

第14回全国水の郷サミット
「水源を支える地域づくりの“新たな潮流”」
報告書

平成21年3月

国土交通省土地・水資源局

水資源部水源地域対策課

第14回全国水の郷サミット
「水源を支える地域づくりの“新たな潮流”」
報告書

平成21年3月

国土交通省土地・水資源局

水資源部水源地域対策課

はじめに

「水の郷百選」は、水を活かした地域づくりに資するため、地域固有の水をめぐる歴史や生活文化を維持・発展させるとともに、優れた水環境の保全に努め、水を活かした地域づくりに優れた成果をあげている市町村を平成6年及び平成7年の2ヵ年において国土交通省が認定したものです。

そして、平成6年の「水の郷百選」認定以来、毎年「全国水の郷サミット」が認定市町村において開催され、水の郷や水文化の普及のPR、あるいは水の郷市町村の情報発信の場として活用されてきました。

本年度のサミットは、水の郷認定市町村や、広く水を活かした地域づくりを展開している市町村、水環境の保全等に取り組む企業の方々の参加を得て、「水源を支える地域づくりの“新たな潮流”」をテーマに開催いたしました。

本報告書は、平成21年1月30日に国土交通省の講堂で開催された「第14回全国水の郷サミット」での講演や事例報告、パネルディスカッションの記録及び当日配付された資料を盛り込んで作成されたものです。

本報告書が、水の郷認定市町村はもとより、水を活かした地域づくりを展開している市町村等に広く活用していただければ幸いです。

平成21年3月
国土交通省 土地・水資源局
水資源部 水源地域対策課

1.	第14回全国水の郷サミット 次第	1
2.	主催者挨拶 国土交通省水資源部長 上総周平	3
3.	基調講演 NPO 法人ひろしまね理事長 安藤周治	5
4.	政策発表 国土交通省水源地域対策課長 齊藤一雅	23
5.	調査報告「水源地域づくりのための戦略」 パシフィックコンサルタンツ(株) 山田泰司	29
6.	事例報告 ・島根大学教育学部准教授 作野広和	37
	・(株)南信州観光公社専務取締役 高橋充	43
	・ミツカン水の文化センター主任研究員 中庭光彦	47
	・NPO 法人穂の国森づくりの会事務局長 森田実	53
7.	パネルディスカッション	59

参考資料

アンケート調査	81
---------------	----

1. 日時 平成21年1月30日（金） 13:00～18:00
2. 会場 中央合同庁舎第2号館 地下講堂
3. 主催 国土交通省
4. 後援 （財）ダム水源地環境整備センター、（財）日本グラウンドワーク協会、
全国水源地域対策基金協議会、（株）自治日報社
5. 参加予定者
全国の水の郷認定市町村関係者、都道府県・市町村職員、地域活性化関係の専門家、
コンサルタント等 約200名
6. 概要
様々な課題を抱える水源地域での地域づくりにおいて、新たな取組などを実践している
方々による基調講演や事例報告を行うとともに、水源地域づくりの新たな方向性などにつ
いて議論するパネルディスカッションを行う。

7. 次第

13:00 主催者挨拶 水資源部長 上総周平

13:05 基調講演「“もう一つの役場”が地域を守り創る ～ 中国山地の取り組みから～」
NPO 法人ひろしまね理事長 安藤周治

14:05 政策発表「水源地域対策の新たな展開」
国土交通省水源地域対策課長 斉藤一雅

14:25 調査報告「水源地域づくりのための戦略」
パシフィックコンサルタンツ(株) 山田泰司

14:45 休憩（15分）

15:00 事例報告

- ・島根大学教育学部准教授 作野広和
- ・(株)南信州観光公社専務取締役 高橋充
- ・ミツカン水の文化センター主任研究員 中庭光彦
- ・NPO 法人穂の国森づくりの会事務局長 森田実

16:30 休憩（15分）

16:45 パネルディスカッション

- ・コーディネーター 安藤周治
- ・パネリスト 作野広和、高橋充、中庭光彦、森田実、山田泰司、斉藤一雅

18:00 閉会

2

主催者挨拶

国土交通省水資源部長 上総周平

ご紹介いただきました水資源部の上総でございます。本日は全国水の郷サミットの開催にあたりましてこのように多数の方にご参加いただきましてありがとうございます。水の郷は平成7年、8年にかけて全国で水について取り組まれている市町村、地域を指定させていただいたもので、当初は107地区、現在は109の市町村が指定されております。



今日のサミットは水の郷の方々を中心でございますが、それ以外の水源地域の方々にも多数来て頂いているところでございます。このサミットの意義は、地域における活性化、いきいきとした地域づくりのために、地域の活動が思い通りにステップアップし、またそのためにいろいろな人のサポートが求められているということを議論する点でございます。2、3年前から国土交通省で開催するという形でやらせていただいております。

今日はNPO法人ひろしまねの安藤理事長にご講演いただきまして、その後いくつかの報告の後、また先生にコーディネーターをお願いをしまして、パネルディスカッションということで考えてございます。昨年初めて参加しましたが、大変活発な議論、発表がありました。是非今年もそのようになって欲しいと思っておりますし、また今日のサミットの成果として一つでもヒント、アイデアを各地域に持ち帰っていただいて、地域の活性化が進みますことを心から望んでおります。

安藤先生はじめ、大変お世話になっております皆様方、今日も一日宜しくお願ひ申し上げます。

3

基調講演

「もう一つの役場」が地域を守り創る ～中国山地の取り組みから～

NPO 法人ひろしまね理事長 安藤周治

皆さん、こんにちは。ご紹介いただきましたように、私自身、過疎問題から出発して今日まで来ています。そういった点が土台となって、今日のテーマである水源地域の新しい流れ、動きというようなものにつながっていくのかなという思いもありますので、そのあたりも聞いていただければと思っています。



まず、暮らしの周りをちょっと遡って年表で追いかけてみます。そして中国山地が今どんな状況なのかを知っていただきたいと思います。今日は国土交通省の主催ですけれども、都道府県や市町村の動きも少しお話ができたらと思います。

地域はどんどん変わってきています。これは行政というよりも、地域の皆さんが意識を変え、現場から変わってきているのではないかと思います。今日は、私が直接関わっている「ひろしまね」、そして「株式会社わかたの村」についても少しお話したいと思います。

暮らしの中から地域を見まわしていきます（図 3-1）。1960年代には「38年豪雪」。いわゆる「さんぱち豪雪」といわれ、中国山地でも3～4メートル近い積雪があった豪雪です。それがきっかけで過疎が進んだともいわれます。そして66年に「過疎」という言葉が生まれました。それと「コミュニティ」という言葉が69年当時の経済企画庁の国民生活審議会ですべて初めて文字になったと同時に、1960年代はまさに今の「まちづくり」に関する様々な動きが始まったときでもあります。

そして80年代に入ってきます（図 3-2）。「テーマ型のコミュニティの展開」ということで地域の課題に取り組む活動団体がどんどん出てきます。NPO 活動の母体、特定非営利活動促進法法づくりを推進する団体がそれぞれ自分の領域で頑張ってきたということかと思

第14回全国水の郷サミット

「もう一つの役場」が地域を守り創る
～ 中国山地の取り組みから～

特定非営利活動法人 ひろしまね 理事長
株式会社 わかたの村 取締役
安藤周治

(株)わかたの村 ひろしまね

図 3-0

変わる時代の中で地域は――

- 1960年 高度経済成長はじまる
1960年代 神武景気→いざなぎ景気 所得倍増計画
東京オリンピック開催(64年) 東海道新幹線開通
「38豪雪」 散宿所 小学校・分校 農協の出張所消える
60年安保 公害 市民運動(行政府等と対決闘争型)
- 1966年「過疎」経企庁 国民生活審議会
- 1969年「コミュニティ」経企庁 国民生活審議会
1970年代 住民の連帯感の醸成 「個人」への傾斜
コミュニティ施設の整備
列島改造ブーム オイルショック 47・7豪雨
まちづくり交流会(由布院73年) 大分一品運動
- 1977年 広島県コミュニティづくり推進協議会 発足

ひろしまね

図 3-1

います。そしてバブル期を迎えて経済的に賑やかになってくると、当然まちづくりでも全国に様々な展開が広がります。ふるさと創生事業もその時代にあったと思います。大分県の豊の国づくり塾が 1982 年ですが、まちづくりをやりながら人材育成を行う塾が大分をはじめ各地に生まれたのもこの 80 年代がきっかけだろうと思います。

1990 年代に入ります。まちづくりを総合的に見ると、例えば地域のビジョンづくりというような視点でまちづくりが展開されるという、資質的な変化がおきたのが 90 年代だと思います。それともう一つ、1995 年の阪神淡路大震災などの天変地変も含め、さまざまな問題が私たちの周辺に出てきたことも非常に大きな変化と言えます。日本ぐらい安心、安全な国はないと思われていましたが、95 年あたりから大きく変化してきたのではないかと思います。

そして 90 年代、我々としては画期的だと思っていますが、あの「道の駅」が中国地方発で制度化されます。現在は全国に 750 から 760 の道の駅があります。こうした動きは、非常にプライベートな発想、問題提起からできあがった制度です。「夫婦でドライブするのを楽しみにしているけれども一般道路を走るときにトイレがない。どうして一般道路にそういったサービスエリアやパーキングエリアがないのか」という問題提起から政策提案にまで結びついたのが道の駅です。残念ながら全ての道の駅が上手く動いているというわけではありませんが、地域の拠点としては非常に使いやすいものではないかと思っています

そして 98 年、今日何人もいらっしゃっている NPO 法人が誕生する法律、特定非営利活動促進法が出来ました（図 3-3）。12 月末の数字ですが、今 36,300 もの NPO 法人があります。

2000 年代に入ると、まちづくりへの取り組みは、地域課題の解決と地域ビジョンをもとに中長期の地域づくりを進めることを目的とするものに変化したように思います。そのような動きの中で行政も次々と変わりましたが、その中でも地方が最も影響を受けたのが市町村合併の進行です。広島県も 84 あった市町村が現在は 23 ですが、合併が進む中で周辺部は衰退し、非常に厳しい状況になっています。

国の施策も大きく変化し、それによって地域へのまなざしも変わったのではないかと思います。大きくは、国のあり方というところで議論をされてきた「国土形成計画」に新たな項という形で「地域へのまなざし」が盛り込まれたことです。そして、経済産業省

1980年代 テーマ型コミュニティーの展開
(環境・リサイクル・福祉など)
各種市民団体設立活発、個人との連携も
バブルの時代へ まちづくりシンポ各地で開催
ふるさと創生事業 過疎を逆手にとる会発足
豊の国づくり塾 開設 1982年

1990年代 まちづくりへの総合的視点への発展
80年代の課題へ防災・高齢者福祉・
地域計画づくりなど加わる
バブルの崩壊 ソビエトがロシアへ 政界再編
阪神淡路大震災 NPO法成立
「道の駅」全国へ 行財政改革 地方分権
金融機関の崩壊



3

- **1998年** 「特定非営利活動促進法」
NPO法人363000団体に(08、12、31現在)

2000年代 地域課題解決と地域ビジョンの実現
過疎地域自立促進特別措置法施行
地域住民自治組織やNPO・企業・行政などの「協働」
構造改革進む 郵政民営化へ 地方分権一括法施行
市町村合併進行(3232H11年3月→H21年1月1781市町村)
国土形成計画(新たな公) 農工商連携促進法(2008年施行)
中小企業地域資源活用促進法(2007年施行6省庁)
世界的大不況へ



4

図 3-2

図 3-3

の農商工連携促進法も、地域の商工会あるいは農家、漁家、そういった中小企業を中心に地域経済の改善を考えるための法律です。そんな諸々の法律が、少しずつ地域へのまなざしを大きくしてきているように思うわけです。

そうした時代の変化を、私たちはこういう捉え方をしています（図 3-4）。

ひとつはグローバル化。これは最近の世界的な不況や日本の食料自給率を見れば一目瞭然ですが、そういった中で私たちは暮らしているということです。そして高度情報化社会。私は人口 6 万人の広島県三次市に住んでいますが、今全戸に光ファイバーが引かれています。非常に高速な情報網の中で、使おうと思えばかなり高度な使い方ができる、あるいは密度の濃い情報を得ることができるようになってきました。

問題は③④⑤ではないかと思っています。一人ひとりが部屋を持ち、あるいはそれぞれの部屋にテレビが 1 台ずつあるような生活様式の中で、食事の団欒という言葉が辞書から消えてしまっていると思うくらい、生活が個別化してきています。また家庭の中にそういった状況があることによって、地域社会も同じようにバラバラになってきているのではないかという気がします。こうした点が、もう一度コミュニティのあり方、地域社会のあり方を考えなければいけないという議論の引き金になっているのではないかと思います。

そして 5 番目のモラルの低下。特に若い方との間に常識の違いを感じたりします。我々団塊の世代の次の世代への受け継ぎ方がまズかったのか、あるいは豊かになった日本では仕方のない状況なのか分かりませんが、モラルの低下について危惧するところが多いわけです。

少しまちづくりや地域づくりのほうに入っていきたいと思いますが、行財政改革が進みます（図 3-5）。とりわけ広島県では市町村合併が進んできたという状況があります。地方分権からもう一步進んだ、地域への分権というのが確実に進んでいると思っています。その先行的なものは指定管理者制度だと思います。地域の公民館などの施設が名称変更して市町村部局に管理運営が移ってきました。公民館であればコミュニティセンター、地域まちづくりセンターへと変わり、地域の方が非常に安い管理費で管理、運営する。地域の施設を使って利益を得るといふ、昔ではなかなか考えられなかった運営の仕方が提案されています。

◇ この10年 劇的な変化で変わる暮らし

- ① グローバル化
- ② 高度情報化社会
- ③ 生活の個別化
- ④ 家族の絆の崩壊
- ⑤ モラルの低下
- ⑥ 少子・高齢化
- ⑦ 格差社会



5

図 3-4

- ⑧ 持続可能な地球環境
- ⑨ 行財政改革 (市町村合併など)
地方分権→地域分権→一人一人への分権へ
- ⑩ 戦後→高度経済成長(右肩上がり)
→成熟社会 少子高齢化 →経済の空洞化
サブプライム世界大不況閉塞感→「もどかしさ」
- ⑪ 改めて『自己決定』『自己責任』
『自己実現』『自己肯定』の時代へ
- ⑫ 住民の参加・参画 協働
- ⑬ 住民自治へ 地域・コミュニティで
→民主主義の国づくりへ



6

図 3-5

地域の分権が進む中でこれから先、もう一つあるのではないかなど。それは地域に住む一人ひとりへの分権ということです。これは後ほど自己決定、自己責任あたり、あるいは住民自治というようなところにつながる話ですが、そういうものが流れになってきているような気がします。そして、経済的な問題についても、日本の経済の成り立ちの危うさ、外国を相手にした商いのあり方の不安定さといったものが今出てきていると思います。こういったことが、閉塞感やもどかしさ、心情的な不安感を煽っているのではないかなど思います。

そして 11 番目の自己決定、自己責任が自治の原点と言えるかもしれません。今までのように行政に全て任せるのではなく、物事を自分の責任で決めて、しっかりと最後まで責任を持つ。そんな時代に来ているということです。

更に自己実現。非常に自分に厳しい面だけではなく、これまで自分がやりたかったこと、思いや願いを実現する環境づくりということが、これからのまちづくりの中では非常に大事なことですし、それが人間が人間として生きていく中では非常に価値を持つことなのではないかなど思います。とりわけ水源地域において都市部の皆さんを意識すると、こういった言葉がキーワードとして非常に大事になるのではないかなど思います。

そして、もう一つが自己肯定です。こんなに繁栄した豊かな日本の国になりながら、年間 3 万人を超える自殺者が出るというのはいったいどういうことか。「自分はだめでもうどうしようもない」という思いを持つのではなく、高齢化の進む中山間地域、あるいは水源地域のじいちゃん、ばあちゃんが、自信を持ってこれまで営んできた暮らしの確かさ、大事さを再認識するための、自己肯定の場面を設営するということです。自信や誇りをもう一度水源地域に暮らす一人ひとりが持って行けたらと考えています。

自己決定、自己責任、自己実現、自己肯定、という 4 つを我々は活動のバックボーンの一つとして考えています。手法としては、参加・参画・協働です。やはり住民自治、少し具体的にいえば地域経営を自らがしていくという視点が必要だと思えます。

私たちのまちづくり・むらづくりの出発は 1970 年の「作木未来会議」です（図 3-6）。合併前の広島県双三郡作木村の時代のことで、当時はまだ 3,500 人の人口がありました。

現在は人口 1,800 人、高齢化率はほぼ 50% です。

70 年に過疎化が進んでいく中で、作木の未来を考える会を持つのではないかなどということ活動をはじめたのがきっかけです。その後、82 年に「過疎を逆手にとる会」、あるいは今日の特定非営利活動法人ひろしまねの母体となる「江の川流域会議」そして「わかたの村」というようなものにつながっているのですが、この「わかたの村」も

むらづくりからNPO・株式会社へ

- ・ 1970年 作木未来会議
- ・ 1982年 過疎を逆手にとる会
- ・ 1986年 江の川流域会議
- ・ 1990年 江の川文化圏会議
中国・地域づくり交流会
- ・ 1997年 ひろしまNPOセンター
- ・ 2004年 特定非営利活動法人ひろしまね
- ・ 2008年 株式会社 わかたの村

社団法人 はすみ理想都振興会(現 地域づくり総合研究所)とも協働



図 3-6

「作木未来会議」のメンバーで構成されています。これは、お手元にあるかと思いますが、「過疎を逆手にとる法十カ条」です（図 3-7）。1982 年に私の活動方針として十カ条を定めました。今改めて読んでみると、この時代にマッチした部分が随分あるなと思います。

ひろしまねの活動エリアは、先ほどからお話していますように広島県と島根県の県境地域です（図 3-8）。中心は江の川という川で、広島県に降った雨の 3 分の 2 近くが流れる川ですが、その流域の殆どが高齢化率が 40 から 50%に近い地域です。こうした地域を何とかより住みやすいところになりたいという思いから「ひろしまね」が発足しています。

江の川では、山に囲まれたところを川が流れています。江の川は舟運が栄えた地域ですから、流域の江津までの間、「さんずい」が付く漢字を含む地名が多くあります。反別が 3 アール程度の非常に小さな田が多くあり、石州瓦の赤い屋根と、10 月から 11 月にはタデ栽培の風景とがマッチして、非常に美しい風景が見られます。また、中国山地の特徴でもある和鉄「たたら」の生産で山を切り崩すことで出来た人工的な地形の中に集落が成り立っている点も、この地域の特徴の一つです。地元では「天国に一番近い集落」と呼ぶ人もいます。島根県、広島県側で盛んな神楽もいい形で伝承されています。

島根県邑南町の集落ごとの数字です（図 3-9）。赤紫のところが高齢化率 70%、黄色のところは 50%を超えている集落です。全体で見ると半数以上、7 割、8 割近くが 50%という数字です。中国山地のどこの町や村に行っても同じような状況がみられます。そしてもう

一つ非常に厳しいのが、集落の規模が小さいということです（図 3-10）。東北と異なり、西日本では 5 戸 10 戸というようなところが全体の中でも多くあります。こうした状況に加え、公共事業が激減したこともこれらの集落に大きな影を落としています。

こうした地域の高齢者にとっては、米の値段の下落や年金の減額は死活問題であり、結果、稲作をするところが減り始めました。また、家族が都市部や海外に暮らしているとこ

過疎を逆手にとる法 十カ条 1982年

- 一、「過疎」は「魅力ある可能性」と信じること。
- 二、ないといことはなんでもやれるという可能性があること。
- 三、目標は「東京ではできないこと」をやること。
- 四、武器は「アイデア」と「実践」。
- 五、キーワードは「過密」とのジョイント。
- 六、壁へのチャレンジは「実績」の積みかさね。
- 七、逆手にとるのは「過疎のマイナスイメージ」廃校、廃屋、多い高齢者、失いきった活力etc。
- 八、ほしい「つれ」は「厳しい古里だから、あえて古里に生きる」という人たち。
- 九、とにかく、他人はどうであれ、己は過疎を相手に楽しく生きること。
- 十、「群れ」はそんな「楽しい生き方」を「見せびらかして」つくること。

図 3-7



図 3-8

自治体行政区	集落名	世帯 (戸)	人口 (人)	高齢者人口 (人)		高齢化率 (%)
				65~74歳	75歳~	
上口自治会	川崎	12	19	5	19	26.3
	神谷	14	33	4	15	37.4
	坂田	17	36	9	8	47.2
上田自治会	江津	16	28	5	19	28.6
	上田	23	68	14	14	41.2
	吉野	16	45	9	11	44.4
	白雲川	13	34	4	13	49.7
	松平	12	25	2	2	20.0
	長田町	16	43	12	11	53.5
	長田市	25	66	11	20	55.4
上ノ原	上ノ原	9	10	1	6	20.0
	口原町上	30	69	16	19	50.7
口原町自治会	口原町下	32	71	15	17	45.1
	口原町	28	73	23	25	59.7
未結核	松平	26	91	19	26	48.4
	須美	12	28	12	9	71.4
	津本郷日	20	43	7	16	53.5
	西ノ原上	22	53	12	11	43.4
	西ノ原下	18	42	7	10	40.0
	藤田	5	9	4	5	100.0
口原地区計	29	376	174	270	52.2	

図 3-9

ろでは、相続の手続きが上手くいかないなどの原因から、不在地主が増加しました。今では個々の家屋だけでなく、公共の、あるいは地域の人が拠り所としてきた建造物、寺やお宮を維持することすら出来ない状況です。集落の懇談会で「わしが死んだら、だれがわしの葬式を出してくれるのかそれが心配でわしはなかなか死なれんのよ」という声を聞いたときはショックでした。こういった状況を受けて、なんとか集落の力をもう一度蘇らせることができないかということで、我々の活動が始まりました。

こうした経緯もあって、私のところには「常会」と呼ばれる、行政との関係の中の町内会自治体が83ありました(図3-11)。それらを行政区ごとに分け、更に小学校区ごとに連絡協議会を作った上で、作木自治連合会が三次市役所との交渉窓口を担当するという構造になっていました。

そういった地域の中で、私たちが提案している「もう一つの役場」という機能がいるのではないかと、10年ほど前から話をしてきました(図3-12)。町内会、自治会支援組織だけでは地域を切り盛りできなくなっている。そのことだけをやる団体、仕組みがあってもいいのではないかとということです。地域における拠点であり、そこへ行けば諸々の課題解決のための取り組み、あるいはやりたいことができ、夜はお酒を飲める。そういった場所を設定できないかという提案です。

その「もう一つの役場」を曼荼羅絵にしたのがこの図柄です(図3-13)。中心部分には

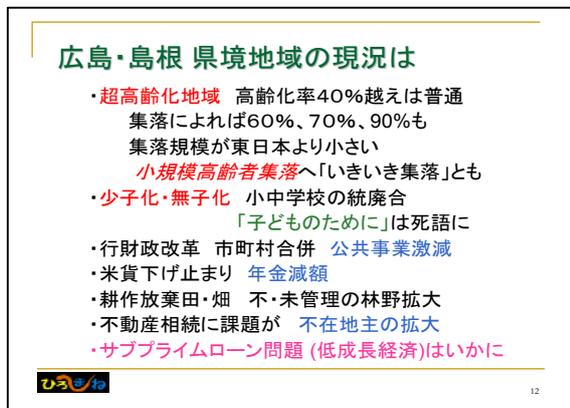


図 3-10

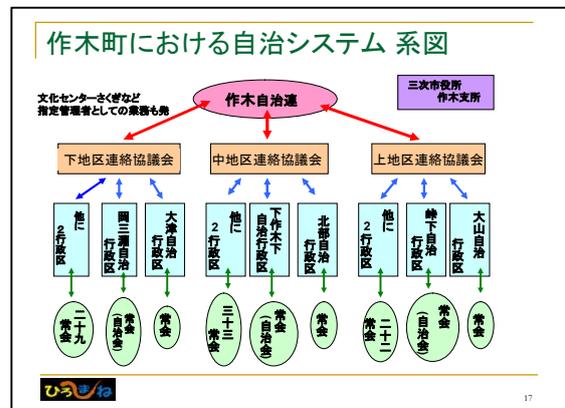


図 3-11

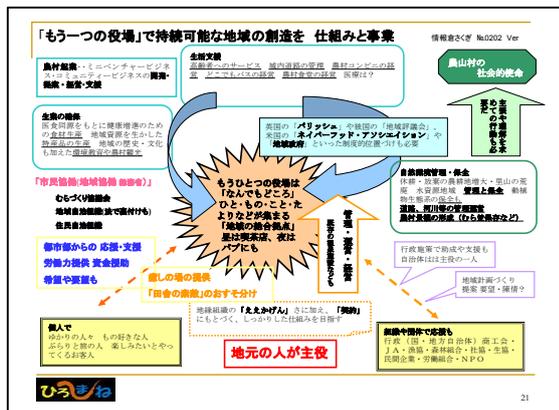


図 3-12



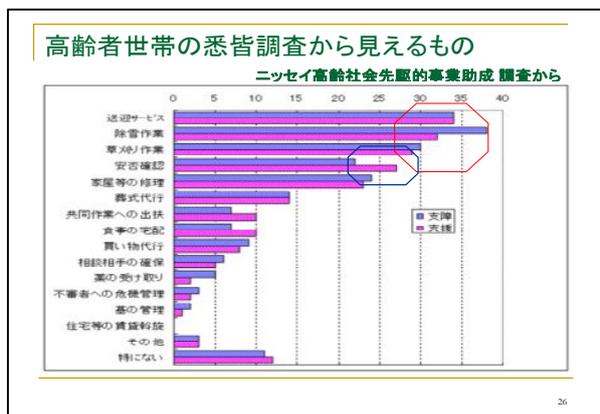
図 3-13

総合事務局の機能が必要なので事務局長が一人、あるいは企画運営ができる少し元気のいい人が一人、そして窓口業務に一人ということで、その3人体制ぐらいで組めないかというところで今話をしています。仕事の内容、サービスの内容はぐるっと周辺に書かれています。いくつかの種類に分けていますが、例えば役場・金融・連絡機能について役場の事務代行ができないかということで、アウトソーシングできる部分はどんどんやっていくべきではと考えています。それによって代行手数料を地域に落とすことが出来るのではと思っています。また、地域住民のサロン機能という、まさに地域の寄り合い場所という、かつてはお宮やお寺だったと思いますけれども、そういったものを提案できないだろうかとも考えています。

ひろしまねの個別の活動以外にも、石見銀山のガイドマップの作成や、江の川流域のブランド形成のために広島市内のイタリア料理店の皆さん方で試食会行うなど、様々な取り組みを行いました。国土交通省と農林水産省、島根県と行った創発事業の調査では、アンケート用紙を持ちながらじいちゃん、ばあちゃんのところに話を聞きに行きました。まさに実態調査です。すると、実態は私たちが考えていたこととは全然違うわけです。お天気の話から始めて1時間たつてようやく家に入れてもらう。2時間過ぎたぐらいからようやく財布の中身の話や家族との関係、娘さんや息子さんや親戚あたりの話を聞いて、やっと日々の生活がおぼろげながら見えてくる。多分そういうものがデータとしてないと、特に市町村の政策の実りはそんなにはないのではないかなと思います。都道府県レベルでもそういった細かい情報を持ってもらいたいなと思っています。

創発事業の実態調査の際、殆どは県立広島大学の学生さんと出掛けましたが、帰ってきた報告の中で男の子が喋らなくなるのです。それはなぜかということ、お年寄りが本当に我慢をしながら辛抱しながら日々生活されているという、大変な状況を垣間見たからです。食べるものや薬を取りに行くことも出来ないという状況です。「古老の一人の死は、図書館一つを失うに等しい」というアフリカの諺と同じ思いを、まさに実態調査を通じて日々、場面場面で強くしました。

これが昨年の調査です(図 3-14)。青い部分は、お年寄りご本人が支障だと感じている部分です。赤紫はその支障に対して支援をしてほしい、手伝ってほしい、解決してほしい



という願いを表わした部分。双方の差を見てみることで、例えば除雪については、「支障だと感じているけども応援はしてもらわなくていい」と考えていることが分かります。問題は支障はご本人さんはあまり感じてないけど支援をして欲しいという部分が我々としても興味を持ったところです。これに基づいて、安否確認のための機材の開発などにも取り組みました。

図 3-14

土地利用についても、高齢化に伴って放棄される土地が増えると予想し、土地を使いたい人に斡旋もしながら利用率を高めていくような公的な仕組みとして、市の中に「ふるさと信託機構」というものを提案していきたいと考えています（図 3-15）。その他にも、鳥獣害対策としてサル除けや電気柵、イノシシ除けなどの設置を行う取り組みや、放棄された田んぼや畑の草刈りを牛を入れて行う取り組みも、かなり成果をあげてきました。今年度は会員制度で、一口 5 万円ですが子牛を 2 頭入れました。

もうひとつは先ほどの不動産の問題に関する取り組みです。里山の田んぼ付きの土地では、土地の境界が良く分からなくなっています。それを GIS を使って位置確認するというものです。農業委員が市町村合併でどんどん減り、地域の田んぼや畑のチェックが殆ど出来なくなってきていることが、問題の背景にあります。

水源地域は時代の最先端を行っている地域だと思います（図 3-16）。町場もそうですがマンパワーが不足しています。格差もかなり大きく、町場の高齢化も中山間よりもかなり深刻なのではないかと思います。とりわけニュータウンと呼ばれる様な地域では、多くの課題があるように思います。そういう地域も含め、現代版のよろず屋さんが新しく事業を展開するというのが非常に大事なことではないかと考えています。

今後の方向として、このような人たちが求められているのではないかとということで、5 つの役目で見ました（図 3-17）。仕組みとして地域の中にプラットフォームをつくらうという呼びかけです。これは「もう一つの役場」の言い換えにもなるかと思っています。

こうした地域の動きに関して国もいろいろな政策を展開してきています（図 3-18）。ここで挙げているような農商工連携事業にもかなり期待を寄せていますし、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス推進ということで全国 9 ブロックで推進組織を立ち上げたあげたと聞いております。交流体験事業についても、農家民宿やあるいは農村へと様々な人を呼び込むような形で地域が元気になるようにできないかと考えています。農家民泊、あるいは農産物にちょっと手を加えることで単価を上げて収入に結び付けられないかという話もしています。これはまた我々がコミュニティビジネスよりももっと小さいビジネスを検討したときの材料ですけれども、地域を見ると資源や仕組みづくりに関する可能性が、結構が見えてきました。

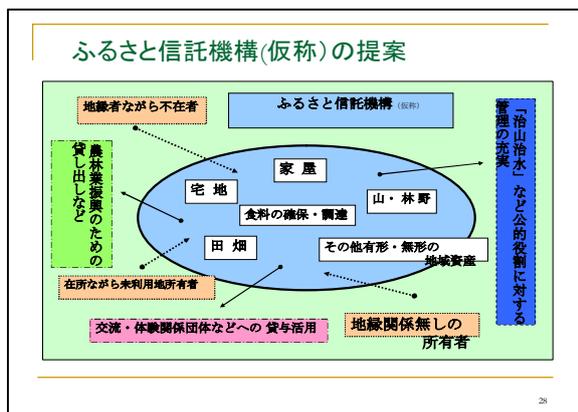


図 3-15

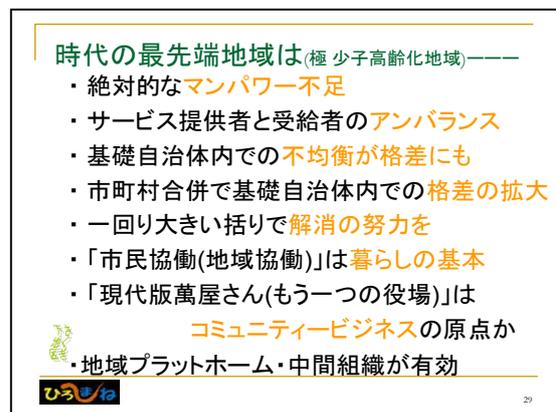


図 3-16

そして私の住んでいるところで様々な制度、事業を取り入れました（図 3-19）。経済産業省あるいは国土交通省の事業を取り入れましたが、どうせやるなら可能性のある、続けられる仕組みづくりを考えようということで、結局 5 人で 50 万出し合って立ち上げたのが「わかたの村」です。

「わかたの村」における最も大きな収益事業は、会員制の「わかたの酒」です。会費 1 万円ですでに初年度、250 人あまりの方が参加しています。また、おばあちゃんたちに作ってもらった 300 余りの漬物が 2 時間余りで売れ、非常に自信を持ってくれたということもありました。このような調査を繰り返していく中で様々なアイデアが出てくるわけです。例えば体験イベント、体験型ツアーとして江の川でとれた鮎の「なれ寿司」づくりなどを行っています。また、子ども農山漁村体験モデル事業においても、おばあちゃんの技として陶器づくりや、溪流のぼりなどをプログラムに組み込んでいます。その他にも、イノシシ狩りなど、地域のお年寄りの出番をどんどん作るというのが我々の願いでもあるわけです。ケヤの木を見るツアーや稲刈り、しめ縄づくり、ミニ門松づくりなども行っています。

地域社会、コミュニティの成り立ちの基本について、私たちはこんな整理をしています（図 3-20）。総合性あるいは生活者の視点で中長期的にものを見るような仕組みづくりがあるのではないかとことです。どんな地域にしていくのか合意形成しながらやっていくには計画づくりをその柱に据えていくことが重要です。そして、「私たちの町なんだ」と

いう意識をしっかりと持つこと。株式会社の「わかたの村」と書いてますが、「私たち」「自分たちの」という意味合いがあります。そして共生共存も重要です。排他的になるのが田舎の風土のように言われますが、最近はかなり変わってきています。お互いを認め合うような考え方を大事にしていきたいなと思います。自発的な発想ということで、先ほども自己実現というようなことを述べましたが、そんな夢や思いや狙いが

地域で今後の展開 方向として

新しい価値観を持つ**人材**の育成と**仕組み**を

人材	プロデューサー ファシリテーター コーディネーター タウンマネジャー コーチ	「 地域プラットフォーム 」 で地域の 出会い と、 事 と モノ と 知恵 と 技 で 仕 組み を作る
-----------	--	--

33

図 3-17

中山間の地域産業の展望

- ・ 第6次産業型経済の可能性拡大
 - 農村レストラン グリーンツーリズム
 - 農商工連携事業の実施(通産省)
 - コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス 推進
- ・ 交流・対流型ツアーの拡大
 - 農家民宿 体験型ツアーメニューの拡大提供
 - 自己実現時代へ 人間的機会の提供
- ・ 地域資源保全型経済(共感を目指す)
 - 森林ボランティア
 - 地域資源活用から地域資源保全
- ・ 「月、もう2万円から3万円」の収入を
 - 農家民泊 朝漬け生産

30

図 3-18

**地縁組織だけでは進まない！ 変わらない！
テーマ型・NPO型の仕組の出番！**

- 地域資源∞全国展開プロジェクト (経済産業省 H18)
- 地域資源活用構想策定等支援調査事業 (国土交通省 H19)
- 創業塾 (広島県商工会連合会 H19)

「ここまでやって何もしないなんて。
今ならまだ可能性もある。」

5人衆動く 50万円の持ち寄り 株主60人700万円

35

図 3-19

実現できるような条件づくりも、これからのコミュニティを作っていく上では非常に大事ではないかという整理をしています。

そんな思いを持っていたところ、昨年2月島根県と広島県との県境に、「NPO法人ひろしまね」、「株式会社わかたの村」、「LLP」という有限責任事業組合の組織、農業組合法人の「かわね」という4つの組織が、地域をきり盛りする組織を発足させました。互いに連絡調整したわけでもないのですが、「地域がこのままでは大変だ」、「何とかしたい」という思いが底流にあったのだと思います。昨年10月にはこの4団体が集まって勉強会をしましたが、九州、中国、四国から100人ほどの人が集って、かなり中身の濃い勉強会になりました。

水源地域はこのような基本的な路線が求められているのではないかと考えています（図3-22）。先ほども言いましたが、まずは総合的な対応が必要だということ。何か一つ成果が見える、あるいは地域の人々が「いいことしてくれたね」と賛同してくれるようなものを一つ作っていくことが重要だと思います。そしてそういうものがきっかけになって、全面展開していく場合が多いということ。更に地域の資源を磨きあげて商品化することも、必要だと思います。

コミュニティ成り立ちの基本

- **総合性 生活者の視点**
どんなコミュニティを目指すのか
- **われわれのまち意識**
コミュニティは住民共同の空間・環境
- **共生・共存性の確認**
異質なものを認め合う
- **共同作業**
人任せでなく 住民主体の作業に参画
- **自発的発想**
地域資源を自立し主体的、自立的に活用
共生 共感 共鳴 行動

38

図 3-20

問題は、ロットが小さいという点です。何をするにしても数が少なかったりして手間暇がかかり、なかなか商売にならないということがよく言われますが、複数の事業を併せてやることで、柔道や剣道の併せ技のような取り組み方、考え方が必要ではないかと思ます。また、「誰がやるのか」というのはいつも問題になります。リーダーシップのある人が中心になることも多いですが、関心がある人は、誰もが少しずつ手を出し、足を運んでみ

る、そんな雰囲気があることが大事ではないかなと思います。

私は中間組織の出番が巡ってきているのではないかと考えています。先ほどは「地域の



図 3-21

中山間地域での 基本戦略は――

- **トータルな運動(暮らしの総合的な対応必要)**
- **一点突破、全面展開**
- **多様な地域資源の発見、磨き上げ、商品化も**
- **小ロット、併せ技で1本!**
- **誰が? 私もあなたも、チョットづつ**
- **主体は様々 自力に限界 中間組織の出番!**
- **結局は「人」**
「補助金よりも、補助人制度を」

20年度事業化へ――

41

図 3-22

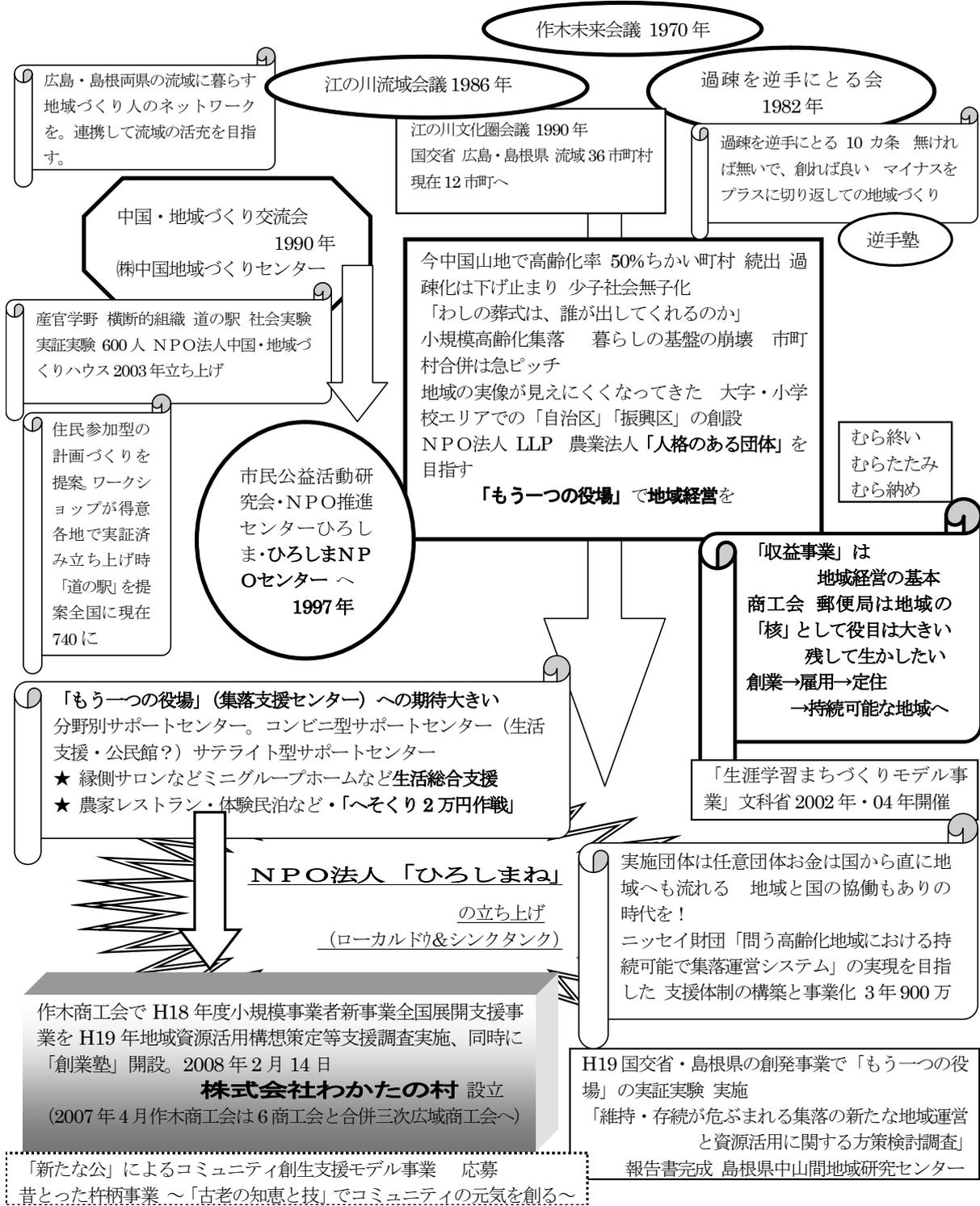
プラットフォーム」という言い方をしましたが、行政だけで全てを網羅するのはなかなか大変です。逆に地域住民だけで何かやろうと思ってもなかなか行動を起こすことになりません。そこで、外部からでも、あるいは有志の人たちの仲良しグループでも良いと思いますが、「中間的な役割を担う仕組み」が今後どうしても地域に必要なのではないかという気がしています。

最後に、「人」の問題です。中間組織をつくるにしても人の問題は常について回ります。たまたま今年度から総務省の過疎対策室で、こういった集落支援員制度が始まりましたが、そのきっかけも「わしら何もできんから補助金の制度ではなく、補助人を」という、地域のじいちゃんの声でした。また、企業からの人材派遣というようなことを中山間地域に対してお願いできないだろうかということで、その研究会を立ち上げようと今準備をしています。そういった「人」の問題の解決策も今後必要だと思っています。

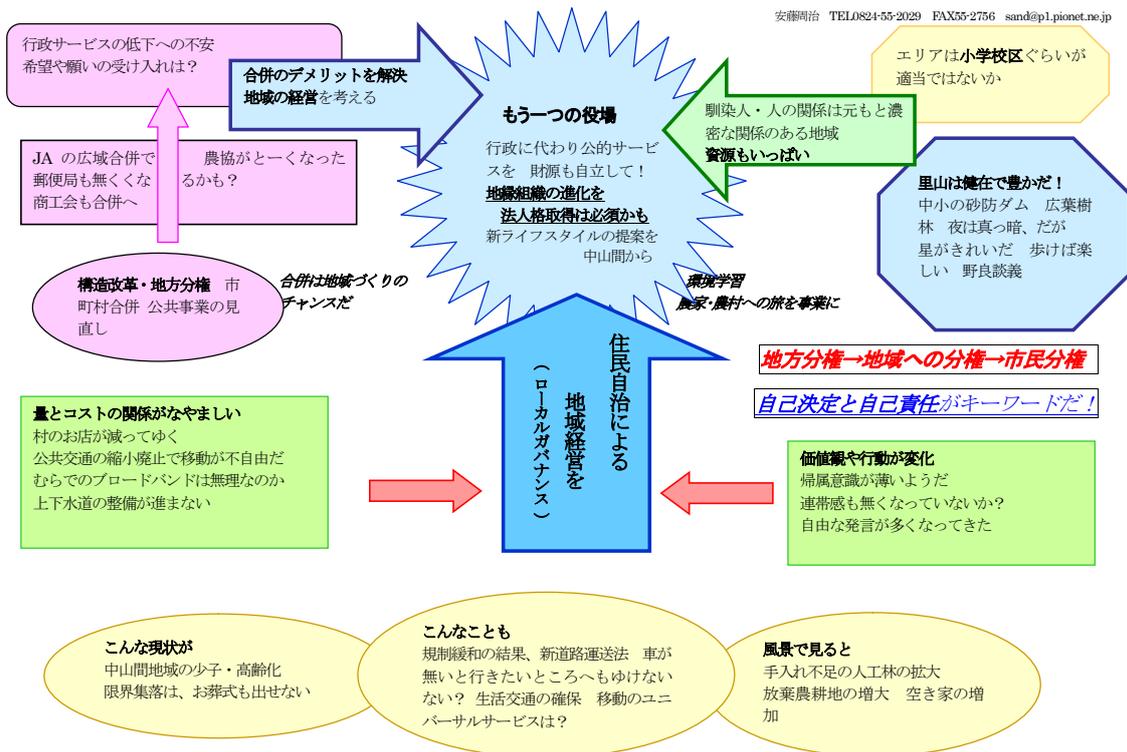
ご静聴、ありがとうございました。

「この39年、中国路 江の川流域 作木で」

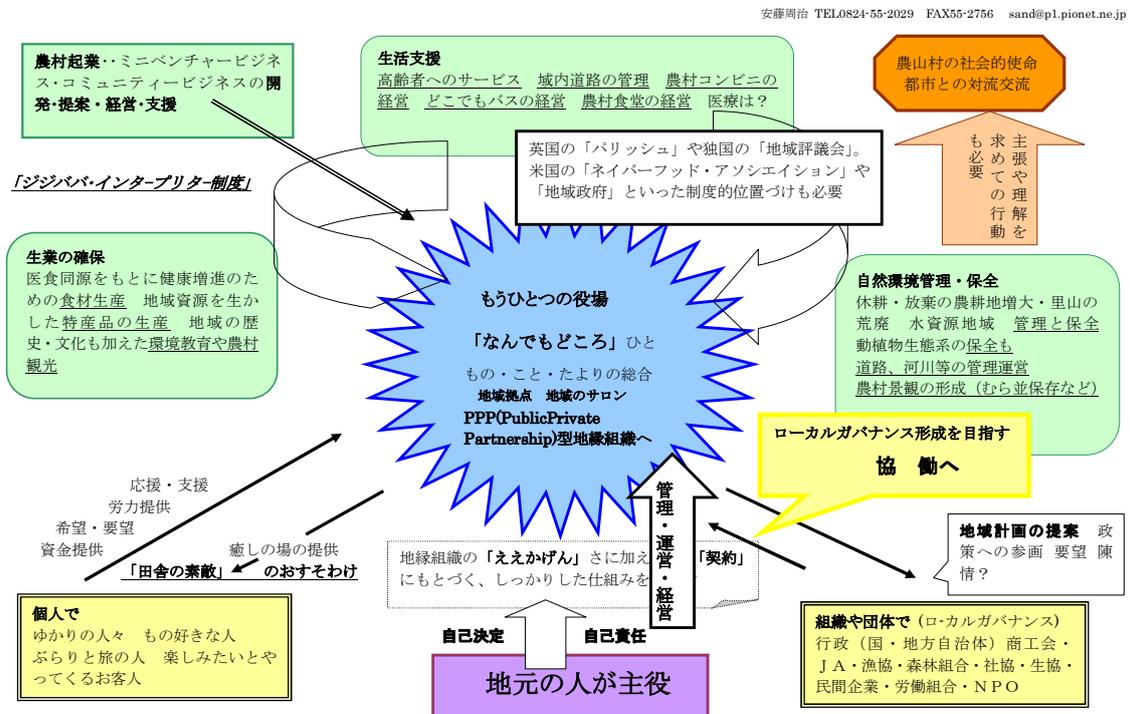
広島県作木村 人口 3500人(ピークは7000人 現2000人)
 「38豪雪」1963年大雪挙家離村「47・7(1972年)豪雨」
 2004年3月115年で閉村



配付資料 2



配付資料 3



配付資料 4

もう一つの役場（集落支援センター）業務の概要図

20081024

地域住民サロン機能 山村コンビニ 喫茶・食堂 共同浴場 冬季共同生活所 災害時避難生活所	高齢世帯支援機能 家・庭・墓管理代行 役務・共同作業代行 送迎・買い物代行 声かけ・危機管理代行 冬季の除雪支援	里山保全管理機能 農地管理・貸借斡旋 森林管理・貸借斡旋 古民家管理・貸借斡旋 監視員による点検活動 親戚縁組・疎開提携
交流訪問者受付機能 交流体験事業遂行 農家民泊斡旋 ファン倶楽部運営 出身者の会運営 地域HP運営	総合事務局機能 センター経営事務局長 地域調整担当者 農村体験案内指導者 受付担当事務員	産直運営機能 特産加工場管理 高齢者生産活動推進 こだわり食材集荷発送 有害鳥獣対策支援
役場・金融・連絡機能 役場事務代行 郵便局事務代行 金融機関代理店 公民館活動代行 地域公用車・バス運行	人材登録派遣機能 人材受入派遣 伝承者・技能者登録派遣 地域出身者登録帰農支援 Iターン希望者登録支援 学生・都市市民登録支援	宿泊研修機能 各種団体宿泊研修事業 体験指導者養成 同窓会開催企画 農村体験希望者の合宿所

「もう一つの役場」資料

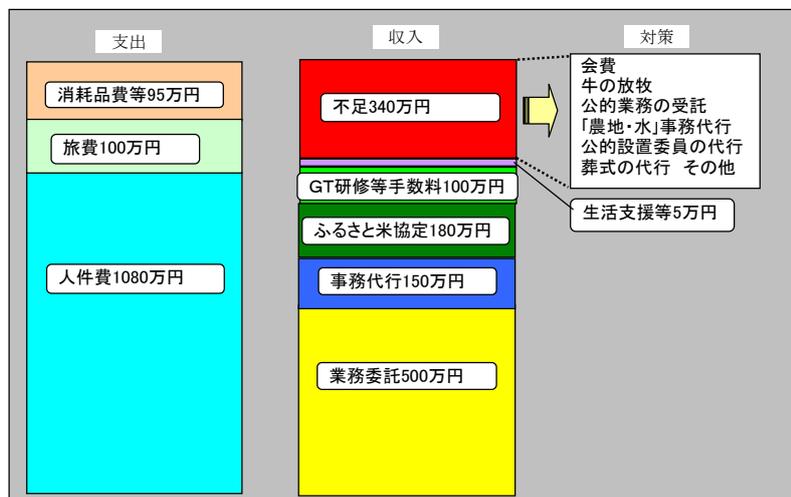
NPO 法人ひろしまね

配付資料 5

「もう一つの役場」（集落支援センター）収支予想 特定非営利活動法人ひろしまね

項目	積算見込み	金額
給料手当	センター長 240000×12月 地域マネージャ320000×12 事務員 160000×12月	8,640,000
法定福利費	8640000×0.13	1,120,000
雑給	800×5時間×延260日	1,040,000
水道光熱費	水道1500×12月 電気5000×12月 ガス5000×4本 灯油20000×2本	138,000
通信費	電話5000×12月 インターネット4515×12月 サーバーレンタル5000×12月 切手運賃等5000	180,000
旅費交通費	25×200km×2人×100回	1,000,000
事務用品費		282,000
消耗品備品費		240,000
租税公課	法人税均等割80000	80,000
会議費		30,000
合計		12,750,000

項目	積算見込み	金額
業務受託等	地域調査2000000 計画策定3000000	5,000,000
直接支払事務	15000×1000反×0.1	1,500,000
食料協定等	60000×100世帯×0.3	1,800,000
GT・研修企画	10000×1000人×0.1	1,000,000
生活支援	1000×5時間×100回×	50,000
放牧事業	300000×10頭×0.2 除草請負8000×150反	600,000 1,200,000
会費収入	12000×100世帯	1,200,000
行政事務請負	1000×8時間×50回	400,000
合計		12,750,000



三次市作木町住民自治組織の概要

20080124 現在

組織名	経緯・構成・範囲	事務局・拠点施設	主な活動内容
自治連合会	<ul style="list-style-type: none"> 合併後の作木町の発展をめざし、H16. 3. 13に設立。 地区連絡協及び行政区を統括する全町的自治組織。 	<ul style="list-style-type: none"> 下地区自治交流センター 1名（下地区と兼務） 	<ul style="list-style-type: none"> 自治活動支援補助金の事業化、配分。 全町の行事（一斉清掃など）、イベント（川まつり、ふるさとまつり）の実施。 生涯学習 市政懇談会、要望活動
地区連絡協議会	<ul style="list-style-type: none"> 学校の統廃合に伴い、地区内の新しい連絡組織として、H14年度に、旧村内で3地区が設立する。 旧小学校区の地域を範囲として、4行政区と各種団体を構成している。 	<ul style="list-style-type: none"> [下地区] 下地区自治交流センター 事務局1名 [中地区] 文化センターさくぎ 事務局1名 [上地区] 上地区自治交流センター 事務局1名 	<ul style="list-style-type: none"> 運動会、文化祭等の地区行事の実施。 地域懇談会。 地区内行政区のとりまとめ。リクレーボール、卓球教室。 パソコン、陶芸、木工、囲碁、料理教室。 ふるさと交流会、シルバー支援事業。 児童館の役割も持つ。 施設管理
行政区	<ul style="list-style-type: none"> 常会組織の高齢化や構成長の減少により、地域の活力が低下してきたため、住民相互の自主的、主体的な協調と連帯を基調とし、行政との連携による新しい住民自治組織として、H8年度～9年度にかけて、旧村内で12の行政区が設立する。 公民館の分館単位を範囲として構成している。 	<ul style="list-style-type: none"> 集会所 	<ul style="list-style-type: none"> 福祉・文化活動 とんど、盆踊り、はないっばい運動、スポーツ活動、敬老会、伝統行事継承、コミュニティ行事等 産業・地域振興活動 講演会、外国人・農業体験交流会、懇談会等 総務（企画・調整） 連絡会議、施設管理等
常会	<ul style="list-style-type: none"> 住民の身近な基本組織として、従来から存在する。 集落ごとに構成している。 	<ul style="list-style-type: none"> 集会所 他 	<ul style="list-style-type: none"> 行政文書回覧 集金等

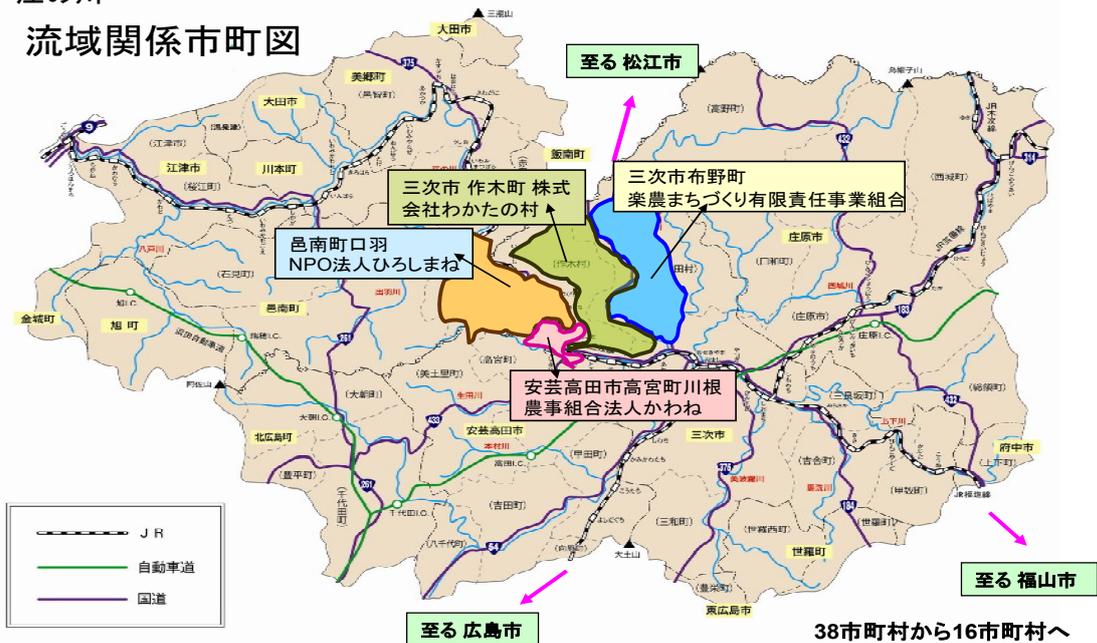
広島・島根県境で、地域生活支援などを進める中間組織「地域事業団体」が、

4つの異なる法人形態で、同時期設立され事業をはじめています。

- ① **楽農まちづくり有限責任事業組合** 広島県三次市布野町 2008年2月14日設立。地域資源を活かし、農業体験を通じて都市住民との交流。中村憲吉旧宅や出雲街道・銀山街道、神楽などの地域資源を活かしての交流事業を広げたいという。
- ② **農事組合法人かわね** 広島県安芸高田市高宮町川根 住民自治組織である川根振興協議会の活動が大きな成果を上げてきたが、高齢化と共にボランティアな地域福祉サービスなどに限界が生じてきた。40ヘクタールの農地を集積。1a当たり100円を出資するなどして、耕地面積・労働量・作物販売金など加味して「重量分量配当方式」で収益の分配をする。またその収益を元にしながら、生活バス運行など高齢者の生活支援を進める。
- ③ **株式会社わかたの村** 広島県三次市作木町大津 2008年2月14日設立 H18年度経産省地域資源∞全国展開プロジェクト事業 H18年度三次市業務委託作木地域SOHO事業調査研究業務 H19年度国交省事業 地域資源活用構想策定等支援調査事業等を、作木商工会 H19年に合併した三次広域商工会作木支所の事業として推進し、その成果として5名の発起人で設立。会員制の日本酒頒布会と体験型ツアーの実施を主たる事業とする。また地域生活支援事業もサービスを事業化中である。
- ④ **特定非営利活動法人ひろしまね** 島根県邑南町(おおなんちょう)口羽 2008年2月1日 事務所開設。「もう一つの役場」の設立を提案、実現がミッション。19年度国交省・島根県による国土施策創発調査「新・中山間地域再生モデル事業 ～多様な主体の参加による持続可能な地域運営と資源活用事業～」の調査を受託。邑南町羽須美地区 5集落を対象とした集落支援センターを設立。様々な事業を社会実験市「集落支援センター」の必要性和有効性を実証。事業化を目指す。

江の川

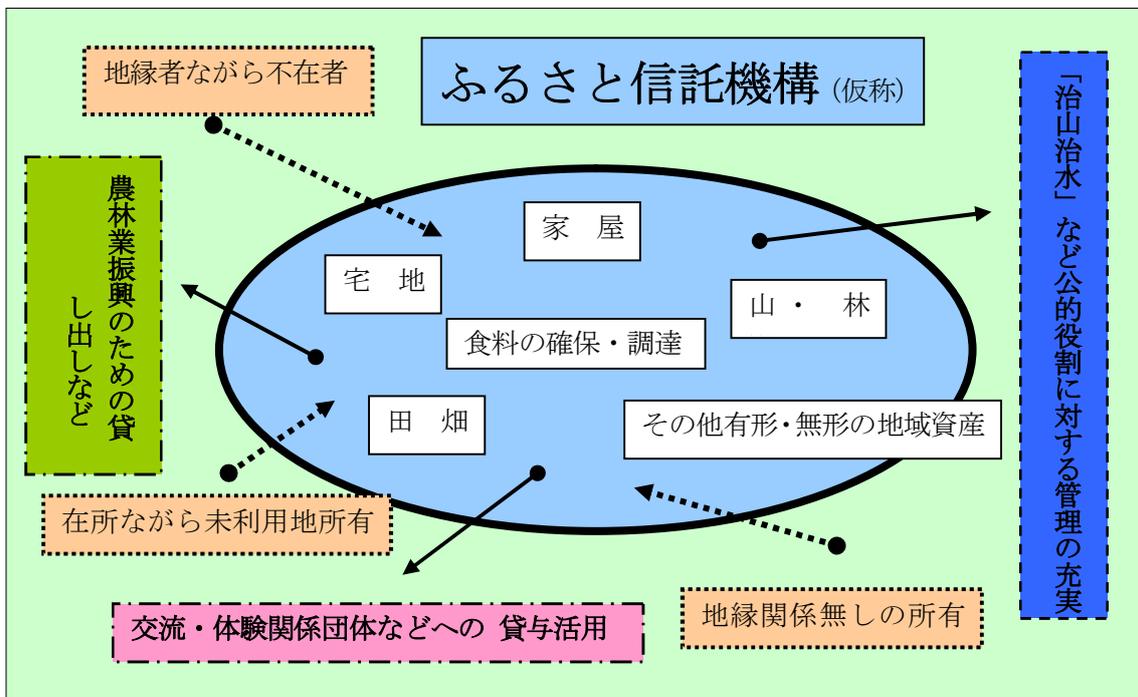
流域関係市町図



ふるさとと信託機構構想 (仮称) の提案

- ・「限界集落」出現で地域の不動産の管理が行き届かなくなってきた
- ・山林原野などでは、親族でさえ現地の境界が定かでなくなってきた
- ・中山間地域では、産廃などの不法投棄が後を絶たない。
- ・木材価格の低迷が続く中、資産としての山の評価が下落している
- ・未整備の田畑を中心に、放棄された田や畑が原野に変化している
- ・鳥獣害の被害は大きく、家庭菜園規模でさえ放棄される田畑が出ている
- ・市町村合併で、地域の不動産の動きを責任を持って「掌握・観察」するところがなくなった。
- ・市町村合併で、農業委員会の委員一人当たりの受け持ち面積が激増している
- ・市町村合併で、定員削減。農業委員の1人もいない旧町村が生まれる可能性がある
- ・農用地、山林原野、家屋など未利用地域資源を一括し、総合的な対応が必要であろう
- ・運営母体は、地域住民自治組織など地元主導がいいのではないか
- ・制度化されることで、運営管理費など地域組織の収入源の一つにできないか
- ・物件の「証書化」など、「信用」第1の運営が必要だ
- ・信託に対する見返りの可能性は少ない 管理まで求められると、別途委託管理費の請求も
- ・地籍調査完了地域のみで可能な事業かもしれない
- ・農地の現況調査だけでは（利用状況、登記状況など）だけでは今後の有効な管理・利活用にはつながらない
- ・米など基本食材の確保と配送で、食材防衛、安定収入システムの確立。

NPO 法人ひろしまね 株式会社わかたの村 安藤周治



4

政策発表

「水源地域対策の新たな展開」

国土交通省水源地域対策課長 齊藤一雅

安藤先生の後には本当に話がしづらい。安藤先生は引き出しがたくさんあって本当に羨ましいです。私は引き出しが全然ありませんが、水源地域対策の新しいアイデアについてお話をしたいと思います。

右の箱の中に4つの項目がありますが、4つ目の項目が新しいアイデアの話になります(図4-1)。次のスライドから、その話をしたいと思います。



ということで、「発想の転換と基本戦略」ですが、まず最初に、「流域で支える発想から社会全体で支える発想」へと書きました(図4-2)。もちろん上下流連携は今後も基本になっていくわけですが、ただ経済的な関係づくりという観点から言えば、今はネットを通じて、直接どこでも取引ができます。実際、ネットを使った直販モデルで全国ブランドになっている産地もたくさんありますので、そういう意味からは、あまり流域という枠にとられなくてもいいのではないかと考えています。ただし、流域でアライアンスを組んで、一緒に外に打って出るという外向きのベクトルを持った攻撃的な上下流連携であれば、どんどんやってほしいと思っています。

2点目として、「援助から応援へ」と書きました。援助する側の国も地方もお金がないんです。特にうちの課(水源地域対策課)は超貧乏で全然お金がありません。年間の予算はたったの5,000万円しかありません。

ところで、水源地域は全国にどれくらいありますか。100でしょうか、200でしょうか。とにかく、5,000万円では、“焼け石に水”にもなりません。あっという間に蒸発です。10年前には1億円以上あったそうですが、減る一方でございます、このペースでいきますと、2015年頃には、うちの課は間違いなく消滅します。ということで、援助に期待するの



図 4-0

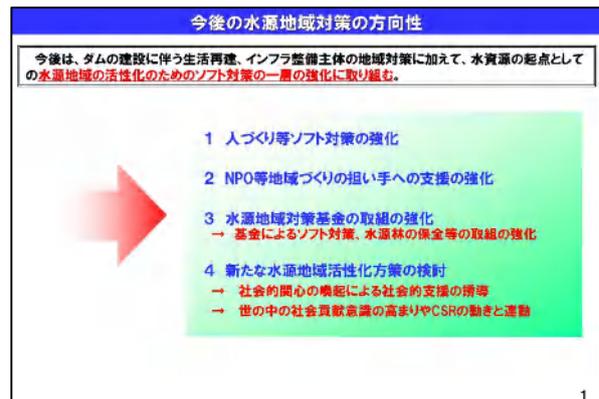


図 4-1

はやめましょうと。

それで、右側の話になりますが、本当の意味で地域の自立を助けようというのであれば、その土地の産物を買ってくれるお客さん、訪ねてきてくれるお客さんを増やすしかないと思っています。ということで、ここでは、フェアトレード型の支援というのを提案しているわけですが。

元々、フェアトレードというのは貿易用語で、途上国を支援するために、援助ではなく商品の輸入という貿易の拡大を通じて、相手国を支援するという意味の言葉ですが。その国内版のイメージでいくというのはどうでしょうか。要するに水源地域の産品やサービスを積極的に買ったたり、(水源地域を)訪ねたりというブームを作り出すことによって、水源地域を応援することができないだろうかという考え方です。とにかく、これはやってみる価値が大いにあると思っています。少なくとも国内の地域対策の手法としてはまだ誰もやっておりませんので。ということで、作野先生、フェアトレードを国内の地域対策に応用したらどうなるのでしょうか、今度、一緒に研究しませんか。是非宜しくお願いします。

ただお客さんを増やすといっても、ほとんどの地域では、そもそも魅力のあるものが作れないか、あるいは、仮に作れたとしてもうまく伝えることができないというのが大きなネックになっていますよね。結局、個々の地域の方だけではなかなか難しいと。ということで全国の水源地域が力を合わせて、共同戦線を張って、売り込みをしたらどうかというのがここでの提案なんです。

ここからは、もう少し具体的な話をしたいと思います(図4-3)。まず、1点目としては、『日本の水の古里』の魅力丸ごとブランド化」と書きました。まず水や水源が持っているプラスのイメージをベースにして、「日本の水の古里」という共通のブランド、キャラクターを作って、全体の底上げを図る。更に、それぞれの地域は、プラスαとして地域の固有のブランドを上乗せして、2段重ねにしていくという考え方です。イメージ図も書いてありますが、共通ブランドはピザでいえば生地の部分、その上に各地域が上乗せする固有のブランドはトッピングの部分です。チーズたっぷりでも、野菜たっぷりでも、シーフードたっぷりでも、それぞれに個性を出して下さいと、味付けをして下さいということになります。ということで、そうした水源地域の産品やサービスにどんどん推奨ラベルを

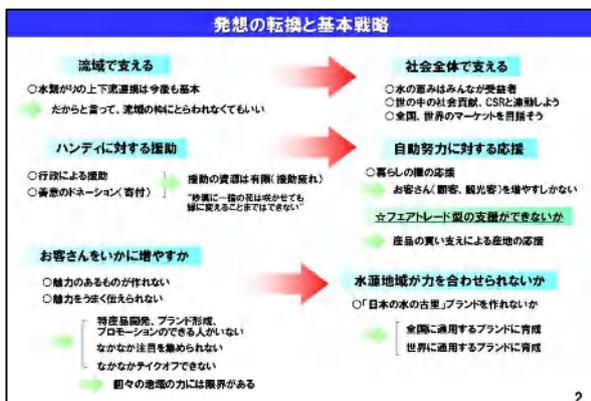


図 4-2

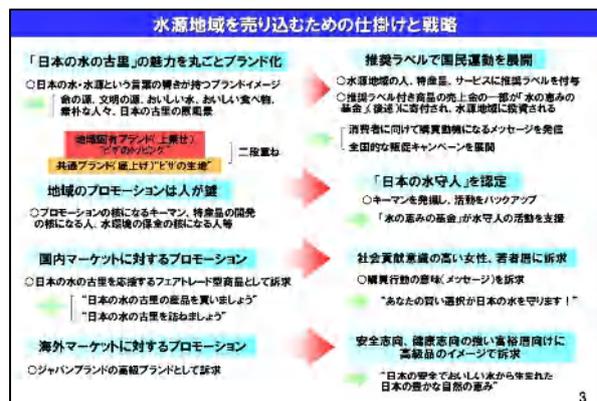


図 4-3

付けていこうと。ところで、皆さんにお尋ねしたいんですが、こういう混成チーム型の地域ブランドというのはありでしょうか、それともナンセンスなんでしょうか。のちほど、ご意見をいただけたらと思います。

それから、このキャラクターの愛称はやっぱり「水源くん」と「しずくちゃん」ですかね、ありきたりですが。それから、推奨ラベルの付いた商品の売上金の一部は、「水の恵の基金」に寄付をしていただいて、それをまた水源地域のために投資するという循環の形を作ると。そして、そうした仕組みを作った上で、日本の水源地域の保全といったフェアトレード的なメッセージを発信するようなキャンペーンを展開したらどうかと思っているわけです。

次に、「地域のプロモーションにおいては人が鍵になる」ということで、そういった地域の核になるキーマンを「日本の水守人」として認定をします。そして、そうした人達の活動に対しても先にお話しした基金から投資をするという仕組みにしたらどうかと。

そして、国内のマーケットに対しては、社会貢献意識の高い消費者をターゲットにして、「あなたの賢い選択が日本の水を守ります」というはっきりとしたメッセージを発信すると。それから、海外のマーケットに対しては、アプローチを変えたほうがいいわけですが、元々、日本のものということだけで大変なブランド価値が最初から付いていますので、安全志向の強い、イメージとしては中国の富裕層ですが、「日本の安全でおいしい水から作られた産品」という触れ込みで、ジャパンプランドの高級品のイメージで訴求をしていくということができないかと思っているわけです。

ということで、ここでは、これまでにお話しした構想に関連するアイデアを幾つかお話ししたいと思います（図 4-4）。まず、1点目は、「ブループレート運動の展開」ということですが。皆さんも緑提灯をご存知かと思いますが、緑提灯というのは、地産地消の貢献度に応じて居酒屋の軒先に大きな緑の提灯を吊るして、☆の数で評価付けをしている取り組みですが。このブループレートというのは、実際にはまだなくて、あくまでも構想ですけども、水源地域の産品をどれだけ取り扱っているかという貢献度に応じて、店内に水色のプレートを掲げてもらう。こちらも街中の広告塔になってもらおうという趣旨で、緑提灯からアイデアをいただいたわけです。

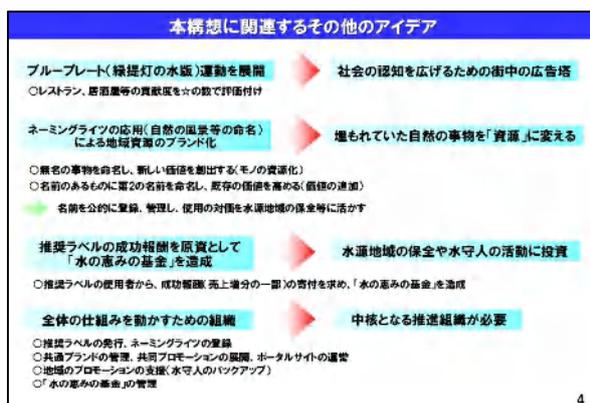


図 4-4

次に、2点目ですが、「ネーミングライツの応用による地域資源のブランド化」とありますが。最近では、公共施設の命名権を売るというのが流行っていますが、ここで考えているのは命名権を売るという話ではなくて、例えば、自然の風景といった地元の人にとっては、なんでもないものであったり、すでに名前の付いているものであれば、第2の名前を募集して、名前を付けて、そ

それを公的に登録、管理をして、命名権ではなく、使用に対して対価をいただいて、それをまた地域のために還元していくと。

これに直結する参考例ではありませんが、命名権の参考例として、オーストラリアの天文台が肉眼で見える 6,000 個の星の命名権を 1 個 29,000 円で世界中にネットで販売するという事例があります。「スターネーミングギフト」と言われていますが、「星に名前を付けて、あなたの大切な人に贈りましょう」というのが売り文句です。

それから、ファンタジー文学の傑作で「ゲド戦記」というのがありますが。そこでは「真実の名前」というものが出てきます。誰でも両親から名前を授かる前に、天地、宇宙から与えられた固有の名前を生まれながらに持っている、それがその人の真の生命力の源になっている。あるいはその人の人生において真に果たすべき使命と役割に導く力になると。おとぎ話ですが、そういったことも着想として参考にさせていただいています。

それから、日本人は昔から八百万の神の社会ですから、森羅万象に名前を付けるのは自然なことだと思っています。

ただ、名前を付けさえすれば価値が生まれるというものではありませんので、例えば GIS とか GPS と組み合わせ、いわゆる地図ビジネスの一つ、あるいはマーケティング情報の発信という地域のマーケティングという要素も含めて、ネット上に展開する何らかの新しいビジネスモデルが作れないだろうかということも考えています。

次に、3 点目ですが、さきほどから話が出ている「水の恵みの基金」です。推奨ラベルというキーワードが出てきましたが、敢えて認証マークではなく、推奨ラベルと言っているわけですが。その方がハードルも低く、何でも付けられるということを優先した考え方です。この推奨ラベルの使用の対価として、もしプロモーション（販売促進）の効果があつたとすれば、成功報酬という考え方で、その売上金の増分から一部を寄付してくださいと、それを基金にして、水源地域の保全や水守人の活動に投資をしましょうという考え方です。ぜひそうした循環の形を作りたいと思っているわけです。

最後ですが、全体の仕組みを動かすためには中核になる推進組織が必要になります。特に仕掛けの面で最も重要になるのが、ポータルサイトの構築です。これが社会とのインターフェイス、接点になりますので、これが一番重要になってくると思っています。この部分については国としてもぜひバックアップ

をしていきたいと思っています。

ということで、ここまでお話ししてきた内容をまとめるとどうなるのかということで、このイメージ図になるわけですが（図 4-5）。「日本の水の古里の魅力を発信し、フェアトレード型の支援により水源地域を元気に！」ということで。推奨ラベルを付ける、ブループレートを発行する、ネーミン

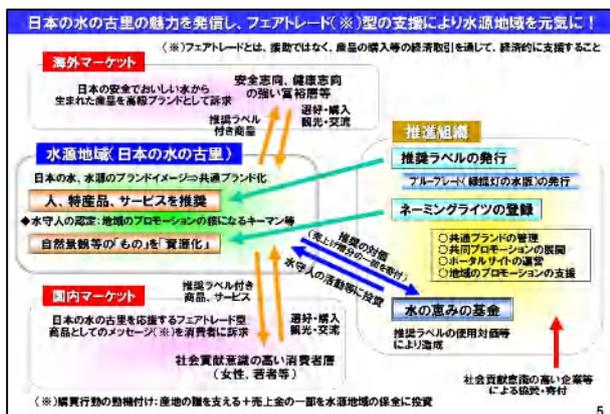


図 4-5

グライツの登録をする。国内向けにはこういうコンセプトで訴求をしていきましょう。海外向けには、こういうコンセプトで訴求をしていきましょう。基本にある考え方はフェアトレードなので、これはキャンペーンをやりましょう。推奨ラベルの使用対価は、成功報酬で基金に積み立てさせていただきます。それを地域に再投資、還元投資しましょう。当然、共通ブランドの管理、共同プロモーションの展開とかポータルサイトの構築、個別の地域の支援も含めて中核組織が必要になります。そういった仕組みづくりも含めて、これからさらに検討を深めていきたいと思っておりますが、ぜひ、社会貢献意識が高い企業にはスポンサーになっていただきたいと思っております。

いずれにしても、今日お話した内容は現時点ではあくまでもアイデアレベルのもので、正式に検討したというものではありませんが、今後、さらに、正式な形で検討していきたいと考えておりますので、ご関心のある方は、ぜひご協力をお願いしたいと思っております。

私からの発表は以上です。また後でパネルディスカッションの時に補足的な話をしたいと思っております。どうもありがとうございました。

5

調査報告

「水源地域づくりのための戦略」

パシフィックコンサルタンツ(株) 山田泰司

これまで取り組んできた流域の問題、水域の問題の調査活動を振り返りながら、「水源地域づくりのための戦略」について、今なぜそう考えているのかについてご説明しようと思います。

最初に、水源地域はどのくらいあるのでしょうか。この「日本の流域地図」は私たちの「水つながりの地域」が輪郭線で覆われたものですが、海岸部を除けば日本はだいたいその流域の構造をつくれるわけです(図 5-1)。水つながりの地域の数だけが、我々は水源地域を持っているだろうと言えます。いろいろな地域で進められている流域、上下流交流の活動、流域連携の活動に関わる事業を構造的に捉えたのがこれですけれども、下流地域の住人と水源地域の住人を、行政や NPO がつないでいくということがなされてきました(図 5-2)。そこには一つのベースとして、「下流地域の住民の方々に水のことを学んでもらいたい」ということが政策上の目的としてあると思いますが、今後これに加えて新たな意味をつけようということの一つ考えていることは、「上流と下流をつなげるという作業そのものの中に人が育てられている」ということです。まさに、「水守人」というふうなプロデュース、コーディネーションないしは商品開発に取り組まないとなかなか地域の自立は難しい中で、そういう活動の中からプロデューサーが現に生まれてきています。この後 4 つの事例が発表されますが、まさにそういう経験の中で育まれた方々が新しい時代をつくろうとしていると認識しています。

私自身も四国の吉野川源流の方でいろいろ関わっていますが、嶺北地域の早明浦ダムの周辺では、水源地域の住民のための NPO 法人が立ち上げられています(図 5-3)。まさにそういう方々が現在進行形で二地域居住の促進や、着地型観光モデルを作るといった取り

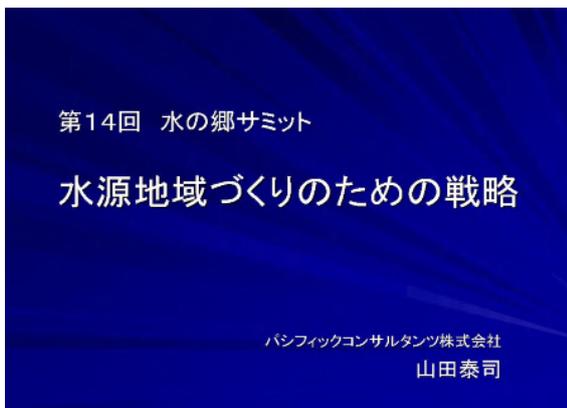


図 5-0

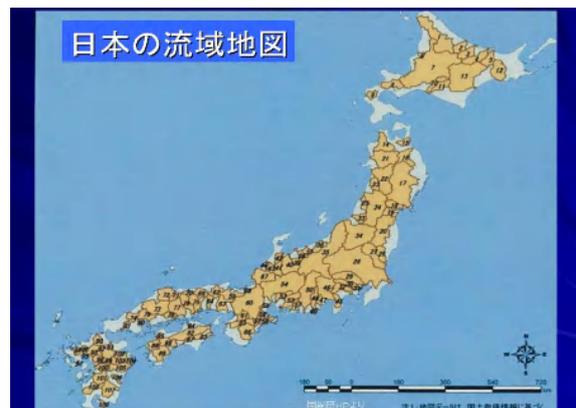


図 5-1

組みをしています。やはり初めは上下流交流から始まったのですが、地域の担い手が形成され、プロデュースする力をつけることによって、徐々に発展してきています。

その概略のイメージでこういうふうな上下流交流で、よくあるものと源流のほうで植林をし、下流のほうでは例えば海岸でゴミ清掃をしている（図 5-4）。こういうことをやってくる中にまさにこれ「つなぐ」というそのものを担える人材が今育まれつつあるということが一つあります。

その次のステップに行くときに重要なことは、水というものは誰しもの関わる問題だということです。従来こういった活動に最初にとりかかるのはやはり積極層とか関心層の方々でした（図 5-5）。しかし、水という問題はすべてに関わる問題でもあるし、そこから及ぼされるいろいろな問題は無関心層であっても関わる問題です。実は無関心層、一般層のマーケットというものがこれからの水源地域の活性化を考える上でマーケットとして非常に大きいわけです。今までは何かイベントをする、そういう活動をするのはだいたい NPO であったり、そういったことに関心のある方たちが中心に動いてきたわけですが、その視点を一歩深めて、積極層、関心層がどうやって無関心層にアプローチするかが重要です（図 5-6）。

無関心層の方々が普段の生活で山に行くとかということとはなかなか難しい。しかし、国のほうのアンケートレポートでは、そういった方々でも「水源地域や水の問題についてど



図 5-2



図 5-3



図 5-4

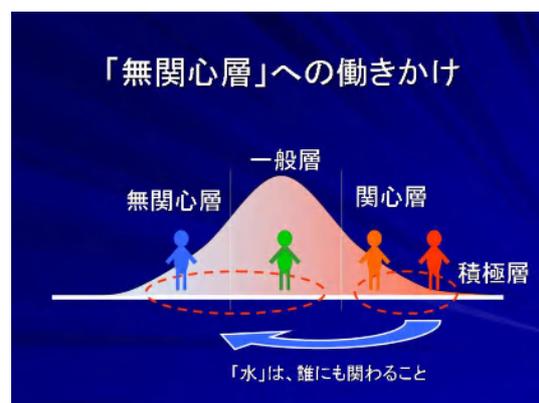


図 5-5

う考えていますか」と質問すると、「そこの現場に行くことまでは難しいけれどもそこの地域のものを買い支えることならやっていきたい」と答えるという結果が出ています。その率でいくと、おそらく6割、7割の方々が買い支えに対して同意するということになります。無関心層も含めて、かなりの部分の方々がそういったアプローチがあれば反応するということが分かっているのです。従って、無関心層の関与という部分でいうと、買い支える構造をこれからどうやって上下流交流・流域連携、さらに一步進んで流域一体化という議論の中で構築するかということが今求められていると思います。それを先ほどのプロデューサーを育てるという意味でいうと、まさに次のステップで取り組むことは、マーケットを育てるということだと思います。無関心層というマーケットに対して水という観点から自分たちの生活というものに非常にリンクしている、そこで生まれる商品・サービスを自分たちが買うということを意識化させるというようなプロモーション活動が必要ではないかなと思っています。

そのときに、無関心層がどういうふうな観点から動くか、消費行動が動くかということを考える必要があります。当然無関心といっても水源地域や水問題に対して無関心なだけで、生活すべてに無関心なわけではない。共通して誰もが関心を持つことは何だろうということを考えます。例えば県や自治体の総合計画なんかをつくる時に地域づくりの中での満足度や関心度のデータを取りますが、縦軸に重要度横軸に満足度とあります(図5-7)。重要度のところを見ていただきたいんですが、上のほうを見ていただくと、やはり重要度の部分では一番上に飲料水、きれいな空気、食の安全、人権尊重、医療体制等々が出ていて、逆に下のほうにいくと国際化とか文化・芸術などが重要度が低くなります。要は普通の方々が普段のマーケットのニーズとして関心を持つは何かというと、健康であったり、食であったり、教育、環境、安全といったキーワードに対して反応するということがなんとなく感じられます。ですから、その辺を狙って水の郷の地域づくりであったり、流域の連携の活動を戦略的に動く必要があるかなと考えています。

江の川流域の事例で具体的な話をいくつかご紹介したいと思います。水源地域に住んでいるおばあちゃんとおいしそうに何かを食べている町に住んでいるお嬢さん、そしてレストランのシェフたちがどう構造としてつながっているかを見てみます(図5-8)。シェフた



図5-6

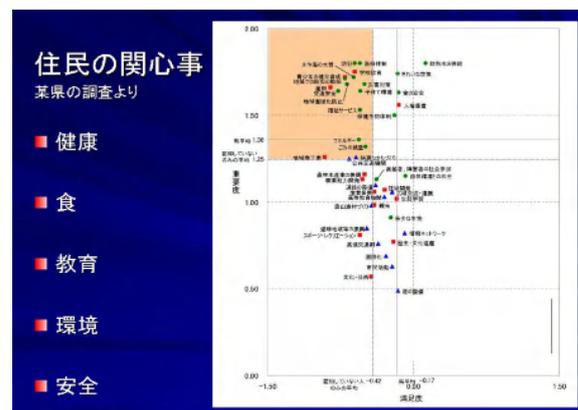


図5-7

ちは休みにバスに乗って江の川流域を上っていき、おばあちゃんたちが普段一生懸命手塩にかけて育てている野菜の話を聞きました。そうするとシェフたちは、食材の意味を感じるによって、この食材でぜひお客さまに喜んでもらいたいと一生懸命料理をしました。そうしたプロの技を持った人たちが動くと、女性動くわけです。おいしいといわれる姿そのものが生産者のモチベーションですから、この女性の反応に対して生産者は喜びます。

こういったつながりは、やはりそこに一人のプロデューサーがいて、そういうところをつなげていくという作業をするから生まれるものです。こういった購買行動を動機づける新しい仕組みづくり、どの様にプロデュースするか、要は上下流交流が目的、流域連携が目的ではなくて、結果としてこういう構造をつくるということをこれから改めて意識的に展開していく必要があるのではないのでしょうか。

さっきは食という部分でしたが、次は健康という側面で、歩くという観点で現在進行形の話があります(図5-9)。山形県の最上川の長井というところを中心とした取り組みです。ここには主に仙台圏から多くの人々がやって来ますが、こうした人々に対して酒屋や茶屋などを中心に町を歩くというプログラムを展開しています。酒や茶は水に関わる商品ですから非常に分かり易い。先ほど流域という概念をちょっと新しく捉え直そうと言いましたが、要するに流域が一体となって流域の外のマーケットを引き込むという考え方がこれです。あちこち歩き回ればお腹が空き、企画弁当も売れるわけです。そうすれば地元の弁当屋さんも潤うわけですが、ここにやはり何人かの女性のプロデューサーたち、コーディネーターがいます。その彼女らが期間限定で例えば町全体が大正時代風なので「ハイカラさんが通る」のような姿で歩くと、訪れる方々は非常に嬉しいわけです。また、彼女たちが酒屋さんとお客さんの接点を取りもつことで、酒屋さんの売れ行きに貢献し、逆に酒屋さんが活動全体を支援するという構造が生まれてきます。

同じ地域で水源地域を歩くというテーマです(図5-10)。水源地域にある昔の学校の分校跡を電車で訪れた人がわざわざ歩きに行きます。自分たちの水の大切さを植林活動やダム資料館などでいろんな勉強をしながら学び、徐々に自分たち自身で山を登っていく。そして、その先にあのような場所があって、自分たちの森がどういう背景の中でつくられてきたのか、守られているかを解説してくれるファシリテーターのような方がいる。これ



図 5-8



図 5-9

が訪れる人のモチベーションを形成しているのです。ここに小さな経済構造を発生させていくということです。

さらにこれは水辺を歩くというテーマです（図 5-11）。東北のほうでは秋になると芋煮会が盛んなんですけれども、それを含めて町場の仙台辺りの方が行ってみたいと思います。行ってみたいという動機付けが生まれたときに、最上川の場合には川沿いに国土交通省の事業で作られたフットパスが整備をされていますが、そのハードウェアを楽しい活動でしっかりとつないで、経済の仕組みとして回るまで整える、まさにここに一人のプロデューサーがいるわけです。更に最上川の場合、自分たちの今までの付き合いを越えた動きをつくるために、鉄道会社と連携してプロモーションをしています（図 5-12）。このチラシ、今中心になって動いている NPO の人たちが自分たちが作っています。ここに写っているお嬢さん、NPO のスタッフが自ら写っているんです。パンフレットの作り方も自分たちで工夫していますが、お嬢さんが「こういう方を案内したいです」というメッセージを込めたパンフレットを作っています。これを業者に任せてしまえば全然違うコンセプトになってしまいます。コストの問題も含めていろいろと苦労されていますが、結果を作りつつあります。

もう一つ、先ほどのいくつかの基本的なアイテムの中でいうと、教育という話がありました。学ぶという観点で進行形でやっているのが宮崎県の五ヶ瀬川の上流にある五ヶ瀬町



図 5-10

です。この場合、学ぶ、教育ということで意識されるのは、伝統の神楽です。夜神楽や天孫降臨の地としてよく知られている高千穂に隣接した町ですが、ここでも神楽が残っています。そこで、地元の方々と写真の学生の学生のような若者の「出会い」「ふれあい」のきっかけが作られ、若者は地元の文化や、地域産業、暮らしの知恵などを聞き取り、学習していきます（図 5-13）。

今やっているプロジェクトでは学生たちがた



図 5-11



図 5-12

だ話を聞くだけでなく、社会的起業の企画発表会をやり、更に具体的な水源地域での活動実践までします。神楽にいっぱい人が来てもらうためには地域のホスピタリティが低い。そこを学生が担うことによって来た方々に喜んでもらう。こういった取り組みを通じて、新しいマーケットが生まれ、活動が広がり、逆に地域の人々が山にあるものを自分たち自身で実践的に売ってみたいという話も出てきたりして、実際に都市部でプロモーションを行ったりしました(図 5-14)。また、学生は自分たちの大学で学生向けのマーケティング活動をし、「今の若者が水源地域をどうみているか」、「そこに何を期待しているか」、「どういうものならお金を出すか」みたいなことを聞く。これらの取り組みを構造として見ると、要はこのところでマッチングするプログラムをつくり、そこでいろいろと展開するということになります。当然ここにもコーディネーターがいて、地元の町長さんと企画の担当者がその役割をになっています。ですからプロデュースする人間は必ずしも民間じゃなくても NPO じゃなくてもよくて、こういう方々が戦略をもって動くことによってそれまでバラバラだったものが一つの理屈としてつながり始めるのです。つながり始めることによってそのところに新しい経済的な可能性も生まれてくるだろうという動きです(図 5-15)。

少ない予算の中で全国あまねく対応するのは難しいという水源地域対策課の話がありましたが、逆に言うと今までそういった経験値を持ってきたことから、活動のモチベーションを高揚させ、一体化を促進させ、結果的に評価が循環するような仕組みをそろそろ構築



図 5-13

する時期ではないか、流域ブランドを形成するような状況を意識的に形成していこうではないか、ということで今回のようなお話をしました(図 5-16)。

では、そのときの最終的な担い手はどこになるのか。今日、地域そのものが大きく変わってきています(図 5-17)。かつてはコミュニティがしっかりしていました。ところが、徐々にそれが衰退し、それに対して以前は行政がそうした地域経営の部分を支えてきまし

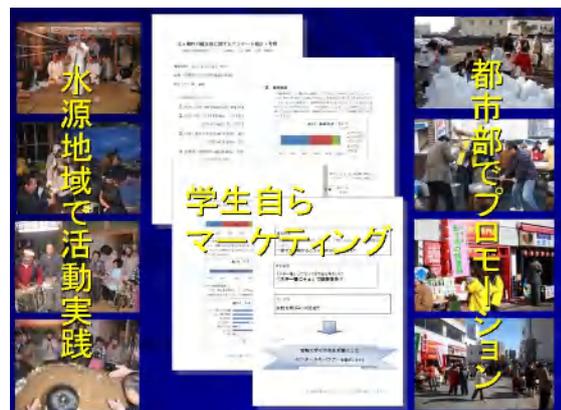


図 5-14



図 5-15

た。それが更にボランティアが発達し NPO という形で支えるようになりました。ところが、今日では、いろんなものがそれぞれの状況に応じて収縮している状態です。そうすると地域経営の主体の空白が生まれます。

そこのところをどうするか。まさに先ほどプラットフォームという話もありましたが、新たな「個」という話もありましたし、中間組織というキーワードもありました。ちょうどそのすき間のところをどう埋めるかということを試行錯誤している時期だと思います。誰かがそれを全体的に担うということではなくて、先ほど出てきたキーワードからすると、おそらく幾つかのところから新しい主体形成がなされるのかなと思っています。そういったことをまとめてこの先少しいろいろな活動を促進させる仕組みづくりを考えていく必要があるのではないかと、そういうふうな状況です。経過的な話も含めて全体的な状況をご報告しました。以上です。

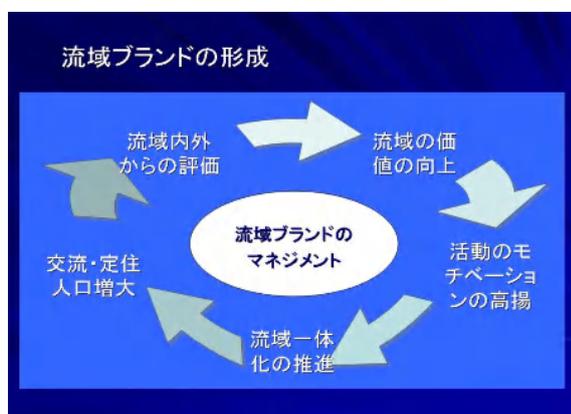


図 5-16

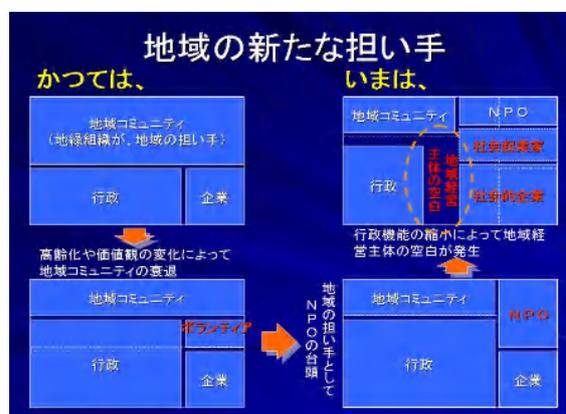


図 5-17

6

事例報告

「斐伊川流域における地域づくりと活動主体に関する課題」

島根大学教育学部准教授 作野広和

皆さまこんにちは。ただ今ご紹介いただきました島根大学教育学部で人文地理学を担当しております作野と申します。前半の講演や報告で十分論点は出尽くしたところですが、事例報告をさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

早速ですが、私も時系列で水の郷について振り返ってみます。スライドの右側が本報告のポイントになります(図 6-1-1)。どういう観点で見ても、「人がいかに



にふるまうか」によってこの水の郷のあり方が変わってきますので、私は活動主体に着目して報告したいと思います。よく住民や行政、NPOなどを「多様な活動主体」といいますが、これらの要素がそれぞれどう関わり、どう機能しているのか、そこでどんな問題が起こっているのかを明らかにしていきたいと思います。一例ですが、多様な空間レベルに応じて活動主体があり、活動の志向性に応じた様々な関わり方があるということを整理しま

した(図 6-1-2)。

紹介させていただく事例は、島根県の東部にあります斐伊川流域です。この場所は、東京から 800 キロほど離れており、ひろしまねの安藤先生と親しい関係にあります。島根県の県庁所在地の松江市を中心に流域が広がっております(図 6-1-3)。今 NHK の朝の連続テレビで『だんだん』というドラマの舞台になっておりますが、出雲大社

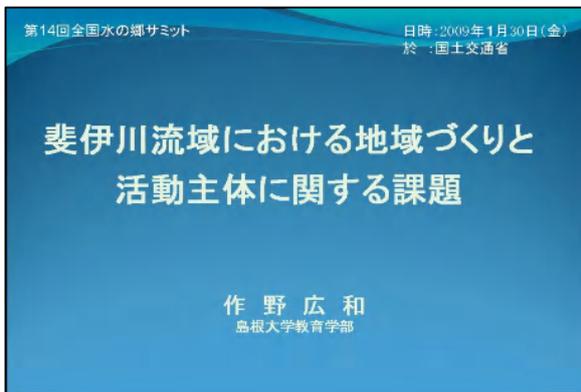


図 6-1-0

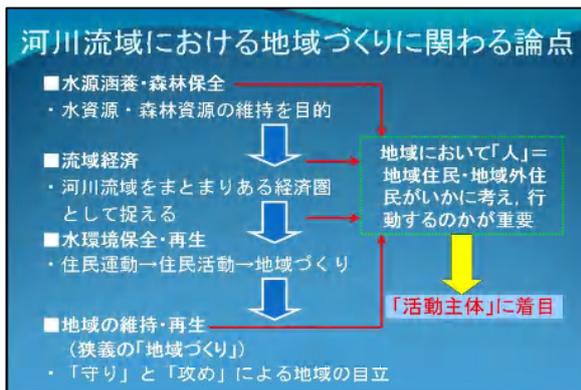


図 6-1-1

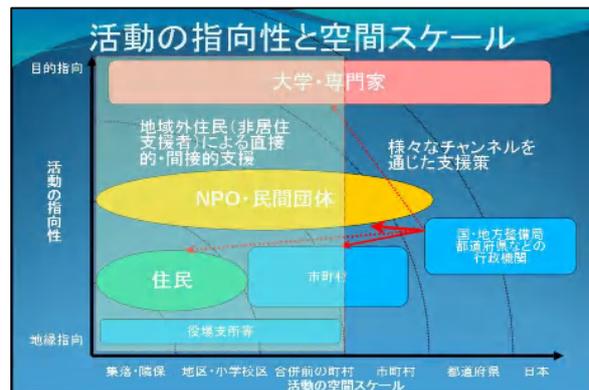


図 6-1-2

地が生じて、それらは荒地になる予定でしたが、「それでは好ましい景観ではない」ということで、花や樹木の帯を作ろうと NPO が地元住民に働きかけて植栽等を行っています。行政や地元の子どもたちも出て、下流域での連携、上流域の人々も参加する上下流域の連携を行っています。

また、宍道湖や中海では、ヨシの植栽をしています（図 6-1-7）。かなり波がありますので、ヨシの苗を竹ポットに入れて植栽しています。なお、この竹ポットにつきましては、私どもの NPO の小谷理事長が特許を取っております。下流住民が上流を訪れてこの竹ポットや、ドングリの木を植えるためのドングリポットを作るというようなネットワークを広めており、参加者も年々増えています。しかし、これは私どもの NPO の力だけかというと必ずしもそうではありません。斐伊川は国土交通省の直轄河川の一部ですので、大規模な公共事業があり、竹ポットによる植栽などへの金銭的な援助があります。

活動主体ということに注目し 3 点整理させていただきました（図 6-1-8）。一つは、活動の基盤となる予算です。NPO としては非常に潤沢だと思いますが、年間予算が 3,300 万円、収入が 3,000 万円程度です。収入の多くは委託金や助成金であり、会費収入はわずか 2.1% です。また同様に、初期の活動マインドから乖離して、役員構成やメンバー構成も変化しています。その結果、会員の所属意識が低下して会員数自体も減るといった悪影響も出ています。例えば、私も役員をしておりますが、初期のメンバーは 3 分の 1 しか残っていません。多彩なメンバーであった初期のメンバーは次々辞めていき、現在は委託事業等を実施

するための事業体のようになっています。そのことで NPO が組織として支えられるという良い一面もありますが、一方で関わりにくい会員の存在や、関心の薄い住民を十分に取り込めないといった問題もあります（図 6-1-9）。しかしまた、NPO 自体が存続すると、組織としては主体的に活動を行えるという矛盾が出てきているのも事実です。現在は、

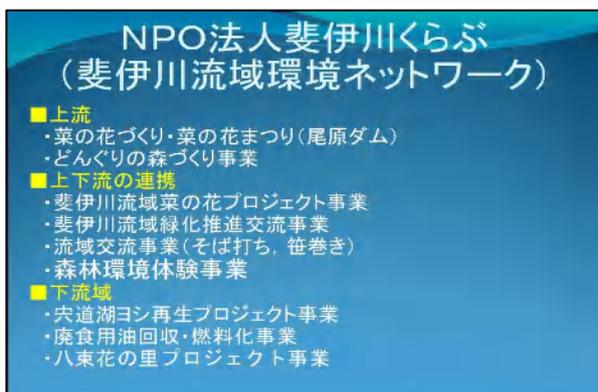


図 6-1-6



図 6-1-7

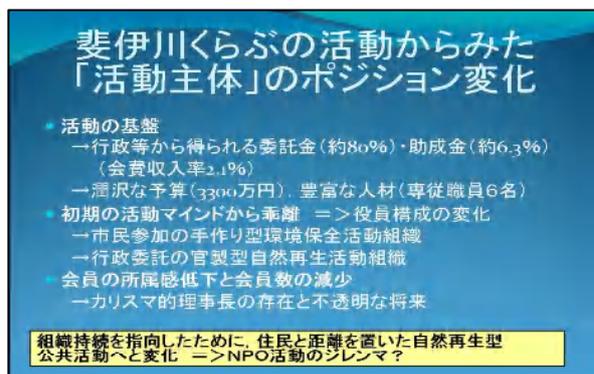


図 6-1-8

国や県、市町村などから潤沢な委託金・助成金等がありますが、これらの資金で何とか支えられているという非常に危うい状況です。

次に、上流部の地域づくりについて報告します。事例は、現在建設中の尾原ダムの周辺地域で、行政体でいうと雲南市と奥出雲町が中心です。あと1年ぐらいで本体工事が終了予定で、完成までカウントダウンの状況です。周辺は県立公園に指定され、ボートコースやサイクリングコースなどが順調に整備されています。ここでは、「下流部と上流部をつなげないといけない」という思いから、「菜の花まつり」というイベントを10年くらい前から実施しています。当初は、参加者が50人程度の手づくりのお祭りで、記念撮影をするような余裕もありました（図6-1-10）。しかし、現在は仮設備などができて全く立ち入れません。かろうじて菜の花を作らせていただいています、手づくり感がどんどん失われています。この他、ダムで切られた山の斜面にどんぐりポットを使ってどんぐりを植えていく、森づくり「どんぐりの森づくり」も行っています。

さて、尾原ダム周辺の地域づくりについては、私が関わっている「尾原ダム地域づくり活性化研究会」で、雲南市、奥出雲町、島根県が音頭を取って、地域資源を活かした地域づくりを行おうと、熱心に議論しています。しかし、ここでの最大の課題は、雲南市、奥出雲町と行政体が分かれており、地域が2分割されてしまうことです。また、尾原ダムには国交省を中心とした「地域に開かれた」ダム整備計画がありますが、活性化研究会には行政担当者を除く地域外住民が安藤先生と私の2人しかおらず、あとは全員地域住民で構成されています。これでは「地域に開かれた」研究会とは言えないのです（図6-1-11）。活性化研究会のメンバーには、組織のトップが多く含まれ、全員男性です。いくら地域の活性化を議論しても限度があります。

私は活性化研究会の会長ですので、自ら責任を持たないといけないと思い国交省から委託を受けて、3つのキーワード

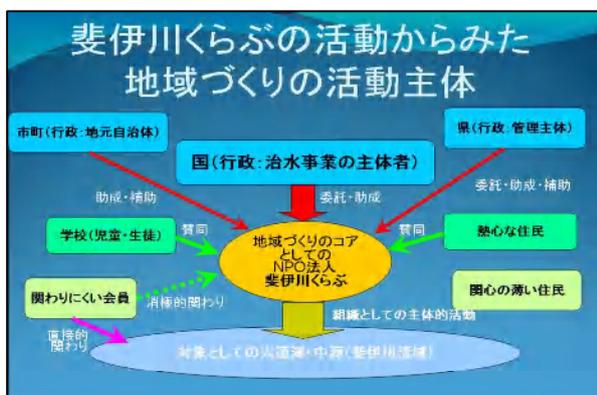


図6-1-9



図6-1-10

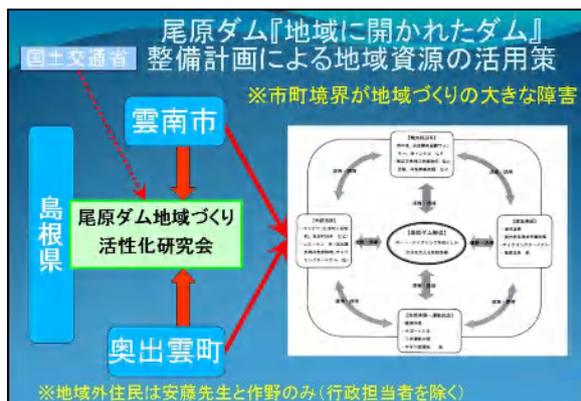


図6-1-11

を掲げて地域づくりの実践と研究を進めております（図 6-1-12）。一つは地域内における地域資源の発見です。よく再発見といったりしますが、私は発見であると思っています。二つ目はよく言われますが、社会関係資本、ソーシャルキャピタルをもう少し顕在化して相互交流を図ろうというもので、地域資源の域外への発信と域外住民の参入を促進します。地元では旧来的な地縁型組織、老人会・婦人会のような地縁的目的型組織、そしてスポーツや趣味、ボランティアなどの目的型組織があり、どちらかというところは現在の目的型組織にウェイトが置かれています（図 6-1-13）。しかし、地縁型組織も何とか頑張らなければいけないことで、田舎はみな忙しくなっています。これは非常に問題だと思っています。

地域力が無くなったから新しい組織をつくらなければいけない、というようなことをよく言いますが、これらが個別に活動しているから何となく縮小して寂しい感じになるのであって、実際には沢山あるのです。それらが相互にネットワークを結ぶことでずいぶんと潜在力が発揮されるのではないかと思います。

二つ目のキーワードですが、皆さまのお手元に『木次の歩き方』という冊子を配らせていただきました（図 6-1-14）。これは私ども島根大学の学生のみで作ったものです。このように、域外の人間には、随分違った視点で地域が見えます。昨年度、奥出雲町でも『奥出雲の歩き方』という冊子を作りましたが、お陰様で大好評を頂いております。これが地域外住民の役割ではないかと思っています。



図 6-1-12

水の郷における地域づくりの問題の一つに、地域組織の多重化が挙げられます。住民の皆さんは非常に多忙化しており、疲れています。一方で、私ども地域外の住民が地域に入ろうとすると、多重化により窓口が複数化しており、見えないしきたりや無言の掟などの障壁があります（図 6-1-15、16）。

最後に個別の課題だけではなく、提案をさせていただいて終わりたいと思いま



図 6-1-13



図 6-1-14

「本物志向の体験型観光と地域振興—南信州観光公社の取り組み—」

株式会社南信州観光公社 専務取締役 高橋 充

皆さん、こんにちは。ただ今ご紹介いただきました南信州観光公社の高橋です。南信州地域は長野県の中でも一番南のほうにあります。この写真は11月の頃の農家の風景ですが、1月でも雪は殆どありません。長野県の中で最も温暖な場所にあります。

東京までバスでおおよそ4時間くらいかかりますが、人口10万7000人の飯田は、人口10万以上の都市の中では公共交通機関で東京に来るのに最も時間がかかる所だそうです。

この写真はちょうど11月の頃に農家で作る干し柿で、「いちだ柿」という地域ブランドで売り出しているものです(図6-2-0)。だいたい6、7個ぐらい入って500円くらいです。小さい柿ですが、これが飯田では主要な農産物の一つで、一つの農家で大体20万個くらいの柿をむいて、干してということを一か月くらいかけて、手間暇かけてやります。非常にきれいな風景ですので、結構写真の愛好家の方やプロのカメラマンなども来ているところです。しかし、普通のどこにでもあるような地方都市であって、観光の面ではそれほど有名などころではありませんでした。今日は、この飯田市で本物志向の体験型観光と地域振興ということでのどのような活動をしているかをお話をさせていただきます。

まず南信州観光公社についてお話しします(図6-2-1)。東京で知られている著名な観光地や景勝地はあまりありません。天竜峡や元善光寺、リンゴ狩り、水引などはありますけれども、それほど大きな集客力のある場所ではないような気がします。したがって、長年の飯田市の観光行政の課題は、通過型の観光地から如何にして滞在型・拠点型の観光地にするか、域外の方に長く宿泊してもらって、しっかりと経済行為を行ってもらうための仕掛けは何かないか、ということでした。



図6-2-0

南信州観光公社とは

1. 通過型の観光地から滞在型拠点型の観光地づくり(=旅の必然性づくり)を目指し、1995年に飯田市商業観光課が体験教育旅行誘致事業の開始を決定し、1996年から体験教育旅行の受入を始める。
2. 年々利用団体数が増加していく中で、体験受入先の拡大と事業を継続的に専門性を持って担う窓口組織の必要性が生じてくる。
3. 2001年1月飯田市をはじめ1市4村及び10企業・団体の出資を受けて体験型観光による南信州広域の地域振興を目指す組織として、(株)南信州観光公社が設立される。2004年に飯田下伊那全18市町村(合併により現在は15)の出資を受ける。
4. 主な業務内容は体験型教育旅行のセールス、受入・コーディネート。一般旅行者向けの桜・和菓子・トレッキング等に特化した体験型旅行の提案と実施。各地からの視察研修依頼|対しての研修会と相手側実情|に即した各種体験や料理提供のコーディネート。

図6-2-1

さまから直接、体験の受け入れ側に依頼に行くことはありませんし、その逆もしかりです。基本的にはすべてこの南信州観光公社の窓口を通じて、コーディネートしていくというスタイルをとっています。

体験プログラムが特別変わっている訳ではありません。地元のイチゴ農家の方でイチゴ狩りをしてジャム作りをするという体験であったり、地元の食品加工をしているグループの方々にお願いして郷土料理の五平餅を作る体験などをしています（図 6-2-3）。

少人数での農家民泊も実施しています。4名で1軒の農家に宿泊しますが、受けるのはごく普通の農家です。旅館業法の簡易宿所の許可は取ってもらっています。食事は農家の人たちに習いながら子どもたちが自分で作るという形です。その他にも地元有志で作ったそば打ち愛好会という組織が「本場信州のそば打ち体験」をやったり、稲刈りやリンゴの摘果作業などもあります。これらはいわゆる体験受け入れ業をやっている方々ではなく、全て日頃からこういうことを生業としていたり、あるいは自分たちが趣味でやっている方々が、子どもたちに半日や一泊二日の時間を捻出して、そこで実際に相對していただくという形でやっています。農家民泊を受けている方々は、南信州で400軒から450軒くらいありまして、受け入れインストラクターは500人はいるだろうという状況です。したがってこの事業を実施するのに地元の方が1,000人以上は関わっています。

これはプログラム利用者の推移です（図 6-2-4）。1996年に飯田市で始めたときは延べ5,000人弱くらいでしたが、今年度は延べ6万人の方に体験プログラムを利用いただいています。

ちなみに南信州観光公社は株式会社ですので、設立から一円も行政から補助金を受けたことはありません。独立採算制でやっています。最初の段階では正社員は私1人、あとはパート1人だけでしたが、今は5人になり、なんとか資本金等を取り崩しながらやってきました。2004年ぐらいから単年度の収支は拮抗しており、受け入れベースでいくと5万人ほどのプログラム利用があった段階から収支的には良くなってきたかなと思っています。今後は累積赤字を3年くらいで解消して、しっかりと事業を継続できるようにと考えております。

私たちが続けている事業のコンセプトについてお話をして終わらせていただきたいと思います



図 6-2-3

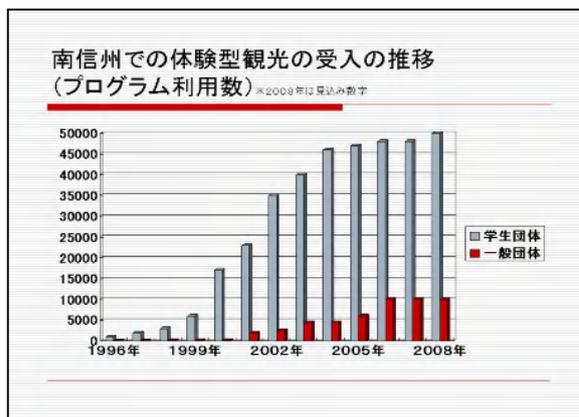


図 6-2-4

います。

まず私たちが一番に思っていることは、「感動は本物の体験から生まれる」ということです。ただ、私たちの地域には冒頭でお話ししましたように著名な観光地や素晴らしい自然の景勝地は殆どありませんので、そういったものを目にして圧倒される、感動するということは当初から無理でした。感動してもらうためには、地域の人々がしっかり関わって、じわじわと感動が伝わってくるような、そんなプログラムを作っていくということです。全ての体験プログラムに地域の人々がしっかりと関わるということ。そのためには地域の人々が長年携わってきたことが、題材になります。

こうしたプログラムを、年に何回かの単発のイベントとしてやっていくのであれば、こういう会社組織はいりません。しかし、事業として継続して実施していくのであれば、旅行マーケットとしっかりタイアップしなければならない。そのときに地域の人たちに代わって直接交渉の場に立つ窓口が必要であるし、お客様を連れて行く立場からすれば、現地の受け入れ団体が全く良く分からない団体だということも大変です。したがって、地域の外から来る人もそうですし、地域の内側の受ける人からしても、「ここに頼めば、この人が一緒にやってくれるんだったら大丈夫」という窓口を作らなければならない。飯田市の場合は、その窓口が最初は行政のリーダーシップによって作られていましたが、訪れる人が増える中で南信州観光公社という会社になった。「体験プログラムのコンセプトから始まって、そこに実際に関わってお客さまを受ける地域の人という存在や、窓口がきちんと恒常的に動いていけるようなシステムがしっかりと備わっていないと、続いていかないんだな」と日々実感しながら事業をしているところです。どうもありがとうございました。

「社会的水循環の想像力～都市と水源地をつなぐために～」

ミツカン水の文化センター主任研究員 中庭光彦

私どもミツカンは、お酢のメーカーですが、愛知県の半田市に本社を置いております。皆様の地域活動、何とか元気を盛り上げようということで活動をされている現状をお聞きしましたが、我々のような企業の社会貢献活動がどのような教訓として皆さんのお役に立てるのかどうか、そういったご意見もこのあと聞けるかと思っておりますので、この10年間の水の文化センターの活動をご紹介しますと思います。



ミツカン水の文化センターが立ちあがったのは1999年の1月26日です。前方に映っておりますのが愛知県の半田の本社工場の横にあります、私どもの創始者がつくった運河ですが、本社工場はこういった形で今も残っております（図6-3-1）。創業が1804年、今年で205年で、今の社長は8代目です。

お酢というのはお酒を酢酸発酵したものです。いいお水がないといいお酒ができない。そこで、まず水に関する社会貢献をしたいということが活動を始めた第一の理由でした。それともう一つ、今私たちが食べている江戸前ずしが江戸で流行ったのがちょうど200年ほど前で、私どもが半田でお酢を作って、舟で江戸に運んできた。舟運で創業期の財をなしたということもあり、水への恩がある。これが第二の理由です。ですから水そのものというよりは、人と水、社会と水との関わりに光を当てて水の大事さを普及したいとご説明をしております。

具体的な活動ですが、水そのものの大事さを分かっただけということもさることながら、「水の文化」をどう普及させればよいのか悩みました。

まず私ども水の文化センターの活動の2本柱が調査・研究と普及・人づくりです（図6-3-2）。



図6-3-0

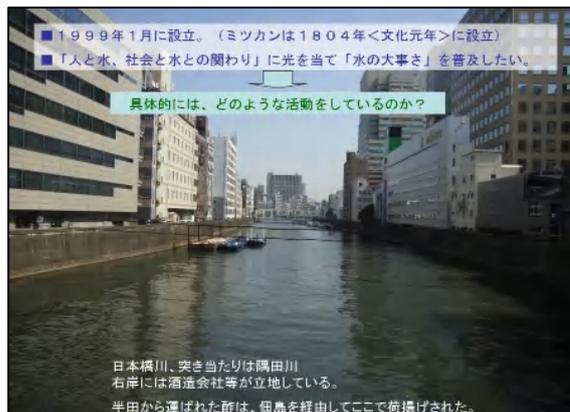


図6-3-1

調査研究は水に関わる生活者意識調査で、東京、大阪、名古屋で年1回6月にアンケート調査を行っています。これは昨年で14回を数えておりました、センターが設立される前から行っています。それと全国多様なテーマの水文化の調査を行っています。更に水の実践活動を行っている方にインタビューを行い、それをホームページ上や機関誌でアーカイブしています。その他にも個別研究として里川の研究などを行っています。お手元に配布しました『水の文化』という機関誌を年3無償でお配りし、同じ内容を全てホームページ上にアーカイブし全部無料でアクセスできるようにしております。

一方、こういった研究をただ行っても、我々としては普及にはつながらないのではないかという思いがあります。そこで水の文化楽習や年1回のフォーラム開催、「水みず探検隊」と呼ばれる子ども向けの教育イベントを行うなど、水の文化を伝える人々との交流支援をしています。『大切な水の探検』というお手元の冊子は小中学生向けに、「水はどこから来るの」、「使った水はどこへ行くの」ということを、探検しながら分かってもらえるようなテキストとして2003年に作ったものです。こういった活動を通じて、水と生活の知恵を伝え、水を大切に人々、新たな水文化をつくることのできる人々に携わって欲しいというのが我々の願いです。

当初、センターの名前にもある「水の文化」とはどのような意味かといろいろな方からよく聞かれました。10年前の創業当初は2003年の京都水フォーラム以前でしたし、今ほど水資源が注目を集めているということもありませんでした。私どもでは、「水と人との関わり、社会との関わりを研究して、それを皆さまに発信すること」と捉えています。

機関誌『水の文化』の11号から30号までのテーマを羅列したのですが、10号以降表紙がリニューアルしています(図6-3-3)。これは我々の試行錯誤の過程であり、一番上は例えば「森の大切さ」とか「田んぼの大切さ」などを取材して伝えていきましたが、我々としては伝えることは大事なんだけど、何となくしっくりこないという思いがありました。それは、実は中間山地で大事に守られている水のことばかりを取りあげていながら、実際にセンターのスタッフ8名はほぼ都会に暮らしているからでした。実際、読者の方々もほとんど都市基盤が整ったところで暮らしている。そういう人々に水の文化をリアルに感じてもらうにはどのようなテーマを設定したらいいのか、我々の間で問題になりました。その



図 6-3-2



図 6-3-3

結果、11号以降、我々のリアルな実感で水の文化を捉えてみようよということで、「洗うときの清潔感」や「水道文化」、「下水道と廃棄意識」、「消防水利とコミュニティ管理」などを取り上げるようになりました。

前方に映し出されているのは2003年に愛知県の半田で行いました水みず体験隊というイベントでして、私どもの社員と家族を中心に、『水みず探検隊』というテキストを使って実際に体験学習をするというものです(図6-3-4)。2003年頃には我々の考え方もだいぶ固まってきて、「生活の全てに水の文化がある」ということを意識的に打ち出すようになりました。生活の背景にある個人的意思決定や社会的意思決定のプロセス、協力と対立、生産と分配の背景にあるルール、論理と倫理、あるいは地域の暮らしの背景にある集合的記憶、あるいは暮らしの背景にある人と生きもの、人とエネルギーの関係といったものは全部文化的な出来事だと捉えられるということです。文化というのは大きな言葉で、「昔から受け継ぐものであって変えるべきものではない」という人も多数いらっしゃる。しかし、「そうではない」というのが、現在の生活の文化を掘り下げていく上での実感です。文化を変えなければ、社会の持続的な成長やイノベーションは生まれません。文化を掘り起こすこと、伝承することも大事ですが、もう一つ付け加えて文化を「つくる」ということを合言葉にして、誌面を作り、人と水を結びつけ、人をつくることで社会に貢献するという活動をしております。

実はこういう目で取材をしていて気がつくのは、都市部こそ水の文化の空洞化地帯だということです。左の上の写真は水の郷にも指定されている小菅村の写真です(図6-3-5)。多摩川の水源地帯にある林業が盛んな地域ですが、人口が895人ということで、木を使って地域興しをしたいということでした。右下の写真は人口約20万人が住む多摩ニュータウンの写真ですけれども、多摩ニュータウンの方に「小菅村どこにあるか知っていますか」と言っても、なかなかすぐに答えられないと思います。「じゃあ皆さん、水道水はどこの水を飲んでいらっしゃいますか」と聞くと、実際は利根川・荒川の水ですが、大概「多摩川の水」と答えます。更に「排水はどこに流れているんですか」と聞くと、ウーンとちょっと口ごもってしまいます。多摩ニュータウンのような多摩川沿いの都市部に住んでいる方と源流にある小菅村、つまり流域が結びつくということが、川下では中々出来づらい構造

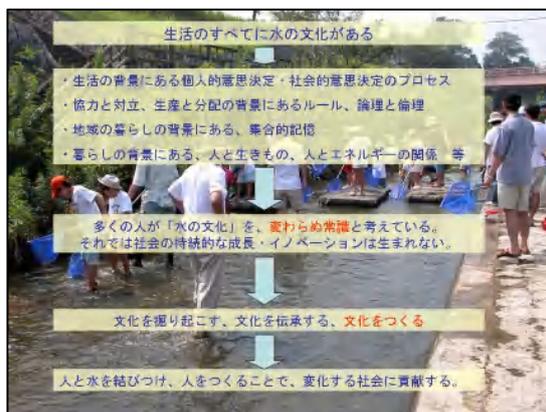


図 6-3-4



図 6-3-5

があるなという実感を持ちました。連携しようとしても流域連携の相手、つまり川下の住民が水文化に触れる機会が少ないという課題があるわけです。

こういう状況下での連携のためには、さまざまな「水の気づき」を誘発することが大切だと感じています。つまり水のつながりに気づいてもらうことです。ではどうすれば良いのか。都市部で水につながりというとだいたい前に映し出されているようなありきたりのテーマで皆さん講義をします（図 6-3-6）。「上水道はどこから来るの」、「下水道どこに行くの」、「雨水はどこへ行く」といった切り口から都市部と水つながりを探っていくということです。ただこれを一歩進めて、「食材はどこから来るの」、「ボトルウォーターの地下水はどこから来るの」、「なぜ都心に木製住宅は少ないの」「小水力発電はどうしてできないの」といった身近な疑問を都心の方が持ったときに、その解を我々が提供できるでしょうか。今申し上げた一歩進んだ質問が水に関係あるということに、それ程気づいていないのではないのでしょうか。しかし、あえてこういう側面から水を想像しないことには川上が想像できないだろうと思います。川上が想像できない生活の水文化は、都市における水循環の想像力の不足だと考えます。

「健全な水循環」ということはよくいわれます。水そのものを実際に循環させることということですが、どうもそれだけでは水は循環しない。社会的なつながりを構築していかなければ、生活の「社会的な水循環」を保てないだろうということだろうと思います。

この辺りも踏まえ、私ども水の文化センターでは、水には多面的な機能があることを生活の場から知ってもらいたいと考えています（図 6-3-7）。実際に生活に焦点を当てた文化の掘り起こしや伝承、提案をしてきました。社会の全てと関わりを持つ企業として、社会貢献をしていく、水を大切にす文化の普及から人づくりにつなげるということで、活動を行っています。

我々は企業です。企業が社会貢献活動を行う意義とはどういうことかということ、「したいこと」と「できること」をきちんと一致させることだと考えています。更に、企業は成果を出さないとイケません。「したいこと」と「できること」に加え「できたこと」の3つを循環させるということが出来なければ、活動は持続しません。こういったことを我々は肝に銘じてこの10年間社会貢献活動をしてきましたし、これからもそういう社会貢献活動

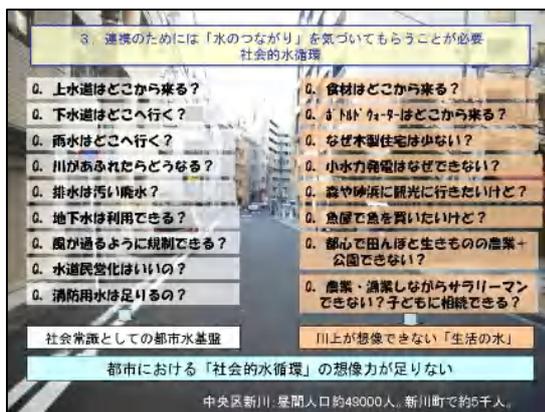


図 6-3-6

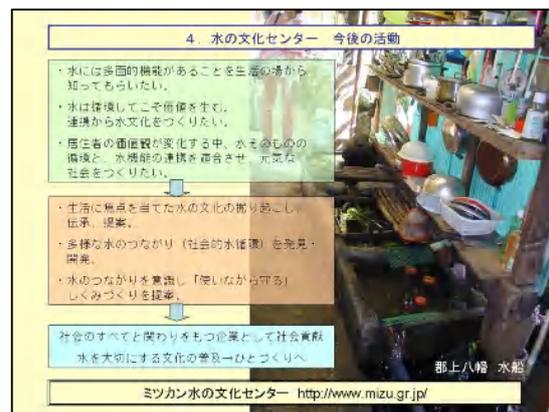


図 6-3-7

着実に、地道にこなしていくことが、実は非常に大事な事なのではないかと思っております。ありがとうございました。

「穂の国森づくりの会の取り組み」

NPO 法人穂の国森づくりの会事務局長 森田実

ただ今ご紹介いただきました穂の国森づくりの会の森田実と申します。

まず私たちが活動しております愛知県の東三河地域がどういう地域かということを最初にご説明をさせていただきます。東三河地域は愛知県の東の端に位置しており、地域の真ん中を豊川が流れています（図 6-4-1）。この豊川を中心として地域が形成されていまして、流域の人口が約 75 万です。ここに豊橋市とありますが、ここが中心となる、人口約 38 万人の最も大きな街です。



東三河地域では、工業、特に愛知県西三河の方ではトヨタ自動車がありますので、自動車関連工場がこの港を中心に軒を連ねております。また、渥美農業と呼ばれるほど、非常に農業が盛んな地域でもあります。農業は全国でもトップクラスの生産高をあげていまして、東京ですと薬物などはちょうど今頃出ているかと思えます。

私どもの地域では豊川の水をよく利用しています（図 6-4-2）。豊川用水というものがありますが、これが渥美半島の先端にある蒲郡市という町にも通っていきまして、豊川流域以外の土地にも水が行っております。また、同じ愛知県内の天竜川水系からも導水で豊川流域のほうに水を入れています。豊川は流域面積が非常に小さく流路延長も非常に短い上に、最も高いところの標高がだいたい 1,100m ぐらいあるという滝のような川です。ですから雨量が少ないと渇水になり、雨がひとたび降ればすぐに氾濫してしまうなど、実は厄介な土地だと言うこともできます。地域の生活でも不便に感じる事が非常に多いです（図 6-4-3）。

この川を治めるための取り組みがいろいろと昔からなされているわけですが、まず一つはダムです。この小さい豊川流域に、宇連ダムと大島ダムの 2 つのダムがあり、新たに先

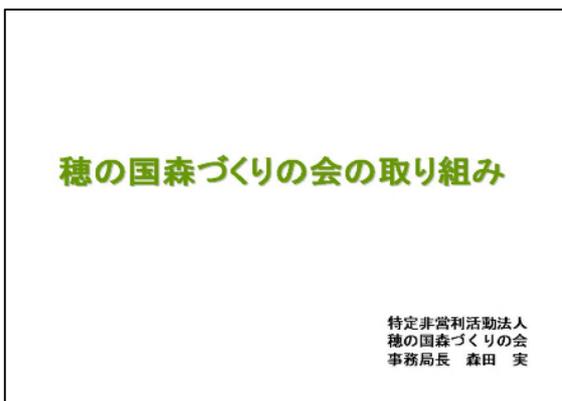


図 6-4-0

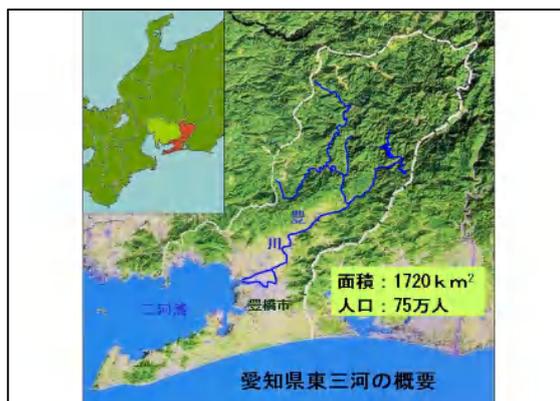


図 6-4-1

日地元合意がなされた設楽ダムという大きなダムが今後建設される予定です。もう一つ川を治めるための取り組みということでは、上流の地域における森というのが大きなテーマになってくると思います。私たちが住んでいる東三河地域の上流の森では約76%がスギヒノキの人工林で、全国的な傾向と同じく林業の衰退に伴う過疎化、それに伴う管理の手入れが遅れた森がたくさん増えて、今非常に問題になっています（図6-4-4）。

そこでその森をなんとかしていこう、その上流地域を活性化できないか、ということから1995年あたりから地元の青年会議所が中心になって、地元の経済界、地元の行政、または農協など様々な団体や市民に呼びかけて運動を起こし、1997年に私どもの穂の国森づくりの会が設立しました（図6-4-5）。2000年に法人化をいたしまして現在も活動を継続しています。

具体的にどんな活動をしているかという、大きく三つに分けることができます。一つは上流下流の交流に力点を置いた啓蒙活動、もう一つが次世代の地域を担う子どもたちの環境教育活動、そしてもう一つがこの豊川の流域内、地域内で人と物が健全に循環する、循環型の社会を実現するための仕組みづくりに関する政策提言です。

一つ目の上下流交流を主体にした啓蒙活動ですが、設立当初から森林整備体験として、下流の方に上流に行ってもらい、いろんな森林整備の体験をしてもらう、上流の現況を知ってもらうという、どちらかというと積極的に環境活動に参加してくれる方向けの地域イ



図6-4-2



図6-4-3

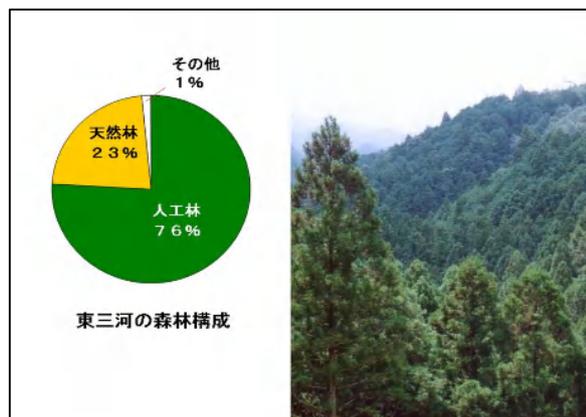


図6-4-4

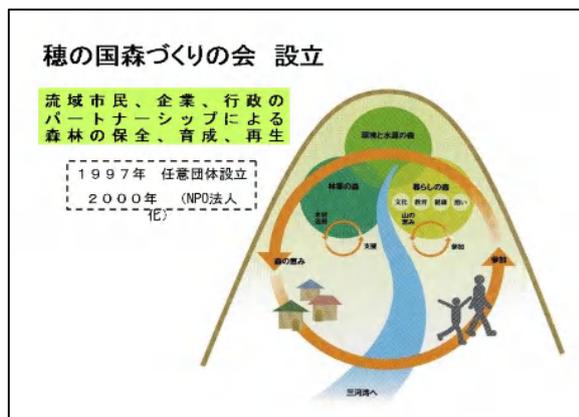


図6-4-5

ベントを年間 10 回程度実施しています（図 6-4-6）。また積極的にまではいかないだけで森のほうには関心があるという方たちを対象にした自然観察会というのも併せて実施をしたりとか、関心が少しあるという方たちを対象にした町場でのセミナーや講演会を定期的に開催をしています。この森林整備体験も山側の森林組合や行政のいろいろな協力をいただいたり、タイアップしながらやっていますし、自然観察会についても地域の団体と協力しながら実施しています。

環境教育活動は東三河地域の小学校 5 年生を対象にしています（図 6-4-7）。5 年生は国語、社会科、理科の時間に森のことについて勉強することが多いですから、その学習との相乗効果を狙って訪問授業と、子どもたちを森に招待する野外体験授業の二つをやっています。二つの授業併せて、年間 40 校ぐらいに対して実施しています。過去 8 年間で漸く 1 万人ちょっとの子どもたちの教育を行いました。この東三河地域の人口が 75 万人ですので、75 万分の 1 の人たちに教育活動を行えたという単純な計算になります。

政策提言としては、1999 年に「穂の国森づくりプラン」というものを発表させていただきました（図 6-4-8）。このプランの主な提案は三つあります。

まず一つが森林整備基金です。全国的にもよくありますが、水道料金 1 トンあたり 1 円を森林整備に充てるという方式です。我々の提言の重要な点は下流部の一つの市に限らず、上流も下流も含めて東三河地域全部の市町村が足並みを揃えるという点です。そうすることによって上下流、森林整備の意識を持ってもらえる上に、多くの資金が入ってきます。2007 年に実際に財団法人豊川水源基金を受け皿として実現しました。

それともう一つは、穂の国森林祭というイベントの実施です。東三河地域を多くの方々知ってもらうことと、地域の資源の発掘を目的に、2005 年の愛知万博に合わせて開催しました。行政や企業、経済団体の他、様々な組織と実行委員会を作り、100 以上の事業を実施した結果、10 万人以上の方が参加しました。

三つ目は、森林の情報を集約して効率的に森林産業を行うための森林情報センターですが、こちらは未着手の状態です。

これまで啓蒙活動、環境教育活動、政策提言、いろいろと実施してきましたが、これを定期的に 10 年間行ってこれたのには、幾つかのポイントがあると考えています（図 6-4-9）。

啓蒙活動（上下流交流）

森林整備体験（延べ約 2,500 人の市民が参加）
 自然観察会（11 年間 延べ約 2,500 人の市民が参加）
 セミナー・講演会（約 3,000 人の市民が参加）



図 6-4-6

環境教育

小学校への訪問授業・野外体験授業
 訪問授業（年間 30 校程度 約 12,000 人の児童が受講）
 野外体験授業（約 3,500 人の児童が受講）



図 6-4-7

私どもの会には、東三河の地元の企業を中心として約 200 社が法人会員として入っています。また、地元の 17 市町村、現在は 9 市町村になっていますが、これらの市町村の首長が賛助会員として賛助会費を拠出してきています。これによって安定的な定期収入が得られているのです。私どもの場合、年間の収入に占める会費収入の割合が約 7 割ですので、会を安定的に運営していくためには、こうした安定的な資金源を持つという点が非常に大きいと思います。

また、様々な事業をスムーズに実施できるのも、役員のほか顧問、参与、評議員として、全部地元の商工会や経済団体、行政機関、国や県出先機関の方々に参画いただいているからだと考えています。このように、設立当時から戦略的に組織づくりを進めてきた結果、連携と協力がスムーズになり、10 年間上手くまわってきました。

その一方で、10 年経って課題も出てきました（図 6-4-10）。

まず一つは人材の育成です。動いていただく方、中心となっていく方の育成がなかなか上手く進んでいませんし、景気等の影響もあって企業も年々減少してきており、資金の確保も難しくなっています。その他にも、固定スタッフでやっていくと考え方が固定化してマンネリ化してくる、事業数が多いから「やっつけ仕事」になってしまう、新しいことを考える余裕もない、といった課題が出てきました。また、マンネリ化すると参加者も固定化してきて、新しい人が来なくなりますし、活動に広がりが見られなくなります。



図 6-4-8

改めて実感したのは、人・物・情報が一方通行の場合が多いということです。下流側の思い込みや上流側の思い込みに端を発する行き違いが非常に多く、情報が途絶えることも一時期ありました。

まずこの中で考えたときに、最も危機的な状態にあるのは資金の確保です。要するに事務局の人間を支える人件費を確保しなければ、その事務局が機能しなくなります。これは非常に深刻な問題です。資金の確保を目的に私たちが取

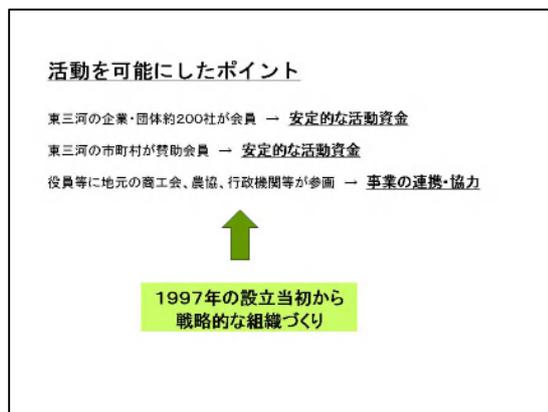


図 6-4-9

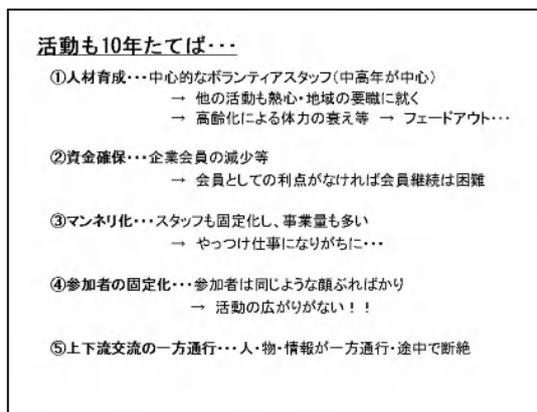


図 6-4-10

り組み始めたのが、「企業の森づくり」です（図 6-4-11）。企業に会員として残ってもらうためには、企業に何らかのメリットがなければならない。そこで、企業が CSR 活動で森づくりに取り組むとか、森林資源を活用する際にいろいろと支援、お手伝いをするという取り組みを平成 20 年度から始めました。実際今回 6 社実現をしております。

このように企業との連携を強化するとともに CSR 活動をやってきましたが、約 1 年やらせていただいた結果、面白い効果が出てきました。企業と様々な取り組みを行うと担当者の方が仕事の一環として結構動いてくれますが、それと同時に私たちの活動の支えになる人材の育成ができるようになった。中には、事務局機能の仕事を一部肩代わりしてやってくださるところも出てくるなど、非常に助かりました。また、担当者を通じて新しい情報、活動が入ってくるようになり、結果的にマンネリ化を打破することができました。さらに、企業の森づくり活動に半ば強制的に参加させられた社員の方の中には、普段やったことのない活動に魅力を感じて、結構「はまる」方が多かったです。これによって、参加者の固定化についても解決できました。資金確保という最初の目標でやったやったつもりが、1 から 4 の課題をクリアしてしまったということです。

その他にも、平成 21 年度から具体的に始めようと今準備を進めていますが、ある企業と連携して、人と生活に密着した、健康、住まい、食、デザインをテーマにしたセミナーを地域の関連企業と行うことで、新たなビジネスを作るための仕組みを考える取り組みなども考えています。私ども穂の森づくりの会としては、今後、上下流の円滑な循環をコーディネートする機能をさらに強化することで、新たな展開が見えてくるのではないかなと期待しております（図 6-4-12）。

新たな活動へ…

■企業との新たな連携強化

①企業の森づくり（CSR活動）・森林活用の支援
平成20年度新規事業 6社の支援を実現

②流域の森林資源を活用したビジネス連携の模索
健康・家づくり・食・デザインをテーマにしたセミナー開催
（平成21年度から）
→これまで参加のなかった市民の参加も期待

企業と連携が出来れば…

- ・資金や定期的に動いてくれる(若い)人材が確保できる
- ・互いに新たな発見が！ → マンネリ化を打破？
- 既存の事業にも波及？

図 6-4-11

新たな仕組みづくり…

■上下流の循環を促す新たな仕組みづくり

- ・東三河環境認証森林制度
- ・東三河流域フォーラムの活動
（地域資源の発掘、新たなライフスタイルの提案）
- ・様々な森林情報の集約化(森林情報センター) など

穂の国森づくりの会の役割

上下流の円滑な循環をコーディネートする能力の強化

図 6-4-12

7

パネルディスカッション

コーディネーター: NPO 法人ひろしまね 理事長 安藤周治
パネラー : 島根大学教育学部 准教授 作野広和
株式会社南信州観光公社 専務取締役 高橋充
ミツカン水の文化センター 主任研究員 中庭光彦
NPO 法人穂の国森づくりの会 事務局長 森田実
パシフィックコンサルタンツ(株) 山田泰司
国土交通省水源地域対策課長 斉藤一雅



安藤

会場に今日どういう方がお見えになっているか、自分が該当していると思われる方、手を挙げていただきたいと思います。まず最初に行政の方、どのくらいいらっしゃいますでしょうか。300人いらっしゃったら150人近くは行政の方ということになりましょうか。その次に企業の関係の方はどのくらいいらっしゃいますでしょうか。企業の方もおいでくださっています。そしてNPO関係あるいはその他市民活動団体、環境をやっているというような方どのくらいいらっしゃいますでしょうか。最後に大学の先生方あるいは研究所の方はどのくらいいらっしゃいますでしょうか。はい、ありがとうございます。またご意見頂戴したいと思いますよろしくお願いします。

先ほどいろいろお話をお聞かせいただいていたのですが、作野先生のお話でお金と自分たちのミッションがずいぶん変わってきたと。出すところが変わってくると中身が変化したというようなお話でしたが、NPOとしては財源が豊かになっているのは非常に魅力を感じたりするわけです。

森田さんのお話も非常に努力をされていて、お金とは質が違うけれども、非常に金額の大きいところで安定的におやりになっている素晴らしさというのがあります。そういった面でちょっともう少しお金を話の現状とそれから悩みの部分というところをお聞かせ願えればと思うんですが、贅沢な悩みという感じが貧乏NPO法人から見ると思うんですが、少し聞かせていただければと思いま

す。

作野

失礼いたします。島根大学の作野です。今日はお疲れのところご静聴ありがとうございました。まさに、お金のことが非常に重要だということでしょうか。お金が全てではないけれども、どういう質のお金であっても無いと活動ができないというところがポイントだと思います。そういう意味では安藤さんから贅沢な悩みだご指摘いただきましたが、確かに私ども NPO 法人斐伊川くらはは贅沢な環境に置かれていると思っております。専任職員が 6 人ぐらい、非常勤等入れれば 10 人ぐらい常時スタッフがいます。いかに国等のお金とはいえ、それだけの人を維持していること自体、第一段階はクリアしているのかなと思っております。ただ持続性だとか、あるいはより崇高な目的に向かうためには、お金がある段階のうちに次世代を育てるとか、あるいは別なお金の調達方法を準備するということが必要です。私も役員をしながら言うのは大変はばかられますが、そういう所にまでなかなか手が及んでいない。

先ほどご報告がありましたように NPO は忙しいですから、そこまでやる暇がないというのが実情です。おそらく今日いらっしゃっている活動団体の皆さんもそうだと思います。

一つだけ違う角度でお話をさせていただければ、各先生方のお話を聞いてつくづく思いますのは、やっぱり都会といいますか太平洋側の都市の企業たちは非常に立派だなと感じました。もちろん経営規模や組織が大きいということもあるんでしょうが、必ず将来的に考えないといけない地球環境問題とか水資源の確保のために、企業マインドを持ってこの水源地域づくりなどに貢献されている。これはとても羨ましいなと思います。そういう意味では日本海側の過疎地域の山陰地方では、もちろん絶対的企業が少ないということもありますが、応分の活動をやっていないといけないと思います。実際は従業員が 1,000 人規模でいるような大企業は多少やられますが、多くの中小企業は残念ながらそれができていない。それは私ども活動団体や住民が企業に訴えていないという、私どもの反省もあると思います。今日先生方のお話を聞いて、そのことを感じました。

安藤

ありがとうございました。森田さんは随分頑張ってきていらっしゃっています。NPO 業界でよく言われるお金の話は、自主事業で収益を上げるのが 3 分の 1、それから寄付その他で 3 分の 1、あとは受託事業あたりで 3 分の 1 というものですが、森田さんのところでは寄付、寄付というよりも事業費に近いんじゃないかと思いますが、寄付が結構ある。それが次々と追われて仕事の中身の質の問題が大変だというようなことをご自分もお感じになっているようすけれ

ども、そのあたりとの兼ね合いですよね。寄付というよりも事業をやりながら寄付が増えている部分もあったり、あるいは直接事業の中で企業の参加であったり。その企業との関わりについて少しお話聞かせていただければと思います。

森田

企業と密接に関係を持ち出したのは本当に今年度、平成 20 年度からで、それまでは単発的に、地元の企業から「何かやりたい」、「森づくりをやってみたいけど、どうしたらいいか」といった申し出があったときに、場当たりの対応するというような形をとらせていただいております。

ここ数年会費の収入が厳しくなってきたところで、うちの上の者が「森田、お前何もせんでいいから営業しろ」と。営業ということで大変苦労していたんですが、そんな活動の中で今年から企業を中心にいろいろな会員と話をさせていただきました。すると、意外と関心を持たれているけれども、そこから一歩踏み出せない企業が非常に多いなど、環境の CSR 活動をやってみたいんだけどどうやっていいかわからないとか、あと大手企業の下請けで「環境活動を何かしないと来年から取引しない」という企業も実際にあたりして、何かやらなきゃいけないのだけどどうしたらいいのかなという企業がけっこういました。そういった企業が大小いろいろ 100 人規模の企業から家族経営やっているような個人企業まで、結構いろいろ悩まれている。

私どもとして今後力を入れていきたいのは、大手ではなく中小の企業です。大手はやはり大きな力ございますので自主的に進めていかれるということも可能ですが、中小の企業が環境活動に取り組みやすい仕組みづくりを今後作っていけば、私どもの会員の維持ができて、また新たなチャンスが開けていけるのではないかなというふうに最近感じているところです。

安藤

その中小の企業が参加しやすい、プログラムのコツみたいなのがあれば少しだけお話をさせていただきますでしょうか。

森田

そう難しいことではなくて、小規模の企業は活動したくてもやはり人数がクリアできないものですから、そういう企業をいくつか集めて抱き合わせる。従業員が 10 名ぐらいの中小の会社を 5 社 6 社束ねて、そこからそれで全体で 30 人ぐらいの一つの上下流交流イベント、CSR 活動を開催するなどしています。そういうふうなケース・バイ・ケースで営業活動をやっていかないとなかなか難しいかなと思います。

安藤

あわせ技ですね。それでは作野先生、営業力が足りないじゃないかという自己批判もされていますけども、さっきの森田さんの話を聞くと特に山陰という

ことを格付けてなくてもいいのではという気がします。

作野

勿論そんなことはないと思います。本質的には変わらないと思いますが、一つはスケールがどうしても小さくなるということと、都会的刺激というか情報流通がやや滞っているので、住民も企業もそういう気運がまだまだ高まっていないという点。そういう意味ではちょっと遅れていると思います。私どもの団体や、もう一つ二つ大きい団体の活動が突出して、必ずしも双方リンクしていないということが我々自身の課題だと思っております。

安藤

ミツカンの中庭さんにお聞きします。一般的に企業側から見て、NPOの皆さん方から直接寄付というよりも事業やりましようよというような話が投げられたときの対応というのはどうでしょうか。どうやってお伺いするのが一番スムーズに話を聞いてもらいやすいのでしょうか。取っ掛かりが掴めない、というのがNPO側の一番の悩みではないかと思うんですが。

中庭

私自身、多摩ニュータウンでNPO活動もしておりますので、その悩みは非常によく分かります。しかし企業の立場からすると、これはミツカンに限らないと思いますが、NPOが着実に一緒に仕事をしてくれる、責任を持って活動をする相手なのかどうかが一番担当者としては気になるころではないのかなという印象を受けます。NPOの側からはそれをどう示せばいいか。そうすると実績という話になりますが、実績だけでは判断できません。そこで、私が所属しているNPOでは、ボランティア時間をきっちりカウントするということを始めています。

「大事な活動だけれども最初はお金が回らない活動」もあります。そこにいきなり「協力してくれ」と言われても、協力を求められる側としてはなかなか敷居が高い話になりますので、どれぐらいの方々が携わって、ちゃんと時間の管理をして、それに応じた成果を出しているのかどうか、ということをしかりと見せられるということが大事なのではと思います。

その説明がしっかりとできるかどうかということが、おそらくNPOの信用、一緒にパートナーを組む相手に値するかどうかを示す一つの指標ではないかなと考えます。

安藤

それは非常に面白いですね、ボランティア時間のたな卸しというか、ボランティア時間で原価計算をするみたいなものですね。それでどのくらいのお金が動いているか、人が動いているかというのが時間で計るとするのはそれやっぱり大事ですね。

中庭 大事だと思いますね。どれぐらいの時間を皆さんが投入したかということをちゃんとカウントしている NPOの方が意外に少ない。それはそれだけ地域に根付いていることの証拠にもなりうると思うんです。そういうカウントをこれからはなさっていくことが、お互い組織のパートナーシップを結ぶ上での前提条件ではないかと思うんです。

安藤 山田さんは随分いろんなグループや団体相手にいろいろおやりになっていますが、そういう団体が一つだけの事業ではなくてそれぞれの事業全体がお金も付帯的なプラスアルファの移動、価値の移動みたいなことをやっているような例、それを評価しているような団体はどこかありますか。

山田 やはりボランティア時間という、おそらくその地域に投資できるものというのは、お金、時間、もう一つは技術という投資です。だからいくつか投資できる要素というのがもともとあって、それをどうバランス取るか、誰がコントロールしていくかというところをわかりやすく評価するために、結果的にお金ないはその地域通貨的なことも数字で置き換えるという話があると思います。ただ現実としてその辺についてバランスよく取り組まれている事例は知りません。

安藤 それはぜひ物差しの一つして取り入れたいですね。特に中庭さんがおっしゃったように発足して間がない団体は、なかなか助成金事業の申請や銀行の融資も難しい。そういう部分で、目に見える実績というと企業との関係ということがあります。

もう一つ具体的に企業の森をつくるのにお手伝いをするということおっしゃってましたよね。そういう具体的なメニューを提示することの大事さというものもあるんじゃないかと思うんですよね。

森田 そうですね、やはり企業に訪問に行くときも口だけで話すだけでなく、それなりの資料を持っていかなければならない。それで企業に見ていただくためには、これまでの実績がきちんとペーパーに書かれているということが非常に大切だと思います。「これと同じような事例だったらうちの会社でもできるな」というふうなことを判断をしていただくための資料を、きちっとまとめるということですね。

あと企業との関係でいいますと、ホームページがかなり有効です。うちも営業に行った先の企業とは別に、企業から問い合わせが寄せられることがあります。

すが、ホームページを見たというところが多いです。ホームページには役員の構成が書いてあったり、年間の予算も書いてあったり、基本情報をしっかり載せています。そういう部分をちゃんと公開しているということが非常に大切なことだと思います。

安藤 ありがとうございます。斉藤課長、今日は非常に夢のあるというか期待が持てるプレゼンだったと僕は思っているんですが、来年度ぐらいはもっと具体的なこと何か出そうですか、その話の続きでいくと、ブランドあたりにしてみてもそうなんですが、いかがでしょうか。

斎藤 今日お話しした内容は、だいたい基本的なコンセプトは形になってきていますので、来年度は実現に向けて詳細な検討をしたいと思います。いろんな仕組みを作るためにはお金がいるわけですがけれども、補正予算の要求に出すとか、この構想を、景気対策としても、雇用対策としても、やっていきたいと思っております。

安藤 命名権のお話ですと、実は我々も、川の中にある石に名前をつけようと考えています。それを管理登録して、GIS や GPS も使いながらネットで位置確認ができたり、あるいは一年に一回ぐらい写真を表示したり。そんなのがやっぱりちょっと面白い取り組みになるんじゃないかなと思っています。さっき私は地勢調査の話をしました、5万円ぐらいの機械でけっこう位置確認ができます。そういうものを使えば、もっと命名権の対象の幅を広げて、特に我々のようにお金のない NPO の資金の基になるのではないかと。またそういった取り組みが、川をもっと楽しむきっかけになったりもするんじゃないかと思っています。名前のついていないような岩を褒め称える、自分なりの物語を考えながら、そういう名前をつけていくというのもきっと楽しいんじゃないかなと思ったりしています。

斎藤 命名権は一度売ってしまうともうそれっきりで二度と収入が入ってきません。そうではなくて、名前をつけるにしても、登録をして、管理をして、自治体側にも、永続的に収入が入るような仕組みを作らないといけないと思います。例えば、命名権者にその使用料の一部を還元するとか、登録管理料ということで自治体に還元すれば、その地域全体に還元されます。またそうした収益がその名前をつけたものの保全にも使われるという形にすれば、皆でその名前を使おうというインセンティブにも繋がってくるわけです。そういう意味では、ネーミングライツというよりも、ネーミングライツの応用というふうに考えて

います。

安藤

ありがとうございました。

話を少し転換して高橋さんにお聞きしたいんですけども、今市町村合併をやっていますが、当初関係市町村の数がずいぶん多かったですよね。多くの市町村を対象にして民泊をしてもらったり、あるいは受入側との調整を進めてこられた。市町村が多い中で具体的な事業をやるというのは、私たちから見たら合意形成が大変ではないかという気がするのですが。ご苦労はありませんでしたか。

高橋

どちらかという、体験型観光というものについては良く分からないということで、やや後ろ向きな、「少し間を置いてみましょう」という感じでした。ですので、「これは南信州観光公社が進めてやっていくことですから、プログラムをやるための理念や考え方、進め方、事業を進める際にいつ、誰に、何ををお願いをするかという部分の割り振りなどは、全て私どもが持ちます」というやり方で協力を募りながらやりました。その結果、地域の方たちから、自分たちが参加型でできる事業なんだったら「何でうちの町や村は、南信州観光公社に出資していないんだ」という声があがった。そして徐々に行政が「それじゃあよく分からなかったから高橋さん、内容説明してください」というような形になりまして、私も議会の産業経済委員会の議員さんに説明するなどしました。そうすると「ああそういうことで地元の人たちが一生懸命やって、なおかつ観光公社っていう組織があるんだったら出資しようじゃないか」という、ボトムアップの形になりました。この事業自体は何もものすごい大掛かりなものではありませんので、南信州観光公社あたりを基軸にして、そこがいろんな形で采配をしながらやっていくという形です。私はこれを「基軸連携型」と呼んでいますが、全部合意形成をしながら少しずつやるのではなくて、あくまで私たちがこうやりますので、ご理解ください、という形で進めました。

安藤

具体的なこの事業があるというのはやっぱり強みなんでしょうね。

高橋

そうですね。事業があると、そのためにいろいろ関わってくれます。いろんな考え方とか、こうしなくちゃいけないねとかノウハウを蓄積をしたり。やっぱり最初からやってくると一目置いてくれるということでしょうか。

安藤

流域を考えていく上で、合意形成の手続きの問題などは、一番面倒くさくて非効率で無駄に思えることが多いのではないかと思いましたが、森田さんのと

ころはいかがですか。

森田

合意形成は難しいです。顧問や役員、評議委員に地元の経済団体などが入っているという話をしましたが、全部含めると約 90 ぐらいあるんです。回るだけで凄く大変です。ですので、上の長の人とかが変わるとすぐに挨拶に行っているいろと手続きを取らないと、「来年から会費を払わない」とか、ボタンの掛け違いのようなことがおきます。いろいろな手違いがあって、その都度必死に走るといふうに 10 年やってきました。

やはりそこは事務局としてフォローを丹念にやっていかないといけない。事務局の仕事としてはそれが一番大切かなというふうによく考えています。

安藤

事務局体制の重要さというのはお二人の話もそうですし、作野先生のところも 6 人体制ということになると、かなりしっかり事務局のデスクワークも含めて現場が効率的に動いていらっしゃる。

作野

うちの団体の場合は理事長の下に実務型事務局長がいて、そこに若いスタッフや年配スタッフがいますので、そういう面では恵まれております。ただ、高橋さんと森田さんの事例で申し上げれば、お二人の団体とも素晴らしいなというふうに感じます。特に森田さんの団体は、典型的な事務局調整型ですごくご苦労があると思います。それは森田さんが素晴らしいというのも勿論あると思いますが、私の直感ではそれを受け入れるバックボーンとして、東三河地域がいろいろ地域づくり活動を熱心にやっていることが大きいと思います。例えば、愛知大学と関わられているとか、地域に関する研究所があるとか。やはりそれがあるから、その上にご努力もされて、それがちゃんと成就するとうことではないでしょうか。これは非常に理想形だと認識しております。

一方、高橋さんの団体も素晴らしいなと思います。おそらく結果的に「基軸連携型」になったんだと思いますが、私も安藤さんがおっしゃるように本当に合意形成をするための作業には労力を要します。でもこれは私がご紹介したように集落に入る者の障壁と同じ、つまり必要悪というか、だからこそ地域が持続している、人が営んでいるという証拠だと思うんです。私もいろいろそういう人たちと関わって頑張ってきましたが、労多くして実り少ない。

結論として何か上手くいけばみんな賛成してくるんです。「修学旅行生なんて来るはずがない」と言っていたような人たちが、だんだん高橋さんたちが頑張って成功すると、「ほらうちの地域すごいでしょ」というふうによく自慢する。応援する側が変わるんです。

水源地域対策課で平成 18 年度に「上下流連携からはじめる流域一体化」とい

うマニュアルがありますが、128 ページに「地域を変えるにはまず私が変わること」という第6章があります。主語は「私」なんです。これは非常に重要なことです。つまり高橋さんが現場でどう言われたかは分かりませんが、「私がやります」、「私が責任をとります」ということです。こういうところからスタートして、そして手柄は共有する。こういうやり方で成功されたかなと、お話だけでお聞きしてそういう印象を受けました。

安藤 山田さん、例えば既存の組織があるところに呼びかけるのはいいでしょうけども、そういう受け皿のないところではどうでしょう。そういったところに声をかけながら事務局らしきものを作っていき、あるいはお世話してもらいながらやっていく。最初は事務局なんかにも会えなくて世話役だとか世話人だとかというぐらいだと思うんですが、そんな事例の中で「この人は」と思うような人をピックアップするコツみたいなものがあるんですか。

山田 コツも何もありません。まずは通います。いろんな人たちと出会いを深めていく中で、このままじゃいけないという思いを持っている方に出会います。その出会いがあった瞬間に何か時計の針が動き出すという感じです。

一番大事なことはその地域の状況の中で自分のことではなくてこの地域の将来であったり、さっきも無関心層の関心という話で教育や暮らし、食という話がありましたけれども、ある特定のテーマに対して非常に将来に対する懸念ないしは夢を持っている方々、その人たち自身にこちらから問いかけていきます。その瞬間に、自身自分で変わっていく、または変えていくというものが出てきて、それが最初の小さな一歩になる。その一歩をもとに地域のいろんな人たちと出会わせていただいて、そこをコーディネートする。そして具体的にその活性化に向けてプロデュースする。まさにそういうのを何回も重ねました。

そこで、きちんとしたストーリー、高橋さんの言うような基軸連携型、一つのしっかりした組み立てというものを誰かが担わないと、いくら思いがあっても、バラバラなものはそのままバラバラだと思います。

安藤 そういう意味では例えばリーダーというような名前をつけなくても少し時間をかけて丁寧にお付き合いをしてくれば、自ずとそういう役割の人たちというのが見えてくる、あるいは動きが始まるというような認識でしょうか。

山田 「こういうエリアでなければならぬ」というのはありません。その人その人の中に持っている力を、どういうふうに水面に出るようにするか、というあたりの話です。私がお話した、最上川と五ヶ瀬の例でも、実際に円の真ん中

にいらっしゃる方々は、最初は自分がそれを担うつもりはなかったと思います。結果として皆の笑顔、win-winのように、smile-smile-smileの関係ができる。三人の笑顔が見えた瞬間にそこに一つのテーマが生まれてくるのだと思います。

安藤

今日は会場に行政の方が多いので、おそらくそういったきっかけづくりの提案で困っていらっしゃるんじゃないかと思います。既存の町内会や自治会に声かけて、あるいは既存の団体に声かけてその河川だとか環境だとかやるというのが一般的だと思いますが、そういうのも全くとっかかりが見えない地域の人に、どうやって説明しながら進めていくのか。

こういうところで悩んでいらっしゃる方いらっしゃいませんか。

会場から
の質問①

私はNPO法人で印旛沼広域環境研究会のメンバーです。平成19年度、印旛沼の水質は11ppmで全国ワーストワンでした。また、同じ利根川水系の手賀沼も20年間ワーストワンだったんです。利根川水系の流域人口たしか1,200万人ぐらい、受益人口が2,700万人も住んでいますが、私どもは非常に危機意識を持っています。このままいくとこの利根川水系はどうなってしまうのかということです。行政や各関係機関にもあたっていますが動きがあまりありません。ということで、それをどういう形で私どもで進めていいのか。千葉県人口600万のうち150万人ぐらいは印旛沼の水を飲んでいきますので、浄水コストとするとだいたい320億ぐらい住民負担で確保しています。水源税という制度についても考えてきました。

しかし、都会の人たちは無関心というか、いわゆる生活環境まで思いがいかない。そこで山田さんにお聞きしたいんですが、水源地と主に都会に生活している人たちをどういうふうに繋げたらいいのでしょうか。

山田

今のお話を聞いてまずさっきの報告の一つのキーワードを思い出したんですけども、中庭さんの資料に社会的な水循環というキーワードが一番最後のページの上のほうに書いてあります。都市における社会的な水循環の想像力が足りないと書いてありますが、これすごく勉強になったキーワードです。まさにそうなんですね。

今のフロアからのご質問もそうだと思いますけれども、普段の生活の中に自分たちの水循環というと、よく言われるところでは「水道をひねるとその向こうに水源がある」というふうな標語ですが、生活実感の中になかなかそれが入ってきていない。それはどういうことかということと水質とか水量という側面だけで水が捉えられがちで、もっと本質的に水が持っている地域社会の中に入り込

んでいる意味を感じさせるプログラムがないということです。また、それを誰が伝えるかという部分を常に教育者に頼りがちだということです。実はそういったところを伝える力というのは地元に関わっている、生業を営んでいる人たちが一番よく分かっている。例えば主婦であったりするんです。

そういったことを意図的にプロデュースする取り組みとして私たちがやったのは、安藤さんにもご協力いただいた広島でのレストランのシェフたちとの取り組みです。まさに彼らは食というテーマを使うので、当然、水ということに対しても非常にこだわっています。そういう方々自身に対してまずは問いかけとしての水というものを、社会的な水循環ということ意識化させることをお互いに確認した。結果的にそういう方々自身が水であったり食であったりということ自分のお客さまたちに語りかけていただけなんです。当然その地についている方々ですからその地域の環境というものにこだわったテーマを自ら選びとっていきます。

先ほどの質問に答えられているか分かりませんが、一朝一夕にぽんと変われるようなテクニックというのはなくて、誰かがそこより一歩抜き出したステップを築いていくことが必要だと思います。大きな意味での交流とか連携とかという議論をしてきたんですが、一つ一つの地域の中での社会的な水循環という観点からの組み立て方を、行政の施策として必ずしも十分とられていなかったと思いますし、逆に NPO の活動もまずはその入口論として大きなことをやっていかなきゃいけないという社会的使命がありました。次のステップに行く部分で企業と連携し始めるときにしても、企業と連携しているんじゃなくて企業の担当者で連携しているんです。そここのところをもうちょっと丁寧に見ていかないと何か仕組みができた時に、それに乗っかれば話が進むというものでもないというふうに思っております。

安藤

ありがとうございました。

確かに中庭さんのお話の中にも水を生活の場面で捉えることの大事さがありました。「私が」という主語が重要だというお話が作野さんからありましたが、それぐらいしないとリアルなところが見えてこないという今の世の中なのではないかなと思います。全体が評論家で終わって、「はい、さよなら」みたいな部分があるんじゃないかなと思うんです。

齊藤

現実性の問題として、消費税を上げようかと言っているときに新たな目的税を導入するというのは 100%無理だと私は思います。以前に水源税に関する議論があった際に、私は本当に税金なのかという感じもしていました。社会全体が受益者なので、その必要性を認識して、社会全体で広く薄く負担しようという

思想は引き継ぐべきだと思いますが、そのための仕組みは必ずしも税である必要はないと思っています。

今数十年前と違っているのはやっぱりドネーションという仕組みが世の中にかなり浸透しているわけです。それも ICT やネットの発達を通じて気軽に参加できるようになって、一つの新しい動きだと思います。

それからもう一つは、さっきからフェアトレードと言っているわけですが、税みたいな話ではなく、なおかつ、ドネーションというの、そこそこぐらゐのレベルで終わりということになると、やはり通常の経済取引の中で産地を支えていくというのは非常に分かり易い話で、しかも、誰でも参加することができるわけです。そういう発想で考えてみるのも、社会全体で水源地域を支えるという意味においても、新しいフロンティアではないかと思っています。そういう意味で、社会的な支援の誘導方策ということをさんざん言ってきたわけですが、そういう文脈で、これまでいろいろと考えてきて、最後に行き着いたところがこのフェアトレードというコンセプトなんですね。これはぜひやってみたいと思っています。

安藤

フェアトレードに近いような考え方というのはたぶんふるさと納税あたりにもそれに近い部分があると思うんですね。今我々の株式会社のわかたの村で話をして再組織をしているのは、ふるさと出身者の会です。ふるさと出身者の方をもう一回しっかり再構成をして、お客さんになってもらったり、あるいは情報を集めてもらうような、そういう仕組みを作りたいというので今作業をやっています。

たぶんそういう動きがこれから各地で出てくると、水源地域を少し元気にする応援部隊にもなってくるのではないかなという気がします。具体的なお金というよりも情報だったり人の動きだったりというのが重要になってくるのではないかなと思います。

それでは中庭さんに少し話をさせてもらいたいんですが、さっきちょっと言いましたように、例えば具体的にはこの水の文化という雑誌の編集方針を変えたというお話なさいましたけど、非常に身近な暮らしに焦点を当てて、暮らしから水を見るというその一番視点を換えられた大きな理由というのは、どんなところがきっかけだったんでしょうか。

中庭

今ご質問された方のお答えにも繋がるかと思うんですが、大所高所からの話だけを掲載してしまうと、他の環境についてのジャーナルと同じになってしまいます。「水に多面的機能がある」というのは当たり前の話ですから、それをもう一步深掘りしないと整理したメッセージにならない。よく水田の多面的機能

あるいは森林の多面的機能と言われますが、これはそれぞれがコモنزとして守ることが大変になってから言われ始めたということなんです。水についても少しずつそういう機能を言い始めなくてはならないけど、ではそれが具体的にはどういうことなのか。

僕らは水のいろんな機能を利用しています。日本では水力発電というとダムのことを思い浮かべますが、小水力発電にも使える。日本の歴史を見ますと明治時代には4万を超える水車があった。それを用途、機能として考えると、例えば郊外から都市部にかけて下水化してしまった用水路をもう一回水路としての機能を持たせることで復活できるということが分かるわけです。そういう機能、用途開発を少しずつ進めて、具体的に自分の暮らしの中で水を捉えていくことが、実は水の価値を発見していくことになるんじゃないかと思います。

こう考えると、都市部は水と縁が少ないと言われますが、実はそうでもない。というよりも皆さんが意外と気づいていない。それを意識できるようになった人は、先ほど話に出た印旛沼、手賀沼などの水質汚染の問題についても、「自分の出した排水がここに行くんだな」ということが少しずつリアルに分かって、心理的・社会的距離感が縮まってくると思います。そうすると、自分もたぶん水の出し方、消費の仕方を変える。つまり、水の文化をつくるということになるんじゃないかと思います。そういう思いに至ったことがきっかけですね。

それは今お話に出たフェアトレードでも同じことで、フェアトレードが成り立つためには、水を使ったいろんな観光あるいは物産の価値がちゃんと生まれてこなくてはならない。その価値を作るためにはやっぱり暮らしの場面で、水がこれだけ役に立っているんだよ、という機能をたくさん挙げていくことが必要なことと思います。

安藤 身近なところでそういう動きが出てくることで気づく人が多くなる。当然そういう気づく人が多くなる中で新しい動きが生まれてくるという筋書きはできますよね。

中庭 そう思います。重要なことなんですね、気づいていないのですから。

安藤 それはもう一つの新しい運動にも続くんでしょうね。

中庭 そうというふうに私は思って活動をしています。

安藤 地道な動きでしようけれども企業としても子どもたちにこういう副読本を作って実際におやりになっていますけども、子どもたちの反応はいかがですか。

中庭

水のことを体験的に分かってもらえれば良いというレベルでやっています。

毎年一回私どもでは「水に関する生活意識調査」を行っているのですが、そこで3年ほど前から「あなたが泳ぐならば自然の川や海がいいですか、それとも清潔なプールがいいですか」という質問を投げかけています。そうすると、川や海が44%、プールが40%という結果になる。やはり子どもの時に自然の水に触れて泳いでいる体験のある人は実際に海で泳ぐけれども、子どもの頃からプールで泳いでいる人は、そういうことをあまり考えなくなるのではないのでしょうか。子どもの頃に水の体験をしてもらう、身体で気づいてもらうということも実は先ほど話に出てきた「価値を作る」ということに繋がるんじゃないかなという予感を持っております。

安藤

そういった動きをもっとダイナミックにできないか展開できないかというような思いがあって、山田さんのご報告の五ヶ瀬川流域での取り組みというのにすごく興味を持ちました。大学生の皆さん方が地域に入っていく、特にこういう地域活動をやっていく中で調査も含めて、非常に期待を寄せるのが大学生であったり、あるいはリーダーとはいかなくても人の存在というのはすごく期待をする部分があるんですが、先ほど山田さんがお話しした五ヶ瀬の取り組みの中で特に大学生の変化だとか、あるいはこれから期待するところあたりの話をしていただければと思います。

たぶんこれから地域でコーディネートやプロデュースする人たち、これは土地だけではなくて中山間や水源地域も含めて、特に田舎でそういう人材がほしいというところで手が挙がっているんじゃないかと思うんです。その人材をどこが供給するのか、あるいはもうそのまま供給せずに終わるのかというのがあって、何としてもその五ヶ瀬の流域で育った人たちが全国に散らばってくれないかなという思いがあります。

山田

昨年の秋に地域づくりを一生懸命やっていたらしゃる各大学の先生、特に研究型というよりもむしろフィールド型の先生に声をかけて、二泊三日で合同合宿をしました。こういうゼミにはだいたい元気のいいゼミ生が10人、20人いるんです。今の学生はこういう時代状況の中で育っているので、自分たちのポジションというものを非常に一生懸命考えていくスタンスがあります。そういう子どもたちこういうゼミに参加していると、自分自身が地域の中に社会の中にどういう役割が担えるか、学生自らが自分たちがこれから出ていく社会でどういう役割を担えるだろうか、という問題意識を非常に持っています。そういう学生たちに本当に現実社会というものを勉強してもらえるきっかけを作りたい

いということで、具体的には宮崎大学と長崎県立大学に参加していただきました。

普段それぞれのゼミでも身近な町中の地域づくり、中心市街地の活性化などに取り組んでいると思いますが、この合宿では九州の地域づくり学生ゼミリーグみたいなことをやったんです。そのことによってその一つのテーマに対して多面的な捉え方がある、しかも自分の恩師からだけでなく、その他の先生や学生、コンサルタントから気づくことも多い。地域社会が成り立っている立体構造をそこでリアルになぞっていくというものでした。

最初は不安の中で、まずはとにかく行ってみよう、参加してみようということからスタートでした。結果として一つ感じたのは、水田地域に暮らしている普通の住民の方々の、そういう若者たちに対する接するまなざしです。常に自然の中での厳しさというものを経験している方々がそういう若者を扱う、人材を育てる能力というのは非常に素晴らしいと思いました。都市ではそういったものが崩れていろんな問題ありますけれども、中山間地域のおじいちゃんおばあちゃんたちの持っているそういった教育力を今回強く感じました。

学生たちは元々何か自分の役割を担いたい、何か発揮したいという思いを持っていましたので、ただ話を聞きかじりだけでなく、聞いたことをきちんと自分で表現する、それを社会的起業、ソーシャルビジネスで何かやってみたいという話に繋げていって、ゼミ合宿の後、実際に2つ3つとプログラムに発展しました。

山が持っている地域力みたいなものが何かの拍子に人を育てるということ、何かに働きかけをする瞬間にそれぞれ持っている力が一つのストーリーとして結集されるということがまさにここの事例です。

安藤

同じような質問を作野先生にもさせてもらいます。この「木次の歩き方」の編集に携わった学生というのは結構楽しんだり変わっていったんではないですか。

作野

私の学生の反応は基本的に田舎を嫌がらない、ほとんど抵抗はないんです。ちょっと前ですと牛の臭いがくさいとか虫が飛んでいるとか、そういうことを平気で言っていたんですが、今の子どもたちはそんなことは殆ど言わないです。その代わり、連れていくと喜びますが、連れていかないと一切行かない、存在を知らない。私のところに来ている学生も尾原ダムから木次という地名を知っているだけで、行ったことがない。これは東京の方や都会の方が島根がどこにあるか知らないというのと同じだと思っています。したがって、私としては、そういう認識すらない人に地域を認識してほしいという願いがあります。それ

を直感的にやっているのが一橋大学の大学院生の尾野さんという方です。彼は東京発大阪経由で学生をバスに乗せて島根県に送り込む、という取り組みを成功させています。

でも私は彼の直感が正解だと思っているんです。そうでもしないと今の若者は好きとか嫌いじゃなくて存在を認識していないので、来ないんです。山間部、水源地域がなくなっても殆ど気にならないという、そういう育ちをしているので、まずそこに刺激を与えたいというのが一つです。

もう一つの話ですが、この冊子を作った連中は私が育てた学生ではありません。こういう学生達は、どこへ行ってもうまくやっています。そういう学生達ばかりが日本の若者だったら日本の将来は安心ですが、1%もないと思います。だからこそ、私たちのような教員が、少しでも地域に貢献するような人間を育てているわけなんです。

ところが大人たちというのは、こういう優秀な人たちが好きなんです。こういう人たちを褒める。そして、そうでない学生だと、お前そんなことも知らないのかと途端にさげすむ。ここにいらっしやる方は反感を持たれるかもしれませんが、私は似たような田舎に住んでますからわかるのです。やっぱり、田舎側ももうちょっと若者への接し方を勉強しないといけない。それが山田さんたちがおっしゃるような smile—smile—smile の関係になる一歩だと思います。

安藤 この学生達はその他の中山間地域や今日のフィールドのようなところが元気を出すように、私たちやってみるわ、みたいなことを言ってくれそうですか。

作野 この学生達はすごいです。日本海側出身で島根大学に来て、今は山陰や田舎で学んだことを都会で活かしたいと考えて、東京で就職活動をしている学生もいます。こういう学生たちが増えていくことが目標です。

ちなみに、「奥出雲の歩き方」を作ったが学生には私のゼミ生は一人もいません。公募して、いろいろな学部から来た学生なんです。

安藤 過疎もそうですが、やっぱり中山間地域に人がいないんです。欲しい仕事をやってくれる、例えば今日もいろいろ出てきたプロデューサーであったりコーディネイト役であったりコーチングができる人がなかなか見つからない。水源地域対策課でおやりになっているリーダー養成の勉強会も、そういう人たちを育てたいというような思いからだと思いますが、どうでしょうか。

斎藤 リーダー養成研修というのは合宿でやっているんですが、いつも非常にいい人たちが来ています。私も去年行きましたが、市町村の職員やNPO関係者の中

には、是非うちの課に来て欲しいと思うような人がいるんです。実際、研修生で来られていた人を水源地域アドバイザーに抜擢したりもしましたし、本当に我々も元気づけられます。

また、その養成研修に参加された人が横でネットワークを作っていて、元々全国各地から来られた方々ですから、その効果は大変大きいと思います。まだ7年ぐらいの取り組みですけれども、それなりの成果というか、効果が全国の各地域に少しずつ出てきているのかな、出てきていけばいいなという、まだ中間評価をするには早過ぎますけれども、引き続き力を入れていきたい取り組みの一つと考えています。

安藤 高橋さん、リーダーとは言わなくても地域でそういう人を発見する、あるいは養成するためのプログラムというのは何かお持ちなんですか。

高橋 こちらから研修会などをやっていくということはしていません。事業を進める上で何回も集落を訪れると、各集落でリーダー的に私どもと積極的に連絡を取ってくれたり、反省会やろうよ、打ち合せやろうよ、などと声をかけてくれる人が徐々に増えてくるんです。それは一つ真の通った理念、イメージと考え方を持ってやっていくことで、それに共鳴して、「まあ自分たちがやることだから少しは協力してやるか」ってなります。あまりこっちから押しつけるようなやり方はしていませんし、一応地域コーディネーターと呼んでいますが、その人に対して何かを言ったことは一度もありません。

安藤 山田さんの発言の中にも地域づくりの人材育成、養成がこれから大事になってくるということで、プロデューサーやコーディネーターの話がありました。

中庭さんはその人材育成というのをどのように考えていらっしゃるのでしょうか。次から次、人事異動で来たらそれが担当で無理やりやらせるみたいなこともあると思いますし、同じような思いを皆が持って、というのなかなか難しいのではないのでしょうか。

中庭 人材づくりについては、地域活動団体と企業の区別はありません。なぜならどちらの場合も結局フィールドに出て、もまれないといけない。例えば水の文化センターの場合でしたら、なぜ私どもの企業はこういう活動をやっているのかということ、それこそ一人称できっちり相手が納得されるような形で説明できないといけません。逃げなければいいわけで、仕事をちゃんと受け止めてくれれば人は育っていくと思っています。

安藤 予定の時間がきたので、会場の皆さん、ちょっとここ聞いてみたいというようなことありますか。

会場からの質問② 水源地域対策アドバイザーの町田と申します。パネラーの先生方それぞれの立場で地域活性化に取り組んでおられるわけですが、当然のこととして失敗を重ねて経験されておられると思うんですね、その貴重な失敗を体験をちょっと一つお聞かせいただければ非常に参考になると思いますので、許される範囲内でお聞きいただければと思います。

作野 全部が失敗なんですけども……。つい最近あったことは、地域にご挨拶に行って、現場側とのコーディネートを一生懸命して、学生や若者を現場に送り込んだのですが、その若者たちへの説明が不十分であったために、現場との間に立つ、中間のスタッフが非常に苦労したというようなことがありました。

高橋 私どもの場合、どうしても一つ一つ丁寧に、なおかつ数を沢山やらないと地域振興にも会社経営にもならないのですが、キャパシティをどこに置くかというのはすごく大きな問題です。農家民泊というのは不備が多いこともありますが、会社を設立した際には、前年の4倍から5倍ぐらいのオファーを全部受けました。それこそ問い合わせが一日朝の6時から夜の1時ぐらいまで毎日携帯電話が鳴り続けましたし、それを全部相手しながら、実際受けながら、次の段取りをするといった感じでした。

ただ考えた結果として、それで受け入れ地域が今度4倍5倍に広がったし、協力者が70人ぐらいだったのが240人に増えました。そういう意味では、結果として一番最初に自ら蒔いた種のお陰で今があるなとも思います。

中庭 失敗というよりも苦労したという話ですが、私どもの組織は最初のうちは少人数で引っ張ってきました。その方がやりやすかった。ところが、立ち上げから10年経つと業務も多岐にわたってきたので、一昨年くらいから、仕事のやり方を良く分かっている1名2名で全部やるのではなくて、数名で仕事を分担して動かしていくことになりました。チームで仕事をするようになってから、私も仕事を仲間に任せて逆に不安になったりしたこともありました。

ただ結果としてはそうやってチームで仕事をするようになってから、期待以上の結果が得られたり、これまでとは全く違った取り組みができるようになったという評判を耳にするようになりましたので、プラスに働いたのかなと考えています。

森田 私はいろいろと失敗ばかりです。役員とか身近な人への報告というのはついつい忙しいと怠りがちになってしまいますが、それを怠るとじわじわと協力が疎遠になってきて、突然ばたっと切られたり、怒られたりします。10年間それをずっと繰り返してきているわけですが、身近な協力者の方をととても大切に思っていないわけではないのですが、つい疎かにしてしまいます。

山田 先ほどちょっと作野先生からレポートをご紹介いただいてその中にも書いてありますけれども、「私が」ということがあるからこそ失敗もあるという、まず主語があるということです。それから「私が」失敗するということは前提として、願いを持つことが重要だと思うんです。やはり何かビジョンを持つこと、願いを持つこと、だからこそ何かやった結果として失敗するということです。失敗というのは結果の言葉なんです。最初にどういう願いを持ってこのプロジェクトをやるか、ということ必ず皆と協議するようにしています。と同時に、やはり行動するときには一人ではできない、ということです。自分の内部完結だと失敗しても伏すことになってしまいますが、やはり仲間がいるとそここのところでお互いにその失敗も含めて共有できるんです。そして、後悔するとまた次の願いに発展しようというモチベーションになってくる。

失敗もきちんと共有をして次の願いに繋ぐというその循環を持てる、水の循環と同じようにそのプロジェクトの循環、それを意識したような組み立てを日々重ねていくということが大切だと思います。

安藤 ありがとうございます。斉藤課長には最後の締めのご意見、今回のこのパネルディスカッションのご感想も含めてちょっとメッセージをいただければと思います。

齋藤 今本当に未曾有の経済危機といいますか、とにかく CSR とか社会貢献などという感じではないんですが、ただ、今の状況を招いたものは何だったかと考えるとやっぱり強欲資本主義ですか、ということで、必ずそれに対する強烈な反省が出てくると思います。この危機を乗り切った後の世界を考えると、社会の共通利益の実現、ちょっとどういうワードが適切か分かりませんが、そういうものがたぶん企業の理念として再び前面に蘇ってくると思います。しかも非常に大きなトレンド、大きなブームとして蘇ってくるのではないかということを確認をしているわけです。

それに備えて我々としてはいろいろ手だてを打っていきたいと思っているわけですが、今の CSR というのは、これは私の印象にすぎないかもしれませんが、猫も杓子もエコ、環境、そして森林、この大合唱、これしかないんで

す。ミツカンさんは置いておいて、先進企業と言われている方々が、森林を自ら取得したり、ボランティアとして入るなど、大変熱心にやっておられるのは非常に素晴らしいんですが、その里に目が向いていないですね。その森林を支えているのは水源地域、水源の里に住む住民であり、集落であり、地域社会であるわけで、我々としては企業の CSR で是非そこを支えて欲しいわけです。今は、企業の CSR といってもその恩恵はそこまで及んでいません。

ということで、2年後になるか3年後になるか分かりませんが、また社会貢献、CSRの大きなブームが来たときに、是非この水源地域の保全ということを有望なテーマとして社会に訴えていけるようにしたいと思っています。そのために、これから1年、2年の間に具体的な行動、運動を通じて、水源地域にCSRや社会貢献のエネルギーが少しでも向いてくるように、その下地づくりをやりたいと考えています。今日お話ししたうちの課の施策も、その一環だと考えていただければいいと思います。大きな長い戦略の下でやっていますよということを最後に申し上げて、終わらせていただきます。

皆さん、ありがとうございました。

安藤

皆さん方のお話聞きながら、改めて現場が先行しているのではないかなという気がします。そして新しいうねり、今日のテーマであります水源を支える地域づくりの新たな潮流というものも、既にかかなりの部分でそういう流れが始まっているように思います。そういった流れが、今後企業からもそうですし、日本全体の合意形成の上でも新しい価値、評価に変わってくるのではないかなという気がいたします。

もう少し斉藤課長の話を進めてお話ししますと、これから企業の皆さん方に呼びかけて、企業が持っている人的な資源を、中山間地域や水源地域に出かけてお手伝いしてもらうために使えないか、そういったシステムが組めないかという研究会の立ち上げの議論を今やり始めています。是非そういったところにもご参加いただいて、水源地域の振興のために、あるいは保全ということにもなるかと思いますが、新しいものを作っていくという中でご協力をいただきたいと思っています。

実感がないとなかなか人が動かないとか、実像の時代になってくるのではないかなと思います。どんなに状態が進んでも、それは単なる情報でしかないということになるかと思いますが。風を感じたり臭いを感じたり肌で感触を感じるというようなことが、改めて具体的に生まれてきたり、そのことのためにお金を使うというようなことも、当然これから数多く出てくるのではないかなと思っています。そういう受け皿としての水源地域という役割もきっとあるんだろうと思いますが、そういった新しい流れを受け止めることができる水源地域

を、手を入れ、あるいは智恵を絞り、これまでの技を組み合わせながら作って
いけたらと思います。今日それぞれのパネリストの皆さん方のお話を聞きなが
ら新しい流れというのは脈々と繋がっているなというようなことも感じさせて
いただきました。

パネリストの皆さんどうもありがとうございました。

<アンケート調査票>

第14回全国水の郷サミット に関するアンケート

このたびは「第14回全国水の郷サミット」にご参加いただきありがとうございました。今後のサミット開催等の参考とするため、以下のアンケートにぜひご協力ください。ご記入いただいたアンケートは、お帰りの際に事務局へご提出ください。

1. 本サミットの内容等に対するご意見等をお聞かせください。

(1) 今回のサミットへの参加の理由等

① 本サミットの開催情報の入手方法を教えてください。(複数回答可)

- 案内文書
- 新聞・HP (具体的に: _____)
- 関係者から (具体的に: _____)
- その他 (_____)

② 参加した主な理由は何ですか。自由にご記入下さい。

(2) 今回のサミットの感想・ご意見

① 参加して良かったと思いますか。(1つだけ○をつけて下さい)

- 大変良かった 良かった どちらともいえない 良くなかった

② 今回参加して、特に参考になったプログラムやその理由等を自由にご記入下さい。

・参考になったプログラム(複数回答可)

- 基調講演「もうひとつの役場」が地域を守り創る」 NPO 法人ひろしまね理事長 安藤周治氏
- 政策発表「水源地域対策のあらたな展開」 国土交通省水源地域対策課長 斉藤一雅
- 調査報告「水源地域づくりのための戦略」 パシフィックコンサルタンツ(株) 山田泰司氏
- 事例報告1 島根大学教育学部 准教授 作野広和氏
- 事例報告2 (株)南信州観光公社 専務取締役 高橋充氏
- 事例報告3 ミツカン水の文化センター 主任研究員 中庭光彦氏
- 事例報告4 NPO 法人穂の国森づくりの会 事務局長 森田実氏
- パネルディスカッション

・特に参考になった点、その理由等

2. 次回以降のサミットの内容等について、ご希望・アイデアがあればご記入ください。

3. その他、何かありましたらご自由にお書きください。

◎ 最後に、ご自身 のことについてお聞きします。該当するものに○をつけて下さい。

● 所属

・行政機関(水の郷市町村) ・行政機関(水の郷認定外市町村) ・行政機関(都道府県)

・NPO ・任意団体等 ・公益法人 ・研究機関等 ・企業

・その他()

● お住まい *直接ご記入下さい。

_____県_____市・町・村

● 「水の郷サミット」への参加

・参加したことがある ・以前から知っていたが参加ははじめて

・今回参加するまで知らなかった

ご記入ありがとうございました。

<アンケート結果>

●参加者の所属

団体名	人数(人)
行政機関(水の郷市町村)	11
行政機関(水の郷認定外市町村)	13
行政機関(都道府県)	11
NPO	6
任意団体等	2
公益法人	12
研究機関等	7
企業	12
その他	4
無回答	8
合計	86

●本サミットの開催情報の入手方法

	人数(人)	構成比(%)
案内文書	50	58.1
新聞・HP	11	12.8
関係者から	24	27.9
その他	4	4.7
無回答	4	4.7
回答者数	86	100.0

●参加した理由（自由回答）

- ・ 水源地域としての役割を果たすには？水源地域と下流地域との交流は？等々のヒント、糸口が見つければと思って。(行政機関(水の郷認定外市町村))
- ・ 水源地域対策の方向性、実施事例に関する情報収集の為。(企業)
- ・ 今後の観光行政の参考になればと思い。地域自然を生かした地域づくりの参考になればと思い。(所属無記入)
- ・ 水源地域の活性化とはそもそも何なのか？活性化といっても資金、マンパワー、動機づけ等、いろいろな課題があるが、先進的取り組みなどがあれば知りたかった。(行政(都道府県))
- ・ 各地の事例等を聞き、自分のところへ役立てられるか検討材料としたい。(行政(水の郷市町村))
- ・ 上下流交流の活動団体を設立したが、今後の活動の参考とするため。(行政機関(水の郷認定外市町村))
- ・ 新しい発想、視点の発見を期待して。(所属無記入)
- ・ 今後の当法人の活動の参考とさせていただきたかった。(NPO)

● サミットの感想

	人数(人)	構成比(%)
大変良かった	25	29.1
良かった	45	52.3
どちらともいえない	1	1.2
良くなかった	1	1.2
無回答	15	17.4
回答者数	86	100.0

● 特に参考になった点、その理由

- ・ 実体の活動に基づいた報告が、今後活動を進める上での参考になる為(行政機関(水の郷認定外市町村))
- ・ 「しかけ」と「人を育てること」をつくることの重要性。(公益法人)
- ・ 過疎地の現状の一端をリアルに知ることができました。(企業)
- ・ 具体的な事例の説明で参考となった。ブループレート運動を発展させたい。人材育成の重要性を再確認したい。(NPO)
- ・ どのように地元のやる気を引き出すか、それを持続させるか、事例を挙げてご説明頂大変参考になった。人づくり、仕組みづくりが、お金がない時代にはより大切なことであると気づいた。(行政(都道府県))
- ・ 当市も、中山間地域で人口が減少しており、参考となる部分があった。(行政(水の郷市町村))
- ・ 社会的な水循環の概念が新鮮であった。今まで、意外と気づいていなかった側面でのとらえ方が参考になる。(NPO)

●

- ・ 地域から「どのような政策を望んでいるのか」についての発表、発言の場も設けて欲しい。(行政機関(都道府県))
- ・ サミットでとりあげられたことを、出席者を通じてもっと世間に広める方法はないか。一般の人にこの行事がもっとよくわかるようにできないか。(公益法人)
- ・ 森ではなく、水そのものを活用した地域振興をテーマにした事例が欲しい。(公益法人)
- ・ 現地研修があればと思います。(行政機関(都道府県))
- ・ できるだけ多くの人に参加してもらい、内容をPRし、実行してもらおうようなPRが大切。(企業)
- ・ 過去の取り組み報告(地域が刊行したもの)を入手、購入できるコーナーがあれば。(企業)
- ・ 次回は、水の郷として身近な水を生かした活動についても紹介をしてもらうことが良い。又、それぞれの地域がブランド化など、PRを実施しているので、一堂に会したPR展のようなものを合わせて開催してはどうか(行政(水の郷市町村))
- ・ 海外事例も、モデルとして紹介するとよい。(企業)

■ 所属組織と開催情報の入手方法の関係

	総計		行政機関 (水の郷市町村)		行政機関 (水の郷認定 外市町村)		行政機関 (都道府県)		NPO		任意団体等		公益法人		研究機関等		企業		その他		無回答	
	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数	構成比 (%)
案内文書	50	58.1	10	11.6	9	10.5	10	11.6	3	3.5	0	0.0	7	8.1	1	1.2	3	3.5	0	0.0	7	8.1
新聞・HP	11	12.8	2	2.3	1	1.2	0	0.0	0	0.0	1	1.2	0	0.0	2	2.3	4	4.7	1	1.2	0	0.0
関係者から	24	27.9	1	1.2	4	4.7	1	1.2	0	0.0	1	1.2	4	4.7	4	4.7	5	5.8	3	3.5	1	1.2
その他	4	4.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	2.3	0	0.0	1	1.2	0	0.0	1	1.2	0	0.0	0	0.0
無回答	4	4.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.2	0	0.0	1	1.2	1	1.2	0	0.0	0	0.0	1	1.2
回答者数	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0

■ 所属組織と満足度の関係

	総計		行政機関 (水の郷市町村)		行政機関 (水の郷認定 外市町村)		行政機関 (都道府県)		NPO		任意団体等		公益法人		研究機関等		企業		その他		無回答	
	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数(人)	構成比 (%)	人数	構成比 (%)
大変良かった	25	29.1	2	2.3	5	5.8	2	2.3	3	3.5	1	1.2	2	2.3	2	2.3	5	5.8	1	1.2	2	2.3
良かった	45	52.3	7	8.1	8	9.3	6	7.0	3	3.5	1	1.2	7	8.1	3	3.5	3	3.5	2	2.3	5	5.8
どちらともいえない	1	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
良くなかった	1	1.2	0	0.0	0	0.0	1	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
無回答	15	17.4	2	2.3	1	1.2	2	2.3	0	0.0	0	0.0	2	2.3	2	2.3	4	4.7	1	1.2	1	1.2
回答者数	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0

■水の郷サミット参加経験と開催情報の入手方法の関係

	総計		参加したことがある		以前から知っていた が参加は初めて		今回参加するまで知 らない		無回答	
	人数(人)	構成比(%)	人数(人)	構成比(%)	人数(人)	構成比(%)	人数(人)	構成比(%)	人数(人)	構成比(%)
案内文書	50	58.1	11	12.8	15	17.4	20	23.3	4	4.7
新聞・HP	11	12.8	3	3.5	6	7.0	2	2.3	0	0.0
関係者から	24	27.9	2	2.3	8	9.3	14	16.3	0	0.0
その他	4	4.7	0	0.0	0	0.0	4	4.7	0	0.0
無回答	4	4.7	2	2.3	1	1.2	1	1.2	0	0.0
回答者数	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0	86	100.0

