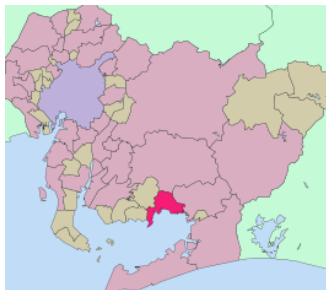


モデル事業名	市民協働型地場産業活性化事業「新たな公」＋マーケティングによる地域資源を活用した活性化モデル
活動団体名	特定非営利活動法人楽笑
ホームページ	http://www.rakusho.info
所属／ 担当者名	理事長 小田泰久
連絡先	0533-66-0291 oda@rakusho.info
活動地域	愛知県蒲郡市三谷町

● 活動地域の概要

活動対象の地域 愛知県蒲郡市三谷町
 世帯数 三谷町及び三谷北通をあわせ 5008世帯
 人口 三谷町及び三谷北通をあわせ 13457人（平成21年1月現在）
 高齢化率 65歳以上の割合 23.3%（平成21年1月現在） 5年後30% 10年後37%
 年齢別人口構成 60歳～69歳の年代が全体の15%強 20代以下は8% その他の年代は平均10%程度
 公共交通に関する状況 JR東海道本線三河三谷駅 毎時2本～3本普通電車がとまる。
 産業や雇用の状況 産業は水産加工、繊維、温泉 全て産業は衰退傾向、雇用の中心は市外のトヨタ系工場へ



【位置図】



【三谷漁港】昭和58年に現在の荷さばき所が完成
昭和50年前半をピークに漁船が減少。現在2隻

● 活動地域の課題

85年度末をピークに人口の減少が進んでいることが問題でしたが、昨年度末（平成20年度）に21年ぶりに減少していた人口が増加に転じました。その理由として、ラグーナ蒲郡関連のマンションや企業誘致の影響が大きいと思います。人口の増加がある反面、地場産業である漁業も平成12年の就業者数252人から平成17年の198人に5年間で54人減少していることから第1次産業の高齢化、担い手不足、若者不足が課題となります。
 また、新しい土地からの流動ということで、今までの「祭コミュニティ」のような蒲郡市独自のコミュニティが薄れ、維持していくことが困難になることも考えられます。

● 活動の内容

・平成20年度

地場産業の活性化という地域のニーズと、障害を持つ方と地域の方の就労場所というNPO法人楽笑のニーズをマッチングし、漁業組合とNPO、自治会、観光協会等の多様な主体とが協働で「干物」を使って事業を展開しました。事業名にもあるように、「マーケティング」を中心に当初不安を持っていた、販路や商品開発の問題を解決し、障害者及び団塊退職者の雇用の場として、活動を始めました。商品マーケティングを行うことで、地場産業商品の可能性を見いだす事が出来、市民が協働することで働く場所の確保が出来、継続して運営が出来るように形にすることで「まちづくりの理解」を進めることが出来ました。

・平成21年度

より多くの方と協働することが街の活性化を生むとしたときに、今以上のまちづくりに対する理解が必要だと考え、次のステップとして、ソーシャルマーケティングを行い、より市民レベルでのまちづくり理解を求めする必要があります。「公助」という公が市民の暮らしを支える時代から「共助」という共に助け合う方向に舵をとる時代に入り、市民が協働することで街が変わっていくのがわかり時代が変わったことを実感してもらえるような取り組みを行いたいと思ひ、主婦を中心にまちづくりに対する勉強会とイベントの企画運営を行いました。

● 活動の成果 平成20年度

本事業は比較的若い方が参加しており、地場産業である水産加工業の新たな担い手の育成や伝統の継承に繋がっており、地域が抱える課題への一つの課題解決モデルとなりました。また、団塊退職者を雇用したことにより、地域の雇用の受け皿や生き甲斐づくりの場として機能しました。一方、地場産業でありながら衰退している干物についてマーケティング調査を実施し、専門機関による専門的な知識を活用したことにより、大阪で2店舗（飲食店）、地元企業で1店舗（スーパー）の新たな販路を開拓することができ、地場産業の活性化という観点では順調に効果がでてきている。干物原材料（魚）の仕入れ先となる漁港は二隻しか操業しておらず、そのうち一隻を操業されている方は高齢等の理由により廃業を考えていたが、当該事業により仕事が増えたことや当該事業を実施しているうちに信頼関係が生まれ、廃業せず今後も操業していくこととなりました。干物屋の開店が早まったことにより、開店までに十分な商品を確保できなくなったため、地域の干物屋から商品を仕入れることとなった。本来であれば競合相手であるため協力関係が築けない可能性もあるが、商品を確保したい当該事業の干物屋と販路に乏しい地域の干物屋のニーズが合い、現在でも続いている良好な協力関係が構築されました。



干物製造指導状況



干物屋オープンの様子

・平成21年度

まちづくりアドバイザーを招き、地域の主婦を中心に勉強会を行いました。地域と地場産業をどう活性化しようという話の中で、新たに「子ども」というキーワードが出ました。地域や地場産業を活性化するのはなぜなのか、それは将来の担い手である子どもたちへの投資であることがわかりました。ただ単に「干物」を活性化しようと言ってもなかなか身近に感じないが、「子ども」に地場産業を教えて行こうとなるとまわりの協力も得られました。

また、昨年度お世話になった、漁業組合、観光協会、少しではありますが、地元企業との協働により主婦が企画したイベントを開催することが出来ました。



《アドバイザー勉強会の様子》



《イベント当日の様子》

● 今後の課題及び展望

・課題

今回の事業は、地域の主婦を中心に行いました。まちづくりや市民活動というものに関わりが無い方が多く、ひとづくりの難しさ、動機付けの重要さがとても勉強になりました。今後の課題として人材育成が急務になります。参加する側ではなく、参画する側へどう巻き込むか。新たな問題が出てきました。

・展望

アンケート調査でもわかるとおり、イベントを行うことで、地場産業や協働の街づくりに対し意識が変わってきているのが結果として出ました。時代の流れに上手に乗りかけているので、同じように市民企画のイベントを仕掛けていく必要があります。継続的に行うことで、街に魅力を持つようになり、市民参画・協働が当たり前になるように意識レベルの向上を図りたいです。