を提供していただき、江戸時代の大溝を復元したり、まちの魅力づくりに努力している。あわせて、情報発信は重要であり、地域ポータルサイトを他に先駆けて開設し、魅力の発信に取り組んでいるが、ロコミの重要さも認識しており、市民による PR が大事だと考えている。 ・伊丹市は兵庫県初の景観行政団体として市内全域を対象として、色彩基準を設けており、これが、町家再生や蔵のある街並み再生の大きな担保策となっている。 ・郷町長屋の経営者等が中心となって、伊丹酒蔵通り協議会が平成 18 年に設立され、イベントや酒蔵通りの維持管理等について精力的な活動を行っている。 ・当初、行政のハード整備から始まった事業が地域の民間主体のソフト活動を誘引しハードとソフトが連携した望ましい地域づくりとなっている。 ・堺市においても、このような、地元民間が主体となった活動に発展すると地域が活性化するのではないか。伊丹市の活動は、「美しい景観大賞」に入選するなどの結果となった。 		

(3) 愛知県半田市

表 4.12 ヒアリング結果概要(愛知県半田市)

ヒアリング日時	平成 21 年 3 月 13 日(金) 13 時 30 分～15 時 30 分	ヒアリング場所	半田市役所
ヒアリング対象	半田市企画部 企画課:間瀬氏、建設部 都市計画課:柘植主査 市民経済部 商工観光課:竹内主査		
活動の売り	<ul style="list-style-type: none"> 蔵・山車・南吉・赤レンガ倉庫のまちで、半田運河や歴史的資源、童話の舞台の自然環境を活用したまちづくり 企業の自助努力と市民の地域資源へのこだわりにより活性化 		
地域資源	半田運河、半田赤レンガ建物、新美南吉、歴史的建造物		
活動概要	<ul style="list-style-type: none"> 平成 19 年に、「半田運河再活性化プロジェクト」に認定を受け、ハード・ソフトの取り組みを展開。蔵のまち半田協議会による蔵のまち活性化に向けたイベント等実施。 運河周辺は、歴史的建造物群があり、市の景観重点整備地区に指定し、半田運河にふさわしい建築物の用途制限等を行っている。 「赤煉瓦倶楽部半田」による赤レンガ倉庫の保全・活用。 一市民が始め広がった活動として、「ごんぎつね」の舞台となった河川堤の 200 万本の彼岸花が観光スポットとして注目。 市民による国登録有形文化財の豪商邸等の保存・活用。 企業による自主的な景観形成活動。 		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
護岸整備と景観重点整備地区指定によるまちの顔	<ul style="list-style-type: none"> 歴史的景観と企業博物館、国登録有形文化財等の集積、山車まつり会場としての活用等、運河を中心とした観光スポットの形成 		
施設間連携による相乗効果	<ul style="list-style-type: none"> 点在する施設での同時イベントの開催による市内の周遊観光ルートの構築 		
知名度向上	<ul style="list-style-type: none"> 赤レンガ倉庫は、PR 戦略により半田の第 4 の顔となる 資源及び活動にハクをつける(ある意味でのブランド化)ことで、資源・活動の追い風とする 		
市民、企業、市の役割分担の明確化	<ul style="list-style-type: none"> 市は黒子に徹し、最初のコーディネート及び PR 活動、信用が必要な対外交渉等で住民を支援することで、市民の自主性の高まり 企業の地元への愛着心による幅広い貢献 		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
京都府山城地区 (宇治茶の郷づくり)	<ul style="list-style-type: none"> ごんぎつねの舞台での取り組みを考えると、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と良い。 		
堺市(匠の技と街並み、伝統文化による産業文化観光再生)	<ul style="list-style-type: none"> 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し、活動の輪が広がる。 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。 町屋にインフォメーションセンター機能を持たせることで、人を立ち寄らせる仕掛けも可能。 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。 資源の知名度を上げるための PR 戦略が必須。 		

本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント	
モデル地域名	ポイント
神戸市(兵庫運河を活かした地域づくり)	<ul style="list-style-type: none"> 半田市の場合は、行政によるハード整備と企業努力(地域貢献・愛着心)により、景観形成がなされ、イメージアップにつながっている。 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。 残すべき産業遺産については、「ハク」をつける努力により、知名度向上につながり、観光資源として見直される。 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。
九度山 (高野山と真田幸村の隠れ里、そばを活かした産業・観光振興)	<ul style="list-style-type: none"> 新たな町の顔を作っていくためには、住民活動と行政による PR 戦略が必要。 ごんぎつねの舞台での取り組みを考えると、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と良い。

(4) 愛媛県内子町

表 4.13 ヒアリング結果概要(愛媛県内子町)

ヒアリング日時	平成 21 年 3 月 16 日(月) 15 時 30 分～17 時 30 分	ヒアリング場所	内子フレッシュパークからり
ヒアリング対象	代表取締役社長 高本厚美氏		
活動の売り	内子産にこだわった、「地産他消」の施設運営		
地域資源	地域の農産品及び内子フレッシュパークからり		
活動概要	内子フレッシュパークからりにて、7つの事業を展開 ①特産物販売所、②燻製工房、③レストランからり、④うどん処あぐり亭、 ⑤パン工房、⑥シャーベット工房、⑦加工工場		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
周辺直売所と比較した販売実績 (右肩上がりを継続)	・ 地元が5～10%程度、50, 60km圏内からの客が70%、県外は20%程度であり、リピーターが80%。よく言われる「地産地消」ではなく、「地産他消」であり、外部で消費してもらっている。		
徹底した品質管理でリピーターを確保	・ 14年前から、「新鮮で安全安心」ということを重視してきた。からりでは、内子のものを、内子で作ったものしか販売しないことを、徹底している。		
加工品の販売で販売効率をアップ	・ たくさんできたら豊作貧乏、不作の時は売るものがないという農家の現実を踏まえ、限られた収穫期に安く加工し、冷凍保存しておくなど、農家も会社も潤う仕組みを確立。		
家族みんなが一日中楽しめる場所に	・ ターゲットを絞り込まず、だれもが楽しめる施設として、「森の中のバザール広場」をコンセプトに、買い物だけでなく川遊びや食事を楽しむなど、すべての年齢層が退屈しない施設構成にした。		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
明日香村 (棚田・里山・歴史的資源を活かした地域づくり) ・・・直売施設「夢市」	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設の拡張を考える際には、単に直売所としての機能だけでなく、加工施設、食事のための施設、周辺施設との連携など、多面的な観点から考える必要がある。 ・ 単に施設を拡張すれば人が来てくれるというようなものではなく、品質確保のための取組をお客様に見えるような形で展開する必要がある。品質とは単に一つひとつの商品のことだけでなく、安全安心、安定供給、梱包の仕方、クレームへの対応にいたるまで、徹底してやることが重要である。 ・ 施設規模拡大の観点からではなく、次にどの程度の売り上げを目指し、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。その際、大きな借金を背負うような投資ではなく、少しずつ身の丈にあった投資を行いながら、規模の拡張を行っていくことが大切である。 ・ 調査という観点からは、同じような立地条件の直売所の経営状況を視察するのが一番分かりやすい。継続的に調査を続けることが大事である。 		

(5) 石川県羽咋市

表 4.14 ヒアリング結果概要(石川県羽咋市)

ヒアリング日時	平成 21 年 2 月 27 日(金) 13:30~20:30	ヒアリング場所	国土交通省内 共用会議室 3A
ヒアリング対象	羽咋市産業観光課 1.5 次産業振興室:高野総括主幹、山田氏		
活動の売り	神子原米・天然岩牡蠣のブランド化戦略(山彦・海彦プロジェクト) 資源を調査・発掘し、UJI ターン希望者の確保や、活性化に向けて住民が自主的・継続的に活動する組織体制を構築		
地域資源	神子原米・酒・漁村集落・農業体験		
活動概要	<p>「山彦計画」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 空き農家・農地情報バンク制度(家と農地をセットとして都市住民に貸し出す) ・ 神子原米棚田オーナー制度(普段の管理は地元農家がおこない、田植えと稲刈りをオーナーに体験してもらう) ・ 交流事業(若者の地域づくりインターン事業) ・ 烏帽子親農家制度(農家民泊) ・ 特区と規制緩和策(羽咋のご利益お神酒特区 等) ・ 連携事業(大学、民間企業との協働) ・ 特産品開発(ブランド化戦略とプロデュース)。 <p>「海彦計画」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域資源の洗い出し調査 ・ 漁村生活者、都市部の消費者による海洋資源に対する意向の調査・海産物のブランド化に関する成功事例、失敗事例の調査 ・ 岩ガキなど地域資源に対する広範囲、多角的な消費者ニーズ、百貨店の仕入れ担当者への調査 ・ 特産化によって加工所などを設置した場合の漁業所得向上、雇用創出についての模擬実験の実施 ・ 大衆市場から個別市場へ推移する動向調査 ・ 地元住民による組織化 等 		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
羽咋イズムの提唱とブランド化(羽咋にあるもの、農林漁業産物から歴史・伝統・文化財、そして羽咋に住む人までも、大切な地域資源と見なし、それを最大限に生かそうとする理念)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。⇒「どうすれば儲かり成功するのか」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。 ・ 官民一体となった「メイドイン羽咋」の支援体制。⇒神子原米、日本酒「客人(まれびと)」のブランド化の成功。 ・ 山を高くして裾野を広げるためのブランド戦略の成功。 		
農家約 130 戸が出資し会社を設立、2007 年 7 月に直売店がオープン	<ul style="list-style-type: none"> ・ ローマ法王へ献上したことがある自慢のコンヒカリ「神子原米」や無農薬野菜、総菜を並べている。年間売り上げは約 6800 万円。 ・ 安全で質の高い食材に県内外から客が集まり、農家も「やる気が出る」と奮起。農業を始めるUターン組も現れ、活気が戻ってきた。 ・ 生産者の収入を高めることを第一義に、組合トップを味方にした流通構造の改革の実現。 		
地域住民の成功体験による自信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 役所は黒子に徹した住民主体の山の成功体験が海の成功につながる 		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
京都府山城地区(宇治茶の郷づくり)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「神子原米」のように、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。 		

本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント	
モデル地域名	ポイント
明日香村 (棚田・里山・歴史的資源を活かした地域づくり)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 後継者を育成するためには、農家・漁師が生活できるようにして、子供が後継しやすくすることが基本。 ・ そのために、流通改革と製品のブランド化に力を入れ、双方成功。 ・ 羽咋市の場合、他地域からの人を受け入れるのは、農村も漁村もはじめは閉鎖的。しかし、国交省のインターン事業で「お酒の飲める女子大生」という条件で受け入れたところ、おじさん達が受け入れ、交流が始まった。また、インターンの若さがいい刺激になり、村にも活気が出てきて、その後は受け入れやすくなっていった。 ・ それにより、後継者育成にもつながってきた。 ・ また、空地空き農家バンク制度といって、空いた農家と農地をセットにして、都市住民に月額 2 万円で貸している。現在 11 家族、31 家族が他県から入居している。 ・ もう一つはマエストロの無駄遣いといって、30 代の腕にスキルのある若い人達を村に入れている。今は、農家レストランや農家カフェをやっている。また、その人達が子供を生めばまた高齢化率が下がる。 ・ オーナー制度では、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。
堺市(匠の技と街並み、伝統文化による産業文化観光再生)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 住民の組織化には、住民に成功を体験してもらうことで、自信をつける必要がある。 ・ 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。
九度山 (高野山と真田幸村の隠れ里、そばを活かした産業・観光振興)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上記の地域と同様。 ・ 空き農地を活用したオーナー制度の導入も考えられる。

(6) 石川県能登町

表 4.15 ヒアリング結果概要(石川県能登町)

ヒアリング日時	平成 21 年 2 月 27 日(金) 13:30~20:30	ヒアリング場所	国土交通省内 共用会議室 3A
ヒアリング対象	春蘭の里実行委員会:多田副会長 能登町企画財政課:干場主事、小川氏		
活動の売り	春蘭の里そくさいかいねプロジェクト~農家民宿マーケティング活動~ 故郷とを感じる農家を改築した宿泊施設、キノコ採り体験、田畑で農業体験等、滞在型 農村体験システム実施。観光専門学校とのコラボレーションによる活性化		
地域資源	里山、農家民宿、自然環境		
活動概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化、過疎化が進む地域において、農家が小中学校の体験型宿泊旅行や、大学等のゼミ演習、企業等の研修を受け入れることにより、地域の交流人口増加による活性化と、それに伴う高齢者の生きがいづくり ・ 「おやじさんプロジェクト」講師を招き料理の勉強会を実施 ・ 「おかみさんプロジェクト」体験プログラムの開発、営業手法などを考案 ・ 「ぱびりおんプロジェクト」農家民宿を1軒1軒調査 ・ 「でーたべーすプロジェクト」春蘭の里フィールド調査の実施 		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
地域住民の意識改革	<ul style="list-style-type: none"> ・ おやじさんたちが宿の朝食を作る、料理を担当する、意識の芽生えや、おかみさんたちが、営業マンであることの意識改革。 		
専門学生とのコラボレーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行業を専門とする学校とのつながりで、メンバーの活力が増大。 ・ 専門学生とのコミュニケーションが、春蘭の里の活動全体に、活力をもたらした。 		
地域資源の再認識	<ul style="list-style-type: none"> ・ 白い壁に黒い瓦の建物の再確認、認識。 ・ 学生たちの目線による、春蘭の里のデータベースを作成。 		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
明日香村 (棚田・里山・歴史的資源を活かした地域づくり)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 		
九度山 (高野山と真田幸村の隠れ里、そばを活かした産業・観光振興)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上記地域と同様。 ・ 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。 		

(7) 大分県別府市

表 4.16 ヒアリング結果概要(大分県別府市)

ヒアリング日時	平成 21 年 2 月 27 日(金) 13:30~20:30	ヒアリング場所	国土交通省内 共用会議室 3A
ヒアリング対象	内成活性化協議会ホリデーハウス事業部長:梶原氏 立命館アジア太平洋大学:畠田教授		
活動の売り	古民家再生通じたロングステイリズムの構築と地域の組織化		
地域資源	棚田・古民家再生		
活動概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定住・交流人口の増加・持続的な地域活性化 ・ メディア取材・大学ホームページのトップニュースに掲載・地域での勉強会、説明会 ・ 古民家だより、現場だより発行による地域広報活動・地域との交流(地域のイベントに参加) ・ 地域住民との外構整備・各種運営マニュアル検討会・エコツーリズム(内成散策)の提案、実施 		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
ホリデーハウス(貸し別荘)の運営による、地域の結束力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域住民による運営組織「ホリデーハウス事業部」設立。 ・ 活動が円滑にいくまでは、APU による地域運営組織がサポート。 		
学生考案による内成散策マップの作成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 活動の内容がわかることにより、住民の関心がひきつけられ参加する人が増えてきた。 ・ 自分の住んでいるところの良さを再認識。 		
地域内外への情報発信による、認知度の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞、TV の取材、ホームページによる経緯や活動の紹介。 ・ 地域にむけた「古民家だより」発行による、住民の関心をひく。 		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
明日香村 (棚田・里山・歴史的資源を活かした地域づくり)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ また、空き農家をロングステイの「宿」として活用していくことも考えられる。 		
堺市(匠の技と街並み、伝統文化による産業文化観光再生)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 住民の関心を高めるためには、例えば町屋に関する情報提供を図っていくことも考えられる。 ・ また、資源をつなぐために、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。 		

(8) 広島県東広島市

表 4.17 ヒアリング結果概要(広島県東広島市)

ヒアリング日時	平成 21 年 2 月 27 日(金) 13:30~20:30	ヒアリング場所	国土交通省内 共用会議室 3A
ヒアリング対象	こころのふるさと県央協議会代表:沖氏		
活動の売り	日帰りツアー実施を通じた地域の組織化 地元旅行会社と協力して、自立的な交流システムの構築		
地域資源	ものづくり、収穫体験		
活動概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域内の交流人口の増加により、地域経済の底上げを図り、定住者の誘致、獲得を目指す ・ 体験ツアーの実施 ・ 地元旅行会社との連携による旅行商品の企画、開発。 		
成果項目とポイント			
成果項目	ポイント		
地元旅行会社と、受け入れ事業者との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元旅行会社の担当者の事業への参加意欲が高まり、地域を広島へ売り込むコーディネート力を持った。 ・ ヒト、モノ、金に事業者は大きな制約を受け、十分な受け入れ態勢が見込めず、受け入れ可能な事業者が限定された。 		
地域として、受け入れ事業者として、何をを目指すのかを見極めることが大切	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者はツアーから得られる直接の利益だけを志向するのではなく、新規の顧客獲得、あるいは消費者とのコミュニケーションを図る手段だという、認識を持つと同時に、地域としての交流人口の拡大、新規定住者の確保を行っているという、徹底した合意が必要 		
本事例が参考となるモデル地域と課題に対するポイント			
モデル地域名	ポイント		
九度山 (高野山と真田幸村の隠れ里、そばを活かした産業・観光振興)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民間の地域資源も活用した着地型観光にも着目した戦略を組むことも考えられる。 ・ 地域住民と観光客との交流が生まれる仕掛けづくりが必要。 		

4.3 成功要因分析

下記の成果分野に対する成功事例を踏まえ、その成功要因に関する考察を行う。

【成果分野】

- 1) 情報発信・PR:「本物」資源や地域の取り組み、イベント、特産販売、観光等における情報発信・PR手法等で成功している事例
- 2) 組織・体制づくり: 取り組み組織や体制が円滑に機能している事例
- 3) 人材育成: 後継者やまちづくり活動家等の育成に取り組み成功している事例
- 4) 取り組みの仕組みづくり: 取り組みの仕組みが明確で、円滑に機能している事例や支援制度を上手に活用している事例
- 5) 観光客誘致: 「本物」資源を核として観光客誘致に成功している事例
- 6) 定住人口の拡大: 「本物」を核として外部からの定住希望者が増加しつつある事例
- 7) 財源: 財源確保に向けた活動が成功しているもの

(1) 情報発信・PR の成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.18 情報発信・PR の成功事例等

地名	資源	内 容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ NHK での紹介 ・ 様々な賞を受賞 ・ 特に口コミで広がる。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全国で講演会等の際にオーナー制度等の PR もあわせて行っている。 ・ 明日香ファンによる口コミも大きい。 ・ 学習資料が PR にもなる。
大阪市 (大阪府)	御堂筋と界限資源を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 様々なイベントには多くの人が参加。
堺市 (大阪府)	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"> ・ 海外での PR 活動も実施
豊岡市 (兵庫県)	コウノトリを活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ マスコミの活用 ・ 試験放鳥開始時の皇族出席。 ・ ラムサール条約への登録に向けた取り組み
彦根市 (滋賀県)	国宝彦根城を活かしたまちづくりと地域の再発見 【国宝彦根城・ひこにゃん】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 築城 400 年祭のキャラクターとして登場した「ひこにゃん」が、ゆるキャラブームも手伝って大人気となり、連日のように全国各地のイベント等に「出陣」
伊丹市 (兵庫県)	TMOが進める「伊丹ブランド」の構築 【郷町の街並み・酒蔵・柿もり文庫(俳諧)】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 伊丹の魅力(人、モノ、情報)を全国に発信することで「伊丹に住みたい、訪れたい、ビジネスをしたい」という人を誘因する戦略 ・ 「美しい景観大賞」に入選
日高川町 (和歌山県)	「日高を近畿のオアシスに」プロジェクト 【道成寺・笑い祭・備長炭】	<ul style="list-style-type: none"> ・ マスメディアを巻き込むことにより、事業の目的や成果が広く報道され、関係者の理解を得られると同時に、報道されることによる緊張感の持続、参加者の情報共有化が図れた ・ すべて資源の PR には、「日本一」、「世界一」という触れ込みを付けたことで、町民に地域の資源に意識付けをさせ、地域に自信をもたせる効果がある。 ・ 坂東三津五郎氏など著名人に道成寺で演じてもらい、道成寺で演じることが歌舞伎役者にとって一つのステータス化。

地名	資源	内容
小樽市 (北海道)	小樽の厳しい冬を盛り上げよう 【雪あかりの路・運河・石造倉庫群】	<ul style="list-style-type: none"> ・小樽雪あかりの路のPR ・小樽雪あかりの路体験ツアー(バックヤードツアー)の開催 ・配布用にポストカードの製作 ・スタンプラリーの開催
遠野市 (岩手県)	発見! 遠野の宝「ふるさとを守り人」 【どぶろく・日本の民族学発祥の地・まぶりと衆】	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者主体団体はPR手法が乏しいため、ふるさと村によりインターネットをつかって活動や行事の紹介を一緒に掲載してもらった。 ⇒ホームページを見た人からの予約が増えた。 ・地元のケーブルテレビ(遠野テレビ)にも協力してもらい、市民に対してもPRを行なった。 ⇒高齢者の生きがいや社会参加を促す効果があった。 ⇒また地域ブランドとして「まぶりと」が期待をもてるようになった。
能代市 (秋田県)	北限の檜山茶 再生・活用 【檜山茶・中世檜山安東氏城館跡】	<ul style="list-style-type: none"> ・檜山茶のPR ・小学生への茶摘み体験学習。茶摘み体験ツアーの実施。試飲会の実施。 ⇒子供へのPRにより将来の保存活動への布石になれば。 ⇒ツアー参加者の意見はおおむね好評であった。次回開催の検討も。 ⇒初めて檜山茶を味わう人が多く、存在は知っていても味は知らないお客さんへのPRになった。
秋田市 (秋田県)	仲小路「まちの駅」構想 【仲小路】	<ul style="list-style-type: none"> ・資金確保のための「オリジナル商品」開発の検討 ・オリジナルキャラクター「ナッキー」作成 ⇒着ぐるみを作成し、イベント時に使い宣伝になっている。
半田市 (愛知県)	あつめ、むすび、はぐくんだ資産を半田の街に「活」かす 【山車まつり・運河、蔵の街・赤レンガ建物・紺屋海道】	<ul style="list-style-type: none"> ・地域密着型フリーペーパー。月間情報「半田どまんなか」 ・この情報誌は、タウンマネジメント半田が編集、地区内の4つの新聞専売所が作成・印刷と配布を無償で協力している。すでに2年以上の継続。全戸約8000世帯に配布。 ・資源及び活動にハクをつける(ある意味でのブランド化)ことで、資源・活動の追い風とする。 ・赤レンガ倉庫のPR写真の統一
羽咋市、宝達清水町 (石川県)	海彦山彦ブランド化戦略 【神子原米・酒・漁村集落・農業体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・「山を高くして裾野を広げる」ために、神子原米をローマ法王に謙譲し、世界中に配信される新聞(6億部)にも載る。 ・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。 ・神子原米のパッケージへの有名人の起用、パリにおける神子原米・天然岩牡蠣デビュープロジェクト
徳島市 (徳島県)	市民の汚した川は市民の手できれいに再生しよう!【ひょうたん島周遊船・イルミネーション・広場】	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページによる、情報の発信。 ⇒スケジュールや活動内容が気軽にわかるようになった。
神山町 (徳島県)	芸術や文化によって地域課題を解決 【アート・生活】	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページの充実(日本語・英語サイト作成) ・世界各地(アーティストやアート愛好家)からホームページへのアクセスがある。 ⇒神山KAIRに参加した人たちが期間終了後もホームページに書き込みをして、交流が続いている。

地名	資源	内容
上島町 (愛媛県)	農産物のブランド化による高収益化農業をする人を募集【青いレモン・ワーキングホリデー・テストショップ】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特産品のPRや販売促進、定住促進の相談窓口実施。 ・ 学校等で島の農業の紹介をする。 ⇒興味を持つ学生が多いことが判明した。 ・ 都市で短期の物産イベント開催及び交流をはじめた。
三次市作木町 (旧双三郡作木村)(広島県)	作木オリジナルDASH 村づくり【農村文化・体験型都市農村交流】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 作木の「ええもん」発見！！フォトコンテスト実施（観光協会）
別府市 (大分県)	ロングステイ・ツーリズムの構築と地域の組織化【古民家・棚田・大学生】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞、TVの取材、ホームページによる経緯や活動の紹介。 ・ 地域にむけた「古民家だより」発行による、住民の関心をひく。 ・ 学生考案による内成散策マップの作成。 ⇒活動の内容がわかることにより、住民の関心がひきつけられ参加する人が増えてきた。 ⇒自分の住んでいるところの良さを再認識。

2) 情報発信・PRの成功要因に関する考察

a) PR戦略の必要性

- 広報・PRのためのメディアは数多く存在するが、やみくもに実行に移すことは効率性に欠けることとなる。
- より効果的な広報・PRを行っていくためには、まず、その目的とターゲットを明確化することが重要と考えられる。
- 目的とターゲットが明確であれば、それにあったメディアの選択により、効果的にターゲットに伝わり、目的達成に寄与する広報・PRが可能となるものと考えられる。

b) マスコミの上手な活用

- 地域や資源、活動等を広く世間に知らしめるためには、マスコミ(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ケーブルテレビ)の活用が最も早く、広く広がる。
- マスコミを巻き込むことにより、事業の目的や成果が広く報道され、関係者の理解を得られるとともに、報道されることによって、関係者の緊張感の持続し、モチベーションにもつながる効果も期待できる。
- また、特に地域限定のケーブルテレビの場合には、コミュニティチャンネルでのより身近な情報提供として紹介されることで、地域の人々への関心の高まりへの寄与が期待される。
- 海外メディアに報道されることで、外国人来訪者が増える例も多数あり、海外戦略に対しても有効な手段となる。
- ただし、広く報道されることから、好感的な報道だけでなく、時として否定的な報道がなされる場合もあり、注意する必要がある。

c) 著名人の起用

- 世間で有名な人に、その地域や資源を認めてもらうことは、先のマスコミにも注目されることとなり、時として、ステータスになり、販促効果にもつながるなど、地域・資源のPR効果として絶大である。

d) 実体験にもとづく口コミの効果

- 人々にイベントや体験ツアー等を通じて、地域や本物資源を実感してもらい、それをすばらしい体験(エクスペリエンス)として記憶に印象付けることができれば、その人がリピーターになると同時に宣伝者となって、口コミで広がる効果が期待できる。

e) インターネットの活用

- 最も簡単に広く世間に情報を伝えるツールとしてポピュラーな媒体である。
- 興味のある人にとっては、ホームページからの情報で、現地に行きたくなる人も多く、ホームページで如何に資源や地域の良さをPRできるかがひとつのポイントにもなりえる。
- また、ホームページは、その地域や本物資源等のファンとの交流ツールにもなりえるため、多くの取り組みで、ホームページの活用が見られる。
- 先の現地ですばらしい経験をした人が、ブログ等によって、現地の関係者の知らないところで宣伝してくれることも期待できる。
- ただし、インターネットを介するために、インターネットになじみのない人々をターゲットにできないことから、そういったターゲットの場合には、別メディアが有効である。

f) “ハク”をつける効果

- 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。

g) 広報・PR時のこだわり

- 例えば、本物資源をPRする場合に、あるワンカットの写真を使い続けることで、人々に繰り返し印象づけることも、PR戦略としては有効であると考えられる。

h) その他

- キャラクター戦略による集客と商品販売のセットもある一定の成果があがるものと考えられる。ただし、キャラクターの知名度向上に、マスコミを活用する等の2段階のPRが必要となる。
- 学生を取り込むことによって、若者層の来訪等を喚起する手法も有効である。ただし、如何に若年層に地域や本物資源の良さを知ってもらうかがポイントとなる。

(2) 組織・体制づくりの成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.19 組織・体制づくりの成功事例等

地名	資源	内 容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷 づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・委員会のメンバーだけでなく、集落が一体的に活動に協力している。 ・現在は、環境部門・案内部門を設け、それぞれが責任を持って活動している。
山城地区 (京都府)	宇治茶の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模な実行委員会形式から徐々に広げ、現在は協議会形式で、自治体・民間団体に組織化 ・幹事会での活発な議論で事業展開を引っ張っている。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・直販所は、公社が立ち上げ、住民による運営であったが、法人化により自立。
大阪市 (大阪府)	御堂筋と界限資源を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォームとしての、各種団体の連携。
豊岡市 (兵庫県)	コウノトリを活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・官民一体の取り組み ・コウノトリを絶滅させた反省から、全ての住民が取り組みに理解を示す。
神戸市 兵庫区等 (兵庫県)	兵庫運河を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の負の遺産の活用により、地元の若い住民が動き出し組織化。 ・レガッタについては、民間のスポーツクラブ等とも連携。 ・地元企業との協力による「真珠プロジェクト」。
彦根市 (滋賀県)	国宝彦根城を活かしたまちづくりと地域の再発見 【国宝彦根城・ひこにゃん】	<ul style="list-style-type: none"> ・築城400年祭に続いて企画された開国150年祭では、市民からの提案による「市民創造事業」が大幅に増加
京都市 (京都府)	京町家の保全・再生・活用による職住一体のまちづくり 【京町家の豊富なストック】	<ul style="list-style-type: none"> ・京都市景観・まちづくりセンターのホームページを通じて、調査員の募集を行い、専門家を1名加えた数名のグループで調査。調査は保全状況等を見る外観調査と、町家の所有者、居住者から保全、居住意向等を聞き取るアンケート調査を実施
伊丹市 (兵庫県)	TMOが進める「伊丹ブランド」の構築 【郷町の街並み・酒蔵・柿もり文庫(俳諧)】	<ul style="list-style-type: none"> ・当初、行政のハード整備から始まった事業が地域の民間主体のソフト活動を誘引しハードとソフトが連携
日高川町 (和歌山県)	「日高を近畿のオアシスに」プロジェクト 【道成寺・笑い祭・備長炭】	<ul style="list-style-type: none"> ・旗振り役が前に出してしまうと上手いかない。町民みんなが主人公である必要があり一歩引く。 ・行政は地域住民をほめること、認めてあげることで、住民にやる気を起こさせる。
標津町 (北海道)	サケにこだわるまちづくり 【サケのまち・サーモンパーク・サーモンフィッシング】	<ul style="list-style-type: none"> ・標津町エコ・ツーリング推進協議会の設立⇒修学旅行生を中心に受け入れ平成20年度には、20校1574人までに至った。 ・標津町産業クラスター創造研究会の発足⇒サケを利用したペットフードの開発。標津ブランド丼の開発。首都圏での標津ブランド丼販売。

地名	資源	内 容
遠野市 (岩手県)	発見！遠野の宝「ふるさとの守り人」 【どぶろく・日本の民族学発祥の地・まぶりと衆】	<ul style="list-style-type: none"> ・「どべっこ祭り」を地域全体で支える仕組み、活動のサポート体制など、各団体の役割分担をすることで、1つの団体だけの力では徹底した活動がむずかしいことも、効率的に行なうことができた。
能代市 (秋田県)	北限の檜山茶 再生・活用 【檜山茶・中世檜山安東氏城館跡】	<ul style="list-style-type: none"> ・保存ボランティアによる茶園の清掃や除草への取り組み。毎日の茶摘み作業。幼木の植樹。 ⇒18年度の40kgから70kgへ増えた。
秋田市 (秋田県)	仲小路「まちの駅」構想 【仲小路】	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントの年間事業計画 ・主催事業とサポート支援の事業をわけて考える。 ⇒関係機関、連携のしくみ(立場)を分けることで、さらなる役割の明確化が必要。(TO DO リストの確立・役割分担・モチベーションづくり・若者主体の活躍の場など) ⇒近隣との関係を深めることで、イベントの点から面への展開が期待できる。
大丸有 (大手町・丸の内・有楽町) (東京都)	日本を代表する風格あるビジネス街 【都市観光・東京駅赤レンガ駅舎復元】	<ul style="list-style-type: none"> ・2000年「まちづくりガイドライン」策定、2005年更新。「まちづくりガイドライン2008」完成。 ・あらかじめ関係者で共有したまちづくりのガイドラインに基づき、官民が協調して地区の付加価値向上のために先進的な取り組みをおこなっている。
天竜市 (静岡県)	「村おこし」と「村の人たちの生き甲斐づくり」【水車・そば・棚田】	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業活動の統合と若い世代の後継者を生むため1996年頃から法人化を検討。2000年にNPO法人化。 ⇒各事業が単なる経済主体としてだけでなく理解されるようになり、地域活性化の理念を共有できる若い人も参加するようになった。
半田市 (愛知県)	あつめ、むすび、はぐんだ資産を半田の街に「活」かす 【山車まつり・運河、蔵の街・赤レンガ建物・紺屋海道】	<ul style="list-style-type: none"> ・他地域からの視察への対応を事業として位置づけ、案内・説明・資料を有料化。 ⇒商業者に「自分の商店街だけでなく、中心市街地全体を見る」という視点が芽生えた。 ・一市民が始め広がった活動として、「ごんぎつね」の舞台となった河川堤の200万本の彼岸花が観光スポットとして注目。 ・市は黒子に徹し、最初のコーディネート及びPR活動、信用が必要な対外交渉等で住民を支援することで、市民の自主性の高まり ・企業の地元への愛着心による幅広い貢献
羽咋市、 宝達清水町 (石川県)	海彦山彦ブランド化戦略 【神子原米・酒・漁村集落・農業体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・羽咋イズムの提唱 ・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。 ⇒「どうすれば儲かり成功するのか」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。 ・官民一体となった「メイドイン羽咋」の支援体制。 ⇒神子原米、日本酒「客人(まれびと)」のブランド化の成功。 ・住民の成功体験による自信の醸成
能登町 (石川県)	春蘭の里そくさいね 【体験型修学旅行・農家民宿】	<ul style="list-style-type: none"> ・おじさんたちが宿の朝食を作る、料理を担当する、意識の芽生えや、おかみさんたちが、営業マンであることの意識改革。 ・旅行業を専門とする学校とのつながりで、メンバーの活力が増大。 ・専門学生とのコミュニケーションが、春蘭の里の活動全体に、活力をもたらした。

地名	資源	内容
徳島市 (徳島県)	市民の汚した川は 市民の手できれいに 再生しよう！ 【ひょうたん島周遊 船・イルミネーション・ 広場】	<ul style="list-style-type: none"> 島周遊船の運航、花植え、植樹活動など、年間を通しての多彩なイベントの実施。 ⇒会の活動の宣伝になっているとともに、選択肢が多いことにより、自分の好きな活動に参加し、協力ができる。
神山町 (徳島県)	芸術や文化によっ て地域課題を解決 【アート・生活】	<ul style="list-style-type: none"> 神山に短期間滞在し、作品制作を行うアーティストへのサポート KAIRにエントリーして頂いた方にアンケートをとると、アトリエと宿泊場所があれば神山へ来たいという人が多くいた。空家の家主にも滞在希望者にもメリットのあるしくみが考えられた。
東広島市 (広島県)	日帰りツアー 【地元旅行会社・も のづくり、収穫体験】	<ul style="list-style-type: none"> 地元旅行会社と、受け入れ事業者との連携 体験ツアーの実施により、集客に必要な条件が明らかになった。 ⇒地元旅行会社の担当者の事業への参加意欲が高まり、地域を広島へ売り込むコーディネート力を持った。
別府市 (大分県)	ロングステイ・ツーリ ズムの構築と地域 の組織化 【古民家・棚田・大学 生】	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民による運営組織「ホリデーハウス事業部」設立。 ⇒活動が円滑にいくまでは、APUによる地域運営組織がサポートする。 ⇒顧客獲得、周辺都市部からの日帰り観光客創出にむけての活動が必要になる。

2) 組織・体制づくりの成功要因に関する考察

a) 活動の目的の明確化

- 当然のことながら、活動を始める際の目的を明確にすることが重要である。
- 特に地域づくりの場合には、少なくとも単なる営利目的ではなく、そのメンバーを含む地域の人々や来訪者に直接または間接的にでも恩恵のある活動でとしなければならない。
- 明確化された目的によって、その主旨に賛同する人々が集まり、活動の輪が広がっていく。

b) 中心となる人物・メンバーの必要性

- 活動を始めていくためには、中心となってその活動を推進し、取りまとめる人物・メンバーが必要となる。
- 中心となる人物・メンバーは、表舞台に立って先導するケースと、裏方として周囲の活動をサポートするケースの2タイプに分かれるが、活動の主旨に沿っていれば、どちらのタイプでも成功している。

c) 参加しやすい組織体制の必要性

- 取り組みに参加するメンバーやボランティアが、ある程度自分の思いで取り組みを選択できる仕組みが取り組みの継続には有効である。
- 義務感による取り組み(与えられる取り組み)では、長続きせず、自分の好きな活動だけに参加できるなど、参加メンバーのレベルに応じた人的資源の使い分けができる仕組みをつくるのが望ましいと考えられる。

d) 組織内での役割分担の明確化

- 組織の中で、部門分けによるメンバーの役割を明確化することで、そのメンバーに責任と権限を与えることで、より活動を活発化させる事例も多い。

- また、敢えて役割を与えることで、そのメンバーのモチベーションを上げることに寄与するケースもある。

e) 連携による相乗効果

- 本物資源を活かした地域づくりに取り組む団体が、様々ある場合には、それらの活動をつなぐことによって、相乗効果につながる事例も見られる。
- 団体の連絡会のようなプラットフォームを行政等がコーディネートする場合もあるが、単に情報交換の場としてではなく、例えばイベントのコラボレーション等により、周遊観光に結びつける等の効果も可能となる。
- また、地元企業を活動に取り込むことで、専門的な知見と経済的負担の軽減につながるケースもある。

f) 大学や専門学校などとのコラボレーション

- 若い世代が活動に参加することで、活気が生まれ、他のメンバーにも影響を与えるケースが多く観られる。
- 大学や専門学校との連携した取り組み等では、取り組みに対する専門的なアドバイスに加え、若い人々と地域の高齢者等との交流が生まれ、高齢者を元気にしている。

g) 官民一体の取り組み

- 行政側は、黒子として最初のコーディネート及び PR 活動、信用が必要な対外交渉等で住民を支援することで、市民の自主性の高まるケースもある。
- 市民の自主性を高めることで、自立した取り組みに結びつくものと考えられる。
- また、活動に参加する住民をほめ称えることで、その住民は成功体験を得て、モチベーションを上げ、活動の活性化に結びつくケースも多い。

(3) 人材育成の成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.20 人材育成の成功事例等

地名	資源	内 容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷づくり	・ 委員会メンバーは若い人が多く、特に問題になっていない。
山城地区 (京都府)	宇治茶の郷づくり	・ 元々、お茶の業界は後継者不足の問題はほとんどない。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	・ 棚田オーナーが次のインストラクターになれないか模索中。
大阪市 (大阪府)	御堂筋と界限資源を活かした地域づくり	・ 会員の若手交流会の開催により、横のつながりの広がりの可能性
遠野市 (岩手県)	発見！遠野の宝「ふるさと守り人」 【どぶろく・日本の民族学発祥の地・まぶりと衆】	・ 「まぶりと衆・早池峰の会」による観光客へのおもてなしの継続 ⇒ 高齢化が進むなか活動の継続をするために後継者の育成が課題である。
半田市 (愛知県)	あつめ、むすび、はぐくんだ資産を 半田の街に「活」かす 【山車まつり・運河、蔵の街・赤レンガ建物・紺屋海道】	・ 中学生からボランティアに活動して、継続することで、より深く知る。
羽咋市、 宝達清水町 (石川県)	海彦山彦ブランド化戦略 【神子原米・酒・漁村集落・農業体験】	・ 後継者を育成するためには、農家・漁師が生活できるようなして、子供が後継しやすくすることが基本。 ・ そのために、流通改革と製品のブランド化に力を入れ、双方成功。 ・ 羽咋市の場合、他地域からの人を受け入れるのは、農村も漁村もはじめは閉鎖的。しかし、国交省のインターン事業で「お酒の飲める女子大生」という条件で受け入れたところ、おじさん達が受け入れ、交流が始まった。また、インターンの若さがい刺激になり、村にも活気が出てきて、その後は受け入れやすくなっていった
能登町 (石川県)	春蘭の里そくさいね 【体験型修学旅行・農家民宿】	・ 専門学校との連携による若者の受入
三次市作木町 (旧双三郡作木村)(広島県)	作木オリジナルDASH 村づくり 【農村文化・体験型都市農村交流】	・ 農村文化体験メニューの充実 ・ 名人会の人が集まり、都会から来るお客様を受け入れるための勉強を実施。 ⇒ 田舎文化や農作業、農産加工品づくりなどが体験できるプログラムを準備し、観光交流人口の増加をねらっている。 ⇒ 観光客の受け入れを支える運営組織の強化と人材の拡充

2) 人材育成の成功要因に関する考察

a) 生活収入を増やす

- 農林水産品や伝統技術等の本物資源を守り、継承していくための後継者を育成には、その生産者・職人等の高収入化を図ることがひとつの解決策になりえる。
- そのためには、流通構造の改革やブランド化戦略を推進していくことが有効と考えられる。

b) 他地域からの若者の受入

- 大学や専門学校とのコラボレーションによる地域等を見ると、都会の若者が地方での農作業や漁業等に関心を持って取り組むケースが見られる。
- また、ワーキングホリデー等で、働きながらの田舎暮らしを体験し、卒業後に戻ってきて、地域で働くようになったケースも見られる。

c) 体験型プログラムによる育成

- 上記若者の受入と同様に、棚田オーナー制度等によって実体験をした人々が、将来的にその地域で農業等を行う住民となるケースも見られる。
- つまり、就業体験型の取り組みが、後継者育成につながる一施策になりえるものとする。

d) ボランティア活動の募集・受入

- 中学生くらいからのボランティア活動により、その活動を継続し、大学生くらいになると、仲間も加わり、活動を広げるケースも見られる。

(4) 取り組みの仕組みづくりの成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.21 取り組みの仕組みづくりの成功事例等

地名	資源	内 容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の人々の安全を確保する為に観光客にはガイドをつける仕組みとした ・ 地域の子供の通学や高齢者宅の見守りも兼ねており、一石二鳥。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 棚田オーナー制度は、普段は地元インストラクターが見回り、問題がある場合にオーナーに連絡、インストラクターに教えてもらいながら、オーナー自身が管理する方式。 ・ 抽選になるほど人気がある。
大阪市 (大阪府)	御堂筋と界隈資源を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ プラットホームとしての、各種団体の連携。
豊岡市 (兵庫県)	コウノトリを活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ コウノトリを中心とした取り組みの戦略化により、他にも波及するようにしている ・ コウノトリの住める環境づくりから、地域の人々の環境学習等にも貢献 ・ コウノトリを育む農業
伊丹市 (兵庫県)	TMOが進める「伊丹ブランド」の構築 【郷町の街並み・酒蔵・柿もり文庫(俳諧)】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 踊りのイベント「いたみわっしょい」を実施、市の一大イベントとして定着。2002年の第1回開催以降、年ごとにエントリーチームが増加、参加者全員による市街地クリーンアップ事業も実施。 ・ 中心市街地の空き店舗活用事業の一環として、「小学生と大学生によるわいわいチャレンジショップ」や「チャレンジショップ遊創工房」などを開催
標津町 (北海道)	サケにこだわるまちづくり 【サケのまち・サーモンパーク・サーモンフィッシング】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 原料の捕獲から選別、市場、加工場、出荷先到着に至るまでをしっかりと管理、記録する地域限定の安全食品製造管理システム(標津町地域ハサップ)の確立。
秋田市 (秋田県)	仲小路「まちの駅」構想 【仲小路】	<ul style="list-style-type: none"> ・ カルチャースクールの継続開催 ・ スクール参加者には商店街で割引や、サービスを受けることができる。 ⇒商店街の賑わいづくりに貢献でき、また市民に仲小路の魅力伝えることができる。
大丸有 (大手町・丸の内・有楽町) (東京都)	日本を代表する風格あるビジネス街 【都市観光・東京駅赤レンガ駅舎復元】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 街ですすめる LOHAS な取り組みとして、ビルの壁面緑化、冷暖房の省エネ、生ゴミリサイクル、グリーン電力、地球にやさしい交通社会、エコについて考えるイベントの実施を行っている。
小田原市 (神奈川県)	まちかど博物館・五感で学ぶ歴史と名物 【伝統館・かもぼこ・観光回遊バス】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「街かど博物館」の認定を機に、店舗の大幅改装を図る店や、製品の販路拡大や売上げ向上に繋がるなど、「街かど博物館」の効果はじわじわと現われてきている。
半田市 (愛知県)	あつめ、むすび、はぐくんだ資産を半田の街に「活」かす 【山車まつり・運河、蔵の街・赤レンガ建物・紺屋海道】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 点在する資源でのイベントの同時開催による周遊性の確保 ・ 国指定重要文化財にインフォメーションセンター機能を持たせることで、人を立ち寄らせる仕掛け

地名	資源	内容
羽咋市、 宝達清水町 (石川県)	海彦山彦ブランド化 戦略 【神子原米・酒・漁村 集落・農業体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・オーナー制度では、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。
能登町 (石川県)	春蘭の里そくさいね 【体験型修学旅行・ 農家民宿】	<ul style="list-style-type: none"> ・「おやじさんプロジェクト」講師を招き料理の勉強会を実施・「おかみさんプロジェクト」体験プログラムの開発、営業手法などを考案・「ぱびりおんプロジェクト」農家民宿を1軒1軒調査・「でーたべーすプロジェクト」春蘭の里フィールド調査の実施
神山町 (徳島県)	芸術や文化によって 地域課題を解決 【アート・生活】	<ul style="list-style-type: none"> ・KAIR=アーティスト・イン・レジデンス(地域住民を中心とする国際的なアート・プログラム)実施 ・他の作家や地域住民と良好な関係をもって一定期間滞在して作品をつくるプログラム。そのつど3人募集しているが、今では1回の募集に百数十名の応募がある。
内子町 (愛媛県)	人をつなぐ交流の場 「新鮮:安全:安心」を 消費者に提供 【農作業体験・農産 加工体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・トレーサビリティサービスの実施による、「新鮮:安全:安心」を消費者のみなさんに提供。 ・農産物に出荷日や生産者の氏名など刻印したバーコードを張っている。それが、店内の端末画面で、生産者の顔や作物履歴が確認でき、これらが品質向上につながっている。 ・高齢者や女性にも利用しやすいようにキーボード等を作成し、時間をかけ利用の仕方を広めた。 ⇒農家が当日の売り上げ状況を問い合わせると音声ガイドやメールで知らせる仕組みをつくり、自分の農産物が午前中で売り切れたりすると午後商品を持参する仕組みができた。 ⇒生産者は農作物に履歴を付けることにより、消費者がその履歴を追跡でき、安心して購入できる。また買い物後自宅からネットで確認することもできる。 ⇒トレーサビリティシステム導入基準書により運用方法を規定しているため、農家は誓約書を提出し誠実な記載の担保としていて、運用監査委員が定期的なチェックを行っている。
別府市 (大分県)	ロングステイ・ツーリズムの構築と地域の 組織化 【古民家・棚田・大学生】	<ul style="list-style-type: none"> ・休耕田・耕作放棄地が増加し、棚田景観の劣悪化が進行 ・棚田調査を実施して現状の把握。 ⇒棚田オーナー制度や貸し農園制度を確立していく

2) 取り組みの仕組みづくりの成功要因に関する考察

a) 地域の課題を克服する仕組み

- 地域の安全確保のためはじめたガイド付き観光は、そのガイドによる子供の通学時の見守り・老人宅への声かけ、地域のゴミ拾いにもつながっている。
- 本物の資源を守るための活動が、環境保全・環境教育等の効果や特産品の開発にもつながる。
- また、チャレンジショップなどの取り組みを通じて、若い人々が来訪することで、まちやそこに住む人々に活気が戻ってくるケースもある。
- 耕作放棄地や空家を活用した他地域の人々の受入の仕組みにより、交流人口・定住人口の増加と資源の有効活用を図ることができるケースも多くある。

b) 消費者の安全・安心の担保

- 特に食の安全・安心を担保するための仕組みとして、トレーサビリティサービス(生産・処理・加工・流通・販売等の記録をとり食品の履歴書を作成し追跡・遡及できるシステム)を導入し、消費者の満足度と生産者の満足度向上に寄与しているケースもある。

c) 地域住民と来訪者との交流づくり

- 来訪者が一定期間滞在することで、地域の人々と良好な交流を持ち、それが、口コミで広まり、来訪希望者の増加につながっているケースも多い。

d) 認定制度の活用による参加者のやる気向上

- 地域独自の認定制度を設けて、認定者のやる気を促す仕組みを構築することで、店舗の売り上げや来訪者の増大につながっているケースもある。

e) 資源をつなぐ仕組みによる周遊観光化

- 地域に点在する資源でのイベントを同時期に開催し、周遊バスを走らせることで、来訪者の周遊観光を促す相乗効果を発揮しているケースもある。
- テーマ性を持った周遊ルートの設定では、よりコアなファンが知見を深めながら来訪するケースも見られる。
- また、施設そのものにインフォメーションセンターを設ける等の求心性を持たせることで、回遊性を高める仕掛けも有効であると考えられる。

(5) 観光客誘致の成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.22 観光客誘致の成功事例等

地名	資源	内容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ NHK 等を観て訪れる人から始まる。 ・ 話題性・ロコミにより多くの観光客が訪れる。 ・ NHK は海外でも放送されており、外国人観光客も多い。 ・ ホームステイ事業により、海外の子供たちを受け入れている。
山城地区 (京都府)	宇治茶の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宇治平等院等の有名な観光地も多い。 ・ 宇治茶の加工品等もあり。 ・ 体験観光での来訪が増加。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 明日香ファンのリピーターが多い。 ・ 農産品等の新たな特産開発。
堺市 (大阪府)	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"> ・ 匠の技術の見学・体験ができる「まちかどミュージアム」の取り組みは好評である。
伊丹市 (兵庫県)	TMOが進める「伊丹ブランド」の構築【郷町の街並み・酒蔵・柿もり文庫(俳諧)】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資源の再生(旧岡田家、旧石橋家や新町家、郷町長屋等の江戸時代の町家や町家風施設や街路)と集中(いたみホール、伊丹アイフォニックホール、アイホール(演劇ホール)。美術館、柿衛文庫、工芸センター)により、賑わいを創出。
日高川町 (和歌山県)	「日高を近畿のオアシスに」プロジェクト【道成寺・笑い祭・備長炭】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 道成寺での各イベントが成功し、マスコミに取り上げられたことで観光客が増加
標津町 (北海道)	サケにこだわるまちづくり【サケのまち・サーモンパーク・サーモンフィッシング】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 忠類川におけるサケの余剰資源でのサーモンフィッシングを観光産業とした。 ・ 標津サーモン科学館を中心としたサーモンパークをオープンさせた。
小樽市 (北海道)	小樽の厳しい冬を盛り上げよう【雪あかりの路・運河・石造倉庫群】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史的建造物等を数多く有する街並みや景観を有効活用した新しいイベントを開催 ⇒札幌雪祭りと並ぶ冬の北海道の代名詞に。
小田原市 (神奈川県)	まちかど博物館・五感で学ぶ歴史と名物【伝統館・かもぼこ・観光回遊バス】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史観光ボランティアとしての小田原ガイドボランティア協会 ・ 2名以上で1週間前までに予約をすれば小田原市内あちこちに点在する歴史観光の見所を中心に、無料で2時間～5時間のガイドしてくれる。 ⇒「街かど博物館」の見学会を何倍にも楽しいものになっている。また、訪れる観光客の安心感と向学心を満足させてくれる。
天竜市 (静岡県)	「村おこし」と「村の人たちの生き甲斐づくり」【水車・そば・棚田】	<ul style="list-style-type: none"> ・ 蕎麦を商品として販売できる完成度を得るために各地の蕎麦を食べ歩き、地域の老人の知恵を借りて、商品化を研究 ⇒熊地区の名産マイタケを使用した天ぷらそばを開発。 ⇒初年度からソバー杯に一時間待ちが出る盛況。

地名	資源	内容
半田市 (愛知県)	あつめ、むすび、はぐくんだ資産を半田の街に「活」かす 【山車まつり・運河、蔵の街・赤レンガ建物・紺屋海道】	<ul style="list-style-type: none"> ・国指定重要文化財である旧中埜家別邸を T's CAFÉ として利用。紅茶専門店にこだわることなく紅茶以外にコーヒーや軽食にメニューを広げて集客アップを図る。 ・「はんだ山車まつり」をまちづくり資源として考え、サンリオと提携して 10 品目 600 種類ものグッズを開発し、販売。
徳島市 (徳島県)	市民の汚した川は市民の手できれいに再生しよう！【ひょうたん島周遊船・イルミネーション・広場】	<ul style="list-style-type: none"> ・新町川水際公園は、昼間は湧水、滝、噴水などの水の芸術、夜はイルミネーションに彩られたロマンティックなムードと、昼と夜で違った顔を持つ公園。⇒ふれあい橋から新町川水際公園の間を LED の光で彩る LED 景観整備(新町川水際公園・ふれあい橋)を紹介するリーフレット作成。 ・水際公園の対岸は、木のぬくもりが優しいしんまちボードウォークはいつも様々なイベントで賑わっている。
内子町 (愛媛県)	人をつなぐ交流の場「新鮮:安全:安心」を消費者に提供 【農作業体験・農産加工体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットを絞り込まず、だれもが楽しめる施設として、「森の中のバザール広場」をコンセプトに、買い物だけでなく川遊びや食事を楽しめるなど、すべての年齢層が退屈しない施設構成にした。
東広島市 (広島県)	日帰りツアー 【地元旅行会社・ものづくり、収穫体験】	<ul style="list-style-type: none"> ・地域として、受け入れ事業者として、何を指すのかを見極めることが大切 ・事業者はツアーから得られる直接の利益だけを志向するのではなく、新規の顧客獲得、あるいは消費者とのコミュニケーションを図る手段だという、認識を持つと同時に、地域としての交流人口の拡大、新規定住者の確保を行っているという、徹底した合意が必要である。

2) 観光客誘致の成功要因に関する考察

a) テーマ性の確保

- 匠の技術や歴史的建造物、町並み景観等のテーマ性のあるまち歩き観光で観光客を誘致している事例が見られる。
- 特に体験観光や学習観光などの、着地型観光が人気である。
- また、歴史的景観保存や集客施設の配置によって、集客機能の集約化を図っているケースも見られる。

b) 利益指向型からコミュニケーション重視型

- 来訪者の買い物による収入増を期待する観光から、来訪者と地域住民の交流によるコミュニケーション重視型で交流人口を増やしているケースも見られる。
- その中で、ガイドボランティアによる解説付き観光により、目に見えない歴史的な背景等、観光の付加価値を高めて、リピーターにつなげているケースも見られる。

c) 資源の別用途での活用

- 旧邸宅や町屋を活用したカフェや音楽イベントの開催などによって、集客を狙うケースも見られる。
- 古民家等を宿泊施設として活用することで、滞在型観光につなげているケースも多く見られる。
- また、ひとつの施設で一日楽しめる仕掛けづくりで、来訪者を飽きさせない工夫により集客を図っているケースもある。

d) コアファンの獲得

- 特に歴史的資源や環境資源等では、その歴史や環境に興味を持ち、その資源の価値を熟知するコアファンやその予備軍がリピーターとして来訪するケースが多く見られる。

e) 食の魅力向上

- 新たな食の名物を開発し、観光の付加価値としているケースや収穫体験を通じての食の魅力向上を図り、観光客誘致につなげるケースも見られる。

(6) 定住人口の拡大の成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.23 定住人口の拡大の成功事例等

地名	資源	内 容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> 針江地区の住民は、この地域に愛着を持って、他の地域へ移住が少なく、子育て世代も多く在住。 針江ファンになり、移住したいとの申し出も多く、空家を紹介しての移住もなされている。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> 明日香ファン等から移住の要望も多い。 受入態勢として、空き農家の調査中。
京都市 (京都府)	京町家の保全・再生・活用による職住一体のまちづくり 【京町家の豊富なストック】	<ul style="list-style-type: none"> 市の中心部では、一種の町家ブームが起きており、東京資本の流入等が原因で賃料の高騰も見られ、町家で職住一体の生活をしたい人の入居に支障が生じる側面が生じている
伊丹市 (兵庫県)	TMOが進める「伊丹ブランド」の構築 【郷町の街並み・酒蔵・柿もり文庫(俳諧)】	<ul style="list-style-type: none"> 平成18年～19年の1年間で1500人増えるなど、郷町の街並み整備とあわせて大幅な人口増を示した。
天竜市 (静岡県)	「村おこし」と「村の人たちの生き甲斐づくり」 【水車・そば・棚田】	<ul style="list-style-type: none"> 熊地区の活性化の活動は過疎化に対する対策として始められた。 各種事業を展開したが残念ながら定住人口は増えていない ⇒しかし新しい事業が集落の中で起業され、そこで働く人たちが元気になった。 ⇒女性中心の活動が各種マスコミに注目され、熊地区が有名になり交流人口が増加した。
羽咋市、 宝達清水町 (石川県)	海彦山彦ブランド化戦略 【神子原米・酒・漁村集落・農業体験】	<ul style="list-style-type: none"> 安全で質の高い食材に県内外から客が集まり、農家も「やる気が出る」と奮起。 農業を始めるUターン組も現れ、活気が戻ってきた。 生産者の収入を高めることを第一義に、組合トップを味方にした流通構造の改革の実現。 空地空き農家バンク制度といって、空いた農家と農地をセットにして、都市住民に月額2万円で貸している。現在11家族、31家族が他県から入居している。 「マエストロの無駄遣い」制度、30代の腕にスキルのある若い人達を村に入れている。今は、農家レストランや農家カフェをやっている。また、その人達が子供を生めばまた高齢化率が下がる。
神山町 (徳島県)	芸術や文化によって地域課題を解決 【アート・生活】	<ul style="list-style-type: none"> 移住支援は、神山町が抱える過疎化、少子高齢化、地域経済の衰退などの問題を克服する目的で行われている。これら地域課題の解決に資すると考えられる人(例えば、定住希望者、若年者、起業家など)への紹介を優先して行っている。 ⇒住民に、空き家や遊休地、休耕地を持っている人で、貸したり、売っても良いと考えている人を募集中であるが、居住希望者に対して空家の数が足りていない。
上島町 (愛媛県)	農産物のブランド化による高収益化農業をする人を募集 【青いレモン・ワーキングホリデー・テストショップ】	<ul style="list-style-type: none"> ワーキングホリデー・定住希望者には、農業指導と宿等のお世話 ワーキングホリデー希望者の受け入れ研修や、お試し定住者受け入れ研修を実施 ⇒ワーキングホリデー参加者は、島の農業や生活に興味を深め、再度の訪問や島へ定住する準備を始めた方も出てきて、農業の担い手の拡充と遊休農地の解消に役立つ。

2) 定住人口の拡大の成功要因に関する考察

a) 受け入れ態勢の充実

- 地域資源の魅力を十分に伝えた上で、古民家等の空き状況を上手にPRすることで、資源を目当てに移住を希望する人が出てきているケースがある。
- 他地域からの移住希望の多い地域では、当該地域や地域資源のファンが多く、空家などの調整・管理によって計画的に受け入れ態勢を構築しているケースが多い。
- ワーキングホリデー・定住希望者には、農業指導と宿などの世話をする制度を導入している地域もある。
- 受け入れ態勢の強化のため、研修会等を開催しているケースもある。

b) 地元への愛着心

- 地元への愛着心が高い地域では、たとえ過疎地域にあったとしても地域外への転出は少なく、子育て世代も多く在住しているケースが多く、多世代の交流が生まれることで地域活性化につながっていると考えられる。

c) 村おこし・町おこしによる地域活性化

- 地域の過疎化対策の結果、定住人口増加には至らなかったが、活動を通じて地域住民に活力が生まれ、マスコミ等に取り上げられることで地域が有名になり交流人口が拡大しているケースもある。
- 町並みの整備を行うことで、集客数を増加させているケースもある。(交流人口増)

d) 「〇〇ブーム」による地域活性化

- 地産地消ブームの影響も受け、安全で質の高い食材に注目があつまっているため、直売所などでは地元外からの集客が増加している。これらの影響を受けて、農業を始めるUターン組が現れているケースもある。
- 農業ブームを利用して、「空地空き農家バンク制度(空いた農家と農地をセットにして、都市住民に月額 2 万円で貸す制度)」を導入することで他県からの入居が増えている地域もある。
- 京都市の中心部では、町家ブームが起きており、地域の活性化につながっている。しかしその一方で、東京資本の流入による家賃の高騰もみられ、町家で職住一体の生活をしたい人の入居に支障が生じる側面が生じている
- 近年の田舎志向が高まりも影響して、空屋の借り入れを希望する人が増えている。中には、過疎化対策として空家の貸し出しを始めた結果、居住者に対して空きやの数が足りなくなっている地域もある。

(7) 財源確保に向けた成功要因

1) 事例における成功要因

表 4.24 財源確保に向けた成功事例等

地名	資源	内 容
高島市 針江地区 (滋賀県)	生水(かばた)の郷づくり	<ul style="list-style-type: none"> ガイド料、生活体験処での宿泊料、ホームステイ料等で活動の収入としている。 ボランティアには、地域通貨「アイカ」で少額であるが報酬を与えている。 個人や企業からの支援もある。 行政からの補助も若干あるが、頼らず。
明日香村 (奈良県)	棚田・里山を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> 直販所は、公社が立ち上げ、住民による運営であったが、法人化により自立できる程の売り上げを上げている。 企業の CSR での里山管理活動もある。
大阪市 (大阪府)	御堂筋と界限資源を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> イベント時の照明柱へのバナー広告による一部の資金源。 会員企業の会費制。
豊岡市 (兵庫県)	コウノトリを活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> 市からの指定管理者としての受託と県の基金
神戸市 兵庫区等 (兵庫県)	兵庫運河を活かした地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> 地元企業からの空き倉庫の借受と市の助成、会費、寄付等でまかなう。
彦根市 (滋賀県)	国宝彦根城を活かしたまちづくりと地域の再発見 【国宝彦根城・ひこにゃん】	<ul style="list-style-type: none"> 築城 400 年祭だけで 76 万人余の来場者と 174 億円(観光消費額の推計、波及効果を含めると総額 338 億円)の経済効果
京都市 (京都府)	京町家の保全・再生・活用による職住一体のまちづくり 【京町家の豊富なストック】	<ul style="list-style-type: none"> 京町家改修助成の先行的モデル事業は、助成対象となる範囲の工事費費用の2分の1又は 500 万円のいずれか少ない金額を上限としており、1期に3件、2期には8件に対して助成を実施
小樽市 (北海道)	小樽の厳しい冬を盛り上げよう 【雪あかりの路・運河・石造倉庫群】	<ul style="list-style-type: none"> 市民参加型のイベントとして積極的にボランティアを活用。 ⇒2008 年度は予算額 2,500 万円を上回る決算額 2,688 万 2,352 円となり 139 万 8,992 円の黒字となった。
半田市 (愛知県)	あつめ、むすび、はぐくんだ資産を半田の街に「活」かす 【山車まつり・運河、蔵の街・赤レンガ建物・紺屋海道】	<ul style="list-style-type: none"> 企業の愛着心・地域貢献心の高さから、自主的な景観保全活動
羽咋市、 宝達清水町 (石川県)	海彦山彦ブランド化戦略 【神子原米・酒・漁村集落・農業体験】	<ul style="list-style-type: none"> 農家約 130 戸が出資し会社を設立、2007 年 7 月に直売店がオープン ローマ法王へ献上したことがある自慢のコシヒカリ「神子原米」や無農薬野菜、総菜を並べている。年間売り上げは約 6800 万円。 流通改革による収入を確保することが、ビジネスとして成功。

2) 財源確保の成功要因に関する考察

a) 行政・企業からの活動資金の調達

- 公共で立てた施設を民間が経営するいわゆる指定管理者として受託金をもらいながら売り上げをあげている地域が多い。まちづくりにおいては、行政との上手な付き合いが成功の鍵をにぎっている。
- 基本的には、自分たちで資金を調達するが、助成制度や補助金等の制度を上手く活用していくことで、自己負担は軽減されるため、それらを有効活用することで継続的な取り組みにつながっている。
- 地元企業や個人からの寄付による資金調達も行っているケースは多い。
- また、地域資源が「場所」等の場合、そこでも企業 PR 用の広告を可能とすることで、広告費収入を得て、活動資金に充てるケースもある。この場合、関係機関との調整・協力が不可欠である。

b) 有償ボランティアの活用

- ボランティアに対して無償で協力してもらうのではなく、地域通過を支払い報酬とすることが、ボランティアにとって活動のやりがいにつながり、活動の活性化によって、更に収入増につながっている事例もある。

c) 地域への愛着心による資金調達

- まちづくりを行う際、それを支える人材や地域を主導していく人材が必要となり、それらの育成や、広報活動、観光ガイド等に大きな費用負担が発生する。しかしながら、地元住民や企業の愛着心・地域貢献への関心の高さから、自主的な景観保全活動等のボランティア活動につながっている地域においては、費用負担が軽減されまちづくり成功につながっている。

d) 全国的に有名なキャラクターの確立

- 広報活動の際、活用メディアによっては莫大な資金が必要となる。しかしながらお金をかければ必ず成功するとは限らないのが広報である。近年、多く用いられている広報の1つとしてキャラクター戦略がある。キャラクター広報の利点は、キャラクターにより単純に集客力を高めるだけではなく、キャラクターグッズ等での2次的な収入にも期待できる点である。まさに、彦根市(彦根城)はゆるキャラブームにのりキャラクター戦略で大成功を収めた地域である。

e) 流通改革による地域自体の高収入化

- 一次産業の場合、できるだけ生産者に直接収入が入るように、流通構造を抜本的に見直し、直販所で直接販売し、成功している事例もある。これらのケースでは、生産者団体が行政の支援を受けて、直販所を経営し始め、ある時期に自立している。