

5「本物」を活かした地域づくり推進方策の検討

5.1「本物」を活かした地域づくりモデル地区の目安(案)の検討

今後、近畿圏において「本物」を活かした地域づくりモデル地区を選定・支援を行っていくために、地域の人々が本物の資源を再発見でき、かつ、自分たちの活動がどうであるかをチェックできる目安としてのセルフチェックリスト(案)を検討した。

- 「本物」を活かした地域づくりの概念
- 資源の分野と「本物度」の目安
- 取り組みの「やる気度」の目安

(1) セルフチェック指標

近畿各府県で生産・製造されているものや、立地している様々な資源について、“農林水産資源”“産業技術資源”“歴史資源”“伝統文化資源”“芸能芸術資源”“自然環境資源”“ランドマーク資源”という7つの分野に分類した。

それぞれの資源について、【本物度評価】と【やる気度評価】という2つの側面から「地域資源(=本物)を核とした地域づくり」のモデルとなるような地域を代表する『本物』の地域資源(ほんまもん資源)の判断を行う際の手引きとなるセルフチェック指標の検討を行う。

セルフチェック指標

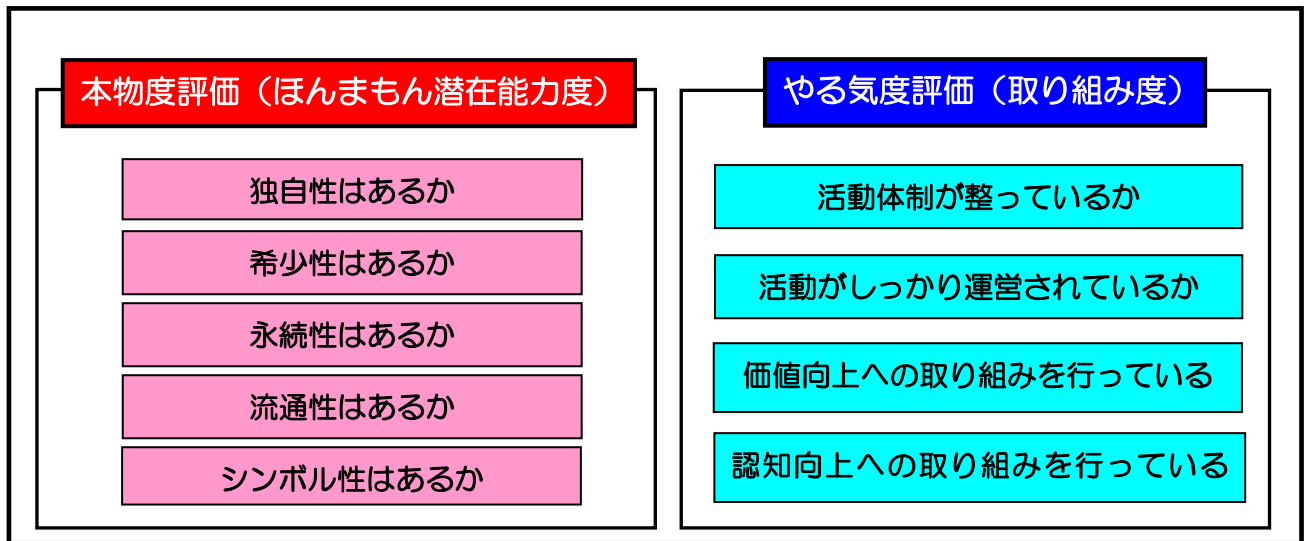


図 5.1 ほんまもん資源に関するセルフチェック項目

なお、【本物度評価】と【やる気度評価】のセルフチェック指標を検討するにあたり、以下の項目に注意した。

■資源そのもの

- 1) 長く受け継がれ、歴史・伝統のあるものか
- 2) 長い間、多くのファンに支持され続けているものか
- 3) そこにしかないものか
- 4) 個性があるものか
- 5) 様々なメディアに注目されているものか
- 6) 多くのバイヤーの目にとまっているものか
- 7) 遺産認定等されているものか
- 8) 固有名称がつけられているものか
- 9) 消費者へのPR(HP作製、関連商品販売、イベント開催、関連書籍出版 等)が十分なされているものか

■生産者・取り組み活動者

- 1) もの(資源)への探求心(こだわり)があるか
- 2) 消費者・利用者の安全・安心を考え、衛生・品質管理等、独自の取り組みを行っているか
- 3) 消費者・利用者の安全・安心を考え、認証制度(第三者認証)の取り組みを行っているか
- 4) 消費者・利用者の安全・安心を考え、生産時や取り組み活動時に環境負荷への配慮を行っているか
- 5) 資源の歴史・伝統・文化を受け継ぎ、保存・継承する取り組みを行っているか
- 6) 取り組み活動(体制の確立、人材、計画 等)が行われているかされているか

上記の項目に着目して検討を行った結果、以下のようなセルフチェック指標が抽出された。

【本物度評価】におけるセルフチェック指標

- ① 独自性
 - 原材料・飼料等へのこだわり
 - 栽培法・製造法・漁法等へのこだわり
 - 品質基準
 - 品質・衛生管理体制
 - 資源の歴史・伝統・文化
 - 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等
- ② 希少性
 - 地域限定
 - 地域特有周辺環境
 - 生産限定
 - 明確な特徴
- ③ 永続性
 - 保存・継承
- ④ 流通性
 - マスメディア登場経歴
 - 量販店・百貨店バイヤー認知度
- ⑤ シンボル性
 - 場所

【やる気度評価】におけるセルフチェック指標

- ① 活動体制
 - 推進体制・組織の確立
 - 取り組みの目標
 - 活動の核となる人材
 - 地域の人々の参画
 - 多様な人材の参画
 - 後継者の育成
- ② 活動内容
 - 活発な運営
 - 活動の継続性
 - 活動の効果
 - 活動内容の計画性・実効性
 - 環境に配慮した活動
- ③ 価値向上への取り組み
 - 固有名称
 - 認証制度
 - 商標登録
 - オリジナルマーク
 - 文化財指定・遺産認定等
- ④ 認知向上への取り組み
 - 自治体HP関連
 - 農林水産商工団体等HP関連
 - 活動団体等の独自HP作製
 - 関連商品開発・販売
 - イベント等の開催
 - ガイドブック・ガイドマップ作製
 - 関連書籍出版
 - 体験学習の開催

(2) 本物度評価について

【本物度評価】におけるセルフチェック指標を“農林水産資源”“産業技術資源”“歴史資源”“伝統文化資源”“芸能芸術資源”“自然環境資源”“ランドマーク資源”の7つの分野ごとに整理した一覧を以下に示す。

農林水産資源**【ほんまもん潜在能力度】****①独自性****1) 原材料・飼料等へのこだわり**

- 資源の原材料・飼料等に生産者の特別なこだわりがあるもの

2) 栽培法・製造法・漁法等へのこだわり

- 資源の栽培法・製造法・育成法・漁法等に生産者の特別なこだわりがあるもの

3) 品質基準

- 資源の生産・製造・出荷時等、色・形・味等の品質基準があるもの

4) 品質・衛生管理体制

- 品質を保つための工夫や、衛生面での管理体制が確立されているもの

5) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

6) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性**1) 地域限定**

- 資源の生産・製造をしている範囲が狭い(市町村単独範囲内)もの

2) 地域特有周辺環境

- 資源の生産・製造において地域特有の気候や地形等が関連しているもの

3) 生産限定

- 資源を大量生産できない、大量生産しないもの

4) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性**1) 保存・継承**

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性**1) マスメディア登場経歴**

- マスメディア登場経歴があるもの

2) 量販店・百貨店バイヤー認知度

- 多くの量販店・百貨店バイヤーに認知されているもの

* 情報収集に余念がないバイヤーは大々的にPRされなくてもロコミ等で売れている“いいモノ”情報を手に入れるプロである。よってバイヤーに認知されたモノは質が高く、ほんまもん資源としての潜在能力が高いモノであると想定される

産業技術資源

【ほんまもん潜在能力度】

①独自性

1) 原材料へのこだわり

- 資源の原材料等に生産者の特別なこだわりがあるもの

2) 製造法へのこだわり

- 資源の製造法等に生産者の特別なこだわりがあるもの

3) 品質基準

- 資源の生産・製造・出荷時等、色・形・味等の品質基準があるもの

4) 品質管理体制

- 品質を保つための工夫、管理体制が確立されているもの

5) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

6) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性

1) 地域限定

- 資源の生産・製造をしている範囲が狭い(市町村単独範囲内)のもの

2) 地域特有周辺環境

- 資源の生産・製造において地域特有の気候や地形等が関連しているもの

3) 生産限定

- 資源を大量生産できない、大量生産しないもの

4) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性

1) 保存・継承

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性

1) マスメディア登場経歴

- マスメディア登場経歴があるもの

2) 量販店・百貨店バイヤー認知度

- 多くの量販店・百貨店バイヤーに認知されているもの

*情報収集に余念がないバイヤーは大々的にPRされなくても口コミ等で売れている“いいモノ”情報を手に入れるプロである。よってバイヤーに認知されたモノは質が高く、ほんまもん資源としての潜在能力が高いモノであると想定される

歴史資源

【ほんまもん潜在能力度】

①独自性

1) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

2) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性

1) 地域限定

- 資源が立地している範囲が狭い(市町村単独範囲内)もの

2) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性

1) 保存・継承

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性

1) マスメディア登場経歴

- マスメディア登場経歴があるもの

伝統文化資源

【ほんまもん潜在能力度】

①独自性

1) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

2) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性

1) 地域限定

- 資源が立地している範囲が狭い(市町村単独範囲内)もの

2) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性

1) 保存・継承

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性

1) マスメディア登場経歴

- マスメディア登場経歴があるもの

芸能芸術資源

【ほんまもん潜在能力度】

①独自性

1) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

2) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性

1) 地域限定

- 資源が立地している範囲が狭い(市町村単独範囲内)もの

2) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性

1) 保存・継承

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性

1) マスメディア登場経歴

- マスメディア登場経歴があるもの

自然環境資源

【ほんまもん潜在能力度】

①独自性

1) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

2) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性

1) 地域限定

- 資源が立地している範囲が狭い(市町村単独範囲内)もの

2) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性

1) 保存・継承

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性

1) マスメディア登場経歴

- マスメディア登場経歴があるもの

ランドマーク資源

【ほんまもん潜在能力度】

①独自性

1) 資源の歴史・伝統・文化

- 資源に深い歴史や伝統・文化があるもの

2) 資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等

- 資源にゆかりのある人物・歴史作品・行事等が存在するもの

②希少性

1) 地域限定

- 資源が立地している範囲が狭い(市町村単独範囲内)もの

2) 明確な特徴

- 他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもの

③永続性

1) 保存・継承

- 資源を保存・継承するための体制が整っているもの

④流通性

1) マスメディア登場経歴

- マスメディア登場経歴があるもの

⑤シンボル性

1) 場所

- 地域の中心に資源が立地しているもの

(3) やる気度評価について

【やる気度評価】におけるセルフチェック指標を“農林水産資源”“産業技術資源”“歴史資源”“伝統文化資源”“芸能芸術資源”“自然環境資源”“ランドマーク資源”の7つの分野ごとに整理した一覧を以下に示す。

農林水産資源**【取り組み度】****①活動体制****1) 推進体制・組織の確立**

- 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの

2) 取り組みの目標

- 取り組みの目標が明確なもの

3) 活動の核となる人材

- 取り組みの中核となる人材がいるもの

4) 地域の人々の参画

- 取り組みに地域の人々が参画しているもの

5) 多様な人材の参画

- 取り組みに多様な人材が参画しているもの

6) 後継者の育成

- 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容**1) 活発な運営**

- 取り組みが活発に運営されているもの

2) 活動の継続性

- 取り組みが継続的になされているもの

3) 活動の効果

- 取り組みが効果を発揮しているもの

4) 活動内容の計画性・実効性

- 今後の取り組み計画に実効性があるもの

5) 環境に配慮した活動

- 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み**1) 固有名称**

- 資源に固有のものや地域に関連した名称が付けられているもの

2) 認証制度

- 資源を認証制度に登録しているもの

3) 商標登録

- 資源の名称を商標登録しているもの

4) オリジナルマーク

- 資源独自のオリジナルマークを作製しているもの

④認知向上への取り組み

1) 自治体HP関連

- 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの

2) 農林水産商工団体等HP関連

- JA・漁連や商工団体等のHPに取り上げられているもの

3) 活動団体等の独自HP作製

- 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの

4) 関連商品開発・販売

- 資源に関する商品を開発・販売しているもの

5) イベント等の開催

- 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの

6) パンフレット作製

- 資源に関連するパンフレットを作製しているもの

7) 関連書籍出版

- 資源に関して記述された書籍が出版されているもの

8) 体験学習の開催

- 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

産業技術資源

【取り組み度】

①活動体制

1) 推進体制・組織の確立

- 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの

2) 取り組みの目標

- 取り組みの目標が明確なもの

3) 活動の核となる人材

- 取り組みの中核となる人材がいるもの

4) 地域の人々の参画

- 取り組みに地域の人々が参画しているもの

5) 多様な人材の参画

- 取り組みに多様な人材が参画しているもの

6) 後継者の育成

- 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容

1) 活発な運営

- 取り組みが活発に運営されているもの

2) 活動の継続性

- 取り組みが継続的になされているもの

3) 活動の効果

- 取り組みが効果を発揮しているもの

4) 活動内容の計画性・実効性

- 今後の取り組み計画に実効性があるもの

5) 環境に配慮した活動

- 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み

1) 固有名称

- 資源に固有のものや地域に関連した名称が付けられているもの

2) 認証制度

- 資源を認証制度に登録しているもの

3) 商標登録

- 資源の名称を商標登録しているもの

4) オリジナルマーク

- 資源独自のオリジナルマークを作製しているもの

5) 文化財指定・遺産認定等

- 重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財、重要無形民俗文化財、重要科学技術史資料(未来技術遺産)等の指定、認定を受けているもの

④認知向上への取り組み**1) 自治体HP関連**

- 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの

2) 農林水産商工団体等HP関連

- 商工団体等のHPに取り上げられているもの

3) 活動団体等の独自HP作製

- 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの

4) 関連商品開発・販売

- 資源に関する商品を開発・販売しているもの

5) イベント等の開催

- 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの

6) ガイドブック・ガイドマップ作製

- 資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているもの

7) 関連書籍出版

- 資源に関して記述された書籍が出版されているもの

8) 体験学習の開催

- 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

歴史資源

【取り組み度】

①活動体制

1) 推進体制・組織の確立

- 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの

2) 取り組みの目標

- 取り組みの目標が明確なもの

3) 活動の核となる人材

- 取り組みの中核となる人材がいるもの

4) 地域の人々の参画

- 取り組みに地域の人々が参画しているもの

5) 多様な人材の参画

- 取り組みに多様な人材が参画しているもの

6) 後継者の育成

- 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容

1) 活発な運営

- 取り組みが活発に運営されているもの

2) 活動の継続性

- 取り組みが継続的になされているもの

3) 活動の効果

- 取り組みが効果を発揮しているもの

4) 活動内容の計画性・実効性

- 今後の取り組み計画に実効性があるもの

5) 環境に配慮した活動

- 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み

1) 文化財指定・遺産認定等

- 重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財、重要無形民俗文化財、重要伝統的建造物群保存地区、登録有形文化財、史跡、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

2) 国立(定)公園・天然記念物・百選指定等文化財指定・遺産認定等

- 国立公園、国定公園、天然記念物、史跡、名勝、景観地区、景観重要建造物、景観重要樹木指定、〇〇百選、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

④認知向上への取り組み

1) 自治体HP関連

- 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの

2) 活動団体等の独自HP作製

- 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの

3) 関連商品開発・販売

- 資源に関する商品を開発・販売しているもの

4) イベント等の開催

- 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの

5) ガイドブック・ガイドマップ作製

- 資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているもの

6) 体験学習の開催

- 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

7) ガイド・ガイド機器の設置

- 資源の案内をするガイドの配置や、音声案内用端末やコミュニケーターのようなガイド用機器が設置されているもの

伝統文化資源

【取り組み度】

①活動体制

- 1) 推進体制・組織の確立
 - 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの
- 2) 取り組みの目標
 - 取り組みの目標が明確なもの
- 3) 活動の核となる人材
 - 取り組みの中核となる人材がいるもの
- 4) 地域の人々の参画
 - 取り組みに地域の人々が参画しているもの
- 5) 多様な人材の参画
 - 取り組みに多様な人材が参画しているもの
- 6) 後継者の育成
 - 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容

- 1) 活発な運営
 - 取り組みが活発に運営されているもの
- 2) 活動の継続性
 - 取り組みが継続的になされているもの
- 3) 活動の効果
 - 取り組みが効果を発揮しているもの
- 4) 活動内容の計画性・実効性
 - 今後の取り組み計画に実効性があるもの
- 5) 環境に配慮した活動
 - 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み

- 1) 文化財指定・遺産認定等
 - 重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財、重要無形民俗文化財、登録有形文化財、史跡、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

④認知向上への取り組み

- 1) 自治体HP関連
 - 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの
- 2) 活動団体等の独自HP作製
 - 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの
- 3) 関連商品開発・販売
 - 資源に関する商品を開発・販売しているもの
- 4) イベント等の開催
 - 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの
- 5) ガイドブック・ガイドマップ作製
 - 資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているもの
- 6) 体験学習の開催
 - 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

芸能芸術資源

【取り組み度】

①活動体制

1) 推進体制・組織の確立

- 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの

2) 取り組みの目標

- 取り組みの目標が明確なもの

3) 活動の核となる人材

- 取り組みの中核となる人材がいるもの

4) 地域の人々の参画

- 取り組みに地域の人々が参画しているもの

5) 多様な人材の参画

- 取り組みに多様な人材が参画しているもの

6) 後継者の育成

- 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容

1) 活発な運営

- 取り組みが活発に運営されているもの

2) 活動の継続性

- 取り組みが継続的になされているもの

3) 活動の効果

- 取り組みが効果を発揮しているもの

4) 活動内容の計画性・実効性

- 今後の取り組み計画に実効性があるもの

5) 環境に配慮した活動

- 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み

1) 文化財指定・遺産認定等

- 重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財、重要無形民俗文化財、登録有形文化財、史跡、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

④認知向上への取り組み

1) 自治体HP関連

- 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの

2) 活動団体等の独自HP作製

- 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの

3) 関連商品開発・販売

- 資源に関する商品を開発・販売しているもの

4) イベント等の開催

- 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの

5) ガイドブック・ガイドマップ作製

- 資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているもの

6) 体験学習の開催

- 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

7) ガイド・ガイド機器の設置

- 資源の案内をするガイドの配置や、音声案内用端末やコミュニケーターのようなガイド用機器が設置されているもの

自然環境資源

【取り組み度】

①活動体制

1) 推進体制・組織の確立

- 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの

2) 取り組みの目標

- 取り組みの目標が明確なもの

3) 活動の核となる人材

- 取り組みの中核となる人材がいるもの

4) 地域の人々の参画

- 取り組みに地域の人々が参画しているもの

5) 多様な人材の参画

- 取り組みに多様な人材が参画しているもの

6) 後継者の育成

- 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容

1) 活発な運営

- 取り組みが活発に運営されているもの

2) 活動の継続性

- 取り組みが継続的になされているもの

3) 活動の効果

- 取り組みが効果を発揮しているもの

4) 活動内容の計画性・実効性

- 今後の取り組み計画に実効性があるもの

5) 環境に配慮した活動

- 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み

1) オリジナルマーク

- 資源独自のオリジナルマークを作製しているもの

2) 国立(定)公園・天然記念物・百選指定等文化財指定・遺産認定等

- 国立公園、国定公園、天然記念物、史跡、名勝、景観地区、景観重要建造物、景観重要樹木指定、〇〇百選、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

④認知向上への取り組み

1) 自治体HP関連

- 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの

2) 活動団体等の独自HP作製

- 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの

3) 関連商品開発・販売

- 資源に関する商品を開発・販売しているもの

4) イベント等の開催

- 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの

5) ガイドブック・ガイドマップ作製

- 資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているもの

6) 体験学習の開催

- 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

ランドマーク資源

【取り組み度】

①活動体制

1) 推進体制・組織の確立

- 取り組みを推進する体制・組織が確立されているもの

2) 取り組みの目標

- 取り組みの目標が明確なもの

3) 活動の核となる人材

- 取り組みの中核となる人材がいるもの

4) 地域の人々の参画

- 取り組みに地域の人々が参画しているもの

5) 多様な人材の参画

- 取り組みに多様な人材が参画しているもの

6) 後継者の育成

- 取り組みの後継者を育てる仕組みがあるもの

②活動内容

1) 活発な運営

- 取り組みが活発に運営されているもの

2) 活動の継続性

- 取り組みが継続的になされているもの

3) 活動の効果

- 取り組みが効果を発揮しているもの

4) 活動内容の計画性・実効性

- 今後の取り組み計画に実効性があるもの

5) 環境に配慮した活動

- 資源の生産・製造、維持管理等で環境負荷軽減のための取り組みを行っているもの

③価値向上への取り組み

1) 固有名称

- 資源に固有のものや地域に関連した名称が付けられているもの

2) 文化財指定・遺産認定等

- 重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財、重要無形民俗文化財、重要伝統的建造物群保存地区、登録有形文化財、史跡、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

3) 国立(定)公園・天然記念物・百選指定等文化財指定・遺産認定等

- 国立公園、国定公園、天然記念物、史跡、名勝、景観地区、景観重要建造物、景観重要樹木指定、〇〇百選、世界遺産等の指定・認定を受けているもの

④認知向上への取り組み

1) 自治体HP関連

- 自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げられているもの

2) 活動団体等の独自HP作製

- 活動団体や第三者等、独自のHPが作製されているもの

3) 関連商品開発・販売

- 資源に関する商品を開発・販売しているもの

4) イベント等の開催

- 資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを開催しているもの

5) ガイドブック・ガイドマップ作製

- 資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているもの

6) 体験学習の開催

- 資源に直接触れることができる体験ツアー等が開催されているもの

7) ガイド・ガイド機器の設置

- 資源の案内をするガイドの配置や、音声案内用端末やコミュニケーターのようなガイド用機器が設置されているもの

(4) 本物度評価・やる気度評価に関する一覧表

先に示した資源が持っている価値＝潜在能力を示す【本物度評価】と、資源を『ほんまもん』に育て上げ、活かすために如何に磨き上げられているかを示す【やる気度評価】に関するセルフチェック指標について整理したものを以下に示す。

なお、網掛け部分は、資源の各分野の指標項目が該当する箇所である。

表 5.1 【本物度評価】セルフチェック

		概要	農 林 水 産 資 源	産 業 技 術 資 源	歴 史 資 源	伝 統 文 化 資 源	芸 能 芸 術 資 源	自 然 環 境 資 源	ラ ン ド マ ー ク 資 源
(地域名)		(資源名)							
本 物 度 評 価	独 自 性	原材料・飼料等へのこだわり	資源の原材料・飼料等に生産者の特別なこだわりがあるか						
		栽培法・製造法・漁法等へのこだわり	資源の栽培法・製造法・育成法・漁法等に生産者の特別なこだわりがあるか						
		品質基準	資源の生産・製造や出荷時における品質基準を定めているか						
		品質・(衛生)管理体制	品質を保つための工夫、衛生面での管理体制が確立されているか						
		資源の歴史・伝統・文化	資源に深い歴史や伝統、文化があるか						
		資源に関連する人物伝・歴史作品・行事等	資源にゆかりのある人物、歴史作品、行事等が存在するか						
	希 少 性	地域限定(産地範囲)	資源の生産・製造、立地をしている範囲が狭いか(市町村単独範囲内)						
		地域特有周辺環境(地形気候)	資源の生産・製造において、地域特有の気候や地形等を有しているか						
		生産限定(生産量)	資源を大量生産できない、大量生産しないか						
		明確な特徴	他地域の類似資源との差別化ができる、明確なコンセプトがあるもか						
	永 続 性	保存・継承	資源を保存・継承するための体制が整っているか						
	流 通 性	マスメディア登場経歴	マスメディア登場経歴があるか						
		量販店・百貨店バイヤーからの認知	多くの量販店・百貨店バイヤーに認知されているか						
	ポ ジ ン 性	場所	地域の中心に資源が立地しており広く認知されているか						

表 5.2 やる気度評価】セルフチェック指標

		概要	農林水産資源	産業技術資源	歴史資源	伝統文化資源	芸能芸術資源	自然環境資源	ランドマーク資源
			地域	資源名	資源分類				
(地域名)		(資源名)							
やる気度評価	活動体制	推進体制、組織の確立	取組を推進する体制、組織が確立され、組織規模としても妥当か						
		取り組みの目標	取組の目標が明確であるか、ほんまもん地域資源に対して取組目標が妥当か						
		活動の核となる人材	活動の中核（キーマン）となる人材がいるか						
		地域の人々の参画	活動に対して地域の人の参画があるか						
		多様な人材の活動	地域住民だけではなく、目標達成に必要な人材の参画があるか						
		後継者の育成	後継者を育てる仕組みがあるか、活動体制の中の若年層の人数、リーダー研修への参加者数の増加はあるか						
	活動内容	活発な運営	活発に運営がなされているか（会議数、部会数、イベント数など）						
		活動の継続性	継続性の高い活動であるか（活動の継続年数）						
		活動内容の効果	取組が効果を発揮しているか（定住人口、交流人口が増加しているか、商品販売額、出荷額などが増加しているか）						
		活動内容の計画性・実効性	今後の取組計画に実行性があるか（現在の取組からステップアップを狙った活動であるか）						
	価値向上	環境に配慮した活動	環境負荷軽減のための取組を行っているか（ごみの量が低減している、地域の里山の増加、まちなかでの緑の増加など）						
		固有名称	資源に誰もが識別できるような名称をつけているか						
		認証制度（第三者認証）	資源を認証制度の登録に取り組んでいるか（登録されたか）						
		商標登録	資源の名称の商標登録に取り組んでいるか（登録されたか）						
		オリジナルマーク	資源独自のオリジナルマーク、キャラクターなどを作製しているか						
		文化財指定・遺産認定等	重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財等の指定、認定に取り組んでいるか（指定、認定されたか）						
		国立(国定)公園・天然記念物・百選指定等	国立公園、国定公園、天然記念物、史跡、名勝、景観地区等の指定、認定に取り組んでいるか（指定、認定されたか）						
	認知向上	自治体HP関連	自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げに取り組んでいるか（取り上げられているか）						
		農林水産商工団体等HP関連	J A、漁連や商工団体等のHPに取り上げに取り組んでいるか（取り上げられているか）						
		活動団体等の独自HP作製	活動団体や第三者等、独自のHPの製作に取り組んでいるか（製作されているか）						
		関連商品の開発・販売	資源に関する商品を開発・販売しているか						
		イベント等の開催	資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを定期的に開催しているか（開催回数の増加）						
		パンフレット作製	資源に関連するパンフレットを作製しているか（利用者が使いやすいものであるか）						
		ガイドブック・ガイドマップ作成	資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているか（利用者が使いやすいものであるか）						
		関連書籍出版	資源に対して記述された書籍が出版されているか（出版書籍数の増加、販売数）						
		体験学習の開催	資源に直接触れることができる体験ツアーなどが開催されているか（体験ツアーメニューの増加、参加者数の増加）						
		ガイド・ガイド機器の設置	資源の案内をするガイドの配置や音声案内用端末等のガイド用機器が設置されているか（設置数）						

5.2 活動支援ツール(案)の検討

本業務でのモデル地域に加え、今後近畿圏各地で本物の資源を活かした地域づくりを始めようとする地域に対し、大切な考え方や取り組みのヒントを、事例調査やモデル地域での取り組み等を参考に整理した。

これらは、セルフチェック指標によって自己評価した地域が、今後どのような考え方をもって取組を推進していこうとしているのかを第三者(学識経験者等専門家や行政)がヒアリングを行い、ここで示すような考え方やヒントに即した現状の把握、及び助言や指導を行っていくことを想定しているものである。今後様々な活動への実際の支援を通じて、さらなる考え方やヒントの充実を図っていくことが期待される。

(1) 構成

3節で整理した課題類型への対応を踏まえ、以下のような視点から構成する。

1) 本物の資源の価値そのものの存続や認識向上に向けたヒント

- 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。



- 資源そのものの本物としての価値を再発見する(利害関係者と活用主体が意識を共有する)
- a) まず話し合い、勉強し、資源の価値を確認する(セルフチェックリストを使う)
 - b) 外の人の声に耳を傾ける
 - c) 小さな成功体験を共有する

2) 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ためのヒント

- 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。



- 本物の価値を高め、意識を広げる(コア・ファンとの信頼関係を築く)
- a) 本来の良さを見せる
 - b) しっかりしたコンセプトを持つ
 - c) 戦略的にイメージを伝える

3) 本物を核とした活動の場としての「地域」を形成していくためのヒント

- 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。
- 地域づくりに向けた自立的な活動が行えていない。



- 本物を活かして地域づくりにつなげる
- a) 10年は続ける気持ちをもつ
 - b) 地域住民主体の組織をつくる
 - c) 他の組織とつながる
 - d) 行政との連携体制をつくる

(2) 地域づくりの考え方・ヒント(案)

1) 資源そのものの本物としての価値を再発見する(利害関係者と活用主体が意識を共有する)

a) まず話し合い、勉強し、資源の価値を確認する(セルフチェックリストを使う)

●地域資源を見つめなおす

活動を始める当初は、地域にはどんな人物がいて、どんなことをしているか、地域産物として何があって、どのように販売されているのか、この町並みにはどんな歴史が眠っているか、といったことを、できるだけ多くの人で見つめ直すことがからはじめることが求められる。

何人かでグループになってまちを歩き、手に取り、五感で感じてみると、今まで気付かなかったこと、自分が気付かなかった、面白い人やモノ、場所が見えてくる。それが本物探しや本物の価値を見つめなおす基本となる。

●みんなで資源のことを勉強する

改めて見えてきた資源は、少し掘り下げて勉強してみる。

できれば、数名で定期的な会合を開催し、それぞれが本物と思われる資源について調べ、発表する。

異なる立場の視点から、その資源のどこが素晴らしいのか、なぜ素晴らしいのかについて、意見を出し合い、みんなの声を集め、まとめていく。

さらに、調べた内容を用いて、セルフチェックリストを活用し、自分達の資源の本物度をチェックし、資源の有する価値を確認しあう。

●夢やアイデアを語り合う

勉強会で本物の資源の価値が共有できれば、地域づくりの夢やアイデアを語りあうような機会を持つことも有意義である。

様々な地域づくりの夢やアイデアを出し合い、その中からできそうなことを一つとりあげて、実行に移してみる。

その時、できればメンバーで少しずつ費用負担してでもやってみたいことをテーマに取り上げて、取り組んでみる。

地域住民が集まって、夢やアイデアを語る会そして小さなアクションを継続的に実施することによって、前向きなアイデアや自立的な活動が芽生えていく。

b) 外の人声に耳を傾ける

●地域外の人声を聞く

本物の資源の有する価値になかなか気付けない場合には、地域外の人声に耳を傾けることが有効である。地域内で暮らす人にとっては、日常的な生活の中にある資源や風景に価値がある

ということに、誰も気付いていないということは多い。

地域外の人へのアンケート調査やヒアリング、さらには専門家からの評価など、外部の人の声を聞くと、「あの建物は是非残してほしい」「この技術は是非次の世代に伝えてほしい」といった意見が寄せられる。

そのような地域外の人々の声に積極的に耳を傾けてみると、思いもよらない発見があり、自分たちの地域が有する資源を見つめなおすよい機会になる。

●外国人の声を聞く

日本の風土や伝統技術、芸能に関心を寄せる外国人は多い。(前述の事例で示した、徳島県神山町では、外国人に芸術活動の場を提供している。その外国人アーティストに、どうして神山に来たいのかと聞くと、実は神山に来たかったのではなく、日本に来て、日本で制作をしたいという希望が非常に多いのだそうだ。)ところが、「観光」を超えた外国人との交流を受け入れる地域は少なく、世界に対する交流の「窓」が開いていないのが現状となっている。

近畿圏の本物の資源に対しては、外国人の関心も高いと考えられ、外国人に対し、資源に対する評価やどのような交流を求めているかを聞いてみることも有効である。

c) 小さな成功体験を共有する

●達成感、成功体験を共有する

資源を活かした取組のアイデアを実行し、小さくても良いので達成感を共有することが大切である。成功体験は、地域に関わることは何でも自分達でやろうという住民意識を少しずつ高めていくことにつながる。

地域づくりがうまく展開している地域では、活動の初期に必ずといっていいほど小さな成功体験をメンバーと共有するような機会を経験しており、その経験が現在の活動のベースになっていることが多い。

また、成功体験の例としては、資源に関連して、かつてあったものの「復活」といった視点で取り組んでいる例が多い。

●一人ひとりに熱意をもって接する

何人かのメンバーで、本物の資源を活用した成功体験を経験するためには、本物の価値を有する資源の保存や活用に関して、意識の低い利害関係者や地域住民を説得していく必要がある。

その際には、「まず、一人を口説く」ことが原則である。多くの人を集めての会合や住民説明会といったスタイルでは、参加者の本音を聞きだすことは難しく、基本は一人ひとりを訪問し、膝を突き合わせてとことん語り合い、夢を描ける地域の担い手を見出していく。活動がうまく展開されている地域では、活動の輪を広げる過程において、必ずそのようなプロセスを経ている。

2) 本物の価値を高め、意識を広げる(コア・ファンとの信頼関係を築く)

a) 本来の良さを見せる

●本来の資源の持つ素材を活かす

本物の資源を活かそうとするとき、何か新しいものを付け加えるということではなく、元々あるものを使用したり、あったものを復活させたりすることによって資源の再評価を行うことが大切である。さらには、何が資源の価値を失わせ、地域を悪化させているのかをはっきりさせて、それを取り除いていく。それは“本来の資源の良さを活かす”ことである。

その資源にはどのような歴史的な背景があるのか、どのような素材が使われ、どのような技術によって支えられているのか、といった資源本来の良さや原点に立ち返り、その部分を最大限活かすことが大切である。そして、それがこれからの活動とどう結びついているのかを考え、PRすることで、物語性が生まれてくる。

●物の見方を変える

本物の資源の価値を活用するとき、自分達からの視点だけでなく、違う立場の視点から価値を考えてみる大切である。

地域の人にとってはなんでもないと感じられる資源と、それを取り巻く生活そのものを見せることが、地域外から見ると面白いものであったり、斬新なものであったりすることがある。

資源の活かし方でどれだけ地域を、面白く、楽しくできるかということが一番大事な部分であり、そういう日常的に楽しんでいる地域の人たちの姿やその空間そのものが「地域のブランド」になり、ファンの心を捉えることになる。

b) しっかりしたコンセプトを持つ

●一貫した考え方や理念を持つ

本物の資源を活かす際には、どのようにその資源の持つ魅力に磨きをかけ、活かし、伝えていくのかということに関して、一貫した考え方や理念が必要である。他の情報に惑わされ、画一的な町おこしや一過性のイベントで競い合っているのは、本物の資源を活かすことはできない。

本物の資源を活かした活動を通じた成果は何か、住民、来訪者がどのような生活や楽しみを地域で得ることができるのか、そのために本物の資源をどのように活かすのかといった考え方について、ブレのない、一貫性のある活動の方針としてメンバーで共有するとともに、地域内外に発信することが、地域づくりの裾野を広げていくことにつながる。

●ここにしかないものにこだわる

本物の資源を活かした活動がうまく展開している地域では、ここにしかないという独自のこだわりを有している。また、何かと競い合うのではなく、自分たちは自分たちのオリジナルでやっていくという考え方が大切である。

即効性のある成果を求めて、もともと地域にない素材や、どこの地域でも考えられる施設整備等を行ったがために、本物の資源を台無しにしてしまうケースがある。

地元の素材を、地元の人が、地元の空間を使って活用したり、PR したり、また、それを伝える方法として、本物の資源をモチーフとした独自のロゴマークやキャッチフレーズを考えたりするなど、ここにしかないもの、ここでしかできない活かし方を考えることが、時間や手間がかかっても、結果的には本物の資源に磨きをかけ、成果を挙げることにつながる。

c) 戦略的にイメージを伝える

●人の心を動かすイメージ戦略を考える

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)の活用が最も有効である。

マスコミを活用することにより、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、メンバーの緊張感を持続し、モチベーションをアップさせる効果も期待できる。特に地域限定のケーブルテレビ等の場合には、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。

また、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。

●“ハク”をつける

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・都道府県指定等への認定・指定や、取り組み等に対する行政機関等からの表彰などが挙げられる。こういった、法律や制度等に基づく評価、ないしは認定等を目指していくことは、地域の思いや行動を一定の方向に向かわせるとともに、客観的な評価(=ハク)を得ることで、自信につながる。

また、有名人の起用も“ハク”につながるものである。世間で有名な人に、その地域や資源に触れていただき、認めてもらうことは、時にマスコミに注目されることにもつながり、それが地域にとってのステータスとなるなど、絶大な効果を発揮する場合がある。

3) 本物を活かして地域づくりにつなげる

a) 10年は続ける気持ちをもつ

●10年続けると見方がかわる

活動が一定の成果を挙げている地域におけるプロセスを見ると、些細なことでも、10年間続けることによって、その活動に対する周りの見方が変わってくるという経験をしている。

景観形成に関する言葉で、景観十年、風景百年、風土千年といわれるように、10年というのは、地域が以前と変わったと意識させる一つの目安となっている。しかし、それを誰もがその地域の象徴的な姿として思い描くことのできる「風景」や、地名を聞いただけでその地域らしさをイメージできる「風土」へと高めていくには、百年、千年の時間がかかるとされている。

本物を守り、活かすという活動は、3年や5年ではなく、はじめから最低でも10年は続ける覚悟を持つこと、そして、その先の百年を見据えて取り組むことが必要である。

●仕事ではなく、楽しむ感覚を持ち続ける

活動が数年経つと、例えば「また、来年もイベントをやらなければいけない」といった義務感が生まれてくる場合がある。また、最初は自分たちが面白くてやっていたイベントが、仕事のようになってしまう、続けていくことに限界を感じ始める。

活動を継続していくためには、仕事ではなく、“楽しむ”という感覚を持ち続けることが必要である。義務感や仕事のような感覚を覚え、目標を達成することに対する苦しさを感じたり、具体的な展望を見失いそうになったりしても、小さくてもいいから楽しんで出来ることを続ける、という意識を絶やさず歩み続けることが大切である。

b) 地域住民主体の組織をつくる

●活動の目的を明確化する

メンバーによる組織化により、活動を始める際には、当面のアクションとともに、その先にある「目的」を明確にすることが重要である。すべての活動について、それを何のために行うのかを、つねに自問自答し、確認しながら行動に移していく。

単に当該組織の営利のみを目的としたような活動であれば、地域づくりの活動に主体的に参画する地域住民の裾野は広がらない。活動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あることが大原則であり、そのような目的を明確化することによって、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。

●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うまく組織運営が行えている。また、地元との顔役と行政とのつなぎ役、思いを伝える人と活動をマネジメントする人といったお互いの強み、弱みを補完し合える関係で、2人3脚でメンバーを牽引していくような地域も見られる。

●参加しやすい組織体制をつくる

各地域で実施する事業を動かしていく際には、それぞれの事業の中心人物に光が当たるように組織を運営することが望まれる。リーダーが全ての場で表にでると、そのことをよく思わないメンバーが出てくるためである。ただし、メンバーに各事業の中心的立場でのびのび動いてもらうには、リーダーがすべてのメンバーとつながり、全ての責任を負うという態度を示すことが大切である。

また、事業を継続させていくためには、参加するメンバーが、ある程度自分の思いで取組を選択できる仕組みが必要である。義務感による取組み(与えられる取組み)では、長続きしないので、自分の好きな活動に、参加できる時にだけに参加できるなど、参加メンバーの事情に応じた人的資源の使い分けができる仕組みをつくることが望まれる。

c) 他の組織とつながる

●連携による相乗効果を生み出す

本物の資源を活かした地域づくりに取り組む団体が複数ある場合には、それらの活動をつなぐことによって、相乗効果を発揮する事例も見られる。

団体の連絡会、協議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、活動の相乗効果を発揮することも可能となる。

互いの活動に関する情報を発信しあったり、事業実施に際してのスタッフを調達しあったり、また、共同によるイベントや事業の実施に際して、共通のツール・体制にて情報発信や受け入れ体制を構築するなどが考えられる。

また、企業の社会的貢献(CSR)に対する意識が高まっていることから、活動のテーマによっては、地元企業を活動に取り込むことで、人的・技術的・経済的支援が得られるケースもある。

●地域外のファンをつくる

若い世代が活動に参加することで、地域や組織に活気が生まれ、他のメンバーにも影響を与えるケースが多く見られる。

大学や専門学校との連携による取組み等では、取組みに対する専門的なアドバイスが得られることに加え、若い人々と地域の高齢者等との交流によって、高齢者を元気にしている。また、学生にとっても現場をフィールドとした学習の機会となる。

また、地元の担い手不足という課題に対して、地域にとって必要な人材を地域外から戦略的に呼び込むという方法をとっている地域もある。人材育成は重要であるが、喫緊の課題に対応していくためには、地域内で一から人を育てていくのには時間がかかりすぎてしまう。

そこで、地域内または組織内でどのような人材が求められるのかを明確にした上で、多様なメディアを通して参画の呼びかけを行うとともに、希望者が安心できる受け入れ体制を構築することによって、担い手を呼び込み、地元住民とのコラボレーションによる地域づくりを進めている。

d) 行政との連携体制をつくる

●行政は地域の自主的活動を支える黒子となる

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、市民の自主性を高めるケースがある。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。

公共で建設し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も多い。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。

●行政のビジョンや構想への位置づけを行う

行政との効果的な連携体制を構築するためには、行政が人的、財政的な支援を行いやすい環境を作っていくことが望まれる。

具体的には、行政の各種計画類の中に、地域団体が行おうとする活動の地区や目標を位置づけておくことで、地域が勝手に取り組んでいるのではなく、行政の構想や計画に基づく活動であるという裏づけを行う。それができれば、地域団体、行政双方にとって、活動推進の説明や、予算の確保が行いやすくなる。

そのためには、筋の通った一貫した目標設定や戦略の構築を行うことが求められる。本物の資源を活かした取組を推進することで、どのような地域をつくっていくのかを行政と地域とできちんと共有しなければならない。そういった対話やビジョン・戦略づくりに際しては、第三者として専門家等の協力を得ることも有効である。

5.3 モニタリング手法の検討

(1) モデル地域における取り組みの活動進捗状況や効果を測定する仕組み

モデル地域は現在一定の活動が行われ、かつ、マスメディアなどでも紹介されているなど、一般の人にも認知度の高い地域であると言える。しかし、この状態に満足していたのでは、現在のほんまものの地位は他の地域にとって変わられる可能性もあると言える。

そのため、持続的に地域が発展し続けるためには、地域活動や地域資源の品質が適格、適正に管理されている必要があります。その品質の管理を行う方法として、地域の状況を継続的に監視するモニタリングという方法が適正であると考えます。

また、モニタリング方法としては、地域が継続的に改善され、発展していくことが重要であることから、地域が目標とする姿に向けて、計画をたて(Plan)、実行し(Do)、その評価(Check)にもとづいて改善(Action)を行う、という工程を継続的に繰り返すPDCAサイクルを活用することが適切であると考えます。

(2) 基本的考え方

1) PDCA サイクルの実施

- 地域づくりのビジョンの達成を目的に持続的できめこまやかに PDCA サイクルを回すことが重要である。
- 本物を活かした地域づくりの実現のために立案されたアクションプランが日常レベルに落とし込まれ、日々実行されていくことを想定する。
- アクションプランの実施状況や実行結果をあらゆる先行指標でモニタリングをおこなうことを想定する。
- モニタリングは、四半期、年度単位で地域づくりの達成状況の評価をすることで戦略の達成状況の評価・分析を行う。
- 本物を活かした地域づくりの達成状況、因果関係、方向性などを検討し、地域づくりのアクションプランの見直し、修正を行い地域にとって精度の高いアクションプランへとブラッシュアップしていくことを想定する。

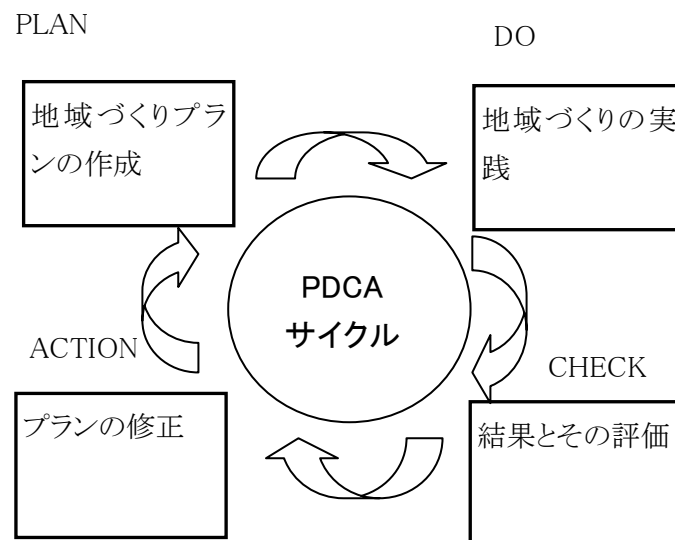


図 5.2 PDCA サイクル

2) 2段階のステップで効果を測定する。

- モデル地域はすでに、セルフチェック指標によって十分に、その地域のほんもの度が評価されているため、今後の効果測定においては、その評価の指標がどれくらい向上しているのかについて、把握することによって、その効果の測定が可能となると考える。
- しかし、この指標は、一定の高い評価点にあるモデル地域については、一定の限界点に達するものと考えられるため、新たな客観的な活性化度評価を用意するものとする。

3) STEP1 としてのセルフチェック指標の活用

- 前述したように、STEP1として、セルフチェック指標を活用する。
- セルフチェック指標は、①本物度評価(ほんまもん潜在能力度)と②やる気度評価(取り組み度)の2つであるが、モデル地域は、基本的に①本物度評価(ほんまもん潜在能力度)はベースとしてあるので、②やる気度評価(取り組み度)の進捗状況をモニタリングすることで、その向上の度合いを測定することができるものとする。
- モデル地域においては活動体制や活動内容についてはいずれの地域もほぼ評価が高くなっていることから、今後は地域資源のオリジナル性や地域資源を活用した商品の開発・販売、第三者承認といった、地域の価値向上や外部へ向けての認知度の向上といった活動内容に対する評価を高く設定していくことで有効なモニタリングが図れると考える。
- また客観的数値が把握可能なものについては、具体的な数値を用いてセルフチェックの深度化を図っていくことも考える。

4) STEP2としての客観的指標の活用

- STEP2として、STEP1で行った活動から波及する効果を測定するため、客観的指標を活用する。
- 客観的指標は、地域が現在よりどれだけ活性化したかを示す「ほんまもん地域活性化度」をモニタリングすることで、波及効果を測定できるものとする。
- なお、客観的指標については、「定住地域活性化度」「経済地域活性化度」「誇り地域活性化度」の3つの区分からその評価と効果測定を図るものとし、指標については、行政が行う統計データだけではなく、すぐに測定できるようなデータやアンケート調査などを活用することが想定される。

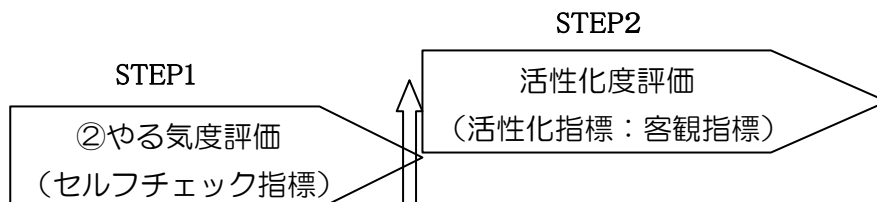


図 5.3 2段階評価のイメージ

(3) モニタリング指標について

上記の基本的考え方により、以下のようにモニタリング指標を考える。

1) セルフチェック指標の中で、モニタリングに使用する指標

【やる気度評価】におけるセルフチェック指標

①活動体制

- 推進体制・組織の確立 : 取組を推進する体制、組織が確立され、組織規模としても妥当か
- 取り組みの目標 : 取組の目標が明確であるか、ほんまもん地域資源に対して取組目標が妥当か
- 活動の核となる人材 : 活動の中核(キーマン)となる人材がいるか
- 地域の人々の参画 : 活動に対して地域の人々の参画があるか
- 多様な人材の参画 : 地域住民だけではなく、目標達成に必要な人材の参画があるか
- 後継者の育成 : 後継者を育てる仕組みがあるか、活動体制の中の若年層の人数、リーダー研修への参加者数の増加はあるか

②活動内容

- 活発な運営 : 活発に運営がなされているか(会議数、部会数、イベント数など)
- 活動の継続性 : 継続性の高い活動であるか(活動の継続年数)
- 活動の効果 : 取組が効果を発揮しているか(定住人口、交流人口が増加しているか、商品販売額、出荷額などが増加しているか)
- 活動内容の計画性・実効性 : 今後の取組計画に実行性があるか(現在の取組からステップアップを狙った活動であるか)
- 環境に配慮した活動 : 環境負荷軽減のための取組を行っているか(ごみの量が低減している、地域の里山の増加、まちなかでの緑の増加など)

③価値向上への取り組み

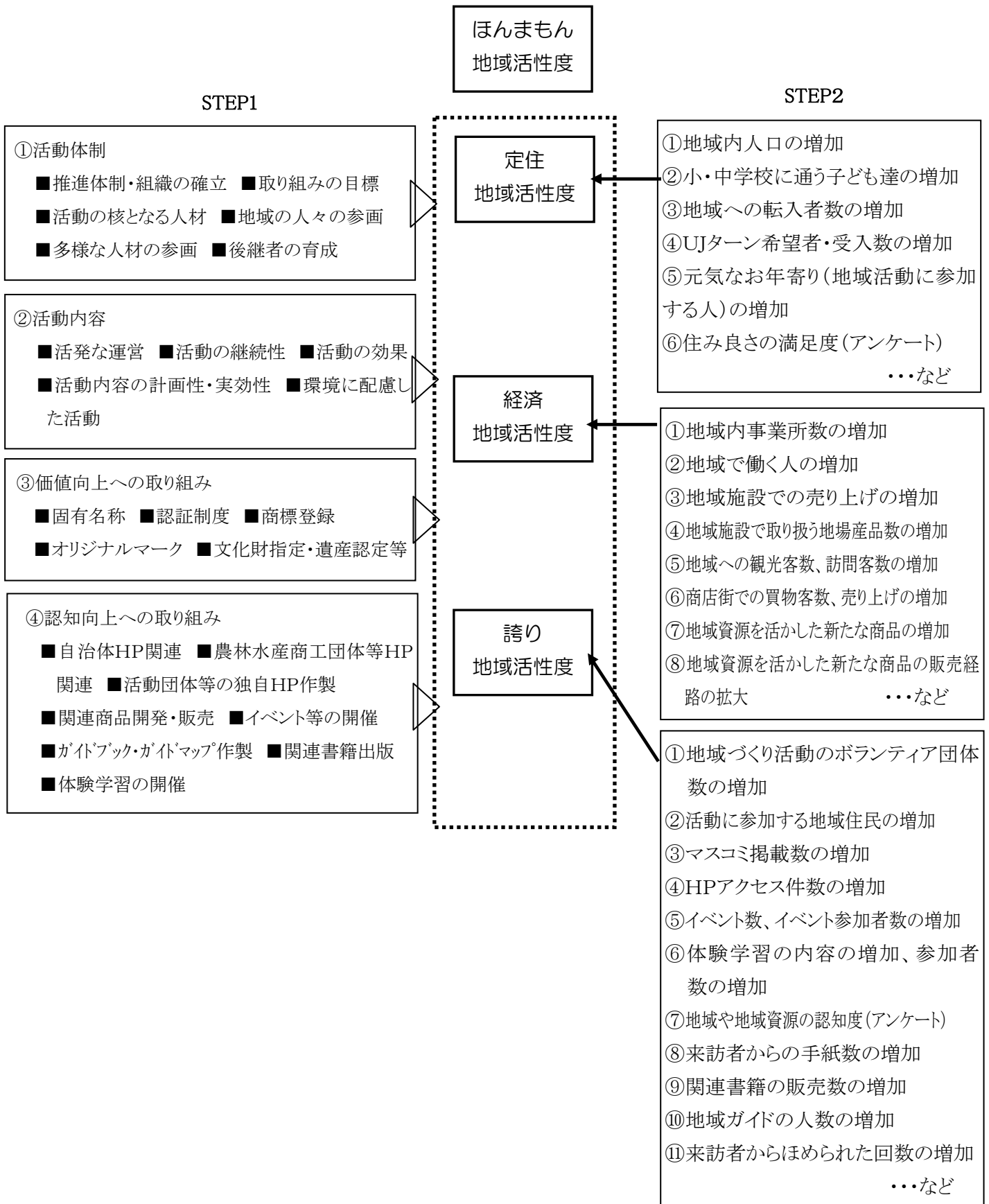
- 固有名称 : 資源に誰もが識別できるような名称をつけているか
- 認証制度 : 資源を認証制度の登録に取り組んでいるか(登録されたか)
- 商標登録 : 資源の名称の商標登録に取り組んでいるか(登録されたか)
- オリジナルマーク : 資源独自のオリジナルマーク、キャラクターなどを作製しているか
- 文化財指定・遺産認定等 : 重要文化財、重要無形文化財、重要有形民俗文化財等の指定、認定に取り組んでいるか(指定、認定されたか)
- 国立公園・天然記念物・百選指定等 : 国立公園、国定公園、天然記念物、史跡、名勝、景観地区等の指定、認定に取り組んでいるか(指定、認定されたか)

④認知向上への取り組み

- 自治体HP関連 :自治体や観光協会等関係組織のHPに取り上げに取り組んでいるか(取り上げられているか)
- 農林水産商工団体等HP関連 :JA、漁連や商工団体等のHPに取り上げに取り組んでいるか(取り上げられているか)
- 活動団体等の独自HP作製:活動団体や第三者等、独自のHPの製作に取り組んでいるか(製作されているか)
- 関連商品開発・販売 :資源に関する商品を開発・販売しているか
- イベント等の開催 :資源に関連するフォーラムやワークショップ等のイベントを定期的に行っているか(開催回数の増加)
- パンフレットの作製 :資源に関連するパンフレットを作製しているか(利用者が使いやすいものであるか(アンケートによるチェック))
- ガイドブック・ガイドマップ作製 :資源に関連するガイドブックやガイドマップを作製しているか(利用者が使いやすいものであるか(アンケートによるチェック))
- 関連書籍出版 :資源に対して記述された書籍が出版されているか(出版書籍数の増加、販売数)
- 体験学習の開催 :資源に直接触れることができる体験ツアーなどが開催されているか(体験ツアーメニューの増加、参加者数の増加)
- ガイド・ガイド機器の設置:資源の案内をするガイドの配置や音声案内用端末等のガイド用機器が設置されているか(設置数)

※青文字は今回のセルフチェックリスト内容で客観的数値が把握可能なもの等。

2) 活性化度評価に使用する指標について



(4) モニタリングすることにより、取り組み内容を改善していくためのフォローアップの仕組

1) 「モデル地域の活動発表大会」等の開催

- 前述したように、総合的な地域活性度は、一定の客観的データによって確認することは可能であるが、それだけでは、地域の誇りの維持・継続や、やる気のさらなる向上は見込みにくいと考えられる。また、実際の数値でみることのできない効果や、さらなる向上に向けた問題点や課題がみえにくいと考えられる。
- そのため、本調査のモデル地域においては、毎年、「モデル地域の活動発表大会」等を開催するなどによって、モデル地域毎の交流や連携、さらに支援し合う場をつくっていくことが有用と考えられる。
- このような地域活動の定期的な発表会を開催することによって、モデル地域自身の地域活動の励みになることや、モデル地域をお手本に地域活動を進めている他地域においても、活動の参考となるものである。
- さらに、大会での地域活動に尽力した人や組織・団体の表彰など、顕彰制度も組み合わせられるとなお有効であると考えられる。

2) 他地域への啓発や他地域との交流連携を踏まえたフォローアップの仕組み

- さらに、モデル地域の取組内容を改善していくためのフォローアップ施策を以下のように整理する。実施主体にあたっては、(仮称)モデル地域づくり推進協議会のような事務局の設立が必要となるものと考えられる。
- 具体的には、モデル地域として活動してきた知恵と工夫と努力等を他地域へ発信したり、交流することによって、地域活性化度のさらなるグレードアップが図られると考える。

表 5.3 フォローアップ内容

項目	フォローアップ内容(例)	主体
「モデル地域の活動発表大会」	地域活動の定期的な発表会であり、地域活動に尽力した人や組織・団体の表彰など、顕彰制度も組み合わせることを想定する。	(仮称)モデル地域づくり推進協議会
情報提供活動・交流支援活動 ほんまもんを活かしたよりよい地域の姿や将来像、その実現に向けた手法・視点などを、勉強会やシンポジウム、討論会などのイベントをとおして広く情報発信し、共有化していくことを想定する。	・勉強会、見学会等の開催 本物を活かした地域づくりに関して、モデル地域として解決してきた課題やテーマについて、モデル地域の活動家の方等が講師となり、講演会・シンポジウム・討論会などを開催することを想定する。 ・現地シンポジウムや交流会等の開催 モデル地域の方々と、次の候補となる地域や、アドバイス等支援を欲している地域において、現地での交流会を開催して、よりよい方向性や活動のあり方についての交流の機会をつくることを想定する。	(仮称)モデル地域づくり推進協議会
地域コーディネート活動 住民・行政・企業などの力を引き出し、本物を活かしたよりよい地域づくりの実現のために、先進モデル地域と候補地域などが気軽に連携して活動が拡大していくことを想定します。	・国・地方公共団体の計画・事業推進の調整および支援 地域づくりを進めていく上で、活用が可能な補助事業の紹介を行うとともに、国・地方公共団体の計画や事業の推進にあたって、国・府県・市町村・地域住民など、それぞれ異なった立場をつなぐ潤滑油となって、調整していくことを想定する。 ・候補地区の地域づくり活動に対し、モデル地域での活動のキーマンからのサポート(相談・連携) 活動の輪をひろげ、気軽に相談・連携し合える仲間を増やしていくことを目的に開催する。	・(仮称)モデル地域づくり推進協議会 ・近畿地方整備局 ・府県 ・市町村