

# 地域振興事例調査 報告書

平成 23 年 3 月

財団法人地方自治研究機構



# 目 次

序章 調査の概要.....	3
第1章 調査対象事例一覧.....	7
第2章 調査研究事例.....	22
01 北海道長沼町 長沼町グリーン・ツーリズム .....	22
02 岩手県北上市 産学官連携の企業政策 .....	34
03 茨城県常陸太田市 地産地消の推進と地域ブランドの創出 .....	50
04 大阪府豊中市 豊中駅前活性化に向けた地域主体のまちづくり活動.....	66
05 和歌山県田辺市 田辺市熊野ツーリズムビューローのインバウンド推進.....	82
06 兵庫県姫路市 消防防災運動会「まもりんピック姫路」 .....	100
07 徳島県徳島市 マチ☆アソビ.....	112
08 愛媛県内子町 内子フレッシュパークからり・町並み保存運動 .....	132
09 大分県豊後高田市 地域資源の再発見による中心市街地活性化 .....	168
10 長崎県雲仙市 雲仙古湯地区の景観まちづくり .....	188
11 鹿児島県薩摩川内市 アートを活用した離島振興.....	208
12 沖縄県与那国町 長命草を活かしたふるさとづくり .....	222
研究員.....	235





## 序章 調査の概要



# 序章 調査の概要

## 1 調査研究の背景・目的

地域の自発的行動による問題解決が求められる地域主権のもとでは、地域の活力は地域の創意工夫に基づく持続的な活動により生み出され、その活動主体は、自治体、各種関連団体、NPO、一般的個人と幅広く、その活動分野も農業・工業・商業やその複合分野など広範にわたっている。

かかる状況のもとで、活動主体の強みを活かした連携も、地域活性化に対する新たな可能性を生み出すものであり、自治体間の広域的連携、自治体と民間のパートナーシップ関係、自治体とNPOとの連携、自治体と大学との連携、さらには、これらの複合的な連携は、今後の地域活性化の鍵を握るものとも考えられる。

本調査研究は、地域の創意工夫に基づく持続的な活動による地域振興の先進的事例について、その事業の発端はだれのどのような取組みか、どのような課題が生じいかに解決したか、今後どのように発展させていこうとしているか等々、現地調査によるキーマンへのヒアリング調査を実施してこそ把握できる情報やしくみを整理し、同様の政策立案や事業展開を検討している全国の市町村に提供することを目的とするものである。

## 2 調査項目と調査方法

### (1) 調査項目

各調査事例に対し、原則として、次の調査項目を整理しとりまとめている。

- 1 事業の経緯
  - (1) 事業年表
  - (2) 事業の経緯
- 2 事業の内容
  - (1) 事業主体
  - (2) 事業の内容
- 3 事業の効果、成果
- 4 事業の成功要因
- 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

### (2) 調査方法

すべての調査事例について、文献やインターネット情報により、事前に事業概要を把握した後、質問事項を調査事例の事業主体に送付し、現地調査を実施した。

- ・文献調査
- ・現地調査



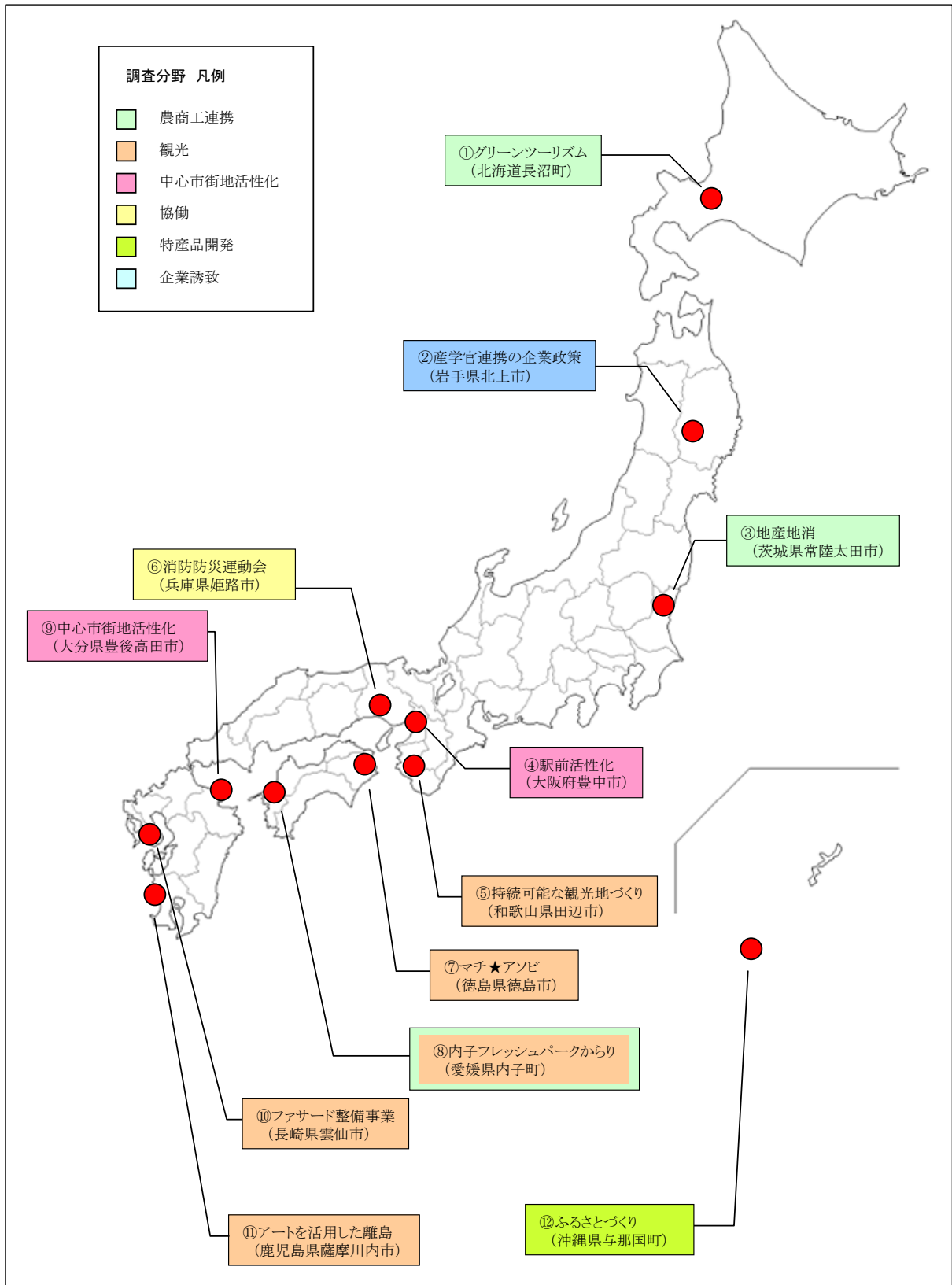
## 第 1 章 調査対象事例一覧



## ■調査事例一覧

地域	事業名
01 北海道長沼町	○長沼町グリーンツーリズム －美しい自然の中で、爽やかな感動体験。－
02 岩手県北上市	○産学官連携の企業政策 －ものづくりは人づくり－
03 茨城県常陸太田市	○地産地消の推進と地域ブランドの創出 －「地元のおいしいと特産品をもっとおいしく」 常陸太田市の新たな取り組み－
04 大阪府豊中市	○豊中駅前活性化に向けた地域主体のまちづくり活動 －豊中駅前まちづくり推進協議会及び まちづくり会社の活動から－
05 和歌山県田辺市	○田辺市熊野ツーリズムビューローのインバウンド推進 －持続可能な、世界に開かれた観光地を目指して－
06 兵庫県姫路市	○消防防災運動会「まもりんピック姫路」 －ゲーム感覚の防災訓練が 防災知識と地域のつながりを強化する－
07 徳島県徳島市	○マチ☆アソビ －マチをアソビつくそう！－
08 愛媛県内子町	○Ⅰ 内子フレッシュパークからり（実験施設「内の子市場」の開設） ○Ⅱ 町並み保存運動
09 大分県豊後高田市	○地域資源の再発見による中心市街地活性化 －昭和の町を中心とした 持続的な中心市街地活性化策－
10 長崎県雲仙市	○雲仙古湯地区の景観まちづくり －大正ロマンの街並みに Before→After ファサード整備事業－
11 鹿児島県薩摩川内市	○アートを活用した離島振興 －『甌島に未来を！』進化し続ける現代アート展覧会－
12 沖縄県与那国町	○長命草を活かしたふるさとづくり －外部企業とのパートナーシップによる地域振興－

## ■調査事例マップ





## ■調査事例一覧（分野・キーワード）

地域	分野	キーワード		該当頁
01 北海道 長沼町	・農商工連携	事業名	長沼町グリーンツーリズム	22
		キーワード	農産物直売所、グリーンツーリズム	
02 岩手県 北上市	・企業誘致	事業名	産学官連携の企業政策	34
		キーワード	大学連携、人材育成	
03 茨城県 常陸太田市	・農商工連携	事業名	地産地消の推進と地域ブランドの創出	50
		キーワード	直売所、地産地消	
04 大阪府 豊中市	・中心市街地 活性化	事業名	豊中駅前活性化に向けた地域主体のまちづくり活動	66
		キーワード	地域発案型、まちづくり会社	
05 和歌山県 田辺市	・観光	事業名	田辺市熊野ツーリズムビューローのインバウンド推進	82
		キーワード	インバウンド、おもてなし	
06 兵庫県 姫路市	・協働	事業名	消防防災運動会「まもりんピック姫路」	100
		キーワード	消防防災、ゲーム感覚	
07 徳島県 徳島市	・観光	事業名	マチ☆アソビ	112
		キーワード	コンテンツ活用、ICT活用	
08 愛媛県 内子町	・農商工連携 ・観光	事業名	○Ⅰ 内子フレッシュパークからり (実験施設「内の子市場」の開設) ○Ⅱ 町並み保存運動	132
		キーワード	農産物直売所、ICT活用 レストラン、グリーンツーリズム 町並み保存	
09 大分県 豊後高田市	・中心市街地 活性化	事業名	地域資源の再発見による中心市街地活性化	168
		キーワード	テーマ（昭和）設定まちづくり、 PDCA サイクル	
10 長崎県 雲仙市	・観光	事業名	雲仙古湯地区の景観まちづくり	188
		キーワード	ファサード（街並み）整備、大正ロマン	
11 鹿児島 県薩摩川内市	・観光	事業名	アートを活用した離島振興	208
		キーワード	アートによるまちづくり、協働	
12 沖縄県 与那国町	・特産品開発	事業名	長命草を活かしたふるさとづくり	222
		キーワード	民間企業とのパートナーシップ、 地域ブランド	

## ■調査事例一覧（分野別）

分野	地域	事業名	該当頁
農商工連携	01 北海道 長沼町	長沼町グリーンツーリズム	22
	03 茨城県 常陸太田市	地産地消の推進と地域ブランドの創出	50
	08 愛媛県 内子町	○Ⅰ 内子フレッシュパークからり (実験施設「内の子市場」の開設) ○Ⅱ 町並み保存運動	132
観光	05 和歌山県 田辺市	田辺市熊野ツーリズムビューローの インバウンド推進	82
	07 徳島県 徳島市	マチ☆アソビ	112
	08 愛媛県 内子町	○Ⅰ 内子フレッシュパークからり (実験施設「内の子市場」の開設) ○Ⅱ 町並み保存運動	132
	10 長崎県 雲仙市	雲仙古湯地区の景観まちづくり	188
	11 鹿児島県 薩摩川内市	アートを活用した離島振興	208
中心市街地 活性化	04 大阪府 豊中市	豊中駅前活性化に向けた地域主体の まちづくり活動	66
	09 大分県 豊後高田市	地域資源の再発見による中心市街地活性化	168
協働	06 兵庫県 姫路市	消防防災運動会「まもりんピック姫路」	100
特産品開発	12 沖縄県 与那国町	長命草を活かしたふるさとづくり	222
企業誘致	02 岩手県 北上市	産学官連携の企業政策	34

## ■調査事例一覧（キーワード別）

キーワード	分野	地域	該当頁
ICT 活用	観光	07 徳島県徳島市	112
	農商工連携、観光	08 愛媛県内子町	132
PDCA サイクル	中心市街地活性化	09 大分県豊後高田市	168
アートによるまちづくり	観光	11 鹿児島県薩摩川内市	208
インバウンド	観光	05 和歌山県田辺市	82
おもてなし	観光	05 和歌山県田辺市	82
グリーンツーリズム	農商工連携	01 北海道長沼町	22
	農商工連携、観光	08 愛媛県内子町	132
ゲーム感覚	協働	06 兵庫県姫路市	100
コンテンツ活用	観光	07 徳島県徳島市	112
テーマ（昭和）設定まちづくり	中心市街地活性化	09 大分県豊後高田市	168
ファザード（街並み）整備	観光	10 長崎県雲仙市	188
まちづくり会社	中心市街地活性化	04 大阪府豊中市	66
レストラン	農商工連携、観光	08 愛媛県内子町	132
協働	協働	06 兵庫県姫路市	100
消防防災	協働	06 兵庫県姫路市	100
人材育成	企業誘致	02 岩手県北上市	34
大学連携	企業誘致	02 岩手県北上市	34
大正ロマン	観光	10 長崎県雲仙市	188
地域ブランド	特産品開発	12 沖縄県与那国町	222
	農商工連携	03 茨城県常陸太田市	50
地域発案型	中心市街地活性化	04 大阪府豊中市	66
地産地消	農商工連携	03 茨城県常陸太田市	50
町並み保存	農商工連携、観光	08 愛媛県内子町	132
農産物直売所	農商工連携	01 北海道長沼町	22
	農商工連携	03 茨城県常陸太田市	50
	農商工連携、観光	08 愛媛県内子町	132
民間企業とのパートナーシップ	特産品開発	12 沖縄県与那国町	222

## ■ 調査事例概要一覧

### 01 北海道長沼町

#### ○長沼町グリーン・ツーリズム —美しい自然の中で、爽やかな感動体験。—

地域の課題 (事業の背景、目的)	長沼町の主幹産業は農業である。主要農作物は、水稻・大豆・小麦・てん菜等であり、平成 21 年度における主要農作物作付面積は、水稻が 2,840ha（長沼町勢要覧 2010 資料編より）で最も多い。平成 6 年、当時の町長がイギリスで B&B（Bed&Breakfast）を体験した。そして、長沼町でも取り組めること、また、当時米価の低下が懸念されていたこともあり、その打開策として、グリーン・ツーリズムに期待を寄せた。
事業名	長沼町グリーン・ツーリズム事業
事業関係者	長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会（長沼町等 9 団体） 長沼町グリーン・ツーリズム運営協議会（農家による組織）
事業の概要	次代を担う子供たちが農業とふれあい、農業に興味を持つことができるよう、農業体験等の機会を創出するとともに、食育を農業団体や関係団体等と一体となって推進している。
事業の特徴	都市近郊の立地条件を生かし、都市と農村の交流促進と相互理解を図るため、グリーン・ツーリズム特区の認定を受け、農業体験型修学旅行等を行っている。

### 02 岩手県北上市

#### ○産学官連携の企業政策 —ものづくりは人づくり—

地域の課題 (事業の背景、目的)	企業誘致に成功したものの、バブル崩壊後の景気の低迷、アジア諸国の台頭、ものづくり離れ等が原因で、事業規模を縮小したり国外に転出する企業がいるという全国的な状況に、北上市は危機を感じた。
事業名	産学官連携の企業施策
事業主体	北上市 岩手大学
事業の概要	・企業立地推進事業 ・重層的なものづくり人材事業
事業の特徴	①定期的な企業訪問 ②市直営の基盤技術支援センター ③産学官連携での重層的なものづくり人材育成事業

### 03 茨城県常陸太田市

#### ○地産地消の推進と地域ブランドの創出

－地元のおいしいと特産品をもっとおいしく」常陸太田市の新たな取り組み－

<b>地域の課題</b> <small>(事業の背景、目的)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業従事者の高齢化と、農地の荒廃が進み、産地間競争で経済的な苦境におかれつつあること。</li> <li>・市の中心的存在である商店街は、その求心力を失い、新たな賑わいづくりがもとめられていること。</li> </ul>
<b>事業名</b>	地産地消の推進と地域ブランドの創出
<b>事業主体</b>	・常陸太田市 ・総務省地域力創造アドバイザー：金丸弘美氏
<b>事業の概要</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元特産品（巨峰ぶどう等）を活用した地域ブランドの創出</li> <li>・学校給食をはじめとする地産地消の推進</li> </ul>
<b>事業の特徴</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源についてより詳しく知るための「テキスト」の作成</li> <li>・公開型ワークショップ等を活用した地域特産品のブランド化・販路拡大・新商品（加工品）開発</li> <li>・地元産物活用学校給食用レシピ・メニューの開発</li> </ul>

### 04 大阪府豊中市

#### ○豊中駅前活性化に向けた地域主体のまちづくり活動

－豊中駅前まちづくり推進協議会及びまちづくり会社の活動から－

<b>地域の課題</b> <small>(事業の背景、目的)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市基盤の整備及び商業の活性化に向けた地域発案の自主構想の必要性</li> <li>・自主構想を実現するための実行的かつ効率的な市民組織の必要性</li> </ul>
<b>事業名</b>	豊中駅前に関するまちづくり活動
<b>事業主体</b>	豊中駅前まちづくり推進協議会、有限会社豊中駅前まちづくり会社
<b>事業の概要</b>	「豊中駅前まちづくり構想」の実現に向けた取り組み
<b>事業の特徴</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協議会自らのまちづくり構想の提案</li> <li>・構想の実現に向けた行政との検討体制</li> <li>・タウンマネージャーとしてのまちづくり会社の役割</li> </ul>

## 05 和歌山県田辺市

### ○田辺市熊野ツーリズムビューローのインバウンド推進

ー持続可能な、世界に開かれた観光地を目指してー

<b>地域の課題</b> <small>(事業の背景、目的)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・熊野古道が世界遺産に登録されたことでメディア露出が増えたものの、情報発信力が乏しかった。</li> <li>・年々増加する外国人観光客に対して、地域の観光関連事業者には接客不安があった。</li> </ul>
<b>事業名</b>	持続可能な、世界に開かれた観光地づくり
<b>事業主体</b>	田辺市熊野ツーリズムビューロー（一般社団法人）
<b>事業の概要</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外の旅行者、メディア、旅行会社に向けた情報発信事業</li> <li>・受け入れ地の外国人観光客対応レベルアップ事業</li> </ul>
<b>事業の特徴</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページ（英・仏・中・韓版）やパンフレット（日・英併記）等を多言語化し、情報を充実。</li> <li>・受け入れ側のおもてなしやコミュニケーションのレベルアップを図るワークショップを開催。</li> <li>・様々なニーズに応えるため平成 22 年度から着地型旅行業を開始。</li> </ul>

## 06 兵庫県姫路市

### ○消防防災運動会「まもりんピック姫路」

ーゲーム感覚の防災訓練が防災知識と地域のつながりを強化するー

<b>地域の課題</b> <small>(事業の背景、目的)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・防災訓練の必要性は感じているが、市民には「やらされ感」がある。</li> <li>・地域によっては、地域とのつながりが希薄化しているところがある。</li> </ul>
<b>事業名</b>	消防防災運動会「まもりんピック姫路」
<b>事業主体</b>	兵庫県姫路市（市単独事業）
<b>事業の概要</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ゲーム感覚の競技形式で防災訓練を実施</li> <li>・消防署管区ごとに予選会を実施し、代表の 10 チームが本大会で競う。</li> <li>・大会は 2 年に 1 度の開催</li> </ul>
<b>事業の特徴</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・訓練より、ゲーム性、競技性を重視</li> <li>・誰もが参加できるような競技設計</li> <li>・市民との協働による大会企画・運営</li> </ul>

## 07 徳島県徳島市

### ○マチ☆アソビ

ーマチをアソビつくそう！ー

<b>地域の課題</b> (事業の背景、目的)	徳島県は、阿波おどり等の伝統芸能や文化、豊かな自然等を有する観光立県であり、平成 21 年の高速道路新料金制度や平成 22 年の徳島阿波おどり空港の共用開始により、他地域との交流拡大が期待されている。 一方で、観光を取り巻く環境は、人口減少・少子高齢化の進行、観光ニーズの多様化、高度情報化社会の進展等大きく変化しており、これらへの的確な対応による効果的な観光振興を図ることが求められている。
<b>事業名</b>	マチ☆アソビ
<b>事業関係者</b>	①主幹団体 徳島県、徳島市・徳島市観光協会、ユーフォーテーブル株式会社 ②推進母体 アニメまつり実行委員会（ユーフォーテーブル株式会社・しんまち街づくりユニオン・徳島新聞社・徳島市観光協会・e-とくしま推進財団・とくしま産業振興機構・徳島県）※その他、県内の社会人、大学生等約 20 名が運営に参画
<b>事業の概要</b>	第 1 回「マチ☆アソビ」開催にあたり、徳島市観光協会と徳島市で実施している「眉山山頂秋フェスタ」と共同開催することとなった。イベント開催前に徳島県やユーフォーテーブル(有)を中心として、「アニメまつり実行委員会」を組織し、イベントの企画・サポートを実施している。
<b>事業の特徴</b>	・主幹団体が持ち回りで担当することにより、年 3 回の開催を実現した。 ・その結果、各回異なるテーマで、特色を打ち出している。 ・観光立県として、当イベントの位置づけを明確に打ち出している。 ・若者を中心とした集客を実現 ・デジタルコンテンツ制作等の将来の人材育成の推進 ・企業・団体・個人のサポートメンバーの参加

## 08 愛媛県内子町

### ○Ⅰ 内子フレッシュパークからり（実験施設「内の子市場」の開設）

地域の課題	中山間地域の抱える地域性：少量多品目栽培・高齢化・兼業等
事業名	内子フレッシュパークからり（実験施設「内の子市場」）
事業主体	株式会社 内子フレッシュパークからり（第三セクター）、 からり直売所出荷者運営協議会、内子町
事業の概要	①農産物直売所 ②レストラン・農産物加工場 ③グリーンツーリズム
事業の特徴	・話し合いのできる雰囲気：自主性の醸成 ・出荷者自身による直接販売、売り場づくり：ニーズの把握 ・少量多品目をウリに！：発想の逆転

### ○Ⅱ 町並み保存運動

地域の課題 (事業の背景、目的)	・町並み保存地区内における伝統的建造物群の保存 ・地区住民の参加と協力
事業名	町並み保存事業
事業主体	内子町、住民
事業の概要	①伝統的建造物類の修理事業 ②伝統的建造物以外の修景事業 ③シロアリ対策等に要する経費補助 等
事業の特徴	「町並み保存運動」から「村並み」「山並み」活動への展開



## 09 大分県豊後高田市

### ○地域資源の再発見による中心市街地活性化

#### －昭和の町を中心とした持続的な中心市街地活性化策－

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・過疎化、大型店の郊外移転等により、中心市街地の衰退。</li><li>・昭和の町として地域活性化に成功したが、交流人口の維持が必要。</li></ul>
事業名	昭和の町再生事業（中心市街地活性化基本計画）
事業主体	豊後高田市、豊後高田商工会議所、まちづくり株式会社、商店主 等
事業の概要	昭和の町をコンセプトに町全体を再整備
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・町の資源を徹底的に調査し、大規模再開発によらないまちづくり</li><li>・商業振興に観光的要素を加え、商業と観光を一体化</li><li>・中心市街地活性化基本計画の認定等、国や県の補助金をうまく活用</li><li>・商業活性化策が市全体の施策へ波及</li></ul>

## 10 長崎県雲仙市

### ○雲仙古湯地区の景観まちづくり

#### －大正ロマンの街並みに Before→After ファサード整備事業－

地域の課題 (事業の背景、目的)	宿泊施設や店舗等の老朽化などにより、街並み景観が周辺の自然景観との調和を失いつつあった。
事業名	雲仙古湯地区街なみ環境整備事業
事業主体	雲仙市、民間
事業の概要	街づくり協定に基づき、店舗や住居、宿泊施設のファサードを整備。
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・ファサードのコンセプトは「大正ロマン」。</li><li>・整備されるファサードの質を高めるためにデザインを募集。</li><li>・改装後には観光客の投票によるコンテストを開催。</li></ul>

## 11 鹿児島県薩摩川内市

### ○アートを活用した離島振興

#### －『甕島に未来を！』進化し続ける現代アート展覧会－

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 甕島は、少子高齢、過疎や地域経済低迷などの問題を抱えている。</li> <li>・ 地域に内在する独自の文化や価値を掘り起こし、アートを媒体にその魅力を高めることで地域再生の道筋を目指す。</li> </ul>
事業名	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION
事業主体	KOSHIKI ART PROJECT、地域住民
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 島全体を展覧会場としたアートプロジェクトを実施</li> <li>・ 町並み再生事業や屋外音楽祭なども同時開催</li> </ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 空き家や空き倉庫を活かした滞在型制作活動、展覧会</li> <li>・ 同じ想いを持った人たちの枠組みがもたらす島内外の交流</li> <li>・ 町並み再生事業等他事業への展開</li> </ul>

## 12 沖縄県与那国町

### ○長命草を活かしたふるさとづくり

#### －外部企業とのパートナーシップによる地域振興－

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 平成 16 (2004) 年に市町村合併に反対し、自立の道を選んだことにより、地域の主要産業を育成・確立していく必要が生じた。</li> <li>・ 平成 17 (2005) 年に策定された「与那国・自立ビジョン」において、与那国 5 大地域資源特産化の事業として、長命草が地域資源のひとつとして位置づけられ、(全国的にはそれほど認知されていない) 地域資源を活用した商品開発への取組が始まった。</li> </ul>
事業名	地域資源 (長命草) を活かした島おこし
事業主体	農業生産法人与那国薬草園株式会社、与那国町、沖縄県等
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長命草の作付け促進、協力生産者の確保など長命草の生産体制づくり</li> <li>・ 生葉の買い上げによる加工 (乾燥) と出荷</li> <li>・ 長命草ブランドによる製品の開発</li> </ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産—加工—製品化—流通 (ブランド化含む) のバリューチェーンを確立し、地域で強みを発揮できる工程 (生産・加工) に特化して、外部の企業とのパートナーシップに基づく事業を進める。</li> </ul>

## 第2章 調査研究事例



北海道長沼町

長沼町グリーン・ツーリズム


— 美しい自然の中で、爽やかな感動体験。 —

## ■事業名

### (北海道長沼町) 長沼町グリーン・ツーリズム

— 美しい自然の中で、爽やかな感動体験。 —

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

位置図											
<table border="1"><tr><td>自治体名</td><td>北海道長沼町</td></tr><tr><td>人口（平成22年 国勢調査速報値）</td><td>11,702人</td></tr><tr><td>面積</td><td>168.36 km<sup>2</sup></td></tr><tr><td>分野</td><td>農商工連携</td></tr><tr><td>キーワード</td><td>農産物直売所、グリーンツーリズム</td></tr></table>	自治体名	北海道長沼町	人口（平成22年 国勢調査速報値）	11,702人	面積	168.36 km <sup>2</sup>	分野	農商工連携	キーワード	農産物直売所、グリーンツーリズム	
自治体名	北海道長沼町										
人口（平成22年 国勢調査速報値）	11,702人										
面積	168.36 km <sup>2</sup>										
分野	農商工連携										
キーワード	農産物直売所、グリーンツーリズム										
<b>地域特性</b> <p>長沼町は、石狩平野の南端部にあり、札幌市から東に32kmの都市近郊に位置している。町域は、東西に15.5km、南北に21.1km、総面積168.36平方kmを有する人口約1万2千人の町である。北海道の空の玄関、千歳市とも隣接しており、都市近郊型の田園地帯であるとともに、道央の食料供給基地としての役割を担っている。</p>											

## ■調査にあたっての問題意識

農産物の直売所を多店舗展開し、レストラン経営も行い、地場産業の活性化に成功した長沼町が、人が集まる仕組みづくりとして、いかにグリーン・ツーリズムに取り組んできたか、特に、修学旅行生の受け入れに、積極的に取り組んできた経緯と、そのポイントを明らかにする。

## ■事例の概要

本事例は、直売所から発展したグリーン・ツーリズムである。

消費者のニーズを知るきっかけとなった直売所を第一段階とすると、第二段階は、ニーズに答えながら農産物に付加価値を付けた加工品や農家レストランであり、第三段階は、農産物だけではなくそれを生産する現場の魅力を伝えるグリーン・ツーリズムといえる。

長沼町では、修学旅行生の生徒を対象とした農業体験、農業民宿を柱にグリーン・ツーリズム事業を推進しており、年間 4,000 人以上の受入れを実現している。

## ■事例のポイント

### ①特区の活用

長沼町では、グリーン・ツーリズム事業の推進の為、グリーン・ツーリズム特区及びグリーン・ツーリズム推進特区の認定を受け、多くの受入農家の協力を得ている。

### ②行政等のサポート

長沼町と農協からなる事務局で、受入に関する事務を担うことにより、学校や旅行会社との信頼関係を築いている。

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	長沼町の主幹産業は農業である。主要農作物は、水稻・大豆・小麦・てん菜等であり、平成 21 年度における主要農作物作付面積は、水稻が 2,840ha（長沼町勢要覧 2010 資料編より）で最も多い。平成 6 年、当時の町長がイギリスで B&B（Bed&Breakfast）を体験した。そして、長沼町でも取り組めること、また、当時米価の低下が懸念されていたこともあり、その打開策として、グリーン・ツーリズムに期待を寄せた。
事業名	長沼町グリーン・ツーリズム事業
事業関係者	長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会（長沼町等 9 団体） 長沼町グリーン・ツーリズム運営協議会（農家による組織）
事業の概要	次代を担う子供たちが農業とふれあい、農業に興味を持つことができるよう、農業体験等の機会を創出するとともに、食育を農業団体や関係団体等と一体となって推進している。
事業の特徴	都市近郊の立地条件を生かし、都市と農村の交流促進と相互理解を図るため、グリーン・ツーリズム特区の認定を受け、農業体験型修学旅行等を行っている。

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表及び事業の経緯

年度	月	内容
H6		当時の長沼町板谷町長がイギリス・スコットランドを視察した際にB&Bを体験する
H15		<b>長沼町グリーン・ツーリズム研究会</b> 当時のJAながぬま組合長（駒谷会長）が将来の農業の方向性を考えるため、全戸アンケートを実施したところ、全体の半数以上が農業体験受け入れに興味を持ったため、長沼町役場とJAながぬま職員とで「長沼町グリーン・ツーリズム研究会」を立ち上げる。
H16	3	<b>長沼町グリーン・ツーリズム特区認定（構造改革特区）</b> ・消防法の規制緩和で誘導標識や誘導灯の設置義務が撤廃されたことにより、改造コストをかけずに空き部屋を利用しての旅館業法（簡易宿所）の許可を取得できることになる。 ・地元保健所との協議の結果、体験宿泊客が施設台所において全ての飲食物を農家民宿指導のもと共同で調理し飲食する体験型であれば、食品衛生法の許可を不要とする。
H16	8	<b>長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会設立</b> 会長：長沼町長 板谷利雄 長沼町・JAながぬま・商工会等9団体で構成され、目的はグリーン・ツーリズムを推進するための資料・情報の収集、運営のサポート・実践者の募集等
H17	2	<b>長沼町グリーン・ツーリズム運営協議会設立</b> 会長：駒谷信幸 事業を実践する農家による組織で、料金・メニューの決定等事業の中心を担う 組織：設立当初会員数 112戸（旅館業法取得者 58戸） 現在会員数 206戸（旅館業法取得者165戸）
H17	7	<b>長沼町グリーン・ツーリズム特区変更認定 どぶろく特区認可</b> 濁酒製造の規制緩和により年間最低製造数量基準6,000ℓの撤廃 現在、5軒の農業者が醸造製造免許と営業許可を取得している
H18	3	<b>長沼町グリーン・ツーリズム推進特区認定（北海道チャレンジパートナー特区）</b> ・特定プロジェクトチームの創設 食品衛生法施行条例の施設整備基準の緩和の検討 検討結果：家庭用台所と営業施設との兼用を認める ：提供数、食事の種類により1槽シンクでも対応可能 ・濁酒製造や衛生管理について 濁酒製造や衛生管理の指導



H19	8	<p><b>長沼町グリーン・ツーリズム推進特区変更認定</b> (北海道チャレンジパートナー特区)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道食品衛生法施行条例における施設基準の緩和</li> <li>・現在 6 件の農家が飲食店営業許可を取得している</li> </ul>
H20	10	<p><b>地域づくり表彰（国土交通大臣表彰・全国地域づくり推進協議会会長賞）</b></p> <p>於：富山県</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーン・ツーリズムという新しい取り組みに対して地域一丸となり、修学旅行生をはじめ全国からの来訪者と地域の農家との交流を進め、地域の活性化に大きく貢献したことが評価された。</li> <li>・長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会が受賞</li> </ul>
H21	1	<p><b>わが村は美しくー北海道運動第 4 回コンクール 2008 人の交流部門金賞</b> (北海道開発局長表彰)</p> <p>於：札幌市</p> <p>農山漁村と地域や都市との心やすらぐ人と人との交流が表彰対象で、地元農家が行政、農協、商工会等関係機関・団体等と連携し、都市住民や修学旅行生を対象とした「農家民宿事業」と食育を含めた農作業体験等による「都市との共生・対流事業」を核としたグリーン・ツーリズム事業を町を挙げて進めていることが評価された。</p>
H21	3	<p><b>オーライ！ニッポン大賞（都市と農山漁村の共生・対流推進会議表彰）</b></p> <p>於：東京都</p> <p>町、農協、農業者が三位一体となり長沼町全体の事業展開として、「食育」に特化したグリーン・ツーリズムを推進している。構造改革特区制度を活用し、地元保健所の協力による簡易宿所解説など事業コストの削減を行い農家が取り組みやすい仕組みづくりを行っている。年間 4, 0 0 0 人以上の小・中・高校の修学旅行生を受け入れるなど年々実績を上げている点が評価された。</p>
H21	3	<p><b>日本農業賞・特別部門 第 5 回食の架け橋賞 優秀賞（NHK・全国農業協同組合中央会表彰）</b></p> <p>於：札幌市</p> <p>1, 0 0 0 人を超える宿泊総定数を確保し、農業現場のありのままの姿を提供して、北海道農業に理解を深めてもらう一方、高齢な農家らにやりがいを生み出すなど地域活性化に貢献していることが評価された。</p>

## 2 事業の内容

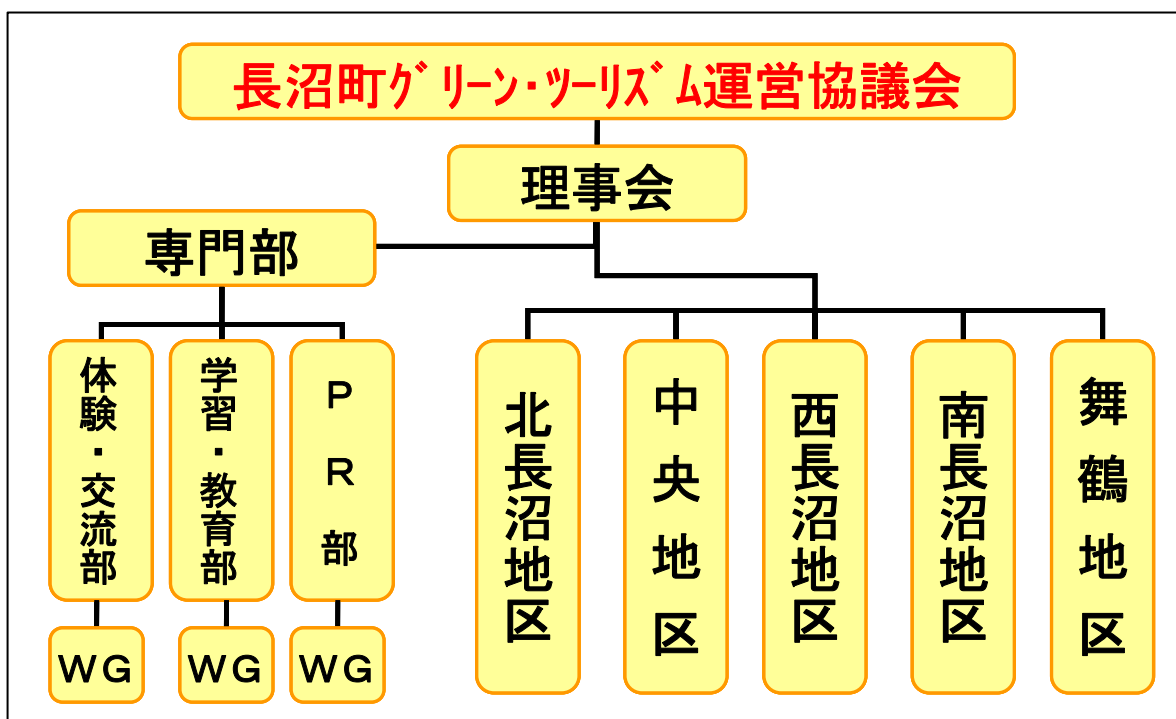
### (1) 事業主体

#### ①長沼町グリーン・ツーリズム推進協議会 (H16.8.6 設立)

町・農協等関係機関により、事業に携わる農家をサポートする組織である。長沼町・JA等町内9団体で構成されている。

#### ②長沼町グリーン・ツーリズム運営協議会 (H17.2.18 設立)

事業を実践する農家による組織で、料金・メニューの決定等事業の中心を担う。現在、組織会員数：206戸（旅館業法取得者165戸）



運営協議会組織図 出典:長沼町グリーン・ツーリズム事業資料

### (2) 事業の具体的内容

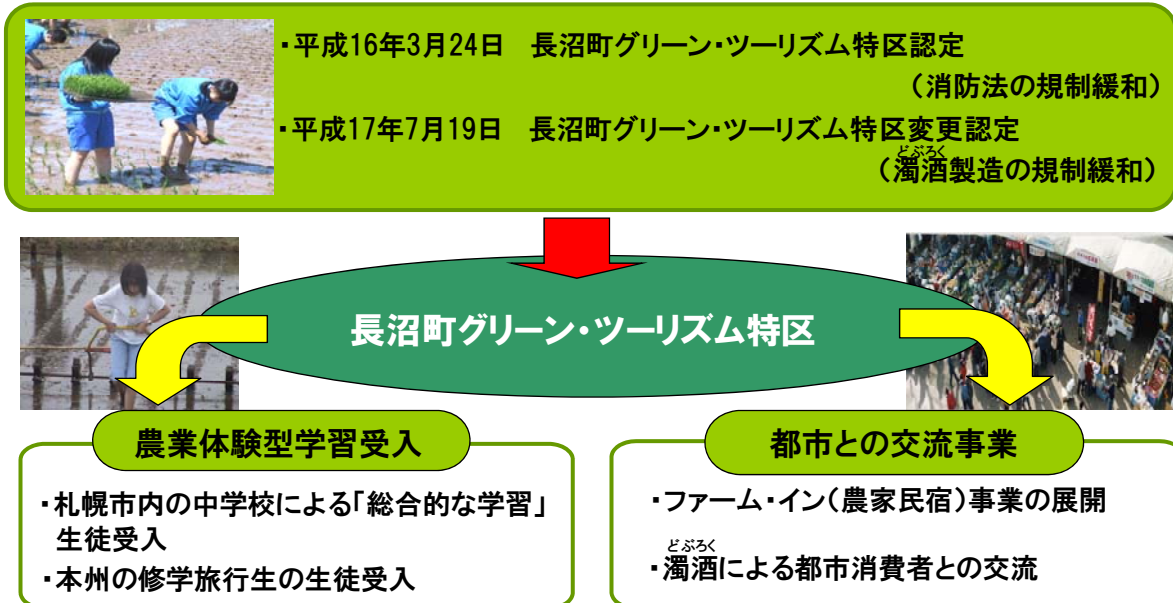
農家民宿・体験交流とは、農家が体験者を家族の一員として迎え入れ、農業体験はもちろん、寝具の上げ下ろしや食事の準備なども一緒に行い、生活を共にすることである。

最も大きな目的は、体験者がこの体験を通じて、自然とふれあい、人間関係のあり方を学ぶことである。

農家では、その目的達成のために、自分の子供や孫が里帰りをしてきたような気持ちで体験者に接し、農業体験のほかにも、季節毎の山菜や長沼町産食材を使った料理を振る舞う、自家用野菜を一緒に採って調理して食べる、温泉に行く等、長沼町の魅力を余すことなく体感できるよう、さまざまな“思い出づくり”のシーンを用意している。

## ① グリーン・ツーリズム推進事業の概要

### 「グリーン・ツーリズム特区」を活用した交流事業の推進



特区を活用した交流事業の推進概要図 出典:長沼町グリーン・ツーリズム事業資料

## ② 農業民宿及び農業体験スケジュールの一例

### 第1日目

- 12時30分 りふれ(総合保健福祉センター)着
- 13時00分 受入式
- 13時20分 各農家へ
- 14時00分 農業体験
- 18時00分 夕食(共同調理)  
ホストファミリーとの交流
- 22時00分 就寝

### 第2日目

- 6時00分 起床
- 7時00分 朝食(共同調理)
- 8時00分 農業体験
- 12時00分 昼食(共同調理)
- 13時00分 解散式
- 13時30分 りふれ(総合保健福祉センター)発

# 農家民宿農業体験

## プログラム Agri Life

(一例) 季節8月下旬～9月上旬

### 1日目 FIRST DAY



PM12:30 りふれ着



PM13:00 ファームイン 受入式



PM13:20 各農家へ 迎えの車に乗ってさあ出発!



PM17:00 夕食 (共同調理)



PM14:00 農業体験 季節によってさまざまな農業体験が待っています!

Let's 農業体験!

### 2日目 SECOND DAY



AM7:00 朝食 (共同調理) みんなで一緒に朝食づくり!もぎたての朝採りトマトも!



どっちが美人?



AM8:00 農業体験

またおいで~!

馬のブラッシング



PM12:00 昼食 (共同調理)



PM13:00 解散式



PM13:30 りふれ発



### 3 事業成功の要因

#### (1) 地理的条件

長沼町は、新千歳空港を有する千歳市から 28 km、札幌市から 32 km の距離に位置しており、アクセスの良い立地である。このことから、修学旅行等のプランに組み込みやすく、農業体験と札幌市等大都市圏への行程を修学旅行プランとするケースも多く見受けられる。

#### (2) 特区の活用

平成 16 年の「長沼町グリーン・ツーリズム特区」という構造改革特区認定により、消防用設備設置義務が緩和され、旅館業法の取得が容易となった。一般家屋への農家民宿は、田舎へ帰った気持ちで、普段の生活そのものを体験することができる。

さらに、平成 18 年、北海道チャレンジパートナー特区において、「長沼町グリーン・ツーリズム推進特区」に認定されたことにより、食品衛生法施行条例の緩和により、以前は食事を宿泊者との共同調理という形で対応していたが、家庭用台所で調理し、宿泊者へ提供できるようになった。このことから、農家では、台所改修によるコストを削減でき、事業へ参画しやすくなった。

このような環境整備の結果として、グリーン・ツーリズム運営協議会の会員数は、年々増加している。平成 22 年度においては、会員数は 206 戸、その内、旅館業許可取得者数は 165 戸となっており、生徒数の多い、大規模な学校を受け入れることが可能となっている。

グリーン・ツーリズム運営協議会の会員数の推移 出典：長沼町グリーンツーリズム推進室資料

	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度
会員人数	112	153	186	198	206	206
旅館業許可取得者	58	104	159	160	158	165
農業体験のみ		54	27	38	48	41

#### (3) 行政等のサポート

修学旅行生等の受け入れに関する事務等は、町役場と農協からなる事務局であることから、学校や旅行会社の信頼が高く、また事業実施時の緊急時の対応も事務局が間に入っており、安心感を得やすい。

一方で、受け入れ後の農業体験プログラムは、農家側が主体となってプログラムを作っているが、プログラム作成支援として、ながぬま温泉の入湯割引やジンギスカン購入補助等の制度もある。

## 4 事業の効果、成果

行政、農協等関連団体、そして受入農家の協力により、グリーン・ツーリズム事業における受入人数は年々増加している。受入人数の増加は、もっぱら口コミや、リピーター率の上昇によるものであり、特段の事業広告は行っていない。

事業の始まりは、農業収入の補てんではあったが、現在、受入農家にとって、その重要度は高くはない。長沼町の豊かな自然の中で、農業の厳しさと楽しさ、そして食事の大切さを伝え、思い出づくりに貢献したいという考えが最も強くなっている。同時に、都市居住者との交流を通して、やりがい・生きがいを強く感じ、それが地域の素晴らしさの再発見へとつながっている。

グリーン・ツーリズム事業実績 出典：長沼町グリーン・ツーリズム事業資料

平成17年度	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農家民宿（一般） ・ 農業体験、総合学習等	1中学校  6団体	154名 11名 860名
平成18年度	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農家民宿（一般） ・ 農業体験、総合学習等	4中学校・6高校  7団体	958名 46名 957名
平成19年度	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農家民宿（一般） ・ 農業体験等	5中学校・10高校  5中学校・1団体	2,349名 106名 906名
平成20年度	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農家民宿（一般） ・ 農業体験	1小学校・10中学校・14高校  6中学校・1団体	4,190名 38名 1,073名
平成21年度	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農家民宿（一般） ・ 農業体験	2小学校・6中学校・6高校  4中学校・1高校	2,223名 78名 843名
平成22年度	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農家民宿（一般） ・ 農業体験	2小学校・4中学校・19高校  7中学校・4団体	4,566名 37名 1,465名
平成23年度 （予定）	・ 農家民宿（修学旅行） ・ 農業体験	2小学校・6中学校・16高校  5中学校	4,083名 1,304名

※平成21年度の受入人数は、新型インフルエンザの影響による修学旅行の中止等が原因で、減少している。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

### （1）農家民宿・農業体験における課題

農業体験という特性上、農作業のある時期に修学旅行生等を受け入れることになるが、農繁期の受入れは、生産者への負担が大きい。また、それぞれの農家の作付作物で農繁期が異なるため、生徒の受入時期や人数を調整しなければならず、受入農家への割り当ては、非常に困難な状況である。

さらに、会員の中での受入回数に個人差が出ており、平成21年受入実施農家民宿受入戸数は158戸中113戸で、休業している受入農家が45件となっている。このことを鑑みて、受入可能農家を増やしていくことは、事業の円滑な運営にとって、重要な課題となっている。

受入に関する注意点として挙げられる点は、アレルギーを持つ生徒が非常に多いということである。受入農家には、食事に細心の注意が求められるようになっており、現在、事務局と受入農家の連携・情報の共有により解決している。

### （2）ながぬまブランドの確立

長沼町グリーン・ツーリズム事業で長沼町に訪れた多くの修学旅行生は、居住地に戻っても、ながぬま産農作物に関心を持ち続けているという。今後は、このような受入後のつながりを広げていくことにより、ながぬま産農産物の販売促進へと繋げていくことも事業発展への重要な要素となるであろう。



農業体験の様子 出典：長沼町グリーン・ツーリズム事業資料

（小野瀬 孝之）





岩手県北上市  
産学官連携の企業政策

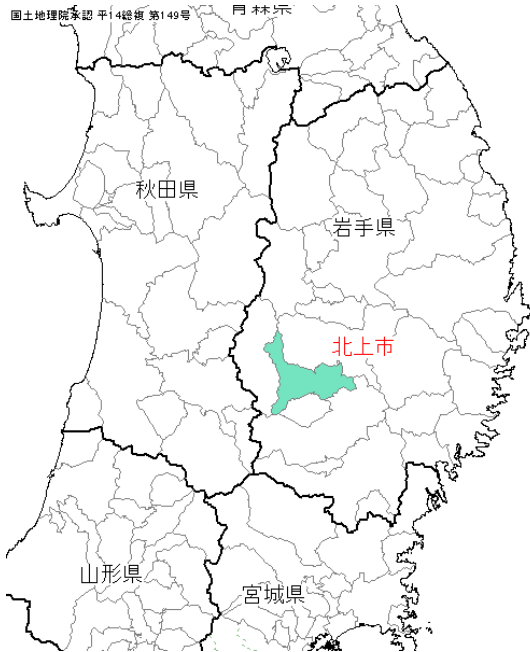
— ものづくりは人づくり —

## ■事業名

### (岩手県北上市) 産学官連携の企業政策

— ものづくりは人づくり —

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

<table border="1"><tr><td>自治体</td><td>岩手県北上市</td></tr><tr><td>人口（平成 22 年 国勢調査速報値）</td><td></td></tr><tr><td style="text-align: center;">93,147 人</td><td></td></tr><tr><td>面積</td><td>437.55km<sup>2</sup></td></tr><tr><td>分野</td><td>企業誘致</td></tr><tr><td>キーワード</td><td></td></tr><tr><td>大学連携、人材育成</td><td></td></tr></table>	自治体	岩手県北上市	人口（平成 22 年 国勢調査速報値）		93,147 人		面積	437.55km <sup>2</sup>	分野	企業誘致	キーワード		大学連携、人材育成		<p>位置図</p>  <p>※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成</p>
自治体	岩手県北上市														
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）															
93,147 人															
面積	437.55km <sup>2</sup>														
分野	企業誘致														
キーワード															
大学連携、人材育成															
<h3>地域特性</h3> <p>岩手県の中央部、北上盆地の中心に位置する北上市は、国道 4 号・J R 東北本線・国道 107 号・J R 北上線の東西幹線が交差しており、東北新幹線・東北自動車道・秋田自動車道などの高速交通網も整備され、東北地方の交通の要所でもある。</p> <p>旧北上市、和賀町、江釣子村の 3 市町村が平成 3 年 4 月に合併し新北上市として誕生した。古くから稲作や野菜、果樹などの農業が盛んであったが、近年は工業都市として発展しており、製造事業所従業者数・製造品出荷額も岩手県内上位である。</p>															

## ■調査にあたっての問題意識

企業誘致のために、各自治体は企業に対する財政面・税制面での優遇制度や、道路や工業用地などのインフラの整備、立地相談のワンストップサービス、人材の確保など、様々な手段を講じている。しかし全国的な傾向として、バブル崩壊後の景気の低迷、アジア諸国の台頭、ものづくり離れ等により、誘致に成功したものの、事業規模の縮小や、国外に転出して撤退してしまう企業も少なくない。

企業誘致の成功自治体である北上市では、工業振興施策として、

- ①市長や市幹部職員が定期的に企業訪問し、企業が抱える諸課題やニーズを市政に反映させている。
- ②企業のバックアップのため、基盤技術支援事業を行っている。

③ものづくりのための『ひとづくり（人材育成）』に産学官連携で取り組んでいる。といった特徴ある取り組みをしている。これらの施策の効果として、行政と企業の横のつながりや信頼関係を構築し、北上市がものづくりの拠点として発展している点で他の自治体にも参考になるとと思われる。

## ■事例の概要

北上市は戦後より工業振興に力を置いており、大規模な工業団地の整備やトップセールスなどの積極的な企業誘致により、製造業を中心に多くの企業が進出しており、企業誘致の成功自治体として注目されている。

北上市では、工業振興施策として誘致後の企業フォローアップ、市直営の「基盤技術支援センター」による企業のバックアップを行うほか、「ものづくりのための『ひとづくり（人材育成）』に産学官連携で取り組んでいる。

## ■事例のポイント

- ①定期的な企業訪問による企業満足度のアップ
- ②市直営の基盤技術支援センター
- ③産学官連携での重層的なものづくり人材育成事業

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	企業誘致に成功したものの、バブル崩壊後の景気の低迷、アジア諸国の台頭、ものづくり離れ等が原因で、事業規模を縮小したり国外に転出する企業がいるという全国的な状況に、北上市は危機を感じた。
事業名	産学官連携の企業施策
事業主体	北上市 岩手大学
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業立地推進事業</li> <li>・重層的なものづくり人材事業</li> </ul>
事業の特徴	<ol style="list-style-type: none"> <li>①定期的な企業訪問</li> <li>②市直営の基盤技術支援センター</li> <li>③産学官連携での重層的なものづくり人材育成事業</li> </ol>



オフィシャルカディア・北上 イノベーションパーク全景

出典：北上市

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年	月	実施主体	内容
～S40			若者の雇用の場を確保するという地域の強い意欲を後押しに、市を挙げて工場誘致に取り掛かる。
～H10			大規模な工業団地、交通の要所という利点を活かして市長の熱心なトップセールス等により多くの企業を誘致することに成功した。
H11	4	北上市	市基盤技術支援センター開設
H14	4	北上市	市工業振興アドバイザー委嘱
H13	10	北上市・岩手大学	岩大と市の相互友好協力協定
H15	2	岩手大学	工学部に金型技術研究センターを設置
	3	北上市	市工業振興計画策定
	4	北上市	企業立地促進補助金・設備投資奨励補助金スタート 市から岩大に寄附申込
	5	岩手大学	岩手大学工学部金型技術研究センター新技術応用展開部門（北上サテライト）を開設
H17	4	北上市	自動車関連産業集積促進補助金スタート 子ども創造塾スタート
H18	4	岩手大学	岩大大学院工学研究科金型・鋳造工学専攻を開設
		北上市	市から岩大に寄附申込「精密金型技術の高度化に関する実用化研究開発及び高度技術者育成事業」 3次元ものづくり革新事業開始
H19	4	岩手大学	21世紀型ものづくり人材岩手マイスター育成

## (2) 経緯

### ①昭和30年代まで

昭和初期の地域の主要な産業は農業であり、農家の次男・三男などは家を出て働くため、地域に働き場所が無いと仙台や東京に出て行ってしまった。そこで、若者の雇用の場を確保するという地域の強い意欲を後押しに、工場誘致に取り掛かった。工場誘致には働く人材育成が重要であるとの視点から、県に対する工業学校誘致の陳情と地域の人々の寄附の結果、昭和14年に工業高校を誘致することに成功した。

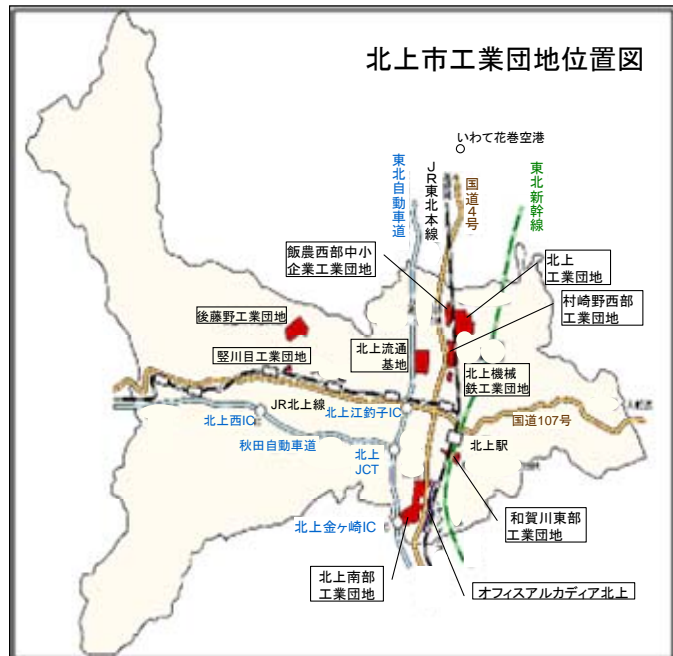
昭和28年、旧黒沢尻町を中心に1町8村が工場誘致促進協議会を結成し、昭和29年には構成自治体のうち1町6村が「一緒になって企業誘致をするため」に合併して北上市が誕生した。同年には「工場誘致条例」を制定した。

昭和 32 年に「北上市工業振興協議会」を設立。昭和 36 年には工業団地造成や工場誘致などをスムーズに行うために岩手県で初めての「財団法人北上市開発公社」を設立し、市独自で工業用地を買収し、造成工事を開始した。

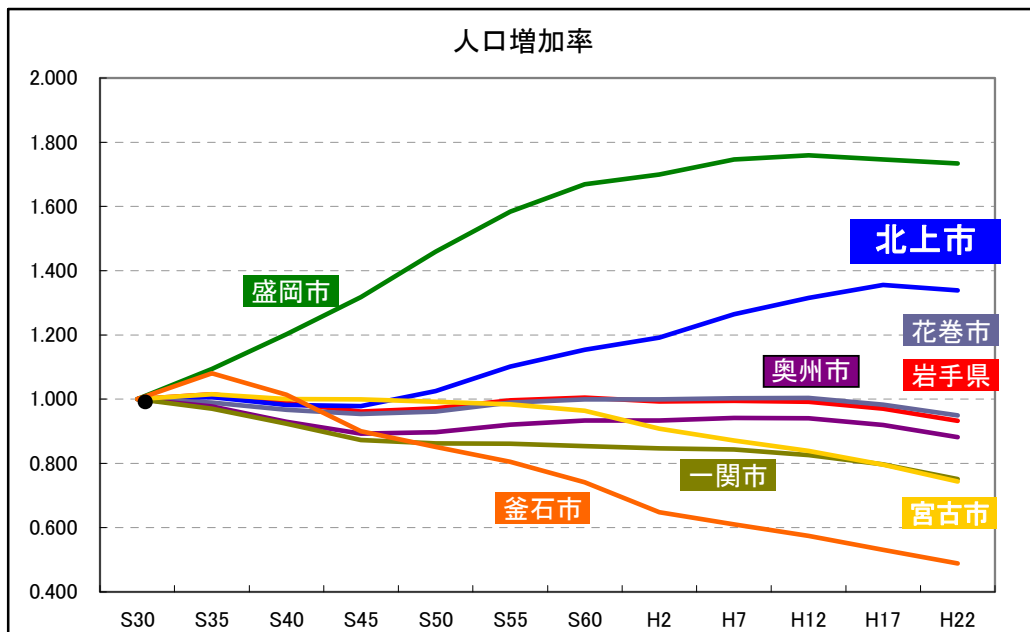
## ②昭和 40 年代～平成初期

高度経済成長時代には大規模な工業団地を次々と造成し、製造業を中心に大企業が立地した。昭和 50 年代には東北自動車道と東北新幹線が開通し、東北地方の交通の要所として、更に企業誘致には有利になった。

平成 3 年には 1 村 1 町と合併し、現在は 8 つの工業団地、流通基地、産業業務団地の中に約 250 社が立地している。市長の熱心なトップセールスをはじめとして企業誘致活動を行った結果、製造品出荷額は東北地方でもトップレベルに成長し、雇用が増え若者が集まるようになった。JR 北上駅の周辺にはホテルや高層マンションが建設され、第二次産業とともに第三次産業も成長し、岩手県内の市町村の多くが人口減少する一方、北上市は増加傾向にある。



出典：北上市資料に基づき地方自治研究機構作成



(注) 岩手県及び昭和 30 年当時 5 万人以上の 7 市(合併以前の市町村も合算)における昭和 30 年当時の人口に対する比率をグラフ化したもの。 出典：国勢調査に基づき地方自治研究機構作成

### ③企業誘致の転換

近年、企業が人件費の低減対策として、海外、特にアジア諸国へ製造拠点を移している。また、バブル崩壊後の景気の低迷や、若者の製造業離れにより、日本全体で「ものづくり」の空洞化が進んでいる。そのため、全国各地では誘致に成功したものの、事業規模の縮小、最悪のケースとして撤退してしまう企業も少なくない。

企業誘致の成功自治体である北上市でも、これまでのような企業誘致一辺倒の施策から転換し、新たな視点で工業施策に取り組む必要があった。北上市の工業産業は、金型や鍍金などの基盤技術産業が多いことが特徴であり、今後も工業のまちとして生き残るために以下の視点で施策を推進することとした。

#### 北上市の工業振興の視点

- ・ 多種多様な業種が集積している北上市の強みを活かし、基盤技術産業を中心とするものづくりの拠点を目指す。
- ・ 地元企業の下請依存型から自律創造型企業への転換を図る。
- ・ 地域企業を担う技能者の地位及び技能水準の向上を図る。
- ・ 技術、品質、コスト、納期等に対応できる地域化を図る。
- ・ 優遇措置や立地基盤等の整備に努め、企業が集まる地域を目指す。
- ・ 地域情報化の促進と循環型地域社会の形成に努める。

### ④岩手大学との産学連携の動き

学生の教育と研究のみが大学の使命であった時代は終わり、地域に必要とされる人材を育てること、また、研究活動の成果を地域に還元することで、大学も地域社会の一員として役割を担うという考え方が広まっている。岩手大学では平成5年に地域共同研究センター(平成16年に地域連携推進センターに改組)を設置し、岩手県の産官学民の連携を担う拠点になっている。

岩手大学と北上市は平成13年に相互友好協力協定を締結した。主な協定内容は、産業振興へ向けての共同研究の推進、産学官連携に関する諸課題への対応、そして岩手大学北上サテライト設置への対応である。

また、北上市は岩手大学に寄附研究部門の提案を行った。高度研究機関を誘致すると、研究開発、技術向上、企業との共同研究、人材育成など、ものづくりの拠点としての魅力を高めることができる。

平成15年に岩手大学は工学部に金型技術研究センターを設置、そして北上市からの研究寄付金により新技術応用展開部門「北上サテライト」を開設した。この寄付金は「地方財政再建促進特別措置法※」の規制緩和全国第1号であり、年28,520千円を北上市は研究寄附している。地方公共団体と国立大学法人等の研究開発機関の連携強化を図り、科学技術の振興と地域経済の活性化につなげるため、総務大臣の同意を得た場合に寄附金の拠出等が認められる制度である。

※同法は失効し、現在は「地方公共団体の財政の健全化に関する法律(平成19年法律第94号)」において、地方公共団体の国等に対する寄附制限等を定めている。



## 2 事業の内容

### (1) 北上市の主な取組

#### ① 新たな補助金

平成15年に企業立地促進補助金制度と企業設備投資奨励補助金制度を創設した。工業団地等の対象区域内に製造業等を行う工場等を新設した場合、投資額の10%を補助（岩手県と北上市で折半）するとともに、固定資産税相当額を3年間補助するというものである。

産業集積の視点を持った企業、特に自動車関連産業を誘致することを目的とし、平成17年には自動車関連産業集積促進補助金制度を創設した。自動車部品等の製造を行うための工場を新設又は増設した場合に投資額の20%（岩手県2/3, 北上市1/3）を補助するというものである。

#### ② 基盤技術支援センター

平成11年、試験研究や機器の開放・提供により、基盤的技術産業をはじめとする地域産業の技術や経営の高度化を進め、さらに新たな産業おこしによる地域全体の活性化を目指し、北上市基盤技術支援センターを開設した。

特に利用者が多いのは三次元座標測定機である。複雑な形状の部品等の寸法や形状な

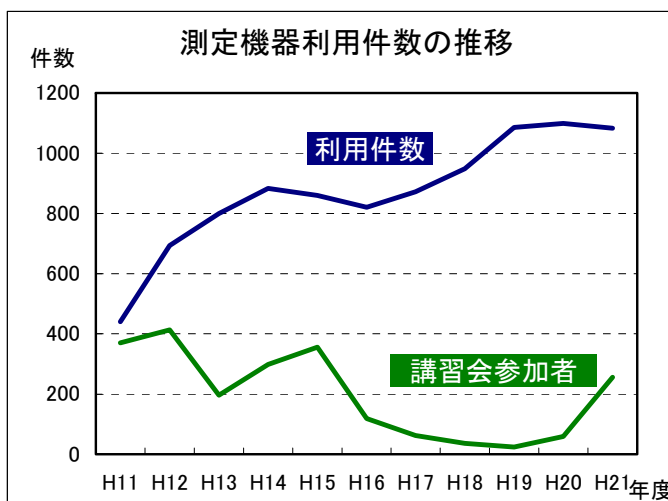
どを、3次元に1ミクロン以下

の精度で計測できる測定機であり、センターでは大型部品も測定できるタイプの機器を導入しているため需要が高く、北上市内の企業だけでなく岩手県内の他市町や宮城県等からの利用者もいるという。

測定機器講習会を積極的に開催し、地域企業の検査技術向上を図るとともに、機器使用回数の増加を図っているという。

センターでは、機器の開放による試験研究のほか、技術相談への対応、大学や他の試験研究機関への橋渡し（コーディネート）も実施している。さらに、各種セミナーの開催、技術支援制度や各種研修情報の提供、産学官や異業種間の連携・交流事業の実施など地域企業向けの総合的な支援を行っている。

また、ものづくり人材育成事業を展開しており、単なる座学ではなく、生産現場の改善指導事業も実施している。



出典：北上市資料に基づき地方自治研究機構作成

このように、基盤技術支援センターは人材育成と産学官連携・異業種連携を推進する拠点となっている。

### ③企業へのフォローアップ

企業誘致だけではなく、企業留置として各社の生活面や環境面までフォローできるように、平成13年度より市長、副市長等の幹部職員が市内の企業を定期的に訪問し、要望の聞き取りや相談、情報交換を行っている。

## (2) 岩手大学の取組

### ①金型技術研究センター（北上サテライト）「新技術応用展開部門」

北上市からの寄附で設置された金型技術研究センター（北上サテライト）「新技術応用展開部門」では、金型技術に関する共同研究を行うことで地域企業における研究開発を推進すること、地域企業のニーズに合った展開研究を共同で進め具体的製品開発を実施している。人材育成としては、工学部学生に対する実践的教育を行うほか、技術講演会や大学院レベルの講義を地域技術者に対して実施している。

### ②金型・鋳造工学専攻の開設

平成18年4月に、岩手大学は大学院工学研究科に日本初の「金型・鋳造工学専攻」を開設した。地域の強いニーズに基づいて、理論と実際を知った即戦力となる「ものづくり高度技術者」を育成し、技術の継承と高度化を図り、「世界をリードするものづくり」の拠点形成を目指している。

開設と同時に、北上市は岩手大学への寄附第2号として、精密金型技術の高度化に関する実用化研究開発と高度技術者育成事業を依頼し、年16,000千円を研究寄附している。また、従業員を入学させる市内企業には、授業料を市が補助している。

大学既卒者だけではなく、工業高等専門学校や工業高校等の卒業者の社会人も入学可能であり、社会人入学者に配慮した時間割やカリキュラムを用意し、教員には企業での実務経験者を招き、高度な技術と理論を指導している。

企業の技術革新を担う研究開発人材、製造現場をマネッジする多能で高度な人材、企業の根幹を担う経営人材の育成を目指し、産学官が連携して地元産業界をリードできる人材を育成している。



岩手大学大学院工学研究科パンフレット  
出典: 岩手大学



## (2) 新たな人材育成事業の実施

### ① 3次元ものづくり革新プロジェクト

北上市では3次元設計からCADデータ変換・生産・検査まで行える人材育成と、3次元CADデータ変換による受注拡大支援、企業相談室の設置及び創業支援などを行う「3次元ものづくり革新事業」に平成18年より取り組んでいる。

近年、アジア諸国では3次元設計に力を入れているが、日本では職人のカンに頼っているのが実情である。北上市がものづくりの拠点になるために3次元設計技術者の養成が必要不可欠であると判断し、新たにスタートしたという。外部講師を招聘すると高額の授業料がかかるため、まず最初に「地域講師」を育成し、その地域講師が在職者向け、求職者向け、学生向け、さらに子ども向けのカリキュラムを作成し講義にあたっている。

CATIA（自動車設計等に用いられるハイレベルな3次元CAD）の操作スキルを習得させ、即戦力として人材を輩出している。修了生の就職率は高く、企業の開発設計部門誘致にもつながっているという。

北上高等職業訓練校内で実施していたが、平成21年からは「いわてデジタルエンジニア育成センター」において県と市が共同で実施している。

### ② 子ども創造塾事業

工業振興によるまちづくりを展開する上で、子どものうちからものづくりや科学、仕事意識に興味を持ってもらうために、北上市は小中学生を対象とした「子ども創造塾事業」を平成17年よりスタートした。

工場を見学する「ものづくり探検隊」や、子ども科学教室、3次元CADで金型を設計製作するものづくり体験、ロボットコンテスト、トレーディングゲーム授業など、企業や大学と連携し、子どもの仕事に対する意識の向上に努めている。

### ③ 21世紀型ものづくり人材岩手マイスター育成

平成19年度の文部科学省の科学技術振興調整費「地域再生人材創出拠点の形成」に採択され、技術力・企画力・経営力など総合力を持った21世紀型ものづくり人材を育成する「21世紀型ものづくり人材岩手マイスター育成」が岩手大学でスタートした。

地域企業は高度技術者を確保する必要があるにもかかわらず、高度な教育を受けた学生ほど首都圏など他地域に出て行く傾向があったという。そのため、地域に必要な人材を地域が産学官連携で育成し、マイスター制度として認定することで地域に定着させるというのが狙いである。大学生が地域企業と触れ合う機会を提供するとともに、社会人技術者を対象としたコースも設定し、文系出身者でも基礎的な知識から先端技術まで体系的に学ぶことのできるカリキュラム内容としている。

### 3 事業成功の要因

#### (1) INSいわて金型研究会の活動

「INSいわて金型研究会」という組織が金型技術研究センターの設立に深く関わっている。岩手大学工学部の岩渕明教授が、金型技術の重要性を企業から聞き、平成10年にNEDO地域コンソーシアム研究開発「次世代金型製造プロセスに関する研究開発」により、大学と企業が共同で様々な研究を行った。この活動の継承と発展のため創立したのが「INSいわて金型研究会」である。

INSとは「岩手ネットワークシステム」の略称である。大学の助教授たちの「このまま大学にこもってはいけぬ」という思いと、県庁の「もっと民間と交流しないとダメ」という考えの若い職員が知り合ったことから始まったという。岩手県内の科学技術および研究開発に関わる産学官の人々の交流の場であり、平成4年に規約を備えた組織として正式に発足した。INSには40以上の研究会があり、現在の会員数は1,000人を超えている。

このINSの研究会の1つが「INSいわて金型研究会」であり、会が活動していくなかで、北上市と岩手大学が友好協定を結び、北上市に岩手大学のサテライトを設けるといった話ができたとした。北上市には、金型を作るだけでなく使っている工場、取り扱う商社、部品だけ作っている工場など合わせて90社以上あるため、金型技術研究センターの設置に至ったという。

そして金型技術研究センターで共同研究を進める中で、人材育成の必要性という課題が生まれ、岩手大学大学院工学研究科に日本初の「金型・鋳造工学専攻」を開設した。

#### (2) 工業振興アドバイザー

平成14年に北上市工業振興アドバイザー制度を創設した。工業振興に関する助言と情報提供を目的とし、現在5人のアドバイザーを委嘱している。

アドバイザーは、全国的に世界的に広く活躍されている関係者を選んでいる。地方自治体が地元の工業振興の政策を進めると、狭いエリアで物事を考えがちになるため、あえて日本や世界など広い視野で物事を考える方に、アドバイザーをお願いしたという。

アドバイザーの助言を得て、北上市では初めての工業振興計画を平成15年に職員手作りで策定した。また、アドバイザーに一堂に集まってパネルディスカッションを行う、講演会を開催する、文書で提言をもらうなど、様々な機会においてアドバイスをもらっているという。

#### (3) 中国工場の視察

工業振興アドバイザーの一橋大学の関満博教授に「北上市が工業振興をするうえでは、中国の実態を見る必要がある」という助言をいただき、平成15年から4回、中国に工場視察に行ったという。この視察には関教授、市長、経営者等が参加した。

中国の豊富な労働力、給料は日本の 20 分の 1 だが高い就労意欲やハングリー精神に衝撃を受け、人材育成の必要性を実感したという。

#### (4) 産業支援部署の集中配置

北上市基盤技術支援センター、金型技術研究センター北上サテライト「新技術応用展開部門」は J R 北上駅や北上金ヶ崎 I C から程近い北上産業業務団地（オフィスカディア）の「北上イノベーションパーク」にある。平成 15 年に策定した北上市工業振興計画で、産業支援機関が集中する拠点を整備して、プロジェクトを推進することとしており、「北上イノベーションパーク」は北上市のみならず岩手県内の企業活動の支援や人材育成の拠点となっている。

#### 北上イノベーションパークの産業支援部署一覧

設置年	名称	主な業務
H11	市基盤技術支援センター	精密測定機器の利用ほか
	市情報センター（H20 廃止）	市民の IT 技術の向上
	（株）北上オフィスプラザ（3 セク）	貸オフィスほか
H15	岩手大学金型技術研究センター 「新技術応用展開部門」	企業との共同研究や人材育成
H16	北上高等職業訓練校	認定職業訓練のほか在職者の スキルアップ
	岩手県工業技術集積支援センター	自動車関連産業を中心とした 企業支援活動
H18	市貸研究工場棟	研究開発型製造業に対応した 研究工場棟を提供
	県南広域振興局経営企画部産業人材育成担当	人材育成事業
	大学院工学研究科金型・鋳造工学専攻	ものづくり高度技術者の育成
H19	市 3 次元ものづくり革新プロジェクト推進室	3 次元 CAD に関する事業推進
H21	県いわてデジタルエンジニア育成センター	3 次元 CAD 人材の育成

## 4 事業の効果、成果

### (1) 製造品出荷額等の増加

高品質かつ高規格の部品等を安定して生み出すには、精密な測定機器を用いた研究や開発が必要である。そして製品製造の受注の条件として検査体制の整備を求められる。しかし精密測定機器は高価格であり、測定室の環境維持やソフトウェアの更新といった維持管理にも多額の費用がかかるため、中小製造業には負担が大きい。また正確な測定を行うには熟練の技術や経験を必要とする。

市基盤技術支援センターの試験測定機器は低料金で使うことができ、測定はセンターのテクノコーディネータがサポートしてくれる。テクノコーディネータはものづくり企業のOBであり、利用者にもその技術を伝達することができる。

市基盤技術支援センターの機器を品質管理機能として位置づけたことにより、厳しい検査体制を求められる受注案件を獲得成功した企業や、海外に転出したが高規格の製品製造が難しいため北上市に戻ってきた事例もあるという。

### (2) 企業の現状に沿った支援

一般的に基盤技術支援に関する施設は都道府県が3セク等で運営するケースがほとんどだが、北上市では市が直営で運営している。そのため、常に利用者や現場から情報をキャッチアップすることができ、企業の現状に応じた工業振興施策を展開することができるという。

また、定期的に企業訪問することで、迅速なフォローアップが可能となるとともに、連携意識が生まれ、工業振興の課題を共有することができたという。

企業訪問では、特に人材育成に関する要望が多かったという。最近の若者は、壁にぶつかるとうすぐに辞めてしまう、コミュニケーションが上手ではない、ハングリ精神がないといった声があったという。だが、中小企業では人材育成まで手が廻らないというのが現状である。また、中国工場を視察した際にも、現地の労働者の高い就労意欲が印象的だったという。

そこで、市では教育施策として新たに「子ども創造塾事業」をスタートした。岩手大学も岩手マイスターのカリキュラムに提案力や教授力などのコミュニケーション能力の向上に関する授業を取り入れた。

### (3) 大学発ベンチャーの誕生

金型技術研究センターとの共同研究により、ベンチャー企業が2社誕生した。岩手県の産官学民の連携を担う拠点になっている地域連携推進センターの知的財産移転部門では、知的財産的財産の活用による大学発ベンチャー等の新規事業の活性化を目指し、技術移転やライセンス保護を図っている。

下請依存ではなく自律創造型企業を産学官連携で生み出し、新産業の発展により新たな雇用を創出しようとしている。

## コラム 北上市内の工場社長の談話

北上市に工場立地を決めてこれまで操業を続けてきて一番の感想は、市がすぐに動いてくれるということです。別の場所で工場を操業していた経験もありますが、対応が全く違います。

立地に関する様々な補助金はもちろん魅力的でしたが、工場の設計から建築に関する資料や申請について、様々な面で市がサポートしてくれました。新規採用者のために市職員が高校を廻ったり、パート従業員をハローワークで確保したり、従業員の住宅について不動産会社を紹介してくれたり、工場の立ち上げまで本当にお世話になりました。

立地後も縦割り行政ではなく、すぐに対応してくれるので助かっています。地下水から水道水に切り替えたいと相談したところ、保健所などの担当部署が連携してサポートしてくれましたし、光回線を引いてほしいと要望したところ工業団地内に敷設してくれました。工場でお祭りを実施する時にもイベント内容や駐車場についてアドバイスをくれます。

定期的に市の幹部の方たちが話を聞きに来てくれるので、顔見知りが増えて、横のつながりができたと思います。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

### （1）ものづくり観光がスタート

近年、産業観光というキーワードで歴史的な産業建築物や伝統工芸などを観光資源とする取組が全国的に広がっているが、北上市では「ものづくり」を観光資源にしており、平成 21 年には見学可能な工場や観光地を紹介するパンフレットを作成した。

企業側も、製品の宣伝だけではなく製造過程を公開することで商品の安全性や管理体制、工場の環境配慮システムなどを PR できるため、積極的に工場を一般に公開しており、専用の見学コースがある工場や、部品組立を体験できる工場もある。学校の授業だけではなく、老人会や福祉施設入居者の遠足、家族連れなど、市内外から幅広い年齢層の人々が訪れており、年間 2 万人以上が来る工場もあり、新たな観光名所となっている。

ものづくり観光という取組がスタートしたのも、行政と企業が連携して北上市をものづくり拠点として発展させたいという成果の 1 つである。

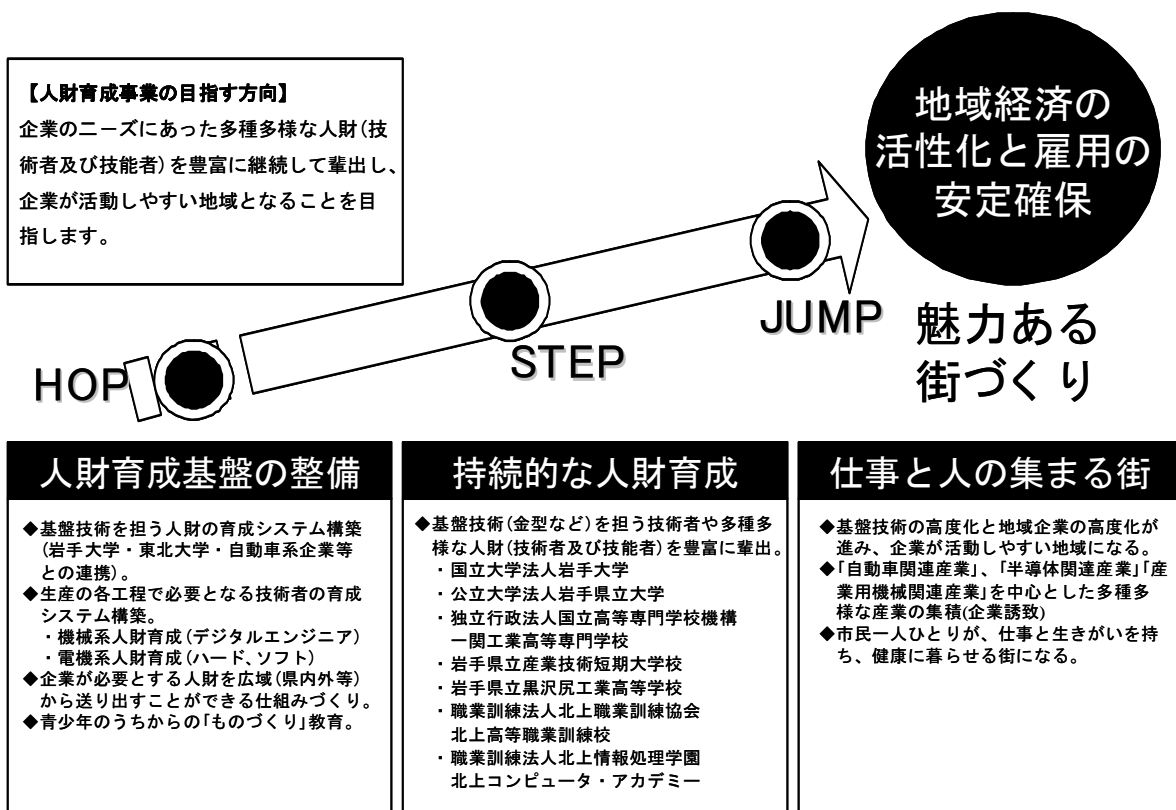
## (2) 今後の展望

高規格高品質の製品製造、新製品の研究開発、高度技術者の養成などは中小企業には手の廻らない、しかし生き残るためには必要不可欠な要素である。北上ではこれら地域の企業ができないことを産学官連携で補い、企業活動を支援し、力のある企業に育てようとしている。また、フォローアップを丁寧に行い、企業の現状やニーズを把握して施策に反映させるとともに、生産ラインの増設や関連部門・関連企業の転入といった少ないチャンスを見逃さずにキャッチしている。

また、産学官連携の各場面では、現役の技術者や企業OBが講師等として活躍しており、次世代への技術の承継の場にもなっている。

景気の低迷により、国内の生産拠点を整理統廃合せざるをえない状況にある企業も多い。広大な敷地、土地価格、交通の便、補助金といった従来型のツールのみでは、企業誘致でアジア諸国に勝つことはもはやできないだろう。

工業のまち北上が「ものづくり」の拠点として発展するため「ひとづくり」を重視し、産学官連携で企業の活動を支援する取組は、選ばれるまち・魅力あるまちの先進事例として今後も注目されると思われる。



出典:北上市人財育成プロジェクト～技術の拠点から人・ものづくりの未来を創造～ に基づき地方自治研究機構作成

(渡辺 真千子、家中 賢作)



## コラム 茨城県つくば市の企業誘致施策 ～「産業中核拠点」つくば～

つくば市は、科学技術・産業技術を牽引する筑波研究学園都市を擁し、多くの研究開発型企业やベンチャー企業が立地するとともに、農業・商業・観光・住宅地としての要素もあわせもつ地域である。

工業は、一般機械、電子部品・デバイス、プラスチックを中心に多種多様な業種が集積しており、大学や国系の研究機関をはじめ、民間の研究所も多く、産学官連携や創業支援等のための産業支援機能が充実し、科学イベント、コンベンション、様々な技術交流等も盛んで、地元発のビジネスも豊かに誕生している。また、ベンチャー創業後のフォローアップ施設としてつくばハイテクパーク構想（仮称）も推進している。

重点促進区域（9か所 540ha）では、研究開発機能の充実とともに製造業の集積も積極的に進め、研究開発、ものづくり、物流、業務等が総合的に展開する層の厚い地域産業を育む方向にある。

### ■主な取組

- ・つくば市東京事務所（秋葉原）に、研究・企業交流サロンを設置。
- ・企業立地担当者と立地企業OBの産業コーディネータが、立地探しから進出後の顔の見えるフォローアップを推進し、企業誘致のためのワンストップサービスを行っている。（平成19年度経済産業省「企業誘致に頑張る市町村20選」に選定された。）
- ・集積する研究機関と連携し、新たなロボット産業の創出を目指した取組『ロボットの街つくば』プロジェクトを進めている。ロボットが人間の操作を受けずにまちなかを走行する「つくばチャレンジ」は、貴重な実証実験の場として、ロボット技術の発展に大きく貢献しており、「モビリティ（搭乗型）ロボット公道実証実験特区」の認定により、実証実験がさらにしやすくなる。2010年12月には、TX「研究学園駅」南エリアに、（独）新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）「生活支援ロボット実用化プロジェクト」の拠点施設『生活支援ロボット安全検証センター』が完成しており、センター周辺に、ロボット関連企業の集積をねらっている。



世界初のサイボーグ型ロボット 出典：つくば市



製薬会社の研究開発拠点 出典：つくば市



生活支援ロボット安全検証センター  
出典：つくば市



茨城県常陸太田市

地産地消の推進と地域ブランドの創出

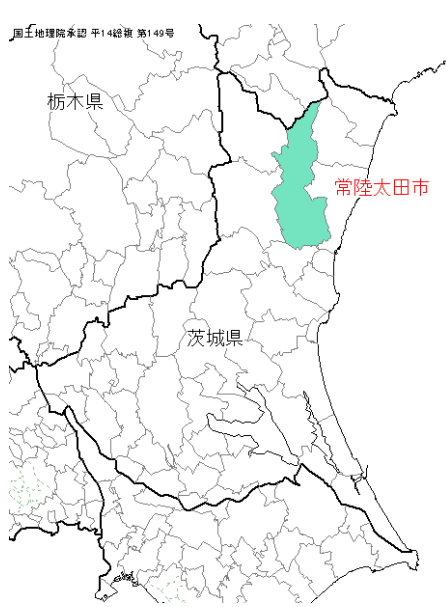
— 「地元のおいしいと特産品をもっとおいしく」 —

## ■事業名

### (茨城県常陸太田市) 地産地消の推進と地域ブランドの創出

－「地元のおいしいと特産品をもっとおいしく」常陸太田市の新たな取り組み－

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

位置図	
自治体 茨城県常陸太田市	
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	
56,255 人	
面積 382.01km <sup>2</sup>	
分野 農商工連携	
キーワード	
地産地消、直売所	※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成
<b>地域特性</b>	
<p>茨城県の北部にあり、県都水戸市から北へ 20km、東京から 120km 圏に位置している。昭和 29 年 7 月に 1 町 6 村が合併し常陸太田市が誕生し、翌年、世矢村と河内村を、さらに平成 16 年 12 月に金砂郷町、水府村、里美村を編入して現在に至っている。平安末期から約 470 年間は北関東の豪族佐竹氏の拠点として発展し、その後は水戸藩の要地として特に重視されたところから、市街地の台地を中心とした周辺には佐竹氏に関係の深い社寺や、西山荘・瑞竜山など徳川家に関する史跡が多く残されており、やすらぎを感じる落ち着いたまちである。</p>	

## ■調査にあたっての問題意識

常陸太田市産「コシヒカリ」はおいしいが、知名度はいまひとつである。このように、素晴らしい地域資源があるものの、「産地は知らない」等、その資源を上手に活かしていない自治体が多くある。この課題の解決には、

- ①地域資源について深く知り、なぜこの地に存在し根付いてきたのかを学ぶこと
- ②その情報を、ブランド化するまで継続して地域内外に発信すること

言い換えると、情報のクオリティと情報発信の継続性が重要であることを認識し、実行することが出発点である。総務省地域力創造アドバイザーを専門家として招聘し、多岐にわたる検討事項の整理や検討時間の短縮化を図ったことが、大きな成功要因ととらえることができる。

## ■事例の概要

茨城県常陸太田市の基幹産業は、全国に誇れるおいしさの多品目の農産物である。しかしながら、農業従事者の高齢化と、耕作放棄地の拡大など農地の荒廃、商店街の減少・空洞化による求心力低下が課題となっていた。

そこに、総務省地域力創造アドバイザーが様々なノウハウを駆使し、「巨峰ぶどう」などを活用した地域資源のブランド化と学校給食をはじめとする地産地消の取り組みを行った。

地域資源を地域内外へ情報発信し、「食と農での地域活性化」を考えている自治体に参考となる一例である。

## ■事例のポイント

・地域力創造アドバイザーの仕掛・ノウハウ等を活用し以下について地元の合意を効率的に図っていったこと。

- ①地産地消推進体制の仕組みづくり
- ②地域特産物のテキスト作成と公開ワークショップによるPR
- ③新商品（加工品）開発と学校給食メニュー開発

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・農業従事者の高齢化と、農地の荒廃が進み、産地間競争で経済的な苦境におかれつつあること。</li><li>・市の中心的存在である商店街は、その求心力を失い、新たな賑わいづくりがもとめられていること。</li></ul>
事業名	地産地消の推進と地域ブランドの創出
事業主体	・常陸太田市 ・総務省地域力創造アドバイザー：金丸弘美氏
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・地元特産品（巨峰ぶどう等）を活用した地域ブランドの創出</li><li>・学校給食をはじめとする地産地消の推進</li></ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・地域資源についてより詳しく知るための「テキスト」の作成</li><li>・公開型ワークショップ等を活用した</li><li>地域特産品のブランド化・販路拡大・新商品（加工品）開発</li><li>・地元産物活用学校給食用レシピ・メニューの開発</li></ul>



常陸秋そば

出典：総務省資料



巨峰ぶどう

出典：地方自治研究機構撮影

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	実施主体	内容
H16年	12月	常陸太田市	旧常陸太田市、旧金砂郷町、旧水府村、旧里美村が合併。新・常陸太田市誕生。
H19年	3月	常陸太田市	常陸太田市第5次総合計画策定
	7月	茨城県	「新市町主要プロジェクト支援事業」
	7月	常陸太田市	「地産地消」と「都市との交流」を2本柱とした「人と地域の元気づくりプロジェクト」を申請し、認定を受けた。
	11月	常陸太田市	常陸太田市地産地消推進協議会設立。
H20年	6月	常陸太田市	総務省地域力創造アドバイザー事業を活用
	9月	常陸太田市	「地産地消推進店」の登録開始
	9月	常陸太田市	月1回の朝市の開始

## (2) アドバイザー事業活用までの経緯

### ① 新・常陸太田市誕生

茨城県北部に位置する常陸太田市は、平成16年12月に旧常陸太田市と旧金砂郷町、旧水府村、旧里美村が合併し、新・常陸太田市として新たなまちづくりをスタートさせた。この合併により、茨城県内では最も面積の広い自治体となった。

平成17年の国勢調査では、59,802人となっているが、平成22年の国勢調査速報値では、56,255人と、人口減少が進んでいる。高齢化率は、茨城県が22.4%と全国平均の23%を下回っているのに対して、常陸太田市は、29.6%と高齢化が進んでいる状況である。

### ② 常陸太田市第5次総合計画策定

平成16年の合併後、常陸太田市では、平成19年度からの新しい総合計画を策定することになった。その中で重点戦略の一つとして打ち出されたのが、「人と地域の元気づくり」戦略である。

常陸太田市の産業は、農業を軸とした第一次産業であり、茨城県平均と比べても高い数値となっている。常陸秋そばやコシヒカリ、ぶどう、梨等の生産で知られているが、農業就業者数は年々減少傾向にあり、地域産業を支える担い手不足が課題となっている。コシヒカリ等の地域特産物、自然や景観、観光施設等の地域資源を一体的にネットワーク化して発信し、地域の人・物・情報を交流させ地域経済の活性化をはかることが重要であると考えた。その理由は、

人や産業、地域そのものが元気にならない限り、まちが元気になっていかないと考えたためである。これによって、高齢化や人口の減少、耕作放棄地の解消、商店街の減少・空洞化の問題を解消でき、まちの元気をつくることができる。

### ③新市町主要プロジェクト支援事業

総合計画策定後に、茨城県から「新市町主要プロジェクト支援事業」の話があった。事業の内容は、合併新市町に限り応募でき、先導性と県の施策との整合性がとれる事業に対して、原則3箇年の支援を行うものである。そこで、総合計画の重点戦略として打ち出された「人と地域の元気づくり」に取り組むために、地産地消と交流による「人と地域の元気づくり」プロジェクトを申請し、認定を受けた。

**【参考】新市町主要プロジェクト支援事業とは**

- 内容：合併市町の建設計画の早期実現を図るため、年2～3 団体に対する支援プロジェクトを実施。（原則3 箇年にわたって支援）
- 1 年目：プロジェクトチーム（県、市町の庁内関係各課、関係団体等）により、計画を策定。（計画策定費の1/2 を県が負担。平成19 年度は、1 団体約2,500 千円（総額5,000 千円））
- 2～3 年目：計画に位置づけられた事業に対し、県補助金制度等の優先採択等、総合的に支援。

### ④常陸太田市地産地消推進協議会設立について

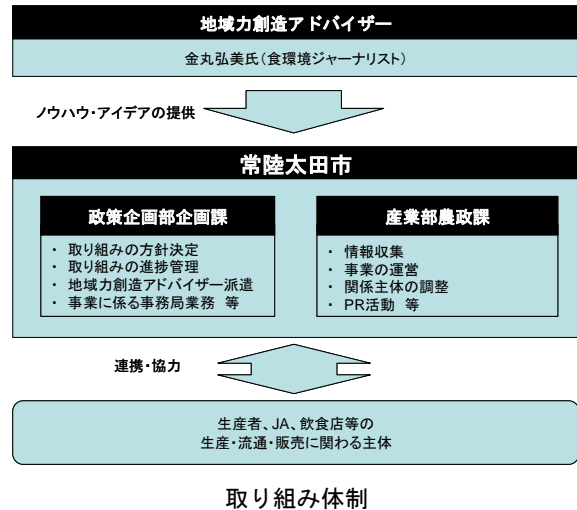
平成19 年度には、地場の農畜産物の地産地消を推進し、地域特産品のブランド化による地域振興を図るための組織として、「常陸太田市地産地消推進協議会」を設立した。

協議会には、農商工の関係部局と市民である消費者団体が参画し、常陸太田市地産地消推進基本計画に基づいて、①生産者と消費者の顔の見える関係づくり、②産地づくりとブランド化、③地産地消市民運動と地場産物のPR、④食文化の伝承と創造、⑤都市と農村との交流の5本の柱をもとに、地産地消のシステムづくりに取り組むこととなった。具体的な内容は、生産部会、販売部会、情報交流部会、食育部会の4つの専門部会で話し合いを設けた。

## 2 事業の内容

### (1) 事業主体

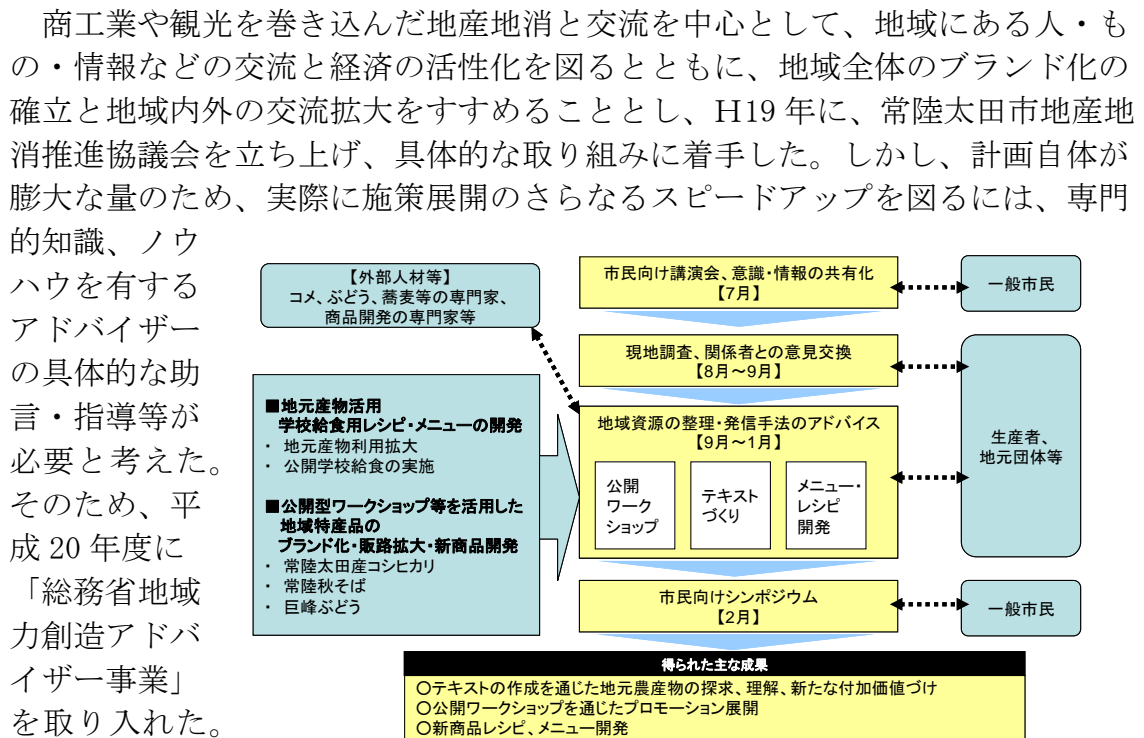
常陸太田市政策企画部企画課が、取り組みの方針や進捗の管理を行い、産業部農政課が実働部隊となり、情報収集や事業の運営、関係主体との調整を行った。食環境ジャーナリストの金丸弘美氏は地域力創造アドバイザーとして、総務省から派遣され、専門知識やノウハウを市へ提供した。金丸氏は、「食からの地域再生」等をテーマに、地域活動のコーディネーターやアドバイス事業を展開している。市は、地元の生産者やJA、飲食店等と連携し、地産地消の推進と地域ブランドの創出に取り組んだ。



取り組み体制  
出典：常陸太田市資料、総務省資料を基に  
地方自治研究機構作成

### (2) 事業の具体的内容

#### ① 「食総合プロデューサー」の活用の背景とアドバイザー事業の概要図



平成20年度「総務省地域力創造アドバイザー事業」の概要図  
出典：常陸太田市資料、総務省資料を基に地方自治研究機構作成



## ②学校給食用レシピ・メニューの開発

子どもたちに地域の食材の大切さを伝えることや健康を地域全体で育むことなど、地産地消を進めるシンボルとして、学校給食における地元食材の利用拡大に取り組んだ。平成20年8月に「学校給食レシピ開発研究会」を設置し、農産物をつくる生産者と給食をつくる現場が地元農産物の活用の仕方について意見を出し合い地元農産物の利用拡大を図った。さらに、公開学校給食「まると常陸太田の日」を実施し、生産者、PTA、栄養士などが情報交換し、給食のあり方等について、議論を深めた。



公開学校給食の様子

出典：常陸太田市

## ③地産地消推進店と月1回の朝市

平成20年9月から、市でつくられた常陸太田産品を取り扱う店舗が、一目で消費者に分かりやすくする仕組みづくりと、そのPRとして「常陸太田地産地消推進店」の登録を始めた。

また、月1回の朝市を開催することにより、生産者と消費者の顔の見える関係づくりを進めている。消費者は、栽培方法や、食べ方など直接生産者と情報交換する機会ができる。一方、生産者は、消費者がどういうものを、どの時期に、どれくらいの量必要としているのか知るよい機会となっているという。



月1回開催される、「朝市」の様子

出典：常陸太田市(左)

地方自治研究機構撮影(右)



#### ④地元特産品のブランド化・販路拡大・新商品開発

##### 1) 常陸太田市の「特産品テキスト冊子」の作成・配付

アドバイザーの監修により、今後、地元主体で自主的なPR・推進を行うため、地元特産品を紹介する「テキスト」を作成した。これは、特産品の栽培法、品種、歴史、出荷量、栄養価、加工法等が掲載してある。現在作成されているのは、常陸秋そば、コシヒカリ、巨峰ぶどう、梨、常陸大黒の5種類である。テキスト作成にあたっては、市職員が取材等を行い、テキストをまとめた。短い期間で、見たときに誰でもわかりやすくまとめるため、情報や写真を収集することが、一番の課題であったという。また、常陸秋そばについては、写真家等を起用し作成した冊子「常陸太田の物語」が作成され有償頒布されている。内容は、市が資料を集め、アドバイザーの金丸氏主導で執筆を行った。

テキストは、市民とマスコミ等へ配布した。市民一人ひとりが地元を知るとともに、常陸太田市のセールスマンとなって、語れる環境づくりができるとともに、市の特産物の全国展開に向けたPR、ブランド化への第一歩となった。作成されたテキストは、その後のワークショップ等にも活用され、以前よりも発信力のあるPR活動ができた。

作成者：常陸太田市農政課  
 作成日：平成22年6月更新

### 常陸太田の「ソバ(蕎麦)の話」




常陸太田市は「常陸秋そば」発祥の地。以前からタバコの後作に、そばの栽培が盛んに行われていました。

**ソバとは**

学名：Fagopyrum esculentum  
 英名：buckwheat  
 和名：ソバ  
 分類：タデ科ソバ属の一年草  
 原産地：中国南部の雲南地域  
 用途：実の粉末(蕎麦粉)を用いた麵(蕎麦)や蕎麦菓子、そばがきに用いる。アルコール原料としてそば焼酎がつけられる。また新芽はスプラウト(植物の新芽の総称。カイワレ大根やモヤシもスプラウトの一種。)として利用される。

主産地：国内収穫量…北海道、茨城県、長野県  
 輸入…中国、アメリカなどからの輸入量が多い。  
 輸入のうち中国産が約8割を占める。  
 国内消費の約半分を中国産が占める。

常給状況：そばの国内消費は年々増加傾向にあるものの、自給率は約2割程度で推移している(右表のとおり)。  
 平成18年は、国内消費仕向量が151千トンのうち、国内収穫量は33千トンと約2割程度。

蕎麦(蕎麦粉)は材料・加工品ともにアレルギー物質を含む食品として食品衛生法による特定原材料として指定されており、表示が義務付けられています。




年度	国内消費 仕向量 [千トン]	国内 収穫量 [千トン]	自給率 [%]	輸入量 [千トン]
H14	131	27	20	105
H15	136	26	21	110
H16	142	22	15	119
H17	150	32	21	117
H18	151	33	22	101

**ソバの起源**

古代遺跡の発掘資料によると、わが国へは縄文時代に伝播したとみられています。中国南部でできた栽培そばは、その後中国大陸を北上し、北はシベリアまで到達し、一部は朝鮮半島に伝播し、対馬を経て北九州に導入されたようです。

**ソバの語源**

ソバは、「そばむぎ」を略した語。「そばむぎ」は稜角(物のかど)を意味する古語「そば」と「むぎ(麦)」が複合した語で、角のある麦という意味である。食物のそばの実は、三角卵形で突起状になっていることから、こう呼ばれるようになった。実は乾くと黒褐色になることから、『和名抄』では「そば」を「くろむぎ」と称しています。



「そば」テキスト  
 出典：常陸太田市




作成者：常陸太田市農政課  
作成日：平成22年4月更新

## 常陸太田「葡萄の話」

常陸太田市は、巨峰ブドウの生産が盛んに行われています（茨城県内で第1位の栽培面積・収穫量）。また、近郊では、常陸太田オリジナルの品種である「常陸青龍（ぶどう）」が生まれています。

ブドウとは

学名：Vitis spp.  
英名：Grape  
分類：ブドウ科ブドウ属  
原産地：中近東地方  
用途：果実はそのまま生食されるほか、乾燥させてレーズンに、また、ワインやブランデーなどのアルコール飲料、ジュース、ゼリー、缶詰の原料となる。  
主産地：山梨県、長野県、山形県



**ぶどうの歴史**

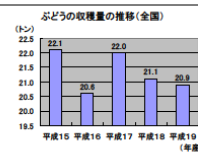
ブドウの歴史は紀元前4000〜3000年と古く、古代エジプトの壁画にも栽培の様子が描かれています。日本へは、中近東地方から古代ヨーロッパ、その後のシルクロードを断続して中国へ、そして奈良時代に中国から日本に伝わったといわれています。ただし、現在栽培されている品種は、ぶどうの祖先といわれる「ヨーロッパブドウ（European grape）」と「アメリカブドウ（Fox grape）」を交配させたものが元で、明治時代に入ってから本格的に栽培が行われるようになりました。

※ 交配と交配 …… 種を超えて掛け合わせを交配、同じ種の中で掛け合わせを交配といひ、交配（種）はハイブリッド（hybrid）、交配（種）はクローッシング（crossing）と呼ばれる。

**全国のぶどうの生産状況と品種構成**

ブドウは施設栽培が普及し、市場に流通する期間が長くなっています。また、生果も年間200万トンが輸入されており、旬を知るのが難しくなりましたが、本来ブドウが実るのは秋です。主産地は山梨、長野、山形、北海道、福岡、岡山です。茨城県の生産量は主産地と比べて多くはないが、常陸太田市のブドウの生産量は県内一となっています。

**ぶどうの収穫量の推移（全国）**



単位：千トン

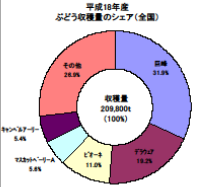
2015: 22.1, 2016: 22.0, 2017: 21.1, 2018: 20.8, 2019: 20.5

**【収穫量（H18）】**

山梨：51,400 t  
長野：30,300 t  
山形：21,200 t  
茨城：1,950 t  
常陸太田市：438 t

資料：農林水産統計より

**ぶどうの収穫量のシェア（全国）**



単位：千トン

山梨県 26.8%, 長野県 14.9%, 山形県 10.2%, 徳島県 3.8%, 高知県 3.8%, 福岡県 3.8%, 岡山県 3.8%, 兵庫県 3.8%, 千葉県 3.8%, 茨城県 0.9%

**【品種別収穫量】**

ぶどう計 209,800 t  
巨峰 66,900 t  
デラウェア 40,300 t  
ピオーネ 23,000 t  
マスカット・ベーナーA 11,700 t  
キハババア 11,400 t  
茨城（H18）  
ぶどう計 1,950 t  
巨峰 1,670 t  
常陸太田市（H18）  
ぶどう計 438 t  
巨峰 410 t

資料：農林水産統計より

作成者：常陸太田市農政課  
作成日：平成22年6月更新

## 常陸太田「こめ（米）の話」



◆ 米の分類

世界で栽培されている稲は、大きく分けると、ジャポニカ種（日本型）、インディカ種（インド型）に分けられ、このほかに中間的なものとしてジャポニカ種（ジャポ型）があります。ジャポニカ種とインディカ種では、葉の形や米の形などのほか、こはんになったときのちがいがあります。ジャポニカ種は、米の粒が短く（短粒）、こはんになると互いにくっつきやすく、粘りがあって軟らかであるのが特徴で、日本や朝鮮半島を中心に生産されています。一方、インディカ種には長粒が多く、互いにくっつきずりバラけしている品種が多いのが特徴で、アジア熱帯地域を中心に生産されています。一般的には、稲米や長粒のものをインディカ米、短粒のものをジャポニカ米と呼んでいます。両者とも粒長や粒幅には例外的な品種があり、両者を交配したものが存在することから正確に区別できない場合があります。世界中で栽培されている米にはたくさんの種類があり、その数は1,000種類以上とも言われています。

**ジャポニカ米（日本型）**  
短粒種、円粒種



私たちが毎日食べているお米で、日本では、ほぼ全量がジャポニカ米です。日本や朝鮮半島、中国北部を中心に栽培されています。形が丸みを帯び、炊くと粘りが出ます。一般的に炊き立てに蒸したりして食べることが多く、特に餅付けをしてもおいしく食べられることから、日本ではおかずと一緒に主食として食べるという文化が生まれました。

**インディカ米（インド型）**  
長粒種



世界的にはもっとも生産されているお米です。インドからタイ、ベトナム、中国にかけて、アメリカ大陸で生産されています。粒が縦長で、粘りが少なく、バラバラとした感じがします。ピラフやカレーなど、主に煮て食べる人が多いようです。

**ジャポニカ米（ジャポ型）**  
中粒種、半長粒種



ジャポニカ米とインディカ米のちょうど中間のような形で、長さも幅とも大きい粒なのが特徴です。ジャワ島やインドネシアなどの東南アジアやイタリア、スペイン、ブラジルなどで生産されています。カレーやピラフなどの料理に使われ、味はあっさりとしており、ジャポニカ米ほどではないが粘りを加えると粘りが出ます。

◆ 栽培方法による稲の分類

**水稲（すいとう）**

水を張った田んぼで栽培されるもの。稲穂を苗箱にまいて苗として育ててから田んぼに植えて育てることが多い。

**陸稲（りくとう）**

畑のような場所で栽培されるもの（おがら）。アジアの各地ではこの栽培方法が多く、田植えをするのではなく、稲穂を苗箱にまいて育てます。

作成者：常陸太田市農政課  
作成日：平成22年1月更新

## 常陸太田「梨（日本なし）」の話

常陸太田市は、観光果樹園が盛んに行われており、巨峰ぶどうに並び梨の生産が盛んに行われています。梨の生産は、市の南部の平地を中心に点在しており、市場流通に向けて早採りして出荷することは少なく、完熟するまで木に実らせたりして収穫して販売する観光果樹が中心で、一番美味しいときの甘くて完熟した梨を味わうことができます。

学名：Pyrus pyrifolia (Burman f. 1768)  
Pyrus serotina Rehder 1915  
英名：Nashi Pear, Sand Pear 等  
和名：梨（和梨、日本梨）  
分類：バラ科ナシ属  
概要：日本梨は、中国を原産とし中国や朝鮮半島、日本の中部地方以南に自生する野生種ヤマナシ（ニホナシ）P. pyrifolia var. pyrifolia を基本種とする栽培品種群  
主産地：千葉県、茨城県、鳥取県



**梨の歴史**

梨は、栽培されている果物の中では歴史が古く、日本で食べられ始めたのは弥生時代頃といわれています。文献では日本書紀に栽培を奨励する記述が残っており、江戸時代には品種も増加しています。明治時代には、二十世紀や長十郎が発見され、梨の代表格として生産されるようになり、その後、現在のような甘みが強く果肉のやわらかい梨が品種改良により登場するようになります。

茨城県の梨栽培の始まりは徳川時代末期（1860年ころ）から明治の初めころだと言われており、各産地の中で独自に発展し、大正時代中期にかけて現在の産地が形成されてきました。なかでも、真壁郡間城市（現筑西市）野「関本なし」、新治郡千代田町（現かすみがうら市）の「土田なし」、常陸太田市の「太田なし」が知られていたそうです。

常陸太田市の梨の樹は、約130年前の明治10年頃に県下に先駆けて植えられました。たび重なる久慈川の氾濫にも耐え、先人たちが技術を磨き、仲間と協力し、現在のJA茨城みずほ常陸太田梨部会（部会員43名）へと引き継がれています。

**磯田んぼの3なし看板** 国道349号線沿い（市内磯田町）  
常陸太田市では昔から梨の栽培が盛んであったため、国道沿いに、梨を模った「事故なし」「ゴミなし」「空カンなし」と書かれた看板が掲げられています。




作成者：常陸太田市農政課  
作成日：平成21年5月発行

## 常陸太田「常陸大黒」の話

茨城県オリジナル品種の常陸大黒。茨城県内でも県北地域でしか栽培されていないため、大変希少な品種です。

品種名：常陸大黒（ひたちおおくろ）  
種類：ペニバンインゲン種  
品種登録年月日：2002/7/20  
品種登録者：茨城県



常陸大黒（ひたちおおくろ）は、花豆と呼ばれるペニバンインゲンの品種です。花豆には種皮色が白の白花豆、紫地にまだら模様が入った紫豆がありますが、常陸大黒は花豆の中では初の黒一色の品種で、光沢があり、一粒約2gと大粒なのが特徴です。

栗のようなほくほくとした食感が楽しめ、抗酸化作用のあるアントシアニン（ポリフェノールの一種）が黒大豆の約3倍含まれているなど、栄養的にも優れています。県内の和洋菓子店などでも使用され、黒豆のほか、ロールケーキやどら餅、羊かんなど、和菓子や洋菓子などで商品化されています。JA茨城みずほ里美生産物直売所では、ジェラートとして味わうこともできます。



常陸大黒は、冷涼な地域を好み、高温下では落花落が多く実の成りも悪いため、平地での栽培には適しません。このため、県北山間地域のような涼しい地域が適地とされており、県内では本市のほか、大子町、常陸大宮町、北茨城市、高萩市の農家で栽培されています。平成14年に品種登録された茨城県オリジナルの品種で、他県への流出が制限されており、この地域だけの特産品として注目を集めています。



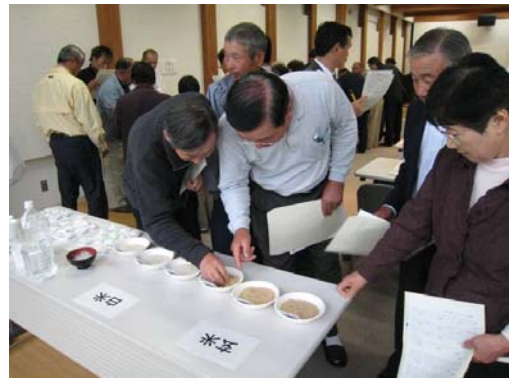
「巨峰ぶどう」、「コシヒカリ」、「梨」、「常陸大黒」テキスト  
テキストは、起源から栽培方法、購入場所まで知ることができます。  
出典：常陸太田市

## 2) 公開ワークショップの実施

テキスト等を活用した、公開型のワークショップを地元常陸太田市と首都圏で実施した。

地元で開催された、コシヒカリのワークショップでは、生産者や小売業者、飲食店、さらに県農政担当者など約80名が参加した。外部講師を迎え、全国の米の生産と消費、ブランド化にむけた取り組み事例等について学んだ。そして、常陸太田産コシヒカリと他地域産の米を比較するテイスティングを行った。地元のお米について意見交換や研究をすることにより、一体感が生まれ、地域が連携するしくみの基礎づくりになった。

首都圏で行われた常陸秋そばのワークショップでは、日本全国に発信するために、マスコミ、ジャーナリストを招いて行われた。常陸太田産常陸秋そばの高い評価を受けるだけでなく、食関係のマスコミとのネットワークができた。



地元開催のコシヒカリワークショップの様子

出典:常陸太田市

## 3) 新商品メニュー、レシピの開発

常陸太田市の特産品である「巨峰ぶどう」は、観光や贈答用の生食ではなく、加工品として「ぶどうソース」を新たに開発する取り組みを行った。ぶどうは季節物のため、年間を通して販売・発信できる加工品といえは、ワインやジャムとなる。しかし、これでは商品化が進んでいるため、市場で勝負することができなかった。そこで、金丸氏のアドバイスで、様々な料理で扱えるような一次加工品としての「ぶどうソース」を作ることになった。生産農家、商業者、JA等と連携し、商

品化に向け取り組むとともに、ケーキ職人、パン職人等の外部講師の協力を得ながら、40種類以上の試作品を作成した。

巨峰ぶどうや地元産の小麦粉やそば粉なども使用し、すべて常陸太田産の洋菓子、和菓子などができあがった。この中から、常陸太田の名物をつくれればと、今後もこの活動を継続していくという。



平成20年度アドバイザー事業

ぶどう活用新商品の提案試食会の様子

出典:常陸太田市



平成21年度

加工品(スイーツ)開発研究会の様子

出典:常陸太田市

### 3 事業成功の要因

平成21年2月に発表された「地域力創造アドバイザー事業 実績報告書」において、市の基幹産業である農林業は、農業従事者の高齢化と、耕作放棄地の拡大など農地の荒廃が進み、産地間競争で経済的な苦境におかれつつあること。市の中心的存在である商店街は、その求心力を失い、新たな賑わいづくりがもたれられていることの2点が挙げられている。当事業は、この問題点を克服するため、アドバイザーの仕掛・ノウハウを上手に活用している。それが事業を成功に導いた大きな要因と考えられる。以下にその要因をまとめた。

#### (1) 地産地消推進体制の仕組みづくり

地産地消を推進するため、地域力創造アドバイザーの協力を得て、様々な分野の外部講師や、外部人材を交えての公開ワークショップの取り組み、商品開発のための組織の立ち上げ、生産者と商業者、さらに消費者との情報交換をしたこと。「農」「商」「消費者」等の地域全体のネットワークの基礎を築くことができたこと。

#### (2) 地域特産物のテキスト作成と公開ワークショップによるPR

特産品の栽培法、土壌条件、品種、気候、歴史、出荷量、栄養価、加工法、料理などの詳細を、掲載したテキストを作成し、公開ワークショップ等で活用することによって、地元農産物の品質の高さを再発見し、情報発信の重要性を認識できたこと。

#### (3) 新商品（加工品）開発と学校給食メニュー開発

外部講師や地元の農家、商店会関係者等との連携により、巨峰ぶどうを活用したぶどうソースや地元産小麦粉を活用したパンなどの試作品づくりを進めたこと。

学校給食メニューについては、栄養士や生産者等と学校給食について考える組織を立ち上げ、子どもたちの健康を育む学校給食の意義と地産地消の大切さを、地域全体で認識し取り組んでいくことの共有化を図れたこと。



## 4 事業の効果、成果

### (1) 常陸太田市の特産品物語（テキスト冊子）の作成

1	冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」 全 20 ページ、オールカラー、印刷物
2	常陸太田「そば（蕎麦）の話」全 15 ページ、データ化
3	常陸太田「こめ（米）の話」全 18 ページ、データ化
4	常陸太田「ぶどう（葡萄）の話」全 8 ページ、データ化
5	常陸太田「なし（梨）の話」、全 8 ページ、データ化
6	常陸太田「ひたちおおぐろ（常陸大黒）の話」、全 6 ページ、データ化

テキストづくりにより、その農産物を深く探求し、背景や暮らしとの関わり等を含め、生産者である農家の方々にさえ知らなかったことも分かりはじめ、新たな付加価値を付けることができた。また、対外的にも高く評価され、テキストが、単なる食の情報ではなく、常陸太田市そのものの魅力を伝えるものであることを学ぶことができた。

### (2) 公開ワークショップの実施

テキストを活用した公開型のワークショップを、地元常陸太田市と首都圏で実施した。地元ではテイスティングを含めたワークショップにより、生産者は、自分達の産物の特徴や消費者の意向を再認識するとともに、ただ生産するだけでなく、売り方をも視野にいれた生産を考えなければならないことを学んだ。また、地域の農家、消費者、商業者、行政などが地域で連携し、それが地域の経済とつながっていく仕組みづくりへと発展することができた。

首都圏でのワークショップでは、主に発信力があるマスコミやジャーナリストを対象とし、常陸太田市と常陸太田の農産物の魅力や特徴を伝えることができ、販路拡大を図ることができた。そして何よりも、これらマスコミやジャーナリストの方々とのネットワークができたことが大きな成果である。

### (3) 新商品レシピ、メニュー開発

外部講師等の協力を得ながら、以下の商品やメニューの試作品ができた。

1	常陸太田市農産物 100%お弁当メニュー
2	常陸太田市デザートレシピ (4 品)
3	巨峰ぶどうソースレシピ・試作品
4	巨峰ぶどうコンポートソースレシピ・試作品
5	巨峰ぶどう及び地場産小麦使用の天然酵母パン、洋菓子、和菓子、 レシピ・試作品 (31 品)
6	常陸太田市地場産小麦使用パンさしみ「うどん風」
7	常陸秋そば使用パンさしみ「蕎麦風」

また、学校給食常陸太田の日メニュー (1 メニュー)

### (4) (1) ~ (3) による定量的成果

1	地元での地産地消推進店の登録拡大	18 店舗から 31 店舗に拡大
2	常陸太田地産地消応援隊の新設・拡大	応援隊を新設し現在 46 名が登録
3	首都圏での常陸太田産農産物取扱店の拡大	4 店舗増
4	常陸太田産食材・特産品による 新たなメニュー・レシピの開発	40 品を試作・メニュー化
5	常陸太田産食材・特産品による 新たなおにぎり弁当の開発	1 メニューを試作

### (5) 商品化成功事例「地元焼き菓子店」

アドバイザー事業では、ぶどうの生産時期は限られていることから、1年間を通して使える「ぶどうソース」の試作品に取り組んだ。しかし、実際には多くの課題があり、商品化へつながっていなかった。そこで、巨峰果汁（ぶどう果汁）であれば、冷凍保存して1年間使用でき、ぶどうソースよりも汎用性の高い一次加工品であると市は考えた。平成 21 年度末、巨峰果汁の試作品をアドバイザー事業時に協力した地元の和菓子店、洋菓子店、飲食店等にくばり、メニューの考案をお願いした。その中に、焼き菓子店 A 社があった。

A 社は、こしあんやクリーム等の印籠の形をした焼き菓子売っている。この焼き菓子の「あん」を市から提供された巨峰果汁を使用し、製餡メーカーとの共同開発によって、試行錯誤を重ね、コスト計算をした結果、製品化することが可能であると判断し、『巨峰味のあんを使用した焼き菓子』が完成した。A 社では、独自に試作品のアンケートをし、焼き菓子について消費者の意見を取り入れた。さらに、市の運営する朝市に出展し、地産地消推進店の登録もされている。今後は、ぶどう園にて取り扱ってもらい、常陸太田市の新しい地産地消品としてさらなる販路を拡大中である。

## 5 継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

### （１）学校給食の地元食材利用について

常陸太田市では、センター方式で学校給食を作っており、センターは、6,000食と500食の2箇所ある。メニューは、どちらのセンターも基本的に同じである。500食のセンターについては、小回りが利くが、6,000食のセンターでつくる場合、地元で生産される農産物であっても、ロット、加工、価格、種類、流通等の理由により、現場で使えない食材が多くあることがわかった。そのため、アドバイザーの金丸氏は「生産者と生産現場・給食の現場をお互い知らないで、給食の現場に野菜は入っていけない」というアドバイスがあった。学校給食では、どのような食材を求めているのか、どのような食材であれば使えるのか、また、生産現場では、いつ頃であればその食材を使うことができるのか等、地元産の食材を使えるようお互いの情報を交換するため、平成20年8月に「学校給食レシピ開発研究会」を設置し、農産物をつくる生産者と給食をつくる現場が地元農産物の活用の仕方について意見を出し合いレシピを作成した。また、パンについては、米粉パンを月1回使用することにし、地産地消を推進している。

### （２）月1回の朝市について

今までは、行政主導で朝市を行ってきたが、現状のまま税金を投入していくことに対して、今後、理解が得られないことも考えられる。そのため、官主導ではなく、民主導で運営できるように、出店者のみの組織「朝市の会」を立ち上げた。トラブルの対応等全てを任せるとは、難しいかもしれないが、出店者のみで運営している仕組みづくりに取り組んでいくという。

### （３）新商品開発（ぶどうソース開発）について

ソースという形であれば、様々な業者さんへ広げることができると考えたが、業者によって、欲しいソースが異なっていた。果肉の有無、色や甘さの程度等要求しているものが違うことが大きな課題である。ソースの種類を一本化して汎用性が高く、様々な加工品に使用できることが目標のため、ヒアリングを重ね、よりよい解決策を模索中である。

#### (4) 今後の展望

今後も地産地消を推進する様々な取り組みを展開していく。学校給食では、地元食材利用のさらなる拡大を図り、月1回開催している朝市は、生産者と消費者の、顔の見える関係づくりの場として、仕組みづくりと情報発信、その基盤としての推進体制づくりを進めることで、地産地消を一層推進する。

地域ブランドの創出に向けては、ブランド化とPR活動に引き続き取り組むほか、今後は、安定生産・品質確保・販路拡大・流通把握を進めるための施策を展開していく。例えば、ぶどうでは、農家、加工業者、小売店等が連携し、巨峰ぶどう活用試作レシピを具現化し商品化していく取り組みを進めるとともに、市独自の品種である「常陸青龍」の知名度向上とブランド化に向け販売戦略への検討を進める。

また、情報拠点づくりとして、これまでの活動を総合的にコーディネートし受発信していく拠点機能施設として、複合型交流拠点施設を整備する予定である。具体的には、道の駅を検討しており、直売所等を設け、常陸太田の情報発信と交流の拠点として地産地消の推進と地域ブランドの発信を進めていく。

#### コラム そば、どう？

常陸太田市内にある42のそば店を紹介した小冊子。

「常陸秋そば」発祥の地である常陸太田市。ここには、訪れた人においしいそばを味わってもらいたいと願い人がたくさんいます。「SOBA-DO」は、その思いを届け、実際に会いに来ていただく架け橋となる冊子です。

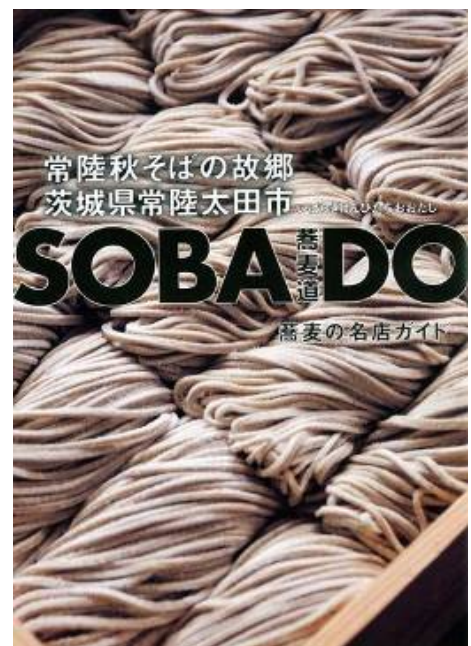
「SOBA」・・・蕎麦・傍

「DO」・・・行動する

「SOBA-DO」・・・蕎麦道・そばの道  
(road of SOBA)

「SOBA-DO」・・・そば、どう？

これらの意味をタイトルに込めて作成したこの「SOBA-DO」と一緒に、そばの道をゆっくり味わってください。(冊子より)



SOBA-DO

市内42のそば店を紹介した小冊子

出典：常陸太田市

(家中 賢作)





## 大阪府豊中市

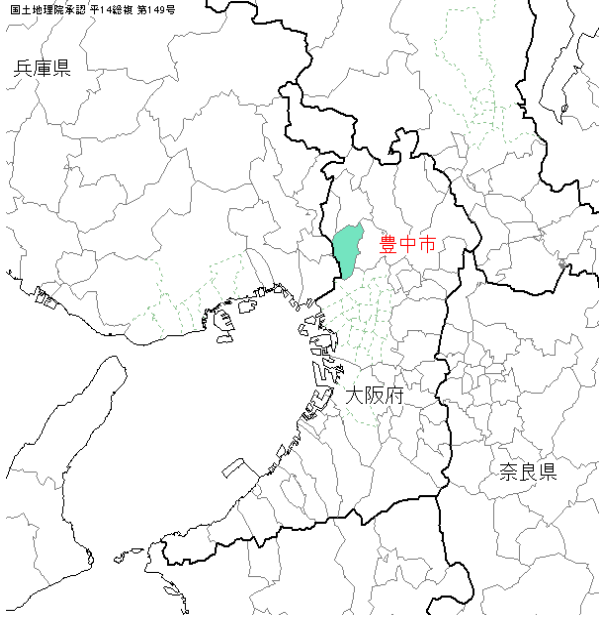
### 豊中駅前活性化に向けた地域主体のまちづくり活動

— 豊中駅前まちづくり推進協議会及びまちづくり会社の活動から —

## (大阪府豊中市) 豊中駅前活性化に向けた地域主体のまちづくり活動

— 豊中駅前まちづくり推進協議会及びまちづくり会社の活動から —

### ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名 大阪府豊中市	位置図 
人口（平成22年 国勢調査速報値）	
389,359人	
面積 36.60km <sup>2</sup>	
分野 中心市街地活性化	
キーワード	
地域発案型、まちづくり会社	■「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成

### ●地域特性

豊中市は大阪府の中央部の北側、神崎川を隔て大阪市の北に位置し、東は吹田市、西は尼崎市、伊丹市、北は池田市、箕面市に接している。

大阪市に近い地の利と、起伏に富んだ丘陵地帯は、早くから絶好の住宅地として選ばれ、文教都市の名声が高まるにつれ、人口は急激に増加し、市街地も大きく広がりをみせている。

特に、戦後の発展はめざましく、公営、私営の住宅が建ち並び、学校・道路・上下水道等都市施設の整備充実、千里丘陵のニュータウン建設、名神高速道路、阪神高速道路、新御堂筋線、中央環状線等の開通とも相まって、市勢は急速に発展を遂げている。

## ■調査にあたっての問題意識

- 現在、全国では地域主体のまちづくりを推進するために、協議会、委員会など様々な形式を用いて、行政と地域の間組織としての機能を担う組織の必要性が高まる一方で、協議された事項を「いかに」、「誰が」、「どのように」実行していくのかという観点から、実行を支援する組織の存在が課題となっている。  
本事例で紹介する「豊中駅前まちづくり推進協議会」による地域発案型のまちづくり構想の実現に向けた取組みや、まちづくりの実行支援組織である「有限会社豊中駅前まちづくり会社」の取組み、またそこから生じている課題等が、地域まちづくり活動に取組む方々の一助となればと考える。

## ■事例の概要

- 阪急宝塚線豊中駅前のまちづくりは、地域の担い手である「豊中駅前まちづくり推進協議会」、「有限会社豊中駅前まちづくり会社」を中心として行われている。本事例では、「まちの将来像を創り、その実現を促進する」ための協議組織である「豊中駅前まちづくり協議会（改称前）」の設立から、当該協議会が策定した「豊中駅前まちづくり構想」を実現するために、まちづくりの実行支援組織となることを目的として設立された「有限会社豊中駅前まちづくり会社」の現在までの活動を紹介する。

## ■事例のポイント

- ①地域発案型のまちづくり構想の提案
- ②構想の道筋となる基本方針の策定に向けた行政側の検討体制の整備
- ③協議会とまちづくり会社の役割分担
- ④行政から距離を置いたまちづくり組織の存在
- ⑤タウンマネージャーとしてのまちづくり会社の機能

## ■取組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・都市基盤の整備及び商業の活性化に向けた地域発案の自主構想の必要性</li><li>・自主構想を実現するための実行的かつ効率的な市民組織の必要性</li></ul>
事業名	豊中駅前に関するまちづくり活動
事業主体	豊中駅前まちづくり推進協議会、有限会社豊中駅前まちづくり会社
事業の概要	「豊中駅前まちづくり構想」の実現に向けた取組み
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・協議会自らのまちづくり構想の提案</li><li>・構想の実現に向けた行政との検討体制</li><li>・タウンマネージャーとしてのまちづくり会社の役割</li></ul>

## 1 事業の経緯

### (1) 取組み年表～豊中駅前まちづくり活動の流れ～

年度	実施内容
S63年	「まちづくり勉強会」設立
H3年	「豊中駅前まちづくり研究会」設立
H4年	「豊中市まちづくり条例」制定
H5年	「豊中駅前まちづくり協議会」として条例により認定
H7年	協議会から「豊中駅前まちづくり構想」を市へ提案 ⇒提案を受けて市、協議会による構想実現化方策の検討
H9年	構想実現化方策である豊中駅前地区の基本方針が策定
H11年	「有限会社豊中駅前まちづくり会社」設立
H14年	協議会名を「豊中駅前まちづくり推進協議会」と改称し、まちづくりを推進
H17年	地域の交流スペースをリニューアルオープン
H18年	豊中駅前まちづくりアートフェスティバル開催
H19年	交通まちづくり講座を開催
H21年	「豊中駅前通りの改善に取り組む会」を設置
H22年	歩行環境に関するアンケート調査の実施等

### (2) 取組みの経緯

#### ①まちづくり推進協議会設立の経緯

阪急宝塚線豊中駅前地区は、市の中心市街地として発展してきたが、慢性的な道路混雑や駐車スペースの不足などによる都市基盤の整備不足、また、より一層の商業の活性化の必要性から、地域の再生、再整備が必要となった。

そこで、昭和63年に地元若手商業者が有志での「まちづくり勉強会」を発足したことをきっかけに、平成3年に「豊中駅前まちづくり研究会」が設立した。

平成4年に、豊中市総合計画における「市民と行政によるまちづくりの推進」を図るために「豊中市まちづくり条例」が制定され、同条例に基づく、まちづくり協議会の認定第一号として、自らの地域の住みよいまちづくりを推進することを目的とする市民組織である「豊中駅前まちづくり協議会」が平成5年に設立された。その後、一定の活動基盤が整ったことに伴い、より一層の豊中駅前のまちづくりを推進するため、協議会名を「豊中駅前まちづくり推進協議会」と改称し、現在に至る。

◆参照条文

○豊中市まちづくり条例

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、豊中市総合計画における「市民と行政によるまちづくりの推進」を図るため、市長及び市民の役割並びに地域のまちづくりに関する必要な事項を定めることにより、本市の住みよいまちづくりをめざすことを目的とする。

(基本理念)

第2条 住みよいまちづくりの推進は、市民相互及び市民と行政の信頼、理解及び協力に基づいて、市民の自発的な発想と市民及び行政の連携及び分担により行われることを基本とする。(抄)

第2章 まちづくり競技会

(まちづくり協議会)

第5条 市長は、自らの地域の住みよいまちづくりを推進することを目的とする市民組織であって、次の各号のいずれにも該当するものをまちづくり協議会として認定することができる。(抄)

(まちづくり構想の策定、公表等)

第8条 まちづくり協議会は、住みよいまちづくりを推進するため、当該地域についてまちづくり構想を策定したときは、当該まちづくり構想を地域住民に公表するものとする。(抄)

(まちづくり構想の提案及び配慮)

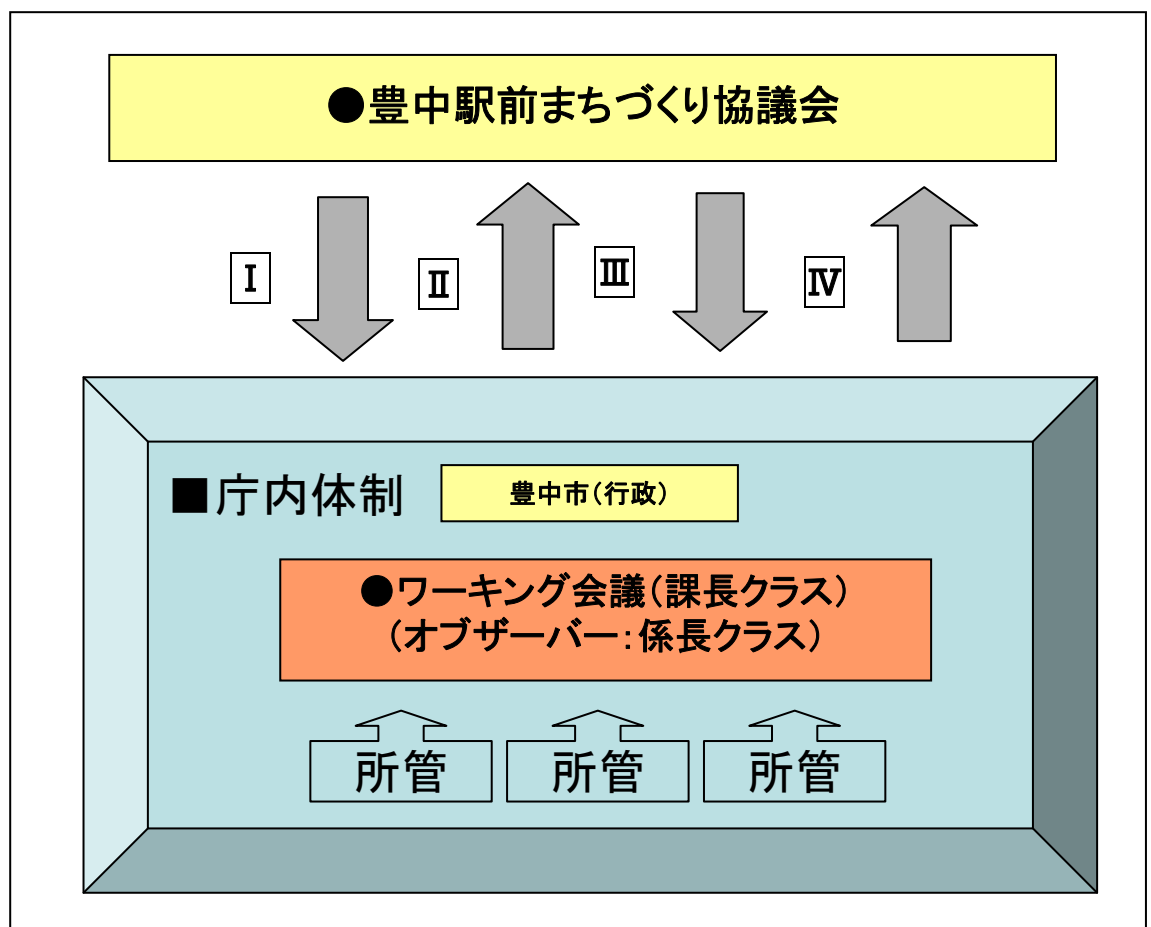
第9条 まちづくり協議会は、前条第1項の規定により公表したまちづくり構想を市長に提案することができる。(抄)

## ② 「豊中駅前まちづくり構想」と駅前地区の「基本方針」の策定

協議会は設立後、まちづくり条例に基づき、住みよいまちづくりを推進するための「豊中駅前まちづくり構想」を自ら策定する。そして豊中市に同構想を提案し、行政とともに、まちづくり構想の実現化に向けた検討を重ね、同構想を実現化するための道筋となる豊中駅前地区に関する基本方針の提示を行政側から受けることとなる。

基本方針の策定までのプロセスは次のように整理できる。

- I 協議会から豊中市へのまちづくり構想の提案
- II 構想実現に向けたワーキング会議（課長クラス）による精査・検討
  - ・ボトムアップ式的意思決定体制の確立
  - ・今後続けられる市民のまちづくり活動への支援を円滑に進めるため、また組織継承を考えて、オブザーバーとして係長クラスが参加
- III 中間案の提示
- IV 中間案に対する協議会の回答を受けて「基本方針」の作成、提示

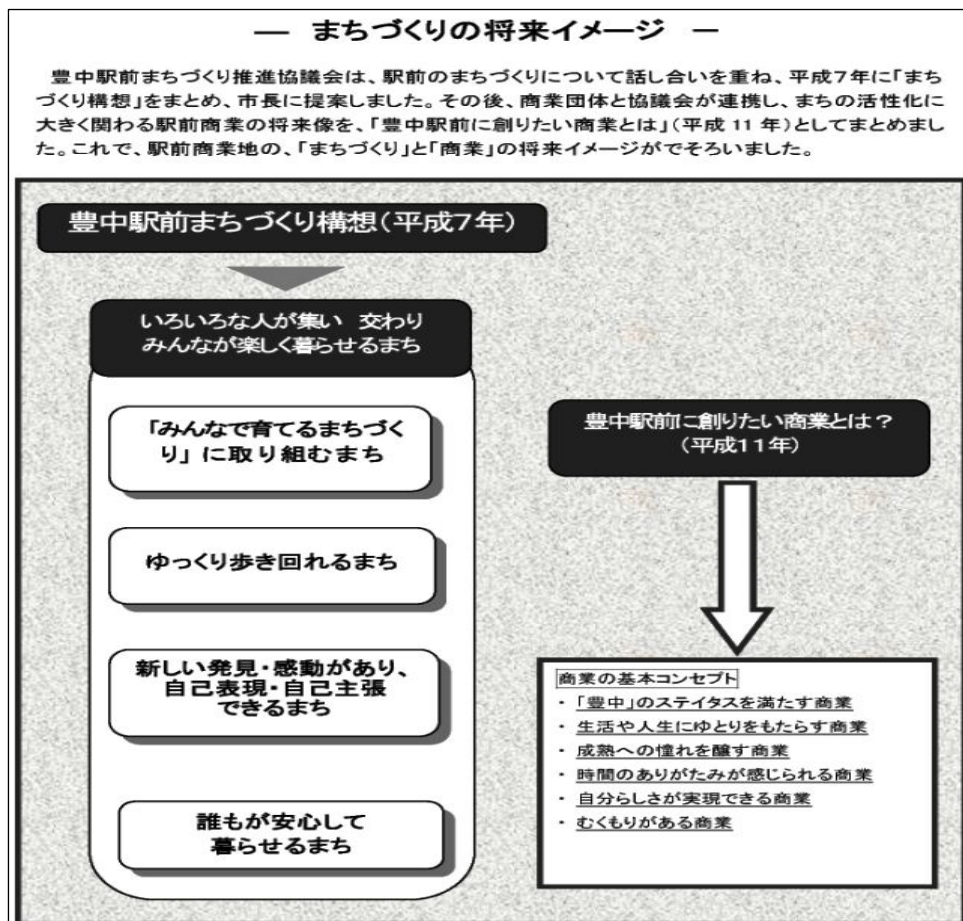


### ③「基本方針」の推進と豊中駅前まちづくり会社の活動開始

I 基本方針の提示後、まちづくり構想の実現化に向けた推進組織、行政と地域の間組織としての協議会の役割の重要性がますます高まる一方で、協議会自体がまちづくり事業の直接の事業主体となってまちづくりに参加するには限界を迎えていた。

そこで、まちづくりの当事者の一員として取組みをリードする地域の側の事業体制の構築が新たな課題として生じることとなる。

II Iの課題を受けて、平成11年12月に、豊中駅前まちづくり協議会の有志が出資者となって、まちづくりに必要な事業を「まちに住む人」、「商売や事業をする人」、「まちを舞台に活動する人」が進めていく社会を作ろうという考えのもとに、「有限会社豊中駅前まちづくり会社」が設立され、まちづくりの実行支援組織としての役割を担うこととなる。



「まちづくりの将来イメージ」出典:協議会ホームページ



## 2 取組みの内容等（実施主体、取組みの内容）

### （1）豊中駅前まちづくり推進協議会の取組み

豊中駅前まちづくり推進協議会は、「豊中駅前まちづくり会社」との連携を図り、「まちづくり構想」のコンセプトの実現を推進するために主な次の取組みを行ってきた。

#### ①都市基盤の再整備

協議会は、「ゆっくり歩き回れるまち」をコンセプトに商店街のモール化や通りの改善に取り組んできた。

#### ②商業等の活性化

「まちの魅力づくり」をコンセプトとして、繁盛店づくりや通りでのイベント開催、既存施設の有効活用、アートフェスティバルの開催など音楽によるまちづくり、生ごみの堆肥化、花・緑にあふれたまちにすることにより、環境に優しいまちづくりに取り組んできた。

#### ③広報機能の充実

まちづくりに関する情報発信をタイムリーに行うため、広報誌「じゃすとナウトよなか」の定期発行、ホームページの作成・更新、エキスタとよなか（阪急豊中駅舎内に開設された地域情報化推進施設）の活用を行っている。

あじすとなよなか Vol.100 ゆっくり楽しく 歩き回れるまちを目指して

協議会では下記のような行事を企画し、実施しております。ワークショップやイベントなどは無料も実施、個別のまちづくりについて、ワークショップ形式で進めていきます。（印刷申込、昼、夜、個別のまちづくりについて、ワークショップ形式で進めていきます。）

あじすとなよなか推進協議会事務局（駅前通り：まちづくりセンター）に申込みください。

**豊中駅前 今一度、わがまちを再発見**

**わがまちって、どんなまち？**

まちの「すてきなもの」、「おもしろいもの」、「人に伝えたいもの」、「いかなりたいもの」や「もんだい」を再発見しよう！

日 時：平成22年9月25日（土）14:00～17:00  
場 所：ホテルアイボリー（3F/4Fの間）  
参加費：無料。（飲み物とケーキ付）  
対 象：どなたでもご参加いただけます。  
ぜひ、お誘い合わせの上ご参加ください。  
（小学生の場合は、ご家族とご参加ください）  
申込方法：下記の申込書の内容をTELまたはFAX、  
Eメールでお申し込みください

申込先：豊中駅前まちづくり推進協議会  
TEL・FAX：06-6858-6190 / Eメール：at.machi@mail.tmconet.com

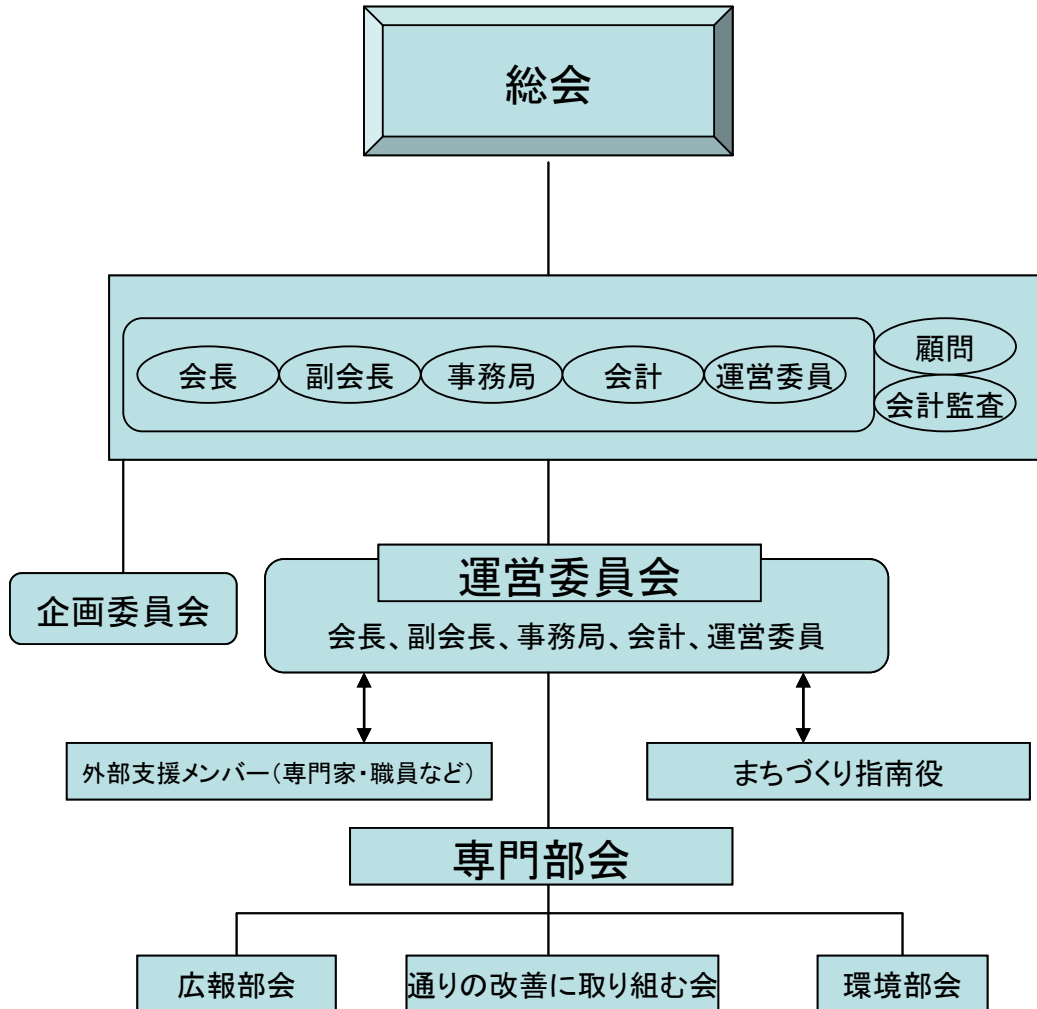
◆ワークショップ参加申込書

お名前		
詳細住所	ご住所	お電話番号
人数	印刷の都合におらずにお記入ください	

「じゃすとナウトよなか」出典：まちづくり会社



## 豊中駅前まちづくり推進協議会の組織図



「まちづくり協議会組織図」 出典：地方自治研究機構作成

### ○豊中駅前まちづくり推進協議会組織概要

組織名	豊中駅前まちづくり推進協議会
活動エリア	豊中市本町1、3、4、7丁目（阪急豊中駅前東側：面積約12ha）
活動趣旨	都市基盤の再整備と商業等の活性化を一体的に進め、豊中市の商業・業務の中心地としての再生を図る。
会員数	128名（平成22年6月現在）

## (2) 有限会社豊中駅前まちづくり会社の取組み

- ① まちづくり会社は、「まちづくり構想」の実現を進めるための協議会の事業の実行支援組織として協議会の有志による有限会社形式で設立し、地域管理・地域経営の視点から協議会と連携しながら、主に次のような取組みを行っている。

### I まちの活性化を進めるためのコンサルティング

まちづくり協議会の勉強会の企画運営などまちづくり推進協議会の支援を行い、協議会事務局としての役割を担っている。

### II 新しい仕事やサービスを行う企業家の育成

商店街・商工会を中心にまちづくり活動に関する研修事業

### III まちの魅力や情報を発信する拠点づくり

HPによる商店街などの情報提供や、毎月2回、豊中駅前の歴史やコラムを掲載する「まちづくりニュース」を1,000部発行

### ○有限会社豊中駅前まちづくり会社組織概要

会社名	有限会社豊中駅前まちづくり会社
所在地	豊中市本町1丁目12-25
出資金	425万円
設立日	1999年12月21日
役員	代表取締役:1名 取締役:3名 監査役:1名
出資者	25名

- ② また、まちづくり会社は上記のような活動を積極的に行う一方で、その運営は多くのボランティアに支えられており、役員もボランティアであり、イベントの都度、参加し協力するスタッフも自己負担という現状となっている。
- そこで、次のような収益事業を行うことにより活動を維持している。

- ア 各分野のエキスパートによる講演会であるアイボリーフォーラムの開催
- イ アイボリー寄席、新免館寄席など定期的な落語寄席の開催
- ウ 黒豆狩りや高野山詣などの地域探訪によるまちづくりツアー
- エ レンタルスペースの貸出し
- オ 印刷物の作成、コピー作成
- カ まちづくりニュースへの広告掲載収入

# 豊中駅前まちづくりニュース

VOL.043

http://www.tnconet.com/

2010年 9月 中旬号

〒行 豊中駅前まちづくり会社

〒599-0001 大阪府豊中市新庄1-1-1

TEL: 06-6852-6100 / FAX: 06-6852-6876

発行日: 2010年9月11日

---

**シリーズ 豊中駅前の歴史を振り返る** 第18回 稲荷神社周辺

このシリーズは、豊中駅前がどのように形成され、発展してきたかを振り返り、これからのまちづくりのために役立つ情報を提供します。今回は稲荷神社の歴史を中心に、その周辺のまちづくりの現状と課題について紹介します。

稲荷神社は、豊中市の中心部に位置する古くからの神社です。その歴史は、豊中市の発展と密接に関わっています。また、近年では、稲荷神社周辺のまちづくりが進められており、その歴史を振り返ることで、今後のまちづくりの方向性を考えることができます。

稲荷神社の歴史は、豊中市の発展と密接に関わっています。また、近年では、稲荷神社周辺のまちづくりが進められており、その歴史を振り返ることで、今後のまちづくりの方向性を考えることができます。

**アイボリーフォーラム**

日時: 2010年9月28日(水) 午後6時半から

場所: ホテルアイボリー

参加費: 1,000円

参加申し込み: 06-6852-6100

主催: 豊中駅前まちづくり会社

---

**ケア・アンド・コミュニケーション**

TEL 06-6152-1151 豊中市月根山4-6-4

在宅訪問介護の登録ヘルパー募集中です。

初めての方歓迎! バイクの方・自販車の方歓迎!

生活援助: 1,350円

身体介護: 1,650円 (要介護レベル2級資格)

**豊中温泉**

温泉 湯元白(源泉) 湯元黒(源泉)

15:00 - 24:00 休曜日休

豊中市月根山4-6-4

06-6852-1258

---

**中島屋クリーニング店**

個人のリビング 65%OFFに仕上げます!

TEL: 06-6858-4306

豊中市月根山4-6-4

**掛軸装**

お正月の装束 掛軸装

TEL: 06-6852-1632

---

**Salon Moda**

ヘアデザイン コント

TEL: 06-6858-1207

豊中市月根山4-6-4

**オサケメーカー**

TEL: 06-6852-6552

豊中市月根山4-6-4

「豊中駅前まちづくりニュース」 出典: まちづくり会社

### 3 取組み継続の効果、成果

豊中駅前のまちづくり活動の取組みの主な効果、成果として考えられるものを次のとおり挙げる。

#### (1) 地域の望むまちづくり構想及び指針の策定

協議会と行政が、役割分担を行い、丁寧なやりとりを行うことが、地域の望むまちづくり像であるまちづくり構想の実現に向けた指針の策定につながり、また、推進体制が整備されることとなった。

#### (2) 地域内コミュニケーションの活発化

アイボリー寄席、新免館寄席などの落語寄席の開催や、まちづくりツアーの開催、地域の集いの場、交流の場を設定したことによって、地域内のコミュニケーションが活発化した。

#### (3) まちの魅力や情報を発信するまちづくり支援拠点の形成

まちづくり会社が地域のタウンマネージャーとしての役割を果たすことにより、まちの魅力や情報を発信することができるまちづくり支援拠点が形成された。



「豊中駅前の商店街」 出典:地方自治研究機構作成

## 4 現在までの取組みの継続の要因

豊中駅前のみちづくり活動が現在までその取組みが継続している要因として考えられるものを次のとおり挙げる。

### (1) 地域発案型のまちづくり構想の提案

まちづくり条例に基づく認定を受けた協議会が、地域が真に望むまちづくり像を形成するために、地域の側の意見として自らの力で構想をまとめ上げたことにより、「構想設定は地域の側」で、その構想を実現可能なものとするための「道筋の検討は行政側」で、というような明確な役割分担を可能とし、構想という名の目標の実現へ推進することとなった。

### (2) 基本方針の策定に向けた行政側の検討体制の整備

地域側から提出された構想であるために、道筋となる基本方針の内容が重要となる。そこで、基本方針の検討過程として「行政側からの中間案の提示⇒協議会からの回答⇒庁内での再検討」といった流れで、協議会とより丁寧なやりとりを行うことで、行政とまちづくり協議会での議論の有効性、信頼性を高め、かつ、オブザーバーとして係長クラスが参加することによる組織内での継承及び、今後とも続く市民のみちづくり活動への円滑な支援が可能となった。

### (3) 協議会とまちづくり会社の役割分担

協議組織である協議会と実行支援組織であるまちづくり会社とを別の組織として、役割を分けたことにより、協議会で決められた事項をまちづくりの専門的な観点からスピーディに進めることが可能となった。

### (4) 行政から距離を置いたまちづくり組織の存在

まちづくり会社は、有限会社として、協議会の有志の出資のもとに設立、運営されており行政からの支援を受けていない。そこで、行政からの補助金などの資金面での干渉などを受けることのない、真の地域主体の活動が可能となった。

また、まちづくり会社の役員は、地元の楽器屋さん、鮮魚屋さん、食肉販売屋さんなど、いわゆる「地元のおじさん」により組織されており、地域の実情を把握しやすく、地域からの情報を引き出しやすい体制となっている。

### (5) まちづくり会社によるタウンマネージャーとしての機能

まちづくり会社は、協議会の事務局としての役割から、商店街・商工会を中心としたまちづくり活動に関する研修事業、HPの開設や情報誌の発行まで幅広く活動を行い地域のタウンマネージャーとして活躍している。これにより、まちづくり活動に総合的に、かつ主体的に携わることが可能となっている。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

豊中駅前まちづくり活動に関する今後の取組みの一層の継続（発展）に向けた課題、今後の展望として考えられるものを次のとおり挙げる。

### （１）行政等とのパートナーシップ関係の構築

現在、協議会、まちづくり会社は、行政の支援を受けず、一定の距離を保っているが、その取組みを持続、発展させ、今後地域が一体となったまちづくりを行うためには、官、民の連携は欠かせない。

そこで、現在のまちづくり会社と行政との距離感を活かしつつ、主従の関係ではないパートナーシップとしての関係を構築することが一つの課題となる。

そのためには、行政側からの市民を支援する関係性、仕組みづくりの見直しや、まちづくり構想の実現に向けてどのように協議会やまちづくり会社と関わり、「住み良い、歩きやすい、元気なまち」の実現に向けて取り組んでいくのかが課題となっている。

### （２）人材の確保

まちづくり構想の実現に向けて、協議会、まちづくり会社の双方ともに、まちづくりに積極的に参加する人材が、減少してきている。特に、協議会の実行支援組織として活躍しなければならないまちづくり会社は、協議会の有志によって構成されており、マンパワーの欠如は非常に大きな課題といえる。そこで、地域の潜在的な人材をまちづくりに巻き込むための仕組みづくりや、既存の人材を育成し、いかに活用していくか等行政を含めた形でこのような問題にどのように取り組んでいくかが今後の課題となっている。

### （３）活動資金の工面

まちづくり会社は、会社の設立趣旨から、一般の会社とは異なり、高い収益を上げるといった観点からの収益事業は行わないが、まちづくり活動を行っていくために、会社の運営を維持するための収益事業を行う必要がある。まちづくり会社では、現在も様々な収益事業を行っているが、安定した収益の確保の面を考えると、今後このようなまちづくり会社の活動を地域で支えていく上で、行政など含めた地域全体で活動資金をいかにして工面していくかが、課題となっている。

### （４）地域内部でのまちづくり活動に対する意識の向上

豊中駅前の地域では、現状のまちづくりに関して一定の満足感があり、地域住民の参加による積極的なまちづくりに向けた機運は高まりにくい傾向がある。

一定の満足感がある理由としては、豊中市が、大阪市に近い地の利があり、また、電車、飛行機などの交通網が整備されているため、神戸市、京都市など関西の主要都市のみならず、全国の地域に訪訪するためのアクセスが良い絶好の住宅地である



点や高級住宅地としてイメージが良く、住みやすい、住んでみたいまちであるという点が考えられる。

そこで、豊中駅前のまちづくりに向けた機運を今まで以上に高めるためには、協議会が今まで取り組んできた料理教室、ジャズイベント等のまちづくり活動を通じて、地域の新しい魅力を再発見し、その魅力を伝え、愛着を持たせることにより、地域内部でのまちづくりに向けた新たな意識の発現、向上に向けて、行政も含めた地域全体でどのように取り組んでいくかが課題となっている。

## （５）市内の各地域との連携

豊中市全体のまちづくりを考えると、単に一つの地域だけが頑張ればよいというものではない。地域ごとの個性を大事にする一方で、市内全体が活性化するような仕組みづくり、関係づくりが大切となる。

そのためには、今まで以上に各地域の協議会同士の連携性を高め、地域ごとに限定しない人と人とのネットワークづくりを市内全体でどのように取り組んでいくべきかが課題となっている。



「阪急豊中駅」 出典：地方自治研究機構作成

(内山 雅雄)





## 和歌山県田辺市

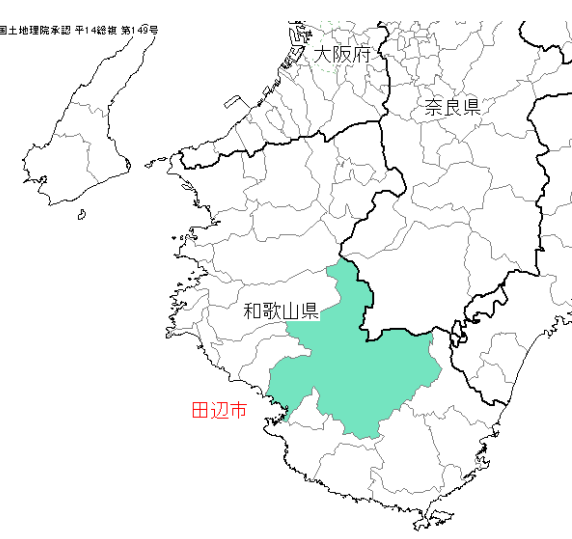
### 田辺市熊野ツーリズムビューローのインバウンド推進

－ 持続可能な、世界に開かれた観光地を目指して －

# (和歌山県田辺市) 田辺市熊野ツーリズムビューローのインバウンド推進

－ 持続可能な、世界に開かれた観光地を目指して －

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名 和歌山県田辺市	<b>位置図</b> <small>国土地理院承認 平14総規 第149号</small> 
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	
79,107 人	
面積 1,026.77 km <sup>2</sup>	
分野 観光	
キーワード	
インバウンド、おもてなし	※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成

## 地域特性

平成 17 年に田辺市、龍神村、中辺路町、大塔村、本宮町が合併し、新・田辺市となる。和歌山県の中央部に位置し、西側の海岸部に都市的地域を形成しており、総面積は約 1,026 km<sup>2</sup>と、近畿地方で一番広い市域を有している。

古くから紀南地方の交通の要衝として栄え、広大な市域の中には、美しい海や山、川の大自然をはじめ、世界文化遺産に登録された「熊野古道」や「熊野本宮大社」に代表される古い歴史や文化、日本三美人の湯で知られる「龍神温泉」や日本最古の湯といわれる「湯の峰温泉」の温泉郷などがある。

## ■調査にあたっての問題意識

平成 15 年から国土交通省を中心に官民一体となってビジットジャパン事業が進められている（平成 20 年には、国土交通省の外局として観光庁が設置）。この事業において、国や観光業界は、海外から来訪者を呼び込むためのプロモーションを中心に取り組んでおり、実際に観光客に接してサービスをする役割が期待される地域側では、外国人観光客の受け入れ体制づくりが急務となっている。

しかし、受け入れることを重視するあまりに地域側に無理を強いるような受け入れとなってしまえば、観光地として長続きさせることは難しくなってしまう。

持続可能な観光地づくりを、どう行っていくかが重要となる。

## ■事例の概要

5つの市町村の合併を機に設立した任意団体“田辺市熊野ツーリズムビューロー”（以下、「ビューロー」と言う）の、国内旅行の新たなターゲットとなる外国人観光客の受け入れ（インバウンド推進）の取り組み事例。

ビューローでは、観光関連事業者を対象にワークショップを行うなどして受け入れ地のレベルアップに力を入れている。一方で、外国人観光客の受け入れを優先するあまりに地域の歴史や文化、生活習慣などを損なうことがないよう配慮し、来る側にとっても受け入れる側にとっても双方にストレスのない受け入れに注力している。

また、より細かな旅行ニーズに応えるため、平成22年には法人格を取得し、旅行業法に基づく第二種旅行業として登録し、新たに着地型旅行業の展開を始めている。

## ■事例のポイント

外国人の感性、旅行者の視点に立った情報発信を行い、誘客に力を入れている。また、地域の持つ歴史や文化、生活習慣などに配慮しながら、宿泊施設などの観光関連事業者の外国人観光客に対するおもてなし力を向上させ、持続的な観光地づくりを進めている。

- ①外国人観光客にとって、魅力があり活用できる情報を発信
- ②ワークショップ等によるきめ細かいサポートで観光関連事業者のレベルを向上

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・熊野古道が世界遺産に登録されたことでメディア露出が増えたものの、情報発信力が乏しかった。</li><li>・年々増加する外国人観光客に対して、地域の観光関連事業者には接客不安があった。</li></ul>
事業名	持続可能な、世界に開かれた観光地づくり
事業主体	田辺市熊野ツーリズムビューロー（一般社団法人）
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・国内外の旅行者、メディア、旅行会社に向けた情報発信事業</li><li>・受け入れ地の外国人観光客対応レベルアップ事業</li></ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・ホームページ（英・仏・中・韓版）やパンフレット（日・英併記）等を多言語化し、情報を充実。</li><li>・受け入れ側のおもてなしやコミュニケーションのレベルアップを図るワークショップを開催。</li><li>・様々なニーズに応えるため平成22年度から着地型旅行業を開始。</li></ul>

### ワークショップとは？

“参加者が専門家の助言を得ながら問題解決のために行う研究集会”または“参加者が自主的活動方式で行う講習会”（「大辞泉」より）。

ビューローでは、ワークショップを通じて、英語が話せなくても親切な対応ができる、世界に開かれた観光地「田辺市」づくりを推進している。

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	実施内容
H16年	7月	「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録される。外国人観光客が徐々に増加。
H17年	5月	田辺市、龍神村、中辺路町、大塔村、本宮町が合併し、新・田辺市が誕生。
	9月	旧市町村の5つの観光協会が連絡協議会を立ち上げる。
H18年	4月	任意団体としてビューローが設立される。田辺市観光振興課からも職員を派遣。田辺市や各地域の観光協会と連携しながら、田辺市全体の観光PRを始めとする広域的な事業を展開。また、プロモーション活動と並行しながら、受け入れ地のレベルアップに注力。
	7月	田辺市が「観光アクションプラン」を策定。重点施策の一つとして国際観光の推進を掲げる。
	9月	国際観光推進員として、英語圏出身の外国人スタッフを雇用。
H20年～H21年		着地型で田辺市への旅行をサポートするため、着地型旅行業の調査研究。インターネットを活用した独自の旅行予約管理システムの開発。
H21年	9月	着地型旅行業の展開を見据え、国内旅行業務取扱管理者の資格を有するスタッフを新たに雇用。
	10月	中国語圏へのプロモーションを意識し上海に10年間滞在経験のあるスタッフを新たに雇用。
H22年	5月	一般社団法人の資格を取得。
	7月	和歌山県知事から第二種旅行業の登録を受ける。 ANTA（社団法人全国旅行業協会）に加盟。
	11月	旅行予約サイトをウェブ上で公開し、着地型旅行業を本格始動。

### 【ビューローの活動】



©田辺市熊野ツーリズムビューロー  
フランスのエージェントに現地を案内



©田辺市熊野ツーリズムビューロー  
神職、巫女を対象としたワークショップも開催



## (2) 事業の経緯 ～ ビューロー設立まで ～

### ①熊野古道、世界遺産に登録

平成16年に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録された。

紀伊山地は三重県、奈良県、和歌山県の三県にまたがり、それぞれ起源や内容が異なる「吉野・大峯」「熊野三山」「高野山」の三つの「山岳霊場」と、そこに至る「参詣道」が生まれ、その「山岳霊場」と「参詣道」及び、周囲を取り巻く「文化的景観」が評価され、世界遺産となったものである。

世界遺産に登録されたことで、「紀伊山地の霊場と参詣道」の一部である熊野古道のメディアへの露出が増え、熊野古道の一部を擁する田辺市への観光客が増加した。

また、それまでは少なかった外国人観光客も多く見られるようになった。特に、熊野古道の自然崇拜など歴史的、文化的な面へ関心を寄せる英語圏（欧・米・豪）からの観光客が増加した。



©田辺市熊野ツーリズムビューロー

熊野古道

### 熊野古道とは？

(本文:三重県ホームページ「世界遺産熊野古道伊勢路」より)

熊野古道は、紀伊半島南部にあたる熊野の地と伊勢や大阪・和歌山、高野及び吉野とを結ぶ古い街道の総称で「熊野街道」とも呼ばれています。

熊野古道には伊勢と熊野速玉大社を結ぶ伊勢路、その伊勢路の花の窟から分かれて熊野本宮大社に向かう本宮道のほか、大阪から和歌山を経て熊野に至る紀伊路は田辺で熊野本宮に向かう中辺路と、そのまま紀伊半島を海岸線沿いに那智へ向かう大辺路、高野山から熊野本宮へ向かう小辺路、吉野から熊野本宮へ向かう奥駈道とも呼ばれる大峯道などのいくつかのルートがあります。



マップ:和歌山県ホームページ  
世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」より

## ②5市町村が合併し、新・田辺市に

平成17年に旧田辺市、旧龍神村、旧中辺路町、旧大塔村、旧本宮町が合併し、新・田辺市が誕生。和歌山県の面積のうちの5分の1を占める、近畿地方でも広い市域をもつ自治体となった。

新たな田辺市の観光振興を模索するため、旧市町村エリアの5つの観光協会が連絡協議会を立ち上げ、検討を重ねた。

しかし、あるエリアでは観光業は盛んではなく、あるエリアでは豊かな地域資源をもとに観光業が基幹産業となっている、という具合に、各エリアの特色、抱える観光資源は大きく異なるものであった。それに伴い、5つの観光協会の業務内容、地域における役割等も違いすぎていた。そこで、無理に観光協会を統合するのではなく、新しく別の団体を立ち上げることにした。

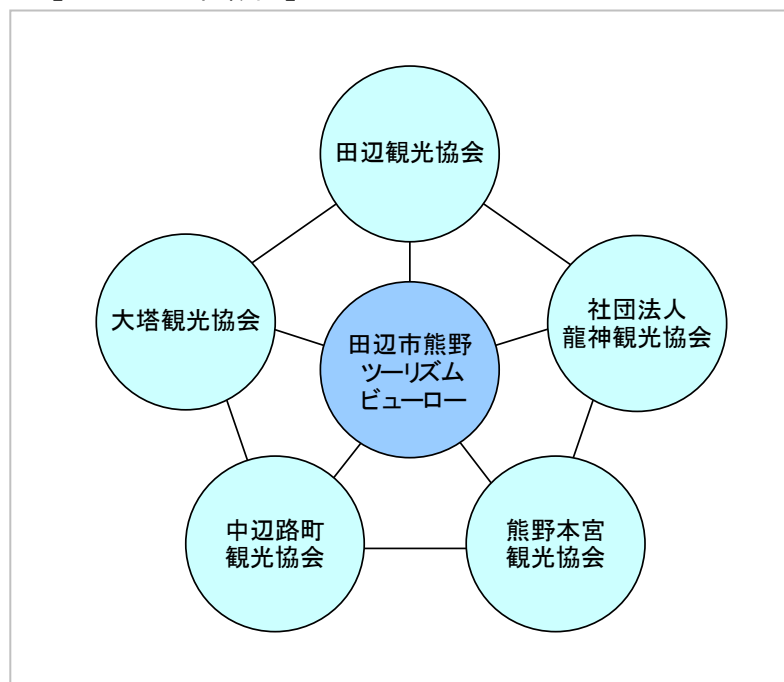
## ③任意団体“田辺市熊野ツーリズムビューロー”の誕生

旧市町村エリアに対応する観光協会は「地域づくり」組織としてそのまま存続し、平成18年、5つの観光協会が加盟した、任意の団体である“田辺市熊野ツーリズムビューロー”が誕生した。

また、田辺市においても、観光協会の連絡協議会と連動しながら、新たな田辺市の「観光アクションプラン」を策定。その取り組みの柱の一つとして、“世界へ向けた観光の展開”を掲げた。

ビューローは、5つの観光協会の連携組織として、田辺市全体を視野に入れた広域的な観光振興事業を行うものとして始動。「官民協働」の先駆け事業として、田辺市から委託を受け、旧市町村エリアの地域性や独自性を保ちながら、同時に、ビジネスとしての観光を強化するために戦略的な事業を実施している。

【ビューロー組織図】



## 2 事業の内容

### (1) 事業主体

#### ①ビューローの組織体制

ビューローの組織体制は以下のとおりである。

- ・田辺市観光振興課からの派遣…3名
- ・国際観光推進員として英語圏（カナダ）出身の外国人スタッフ…1名
- ・旅行業法に基づく国内旅行業務取扱管理者の資格を持つ日本人スタッフ…1名
- ・上海に10年間の滞在経験を持つ日本人スタッフ…1名

#### ②田辺市や各地域の観光協会との役割分担

ビューローの役割は、田辺市と連携し全市域的に観光振興をサポートすること。田辺市が、観光行政の総合的窓口や基盤整備（インフラ整備や施設建設など）、地域全体の取り組みの支援、下支えを行い、ビューローが、企画や販売、情報発信など、戦略的な分野を担当している。

また、「地域づくり」組織として地域ブランドづくりや交流促進、地域ネットワークの構築等を推進する観光協会と連携し、それぞれの地域に密着したこれまでの活動を継続、強化している。

### (2) 事業の具体的内容

#### ～ 外国人観光客への取り組み（インバウンドの推進）～

ビューローでは、田辺市の策定した「観光アクションプラン」に基づき、プロモーション活動や受け入れ地のレベルアップ等を行っている。

- ・プロモーション、情報発信  
ホームページやパンフレット、ポスター等の多言語での作成。海外も含めた、プレスツアーの実施。商談会参加による売り込み等。
- ・受け入れ地レベルアップ  
受け入れ地としてのホスピタリティの向上を図るため、観光関連事業者を対象としたワークショップの開催等。

#### ①国際観光推進員（外国人スタッフ）の雇用

外国人観光客の感覚をビューローに取り入れるため、英語に堪能な日本人スタッフではなく、英語圏で生まれ育った外国人スタッフを起用している。このことにより、外国人からはどんな情報が必要とされているのかなど、日本人の感覚では気づけなかった外国人観光客の感覚を汲み取り、よりきめ細かい、質の高いおもてなしを実現している。

#### ②情報発信の充実 1 ～ 直訳ではなく翻訳 ～

海外からも認知度の高い東京や京都、大阪などは観光地としての情報もすでに充実している。一方で、田辺市の抱える熊野古道は、世界遺産登録によりメ



ディア露出が増えたものの、その情報発信は必ずしも充実しているとはいえないものであった。

そこで、海外に向けた情報発信を充実させるため、ホームページやパンフレット、ポスター等の多言語化、観光地における看板等の英語表記を行った。

多言語化するにあたっては、国際観光推進員（外国人スタッフ）らと検討を重ねながら、外国人にも歴史的な人物や専門用語などの意味合いが伝わるように、ただ直訳するのではなく、日本語版から書き換えて英語版を作成するなど、外国人の感性に合わせた翻訳を行っている。また、ホームページは、言語によってそのデザインも変えている。

【ビューローのホームページは言語ごとにそのデザインも異なる】



英語版



中国語版



日本語版

【説明看板に併記された英語の翻訳】



熊野本宮大社、八咫鳥(やたがらす)の説明看板

### ③情報発信の充実 2 ～ 景観、雰囲気損なわない表記 ～

また、看板等の英語表記の仕方についても配慮している。いわゆる日本の観光地のゴールデンコースではなく知名度が高いとは言えない田辺市へ来る外国人観光客は、日本文化やその地域の雰囲気に惹かれて訪れている。

そのため、道標の看板等は、英語の説明書きを併記しさえすればいいというのではなく、田辺市の持つ観光資源の雰囲気を壊すことのないよう、小さく表示し、景観や雰囲気を守ったままでの表記に心がけている。

#### 【龍神温泉・上御殿で実践している英語表記】



男湯の案内板、英語表記は控えめに



部屋に置いてある注意事項の立て札



ひっくり返すと…、英語表記に

### ④受け入れ地のレベルアップ

ビューローでは、プロモーション活動と並行して、受け入れ地のレベルアップに力を入れている。

地域の観光関連事業者を対象に、ビューロー設立時から2年間で60回を超えるワークショップを開催。特に、お風呂の使い方や浴衣の着方、和食の説明など提供するサービスの範囲が広く利用者の滞在時間も長い宿泊業を中心に実施し、地域の、外国人観光客への対応レベルを向上させた。

また、ワークショップは、職種別（宿泊施設や交通機関（JRや路線バスの職員）、観光協会スタッフ、観光案内所スタッフ、お土産店、神社の神職・巫女など）、エリア別（旧市町村エリアをさらに細かく分けて）で、きめ細かく開催し、英語が話せない観光関連事業者が多い中で、外国人観光客を受け入れるという不安を取り除くことにも注力した。

ワークショップは、ルールを工夫したトランプゲームから始め、日本語を話せない外国人観光客が日本旅行で感じる戸惑いを体感してもらうところからスタート。国際観光推進員（外国人スタッフ）も毎回同行し、外国人に慣れてもらった。成果物として、それぞれの事業者の実情に応じた英語と日本語併記の「指さしツール」を作成。外国人観光客の受け入れに必要なのは英会話による応対ではなく、笑顔とゼスチャーで受け入れることができることを実感してもらった。これにより、地域の観光関連事業者らの、外国人観光客受け入れに対しての垣根を低くしている。

【外国人観光客に何を伝えたいか、何を伝えなければいけないかをワークショップで検討し、それぞれの宿の実情に合わせた指さしツールを作成】

Welcome ようこそ	
Thank you for staying at: _____ Your room is: _____ on _____ floor. 本日は、_____に来ていただきありがとうございます。本日の部屋は_____号室の_____階です	
Check in チェックイン	15:00~ Please bring your room key to the first floor front desk when checking out. チェックアウトの際は、ルームキーを1階フロントへ返却ください。
Check out チェックアウト	~10:00
Evening meal 夕食	18:00 & 18:30 Both morning and evening meals will be served in room 食事の場所は、朝夕共に_____です。
Morning meal 朝食	8:00 & 8:30 Please choose which of the two serving times you would prefer. どちらかを選んでください。
The front doors close at 23:00. Please note the doors will be locked after at this time, so please be mindful of this when leaving the Ryokan. 門限は午後11時です。閉鎖のため危険しますので、外出するときは時間に注意して下さい。 Because of Japanese law, we request that you please write your passport number on the check in form. We are very sorry for any inconvenience. 法律の規定により、パスポートの表示と番号の記入をお願いします。	
<b>Onsen/Bath 温泉</b> Bath hours: 内湯 Indoor baths 露天風呂 Outdoor 6:00-23:00 6:00-22:00 The main bath is located on the first floor on 1st floor. Our baths are separate for men and women, but sides with 大浴場は地下1階です。内湯は男女別で朝と夕方 The open air bath is mixed. 露天風呂は男女混浴です。バスタオルを巻いて入浴して Please do not use soap, shampoo or towels inside the bath tub 浴槽の中では、石鹸、シャンプー、タオルを使	
<b>Important notice</b> Please do not wear your shoes inside the 館内は土足禁止です。玄関で靴を脱いで We ask for your cooperation as staff will be entering your room 夜間、スタッフが入室する場合があります Please keep your valuables in the safe provide 貴重品は、部屋の金庫に入れてください Please check emergency exit map posted on 避難経路は各室ドアの内側に書いています。事前に	

Compliments of: Tanabe City Kansai Tourism Bureau www.tb-tanabe.jp

Evening Meal 夕食御献立		
先付	Appetizer	Kagelinno (type of yam) and ikura (salmon eggs), Kelp flavoured sea bream, shrimp, bracken and rape blossom (ollseed), pike fish sushi 寄せ長芋いくら鱈昆布わかめ ぼたん海老 わらび 裡花秋刀魚寿司
造り	Sashimi	Floander sashimi with squid and maw 平日へぎ造り イカ 鱈
吸物	Soups	Steam lotus root balls, umme (Japanese plum) noodles, sliced kelp, radish sprout, yuzu (Japanese citron) 蓮根玉 梅菜麵 まりも 貝割 柚子
焚合せ	Takikomi	Grated daikon (Japanese radish) hotpot with fried salmon, grilled soy milk skin, bamboo shoot, taro, pea pods (mangetout) 揚げサーモンのみぞれ煮 焼豆腐 竹の子 小芋 ｷﾞﾓﾞｷﾞ
焼物	Grilled dish	Grilled salted Anago Trout, Satsuma potatoe (sweet potatoe), lemon, ginger 天子塩焼 さつま芋かつ煮 レモン はじかみ
油物	Fried dish	Carp seubei 鱈せんべい
鍋物	Hotpot	Hirame seasoned and sea bream hotpot, mustard leaves, white spring onion, dried mushrooms, tofu, carrot ヒロメと鯛のしゃぶしゃぶ 水菜 白鯉 えのき 豆腐 梅人参
洋皿	Meat dish	Japanese beef (almost raw) with tsubaki misuo 和牛のタタキ
飯物	Rice	Pot rice with mixed cereals 釜飯 十六穀米
香の物	Tsukemono	Salt-pickled cucumber, umibushi (pickled plum), sweet-pickled white radish (daikon) しば漬 梅干し 大根甘酢漬
果物	Fruit	Billey sauce, strawberry, whipped cream, mint 牛乳の葛よせ 苺 ホイップ ミント

Compliments of: Tanabe City Kansai Tourism Bureau www.tb-tanabe.jp

指さしツール・宿の案内

指さしツール・夕食メニュー

## ワークショップを受けた方の声 ～龍神温泉「上御殿」龍神享一さん～

ワークショップに参加した宿のご主人に直接お話を伺うことができた。ご主人は、ワークショップに参加してみての感想を以下のように話している。

「熊野古道が世界遺産に登録される前は、外国人観光客は本当に少なかったんですよ。どこで情報を集めたのか、まれにぽつんぽつんと来ていましたが、外国人は言葉が通じなくても平気なようで日本語をしゃべれない人がぼんっと飛び込みで来て、宿としては身構えるし対応にも困ってました。」とのこと。

ワークショップに参加したきっかけ、参加してみての感想を聞いたところ、「参加したのは龍神地域の旅館組合長、観光協会員で皆を引っ張る立場だったから。意気込んで参加したわけではないですが、ワークショップで指さしツールを作ってから、指差しで会話ができるようになって、とてもよかったです。自分でも食材の英語表記の本を東京の書店から取り寄せて、食事メニューを案内できるように工夫しています。そうすれば、異国で初めて見る料理を食べるお客さんも安心だし自分たちも安心。」と話してくれた。



趣が漂う上御殿の建物

館内では江戸時代から残る雰囲気を楽しむことができる

また、宿のホームページは英語版も用意しており、そのことを尋ねると「ホームページは、知り合いの英語教師に訳してもらい、それをビューローの国際観光推進員（外国人スタッフ）に見てもらって作りました。宿や地域の歴史的なもの、風習的なものが伝わるように、時間をかけて、力を入れて作りました。そうしたら、宿を利用した外国人の方から片言の日本語で話しかけられ、『ホームページが完璧！』と褒められたんですよ。」とうれしそうに話してくれた。

外国人観光客の宿での過ごし方、反応を伺ったところ、「『〇〇を準備してほしい』というような要望は特にはないですね。日本の文化が珍しいようで、布団にも満足して帰っていかれる。日本の文化を求めて、それを楽しみにしている人が多い。中途半端に外国人の習慣に合わせないほうがいいようです。」とのこと。

「ワークショップに参加して、外国人の方にも伝えたいことが伝えられるようになりました。今後は、片言でいいからしゃべれるようになりたいと思っています。ぱっと会ったときにちょっと挨拶できたら、お客さんとももっと交流を深められますからね。」と語ってくれ、ビューローの思いがしっかりと伝わっていることを感じる事ができた。



### 3 事業の効果、成果

#### (1) 外国人観光客の増加、旅の満足度の向上

不景気等の影響で、増減はあるものの、田辺市を訪れる外国人観光客数は総じて伸びを見せている。

##### 【田辺市 外国人宿泊客数の推移（旧市町村エリア別）】

(旧市町村エリア別)	外国人宿泊客数						
	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
田辺市全域	819	1,409	1,119	1,299	1,279	6,285	1,647
旧田辺地域	355	721	278	694	517	5,502	403
旧龍神地域	55	88	70	87	138	118	213
旧大塔地域	191	108	134	126	124	0	59
旧中辺路地域	0	0	82	0	0	77	129
旧本宮地域	218	492	555	392	500	588	843

※平成16年に世界遺産登録。田辺市内では、旧市町村エリアの中辺路地域、本宮地域が世界遺産を抱える。

※平成20年は、10月に田辺市で国際合気道大会が開催されている。

資料)田辺市観光振興課データをもとに作成

ビューローにおいて平成18年から平成19年の間に3回に分けて実施した外国人訪問者アンケートでは、満足度の高さもうかがい知ることができる。

本アンケートは、田辺市内のホテルや旅館、キャンプ場のほか、田辺、白浜、那智勝浦、新宮の観光案内所など合計122施設で実施しており、平成19年4月から9月に実施したアンケートでは、21カ国、120人からの回答を得ている。その中で、回答者の国籍の最多はフランス、続いて、アメリカ、イギリス、カナダ、ドイツ…と英語圏の回答者が多く、回答者のうち76%が個人旅行者であった。また、88%の回答者から「素晴らしい」や「良かった」と評価されており、良かった点として、日英併記の地図やパンフレット、ビューローのホームページが役に立った、絶対にまた来る、友人に勧めたい、といったコメントも寄せられている。



©田辺市熊野ツーリズムビューロー

古道ウォークを楽しむ外国人観光客

古道ウォークを楽しむ外国人観光客

## **(2) 受け入れに消極的だった地元宿泊事業者の意識の変化**

世界遺産登録等により外国人観光客が年々増加する中で、当初は受け入れに消極的な宿泊施設もあった。そういった事業者の意識の変化も、ビューローの取り組みの成果の一つと言えるであろう。

旅行客の減少で宿の経営が厳しくなっても、外国人の受け入れは「できればしたくない」と難色を示していた宿であるが、民宿組合の組合長をしていたため、お付き合いの感覚でワークショップに参加されたそうだ。

最初は消極的だったが、ワークショップの回を重ねる中で、文化理解が進み、指さしツールの作成やビューローの国際観光推進員（外国人スタッフ）との交流により、受け入れに対する理解が深まった。ビューローのプロモーション効果もあり、ワークショップが終わるころには外国人観光客を受け入れる機会が増えていたが、その受け入れについて、今ではビューローに対し「ありがとね～、受け入れが楽しいよ。（外国人の受け入れも）何とかなるもんやね～」と話しているそうだ。

## **(3) 外国人の目線に立った情報発信で旅の充実度を向上**

外国人観光客の視点からの情報発信の充実により、旅行者の旅の充実度を上げている点も成果として挙げられる。

2年ほど前に、熊野古道を目的に旅行に来たオーストラリア人の夫婦がビューローの事務所を訪ねてきた。手にはビューローの英語版のホームページをプリントアウトしたのを持ち、「すごく役立つホームページだ」と。

「外国から日本の観光情報を調べるとき、東京や大阪、奈良、京都、広島、厳島神社など、ゴールデンルート情報は、公式のものでも私的なものでもホームページやパンフレットが充実している。しかし、ルートからはずれてしまうと、情報は少なく、自治体や観光協会が作ったホームページくらいしかない。そこにきれいな写真が掲載されていて、行ってみたいなどは思わせるが、行き方が載っていない参考にならないものが多い。そんなときに、ビューローのホームページは実際に旅行する人の目線に立ったものになっていて、すごく役に立った。ホームページの情報を参考にして、熊野古道をどこからどこまで歩くかなど、詳しい計画を立てて旅行することができた。」と言われ、感謝の気持ちを伝えるために、わざわざビューローの事務所にも立ち寄ってくれたそうだ。

## 4 事業成功の要因

生活スタイルの多様化等により、旅行形態は変化している。従来多かった大型バスなどで大量に送客する団体旅行は減少し、最近では家族や友人・知人等と出かける個人・小グループでの旅行が増えている。

また、インターネットの普及等により観光情報の入手も容易になってきている。これにより、個人の好みや興味・関心に合わせた行動をとりやすくなり、旅行会社が提供するパッケージ商品ではなく、個人の趣向に応じて独自に計画を立てる旅行が増えている。

今後も個人・小グループでの旅行の増加傾向が続くとともに、観光地には、多様性だけでなく個人のニーズに合致した個性的な旅行を可能とする取り組みが求められるであろう。そのような中で、ビューローの取り組みが成功している要因としては、以下の点が挙げられる。

### (1) 外国人を惹きつける、地域の魅力を伝える情報の発信

ホームページや観光パンフレット、案内看板等を多言語で作成することはもちろん、その作成の際には、単に日本語版を直訳するのではなく、その観光素材が持つ歴史的、文化的意味合いが伝わるように、日本語版から書き換えて翻訳を行っている。

また、日本文化に触れることを目的に田辺市へ旅行に来ている観光客が多いことに配慮し、英語の説明書きを併記することで景観を損なうことがないように、表記する際には小さく表示するなど、地域の雰囲気を変えない表記に心がけている。

#### 【案内板に控えめに併記された英語表記】



熊野本宮大社の案内板





## (2) 旅行者目線のホームページづくり

ビューローのホームページは、旅行者の目線、使える情報を掲載することを意識して作成されている。交通アクセスについても、田辺市へのアクセス、田辺市内での交通、田辺市から周辺の観光地へのアクセス、と三段階に分けて、時刻表や路線図などを細かく紹介している。

また、熊野古道においては、「熊野古道ウォーク」と題し、10のルートに分け、一つ一つのルートを丁寧に解説している。ルートごとに作成された街道マップをダウンロードすることができ、そこには、距離や歩行の所要時間だけでなく、休憩所やトイレ、自販機、コンビニ、お土産店、見晴らしポイントなども詳しく掲載されている。このマップを出力して、熊野古道歩きを楽しむ外国人観光客の姿もしばしば見られるとのことである。

### 【ルートごとに作成された街道マップ】



歩行の参考行程や観光のポイントなど、丁寧に紹介されている

## (3) 地域が無理をせずに続けられる受け入れ力の養成

受け入れ地のおもてなし力を向上させるために、職種別、エリア別に、細かくワークショップを開催している。その成果物として、英語と日本語を併記した「指さしツール」を作成し、それぞれの事業者が伝えたいマナーやルールを指差しやゼスチャーだけで伝えられる土壌を作っている。

一方で、外国人観光客が期待しているのは、田辺に残る田舎の原風景や人とのふれ合い、畳や布団など、“リゾート”ではない、日本に古くから続く独特の文化であり、受け入れに、流暢な英会話や、ベッドやナイフやフォークは不要で、普段と同じように振舞えばいいということも繰り返し伝え、浸透させている。

このワークショップにより観光関連事業者のホスピタリティを向上させると同時に、受け入れ地にとって無理のない受け入れ、ありのままの姿での受け入れを続けられるようにも配慮している。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

### （1）新たな挑戦、着地型旅行業の開始

ビューローでは、海外を含めた田辺市外への情報発信、プロモーション活動に注力すると同時に、設立（平成18年度）から2年間、受け入れ地のレベルアップを行ってきた。地域の観光関連事業者らの理解も得て、地域のおもてなし力の引き上げに成果を見せ、持続的な受け入れを可能とした。

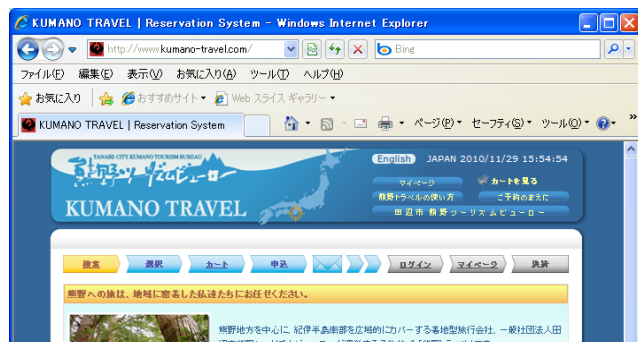
今後は、多様化するニーズと田辺の持つ観光資源との更なるマッチングを目指していく。そのような中で、従来の発地型（旅の出発地）の旅行会社からの情報発信に頼っているのは、地域の情報が不十分なことも多い。

例えば、何日間も日数をかけて熊野古道をすべて歩こうと考えたときに、道すがらの小さな民宿に泊まる必要もでてくる。しかし、発地型の大きな旅行会社では、小さな民宿を取扱っていない、情報を持っていないことがほとんどであり、ここで熊野古道を満喫するための情報が途切れてしまうことになる。特に外国人観光客の場合、中長期滞在で熊野古道を時間をかけて歩きたいという要望が強く、真に堪能してもらうためには、地域をよく知る着地型（旅の目的地）の旅行会社が必要になってくるのである。

着地型の旅行会社は、地域の細かな情報が必要でありその収集に手間がかかるなどして収益が見込めないため、あまり多くはない。しかし、旅行形態の変化、成熟化により、個人のニーズは確実に多種多様なものとなっている。そこで、そうしたニーズに応えるため、

ビューローでは、平成22年5月に組織を一般社団法人化し、7月には旅行業法に基づく第二種旅行業の登録を受け、着地型旅行業を開始するものとして動き出した。地域の宿泊施設等、観光関連事業者等への説明会を開催し、同年11月には、現地情報やネットワークを活かした地域密着型旅行業として日英2ヶ国語によるウェブサイト「熊野トラベル」を開設し、本格始動している。

また、この着地型旅行業の開始には、発地型旅行社が取扱う旅行であればコミッション（旅行の取扱い手数料）が出発地に落ちてしまうところを、着地型旅行社で取扱うことによって地域に落とし、地域経済の活性化に貢献しようという意味合いもある。



## 第二種旅行業者とは？

(観光庁ホームページより抜粋)

旅行業者は、その業務の範囲により、第一種旅行業者、第二種旅行業者、第三種旅行業者、旅行業者代理業者に区分される。

### 【業務の範囲】

- 第一種旅行業者…海外・国内のパック旅行及び乗車船券等の販売等
- 第二種旅行業者…国内のみのパック旅行及び乗車船券等の販売等
- 第三種旅行業者…催行区域が営業所のある市町村とその隣接市町村に設定されたパック旅行及び乗車船券等の販売等
- 旅行業者代理業者…特定の旅行業者を代理した旅行商品の販売

なお、旅行業を営むためには、旅行業法に基づき、観光庁長官（第一種）や都道府県知事（第二種～代理業者）で登録を受ける必要がある。また、旅行業者は「旅行業務取扱管理者」を営業所ごとに1名以上選任しておかなければならない。

## (2) ビューローホームページ“将来の展望”より

### ～ 協働により持続可能な観光地へ ～

「田辺市には、世界文化遺産に登録された熊野古道や熊野本宮大社、日本三美人の湯で有名な龍神温泉や古くから知られる熊野本宮温泉郷（湯の峰温泉・川湯温泉・渡瀬温泉）の国民保養温泉地、さらにはナショナルトラスト運動で有名な天神崎や大塔エリアの大自然、梅・みかん・海産物等に代表される田辺エリアの第1次産業等々…、世界に誇る観光資源や史跡が数多く存在します。

これら多くの資源を、各観光協会がこれまでの経験で養ってきた交流人口を増加させるノウハウと、民間団体としての力をフルに発揮していくことで、魅力ある情報として世界に発信し、観光を軸とする田辺市の経済発展に微力ながら貢献できればと考えています。

観光地づくりで生き残っていくためのキーワードは『国際戦略』と『バリアフリー』だといわれています。

私たちは、平成18年4月、事務局機能を市役所から完全に独立した体制でスタートを切りました。

世界を視野に入れた本物の観光地づくりを、そして誰にでも優しく、おもてなしの心が溢れる持続可能な〔歓交地〕田辺市づくりを、『行政』と『民間』がバランスを保ちながら、意識の共有と協働により一步一步進めていきたいと考えています。」

(緒方 優紀)



兵庫県姫路市

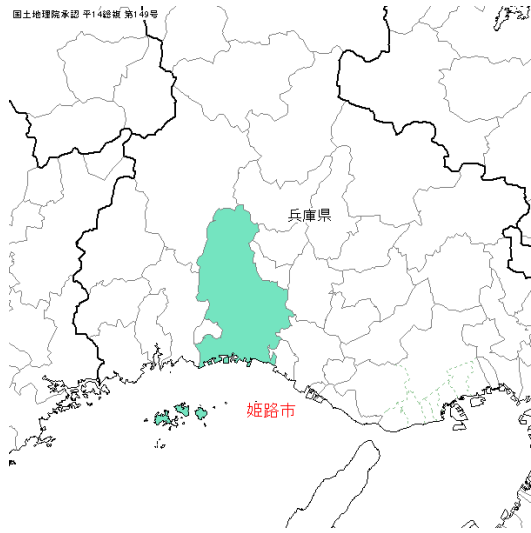
消防防災運動会「まもりんピック姫路」

— ゲーム感覚の防災訓練が防災知識と地域のつながりを強化する —

## (兵庫県姫路市) 消防防災運動会「まもりんピック姫路」

— ゲーム感覚の防災訓練が防災知識と地域のつながりを強化する —

### ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体概要		位置図
自治体名	兵庫県姫路市	
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	536,367 人	
面積	534.43 km <sup>2</sup>	
分野	協働	
キーワード	消防防災、ゲーム感覚	
<b>地域特性</b>		
<p>兵庫県姫路市はほぼ日本の中央に位置し、兵庫県の南西部、播磨平野のほぼ中央部に位置する西播磨の中核都市である。市域の北部には中国山系の山々が連なり、中国山地を水源とする市川、夢前川、揖保川等の河川が流れ込んでいる。また、市域の南部は瀬戸内海に面し、陸、海の交通の便に恵まれている。</p> <p>世界遺産である姫路城をはじめ、灘のけんか祭など観光資源も多く、観光客数の推移は年々上昇し、平成 20 年には 1,000 万人を超している。</p>		

### ■調査にあたっての問題意識事例の概要

「協働」という枠組み（手法）はあるものの、実際には上手く機能していない自治体が見受けられる。その理由は、多様化した市民の考え方や社会情勢の劇的な変化、従来の行政と市民の関係からくる市民の「やらされ感」等のいろいろな問題が絡み合っているからである。

本格的に「無縁社会」が進む今後、地域コミュニティの再構築は行政全体の問題であり、各部局とも「協働」という意識をもち、連携していく必要がある。

## ■事例の概要

「地域コミュニティの活性化」は「協働」を所管する関係各課(主に市民部局)だけの問題ではない。

兵庫県姫路市が推進する「消防防災運動会まもりんピック姫路」は、多くの自治体が抱える防災訓練の「市民のやらされ感」、「地域防災力の向上」という課題を職員の創意工夫とちょっとした遊び心から克服しただけではなく、市民の自主的なやる気を引き出し、かつ、地域コミュニティ活性化という成果も引き出している。

市民部局とは違った観点からの「地域コミュニティの活性化」という点が今後の行政運営の参考となる一例である。

## ■事例のポイント

- ・ 運動会形式の防災訓練は地域コミュニティ活性化策の有効手段となり得る。
- ・ 各自治体が水平展開するためには・・・
  - ①誰もが参加でき、実災害を想定した競技種目の設計
  - ②市民が参加しやすい日程、会場の設定
  - ③ちょっとした競争意識の要素を取り入れる。

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 防災訓練の必要性は感じているが、市民には「やらされ感」がある。</li><li>・ 地域によっては、地域とのつながりが希薄化しているところがある。</li></ul>
事業名	消防防災運動会「まもりんピック姫路」
事業主体	兵庫県姫路市（市単独事業）
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ゲーム感覚の競技形式で防災訓練を実施</li><li>・ 消防署管区ごとに予選会を実施し、代表の10チームが本大会で競う。</li><li>・ 大会は2年に1度の開催</li></ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 訓練より、ゲーム性、競技性を重視</li><li>・ 誰もが参加できるような競技設計</li><li>・ 市民との協働による大会企画・運営</li></ul>



本大会の様子



総合優勝の安室東地区



# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	実施内容
H18年	11月	防火・防災技術について、もっと市民が楽しみながら習得する催しが必要ではないかという視点から、試行的に運動会形式で啓発行事を実施。
H19年	4月	東京工業大学都市地震工学センター梶秀樹特任教授に専門的見地から効果的な消防防災業務のあり方について検討を依頼
	2月	「効果的な消防防災業務に係る検討結果報告書」の発表
H20年	6月	消防防災運動会の愛称を懸賞サイトで全国募集
	8月	消防防災運動会の愛称が「まもりんピック姫路」に決定
	10月	各地区で第1回「まもりんピック姫路」予選会を開催
	3月	第1回「まもりんピック姫路」本大会の開催
H21年	1月	「まもりんピック」を商標登録
	3月	第14回防災まちづくり大賞一般部門総務大臣賞受賞
H22年	4月	「まもりんピック」イメージキャラクター愛称を全国募集
	7月	「まもりんピック」イメージキャラクター愛称が「姫丸くん」に決定

## (2) 事業の経緯

姫路市には933団体の自治会があり、そのうちの931自治会が自主防災組織を結成し（結成率99.8%）、防災訓練についても、各自主防災組織で年1回から数回実施されている。阪神大震災を経験していることもあり、自治会の自主防災組織の他、婦人防火クラブ、幼年・少年防火クラブ等民間防災組織も数多く組織され、防災への意識は比較的高い。

【平成21年度自主防災組織（自治会）の訓練状況】

区分	合計	訓 練									研 修		その他
		消火	消火栓取扱	避難	救出	応急処置	心肺蘇生法	炊き出し	避難所運営	災害図上	ビデオ映画会	防災講習	
実施対象数	1,245	248	141	144	7	78	146	54	54	0	62	97	214
実施人員	57,904	11,056	8,738	8,247	1,199	3,591	6,763	4,752	1,770	0	2,842	4,266	4,680

\*訓練、研修、その多人数は、参加者延べ人数

H22年度姫路市消防年報より

しかし、訓練の必要性は認めるが、いつ起こるかわからない災害のために訓練をしなければいけないというもどかしさから、他自治体と同様に訓練に対する「市民のやらされ感」（動機付けの低迷）が存在していた。

そのような中、市民が自発的に防災に取り組めるよう、防災技術をもっと楽しみながら習得する必要性があるのではないかという視点から、消防局予防課が中心と

なりプロジェクトチームを結成し、平成 18 年度に、例年屋内で開催している「姫路市市民防災のつどい」を屋外で競技形式の運動会という形で試行的に実施したところ、参加者から非常に好評であった。

この試行的運動会が好評であったことから、より効果的、魅力的なものとするため、都市防災の専門家である東京工業大学都市地震工学センターの梶秀樹特任教授に運動会の競技種目、運営方法の制度設計を依頼し、本格的な取り組みとして推進してゆくこととなる。

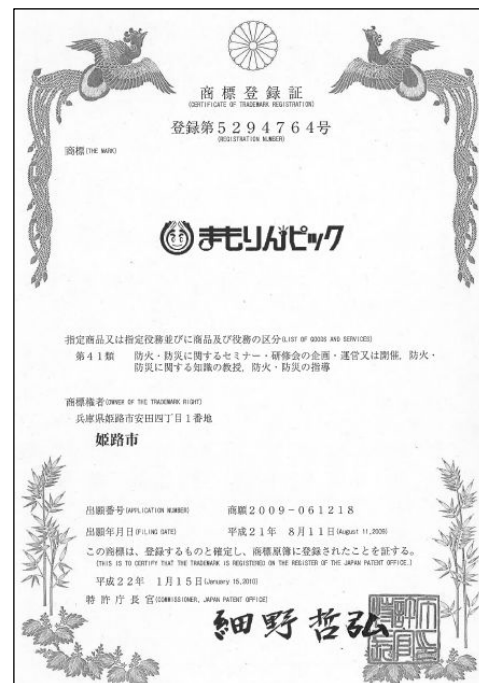
## コラム 戦略的広報活動

事業をより広く周知するため、テレビ等のマスコミを積極的に活用することは、行政として今や当然のことであるが、当事業でその周知方法に画期的な点がある。

それは、消防防災運動会の大会愛称を懸賞サイトで全国募集したことである。

その結果、全国から 438 件の応募があり、「まもりんピック姫路」に決定した。

その後も、この「まもりんピック姫路」という愛称を商標登録したほか、イメージキャラクターの愛称も同様に懸賞サイトで全国募集する（1,036 件の応募があり、姫丸くんに決定）など、積極的に情報発信を行っている。



商標登録証

## 2 事業の内容

### (1) 事業主体

当事業の意思決定は自主防災会、婦人防火クラブ、消防団代表をはじめとする実行委員会形式で行い、また、実行委員会の下に消防局次長を中心とした推進委員会及び消防局予防課、消防署員で構成されるプロジェクトチームを設置して、消防防災運動会の企画・立案を行った。

### (2) 事業の具体的内容

#### ①実際の災害に役に立つことを主眼に・・・

消防防災運動会の競技種目は子どもから高齢者まで誰もが参加でき、かつ、実際の災害時に役立つことを重点に6競技（①担架作成・搬送ゲーム、②防災障害物ゲーム、③水バケツリレーゲーム、④防火防災クイズ、⑤災害救助ゲーム、⑥防災装備品検索ゲーム）を設定した。

#### ②市全体の取り組みとするために・・・

市全体の取り組みとするため、チーム構成は72箇所ある学校区(連合自治会)で原則1チーム構成することとした。

姫路市には5つの消防署があり、それぞれが所管する地区ごとに予選会を実施し、予選会を勝ち抜いた10地区が本大会に出場するという仕組みとした。

本大会当日は、予選を勝ち抜いた10チーム320名の競技者のほか、大会を盛り上げるアトラクション（消防団ポンプ操法、チアリーディング、姫路市特産品の出店等）、応援等総勢2,500名の参加で盛況に行われた。



災害救助ゲームの様子



水バケツリレーの様子



### 3 事業成功の要因

平成 20 年 3 月に発表された「効果的な消防防災業務にかかる検討結果報告書」において、現在の防災訓練における問題点は①若者の訓練参加率が低く、参加者の大抵は高齢者で、いつも同じ顔ぶれであること。②実際に災害が発生しない限り、訓練効果が把握できず、訓練をしなければいけないという動機付けがなかなか起きないこと。③訓練が定型化され、臨場感に欠けており、面白くないという3つが挙げられている。

当事業はその問題点を上手に克服しており、それが、事業を成功に導いた大きな要因と考えられる。以下にその要因をまとめてみた。

#### (1) 訓練イメージの脱却

今事業が成功した要因の1つ目は、「訓練」ではなく「競技・ゲーム性」を重視し、楽しみながら防災技術の習得を図った点である。

下表は、開催後に行った参加者に対するアンケート調査結果であるが、通常の防災訓練と比べ、競技形式の方が張り合いをもって参加できたという意見が「まあ張り合いになる」を含めると7割を超えている。

また、楽しく参加できたかという点についても「まあ楽しく出来る」を含めると8割を超える参加者が通常の防災訓練より楽しく出来ると回答している。

#### 【運動会形式で訓練を行う評価】

Q 普通の訓練と比べ、競技は訓練に張り合いを持たせるものでしたか？

非常に張り合いになる	24%
まあ張り合いになる	52%
どちらとも言えない	15%
あまり張り合いにはならない	7%
張り合いはまったくない	2%

Q 普通の訓練に比べ、楽しくできますか？

非常に楽しく出来る	28%
まあ楽しく出来る	57%
変わらない	11%
あまり楽しくない	2%
むしろつまらない	2%

Q 通常の防災訓練と比べて運動会形式はどうですか？

断然運動会形式の方が良い	20%
まあ運動会形式の方が良い	47%
どちらとも言えない	22%
運動会形式はあまり良くない	6%
通常の訓練のほうが断然良い	5%

まもりんピック本大会出場者アンケート結果より



参加者の自由意見においても、「こどもと一緒に参加でき、楽しく過ごせ、また、防災に対する意識が変わった様に思う」、「結果（勝敗）は気にせず、防災意識が高まったのは事実」等の意見があり、訓練はつまらないというイメージを刷新し、どの自治体でも共通の課題である「訓練のやらされ感」が軽減していることが伺える。

また、運動会を予選会・本大会の選抜方式とし、2年に1度の開催という本当のオリンピックのような大会設計が、より市民の競争意識をかきたて、訓練参加への動機付けが向上したことも大きい。

事実、大会前に通常の防災訓練の他に運動会へ向けた特別な訓練を実施する地区も多くあった。

### 【予選会実施による訓練に対する意識の変化】

Q 自治会で防災訓練をする目標が出来た？

そう思う	24%
どちらかといえばそう思う	52%
どちらとも言えない	15%
あまりそうは思わない	7%
まったくそうは思わない	2%

まもりんピック本大会出場者アンケート結果より

## （２）誰もが参加できる競技設計

当事業が成功した要因の2つ目は、競技6種目を通して、子どもから高齢者までの世代も参加できるような競技設計となっていることである。

「効果的な消防防災業務にかかる検討結果報告書」で指摘されているように、防災訓練の参加者は高齢者が多く、同じ顔ぶれということが多い。

しかし、実際に地域で災害が起きた場合、そこには訓練に参加している同じ顔ぶれの高齢者だけではなく、子育て中の若い世代、また、その子どもたちとたくさんの方がおり、そして皆が災害救助の担い手となり得るものである。そういう意味で今回の競技設計は、より実践的な訓練が行えると言える。

下表は予選会実施後に各連合自治会に対し、これまでの防災訓練と比べて参加した顔ぶれの変化についてアンケート調査した結果だが、約半分の地域では新しい顔ぶれが参加したとの結果だった。

また、競技種目を複数にし、ゲーム性を重視したことにより、今までの定型的な訓練からの変化が見られ、訓練の面白みも増し、参加の動機付け向上にも繋がっている。

### 【訓練参加者の顔ぶれの変化】

Q これまでの防災訓練と比べ、参加者の顔ぶれは変わりましたか？

いつものメンバーと変わりはない	26%
新しい参加者（40代以上）が加わった	34%
新しい参加者（20～40代）が加わった	21%
その他	18%

まもりんピック予選会出場地区アンケート結果より

### (3) 市民協働での運営

当事業が成功した要因の3つ目は、市民協働による大会運営である。

消防防災運動会の競技内容や当日のアトラクション（こども体験コーナーや非常食の炊き出し、チアリーディング演技等）の運営方法等は行政のほか自主防災会、婦人防火クラブ、消防団代表、協賛事業所代表をはじめとする実行委員会形式で協議、決定された。



ちびっこ体験コーナー



地元特産品の販売



婦人防火クラブによる炊き出し

また、特筆すべき点は、予選会が予選会を実施する消防署管区で各地域の実情に即した形で実施されていることである。

ある消防管区では、予選会種目以外のアトラクションとして住宅用火災警報器のアピールを行い、ある管区では予選会の種目にはない実践的な訓練をし、また、日常どこにでもあり得る救急事案をコメディ風アレンジした救急実演を行った。このように、各地域が必要とし、盛り上がるような取り組みを消防署と自主防災組織が協働で企画、運営したことで、消防防災運動会への参加意識が自然と醸成されていった。

しかし、全地域がスムーズに参加意識が醸成された訳ではない。実施にあたり、各自主防災組織へ協力要請を行ったところ、賛成、反対の意見は様々で、地域での温度差もかなり存在した。そのような状況を打開したのは地域の消防団の力であった。

消防団（分団）は各校区に1つ組織されており、地域に一番身近な防災組織である。消防団は大会実施にむけ、競技用の防火防災資機材等を活用した事前講習会を実施したり、競技の練習を指導したりと率先して地域の中心となって活躍し、地域の一体感醸成に大きく貢献した。



## 4 事業の効果、成果

当事業がもたらした最大の効果は何か？地域防災力が強化されたのは勿論であるが、何よりも地域のつながりが強化されたことが大きい。

ゲーム性、競技性の重視、誰もが参加できる競技設計にした結果、今まで訓練（地域）に参加していなかった人が新たに参加するようになり新しい「つながり」が生まれた。

また、いろいろな世代が1つのチームとなり、大会に勝つという共通の目標に向かって力を合わせることで地域の連帯感、地域コミュニティの活性化が図られた。

下表は、予選会実施後に各連合自治会に対し、地域のまとまりの変化についてアンケート調査した結果だが、予選会に参加したことで、地域の結束力が高まると評価したところは、「どちらかといえばそう思う」を含めると8割を超えている。

### 【防災における共助や地域のまとまりに関する評価】

Q自治会地域全体の結束力・災害時の協力意識が高まると思う？

そう思う	33%
どちらかといえばそう思う	47%
どちらかといえばそう思わない	14%
そうは思わない	6%

Q今回参加したメンバーの緊密度は高まると思う？

そう思う	22%
どちらかといえばそう思う	42%
どちらかといえばそう思わない	19%
そうは思わない	17%

まもりんピック予選会出場地区アンケート結果より

また、本大会出場者の意見でも「いろいろな世代の人が協力して競技に参加し、地域の結束力が高まり、良い大会であった。」、「普段接する事のない世代の人達と交流が出来るところが非常に良かった。」、「チームの一体感が生まれ他の町の人とも仲良くできたので良い経験となった。」など肯定的な意見が多数見受けられた。

この結果は、地域の防災力が醸成されるということだけではなく、近年、問題となっている地域社会との関係の希薄化、無縁化の問題解決にもつながるのではないだろうか。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

アンケート調査の結果が示すとおり、当事業は市民の反応もよく、目的としていた「防災技術をもっと楽しみながら習得し、地域防災力の強化」ということに大変有効であり、地域コミュニティ活性化にも寄与すると考えられる。大会の参加者からは「毎年度実施してはどうか?」、「県・全国大会を行うのはどうか?」等の意見も上がっていた。



安心安全都市・姫路を願った風船飛ばし

防災訓練の「市民のやらされ感」克服や地域のつながりの希薄化・無縁化が課題となっている同様の自治体がこの事業を取り入れるためには、勿論、自主防災組織の協力が最大のカギであるが、①競技種目は子どもから高齢者まで参加できるような種目を考えること、②競技種目を実災害に近いものにすること、③市民が参加しやすい会場、日程、時間帯の設定に配慮すること、が成功のカギと消防局予防課長は話す。

しかし、大会実施にあたり、いくつか反省点もあった（セレモニーが長い、競技内容・競技の間のアトラクションの演出方法や大会自体の時間の長さ等）のも事実であり、第2回（平成22年度実施）の開催時にはその反省点を活かし、全市的な行事として定着するよう姫路市は推進している。

### 【改善すべき点に関する評価】

Q 競技内容について今後改善すべき点は何ですか？

もっと技術的に難しくする	4%
もっと実践的なものとする	33%
もっと競技種目を増やす	11%
高齢者・子供・女性に配慮した競技	30%
その他	4%
特に改善すべき点はない	18%

Q 運動会の運営について今後改善すべき点は何ですか？

もっと企業に呼びかける	23%
もっと宣伝して市民に周知する	47%
もっとお金をかけずに質素にする	4%
チームへユニフォーム等を支給する	12%
その他	3%
特に改善すべき点はない	11%

まもりんピック本大会出場者アンケート結果より

(星 紀祐)

徳島県徳島市

マチ☆アソビ


— マチをアソビつくそう！ —

## ■事業名

### (徳島県徳島市) マチ☆アソビ

— マチをアソビつくそう! —

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名 徳島県徳島市	位置図 国土地理院承認 平14総複 第149号 
人口（平成22年 国勢調査速報値）	
264,764人	
面積 191.62 km <sup>2</sup>	
分野 観光	
キーワード コンテンツ活用、ICT活用	

### 地域特性

徳島県は四国東部に位置し、瀬戸内海、紀伊水道、太平洋に面している一方で、県全体面積の約8割が山地で占めている自然豊かな地域である。農産物・海産物の生産量も高く、関西圏に多くの県産品が出荷されている。

徳島市は県東部に位置し、吉野川とその支流の三角州に発達した県都である。人形浄瑠璃・藍染・阿波しじら、木工製品、すだち等個性的な文化を有し、毎年8月に行われる伝統芸能「阿波おどり」には、国内外から130万人もの観光客が訪れる。

## ■事例の概要

現在、アニメーション・漫画等のコンテンツを活用した町おこしに取り組む自治体は数多い。その実現に至る契機は、コンテンツ愛好者が集う「聖地巡礼」と呼ばれる自然発生的な行動によるもの、コンテンツホルダーと地域との深いつながりから事業に発展するもの等、様々なケースがあり、また活用方法も各地域の実状により様々である。しかしサブカルチャーを自治体が活用することそのものが、行政運営目的にそぐわないとの認識も少なからずあることから、その契機を逸し、活用に至らないケースも見受けられる。

このような中、「マチ☆アソビ」は、アニメーション・漫画等コンテンツを活用した特徴ある町おこしの事例であり、当事例におけるイベント実現に至る組織づくりや地域活動へ結びついている企画対応、その中での行政の役割等は、他自治体において、これから起こりうるコンテンツ活用の契機を将来の価値ある活動につなげる為の参考となるものである。

## ■問題意識

徳島市に設立されたアニメ制作スタジオ、ユーフォーテーブル有限会社代表の近藤光氏の呼びかけがきっかけとなり、徳島県・徳島市観光協会等の様々な団体が協力し実現した、アニメーションを中心とする総合コンテンツイベントが「マチ☆アソビ」である。平成 21 年 10 月に始まった第 1 回から、すでに第 3 回までの開催を実現し、延べ 51,000 人も集客があり、平成 22 年 10 月には、第 4 回が開催された。

同種のイベントは、東京を主とした大都市圏の巨大なコンベンション施設での開催が通常であるが、「マチ☆アソビ」では、会場として、中心市街地・観光スポット等を活用し、複数に分散させ、来場者に市内を周遊してもらうことを実現している。

## ■事例のポイント

- ・「マチ☆アソビ」は、特定のコンテンツのみに依存せず、アニメーション・漫画・ゲーム等の様々なコンテンツの、地方からの総合情報発信を特徴としている。
- ・年 3 回の開催は、それぞれ主幹団体が異なり、それがテーマの違いともなっている。
- ・県内外企業の参加・協力、様々な地元活動団体の参画・事業連携が広まっている。
- ・会場は、中心市街地等を活用した小規模・分散型となっている。
- ・情報伝達手段として、ホームページだけでなく、動画サイトによるライブストリーム放送（生放送）やリアルタイム性の高い Twitter など、ICT を積極的に活用している。

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	徳島県は、阿波おどり等の伝統芸能や文化、豊かな自然等を有する観光立県であり、平成 21 年の高速道路新料金制度や平成 22 年の徳島阿波おどり空港の共用開始により、他地域との交流拡大が期待されている。 一方で、観光を取り巻く環境は、人口減少・少子高齢化の進行、観光ニーズの多様化、高度情報化社会の進展等大きく変化しており、これらへの的確な対応による効果的な観光振興を図ることが求められている。
事業名	マチ☆アソビ
事業関係者	①主幹団体 徳島県、徳島市・徳島市観光協会、ユーフォーテーブル有限会社 ②推進母体 アニメまつり実行委員会(ユーフォーテーブル有限会社・しんまち街づくりユニオン・徳島新聞社・徳島市観光協会・e-とくしま推進財団・とくしま産業振興機構・徳島県) ※その他、県内の社会人、大学生等約 20 名が運営に参画
事業の概要	第 1 回「マチ☆アソビ」開催にあたり、徳島市観光協会と徳島市で実施している「眉山山頂秋フェスタ」と共同開催することとなった。イベント開催前に徳島県やユーフォーテーブル(有)を中心として、「アニメまつり実行委員会」を組織し、イベントの企画・サポートを実施している。
事業の特徴	・主幹団体が持ち回りで担当することにより、年 3 回の開催を実現した。 ・その結果、各回異なるテーマで、特色を打ち出している。 ・観光立県として、当イベントの位置づけを明確に打ち出している。 ・若者を中心とした集客を実現 ・デジタルコンテンツ制作等の将来の人材育成の推進 ・企業・団体・個人のサポートメンバーの参加

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	主幹団体	内容
H20		徳島県	徳島県情報通信関連事業立地促進補助金 デジタルコンテンツ事業を追加し、翌年 ユーフォーテーブル(有)を誘致
H21	4	ユーフォーテーブル(有)	徳島市内にスタジオを開設
H21	6	徳島県	「もてなしの阿波とくしま観光条例」制定
H21	9	徳島県	「地域文化芸術振興プラン推進事業」採択
H21	9	徳島県	アニメまつり実行委員会 立上げ
H21	10	徳島市・徳島市観光協会	マチ☆アソビ Vol.1 開催 (10~12日)
H22	1	徳島県	マチ☆アソビ Vol.2 開催 (16~31日)
H22	3	徳島県	「徳島県観光振興基本計画」策定
H22	5	ユーフォーテーブル(有)	マチ☆アソビ Vol.3 開催 (2~4日)
H22	10	徳島市・徳島市観光協会	マチ☆アソビ Vol.4 開催 (9~11日)

## (2) 事業の経緯

### ① 「マチ☆アソビ」実現の契機 始まり

平成20年度に、徳島県の企業立地補助金である「徳島県情報通信関連事業立地促進補助金」の対象事業として追加された「デジタルコンテンツ事業」をきっかけとして、アニメ制作スタジオであるユーフォーテーブル有限会社を誘致した。

平成21年4月にユーフォーテーブル有限会社は、徳島市内に制作スタジオを開設し、同年8月には同所に「ユーフォーテーブル・カフェ」をオープンし、アニメ作品の製作から情報発信まで幅広く活動している。

代表取締役である近藤光氏は徳島市出身であり、20年ぶりの帰郷となったが、以前の活気を感じられない街の様子に衝撃を受けたという。近藤氏の「アニメーションを活用し、徳島に活気を取り戻したい」という思いに共感し、徳島市観光協会等の団体、サブカルチャー関連企業、自治体関係者等が集い始めた。

### ② 実現のための第一歩 協働

徳島市で毎年8月12日から15日までの4日間開催されている阿波おどりにおいて、徳島市観光協会が、平成21年の阿波おどりPRポスターの制作をユーフォーテーブル有限会社へ依頼し、平成21年6月、アニメキャラクターを起用

したPRポスターが700枚制作された。このポスターは、JR徳島駅等主要駅を中心に掲示され、多くの反響を呼び、アニメーションによる地域活性化の成功体験の第一歩となった。

### ③開催への壁 予算措置

第1回マチ☆アソビは実現に向かって動き始めたが、もともと徳島県の平成21年度事業として計画されているものではなく、特に財政的支援の実施は非常に難しいものであった。しかし、平成21年度途中において、文化庁より「地域文化芸術振興プラン推進事業」の公募があり、同年9月1日に当該事業が採択され、支援体制を確立する見通しが立つこととなった。

### ④第1回イベントの開催 始まりは眉山から

第1回マチ☆アソビの開催に向け、平成21年7月から9月にかけて、関係者がアニメイベント開催内容について協議を行った。そして、徳島市観光協会が、徳島市からイベント開催業務委託を受け「眉山山頂秋フェスタ」を開催していること、そして先のユーフォーテーブル有限会社と徳島市観光協会のポスター作成等の関わりから、徳島市観光協会からの呼びかけにより、第1回開催は「眉山山頂秋フェスタ」と「マチ☆アソビ」の共同開催という形で、徳島市観光協会が中心となり、進めていくこととなった。

また、徳島県は、第1回開催直前に、開催へ向けて集った有志メンバーによる「アニメまつり実行委員会」を立ち上げた。当時のメンバーは、「ユーフォーテーブル有限会社」、「徳島市観光協会」、「しんまち・まちづくりユニオン」、「徳島新聞社」、「e-徳島推進財団」、「とくしま産業振興機構」、「徳島県」であり、実行委員会会長は、ユーフォーテーブル有限会社の近藤氏が就任した。

こうして、第1回「眉山山頂秋フェスタ×マチ☆アソビ～Vol.1 美山、秋の装いアニメ色。」は、平成21年10月10日（土）から12日（月）の3日間、眉山をメイン会場として開催され、12,000人が来場した。

### ⑤第2回イベントの開催 ショッピング・食

第2回マチ☆アソビは、徳島県が主幹団体となり準備が進められた。徳島県がとりおこなうにあたり、徳島県の観光施策とのマッチングが重要となる。徳島県では、冬期の観光の目玉が乏しいという長年の観光課題があったため、冬のマチ☆アソビに、冬期のイベント空白地帯を埋める題材として、期待を寄せたのである。そこで、第1回とは趣を変え、平成22年1月16日から31日までの16日間という長期で、買い物をメインテーマとした「マチ☆アソビ Vol.2～アニメとくしま召し上がれ～」が開催された。通常年末に、幕張にて開催される集英社主催のジャンプショップを阿波おどり会館に仮設したり、地元飲食店とのタイアップによるスタンプラリー「グルメハント」等を行い、21,000人が来場した。



## ⑥第3回イベントの開催 橋めぐり

第3回マチ☆アソビは、当初平成22年3月の開催予定がずれ込み、5月開催となった。主幹団体としては、徳島県、徳島市ともに予算を有していない為、ユーフォーテーブル有限会社が担当することで、第3回「マチ☆アソビVOL.3～アニメトクシマ 橋めぐり～」の開催が実現し、18,000人が来場した。ひょうたん島と呼ばれる、川で囲まれた徳島市中心部に掛かる橋の裏側へ展示されたイラストを船で観覧する「橋の下美術館」等が催された（コラム参照）。

## ⑦第4回イベントの開催 再び眉山へ

1年間で、第1回から第3回まで開催し、2巡目となる平成22年10月に、第4回「眉山山頂秋フェスタ×マチ☆アソビ～眉山がもっと好きになる3日間～」が開催された。徳島市観光協会が主催する「眉山山頂秋フェスタ」（平成22年度から徳島市からの補助金による）との2回目の共同開催となり、メイン会場が眉山山頂に戻ってくることとなった。参加者自らが、参加イベントを選択する必要があるほど、数多くの催しが各会場にて行われ、街中では多くの参加者が行きかう姿が見られた。

## 2 事業の内容

### (1) 事業関係者

#### ①主幹団体

徳島市・徳島市観光協会(秋)、徳島県(冬)、ユーフォーテーブル有限公司(春)

#### ②推進母体

##### ・アニメまつり実行委員会

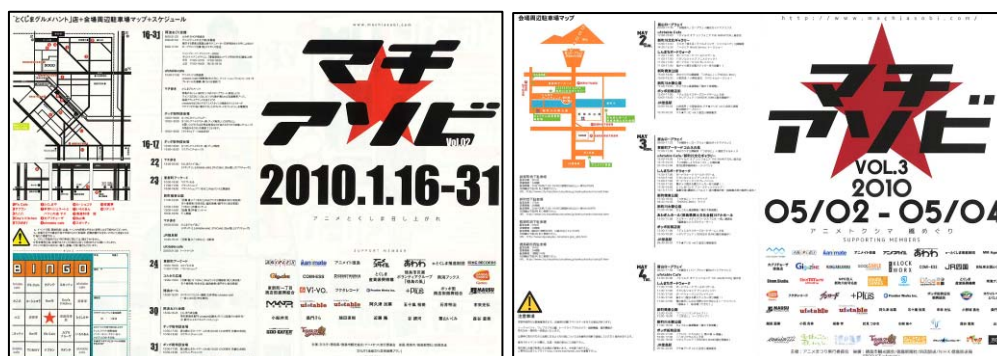
「マチ☆アソビ Vol.1」開催直前に、徳島県が有志メンバーと立ち上げた実行委員会であり、平成22年3月時点での構成メンバーは、ユーフォーテーブル有限公司・しんまち街づくりユニオン・徳島新聞社・徳島市観光協会・e-とくしま推進財団・とくしま産業振興機構・徳島県となっている。

「マチ☆アソビ Vol.3」からは、県内の社会人、大学生等約20名が運営に参画しており、今後、作業部会として組織化していく予定となっている。

#### ③サポートメンバー

サポートメンバーとは、金銭的な支援を意味するものではなく、イベントを盛り上げる為の純粋な支援・協力の意志を示し集ったメンバーを意味しており、地元企業やコンテンツ関連企業、NPO団体、声優等の個人、自治体、作品タイトル等で構成されている。

マチ☆アソビ開催時には、各回、イベント内容やスケジュール等を記載したフライヤー（イベントパンフレット）が作成・配布されているが、イベントタイトルの下には、このメンバーの一覧が記載されている。第1回と第4回のフライヤーを比較すると、メンバー数の増加が見て取れる。



第2回フライヤー(左)と第3回フライヤー(右)の表紙



第1回フライヤー(左)と第4回フライヤー(右)の表紙  
各パンフレット下部を比較すると、サポートメンバー数の増加が見て取れる。

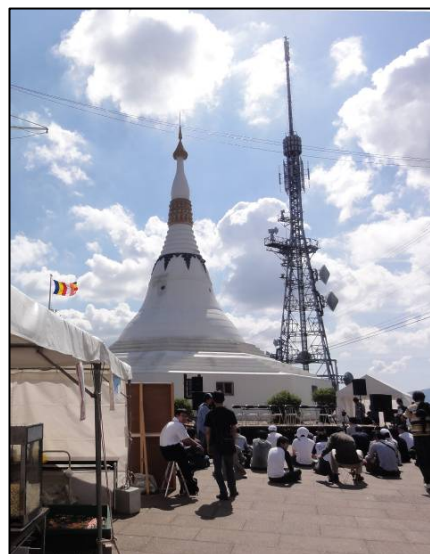
## (2) 事業の具体的内容

### ① 主な会場とイベント内容



眉山林間ステージ

トークイベントや各種発表会が行われ、また痛車(いたしゃ)展示会場や物販スペースも設けられている。夜間には、300インチモニターが設置され、野外上映会が行われた。



山頂パゴダ広場

トークイベントや塗り絵コーナー、動画体験コーナーが催された。





阿波おどり会館(徳島市観光協会)  
第3回ではジャンプショップが設営された。5階は眉山山頂へのロープウェイ発着場となっている。



眉山ロープウェイ  
イベント期間中は、各回、ガイダンスを有名声優が担当している。



あわぎんホール(徳島県郷土文化会館)  
著名人を招聘し、講演等が開催された。



しんまちボードウォーク  
新町川水際公園対岸の、木の温もりにあふれたボードウォークでは、連日パラソルショップが立ち並んだ。右端の新町橋東公園では、トークショーやライブイベントが開催された。





ポップポ街

徳島駅傍のショッピングタウン。空き店舗を活用し原画等作品展示などが催された。



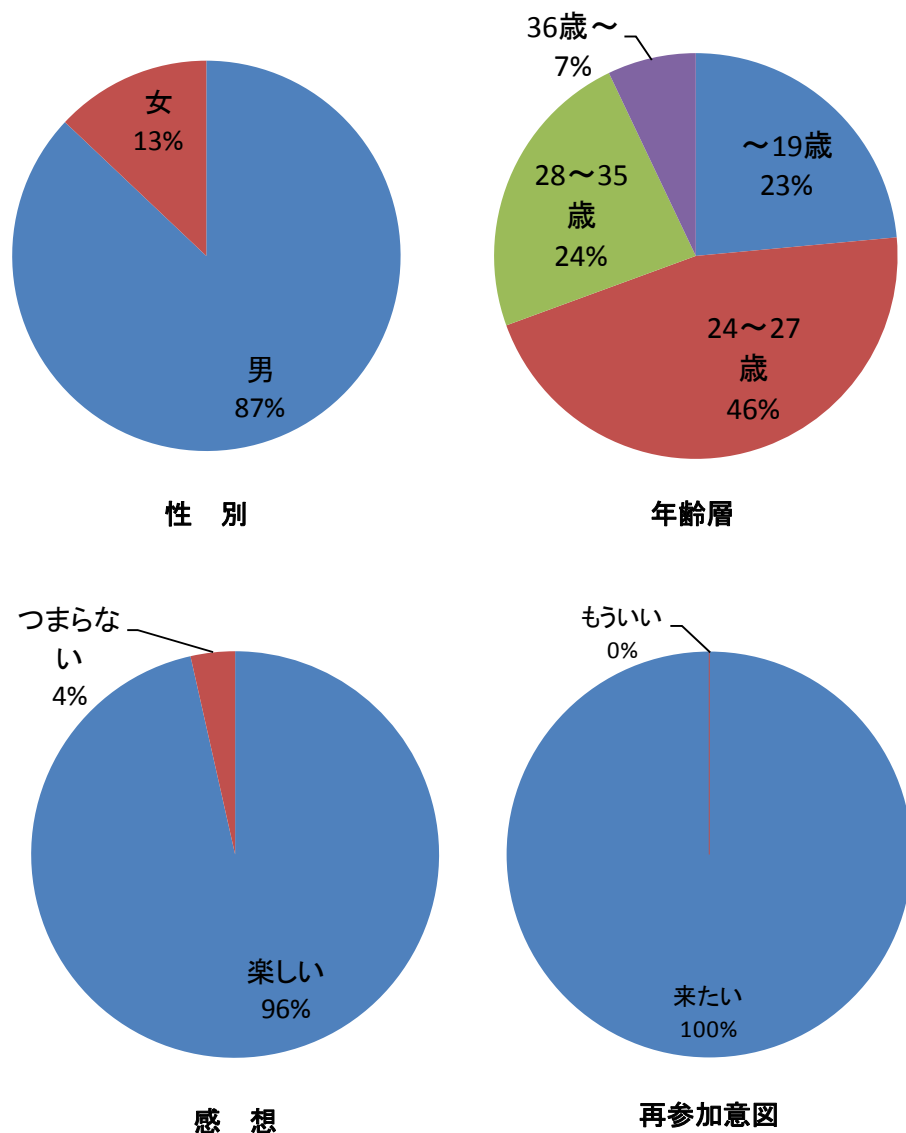
観光徳島市街地マップ(徳島市ホームページより)

## ②情報提供 -ICTの積極的活用-

イベントに関する情報提供は、新聞、テレビ、ラジオといった媒体をはじめ、HP やブログ、WEB 情報サイトへの掲載、フライヤーの配布等が行われた。

特にマチ☆アソビ Vol.3 からは、イベント開催前に「前夜祭」として、動画サイトを活用した関係者によるライブストリーム放送でのイベントPRを行っている。また、Twitter を活用した情報提供も行っており、イベント開催期間中では、スケジュール変更等の伝達手段として利用されている。他に、マチ☆アソビ Vol.1 では、携帯電話に内蔵された Felica 機能を活用したラリーを行い、完走者へのアンケートを行っている。felica ポート利用件数は約 20,000 件あったが、複数箇所に設置された端末で 5 ポイント取得者 85 名を対象としたアンケートの集計結果が、以下の表である。

■マチ☆アソビ Vol.1 のアンケート集計結果（徳島県資料 一部抜粋）  
[5 ポイント取得者を対象：85 名]



### 3 事業成功の要因

「マチ☆アソビ」のようなアニメーション等を活用した事業に対し、行政が積極的なアクションを起こすためには、それが行政運営において、どのような意思・目的のもとに活動していくものなのかを明確に位置づける必要がある。

#### ①「もてなしの阿波とくしま観光条例」

まず、徳島県では、平成21年6月に「もてなしの阿波とくしま観光条例」を制定し、観光立県としての基本理念を示している。徳島県の有する資源は、伝統文化や産業、歴史・文化的遺産、自然環境に恵まれた豊富な食材など多種多様であり、これらは、農林水産業、商工業等の幅広い事業に関わるものである。これらを活用し、これまで以上に観光客を引き付ける観光地をつくりあげるために、県と県内市町村はもとより、観光事業者や観光関係団体、そして県民一人一人が役割を持ち、相互に連携し合って施策を進めていく必要性を明文化したものである。

#### ②「徳島県観光振興基本計画」

「もてなしの阿波とくしま観光条例」の基本理念に基づき、平成22年3月に「徳島県観光振興基本計画」が策定された。このなかで、「観光キャッチコピー」と阿波とくしま観光の日・週間」「目指す将来像」「7つの基本方針」「戦略目標」「戦略的かつ積極的な施策の実施」「推進体制」を明確に示している。



徳島県観光振興基本計画の概要図



その上で、「戦略的かつ積極的な施策の実施」において、7つの基本方針の1つ「阿波とくしま」らしいにぎわいの創出」に体系化された個別の基本的施策の1つを「冬のマチ☆アソビ」の開催支援とした。これをもって、冬の観光イベントの核としてアニメイベント「とくしま冬のマチ☆アソビ」の開催の支援し、四季を通じたにぎわいづくりや新たな「トクシマ・マチ空間」の創出を目指すものとしたのである。

そして、開催にあたり組織されたアニメまつり実行委員会では、行政や地元企業・団体を主として、会場の手配・運営・県内の情報発信・地元調整を請け負い、近藤氏を中心として、ゲスト・出展企業・テーマとなる作品・ポスター制作・HP制作・業界関係に対する情報発信・招聘等を行うという役割分担で運営されている。これは、それぞれができること・得意なことを率先して行い、その立ち位置を常に意識するよう心がけることで、円滑な運営を実現しているのである。

## 4 事業の効果、成果

### ①開催結果

第4回開催までの集客数は、下表のとおり。3日間開催の第1回と第4回との比較では、約1.7倍の増加となっている。

	開催イベント名	開催時期	集客数
秋	眉山山頂秋フェスタ×マチ☆アソビ ~Vol.1~	平成21年10月10日~12日	12,000人
冬	とくしま冬のマチ☆アソビ ~Vol.2~	平成22年 1月16日~31日	21,000人
春	マチ☆アソビ ~Vol.3~	平成22年 5月 2日~ 4日	18,000人
秋	眉山山頂秋フェスタ×マチ☆アソビ ~Vol.4~	平成22年10月 9日~11日	20,000人

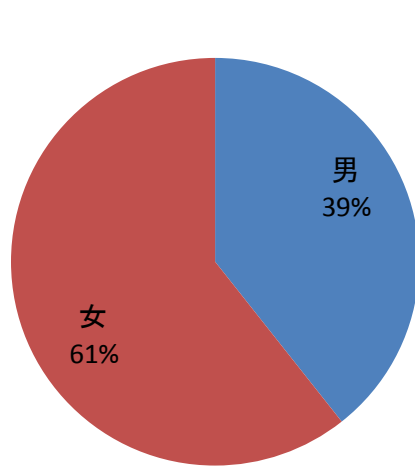
各イベントの開催日程と集客数一覧

### ②イベントの効果・可能性

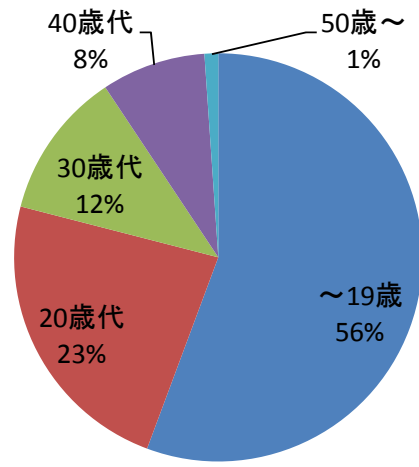
マチ☆アソビの成功は、東京を中心としたコンテンツ一極集中の現状で、地方からの情報発信を実現したという点で、非常に大きな意義を持つ。また、特定のコンテンツに依存しないという点から、将来、他自治体で十分に起こりうる事例であり、その間口の広さから、多くの地域活動団体等の参画を可能とするのである。

イベント参加者の特徴としては、下に示したアンケートからもわかるように、若者の参加が目立ち、20歳代以下が7~8割を占めている。また満足度も高く、次回も参加したいとの意見が8~9割を占めている。これは、将来を担う若年世代への関連職種のPRを行う格好の場にもなっている。居住地については、来場者の県内外比率が、各回で大きく異なっている。第3回での来場者は、県内4割・県外6割であったのに対し、長期開催で買い物や食をメインとした第2回の来場者は、県内9割・県外1割となっている。このことから、今後、旅行者との更なる連携により、県外客への魅力的なプランを提供できれば、来場者数のみならず、宿泊客数の増加も望め、さらなる飛躍も期待できる

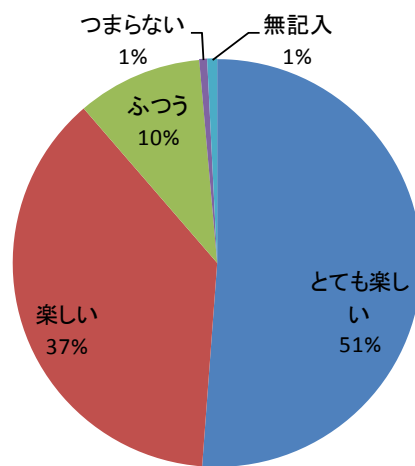
■ マチ☆アソビ Vol.2 のアンケート集計結果(徳島県資料 一部抜粋)  
 [有効データ : 643 件]



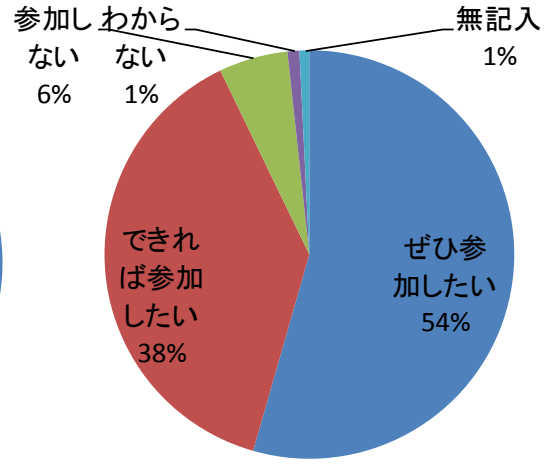
性別



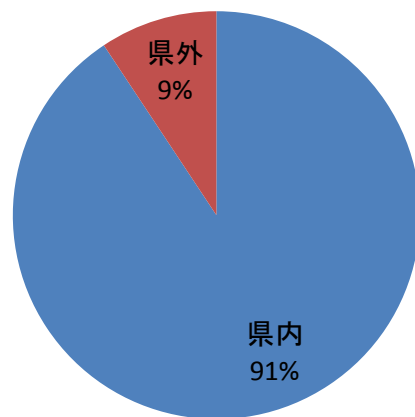
年齢層



感想

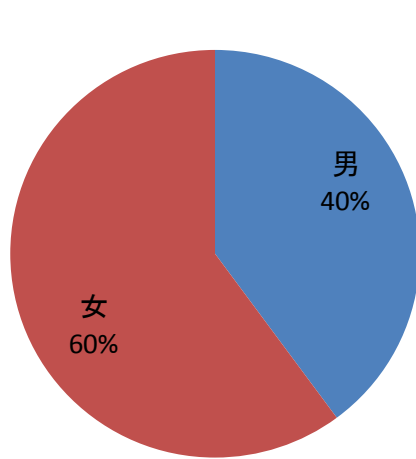


再参加意図

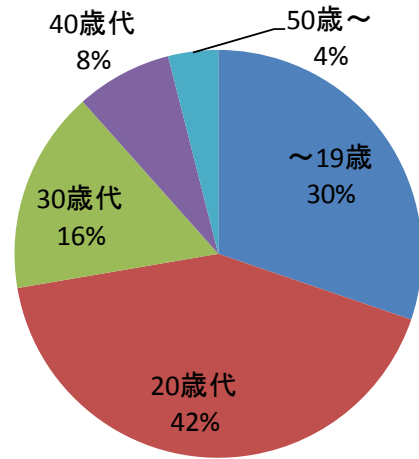


居住地

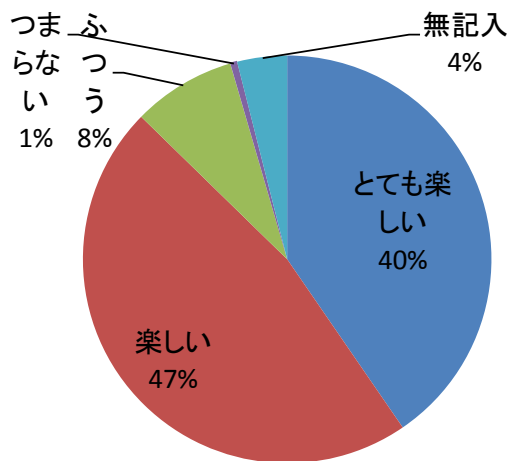
■ マチ☆アソビ Vol.3 のアンケート集計結果(徳島県資料 一部抜粋)  
 [有効データ : 354 件]



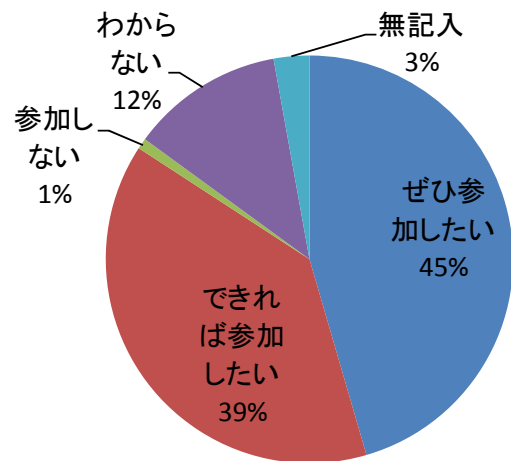
性別



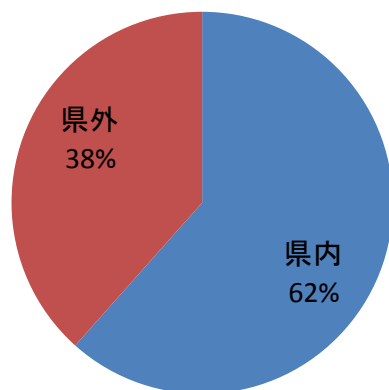
年齢層



感想



再参加意図



居住地

### ③地域通貨（アトム通貨）による地域活動の活性化

多くの集客を得られるこのイベントにあわせ、様々な団体の活動が活性化している。アトム通貨徳島支部では、第4回イベントに参加し、アトム通貨の普及活動を積極的に行っている。アトム通貨とは、手塚治虫氏の作品「鉄腕アトム」において、アトムが高田馬場で誕生したという設定から2004年に早稲田・高田馬場で誕生した地域通貨である。アトム通貨徳島支部は、2009年9月に開催された四国統一公共交通利用促進キャンペーン（公共交通利用は本気 eco）に合わせて誕生した。エコに関心を持つ市民と店舗を、アトム通貨というメディアで繋ぎ、エコ活動の活性化を図ることを目的としており、第4回イベントにおいて、ゴミの分別を行った来場者に対し、アトム通貨を渡し、アトム通貨のPRとエコ活動の呼びかけを行った。



アトム通貨 PR 活動の様子。  
ゴミ分別を呼びかけている。

### ④将来のデジタルクリエイターの人材育成

マチ☆アソビでは、コンテンツをただ楽しむだけではなく、参加者にもものづくりの楽しさを伝え、興味を持ってもらえるように、作品監督等の著名人による講演や様々な体験コーナーの設置を行っている。このような中、第4回イベントにおいては、多くの観客の前で、デジタルクリエイターを目指す小学生から高校生の手による作品の発表会が行われた。これは、平成22年度において、徳島県が財団法人とくしま産業振興機構と協力し開催した「デジタルクリエイター養成塾」で作成されたものである。「デジタルクリエイター養成塾」は、デジタルクリエイターを目指す小学生から高校生に対し、実習形式で研修を行い、デジタルコンテンツ産業への関心をより高めてもらうことを目的として実施された。

このように、デジタルコンテンツ事業の誘致だけではなく、人材育成にも力をいれることで、両輪での事業推進を図っている。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

平成21年10月の第1回開催から平成22年5月の第3回開催までで、マチ☆アソビは、ちょうど一巡したことになる。徳島県で最大の盛り上がりを見せる阿波おどりの夏期を除いた季節全て開催され、新たな賑わいをもたらしたことになり、また定期開催のための土台も固まりつつある。そしてその活動も、回を重ねる毎に、マチ☆アソビ実現のために集まった当初のメンバーから外部へと、徐々に広がりを見せている。

一例として、第4回から徳島商工会議所が、「とくしま経済飛躍ファンド」を活用し、ボードウォークやポッポ街の空き店舗を借り受けて、開催に合わせた地元商店街等のイベント実施のための支援をしている。

「とくしま経済飛躍ファンド」とは、「徳島県中小企業振興条例」の強力な推進エンジンとして、中小企業基盤整備機構の支援を受け、財団法人とくしま産業振興機構に創設されているものであり、中小企業者等が行う先進的な取り組みに対して、事業の実施に必要な経費の一部を助成し、経済飛躍とくしまの実現を図るものである。

地元商店街等の実施主体に近い商工会議所の参入・協力を得られたことは、「アニメーションはわからないが、地元のために何かをやりたい」と考えている地元の人々を巻き込んでいく下支えとなるものであり、参加を拡大していく推進力となりうるだろう。

更に、徳島県が将来の展望を踏まえて起こしたもう1つの新たな行動は、NPO法人の活用である。前述の商工会議所の例のとおり、マチ☆アソビ事業への行政の関わりは、より活動主体に近い方へと移管されることにより、参加の間口を広げ、より活発になるとの考えのもと、平成



22年6月にNPO法人ホワイトベースを立ち上げた。ボードウォークでの徳島商工会議所スペースの様子。徳島ブランドの食材を生かした、とくしまバーガーの販売が行われた。

第4回の野外上映の映画祭は、徳島県の緊急雇用創出事業による委託事業であり、この事業を執り行うことも団体設置目的の1つとなっている。今後は、このNPO法人を母体として、マチ☆アソビを進めていくよう検討している。



## コラム ひょうたん島遊覧船 —NPO 法人「新町川を守る会」の活動—

徳島市内中心部を流れる新町川と助任川（すけとうがわ）に囲まれた中洲は、上空からみた時の形状がひょうたんの形に似ていることから、「ひょうたん島」と呼ばれている。

マチ☆アソビ Vol.3 での目玉イベントであった「橋の下美術館」は、このひょうたん島の周囲約 6 km に架かる 8 か所の橋の裏側に、8m×4m の巨大なイラストを掲げるといものである。イラストを見るためには、ひょうたん島遊覧船に乗る必要がある。

この遊覧船は、川を生かしたまちづくり活動の一環として、NPO 法人「新町川を守る会」が運航しており、一周約 30 分の無料遊覧船となっている（但し保険料 100 円が必要）。

戦後の産業の高度成長期に、美しかった新町川は、排水で汚れ、ゴミの浮く川へと変わってしまった。このような新町川の状況を改善すべく、平成 2 年に 10 名の有志によって「新町川を守る会」が結成され、月 2 回のボートによる清掃活動が始まった。以来、「できる人が、できる時に、できることを」を基本に、川の清掃やひょうたん島遊覧船の運行、花植え、植樹活動等を行っている。

以前、川岸の企業ビルは、汚れてしまった新町川を背にして建築されていたが、新町川を守る会の 10 数年にわたる清掃活動の結果、綺麗な川に向かって、建築されるようになったという。

ボードウォークを散歩すれば、楽しそうに手を振る乗客を乗せた遊覧船が、颯爽と水上を走る姿を見ることができだろう。



遊覧船案内板



みんなの公園図書箱

乗り場受付前に設置されており、会で管理する無料図書箱である。



## 愛媛県内子町

### I 内子フレッシュパークからり

－ 実験施設「内の子市場」の開設 －


### II 町並み保存運動

## ■事例名

### 愛媛県内子町

- I 内子フレッシュパークからり（実験施設「内の子市場」の開設）
- II 町並み保存運動

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

<table border="1"><tr><td>自治体名</td><td>愛媛県内子町</td></tr><tr><td>人口（平成 22 年 国勢調査速報値）</td><td>18,046 人</td></tr><tr><td>面積</td><td>299.50km<sup>2</sup></td></tr><tr><td>分野</td><td>農商工連携、観光</td></tr><tr><td>キーワード</td><td>農産物直売所、ICT 活用、 レストラン、グリーンツーリズム、 町並み保存</td></tr></table>	自治体名	愛媛県内子町	人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	18,046 人	面積	299.50km <sup>2</sup>	分野	農商工連携、観光	キーワード	農産物直売所、ICT 活用、 レストラン、グリーンツーリズム、 町並み保存	<p>位置図</p>  <p>※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成</p>
自治体名	愛媛県内子町										
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	18,046 人										
面積	299.50km <sup>2</sup>										
分野	農商工連携、観光										
キーワード	農産物直売所、ICT 活用、 レストラン、グリーンツーリズム、 町並み保存										

## 地域特性

内子町は、愛媛県のほぼ中央部に位置し、松山市から南西方向約 40 km にある。JR 予讃線をはじめ、国道 56 号、379 号、380 号、松山自動車道などの幹線が通り、町の中央部を一級河川・肱川支流の小田川が流れる風光明媚な中山間地域である。気候は、小田深山を除き、四季を通じて温暖で、桃、ナシ、ブドウ、柿、柚子などの果実、葉タバコ、野菜、林産物など多種多様な産物に恵まれている。

## ■調査にあたっての問題意識

「内子フレッシュパークからり（以下、文中においては「からり」という）という道の駅の名前を聞いたことのある人は多いのではないだろうか。愛媛県の中山間地域にある道の駅で、この道の駅の中にある農産物直売所は、出荷者たちによる自主的な運営、POS システムを活用してのマーケティング分析、トレーサビリティを導入して環境保全型農業を実践し、農産物直売所の先進事例として各方面で紹介をされている（道の駅としての年間来場者数が 70 万人以上。販売総額 7 億円を超えている）。

しかし、この地域の人たちが、はじめから自主的で、情報システム等を使いこなせていたわけではない。

高度経済成長時代を経て、一定の都市部においては、ヒト・モノが集まり、モノが溢れる生活環境を享受できるようになった。こうした消費行動等を支える大量生産・

大量輸送への対応が各地域において進められていた。内子町も時代の流れに対応するべく、農業の合理化や農業経営の規模の拡大を推進。しかし、急傾斜地という地理的条件はいかんともしがたく、農家の土木建築業へ転職、または兼業化が進んだ（経営規模の拡大により収入が安定した農家もいたが）。さらに、若者は都市部へ流出し、残された親世代は高齢化。昭和40年代、内子町では、過疎化や高齢化という地域課題が露見しつつあった。こうした中、昭和47年の文化庁の第一次集落町並調査にリストアップされたこと、八日市に転居されてきた画家である井門敬二氏が町並み保存を提唱されたことを契機に、町並み保存運動で地域の活性化を図る機運が生まれた。

昭和57年、八日市・護国地区が国の重要伝統的建造物群保存地区（以下、「重伝建地区」という）の選定を受け、町並み保存運動は本格化し、観光客の増加等の成果をもたらした。市街地を対象とした町並み保存運動で得たノウハウなどは、その後、「村並み保存」「山並み」という表現のもと、農山村地域への展開が試みられ、ここでも「石畳を思う会」による水車小屋の復元などの活動が生まれた。

こうした中で「からり」を見直してみると、「からり」が単独で成功したのではなく（当然、「からり」に参加している人たちの努力があったからこそ成功したということはいままでのない）、長い時間をかけて、内子町において培われ、実践されてきたまちづくり・人づくりの土台があったからこそ成功したといえる。

内子町の取組み・コンセプト等は、似たような地域課題を抱えている自治体・住民にとって、まちづくり・人づくりの参考になる事例である。

## ■事例の概要

昭和40年代、四国の中山間地域である内子町は、過疎化や高齢化といった地域課題に直面していた。これといった観光スポットもなく、地域経済は疲弊していた。

そんな中、文化庁の第一次集落町並調査にリストアップされたことを契機に、町並み保存運動で地域の活性化を図る機運が生まれ、町並み保存運動が本格化し、内子町への観光客も増えた。

内子町では、こうした町並み保存運動で得たノウハウなどを「村並み保存」「山並み」という表現のもと、農山村地域への展開が試みられ、「石畳を思う会」のような地域住民が主体の地域活動が各所で展開されている。

## ■ここがポイント

### ①危機感・学習・話し合いがスタートライン

- ・まずは学び・現状を分析し、話し合うことで地域の良さを共感・共有・再認識
- ・中山間地域でありながら幅広いネットワークの構築

### ②中長期的視点（経験・体験の蓄積・継承が必要）

- ・「このゆびとまれ」方式での呼びかけ（肩書きにはこだわらない）
- ・地域住民が主役、行政は黒子

### ③「つむじ風」からのまちづくり・人づくり

- ・ゼロからのはじまり（「町並み」から「村並み・山並み」への展開）

## I 内子フレッシュパークからり（実験施設「内の子市場」の開設）

### ■概要

落葉果樹や葉タバコの栽培が農業の中心だった内子町。担い手の高齢化、農産物の輸入量の増加や大量生産・大量消費という時代の流れの中、主要産業である農業への危機感があった。そうした危機感を抱えた平成8年5月、内子フレッシュパークからりがオープン。少量多品目を多様性（いろいろなモノがそろっている）という魅力におきかえ、年間来場者数が70万人以上。販売総額7億円を超えるまでになった。

### ■事業の概要

地域の課題	中山間地域の抱える地域性：少量多品目栽培・高齢化・兼業等
事業名	内子フレッシュパークからり（実験施設「内の子市場」）
事業主体	株式会社 内子フレッシュパークからり（第三セクター）、 からり直売所出荷者運営協議会、内子町
事業の概要	①農産物直売所 ②レストラン・農産物加工場 ③グリーンツーリズム
事業の特徴	・話し合いのできる雰囲気：自主性の醸成 ・出荷者自身による直接販売、売り場づくり：ニーズの把握 ・少量多品目をウリに！：発想の逆転



#### ■からりの外観

直売所・レストラン・パン工房などが建ち並び、休憩所からは隣の小田川の流れるを楽しむこともできます。



#### ■からりの商品

松ぼっくり、切り株、アローカナの卵など、ありとあらゆるものが商品になっている。



#### ■からりの隣を流れている小田川

ゴミ1つ落ちていないきれいな川です。



# 1 事業の内容

## (1) 関連年表

年	月	内容
昭和 61 年	1 月	知的農村塾開講（以後、毎年実施）
平成 4 年	10 月	フルーツパーク基本構想策定
平成 5 年	11 月	フルーツパーク基本構想集落説明会（延べ 50 回）
平成 6 年	7 月	農産物直売所実験施設「内の子市場」開設
平成 8 年	5 月	農産物直売所、情報センターオープン（からりネット始動）
平成 9 年	2 月	株式募集開始（169 株募集：申込み 455 株）
同年	4 月	（株）内子フレッシュパークからり設立（資本金 2,000 万円）
同年	6 月	レストランオープン
平成 10 年	3 月	農畜産物処理加工施設完成（パン、薫製）
平成 11 年	12 月	（株）内子フレッシュパークからり増資（2,000 万円）
平成 13 年	3 月	農畜産物処理加工施設完成（農産加工場）
同年	7 月	あぐり亭オープン（農家婦人グループ）
平成 15 年	3 月	情報システム補完整備（からりネット拡充）
平成 16 年	11 月	（株）内子フレッシュパークからり増資（1,800 万円）
平成 17 年	3 月	トレーサビリティシステム整備
同年	6 月	直売所、パン工房、レストラン模様替え
平成 18 年	7 月	（株）内子フレッシュパークからりが指定管理者となる
平成 19 年	1 月	（株）内子フレッシュパークからり増資（1,200 万円）
同年	11 月	農林水産物処理加工施設完成（加工工場）
平成 20 年	3 月	都市農村交流促進施設完成（やすらぎ空間デッキ整備）



### ■からりの空間

やすらぎ空間デッキ（左）、からり横の吊り橋（中）、ゴミの落ちていない敷地（右）  
からりには気持ちがやすらぐ空間が広がっている。

出典：地方自治研究機構作成

## (2) 受賞歴等

年	月	内容
平成 12 年	3 月	農業構造改善地区表彰農林水産大臣賞受賞（交流部門）
平成 14 年	7 月	全国農業コンクール名誉賞受賞
平成 15 年	9 月	特産品直売所利用者 200 万人突破
平成 16 年	12 月	日経地域情報化大賞地域活性化センター賞受賞
平成 17 年	2 月	オーライ！ニッポン大賞受賞
同年	3 月	日本農業賞食の架け橋賞審査員特別賞受賞
同年	7 月	特産品直売所利用者 300 万人突破
平成 18 年	3 月	日本農業賞特別賞受賞（集団組織の部）
平成 19 年	2 月	創業・ベンチャー国民フォーラム地域貢献賞受賞
同年	4 月	第 24 回ふるさと振興賞受賞（愛媛銀行）
平成 20 年	7 月	農商工連携 88 選認定
平成 21 年	2 月	「中小企業 I T 経営実践企業」認定
同年	3 月	「ハイ・サービス日本 300 選」受賞



### ■内子町の食材

からりでは内子町内で取れた食材を使った食事を楽しむことができることは当然ながら、ハンバーガーに使われているパンズも併設されているパン工房で独自に作られている。

きれいなレストランでたっぷり用意されている野菜バイキングを楽しむもよし。天気の良い日にはハンバーガーを買って、やすらぎ空間デッキで小田川の流れを眺めながら食べるもよし。

からりでは自然のありがたみを感じながら時を過ごし、食事を楽しむことができる。

出典：地方自治研究機構作成

### (3) 事業の経緯

#### ①昭和60年代：知的農村塾開講

内子町では、温暖な気候や肥沃な土壌、恵まれた自然環境の中で、落葉果樹や葉タバコを中心に栽培されてきた。しかし、社会情勢等により、小規模・少量多品目農業では、農家の所得を安定させるのは困難な状況になりつつあった。

このような状況で、昭和61年に開講されたのが「知的農村塾」。

農家と内子町が共に学ぶ「場」として設けられた。農家からも「勉強したい」との声があり、1回500円の参加費が必要だが、積極的な農家の参加もあり、現在でも続いている。

#### ■「危機感」からのスタート■

内子町役場農村支援センターの山本班長によると、「当時、農家の人たちの間にも、『中山間地域という不利な土地柄で、どうやって生き残りを図ればいいのか』という『危機感』があった。そんな『危機感』を持っていたからこそ、農家たちから『勉強をしたい』という声があがってきたし、有料でも人が集まり、現在まで続いているのだと思う」とのこと。

当時の『思い』について聞いてみると、「兼業農家も増えてきて、実際に内子町の農業を支えていたのは、高齢者や女性だった。『この人たち（高齢者や女性）が表舞台にたてるようにできないだろうか』という思いもあった」とのこと。この考え方がのちの「からり」にもつながっていく。ちなみに、知的農村塾開講時の参加者の男女比率をうかがったところ、「女性も半分近くいた」とのこと。

参加の呼びかけは、「広報誌に載せただけで、参加費さえ払ってくれて、『勉強をしたい』という思いを持っている人なら誰でも参加できた」とのこと。

#### ②平成初期：フルーツパーク構想＋農産物直売所実験施設の開設

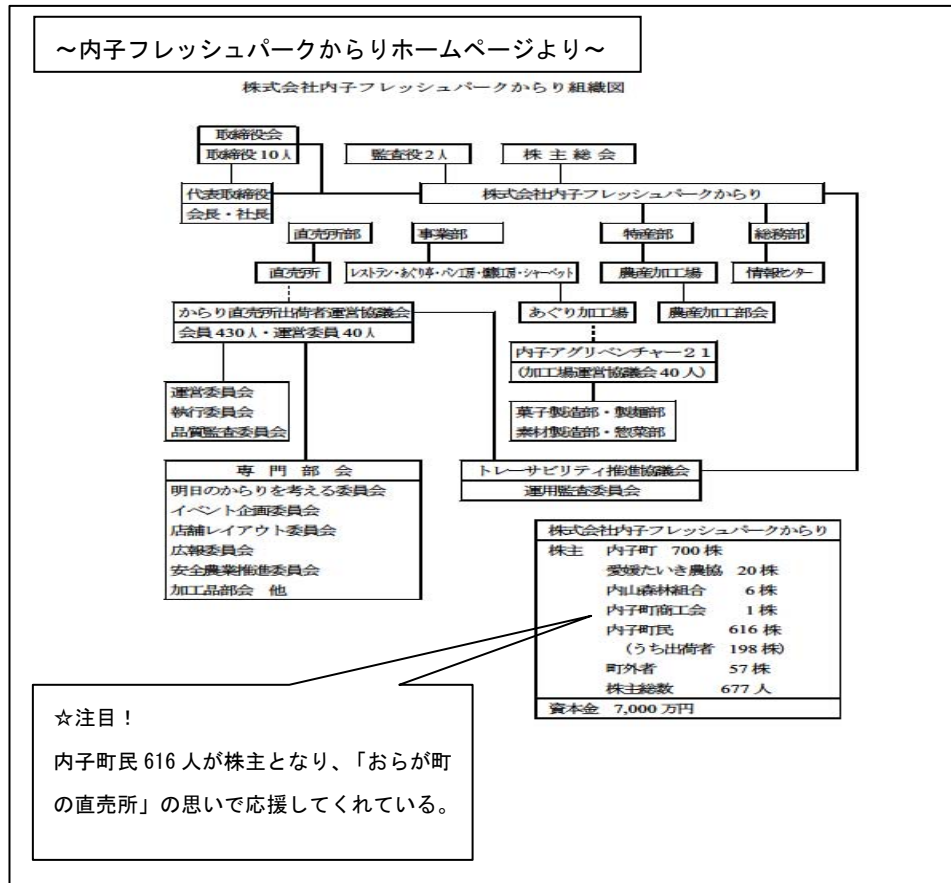
山本氏によると、「このころには近隣にも直売所ができつつあり、知的農村塾などにおいても『直売所をやりたい』という声のでていた。しかし、集落説明会などで話し合い、『直売所を整備すればそれで済む話ではない。直売所を運営するには『人』がいる。関わる人たちの『思い入れ』がないと、直売所はうまくいかない』という結果になった。そして、実験施設としての『内の子市場』を開設することになった」とのこと。

「内の子市場」を開設してみると、「やるとみるとでは大違い。売り方も、接し方も、お金の精算の仕方も分からない。失敗もする。だけど、そんな中で、特に女性たちが直売所の面白さに気づいていったようです。1日がんばっても、売上げは1,000円、2,000円という状況でしたが、表舞台に立って人と接するということが喜びを感じ始めた。自分たちでラッピングや値つけについて勉強したり、話し合っってイベントを企画、松山市まで販売にも行った。『精算が難しい』という点から『直売所の精算システムを作ろう』という話になり、それが『からりネット』へと繋がっている」とのこと。

まさに、「からり」の原型が「内の子市場」でできてきたのである。

## 2 事業の内容

### (1) 事業主体（株式会社 内子フレッシュパークからり組織図）



### (2) 具体的内容

#### ① 農産物直売所

内子町産にこだわった『新鮮・安心・安全』な野菜・果物を販売している。

#### ② レストラン・農産加工場

直売所への来訪者数が増加する中、1年間を通して安定的な商品提供をするために、農産加工品を開発する必要に迫られた。平成13年に農家の主婦らによって発足したのが「農産加工施設運営協議会（アグリベンチャー21）」。飲食施設「あぐり亭」を整備し、ここでの売り上げをもとに、農産加工品の開発を進めている。からり代表取締役社長の富永氏によると、「地域の特産品の加工開発が表向きの目的であるが、『女性の自立』『女性の社会参画』も大きなテーマの一つ」とのこと。

#### ③ グリーンツーリズム

直売所を中心とした営業活動だけでなく、都市住民と農家の交流を図り、滞在時間を延ばすことを目的に、農作業体験や農産加工体験教室も開催している。

### (3) 特徴的な取組み

#### ① かりり直売所出荷者運営協議会

「かりり」では、出荷者による「かりり直売所出荷者運営協議会」（以下、「協議会」という）を組織し、第三セクターから直売所運營業務委託を受けている。協議会には、品質、イベント企画、店舗レイアウト、広報、加工品等に関する下部組織が設置され、出荷者でもある担当委員が、定期的に売り場を巡回して商品チェックをしたり、クレーム案件について出荷者に対し注意勧告を行ったり、商品陳列についてアイデアを出し合ったり、ルール違反に対しての調整等を行っている。自分たちでルールを決めて、自分たちでチェックをしている。

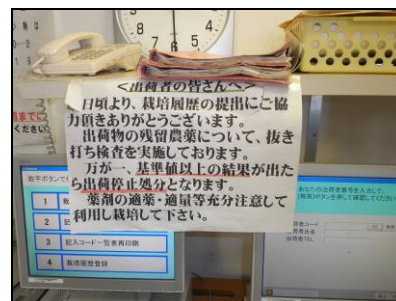
#### ② POSシステムの活用

「かりり」での販売情報はレジにあるPOSシステムによって出荷者に伝達される。元々は多機能FAXと情報端末がつながっていて、出荷者自身が、自分が出荷した商品の販売数をFAXによって確認できるというシステムであった。現在では、FAXだけではなく、パソコンや携帯電話からもサーバーにアクセスできるように改良され、出荷者はどこにいても販売状況を確認できるようになっている。

また、出荷者が入力作業をしやすいように、画面の文字は大きく設定され、数字を打ち込むだけで操作が進んでいくように改良されている。情報システムを操作するのが難しいと思われがちな出荷者への配慮がみられる。

#### ③ トレーサビリティの導入（平成16年度～）

「かりり」で販売されている商品には出荷者の氏名、電話番号、出荷日のほか、バーコードがついたラベルが貼られている。このバーコード部分を店頭にある端末機械にかざすと、生産者情報・栽培情報（使用した農薬や肥料等）・残留農薬検査結果が分かるというシステム。商品購入後でも、「かりり」のホームページで商品のバーコード番号を入力することで、こうした情報を確認することができる。



■入力用テンキー（左）：パソコンに入力するためのテンキーは、農家や高齢者の方にも分かり易いようにシンプルになっている。

■出荷者への張り紙（右）：残留農薬について、抜き打ち検査を実施すること、基準以上の結果の場合は出荷停止処分がありえることなどが記載されている。

出典：地方自治研究機構作成



### 3 事業成功の要因

#### (1) 話し合いができる「場」：自主性の醸成

昭和 61 年、内子町が農家と内子町における小規模農業経営のあり方について共に学ぶ知的農村塾という「場」をつくった。それ以降、毎年、講習会や学習会が継続的に行われてきた。ここは、「農家」「行政」「(地域における)役職」という立場は関係なく、自由に意見を言い、議論できる「場」として活用されてきた。

こうした雰囲気が「からり」にも継承され、協議会および下部組織において、売り場づくりや売り場でのルールについて、自分たちの中でとことん話し合いを行い、自分たちでルール等を決めることができた。自分たちで話し合っただけで決めたルールだからこそ、参加者全員がルールを守る。誰かが決めたルールを「守らされている」のではない。こうした積み重ねが経験となり、自主性が醸成されてきた。

#### (2) 出荷者自身による直接販売、売り場づくり：ニーズの把握

「からり」の売り子は、実験施設「内の子市場」の時から出荷者が当番制で行い、来場者への対応、商品説明、包装、売り場の整理、クレーム対応等も出荷者自身でやっている。自分たちが売り場に立つことで、「からり」へ来ている人たちが何を求めているのかを肌で感じ、どんな商品を並べた方がいいのか、どんな価格設定がいいのか、どんな見せ方がいいのか、などを自分たちで考え、実験をし、反省をし、その繰り返しによってニーズに合った売り場がつくりあげられている。

#### (3) 少量多品目をウリに！：発想の逆転

「からり」の売り場にはありとあらゆる産物が商品として並べられている。中山間地域における少量多品目栽培・小規模農業経営という側面はマイナスに考えられることが多い。しかし、「からり」では、都市部のスーパーではできない売り場づくりを目指し、少量多品目をあえてウリにして、来場者を楽しませている。

#### (4) 内子町の黒子的な支援

「からり」では「からりネット」とよばれる情報システムが使われている。内子町は、情報システムに対して弱いと思われている出荷者のために技術的な支援を行ったり、「からりネット」が定着するまで、町の職員が常駐し、現場で出荷者や第三セクター職員の相談に乗りながら、この情報システムが定着するよう働いた。

#### ■今でも勉強■

協議会事務局の山中氏によると、「今でも月に 1 回の勉強会を続けている。内容は『土づくり』について農村支援センターから講師にしてもらったり、食べ物を取り扱うので保健所に来てもらったり、去年のデータをもとに分析をしたり、いろいろなことを自分たち（農家）が中心にやっている。そこから派生する形で、『はざま野菜生産部会』（冬は野菜の出荷が減ってしまうので作付け時期をずらして生産しようとする部会）を 18 人の出荷者でつくった」とのこと。



### ■直売所は少量多品目でないといけない！■

「からり」登録の第1号会員であり、観光カリスマに選ばれている野田文子さん。野田さんの著書『女性の夢を実現した「からり」』（ベネット）には、「からり」に参加するまでの農家女性としての生活、内子町の呼びかけに応じて「からり」へ参加した頃のこと、お客さんへの対応をすることが楽しくなってきた様子等がつつられている。

著書には『直売農業に取り組む心構え』として以下のように書かれている。「直売所でものを売って気づいたことは、少量多品目でなければいけないということです。同じものだけではつまらない。これは女性に最適な仕事だといえるでしょう」と。そして、売り物に困っていた林業経営の人に、「切り株」を持ってきたら売れるのではないかというアドバイスをしているエピソードが紹介されている（この「切り株」が今では「からり」の名物になっている）。

ここでは、野田さんが来場者と直接に接しているから「（「切り株」が）売り物になる！」という勘が働いたということ、来場者はスーパーにあるものを求めているのではなく、他にはない珍しいものがたくさんあるから面白い。大切なのは、野菜や加工品だけが売り物ではないということ。農家の生活すべてが直売所では商品になると書かれている。

### ■「高齢者だからパソコンは使えない」ではない！—徳島県上勝町—

「中山間地域の人たちがパソコンを駆使し、販売データを分析、ニーズに応じた売り場を創出している」ことに違和感を感じる人もいるかもしれない。

しかし、四国には「からり」とは別に、高齢者たちがパソコンを駆使して、元気に生き生きと暮らしている町が存在している。「葉っぱビジネス」「いりどり事業」として知られている徳島県上勝町である。上勝町では、山に落ちている葉っぱを料亭などで使われる「ツマモノ」として売り出し、高齢者でもできる産業として確立させている。「ツマモノ」の出荷はタイミングが大切。そこでパソコンが使われ、必要な商品・量が情報として伝達され、それを見た人が出荷する。また、売り上げ情報もパソコンで確認できるようになっていて、誰が、なにを、どのくらい売上げたかも分かるようになっている。こうして、競争意識・目的意識を持てるようになり、上勝町の高齢者たちは葉っぱを拾いに勤しむようになり、元気になっていった。

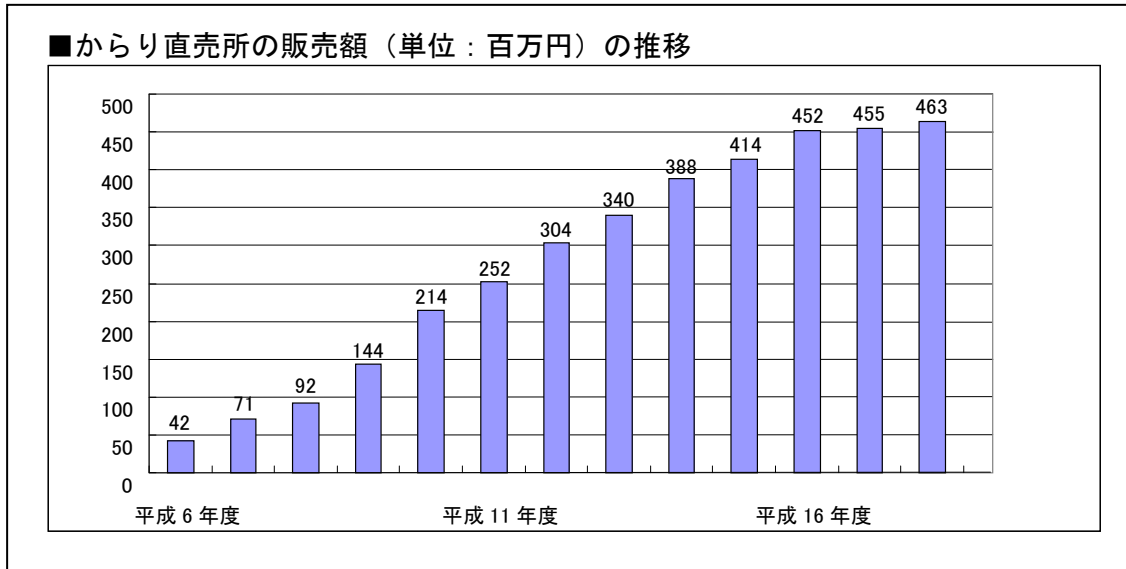
ここでの工夫は、「彩ネットワークシステム」という高齢者にも使いやすい操作・表示である。たしかに、ぼんとパソコンが渡されても、高齢者には使いこなすことは難しい。しかし、工夫さえすれば、高齢者でもパソコンを使うことができるという可能性を示している。「高齢者だから」とか「農家だから」といって、あきらめてしまうのは、もったいない。

参考資料：「『元気村』はこう創る」

國領二郎・飯盛義徳編（日本経済新聞出版社）

## 4 効果、成果

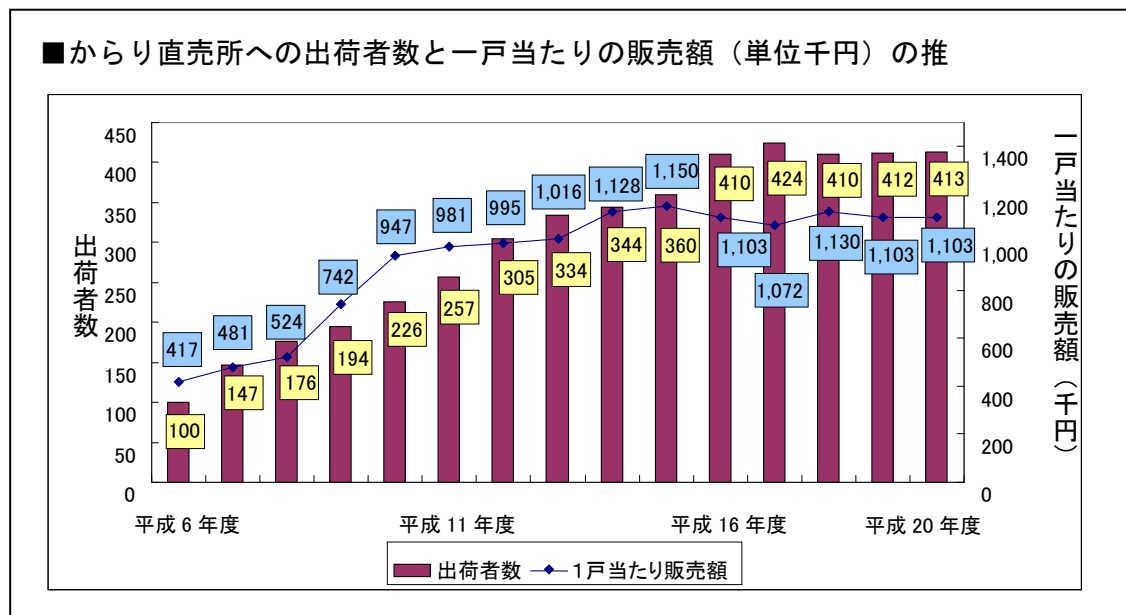
### (1) 販売額等の推移



■平成19～21年度の部門別販売額（単位：千円）の推移

	直売所	レストラン	シャベット	パン工房	薫製工房	あぐり	農産加工	合計
平成19年度	470,898	64,090	30,639	65,059	19,342	32,212	2,231	684,471
平成20年度	475,261	77,699	33,732	73,559	21,251	32,215	9,308	723,025
平成21年度	462,663	79,188	31,497	70,310	25,038	33,607	15,918	718,221

※直売所だけでみると横ばい傾向であるが、加工部門が伸びてきている。



出典：内子フレッシュパークからり

## (2) 農家の意識の変化

### ① 楽しさ・やりがいの実感

「内の子市場」時代から参加されている田中協議会会長に話を聞くと、「内子町では、『町並み』を目当てにした観光客が来ていて、その観光客を目当てに『観光農園』をしている人たちがいた。そんな土地などを持っていない中山間地の農家は『うらやましい』と思っていた。そんな頃に内子町から声がかかり、約70人が手を挙げた。それまで、農業はどうしても男性が中心。女性はお手伝い、という立場だった。苦労（労働）をしても報われないという感覚を持っていた。内子町が私たちの声を反映できる仕組みにしてくれたので、のめり込んでいった。自分の名前でも商品を出して、『おいしかったよ』と言ってもらえたり、自分名義の銀行口座にお金が入ってくるというのは、やりがいにもなった」とのこと。

### ② 工夫を楽しむ、「自分で商売をしている」感覚

中山氏によると、「『からり』ができるまでは、青果市場等に出荷するだけだった。農家からすると、取引価格も決められているし、青果市場等に出荷するのであれば、1つの商品を大量に生産して出荷しようという気持ちだった。『からり』ができてからは、『お客さまが何を求めているのか』を考えるようになり、商品、見せ方（ラッピング）、価格設定など、いろいろ工夫をするようになった。そうした工夫をした結果が対面でのお客さんに評価されたり、現金収入に直結している。これまでただ生産をしていた農家の中に、『自分で商売をしている』という感覚が芽生えたのだと思う」とのこと。



#### ■ からの商品

(左) スーパーでは見たことのない「アローカナ」の玉子

(中) 黄身の白い玉子

この玉子を使った「ロールケーキを作ろうか」というアイデアもあるらしい。夢はひろがっていく。

(右) こだわりトマトを使った安心安全なトマトケチャップ

内子町産の農作物、安心安全にこだわり、一般的な商品との差別化を図るような商品開発が続けられている。

出典：地方自治研究機構作成

## 5 今後の展望

### ■内子町の他施策・他施設との連携

山本氏によると、「内子町の農業（中山間地での農業）を考えると、低価格競争に向かうより、ウリは安心・安全。そうした差別化を図っていくべきであり、そのための減農薬農法とかの研究が必要と思っている」とのこと。その施策として、内子町は「エコうちこ認証制度」を導入した。「からり」はいち早く対応し、今後、内子町内の事業者にも広まることが期待されている。また、「からり」は、内子町が推進しているグリーンツーリズム等の観点からも、農作業体験や農産加工の体験教室開催をおして、都市部と農村部の交流人口が増加することを期待をされている。すでに、修学旅行や子ども会の農家民泊・農業体験・パン作り体験・蕎麦打ち体験などを受け入れもしている。さらに、「からり」の来場者には宿泊施設・温泉施設などの利用者に対してサービスを提供し、その逆に宿泊施設・温泉施設利用者に対してサービスを提供してもらったりしている。

このように、内子町内で展開されている他施策・他施設との連携が深まりつつある。

「観光客等の滞在時間をいかに延ばすか」という課題は内子町全体としての課題である。「内の子市場」時代に経験した「自分の商品だけ売れるのではダメ。全体が売れないといけない」という感覚を、内子町全体の感覚として広げることができかどうかがかぎとなってくる。



### ■「からり」で導入されている「エコうちこ認証制度」

「からり」では、内子町が推進しようとしている施策がいち早く実現されることが期待されていて、「エコうちこ認証制度」では、実際にまず「からり」で導入され、それが内子町内の他事業者へと広がろうとしている。

出典：地方自治研究機構作成

### ■もうひとつの意識改革 —自分だけではダメ—

山本氏によると、「内の子市場で売れなかった時、会員たちは、いろいろ考え、話し合い、工夫を重ねてきた。その経験の中で、『自分の商品だけが売ればいいのか』という話ではない。全体が売れないといけない』というひとつの結論を得た。この『まずは全体が売れないといけない』という視点にたてたことで、イベントを企画したり、松山市へ販売に行くというアイデアにつながった」とのこと。

## II 町並み保存運動

### ■概要

内子町は、江戸後期から明治時代にかけて、木蠟生産で栄え、多くの豪商などの家が建てられた。しかし、大正時代以降は、安価な石油系パラフィン蠟に押され、木蠟産業は衰退してしまった。

戦後、高度経済成長が進む中で、八日市・護国地区は再開発の時代から取り残されるように、古い町並みが残ったのである。

昭和40年代以降、大阪万博の開催・旧国鉄によるディスカバージャパンキャンペーンなどの動きとともに、特定の地域に限定がちであった観光地が各地に広がった。

歴史的環境を資源としている高山・妻籠などが観光によって地域振興が図られつつあったが、それは、遠い他地域での出来事のようにとらえられていた。そんな昭和47年、文化庁が実施した第一次集落町並調査に内子町の町並みがリストアップされ、内子町による町並み保存運動が動き始めた。

昭和57年、四国で最初（全国では18番目）の重要伝統的建造物群保存地区に選定されたことで、「木蠟と白壁のまち」としての知名度は広まり、毎年50万人近くの観光客が訪れる観光地となっている。

### ■事業の概要

地域の課題 (事業の背景、目的)	・町並み保存地区内における伝統的建造物群の保存 ・地区住民の参加と協力
事業名	町並み保存事業
事業主体	内子町、住民
事業の概要	①伝統的建造物類の修理事業 ②伝統的建造物以外の修景事業 ③シロアリ対策等に要する経費補助 等
事業の特徴	「町並み保存運動」から「村並み」「山並み」活動への展開



■町のシンボル：昭和60年に復元された内子座。今では町民の「誇り」ナンバーワン！

■歴史的な町並みを通学する小学生：ここは単なる文化財保存地区ではない。日常生活の場でもある。

出典：地方自治研究機構作成



# 1 事業の経緯

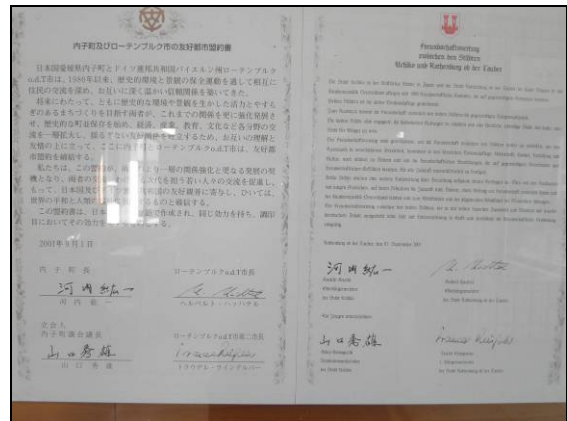
## (1) 関連年表

年	月	内容
昭和 47 年	7 月	文化庁による第一次集落町並調査にリストアップされる
昭和 50 年	3 月	「アサヒグラフ」で八日市地区の町並みが紹介される
同年	4 月	「八日市周辺町並保存会」が発足
昭和 51 年	4 月	町長事務部局に「商工観光係」が新設
昭和 52 年	1 月	朝日新聞編集委員木原啓吉氏、地域総合研究所森戸哲氏、日本地域開発センター岡崎昌之氏などを内子町へ招待
昭和 53 年	3 月	内子町伝統的建造物群保存地区保存対策調査報告書がまとまる（広島大学実施）
同年	10 月	内子町伝統的建造物群保存対策費補助金交付要綱制定（町単独）
昭和 55 年	4 月	内子町、上芳我邸を借り上げて「木蠟資料館」を開館
同年	9 月	内子町伝統的建造物群保存地区保存条例制定
昭和 57 年	4 月	八日市・護国地区が重要伝統的建造物群保存地区に選定（四国第 1 号）
昭和 58 年	6 月	内子座保存のための「まちづくりシンポジウム」開催
昭和 60 年	10 月	内子座の修理復元工事竣工
昭和 61 年	1 月	知的農村塾開講（以後、毎年実施）
同年	3 月	八日市護国地区町並保存会発足
同年	同月	ドイツ・ローテンブルク市長を招き、「内子シンポジウム'86」開催
昭和 62 年		石畳を思う会発足
昭和 63 年	10 月	町並駐車場を整備
平成元年	4 月	八日市・護国地区で電柱の撤去
平成 2 年	9 月	大村家住宅、上芳我家住宅、本芳我家住宅が重要文化財に指定
平成 6 年	8 月	農家住宅再生による町営の宿「石畳の宿」オープン
平成 8 年	5 月	高橋龍太郎翁生家の寄贈を受け、文化交流ビラ「高橋邸」オープン
平成 12 年	10 月	八日市・護国町並保存センターオープン
平成 14 年	4 月	自治会制度開始（旧内子町）
平成 15 年	11 月	重要文化財 本芳我家住宅 修理着工
平成 16 年	4 月	「えひめ町並博 2004」開催
同年	10 月	国際記念物遺跡会議民家建築委員会（イコモス）開催
平成 17 年	1 月	内子町、五十崎町、小田町が合併し、新内子町が誕生



## (2) 受賞歴等

年	月	内容
昭和 61 年	8 月	八日市・護国地区道路が「日本の道百選」に選ばれる
同年	12 月	第 4 回「潤いのあるまちづくり」で自治大臣表彰を受賞
昭和 62 年	9 月	経済同友会から「第 2 回美しい都市づくり賞」受賞
昭和 63 年	3 月	第 10 回山本有三記念「郷土文化賞」受賞
平成元年	7 月	建設省「手づくり郷土賞」受賞
平成 4 年	6 月	伝統的町並の保存再生で「サントリー地域文化賞」受賞
平成 6 年	10 月	八日市・護国地区が「都市景観大賞」（景観形成部門）受賞
平成 12 年	1 月	「世界に開かれたまち」として地域づくり自治大臣表彰を受賞
平成 13 年	4 月	優秀観光地づくり金賞 総務大臣表彰を受賞
同年	11 月	「内子町の町並と和ろうそく」が環境省「かおり風景 100 選」に選定
平成 18 年	12 月	八日市・護国地区が国土交通省「手づくり郷土賞大賞部門」受賞
平成 19 年	3 月	八日市・護国地区が「美しい日本の歴史的風土 100 選」に選定
同年	6 月	内子地区が「都市景観大賞美しいまちなみ優秀賞」を受賞



### ■ズラっと表彰状

(左) 内子町役場（内子庁舎）入り口にある、これまでに受賞した表彰状

(右) ドイツ・ローテンブルク市と締結された友好都市盟約書

出典：地方自治研究機構作成

## 2 事業の背景

### (1) 前提：内子町の町並みが残った理由

- 1762年（宝暦12年）以降、町を焼き尽くす大火がなかった
  - 和紙と木蠟により得られた富により質の良い建築物が建てられていた
    - 1955年頃までの基本的な生活に対応できるものであった
    - 建物の外側を土壁で塗り籠めることで耐火効果が大きかった
  - 町割りが山裾の傾斜地にあったことが、戦後の都市改修に不利だった
    - 不利だったことで、幸いにして残されることにつながった
- （参照：八日市・護国町並保存センター発行『内子の町並み保存』）

### (2) 昭和30年代

- 高度経済成長
- 所得倍増計画、太平洋ベルト地帯構想、新幹線・高速道路整備計画
- 開発路線が進む一方で、各地で町並保存会が設立
  - （妻籠、高山、白川郷、有松など）

### (3) 昭和40年代：一筋の光

- 大阪万国博覧会開催（全国から6,000万人集まる）
- 旧国鉄がディスカバージャパンキャンペーンを展開
- 女性雑誌「an・an」「non-no」が創刊
  - 歴史的町並みが残っている地域がテレビ・雑誌等で紹介される
  - 特定の地域に限定されていた「観光地」が拡大
    - ※妻籠が年間50万人が訪れる観光地になる
- 昭和47年、文化庁による「第一次集落町並調査」にリストアップ

昭和40年代の内子町には、まだ「町並みを保存する」「観光地」という発想はなかった。昭和48年に制定された総合計画をみると、町並みは残されていない。そこには、鉄道や高速道路が整備され、近代的な住宅が立ち並ぶ将来の内子町が描かれていた。内子町も他の地方都市と同じく過疎と高齢化が地域課題として浮き彫りになりつつあった。今でこそ「残すべき町並み」と考えられる歴史的建造物群であるが、それは「残すべくして残されてきた建物」ではなく、「残っていた建物」にすぎなかった。

そんなころ、大阪万博の開催や旧国鉄によるディスカバージャパンキャンペーンなどの効果もあり、それまで特定の地域に限定されがちであった観光地が各地に広がりつつあった。太平洋ベルト地帯構想・新幹線や高速道路の整備など開発路線が

展開される中で、妻籠、高山、津和野、倉敷などの地域では、昔ながらの町並みがテレビ・雑誌で紹介され、観光地として地域振興が進みつつあった。

そんな先進地域と並ぶ形で内子町の町並みがリストアップされたのである。

#### (4) 昭和 50 年代前半：外部からの評価・学識者とのつながり・学習のはじまり

- |          |   |
|----------|---|
| ■昭和 50 年 | アサヒグラフで八日市地区の町並みが紹介される                              |
| ■同年      | 地域住民による八日市周辺町並保存会が発足                                |
| ■同年      | 妻籠、高山などの先進地が伝統的建造物群保存地区に選定                          |
| ■昭和 52 年 | 松山市に別のシンポジウムに来ていた学識経験者を招待                           |
| ※その他     | 広島大学を中心に町並みや保存対策についての報告書がまとめられる。テレビ・雑誌等で紹介されるようになる。 |

八日市・護国町並保存センターの畑野センター長によると、「当初は、町並み行政といってもなかなか理解されなかった。『そんなに大事なら写真で残しておけばいい』という意見もあったと聞いている。愛媛県内でも外泊集落（愛南町）の方が注目されていた」とのこと。

そのような時、テレビ番組「遠くへ行きたい」や雑誌などで内子町の町並みが紹介されるようになる。また、映画「坊ちゃん」のロケが八日市地区周辺で実施された。さらに、広島大学工学部・鈴木充教授を中心にした町並み調査で高い評価を得て、徐々に内子町の町並みが「いいもの」として知られ始める。

そんな昭和 52 年、別のシンポジウムで松山市に来ていた学識経験者（高山英華 東京大学名誉教授、清成忠男 法政大学教授、木原啓吉 朝日新聞編集委員、地域総合研究所の森戸哲氏、日本地域開発センターの岡崎昌之氏など（役職は当時））を内子町に招いて、町並みをみてもらった。

結果として、ここで得たネットワークが後々生きてくる。木原氏の仲介で直接文化庁と話ができるようになったり、当時の担当者は岡崎氏とヨーロッパに視察に行ったり、この後の内子町の総合計画などには地域総合研究所が関わるようになった。日本のトップレベルの人たちとつながり、知恵を借り、ネットワークを駆使して、内子町の町並み保存運動は進み始めた。

「『動きながら考える』という部分もあったのですが、とにかく、当時の担当者はよく勉強をしていました。イタリア・ボローニャなどの仕組みも参考にしながら、ある程度『うまくいく』という確信を持ってから構想をたてていたのだと思いますよ」とは先出の畑野氏。

### ■ 当時の現場の様子 ■

畑野氏から当時の現場の様子を聞いた。「学識経験者の評価ではなく、ここに住んでいる住民自身に『これらの建物は残さないといけない』と思ってもらえるようになるまで、当時の担当者は相当の苦勞をしたと聞いています。80歳を超えたお年寄りに『この家は伝統的な建造物だから…。文化財だから…。町並み保存…』と説明をしても理解してもらえない。担当者は毎日地区に入り込み、時には荷物の片づけを手伝ったりして、人間関係を深めた。そうして2-3年をかけ、『なんか難しそうな話だけれど、あんたが言うんだったら、やってみたらいい』と言ってもらえる信頼関係を築き上げた」とのこと。

### ■ 『町並み保存』という名の『地域開発』 ■

畑野氏によると、「最初のころの本音としては、過疎や地域経済の衰退で、『この町をどうにかしないといけない。地域を盛り上げないといけない』という思いがスタートライン。先進地（妻籠など）への視察も行って、勉強をして、そして町並み保存は始まった。当時の担当者からは『町並み保存』という名の『地域開発』と言われています」とのこと。

## （5）昭和50年代後半：重要伝統的建造物群保存地区選定

- 昭和55年 内子町伝統的建造物群保存地区保存条例制定
- 昭和57年 八日市・護国地区が重要伝統的建造物群保存地区に選定  
→ 四国で初めての選定。全国では18番目
- 同年 内子町振興計画策定。  
→ 町並み保存対策を三大重点事業として位置づけ
- 昭和58年 内子座保存のための「まちづくりシンポジウム」を開催

#### ※内子町における変化

- ① 『木蠟と白壁のまち』として知られるようになる
- ② 観光客の増加
- ③ 観光農業を取り組み始める農家も出現  
『作るだけの農業』から『交流する農業』への転換点

昭和57年、八日市・護国地区が四国で初めて、全国では18番目の重要伝統的建造物群保存地区に選定された。これにより、内子町は町内外で『木蠟と白壁のまち』として認識をされるようになった。

これまで『観光』とはあまり縁のなかった内子町であったが、目に見えて観光客は増え、各方面での変化をもたらすインパクトとなった。

## (6) 昭和 60 年代：次なる動きへ

- 昭和 60 年 内子座修理復元工事竣工
- 昭和 61 年 ドイツ・ローテンブルク市長を招き、  
「内子シンポジウム'86 まち、暮らし、歴史」を開催
- 昭和 62 年 知的農村塾開講（以降、毎年実施）
- 同年 「石畳を思う会」発足  
→「村並み保存」運動の推進

昭和 60 年、今では内子町の象徴とも言える内子座の修理復元工事が竣工。

内子座は、大正 5 年、当時の町の有力者たちが出資し、歌舞伎や人形浄瑠璃の開催される芝居小屋として建築された。戦後は映画館に変わり、映画館としても廃館し、商工会の事務所として利用される程度になっていた。

商店街には「取り壊して駐車場にして欲しい」という意見もあったが、町並み保存についても理解が深まってきたこともあり、2年の月日と約 7 千万円をかけて修理復元された。

また、この後に、からりでも紹介をした知的農村塾が始まったり、後で紹介をする「村並み保存運動」の代表的な組織である「石畳を思う会」が発足している。

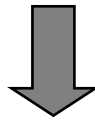
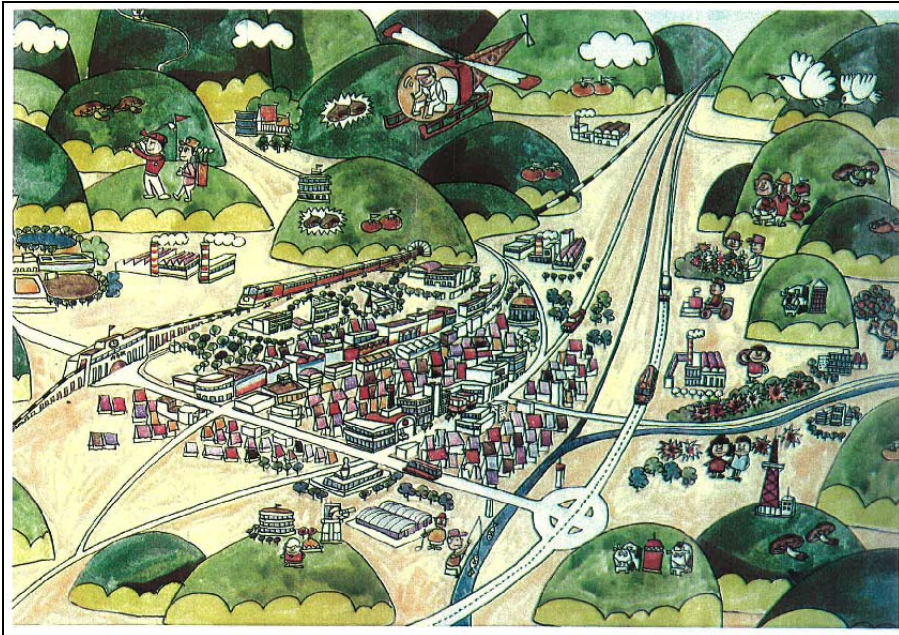
内子町が町並み保存運動を経て、次なる動きへ動き始めた時期といえる。



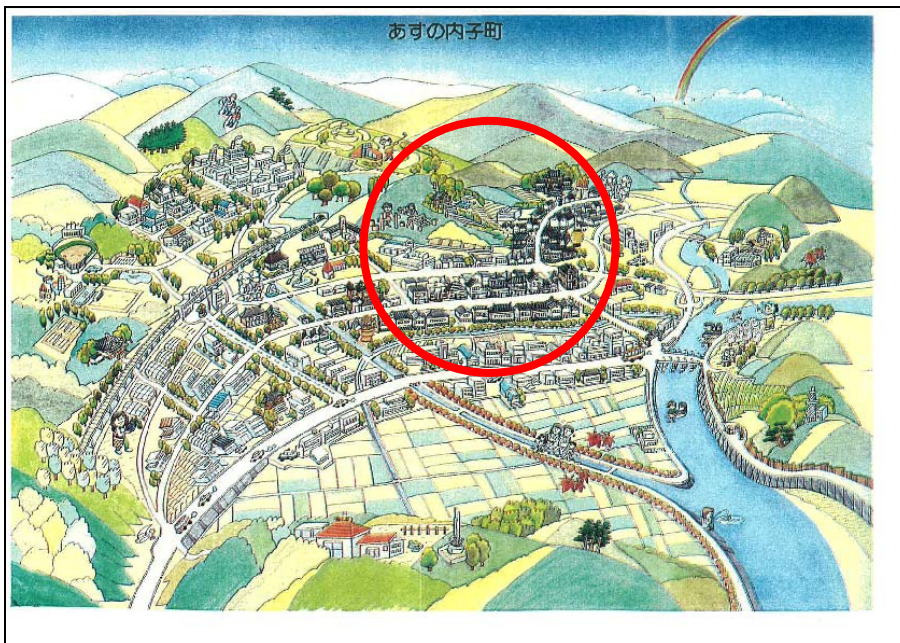
■内子町が描いた将来図の変化

※昭和 48 年に作成された予想図

歴史的な建築物は近代的な住宅地に建て替えられている



※その後に作成された予想図



出典：内子町



### 3 具体的な内容

#### (1) 町並み保存地区の概要

地区面積	約 3.5ha
伝統的建築物	89 棟
石垣	17 面
石積溝	20 条
石積側溝	二基
塀および門	8 対
晒し井戸	一式
石灯籠	一基
稻荷神社境内	一式

#### (2) 町並み保存に要した経費（修理・修景事業のみ）

昭和 53 年度～平成 18 年度（29 年間）

	件数	補助金額
修理	255	332,505 千円
修景	102	105,005 千円
合計		440,773 千円

※合計額には事務費を含む

#### (3) 全事業費の内訳（29 年間）

国	258,261 千円
県	41,907 千円
町	140,605 千円

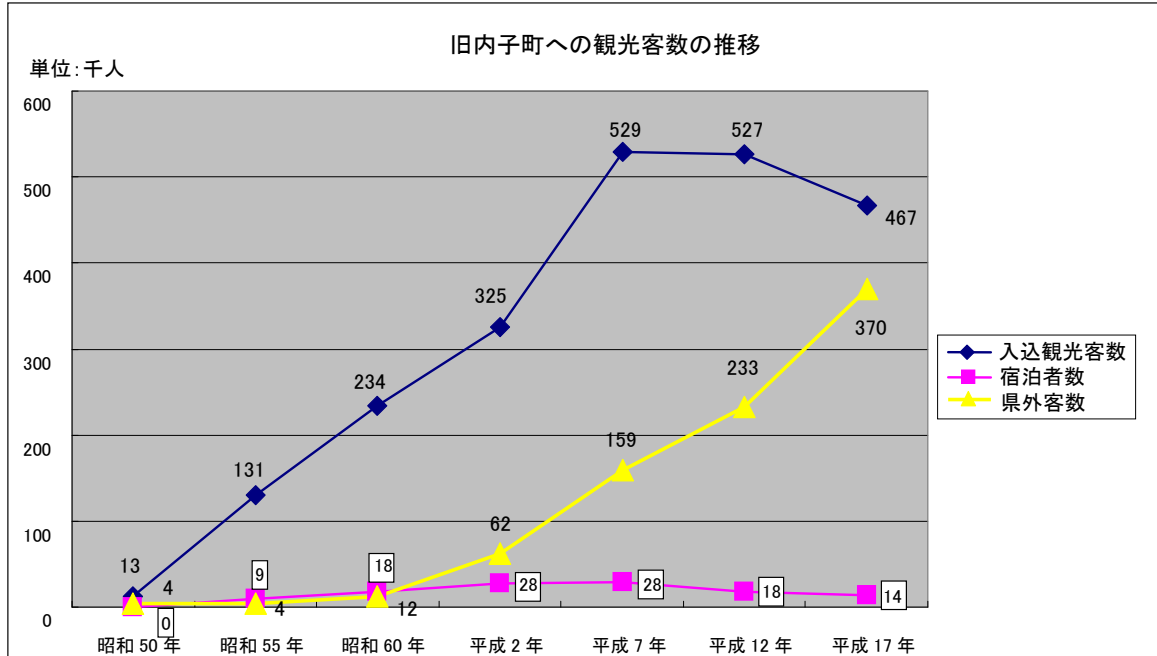
※ちなみに内子町が町並み保存に 29 年間で支出している総額を 1 年当りに換算すると、140,605 千円 ÷ 29 年 = 4,848 千円

#### ■ゼロからの出発■

畑野氏によると、「今でこそ内子町民の誇りナンバーワンである『内子座』だが、自分が子どもの頃には、本当に『暗く』で『汚い』という印象しかない。当時は商工会館として使われていて、『芝居小屋』ということすら知らなかった。そのころの話として『内子座は駐車場に』という話が出て、誰も反対はしなかったのではないだろうか。また、視察に来られると『内子町には木蠟があって良かったですね』と声をかけられたりもするが、自分が高校生のころまで『木蠟』なんて聞いたこともなかったし、学校で習ったこともない。ほとんど町の中では忘れられているような状況であった。『石畳を思う会』などの行政に頼らない自立的な活動にしても、最初からそんな気概があったのではない。最初はゼロでした。ここ 20 年間の活動を通してできたものですよ」とのこと。

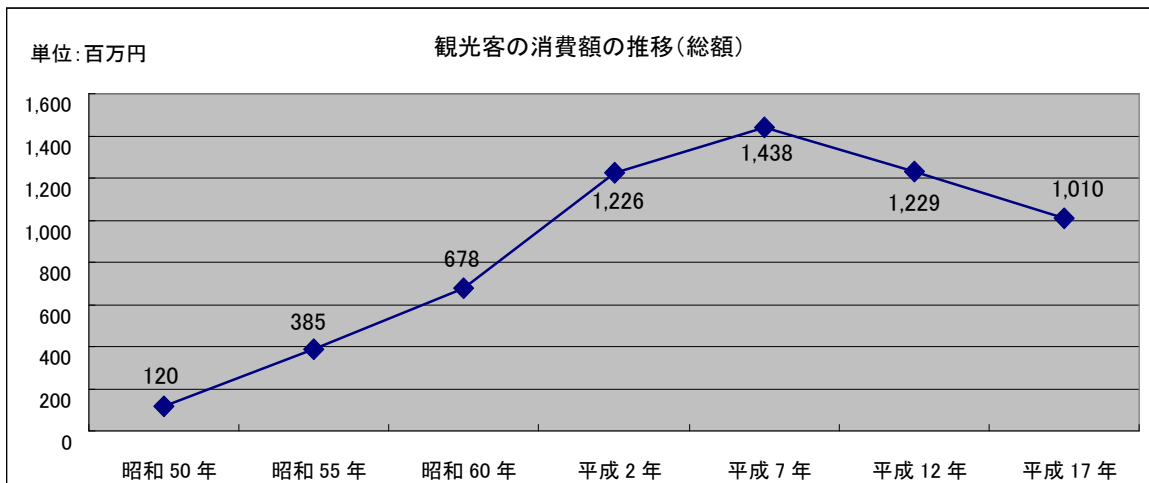
## 4 事業の効果、成果

### (1) 観光客の推移



	昭和50年	昭和55年	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年
入込観光客数(人)	13,000	130,809	234,300	325,000	529,320	526,713	467,262
宿泊者数(人)	200	9,200	18,330	28,153	28,439	18,016	13,782
県外客数(人)	3,500	4,320	12,000	62,000	158,796	233,416	369,810

### (2) 観光客の消費額の推移



(1) (2) のグラフは内子町・内子町観光協会発行の『内子町観光交流計画』の中から数字を抜粋し作成

※旧内子町における推移のため平成17年までの数字で作成

## 5 村並み・山並みなどの活動への広がり

- 地域住民による地域活動
- 自治会制度による地域活動
- その他

内子町では、市街地を対象とした町並み保存運動で得られたノウハウなどを、「村並み保存」「山並み」という表現のもと、農山村地域への展開が試みられた。その結果、「石畳を思う会」による水車小屋の復元活動・水車まつりの開催等、地域を活性化し、他地域の人々との交流を広げるような活動が生まれた。最初に紹介をした「からり」もこうした動きから派生したものの一つである。

ここでは、町並み保存運動で得られたノウハウなどを農山村地域への展開が試みられた背景等についてまとめ、その代表的な例として「石畳を思う会」などによる活動を紹介する。

### (1) 「町並み」から「村並み」へ

町並み保存運動は内子町の市街地での活動である。町並み保存運動が進むにつれ、内子町の市街地には観光客が訪れ、活気がでつつあった。

しかし、『内子町を支えているのは周辺の農山村地域であり、その農山村地域の元気がなくなったら、自然と内子町全体がダメになってしまう』との発想から、農山村地域をなんとかするべく活動の展開が試みられた。

### (2) <sup>まごこ</sup>孫子のための地域活動：「木を植える」発想

畑野氏に村並み保存の目的について聞くに、「石畳の人たちは『孫子のため』に活動をしている。石畳地区では地区で葬式をだす風習があった。そこで、若者たちに、『今は君たちが亡くなった方の葬式を支えているが、このまま集落の魅力がなくなり、次の世代がいなくなってしまうたら、誰が君たちの葬式をだしてくれるんだい』という問いかけからはじまった。そこから、若者が集まり、話し合いをかさね、水車小屋の復元やホテルの観察が始まった。今、彼らは『孫子のため』に活動をしている。それは、『木を植える』発想と同じ。自分たちの世代では果実はとれないかもしれないけれど、孫子の世代で花開き、果実となることを願っている」とのこと。

### (3) 伝播していく地域活動

畑野氏によると、「夏は毎日ホテルの観察もあり、本当に休日のない状況が続く。本業の仕事もあるし、大変だと思う。だけど、やっているうちに楽しくなってくるのか、石畳地区は、地域づくりの活動だけでなく、消防活動も1年かけて準備をしたり、ソフトボール、バレーボール、学芸会の時には地域の人が劇もする」とのこと。地域活動で自信がつくと、その活動は伝播していくことがうかがえた。

## ■石畳を思う会

地域の課題	「このままでは集落が消えてしまう」 「石畳を誇りに思える地域をつくりたい」
事業主体	石畳を思う会
結成	昭和 62 年（有志 12 名）
主な活動	①水車小屋の復元：石畳の農村風景のシンボル ②水車まつりの開催：地域資源を活かした交流活動 ③ホテル観察活動・学習会：環境保全運動への展開 ④手打ち蕎麦の提供：地域の食文化の継承
特徴	■基本理念■ ①会則を持たない ②補助に頼らず自立する ※水車小屋の復元の際は行政の補助に頼らず、1人5万円ずつ出し合い、自分たちで復元 ③多数決制をとらず、提案者がリーダーとなって活動をする ※自費で山形まで修行に行き、蕎麦打ちを習得

### 1) 結成の経緯

内子町石畳地区は、内子町の中心部から約 12km 離れた農林業を主体とした人口約 350 人の小さな地域である。過疎化・高齢化といった地域課題が深刻になる中、「このままでは集落が消えてしまう」「石畳を誇りに思える地域をつくりたい」との思いから、昭和 62 年、有志 12 名が既存の組織とは違って任期もなく、継続的に活動する組織として結成された。

### 2) 主な取り組み

#### ①水車小屋の復元：石畳地区の農村風景のシンボル

石畳を思う会が結成された当時、「石畳地区でなにができるだろうか」「石畳地区になにがあっただろうか」「活かせる地域資源はないか」ということが夜な夜な話し合われた。そうした中で、「昔はいっぱい水車小屋があったよね」という話がでてきて、その水車小屋を自分たちの力で復元することになった。

平成 2 年、今では石畳地区の農村風景のシンボルである水車小屋を、1人5万円ずつ出し合い、自ら汗を流して復元させた。

こうして復元された水車小屋は、地域外から高く評価され、会員たちに大きな満足感と自信（誇り）をもたらし、地域住民の価値観を転換させるインパクトを与えた。

## ②水車まつりの開催：地域資源を活かした交流活動

水車小屋の復元を機に平成4年から「水車まつり」を開催。地域の食材を使った料理、自然を活かした子どもたちの遊び、地元農産物の販売など、地元住民の手作りイベントが好評で、人口約350人の地域に、毎年内子町内外から約1,500人もの来場者が訪れている。

## ③ホタルの観察活動・学習会（自治会との共催）：環境保全活動への展開

石畳地区は、小田川の支流麓川の源流域であり、ホタルが多く生息していた。しかし、ホタルの生態等について、当時の住民はあまり知っていなかった。そこで、平成8年から毎年5月下旬から8月上旬にかけてホタル観察を行い、また、自治会と共催でホタル学習会などを実施している。

「ホタルを保護する」という観点から、近自然工法について学んだり、農村振興について先進国であるスイスへ、自費で、自分たちでスイスの学識者をコーディネートして勉強に行っている。

現在では、ゴミの不法投棄の防止・回収運動なども行っている。

## ④手打ち蕎麦の提供：地域の食文化の継承

石畳を思う会では、平成11年頃から蕎麦の栽培を行い、様々なイベントで手打ち蕎麦を提供している。この蕎麦については、石畳を思う会のメンバーが自費で山形まで蕎麦打ちを習いに行き、習得して帰ってきている。

また、地元小学生を対象に、種まき、刈取り、蕎麦打ちなどの「そば作り体験」を実施したり、来訪者への「蕎麦打ち体験」などを受け入れ、地域の食文化の継承を図っている。

■内子町の中心部から石畳地区へ■



■石畳地区へ道中①

石畳地区へ向かう途中に、なんだかつかしい(?)景色が目に入ってきた。田丸橋という杉皮でふいた屋根付き橋。昭和18年の洪水で橋脚に流木がからまり流失した経験から、河川をまたぐような姿になっている。昔は、生活道と物産の倉庫も兼ねていたようで、往事の暮らしぶりを偲ぶ貴重な遺産として地元の保存会が管理している。



■石畳地区への道中②

もう少し石畳地区に近づくと、道路がカーブしているところに、「石畳むら並み博物館」という看板が目に入ってきた。「どこに博物館があるんだろう」と思って振り返ると、そこはまさに「村並み」そのもの。あとで、内子町役場の方に確認をすると、「地域全体を屋根のない博物館と見立てている」とのこと。なるほど、あの地域の景色全体が博物館であったと思う。



■石畳地区の風景

石畳地区に入ると、地域の人たちの手作りによる道案内の看板やかわいらしいお地藏さんが迎えてくれる。実際にこういう地域に住んだ経験はないのだが、なんとなく「日本人の原風景」のような気がしてならなかった。

出典：内子町、地方自治研究機構作成





### ■水車小屋と石畳地区の集落

左の写真が最初に石畳を思う会の人たちによって復元された水車小屋。現在は、3基の水車が稼働して、お米の精米等で地域の人たちに利用されている。



### ■水車まつりの様子

平成 22 年の水車まつり（第 19 回）には、191 人（石畳地区の人口は約 350 人）がスタッフとして関わり、来訪者の対応に追われた。まつりでは、地元高校生による和太鼓演奏・蕎麦打ち・魚釣り・竹すべり・もちまき・炊き込みご飯や焼き鳥などの飲食ブースなど、さまざまなブースやイベントが開かれた。

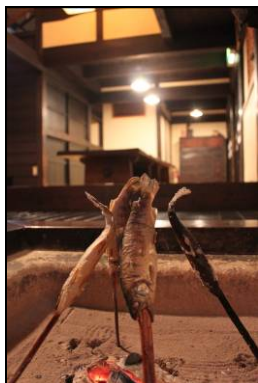
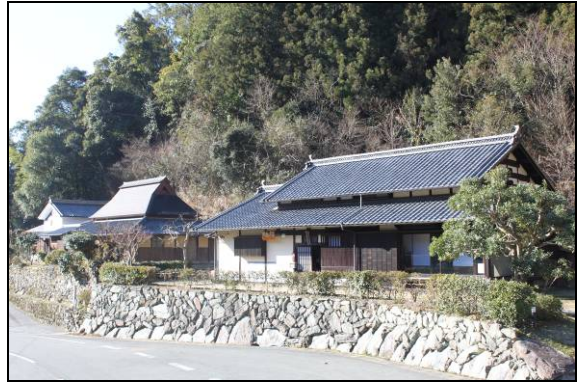
出典：内子町、地方自治研究機構作成



## ■石畳の宿■

石畳の宿は、石畳を思う会などの活動が軌道にのってきた平成6年に、内子町が築80年の古民家を移築・改修してオープンした（建物の設計は、内子町の町並み保存に携わった建築家の吉田桂二氏）。

この宿は内子町が整備したが、実際に切り盛りしているのは地元のお母さんグループ。いろりを囲んでお母さんたちとの会話を楽しんだり、お母さんたちが地元食材にこだわって作ってくれる手料理をおいしくいただくことができる。



出典：内子町、地方自治研究機構作成

### ■行政からの補助は頼りにしない■

今回、石畳の宿を利用し、お母さんたちが作ってくれた手料理をいただきながら、お話を聞くことができた。

「これから加工部門も立ち上げようかと考えてるんよ」と言われるので、行政からの補助金をもらうのか聞いてみると、「行政からの補助金はあてにしてない!」と断言。「地域にも役場の職員がいるから、『こんな補助金があるよ』という話なら、利用するかもしれないが、『補助金があるから活動をする』のではない」とのこと。

力強く、しなやかに、地域に根ざした活動をされている人たちに接することができた瞬間であった。



石畳の宿でもてなしていただいた地元のお母さん

出典：地方自治研究機構作成

### ■自治会制度

地域課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢化率 50%超の区が 153 区中 26 区（平成 20 年 4 月 1 日現在）</li> <li>・行財政改革や地方分権に堪えうる自治組織の構築</li> </ul>
自治会数	41 自治会（内子町には最小単位としての「区」が 153 区ある）
導入年度	旧内子町 平成 14 年度 旧五十崎町、小田町 平成 16 年度
導入目的	①自治意識の醸成、地域の基盤（自治会）の強化 ※行政区、公民館支・分館体制→→→自治会 （地域住民のまとめ役、地域活動の牽引役の一本化） ②要望・陳情体質からの脱却 ※住民自らが「地域づくり計画書」を策定 →年次計画に沿って地域づくり事業を自分たちで実施 ③行政と住民はパートナー ※地域づくり懇談会を開催 →行政と住民が協働で、 地域住民の自信と誇り、生きがいを創造
概要	①各自治会ごとに「地域づくり計画書（10ヶ年）」を策定 →年次事業計画も作成し、地域づくり懇談会で成果と計画を報告 ②地域づくり事業費補助金 →「地域づくり計画」のうち、地域住民自らの工夫と労働が伴う事業に対し内子町が助成する制度 ③地域づくり担当職員（3名）配置

## 1) 背景

生活圏の広域化や過疎化、少子・高齢化の進行などにより、山間部の地域において、高齢化率が50%を超える集落も現れ、深刻な問題となっていた。

産業や集落の維持そのものが難しくなりつつあることに加え、行財政改革や地方分権の波が迫りつつある状況を踏まえ、住民自身が知恵を出し合い、自分たちで汗を流して地域をつくっていかねば、地域が、集落が減り行く時代である」との危機意識から、足腰の強い自治組織の構築が目指された。

## 2) 経緯

平成元年	中央公民館1館体制から内子・内子東・大瀬の3館体制に移行 →同時に11あった分館を18支・分館体制に再編
平成2年	各支・分館において「第1次地域づくり計画書」を策定 →各支・分館ごとに3名ずつ地域づくり担当職員を配置
平成12年	「第2次地域づくり計画書」を策定
平成14年	自治会制度導入
平成16年	旧五十崎町、旧小田町でも自治会制度導入
平成16年12月	旧五十崎町、旧小田町で「地域づくり計画書」が策定
平成17年1月	3町合併により新内子町が誕生

## 3) 自治会制度の概要

- ①地域のまとめ役の1本化  
町長が一般行政事務を委嘱していた「区長」、教育委員会部局の組織として活動していた公民館支・分館の再編・統合
- ②住民自身による「地域づくり計画書」の策定  
→年次計画に沿って地域づくり事業を自分たちで実施  
→内子町が、地域づくり事業費補助金で地域を助成
- ③行政と住民のパートナーシップ（地域づくり担当職員を配置）

## 4) 地域づくり事業費補助金の概要

- ①交付対象事業：各自治会が作成した「地域づくり計画書」に掲げる事業
  - ・産業振興に関するもの
  - ・地域環境の整備に関するもの
  - ・文化活動の推進に関するもの
  - ・健康、福祉の推進に関するもの
- ②補助金交付にあたっては、内子町地域づくり事業審議会を設置
- ③補助金額
  - ・補助率 90%
  - ・最高限度額 1事業当たり50万円
- ④平成20年度実績
  - ・59事業（33自治会）
  - ・補助額：5,318千円（総事業費：8,819千円）

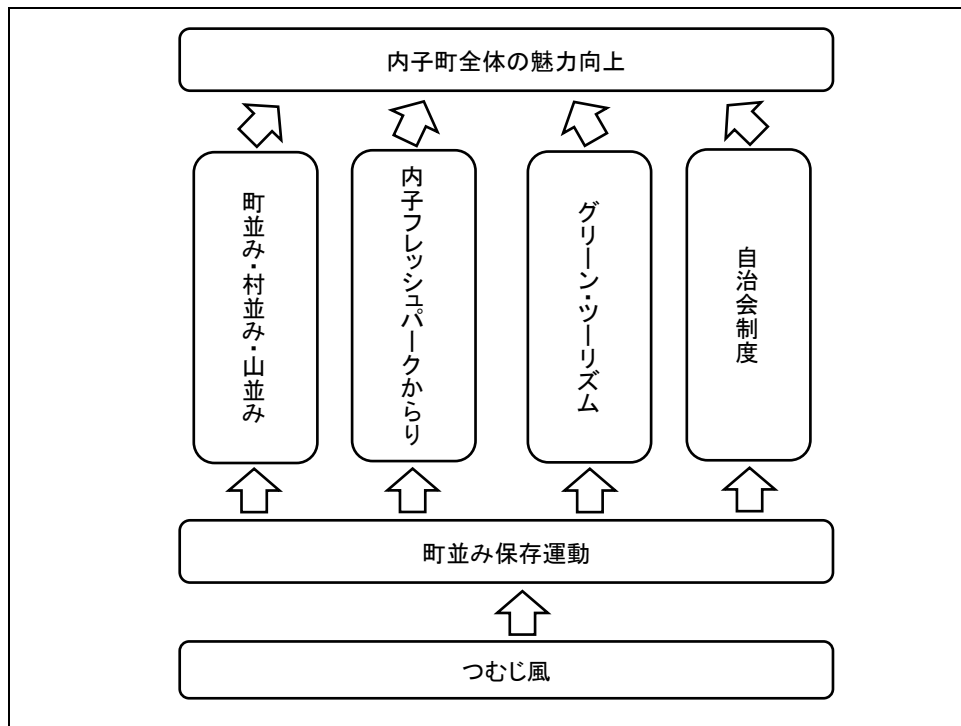


## ②各活動の連携：内子町全体の魅力向上へ

内子町のまちづくり・人づくりは、観光客の増加、JターンやIターンする人を増やしている。しかし、そんな内子町でも内子町総合計画の中では「3つの危機」として ①人口減少 ②農林業衰退 ③財政のひっ迫 が掲げられている。これらの危機へ対応するべく「3つの戦略」として ①魅力の向上 ②産業構造の改革 ③自治力の強化 が考えられている。さらに、重点施策として、10事業を掲げており、その一つとして「内子ツーリズムプロジェクト」が挙げられている。

「内子ツーリズムプロジェクト」とは、歴史的町並みを活かした「町並み観光」、農山村の環境や文化を活かした「村並み観光」、自然を活かした「山並み観光」、さらには地産地消を中心とした農林産物を媒介とした農業交流ビジネスを連携させた「総合産業」として位置づけられている。

「つむじ風」から生まれた内子町のまちづくり・人づくりは、各地域・各分野で展開され、確立されてきたが、これらの活動が連携をし、一つとなって、内子町全体の魅力向上へ繋がることが期待される。



■内子町におけるまちづくり・人づくり（イメージ②）■

出典：地方自治研究機構作成



### ③これからのまちづくり・人づくり

少子高齢、人口減少、国・地方の財政危機、景気の低迷など、なんとなく先行きが見えない時代になりつつある。「これをしたら地域が未来永劫よくなる」というものではなく、地域に合わせ、時代に合わせて、「修正」できるかどうか、これからのまちづくり・人づくりには大事になってくる。

「これまでこのやり方でうまくいっていた」だけでは、自主性にも繋がらないし、ある時、うまくいけなくなったりする。こんな時、現状などを話し合い、分析し、次の方向性を考え、「修正」ができないといけない。

こうした「修正」ができるためには、まず「人」が大事である。

内子町の総合計画の表紙にはこう記してある。

町並み、村並み、山並みが美しい  
持続的に発展するまち・・・内子町

地域にとって、まちづくり・人づくりは、一過性の話ではない。長い時間を要してできるものであり、「学習」や「話し合い」から生まれてくる「自主性」、自分たちでやり遂げることで生まれてくる「経験」「自信」を重視した内子町の事例は、他の自治体においても参考になる事例である。

(森山 康広、緒方優紀)



## 大分県豊後高田市


### 地域資源の再発見による中心市街地活性化

— 昭和の町を中心とした持続的な中心市街地活性化策 —

# (大分県豊後高田市) 地域資源の再発見による中心市街地活性化

— 昭和の町を中心とした持続的な中心市街地活性化策 —

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名 大分県豊後高田市	<b>位置図</b> <small>国土地理院承認 平14経第 第149号</small>  ※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	
23,918 人	
面積 206.6 km <sup>2</sup>	
分野 中心市街地活性化	
キーワード	
テーマ（昭和） 設定まちづくり、 PDCA サイクル	

## 地域特性

豊後高田市は、大分県の北東部、国東半島の西側に位置し、県庁所在地である大分市まで約 60km、また、北九州市まで約 90km と、北九州圏の主要都市に比較的近い距離に位置する。

瀬戸内海国立公園、国東半島県立自然公園を擁し、山間部及び海岸部の自然景観や農村集落景観、六郷満山文化ゆかりの史跡等、豊かな自然と歴史文化などの地域資源が豊富で、古くから西瀬戸地域の交流の結節点の役割を果たしてきたが、近年の産業構造の変化に伴い、都市部への人口流出により、過疎化、少子・高齢化が進んでいる。

平成 17 年 3 月 31 日に 1 市 2 町が合併し、新「豊後高田市」が誕生した。

## ■調査にあたっての問題意識

話題性やブームに乗り、一時的に地域が活性化する（交流人口の増加）事例は数多くあるが、その交流人口を持続、発展させることは非常に難しい。ブームが去ったあとも交流人口を持続、発展させる真の地域活性化に必要なものは何か。

また、中心市街地活性化というと、大掛かりなイベントや目玉となる施設の建設など大規模事業を想像しがちであるが、それは、まちの特色（個性）を損なう可能性があるとともに財政状況が厳しい中では難しい。そのような状況下で、中心市街地を活性化させる有効手段とは何か。

## ■事例の概要

豊後高田市は、「昭和の町」をコンセプトに商業と観光を一体化し、平成13年より中心市街地の整備、再生を進めている。「昭和ブーム」の後押しもあり、地域活性化に（交流人口の増加）成功し、既に10年が経過しようとしている。

その間、交流人口の増加を一過性としないために、中心市街地活性化法等を活用し、商店主や商工会議所、まちづくり株式会社、市等、町全体が一体となって地域資源の再確認を中心とした大規模再開発に頼らない中心市街地活性化に取り組んでいる。

## ■事例のポイント

- ・ 持続的な地域活性化にはPDCAサイクルが重要
  - 徹底した現状把握が地域特性を共有し、事業目的が明確化する。（P）
  - 事業実施の選択と集中（D）
  - 結果を分析し、計画を随時変更（C・A）
- ・ まちづくり株式会社（第3セクター）の設立による各役割の明確化
- ・ 商店街自体に来街目的を付与（買物だけではなく、商店街が観光地に）

### PDCAサイクルとは

事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Action（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。



## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 過疎化、大型店の郊外移転等により、中心市街地の衰退。</li> <li>・ 昭和の町として地域活性化に成功したが、交流人口の維持が必要。</li> </ul>
事業名	昭和の町再生事業（中心市街地活性化基本計画）
事業主体	豊後高田市、豊後高田商工会議所、まちづくり株式会社、商店主 等
事業の概要	昭和の町をコンセプトに町全体を再整備
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 町の資源を徹底的に調査し、大規模再開発によらないまちづくり</li> <li>・ 商業振興に観光的要素を加え、商業と観光を一体化</li> <li>・ 中心市街地活性化基本計画の認定等、国や県の補助金をうまく活用</li> <li>・ 商業活性化策が市全体の施策へ波及</li> </ul>

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	実施内容
H12年	3月	豊後高田市総合計画において、商店街の活性化施策として、レトロをテーマとした街づくりの方向性を明記。
H13年	9月	昭和の町オープン
H14年	10月	昭和ロマン蔵開館（駄菓子屋の夢博物館）
H15年	5月	「ダイハツミゼット」昭和の町に集まれ！開催
H16年	3月	旧法に基づく中心市街地活性化基本計画策定
H17年	2月	昭和の絵本美術館開館
	3月	昭和の町電飾アーチ看板完成
	3月	昭和の町ポケットパーク完成
	11月	豊後高田市観光まちづくり株式会社設立
H18年	4月	旬彩南蔵オープン
H19年	4月	昭和の夢町三丁目館オープン
	5月	中心市街地活性化基本計画が内閣総理大臣の認可を受ける
H20年	4月	昭和の町展示館オープン
H21年	7月	ボンネットバス「昭和ロマン号」の運行開始

## (2) 事業の経緯

### ①人通りよりも犬や猫の方が多いまちから奇跡の復活

豊後高田市は、国東半島の西の玄関口であり、その中心市街地は「おまち」と呼ばれ、古くから商業都市として発展をしてきた。しかし、昭和40年に旧宇佐参宮鉄道の廃線やモータリゼーションの進展、大型店・金融機関等が郊外へ移転・撤退等により急速にまちは衰退を続けていき、ついには「人通りよりも犬や猫の方が多いまち」「商店街で鉄砲を撃っても死人がでない。」とまで称されるような状況となっていた。



おまちが一番繁栄していた昭和30年代の様子

そのような商店街にかつての元気を取り戻そうと、平成4年から商業者・商工会議所・行政の3者が一体となり、足掛け9年にもものぼる徹底した現状調査、議論を重ねた結果、町が一番輝いていた昭和30年代の懐かしいレトロな商店街、古いけれども昔の季節感があるという観光的な要素を商店街に加えることで、



落ち込んだ売上げを補填し、中心市街地を残していこうという取組が平成13年度から「昭和の町」として始められた。

商店街の再生は下記の4つのキーワードを軸に行われた。

**【昭和の町・4つの再生】**

- ① 昭和の建築再生 — パラペットを撤去し、当時の雰囲気醸し出す木やブリキを使用した店舗や看板等に改修。
- ② 昭和の歴史再生 — その店に伝わる珍しい道具等（お宝）を一店一宝として展示。
- ③ 昭和の商品再生 — その店自慢の商品を販売。
- ④ 昭和の商人再生 — お客さんとの直接対話し、ふれあうことにより昭和30年代と変わらないおもてなしをする。

また、それと並行し、市の繁栄のシンボリックな建築物である旧高田農業倉庫を観光拠点「昭和ロマン蔵」として整備し、福岡県在住で日本一の駄菓子玩具コレクターである小宮裕宣氏を館長に迎え、5万点を超える古いおもちゃを展示する駄菓子屋の夢博物館や昭和の童画家として有名な黒崎義介画伯の絵本原画を展示した昭和の絵本美術館をオープン、昭和を代表する車ダイハツミゼットによるイベントの開催など行った。

これらの4つの軸を中心とした取組と折からの昭和ブームもあり、マスコミに大きく取り上げられ、当初目標としていた年間交流人口の50,000人を遥かに超え、平成15年度には200,000人の観光客が、昭和の町を訪れるようになった。



昭和30年代の町並みに修景した建物



その店の歴史がわかるお宝の展示の様子

昭和ロマン蔵

## ②観光客増加はうれしいが・・・

平成16年には観光客が約250,000人訪れ、町にはコロッケやアイスクリームを食べながら散策する観光客で溢れていた。中心市街地はかつてのような活気を取り戻し、うれしい悲鳴に商業者、商工会議所、行政の三者は包まれていた。しかし、その悲鳴は、商工会議所だけが本当の悲鳴へと変わっていった。

この「昭和の町づくり」は、もともと商業振興が出発点であったため、団体受付や問い合わせ等の対応は商工会議所が本業の傍らに行っていた。しかし、予想を上回る反響にだんだんと十分な対応ができない状況となり、商工会議所の中では、町の品質やマネジメントという観点が危惧されるようになった。

そのような折、日本政策投資銀行と日本経済研究所から「昭和の町づくり」をステップアップするために「おまち再生計画」という提言が出された。その内容は、今のまちづくりに欠けているものは町全体をマネジメントする組織であった。



活気を取り戻した中心市街地の様子

### コラム まちづくりを支えるのは「人材」です

「昭和の町」の魅力を引き出しているのは、昔懐かしい風景だけではありません。4つの再生の1つにも掲げられているように各店舗とも昔ながらのおもてなしの精神があるからこそ。そのような町の魅力にさらにスパイスを加えているのが、町の「ご案内人」制度です。



大人気の「ご案内人」制度

「昭和の町」に暮らす元バスガイドやまちづくりにずっと関わってこられた地元の方の4名で現在は行なっていますが、この4名で年間6~7万名の観光客をご案内しています。懐かしさに浸るだけでも楽しいですが、案内人と一緒に町を巡ると昭和の商人の楽しいエピソードや各店舗の歴史、お宝についての話が聞け、また違った角度からの楽しみ方ができます。個人利用の場合、1人200円（10名以上の団体の場合は1団体2,000円）ですが、連日予約が満杯でキャンセル待ちをするような状況。利用を希望される方は利用日の10日前までにご予約を。詳しい内容は豊後高田市観光まちづくり株式会社まで。

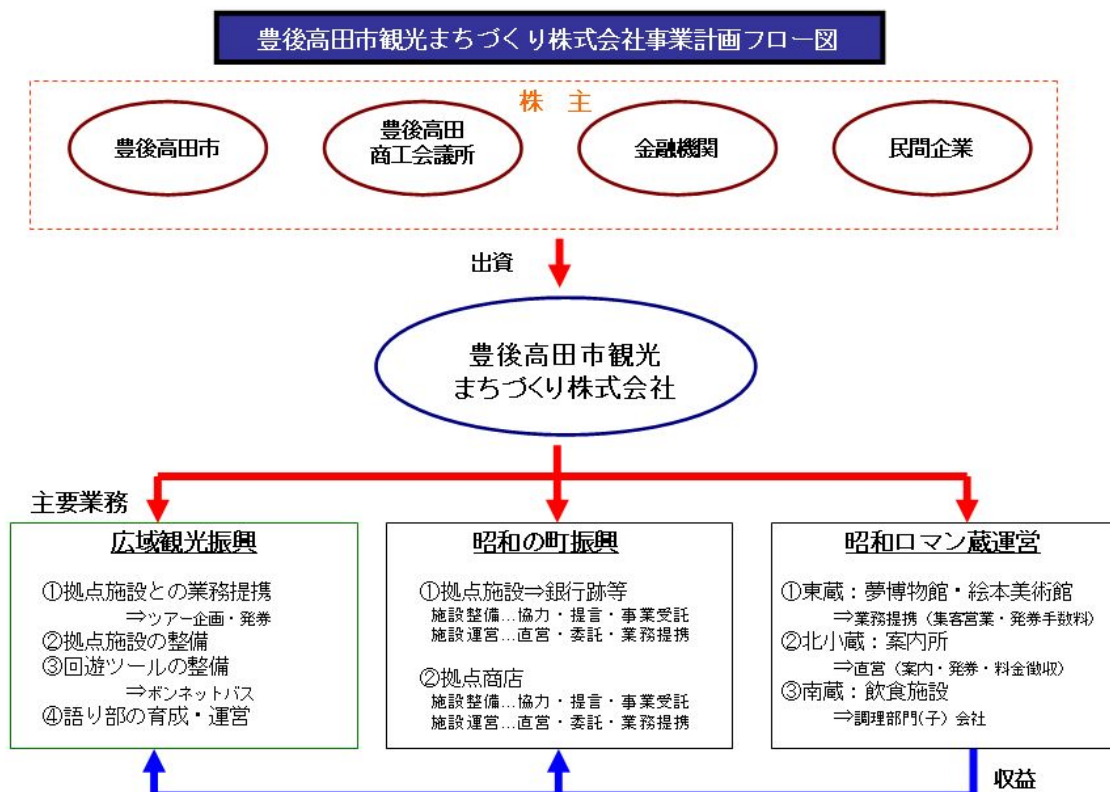
## 2 事業の内容

### (1) 豊後高田市観光まちづくり株式会社の設立

予想を大きく上回る観光客が訪れ、昭和の町全体をマネジメントする組織の必要性が高まっていく中で、平成17年11月に豊後高田市観光まちづくり株式会社が設立された。これは、豊後高田市、商工会議所、金融機関等が出資し、いわゆる第3セクター方式で設立されたもので、資本金は9,500万円である。豊後高田市の出資は5,000万円、商工会議所から500万円、金融機関から2,000万円、一般株主から2,000万円であり、一般株主は直接業務提携する可能性のある事業者を除く10人となっている。収益が上がった際は観光施設の整備等に投資され、市全体の観光振興を図ることを目的としている。

まちづくり会社を設立し、民間手法（選択と集中）を取り入れることで、これまでの『昭和の町』の話題性、集客力にプラスして他の観光地との差別化や競争力が上がることが期待されるようになった。更に行政との連携により、広域観光拡大を視野に入れた豊後高田市全体の魅力あるまちづくり（発掘、見直し、開発、提携の一貫性のある事業）が可能となった。

主要業務は、①「山」「里」「街」「海」「温泉」「食」といった豊富な観光資源の情報提供の充実や観光ルート整備を図る広域観光の振興②拠点施設・拠点商店の運営及び整備補助といった昭和の町振興③唯一の収入源である昭和ロマン蔵の運営である。





## (2) 豊後高田市中心市街地活性化基本計画の策定

まちづくり会社設立により、活性化のため継続的・安定的に取り組む体制が整備されたことから、平成16年3月に策定された「豊後高田昭和の町活性化基本計画」(＝旧法に基づく中心市街地活性化基本計画、以下旧基本計画)での課題を解消し、さらなる活性化を図るべく基本計画策定に向けた検討が始められた。

旧基本計画では、計67の事業を設定したが、客観的データの分析・把握が不十分の中、事業主体、実施時期が不明確な事業を多く掲載したにとどまる傾向が見られた。そこで、より実効性の高い事業を検討するために、特に商業統計など各種データを使用して商店街ごとに分析を行うなど、徹底的な深堀現状分析、そしてニーズの把握が行われた。

そして、平成19年5月、改正まちづくり三法に基づく新たな「豊後高田市中心市街地活性化基本計画」を策定し、県内の市町村で初めて国の認定を受けている。

活性化の基本方針は①いとおしく懐かしいおまち(進化)②高齢者が楽しいおまち(創造)③わたってみたいおまち(交流)である。

ハード・ソフト事業を併せて33の事業に取り組むこととし、総事業費は約10億円となっている。

### 活性化の基本方針・目標の設定



#### Ⅱ 高齢者が楽しいおまち - 創造 -

～高齢者が楽しいおまち・創造のための“3箇条”～

第1条 空きビルを活用した高齢者の交流施設の整備

第2条 商店街に隣接する寺等との連携

第3条 空き店舗等を活用した高齢者にとって魅力ある店舗の誘致

#### Ⅰ いとおしく懐かしいおまち - 進化 -

～豊後高田昭和の町・進化のための“3箇条”～

第1条 昭和の建築物を活用した新たな拠点施設の整備

第2条 昭和の店の拡大など昭和の4つの再生の推進

第3条 ニーズ・課題の解消のためのソフトとハードの一体的整備

#### Ⅲ わたってみたいおまち - 交流 -

～わたってみたいおまち・交流のための“3箇条”～

第1条 桂川に架かる桂橋を架け替える

第2条 昭和の町にマッチした橋へ整備する



第3条 わたってみたいと思う橋へと整備する



## 【取組みの一例】

事業名	旧大分合同銀行整備事業（第1弾『昭和の町展示館』）
実施主体	豊後高田市観光まちづくり株式会社
実施完了時期	平成19年度
事業概要	<p>昭和の町に眠る未使用の『昭和の建築物（銀行）』を改修して、市民の方から寄贈された昭和の映画ポスターを展示。昭和の映像も楽しめるミニシアター風の設備も備え、新たな観光拠点施設として整備を行った。平成20年4月29日（昭和の日）にオープン。平成20年度の入場者数は30,939人。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>改修前</p> </div> <div style="font-size: 2em; color: red;">➔</div> <div style="text-align: center;">  <p>H20. 4. 29 OPEN 昭和の町展示館</p> </div> </div>

事業名	中央公園改修事業
実施主体	豊後高田市
実施完了時期	平成22年度（平成23年4月1日開園予定）
事業概要	<p>中心市街地に位置する中央公園について、市民、観光客双方にとって魅力のある憩いの場として、広大な芝生、3,000人規模のイベントができる野外イベント広場、小さな子どもから楽しめる巨大なコンビネーション遊具等の整備を行う。面積は2.2ha、総工費は5億8,000万円（バス駐車場、中央商店街駐車場等含む）となっている。</p> <div style="text-align: center;">  <p>「昭和」をコンセプトにした巨大な遊具</p> </div>

事業名	①桂橋道路改築事業 ②桂橋道路美化事業
実施主体	豊後高田市
実施完了時期	①平成 19 年～22 年度 ②平成 20 年～22 年度
事業概要	<p>市の中心市街地には 8 商店街があり、市内の中心を流れる桂川によって西側の高田地区に 6 商店街、東側の玉津地区に 2 商店街と 2 分されている。この高田地区・玉津地区を分断する桂川に架かる桂橋を改築・美化し、市民はもとより観光客も含め、昭和の町にマッチした「渡ってみたいくなる」橋として整備する。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <p>桂橋改修前</p> <p>新桂橋完成イメージ</p> </div>

事業名	都市福祉施設の整備に関する事業（高齢者交流施設『玉津座銀鈴堂』）
実施主体	豊後高田市
実施完了時期	平成 22 年度
事業概要	<p>高齢化が全国平均を上回るスピードで進んでいる中、高齢者のニーズに沿った中心市街地における都市福祉施設の重要性が高まっている。①いとおしく懐かしいおまち②高齢者が楽しいおまちの 2 つの観点から、玉津側の商店街における旧金融機関の建物について、現状や周辺施設との機能分担・連携状況を踏まえた上で、高齢者交流施設としての活用のあり方について検討、整備を行った。平成 22 年 4 月 1 日にオープンし、地域と連携しながら高齢者が楽しく過ごせるデイサービス事業を実施している。</p> <div style="text-align: right;">  </div> <p style="text-align: right;">H22. 4. 1 OPEN 玉津座 銀鈴堂</p>



事業名	地域雇用創造推進事業 (続・昭和のまちづくりによる“キラリ”と光る雇用創出大作戦)
実施主体	昭和の町豊後高田観光再生協議会
実施完了時期	平成 21 年～23 年度
事業概要	<p>昭和の町づくりに、新たに地域の高齢者が集うしかけづくり、農業や工業との連携も加え、中心市街地全体をその発表の場＝「ハレの場」と位置付け、そこに必要な人材の育成等、さらなる地域雇用機会の拡大を図る。さらに、中心市街地全体を経済活力創造の場として、その波及効果を市全体に広げ、市内全体としてのさらなる地域雇用の創出を目指す。</p>



人気のあるそば打ち職人養成講座

そのほかにも、昭和の町の新たな魅力ツールとして昔懐かしいボンネットバスを再生し、観光客のための周遊観光、市民のための温泉循環等の運行等の事業に対して支援を行う昭和のボンネットバス活用支援事業や、高齢者等車を運転しない方の日常生活の移動手段を確保することにより福祉・日常生活の利便性の向上を図り、地域の活性化に資することを目的とした市民乗り合いタクシー事業等が行われている。

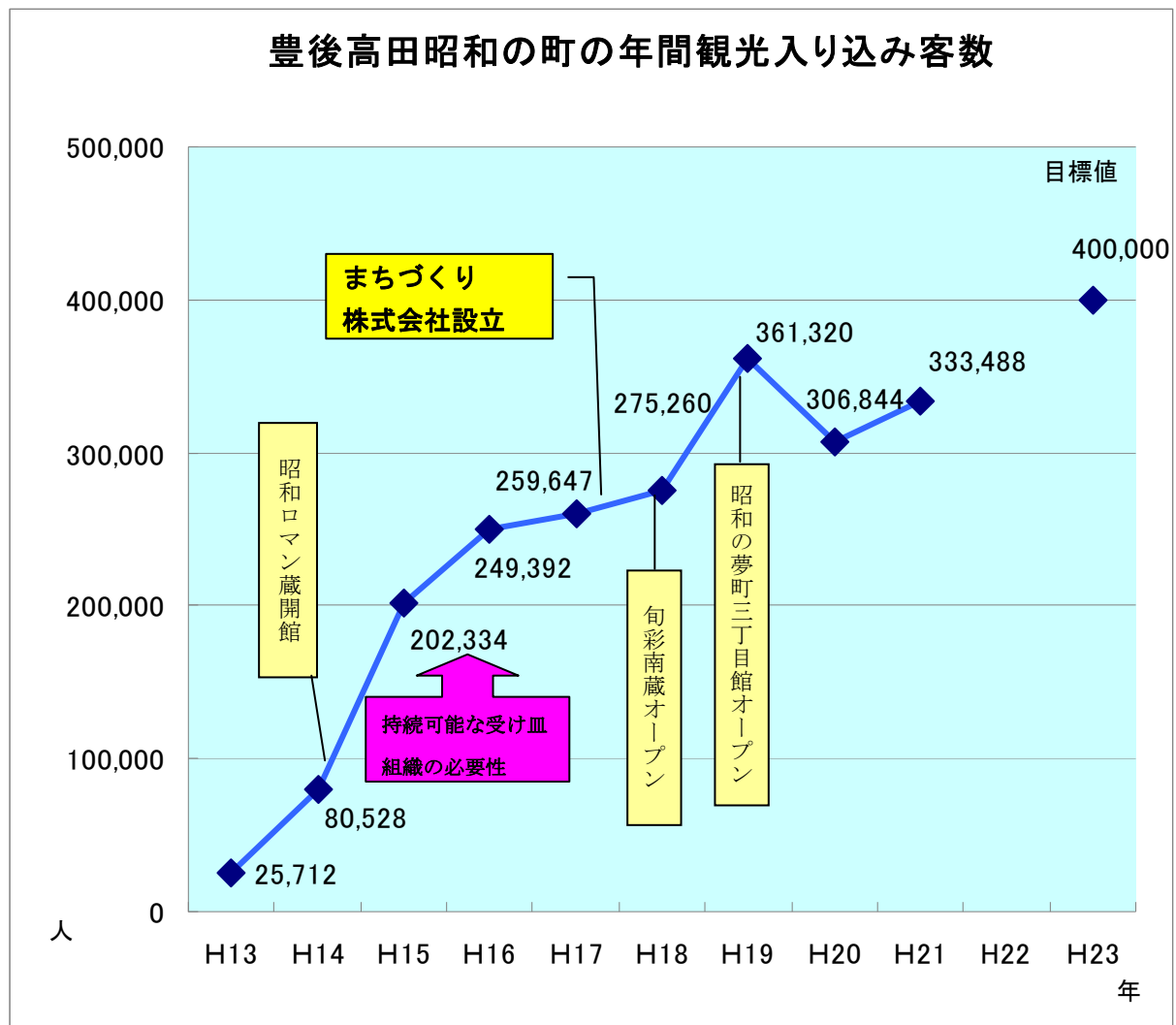


「昭和の町」を走るボンネットバス

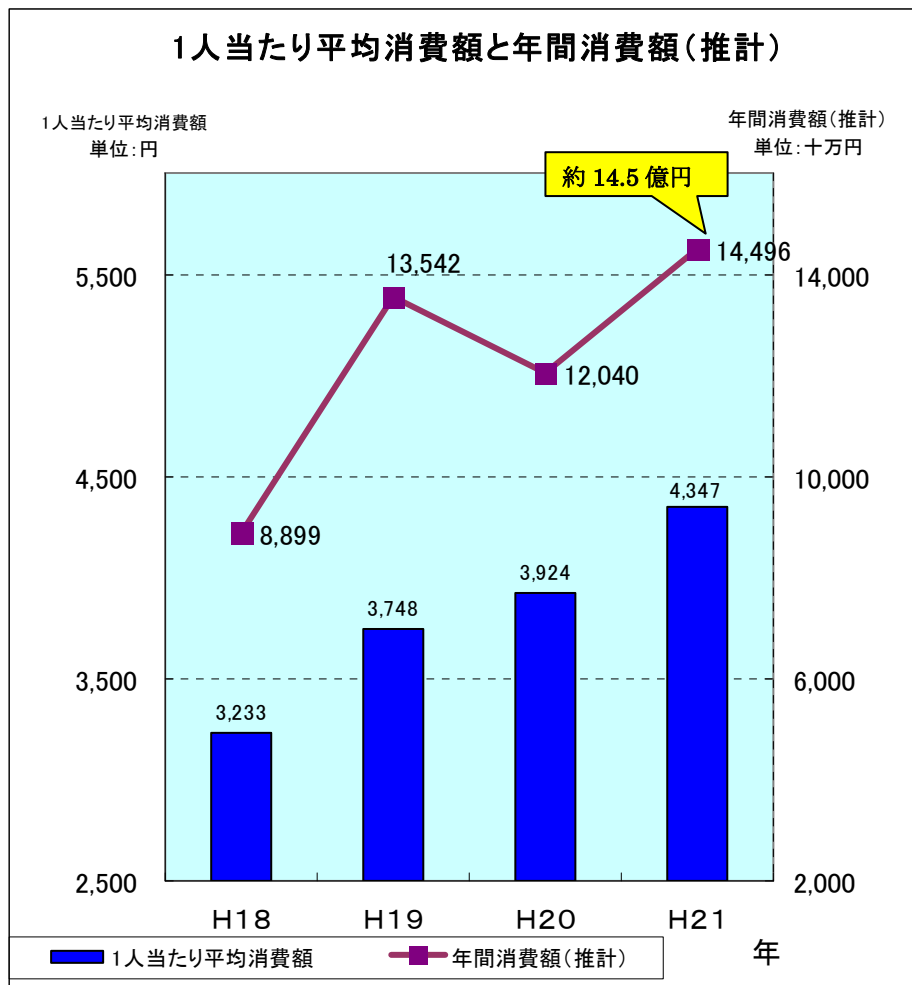
### 3 事業の効果、成果

#### (1) 交流人口の増加に伴う経済的効果

年間5万人の観光客を見込んでスタートした「昭和の町」だが、メディアに多く取り上げられたこともあり、年間観光入り込み客数は平成17年には予想をはるかに上回る25万人を超える観光客が訪れた。商店街に活気が蘇り、同時に全国から年間100件以上の視察が来るようになった。平成19年には昭和30年～40年代の民家、商店、教室を再現し、目と耳と体で感じる体感施設「昭和の夢町三丁目館」のオープンや、「昭和の日」にちなんだイベント等により361,320人に達した。平成20年はそうしたオープニング効果が落ち着いたことに加え、景気低迷の影響等により306,844人とどまったが、平成21年は再び増加に転じ333,488人が訪れており、引き続き増加基調を維持していると考えられる。



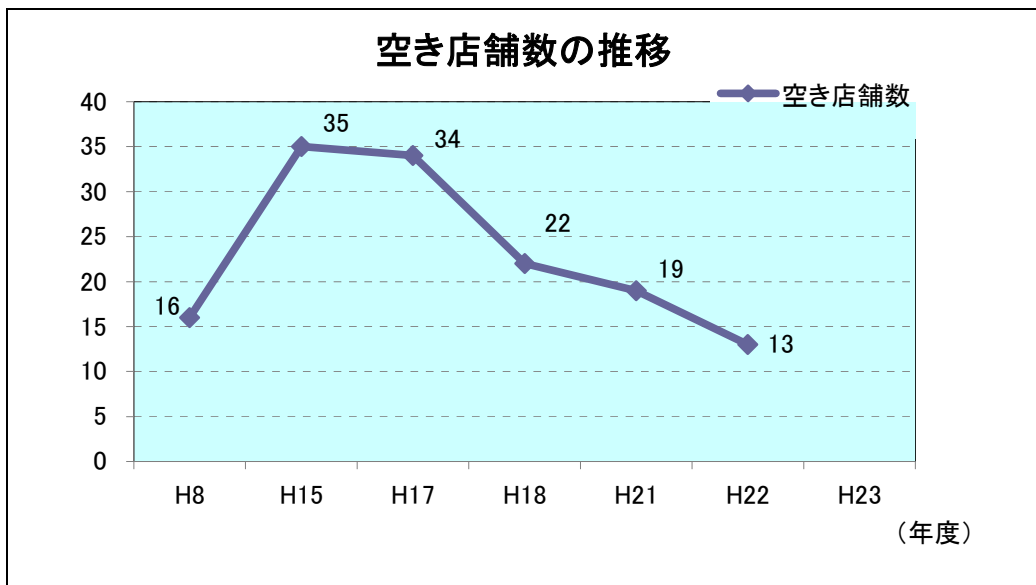
また、1人当たりの平均消費金額について豊後高田市が行った昭和の町来街者アンケート調査によると、平成18年度は3,233円であったが、平成21年度には4,347円と1,114円増加している。平成21年の観光入り込み客数に平均消費額を乗じて年間消費額を推計すると約14.5億円になる。交流人口の増加に加え、平均消費額も増加することで大きな経済的効果があるといえる。



## (2) 空き店舗減少・雇用の拡大

「昭和の町」の取り組みが始まる前は、商店街の4割近くがシャッターを下ろし、商店街の機能を失いつつあるような状況であった。空き店舗数の推移を見てみると、平成8年頃から空き店舗数が上昇傾向にあったが、平成13年の「昭和の町」オープン以降、観光入り込み客数も一気に増えた平成15年の35店舗をピークに空き店舗数が減少していることがわかる。

また、商店街が賑わいを取り戻し、約100人の新規雇用が創出されたと考えられている。豊後高田市は平成13年頃からそば作りに力を入れており、今では大分県内一の産地になっているが、乾麺を商店街で販売したものの、あまり売り上げは伸びていなかった。そこで、地域人材育成事業の活用で有名なそば処からそば打ち職人を招き、職人育成に取り組んだところ、卒業生が空き店舗を利用して手打ちそば屋を開店するに至ったという。こうした人材育成事業と、「ぶんご合鴨」「白ねぎ」「そば」等地場産品を活かした農業振興事業との連携による新たな雇用の創出も期待されている。



## 4 事業成功の要因

「昭和の町」として地域活性化に成功して10年となるが、「10年間継続してきたが、誰ひとり「昭和の町づくり」で成功したと認識していない。」と豊後高田市商工観光課観光振興推進室長は話す。昭和ブームが過ぎてもなお、地域が活性化している要因はしっかりとしたPDCAサイクルが構築されてきたからであり、以下にPDCAサイクルの視点を交え、成功要因を整理する。

### (1) 地域資源の徹底的分析 **~しっかりとしたP(計画)の重要性~**

今でこそ「昭和の町」として、全国的な観光地となっているが、この「昭和の町」という発想はもともと商店街振興の中から生まれており、このコンセプトに決定するまでには足掛け9年もの時間を要している。

中心市街地から大型店舗の移転、撤退により各店舗の売上が落ちてきている中、商店街の活性化を図るために、商工会議所が中心となり平成4年度に「豊後高田商業活性化構想」が作成された。

この内容は町全体を作り直すという、いわば大規模再開発の内容であったが、実現する資金もなく、また、その内容ではまちの個性が失われるという店主等の思いもあり、幻の計画となった。しかし、商店街を活性化させなければいけないという思いは皆、共通であり、この構想が契機となり、市、商工会議所、店主等住民の三者が一体となった町の個性を活かした活性化策を検討していくこととなる。

商店街活性化に向けた様々なイベントを開催するとともに、平成5年度から平成9年度まで5年間かけて町の歴史や埋もれた町の個性を発掘する作業（豊後高田市ストリートストーリーの作成）を実施、平成12年度に昭和30年代をテーマとしたまちづくりが可能かを検証するために、商店街の全店舗の建築年や歴史を調査する事業（商店街の街並みと修景に関する調査事業）を実施している。この調査で7割以上の建物が昭和30年代以前の建築物であることが立証され、平成12年3月に策定された豊後高田市総合計画において、商店街の活性化施策として「レトロをテーマとした街づくり」の方向性が位置づけられていった。

このように様々な現状把握や議論を重ね、初期の計画（P）がなされたことこそが、当事例の一番の成功要因である。

【昭和の町検討の歴史】

年月	実施事項
平成4年度	「豊後高田市商業活性化構想」策定するも幻の計画となる。
平成9年2月	「豊後高田“町の顔”復興シンポジウム」開催
平成9年3月	「豊後高田市市街地ストリートストーリー」作成
平成9年度	「豊後高田市商店街・商業集積等活性化基本構想策定調査事業」実施
平成11年1月	「昭和30年代商店街のまちなみ再現にかけた思いを語る講演会」実施
平成12年度	「商店街と街並みと修景に関する調査事業」実施
平成12年3月	「昭和30年代商店街のまちなみ再生シンポジウム」開催
平成12年3月	豊後高田市総合計画策定し、レトロな街づくりの方向性。

（2）本来の目的に新しい価値の付与

成功の要因として挙げられる2つ目の点は買物をするという商店街本来の目的以外に商店街を観光するという新しい価値をプラスしたことである。

商店街といえば、地元住民の台所というイメージが強く、また、商店街振興と言う視点から考えた、大掛かりなイベントを実施してもその効果は一時的なもので、観光とは無縁である。

しかし、前述のとおり、徹底した町の資源調査があり、町の特性を誰もが共有していたからこそ、新しい物に目を向けず、古い町並みが観光地化できるのではないかという発想につながっている。まさに、しっかりとしたP（計画）があってこそこの産物である。

（3）事業実施の「選択と集中」 ～明確なP（計画）は必然のD（実行）となる～

豊後高田市の中心市街地は市の中心部を流れる桂川を中心に西側6商店街、東側2商店街の8つの商店街で構成されており、いわゆる「昭和の町づくり」は西側の6商店街を中心に事業展開がなされている。



中心市街地を形成する8商店街。川を挟んで西側6商店街が「昭和の町」の中心



行政の事業実施の中で重要視されるは対象地域の平等と公平であるが、昭和の町づくりにおいても8商店街との座談会で「行政が実施する以上、すべての商店街に満遍なくやるべきではないか」という意見が聞かれた。しかし、商店街の機能を失いかけている状況及び町全体として発展していくためには、まず、メインストリートとなる部分から集中的に実施させて欲しいと市長を筆頭に職員、商工会議所全員で説明、説得し、三者で目的共有できたことがこの事業の成功要因の3つ目である。

## コラム 東側商店街のまちづくり

桂川より東側の2商店街（玉津地区）は地域の歴史を物語る寺社や官公庁や病院など地域生活に密接に関係する施設が多い地区である。

「昭和の町づくり」は桂川より西側の6商店街を中心に行われており、東側の2商店街は川で分断されている地理的条件や事業の選択と集中（前述のとおり）等もあり、西側商店街と比較してあらゆる面で格差がついている。

今回の中心市街地活性化基本計画の中で、東側商店街活性化の方向性は西側商店街の取組で得た「商店街自体に来街目的を付与する」という実績をもとに公共施設の集積や寺社等の既存ストックを活用しながら、「健康とご利益」＝高齢者が交流の場として玉津地区へやってくるための動機を新たに付与した新しいまちづくりが進められている。

「遊、食、集、交」の4つのキーワードのもと、空き店舗を活用し、囲碁・将棋、スマートボールなどができる施設の整備（遊）やデイサービス施設の整備（集）、地産地消を推進するためのそば屋や直売所の整備（食、交）等、西側のような観光というスパイスではなく、福祉というスパイスを加えた町づくりを展開している。



農産物直売所「夢むすび」オープン風景

#### (4) まち全体をマネジメントする組織の設立

成功の要因として挙げられる4つ目の点はまちづくり株式会社の存在である。

前述のとおり、もともとは商店街振興が出発点であったため、観光客の受入等は商工会議所が行っていた。毎日のように団体バスが訪れ、観光客が年間25万人を超えるようになると、団体受入や旅行代理店との調整等は本職ではない商工会議所では対応しきれない。継続的な地域活性化を推進するためには、団体受入からまちの情報発信、施設整備運営等町全体を観光拠点としてマネジメントできる組織が自ずと必要となる。

そのような背景から設立されたまちづくり株式会社は、行政、商工会議所、商店主等各組織の役割を明確なものとし、より地域全体で一体的な地域振興を可能とした。まさに必然性からのC（評価）、A（改善）である。

#### (5) 実施事業の結果分析と計画の見直し ~様々な変化へのC（評価）、A（改善）~

P D C Aサイクルで重要とされるのはC（評価）とA（改善）である。当事例においても、しっかりと行われており、それが成功の5つ目の要因である。

例えば、まちづくり三法の改正により新しい中心市街地活性化基本計画を作成する際は、詳細な分析をすることで、旧基本計画の曖昧さをできるだけ排除し、より実効性のある計画、目標へと改善が行われている。また、その評価（C）についても、定期的に行われ、適宜計画変更、修正（A）されている状況である。

様々な状況の変化や実施事業の結果をしっかりと分析（C）すると、今後、何をしなければいけないか？そして、それをどの組織が行い、いつまでに実施するのか？が明確化され、持続的な地域活性化につながっていると考えられる。まちづくり株式会社の設立もその一例であるが、行政とは違う発想、考え方、スピーディーさという民間ならではの特性をもった組織と一体的にまちづくりをすることで、毎年、新しい魅力が「昭和の町」に追加され、町へのリピーターを生んでいる。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

「昭和の町に取り組み始めた時、今の状況を誰も予想できなかったと思います。しかし、観光バスがどんどん町に入ってきて、マスコミにも取り上げられるというのを目の当たりにして、市民の意識が本当に変化してきたと思います。今では、環境部門や教育部門、市民清掃ボランティア活動等、「昭和の町」に即した形で事業や様々な取組の輪が広がっている。これは市職員として本当に嬉しいことです。」と豊後高田市商業観光課商工労政係長は話す。

しかし、持続的に発展するまちづくりに課題がないわけではない。以下に今後の展望、課題と他市区町村が水平展開するために必要なことを整理したい。

### （１）収入源の確保

まちづくり株式会社の設立により、町全体の活性化に対する推進体制は整ったが、観光客の増大につれ、それにまつわる諸経費（旅行代理店への営業活動費やパンフレット作成費等）も増大してくる。

まちづくり株式会社の収入源は、昭和ロマン蔵の運営のみである。市からの支援もこの経済状況から永年的に受けられるとは限らないし、他の補助金を活用しても短期間である。持続可能な町づくりを推進していくためには、どうしても収入源の確保が必要である。

その試みとして、商店街の街路灯に企業広告を募り、その収益をパンフレット代に充てるという実験事業「豊後高田昭和の町・ノスタルジック“昭和”広告事業」を実施したが、屋外広告物法等の関係で継続的な実施にまでは至らなかった。いかに収入源を確保するかは今後の課題である。

### （２）観光客のニーズへの対応及び広域連携の強化

市の調査によれば、「昭和の町」に訪れる観光客は成功し始めた頃、団体客と個人客の割合が6：4であったが、最近インターネットの普及や不景気による会社の親睦旅行の減少等から3：7と割合が個人客へシフトしてきている。

持続的な発展を続けていくためには、観光客の割合が変わってくれば、それに合わせた形で、多種多様に情報発信もしていかなければならず、商店主始め、地域全体が変わっていかなければならない。常に世間の動向にアンテナを張っている必要があるだろう。市としても、このような状況を踏まえ、平成23年度に既存施設も含めた施設のあり方等について調査する予定である。

また、変化と言う意味では、「昭和の町」という狭いエリアで物を考えるだけでなく、広域連携についても考えていかなければならない。豊後高田市は大分県の県北地域に属し、日本でも代表的な別府温泉や湯布院温泉までエリアとなる。こうした広域的な資源を積極的に活用することで、より持続的な発展が望まれる。

### （3）他市区町村が水平展開するためには・・・

もし、他市区町村が当事例のように、あるコンセプトで地域活性化を目指すのであれば、「共通項を皆で共有することが重要である。」と観光振興推進室長は話す。誰からも必要な中心市街地が、このままではなくなってしまうかもしれないという状況下で、行政、商工会議所、商店主そして住民が「町を残したい」という共通項を共有し、それを見失わずにこられたからこそ、これまで取り組みが続いているのであろうとのことだった。

また、商工労政係長は「市長がよく言われることは、まずはそろばんで仕事をし、必要になったらパソコンを買いなさいと。我々が気をつけなければいけないのは、どうしても先にパソコンを買おうと思ってしまう。要するに必然性の問題です。ロマン蔵の整備にしても、見る・遊ぶ・食べるというコンセプトがあったとしても、客がこないうちに食べ物屋を作っても仕方ない。そこには必ず経常的な経費が生ずる。無理をしないことです。」と話す。また、行政的な考え方（総合的、平等的感覚）も、もちろん踏まえた上で、場面によってはテーマを敢えて絞り、いかにまとめていくかが重要であるとも語る。

※写真、グラフ等のデータ提供は豊後高田市より。

（星 紀祐、佐藤大輔）

長崎県雲仙市

雲仙古湯地区の景観まちづくり

— 大正ロマンの街並みに Before→After ファサード整備事業 —

## ■事業名

### (長崎県雲仙市) 雲仙古湯地区の景観まちづくり

— 大正ロマンの街並みに Before→After ファサード整備事業 —

## ■対象地域(事業拠点)の属する自治体の概要

自治体名	長崎県雲仙市
人口(平成22年 国勢調査速報値)	47,256人
面積	206.92 km <sup>2</sup>
分野	観光
キーワード	ファサード、(町並み)整備、大正ロマン

位置図

※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成

地域特性

雲仙市は島原半島の北西部に雲仙普賢岳を取り巻くように位置し、北岸は有明海、西岸は橘湾に面している。平成17年に国見町、瑞穂町、吾妻町、愛野町、千々石町、小浜町、南串山町の7町が対等合併して誕生した市である。

漁業と農業が盛んな市であるが、小浜地区には海沿いに小浜温泉、雲仙普賢岳のふもとに雲仙温泉と、泉質の異なる2つの有名な温泉地があり、観光産業も盛んである。

## ■問題意識

全国各地の観光地や商店街では、地域の活性化や集客を目的として、景観施策が進められているが、どのような街を目指して地域の意見をいかに纏めるか等の課題がある。本事例の「雲仙古湯地区の景観まちづくり(ファサード整備事業)」は地域が主体となって雲仙温泉らしい街並みを創出し、整備後も更なるまちづくり施策にスタートしており、景観・観光まちづくりに取り組む他の自治体の一助となると考える。

### ファサードとは

建築用語で建築物の正面を意味するフランス語(façade)。正面だけではなく側面や背面、屋根など外観の構成要素を指す場合もある。建物の「顔」であり、建物内部のモノや人、意識、サービス等について外部に想起させる。また、街の雰囲気にも影響を与えるため、そのデザイン性が鍵となる。



## ■事例の概要

雲仙温泉では、宿泊施設や店舗等の老朽化などにより、街並み景観が周辺の自然景観との調和を失いつつあった。このため、雲仙温泉地区を観光地にふさわしい街並みにするため、商店街を中心に話し合いをすすめ、街づくり協定が結ばれた。この協定に基づき国や市の補助を受けて既存建物のファサード整備が行われた。

ファサードのコンセプトを「大正ロマン」とし、整備されるファサードの質を一段と高いものへと導くことを目的として、デザインを広く募集し、改装後には観光客が参加するコンテストを行い、優秀と認められた作品の提案者を表彰するという斬新な手法をとった。

## ■事例のポイント

- ① 地域の話し合いが3年間行われた結果「街づくり協定」が結ばれ、国や市の支援を受けつつファサード整備が行える体制が整えられた点。
- ② 雲仙古湯地区の歴史を踏まえ、街並みのコンセプトを「和を基調としたレトロなイメージ」とし、更に植栽を重要視した点。
- ③ デザインを公募し観光客に投票してもらうことで、地域外に雲仙の歴史やそこに暮らす人々の考え方、自然の豊かさといった情報を全国に発信するとともに、外部の知恵や意見をまちづくりに生かした点。

## ■事業の概要

地域の課題 (事業の背景、目的)	宿泊施設や店舗等の老朽化などにより、街並み景観が周辺の自然景観との調和を失いつつあった。
事業名	雲仙古湯地区街なみ環境整備事業
事業主体	雲仙市、民間
事業の概要	街づくり協定に基づき、店舗や住居、宿泊施設のファサードを整備。
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・ファサードのコンセプトは「大正ロマン」。</li><li>・整備されるファサードの質を高めるためにデザインを募集。</li><li>・改装後には観光客の投票によるコンテストを開催。</li></ul>



第1回ファサードコンテスト最優秀賞の Before→After

出典:雲仙市

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	実施主体	内容
H17年	4月	雲仙観光協会（まちづくり委員会）	街の再生について勉強会を開始し、地域アンケートを実施
	10月	小浜町が他6町と対等合併し雲仙市が誕生	
H18年	5月	雲仙商店協同組合	「全国都市再生モデル調査」に市の推薦で応募し「雲仙古湯地区再生調査」が選ばれる
H19年	10月	雲仙商店協同組合 周辺住民	雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定が締結
H20年	9月	雲仙市 雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定運営委員会 雲仙商店協同組合	第1回まちなみファサードコンテスト デザイン審査会
H21年	5月		コンテスト開催 7棟のデザインを観光客約500人が審査
	9月		第2回まちなみファサードコンテスト デザイン審査会
H22年	6月		コンテスト開催 21棟のデザインを観光客553人が審査
	11月 現在		第3回まちなみファサードコンテスト 11棟のデザインを募集中

## (2) 事業の経緯

### ① 雲仙温泉について

雲仙温泉は長崎県雲仙市の旧小浜町にある標高700mの高原に湧く日本有数の温泉地である。奈良時代に行基が開基した満明寺のもと、歴史ある門前町であり湯治場でもあった。江戸時代には雲仙地獄がキリシタン弾圧の地になるという悲劇があったが、明治維新直後より上海や香港から欧米人が避暑のために来ていた。

昭和9年には日本初の国立公園に指定され、現在でも豊かな自然が残っている。雲仙温泉は硫黄を含み高温の強酸性泉で、国立公園のためにボーリングは禁止されているが、自然湧出のみで湯量が足りている。

雲仙地獄だけではなく、街中至る所の地面の割れ目から蒸気が噴出しており、白い湯けむりと独特の匂いにつつまれた温泉情緒のある観光地となっている。



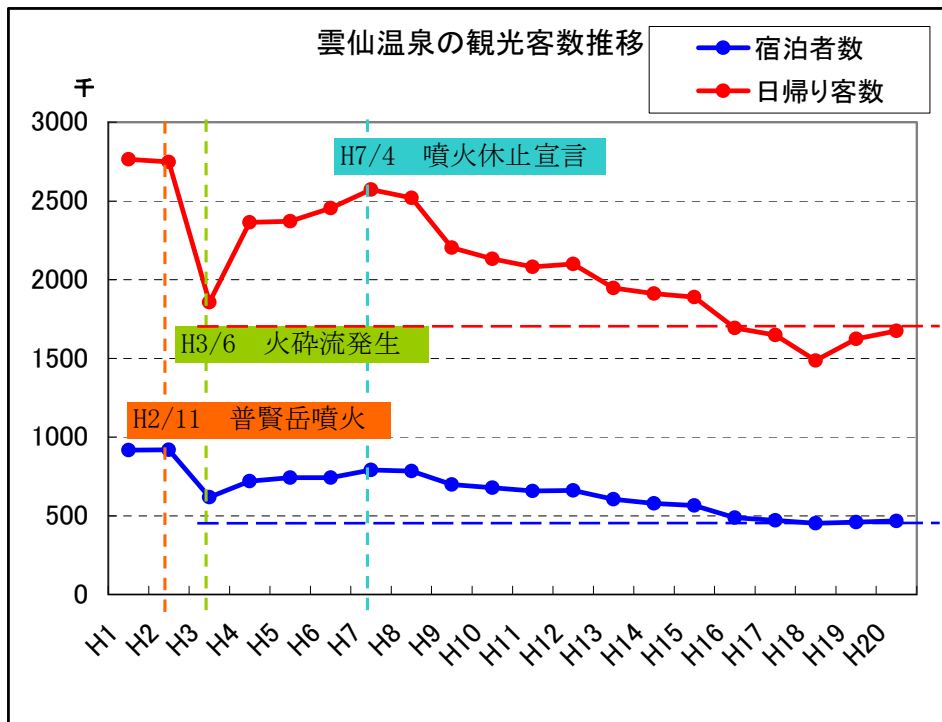
多量の湯が湧く雲仙地獄

撮影: 地方自治研究機構

## ②まちの危機

泉質も湯量も素晴らしい温泉だが、泉質のデメリットに住民は苦しめられている。硫黄を含んだ温泉ガスのために、屋外屋内を問わず金属類がすぐに劣化してしまう。電線や電柱は頻繁に交換しており、景観を考慮して地中化することもできないという。また、看板やトタン屋根などの金属類が温泉ガスのために劣化し、景観に悪影響を及ぼしてしまう。

平成2年に雲仙普賢岳が噴火し、地形上では雲仙地区は安全だったものの、風評被害のために観光客が激減してしまった。平成7年には噴火活動の休止が宣言され、観光客数は一旦回復したものの、その後は再び減少し、とうとう噴火時よりも下回ってしまった。



出典:雲仙市資料に基づき地方自治研究機構作成

だが、平成2年の噴火以前から、商店街は雲仙温泉の姿に違和感をもっていた。昭和40年代頃より宿泊者数が増加し、観光客を収容するための新しい宿泊施設や商業施設が次々と建設されるが、モルタル造りの建物で、昔ながらの街の印象と異なっていた。また、観光客数が増加する割には、まちを歩く人はおらず、団体客が観光バスでやってきて、ホテルや旅館の中で過ごし、雲仙地獄だけを見て帰ってしまう。

やがて観光の主流が団体客から個人客に転換したにも関わらず、雲仙は旧来どおり宿泊施設任せにしており、街の魅力そのものの向上に努めていなかったと地域は考えている。

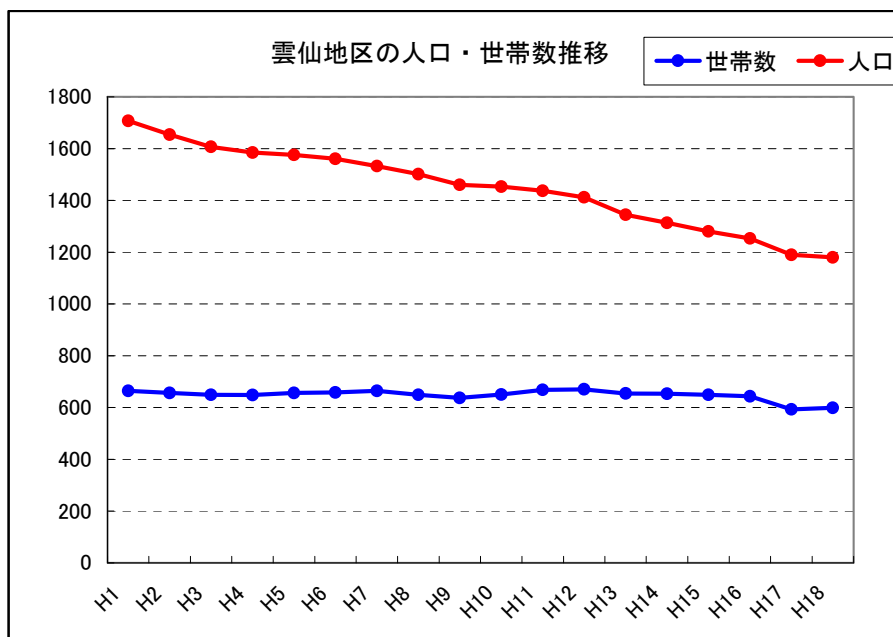
平成7年に噴火休止宣言が出されたものの観光客数は下げ止まらず、大型宿泊施設の倒産が相次ぎ、雲仙地区に住んでいた住み込みの従業員やその家族がまちを離れていった。

そして、観光事業者やその家族を相手に商売をしていた宿泊施設以外の事業者も廃業に追い込まれる、という悪循環が生まれていた。

雲仙温泉は国立公園のため、温泉街の周辺は豊かな自然が残されており、温泉以外の産業、すなわち農業や工業等を行われていない。観光地として成り立たなくなると、この地区に住み続けることはできず、住民人口の流出が止まらなると地域そのものの存続が危ぶまれる事態になってしまう。

また、地区の暗渠には温泉水が流れる湯川があるが、水路が老朽化して水害のおそれもあった。

雲仙地区で後継者が安全に住み続けるには、観光地としての再生と、湯川の整備の2つが急務だった。



古湯地区・新湯地区・寺乃馬場地区・小地獄地区・札の原地区の合計数

出典:雲仙市資料に基づき地方自治研究機構作成

### ③街づくり協定の締結に向けて

昭和 58 年に雲仙が国立公園に指定されて 50 年目の節目に「雲仙プラン 50」を策定していた。このプランは、雲仙がこれからの 50 年を生き抜くための基本構想やアイデアが盛り込まれ、行政と地域が一体となって、自然との融合、散策できる街並みづくりについて言及しているものだった。

平成 17 年の春より、雲仙商店協同組合や湯の町通りを考える会が協議や勉強会を開始した。中心になったのは商店や旅館の若手グループで、通称「7 人のサムライ」と呼ばれた。

同年 6 月には雲仙の 5 地区 600 世帯の住民を対象にアンケート調査を実施した結果、観光産業の低迷や街並み景観の悪化、廃業になったホテルの廃屋化、街なかを貫く国道 57 号線、地下を流れる湯川の氾濫のおそれなど、地域の抱える様々な問題が明らかになった。

その後、地域内でワークショップを開催し議論を重ね、雲仙古湯地区の目標を次のようにまとめた。

### 雲仙古湯地区の目標

後継者が帰ってきたくなる「足腰の強い観光産業の確立を目指した街づくり」と地区内住民の「安心・安全な街づくり」を目的に地域再生へ取り組む。

平成 18 年には内閣府の「全国都市再生モデル調査」に雲仙市の推薦で応募し、「雲仙古湯地区再生調査」が選ばれた。この調査結果を踏まえ、国土交通省の「街なみ環境整備事業」を活用に結びついた。

この「街なみ環境整備事業」には 2 つの計画がある。「地下を流れる湯川の移設計画」と「雲仙古湯地区のファサード整備計画」であり、第一弾としてファサード整備事業からスタートすることになった。

同時に、平成 18 年には国土交通省の「地域振興アドバイザー派遣」を活用し、観光地の活性化についてもアドバイスを受けた。地域振興アドバイザーは地域全体の観光振興だけではなく、商品の陳列方法や、メニューの中身など、細かなサービス内容まで店舗ごとにアドバイスした。

最終的に平成 19 年 10 月には 58 世帯が「雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定」を締結した。

#### 雲仙市雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定（抜粋）

（目的）

第 1 条 この協定は、第 5 条に定める区域内における街なみ整備に関し、必要な事項を協定し、雲仙古湯商店街周辺地区の快適で調和のとれた街なみ環境の形成と維持・向上を目指すことを目的とする。

（名称）

第 2 条 この協定は、雲仙市雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定（以下「協定」という。）と称する。

（協定の締結）

第 3 条 この協定は、第 5 条に定める区域内の土地及び建築物に関して、所有権または借地権を有する者の合意により締結するものとする。（以下協定を締結した者を「協定者」という。）

（協定の変更）

第 4 条 この協定にかかる区域及び建築物ならびに敷地に関する事項を変更しようとするときは、協定者の合意によらなければならない。

（協定の区域）

第 5 条 協定の区域は、別図に示すとおりとする。

（街並み整備の目標）

第 6 条 前条に定める区域における街なみ整備の目標は、次の各号に掲げる項目について、別表に定めるとおりとする。

- （1）建築物（建築設備を含む）に関すること。
- （2）塀、門、ガレージ等の工作物に関すること。
- （3）色彩に関すること。
- （4）その他、街並み整備に必要な事項。

2 協定者は、前項に定める内容の実現に誠実に努めるとともに、良好な街なみ環境を形成し、維持増進するために相互に協力しなければならない。



## 2 事業の内容

### (1) 事業主体

行政側は雲仙市観光物産まちづくり推進本部観光物産まちづくり推進課が主体である。地域は、雲仙商店協同組合や湯の町通りを考える会が中心だったが、平成19年10月に「雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定」が締結されて「雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定運営委員会」が発足し、現在は協定運営委員会が活動の中心となっている。地理的にも雲仙市役所は旧吾妻町にあり雲仙温泉街からは遠いため、地元が主となって活動している。

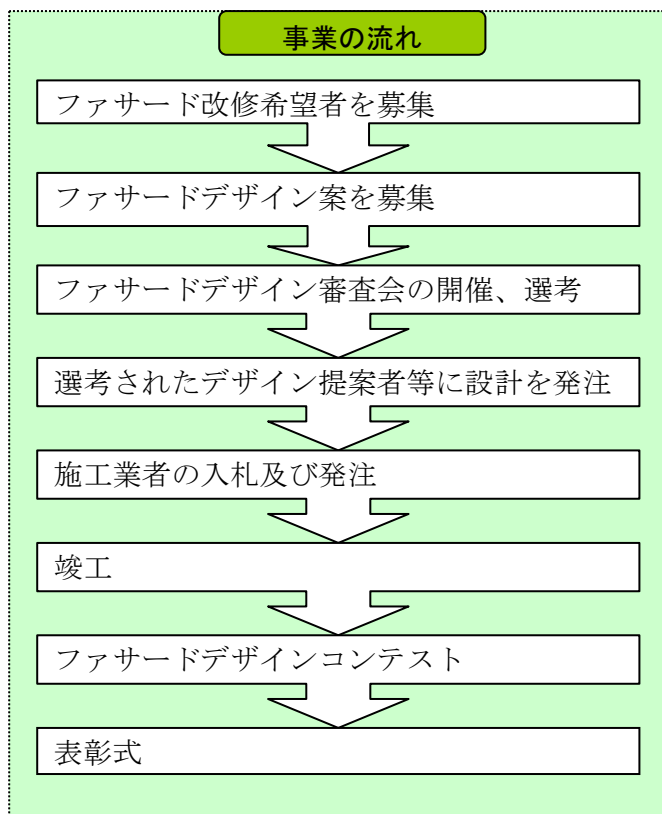
### (2) 事業費

国土交通省の「街なみ環境整備事業」を活用し、整備にかかる経費の3分の1ずつを個人、国、そして雲仙市が負担し、1棟あたりの補助対象の上限を600万円としている。つまり、600万円の整備費用がかかるケースでは、個人は200万円のみ負担し、残りの400万円は国と市が補助している。

平成20年度の事業費は4,190万円、うち国は約1,140万円、市は1,650万円を支出し7棟を整備した。

平成21年度の事業費は1億3,100万円、うち国は約4,020万円、市は4340万円を支出し21棟を整備した。

### (3) 事業の具体的内容



第1回ファサードコンテスト優秀賞の Before→After

出典:雲仙市



## ①ファサードの整備対象

街づくり協定を締結した 58 世帯のうち、毎年既存家屋の 10 棟から 20 棟を改修し、3 年間で総計 40 棟前後がリニューアルする予定である。区域は雲仙温泉古湯商店街周辺の 7.1 ヘクタール（下図）である。当初は 5 年間で順次整備する予定だったが、3 年に短縮して実施している。

### 平成 20 年度完成ファサード整備 7 棟

建築物の種類	棟数	備考
住宅兼小売・サービス業	4	燃料店、陶器店、湯せんぺい店、青果店
宿泊業	1	民宿
住宅兼食堂	1	喫茶店
その他	1	街の駅

### 平成 21 年度完成ファサード整備 21 棟

建築物の種類	棟数	備考
住宅兼小売・サービス業	7	湯せんぺい店、土産店、豆腐店、美容室ほか
個人住宅	4	
宿泊業	3	ホテル 2、旅館
住宅兼食堂	2	レストラン、スナック
小売業	2	旅館売店、ベーカリーカフェ
その他	3	バスターミナル、博物館、陶芸用焼窯

■雲仙地区案内図



■平成 20、21 年度ファサードコンテスト参加家屋位置図



出典:雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定運営委員会作成パンフレット

## ②ファサードデザインの公募

応募資格に制限はなく、建築士等の資格の有無は問わない。個人、企業、グループでの応募も可能である。当初は、雲仙市内に在住在勤、または雲仙市内（旧7町）の出身者のみとしていたが、応募者数が少ないため制限を無くしたという。

市広報やホームページのほか、建築デザインに関する情報サイトに募集記事を掲載しており、長崎県内だけではなく東京や大阪からも応募があった。

平成21年度には131点42人の応募があった。応募者の内訳は以下のとおりである。

応募者の住所地			人数	応募者の住所地			人数
九州 計 23	長崎県 計 15	雲仙市	4	大阪府		8	
		長崎市	6	東京都		3	
		大村市	3	愛知県		3	
		島原市	2	兵庫県		2	
	福岡県		7	埼玉県、奈良県、広島県			各 1
	熊本県		1	合計			42人

## ③審査会の開催

応募のあった各棟のデザイン案を、地域団体や学識経験者、行政関係者で構成された審査会で審査し、デザインの基本案を1つに決定する。審査会は公開されており、選考されたデザインの応募者には雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定運営委員会より賞金5万円が贈呈される。

第2回目の審査会のメンバー8人の内訳は以下のとおりである。

分野	所属
長崎県	長崎県土木部住宅課長
国	環境庁雲仙自然保護管理事務所 自然保護官
学識経験者	長崎県総合科学大学工学部建築学科 准教授
植栽デザイン	(株)風花 代表取締役 (雲仙市緑のプロデューサー)
建築設計	(有)大渡企画・設計 代表取締役
地域団体	雲仙商店協同組合 代表理事
地域団体	湯の町通りを考える会 会長
雲仙市	雲仙市観光物産まちづくり推進本部長

## ④設計の発注

ファサードデザイン審査会では、作品を選考するとともに、デザインについて「街づくり協定」をもとに修正やアドバイスしている。応募者が専門家であればそのままデザイン設計を発注するが、応募資格に制限が無い場合、提案者

以外の者に発注するケースもある。設計図は雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定運営委員会において最終的に審査を行い、建設会社に工事発注する。

### ⑤ コンテストの実施

竣工した建物のうち、最も優れたデザインを観光客等の投票により決定する。投票期間は、観光客が多く訪れるゴールデンウィークから6月末までの約2ヶ月間としている。建物の「Before→After」が観光客に分かるよう整備前の写真を掲出している。

平成21年度に竣工した21棟に対し、平成22年4月28日から6月末までの間に553人の投票があり、最優秀賞のデザイン1件には賞金30万円、優秀賞のデザイン3件には賞金10万円が雲仙市より贈与された。

平成22年のコンテストの投票者の住所地の内訳は以下のとおりである。

投票者の住所地		人数	投票者の住所地	人数	
九州 計 459	長崎県 計 265	雲仙市	68	東京都	16
		長崎市	60	山口県	13
		諫早市	35	広島県	12
		その他	112	大阪府	11
	福岡県	121	埼玉県	7	
	佐賀県	33	神奈川県	7	
	熊本県	30	その他、未記入	28	
	鹿児島県、大分県	各 5	合計	553	

**第2回 ファサードコンテスト 投票受付開始!!**

雲仙温泉まちなみ

日本の創立会館として日本を代表する西園地「霧ヶ峰リゾート」地、雲仙温泉。そのまちなみ景観と、周辺の自然景観との調和を目的として、建物の改修（ファサード整備）を行っています。平成21年度に7棟、22年度は21棟が完成しました。23年度に完成した21棟のうち、最も優れたデザインへの投票受付を開始します。

**Before** → **After**

改修事例

**投票要領**

※「ファサード」とは建築物の正面という意味です。

裏面の地図を参照して、備え付けのスタンプを押しながら、対象の建物を5棟以上ご覧いただいた後、裏面の投票用紙に住所・氏名・連絡先を記入して街の投票箱に投入してください。(粗品抽選)

投票者全員を対象に抽選で特賞3本(ヘアサロン等)、それぞれの建物所有者からも抽選で各5名様(合計105名様)に原品が贈られます。この機会にぜひご参加ください。

**投票期間** 平成22年4月28日(水)～6月30日(水)の午前9時から午後5時まで

**投票場所** 雲仙温泉「街の駅」

**主催** 雲仙市 **協賛** まちづくり運営委員会

【お問い合わせ先】 雲仙市役所 観光物産まちづくり推進本部 観光物産まちづくり推進課  
〒859-1107 長崎県雲仙市吾妻町牛口名714番地 TEL:0957-38-3111(内線2624)

**ファサードコンテスト対象建物**

1 加藤邸 2 古賀邸  
3 ホテル東洋館  
4 吉田邸  
5 おもちゃ博物館  
6 雲仙温泉「街の駅」  
7 本多屋酒店  
8 湯元ホテル  
9 いわき旅館  
10 いわき旅館売店  
11 中田商店(土産の里 中田)  
12 広瀬商店(雲仙 自休庵)  
13 農鉄バスセンター  
14 内長邸

・地図に示している21棟が、コンテストの対象です。  
・ご覧になった各建物の番号(備え付けのスタンプ)を下向きに押しつけてください。  
・5棟以上スタンプが集まったら、☆雲仙温泉「街の駅」で投票できます。粗品を運ばないでください。  
・改修した建物は、街の駅にも写真を展示しています。  
・投票いただいた方全員の中から抽選で、108名様に賞品があります。

スタンプ欄

改修した21棟のうち、一番良いと思われるものの番号を右の□に記入してください。(※1～21の全建物対象となります。)

お名前 住所  
お職 電話番号

コンテストの感想など自由にご記入下さい。

ファサードコンテストのパンフレット 出典:雲仙市





#### 雲仙街の駅の Before→After

平成 19 年に雲仙商店協同組は空き店舗を購入して「街の駅」を整備した。購入費の半額は雲仙市の補助である。1 階はインフォメーションコーナーと休憩所があり観光交流の場になっており、2 階は各種団体の会議や地区住民の集会所に活用されている。第 1 回のファサード整備事業により外装もリニューアルした。

出典:雲仙市

#### (4) 事業の特徴

このファサード整備事業の特徴は、雲仙古湯地区の歴史を踏まえ、街並みのコンセプトを和を基調としたレトロなイメージにし、デザインを公募し、更に植栽を重要視している点である。

雲仙古湯地区は自然公園法の第 2 種特別地域に指定され、「雲仙天草国立公園雲仙地域管理計画」により、周囲の自然環境と調和することが大前提となっており、屋根の色や形状、勾配、外壁の色などが規制されているほか、文化財保護法による「特別名勝」にも指定されている。

これらのルールを守りつつ、雲仙古湯地区らしい街並みのコンセプトについて住民の総意をまとめることが課題となった。山口県柳井市の江戸時代の商家が並ぶ「白壁の町並み」や、大分県豊後高田市の「昭和の町」、大分県日田市の豆田町など、全国の景観まちづくりの先進地を視察し、雲仙温泉ならではの街並みを探ったという。

雲仙古湯地区は、歴史ある門前町であり湯治場でもあったが、明治維新直後より上海や香港から欧米人が避暑のために来ており、伝統的な和の文化を大切にする一方で、新しいもの好きな雰囲気があるという。

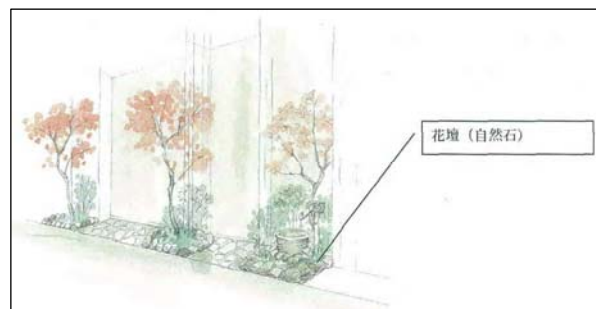
そのため、「和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）」をファサード整備のコンセプトに採用したという。

平成 19 年 10 月に締結された「雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定」では「修景基準」が以下の通り定められている。

雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定「修景基準」

項目		景観基準
建築物の 高さ	高さ	近隣と調和する高さとする。
	庇（ひさし）	可能な限り道路沿いの部分の 1 階に庇をつける、またはアーケードとする。
建築物 の形態	屋根	勾配に配慮した傾斜屋根とする。
	壁面	できる限り壁面の位置をそろえる。木・石・漆喰などの伝統的素材又はそれらと調和するものとする。
	開口部 （窓・戸など）	住宅は和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）と調和するものとする。 店舗は和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）と調和するデザインとする。
工 作 物 等	堀	木・石・漆喰・瓦を使用するなど、和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）に調和するものとする。
	門	和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）に調和するものとする。
	ガレージ	和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）に調和するデザインとする。
	看板	看板は壁面に平行に設置するものとする。 （色・形・大きさ等は環境省の規定によること）
色彩		落ち着いた色調とする。
植栽		地区内の統一感と調和を図るものとし、道路に面する部分には可能な限り植栽スペースを配置するものとする。花壇の縁石や石積みは可能な限り自然石仕上げとする。また、2階部分の窓下等についてもプランター等を設置し、花や植木の植栽に努めるものとする。

和風建築を基調として一部に洋風を取り入れた様式（いわゆる大正ロマンなど）の建物とは、下図にあげている枠書きの特徴を備えたものである。認定の基準は、これらの特徴またはこれと同等のものを可能な限り多く含むこととする。植栽も下記のイメージとしている。



出典：ファサードデザインコンテスト募集要項

「雲仙天草国立公園雲仙地域管理計画」では修景植栽に用いる植物は、当地域に自生する植物と同種の植物とすることとし、計画の「郷土産樹木リスト」に選定されている植物を基本的に用いており、自然に囲まれた雲仙にふさわしい景観になっている。パンジーやチューリップなどの外来種は見当たらず、雲仙の「市の木」であるヤマボウシやヤマアジサイなどが植えられている。植物の選定や植栽方法については、ファサードデザイン審査会の審査員で雲仙市緑のプロデューサーでもある石原和幸氏がデザインし、環境省雲仙自然保護管理事務所がアドバイスしている。

道路と建物の間に緑があることで、人工物の間にワンクッションが入って雰囲気 が和らぐとともに、街の周囲の自然と調和し、街並みに落ち着きを与えている。

また、季節感があり四季の移り変わりとともに街並みも変化し、植物の成長とともに街並みも成長することができる。



植栽は郷土産種と同種の樹木 撮影: 地方自治研究機構

ファサードデザインの質を一段高いものにするため、コンテスト方式にすることを提案したのは雲仙市観光物産まちづくり推進課だったそうだ。長崎市の新地中華街での同種の事業を参考にしたという。完成した各棟は、街並みとしては統一されつつも、少しずつデザインが異なり個性的で見た目にも楽しめるものになっている。

デザインを公募し観光客に投票してもらうことで、地域外に雲仙の歴史やそこに暮らす人々の考え方、自然の豊かさといった情報を全国に発信するとともに、外部の知恵や意見をまちづくりに生かすことができる。この事業をきっかけに、自分たちが外部の人々に見られている、評価されているという意識が地域に生まれたそうだ。



### 3 これまでに生じた課題

当初は国土交通省の「まちづくり交付金」を活用し、街並みだけではなく地区内の課題を解決するために全ての事業を同時に実施する予定だった。交付申請のため、小浜地区や福岡県の国の事務所に何度も勉強会に行ったそうだ。

しかし、この交付金の申請が難しくなり、このままでは振り出しに戻ってしまうのではないかと地元は不安に駆られたという。この時期が一番この事業の存続が危ない時期だったそうだ。この空白期間は長崎県の商店街活性化資金で話し合いを繋ぎ、諦めずに事業存続について検討していたという。

平成 18 年には内閣府の全国都市再生モデル事業調査に雲仙市の推薦で応募し、雲仙古湯地区再生調査が対象に選ばれた。この調査結果を踏まえ、国土交通省の「街なみ環境整備事業」を活用することができた。

しかし街なみ環境整備事業はまちづくり交付金より金額が小さく、「温泉街を通る国道 57 号線の迂回路計画」「地下を流れる湯川の移設計画」「廃業した宿泊施設と空地の整備計画」そして「雲仙古湯地区のファサード整備計画」の事業を同時に進めることができず、どれを事業化するか地域は選択を迫られた。

協議を重ねた結果、まず観光地としての再生を優先するため、街並み景観の整備から始めることに決めたそうだ。経済的な基盤と将来性が無いと次に進むことができないという理由からだ。

平成 22 年からは湯川の整備を行い、観光客がまちを巡回できる水場づくりがはじまる。観光客に温泉街を歩いて楽しんでもらい、滞在時間を伸ばすことを狙っている。



湯川・散策路整備イメージ図



出典:雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定  
運営委員会作成パンフレット

## 4 事業の効果、成果

コンテストと同時に実施したアンケートでは「街並みの落ち着いた雰囲気が良い」「1軒1軒楽しみながら街を歩くことができた」といった街並みに対する感想だけではなく、「発展や街の人の意気込みが感じられる」「街全体の取組に感動した」「旅人でも街に参加できている気分になれる」など、事業そのものやまちづくりに対する感想も寄せられた。

コンテストの節目で地元のマスコミが取り上げたおかげで、県内からの観光客が増加し、各店舗の売り上げが増加したという。街歩きを楽しみながら写真を撮る観光客がみられ、まちづくりの視察にも全国から訪れているという。

また、外観が変わるだけでなく、建物内で提供するサービス内容を見直す契機となりメニューが変化した店舗や、後継者がUターンしたケースもあるという。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

将来的には「雲仙古湯商店街周辺地区街づくり協定運営委員会」をまちづくりNPOに発展させ、独自の事業を実施して資金面でも活動面でも充実させたいと考えているという。国土交通省の「住まい・まちづくり担い手事業」平成22年度支援対象団体に協定運営委員会が選ばれ、活動資金やアドバイザーの派遣などの支援を受ける予定である。

また、昭和58年の雲仙プラン50から25年を経た平成22年より地域と行政が一体となって「雲仙プラン100プロジェクト」に取り組んでいる。プロジェクトのメインテーマは「今から25年後、国立公園指定100周年を迎える時、どんな雲仙になりたいですか？」であり、「雲仙温泉・島原半島に住む人も、働く人も、訪れる人もみんな元気になれる雲仙！」「国立公園雲仙の再生！」を目指して活動をスタートしたところである。

平成21年8月には日本初のジオパークに島原半島が選ばれ、雲仙温泉もジオサイトとなった。島原半島が一体となって、自然を楽しみ、自然を学び、自然の恵みを味わう滞在型の観光地を目指そうとしており、半島の中心にある雲仙温泉は地の利を生かして観光の拠点になるよう地域をあげて取り組んでいる。

### ジオパークとは

「ジオ」は地形や地質を意味し、「パーク」は公園を意味します。よって、ジオパークを日本語にすれば「大地のなりたちや地形、地質をテーマにした自然公園」の一種と言えます。あたかも、地域全体を一つの「自然の博物館」に、そしてそこに含まれる自然景観（地形）、地質、動植物といった自然環境、そしてそれらを利用した人々の暮らし、歴史、文化を「展示物」と見なした、テーマパークの様なものです。国立公園や国定公園などは、自然の景観や環境、およびそこに住む動植物を保護するために制定された自然公園ですので、ジオパークもこれらの仲間です。ただし、ジオパークは、自然景観や地質の保護・保全が対象になることはもちろん、それらを利用した人々の暮らしや産物、歴史も対象になります。普通の自然公園に比べて、対象となる範囲が幅広い、という点が大きな特徴です。

（島原半島ジオパーク HP より <http://www.unzen-geopark.jp/>）

国内では、洞爺湖有珠山、糸魚川、山陰海岸そして**島原半島**の4地域が世界ジオパークに認定されている。ジオパークの中で、特に見所となる場所を「ジオサイト」と呼び、雲仙温泉も主要なジオサイトの1つである。

## 老舗温泉旅館がベーカリーカフェに Before→After

平成22年4月にオープンしたベーカリー「かせやカフェ」。自前の源泉を持つ老舗温泉旅館「かせや旅館」だったが、4代目の高橋浩次さんがファサード整備事業をきっかけに新装オープンした。



整備



第2回ファサードコンテスト優秀賞受賞

出典:雲仙市

自宅兼旅館の真下に湯川（温泉水）が流れていたため、高温かつ強酸性の蒸気で基礎構造がひどく傷み、ギンギンと鳴ることもあったという。7年前には湯川の陥没事故が発生し、他県の旅館では温泉から発生する硫化水素ガスで事件も発生したため、安全検査を何度も行わなければならなかった。2回目のファサード整備事業に申し込んだ際には、温泉旅館として改装しようとしたが、事前調査の結果、安全性に問題があり、改装は無理だと判断したという。しかし新築で再び旅館業を営むには億単位の資金が必要だった。

雲仙温泉は、江戸時代にはキリシタン弾圧の地であり明治以降は欧米人の避暑地としても栄え、その歴史的背景から外国人旅行者が多い。日本らしい温泉旅館の雰囲気を楽しむため旅館には連日のように外国人旅行者が宿泊していた。東京のレストランで働いておりUターンして旅館を継いだ高橋さんは、外国人旅行者のために自家製のパンを朝食に出していたという。



旅館時代から焼いていたパン



もともと雲仙温泉には製パン店が無く、13キロ離れた海沿いの小浜温泉まで車で行くしかなかったため、温泉街で競合しないパン店に事業転換することを決断したという。パン店にすれば観光客だけではなく、地元の人々もターゲットにできる。また、東京でのレストラン勤務経験を生かしカフェも営業することにした。



貸切入浴できる温泉もある。50分 1,500円で、多い日には4~5組が温泉を楽しんでいるという。



旅先で気軽に使えるパソコン

旅館時代より、旅先でもメールをチェックできるようにパソコンを1台開放しており、外国人に好評だったため、リニューアル後も設置した。また、店舗の外には無料の足湯もつくるなど、観光客が街歩きを楽しむ仕掛けをした。

雲仙らしさをアピールするため、地元の素材を使ったオリジナルパンも作っている。雲仙地獄で蒸した卵をパンでくるんだ「雲仙ばくだん（右下写真）」が人気という。その他にも、雲仙市北部の国見地区の特産である竹輪をつかった「ちくわパン」もおすすめとのこと。

その大胆な事業転換はマスコミでも取り上げられている。周囲からは「よく決断したね」と言われるが、旅館からパン店に変えたことは自分にとっては自然の流れだった、と高橋さんは話す。



店舗前には無料の足湯



撮影: いずれも地方自治研究機構

(渡辺 真千子)





鹿児島県薩摩川内市

アートを活用した離島振興

— 『甌島に未来を！』進化し続ける現代アート展覧会 —

## ■事業名

(鹿児島県薩摩川内市) アートを活用した離島振興

— 『甑島に未来を！』 進化し続ける現代アート展覧会 —

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名 鹿児島県薩摩川内市	<p>位置図</p> <p>国土地理院承認 平14総研 第149号</p> <p>※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成</p>
人口（平成 22 年 国勢調査速報値）	
99,558 人	
面積 683.50km <sup>2</sup>	
分野 観光	
キーワード	
アートによるまちづくり、協働	

## 地域特性

薩摩川内市は平成 16 年 10 月 12 日に川内市、樋脇町、入来町、東郷町、祁答院町、里村、上甑村、下甑村、鹿島村の 1 市 4 町 4 村が合併し誕生した。薩摩半島の北西部に位置し、南は県都鹿児島市といちき串木野市、北は阿久根市に隣接する本土区域と、上甑島、中甑島、下甑島で構成される甑島区域で構成されている。

東シナ海に面した変化に富む白砂青松の海岸線、市街部を悠々と流れる一級河川「川内川」、藪牟田池をはじめとするみどり豊かな山々や湖、地形の変化の美しい甑島、各地の温泉など、多種多様な自然環境を有している。

## ■調査にあたっての問題意識

アートを活用した観光振興事業は全国各地で見られるが、予算規模や事業に携わる人員数等の条件は各地で異なる。成功するための本質的な要因とは何か。

人は感動するともう一度訪れたいと思う動物である。感動は、「アート」「自然環境」といった観光資源や、ホスピタリティ精神あふれるサービスに触れたときに起こるものである。重要なことは地域住民が自分たちの文化、営みに誇りをもち、自分のできることを進んでやるという姿勢であり、どのように地元への愛着心を醸成していくのか、また自治体はどのような関わり方をしていくべきかがポイントとなる。

## ■事例の概要

薩摩川内市甕島では、現代アートで島の魅力を掘り起こし、新たな価値を見出すことを目的として、平成16年から全国各地のアーティストが島の空き家や空き倉庫を活かした作品の滞在制作、展覧会を行う「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITIONが開催されている。平成21年に自治体総合フェア2009「第1回活力協働まちづくり推進団体表彰」でグランプリを受賞。観光客、交流人口の増加だけでなく、住民や島出身者の地元への誇りが醸成されてきており、コミュニティ活性化にも貢献している。同時に島固有の伝統芸能や景観を守り、子供たちへ伝えたいという思いが込められた音楽祭や町並み再生プロジェクトも展開されており、今もなお確実に前進し続けている事例である。

## ■事例のポイント

- ①情熱が人を動かす
  - ・地域住民の地元への愛着心、誇りの醸成
- ②自治体との「協働」のあり方
  - ・行政に頼りきらないことが、事業を継続する自信に繋がる
- ③外部からの評価で高まるモチベーション
  - ・グランプリ受賞やマスコミ報道等外部からの評価を受けて深まる連携

## ■取り組みの内容

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 甕島は、少子高齢、過疎や地域経済低迷などの問題を抱えている。</li><li>・ 地域に内在する独自の文化や価値を掘り起こし、アートを媒体にその魅力を高めることで地域再生の道筋を目指す。</li></ul>
事業名	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION
事業主体	KOSHIKI ART PROJECT、地域住民
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 島全体を展覧会場としたアートプロジェクトを実施</li><li>・ 町並み再生事業や屋外音楽祭なども同時開催</li></ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 空き家や空き倉庫を活かした滞在型制作活動、展覧会</li><li>・ 同じ思いを持った人たちの枠組みがもたらす島内外の交流</li><li>・ 町並み再生事業等他事業への展開</li></ul>



制作活動の様子



玉石垣再生の様子

「薩摩川内市HP」より

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	内容
H16年	8月	「甕島で、つくる。」—十五人の展覧会—開催
H16年	10月	1市4町4村が合併し、薩摩川内市が誕生
H17年	8月	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION 2005 開催
H18年	8月	島内でアート作品の滞在制作のみ実施、展覧会は開催せず
H19年	8月	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION 2007 開催
H20年	8月	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION 2008 開催 町並み再生活動「たまいしプロジェクト」始動⇒玉石垣再生工事実施 第1回じょうやま音楽祭始動 スペイン・バルセロナ大学の学生アーティストが参加
H21年	7月	自治体総合フェア 2009「第1回活力協働まちづくり推進団体表彰」でグラ ランプリを受賞
H21年	8月	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION 2009 開催 薩摩川内市の協力を得てバスツアーを開催 第2回じょうやま音楽祭開催 玉石垣再生工事実施
H22年	8月	「甕島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION 2010 開催 甕島ナイトツアー等を実施 箱三味線復興事業始動 第3回じょうやま音楽祭開催

## (2) 事業の経緯

### ①空き家は「人がいなくなる」象徴

甕島の人口はおよそ6,000人。65歳以上の人口が4割を超え、10歳代は全人口のほぼ1割と非常に少ない。また、島には高等学校がないため、「15の島立ち」といって中学を卒業すると同時に多くの子どもたちが親元を離れて本土で生活することを余儀なくされる。

地域経済の低迷や雇用の問題もあり、甕島に戻る人、新たに移住する人が少ない状況が続く。空き家や空き倉庫が増えていき、それは人がいなくなるという象徴にほかならなかった。

### ②現代アートで甕島を元気に

当時、東京造形大学の学生であった甕島出身の平嶺林太郎氏（KOSHIKI ART PROJECT 代表）は、島の大切なものが失われていく光景を目にしながら、この

ままではいけないと感じていた。平成 15 年に新潟県で開催された「大地の芸術祭～越後妻有アートトリエンナーレ～」へ足を運んだことをきっかけに甬島をアートで元気にしたいと決意。翌年 1 月の成人式の壇上で「私には今、大きな夢があります。それは、甬島全域で国際的なアートフェスティバルのきっかけを創る事です。」と宣言。同年 8 月に学生 15 人を甬島に連れて来て滞在制作、展覧会「甬島で、つくる。」—十五人の展覧会—を開催した。

### ③ 継続と進化

以降、毎年試行錯誤を繰り返しながら事業を継続。平成 20 年には町並み再生活動「たまいしプロジェクト」と島の文芸復興を目指した「じょうやま音楽祭」も同時に展開した。また、同年スペインのバルセロナ大学の学生アーティスト 4 名の参加もあり、徐々に外部からの注目も高まっていく。平成 21 年 7 月には、地域住民が真に豊かさを実感できる魅力ある地域社会の実現を図ることに貢献しているプロジェクトとして自治体総合フェア 2009「第 1 回活力協働まちづくり推進団体表彰」でグランプリを受賞。

薩摩川内市との連携も強めながら、平成 22 年には、来場者に甬島の夜空も楽しんでもらおうと新たに甬島ナイトツアーを催すなど、今もなお前進し続けている。

#### 越後妻有の「大地の芸術祭」

「大地の芸術祭」は、新潟県越後妻有地域（十日町市・津南町）の野外を中心に数百点の作品を展示した現代アートの芸術展。地域全体の集落、空き家や廃校を舞台に作品を展開し、世界でも類を見ない規模と質を持った国際芸術展である。実行委員会を中心に、アーティストと地元住民、ボランティアの協働により 2000 年から 3 年に 1 度開催するトリエンナーレ方式で開催している。一部の作品は会期終了後も展示されており、会期外でも鑑賞することができる。

棚田などの田園風景や美しい里山が残る地域全体にアート作品を散在させ回遊してもらうことにより、作品を楽しむと同時にこの地域の自然の豊かさ、歴史や文化、住民と触れ合う機会が生まれ、芸術祭の魅力となっている。

2000 年の第 1 回～2006 年の第 3 回展までは新潟県の補助事業として開催、2009 年は十日町市、津南町の自主事業として開催。1 回当たりの開催事業費は約 4～6 億円程度。来場者数は第 1 回展：162,800 人、第 2 回展：205,100 人、第 3 回展：348,997 人、第 4 回：375,311 人となっている。

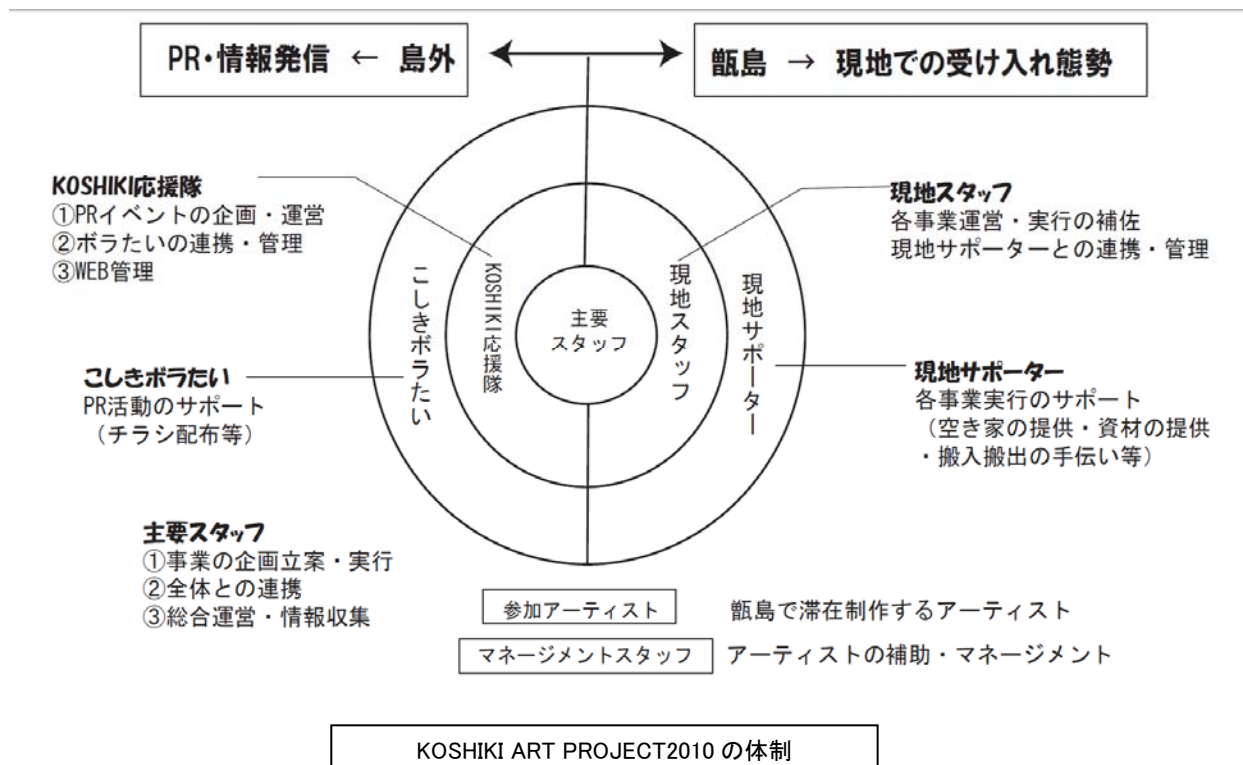


田中信太郎『○△□の塔と赤とんぼ』  
「大地の芸術祭の里 2010 ホームページ」より

## 2 事業の内容

### (1) 事業主体

事業主体である KOSHIKI ART PROJECT は、事業の企画立案・総合運営を行う「主要スタッフ」、甑島内で各事業運営・実行の補佐を担う「現地スタッフ」、空き家や資材の提供・搬入搬出の手伝い等を担う「現地サポーター」と、島外にてPRイベントの企画・運営やWEB管理を行う「KOSHIKI 応援隊」、チラシ配布等PR活動のサポートをする「こしきボラたい」という『枠組み』で構成されている。



### (2) 事業の具体的内容

#### ① 「甑島で、つくる。」 KOSHIKI ART EXHIBITION

世界・全国各地の美術学生や若手アーティストらを招き、甑島で約1か月間共同生活をしながら滞在制作を行い、島全体を展示会場とした展覧会を行うプロジェクトである。(平成18年は滞在制作のみ実施、展覧会は開催せず。)

作品に地元の漁師が使う網や漂流物が使用されたり、共同生活、制作活動、展覧会場として島内の空き家や空き倉庫、廃校になった校舎等が利用されることから、参加アーティストも、関わった地域住民や来場者もアートという視点を通して島の現状、島民の暮らしや文化を感じることが出来る活動である。



【作品の一例】



「in.out.」 in.out.project



「Laboratory」 青木真莉子



「White Painting」 上原耕生

## ②町並み再生活動「たまいしプロジェクト」

甕島には、先人が厳しい自然環境から家屋を守るために、丸みを帯びた玉石を高く積み上げて造られた玉石垣の景観が残されている。子どもたちに誇りあるふるさとの風景と、そこに生きた島人たちの物語を伝えたいという思いから、玉石垣やそれらを含む建築群などの集落景観を守り、育てることを目的としたプロジェクトである。今では玉石垣の造り方を知る人も減ってきているが、平成20年、平成21年に知る方の指導のもと、学生とも協働し玉石垣再生工事を実施した。

なお、修復された玉石垣を含む上甕島里町の玉石垣の風景は、平成21年に国土交通省から「島の宝100景」に選定されている。

## ③じょうやま音楽祭

戦没者慰霊碑の立つ上甕島の亀城跡、通称「じょうやま」にて開催される音楽祭。「じょうやま」を平和の象徴として、島の先人たちの想いを音楽と子どもたちのメッセージに載せて届けている。

また、「ゴッタン」と呼ばれる甕島に伝わる箱三味線の復興や、島唄を未来へ引き継ぐために復活させる活動にも取り組んでいる。



再生された玉石垣



じょうやま音楽祭の様子

### 3 事業成功の要因

#### (1) 情熱が人を動かす

当事業は1人の青年の熱い思いから動き出したプロジェクトである。しかし、当初は今ほどアートを活かした観光振興事業が盛んなわけでもなく、島の人に馴染み深いものとは言えない状況であった。平嶺氏は一軒、一軒空き家の所有者を周り、甕島に対する熱い思いを伝えていく中で協力してくれる方を見つけていったという。参加アーティストも約1か月の間、交通費や家賃補助といったものは無くても平嶺氏と共に甕島に駆けつけた。ほぼ無償であっても、甕島で滞在制作を行い、展覧会を開くことの意義を感じている熱い情熱を持ったアーティストが今も訪れている。

スタッフもボランティアも当事業に携わる人全員が甕島を愛し、心から甕島をもっと元気にしたいという共通の目標と情熱を持って関わっている。

最近では、甕島の出身者か否かを問わず、島の内外から KOSHIKI ART PROJECT に携わり、甕島のことを一緒に考えてくれる人が増えた。今後もそういった人たちとの窓口の役割を担いたいとプロジェクトのメンバーは語る。

この熱い情熱が事業成功の一つの要因である。

#### (2) 自治体との「協働」のあり方

当事業と薩摩川内市の関わり方について、平成20年に薩摩川内市が「こしきアイランドキャンパス」という助成金制度を設立。これは、高校のない甕島を大学・短大生の学外活動の場として提供し、甕島の有する豊かな自然や文化を理解してもらうとともに、交流人口の拡大やU・I・Jターンの促進を図る目的で作られた。KOSHIKI ART PROJECT も平成20年、21年とこの制度を利用して運営していた。

また、平成22年には薩摩川内市の独自予算で作られた補助金制度を利用して運営している。事業開始当初から平嶺氏は薩摩川内市（当時は里村役場）に相談していたが、条件が合う補助金等の制度がなく、これまで地域住民の寄付金や他の財団からの助成金、作品展示場のマップや物販売上金等で賄ってきた経緯がある。

また、薩摩川内市も機材や公民館の提供や、薩摩川内市職員が運転するアートと観光の巡回バスツアーを運行するなど、財政面だけでないサポートを行ってきた。

財政的に非常に苦しい中で事業を継続することは容易ではなかったが、その中で試行錯誤してきた結果が、行政の補助金だけに頼ることなく、自主財源も確保しながら運営し、真に官民一体となった「協働」を目指していく姿に繋がっている。

#### (3) 外部からの評価で高まるモチベーション

事業を始めてから何年かは、現代アートというものに無縁だった住民も多かったため、夏になると島外から学生がやってきて、ワイワイやっているとした映らなかった。一部では「若者が騒ぎすぎてうるさい。」といった声も聞こえたという。

しかし、試行錯誤しながら事業を継続していく中で、平成 20 年にスペインのバルセロナ大学からアーティストが参加することになり、マスコミからも大きく取り上げられた。マスコミに取り上げられることで一気に住民の認知度も上がった。

そして、平成 21 年に社団法人日本経営協会が主催する自治体総合フェア 2009「第 1 回活力協働まちづくり推進団体表彰」でグランプリを受賞。全国区での評価を受け、住民の理解や意識も向上させることに繋がった。

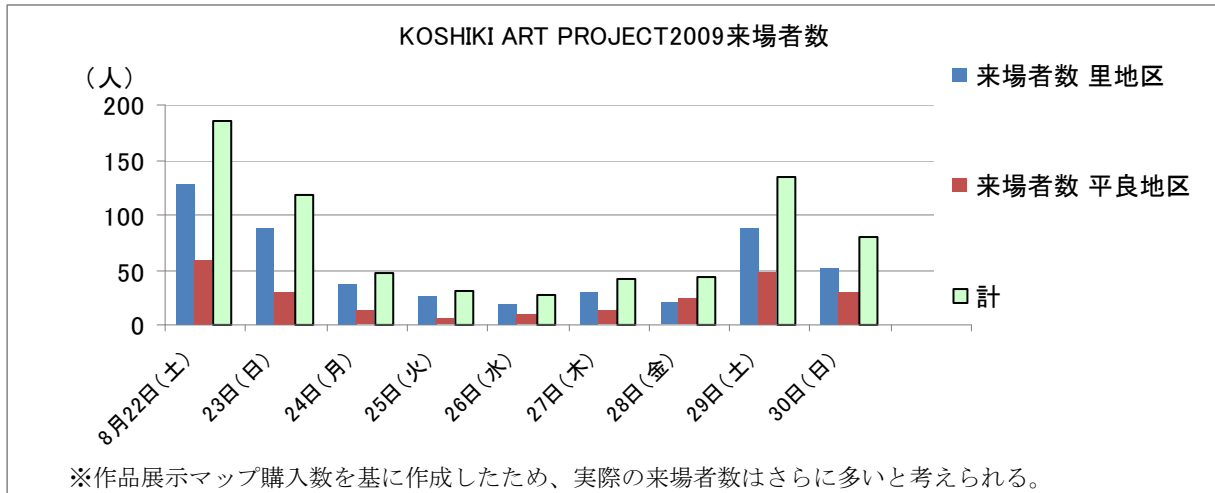
今では「今年はいつ来るの。」とか「若い人が甕島を歩いてくれるだけでも嬉しい。」といった『待ち望む声』が聞こえるようになったという。

外部から評価されることで、KOSHIKI ART PROJECT のメンバーも、地元住民も薩摩川内市もより一層モチベーションを高め、連携を深めて事業を進めていこうという気運が高まったのである。



## 4 事業の効果、成果

当事業に興味を持ち、全国各地から観光に訪れる人が増え、知名度も少しずつ高まって交流人口が増えたことは大きな成果である。



しかし、さらに大きな成果は交流人口がもたらした島の人の意識に現れている。これまで、「島のことは島の中の人間で」という傾向が強く、甑島を離れた出身者が故郷をより良くしたいと思っても、意見を述べて反映される機会や窓口がほとんどなかった。島の住民たちの中にも、何かしたい、何かしなくてはと思いつつも一歩が踏み出せないという人も多かった。

今では、例えばランチタイムに営業する食事処が少なく、アーティストや観光客が困っているのを聞いて、薩摩川内市商工会里支所が、展覧会の時期だけでもランチタイムの営業に協力してくれないか一軒、一軒掛け合って協力店を募ってくれたという。同時に、食事処、民宿、スーパー、土産物店、船会社とも掛け合い、作品案内マップを購入した人への割引クーポンを作成したり、展覧会の開催時期に合わせて里地域活性化委員会が釣り大会を開催するなど、一緒に甑島全体を盛り上げていこうという動きが見られるようになった。

また、KOSHIKI ART PROJECT が活動拠点を置く里地区以外の島民や、事情があって甑島から離れた出身者、甑島に全く縁の無い人からも甑島のことを一緒に考え、出来る限りのことを手伝いたいという申し出が多くなったという。

アーティストに対する住民の接し方についても、始めの頃は物珍しさから活動を遠くで覗く程度であったものが、今では差し入れや、伝統的なきびなご漁に連れて行ってくれたり、地元の漁師がアーティストの制作を見ていて紐も結び方を教えたりという交流が自然と生まれているという。子どもたちに与えた影響も大きく、小学生、中学生もプロジェクトに快く協力してくれる。高校で島を離れてもまたこのプロジェクトに携わりたい、甑島に戻ってきたいと言ってくれる子が多いとのことである。

当事業がきっかけとなり、甑島が真に一体となって未来に向けて動き出す環境ができつつあること、これこそが当事業のもたらした最も大きな成果と言えるのではないだろうか。

## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

薩摩川内市には風光明媚な海岸線やラムサール条約に登録されている藺牟田池をはじめとするみどり豊かな山々や湖、温泉など多種多様な自然環境が溢れ、海産物や薩摩地鶏などの食文化も充実している。甕島は「長目の浜」などの大自然からなる景勝地や実質の水揚げ量日本一を誇る「きびなご」をはじめとする海産物など、豊かな地域資源があるにもかかわらず、まだまだ知名度はそれほど高いとは言えない。いわばこれからもっと情報発信することによって輝く可能性がある「宝の島」である。



景勝地「長目の浜」

また、九州新幹線の全線開通を控え、九州一円や中国地方、関西地方までをターゲットとした誘客のストーリーを描くことが可能な一方、何も対策を講じなければ厳しい都市間競争を勝ち抜くことができなくなるとともに、新幹線全線開業の効果がマイナスに働くことも予想される状況である。

薩摩川内市では、シティセールス、観光振興を効果的に推進するために庁内の横断的な連携を図るため、平成21年4月に関係部局からなる全庁的なシティセールス推進本部を設立。薩摩川内市観光大使に歌手のA Iさんを任命したり、市民が薩摩川内市の魅力や出来事について、できる範囲でPRを行うシティセールスサポーター制度に取り組むなど戦略的なシティセールス推進を図っている。

また、平成22年4月には、市長部局に観光交流部を新設。自然、歴史、文化、食などの地域資源を活用した交流体験プログラムイベント「薩摩川内スピリッツ・きやんせ博覧会」（愛称：きゃんぱく）が平成23年2月から開催されるなど、着地型観光事業推進にも力を入れている。

KOSHIKI ART PROJECTのメンバーは、今後は各事業の質をさらに向上させていきながら、もっと多くの人から甕島を知ってもらい、来てもらい、住みたいと思ってもらえるようにしていきたいと語る。甕島の魅力をもっと知ってもらうために、日帰り旅行ではなく泊まってもらうことも重要であり、そのためには平成22年に実施した甕島ナイトツアーのような、宿泊したお客様に夜の時間も楽しんでもらえるようなアート以外の取り組みも大切になってくる。また、甕島に住んでもらうためには、住居や雇用といった面も重要な課題になると考えられるため、今後も薩摩川内市と連携しながら甕島を元気にするために取り組んでいきたいと話す。



なお、現在、KOSHIKI ART PROJECT の事業は上甕島を中心に展開されているが、今後は甕島全域での展開が期待されている。しかし、現在の予算規模では非常に厳しいことが予想される。各地域に支部を設ける必要性も出てくること、アートフェスティバルが全国各地で開催され、アーティストの呼び込みが加熱すれば、人気のあるアーティストを薄謝で招くことも難しくなることが考えられるからである。

今後も KOSHIKI ART PROJECT と地域住民、薩摩川内市がそれぞれの役割を担いながら、互いに連携し合って観光振興や地域の活性化に取り組んでいくことが期待されている。  
(佐藤 大輔)

## 薩摩川内ブランド「薩摩川内スピリッツ」

薩摩川内市は平成 21 年 5 月に「薩摩川内ブランド計画」を定め、薩摩川内人がもっている精神そのものである「薩摩川内スピリッツ」を薩摩川内ブランドのキーコンセプトと位置付け、「行きたい・買いたい・暮らしたい」をキャッチコピーとした。「薩摩川内スピリッツ」とは、「モノ」「コト」の数の多さではなく、それを生み出す「精神」「ルーツ」が薩摩川内ブランドの基であると捉え、「薩摩川内スピリッツ」が反映されて初めて薩摩川内市の地域資源は真に豊かになり、内外の人々が魅了されるという考え方である。

ロゴマークについて、青は甕の海や川内川を表現し、「探究心」の象徴。赤はかのこゆり、ハート（心）を表現し、人や文化を「受け入れる心（包容力）」の象徴。緑は薩摩川内の大自然を表現し、伝統や信念を「守り抜く心」の象徴。黄は明るい街並みや豊かな食を表現し、先んじて「取り組む心」を象徴しており、それぞれを円で表現し、この 4 つが一体となって薩摩川内人（さつまぜんだいびと）の「心」となるという意味である。

このロゴマークは、市のポスター、チラシ、パンフレット等の公共的なものに広く活用するほか、商標登録を行い、特産品や民間の商品、パッケージ等多目的な活用が期待されている。



薩摩川内スピリッツの商標登録証  
「薩摩川内市HP」より



沖縄県与那国町

長命草を活かしたふるさとづくり


— 外部企業とのパートナーシップによる地域振興 —

## ■事業名

### (沖縄県与那国町) 長命草を活かしたふるさとづくり

#### — 外部企業とのパートナーシップによる地域振興 —

## ■対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名 沖縄県与那国町	<b>位置図</b> 国土地理院承認 平14総審 第149号 
人口（平成22年 国勢調査速報値）	
1,657人	
面積 28.91km <sup>2</sup>	
分野 特産品開発	
キーワード 民間企業とのパートナーシップ、 地域ブランド	

※「白地図 KenMap」より、地図画像を編集し作成

## 地域特性

沖縄県与那国町は沖縄本島から南南西へ520kmに位置する日本の最西端の島で、島の周囲は27.49kmと自動車でも40～50分程度で一周できるほどの大きさである。主要産業はサトウキビ、畜産、水産業であり、観光においては、ダイビングや釣りの他、近年、テレビドラマのロケ地となったことから全国的に知名度が向上し、ロケ地を訪ねる観光客も増えている。

## ■事例の概要

長命草は、セリ科の植物で和名を「ボタンボウフウ」と言い、島内では海岸の断崖に自生している。地元の祭りである「ムラマチリ」において、スーと呼ばれる長命草の味噌和えが供え物として振舞われるなど、長命草は地域の生活に深く関わりながら、健康や長寿につながるものとして地元生活者には知られてきた。

長命草を活かした地域振興の取組として、与那国町では、2005年に策定された「与那国・自立へのビジョン」において、与那国の五大地域資源（長命草、サトウキビ、畜産物、カジキ、泡盛）のひとつに長命草を位置づけ、町内の関連機関の連携が進められてきた。取組の特徴は、町外の企業、流通事業者等と連携することにより、生産—加工—製品化—流通のルートを確立し、生産地としての地域の役割と体制を明確に示した点。併せて、長命草を活用した商品開発において、「与那国島」を明記し、（特定の生産者ではなく）地域全体で取り組む事業であるという認識を共有していることである。

## ■問題意識

国内各地における「地域資源の活用」に関わる取組として、まず地域内で新商品を開発して（大都市圏へ）売り込もうという取組は多いが、必ずしも成功しているとは言えない。地域の有する資源の強みを認識しながら、必要に応じて地域の外の企業とパートナーとして連携し、生産—加工—製品化—流通のルートをつくりあげるといった考え方が重要である。

また、地域全体の取組として協力者や担い手を増やしていくためアイデアとして、例えば生産面では、多様な属性の生産者（プロの農家だけでなく、主婦や高齢者）の参加を可能にするしくみをつくることなどが重要である。

## ■事例のポイント

・地域資源を活かした新商品開発において、「島おこし」として地域全体に効果をもたらす取組とするための工夫がなされている。

- ①（特定の生産者に限定されない）地域全体の取組としての認知を図り、情報発信を行う
- ②地域の強みを認識しながら、必要に応じて外部の企業と連携を図る
- ③多様な属性の担い手が参画することができるしくみをつくる

## ■事業の概要

地域の課題 (事業の背景、目的)	<ul style="list-style-type: none"><li>・平成16（2004）年に市町村合併に反対し、自立の道を選んだことにより、地域の主要産業を育成・確立していく必要が生じた。</li><li>・平成17（2005）年に策定された「与那国・自立ビジョン」において、与那国5大地域資源特産化の事業として、長命草が地域資源のひとつとして位置づけられ、（全国的にはそれほど認知されていない）地域資源を活用した商品開発への取組が始まった。</li></ul>
事業名	地域資源（長命草）を活かした島おこし
事業主体	農業生産法人与那国薬草園株式会社、与那国町、沖縄県等
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・長命草の作付け促進、協力生産者の確保など長命草の生産体制づくり</li><li>・生葉の買い上げによる加工（乾燥）と出荷</li><li>・長命草ブランドによる製品の開発</li></ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・生産—加工—製品化—流通（ブランド化含む）のバリューチェーンを確立し、地域で強みを発揮できる工程（生産・加工）に特化して、外部の企業とのパートナーシップに基づく事業を進める。</li></ul>



畑に作付けされた長命草



海沿いの断崖に自生する長命草

# 1 事業の経緯

## (1) 事業年表

年度	月	内容
H2	4月	与那国町商工会が主体となった「地域資源調査事業」として、有望な特産品の調査が実施された。
H4	4月	与那国町商工会が主体となった「むらおこし事業」において特産品の開発が実施された。
H9	—	長命草の栽培を推進し、地域特産品として開発を図り、就業機会を創出することを目的として、旧与那国農業共同組合が主体となり、長命草の加工機械を導入。
H10	—	与那国町商工会が「長命草」を商標登録
H11	—	与那国町商工会が主体となり、地域特産品開発の調査研究を実施、長命草入黒糖、長命草入ソバ、長命草入乾麺の試作品を商品化したものの、販売は低迷。
H16年	10月	市町村合併の是非に関する住民投票の結果（反対62%）、与那国町は、合併ではなく独自の自立の道を選択。
H17年	3月	自立ビジョン策定 与那国5大地域資源のひとつとして長命草が位置づけられる。
	11月	与那国町ボタンボウフウ（長命草）産地協議会設立
H18年	3月	沖縄県より拠点産地認定を受ける
	8月	S社社員が与那国町訪問、その後、製品化に向けた連携の取組が始まる
H20年	8月	S社が沖縄県で「長命草」のドリンク、タブレットを先行発売
	9月	全国発売
	10月	2度にわたる台風で畑が壊滅状態になり、収穫量が大幅に減少。 タブレットの販売を一時停止。
	11月	苗植え隊（第1回）：S社社員（6名）が苗植えの手伝いをし、畑の復興に助力。その後、H21年4月までに3回の苗植え隊が実施され、S社社員のべ24人が参加。
H21年	5月	タブレット販売再開
	11月	予期せぬ開花により、収穫量が大幅減少。タブレット・ドリンク品切れ宣言を行い、2度目の一時販売停止。生産体制拡充と原材料のストックを図る
H23年	1月	タブレット・ドリンク販売再開。



## (2) 事業の経緯

### ① 島内に自生する長命草を健康食品等の原料として活用

長命草は、与那国島では「ちょうめいぐさ」と呼ばれ、島の岸壁に自生するセリ科の植物である。与那国島では毎年1月末に開催される祭りの際に長命草が奉納されてきた。島の人たちは長命草を食べることが体によいことは以前から知っており、砂地でも良く育つ長命草を自宅の庭で栽培することも一般的であった。

与那国町では、島内に高校がないため、子どもたちが高校へ通うようになると島外に出ていってしまうことにより、高校生の子どもの持つ世帯では、子どものための仕送りをするために共働きしたり、兼業したりと負担が大きい。長命草プロジェクトの主体である与那国薬草園の杉本氏は、「仕送り貧乏」と呼ばれる島の人たちの暮らしの足しにしてもらうための取組のひとつとして、長命草を活用した地域振興を決心した。

年表にあるように、長命草を活用した食品加工商品の開発・販売については、与那国町商工会が平成2（1990）年より取り組んでおり、平成10（1998）年には「長命草」の商標登録を行っている。実際のところ、当初は「長命草」自体の知名度は低く、開発された商品の販売は低迷していたものの、この時期に外部の事業者と連携して、生産～加工～流通の流れをつくる取組や商標の登録がなされていたことは成果として大きかったといえる。

### ② 「自立ビジョン」において町の中核的な地域資源として位置づけ

平成16（2004）年に実施された市町村合併の是非に関する住民投票の結果（反対62%）、与那国町は、合併ではなく独自の自立の道を選択することとなり、平成17（2005）年3月に「与那国・自立へのビジョン」が策定された。「自立ビジョン」の実現を先導し、早急に取り組む事業として提示されたリーディングプロジェクトのひとつとして「与那国5大地域資源特産化推進事業」が位置づけられている。その中で、「長命草、サトウキビ、畜産物（牛肉）、カジキ、泡盛を5大地域資源と位置づけ、その特産化を推進する」と表記されている。このリーディングプロジェクトに基づいて、与那国町ボタンボウフウ（長命草）産地協議会が設立され、次いで沖縄県より長命草の拠点産地として認定を受けるなどの取組が展開された。

### ③ 地域振興の考え方を共有した企業と地域とのパートナーシップ構築

平成18（2006）年8月、S社社員が与那国町を訪問し、与那国島薬草園の杉本和信代表の案内により長命草の生産状況等について視察したことから製品化に向けた取組がはじまった。

商品開発にあたって、与那国島のイメージを商品にこめることが重視されたことにより、与那国町にとっては、商品を通して与那国を理解してもらうことにつながっている。

平成 20（2008）年に商品の販売が開始された直後、2 度にわたる台風被害により、畑が壊滅的被害を受け、原材料の調達が困難となり、一時的に商品も出荷停止となった。畑の復興においては、「苗植え隊」として、S 社社員が現地で作付けを手伝うなどの取組が展開され、結果として、企業と地域とのつながりが再確認され、信頼関係が高まることとなった。



長命草の加工施設

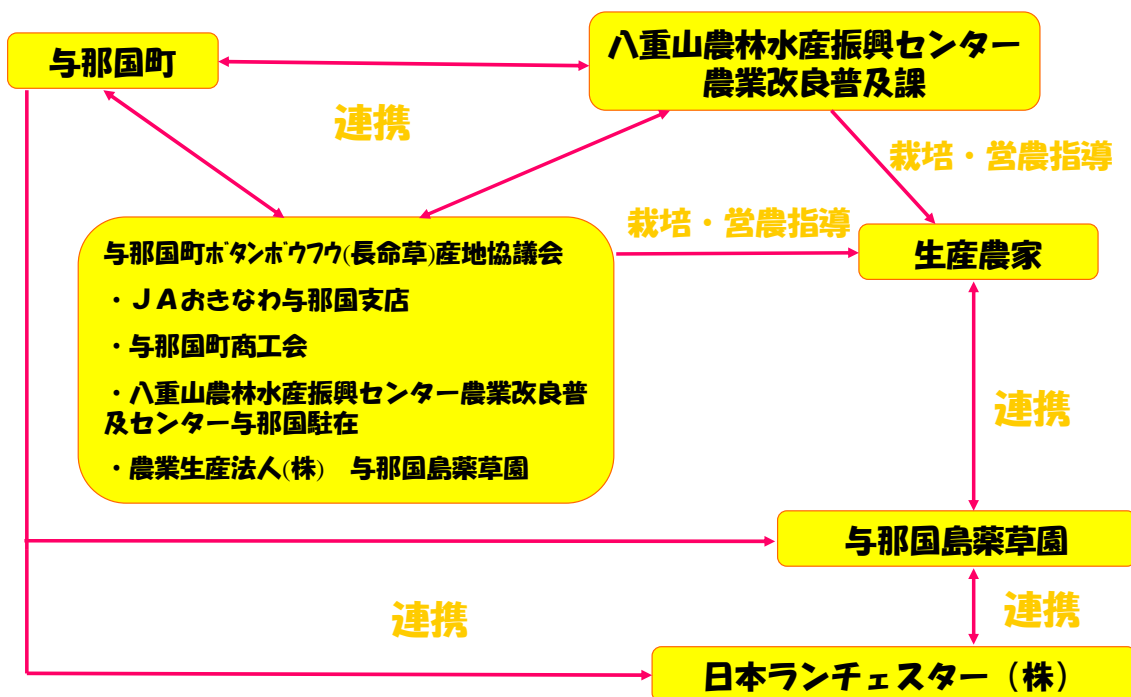
出所)与那国町資料

## 2 事業の内容

### (1) 事業主体

与那国島薬草園及び与那国町を中心とする「与那国町ボタンボウフウ（長命草）産地協議会」が中心となり、生産から加工までの工程について、技術開発、栽培・営農指導、出荷のとりまとめなどを行っている。

与那国町ボタンボウフウ産地協議会を中心とする事業の推進体制



出所)与那国町資料

### (2) 事業の具体的内容

#### ① 「与那国・自立へのビジョン」における位置づけ

平成17(2005)年に策定された「与那国・自立へのビジョン」のリーディングプロジェクトである「与那国5大地域資源特産化推進事業」において、長命草を活用した特産品開発への取組が重点的に進められることとなる。

取組の内容としては、信頼できる産地ブランドの確立及び生産農家経営の安定向上を目的とし、生産者と関係機関の連携による推進体制の確立(与那国町ボタンボウフウ(長命草)産地協議会設立)、拠点産地の形成(沖縄県拠点産地認定)が進められた。

## ②ブランドづくり

企業と地域との関係において、長命草の原材料を生産し、それを企業に出荷する、というだけの関係ではなく、企業と与那国町という地域全体とのパートナーシップの考え方が共有されている。その結果、ブランドづくりにおいても、商品コンセプトに与那国島のイメージを取り入れることにより、商品を通して与那国島を広く理解してもらうことにつながっている。併せて、商品（タブレット、ドリンク）の開発においても、健康食品としての効能を高めるだけならば、他の成分を調合することも可能であるにもかかわらず、あえて原材料を長命草のみとし、与那国島の住民が育てて、食している長命草を自然に近い形で届けるという考え方が取り入れられている。

## ③生産体制の確立

「長命草」の商品化以降、地域にとっては安定的な生産量の確保が課題となっており、生産体制づくりが急務であった。平成 22（2010）年 3 月、生産農家 39 戸で構成される与那国島長命草生産組合が設立された。生産の拡大に向けて、協力農家を増やすこと、作付け面積を増やすことを最優先課題として取組が展開されてきており、現在のところ、当初の目標値を前倒して達成する見込みとなっている。

生産体制の実績及び目標

	平成 21 年度実績	平成 23 年度目標
栽培面積	15ha	25ha（167%増）
農家数	28 戸	50 戸
生産量	117t（生葉）	400t（342%増）
単位面積当たり収穫量	765kg/10a	1,600kg/10a
生産額	17,550 千円	60,000 千円

出所)与那国町資料



長命草のほ場

出所)与那国町資料



長命草の収穫

出所)与那国町資料

### 3 事業成功の要因

#### (1) 地元特有の産品に着目したブランドイメージづくり

与那国島では、旧暦10月以降の庚申(かのえ・さる)から25日間を「ムラマチリ」と呼ばれている行事が行われている。神への供え物のひとつとして、長命草の葉を唐辛子や味噌であえて供え、それを「スー」と言い、参加者にもふるまわれる。このようにもともと地元で食されており、健康にも効果があるという認識をされていた食材を活用することにより、ブランドイメージづくりにおいても背景となる物語を用意することができた。また、商標登録を行う、自立ビジョンで地域資源として位置づける、沖縄県の拠点産地認定を受けるなどの取組を通して、地域の主要産品としての認知を内外で高めてきた。

祭事の供え物「スー」



出所)与那国町資料

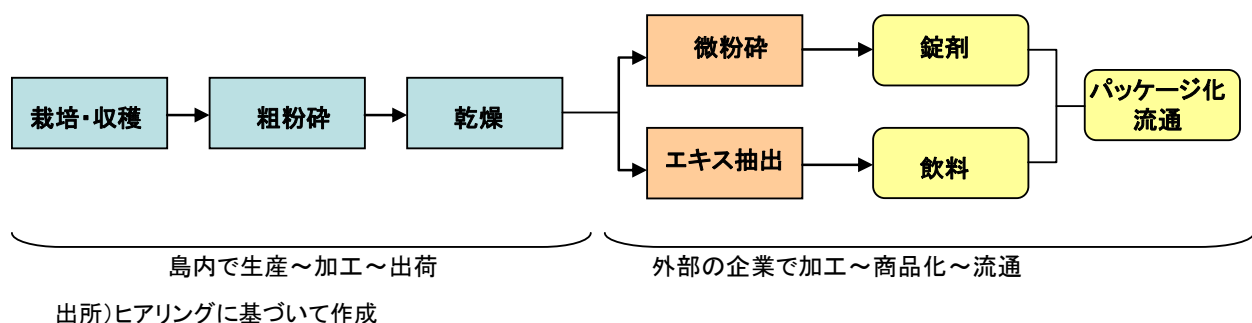
#### (2) 生産－加工－商品化－流通の流れを踏まえた地域内の連携体制づくり

以前から、与那国地域ではいろいろな作物を特産品として開発する取組がなされてきたが、必ずしも成功したとは言えなかった。長命草の事業に関しては、外部企業等との連携により生産から流通までのルートを確認したことにより、PRも含めて消費地に近いところでマーケティングができるようになったこと、地域が生産と(一次)加工に特化できるようになったことが成功要因としてあげられる。

事業主体である与那国島薬草園は、農地も保有しているものの、業務の中心は一次加工であり、生産の拡大に向けて、自らが農地を拡大する方向ではなく、協力農家の拡大、生産者の確保・育成を図ったことが、地域においてすそ野の広い連携・協力体制を生み出す結果に結びついた。

また、協力農家の確保の過程では、サトウキビ生産からの転換という生産者のリスクを伴う決断に際して、長命草生産のメリットをわかりやすく提示し、時間をかけて説得してきたことも成功要因のひとつとしてあげられる。

生産～加工～商品化～流通における役割分担のイメージ





### (3) 県や町と連携した効果的な生産技術の開発

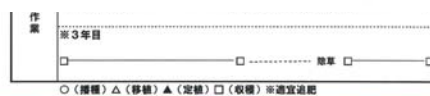
生産拡大に向けて、生産技術の研究開発が県（八重山農林水産センター）及び町（産業振興課）において実施されている。

もともと島内に自生している植物であったため、長命草には栽培指針（マニュアル）がなく、当初は各農家個人の判断で栽培されており、農家間の単収にばらつきがあった。そこで、町を中心として、生育調査及び収量調査が実施された。調査結果を踏まえ、平成19（2007）年には、与那国町が「ボタンボウフウ栽培要領」を作成し、生産者に配布された。その結果、生産量は安定的に増加してきている。

## ボタンボウフウ栽培要領



平成19年3月  
与那国町産業振興課



▲畝幅140cm



▲株間60cm



▲収穫(最上位葉のみ残す)

#### ☆栽培のポイント

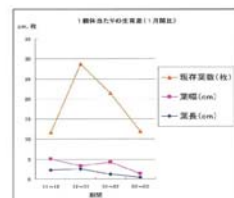
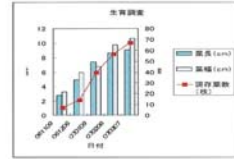
- 1 化学肥料を一切使用できないため、元肥、追肥には有機質肥料（牛糞、鶏糞、さとうきびかす等）を施用する。
- 2 定期的な除草作業をおこなう。
- 3 干ばつ時には灌水を行う。

#### ボタンボウフウ (セリ科)

- 1 株状  
多年生草本。茎は木質状になることもあり、高さ50cm~100cm。  
葉は1~2回分出程度で、小葉は3つに裂けることが多く、輪がふたつに白っぽい。  
花梗の先に小さい白い花が多数集まって咲く。
- 2 気象条件  
(1) 生育温度  
最適温度は、20~25℃で、低温（15℃以下）及び高温（30℃以上）では、生育が停滞になる。  
また、高温状態が続くと株により、栄養生長がとまり、花・蕾がつく。  
(2) 湿度  
最適湿度は、明らかにされていないが風とおしの悪い場合はうどんこ病(糸状菌)が発生する。  
植え付けは、日当たりのよい海岸線付近や海風の当たらない地域が適している。  
3 土壌条件  
土壌は特に選ばないが、自生している場所が珊瑚石灰岩地帯のため、カルシウムに富む土壌が適している。pH7.5をこすと生長が遅れる。
- 4 栽培準備  
(1) 耕起・施肥  
定植の1ヶ月前に、耕起・整地を行い、2~3トン（10a当たり）の完熟堆肥を施用する。  
また、地下水位の高い場合は排水の悪い場合は畦をつくる。  
(2) 畝幅密度  
畝間120cm~150cm、株間40cm~60cm、(1.111本~2.083本)  
機械除草するためには、140cm以上の畝間が必要。
- 5 定植準備  
(1) 播種・育苗  
花芽の分化には、品種特性もあることとなるべく生長の良い、花芽分化に時間を要した植株を選び播種する（ほら蒔き）。その後、勢力の強い発芽した株を9cmのポットに移植し（砂・堆肥混合）、1ヶ月程度（発根するまで）育苗する。  
(2) 定植  
冬春期に生育が旺盛となるため、定植適期は、10月~3月までとなる。  
新芽を確認したら、上記の畝幅密度で植え付けを始める。植え付け時に株が動かないように株元を強く押し固める。また、活着するまでは、揺動しない程度に十分に灌水する。（動力噴霧器による手灌水や灌水チューブ利用）
- 6 栽培管理  
(1) 水分管理  
活着後は、基本的に灌水を行わないが小雨の場合は、午前中に灌水を実施する。  
(2) 除草管理  
雑草がボタンボウフウより大きくならない程度に耕転機を用いて機械除草する。（畝間）  
株間においては、特に定植後、こまめに手作業で除草する。  
(3) 病害虫防除  
与那国町におけるボタンボウフウの栽培においては、農薬の使用が一切禁止されているので、化学的防除は行えない。  
主な害虫として、カタツムリ、アブラムシ、ハダニ類があるが発生が確認された場合は域外へ持ち出す。（被害拡大の懸念）
- 7 収穫  
葉の収穫は、カマ、剪定ハサミ等を用い、雑草及び一部葉柄を切り取る。（写真参照）  
1株当たり、1回約250g~1000g刈取ることができ、同じ株で年4~5回収穫可能。

- (1) 設置場所: 与那国町浦野地区(与那国中学校園)
- (2) 調査協力者: 石本 繁文 氏(与那国島草園)
- (3) 土壌名: 島尻マージ
- (4) 設置時期: 平成18年10月4日(播付)
- (5) 耕種要: 20a 畝間140cm 株間60cm(10a当たり1188株)

#### 3 調査結果



平成19年3月9日(第1回目収穫)

畝丈(cm)	収穫株数	収量(kg)
29.55	69.3	278

※調査個数は20株(平均値)

10a換算

収穫株数	収量(kg)
1188	330.254

#### 調査

定個人の判断で栽培しており、調査の生育の発育及び収量の推移



☆生育調査

調査日	最上位葉長さ		残存葉数(枚)
	葉長(cm)	葉幅(cm)	
081109	2.77	3.23	7.1
081206	4.95	5.97	12.8
070109	7.43	6.78	26.3
070208	8.62	9.77	56.5
070307	9.02	13.69	67.1

※調査個数は20

☆生育量

生育時期	最上位葉長さ		残存葉数(枚)
	葉長(cm)	葉幅(cm)	
11~12(月)	2.18	2.75	9.7
12~01(月)	2.48	0.78	25.5
01~02(月)	1.19	3.01	17.2
02~03(月)	0.40	0.92	10.6

※参考

年月	気温(℃)	降水量(mm)
2006.10	25.9	38
2006.11	23.6	265.5
2006.12	23.5	245
2007.01	18.9	128.5
2007.02	20.5	200.5

出所)与那国町



## 4 事業の効果、成果

### (1) 地域と（地域外の）企業とのパートナーシップの確立

取組を進めるにあたって、地域と外部の企業との間で流通のルートを確立するとともに、原材料提供者と購入者の関係に留まることなく、共同で商品を開発する、商品開発・販売を通して地域振興を図る、という考え方を両者が共有し、対等の立場で事業に関わってきたことが、事業の成立及び持続的な成長をもたらしているといえる。

### (2) 多様な担い手がそれぞれの生産能力に合わせて参画できるしくみづくり

生産拡大に向けて、協力農家の拡充、生産者の確保を図る中で、生産者として、特に農地を持たない担い手を確保してきていることがとしてあげられる。それらの生産者は、耕作放棄地を所有者に交渉して借りるなどして農地を確保し、そこで長命草を栽培するという形態で事業に参画している。また、それらの生産者には、女性、高齢者が数多く含まれており、60歳以上が8割（最高齢は86歳）を占めるという。

それらの生産者にとっては、加工場に納入して、サイドビジネスとして収益を得ることが励みとなり、仲間を集めてグループで取り組む、さらに借地により農地を確保するなど、生産拡大に貢献している。

また、学校をあげて長命草の栽培・収穫にも取り組まれており、その収益は部活動の遠征費などに充当されている。

このように、少ない生産量でも引き取ることができるしくみをつくってきたことにより、多様な属性の担い手が生まれ、結果として、耕作放棄地をはじめとする農地の有効活用、町の主要産業としての認知度の向上、生きがい創出などにつながっている。

学校農園の様子 植え付け



収穫



## 5 事業の継続（発展）に向けた取組みと課題、今後の展望

### （１）安定供給に向けた生産体制確立と生産の質の向上

これまでは、生産量の拡大に向けた生産体制の充実が進められてきており、生産面積の拡大を重要課題として、協力農家の拡大、学校が所有する農地での栽培促進などを進め、新規の農地への植えつけは薬草園がボランティアで実施したりなどの取組が展開されてきた。このような努力の結果、生産量が順調に推移し、目標達成がみえてきたことから、今後は質の確保・向上に向けた取組が計画されている。

例えば、長命草は完全無農薬で栽培していることから、もともとの島の主要農産物であるサトウキビの畑との住み分けを図りつつ、サトウキビの減農薬を進める、長命草の栽培工程に関して、ギャップ（農業生産工程管理）認証を取得するなどの取組が検討されている。

与那国島長命草生産組合の設立総会



出所)与那国町資料

### （２）地域の主要産業としての位置づけの確立

女性・高齢者など多様な属性の生産者の確保、中学校の農園での栽培など、町の生活に近いところで長命草の生産が展開されることにより、町民の間に長命草が地域の主要産業としての認知が高まりつつある。

今後、地域として、長命草の生産を自立への第一歩として位置づけ、町が中心となって、関連機関の連携を高めつつ、品質・生産技術の向上を図り、地域ブランドとしての確立を図ることが期待される。

(佐々木 一彰)

研究員



## 研究員

岸田 拓士 財団法人地方自治研究機構主任研究員

佐々木一彰 財団法人地方自治研究機構主任研究員

小野瀬孝之 財団法人地方自治研究機構研究員

森山 康広 財団法人地方自治研究機構研究員

内山 雅雄 財団法人地方自治研究機構研究員

緒方 優紀 財団法人地方自治研究機構研究員

星 紀祐 財団法人地方自治研究機構研究員

佐藤 大輔 財団法人地方自治研究機構研究員

家中 賢作 財団法人地方自治研究機構研究員

渡辺真千子 財団法人地方自治研究機構研究員





**平成 22 年度地域振興事例調査**

—平成 23 年 3 月発行—

財団法人 地方自治研究機構

〒102-0082

東京都千代田区一番町 25 番地 全国町村議員会館 3 階

電話 03-3237-1411 (代表)

印刷 株式会社 研恒社

