

事例：歴史的なまちなみを生かした中心市街地の活性化

事例の概要：滋賀県長浜市では、市民が設立し経営する会社による中心市街地全体の活性化事例。地域の文化的資源（黒壁銀行）の修復とガラス工芸品の展示館としての活用に始まり、地域コミュニティとの連携に発展して、地域でまちづくりに関連する多くの起業を誘発している。また、JR等の外部資源も活用している。

<背景>

<主な活動概要>

<ポイント>

<外部評価・効果>

立上・着手

国道8号バイパス整備(1969)、北陸自動車道長浜IC整備(1980) 郊外開発進展に伴う中心市街地の衰退(1970年代後半~) 大手流通Sグループ大型ショッピングセンター「長浜楽市」の出店発表(1979) 反対運動

町衆文化

伝統的まつり「曳山」の衰退に対する危機感の高まりから、JCの提唱を受け、市民まちづくり研究会「ながはま21市民会議」が発足(1980)

研究会有志による姉妹都市アウスブルグ(独)への視察活動等を通じ、伝統的な町並みの価値が再発見される 風格あるまちづくり市民会議発足(1982) 同会議主催のまちなみ風格賞発足(歴史的まちなみ景観に資する、優れた建築、改築物件の顕彰)

自らの「投資」を伴う市民による「長浜城」の再興(1983)
・地元出身の財界人H氏による寄附(1億5000万円)+市民の自発的寄附(2億8000万円)
・再興記念イベント(長浜出せまつり:1983)や中心市街地での商店主による大型イベントがスタート
市民が運営するその後の組織(黒壁)の中核を担うリーダー層ネットワークが形成

外部人材
(地域資源の価値再発見、地元出身のUターン者[準外部人材])
目的の共有化
組織化
(民間主体の組織化)
アイデア・技術の導入
(町並みを観光資源とする海外事例)

資金確保・循環
(地元財界人による民間資金の投入、市民の寄付)

組織化
(町衆文化の復権を目指す取組みを通じたコミュニティ強化)
アイデア・技術の導入
(地域資源活用のためのアイデアを導入)
資金確保・循環
(地元民間事業者と市の出資)
公的支援(市)
(ビジョンの提示、景観行政などの環境整備、第3セクターに出資)
既存ストックの活用
(空き店舗の活用)
地域資源を活かした施設の整備
(文化資本としての黒壁銀行の活用)

長浜市年間観光入込客数 160万人(1983)

ながはま御坊参道整備 手づくり郷土賞受賞[1989] (国土交通省)

模索・実践

大手流通Sグループ大型郊外店(楽市楽座)開業(1988) (中心市街地再興の動機づけとして作用)

「旧百三銀行(黒壁銀行)」解体を契機とした保存運動の展開
新しいまちづくりの担い手として倉庫業や貸しビル業など非小売部門等経営陣が保存運動に参画
旧銀行の施設・用地買取手段として第三セクター方式を検討
・長浜にはなく、集客効果が期待できる収益事業のモデルとして、「ガラス工芸」に着目
地元民間事業者等による9000万円の出資、市による4000万円の出資という集中的な資金投入により、まちづくり会社「黒壁」を設立(1989)
芸術大出身者の職員への新規雇用と内部人材育成
空き店舗を活用して黒壁スクエアを開業(1989)
関連店舗拡大(1996までに23店舗)

市が地域全体を博物館にする「博物館都市構想」策定(1983)
まちづくりの基本的方向確立と町並み景観再生、町並み保全に対する市民意識の高まり
商工会議所による商業近代化地域計画の策定(1986)

中心市街地における景観創造開始
(商店街活性化事業の展開)
・ながはま御坊表参道の再生(1987~)[市・商工会議所]
・北国街道整備事業(1988~)[国]
・ゆうろ番街C1事業(1988)[市・商工会議所]
・北国街道町衆の会による近隣景観形成協定締結(1991)
市が「まちなみづくり要綱」「まちなみ環境整備事業」を創設(1/2補助、1件当たり300~500万上限)

21市民会議による働きかけ JR線直流化(1991) 関西から直通電車運行(米原 長浜へ)

岐阜県・滋賀県共同の長浜、彦根、近江八幡等を対象としたJRによるキャンペーンの実施(1995)

まちづくりに必要な実験店舗業等やレストラン運営を展開する黒壁グループ協議会の発足(1996)(市民主導の地域ディベロッパーの役割)

地域主導のまちづくり気運を受けて、貸しビルや市内の施設運営を行う黒壁以外のまちづくり事業組織の発足(新長浜計画(株)[オルゴール館の運営][1996]、(株)ロマネスク館[湖北の物産販売コーナーのあるテナントビル運営]いずれも(株)黒壁が設立資金の一部を出資)

公的支援(市)
(市民によるまちづくりを市が制度創設により位置付け)

外部資源の活用
(交通ネットワークの強化)

組織化
(民間主体の連携)

長浜市年間観光入込客数200万人を越える(1991)

北国街道の整備 手づくり郷土賞受賞[1996] (国土交通省)

成長・安定期

NHK大河ドラマ「秀吉」放映(1996)

中心市街地活性化法(1998)

大河ドラマタイアップイベント(北近江秀吉博)の開催(1996)にあたり、外部プロデューサーD氏を登用[金沢フードビアのPD]
・高齢者を中心とするガイド等、市民による自発的なイベントへの協力が拡大(ボランティアの活性化)
黒壁だけではないまちづくりの牽引主体、まちづくり団体ネットワークが広がる
・秀吉博ボランティアだったシルバー層が中心となったプラチナプラザ(「おかず工房」「野菜工房」等)の開設(1997)(経営者5万円、個人支援会員:1万円、企業支援会員:10万円)
ハード整備は県空き店舗対策費を活用し、市の補助2000万円も導入
・外部プロデューサーD氏、秀吉博ボランティア、経験者などにより人材のサロンとなるNPO法人まちづくり役場の設立[行政視察の受け入れ、人材研修、地域づくり塾の運営](1998)
・感響フリーマーケットガーデン開設[黒壁の出資・プロデュース、まちづくり役場が運営する環境・健康をテーマにしたフリーマーケット(観光から地域密着へ)](1999)

商工会議所による長浜TMO構想策定(1999)

未来ながはま市民会議発足[市町村広域合併を視野に、「21市民会議」を発展改称、合併を検討している湖北地域(長浜市、浅井町等)を対象とする組織にしたもの](2002)

外部人材の活用
(ノウハウの導入)
組織化
(ボランティアから事業主体への発展、民間主体の組織化)
既存ストックの活用
(空き店舗の活用)
公的支援(県・市)
(施設改修に対する補助)

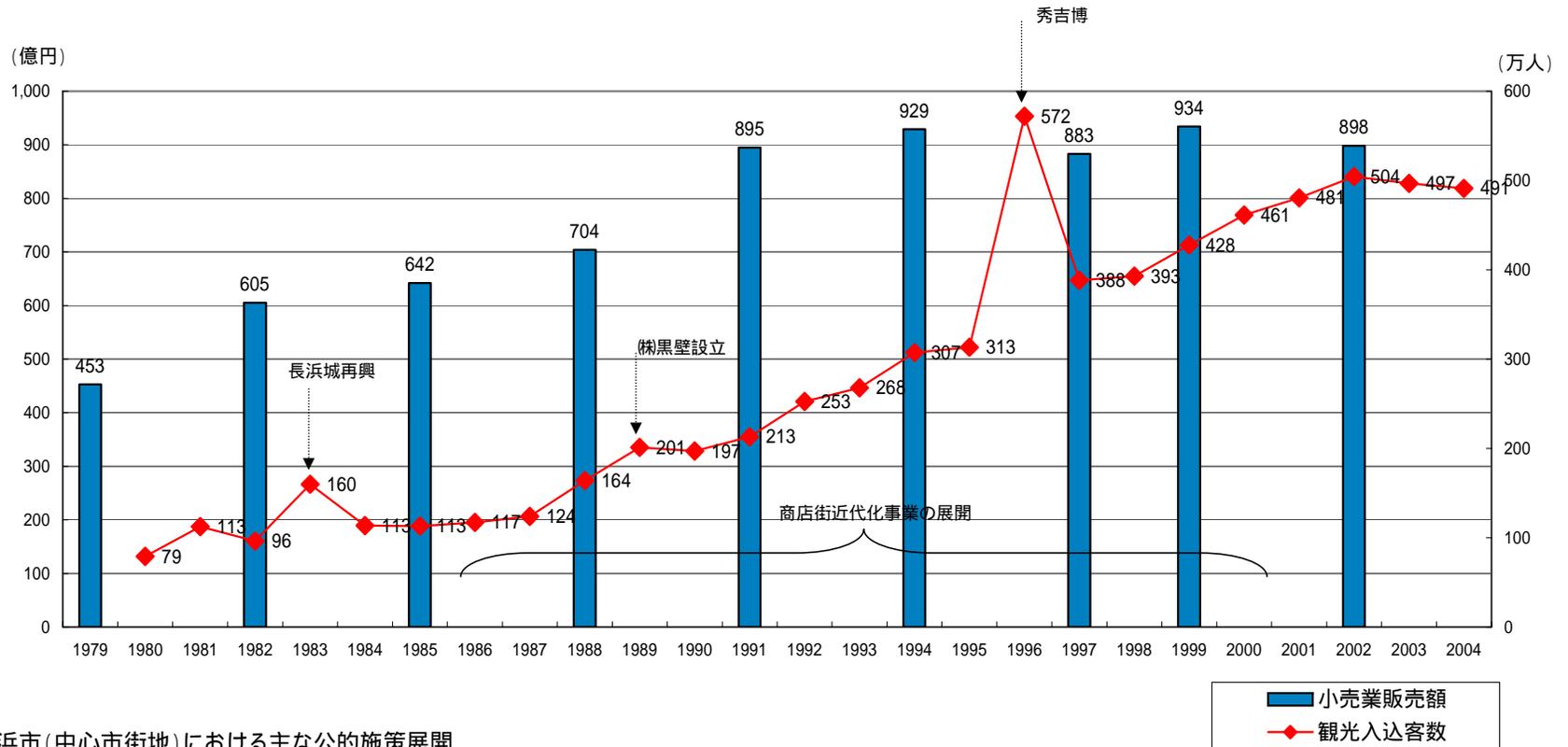
組織化
(地元民間主体と市民の連携強化)

黒壁来訪者 150万人に成長(1997)

行政、商店街等の視察団の増加
長浜市年間観光入込客数400万人を越える(1999)

(注) は公的支援を表す

長浜市の年間観光入込客数及び小売業販売額の推移(1979年～2004年)



長浜市(中心市街地)における主な公的施策展開

- S60年(1985年) 長浜地域商業近代化地域計画[日本商工会議所]
 - S62年(1987年) 商業観光パイロット推進事業[市]
 - S63年(1988年) ながはま御坊表参道商店街基盤整備事業[県・市・地元]
 ゆうき番街Cⅰ事業[県・商店街連盟]
 ふるさとづくり特別対策事業(～H5年[1992年])[自治省]
 (北国街道整備事業)
 - H元年(1989年) 神戸町Cⅰ事業[県・商店街連盟]
 - H3年(1991年) 商業近代化地域計画(実施計画)[基金(中小商業活性化助成金)]
 - H4年(1992年) すずらんグループCⅰ事業[県・商店街連盟]
 パルム大路Cⅰ事業[県・商店街連盟]
 - H7年(1995年) アイジーオ商店街まちなみ・まちづくり整備支援事業(個店改装)[国]
 曳山博物館整備[市(文化財については国)]
 - H9年(1997年) 長浜大手門通り共同施設事業[国]
- []内は支援主体

事例：海を生かした都市との交流による地域活性化

事例の概要：高知県大月町の柏島では、NPO黒潮実感センターを中心にダイバーなど多様な関係者が連携し、「持続可能な里海」をキーワードとして環境学習をモチーフにまちづくりを実施。ダイビングショップの開設が相次いでいる。

立上・着手

< 背景 >

< 主な活動概要 >

< ポイント >

< 外部評価・効果 >

少子高齢化等による地域活力衰退
漁業者とダイビングショップとのコンフリクト発生
高知大学海洋センター構想頓挫

海を生かしたまちづくりを目指し、魚やサンゴなど豊かな柏島の海に惹かれたダイバーでもある海洋研究者K氏が、町役場内の会議で町単独の海洋生物研究施設設置を提案（1997）
外部からK氏が柏島に移住（1998）
・「島が丸ごとミュージアム」構想を打ち出す
・住民に対して、島の海の素晴らしさを啓発するため、また、K氏の活動に対する理解を得るために海洋セミナーを開催するなど、地域内で様々な活動を展開

外部人材K氏の活動により地域資源である「海」の価値を島民が認識

外部人材
(資源再評価の役割)
目的の共有化

柏島中学校が廃校予定に

柏島中学校長を中心に海を活用した地域活性化の関係者ネットワークが形成
・個人的カンパ等による活動支援
・町役場N氏が、外部人材K氏の活動を島民へわかりやすく説明
柏島中学校長の仲介により、K氏が廃校予定中学校の空き教室を活動拠点事務所として活用
K氏が住民等に対する海洋セミナーに加え、子供達への環境学習等の活動を実施

柏島の海の素晴らしさを多くの人知ってもらうこと、また、環境保全を推進する拠点となることを目的とした「黒潮実感センター」の設立を目指し、K氏と地元住民・大学研究者等の活動賛同者が、活動を企画・運営する主体として「黒潮実感センター設立準備委員会」を組織（1998）

組織化
(民間主体の組織化)
資金確保・循環
(町民個人のカンパ)
内部人材
(ファシリテーター役)
既存ストックの活用
(廃校中学校の活用)

高知県全体の自然環境をフィールドミュージアムとして位置付け、県内の学習施設等をネットワーク化して環境学習機能を高めようという「こちフィールドミュージアム構想」を黒潮実感センター設立準備委員会が提案・実施
《高知県民アイデア募集事業（高知県）の導入》（1999）

公的支援（県）
(他市町連携の仲介機能)
アイデア・技術の導入
外部への情報発信
組織化
(NPO法人化)

県の事業を通じ、大月町周辺の中村市（現・四万十市）で自然体験活動に取り組む団体「(社)四万十楽舎」や大方町で砂浜を美術館にみたくて地域活性化に取り組む団体「NPO法人砂浜美術館」との連携が促進
これにより、イベントや組織の運営方法等について情報共有、技術支援が生まれる
K氏が新聞等の取材を受け、柏島をPR

大月町で初めて環境学習目的の県外（埼玉県他）修学旅行生来訪（2000）
黒潮実感センター設立準備委員会がNPO法人格を取得し、「NPO法人黒潮実感センター」が発足（引続き空き教室を事務所として利用）、地元住民を対象とした海洋セミナー等を行う。（2002）

数年間で外部からの主として若者によるダイビングショップが14軒開設される

数年間で旅館・民宿等の宿泊施設が11軒開設される

年間1万人のダイバー来訪

「朝日第3回海とのふれあい賞」準賞受賞（2000）

「第17回龍馬賞」受賞（2002）

「第6回NHK四国ふれあい文化賞」受賞（2005）

環境省「第1回エコツーリズム大賞」特別賞受賞（2005）

NPO法人黒潮実感センターがHPによる活動概要を情報発信
各種メディア（TV、新聞、ラジオ等）が取材により情報発信

NPO法人黒潮実感センターが地元住民を対象とした海洋セミナーに加え、修学旅行生を対象とした環境学習等の各種活動を展開

島の活性化に向け、地域の他団体とのイベント共催、間伐材を利用したアオリイカ産卵礁の取組等を新たに展開
《環境コミュニティ・ビジネスモデル事業（経済産業省）の導入》（2004）

海洋環境の保全を軸として、NPOを中心にダイバー、漁業者、林業関係者等が連携し、アオリイカ産卵礁設置のボランティア活動を展開。
ダイバー等がサポーターとして定着。

漁業者、ダイビングショップ等と連携した、利用区域の設定等の海面利用ルールづくりを目指す

公的支援（国）
(モデルとしての支援)
多様な主体の参画
(ダイバー等との協働、ボランティアなど多様な主体の巻き込み、コミュニティ強化に発展)

模索・実践

成長・安定

(注) は公的支援を表す

事例：歴史・文化資源を生かした景観形成と観光まちづくりによる地域活性化

事例概要：長野県小布施町では、「北斎館」をはじめとした歴史文化資源を活用し、町・民間・住民の協働による町並み修景を通して観光まちづくりを展開

< 背景 >

立上・着手

スキーブームを背景に国道403号が志賀高原へのルートとなる第2次北斎ブーム町内の北斎作品の買い漁りが横行(1970~)

町による北斎館の整備(1976)
 ・老舗菓子店0堂社長兼町長のI氏が私有地を提供
 ・須坂市在住のUターン建築家M氏を起用(以降、町の景観デザインのプランに)
 ・整備費は町による宅地造成販売による収益で賄う(5億円)

< 主な活動概要 >

老舗菓子店T堂店主(30歳代)が外部の建築家を起用して、町内初の観光客向け民芸調レストランを開業(1970)

第二次町総合計画策定[コンセプト: 緑と水と歴史の町、暮らしに文化が息づく町、特色ある産業の町、そこに生きる喜びと誇りを感じる町](1981)

町による高井鴻山記念館「ゆう然楼」開館[隠宅の復元公開](1983)

小布施の「景観」づくりへの取組がスタート
 ・0堂社長I氏死去に伴い息子IT氏(現0堂社長)、甥のIR氏(現小布施町長)東京からUターン(1980)
 ・建築家M氏を交え、老舗菓子店、周辺住民の発意により、ゆう然楼周辺の「町並修景事業」がスタート(1982~1990)

町による花のまちづくりの開始(景観、福祉、産業の3つの花づくり)
 ・町内会単位の公共課題づくり開始(1980)
 ・町「ヨーロッパ花のまちづくり海外研修事業」開始、フラワーコンクール開催(1990~延べ100名が海外へ)
 ・町「花の情報発信基地・フローラルガーデンおぶせ(1992)、種苗生産施設「おぶせフラワーセンター」開設(1997)
 ・町民のガーデニングによる美しいまちづくり活動が広がる
 ・町民による自主的な活動として自宅庭を観光客等に公開する「オープン・ガーデニング運動」に発展(2000~)

町「景観デザイン協力基準」を策定(1986) 町民と協力した景観形成事業を展開(駅前さわやかゾーン等)
 ・建設省の指定を受け「小布施町地域住宅計画(HOPE計画)」を策定(1987)
 ・全町的に景観デザイン協力基準を具体化
 ・町民による景観まちづくりの気運が広がる
 ・町によるまちづくり条例の制定、貢献者表彰制度、助成制度の創設、住まいのまちづくり相談所(1990)
 ・町内施工業者による景観研究会発足、外部の専門家を招いた勉強会、先進地視察などを実施(1993~)

< ポイント >

< 外部評価・効果 >

模索・実践

外部人材(地域資源の創造)

内部人材(資源再発掘 歴史ストックの活用)

目的の共有化(民間と役所のビジョンの共有化)

外部人材(コア・ファシリテーターとしての活用) 組織化(地元民間団体の組織化)

公的支援(町)(環境行政などの環境整備、ハードの整備)

内部人材(ボランティアなど多様な主体の巻き込み)

組織化(産業の裾野の拡大(6次産業化への展開)) 公的支援(県、町)(ハード整備)

資金の獲得(民間からの出資)

外部人材(準外部人材)

資源活用(地域資源の商品化)

成長・安定

小布施ハイウェイオアシス開設(1994)

官民による個性豊かな美術館群等の整備(17の美術館)
 ・町「おぶせミュージアム」[町出身画家](1992)
 ・町「千曲川ハイウェイミュージアム」(1996)
 ・民「盆栽美術館・大観」1996
 ・陶磁器コレクションアール(1996)
 ・県：小布施総合公園の整備(約53億円)

長野オリンピック開催(1998)

文化の発信基地としての地域イメージ戦略の展開
 ・M酒造による文化事業推進役に米国人女性S氏を起用[NAOCCボランティアとして来日]
 ・長野オリンピック英国選手団レセプション誘致、第三回国際北斎会議誘致(1998)
 ・0堂による国際的な建築家が手がけるレストランの開業(1998)
 ・文化イベント「小布施セッション」スタート。全国から有名講師を招致(2000~)
 ・町による文化イベントの実施 小布施国際音楽祭(2000~)、北信濃小布施映画祭(2002~)

町民の出資による三セク町づくり会社「ア・ラ小布施」の設立(1993)
 ・0堂IR氏等が中心になって呼びかけ
 ・資本金：2700万円うち町は100万円。2600万円は個人52名(1人上限50万円)と地元法人3社による
 ・農林産物加工視察団対応、観光案内、宿泊施設経営、まちづくり関連書籍出版、イベント運営事業
 ・町からの駐車場管理委託費が大きな収入源

基盤産業である農業と観光の経済的連携を強化するため、町「6次産業センター」の設立[農産加工品づくり](1999)

小さな田舎町の美術館としてマスコミが全国に報道、注目を集める(初年度入館者3万5000人)

潤いのあるまちづくり優良地方公共団体 自治大臣表彰(1986) 日本文化デザイン会議「地域文化デザイン賞」受賞(1987) 都市景観100選建設大臣賞受賞(1994)

全国花のまちづくりコンクール 農林水産大臣賞受賞(1994) 緑化功労賞内閣総理大臣賞受賞(1998)

年間観光入込客120万人へ(視察も含め)

花のまちづくりを進めた町長K氏観光カリスマに0堂IR氏イベント事業の成功で観光カリスマに(2002)

M酒造S氏日経ウーマン・オブ・ザ・イヤー受賞(2002)

(注) は公的支援を表す

事例 : 地域イメージをブランド化した柚子加工品販売等による地域活性化

事例の概要 : ローカル色を前面に出したゆず加工食品(「ごっくん馬路村」「ぼん酢しょうゆ・ゆずの村」等)の開発・販売で成功し、都市・農村交流、林業・木工などの分野に取り組みを拡大。

<背景>

<主な活動概要>

<ポイント>

<外部評価・効果>

立上・着手

模索・実践

成長・安定

柚子栽培農家の高齢化
豊作等による価格の不安定性
林業不振による村の中核的企業の倒産

馬路JA、T氏(内部人材)が販売課長に就任、加工品販路開拓の必要性を認識・提起
・人手不足のため果実として出荷するまで手間をかけることができないこと、価格の不安定性から、T氏が柚子加工品づくりしか生き延びる方法はないことを認識

内部人材
(課題の明確な認識)

大手メーカーが鍋用調味料として
ボン酢醤油市場開拓(70年代後半から)

独自の販売経路開拓目的のため集中的なデパート催事場出店(1983~) リピーターの存在に気づく
(「ゆず酢」を毎回買いに来る県出身者等の存在)

デパート催事客から3000人の顧客リストを獲得、DMを活用した通販事業を展開し、通販事業モデルを構築
外部の継続的購入者確保

冬季用商品および鯉のたたき用調味料として利益率の高いゆず醤油の開発に着手(ボン酢しょうゆ「柚子の村」1986発売)

アイデア・技術の導入
(マーケティング手法・DM手法の導入)

大手メーカーによる天然素材を生かした清涼飲料水の開発競争が展開(サントリーはちみつレモン発売(1986))
流行語:一村一品(1988)

顧客管理と業務効率化のためコンピュータの導入(101村展賞金101万円と農協資金で)
柚子全量買い取り制度と新商品開発に着手(ごっくん馬路村ゆずドリンク完成[1988])
高知市内デザイナーと年間契約、ラベル、ポスター等作成、イベント企画の外部ブレン化(1987)
馬路村公認の飲料として「ごっくん馬路村」を発売(1990)

アイデア・技術の導入
(ITの活用)
外部人材
(外部ブレンとして活用)
公的支援(村)
(ブランド化の推進・村による権威付け:「村公認飲料」)

1988年「ゆずの村」が東京のデパートが主催する「日本の101村展」で大賞受賞
通販売上げ1億円(1989)

村を丸ごとPRする戦略の確立
・地元テレビ局等を活用した高知県内向けCMによる情報発信(小学生、農家のお年寄りが登場するCMの展開、馬路村役場もCM費用(250万円)のうち、半額(125万円)を町費で負担)
・首都圏等でのポスター展開、北陸、北海道なども含むデパート催事への出店(JA馬路村の独自のPR事業として)

外部への情報発信
(戦略的な情報発信)
公的支援(村)
(CM費用の補助)

「ごっくん馬路村」日本の101村農産部門賞受賞(1990)

村域の75%を占める国有林の合理化[村内の営林署の廃止撤廃が決定](1998)
インターネットの普及

加工品の売上げの伸びを背景に、加工施設等のハード整備を推進
(新加工場完成(1993)、柚子廃棄物利用堆肥センター、柚子皮乾燥センター完成(1996))
果樹産地活力強化特別対策事業(国)(約45億円)の導入

「元気な村」という地域イメージを活かした新たな交流事業の展開
・情報発信拠点「馬路村ふるさとセンター」の開設(1996)
来村者の増加をにらんだ村の玄関口としての役割を担う村営施設:(観光案内、物産販売等)
ふるさと定住モデル事業(高知県)の導入

村独自の山村留学制度創設(村から財政支援は350万円(年間)、家賃補助や留学体験プログラムなどに利用)(1997)
馬路村活性協議会(村、農協、森林組合、観光協会等)の発足(1999)
馬路村活性協議会による農林・観光活性化ビジョン「馬路まるごと販売術」を作成 農協による営林署跡地を活用したレストランなどを整備する「ゆずの森構想」を推進中(2003~)

公的支援(国)
(地元で負えない初期投資の一部リスクテイク)
公的支援(県)(市)

組織化
(民間主体の組織化・村のバックアップ・ビジョンの明確化)

通販売上げ10億達成(1993)
通販売上げ18億達成(1997)

全日本DM大賞地方ブロック賞(1993)
朝日農業賞(1995)
JRN明日のふるさとPR大賞優秀賞(1997)

「馬路村」ブランドを活用した新規事業展開(ゆず+森林資源の活用によるブランドの産業連携)
・どんぐりから建築材までを扱う林産品加工会社「エコアス馬路村」設立(2000年)
(資本金4億2,000万円のうち村の出資は94.9%、株主90名のうち個人が79名、個人株主の72名が村民)
間伐材製品の販売額の1%を村設立の森づくり基金に寄付(主力製品は、間伐材トレーヤ、カバン等)

JA、村の情報交流人口管理(全国25万人の顧客リスト)と来訪者窓口を一元化するため、インターネットを活用

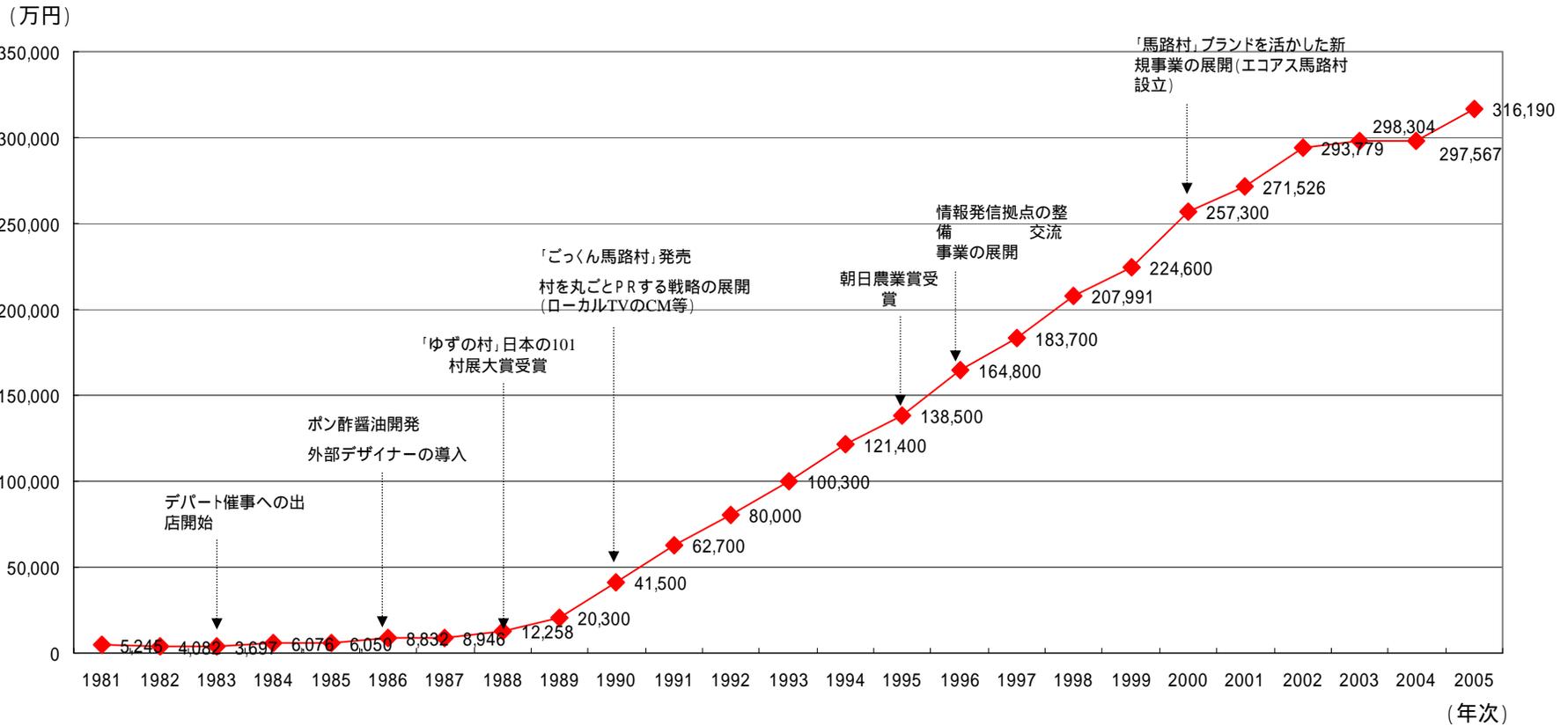
馬路村応援団:森の風番人協会の発足[商品顧客から村の応援団へ(年会費¥2,000、森林保険、河川美化活動、年2回のニュースレター発行・送付、都市住民との交流イベント)]=外部のサポーター確保(全国に450名)

アイデア・技術の導入
(ITの活用)
資金確保・循環
(CSRによる地域内資金循環、外部サポーター)
地域資源の活用
(地域資源をブランドとして商品化・拡大)

ゆず加工工場の雇用
2人(1986) 70人(2006)
年間2,000人の視察者来訪(1995)

(注) は公的支援を表す

JA馬路の柚子加工品販売額の推移



馬路村における主な公的支援施策の活用状況

年度	事業名	補助主体	内容
S58年(1983年)		国土庁	コミュニティセンターうまじの整備、開設
H6年(1994年)	果樹産地活力強化特別対策事業	農林水産省	柚子処理加工施設整備
H8(1996年)			柚子堆肥工場整備
H9(1997年)	過疎地域等活性化モデル推進事業	総務省	木工芸品の新商品開発、DMIによるPR及び宿泊体験事業等の実施
H12(2000年)	元気のでる市町村総合補助金	高知県	馬路村魚梁瀬地区:木のおもちゃの里づくり、ダム底土堆肥化実験分析
H12(2000年)~H14(2002年)	林業構造改善事業	林野庁	間伐材のおさら・うちわの生産ラインを整備、バイオマス発電機器の設置など
H13年(2001年)	長寿社会ソフト事業費交付金	(財)地域活性化センター	第10回記念山師達人選手権大会(イベント助成)
	小規模商品開発補助金	(財)ふるさと財団	(株)エコアス馬路村、間伐材用を利用したおさら製品開発
H14年(2002年)	集落再生サポーター事業	高知県	地域の人とふれあう体験型メニューの検討(元気が出るプランの作成)
H15年(2003年)	過疎地域等活性化モデル推進事業	総務省	首都圏幼稚園を対象とした間伐材製品需要調査、新製品開発
H16年(2004年)	多様な主体の参画と連携による地域づくりモデル事業	国土交通省	小さくても頑張れる参加型の村づくり
H17年(2005年)	新分野進出等企業支援補助事業	(財)ふるさと財団	(株)エコアス馬路村、間伐材を利用したデザイン製品の作成事業

事例：温泉資源を生かした観光まちづくりによる地域活性化

事例の概要：釧路市阿寒町では、阿寒湖温泉観光の再生を目指した住民主体のまちづくり活動を展開。活動の中核組織としてNPO法人を設立、「阿寒湖温泉再生プラン2010」を策定し、様々なプロジェクトに取り組んでいる。

< 背景 >

< 主な活動概要 >

< ポイント >

< 外部評価・効果 >

立上・着手

模索・実践

阿寒でも観光客の旅行形態が団体から個人中心に変化、上昇傾向(1996~1999)にあった観光客が2000年に約13%減
空き店舗の増加

シンクタンクが阿寒湖温泉再生のため町との共同によるプラン策定(行動計画含む)を提案(町とシンクタンクの両方で調査・検討費用を応分に負担)

町とシンクタンクが共同で「阿寒湖温泉活性化戦略会議」を組織(住民自らができることから着手する取組)(2000)
・観光関連施設や組織の実態把握を目的としたアンケート・ヒアリング調査の実施
・住民の意識改革を目的としたワークショップ(テーマ別ファイルワーク、講座)の開催
・戦略会議と各種活動の情報公開を行う「ニュースレター」の発行・全戸配布

湖畔リゾートの先進地(カナダ)を視察(2001)
宿泊客の実態と住民意識の把握を目的としたアンケート調査の実施(2001)

観光業者・農業・建設業・一般住民・行政等が参画した「阿寒町まちづくり協議会」設立(2001)
女性によるまちづくり活動団体「まりも倶楽部(リーダーは移住者)」設立(2001)
・「手作りガイドマップ」、「地元料理レシピの開発」などの活動開始

徹底した住民説明会を経た「阿寒湖温泉再生プラン2010」の策定(2002)

目的の共有化
(地元全体の危機意識)
外部との連携強化
(シンクタンクとの協働)
外部人材
(移住者による資源再評価の役割)
組織化
(地元の民間主体の組織化を町が支援)
目的の共有化
(ビジョンの共有、活動方針の共有化)
アイデア・技術の導入
(先進事例の視察)
多様な主体の参画
(住民へのネットワーク拡大、多様な主体の巻き込み)

アイデア・技術の導入
(地域資源の高付加価値化)
問題意識の共有化
(活動方針の共有化)
公的支援(国)
(モデルとしての支援)

外部との連携強化
(外部専門家と地域関係者の意識共有、協働作業の実践)
公的支援(国)
(国が管轄する開発規制区域での活動支援)

問題意識の共有化
(地域課題の見直し・明確化)

アイデア・技術の導入
(IT技術の導入)
公的支援(国)
(システム検討・導入費の負担、キャンペーン費用の負担)
組織化
(民間主体の組織化、地域観光とまちづくりの一体化、地域アイデンティティの創出)

社会実験として、温泉街の商店や旅館等の連携・協働の促進を通じた「まりも家族手形」「ぐるっと湯めぐり帳」共通バス発行による温泉街の高付加価値化
《観光まちづくり支援プログラム策定推進事業(国土交通省)の導入》(2002-2003)

新たな魅力づくりとしての「花いっぱい運動」促進のための「花づくりガイド」の作成

商店街現況調査の実施
イベント(伝統芸能、祭り、スポーツなど)の再点検とカレンダー化を「イベント現況調査」として実施

3年間を総括する「まちづくり交流フォーラム」の開催(2002)

商店街活性化プロジェクト(ワークショップ)の実施(2003)
足湯の整備(2003)
駐車場実態調査の実施(2003)

まちづくり協議会が、国立公園計画見直しのため「グランドデザイン懇談会」を設置(2002)(次の協議会に発展)
外部専門家も交えた地元関係者が連携した「国立公園阿寒湖運営協議会」設置(2003)
《集団施設地区整備構想(環境省)の導入》(2004)

携帯電話を使って観光客のニーズや満足度を測定するマーケティングシステムの構築
(都市再生モデル調査(内閣府)の導入)(2004)
路上駐車等の解消を図るキャンペーンの実施(ピラ配り、実態調査等)
(交通マナー改善キャンペーン(国土交通省釧路開発建設部)の導入)(2004)

NPO法人「阿寒観光協会まちづくり推進機構」設立(2004)
合併後の地域アイデンティティの継承等を目的とした観光協会と「阿寒町まちづくり協議会」の合併によるNPO法人化

「阿寒湖温泉再生プラン2010」第二期計画の策定(2005)

無料循環バス、オープンカフェ等の社会実験の実施(社会実験(国土交通省)の導入)(2005)

釧路市との合併(2005)

観光客
97年度水準(約190万人)に復帰(2002)

0氏が
国土交通省「観光カリスマ」に認定(2003)

(注) は公的支援を表す

事例：自主財源づくりによる行政に頼らない集落活性化

事例概要：鹿児島県串良町の柳谷集落では、集落の自主的取り組みによる遊休農地を活用したサツマイモの生産、土着微生物を使った畜産に伴う悪臭問題対策による集落環境の改善などを行い、PB芋焼酎の開発や外部との交流に発展

<背景>

<主な活動概要>

<ポイント>

<外部評価・効果>

立上・着手

模索・実践

少子高齢化の進展による集落自治機能の低下（田植え前の豊作祈願のための年中行事である田の神講等の自然消滅）畜産排泄に伴う悪臭問題の深刻化

集落の自治機能の再生
 ・元銀行マンで、Uターン者である事業家（健康食品業）で地域リーダーT氏（柳谷在住）（当時55歳）に集落長老が柳谷公民館長就任を要請（1996）
 自治会組織の機構改革「柳谷集落民会議」を設置 [PTAのOB、高齢者、公民館役員など地域リーダー層による合意形成及び自主活動の牽引組織]（1998）

外部人材の活用
 （地元組織化のコアへの登用）
 組織化
 （住民自治組織の改編）

「行政」に頼らない「むら」おこしのため集落住民総出のデンプン用カライモ栽培による自主財源確保活動の発案と実践（1998）
 ・T氏による自主財源確保計画の立案
 ・住民からの栽培圃場（30a）、余った苗の無償提供
 ・高齢者の技術指導、柳谷高校生クラブを中心とした栽培活動（労働奉仕）
 ・初年度：自主財源として35万円を確保
 ・集落による協働作業の再生（小中学生～高齢者まで）

内部人材
 （ボランティアによる労働力、技術の提供）

自主財源を活用した住民の一体感、暮らしの安心感を醸成するための事業の展開
 ・遊休町有地を借用した集落の住民の多世代間交流拠点（わくわく運動公園）の整備（1998）
 住民による資材、労働力の無償提供（地区の大工、左官、造園事業者なども無償で技術供与）。
 4ヶ月間。費用8万円
 ・独居老人の増加に対応し、集落会議の住民サービス事業として、自主財源を活用した高齢者のためのまさかの時の緊急警報装置の開発、設置（1998）
 ・元教員を有償で招き小中学生対象の補習塾「寺子屋」運営、集落住民運動としての「おはよう声かけ週間」設定（2000）

内部人材
 （ボランティアによる労働力、技術の提供）
 既存ストックの活用
 施設・空間の整備
 公的支援
 （集落活動への町有地の貸与）
 組織化
 （コミュニティ強化）

作付面積は100aまで拡大
 年間80万円の自主財源に

畜産リサイクル法（1999）

全国的な不登校、学級崩壊が社会問題化

全国的な焼酎ブーム（2000～）

土着菌による地域づくり手法の確立（家畜に伴う臭害の解消、家庭生ゴミの堆肥化に土着菌を有効利用）
 ・T氏が知人より、鹿児島大学で研究をしているとの情報を入手、T氏がコンタクト。鹿児島大学より土着菌活用の講義・研修を受け、畜産農家を中心に地区内で研修会を発足、実用化テストを開始（2000～）
 ・畜産農家による土着菌利用の協力開始（飼料への混入）
 ・住民による資材、労働力提供による「土着菌センター」の建設（70万円）、土着菌販売の事業化（米ヌカにまぜた「ボカシ肥」として販売）（2002）

アイデア・技術の導入
 （専門的知識の習得）

施設・空間の整備

地元新聞各紙に取組が掲載、（2000）
 ベトナム、韓国など海外からの視察も訪れる（2001）

年間3万kgの土着菌
 売り上げ約200万円

日本計画行政学会「計画賞」最優秀賞受賞（2002）

受賞を契機としたメディア報道とそれに伴う視察者の増加

PBブランド商品、農村レストラン開業などの新規事業の開始（2004）
 ・土着菌等を利用した有機農法の展開
 ・集落による焼酎用カライモの栽培開始
 ・隣接する鹿屋市の酒造所に協力を要請（T氏の昔からの町おこし仲間）、集落民会議の自主財源事業としてPB焼酎「やねだん」（「柳谷」の通称）」の製造販売を開始
 ・わくわく運動公園内に視察者向けに、集落民会議の自主財源事業として手打ちそば処「やねだん」を開業
 ・集落民会議の住民サービス事業として「土着菌米ぬか足湯」の開設（2006）

組織化
 （産業の裾野の拡大）

外部との連携強化
 （技術提供者の獲得）

政府農村モデル地区選定（2004）
 半島地域活性化優良事例選定[国土交通省]（2005）
 MBC賞[南日本放送]（2005）
 ムラと自然の再生賞[農林水産省]（2006）
 視察者2000人（2005年度）

（注） は公的支援を表す

事例 : ITを活用した地域情報発信とコミュニティビジネスによる地域活性化

事例の概要: 島根県江津市桜江町では、地域情報の積極的な発信と田舎暮らし体験ツアーの実施の組合せなどITを活用して定住促進を実現。また、地域住民と移住者の融合により、地域活性化の取組みを展開している。

< 背景 >

< 主な活動概要 >

< ポイント >

< 外部評価・効果 >

立上・着手

模索・実践

成長安定

高度成長に伴う町の基幹産業であった農業の衰退
人口減少・高齢化により地域活力が低下

町内の総合建設業会社役員I氏が町長が、町にITを活用した都市等との交流促進を図る地域情報発信・各種システム構築を行う企業の設立を相談。夫のUターンに伴うイターン者で東京でのプランナー経験を持つK氏(現取締役兼Webマガジン編集長、出身は大分)を登用し、「いまねネット株式会社」を設立(1999)同社により観光情報、移住情報、特産品の通信販売等を行うWebマガジンを発行。(2000~継続中)

「いわみマインドの会」事務局としてK氏が企画し町民の協力を得て「しまね暮らし発見ツアー」〈しまね暮らし体験ツアー事業(ふるさと島根定住財団)〉を開始(2000~継続中)

地域の伝統芸能を中心にすえたイベント「世紀超えフェスタ」を、住民からの寄付などを募り、町の第3セクターの温泉宿泊施設「風の国」で実施(2000)

石見地域の愛着心を育む機運の高まりを受け、I氏の働きかけなどにより、経済団体、大学、行政などを中心とした有志が、島根県西部の石見地域全体のネットワーク構築や独自プロジェクトの実施、交流組織の構築などを目指す「いわみマインド」の会設立。
会長にI氏を選出。

- 外部人材の活用 (ノウハウの導入) 的確な情報発信 (独自地域メディアの開発)
- 組織化 (個人の発意から民間主体を中心とした組織化に発展) 外部との連携強化 (コンテンツの充実)
- 公的支援(団体) (活動の権威づけ) 資金確保・循環 (住民による寄付)

桜江いきいきプロジェクトの発足(2001)
都市農村交流を実践するための、主婦、店主、会社員、会社役員、公務員からなる住民組織。
テーマ:IT&パソコン、農業&田舎料理、神楽&秋祭り、健康&ダイエット、禅寺体験
(多様な主体の参加と連携による活力地域づくりモデル事業(国土交通省)の導入)

無人駅を活用した拠点整備
無人駅であった町内の川戸駅をJR西日本が桜江町に譲渡。桜江町が地域振興事業を実施することを条件に商工会に無償貸付

商工会が会員企業に公共サービスを行う企業を募集。「いまねネット株式会社」案を採択
・観光案内、ITサロン(講習会)、定住サロン、特産市、情報交換ボード(紙ベースの掲示板、JR川戸駅に設置)(2002~)

- 組織化 (民間主体の組織化、コミュニティの強化)
- 既存ストックの活用 (中心地施設の活用)
- 的確な情報発信 (地域資源の一元的管理) アイデア・技術の導入 (IT技術の導入)

地域のネットワーク形成に資するシステム構築の実施(2002)
・イベント情報専用サイト「ALLいわみ」(石見観光振興協議会の委託)
・宿泊予約専用サイト「お宿予約ドットコム」(石見地域観光関連施設連絡協議会の委託)
何れも「いまねネット株式会社」が受託

K氏の企画により地域出身の音楽家と石見神楽とのコラボレーションコンサート「オtakeビ神楽at風の国」を開催(2002)

定住サロンの拡充
地域住民、移住者、移住希望者の交流会が、Webマガジンの取材等で得たネットワークを活用した各種の活動・イベントの企画会議に発展。体験ツアーを契機に定住したC氏、Y氏も住民スタッフとして参加。以降K氏を強力にサポート(2002)

雇用の確保を目指すコミュニティビジネスの研究会と実践団体が派生(2003)
・石見の名物料理を考える会:石見地方の個性ある食文化の育成に向けたアドバイスや情報提供、ITを活用した消費者との交流強化を図る「住民による住民のための」組織
・スローマーケットを創る会:石見地方の素材と昔ながらの知恵と技を用いた手作りの特産品を町の宿泊施設「風の国」でのフリーマーケット形式や、ネットをつかった通信販売する活動を展開する組織。商品企画・開発や住民へのアドバイス等を行う組織(K氏がコーディネーターとして発足)

- 外部人材 (地域資源の再評価)
- 組織化 (地域メディアを活用したネットワーク強化)
- アイデア・技術の導入 (IT技術の導入) 外部への情報発信 (コンテンツの拡充) 公的支援(団体) (インフラ整備の支援)

石見地域観光関連施設連絡協議会の委託を受け、㈱いまねネットが石見地方の温泉施設から湯治場にふさわしい温泉地150箇所を源泉したサイト「湯治場どっここむ」を新設(2003)管理、運営を行う。

定住希望者をターゲットとした専用サイト「ふるさと.net」をK氏が中心となり新設
[eふるさとパイロットプロジェクト(地域総合整備財団)の導入](2003)[管理運営は結まるプラスへ]

いまねネットのK氏・国土交通省地域振興アドバイザーに就任(2002)

新規定住人口70世帯150人(1998~2003年)

桜江町と江津市の合併(2004)

これまでの様々な活動をベースに、関係者、関連活動のコーディネーターや連携強化により地域の自立を目指す、特定非営利活動(NPO)法人「結(11)まるプラス」を設立。(江津市第1号のNPO法人)(2005)。引き続き、都市・農村交流やコミュニティ・ビジネス支援等の活動を行う。「地域と都市」「官と民」を結び中間支援的な機能を果たしている。

- 組織化 (NPO法人化、コーディネーション機能の強化)

(注) は公的支援を表す

事例 : 6次産業化による地域活性化

事例の概要 : 山口県阿東町にある船方農場グループは、都市と農村交流を消費者との信頼感醸成及び農産物ブランド育成の有力手段と位置づけた観光産業振興、「6次産業」による地域活性化を推進。

< 背景 >

< 主な活動概要 >

< ポイント >

< 外部評価・効果 >

立上・着手

模索・実践

成長・安定

高度成長に伴う町の基幹産業であった農業の衰退
阿東町では和牛生産を推進中

農業に関心を持つ非農家の若者を受け入れるため、農業の中では当時は例外的に成長産業であった酪農に注目し、現在も中心的リーダーであるS氏ら5名が法人組織として、船方総合農場を設立(1969)
現在地への移転を契機に規模拡大。水稲の大規模請負組織化を目指す(1974~)

内部人材
(同志の存在)

国による米・乳牛の生産調整施策
畜産環境問題等による地域との摩擦

生産、低コスト志向経営の模索
市場環境の悪化、規模拡大に伴う環境対応コストのアップが経営を圧迫、地域複合型資源循環農業へ方針を転換(1979~)
・地域の稲作農家と連携により、水田等へ牛糞等の堆肥利用
稲わらを牛の飼料として活用という資源循環を形成

参加農家の農地が分散、一般経費が上昇、地域複合型資源循環農業もコスト上昇の壁に阻まれる(1983)

顧客志向経営への転換
都市農村の交流による生産・販売戦略の展開
・農協主導で阿東町始めることとなったイベント「わんぱく牧場」に援農に来ていた青年の助言を受け入れ協力。農場への親子連れの来訪が増加(1986)

・「わんぱく牧場」が阿東町以外で開催されることとなり、それを継承する交流の場を独自で運営するための勉強会「交流の里研究会」を設置(S氏の人脈により集まった農業者、外部のジャーナリスト、銀行マン、デザイナー、建築設計士、研究者、商店経営者、教育関係者などで構成)(1985)

アイデア・技術の導入

外部人材
(専門知識等の活用)

総合保養地整備法(1987)

「0円リゾート事業」の展開
・全国的なリゾートブームへのアンチ・テーゼとして、無駄な投資をしない、入場料、駐車料無料の親子連れをターゲットとした、遊びと学びの場としての農場の開放を構想
・消費者と生産者の出資で交流会社(株)グリーンヒルATO設立[体験サービス、外食サービス]の2事業(1987)

・周辺都市部からのリピーターの増大

資金の獲得
(事業に賛同する個人資金の出資)

外部との連携強化
(外部サポーターの確保)

船方グループ代表S氏
・農林水産省・農業・農村政策審議会専門委員に就任(1990)
・観光カリスマ百選(2002)

「加工・販売事業」の展開
・消費者と生産者の出資で農産加工会社(株)みるくタウンを設立
・乳製品、食肉加工品1(2000)
・加工施設等を整備
《農業構造改善事業(農水省)の導入》(2001~2002、約10億円)

資金の獲得
(地元民間資金の投入)

公的支援(国)
(初期投資のリスクテイク)

農業の6次産業化の効果
(1次産業単体) (6次産業)
売上額=2.7倍
(3億円 8億円)
従業者=3倍
(20名 60名)
来客者=0人 8万人
(加工施設見学コースが大きく貢献)
(2005年での比較)

食料・農業・農村基本法成立(1999)

地域との共生、地域活性化の模索
- 作る人から食べる人までを連携する総合生命産業として、6次産業化を目指す -
・事業協働組合「みどりの農協同組合」設立[一体化しつつあった農業、交流、加工のさらなる一体的発展を目指し、所管法令が異なることに起因する障害を越えるため、中小企業施策である事業協働組合を採用](1990)
・宅配販売事業の開始(1992) 顧客数約5000戸を獲得

組織化
(既存事業体の一体化)
問題意識の共有化
(経営ビジョンの共有化)

農業法人連携農場づくり - 広域消費対応・システム生産農業の展開
・(株)花の梅設立[既存農業法人、個人、みどりの農協同組合の出資:資本金:2,250万円](2003)
干拓畑地の耕作放棄地再生にチャレンジ
(野菜、花き栽培等をベースに交流事業を展開)

資源の活用
(地域資源の戦略的商品化、産業の裾野拡大[6次産業化])
外部との連携強化
(事業組織体の形成)

(注) は公的支援を表す