４．北海道平取町・岡山県笠岡市シンポジウム関連資料

（１）北海道平取町

１．平取町シンポジウム議事録

（司会）　定刻となりましたので、皆様ご着席願います。本日は、休日の午後という時間帯にもかかわらず、本シンポジウムにご参画いただき、まことにありがとうございます。これより「地域活性化への理解醸成」シンポジウム・ワークショップを開催いたします。

さて、このセミナーは、国土交通省の地方振興策の一環としておこなわれるものです。開会にあたり、国土交通省国土政策局地方振興課の長崎卓課長よりご挨拶をいただきたいと思います。それでは、長崎課長、よろしくお願いいたします。

挨拶

皆さんこんにちは。国土交通省国土政策局地方振興課の長崎と申します。開会にあたり、ひと言ご挨拶申し上げます。

本日のタイトル「地域活性化への理解醸成　シンポジウム」と、非常に固いタイトルが付いておりますが、要するに、これからの地域づくりをどうやって進めていこうか、皆さんで一緒に考えましょうという会でございます。地域づくり、住みよい地域をつくる、あるいは活力ある町を創っていく、その大切さ、しかも、それを進めていく上で、行政だけに任せておくのではなく、地域の様々な立場の人達が一緒になってやらなければ上手くいかないことは、おそらく、今日お集まりの皆様はよくご承知のことと思います。現実に進めていくと、なかなか理解してもらえない方もいらっしゃるなど、色々と難しい問題があって、壁にぶち当たったり、心が折れそうになったりすることもあろうかと思います。そういう場面をどうやって乗り越えていくのか、今日は、宮口先生、今村先生というお２人の講師にもお越し頂いておりますので、一緒に皆さんと考えていきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。簡単ですが挨拶に代えさせていただきます。

（司会）　ありがとうございました。続きまして、開催地の挨拶としまして、平取町長川上満よりご挨拶を申し上げます。川上町長、よろしくお願い致します。

皆さん、こんにちは。大変寒い毎日が続く中で、本日はこのようにたくさんの方の参加を頂き、誠にありがとうございます。本日は国土交通省様、また株式会社価値総合研究所様、そして講師の先生方にも、わざわざ平取町までお越しいただき、シンポジウム、ワークショップの機会を頂きましたことを、心より感謝申し上げたいと思います。本当にありがとうございます。

さて、地方を取り巻く現状については、依然として人口減少が続いておりまして、若年層の流出、そして少子高齢化の急速な進行、さらには地域産業の衰退による様々な格差の拡大が見られています。また、財政基盤も脆弱であるなど、大変厳しい状況が続いております。こうした地方を取り巻く情勢の中で、昨年末の選挙により、日本の舵取り役を担う政治が大きく変わりまして、新しい年がスタートしたところです。いま、まさに日本が活力を取り戻しながら、地域再生を図るべく、様々な取組に期待しているところですし、これまで以上に、地方の責任、地方の知恵と努力がますます問われる時代になってきているのではないかと考えております。皆さんもご存じのとおり、平取町には、様々な課題が山積して、大変厳しい状況にありますが、今後とも、平取町の豊かな地域資源を有効に活用しながら、平取らしい、活力のあるまちづくりのために町民の皆さんと一緒になって、汗をかいて、まちづくりをしてまいりたいと考えております。

今日は、町内の地域づくり活動を進められている団体の方々からも、先進的な事例としてお話を頂けるということでございます。限られた時間ですが、先生方のアドバイスを頂きながら、情報を共有しながら、理解を深め、これからの地域活性化に繋がることを期待したいと思います。

結びになりますが、本日のシンポジウム・ワークショップが成功裡に進みますことを心からご期待申し上げ、開会の挨拶に代えさせていただきます。本日は、どうぞよろしくお願い致します。

（司会）　ありがとうございました。それでは、シンポジウムに先立ちまして、ここでお手元の資料のご確認をさせて頂きたいと思います。

資料確認・進行説明

（司会）　次第にも記載しておりますが、まず、この次第、資料集、アンケートとなっております。

さて、本日の進行について、簡単にご説明致します。この後、平取町における地域づくり活動の紹介として、「かえーるＣＬＵＢ」「岩知志加工クラブ」「ＮＰＯ法人ほかげ」の皆様に、どのような活動をしていらっしゃるのかということを中心に発表して頂きます。その後、宮口先生、今村先生にご講演を頂戴し、休憩をはさみましてワークショップ、相談会、平取町らしい地域活性化活動などについて、座談会形式で皆様とご一緒に検討して頂きます。終了時間は 17 時 15 分頃を予定しております。

活動紹介の部

① かえーるCLUB代表　山本敦子氏
② 岩知志加工クラブ　代表　川上洋子氏
③ NPO法人　ほかげ　事務局長　野間克実氏

（司会）　それではプログラムに沿い、セミナーを進めさせて頂きます。まず、かえーるＣＬＵＢ代表山本敦子様、副代表クスノキタマミ様、よろしくお願い致します。

①　かえーるＣＬＵＢ代表　山本敦子氏

皆さん、こんにちは。かえーるＣＬＵＢの山本と申します。「かえーるＣＬＵＢ」とは何か、ということですが、実は私たち、かえーるＣＬＵＢは４年前、2009 年に平取町の 30 代、40 代のお母さんたちが集って作ったサークルです。みな母であり、妻であり、地元民であるという顔を持ち、パワフルに日々過ごしているママ友の集まりです。今まで経験してきた職種なども多種多様で、色々な意見が出せる集まりだと思っています。

平取町は、実は日本一、北海道一、というものがたくさんある。しかし残念ながら、周辺地域の人達も、もしかしたら町民の方々にも知られていないものがある。これは寂しいよね、というところから始まり、もう少し町も元気になってくれたらという思いから、お母さんたちが立ち上がりました。そして、「びらとりあん　かんとりー　Project」、「びらとりあん」というのは、私たちの造語ですが、カナディアン、イタリアン、びらとりあん、ということで、びらとりの、びらとり人という造語です。びらとりの里プロジェクト、かえーるＣＬＵＢです。かえーるＣＬＵＢというのは何かというと、皆さん、ご存じのように、平取町はカエルの合唱が聞こえる、たくさんのカエルがいる町です。また、神のお使いとも言われ、縁起物のお守りにもなるカエルなのですが、何よりも平取町に一度足を運んでくださった方が、また、この平取の里に帰ってきて頂けるように、という願いを込めて「かえーるＣＬＵＢ」という名前にしました。この発足にあたり、町長やまちづくり推進課の方々が進めてくださった、町税１％まちづくり事業ということで、始まった年に私たちかえーるＣＬＵＢが手を挙げまして、その補助金を軍資金として始動しました。それがもう、４年前になります。

ということで、私たちの活動を紹介していきたいと思います。お手元の資料集、29 ページからになります。様々ございますが、時間も限られておりますのでお手元の資料や画面を参照頂きながら進めてまいります。

まず、私達が最初にやったイベントをご紹介します。「夏休み親子アドベンチャーin びらとりの里」ということで、１泊２日の親子ツアーをしました。これは県・道から親子が集まって下さいました。その中身、この時のメインが遺跡の発掘体験ということで、メムで遺跡発掘をやっていて、教育委員会さんのご協力のもと、発掘をさせて頂きました。縄文式土器や黒曜石の矢じりの破片など、たくさん出土し、参加された親子さんは一生の思い出になるということで、お話を頂きました。そのほか、沙流川歴史館やアイヌ文化博物館なども見学させて頂いています。

その夜はキャンプをしました、二風谷ファミリーランドのバンガローでキャンプをしたのですが、もちろん夜は平取和牛のバーベキュー、そして平取トマトをたくさん召し上がって頂きました。その他、次の日はスイカ割りをしたり、とうきび狩りをしたりしており

ます。こちらの写真は地元の農家さんのご協力のもと、とうきび狩りをして、その場で茹でて、皆さんに召し上がって頂いたところ、「この甘さは何？」と驚かれている写真です。
続きまして、ヤマベ釣り堀の仁世宇園さんで、ヤマベ釣りを行いました。これは沙流川支流の川にある釣り堀です。こちらでヤマベ釣りをして、炭焼きのものを召し上がって頂きました。また、トマトが北海道一の生産高ということで、平取町のＪＡさんのご協力で、トマトの選果場を見学させて頂きました。
次に、その年の秋、「雅楽と星と食の夕べ」ということをしました。内容は、歴史ある義経神社の神殿での雅楽の演奏会、これは本当に別世界でした。こちらは日高雅楽会の皆さん方も、町民税１％まちづくり事業で、文化の継承ということで、色々と楽器を買われて、ちびっ子雅楽師の育成をしています。この会が、ご披露の場になったと思います。そのあと、森の中のかんとれらで、雅楽会の方に来て頂き、雅楽のディナーショーをさせて頂きました。
翌年は、ツアーなのですが、「食と文化満喫ツアーin びらとりの里」ということで、札幌日帰りバスツアーを実施しました。ご当地母さんたちの活動として、マスコミの方々にも無料で掲載して頂いたというメリットもありまして、告知や募集の関係では、新聞に載ると、その日のうちにもう応募が一杯になって、キャンセル待ち状態です。これはいつも有り難く思っています。その時も、やはりヤマベ釣り堀で釣りをして頂いたり、地元の農家さんのご協力で、普段はできないトマト狩りも体験させて頂いたりしました。直接、農家さんの話も伺うことが出来ました。お昼は、食の満喫ということで、こちらも町民税１％まちづくり事業で、岩知志自治会の方々が、木を山から伐り出すところから始まった東屋、こちらは 50 人以上入れる東屋なのですが、絶景で、日高山脈を望んでバーベキューができるという場所にあります。そちらで、札幌市に来られた方が、喜んで平取和牛や、トマトなども召し上がって下さいました。ちなみに、こちら、そこで使われている炭ですが、炭焼きをしたいと、これも平取町の町民税１％まちづくり事業で、炭焼き小屋を造っていた青年たちから炭を買わせて頂き、その平取産の炭で平取和牛を召し上がって頂きました。
続きまして、アイヌ文化に触れるということで、チセの中で叙事詩ユカラを鑑賞しました。地元にいながら、なかなかユカラというのを聴く機会がなく、生のユカラは、本当に、最初から最後まで聴いたのは初めてかな、という体験をさせて頂きました。こちらも、本当に独特の世界、別世界に入ったような感覚で、皆さん、感動されていました。
こちらはまた、地元の方々のご協力、北島牧場で乗馬をさせて頂き、白馬と写真を撮らせて頂きました。最後に、平取温泉でおみやげを購入ということで、お客様たちも地元にお金を落としていかなくては、と言ってたくさんお買い物もして頂きました。
ツアーを終えて、ということで、新聞社からの取材で、色々取材して頂いた内容が２紙に載りました。何よりも嬉しいのが、ツアーのあとの、このような絵手紙、絵葉書を頂いたり、お年賀を頂いたり、メールを頂いたりという、皆さんの温かいお言葉が、スタッフ達の力になります。
続きまして、「びらとり和牛とびらとりトマトを食べる会」ということで、今度は平取の食材を持って札幌に乗り込もうということで、毎年秋に実施しています。こちらはサッポロファクトリーの方のイタリアンレストラン、「トラットリア　ピッツェリア　テルツィーナ」というお店ですが、イタリアンの人気ナンバー１と言われるお店です。こちらを貸し切りまして、いろいろ平取食材を堪能して頂くというイベントです。こちらで、後ほどご登場頂く、岩知志加工クラブの青トマトジャムをデザートに使わせて頂き、私たちが代理販売をしてくるという、毎年の恒例になっています。皆さん、青トマトジャムというのは珍しいし、体にもいいということで、ご好評を頂いております。
続いて、「びらとりの夏まるかじり～カルチャー＆ＢＢＱ」ということで、これも日帰りバスツアーです。このときは、夜も堪能できるツアーということで企画しました。ここの右上にある「オプシヌプリの伝説」と書いた、こちらは絵本なのですが、それを紙芝居にしたものです。これは、最初の町税１％まちづくり事業の中で、私たちと同じく採択され

た事業だと思います。この実行委員会さんで作った紙芝居を、バスの中で、このような形でご紹介し、その現場、山ですね、「実際にこの山なのですよ」ということで、風景を見ながらご案内致しました。そして、岩知志の東屋で召し上がって頂いたあとに、右下、ほろしり太鼓、地元のちびっ子やお父さん、お母さん、おじいちゃん、おばあちゃん、皆さんで、このような太鼓のご披露もして頂きました。

その他、まだまだ地元の方のご協力を頂いて、農家さんや農協さんも直売店を出して下さったり、次の次にお話しされます「ほかげ」さんの地域興し協力隊の３人の方々にもお出で下さり、彼らが作った世界 20 種類ぐらいのトマトの食べ放題ということで、タイアップ企画としてこの会を行うことが出来ました。

今回、ナイトツアーということで行ったのが、七夕の前日だったのです。平取町は星空が綺麗なので、ぜひ、肉眼で天の川を見て頂こうということで、天の川と、織姫と彦星の解説を入れながらご案内し、自然に自生しているホタルを岩知志エコランドでご覧頂きました。お客様の中で、「ホタルを見たのは 30 年ぶり、そしてこんなにきれいな星空を見たのも 30 年ぶりです」というお話を頂いたのもとても印象的でした。

また、「びらとり和牛とびらとりトマトを食べる会」ということで、このときはイナモに行きました。今年も、平取トマト、平取和牛を食べる会を実施しています。今回は、新聞で募集したところ、50 人定員に 100 名ぐらいのお申し込みがありまして、キャンセル待ちということで、本当に心苦しいのですが、また次回の、先行のご案内もお葉書でお知らせするなどして継続性を持たせる努力をしております。

ということで、駆け足でご紹介しましたが、このような活動を、私たち、ご当地母さん達でやっております。本当に、平取へ来られたお客様の笑顔というのはとても印象的で、「また来たい」「リピーターとして来たい」と言ってくださる言葉を聞いたり、本当に来てくださったりするのは、私たちの願いでもあります。それが１つずつ叶えられてきているのではないかと思います。これからも、ママ友の小さな活動なのですが、本当に地元の方々、そして町へのお客様たち、色々な方々のお力をお借りして、このように一歩一歩進んでいきたいと思っております。少しずつ何かが広がっていけば良いなと思って活動しております。平取の里へ「かえーる」、かえーるＣＬＵＢ、今日はどうもありがとうございました。

（司会）　ありがとうございました。続きまして、岩知志加工クラブ代表川上洋子様、よろしくお願い致します。

② 岩知志加工クラブ　代表　川上洋子氏

皆さん、こんにちは。このようなところで私がお話しするというのは、本当に大変なことです。私たち、加工クラブの内容を簡単にお話ししたいと思います。

最初に、岩知志の加工場が出来た時のことです。岩知志の加工場は、元小学校の体育館でした。その体育館が変わって、生活館として使用しておりましたが、平成２年にふれあい館が新築されましたので、この生活館はそのまま使われなくなりました。もったいないと思っていたのですが、平成６年春に、このようなものだったと思いますが、そのときに町長さんもお見えになったので、農産物加工施設を町内につくって頂けないものか、要望しました。すると、町長さんは、平取にそういう加工場が１つもないので良いでしょうということで、早速その年の秋には立派な、広々とした加工場が出来ました。その時に、私としては平取町内どこでも良いと思っていたのですが、たとえば岩知志の生活館のように使われていない施設があれば、そういうところを改築して、簡単でもいいので加工場を作って欲しいと言ったので、岩知志のほうへ来てつくって頂きました。

立派なものを作って頂いたので、すぐに投げ出すようなことはあってはいけないと思い

ました。周りからも色々厳しい声もありました。でも、それを原動力にして、仲間で４人ぐらい投資してくれる人もいましたし、農協婦人部、当時は婦人部と言ったのですが、現在は女性部ですが、全面的に応援してくれました。そして町の助成を受けながら、支援センターの指導、普及所の指導、そういうものを頂いてきましたから、ここ 20 年近くやってこられましたことは、本当に有難いと思っています。

最初に麹をつくったのですが、この麹は本当に素晴らしく、真っ白に出来た時は、皆で歓声を上げて喜びました。味噌も、年間 1,300kg ぐらい仕込んでいますが、岩知志地区の人達も出て、私達はその頃４人のメンバーが立ち上がったのですが、その４人のメンバーが先頭になって、現在もやっています。おかげさまで、樽仕込みといった格好で、頼まれて作っています。熟成させるのも、発酵場で寝かせているのは 400 ぐらいです。味噌も、添加物の入らない安全な味噌ですから、ぜひ、子供達の給食に使ってほしいと思っていましたので、町内の小学校、中学校に、ほんのわずかですが、寄付も致しました。

本日会場に持参しておりますが、麹を作った時には、今は随分有名になっていますが、塩麹というものがあります。それも私たちはだいぶ前から作っています。これは塩麹でも、水は使っていません。常温でいつまでも置けます。お肉に付けたり、焼き魚に付けたり、漬物、浅漬けですね、そういうものに使っています。これは三升漬けですが、なんばんと麹、お醤油です。その中に私たちはキュウリの塩漬けを水出しして、刻んで入れています。そういうものを作っています。これも結構あちこちにありまして、おかげさまで、加工クラブの中でもグループがたくさんあり、かなりの頻度で加工場も使用しています。12 月～３月が主ですが、その中で、ほかの地区も味噌を仕込んでいますし、お豆腐は１ヶ月に２回、12 月～３月です。４月になりますと、農家ですから忙しくなりますので、なかなか作ることが出来ませんが、大体その間に 1,600 丁位作っています。１回に 190 丁作るのですが、１工程に４丁なのです。それで８工程作るのですが、結構時間が掛かるのです。慣れていないせいもあるのか、少しでもやわらかい豆腐を作りたいということで、時間をかけます。７時から始まって夕暮れになるのですが、誰も小言を言う人がいませんで、みんな喜んで働いています。「ここの場所がストレス解消の場だ」と言って、喜んでやっております。最初は４人でしたけれど、今は６人になりました。４人のうち１人は体も悪くなり、健康も優れなかったので、その人は辞めたのですが、その代わりにお嫁さんが出てくれて、そして今は、若い人達、私達はもう間もなく 80 歳ですが、あと３人は若いのです。その人達が一生懸命頑張ってくれています。

ジャムなのですが、これは青トマトジャムです。平成 21 年に支援センターから青トマトジャムを作ってみないかということを打診されたので、みんなに相談してみると、それはやってみようと大賛成でしたので、やりました。ジャムのメンバーは８名です。なかなか手が掛るものですから、８名位でないと大変なのです。トマトを洗って、芯をくり抜いて、皮をむいて刻むのですが、刻むときにも芯を洗って。青いものを採ってきても、芯をくり抜くと中が赤いのです。そういうものを省いて、また皮をむいて、刻むときにも、ちょっとでも赤いところがあれば、それも省きます。だいたい 10kg を１パックにしているのですが、10kg をつくるのに、トマトは 20kg～25kg ぐらい持ってこないと足りないのです。それぐらい吟味して、やっています。その刻んだものを１時間 10 分ぐらい煮込みますが、この煮込に作業が大変なのです。異物が入ったら大変ですから、みんな神経をとがらせて、目を見張って。私たちの中でも得意な人がいて、ちょっとの虫でも見つけられるのです。それで、大変助かって、みんなそれぞれ得意分野を持っていると笑っています。皮をむいて、芯を抜いたときに省いたものは、漬物にします。ここにありますが、塩漬けをして、これを浅漬けにします。これはお豆腐を買いに来て頂いたときに、２つ３つ、あげるようにしています。皮をむいて刻むときにも、また２つに割ると赤いところが出たら、それも省きますが、それはピクルスにします。ピクルスにして、それを皆で持ち帰って食べます。丹誠込めてつくったトマトですから、もったいないので、無駄にしないように、色々とやっています。赤いトマトも結構はじかれるものがありますので、それを少しでもジュースに

して、瓶詰めにします。これも煮込んでいますから、ちょっと濃いのです。これをぜひ、商品化したいと考えています。

もう１つが、湯むきをしてパックをして、詰めて、それにジュースを入れて、瓶詰めにして煮沸したものです。それは料理に使ったら良いのではないかと思っています。そういうこともして、沢山は出来ませんが、１つでも無駄の無いようにしたいと考えて、加工クラブの人たちは頑張っています。これは、これからに向けて、商品化したいと考えています。

簡単なのですが、私たちは活性化に繋がるようなことには縁遠いと思いますが、自分たちの心の健康と体の健康を、ということで、こういう加工クラブを結成し、働いて、楽しんでいます。お豆腐も 190 丁ぐらいですが、本当に皆さんが１ヶ月、２ヶ月後を待っていてくれるのです。「本当に幸せだね」とクラブで話し合っています。そういうことで、簡単なのですが、これで発表を終わらせて頂きます。どうもありがとうございました。

（司会）　ありがとうございました。続きまして、ＮＰＯ法人ほかげ事務局長、野間克実様、よろしくお願いいたします。

③　ＮＰＯ法人　ほかげ　事務局長　野間克実氏

よろしくお願いします。特定非営利活動法人、別の言い方でＮＰＯ法人と言いますが、ＮＰＯ法人ほかげは何をやっているかと言いますと、都市と田舎の循環型交流の仕組み作りを行っています。その仕組みによって、平取町と都市のパイプ役となって、平取町の活性化を図ろうと考えています。更に、過疎化が進む平取町以外を含む農村、漁村の活性と、若者の定住に取り組んでいます。

私、野間克実は何者かといいますと、９年前に札幌から平取町に移住してきています。山村留学の制度で平取町に来ています。札幌では元々レストラン開発、あるいはシステムエンジニアなどをやっていましたが、いまは平取町で町おこしをやっているということです。

ＮＰＯ法人ほかげがこれまでやってきた活動について、簡単にご説明いたします。2009 年に「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業、これは国交省さんの事業ですが、これを受託し、その中で、よそ者、若者による、連続するまちづくり実践策というものを行なっています。第２回目としては、よそ者の視点による地域の課題提起ということで、このときは結城先生にお越し頂き、講演会などを行っています。結城先生の講演会には、札幌の学生さん達も多くお越し頂き、結城先生と北大の公共政策大学院の石井先生にお越し頂きました。講演会のあとは、夜遅くまで交流会を行い、まちづくりについて熱く語り合いました。翌日は、結城先生と石井先生にご指導を頂きながらワークショップを行い、多くの方とまちづくりについて話をしています。

実践塾の３番目では、授業を通じて勉強してきた札幌の学生さん、北大の方が中心でしたが、その方たちと、ほかげの共同開催ということで北人３ＤＡＹＳということを実施しています。この北人３ＤＡＹＳというのは、YOSAKOI ソーラン祭に参加する全国の学生が、毎年北海道で２月頃行っています。全国から沢山の学生が来て、YOSAKOI ソーラン祭を踊ったり、あるいは地域に入り込んで色々な活動をしたりするものです。私たちの平取町に来たときにも、約 20 名のスタッフが先に入り込み、自分たちの踊るステージを作ったり、空き地に子どもたちの遊具を雪で作ったりといった活動をしています。全国のよさこいチーム、自分たちのユニフォームを持って来ているので、踊って頂き、中には赤フンなどを着て踊って頂いています。全国から学生が集まって来ていますが、この時は何と平取町に 300 人の学生が入り込んで来ています。

そのほか、ほかげの活動としては、道の事業ですが、北海道集落支援員活用モデル事業

ということで、集落点検チェックシートによる悉皆調査、あるいは新たな寄り合いの企画実施、そして北海道工業大学の研究室、ゼミとの連携で、ゼミ合宿の受入や、卒業制作の協力といったこともおこなっています。また、２年前からは、先ほどご紹介がありましたが、平取町地域おこし協力隊事業ということで、地域おこし協力隊事業の提案を町にさせて頂いて、現在３名の協力隊のコーディネートをしています。

私達がこれからどんなことをやっていきたいかというと、まず１つは、交流人口の増加、そしてそこから平取町への移住、定住の推進を行っていきたいと思っています。交流人口の増加について、具体的な活動としては、農都交流型ツーリズムの推進、農都交流型ツーリズムというのは、都市が抱えている課題について、農山村地域で暮らし、人々の交流によって、さまざまな体験を通じて解決を図り、農山村と都市との交流を促進する、そして農山村自体もにぎわいを創生していくというものです。

これは大分の安心院というところ、安心院方式に、農都交流型ツーリズム、これは目的であって、まちづくりの手段はないと。それ自体が目的になっていますが、さらに付いてくる効果があるということです。農業の環境保全、福祉、こういったこととの連携が可能だと。そして地域は、地域を綺麗にしようとか、景観を守ろうという意識が芽生えます。さらに、直売や農家連泊により、経済的にも潤うということです。そういった副次効果が付いてきます。そして、このツーリズムでは、都市と農山村が対等な交流をしたいと考えています。今までの多くの地域型の交流ですと、田舎の地方が、「ぜひ、来てください」と、頭を下げて来て頂くことが多かったのですが、そうではなくて、お互いに欠けているもの、無くしたものを補い合いましょうという考えです。町の人にとっては自然環境、安全、安心な食、人の優しさ、命の尊さ、こういったものを田舎に来て、もう一度見直して頂きたい。そして田舎にとっては、人口の流出や農地の荒廃、あるいは農業や農山村、故郷への誇り、こういったものを、町の人との交流を通じて、もう一度取り戻して頂きたい。さらに、このツーリズムでは、女性やお年寄りに沢山の出番を用意したいと考えています。男性や町の女性にはない技、先ほどの加工クラブもそうですが、そういったものをどんどん見て頂きたい。田舎にはもっと、沢山良いものがあるということに気付いて頂いて、やりがい、そしてそれを生きがいに変えて頂きたいと思っています。

最後に子供達です。田舎の子供たちに、もっと色々なチャンスと誇りを与えたいと思っています。昔から「田舎では何もない」「農業は儲かりません」とか、大人がよくそういう話をします。それは、子どもたちを農村から外に出す教育につながってしまっています。そうではなくて、都会にない、田舎にしかないものが沢山ありますので、そういったものを見直し、農業は命を創って命を支えていく、いま、とてもこういう部分がクローズアップされていますが、これからの大事な仕事であるということを再認識したいと思っています。「田舎だから出来ない」と、よく言ってきましたが、これを、「田舎だって出きる」、更には田舎だから出来るというふうに置き換えていきたいと考えています。

移住、定住の推進については、２つ問題点があります。１つは情報の発信です。田舎は町のことをよく知っています。ニュースなどを通じてよく知っていますので、町に出て行く人が多いのですが、町の人には田舎の情報がほとんど届いていません。そのために、町から田舎に入ってくる人はとても少なくなっています。さらにもう１つの大きな問題としては、仕事がありません。私たちは山村留学の事務局もやっていますが、多くの方たちから「仕事があれば、ぜひ、住みたい」と言って頂きます。しかし、仕事がないために、なかなか最後に踏み切れない、それは既存の仕事ではだめなのです。いろいろ形を変えていかなければからないということで、いま、ここに頭を悩ませています。

それは、地域が受け止めなければならないことで、現在地域の受け皿づくりを一生懸命やろうと考えています。役場や議会、そういったところに「何かをしてください」とおねだりするのではなく、自分たちから何かをしていこう、自分たちから変わっていこうと、「地域活性化は自分たちの手で行いましょう」と言い続けています。役場もそうです。役場がやってくれる、ではなく、役場を動かして、自分たちが一緒に活かしていこうという気持

ちで考えています。それは、自分たちの平取町だからです。
　その１つの活動として、平取まちづくり会議を１年ほど前から行っています。平取町を元気に、楽しくしたいという思いを持つ人たちのグループです。いま、約 20 名参加して頂いていますが、毎月の月例会議、交流会のほか、メンバー相互の事業協力などを行っていて、点になっているまちづくりの活動を線に結びつけていきたいという思いがあります。ぜひ、皆さんも、こちらのまちづくり会議のほうにご案内いたしますので、参加してください。今日はどうもありがとうございました。

（司会）　ありがとうございました。それでは、これより、早稲田大学教育・総合科学学術院教授、宮口侗廸教授より、「地域の価値の再確認と活性化のための力の結集」と題する講演を頂きます。宮口先生は、東京大学理学部地理学科を卒業後、同大学院博士課程に学び、現在早稲田大学教授としてご活躍されています。また国土審議会専門委員、国土交通省地域振興アドバイザーなどを歴任し、現在は総務省過疎問題懇談会座長などを務められています。宮口様、どうぞよろしくお願い致します。

基調講演１　「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　　宮口侗廸　氏

早稲田大学の宮口です。こんにちは。今ご紹介頂いたように、私の専門は地理学でございます。ひと言で言えば、地理学というのは、世の中、色々違っているけれど、どうして違っているのかという点を突き詰めていく学問です。

私は、実は富山というところに住んでいます。富山はわりと北海道に来て成功した人が多く、北陸銀行なども支店が沢山あります。なぜ富山に住んでいるかというと、東京で家を建てて、子どもを育てるのは、こんなばかげた話はないと､あるとき思い立ったが吉日でもう28年目、富山から毎週月曜日に東京へ出稼ぎに行っている状態です。幸い早稲田大学はそういうことをやっていても首にしない立派な大学でありまして、次にお話しされる今村さんは、私のいる学部を卒業されたという、不思議な縁があります。

そうやって、東京と地方に片足ずつ突っ込んで、双方の違いについていつも考えている人間だとご理解してください。昨日富山参りましたが、富山から札幌に来るのはどちらも雪が降ると飛行機が危ないのですが、昨日、今日は、大変素晴らしく天気のいい、運のいい日でスムーズにここまで来ることが出来ました。

私の話のレジュメを配布しています。最初に何が書いてあるかというと、自分の地域を語れるようになろうということ。自分の地域は、みんな知っているのです。しかし、どこに何があるかということは知っているけれど、それにどんな価値があるのかということを、ちゃんと語れるかということです。今日、平取に日本一のものもある、北海道一のものあるということですが、何も１番でなくてもいいのです。それにどういう価値があるかと。私は、この日高地方というのは、実は北海道で唯一、あまり知らなかったところです。今日来まして、ここは北海道ではないのではないかという印象を持ちました。

この写真ですが、先ほど、ほかげの事務局長さんが、安心院（あじむ）という言葉を話されました。大分県の安心院、そこでは農家民宿を、許可を取らずに始めたということで有名になったのですが、これが安心院です。山に木があります。低い山です。これは頑張れば畑にすることも出来ます。しかし、日本人は、下で田んぼを作って頑張ってきました。田んぼの生産力をもの凄く伸ばすことによって、山の上まで畑にしなくても済みました。というわけで、田んぼの生産力が大きいものですから、細かく分け合って何とか生活できたのです。規模は非常に小さい農業のまま来ました。

これは富山県の砺波平野の山麓です。どうでしょう、山に木が生えていて、山の下に家があり、下が田んぼになっている。これは岩手県の遠野盆地です。みんな同じなのですね。この平取も山があって、間に平地があり、そこに田んぼが、かつてはかなりあったのだと思います。山には木が生えています。しかも、北海道の北に行けば、みんな針葉樹になっていくのに、この平取は広葉樹です。いまは枯木の山ですね。こういうものは、東南アジアの人が見ると、ものすごく感動するのだそうです、葉っぱのない木の山というのは。南の葉っぱは落ちませんから。ということで、ちょっと北海道っぽくないというのは、そういうことです。

米を作るためにどれだけ頑張ったかというと、これは熊本県ですが、台地の上には水がない、しかし、右の台地から左の台地へ石の橋をつくり、水を送っているのです。こんなものまで作ったということがあります。背景に、日本というよく似た全体がありますが、北海道は、実は日本の中では非常に違ったところなのです。

もう少し話を広げましょう。世界はどうか。世の中色々違います。これはスペインです。山は後ろにあります。木が１本もありません。太古の昔は森林だったのです。なぜかというと、これを全部牧草地にしました。下は小麦畑です。なぜ牧草地にしたか。畑だけでは食い物が足りないから。これはオリーブの果樹園です。ヨーロッパは山をこうやって目一杯使わないと食い物が足りなかった場所なのです。オリーブの果樹園では羊を飼っています。要するに、山を全部放牧地にすると、二度と木は生えてきません。全部食べますから。これが、日本と反対の世界です。要するに、地面だけで作物を作って何とかなったのが日本なのです。ところが、外国に行くと、そうではないところが沢山あります。

次に石狩平野です。千歳空港へ降りる直前ぐらいの北海道の基本的な風景です。北海道の人たちは、まず、開拓に入って何をやったかといえば、田んぼを作ったのです。この石狩平野で米を獲るということは大変だったのです。初期の開拓のリーダーは、お風呂の残り湯を田んぼまで持っていったと。水温を少しでも上げたいという願いです。最初はなかなか獲れませんでした。しかし日本人は、ある目標さえはっきりしていれば、頑張る民族なのです。目標がはっきりすれば実現する人達、北海道でついに米づくりが根付きます。これが 30 町歩の正方形で、これを６等分した５町歩が、北海道の開拓の１戸分です。これが基本的なのです。その５町歩が、いま、十勝へ行きますと、50ha の畑作農家があります。下手をすれば 100ha 位まであるかもしれません。

なぜ北海道で大規模農業が成立したか。これは、だんだん経済成長の中で暮らしにお金が掛るようになると、５町歩の農地ではやはり足りなくなる。そうすると、農業をやめようと思う人が現れ、そういう人たちは農地を売って、都市へ行ったのです。北海道でこういう話をすると、そんなことは当たり前だろうと言う。しかし、内地へ行くと、そういう人は殆どいません。そんな簡単に、近所に土地を売るということは、やらなかった。ですから内地では、みんな、どこかに勤めを探して、田んぼは何とか作りながら、兼業化ということで収入を増やしたわけです。北海道の人は、農業を辞める際、近所と相談して、直接取引をしています。「田んぼをいくらで売るけど買わないか」という感じで、農地を売っていた。だから、北海道には過疎地域が多いのです。この地域の人口減少の基本構造としてはそうした農家が丸ごと出ていき、その結果人口が減ったということです。だから、初期には、北海道は高齢化していないのです。北海道の農村は、過疎が始まった初期には、一家丸ごとみんな残っているわけです。農業が上手くいけば後継者もいる。最近その意欲がまたちょっと落ちてきて、少し高齢化が進行してきていると理解してください。

というわけで、北海道は、日本の中では相当に他地域と違うところです。ただ、その北海道の中で、この平取はまたちょっと違うように、今日はお見受けしました。自分達の特徴、あるいは自分達がどういう価値を持っているかということを、やはり改めて学び直す、そして、いまの時代に通用する価値にする。先ほどのほかげの発表でも、最後は、ほぼそういう話に近かったのではないかと思います。そして、自ら人材となり、力を付けていく。地域に価値を付加するのは人の力です。よく、「ここは温泉もないし、何もないのだよね」と言う。しかし、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は生まれるということです。

レジュメの２番目ですが、九州から東北までの日本は、極めて類似していると。それはとにかく、田んぼを江戸時代までにつくり、だいたい今の風景が出来上がっています。台地の開発や、干拓や、色々なことをやって、とにかく田んぼを増やしたわけです。江戸時代までは、北海道はアイヌの人達の世界でした。アイヌの人たちは自然の恵みを素直に受け止める人達だったと思います。そして、明治政府は、北海道、この北の大地を放っておくのはもったいないとして、例えば福沢諭吉も北海道開発を進言しています。というわけ

で、福沢のお婿さんの桃介という人は、北炭という企業を興し、後に北海道でちゃんと大儲けもしています。沢山の人が北海道へ入り込んで来て、開拓に入ります。その開拓が、非常に、制度的に整ってから、こういう 30 町歩の正方形に 6 等分した 5 町歩、これは、昔の農家は 5 町角と言います。それが作られていきました。そして家は、ここに残っていますが、こういう家がないところは、売って出ていったところです。それを誰かが買って、大規模化していったということです。

というわけで、北海道の農業が大規模化したのは、社会の性格によるのです。客観的な問題ではないのです。人間社会がどういうタイプだったか。北海道の人は知らない人同士が集まり、一緒に頑張って水路を引いたり、田んぼを作ったり、新しいルールを作って過ごしてきました。内地の伝統的な農村は、何百年、場所によっては 2000 年続いているかもしれないのです。そういうところでは、こんなことは昔から決まっている、いちいち考えなくてもいいと。しかも、田んぼという素晴らしいものを受け継げば、その田んぼの努力、技というのは、少しずつ進化しますから、世界に冠たる農地を受け継げば、あまり何も考えなくてよかった。しかし、北海道の人は、この北の大地でどうやって開拓するか、集まって考える必要があった。知らない人間同士が相談をする能力があったということです。これが開拓者の世界です。最近、開拓者精神がだんだん無くなってきている感じを受けていました。でも、今日のほかげさんの話を聞いていると、やはりほかから移り住んで来た人がリーダーになって、いろいろな仕掛けを考えている、これは大変素晴らしいことだと思いました。

次に、活性化しているというのはどういうことか。これはあとで長い文章も付けてありますので、読んでおいて頂ければいいのですが。活性化、もともと活性というのは化学用語なのです。化学反応が起きやすい状態が、活性度が高いと。活性酸素という困ったものは、体の中にガンを作りますが、あれもすぐ何かと反応してしまう、あれは困った酸素です。しかし、社会が活性化しているということは、人と人の間に絶えず反応が起きて、新しい仕組みが生まれる状態になっている、これが活性化ということです。ですから、経済の話だけではありません。地域社会や集落がどういう話し合いをすればいいか。先ほど、まちづくり会議という話が出ました。そういうものが絶えず生まれ、人と人との間に反応が起きて、今まで無かったようなものが生まれる、いままで考えられなかったようなことが考えられる。経済の活性化といえば、これは産業振興ということになりますが、地域社会そのものがいい状態になる、そういう反応があるのだということです。人と人が反応して新たなプロジェクト、あるいは人と物が反応すれば特産品ができます。先ほどの青トマトのジャムなど、いろいろ頑張っておられました。青いトマトをつくるのは、すごく大変だとおっしゃったのですが、赤いものが混じって、ちょっと色が違っていても良いのではないかと、僕は思いました。これからはそういう時代です。完全な規格品が良いわけではない。その日ごとに、ちょっと赤っぽくても、これが本物だよ、と言って売ることも出来るのではないかと。余計なことかもしれませんが、いまの時代はそういうふうに動いていると思います。

そのためには、人と人が接触する場づくりが大事です。まちづくり会議のようなものは絶対になければならないものです。何種類も、いろいろな系統であっていいと思います。その中で、たとえば塾のようなやり方、１年間、月に１回、どこかの先生を呼んで、一緒に学び合う、一緒に学び合うということは、色々なことを共有できる。肩を組んでいれば誰かが足を引っ張っても、下に落とされません。という仲間づくりも大事です。交流、接触し仲間をつくる。というわけで、交流ということを地域基本戦略に置くべきだと思います。

また、外の人との接触、あとで補助人ということについての短い文章が出てきますが、もう補助金よりは補助人だよね、ということが地域づくり関係者から、10 年前位からよく言われるようになりました。今日の主催者である国土交通省も、かつては地域振興アドバイザーや、地域づくりインターンといった事業を行っていました。平取町はいまもインタ

ーン生を受け入れて下さっていますが、これは私が昔、国土庁の若い職員と相談して作ってもらった事業で、10 年近くそのお世話をしました。いまは、各市町村が自主的に募集し、元気なところは続けて頂いています。その後、総務省でも集落支援員を作り、今まさにここで受け入れておられる地域おこし協力隊というのも作りました。色々な派遣事業が世の中で価値あると認められ、作られています。

私は国土交通省がこの事業を辞められたのは、大変残念に思っていますが、色々なところでこういう事業があります。もっと古く、早くからあるものとしては、地球緑化センターが実施している緑のふるさと協力隊というものがあります。今年で 19 年目になります。１年間、月５万円を支給して、都会の若者を地域に預ける。５万円で暮らせるのかと思われるかもしれませんが、住むところは用意される。また、５万円しかもらっていないということがわかると、毎日のように米や野菜を回りの農家の人たちから頂くようになる。

田舎は、田舎にしかない力があるのです。誰かが来たら、飯ぐらい食べさせる力はあるのです。そうやって、人に貸しを作ることが出来る。私は地域づくりインターン事業の価値もそこにあったと思っています。都市が栄え、田舎が衰退するということで、何か都会の人にしてもらおう、「もらおう」という発想に、田舎のほうがなっていた。人間１人、１人を取れば、田舎の人の方が強いのです。回りに色々なものがちゃんとあるのです。薪がなければ裏山から取ってくればいいのですから。ちゃんと生きていける。そこにいろいろな技があるのです。もちろんおいしい米を作り、おいしい野菜を作り、おいしいトマトを作る、これも田舎の人の技です。都市にはない。都市には都市の人の技があります。それは、野間さんのように、いまもパソコンを触っておられますが、都市でそういう技を身に付け、それを田舎に活用する、これを私は「野生と普遍性のドッキング」という表現で、もう 20 年前から言ってきました。そういう力が結び合わさったときに、田舎というのは素晴らしい場になっていくということです。これが外部の人との接触の意義です。

定住者を増やすための施策は色々あります。ただ、私は、とにかく他人が来てくれて、そこで１年なり、２年なり、やり取りをする、その人の力を地域に活用する、あるいはそれを活かして使う力を地域が付ける、こういうことに一番価値があると思うのです。ですから、とにかく住んでくれという発想だけで他人と付き合うのは、いかがなものかと思います。もっと悠然と構えていて良いのではないでしょうか。定住だけが目的ではないと書いたのはそういうことです。また、内部の接触と反応、様々な協働の育成。協働という言葉が流行っています。協力して働く、コラボレーションですが、これは、違う力を結集して飛躍的な力にすることだと思います。昔、共同という、これは日本の伝統的な社会が得意な、みんなで力を合わせる。これは同じタイプが力を合わせたわけです。だから共に同じと書くのは、非常に的確な表現なのです。農家が集まって一緒に道普請をするとか、あるいは昔の農村では、誰かの家を建て替えるときにみんなで手伝ってと。同じタイプの人が集まったわけです。いま、同じタイプの人が集まっても、次の時代のための新しいアイデアはなかなか生まれないのです。違うタイプの人が集まって、いろいろ違う意見を重ねる中で、新しい方向が見えてくるということです。

というわけで、私は北海道が日本の先進地域であるということを、早くから言い続けてきています。北海道というところは、知らない人が集まって作ったところです。そこでは、みんな、共通認識がない、お祭りのやり方も違ったでしょう。そういう中で作ってきた社会というのは、人のパワーがあるはずなのです。農地もちゃんと売り買いして、大規模化する農家と、都会へ行く農家に分かれた。そういうことで、もともと内地の農村集落に比べれば、固まった地縁社会ではないのです。それは、北海道の人はそこしか知りませんから、これが世の中だと思っているかもしれませんが、やはり本来違うのです。そういう人達は、率直に意見を戦わせる力が、内地の人よりもあるはずです。いま、内地もだいぶ過疎高齢化の中で、そういう動きが当たり前になってきましたが、今から 20 年前は、何かと言えば有力者がいて、「お前たちのやっていることは、ろくなことではない」というのが、内地の普通の姿だったわけです。というわけで、共に同じという共同では、元々ない。ま

た、北海道は農協のような協同組合も盛んです。この協同組合という字がちょっと違う。これはみんなでお金を出し合うことです。いまは協力して働くという協働。

これは根釧原野、根室と釧路の間の根釧台地に生まれた新酪農村です。最も日本離れした風景です。これは 63ha の牧場を国が造成して、牛舎も建て、牛も用意し、牧草も植えて売り出したところです。だから当時「建売牧場」と言われました。こういうものを誰が買ったかというと、北海道のどこかで 20 町歩ぐらいで農業をやっていた人が、そこを売って、ここで 60 町歩買うか、というふうにして、北海道の人は目的に応じてちゃんと動くのです。内地の人は動かないのが一番ですから、とにかく無理をして勤めに通って、兼業化して、土地はそのまま何とか、ということなのです。

これは十勝の、最も十勝らしい畑作の風景です。こういうところが 50 町歩ぐらいの畑作をやっています。今日、ここで伺ったら、むしろトマトに集約するために、経営面積は縮小してきたのだと。こんなところは北海道で初めて聞きました。それがここの大きな特徴なのです。

そこで、富良野美瑛の展開は、写真家、脚本家と農家の接触から、と書いておきました。これは中富良野にあるファーム富田の写真ですが色々なものを売っています。10 億円を超えているはずです。もともとはラベンダー農家です。ラベンダーというのは、ちょっと斜面で田んぼにならないところに植えますが、富良野も実は田んぼで頑張ったところなのです。しかし山の斜面は田んぼにならない。あとから入った農家はそこでラベンダーなどをつくってきたわけです。ある美瑛に住み着いた写真家が、富田さんに「畑の写真を撮らせてもらっていいか」と言ってきた。「変なやつがいるものだと」早稲田大学を卒業して富良野で喫茶店をやっていた男に話したら「ひょっとしたら、あなたの畑はこれから金になるかもしれない。プロデュースしましょう」と言って、いろいろな花を季節ごとに植えて、畑に、勝手に入ってくださいということで売り出した。いま、ここは夏になるとアルバイトを 200 人ぐらい雇っています。要するに、写真家が写真を撮りに来たという接触が、このファーム富田というものを生み出すきっかけになった。もちろん、うまくビジネスをやっていくためには、そうしたことが得意な人も関わるようになった。農家の人だけでは、きっとだめだったと思います。そういう事例もあります。

また、富良野が観光地になったのは、倉本聡という脚本家が住み着いて、「北の国から」というドラマを作った影響が大きい。彼は、ドラマを作ろうと思って住み着いたわけではないのです。北海道の自然の中で良い人生を送ろうと思って住み着いたら、やはり北海道の農家は違って見えるわけです。迫力があるわけです。その迫力のある、いい部分を自分でプロデュースして、ああいうドラマをつくって大当たりした。そうすると富良野というところを見に行こうと。ついでに美瑛の畑も見に行こうということになる。田んぼにもならない、ろくな地面ではないところを、あとから入った人たちが何とか開発した、いまは「丘の町びえい」と言ったり、「日本で最も美しい村連合」というのも美瑛が中心になってつくったりしています。要するに、数十年前には、こんなものに価値があるなど、誰も思っていなかった。しかし、それに価値を見出したのは都市の人なのです。都市にはない素晴らしいものがあると。

実は、フランスの印象派にモネとか、いろいろな農村風景を美しく描いた絵がオルセー美術館やルーブル美術館にもあります。そういう絵を見て、パリの人たちは「農村はすてきなのね」と思うようになる。そして、たまには農村へ行ってみようと。「あなたたち、いいところに住んでいますね」と、その話を聞いて、農村の人達は漸く、自分達はやはりもっと美しい村を作ろうという流れになっていくわけです。先ほども都市の人と交流して、自分達の価値を示すことによって、もっと村を美しくしようという動きが生まれるという話がありましたが、そういうことが大事なのです。結局、他人に見てもらうということが一番早道なのです。ということをぜひ、知っておいてください。

もう１つ、世の中で系列化という時代が来ている。いま、全国にある農村の直販施設、そこに農家がバーコードを付けて野菜を出荷しています。バーコードがあることによって、

コンビニがあるわけです。要するに、レジでピッとやるだけで、本部のコンピューターに情報が送られ、どこの店で何がいくらで売れたかが、全部把握できる。そうすることで、本部はどの店に何を補給すればいいかを判断する。現場の経営者が考える必要がないのです。ですから、あれはロイヤリティといって本部が吸い上げていく金が大きい。地元の経営者は、家を貸しているだけです。だから取り分は多くないのが当たり前なのですが、そういう時代が来たということです。札幌の凋落もそういうことと関係があります。札幌には必ず大企業の支店があった。そこに人が必ずいっぱい張り付いていた。しかし現状を見てみると、東京であろうが、釧路であろうが、帯広であろうが、全部直接管理できるのです。いわゆる支店経済の凋落というのはそういうことです。そういう系列化の時代に、田舎で自分たちが地面に足をつけてどうやって生きていくかと、これを考えなければいけない。地域づくりというのは、こういう系列化への対抗だと、私は考えています。遠くで管理できないものをつくるしかないのです。

というわけで、私は、地域づくりとは時代にふさわしい価値を内発的につくり出して、地域に上乗せすることとしています。今日、私の本を 10 冊ほど受付に置いてもらっています。１枚めくって頂くと、時間がなくなるから宣伝しておきますが、私の本の紹介が出ています。麦屋弥生さんというすてきな地域プランナーが、ちょっと褒めすぎではあるのですが、書いてくれました。この人は、岩手・宮城内陸地震で被災し亡くなりました。

また、「若者と地域をつくる」という本は、今日は持ってきていませんが、地域づくりインターンがいかに世の中に価値があったかということを書いた本があります。一応、知っておいてください。

話を戻します。系列化に対抗するためには、遠くで管理出来ないものを地域から作っていくしかないということです。よく、田舎に大きなショッピングセンターが来ると、みんな「便利になった」といって喜びますけれど、あれは経営が難しくなった途端にいなくなります。ずっといてくれる確証はありません。それから、あそこで雇用が多少生まれるかもしれませんが、必ずしも働く人の給与は高くない。ああいう世界はまた、それなりに経営努力はしますから、たとえば子供の遊び場や広場のようなものは作るかもしれませんが所詮はその程度です。もう１つ、ついでに言っておきます。日本の都市がなぜいま、地方都市が衰退し商店街がだめになる、シャッター商店街になる、それがまったく、どうしてだめかというと、広場がないということが１つあります。商店街というのは、経済的な装置です。社会的な装置のような顔もありました。おもしろい店があり、おもしろい店主がいて、話し相手になってくれる、そういうことがありました。しかしながら、品揃えや値段など、買い物の機能がショッピングセンターに負けるわけです。ヨーロッパの小さい都市は今でも元気です。それは町の真ん中に広場があり、教会があり、そこに色々な施設が、要するに人が顔を合わせるようになっているわけです。日本の商店街は、ものを売るだけの装置だったから、いまはどうしようもないのです。私が住んでいる富山市では、いま、中心商店街に広場をつくり大成功しています。グランドプラザといいます。というようなことをついでに申し上げておきます。

ですから、大きな都市では作れない地域資源を改めて学び、それを育てる。先ほど農都交流型ツーリズムという言い方をされていましたが、そこにはどうしてもツーリズムというのが大事です。もちろん、トマトなど、面積が小さくても売上が大きければ、それは大規模農業と言っていいのですが、そういう成功する農家というのは、多くはありません。そういう人達は頑張って生きていけます。人口は減っても農業は成り立つのです。北海道はそうやって農業が規模を拡大してきたのです。だから全部過疎地域なのです。家の数はもの凄く減った。しかし、あの農家、この農家は 5,000 万円の売上で頑張っているというのが、北海道の普通の流れだった。でも、それでは、地域社会の姿というか、良さというか、そういうものは創れない。経済だけではだめなのです。そのためには、小さいビジネスがたくさん生まれることが必要なのです。飲食店ももちろんその１つです。また、ツアーコーディネーターのような方も。今日のお話の、お母さんたちのサークル、素晴らしい

ですね。ちょっと費用の話が出てこなかったのであとで伺おうと思っています。地域内に多様な役割を育成するということで、経済循環が起こるというわけです。そういうわけで、さまざまな活動グループの協働がカギだと。今日はその中の、いくつかのグループのお話を実際にうかがうことができて良かったと思います。もちろん、アイヌの故郷であるということも、それは大変な資源であり、お宝であるということです。

次にフランスのトロワという古い町です。小さい町ですが、ここに木造建築がたくさん残っていて、広場があり、ここにいつも人が集まる。ここはかなりの観光地なのですが、こういう広場的な場所がしっかりと存在しています。北海道は地面がありすぎて、そこは難しいかも知れませんが。ついでに言っておきますが、北海道はどんな小さい町でも「何とか市街」があります。道案内に。あれは開拓のときに、ちゃんと、農地とは別に小さな市街地を予定してつくっていったのが理由です。そこに店や郵便局といったものが集まり、そういうふうに作られてきたということです。

日本の内地の人達が、いかに田んぼ作りを頑張ってきたか。これは能登の千枚田です。ここには稲が５株しか植えられない、こんな田んぼがあるのです。地元の人たちは「先生、こんな田んぼはそうないでしょう」と。「いや、世界に絶対ないと、いばっていい」と言ってきました。かつてはこういうものを作った。これがちゃんと作られていれば、やはり美しいわけです。そのためにこの地域では都会の人がボランティアとしてかなりの規模で働いています。これは山口県ですが素晴らしい棚田です。ここも一時荒れていたのですが、Ｕターンした人たちを中心に、これは俺達の宝ではないかということで、これをだめにしたら、本当にここは住むところではなくなってしまうということで、議論を繰り返した結果、半分近く荒れていたところが復活しています。それから、伊豆半島ですが、荒れていた田んぼをおじいさん達が頑張って、みんなを口説いて復元しました。これには静岡市の大学生なども参加し、10 年ほど掛って作業をして復元することができました。伊豆は海岸の民宿でかつて栄えたものだから、裏山の田んぼなど、もう作らなくなったのです。でも、このおじいさんたちが頑張って復元した。だから写真のような笑顔になる。というふうに、笑顔になれるような地域社会を作っていく、そういうことが、やはり会議の中でどんどん議論されるべきことでしょう。

ということで、最後です。改めて、北海道に期待すること。21 世紀型協働社会の構築。先ほどから言いましたように、知らない人同士で話し合いをするというのは、日本人が一番苦手なことでした。小さな集落で、みんな顔見知りで、何百年やってきたわけです。そして、次男、三男はそこにいたら土地がないから、黙って出て行った。そして都会へ行って頑張った。そういう物分かりの良い社会。北海道はそうではない。明治の開拓の時代から、知らない者同士が色々相談しながら最低限のことを決めてきた。しかし、集落にどっぷり浸かった社会ではないのです。やはり、こういうふうに農業をやりたい、では、誰と組むか、話し合いで機械を共同所有するとか、共同購入をするとか、そういうことも北海道では、内地よりははるかに行われてきました。それは必ずしも親戚や隣の人ではない、気の合う人ということです。

また、札幌の雪祭り、雪があるから使えばいいではないかと。内地では、昔そんなものはなかったのです。そういうふうに、ちゃんとオリジナルに考えるという、そういう性質が、北海道の人にはあるのです。それをもう１回思い出してもらいたい。

そこに書いたのは、近代以降にできた社会の基本は個人主義、個人主義というのは悪い意味ではありません。悪いのは利己主義といいます。自分のことしか考えない。個人、個人を大切にするというのが個人主義です。そういうところが北海道にはあると。だからいまでも移住することに抵抗がない人が、それなりにいる。かつての農家もそうでした。ここで農業をやっていても調子が上がらないと思ったら、もっと頑張る。だから新酪農村なども売れたわけです。そういうわけで、札幌は日本の中では、非常に都市らしい都市、北海道の中の都市は、比較的そういう性格を持っています。子供の世話にあまりならないとか、色々な都市らしい、新しい出会いをおっくうがらない。農村も都市的な体質を持って

いるというのは、農地の拡大のためには借金もしなければいけない、借金をしすぎた農家もありますが、しかし、経済合理主義、投資による借金、高い移動性、というような性格が、やはり内地に比べればあるのです。そういうところを、自分たちの強みとして生きていってもらいたいと。そういうわけで、北海道は、私は先進社会であるはずなのだと。それなのに、三代目、四代目になって、お寺や神社ばかり立派にするのはどうかと。してもいいのですが、それで喜んでいていいのかと、そういうことを申し上げたい。

というわけで、真の協働社会への脱皮と。日本というところが、少子高齢化で、今までの社会が潰れかけているわけです。それ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得るということを、私は常に北海道の人たちには申し上げたいということです。

最後に資料として配布したプリントについてお話して終わります。１枚めくって頂くと、私の本の宣伝、その次に「ソバの魔力」という、これは富山県の山の中で、ある集落が中山間地直接支払いのお金を使ってそば屋をつくり、おばさんたちがそば屋を共同で経営するようになった。そのきっかけになったのが、私の一集落一カフェ論で、私は、人が集まる場所というのは、小さな集落でもないといけないということで、一集落一カフェ論をかなり前から唱えていました。そこの人たちは、自分達のところで何か作るとすれば、そば屋がいいのではないかと。山のかなり奥でカフェというのも、ということで、私の講演がきっかけになってできたそば屋です。ソバというのは不思議な魔力があって、けっこう遠くまで食べに行くのです。微妙に味が違うのは、またおもしろい。それでソバの魔力と書きました。

それから次は、「さまざまな補助人の価値」ということで、山口県でグリーンツーリズムを始めるのに、地域づくりインターンを入れて、それが非常に良い結果を生んだということです。次の「鳴子の米の進化」というのは、これも内地の伝統的農村で、集落の力をベースにして行われていることなのですが、ここに来られた結城登美雄さんがプロデュースして、農家に１円でも手取りが増えるような米を売るシステムを作ろうということで、ここでは農家に１俵１万 8,000 円を保障する鳴子の米プロジェクト、実際に売る値段は２万 4,000 円、もちろん宣伝など色々なことに使うということが進行中ということです。

最後は、「海士町と隠岐島前高校」、平取にも高校が１つあると何かで読みました。過疎地域における高校の存在というのは、もの凄く大事です。高校生が町からいなくなるのは大変なことです。島根県の離島である隠岐では、１クラスに減らされていた。それを町長以下が頑張って、東京や大阪から生徒を呼んで、ついに１クラスでは足りなくなり、２クラスに戻ったという顛末を書いてあります。ここでは、大変若い人が住み着いているのです。一流予備校から講師を呼んできて、学習塾まで町がやっています。寄宿舎は全部タダです。町にとって高校は命であると。北海道の池田町もたしか高校に直接支援をしているはずです。このようなことも色々お考えくださいと。最後には、ちょっと長い文章が付いています。交流というのがいかに大事かということです。

ご静聴ありがとうございました。

（司会）　宮口様、ありがとうございました。改めまして、宮口先生に大きな拍手をお願いいたします。続きまして、街づくりカウンセラーとしてご活躍されている今村まゆみ先生より、「地域づくりのキーマンになる！キーマンを探す！」と題した講演を頂きます。今村先生は、早稲田大学教育学部卒業後、「じゃらんガイドブック」編集長を務められ、現在はフリーランスでまちづくりアドバイザーとしてご活躍されています。今村様、よろしくお願い致します。

基調講演２　「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

皆さん、こんにちは。只今ご紹介に預かりました今村と申します。今日はお招き頂き、ありがとうございます。そろそろ皆さん、疲れてきた頃ではないかと。ちょっと伸びでもして、くつろいでください。

では、始めさせて頂きます。今日は、ぱっと見ると、女性の方が４分の１以上いらして、素晴らしい町だと思いました。私は「じゃらん」という旅行雑誌をやっていたのですが、その雑誌は主に観光地を取り上げる雑誌だったものですから、申し訳ないことに、今日、初めてこの町に足を踏み入れました。この町の名前も講演でお呼びいただくまで存じ上げておりませんでしたが、いろいろ調べさせていただくと、トマトがおいしいとか、こんなところに義経神社があるとか…（ちなみに私は義経が大好きなのです）、あとは、アイヌ文化もあるのですね。アイヌの資料館は写真では、ちんまりしていたので、あまりたいしたことはないのだろうと思って、実は気にもとめていませんでした。ところが、地元の皆さんに聞くと、「いや、北海道の中でアイヌ文化がしっかり残っているのは、３ヵ所しかない。阿寒と、白老と、ここしかない」と言われて、がぜん、見る気満々になりました。でも、今日、日帰りしなければならいので、また来たときに、ぜひ、拝見させて頂きたいと思いました。

そんな感じで、実は、すごく資源の多い所だとわかり、改めて私はびっくりしています。女性がたくさん、こういう場に出てきていらっしゃるというのも素晴らしいですし。こちらの中では行政マンの方達、職員の方達はどのぐらいいらっしゃいますか。ちょっと手を挙げてください。ちょろちょろっとしかいないのですね。これまたびっくりです。

日曜日にわざわざこんな風にここに来てくださっている市民の方というのは、すでに地域づくりのキーマンということですね。キーマンの皆さんに対して「キーマンになれ」というのは、大変失礼なお話でしたね。講演タイトルをちょっと修正しまして、「地域づくりのキーマンになる」という箇所は、「もうキーマンである」ということですね。そのキーマン達が、新たなキーマンを探して繋がり合う、そんなつもりで、今日の 60 分を聞いて頂けると良いと思っています。

私は旅行雑誌を 15 年半ほどやっておりました。そのあとフリーランスとして仕事をしていますが、そのままライターとかエディターとかをやっていれば良かったのですが、なぜまちづくりに興味が出たかというと、地域の皆さんからの発信を工夫すれば、もっと町が元気になりそうだなぁと思ったからです。旅行雑誌をやっていると、いろいろな地方行政の方たちが宣伝に来てくれます。「来年こんなイベントをやります」とか。東北、北海道、四国など各地の方々が来るのですが、たとえば○○県の方に「地域の特徴は何ですか」と聞くと、だいたい皆さんおっしゃるのが「たいしたものはないのだけれど、新鮮な魚介類があって、山もあって」というフレーズ。たいてい山や海や新鮮な野菜や新鮮な魚介類に集約されるのです。それはこの前東北の人も言っていたなとか、その話は九州の人も言っていたという感じで差別化されていない。具体的な例で言ってくださらないので、どこも一緒に見えるのです。そうすると、編集の人間としては、取り上げてあげたいのだけれど

魅力が漠然としていて、取り上げられないのです。いわば情報発信力が弱いということになるのですが。先ほどのように平取のアイヌの文化の話も、道内に３ヵ所ぐらいしか残っていなくて、そのうちの１つなのだと言われると飛びつきたくなるのですが、そうでないと、「ああ、北海道だから、アイヌ文化ね」で終わってしまう、そんなことが起きるのです。ですから、私は、もう少し地域に入って、その地域の資源の素晴らしさが何なのかということを、地域の皆さんと一緒に話して、そして、それらを人が呼べる特産品やツアー商品に加工して、メディアにつなぐということをやっていきたいと思い、この８年間、地域を活性化する活動をしています。

それまで、リクルートという会社で、一組織の単なるサラリーマンだったので、地域に入って行政の方たちといろいろな仕事をしたり、町のキーマンの方たちとやり取りをしたりしていると、私がそれまで 15 年半知らなかったことが、たくさんありました。皆さんはご存じのこともあるのだと思うのですが、そういう経験も踏まえて、これからのお話をさせていただきたいと思っています。

いま、ここで「キーマン」というキーワードを出させていただきました。いわゆる地域のキーマンとはどういう人たちか？というと、先ほど登場されたお３方は、まさにキーマンだと思います。このお３方と一緒にやられている仲間の皆さんも、もちろんキーマンだと思います。そういう方たちをもう少し説明すると、こういうことになると思います。いわゆる有識者とか、肩書きではなく、地域のことを熱く想い、利他的な精神を持つ、利他的というのは、人のためになる、我欲のためではなく、地域のためになる、相手のためになる、そういう気持ちを持って、影響力・企画力・行動力を発揮できる人のことです。こういうキーマンが増えていって、その人たち同士が手を組むことで、大きな動きになっているエリアがたくさんあります。今日、お３方のお話を拝聴させていただくと、もう、そういう芽がすでにできあがっているのだということを感じました。野間さんがおっしゃっていた、そういうキーマンを集めたまちづくり会議、とてもいいですね。そういうことをコンスタントにやられるといいと思います。そんな結論に、最終的にはなるのですが、各地の事例などを紹介しながら、少しお話をしたいと思います。

私のスライドは、全部お手元の資料の中に入っています。それをなぞるような形になるので、どうしても皆さん、下を向いてお話を聞かれる方もいらっしゃいます。これを付けないと、欲しかったというニーズも出てくるので付けておりますが、私は寂しがり屋ですので、ぜひ、なるべくこちらを見て、見えない字があったり、もうちょっと写真が見たいと思ったりしたら、下を向く、こんな感じでお話を聞いていただけるとうれしいと思っております。よろしくお願いします。

今日、お話ししたいことは、こんなことです。「地域づくりを阻む５つの壁」、「成果をあげている地域の要素」、３つ目として「各地の事例」、これらをお話ししたいと想います。この話を通しての目的もちょっと書かせていただいています。キーマンを見つけ、情報交換し合う気持ちがちょっとでも生まれてくれるといいということで、今日のお話を用意しております。

私が、まちづくりの仕事に絡むようになって、町を活性化させるにはすごく大きな壁が５つぐらいあるということを感じました。これまでは、まちづくりのことは町役場に任せておけばよかったわけです。それで済んだわけです。しかし、今は人口減少、少子化、それから経済状態が悪くなって、地域の財政が悪化している状況で、役場の人達、市役所の皆さんだけでは追いつかない状況になっているということが１つあると思います。色々なまちづくり会議があり、市役所、町役場の方たちも、もちろん絡んでいますが、その人が１人だけ、すごくやる気があっても、だいたい３年で異動してしまう。次の人が同じぐらいのモチベーションでやってくれるかというと、そうでもなかったりするということが生じると、担当者の交代と同時に活性化の勢いが失速してしまうのです。こんな現状があると思います。

また事業の立ち上げ段階では補助金を使うことが多いと思うのですが、なかなか２年、

３年使える補助金は少ないです。どうしても単年度にならざるを得なくなってくると、やはり単年度の壁が襲ってきます。１年目までは頑張ったのだけれど、次に続かない。それで終わってしまうということが結構見受けられると思います。

それから人材の壁です。人材の壁については、要は、まちづくりというのは、町に人を呼んだり、お金を落としてもらったり、そういう仕掛けを考えていくわけですが、これは企業で言うと新規プロジェクトの立ち上げ、無から有をつくる、そういう事業になると思います。たとえば役場の皆さんは、比較的定型業務が多いと思います。あとは、資料をまとめたり、細かい計算をしたり、企画書をつくったりすることもとてもお得意なのです。が、新規プロジェクトのために例えばアイデアや想像力、行動力などを発揮してくれる人材が欲しいとなってくると、役場の皆さんだけでは限界がある。そこで、たとえば主婦の方、20 代の若い人たちのアイデア、年長者の人たちの知恵、こういったものが結集したときに、先ほど宮口先生もおっしゃっていましたが、化学反応が生まれるのだと思うのです。なので、人材の壁というのも１つあると思います。

それから４つ目は、富の壁です。たとえば企業誘致が上手くいっていて、十分に税収が入ってくると、危機感がないので、まちづくりなど必要ないということがあります。よく、シャッター街の商店街に行くと、何人かの商店主さんはなんとかしようと、すごく熱心なのですが、ある一部の人は、「この町はだめだから」とそっぽを向いているという状況に出くわします。この差は何で生まれるのかと思って、「こんな町はどうせだめだよ」と言う人たちはいったいどういう人たちなのかとヒアリングしていくと、大体土地を持っているのです。資産があるため自分は困らないので商店街のために尽力しようとは思わないのだなぁと分かりました。富の壁については、潤っているからあまり危機感がないということもありますが、もう１つ、大河ドラマのロケやブームに乗れる要素があるなど、せっかく集客のチャンスが来ているのに、それに気付かずに、チャンスを逃すということもあります。

５つ目は、地元３横綱の壁です。これは何かというと、地元の３横綱が一体どこの組織なのかというのは各地域によると思いますが、主に自治体と商工会議所と商工会、あるいはＪＡ、観光協会、これらがもっと連携していけばれうまくいくのに、と思うことがよくあります。これらが連携した町はやはり集客力をあげています。しかし、日本全国、津々浦々、そんなに仲良しではない町が少なくありません。すごく微妙なことを言っていますが、そういうことを感じます。仲良しになると、もう少し日本が元気になるのだろうなと。この３横綱というのは、別に野間さんと山本さんと川上さんということでもいいのです。要はその町のキーになるような団体が手を組むと事業が進む。本当は、ここが手を組めばいいのに、しっかりやればいいのに、というところが、意外と牽制し合っているようなところもあると思います。この町がどうかということを私は知りませんが、そのあたりも、皆さんに教えていただこうと思います。こういう壁があり、この壁を取っ払っていくことが大切だということです。

成果をあげている地域というのは、資料にあるように４つのポイントがあります。まず、危機感が強い。２番目として複数のキーマンがいます。自治体の職員はもちろん、ＮＰＯや住民の方、商工業者さん、地元の企業とか。先ほど発表してくださったお３方は、もう素晴らしいキーマンなので、複数のキーマンがすでにいるということを感じました。野間さんがおっしゃっていた、よそ者・若者・ばか者、あとは長老とか女性とか、色々な視点を持つ人のバランスが良い町の方が、成果が上がりやすいということも感じています。偏ったメンバーしかいない会議体の場合には、私はもう少し女性を入れたほうが良いとか、例えばＪＡの婦人部の方たちに入ってもらってはどうかとか、そんなことをアドバイスさせて頂いています。複数のキーマンがいて、バランスよくいろいろな人たちが揃っていることもとても大事です。

それからもう１つ、地域づくりの目的、町のコンセプトがしっかりしていることです。「この町はトマトで行くのだ」「アイヌ文化でいくのだ」とか、そういうコンセプトです。あとは誰を呼ぶのかを明確にすること。札幌から人を呼ぶのか、東京から呼ぶのか、北海道内

全体から呼ぶのか。こういうターゲットを明確にして戦略を立て、それを共有している町は、強いと感じています。

そして最後に関連組織が情報交換・連携しているということです。連携という言葉があちこちで出てくるのですが、連携というのを辞書で調べると「同じ目的を持つ者同士が連絡を取り合い、協力し、物事に取り組むこと」と書いてあります。連携というとちょっとハードルが高くなるのですが、同じ目的だということを確認し合って、まずは連絡を取り合えばいいのです。何の連絡かというのは、小さなことから大きなことまで。別に小さなことでもいいわけです。お互いに情報交換し合えるというところから始まって、そして徐々に大きな連携になっていくのではないかと思います。いま、こういうことをやっているとか、こういう問題意識でやっているとか、そういうことをお互いわかり合うということだけでも、第一歩としていいのではないかと思っています。

これらの要素が揃っているエリアの具体例として、事例をご紹介します。これは、じゃらん時代に絡んだときの話なのですが。具体的には 1994 年７月、いまから 18 年前の古い話なのですが、私がまだじゃらん編集部にいた頃、ある１本の電話が私宛にかかってきました。誰からの電話かというと、私のいとこなのですが、長野県の飯田市というところがあります。飯田市というのを聞いたことがある方は手を挙げてください。ありがとうございます。10 人ぐらいですね、そんなものだと思います。南信州のほうなので、いわゆる安曇野、志賀高原といったメジャーなところではありません。どちらかと言うと名古屋に近い。名古屋から車で２時間、逆に東京から行くと、すごくアクセスが悪くて４時間半、そんな所です。自分の両親は飯田で生まれて、親戚一同も飯田にいるのですが、私より８つぐらい年上のいとこから電話がかかってきました。どういう電話だったかというと、私が東京の旅行雑誌の編集をやっているので、何かが出来ないか？と、思いあまって電話をしたということなのです。言い始めたことは、飯田では農家の高齢化が深刻だということです。飯田はリンゴ農園やナシ園が一次産業として非常に盛んなのですが、とにかく収穫が困難だと。ハシゴに乗って収穫するのですが、高齢者が多いため、その収穫が困難で、畑をやめてしまうところが出てきたそうです。畑をやめて何をするかというと、土地を売ります。そこがパチンコ屋さんになったり、道路が整備されて広い道路ができて、スーパーや量販店や駐車場も増え、どんどん景観が変わってきたと。

それにより自然破壊も進んでいると。畑をやっているから、温暖化がものすごく進んでいることも分かると。いつもだったら４月はこうだった、５月は芽が出てどうだったとか、そういうことで季節を感じ取っているわけなのですが、それがどんどん早まっていて、全体的におかしくなっているという電話なのです。これは 18 年前なので、温暖化や高齢化と言われても、当時、東京に住む私には、ちょっとピンと来なかったのですが、田舎で、自然の中に根付いて生活している人にとっては、こういう危機感が非常に高まっていたのです。

また、安全性の低い輸入作物に対する危惧があるとも言っていました。ひどい農薬を使っている輸入作物が入ってきているのに、消費者は安いということだけで買っている。そんな状況対して、とても問題意識を持っているという電話でした。

続けて彼女が言っていたのは、こういう事態に対して、田舎では一介の主婦が声を挙げてもどうにもならないということでした。男の人は聞いてくれない。相手にしてくれないのだと。そこで、何かが出来ないかという相談でした。では、何かしようと…。じゃらんとしては、新しい旅のスタイルを常に作っていきたいというニーズがあったので、私と編集メンバーと、農家のいとこで、この１軒の農家を実験的に利用して、援農をテーマに集客しよう企画を考えました。

当時「若者」だった農家のいとこと、「よそ者」であるじゃらんとで考えたのは、２～3 時間のリンゴの収穫体験ではなく、２泊３日の間、どっぷりつかって収獲の手伝いをしてもらうという企画です。いろいろ調べると、来てもらって収穫を手伝ってもらった対価としてお金を渡すと、それは雇用になってしまうのです。そうすると、アルバイト募集とい

う話になってしまうので、誌面にそういうことを書かなければいけなくなる。では、手伝ってもらうけど報酬は払わないことにしようとなりました。では、泊り込みで手伝ってもらうことになるけれども、宿泊費はどうしよう？　宿泊費をもらうと、この農家は旅行業をやることになってしまことになるので、宿泊代はもらえない。では、交通費も自腹で、報酬も出せないけど、２泊３日でリンゴの収穫のお手伝いに来てね、そういう趣旨の企画をトライアルでやってみようということになったのです。

それで喜んで来てくれそうな人は誰かと考えたのですが、自分も含め、東京で働くＯＬは、とにかくずっとデスクワークで運動不足、ストレスはたっぷり溜まっている層です。彼女たちは、田舎を持っていない人も多い。そういう人達に田舎のおもしろさや、２泊３日でどっぷり農作業に漬かる楽しさ（そういうときの集中はものすごくストレス発散になりますから）を教えてあげようという設定にしました。

具体的には、10 月のリンゴの収穫時期にあわせて２泊３日の援農体験を募集することにしました。トライアルなので、２組限定で募集したのですが、あっという間に埋まってしまいました。結果から申しますと皆さん、非常に喜んで帰られました。

援農体験に参加された皆さんは、普段、スーパーでリンゴを買うだけであり、「どういうふうにしてリンゴは出来るか」「どういうふうにして全体を真っ赤にしているのか」といった生産プロセスを大抵ご存じありませんでした。体験を通じて、毎日１個ずつ、少しずつ回していくということで赤くするというような、リンゴの生産プロセスがわかるようになる。作業と作業の休憩タイムには、土手に行って、葉っぱを採ってきて、それをクレープにしておやつにする。また、レモンバームなどのハーブも育てていますので、それを採ってきて、お湯をかけて、フレッシュハーブティーとして頂く。そういうナチュラルなライフスタイルに、非常に感動して帰られました。

体験してくれた人は、その後どのような反応をしたかというと、「11 月以降の体験メニューはないのか？」と尋ねてこられたのです。12 月は干し柿を作っているので「皮むき器で柿の皮をむく程度の作業しかない」と言うと、「それをやりたい」となるのです。「春は下草が出て、草をむしる程度の作業しかない」と言うのですが、都会の人は、土の匂いをあまり感じる機会がないせいか、「草むしりだけでもやってみたい」といって、どんどんリピートして訪れるようになっていったのです。「旅のノート」とかを置いておくと、どれほど楽しかったかということを書いてくれるのです。さらには、次に来るときに友達を連れてきてくれるのです。地元の方の問題意識と、外部から来たよそ者の視点で一緒に作り挙げた結果だと言えます。

その農家ではキャパシティ的に２組しか受け入れられなかったので、もう少し人数を増やせるようにしたいということで、「かたつむりの会」（地域づくり等について問題意識の高い人たちが集まる農業青年グループ）に参加している農家の人も巻き込んで、集客人数を増やしていってもらいました。また、民宿許可を取れば、もっとクオリティ高く人を迎え入れることが出来るということで、いとこはその後、民宿の資格も取っています。

そのような活動をしていたところ、井上さんという飯田市役所（農政課）の職員の方が、「面白いことをやっていると聞いたのだけれど、何をやっているの？」と尋ねに来てくれたのです。井上さんは、農家の高齢化について高い問題意識を持っている方であり、これまでのことをお話すると、「面白い」「凄くいいヒントになるね」と言って興味を持たれました。

彼は、「百姓というのは、土いじりや草むしりもやれば、リンゴや柿も育て、百の仕事をこなせる人だ」と考え、そういうことを、都会の人たちに伝えようと、２泊３日あるいは３泊４日を基本にどっぷり援農に浸ってもらう、宿泊プログラムを飯田市の中で広げていこうとしました。そこで、当時としては珍しい「ワーキングホリデー」という言葉を使い、取り組まれました。

農政課の井上さんが、農家を１軒、１軒訪ねて行って、「こういうことをやっているのだけれど、やってみないか」と声を掛けてくれた結果、受入農家も 111 軒になり、その農家

に行って手伝いたいという登録者が、いま、1,500 人います。毎年手助けをしてくれている人達も多く、援農の人材バンクのようになっています。

井上さんは、農政課に所属されていますが農政関係のことだけやっていれば良いという考えの方ではありません。もっと色々な百の仕事をこなす部分を体験プログラムにして、観光や中学校などの社会教育にも活用出来ると言い始めました。その話しを観光課や土木課にもして、どんどん巻き込んで連携して広げていってくれました（私は勝手に「連携マニア」と名付けました)。井上さんはそのあと、市役所を辞めて、独立して、今は CRC 合同会社（通称：地域再生診療所）という会社を起業し、各種のアドバイスをしてくれるようになりました。こんなふうに連携を広げていってくれました。

さらに面白いことに、南信州全体の底上げをしようということで、阿智村、松川町、天龍村等の飯田の周辺 13 市町村に援農の取組を広げました。

援農の取組以外にも、例えば桜守りと桜を巡るとか、天竜峡でラフティングとか、スノーシュートレッキングとか、色々なことが出来るということで、複数の町役場の方、地域のキーマンの人達と一緒に体験プログラムを作成しました。現在では、南信州全体で 160 ほどのエコツアープログラムがあり、年間約 5.5 万人を集客しています。これだけの数になると、市役所が窓口になるのは難しいので、株式会社南信州観光公社という別の組織を作り、今はそこで受け入れています。キーマンたちが繋がっていくことで、どんどん大きな規模になっているという事例です。

こんな形で、「危機感」があり、「複数のキーマン」がいて、「高齢化する農家という問題」に対して、連携して手を打った。ワーキングホリデーというコンセプトも、大都市圏に住む人たちに来てもらおうというターゲットも非常に明確です。そうすると、メディアにも載りやすくなってきますし、人に周知もしやすくなっていきます。

それでは、もう少し、各地の事例をいくつかお話ししていきたいと思います。まずは東京都の青梅市での事例についてです。私が２年半ぐらい関わった地域なのですが、特に御岳山というところのお話で、『ココ掘れワンワン！「おいぬさま」プロジェクト』についてです。この町との出逢いは東京都の観光部のアドバイザーをお引き受けしたことがきっかけでした。青梅市と市内にある御岳山、それから奥多摩町、これらの広域連携に関するプロジェクトで 2006 年から 2008 年にかけて実施しました。事業目的は、青梅市と御岳山と奥多摩町に観光客を呼ぶこと。この場所をヒーリングゾーン・ヒーリングスポットとして、東京、神奈川、千葉、埼玉辺りに住む 30 代～40 代、アラサー、アラフォーと言われる女性たちを呼ぼうというものです。そのために、季節をかえてマスコミの人達に来ていただき、ファンになってもらって宣伝して頂こうということをやりました。

この地域は、観光地としては厳しい局面にあって、当時訪れていた人達は、60 代を中心とした山登り系の人たちばかり。地域の魅力を加工することで、30～40 代の若い女の人たちにも来てもらえるのではないか？と想定しました。

中でも特に私が、ポテンシャルの高さを感じた場所が御岳山という所でした。ちょっと、東京とは思えないような所なのです。高尾山と似ています。（私は名前も知りませんでしたが。）新宿から約２時間で行ける場所でして、標高 900m に位置するまさに「天空のパワースポット」。ＪＲ御岳駅で降りて、そこから 10 分ほどバスに乗り、そのあとケーブルカーに乗ります。このケーブルカーの乗車時間は６分なのですが、一気に 900m 駆け上がります。乗り換えが多く、あまりアクセスが良いとは言えないのですが、ここには、紀元前創建の武蔵御嶽神社という歴史ある神社があります。そして、その周辺には神主さんのお宅が 25 軒位あって、皆さん十八代、十九代目といった人ばかりです。おみやげ屋さんは８軒あります。ケーブルカーの終電は夕方６時 15 分でして、それ以降、山は孤立することになります。火事があれば自分達で消すしかないわけです。そうやってこの神社をずっと守っている人達がいるのです。

なかでも興味深かったのが滝行をやっている神主さんや、自分で修行してチベットのお坊さん達が使うシンギングボールという法具で（真鍮を使ったボールでありこれを叩くと

ワーンと音がする）ヒーリングを施す神主さん。この法具が出す音が波動として身体に伝わり、ヒーリングに良いらしいのです。水晶を使ったクリスタルボールの波動を使いながら、ヒーリングしてくれる神主さんもいらっしゃいます。「こんな方たちがいるなんて、この場所は、すごいパワースポットですね」という話になりました。

当時、パワースポットという言葉は世の中にあまり出ていなかったのですが、2007 年ぐらいから、ある女性誌で言い始めたので「これはチャンス！」とばかり、パワースポット的なコンセプトでマスコミの方への広報をしていきました。とても面白がって取材し、掲載してくださり、2009 年あたりから、明らかに客層が変わってきました。来訪者数が増加する前に、まずは客層が変わってくるのです。実際に当初狙ったアラサー、アラフォーが来るようになりました。

その事業が３年ほどで終わり、今度は地域の皆さんたちが自力で頑張るフェーズに入ったのですが、私はそのあともずっと連絡を取り合っていて、客層の変化や集客数の増加を聞いていました。確かに雑誌やブログでの掲載もされるようになり、それぞれがすごく頑張っているのだけれど、関係者の足並みが揃っていないことを少し気にしていました。先ほどの御岳山での事業に関わっている人達は、ケーブルカーを運行する御岳登山鉄道、御岳山観光協会、青梅市観光協会、御嶽神社、神主さんたちです。その他にもビジターセンターや、御岳山商店組合（宿坊・お土産・喫茶店等を営む人達)、青梅市商工会議所、こういう人たちが絡みながらやっているのですが、けっこうバラバラにやっている感じを受けていました。2010 年の秋に、あるご縁があって、仕事として御岳山に入ることになりまして「久しぶりに会議をしませんか。その後どんな状況ですか」と、声を掛けました。声をかけたのは、「足並みが揃っていない」ということもあったのですが、それぞれの団体に、行動的でプラス発想のできる素晴らしいキーマンが揃っていたことが大きかったです。「やるなら今だ」という感じです。皆さんと情報交換をしていると、それぞれが、新しいお客さんを取り込むためにやみくもにイベントを実施していたのです。ソバ打ち体験をやってみたり、子供達向けの民話の読み聞かせをやっていたりと、ターゲットも、やっていることもバラバラでした。でも、皆さん、新規顧客獲得のために一生懸命やっているのです。

そこで、それぞれ年間のカレンダーを作り、合わせてみたところ、大体年間 130 日イベントをやっていることがわかりました。３日に１回位イベントをやっているのです。どのくらいの集客効果があったかを表にしたのですが、それほど芳しくありませんでした。イベントをやるのは、けっこう疲れます。１～２日程度のイベントでも、かなりパワーがかかります。でもその割に、数日で終わってしまうのでメディアも取り上げにくいのです。新聞なら「やった」ということで取り上げてくれますが、紙の媒体では、例えば２週間くらいの発売期間中に、そのイベントが終わってしまうと情報が古く感じるので掲載に積極的ではありません(インターネットでも同様です)。だから期間の短いイベントは宣伝しにくいのです。そこで、コンセプトを決めて、ターゲットを絞って、戦略的に集客をしていこうという意見交換をしました。

その結果、ペット連れをターゲットにした「おいぬさま」プロジェクトをやろうということになりました。その背景として、この神社は、昔からオオカミを神格化した、大口眞神（オオクチノマガミ）という神様を祀っているのです。犬の先祖はオオカミです。だからこの神社は昔から境内に犬を連れてくることを歓迎しています。そういうことが看板にちょっと書いてある程度で、あまり知られてはいませんでした。

それが周知されはじめたきっかけがケーブルカー会社が設置した券売機です。それまではチケットは対面販売だったのですが、予算がついたので、券売機を作ることになりました。その際、ペット券というメニューボタンを券売機に付けたのです。これがいい宣伝広告になりました。これがあることで、ペットを連れてきていいのだということが認知されるようになり、ペット連れのお客がだんだん増えてきたというというのです。

私が現地に行ったのは、2010 年だったのですが、券売機を付けたら 2009 年だけでも年間 3, 935 匹が来たことがわかりました。アンケートを取ると、１匹のワンちゃんと大人２人連

れが多い。夫婦かカップルが犬を連れて来るのです。つまり１匹の犬が２人の大人を連れてきてくれるといことですね。これで、集客の増加が狙えるかもしれないということで、このあとお話しする取組をしたのですが、犬を連れた来訪者数がどんどん増えていき、いまは１万匹を超え始めました。

何をやったかというと、たとえば先ほどのケーブルカーの会社では、「おいぬさま」と一緒に撮れる記念写真看板を設置しました。なお、ペットを嫌がる人もいますので、ケーブルカーの中にはペットエリアをゾーン分けして、「ここはペットエリアゾーンです」と看板を立てて、トラブルが起きないようにもしました。

また、そう見せることで、「ペットを連れてきていいのだね」となります。ちなみにペットイベントをしたり、フンを入れるためのエチケット袋を配ってマナー向上を促したり、ケーブルカーではそういう仕掛けをしたりしました。

神社ではどういうことをしたかというと、神社に行くと手水舎（手や口を清める）がありますが、犬用の手水舎をつくったのです。神主さんがホームセンターで柄杓を買って設置するなどあまり原価はかかっていないのです。また、犬と飼い主、お揃いのお守りなどもつくりました。それから、やはりワンちゃんの長寿を願ってお祓いなどをやったらどうかということで、ここには「愛犬祈願所」という看板を立て、神主さんがお祓いをしてくれるということをしたら、みんな喜んで来るようになりました。こんな形で、コンセプトに合わせて、それぞれの取組がおこなわれました。

それにより、集客力がついてきました。

本々この神社には、最盛期で 80 万人位の人が来ていたのです。2006 年に、私が初めて訪れた頃には、最盛期の半分強の 44 万人になっていて、40 万人を切ったらこの山は終わるだろうと、みんなが噂をしていたという状況でした。ヒーリングスポット的な感じで、30～40 代をターゲットにして、マスコミを招致してＰＲを行い、客層が変わり始め、2009 年あたりからパワースポット、山ガールといったブームに乗り、雑誌などに掲載されブームが起きると徐々に、集客数に変化がみられます。そして最後にテレビが来てくれます。2010 年からは「おいぬさま」プロジェクトをやり、2011 年にはテレビが来てくれたので、その時に「おいぬさま」のことも PR するという作戦に出ました。パワースポットとしての取材でも、「実は、この神社はペット連れも大歓迎なのです」といって、ワンちゃんに関するサービス内容を話すうちに、ワンちゃん関係のテレビ取材も沢山入るようになりました。2011 年の集客結果をみると 54 万人とＶ字回復しつつある状態にまでなりました。2012 年の数字はまだ確定していませんが、恐らく 50 万人は超えそうだという話です。

最後にもう１つだけ、簡単に、私が 2011 年から関わっている北海道の清水町の取り組みをお話しします。清水町は 2011 年から「町民参加による特産品開発プロジェクト」を実施しています。2011 年の秋には、道東道の夕張と占冠の開通によって、札幌からのアクセスが短縮され、日帰り圏内になりました。清水町は、皆さん、言わなくてもどこにあるかお分かりだと思いますので割愛しますが、人口は１万 3,000 人位、牛が４万頭いて、一次産業が盛んです。酪農と畑作が半々の循環型農業を行っています。プリマハムやホクレン、日甜さんなど大手企業がしっかり入っていますから潤っている町と言えます。この清水町で、町民からのエントリーで新しい取組をしましょうということで採択された企画が新キャラクター制作事業です。５人の中学生がエントリーして採択されました。清水町はＢ級グルメとして牛玉ステーキ丼というのがありますが、ご存知の方はいらっしゃいますか？一部いらっしゃいますね。ありがとうございます。明後日「まだまだいけるぞ」と清水町の方々に報告しておきます。牛乳や肉用牛が盛んなので、牛玉ステーキ丼を作っているのですが、野菜にも焦点を当てたいということで、子供達が考えたのは、清水戦隊スマイルレンジャーというものでした。コーンＭＡＮ、じゃがソン、アスパラガッツ、かぼちゃん、あずっキーナなどがいて、こういうものをキャラクターにしたいという提案でした。これを尊重しながら何かをやろうということになったのですが、正直、補助金を使って、単に

キャラクターを作るだけで良いのだろか？という想いがありました。なぜなら、もう牛玉ステーキ丼があり、牛玉丼ちゃんというキャラクターがいるのです。さらに、町のキャラクターとして清水町のマスコット「うっちゃん」がいます。タクトを振っているウグイスです。清水町は町民が第九を合唱した発祥の地と言われて、第九を大事にしているのです。こんなにキャラクターがあるのに、またつくるのか、という意見も当然ありました。

そこで、これらの野菜の素材を使いながら、特産品開発をして、町のプロモーションをやっていったらいいのではないかとなりました。中学生だけでは出来ないので、大人のメンバーも加えることにしましたが、町民参加型の事業はあまりやったことがないので、誰がキーマンなのか分からない状況の中で、とりあえずメンバーを集めてやりました。委員長は 40 代の明るい男性になって頂き、地元で大変質のいい牛乳やヨーグルトを作っているあすなろ牛乳の社長を呼んだり、地域おこし協力隊にも入って頂いたりして、１年間やりました。

まずは、課題を洗い出し、そして目指す姿を共有しようということで、目指すは「清水町を、旅の通過点から目的地にする」となりました。「清水町に行ったことがありますか」と言われても、皆さん、「知っているけれど通るだけで、そこでは降りない」と、道内の人達も皆おっしゃいます。これからは目的地になっていこうと…。特に若い人たちは危機感がありました。危機感というよりも、今がチャンスだという気持ちです。札幌からのアクセスが良くなったのに、そのメリットを活かせていないことや、質・量ともにトップクラスの農産品があるのに、それを加工した食品が無いということをおっしゃっていました。例えば湖池屋のポテトチップス、あのジャガイモは実は清水町のものを使っているようなのです。また虎屋の和菓子、どら焼きなどのあんこも清水町のものが良く使われているようなのです。皆さん、自分達が生産したものを自分たちで加工して、販売できないかという意識になってきたのです。そして、町内にはいろいろな地域活性を目指す団体があるのだけれど、それらの力を結集できていないということが、皆さんからの課題として挙がってきました。

では、町の資源は、一体何なのかと、皆さんと話したところ、出てきたことが、水でした。清水町の語源は「ペケレベツ」、アイヌ語でペケレベツというのは、清らかな水という意味なのです。しかし、水がおいしいところというと、熊本、帯広、富士山麓、アルプスなど、全国に沢山あります。おいしいさの根拠を見つけなければ、目立てないと考え、おいしさの特徴を深く掘っていきました。そうしたところ、清水町の水は旧厚生省が設定したおいしい水の要件（水温、塩素、カルシウム、マグネシウム、硬度（硬水・軟水））の基準をすべてクリアしていました。さらに、探して、探して、１つだけとても面白いことが分かりました。それは硬度です（水の硬さ）。軟水と言われているのは、１リットル当たりカルシウムやマグネシウムが 10ml～100ml ぐらいの水を言うようなのですが、清水町の水は日本でも数少ない、10ml 程度なのです。これを「超軟水」と表現し、特徴を調べてみると、非常に肌に優しいのだそうです。そして素材の香りや味を引き出してくれるので、出汁を取ったり、お米を炊いたりするのに非常に良い。素材の味をそのまま活かしてくれるとてもいい水なのです。これだったら「おいしい」と言えるかもしれないというので、お水を核としながら、その水で育った牛や野菜という PR をしました。清水町は循環型農業をしているので、畑作と酪農の面積が同じ位あります。循環型農業も、本当に半々位でやっているところは、北海道の中でも珍しいのです。なので、非常にエコということを売りにしていこうと。まだこれは完成段階ではなく、途中段階なのですが、最終的には「ペケレベツブランド」というものを作ろうと考えています。

少し、試作品をご紹介すると…。循環型農業を行っているので、酪農でつくった牛乳と野菜を半々入れて、十勝清水のミルク鍋をつくりました（これは中学校の給食に導入されました）。また、規格外のジャガイモで作ったジャガイモクッキー。「しみずぽっちぃー」と呼んでいますが、凄く美味しい。食のコーディネーターいわく「今すぐにでも商品化出来そうだ」と誉めていただきました。あとは十勝野酵母（清水町で採れた酵母）と、地元

の小麦粉を使ったパンもつくりました。清水町ではアスパラガスの葉っぱを細かく粉にして、それを何かに使えないかと模索していたので、その粉を使いアスパラの入ったパンをつくるなど、いろいろトライアルしています。

また、ブランドのシンボルマークを作りましたが、2012 年に入って、この事業を継続させるために４つのことをやっています。初年度、１年間で終了する補助金を使っており、補助金が終わると終わってしまうのではしょうがないので、事業母体としてさっきのメンバーの中から、さらに残りたいという人を絞りました。それで「ペケレベツ情熱会議」という会議を立ち上げました。年会費は、個人は 3,000 円、企業の人は１万円、負担にならない金額ですが、お金を出してでもやりたいという人が集まっています。それでペケレベツブランドの商品開発、認定基準をつくろう、観光交流を促進させようという活動をやり始めています。

これを運営するにあたって、キーマンとなりそうな人や新メンバーを、現メンバーが探しています。会議の中で「こういうことをやってみたい」という意見がでると、「この人に入ってもらえばできるかもしれない」という話しが出てくることがありますが、私が心がけているのは、会議で出たそんな声を活かすことです。話題に出た人を次の会議で呼ぶように働きかけ、どんどん連携していくようにしています。

例えばＪＡさんで無農薬ニンニクを積極的に作っているらしいという話が出てくると、ＪＡさんを呼んでみようとか、ニンニクを使って何か試作品を作ろうと促す。アスパラの粉を使ったパンを作ったのも、そういう経緯からきています。

ゆくゆくは、商品開発をしたものをインターネットでも販売したいと思っています。清水町にはインターネットショップとして十勝清水ふるさと直売所「かうかう」というのがありますが、そこのメンバーにも加わっていただき、一緒にやっていけたらいいなぁと思っています。小さな一歩一歩ではありますが、キーマンを探して、どうやって連携したら良いのかということを一緒に考え、仲間集めをしています。

時間になってしまいました。沢山聞いていただいてありがとうございました。これらの話が何か役に立てば幸いです。ご清聴ありがとうございました。

（司会）　今村様、ありがとうございました。改めまして、今村先生に大きな拍手をお願いいたします。

２．平取町シンポジウム資料

地域の価値の再認識と活性化のための力の結集

於平取町　宮口侗廸（早稲田大学）

１．自らの地域を語れるようになろう
背景に日本という全体があり、そして北海道、さらにそれぞれの地域という個体がある
地域は相対的な存在、よって立つ基盤はさまざま→他の地域と比べてどんな特徴が
その特徴を学び価値に育てるのは人の力→自ら人材として育つべし

２．北海道は日本の中では特別の個性を持つ地域
九州から東北までの日本は極めて類似→江戸時代までにひたすら水田化
北海道はアイヌの人たちの世界だった
明治以降のヤマト化、そして北海道だけに起きた農業の大規模化
　それは社会的性格による→内地はひたすら兼業化が進行

３．活性化しているとはどういう状況か
人と人、人とモノの間に反応が起きて何かが生まれやすい状態
　人と人の反応→新たなプロジェクト、人とモノの反応→特産物の開発
　そのためには接触のための場づくり→交流を基本戦略に置くべし

４．外部の人との接触の意義－補助金から補助人へ－
地域づくりインターンの発案、　集落支援員と地域おこし協力隊
　定住だけが目的ではない

５．内部の接触と反応
様々な協働の育成→協働とは違う力を結集して飛躍的な力にすること
移住社会北海道はもともと固まった地縁社会ではない→場より機能、強い普遍性
　内地はもともと共同社会、これに対して協同→協働の流れを
　富良野・美瑛の展開は写真家・脚本家と農家の接触から

６．系列化の時代にいかに生きるか
流通・情報革命→距離・規模にかかわらず本部管理が可能に
系列化への対抗→遠くで管理されないものを育てて売りにするしかない
地域づくりとは時代にふさわしい価値を内発的につくり出し、地域に上乗せすること
大きな都市ではつくれないどんな地域資源を持っているか→改めての学び

７．新たなツーリズムの育成を
大規模農業のみではますます少数社会に
地域内に多様な役割の育成を→望ましい経済循環
様々な活動グループの協働がカギ
アイヌ関連の資源は貴重なお宝

８．改めて北海道に期待すること－21 世紀型協働社会の構築－
近代以降にできた社会の基本は個人主義→強いネットワークが生まれやすい
　札幌はなぜ都市らしい都市か→新しい出会いを億劫がらない
　農村も都市的体質を持つ→経済合理主義、投資による負債の多さ、高い移動性
学びを積み重ねて真の協働社会へ脱皮→日本の社会論的リーダーたれ

宮口 侗廸 著

『新・地域を活かす ―地理学者の地域づくり論』

麦屋弥生

本書は，富山・岐阜県境の村に生まれ，東京という大都市での大学生活を経て，地理学の研究者として日本の農山村を見つめ，第5次の国土のグランドデザインや過疎法などの策定にも関与してきた宮口侗廸博士（早稲田大学教育・総合科学学術院教授）による内発的地域づくりを実現するための指南書である。各ページに示唆に富んだ言葉がちりばめられており，はしがきにあるように「非都市部での地域の方向づけと，望ましい状況をつくり出すための人材の育成について」の熱論が展開されている。

全15章（Chapters）に通底するのは，地域づくりとは「時代にふさわしい新しい価値を地域から内発的につくり出し，地域に上乗せしていく作業である」（Chapter 3など各章）という著者の考えである。明治44年，夏目漱石は維新後の近代化の進め方を「書が破れて花弁が外に向いて花が開くように」「神経衰弱にかからない程度の変化」のごとく内発的に，と語ったことに思いが及ぶ。日本の非都市部は現在，神経衰弱にあえいでいる。その処方箋として，地域行政に関わる人びとに読んでもらいたい一冊である。

Chapter 1，2，3，8，9，11，12では，現在の状況にいたるまでの日本と農山村地域の歩みについて説明されている。地理学者としての著者の面目躍如という印象で，楽しく読みながらタメになるのがうれしい。南北に細長い国で地理的・気候的条件が異なるにもかかわらず，ひたすら同じになろうと米づくりを行ってきた農山村は，高度経済成長期の人口流出を止めるために，国の支援を活用して都市と同じ交通基盤やハコモノを整備した。これらを促した1970年の過疎地域対策緊急措置法と減反政策の導入が，農村の時代から都市の時代へ，わが国が指向をシフトさせた分岐点と著者は分析している（Chapter 12）。1970年を明治維新よりもはるかに大きな変化の時というのは，農山村とともに歩んできた著者ならではの言葉であろう。

著者が主張する「時代にふさわしい価値」が潜在する資源は各地にあふれており，それに気づき「地域に上乗せした」地域づくりをしている事例が，各章の本文やコラムで紹介されている。岩手県葛巻町，熊本県小国町，高知県馬路村などであるが，これらの町村へ著者は足を運び，さらに新しい価値の創造への提案をしてゆく。Chapter 6で「新しい価値は天から降ってくるものではない。人間がつくり出すものである。」と述べ，「野生と普遍性のドッキング」を提唱する。そこに外部専門家などとの交流がもつ教育機能への期待がみえるが，本書が説く地域づくりを担う人材育成の中心課題でもある交流論がChapter 5，6，7である。

Chapter 10，13，14，15では，具体的な内発的取組みへの意識改革と行動指標が示されている。キーワードだけを列挙すると，豊かな少数社会，スローですてきなもの，ワザ師の存在，複合経営，地域の違いが個性，資源と人の組み合わせ，再生ではなく創生，数のパワーから異質のパワーへ，交流・連携から協働，などで，これらの言葉を肝に銘じて地域づくりを進めたい。

ところで，本書に底流する「時代にふさわしい新しい価値をつくり，上乗せしていく作業」はあらゆる地域，組織，機関に必要な視点であろう。計画から施工，開通まで長期間を要する道路整備も，当初の目的だけではない新しい価値が隠れているのではないだろうか。だからこそ，分野を問わず多くの人びとに，本書を読んで欲しいと思うのだ。（フリープランナー）

宮口 侗廸 著『新・地域を活かす ―地理学者の地域づくり論』，原書房，2007年3月発行，2,400円（税別）。

http://www.harashobo.co.jp

TEL：03-3354-0685
FAX：03-3354-0736

町村週報 No.2733 2010.9.13

新刊紹介

若者と地域をつくる
―地域づくりインターンに学ぶ学生と農山村の協働―
宮口侗廸・木下 勇・佐久間康富・筒井一伸 編著
原書房刊 定価2000円（税込）
電話 03（3354）0685

過疎化、高齢化の大きな流れの中で、若者が農山村からいなくなって久しい。今日の農山村は地域の中の交流も減少し、地域外の視点と若者の視点が不足している。人間関係は固定化し、集落の役を務めるものはいつもの顔……といったように、時代の流れに対応した地域づくりをするための土壌が危機に瀕している。

こうした事態に対応するため、都市の大学生などの若者が農山村に入り、新たな風を送り込もうという取り組みが地域づくりインターンである。すなわち農山村の地域づくり活動の主体との交流を通して、都市の若者が自らの労働力・知識・技術を提供し、地域づくり活動に参画、支援をすることを目指したものである。本書は様々な事例を紹介しながら、農山村と都市の若者とが協働して地域をつくっていくにはどのような関係を構築すべきか、そのポイントを提示する。

執筆者は編者4人を含む27人。研究者のみならず、自治体職員、地域づくりインターンOB・OG、農業従事者などバリエーションに富んでいる。インターン経験後の学生たちの成長ぶりはまぶしいほどだ。卒業後、地域に惚れ込み、飛び込んだ学生も少なくない。「婿さんを連れて農山村にUターン」という女性もいる。若者たちと周囲の人びとの「熱さ」がよく伝わってくる一冊である。

町村週報

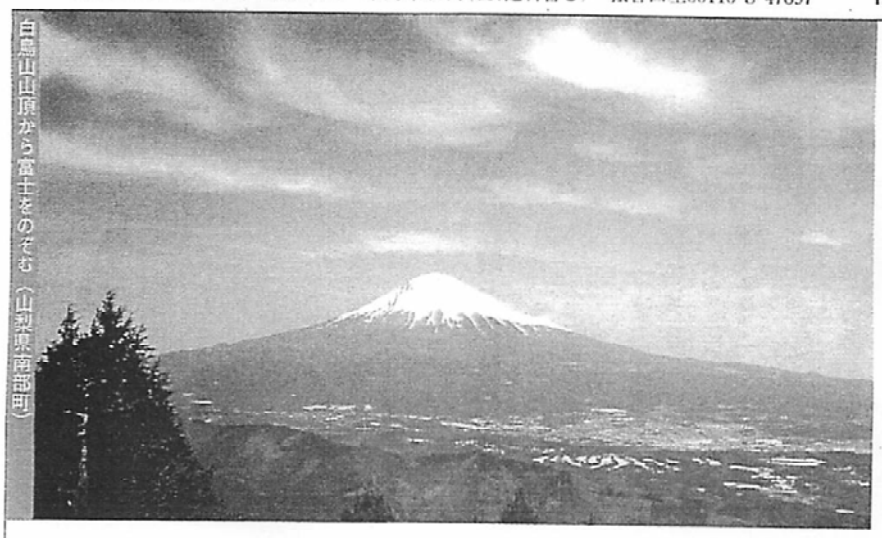
（町村の購読料は会費の中に含まれております）

2708号

毎週月曜日発行

発行所　全国町村会　〒100-0014 東京都千代田区永田町1丁目11番35号：電話03-3581-0486　FAX03-3580-5955

発行人　山中昭栄：定価1部40円・年間1,500円（税、送料含む）　振替口座00110-8-47697　http://www.zck.or.jp



白鳥山山頂から富士をのぞむ（山梨県南部町）

もくじ

論説　ポスト構造改革時代の地域再生と基礎自治体の役割……京都大学大学院教授　岡田　知弘…(2)

政策　「合併促進運動」の規定を撤廃　合併特例法・自治法改正案など提出へ＝総務省……(5)

フォーラム　緑住文化都市を目指して！＝愛知県幸田町……(8)

情報　町村Ｎａｖｉ……(12)

政策　集落の暮らしの安定・安心求め報告書＝国土交通省研究会……(13)

随想　嘘をつかない事……山梨県町村会長　南部町長　望月　秀次郎…(16)

◎写真キャプション◎

山梨県南部に位置する南部町。山梨百名山に選定された山々や渓谷が四季折々の美しさを見せる。なかでも白鳥山森林公園からの富士山の眺望は、国土交通省関東整備局主催の「関東の富士見100景」に選ばれている。森林公園から徒歩10分、白鳥山山頂では、富士山と周囲の山々を見渡せる素晴らしい展望が開ける。

開話休題

さまざまな補助人の価値

早稲田大学教授　宮口　侗廸（みやぐち　とうみち）

山口県長門市の山間に、ひなびたいい雰囲気の温泉旅館街を持つ俵山という地区がある。例にもれず過疎化が進行している」の山間地区で、6年前、中堅の男たちが、グリーンツーリズムによる地域活性化を目指して立ち上がった。

まず青年部が実働部隊を組織し、市役所勤務のメンバーから情報を得て、平成17年度の国交省地域振興アドバイザーの派遣を申請した。そしてその白羽の矢が立ったのが、愛知県豊根村で山村留学を手がけてこられた秦嶋久好氏と遊藤聡氏そして筆者であった。関係者の意識は高かったが、現地で筆者らが直感したのは、その活動が住民の中に大きく広がっていく困難さであった。そこで秦嶋氏と筆者は、「地域づくりインターン事業」で学生が入る」ことで、地域の人がすなおに活動の輪に加われると、強くアドバイスした。

反応は敏感で、翌年度早々にインターン事業に応募し、3年間、学生を受け入れた。グリーンツーリズムというお題目には二の足を踏む人も、学生が来るから泊めてやってもらえないかと頼まれれば、何とかしてやろうという気になりやすい。そして学生を泊める」ことが意外に楽しいことである」とがわかると、その空気はすぐに地元に広がる。平成19年には東京都立高校の修学旅行を受け入れ、20年度と21年度は「こども農山漁村交流プロジェクト」の山口県モデル地区として、延べ400名が宿泊するという、驚くべき展開になった。21年5月には「NPO法人ゆうゆうグリーン俵山」が発足し、受け入れ態勢も整った。集落での棚田オーナー制や農家レストランの試みも始まっている。

筆者は昨秋、アドバイザー事業のフォローアップのために4年ぶりに現地を訪れ、このすばらしい展開を確認できて、この上なく嬉しかった。すっかり成長した関係者から、学生との交流がいかにその後の展開に役立ったかを、何度も聞くことができたからである。地域は、人が力をつけることによってしか再生しない。そして他人との交流がそのエネルギーのもとになる。専門家や学生との交流で行政職員がいかに成長するか、さまざまな補助人の価値を改めてかみしめてほしい。

町村週報

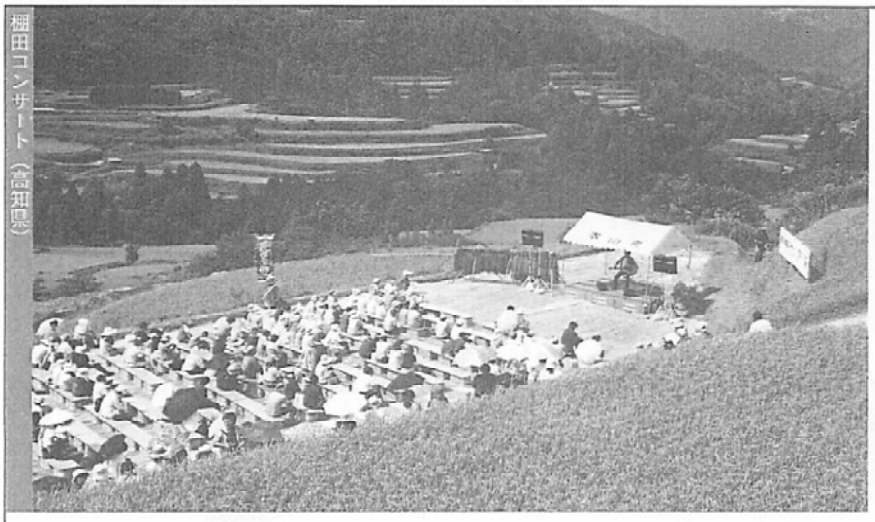
（町村の購読料は会費の中に含まれております）

2775号

毎週月曜日発行

発行所　全国町村会　〒100-0014 東京都千代田区永田町1丁目11番35号：電話03-3581-0486　FAX03-3580-5955

発行人　山中昭栄：定価1部40円・年間1,500円（税、送料含む）　振替口座00110-8-47697　http://www.zck.or.jp



棚田コンサート（高知県）

もくじ

活動　藤原会長が台風12号被災町を訪問
―被災地域の早期復旧、復興に向けて状況を確認―……(2)

活動　民主党・総務部門会議に白石副会長が出席……(3)

政策　時代に即した社会保障を～現役世代は年金に不安～
―平成23年度版厚生労働白書―……(4)

情報　町村Navi……(9)

随想　基山町、これからの町づくり……佐賀県基山町長　小森　純一……(11)

コラム

海士町と隠岐島前高校

早稲田大学教授　宮口　侗廸

この9月、島根県隠岐の海士町を訪れた。隠岐は本土よりの島々を島前と呼び、最大の隠岐の島を島後と呼ぶ。そして島前の中ノ島にある海士町は、山内道雄町長のもとで数々の活性化策を実らせてきた。町長には、「離島発　生き残るための10の戦略」という著書もある。離島のきびしい出荷条件を克服するために、細胞を活かしたまま冷凍できるCASという設備をいち早く導入、水産物の大都市への出荷が可能になる一方で、ブランド隠岐牛が育成されるなど「島のまるごとブランド化」が着々と進行してきた。

そして、「島が生き残る」とは「人が島で暮らすこと」の信念のもと、山内町長はUIターン者の誘引と子育て支援に画期的な施策を展開してきた。商品開発研修生として全国の若者を募り、東京から学生たちをバスで海士に運ぶ「AMAワゴン」事業も実践した。いま海士町には多数のIターンの若者が住み着いている。

3年前、松江での会議の後、念願かなって海士町を訪ねることができたが、その折町長から、海士町にある隠岐島前高校が生徒数の減少により学年1クラスに減らされ、なお定員に満たないこと。もし高校がなくなれば、それは島で暮らす人の激減につながり、持続可能なまちづくりの挑戦は水泡に帰すこと。これを解決するためには、島外から生徒が来るような魅力化を自ら進めなければならないことなどを、熱く語っていただいた。

町は寮費全額と食費を補助するだけではなく、高校の魅力化プロジェクトをIターンの若者を中心に立ち上げ、予備校指導歴のある講師が学習指導する公営塾「隠岐國学習センター」を開設した。高校では国立大学合格を誇る特進コースのみならず、地域創造コースを設けて地域の未来を切り拓く人材を育成しようとしている。離島の特殊性を認めるよう訴えを続けつつも、そこには独自の解決への気概が満ち満ちている。

この結果、今年度には定員を超える応募があり、新入生の3分の1は東京や大阪を始めとする島外からの生徒であった。今年6月の東京での説明会に50人が集まり、8月のオープンスクールには60人の参加があった。そして県教委は、筆者の訪問の翌週、来年度から島前高校を2クラスに戻すことを正式決定した。Iターン者との協働による驚くべき成果である。

筆者は前回の海士町での学びから、過疎地域における高校の存続の意義について考えるための研究を思い立った。今回の海士町再訪はその一環であったが、意義深い成果に出会い、CASの岩ガキの味わいとともに、この上なく嬉しい旅と相成った。

◎写真募集◎

表紙に掲載する写真を募集しています。採用者には、粗品を差し上げます。

写真には撮影者の住所、氏名及び撮影場所・日時を明記して下さい。

なお、採否は当方に一任願います。

送り先：全国町村会・広報部

町村週報

（町村の購読料は会費の中に含まれております）

2697号

毎週月曜日発行

発行所　全国町村会　〒100-0014 東京都千代田区永田町1丁目11番35号：電話03-3581-0486　FAX03-3580-5955

発行人　山中昭栄：定価1部40円・年間1,500円（税、送料含む）　振替口座00110-8-47697　http://www.zck.or.jp

秋冬白菜の収穫（北海道斜里町）

もくじ

活動　新政権の政策の具体化などで役員が要請活動＝全国町村会……(2)
政策情報　経常収支比率がやや改善＝政策解説……(6)
平成21年度市町村長及び市町村議会議長　総務大臣表彰式挙行される……(9)
フォーラム　「鍋合戦」で地域を変える～民間主体の力でまちに元気を～＝宮崎県川南町……(10)
情報　町村Navi……(14)
活動　平成二十年度公有物件災害共済事業の概要報告……(15)
活動　平成二十年度町村職員生協公災・自動車共済事業の概要報告……(17)
随想　小さくても個性が光る自立したまちづくり……山口県阿武町長　中村　秀明……(19)

開話休題

ソバの魔力

早稲田大学教授　宮口侗廸（みやぐちとしみち）

近年、全国に数え切れないほどのソバの店が誕生した。といっても、街中で出前もした従来型のそば屋さんではなく、山村の街道沿いや村はずれに生まれた、本格的な手打ちを売りにした店のことである。そば街道という名も多い。とくに、集落の活性化をめざして地域の人たちの力を結集した店が各地で生まれていることは、まことに喜ばしい。

富山市に合併した旧山田村は、まさに山の田んぼで生きてきた村であるが、そこに24戸の湧水（わくみ）地区がある。ここに地元の女性たちの手で毎日お昼前後に営業するソバの店が生まれ、評判がよくて今年で8年目になる。合併を前に地区の活性化の方策を議論し、中山間地直接支払いを活用して、ソバの店を出すことを決めた。地区には大工さんや建設業関係者もいて、ほとんど手づくりで立派な店ができたが、これこそ田舎の地域が持つ総合力である。いまは8haの畑で2トンのソバ粉がとれ、一部は東京へも出荷している。

筆者は20年近く前にこの村の総合計画のアドバイスを依頼され、その後たびたび講演や村づくり塾の講義に通った。そしてその中で、農山村で新しく何かが生まれるには人のたまり場が必要だという「一集落一カフェ論」をたびたび語ったのだが、ソバの店づくりに踏み切るときにその話が大きな力になったと聞いた。また別の地区では、村づくり塾のOBが青空市場という直販施設で頑張っていることも知り、この上なく嬉しかった。

昨年度の美の里づくりコンクールの大臣賞に輝いた岡山県美咲町（みさきちょう）境地区も、棚田に紅い花のソバを植えることを起爆剤に紅そば亭という店を地区で運営し、すばらしい活性化を実現している。ソバは健康によく、どの店の味も微妙に違って飽きがこない。このことこそ、「ひと味違う」ことを尊ぶ日本の人にとっての、ソバの魔力に他ならないと思う。打つ方も自らのレベルアップを実感できるし、農地の活用にもなる。都市から車で30分ほどの場所も多く、まだまだ需要は伸びそうである。そしてあらためて、このような事業に活用されている中山間地直接支払い制度の意義を、強く訴えておきたい。

◉写真募集◉

本誌表紙に掲載の写真を募集しています。
四季折々の風物や行事など適当な写真がありましたらご寄贈下さい。（写真には題名、町村名を付して下さい）
なお、採否は当方に一任願います。
送り先：全国町村会・広報部

町村週報

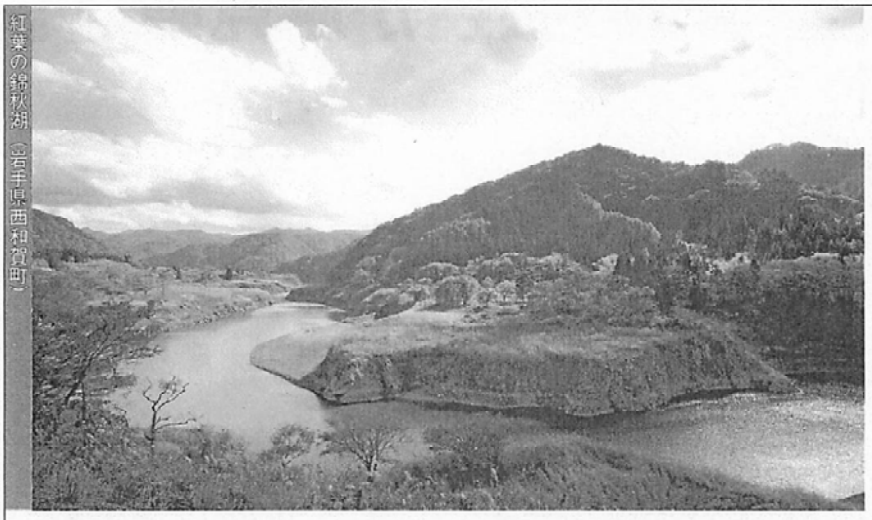
（町村の購読料は会費の中に含まれております）

2739号

毎週月曜日発行

発行所　全国町村会　〒100-0014 東京都千代田区永田町1丁目11番35号：電話03-3581-0486　FAX03-3580-5955

発行人　山中昭栄：定価1部40円・年間1,500円（税、送料含む）　振替口座00110-8-47697　http://www.zck.or.jp



紅葉の錦秋湖（岩手県西和賀町）

もくじ

活動　TPP参加の撤回求め藤原全国町村会長が意見陳述＝「TPPを慎重に考える会」緊急集会……(2)

活動　古木副会長が地方税の充実・確保の必要性を強調＝政府税制調査会……(3)

活動　渡邊常任理事が町村の立場から意見陳述＝自由民主党・統一地方選挙公約作成委員会……(4)

政策　菅改造内閣の地域主権改革が再始動―一括交付金・出先機関改革の先行きなお不透明―……(5)

フォーラム　いのちを語り継ぐまちづくり～すこやかに生まれ、すこやかに育ち、すこやかに老いる、が実感できる町～＝岩手県西和賀町……(7)

情報　町村Navi……(12)

活動　平成二十一年度公有物件災害共済事業の概要報告＝㈱全国自治協会……(13)

随想　雑感……岡山県西粟倉村長　道上　正寿……(15)

閑話休題

廃校舎の活用
―「森の巣箱」と「みどりの時計台」―

早稲田大学教授　宮口侗廸（みやぐちとしみち）

ここ数年廃校舎の活用例に関心があり、訪ね歩いている。その中から高知県の二つの興味深い事例を紹介したい。

津野町の床鍋地区は支流の谷あいに孤立して存在する集落であるが、旧床鍋小学校舎の活用の議論が10年前ころから本格化し、専門家や高知大の学生を交えたワークショップの中から、集落コンビニと宿泊施設に改造し、夜は居酒屋になるスペースを併設するというすばらしいアイディアが生まれた。校舎の改修は、県・旧葉山村の補助金のほかに地区の負担も加えてなされ、「森の巣箱」というしゃれた施設が二〇〇三年に誕生した。

実際にお邪魔してみると、夜には地区の人が三々五々集まり、簡単なつまみとビールで明るい会話が飛び交い、数少ない若者も交じって楽しい時間が生まれていた。筆者は以前この欄で「一集落一カフェ論」を唱えたが、まさにそのよい見本に出会い、嬉しかった。泊まった若者がここで結婚式を挙げたという嬉しい話もある。勤務は半ばボランティアで、県道の草刈りの請け負いなど経営を支えるための作業もあるが、それがまたこの集落の結束を支えているに違いない。なお、沖縄の小集落には、古くから、「共同売店」という集落が経営する店がかなりあることを考えれば、この形態は真剣に検討されてよいと思う。

山の斜面に集落が点在する厳しい過疎山村の代表ともいえる大豊町の旧川口小学校の校舎は、二〇〇六年から「みどりの時計台」という、アウトドア派のための宿泊施設に活用されている。体育館の緑色の美しい時計台に、外部から吉野川にラフティングに訪れていた夫妻が目を留め、町に借用を願い出て実現したものである。ベッドと畳を入れた教室が客室になっているが、学校はできるだけそのままにという住民の要望から、廊下や教室には賞状額や教材・図書、児童の作品などがそのまま置かれていて、いい雰囲気を醸し出している。

夫妻は旧職員室に住み、トイレと風呂のみの改造で、宿泊客は給食室で自炊するのが基本である。グランドでバーベキューという客も多い。夫妻ともラフティングのインストラクターとしても働いていて、学校では夫人が校長先生、夫君が用務員という肩書である。改修には数百万円の貯金をはたいたとのことであるが、ユニークな力を持つ人の個人的な投資で、校舎のユニークな活用が生まれた。このようなシンプルな活用もあり得ることを、ぜひ多くの人に知ってもらいたいと思う。

◎写真募集◎

本誌表紙に掲載の写真を募集しています。
四季折々の風物や行事など適当な写真がありましたらご寄贈下さい。（写真には題名、町村名を付して下さい）
なお、採否は当方に一任願います。
送り先：全国町村会・広報部

町村週報

（町村の購読料は会費の中に含まれております）

2717号

毎週月曜日発行

発行所　全国町村会　〒100-0014 東京都千代田区永田町1丁目11番35号：電話03-3581-0486　FAX03-3580-5955

発行人　山中昭栄：定価1部40円・年間1,500円（税、送料含む）　振替口座00110-8-47697　http://www.zck.or.jp

花祭り（島根県）

もくじ

政策　行政評価実施団体が5割超に―行政評価、行政手続、意見公募手続制度で調査―総務省……(2)

フォーラム　東通村の教育改革「教育環境デザインひがしどおり21」の挑戦＝青森県東通村……(4)

情報　町村Navi……(8)

随想　椿と安住促進……東京都利島村長　梅田　和久……(11)

閑話休題

「鳴子の米」の進化

早稲田大学教授　宮口　侗廸（みやぐち　としみち）

この4月初旬、宮城県の大崎市の鳴子温泉を訪れる機会があった。平成18年度の過疎地域優良事例の視察に初めてお邪魔して以来、地域のリーダーたちとの交流が続いている。全国町村会の合併の実態調査のヒアリングでもお世話になった。

過疎地域の大臣表彰は、農家と温泉宿、そして手仕事の達人たちなどの協働による「鳴子ツーリズム研究会」の活動が対象だったが、そのときすでにそこから派生する形で、「鳴子の米プロジェクト」がスタートしていた。これは標高の高い地区の環境に適合する新品種を選び、そのおいしい収穫米を直接販売して小規模農家の手取りを増やそうという取組みで、結城登美雄氏のアドバイスのもと3戸の農家の30aで始められた、ささやかで僅大なチャレンジであった。

その後この品種は「ゆきむすび」と名付けられ、栽培面積は21年には36戸13haにまで増えた。地元の15の旅館が購入していることが何とも心強く、6割は地域外の購入で、早くから予約完売となってきた。冷えてもおいしく、おむすびに向く。米プロは21年度には地域づくり総務大臣表彰に輝き、昨年12月には、土日だけのおむすび食堂「むすびや」をオープン、近くの農家のお母さんたちが生き生きと働いている。

この2月には「地域力実践フォーラム」に由布院の時松辰夫さんを招き、木の活かし方を教わった。いま「むすびや」のおむすびは、木の魔術師の時松さんの器と箸で彩られている。真新しい桶は、奥地集落に住む桶づくりの名人金田孝一さんの手になるものであり、人の縁が小さなお店を大きく息づかせていることに、改めて感じいった。

筆者は19年度から始まるこの動きに感動し、当時の大学のゼミの4年の女子学生にそのしくみづくりを卒論の研究テーマにするよう勧めた。彼女は田植えを始め米プロの作業に通い、地元で可愛がっていただき、米への思い入れから、東京に30店舗を展開する「おむすび権兵衛」に就職した。彼女が社長を鳴子に案内したり、フォーラムに駆けつけたりしていることを今回地元で聞き、さらに嬉しい旅と相成った。

◎写真募集◎

本誌表紙に掲載の写真を募集しています。
四季折々の風物や行事など適当な写真がありましたらご寄贈下さい。（写真には題名、町村名を付して下さい）
なお、採否は当方に一任願います。
送り先：全国町村会・広報部

地域づくりのキーマンになる！
キーマンを探す！

日時：平成25年1月20日
北海道平取町「地域活性化への理解醸成」
講師：街づくりカウンセラー　今村まゆみ

■地域づくりのキーマンとは

いわゆる「有識者」や肩書きではなく、
地域のことを熱く想い、
利他的な精神を持ち、
影響力・企画力・行動力のある人

2

■本日、お話したいこと

1. 地域づくりを阻む5つの壁
2. 成果をあげている地域の要素
3. 各地の事例

＜目的＞キーマンを見つけ、
情報交換し合う気持ちが
ちょっとでも生まれる

3

■地域づくりを阻む「5つの壁」

1. 異動の壁　～自治体担当者が変わると失速
2. 単年度予算の壁　～事業が継続しない
3. 人材の壁　～地域づくりの取り組みは、定型業務ではなく、新規事業に近い
4. 富の壁　～危機感がない／チャンスに気付かない
5. 地元3横綱の壁　～自治体・商工会議所／商工会JA、観光協会などが連携しない

4

■成果をあげている地域

1. 危機感が強い
2. 複数のキーマンがいる
   ・自治体職員、NPO、住民、商工業者、地元企業など
   ・「よそ者」「わか者」「ばか者」「長老」「女性」のバランスが良い
3. 地域づくりの目的、コンセプト、ターゲットを明確にしている
4. 関連組織が情報交換・連携している

5

具体的には・・・1994年7月、ある1本の電話

長野県飯田市・りんご農家の
主婦「原さん」の静かな叫び

・農家の高齢化（収穫が困難）
・変わりゆく景観
・進みゆく自然破壊と温暖化
・安全性の低い輸入農作物に対する危惧

一介の主婦が声をあげてもどうにもならない

6

無償ボランティアの「ワーキングホリデー」へと発展

若者

百姓は100の仕事をこなす人

ばか者

3泊4日の
ワーキングホリデー
受入れ農家111軒
援農登録者1500名

原さだ子さん
農家民宿「楽珍房」
（農林漁家民宿
おかあさん100選）

市役所・井上弘司さん
地域再生診療所
（観光カリスマ）

りんごの収穫時期に
２泊３日の
援農体験を募集

よそ者

連携マニア

7

周辺13市町村を連携させ、南信州をエコツアーゾーンに

修学旅行生向け
食農教育
（年間１万人の集客。
受入れ農家は400軒）

桜守りと桜をめぐる

囲炉裏の里・大平宿で
生活体験

天竜川でラフティング

スノーシュー
トレッキング

野菜の収穫体験

絶滅危惧種の保護体験

寄せ植え体験

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！

窓口は南信州観光公社

8

各地の事例

①ココ掘れワンワン！
「お犬さまプロジェクト」

～東京都青梅市御岳山

9

■事例①　東京都青梅市御岳山　＜2006～2008年＞

新宿から約2時間で行ける
天空のパワースポットに、季節を変えてマスコミを招致

標高929mにある
紀元前創建の武蔵御岳神社

25軒の宿坊と
8軒のお土産店がある

10

■事例①　東京都青梅市御岳山　＜2010年秋～＞

雑誌・ブログでの掲載もされるようになったが・・・

課題）行動しているが、足並みが揃っていない

・御岳登山鉄道
・御岳山観光協会
・青梅市観光協会
・武蔵御嶽神社
・御岳ビジターセンター
・御岳山商店組合
・青梅商工会議所

新規顧客取り込みのために、やみくもにイベント等を実施している感がある

チャンス）プラス発想ができるメンバーが揃った

11

■事例①　東京都青梅市御岳山　＜2011年～現在＞

ペット連れをターゲットにした
「お犬様プロジェクト」にチャレンジ

昔から狼を神格化した神様が祭られ、境内にもペット連れで入れる

	2009年度	2010年度	2011年度
4月	206	211	219
5月	344	520	607
6月	207	317	777
7月	242	332	703
8月	498	568	1,799
9月	462	400	1,473
10月	343	468	1,398
11月	561	688	2,546
12月	143	236	361
1月	405	692	1,092
2月	97	90	202
3月	427	68	332
合計	3,935	4,590	11,509

ペット乗車数が4590→11,509人

12

■事例① 東京都青梅市御岳山 ＜2011年～現在＞

御岳登山鉄道では・・・・

お犬さまと一緒の
記念写真看板設置

ペットエリアを
ゾーニング

エチケット袋の配布。
シェルパ斎藤氏を招いての「わんちゃんとハイキング」イベント

13

■事例① 東京都青梅市御岳山 ＜2011年～現在＞

武蔵御嶽神社では・・・・

お犬さま用の
手水舎や、お守りなど

愛犬祈願所も
新設

14

■事例① 東京都青梅市御岳山 ＜2011年～現在＞

過去を遡ると、最盛期には80万人来ていた・・・

【ケーブルカー乗車数推移】

2006年 443,885 ←最盛期の半減の危機
2007年 443,078
2008年 436,448 ←リーマンショック
2009年 460,173
2010年 451,196
2011年 548,917

東京都観光部の事業でPRを強化。アラサーをターゲットにした紙メディアやネットを中心にマスコミ120名を招致（計3回実施）。60回掲載

パワースポット
山ガールブーム到来
メジャー雑誌への取材も増える

「アド街ック天国」「王様のブランチ」「ちい散歩」「だいすけ君がゆく」「もしもツアーズ」「嵐にしやがれ」など、4月から計20数回のTV取材が入った

2010年秋から
お犬さまプロジェクト

15

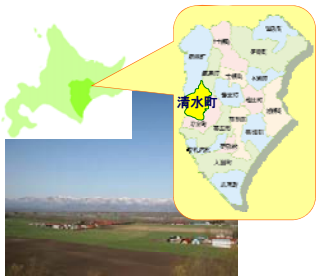
各地の事例

②ペケレベツがキーワード！
「町民参加による
特産品開発プロジェクト」
～北海道清水町

16

■事例② 北海道清水町

十勝エリアの玄関口。2011年秋には道東道（夕張～占冠）開通により、札幌からのアクセスが短縮



・人口は1.3万人
・牛が4万頭
・1次産業が30%
・酪農と畑作の町
・大豆、小麦、生乳の生産は国内トップクラス
・プリマハム
・ホクレン製糖工場
・日本甜菜製糖
・日高連山と日勝峠
・十勝千年の森

17

■事例② 北海道清水町 ＜2011年～＞

事業のきっかけは5人の中学生
「新キャラクター制作事業」が採択された

清水戦隊スマイルレンジャー
コーンMAN
じゃがソン
アスパラガッツ
かぼちゃん
あずっキーナ

牛玉丼ちゃん

清水町のマスコット「うっちゃん」

18

■事例② 北海道清水町 ＜2011年～＞

中学生を含む18名のメンバー

・委員長は建設業の社長。明るい40代
・副委員長は、やたらと博学な小麦生産者
・牛に優しい飼育にこだわる酪農家
・提案者の中学生5名
・ムードメーカー的な中学校の先生
・独特なセンスを持つ無口なお菓子職人
・気も長い生麺会社社長
・バランス感覚のあるJAの職員
・地域おこし協力隊員や
町役場のスタッフを含む全18名

19

■事例② 北海道清水町 ＜2011年～＞

めざすは「旅の通過点から目的地」

＜課題の洗い出し＞

①札幌から日帰り圏というメリットを
活かせていない

②質・量ともに、トップクラスの農畜産品があるが、
魅力ある加工品がない

③町内には、地域活性化をめざす団体が
複数あるが、その力を結集できていない

20

■事例② 北海道清水町 ＜2011年～＞

清水町再発見

●清らかな水＝町の語源はアイヌ語で「ペケレベツ」
・旧厚生が設定した「おいしい水」の7項目をクリア
・日高山脈の雪解け水
・日本でも希少な硬度10mg／ℓの「超軟水」。
肌に優しい／素材の香りや味を引き出す／
出汁、米、お茶・コーヒー・水割りにも良い

●循環型農業（安全・安心）
畑作と酪農の面積が同じ。北海道でも希少。
（小麦・豆類・甜菜・じゃがいも・アスパラ・白菜・コーン）

⇨ ペケレベツブランドを創ろう

21

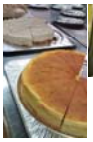
■事例② 北海道清水町 ＜2011年～＞

オール清水で作った
「畑作＋酪農（はたらく）フード」の試作

十勝清水のミルク鍋
給食に導入

完成度抜群
規格外のメイクィーンを使ったじゃがいもクッキー「しみずぼっちぃー」

天才！チョロギチョコ



牛乳豆腐を使ったチーズケーキの「ミルトゥーフ」など

アスパラの粉！

地元の小麦粉ととかち野酵母を使ったパン

■事例② 北海道清水町 ＜2012年～現在＞

事業を継続させるために

①運営母体として「ペケレベツ情熱会議」を設立
※年会費あり。もちろん町役場の担当者も

②目的は「ペケレベツブランド」商品の認定基準策定と
商品開発、それに関連する観光交流促進

③メンバーの増強
※メンバーが新メンバーを見つけてくる（随時）

④フェイスブックでもメンバー同士が情報共有

23

■事例② 北海道清水町 ＜2012年～現在＞

あるものを活かし、ないものを創り
連携して相乗効果を出す

①牛玉ステーキ丼協議会のメンバーを招き、情報交換

②JAが注力している「無農薬にんにく」、産業クラスター
研究会で開発した「アスパラの粉末」を活用

③特産品のインターネットショップ「かうかう」の
メンバーを加える

④商工会が運営している直売所「三丁目広場」
との連携を視野に入れる

⑤いずれ、清水町農村ホームステイ協議会を巻き込む

24

■最後に

・5つの壁を突破する工夫は？
　異動／単年度予算／人材
　富／地元3横綱の壁

・事業の目的、コンセプト、ターゲットは？

・連携とまでいかなくても
　十一マンや連携すべき組織との情報交換は？

25