

## 2. 地域活性化に向けた理解醸成への取組詳細

本事業実施地域において、なぜ本事業に取り組むことになったのか等、事業実施に至った背景・経緯等の概略を整理した。

### (1) 北海道平取町

#### ①これまでの取組

#### 北海道平取町

平取町は、アイヌ文化伝承の地として、さらにはトマトや和牛の産地として有名であり、それらの資源を活かした観光施策や定住施策等が実施されている。そうした活動を支える任意団体、NPO 等も続々と立ち上げられており、それらの活動団体等が繋がり支えあうことのできる体制や仕組みづくりの構築が検討されているところである。

### 1. 平取町概要

- 人口：5,550 人（平成 25 年 2 月 1 日現在）
- 行政面積：743.16k m<sup>2</sup>
- 平取町は北海道日高地方の西端に位置し、東西 52.8 km、南北 41.1 km とやや三角形に似た形状をしており、日高山脈の最高峰「幌尻岳」や清流「沙流川」のほか、「すずらん群生地」など豊かな自然に恵まれている。夏は涼しく冬の積雪は少なく、北海道では比較的温暖で過ごしやすい気候の地であるとされる。
- 農業を基幹産業とし、「ニシパの恋人」というブランド名のトマトをはじめ、和牛や米、胡瓜などの農作物を生産している。トマトの生産額に至っては平成 24 年には約 41 億円に達し、わが国でも有数の産地となっている。
- また、昔からアイヌ民族の方々が多く暮らしており、アイヌ文化を伝承・保存するとともに、さまざまな体験活動を行うこともできる。
- 平取町では、平成 18 年に「一人ひとりがまちづくりの主役です 輝くびらとり未来につなごう」をテーマとした第 5 次総合計画が策定され、住民との協働や地域の個性・特性を活かしたまちづくりが展開されているところである。

平取町位置図



## 2. 平取町における地域活性化の取組概要

### (1) これまでの地域活性化の取組経緯

- 平成 16 年 9 月に、平取町は隣接 3 町で構成する合併協議会を離脱。合併の有無にかかわらず、行財政運営の大転換が必須のものとなっていたが、これを契機に、全町民が心をひとつにして地域づくりを行うことを目指すようになる。
- しかしながら、高齢化の進展や道東自動車道の開通等の影響による交流人口の減少、農業をはじめとするあらゆる分野における後継者不足等が課題として挙げられている。
- こうした背景もあり、平取町では交流型のまちづくりを進めることで、産業活性化、雇用機会の創出、定住人口増加をキーワードとした平取町観光振興ビジョンを平成 24 年 3 月に策定。具体的な施策としては体験学習型観光、観光拠点の整備、観光協会の強化、イベント、特産品開発等が挙げられている。



### (2) これまでに実施されてきた主な地域活性化の取組概要

- 平成 20 年度より、北海道が独自に支援を行う「地域再生チャレンジ交付金」制度を活用し、様々な地域活性化策を検討・実施している。
- 主な事業は以下のとおり。
  - －市街地活性化対策事業－

平成 20 年 5 月 12 日～10 月 24 日の毎週月～土曜日の期間、午後 1 時～5 時まで開館し、町内文化団体の作品展示や販売を行い、期間中約 1,600 人の来館者。町内の文化サークルによる講座等も開催。
  - －観光客入込拡大推進事業－

平取町の観光資源である「すずらん群生地」と「幌尻岳」への観光客等の入込拡

大を図るための仕掛けづくりとトマトを素材とした新製品や観光グッズ等の開発を実施。新商品として、青と赤のトマトジャムとドライトマトを試作し、商品デザインもいくつか案を開発するまでに至る。

#### ー一定住化・都市との交流事業ー

道内外から観光客を誘致し、夏季集中の通過型観光だけではなく、リピーターや移住希望者の受入体制の整備を行い、地元商店街の活性化を目指すため、移住コーディネート支援としてふるさと親子留学推進協議会を通して移住者誘致の施策提案と他町の実施状況調査およびネットワークづくりを実施。

#### ー景観クラスター事業ー

平成18年度に文化庁の指定を受けた「沙流川流域の文化的景観」を活用したカルチュラルツーリズムの推進や、町民に景観づくりの重要性を浸透させるための景観形成計画を策定し、文化的景観と連携した平取町の全体の景観計画概要と外国語版を作成した。

#### ー輝くびらとりを担う人材育成事業ー

平取高校の特色ある教育（福祉コース）を支援し、地域の若者が町内の福祉施設等へ就職しやすい環境を整えることで、福祉サービスの充実などの面において、地域の課題解決や資源の活用にむけ、住民が主体となって取り組む内発型の地域ビジネスの起業化を促進することを目的としたもの。平成20年度介護福祉士国家試験に3名が合格し、介護福祉の資格が取得できる学校として認知されつつある。

#### ー新規就農促進対策事業ー

新規に農業経営によって自立しようとするもの等への支援・誘致事業を推進することで、就農人口の減少に歯止めをかけ、トマトを中心にブランドを確立しつつある「びらとり野菜（ニシパの恋人）」の継続的な生産量を確立し、「地域ブランド」の強化を目的とする。2名を新規に農業研修生として受け入れ、農家でトマトの栽培技術を習得。研修3年目の農業研修生2名（夫婦）は実践農場で研修し10月に就農。町内農業者及び農協からも、農業新規参入者の受け入れに対し期待する声が強くなっている。

- その他事業も各種行っているが、人材育成や地域住民の地域づくり活動への理解を促す事業の一環として平成19年度より「若者の地方体験交流支援事業（地域づくりインターン事業）」を実施。都会の若者に、農作業体験、アイヌ文化体験、ケアハウスでの高齢者との交流、地域イベントへの参加などのプログラムを提供することで地域住民の方々に交流の楽しさを知って頂くとともに、他人を受け入れる力を付けて頂くことを主な目的として実施しているものであるが、これまでに10名以上のインターンを輩出している。

### 3. 平取町における地域活性化を担う関係者や理解醸成を図る人材の推進体制等

#### (1) 関係者整理

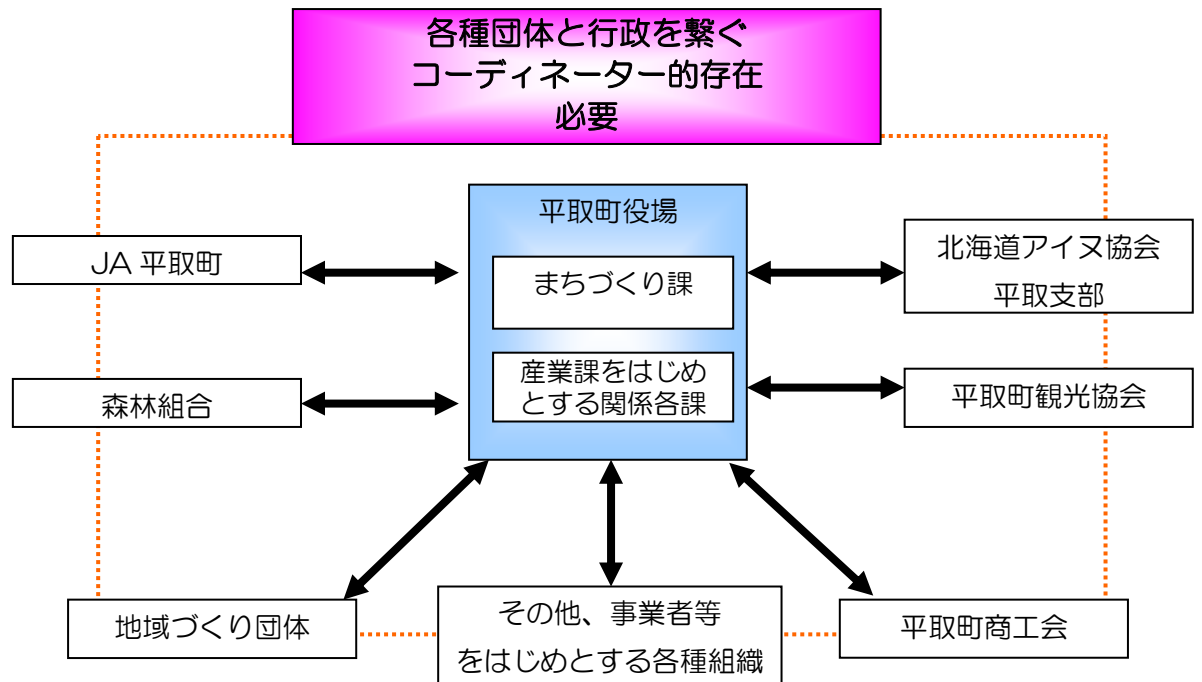
- 前述の通り、地域活性化に関する様々な取組が行われている中で、行政のみならず、JA、商工会議所、NPO 等が活躍している。
- 特に、地域再生プロジェクトにおいては、事業の進捗管理を行う機関として、行政、民間、町民の三者で構成される委員会を設置。住民参画・協働の機会ともなり、例えば町内の文化サークルや地域づくりを手掛ける任意団体等もプロジェクトに多く参加している。
- それまでは各種団体がそれぞれバラバラに活動している感が否めなかったが、一つの事業を軸として協働体制を検討し実施することで、結束が図られつつある状況である。

#### (2) 具体的取組

- 地域づくり活動に関しては行政が主体となることが多かったが、今後は各種団体間の連携や協業を促す仕組みや体制を構築することを検討している。
- 例えば、JA 平取町は特産品である「びらとりトマト」、「びらとり和牛」、お米(「ななつぼし」、「きらら 397」、「ゆめぴりか」、「おぼろづき」、「ほしのゆめ」、「かあちゃんもう一杯」の 6 種類)の PR を行っているが、観光や交流をキーワードに活動する団体等と協業することで PR 活動に弾みをつけることが考えられる。
- こうした取り組みの一例として、町内の飲食店が中心となって作られた「びらとり地産地消の会」では、各店で「ニシパの恋人ランチ」を検討・メニュー化し、観光客・地域住民に提供するとともに、行政や商工会と協働し、平取の食材 PR を行っている。その際は、びらとりトマトまたはその加工品を使用すること。お肉は「びらとり和牛」または「平取産黒豚」のいずれかを使用すること。お米は平取産を使用すること。野菜は原則として平取産を使用すること。必ず所定の「のぼり」を立てること。価格は 980 円とすることの 6 つのルールに則ることとしている。



◆平取町における地域づくり関係団体相関



## ②シンポジウム・ワークショップ内容

### 1. 平取町シンポジウム・ワークショップの概況

#### 1) 日時・場所等

日時：平成25年1月20日（日）

場所：ふれあいセンターびらとり（住所：北海道沙流郡平取町本町 35-1）

#### 2) テーマ

「地域活性化への理解醸成」シンポジウム・ワークショップ in 平取町

#### 3) 構成

地域課題に応じた実践的なワークショップを交えたディスカッションを行うことで議論を深める。

#### ＜シンポジウム・ワークショップ構成案＞

|                                      |          |                                                                                                                           |
|--------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| シン<br>ポ<br>ジ<br>ウ<br>ム               | 活動<br>紹介 | 地域づくり活動団体の活動紹介（3団体）全体で20分程度<br>・団体プロフィール、活動内容、活動メリット等を紹介するほか、参加方法等も説明                                                     |
|                                      | 講演 1     | 宮口先生による講演                                                                                                                 |
|                                      | 講演 2     | 今村先生による講演                                                                                                                 |
| ワ<br>ー<br>ク<br>シ<br>ョ<br>ウ<br>ッ<br>プ | 相談会      | 地元若手、中堅、行政関係者による相談会<br>・宮口先生を全体統括、今村先生をメインコーディネーターに、議論を行い、最後に両先生に纏めて頂く。<br>テーマは以下のとおり。<br>「平取町らしい地域活性化を探る」<br>「平取町らしさを探る」 |
| まとめ                                  |          | 講師等による総括                                                                                                                  |

## 2. 平取町シンポジウム・ワークショップ結果の概要

### 1) 講師講演「地域の価値の再確認と活性化のための力の結集」

(早稲田大学教育・総合科学学術院教授 宮口侗迪 氏)

#### ● 自らの地域を語れるようになる

- ・ 「自らの地域を語れるようになる」とは、どこに何があるかなど自分の地域を知っているが、それにどんな価値があるかを語れるかということ。
- ・ 日本は山の下方に田畑を作り、その生産力を大きくすることで上方まで田畑を作らずに済んだが、ヨーロッパは山を全て利用しないと食料が足りなかった。日本は地面だけで食料を賄えたのに対し、外国ではそうはいかない国が多く存在する。
- ・ 北海道の開拓は米を作ることから始まる。基本的には 30 町歩の正方形を 5 等分した 5 町歩であり、これが北海道の開拓の 1 戸分である。北海道で大規模農家が成立した理由の背景には経済成長の中、5 町歩の農地では生活できなくなると、近所に農地を売却し都市へ出たことがある。これは北海道では常識だが、内地では土地を売却することはせず、多くは農業を営みながら職を探して兼業化することで収入を増やす手段を選ぶ。土地を売却して農家が出ていくので人口が減少し過疎地域が多いが、過疎化が始まった初期には一家が残っているため高齢化はしておらず、農業が軌道にのっていれば後継者もいる。近年、その軌道が傾きつつあり、少し高齢化が進んでいると考えてほしい。
- ・ 北海道は日本の中では相当、他と異なる地域である。しかし、その中で平取町もまた異なるように思う。自分たちの特徴または自分たちがどういう価値を持っているのかを改めて学び直し、自ら人材・力をつけていく。地域に価値を付加するのは人の力であり、何かで生きていく力を持つ人がいれば、そこに小さなビジネスが生まれるのである。



#### ● 北海道は日本の中では特別の個性をもつ地域

- ・ 九州から東北までの日本は江戸時代までに開発・干拓を積極的に行い田畑を増やしていった点が類似している一方、北海道はアイヌ人の世界であった。
- ・ 北海道の農業の大規模化は社会の性格に起因する。北海道はどう開拓していくか、見知らぬ人と集まって相談し合うことができた。制度が整うと 30 町歩の土地を 6 等分した 5 町歩の農地が作られていき、収入不足などで農業を廃業すると近所がそ

の農地を購入した。こうして北海道は大規模農家となっていった。

- **活性化しているとはどういうことか**

- ・ 「活性」とは科学用語であり、化学反応が起きやすい状態を活性度が高いという。社会が活性化しているということは、「人と人との間に絶えず反応が起き、新しい仕組みが生まれる状態」のこと。
- ・ 社会が活性化するためには「人と人とが接触する場づくり」が大切。交流を地域基本戦略に置くべきである。

- **外部の人との接触の意義ー補助金から補助人へー**

- ・ 約 10 年前より「補助金より補助人」と言われるようになっている。
- ・ かつて、国土庁で地域づくりインターン事業を発案し、現在は市町村独自で募集し継続されている。総務省では集落支援員を作り地域おこし協力隊を立ち上げた。世の中でも多くの活動が価値を認められ作られている。
- ・ 田舎には農業の技や資源など田舎の力があり、一方、都会には PC 技術など都会の力がある。都市で身に付けた技術を田舎で活用するというように、双方の力が結び合わさったときに田舎は素晴らしい場になっていく。これが外部の人との接触の意義である。

- **内部の接触と反応**

- ・ 「協働」とは違う力を結集して飛躍的な力にすること。異なる考えをもつ人達が意見を持ち寄り重ねることで新しい方向が見えてくる。
- ・ 中富良野「ファーム富田」。写真家がラベンダー農家であった其処を訪れた時のことを、農家の主が喫茶店を経営していた男性に話したことがきっかけで、男性が農家をプロデュースし、季節の花を植え、農地を開放することで大きなビジネスチャンスにつながった。富良野に住んでいた倉本聡がドラマ「北の国から」を制作すると、周囲が富良野に興味を持ち、観光地になった。数十年前にはわからなかったこの価値を見出したのは都市部の人である。

- **系列化の時代にいかに生きるか**

- ・ 系列化の大きな原因はバーコードの普及によるデータ管理の簡素化。バーコードを通して必要なデータが本部コンピューターにて全て把握できるので、地元経営者の取り分は少なく、本部が吸い上げていく利益の方が大きい。
- ・ 系列化への対抗策は「遠くで管理できないものを地域から作っていくこと」
- ・ 地域づくりとは「時代にふさわしい価値を内発的に作り出し、地域に上乘せしていくこと」



- ・ 都市商店街がシャッター街になる原因の一つに人が顔を合わせるような広場がないことがあげられる。
- ・ 大きな都市では作れない地域資源を改めて学び、育てる。

#### ● 新たなツーリズムの育成を

- ・ 経済だけではなく、小さなビジネスが多く生まれることが必要であり、地域内に多様な役割を育成することで経済循環が起こる。様々な活動グループの協働がカギ。
- ・ アイヌの故郷であるということも大きな資源である。

#### ● 改めて北海道に期待することー21世紀型協働社会の構築ー

- ・ 近代以降にできた社会の基本は個人主義。
- ・ 北海道の都市は日本の中でも都市らしい性格を有し、新しい出会いを億劫がらず、あまり子供の世話にならない。北海道の農村も都市らしい体質を有し、経済合理主義で投資による負債の多さや高い移動性は内地よりも高い。これらを強みとして生きていってほしい。
- ・ 真の協働社会への脱皮。少子高齢化でつぶれかけている日本社会をどういう方向に向けていくかという点で北海道はリーダーになりえる。

## 2) 講師講演「地域づくりのキーマンになる！キーマンを探す！」

(街づくりカウンセラー 今村まゆみ 氏)

### ● 地域づくりのキーマンとその必要性

- ・ 地域づくりのキーマンとは単なる有識者、肩書を持つ人物のことではなく、地域のことを熱く思い、利他的な精神を有したうえで、影響力、企画力、行動力を発揮することのできる人のことである。



### ● 地域づくりを阻む壁

- ・ 地域づくりを阻む壁として、人事異動の壁、単年度予算の壁、人材の壁、富の壁、地元 3 横綱の壁の 5 つがおもに考えられる。
- ・ 人事異動の壁とは市役所や町役場の職員の方々が概ね 3 年ほどで移動してしまう結果、地域づくりに対するモチベーション等に齟齬が生じる結果として地域づくりのスピードが人事異動によって失速する傾向があること。
- ・ 単年度予算の壁とは、通常地域づくりの政策に着手する際は種々の補助金を初期の段階で活用するパターンが多いが、この補助金が多くの場合、単年度で支給されるために、事業そのものが単年度的なものになる、継続性を度外視したものになってしまうこと。
- ・ 人材の壁とは決して市役所や町役場の方の能力が低いという意味ではなく、それぞれの役場、部署、課の業務を遂行するために必要な能力に特化した人材の集団となってしまう結果、新規事業の立ち上げ当の際に出されるアイデアの数や幅に限界が生じること。
- ・ 富の壁とは、ある特定の人々は個人的には生活に困らない程度の資産を有している結果、相対的に地域づくり政策の必要性を感じない、故に危機感を覚えにくいという傾向が生じること、さらにそれに関連して地域づくりの推進のチャンスの存在にそもそも気付かなくなること。
- ・ 地域 3 横綱の壁とは自治体、商工会議所・商工会、JA、観光協会等の地域組織を差し、これらの強力な組織が連携・協力関係ではなく、しばしば対立関係を構築してしまう結果、帰って地域づくりの阻害要因となること。

## ● 地域づくりの成功要素

- ・ 地域づくりの分野で成果を出している地域は危機感が強く、複数のキーマンが存在し、地元組織の方々の連携・協力体制がしっかりと確立されているといった要素が揃っている。
- ・ その他の要因としては地域づくりのコンセプト、目標が明確に定められ、ターゲットと戦略、それを遂行する期間といった計画がしっかりと策定されていること。そして地域づくりの関係者、組織間の情報交換や連携の密度が大きく関係している。

## ● 地域づくりの取り組み事例

### 《長野県飯田の事例》

- ・ 1994 年当時、長野県飯田はリンゴ農園や梨農園などの一次産業が盛んだった一方で急速な高齢化問題に直面し、高齢化した農家の方々がリンゴや梨の収穫の際にハシゴに乗らなくてはならないという作業の困難性に晒された結果、農園を閉めてしまう方々が増加。そこで企画したのが援農体験である。ターゲットは普段デスクワークに追われて運動不足に悩んでいるOLに照準を合わせ、リンゴの収穫時期に2泊3日のスケジュールで報酬無し、宿泊費無しの純粋な収穫お手伝い企画として2組限定で募集したところ、参加者からも大変好評を頂ける企画となった。
- ・ この話を聞きつけた農政課職員の方がのちに2泊3日、3泊4日をベースにしたこの企画をワーキングホリデーという名前を使って都会に住まう方々に援農にどっぷり浸ってもらうことを目的としたプログラムを、当時としては大変珍しいものであったにもかかわらず、今では体験希望者が毎年1,500人という規模にまで成長している。
- ・ この援農プログラムは南信州全体に広げられ、阿智村、松川町、天龍村、など知名度の低かった13市町村において、桜の保護と鑑賞、スノーシュートレッキングといった各地域独自のものをすべて体験プログラム化し、現在では南信州全体で160のエコツアープログラム、年間5.5万人を集客する事業となる。現在、株式会社南信州観光公社という別組織を作って受け入れ態勢を整備している。

### 《東京都御岳山の事例》

- ・ 次の事例は東京都青梅市、御岳山の「ここ掘れワンワン！お犬様プロジェクト」。
- 御岳山には紀元前創建の武蔵御嶽神社があり、この地域に住まっている神主の方々の使用する真鍮の発する音がヒーリングに大変良いということを利用して、天空のパワースポットとして宣伝し、この地域一帯に30～40代の女性層を引きこむことを目的とした事業を2006年～2008年くらいの期間にわたって実施し、その事業が終了したのち、この集客性を持続しようとして御岳山観光協会、青梅市観光協会、

御嶽神社、青梅市商工会議所などがあらゆる努力を尽くしますが、其々が、其々の規格をばらばらに展開するという問題に直面。

- ・ そこでそれらの組織の幹部を集めて情報交換を含めた会議を開催した結果、年間で130ものイベントを其々が独自に展開している実態が浮かび上がり、これをもっと共通の目的・戦略のもとに一本化する方策として「ここ掘れワンワン！お犬様プロジェクト」が考案され、神社が祀っている大口眞神(オオクチノマガミ)を引き合いに出し、ペットを同伴させることのできる神社として宣伝することに決定。
- ・ このプロジェクトに基づいて、各組織がこの目的に沿った経営改革に着手した結果、ペットの連れてきやすさが格段に上昇し、さらに前出のパワースポット(正式にはヒーリングスポット)の宣伝との相乗効果の結果、テレビ番組で取り上げられるなどして集客を伸ばした。

#### 《北海道清水町の事例》

- ・ 「町民参加による特産品開発プロジェクト」を実施し、町内には質量ともにトップクラスの農産品があるにもかかわらず、それを加工した製品が全く出されていないという問題意識が共有されることから始まり、最終的には清水町の水を「超軟水」と銘打って数ある名水の中での差別化を図り、最終的にはこれを「ペケレベツブランド」として世に出していくことが現在計画されている。
- ・ また地元の農産物を使用した加工品の施策も盛んに行われ、またその際に生まれた製品の名前づくりなども行い、トライアル製品として認められたものは給食のメニューとして出されるまでになっている。
- ・ またこの事業に継続性をもたらすため、単年度の補助金が終了した段階で「ペケレベツ情熱会議」を立ち上げ、個人会員 3,000 円、法人会員 10,000 円という会費を設定し、お金を出してでもこの事業を推進、成功させたいという強い意志を持った人材集団に変え、現在はペケレツブランドの商品開発、認定基準の策定、観光交流の促進などの活動に着手し始めている段階。
- ・ ここでのキーポイントとしてキーマンになりそうな新メンバーを現在のメンバーが積極的に会議呼ぶようにすることで、会議の中で指摘された課題を解決する適材を呼び込める体制にすることで連携・協力関係の拡大を図っていること。

### 3) ワークショップ「平取町らしさを探る」、「平取町らしい地域活性化を探る」

#### ● 平取の良さとは何か

- ・ 自分たちの住まう町の良さは他の地域の方からの指摘によって気づかされるケースが多く、また「田舎」という言葉自体に一種の劣等感、マイナスのイメージを持っている地元の方が多く、これを解決していくことも重要なテーマになる。
- ・ 平取はきれいな自然を有しているが、他の地域と比較して特に優れていると感じたのは水のおいしさ、また人の優しさ、相互の気遣いが街の随所にみられる暖かさは東京などの都心地域にはないと考えられる。
- ・ 生活を成り立たせるためには都心へ出ていかなくてはならない現状がある一方で、高齢者の側としては孫の世代に「田舎」を持たせてあげること、都会の生活とは全く違うより空間を提供できるようにすることがとても重要。
- ・ 平取にはアイヌ文化という言葉によらずに伝え受け継がれてきた独特の文化が存在し、またかつてはこの文化に属していた人々は、住居それ自体を人々のよりどころ、集まりどころとして様々な話し合いを行ってきたことから、こうした人間同士のつながりを一層重要視させたり、再確認させるような長所を活用すべき。
- ・ 地元の方にとって平取の価値とは人間同士の関係に重きを置く傾向があり、それ自体には高い自己評価している一方、高齢者が住みやすい環境になっていない点が指摘された。



#### ● いかにして平取の良さを伝えていくのか

- ・ 大切なことはそうした自然的な恵み、地域に存在する他にはない貴重な資源の存在をより良い形で他の地域の方に伝えるといった努力の結果、素晴らしい人間同士のつながりがもたらされる構図を作ること、真の誇りがもたらされるのではないかな。
- ・ 個々の組織や個人の単位で地域おこしの活動を精力的に行っている方々がたくさん存在するが、長期的なスパンでどのようにして町全体を活性化していくのかという全体像が描けていない場合もあり、またその活動自体が他の組織等などの活動と重複してしまうという問題もしばしば発生している。
- ・ 地元の間がもっと自分の住まう地域のこと、有している資源について勉強しなくては他の地域の方に紹介したりアピールしたりする活動に繋がっていかない。

- ・ また、他の地域から来た人間からすると、例えば田舎地域と呼称されること、さらに言及すればアイヌの文化を有すること自体に恥じらいの気持を持ってしまっている方が多いのではないかと感じられ、それはむしろ他との差別化要因、アイデンティティーの源になるものであり、むしろ積極的に出していくべきである。

## ● アイヌという独自の文化をどのようにとらえるのか

- ・ 元々地元に住まう人間にとってはアイヌ文化に対する偏見は、昔は存在していなかったが、その地域に根付いていた文化を正確に理解し、きちんと次の世代に伝えていく努力が不足した結果として、現代の一種の偏見のようなものが出来上がってしまった可能性はある。
- ・ 現代の観光業の傾向としてその土地独自の文化を押し出すのがトレンドになっており、特に食文化については大変な注目が集まっている。ある地域の酪農家の賄い食などは大変ユニークなものであるにもかかわらず、その地域の一般の方、酪農家以外の人々には全く知られておらず、文化の普及が止まってしまっているといった現象も起きている。ここから新しいシーズを取り出し、アレンジを加えて地域独自の製品づくりが今後進んでいってほしいという期待を持っている。
- ・ もう一つ興味深いのは日本を旅行している外国人が最も行きたがる場所とは、実は日本人も良いと感じている地域であり、日本人を集めることができるという事は、すなわち海外からの観光客の誘致に道を開くことであるという意識も重要である。
- ・ 平取に存在するアイヌ文化資料館のような施設と現代に生きるアイヌ文化の子孫の方々との関係としては、子孫の方々が主体となつてかつての生活習慣などを現代に復活させる取り組みを行う構図になっている。それ自体が生計を立てる手段になっている場合もかなり見受けられる。
- ・ 観光の見世物としてではないアイヌ文化の復興という方向性が生まれており、それを支えるための物的、人的資源をどのように担保していくのかということも平取の課題の一つになっている。そこに一般市民が関わっていくことも重要である。

## ● 平取の有する資源の利用法、情報発信の模索と壁

- ・ 平取の課題として共通しているのは有している資源をどのように利用していくのかという方向性を定めるところにある。
- ・ 町民個人間のつながりは大変深く強いものである一方で、地域全体でまちづくり活動等を行っていく際には、なかなかそうした連携や繋がりが見えてこない。この問題の背景には、各村同士が国道などによって断絶させられている結果、双方が飛び地同士のような関係になってしまい、個々の自治体は精力的に活動している一方で、そこには他とのつながり、接点がなくなっている。

- ・ 自治体の長や幹部にリーダーシップを発揮できる方がいるところは活性化が進んでいる。平取のような地域では各分野における細かい仕事を作っていかななくては、田舎地域で人間が生活する基盤を作ることは非常に難しい。地域独自のニーズを掘り起こし、それを街づくり会議などに諮って問題解決に取り組むプロセスの中で新しいアイデアが生まれる可能性がある。
- ・ 北海道で例えば、札幌などは都市型人間、農村地域と疎遠になってしまった方々が多く住まわれており、平取は札幌からは観光にはちょうど良い距離内にあるため、この札幌地域に住もう方をターゲットとしたキャンペーンを企画することが観光業を活性化させる近道ではないか。
- ・ 観光業も含めて地域づくりを全体的に推し進めていくためには情報発信の連携も重要である。JA や商工会等は地域資源についての魅力的な情報を載せる等しているが、通常、特定の地域を一般の方やメディアの人間が調べる時にはこうした組織のホームページは最初の窓口としては選択しないので、これらのサイトに載っている有益な情報が平取町のサイトと連動して宣伝される仕組みが必要である。
- ・ 情報の検索をかける側が積極的に情報収集しなくては地域の全体像が全く見えないう、各組織がバラバラに情報発信している現在の状況は改善される必要がある。
- ・ 他地域では、大規模の農家があっても、小回りが利かず、近場に多数のペンションがあるにも関わらず、そこで使用される食材は地元産のものではないという問題を抱えている地域がある。平取は逆に小規模性を活かして地元産製品を多くの方に召し上がって頂く機会を創出していくことで雇用を生むチャンスが眠っている。
- ・ ただ、一方で農家の側はトマト以外を扱う余裕がない。また、農協側の制限があるため、平取を訪れた人に直接的にトマトを提供する場も限られてしまっている。
- ・ 自前で畑を営んでいる方の栽培する野菜や、市場には出回っていない平取山の山芋などの作物の有効利用もこれからの課題になる。
- ・ 平取の今後の方向性としては観光業と農業をどのようにして結びつけて相乗効果を創出するのか、それに加えてアイヌ文化をどのようにしてより有益な形で復興させ、まちづくり、地域づくりの要素の中に位置づけていくのが重要になる。

## （２）岡山県笠岡市

### ①これまでの取組

#### 岡山県笠岡市

岡山県笠岡市は多くの島から構成されており市内では、島づくりと中心市街地活性化の取組が積極的に行われている。さらに、島と中心部といった地域連携の実績を踏まえて、現在では他市町村と連携し広域観光による地域づくりに奮闘している。

#### 1. 笠岡市概要

- 人口：53,981 人（平成 24 年 4 月 1 日現在）
- 行政面積：136.03 km<sup>2</sup>
- 笠岡市は、岡山県の西南部に位置し、西は広島県福山市と隣接しており、大小合わせて 31 の島々からなる笠岡諸島を有している。気候的にも温暖で雨が少なく、地形的にも平野が少なかったこともあり、土地については、干拓や埋め立てを行うことによってまかない、特に平成 2 年 3 月には、広大な笠岡湾干拓地が完成。水については、倉敷市を流れる高梁川から導水管を引いてくることにより、全世帯（離島含む）に水道水を給水している。
- 観光面においては、海水浴客で賑わいを見せるほか、世界でひとつしかないカブトガニ博物館を有しており、カブトガニに関する展示はもちろん、その研究も行われている。

笠岡市位置図





## 2. 笠岡市における地域活性化の取組概要

### (1) これまでの地域活性化の取組経緯

- 平成 8 年度に実施した「ゲンキ笠岡まちづくり支援事業」とそれを機に「島の大運動会」が企画され、以後笠岡諸島 6 島による年一回の恒例事業として定着し、笠岡市観光連盟によって見学ツアーも運営されるようになった。
- さらに、平成 19 年に開催された全国規模のフォーラムをきっかけとして、笠岡諸島、三宅島、山形県飛島間で「灰干しプロジェクト」が開始され、各島の保有する技術・資源を相互補完する形で高級干物の製造と販売を協同で行っている。また、これに際して設立された灰干し工場では工場見学ツアーが企画され、「My 灰干し作り」体験の場も提供されている。
- 元来、地域住民の元気を取り戻し経済活性化に繋がるような取り組みを模索する中で、上記のような観光施策が生まれたが、これをきっかけとし周辺地域を巻き込んだ広域観光を検討するようになる。平成 21 年度には、関係する行政職員のために研修を行い、観光施設の見学主体の観光から、地域の魅力発見・掘り起こしを行い、地域住民が活動の主体となる観光のあり方を検討した。
- また、当時国土交通省が実施した「地域再生を担う人づくり支援事業」にも応募。笠岡市に住む地域住民の巻き込み方のほか、諸島という地域性を考慮したうえで、笠岡市の地域づくりに必要とされるコーディネート能力やプロデューサー能力の体得の仕方や相応しい外部専門家の活用法策等を検討している。
- 上記のような背景の下、笠岡市の地域住民のボトムアップを図るとともに、広域観光の体制を構築する活動が行われるようになった。

### (2) これまでに実施されてきた主な地域活性化の取組概要

#### ○笠岡市内の取組

- 「灰干しプロジェクト」の成功をきっかけとし、「灰干しプロジェクト」で製造された製品のほか、特産品を販売するアンテナショップ「ゆめポート」がオープンした。
- また、島民間のワークショップ等から、人口の減少による商売の不成立、高齢化等によって商店街に出向くことが困難になった「買い物難民」への対応策として「バーチャルストア高島屋」事業が提案されるとともに仕組みを構築。笠岡の商店街が必要品の注文を受け、島までの運搬と船着き場で商品の顧客への引き渡しが行われるようになった。
- さらに、笠岡商店街に属する 100 店舗がそれぞれ独自のユニークな 100 円商品を特定の日の一定の時間帯に一斉に店頭に並べる「100 円商店街」を開催し、他県との差別化を図る一環として毎年「100 円商店街」を振った名前を公募している。(過去の例「百縁笑店街」)

#### ○広域観光の取組

- 広域観光の取り組みを始めた翌年、平成 22 年、管内の 5 人の職員が案内する、「5 人の公務員が案内する『春一番！井笠つまみ食いツアー』」を企画。平成 22 年 3 月 8 日に実施した。この取組は、午前中 5 つの市・町のうち 4 カ所に分かれて見学、体験し、午後から残りの町に集まり合同で回るという企画を実施。
- なお、広域観光の取組推進主体として井原市、浅口市、笠岡市、矢掛町、里庄町の 3 市 2 町からなる地域で「井笠広域観光協会」（事務局は笠岡市経済観光活性化内）を設置。
- 現在、井笠地域の観光の視点を「田舎力」とし、地域の「絆」や「人」にスポットを当ててミニツアー等を企画したり講演会・シンポジウム等を頻繁に行っている。また、平成 24 年度からは地域住民の方から学ぶと言う視点で企画した「田舎カレッジ（大学）」を開催。地域のみならず世代を超えて人が集まっており単なる交流の場とするのみならず、地域の抱える課題の共有、解決方策の検討等が行われている。



### 3. 笠岡市における地域活性化を担う関係者や理解醸成を図る人材の推進体制等

#### （１）関係者整理

- 平成 8 年度の「ゲンキ笠岡まちづくり支援事業」をきっかけに「島をゲンキにする会」が組織され、笠岡諸島を構成する島の各島民間の交流が頻繁に行われるようになる。
- 平成 12 年に真鍋島の女性たちが中心となって来島者の増加、島民の活性化等を目的として「笠岡諸島生き活き会」を組織。特産品の開発とそれを使用した独自の商品・調理方法の開発と本土側で開催される市場への出店等精力的に活動している。
- 平成 14 年に設立された「電腦笠岡ふるさと島づくり海社」を経て NPO 法人「かさおか島づくり海社」が平成 18 年に設立。住民のニーズを反映した地域公共的事業を手掛け、その範囲は福祉、教育、特産品開発、都市住民との交流機会の創設など多岐にわたる。
- J R 笠岡駅前付近の商店街などをつくるドラマチック笠岡ネットワーク委員会を

組織。現在、商店街イベント等を手掛けている。

- 国土交通主催「地域再生を担う人づくり支援」事業を実施時、笠岡市ではテンポラリーな組織として、笠岡市における過疎地域である島嶼部・中山間地域が中心商店街と連携し、お互いの地域課題に向き合い、活性化をすすめることを目的とした元気笠岡推進協議会を設立した。しかしながら、事業終了後も存続することとなり、現在、商店街活性化、防災まちづくり、被災地支援等をキーワードにした活動が展開されており、笠岡市の地域づくり活動で中心的な役割を担っている。

## (2) 具体的取組

- 上述のように笠岡市では地域づくりに関わる組織が複数あり、当初は行政が主導で活動を波及させていくという手法であったが、現在は各団体も地域づくりに関するノウハウ等が蓄積され独自に活動するようになっている。
- また、その活動を支える組織としては元気笠岡推進協議会が中心的な役割を果たしている。
- 被災地支援をきっかけとし防災まちづくりにも着手しているが、普段の商店街活動や生活習慣の中に如何に防災の観点を組み入れるか、経済活性化の観点で防災に関する取組を行うことが出来ないか等が元気笠岡推進協議会等で検討されている。
- その一環としてぼうさい朝市等のイベントも積極的に行われている。救援物資として特産品を集め、炊き出し訓練も兼ねて、いも煮や豚汁などを販売する等の仕掛けや工夫も考えられており好評を得ている。
- このように、地域住民の方が楽しみながら地域づくり活動を行うことをキーワードに事業を展開していく予定となっている。

全国から美味しい救援物資が笠岡へ  
**ぼうさい朝市**  
場所: 笠岡商店街つくり寄合所前  
日時: 2009年1月19日(月) 午前9時~午後12時

この事業は内閣府平成20年度「地方の元気再生事業」に選定された「大阪蔵屋敷ネットワーク事業」の一環として行われるもので、かつて北前船のルートでつながった全国各地の商店街から、美味しい「救援物資」がやってくるというイベントです。

**炊き出し実演・販売**  
山形のいも煮や鹿児島県の特産品など災害時の炊き出しを想定して実演・販売します。

**阪神大震災防災パネル展**  
防災意識を高めさせるために、阪神大震災などの防災関係パネル展・ビデオ上映を行います。

**活気(牡蠣)のある商店街へ**  
活気のある商店街へという想いから島の「牡蠣」を届け焼き牡蠣・販売を行います。

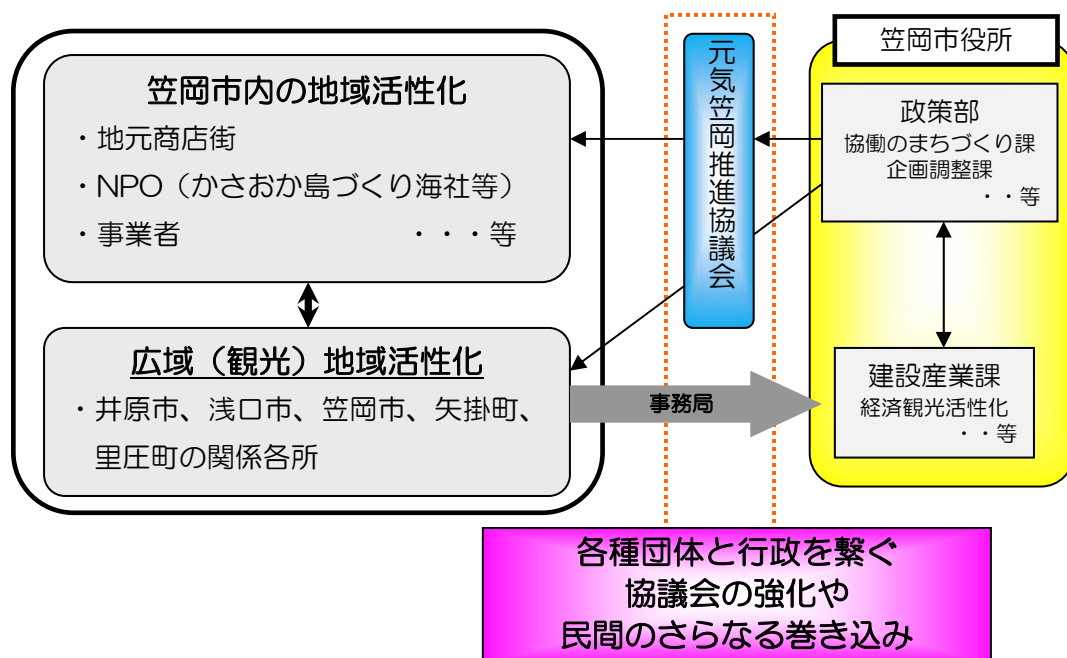
**手造りmy箸教室**  
お箸で有名な福井県小浜の産物産物プロデュースの折れた「お箸」を材料に作っていただきます。参加料: 1000円

**全国の美味しいもの物産展**  
笠岡港へ船で救援物資がとどいたという想定で、全国から美味しい物産品が届き、会場で販売します。

**寄居救援所から物資を輸送**  
災害時道路が寸断された想定として、隣町寄居の救援所を中継してから救援物資を運ぶ防災訓練を実施します。

主催: 元気笠岡推進協議会 大阪蔵屋敷ネットワーク事業  
北前船ルートの全国商店街との物流と防災ネットワークづくり

◆笠岡市における地域づくり関係団体相関



## ②シンポジウム・ワークショップ内容

### 1. 笠岡市シンポジウム・ワークショップの概況

#### 1) 日時・場所等

日時：平成25年2月2日（土）

場所：笠岡グランドホテル（住所：岡山県笠岡市五番町 6-20）

#### 2) テーマ

「地域活性化への理解醸成」シンポジウム・ワークショップ in 笠岡市～100 人の笠岡まちづくりの集い（幸せな笠岡をつくるまちづくり）～

#### 3) 構成

地域課題に応じた実践的なワークショップを交えたディスカッションを行うことで議論を深める。

#### ＜シンポジウム・ワークショップ構成案＞

|                                      |          |                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| シン<br>ポ<br>ジ<br>ウ<br>ム               | 講演 1     | 細野先生による講演                                                                                                                             |
|                                      | 活動<br>紹介 | 地域づくり活動団体の活動紹介（3 団体程度）全体で 40 分程度<br>・団体プロフィール、活動内容、活動メリット等を紹介するほか、参加方法等も説明                                                            |
|                                      | 講演 2     | 中島先生による講演                                                                                                                             |
| ワ<br>ー<br>ク<br>シ<br>ョ<br>ウ<br>ッ<br>プ | 相談会      | 地元若手、中堅、行政関係者による相談会<br>・細野先生を全体統括、中島先生をメインコーディネーターに、議論を行い、最後に両先生に纏めて頂く。<br><br>テーマは以下のとおり。<br>「笠岡のまちづくり（防災・コミュニティビジネス・望ましいプラットフォーム等）」 |
| まとめ                                  |          | 講師等による総括                                                                                                                              |

## 2. 笠岡市シンポジウム・ワークショップ結果の概要

### 1) 講師講演「まちづくりは『ひと』づくり」(中央大学総合政策学部教授 細野助博 氏)

#### ● 日本の「ひとづくりの現状」

- ・ 日本においては経済成長率ばかりに関心が集まっている傾向があり、ここ 20 年間年平均で 0.9% という低水準に甘んじている。しかし一方で日本はこの経済成長を担う人材の育成、「ひとづくり」がほとんどできていない状態にあり、これはまちづくりの分野にも当てはまっている。
- ・ その証拠として現在日本の出生率は 1.35 という水準であり、人口維持に必要な水準である 2.0 に達していない。また厳密には不慮の事故や病気などによって失われてしまう命の存在があるので 2.08 が実際には人口維持に必要な数値になるが、そのことからすると理想と現実の数値には大きな開きが存在することになる。少子高齢化といわれるように若い世代の相対的な減少と高齢者の増加によって活力が失われかねない状態にもある。
- ・ またこれらの問題に加えてデフレによって所得水準が低下するという問題に直面した結果、経済的にも人材育成に割くことのできる資源が相対的に低下している。
- ・ しかしここで重要なのは若い世代に高齢者達がこれまでの人生経験の中で培ってきた知恵を授けること。



#### ● 学生たちのまちづくり

- ・ 都市計画は行政側が一定の権限を持ち、法律をベースにして線を引いて行くようにして形成されるのに対して、まちづくりとは今を生きる全員が未来の地域のために行う大変重要な仕事であり、都市計画よりも自由になんでもすることが出来る。

#### 《立川の事例》

- ・ 駅をはさんで北側と南側に分かれるこの地域は、かつて北に米軍基地があった関係上、地域としては南側が中心街として栄えていたが、基地が返還されたことによって生まれた空き地に大きなデパートやオフィスビルが建てられ始め、どんどん発展する北側の地域を良く思わない南側と対立関係に陥った。
- ・ 象徴的な事例は対立の結果、話し合いの場がほとんど持たれなかったために、この地域に統一のモノレール駅を造るのではなく、JR の中央線に北と南それぞれに駅を作ることになってしまった。
- ・ 1998 年に中心市街地活性化法の適用を受け、南北が対立したままそれぞれが独自の計画書を作成したためにすべて拒否し、双方にメリットのある事業を考案する方

向性を説き続け、結果的には南北間を結ぶ鉄橋を構築し、新宿に次ぐ規模の乗降客数を獲得することに成功。

- ・ その結果として南北が一緒になって街づくりに取り組む姿勢を示すようになったが、このときの計画を提案したのは学生であり、様々なアドバイスを受けながら彼らが本当に地域全体を活性化するような方策を考え、結果として地域は活性化し、また同時に学生たちに良い成長の機会を提供することに成功した。

#### 《福生の事例》

- ・ 福生地区は横田基地がある関係で外国人が多く住まい、そのことが影響してか学力的水準が向上しておらず、毎年3月ごろになると他の地域に移る世帯が非常に多いという人資源上の問題を抱えていた。
- ・ ここでも学生たちを引っ張りだし、福生の有する財産は何かを考えてもらった結果、酒蔵、玉川上水、横田空軍基地等の案が出たため、それらの場所に地域の子供たちを案内させる活動を学生たちが行った。
- ・ この活動に参加した子供たちは発表会を行ったり、ご家庭で父兄の方々に報告したりすることになり、その話を聞いたご父兄の方々が「福生はいいところだ」という意識が芽生え始め、3月ごろに引っ越しをすることを思いとどまる家庭が増えていった。
- ・ この活動の利点は子供と先生の間で学生が入ることによって、子供たちが勉強することについて興味を持ち始め、結果として成績の向上につながっていくという実益、またこれに参加した学生たちがこうした活動をうまくアピールすることによって成功するということ。
- ・ また現代は体罰問題に象徴されるように、教員が学生を叱ることが大変難しい時代になってきたため、学生たちを教育するためにはこうした地域内の人間教育を通して、商店主の方々に叱ってもらえる等の協力を得ることにより、地域全体で若い世代を教育するシステムが構築される。これが実はまちづくりの始まりにもなっている。

#### 《西小山の事例》

- ・ 隣接する町が有名であるがゆえに影のような存在、売りに出来るような目立ったものが何もないという意識が地域に根付いていたが、実は電気をつけないことによって生まれる「日本一くらい商店街」と呼称できるほど、独特の「レトロな雰囲気」という財産を有する地域だった。
- ・ この地域では月に1回、夜の7時から約2時間、参加料1,000円の勉強会を開催。当初は勉強会という設定自体に拒否反応を示していたが、次第に学生たちと打ち解け始め、商店街の方々は滅多にない若い世代の学生たちとの交流を楽しむようになった。
- ・ こうした活動の結果、東横線によって区切られてできた2つの商店街区域の中にとど

のような商店が存在するのかわかりさせる地図を作ること、また単にそれをやるだけではなく、レトロの雰囲気を最大限に発揮して「商店街ミステリーツアー」を企画し3日間で1,800人を動員。

- ・ 開催したイベントにはそれまで区切られた2つの商店街区間をそれぞれ仕切っていた方とは違う新しいリーダー、2つの地区を新たな視点で統合的に仕切っていくことのできるリーダーの育成という目的も備えていた。
- ・ またイベントのためのイベントとならないよう、各商店には通常通り営業を行っていただき、このイベントを利用してより売り上げた向上するような工夫を各店舗で実施するように促している。
- ・ さらにアンケート調査を実施し、店舗内の品ぞろえの変更や商売方法そのものを見直す機会を提供し、顧客情報を集積する良い機会になった。
- ・ 現代はお年寄りの方々をより積極的に活用することが求められており、3K(金、健康、心)を獲得する機会を社会全体が提供していく必要がある。とくに自分は社会にとって必要な存在であることを意識させる心の部分についてはとくに重要である。

#### ● 持続可能なまちづくり

- ・ 日本は地震という地理条件を備えた国であり、こうした特徴に備えたまちづくりも近年の課題になっている。
- ・ 災害は強度と頻度の観点から考える必要があり、この2つの指標の強弱の違いに合わせてまちの作り方も当然変えていく必要がある。また大きな災害はそれ自体が人口流出の原因となり、人口は雇用の発生地に集中するのは避けられないため、様々な課題に直面することになる。
- ・ 日本は6次産業の活性化、すなわち食品・製品製造と商業・サービスを結びつけてより大きな付加価値を生み出していく産業の育成が喫緊の課題になっている。



## 2) 講師講演「“人の思い”と“動くこと”が地域を元気にします」

(株式会社カルチャーアットフォーシンズ代表取締役 中島 淳 氏)

### ● 笠岡の有する資源と課題

- ・ 笠岡にはすでに街を活性化するために日夜活動されている団体、組織、個人の方が多く存在し、これがすでに地域の大きな財産となっている。それらの方々の行っている活動に継続性がみられ、役所の提供する単年度の事業にはない素晴らしさが備わっている。
- ・ 問題点はこれだけの人的資源に加え、実績はノウハウの蓄積があるにもかかわらず、それがあまり他の地域に伝わっていないこと。
- ・ また各種のイベントなどは最終的には普段の活動に利益をもたらすような形にデザインする必要がある、また地域全体を活性化していくためには各種行われているイベントを一つの方向性へと統合していく必要があるが、こうした作業は決して容易ではない。
- ・ 大切なことは経済のシステム、ひとがたくさん集まり、集まった人が何らかの形で地域にお金を落としてくれ、またそれが一定の循環性を持つように仕組みを作る必要がある、そのためには子供たちの積極的な参加を促すことと、世間の「ママ」達が集まってくれるようなものを作ることが重要になる。



### ● 地域力を高める「内発の動き」の事例

《日本一小さな百貨店》

- ・ それまで地域の人々の物資調達や憩いの場として機能していたJAの売店が閉鎖になることをきっかけとして、65歳以上の高齢者の方々が見よう見まねで売店経営を始めた。
- ・ 経営を開始すると次第に地域に必要なものが不足していることを肌で感じるようになり、それを補完するような形で営業を展開し、規模は小さくても、「小さな百貨店」として全国に発信していくという方向性をとるようになった。
- ・ こうした動きがあることを知った京都の丹後の学生たちがボランティアとしてこの事業に参加するようになり、活性化が促進されることになった。
- ・ ここで大切なポイントになったと考えられるのは資源に乏しいという状況の中において「日本一小さな百貨店」という独自のコンセプトを作り上げ、人の関心と呼ぶわかりやすいメッセージを発信したこと。
- ・ 笠岡には実際には観光資源とはみなされていないものの中に魅力的なコンテンツ

が含まれており、「牛フンシチュー」「カブトガニ」などおもしろそうだと思ってもらえるものが多い。

- ・ 笠岡はもうすでに次の段階、すなわち独自のコンセプトを持って顧客を誘致した後、では何を提供できるのかという部分を考える段階に入っている。ここが地域としての知恵の出どころとなっている。
- ・ もう一つのポイントは学生などの若い世代を引き込むことに成功した結果、活力と能力に富んだ世代がまちづくりにその力を使う方向に進んだこと。

#### 《日之影町の事例》

- ・ それまで何もなかった地域にまちづくりの一環としてチューリップを植えたことによりまちを訪れる人の数が増えた。
- ・ これをきっかけにしてこの地域ではお土産作りを始め、さらにチューリップという季節もののハードの提供以外に夏場の避暑地としてこの地域を売り出し始め、廃校となった校舎を改築して夏合宿の施設を作った。
- ・ 大切なことはどのようにして町が形成されていったのかという「プロセス」を多くの人が共有することであり、他の地域で行われたイベントや注目されている物や施設それ自体だけに注目しても示唆は得られない。

#### ● 外部人材の活躍事例

- ・ 近年では総務省の「地域おこし協力隊」、農林水産省の「田舎で働き隊」等のように地方の活性化のために働いてくれる人に対して給与を支払う制度が出来上がったことで、第三者の立場でまちづくりに貢献してくれる人材が増加した。
- ・ またそうした活動に応募してくれる人たちは単に都会での生活、会社での仕事に嫌気がさしたというようなネガティブな発想ではなく、この機械でしか学べないこと、経験を欲する非常にポジティブな考えから応募されており、最終的にその地域に自分の生活を映してしまう、あるいはそのようになってもいいという覚悟を持って参加されている方も多い。
- ・ 独創的な活動として、山形県の朝日町に地域おこし協力隊として派遣された学生は気ぐるみを着て地域の人との話し相手となり、日常生活の様々な場面で困っているがら相談できる相手を見つけることが出来ずに悩んでいる人たちの相談役になる活動を展開し、様々な表彰を受けるという事例も出ている。
- ・ 佐賀県唐津に派遣された地域おこし協力隊の隊員は買い物難民の解決策として駅中売店の「キヨスク」から発想して「移動スク」の制度を作り、様々な支援制度、補助事業を駆使して家にタッチパネルを設置し、そこでその日に必要なものを買うことが出来るようにした。
- ・ しかしそれによって外出の機会が減ることを防ぐために、公民館を利用し、そこに徒歩で 10 分から 15 分かけて来てもらい、お菓子などを広げて楽しく話ができる

空間を作った。

- ここに地元のスーパーがスカイプ中継を利用して特売品などの宣伝を行い、顧客から買い物リストを預かり、そこに記載されている商品を夕方に運び込む事業を展開している。
- 対馬の島おこし協働隊では、外から来た人材が行う活動がきっかけとなって、それまで地元で活動していた島おこし活動の団体がつながりを持つようになっていった。外から来た人材が組んだツアーリズムきっかけとなって、わざわざ対馬に出かけていく価値が創出され、訪れる人たちを楽しませ、またリピーターになってもらうための工夫を島全体で行うきっかけが生まれた。
- 自分達の住まう地域に来ればこうしたことが出来るという点を媒介として、活力ある学生や他の地方の人々を巻き込むことによって、地元民だけでは気づかない点やアイデアを生む機会が生まれ、それを基に人と、お金が循環するシステムを構築することを目指して協力していくことが重要であり、すでに行っている魅力的な活動をもっと世に伝えていくことが大切になる。

### 3) ワークショップ「笠岡のまちづくり（防災・コミュニティビジネス・望ましいプラットフォーム等）」

#### ● 人を繋げる場としての商店街

- ・ 笠岡にある広い土地を有効活用してもっと様々なイベントが開催されるような方向に地域全体を持っていくべきである。
- ・ PR の場として有効活用する方法と同時にいかにして地域づくりに貢献している組織を地元根付いた、継続性のあるものにしていくかについても考えていかななくてはならない。
- ・ 大規模なイベント等の開催によって多くの組織団体の活動を相互に関連させ、参加者の方々が様々な楽しみ方ができるようなものを企画したいが、一方でそうした大規模なものをやろうとするほど物的、人的サポートが必要になるという問題を抱えている。
- ・ まちづくりのためのイベントはその目的と規模の設定をしっかりと行い、かつ内容的にも多くの方の賛同を得られるようなものを準備する必要がある。
- ・ 商店街をイベントなどのまちづくりの動きにもっと利用していくべきだ。
- ・ まちの活性化の究極のポイントはそこに住まう住民の活性化であり、それを実現する場としての商店街という位置づけは重要であり、ここから生まれるイベント等の企画と商店街の側との相乗効果がより大きくなっていくような仕組みを構築するべきだ。



#### ● CM と PR の違い、発信する内容の差を意識する

- ・ まちづくりの活性化のためには PR をとにかく迅速に行い、動きの主体となる層を活性化することが重要で、そのためには組織に対して新陳代謝を起こすような方策をとり入れていくことも大切になる。
- ・ CM と PR には明確に違いがあり、CM はとにかく情報発信する主体が世間に認知されることを主目的にしているのに対して、PR は単なる宣伝にとどまらず、実際に例えば何かのイベントに参加してもらう、それらの活動のリピーターになってもらうところまで目標に入れるのが PR になる。よって自己の活動を展開しそれをよりよいものにし、範囲を広げていくことを考える場合にはこれらの使い分けについても意識する必要がある。
- ・ イベントや活動に対してはまずそれを行う側が楽しめるものであることも重要で

ある。

- ・ 自分たちの発信している情報と実態のギャップに注意し、顧客の側が期待しているものと自らが提供しているものの間に差を生じさせない努力も重要になる。
- ・ 既存のネットワークの中から者としての資源だけでなく、人という資源を掘り起こし、そこから生まれる新しい相互作用に注目していくことでマンネリ化を防ぐ対策にもなっていく。

#### ● ネットワークの重要性

- ・ 情報発信とその効果的な統合を行う主体が存在すること、それらの主体を媒介してネットワークを構築していく努力が求められている。
- ・ まちづくり活動に携わり肉体的、精神的に疲労がたまっている方向けの屁一リング口座の開設などを通してまちづくりを側面からサポートする方法も考えられている。
- ・ 情報を発信する際にはその発信する情報の信頼性をいかにして高めていくのかについても意識し、また社会貢献的な活動を大きな規模で展開する際の資金援助組織、スポンサーとしては信用金庫、信用組合など資金の投資先に困っている組織を利用することも検討するべきである。
- ・ ケーブルテレビなど地域の認知度の向上を企業の命題に掲げているメディアの存在を積極的に活用し、相互的に発展していく体制を作っていくことも重要である。
- ・ 後方については媒体が多様化し、かつ性能が向上したことによってかつてに比べてある分野においては集客が容易になった部分もある。問題はそうしたツールを正確に効果的に利用することであり、ネットなどの新技術はもっと個人や組織レベルでも積極的に勉強すべきである。
- ・ 人的ネットワークの広い方との関係を築くことは大変重要であり、自己の活動に有益な援助や支援を提供してくれる方の存在というのは知り合いを介していけばすんなり繋がってしまうことが少なくなく、まちづくり、地域づくりにおいてもそうしたほんのちょっとした範囲の人間同士のつながりが大きな成果を生む可能性があることを意識すべき。

### (3) 事業アンケート

#### 【調査概要】

##### ■アンケート目的

- ・ 北海道平取町、岡山県笠岡市において、本事業に参加した方々の地域づくり活動等に関する興味や参加意向について把握する。
- ・ さらに、本事業実施後に参加者に対してフォローアップアンケートを実施し、参加者の意識、理解、行動変化について把握する。

##### ■アンケート対象

- ・ 2箇所で開催したシンポジウム・ワークショップ参加者を対象に実施した。

##### ■アンケート回収数

北海道平取町アンケート：16 回答

岡山県笠岡市アンケート：13 回答

北海道平取町フォローアップアンケート：5 回答

岡山県笠岡市フォローアップアンケート：2 回答

##### ■アンケート実施方法

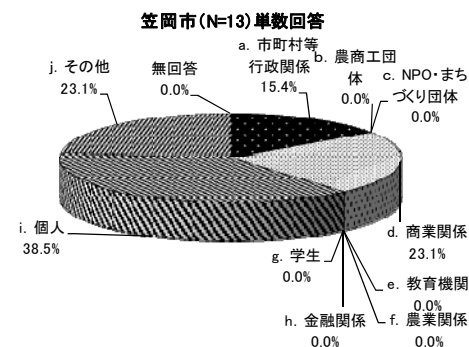
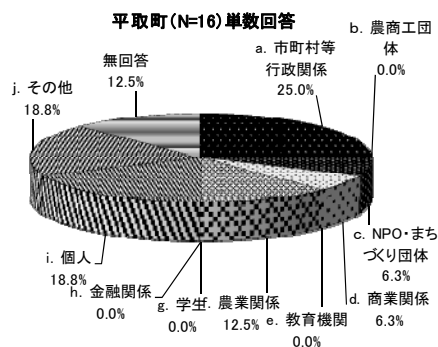
- ・ 各地で開催したシンポジウム・ワークショップ参加者に事前にアンケート用紙を配布し、終了後、その場で回収する方法をとった。
- ・ フォローアップアンケートに関しては、郵送方式とし、メール・郵送で回収する方法をとった。

## 【アンケート結果】

### 1. ご自身のことについて

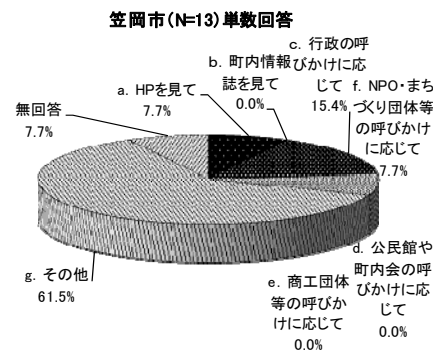
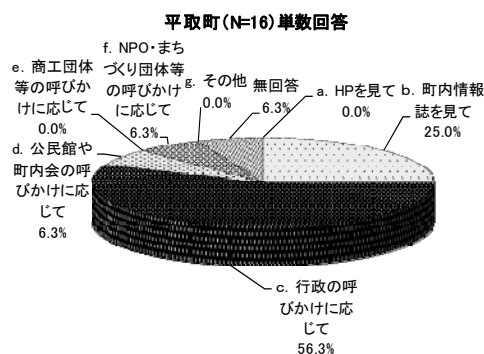
#### ■回答者の属性

- ・ 平取町では「a. 市町村等行政関係」との回答が最も多い。「j. その他」の中には社会福祉職者・平取町地域活性化協議会が挙げられた。
- ・ 笠岡市では全体の約 4 割が「i. 個人」と回答した。「j. その他」の回答者については自営業との回答が多かった。



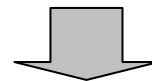
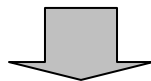
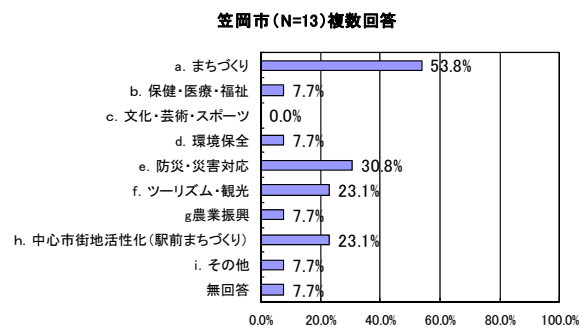
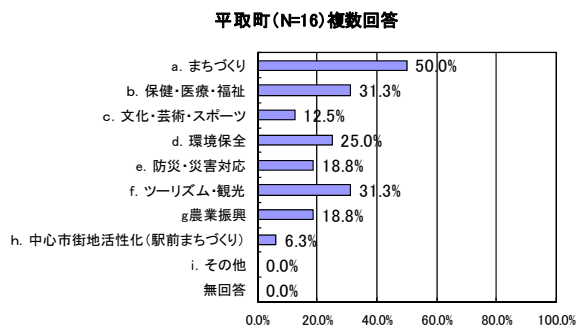
#### ■参加経緯について

- ・ 平取町では「c. 行政の呼びかけに応じて」との回答が最多で全体の約半数を占めた。次いで「b. 町内情報誌を見て」との回答が多く、情報誌を通じて地域住民に広く呼びかけを行ったことが伺える。
- ・ 笠岡市では「g. その他」との回答が多く、その半数が「フェイスブックを見て」と回答。「a. HP を見て」との回答も見受けられ、インターネットや SNS などの媒体での広報による呼びかけに応じた参加者が目立った。また、「g. その他」の中には、市制記念事業で案内を受けたとの回答もあった。

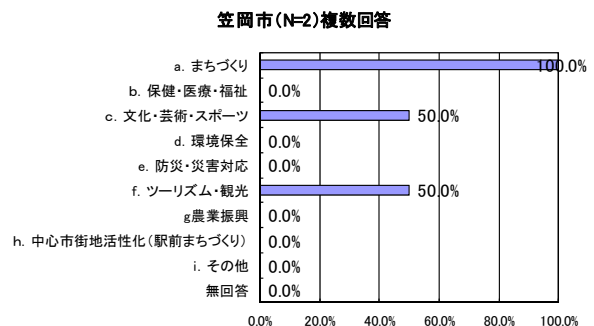
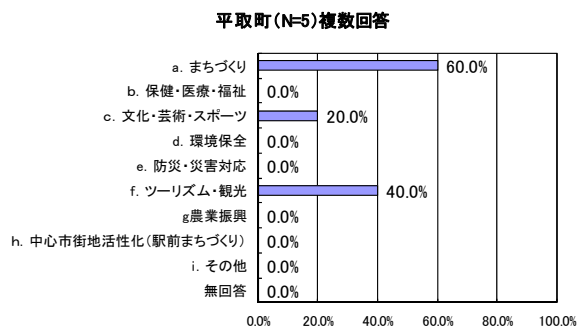


## ■関心のある分野・テーマ

- 平取町では「a. まちづくり」との回答が最多で50%を占めている。それに続いて「b. 保健・医療・福祉」、「f. ツーリズム・観光」が同率で2位となっており以下「d. 環境保全」、「e. 防災・災害対策」、「g. 農業復興」が続く。
- 笠岡市では平取町と同様最多となったのは「a. まちづくり」で53.8%、次いで「e. 防災・災害対策」が最も多く、以下「f. ツーリズム・観光」、「h. 中心市街地活性化(駅前まちづくり)」と続く。



## フォローアップアンケート結果

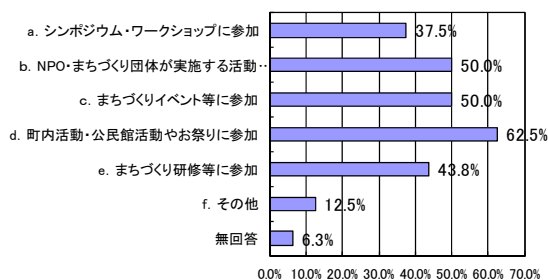




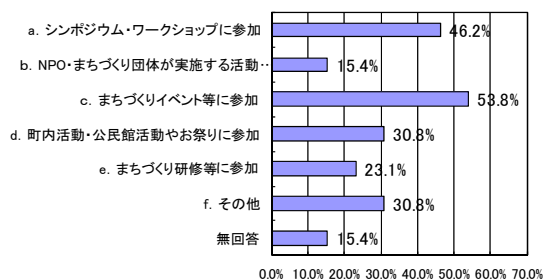
## ■これまでに積極的又は意欲的に参画・参加した取り組み

- 平取町では「d. 町内活動・公民館活動やお祭りに参加」が最も多く、次いで「b. NPO・まちづくり団体が実施する活動に参加」、「c. まちづくりイベントに参加」との回答が多くなっている。
- 笠岡市では「c. まちづくりイベントに参加」が最多の回答を得ており、それに続くのは「a. シンポジウム・ワークショップに参加」である。以下「d. 町内活動・公民館活動やお祭りに参加」、「e. まちづくり研修等に参加」と続く。

平取町(N=16)複数回答

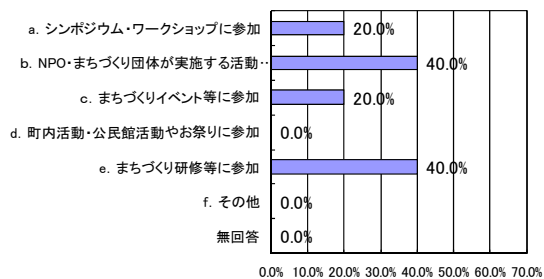


笠岡市(N=13)複数回答

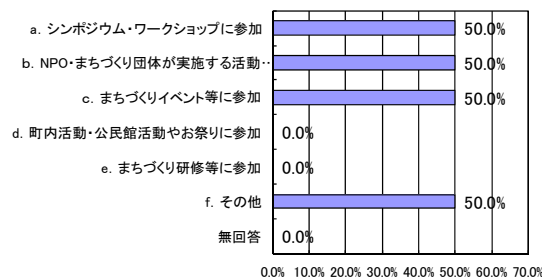


## フォローアップアンケート結果

平取町(N=5)複数回答



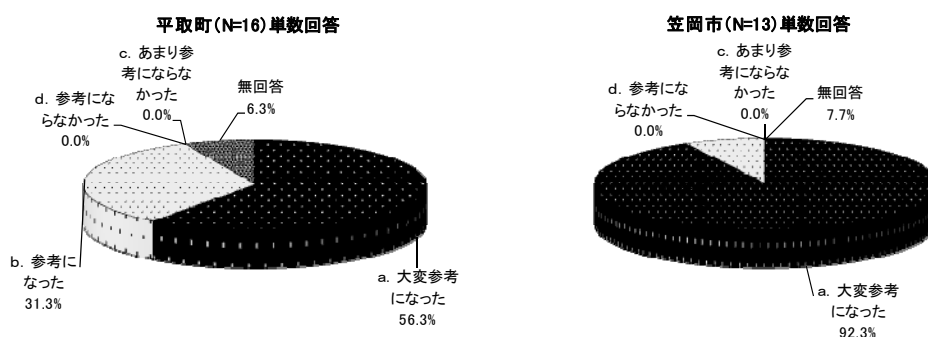
笠岡市(N=2)複数回答



## 2. シンポジウム・ワークショップについて

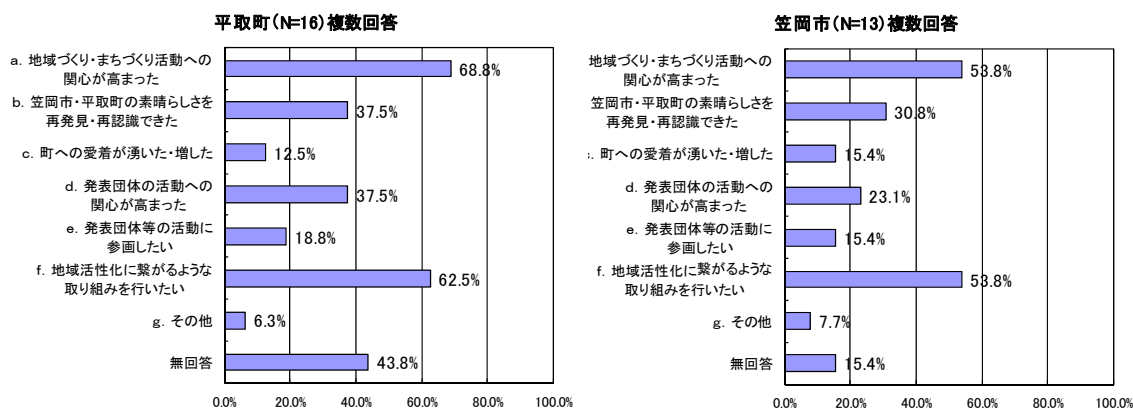
### ■本日のシンポジウム・ワークショップの感想

- 平取町では「a. 大変参考になった」が最多の 56.3%の回答を得ている。続いて「b. 参考になった」が多く、参加者の 90%以上がシンポジウム・ワークショップに対して肯定的な評価をしていることが明らかになった。但し「ワークショップの中で意見を出すのは難しい」、「開催者とシンポジウムの内容のつながりの説明が難しい」といった意見も出されている。
- 笠岡市では 90%以上の参加者が「a. 大変参考になった」と回答しており、次いで「b. 参考になった」が 7.7%を占め、「c. あまり参考にならなかった」、「d. 参考にならなかった」という否定的な評価は下されていない。



### ■今後の地域活性化に関する考えについて

- 平取町では「a. 地域づくり・まちづくり活動への関心が高まった」という回答が最多で、次いで「d. 発表団体の活動への関心が高まった」、「f. 地域の活性化に繋がるような取り組みを行いたい」が多くなっている。
- 笠岡市では「a. 地域づくり・まちづくり活動への関心が高まった」、「f. 地域の活性化に繋がるような取り組みを行いたい」という回答が同率で最多となっており、次いで「b. 笠岡市・平取町の素晴らしさを再発見・再認識できた」という回答が多くなっている。



## ■取り組みたい具体的な地域づくり・まちづくり活動について

- ・平取町では、活動にあたっての横のつながりを広めていきたい、豊かな自然等を活かして高齢者にとって住みやすい町づくりをしていきたいとの意見が寄せられた。
- ・笠岡市では笠岡ブランド制作やイベントの立ち上げ・遂行を通しての地域活性化に取り組みたいとの意見が寄せられた。

### 【平取町】

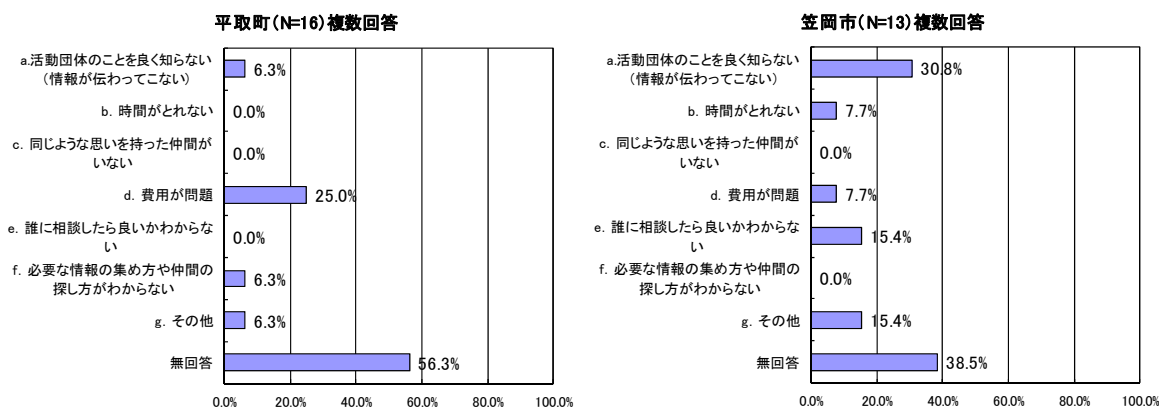
- ・まちづくり会議で仲間を広めたい。
- ・豊かな自然、ゆったり流れる空気と時間、都会の高齢者・弱者がヒーリングのために来れるまちづくり。
- ・町コンなど、いろいろと地域づくりに協力したいです。
- ・高齢者が住み続けられるまちづくりを考えていきたい。
- ・まちづくりに関わる人材のつながりをつくっていく。
- ・個の自立活動

### 【笠岡市】

- ・定期的に開催するイベントを立ち上げたい。
- ・笠岡ブランドや誰にでもわかりやすい・行きやすい笠岡を考えて行きたいです。
- ・真鍋島の移住なめんなツアーの企画などがあれば参加したいです。あとはラーメンの開発等(料理関係)
- ・1/27に防災訓練を行った。しかし、25年度も行わなければならない。  
次回は少し変わった、そしてバージョンアップして行わないといけないのでいろいろ考えています。
- ・地域活性化のイベント等あれば参加したい。何か手伝えることがあればお手伝いしたいと思います。
- ・「明るく元気に健康に生きる」活動、「地元に誇りを持てる寺子屋のような教育」を立ち上げたい
- ・笠岡の良い所を紹介する活動  
～駅前空き家対策で場所を借りる。そこで着付けをする。観光案内ボランティアさんに着物を着て市内を案内して貰う。セミプロでも良いのでカメラマンが同行して写真を撮る。写した写真データを販売&観光PRに使わせて貰う。着物で利用したお店(飲食店等)は10%OFFなど得点を付ける(または次回利用券を発行)。リピーターの方には割引や友達紹介割引などをさらにサービス。

## ■今後、地域活性化活動へ参加する際の課題

- ・ 平取町では無回答を除いて「d. 費用が問題」とする回答が最も多い。
- ・ 笠岡市では「a. 活動団体のことを良く知らない(情報が伝わってこない)」との回答が最多で、次いで「e. 誰に相談したら良いかわからない」が多くなっており、以下「b. 時間が取れない」、「d. 費用が問題」と続いている。



## ■地域活性化に関しての意見・感想

### 【平取市】

- ・ 広く町民へ発信すべきだと思う。  
一部の人間ではなく、今のうちに活動状況を理解してもらう。
- ・ 町の中心を見るのではなく、都会と田舎のカルチャーエクステンション、東南アジアの人たちとの異言語エクステンション、田舎でありながら人がたくさん来る、通る、流れる町(文流のある町)。  
[mobility Town]シルクロードのような地域。
- ・ 今後も平取町のために色々取り組んでいきたいと思います。
- ・ もっと、いろいろな方とつながりを持っていきたい。
- ・ 一つひとつの活動のつながりが必要。
- ・ まちづくりがしたいという声に応える支援や活動を積極的に推進したい。
- ・ 眠れる資源活用を含めた広域的な取り組みを検討してみたい。
- ・ ボランティア団体等と機会があれば積極的に参加していきたい。
- ・ 積極的にまちづくりを推進したくさんプログラムを作って下さるので、他から来た者でもネットワークが出来、感謝しております。

### 【笠岡市】

- ・ 各市町村とのつながりや活動を通してつながりを見つけていきたいです。
- ・ 私は昨年末まで、笠岡の取り組みをまったく知りませんでした。今年になるまで笠岡諸島の真鍋島にも一度も行った事はありませんでした。考えてみると、笠岡の町民の方も笠岡のことを知らなすぎると思うので、市民広報以外でもアピールできる機会があればよいと思いました。
- ・ 今現在のまま頑張ったら良いように思います。企画してくださった方々に感謝しています。またお願いします。
- ・ 広く情報を知ってもらうことが大切だと感じた。