

### 3. 水源地域活性化活動の実施手順の提案

前章で示した 8 つのポイントと 3 つの活動分類を踏まえ、水源地域活性化活動を実施していく手順を提案します。

今回紹介する手順は、これから水源地域活性化活動を実施する場合の手順のモデルです。そのため、各地域の現状を踏まえて実施していく必要があります。

【水源地域活性化活動の実施フロー】



次ページからは、「水源地域活性化調査」やその後の活動で実施された具体的なポイントを紹介します。

## （１）組織の立上げ【地域が一体となる組織を立ち上げる】

地域が一体となった組織を立ち上げることが、水源地域活性化活動の成否の鍵になります。地域の現状や課題などを共有することができる関係者が集まった組織を立ち上げましょう。

【共通】目的や取組の絞込みと共有が、ぶれない組織をつくる。

- 水源地域を活性化するためには、地域が主体的に活動していく組織が必要になります。組織の立上げ時には、行政機関や関連団体を巻き込み、地域が一体となって活動できる場を醸成していきます。
- 組織の立ち上げにあたっては、まず、課題や目的を明確化し、関係者間で共有することが必要です。
- 活動内容に応じて、組織に関係者を巻き込んでいきましょう。
- また、継続して活動を実施していくためには、活動の中心となる『キーマン』の存在が不可欠です。そのため、地域活性化に熱意があり、行動力がある、地域からの信頼が厚い方を発掘しましょう。
- 地域が一体となって円滑に活性化の取組を進めるには、活動や情報などの透明性の確保が重要です。情報や会計の透明化を確保しましょう。

### 《事例》

- 既存組織をもとに、地域活性化の取組を実施する組織を設立しました（川治ダム）。
- 行政や地域住民、関係者が参画した協議会を設立しました（平取ダム）。
- 活動内容や目的を絞った活動組織を設立することで、スムーズな活動につながりました（梁川ダム）。
- 策定した活性化計画を推進していくための団体を地元組織や住民が中心となって設立しました（平瀬ダム）。
- 地域の活性化を推進していくための組織を若手が中心となって設立しました（小石原川ダム）。
- 活動を継続していくために、『担い手育成研修会』に参加し、ノウハウなどを獲得しました（小石原川ダム）。

## （２）場の確保【懇談できる場を確保する】

水源地域の活性化に向けた取組を実施するためには、活動の主役となる地域住民との関係を醸成するための施設（集会所など）が確保されているかを確認し、必要に応じて公共施設などを確保します。

【共通】地域住民が集える施設を確保する。

- 地域活性化活動は、地域住民がコミュニケーションをとりながら実施していくことが望めます。そのため、日頃から地域住民が集うことができる施設（集会所、事務所など）の確保が重要になります。
- 日頃から地域住民が集える施設がない場合は、自治体等に相談してみましょう。
- 必要以上に大きな施設等は、管理費がその後の負担になりますので、気をつけましょう。

### 《事例》

- 活動組織の株式会社化を契機に、行政の庁舎内にあった事務所を地域内の遊休施設に移動しました。地域住民が集まりやすい場を確保することで、地域住民との距離が縮まり、活動の認知が広がりました（嘉瀬川ダム）。

### 【3】関係構築・強化【人のつながりは地域の宝になる】

主体となる取組団体だけで、水源地域の活性化を実施することは困難です。そのため、地域住民や関連行政、地域外の活動団体や専門家、学生など、様々な主体との関係を構築・強化することで水源地域の活性化に向けた取組を実施していきます。

#### 【共通】外部の知識・技術のアドバイザーを確保する。

- ・地域住民や活動団体だけでは、水源地域を活性化していくことは困難です。そのため、地域外で活動している専門家を確保し、適宜、商品開発のためのアドバイスを求めていくことが必要です。

##### 《事例》

- ・外部の専門家を講師として招き、地域づくりをはじめとして地域住民向けの勉強会を開催しています（嘉瀬川ダム）。

#### 【共通】行政が組織と組織の橋渡し役となる。

- ・組織間での利害関係などにより、円滑な活動の実施が困難になることがあります。
- ・また、行政が主導することにより、地域の主体性の消失や担当者間の温度差の発生などが、活動に影響を与えることがあります。
- ・そこで、活動団体から信頼されている行政が組織と組織の橋渡し役になり、地域の中をつなげていくことで、各組織が連携するとともに、主体的に取組を実施していくことができます。

##### 《事例》

- ・廃校の有効活用策を検討するために、行政が地域に声かけを行った結果、地域住民が主体となった協議会が設立されました（平取ダム）。
- ・行政が、活動団体と関連団体、地域住民とのコーディネート役を担うことで、スムーズな活動の実施につながりました（嘉瀬川ダム）。

#### 【特産品開発】先進的な取組を見せることで行政からの信頼を獲得する。

- ・地域の課題を解決するための先進的な取組を地域と連携して実施していくことが、行政からの信頼の獲得につながります。
- ・行政からの信頼を得ることにより、活動の継続への支援や、他の特産品の開発にもつながっていきます。

##### 《事例》

- ・行政機関と連携した活動を実施することで、河川の占用面積の縮小に伴い発生した土地を活用した『農園の整備・運用』につながりました（梁川ダム）。

【観光・交流】複数の者の役割連携の関係を構築する。

- 地域住民や活動団体、地域外の活動団体、専門家、教育機関などと連携し、それぞれの主体の役割を明確にすることが、取組の推進につながります。

《事例》

- 学生サークル、地域住民、アドバイザー、行政それぞれが実施できる内容を話し合い、各主体が連携して活動を推進しました（志津見ダム）。
- 活動団体が計画したイベントなどを地元組織と役割分担を行い、実施しています（嘉瀬川ダム）。
- 地域活性化に関するフォーラムの開催を通して、地域が目指すべき姿を共有することができ、個々で活動している団体のネットワーク化につながりました（平瀬ダム）。

【観光・交流】行政と連携することで、信頼を向上させ、ノウハウ・人脈を活用する。

- 行政と連携して取組を実施することで、対外的な信頼が向上し、取組が推進しやすくなります。
- また、行政が有するノウハウや人脈などを活用することで、民間だけではできない取組を実施することができます。

《事例》

- 財政破綻に伴い民間が中心となって活動を推進してきたが、水源地域活性化調査を通して行政と住民の関係を再構築した事で、その後の生活や地域の活性化に向けた取組につながりました。また、行政と連携したことで、対外的な信頼も確保でき、取組の拡大につながりました（夕張シューパロダム）。

#### （４）地域資源の発見【宝の原石は足元に眠っている】

水源地域を活性化するために、地域住民だけでなく専門家や地域外の団体、学生なども参加しながら、特産品や体験プログラムに活用可能な地域資源がないか現地調査などを通して発見します。また、水源地域の活性化に向けた取組を実施するための施設（加工場や宿泊施設、交流施設など）も探します。

##### 【共通】外部の視点で資源を発見する。

- ・地域の活性化には、既存の価値観やしがらみに捉われない「ワカモノ・ヨソモノ・バカモノ」が必要とされています。
- ・地域内外の学生や団体などと連携しながら、外部の視点で地域の資源を発見していきます。

##### 《事例》

- ・地域の活かすべき資源を学生や専門家などと確認しました（平取ダム）。
- ・学生サークルや専門家とともに現地調査を行い、地域で活用されていないが価値のある資源（例：規格外の農産物）などの魅力を確認しました（志津見ダム）。

##### 【共通】実施内容に応じた適切な施設を確保する。

- ・活動を継続していくためには、活動の拠点となる施設を確保する必要があります。
- ・施設の確保にあたっては、実施当初から大きな施設の確保、建設するのではなく、活動内容や参加者数を勘案しながら、身の丈にあった施設とする必要があります。

##### 《事例》

- ・廃校を活用することで、地域との関係を強化することができました（梁川ダム）。

##### 【特産品開発】地域ならではの素材を発見する。

- ・特産品の材料となる素材や、安心、安全で魅力的な農産物等を発見します。
- ・地元で生産されている高品質な農産物や地域ならではの食べ方を現地調査や地域のお年寄りへの聞き取り調査などで発見します。
- ・地域で加工できる農産物等を発見します。

##### 《事例》

- ・学生サークルや専門家とともに現地調査を行い、地域で活用されていないが価値のある資源（例：規格外の農産物）などの魅力を確認しました（志津見ダム）。
- ・現地調査や地域住民等へのヒアリングなどを実施し、地域で生産されている高品質な農産物や、その食べ方などを発掘しました（嘉瀬川ダム）。
- ・現地調査を行い、特産品の材料となる地域ならではの食材を発掘しました（川治ダム）。

##### 【特産品開発】加工施設・加工機材を確保する。

- ・特産品を開発するためには、商品の試作や生産を行う加工施設を確保する必要があります。
- ・加工施設は、生産する特産品にあわせた許可を得る必要があります、関連法令に合致した施設を確保する必要があります。

《事例》

- ・事務所内にある調理場を保健所からの許可を受けた加工施設とし、加工品の生産を実施しています（嘉瀬川ダム）。
- ・行政と連携し、特産品の生産を拡大するための加工施設や加工機材を導入します（志津見ダム）。

【観光・交流】水源地域ならではの魅力・フィールドを発見する。

- ・水源地域ならではの自然環境や自然を活用してできる体験素材・プログラムを発見します。
- ・都市でニーズがあり、水源地域で実施可能な資源を発見します。
- ・都市や他の水源地域では体験できない自然環境やプログラムを発見します。
- ・消費者のニーズに合致した体験プログラムを実施していくためには、その地域ならではの自然環境などを活用できる活動フィールドを確保する必要があります。
- ・活動フィールドは、活用するだけでなく、継続的に使用するためにも保全活動を同時に実施していく必要があります。

《事例》

- ・大学生と連携して地域資源を発掘することで、大学生が魅力を感じる資源（すずらん群生地、農地、牧場など）を確認し、それらを活かしたイベントなどを開催しました（平取ダム）。
- ・都市住民を対象とした体験ツアーに活かせる地域資源を発掘しました（小石原川ダム）。
- ・ノルディックウォーキングのコースとしてふさわしいルートや、カヌー・カヤックが体験できるフィールドを発掘しました（川治ダム）。
- ・都市部でブームとなっている『登山』と連携した施設運営を実施しています（平取ダム）。
- ・地元の大学と連携し、健康をテーマとした健康増進プログラムや薬膳料理などの提供を実施しています（日吉ダム）。
- ・地域の記録映像を通して、地域の魅力や歴史資源を確認しました（夕張シューパロダム）。

【観光・交流】外部の眼差しで地元では気がつかない魅力を発見する。

- ・地域外の専門家や活動団体などと連携して、地元では見慣れた自然環境や体験などでも、地域外の住民にとっては新鮮な魅力となる資源を発見します。

《事例》

- ・大学生と連携して地域資源を発掘することで、大学生が魅力を感じる資源を確認し、それらを活かしたイベントなどを開催しました（平取ダム）。
- ・学生サークルとアドバイザーが現地調査を行い、都市住民が興味を持つ地域資源を発掘しました（志津見ダム）。

## (5) ターゲットの設定【どこで誰に売るのがかを明確にする】

商品をどこで、誰に売るのがにより、商品のデザインや量、内容、価格などが変わってきます。地域で提供できる商品に合致したターゲットを設定します。

### 【共通】都市部のニーズを把握し、ターゲットを絞る。

- 地域で提供できる商品と、都市部でニーズがあるものを比較し、ターゲット（商品の販売先）を決定します。
- また、想定したターゲットのボリュームや潜在的なニーズが十分であることを検討します。

#### 《事例》

- 都市部の登山ブームに沿った宿泊施設の運営を実施することで、継続的な運営につながっています（平取ダム）。

### 【特産品開発】販売先に応じ、商品の規格を変更する。

- 同じ内容の商品を販売するにあたって、地域の道の駅やスーパーで販売する場合と、都市部の大手スーパーでの販売、空港や駅での販売では、商品のデザイン（パッケージ）や内容量、価格などが変わるとともに、購入する層も異なっています。
- 地域が製造できる商品の量や質に応じて、想定する販売先を設定する必要があります。

#### 《事例》

- 地域のスーパーや道の駅などを調査し、地域で販売されている商品の特徴を整理し、特産品の内容や価格などを設定しました（嘉瀬川ダム）。

### 【観光・交流】ターゲットに応じ、体験プログラムの内容を変更する。

- 同じ種類の体験プログラムであっても、参加者の属性（年齢、性別など）や、経験の有無などによって、提供するプログラムの内容は変わってきます。そのため、地域で実施することができる内容を勘案し、ターゲットを想定する必要があります。

#### 《事例》

- ターゲットの興味、関心に沿った体験プログラムを開発し、個別のニーズに対応できる体制を構築しています（小石原川ダム）。
- 社会人、修学旅行生など、複数のターゲットに応じて体験プログラムの内容を変更しています（平瀬ダム）。

## (6) マーケティングの実施【商品の可能性を探る】

提供する商品が、ターゲットする層のニーズに合致するかを確認するために、産直市への出展やモニターツアーの実施、ヒアリングなどを通してマーケティングと商品の改良を行います。

### 【特産品開発】 目利きから商品の可能性を探る。

- ・実際に商品の販売に携わっている目利き（専門家）に試作品などを確認してもらい、商品化に向けた可能性や改良すべきポイントなどのアドバイスをもらいます。

#### 《事例》

- ・都市部の住民のニーズに合致すると思われる資源が本当に価値あるものかを産直市で試験販売し、商品の改良につなげています（志津見ダム）。

### 【観光・交流】 直接の体験（試食）を通して、都市住民の生の声を聞く。

- ・モニターツアーなどを実施することで、設定したターゲットやツアー内容が都市住民のニーズに合致しているかを把握していきます。

#### 《事例》

- ・地域資源を活用した体験ツアーの可能性を把握するためにモニターツアーを実施し、新たな体験プログラムの開発につなげています（小石原川ダム）。

## (7) 商品化【魅力ある商品を提供する】

水源地域の魅力を活用しながら、想定するターゲットのニーズに合致する商品化を図り、提供していきます。

### 【共通】 消費者のニーズに沿った適度なこだわりの商品をつくる。

- ・生産者のこだわりのみでは、商品を販売することは困難です。また、消費者のニーズに合致していても、その地域らしさがない商品を販売することは困難です。
- ・そのため、消費者のニーズを的確に捉え、その地域らしさがあるこだわりの商品を開発していく必要があります。

#### 《事例》

- ・地域の活性化の基本計画となる『水源地域ビジョン』に沿った取組を実施しています（日吉ダム）。
- ・地域の魅力を活かした『健康増進プログラム』を作成し、地域の宿泊施設で提供しています（日吉ダム）。
- ・水源地域活性化調査の際、鹿肉等を活用した特産品開発を実施したが、オリジナルブランドの確立が困難であるとともに、保健所等への申請が必要であるため、販売にいたっていません（平取ダム）。



### 【特産品開発】都市の商品開発・加工力と連携する。

- 地域内だけで商品開発ができない場合は、都市部の商品開発力や加工力を活用していくことも必要です。
- 消費者のニーズに合致していくためには、消費者のニーズをよく把握している企業と連携していくことが近道となります。
- 都市部の商品開発力や加工力を活用するにあたっては、水源地域が原材料の供給場所としての位置づけにならないよう留意する必要があります。

#### 《事例》

- 都市部の企業と連携し、地域で栽培された農産物を利用した商品の開発を行っています（嘉瀬川ダム）。

### 【特産品開発】ターゲットに応じて質や価格、量を設定する。

- 想定するターゲットや販売場所にあわせて、特産品の質や価格、量を設定する必要があります。
- 例えば、駅や空港などのお土産品として販売する場合は、持ち帰りやすく、パッケージのデザインがよい商品が好まれます。一方、道の駅や地元のスーパーなどで販売する場合は、ある程度の量があり、低価格な商品が好まれます。さらに、卸売業者を通して販売する場合は、適切な卸値の設定など、ターゲットや販売先によって、質や価格、量を決定していく必要があります。

#### 《事例》

- 地域のスーパーや道の駅などを調査し、地域で販売されている商品の特徴を整理し、特産品の内容や価格などを設定しました（嘉瀬川ダム）。

### 【特産品開発】複数の魅力を詰め合わせる。

- 1つの商品で地域らしさや消費者のニーズに合致しない場合は、複数の商品を詰め合わせることで、特徴のある商品に仕上げることができます。

#### 《事例》

- 地域内で生産されている特産品や農産物を『ふじから便』としてとりまとめ、商品の魅力を向上させて販売しています（嘉瀬川ダム）。

### 【観光・交流】好評の商品にこだわり、洗練させる。

- 消費者からの評判が良い体験プログラムなどは、品質を向上させ、リピーターの確保に努めましょう。

#### 《事例》

- 都市部からの参加者が多い『結婚活動支援事業』を継続しています（小石原川ダム）。
- 参加者からの評判が良いカヌー体験などを継続しています（川治ダム）。

## （８）情報発信【商品の魅力を発信する】

水源地域の現状や取組内容をホームページや広報紙、マスメディアを活用して想定するターゲットに情報を発信していきます。

### 【共通】情報発信するための技術を身につける。

- ・消費者に対して、効果的に情報を発信するためには、自らの言葉で地域や商品の価値を発信していく必要があります（外注して作成した情報媒体がよいとは限りません）。
- ・発信にあたっては、地域の価値や商品に関するストーリーの確保や、全体の構成を工夫しましょう。

#### 《事例》

- ・情報発信技術を身につけた担当者がホームページやフェイスブックなどで情報発信を行っています（嘉瀬川ダム）。
- ・情報発信技術を身につけるためにホームページ作成等の研修を受講した上で、活動団体がホームページの管理・運営を行っています（小石原川ダム）。

### 【共通】ターゲットを絞った情報発信を実施する。

- ・不特定多数にチラシを配るなど、取組内容やイベント情報を単純に発信していくだけでは、コストがかかるだけで想定するターゲットには効率的に届かない可能性があります。
- ・情報を発信するにあたっては、想定するターゲットの嗜好を検討し、ターゲットが接触する媒体を用いて情報を発信していく必要があります。
- ・例えば、アウトドアイベントを実施する場合は近郊のアウトドアショップにポスターやチラシを掲示する、食の試食会を実施する場合は料理の専門学校や料理教室に情報を発信するなど、効率的・効果的な情報発信を検討していく必要があります。

#### 《事例》

- ・プレスリリースなどを実施し、積極的にマスメディアを誘致することで、地域内外に活動内容を発信しています（川治ダム）。
- ・ホームページやSNS（フェイスブックなど）を活用した積極的な情報発信により、地域内外に活動内容を発信しています（嘉瀬川ダム）。
- ・ホームページの積極的な運営（Youtubeの活用など）により、本当に情報を必要としている人が見るツールによって地域の魅力を発信しています（小石原川ダム）。

## あとかき

水源地域における地域活性化活動は、水の安定的な供給のみならず『地域づくり』に結びつきます。そのため、地域の関係者が集まった組織を立上げ、地域の資源を全員で見直し、魅力を磨き、商品（体験プログラムや特産品など）を開発していきます。

1回の商品開発で順調に推進していくことは困難です。継続的に活動を実施していくためには、試作品の開発やマーケティングを継続的に実施し、商品の改良や、新規商品の開発を行っていく必要があります。

その際、価格を下げるのではなく、商品の魅力やサービスを向上させ、商品の価値を向上させていきましょう。これは地域の価値の向上にもつながります。

水源地域活性化活動は、1人で悩んでいても解決できません。

国土交通省では、行政、有識者（研究者、専門家等）、関連業界（食品、旅行業界等）、及び各地の団体（NPO 法人等）が、お互いの顔の見える関係の中で、問題解決を図るとともに、様々な知見や情報の双方向の共有を目的に『水源地域支援ネットワーク』を構築しています。

水源地域活性化活動の壁にぶつかった時は、お近くの自治体や国土交通省に相談してください。

### 【参考情報：水の里応援プロジェクト】

国土交通省では、水源地域（水の里）の維持や地域活性化に必要な取組を推進していくことを目的に『水の里応援プロジェクト』を実施しています。

具体的には、水の里の活性化のための取組のうち、『水の里』ならではの魅力を活かした特産品の販売や観光振興を目的とした、都市部へのプロモーション活動を関連業界と協力しながら実施しています。

『水の里』の特産品や観光資源をいわば『水の里ブランド』として位置づけ、現在、各地域で個別に取り組んでいるプロモーション活動を、全国の『水の里』が共同で行うことで、日頃、“水の安心や安全”の面で恩恵を受けている下流部の都市住民から『水の里』への関心や支援を喚起することを目指します。

詳しくは、『水の里応援プロジェクト』ホームページをご覧ください。

■水の里応援プロジェクトホームページ：<http://www.strata.jp/mizunosato/>

### 《国土交通省連絡先》

国土交通省 水管理・国土保全局  
水資源部 水資源政策課 水源地域振興室  
〒100-8918 東京都千代田区霞ヶ関2-1-3  
tel:03-5253-8392 / fax:03-5253-1583

