

事業2 新しい民民連携を促すマッチングイベントの実施及び支援メニューの整備

1) 目的

民民連携を生み出す機会として、NPOと民間企業、各種機関等が一堂に会すマッチングイベントを開催し、お互いに連携・協働して取り組める地域づくり活動・事業を新たに創出する。

2) 取組の概要

(1) プログラム内容等の検証実験（マッチングイベントのプレ開催）

マッチングイベントのプログラムについては、様々な手法（地域財オークション形式／賛同者募集を目的とした活動見本市／ワールドカフェ形式での情報交換ワークショップなど）がある中、どれが当地域に最も適しているかを探るために、プレイイベントを実験的に開催した。

(2) マッチングイベントの本開催

プレイイベントの成果を踏まえ、民民連携を促すマッチングイベントの本開催。

3) 協力先・協力内容

協力先	協力内容
一般社団法人いわふね青年会議所	・企業側の参加呼びかけ ・立ち上がった新プロジェクトの自主事業化
大洋酒造（株）	・トークセッションへの出演
高根フロンティアクラブ	・トークセッションへの出演

4) 取組内容と実施結果

(1) マッチングイベントのプレ開催（プログラム内容等の検証実験）

①プログラムの企画立案

マッチングプログラムとしては、様々な手法がある。様々な角度から検討した結果、プレイイベントでは「ワールドカフェ形式」を採用することにした。その理由は以下のとおりである。

(ワールドカフェ形式を採用した理由)

- ・マッチングイベントを行う際、最も重要なのは「多様な主体からの参加が確実に見込まれるかどうか」である。マッチングを促すためには、分野を越えた多様な参加者を集めることが絶対条件であるが、どんなに高尚な理念を掲げても、それに共感してもらえなければ絵に描いた餅である。
- ・これを最重要課題として競技した結果、気軽に参加できる雰囲気があるワールドカフェ形式が最適であると判断した。

※地域財オークション形式や賛同者募集を目的とした活動見本市の場合、参加にあたってはかなりの準備（特にプレゼンターはプレゼンの内容・方法等を入念に検討し準備することがマッチングを生み出すための絶対条件）が不可欠であり、気軽に参加できる類いのものではない。また、支援を必要とする側と支援する側という構図ができあがってしまい、真の意味での協働が生まれにくくなる可能性が高い。こうした理由もあり、ワールドカフェ形式を採用するに至った。

そこで、平成 24 年 10 月から都岐沙羅パートナーズセンターといわふね青年会議所の協働で開催している「まちカフェ」というワークショッププログラムをベースにしており、これをマッチングイベント用にアレンジし、名称も「夜のまちカフェ」として開催することにした。

<企画概要>

- 意見交換のテーマは敢えて「これからの協働を考える」といったかなり漠然とした内容にした。この理由は、参加者からの意見・アイデアを出しやすくするためである。
- 全体で 2 時間のプログラムとし、参加人数を 20 名程度と想定し、参加者を募集する。
- 会場内には 4～5 名で 1 グループとなる丸テーブルと椅子を配置し、カフェにいるような雰囲気（茶菓を用意）でざっくばらんに意見交換ができるような内容とする。
- 20 分を 1 ラウンドとし、3 ラウンド実施。参加者はラウンドごとにテーブルを移動し、思い思いに意見交換を実施する。
- 最後に、各テーブルで話し合われた内容を全体で共有する。

②開催概要

開催日時：平成25年11月5日（火）

18：00～20：00

開催場所：村上プラザ2Fプラザホール

参加者数：31名（10団体／個人参加もあり）

<プログラム>

18：00 オープニング（15分）

18：15 第1ラウンド（25分）

18：40 席の移動

18：45 第2ラウンド（25分）

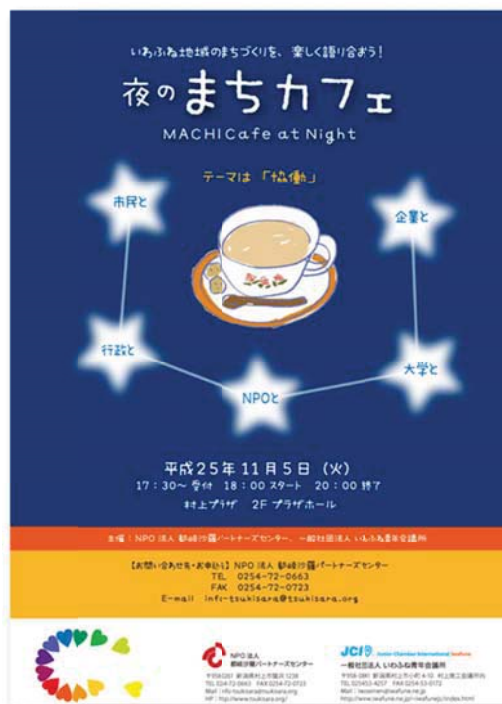
19：10 席の移動

19：15 第3ラウンド（25分）

19：40 成果の確認

19：55 クロージング（5分）

20：00 終了



参加者募集にあたっては、地域内に全戸配布したチラシ（p14参照）の他に単独でもチラシを作成し、アンケート回答団体（p9～）などを中心に参加の呼びかけを行った。

※まちカフェの進め方

会場に複数のグループ（テーブルを囲むように椅子を配置）を配置し、それぞれのグループに話し合いのテーマが事前に割り振っておく。参加者はその中で自分が話したいというテーマのグループに着席し、自由に意見交換を行う。まちカフェの場合、20～25分を1ラウンドとし、ラウンドごとに席を移動するというルールで3ラウンド行うという形式で実施している。各テーブルには、進行兼記録係のスタッフ（ラウンドが変わっても移動しない）が配置されており、出された情報・意見をテーブル上の模造紙に書き込む形式で記録を取っている。第2ラウンド以降は、この模造紙に書かれた内容を最初に確認し、その上で意見交換を始めるにしている。これによって、人が変わっても話し合いの内容が深まったり、広がったりしていく。

なお、夜のまちカフェでは、話し合いのテーマを各テーブル共通で「協働」と設定して実施した。これは多様な意見を引き出すために、敢えてテーマを絞りをこまずに行った場合はどうなるかを検証するためである。

③開催結果

平日の夜という日時設定にも関わらず、地域内のNPOや企業担当者、行政職員など31名が参加。NPO側はこうした機会への関心が非常に高い反面、純粋な企業側か



らの参加者少なかった。(いわふね青年会議所メンバーは本業では企業経営者側の立場でもあるため、このあたりのバランスは十分に取れていた。)

当初は想定していなかった成果(具体的な連携事業の企画2件)が得られ、このプログラムの有効性が実証された。



<プレイベントで出された意見のまとめ>

各テーブルで出された意見を全体で整理した結果は、次頁のとおり。

※原寸資料(A3サイズ)は巻末資料4を参照

夜のまちカAFE

話し合いの概要

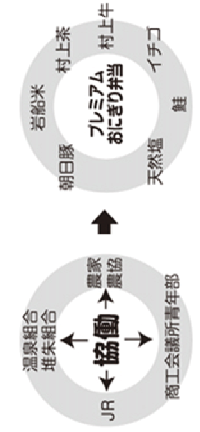
協働を視野に入れた地域活性化のアイデア

- ・シャトルバスの運行をイベント時に協働で行えないか
- ・レトロバスや人力車を出す
- ・スタンパラリー方式：一日体験イベント、二日目風呂まつりなど
- ・子ども中心とした職業体験ツアー
- ・人形さま巡りや屏風まつりなど、人が集まるイベントを他地域につなげていく
- 例えば、賢ヶ森山登山や高根のそばまつり、笹が濡れなど
- ・ツアープランを業者任せにしないで、もっとバラエティーに富んだツアーを実施する
- ・地域活性化協議会は、もっと他団体や企業等と連携していくべき
- ・子どもを輩めれば賑やかになる
- ・地域の特徴をもっと生かすべき 例：奥三面でハンジージャパン
- ・駅前をもっと賑やかにする
- ・移動が大変なので安くするプランを考える
- ・バスを利用した観光コースを作る
- ・つかみ取りなどの自然体験は子どもが喜ぶ
- ・子どもの特権が少ない
- ・ラフティングのコースづくり
- ・冬の観光を考え、もっと雪を活かす
- ・美味しい食べ物があるので、それを活かす
- ・伝統行事の復活をする良い（11月のたんごの木、どんと餅など）
- ・スキートレッキング
- ・スポーツクラブの合併、または協働事業を増やす
- ・もっとお寺に人を呼びたい、使ってもらいたい
- ・塩谷の醤油蔵をもっと観光客に見てもらいたい
- ・異業種の情報紙を定期発行してはどうか？
- ・井当屋と農業のコラボレーションができるか

POINT!
つながりを生むにはコトを起こすことが重要！

今までなかった駅井をつくる

食の宝庫である村上にも関わらず、未だ駅井がない。SLも走っているのだから、地元農家や宿泊施設、JRなどが協働を行って新しい駅井を企画して地域活性化につなげてたい。



具体的な協働企画

具体的な協働企画

協働のメリット

- ・情報の共有により情報発進力が増し、人との繋がりが増える
- ・協働することにより、ワインウィンの関係ができる
- ・相乗効果が図れる
- ・資金も大きなものになる
- ・ターゲットを絞って協働事業を行えば新たな発見がありそう

地域での課題

- ・役員の高齢化が深刻
- ・イベントに人が集まらない
- ・子どもが少なく集まらない
- ・役員自体を入れ替えないと人が集まらない
- ・後継者不足
- ・人材はたくさんいるが、やる気スイッチが入るタイミングが難しい
- ・いるいるなことをかけ持ちしている人が多い
- ・地域全体でどんな素材があるか、ということがわからない
- ・(地域のお土産は何かと聞かれて答えられるものが少ない)
- ・どうすれば効果的に人を集められるかが問題
- ・農産加工業者は、その後の繋がりが薄くなっていく
- ・面倒くさいイメージがあるため会員が減っている
- ・伝統芸能が少子化で続けられなくなっている (大塚沢)

POINT!
そもそも地域の課題がオープンになっていない

POINT!
地域の魅力をもう一度再発見することが大切

協働を行うに当たって大切なこと

- ・集ったビジネスのように高齢者を使ったビジネスを企画すべき
- ・外から来た人と一緒に地域の魅力を再発見することが大切
- ・役員の仕事が増れば新しいことも考えられるようになる
- ・楽しそうに活動していることが大切
- ・他地域との連携も必要
- ・もっと地域の魅力を必要
- ・今までなかったような面白いプランをたてられるかどうか
- ・集落の協力が必須
- ・情報だけでなくアクシオンにつなげると good!
- ・自ら探照していくことが大切
- ・知り合いがいるとコラボは始めやすい (能登新 + 富士美園)
- ・これまで接点のなかった人との繋がりをつくる必要がある
- ・それぞれの連携が大切
- ・観光の目玉は昔からその地にあったものであるべき

POINT!
協働に対する理解をもっと深めるべき

POINT!
お互いの思いを共有する必要がある

POINT!
お互いの課題ややりたいことを話せる場が必要

1協働が進まない理由

- ・お互いの理解を進めるのが難しい
- ・持続するのがたいへん
- ・コーディネートしてくれる人が少ない
- ・お互いにメリットがないと成立しない
- ・行政のスピードが遅い
- ・市厚に直接話すと、その下のクラスの管理職がへそを曲げる
- ・一生懸命やっている人たちがなかなか報われない

地域内の事例に学ぶ

- ・高根では東京の学生さんなど、若い人との結びつきが強い
- ・企業の CSR もそういう土壌の中で展開されている
- ・活動を続けていくと、みんなを巻き込んでくれる (フィルムコミッション)
- ・ロケ地を借りる時に企業の協力が必須
- ・地域の宝物である「水」を使っていくと美味しいお酒が送れるというのがそのスタート。お酒に使うことで地域資源に光が当たった (鈴ヶ瀬、吉津浦水)
- ・お寺を使った写真展を行っている (お寺はかつて公民館の役目を果たしていた)。

新しいいちご酒をつくる

大洋酒造と夢ファームあらかわの間で、協働事業を生み出せよう。夢ファームで今まで捨てていた B 級品のいちごを大洋酒造に提供し、大洋酒造がいちご酒をつくる。



具体的な協働企画

具体的な協働企画

【マッチングに関する成果】

以下の2つが具体的なマッチング成果として上がった。

①酒造会社と農業法人の新たな連携事業

各ラウンドでは、冒頭にグループ内で各々が簡単に自己紹介（名前と所属）を行うことになっている。同じテーブルに地元酒造メーカーからの参加者と農業法人の関係者が同席し、自己紹介が終わった途端、酒造会社関係者から「自社で製造する“いちご酒（日本酒に苺を漬けて熟成させたリキュール）”の原料として、地元の農業法人（苺の観光農園を経営）から規格外の苺を提供してもらえないか」という提案が出された。この提案にすぐさま農業法人関係者が反応し、話はトントン拍子に進んでいった。話し合いの中で、両者の間でおおむねの合意がなされると共に、他の参加者から新たな販売企画や観光プログラム（イチゴ狩り→酒蔵見学（試飲））という案も出された。この件については、今後具体的な検討を行っていくことになった。

②村上独自の「駅弁」開発プロジェクト

村上は食の宝庫であるにも関わらず、未だ駅弁がない。SLも走っているのだから、地元農家や宿泊施設、JRなどが協働して新しい駅弁を企画して地域活性化につなげたい。村上市内で割烹を営む若旦那のこのアイデアに対して、参加者から次々と具体的な食関係者（特色のある農産物を生産している農家・地元の食に詳しい人・JR関係者・協力してくれそうな飲食店など）の紹介やアイデア（駅弁に入れられそうな地元食材・組み合わせなど）が出され、開発に向けて本格的に検討していくこととなった。最終的には、この駅弁開発というアイデアは、協力機関である（一社）いわふね青年会議所が26年度事業として地元関係者を巻き込みながら取り組むことになった。

こうした成果は、気楽な雰囲気での話し合いの中だからこそ生まれたものである。何気ない意見・提案に対して、「いいね」という賛同・共感がグループ内で出され、そこに更なるアイデアが積み重なっていくことで、より具体化されていく。もちろん、進行役となるスタッフのファシリテーション能力も重要なポイントである。

【参加者からの声】

- ・ 想いを共有してつながることが重要。
- ・ 異業種同士が集まって話し合いをすることで、知らなかったことを知ることができ、手を結ぶことで相乗効果が得られそうな気配を感じた。
- ・ 企業が参加すると、何をやるにしても発送が面白くコラボしやすい。

- ・異業種の中にも共通のモチーフや原材料がある。それを抽出して話し合うと新しい事業が生まれそうな予感がする。

(2) マッチングイベントの開催

①プログラムの企画立案

プレイベントでは予想以上の成果を上げることができたことから、参加者数を80名と設定し、同様のプログラムで開催することとした。また、民民連携・CSVを促すために、冒頭、大洋酒造株式会社と高根フロンティアクラブの代表者によるトークセッションを行うようにした。なお、プレイベントでは少なかった企業担当者の参加を増やすべく、いわふね青年会議所メンバーを中心に積極的に参加呼びかけを行った。

②開催概要

開催日時：平成26年2月11日（火・祝）

13：30～16：30

開催場所：村上市生涯学習センター2F会議室

参加者数：89名（41団体／個人参加もあり）

<プログラム>

- 13：30 オープニング
- 13：40 参加者全員の自己紹介
- 13：55 特別企画！

テーマを掘り下げるための事例紹介
 「NPOと地元企業 協働事例の舞台裏を語る」
 山の集落と酒造会社が手を組んだ！生トーク
 <ゲスト>
 高根フロンティアクラブ・会長 遠山政好さん
 大洋酒造株式会社・専務取締役 中村行善さん
 <コーディネーター>
 都岐沙羅パートナーズセンター理事 大滝聡

- 14：35 まちカフェの進め方説明
- 14：40 第1ラウンド（20分）
- 15：00 各テーブルの話題ちよこつと発表
- 15：15 第2ラウンド（20分）
- 15：40 第3ラウンド（20分）
- 16：00 成果の確認
- 16：30 終了

いあふね地域のまちづくりを、おいしく楽しく語り合おう！

まちカフェ 第4回

MACHI cafe

テーマ：協働によるまちづくり

お話しながらの話題を盛り上げよう！

みんなの意見を活かして新しい商品をつくろう！

このまちにはどんな未来がある？

協働することで、自分たちの未来を築いていこう！

もっと、興味ある話題も盛り込もう！

平成26年2月11日（火・祝）
 13：00～受付 13：30～スタート 16：30終了（17時、18時を以て）
 村上市生涯学習センター 2F 大会議室&中会議室

主催：NPO法人 都岐沙羅パートナーズセンター、一般社団法人 いあふね青年会議所

【お問い合わせ先・申込先】 NPO法人 都岐沙羅パートナーズセンター
 TEL 0254-72-0663 FAX 0254-72-0723
 Mail info@tsukisara.org
 E-mail info-tsukisara@tsukisara.org

NPO法人 都岐沙羅パートナーズセンター
 〒970-0206 新潟県村上市大町1-1-10
 TEL 0254-72-0663 FAX 0254-72-0723
 Mail info@tsukisara.org
 HP http://www.tsukisara.org

JCI Japan Chamber International
 一般社団法人 いあふね青年会議所
 〒970-0206 新潟県村上市大町1-1-10 地上五層目
 TEL 0254-55-4237 FAX 0254-55-0752
 Mail iwafuneyc@iwafuneyc.org
 HP http://www.iwafuneyc.org/~iwafuneyc/index.html

参加者募集にあたっては、参加募集チラシを作成し、当団体は地域内のNPOや行政機関を中心に参加を呼びかけ、いわふね青年会議所メンバーは企業等に参加呼びかけを行った。

※まちカフェでは 14 のグループを設置し、「拠点」「食」「情報」という 3 つの大テーマを設定し、各テーマのテーブル数が均等になるように振り分けた。1 グループあたりの人数は最大で 7 名と制限し、テーブルによって人数に偏りが出ないように配慮した。

③開催結果

当初の目標 80 人を上回り、89 人もの参加者（NPO や企業担当者、行政職員など）が集まり、活発な意見交換が行われた。こうした交流・マッチングの機会が求められていることを痛感した。

プレイベントのようなかなり具体的な内容のものは乏しかったものの、民民連携による新たな事業の「種」となる意見がたくさん出された。



<当日に出された意見のまとめ>

各テーブルで出された意見を全体で整理した結果は、次頁のとおり。

※原寸資料（A3サイズ）は巻末資料5を参照

新しい情報発信のアイデア

- ・新潟（地域）を知ってもらおう冊子を作りたい。
- ・保育園の地元地産情報発信の拠点として使う→場所が必要。
- ・小中学生が読める講座集をつくる
- ・毎週のイベントごとに次週開催イベントを来場者に告知し、それをリリース形式でつなげていく。
- ・松葉菜二のようなブランドを示すネームのタグを作成すると良いのでは
- ・情報を得られる拠点を作る（まちカフェのような様々な団体や個人が集まりマッチングできる、協働できる機会を得られる）。
- ・1つの情報から派生し複数の情報を発信出来る仕組を作る（ネットシヨッピングでの1つの購入情報から関連するその他の商品情報提供がメールで送られてくる仕組みに倣った方法）。
- ・国外、県外のメディアを呼び込む。
- ・地元作物をテーマとしたドキュメント映画が出来たのでPRしたい。
- ・情報発信する拠点が重要である。
- ・村上の情報サイトがあったらよいと思う（協働出現）。

新しい食のアイデア

- ・「プレミアムおにぎり」[村上の駅弁]が欲しい。
- ・村上の食材総選挙を行って地元の食材を知る→総選挙で人気BEST3になった食材を駅弁に入れる。
- ・「体にいいモノ」…アピールするときのキャッチフレーズにあるといいのでは？（人を引きつけ易い）。
- ・タニタ食堂の様な地元産の食材の料理本があっても良いと思う（若い人にも興味をもってもらえる為にフリーペーパー的なものでも）。
- ・こつお祭りが農家レストランに繋がれば良い。
- ・荒川地区ではラベンダー栽培がうまくいかなかった。その代わりにブルーベリーを特産品として利用してはどうか。
- ・卓上を使う地産の器の販売をテーマに、他との連携をして賑やかにしたい。
- ・農業生産者と飲食店のコラボイベントを開催。
- ・この地域には多くの食材があるので、B級グルメよりも各地に存在する郷土料理をPRして行くほうが良い。

話し合いの概要

- POINT 添加物の入っていない物を作りやすいイベントには人が集まっている
- POINT 子供たち向けの情報発信機能が必要
- POINT 世代が違う人との交流が大切 情報発信が必要
- POINT 「人から人へ」の宣伝なので 信用性がある
- POINT 既存の施設に併設する/パターンが主流になるだろう
- POINT 必要情報を教えてくれるコンシェルジュのような窓口が必要
- POINT 日中つなげられなくなる人が常駐する拠点が重要
- POINT 地元の味、家庭の味は嫌さなければいけない、伝えなければいけない。[課題解決のアイデア]
- POINT 出荷できないB品の柿を活かしたい
- POINT 何かのついでに(拠点へ)行くケースが大半。逆にそこをうまく利用する

新しい拠点に対する意見

- POINT 拠点は原点に戻って話をすべき
- POINT 既存の施設に併設する/パターンが主流になるだろう
- POINT 必要情報を教えてくれるコンシェルジュのような窓口が必要
- POINT 日中つなげられなくなる人が常駐する拠点が重要
- POINT 地元の味、家庭の味は嫌さなければいけない、伝えなければいけない。[課題解決のアイデア]
- POINT 出荷できないB品の柿を活かしたい
- POINT 何かのついでに(拠点へ)行くケースが大半。逆にそこをうまく利用する

軽トラ市の開催

- POINT 高齢化社会に 対応した 移動販売が大事
- POINT 今までは家庭の中で出来ていた事が、今の生活環境では難しくなっている
- POINT 今までは家庭の中で出来ていた事が、今の生活環境では難しくなっている
- POINT 今までは家庭の中で出来ていた事が、今の生活環境では難しくなっている

村上の駅弁の具体的なイメージ

- POINT 駅弁のイメージ
- POINT 駅弁のイメージ
- POINT 駅弁のイメージ

- 【拠点を作るためのアイデア】
- ・空き家を再利用し、シェアハウスのように設置してはどうか。
- ・若者呼び込むために、カフェ的拠点がいいのではないか。
- ・いつもはカフェだが、イベント・印刷もできる場所。
- ・人がたくさん集まる場の一角にスペースを設けられないか。(例：スーパー、神社など)
- ・小規模な拠点がたくさんあるといい。
- 【拠点の役割・考え方】
- ・点と点をつなぐ役割、心の拠りどころとしての役割、情報集約・情報発信の場としての役割。
- 【駅前周辺の整備イメージ】
- ・ジャスコの跡地をもって賑わいの空間を整備すべき。
- ・病院の跡地は、たくさんの方が一度に済むように施設を集約する。

- 【拠点の機能】
- ・情報共有の場所（話し合いの場）。
- ・常に誰かがいる場所。
- ・酒が飲める⇒交流の場となる。
- ・情報発信ができる設備（パソコン環境）。
- ・印刷ができる。
- ・活動するための設備や道具が揃っている。

- 【課題解決のアイデア】
- 干し柿にして色々な料理に使う。
- パティシエと「協働」してお菓子にする。
- 柿料理コンテスト等。
- 産地を見てPRや温泉でも使ってもらおう。
- 現地にきてもき取り体験をしてもらいたい持たせよう。

【マッチングに関する成果】

◆新たなまちづくり・情報発信拠点の方向性が提案された

人が集まる店舗（スーパーマーケットやカフェなど）に併設される形式の方が、ついでに立ち寄る人もいるので、効果も高く、店舗側にとっても集客につながってよいのではないかと。

◆生産者と飲食店がコラボする機会の創出が提案された

地域内にたくさん植えられているもののほとんど活用されていない柿。大半は収穫しないままになっている。これを飲食店とコラボして新たな事業が立ち上げられないだろうか？これ以外にも様々な素材があるので、生産者と飲食店とのコラボ企画会議ができないだろうか？

※参加者が抱える課題に対して、他の参加者から解決のための助言が各テーブルで自発的に行われていた。

マッチングイベントの中では、上述のもの以外にも大きな成果があった。それは、参加者が抱えている悩み・問題・課題などが議論の中で出てくると、それに対して他の参加者から解決に向けた助言がたくさん寄せられていたことである。

例 1

（悩み）山間の集落などでは高齢化が急激に進んでおり、日々の買物にも困っている人が増えてきている。高齢化社会に適応した移動販売がこれからは大事になってくるのだが・・・。

（助言）山北地区では、軽トラ市（荷台に農産物を積んだ農家が集まり、即席の市場を開設）を開催している。地元の食材を地元で販売するという取り組みだが、こうした取り組みは買物弱者支援にもなるのではないかと。

例 2

（課題）最近、添加物の入っていない物を手作りするイベントには人が集まるんだよな・・・。

（助言）とあるイベントで、お昼に自分で握る「おにぎりバイキング」を実施したところ、かなり好評であった。ご飯と具材を主催者側で用意するだけで手軽にできる。こうしたイベントを、地域内のあちらこちらでやるとよいのではないかと。

例 3

（課題）世代が違う人との交流が大切。経験からの情報発信がこれからは必要だ。

子ども向けの情報発信機能は特にこれからは重要である。

(助言) 熊本で発行されている「NO:エヌオー」という雑誌は、参考になるのではないか。色々な情報が載っていて小中学生も買っている。

これは、多種多様な人が参加し気軽に意見・情報交換を行う「まちカフェ」という場だからこそ起こりえた現象である。このプログラムは、各々が有している知識・情報・ネットワークを共有する機会、つまり地域の集合知を個人個人で共有できる機会として十分に機能するということが実証された。

【参加者からの声】

- ・参加者が多く、しかも職種の異なる方々が集まったため、普段は知り得ない情報を手に入れることができた。
- ・対企業との協働について詳しく聞けて良かった。もっと実務レベルの話も聞きたいと思った。いろいろ刺激的な話があった。
- ・それぞれの困り事を具体的に解決するための情報を持った人を集めてもよいのではないか。(例：空きスペースを使って何かをしたい人と、空きスペースを使わせてくれる人)

(3) CSVを育成するための支援メニューの整備

●まちカフェの定期開催

◇地域の状況、参加者の声を踏まえつつ、年1～2回程度開催する。

※実施時期は要検討だが、現時点では毎年1月下旬もしくは2月に開催がベターだと考えている。

※実施にあたっては、地元自治体との共同開催の可能性も模索中。

●連携企画実現のための相談会の開催

◇当事者はもちろんのこと、関係者にも声を掛け、どのように進めるかの相談会を当団体が旗振り役となって実施する。

※既存の各種支援制度(国・県・市町村・公益法人)等を活用した専門家の招聘・勉強会の開催も視野に入れる。

●事業コーディネート・フォローアップの実施

◇各種支援制度を活用しつつ、事業が具現化するためのコーディネート業務を随時実施していく。(事務・各種連絡調整・広報活動などのサポート)

5) 取組の成果

【当初目標】

- ①CSVを生み出すためのマッチングプログラムの確立及び運営ノウハウの蓄積
- ②CSVの種とその担い手の創出とそれを継続的に支える仕組みづくり

【当初目標に対する達成状況（自己評価）】

総合評価：◎（予定どおり達成できた）

- ①については、プログラムの効果を実証し、おおよその流れは確立できた。また、具体的なマッチング成果を生み出すことができた。
- ②については、支援の仕組みのアウトラインは固めることができた。

【具体的成果（Output）】

具体的なマッチング成果を2件、CSVの「種」になり得るアイデアを2件創出。

※また、「まちカフェ」プログラムは、地域の集合知を個人個人で共有できる機会となるため、地域の課題解決の場としても機能することが実証された。

【総括】

ワールドカフェをアレンジしたワークショッププログラム（全てのテーブルにファシリテーターを配置し、記録及び進行を行う）は、マッチング効果を生み出すことを実証した。また、同じプログラムであっても、開催規模（参加人数）によって生み出される成果が異なるということがわかった。

大規模開催（80名規模）→CSVの「種」が創出

小規模開催（20名規模）→CSVの「種」とそのプレーヤーが創出

マッチングを成立させるためには、大規模開催で「種」を生み出し、その「種」のプレーヤーになり得る人・NPO・企業・行政に参画を呼びかけて小規模開催し「プレーヤー」を生み出すというプロセスが効果的であることがわかった。

マッチングを促すためのプログラムとして、地域財オークション形式（アイデアを公募し、公開プレゼンして協力者を募る方法）や企画見本市（企画アイデアをポスターセッション形式で発表し、協力者を募る方法）なども検討したが、マッチング云々以前に「NPOは参加しても企業が参加しないのではないか」と判断し、結果的にワールドカフェ形式のアレンジ版を採用した。企業はNPOが参加するイベントに対して「参加すると何かしなくてはいけないのではないか」という不安を抱いている。これを軽減することが重要である考え、「気軽に参加できそうだ」と思わせるプログラムにしたことが、多数の企業の参加につながった。また、青年会議所メンバーが、企業側にアプローチしたという点も、多くの企業の参加につな

がった。

6) 課題

マッチングイベントは、継続開催してこそ効果があがるものである。今回のような進め方であれば、開催自体に経費はさほど必要ないため、当団体が存続する限り継続開催していく予定である。(なお、村上市がこのイベントに高い関心を示しており、市主催になる可能性もある。)

新潟県村上地域振興局の担当者から、マッチングイベントで出た「種」について、具体的な事業を展開させたいという相談が既に舞い込んでいる。このように、本事業がきっかけとなり、行政側で様々な事業が展開される動きがあるが、我々中間支援組織がうまくこれらの連携を促さないと、個々バラバラに事業が進んでしまい、十分な効果が得られない可能性が高い。

民間企業、行政、NPO等によるプラットフォームの構築が早急に必要であると感じている。CSVの育成と並行して、官民による支援体制の構築にも次年度から取り組んでいく必要がある。

6 中間支援における課題と対応

1) 中間支援において特に工夫した点

●CSVに対する地域側の理解の度合いを測り、その上でプロセスを組んだ。

当地域においてCSVという概念への理解は低い（あるいは皆無）であろうことは十分認識した上で事業に取り組みはじめた。こうした状況下で最も注意を払ったのは、「CSVという考え方の提示に対して地域側がどのような反応を示すのか？」という点である。この反応如何によって、その後の進め方・アプローチの仕方が大きく変わると考えていたため、ここを慎重に探るという点で苦労した。

※事前の想定では、CSVという考え方に対し、

- A 興味を示さない
- B 多少の関心は示すが実感が湧かない
- C 高い関心を示す
- D やりたいとは思っているがなかなか一歩が踏み出せない

という4パターンがあり得ると考えていた。実際に事を起こす前はBという反応が大半ではないかと予想していたが、結果としてはAとBの間ぐらいの反応が多いというのが実感である。

現状では、民民連携、特に企業側がNPOと手を組むという認識がかなり低いため、最初にNPO側の意識を明らかにし、その上で企業側にアプローチするという二段構えで事を進めることで対応した。

●NPO及び企業の潜在ニーズのポイントを的確につかむことを意識した。

CSVという取り組みを地域内で増やしていくためには、「身近な実例を知ってもらう」ということが最も効果的であると考えていた。CSVへの認知が低い状況下では、アンケートやヒアリングなどからは表層的なニーズしか浮かび上がらず、潜在的なニーズまでは探れない。

そのため、マッチングイベントのプレ開催は、マッチングプログラムの検証という意味合い以外に、「潜在的なニーズを探る」という第2の目的を内に秘めて実施した結果的にはこれが大当たりし、具体的なマッチング事例が生み出された。



2) 中間支援にあたり苦勞した点、うまくいかなかった点

●CSVという考え方を理解してもらうためのアプローチ方法に大変苦心した。

本事業においては最も苦勞したのは、CSV事例の発掘である。CSVに対する認識がほとんど無い中、どうやって地域側に理解してもらうかという点で、非常に苦勞した。共通理解が無い中でコトを強引に推し進めても、共感は得られず、まして協力を求めてもほぼ確実に空振りに終わる。これまでの経験上、中間支援においてはコトを起こす前の「共通認識の醸成」が非常に重要であると我々は考えているが、今回のテーマであるCSVに関してはこうした共通認識の醸成という初動期において、効果的なアプローチ方法（説明の内容・伝え方など）がうまく準備できなかった点は、大いに反省すべき点であると認識している。

●情報を「入手する」ことはできても、「公開する」となると違った問題が発生する。

CSV事例の詳細調査においてヒアリングを実施できなかった事例に関しては、「情報を公開する」という点がネックになった面がある。本事業では公開を前提にした調査であっただけに、この部分を相手方からかなり警戒された節があった。このあたりは、相手方の事情も絡んでくる問題だけに、どうしても慎重にならざるをえず、十分な成果が得られなかったことは非常に残念であった。

3) 団体の成長につながった点（団体のスキル・ノウハウの向上、新たなスキル・ノウハウの蓄積等）

●地元企業とのネットワークを強化するためのきっかけができた。

一連の取り組みがきっかけとなり、これまで不十分だった民間企業とのパイプが太くなり、企業側とのネットワークがかなり拡大できた。

●マッチング成果を生み出すためのファシリテーションノウハウが蓄積された。

これまで、まちカフェにおけるファシリテーションは、「意見を引き出す」という点に重点が置かれていた。今回はここに「マッチング成果を生み出す」という新たなミッションを付加したが、この場合はより高度なファシリテーション能力が必要になることを実感した。事実、ファシリテーター経験が豊富なスタッフのいるグループとまだ経験の



浅いスタッフのいるグループでは、出された意見の内容に差が見られた。経験豊富なスタッフは、臨機応変に「マッチング成果を生み出す」ためのファシリテーショ

ンを行ったが、経験の浅いスタッフはまだまだそこまで出来ていなかった面があったのは事実である。

ただし、本事業においてマッチングを生み出すためのファシリテーションノウハウをある程度蓄積できたため、これらをうまくスタッフ内で共有していくことで十分に解決できると考えている。

●NPO・地域づくり分野のニーズを企業側に伝えるために多彩なチャンネルを整えていくという指針ができた。

これからの中間支援活動では、NPOや地域からのニーズをしっかりと汲み取り、それを企業側へ「具体的な提案」と共に伝え、アクションを生み出すという取り組みが非常に重要であると実感した。これまでのように、単に要望や困り事を外部に発信・伝達するだけでは、市民連携を進まない。お互いにWIN-WINとなるような新たな取り組み、問題解決型事業の提案力こそが問われているという認識を確認できたことは1つの成果であった。

また、「企業側に伝える」という機会・場の種類・回数増も重要なポイントであることを確認した。まちカフェの継続開催以外にも、多彩な機会・場を設定していくというミッションが浮かび上がったことは、中間支援組織の今後の活動において重要な指針となった。



4) 他の主体との連携の効果 (連携して初めてできたこと、効果が高まったことなど)

●当団体に不足している地元企業とのネットワークを十分に補うことができた。

本事業は、当団体と協力団体（いわふね青年会議所）がそれぞれ有している強み・ネットワークを駆使することで実現できた。とりわけ、企業側へのアプローチについては、青年会議所メンバーが有しているネットワークが非常に効果的であった。中間支援組織に不足している企業とのネットワークを、協力団体が十分に補い、結果として幅広い主体から参加者が集まるマッチングイベントとなったことで、参加者側も「まちカフェ」に対する期待がかなり大きくなっている。

●地域づくり活動団体パネル展やデータベース作成が実現できた。

当団体ではなかなか手が回らなかった情報発信（パネル展やデータベースの構築・公開）の取り組みが、いわふね青年会議所と協働することで実現できたことは、非常に大きな成果である。これにより、これまで課題であった地域内でのNPO情報の一元化が実現でき、民民連携を形作っていく情報基盤ができあがったことで、今後の展開が非常に期待できる状況となった。

7 今後の予定

平成 26 年度は、本事業の成果である具体的なマッチング企画を具現化するための取り組みを推進しつつ、民民連携を促す場の定着化を図る。

【実施予定事業】

●まちカフェの定期開催

25 年度のように 2 月に大規模開催を行い、春先に小規模開催するパターンがベターであると考えている。詳細は、今後検討していく。

●連携企画実現のための相談会の開催

連携企画を風化させないために、26 年度初頭に関係者が集まって進め方を協議する場を、中間支援組織が旗振り役となって設ける予定である。(H26.4 開催)

●連携事業コーディネート・フォローアップの実施

連携事業が具体的に動き出した際は、必要に応じて適切事業のサポート・フォローを行っていく。

※以上 3 つについては、当団体の主要事業として自主財源を投入して実施する予定である。

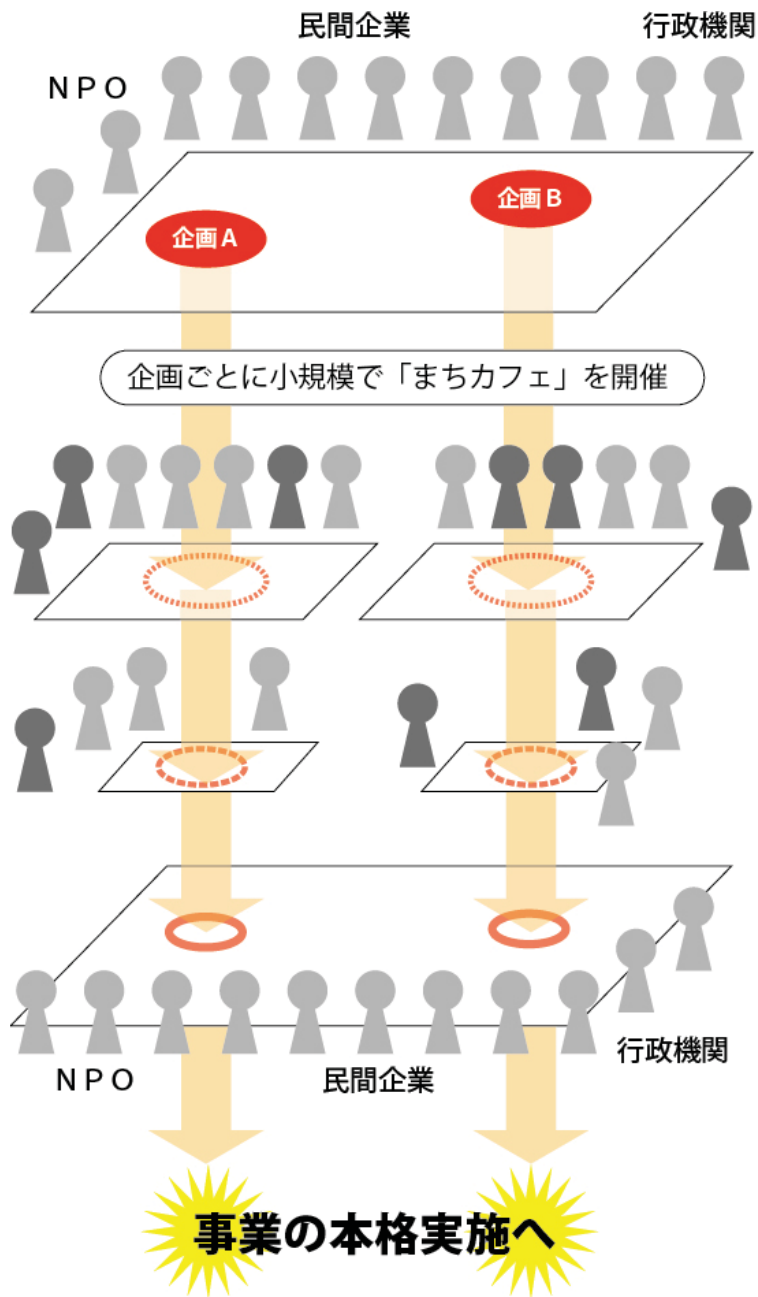
◎民民連携企画の実現に向けた支援プラットフォームの整備

地域内には、民間事業を後押しする支援制度・事業が様々な主体・機関で展開されているものの、それらの横断的な連携はほとんどないのが実情である。(各機関が実施している支援制度・事業に関する情報は、中間支援組織である当団体ぐらいしか把握していない。)

そこで、関係する主体・機関の横の連携を構築し、地域をあげて民間事業を応援していくプラットフォームの構築に平成 26 年度より取り組んでいきたい。

※プラットフォームの構築については、そのための事業費を確保していくことが必要である。「多様な主体による地方部の地域づくり活動支援体制構築事業」への申請を含め、財源確保に取り組んでいく予定である。

平成 26 年度の事業展開イメージ



H26.2.11 開催

まちカフェ (80名規模)

(主催：都岐沙羅 PC / いわふね JC)

→CSVの種を生み出す交流の場

H26 春・開催予定

まちカフェ (30名規模)

(主催：都岐沙羅 PC / いわふね JC)

→より具体的な話し合いを実施

→実施に必要な企業等には出席を依頼

→具体的な担い手の明確化

H26 春～秋・実施予定

各種支援制度を活用しながら、商品開発
(試作)・実験を実施

協力：村上市 / 新潟県村上地域振興局 他



H26 秋・開催予定

村上の逸品発掘交流会

(主催：村上市地産地消推進協議会)

→モニタリング・ブラッシュアップの場

※都岐沙羅パートナーズセンターがH20年に始めた品評会形式での意見・情報交換会。市民・NPO・企業・行政など多様な主体から50～60名が毎回参加している。

現在は村上市地産地消推進協議会 / 村上市 / 新潟県村上地域振興局の三者が主催する形となっている。(企画・運営は都岐沙羅パートナーズセンター)

平成 26 年度はこうした一連のプロセスをつくりあげるために、関係機関・組織が連携したプラットフォームを構築していく。

【中間支援活動の自立に向けた事業展開について】

当団体は、行政機関からの運営費補助がゼロであるため、自主財源の確保が最重要課題となっている。

そもそも、中間支援活動自体は対価性がない。相談料やコンサルタント料を地元地域から取ることは現実的に不可能である（特に地方では）。以前、中間支援を行ったコミュニティビジネス事業者が大きく成長したら、「恩返し」的に資金提供をしようというアイデアが出されていたが、そのようなケースは現実的には起こり得ない。

故に、当団体は中間支援を行った関係者に、当NPO法人の「会員」になってもらうことで運営を支えてもらう（会費あるいは寄付金という形での資金支援）というビジョンを描いている。現在、会員は150名程度であるが、これを1,000名規模まで拡大したいという構想を持っている（現在、寄付者が優遇措置を受けられるよう仮認定NPO法人の取得に向けた準備を進めている）。

地道に多様な主体と協働していく中で、中間支援の必要性・重要性を認識してもらい、「NPO法人の会員になる」という形で幅広い方々から支援してもらう仕組みを構築していきたいと考えている。

※今回、協力団体として協働した（一社）いわふね青年会議所及びそのメンバーは、まだNPO法人の会員にはなっていない。また、まちカフェに参加した方々の中でNPO法人の会員になっている方は、ほんの一握りである。