

平成 20 年度

地域力創造事例集

平成 21 年 3 月

総務省

平成 20 年度 地域力創造事例集

【目次】

| | |
|---|-----|
| 1. 地場産品発掘・ブランド化 | |
| (1) 南房総市(千葉県): 黒字経営の「道の駅」 | 1 |
| (2) 羽咋市(石川県): 山村集落活性化計画「山彦計画」 | 16 |
| (3) 海士町(島根県): 地域資源を活用したまちづくり | 27 |
| 2. 産業振興 | |
| (1) 宮古市(岩手県): モノづくりができる、人づくり | 41 |
| (2) 長井市(山形県): 地元工業高校・ものづくり人材の活動支援を柱とした人材育成 | 53 |
| 3. 定住促進 | |
| (1) 遠野市(岩手県): 「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ | 64 |
| (2) 飯田市(長野県): 地域資源を総合的に活用した都市農村交流及び人材誘導 [若者のUIターン支援] | 76 |
| (3) 江津市(島根県): 空き家活用による定住の促進～人材移入プロジェクト～ | 89 |
| (4) 邑南町(島根県): 邑南町研修プロジェクト | 99 |
| 4. 観光・交流 | |
| (1) 南部町(青森県): 地元交流資源を活用した達者村づくり活動 | 110 |
| (2) 茂木町(栃木県): オーナー制度で都市農村交流 | 124 |
| (3) 柏崎市(新潟県): 農村滞在型交流観光による地域活性化 | 136 |
| (4) 小浜市(福井県): 食のまちづくりの推進 | 146 |
| (5) 萩市(山口県): 萩まちじゅう博物館 | 158 |
| (6) 長崎市(長崎県) 長崎市の歴史や文化を活用したまち歩き「長崎さるく」 | 169 |
| 5. まちなか再生 | |
| (1) 東御市(長野県): 東御市デマンド交通システム | 181 |
| (2) 高松市(香川県): 高齢化社会に対応した持続可能な新しいスタイルの 都市形成をめざして | 194 |
| (3) 荒尾市(熊本県): 食をテーマとした徒歩圏マーケットの創出 | 205 |
| (4) 豊後高田市(大分県): 商業と観光の一体化による中心市街地の再生-「昭和の町」- | 218 |
| 6. コミュニティ | |
| (1) 笠岡市(岡山県): 住民によるNPOとの協働を通じた島おこし活動 | 228 |
| (2) 安芸高田市(広島県): 地域振興会を主体とした地域経営 | 242 |
| (3) 薩摩川内市(鹿児島県): 地区コミュニティ協議会による共生・協働の 地域社会づくり | 253 |
| 7. 環境保全 | |
| (1) 日野市(東京都): 市民とともにつくる環境共生都市 | 268 |
| (2) 豊岡市(兵庫県): コウノトリと共に生きるまちづくり、豊岡市環境経済戦略 | 284 |
| (3) 上勝町(徳島県): 地域発ゼロ・ウェイスト推進活動 | 297 |

みなみぼうそうし

南房総市(千葉県)

黒字経営の「道の駅」

地域産業・文化振興拠点、情報発信基地として活用すべく道の駅を整備

【取組の概要】“事業は人なり” 信頼関係で組織を運営し地域を活性化

「座して疲弊を待つわけにはいかない。打って出るしかない。」南房総市の旧富浦町^{とみうらまち}では、この町長の強い信念のもと、「道の駅」の運営を担った人々が、様々なことに挑戦し続けてきた。1990年代初め、時代はまさにバブル経済の崩壊が起こり、日本の地域全体が自信を失いかげ、内向きに萎縮する方向にあった時である。

「地域産業と文化の振興の拠点、情報発信基地」をめざして、「道の駅とみうら 枇杷倶楽部^{びわ}」を立ち上げたものの、その事業運営は困難を極めた。全国各地で第3セクターが経営危機に陥る中、あえて町全額出資で設立したものの第3セクターの運営ノウハウは全くなかった。資金もなく、道の駅^{みちのえき}の概念もなく全くの白紙から作り上げることから、施設の計画や組織の計画立案は暗中模索の連続で、何度も困難にぶち当たった。地域活性化への期待、赤字に転落することへのプレッシャー、地元同業者からの反発など、将来への希望と共に、様々な人々の思いが交錯した。

だが、「町の地域振興を目指した第3セクターの事業が赤字を出したら、地域振興を阻害して、地域にマイナスになる。絶対に赤字は出せない」という強い信念のもと、町の担当職員、枇杷倶楽部の従業員、関係者たちはあらゆることにチャレンジし、夢に向かって走り続けた。まず、特産品の「枇杷^{びわ}」で市場に出ない規格外品(大きさが規格に合わなかったり、形が悪かったり、傷や割れがあったりするもの)を活用して独自の商品開発を行った。事業・施設



道の駅とみうら 枇杷倶楽部

の分散配置による統合運営という「エコミュージアム(後述)」から得た考え方をもとにして、「道の駅おおつの里 花倶楽部^{はなくらぶ}」などの関連施設を分散配置させるとともに、地域全体に広がる小規模な観光資源を束ねて観光客を集客する独自の「一括受発注システム」を開発し、その後の南房総全体の産業振興や地域づくりの根幹となる手法に育て上げていった。また、人形劇やまち歩きなどを通して、地域の文化的な資源と人材が発掘され育っていった。更に、インターネットを活用した各地域情報の広域発信により取組に弾みをつけた。

こうした模索の中から生み出した独自の手法による多様な事業展開によって、地域産業と文化の振興が図られ、年中多くの観光客が安定して訪れる地域に変ぼうしていった。長い歳月をかけて地域を疲弊から再生させた背景には、一人ひとりの担い手たちの間に、強

い絆の信頼関係と、現場スタッフが夢と責任感のもと自由に挑戦できる経営環境があり、「事業は人なり」というリーダーの強い信念があった。

1. 南房総市の概要

南房総市は、2006年に旧富浦町、^{とみやままち}富山町、^{みよしむら}三芳村、^{しらはままち}白浜町、^{ちくらまち}千倉町、^{まるやままち}丸山町、^{わたまち}和田町の6町1村が合併して誕生した面積230.2km²、人口45,000人弱の市である。房総半島の南端に位置し、西に東京湾、東と南に太平洋が面しており、北には県内最高峰の^{あたごやま}愛宕山をはじめ300m超級の山々が連なる。美しい海岸線は南房総国定公園に指定されており、。温暖な気候に恵まれて、四季折々に花が咲き乱れるなど豊かな自然環境が残る。気候を生かした野菜や果実、花卉などの農業が盛んで、収益性の高い枇杷や花きの一大産地となっている。

観光客などの増加に伴って、最近では東京湾岸を走るJR内房線の特急電車が富浦駅には全便停車するようになり、東京からは1時間45分ほどで着く。また、1997年に開通した東京湾アクアラインを経由して、高速バスも東京から南房総市まで特急電車とほぼ同じ所要時間で30分に1本が走るようになった。

2. 「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」の立ち上がり

「座して疲弊を待つな」

南房総市の西部、東京湾に面した旧富浦町は、1990年頃、人口減少が著しく、町の主要産業であった農業、漁業、観光は大きく落ち込んでいた。観光では、かつては「海の民宿発祥の地」として知られていたが、時代が変わって、海水浴客は激減し、最盛期には450軒あった民宿も100軒以下に減少した。主要産業の落ち込みは、若年労働者の流出を招き、高齢化、農地の荒廃などとともに、伝統行事が廃れ、地域固有の文化も存亡の危機にさらされるようになっていた。

こうした中、1991年春のある日、旧富浦町の1人の職員（^{かとうふみお}加藤文男氏）が、町長室に呼び出された。町長からは「座して疲弊を待つわけにはいかない。打って出るしかない。地域産業と文化の振興の拠点、情報の発信基地をつくれ。」さらに続けて、「そのためには、運営法人を作らざるを得ないだろうが、町の財政は余裕がない。（ニヤと笑みを浮かべて）赤字を出したら、お前はクビだ」と言われた。その言葉に、退路はなかった。

その職員は、当時は観光・企画課長で、後の「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」（後述）の初代所長となり、様々な事業をリードしていくこととなった。

課題は「産業と文化と情報」の三点セット

町長から『産業振興と文化振興と情報発信』の三点セットで拠点をつくって地域振興をやれ」と指示を受けた所長は、当時を振り返って「その三点セットはよく分かったんですが、採算を合わせて黒字経営でやれ、というのには困ってしまった」と言う（この時点での構想は「道の駅」ではなかった）。地域の産業振興の拠点づくりを採算が合うようにやること自体が難しいことはもとより、文化振興でも赤字を出さないように拠点を経営するにはどうしたらいいのか、非常に大きな課題だった。当時は、「富浦は、文化事業をやっても根付かない地域だ」というのが通説だった。だが、その頃から富浦では、人形劇（後述）で文化振興を図ろうという「人形劇の郷」づくりの取組が始まっていたことから、「人形劇を地道に温めていけば、いつかホンモノになるのではないか。人形劇を通じた文化づくりが人づくり、それが地域づくりに繋がるのではないかと、所長はひそかに考えていた。

情報発信については、「イメージ自体つかめなかった」と所長は話す。今なら、地域の情報発信や情報化と言え、インターネットでポータルサイトを作るなど様々な方法が考えられるが、当時はまだパソコン通信（特定のサーバとメンバー間だけの閉じたネットワーク）の時代で、インターネットの技術自体が普及していなかった。地域情報の発信拠点を作って、具体的な成果を出し、しかも採算が合うように、となると方法が全く分からなかった。

所長は話す、「町長は任せると言うと、何も口出しせず、本当に任せてくれた。だから、プレッシャーもかなりあったけれど、なんとかして地域を変えようというその取組に思い切ってチャレンジできた」

2年間の試行期間がその後の大きな飛躍の基礎となった

町は、1991年7月に「富浦町産業振興センター（仮称）設立準備班」を組織し、翌1992年4月には「産業振興センター室」を発足させた。事業に取り組み始めた当初は、職員2人で業務を行っていたが、事業を行うにも予算がなかったため、最初に取り組んだのは資金確保のための県や国への働きかけだった。

町長の指示があってから、資金を確保して運営法人（第3セクターの「株式会社とみうら」（後述））を立ち上げるのに、およそ2年を要したが、この2年間がその後の事業展開において、大いに役立った。プロジェクトを開始した当初は、「どうしたら観光客に来てもらえるか、どんな商品を開発したらいいか、どうやってモノを売るか」が全く分からなかった。そのため、1991年3月、「有限会社富浦の味加工センター」を設立して、資金確保と運営法人ができるまでの時間を使って、パイロット事業を行いノウハウを積み重ねていった。所長は、「当時は、事業ノウハウが決定的に不足していて、すごいプレッシャーだった」、「もしもパイロット事業でノウハウを積み上げる期間（2年間）がない状態で、国や県からの補助を受けていきなり「道の駅」をやっていたら、事業は上手く行かなかったかもし

れない」と語る。

県と国のバックアップで資金確保

所長は、資金を確保するために、千葉県庁などに通い始めた。当時は、ちょうど県も国も、町が考えていた事業と方向性が似た事業構想をもっており県や国からの財政支援を得ることが出来ることになった。1993年に千葉県が事業費の3分の1を補助する「アグリリゾート推進事業」(県単独)の第1号指定を受けることができた。また同年、建設省(現国土交通省)が全国に展開をし始めていた「道の駅」として、千葉県内で初の指定を受けることができた。町としては、最初の構想段階では「道の駅」にする計画ではなかったが、目的が類似していることから指定を受けることになった。さらに、町は「ふるさと創生1億円」の一部を使うなどして、独自資金を確保した。

運営組織立ち上げへの模索

旧富浦町では、それまで第3セクターの法人を設立したことはなかったが、産業振興・文化振興・情報発信の拠点事業を行うには、運営法人を立ち上げる必要があり、出資してくれる企業や団体を探した。しかし、町内には資金に余裕のあるところはなく、「道の駅」の認知もなかった頃で、「そんなのうまくできるはずがない」と言われ、出資する企業や団体はあられなかった。そのため、町が単独で運営することとなり、旧富浦町(現南房総市)が全額出資して(2,000万円(現在7,500万円))、1993年4月「株式会社とみうら」を設立した。また、同時に町は役場の内に「枇杷倶楽部課」を新設した。

そして、1993年11月に「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」を開設した。その名前は、南房総市の富浦の特産品の^{びわ}大粒の「枇杷」にちなみ、また多くの人と人との出会いが生まれる場の「倶楽部」となるように願いを込めて「枇杷倶楽部」とした。枇杷倶楽部では、「地域産業と文化の振興の拠点、情報発信基地」となることをめざして、特産の枇杷の加工事業と商品開発、体験型の観光農業による観光客誘致と施設整備、そして文化事業に積極的に取り組むものとした。

反発の中からの多難な船出

当時町長の言う、産業・文化・情報の3つを柱にした地域振興について、誰も方向性としては反対しなかった。だが、具体的な話になると反対の声もあった。当時はまだ、道の駅の概念が分かりにくく、住民などの理解が得にくかった。民間からは反発が起こり、行政内部ではなかなか理解が得られなかった。

特に、町が全額出資する法人が、道の駅という直売施設を持って「黒字経営を目指す」ことに反発の声があった。「税金をとって、それで我々民間と同じことをやって、同じ商品

を売って、民間への妨害ではないか。もし赤字になったら、どうせ税金で埋めるんだろう」と地元同業者などから言われた。止めさせようと、署名運動も一部に起こった。反発でなくとも、「道の駅ってチェーン店ですか、誰が経営しているんですか」といったように、道の駅そのものの理解が最初はなかなか進まなかった。

3 . 産業振興・観光振興、文化振興、地域情報の発信

(1) 特産の枇杷を活用した商品開発で産業振興

捨てるものを使って商品開発するのが鉄則

資金を確保して施設を整備し、運営組織を立ち上げ、次は、商品開発であった。まちの特産品は、大粒の枇杷や、アイリスや金魚草、極楽鳥花^{ごくらくちようか}、カーネーションなどの花木が主なものである。特に、富浦の枇杷は、初夏の代表的な果物として多くの人に親しまれ、全国的にも高い人気を得ていた。枇杷の栽培は、約 260 年の歴史を持ち、品種改良、技術の向上を重ねて今日まで来た。大粒でみずみずしく香り高いことから、毎年厳選された枇杷が皇室に献上されるなど、高級果物として位置付けられている。だが、枇杷の収穫の期間は、初夏の約 1 か月間と短く、年間一度だけで、生産量の約 3 割が出荷規格外品となる。高級商品としての付加価値が高いにもかかわらず、出荷規格外品となった枇杷は市場には出せず、それまで農家は捨てるしかなかった。

そこで、「枇杷倶楽部」がそうした出荷規格外品となった枇杷を使って、何か新しい商品開発ができないかと考えた。この富浦の人たちの誇りであり、富浦を特徴づける産物でもある枇杷を素材にして、付加価値の高い加工品を開発・生産し、観光客を呼び込んで販売しようとしたのである。加工原料づくりが安定的にできれば、商品アイテムも広げることができると考えた。

独自に商品を開発し、無理なく委託製造

枇杷は全国的に生産地、生産量ともに少なく、枇杷を素材としたレシピや、加工するための機械もほとんどない状態からのスタートであったが、作りやすいジャム、缶詰の製造・販売から取り掛かった。その後、ピューレを製造する設備を導入し、ソフトクリーム、ゼリー、アイスクリーム、まんじゅう等様々な商品の開発に成功し、特に、ソフトクリームとゼリーは大ヒット商品になった。

また、枇杷は古くから民間療法の代表的な植物として有名であり、果実だけでなく種子、葉、花などを加工品に利用して販売。それまで捨てられていた枇杷の葉は、農家が枇杷の剪定を工夫 枇杷倶楽部が集荷 びわ葉茶として販売し、人気商品となっている。

「地域資源の有効利用として、捨てるものを使って商品開発するのが鉄則。また、商品の素材となる枇杷の生産者と販売者を明らかにすることで、消費者に安心感を与えること

ができる」と所長は話す。また、農家も「市場に出せなくて、捨てるしかなかったものを枇杷倶楽部では購入してくれる」と喜んだ。

枇杷倶楽部の独自に開発した商品のほとんどは、委託による製造であり、自社で製造するのは、加工用の原材料と、設備投資を要しない簡単にできる「ジャム」、「缶詰」、「びわソフトクリーム」だけである。開発商品を委託製造に頼っているのは、設備投資をすると、財政的な赤字を抱えてしまうことに加え、消費者のニーズに柔軟に対応するために設備投資を最小限にするためであった。枇杷の加工品は非常に利益率が高いが、天候により収穫の不安定さや、大手資本の参入も懸念されるリスクな要素を常に持つという。製造委託ではオリジナリティが出しにくく、雇用機会を増やせないなどマイナス面もあるが、「道の駅の経営面からは、やむを得ない選択であった」と所長は話す。

「枇杷」関連商品が地域ブランドになった

こうして枇杷倶楽部で開発した商品のアイテムは 40 を越え、「道の駅」のショップはまさに“枇杷尽くし”といった状況になっている。商品は、道の駅だけでなく、地域の土産物店や民宿などでも富浦の特産品として売られるようになってきている。「枇杷」の数々の関連商品は、枇杷倶楽部のブランドというだけでなく、富浦そして南房総の地域ブランドになった。

富浦の枇杷栽培農家で生まれ育ち、一度は外へ就職に出たものの、「父親の後を継いで枇杷をやるう」と富浦に帰って就農した若い女性がいる。彼女は目を輝かせて、「私は枇杷が好きですし、この富浦のまちも好きです。これからも産地として富浦の枇杷が途絶えて欲しくありません。だから、私は将来、栽培した枇杷を生かした『カフェ』のようなものを開きたいと思っています。枇杷を生そのまま食べてもらうのはもちろん、自分で枇杷を使ってケーキやジュースなどを作って、いろんな人に食べてもらいたい。そうしたら、お客さんの声が聞ける。だから、クッキングスクールなどに通って勉強し始めています」と言う。



「枇杷倶楽部」の枇杷尽くしのショップ



びわアイスクリーム

(2)「一括受発注システム」による地域全体での観光振興

地域を変えた「一括受発注システム」の開発

「道の駅」開設前、事業ノウハウを全く持たず、パイロット事業として集客方法を模索していた頃に、富浦の地域を巡る一台の観光バスツアーを受け入れた。観光バスでは、富浦に住む地元の主婦に臨時でバスガイドを引き受けてもらった。彼女はバスが巡る間、観光客たちに対して、その地域に住む住民だからこそ知っている隠れた名所や名産を紹介した。行く先々で現地の新鮮な情報を生々しく話すなどして、素朴ではあったが地元に住む人ならではの観光案内を行った。すると、観光客にはそれが非常に受けて、他の旅行会社等の観光会社に口コミで広く知られるようになった。そして、この最初の小さな成功が、その後の枇杷倶楽部の事業ノウハウの基礎を形づくり、旧富浦町・現南房総市の観光をけん引することになる独自開発の新しい観光集客手法「一括受発注システム」につながっていった。

「一括受発注システム」とは、次のようなものである。南房総には、小規模な観光事業者が多く、決定的な目玉となる観光資源がない。そこで、地域全体で小さな観光資源を一まとめに束ねて独自のツアーをする。地域の飲食店、観光農家、文化活動の担い手などと一緒に議論をして、地域資源を洗い出し、観光客の五感を刺激するような観光メニューを編み出す。そして、それを観光客はもとより、観光会社にも利用しやすい形でパッケージにして、それを観光会社に売るというものである。

さらに、その企画を売りっぱなしにするのではなく、事業者の割り振り・手配、紹介、観光客の送客の配分、代金の清算までを一括して行う。これを道の駅である「枇杷倶楽部」が中間組織として、観光会社と観光受入施設の間に入って行う。観光客からクレームが発生した時には、枇杷倶楽部が前面に出て対応に当たる。

このように、食事会場をはじめ、体験、果物狩り、観光施設などが小規模でもそれらを束ねてサービスを均一化し、約束通りの品質とサービスが出来るようになると、大口の観光客の受入れが可能となる。枇杷倶楽部が地域の観光素材を組み合わせ、旅の計画から手配、紹介、清算までを一括して引き受けることは、観光会社にとってメリットが大きく、観光会社による積極的な利用を生み出し、人気を博していった。

観光バスツアーを誘致していく中で、養殖の真鯛を使った「鯛のシャブシャブ」や「お寿司食べ放題」等の昼食のメニュー開発、花摘みのメニュー開発、枇杷狩り、メロン狩り、食用菜の花摘みなど、様々な観光サービスのメニューを開発していった。大漁で値崩れを起こした魚を冷凍保存しておいて、春の観光シーズンに漁協がヒラキ等に加工して枇杷倶楽部などで販売する仕組みも作った。

ピークだったのは2007年12月の東京湾アクアライン開通の年で、年間5,000台、15万人の観光客が枇杷倶楽部に押し寄せた。花狩りのシーズンと重なった時期は1日80台の観光バスを受け入れた日もあった。最近でも、年間2,500台程度の観光バスが訪れている。

そして、誘致した観光バスツアーの多くの観光客への商品販売にもつながっている。

1991 年以来試行を重ねて「一括受発注システム」として確立した独自の観光集客手法は、枇杷倶楽部に関わる多くの人たちが、既成概念にとらわれずに手づくりで地道な模索を積み重ね、数々の事業の中で成功と失敗と改善を繰り返した中で生み出されてきたものだった。

(3) 地元住民一人ひとりの手による文化発信

「富浦の顔」となった人形劇による文化振興

旧富浦町では、1988 年から始まった「人形劇の郷」づくり事業が、今でも継続的に行われている。町に稽古場を開設した人形劇団「貝の火」を中心に、本格的な人形劇を子どもたちに伝えたいという考えから始まった。「子どもたちに豊かな文化を」をテーマに、1989 年から毎年夏の 1 か月間、公民館を劇場に仕立てて、「富浦人形劇フェスティバル」を開催し、34 公演というロングラン公演も行った。人形劇を見に、地元はもとより県外からも多くの観劇者が訪れる。

町では 1989 年に、人形劇の専門家の協力を得て、昔から地元につながる伝説を知っている人に話を聞いて、「^{たつこひめものがたり}竜子姫物語」という人形劇を企画制作した。この竜子姫物語は配役が多く、夏のフェスティバルでは、地元の人たちをはじめとして多くの人たちが総出演する。その後、1994 年には人形劇「^{さとみはっけんでん}里見八犬伝第 1 話」、1997 年には「里見八犬伝第 2 話」を制作した。さらに、町では、こうした人形劇をイベントとしての文化発信だけではなく、地域の活動として、子どもたちが受け継ぎ深めていくことを願い、1990 年には小学生を対象にした「人形劇学校」を開設し、1991 年には南房総の小規模の学校を対象にした「出前人形劇」の公演も開始するようになった。

「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」では、そのプロジェクトが 1991 年に始まった当初から、「文化振興の拠点づくり」の一環として、この人形劇の取組と積極的な連携を図っていった。毎月第 4 土曜日には、枇杷倶楽部を中心に人形劇の稽古が行われている。毎年、夏休みの間に開催される人形劇フェスティバルでは、枇杷倶楽部やその他地域の各会場は、「文化が人をつくり、地域をつくる」という雰囲気にも包まれる。かつて、枇杷倶楽部のプロジェクトを開始した頃には、「富浦は、文化事業をやっても根付かない地域だ」と言われていたが、今では富浦に確実に文化が根付き、この人形劇は「富浦の顔」として定着するようになった。

地域の住民を講師とするお茶会「^{さろん}枇杷倶楽部茶論」の開催

枇杷倶楽部では、南房総で地道に活動している人にスポットを当て、地域に根を張っている文化人の発掘を目指そうと、1995 年に「枇杷倶楽部茶論」を開始した。南房総で地道

な活動を続けている人や、ユニークな活動をしている人などを講師に招いて、枇杷倶楽部のアトリウム（多目的ホール）を利用し、自由にお茶を飲みながら話を聞き、友達になろうというものである。住民も観光客も気軽に参加できるようにとサロンのスタイルを取っており、事前に申し込みをする必要もなく、参加費も500円と安く設定している。

毎回の参加者は、10数人から100人程度までまちまちである。1995年11月の第1回から毎月開催され、2008年1月で159回を数え、延べ参加者は4,841人に上る。今では、この枇杷倶楽部茶論は、南房総文化人への登竜門的な存在になっているという。小さく地道な取組で決して派手な企画ではないが、文化振興で地域を活性化しようという大命題がある中で、地域の文化的な資源と人材を発見し、スポットライトを当てるという作業として、その持つ意味は大きい。

地域を再発見する「ウォッチング富浦」

1992年、地域の産業が疲弊し、地域に元気がなくなっていく中、「外から人を呼びたい、でも呼ぶだけの力はない、それならまず地元周辺の人々を呼ぶことを始めよう」と富浦に住む人たちが市民グループ（現在の「NPO法人富浦エコミューゼ研究会」）を立ち上げ、ふるさと富浦を再発見する活動「ウォッチング富浦」を始めた。NPOスタッフは、「（富浦の）私たちは、自分たちの住んでいる地域（富浦）のことをどれだけ知っているでしょうか。また、自分たちの地域を訪れた人たちに、どれだけのことを伝えられるでしょうか。たぶん、ほとんどの人たちが、自信がないことでしょう。意外と知らないし伝えることができないのが実態なのです」と話す。そこで、まずは、住民自ら地域を知り、地域に誇りを持てるように、地元周辺から少しずつ人々を呼ぼうとした。

最初は子どもたちをウォッチングに誘うことで、その大人たちもついてくるようになるだろうと考え、毎月1回土曜日（年間12回）に子どもたちを連れて富浦のまちを歩く活動を行った。2～3年が経つと、大人たちが加わるようになり、そのうちに子どもより、大人の方が多くなっていった。子どもと大人が混在すると、どうしても大人向けに案内してしまい、子どもたちがだんだんと参加しなくなってしまった。そこで、子ども向けと大人向けを分けるようにし、それぞれを毎月1回ずつ土曜日別々に行うようにした。

地道な活動が成果をあげるようになった頃、枇杷倶楽部の依頼で、地域の外からの観光客をウォッチングに案内する事業を行うようになった。そうすると人手が足りなくなり、現地ガイドを養成する必要性が生じたため、2004年から養成事業を開始した。「立て板に水のごとしの言葉を羅列するガイドをめざすものではなく、郷土を愛し、郷土に誇りを持って来訪者にお伝えできるガイドを育成しようとするものです」とスタッフは話す。

最近では、こうした現地を見て歩く活動に加えて、今までやってきたことを紙芝居にして、疑似体験してもらおうという活動を始めるようになった。枇杷倶楽部のスペースでも、観光客などへのサービスとして地元の民話や歴史などを紙芝居で演じて語る活動を行ったところ、評判が上々だったため、その後も継続するようになった。観光客は次々と枇杷倶

楽部にやってくるため、1日に何回も繰り返して公演し、1日に延べ150人ほどの客が見ていく。紙芝居を見た客の中には、「その場所に行ってみたい」と言い出す人もいて、「コースを教えるから行って見たらどうですか」とメンバーがアドバイスをすることもあり、結果として観光ガイドにもなっているという。

紙芝居を演じるメンバーは『『あそこ（枇杷倶楽部）に行けばなんかおもしろいことをやっている』、地元の人には『あそこに行けば誰かに会える』、外からの観光客は『あそこに行けばおもしろい人物に会える』、そんな雰囲気がこの道の駅にはあります』と言う。更に、今後の夢として、富浦以外の地域も盛り立てていきたいと考えている。

住民の文化発信基地としての道の駅

このように、枇杷倶楽部では建物の中のスペース（アトリウム等）を地域の住民による文化事業の発信の場とし、地域で育ち始めた「人形劇」や「ウォッチング富浦」の活動を発展させ、「枇杷倶楽部茶論」を通じて地域の文化的な資源や人材を発掘し、文化的な繋がりを広げてきている。

この他、枇杷湖倶楽部の展示専用「ギャラリー」も、地元のアマチュアからプロまで幅広い人たちの支持を集めて、年間を通してほぼ予約で埋まり、予約が取りにくいとの苦情が出るほどの人気スペースとなっている。

道の駅を文化振興の拠点にして、文化づくり、人づくり、地域づくりをしようという狙いは、着実に成果をあげつつある。



「枇杷倶楽部」のアトリウム

（４）インターネットを活用した地域の情報発信

地域の情報発信を行うポータルサイト 「南房総いいとこどり」

地域の情報化については、経営が安定してきた2001年に、インターネットの普及に合わせて「南房総いいとこどり～観光コンシェルジュ～」という南房総全域を対象としたポータルサイトを構築した。イベント情報、ヘッドライン・ニュース、釣り客のための潮位情報、交通情報、ライブカメラ、国土地理院の電子国土地図情報システム、「一括受発注システム」の電子化による体験観光コース提案システムなどを構築している。

町の管理するサーバーに町民1世帯ごとのホームページを無償で提供し、釣り船や農家の直売に活用してもらおうと、「町民



「枇杷倶楽部」のマルチメディア情報通信コーナー

1世帯1ページ運動」という取組も行っている。自分でインターネットができず、連絡先にも電子メールアドレスがなかったとしても、電話番号やファックス番号があれば、ホームページの広告を見て新たな観光客や取引先などを誘客することができる。技術的には非常に初歩的な支援だが、一定の効果を発揮するとともに、情報技術格差を解消する上でも意味のあるものとなっている。

ポータルサイトへの訪問者は年々増加し、今では年間 200 万アクセスを超えるようになっている。

4 . 道の駅と地域づくりの模索から生まれた経営理念

(1) 道の駅と地域づくりの理念

道の駅と地域づくりのベースとなった「エコミュージアム」の理念

所長は、道の駅の整備を進める中で、「地域全体に波及効果を作るためには、どうしたらいいか」、それまでの全国の事例を見ても、当初は、答えをなかなか見つけられずにいた。観光は、季節変動の影響を受けやすく、どうやって地域全体への広がりを作るかが大きな課題の一つだった。そこで思いついたのが「花」であった。温暖な南房総の特徴を生かして、富浦の特産品である「花」で人を呼べないかと考えた。

最初は、「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」の近くの土地を使って、花などの農場を造ろうと考えた。そんな時、「なぜこの事業をやろうと思ったのか、枇杷倶楽部の近くにわずかしかない平坦地を使って、花の農場を造ってどうするんですか」と言われて、「はっ」と思った。「僅かな土地に花の農場を作って、観光客はそれで満足するだろうか。」

ちょうどその頃、所長は、フランスの「エコミュージアム(エコミューゼ)」の視察に行く機会を得た。エコミュージアムは、エコロジー(生態学)とミュージアム(博物館)とを組み合わせた造語で、ある地域における自然、文化、人々の生活様式など有形無形のあらゆるものを総体的かつ永続的に、住民自身が見直し住民の手によって研究・保存し、展示していこうという概念である。いろいろな生態系があるからこそ文化遺産が生まれる、だからまちを保存するには生態系ごと残すべきである、というものであった。

エコミュージアムというあり方に衝撃を受けた所長は、かつて、自分の苦い経験を思い出した。旧富浦町では、町役場の庁舎、公民館、体育館などはまとめて配置した方が効率的でいいという考え方から、地域の中心部の一箇所に集中させて一緒に作ってしまった。しかし、その結果中心部は人口が増えたが、他の地域は人口が大幅に減ってしまったことから「地域の機能(施設など)は、分散して配置する方がいい。その機能が本来あるべきところに、そのまま配置しておくのがいい。離すことで、人の動きが生まれていく。積極的に離れた上で、地域全体を統合しながら運営していく方がいい」と考えるようになった。

そして、花の農場を造る場所も枇杷倶楽部の近くではないところに作った方がいいと考

え、1993年に直営農場「花倶楽部」を離れた場所にオープンさせ、その役割を「産業振興を担う具体的な現場であり、新しい体験型観光事業の展開の場である」と位置づけた。この花倶楽部も、2003年8月には「道の駅おおつの里 花倶楽部」として道の駅に認定されることになった。

先に述べた、観光を牽引することになった独自開発の新しい観光集客手法「一括受発注システム」も、こうしたエコミュージアムの考え方から生まれた。つまり、枇杷倶楽部にあれもこれもは必要ない。分散してそれぞれに機能しているものを統合するシステムがあればいい。管理・統合機能として、インターネットのサーバーのような役目が、「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」にあればよかった。「南房総いいとこどり ~観光コンシェルジュ~」というインターネットのポータルサイトの仕組みも、同様の発想から作成している。



「道の駅おおつの里 花倶楽部」とその栽培温室施設



「枇杷倶楽部」の隣の菜の花畑

(2) 組織運営と人づくりの理念

信頼関係をベースとした現場スタッフの自律運営 ~ 事業は人なり ~

枇杷倶楽部の所長は、「道の駅は、地域に馴染ませるのに10年かかった。一番大事にしてきたのは、信頼関係だった。一人だけで儲けるのではなく、皆で儲けるようにしてきた。この枇杷倶楽部は、経営者だけでなく、正社員やパートなど事業に関わったあらゆる人の志の総和で成り立っている。ここは人材の集団だ」と話す。

枇杷倶楽部では、パート従業員の条件はあまり良いものとは言えず、季節労働者もいるが、継続している人が多いという。あるスタッフは「ここはパートでも、憧れの職場なんです」と言う。枇杷倶楽部の従業員は、正社員・非正社員合わせて約70名のスタッフがいるが、うち60名は女性である。

また、組織もピラミッド型にはせずに、権限をなるべく現場に委譲して運営を行っている。所長は、「組織・施設本体が傾かない限りは、ある程度資金を自由に使ってやっていい。ただし、本体が傾くような事だけはするな。」と指示して、現場に任せてきたという。そして、利益が出たら、正社員にもパートにも利益を返し、ボーナスを払ってきている。「インセンティブを与えない限り、スタッフは本気にならない」と話す。

スタッフの採用試験では、所長は立ち会わずに、現場の職員に任せている。スタッフには、「仕事は好きなように自由にやらせてもらう。ただし、スタッフ同士で喧嘩をしたら、二人とも辞めてもらいます。理由は聞きません」とだけ、所長自ら話している。長く務めるスタッフは言う、「ここでは、自分に責任を持たせてくれる。ある程度の細かいことは、各自担当が決めていいよ、と言って自由にやらせてくれる。その分、責任も伴うが、挑戦できるのがいい」

5. 南房総市の地域振興に向けた今後の展望

信念に基づく地道な模索の連続が「道の駅」と地域振興の成果を生んだ

前述したように、事業を開始した当時は、バブル経済が崩壊し、全国の第3セクターが次々と経営危機に陥っていた。旧富浦町には、第3セクターを運営するノウハウはなく、道の駅の概念もまだ確立しておらず、町財政に全く余裕がなかったことから、拠点施設の計画やその経営計画の立案は困難な作業の連続だった。その上、地域経済効果への期待、常に付きまとう赤字への懸念、地元同業者などからの反発といった、人々の様々な思いが渦巻いていた。更に、「経営体の黒字を確保した上での地域への貢献」を目指したため、事業運営は難渋を極めた。地域の人々との関係を構築し、地域の中で広く認知を得るようになるまでに、およそ10年の歳月を要したという。

町の担当職員、枇杷倶楽部の従業員、関係者たちは、「町の地域振興をめざした第3セクターの事業が赤字を出したら、かえって地域振興を阻害して、地域にマイナスになる。絶対に赤字は出せない」というプレッシャーに耐え、道の駅の運営に挑戦していった。そして、工夫を凝らした多様な取組によって、道の駅の事業は毎年黒字が続き、その黒字がさらに活力を生み出して、地域に波及効果を生んで行った。地域に経済効果が広がって、大きなものになっていくに連れて、地域の人々の理解が進み、地域にとけ込んだ事業に育っていくこととなった。

また、この富浦の道の駅事業では、2000年3月の「道の駅グランプリ 2000」において全国多数の道の駅の中から最優秀賞を受賞した。その受賞を含めて、様々な外部の機関から多くの表彰を得るようになっていった。そうした表彰が地域の理解を得るのにも役立った。国のリードによって道の駅が全国各地に普及し、その流行にうまく乗っていったことも功を奏した。

道の駅の売上は増え続け、年中多くの観光客が安定して訪れるようになり、毎年2億円を越える地域への経済波及効果、約60名の雇用創出効果をもたらしている。

道の駅とみうら 枇杷倶楽部の実績

| | 2007 年 | 2008 年 |
|------------|------------|------------|
| 道の駅の年間売上額 | 644,127 千円 | 674,518 千円 |
| 地域への経済波及効果 | 280,270 千円 | 286,825 千円 |

より広域の地域振興へと広がる人々の夢

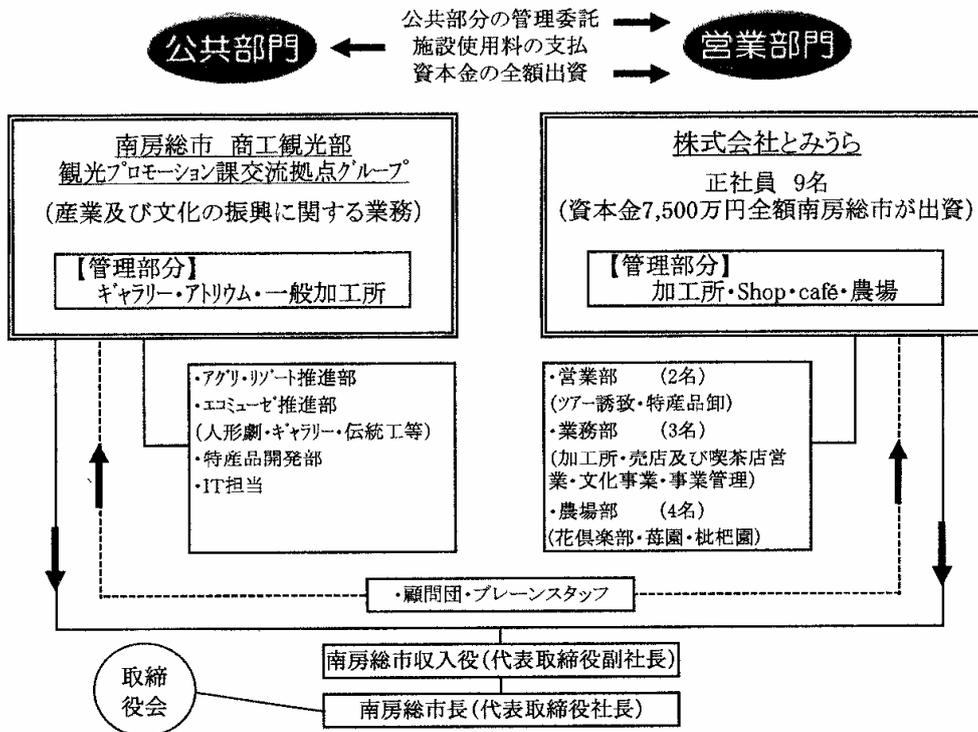
南房総市では、次のステップとして「エコミュージアム」の考え方をベースに、枇杷倶楽部、富浦を中心に行ってきた観光集客方法「一括受発注システム」を始めとした様々な取組を南房総全域に広げていこうとしている。

南房総全域での個人客をターゲットとした「一括受発注システム」の構築、団体の日帰り客向けを中心に行ってきた観光バスツアーを宿泊客まで広げるための品質管理システムの構築、地産地消の更なる全市的な広がり、インターネットによる情報の利便性を高めるための情報基盤（ホット・スポット）の全市的な展開、小規模零細な観光事業者の情報発信力強化や予約システムの構築など、南房総全域での「観光コンシェルジュ」としての役割をより一層充実させていきたいと考えている。そして、「枇杷倶楽部を人で一杯にして、富浦を人で一杯にして、南房総を人で一杯にしていきたい」と所長は言う。

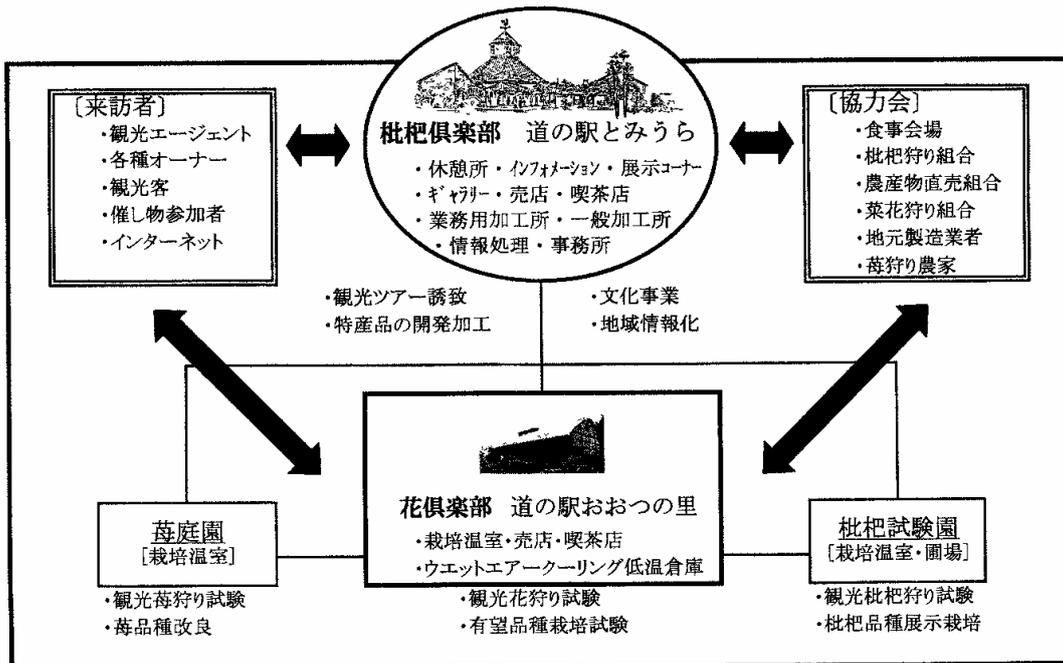
「地域振興はすべての人々の望みである。地域が生き残っていくには、やむにやまれぬ地域への情熱が突破口になると思う」と所長は語る。そして、仲間のスタッフや後を継ぐ若い人たちにこう話し続けていると言う。「つらくても、一段、階段を上げれば、風景が変わって見えるよ。きつくても、半歩踏み出せば、世の中の風向きが分かる。努力してやってみなさい。そうすることによって、地域は生まれ変わるよ」

「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」と「道の駅おおつの里 花倶楽部」の組織と事業
 (資料：南房総市・(株)とみうら)

道の駅とみうら・道の駅おおつの里の組織



道の駅とみうら・道の駅おおつの里の事業



地場産品のブランド化や定住促進、農業の 1.5 次産業化といった様々な取組により、山村集落を活性化

【取組の概要】知恵を駆使し、集落にあるものすべてを生かした活性化

羽咋市は能登半島に位置し、西側は日本海に面して風光明媚な砂浜が伸びる。海から市内中央の平野部に市街地が形成され、市の東部に広がる山地は人口の減少と高齢化が顕著な地域となっている。羽咋市では、2007 年、^{みこはら}神子原地区という中山間地域の活性化計画である「山彦計画」を策定し、山村集落の活性化を目指している。

山彦計画は、農産物の価格を市場に委ねるのではなく、農家が作ったものを農家が値段をつけられる仕組みを作り、農業所得の向上により人口減少を食い止めようとするものである。

平野部より収量が少ない高地で栽培される神子原地区の良質な米をブランド化し、米価をそれまでの 3 倍ほどに跳ね上げることに成功した。また、農家による自立した販売体制を構築するとともに、農家に出資を募って会社を設立し、地区住民のみで管理運営を行うなどしている。

また、農家と都市部の大学生との交流事業を実施して賑わいを創出する一方、移住を推進する制度を用意して、若い世帯が集落に移住しやすい環境を整備するなど山村集落の活性化に取り組んでいる。



神子原地区の田園風景と、「神子原米」のイメージポスター

1. 「羽咋にあるもの全てを活かそう」羽咋イズムで産業振興

知恵を駆使した事業のはじまり

2005 年 4 月、「1 年後には農産物をブランド化します」という市長の公約のもと、庁内に 1.5 次産業振興室が設置された。1.5 次産業とは、1 次産業の農業・漁業・林業の生産品等を加工し、2 次産業化を進めて付加価値を高めるものを指すが、そこには知恵を使って、「羽咋にあるもの、羽咋から産出されるもの、あるもの全てを活かそう」と市長が言う“羽咋

イズム”の思いが込められていた。1.5次産業振興室の担当職員は、専任1名と兼任1名の合計1.5名で、一般会計予算60万円でのスタートだった。まさに少ない人員と予算とで、知恵を駆使しての事業だった。

「1.5次産業振興室の課題として市長から言われたことは、簡単に言えば『活性化しなさい』とそれだけです」と、市の専任の担当職員（1.5次産業振興室総括主幹 高野誠鮮^{たかのじょうせん}氏）は言う。羽咋市の中でも最も疲弊していたのは山村、特に人口減少が顕著な神子原地区で、多様な方策を駆使して神子原地区の活性化を仕掛けていった。これが「山彦計画」で、市長は「ブランド化については1年間で成果を出すように」との指示を出していた。

「私がやったことは戦略です」と、高野氏は説明する。「行政は活性化と聞けば、すぐに書類や冊子を作ったり、シンポジウムを開いたりするが、正直なところ、印刷物をいくら作っても、会議や討論会を何回開いても、農村は何も変わらない。そうしたやり方には、理念に基づいて行動するということが欠落しているし、また、行政マン自身が理念を持っていない。」「農業の最大の欠点は、（流通・販売事業者等が主導権を握っているため）自分（農家）が生産しているものに自分（農家）で値段を付けられないということ。」生産、販売、管理のサイクルを自分で持ってもらう必要があり、そのために「従来の流通を変えていく」という戦略が自ずと見えてきた。山彦計画では、戦略に基づいて、いくつものプロジェクトを神子原地区において同時並行で進めていった。

2. 農家で作ったものは農家で値段を決める

世界ブランド“神子原米”の誕生

神子原地区は過疎の山村で、人口約500人、20年間で人口が半分に減少し、地区内には高齢化率が60%近くの限界集落を抱え、耕作面積110haに対して遊休農地が46haにも上る。そして、調査していくうちに、神子原地区生産の米が雑誌の米ランキングで、2度も全国で3位になっていることが分かった。そこで、魚沼産米よりも高い評価を得たことがあるという神子原の米のブランド化に乗り出した。

まず、神子原地区の住民に対して、「自分たちで苦労して作った農産品には自分たちで値段をつけることに取り組みましょう」と米のブランド化の話を市が持ちかけたところ、耳を傾けてくれたのは、169世帯の内わずか3世帯の農家だけだったが、この農家3世帯の協力を得て、市は神子原米のブランド化を実行に移していく。

「魚沼産と同じ戦術は取れない。ブランド化するにはどこから手をつけるか。ブランドとは、生産者や流通業者が決めるものでもなければ、ましてやコンサルタントが作れるものではない。本来は消費者が決めるものなのではないか。」市ではそう考えて、消費者の「あこがれ」の意識を利用することにした。「消費者は、社会的に影響を持つ人が嗜好している物にあこがれを抱く。有名芸能人がドラマで着ていた服や身に付けていた雑貨、大統領一家が飼っているペットなど、メディアで紹介されるとそのブランド価値が一気に高まる。

だから、神子原米を著名な人に食べてもらえば、ブランド化するのではないかと考えた。実際、神子原米は市民の間では極上米とされており、雑誌でも評価されていることから、「それだけの価値はあると思った」と高野氏は話す。

そこで、神子原の「神子」をキリストと捉え、ローマ教皇に召し上がってもらってはどうか、というアイデアを思いつき、市としてパチカン大使館に手紙を書いた。日本の石川県羽咋市にある神子原というところは山村であり、農業用水には工場廃水はもちろん人間の生活排水も入っていないこと、そして地名がまさに「神の子」の原ということを伝えるとともに、「このお米は教皇様に召し上がっていただける可能性は1%もございませんか」と尋ねたのである。

すると、しばらくして、大使館から「大使とお会いできる」という連絡があった。2005年10月に神子原米35kgを持って、市長と神子原地区の地区長と担当職員で大使館を訪問し、大使と代理大使に面会することが叶った。「神子原の村は、ここ20年ほどで疲弊して人口は半分になり、羽咋市内でも非常に小さな村です」と市長が紹介すると、「パチカンも世界で一番小さな国です。小さな村から小さな国への架け橋になりましょう」と、大使が応えてくれた。教皇に献上する品物は限られたものしかないが、2005年12月、その一つに神子原米と神子原米で作られた日本酒「^{まればと}客人」が加えられた。

米価が上がった、「農業を続けていてよかった」

神子原米のことはカトリック新聞に取り上げられて、全世界の信者に広がった。すると、すぐにカトリック系の有名大学からバザーで使いたいと申し出があり、「いくらですか？」と聞かれた。その時はまだ集落の中で協力する農家が3世帯しかなく、1kg700円と返事すると、「意外に安い」ということで注文があり、すぐに10俵が売れた。その後、テレビなど国内のメディアにも取り上げられて、1か月間で500俵を売上げた。当時、農協に出荷すると1俵が14,000円のところを、42,000円程で取引されることになった。日本から教皇への献上品は織田信長の屏風に始まるが、戦国時代から現在までの歴史の中で、日本の米を献上したという例はこれまでになかったため、ブランド価値が高まり、一気に注文が飛び込んできたのである。

こうして、取組が開始されて以来1年経たず、市長の公約である羽咋の「農産物のブランド化」が実現した。2006年1月、「農業を続けていてよかった」と農家の喜びを報じた記事が新聞に掲載され、市の職員も涙した。

会社設立で農家による独自の流通構築へ

神子原米の流通の方法について、当初は羽咋市が販売して、百貨店などからの注文を受けていた。商標も羽咋市として登録した。しかし、販売業務をいつまでも行政が担うことはできないことと、神子原米をベースとした新たな展開を図るために、農家が自前で会

社を作り、自らの農産物を自ら販売するという次のステップへの構想を立てた。

他地域と同様に、羽咋市内でも険しい山間部ほど農業所得が低い傾向がある。山の中では田んぼに機械が入らないため、大規模化・合理化した農業経営は難しく、また、会社等に勤めて兼業するとしても交通の便が悪く、通勤は容易ではない。農協の米の買取価格は毎年下がって行く一方、所得が全国の平均所得を大きく下回るようになった結果、山間部の集落で離村が多くなっていった。そうした中、農業所得を上げるべく、生産物の価格を市場の決定に委ねるのではなく、自分たちで値段をつけられる流通を構築するための道筋が、「神子原米」の成功のおかげで見えてきた。市の担当職員は、農業で食っていけるようにするにはどうしたらいいかをとことん考えた末、次のステップとして会社の設立と直売所の経営に着手した。

当初、地区の住民の間では、「農家が会社経営なんてしたらすぐつぶれる」、「物が売れなかったらどうするんだ？役所が責任取るのか？」と、否定的な意見が多かった。だが、市では、「どんな地域でも初めて新しいことをしようとするれば賛成者、反対者、無関心の3者が出て混沌とするのは常で、やがて成功が見えてくると皆が賛成に変わってくれるだろう、過疎の村をなんとかしたいという思いは地区の誰しもが同じなのだから」として、計画の推進を粘り強く働きかけ続けた。そして、地区では「会社と直売所を作ろう」ということになり、会社組織や直売所のあり方について議論を行ったが、関係者の間で合意がなかなか得られず、実際の立ち上げまで、1年半の間に45回もの会議を行った。

女性たちのアイデアがふんだんに盛り込まれた直売所

直売所を具体的にどういうものにするかを話し合う会議が地区で何度も開かれたが、なかなか話が前に進まなかった。会議に集まるのはほとんどが農家の男性たちだったが、その進捗状況を見ていた女性たちは、「農産物を加工し、レジに立って販売するのは女性たちなのに、加工しない、レジにも立たない男性たちだけで施設設計などの話を進めるのはおかしい」と感じるようになっていった。

男性たちの直売所の設計図は、外観にこだわり、瓦葺、小川が流れる日本庭園に水車まであった。これに対して女性たちの間に、現場で施設を利用する立場から案を出したいという思いが沸き起こった。そこで、女性たちは集まって、男性たちが会議するすぐ近くの建物で秘密の会議を開くようになった。女性たちの会議は極めて現実的で、「何のため（目的）に、何をすればいいのか（行動・実践）」が綿密に検討され、レジの高さやカウンター内部などを緻密に計算して、機能性・合理性を重視し、装飾に予算をかけないシンプルな方向でアイデアを固めていった。

その結果、女性たちは、設計、配置から直売所の内容まで、男性たちが作る計画とは全く違うものを作り上げたが、その計画を知った男性たちは怒った。「川が流れていない！水車が回っていない！」。それに対し女性たちは、自分たちも力になりたい気持ちから、「頑張って（直売所でたくさん売上げて）父ちゃんをハワイに連れて行こう」を合言葉に、内

容を考え設計してきたことを打ち明けて、男性たちに納得してもらった。女性たちの案は、現場で施設を利用する立場からよく考えられており、その良さを取り入れることになった。こうした女性たちの活躍のおかげで、直売所の内容検討や設計はその後スムーズに進むようになった。

地区住民の手で直売所がスタート

2007年3月、ついに「農業法人株式会社神子の里^{みこ}」が立ち上がった。高齢化が進み、人口が半減し、再生を諦めかけていた地区が、住民自身で出資し、会社を運営することになった。市は全く出資せず、農家が協力して資本金300万円をかき集めた。神子原米のブランド化を始めた頃には3世帯のみの新たな取組だったが、地区の農家196世帯の内131世帯が出資する会社ができる。会社の販売所や倉庫などの施設は、農林水産省の補助を活用して市が建設し()、会社が指定管理者として管理運営を行っている。社長からスタッフまで全員が地区住民で、移住者を含む11名が働いている。維持管理、運営までをすべて地区農家の自主運営で行っている。

直売所は、「神子原農産物直売所『神子の里』」の名前で2007年7月にオープンした。地区の農家が野菜や加工品などを持ち込み、その作った農家自身が値段をつけるシステムが確立でき、売上の情報が自宅でわかる機器が導入された。開店当初、出荷する農家数は少なかったが、徐々に増えて現在は30軒ほどになった。中には月に約30万円を売り上げる農家もあり、会社は初年度の決算で6,800万円を売り上げ、2008年度も前年度を上回る勢いで伸びている。

直売所では、商品の品質管理に非常に気を配っている。昔は、農協に出荷できなかった品質の劣る商品でも、地元で何かの機会があれば販売していたが、この直売所では品質が悪いものを出荷しないように注意している。「農薬や化学肥料を使って量産した米は農協に出荷してください」と、農家に店長が説明する。こうして地元産の高品質の農産物を農家が胸を張って値段を付け、販売するシステムが構築された。消費者からの反応で農家がやる気を出し、もっといいものを作る好循環が構築されつつある。

()事業名：山彦計画「神子原地区農産物直売所等建設事業(2006年度住みやすい中山間地域づくり事業)
事業予算：1億1400万円(国庫50%、県費10%、
辺地債40%)



神子原農産物直売所「神子の里」

3. 集落主体の都市・農村の交流

農家が擬似親「よぼし親」として大学生を受入

羽咋市が属する能登地方には、近隣で実の親子ではない者同士が「よぼし親」、「よぼし子」として擬似の親子関係を結び、農作業や冠婚葬祭等で助け合うという風習が現在も存続している。この風習を上手く使って、農家において都市住民の宿泊受入を可能にしたのが、羽咋市の「^{よぼし}烏帽子親農家制度」である。

都市の大学生との交流で農村の活性化を図ろうとしていた市は、大学生が農村にやってきて農家の生活を体験できる良い方法を模索していた。農家に大学生が宿泊してその代金を農家に支払うとなると、問題となるのが旅館業法、食品衛生法、建築基準法、消防法などの法基準をクリアすることである。他の自治体で広がりつつある農家民泊という方法をとると、改築したり、講習を受けたりすることで費用や手間がかかる。

そこでもっと簡単な方法として考え出されたのが、大学生をお客として扱うのではなく、農家の「よぼし子」とし、農家と大学生で親子関係を結ぶ方法だった。そうすれば、親子関係のこととして、滞在や金銭のやり取りには法が適用されなくなる。旅館業法等を管理する石川県との協議を経て、2005年5月に、石川県認可事業として「烏帽子親農家制度」がスタートすることになった。

よぼし子の希望者は、事務局となっている市の窓口に申し込み、体験料として大人1泊2日5,000円、大学生2,500円（価格は2009年1月現在）を支払う。滞在中、参加者は農家の「子」となり、田畑に出かけての農作業や、こんにゃく作り・そば打ちなどの体験をする。受入の体制が整ったことで、次は参加者を募っていくことになった。

「よぼし子」第1号の女子大生が農家にやって来た

若い大学生たちは農業を全く知らないため、本格的な農作業となると実際にはほとんど活躍の機会はない。だが、農家が大学生を受け入れて交流することを通じて、若者に農村の良さや農業のすばらしさを知って欲しいという思いと、農家の人も活力あふれる大学生を受け入れることが刺激となって、農家自身に変化や成長が生まれるのではないかとの思いがあった。もちろん、そのためには、ただ学生を泊めるというのではなく、一緒に働いて、一緒に食事をして、日常の生活を共にするというのが必要だった。

市の担当職員が農家に制度を説明する際、「都会から大学生を受け入れて日常生活を過ごしてください」とは言わず、「『よぼし子』を受け入れてください」と言うと、すんなり意図が伝わった。しかし、当初、農家の人たちは、都会から人をいきなり受け入れるのには抵抗があった。そこで、市では地区住民みんなの信頼が厚い一軒の農家に頼み込んで、最初の受入を了解してもらった。2005年7月に、「よぼし子」の第1号となる女子大生2人が東京からやってきて、最初に親子の杯を交わした。滞在中、昼間は農作業とそば打ちやこ

んにゃく作りなどを体験し、夜には親子で晩酌を楽しみながら、農作業の疲れを癒して2週間を過ごした。集落の人々は毎晩の楽しい晩酌の様子を見て、次第に農作業体験に協力したり、夜の晩酌に加わるようになった。最後には集落の人たちが集まって、女子大生2人による報告会と送別会を開いた。

この時によぼし子第1号となった学生は、社会人になった今でも、よぼし親の農家に毎年泊まりに来る。「これが私の彼氏です」と紹介しにやって来たこともあった。よぼし子は数か月に一回はよぼし親に電話を入れて、また、よぼし親からも「元気か?」と連絡を入れる。つい最近、よぼし親農家によぼし子から「こんにゃくの作り方を教えてほしい」と電話があり、よぼし親はこんにゃく芋を彼女に送ったという。彼女は、農家にとって本物のよぼし子同様になった。

東京からの大学生たちの「援農合宿」

よぼし子第1号の成功で烏帽子親農家制度は弾みが付き、翌年の2006年からは、東京の大学生30名ほどが「援農合宿」として神子原地区菅池町すがいけまちの集落に来ることになった。合宿では、彼らがどこに泊まるのか、行政や自治会で割り振ったりせず、彼らが自ら一軒ずつ農家に交渉するという方法をとっている。農家が見つからなかった場合は、集会所に宿泊することができるが、そこには寝具があるだけで食事も風呂もない。

この方法をとるようになったのは、ちょっとした失敗が発端となっていた。大学の夏休みに学生たちが来るようになっていたが、その2日前になって、事務手続き上のミスからまだ宿泊先の農家が1軒も決まっていなかったことが分かった。そこで、「だったらいっそのこと、行政と自治会で宿泊先を決めてしまうという方法はやめて、学生が農家に直接交渉するというにしよう」ということになった。「こういう子たちが訪ねてくるかもしれません。できるだけ受入をお願いします」と、事前に学生たちの紹介文を全農家に配布し、「交渉に来た学生が気に入らなければ泊めないでください」と付け加えた。学生たちは必死になって、農家に対してどうしてこの村に実習に来たのかを説明した。学生はちょっとした試練を経験する。「じゃあ、風呂入っていくか」と、泊めることにした農家としては、行政や自治会からの頼まれごとではなく、学生を見て自分で決めたことになる。結局、当初の事務手続き上のミスから始まったこの方法が、現在まで継続されることになった。

学生たちは全員が集まる日だけ決めて、皆それぞれ交渉が成立した農家に2週間滞在した。学生たちは、昼間は農業技術を教わりながら、農作業や道路の草刈などを手伝い、夜は農家といろいろな話をした。一人暮らしの農家の女性は、女子学生2人を泊めた。いつもならその女性は、夜の8時か9時頃には就寝するが、その時には女性同士の話が弾んで10時、11時頃まで話し声が絶えなかった。また、前の年に女子大生2名を初めて泊めた農家は、学生たちの集いの場となり、夜遅くまで交流が続いた。

大学生の中でも特に都会生まれ都会育ちの者にとっては、農村の濃厚な人間関係は衝撃的だった。大学生たちは、自分のことを本当に心配してくれているのは家族だけで、家族

だけが助けてくれるのが社会の常識と考えてきた。しかし、農村に来てみたらどうもそうではなく、赤の他人のおじさん、おばさんたちがまるで親のように自分のことを心配してくれる。2週間が過ぎ、合宿の終了日、最初は学生の受入を躊躇していた農家も涙で学生を見送った。ある学生は「携帯はつながらなかったけど、心がつながりました」と、感想文を残していった。

大学生の協力で棚田で「巨大ひな壇」づくり

2007年3月、地元住民と大学生たちの手によって、棚田に巨大な雛人形のひな壇が出来上がった。2005年度によぼし子第1号としてやってきた女子大生たちが提案し、2006年度の援農合宿でやってきた学生たちが実現させた。この「巨大ひな壇」づくりをマスコミが紹介したことで、約1,500人の見物客が訪れ、神子原地区はこれまでにない大賑わいとなり、その後、この行事は毎年行われるようになった。



援農合宿作業の風景



神子原地区の「巨大ひな壇」

4. 地域の基礎力となる移住者

農家と農地をセットで移住者に貸し出し

人口減少が進み住民が離村した後の集落には、多くの空き農家があり、遊休農地も増えていた。1.5次産業振興室が立ち上がる前の2004年度から、市ではこの状況をなんとか打開できないかと考え、空き農家と遊休農地のデータベース作成を進めていた。市内の各農村集落から選出された「空き農家対策委員」に物件と地権者の情報を収集してもらい、入居可能な空き農家情報を新聞に掲載すると、300件を超える問合せがあり、その問合せ者のデータベースも作成するようになった。

羽咋市の「空き農家・農地情報バンク制度」では、農家と農地をセットにして賃貸（月額2万円前後）のほか、購入も可能となっている。ただし、住民票を羽咋市に移すこと、地元と交流し行事に参加すること、といった条件を付けている。この取組が2004年12月

に「羽咋のとっても簡単就農特区」事業として内閣府の構造改革特区に認められ、従来は土地取得下限要件が 5000 m²だったが、新規就農者でも 1000 m²から農地を取得できるようになったことで、さらに農地の流動化が進んだ。2009 年 3 月現在、この制度を利用して、11 家族 32 名が市内農家に入居している。

移住の受入の如何を集落で決める

羽咋市として就農しやすい環境を整えてきたが、誰でもいいから農村に来て下さいというわけにもいかない。市では、物件を紹介する前に相談者の良し悪しを判断する。市の相談窓口の担当者は、「特に就農したいといった若い世代の場合には、『リストラになりました。農業で食っていただけますか?』といったように、きちんとした目的がない場合はやっていけない」と話す。本気で農業をやりたい人、中山間地域の農村に住みたいという人は、市の窓口で相談に来る前に、自分が就農するイメージや計画を持っており、農産物の流通ルートや販売方法まで自分で考えていることが多いという。

市の窓口に移住相談に来た人に対しては、最初に市職員が移住先を探して紹介するかどうかを判断し、その後は、集落の人々による面接を受けることになる。そして、その移住希望者が村の地縁の中に入って、集落の暮らしの中で代々積み重ねてきた様々な知恵や慣行を共有できるか、集落の人たちが人物を見極めて最終判断を下す。一旦、移住を受け入れると決めると、集落の人たちは皆で温かく迎え入れる。

神子原地区の中でも最も生活環境が厳しい限界集落と言われる菅池町の集落に、若い家族が移住してきて、カフェを開業し、その営業のかたわら農業も営んでいる。その農家カフェの店主は、金沢でコーヒーの海外取引に関わる仕事をしてきたコーヒーのスペシャリストで、いつか自分でカフェを経営したいと事業計画を温め、神子原地区菅池町に移住してきた。

市では、移住が決まった後も、移住者が集落の中にうまくとけ込んでもらうように、様々なサポートを行っている。カフェを営む移住者を住民たちに知ってもらうために、集落中の人に彼らのコーヒーやケーキを味わってもらう機会づくりを行った。同時に、移住者がどこから来て、何をやる人が集落中の人に伝わるようにした。さらに、移住者の親代わりとなるよぼし親になってくれる住民を探し、認定農業者の農家が引き受けてくれた。

受け入れた後は集落みんなで温かく支える

カフェのオープン前日、店主はカフェに関係者を招待してお披露目し、多くの住民が集まった。カフェのオープンの日は、前述の「巨大ひな壇」のイベントの日にならざるを得なかった。そのおかげで、新聞は巨大ひな壇と一緒にカフェのオープンを取り上げた。その甲斐あって、限界集落のカフェは多くの都市住民に知られるようになった。

移住者も村の一員として、地元の人たちはカフェを支援し続けている。毎日のように、

農作業を終えた後にカフェにやってくる近所のお年寄りがいる。そのお年寄りは、観光客にもどこから来たのかと気さくに話しかけ、来街者との会話を楽しんでおり、住民にとっても、カフェがふらっと立ち寄れる交流の場となった。

カフェの店主は、「移住したのがこの菅池町で本当によかった」と話す。神子原地区の中でも交通の便が比較的いいところでは兼業化が進み、住民のつながりの希薄化が進んでいるが、菅池町は交通の便に恵まれないおかげで住民のつながりが強く残っていると言う。確かにカフェは幹線道路から外れて細い道路を進んだその先にあり、交通の便がいいとはとても言えない。ある経営コンサルタントがカフェを訪れて、3か月後にはカフェの経営は行き詰まるだろうと言ったと

いう。ところが、予想とは逆にカフェの経営は順調で、外国製のペレットストーブを購入するなど、新たな設備投資も進んでいる。「経営が順調なのは、地元の人たちの支援があるからです。ありがたいです」と店主は話す。



神子原地区菅池町の農家カフェと、コーヒー・ケーキセット

専門性を持った若者の移住を歓迎

羽咋市の移住者紹介の条件は前述のとおり、地元と交流し行事に参加するということだったため、カフェの店主は菅池町への移住を決めて移り住む前の2006年から、神子原地区の直売所を運営する会社設立の打合せに参加してきた。前述のとおり、話し合いは順調とは言い難い状況だった。

話し合いに参加している人はすべて男性で、一番若い人でも50歳代だった。年長者は風格があって、カフェの店主は「自分は何も知らない赤ん坊のようなものだ」と感じた。そのため、店主は「失礼なことを言っても許してください」と覚悟を決めて発言した。案の定、叱られたこともあった。しかし、参加者のほとんどが農業者の中で、彼の発言はコーヒー屋で接客業を知っているという立場からのものであり、直売所を運営していく上では非常に有用なものだった。次第に、彼は地区にとって役に立つ貴重な人材であるということを知り、地元住民たちが認識するようになり、カフェの店主は、その後、直売所の店長を任せられることになった。

同時に、そのことによって「どんなことでもいいから専門性を持った人材が村にいた方が、地元にとって有益」という認識が関係者に広がった。最近移住してきたのは、有機農業のスペシャリストという若者だった。インドネシアで有機栽培の指導を経験し、カフェの一家同様、市の相談窓口を経て、集落の面接をクリアして、神子原地区の菅池町に移住することになった。インドネシアと羽咋市の環境の違いを乗り越えなければならないため、有機栽培の成否はまだ分からないが、菅池町住民の有機栽培への夢が広がった。

5 . 羽咋市のこれから

山彦計画では、こうした取組以外にも棚田オーナー制度や人工衛星を使つての米の品質管理なども行ってきた。また、大学や商工会などとの多様な連携も推進してきた。前述のとおり、すべての事業が同時並行で進み、多様なアプローチを行ったのが山彦計画の特徴でもある。実践を中心に行ってきたおり、「取り組んだという証拠作りのような冊子作りや会議は殆どしなかった」と市の担当職員は話す。

山彦計画の柱となる「農業法人株式会社神子の里」の売上は伸びてはいるものの、不安定な面がまだ残る。「売上が1億円を越えてくれば、安定してくると思われるが、急激な伸びでなくていい、ゆっくりと歩みながら右肩上がりになれば」と、地元農家や市の担当職員は考えている。また、「今後、農業法人としての取組を本格的に展開したいが、まだ会社としては十分に体制が整っていない」と、直売所の店長は言う。立ち上げから2年近くが経つが、経営にもう少し余裕が出てきたら、次の展開を目指したいと関係者は考えている。

山彦計画は羽咋市の内外で高く評価され、視察が絶えない。しかし、市の担当職員は「成功事例ではなく、まだ事業は途中でこれからも続く」と話す。「地域を活性化する人材の活躍」、「将来の農業を熱く語れる集落づくり」、「農業が職業になる集落づくり」、「消費者と農家がWin - Win」など、市の担当者をはじめ関係者が目指す将来像はもっと大きく、さらに高いところにある。

あまちょう
海士町（島根県）

地域資源を活用したまちづくり

地場産品を有効活用した新商品開発

【取組の概要】離島のハンデキャップを克服して挑戦する「地域経営の再構築」

日本海の^{おき}隠岐諸島に位置する小さな島、海士町は、本土から遠く離れた“離島”のハンデキャップから、「超過疎、超少子高齢化、超財政悪化」と表現されるほどの状況に追い込まれながらも、自らの生き残りをかけて、果敢に“挑戦”し続けている。そして、その挑戦する姿に多くの人々が魅了されている。

行財政改革に行政と住民が一丸となって取り組み、島に息づく地域資源と島外の若き人材の潜在能力を巧みに掛け合わせて新商品・新産業・新規雇用の創出を図っている。島の食文化を商品化した「島じゃ常識！サザエカレー」、海士の漁師の食卓を都会にそのまま届ける「CASシステム」、流通の仕組みを変えた「隠岐海士のいわがき・^{はるか}春香」、独自ブランドを確立した「島生まれ、島育ち、『隠岐牛』」、海士のモノづくりの原点を呼び覚ます「海士乃塩」。これら産業振興の成果として、島外からの移住・定住を加速度的に増加させている。

島民の果敢に挑戦し続ける姿が、外から人をひきつけ、ひきつけられた人々が産業創出など海士の地域再構築の一翼を担う。そして、その姿に皆が更に魅了されて、人と人のつながりや地域創生の輪が波及的に広がっていく。そこには、“離島”というハンデキャップを真正面から受け止め、そこからの危機感をバネに自立への道を創り出していこうとする島民の情熱がある。そして、何よりも、離島“海士”に生まれ育った者としての高き「誇り」がある。



海士町菱浦港

1. 海士町の概要

“^{みけつくに}御食つ國”・^{あま}海士

海士町は、島根半島の60kmほど沖合の日本海に浮かぶ^{なかのしま}隠岐諸島の中の一つである中ノ島全体を町域とした1島1町のまちである。中ノ島は、面積33.46km²、周囲89.1kmの小さな島で、その海士町には、現在、2,400人ほどの人々が暮らしている。

隠岐諸島は、大小 180 ほどの島々からなっており、そのうち人が住んでいるのが、島前と
呼ばれる中ノ島（海士町）、西ノ島（西ノ島町）、知夫里島（知夫村）の 3 島と、島後と呼
ばれる島後島（隠岐の島町）である。隠岐は、かつて隠岐国という一つの国で、かなり古
くから都とのつながりがあったとされる。平城京跡から海士町の「干シアワビ」等が朝廷
に献上されていたことを示す木簡が発掘されたことから分かるように、古くから海産物
の宝庫として“御食つ國”に位置付けられていた。

よそ者へのもてなしの精神

奈良時代から流刑地として、遣唐副使の小野篁や承久の乱(1221 年)に敗れた後鳥羽上皇
などがこの島に流された。後鳥羽上皇は、在島 17 年余でこの島で生涯を終え、島民の畏敬
の念はいまなお深い。

近世になると、明治の文豪小泉八雲（ラフカディオ・ハーン）は、隠岐旅行の際に中ノ
島の菱浦港を非常に気に入り 8 日間滞在した。隠岐は相当文明が遅れているだろうと予想
していたが、その島の素晴らしさに魅了され、日本の中で家を建てるとしたら、隠岐の菱
浦だと話したという。

江戸時代から外部との交流を様々な形で行っており、そうした歴史的な経緯からも、よ
そ者に対する拒否感がなく、もてなしの精神を持つ土地柄が醸成されてきたとも言われて
いる。

海士町が持つ優位性 ～海士の宝物のすばらしさ～

海士町は、対馬暖流の恵みを受けた豊かな海と、名水百選に選ばれた天川の水など豊富
な湧水に恵まれる。海と陸の産物が豊かな半農半漁の島で、第一次産業を中心に自給自足
の生活ができていた島である。

海士には、島とは思えないほどに田園が広がっている。島内には 100ha ほどの田んぼが
あり、島前の 3 つの島（隣の 2 つの島には田んぼはない）が食べていけるほど米の生産量
が多い。山の中腹からはこんこんと水が湧き出ており、それを使って、100ha の田をまかな
っている。ダムに頼らず、地下水を掘れば出てくる水を飲料水にして暮らしていくことが
できるのである。

2. “離島”海士町が抱えるハンデキャップ

“離島”という地理的な条件

海士町（中ノ島）と本土とを結ぶ交通手段は、高速船とフェリーがあり、高速船だと途
中に他の島を経由して 1 時間 40 分程度、フェリーだと 2 時間半～3 時間程度かかる。海は

春から秋にかけては穏やかだが、冬場になると北西の季節風が強く吹き荒れるため、船が欠航して孤島化することも珍しくない。1日程度の欠航は度々あり、長い時は3日間ぐらい欠航して、年に1回は島に物資がなくなることがある。

海士の人々が日々の生活や様々な経済活動をしていく上で、外海離島という地理的な条件によるハンデキャップは非常に大きい。

超過疎と超少子高齢化

1950年頃に約7,000人近くいた海士町の人口は、2005年10月の国勢調査では2,600人を切り、2008年現在は約2,500人に減少している。

また、高齢化率は約40%にも上っている。就労先が少ないことや、教育・医療機関等の生活環境が十分に整備されていないことなどから、高校生のほとんどが卒業すると島外へ流出してしまい、年少人口率も約10%と低い。島へのUターン率も非常に低く、20~30歳代の人口が極めて少ない。そのため、生まれる子どもは、年間10数人足らずとなっている。

Uターン者が多い島(後述)として有名になってはいるものの、若者の島外流出、自然減が急激に進んでおり、大きな課題の一つとなっている。

超財政悪化

農業・漁業を主な産業として生きてきた海士町では、1953年の離島振興法の制定以来、国の経済対策に呼応した公共事業への投資で社会資本を整備してきた。島内に集落が14あるが、港も14あり、その港に係留されている漁船を守るための岸壁や防波堤の整備など、高度成長期以来、次々と公共事業が行われてきた。「公共事業で生きてきた島、生かされてきた島」だと島の人は話す。

公共事業によって、島の住民の暮らしはある程度改善されたが、その一方で、財政力以上に地方債残高が膨らみ、「気がついたら、町の借金が膨大な額に上っていた」と町の職員は話す。

3. ハンデキャップを乗り越える地域経営の再構築

自立の道へ ~ 「守り」と「攻め」の改革 ~

1999年、このまま何もしなければ、2002年には町の基金が底をついて、赤字に転落することが判明した。この状況をなんとか打開しなければということで、町は「行財政改革やるぞ計画」(1999~2003年度)を策定し、それに沿って、職員の昇給停止や人件費カットなどを始めた。

その後、「行財政改革やるぞ計画」の効果は少しは現れてはいたが、このままでは 2005 年度に赤字になることが明らかとなり、何とかしなければと、町の三役や職員、住民の代表、議会の代表など 50 名規模の「海士町自立促進プラン推進懇話会」を立ち上げ、この局面にどう立ち向かっていくかを話し合った。

そうした結果、行政改革のための「海士町自立促進プラン」(2003 年度～中長期)を策定。自立促進プランでは、まず当面は「守り」の政策として、行革でなんとか財政のやりくりをする。一方、「守り」だけでは、町は発展しない。町を発展させるための「攻め」の戦略として、産業振興を推し進めていく方針がまとめられた。

町の担当職員は、「島(海士町)は超過疎、超少子高齢化、超財政悪化で、何もしなければ財政再建団体になる状態だった。海士がそうならなかったのは、放置せずに手を打ったからだ」と話す。

4. 「守り」の地域再構築 ～行財政改革～

自らの身を削らない改革は支持されない

町は、生き残るための「守り」の戦略を打ち出すために、大胆な行財政改革を推進した。「自らの身を削らない改革は支持されない」という町長の信念のもと、町長を皮切りに、職員の大幅な給与カットが行われた。町長以下助役・教育長、議会、管理職に始まり、職員組合から一般職員給与の自主減額の申出があり 2004 年度から実施された。

2 年目の 2005 年度には、町の三役の給与を 50～40%カット、職員の給与を 30～16%カット(30%は管理職や長く勤務する係長クラス) 平均で 22%カットした。これで、職員給与のラスパイレス指数(国家公務員を 100 とした場合の指数)は 72.4 となり、この当時日本一安い給料となった。また、町の議員と教育委員もこれを受けて 40%カットした。自治会長に当たる区長からは 10%削減の申出があった。こうした大幅な人件費カットで、全体で 2 億円の経費を削減した。

職員の給与カット分で子育て支援

人件費削減が進む中、職員も自ら給与カットを申し出たものの、ただカットしただけではおもしろくない、夢がないということで、「自分たちのカットしたお金がどういう施策に生かされるか、はっきりと明確化しよう」という話し合いがもたれた。話し合いの結果、職員の給与カット分を使って、町内の「子育て支援」のための施策を重点的に展開していくことになった(「すこやか子育て支援条例」を制定(2004 年 10 月))。

例えば、住民に第 3 子が生まれたら誕生祝金として 50 万円、第 4 子が生まれたら 100 万円を支援する。島には産婦人科がないため、妊婦は本土の病院に検診や出産に行くことになるが、その時の旅費、検診費用の一部を給与カット分で支援する。あるいは、1 ターンの

人が、東京など本土に里帰りして出産する時には、その往復の旅費の一部を支援することになった。

職員の給与カット分は子育てのための支援に使う、ということを確認にした結果、自分たちの給与カットが地域に貢献しているということで、職員はより一層前向きな意識に変わっていった。

町財政への自主的な貢献を申し出る住民たち

町の行財政改革への取組に対して、住民たちからも、「自分たちに出来ることはないか」といった声が上がようになってきた。町内の老人クラブからは、「職員ら町のみんなが頑張っているから、老人の自分たちからも、これまで半額だったバス料金を一般並みに取ってくれ（値上げしてくれ）」との申出や、「自分たちは年金をもらっているから、コミュニティ活動（ゲートボールなど）への町からの補助金も要らない」との申出が自主的にあった。また、各種の委員からも日当の減額の申出があった。

さらに、住民の中から、行財政改革や地域づくりを応援したいと言って、寄附も届けられるようになった。最近の話では、お年寄りが、「年金が貯まったから、俺の年金使ってくれ」と町に言って来るなど、町に寄付しようというお年寄りが数名現れた。

住民と町が島の将来への危機感を共有するようになり、行財政改革はもとより、その後の産業振興などの地域づくりの取組にも連携の輪が広がるようになっていった。

5. 「攻め」の地域再構築 ～産業振興と交流促進～

(1) 外貨獲得と人づくりを図る産業振興策の展開

現場主義に徹した体制づくり

島が生き残るための「攻め」の戦略として、一点突破型の産業振興策を展開していった。「攻め」とは、島に新たな産業を創り、雇用の場を生み出し、人を増やし、外貨を獲得して、島を活性化するといったことである。

最初、産業振興策を進めていく上で、町長から、「役場の職員は本庁舎で勤務するよりも、『もっとお客様の出入りする、お客様の声の聞こえる』、そういうところで仕事をするべきだ。より現場に近いところに担当課を移すように」という「現場主義」に徹した体制づくりの方針が出された。また、町の内部部局の職員数を減らし、その分を産業振興や定住対策の部局に職員を重点的にシフトさせることとなった。

そこで、2004年4月に、町の産業振興を実務的に担う「産業3課」（交流・観光・定住を担う「交流促進課」、第1次産業の振興を担う「地産地商課」、新たな産業おこしと雇用創出を担う「産業創出課」）を創設。島の玄関口であり、情報発信基地やアンテナショップでもある菱浦港のターミナル「^{しょうきゅうかいどう}承久海道 キンニャモニャセンター」（ ）（2002年開設）

に、その産業3課を設置し、職員は皆そこへ移動して、現場重視の展開を図った。

「地産地商課」について、海士町では一般に使われる「地産地消」ではなく、外部に打って出るといふ意気込みを現して「消」ではなく「商」の字を使っている。



承久海道 キンニャモニャセンター

()「キンニャモニャ」とは、島の自然と文化・人情がうたい込まれている海士町発祥の隠岐民謡「キンニャモニャ」の名。

島民の誇りをブランドに ～「海」・「潮風」・「塩」の3つの誇り～

産業振興策として具体的に何をするか。町の担当課では、海士の味覚や様々な魅力をテーマごとに分けて高級感あふれる形で販売するという戦略「海士デパートメントストアプラン～『選ばれし島』まるごと届けます～」を2004年度に立てた。この戦略は、国の地域再生計画の認定を受けて、2004年度から地域雇用機会増大支援事業（プラス事業）、まちづくり交付金（～2008年度）、2005年度には地域通貨モデルシステムの導入支援、地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業）（～2006年度）の支援を得た。島根県のリーディングプロジェクトにも指定された。

この“デパート”の中心になるものを検討するに際し、「これまで海士は農業と漁業の文化で生きてきた」という島の原点に立ち返ることにした。海士は農業や漁業の第一次産業で生きてきた島であり、それに付加価値を付けることで販売を強化し、新たな加工産業を生み出して雇用を創出しようということになった。

キーワードは、「海」・「潮風」・「塩」の3つの言葉で表し、島が持つ地域資源を有効活用し、異なるもの同士をつなぎ、その中から島ブランドを生み出し、新しい産業を創出していくこととした。また、外貨獲得につながるブランドづくりでは、どこよりも厳しい評価が下される東京で認められなければならないという考えから、メイン・ターゲットを東京においた。

島民の誇り ～豊かな「海」～ 島の食文化を商品化した「島じゃ常識！さざえカレー」

海士の島民たちの食卓では、カレーライスに肉ではなくて「さざえ」を入れていた。島では当たり前の食文化だった。ある時、外部の人から「そんな変わった食文化があるのですか、それはおもしろいですよ。こういうのを地域の食文化として商品化したらどうですか」と言われて、町の職員は「はっ、と気づいた」という。職員はこれをなんとか商品化しよ



島じゃ常識！さざえカレー

うということで、町が町内のいろいろな業者に話を持ちかけたが、当初は皆慎重になってなかなか乗ってこなかった。

そこで、町がこのプロジェクトの製造、開発、流通から販売まで全般を手がけることとし、2年がかりで完成させた。カレーに島で獲れたさざえを入れた商品として、「島じゃ常識！さざえカレー」という名前で売り出したところ、初年度は5万個が売れ、今でも年間約3万個を安定して販売している。

海士町では1998年度以降、毎年全国各地から数名のIターン者を、町の臨時職員としての身分で研修生を受入れる「商品開発研修生制度」を取り入れており、研修生は、「よそ者」の発想と視点で、特産品開発やコミュニティづくりに至るまで、海士にある全ての宝の山（地域資源）にスポットをあて、商品化に挑戦する。このさざえカレーの商品開発でも、商品開発研修生が力を発揮した。「それまで商品価値のあることすら気づかなかったものが、外から見れば驚きとともに新鮮な魅力として映るいい見本となった」と町の担当職員は話す。この成功を受けて、町では「やればできるんだ」という自信が付き、その後の様々な新産業創出事業に拍車がかかった。

海士町の「商品開発研修生制度」

1998年度から海士町が募集している商品開発研修生制度。「よそ者」の発想と視点で、特産品開発やコミュニティづくりに至るまで、海士にある全ての宝の山（地域資源）にスポットをあて、商品化に挑戦する。

「島の助っ人」的存在で、これまでに18人が参加。現在3人が勤務中。過去、研修生の卒業生で海士に定住した人は7名。毎月15万円の給与を支給（社会保険付）。1年契約だが更新可能。卒業生のうち、2008年度は2人が海士で起業し、新たな事業に挑戦中である。

海士の漁師の食卓をそのまま届ける「CASシステム」

海士は豊かな海に恵まれ、白イカなど豊富な水産物が獲れるものの、離島であるがゆえのハンデキャップにより、海士の漁業は本土に比べて厳しい状況が続いていた。海士の漁師は、水揚げした水産物を本土の境港や大阪等の市場に出荷するが、境港へのフェリーの時間だけでも3時間程度かかるため、朝出荷しても市場に着くのはその日の午後になる。隠岐産として遅い時間に特別にせりが開催されることもあるが、それに間に合わなければ、翌日のせりにかかることになる。そのため隠岐、海士の水産物は獲れた時は良質でも、市場に出荷された時には鮮度が落ちていて、安く買い叩かれてしまう状況がかねてより続いていた。それに加えて、フェリーで運ぶための海運流通コストが余分にかかってしまう。

このように海士の漁師は、鮮度が落ちて安く買い叩かれ、流通コストが上乘せされることで、本土の漁師よりも手取り収入が非常に少ない。そのため、水産資源は豊富にも関わらず、漁業に携わる人が少なく、後継者が育ちにくい状況が続いていた。

町では、この離島のハンデキャップを克服し、新たな漁業を切り開き、後継者を育てていくことが、島の産業の裾野を広げることにもつながると考えた。そのための模索を続ける中、島の漁業の救世主として見つけたのが、「CAS (Cells Alive System)」システム

である。

CASシステムは、磁場をかけて振動させることで、細胞組織を壊すことなく凍結させることができ、解凍しても通常の急速冷凍のようなドリップ（汁が流れ出す現象）などは一切起きず、長期間にわたって鮮度を保持できるシステムである。獲れたての味をそのまま封じ込め、解凍後もとれたての味をそのまま食することが可能になる。獲れたてのものを直に加工して刺身にしたものも、そのままの味を保てる。このCASを導入することにより、海士の豊富な海産物が、遠く離れた東京など都市の消費者にも新鮮なまま届けられる環境が整った。離島の流通ハンデを克服し、島から付加価値の高い商品を生み出すツールを手に入れたのである。



CAS凍結センター

CASの導入当初は、その特徴がまだあまり知られていなかったため、「通常の冷凍モノとは違い、時間が経っても獲れたての新鮮な海士の味を味わえる」という点を強調しながら、販売促進活動を展開した。その結果、2005年度の導入以来、認知が広がり、首都圏の外食チェーンをはじめ百貨店、スーパー、ギフト販売など少しずつ販路が広がるようになった。2007年7月からは、中国上海への輸出も始まっており、2008年度には約7,600万円の売上が見込まれている。

流通の仕組みを変えた「隠岐海士のいわがき・^{はるか}春香」

海士の漁業者はこれまで、輸送に時間とコストがかかることから、獲れた海産物について漁協や近場の市場に出荷するルートしか持っていなかった。

そうした中、脱サラしてIターンで海士に移住した人が、海士の岩牡蠣の養殖に目を付け、地元漁師や他のU・Iターン者と協力して、種苗の生産から育成・販売までの事業化を目指す取組を始めた。養殖に成功した岩牡蠣には、「隠岐海士のいわがき・春香」というブランド名を付け、「味と安全」を売りに3月から初夏の6月までの旬の時期、取引単価の高い築地市場や首都圏のオイスターバーへの直接出荷を試みた。



「隠岐海士のいわがき・春香」
の養殖場

すると、非常においしいと評判が広まり、また、生産から出荷までのトレーサビリティを確立して情報公開していることから、安心・安全面でも人気を博すようになった。現在は、更なる利益の向上のために、直販店への売り込みや消費者への直接販売を積極的に試みているところである。この「春香」は、2008年度には23万個を出荷しており、3年後には40~50万個の出荷を見込んでいる。この事業を始めたIターン者は、もともと水産業とは全く縁のない人物だったが、挑戦者として精力的に勉強をし、既成概念を持たずにチャレンジしていったことが成功につながった。

海士では、「島じゃ常識！さざえカレー」に続く大ヒット商品となり、町も新商品開発、新産業・雇用創出の好事例として積極的に支援している。こうした成功を受けて、2007年9月以降で5名がこの岩牡蠣養殖への取組を希望して、1ターンを果たしている。

島民の誇り ～「潮風」大地はミネラル～ 独自ブランドを確立「島生まれ、島育ち、『隠岐牛』」

牛を放牧している牧草地には年中、ミネラル豊富な塩分を含んだ潮風が吹き上がっている。島中が放牧地のため、牛が断崖を上り下りしたり、民家の近くまで来て、海水をガブガブ飲んだりする。海水に浸かって、傷口を治すこともある。そのため、隠岐・海士の牛はおいしく、病気にも強いと言われている。

昔から、島で生み育てた良質な子牛は、島外の業者が買い込み、自分たちの産地に持って帰って、但馬牛、神戸牛、松阪牛、前沢牛などの名前のブランド名で生産されてきた。隠岐・海士では、子牛を生ませる繁殖までで、肥育はしないのが一般的だった。

そうした中、公共事業が減少した建設業者が、「社員をリストラするだけでは、生き残りは難しく、島から人が流出してしまう」と考え、他に何か多角経営をすることで補おうとした。そして、目をつけたのが、良質な隠岐牛の子牛である。今まで島から相当数が外に出ていた隠岐牛の子牛を島内で買い込んで、肥育までして、“島生まれ島育ちの隠岐牛”という形で出荷することができれば、新たな外貨を稼げるのではないかと考え、事業化に着手した。

建設業者は事業を担うための会社「有限会社隠岐潮風ファーム」を立ち上げたが、企業が農業、畜産業に参入するためには農地法の規制があったため、それをクリアできるように町が支援に乗り出した。島中を「潮風農業特区」(構造改革特区)として国に申請し、認定を受けたことで規制の壁を乗り越えることができた。

建設会社出身の経営者や従業員たちは、畜産業とは全く縁がなかったが、精力的に勉強を重ねた。牛の肥育に当たって、良質の味を生み出すことはもとより、消費者にとって安全・安心なものを生産するというこだわりを持って、海士ならではの付加価値を高めるように様々な形で工夫をしていった。例えば、牛から出る糞尿に、親会社の建設業者から出る木材をチップ化したものを混ぜ合わせて、良質な堆肥を作っている。その堆肥を島内の農家に無償で提供することで、農家からは無償で稲わらをもらう物々交換の仕組みを作った。そうして粗飼料に稲わら100%を使うことで、安全なものを食べていることを特徴として打ち出すことができるようになった。また、肉質にこだわるため、雌の未経産牛のみを肥育することとした。

こうして、繁殖から肥育までを完全に島内で行った牛に「島生まれ、島育ち、『隠岐牛』」というブランド名を付け、出荷する体制が整った。出荷先は東京芝浦の食肉市場に的を絞ることとした。

出荷した隠岐牛は新規参入ながら東京市場で高い評価を得ることになった。東京食肉市

場での隠岐牛の雌牛の成績は、最高ランクのA-5率が67%（東京平均25%）を得るまでになった。上物ランクのA-4&A-5率は94%（東京平均55%）。日本人が好む霜降りの割合を表す脂肪交雑は、最高ランクのBMS12が7.1%（東京平均0.7%）。枝肉の最高値では4,104円/kgをマークしており、松阪牛と同等の水準を得ている。枝肉の平均値は2,500円/kg前後で、平均価格も1頭当たり約100万円となっている。



島の放牧地で草を食べる隠岐牛

「隠岐潮風ファーム」では東京というあえて遠い市場まで出荷するための損益分岐点を100万円ぐらいと試算しているが、今の卸売平均価格が約100万円であり、これまでのところなんとかやりくりが出来ている。

この独自ブランド隠岐牛の成功で、地元の子牛市場では、雌牛の単価が約3万円アップし、農家の生産意欲と規模拡大につながるようになった。また、隠岐牛の担い手になりたいと、都会からIターンにより2家族が移住している。町では、島で牛飼に挑戦するUIターン者に対し、「海士ファンバンク」を創設（2006年11月）して、必要な資金を都市住民から調達する取組も始めた。また、島で大型の畜産経営が登場したことにより、島中の田んぼを賄う堆肥製造も可能になり、島内で完結する循環システムを取り入れた有機農業の確立への道も開かれた。

島民の誇り ～豊かな「塩」～ モノづくりの原点「海士乃塩」の復活

ある子供会の時に、島のお年寄りの男性が、「塩はこうして炊いたらできるんだよ」と教え、実演して作った天然の塩でおにぎりを作って食べたところ、「これはおいしい」と評判になった。それがきっかけとなって、島で天然塩を作ろうという動きが広がった。



海士乃塩

島では、戦前から塩づくりが行われており、浜辺ではよく煮炊きされていた。歴史を振り返ると、平城京に贈られた干しあわび、干しわかめなどの良質な貢物など海士の海産物には、その生産過程で「塩」が欠かせなかった。何日もかけて貢物を運ぶためには、塩を使ってその鮮度を保つ加工技術が不可欠だったのである。

町ではこのような歴史的背景を踏まえ、海士の様々な産物を加工するモノづくりに、伝統的技術を生かすことがセールスポイントにできると考えた。そして、「海士御塩司所^{あまおんしあつかさどころ}」という歴史にふさわしい名前の施設を造り、薪をくべて平釜で煮炊きする「塩づくり」に取り組み始めた。

こうした動きを受けて、塩作りを希望してUIターンをする若者も出てくるなど、新たな商品開発への担い手が増えている。生産した塩は山陰地方はもとより、東京の有名ホテル

ルでも「海士乃塩」として取り扱われるようになり、販路が広がってきた。

町では、こうして作った塩を単体で販売するとともに、この塩を使って島内の各集落で特産品を作る動きが生み出せないかと考え、各集落に働きかけをした。集落ごとに特産品を作っていく過程で、コミュニティの結束が強くなり、集落の活力が生まれることを期待したものであったが、現在まで、14 集落のうち3 集落が梅干を作って特産品として出荷するようになった。また、イカの塩辛や魚の日干しなど、塩を使った新たな商品開発に向けた動きも出てきている。町では、この取組をさらに他の集落にも広げていきたいと考えている。

構造改革で芽吹きつつある成果

このように、「島まるごとブランド化」を掲げ、「海」・「潮風」・「塩」の3つをキーワードに試行錯誤を繰り返して、様々な新商品を開発し、新たな雇用を生み出し、そして移住・定住者が増えてきた結果、「辺境のこの島にも改革の光が見えてきた」と町の担当職員は話す。

島の中において、様々な分野で既成概念を打ち破るような挑戦者が現れる。起業家が島の資源や伝統文化を活かして島に根ざした新たな産業を生み出し、異なる者同士の横のつながりや島内外の助け合いで新事業を更に生み出していく。離島というハンデキャップを逆手に取った海士独自の島型ビジネスが次々と展開されるようになってきた。

海士町の産業振興策の効果（2004～07年の4年間の実績数値）

モノづくりをベースとする産業振興策を進めた効果

- ・雇用創出効果：88人（UIターン者）
- ・加工業務に関するセミナー及び人材育成講習会を160回実施
- ・流通及び販路開拓のための人材育成講習会を124回実施
- ・ITに関する講習会を20回実施

資源発掘、宝探しなど、商品開発の施策を進めた効果

- ・商品開発研修生採用：10人（うち、3名が現役、4名が町内就職又は起業）

地域資源を活用したモノづくり運動を進めた効果

- ・集落及びグループ等、活動団体結成：7組

島での就職や起業、島暮らしの運動を展開した効果

- ・93世帯、167人のIターン者が海士町に定住
（「信頼できたから」・「宝物があるから」・「職員の対応が良かった」など）
- ・Iターンのために特別な支援制度はない

起業化等の動き

| 法人経営 | 集落・グループ・個人 |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・(有) 隠岐潮風ファーム (2004年1月、畜産) ・(株) ふるさと海士 (2005年3月、地場産の商品化・販売) ・海士いわがき生産(株) (2006年10月、岩がき養殖・販売) ・(株) たじまや (2007年6月、干しナマコ加工・販売) ・(株) カズラ (2007年6月、散骨葬送) ・(株) 巡の環 (2008年1月、メディア・WEB制作) | <ul style="list-style-type: none"> ・崎 (梅干グループ) (2004年11月) ・知々井 (ちちい) (塩辛グループ) (2005年12月) ・豊田 (干物グループ) (2008年1月) ・さくらの家 (ふくぎ茶) (2006年11月) |

(2) 海士ファンを生み出す交流・観光振興策の展開

島民の日々の営みすべてが観光資源

キンニャモニャセンターに設置されている海士町観光協会の事務局長(青山富寿生氏)は次のように話す。「これまでの海士の観光資源と言えば、後鳥羽上皇の史跡であったが、これからはそうはいかない。島で生活する島民の日々の営みすべてが観光資源であり、商品になると考えています。島で生活して、普通に歩いている“おばあさん”も観光資源です。第一次産業の農業も漁業も畜産業も、教育も、すべての現場が観光資源であって、それは観光として売れるはずだと思っています。」このことを具体的な形にしていくために、まず島民の日々の営み、生活情報などを載せた「海士町観光協会新聞」を発行することから始めた。

「既に島に来たことのある人」をターゲットにし、再訪を促すための「顧客管理」を徹底

また、今後の交流・観光振興のあり方として、新たな誘客をすることも大事であるが、大きなお金があるわけでもなく、いきなり背伸びをしても仕方がない。そこで、まずは「既に島に来たことのある人」にターゲットを当て、その人たちに“もう一度来てもらう”ための取組に力を入れることにした。「『来たお客さんを離さない』、『そのお客さんにもう一度来てもらう』、さらに『もっと深く情報を提供して、そのお客さんから次のお客さんを紹介してもらう』、といった流れを作っていきたい。そのためにも、スタッフには『小さいことからでもコツコツとやって行こう』と話している」と事務局長は言う。

「既に島に来たことのある人にもう一度来てもらう」ことを実現するためには、「顧客の管理」を徹底してやらなければならない。そこで、観光客等の来訪者と接する日々の業務の中から「顧客台帳」を作り始めている。顧客台帳を作るには、窓口で来訪者と住所の交換が出来るぐらい、あるいは会員登録してもらえらるぐらいに、話し込みが出来るような関

係を作らないといけない。日々の来訪者とのコミュニケーションの中から、来訪者が何を求めているかを把握して顧客台帳を作るとともに、新たな観光資源となり得るような島民の日々の営み、生活情報を観光協会新聞に掲載して、顧客台帳に記載された人々に発送している。

観光の原点を極める ～「お客様を知る。窓口の充実。商品を知る。」～

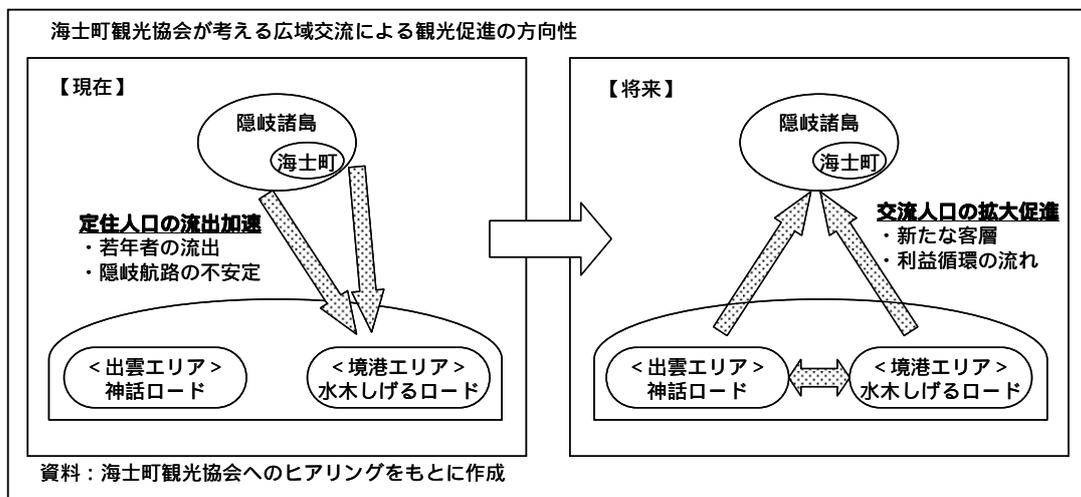
観光協会の事務所の壁には、「お客様を知る。窓口の充実。商品を知る。」というスローガンを書いた紙が貼ってある。これは当然のことでもあるが、実行するのはなかなか難しいものである。事務局長は「そうした姿勢で『お客様』に話しかけることで、『お客様』が良いと感じたか、悪く感じたかが分かってくる。そして、そこから改善すべきところが出てきたり、再訪や新規誘客につながるような情報を得ることができたりする」と話す。

新たな広域的な交流・連携体制への模索

今後の改革、観光・交流促進に当たって、観光協会では次のステップとして島外の隠岐諸島の島々や本土の各地域との広域的な連携がどうしても欠かせなくなると考えている。

これまで海士を含めた隠岐諸島から、隠岐航路の不安定さなどにより定住人口の流出が進んでいた。そうした流れを変えるために、本土から隠岐諸島への玄関口となる境港エリアに加えて、本土の出雲エリアとの広域的な交流・連携を強めていく。そうすることで、新たな顧客と新たな利益循環の流れを生み出し、交流人口の拡大につなげていきたいと考えている。

観光協会の事務局長は、「時間はかかると思うが、将来に渡って、海士、隠岐の島々が生き残っていくためには、そうした新たな広域連携の方向も多くの関係者と一緒になって模索し続けるしかない」と話す。



6. 今後も続く小さな島“海土”の挑戦

島内すべての集落が生き生きと活動する「島まるごとブランド化」

これまでの取組によって、新たな産業が芽生え成長しブランド産品や雇用が増えるとともに、UIターン者が増えてきた。海土町では今後の更なる取組の展開を目指して、「島まるごとブランド化の『実現』」をまちづくりのビジョンとして掲げている。

海土町では、既にブランドになりつつあるものを、安定的なブランドとして成長させるとともに、島内のすべての集落で各集落独自のモノづくりを展開し、ブランド化させる取組を広げていく必要があると考えている。そのためには、今いる住民だけでは難しいこともあり、これからも引き続きUIターンを促進していく。他所を知るUIターン者の視点を利用して、各集落の中で様々な問題を提起し、内と外の力で集落を活性化させていく。また、取組の営利・非営利を問わず、子や孫に伝えるべき自分たちの人生観や生活文化なども含めた取組を行い、集落を活性化させていきたいと考えている。

長年産業振興施策に携わりビジョンを推進する町の担当職員（産業創出課長 おおえかずひこ 大江和彦氏）は話す。「島内すべての集落が元気で生き生きと活動し、高齢化のいかんに関わらず、自信と誇りを持って集落の中で生き抜いていく。そうした自立したあり方を実現させていきたい」と。

産学官連携による人材育成を通じた製造業の振興

【取組の概要】個々の事業者の枠を越えて、地域全体の活性化を視野に入れた事業者主導・行政支援の人材育成事業

コネクター()出荷額全国第3位を誇る岩手県(1位2位は大阪、東京)において、その約7割を宮古市が占めており、宮古は「コネクターのまち」と呼ばれている。製造業にとって、地勢的には優位とは言い難い立地にも関わらず、宮古市のコネクター・金型産業の製造品出荷額等は、毎年伸び続けて地域の製造業の4割近くを占める。地元の高校新卒者のうち、半数がコネクター・金型産業へと就職するなど、コネクター・金型産業は宮古市を支える基幹産業となっている。コネクター・金型産業は、グローバルな戦いを強いられる厳しい業界であり、常に予断を許さない。

宮古市の産業振興策の特徴は、これまでの企業誘致のみのあり方を見直し、今現在、地域にある企業の支援にも重点をおいて施策を行う方向に転換したことである。事業者や岩手県との連携を密に行い、「モノづくりのできる人づくり」をキーワードにして、事業者の主導で人材育成事業を展開し、行政が後方支援に回ることにした。地域の事業者は自らの発展のみを追うのではなく、地域全体の活性化をも視野に入れて、「地域人材」の育成に共同で取り組んでいる。厳しい競争を乗り越え続けるためには、行政も時代の変化に合った柔軟な体制づくりを行い、既成概念に捉われない産業支援に向けて、事業者と共に、知恵を絞らなくてはならない。世界屈指の技術を有する「コネクターのまち・宮古」であり続けるために、事業者と行政が一体となった新たな挑戦が始まっている。

()コネクターは、機器と機器の間を接続するケーブルの接続部分の部品・器具のこと



コネクター



モノづくりのできる人づくり「寺子屋」

1. 宮古市の概要

「水産と観光のまち」として発展してきた宮古

岩手県宮古市は、本州の最東端に位置する。太平洋に面した美しい海岸線は陸中海岸国立公園の指定を受けて、浄土ヶ浜をはじめとする景勝地には多くの観光客が訪れる。宮古市の沖合は、暖流と寒流がぶつかり合う世界に知られる良好な漁場となっており、サケ、サンマ、タラ、イカ、アワビなど、豊富な種類の魚介類に恵まれ、漁業と海産物加工が盛んに行われており、宮古市は「水産と観光のまち」として発展してきた。今も、漁業と、海産物の加工を主とした食品加工業は、宮古市の主要産業の一つとなっている。

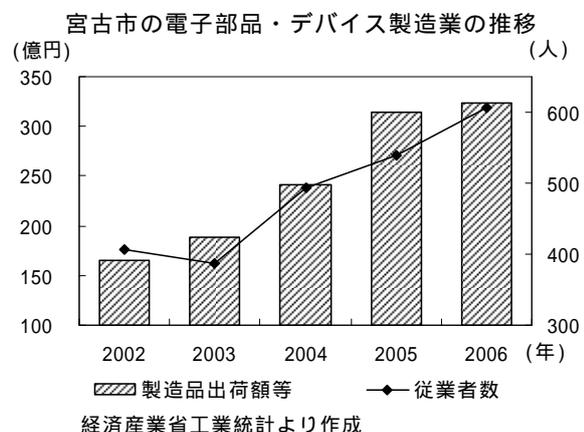
宮古市の面積 696.8k m²のうち、可住地面積はわずか 70.45 km²（面積の 10.1%）で、平野が少ない分、地価が岩手県内では高い方に入る。東京からの移動は、東北新幹線で盛岡まで 2 時間半、盛岡から宮古までが在来線経由で約 2 時間かかり、合わせて約 4 時間半を要する。

2005 年、旧宮古市、旧田老町^{たろうちょう}、旧新里村^{にいさとむら}の合併により、新・宮古市はスタートした。面積は広がったが、人口密度はますます低くなった。2008 年の人口は約 59,000 人、人口は減少傾向にあり、2018 年には 45,271 人になるという予測もある。若年層は、進学を契機に市外へ転出するケースが多くなっている。

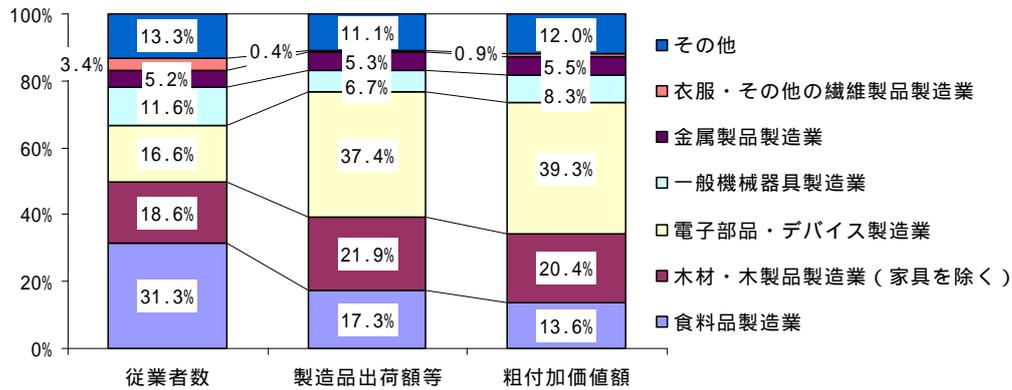
宮古地域の工業の発展

宮古市は、古くから漁業が盛んだったが、戦前から戦後の重工業の全盛期にかけては、化学工業メーカーの銅の精錬、過リン酸石灰等の製造を中心に経済発展を遂げた。やがて、時代の変化とともに重工業は衰退し、宮古市の経済は一時期の勢いを失うこととなったが、他方では、戦前よりあった合板製造企業向けに 1960 年代には木材専用港を整備、これを機に合板企業の集積が形成された。また、1970 年代に弱電（少使用電力の通信機器等）メーカーが進出し、1974 年には大手コネクタメーカーの子会社が操業を開始した。このメーカーの立地以降は、金型部品製造の企業が次々と立地するとともに、新規創業する地元企業も現れ、宮古地域にコネクタの産地が形成された。

現在、水産加工業を中心とする食料品製造業、合板製造を中心とする木材製造業、ならびにコネクタ・金型を中心とする電子部品・デバイス製造業が、宮古市の製造業の主力となっている。



宮古市の業種別製造業従業者数、製造出荷額等、粗付加価値額



経済産業省工業統計2006年より作成

市内製造業従業者数：計3,633人、製造品出荷額等：計86,671百万円、粗付加価値額：計31,306百万円

2. 「工業振興ビジョン」策定からの出発（産業振興：第1期（1997年～））

東京で分かった、宮古に足りないもの

宮古市の工業振興政策“元年”は、1997年だと言われている。それまでの宮古市では、企業の誘致活動はするが、立地した企業に対しては特に何もしてこなかった。転機は宮古市のある職員が立ち上がったことだった。その職員は、1994年から2年間、宮古市東京事務所（現在廃止）の所長をしていた際に、北上市、花巻市、盛岡市のそれぞれの東京事務所との交流のなかで、「宮古市には工業振興政策がない」ということに気づき、その必要性を強く感じたという。そして、1997年4月、宮古市に異動で戻った職員は、自ら工業振興政策の担当を希望し、担当者となった。

しかし、その担当者は当初は、何から始めればいいのか皆目検討がつかず、現場を回りながら、様々なことを調べ勉強するなど、模索の連続であった。翌1998年7月には、東京勤務時代に知り合った工業振興を専門とする大学助教授（現教授）などの協力を得て、市の工業振興ビジョンの策定を進めるとともに、講演会・シンポジウムを開催した。担当者は、大学助教授からの「コンサルタント任せにせず皆で自前の産業振興策をつくること、行政は地域企業の御用聞き、現場を見て現場を知ること、他の地域に学ぶこと、同じ志の集団をつくること」といったアドバイスを忘れずに取り組んだ。

事業者間の壁を越える

宮古市で工業振興政策に取り組み始めた頃、担当者は一人で活動していたが、2年目には、岩手県や大学、商工会議所とのつながりを作っていた。まず、財団法人いわて産業振興センター（県の外郭団体）との協力・連携を深めていき、1999年からは、



コネクター製造会社

「岩手ネットワークシステム」(略称INS、岩手大学の教官有志が事務局を務める産学官連携組織)とのセミナーを宮古市で初めて開催することになった。また、宮古商工会議所に働きかけて、国の補助金を活用しつつ「金型技術者育成事業」をスタートした。

しかし、企業相手となると、研究会を立ち上げるだけでも簡単にはいかなかった。企業間の関係は皆ライバル同士で、道路を隔てた向かいにあっても挨拶もしない、といったような状態で、一緒に研究ということ自体容易ではなかった。これには、市担当者は大変困ったという。

そんな折、市担当者は、長野県にある金型工業団地の実情調査のため、視察に出かけた。そこで、工業団地の理事長に企業間について尋ねてみた。理事長によると、金型の工業団地と一緒に立ち上げながらも、10年程前は、道路を隔てるどころか工場が隣り合っている、お互いのことは企業秘密だから口を利くことはなかった、という。「もともとがそんなものなんだ、みんなが仲良くしようなんて、できるもんじゃない」と、理事長から聞き、「それならば逆に、企業間で何かを一緒にやれるような仕掛けを作ろう」と考えた。

そして、市担当者が至った結論は、“人材育成”に取り組むことだった。それまでは、企業間で連携が進むためのきっかけづくりとして、共同受注を推進することなども考えていたが、人材育成であれば、どの企業でも一緒に取り組めるだろう、と考えた。2001年8月、コネクター製造会社のある社長に発起人となってもらって、「宮古金型研究会」(事務局：宮古商工会議所)を設立し、会社の壁を越えて、共同での人材育成事業を始めることになった。ここから、宮古市は人材育成を中心に据えた工業振興政策に取り組むことになる。

3. 「宮古・下閉伊モノづくりネットワーク」による工業振興政策の広域化

(産業振興：第2期(2001年～))

広域で手広く活動を展開

次に、岩手県と話を進め、宮古市だけではなく、広域で活動を展開しようと考えた。2001年11月には、従来の枠や壁を越えた新しい視点で各産業間が連携し、新たな生産物・製品や独自技術の開発に取り組むことを目的に、行政・農・林・水・商・工の各種団体の代表者が発起人となり、岩手県の出先機関である宮古地域振興局が事務局となって、「宮古・下閉伊モノづくりネットワーク」が設立された。同ネットワークには、工業部会だけではなく、水産部会、林産部会、農産部会の4部会があり、その後、さらに、未利用資源活用研究会や人材育成専門部会を立ち上げた。この「人材育成専門部会」が、後に、コネクター製造会社のある社長を塾長として始めた「寺子屋」となる。

同ネットワークでは、2003年2月、「生産革新・新製品開発発表会」を開催。これは、ものづくり・サービス業務などの質の管理・改善を目的に行う企業内(職場内)サークル活動、いわゆるQCサークル活動()の発表会である。企業間の壁を越えて、5チームほどのサークルが、活動成果を発表し、審査員が審査して、アイデア賞、努力賞、敢闘賞等の

賞を与える。この他、同ネットワークは、食品部門、工芸品部門で地域特産品開発コンクールを行うなど、幅広い活動をしている。

- () Q C サークル活動とは、同じ職場内で労働者が自主的に集まって改善小集団をつくり、製品・サービスの品質管理や改善、自己啓発・相互啓発、職場の管理や環境改善などを継続的に行うこと。

柔軟な連携で作ったジョブカフェ

宮古市の中心市街地に、商業施設「キャトル」がある。この施設は、一度はテナントが撤退したが、宮古市が支援して再生したもので、5階建てのビルの4階までテナントが入居し、5階には宮古市社会福祉協議会が運営する子育て相談所と、「ジョブカフェみやこ」が入居する。「ジョブカフェみやこ」は、「宮古・下閉伊モノづくりネットワーク」が「特定非営利活動法人いわてNPO事業開発センター」と協力して運営している。

「ジョブカフェみやこ」は、経済産業省の事業で、若者の就業支援として、職業の適正診断などを行うものであるが、職業の適正診断の次に必要となる職業の斡旋は、厚生労働省の管轄となることから実施できない。そこで、職業診断を行う「ジョブカフェみやこ」の際に職業の斡旋ができる高年齢者職業相談室（厚生労働省の関連事業）を移転させ、高齢者だけでなく、若い人の相談も受け付けることとした。こうして、県と市とNPOの連携によりワンストップで相談も斡旋も受けられるようになり、高齢者職業相談室に若い人がくるといふ“宮古流”の支援体制が確立した。

4. 地域の課題解決に向けての「寺子屋」事業（産業振興：第3期（2003年～））

企業の主導で行う「寺子屋」

2003年9月のある日、「宮古金型研究会」と「宮古・下閉伊モノづくりネットワーク 工業部会」を兼ねていたコネクター製造会社の社長から、市担当者のもとに連絡が入った。「今、役所がやっているセミナーっていうのは、企業によってレベルが高すぎたり、低すぎたりする。自分たち企業の従業員は、自分たちで育てる。本来、企業の従業員教育は企業の責任。教えるカリキュラムも自分たちで考えてやる。自分の会社だけでなく、地域ぐるみでやる」。社長からの話は、これまでになかった全く新しい人材育成のスタイルであり、企業主導の「モノづくりのできる人づくり（寺子屋）」構想であった。

市担当者は、資金は企業が負担して、行政には経費がかからないのであれば、講座の仕組みづくりはこちらですと返事して、社長の話を了解した。そして、社長は他の企業などの協力を得て、「宮古・下閉伊モノづくりのできる人づくり（寺子屋）実行委員会」を組織して、同年10月に「モノづくりのできる人づくり（寺子屋）」開催趣意書を作成・公表した。こうして、同年11月に、地域ぐるみの「宮古・下閉伊モノづくりのできる人づくり

寺子屋 基礎編」が始まり、社長は「寺子屋」の塾長となった。

宮古にはなぜ「寺子屋」が必要だったのか

かつての大量生産の時代には、発注元に言われたことを言われたようにやっていれば、経営は成り立った。ところが、世の中はデジタル化されて、インターネットで情報が瞬時に伝わるような時代になり、世の中の変化の速度が増していく。発注元は、良いモノが安ければ、どの国のどこの会社で作ったものであってもいい、と簡単に国境を越えて注文先を変えるようになり、ますます競争は激化した。「モノを作るには人を育てないとダメだ、ということになってきたんですね。（社員は）そのうち分かるだろうとか、やっているうちに身につくだろうとか、昔と違って、のんびり悠長なことは言っておれなくなってきたんですね。それに、実際、社員はというと、こんなことも知らないのか、ということがあまりにも多すぎて、これが結果的に沈滞化を招いておったんだ、ということが分かったんです。積極的に人を育てないといけない時代になったんですね。」と塾長は言う。

「寺子屋」構想を立てた塾長には、コーディネーター役を担ってくれる心強い味方がいた。1995年、大手電気メーカーに勤めていたその人は、東京から宮古に赴任してきた。もともと秋田県出身の人だが宮古が気に入って、地域の活性化に一肌脱ぎたいという思いを抱くようになり、退職後も宮古に留まり、2003年からは「宮古・下閉伊モノづくりネットワーク」の産業支援コーディネーターとして手腕をふるっていた。塾長が「寺子屋」のアイデアを相談したところ、非常に乗り気で、「寺子屋」のコーディネーターを引き受けてくれることになった。塾長とコーディネーターは共に、「地域で就職を希望する高卒者は、地元志向と言えば聞こえはいいが、社会で生きていく上で大切なことを、学校や家庭で教わってきていない」と感じていた。そこで、意気投合して、地域の若い社員達を集めて「寺子屋」を開くことにしたのである。

塾長は、自分の会社だけでやれないこともないが、「コネクターのまち・宮古」であり続けるために、他社と手を組んでいくことにした。また、「若い社員には、“他社には同じ世代のやつがいるんだ”という意識を持たせたい」という狙いもあった。そうした意識から、「あいつも頑張ってるから、俺も頑張んなきゃな」とライバル意識を持ってもらえればと考えた。

「寺子屋」のコーディネーターは、これまでに培ったネットワークを活かして、参加する企業を探して足を運んだ。塾長はいう。「こうやって地域をゆり動かしてくれたのは、コーディネーターだと思う。それは電話やメールで話すのとは違う、実際に足を運んで話をしてくれた。本当の意味での『コーディネーター』だ。足を運ばないと、実際のニーズも掴めない。それには非常にエネルギーがいる。行政主導ではできないことだ。」「寺子屋」は、コーディネーターの足と塾長の口でできたのだ。

「寺子屋」で教えること

「コネクター・金型のまち」宮古で「寺子屋」をやっていると聞いて、他所の人からは「金型コネクターを作るためのハウツーをやっているんだろう」と思われるようだが、「それは一切やらない」と塾長は言う。ハウツーの講義は、働いている会社や職場によって難しすぎたり簡単すぎたりするし、この手の同じ講座を繰り返せば参加者が減るだろう、ということを経験から読んでいた。それよりは、講義内容は、ビジネスマンとして最低でも身につけておかないといけないものを教えることとした。受講者が講義から何かを感じ取って、自分でハウツーを学ぶ、という方向に持っていきたかった。そして、若い社員の心に火をつけたかった。「家庭でも学校でも教えていない、でも知っておかなくてはいけない、ということは一歩あるわけで、これに手をつけよう、ということになったんです。やったら、非常に大好評だったんですね」と言う。

それは、企業の現場を熟知した立場から若者を見て、危機感を感じている人による講義内容とカリキュラムだった。「地場の若年層のレベルを知っている者でなければ組めないカリキュラムであり、教える内容についても、私らでなければやれない領域だったんですね。それがよかったんだろうなあ、と思います」と話す。市担当者は、「『寺子屋』構想は、企業の現場を知る人でなければできない」ということをすぐに理解して、企業主導での講座の場を設定した。塾長は言う、「この地域は行政が後押しをしてくれる」と。

もちろん、本当にやりたいことは、ビジネスマンとして最低限知っておくべきことだけではない。本来なら、更なるレベルアップを図っていきたい。しかし、塾長やコーディネーターらは、長年の経験から、「基礎ができていない者に対して、いくらハウツーを身に付けさせても、いつか崩れてしまう」と考えていた。

「(メジャーリーグの)イチローが毎日やっているのは、素振りとかランニングとかキャッチボールとかでしょ。それを繰り返すことで、コンディションやいろいろなことが見えてくる。しかし、カーブをどう打つとか、スチールをどうするとか、そんな応用編ばかりをみんな知りたがる。でも、やはり、私達は基礎に特化するしかないんですよ。そこから自分に必要なノウハウを考えればいい。しかし、どの会社も、その基礎の部分を見落としてしまったんですよ。どの製品を作るには、どの会社のどの機械がいい、ということだけをやってしまったんですよ。時代が変わる、するとまた新しい設備ということになるが、基本ができていればこうでもやれる、こうでもいいんじゃないか、というのが見えてくる。どこまでも基礎を身に付けさせる、というのが大事なことです。時代の要請で対象は変わるわけですから」と塾長は情熱を持って話す。

モノづくりの出来る人づくり寺子屋・基礎編（第十期）カリキュラム

・期間：2008年6月4日（水）～8月7日（水） 全10回

・研修時間：16時～19時

| 回 | テーマ | 講師 |
|----|--------------------------|--------------------|
| 1 | 基本の再確認 | 会社社長 |
| 2 | 実践品質管理の入門 | コンサルタント |
| 3 | IT活用（パワーポイント） | NPO理事 |
| 4 | 企業の現状と社員像 | 会社工場長 |
| 5 | 日本の常識は世界の非常識 | 会社会長 |
| 6 | IE手法 - 改善の進め方の基本 | コンサルタント |
| 7 | 身近な法律の話 | 弁護士 |
| 8 | サイバー犯罪について / 健康な体づくりについて | 警察職員 / 保健所職員 |
| 9 | 働く組織（会社）と個人の自立 | 会社工場長 |
| 10 | 市民と行政の関係 | 市長、岩手県宮古地方 振興局長 |

IE：Industry Engineering 生産工学や生産管理と訳される

「宮古をなんとかしたい」という思い

オイルショック以降、企業は安い工賃を求めて、工場を中央から地方へ、さらに海外へと、移転先を広げていった。今でも、単純な加工だけなら、賃金が安いところに工場があるのがいい、という企業のトレンドは変わらない。宮古地域の会社で、海外にも工場を持っている会社は、幾つもある。塾長も、「自分の会社を生きながらえさせるには、どうすればいいか」と考えを巡らして、ある時は海外に出て行くことを考えたこともあった。

しかし、その一方で、宮古の地域が衰退していく姿を見て、「これでいいのだろうか」とも感じていた。「私は土着民なんで、会社をつぶしても、この地域で生きて行くんですよ。東京から転勤してくる管理職は、短いスパンで成果を上げないといけない。だから、利益の極大化を図って、競争に勝とうとする。それは悪いことではない。だが、私は5年、10年と、ここでやっていかなくてはならない。だから、競争する手段が違うんだなあと思う」と塾長は語る。

コーディネーターは、かつて現役時代は東京に本社を持つ大企業の社員で、塾長と同業者のライバルだった。「自分の会社さえよくなればいい、塾長の会社が悪くなれば、自分の会社がよくなる」と最初は思っていたが、それは全然違うということが分かった。「この狭い地域では、人材の引き抜き合いなどをしたら、結果として、地域全体としてダメになる。一社が伸びたとしても、その代わりに他の会社がダメになるようなやり方をしたら、いつか自分の会社もダメになる。この地域には、ライバル企業が集まっているが、お互いの蹴落とし合いではなく、長期的な視点を持って、それぞれの企業が人材を育成して、共

に成長するしかない」とコーディネーターは、塾長と共に考えるようになった。

「寺子屋」の成果

「うちの地域（宮古）は、外から（職を求めて）人が入ってくる地域ではないので、この地域の人を採用して勝負するしかない」、塾長とコーディネーターはそう語るが、逆境を逆にとり、そんな地域だからこそ、できることをやってきた。

市担当者は、『寺子屋』には、地域のいろんな企業が参加している。それだけでも成功」と言う。宮古市の「寺子屋」の取組については、これまでにいろいろな人が視察にやってきた。しかし、結局、「いろんな人が来たけど、うち（宮古市）と同じことをやったところはどこもない」、その理由としては、「実施する側に勇気がないと、本当の問題の所在が分かっていないのではないかと」、「他所の地域で同じ問題を抱えていないはずがないのに」と、塾長、コーディネーター、市担当者は口を揃えて言う。

では、「成果は上がっているのか、宮古市では何かが飛躍的に伸びたのか」と聞かれると、「それは数字で答えられるものはない」という。「ただ、私（塾長）の会社を見ていると、着実に成果が上がっていることはわかる。“従来そんなことは知っているだろう”と放っておいた時に出ていた問題（ビジネスマンとして最低限のことすら身につけていなかったこと）は、ものすごい勢いでゼロに近づいてきた」と言う。また、「寺子屋」は1人につき2万円を企業が負担し、さらに、開始時刻が通常の終業時刻前の16時からであるため、就業時間を削っている。企業が経費と時間をかけている以上、「寺子屋」が役にたっているかどうか、は企業自身で判断しているはずである。「2008年度までに10回やったが、受講者数が増えているということは、『評価されている』のではないかと」と塾長をはじめとする関係者は考えている。

5. 宮古市産業支援センターの設立（産業振興：第4期（2007年～））

合併を機に宮古市にも産業振興を

宮古市では、2005年に合併する前から、「産業振興」、「子育て支援」、「地域自治」の3つの行政課題があった。「産業振興」としては、当初、工業分野を中心に企業と県、大学との連携事業を行っていたが、合併後の新・宮古市では工業分野だけでなく、より広い分野の産業振興に力を入れていくことになった。そして、2007年4月に、地場産業振興の中核として、宮古市産業振興部に「産業支援センター」を立ち上げることになり、その所長に、市担当者が就任した。



宮古市産業支援センター

「産業支援センター」は、産業支援事業として、「人材育成」、「企業・事業者への支援」、「ネットワークづくり」、「情報提供」を行う。純粋なソフトのみの支援を行い、試験研究設備、貸し工場、インキュベートルームなどのハードは一切所有しない。現実的には、貸し工場やインキュベーターを作っても利用者はないだろう、と考えたからである。新規創業者への支援では、家賃補助制度で対応し、コーディネーターと市の担当職員が、企業を直接訪問することを原則とする「出前型コーディネート」を行う。2008年度現在のスタッフは、市の職員が6名、岩手県宮古地方振興局から1名、企業OBのシニアのコーディネーター3名の計10名で、人口10万人以下の市町村としては、最大規模の人員体制となっている。2007年度事業費は、10,757千円である。

宮古市の「産業支援センター」の特徴の一つとして、行政区域にはこだわらず、現実の産業・地域事情に応じて支援事業を行うというスタンスがある。支援対象は宮古広域圏（宮古市、山田町、岩泉町、田野畑村、川井村）とし、宮古市以外であっても支援事業を展開する。宮古市では、工業振興政策を始めた当初から、「ビジネスに境界はない、支援も境界を作らない」という考えのもと、これまで既に岩手県宮古地方振興局との連携で事業を進めてきたが、今後も、広域で連携事業を手がけていく予定である。実際、「寺子屋」の塾長の工場は、宮古市ではなく隣の山田町にある。

「産業支援センター」の立ち上げに当たっては、ハード的にはほとんど経費をかけなかったこともあり、所長は、職員たちに、「(産業支援センターは)いつでもつぶすことができる(そうならないように、きちんと成果をあげよう)」と話している。実際、「産業支援センター」を設置する際の検討委員会の報告書では、「センター設立の3年後に事業評価を行うこと」としている。市では、3年間やってみてダメなら閉じるということ、スタート時点から決めているのである。

「産業支援センター」は、合併1年後に立ち上げ、組織・事業は宮古市の直営とした。当初は、直営だと国の補助事業を受けられないため、財団法人化も考えたが、「いわて産業振興センター」という県の財団が既にあったこと、また財団法人を広域で立ち上げるとなると、隣の町村にも出資してもらわないといけないため、設立には時間もかかることから財団法人とはしなかった。また、任意団体で作るという方法もあったが、これでは現在のように職員数を増やすことが難しくなることから、最終的に直営で実施することとなった。

連携での事業展開

「産業支援センター」では、工業分野中心の支援からより広い分野の産業振興に力を入れていくということで、食産業支援も手がけ始めた。2007年度には、計11回の講座、9テーマのセミナーを開催した。食産業31社による「みやこ食品加工・販売研究会」と連携し、「食関連の事業者は何を勉強したいか、講座・セミナーの中身、講師、順番をどうするか」などといったことを事業者主導で決定した。岩手県宮古地方振興局と連携して、保健と農政関係は岩手県が担当し、主に経営関係を宮古市が担当した。市と県が連携することで、

事業者にとってメニュー数が増え、内容が充実したものとなった。

新入社員研修でも、「産業支援センター」がコーディネートしながら、様々な関係機関が連携している。例えば、同じ内容の新入社員研修を4月3～4日は岩手県立宮古高等技術専門校の主催、4月9～10日は宮古商工会議所の主催、と言ったような形で、各実施主体が別々に行っていたものを、企業の希望に基づいて一括して、事業者が利用しやすいようにした。「(実施側の視点で見ると分かりにくいだが、)この訳の分からなさ、うち(宮古市産業支援センター)の特徴なんです。大事なのは企業が分かりやすく、利用しやすいことなんです」と所長は話す。産業支援に関わる関係団体は様々だが、支援を受ける側の企業・事業者の目線を大切に考えながら、柔軟な対応を行っている。

所長は言う。「決して私たちは金型だけをやっているわけではなく、手広く、挫折しながら、試行錯誤しながらやっています」。

6.モノづくりの人材育成に向けた今後の課題と展望

次世代に「寺子屋」の“志”を継続させ、地域全体の活性化をめざす

このように、宮古市の産業振興の土壌づくりとなり、原動力となっている「モノづくりの出来る人づくり『寺子屋』」は、様々な形で着実に広がり、成果をあげつつある。だが、その一方で、「寺子屋」の取組そのものを継続して担ってくれる後継者をつくること、今までやってきたことを継続し思いをつなげていってくれる人の育成が、課題となっている。所長は、「立ち上げた人たちは、熱い志をもって活動するが、年齢とともに動きづらくなってくる」、「取組は継続できても、それをやる思いの“志”は継続させるのが難しい」と心配する。志が消えると、後の人達は立ち上げた人達が取り組んできたことをノルマとしてしかやらなくなってくる。時間とともに取り巻く状況は変わってくるが、変化に対応できなくなって、やがてその取組も消えてしまうからである。

寺子屋の究極の目的は、「幸せになろうとする人」「何で仕事をするかわかる人」の数が増えていき、その考え方が企業から地域の生活に根付いていくことにある。そして、地域自体が変わって欲しいという思いを持っている。企業・事業者と行政といった立場を超えて、同じ“志”を持つ宮古の地域人材の層を厚くし、その中から次代を担う後継者が育つことに期待がかかっている。

世界的同時不況に伴い、「宮古市緊急雇用総合対策本部」を設置

2008年秋以降の世界的な同時不況に伴う総合的な対策のために、宮古市では、2008年12月10日、市長を本部長とする「宮古市緊急雇用総合対策本部」を設置した。地域の実情を十分に把握して、離職者、企業・事業者、新規高校卒業者、地域経済の活性化などの各分野で、部局横断的な形で全庁挙げて取り組み始めた。本部は、産業支援センターに置いた。

急激な景気悪化に伴って、国内の製造業全般で、派遣社員を中心とした大規模な雇用調整が進んでいる。しかし、宮古市やその周辺町村の製造業では、正社員の割合が高く、派遣社員が少ないという雇用構造を持っていることから、正社員の雇用調整の割合が高くなっている。そこで市では、そうした地域の実情を踏まえた形で実効性のある対策を順次、実施していくこととした。

雇用調整による離職者、あるいは企業従業員を対象とした当面の対策としては、「技能」を身につけることに対する支援に重点を置いた。2009年2月から開始する「緊急離職者資格取得支援事業」では、市事業として、離職者を対象に再就職に有利な技能の資格取得をめざした講座を同年2～3月に開設することにした。離職者がこの講座を受講して資格を取得した場合には、資格取得に要した経費の3分の2を市が助成する制度も新設した。さらに市では同年4月以降も、関係団体と連携しながら離職者や企業従業員を対象にした資格取得支援事業などの実施を検討している。また、対人コミュニケーション能力などを養成するための再就職支援セミナーも同年3月以降、市事業として実施していくとしている。

産業支援センターでは、広報紙を通じて地域の人々に次のように述べている。「全国的に厳しい局面を向かえておりますが、この荒波を乗り越えれば逆にチャンスも広がるはずで。皆様のお力になれるよう、職員一同全力で取り組みます。」

100年に1度とも言われる未曾有の世界同時不況が起こる中、“人づくり”から“モノづくり”へ、そして“地域づくり”へと、と宮古市の人々は夢を追い続けている。

ながいし
長井市（山形県）

地元工業高校・モノづくり人材 の活動支援を柱とした人材育成

生徒・職員のスキルアップと、行政・企業と工業高校との連携

【取組の概要】地域でロマンが感じられるような共通の目標を持ち、
新たな創造を生み出すまち「長井」

長井市は山形県の南部の内陸に位置し、西部は越後山脈朝日山系の急峻な山岳地帯、東部はなだらかな出羽丘陵地帯となっている。東西の山地の間を南北に最上川が流れ、流域に広がる盆地に耕作地と市街地が形成されている。江戸時代、長井は最上川を利用した水運で、米沢藩の物資を日本海に面する酒田に送る拠点だった。

かつて長井は、最上川の水運という交通の便に恵まれた地域だったが、現在は、長井市に通じる鉄道は、第3セクターのフラワー長井線とJR米坂線のみで、高速道路も通っておらず、長井市は交通の便には恵まれない都市となった。

1920年、長井市に製糸工場が誘致され、東北の山間地域の中では他に先駆けて工業化が進んだ。1942年には、大手家電メーカーの工場が長井で創業を開始し、戦後、この工場は大手家電メーカー系列のコンデンサー（蓄電機能や直流電流を遮り交流電流を通す機能等を持つ装置）のメーカーに引き継がれ、事業規模を拡大させていった。1950～60年代には中小メーカー（工場）が立地し事業所数が増加、コンデンサーメーカーを中心企業とする企業城下町が形成されていった。長井市の製造業は弱電部品（少使用電力の通信機器等）の生産で飛躍的に拡大し、「弱電のまち長井」として業界で広く知られるようになり、1990年頃には、企業城下町長井市は最盛期を迎えた。製造品出荷額は1,000億円を越え、その4分の1をコンデンサーメーカーとその関連会社が占めていた。

ところが、1994年頃から、海外企業との競争が顕在化し、長井市のメーカーはその影響を受けた。また、バブル経済の崩壊が追い打ちとなって、95年頃には、コンデンサーメーカーの出荷額は半減し、親会社の手家電メーカーはコンデンサーメーカーの株式を系列



コンデンサー



山形県立長井工業高等学校

外の会社に譲渡することになり、企業城下町は崩壊してしまった。僅か5年前には考えられなかったことで、その現実を目の当たりにした地元のショックは大きかった。

同じ頃、地元の工業高校にも危機が迫っていた。山形県は少子化に伴って、県立高校の統廃合を進めようとしていた。山形県立長井工業高校は1962年に設立され、拡大成長の時期にあった長井市の製造業に、多くの人材を輩出して貢献してきた。長井工業高校が地元から消えるようなことになれば、地元の若い人材の流出が加速する可能性が高まる。これは、長井市の製造業の危機という範囲に留まらず、長井市全体の危機でもあった。

重なる逆境を乗り越えるために、市の呼びかけで地元の事業者、工業高校などが協力し、脱企業城下町に向けた産業振興が始まった。

1. 企業城下町の崩壊と工業高校統廃合の危機

これから中小メーカーが自ら担うこと

これまで、企業城下町の中心企業であったコンデンサーメーカーが、大手メーカーの系列だったことから、長井市の中小メーカーは、その恩恵を受けてきた。まず、自ら各地に営業活動に出向かなくても、コンデンサーメーカーからある程度の仕事は受注できた。その反面、企業間には硬直的な縦のつながりができあがり、何か相談事があれば、縦関係の発注元に相談すればよく、中小メーカー間の横の付き合いはほとんどなくなっていた。



1950年頃の工場が立地する
長井のまち

さらに、中小メーカーが営業活動に出かければ、「長井」という地名は、あの大手家電メーカーの企業城下町・弱電の町「長井」というように、業界ではそれなりに知られていた。これまでは弱電の町としてブランド化された環境で営業活動ができたが、コンデンサーメーカーと大手家電メーカーとの関係がなくなった後は、営業先の反応も変わってくるのが予想された。このため、中小メーカーは連携して、長井のイメージを新たに作っていく必要があった。

また、産地としての人材育成も、中心企業に負うところが大きかった。従業員が十数人といったような中小メーカーが、定期的に新卒者を採用するのは難しく、ましてや新人の人材育成に多くの時間と経費をかける余裕はない。それまでは、コンデンサーメーカーやその関連の大手企業が毎年新卒者を採用して育成し、その後なんらかの理由で大手企業を退職した人を中小メーカーが採用してきた。しかし、それまで取り組んでこなかった人材育成を、今後自ら実施しなければいけない。そんな折に、長井工業高校が地元から消えるということは、致命的だった。

このように、長井市の製造業は大きな問題を抱えていたことから、まずは市のコーディネートによって、関係者でポスト企業城下町の大きな方向性を話し合うことになった。

企業間の横の繋がりをつくる

1995年3月、企業城下町の崩壊という危機をいかにして乗り越えるか、市の呼びかけで議論の場を設けた。市は、歴代商工会議所工業部会長、若手経営者を委員として、「産業立地指針策定委員会」を立ち上げ、アドバイザーに大学教授を招いた。

長井市の今後の方向性を考えた際に、選択肢は次の3つのうちのいずれかだった。企業誘致をする、地場から企業を起こす、地場の企業を支援する。まず、の企業誘致は無理と判断された。バブル経済の崩壊による長引く不況のもとで新規に長井市に進出しようという企業は無いだろうし、市の財政事情も厳しかったため、誘致のための支援ができない。同様に、の地場からの起業も不況下では非常に困難であると思われた。結局、地場の企業を支援する、で行くしか方法はなかった。

「地場の企業を支援する」という大枠での方向性が決まり、何ができるのかを議論した末に、企業、商工会議所、工業高校、市などの関係者での連携を図ることになった。しかし、これまでの大企業を頂点としたヒエラルキー型の企業間の関係は、地場の中小企業と大手企業との縦のつながりは強かったが、中小企業間の横のつながりはほとんど無かった。そこで、企業間の関係を「縦の関係」から「横の関係」に変えて行き、地域で共通認識を持ってお互いが必要な存在になっていくことを目指すことになった。しかし、委員たちは、長井市にどのような企業があるかは知っていたが、その企業がどんな技術を得意としていて、どんな設備を持っているか、どこと取引きしているかなどは分からなかった。また、どこにも地元企業のデータが蓄積されていなかったことから、地域として基礎データを揃える必要があった。

横のつながりを作っていくために、まず「人材育成」に取り組むことになった。人材育成であれば、どの企業にも必要なことであり、抵抗感が少なく、参加、相互協力がしやすい。また、人材を排出してきた長井工業高校の統廃合問題も交えて考え、取り組むことができる。地元から高校を無くしてはいけないという思いを関係者で共有し、さらには市民にまでその共有の輪を広げていく必要があった。

基礎データが予感させる長井の可能性

長井市に立地する企業の技術や製造品、そのレベル等の企業情報を収集するため、市職員は、商工会議所や県の職員とともに、大学教授のアドバイスを受けながら、1社ずつ企業を訪問して実態調査が行われた。この調査を通じて、職員は多くの企業の「モノづくり」への熱い思いに触れ、今後に向けての感触を掴むことができた。

調査の結果は、大方の予想とは異なるもので、コンデンサーメーカーと以前同様の関係にあるのは、全体の2割ほどに減っており、既に大手メーカー依存型を脱した企業が多く、受注先も関東圏へと広がりが見られた。さらには、より高度な技術に挑戦している企業もあった。

より具体的に見ると、長井の場合は、組立や量産などの人海戦術による工程を専門とする企業は予想していたほどには多くなく、切削、鋳造、鍛造、プレス、表面処理、金型などのモノづくりの基盤となる技術を得意とする企業が多かった。また、先端技術を持つ企業がコンデンサーメーカー以外にも何社かある、ということが分かった。人海戦術型を取る企業が少なく、基盤技術を持つ企業が多く、企業の集積としてはバランスが良いものであり、企業城下町ではあまり見られないと大学教授は驚いた。また、応用力、展開力を持ち、大手企業に依存しない自律型の企業が多かった。

次世代を担う若手経営者と中堅社員の育成

企業城下町で中心企業が担っていた機能を、今後は中小メーカーで実施していくため、1998年、若手経営者や中堅社員の育成事業が始まった。市内企業の実態把握を進めていく中で、今後、必要とされるのは、技術を理解した上で経営感覚も身に付けている人材ということが見えてきた。例えば、中小メーカーの社長は、社内の全ての業務に精通し、技術者であり経営者である。企業城下町の中心企業がなくなったことで、これまで以上に中小メーカーの社長は営業等で外出することが多くなるため、社内には社長の代行ができる人材が必要となった。

そこで、地域での人材育成事業として、旧労働省の補助事業「地域人材育成総合プロジェクト」を活用して、「NAGAI次世代マイスター育成協議会」(1998～2002)を立ち上げ、“マイスター育成事業”を展開していった。ここでは、「マイスター」という言葉を、一般に言われる最上位の職人・親方という意味に加えて、企業や社会で中心的な役割を担える人材という意味で用いている。具体的な事業として、座学では情報分析、プロジェクトマネジメント、プレゼンテーションなど、実践では企業訪問や事業分析をするマイスターレスキュー、企業間の連携を図る企業ネットワークの形成、産業祭などを行った。

マイスター育成協議会の事業では、5年間に渡り、1期生から5期生まで合計76名が修了し、事業を通じて、企業間の横の連携が徐々に創出されてきた。マイスター育成事業は、地域のマイスターたちの横の繋がりを作り、後で述べる若手グループの活躍に向けての基礎となった。

2. 地域と高校の好循環づくり

地域一丸となって切り抜けた廃校の危機

長井工業高校が統廃合で地元からなくなるかもしれないという話が公になり、地元には激震が走った。長井工業高校は、前述のとおり長井の製造業界に多くの人材を輩出し、産地としての長井を再生していくには欠かせない存在で、前述の地元企業への調査では、長井工業高校を評価する声も多かった。

同校OBの精密機械製造会社社長の呼びかけで、長井工業高校を再生・活性化し存続させるための活動が始まり、「山形県立長井工業高等学校建設促進期成同盟会」が組織された。同会には130社もの中小企業が賛同し、会長には市長が就任し、地域にとっての長井工業高校の重要性をアピールした。

長井工業高校は県立のため、本来なら県に支援を求めるところだが、同会の活動はそれだけに留まらなかった。同会は、長井工業高校の活動をバックアップする基金のために、知り合いの企業に頼んでほとんど原価でオリジナルテレホンカードを製造してもらい、生徒のデザインをプリントして、企業や市民に50度数を1,000円で販売した。人口30,000人の市で売上は14,000枚に上り、当初の予想を上回って非常に多くの市民の賛同を得た。

また、長井工業高校の再生策の一環として、生徒の技能検定の資格取得率の向上をめざそうということになった。地元企業にとっては、人材育成が課題となっていたため、より高い技術力を持った人材を高校で育成して欲しいという要望があり、高校としては学校の特色をアピールして、廃校の危機から脱出するというねらいもあった。そこで、同会から地元企業に呼びかけて学校の教育で使う機械・器具の寄付を募ったところ、新品ではなかったが、企業がわざわざ持ち寄って整備してくれた。

そして、関係者の協力の甲斐があって、1998年には長井工業高校の生徒が初めて普通旋盤作業の3級技能士に合格し、しかもそれは県内高校生で最初の技能士合格という快挙だった。その後、フライス盤作業、電子機器組立て作業、シーケンス制御作業、建築配管作業と次々に3級合格者を輩出、建築配管では2級に合格した者もいる。さらには、危険物取扱者試験や第2種電気工事士の国家資格の取得にも力を入れ、地元と高校の連携で技術力の向上に尽力してきた。資格取得の背景には、教職員の熱心な指導や地元企業からの機械・器具の寄付とともに、技能を持った企業従業員による生徒へのアドバイスもあった。

また、生徒には、ロボット相撲やマイクロマウスなどの技術系の大会に積極的に参加してもらった。こうした大会での好成績はメディアで取り上げられ、市内外に長井工業高校の存在感を示すこととなった。

長井工業高校は、機械学科・電子学科・化学工学科の3学科で構成されていたが、カリキュラムの再編も行われ、2000年からは、機械システム学科・電子システム学科・環境システム学科・福祉情報学科の4学科となって再スタートした。環境システム学科は、環境と土木系の学科が欲しいという地元の要望に応えたものだった。福祉情報学科は、高齢化社会のニーズに応えるもので、女子生徒が9割を占め、工業高校の雰囲気さがらっと変わった。

もともとPTA活動が盛んな学校ではあったが、危機に瀕している高校を地元が支え、高校と地元との連携で次々と学内の刷新が行われていった。約3年間の校舎立替運動は結実し、1999年についに新校舎は着工され、2002年、長井工業高校は創立40周年・新校舎竣工記念式典を行い、新生長井工業高校がスタートした。運動の中心を担ってきた会社社長は、「3年という短期間で山形県が結論を出せたのは、市民が団結したから」と言う。途中、用地の問題などで意見が割れそうになったこともあったが、最終的には企業や市、商

工会議所などが一致団結したことが功を奏した。

「長工生よ、地域を潤す源流となれ！」

長井工業高校では、早くから地域への奉仕活動を推進してきたが、新生「長井工業高校」となっただけで、さらに地域との関係づくりを心掛けてきた。“モノづくり”を通してのボランティア活動として、フラワー長井線の新駅「あやめ公園駅」に生徒と職員・PTAで待合所を作った。あやめ公園駅は長井工業高校の最寄駅で、「あやめ公園駅建設賛同の会」（山形鉄道、地区長（地域の自治会長）、工業高同窓会、企業等の市民有志で構成され、事務局を山形鉄道が担う）の約2年間の募金活動で設置された。また、駅周辺の緑化による景観形成や駐輪場設置も生徒と職員で行い、国土交通大臣賞をはじめとする数々の賞を受賞した。工作部の生徒達は田んぼの除草ロボット「デジカモ」の開発を2005年から続けている。開発は地元の有機米栽培グループからの依頼で始まり、合鴨に代わるデジカモが田んぼを動き回って草の成長を止める。



あやめ公園駅の待合室と生徒たちによる景観形成活動



生徒作成のデジカモ

卒業研究にあたる「課題研究」では、地域との関わりを持てるようなものをテーマに設定して“モノづくり”を行っている。不審者対応用として幼稚園の先生向けに作った「刺股^{きすまた}」は好評で、市内の全幼稚園と小中学校に寄贈し、追加で市の消防からも要望があった。福祉情報学科の生徒たちは、市内の老人ホームにボランティアに通って、手の不自由な人や高齢者の自助具を作っている。リハビリ用の鍵盤、編み機などを使用する人が使いやすいサイズに作り変えたり、高齢者がベッドから離れた時に反応するセンサーなども作った。こうした「課題研究」では、使う人の立場に立ち、課題を設定するという作業で想像力（イマジネーション）を必要とした。

かつては、大手企業が開発した製品をきちんと間違いなく作ることができ、精確にネジが締められ、順番を守れる人間が重宝がられ、想像力を必要とされることはあまりなかった。しかし、これからは大手企業の発想ではなく、地元発の発想で製品を作らなければならない時代になっていく。地元の中小企業は、下請けとして図面をもらった製品を精確に作れるというだけでなく、それを組み合わせて地域発のものを作っていける企業に生まれ

変わらなければならない。地元の工業高校の生徒も、基礎技術を身に付けて、精確に作業をこなせるのは当然のこととして、さらに自分で発想できることが求められる。それが、「産業立地指針策定委員会」の議論や調査などの企業側のこれまでの取組から得られた結論であった。

地元の支援と褒められることで伸びる生徒の好循環

同時に、地元との連携を深めていくことは、高校側としてもメリットが大きかった。生徒は、自分が作ったものを使っている人の姿が見え、使ってもらうことで「便利だけではダメ。デザインも必要」などといった新たな課題が見えてくる。実際に使う人と触れ合うからこそ、次々と課題が見えてくる、という学習効果が得られた。

さらに、褒められることが、生徒たちを変え、成長させてきた。長井工業高校の生徒の取組は話題となり、全国から年間30組ほどの視察と取材がやってくるようになって、メディアに頻繁に登場するようになった。生徒たちは、メディアを通じて、「地元の人自分たちを評価している」、「『頑張っているなあ』と言われる」、そうした思いが生徒たちの動機付けとなっている。「ここはちょっと、こう改良してくれないかなあ」と地元の人に頼まれると、次にまた褒められることを目指して、生徒がステップアップする。地元と生徒たちのいい循環ができるようになってきた。

かつて、全国の工業高校が荒れていた時期があったが、長井工業高校も例外ではなかった。高校が荒れて地元の生徒への評価が冷たくなると、教職員自身も生徒に冷たくせざるを得ない部分があった。だが、高校が再生して、「地元が生徒たちを褒めてくれ評価してくれることで、教職員自身、教育を非常にやりやすくなった」と校長は話す。

また、自分が作ったものを使っている人の姿が見えると、生徒たちは『自分がこの世に生まれてほんとに良かった』と、自分の存在感を感じられる部分が非常にある、と教頭は話す。自分が認められているということが、教育では非常に有効だと言い、「製品の開発は民間企業に依頼すればもっと早くできる。しかし、生徒が完成させるのを地元の人待っている。生徒にすれば待ってもらっている、という感覚を持つ。そういった協力関係ができていく」と言う。

学校と企業とのギャップを埋める

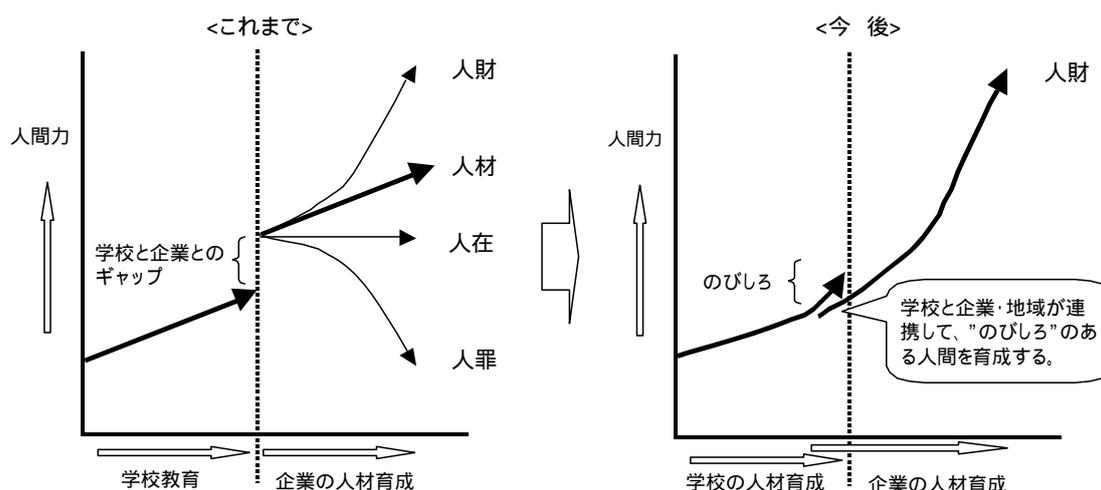
長井工業高校では、地域との連携の他に、企業へのインターンシップや、製造業の現場で働く人による授業や講習会なども取り入れている。授業や講習会の講師には、地元の企業が協力しており、2008年度は、地元の協力による授業や講習会が文部科学省の担い手育成プロジェクトに採択された。

「かつての人材育成は、学校と企業でミスマッチをおこしていた」と校長は言う。卒業後、企業に入社する際のギャップで落ち込んでしまう生徒や能力を出し切れない生徒がい

る。もちろん学校の教育の目指すところと企業の教育との本質的な違いはあるが、だからこそ、ギャップを埋めるように重なり合う部分の“のびしろ”を作ることが必要という。学校と企業の連携によって、生徒が卒業後伸びるように在学中に“のびしろ”をつけてもらおうと、生徒は成長する方向に向くという。そこで、企業と学校が一緒になって教育をする機会を設けてきた。

企業にとっては、勤務時間に人材を派遣するが、直接的なメリットは求めないという了解のもとに進め、地域全体として人材のレベルアップを目的とする講座や講習会にすることで、協力を求めている。「企業側の理解と協力が得られ、長井はありがたい」と校長は話す。

地域を大事にした取組を広げることは、生徒の教育をはじめ、様々な場面で長井工業高校として非常にプラスになるということ、教職員がよく理解してくれていると、校長は言う。校長から指示がなくても、「実際に企業に行って連携してこんなことをしたい」、「生徒をここに連れて行きたい」と、教職員の側からいろいろなアイデアが出てくるようになり、地域との連携が自然な形でできるようになったという。



資料：山形県立長井工業高等学校校長 渡辺慶蔵氏作成

また、工業高校の教職員自身も、企業に研修を受けに出かけることもある。生徒を指導する際に教職員が自分でやってみせたい、学内では習得できない技術を知っておきたい、という思いからだ。長井工業高校は、マイスター育成協議会などのこれまでの様々な事業に協力し、学校が地元の産業界の会議に参加してきた。そうしたつながりから、自然な形で連携が進み、市内の様々な場面にいろいろな先生が参加しており、現在は、教職員4名が「ロボット・プロジェクト」に参加し活躍している（後述）。

3. 生まれ変わった長井

次世代グループの登場とロボットプロジェクト

前述のマイスター育成事業では、地域で受発注をし合うよう仕事を回していける仕組みづくりが課題として挙げられた。2001年頃、ITバブルの崩壊と言われた時期には、電子部品に関わる企業の売上が落ちて、地域での仕事回しを模索する流れができていた。そこで、マイスター育成事業を支えてきた参加者を中心に、長井市にあったいくつかの企業グループが統合される形で30社からなる「西置賜工業会」を発足。西置賜工業会の会長は、地域の次世代を担う若者が活躍する場が必要ということを提唱し、若者によって運営される「次世代グループ」も同時に発足した。さらに後には、「西置賜工業会」は農業者や商業者にも一緒に協力し合おうと呼びかけて、組織を拡大し「西置賜産業会」が発足した。

マイスター育成事業の終了後、事業を引き継ぐ形で長井商工会議所による「モノづくり伝承塾」が始まった。この企画を担っていた次世代グループは「モノづくり伝承塾」の新しい展開を模索する中で、「おきたま技能フェスティバル」を開催した。また、マイクロマウスというロボットの競技大会を開催した。

長井工業高校の生徒は、マイクロマウス全国大会で大人に交じって上位入賞するようになっていた。ロボットの開発は、大人だけでなく子どもにとってもイメージしやすいことから地域技術のシンボルとしやすく、また、長井には装置メーカーが多いことなどの条件も適していた。

「弱電の町」から「ロボットの町」へ

次世代グループの有志が中心となって、「ロボット・プロジェクト」が立ち上がった。野菜を売る商店主でマイクロマウスの経験を持つ人、ロボットに蓄積を持つ長井工業高校の先生、ロボットに必要な加工を手伝ってくれる技術者のメンバーなどが揃った。プロジェクトチームは、二足歩行のロボットバトル「ROBO-ONE」に出場して回を重ねて行き、2006年には、長井市で東北初



ROBO-ONE

の全国大会を開催するまでになった。大会の参加者は、日本全国だけでなく海外からもあり、大手メーカーや大学の研究者などが多く、中小企業で取り組んだ長井市の技術力は注目され、後日、参加した専門家から市内企業への問合せもあった。

ロボット・プロジェクトは交流も生み出した。前述の長井工業高校の除草ロボット「デジカモ」の作製依頼や、若手菓子職人からは「人形焼のロボット版を作りたいので型を作製して欲しい」といった依頼が長井工業高校にあった。

ロボットに関わる活動の話題は、誰にも分かりやすいことから、メディアにも取り上げ

られやすく、ロボットの町の姿が市の内外に伝えられるようになった。企業城下町、弱電の町・長井から、ようやく「ロボットの町・長井」という新しい顔が出来上がった。

広がるネットワーク

企業城下町の崩壊から、企業間の横の関係を作っていくという課題を立てて10年以上になり、当時からは想像できなかったようなネットワークが広がっている。ロボット・プロジェクトでの活動や、アドバイザーの大学教授などの関係を通じて、全国の製造業集積地や若手経営者とのネットワークが広がった。

市の産業振興の担当職員は、「若手も一人一人集めるだけでは動けないんで、意志を持った集団にしていけないといけません。それで、若手の企業塾、経営塾という形があるんですが、さらに、長井みたいな小さい地域では交流が足りないということなら、広い地域と交流をすればいいだろうと考えています」と述べている。

また、若手のグループの活動が、新しい長井を切り開いている。前述のロボット・プロジェクトは、世代・業種を超えた交流で技術系人材育成の推進役となっているなか、地元の中小企業で構成される長井機械工業協同組合(1972年～)の中の若手後継者集団「いきらくかい赤楽会」は、長井の若手が活動する中核となっている。また、前述の「次世代グループ」は、市内企業ネットワークでの受発注を進めたり、人材の発掘や事業所訪問・提案事業などを展開している。

行政の役割～長井の影の立役者～

長井工業高校の先生は「なぜ、この高校にはこんなにいるんな視察がくるのか、と最初は思っていました」と言う。長井工業高校の危機と地元企業の危機を結び付けるには、パイプが必要だった。視察は、長井市の産業振興に14年以上関わってきた市の担当職員（商工観光課補佐（企業振興担当）よこやまてるやす横山照康氏）などがコーディネートしてきた。「学校は情報発信をする術を持っていません。学校だけではたかが知れている。代わって行政が発信してくれる、あと企業の口コミで伝わっていく、そういうものがすごく大きい。行政の力は大きい。」

市の担当職員は、まずは若手が活動しやすい環境づくりを重視していると話す。「エンジン、活力になるのはやはり若手の人材です。確かに動き始める時には、重鎮を集めて議論をしたんです。重鎮は知識があるんでいろんな話をしてくれますけど、話だけで終わりがち。その次は誰がやるのか。行政は専門家でもないし、企業経営をしているわけでもない。重鎮の話を生かすのは行政ではなく、企業でなくてはいけない。企業でやっていくことについては、これから地域を担っていく若い経営者にゆだねるべき。」若手が活動しやすい環境をつくらないで、議論をしただけでは施策にはならない、施策は作れるかもしれないが、実効性のある施策にはならない。若者とパートナーを組んで、初めて地域が動く

と言う。

「産業振興に関して、行政が知恵を出していく必要は、たぶんない。行政は脇役に徹する。現場からの発想を引き出すのに徹する。つなぎ役に徹する」と話す。行政の特徴とは、身元が保証されていることから、誰にでも会いに行けるということであり、いろいろなチャネルの開拓ができる可能性を握っている。だから、現場に出かけて話を聞き、人と人を結びつけていくのが、産業振興での行政の仕事ではないかと言う。つなぎ役を果たしてきた市の担当職員は、「どこが上とかいうのではなく、行政、企業、高校がそれぞれに等分に役割を果たしているのが、この地域の特徴です」と長井市の特徴を語る。

そして、工業高校の再建運動の中心人物であった製造業の社長は、「行政でも金融でも製造業でも、一見、水と油と見えても連携は不可能ではない」と言う。社長が次に目指したいことの一つに、農業と工業のコラボレーションがある。地域でロマンが感じられるような共通の目標を持つ、そこからまた新たな創造が生まれてくると語る。

と お の し
遠野市（岩手県）

「行って観たい町」から
「住んで魅たい町」へ

都市農村交流による交流人口拡大と定住促進

【取組の概要】遠野ツーリズムから定住へ

遠野に伝わる民話は、古くからの日本の農村の暮らしを伝え、多くの人々を魅了してきた。今も遠野には、日本のふるさとと呼ばれる原風景を求める人々が全国から来訪する。遠野への憧憬を持つ人々のうちの幾人かは、住民とのふれあいの中で、根強い遠野ファンとなって地域との交流を深めて入り込んでいった。そこに、交流を大切に考える遠野流のグリーンツーリズムの原点が見られる。「遠野ツーリズム」の流れは、民間からはじまり、やがてより大きな展開を求めて行政との連携で発展してきた。

遠野ファンの中には定住を考える人もおり、こうした人たちを支援するために、遠野市は、定住対策の拠点として「ふるさと遠野定住プラザ『で・くらす遠野』」を市役所内に設置し、行政と民間の2つの推進組織を立ち上げ、定住希望者向けの相談に応じたり、空き家や就農などについての情報を提供している。空き家の情報提供等の支援では、NPOが地元の情報を提供するなど、行政をバックアップしている。さらに、遠野以外で暮らす遠野ファンのために「で・くらす遠野市民制度」を設けている。「で・くらす遠野市民」になれば、地元情報が得られるほか、宿泊優待券などの観光面でのサービスや地元産品の宅配サービスなどの特典が受けられる。

“「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ”をスローガンに、「で・くらす遠野」を通じて、市民と行政とが連携して、交流人口拡大と定住促進に取り組んでいる。



遠野市のまちなみ



かっぱ淵

1. 遠野市の概要

遠野市は、東北岩手県の東南部に位置し、遠野三山と呼ばれる早池峰山^{はやちねさん}、六角牛山^{ろっこうしさん}、石上山^{いしがみさん}に囲まれた盆地である。古くから内陸と沿岸との物資交流地の役割を果たし、江戸時代には、盛岡に次ぐ南部藩要衝の地として、政治・経済・文化などの面で隆盛を極めた。現在も、内陸部の花巻^{はなまき}・北上市^{きたかみし}等と、三陸沿岸の釜石^{かまいし}・陸前高田^{りくぜんたかた}・大船渡市^{おおふなとし}等の都市を結び、広域都市中継拠点としての役割を担っている。気候は寒冷地に属し、厳冬期にはマイナス

15 になることもあり、寒暖の差は大きく、四季の移り変わりがはっきりしているが、積雪や降水量は比較的少ない。

主な産業は第1次産業（農業・畜産・林業）で、日本一の生産量を誇るホップや葉たばこ、乗用馬や競走馬の生産を行っている。林業では、森のくに遠野（遠野地域木材総合供給モデル基地）を整備し、木材供給の一貫体系を確立している。また、観光も重要な産業となっており、豊かな自然と柳田國男^{やなぎたくにお}の「遠野物語」に代表される民俗文化を資源に、年間150万人の観光客が訪れている。グリーンツーリズムの取組も早くから盛んに行われており、地域資源を生かした「遠野ツーリズム」として、都市と農村の交流人口拡大への取組が一層活発化してきている。

2. グリーンツーリズムによる都市農村交流

遠野のグリーンツーリズムは自然体からの出発

遠野への観光客が増え始めたのは1970年代である。当時の国鉄は個人旅行を促進するキャンペーン「ディスカバー・ジャパン」を展開していた。1970年代、「アンアン」「ノンノ」といった若い女性向けの雑誌が創刊されて、遠野も何度となく雑誌で紹介され、「アンノン族」と呼ばれる若い女性たちが散策する姿が見られた。

1970年代当時の遠野には、特に有名な観光資源や観光用に特別に整備された施設があったわけではなく、遠野を訪れる人たちもそうしたものを求めてはいなかった。来訪者は、自然環境に恵まれたあるがままの農村の風景の中で、河童^{かっぱ}、山姥^{やまんば}、座敷童子^{ざしきわらし}などをイメージしながら、「遠野物語」にちなむスポットを地図を頼りに徒歩や自転車で回っていた。

散策の間には、地元の住民らと自然に様々な交流が生まれた。農家の人におやつをいただいたり、自転車の故障で困っているときに助けていただいたり、来訪者は地元の人の温かさに出会った。また、遠野には50種類もの伝統芸能が現在も残っており、著名な芸能として、しし踊りや神楽が各地区にある。来訪者の中には、各地区農村に入り込んで1週間から10日間ほど滞在し、伝統芸能に参加するという人も現れるようになった。そうした地元とのふれあいから、遠野ファンになり、リピーターとなっている人が少なくない。

遠野ではこのように草の根的な形で来訪者を受け入れる住民の取組が自然発生的に生まれ、それが現在のグリーンツーリズムと言われる取組の土壌となっている。

交流を生むグリーンツーリズム実践施設「遠野ふるさと村」

1996年には、山里の暮らしを体験できるグリーンツーリズム実践施設として、「遠野ふるさと村」がオープンした。事業主体は遠野市、管理運営は遠野ふるさと公社が行っている。森林や田園が広がる8.8haの敷地には、遠野の伝統的な民家である「曲り家^{まがりや}」が移築されている。村内では来訪者に建物を見学してもらっただけでなく、わら細工や竹細工、染物、

陶器づくり、郷土食づくり、農作業などの農村生活を体験できるメニューが用意されている。

ふるさと村の特徴は、「まぶりっと(守り人)」と呼ばれるボランティアが活躍していることである。まぶりっとは地域のお年寄りで、村内の農作業や曲り家のかまどの火入れをしながら、希望者への案内や体験プログラムのインストラクターを行う。施設内の大工どんという大きな曲り家では、まぶりっとの女性が「お茶こ飲んでってえ」と地元の言葉で来訪者を迎える。



「遠野ふるさと村」の曲り家

2007年度に遠野ふるさと村を訪れた人は6万2千名に上り、そのうち3,800名(47校)の体験型修学旅行を受け入れ、590名に宿泊体験を提供している。

「遠野ツーリズム」を発展させる遠野ワーキングホリデー

国内のグリーンツーリズムの動きは、1992年に農林水産省が提唱した頃から本格的に始まった。早くから自然発生的に行われてきた遠野市でも、その頃から遠野流のグリーンツーリズムを「遠野ツーリズム」と称して、様々なメニューを実施するようになった。

1995年、ある農家が農家民宿をやってみたいと考えたことがきっかけとなって、市民グループの「遠野グリーンツーリズム研究会」が発足した(この活動が、後に「NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク」(後述)の母体となった)研究会では、遠野でグリーンツーリズムの研修会や国内外各地への視察を行う中で、当時は農家民宿をするには法的課題が多く、それをクリアするには設備設置費など多くの費用がかかるということが判明したため、宿泊業ではない農村ワーキングホリデーというスタイルを生み出すことになった。ワーキングホリデーは、もともとは外国人が長期間旅する中で滞在資金を補うのに就労を認める制度だが、農村ワーキングホリデーの場合は、農家は宿泊場所と食事を提供し、宿泊者は農作業を手伝うようにすることで、金銭的な授受はなく、宿泊業の規制を受けない。



NPO法人
遠野山・里・暮らしネットワーク

農村ワーキングホリデーは、2001年から農家5軒ほどで始めたが、その後年々増え続け、2007年度には受入農家数12軒、体験者数82名、延べ日数447日となっている。2006年には「遠野民泊協会」(後述)を63軒で立ち上げ、都市農村交流に大きな貢献を果たしている。

遠野では農作業の労働力確保のためというよりは、交流したいという目的でワーキングホリデーを行っている農家がほとんどとなり、ワーキングホリデーを実施するうち

に、遠野ではグリーンツーリズムという言葉も「長期滞在」「農山村での余暇活動」などの従来のイメージに加えて、「交流」や「身内に近い」といった意味も帯びてきている。また、ワーキングホリデーからは、当初予想していなかったことも起こるようになった。農作業を体験した人から、自分が関わった農産物が収穫されたら有料で送って欲しいという要望が寄せられるようになり、ある農家の農産物は口コミで広がって 500 人ものお客様を抱えるまでになっている。

遠野の農村ワーキングホリデーの特徴

- ・参加者は農家に寝泊りする
- ・滞在中は家族の一員として、仕事や家事を手伝う
- ・三食を共にする
- ・空き部屋あるいは離れが寝室として提供される
- ・両者間には金銭のやり取りがない
- ・参加者はたいてい個人
- ・参加者の年齢、職業、居住地は様々

遠野ツーリズムの担い手を育てネットワークを広げる N P O

「遠野ツーリズム」は、前述したように、自発的で草の根的に生まれたグリーンツーリズムのグループによって形づくられている。都市からの農村体験の希望者が増加するにつれて、新しい受入農家等の実践者の確保、実践者間でネットワークをつくり情報交換をする場や、地域資源を発掘し生かすための組織などが必要となってきた。そこで、そうした課題解決を目的にして、「N P O 法人（特定非営利活動法人）遠野 山・里・暮らしネットワーク」が 2003 年 6 月に立ち上がった。

「遠野 山・里・暮らしネットワーク」の特徴は、クラスター型組織ということにある。自然発生的に生まれた多様な遠野のグループを「交流・共感・協働」の理念に基づき、それぞれの発展を支援するとともに、1つのグループでは成し得ないことを実現しようとするものである。2007 年度現在の会員数は、正会員 42 名、準会員数 18 名、サポーター会員 20 名となっている。

「遠野 山・里・暮らしネットワーク」では、遠野市との連携によって、グリーンツーリズムによる都市農村交流人口の拡大や、その延長線上にある移住・定住促進に様々な形で取り組んでいる。

「遠野 山・里・暮らしネットワーク」の主要事業

東北ツーリズム大学

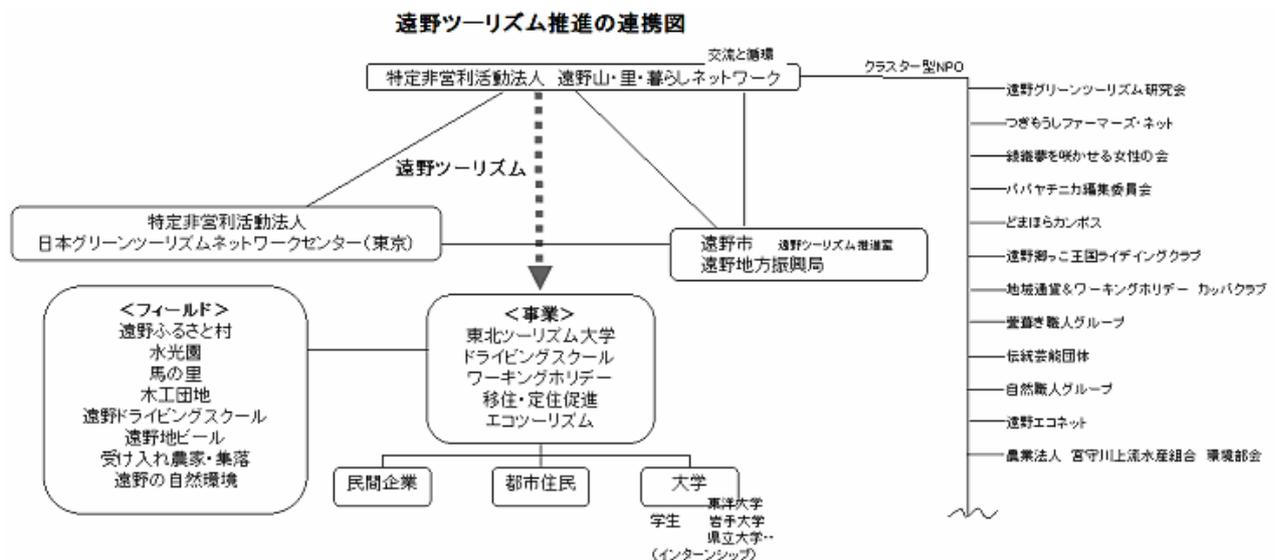
遠野におけるグリーンツーリズムをより大きく展開しようと、「遠野 山・里・暮らしネットワーク」では、東北でグリーンツーリズムに関わっている人たちに声をかけ、2004 年 7 月に「東北ツーリズム大学」という講座グループを開校した。大学では、実習を通して

実践に役立つ知恵や技を身につけ、理論を学ぶことでその理解を深めるカリキュラムを用意しており、同時に交流を深めることで、人と人のつながり、さらには地域間のネットワークを作っている。

東北ツーリズム大学の事務局は、「遠野 山・里・暮らしネットワーク」が行っており、大学の活動拠点は「遠野ふるさと村」と「たかむろ水光園(*)」を中心にして、「遠野物語」の世界と日本の原風景が広がる豊かな自然がキャンパスとなっている。2007 年度には、11月と1月の2回開催されて38名が受講し、公開講座には129名の市民も参加している。

最初は遠野だけで開校していたが、2005 年度からは宮城県東松島市、福島県喜多方市、福島県会津坂下町と地域間ネットワークを構築して分校を開校しており、今後は、さらに新潟県、秋田県でも開校準備を進めている。

(*) 曲り家や庭園などで遠野の風土を表現した市営の観光施設。水力発電やソーラー発電によるローカル省エネルギーを利用。レストラン・温泉施設・宿泊施設を完備。



クラスター型組織：元々はブドウの房のこと。転じて同じ志向をもった人の集団を意味する。本NPOの場合は、理事会及び事務局がブドウの房のつるに相当し、様々な形でクラスター（ブドウの実）に支援を行う。クラスターは自立できるようになった時点で、房から落ちて別のブドウの木として成長する。

遠野ツーリズム流合宿免許取得企画

「遠野 山・里・暮らしネットワーク」では、都市農村交流の新たな展開として、2004 年から、自動車運転免許の取得をめざして合宿している教習生が、農家に泊まり、農業体験や乗馬体験もできる合宿型自動車運転免許取得と遠野ツーリズムが一体化した「遠野ツーリズム流合宿免許取得企画」を実施している。この遠野ドライビングスクールには、2007 年度に 333 名の入校者（合宿参加者）があり、そのうち 283 名がグリーンツーリズムを体験し、25 名が農家民泊（ホームステイ）を体験している。

体験者たちに、スクールが終わってからでも遠野に関心を持ってもらうきっかけになれば

と、体験の時に撮った写真を手づくりでアルバムにして贈っている。農家民泊までした人は遠野への関心、意識が高く、アルバムをもらおうと喜んでお礼の電子メールを送ったり、時々遠野を再訪する人もいるという。

遠野民泊協会

「遠野 山・里・暮らしネットワーク」の新たなクラスター型組織として 2006 年に立ち上げた「遠野民泊協会」(2007 年度会員数：90 軒)では、学校教育現場から高まっている体験・体感型の教育旅行へのニーズを新たなビジネスチャンスとして捉えており、体験希望校と受入農家の間をコーディネートし、受入農家に対する安全・衛生研修会を実施するなどして、安全に民泊ができるように体制整備を行っている。

2007 年度の体験型教育旅行では、3 校が日帰り農業体験に訪れ、延べ 41 軒の農家が生徒 264 名を受け入れた。また、別に 3 校が農家民泊を体験し、86 軒の農家が 338 名の生徒を受け入れている。

3 . グリーンツーリズムによる都市農村交流から移住・定住へ

定住促進を図る「ふるさと遠野定住プラザ『で・くらす遠野』」の設置

こうして、遠野市では地域資源を生かしたグリーンツーリズムによって、都市農村の交流人口が拡大していくようになる一方で、遠野市には古くから I ターンなどの移住者が移り住んできており、正確な数字は不明だが、過去 10 年間で 100 名を超える人たちが移住していると言われている。2007 年問題といわれる団塊の世代の一斉退職に合わせて、都市から地方への移住を促進させようとする取組が全国的に行われており、遠野市でも様々な対策が取られているが、もともとグリーンツーリズムと同様に、自然発生的・草の根的に移住が生まれる土壌が遠野にはあった。

しかし、これまでに移住してくる人があるとは言っても、遠野市全体の動きとしては、30%を超える高齢化率と若者の流出で、定住人口が大きく減少する傾向にある。2007 年度 1 年間では 346 人減少し、1 日 1 人ペースで減っていることになる。いかにして人口減少に歯止めをかけて、人材を確保していくかが地域全体の大きな課題となっている。

移住希望者に対する受入の取組がもともと地域の土壌にあるとは言え、移住を本格的に増やしていこうとするには、草の根的な取組では限界があった。そこで、遠野市では 2006 年 10 月に、定住対策のための組織・活動拠点として、「ふるさと遠野定住プラザ『で・くらす遠野』」を市役所内に設置した。「で・くらす遠野」は、移住希望者が必要とする情報を一元的に集約し、ワンストップ化することにより、希望者の移住計画段階から最終段階の移住・定住までをサポートする組織である。「住むところを探したい」という住居情報、「新規就農したい」「就職口を見つけたい」といった就業(農)情報、その他暮らしに役立つ様々な情報を蓄積して、移住希望者の相談に乗るなどしている。

市民と行政の連携で取り組む「で・くらす遠野」

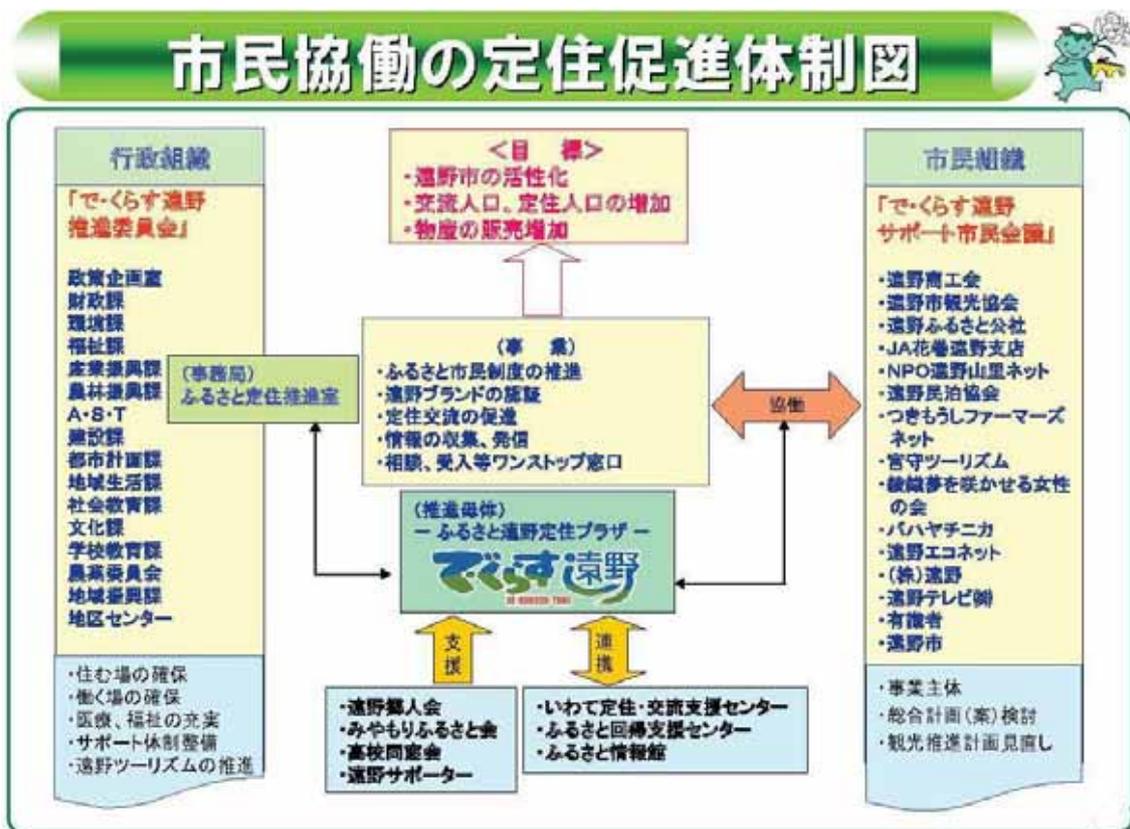
さらに、遠野市では「で・くらす遠野」を活動拠点にして、行政と民間の2つの推進組織を立ち上げた。一つは、生活に関係する部局（ほぼ全部局）で構成する庁内横断的組織の「で・くらす遠野推進委員会」で、もう一つは、市民組織としての「で・くらす遠野サポート市民会議」である。ともに2006年9月に設立され、「で・くらす遠野」を運営する市のふるさと定住推進室が事務局機能を担っている。「で・くらす遠野」では、この2つの組織との連携を図りながら、定住相談業務や空き家情報の提供、新規就農サポートなどを進めている。



で・くらす遠野

行政と連携する「で・くらす遠野サポート市民会議」

「で・くらす遠野サポート市民会議」は、遠野の魅力を高めながら、地域の活性化に結び付けるため、物産・景観・食事・文化など全般にわたる遠野ブランドの推進と定住人口の拡大を図ることを目的に設立された。参加団体は遠野商工会、観光・物産・グリーンツーリズムに関係する団体などで、定住促進に向けた円滑な対応ができるよう行政と連携を



図っている。運営資金は、主に遠野市からの負担金（2007年度までは補助金）で賄われており、収支規模（収支差額）は、2006年度決算が644万円（千円）、07年度決算が193万円（2千円）、08年度予算が307万円（0円）となっている。

遠野の魅力を高める遠野ブランド「トネーゼ」認証制度

サポート市民会議では、直接的な定住促進事業のほかに、遠野商工会や遠野市と連携して、ブランドを活用した遠野の魅力と地域づくりに取り組んでおり、遠野ブランド「トネーゼ」認証制度を設けている。確かな品質・技術を伝える遠野生まれの地場産品・サービスである証を広くアピールし、併せて購買者の信頼を高め、特産品の競争力強化を図るためのものである。これまでに、食品部門では和菓子・味噌・漬物・ジנגスカン料理など、インテリア部門は民芸家具など、さらに時間（観光）部門では「遠野ふるさと村」も登録され、合計24件の商品・サービスを認証している。

「トネーゼ」とはイタリア語で、「遠野の人」を意味する。

「で・くらす遠野」の空き家探しをNPOアドバイザーがサポート

「で・くらす遠野」を拠点にして遠野の定住対策が進められているが、その中で常に課題となるのが空き家探しであり、移住希望者のニーズにあった空き家は少なく、マッチングが難しい。移住希望者は、生活の半分を農業に、残りの半分は別のことをやりたいという人が多く、そういう人はアパート・マンションではなく古民家的な物件を希望する。空き家となっている古民家がないわけではないが、貸主の「ときどき家に戻りたい」「リタイアしたらまた遠野に住みたい」といった事情や、その他相続の問題や農村の体質的な事情などから、貸主は簡単には見つからない。空き家探しは一軒ずつの情報収集しかなく、他の業務をこなしながらの行政職員ではなかなか進まない。「で・くらす遠野」事務局の市担当職員は4名で、遠野市内の東西南北38km全域の空き家情報を網羅するまでには至らない。そこで、民間の定住アドバイザー1名が柔軟に活動し、事務局に空き家の情報を提供している。この定住アドバイザーは、「遠野山・里・暮らしネットワーク」に所属しており、物件の調査や希望者の相談をほぼボランティアで行っている。

「で・くらす遠野」を通じて、これまでに11世帯19人が移住した（2008年9月現在までの累計実績）が、すべての人が最初から遠野市への移住を希望していたわけではなかった。ある人は、始めは別の移住地を考えて何度か訪問をしていたが、話が一向に進まなかったところ偶然、「で・くらす遠野」に立ち寄って、遠野市への定住を決めたという。「思っていたとおりではなかったけれどロケーションが気に入ったのと、『で・くらす遠野』の対応が良かったから」というのがその理由である。

移住希望者が定住を決断するに当たって最後の決め手は、相談対応の担当者が「おもしろかった」とか、「やさしかった」といったことであることが少なくない。「郷土芸能をし

たい」、「就農をしたい」、「東京と遠野の二地域居住をしたい」といったように、目的がはっきりしている人は、移住・定住のための情報を入手する方法や準備の仕方も明確だが、漠然と「田舎暮らしをしたい」といったような人に対しては、いかにきめ細かい対応をするかにかかっている。そうしたことから、今後の対策として、「で・くらす遠野」事務局では、民間の定住アドバイザーを増やすことを検討している。遠野市では、昭和の大合併前の11地区（旧町村）を単位としてまちづくりが行われており、気候から人柄まで各地区それぞれが個性を持っている。そのため、定住アドバイザーをそうした地区ごとに一人ずつ置いて各地区にあった対応ができれば、と考えており、また、そのためにも協力し合える民間の団体を増やしていけるよう努力している。

移住・定住希望者のニーズに合わせたサポートを模索

定住対策では空き家探し以外にもクリアしなければならない課題はたくさんある。例えば、移住希望者が希望する古民家があったとしても、リフォームが必要な物件が多く、かといって、借りる側にリフォームの資金が必ずしもあるわけではない。また、移住希望者は田舎志向が強い人が多いものの、地域のコミュニティに入りたがらない人もおり、希望の古民家があったとしても近くに民家があると嫌がることもある。移住希望者のニーズを物理的に満たしたとしても、移住希望者が自らの努力でクリアしなければならない課題も多いのである。

定住先でコミュニティに溶け込むのは簡単ではない、と一般に言われるような課題は遠野にもあるが、自然な形でコミュニティに上手く入っていくことができたという事例も出てきている。ある移住者の例では、移住してから家庭菜園をすることを希望していたものの農作業の経験が全くなく困っていたところ、たまたま近くに住んでいた80歳代の男性から農作業の技術を教わることになり、その男性を介してコミュニティに入れるようになった。こうした事例を教訓にして、「で・くらす遠野」では、「遠野の田舎には農をキーワードにコミュニティに入るのが一番いい。昔から遠野の地域には『結い』という助け合いの文化があり、お互いに農作業を助けあってきた。行政としては、農についてはこの人に教わってくださいと紹介できるような制度化も今後できれば」と考えている。また、農業の経験がないのに就農を考える若い人には、いきなり農業だけで独立してやっていくのは難しいことから、まずは兼業を薦めている。岩手県には大きな農家に住み込みで働いて、技術研修を受けるという制度もあり、技術を身につけることからはじめるようにアドバイスしている。

遠野市への移住希望者として比較的多いのが定年退職者である。定年退職者の多くはお金にも余裕があり、今後の生活設計を持っていることから、移住・定住の話も進めやすく、「で・くらす遠野」事務局の遠野市としては、そうした定年退職者を移住・定住促進の主なターゲットにしている。一方、「で・くらす遠野」が移住・定住サポートをする中で、若い世代、特に夫婦で子どもがいるケースでは、クリアしなければならない課題が比較的多

い。働き盛りの若い人の場合に、体力とやる気はあってもお金の貯えがあまりなく、生活設計が不確かなまま定住を考えることがある。そうした若い世代が移住・定住する場合に最も問題になるのが、就業の場の確保である。遠野の有効求人倍率は非常に低く、移住希望者がそれまでに勤めていた同じ業種にということ、なかなか職が見つからないということになる。遠野は北上山地のほぼ中央に位置し、岩手県内のどこでも1時間程で行くことができることから、希望の職が遠野で見つからない場合には、例えば、大手企業が進出して北上市等で職を紹介することもある。

なお、遠野市では定住促進に当たっては、過剰な優遇措置等を取ると定住しても長続きしないのではないかとこの考えから、過剰な優遇措置等は取らず、あくまで遠野が好きな人に来て欲しいというスタンスを取っている。

「ふるさと遠野定住プラザ」で・くらす遠野」の事業概要

目的：遠野の魅力を高めながら、地域の活性化に結び付けるため、物産・景観・食事・文化など全般にわたる遠野ブランドの推進と定住人口の拡大を図る

設置：2006年10月（事務局：遠野市産業振興部ふるさと定住推進室）

事業内容

- ・交流と定住の情報収集と発信
交流行事や地域イベント、遊休農地や空き家物件の情報などを収集し、全国に発信
- ・「で・くらす遠野市民制度」市民募集
全国の遠野ファンに入会してもらい、もっと遠野を知って・遊んで・体験して好きになってもらう
- ・I J Uターンの受入支援やサポートの充実
移住から定住まで、コーディネーターと支援制度で「遠野暮らし」を応援
- ・定住に向けた相談の窓口
遠野市へのI J Uターン、移住から定住に関する様々な相談業務
- ・遠野ブランド「トネーゼ」認証制度運営（後述）

主な実績（2007年度）

- ・移住定住問合せ・相談者数(実数)：85人
- ・移住者数：5世帯7人(立ち上げからの累計：2008年9月現在11世帯19人)
- ・宅地購入者：1名
- ・「で・くらす遠野市民制度」：入会者数：162名（2008年9月現在約240名）
- ・愛知県大府市役所に「で・くらす遠野」中京地区本部開設（2008年2月）

将来の定住促進に結び付けることをねらう「で・くらす遠野市民制度」

遠野市では、遠野の食や農、物産や文化に関心がある人々を対象に、市外に居ながら遠野市民の一員として遠野を体感してもらうことを目的として、2006年に「で・くらす遠野市民制度」を創設した。で・くらす遠野市民制度に加入した市民会員から年会費を払ってもらい、その年会費を活用して一般的な観光ガイドや情報誌に載らない情報を提供するとともに、遠野の「食」や「農産物」を自宅に居ながらにして味わえるよう届けるものである。

また、遠野に訪れたい市民会員には、提示することで観光施設の割引を受けることが

できる「で・くらす遠野市民証」を発行し、市内提携の宿泊施設や農家民宿の宿泊無料券・割引券、更には遠野ツーリズムを味わえる農家体験などのサービスを提供している。都市住民等の市民会員に提供する様々な食品（遠野スタイルスローフード「食の匠」）や旬の産直野菜（遠野ブランド健康野菜「農の匠」）はすべて遠野市内で生産されたものを使っている。市民会員は現在約 240 名に上り、その収支は（市会計からは独立）2006 年度が収入 78 万円・支出 1 万円、07 年度が収入 162 万円・支出 96 万円となっている。

遠野市では、こうした市民制度の取組により、遠野観光を一過性のものとせず、より結びつきの強い「遠野ファン」を確保し、今後の移住・定住促進に結び付けることを狙っている。都市から農村への単方向の「観光」から、都市農村の双方向の「交流」、そしてその土地や人への愛着を持つことで最終的に「移住・定住」につながっていく、といったようなストーリー性を持ちながら取組を行っている。

で・くらす遠野市民制度の概要

| で・くらす遠野市民の特典 | で・くらす遠野市民のタイプ | | |
|--|----------------|----------------|-----------------|
| | ちょこっと | のんびり | どっぶり |
| | 年会費 1,000 円 | 年会費 5,000 円 | 年会費 10,000 円 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・一年間有効の「で・くらす遠野市民証」発行 ・で・くらす遠野市民情報誌「Tono Walker」配布 ・「遠野馬の里」乗馬体験の市民特別割引 ・主要観光施設の市民特別割引 ・宿泊優待券進呈 | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクル無料券発行 ・産直野菜詰め合わせ「農の匠」年 1 回お届け(*) ・市内提携の宿泊施設の宿泊割引券発行(*) | / | | / |
| <ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクル無料券発行 ・産直野菜詰め合わせ「農の匠」年 2 回お届け(*) ・遠野スローフード「食の匠」年 1 回お届け(*) ・市内提携の宿泊施設の宿泊無料券発行(*) ・市内提携の農家民宿の宿泊無料券発行(*) | / | / | |

（入会金無料、(*)の特典はどれか一つ選択）

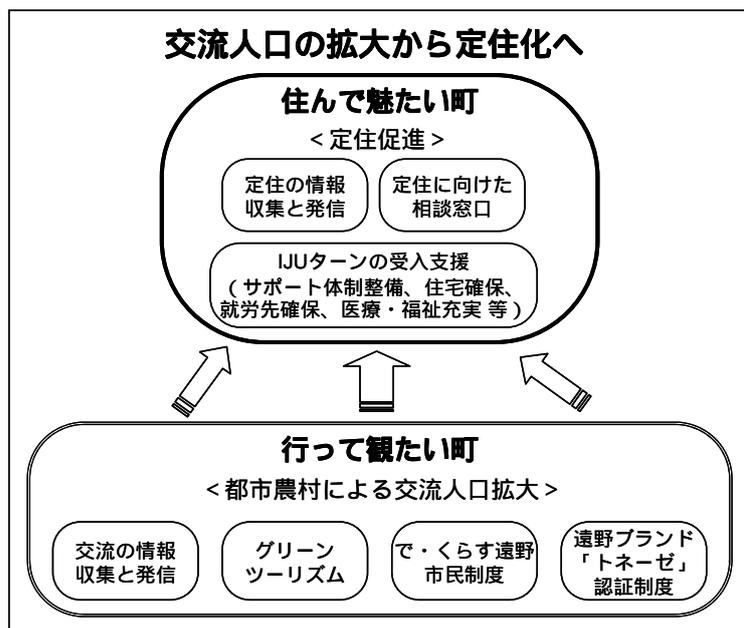
4 . さらなる定住促進にむけた今後の課題と展望

遠野市では、もともとは行われていた市民の草の根的な活動を背景に、グリーンツーリズムで都市農村交流人口が拡大し、「で・くらす遠野」で移住・定住が徐々に促進されてきているが、こうした取組の趣旨が必ずしも広く市民に理解され、十分に認知されているわけではない。都市農村交流や移住・定住への取組が、昔から遠野の市民の間で自然発生的に行われてきたことが、かえって「当たり前」の感覚となり、その取組が一つの地域活性化の手段になるという「気づき」に至らない要因になっていると考えている。そのため、今

後も時間をかけて、広く市民の理解・参加を得ながら、地道な取組を続けていくことが必要だとしている。

また、遠野市全体のまちづくりが総合的に評価を受けない限り、移住希望者が最終的に定住するようにはなかなかならないとの考えから、これまでの移住・定住対策に磨きをかけより一層充実させるとともに、「で・くらす遠野」のような入口的な段階から、もう一步踏み込んだ形で、遠野市役所内の全庁的な連携と総合的な政策形成システムの構築を進めつつある。例えば、少子化・子育て対策として、2007年に「遠野わらすっこプラン」を立ち上げ、「子育てするなら遠野市」といわれるまちを目指して、33の施策に取り組んでいる。医師の確保対策としては、個人病院を新規開設する際の補助（市民医療環境整備事業）や、市内の中核病院である県立病院の医師確保対策、遠野型助産院ネットワーク構想としてICTを活用した公設の助産院を開設した。就業環境についても、企業の新規立地や既存企業の増設など少しずつ整備を進めている。

2007年度には、「で・くらす遠野」経由で5世帯が遠野市に移住を決めた。「景色がいい」「人情がある」といった理由で移住してきた人も多くいる。「永遠の日本のふるさと」を標榜している遠野市は、本当の意味で多くの人たちの「永遠の日本のふるさと」となり得るようまちづくりに取り組んでいる。



いいだし
飯田市（長野県）

**地域資源を総合的に活用した
都市農村交流及び人材誘導
〔若者の UI ターン支援〕**

都市と農村の足りない部分を互いに補完する都市農村交流及び若者を主な対象とした UI ターンの支援

【取組の概要】公民館活動で培われた市民と行政の協働関係が人的資源を創造

南信州地域の交通の要所として発展してきた飯田市は、「学び」と「文化」を重んじる土地柄であり、その姿勢が長く現在にも継承されている。学びの姿勢は戦後の公民館活動と結びつき、公民館を中心に先進的な学びを取り入れた住民による主体的な地域活動が展開されてきた。

都市住民が交通費自己負担で農村に出向いて農作業を体験し、農家は食事と宿泊場所を提供するというワーキングホリデーが、飯田市では 1998 年から始まった。当初は「本当に都市住民が無償で参加するのか」との不安の声もあったが、参加者は増え続けて、2007 年には 560 人が参加するまでに広がった。参加者の労働力は、農家の繁忙期の助けとなり、また、参加者にとっても、農業体験や農村体験が定住や就農への一歩につながっている。

1. 飯田市のあゆみ

学びと文化を大切にすまち

飯田市は、長野県の南端に位置する飯伊地域に属する。東に南アルプス、北西に中央アルプスを望み、市の中央には北から南方面に天竜川が流れて細長い盆地を形成する。山から川までの標高差はいくつもの河岸段丘を形成し、変化に富んだ美しい地形となっており、天竜川沿いでは稲作が、段丘では果樹栽培が行われている。気候は盆地特有の内陸性で寒暖の気温差が激しい。夏の日差しは厳しく、日中の気温が 35 度を越えることがあり、冬の降雪は長野県の中では少ない地域だが、最低気温はマイナス 10 度に達することもある。



飯田市のまちなみ

厳しい気候と地理的な条件から、農業技術が未発達の前時代には、農業だけで生計を立てるのが困難な地域だった。飯田で暮らす人々は、厳しい環境に生きるために「学び」を重んじ、知恵や工夫で貧しさを乗り越えてきた。江戸時代には寺子屋が作られ、明治時代の自由民権運動では運動家を輩出するなど、教育運動が盛んであったことがうかがえる。「学

び」を重んじる姿勢は脈々と受け継がれ、その延長として公民館活動（後述）が発展した。

飯田市は文化的な活動が盛んな地域でもあり、飯田に伝わる4つの人形芝居は300年の歴史を持つ。飯田には文化的な活動に熱心な多才な人が多いと言われているが、人形劇は一部の多才な人たちだけが継承しているのではなく、市民の中で育ち受け継がれてきた。毎年開催される人形フェスタは、「生活に根ざすということが大切」という考えから、市民が気軽に集まって楽しめる場所、例えば、公民館、地域の神社、小学校などで催される。生活と乖離してしまうと、それはその土地の文化ではなくなると、飯田市民は考えているからである。

公民館活動から生まれた市民主体・行政支援

戦後、飯田市における公民館は、市民と行政の協働の場であった。地域住民30～50世帯が公民館を拠点に組織を作り、住民が地域の様々な事業を企画立案し、市から配置された公民館主事が行政との調整役を務めながら進めてきた。公民館活動を通じて住民と行政の協働を戦後から続けてきたというのが、飯田の特徴である。

住民は公民館活動において自ら地域の問題・課題を発見し、他の人たちと協働することでそれを解決するという経験を日常的に積んできた。ワーキングホリデーや体験教育旅行などの農村が受入れの主体となっている活動（後述）には、そうした公民館活動の経験が活かされていると考えられる。飯田市では、行政の職員自身も居住地で公民館活動などの地域活動に関わっている人が多い。都市農村交流のような集落単位での取組の際にコーディネーターとして市職員が介在するなど、自治会などの地縁組織の中に職員が上手く入っていくことができるのも、職員自らが公民館での活動経験を有しているからというもある。「飯田市職員が『協働』を上手く進めることができるのは、自らも公民館活動を行っているから」と、ある職員は言う。

1970年代になると市街地を中心に地縁組織の弱体化が徐々に進むようになった。公民館活動は地縁組織の活動と一体となって行われてきたため、地縁組織が動き出さないと公民館では新規事業が始められない、という問題が生じてきた。1990年代になると、市街地では公民館活動に代わってNPOの活動が活発化するようになったが、農村部では昔からの公民館活動の経験が活かされ、今なお地縁組織の地元住民が主体となって活動するというスタイルが継続されている。公民館活動から生まれた「市民が主体で行政は支援に回る」という取組の方法は、飯田市の地域づくりで多くの成功事例を生み出してきており、ワーキングホリデーや体験教育旅行もその方法で展開されている。

南信州地域での取組み

産業や観光の振興など広域で取り組んだ方が効果的な課題に対して、南信州地域では各市町村が密接に連携して取り組んできた。飯田市には南信州地域の他の町村から通勤する

人が多く、人々の生活や経済活動は市町村単位ではなく、南信州経済圏・文化圏に属しているという意識を共有しているという。

南信州地域の中で人口・面積ともに最も大きい飯田市は、その中核都市としてコーディネート役を務める立場にあり、観光事業（後述）では飯田市を中心に近隣町村も出資して「南信州観光公社」が設立され、農村体験修学旅行で成果をあげてきた。

2. 都市農村交流

(1)ワーキングホリデーへの取組

都会に住む人の憧れと農村の問題を同時に解決

1998年、32名の参加で始まった飯田市のワーキングホリデーは、2007年度には560人が参加し、延べ日数にすると2,578日になった。農作業は全くの無償にも関わらず、ワーキングホリデーに関心を持つ都市住民は増え続けてきた。

ワーキングホリデーの始まりは、当時市職員であった井上弘司氏の「都会の人にボランティアで農業の手伝いをしてもらおう」というアイデアからだった。当時、田舎や農業への憧れから、飯田市に相談に訪れる都市住民は増えていたが、実際には農業の勉強も体験もしたことがないという人が多く、井上氏はなんとかして研修の機会を作れないものか、という思いを抱いていた。また、その一方で、農村では高齢化が進み、農業の担い手不足に悩んでおり、農村の存続すら危ぶまれていた。農家への聞き取りをしてみると、果樹の摘花・摘果や収穫など作業が集中する時期の短期間に人手が足りないことが分かったことから、そのサポートを都市住民にしてもらうことで、農村とその地域文化を守っていけないかと井上氏は考えたのである。

ワーキングホリデーの参加者は、「農業をやってみたいと思っていても、きっかけが見つからなかった人」や「まじめに農業をやってみたいと考えている人」を対象とし、参加者には、飯田市の集合場所までの交通費を自己負担してもらい、農家と寝食を共にして農作業に取り組んでもらう一方、農家には、参加者に食事と宿泊場所を提供してもらった。今でこそ、ワーキングホリデーを実施する自治体は増えたが、当時はほとんどなく、飯田市でも全く初めての試みだったことから、「わざわざ交通費を負担してタダ働きに来る人なんているのか？」と関係者間でも半信半疑だった。しかし、第1回は20名の募集に対して応募は60名を超え、最終的に32名が参加してこの取組が成功したことから、継続して実施されることとなった。

参加者の中から生まれる定住・就農・養子縁組と、様々な経済効果

ワーキングホリデーの参加者は年々増加していき、中には、2度目以降は農家と直接連絡を取り合って参加する者も出てきた。2007年の参加者数560人という数字は、飯田市が

申込みを受け付けた参加者だけの数字であり、実際の参加者はもっと多いという。

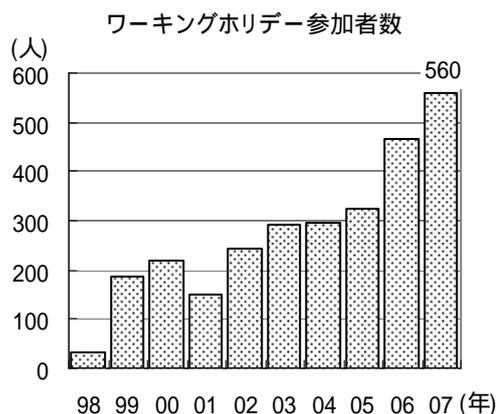
リピーターとなって市を介さずに直接農家と連絡を取り合って参加している人は数に含まれていない。

参加者は、20歳代の女性、30歳代の夫婦で就農に関心がある人、50歳代の夫婦で終の棲家を探す人、60歳代の男性で定年退職後の時間を有意義に使いたいと考えて参加する人などが多い。受入農家からは「特に60歳代の男性は元気でよく働けるから助かる」と年代や性別を指定して受入希望が届くことも度々ある。

参加者の居住地は関東地域が多く、続いて関西、中京地域の順

参加者の中からは、新規就農者や定住者があらわれており、1998年から2008年3月までの間に、夫婦での定住・就農が13組、単身の男性の就農が5人、農家への養子縁組や嫁入りも3組成立、中には飯田で独自に事業を始めたという人もいる。

受入農家の登録数も、1998年の20軒から2008年には95軒に増加。労働力が確保できて作業の能率が上がったこと、高齢の農家のモチベーションが上がって、農地の遊休地化に歯止めがかかったことなどが、ワーキングホリデーの効果としてあげられる。また、参加者が農産物の購入を希望するなど、経済効果も見られる。ワーキングホリデーでは基本的に、受入農家が農作業の手伝いのお礼として金銭の授受はしないのがルールだが、3,000円程度の農作物であれば参加者への土産として渡してもよいことになっている。3,000円分もの農作物は核家族や夫婦だけの世帯では食べきれないため、参加者は近所に配り、野菜を気に入った人からは農家に直接注文が入るといったこともあった。その他に、観光に訪れたり土産物を買ったりといった経済効果も見られる。



農家の主体性重視が飯田市流

飯田市のワーキングホリデーが上手くいった理由は様々であるが、その一つに、果樹栽培の摘果・摘花・収穫などの作業は経験がない参加者にもすぐ覚えられ、ワーキングホリデーに向いているということがある。

ワーキングホリデーは、飯田市から全国各地へ広がり、中には観光や交流を目的の一つと捉えている市町村もある。だが、飯田市の場合はあくまで農作業の人手の確保が主目的であり、農家としては、様々な未経験者が来るより



りんごの収穫

は、経験者が何度も来てくれる方が作業効率を上げやすい。市では農家の主体性を大切に、それぞれの農家の判断で市を介さない直接のやり取りを積極的に進めて欲しいと考えている。こうした市民の主体性を常に大切に考えるのが、飯田市の施策の特徴でもある。

ワーキングホリデーの受入農家数はほぼ横ばい状態だが、参加者は現在も増加し続けており、市としては今後も、農家の主体性に任せて現状の路線でワーキングホリデーを継続していく予定にしている。

(2) 体験教育旅行への取組

修学旅行を誘致しよう

かつて、修学旅行の誘致に取り組む前の飯田市は、優れた自然景観や農産物に恵まれながらも、特に著名な観光名所があるわけではなかったため、他の観光地へ向かうついでに立ち寄りといった通過型の観光地となっていた。なんとか滞在型の観光客数を増やせないかと、飯田市では、1995年、修学旅行や林間学校を誘致する体験教育旅行のプロジェクトを立ち上げた。長野県諏訪地域には、多くのスキーの修学旅行や夏の林間学校が来ていたため、諏訪から車で1時間程南下したところに位置する飯田市も体験プログラムを用意すれば、旅程に加えてもらえるのではないかと考えた。

飯田市で考えた体験プログラムとは、体験用観光施設での体験ではなく、実際に飯田で生活している人の生産や生活の現場、あるいは自然を生かしたアウトドアスポーツなどの“本物”を体験してもらおうというものであり、住民がインストラクターとなって、半日から1日程度、日常での農作業やアウトドアでの生活を指導し、市が各学校からのプログラムへの問い合わせ対応や、住民のコーディネートを行うというものだった。

1996年1月に飯田市は、修学旅行の候補地として検討してもらおうべく体験プログラムの案内状を関東や関西の中学校・高校・教育委員会ならびに旅行代理店に送ったところ、すぐに横浜市のある高校からの申込みがあり、6月には修学旅行生が来ることになった。案内を送付してからわずか半年間という短い期間で学校が意思決定することはめったになく、幸運なことだった。当初、受入担当の住民たちは、「日常生活を体験してもらうだけで本当に修学旅行生が来るのか」と半信半疑だったが、すぐに申込みがあったことで、たちまちムードが変わった。そして、初めて受け入れた修学旅行は、高校の先生から非常に満足したという評価を頂き、市の担当職員も、住民も修学旅行誘致への手応えを得て、自信を深めた。

体験プログラムを持って営業活動へ

同年7月には、6月に来た学生たちがアウトドアでの体験を楽しむ写真を掲載したパンフレットやアルバムを持って、大手旅行会社の教育旅行部門に営業活動に出かけた。当時、行政職員が自分たちで新しい企画を作って、旅行会社に営業に出かけるというのは珍しいことだった。

8月、ある旅行会社の教育旅行専門の営業担当者（後の南信州観光公社支配人）のもとを、飯田市の職員が訪れた。携えてきたパンフレットには、「乗馬やラフティングなどのアウトドアスポーツを、市の観光課が窓口になり、コーディネートして提供する」と書かれていた。旅行会社の営業担当者は、企画内容と行政が窓口となっていることに感心し、ある学校に飯田市の企画を紹介したところ、学校側も興味を持ち、11月には下見が行われた。

下見の当日、市の観光担当職員が旅行会社の担当者と学校の先生を案内して回った。体験プログラムのメインとなるラフティングの乗り場や乗馬場を見学し、さらに農村を視察した際には数人の農家の方から、今後グリーンツーリズムを始めたい、という意気込みを聞くこともできた。旅行会社の担当者と学校の先生は共に、市の対応とプログラムに満足し、次年度には飯田市に修学旅行に行くことを決めた。

予想していなかった良い体験

翌1997年5月、修学旅行の当日、旅程は順調に進み、天竜川のラフティングやカヌー、乗馬の体験といったメインのプログラムが滞りなく終わり、あとは、最終日に地元農家と五平餅を作って、帰路に着く予定だった。営業担当者は、このプログラムについては、数人のスタッフがマイクで指示しながら生徒たちが作業をするといった、他所でもありそうな光景を想像していたが全く違っていった。驚いたことに、生徒100人に対して、30人もの地元の人々が出迎えていたのである。歓迎ムードの中、生徒たちは農家の人たちと、和気あいあいと楽しい雰囲気の中で作業を進めることができ、期待以上に生徒たちにとって良い体験となった。

後日、営業担当者が学校を訪問した際、当初は飯田市への修学旅行にはあまり乗り気ではなかった校長から、お礼を言われ、さらに、「また飯田に修学旅行に行きたい、ただし、今度は旅館ではなく、五平餅づくりでお世話をしてくれた地区の農家に泊まりたい」という希望を告げられた。

営業担当者は、市の担当職員に校長の「農家に泊まりたい」という話を相談したが、実際には、難しいだろうと内心思っていた。しかし、職員から「やってみましょう」という積極的な返事があり、数日後には、「地区の方と相談して、やってみることになりました」と受け入れ承諾の連絡があった。五平餅づくりを体験した千代地区では、修学旅行生を受け入れた年の1年前（1996年）の秋、「農村で大学生の研修をする」という事業（国土庁（現在の国土交通省）の事業）に取組み、農家に大学生を1週間程泊めたことがあった。修学

旅行生を引き受けることに迷いがなかったわけではなかったが、以前に大学生を泊めた経験が自信となり、受入れに踏み切ったのだった。

1998年、生徒たちも農家も、不安を感じながら初めての農村民泊を実施。始まってみれば生徒たちや学校関係者はもちろん、農家自身も想像していた以上に順調にプログラムを実施することができ、最後にはお互いに別れを惜しみ、中には泣き出す生徒もいたほど内容が充実していた。



ラフティング



農作業体験

南信州観光公社設立と観光プロ支配人着任

農村民泊が事業として本格的に動き出すと、そのまま市の観光課が窓口となっていたのでは、対応しきれない課題が出てきた。修学旅行の時期は5月中旬～6月中旬に集中するが、農家は農作業や家事の都合があるため、連日で受け入れることはできず、より多くの修学旅行生を受け入れるには、受入農家数を増やしていく必要があった。しかし、飯田市に限定して受入先を探していたのでは限界があるため、南信州地域の他の町村にも協力をお願いして、受入農家を増やしていくしかないと考えた。近隣の町村なら同じ南信州地域の文化・経済を有しているため、飯田市と類似のプログラムを組むことができる。だが、飯田市の観光課が境域を越えて近隣の自治体の観光までをコーディネートすることは困難であるため、近隣の自治体に呼びかけることのできる別の組織体制が必要となった。

また、修学旅行向けの観光を事業として続けて行くためには、信頼性と継続性をアピールしていく必要がある。行政が窓口だと信頼性は高いが、継続性の面では民間組織の方が優れている。修学旅行の場合、2年以上も前から予約が入るのに対し、行政窓口では担当職員の人事異動の可能性があり、継続して事業を行うには何かと不便な状況だった。そこで、行政が出資することで信頼性を担保しながら、継続性を保つため、第3セクター方式の株式会社南信州観光公社の設立の準備が始まった。

一方、その頃、修学旅行を調整した旅行会社の営業担当



南信州観光公社 観光案内所
のある「りんごの里」

者は転職を考えており、会社を辞職するに当たって、飯田市に退職の挨拶のため電話をした。すると、市観光課の担当職員が千葉にある旅行代理店の営業担当者を訪ねてきて、今度設立する南信州観光公社の「支配人にならないか」と誘った。結果、営業担当者は旅行会社を退職後、その誘いを受け入れ、南信州観光公社の設立直前の2000年4月、支配人に就任した。

南信州観光公社の設立について、いくつかの町村の議会等からは「体験型観光でそんなに人が来るのか」という疑問の声もあったため、南信州地域の全町村の出資を得ることはできなかったが、2001年1月に正式に事業を開始した。

地元の協力で乗り越えた初年度

南信州観光公社の事業への反響は大きく、好調なスタートを切った。事業をスタートする前から、特に広報活動をしていなかったにも関わらず、どこから聞きつけたのか、「飯田市で民泊をやっているのですね」という旅行会社や学校からの問合せが数件寄せられた。「農家民泊とともに地元の旅館にももう一泊する」という条件にも同意して、是非とも飯田市に修学旅行に来たい、という申込みはすべて引き受けることにした。事業スタート時の実務担当者は、支配人と旅行業の経験がないパートの女性一人だけだった。市の担当職員は営業活動等を助けてはくれるが、支配人が運営しやすい環境をつくるために、一歩引いた形で関わっており、日常の業務は支配人とパートの女性とでこなしていた。

南信州観光公社の体制は2名と少なかったが、2000年度には5校だった農村民泊が、2001年度には一気に20校に増加。その頃は、まだ農家民泊に対する地元の認知は進んでおらず、ましてや受け入れをしようという農家数はそう多くはなかった。2000年度からの農家への呼びかけで、農家70軒が修学旅行生の受け入れを了解していた。70軒で年間5校ならば1軒の農家が年間1回か2回受け入れればすむが、2001年度の年間20校で計算してみると、農家1軒当たり月に12回、計24日間も修学旅行生を受け入れなければならない。だが、修学旅行は農繁期と重なるため、引き受けられるはずもなく、農家1軒当たり月に1～2回受け入れるペースなら、追加で180軒ほどの受入農家が必要だった。

支配人は、あちこちの関係者にお願いして回り、4月にはあと残り50軒にまでなんとかこぎつけた。5月には修学旅行がやって来るため、なんとしても受入農家を探さなくてはならない。今さら農家に対して農家民泊の説明会をやっても、受入農家が集まるはずがなく、とにかく頼んで歩くしか方法はなかった。学校の担当者からは、支配人に毎日100回近くもの電話がかかってきた。農家民泊は1軒に4人くらいの編成を予定していたが、最終的に受入農家数が確定しないと班編成ができない。結局、修学旅行の1週間前まで学校側に待ってもらっていた。不安になっていた学校側の担当者から、「本当にできるのですか？」と尋ねられたが、支配人は「絶対に受け入れますので、待ってください」と答えながら、農家や関係者を訪ねてあちこちを走り回っていた。

実際に支配人は、「できない」と不安感は全くなかったという。なぜなら、飯田市職員や

地元の人たちが連携して協力してくれていたことから、窮地に立たされながらも、「できない」とか、ましてや「逃げ出したい」など、一切考えなかった。市の農政課職員からは、ワーキングホリデーの受入農家を紹介してもらい、農政課職員と一緒に農家を訪問してお願いして回った。また、農家やアウトドアスポーツ体験プログラムのインストラクターなどからも、知り合いの農家を紹介してもらって、早朝でも夜でもお願いしに出向いた。あちこちを走り回った結果、日を負うごとに受入数が増えて、当日には無事に修学旅行を受け入れることができた。最終的には、2000年度4地区、70軒だった受入農家数は、2001年度には16地区、250軒に増えていた。

受入れが終わった7月、ある農家から支配人に、「せっかく地区で民泊という新しい取組を始めたのだから反省会をしないか？」と連絡が入った。地区で実際に受入れをしている人たちから誘ってもらうのは初めてのことで、支配人は本当にうれしかったが、1週間前に急に無理を言って受入れのお願いをした農家の方からは「叱られるのではないかと」、心配な面もあった。実はこのとき既に、2002年度には2001年度の1.5倍の30校からの予約を受けており、さらに受入農家を探さなければならないという不安を抱えていたのである。立ち上げたばかりの南信州観光公社という株式会社を背負っている支配人としては、「お客からの申込みを断れば次はない」というビジネスの鉄則を考えれば仕方がないことだった。

ところが、反省会に出席してみるとそんな後ろめたい気持ちは吹き飛んだ。反省会には、地区で修学旅行生を受け入れた農家のほぼ全戸が参加し、それぞれに「良かった」と体験談で大変盛り上がった。「いい子たちだった」「いろんなことを相談してくれた」と口々に受入れの様子を話していた。支配人が、「来年も受入れをお願いできますか？」と尋ねると、「今年は3回だったけど、来年は5回くらいいいよ」と殆どの農家が受入れを快諾してくれた。

地元住民によるコーディネート

飯田市以外の地域での受入れも進み、受け入れた農家からは同様に、「良かった」、「次も受け入れてもいいよ」という好意的な返事ばかりだった。さらに、飯田市以外のある農家からは、「ところで、南信州観光公社に、うちの町役場は出資しているの？」という質問を受け、支配人がまだと言うことを伝えると、「それなら町の方に話しておくよ」と申し出があった。そういった住民の声がけもあって、2004年6月、設立から3年以上経過し、ようやく南信州地域の全市町村が南信州観光公社に出資し足並みが揃った。

2008年度現在の南信州観光公社の資本金は2,965万円、出資者は近隣自治体（飯田市、松川町、喬木村、阿智村、浪合村（現阿智村浪合）、平谷村、南信濃村（現飯田市南信濃）、高森町、豊丘村）、農業団体、交通事業者、商工会議所、民間企業、新聞社、個人、その他となっている。

2001年には、危ない橋を渡りながらスタートした南信州観光公社だったが、徐々に農家の信頼を得られるようになり、農家側から、「今年もするなら、他の農家に声をかけてあげ

るよ」と声がかかるほどまでになった。さらに、町役場の担当課や農業支援センターから、「今年は何軒の受入先が欲しい、と言ってくればこちらで調整しますよ」と申し入れもあった。いつの間にか、コーディネート役を担う人たちが地元から現れた。「3年目までは、私が8割方農家に話をしに行きましたが、現在は直接行くのは4割ほどです」と支配人は話す。

飯田市の体験教育旅行は、実際に取り組んでみると、参加者である修学旅行生に好評であったと同時に、受け入れる農家にも喜ばれた。2008年度、農家民泊の体験が年間約70校、体験プログラムへの参加は約120校に上る。さらに、各地域での連絡調整は、地元のコーディネート役の人たちが自発的に行うという安定した体制ができあがった。

「行政や旅行業者が企画して持ち込んだわけではないところに、農家民泊の魅力があります」と支配人は語る。体験プログラムは行政から与えられたものではなく、当初から農村の人々自身が、「修学旅行生に農村の日常を体験してもらおう」というしっかりとしたコンセプトを持って始まった。農村の人々自身が考えたコンセプトだからこそ、それが生徒に伝わり、また他の農家にも伝わっていった。民泊は口コミによって学校に広がり、「修学旅行で飯田市に滞在したい」という問合せが年々増えていった。同時に、自ずと農村にも協力者の輪が広がっていった。行政は農家の支援体制を整える役割を果たし、「主役は農家」という流れが、ワーキングホリデー同様に体験教育旅行にもできていた。

3. 定住促進

持続可能な地域を目指しての「人材のサイクル」

全国的に人口が減少時代に入り、多くの自治体が定住促進事業に取り組んでいるが、大都市圏以外は人口の流出がなかなか止まらない。飯田市では、高校を卒業した若者の7割が地元を離れて進学や就職で大都市圏に向い、その後、地元に戻って定住するのは4割程度となっている。産業全般における若年層の人材不足は慢性化しており、特に農業における担い手不足は深刻で、農地の遊休化に歯止めがかからない。

そこで飯田市では、2006年から若者の流出を防ぐモデルとして、「人材サイクル」の構築を目指してきた。「人材サイクル」とは、若者が高校を卒業した後に、進学や就職で一旦は飯田市を離れるが、子育てをするようになったら飯田市に戻り、そしてまた、その子どもたちも同様に、一度は大都市圏に出てもまた子育てで飯田市に戻る、という循環のことを指す。

「人材サイクル」の構築に向けて、「帰ってこられる産業づくり」と「住み続けたいと感じる地域づくり」、「帰ってきたいと考える人づくり(後述)」、という3つの切り口で取組を進めている。このうち、「帰ってこられる産業づくり」として、飯田市は20~30歳代の若者が故郷へ帰って来ることができるよう、地域の産業づくりをめざす「地域経済活性化プログラム」を2006年度から毎年度打ち出してきた。

同時に、2006 年度から人材誘導事業として「結いターンプロジェクト」の取組を始め、「結いターンキャリアデザイン室」を設置し、若者の就職や住宅の相談に応じている。「結い」とは、飯田＝「結い田」という地名の語源と関わっており、昔から農作業を手伝い合う「結い」という仕組みにちなんでいる。「暮らしを支えあい、人と人を結ぶ」という「結い」から、「結いターンプロジェクト」が名づけられた。また、結いターン＝UI（ゆい）ターンの意味も兼ねている。

「結いターン」を支援するキャリアデザイン室

結いターンキャリアデザイン室は、飯田市本庁舎 3 階の一画にあり、市役所にはあまり馴染みがない若者でも訪問しやすいように、開放的な空間が作られ、チラシには市の担当職員の写真と呼びかけも掲載するなどの工夫がなされている。UI ターン相談者への対応は市の職員が行い、飯田市での就職や住宅を中心とした相談業務を行う。2006 年度から 2008 年度までの累計は、相談件数は 716 件、UI ターン実績件数は 125 件 202 人（U ターン 53 件 77 人、I ターン 72 件 125 人）となっている。

相談に訪れる人は、製造業をはじめとする一般企業へ就職を希望するサラリーマンが多いが、中には就農を希望する若い夫婦もある。就農希望者の場合は、ライフプランがしっかりしているかが問題となるが、中には、農業の厳しさを認識せずに安易に就農を考えているケースもあるため、担当職員は注意しながらアドバイスをしており、必要に応じて、ワーキングホリデーや就農のための研修制度を紹介することもある。

飯田市は、県内では比較的求人倍率は高いものの、マッチングは容易ではない。大都市部からの U ターンの場合、長男だから、あるいは親の介護でという理由で帰りたいという人が多いが、都市部に比べ職種が限られる、給料水準が低いなどの課題もある。また、保育士や栄養士といった専門職の求人数は少ない。

「地育力」で戻ってきてくれる人材づくり

飯田市では、地元での体験活動をベースにした「地育力」によって、「帰ってきたい」と考える人づくりに取り組んでいる。「地育力」とは、「飯田に誇りと愛着をもち、『帰ってきたい』と考える人を育む、人づくりの力」で、飯田市が地域の資源を活かし、地域の様々な主体がネットワークを組んで、子どもたちを育てていく力という。市の教育委員会では、「地育力向上連携システム推進計画」を策定し、「体験活



飯田市教育委員会「地育力」パンフレットより

動」、「キャリア教育」、「人材育成ネットワーク」を3つの柱として、「地育力」の向上に取り組んでいる。

「体験活動」として、子どもたちは地域での農作業や人形劇など、飯田にある“本物”の自然・人・歴史・文化・産業などを体験している。「揺り動かされるような深い感動、心震えるような熱い思いを感じたときに人は変わる（「地育力向上連携システム推進計画」）」ことから、子どもたちが体験を通じて、ふるさとへの愛着を培う機会を創出し、多様な価値観を身に付けていくことを「体験活動」は目指している。「キャリア教育」ではインターンシップを展開し、小中高生が地場産業に対する理解を深め、自分の夢を実現するための意欲を醸成することを目指している。文部科学省が「キャリア・スタート・ウィーク事業」として、年間5日間の職業体験を提唱しており、飯田市の中学校の一部では2006年度から取り組んでいる。「地育力」を高めるためには、子どもたちと直接関わりがある学校・企業・その他地域の人材を育成していく必要があり、「人材育成ネットワーク」として、研究者・研究機関・公民館等の社会教育施設などの連携や、知識・技能を持つ飯田市出身者のネットワークで人材育成のバックアップを図っている。

前述のとおり、飯田は学びを大切にしてきた土地柄であり、「地育力」という形でその流れが現在に引き継がれている。「地育力」は、「飯田を知ること」で飯田を愛し、誇りに思う人材の育成を継続して、未来につながる地域づくりを住まう人全てが担う飯田の総合力（「地育力向上連携システム推進計画」）と言い換えることができ、飯田市の暮らしを支えていく基盤となっている。

| |
|-----------------|
| キャリアデザイン室の実績 |
| 2006年度 |
| ・相談：224件 |
| ・UIターン実績：28件48人 |
| Uターン：7件10人 |
| Iターン：21件38人 |
| 2007年度 |
| ・相談：256件 |
| ・UIターン実績：45件74人 |
| Uターン：14件23人 |
| Iターン：31件51人 |
| 2008年度 |
| ・相談：236件 |
| ・UIターン実績：52件80人 |
| Uターン：32件44人 |
| Iターン：20件36人 |

4. 今後の展望

定住促進への展望 ～人と人との関係を重視した質の高い結いターンへ

結いターンキャリアデザイン室の担当職員は、地元でUIターンを受け入れる体制を作ることができれば、さらに定住者が増える可能性があると話す。ワーキングホリデーや体験教育旅行が農家の人々の理解を得て、ある時点からは行政主導から離れて農村が主体的に取り組んできた流れがあったように、UIターンにもそうした流れができてくれば、今よりも定住が促進される可能性もあると考えている。UIターン希望者が、飯田市に定住することを最終的に決めるのは、職や住居、住環境などの条件と、これから一緒に暮らして行くことになるだろう「人」によるところも少なくないという。特に、就農を望む人の

場合は、地元の人との関係の持ち方が定住するか、しないかの意思決定に大きく影響する。結いターンキャリアデザイン室では、UIターン希望者の相談に応じるとともに、これまでに地元とUIターン希望者との橋渡しも、信頼関係の上で行ってきた。「UIターン者の増加だけではなく、UIターン希望者と地元の人々との良好な関係による質の高いUIターンを目指して行きたい」と、担当職員は思いを語る。

担当職員が特に注目するのは、就農を望むUIターン希望者の中でも、ごく少数派ではあるが、農のある暮らしに高い価値を見出している人達である。一般にバックパッカーと呼ばれる簡単な所持品を背負って、一人で情報だけを頼りに世界中を歩いてきた若者が、都会的生活よりも農村での生活に価値を見出して、飯田市で就農することもある。飯田市には、公民館活動での経験から、新しい価値観を理解し、受け入れられる気質を持った農村もある。こうした若者たちは、独自のネットワーク網を持っており、口コミによる情報の広がり期待される。「行き着くところは人と人ですね」と、担当職員は話す。

また、市は定住へのきっかけともなるワーキングホリデー、エコツアー等を今後も更に充実させていくつもりだ。

ごうっし
江津市（島根県）

空き家活用による定住の促進 ～人材移入プロジェクト～

行政、民間、NPO の協働による空き家を活用した移住促進

【取組の概要】地道な試行錯誤で創りあげてきた江津市の空き家活用システム

2004年10月、旧江津市と旧桜江町ごうっし きくらえちようの1市1町が合併して新江津市が誕生した。中山間地域を抱える旧桜江町は、合併前の1992年から過疎対策事業に取組み、移住・定住を促進させるために、「住むところの確保」として、定住促進住宅を建設するとともに、上下水道の整備を行ってきた。また、定住には雇用環境が必要であることから、観光施設や福祉施設の整備、民間事業者の新分野進出や起業の支援などに取り組み、民間事業者の協力も得ながら雇用の創出に努めてきた。地元の市民グループも、田舎暮らし体験ツアーを企画・実施するなど、交流と情報発信を行ってきた。

2002年頃になると、農家に移住したいという都市部からの移住希望者が旧桜江町を訪れるケースが増えてきた。江津市との合併が決まり、旧桜江町では定住促進住宅の建設は行われなくなり、空き家となっている農家にイターン者が定住できる環境づくりを模索し始めた。合併後も空き家の活性化事業として、引き続きイターン者と空き家の所有者とのマッチングを進める中で、空き家への移住促進には、行政・NPO・民間事業者がそれぞれの特性を生かして連携する仕組みが必要ということが分かってきた。江津市とNPOは、様々な課題をクリアしながら連携体制を構築し、江津市独自の空き家への定住支援の仕組みができあがった。江津市では、更にイターン者が移住しやすい条件を整えるため、市が空き家を改修し、賃貸するという方法も実験的に進めている。



江津市のまちの風景



空き家を改修して
イターン者が住んでいる家

1. その後の基盤となった旧桜江町の定住対策

定住に必要な働く場の創出

旧桜江町は、旧江津市の南側に位置し、平地が少ない中山間地域で、過疎化とともに高齢化が進んでいた。そのため、早くから過疎対策に取り組んでおり、1992年から住宅などの生活基盤を整備し、定住者を全国公募して成果を上げてきた。旧桜江町の定住施策の中心は、「雇用の場の創出」と「住むところの確保」だった。雇用の場の創出のため、町は観光温泉施設と、温泉を生かした特別養護老人ホームとデイサービスセンターを公設民営でオープンさせるとともに、民間事業者にも新分野進出や起業を長年働きかけてきた（2009年現在で10社程が参入）。農業振興について、中山間部では棚田等の農地保全整備を、平坦部では農業生産法人経営に対応する大規模区画のほ場整備を行ってきた。地域資源を活かした6次産業化（第1次×第2次×第3次産業）では、Iターン者が健康食品事業を2000年に起業して今では売上を伸ばして3億円を超え、遊休農地も関連の企業参入を含めると120haほど復元した。

こうした取組によって、旧桜江町では、人口約3,600人の小さな町に、約230人もの働く場が生まれた。それは行政と民間企業が連携して10年がかりで取り組んできた結果だった。



雇用の創出の場となった温泉施設

住環境の整備

定住施策における住むところの確保として、旧桜江町は定住促進住宅の建設整備を進めて、主にIターン者向けに64世帯分を作った。また、住む建物に加えて、総合的な生活環境の整備を推進してきた。上下水道が整備されていないと住民は洗濯も十分にできないため、上下水道事業に早くから力を入れ、現在は、旧桜江町の上水道の整備率は90%、下水道普及率は80%となっている。教育環境の整備としては、旧桜江町には5つの小学校があったが、これを統廃合する代わりにスクールバスでの送迎を導入した。中山間地域は共稼ぎ世帯が多く、子どもの送迎は親の負担になっていたため、スクールバスの導入は歓迎された。

定住促進住宅の建設整備については、当初住民から「Iターン者は自治会活動に参加しないから困る」と敬遠されることが多かったため、既存集落とは離れた場所に建設されてきた。しかし、近隣の小学校に定住促進住宅で育った多くの子どもが通うようになり、複式学級が解消されると、それまで敬遠していた住民も「Iターンを受け入れたら、こんなにも町の様子が変わる」と認識するようになり、意識も変化するようになった。

（複式学級とは、生徒数が少ないため2つの学年で編成されている学級）

旧桜江町は全世帯数約 1,300 戸、そのうち定住促進住宅は 64 戸で、公営住宅 76 戸を合わせると合計 140 戸に上り、全世帯数の 1 割を超えていた。数字の上では、町に若い人口が増えて、高齢化への多少の歯止めとなった。だが町の実態を見ると、定住促進住宅が整備された地域は交通の便がよく集落とは離れていたため、過疎化が進んでいる地域の状況はほとんど変化がなかった。そこで、地元住民の考えを尊重しながらも、できるだけ集落で I ターン者を受け入れようと方向転換を図った。

住居は定住促進住宅から空き家へ

旧桜江町の江津市への編入合併が進められた際、江津市では定住促進住宅を建てる取組が全くなかったため、旧桜江町でも 2002 年頃から建設整備が行われなくなった。そこで、旧桜江町では、定住促進住宅に代わって、I ターン者の住居として空き家の活用を行うようになった。

また 2002 年頃から、若者が農村で農業や農家の暮らしを体験するテレビ番組が多く放映されるようになり、その影響もあって、旧桜江町を訪ねる人で田舎暮らしをしたいという人が増加した。中高年層からは、集落の農家に住んで田舎暮らしがしたいという要望が以前からあったが、世代を問わず増加してきたのである。そのため、地域にとって負の遺産と考えられた空き家を地域資源に変えるため、空き家対策に取り組んだ。

2 . I ターンの活躍

注目を集める I ターン ～無人駅からの情報発信～

2000 年、I ターンで旧桜江町に移り住んだある女性が、JR の無人駅舎の活用に取り出した。川戸^{かわど}駅は旧桜江町の中心市街地にある駅でありながら無人駅となっていた。彼女は旧桜江町に対して、駅舎の中に市民による活動スペースを作ることを提案した。桜江町もこれに賛同し、JR の協力も得て、地元の株式会社が出資して川戸駅を情報発信拠点とするとともに、コミュニティサロンを開設した。

このサロンは「さくらえサロン」と名付けられ、その I ターンの女性が代表となった。サロンでは、様々な地域の情報交換が行われるとともに、まちづくりに関心を持つ人が集まり、UI ターン者たちの交流会なども開催されるようになった。サロンを中心に次々と新しいまちづくりイベントが開催され、その一つとしてふるさと島根定住財団の支援を受けて「しまね暮らし発見ツアー（田舎暮らし体験ツアー）」が行われた。今でこそ各地で行われるようになった移住希望者の体験ツアーだが、旧桜江町では全国に先駆けて第 1 回目が行われ、(この「田舎暮らし体験ツアー」に参加して、旧桜江町に定住を決めたという人もいた。)更に、無人駅での活動を母体として、「NPO 法人結ま^{ゆい}ーるプラス」(後述)が立ち上がった。

また、福岡から来たあるＩターン者は、遊休化していた桑園を利用して桑を栽培し、有機農法の桑茶などを開発して有限会社を設立、パートを含め約 60 人を雇用している。この他にも旧桜江町では、様々な専門性を持ったＩターン者が移住して来るようになり、Ｉターン者の活躍は地元住民にも知られるようになっていき、Ｉターンは地域に人材を招き入れる良い方法だと理解が進む一助にもなった。

空き屋活性化に向けた N P O 法人の立ち上げ

前述の無人駅舎を拠点とした活動では、旧桜江町の協力が大きかったが、合併が決まって、桜江町役場がなくなれば、活動をそのまま継続していくことは難しくなるのではと考えられた。そこで 2004 年、旧桜江町の定住対策を民間の立場から継承しようと町内に住む女性たちが立ち上がった。コミュニティサロンを開設したＩターンの女性(理事長 ^{かわべまゆみ}河部眞弓氏)



JR川戸駅（無人駅）

に定住してきた女性（副理事長 ^{いが}伊賀さとみ氏）、地元出身で旧桜江町職員の女性（事務局長 ^{なかがわ かなえ}中川 哉氏）らを中心に、「N P O 法人結まーるプラス」が誕生した。「結まーるプラス」は 30～40 歳代の若手 11 名が理事となって、空き家バンクと空き家管理システムに関わる活動、ツアーなどの定住・交流の促進に関する活動や、地域情報発信やコミュニティビジネスに関する活動などを展開している。「結まーるプラス」は、次に述べる空き家活用のためのシステム構築に貢献するとともに、そのシステムの一部として活動を展開するようになった。



空き古民家



ツアーの様子
(空き家を改修した住まい)

3. 空き家活用システムの構築

空き家を利用するには仕組みが必要

空き家を活用して定住対策に取り組み始めたが、採算が低いため宅建業者が農山村集落の物件を取り扱うことがあまりないなど様々な課題が出てきた。江津市の担当職員が紹介することでIターン者と家主との間で交渉がまとまり、賃貸契約を交わすという段階まできたが、家主側から「市に保証人になって欲しい」という要望が出た。家主にとって、Iターン者は全く見ず知らずの他人であるため、何かあった時に困るということだった。

また、空き家に移住することができた事例でも、課題が出てきた。空き家の所有者とIターン者が、自治会長の紹介を通じて直接賃貸契約を結び、Iターン者が念願の農家に住むことができるようになったものの、その空き家に住むにはどうしても修繕が必要となった。床や壁は自分たちで改修したが、水周りだけはIターン者自身が数百万円をかけて業者に頼んで修繕を行った。家主はIターン者を気に入り、もともとは空き家だったことから家賃はいらぬと言ったが、きちんとしておこうと、Iターン者は毎月の家賃として数千円だけを支払うことにした。Iターン者にすれば、今は親切な家主だからいいが、この先は何が起こるか分からず、家主が親戚や別の人が変わるということもあるかもしれない。その時も今の条件で住み続けていられるのか、水周りにかけた費用はどうなるのか、などが不安として残った。

このように空き家の利用において、民間の当事者同士では問題が起こったときにうまく解決できないのではという不安がつきまとい、契約が進みにくい、ということが判明し、市の担当職員は、「このままでは空き家への定住は進まない、新しく空き家活用のシステムを構築していく必要がある」と考え、「結まーるプラス」と連携して方策を探り始めた。

まず、行政が関与しないと、家主との交渉がうまく進まないということがあり、逆に空き家情報については、NPOが窓口になった方が行政よりもうまく情報の発信・伝達ができる。行政とNPOのそれぞれが持つ機能をいい形で補完し合えば、空き家活用の推進体制を構築できる、ということが見えてきた。「結まーるプラス」には、メンバーの中に宅建の資格を持つ者が2名、1級建築士が1名いたことから、「結まーるプラス」で空き家活用の仕組みの原案を作ることになった。

しかし、仕組みを作る過程で、宅建の資格を持たない「結まーるプラス」が空き家の情報を提供したり、紹介したりするのは、宅地建物取引業法に抵触するという問題が生じた。

「結まーるプラス」の活動に参画している行政職員のメンバーが解決策を探ろうと、いろいろ調べてみると、国の構造改革特区による特例措置である「地域活性化のための空き家情報提供等の推奨事業」を国に申請すれば、宅建の資格をもたないNPOの「結まーるプラス」でも実施できることが分かり、この特例措置を申請し、島根県知事の認定を受けた。

そして、空き家の情報提供や紹介は「結まーるプラス」で実施し、空き家の契約自体は宅建業者に行ってもらうことになった。宅建業者の選定では、宅建業法に基づく手続きと

ともに空き家の改修工事もできる宅建業者を選んで発注することで、宅建業だけでは採算が合わないという課題をクリアした。また、「結まーるプラス」には、宅建業者から紹介等の手数料として報酬が支払われる仕組みを作った。

NPO・行政・民間事業者での仕組みづくり

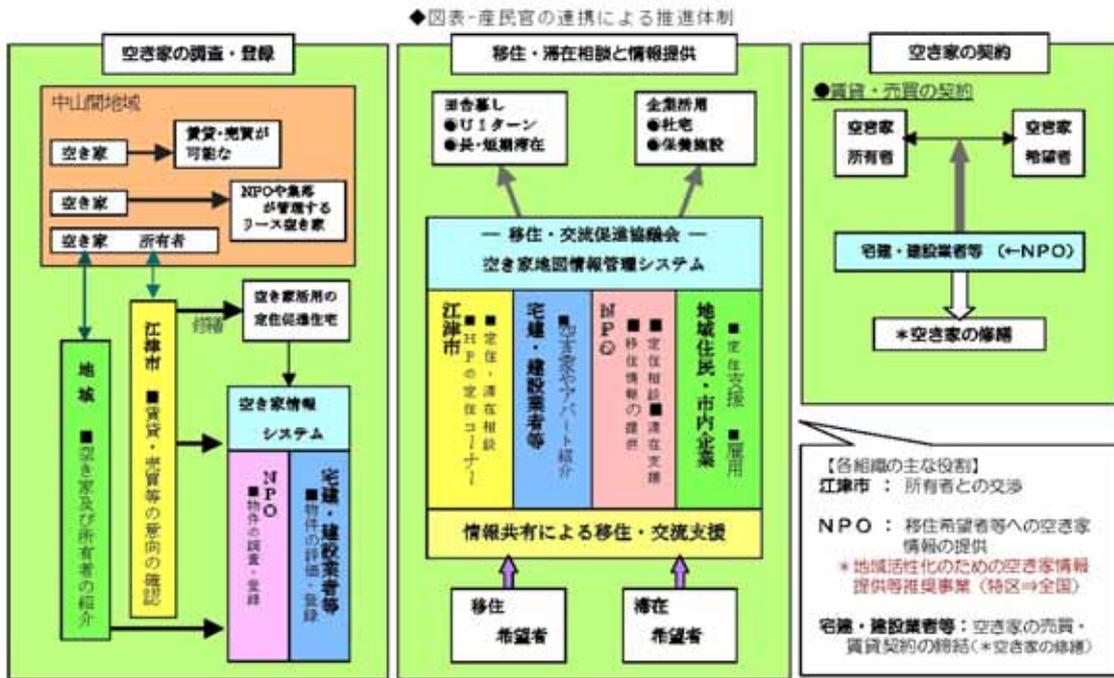
空き家を活用した定住促進策については、試行錯誤を繰り返しながら、少しずつ仕組みづくりが進んでいった。NPOの「結まーるプラス」が空き家の情報を収集し、移住希望者に空き家の情報提供や紹介を行う。賃貸や売買契約では、民間同士では問題が出てくる可能性があるため、行政が側面的に支援を行うが、行政が介入しすぎるとトラブルが発生したときに行政責任になりかねない。そこで、専門家に入ってもらい、行政は空き家の所有者とコンタクトをとって、最後の契約は民間の事としてやってもらうことで行政のリスクを回避する。農山村集落の空き家物件は、一般の事業者は採算が合わないため、NPOと行政と民間事業者が連携して役割分担することで、移住希望者に情報を届け、定住へとつないでいく。このように、空き家活用のシステムがほぼ完成に近づいた。

江津市には多くの視察が訪れており、どうやって空き家の情報を集めているのかという質問がよく寄せられるが、行政からのアプローチだけでは、江津市でもほとんど集まらなかった。NPOが地元との交流を通じて、何年もかけて信頼関係を作り、やっと少しずつ空き家情報が出てくるようになったという。現在は、旧桜江町地域ではこの空き家活用のシステムについての周知が進んで、スムーズに情報が寄せられるようになったという。しかし、民間のNPOだと、中には住民からは信用されず話に応じてもらえないこともあるため、空き家の賃貸もしくは分譲についての所有者への交渉等は、市が関与している。

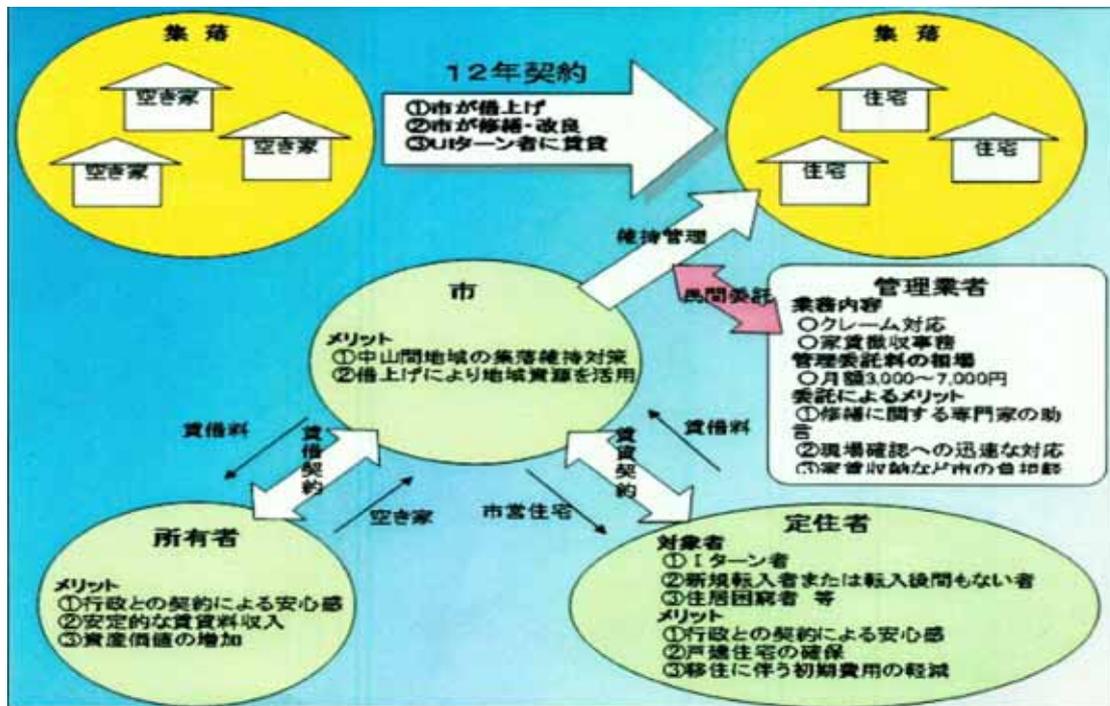
江津市の空き家活用実績

- 2006年度・・・登録 19件
 - ・Iターン者の移住 8件(12人)
 - ・NPOが農村滞在施設に改修して活用 2件
(企業向けの滞在施設及び、一般向けの滞在施設)
- 2007年度・・・登録 17件
 - ・Iターン者の移住 6件(15人)
 - ・企業の社員、工事現場作業員等が活用 2件
- 2008年度・・・登録 19件
 - ・Iターン者の移住 6件(15人)
 - ・企業の社宅活用 3件(12人)

空き家の賃貸・売買契約の仕組み（資料：江津市）



空き家を借入・修繕・転貸する仕組み（資料：江津市）



空き家を市で改修して賃貸用に

江津市では新たな展開として、市が空き家を借りて改修し、定住者や企業などに貸していこうとする計画を試行的に進めている。

旧桜江町で建設してきたこれまでの定住促進住宅は1戸当たり2,000万円ほどかかったが、空き家を活用すれば、低コストで住宅を整備することができる。更に、総務省の過疎地域集落再編整備事業でも、市が空き家を借りて修繕し（費用は総務省補助と市予算で約350万円まで）住める状態で貸し出しており、水周りの修繕ぐらいであればそれで賄える。老朽化が進んでいる家屋の場合には追加の負担が必要だが、最低限のことはできることから、市としても進めやすい。

レポート

（NPO法人結まーるプラスの副理事長と事務局長へのインタビュー）

島根県への1ターンのきっかけ

<副理事長> 最初は四国に移り住むつもりでしたが、島根に行ったことがなかったので、試しにと思い田舎暮らし体験ツアーに参加しました。もうその日のうちに桜江町に惚れ込んでしまい、3か月後には引っ越してきました。体験ツアーに参加するとき、ふるさと島根定住財団の存在を知り、島根県は行政的にバックアップしてくれる体制があるということで安心感がありました。

農家での生活の開始

<副理事長> 田舎暮らしにあこがれていて、都会的なアパートではなく農家に定住したいと思いましたが、役場では定住促進住宅を紹介されました。でも、私が住みたいのは農家でした。ある地元との交流会で自治会長さんに「空き家に住みたい」と何度もお願いしましたが、冗談で言っていると思って信じてもらえませんでした。でも、仕方がないなと思っていたら、帰る1時間前になって、「紹介してあげるよ」と言ってもらえました。移り住んでみて、集落の中にきちんと入らなくてはいけないということで、都会とは全然違うタイプの引越しというのがわかりました。

NPOの立ち上げ

<副理事長> 最初の頃は任意団体のNPOとしていろんなことに取り組んでいましたが、江津市と桜江町の合併が決まり、桜江町の活動を絶やしたくないという事務局長のリードで「NPO法人結まーるプラス」を立ち上げました。事務局長と空き家の活用について地元の説明に行くんですが、最初なかなかNPOというものが一般住民には分かってもらえませんでした。事務局長が江津市職員ということで、役所がやるのかと、勘違いされたりもしました。

空き家を扱う難しさ

<副理事長> 空き家は持ち主がわからないケースが多いし、集落の人は他人の家の事情まで立ち入りたくないし。空き家とは言っても他人の財産ですから。そういう意味では行

政が動いてくれたので、空き家へのアプローチは今後はもっとスムーズにいけるのではないかと思います。

体験ツアーは激しい自治体間競争に巻き込まれ・・・

<副理事長> 自治体によっては、「移住してくれたら牛を1頭あげます」といった特典をつけるところもあり、体験ツアーに参加してくる人のなかには、「ここ（江津市）は何をしてくれるの？」という考えがチラッと見えることがあります。そんな人は「来るな」とまでは言いませんが、「この地域の良さがわかってるのかな？」と感じます。

<事務局長> 私たちの体験ツアーは昔であれば10名はすぐに集まりましたが、最近の参加者は5名くらいです。自治体間の競争が激しくなっているので、そのうち行政で息切れするところが出てくると思います。思いを持った職員がやっているときはいいですが、異動すると続かなくなりますから、ここ1～2年が堪えどころかもしれません。

<副理事長> そんなときに、住民の方で、「ちょっと自分たちで動いてみようよ」という流れが出てきて、その地域で自立してやっているツアーは残っていくと思います。

この地域に住んでよかったと思うこと

<副理事長> 漠然とですが、「人間らしく生きたいな」と思っていて、昔から身につけた技術で一所懸命に働いているお年寄りを見ていると「ああ、すばらしいなあ」と感じます。都会では60歳まで働いて、その後はほどほどの消費生活をして、たまに旅行をしてという生活を考えていましたが、年をとっても忙しくしている生活はすばらしいと人生観が変わりました。

Iターンの人は地元にとって刺激的

<事務局長> Iターンした副理事長が自分の住まいを自分で改修して、柱に柿渋や弁柄を使ったり、壁はしゅくいにしたりして、こんなにもいい感じで変わるのかと驚きました。野の花を飾ったりと、こんなこともできるんだって、目からうろこです。しかもとても安くできるなんて。

移住してくる人に

<副理事長> 周囲がどうのと言うより、自分の暮らしをしっかりイメージしてくださいと、相談者には言います。「のんびり暮らしたい」、「人と関わりたくない」という人には別荘地の方がいいと言います。畑をしたい人、商売をしたい人、それぞれに住む地域は違うと思います。

4. 江津市の空き家活性化のこれから

市街地の空き家実態と中山間地域の今後

江津市が年に1～2回、広報で空き家の募集をすると、情報が寄せられるようになってきた。「こういう人が空き家を探しています」という情報を流すと、空き家の情報が寄せら

れることもある。この空き家活用のシステムの周知が進み、旧桜江町の地域だけではなく、江津市の中でも過疎化が進んでいる他の地域からも情報が寄せられるようになった。

2006～07年度に行われた島根大学の空き家実態調査により、市街地にも多くの空き家が残っていることが明らかとなったことから、今後ますます空き家活用の取組が広がることが期待されている。

また、江津市では、2007年度から農林水産省の「広域連携共生対流対策交付金事業」に取り組み、農村漁村への都市「人材」移入プロジェクトを進めている（2007～2010年度）。江津市、NPO法人結まーるプラス、島根大学、建築士会、NPO法人日本民家再生リサイクル協会、民間企業が参画して、2007年度に「江津市移住交流促進協議会」を立ち上げた。手始めに、同年度、空き家情報のデータを地図上に表示してホームページで公開しており、今後更に情報を充実させていく予定としている。

プロジェクトの一環として取り組むハウス&シーズン・ワーク事業では、都市部の住民に対して、農林水産業の繁忙期の雇用情報と、賃貸や売買ができる空き家の情報を併せて提供する。その他、空き家の評価は非常に難しいことから、これをマニュアル化していく事業や、古民家の活用についての研究を進めはじめている。

市では、今後の定住促進戦略は、「誰でも彼でも来てください」ではなく、「地域や企業が必要とする人材を招き入れる！」ことにあるとしている。人が住んでくれて増えればいいというだけでなく、一歩進めて人材の獲得も狙っていくという。これまでに蓄積されてきた、NPO、企業、行政、自治会などの連携に移住者を交えての新たな地域づくりが期待されている。

江津市の空き家実態調査（2006～2007年度）

| 地域 | 空き家数 | 居住宅数 | 合計 | 空き家率 |
|----------|-------|-------|--------|-------|
| 中山間地域 | 781 | 3,448 | 4,229 | 18.5% |
| 海岸(市街)地域 | 620 | 5,824 | 6,444 | 9.6% |
| 江津市 | 1,401 | 9,272 | 10,673 | 13.1% |

資料：江津市・島根大学作野研究室 共同研究・調査

* 調査結果より

- ・ 中山間地域の空き家率 平均 18.5%
最も高い集落 40.0%
- ・ 市街地の空き家率 平均 9.6%
市街地においても、10軒に1軒は空き家

おおなんちょう

邑南町（島根県）

邑南町研修プロジェクト

地域資源を活用した研修制度による交流・定住促進

【取組の概要】一人ひとりの思いを大事にし、繊細で丁寧な日々のコーディネートがまちを愛する人を育て、定住を生み出す

邑南町の石見地域（旧石見町）にある「香木の森公園」は、地元ボランティアグループがハーブを植えたことから、ハーブ公園として知られるようになり、広島をはじめとする県外からの観光客が多く訪れる観光スポットとなった。香木の森公園が軌道に乗ると、直売所をはじめとしてレストランや観光農園など様々な民間の施設も整備され、町に徐々ににぎわいが広がった。

香木の森公園では、1993年から都市農村交流事業として、都会の若い女性を公募し、1年間滞在して農村体験をしてもらう研修制度を設けた。このユニークな事業をマスコミが取り上げたことで、石見町（現邑南町石見地域）の名前は広く知られるようになり、観光客とともに多くの視察が町を訪れるようになった。研修後、女性たちの中には、そのまま町に残って結婚したり、就農したり、香木の森クラフト館の職員として勤務したりする人もできるようになった。2008年までに89名が研修を受け、そのうち定住者が15名、町内で結婚した人は13名に及ぶ。また、2000年からは本気で就農を希望する人のために、農業研修事業を開始し、2008年までに16名が研修を修了している。このうち定住者が7名、うち結婚した人が3名になった。香木の森研修生と農業研修生のうち、結婚した研修生たちに25名の子どもたちが誕生し、町の定住人口の増加と若返りにつながっている。



香木の森公園（香木の森 ハーブガーデン）

1. 「香木の森公園」における都会の若い女性を対象とした研修制度

広島とのつながりで発展してきた町「邑南町」

邑南町は、2004年10月に旧石見町^{いわみちよう}、旧瑞穂町^{みずほちよう}、旧羽須美村^{はすみむら}の2町1村の合併で誕生した。いずれの町村も島根県の中央部に位置しながら、産業・経済は県庁所在地の松江市よりも、広島市とのつながりの方が強く、邑南町の西南を浜田自動車道が走っていることから、高速道路経由なら、車で2時間半の距離の松江に対して、広島市には車で1時間程あれば行くことができる。

邑南町石見地域(旧石見町)の人口は昭和30年代の約11,000人をピークに減少に転じ、現在は約6,000人、2,000世帯程が暮らす。総面積の約8割が山林の中山間地域で、農林業が主要産業となっている。日中の寒暖の差が大きく、霧の発生が多いため、明け方には雲海が広がることもある。

この地域では、かつて出稼ぎが多く農業の機械化・合理化を推進したため、昭和40年代には既に圃場整備が90%以上終わっていた。並行して企業誘致も行い、大手自動車メーカーの系列企業では当時450人以上が働いていた(現在は100人を切っている)。

圃場整備と企業誘致のおかげで、農家は兼業農家となって現金収入を得ることができ、農業には大型機械が導入することができたが、合理化により、農薬や化学肥料が盛んに使われたため土地が地力を失い、コメの収量が落ちてしまった。そういった反省点もふまえ、旧石見町では、何軒かの農家が有機農業に取り組み始めた。後に、旧石見町は「ふるさと創生事業」を使って、1991年から10年間、実験圃場での有機低農薬栽培の研究活動を実施。また、農協と町の共同で堆肥施設を整備し、土づくりに力を入れてきた。

1980年代になると、生協ひろしまとの交流を通じて、消費者の求めるものを追求した農業に力を入れはじめ、産直事業にも取り組むようになった。1987年からはグリーンボックスに季節の野菜1,000円分を詰め合わせて消費者に送る事業を開始し、現在でも品目や量を工夫したセットを出荷している。また、消費者と生産者の信頼関係の構築のために「産消交流会」を開催し、稲作交流体験やイチゴ狩りなどの交流事業を続けてきた。

ボランティアで支える「香木の森公園」

旧石見町にある「香木の森公園」は、林業者の雇用安定のための国の事業「林業構造改善事業」を活用してできた公園で、約4.5haの敷地に、月桂樹やキンモクセイなどの香りを漂わせる香木を植えたことが、その名前の由来である。公園には林道や駐車場が整備され、1991年に町営の公園として開園したが、開園当初にはまだハーブ公園は整備されていなかった。

香木の森公園の中に「ハーブガーデン」ができるようになったのは、地元ボランティアの協力があってからだった。地元には、高校を拠点にハーブを栽培するグループ「ハーブ

に親しむ会」というボランティアグループがあり、町役場企画担当職員がグループに依頼し、香木の森公園の下の草としてハーブを植えて、「ハーブガーデン」を作った。グループは、ボランティアでタイムやラベンダーなどのハーブを植え、これが徐々に評判となって、広島などから女性を中心とした観光客が増えていった。

当時、町には、他には際立った観光施設がなかったため、集客機能がある香木の森公園には期待が寄せられた。香木の森公園の周辺には、レストラン、バンガロー、クラフト館、農林漁業体験施設「香遊館」、温泉施設「いわみ温泉 霧の湯」などの観光施設が、次々と整備されていった。ハーブの人気が高まり、ハーブの苗の生産と販売、ハーブティーやお菓子などのハーブを使って開発した商品、リースづくりや好きな苗と鉢を選んで植える「寄せ植え体験メニュー」など、ハーブを利用した商品メニューが充実していった。こうして次第に、公園一体がハーブをテーマとする施設へと進化していったのである。



体験工房クラフト館（左：館内のクラフトショップ、右：香木の森オリジナルのハーブティー）

都会の若い女性の研修生を公募

都会に住む若い女性を対象とした農村体験の準備が、1992年に旧石見町で始まった。この農村体験制度は、都市農村交流や観光振興はもとより、若い女性に田舎暮らしを体験してもらうことで、町内に新しい風を取り入れ、同時に情報発信していくねらいがあった。地域性は簡単には変えることができないが、若い女性という地域に溶け込み安い存在を受け入れることで、新しい流れを作りたいと考えた。

香木の森公園での実際の研修生受入れは、1993年から、「ゆとり体感インアロマティック石見」として、「旧石見町の豊かな自然の中に、都会の女性を招き、都会では味わえない“ゆとり”を体感してもらい、旧石見町へのＩターンを促進し、若者定住の起爆剤としよう」と考えて始まった。研修期間は１年間で、研修生には宿泊施設「香賓館」が用意され、毎月の滞在費として7万円が支給された。1週間の作業はハーブ園の中だけではなく、地域にも出かけて、地元の農家で実際の農業や工芸などの研修も行う。初回の公募の際には、6人の募集に



研修生の宿泊施設「香賓館」

対して 70 名以上の応募があった。この研修制度「ゆとり体感インアロマティック石見」は 1993 年から 1996 年まで 4 年間実施され、1 期生から 4 期生までの 24 人が研修を受けた。

このユニークな定住制度はマスコミに取り上げられ、テレビでも全国に紹介された。そのおかげで多くの視察団や取材が訪れるようになった。

研修生と地元住民との活発な交流

香木の森公園が盛り上がりを見せる一方、住民にも変化が現れた。研修生には、町内のいくつかの自治会から、花見会、運動会、忘年会などイベント毎に誘いの連絡が入った。自治会からの誘いに対して、香木の森公園の担当職員は、研修生の窓口となって自治会からの誘いを受け付けて、研修生にその都度、参加の意志を確認した。何回か誘いに応じるうちに、研修生は自治会の様子が分かるようになり、慣れてくると担当職員を通さずに直接連絡をするようになるなど、交流が広がっていった。元研修生の話では、各自治会は、研修生の歓迎会をしてくれたり、様々な行事に研修生を招待した。同じ日に運動会など 2 つの自治会から誘いを受けると両方とも梯子して参加したこともあったという。そんな若くて気さくな研修生たちとの交流で、地元の住民たちも盛り上がるようになり、住民自身に邑南町の良さを気付かせてくれる機会にもなった。研修生たちの指導にもあたってきた「ハーブに親しむ会」の男性指導員は、「研修生たちは新しい風を運んでくれる」と言う。

自治会からの誘いは、研修生から見れば「おじさん」からが多く、地元の若者との接点は多くなかった。たまに「おじさん」たちの中で、「うちの孫はどうか」と研修生に訪ねる人がいるくらいだったが、それでも、研修生と地元の男性との出会いもあり、研修終了後も結婚して町に残るといった人も出てきた。

研修生制度は第 2 段階へ

1993 年から 96 年までの 4 年間行われた研修制度「ゆとり体感インアロマティック石見」のあとを受けて、翌 1997 年からは少し形態を変えて、「石見町研修制度」が(財)ふるさと島根定住財団()の補助を受けて始まった。

それまでの 1 期生から 4 期生までの研修生は、研修生と呼びながらも、目的は体験・交流ということもあって、受け入れ側のスタッフは研修生にお客様扱いで接してきた面もあった。しかし、一部の修了者からは、ハーブの研修はアルバイトやパートの感覚ではなく、仕事に責任を持ってもらえるようにきっちりとした方がいいのではないか、という意見があったため、農村での体験を週 2 日割り当てていたのを廃止し、週 5 日間、香木の森公園での研修とした。

また、受入れ期間を 4 月スタートではなく、2 月スタートに変更。ハーブの育苗が 2 月に始まり、植え付けから成長までを管理するというのが主な理由だった。受入れを年度半

ばの2月からにしたことで、一般の新卒者はもちろん、社会人も応募しにくくなり、応募者数は変更した年度から少なくなったが、研修の中身はそれまでの受入経験を活かしてより充実していった。

島根県へのU・Iターン促進と県内定住を目指す組織。1992年に島根県の出資によって発足。

周囲の対応と協力

研修生は、公園の中の香賓館という宿泊施設に住み、家賃・光熱費として3万円を町に支払う。香木の森公園の付近には電車はもちろんバスもなく、車は必需品で、生活にはその維持費・燃料代がまず必要となり、さらに研修生によっては健康保険料もかかってくる。1期生から4期生までの研修生に対する支給額は7万円だったが、生活が厳しく、地元との交流にもいつも手ぶらが多く申し訳ないと感じていた。そこで、1997年からの「石見町研修制度」では、町の予算と県の定住事業からの補助金とで合わせて一人13万円を研修生に支給するようになった。月額13万円という金額は、香木の森公園で働く臨時職員の月給より高く、以前も一部の地元関係者からは、外部からの来訪者に、なぜ7万円も支給するのかという声があったが、担当職員は、「地域交流のために必要」と答えてきた。

研修生への指導や研修生の地域交流においては、地元住民による地道な協力が支えとなってきた。JA生活指導員を定年退職後、社会福祉協議会で活動してきた女性は、研修生に福祉研修の講師として地域福祉について指導をする一方で、香木の森公園内で直売所(後述)を開催するグループの代表をしていたことから、その活動を通じて研修生と様々な立場の地元住民とが自然に出会うきっかけを作り、研修生たちが地域に出かけていけるよう道を開いた。研修生たちが共同生活などに行き詰まった時には自宅に呼んで相談に乗るなど、研修生の母親役を担ったりもしてきた。

また、先に述べた「ハーブに親しむ会」の男性指導員も、研修生に野菜作りや食品加工を指導するかたわら、研修生とともに町内にいる農業の達人の「おじいちゃん」「おばあちゃん」との交流に出向いて、研修生と地元との接点を作っていくなど、様々な側面から研修生を間接的に支援してきた。

担当職員は行政職員という立場のため、研修以外の活動については対応しきれない部分があったが、こうした地元住民が研修生の相談役となり研修制度を側面から支えることにより、公式のプログラムとは違う場面での研修生の農村体験が可能となった。

2. 「香木の森公園」と研修制度を核とした様々な取組の広がり

民間事業者の出店で賑わいが増した香木の森公園

香木の森公園内では、土・日・祝日に「香楽市」という農産物の直売所が開かれている。香楽市は、前述の研修生の母親役の女性がリーダーとなっている邑南町石見地域の婦人グループ「おふくるネットワーク石見」が1996年、県の補助を受けて開いた。香木の森公園に観光客が増えて、観光客の飲食はレストランだけでは足りなくなってきたため、地元住民の手作りのすしなどを売り始め、同時に有機農業による野菜やジャムなどの加工品を販売するようになった。中には、カブトムシを袋で売る農家も出てきて、香木の森公園に来た子どもたちに大人気となった。遠く広島からわざわざ新鮮な野菜を求めに来る人もおり、香楽市は、農家と都市住民との交流の場となってきた。出荷会員は100人近くに上るようになり、自分の作ったものが直接売れるという楽しみが、この地域の住民を元気にしている。

また、香木の森公園の近くでは、地元の土建業者が農業に参入し、さくらんぼやピオーネ（葡萄の品種）の農園を香木の森公園に隣接する形で作り、観光農園としてさくらんぼ狩りなども始めるようになった。さらに、飼料にこだわりを持って育てた地元の乳牛から採れる牛乳とアイスクリームなどの乳製品を販売する店舗、農協の蔵を移築した店舗で地元産のフルーツの販売や地域食材を提供するレストランもできて、香木の森公園の周辺はにぎやかになっていった。



農協の蔵を移築したレストラン



地元の乳牛の乳製品を販売する店舗

農業研修も始まる

邑南町では、2000年からは、これまでの香木の森公園の中のハーブガーデンでの研修（香木の森園芸福祉コース）に加えて、農業研修（農業コース）も開始した。農業研修は、ハーブガーデンでの研修とは異なり、研修の成果として農業で自立して暮らしていけることを目指す。当初、農業研修については、研修生が自己資金を持っていないということも多く、担当職員は上手く就農に結びつくケースはそんなに期待できないのではないかと感じ

ていた。だが、担当職員自身が、1週間の農業研修を受け、そこで研修に参加している人の話を聞くうちに、本当にやる気がある人は熱意が違うことに気づき、農業研修は熱意や計画性について、事前にきっちり審査すれば就農に結びつく、という見通しが立ってきた。

邑南町の農業研修は、農家と一緒に働くことが条件になっており、農家は責任を持って、研修生をマンツーマンで指導する。研修生は、常に指導にあたる農家のやり方に従うため、1日の労働時間は決まった時間とは限らず、休みが定期的にとれるわけではない。最近、農業研修では中途辞退者も出たが、「就農の適合性、可能性を見極めるためにはこれも選択肢」と職員は言う。

農家を限定して研修をしているのは、成功している農家のスタイル全てを学ばないと農業は成功しない、との考えであり、「1年間その農家にずっと付いて研修すれば、その農家はその後もずっと応援してくれますよ」と担当職員は研修が終わってからも、研修生の自立を長い目で支援してくれるだろうと、受入農家を信頼していた。町の職員は、「応援してくれる農家に報いるぐらいの意地を見せてください」と、研修生にお願いしている。

町の職員のもとに、就農を希望して研修生になりたい、と直接相談に訪れる人もいるが、中には「この人では無理だ」と判断するケースもある。就農希望者の中には、社会生活の中で精神的なストレスを抱えている人もなかにはいるが、就農するというのは、「都会での生活がダメだから農業でもしよう」というような甘い気持ちでできるものではない。また、就農意志の弱い研修生を受け入れてしまうと、農家の負担が増えることも危惧される。町の選考会では、研修希望者が本気で就農できるのかを客観的に判断し、事前に見抜かなければならない。農業への信念はもちろん、資金等についても計画性を持っているか、など総合的に見て審査している。

研修制度が始まって、多くの研修生が育っていった。当初、研修生は、当初地元から、「お客さん」、「よそ者」という目で見られていたが、研修生が地域に出かけていって交流を重ねるうちに、事業の3年目くらいからは、自然な形で地域に受け入れられるようになった。地元の住民が「何の研修に来た?」「今は何しとる?」と、声をかけてくれるようになるなど、この調子で行けば、研修生が地域で定住や就農を希望しても、受け入れてもらえるのではないかと、職員は感じている。

福祉の場になっていく香木の森公園

香木の森公園には、地元住民に香木の森ボラメイトとして登録してもらい、園芸福祉活動等()に参加してもらおう制度がある。ボランティアには、年間スケジュールに沿って活動を行う「園芸福祉ボランティア」、毎月一度の草刈を行う「公園管理ボランティア」、クラフト館スタッフとともに活動する「平日ボランティア」があり、2007年度には、延べ200名がそれぞれ2時間半ほどの活動を行った。

裏方としてハーブガーデンをスタッフとともに支えているのが障がい者福祉施設で、みやげ物の加工や、ハーブガーデンにやってきて草引きなどの作業もする。邑南町では、地



園芸福祉のモデルガーデンとボランティア

域での助け合いの中から、障がい者福祉の活動を早くから展開しているため、住民の障がい者への理解が広がっており、地域と障がい者の交流が積極的に行われている。邑南町石見地域には、障がい者の施設と学校があり、園芸福祉の交流を進めている。

また介護予防等の事業により、高齢者を対象にしたクラフトやガーデニングの講座も開催され、各地区公民館に出かけて、地域住民との交流を深めている。

ハーブガーデンの一画では、ハーブの苗が販売されており、その苗は、香木の森公園のスタッフが育てたもの以外に、授産施設や農家に出荷してもらっているものもある。「正直に言えば、値段はスーパーなどの市場価格と比べて安い、というわけではありません。福祉の一環としてやっていることを、町内では理解してもらっています」と、職員は言う。「香木の森公園のスタートの時には作業所を併設して、障がい者の方にここで働いてもらったらいいのではないか、という案もありました。結局、そういうスタートにはならなかったのですが、形としては現在、段々と福祉活動の場になってきています。」

NPO法人日本園芸福祉普及協会は、「園芸福祉とは、花・果物・野菜・その他のみどりの栽培や育成、配植・配置・交換・交流、管理・運営などを通じて、みんなで幸せになろうという思想であり、技術であり、運動であり、実践である」としている。

レポート

(公園スタッフ(元研修生)へのインタビュー)

働く人の声を大切にす職場

香木の森公園には、元研修生から公園スタッフとして残る人も多い。研修生の指導に当たって来られたスタッフ(元研修生)にお話を伺った。

香木の森公園の研修生に参加したきっかけは？

「青年海外協力隊でヨーロッパに行き、ヨーロッパではハーブというのは身近な存在で、障がいを持っている人や子どもなどに、園芸療法という形で取り入れられていることを知りました。日本に帰って勉強したいと思っていたところ、香木の森公園の研修生の募集記事を新聞で見て応募しました。」

邑南町のいいところは、四季とこだわりを持った人々

「邑南町は、四季がはっきりしているというのが魅力です。私の担当は育苗ハウスですが、ほとんど外と変わらない仕事場で作業をしています。雨の音、風の音が聞こえて、自然がはっきりしています。それと、こだわりを持って暮らしている人が、香木の森公園には集まってきて、出会えるというのが魅力です。町の人には、そういう人ばかりじゃないのは分かっていますが、ここで出会いして、よくしてくださっている方たちは、農業にしても地域活動にしても誇りと自信を持ってやっていて、その人達の情熱は魅力的ですね。都会にいと、世代がばらばらな人達と熱く語るきっかけというのはなかなかありませんし、そんな場に居られるというのもないですが、田舎にいと様々な世代の人と話すきっかけがあり、いろんなことが良くも悪くも耳に入ってくるので、それによって考えさせられることは多いように感じます。」

研修生は個性的で、問題意識を持つ人たち

「ここに来る研修生は、個性の強い人が多いです。5期からずっと研修生を見てきましたが、研修生は都会を離れて1年間、田舎で暮らそうというのだから、何かがあってきています。失恋してという人もいたし、自分探しの人もいたし、何をしたいかわからない人もいたし、ここが自分の人生の通過点になると、認識してきた人もいました。料理人になるためにとか、染色をするために、ハーブも知っておこうとか。お菓子作りをやりたからハーブの勉強をしたいとか。何にも考えずに暮らしていたら、ここには絶対にたどり着かないですよ。問題意識を持って生きている人、自分に対して問いかけているという人でないと、自分が置かれた社会環境とか、仕事を変えてまで、ここには来ません。前の会社でいやな思い出があったとか、マイナスの気持ちを持ってきた人もいたし、それを前面に出す人もいるし、そうでない人もいるし、それは個性なので、同じように扱おうとは思いませんでした。1年たって、居心地がいいと思った人は残りました。ここは、時々みんなの顔を見にくるところだな、と距離を置きながら付き合う人もいます。」

個性が認められる、やりたいことがやれる

「ここでやる仕事は決まっていますが、これをやりなさい、と上から決めることはないです。研修生が「これをやりたい」と言えば、「やってみんさい」とスタッフは言います。民間企業に比べたら制約が少なく、クリエイティブな仕事がメインな職場です。私も、許容の範囲内なら、研修生がやりたいことは、全部やらせてきました。育苗については言いますが、植え方や配色について、考えが違ったことがあっても、間違っていると上から言ったことはありません。自由奔放になんでもやってください、と言ったことはありませんが、監督のもとではあるけれど、その人の仕事の個性に合わせて仕事を変えていきます。」

一人ひとりを大切にしてくれる職場

「それに、地元の方もここに関わっている人はオープンで、昔の考えを押し付けるというよりは、研修生と目線を合わせていっしょに物事をしていくといったスタンスです。ここで学んだことは、本当に大きかったです。押さえつけられることがなかったから、常に目標を持っていられました。自分なりに目標を持っていられたら、仕事はおもしろいですが、押し付けられたら、仕事は私のなかでは面白くないものになってしまいます。ここは、その人の役割を大事にしてくれる職場だと思います。その人のやりがいを大切にしてくれています。」

研修生の募集要項（2009年度）

| 区分 | 香木の森園芸福祉コース (1993年から開始) | | 農業コース (2000年から開始) |
|------|--|--|---|
| 内容 | 香木の森公園で、育苗やクラフト加工など幅広く体験しながら働きます。 | | 農家で、農業知識や技術・経営ノウハウなどを学びながら働きます。(施設野菜栽培・花卉栽培・菌床椎茸栽培・酪農・果樹栽培) |
| 内容 | 「栽培スタッフ」 ハーブ育苗、ガーデン管理、販売など。 | 「クラフト・ガーデニングスタッフ」 クラフト加工、クラフト・ガーデニング指導など。 | |
| 定員 | 2人 | 2人 | 2人 |
| 期間 | 研修期間：2009年4月～2010年3月まで(1年間) | | |
| 応募条件 | 年齢は概ね22歳～35歳まで。 心身ともに健康な独身女性。 ハーブ栽培や福祉に関心が高く、町の行事や地域交流に積極的に参加する意欲のある方。 普通自動車運転免許を有する方。 町外にお住まいの方は、住民票を邑南町に移動していただきます。 | | 年齢は概ね22歳～35歳まで。 心身ともに健康な男女。 農業に関心が高く、町の行事や地域交流に積極的に参加する意欲のある方。 普通自動車運転免許を有する方。 町外にお住まいの方は、住民票を邑南町に移動していただきます。 |
| 待遇等 | 滞在費 月額13万円(健康保険等は各自対応、損害保険は町で加入) 就業時間は1日8時間程度。 週休2日(毎週月曜日と土曜日または日曜日) 宿泊は香木の森公園内「香賓館」に入居(バス・トイレ・電化製品・家具付き個室完備。リビング・キッチン共同利用) 家賃・光熱費(3万円)は個人負担となります。 (別途月額5千円の家賃助成金があります) | | |
| 応募方法 | 応募用紙と応募の動機を書いた作文を郵送してください。 応募用紙には写真を添付し、希望するコースを記入してください。 応募の動機は、原稿用紙2枚(800字)程度に書いてください。 | | |

3. 「香木の森公園」と研修制度の今後の課題と展望

時代の変化を見据えた公園運営と研修制度の見直しに向けて

香木の森公園は、観光施設でありながらも、観光客のためだけの施設でなく、地元住民との友好関係を維持し、地元で育てられてきた。研修制度は単なる定住対策だけでなく、毎年受け入れる研修生によって、新しい風を地域に取り込む手法でもあった。だからこそ、スタッフや指導員は研修生のやりたいことを尊重し、個性を発揮してもらって、自然な形で公園や地元が活性化されればと考えてきた。

また、園芸福祉の場として、これまでに旧石見町が培ってきた福祉活動の流れで発展してきた。香楽市に集う地元の高齢者の憩いの場でもあり、自ずと町への思いを持った人たちが集う場となってきた。

しかし、最近少し状況が変化しつつある。以前と比較し、研修生の応募数が減少し、研

修生と地元住民との交流も少しずつ減ってきた。毎年6人受け入れていた研修生は制度変更で4人に変更。昔は研修生たちが、宿舎の共同場所で食事を作ったが、最近はそういう光景も少なくなり、週末には研修生が実家に帰って静かになることが多くなった。

元研修生は次のように話す。「私たちの頃は、共同生活することにも意義があると思ってきました。具合が悪い人がいたら、私たちは、お粥を作ったり、病院に連れて行ったりしました。今の研修生たちは、『寝てるんだから、そっとしてあげよう』というのがやさしさになっています。」時代の変化とともに、研修生の価値観も変化している。

こうした状況を受けて、担当職員は、研修生制度自体を見直す時期に来ていると話す。農村でいろいろな交流を展開してきた研修制度だったが、今後は、農業研修のように自覚と責任、専門性を持った人材の募集という方向での研修も考慮していきたいとする。

また、邑南町の苦しい財政状況が、将来的に香木の森公園にも影響してくることも考えられる。香木の森公園の次の方向性が見えているわけではないが、転換が求められているのも事実であり、今後も公園を通じて今まで積み重ねてきた福祉や人と人とのつながりを維持していきたいと関係者たちは考えている。

なんぶちょう

南部町（青森県）

地元交流資源を活用した 「達者村」づくり活動

住民と来訪者の交流による「達者の循環」でめざす
“究極のグリーン・ツーリズム”

【取組の概要】「観光農園」「産地直売所」「ホームステイ」の3つの事業を
ベースに、“達者”で活力ある田舎づくり

南部町は青森県南東に位置する豊かな農作地帯で、八戸市から車で15分程と都市部に近接している。町内の観光農園や直売所には、果物狩りをはじめとする農業体験希望者や新鮮な果実・野菜などを求める観光客が訪れ、賑わっている。

南部町は、2006年1月1日に、旧名川町ながわちょうと旧南部町なんぶまち、旧福地村ふくちむらの2町1村の合併によって誕生した。南部町の代名詞となっている「達者村」プロジェクトは2004年10月9日、旧名川町で始まり、合併後に南部町全域で推進されるようになった。「達者村」とは、特色ある地域資源を生かし、来訪者と住民との交流を深めることを目的とした取組〔バーチャルビレッジ（擬似農村）〕である。「達者」とは、健康で長生きし物事に熟達することを意味し、来訪者も町民も交流することにより共に達者になることを目指す。

「達者村」が開村する前、旧名川町では、各農園で行われていた「さくらんぼ狩り」をきっかけとして、町民と行政が一緒になって様々な取組を展開してきた。例えば、「さくらんぼ狩り」にやってくる観光客にお土産を買ってもらおうと、農家の女性による農産品の産地直売所や運営団体が誕生し、また、都市農村交流を進めようと農業体験をする修学旅行生のホームステイ受入事業が始まった。これらの旧名川町の取組が、現在の「達者村」プロジェクトのベースとなった。

2006年、合併に伴い「達者村」プロジェクトは新たなスタートを切り、住民35名、町職員12名からなる「達者村づくり委員会」が立ち上がった。住民からは、直売所、商工会、ホームステイ連絡協議会、観光ガイドクラブ、食生活改善推進員会など関係団体の様々な役職・立場の人が参加し、合併で1つになった町村の事業も含めて、“達者”で活力ある田



南部町の農園に立つ指導者付き
共同管理農場の看板



農家女性たちで運営する農産物産地
直売施設「名川チェリーセンター」

舎づくりが始まった。

そしてまた、「達者村」プロジェクトを成り立たせているという意味で注目される側面がもう一つある。それは、それぞれの実践の現場では、常に女性が前面に出て活躍してきたということである。町の担当者は言う、「直売所の主人公も女性、ホームステイの主人公も女性ですよ。農業観光では、(農産物を)作る方は圧倒的に男性の方が高い技術を持っているけど、売ることに 대해서는やはり女性ですよ。南部町が多少グリーン・ツーリズムで知られているとすれば、元気な女性が多いからですよ。」

1. 「達者村」プロジェクトのベースとなった

「観光農園」・「産地直売所」・「ホームステイ」

(1) 「観光農園」の誕生から現在まで

さくらんぼ農園の誕生と「さくらんぼ狩り」の開催

南部町の^{まぶちがわ}馬淵川流域は稲作、町南部の台地一帯は果樹栽培が行われている。青森県南東部のこの一帯は、夏季に「やませ」という冷たい風が吹き込んでくることがあり、昔は稲の生育に与える影響が大きかったため、地勢的にも果樹栽培、特にりんごの栽培を推進してきた歴史がある。合併前の旧名川町では早くからりんごの栽培が盛んに行われ、隣接する八戸に出荷してきた。1970年代にはさくらんぼが高値で取引されるようになり、りんごの樹に病気が流行したこともあって、りんごからさくらんぼへ植えかえられ、このときに旧名川町のさくらんぼの栽培面積が大きく広がっていった。

一部農家が先駆的にさくらんぼ狩りを始めてみると、他の果物より人気が高く、収益面でも上々の成果を収めたことから、さくらんぼの栽培面積はより広がっていった。1986年には、受入農家の組織化と合わせ、さくらんぼ狩りの期間中を「名川さくらんぼまつり(現・さくらんぼ狩り)」としてPR。その後、「さくらんぼ狩り」は毎年行われ、現在も6月中旬から7月中旬までの間には、セレモニーやさくらんぼの種飛ばし大会など、多彩なイベントが開催され、大勢の観光客で賑わっている。

「さくらんぼ狩り」から始まった様々な地域の取組

86年に始まった「さくらんぼ狩り」は、その後、農業や農業観光の振興にとどまらず、「農産物直売所」や「ホームステイ」など様々な地域づくり活動を生み育てる“苗床”の役割を果たすようになっていった。さらに、2004年度からは「達者村」プロジェクトを担う重要な柱の事業となっていった。

「さくらんぼ狩り」のイベントに来た観光客は、さくらんぼ狩りだけではなく、さくらんぼを始めとする様々な農産物や加工品などを買って帰る。イベントには、農家の主婦に

よる農産物加工グループも出店しており、後にこのグループが、年間3億円を売り上げる農産物産地直売施設「名川チェリーセンター」を運営する「名川チェリーセンター101人会」（後述）に成長していった。

また、「さくらんぼ狩り」のイベントでは、関連企画の一つとして、さくらんぼ農家に民泊してさくらんぼの収穫を体験するという事業「さくらんぼ狩り&ホームステイ」が登場し、これが、後の農業体験修学旅行生の受入（後述）へと発展していった。

「さくらんぼ狩り」から「農業観光」へ推進組織が進化

さくらんぼ狩りの組織も、時代とともに“農業観光”を推進する組織へと進化していった。「さくらんぼまつり」が始まった1986年に、さくらんぼ狩りをする農家による連絡協議会が立ち上がり、参加する農家が増加、協議会は行政との連携のもと、毎年のさくらんぼ狩りを地域の農業観光事業として定着させていった。

2002年には、東北新幹線八戸駅開業を契機に、通年で農作業体験ができる体制を整備し、通年型の農業観光を進めていこうという「四季のまつり」も始まった。さくらんぼの収穫期間は6月～7月の約1か月と短いため、他の果物狩りも農業観光のプログラムに加えることにしたほか、2003年度には、ハウス栽培による「いちご狩り」を冬のプログラムに加えた。さらに、メニューには稲刈りや枝切り（剪定）、花の見学などのほか、摘果や選定などの管理作業も加わり、修学旅行や遠足など四季折々の来訪者に、年中対応できるようにもなり、通年観光を行うようになると、さくらんぼ農家の連絡協議会は「名川町農業観光振興会」へと発展した。

さらに、「名川町農業観光振興会」の取組は、2004年の「達者村」プロジェクト（後述）の開始と、その後の3町村合併を経て、2006年には「達者村農業観光振興会」として再スタートした。「達者村農業観光振興会」の会員は約80名（2008年9月現在）。振興会の活動は、「さくらんぼ部会」、「果樹部会」、「花卉・野菜部会」からなる部会活動が中心となっている。入会する農家は、各部会費10,000円と保険料6,000円を支払い、希望に応じて1つから複数の部会に所属できる。3つの部会のうち、さくらんぼ狩りが期間的には一番短いにも関わらず、その収益性の高さなどから、「さくらんぼ部会」が振興会の活動の8割以上を占めている。

さくらんぼ狩りを始めた当初は、農園までの道路が悪く、観光客が道に迷うこともあったが、徐々に道路整備が進んでいった。観光農業を振興するにあたっては、達者村農業観光振興会（農家）と行政との連携で進めてきており、「黙って待っていて、お客が来る時代ではないから」と、旅行代理店への営業などにも積極的に取り組んでいる。

(2)「産地直売所」の誕生から現在まで

「さくらんぼ狩り」の観光客に地元の特産品を提供したい

前述のとおり、1986年、旧名川町（現南部町）では「さくらんぼまつり（現：さくらんぼ狩り）」が始まり、多くの観光客が訪れるようになった。しかし、せっかく来た観光客に手土産として購入してもらえるような手頃な地元産品が町にはなかった。そこで、農家の女性たちの間で、土産物になるような地元特産品を使った加工品を開発して販売しよう、という声が高まり、同年、農家女性36名（当初）からなる加工グループが立ち上がった。そして、グループによる梅の加工品販売が順調に売上を伸ばしていったことから、それに追随して特産品を研究開発しようという加工グループが次々と誕生していった。

農家女性たちのチャレンジ精神が実を結んだ「名川チェリーセンター」

グループが増えて加工品は充実してきたが、イベント等で販売するだけであったため、売上を増やそうと、店舗を求める声が上がった。より大きな売上へと結びつけたかった加工グループが町に常設の農産物直売所の整備を要望すると、グループによる自主的な運営を条件に、町による施設整備が実現することになった。そして、1991年12月、町内幹線道路の国道4号線沿いに農産物産地直売施設「名川チェリーセンター」がオープンし、加工グループの農家女性たちを中心に新たに結成された「名川チェリーセンター101人会」が、その運営を行うことになった。

チェリーセンターを共同で管理運営するとともに、自ら生産した品物を施設に並べて販売する101人会の女性会員は、当初86名だった。最初、本当は100人の女性会員でスタートしたかったが、前例のないことを農家女性たちだけで始めようとしたことや、入会するには入会金（3万円）が必要なこともあり、なかなかメンバーが集まらなかった。周囲からは「どうせ始めたところで3年持てばいいほう」、「入会金の3万円を捨てるようなもんだ」などと言われた。また、「農家の嫁に小遣いは無いというのが当たり前」という家も多く、運営に興味があっても、「農家の主婦には3万円もの大金は自由にならない」というケースもあった。

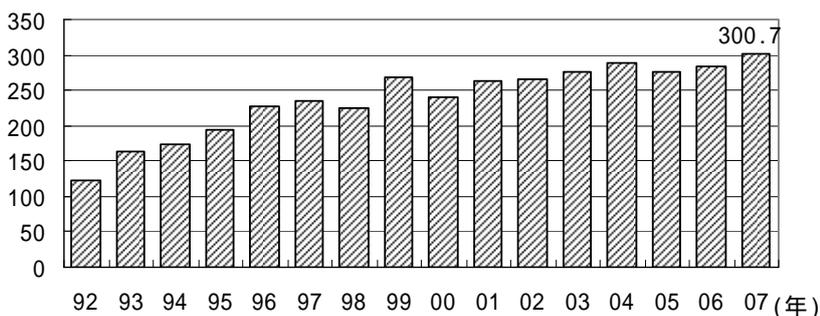
だが、名川チェリーセンターでの売れ行きは、多くの人の予想に反して順調だった。当初は、自宅で生産している農産物（各種果樹、野菜）のすそもの（規格外品）や農家女性たちが作った加工品（梅ジュース、漬物、ジャム等）などの売上で、年間2,000万円ほどあればいい、と関係者は考えていた。ところが、実際にオープンしてみると、予想を大幅に上回り多くの商品が売れ、初年度、1億2,000万円を売り上げることとなった。

高い売上が刺激となり産直の担い手希望者が急増

名川チェリーセンターの年間の売上は、オープン以降、右肩上がり順調に伸び続け、2007年度にはついに3億円を突破。101人会には入会希望者が殺到するようになったが、会員数は最大100人であるため、退会者がいない限り新たに入会できない状況になっている。101人会の「101」は、「常に100人という始まりの目標会員数に、新たな飛躍を続けるとの意味を込めて1を足して命名した」という。

当初、農家女性たちの小遣いになればという考えから、農産物のすそものや自ら作った加工品を販売していたが、今では顧客のニーズに合わせて、贈答用、規格品といった商品が200点以上店先に並ぶようになった。1996年からは町へ施設使用料として、売上の中から0.6%を納付できるまでになった。各会員は売上の10%（1998年から9%）を手数料として101人会に納めており、これがセンターを支える運営資金となっている。

(百万円) 「名川チェリーセンター」売上高の推移



皆で決めた厳しい会則で顧客の信頼を得る

チェリーセンターでは、商品を持ち込んだ会員自身が値段を決めて販売するフリーマーケット方式を採っており、全ての商品に生産者の住所や名前等が明記してある。

長年の組織運営の中で、101人会には、厳しい罰則を含めていろいろな会則が設けられた。「会員自らが作ったもの以外を売ってはならない、一度でもこの会則を破ったものは強制的に脱会」となっている。また、新鮮な獲れたてのものを販売するということで、「朝の5時よりも前に商品を陳列してはいけない、破った人は3か月間の出荷停止」という罰則もある。旬の新鮮な農産物を届け、売上を伸ばしているのは、こうした会則を設けて、自らを厳しく律してきた農家女性たちの努力の成果と言える。

家族が変わった！

チェリーセンターの開設当初、お母さんたちはお父さんたちから農産物のすそものを分けてもらって、自分達が加工した加工品と一緒に店頭で並べていた。最初の想定では、販売で得た利益がお母さんの通帳に少しだけ入るはずだった。ところが、活動を続けるうちに、お母さんの通帳に入るお金がどんどん増え、お父さんの収入よりも多くなって、なかには、1,000万円以上を売り上げるお母さんたちも出てきた。

すると、チェリーセンター向けの出荷を農業経営の柱とする農家が増えてきた。そうすると家族の様子も変わってきた。以前は、お母さんたちはお父さんの通帳管理のもとで黙々と働いてきたが、今は違う。チェリーセンターに来た人に喜んでもらえるような農産品を家族で考える。お父さんが、「これから、どのようなものを作付けしたらチェリーセンターで売れるのかなあ」と、お母さんに相談をもちかけるようになった。「今はお母さんたちが生き生きとしている」と会長は話す。それに、値段付けとか袋詰めなんかは小さな孫達でもできるため、家族全員で「いくら売れるかなあ」と話しながら作業をする農家もある。夕方7時になれば、今日の売上が幾らだったか分かる。

「お母さんに倒れられたら困る」ということで、お父さんたちが「母ちゃん支援の会」を作った。お父さんたちは自発的に、国道4号線沿いの草刈や、イベントの時はテント張りなど、お客を呼び込むための環境づくりを担ってくれる。会長は言う「ほんとにみんなに助けられながらやっています」。

波及的に増えていった産地直売所

こうした農産物産地直売施設「名川チェリーセンター」の成功は、地域の人々に大きな刺激を与えることとなり、類似の取組が次々と生まれるようになっていった。

2002年4月に、旧名川町(上名久井地区)にオープンした「そばの里けやぐ」もその一つで、産地直売施設とそば打ち施設と食堂が併設されている。「けやぐ」は、この地域で「親しい仲間、仲のよい友だち」という意味で、農家の“お父さんたち”で組織するそばの生産者組合が100%名川産のそば粉を提供し、農家の“お母さんたち”で組織する「ながわ百笑^{ひやくしやう}苦^く楽^{らく}部」がそのそば粉を使って店舗を運営する形で立ち上がった。「百笑苦楽部」という名称は、「苦しいことはみんなで乗り越え、楽しいことはみんなで分け合い、みんなで朗らかに笑っていただけるような会」という願いから名付けられた。百笑苦楽部への入会金は10万円(出資金2万円、運営資金8万円)で、会員が経営から日々の調理、接客までを担う。「一人一人が経営者であり、労働者でもあって、自分達が頑張らないとお金にならない」と頑張っている。4~10月には、平日50人、土日100人以上が訪れ、特に桜のシーズンや、新そばが出たときは200食以上の注文がある。年間を通した売上は3,100~3,600万円と比較的安定している。

しかし、これまで簡単にやって来られた訳ではない。店舗を展開することになってからの準備期間には5年も要した。町のバックアップもあり、やっとオープンにこぎつけたが、オープンしてからも苦労は続いた。店舗が国道から離れているため、PRは大変で、特に、冬場は店舗が高台にあることなどから、ほとんど客が上がってこない。だが、次第に味が

いいという評判は広がり、新しい客も増え、新そばの時期にはわざわざ遠くから来る人も出てきた。また、これまでに「どんな大雪でも（お客が）ゼロという日はなかった」ということが会員の自信につながっている。

このほか、類似の取組では、旧福地村に「ふくちフレッシュ会」が運営する農産物等直売所「ふくちジャックドセンター」、旧南部町に「南部七草会」が運営する「なんぷふるさと物産館」が次々と誕生し、こうした産地直売所は、現在の「達者村」プロジェクトの大きな柱の一つとなっている。



そばの里けやく



ふくちジャックドセンター

(3)「ホームステイ」の誕生から現在まで

やってみれば楽しかったホームステイ

1993年、ある高校が旧名川町の農家にホームステイし、農業体験修学旅行を実施することになり、受け入れてくれる農家を探すことになった。

初めてのホームステイでは、まず生徒が来るまでが大変で、町の担当者は、泊めてくれる農家を探すため、新しい取組に興味を持ちそうな人に1軒ずつ電話してお願いした。「うちに泊めるのかよ?! ケガしたらどうすんだ? 病気になったらどうするんだ?」と言われながら、「農村の良さ、苦労したことを教えて欲しい、食糧生産の現場を見せて欲しい」と説得し、なんとかお願いした。受入に先立って、担当者らがホームステイを既に実施している秋田県田沢湖町に視察に行ったところ、「心配はிரらない」、「生徒は意外と素直で楽しい」という話を聞いて安心した。

ホームステイに来る予定の生徒たちの写真が送られてきた。「うわっ、大丈夫かよ?!」都会の子どもらしく、写真には派手な髪型や化粧をした生徒の姿が写っていた。ところが、実際に受け入れたところ、田沢湖町で聞いたとおりだった。生徒達は素直で、まじめに農作業をし、気軽に話しかけ、しっかり働いて、農家の人に心を開いてくれた。それは、普段先生には見せない姿でもあった。帰り際に女子生徒が別れを惜しんで涙を流したり、「お母さんの



農家民泊の受入農家

作ってくれた料理、おいしかったよ」と言ってくれた。農家からは「思い切って受け入れて、本当に良かった」と言う声が返ってきた。

増加する修学旅行への対応

2年目の1994年からは、受入農家では「ながわホームステイ連絡協議会」を立ち上げて組織化し、会則を作って会費も徴収し運営にあたってきた。農業体験修学旅行へのニーズは年々高まってきたため、生徒の多い学校を受け入れできる体制を整え、生徒達と触れ合う喜びを共有しようと、他の地域との連携を進めることになった。1996年には、旧南部町にも受入の農家組織「なんぶホームステイ連絡協議会」が立ち上がった。

現在は、ながわ・なんぶの両協議会員に福地地区の新規農家を加えた「達者村ホームステイ連絡協議会（南部町）」の35軒をはじめ、^{さんのへまち}三戸町、^{はちのへしなんごうく}八戸市南郷区、^{たっこまち}田子町、^{はしかみちよう}階上町の各ホームステイ団体が加わり、「^{さんばちちほう}三八地方農業観光振興協議会」を構成し、広域連携をすることで計80軒、300人までの受入が可能となった。

しかし、農家民泊の受入農家数が増えないなど課題も幾つかある。農家民泊をするには申請書類を作成しなければならないが、書類作成に慣れていない農家にとっては負担となっている。また、トイレの問題、お風呂の問題など、見せたくない部分があることから、「やってみたいけど、今の家じゃなあ。新しく建てたらやるよ」という人が多い。さらに、農作業が忙しい、都会の人達と接することが苦手、といった理由もあり増加していない。

レポート

（「達者村ホームステイ連絡協議会」会長インタビュー）

思い出深い農家民泊

「（農家民泊に）来る前は生徒は嫌がるらしいです。知らない人の家に泊まらないといけない。言葉（方言）が分からない（笑）。修学旅行にやってくるのは、関東や関西の大都市圏からが多く、方言は生徒たちには分かりにくい。やったことがない農業体験を嫌がる生徒も多い。

ホームステイは2泊3日、農家1軒につき3～4名を受け入れる。生徒たちは、1泊目はまだ遠慮がちだが、2泊目になると家族と意志疎通ができるようになり、家の中を走り回る。滞在中、生徒達は農家の人と一緒に農作業をして、料理を作り食器を片付け、自分で蒲団を敷く。地元の言葉（方言）は半分くらいしか分からない。自宅で茶碗を洗ったことがないという生徒もいて、戸惑いもある。いろいろ体験をすることで、いつの間にか、生徒にとっては印象深い楽しかった修学旅行となるようだ。会長のご自宅には、たくさんのお礼状が届いているほか、大阪の高校の卒業式に招かれたこともあるそうだ。

中には、その後も農家と関係が続く

農家民泊五つの心得

- 一、挨拶をきちんとしましょう。
- 二、ふとんの準備・片づけをしましょう。
- 三、お風呂ではタオルを浴槽に入れず、騒がず、静かに入りましょう。
- 四、家族と一緒に調理し、おいしく頂いた後は一緒に後片付けをしましょう。
- 五、お客様でなく家族の一員として、手伝い、語らい、そして心に残る思い出を作りましょう。

達者村ホームステイ連絡協議会

生徒もいる。京都の生徒が家出をし、修学旅行で泊まった会員宅に来たということもあった。収穫した農産物の注文を受けている農家もある。生徒達と農家との交流が、生徒を変え、農家の生きがいにつながっている。

「(この地域は)黙っていても誰も来ないですよ。人を招くことから交流が生まれ、循環していれば、将来的には何かが変わってくる」、そう会長は話していた。

ホームステイを上手く進めるポイントは、やはり女性だという。まず、どこの家庭でも、女性が“うん”と言わなければ、ホームステイはできない。「名川地区では女の人を前面に出してきました。農業観光も産直もグリーン・ツーリズムも、うちは女の人です。女の人がメインでやってきて上手く回ってきた」、と会長は言う。

2. 「達者村」プロジェクトがつなく様々なグリーン・ツーリズムの活動

青森県が『あおもり「達者村」開村モデル事業』で旧名川町を選んだ

このように、南部町では「観光農園」、「産地直売所」、「ホームステイ」の3つの事業を農家と行政・関係団体が連携して行っている。

そうした中、青森県が「生活創造推進プラン」の一環として、2003年度に、旬の食材やゆったりと流れる豊かな時間をテーマにした観光を構築する「あおもりツーリズム創造プロジェクト」を提唱し、このプロジェクトのモデル事業として、『あおもり「達者村」開村モデル事業』を実施する事となった。

町では、これまでに「観光農園」、「産地直売所」、「ホームステイ」などのグリーン・ツーリズムを促進する施策を行ってきており、今後もその発展的展開を考えていたため、県と施策の方向性が一致した。そして、県と共に「達者村」プロジェクトに取り組むこととなった。

青森県『あおもり「達者村」開村モデル事業』(県費単独・県直営)の事業費は、2004年度が934万円、05年度が904万円。05年度は旧名川町に一部を委託。

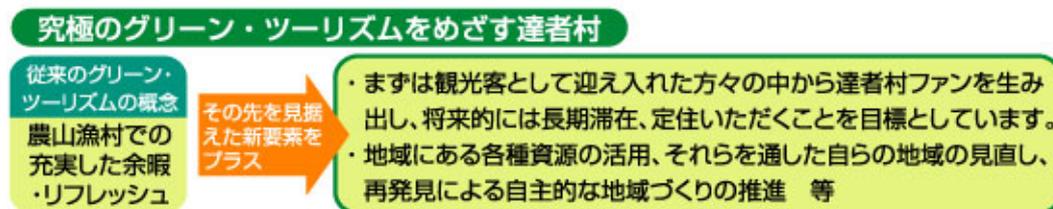
“究極のグリーン・ツーリズム”をめざす「達者村」プロジェクト

「達者村」プロジェクトでは、めざす地域の将来像を、「健康で長生きする」「物事に熟達し」みんなが達者になれる村とし、「友(ゆ)~ったり 遊(ゆ)~ったり 農(の)~んびり」をキャッチフレーズにしている。「達者村を訪れた方々に住民との交流を通して達者になっていただくとともに、地域住民(南部町民)みんなが来訪者との触れ合いにより達者になろう」というように「達者の循環」への願いが込められている。そして、「達者村」プロジェクトがめざす“究極のグリーン・ツーリズム”実現への方策として、「農山漁村での充実した余暇・リフレッシュ」といった従来のグリーン・ツーリズムから、「観光客として訪れた方々の中からファンを生み出し、将来的な長期滞在・定住につなげること」や、「地域にある資源を活用することで、自らの地域の見直しや自主的な地域づくり推進につなげること」などを掲げている。

県による各種計画立案のもと、旧名川町では、2004年2月に役場関係各課職員や関係団体代表者からなる「達者村ワーキング・グループ」を結成、同年6月に町役場内に「達者村推進本部」を発足し、具体的な事業内容の検討や地元交流資源の洗い出しなどを行った。「達者村」プロジェクトは、核となる施設を設けるのではなく、地域にある様々な文化や自然を見直す中から地域づくりを行おうというもので、県立案の計画があるとは言え、「具体的に何をどうしたらいいか」をなかなか明確にできず、ワーキング・グループのメンバーらは模索の連続であった。しかし、メンバーらは何度にも渡り入念な打合せを重ね、その中から開村式の内容や達者村らしい活動を生み出し、同年10月9日に『あおもり「達者村」開村式』を開催。プロジェクトを本格的にスタートさせることとなった。



達者村開村式



県の事業から自立して飛躍をめざす「達者村」プロジェクト

2006年1月には、旧名川町、旧南部町、旧福地村の3町村が合併したが、「達者村」プロジェクトは新・南部町に引き継がれ、活動エリアや活用できる交流資源が広範囲に広がった。合併に先立って、2005年11～12月には、「達者村づくり工房」が組織され、「達者村」プロジェクトの将来像や具体的な整備方針等を明確にし、地元住民・事業者と行政との連

携のもと長期的な達者村振興につなげることを目的にした「達者村振興計画」策定に向けて検討を行った。青森県の計画立案による『あおもり「達者村」開村モデル事業』は、2005年度でその事業を終えたが、南部町では将来にわたって「達者村」プロジェクトを続けていく方針を持って、2006年3月、町独自に「達者村振興計画」を策定した。

2006年6月には、それまでのワーキング・グループを発展させる形で、住民組織代表者や町役場の職員からなる「達者村づくり委員会」を設置し、現在まで活動を継続させている。

「達者村振興計画」の概要（2006年3月策定）

達者村の将来像

「“友～ったり 遊～ったり 農～んびり” みんなが達者になれる村」

「達者村を訪れた方々に住民との交流を通して達者になっていただくとともに、南部町民みんなが来訪者との触れ合いにより達者になろう」という願いが込められている。（達者の循環）

実現するための4つの目標

1. 住民・団体を主体に行政と連携した推進体制づくり
2. 来訪者をもてなす交流環境づくり
3. 来訪者の長期滞在・定住受入を見据えた滞在システムづくり
4. 豊かな地域資源を活かした魅力づくり

様々な取組が展開される「達者村」プロジェクト

「達者村」プロジェクトでは、前述したように、これまで南部町で行われてきた「観光農園」、「産地直売所」、「ホームステイ」などグリーン・ツーリズムに関連する3つの主要事業をベースとしながら、それら事業の更なる発展と新たな関連事業の広がりによって、長期滞在二地域居住の実現をめざしている。「達者村」プロジェクトで始まった新たな関連事業で主なものは次のとおり。

達者村特産品認証事業

町内の住民・事業者が製造する農産加工品、菓子、手工芸品などの特産品を「安全・安心か」、「達者（健康・長寿）に資するか」を重視した基準に基づいて、「達者村特産品認証委員会」が審査し、認められたものを「達者村特産品」として認証する「達者村特産品認証制度」を2004年度からスタートさせた。認証された達者村特産品には、“達者”に役立つ証として、「達者村認証産品」マークを表示できるようになる。「達者村認証産品」は、各地区の農産物直売所等で販売されている。認証マークが表示されていることで、販売促進・ブランド化とともに、「達者村」プロジェクトの町内外への浸透が図られている。

達者村百景

達者村づくり委員会では、眺めることで心が癒され、“達者（健康）”になれるような町内の優れた景観ポイントを公募し、優れたものを100件選定のうえ、「達者村百景」として町内外に発信しながら、守り育てていく事業も行っている。

達者村モニターツアー

達者村づくり委員会では、2004年10月の「達者村開村式」と2005年2月の2回、一泊二日の行程で住民との交流を楽しむ「達者村モニターツアー」を実施した。開村式でのツアーでは、ドライフラワーのしおり作り、りんごのジャム作り、満開に咲いた菊畑での菊の摘取、そば打ちの体験の他、「昔話語り聞かせの夜」で南部弁の味のある昔話を聞く会が持たれた。2005年のツアーでは、ハウス栽培のいちご狩りや米・梅・りんごの三種類の酢を使った長いもの漬物作りの体験、郷土芸能の「名川地方えんぶり」の鑑賞や達者えんぶり唄講座への参加などが行われた。宿泊先の農家では、せんべい汁や畑で採った野菜等を使った郷土料理が振舞われ、農家との語り合いが持たれた。

参加者からは、「農家の収入や後継者問題など普通のツアーでは知り得ない知識を得ることができた」といったような満足感あふれる感想が聞かれた。このツアーへの参加を縁に、2005年横浜市在住の一組の夫婦が長期モニターとして3か月間町内に滞在した。以降、各種のモニターツアーを展開している。

農業インターンプロジェクト

農業に関心のある首都圏・関西圏の青年研修生が、町内の農家でインターンとして実地研修を行っている。大手人材派遣会社が2005年度から実施している農業分野での雇用創出などに向けた研修を、青森県と南部町が共同で受け入れている。観光農園の振興を図る「達者村農業観光振興会」や、農産物直売所を運営する「名川チェリーセンター101人会」など地元団体が、それに協力している。

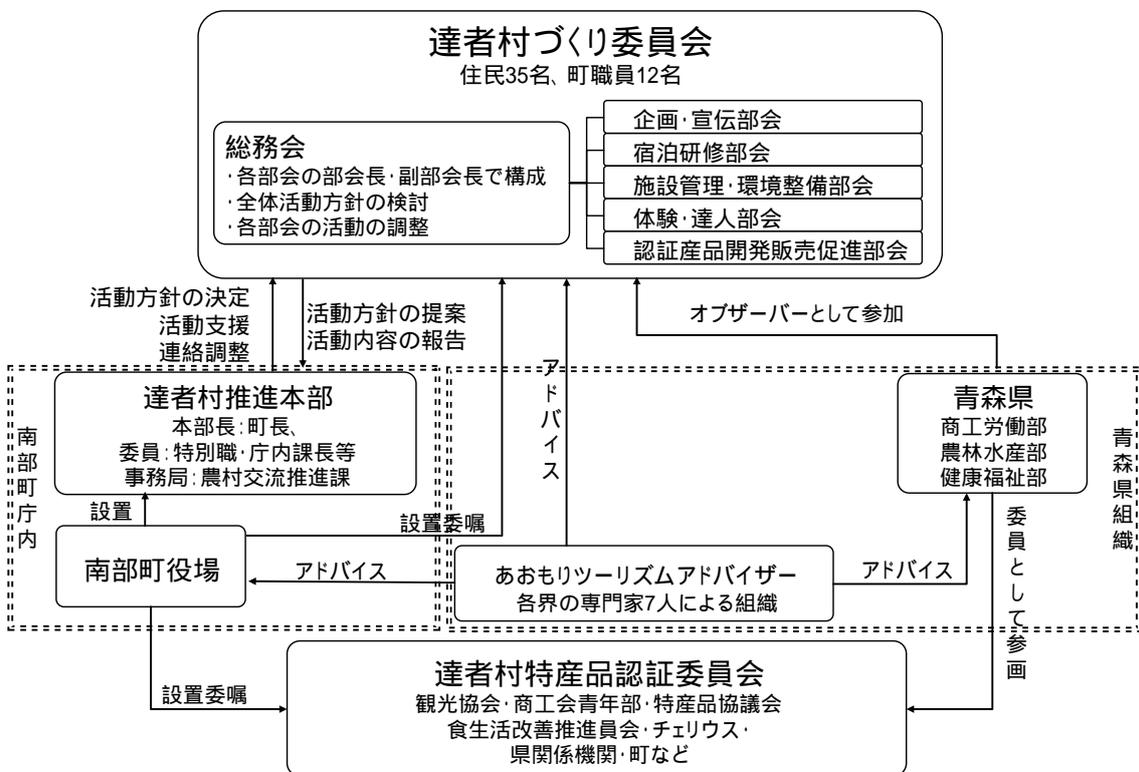
花壇コンクール

2007年には、達者村開村3周年記念事業として、「達者村」プロジェクトの地元コミュニティへ更なる浸透を図り、全国から訪れる観光客等を花で彩られた達者村で迎えようと、地元住民・事業者を対象とした「達者村花壇コンクール」が南部町と達者村づくり委員会によって実施され、翌2008年度も引き続き行われている。

その他、各種事業

「達者村」プロジェクトでは、こうした事業のほか、商工会によるグッズ（Ｔシャツ、携帯ストラップ等）の企画・製造・販売、フォーラムの開催、写真コンテスト事業、PR用のぼり制作など、様々な事業を展開してきている。2008年度には、交流活動を更に拡大するために、来訪者が農産物の植栽から収穫までを楽しむリレー農園「達者村ずっぱど農園」の運営や、町内の空き家の有効利用を通じて定住促進を図るための「空き家バンク制度」の創設などを行っている。

「ずっぱど」とは、方言で、いっぱい、たくさん、という意味。



3. 今後の課題と展望

民間主導への転換で真の「達者村」をめざす“未完のチャレンジ”

南部町の「達者村」プロジェクトは、青森県からの呼びかけのもと、住民・事業者と町役場が連携して行ってきた「観光農園」、「産地直売所」、「ホームステイ」という3つの取組をつなぎ合わせる形で立ち上がり、様々な新規事業を展開してきている。だが、今後、「達者村」の理念の普及と具現化を一層進めて、“究極のグリーン・ツーリズム”を実現していくためには、乗り越えなければならない課題も多い。

町の担当職員は、次のように話す。「『達者村』プロジェクトは、『擬似農村（バーチャルビレッジ）』という表現で表されるように、はじめて見聞きする者にとっては一見分かりにくいこともあり、そのイメージや必要性、あるいは将来像を、より一層明確かつ具体的に示しつつ、地域住民・事業者等の積極的な参画がなければならない。特に、『達者村』プロジェクトが旧名川町で始まり、合併を経て他町村への広がりを求めているため、町内全域への普及・浸透が課題と言える。また、現在は各種事業の中核を“達者な”中高齢者が担っているが、数十年単位で取り組んでいく事業の性質上、将来的には必ず世代交代しなければならない時が訪れる。そのことから、幅広い世代に取組の輪を広げ、“達者”のバトンが確実に受け継がれていく仕組みを作らなければならない。」

また、「達者村づくり委員会」の総務会会長（佐々木 進氏）は、今後への希望を求めて次のように話す。「これまで『達者村』を続けてこられたのは、行政の担当職員の情熱と粘り強さがあったからである。だが、将来、行政が止めたら、事業はしぼむ。今やりたい事は、行政主導から民間主導に上手く切り替える事であり、それによって初めて『達者村』は“真に”成功したと言える。例えば、事務局の機能を行政がやっているが、今後は自分たち民間でやれる事は自分たちでやっていきたい。そのためにも、安定した収入源となる大きな柱を作る必要がある。」

町の担当職員は言う。「『地域づくりをお客様との交流につなげ、お客様との交流を更なる地域づくりにつなげる』、この終わることのない“未完のチャレンジ”に向けて、これからも地域住民・事業者とともに、じっくりと着実に挑戦し続けていきたい。」

もてぎまち

茂木町 (栃木県)

オーナー制度で都市農村交流

地域住民による地場産品発掘・特産品を活用した都市農村交流

【取組の概要】都市との交流が住民一人ひとりを明るくし、集落を変える

茂木町は、戦前から葉タバコの栽培で栄えた地域であったが、時代の変化による葉タバコ産業の衰退とともに、他の中山間地域と同様に過疎化が進展していた。そうした中、活力を失った地域の現状を変えようと、1984年頃から町内のある地区の集落で1人の男性がゆず栽培に目をつけた。その男性の強力なリーダーシップに導かれながら、集落の全戸が結束し、荒れた農地を整備してゆず栽培を始め、ゆずが実るようになると、集落では都市との交流を進めようとイベントを開催した。更に、都市の住民にゆずの木のオーナーになってもらおうと「オーナー制度」を創設し、今では400組以上のオーナーが登録し、都市農村交流が大きく進むようになった。

このオーナー制度は、茂木町の他の地区でも次々と導入されるようになり、しいたけ、棚田米、梅、そばなど、地区それぞれの個性を活かしながら多様な取組が展開されていった。そばのオーナー制度を取り入れた集落では農村レストランへと発展し、梅のオーナー制度を行う集落では、10年以上8割がリピーターになっているという息の長い都市農村交流となった。そばの農村レストランの成功が他の地区を触発し、農村レストランもそれぞれ工夫を凝らした形で増えていった。



都市農村交流を進める茂木町のブルーベリー農園

町では、それぞれの地区と連携しながら、様々な形で支援施策を展開している。

1. 茂木町における農業と村づくり

人口は毎年200人減少、交流人口は年間250万人

茂木町は、栃木県の南東部にあり、茨城県との県境に位置する。町の面積172.71km²のうち7割が山林となっている中山間地域で、町の北部には清流那珂川^{なかがわ}が流れる。町全体にクヌギやナラなどの広葉樹林が多いのが特徴でもあり、春には新緑、秋には紅葉が楽しめる季節感あふれる町と言われ、豊かな自然を求めて訪れる観光客も多い。近年は毎年約200人ずつ人口が減少し、2008年12月時点の人口は15,424人、世帯数が4,918世帯、高齢化

率は30%を超えており、過疎化が進んでいる。

茂木町の名は、国内最大級のサーキット場である「ツインリンクもてぎ」で全国に知られており、様々なイベントが開催されるたびに多くの都市住民が来訪する。また、第3セクターで運営される^{もあかてつどう}真岡鐵道は休日にはSLを走らせて、これを目当てにやって来る人もいる。更に、ここ10年の傾向として、一般の観光地に飽きた団塊世代の間で“道の駅巡り”が流行しており、茂木町の道の駅や直売所もすべて売上が好調という。1996年に完成した第三セクターの道の駅は年商5億円以上、農産物の直売だけで2億円以上を売り上げている。

茂木町の人口は減少しているものの、首都圏大都市部からの日帰りコースに丁度良い距離にあることから、年間交流人口は250万人と関東圏の自治体の中では多い部類に入る。

茂木町の農業の盛衰

戦後、茂木町の人口は一時期33,000人ほどまでに増加し、繁華街は大変賑わっていた。町の繁栄を支えてきたのは、畑での葉タバコの栽培で、町内に専売公社の工場もあった。町の土壌と気候は葉タバコの栽培に合っており、当時、葉タバコは専売公社によって安定した売買が行われていたことから、畑を持つほとんどの農家が葉タバコを栽培するようになり、葉タバコ産業とともに町は大きく発展した。しかし、時代が変わってタバコの需要が減り、専売公社の統合が進むと、1977年には工場が移転してしまった。もともと葉タバコの栽培は手間がかかるため労働従事日数が多く、重労働だったこともあり、やがて茂木町での葉タバコ栽培は衰退していった。

代わって、茂木町の農業は、米とこんにゃくが中心となっていったが、こんにゃくは市場での価格変動が激しい作物で、好調な時は良かったが、価格が低迷し始めると兼業農家の畑から遊休農地が増え出した。

現在、農業はかつての勢いが無くなったが、棚田では米の栽培の他、傾斜地では、ゆず、梅、その他果樹などが栽培され、後で述べるオーナー制度や観光農園に利用されている。

土日は住民と一緒に汗を流すのが茂木町役場流

茂木町では20年程前から、小学校区単位で村づくりの委員会を作り、住民と行政が協力して村づくりに取り組んでいる。地域の住民と町の職員が一緒になって村づくりの活動を行うことで、地域が活性化し、職員の人材育成にもつながっている。

町の職員は、役場に就職すると新入1年目から各地区の委員会に入って、住民と一緒に村づくり活動に取り組む。自分の担当の部署に関わりなく、係長級が事務局長になり、その下に若手職員が付いて計5人程で各地区の委員会事務局のサポートをする。この時、職員たちは普段の業務を越えて、部局横断的に地域活動の手伝いをする事となり、町の職員は皆（特に若手職員の頃に）この委員会活動の支援を経験してきたことから、各地区の

実態や集落の活動のことをよく理解している。

町長は言う、「うちの役場は、他所の市町村と違って、土日に忙しいですから」。村づくりの活動は土日に行われることが多いため、その時には町の職員も地域の住民たちと一緒に参加して取り組む。ある若手職員は、町の採用試験の際には、「土日の勤務を嫌がる職員なら、うちの職場には要りません。あなたはそれができますか？」と、町長に訊かれたという。もちろん業務のため職員は代休等を取っているが、新入職員3年目くらいまでは担当地域以外のイベントにも呼ばれたり、本当に忙しいという。「地域に出かけて村づくりの活動を手伝うと、住民の人たちには本当に喜ばれる」と、若手職員は言う。イベントの手伝いはもちろんだが、普段のパソコンを使っての事務作業も喜ばれる。地域に行けば、「君！」と地域の人が気軽に声をかけてくれる関係になる。

また、地区の集落によっては、職員が頑張ることで、「さあ、自分たちも頑張らなくては」と思ってくれるという。「住民の皆さんは職員が口先だけでなく、動いてくれるかどうかをよく見ておられます。」「職員が本当にやってくれている、それなら信頼に応えなくては」と地元も頑張ってくれる。その信頼関係は、普段の付き合いではなく、土日にできてくるのかなあと感じます」。いい村づくりができるかは、「最後は、町の職員と地元住民とのいい信頼関係で決まる」と言う。

こうした取組を通じて、茂木町では、町の職員全員が所属する部局を越えて、村づくりをサポートするという意識を持つようになっており、それは様々な町の施策にも反映されているという。例えば、町の総合計画に含まれる地区計画は、地区毎に地域住民と町の若手職員が一緒になって考え、まとめ上げたもので、また、計画に基づく事業実施やその評価も同様に住民と職員が協力して実施する。「住民が主役となって計画し、行政がそれを支援して村づくりを行うというのが、茂木スタイルです」と職員は話す。

2. オーナー制度などによる都市農村交流

(1) 山内地区

村の気候や土壌にあった「ゆず」を村おこしに活かそう

茂木町の北東部にある「山内地区」では、町内の他の地区と同様に、葉タバコの生産が盛んに行われて活気があった。ところが、葉タバコ産業が翳りを見せるようになってからは、農業に見切りをつける人が増えて他所に働きに出るようになり、集落は活気を失くしていった。山内地区の元古沢集落は源氏の血を引く集落で、この村を自分の代で絶やしては申し訳ないと、村おこしに立ち上がったのが石河智舒氏^{いしかわとものぶ}だった。1980年、石河氏は脱サラして地元で起業し、自身で集落再生の取組を実行していった。

村には昔から生えているゆずの古木があり、石河氏がある時、ゆずがこの村の気候や土壌などの条件に合っているのではないかと気が付いた。幸いなことに、ゆずは傾斜地でも栽培ができるため、南向きの斜面の山間地域にある元古沢集落でも栽培が可能だった。さ

らに、ゆずは病気に強く害虫もつきにくいいため農作業の手間があまりかからず、低温貯蔵もできる。石河氏は住民の協力を得て、1984 から 1985 年、荒れ放題となっていた畑をもう一度整備し、300 本のゆずの苗木を植えた。最初、消極的だった住民もいたが、もし失敗したとしても、畑がクズフジで覆われて荒れてしまっているよりはいい、ゆずの黄色い実がたくさんなっている方が景観としてもいいと住民を説得していった。

石河氏は自らの納屋を改良して集会所を作って開放し、1986 年に元古沢集落の全戸 13 世帯で「八溝ゆず生産組合」を立ち上げ、組合員が協力しながらゆずの木を新たに約 3,000 本育てた。また、集落もきれいにしようと、草を刈ってゴミを集め、ツツジや梅などを植えていった。組合長となった石河氏は「みんなでやっぺー、ゆずの里」と「元気」に皆に呼びかけた。逆に「ダメ」「困った」「まいった」といった「減気」は禁句となった。これが石河氏流の「こだま運動」だった。

1988 年には、待望のゆずが実り、集落外からお客を呼んで「ゆずの収穫祭」を開催することにした。しかし、元古沢は地図にもないような山道のどん詰まりにある小さな集落であるため、よほどインパクトがあることをしないとお客は集まらない。そこで、面白いことはできないかと知恵を絞り、方言を使い夢のある大きなほらを吹いて笑わせる「大ぼら吹き大会」を皆で企画した。このイベントはマスコミに取り上げられ、小さな集落に 500 人もの人が押し寄せ、その後は、毎年開催するゆずの収穫祭に大勢の人々が訪れるようになった。

茂木オーナー制度の生みの親、「ゆずの里かおりの村」

収穫祭に訪れた人ともっと深く継続的に交流していける仕組みが作れないかと考え、1993 年、元古沢集落に「ゆずの里かおりの村」を開村し、訪れる人には村民（会員）として、1 年間ゆずの木 1 本のオーナーになってもらうという「ゆずオーナー制度」を作った。この制度では 1 本 1 万円でオーナーになれば、自分のゆずの木から自由に実を収穫することができる。初年度には 98 名だったオーナーが、2008 年には 450 組 1,000 人を越えた。ゆずの里かおりの村では、開村式や収穫祭など年に数回のイベント交流会が開催され、同時に野菜やゆずの加工品の販売も行われている。

オーナー制度によって人的なネットワークができたことから、オーナーに協力してもらって未婚女性を募集し、地元の未婚男性との交流会を実施したところ、7 組のペアが成立して女性たちが集落に入った。

また、元古沢の集落の枠を超えて、山内地区全体に取組を広げたいと考えて呼びかけたところ、47 世帯の参加を得て、ブルーベリーの摘み取り農園「山内フルーツ村」を展開することになった。

山内地区のゆずオーナー制度等の取組の成功に刺激されて、その後、同様の取組が町内の他の地区にも広がっていき、山内地区の取組は、茂木の元祖村おこしと言われるようになった。

(2) 牧野地区

オーナー制度から出発して「農村レストラン」がオープン

1995年頃、茂木町の北部にある「牧野地区」では、那珂川河岸段丘に広がる畑作地帯が遊休農地となり、一時期は雑草のセイタカアワダチソウの黄色が勝ち誇ったように広がっていた。そこで、この地区をなんとかしようとする地区住民有志が立ち上がった。昔は、この地区ではそばや麦が栽培されており、麦は難しいが、そばならなんとか栽培できる、そばを打てる高齢者もいるということで、地区の有志でそばを復活させて村おこしをすることになった。山内地区の「ゆずの里かおり村」の成功に習って、牧野地区でもそばのオーナー制度を採用することにし、1998年、有志で「牧野地区むらづくり協議会(2005年より農事組合法人「そばの里まぎの」)」を立ち上げ、オーナー制度をスタートさせた。牧野地区のそばのオーナー制度では、一人1万円でそば畑50㎡のオーナーになれて、そばの種蒔きから刈取り、そば打ちまでを体験できる。やがて、オーナー制度が軌道に乗ってくると、地区の遊休地は次々とそばの畑に変わり、作付面積は広がっていった。また、県の無農薬・無化学肥料栽培の認定も受けるようになった。

むらづくり協議会のメンバーがイベントでそばを打ってオーナーに食べてもらおうと、オーナーたちには評判が良かったことから、「収穫したそばを農協に買い取ってもらうよりは、自分たちで農村レストランをやってみよう」という思いが2000年頃から関係者に広がり始めた。だが、レストランを営業していくとなると本当においしいそばを常に提供できる品質管理ができなければならない。そこで、農村レストランへの熱い思いを抱く住民有志が3年かけて、そば打ちやそばつゆをはじめ、経営に関わるあらゆる研究を重ねていった。そして、2003年、出資者を募って「そばの里牧野協議会」を発足させて、ついに「そばの里まぎの」をオープンさせた。

「そばの里まぎの」のそばは非常に好評で、現在年間4,000万円を売り上げている。今後は、そばは客単価が低いため、そばの加工品を増やして販売していくことを目標に活動を展開している。

(3) 烏生田地区

もてなしで都市住民に喜ばれる「梅の里」

茂木町の北部、牧野地区の西隣にある「烏生田地区」も、かつては葉タバコ栽培の衰退とともに活気を失っていった地域だった。地区の住民たちは、荒廃してしまった畑の景観をよくするために立ち上がり、あちこちにある10アールほどの遊休農地に梅を植える活動

を始めた。今では、地区の傾斜地に梅林が点在し、集落とともに美しい景観を形成している。

この鳥生田地区では、1998年に「^{うごうだ}鳥生田地区むらづくり協議会」が設立され、翌年の1999年にオーナー制度がスタートした。この地区の特徴は、「オーナーが継続していてやめないこと」だという。オーナー100組のうち8割以上は毎年引き続き契約を更新する。オーナー制度は10年以上になることから、「毎年契約を更新しているオーナーはもう親戚のようなもの」と協議会会長は話す。もちろん、8割の人については名前を覚えているという。毎年、4回行われるイベントのうち、2月に行われる花見会でどの梅の木オーナーになるかを抽選で決めるが、毎年契約更新をしているオーナーは梅の木にも愛着があって、「この梅の木オーナーでいさせて欲しい」と、要望が出る。結局、新規オーナーの2割の人での抽選会というのが定着しつつある。

この地区のイベントでは、協議会の女性たちが作る料理が非常に好評となっている。会長は「もう10年もやっていたら、メニューはある程度決まってくる」とは言うものの、このもてなしが8割もの契約更新につながっている。協議会の女性たちは、本当に頑張っていると会長も評価する。

なぜ、更新するかをアンケート調査でオーナーに聞いたところ、「地元が温かいから」、「もてなしがいいから」、「イベントが楽しいから」という結果が出た。こうした結果は、「協議会が自分たちの力量をわきまえて、オーナーとの契約をしているから」と、町職員は考えている。イベントに来てくれたオーナーを十分にもてなすことができる範囲以上にオーナー契約をしない、今地元に来てくれているオーナーに楽しんでもらえるように工夫する、ということを経験してきたことが、都市住民との長いつきあいを生んできた。

普通、梅の木1本1万円という、考えようによっては市場価格よりも割高に聞こえるが、参加者からすれば梅の収穫以上に楽しめることがたくさんあるため、決して割高ではなく、むしろ得をした気分になるという。オーナー制度には、たけのご掘りや、地元の郷土の祭への特別参加ができるなどの特典があり、更にはイベント時の料理が非常においしくて満足できるという。町の職員から協議会の女性に「値上げを考えてみてはどうか」と持ちかけたところ、「これぐらいがいいです。私たちが楽しんでいるから」と返事がかえってきた。



鳥生田地区の梅林

茂木町の村づくり（資料：茂木町）

| 名称 | 組織名 | 地元 構成員 | 取組内容 | オーナー | イベント内容 |
|-------------------|-----------------------|-----------|--------------------------------|------|--|
| ゆずの里 | 山内元古沢 ゆずの里かおり 村 | 14人 | ゆずの木1本のオー ナー | 450組 | 開村式、収穫祭 山野草の摘み取り体験等 |
| そばの里 | 農事組合法人 そばの里まぎの | 18人 | そば畑50㎡のオーナー 制度 | 30組 | 種まき、刈取り、収穫 祭、そば打ち体験等 |
| | | | 農村レストラン「まぎ の」経営 | - | 新そば祭等 |
| 天神梅と竹林の里 | 烏生田地区 むらづくり協議 会 | 25人 | 梅の木1本のオーナー 制度 | 120組 | 花見会、タケノコ掘り、 収穫祭、いも煮会等 |
| 日本の棚田百選 「入郷石畑」 | 入郷棚田保全 協議会 | 9人 | 棚田1aのオーナー制 度 | 58組 | 田植え、草刈り、稲刈 り、ホタル観察会、収穫 祭等（年10回） |
| きのこの里 | 青梅協議会 | 25人 | しいたけほだ木50本の オーナー | 50組 | しいたけ教室（年3回） |
| さくらんぼの里 | さくらんぼの里 生井 | 7人 | さくらんぼ摘み取り農 園 | - | 道の駅でさくらんぼ祭 |
| フルーツ村 | 山内フルーツ村 | 47人 | ブルーベリー摘み取り 農園 | - | 摘み取り体験 |
| 柿の里 | 河井上柿 生産組合 | 7人 | はちや柿の加工品開発 | - | 未定 |
| かぐや姫の里 | 竹原郷づくり 協議会 | 29人 | 竹林と棚田のオーナー 制度 | 25組 | 田植え、草刈り、稲刈 り、タケノコ掘り、ブ ルーベリー摘み取り、収 穫祭、門松等（年9回） |
| 虹色の里 あじ彩 | 虹色の里 あじ彩協議会 | 11人 | 押し花やリースなどの 花の体験と農村レスト ラン | 20組 | 材料集めからリースづ くりまで体験するイベン ト等 |
| パパスの丘 | 深沢パパスの丘 協議会 | 35人 | イモ掘り収穫体験 | 15組 | ジャガイモ、とうもろこ しの播種と収穫体験 |
| 棚田の里かぶと | 棚田の里かぶと | 30人 | 棚田1aのオーナー制 | 28組 | 田植え、草刈り、稲刈 り、収穫祭等（年9回） |
| いい里 さかがわ館 | さかがわ協議会 | 70人 | そばレストラン、惣菜 加工、野菜直売 | - | 新米まつり、「オールさ かがわ」イベント開催 |

(4) 竹原地区

「かぐや姫の郷 竹原」のブルーベリー栽培と棚田オーナー制度

茂木町の最北部、烏生田地区の北の「竹原地区」では、2003年に、全世帯29戸の参加で「竹原郷づくり協議会」を立ち上げた。近隣の烏生田地区で梅のオーナー制度が始まっており、それに触発される形で「この集落でも何かやろう」という声上がり、ブルーベリーを皆で植えようということになった。ブルーベリー栽培は、町内では山内地区の集落ですでに栽培されていたものの、竹原地区では全く誰も経験がなかった。一方でブルーベリーは無農薬で、簡単にできるという利点があることから、取り組むことになった。

しかし、当初は資金がなかったため、まずは資金を調達する必要がある。相談の結果、集落で毎月、1人2,000円ずつを積み上げていた旅行資金を活用し(2年間は旅行を休止)苗木を買ったり、植え付けの準備をするなどした。

こうした努力をしていたが、それでも資金が足りず、最初は皆ボランティアで取り組んでいた。そこで、棚田のオーナー制度をやってみようということになり、「かぐや姫の郷人オーナー」と名付けて1人35,000円で募集したところ、15組の応募があり、資金が集まった。その後少しずつオーナーを増やしていき、2008年には28組になっている。

また、竹原地区には、その名のとおり竹が多いことから、乾燥たけのこや土窯で焼いた竹炭などの加工品を作って販売することにし、そこから得たお金をブルーベリーの栽培に回した。さらに、ブルーベリー畑の前に古い建物があつたため、それを改装して「竹の家」と名付け、2007年からは野菜を販売した。竹原郷づくり協議会の会長は言う、「とにかく、資金がないことに苦労しました。」



「かぐや姫の郷 竹原」(左：竹の家、右：かぐや姫農園)

足元からの発見と集落の変化

竹原地区では、新たな取組を始める際に、集落でやりたいことを町の農林課に伝えると、「いろいろな助成があるからそれを使ったらいい、でも取り組む前にワークショップ(集落内にあるもの探し)をした方がいい」と薦められた。そして、「ふれあいの郷づくり事業

(県単むらづくり事業)」として、2003年4月から大学教授の指導のもとワークショップを実施した。

このワークショップを通じて、地区の住民たちは多くのことに気がついた。「集落を歩いてみたら、農道が狭い、出会い(交差点)が危ない、携帯電話が通じない。畑は全部草ぼうぼう、竹やぶができていて、これには皆が『かっこ悪い』と気がつきました。良いことは、空気が澄んでいる、滝があること」と会長は話す。このワークショップを通じて、「竹原には滝がある！この滝を多くの人に見てもらおう」ということで滝周辺の整備を始め、また、森林ボランティアの力を借りて、荒れ放題の山をきれいにしていっていった。

こうした村づくりの取組を通じて、地区の集落には活気が戻ってきている。協議会のある女性は、次のように話す。「女性はみんな楽しいと言っています。お客さんに漬物を出すと、皆さん『おいしい』って言ってくれるので、ついまた別の漬物をもってきて振舞うと、また『おいしい』と言ってくれる。皆が感謝しあっています。活気が出てきました。」また、協議会の会長も活気が戻ってきたことを次のように話す。「誰もが商売するという考えになり、お客さんへの対応にも慣れてきました。1年に5～6回来てくれる人もいますから、リピーターで来てくれる人の名前を覚えています。そうすると、頭を使うからいいですね。今までそういうことはありませんでしたから。皆でいろんなことをするので、集落内の接触も多くなりました。それに、わずかでもお小遣いをもらうとうれしいです。もっとお金がまわるようになればもっと皆が喜んでくれると思いい、もっと頑張らなくてはと思っています。」

(5) 各地区に波及する村づくりと町職員のサポート

各地区に波及し発展する村づくり

町内にはこの他にも、先進地区の成功に触発される形で、「自分たちもオーナー制度を取り入れてみようか」、「自分たちも新しいことに挑戦してみようか」と言って、新たな村づくりを始める地区が徐々に増えてきている。こうした各地区の村づくりの多くで要となっているオーナー制度は、単にオーナーとなる作物が違うというのではなく、各地区の特徴を活かして個性を出せる方向で展開し、形を変えて発展してきている。

東部の「ツインリンクもてぎ」の南に位置する「青梅地区」では、1999年に立ち上げた「青梅協議会」で、しいたけのオーナー制度に取り組んだが、牧野地区と同様に、そばの農村レストラン開設への思いを強め、2003年に小規模の店舗でそば処「おうめ」をオープンさせた。店舗の立地は交通の便があまり良くないので、関係者は心配したが、人気を博し、現在は席数を増やして営業している。

山内地区の西隣の「河又地区」では、地区の女性のみで立ち上げた団体「虹色の里あじ彩」で押し花やリースづくりを手がけ、「ツインリンクもてぎ」と連携してクラフト体験を開催してきた。この女性グループも農村レストランをやってみたいという熱い思いを抱き、

2005年、12名で「虹色の里あじ彩協議会」を設立し、農村レストランと花工房「虹色の里あじ彩」を開店した。このレストランでは、自然の食材を楽しめるアイデアを凝らしたメニューが並び、訪れた客の評価も非常に高い。現在のレストランの営業は昼間だけで、初期投資を抑えるために公民館併用型でスタートした。

そば処や農村レストランなど飲食店を開業する地区が増え、人気も出るようになってきているが、地区ではこれまで他所から人が来ることが少なく、そのための案内標識もあまりないため、たまに予約客がいくら探しても辿り着けないことも起こるなど思わぬ問題も出てきている。

足しげく通う町職員のサポート

以上のようなそれぞれの地区住民の取組に対して、町の職員が住民たちの話し合いに参加して、相談に乗ってアイデアを出したり、関係者を紹介したりと、計画の実現に必要な支援を行ってきた。国の補助事業などを積極的に活用し、果樹の買い付けや設備投資などへの補助も行ってきた。オーナー制度は広く周知が進んだことから、オーナーの募集には時間がかからなくなっているが、加工品へのアドバイス、広報活動、道の駅での販売など、様々な形で支援を展開している。職員はとにかく足しげく話し合いに通っているという。

3. 有機農業などを通じた様々な都市農村交流

町に新しい風、有機農業をめざす新規就農者たち

茂木町では、これまで12組の新規就農者を受け入れ、そのうちの10組は有機農業を目指している。新規就農希望者たちを町では支援し、新規就農の会を作って、勉強会を行っている。「新規就農は簡単ではないし、有機農業は誰が取り組んでみても難しいのは言うまでもない。理想を持つことはいいが、常に理想と現実のギャップが目の前にある。そうしたことを、新規就農を目指している本人も理解しながら茂木町で頑張っている」と、町の担当職員は話す。

茂木町では、新規就農者に対して補助事業を活用して住居の優遇措置を取っているが、かといって、「誰でも就農して下さい」というわけではなく、新規就農には農業への強い関心を持っていることを条件としている。また、町としては「地域では素直にお付き合いしてください。それが苦手な人は向かない」と就農希望者にはっきり伝えてきた。これまでの12組は、それぞれ別の集落に入る形で就農しているが、特に大きなトラブルはないという。

オーナー制度の導入とともに、新規就農者が各地区に入ってくることで、農家が農業にもう一度目を向けるようになり、都市農村交流の新しい流れができるようになってきている。

都市住民の支持を集める「美土里たい肥」の野菜

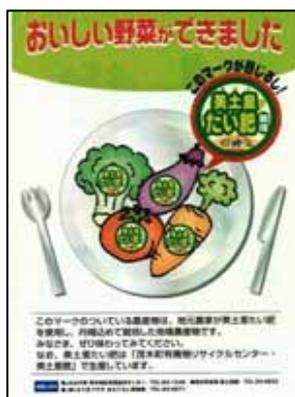
茂木町の「有機物リサイクルセンター『美土里館』^{みどりがん}」では、地域から出る「ごみ」(5種類の有機物、町ではごみではなく資源として捉えている)を集めて、高品質な堆肥を作っており、その堆肥を使った野菜は、甘みがあると消費者から評判になっている。

美土里館で作った堆肥で生産された農産物などには、「美土里たい肥」というマークを付けており、道の駅などではよく売れているという。すべてではないがオーナー制度で作る作物の栽培や、各地区で生産する農産物の無農薬栽培でも、この堆肥を利用することで、茂木町の農産物イメージが高まり、都市住民に指示されつつある。

美土里館で作る堆肥は、酪農家から出る牛糞、家庭や事業所からの生ごみ、木の葉(山林の落ち葉)もみがら、間伐材から製造するおが粉の5種類の有機物で、堆肥製造プラントで120日間熟成させて作る。

どこの自治体でもゴミ処理問題は悩みの種だが、茂木町でも一般家庭から出る生ごみを上手く堆肥化できないか、研究を重ねてきた。ごみはその重さで取引きされてコストが決まってくることから、ごみ類の中でも水分を含んでいて重い「生ごみ」を堆肥製造に使うことで重量を減らし、経費削減に大きく貢献している。

また、町内の山林には広葉樹林が多く、バクテリアの繁殖にちょうど良い木の葉が手に入りやすい。昔は、農家は山の手入れをして、山林で集めた木の葉を田んぼに投入していたが、最近は山の手入れをしなくなったため木の葉が余っていた。冬場になると、町内の道路の脇には、大きな袋に入った木の葉が置いてある。これは農家が山で集めたもので、一袋400円で町が買い上げている。農家は自分の山をきれいにして、木の葉を売ることができ、上手く作業を進めれば、一日に6,000円くらいになり、冬場の貴重な収入源になっている。



「美土里たい肥」で作った野菜の宣伝パンフレット



道路脇に置かれている農家が山林で集めた「木の葉」の袋

4 . 村づくりのこれから

茂木町では、オーナー制度が始まって10年以上が経過し、地区ごとにそれぞれの特色を活かした取組が展開されてきた。今後の展開として、町では各地区の「点」としての取組を、点から線、線から面に繋げていきたいと考え、村づくりの連絡組織を立ち上げて、地区間、集落間の連携を目指している。

また、町では、村づくりの基本姿勢として、都市との交流事業については、町全体の活性化や経済性よりも、住民一人ひとりが交流して楽しいと感じること、都市住民に「おもしろい町ですね」、「いい町ですね」と言ってもらって、住民がそのまちに誇りを持って暮らしていけることが大切であると考えている。町の職員は、「住んでいる住民が満足して楽しく元気に過ごしていけるまちであれば、裕福は後からついてくる」と言う。

「今更、企業誘致は無理だし、かといって自力で経済活性化しろといっても高齢化が進んだ今の状況では無理だと思います。自分たちの力量にあわせて、この町に住んでよかったなあと思えるのが茂木スタイル。いつまでも茂木のいいところを維持したい、企業誘致のような急激な変化よりも、今のまま各地区のいいところを伸ばしていきたい」と、町職員は語る。

かしわざきし

柏崎市（新潟県）

農村滞在型交流観光による 地域活性化

田舎の良さを生かし、住民・行政の協働により交流人口を拡大

【取組の概要】「じょんのび」で「住んでよし 訪れてよし」を築く

1985年の国勢調査は旧高柳町（現柏崎市高柳町）にショックを与えた。町は新潟県で人口の減少率が最も高い町となってしまったからだった。地域の衰退に危機感を抱いて「何かしなければ」と考えていた若者たちは、地域の様々な団体に働きかけて、東京の有名百貨店の物産展に参加することになった。物産展での高柳町の売上は好調で、60近くの出店の中でベスト3に選ばれた。この物産展をきっかけに若者たちは、東京からの観光客が泊まれるような施設を町に望むようになった。

1988年に旧高柳町は「ふるさと開発協議会」を設置し、若者を中心に参加を呼びかけて町の観光・交流ビジョンの策定に取り組んだ。協議会への参加メンバーは2年間に220回もの会議と30回以上の視察により、「訪れてよし 住んでよし」の地域づくりに向けて、第3セクターの必要性や純製品の販路の開拓、農林業の再生などについて提言した。町は協議会の提言をもとに、その後の観光・交流ビジョン「じょんのび構想」を策定し推進していった。「じょんのび」とは、お国言葉で「ゆったりのおんびりして、心から心地いい」という意味。



高柳町荻ノ島地区のかやぶきの民家

1994年、10haの敷地に、温泉・飲食・直売・宿泊の機能を完備し、第3セクター方式によって運営する「じょんのび村」が開村した。高柳町への観光客は、「じょんのび村」開村前は年間3万人ほどだったが、2001年には27万人と大幅に伸びた。また、サテライト施設として、2つの集落にかやぶき民家の宿泊体験施設が4棟完成した。

高柳町は1999年、それまでの10年間の地域づくりを振り返るためのアンケート調査を実施したところ、当初の構想の「住んでよし 訪れてよし」のうち、「訪れてよし」については「じょんのび村」の知名度が上がり一定の成果が得られたが、これに比べて「住んでよし」については「まだまだ」と感じている人が多いということが分かった。そこで、2003年の「じょんのびツーリズム実践ビジョン」では、「住んでよし」を主軸として、「じょんのびらしい生活提案から生まれる地域経済」を基本方針とした。また、もう一つの基本方針として「じょんのび景観を創造することは地域個性の深化」を掲げ、「じょんのび」らしい暮らしと共にある集落毎の資源発掘と磨き上げを求めた。

一連の流れの中で、旧高柳町職員は「住民がやりたいことを、行政が支援する」という、行政のあり方を貫き、地域をよく観て、行政として「場」や「機会」を作って提供してきた。

1. 町への危機感から若者が動き出した

若者が動き出した百貨店での物産展

2005年5月に、旧高柳町は編入合併によって柏崎市となり、柏崎市高柳町は2015年4月まで合併特例法に基づく地域自治区となっている。高柳町は柏崎市の南部に位置し、町域の7割が山間地域となっている。典型的な日本海型気候の雪深い地帯で、積雪は1~1.5m、山間部の多いところでは3mとなる。戦後の最盛期には10,000人以上だった人口が現在は1,984人、世帯数837戸(2009年2月現在)となっており、人口減少と高齢化に歯止めがかからない。1985年の国勢調査では、高柳町の人口減少率は新潟県で最も高くなった。

1980年代、町の衰退を止めるために、町全体で何か打つ手を考えなければと誰もが認識をしていた。最初に動き出したのは地域の若者たちで、1983年に水曜会というグループを作った。1985年、水曜会のあるメンバーが、東京の有名百貨店が主催する企画展の話を持ち込んだ。東京の百貨店に全国から60近くの村が集まり物産展が開かれる、それに高柳町も出品しないかという誘いだった。

それまで、町の外に高柳町のものを直接売り込むという経験は誰にもなかった。そこで、物産展に参加するため町内で準備会を作り、30歳代の若者が中心となって事務局を担当、出品するものを考えては町内から掻き集めていった。

東京の会場には、いろいろな団体が来ていた。よその団体は行政か、商工会、農協のいずれかが中心となって取りまとめていたが、高柳町は、役場、農協、森林組合、商工会、婦人会、青年団、老人クラブ、水曜会の8団体から老若男女が参加し、町の主だった団体がほとんど入っていた。この物産展の参加をきっかけに、その後、町内組織間の連携がスムーズにできるようになった。東京の物産展会場はまるで「村の博覧会」のようで、会場の裏方の調理場には全国からきた団体が集まって話が盛り上がり、持ち寄った物産の交換会が行われた。高柳町のメンバーは調理場で交流を楽しみながら、期間中の1週間毎日、1日中売れ続ける山菜のてんぷらを揚げ続けた。メンバーたちにとって物産展は、その後の地域づくりを担っていく上でいい経験となった。

物産展を終えてみると、高柳町は参加団体の中で売上がベスト3、賑やかさでもベスト3に入り、東京の人が高柳町を非常に好意的に評価してくれていたことが分かった。東京の百貨店への出品は、更に1989年まで5年間続いた。

物産展への出品は、東京の人が高柳を評価してくれたという自信に繋がって、メンバーを興奮させた。できることなら東京の人にもっと高柳の観光を売り込みたかったが、当時は高柳には観光客を迎えられるような観光施設がなかった。将来的には高柳に宿泊施設、

交流施設を作ろうと若者メンバーたちは考えるようになっていた。

とりあえずメンバーは「ふるさと便」による農産物の販売を考え、物産展で広報することを考えた。役場とJAでふるさと便サービス「^{ゆめ}想正月便」を考えて、物産展に来た人に申しんでもらって、1986年の年末には1セット1万円の農産品等を1,000セット程売り上げた。また、若者グループは、旅行会社と提携して東京から高柳町への日帰りバスツアーも試行的に始めた。ツアー当日は準備していた会場が雨で使えなかったり、狭い茅葺家屋に多くの観光客を詰め込んでバーベキューをしたりと試行錯誤だったが、交流事業の経験を積んでいった。



高柳町特産のぜんまい



住民手づくりの笹だんご

町を変えるきっかけとなった「ふるさと開発協議会」

物産展をきっかけに、若者を中心に地域づくりへの思いがさらに高まりつつあったため、旧高柳町役場は、熱意あふれる住民で観光・交流ビジョンづくりを試みようと考え、まず、1988年からの2年間、「ふるさと開発協議会」によって住民主導の地域づくりを進めることにした。高柳町役場で「ふるさと開発協議会」の開催を決め、担当職員（春日俊雄^{かすがとしあ}氏）が農業や林業、工芸品づくり、商店、公民館活動、物産展、ふるさと便などで頑張っている人たちに声をかけて、協議会への参加を依頼したところ、参加者は行政からの頼まれごとという様子はまったく感じさせず、自分たちのこととして議論を進めていった。参加者は皆、「自分たちのまちは自分たちがつくる！」という強い思いを持っており、担当職員は「高柳の人は民度が高いし、粘り強いエネルギーを持っている」と感じた。

「ふるさと開発協議会」では、町長の「金を出すけど口は出さない」という方針のもと、住民が主役、行政が支援の体制で議論が進められていった。町職員約10人、地元住民約40人が参加し、助言者として外部からの専門家8人を交えて、2年間で220回もの会議を開催し、議論を重ねた。

話し合いはまず、「自然とのふれあい」、「生活文化とのふれあい」、「食文化」、「都市との交流」、「商品開発と流通（純産品）」の5つに分かれた部会毎に進められ、それぞれに外部の専門家1～2名が加わって議論した。若者が中心のこの協議会は熱く盛り上がり、仕事を終えた後に集会所に集まり夜10時半まで議論して、その後飲み会がてら夜中1時すぎまで

議論が続いた。

住民がやりたいことを、行政が支援する

町の担当職員は、「ふるさと開発協議会」の事務局をする以前に、その後の地域づくりのあり方を左右する貴重な経験をした。ある時、担当職員は自分で作った計画を外部の専門家に見せて、これからの話し合いのポイントや事業の体系を整理した案を説明した。すると、助言者の専門家は「高柳は、病人で言えば、重体。住民みんなで考えないと地域を創る力が出ない、みんなの力を引き出すには、『ふるさと開発協議会』の中ですべてを皆で議論して、自分たちのやりたいことをビジョンに織り込んで行くしかない」と言い、担当職員の案を退けた。担当職員は専門家の言葉に学び、その時から行政として「住民がやりたいことを、行政が支援する」という立場をとることに切り替えた。「こういう計画は、地域の人は何をやりたいかという想いを如何に拾い集め、繋げていくかというところに、成否がかかっています。」と、担当職員は言い切る。

「地域づくりにおいて、人は何かのきっかけで、やる気が出たり、懸案事項を実行に移したりする『スイッチ』が入る。一旦スイッチが入ると、テレビを見ていても、新聞を読んでも、村の人と話をしても、いつも頭のどこかに地域づくりのことがある。それは大きなエネルギーとなる。地域の人たちにスイッチを入れてもらうために、『場』を作ったり『機会』を作ったりすることが行政の仕事」と担当職員は言う。

行政の仕事は、場や機会を作ること

「地元で専門家の話を聞いて、外の地域を自分の目で見て、これは自分の地域に役に立つかなと思ったら、スイッチが入るんですよ。そのスイッチは他人には入れられない」と、担当職員は話す。理屈というのは「もっとも」だが、理屈だけでは地域づくりのスイッチはなかなか入らない。特に、山手の人には理屈だけでは動かないという。「本人が見て、本人が大事と思わないとスイッチが入らないですね」。だから、実際に現場を見ることができると視察は大切という。

「ふるさと開発協議会」のメンバーは、地域づくり先進地と言われる全国30か所ほどの視察に出かけた。小布施^{おぶせ}、野沢^{のざわ}、湯布院^{ゆふいん}、足助^{あすけ}、美作^{みまさか}、三島^{みしま}など、当時地域づくりで有名だったところはほとんど訪問した。皆が「視察先で得たものは、何か一つ自分の地域で生かす」という強い意志を持って出かけて、先進地のいろいろな情報や刺激を持ち帰っては会議で報告した。

「座学と視察と実践が人づくりのポイントとなる」とも担当職員は言う。地域づくりを実践していると、視察に行っても、講演を聴いても、いろいろな場面で気がつく範囲が広がる。実践を伴わない講演会、座学は単なる知識であり、地域づくりには効果が現れないという。

「ふるさと開発協議会」のメンバーの様子を見ながら、担当職員は町役場の自分たちが
できることは、自分たちが作業をすることではなく、住民のために「場」や「機会・きっ
かけ」を作って活動を支援していくことと考えるようになった。住民が関心を示している
時には、講演会や視察で支援をし、また、「一人ひとりが活かされて、ともに生きる」の心
持から適材適所で住民が活躍できるような場や機会を提供することも考え、町内を駆け巡
る日々を送った。

住民の熱意でまとめた提言

「ふるさと開発協議会」の取組を続ける中で、直接参加しない一般住民も地域づくりへ
の関心が高まっていった。「ふるさと開発協議会」は広く住民との意見交換をしようと、町
民フォーラムや町づくり車座町民集会を開催した。参加者は毎回 200 名を越えた。

「ふるさと開発協議会」では最終的に、「まちづくり基本方針」を 誇れる資源・財産を
受け継ぎ、将来にわたって生かす、それぞれの年代にふさわしい、しっかりとした生計
を地元で立てる、この土地に根を張って、よりよく暮らす、すべての地区・集落が生
き生きと暮らす、の 4 つとし、具体的な提言として、「ふれあいと集いの里づくり」「食と
工芸の里づくり」「純製品の里づくり」という方向性をまとめた。さらに、第 3 セクターの
設立、純製品の流通経路の開拓、農林業の再生などについても提言した。町長も「ふるさ
と開発協議会」の取組と提言を高く評価し、後に、この提言はほぼそのまま高柳町の計画
として実現していった。

人づくりの面でも「ふるさと開発協議会」は大きな効果をあげ、参加者の資質向上に繋
がったと言える。柏崎市高柳町となった現在も、当時の「ふるさと開発協議会」のメンバ
ーが住民主導の地域づくりを各方面で支えている。

「ふるさと開発協議会」での出会いから生まれた祭

「ふるさと開発協議会」では前述のとおり、全国に視察に出かけた。メンバーが富山県
利賀村の視察に出かけた時にある画家に出会い、その画家から狐の絵を貸してもらえるこ
とになった。そこから、「狐の夜祭り」が 1989 年から始まった。この祭は町内若者有志に
よる会「ゆめおいびと」が、地元の民話「藤五郎きつね」を題材に創作したイベントで、
白装束にきつねの面をつけて提灯を持った町民 40 名ほどがゆっくりと山の中を歩く、とい
う幻想的なムードが魅力となっている。また、逆に集落の会場では賑わいが演出され、大
油揚げづくりや踊り、太鼓などでイベントを盛り上げる。イベントには毎年、3,000 人ほど
の観光客が訪れる。

このイベントでは一時期、「ゆめおいびと」とマナーの悪いカメラマンとの戦いが繰り広
げられた。「狐の夜祭り」が県の写真コンテストで紹介されたことから、俄かにカメラマン
が増え、暗い山道を歩くのが祭の演出にも関わらず、フラッシュやライトをつけたり、脚

立を持ち込んだり、あるいはカメラマン同士がけんかしたりとひどいマナーの悪さだった。「ゆめおいびと」は、そうしたカメラマンを排除するなどの苦勞をしながら、2008年には20周年を迎えた。今ではすっかり町に定着して、毎年楽しみにしている住民が増え、夜の反省会は大いに盛り上がり、住民の交流の機会ともなっている。また、イベントの担い手には町内の中学生が加わるなど、世代間交流の機会にもなっている。

この他にも、「ゆめおいびとのメンバー」は雪まつり「YOU・悠・遊」等のイベントを企画し、町で暮らす子どもたちが楽しみにする冬のイベントとして、今でも毎年開催されている。

2. 「じよんのび村」の始動

「じよんのび」を主軸に計画を実行

「ふるさと開発協議会」の提言が、町によって実行に移されて行くこととなった。提言の中で出された構想のキーワードが「じよんのび」で、「じよんのび」とは、「ゆったりのにびりして、心から心地いい」という意味のお国言葉だが、そこには高柳町の生活に根付いた深い意味が込められている。「じよんのび」は、過酷な農作業をこなした後に「さあ、じよんのびしよう」といったように、農家の暮らしとともにある言葉だった。「じよんのび」という言葉を構想のキーワードに使うことで、地元の住民にはコンセプトが分かりやすく、評判が良かった。

「じよんのび構想」を進めることで、「物質的な豊かさを享受している都市文明に対して、高柳町では『自然と人』『人と人』が結びつきをより深めることを豊かさとする『もうひとつの道』を『じよんのび』に求めていく」ことになった。

交流観光コア施設とサテライトの整備

高柳町では、コアとなる1か所の大規模施設と2か所のサテライトで、農村滞在型交流観光（グリーン・ツーリズム）を誕生させた。1990年から高柳町は交流観光コア施設整備事業を開始、公設民営方式を想定して1992年、第3セクター方式による「株式会社じよんのび村協会」（資本金1億円）を設立し、待望の「じよんのび村」の一部を仮オープンさせた。1994年には、さらに食事処、加工・販売施設、貸別荘、温泉施設、宿泊・休養施設、ふるさと体験工房がフルオープンした。敷地面積が約17ha、総工費30億円をかけた大規模施設で、更にこれに隣接する形で、1995年には「新潟県立こども自然王国」もオープンした。

「じよんのび村」開村前の高柳町の年間入込客数は3万人ほどだったが、2001年には27万人に伸びた。また、公的観光施設の売上高も開村時1995年に486,892千円、2001年に537,016千円となっている。じよんのび村では42名（2002年現在、パート従業員を含む）

が働き、経済波及効果は8～9億円と試算された。

また、サテライトに当たる荻ノ島^{おぎのしま}と門出^{かどいで}の二つの集落には、公設民営の「体験かやぶきの家」を整備、それぞれ「荻ノ島ふるさと村組合」(1993年設立)、「門出ふるさと村組合」(1992年設立)が、各集落および全国から出資を募って設立された。

荻ノ島ふるさと村組合では、昔、かやぶきは貧しさの象徴だったため、かやぶきを見せて人を呼ぶことについては反対意見もあったが、今では多くの観光客が訪れてかやぶきを見て喜んでいることから反対意見もなくなった。宿泊用のかやぶき民家は「荻の家」が1棟25,000円、「島の家」が18,000円(いずれも食事別)で、何人でも宿泊できる。オープン翌年の2004年度には2,270人が宿泊した。現在も宿泊の予約は春から秋は好評で、また冬場でも雪の農村風景の写真を撮りたいという人が訪れ、年間を通じて利用者がいる。食事は集落の女性が調理し、地元の食材を使った料理は好評を得ている。荻ノ島ふるさと組合の出資額は、荻ノ島地区内で35人が85万円を出資するほか、新潟県内外の81人が173万円を出資し、合計258万円となっている。

サテライトとなっているもう一つの集落である門出地区では、かやぶきの家を整備する前に、豊かな村づくりについて話し合った。話し合いを深める中で、「都会の人から見たら自分たちは豊かさを持っているんだ」ということに気がついて、「だったら、この豊かさを都会の人にも分けてあげよう」ということになった。門出地区のある住民は「かやぶきの家を営業していることで、住んでいるわれわれも幸せであることを実感でき、お客さんにも喜んでいただけている」と言う。門出地区にも、荻ノ島地区と同様に2棟のかやぶき民家があり、宿泊者から高い評価を得ている。



じよんのび村

各地区との連携で「じよんのびの里」づくりへ

高柳町は、1994～1996年にかけて、「じよんのびの里地区振興計画作成検討委員会」を設置し、各地区による振興計画をまとめた。じよんのび村は順調に入込客数を伸ばし、様々な効果を高柳町にもたらしていた。町としては、次の展開として、じよんのび村と各地区が連携することで、様々な効果を全町域に広げて行きたいと考えた。そこで、それぞれの地区が地区の独自性を伸ばし、来訪者にアピールしていくために、各地区での振興計画の策定を試みた。



じよんのびの里

担当職員は言う、「各地区の構想ができたから、集落活動が個性化するわけではない。個性的な活動をするから、個性が光ってくる」。各地区の個別の計画は、計画だけに終わらな

いよう、実施に向けての地区の役割と行政の役割を明確にした。

実際に、一部の地区では計画が功を奏した。地区の中に炭焼き職人がいたことから、町が炭窯を地区に造り、地区住民たちが指導を受けながら炭を焼くようになった。できた竹炭をじょんのび村で販売するとともに、木酢液を土壌改良に使ったりしている地区が出てきた。

3. 「住んでよし」を考え取り組む

10年間の成果の一方で見えてきた課題

～「訪れてよし」に偏った機軸を修正～

高柳町では1999年、「全町民アンケート・高柳町の地域づくりを振り返って」を実施した。このアンケート調査の報告書には、「住んでよし 訪れてよし」の構想から10年間の振り返りについて、アンケート集計結果とともに、個人へのヒアリング調査結果が掲載された。ヒアリング調査については、施策に対する「ふるさと開発協議会」の元メンバーの声を集め、率直な意見が述べられている。

アンケート調査では、この10年間で「町に活気が出てきた」とする肯定的な評価が半数を占めた。しかし、同じアンケート調査の分析結果から、「町全体としては大きな変化につながったが、プロジェクトに密接に関係した集落や世帯を除けば、その他の集落や世帯まで波及効果が広がっていない」と町では考えた。また、「住民にとって、日々の生活に関わる交通、生活の利便性や収入など、『住んでよし』についても、“まだまだ”であることも判った」とした。

「訪れてよし」については、「じょんのび」の知名度が上がり、地域づくりの先進地として賞を取るなど成果があったものの、それに比べて「住んでよし」の改善はスピードが遅いという課題が見えてきたことから、それを踏まえて、これからの10年後の方向性として、「これまでの地域づくりを踏まえ『住んでよし』を軸にしたビジョン」を作ろうということになった。そして、2003年に策定した「じょんのびツーリズム実践ビジョン」では、「住んでよし」を軸として「21世紀型じょんのびツーリズムの実践」に向かうとし、これからの基本理念の一つを「じょんのびらしい生活提案から生まれる地域経済」、もう一つを「じょんのび景観を創造することは地域個性の深化」とした。

「住んでよし」の少しずつの成果 ~U・Iターン者の新しい風~

地道な地域づくりによって、最近では、高柳町にIターンで移住してきた人も少しずつ増えてきており、「住んでよし」の成果が出始めている。

高柳町にできた天然酵母で作るこだわりの手作りパンの店は評判が良く、口コミやメディアに取り上げられて、地元はもちろん、遠くから買いに来る人もいるという。この店は大阪からのIターンの若い夫婦が経営する。また、Iターン者による農村食堂もある。高柳町の国道沿いに、京都で修行した店主が食堂を開いた。地元農家が作った野菜だけでなく、地元で獲れた猪やウサギも調理される。観光客よりはむしろ地元住民たちの利用が多く、白みそラーメンが人気メニューとなっている。パン屋も食堂も、人が多いじよんのび村とは離れた場所だが、地元で支持されながら経営している。店舗が少ない高柳町では、一つの店舗が開店することによる地域への影響は大きく、住民にとって貴重な存在となっている。



Iターン者による農村食堂

柏崎市高柳町事務所（地域振興課）が発行する季刊誌「じよんのびだより」も、Iターンの男性が編集している。「じよんのびだより」は地元の情報誌ではあるが、単なるイベント情報誌でも、行政の広報誌でもない。小学生がアイガモ農法で作った米を新潟で配った話、東京で活躍する有名人が地元出身だった話、地元のカジカガエルや山鳥の話、昔の馬具の話、中学生の棚田への提言、つちのこの目撃情報等々、身近な題材からストーリーを見つけて生き生きと伝えている。「じよんのびだより」の愛読者からは、「高柳の自然・人情・歴史を伝え、新しい方向を皆で創ってゆこうとする気迫が感じられます」といった感想も寄せられる。

「じよんのびだより」は、じよんのび村をはじめとする町のスポットで配布されるとともに、町外でも、地元出身者や高柳が好きな人たちから定期購読されている。Iターン後、編集を始めて10年経つが、「熱心な読者がいてくれるのと、役場もやめるとは言わないから続けている」と男性は話す。

人をよく見る、地域をよく見る

担当職員は、「最近、行政は地域と地域の人をよく観なくなりました」と話す。今後、更に高齢化が進む中、これまで以上に地域と地域の人を観て、地域が持っているものを引き出し、それを繋げていこうという気持ちが、特に中山間地域等の人口の減少と高齢化が著しい地域で、今一番求められているという。



じよんのびだより

地域をよく観ることで、地域の人々の適材適所が観えてくる。Iターンの男性に能力を發揮してもらおうと、「じょんのびだより」の編集を依頼した。彼はIターンの視点から地域の文化を掘り下げながら発信することで共感してくれる人と繋がり、根強い高柳ファンを育てていく。そうした仕事は、今の高柳町では彼が最も適任。パン屋も、食堂も同じで、この町で唯一のものを持つ人をいろいろな方法で支援して、町で大事に育て、ともに生きていくという。

高柳町の人口はついに2,000人を切ってしまったが、「一人ひとりが能力を發揮して自分の役割を果たすことができれば、地域でともに生きることができる」と担当職員は話す。行政ができることは、「地域をよく観て、一人ひとりがもっと力を發揮できるよう『場と機会』を提供していくこと」という。

4. 「じょんのび高柳」のこれから

「地域をよく観」て「住んでよし」で、「じょんのび」の本質を歩み続ける

百貨店への出品がきっかけとなって、高柳町の人たちは自分たちのまちが東京で高く評価されることを知り、その相乗効果で若い人材のエネルギーが結集した。「ふるさと開発協議会」では、その熱意、勢いを持って、議論して視察に行き、また新しい事業、新しいイベントを生み出してきた。いろいろなトラブルや考え方の違いでぶつかることもあったが、「スイッチ」が入ると、どんなことも乗り越えられた。そうした「ふるさと開発協議会」のメンバーが今でも高柳を支え続けている。

担当職員は、一つ反省点としてあげるなら、「ちょっと地域づくりのスピードが速かったかもしれない」と言う。地域づくりは、去年より今年、今年より来年と、少しずつでも着実に進み、自分たちの成長を楽しむように「細く長く楽しむ」のがいいとも言われるが、高柳町の場合、これほど早く「じょんのび」を掲げた観光・交流が形を現すとは、若者メンバーたちも担当職員も思っていなかった。ただ高柳町の場合に限らないが、「経済が絡むとコントロールは難しい」と担当職員は言う。

今、高柳町は、「地域をよく観」て「住んでよし」を再考しながら歩みの方向を確認し、自らの歩みのペースを自らのコントロールのもとで作り直しながら、次への展開をめざす時期に入っているという。「じょんのびツーリズム実践ビジョン」のもと、生き方と一体となった暮らしを目指し、地元住民も行政も、より「じょんのび」の本質に迫ろうと歩み続けている。

食をテーマに産業、観光、環境、教育など各分野の施策を
一体的に展開した取組による観光交流人口の増大

【取組の概要】生涯食育による人づくりと市民参画による「食のまちづくり」

小浜が面している若狭湾の沖合いは、暖流と寒流がちょうどぶつかる良好な漁場となっている。小浜は、この豊かな自然から得られる食材を、飛鳥・奈良時代には朝廷に献上し、伊勢・志摩、淡路とともに「御食国」と呼ばれてきた。

多様な恵みをもたらす豊かな自然環境と古くからの歴史文化を活かして、小浜市では全国に先駆けて、「食」をキーワードにしたまちづくりが行われてきた。自らが大切にすべき、地域の歴史、文化、風土が「食」にあるとし、健康、教育、福祉、環境、産業、観光など、あらゆる分野のまちづくりを「食」を起点にして取り組んでいる。「食のまちづくり」の総合的な課題に取り組むために、専門部署を設置し、市職員と市民を混成させた24のプロジェクトチームを立ち上げ、2001年9月には、全国で初めて「食のまちづくり条例」を制定した。

条例制定と同時に、市内12の地区ごとに、地元住民をメンバーとする「いきいきまちづくり委員会」を設置、自らのまちづくりの目標を定めた「地区振興計画」を策定し、その事業の実施も市民が手づくりで進めていく市民参画のまちづくり「いきいきまちづくり」に取り組んでいる。じっくりと3年間かけて策定された振興計画には、各地区の食文化や食との関わりの特色に基づいた内容が盛り込まれており、市民の手によって実践活動が行われている。

また、小浜市は、2004年には「食育文化都市」を宣言し、まちの発展を支える人づくりという観点から、すべての世代が等しく食育を受けることができるよう「生涯食育」の推進に力を入れてきている。食育の政策専門員や市民の「食育サポーター」によって行われる園児対象の「キッズ・キッチン」など各種料理教室は、食育先進地としての小浜の代名詞ともなっている。

また、地産地消への取組も活発で、市内の小学校全校で校区内地場産学校給食を実施。農家が生産者グループを立ち上げて、栄養教諭や給食調理員等の学校関係者と話し合いながら、



鯖街道の基点の「いづみ町商店街」と商店街で売られている焼き鯖

安定供給の体制を作ってきた。また、市外からの来訪者が“御食国若狭おばま”の食を味わえる地場産食材を使った市直営のスローフードレストランをオープンさせ、駅弁販売も手がけて人気となるなど、観光への波及効果ももたらしている。

1. 小浜市の概要

“御食国若狭おばま” - 海山里の豊かな幸

物流が未発達な時代には、徒歩で若狭湾から京都へ様々な食材が盛んに運ばれていた。若狭湾で水揚げされ、一塩された鯖は十八里（約 70km）程離れた京都へ運ぶうちにちょうどよい塩加減となり、京都で非常に好まれた。特に、旬の鯖は食通で知られた京都の陶芸家きたおおじろさんじん北大路魯山人が絶賛したという。

近年になって、鯖が運ばれていた若狭から京都への道は「鯖街道」と呼ばれ、まちづくりや観光振興につなげようという動きが出てきた。鯖が運ばれたルートは険しい山の中を越えるものや遠回りになるが比較的平坦な道を行くものなどいくつもの「鯖街道」がある。その起点の一つである小浜のいづみ町には「浜焼き鯖」が店先に並ぶ魚屋が今でも幾つか残っている。

地元の人に好まれてきた郷土の保存食に、「へしこ」がある。「へしこ」は一般に魚の糠漬けのことを指すが、小浜では鯖が使われてきた。近年は、減塩を心がける人が増えて、塩気が強い「へしこ」は、一時期敬遠されがちであったが、「へしこ」の効果について福井県立大学が調査研究した結果、「へしこ」には、血圧抑制と血中の悪玉コレステロールを低下させる作用のペプチドが多く含まれることがわかり、健康食品として見直されてきている。その他の水産の特産品としては、「ぐじ（甘鯛）」、「若狭カレー」は全国に知られる高級ブランドとなっている。昔に比べて漁獲量は減ったものの、多種にわたる水産物が水揚げされている。

また、地元農産物にやたべ谷田部ねぎがある。谷田部という山間の集落で採れる谷田部ねぎは、8月頃の植え替えではわざと寝かせて植え替えるため、腰が曲がっており、粘り気と甘みを持つ。地元では小学校の給食に谷田部ねぎを使って、伝統の味の継承を図っている。この他にも、小浜の清流は豊かな農産物をもたらし、様々な食材を季節に応じて味わうことができる。

2. 「食」のからの出発

なぜ「食」をまちづくりの起点としたのか

小浜市が取り組んでいる「食」をキーワードにしたまちづくりは、2000年8月、当時の市長が就任した頃にさかのぼる。市長は、就任以前より、まちづくりについての洞察を深

めるため、成功していると言われる他地域を訪れてきた。そこから、先進地に共通していることは、「必ず、そこに在るもの、在ったもの、地域特有の歴史、文化、風土を大事にし、そこから出発している」ということであると気がついたという。では、小浜市が大切にすべき、歴史、文化、風土とは何か、市長は「食」という結論に至った。そこから「食」をキーワードとするまちづくりが始まった。

「食」というものは、人間が生命を維持して行く上で非常に重要であることは言うまでもないが、まちづくりで考える「食」はそれだけではない。「食」に関する分野は非常に広く、「食」を起点とすれば、健康、教育、福祉、環境、産業、観光などから歴史・文化まで、あらゆる分野のまちづくりに自然とつながってくる。裾野が広く、かつ奥行きがあるのが「食」と考え、小浜市では、「食のまちづくり」に取り組むこととなった。

「食のまちづくり」の主な3つの特徴

地域資源を活かしたまちづくり（あるものさがし）

「ないものねだり」ではなく、「あるものさがし」で地域の資源の見直しを行う。

「食」を起点とした総合的なまちづくり

最近、地域おこしにラーメンやそばといったある料理一品に力を入れている自治体もある。小浜市ではある一品や食材に絞り込むのではなく、「食」全体を対象とする。「食」全体となると、あらゆる分野のまちづくりと自ずとつながってくる。ある一品となると、総合的とはならない。

市民参画をまちづくり推進の基本手法としていること

食はすべての市民に関わること。市民によるまちづくりを進める。

市職員と市民からなる「新まちづくり推進プロジェクトチーム」の提言

小浜市では、2000年9月に、「食のまちづくり」を推進する上で、庁内の縦割り機構では対応しがたい総合的な課題に取り組むために、「新まちづくり推進プロジェクトチーム」を立ち上げた。社会経済情勢の変化や住民の多種多様なニーズ等に即応し、柔軟で機敏な行政対応を図るため、市民の行政参画を基本に施策の立案の段階から市民の参加を得て、市職員と市民を混成させたチーム形態を取っている。市職員は庁内機構に関わらず、適材適所で横断的に人選される。これまでに24チームが立ち上がっており、各チームは、それぞれに検討、提言、実施をしていった。

「新まちづくり推進プロジェクトチーム」の一つである「御食国・食のまちづくりプロジェクトチーム」（市職員5名と市民10名の計15名で構成）では、様々な検討の機会を経て、2001年7月、「食のまちづくり」の施策の大きな方向性〔「食のまちづくり」のためのシンボル施設となる（仮称）「御食国会館」（後の「御食国若狭おばま食文化館」）の整備〕について提言を行った。

「食のまちづくり条例」の制定

2001年9月、全国で初めて「食のまちづくり条例」が制定（施行：2002年4月）された。まちづくりには市民のアイデアや力が必要ということで、条例を作るに当たっても、「食のまちづくり条例起草委員会」を設置し、基本構想を練っていく段階から市民参画で進めてきた。近年、自治体の憲法にあたる自治基本条例を制定する自治体が増えているが、小浜市の「食のまちづくり条例」は、自治基本条例にあたるような性格を持っており、今後のまちづくりのあり方全体の方向性を指し示すものとなっている。

小浜市新まちづくり推進プロジェクトチーム (2008年6月現在)

| プロジェクトチーム名称 | 人数 |
|------------------------------|-------------|
| 1. 御食国・食のまちづくりプロジェクトチーム | 市民10名、職員5名 |
| 2. 市制50周年記念事業検討プロジェクトチーム | 市民7名、職員5名 |
| 3. 小浜城等復元研究プロジェクトチーム | 市民9名、職員5名 |
| 4. TMO等検討プロジェクトチーム | 市民11名、職員5名 |
| 5. 村づくり塾（仮称）支援策検討プロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 6. 男女共同参画社会推進策検討プロジェクトチーム | 市民6名、職員4名 |
| 7. PFI研究・推進プロジェクトチーム | 市民6名、職員6名 |
| 8. NPO等支援策検討プロジェクトチーム | 市民5名、職員6名 |
| 9. 地域活性化イベント計画検討プロジェクトチーム | 市民7名、職員6名 |
| 10. 小浜に名所をつくり育てるプロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 11. 温泉・海洋深層水等開発プロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 12. まちを美しくする景観づくり研究プロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 13. 市民憲章策定プロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 14. 若狭小浜イメージアップ検討プロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 15. 成人式等の在り方を検討するプロジェクトチーム | 市民6名、職員5名 |
| 16. 公民館のあり方検討プロジェクトチーム | 市民9名、職員6名 |
| 17. 久須夜ヶ岳開発・エンゼルライン活用検討会 | 市民6名、職員7名 |
| 18. バリアフリーの小浜実現検討プロジェクトチーム | 市民10名、職員9名 |
| 19. 若狭路博の今後を考えるプロジェクトチーム | 市民15名、職員9名 |
| 20. 新農業施策推進プロジェクトチーム | 市民12名、職員2名 |
| 21. ひとり暮らし老人110番プロジェクトチーム | 市民8名、職員3名 |
| 22. 青年活動の活性化プロジェクトチーム | 市民9名、職員4名 |
| 23. 小浜市市民文化力活用プロジェクトチーム | 市民10名、職員10名 |
| 24. 名水保護・活用プロジェクトチーム | 市民11名、職員9名 |

注：TMOは中小小売商業高度化事業、PFIは民間資金等の活用、NPOは民間非営利団体のことを意味する。

3. 市民が考え、市民が担うまちづくり

計画づくりは時間をかけて ～「地区振興計画」づくり～

「食のまちづくり」は、行政、市民、事業者が主体的に参画し、協働してまちづくりに取り組むことをめざしている。小浜市では、「食のまちづくり」の推進に向けて、「新まちづくり推進プロジェクトチーム」の取組と並行して、市民参画のまちづくり「いきいきま

ちづくり」に取り組んできた。

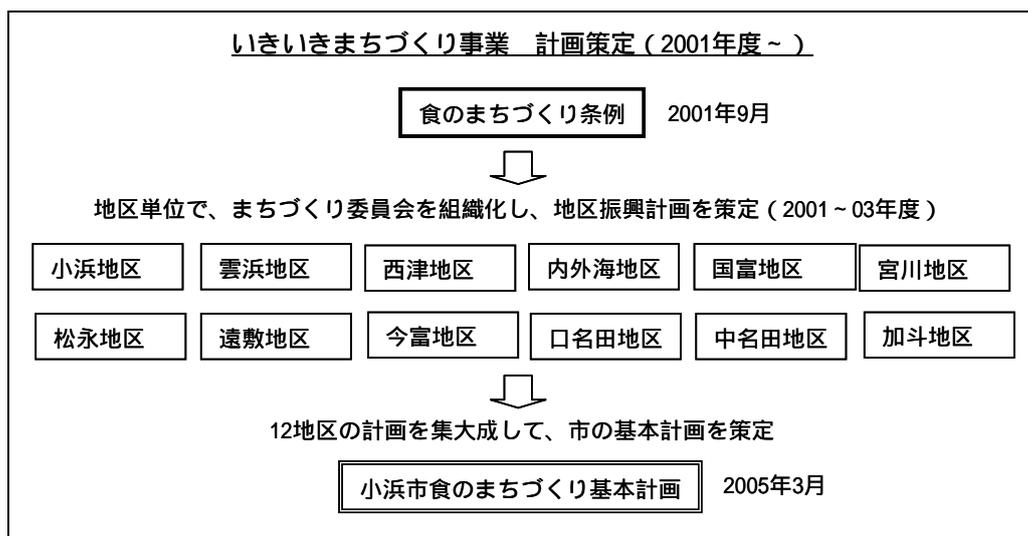
「いきいきまちづくり」は、「食のまちづくり条例」に基づくもので()、2001年度からスタートし、市内12の地区ごとに、地元住民が、自らのまちづくりの目標を定めた「地区振興計画」を策定し、その事業の実施も市民が主体で進めていった。

「いきいきまちづくり」を進めるために、市はまず、市民に最も身近な「地区」を事業単位に、継続的にまちづくりを推進するための組織「いきいきまちづくり委員会」の設置を各地区の自治会に依頼した。

第一段階として、各地区のまちづくり委員会において、「自分達の住んでいる地区の現状はどうか、何が大事か、何をやっていきたいか、そのために何が必要か」といったことを考える取組が始まった。各地区のまちづくり委員会は2001年度から2003年度の3年間をかけて「地区振興計画」を作成した。じっくりと3年間かけたこともあって、市民がゼロベースから作った計画は、それぞれの地区ごとに特色が生かされたものになった。また、立ち上げ当初は不安定だった各地区のまちづくり委員会も、3年間で組織が強化されていた。

市では「新世紀いきいきまち・むらづくり支援事業」として、各地区の委員会に対し、地区振興計画の作成に当たって、年間50万円、3年間で150万円を限度に補助金を出すなどの支援を行った。「いきいきまちづくり」の事業は、食のまちづくりを進める市民参画のあり方が、市職員にも市民にも浸透していくことをねらいとしていたが、この事業目的を果たすことに成功したと言える。

()「市民は、基本理念に基づき、各地区において、食のまちづくりを主体的に実施するため、地区振興計画を策定する」(食のまちづくり条例 第16条1項)「地区振興計画には、市民が主体となって取り組む事業を定めるものとする」(食のまちづくり条例 第16条2項)



「食のまちづくり基本計画」の市民による実践

各地区の地区振興計画は、2004年3月に全地区で完成し、小浜市はこの地区振興計画を束ねて、2005年3月に「食のまちづくり基本計画」を策定した。

「食のまちづくり条例」では、食のまちづくり推進のための基本的施策を、6つの分野（「産業の振興」「環境の保全」「福祉および健康の増進」「教育および伝承」「観光および交流」「安全で安心な食のまちづくり」）に分類している。全地区から集められた振興計画の事業提案は、この6分野に分類され、ほぼそのまま活かされた形で、小浜市の「食のまちづくり基本計画」となった。

第二段階として、各地区では、2004年度からまちづくり委員会を中心にして、「地区振興計画」に基づいた実践活動を進めていった。市では、地区住民の主体的な取組を推進すべく、「御食国いきいきまちづくり活動支援事業」として、2004年度から2006年度までの3年間に合計150万円を限度に、各地区の委員会に補助金を出した。

各地区の実践活動は、年々活発化し、森や海などの環境を守る活動や伝承料理の継承・復活を目的としたイベント、きれいな水を活かした地酒づくりなど、各地区ごとに地域の実情に応じて工夫した様々な取組が行われるようになった。各地区の活動にも4地区合同でのイベント「いきいきイカダ流し」が始まるなど、行政区を越えた広域的な取組も始まった。市では、こうした実践活動の更なる発展を期待して、第三段階として、2007・2008年度にも各45万円の補助を継続することになった。

また、市では、各地区の実践活動への気運を高め、意識の向上・普及啓発を図ることを目的として、「食のまちづくり推進大会」を開催した。当時の食のまちづくり課長は、雑誌の取材にこう答えている。「正直に言えば、市民は当初、行政の施策に参加させられていた、と言えます。しかし、地区ごとに策定する「地区振興計画」の実践を通して、実質的な市民参加へと変化してきました。それも最初は、地域間で取組に対する温度差がありましたが、今ではいい意味で地域間競争が起きています。」



地区振興計画、食のまちづくり基本計画



小浜市のまちなか

4. 食育の推進

御食国若狭おばま「食育文化都市」宣言

「食のまちづくり条例」には、「身土不二」という言葉が出てくる。「身土不二」とは、「人は生まれ育った土地および環境と密接なつながりを持っており、その土地で生産されたものを食することがもっとも身体に良い」ということを意味する。食通の祖といわれる石塚左玄（福井県出身の陸軍薬剤師）の著した「食物養生法」には、すでに「食育」という言葉が登場する。食育という言葉は、石塚が活躍した明治時代にはすでにあっただが、一般にはあまり知られておらず、全国的に食育が知られるようになったのは、国の法制化が始まった最近のことである。

御食国若狭おばま「食育文化都市」宣言（2004年12月1日）

健やかな心身をつくるためには「食」が重要です。

「食」は、豊かな自然環境によって生まれ、生命の尊さを教えます。

健全な食生活の実践に努め、先人が育み、今も息吹く「食」や食文化を尊重し、「食」に関する学習や体験を通じて、理解を深めることが大切です。

私たちは、生涯にわたり「食」に関心を持ち、健康長寿を志して「文化的な生活と豊かで活力のある御食国若狭おばま」の実現をめざし、ここに「食育文化都市」を宣言いたします。

<推進の柱>

1. 「食」が育まれる水・森・川・海・田畑や豊かな環境を大切に守り、育てよう。
2. 身土不二に基づき、地産地消に心がけ、地域の食材を尊重して、健康増進を図ろう。
3. 伝承料理や、四季折々のふるさと料理を学び、郷土の誇りである鯖料理や若狭塗箸など伝統的な食文化を大切に、次代へ継承していこう。
4. 農林漁業の体験や料理の実習を通じて、「食」に関する理解を深め、生命を尊び育む心、敬虔な心、感謝の心を育もう。
5. 幼少より食育を実践し、人づくりの糧としよう。
6. 「食」の安全・安心に関する知識を深め、実践し、健康長寿を実現しよう。
7. 「食」を通じて、もてなしの心を育み、広くふれあいや交流を深めよう。

小浜市は、国の食育基本法の制定（2005年）よりも早くから食育に取り組んでおり、まちの発展を支える人づくりという観点から、すべての世代が等しく食育を受けることができるよう「生涯食育」を標榜し、食育を重要施策と位置づけてきた。2002年4月に、「食のまちづくり条例」の施行とともに、「食のまちづくり課」を新設し、その翌年4月には、政策専門員（ ）として食育の専門職員を採用した。さらに、2004年12月には、「御食国・食のまちづくりプロジェクトチーム」の意見を踏まえて、小浜市は「食育文化都市」を宣言した。

（ ）政策専門員：小浜市では、市の行政運営を行う上で高度な専門知識を必要とする事務を処理するため、高度な専門知識を有する職員を主任政策専門員または政策専門員として認定し、必要に応じて配置する制度を取り入れている。

子どもの能力が目覚める「キッズ・キッチン」

小浜市の食育は、様々な形で先進的な取組が行われてきており、全国各地の自治体から注目されている。その中でも、特に注目を集めているのが、「御食国若狭おばま食文化館」（後述）のキッチンスタジオで行われる料理教室「キッズ・キッチン」である。対象は就学前の園児で、子供たちの調理を補助するのは、30歳代の主婦を中心とする「食育サポーター」が担い、参観にきた保護者たちは子供たちの気が散らないように、キッチンスタジオの外から静かに見守る。

まず、子供たちは、「食育サポーター」から包丁など調理器具の使い方、野菜の名前と切り方などを教わる。子供たちは、食材や調理への好奇心が一杯で、驚くほど集中して説明に聞き入っている。説明を受けた後は、4～5人のグループに分かれて、テーブル毎に助け合いながら調理をする。子供たちが堅い野菜を切ろうとする時や、手のひらに乗せた豆腐に包丁を入れる時、保護者は固唾を呑んで見守る。ようやく料理ができあがった時、子供たちは、「できたー」と叫びながら親の方を笑顔で振り返る。

キッチンスタジオの奥には、本物のかまどが設置されていて、子ども達の調理と並行して、ご飯を炊き上げる。「食育サポーター」が全員を集め、かまどで炊き上げたご飯の蓋を開けると、湯気と炊き立てのご飯の香りが広がり、皆が「わーっ」と歓声を上げる。

食育の政策専門員によれば、「キッズ・キッチン」は、「料理を」教えることを目的とした子供料理教室ではなく、「料理を」子どもの様々な能力を引き出すことを目的とした、いわば人間教育の場」とのことである。食育サポーターによれば、これまでけが人はなく、参加した子供たちは、無事に自分で料理ができたことに達成感を感じ、自信を持つことができるという。保護者からは、「子どもの好き嫌いがなくなった」、「家庭でも調理や後片付けの手伝いをするようになった」という声が届いている。

体験を通じて、子どもたちは達成感を味わい、親も料理を通じた子どもの成長で「食」の力や大切さに気がつく。「キッズ・キッチン」のねらいは、子どもだけではなく、子どもの変化を通じて、親が変わることにもある。

「キッズ・キッチン」の特徴

- ・就学前の幼児が対象
- ・親は一切、手出し口出しをしない
- ・本物の調理器具と本物の食材
- ・市内のすべての園児が体験（義務食育）

「キッズ・キッチン」から広がる食育の輪

小浜市の食育では、「キッズ・キッチン」以外にも、小中学生対象の「ジュニア・キッチン」、2～3歳対象の「ベビー・キッチン」なども開催している。また、市内の年長児すべてを対象に実施している（市内すべての保育園、幼稚園の年間カリキュラムに組み入れ、すべての年長児が体験できる）「義務食育」の「キッズ・キッチン」（基礎編）以外に、希望者が参加する「キッズ・キッチン」（拡大編：毎回異なるテーマで月1回程度開催）への

参加者が増え、最近では、県外からの参加者も多くなった。「キッズ・キッチン」は、姉妹都市の韓国慶州市へと渡り、その後は、慶州市の子供たちが小浜市を訪れて、「交流キッズ・キッチン」が実現した。

また、当初は講師とアシスタントを政策専門員や外部講師、グループマーメイド（後述）の人たちが担当していたが、2005年度からは、保育士、教師、栄養士などの有資格者を中心とした若手の「食育サポーター」が担当するようになった。食育の対象者や担い手が多様になったことで、その輪がさらに広がり、次々と新たな展開を見せている。



キッチン・スタジオ（右の写真は「かまど」）

校区内地場産学校給食で、子どもも変わる、地域も変わる

小浜市の小学校の給食は、各学校で調理する自校方式で、全校で校区内地場産学校給食を実施している。もともとの取組は、児童に安全な地場産の食材を食べさせてやりたい、というある校長の思いから中名田地区なかなたで始まった。そして、2004年3月に策定した中名田地区の「地区振興計画」の中においても、「地産地消の推進『学校給食用の食材提供』」として提言された。

地元の農家が生産者グループを立ち上げて、栄養士や給食調理員等の学校関係者と話し合いながら、安定供給体制を作ってきた。学校では給食の時間に、どの野菜がどの生産者から届いたかを放送するとともに、時々、生産者を学校に招いたりもする。子どもたちは生産者への親しみを覚えることで、食に興味を持ち、生産者は子どもたちを身近に感じることで、より安心な野菜の提供に責任感を感じるようになったという。

食育推進計画をステップに

食育では全国に先駆けて取り組んできた小浜市だが、国の方針に則って、2008年3月、あらためて「食育推進計画」を策定した。計画策定に向けて、2007年8月に行ったアンケート調査では、「食育」という言葉を知っている人の割合は、全国平均の65.2%に対して、小浜市では90.2%と非常に高く、これまでの取組の成果がここに表れている。

小浜市の「若狭塗り箸」は、塗り箸の国内生産割合の9割を占めているため、食育推進計画には、マイ箸を携帯する市民を増やす運動の推進なども盛り込まれた。今後も、小浜市ならではの食育の展開が期待されている。

5. 観光への波及効果

小浜観光を変えた食文化のミュージアム

2003年9月、食のまちづくりを進めていく上での拠点となる「御食国若狭おばま食文化館」が完成。食文化館では、“御食国若狭おばま”の食に関する歴史・伝統・文化を紹介する展示をはじめ、小浜市の伝統工芸の制作・実演を観ることができ体験もできる「若狭工房」や、温浴施設



「御食国若狭おばま食文化館」と館内展示の「若狭塗箸」

「濱の湯」など、観光スポットの一つとなっており、観光入込客数の増加に貢献してきた。

食文化館の開館とともに、2003年9月～10月には、地域資源「食」「祭」「海」「エネルギー」を全国に発信する「若狭路博」が開催され、45万人の観光客が訪れた。

小浜市の観光入込客数は、1990年頃は130万人前後で推移していたが1992年(131万人)から減少し、1999年には76万人ほどに落ち込んだ。しかし、「食のまちづくり」が始まった頃から減少に歯止めがかかり、2003年の「若狭路博」で大きく増加し、年間150万人ほどで推移している。観光消費額(宿泊費、交通費、土産代、入場料)については、市全域で1999年には64億円だったのが、2007年には84億円となっている。

“御食国若狭おばま”の食を味わうスローフードのレストラン

2004年4月には、“御食国若狭おばま”の食を実際に来訪者に食してもらおうと、食文化館の隣に、市直営のスローフードレストラン「濱の四季」をオープンさせた。メニューは、地場産の食材を使った郷土料理が中心で、市内外からお客が訪れ、週末には行列ができるほどにぎわいを見せている。



レストラン「四季の濱」とメニューの料理

小浜市には、約160名の食生活改善推進委員(親しみを込めて「食改さん」と呼ばれている)があり、そのうちの有志約50名が「グループマーメイド」というグループをつくって、食文化館での調理体験教室などのサポートをしている。

「濱の四季」は、グループマーメイドの中の15名が運営を担ってきた。メンバーは、「濱の四季」の開業前、メニューをプロデュースした伝承料理研究家の研修を受けた。指導を

受けたメニューを基本にしながらも、「食文化とは、古くからのものを守り基本を崩してはいけないが、新しいニーズにも対応していかなければ文化ではない」という研究家の言葉から、メンバーでも新メニューを開発している。メンバーによる研究開発の結果、「わかめソフトクリーム」や、谷田部ねぎと焼き鯖をフランスパンではさんだ「鯖サンド」などの新メニューが生まれた。

市直営レストランの紆余曲折

市直営のレストランである「濱の四季」については、オープン当初、「なぜ、市がわざわざ直営でレストランを作るのか？」といった声が市に寄せられた。そうした民業圧迫を訴える一部市民の声に対して、市では、次のような2つの方向性（理由）を示して、理解を求めた。

1つは、スローフード運動の展開を図ろうとしたことである。スローフード運動とは、その土地の伝統的な食文化や食材を見直そうと、イタリアで始まったもので、ハンバーガーのファストフード店ができた時に、このままではイタリアの食文化を伝える店がなくなってしまう、という危機感から行われるようになったと言われる。小浜市でも、例に違わず、昔からの家庭料理を出す店が減少してきていたのである。もう1つは、地産地消の推進を図ろうとしたことであり、少しでも多く地場産食材を使うことを進めるためである。

「濱の四季」は、2004年のオープン以来、これまでに約19万人が訪れ（2009年3月現在）年間4,000万円を売り上げるまでになっている。最近では、当初の民業圧迫といった声も、以前ほど聞かれなくなったという。また、市の担当者によると、民間の一部の飲食店でも、地場産食材を使った伝統的な料理を酢の物等の小鉢として添えて出すなど、小浜市内の飲食店に少し変化が見られており、今後スローフード運動がさらに広がることが期待されている。

駅弁「濱のかあちゃん」が全国で2位に

「濱の四季」では、レストランだけでなく、駅弁の製造・販売も手がけている。「濱の四季」は、スローフード運動を展開し、地場産食材を使うという目的で運営してきたため、駅弁についても作る数を限定し（土日祝のみ20個程度）質を落とさないようにしている。駅弁を販売しているJR小浜駅は観光客にとっての玄関口であるため、なおのこと、いいものを提供したい、というグループマーメイドたちの思いもあって限定販売となった。

この駅弁には、「御食国濱のかあちゃんのまごころ焼き鯖そぼろ寿司弁当」という長い名前がついている。名前のおり、まごころを込めて地道に頑張ってきたグループマーメイドたちの弁当は全国的に高い評価を受け、雑誌社の駅弁コンテストで、全国700件の応募の中から2位に輝いた。公的施設で作る駅弁が入賞するのは異例のことで、関係者皆が驚いたという。

6 . 小浜市の「食のまちづくり」における今後の課題と展望

小浜市の「食のまちづくり」は、地区ごとの特色が生かされた住民によるまちづくり活動、「食」と関係が深い小浜市の文化の掘下げによる観光、「食」によって子供たちの持つ潜在的な力を引き出す食育、更にはスローフード運動の展開等、様々な方面で成果をあげてきた。だが、小浜市全体のまちづくりが活発化する一方で、新たな課題も見えてきた。

前述のとおり「食のまちづくり」の取組によって小浜市の観光交流人口は増え続け、経済効果を伸ばしてきたが、効果はまだ一部の業種に留まっており、十分に波及していない。小浜市への観光は日帰り客が多く、今後はより高い経済効果が得られる滞在型観光の推進も必要とされている。

また、市内の中心市街地の商店街においても大きな変化は見られず、地域の多くの人々が「食のまちづくり」で経済が回復したと実感できるような取組が求められている。更に、全国の例に漏れず農業や伝統産業の後継者問題もあり、新たな担い手の確保が急務となっている。

小浜市では現在、食と産業・観光とを結びつけることで地域経済の活性化をめざす、観光局の創設を進めており、地域経済の活性化の観点から、これまでの「食のまちづくり」の成果を活かした新たなまちづくりに取り組んで行く。

住民協働による文化財の保護、情報発信

【取組の概要】“まちじゅう”の人たちと都市遺産がつながり、
“おもてなし”をするまちづくり、観光文化都市づくり

萩のまちは、まちじゅうに豊かな自然や古い町並みなどの都市遺産が数多く残り、「江戸時代の地図がそのまま使える町」とも呼ばれ、多くの人に愛されている。

戦後の高度成長期、都市遺産である美しい町並みが、都市の再開発などによって全国各地で失われていった。萩市では、そうした時代の荒波に流されることなく、まちじゅうに残る土塀や武家屋敷など美しい古い町並みを自分たちのまちの都市遺産として保存する取組を早くから行ってきた。1972年に全国に先駆けて市独自の「歴史的景観保存条例」を制定し、1976年に萩市の2地区が全国では最初となる「重要伝統的建造物群保存地区」に指定されるなど、名実ともに日本を代表する町並み保存の先進地となっている。

しかし、「土塀から顔を出す夏みかん」、「古い町家が続く町並み」、「萩の歴史を見守ってきた松の古木」といった萩のまちを象徴する美しい風景も、最近になって都市化の波で徐々に失われるようになってきた。こうしたなか、萩市では、まちじゅうを“屋根のない博物館”としてとらえ、歴史的・文化的遺産を市民と行政が一体となって大切に保存・活用していこうと、新たなまちづくり「萩まちじゅう博物館」に取り組み始めた。

萩にしかない“宝もの”を次世代にきちんと伝え、「萩に住んで良かった」と感じられるような魅力あるまちづくりに取り組み、萩を訪れた人々にも萩のすばらしさを愛着と誇りを持って伝えることで、萩を「心のふるさと」と思ってもらえるような、そんな“おもてなし”を推進しようと、「萩まちじゅう博物館」という新たなまちづくりに取り組んでいるのである。

1. 先進的な町並み保全活動と観光地としての発展

「江戸時代の地図がそのまま使えるまち」

萩のまちは、関ヶ原の戦いに敗れた毛利輝元^{もうりてるもと}が1604年に萩に城を構えたことにより、長州藩36万石の城下町としてまちが形成され、今も当時の町割りや道筋がそのままの姿となっていて残っている。萩城は日本海を背に築かれ、まちは松本川、橋本川という2つの川が作った三角州の上に造られた。毛利藩政時代、まちの中心部は低地であったため遊水地として利用されていたが、明治時代になって、その遊水地であった場所に、新しい官公庁など

が整備された。また、国道の一つは江戸時代からの街道を拡幅し整備しただけで、ほとんど江戸時代からのまちの姿を変えることがなかった。鉄道網の整備時には、昔から町並みを守ろうとする意識が高かった城下町の住民が、鉄道を三角州の中に入れることに強く反対したため、城下町を迂回する形で敷設された。

更に、萩のまちは昔から水害に悩まされてきたものの、幸運なことに震災や戦災には遭わず、また町並みを大きく消失するような大火も無かった。時代は高度経済成長期となり、全国的に産業用地や住宅地の開発が進み、各地の歴史的町並みが次々と姿を消していくなかで、萩市では1960年代に町並み保存運動が展開され、1972年に全国で初めての「歴史的景観保存条例」を制定した。また、その4年後の1976年には、城下町にある堀内と平安古の2地区が、国の「重要伝統的建造物群保存地区」の指定を初めて受け、2001年には浜崎地区も指定された。現在4地区目の指定に向けて活動中であるが、4地区になれば日本の古都の代表格である京都と件数で並ぶこととなる。更には現在、世界遺産（近代化遺産）の暫定リストにも登録されており、本登録を目指している。

まるで江戸時代にタイムスリップしたような萩のまちを、市では市民運動と法制度の適用で守り支えてきた。萩のまちは、江戸時代の地図が現在でもそのまま使えるほどに、江戸時代の姿が残っている。市の担当職員によれば、町並みが残ったのにはこの他にも次のような理由があるという。例えば、地域を力強く牽引するような高成長の産業があまりなく、経済力が弱かったため家屋の建て替えが進まなかった。また、次に述べるとおり、萩のまちは、明治以降は「夏みかん」とともに発展してきたということも、理由の一つとしてあげられる。

明治からのまちのシンボル「夏みかん」が町並みを守った

萩は、幕末・維新の時代に吉田松陰、木戸孝允、高杉晋作、伊藤博文など時代を動かした重要な人物が育ったまちとして知られているが、幕末、藩庁はより交通の便に恵まれた山陽道に位置する山口へ移ることとなった。萩は新時代の幕開けを先導してきたまちでありながら、その幕開けと同時に時代の流れから取り残され、その後、歴史性を色濃く残しながら独自のまちづくりを進めていくことになる。

明治になって、新政府の体制下で身分も職も失った土族の反感が高まると、各地で反乱が起こった。萩でも、明治維新の立役者であった奇兵隊への解散命令や、土族が職を失ったことなどから不満が高まり、1876年、「萩の乱」が起こった。

新しい時代になった後の萩に残ったものは、失業した武士階級と広大な武家屋敷だった。萩藩の家臣だった小幡高政は自身の屋敷の庭に夏みかんを植えて、もと土族らが夏みかんの栽培で生活できるように増産に励んだ。夏みかんの栽培は、あまり手がかからず、農作業に不慣れな土族出身者には向いていた。自宅に植え付けた夏みかんの苗は成長し、小幡はこれを他の土族たちに分け与えて、屋敷や空き地に植えることを勧めていった。次第に、各土族らの屋敷の庭に、空き地にと増え、やがて夏みかんはまちじゅうを埋め尽くすほど

になった。

夏みかんの樹が数本あれば子どもを上級の学校に行かせることができると言われるほど、夏みかんは高額で取り引きされた。萩は日本海に面しており、冬には北西の季節風が吹きつけるが、武家屋敷に残る白壁や土塀が風に弱い夏みかんを守り、暖流の影響による温暖な気候も栽培に適していたため、まちじゅうに夏みかん畑が広がっていった。

昭和の30年代までは、夏みかんの栽培は萩の主要な産業であり、白壁や土塀と夏みかんの色のコントラストは美しく、城下町の美しい景観に馴染んだ。萩の三角州に夏みかん畑が広がったことにより、宅地分譲などが進まず景観を維持してきたとも言われている。

しかし、昭和40年代に入ると、夏みかんの栽培の中心が郊外に移り、宅地分譲が進行。また、夏みかん以外のかんきつ類が海外から大量に移入されるようになるなど、次第に萩のまちから夏みかん畑が消えていった。こうした経過をたどりつつも、今でも土塀や白壁から顔を出す夏みかんは、萩のまちと共に歩んできたまちのシンボルとして来訪者を和ませている。

山口県内の県道を走ると、全国にはない黄色いガードレールに出会う。ガードレールでさえ夏みかんの色をしているのである。

萩の観光地としての盛衰

萩の観光客のピークは1975年頃で、当時は旧国鉄がディスカバージャパン・キャンペーンを展開、博多まで新幹線が開通したことで西に向かう旅を提案し、「いい日旅立ち」が駅で流れた。また、若い女性向けの雑誌「アンアン」や「ノンノ」は全国の小京都と言われるまちを紹介し、自転車に乗ってまちを巡る旅を提案した。それらにより萩の観光客は一気に増え、それまでは情緒豊かな静かな観光地だった萩が、アンノン族（「アンアン」「ノンノ」の読者の若い女性たち）が行きかう全国区の有名観光地の仲間入りをした。最盛期の1975年には、山陽新幹線の開通に合わせて年間225万人が訪れた。この頃、萩には宿泊施設がまだ少なく、泊まれない観光客が仕方なく寺のお堂に泊めてもらったという話もある。これをきっかけに、萩にはホテルや民宿が急増し、同時に萩焼の窯も増えた。最盛期に比べると観光客数は減ったが、日本を代表する観光地として、現在も年間160万人前後の観光客が訪れている。

その一方で、かつて萩の観光客の一翼を担っていた修学旅行が激減していった。それまでの中国地域への修学旅行は、広島から萩へというコースが多かったが、少子化の影響に加えて、国内外に新しい修学旅行スポットが次々と現れるなど、各地の修学旅行の誘致合戦が激化したことが影響している。また、萩の特徴として、幕末や明治維新に関わる史跡が多いが、教科書からその時代のページが減ったことも影響して、修学旅行が減ったのではないかと市や観光業者などの関係者は考えている。萩に来る修学旅行生の行動も変化した。昔の修学旅行といえば大部屋で枕投げが定番であったが、近年、修学旅行生は大部屋を嫌がるようになった。萩市内のホテルの多くは、その造りが修学旅行向けの大部屋にな

っていたが、現在は個人旅行に対応できるよう改修を進めている。また、自転車により史跡を巡ることも交通事故など危険を伴うことから、学校関係者から敬遠されつつある。

修学旅行に替わって、近年萩に増えてきたのが熟年夫婦などの個人旅行である。また、団塊世代の人たちの来訪も増えている。

萩観光の現在の大きな課題は、市内での滞在時間が短く、通過型の観光地になりつつあることであり、宿泊客に比べ、日帰りの場合は萩で使われる金額が少なくなっている。萩に温泉はあるが、まだ知名度が低く、昼間萩を訪れた観光客は西日本でも有数の温泉地である湯本温泉や湯田温泉等に宿泊してしまうのである。

萩では豊かな自然の恵みを活用した地産地消にも取り組んでいる。萩沖は日本海でも有数の好漁場であり、また、他の海に比べて魚の種類が非常に豊富なことも特徴的である。更に、和牛の祖である見島牛^{みしまうし}の血を引く見蘭牛^{けんらんぎゅう}という特産牛もある。このような食文化なども全国に紹介し、観光客の滞在時間を延ばすことによって、なるべく多くの消費を萩でしてもらい、できれば宿泊してもらおうということを目指している。

2. 「萩まちじゅう博物館」による新たなまちづくり、観光地づくり

「萩まちじゅう博物館」のきっかけ

先人が残した萩の町並みは貴重な都市遺産であり、世界的な遺産である。そうしたまちの「宝もの」である町並みや文化財などを保存・活用し、“まちじゅう”を屋根のない博物館ととらえてまちづくりや観光地づくりを行っていく取組、「萩に住んで良かった」と住民が実感でき、“もてなし”の体制が整った観光地づくりをめざす取組が、「萩まちじゅう博物館」である。

「萩まちじゅう博物館」を進めるきっかけとなったのが、国土交通省の補助事業「まちづくり総合支援事業（現：まちづくり交付金事業）」である。計画当初の2002年、市の都市計画課ではそれを使って、歩道の整備、電柱の地中化、広場の整備などのハード事業を行う予定であった。しかし、この事業に市長からのストップがかかった。「歩道の整備、電柱の地中化など、まち全体のことを考えるのは、都市計画課という一つの課で考えることではない。また、行政だけでやることでもない。市のまちづくりとしてやるなら、市民に参加してもらわなくてはならない」というのが市長の考えだった。

市の総合的なまちづくりとして実施するために、担当課は都市計画課から企画課に移された。まちづくりは、行政の中の課ごとでやっていた方がいいものがない、縦割りは止めようということで、企画課を中心に体制を作ることになった。同時に、これからは市民の参画も交えて横の連携を密にして、「まちじゅう博物館」として、一致団結していこうということになった。「まちじゅう博物館」というのは、2003年11月に萩でまちづくりシンポジウムを開催した時に初めて全国発信した言葉だったが、以前から「萩はまちじゅうが博物館のようですね」と言われていた。その後、「まちじゅう博物館」の理念を中心にまち

づくりを進めていくことになった。

市民参加で構想づくり

2003年6月、地元の代表者と、商工会議所や観光協会、学識経験者など30名による、「まちじゅう博物館整備検討委員会」が設置された。委員会は、市外からの専門家も交えて構成され、そのもとに4つの部会が置かれた。部会は、まちづくり総合支援事業における整備対象地区である「堀内地区」、「^{あいぼかわ}藍場川地区」、「浜崎地区」、「旧松本村地区」の4地区それぞれを担当し、メンバーには、各地区に住んでいて、まちづくりに熱心な市民が参加した。

「堀内地区」は萩城や上級武士の屋敷があった地区、「藍場川地区」は水路を屋敷の中に引き込み生活用水として利用し、水に親しむ文化を持つ地区、「浜崎地区」は古くは北前船が寄港した商家が軒を連ねる地区、「旧松本村地区」は吉田松陰^{よしだしょういん}の生誕地や松下村塾^{しょうかそんじゅく}があった地区、といったように、城下町の中でもそれぞれに特徴を持った地区で、地区の保全のためにこれからの整備が急がれる地区だった。



萩の町並み（左：城下町、中央：浜崎地区、右：藍場川地区）

各部会では、これからの萩のまちづくりに関して委員から様々な意見が出された。特に委員から多く出された意見は、道路のカラー舗装についてだった。過去に市が実施したカラー舗装は、「色が良くない」、「町並みと合っていない」と評価が低かった。このため、市は自然の砂利などを混ぜる「自然色舗装」に変更した。

様々な意見交換が更に進むなかで、まちづくりを推進するためのNPO法人を立ち上げようという構想が出てきた。まちづくりには市民の力が必要だ、行政だけではない、市民がまちづくりに参加できる仕組みとしてNPO法人を立ち上げてはどうか、ということになった。

2004年は萩市にとって、1604年に毛利輝元が入城して400年目という節目に当たっていた。同年11月には、「萩博物館」の開館が決まっていた。萩市が整備した萩博物館は、敷地面積14,447㎡、収蔵品総数18万7,000点、総事業費31億4,100万円で、萩の自然や歴史、民俗、文化などあらゆることが学べる機能を持つ本格的な施設だった。この博物館を

「まちじゅう博物館」の拠点として位置づけ、NPO法人と行政の協働で運営を行ってはどうか、という案が浮上した。

このような議論がきっかけとなって、後にNPO法人が立ち上がるとともに、地元住民の活動も活発化していった。



萩博物館

萩博物館をNPOの拠点に

2003年当時の萩市にはNPO法人はまだわずかしかなかく、NPO(法人)という概念を知っていても、市民も行政もまだ馴染みがあまりなかった。そうしたことから、萩市内では、「まちじゅう博物館」の一環としてNPO法人を立ち上げようという意識を持った個人もグループもほとんど見当たらなかった。そのため、市では、中心的な役割を果たしてくれそうな数人に声をかけ、その人たちに全面的に協力する形でNPO法人の設立を支援し、将来的には市職員の支援がなくても運営ができるNPO法人を目指すことにした。2004年6月にNPO法人の設立総会を開き、同年9月に「NPO法人萩まちじゅう博物館」として県から設立認証を得て、活動を本格的にスタートさせた。

「NPO法人萩まちじゅう博物館」(以下、NPO法人)の設立とその活動展開に当たっては、様々な形で市民の協力を得ながら進めていった。NPO法人の理事長は、「まちじゅう博物館」の館長(全国公募の結果大分県出身の元テレビ局関係者)が兼務することとなった。NPO法人の理事は理事長を含め3名で、まちじゅう博物館長、市内で斬新な経営で話題となっている道の駅の駅長、個人的な立場の萩市職員が就任した。NPO法人の事務局は「萩博物館」に設置された。

2004年11月の「萩博物館」の開館に合わせて、NPO法人の本格的な活動も始まった。NPO法人は萩博物館の運営に関わる業務のうち、案内、受付、ガイド、守衛、清掃及び、レストランとショップの経営を担当する。スタッフとなる会員を市報で募り、説明会を開催して会員にどのような業務を担当したいかを尋ねた。すると、レストランやショップを担当したいという女性の希望者が多かった。事務局としては当初、レストランやショップの経営については専門事業者に委託することを考えていたが、NPO法人の中に希望者がいるのならということで、レストランとショップを希望者で立ち上げることにした。このレストランとショップの経営をNPO法人で引き受けたことが、後になって功を奏した。

レストランのメニューについても、「萩らしいメニュー」を市民に公募し、夏みかんソフトクリーム、見蘭牛を使ったローストビーフ丼、萩沖で獲れた旬の魚の刺身を乗せた萩三旬^{はぎさんしゅん}丼などの地産地消メニューを揃えた。スタッフは、料理は好きでも飲食業の経験者ではなかったため、開業当初は調理に時間がかかるなど、様々な問題が発生し、事務局をはらはらさせた。しかし、苦労を重ねながら一つひとつ問題点が改善されると、売上は順調に伸びて、観光客だけでなく近隣の人も多く利用するようになった。レストランとショップの売上はそれぞれ年間約2,000万円で、約400万円の黒字を出している。この黒字が、

NPO法人の活動範囲を広げていく原資となった。

広がるNPOの活動

NPO法人の現在（2008年11月）の役員は、理事長含む理事が8名、監事が2名となっている。現理事長は2代目で、観光関連事業に携わった実績を持ち、萩市内のホテルの再生にも関わってきた、いわゆる「もてなし」のプロでもある。また、会員は153名、事務局5名（事務局長1名、職員4名）で運営している。NPO法人は組織の中に様々な班を設けており、会員はそれぞれ希望する班に所属して活動する。現在の班は、「ガイド班」、「守衛・清掃班」、「受付・ショップ班」、「レストラン班」、「まち博推進班」、「花と緑の推進班」、「情報発信班」、「民話語り部班」、「研修班」、「外国語班」、「イベント班」、「学芸サポート班（海洋・民俗・歴史・陸上生物・天文）」、以上12班からなっている。設立当初は20名ほどでスタートしたNPO法人であったが、今では150名を超える会員を擁しており、今もNPO法人に参加・活動したいという人は増えているという。

広がりを見せる住民・NPO・行政の連携

この12班の中で「まち博推進班」では、学芸員のサポートを受けながら、志士の墓の調査や、筋名（通りの名前：昔はどんな小さな通りにも名前がついており、その言われがあった）の復活に向けての調査などを行っている。萩のまちの筋名には、様々な言われがある。例えば、毛利輝元のある家臣が殉死した際、その家臣がかわいがっていた猫が四九日に主人の後を追って墓の前で死んだ。それから、その家臣の屋敷の前を通ると、主人を呼ぶ猫の鳴き声がすると伝わることから、その筋に「^{ねこのちょう}猫町」の名が付いたという。

この筋名の復活は、前述の「まちじゅう博物館整備検討委員会」の堀内部会から提唱があったものである。地元ではもう名前も言われも分からなくなったものもあり、「まち博推進班」の会員が調査に当たっている。この調査結果を受けて、放置すれば廃れていく歴史や文化を復活しようという市の施策の一つとして、萩市が筋名のプレートを道路に埋め込むなどしている。また、地区によっては、地元住民が筋名をまちの中に**独自に看板をつくって表示しよう**というところも出てきた。市民のアイデアで始まった筋名復活を始めとして、NPO、行政、その他様々な人や組織が連携しながら、萩のまちの歴史・文化を継承しようという活動が活発化している。

このほかNPO法人では、市や文化財保護団体と連携して、文化財に未指定である市民の「宝もの」のために、「ワンコイントラスト運動」を展開している。市内3か所の公共施設には「ワンコイントラストボックス」を設置し、観光客や市民からワンコイン（100円）の信託金を募っている。NPO法人が集金し、市が管理を、文化財保護団体が広報を担当している。

この信託金によって、鉄道の父・井上勝の旧宅門がトラスト物件の第1号として修復された。井上勝は幕末に英国で鉄道について学び、明治政府では鉄道庁長官として日本鉄道事業に尽力した人物である。井上勝旧宅の門の修復は、様々な議論が起こり、私財である門に対して税金を財源とする修復ができずにいた。そこで、ワンコイントラストの信託金を使って修復することとなり、現在、トラスト物件は第5号まで修復を完了している。



ワンコイントラストボックスと、トラスト物件第1号の井上勝旧宅門（左：修復前、右：修復後）

盛り上がる各地区の活動をまち全体のエネルギーに

「まちじゅう博物館構想」をきっかけに、市民の意識が徐々に変わり、自分たちのまちを見つめ直し、守り、活性化させようという動きが増えていき、具体的に目的を掲げて活動を展開する団体もたくさん出て来るようになった。ある地区で地元住民が地区を紹介する本を出すと、別の地区で「こちらも出そう」という話が盛り上がり、地区に残る古い商家を活用したレストランやショップを地元住民で運営したいと、夜な夜な会議をし、NPO法人に相談を持ちかけてくる地区も出てきた。

「萩博物館」の開館に合わせNPO法人を設立した当時からは考えられないほどに、市内では新しいNPO法人が増えてきた。新たに立ち上がるNPO法人の活動分野も多彩になり、音楽などのこれまでになかった分野の活動も増えてきた。

NPO法人では、民間の中核的存在として、市内の様々な団体・グループとの議論や交流を進めてきた。2代目理事長は、「まちじゅう博物館と聞いて最初はすばらしい構想だと思ったが、いざ具体的に何をするかというとなかなか難しい」と話す。具体像はどういうものなのか、といった根本的なところから、多くの人たちと繰り返し議論をしてきた。理事長には、いろいろな組織をまとめるという大役がのしかかり、各地区の活動が活発化すればするほど地区同士の意見が食い違ってくることもある。しかし、ぶつかり合いながらも前進していると、理事長は話す。それは、ぶつかりはしても、まちじゅう博物館をどうするかという核がしっかりしているからだという。

観光客をもてなして、滞在時間を延ばす

萩には、維新の志士などの生家、旧宅、別邸などのゆかりの建物が往時のままで多く残っており、魅力的な観光スポットとなっている。しかし、以前は人が住んでいたため、観光客が中に入って見ることができず、外観を眺めるだけで終わっていた。城下町といっても城は残っておらず、旧宅があっても外から見るだけだったこともあり、観光客の滞在時間がどうしても短くなりがちなのが長年の課題だった。

萩市では、この課題を克服しようと様々な取組を行ない、最近では少しずつ滞在時間を延ばすことに成功するようになってきている。市の所有する旧宅などは公開し、観光客が家の中まで入れるようになった。しかし、家の中には維新の志士たちが使った家具や備品は、ほとんど何も残っていない状態になっていた。幕末から明治維新に活躍した志士たちは、当時東京に移り住む時に全部一緒に持って行ってしまったからである。これでは家の中をざっと見ただけで終わってしまう。

志士ゆかりの建物の中での説明が、ただ誰がいつからいつまで住んでいたとただただだと、志士たちの生活の様子が伝わらないが、市民ガイドが語り部となって、往時のエピソードなどを話すと観光客のイメージが膨らんでくる。例えば、「高杉晋作は2つ向こうの筋に家があって、小さい頃はその向こうのお寺にある天狗で、度胸試しをしていたんですよ」、「高杉晋作は両親が厳しくて、吉田松陰みたいな人と会ってはいけないと叱られたんです。そこで、ここから夜な夜な松下村塾まで通って、家の近くまで帰ってきたら、そこでお酒を飲んで、家に帰って『どこに行ってた』と聞かれたら、『友人とお酒を飲んできた』と答えていたらしいですよ。そうした話を聞くと、家の中にすでにゆかりの品々がなくても、高杉晋作の生活がイメージできる。そうした話ができる人を語り部として、養成していくことになった。

市は、観光ガイドの養成と建物の管理を一緒に行う体制を整えることにした。2007年5月、萩観光ガイド協会がNPOの法人格を取得し、それまで複数あったガイドを行う小さい組織を一つに束ね、文化財施設をばらばらに管理していた状態を改善して一元管理するようにしていった。

物知り博士が「まちかど解説員」に

萩の市民自身があらためて地元の萩について勉強するきっかけにしようと、現在では全国でブームとなっているご当地検定を萩市では2005年にいち早く取り入れた。萩市の「萩ものしり博士検定」は、「修士課程」と「博士課程」に分かれる。博士課程は、選択式ではなく、人名や解説を記述して解答するため難しく、漢字を間違えるケースも多く、合格率は20%と低い。合格者の中には、合格のためにボールペンを3本もつぶしたという人もおり、難易度は非常に高かった。

市は、市民の人たちのこのような努力を萩市のために役立ててもらおうと考え、博士課

程に合格した“ものしり博士”には、「まちかど解説員」を委嘱することにした。まちかど解説員は、検定で勉強して知った萩の歴史や文化を市民に話したり、観光客が迷っていたら声をかけてあげたりと、様々な形で活躍している。

また、ものしり博士のなかには、萩観光ガイド協会や萩博物館のガイドになった人もいる。それまで観光ガイドの数は設立当初に一時的に増えたが、最近伸び悩んでいた。市では養成講座として観光セミナーを開講しているが、年間に数名しかガイドになる人がいなかったため、現在はものしり博士にガイドとして活躍してもらおうとの期待が高まっている。2008年度には、山口県内でJR西日本のディステーションキャンペーンが開催され、萩では毎週日曜日に旧久保田家住宅において、萩ものしり博士が自分の得意分野を20～30分講義をしてもらって「おもしろ講座」を開講して好評を博した。

更に、萩のことを勉強できる子ども向けの「萩ものしりブック」という冊子も作成した。地元の企業に出資してもらい、「吉田松陰とその塾生たち」という本を出版し、その利益で冊子を作り、市内の小学5・6年生全員に配布した。「萩ものしりブック」には萩の自慢話がたくさん収められている。

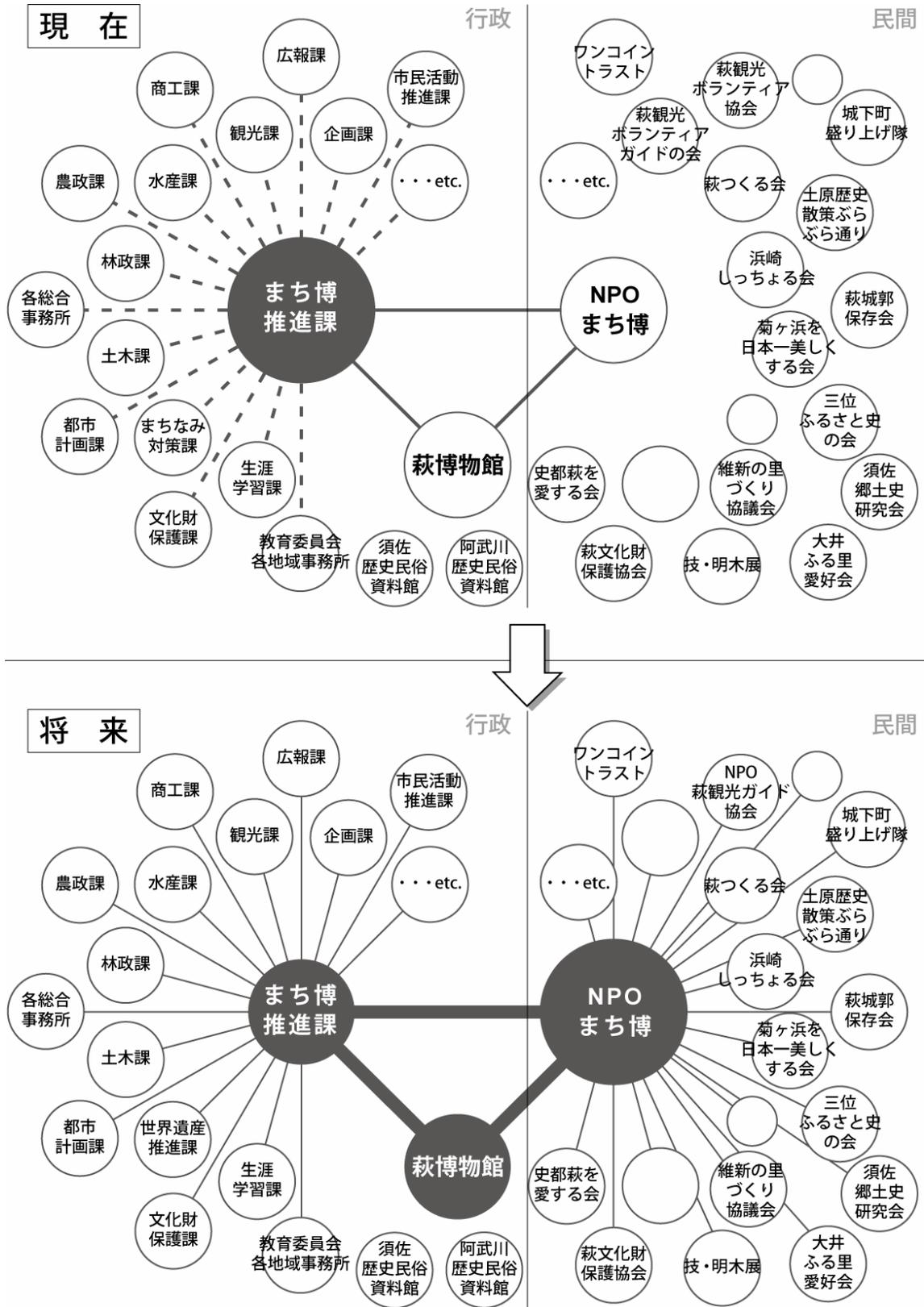
3. 「萩まちじゅう博物館」のこれから

市民の力でまちを守り、まちを創る

2007年度の萩市への観光入込客数は160万人となり、観光客の減少は底を打ったと観光協会が発表した。その背景には、市民参加で市内のいろいろな地区でまちおこしが起こったことや、市やワンコイントラストによる文化財施設などの復元・修復、周辺部の整備などが進んだことがあげられる。また、市民ガイドの体制が整い、検定などによってガイドの裾野が広がってきたことなどもあげられる。そうした様々な取組の結果、観光客の滞在時間が少しずつ長くなっているのではないかと考えられている。

NPO法人については、これまでの市の全面的な協力による運営から、市民主導の自律的な運営に移していくことが課題となっている。各地区ではこれまで様々な形で活動が展開され、その気運も盛り上がり、少しずつ成果を発揮するようになってきている。そうした各地区各分野の活動を「まちじゅう博物館」としてまとめることができれば、大きな力になる。萩市では、市民の大きな動きを、行政が前に出るのではなく、後ろから支える、という体制を目指している。また、合併して萩市となった旧町村地域でも、このまちづくりを広げていきたいと考えている。

「萩まちじゅう博物館」のネットワークのイメージ図（資料：萩市）



ながさきし

長崎市（長崎県）

長崎市の歴史や文化を活用した まち歩き「長崎さるく」

まち歩きによる観光の促進、魅力 PR

【取組の概要】「長崎さるく博 06」の開催を契機として、隠れた長崎らしさを発見し、市民が主役で進める観光まちづくり

長崎市は2006年、国内初の「まち歩き」をテーマとした博覧会、「長崎さるく博 06」(以下、さるく博)を開催した。「さるく」とは、長崎の方言で“ぶらぶら歩く”の意味。この博覧会には、従来型の大掛かりなパビリオンは一切なく、その代わりに用意されたのは、長崎市のまちの魅力を堪能できるよう市民と行政が一緒になって作りあげた「まち歩きコース」とそのツアーだった。

国内旅行の全国的な傾向を見ると、旅行の形態は団体から個人へと主流が変わり、観光客のニーズは見学中心から体験・交流を取り入れたものへとシフトし、さらに男性より女性に好まれる観光地が支持されるといった傾向が顕著となっている。さるく博を開催する以前の長崎市では、この観光の時流に乗るための十分な対応策を取れずにいた。長崎市への観光は、グラバー園、大浦天主堂、眼鏡橋、原爆資料館などの施設見学が中心で、長崎市にはその他にも歴史・文化に関わる豊富な観光資源があるにも関わらず、観光客が訪問できる体制の整備が不十分だった。また、学ぶ、食べる、参加する、交流するといった体験型メニューの開発にはほとんど手付かずの状態だった。長崎市の観光入込客数は1992年の570万人をピークに緩やかに減少し、2004年には493万人にまで落ち込んでいた。団体客の落ち込みが顕著で、中でも修学旅行生の落ち込みが激しかった。

長崎市の市職員と市民は、こうした状況に危機感を抱き、新たな観光まちづくりのあり方を模索していった。さるく博を企画するにあたって、観光の体験メニューの拡充として、パビリオンに予算をかけるのではなく、長崎市に既にある地域資源を活かすことを考えた。グラバー園や大浦天主堂以外にも、長崎らしい歴史や文化が感じられるポイントは豊富にある。長崎市の坂道をゆっくり歩いてみれば、“和・華(中国)・蘭(西洋)”の様々な歴史・文化に出会って知的好奇心が刺激され、地元ガイドや出会った住民との会話でまちのホンモノの生活文化に触れることができる。さるく博では、そんな観光を目指すこと



長崎さるく(まち歩きとガイドステーション(スタート地点))

になった。

また、長崎市にとって、来訪者を拒まないという市民性を持った“長崎市民”こそ、長崎観光にとっての貴重な地域資源だった。来訪者をもてなすことと楽しいことが好きな“のぼせもん(熱中する人)”の長崎市民が、さるく博を支えた。さるく博は「市民が主役」で進められ、「市民プロデューサー」(95名)を中心に多くの市民によって42のさるくコースが作られ、さるく専門ガイドの「さるくガイド」(325名)と「さるくサポーター」(184名)(後述)が養成された(2009年1月現在は45コース、ガイドとサポート合わせて480名)。さるくのメニューも、特製マップを片手に自由に歩く「長崎遊さるく」，“さるくガイド”の説明を聞きながら歩く「長崎通さるく」、専門家による講座や体験を通して長崎をさらに深く探求する「長崎学さるく」の3種類に分けられ、多様なニーズに応えられるようにした。

市民が主役をモットーに進めたさるく博は、約1,023万人が参加し、長崎市の観光のあり方に大きな転換をもたらした。観光入込客数の緩やかな減少には歯止めがかかり、閉会後も大きな反動はなく、500万人台で推移している。長崎市のまち歩きは、「長崎さるく」として定着し、博覧会が終わった後も、新たな展開を見せている。

1. 「長崎さるく」実施に向けての体制づくり

基本理念は「まち活かし、ひと活かし」

さるく博の企画は、2003年度から市民を中心とした委員会で策定に取り組んだ「長崎市観光2006アクションプラン」が基になった。さるく博の開催前、長崎市の観光客数は減り続け、2002年には、ついに年間500万人を切るようになっていた。長崎市を元気にするには、まず基幹産業である観光の振興を図らなければいけない、という認識は共有されていたが、誰が、どういう取組をすればいいのかが分からず、それを探ってみようということで、市民参画で作ったのがアクションプランだった。

アクションプラン策定のワーキングチームは、「まねぶ」(真似て、学ぶ)という姿勢を大事にし、視察した多くの先進地では、観光施設だけでなく、住民も一体となって観光まちづくりに取り組んでいることを学んだ。そして、国内観光の傾向、長崎市観光の分析結果、ならびに先進地の動向を踏まえて、長崎市観光の基本理念を「まち活かし、ひと活かし」とした。“ないものねだり”ではなく、“あるもの探し”をしてそれを生かしていく、つまり、地域の隠れた資源、隠れた人材を探そうという基本理念が固まった。グラバー園や大浦天主堂以外にも、長崎市には重要な資源があるはずであり、それを行政ではなく、市民主導で発掘していこう、という方針を決めた。

新たな観光ツールは「まち歩き」

長崎市観光活性化の具体策として、今後は個人観光客へのきめ細やかな対応が必要だと考え、その検討の中で出てきたツールが「まち歩き」だった。これまでになかった「まち歩き観光コース」を設定すれば、観光客は地元住民の生活文化に触れたり、直接会話することができ、また地元住民は市民としての誇りを持ち、まちをきれいにし、良くしようという意識が高まる。これまで活かせなかった長崎市の個性を活かすために、「まち歩きが楽しくなる仕組み・仕掛けづくり」を事業コンセプトとした。観光客がまち歩きをすれば時間をかけてゆっくり過ごす観光が生まれ、滞在時間が延長されて、宿泊にもつながる。ゆっくりした観光は、団塊世代の知的好奇心を満たすことができるし、リピーターとなる可能性も高まると考えた。

企画から実施まですべてを“市民”の力で実施する博覧会

2004年4月からは、アクションプランの策定委員会(2003年5月~04年2月)は推進委員会に発展し、実施計画を作り、さるく博の具体像を作り上げていった。推進委員会は、長崎市内の報道機関、経済団体、公的団体、市民団体、有識者からなる全110名の委員で構成されており、「企画から実施まで市民の力でやっつけよう、そしてその利益は市民が得るものとしよう」を、さるく博を進める上でのコンセプトとした。従来各地で見られた多くの博覧会では、企画の策定を東京資本の大手広告代理店などが担当し、大きなパビリオンを建設し、その運営も他所からの事業者が担う、というものであったが、さるく博の場合は、すべて市内の事業者と市民で実施するというコンセプトを持って、それを貫き、実際にほとんどを市民の力で進めていった。

「市民プロデューサー」の誕生

委員会では、「市民が主役」という流れで話が進み、中心となってプランを実行に移す「市民プロデューサー」をおくこととなった。地元タウン情報紙の編集を手がけてきた女性で委員として参加した川良真理^{かわら まり}氏は、これまで、仕事や趣味の旅行で知り得た観光地の情報を地元長崎市にフィードバックして活かす機会を求めていた。だが、「“言うばかり”の(発言するだけで行動がない)人間が多くて嫌気がさす」という思いも持っていたため、自分が委員会で発言を重ねれば重ねるほど、自分の中で責任感が増していくのを感じていた。長崎市への熱い思いを持っているものの、自らが先陣を切ってイベントを成功させようというのには、ちゅうちょもあった。「市民プロデューサー」には興味があり、面白そうだと思っていたが、企画策定だけではなく実行まで引き受けたら、かなり動かないといけなくなるのは目に見えていた。その女性委員は、考え悩んだ末、市民プロデューサーを引き受けることにした。

川良氏と同じように、長崎市への思いを持ち続けていた4人の市民が市民プロデューサーとなり、さるく博をサポートする市民側の中心メンバーと決まった。4人の市民プロデューサーは、委員会が2004年2月にアクションプランを作りあげて、解散し実行に移る時、退くに退けなくなったという意味で、愛着を込めて「逃げ遅れた4人組」と呼ばれている。この4人組が信念を持って、当初からずっと関わり続けてきたから、プランを実行していく際にはブレや迷いが生じなかった。

企画当初は否定的な意見もあった「さるく博」

長崎市では、以前に行政主導で大きな予算を費やして博覧会を開催したことがあり、さるく博の開催に対しても、企画当初は、「一部の人が儲けるだけ」、「地元は荒らされるばかり」といった否定的な意見も一部にあった。市民プロデューサーになることは、市民として批判する側ではなく、批判をされる側に立つということであり、信念と覚悟を伴うものでもあった。

4人組の予想していたとおり、市民プロデューサーとして活動していく中で、いろいろな人とのぶつかり合いが起こった。飲み屋に行くと、他の長崎市民と喧嘩になったこともあった。事務局以外の市職員からは、「あんたたちが市にいろいろ余計なことば言うけん、俺たちの仕事の増えたよ」とからまれた。「私たちだって自分の時間ば割いて関わっとつとに、なんで市の連中にこんなことば言われんばいかんとね」と、やりきれない気持ちになるときもあった。

体験しないと分からない「まち歩き」

企画当初、さるく博がなかなか市民に受け入れてもらえなかった理由として、主軸になっている「まち歩き」というのは、体験してみればすぐに分かるが、言葉だけではそのおもしろさが伝わりにくく、広く理解してもらうには時間がかかるということがあった。地元市民は、「毎日歩きよるまちばあらためて歩いたところで、何がおもしろかと?」と言い、観光客は「長崎市の観光はグラバー園と眼鏡橋を見て、平和公園に行ったら終わりでしょう?」と言った。

しかし、地元市民も観光客も、さるく博を実際に体験していくうちに、意識が変わっていった。まちの魅力というのは、名所・旧跡だけに限られたものではない。坂道や路地など、地元の人だからこそ知っていて、入り込んでいける空間があり、そうしたなにげない日常生活空間にも長崎らしさがある。そこで、「この橋には、こんな逸話があるんですよ」と、「さるくガイド」から地元の“物語”を聞くと、参加者にはまちの景色がそれまでと違って見えてくる。参加者の満足度が高まると、ガイドする地元の人自身も満足できる。実物を見ながら物語を語って歩くというおもしろさは、体験した人だけに分かるものだった。

2. まち活かしで発展した「さるく博」

2004年イベントに向けて、地元自治会回りから始めたコースづくり

2006年4月開催（～10月）のさるく博に向けて、2004年10月には、1か月間だけのイベントを開催することになった。市職員2名と市民プロデューサー4名は、イベントに向けて、試行的に4つのまち歩き「さるくコース」を作った。「さるくコース」は、これまで観光客が行かなかったようなまちなかや住宅地にもコースを設定するため、市職員は他部署の協力も得ながら、地域の自治会や商店・企業などをすべて回って、長崎市観光の現状、さるく博のコンセプトとまち歩きの方法、地元市民として何をしたいかを説明し、了承を得てコースを作りあげていった。地域の自治会は全部で900程あるが、市職員がコース策定に先立って、そのすべてに地道に話をし回ったことが、イベントを開催する際に、「さるくコース」への住民や商店の協力を得られた大きな要因となった。通常なら、居住空間を観光コースに組み込まれることには抵抗がありそうだが、住民や商店はおおむね好意的で理解を示してくれた。

「市民も観光客」から始めよう

市民プロデューサーと市の事務局職員が議論を重ねて作業を進めて行く中で、さるく博のより具体的な方針が固まっていった。まず、県外からの観光客だけを意識する仕掛けには、市民プロデューサーたちの心は動かなかった。最初から、遠方から来る観光客をターゲットとするのではなく、長崎市に住んでいる人が自分の知らなかった長崎市を発見して、楽しんでお金を使うように、内需を先行させていくことを第一に考えた。自分と同じ仕事場や町内にいる身近な人と一緒にまちを歩いて、「毎日歩いていたのに、この家の向こうにこんなものがあるなんて知らなかった」というような発見をしてもらおうのが、市民プロデューサーたちの狙いだった。長崎市の人たちが盛り上がり、市外や県外の人にはなんだろうと思って、自然に引き込まれていくだろうと考えた。「市民も観光客」という考え方は、次第にさるく博にとって重要な意味を持つようになっていった。

市民も知らない地元に眠るストーリーの発掘

一番最初に作った「さるくコース」は、観光客に人気スポットとなっている旧外国人居留地エリアのコースだった。しかし、有名な観光スポットのグラバー園や大浦天主堂をこのコースには入れなかった。有名な観光スポット以外にも、旧居留地周辺には100年以上前にできた坂道、石畳、側溝、ネームプレート、洋館など、歴史を物語るものが多く残っているため、それを歩いて見てもらおうということにした。コース作りのために、より詳しくエリアを調べると、そこに暮らした人々の感動的なストーリーも出てきた。さるくコ

ースでは、その文化財がいかに価値があるかといったことだけではなく、ここにはこういう人が住んでいて、こんなラブロマンスがあった、こんな悲話もあった、といったことを紹介し、当時のことをイメージできるような話を盛り込んでいこうということになった。

「さるくコース」のマップは、公募で広く市民の意見も取り入れて工夫し、歴史的な事実関係を確認しながら作り上げていった。もちろん、何度も現地に足を運んだ。坂道を歩くコースは、登りがいいのか、下りがいいのか、何度も議論を繰り返した。一つのコースを策定するために、半年間ほどの議論を重ねた。行政と市民ということで、意見が分かれることもあった。例えば、商店を地図に書き入れようという市民側に対して、行政としては、民間の個々の商店の名前を公式な地図には入れにくいという抵抗があった。だが、市職員は、市民側と一緒に実際に歩いてみることで、ランドマークとして商店は必要不可欠だということが分かり、商店の名前を地図に書き入れることになった。



まちなかの「さるくコース」標識と説明版

地元長崎市のまちの特徴をとことん追求

もともと長崎市のまちなみは歴史性があるうえに、まちなみは地形的には坂道が多く変化に富んでおり、市職員や市民プロデューサーたちは、探せば観光ポイントとなるネタが多く出てくると考えていた。ただ、そのネタに一般の市民や観光客がアプローチしやすい方法が整備されておらず、地図や解説がなくても、わざわざ訪れようとするのは、マニアックな人だけだった。しかし、誰もが楽しく無理なく歩けるように工夫されたコースやガイドが用意されれば、地図を片手に「まち歩き」をする人が増えるようになる。そうした「まち歩き」の観光スタイルは、いろいろなネタが散在する長崎市にちょうど合っていた。分かりやすい地図をもとにまち歩きをすれば、「こんなところにそんなすごい人のお墓があったとは知らなかった」と、新たな発見ができる。また、歴史だけではなく、「この路地にこんな店があったのか」、「ここはこんなに眺めが良かったのか」といった発見もある。「ずっと住んでいる人でも知らなかった」といった発見が飛び出すようなコースづくりを市民プロデューサーたちは目指した。

新たな体験機会を生み出すコースづくり ～「長崎学さるく」の例から～

「長崎学さるく」の中では、芸子さんと呼んで料亭でご馳走をいただくというコースを作った。料金は2万円で、様々なコースの中ではダントツに高額だった。最初、料亭に話を持っていくと、「お客さんが集まるはずがない」と断られた。仕方なく市民プロデューサーの個人的な関係から協力してもらえる料亭をなんとか見つけて、ようやく試しにやってみるようになった。ところがコースの募集をすると、あっという間に30名の予約が埋まった。申込みが多かったのは、50～60歳代の女性だった。話を聞いてみると、主婦は男性と違って、料亭で接待という機会はあまりなく、芸さんの踊りを直接見たこともほとんどない。美味しいものを食べて、踊りを見ることもできて2万円、という価格は通常価格より割安だったため、女性の申込みが殺到した。当日は、参加者の女性たちも着飾って、非常に華やかな会になった。

3. ひと活かして発展した「さるく博」

独自の案内スタイルを確立した「さるくガイド」～伝える相手は好きな人～

さるく博で最も重要な役割を果たすのが「さるくガイド」のガイド役だが、長崎市にはガイドを養成しやすい素地がもともとあった。昔から組織立って活動する「ボランティアガイド」が多くいたため、ボランティアを全くゼロから養成するという必要がなかった。「さるくガイド」は、これまでの長崎市を含めて全国各地にいるボランティアガイドとは異なるガイドを行う。市事務局と市民プロデューサーは、あえてこれまでにないガイドの仕方を求めたため、ガイドの人たちに納得してもらうまでは大変であった。

市の職員はガイド役たちに、「さるくガイド」に大切なこととして「恋人や家族、自分が好きな人に伝えるのと同じように話してください」と説明してきた。ガイドとして観光客に、長崎の歴史・文化は伝えて欲しいが、まず何よりも、気持ちを込めてハートを大事にして欲しいということを訴えてきた。

ボランティアガイドと言えば、一般に郷土の歴史を中心とした案内のイメージが強いが、観光客には歴史の好きな人も、そうでない人もいる。市民プロデューサーは、ガイドには、相手をよく見て、歴史以外の案内も工夫して取り入れてもらうようにした。例えば、「ちゃんぽん屋の前を通ったら、『ここのお店は具が多くっておいしいんですよ』と紹介してみたり、『このマンホールは、なぜこんな模様が入っているのか分かりませんが、昔から外すと祟りがあるといった話もあって外さないんですよ』と地元だから知っているという話も盛り込んでください」といったように。市民プロデューサーが、そういう話を意識的に取り込んでいくようにガイドに促すと、ガイドたちは最初、「そんな話、本当にウケるんですか?」と納得しない様子だったが、実際にそうした歴史以外の話をしてみると、それまで知らん顔していた若い観光客からも反応が返ってくるようになった。ガイドたちは、「ああ、

こんなガイドの仕方もあるのか」と手応えを感じ、次第に「さるくガイド」という独自の案内スタイルが出来上がっていった。

これまで、どんな観光客が来てもガイドの説明スタイルは一方通行であることが多かったが、地元長崎の食べ物の話を挟み込む人、子供の頃に遊びまわった思い出を語る人、ガイドそれぞれに持ちネタができ、回を重ねるごとに変化していった。

独自の養成方法で裾野が広がる「さるくガイド」

さるく博の開催に向けて、基本理念の一つである「ひと活かし」を具現化するには、「さるくガイド」が不可欠であり、予想する客数をもてなすにはかなり多くの数のガイドが必要とされたため、ガイド養成にも独自の工夫をしていった。研修は、従来のボランティアガイドであれば、平日に研修をするが、会社等に勤めている人も受講しやすいように、土日を中心に研修をした。また、ガイドの養成では、長崎の歴史・文化や「長崎さるく」についての講座を1日だけ聞いてもらい、



ガイド研修の様子

あとはコースごとの研修にした。地元住民なら、長崎市のことは大体は分かっているため、全体的なことは必要最小限にした。長崎市全体のことを何でも話すガイドではなく、エリアごとに研修を行い、当該エリアのプロになってもらうようにした。受講者は、希望するコースのみ研修を受ければよく、コースでの研修は、1回目は講師が実際に歩いて教え、2回目は2週間後くらいに受講者が実際に自分でガイドをする。これで、そのコースの「さるくガイド」として資格が認められる。この養成方法で、「さるくガイド」の裾野が広がっていった。

一度いずれかのコースの「さるくガイド」になると、他のガイドの人が行うツアーに研修として参加できる。コースを歩く時は、案内をするガイドと、一番後ろについて車の安全確認などをするサポーターとの2人でワンセットとなっているため、研修中は、サポーターとしてツアーに入る。研修中のガイドは、先輩ガイドの説明を聞いて、コツを掴んで上達する。そして、自分なりに手作りの差し棒を使用したり、写真や図を駆使した説明版（ファイル）を作ったりと、それぞれに様々な工夫をし、ガイド全体のレベルが上がっていった。

ガイドをこなしていくうちに、ますます向上心に火がつくようで、新しいコースができると自主研修をするようになった。ガイドたちは、新しいコースを自主的に



「さるくガイド」が案内する様子とユニホーム

訪ねて歩き、地元の関係者にいろいろな質問をして情報を集めて歩く。地元からは、「ガイドさんが（自主研修で）熱心なのはいいが、バラバラで来ずにまとめて来て欲しい」と、事務局に連絡が入るほどだという。

少しずつ試行的に導入することで市民の認知を得て、協力の輪を広げた

計画が公表された頃は市民の関心が今一つだったさるく博だが、2006年の本イベントの前に、2004年には1か月間、2005年には3か月間、と試行的にプレイベントを重ねていった。それにより、次第にこれまでとは違う博覧会の様子が、市民の耳目に触れることになった。

当初は無反応だった市民も、試行的に行われたさるく博プレイベントを見聞きすることで、「何かやりよるね」と関心を持ち始め、実際に参加してみて、「やってみたらわりとおもしろかね」といったように変化していった。2年間のプレイベント期間を経ることで、関わる市民が徐々に増えて、当初はどこか懐疑的だった市民全体の論調が好意的なものに変わっていった。

「協力したいけど、どうすればいいか」、「自分はこんな特技をもっているけど役に立つかな」といったような市民からの問い合わせが、市事務局や市民プロデューサーに次々と寄せられるようになり、市全体で取組協力体制ができあがった。

地元商業者と観光客のコミュニケーションを生み出す ～市場コースの例から～

さるく博には、長崎市民が日頃買い物に出かける“市場”を歩くコースがある。市場の魚屋は、普段は自分から観光客に声をかけるということはしないが、ガイドが間にいるため、「あら、東京から来なさったとね、じゃあ、これ食べてみんね、おいしかよ〜」、と観光客に声をかけるようになり、ガイドを通じて、魚屋と観光客の間にコミュニケーションが生まれている。観光客が増加することで土産品の売上もあがるため、商店側はさるく博を歓迎するし、観光客も商店の人との会話を楽しんでおり、まちの中に新しい好循環が生まれつつある。

「さるく博」のフィナーレ

当初、そのおもしろさが伝わりにくかった「まち歩き」だったが、案内する人、案内される人、協力する人など参加者が徐々に増え、まちの中に新しい“循環”の輪が目に見えるようになってくると、逆風が大きな順風が変わっていった。「もし『さるく博』が1年だけのイベントだったら、『まち歩き』は市民に浸透する前に終わっていたかもしれなかった」と、ある市民プロデューサーは話す。

さるく博が終盤を迎える頃、ある市民プロデューサーは、まちでいきなり「さるくガイ

ド」の人から呼び止められて腕をつかまれた。「『さるく博』が終わったら、このままやめるつもりね？」と訊ねられた。「そうですね、11月で終わりですね」と答えると、「つまらん！」とその「さるくガイド」は怒り出した。「やめたら困る！私はこれが生きがいのごとなつとるけん、続けてくれんね」。ガイド以外のいろいろな人からも、さるく博がなくなってしまうことを惜しむ声が強くなっていた。

さるく博が終わる時に、「さるくガイド」たちは、自分のコースにある協力店舗に行って、自らその店舗の饅頭やお寿司を買って、「これまでありがとうございました。11月で終わるんですよ」と挨拶をして回っていた。もちろん、お礼の挨拶をして欲しいと事務局からガイドに連絡があった訳ではなく、「さるくガイド」たちは、自主的に挨拶回りをしていた。市民プロデューサーがお世話になった店舗に挨拶に行くと、「あんたのごと（様に）ね、いっぱいガイドさんがお礼に来てくれるとよ」と言われた。その時、市民プロデューサーは、市内に人の輪とお金の輪が広がっているということを実感した。いつの間にか、「市民が主役」の博覧会が、市民プロデューサーや市事務局が想像しなかったところにまで根付いていた。

4. 発展する「長崎さるく」とその将来展望

博覧会後に、ますます発展する「長崎さるく」

さるく博の終了後も、“まち歩き”は「長崎さるく」として市民や観光客に定着してきている。「長崎さるく」は、年末年始を除き、年間ずっと毎日、どこかのコースで行われている。毎年、秋には1か月間のイベントも行われる。また、「さるくコース」が新たに開発されている。2009年、安政の開港150周年にあたり、2010年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」が放映されることもあって、2009年4月から「長崎さるく幕末編」のイベントが行われる。

最近では、コースを歩くだけでは物足りない、という人も出てきたため、市の「ながさきの食推進室」では、3つの「さるくコース」を麺類ばかりを求めて食べ歩くという企画を行い、30名ほどが参加した。「長崎さるく」の市の担当部署は「さるく観光課」だが、市民への定着、裾野の広がりとともに、他の部署でも「長崎さるく」を取り入れた施策を「さるく観光課」と連携しながら進めるようになっている。例えば、小学生がデザインしたまちの花壇を「さるくコース」で紹介したり、「さるくコース」作りで発掘された良好なビューポイントが景観行政に生かされるなどしている。教育の現場では、子どもたちが「総合的な学習の時間」に、「さるくコース」を先生と一緒に歩いて学習を行っている例もある。



「長崎さるく」の参加者の様子と参加証

また、国民健康保険課では、長崎さるくのマスコットキャラクターである「さるくちゃん」を利用し、太ってしまったさるくちゃんが「さるいとけばよかった・・・」とメタボリックシンドロームの予防を呼びかけPRしている。

将来の展望は、まるごと市民が運営する「長崎さるく」

将来への展望について、ある市民プロデューサーは、「最終的には市民で、事務局も含めて全部を運営できるようになればいいなと思うんですよ。今はまだ、長崎市が事務局を運営してお金も出しているが、長崎市は後方支援をするような形になれば理想的」、「長崎市では、市民と行政がようやく肩を並べたところだが、今後は、市民がより一層主体性を持って動くようになれば」と語る。

実際に、市民側からそうした方向を模索する取組も生まれつつある。その一つが、NPO法人（特定非営利活動法人）の立ち上げである。さるく博の市民プロデューサーには95名がいたが、初期の頃から関わった人など11名が、「NPO法人長崎コンプラドール」を設立した。コンプラドールとは、“仲買人”を意味するポルトガル語で、長崎奉行に出島への出入りを許された日本人貿易商を意味する。「長崎コンプラドール」は、市内はもとより、市外や県外でのまち歩き観光を、市民の立場から支援する。さるく博の際にも、市街地の外のエリアにまで「さるくコース」を広げて欲しいという市民からの要望が一部にあったが、実現することはできなかった。そうした多様な要望に応えるには、行政では限界がある。そこで、NPOとして、市民のコースづくりなどを手伝うことができればと考えた。さらに、市外からも「さるく」をやってみたいという要望が寄せられ、一緒にまち歩きをしてアドバイスし、地図づくりを支援し始めている。NPOの「長崎コンプラドール」は、“コンプラドール（仲買人）”として、「さるく」を通じて長崎市とその内外をつなぐ役割も果たし始めている。

「長崎遊さるく」のコース一覧（45コース）

| ゾーン名 | コース名 | 番号 |
|-------------|--|----|
| 居留地界限 | 長崎は今日も異国だった ～南山手洋館、港がみえる坂～ | 1 |
| | ハイカラさんが往来しよらす ～東山手洋館群とオランダ坂～ | 2 |
| | 憧れの居留地海岸通り ～明治の洋館と事始めの地を訪ねて～ | 3 |
| 新地・唐人屋敷界限 | 媽祖様と唐りゃんせ ～唐人屋敷の歴史～ | 4 |
| | チャイナタウン長崎 ～新地中華街界限をぶらり散策～ | 5 |
| 丸山界限 | 文人墨客も思案した？ ～丸山巡遊～ | 6 |
| | 高島秋帆旧宅跡から大徳寺へ ～江戸、明治の風情が残る奥丸山～ | 7 |
| 中島川・寺町～風頭界限 | 懐かしの街並み ～中通り界限～ | 8 |
| | 怖かばってん、重文楽しか界限 ～光源寺から興福寺へ～ | 9 |
| | 重文縁起よか界限 ～延命寺から崇福寺へ～ | 10 |
| | 真ん中歩いても橋さるく？ ～中島川石橋めぐり～ | 11 |
| | 龍馬が見上げた長崎の空 ～風頭から龜山社中跡、そして寺町へ～ | 12 |
| 鳴滝～新大工界限 | 元祖長崎 ～桜馬場・夫婦川から新大工～ | 13 |
| | 超VIP出島蘭館医「施福多」の奇跡 ～シーボルトへの道～ | 14 |
| 西坂～諏訪の森界限 | 長崎はローマだった ～西坂の丘から愛と祈りの小径へ～ | 15 |
| | 松森神社から諏訪神社へ ～緑に包まれた聖地・天満宮とお諏訪さん～ | 16 |
| | 長崎奉行所を訪ねて ～時代を超えた長崎の中心地～ | 17 |
| 浦上界限 | アンゼラスの鐘の丘を訪ねて ～原爆落下中心地・平和公園から浦上天主堂～ | 18 |
| | 被爆校舎で耳をすませば ～原爆落下中心地から城山小学校へ～ | 19 |
| | 世界で2番目の一瞬に思いをはせて～旧長崎医科大学 山王神社から坂本国際墓地へ～ | 20 |
| 淵・稲佐界限 | 国際都市・稲佐の華やかな交流史 ～淵神社から稲佐悟真寺国際墓地～ | 21 |
| | 絶景！パノラマ360° ～稲佐山～ | 22 |
| 元船・出島みなと界限 | 長崎港水辺散策 ～出島ワープ・長崎水辺の森公園～ | 23 |
| 浜町界限 | 浜ぶらコース ～アーケードと路地裏ギザギザ歩き～ | 24 |
| 茂木界限 | 茂木みなと散歩 ～漆喰塀の旧家を眺めつつ～ | 25 |
| 古賀・矢上・日見界限 | 長崎街道矢上宿歴史探訪 ～江戸と長崎を結ぶ道～ | 26 |
| | 日本一！長崎ペンギン水族館ツアー ～山・川・海の自然体験さるく～ | 27 |
| | 四百年の歴史を誇る植木技術と庭園 ～古賀・植木の里散策～ | 28 |
| 深堀界限 | 深堀城下町探訪 ～語り継がれる深堀義士伝の町～ | 29 |
| 外海界限 | 夕陽が美しいキリシタンの里 ～遠藤周作が魅せられた町～ | 30 |
| | 日本一の清流と伝統的な街並み・神浦 ～のんびり・ゆったり・そぞろ歩き～ | 31 |
| 香焼界限 | 今も弘法さんの伝説が残る街 ～海と緑と太陽と造船の香焼～ | 32 |
| 伊王島界限 | 体感！ココロとカラダが元気になる伊王島 ～やすらぎのリゾートアイランド～ | 33 |
| 高島界限 | コバルトブルーの海の楽園・高島 ～周囲6.4km、島の魅力がギュッと詰まった町～ | 34 |
| 野母崎界限 | 平安時代に開かれた長崎の要所 ～点在する寺社巡りで野母崎再発見～ | 35 |
| 三和界限 | 知らされる遺跡が残る三和探訪 ～川原大池におち姫伝説あり～ | 36 |
| 琴海エリア | 美しい海に囲まれた緑ゆたかなまち ～琴の海の歴史と自然、新鮮な食材を訪ねて～ | 37 |
| フリーゾーン | 長崎港クルージング ～潮風に吹かれて海さるく～ | 38 |
| | 長崎ライトアップめぐり ～美しき光の彩りを求めて～ | 39 |
| | 1000万ドル夜景ツアー ～日本三大夜景・稲佐山ほか～ | 40 |
| 拠点施設 | 歴史浪漫散策 ～グラバー園～ | 41 |
| | 出島タイムスリップ ～扇形の宝の島～ | 42 |
| | 長崎原爆資料館めぐり | 43 |
| | 長崎歴史文化博物館めぐり | 44 |
| | 長崎県美術館めぐり | 45 |

バス路線の再編と需要に応じた相乗りワゴン車 （デマンド交通システム）の運行

【取組の概要】 地域を知り工夫の積み重ねが支えるデマンド交通

2006年、東御市では新交通システムとして、デマンドバス（ ）「とうみレッツ号」を導入した。利用者のほとんどが高齢者の女性。レッツ号は、おばあちゃん達を自宅に迎えに行き、病院へ、買い物へ、温泉へと送り出し、帰りは自宅に送り届けるドアツードア方式。オペレーター室には本人や家族から多くの感謝の声が届く。

東御市では、合併前から、バス交通の見直しの必要に迫られていた。民間事業者が撤退したあと、旧東部町と旧北御牧村では代替バスや巡回バスを走らせていたが、乗車率は低く赤字経営となっていた。東御市には生活に自動車交通が欠かせない地域も多い。導入前に市がアンケート調査を実施したところ、市全体の高齢化が進むなか、車が運転できなくなった時の高齢者の移動手段を確保して欲しい、バス交通をなんとかして欲しい、といった市民からの意見が多く寄せられた。

「とうみレッツ号」は、市の人口約32,000人、面積112km²、5エリアと、全国でも最大級の規模での運行を行っている。現在のところ、利用者には非常に好評でデマンド交通システム（ ）導入前と比較して費用対効果は上がっている。現在に至るには、新交通システムを進めてきた担当者と日々の運行を支えるスタッフの工夫があった。



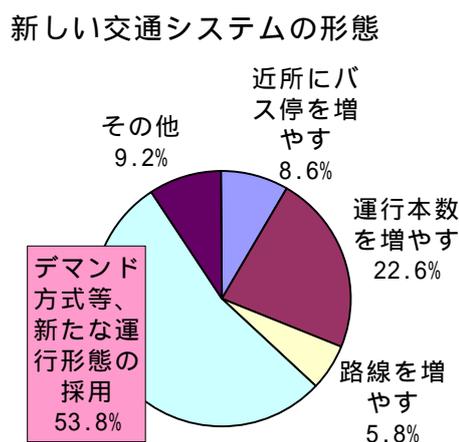
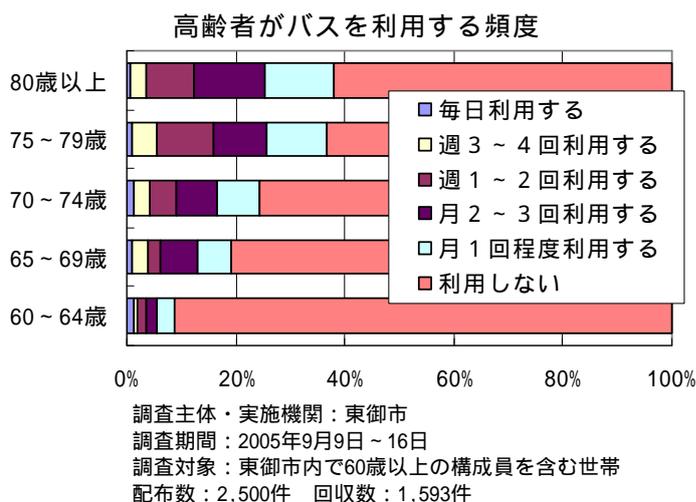
東御市のデマンド交通
「とうみレッツ号」

（ ）デマンドバス（デマンド交通システム）とは、利用者の需要に応じて、電話予約によりバスを運行するシステム

1. 新交通システムの導入に向けて

東御市の地勢と移動のニーズ

東御市は、2004年4月、千曲川の北側の旧東部町（小県郡）と南側の旧北御牧村（北佐久郡）の2町村が合併して誕生した。人口は現在約32,000人（合併時32,150人、旧東部町26,422人、旧北御牧村5,728人）。面積は112.3km²。旧東部町は上田地域広域連合に、北御牧村は佐久広域連合に入っていたことから、郡境を越えた合併となった。



市域は東西に流れる千曲川沿いに広がる平野から山に向かう丘陵地帯となっている。主要な交通として、しなの鉄道（旧JR信越本線）と国道18号線がともに千曲川と平行して東西に走り、軽井沢・小諸、上田・長野を結ぶ。市内に2つある鉄道駅の1つである田中駅付近は、古くから市街地となっており、市役所や商店街がある。その付近には食料品・日用雑貨等の大型店舗、市民病院、福祉センター、温泉施設などがある。

市内に学校は、小学校5校、中学校2校があるが、高校は1校だけで、市外の学校（特に上田市が多い）へ通うのに鉄道を利用する生徒が多く、朝夕に駅までのアクセスが必要となっている。市内に4つある市営の温泉施設（1988年～1993年頃に掘削・開設）は、どちらかといえば観光客より地元住民向けの温泉となっており、一部は高齢者の福祉的なりハビリ施設の機能を持つものとなっている。温泉施設には年会費4万円で4施設が入浴フリーといった特典もあり、高齢者の楽しみの一つとなっているが、移動手段が欠かせない。利用者は昭和10年代生まれ、特に女性で自動車の運転免許を持っていない市民が多く、移動手段の確保が課題となっている。

地域の重要な課題となっていた交通事情

旧東部町、旧北御牧村ともに、民間の路線バスは採算割れを起こして一部廃止され、自治体が代替バスや巡回バス等を運行し、赤字を抱える状況が続いていた。合併して東御市になってからは、廃止路線代替バス（4路線8系統）、市営バス（2路線8系統）、巡回バス（曜日変更4路線）、小・中学生の通学用契約バスなどが混在して運行されていた。巡回バスは曜日によって時刻表が変わり、使いにくいという声が多かった。さらに昼間はほとんどのバスが、空気だけを運んでいるという状態だった。交通システムの整理・統合は合併以前から合併後に取り組みべき重要な課題の一つとなっていた。

新たな交通システムを望む市民の声の高まり

こうした中、東御市では、交通システムの改革に向けて、2005 年度にバス交通に関する市民アンケート調査を行った。

市民のバス利用は少ないが、高齢者はよく利用している

市内の高齢者がいる世帯に「バスを利用する頻度」を尋ねたところ、バスを使うという人は全体の 25%ほどに止まり、バス利用率の低迷が裏付けられた形だった。しかし、年齢別で見ると、75 歳以上では 40%近くが利用しており、年齢が高くなるほどバスの利用率が高いことも明らかとなった。

市民の利用ニーズに合わない交通形態がバス利用の低下を招いていた

また、「なぜバスを利用しないのか」を尋ねると、「利用したい時間に便がない」、「運行本数が少ない」といった回答が多かった。「現在バスを利用して市民病院に通っているが本数が少なく歩いて帰ることもある」、「小型か中型に替えて今より本数を多くした方が現実的で利用しやすいのではないか」といった具体的な意見も見られた。バス事業は、利用者が少なく採算が合わないため本数を減らす、減らすとますます利用者が減るといった悪循環に陥っていたのである。

デマンド交通を求める市民の声の高まり

そこで、どんな「交通システムを望むか」を尋ねてみたところ、「デマンド方式等、新たな運行形態の採用」を支持する市民の声が過半数に上った。具体的な意見としても、新しい交通システムへの期待を寄せる声が多く、しかもそれは「デマンド交通で」という明確なものもかなりあった。アンケートを実施した当時は、デマンド交通に関する記事が新聞に載るなど、各地で普及し始めた時期だったこともあり、市民の間でも一部その存在が知られるようになっていた。

- ・「現在はまだバスを利用しないが、将来的には自分も必要とするようになる、そのための是非デマンド交通を導入して欲しい」
- ・「現在は私が運転して家族を乗せて行きますが、いずれ運転は不可能になるでしょう。また現在でも私が病気の際は他人に頼むかタクシーを頼む始末。新しい交通システム“戸口から戸口への乗り合いタクシー”は大歓迎です。できるだけ早い実現をお願いします」
- ・「家族一人一台の自家用車を持たなければこの地区では生活できません。ただ将来、年をとり車の運転を自分でできなくなる時が必ずやってきます。その時には公共の交通システムの導入を望みます」
- ・「今は自家用車を利用しておりますが、将来は必ず公共の交通機関に世話になる様になりますので、アンケートに協力致しました。市民が利用しやすい制度を実施して頂きたいと考えております」

駅から遠く、市内の中でも高齢化率が比較的高い北御牧地区の市民からは、特に「交通に不便を感じている人が家族にいる」、「ショッピング・通院にはバスを使う」という回答が多く、新交通システムへのニーズも他の地域より多かった。

また、現状ではバスを使う必要を感じていない人でも、将来に不安を抱き、足の確保を求める声が多く見られた。

新たな交通システム導入に否定的な意見もあった

新たな交通システム導入を求める意見と比較すればごく少数ではあるが、「交通手段には困っていない」、「税負担が増大しないか」、「個人へのサービスに税金をかけることは疑問」、「交通手段を持たない人へは他の解決策が必要なのではないか」、「導入しても現状は変わらない」といったように、新交通システム導入に対して否定的な意見もあった。

2. 新交通システムの導入：とうみレッツ号運行開始

東御市の特性に合わせた“定時定路線バス”と“デマンドバス”の併用

2006年10月2日、“デマンドバス”の「とうみレッツ号」が正式に運行開始となった。同時に、これまでの市内公共交通機関であった代替バス、市営バス、巡回バス、契約バスが発展的に解消され、朝夕のみ通学・通園・通勤等のニーズに合わせた“定時定路線バス”が運行されることとなった。また同時に、昼間の時間帯については、高齢者など一人ひとりのニーズに合わせたデマンドシステムでの運行となった。

デマンドバスの運行システム

デマンドバス「とうみレッツ号」の電話予約受付は、朝の8時から夕方4時まで。登録利用者が電話をすれば、東御市商工会内の「受付センター」にいるオペレーターにつながり、登録を確認する。オペレーターは、登録利用者からの利用申込みを電話で受け付けて、システムを使って即時に運転手に指示を送り、運転手は運転席のモニターの指示により利用者を送迎する。送迎の順やルートはオペレーターが電話を受けて即時に考える。

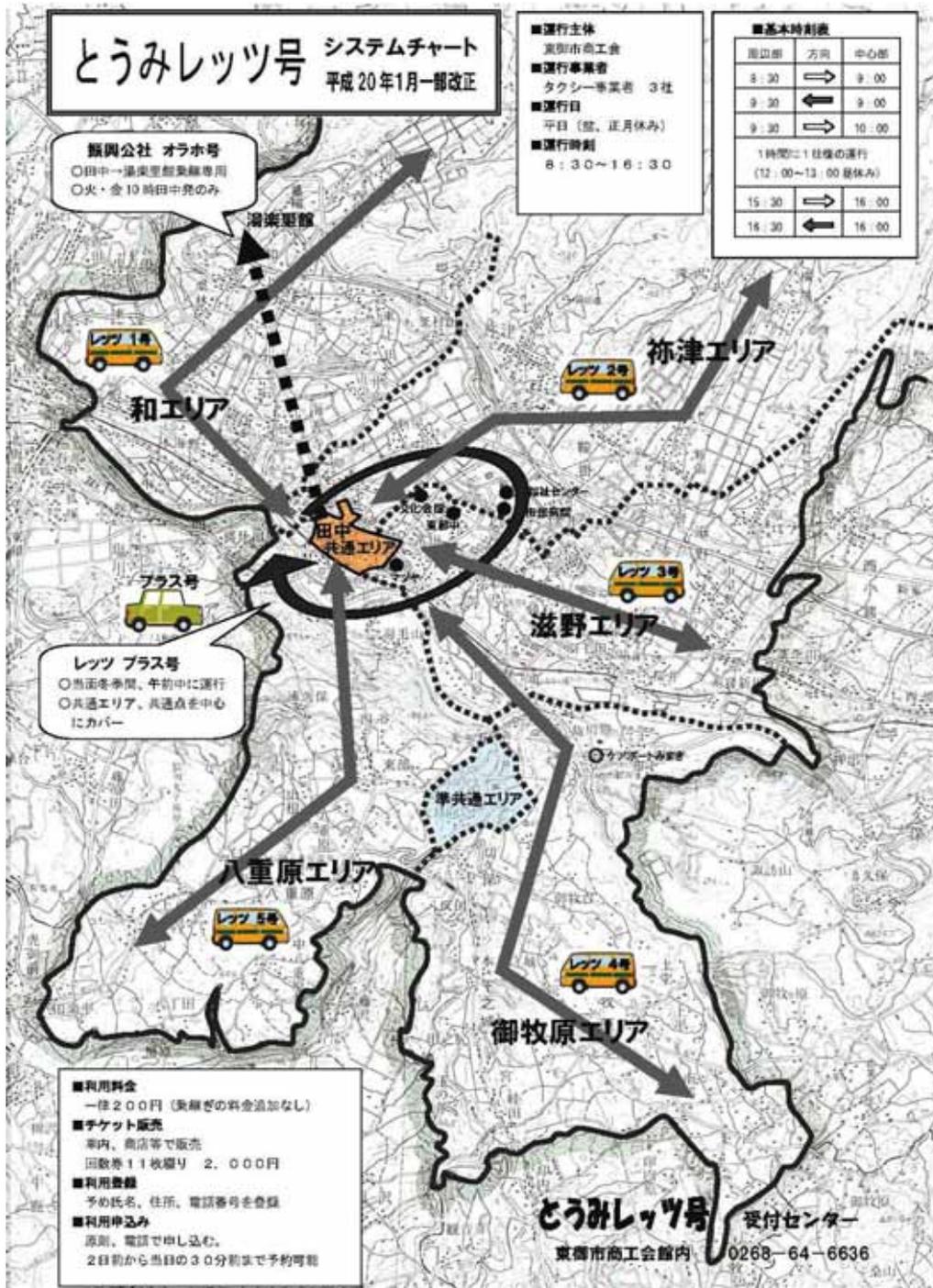
「とうみレッツ号」は、市内を5つのエリア（A B C D Eの各エリア）に分かれて運行している。各エリアに1台ずつ、9人乗りの小型バスが走る。バスは30分以内でエリア内の各家の玄関先まで利用者を迎えに行き、市中心部の田中駅周辺の共通エリアに移動する。共通エリアには商店街・市役所・市民病院などの公共施設があり、付近に大型店舗もある。他のエリアに行く人は、「田中駅前ロータリー」で他のエリアのバスに乗り換える。用事を済ませた利用者は、予約した時間に共通エリア内にあるバス停から30分以内で各エリアの各自宅の玄関先までバスで送ってもらえる。

また、とうみレッツ号の運行の隙間を埋めるために、「プラス号」という4人乗りのタク

シーが運行している。プラス号は、田中駅周辺の共通エリアを中心に、各エリアを越えて自由に動く。運賃の支払は、利用券（200 円）で行う。利用券はとうみレッツ号車内または東御市商工会で販売している。利用回数券は 11 枚 2,000 円。

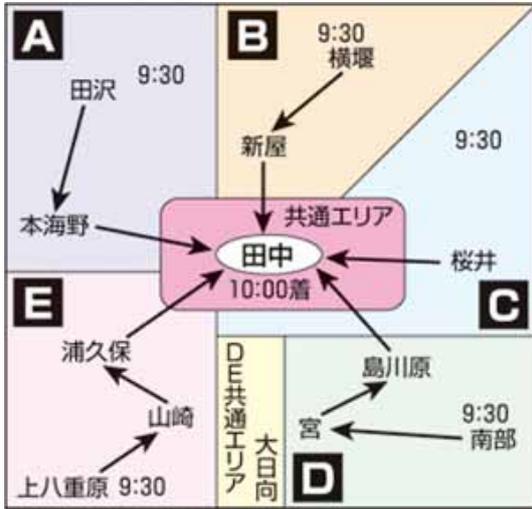


田中駅前ロータリー



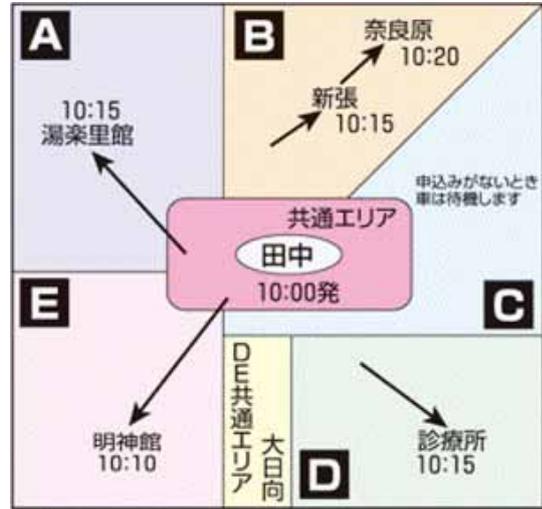
運行方向の基本イメージ(行き)

A~E各エリア遠方部から共通エリア(田中方面)行き
8:30発、9:30発 以降1時間おきに 15:30発まで



運行方向の基本イメージ(帰り)

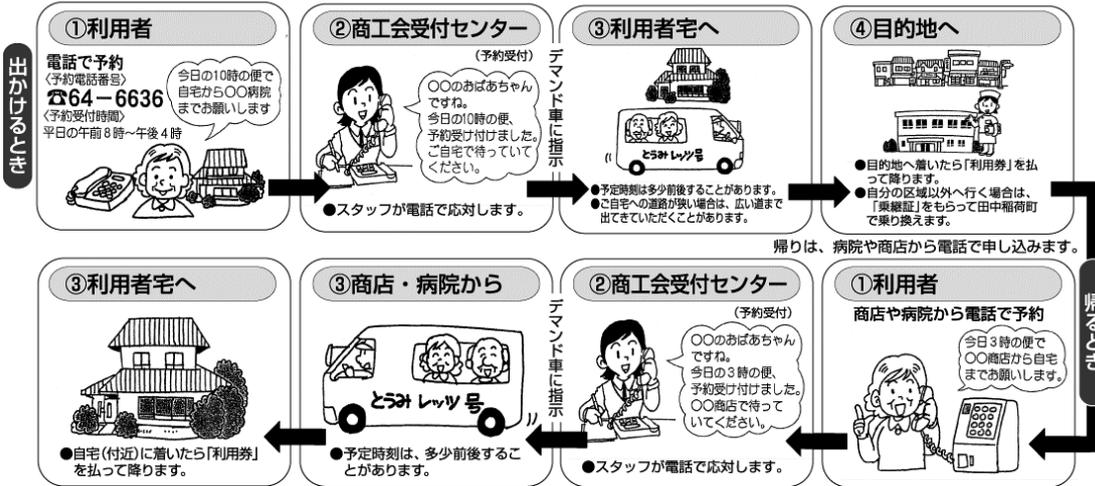
共通エリア(田中方面)からA~E各エリア遠方部行き
9:00発、10:00発 以降1時間おきに 16:00発まで



利用方法 (申込みのしかた) 電話 64-6636

レッツ号受付センターへ電話をして、次のことを申し込みます。

- ① 自分の住所(区名)と氏名 ② 利用希望日時(当日、翌日、翌々日まで受付) ③ 行く先



レポート (デマンドバス利用の様子)

「傘がいなくなった」高齢者の喜びの声

ある日の午後、とうみレッツ号に乗ってみると、利用者は全員女性。「シートベルトを締めなさい」と、隣の女性が親切に締め方を教えてくれる。バスは、美しい山々を背景に広がる丘陵地帯を登ったり降りたり、軽快に走り続ける。そんな景色は見飽きたのか、車内は女性同士の会話が途切れない。

「このバスのおかげで本当に助かっていますよ」と隣の女性は話す。もしこのバスがないと、クルマで誰かに送ってもらわないといけませんが、その必要がなくなった。「最初、電話をかけにくかったり、迷ったりしませんでしたか?」と聞くと、「私はおばさんだから、電話をかけるのは平気ですよ」と笑い飛ばす。

バスは集落の細い道をどんどん入っていくと、ある家の前に止まった。女性一人が利用回数券を箱に入れて、車内全員に挨拶をしてバスを降りる。運転手はドアを開けて女性が降りるのを待っている。バスの利用は常連が多いからか、運転手は「あの家ですか?」「ここに停めていいですか?」など一切聞かない。全く迷うことなく細い道に侵入していき、ピタッと家の前でバスを停めるため、最初はちょっと驚かされる。

女性たちはどの人も同様に、家の前に着いたら、利用回数券を渡して他の人に挨拶をしてバスを降りて行く。家々を回って一人ずつ降り、バスが徐々に空いて、誰もいなくなった。このバスは、市内中心部のターミナルや公共施設・店舗等がある共通エリアから、利用者の自宅があるエリアに向かう、「帰りコース」のバスだった。

次に、バスは各エリアから「共通エリア行きコース」のバスに変わる。高台にある温泉施設の前から、また何人かの女性が乗車してきた。女性たちは温泉を楽しんで、共通エリアまで行く途中に自宅がある人はそこで降り、別のエリアに自宅がある人は共通エリアでバスを乗り換える。

運転手は乗車用の踏み台を出して、女性たちが乗るのを待ってドアを閉める。ちょうど前に座った女性は、この市営の温泉施設によく通っているのだそうだ。「家の前まで迎えに来てくれて、また家まで送ってくれるので助かります。バスのおかげで、傘がいらなくなりました」と話していた。少し足が悪いが、このバスのおかげで外に出かけられる、といった人もいた。バスに乗ると、よその地区の人とも、バスのなかで話をして知り合いになることもあって楽しいそうだ。とにかく、バスの中は会話が絶えない。

3. 新交通システムの導入に至るまで

期日を決めて短期間で一気に導入

東御市では、前述のように、合併前からバス交通の問題は大きかったが、旧北御牧村は佐久広域連合、旧東部町は上田地域広域連合にあり、広域圏が違っていると移動の体系も違っていたことから、合併協議の際には、合併後に交通体系を考えようということになった。

バス交通は合併時の重要課題だったが、合併した2004年は、議会がデマンド交通の先進地視察に出かけた以外は何も進まなかった。だが、2005年になってから、市長の強い意向もあり、「2006年10月から新交通システムを正式導入開始」という日程がまず決められた。導入目標日が最初に決められたことで、市の担当職員らはそれに向かって全速力で取り組むこととなった。日程は厳しく、スケジュール通りに準備を進めなければ間に合わなくなるため、職員は緊張の連続だったという。

| 市内公共交通の種類 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 以降 |
|-------------|-----------|----|----|--------|------|----|
| 現行のバス運行 | | | | | | |
| 廃止路線代替バス | | | | | → | 廃止 |
| 市営バス | | | | | → | |
| 巡回バス | | | | | → | |
| 契約バス | | | | | → | |
| 新交通システム | | | | | | |
| 朝夕の定時定路線バス | | | | | | → |
| 昼間のデマンドシステム | 計画策定、運行準備 | | |▶ | ▶ | ▶ |
| | | | | 試行運行 | 本格運行 | |

2005年5月から、「新交通システム、バス運行計画検討委員会」を開催し、商工会、社会福祉協議会、福祉関係団体、老人クラブ、PTA、区長会、バス会社、タクシー会社などと市役所のメンバーでの議論が始まった。2005年9月には、前述の市民へのアンケート調査を実施。その結果、多くの市民からデマンド交通への期待が寄せられたことから、デマンド交通システム導入に向けてはすみがつき、比較的スムーズに導入準備が進んでいった。

当時の市の担当職員によると、「2006年10月2日という導入期日の指定が市長からあったため、なにが何でもやるしかなかった」という。ただ、前述したように、デマンド交通という新交通システム導入に対しての問題の指摘が全く無かったわけではなく、市や商工会（後に運行主体となった）にも、不安の声が寄せられた。例えば、「お年よりは電話するのが嫌だ、路線バスだったら決まった時間に待っていればバスが来る」、「障害を持つ方で電話できない人はどうするのか」と言った声もその一つである。そうした問題を指摘した意見には、個別に解決策を図っていくこととし、東御市としては導入の方向で検討を進めていった。

デマンド交通導入に向けての事務的作業は順調だったが、広く市民に理解してもらうための広報活動はエネルギーを要した。チラシは何度も配布し、大きなパンフレットを作って各戸へ配布した。

| 東御市新交通システムへの移行経過 | |
|------------------|---|
| 2004年4月 | 旧東部町と旧北御牧村が合併して東御市誕生 先進地の視察等を実施 |
| 2005年5月 | 第1回新交通システム、バス運行計画検討委員会 |
| 7月 | 運行システム設計の委託先事業者決定 (市民アンケート、アンケートデータの投入、システム導入による解決すべき課題の抽出分析、システム実施方法の検討等) |
| 8月 | 第2回検討委員会 |
| 9月 | 市民へのアンケート調査実施 |
| 10月 | 新交通システムの素案作成 |
| 11月 | 第3回検討委員会 |
| 12月 | 第4回検討委員会、議会説明、委託先事業者から調査報告書の提出 |
| 2006年1月 | 調査報告書に基づき庁内検討会 |
| 2月 | 実施運用主体との調整、システム設計・構築仕様書の作成 |
| 3月 | 議会において、予算案上程・新交通システム内容説明 |
| 4月 | 新交通システム発注・施工、長野県安曇野市堀金「うららカー」視察 |
| 5月 | 第1回新交通システム運行計画策定委員会 長野県上田市「武石スマイル号」視察 |
| 6月 | 第2回新交通システム運行計画策定委員会 許認可申請手続きのため国土交通省訪問 長野県富士見町「富士見町すずらん号」視察 |
| 7月 | 新交通システム運行計画確認会議 |
| 8月 | デマンド登録開始、スタッフ研修、愛称「とうみレッツ号」決定 |
| 9月 | 第3回新交通システム運行計画策定委員会 とうみレッツ号試行運行開始 |
| 10月2日 | とうみレッツ号運行開始 |

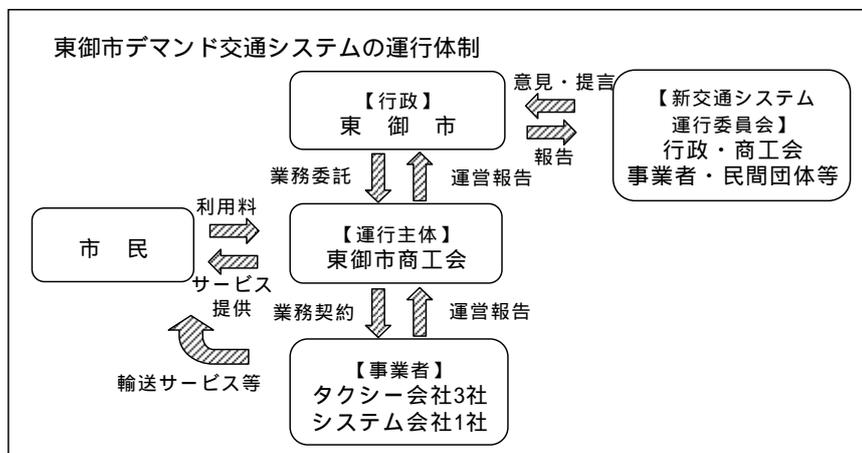
導入に向けての体制づくり - 運行主体の決定

デマンド交通の運行主体は、東御市から東御市商工会に委託することになった。デマンド交通システムは、交通弱者の問題に加えて、地域振興、商店街を中心とした商業振興なども期待されることから、民間よりは公的な団体を選定。

公的な団体の候補としては、他の自治体の導入を見ると商工会が運行主体となっているケースが一番多いが、自治体が直接行っているケースや、社会福祉協議会が行っている例もある。市の担当職員らは、全国各地のデマンド交通の先進地に視察に出かけるなど調査をし、自治体が行っている場合、業務を行うのに柔軟性に欠ける面があることが分かった。例えば、一部のシステム機械を変える場合などでも、自治体直営の場合には議会の承認が必要となり、時間がかかる。そうしたことから、東御市では商工会が選定された。

運行主体は東御市から委託を受けた東御市商工会だが、輸送サービス業務と通信システムのメンテナンス業務は、それぞれ商工会がタクシー会社やシステム会社と業務契約を結んで実施してもらう形をとった。また、バスの利用者をコーディネートする上で要となる「オペレーター」は、商工会の臨時職員として採用した。

「とうみレッツ号」の一周年記念キャンペーンの一環として実施した利用者アンケート調査では、「自宅から自宅までなのでありがたい」といった満足感を示す声が多数あるなど、全般的には「非常に満足度が高い」という結果が出た。ただその一方で、「朝の8時台はいくらかけても電話が繋がらない」「満員で乗れないことがある」といったように利用者の需要に体制が追いつかないことを指摘する声もあった。バスへの乗降を助ける協力店からも悪い話は聞かないという回答があったが、待合所の設置が必要であるとする意見もあった。



知恵と工夫で地域特性を生かした交通システム

デマンド交通システムを導入するに当たって、東御市では全国各地の市町村に視察に行ったが、地勢や財政などの状況によって適当な交通システムも全く異なることがよく分かったという。結局、東御市は、東御市にあった交通システムの組み立てを独自に考えなくてはならなかった。また、交通システムは一旦組み立てたら、利用者の混乱を招かないように継続性を大事にしなければならず、車両・設備機器や通信システム等の導入に伴う契

約関係と費用の問題などから、簡単に変更することはできない。そのため、導入までの期間は短かったが、様々な観点から慎重に検討を重ね、知恵と工夫を働かせて、東御市では東御市にあった独自のデマンド交通システムを構築した。

東御市のデマンド交通システムでは、市内5つの各エリアから、30分でまちの中心である共通エリアに行って、30分で戻ってくるというように、時間をしっかり決めて乗り継ぎができる。円を描くような形で循環するバスを導入する市町村が多い中、東御市では、市内中心部から放射線状にバスを走らせている。こうした特徴を持った交通システムを東御市が導入できたのは、駅、商店街、市役所、市民病院などがまちの中心にあり、しかもそれが各地区の中間にあったという地理的条件があり、それを最大限有効に生かしたからであった。

仮に今後、他市町村で同じような交通システムを導入しようとしても、地域によっては、商店街や駅がいくつもあったり、またそれが距離的に各地区の中間地点になかったりすれば、「各地区から共通エリアに集まって乗換えという交通システム」は上手くいかない。東御市の場合、自らの地理的な条件を最大限に生かす形で工夫を凝らしたことで、デマンド交通の適用地域としては日本最大級の規模でも、市民にわかりやすく、利用しやすいシステムができたとも言える。

利用者の満足度（とうみレッツ号利用者へのアンケートより（2007年））

レッツ号の使い勝手

| | 回答数 (人) | 比率 (%) |
|---------|------------|-----------|
| よい | 38 | 76% |
| まあよい | 5 | 10% |
| あまりよくない | 7 | 14% |
| 合計 | 50 | 100% |

よい点

- ・喜んでいる・感謝・助かっている
- ・時間通りにきてくれる
- ・玄関に横付けがうれしい（足が悪いので）
- ・安心して1人で出かけられる

よくない点

- ・100円バスの方が使い勝手が良かった
- ・年寄りには電話することがおっくうである
- ・時間によっては行きたい時間に行けない
- ・乗換えが気になり温泉へ行けない
- ・予約するのが面倒
- ・8人で予約したかったが断られた
- ・市内しか行けない
- ・乗り継ぎの待ち時間が気になる

レッツ号に乗車時の感じ

| | 回答数 (人) | 比率 (%) |
|---------|------------|-----------|
| 大変よい | 39 | 78% |
| まあよい | 11 | 22% |
| あまりよくない | 0 | 0% |
| よくない | 0 | 0% |
| 合計 | 50 | 100% |

よい点

- ・いろんな景色が見られて嬉しい
- ・同乗の方達と和やかに話せて嬉しい
- ・一人で乗っている時は申し訳ない気がする
- ・上手に回っている
- ・情報の交換ができる
- ・ドライバーとの話が楽しい
- ・気楽な雰囲気

予約時の電話（オペレーター）ドライバーの対応

| | 回答数 (人) | 比率 (%) |
|---------|------------|-----------|
| 大変よい | 36 | 72% |
| まあよい | 12 | 24% |
| あまりよくない | 2 | 0% |
| よくない | 0 | 0% |
| 合計 | 50 | 96% |

よい点

ドライバー

- ・とても優しい・親切・丁寧
- ・元気づけてくれる
- ・ドアの開け閉め、踏み台等嬉しい

オペレーター

- ・最高・優しい・丁寧・親切・気さく
- ・親近感がある
- ・はっきり受け答えしてくれる
- ・覚えていてくれて対応してくれる
- ・感じよい・素晴らしい・いい人みたい

よくない点

ドライバー

- ・客によって温度差がある
- ・運転手によっては踏み台を出してくれない

オペレーター

- ・仲間でいく時、まとまっていてくれと言われた
- ・昨年つめたい対応をされた

レポート

（デマンド交通のオペレーターの様子）

デマンド成功の鍵はオペレーター

東御市商工会の管理担当者がデマンド交通のオペレーターを紹介してくれた。オペレーターの女性に話を聞くと、「デマンド交通ではオペレーターが重要な役割を果たしています。交通を誘導するだけでなく、ばあちゃん、じっちゃんたちは会話が大事ですよ。オペレーターとの会話です。“ありがたいなあ”と言って、よくお礼の電話を受けるんですよ。」とのことだ。

市の交通システム担当職員や商工会の管理担当者は、「よその自治体とシステム自体はそんなに変わらないですよ。あとはオペレーターさんがいかに上手くやるかというのが鍵となります」と言って、オペレーターの仕事を高く評価している。デマンド交通を導入したあと、成功を決定づけるのはオペレーティングだそうだ。

東御市商工会の中にあるオペレーター室にお邪魔すると、3台のパソコンに3名のオペレーターがいた。「声を張り上げないと聞こえにくい方ばかりなので」と、どのオペレーターも電話ではものすごく大きな声ではっきりとしゃべる。バス利用の登録者は60～80歳代が8割を占め、実際の利用者の約84%が女性である。つまり、電話の相手は「おばあちゃん」がほとんどである。

オペレーターは全員で4名、午前中3名、午後からは1名が業務につく。午前8時から10時までは予約の電話が鳴り続く。10時を過ぎると電話があまり鳴らなくなる。おばあちゃんたちは、すでにバスで出かけている。行き先は、病院、温泉、買い物するお店が圧倒的に多く、その他、2か月に一度の年金支給日から3日間ほどは、銀行・郵便局・農協に集中する。

オペレーターの仕事は、予約を受けるだけという単純な具合にはいかない。「おばあちゃんは、電話をかけてきて、時間も名字もどこで乗るかも全部省いて“（名前）『ゆらり（温泉施設）』まで”それしか言ってくれませんかから」とのこと、新人は慣れるまでは大変だそうだ。

行違いやトラブルがないようにしようと思うと、普段からおばあちゃんのことを理解し

ようということになる。オペレーターはおばあちゃんと直接会ったことがなくても、電話のやりとりで200人以上は記憶している。「身の上相談、心の相談室みたいな電話もありますね。嫁さんには言えないけど、他の人には言える、という人もいます（笑）。話し相手がいない、一人暮らしの方も多いです。（レッツ号を）お使いになる方は、お嫁さんに気兼ねするからとか、一人暮らしだから、という方がほとんどですから。気になる方は健康状態を聞いたりもしますね。あまり乗らない日が続くと、“心配してたんだよ”って言って、聞いてみたりもします。温泉通いをしていた方が、病院通いに代わったりしたら、“どこか具合悪いですか？”と聞いたりもします。あまりに具合が悪いと、運転手さんが対応できませんので、（民間の）タクシーを利用していただくようにしています。心臓が悪いとか、熱がひどく高いとか。」オペレーター室は、まさに高齢者福祉の現場にもなっている。



デマンド交通のオペレーター室

オペレーターは電話でおばあちゃんと話しながら予約を受けるだけではない。電話で会話をしながら、同時にルートを考えて予約を確定しなければならない。パソコンの操作マニュアルはあるが、応答のマニュアルがあるわけではなく、地理を考慮しながら工夫してルートを組んでいく。必然的に、オペレーターは東御市の地理関係も把握していなくては行けない。予約が確定すると、運転手に通信システムを使ってルートの指示が行く。運転手は指示を見て、利用者を迎えに行く。

「オペレーターの仕事は、機械的にこなしていると上手くいかないし、疲れます。でも、会話するのが好きな人なら誰でもできると思います。楽しんでやっています」とオペレーターは言う。仕事ぶりを見せていただくと、オペレーターの皆さんはやりがいを持って、いきいきと仕事をしているのが伝わってくる。

平日の午前中、おばあちゃんたちは今日も外出しようと、レッツ号を待っている。中には、毎日レッツ号を利用するという「ヘビーユーザー」もいる（アンケートでは毎日利用する人が16%、週に2～3回も34%いる）。レッツ号は玄関先まで来てくれるので家の中で待っていればいいが、バスがお年寄りを元気にしてしまうのか、それとも気を使ってなのか、家の外で待っている人もいるらしい。「乗り合いバスですから遅れることもあるので、“お家の中で待っていて下さい”とお伝えするんですが、15分も20分前から表で“まだか、まだか”と待っておられる方もいます。乗り合いのバスだから多少遅れることもあるのに。“危ないからお家の中で待ってください”と再三お願いするんですが・・・、でも、どうにもならないですね」とオペレーターは心配顔で話す。バスが遅れることを連絡しようと、オペレーターが電話したが、おばあちゃんは外で待っていて、雨でびしょぬれになっていた、ということもあった。どうも年をとるとせっかちになる人が多いと、商工会の管理担当者も言う。「だけど、バスに乗ってから、“あっ、めがね忘れた！”なんてね！」ちなみにバスの中での忘れ物では、杖が多いらしい。



「とうみレッツ号」に乗る住民たち

4 . 今後の課題と展望

利用者の更なる増加は課題でもあるが・・・

東御市のデマンド交通の利用者は、一日平均延べ 173 人（2008 年 1 ～ 7 月）で導入前の巡回バス利用者約 80 人を上回る。利用の登録者は約 4,300 人、人口比 13%強となっている。定時定路線バスも季節変動はあるが一日平均延べ 195 人（2008 年 1 ～ 7 月）で比較的安定して運行されるようになっている。全体の経費についても、導入前に比べて削減でき、効率化が図られている。

デマンド交通システムの導入によって、以前に見られたような利用率低迷はなくなった。利用者の満足度はかなり高く、利用者は少しずつ増えている。今後も関係者らは、利用者・登録者をさらに増やしたいという意向は持っているが、増えすぎると問題が生じる。利用者が増えて収入も増えればいいが 1 人 200 円という単価のため、輸送車両や通信システム等を増やすとなれば、市の補助がさらに必要となってしまう。商工会や市の担当職員は、「住民の皆さんが、“幸せになれば、お金を出してもいいよ”ということになるかどうか、そここのところの兼ね合いが難しい」と話す。

なんとか商店街に経済効果を

新たな交通システムを導入するにあたっては、地域経済の活性化も期待してきた。確かにバスのおかげで温泉に行っているという人はいるが、商店街の活性化などにはまだ上手く結びついてはいない。

商店街で協力店として、バス待ちの利用や電話をさせてもらっているお店があるが、商店街で買い物をする人は少ない。バスの利用者の 3 割が買い物目的だが、商店街を利用する人はその中の 3 %しかいない。ほとんどの人が大型店を利用している。おばあちゃんたちは、商店街の店舗から店舗への距離が歩けないため、どうしてもワンストップで買える大型店に行く。商工会と東御市の両担当者は、「本来は商店街の方が、お年寄りには便利ではないかと思うのですが。量り売りもあるし」と言って、商店街の活性化については頭を抱えている。バスの経済効果はこれからのようだ。

たかまつし

高松市（香川県）

高齢化社会に対応した持続可能な
新しいスタイルの都市形成をめざして

民間主導の中心市街地再開発

【取組の概要】タウンマネージメントで高齢者にやさしいまちづくり

高松市にある丸亀町^{まるがめまち}商店街は、地域を代表する商店街として、400年以上の歴史があり、四国の商人達がいつか店を構えることを目標とする憧れの地域であった。

しかし、1988年の本四連絡架橋瀬戸大橋の開通後、本州から大手資本が参入した影響や社会情勢の変化により、多くの商店街同様、丸亀町商店街でも、来街者数・売上ともに落ち込み、商店街存続の危機を迎えた。そういった商店街の危機に際して、商店街振興組合は、定期借地権方式によって土地の所有と利用を分離し再開発を進めるという抜本的かつ大胆な対策事業を推進。再開発事業で、延長470mの商店街をA～Gの7街区に分け、それぞれの街区に特徴を持たせるとともに、市民広場などの公共的な施設を備えた集客施設を市街地再開発事業と併せて整備する計画を立てた。先行して計画を進めたA街区では、2006年の竣工以降既にその開発効果が現れており、これに習おうと次の街区でも整備への意欲が高まりつつある。

こういった商店街開発を主導しているのが「高松丸亀町まちづくり株式会社」（以下、「まちづくり会社」）であり、高齢者にやさしいまちづくりを目指しタウンマネージメントの中核を担うとともに、民間を主体としたまちづくりの仕組みを模索している。



高松丸亀町商店街（A街区壱番街）

1. 高松丸亀町商店街の盛衰

四国の商人の夢「丸亀町商店街」

丸亀町の町名は、1588年、高松城築城の際に丸亀城下（現・丸亀市）より商人を移り住まわせたことからその名がついたとされる。丸亀町は城の大手門から南北にまっすぐ伸びる道筋にあり、いわゆる城下町のメインストリートに位置した。このことから、城主が丸亀城下から呼び寄せた商人たちを特別な存在として高松城下の商業の中心に据えていたことがうかがわれる。

まずは地価の安いところで商売を立ち上げ、じわじわと力を蓄えて店を大きくしてい

「いつかは丸亀町に店を構える」ことが四国の商人達の目標だった。「かつては、『丸亀町に店があるなら間違いなく成功者』と言われるようなステータスの高い商業地が丸亀町でした。それだけに、丸亀町商店街の店主は皆、商売に秀でていました」と高松丸亀町商店街振興組合の理事長の古川康造氏は話す。

町の 100 年後を考える

1982 年、丸亀町商店街振興組合の前・理事長の鹿庭幸男氏が現在の若手組合員に言った。「開町 400 年祭は大丈夫やけど、500 年祭はできるんか？今のうちに手を打っておかんと、間に合わんぞ。益々早くなる社会の変化に対応するには、先々を読んで先手を打っていかんと商店街は衰退して 100 年後にはないかもしれんぞ」。

当時の丸亀町商店街は、連日大賑わいで商圈は四国全域と言われるほどであったが、前・理事長は、いつれ、商店街が傾いた時に慌てて投資しようとしてもできなくなると、常に危機意識を持っていた。このため前・理事長は、若手組合員をまとめあげ、大規模な、商店街駐車場整備事業（全体で 1,000 台分）に取り組んだ。1984 年には、国の融資制度を利用して、商店街振興組合が運営する立体駐車場（北駐車場 298 台、南駐車場 72 台）を建設。同時にアーケードの改装とカラー舗装による路面の整備も行った。総工費は 15.5 億、国の融資制度で 10 億、高松市の補助金 3 億、残りの 2.5 億を商店街負担で賄った（その後も駐車場は増やしていき、現在は第 5 駐車場までである）。

駐車場整備に要する自己負担額は大きかったが、狙いどおり需要は高く駐車場運営により、振興組合は大きな収益をあげた。そして、この駐車場運営による収益が後に、丸亀町商店街の様々な挑戦を支えていく原資となる。

青年会の調査結果「物販以外の機能強化が必要」

鹿庭前・理事長の「100 年後を目指したまちづくり」という理念を具体化するため、青年会は今後のまちづくりについて有識者を交え、研究を進めていき下記のとおり研究結果をまとめた。

物販に特化しすぎた丸亀町が今後 100 年間、市民の支持を受け続けることは絶対にできない。

物販以外の機能強化が必要であり、導入すべき機能としては、市民広場、都市公園、イベントホール、駐輪場、駐車場、休憩施設、公衆トイレ、レストラン等の飲食機能、生鮮市場または食品スーパー、ホームセンターなどの生活雑貨店、マンション等の居住施設、（電車は困難なため）バスターミナル等々である。

モノを買うだけのまちから時間消費型の街に作り変えることが、丸亀町が今後存続するためには必要条件である。

居住者いかに増加させるかが課題である。

1988年瀬戸大橋開通

1988年に開通した瀬戸大橋は、四国地域の人々にとって念願であり、「陸路で結ばれ便利になる」、「本州から観光客がやってくる」、「企業誘致がし易くなる」と、多くの人が瀬戸大橋に大きな期待を寄せていた。

しかし、「間違いなく危機が来る、人口の流出と、大手資本の参入がある」と鹿庭前・理事長は、瀬戸大橋がもたらす影響に危機感を持っていた。当時好調だった商店街では、前・理事長以外の皆全員が「何を言ってるんですか、そんなことあり得ないですよ」と瀬戸大橋開通の影響を楽観視しており、行政も「商店街は整備もできており、通行量も多く、皆さん隆々と商売しているので全く問題ない」と考えていた。

「根拠があったわけではないけれど、なんとなくいやな感じがしたと言うんです。前・理事長の商売人としての勘だったのではないのでしょうか」(古川理事長)

瀬戸大橋が開通するまでは四国への交通手段は船しかなく、物資の安定供給体制が構築できないことから、小売の大手資本は参入してこなかったが、1988年に瀬戸大橋が開通すると、大手資本が参入し、丸亀町商店街の売り上げはピーク時の年間270億円から10年で一気に120億円まで落ちこんだ。高松市内の総売り場面積は30万㎡といわれていたが、大型店舗の参入により、わずか10年で倍の60万㎡を越えることになる。

2. 土地の所有権と使用権の分離へ

中心市街地の空洞化と商店街の弱体化

瀬戸大橋開通後に訪れたバブル経済のピーク時、高松市の中心市街地では地価が高騰し、居住者が郊外へ流出、丸亀町商店街の通行量は徐々に減少し中心市街地が衰退していった。中心市街地の空洞化が進んでいくことに危機感を覚えた商店街振興組合では、こういった社会情勢の変化を踏まえて、商店街の現状分析、マーケット調査を実施。その結果、かつては商手以外の各店舗の2階住居に1,000人ほどが暮らしていたが、調査時点では、高齢者を中心にわずか75人しかいないことが判明。商店街に店があっても住むのは郊外という職住分離現象が、若い商店主間では進行し、丸亀町商店街における中心市街地の空洞化が明白になった。

商業の一等地である丸亀町商店街には、よそに土地を流出させないという、丸亀町の誇りがあった。商店街が隆盛を誇っていた頃は商店主(=ほとんどが地権者)は土地を売る必要がなく、バブル経済で土地が高騰しても、商店街の土地がよその地権者に渡ることはなかったが、バブル経済崩壊後は、倒産などによって商店主が土地を手放さざるを得ないケースが続出したため、危機感を抱いた商店街振興組合は、駐車場整備事業の収益を活用し、その土地を全て買い上げ、地域の土地所有権の分散を防いだ。

また、商店街振興組合の結束を固める仕組みも、昔から商店街の中に組み込まれていた。

商店街振興組合の中には45歳までの若手店主が活動する青年会があり、商店街での様々なイベントを担ってきた。振興組合からは年間3,000万円程度の予算が青年会に与えられ、若手店主たちは協力し合ってイベントを開催。協働で事業を成し遂げていくということを学んできた若手たちは、振興組合本体でも協働する。こういった組織の取り組みが代々続いてきたため、「基本的に地権者同士は仲がいい」と理事長は言う。

ところが現在は、青年会の会員数が減少し、以前のように活動が展開できなくなっている。1970～1980年代は団塊世代が若くて元気だったため、会員数は多く、活動も活発だったが、団塊世代が卒業すると、50名以上いた青年会は12名まで減少した。また、各店舗の売上が減少し、店主にもイベントを開催する余裕がなくなるなど、以前のような仕組みで、商店街の結束力、推進力を維持することは困難となった。

商店街再生に向けた究極の一手 ～土地の所有と使用の分離～

居住人口が減少し、郊外型の大型ショッピングセンターに顧客が流れたため、瞬く間に商店街の通行量は減少した。中心市街地の人口が減ったことから、生鮮食品や日常雑貨を扱う店舗が無くなり、商店街は洋服店ばかりに偏ってしまった。そういった洋服店にも、大手資本によって郊外店舗に、安くて流行の商品が押し寄せるようになったため、時代の流れに沿った商売ができない店舗は売上が減少、後継者がいないという店舗が次々とあられた。

「皆がどうしていいのか分からなくなってしまった。商店街の靴屋は、郊外に進出してきた靴屋とどう戦えばいいのかわからず、対策ができなかった」(理事長)

以前は隆盛を誇っていた丸亀町商店街の店舗がこのように一気に売上を下落させるとは、誰も想像していなかった。かつて「丸亀町に土地を持っていれば生活していける」と言われた時代が急速に遠い過去になっていった。

商店街の理事長ら中心メンバーは、商店街を取り巻く閉塞感から脱却するためには、抜本的に商店街を改革するしか打つ手はないと判断。専門家の協力を得ながら、検討を繰り返し、商店街の再生に向けた計画を作り上げた。計画は偏ってしまった業種のバランスを整え、魅力的な都市空間を作り出し、商店街全体を一つのショッピングセンターと位置づけたうえで、全体のレイアウトを再構築するというものであった。

そのためには、商店街の土地利用を柔軟にし、不足している業種を導入できるように土地の所有権と使用权を分離するとともに、商店街全体が納得する4つのルールを作る必要があった。

地権者の全員同意による定期借地権方式を導入すること。

第3セクターによるまちづくり会社で全体の運営を行うこと。

出店者による共同出資会社を設立すること。

土地を取得するための証券化を進めること。

危機感の共有が土地問題を解決させた

振興組合では青年会がまとめた研究結果を基に、1990年に開発事業に着手し、高松市や商工会議所、その他関係者を交えて再開発についての協議を重ねた。1998年7月に中心市街地活性化法が成立、1999年に高松市の中心市街地活性化計画と高松商工会議所が策定したTMO構想に基づき、振興組合を核として進めてきた再開発計画の事業運営全般を担う組織として、第3セクター方式のまちづくり会社が設立された。

再開発の構想は進み、延長470mの商店街をA～Gの7街区に分け、まずはA街区の計画が策定されていった。A街区は、南北に伸びる丸亀町商店街と、丸亀町商店街から東に伸びる片原町西部商店街と西に伸びる兵庫町商店街の交差点にあたり、交差点の北には有名百貨店が立地し、A街区の再開発は百貨店の協力も得ながら高級感を持つイメージで進められた。

商店街の再生に向け、理事長は地権者会議で再開発事業（商店街の土地の所有と分離）について説明を行った。A街区の地権者は借家権者、借地権者を含め総勢67名であったが、全員の合意をとる作業は言葉で言い表せないほど困難な作業であった。会議では地権者同士の争いになることもあり、仲が良かったはずの店主でも、話し合いは一向に進まず、また、地権者会議と並行して行われた行政関係者、建築、設計業者、金融機関など多数の関係者との調整作業も困難で、思ったように進まない状況が続いた。

やがて、商店街の通行量が激減し、郊外の大型店に客を奪われてしまう状況が続くと、地権者の誰もが「このままでは間違いなく商店街が死んでしまう」と実感。最終的には、商店街存亡の危機を地権者全員が共有することで、全ての関係者の合意・調整が可能となった。

結果的に1990年に協議を始めてから2006年までの16年間、1,000回程度地権者会議を開催（平均して週に1～2回開催）したことになる。そういった準備期間を経て、丸亀町商店街再開発事業A街区の「高松丸亀町壱番街」は2006年12月にオープンした。理事長はこの時にやっと「光が見えてきた」と感じたという。また、地権者にとってもオープンの日は感動的で記念すべき日になった。

A街区の再開発成功を踏まえて他の街区の開発が進められる中、「商店街の店舗構成は、過去の大きな歴史的な契機に変わってきました。明治維新とか、終戦とか。そういうのをきっかけに、店舗がガサッと入れ替わっていましたが、戦後60年、そのような新陳代謝が止まっていたんです。それが衰退する大きな原因だった。今回は大幅な店舗の入れ替え策を、合理的に、合法的に、ルールとして作っていったんです」と理事長は、語る。

3 . 商業者と住民の新たな関係づくり

丸亀町のタウンマネージメント

「テナントリーシング()だけでこの町ににぎわいを作る、ということは考えてないんですよ」。以前、理事長はどうやって外貨を獲得するかということばかりを考えていたが、実はテナントに頼ったまちづくりではなく、賑わいをいかにつくるか？賑わいさえ出来れば、テナントはほっといても集まってくる、ということに気づいた。「何もしないでいたら、ますます人口減少が進みます。これから私たちは住宅整備をして、この町に住む人たちを増やしていきたい。そして、その人たちが快適に暮らすのに必要な施設と業種を正しく配置していく。つまり、これからの私たちのベースとなるお客様は、このエリアの居住者たちなんです」

そうして、丸亀町商店街振興組合の方針は、従来の外貨を獲得するために外から顧客を引っ張ってくるという方針から、地域でいかに経済循環を起こしていくか、という方針に大きくシフトしていく。

再開発事業の先行モデルとしてのA街区壱番街がオープンして、その起爆剤として最高級ブランドの店舗を配置したが、これから先のB街区やC街区の開発では最高級ブランドがずらっと並ぶわけではない。テナントで客を引っ張るということではなく、いかにここに暮らす人が快適に生活を送れるかということを今後は重視して、タウンマネージメントを展開する。

()テナントリーシング

空き店舗や共同店舗に新しいテナントを探して、誘致すること。
不動産賃貸契約を行うこと。

まちづくり会社の運営体制

商店街振興組合は、タウンマネージメントをする組織として、1999年に第3セクター「高松市丸亀町まちづくり会社」(資本金1億のうち市が5%、残り95%を進行組合)を設立した。タウンマネージメントの観点から商店街全体をマネジメントし、まちに必要とされる適正なテナントミックス(業種編成)を行う。利益は、民間企業のデベロッパーと異なり、地元で再投資して経済循環を作り出していく(テナントミックスを含めた商業ビルの運営管理、まち全体の販売促進企画、デベロッパーとしての役割等)。また、5時間まで無料の駐輪場設備や100円循環バスなどは、振興組合が運営。行く末はまちづくり会社に移管していく予定である。新鮮で安全な食材を流通させる市場や福祉施設を整備するとともに、メディカルモールやシネコンなども含めて、このまちで生活ができるよう施設を正しく配置し、地元商業者を含めた高齢者が住みやすいマンションを安価な定期借地権方式で建設する。

こういったまちづくり会社の運営について、社内には客観的にチェックするためのタウンマネジメント委員会が設置されている。現在は学識経験者、金融機関、自治体が中心となってまちづくり会社の計画をチェックしているが、近い将来には一般市民が中心となって商店街の計画のチェックを行う機関にする予定であり、これまで閉鎖的なイメージがあった商店街を一気に市民に開放していきたいと考えている。

まちづくり会社の業種、施設の再整備の考え方のベースになっているのは、非常に単純と理事長は話す。「自分たちが80歳になって、この町に住むときに何が必要かを考えると、『だったら、介護施設はいるよな』ということ。『自分たちで町を作っておいて、年をとったら山の上の施設に放り込まれるんじゃないよな、だったら今のうちに介護施設を作っておこう』、それだけなんです」(つまり、居住者、消費者の目線で正しく業種、施設の再構築を行うということです)

広場の活用

新しく生まれ変わった丸亀町商店街の象徴とも言えるのが、街路の交差点に作られたドーム型の市民広場である。「A街区では、僕らはどうしてもこの広場が欲しかった。だから、広くこの広場を取ったんです」。この広場は一等地のため、最も家賃を高く取れるところであったが、敢えて、売り場にはせずに広場を確保。「ヨーロッパの古い町にいくと、例外なく市の中心部に大きな広場があり、それを市民の皆さんがうまく活用しているんですね。そういう核になる広場が、私たちはどうしても欲しくて、あえて建物を後退させて広場を広く作りました。結果として、このことは想定していた以上の効果がありました」。

過去に商店街に行きたくない理由を調べたところ、その筆頭は休憩する場所がないことと、トイレがないことで、特に子連れの客にとって商店街が一番行きたくないところになっていた。そこで新たなまちづくりでは、こうしたパブリックスペースに力を入れ、A街区にはアートを施した休憩スペースや公衆トイレの他に、駐輪場、駐車場、イベントホール、カルチャー教室、レストラン、カフェ、自転車道、歩道と街路樹・花壇・ベンチ等が設置された。

地権者は最初、広場を広く作るために建物を後退させることに反対したが、資産価値を上げることができるだろう、ということで最終的に合意した。

市民イベント

従来、丸亀町商店街振興組合は青年部を中心にイベントを主催。振興組合が町に人を集め、集まった人を売上げに結びつけるのは各店舗の仕事、という狙いであった。

しかし、人は集まっても商店街では買い物をせず、売上げには結び付くことはほとんどなかった。

そこで、まちづくり会社は商店街自身がイベントを企画・実施するのではなく、誰でも

利用できるステージを設置し、市民がイベントを企画実施できるよう方針転換。音響設備や楽器、広報に必要なパソコンソフトやイベント専属スタッフを揃えて、市民広場の設備を充実させ、市民が行うイベントをサポートする仕組みを整えた。現在では、市民によるコンサートや綱引き大会、産業見本市、啓蒙活動などの非営利活動のほか、民間企業の販売活動など年間 200 件以上のイベントが開催されている。

小さなお店

A 街区の壱番街には、面積が 7 ~ 8 坪しかない小さな店舗がある。実は、この店舗がこのビル全体で坪当りの売上が一番高い。小さなお店はいかに経営効率がいいか、商店街が以前から、様々な大きさの店舗を運営し実証実験を実施してきた研究の成果である。

丸亀町商店街では、間口が狭くて奥行きが長い「うなぎの寝床」と言われる細長い長方形の店舗が多く並んでいる。仮に 50 坪の店舗で家賃が 1 坪 2 万円で想定すると、家賃は月額 100 万円になるが、月額 100 万円の家賃を支えられる小売店舗というのは地方都市ではなかなか見当たらない。そこで 50 ~ 60 坪のうなぎの寝床の小間割に、再開発により新たに 5 ~ 10 坪の小さな店舗も配置し、若い人に入居してもらおうと考えている。「月額 100 万円なら無理だけど、10 坪 20 万円の家賃なら、おれはここで絶対成功する自信はある」という若い人が地域にいるという。そこで、次の街区の整備の際には、若い人のために小さな区画を作ってチャレンジショップを作る予定。ただし、チャレンジショップに出店するためには条件があり、出店できる人は「モノを作る能力を持っている人」に限定。モノづくりをしながら販売することで、丸亀町でしか買えないユニークなモノを作れる人を育てたいという考えだ。こうしたモノづくりの能力を持っていても資金力がない人たちを、起業家支援として、店舗内装、什器整備を含めて、まちづくり会社で支援する仕組みを検討中である。

高齢者にやさしい町をいかに作り上げるか

丸亀町商店街の一角に、若い起業家夫婦が経営するオーガニック野菜の販売店舗がある。夫婦は以前、食品関係の会社に勤めて経営ノウハウを蓄積。仕入については、圃場を全て確認して歩き、野菜の品質を確認している。価格は一般よりも割高であるが、着実に売上を伸ばしている。

この店舗の顧客の大半は、「もう、いまさらお金にはこだわらない。私たちは一食たりともおかしなものを口にしたくない」とまちづくり会社のヒアリングに回答した高齢者

達である。また、店では宅配も実施しており、高齢者は重い商品を持って帰らなくても安心というメリットもある。「昔の八百屋がそうだったように、高齢者にやさしい町をいかに



オーガニック野菜を販売する店舗

作り上げるか。丸亀町に住めば、ものすごく安全で、ものすごく快適で、車なんか必要なくて歩いて暮らせる。そう考えていけば、おのずと魅力的な町ができる（理事長）。

この店舗は振興組合のパイロット店であるが、まちづくり会社ではゆくゆくは大きな市場を作る予定。地産地消を推進するため生産農家と提携して商品を仕入れ、中間卸を排除した新しい流通の仕組みを構築したいと考えている。

県内人口がわずか 100 万人のところ、郊外にはたくさんのショッピングセンターができ、車を持った住民は利便性の高い買い物ができるようになった。しかし、東京資本のショッピングセンターで消費すれば、収益は東京に流出し、東京で税が徴収されて香川県にはわずかしか税収が入らない。これからの人口減少と少子高齢化の時代、地域の経済循環は極端に弱まる。野菜だけではなく、いろいろな商品で地産地消を進め、地域内での経済循環を支えていくことが必要と考えている。

成功の連鎖を作っていく

丸亀町では、商店街を A～G 街区に分けて、まず A 街区から取り組んだ。それは、全体のグランドデザインを総花的に作って、一斉にスタートさせるというのではなく、小さくてもいいからどこかに成功例を作って、連鎖させていくという手法を戦略的に採用したからだった。「本当にできるのか？」と、A 街区の取組をこれまでうかがっていた近隣の街区が、A 街区の変化を見て「うちはいつやってくれるんだ？」と言わんばかりに態度が変わったという。まちづくり会社が狙った「成功の連鎖」が起こりつつある。

「総花的にやると、勢力が分散してしまう。一つ成功させて、それを連鎖させていくというのが一番効率的で、近道」と理事長はいう。

ただ、周囲への影響として課題が残る。「僕らは丸亀町のグランドデザインというのは持っていますが、まちの中心部の活性化という話になると、丸亀町だけができればいいという話ではなくなります。他の商店街や周辺エリアと今後どう絡めて行くかが課題となってきます」。



B 街区・C 街区の再開発工事のお知らせ

住民争議から住民によるルール化へ！

A街区にマンションができ100人が入居してきたが、商店街に古くから住む75人の住民たちと間には様々なすれ違いがあった。例えば、商店街の人たちは、自分の店の前が汚れていると自分で掃除するというのが暗黙の了解だが、新住民は自分のマンションの前の通路が汚れていても、掃除をしない。「管理者が掃除をするのが当たり前、共益費を払っているじゃないの！」と言う。すぐに争いは治まったが、こういった住民争議が起きたことは関係者を驚かせた。

そこで、昔から住んでいる人と、新住民との間で共通のルールを作ろうという流れが出てきている。振興組合が丸亀町の地域の要となつて、祭やイベントに参加をしてもらうような仕組みも必要とされている。

新住民の中には、自治組織にはできるだけ関わりたくない人がいる一方で、積極的に関わりたいという人もいる。商店街の再開発では店舗構成が変わると同時に、そこに住む住民の構成も変わるため、今、商業機能と住機能を含めた町全体のルールをどうしていくべきかを議論しており、今後は、住民自治を実現する新しい組織も必要ではないかという声も出てきている。

4. 丸亀町と高松市における成果と課題

商店街活性化と市税収入アップ

A街区の壱番街が開業してから1年後、そのエリアの売上は3倍に伸び、通行量も1.5倍に増えた。また、固定資産税額は400万円から9倍の3,600万円に上昇。

まちづくり会社の推計では、全街区の7割程度が仕上がれば関係税金総計で年額10億程度が国、県、市に返ってゆく試算になり、仮に、行政が100億円を投資しても、10年で回収できる計算になるが、行政は行政という性格上、仮に一点集中投資を行うと、それ以外の周辺地域から反発が起こる。だから、丸亀町ではまず民間がリスクを負って立ち上がり、それを行政に支えてもらう民間主導で事業を進めてきたという。

| A街区（壱番街）の成果 | | |
|--------------------|---------|---------|
| | （開業前） | （1年後） |
| 売上 | 10億円 | 30億円 |
| 通行量 | 12,000人 | 18,000人 |
| 税収() | 400万円 | 3,600万円 |
| 高松市固定資産税 | | |
| 資料：丸亀町まちづくり株式会社データ | | |

民間主導から、行政と民間の協働へ

事業を進める中で、言い尽くせないほどの問題が噴出したが、何度も行く手を阻んだのが制度の壁だった。例えば、ビルの上は全部緑化して犬が散歩できるドッグランにしたかったが、制度の壁が立ちふさがった。こうした際には、どうしても行政の協力が必要となる。

また、町中全体をどう再生するかということも市と議論する必要性がある。高松市では、「高松丸亀町商店街のタウンマネージメントを、中心市街地の再活性化に向けた流れを創り出すリーディングプロジェクトとして位置づけて、コミュニティと行政が連携したエリアマネージメントにより、連鎖型で再生が進む、にぎわい・回遊性のあるまちづくりを目指している」。丸亀町では、市と連携するために、現在は市と概ね週に1回の定例会を設けて情報交換をしている。

理事長は、「本来目指すのは民間主導というよりも民間と行政の協働だ」と言う。丸亀町の再開発は、民間主導ということで評価されてきたが、「行政が主導すると民間がついて来ない。民間が突っ走ると行政がついて来ない。これから僕達が本当にやろうと思っているのは、民間が立ち上がって行政がそれをしっかり支える、本当の意味での協働です。これからの高松市ならそれができる」。

全国から丸亀町商店街に視察が来るが、行政職員からは「どうやったら地権者が動きませんか？」という質問が一番多いという。土地問題の解決は、市民が自分たちでやっていくしか方法はない。行政がいくら働きかけても、地権者は「いかに自分たちの土地の資産価値が上がるか」が分からないと動かない。高松市の職員は、「商業者同士で話してもらうのが、一番説得力がある。行政職員では、立場が違うから全く説得力がない」と経験を話す。「行政にして欲しいことは、地権者が最終的に決断し易いような環境を築くことです。つまり、公費を入れることだと思います。それは、行政が投資をすることなのです。そして開発効果（リターン）が街を支えて行く仕組みを作ることです。それでも地権者が動かなければ、あきらめてショッピングセンターを核にして郊外に新たな町を作った方が早いですよ」と理事長は笑った。

あ ら お し
荒尾市 (熊本県)

食をテーマとした 徒歩圏内マーケットの創出

地域資源を活用し農漁業・観光・商工業が連携・融合した
食関連産業の起業を推進し、徒歩の範囲内でマーケットを創出

【取組の概要】住民・事業者と行政職員が現場で一緒に考え、汗を流して
生まれた徒歩圏内マーケット

まちからお店がどんどん消えていき、“まちの顔”だった商店街は寂れて、人影がなくなる。郊外には何でも揃う大きなお店が次々とできるが、自動車や自転車に乗れない高齢者などは、遠くてめったには買い物に行けない。家から歩いていけるお店はなくなってしまったから、なるべく我慢する。「青物をもう一週間以上食べていないのよ、食べたい」といったような高齢者の小さな声は、社会の大きな流れの中に埋没してしまう。

全国どこにでもある問題だが、この問題に真正面から立ち向かい、高齢者が再び買い物の楽しさを味わえるような小さなお店が、まちなかに再び生まれ始めている地域がある。それが荒尾市である。

荒尾市では、高齢者が日々の暮らしに必要な食料品や日用品を歩いて買いに行くことができるミニスーパーマーケットのようなお店をまちなかに開設しようと、取り組んできた。まちなかの商店主、地元の農家、市役所の職員らが一緒になってチャレンジしてきた取組は、「徒歩圏内マーケット」の誕生という形で実を結び、地域の外に出ていたお金や貯蓄していたお金が、地域の中で循環する仕組みが、少しずつではあるが形づくられるようになってきた。近年薄れつつある地域コミュニティの絆を復活させる糸口が見つかりかけている。

そして、この徒歩圏内マーケットは、地域を再生させる新たなビジネスモデルの誕生としても、注目されている。取組のきっかけは財団法人地域総合整備財団(ふるさと財団)の「地域再生事業」など様々な支援制度の利用だったが、地道に手づくりでチャレンジし続ける姿勢を大事にしてきたことが、成功の根底にあった。



地域再生プロジェクト商品
(左から「のりやののりこばあちゃん」芋焼酎「小岱」、芋焼酎「びほう小岱」、ワイン「荒尾乃葡萄酒」)

1. 荒尾市の地域再生計画の立ち上がり

地域経済の低迷 ～ 待ったなしの地域再生計画の策定

荒尾市は、熊本県の北西部、熊本市より北 40km に位置し、西に有明海、東に小岱山^{しょうたいさん}を有

する平地や丘陵地を配するまちである。明治時代以降、北に隣接する福岡県大牟田市^{おおむたし}とともに三池炭鉱と関連産業による日本有数の石炭のまちとして発展してきた。しかし、1997年の三池炭鉱の閉山で関連産業は衰退し、人口の流出や地場企業の停滞などで地域経済が低迷している。

荒尾市では、炭鉱の閉山に向けた対策として、産業団地の造成、ショッピングモールの建設、区画整理事業を活用した住宅政策などを閉山前後に行ってきた。バブルが崩壊した時期と重なり産業団地への企業誘致は難しい状況だったため、炭鉱閉山後は、産炭地の振興基金も活用し、内発型の産業をどう起こしていくかが課題となった。そこで、市の商工課と農林水産課の職員からなるプロジェクトチームを作り、地場資源を活用している全国の先進地事例を視察して回った。その結果、地場資源を活かす形で、1次産業の農水産業、2次産業の製造業、3次産業の観光業が連携して、内発型の産業を創出していくという構想を立てた。それは、拠点となる大きな核施設を整備して、そこで1、2、3次産業が連携しながら商品を開発し、新分野の農工連携の事業を創出しようとするものだった。

そうした経緯を経て、荒尾市では地域再生計画「荒尾市における中小企業及び観光と農漁業の共生対流事業」を策定し、2004年6月にスタートすることになった。

「地域再生マネージャー」がやってきた

荒尾市の地域再生事業の出発点となり、「徒歩圏内マーケット」を生み出す上で大きなきっかけをもたらすこととなったのが、2004年度に活用を始めた財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）の支援施策「地域再生マネージャー制度」である。地域再生マネージャー制度は、市町村が地域再生事業に取り組む際に、新たな商品開発やビジネス創造、人材育成、あるいはコミュニティ形成などについて、各分野に知見のある地域再生マネージャーからアドバイスを受けるといったものである。

この制度で荒尾市にやってきたマネージャー（^{さいとうとしゆき}齊藤俊幸氏）は、2年半ほど荒尾市に常駐したが、最初の荒尾市の印象は「本当に何も無い寂しいまち」だった。駅から降りたときに、正直、「これはやっていけるだろうか？」という感想を持ったという。荒尾市は、隣の大牟田市とともに炭鉱のまちとして形成されてきた。基幹産業は大牟田市にあり、荒尾市には大牟田市で働く人々の住宅が多かった。大牟田市には多くの産業が集まり、荒尾市の住民も大牟田市に買い物に出かけた。荒尾市に郊外型のショッピングセンターができてからは、ようやく市内に留まるようにはなったが、同時に駅周辺などの市街地は衰退していった。荒尾市の事業所数は熊本県内でも最低レベルで、商店街も炭鉱住宅街が集中している地域に小さな商店が少しある程度だった。

“まずハードありき”の当初計画は暗礁に乗り上げた

荒尾市の地域再生のための計画は、道の駅を発展させたような核施設を行政が作り、そ

ここで農水産物の直売、地元特産品の開発、交流体験の機会提供などを行うというものだった。この計画を行政がすべて行うというのは負担が大きいため公設民営方式（行政が施設を整備し、運営は民間に任せる）について、経済関係団体の意見を聞いた。だが、農協も含めて地元の経済団体は、パブルが崩壊した時期でどこも体力がなく、非常に慎重だった。かつて、第3セクターで運営したテーマパークがなかなか上手く続かなかったという経緯もあり、民間による管理運営は難しいということになった。また、市の財政事情の悪化もあり、この核となる施設の整備は棚上げとなった。

あてもなく手探りの状態からのスタート

地域再生マネージャーは、横浜の追浜^{おっばま}でワイナリー（ワイン醸造所）を作り、それをまちづくりに活用するという取組で実績をあげるなど、全国の様々な地域で地場資源を活用した商品開発の実績を持っていた。地域再生事業で当初計画していた核施設の整備が棚上げになっていたこともあり、当面は、施設整備は考えず、マネージャーの経験を生かした商品開発、特に食をテーマとしたビジネスの開発をやっていこうということでスタートした。

もともと地域にある資源で事業に結びつけられるものはないか、地場の農業団体、中小企業関係者、食品製造関係者、水産関係者などに話を聞きに、市の担当職員（農林水産課地域再生担当）とマネージャーはで出かけた。担当職員は経験のない業務で、マネージャーはまだ土地勘がない。二人とも全くビジネスへのあてではなく、手探りの状態から始まった。

2. 「徒歩圏内マーケット」の拠点づくり

新たなまちづくりへの拠点づくり

商品開発ビジネスを立ち上げるためには、とにかくまず拠点を設けなくてはならないということで、各商店街で空き店舗を探すことからはじめた。担当者が斉藤マネージャーとともに商店街を回ったところ、ほとんどの商店街がいわゆるシャッター通りになっていた。

幾つかの商店街の店主に話をもちかけたが、ほとんどが70歳以上で体力も気力もないという理由で断られ続けた。そうした中で、中央商店街だけは50歳代の店主が中心となっており、前向きな姿勢を示した。中央商店街には最盛期に30店近くあった店舗が、既に15～16店と半分になっていたが、各店主は非常にパワーがあり、リーダーシップのある人もいた。そこで、中央商店街の空き店舗を拠点にして、商品開発ビジネスを立ち上げられないか、と商店街に提案することになった。

地域共生型拠点 : 「^{あおけん}青研」の立ち上げ

市の担当職員とマネージャーは、まず中央商店街の店主たちに集ってもらい、地域再生事業の趣旨を話し、中心的な役割を担ってくれるように協力・参画を呼びかけた。何度か議論をする機会を設けたが、「そんなことはやれない、自分でリスクを冒してまで投資なんかできない」と、否定的な声が多く店主から上がった。集まって議論するたびに、出席者は1人、2人と減り続け、最終的には5人だけが残った。カメラ屋、自転車屋、ガス屋、電気屋、金物屋の店主5人である。議論は3か月に及び、最終的に残った店主たちは、「何もしなかったら、ただの商店のおっちゃんが終わってしまう」、「こうした話を市役所がせっかく持ってきてくれたのだから、まちづくりのためにやってみよう」、「お金も出さないといけないし、リスクはあるけど、それでもやるだけやってみよう」といった考え方で皆一致した。

店主たちは、中央商店街の空き店舗を使い、そこをまちづくりの拠点として、独自の商品開発を行い、新たなビジネスを生み出していこうと決めた。マネージャーのこれまでの経験を活かした提案もあり、最初の“エンジン”の役割として店主5人で荒尾ではこれまで例のないワイナリーを行うこととし、何度も話し合いを重ねた。事業化するためには、5人のグループを法人化する必要があるため、2005年11月に企業組合「中央青空企画」を設立。また、ワイナリーを行うためには製造免許を取得する必要もあった。製造免許は規制が厳しく、その取得にはたくさんのハードルがあり、時間をかけて粘り強く税務署に通い、1年後にやっと仮免許ではあるが製造免許を取得することができた(2006年4月 果実酒製造(仮)免許取得、2006年5月 一般酒類小売業(仮)免許取得)。

| |
|---|
| まちなか研究室「青研」 |
| 【運営主体】企業組合中央青空企画 |
| 【代表理事】弥山雄一郎 |
| 【組合員数】5名 |
| 【資本金】50万円 |
| 【所在地】熊本県荒尾市増永2000番地15 |
| 【TEL/FAX】0968(62)3446 |
| 【ホームページ】 http://aoken.biz/ |
| 【事業内容】農産物直売所の運営、果実酒の製造及び販売、 地域活性化に関する企画及び運営 |
| 【沿革】05.5.22 青空市OPEN / 05.11.11 企業組合中央青空企画設立 / 06.4.27 果実酒製造免許取得 / 06.5 一般酒類小売業免許取得 / 06.6.24 「荒尾乃葡萄酒」発売開始 / 06.12.12 ハーフボトル発売 |
| 【売上】2005年度(11ヶ月間): 13,621千円、06年度: 21,783千円 |

一方、ワイナリー導入の取組と前後して、借りている店舗の家賃や様々な管理・運営費用を捻出するための取組にも着手した。費用の捻出では、市の担当職員が農林水産課だったため、知り合いの農家に呼びかけて、野菜を持ってきてもらい、店舗の空きスペースに

並べて売ることにした。2005年5月に「青空市」としてオープンした時点では、野菜の売上が1日に2～3万円とけっして多くはなかったが、徐々に顧客がつき始めて、「農作物だけでなく、他の食料品や身の回り品も揃えてほしい」という要望も出るようになったため、そうした商品も揃えていく中で、半年後の12月には1日に10万円ほども売れるようになった。この売上増加によって、レジにはパートを雇うことができるようになり、ワイナ



地域共生型拠点の「青研」

リーにかかる諸経費（醸造のための設備費、原材料費、容器・ラベル等の備品費等）も捻出して、商品開発事業をなんとかやっていけるようになった。そして、2006年6月、荒尾の商店街で生まれたワインとして、商品名「荒尾乃葡萄酒^{あらいのぶどうしゅ}」を売り出すことになった。ワインの仕込みはボランティアで行われ、その収益はまちづくり活動に充当している。

青空まちなか研究室「青研」と名付けられたこの店舗は、ワイナリーを併設した農産物直売所として地域で広く知られるようになり、その後の荒尾市の地域再生事業の展開を牽引するものとなっていった。荒尾のまちの再生を願って立ち上がった商店主5人の活動は、確実に実を結び、そのチャレンジ精神の輪は波及的に広がっていったのである。

地域共生型拠点：「ありあけの里」の立ち上げ

「青研」に続く第2のまちづくりの拠点は、有明地区となった。市の担当職員が農林水産課に所属していたことから、農協の組合員たちとの付き合いがあり、以前から直売の店を作りたいという有明地区の組合の人たちの声を聞いていた。有明地区にはスーパーがなく、農協の購買店が閉店して以来、地域の人たちは食料品関係などが近くで手に入りにくくなり、困っていた。そうした地域事情もあり、地域再生事業の話を持ちかけたところ、地元の人たちから「やってみようか」という声があがった。

最初の新たな商品開発ビジネスの拠点となる店舗づくりでは、農協の支所にある使われなくなった古いコメ倉庫を活用し、店舗を作ることになった。地元の人たちみんなが協力して、壁塗りに展示台づくりまで、すべて自分たちの手で改修した。市の担当部署の職員全員とマネージャーも一緒になって手伝った。だが、改修・設営が終わり店舗が完成して、いざオープンしようとした時、保健所の店舗開設・販売の許可が下りなかった。もとは古いコメ倉庫だったため、天井や壁が泥壁で、生鮮品は販売できるが、調理加工品等は販売できないと言われたのである。

高額な改装費は捻出できないが、「なんとしてもやりたい」「やろう」とみんなで思案を重ねた結果、加工品を売るスペースだけを別のエリアにすれば、30万円ほどで済むということが分かった。そして、30万円で業者に



地域共生型拠点の「ありあけの里」

改修してもらい、他のスペースは生鮮品の販売用として自分たち手作りの改修で済ませ、店舗名は「ありあけの里」と決まった。

農家の人達や農協を退職した人達で店舗を運営し、金・土・日曜日だけ開店する形でスタート。人手（有償スタッフ）が不足していたため、当初はレジもボランティアで協力してくれた。店では農産物の他に、有明海の新鮮な海産物も販売し、週3日の営業だったが、3か月後には1日の売上が10万円くらいになり、1年間でおよそ100万円を貯めることができた。

しかし1年後、店舗の運営も軌道に乗ってきた頃、農協の支所が撤退することになり、店舗として使っている農協の倉庫も壊されることになった。地元の人たちは、「なんとか店舗を続けていきたい」と新たな店舗づくりを模索し、近くの市の用地に、資金は必要となるが新しい店舗を作ることになった。

その頃、荒尾市では地域再生事業で「青研」の成功事例が契機となり、「荒尾市地域共生拠点づくり支援事業」という市の単独事業を設けることになった。地域づくりの拠点となる施設の改装や備品の購入など拠点を整備する時に、費用の2分の1を補助するというものだった。有明地区の人たちは、この市の補助事業を使って、「ありあけの里」の再建をめざした。（後述の「にんじん畑」もこの補助事業を活用している。）

新たな店舗の建設には約360万円必要となったが、最初の店舗で1年間かけて貯めた100万円、市からの補助金100万円、さらに不足した160万円を借入金でまかなった。業者に全て頼んだら、700～800万円はかかっただろうが、基礎工事や棟上など、地元の組合員たちが自ら出来ることは自分たちの手づくりでやったことで、大幅に費用を抑えることができた。

こうした経緯を経て、「ありあけの里」は2007年4月に再オープンした。なお、運営する組合メンバーの平均年齢は71歳で、買い物に来る消費者も7割は地域の高齢者である。高齢の農家と高齢の住民・消費者が支えあい、新たなまちづくりにチャレンジする姿がそこにある。

| |
|---|
| まちなか研究室「ありあけの里」 【運営主体】ありあけの里組合 【代表】古城義郎 【組合員数】35名（内出資者15名） 【所在地】熊本県荒尾市蔵満564-7 【TEL】0968-63-0812 【事業内容】農産物・海産物直売所の運営、地域活性化に関する企画及び運営 【沿革】06.3.17 JA米倉庫に農海産物直売所「ありあけの里」オープン 07.4 現在地へ新築移転 【売上】2005年度（1ヶ月間）：659千円、06年度：11,497千円 07年度（4ヶ月間）：7,008千円 |
|---|

地域共生型拠点：
「にんじん畑」の立ち上げ

市の担当職員とマネージャーは、「青研」の成功をヒントにして、他の商店街の中心メンバーに働きかけを続けた。

JR荒尾駅の駅前では、ダイエーが撤退した後、近くに住む高齢者たちが「生鮮食料品を買う所がない」ということで困っていた。そこで、駅前の商店街の人たちに地域再生事業の話を持ちかけたところ、「青研」の売上が好調だったこともあり、何人かの店主が興味を示した。お茶屋、パーマ屋、酒屋、食品の卸業者、信用金庫OBの5人が、「自分たちもやってみようか」ということで企業組合を作ることになった。



地域共生型拠点の「にんじん畑」

5人は、地域再生の“エンジン”部分になる商品開発ビジネスとして何が必要か、検討を重ねた。「地元に住んでいる高齢者が一番困っているのは食料品だ」、「惣菜関係はどうだろうか」ということで、最終的に惣菜を扱うことに決めた。そうした検討や準備を経て、空き店舗を借りて改装し、惣菜を作るスペースを設けて、惣菜の商品開発ビジネスをスタートさせた。

この店舗は、「青研」、「ありあけの里」に続く第3の地域共生拠点「まちなか研究室」として、「にんじん畑」と名付けられた。「にんじん畑」では、高齢者のニーズに合わせた惣菜づくりで地元で喜ばれている。

| |
|---|
| まちなか研究室「にんじん畑」 |
| 【運営主体】企業組合にんじん畑 |
| 【代表理事】野中徳彦 |
| 【組合員数】5名 |
| 【資本金】50万円 |
| 【所在地】熊本県荒尾市大島 110 番地 |
| 【TEL/FAX】0968(64)1900 |
| 【事業内容】農産物直売所の運営、惣菜の製造及び販売 地域活性化に関する企画及び運営 |
| 【沿革】06.11.11 農産物直売所にんじん畑オープン 07.5.24 企業組合にんじん畑設立 |
| 【売上】2006年度(5ヶ月間): 7,859千円、07年度(3ヶ月間): 5,446千円 |

「徒歩圏内マーケット」の誕生

荒尾市では、地域が抱える様々な課題を解決し、まちが再び元気になることをめざして、地元の住民有志が立ち上がった。新たな起業グループを結成して、拠点店舗「まちなか研究室」を市内3箇所に開設し、高齢者などが歩いて買い物に行ける「徒歩圏内マーケット」で、地域再生への新たな可能性の糸口を作ったのである。

「徒歩圏内マーケット」という言葉は、2006年度から、地元の有明工業高等専門学校（以下、有明高専）が、文部科学省の支援事業「現代的教育ニーズ取組支援プログラム」（現代GP）を活用して、荒尾市と連携した地域づくりに取り組んだ結果生まれた。有明高専の学生は、授業の一環として地域再生事業に参加して、地域づくりのアイデアを出したり、様々な実態調査をしていた。「青研」の周辺の住民を対象に行ったアンケート調査では、「青研を知っていますか」と聞いたところ、「青研」からちょうど300メートルまでの範囲に住んでいる人たちはほとんど「青研」のことを「知っている」、あるいは「行ったことがある」と答えた。「青研」に買い物に来てくれる、利用しに来てくれる人は、300メートル以内、という歩いて行き来できる「徒歩圏」内に住んでいることが分かった。

この調査結果から、地域再生事業として商品開発ビジネスに取り組んできた拠点店舗「青研」、「ありあけの里」、「にんじん畑」の運営は、大体が徒歩圏のマーケットだということ、で、「徒歩圏内マーケット」と名付けるようになった。

「青研」、「ありあけの里」、「にんじん畑」の活動が評価され、2007年6月に荒尾市の地域再生事業が第5回日本都市計画家協会賞まちづくり奨励賞を受賞した。これをきっかけに、地域活性化に係る共同的な取組を実施するための連絡協議会として「荒尾まちなか研究室」が発足。発足を記念して、3店舗で500円以上の買い物をすると、空くじなしのお楽しみ券がついてくるイベントを開催し、売上の一部をまちづくりに活用するなど、新たな展開を始めている。

コミュニティレストラン「梨の花」の立ち上げ

まちなかでの店舗の開設として、中央商店街に「青研」だけではなく、コミュニティレストランを開店したらどうかということになり、運営の担い手を募集しようと、説明会を開き、荒尾市内の料理好きな主婦の人たちに応募を呼びかけた。「日替わりのランチを中心に定価800円で20食を目標に販売」として募集したところ、7つのグループが集まった。店舗は、中央商店街で「青研」の前の道路を挟んだところに、かつて惣菜などを作っていた店舗が空き店舗となっていたため、そこを改装して使うことにした。コミュニティレストランの名前は「梨の花」と名付けた。

こうして、「梨の花」はオープンしたが、店舗のスペースが16席と小さめで、駐車場が少し離れたところにあり、また、昼だけの営業で収入が限られるということなどもあって、1年半ほどで経営が難しくなり、閉店してしまった。

だが、その中の2グループの人たちは、再チャレンジの志を持ち、再開の方法を模索した。あるメンバーの両親が住んでいた市街地から離れた田舎で自然に囲まれている古民家を活用するという案が提案され、もう一度やってみようということになった。再度の開業にあたって、荒尾市も「地域共生拠点づくり支援事業」の補助金を使って支援した。市の補助金100万円と自己負担金110万円を使って空き家を改装し、2007年4月に、“民家コミュニティレストラン”「梨の花」を再オープンさせた。



「梨の花」の料理

「梨の花」は、遠方からも客が来店するほど人気の店になり、夜の営業も始めたところ、地元の人達の宴会も入るようになった。弁当や惣菜などの販売も順調で、お盆や正月用の料理も非常に注文が多い。コミュニティレストランとしての「梨の花」は、地域住民のコミュニティ施設の役割も担っており、また、地産地消として地元の野菜や米を使っていることから、高齢者の多い地元農家の人達の生きがいづくりにもつながっている。現在、この店舗と地域共生型拠点の3店舗を加えると関わっている農家は200戸近くある。

波及的に生まれる「徒歩圏内マーケット」の店舗

まちなか研究室の直売所ができたことがきっかけとなって、新たに起業する人も出てきた。都会で花屋に勤めていた人がUターンして、まちなか研究室の3店舗に花を置いたところ、よく売れたため、3年後、古民家を活用して、住宅街の中に「花STAGE」という花屋をオープンした。近隣住民もよく花を買いに来ており、地域の子供たちのための読み聞かせグループの催し物や雛祭りの時などには花で飾り付けをするなどして、地域に溶け込んで活動している。



古民家を活用した「花STAGE」

このほか、次々に誕生し成功している徒歩圏内マーケットに刺激されて、手づくりで店舗を立ち上げ、自ら商品を開発する人が増えてきている。

「にんじん畑」の向かいでは、倒れ掛かった車庫を自ら手づくりで改装して、そこで手作り焙煎コーヒーを販売する「自家焙煎 珈琲の木」がオープンした。自称、「日本一小さな手作りコーヒーショップ」。コーヒーの“焙煎機”まで店主自らの手づくりで、その機械でこだわりのコーヒーを作り、「熊本県荒尾市地域再生プロジェクト商品」(後述)として売り出している。地元の有機玄米を使った焙煎コーヒーのほか、コーヒーが飲めない子供や高齢者を対象としたコーヒー風の飲料や「ハーブを入れた玄米ハーブティ」なども販売している。

地域再生事業における新たな拠点・店舗の設立

- ・まちなか研究室「青研」
- ・まちなか研究室「にんじん畑」
- ・「自家焙煎 珈琲の木」
- ・手打ちうどん「栄えや」
- ・ライブハウス「ライブハウススタジオ 501」
- ・まちなか研究室「ありあけの里」
- ・コミュニティレストラン「梨の花」
- ・民家花屋「花STAGE」
- ・手づくりパン「アウル」

3. 商品開発のグループづくり

荒尾市では、地域共生型拠点「まちなか研究室」の整備と並行して、そこで販売する商品開発とそのモノづくりを担うグループの立ち上げを並行して実施してきた。高齢者は買い物をしたくても歩いていける距離に店舗がないために、地域ではお金を使っていなかった。地域の中で循環するような仕組みづくりを推進するため、地元の資源を活かして、収益を上げるやる気のあるグループづくりに取り組んだ。新たな商品開発のグループづくりでは、「中小企業及び観光と農漁業の共生対流を通じた起業創造と雇用機会の増大」を目指して、厚生労働省の支援事業「地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業）」を活用した。

最初は、起業を促進するための講習会等を開催するとともに、10の業種別の能力開発研究会を立ち上げて、起業意志のある市民を公募して、技術の習得を図るようにした。また、商品開発を具体化し、雇用の受け皿づくりにもつなげるために、研究会を発展化させる形で連携組織の設立やその法人化を推進してきた。

能力開発研究会：「ワイン研究会」、「ハーブ研究会」、「農産市研究会」、「酢研究会」、「醤油研究会」、「ヨーグルト研究会」、「コミュニティレストラン研究会」、「燻製研究会」、「水産加工研究会」、「観光ビジネス研究会」

地域再生事業で起業した組織・個人事業（厚生労働省パッケージ事業活用分）

法人組織

- ・企業組合 中央青空企画「青研・青空ワイナリー」（農産物直売所、ワイナリー）
- ・企業組合 にんじん畑「産直野菜にんじん畑」（農産物直売所）
- ・企業組合 R.レッシュ（ピーズアクセサリ―教室・販売） ・有限会社 美里（福祉）
- ・株式会社アソシエ・U（不動産） ・合同会社 Seeds Creation（広告）

任意団体

- ・荒尾グリーンツーリズム研究会（観光）
- ・ありあけの里組合「ありあけの里」（農産物直売所）
- ・青空コミュニティレストラン事業実行委員会「コミュニティレストラン梨の花」（飲食店）
- ・荒尾まちなか研究室（農産物直売所 連絡協議会）
- ・荒尾ハーブの会～ハーブを楽しむまちづくり～（生産、加工、販売）

個人事業

- ・フジイA&P企画事務所（不動産）
- ・ライブハウススタジオ501（飲食店）
- ・民家コミュニティレストラン梨の花（飲食店）
- ・TMPD企画事務所（食品）
- ・茶房うさぎ（喫茶店）
- ・Café OWL（アウル）（飲食店）

厚生労働省パッケージ事業の執行予算

2005年度：17,750千円、06年度：14,960千円、07年度：15,860千円

厚生労働省パッケージ事業の雇用創出数

2005年度：94名、06年度：146名、07年度：32名（計：272名）

4 . 地域資源を活用した様々な商品開発づくり

荒尾市では、こうして立ち上がったグループが地域資源を活用して商品開発したものを「熊本県荒尾市地域再生プロジェクト商品」と名付けて販売促進し、地域にお金が落ちる仕組みづくりを推進している。

地域再生プロジェクト商品 : ワイン「^{あらおのぶどうしゅ}荒尾乃葡萄酒」

商店街の空き店舗を借りてまちづくりに取り組んでいる「青研」では、五坪程のスペースをワイナリーにしている。規制緩和で濃縮果汁からワインを造れるようになったことから、濃縮果汁をオーストラリア、アメリカ、ヨーロッパから輸入し、地元の名水「白水」を利用して発酵熟成させて、ワイン「荒尾乃葡萄酒」を作っている。

ワインの製造は、商店街や地元住民たちがボランティアで行っているが、設備費用などで大きな資金が必要となるため、一口1万円で市民によるワイナリーサポーター制度を設けている。一口1万円を寄付すると、ワイン2本が無料でもらえ、かつ年間15%引きで購入できるようになる。現在130名ほどのサポーターがおり、その市民サポーターが固定客にもなっている。

地域再生プロジェクト商品 : 芋焼酎「^{しょうだい}小岱」

荒尾の地域資源を活用して商品開発したものの一つとして、芋焼酎「^{しょうだい}小岱」がある。小岱は荒尾に小岱山という里山があり、そこから名前を取った。小岱の商品開発をすることになったきっかけは、不振だった荒尾の競馬場をなんとか活性化できないかと思い、市の担当職員とマネージャーと一緒に競馬場に行ったことだった。競馬場の中にあるグリーン^{の芝生の部分}が昔は芋畑だったことから、そこでさつま芋を栽培し、芋は焼酎に、葉っぱは馬に食べさせて、馬糞は肥料に、という一石三鳥の循環型の仕組みを考えて試すことになった。ところが、実際に競馬場のグリーンに芋を植え付けたところ、芋を覆っているビニールが揺れてキラキラと光り、それが馬の目に入ってしまい、馬が走ることに集中できないということが分かり、競馬場のグリーンでは芋は作れなくなってしまった。

しかし、その話を農業委員会の会長が耳にして、土地貸与の支援を申し出てくれた。会長の土地がある「^{かなやま}金山」というところは、昔からいいジャガイモが採れるところだった。市の担当課は、その厚意に甘えて、その土地でさつま芋の栽培に再チャレンジすることにした。

芋の栽培では、最初、スイカ用のビニールハウスを借りて、「紅アズマ」の種芋を作るところから始めた。芋の栽培は、市の担当課職員総出で行った。約30アールに植え付け、真

夏には職員が交代で雑草を取り、水やり、ハウスの温度管理など、職員たちは休みを割いて栽培に取り組んだ。手塩にかけて育て上げた甲斐があって、秋には約 4.5 トンの芋を収穫した。芋焼酎の製造は、ある酒造会社との交渉の末、商品を短期間で売り上げるという条件付で、プライベートブランドとして製造してもらった。

こうして、1年目は一升瓶 1000 本と 4 合瓶 3000 本の芋焼酎を作ることができた。焼酎の出来は、甘い香りがして飲みやすく、女性に好まれるものだった。市内限定で販売すると、最初の珍しさもあり 3 か月間で完売したため、翌年には、5 戸の農家で栽培面積を 2 倍に広げて作った。芋焼酎の販売は、飲食業組合、農協、芋生産者、酒の小売業組合、荒尾市観光協会の 6 者で立ち上げたグループ「芋焼酎小岱を育てる会」が行っており、毎年、一升瓶 1000 本、4 号瓶 3000 ~ 4000 本は市内限定で売れている。

地域再生プロジェクト商品 : 海苔「のりやののりこばあちゃん」

水産加工品では、「水産加工研究会」(地域再生雇用創出協議会が主催する業種別の能力開発研究会)が「のりやののりこばあちゃん」という商品開発を行った。地元で採れる海苔の中でも初海苔は非常に高品質で、食べると口の中でとろけるような味だったので、これを使って何か新たな商品開発をできないかということになり、「水産加工研究会」で検討を重ねた。そして、初海苔を焼き海苔にして、パッケージはふるさとをイメージしたデザインの大きな封筒を使い、「のりやののりこばあちゃん」という名称で売り出した。

それは、中身が 700 円で、切手を 140 円分貼ってポストに入れるだけで、贈答用に届けられるというアイデア商品で、品質的にも優れていたため、熊本県物産振興協会主催の優良新商品審査会で金賞を得た。現在も、「青研」と「観光物産館」で販売しており、遠方からも直接注文があるなど、安定した販売商品となっている。

荒尾市地域再生プロジェクト商品

(厚生労働省「パッケージ事業」の業種別研究会等による商品開発)

- ・「荒尾乃葡萄酒」
- ・「小岱」(荒尾産芋焼酎)
- ・「のりやののりこばあちゃん」
- ・「浜ちゃんコーヒー」
- ・「小岱山でとれた手づくり あら、おいしいす」(健康酢飲料)
- ・「小岱山でとれたみかんジュースたい」
- ・その他研究中(乾物、梨みかんジュース、ハーブ製品、ヨーグルト、燻製等)

5 . 成功要因と今後の展望

現場での粘り強い模索が生んだ「徒歩圏内マーケット」

荒尾市の地域再生事業は、まさにゼロからのスタートだった。当初の道の駅を発展させた施設を作るといった計画が棚上げになり、商品の開発で新たにビジネスを立ち上げようという目標のもと、最初は市の担当職員とマネージャーと一緒に暗中模索した。職員は、現

場の中から“課題”と“人”を見つけて、地元住民や事業者と一緒に取り組んできた。試行錯誤の連続だったからこそ、結果として、地域に根付いた「徒歩圏内マーケット」などのビジネスモデルができた、と話す。

リスクを地元の住民・事業者に負ってもらわないといけないことを了解してもらい、その上でスタートしてもらうことに時間がかかった。また、地元の住民・事業者が「やろう」と決めても、すべてが初めてのことで手探りの状態のため、様々な問題が出てくる。問題が出るたびに、市の担当職員とマネージャーは、そのサポートや調整に走り回った。

地域再生事業を進める上で重要となる基本的なスタンスは、「現場で考えること」、「現場で(市の担当職員と)地元の住民・事業者と一緒に、同じ目線で考えること」だと、職員はその経験から実感を持って振り返る。また、事業のコンセプトは、「できるだけお金をかけないで、できるだけリスクを抑えること」、よくいう「身の丈のビジネスに徹すること」だと、自信を持って言う。そして、今後とも、「全国で競争できるようなビジネスではなくて、地域にお金が回るようなビジネスの仕組みづくりをさらに目指していきたい」と考えている。そこには、荒尾という“まち”と“人”への誇りと愛情が満ち溢れている。

荒尾市の地域再生計画で活用した各種支援事業

- ・財団法人地域総合整備財団(ふるさと財団)「地域再生マネージャー事業」
(2004年度:約900万円、05年度:1500万円、06年度1500万円)
「地域再生雇用ネットワーク事業の集中化」、「地域再生マネージャー制度の導入等」、「都市と農山漁村の共生・対流に関する施策の連携強化」
- ・厚生労働省「地域提案型雇用創造促進事業(パッケージ事業)」
(2005年度:約1800万円、06年度:1500万円、07年度:1600万円)
- ・文部科学省「現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代GP)」
(2006~08年度:約1800万円×3年間)
- ・熊本県「地域との連携による商店街魅力創造事業」(2005年度:約200万円)

荒尾市が地域再生計画のために実施した事業

- ・荒尾市「地域共生拠点づくり支援事業」
(2005~07年度:約100万円×3年間(予算約300万円×3年間))
- ・その他

ぶ ん ご た か だ し

豊後高田市(大分県)

商業と観光の一体化による 中心市街地の再生-「昭和の町」

商店街の再生・整備による観光交流人口の増大

【取組の概要】第1ステージ・「昭和の町」の再生から、 第2ステージ・広域観光の推進へ

豊後高田市は、^{くにさき}国東半島の商業の中心として栄え、昭和30年代には中心市街地に300店を越える店舗が並んでにぎわった。しかし、時代の流れと共に、個人商店の対面販売はスーパーマーケットに押され、そのスーパーマーケットも郊外型の大規模店の進出によって町から消えてしまい、空き店舗が増え、人通りが商店街から消えてしまった。

1990年代になって、衰退していく町の流れを変えたいと、町の若者たちが議論をするために集まるようになった。昭和30年代のにぎわいを取り戻すために、商店主、商工会議所職員、豊後高田市職員の若手たちで、「昭和の町」をテーマに再生していくことを企画した。商工会議所と市はこれを支援し、商店街における「建築再生」、「歴史再生」、「商業再生」、「商人再生」の4つの再生を進めていくことになった。

2001年、「昭和の町」のオープニングセレモニーが行われ、マスコミに取り上げられた。翌2002年、豊後高田市は中心市街地に隣接する大規模な農業倉庫を利用して、「昭和ロマン蔵」を開設、これにより年間20万人を越える観光客が押し寄せ、「昭和の町」の本格的な観光化が進展した。

しかし、受入体制はまだ十分ではなかったことから、窓口となった商工会議所は過剰な業務を抱えることになり、これを見かねた豊後高田市は、2007年に第3セクター方式で「豊後高田市観光まちづくり株式会社」(以下、まちづくり会社)を設立した。これを契機に、豊後高田市の「昭和の町」はまちづくりの第2ステージへと進み、まちづくり会社によるマネジメントで「昭和の町」の振興とともに、国東半島全体や農業連携に視点を向けるなど、新たな展開を見せている。



昭和30年代の中心市街地
(新町通り)



多くの観光客でにぎわう
「昭和の町」(新町通り)

1. 「昭和の町」の再生 第1ステージ

「昭和」の名残が感じられる中心市街地

豊後高田市は、大分県の北部にある国東半島の西側に位置し、面積は206.6km²、人口20,512人、10,414世帯（2009年1月現在）、高齢化率は30%を上回っており、大分県の中でも高齢化が進んでいる。歴史的には西瀬戸内地域への港があったことから、国東半島の交通の結節点として商家が立ち並び、現在の中心市街地が形成されていった。昭和30年代頃には約300店の店舗が立ち並んで非常に活気があり、国東半島一の大商店街が形成されていた。だが、時代の変化の中スーパーが支持され、郊外型の大規模店の進出や、市街地が旧国鉄の駅から離れていたことなどによって、町の中心からにぎわいが徐々に消えていった。

しかし、まだ商店街で商売を続ける店舗の中には、地元の人ならツケ買いができるほど地域にとけこみ、地域を支える店もある。「今晚、すき焼きをするからね」と店先で言えば、店主はそのお客の家族の人数を知っていて材料を揃えてくれるという、そんな昭和の時代からの商店街ならではの客と店のやり取りが残っている。

商店街の活性化に若者が立ち上がる

「昭和の町」の正式なオープニングは2001年だが、まちづくりの企画は10年近く前から地元の有志で温めてきた。きっかけは1992年、商工会議所が大手広告代理店を使って商業活性化構想を作った時だった。「豊後高田市商業活性化構想」や当時の計画は、一旦商店街を全部壊して、町の真ん中にドーム型の野球場や商業施設を作り、町を全部作り直して活性化しようというものだった。今振り返ってみれば失笑してしまうと地元関係者も言う構想だが、当時はまだバブル経済の余韻が強かったことから、大規模再開発を伴うような構想となっていた。そうした中、「事業規模が大きな店舗はいいが、小さな店舗はこの計画ではどうなるのだろう。これでいいのだろうか」と考える若い店主がいた。

その店主は、商店街で育ち、社会人となった後は、豊後高田市を離れて名古屋で働いていた。父親の後を継ぐことを決めて戻ってきたが、昔と違って商店街はすっかり活気を失っており、他の店主たちの多くは高齢となって、それまでの蓄えと年金で生活していた。

ある時、商工会議所の若手職員がその店主に声をかけた。「ちょっとお茶でも飲んでいきませんか？」商店街の再生についてそれぞれの思いを話してみると、お互いの考えに共感できる部分が多いことが分かった。たった10分かそこらの話し合いだったが、それが「昭和の町」を作り上げるスタートとなった。2人は、同じ考えを持っていそうな若い別の2人に声をかけて、4人だけで、仕事が終わってから集まっては、自分たちの商店街について話し合った。

一方、92年の商業活性化構想はその後、バブル経済崩壊後の人口2万人ほどの小規模都市に大規模な構想を実現する資金があるはずもなく、幻となって終わった。しかし、この構想の失敗のおかげで、中心市街地の活性化を本気で実現させて行こう、と考える若手メ

ンバーが集まり立ち上がることになった。

「昭和の町再生会議」発足でまちづくり本格化

若手メンバー4人は、自分たちの商店街の特徴を活かしながら活性化させるにはどうしたらいいか、繰り返し話し合いを進めていった。いつ頃の商店街が良かったか考えると大規模店ができる前、やはり昭和30年代だった。そこで昭和30年代の商店街をイメージしながら計画を進めていこうということになった。最初の頃は、うどんの町、ラーメンの町などの食べ物をテーマに考えていたが、そんな折に、メンバーたちは新横浜のラーメン博物館が「昭和」をテーマに作られているのを知って、「これなら豊後高田でもできるのではないか」と考えた。豊後高田の商店街は、昭和30年代以降は大掛かりな整備をしておこなったことが、逆に功を奏した。自分たちの商店街なら「昭和」をテーマにした再生ができるのではないかと希望が湧いてきた。

メンバーたちは「昭和の町再生会議」を立ち上げ、商工会議所まちづくり協議会の一つの部会にしてもらった。最初の4人のメンバーから同じ思いを持つメンバーが増え、市職員や大分県職員もオブザーバーで参加するようになり、週に1回本職の仕事を終えてから商工会議所に集まって、夜中の1時、2時まで話し合うこともあった。再生会議を立ち上げた商工会議所の職員と店主は、毎晩のように会議のための資料を作成して話し合いの準備をした。「商店街を、町を、何とかしないといけない」という思いで、再生会議の若手たちは資料を集めたり、いろいろなところに視察に行ったりして勉強した。

市が「昭和の町」で商店街再生を決断

1998年頃から、若手メンバーたちの構想の実現に向けて、順風が吹き出した。その年、県の商工労働観光部長を経験した市長が就任した。そこで、商店主、商工会議所、工業関係の若手社長たちで商店街再生の構想への支援を市長にお願いした。市長は、全国的に商店街の再生がほとんどうまく行っていないことなどを承知した上で、「昭和の町」による商店街再生への取組を決断した。それまで市の職員は、「昭和の町」に関わる活動はボランティアで参加していたが、その後は職務として参画できるようになった。

301 店全てを調査して「昭和の町」を定義づけ

「昭和の町」は、「建築再生」、「歴史再生」、「商業再生」、「商人再生」という4つの再生を軸に、商店街の魅力アップを図っていった。

「昭和の町」への4つの再生

| | | |
|------|-------|------------------------------------|
| 建築再生 | 外観・建築 | その建物が建築された当時の趣を再現 アルミ製の建具を木製に復元 |
| | 看板 | 木製やブリキ製の『昭和の看板』に改修 |
| 歴史再生 | 一店一宝 | その店に代々伝わる珍しい道具等の展示 |
| 商品再生 | 一店一品 | そのお店自慢の商品を販売 |
| 商人再生 | | 客と店主が向い合い、会話をする商い |

「豊後高田の中心商店街が、本当に“昭和”を旗印に掲げるにふさわしい歴史や景観を持っているか」を調べるために、2001年、国の緊急地域雇用創出特別基金事業を使って、昭和30年代の商業地図をもとに街並み実態調査を行った。商店街301店全てについて1店毎に歴史と建物の調査を行うとともに、店にまつわるエピソードや資料がないかなども調べた。同時にいくつかの店舗については、建物の図面を使って、店構えを昭和風に改修したらどうなるかをCGで作製してみた。このCGで作られた図が後々、大変役に立った。商工会議所にとっては、店舗に対して改修の話をする時「こんな風に店舗を改装しませんか」と説明する資料として説得力があり、市では補助事業を申請する際の有効なプレゼン資料となった。

また、2001年に県と市の助成金を利用して、4つの再生のうちの「建築再生」を行った。「街並み景観統一整備事業」として、県、市、地元の3者がそれぞれに3分の1ずつ負担して、昭和30年代の頃の外観を再現、看板を昭和の看板に戻す修景作業7店舗、3施設で行った。まずは、計画に参画してきた7店舗が率先して店舗を改修し、2008年度現在、40件の修景を行ったところである。



「昭和の町」の修景を終えた店舗

オープニングでのハプニングとサプライズ

2001年9月、「『昭和の町』オープニングセレモニー」を開催した。しかし関係者は、本音では誰もこのオープニングで観光客が来るようになるとは考えていなかった。観光客に来てもらえるようになるのは、1～2年後に観光施設が完成してからだろうと思っていた。ところが、マスコミの報道の内容が面白かったこと、「昭和の町」というネーミングが人々の心を掴んだことで、年間約2万人の観光客が「昭和の町」を觀に訪れた。

マスコミの報道の後、観光バスの団体客までやって来て、予想していなかった観光客の反響に関係者は慌てた。バスを降りた観光客は怒り出した。「『昭和の町』って報道されているから来たんですが、どこが『昭和の町』なんですか？普通の商店街じゃないですか？何があるんですか？」とクレームが出た。

関係者たちは対応を相談し、団体で来てくれた人だけでも、商工会議所と市の職員で事情を説明し、謝罪することになった。「『昭和の町』はまだこれだけなんです。我々はこういう考え方を持っていますが、まだ始まったばかりなんです。また来年、再来年に来てください。そうしたら、こう変わっている・・・かもしれません」。

職員たちの状況を見かねて、助け舟を出してくれた民間の2人の女性がいた。一人は元バスガイド、もう一人はまちづくりにずっと関わってきたという人だった。「職員が謝ってばかりじゃ大変だから、私たちが代わりますよ」と、大変な役を買って出てくれた。ところが、この2人の謝罪と説明がすばらしいと観光客を満足させて評判になった。その後、この2人の女性は「昭和の町」の名物案内人となって、「昭和の町」にとって欠かせない存在になった。案内人なしでは短時間で終わってしまうまちの観光だが、案内人と一緒だと観光客は楽しめて、滞在時間がずっと長くなった。

その後、案内人スタッフは増えて行き10数人になったこともあった。まち案内は常に予約が一杯で連日キャンセル待ちの状態が続いており、現在活躍する4人のスタッフでは対応しきれないほどである。当初は無料で案内をしてきたことから、有料にすれば予約が減るかとの関係者は考えたが、有料にしても予約状況に全く変化がなかった。4人で、年間6～7万人もの観光客の案内を引き受けている。

また、もう一つのクレーム対応として、市長が「昭和の町」の3か所の入り口に、「昭和の町はまだまだ工事中です」という謝罪の看板を出した。これも逆に、「ユーモアがあっておもしろい」と観光客に受けた。

「駄菓子屋の夢博物館」と「昭和の町」

2002年10月に、待望の「昭和ロマン蔵」がついにオープンした。「昭和ロマン蔵」は、昭和10年頃に米蔵として建てられた3棟からなる旧高田農業倉庫を、市が改修してオープンさせた施設で、駄菓子屋のおもちゃの展示施設「駄菓子屋の夢博物館」と「昭和の絵本美術館（2005年2月）」、昭和の体験施設「昭和の夢町三丁目館（2008年4月）」、レストラ

ン「旬彩南蔵(2006年4月)」が入っている。

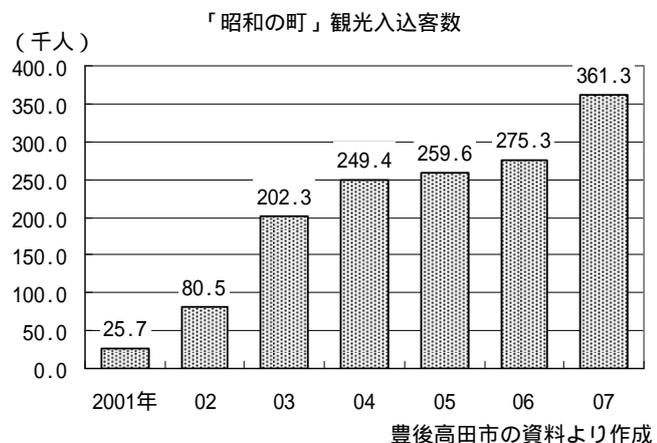
「駄菓子屋の夢博物館」は、福岡県太宰府市の日本一の駄菓子屋おもちゃコレクターといわれる人物を説き伏せ、豊後高田市に移ってもらって開館した。もちろん、豊後高田市に移ってもらうのは簡単ではなかった。最初の頃は月に2回、商店主、商工会議所と市の職員たちが、大宰府のコレクターの店舗にただ立ち寄っていた。その次に、「我々は『昭和の町』をしようと思うんですが、豊後高田にいらっしゃいませんか?」と誘いかけた。最初は断られたが、あまりに粘り強い誘いかけに、ついに豊後高田に来てもらえることになった。そこで、市長に相談したところ、「展示できる博物館を作り、そこに誘致をしよう」ということになった。

この博物館に入ると、観光客はそれぞれに自分の思い出探しを始める。6万点が展示してあれば、ほとんどの人はどれか懐かしいものに出会える。「おじいちゃん世代は『これは昔、息子に買ってやったものだ!』とおもちゃを発見し、お父さん世代は『これは昔、遊んだおもちゃだ!』というものを見つける。だから、ここではグッズについて何も説明しない」と館長のコレクターは言う。「お客さんにこれはいつの時代のどういうものだと説明すると、さっと見て出て行ってしまふ。それよりは思い出を探しながら、ゆっくり見てほしい」。コレクションの中には値が張るものもあるが、貴重な品物という見方をしてほしい訳ではないため、これにも説明はない。その博物館のあり方は、懐かしさに出会うことを楽しむという「昭和の町」そのもののコンセプトと合致している。

大宰府からコレクターを誘致したのは、20万点という日本一のコレクターだったということもあるが、コレクターの考えに学ぶところも多かったからである。後に述べるまちづくり会社の社長は「これで、豊後高田にしかないものがまた一つ増えた」と言う。「『駄菓子屋の夢博物館』はよそにないものです。レトロのおもちゃ博物館なら他所にもあるかもしれない。しかし、コレクターの彼が豊後高田に住んでくれているんだから、彼の博物館は豊後高田にしかできない」

「昭和ロマン蔵」オープンで押し寄せる観光客

2002年10月の「昭和ロマン蔵」のオープニングの入り込み客数は予想していた程度の客数だったが、2002年の年末と2003年の年始に全国ネットのTVで「昭和の町」が取り上げられたことと、ずっと何年間もかけて職員たちがいろいろなメディアと旅行会社との関係を作ってきたことが功を奏し、2003年の年明け以降、福岡から旅行会社のツアーで観光バ



スが来るようになった。その後、次々と観光客がやって来て、2003年度の観光入込客数は一気に20万人を超えた。閑散としていた町に、本当に観光客が団体でやって来るようになったのである。

商店主は、「昭和の町」の商店街に来たお年寄りの観光客とは話が弾むという。「ここに来るとお年寄りは昭和30年代、40年代の話をしていますよ。昔はこうだったと」

昭和の古き良き時代を過ごした大人、特に50歳代以上の昭和30年代を知っている世代は、懐かしいと言い、また平成生まれの子どももなぜか懐かしさを感じるという。



昭和ロマン蔵（左：外観、右：「駄菓子屋の夢博物館」）

2. 広域観光へ 第2ステージ

増える観光客、限界に近づく商工会議所職員

「昭和の町」は、もともと商店の有志と商工会議所でスタートした事業のため、いろいろな問い合わせなど、ほとんどの窓口業務が商工会議所に集中した。このため2003年、2004年には、商工会議所の職員は商工会議所の業務に一切手が付けられず、窓口対応に追われた。商工会議所のこれまでの取組が結実してうれしいはずが、予想以上の大当たりに伴う問い合わせが次々と寄せられ、職員は業務に全く余裕がない状況に追いこまれた。

また、様々な諸経費も必要になってきた。観光客が増えることによって、チラシやマップなどの部数もその分増刷が必要となってくる。チラシ等は、最初だけは行政が予算をつけるが、毎年となると対応できなくなる。こうした媒体は本来、受益者である商業者が作



「昭和の町」の商店街（左：昭和30年代の車、中央：買い物をする観光客、右：ボンネットバス）

製するべきだが、経費を負担するにも人手を出すにも小さな店舗の商業者にとっては難しい。

市は商業者たちに対して、「協議会でも組合でも形式は何でもいいから、商業者で『昭和の町』の取組を行う組織を立ち上げて管理・運営して欲しい」と要望をしてきた。観光客が増えることで同時に増える庶務は、その組織で担うのが理想的だと考えてのことだった。「その組織は利益を出しても全く差し障りはない、むしろ利益を上げて、『昭和の町』の次の展開に投資して欲しい」と市は考えていた。しかし、結局いつになっても商工会議所にも、商店主たちにも、組織を立ち上げる余裕は無く、時間だけが過ぎていった。そうこうする間に、商工会議所の職員たちは限界に近づきつつあった。

これから町に必要とされるのはマネージメント

最終的に、市長は第3セクター方式によるまちづくり会社の設立を決断した。市長としては、本来ならば第3セクターという手法は採りたくなかったが、背に腹は代えられないと判断したという。

当時の日本政策投資銀行大分事務所長は、「昭和の町の企画はすばらしいが、大きく欠けているものがある。それはマネージメントだ」と指摘した。今後、「昭和の町」には諸経費が掛かってくるがそれをどう処理するのか、また今後の展開に向けてどんな組織を作っていくのかについて、日本政策投資銀行大分事務所長と商工会議所副会頭が話し合った。「まちづくり会社が収益を上げて、できれば『昭和の町』に留まらず、豊後高田市全体の観光や産業を支援していくということが必要とされている」という意見で一致した。後に、この商工会議所副会頭が、まちづくり会社の社長に就任することになった。

2004年、市は中心市街地活性化計画を作ることになったが、計画内容については「昭和の町」の構想に沿うものとし、それにプラスして、実施計画の中でまちづくり会社を作ったり、レストランを作ったりして、「昭和の町」のウィークポイントを埋めていこうということになった。

2005年11月、「豊後高田市観光まちづくり株式会社」が設立された。先に述べたように、「昭和の町」の構想は、商店主、商工会議所職員、行政職員の若手メンバーが繰り返し議論して考え上げ、一つの具体的な成果を上げてきた。まちづくり会社社長は、「『昭和の町』は、今度はマネージメントを必要とする段階に進んだ」と説明する。

民間から社長を迎えてまちづくり会社設立

まちづくり会社は、資本金9,500万円でスタートした。普通の株式会社なら資本金の10～100倍の運転資金を借り入れて事業を始めることも多いが、第3セクターの場合は市も出資しているため、借入れをするにも議会の承認が必要となり、民間企業の事業展開のスピードでは間に合わない。そのため、借入れなしで運転資金を賄えるよう、資本金の中で回

転させることになった。その結果、市から 5,000 万円、商工会議所から 500 万円、金融機関（5 社）から 2,000 万円、一般株主（10 人）から 2,000 万円出資し、合計 9,500 万円の資本金でスタートした。出資の特徴として、金融機関の中には日本政策投資銀行からの出資も含まれており、一般株主 10 人については、まちづくり会社にとってつながりがあった方が良く考えられる市内の事業者・個人としたが、個人的な介入や利害発生を避けるために、観光には関係のない人を選んでいる。

利益が上がった場合、株主に配当はせず、すべてまちづくりに関わる新たな投資に回すようにしている。また、様々なトラブルを避けるためにも社長は無報酬としており、接待費は自己負担にしている。もちろん現社長は肩書きだけではなく、実際に勤務する。

まちづくり会社には、「公務員もこれからは民間のやり方が必要だから、まちづくり会社でやり方を見て来なさい。君が考えることはない、社長のやり方を見て勉強してくれればいい」という市長からの命令で、市職員が 2 名出向している。「行政と民間の考えは違う。展開が速い。やることをきっちり考えた上で決めているので、先まで見通してスタートしている」というのが、市職員の佐藤之則氏の感想だった。

まちづくり会社が目指すもの

このまちづくり会社の設立によって、商工会議所はようやく平穩に業務ができる状態に戻って行った。商工会議所が行っていた「昭和の町」の振興業務や昭和ロマン蔵の運営は、まちづくり会社が引き継いだ。これまで豊後高田市では観光の営業活動をしていなかったが、現在はまちづくり会社が主に岡山県辺りから九州までの旅行会社への営業も行って、観光客や旅行会社のニーズに応える形で新たに事業展開ができるよう企画づくりを行っている。

「観光客が 20 万人から 30 万人に増えてお金がかかるようになってきているところに、予算主義では絶対に対応できるはずがない。また、お客がたくさん来ている時には営業活動を抑えて、別のところにお金を使うということもある。これも予算主義ではできない」と社長は言う。「観光は営業しないと、お金にならないんです。行政だったらずっと補助金を使うことになる。これを、まちづくり会社で収益を上げて、次に投資していける仕組みを作ろうと考えている。稼いだら使えるという発想が行政にはないですから」

まちづくり会社では、これまでの中心市街地だけではなく、豊後高田市全体や国東半島一円の広域観光の推進を目指している。戦略的な広域観光の展開は、まちづくり会社だからこそできることも多い。「昭和の町」からレトロ感覚のボンネットバスを出して、豊後高田市や国東半島の社寺や温泉などと結んで行くことも計画している。収益が上がれば次の展開へ広げていくことができる。

また、利益を追求することも、まちづくり会社だからこそできる。福岡からの観光客をターゲットにして、観光客の好むものだけをつないで、収益性の高いモデルルートを作ることできる。会員制を取っている観光協会のような組織だと、会員の店舗や宿泊施設を

中心につないで行くことになり、魅力あるモデルを提示できにくいこともあるが、まちづくり会社はそうした制約を持たずに事業展開できる。

3. 「昭和の町」と今後の展開

「昭和の町」を訪れる観光客の滞在時間はまだ短く、まちづくり会社では4時間以上の滞在を目指して、魅力ある町にして滞在時間が長くなるように様々な手段を講じていきたいとしている。滞在延長に向けて、国東半島全域との連携も広げて行く予定である。また、市民から民業圧迫という苦情が一部に寄せられることもあるが、実際にはそうではないことや、まちづくり会社の目指すところについての理解をより一層広げたいとしている。

今後の展開として、農業との連携も目指している。豊後高田市ではそばの栽培を奨励してきたが、このそばを観光客に食べてもらえるように、希望者を公募してそば打ち職人の養成講座を開いてきた。まちづくり会社が出店協力したそば専門店については、公募してプロのそば職人の元に修行に出して養成し、豊後高田市での開業を果たした。売上は当初予定の2倍以上と非常に好調である。また、まちづくり会社とそば組合が定める認定店も増やしている。このそばプロジェクトに続く、次の農業との連携を模索している。

豊後高田市の中心市街地は、川を挟んだ東側にも広がっているものの、そちらの方の商店街では、「昭和の町」の展開はこれまで全くなかった。今後の方向性としては、「昭和の町」の展開はせずに、高齢者に使えそうな「昭和の町」の要素だけを使いながら、福祉分野を盛り込んで、高齢者の町を作っていきたいと考えている。また、川を挟んだ東側については、前述のまちづくり会社が協力したそば専門店があることから、そば街道を作っはどうかという案もある。

まちづくり会社社長は、これまでの取組については、60点をつける。「途中で中止したり、ストップをかけたたり、方向転換したり、そんなことは一杯あります。そういう意味では、私は本業の会社の方が楽だなあと考えていますよ」と笑う。「我々は我々の理論で、公にいいと思うことは信念を持ってやっていますが、手法については相当ころころ変わっています。でも目標は変わっていないと思います。残すもの、壊すもの、変えるもの、信念持ってやっています」と、思いを熱く語る。

かさおかし

笠岡市（岡山県）

住民によるNPOとの協働 を通じた島おこし活動

NPOとの協働による島嶼部で不足する公共的サービスの供給や
商品開発、定住促進

【取組の概要】笠岡諸島の島民が一つになり、島専属の市職員と協働して、
ハンデキャップを克服した島づくり

瀬戸内海に浮かぶ30有余の島々からなる豊かな自然に恵まれた笠岡諸島。その諸島に点在する7つの有人島には、人と人が助け合いながら島づくりに取り組み、生き生きと暮らす島民たちがいる。

笠岡諸島の島では地理的条件などのハンデキャップにより、過疎化や少子高齢化が著しく進んできた。しかし、島を愛する若者たち、女性たちが立ち上がり、7つの島が手をつないで一致団結して島を元気にして行こうと活動を始めた。1998年から毎年、島民や島外の島出身者が数千人集結して開催する全島合同の「島の大運動会」は、笠岡諸島のシンボルプロジェクトとなった。

一方、笠岡市では2001年から、島民の叫びに応えようと「島おこし海援隊」を編成し、「島民になれ」との市長の特命のもと、市職員を島々に派遣して、島の住民の一員ようになって島民たちと一緒に島おこしの活動に取り組んできた。島民たちの生活の困りごと一つ一つに耳を傾け、情熱と工夫で解決していった。



笠岡諸島・真鍋島の港

2002年からは島民たちが、7島全体を一つの会社組織
のようにして、島民全体で助け合いながら島づくりをや

って行こうと、島民組織「^{かいしや}電腦ふるさと島づくり海社」（後に、「NPO法人かさおか島づくり海社」に改組）を立ち上げた。以来、島民たちの「島づくり海社」と市の「島おこし海援隊」は、島を元気にしたいという夢を同じくして、様々な島づくりに連携・協働して取り組んできた。島を担う新たな人材を島に呼び込もうとする島民主体の「空き家対策事業」、豊かな島の食材を活かして観光資源にしたり、地域の食のサービス供給を図る「^{しまべん}島弁」、診療所への高齢者の足の確保を図る島内バス「過疎地有償運送事業」、島の高齢者の生活を支えるための島民の手による「介護サービス事業」、島の将来を担う子どもたちを育てようと市からの受託で実現させた「保育施設の開設」、高齢者が元気で働けるようにした「ゴーヤの生産・販売」など、新たに取り組む島づくり事業は無限に広がっている。

島が持つハンデキャップを克服し、「過疎化、超少子高齢化の島から、多くの人が生き活

きと元気で暮らす島に変えて行こう」とする島民たちと市職員たちの島づくりはこれからも続く。

1．笠岡市と笠岡諸島の概要

島々の豊かな自然と過疎・超少子高齢化

笠岡市は、岡山県の西南部に位置し、市の西側の広島県福山市に隣接する陸地部と南側の笠岡諸島からなる。笠岡諸島のうち高島、白石島、北木島、飛島（大飛島、小飛島）、真鍋島、六島の7つの島に人々が暮らしている。島々は自然に恵まれ、海の幸山の幸とともに豊かな天然資源を生み出しており、人と人が助け合う温かいつながりが残っている。

市の人口は、55,424人（2008年10月1日現在、笠岡市住民登録人口）、高齢化率は29.1%、年少人口率（15歳未満）は12.0%となっている。それに対して、笠岡諸島の人口は、戦後の最盛期には全島合わせて10,000人を超えていたが、現在は最盛期の4分の1近くに激減して2,589人（同）となっており、過疎化が著しい。また、高齢化率は58.1%にも上る一方、年少人口率はわずか4.2%と低く、超少子高齢化の状況にある。

諸島としてのハンデキャップ

市の陸地部へのアクセスは、鉄道で福山市から15分ほど、岡山市からは45分ほどである。笠岡諸島へは陸地部の笠岡港（又は伏越港）から定期航路（高速船・普通船・フェリー）があり、各島に1日2便～12便（所要時間20分～70分ほど）の船が出ている。小中学校は笠岡諸島内にあるが、高等学校は島内にはなく、高校生になると陸地部の学校に定期航路を使い通学するか、島を離れて下宿する。また、島民の中には、陸地部に通勤する人もおり、買い物については陸地部に行く人も多い。島内の交通は殆どが徒歩で、面積が大きい北木島などで車が使われている。

点在する7つの有人島が市域となっている事情から、海上交通、港湾整備、医療・福祉環境、教育環境などにおいて、一島一自治体の地域以上にハンデキャップが常にあり、それらを一一つクリアして島の活性化を進めていけるように、住民と市が連携しながら地道な取組を展開している。

2．笠岡諸島の交流から始まった新たな島づくり

島の若者たちが立ち上がった

笠岡諸島の島では、離島としてのハンデキャップを抱え、過疎、超少子高齢化が進展する中、7つの島の若い有志たち（若いと言っても40～50歳代）が集まって、「このまま何

もしなかったら、島は沈没してしまう。笠岡の島同士が協力し合って島を再生していこう」と呼びかけあって、1997年6月、「島をゲンキにする会」を立ち上げた。夜な夜な酒を飲みながら、「島をどうしたら元気にできるか。島に何が必要か」について、話し合い続けた。議論を進める中で、それぞれの島の者がお互いの島のことをほとんど知らなかったことが改めて分かった。そこで、「島同士でお互いに知ることからはじめよう。訪問し合って、島同士で島民みんなが一緒に参加してやれることを何かしよう」という話になった。

島同士の連携を高めた「島の大運動会」

その頃まで、笠岡諸島の各島では、島外とのつながりは陸地部ばかりで、島同士のつながり、島民間の交流がほとんどなかった。そこで、7つの島同士がつながり、連携を高めて一緒に島おこしが出来るものとして、7島合同で「島の大運動会」を開催することになった。



島の大運動会

「島の大運動会」は、島民が企画提案し市が事業支援するというものである。名前については企画・採択の段

階では「^{しま}島オリンピック in 笠岡」としていたが、開催が決まり島民たちで実施に向けて話し合う中で、1人のお年寄りから「オリンピックをもじって横文字を使うよりも、“島の大運動会”の方がよっぽどいい」との意見が出て、名前を変えたいきさつがあった。

1998年5月、「島をひとつに 心をひとつに」というテーマを掲げて、北木島を会場に「島の大運動会」が開かれた。各島のほとんどの島民たちが北木島に結集したため、「運動会が行われた北木島以外の島には、猫しか残っていなかった」と言われている。7島の全島民はもとより、島を離れ本土に移り住んでいる島出身者なども含めて5,000人ほどの人たちが参加した。運動会では、各島の島民たちが団結し、島同士で競い合い、ふれあい、諸島全体の団結心も生まれ、笠岡諸島全体が燃え上がった。

島で生きる若者たちの「島を活性化させよう」という熱い思いで繰り広げられるこうした取組に対して、市では、「島の住民が考え、行政が支援し、協働して島おこしを実践していく」という方向の重要性を再認識したという。

島に住む小さな子どもから、80～90歳のお年寄りまで島を上げての大運動会は、その後、島民皆が楽しみにしている毎年の行事となった。翌年の白石島に続き、真鍋島、高島、飛島、六島と、各島順番に持ち回りで開催され、これまでに11回開催されている。最初ほどではないが、毎回1,000人を越える参加がある。

女性たちの活躍とネットワークの立ち上げ

第1回目の「島の大運動会」が盛り上がっていく中で、島の女性たちから「私たち女性もお手伝いするだけでなく、最初の企画から運営まで全般に積極的にかかわりたい」との

声が上がってきた。運動会では、男性ばかりが実行委員を務め、男性たちが決めたことを女性たちが裏方で手伝うという形だった。そこで翌年 1999 年に開かれた第 2 回目の「島の大運動会」からは、女性たちも実行委員に加わり、競技のことからバザーや昼食のことに至るまで、企画の段階から意見を言い、運動会を盛り上げるために積極的に関わって行った。

そして、この運動会の開催のために女性たちが協力、団結したのがきっかけとなって、1999 年 5 月、女性ネット「笠岡諸島 生き生き会」が立ち上がった。その後、生き生き会の女性たちは、島づくりにおいて女性にできることは何かを考え、良いことだと思ったことは次々と行動に起こしていった。2001 年 1 月には、笠岡諸島全体の女性を対象にアンケート調査をして、島の生活、仕事、保健福祉、生きがいなど様々な分野から女性なりの意見を集め、それを「笠岡諸島振興計画」(後述)にも反映させた。

3 . 市が笠岡諸島に派遣した「島おこし海援隊」

島民の叫びへの応えから生まれた「島おこし海援隊」

第 2 回目の「島の大運動会」における一つのプログラムとして、「島の討論会」が行われた。その討論会の中で島民たちが、出席していた市の助役(現市長)らに対して主張した。「島にはいろいろハンデがあるが、それを何とかして克服して島を元気に行こうと島民は思っている。やる気のある人間はたくさんいる。島には良さ、強みもあり、エネルギーを島はたくさん持っている。けれども、島のみみんなのために頑張っている人でも、どうしても日々の生活があって片手間でやらざるを得ない。専属ではできない。だから、島には、専属で中心になってやる人、事務局になる人が必要なんだ。市は財政投資を島にするよりは、そうした専属で事務局をやるような“人材”を投入してくれた方が非常に効果的で助かる。」「市は陸から眺めるだけでなく、島の人と一緒に汗をかいてサポートして欲しい。僕らが役所に行くのでなく、役所が島に来てくれ。」

現市長はこの島民の主張を重く受け止め、島に島民のサポートをする市職員を派遣し、そこで島民と交流する中で声を受け止め、島の力を引き出そうという施策のアイデアを実施に移すことにした。。市では、2001 年 4 月に、海や島で活躍する人を応援する部隊ということで「島おこし海援隊」(以下、海援隊)と名付けたチームを編成した。この島専属の応援チームは、島に拠点を置き、住民の 1 人のようになって、住民たちと共に汗を流して島おこしを行っていくものであった。

海援隊を編成するに当たって、「隊員」になりたいと希望する情熱を持った職員を庁内で公募したところ、何人かが論文を出して応募してきた。市長が直接面接をして 3 名を隊員に選んだ。選定の基準は、海援隊の成否に関わる点として、島民の思いが理解でき、骨身を惜しまず、島民たちと一緒に頑張って頑張る気概があるかどうかだった。市長は、決意を持って手をあげた 3 人の“隊員”に対して、特命として「島民になれ。市職員としては

なく、島の住民となって働いてくれ」との一言を伝えた。市長直轄でどこの部局にも属さない、上司もいない、予算もない。予算が必要なら、関係課に掛け合えというもので、隊員たちのプレッシャーはすごいものだったという。

歌手の“本家”海援隊が島に来て、島民の認知を高めてくれた

市長直轄組織として海援隊を立ち上げてすぐ、ホームページで連絡先を調べて、歌手の「海援隊」の武田鉄矢^{たけだてつや}氏に手紙を送った。「島おこしをやろうと、同じ名前で『島おこし海援隊』という組織を作りました。笠岡の近くに来たら、寄って下さい。」すると、3～4日後に事務所から電話があった。「5月26日、府中市に講演に行くから」と。当日、武田氏を迎えに行き、北木島の体育館に招くと、北木島の全島民が待っていた。武田氏は快く歌を歌ってくれて、島民たちは大感激し、大いに盛り上がった。

この出来事が、市職員3人の海援隊に対する島民たちの認知を広げ、いい船出となった。

島民の「島おこし海援隊」への信頼感と自治意識の高まり

海援隊の3人の隊員たちは、自分の持ち味を生かしてそれぞれに役割を見つけ出し、様々な形で島おこしに取り組み始めた。島のいろいろな会合に出て、昼夜を問わず島の住民の1人として考え、問題を見つけると、本庁の各部局にそれをつないで解決へと導こうと、日々奮闘していった。

隊長の市職員（城戸^{きと}氏）は、主に島の産業おこしを担当し、島の特産である石材の販路を求めて全国を回ったり、シーカヤックなど観光資源を掘り起こして、岐阜、長野など海を持っていない地域の学校から修学旅行を誘致し、笠岡諸島全体に展開するために奮闘した。

中隊長の市職員（守屋^{もりや}氏）は、離島という地理的条件などのハンデキャップを克服するために、島の情報化をめざして奮闘した。連日連夜、島々を飛び回り、高齢者にパソコン教室を開いた。その甲斐あって、笠岡諸島では70～80歳の高齢者でもインターネットを使いこなしている。また中隊長は、島の情報誌「しまかぜ」を発行したり、ホームページで島情報を次々と発信し、インターネットを活用した島外の人たちとのネットワークづくりにも取り組んだ。

隊員が夜遅くなり、陸地部に帰れなくなった時には、パソコン教室の高齢者たちが自分のお金を出し合い、船をチャーターするなど、隊員たちと島民の間の信頼関係は厚くなっていった。

小隊長の市職員（重見^{しげみ}氏）は、まず島の一人ひとりの小さな困りごと、ニーズを知るところから始めようと、最初に島中のすべての世帯に戸別訪問をして、生活相談を行った。家の手すりを取り付けたり、植木の木を切ったり、各戸を訪問して、悩んでいる人に“島民”として献身的にサポートした。高齢の島民から「港に行くのに交通手段がないから困

っている」と聞くと、ミニタクシー（北木島での運転ボランティアによる送迎事業）を立ち上げ、港に車イスや担架を設置し、坂道には手すりをつけた。島に医者がないため困っている高齢者が多いことから、陸地部の医者に頼んで、月2回だけだが訪島診療を実現させた。こうした相談対応は、まさに、「島のよろず相談員」そのものだった。

海援隊の取組は、計画性を持ったものではなかったが、目の前の困っている人、困っていることを情熱とアイデアでサポートし、生活に根ざした課題を一つ一つ解決していった。また、こうした島での海援隊の取組を、市の本庁職員たちがバックアップしていった。

島民たちは、海援隊による支援を喜び、感謝し、それにより元気になっていき、ますます期待感を持った。自ずと島民と市職員（隊員）との間に信頼関係が生まれていった。

そして、島民からは、「何もかも海援隊任せでいいのか。自分らでやれることは自分らでやった方がいいのでは」との声が出るようになった。

4 . 笠岡諸島まるごと起業した「NPO法人かさおか島づくり海社」

笠岡諸島を一つの会社のようにして、島民みんなで元気になろう

若者たちによる全島合同の「島の大運動会」が毎年盛大に開かれ、女性たちのネットワークも広がるようになり、さらに市が島に海援隊を派遣する中で、2002年3月、島民たちと海援隊の隊員が一緒になって、「笠岡諸島振興計画」を策定した。この計画づくりが島民たちの意識を高め、その後の様々な活動を展開し活発化させる契機の一つとなった。

また、島民たちが、島の将来を考え話し合いを進める中で、「笠岡諸島の7島全体を一つの会社組織のようにみなし、島のために働けば何らかの利益が上がるという仕組みを作ろう。利益が上がることで島民たちがどんな取組にもより積極的に関わるようになり、生きがいも感じられるようになる。そうすれば、島民みんなが生き生きと輝くような島づくりができるのではないか。だから、運動会だけでなく、あらゆる島づくりを7島合同でやろう。そのための組織を立ち上げよう」といった構想が生まれた。

2002年8月、笠岡諸島の島民たちは、7島それぞれの特徴を活かしながら島づくりをする島民組織（任意組織）「^{かいしゃ} 電脳笠岡ふるさと島づくり海社」を立ち上げた。組織の体制は、島民全員が社員メンバーとなり、北木島に統括する本社を置き、各島にはそれぞれ支社を置くという仕組みである。

各島支社が島づくりの事業を計画し、それを本社会議で議論して決定するというものである。事業が決定されると、本社が事業費を支給するが、支社は支給を受けた事業費の3割を5年間で本社に返済する仕組みとなっており、収益事業を行い自立していく動機付けとなっている。当初企画の段階では「(島づくり)会社」という表現であったが、市の中から、「株式会社でないのに会社という表現を使っていいのか。ストレートすぎないか」といった意見があり、島民と海援隊が知恵を絞って、「海社」と書いて「かいしゃ」と読むようにした。

その後、2006年9月には、NPO法人格を取得して、「特定非営利活動法人かさおか島づくり海社」(以下、島づくり海社)と名前も新たに発展的に組織を改めた。

5. NPOと行政の協働による島づくりの展開

(1) 様々な島づくり事業の展開

島づくり海社と海援隊の協働で島づくり

島づくり海社では、多種多様な島づくり事業を展開してきたが、特に笠岡諸島が抱える深刻な課題である過疎化、超少子高齢化に対応した事業や、島民の生活を支えるための事業を中心に、市の海援隊と連携・協働しながら取り組んできた。

人口流出に歯止めをかけて、島を担う新たな人材を島に呼び込もうとする「空き家対策事業」(後述) 豊かな島の食材を活かして観光資源とするとともに、地域の食のサービス供給機能を高めようとする「島弁」(後述)などのほか、次のような事業を展開してきている。

高齢者の診療所への足の確保 ～ 過疎地有償運送事業～

笠岡諸島の中でも面積の大きい北木島では、高齢者の交通手段の確保が長年に渡り課題となっていた。島の高齢者からの「診療所に行くためにバスを走らせて欲しい」との声が日増しに高まり、島づくり海社は、2004年12月から海援隊などと具体的な協議を行い、2005年2月には、「笠岡市北木島地区過疎地有償運送事業運営協議会」を立ち上げた。

その後、島づくり海社がNPO法人格を取得し、2006年9月に北木島内限定で「過疎地有償運送事業」の申請・登録(中国運輸局)を経て、同年10月から島内バスを運行できるようになった。バスは診療所の開設日に合わせて、週に3日(月・水・金)、1日3便を運行している。2007年度のバスの利用者は1,939人(毎月110~230人)となっている。

島民の手による介護サービス事業

島づくり海社の女性たちは、以前から、島の高齢者の生活を支えるために、「島でデイサービスをやりたいね」とよく話していた。介護サービス事業を島民の手でやるためには、バスの運送事業と同様に、法人組織が必要だった。そこで、島づくり海社がNPO法人格を申請するのを機に、2006年8月から本格的に話し合いを始め、準備に取り掛かった。翌2007年2月には、介護保険事業に参入することができ、北木島において個人所有の民家(空き家)を改築して、通所介護事業所「海社デイサービスほほえみ」を開所した。

40~70歳代の島民7人がスタッフとなり(大半がヘルパー2級の資格を持つ)週4日、開設している。介護サービスの対象は、北木島在住の要介護認定者で、1日当たりの定員

は 10 人。入浴、歩行訓練、ゲームや歌などを楽しんでもらっている。これまで民間による介護事業がなかった島に、島民自らが介護施設を立ち上げて運営できるようになった。さらに 2009 年 1 月には「海社デイサービスすみれ」(週 3 日開設、定員 10 人)も開所した。



海社デイサービスほほえみ

島の将来を担う子どもたちを育てよう ～ 保育所の開設～

陸地部から最も遠い位置にある六島では、2003 年に児童の減少により小学校が休校していたが、2006 年に就学前の子どもが 4 名いたことから、保育所の設立を望む声が上がった。そこで、島民たちは島づくり海社を通じて市に要望をし、2006 年 4 月に市から委託を受ける形で「六島あゆみ園」を設立し、就学前の子どもを受入れた保育サービスを始めた。翌 2007 年には、そのうちの 1 人が新 1 年生に上がったことから、5 年ぶりに六島小学校が再開した。

高齢者が元気で働き続けられる環境づくり～栽培が楽なゴーヤの生産・販売～

真鍋島は、花の島として名を馳せて寒菊の栽培が盛んに行われていたが、高齢化とともに栽培農家が減少してきた。そこで、2001 年頃から寒菊に替わる作物として栽培が簡単なゴーヤの生産を始めた。ゴーヤは年をとった高齢者でも楽に栽培できることから、高齢者も島の担い手として今も元気に働いている。現在では、島の特産品として県内一の生産地となっている。

また、島づくり海社では、島の高齢者が栽培したゴーヤを使って新たな商品開発ができないかと考えた。ゴーヤの加工品の試作を繰り返し、「ゴーヤうどん」「干しゴーヤ」「ゴーヤジャム」「ゴーヤ飴」等の商品化を行った。島に来た観光客はもとより、2007 年 9 月に笠岡駅前商店街一角にオープンした笠岡諸島特産品のアンテナショップ「ゆめポート」などでも販売している。



アンテナショップ「ゆめポート」

(2) 島の新たな担い手を呼び込む「空き家対策事業」

宿泊客の夢の一言「こんな島で暮らしたい」を形にした空き家活用

2002 年 12 月、島づくり海社の高島支社では、島民たちが島の活性化のための事業を新たにどのように展開していくのかの検討をしていた。そうした中、高島でペンションを経営

していた高島支社の役員は、宿泊客から「定年になったらこんな島で暮らしたい」という声をよく聞いており、「島の空き家を活用して、外から人を呼び寄せられないか」と考えた。島出身の若者にUターンを呼びかけても手ごたえがなく、島の将来に危機感を抱いての考えだった。

2003年6月頃、高島支社では、高島の空き家の所有者に「家を貸してくれないか」という呼びかけのアンケートを送った。すると、所有者約50数人の回答はすべて不可だった。「盆や正月に帰るから」、「定年になったら帰るかもしれないから」などが、その理由だった。小さな島々では、地域での現状が外に伝わりにくく、島を出て本土へ転居しても空き家のままにして売却や賃貸はしないのが普通だった。

しかし、その役員は諦めず、2003年10月に、自らの親戚関係に頼んでその所有物件から4軒の空き家を確保した。そして、市の海援隊に連絡をして「空き家を4軒確保したから、インターネットなどで移住希望者を募集して欲しい」と頼んだ。

その役員と海援隊は、物件の写真を撮り、間取り図を描き、補修は入居者負担で家賃は月1万円といった入居条件を話し合い、その上で、すぐに「島づくり海社」のホームページで広報を始めるとともに、市や県などに募集チラシを配布した。

島に初めての移住者がやってきた

3か月後、テレビ局から取材が入り、2004年1月にバラエティ番組で募集情報が全国に放送された。すると、放送翌日から1ヵ月間、役員の電話が鳴り続け、下見希望者が島に押し寄せてきた。役員をはじめ高島支社の社員（島民）たちは、下見希望者を一人ひとり港に出迎えて案内をし、島の生活のことなどを熱く語った。一人ひとり丁寧に対応し続け、問合せは80件、下見は40件にも及んだ。

2004年2月には、移住第1号となる家族が高島へ引っ越してきて、島民あげて大歓迎した。しかし、島では初めての移住受入ということで、島民たちは何から手をつければいいのか分からず、借りる物件の内部の整理や周りの清掃、当日の引越し要員と運搬車の確保、引越し業者や運搬フェリーの確保、報道機関の連絡調整など、試行錯誤の連続だったという。

引越し当日は、高島の島民20人が港で引越しのフェリーを待ち、港から荷物を小型の運搬車に詰め替えて家まで運んだ。その後、引っ越してきた家族は、島で仕事をし、島の人と結婚するなどして、島の一員となって生活している。

移住第1号の家族に続いて、半年足らずで残りの3物件にも移住者が決まり、高島の空き家では新たな生活が始まった。

この時の高島支社の役員たちの取組から生まれた「全ての面で支援する」というノウハウが、その後の笠岡諸島全体の空き家対策事業にも引き継がれていった。

希望者が殺到した「空き家巡りツアー」

この高島の空き家が埋まっても問合せは依然続き、理事長の住む北木島、副理事長の住む真鍋島、そして白石島へと役員の尽力によりその取組は少しずつ広がっていった。

空き家対策では、各島支社が個別にそれぞれの方法で取り組んでいったが、2006年1月には、各島支社が協力して「空き家巡りツアー」を企画した。1泊2日の日程で、チャーター船で白石島と真鍋島に渡って空き家と島内を見学し、真鍋島で宿泊して先輩移住者や島の専門家の話を聞き、翌日は北木島を見学して先輩移住者が経営するレストランで昼食をとるというツアーだった。1か月前に募集を始め、募集10人に対して50人近くの応募があり、定員を30人に増やすほどの人気となった。ツアーは空き家事業の宣伝になるだけでなく、島民が島を見て回るツアー客たちを見て、「自分たちの島にはこんなに住みたいと思う人がいるのか」とあらためて感じて、自分たちの島を見直す機会ともなった。

また、この「空き家巡りツアー」を実施する直前1週間前に、テレビの番組で月10万円で豊かに暮らせる島があるとして、笠岡諸島の移住受入のことが放映された。すると、翌日から問合せが殺到し、事務局では1か月近く電話が鳴り止まなかった。問合せの数は400件にも上り、先のツアーとは別に、1月下旬から3月までの間に新たに5回のツアーを急ぎ企画し、最終的に全国から88人の参加があった。

島民たちの島への情熱が移住者を呼び寄せた

2006年2月下旬に、月10万円で豊かに暮らせる島のテレビ番組を見たというある男性から、問合せの連絡が入った。その男性は寿司職人で夫婦と子どもの家族での移住希望だった。そこで、「島弁」(後述)の担い手となる料理人を探していた「島づくり海社」の女性役員が対応することになった。その役員は、2005年に笠岡諸島で開発した「島弁」を常時製造・販売できる施設として、「マナコッチハウス」を建設している真鍋島の島民だった。真鍋島では初めての家族の受入れだったことから、「来てくれることはうれしいが、直ぐに帰るのではと思っていた。下見と言っても、島への交通費はかなり高くかかるため、来てくれる限りは、島では出来るだけのことはしたいと思った」と島民は話す。

移住希望で下見に来た男性は、「とてもありがたいな」と感じたという。「つながりは何にもない見ず知らずの他人なのに、(自分を)泊めてくれて、晩御飯を作ってくれ、島の同世代の親や漁師の人たちを呼んで歓迎会をしてくれて、こんなに良くしてもらっていいのかな。うれしいな」と思ったという。こうした思いがあったこともあり、島への下見の時点では、島には空き家がなく住める家の確保が出来ておらず、働ける仕事先もまだない状況であったが、下見に来た男性は、「できたら移住したい。でも本当に来れるのかなあ」と感じたという。

「マナコッチ」とは、真鍋島のマスコットの名前。

その後、島民たちは、男性の家族に何とかして移住してもらおうと、懸命に島内に空き

家を探した。真鍋島では子どもが少なく学校の維持が困難を極めていたことから、子どものいる家族の移住は悲願だった。そして、1か月後、市と交渉をして小学校の旧教員宿舎だったところを住めるように改装の段取りをした上で、下見に来た家族に「住むところがありましたよ」と伝えた。そして、「住むところがあるなら、とにかく移住しよう」ということになった。

働く場所については、「島弁」(後述)を作る予定の「マナコッチハウス」で働きませんか、島民の方から提案をした。移住してきた男性も、採算が合うかどうか見通しが立ってはいなかったが、素材が豊かな島で寿司職人としての腕を活かせるならと島でその仕事で生計を立てることを決めた。「皆さんの島を良くしたいという情熱をすごく強く感じた。そういう人たちがいるところだから、悪いところではないと思った。観光客がどんどん押し寄せるところでなく、島の静かなところも良かった。作られたものでなく、昔ながらの島の街並みが残っているところもいいと思った」とその男性は話す。

その後は、マナコッチハウスを建設している島民と移住してきた男性が力を合わせて、「島弁」をはじめ、島の高齢者向けの週2回の弁当サービス、マナコッチハウスでの昼食サービス、法事の仕出し、おせち料理、あるいは独自に開発した真鍋バーガー(真鍋島沖でとれた新鮮魚介のすり身をフライにしてパンにはさんだご当地バーガー)など、考えられる食事サービスを次々と展開して行った。



マナコッチハウス

移住者が増え、7割が島に定着

笠岡諸島では、2002年に高島の島民が空き家対策事業を始めて以来、これまでに26世帯、61名(2009年3月現在)が笠岡諸島に移住した。その後も島での生活を送っている人は、17世帯、38名で、定着率は62%となっている。

空き家対策事業を繰り広げる「島づくり海社」の島民たちを見ていて、海援隊の隊員は次のように感じたと言う、「地元の島民が島の将来を考え、熱い思いを持って自ら島のために活動しているからこそ、本当に地域に欲しい人材が確保できたんだ。空き家対策事業を実施して以来、島民たちの意識も大きく変わった」。

(3) 島の食材を活かして商品開発した「島弁」^{しまべん}

「島弁」でモノづくりの楽しさを知った

2005年2月、テレビ局から「島づくり海社」に電話が入り、「笠岡諸島の6島が協力して行う島ならではのイベントを企画したい、協力してくれませんか」という取材依頼があった。島づくり海社と



「島弁」のパンフレット

海援隊が、島ならではのプロジェクトを検討して、たどりついたのが、弁当だった。「駅弁」や「空弁」があるのだから「島の弁当」があってもいいのではないかとの発想からだった。「島の住民が、島の食材を使って、島で作る弁当」として開発し、名前は「島弁」と名付けた。笠岡諸島6島の島民たちがそれぞれの島の良さを生かして、独自の「島弁」を作る。材料費や人件費はすべて島の有志の自腹。島に来た人たちが6島を巡りながら弁当を食べ歩く、というもので、それをテレビ局が全国放送で中継を行うという企画になった。また、放送後は、各島の有志が、それぞれに開発した「島弁」を販売していこうということになった。

同年3月、各島のプロジェクトリーダーたちが一堂に会して、プロジェクト設立会議を開いた。プロジェクト当日(テレビ放映日)は同年5月29日で、その1週間前には、「島の大運動会」も予定されていたため、非常にハードスケジュールとなったが、島の将来に希望を抱き、6島が競うよう取り組んだ。

1か月前に、各島の進捗状況の報告会を兼ねて、島に駅弁評論家を招き、各島が試作開発した「島弁」の品評会を開いた。各島まだ開発の途中ではあったが、試作した「島弁」を持ってリーダーたちが会場となった高島へ意気揚々と乗り込んできた。どの島のリーダーも「自分の島の『島弁』が一番だ」、「他の島には負けたくない」といった雰囲気だった。

品評会では、各島それぞれの試作弁当に対して、「海のもの、山のもの両方入っていて味もおいしい」、「容器が素敵でインパクトがある」、「島の伝統が伝わってくる」、「見た目がかわいくていい」、「島の特産の石を使った箸はいい」といった良い評価の声が聞かれた一方で、「弁当の中身と島の特徴の関係が分かりにくい」、「容器が良くない」、「これでは普通の家庭の弁当と同じだ」、「自己満足の域を出てない」、「ネーミングがいまひとつ」、「わざわざ島まで行って食べたいと思う弁当じゃない」といった厳しい評価を受けた島の弁当もあった。

「これでは普通の“おばちゃん弁当”だ」との厳しい評価の声に、各島の「島弁」開発に携わった島民たちはガックリと落ち込み、頭を抱えた。当日まで残された時間はあとわずか、「やるしかない」、「負けていられない。(自分たちの作った弁当を酷評した人を)ぎゃふんと言わせてやろう」と、島民たちは改良に向けて闘志を燃やした。

プロジェクトの2週間前、市内の陸地部から10人を招待して、「島弁お披露目会」を開いた。先日の品評会で一番厳しい評価を受けた島の弁当は、この時には逆に非常に高い評価を受け、皆笑顔で一杯だった。また、この頃には、「島弁」をテレビ放映後にどうやって売り出していくかについて、プロジェクトのメンバーたちは熱い議論を繰り返していた。プロジェクト当日には、各島がそれぞれ100~200食の「島弁」を作り、ツアー参加者が「島弁」を食べながら、島の観光をしたり、テレビのロケに参加したりする3つのコースの観光ツアーを企画した。当初は、人が集まるかどうか心配していたが、定員(450名)を上回る応募があった。

プロジェクトの当日5月29日、大勢のツアー客たちは、朝10時に高島をスタートし、島々を巡って「島弁」を食べ、観光スポットを満喫して、最終の北木島には17時頃に入っ

た。ツアー終着点の北木島「石の特設ステージ」前には、ツアー客約 400 人、北木島の住民や各島からの人たちが約 600 人、合わせて約 1,000 人の人たちが集まった。

ツアー参加者の人たちからは、「島弁」がおいしかったとの感想が聞かれた。そして、最後に、各島のプロジェクトリーダーが舞台に並んで、テレビ局の司会のアナウンサーが「おいしいと思った方は黄色いハンカチを振ってください」と言うと、会場一杯にその黄色いハンカチがはためいた。それを見た島の人たちはうれしくてたまらなかった。プロジェクトが終わり、ツアー客たちが帰る時はちょうど夕日が沈む時刻で、その夕焼けに照らされた 70 隻もの船団の勇壮な姿を島から見た人たちは感動し、あらためて島の誇りと自信を持ったという。

“ 幻の弁当 ” となった人気の「島弁」

「島弁」のプロジェクトは、島の“食”をあらためて見直すだけでなく、自らの島を愛する心を育んだ。モノづくりの楽しさも知った。また、プロジェクトリーダーたちは、今回のチャンスを活かして、「島弁」を今後どう売り出していくか、どう事業化していくか、という新たな課題に心を燃やしていった。

その後、「島弁」の名は広く知れ渡り、販売に乗り出すと飛ぶように売れた。同年 6 月、笠岡諸島鮮魚市では、130 個の「島弁」が販売開始から 10 分で売り切れた。岡山市のスーパーのオープンにあわせて 110 個用意した「島弁」は 1 時間ほどで売り切れた。テレビで放送されて以来、毎日のように新聞や出版社などからの問合せが殺到した。しかし、「島弁」をある程度の量、定期的に生産するという体制を島で確立するには、調理場所の許認可のクリア、弁当づくりのスタッフの確保等々、様々なハードルを乗り越えなければならず、爆発的な人気の一方でその供給は全く追いつかない状態だった。そのため、「島弁」はなかなか手に入れない“幻の弁当”と呼ばれるようになっていた。

その後、「島弁」の人気は根強く続き、島内でのマナコッチハウスでの昼食サービス等のもとより、島の特産品としてアンテナショップ「ゆめポート」などでの販売、「島弁ツアー」などの各種イベントでの販売などを行っている。その他、「島弁」は島の高齢者の配食サービスとしても提供されている。

また、各島で競争しながらより良い「島弁」を作りながらも、販売などではお互いに協力し合うという体制が出来るようになった。

6 . 島民一体の行政との協働による島づくりの今後に向けて

島民と市職員の協働で島を“価値ある辺地”として活性化

市の公募職員による「島おこし海援隊」の発足により、笠岡諸島の島で時限的とはいえ、島おこし専属の「人材」(海援隊の隊員)が活躍してきた。職員がそれぞれに理念を持ち、

島での生活にとけ込んでいって、真摯に対応していく中で、信頼関係を築いてきた。情熱を持った市職員と島への熱い思いを持った島民たちとの信頼・協働の関係が生まれ、住民の自治活動が育っていき、一つのモデル的な成果を現した。「10年間に渡って、島民と行政が協力してきたことは大きかった。だからここまで来ることができた。行政だけでも島民だけでもできなかった」とある島民は話す。

市としては今後、この事業の初心のコンセプトを持ち続け、このモデル的な成果を市役所全体に浸透させていくことができるかが今後の鍵だという。また、市では、笠岡諸島の島が「価値ある辺地」として、豊かな自然、温かい島民の人情、ゆったりとした時間の流れなどの島の良さによって、島のハンデキャップを克服できるようにしていきたい、そのためにも今後も協働の島づくりを行っていききたいとしている。

今後も移住者の思いをきちんと受け止めたい ～ 島は嫁を受け入れる大きな家族のようなもの～

これまで島には多くの人々が移住を希望して島を訪問し、実際に60人以上の人が移住してきた。移住を希望してきたきっかけは様々だった。定年退職をきっかけに移住しようという人、海外から戻って、「さてどこに住もうか?」という人、「自分が役に立てる場所」を探して来る人もいた。また、いろいろな苦難を乗り越えて「しがらみのない所で暮らしたい」、「家族とやり直したい」という人もいた。いずれにしても、実際に移住してくる人たちは、これまで生きてきた人生を背負って島に移り住んでくる。

真鍋島に住む「島づくり海社」の女性役員は、いろいろな移住者の世話をしてきた。他人の家庭内のことではあるが、夫婦喧嘩の仲裁までしたこともあった。移住者の子どもたちの学校での成績や家庭での様子もよく知っている。それは、役員として世話をしているということもあるが、人と人が近くて助け合ってきた島の暮らしの本来の姿でもある。

女性役員は次のように話す。「いろんなハンデを乗り越えて、一生懸命頑張っているこういう島もあるんですよ、と知ってもらって、遊びがてらいっぱい島に来てもらいたい。それで縁があったら住んでもらいたい。それが、島のためにもなるし、その人たちのためにもなればいいと思う。2～3年して帰るならそれでもいい。家族を受入れるというのは、本当に大変です。その家族の人生を受入れるわけだから。移住者は“島という大きな家族に嫁に来るようなもの”だから。受入れる側の島としては、移住者の思いをちゃんと受けとめて、もう少し考えてあげないといけないと思う。何家族も受入れてみて、そうひしひしと思う。他の地域では、行政主体で簡単に家も仕事も用意して『ハイどうぞ、来てください』、という方法でやっているところもあるかもしれないけど、笠岡の島はそうじゃない。」

市内全 32 地域の地域振興会によるコミュニティづくり

【取組の概要】地域で「自分たちがどう生きるか」を追求するまちづくり

安芸高田市は2004年に高田郡吉田町、八千代町、美土里町、高宮町、甲田町、向原町の6町が合併してできた新しい市で、地域振興会による住民自治を広く推進し、市民によるまちづくりの実現に向けて取組を展開している。

地域振興会の起源となったのは、1972年から始まっている旧高宮町川根振興協議会のまちづくり活動である。川根振興協議会の主な活動内容は、農協閉店後の店舗とガソリンスタンドを譲り受けての営業や、廃校となった中学校を利用したエコミュージアムでの飲食と宿泊サービスの提供、地域でのデイサービスなど多様であり、これらの活動は、地元住民が「心の過疎」からの脱却を目指して、地域で「自分たちがどう生きるか」を追求していったことと密接なつながりがある。

1. 「川根振興協議会」の発足と理念

「自分たちのことは自分たちで」川根振興協議会の発足

安芸高田市の川根地区は、その名のとおり「江の川」の根っこ、つまり上流にある地区で、旧高宮町で最も居住条件が不利な地域と言われている。1945年頃には2,000人以上いた地区人口が、現在は600人を下回り3分の1以下になっており、高齢化率は50%を越えている。地区の主な産業は農業と林業で、昔から地区には100haほどの農地があったが、各農家は自給自足ができる程度の農地しか所有していなかった。



安芸高田市のまち(川根地区)

川根地区の「川根振興協議会」(以下、振興協議会)は、1972年2月に川根地区の住民が一丸となって立ち上げた自治組織である。設立当時、全国的な傾向として人々は経済的に豊かな暮らしを求めて都市に移住し、核家族化が進んで地域の間人関係が希薄なものへと変わりつつあった。都市では、都市計画や福祉、教育など、地域でやることは行政が全てやるものという考え方が常識化していった。そうした社会情勢のなか、川根地区では「このままでは、川根という地域は地図の上からなくなる」という危機感をもって、行政に依

存しない取組を展開していく。また、同年7月、旧高宮町では集中豪雨によって河川が氾濫し、川根地区は壊滅的な打撃を受けた。「これは天災ではなく、人災だ。行政の整備をあてにしていたのではこの地域はもっと衰退していく」という危機感を皆が感じ、「自分たちでできることは、自分たちでやっていかにゃいけん」と、振興協議会を中心に被災家屋の片付けなどを自分たちで進めていく中で、団結を深めていった。

「災害により川根地区は大きな被害を受けたが、これからどう立ち上がって生きていくのかを考え、様々な取組を推進するきっかけになった」と川根振興協議会の現会長（辻駒健二氏）は話す。

川根地区でも変わっていく価値観

旧川根村の時代は、村長、駐在員、校長、住職、地域等の有志が4～5人集まれば、村の機能が維持できていた。住民たちが農作業や暮らしのことなどで困っている時は、お互いに協力して助け合う相互扶助が根付いており、地域の運営が慣習によって決定されることも、誰もがごく当たり前を受け止めていた。しかし、経済発展とともに、川根地区にもこれまでとは別の価値観が芽生えてきた。「人に支えてもらって生きているということを忘れて、金さえあればなんでもできる、きれいな服を着て、人が持っていないものを自分が持っていれば幸せと感じる。そんな都市と変わらない価値観が、川根にも生まれつつあった」と辻駒会長は話す。

ある家では、「子どもが5人もいるんだから、この中で誰かが家を継いでくれる」と親は楽観視していたが、子どもたちは既に都会に家を構えており、「川根に帰ってくるということはない」と嘆く。辻駒会長は、「地域の皆さんが、自分たちの生き方というものを失っていった」と話す。「癌と聞いただけで病気に負けるというのと同じで、皆が『心の過疎』だった。心が過疎のままでは免疫力が下がってしまう。年を取ったからダメと言う、子どもが帰って来ないからダメだと言う」

会長が長男としてUターンで川根地区に戻ってきた当時、近所の人には会長に対して「親孝行者」と褒めてくれたが、時間が経つにつれ「広島でええことならんかったけん、帰ってきて生活しよるんよ」という言い方をされるようになった。会長は、この地区でまちづくりを進めていくのは「大変だ」という思いと同時に、そんな住民たちのために「なんで汗をかかないといけないのか」と思った。また、当時は辻駒会長にも都会で働く者が、なんとなくうらやましく見えていた。

町長の言葉「だから、まちづくりというのは、せにゃあいけん」

ある日、町長たちとの会議を終えて、辻駒会長が夜10時過ぎ頃に家に帰ると、家の近くにパトカーが2台止まっていた。自宅に入りすぐに地区内の高齢女性が自ら命を絶ったことを電話で知った。辻駒会長は町長に「申し訳ありません、自分は何をやっていたんだ

か・・・」と電話をしながら悔し涙を流した。詫びたい気持ちと自分を責める気持ちで一杯だった。

そんな辻駒会長に町長は「落ち込むことはない。だから、『まちづくり』というのは、せにゃあいけんのじゃ」と声をかけた。同情の言葉ではなく、だから「しないといけないんだ」という町長の言葉は、辻駒会長の心に強く響いた。一人ひとりが安心して暮らせる地域は、自分たちが作っていかねばならない、そのことが身にしみて分かった。

辻駒会長は、電話での町長の言葉に今でも感謝している。行政のトップの町長が「だから、しないといけない」とかけてくれた言葉が、会長自身のまちづくりへの考え方を見直すきっかけとなったのである。

「仲良しグループが打ち上げ花火のようにまちづくりしよるんじゃない。地域の皆さんが会費を出して、自分たちの地域はどうするんだということで、今、組織を作っている。そのリーダーの自分自身の頭の中に、地域で何をしようとするのかという政策がなかったら、地域の皆さん方を迷わせることになる」

辻駒会長はそれまで、政策は役場がやればいい、町長が考えればいいと思っていたが、自分が考えなければいけないということに気がついて、覚悟を決めた。

このままではいけない。「まちづくりというのは、究極には地域で地域の人がどう生きるか、そこにある」と事件を通じて思った。会長はその後、地域の福祉問題に取り組んでいった。

「自分たちがどう生きるか」、それがないと子どもは帰って来ない

辻駒会長は住民自身が川根でどう生きるかということを真剣に考えないと、川根はダメになると思った。地区の高齢者に対して「子どもの生活権は認めてください。子どもはもう帰って来ない。帰ってくると当てにして落ち込むのではなく、自分たちがこれからどう生きるかということを真剣に考えてください。それには、地域に誇りを持ってください」と話した。住民たちは、都会の物質的な豊かさが目に入る度に、田舎の生活は便利が悪いと嘆きただけだった。これからは、不便な地域で生活していくなら、自分たちで便利な地域にしていかなければならない。そして、誇りを持って地域で暮らしていると言えるようになるべきだと考えたのである。

「親の生き方が分からないところに子どもたちが帰ってきて、親の面倒を見るということはありません。親が『自分たちがここでこう生きる』という誇りを見せれば、子どもたちに「なるほどなあ、親父らはしっかりしとるなあ」と、思わせることができるでしょう」と辻駒会長は話す。

2. 「川根振興協議会」の攻めのまちづくり

それまでの川根のまちづくりの運動は、これ以上地域が寂れないようにという守りの運動だった。しかし、「わしゃ、そうじゃないということ言うわけよ。守りもせにゃいけんが、攻めていく運動というものを残していかないと、地域の活性化というものはない」と辻駒会長は考え、実行に移していく。

油屋と万屋の営業

当時、川根地区では、唯一農協がガソリンスタンドと食品・生活雑貨店を経営していたが、やがて農協が川根地区から撤退することを決定し、地区内から唯一の商業施設がなくなることになった。このことにより、地域住民は、12kmも先の店舗に買い物に出かけなくてはいけなくなり、交通手段の乏しい高齢者にとっては、生活するうえで、非常に大きな問題であった。こういった問題に対して、川根振興協議会で



農協の施設を活用したガソリンスタンド「油屋」と店舗「万屋」

は高齢者福祉の立場から店舗を引き継いでいくことを決定。

農協から施設を譲り受け、1999年から経営に乗り出した。ガソリンスタンドを「^{あぶらや}油屋」、店舗を「^{よろずや}万屋」と名付け、川根地区の住民に1戸当たり1,000円を出資してもらうようお願いし、全戸の出資を得た。住民に出資しているという意識を持ってもらうためにも証書を発行し、全員に渡した。そういった活動の成果として、住民が積極的に店舗を利用するようになってきている。また、福祉サービスの一環として高齢者のための宅配も実施している。

お互いさま隊

民生委員が少なく、高齢化が進んでいる状況において、振興協議会の中から民生委員をサポートする人材を「お互いさま隊」として組織した。お互いさま隊は、集落の中で高齢者の変化を把握して民生委員に情報を提供することで、高齢者に対するよりきめの細かいサポートの一助となっている。

一人一日一円募金

川根で生まれ育ったものは1日1円募金をするというルールを地区で定め、各家庭・事業所には募金を入れる竹筒が置かれており、募金されたお金は、高齢者への配食サービスのための原資として活用されている。こういった高齢者配食サービスを通じて、単身世帯の高齢者に声かけを行い、人間関係の形成も行っている。



1日1円募金の竹筒

サテライト・デイサービス

以前は、川根地区からデイサービスセンターまではクルマで 30～40 分かかり、高齢者にとっては、交通手段の確保が困難で不便であったが、振興協議会がデイサービスセンターからスタッフを呼んで、地区内の施設でサテライトデイサービスを実施。これまで、サービスを受けることができなかつた高齢者もサービスを受けることができるようになり、利用者から大変好評である。



サテライト・デイサービスの様子

まごころメール

地元の小学生から、地元の高齢者に向けて月 1 回手紙を出している。高齢者は、孫以外の子どもから手紙をもらうことで、「地域の中で自分は一人ではない、地域の中で生きている」ということが実感できるという。こういった活動は、地元の子どもの文章能力を高める効果もあり、今まであまり手紙を書く機会がなかつた子どもたちも、次第に便せんに 1 枚～2 枚と書けるようになってきた。

また、年に一度、高齢者と小学生が対面する機会もあり、「あんたが手紙くれよったか」と高齢者が感動して、涙を流すということも多いという。

お好み住宅で地域の担い手づくり

人口減少と高齢化が進む地域で、地元で生まれた人だけを頼りにして生活をしていくことはできない。そこで、まちづくりの担い手をつくるために振興協議会は、行政と連携して、「お好み住宅」という（借家）制度を設けている。他の公営住宅と違い、入居者が自分の好みで間取りを自由に設計できるという特徴がある。2008 年度末で累計 23 棟が完成し、20 棟に入居済みで、70 人以上が暮らしている。この住宅は、川根に移住してコミュニティに入ることが入居の条件となっており会長が面接する。



お好み住宅

現在小学校の児童数は 23 人ほどだが、その約半数がお好み住宅から通っており、この住宅のおかげで、小学校が存続していると言える。川根地区では今年、7 人の赤ちゃんが生まれた。将来をにらんだ事業の成果が現れている。

エコミュージアム川根

中学校の統合で空いた校舎を利用し、行政と住民の出資 740 万円で運営する研修宿泊施設「エコミュージアム川根」には、年間 8,000 人以上が訪れる。レストランや会議ができるホールも設置されている。レストランは地元の女性たちで運営され、地元の川魚や季節の食材を使った様々な料理を提



エコミュージアム川根

供する。ホタルの観賞や川遊びなどの自然体験もできる。川根地区では、振興協議会が自然環境と農村景観を活かして地域の活性化を図ろうと「川根地域総合開発構想（清流の里構想）」を立て、その一環として整備したのがエコミュージアム川根である。

市が進める地区の整備事業計画策定では振興協議会が作った「清流の里構想」を活かし、自然環境と農村景観が守られた地域を実現してきた。河川改修工事をする際には水生生物が生息できる工法を採用し、道路整備の際には景観に配慮した配色等を用い、植栽は住民自らが汗をかいて行ってきた。

ホタルのイベント

川根地区の薬師集落では、清流長瀬川のホタルの育成環境を守ろうと河川清掃や家庭排水対策等を行ってきた。「川根ほたるまつり」は振興協議会が薬師集落の活動を支援する目的で始まり、毎年6月末の休日、都市部から5,000人もの観光客がホタル観賞に訪れる。2か所の会場のうち薬師集落会場では、観光客は足元に並ぶ住民の手作り灯籠に導かれて道を歩き、川沿いに乱舞するホタルを楽しむ。薬師集落の農家の庭先では、寿司、餅、でんがく、やまめの塩焼き、ゆず産品等の地元料理が販売される。「エコミュージアム川根」会場では、伝統芸能「かがり火大神楽」(広島県指定無形文化財)等が披露されるとともに、国や県も環境学習に関する展示等を「エコミュージアム川根」で行っている。

地区の農地の一括管理

川根地区では、集落で協定を結び、農地を守っていく農水省の中山間地域等直接支払制度に取り組んでいるが、高齢者には事務作業が負担となり、協定の締結が難しい集落もある。そこで、振興協議会では、集落で格差を出さないように、19の集落を一括して集落協定を締結し、交付金一括管理。振興協議会の中の営農環境委員会が農地全体をまとめて管理運営をしている。

農事組合で高齢者に働く喜びを

振興協議会では、高齢者に働く喜びを再認識してもらおうと、働いた対価として年収を30万円増やすことを目指す「年金プラス、年間30万円」事業モデルを練っている。川根地区の人口は600人を切っているが、そのうち半数以上が年金受給者であり、働いていない人が多い。

市のアンケート調査で生活のゆとりについて尋ねたところ、高齢者層からは、月に2～3万円あれば、孫に何かを買ってあげられるという回答が多くあった。60歳代なら本業をリタイアしてからでも、自分の農地で小規模な耕作を続けてボーナス的に30万円以上の収入を得ることができるが、70歳代になってくると、自分の農地を耕作するのは徐々に難しい。

そこで、川根振興協議会では「農事組合法人川根」を2008年3月に設立し、地域の高齢

者が年 30 万円を稼げる仕組みを作ろうと考えている。今後事業を検討していくなかで、高齢者が楽しんで生活をしながら、ささやかな対価を受けられることを目指すが、単に、高齢者の収入を増やすことだけを目的とせず、「働くという喜び、生きるという喜びを感じながら、川根の地の利である農業を活かして、少しの小遣いが手に入り、楽しめる仕組みを作りたい」「健康的に外出して作業することが、予防医療につながればいい」と辻駒会長は語る。

さらなる攻めに出る川根振興協議会

川根振興協議会では、今後、高齢者の外出支援のために川根独自の地域交通体系を構築し、農家の作物栽培用のハウスを建物として利用する喫茶店「ハウス喫茶」に取り組みたいと考えており、これまで以上に、川根地区の攻めのまちづくりはまだまだ広がっていく。

3 . 安芸高田市の地域振興組織による地域づくり

川根振興協議会等の成果を参考にした地域振興組織の全市的導入

2004 年 3 月、6 町の合併で誕生した安芸高田市は、人口 32,614 人、13,244 世帯（2008 年 11 月現在）隣接する広島市へ通勤・通学する住民が多く、市全体が広島経済の影響を受け一方で、前述の川根地区のように人口減少と高齢化に悩む村もある。

合併前のアンケート調査では、中心から遠い周辺部のまちづくりは取り残され、住民の要望や提案が行政に届かなくなることを懸念する住民の声が多かった。新市の中心部か周辺部かに関わりなく、住民の声が市の政策に反映され、どの地区においても住民による自治が実現するよう要望が多く寄せられた。

旧高宮町では、前述の川根振興協議会をはじめとする 8 つの地域振興組織が、旧町の政策の下、20 年以上前から地域づくりの実績を積み、地域振興組織毎に、行政と連携しながら、地域の資源や課題などを様々な活動の中で洗い出して、資源利用や課題解決に取り組んできた。旧高宮町のこれまでの取組を基盤にした仕組みがあれば、住民の思いが行政の政策の中に反映され、また住民自身による自治活動を支え続けられるのではないかという意見が多かった。そこで、安芸高田市では、川根振興協議会等の成果を参考に、全市的に川根地区方式の地域振興組織の仕組みを取り入れることとした。

地域振興組織は川根振興協議会のように、集落を束ね、一体的に地域の課題解決に取り組むことや、また人間関係の希薄化が進む中、地域振興組織の活動を通して、困った時には声を掛け合い、助け合って、気持ちよく生活できる環境を作っていくことなどが期待されている。

32 の地域振興組織とその支援策

安芸高田市では、合併と同時に、32 の地域振興組織が誕生し、旧町単位で連合組織が設置されている。地域振興組織当りの世帯数は 50 世帯から 2,000 世帯を超えるところまであり、2000 世帯を超える地域振興組織では、更にブロック分けしている。

地域振興組織の財源は、住民が負担する年会費（一戸当り 200～3,000 円）と、市からの助成金、企業などからの賛助金や寄付となっている。市の活動支援助成は年間 2,400 万円、個別の活動に対する補助金は 1,800 万円が組まれており、その配分方法は連合組織での話し合いに委ねられている。

住民と行政の対話の場

地域振興組織を基本とした住民と行政の対話の場として、各地域振興組織の主催による自治懇談会、市の主催によって旧町単位で話し合う支所別懇談会、女性会や老人会等の単位で行う団体懇談会を設けた。

また、市は、住民 24 人で構成する「まちづくり準備委員会」を設置し、1 年間様々な切り口から議論を重ねたうえで、2005 年 4 月に 6 つの連合組織から 5 名ずつを選出し、住民 30 名で進める市民主導の「まちづくり委員会」を設立した。「まちづくり委員会」設置の条例は、準備委員会で委員が作成した案を原案として、市議会に上程し、2005 年に「まちづくり委員会」が正式に立ち上がった。

まちづくり委員会の目的は、「地域振興組織の活動の継続と充実のために、相互連携、情報交換、各種まちづくり計画策定への参画、調査研究、市の施策や事業への提言を行う」ことであり、委員会では各委員がそれぞれの地域振興組織の活動を通じて生じている問題や要望を持ち寄って議論し、市に対して様々な提案をする。例えば、まちづくり委員会で議論のあった地域振興組織の活動に対する市民活動保険を「まちづくりサポーター保険事業」として提案し、市はこれを採用、事業化した。また、災害などのいざという時に近所の高齢者は誰が声をかけるかなど、連絡体制や非難経路をあらかじめ決めておくといった防災活動を地域的に広げることも提案し、実行に移している。その他にも、子育て環境や子育て支援について委員会の中で議論し、市長に対して事業提案している。

職員が住民として地域に関わる

市では、業務として、地域振興組織の事務局に職員を配置していないが、職員それぞれが地域住民として、自主的に地域振興組織活動に参加している。「地域振興組織活動に行政は口出ししません、住民の自由にしてくださいと言っても、何もしないままでおくわけには行きません。職員が地域住民として自主的に関わっていくというのはそこにあります」と地域振興組織の全般に関する業務を担当する職員は言う。

市では合併直後、川根振興協議会の辻駒会長を招いて、職員の研修会をした。その後、市長が「地域振興組織の皆さんがこれほどに汗をかいて頑張っている。地域の住民として地域の世話をするのが職員だ」と語った。

研修後、辻駒会長や市長の思いが通じたのか、各地区の活動に、以前より職員がたくさん関わるようになり、地区のイベントなどでも、職員が裏方で庶務をしている姿がよく見られるようになった。何かトラブルがあった際、緊急の措置など、職員が個人的に気を利かせてうまく対処しているという声も聞かれる。地域振興組織にとって、職員はアイデアの供給源であったり、相談に乗ったりと非常に頼れる存在として大きな役割を果たしている。

こういった職員の自主的な地域活動によって、職員と地元住民との信頼感が密になり、市全体に、まちづくり活動が活性化する雰囲気生まれている。

4 . 地域振興組織の新たな取組の始まり

地域振興組織としての活動がスタート

安芸高田市の南部、「^{かみね}上根・^{むこうやま}向山地域振興会」(以下、振興会)がある八千代地域は 300 ~ 700 メートルの急峻な山に囲まれているが、広島市に隣接しており、バイパスも近々完成するなど広島市へのアクセスに恵まれている。そのため、住民には、地域に特に切実な問題を抱えているという意識が薄く、市から地域振興組織の立ち上げの話があっても、その重要性がわかっていなかった。

当初、振興会では、組織を立ち上げたが、何をすればよいのかわからず悩んでいたが、地域資源の確認作業として、地域のマップづくりから取り組むことにした。

また、振興会のある集落は高齢化率が 80%を越えており、棚田の保全と集落の維持が喫緊の課題となっていたため、集落の棚田の保全についても検討課題としてとりあげることになった。

マップづくりから発展して遊歩道の整備へ

まず最初の取組として、市職員のアドバイスで地域のマップづくりをワークショップ形式で進めていった。ワークショップでは、実際に地元を自分たちの足で確認しながら歩いてみて、地元にあるものや気がついたことを地図に書き込んでいった。自分たちが住む地域には多くの資源があり、歴史や文化を感じることができることに皆驚いた。その成果は、上根・向山地域マップとして完成した。そして、そのマップづくりを通じて出てきたのが、「^{きりぎりだに}霧切谷」を遊歩道として再生しようという提案だった。

「霧切谷」の名は、流れてきた霧がここで切れてなくなるという自然現象に由来する。霧切谷には、一般道を通ればU字型に大きく蛇行する約 2 kmの道のりを、350mでショー

トカットする谷筋の近道があり、かつては地元の人々の生活道だった。車社会になってから通らなくなった谷筋の道だったが、その道を整備して再生できないかと考えた。

道の整備は思いのほか大変な作業だった。1 tトラックで4回ものゴミの運び出しをした後、草刈り、道の補修、碎石の搬入などの作業を皆で4回行い、霧切谷が遊歩道として蘇った。



向山地域の棚田の風景

水車の復活と棚田米の販売

ある住民から、地元の「^{せんりゅうきょう}潜龍峡ふれあいの里（以下、「ふれあいの里」）」に観光用として設置されている水車小屋を使って、地元の米を精米し棚田水車米として売り出してはどうかという提案があった。

「ふれあいの里」は1992年に地元住民の声によって旧八千代町が設置、自然に囲まれた中でバーベキューや釣堀でのヤマメ釣りが楽しめる施設としてオープンした。しかし2003年、長期不況等によって観光客が減少し、町から振興会に活用の方策について協議してほしいと依頼があった。振興会は「ふれあいの里」の清掃活動を継続して行うとともに、2004年に市に地元の安心・安全な山菜料理を観光客に提供していくことを提案し、市はこれにこたえてレストハウスの厨房の改修等を行った。

振興会は水車による棚田米の精米に取り組むことを決め、2006年度に市からの補助金を使って杵と臼を設置し、水車を利用した精米機が完成した。設置には地元の土木事業者をはじめとする住民が協力してくれた。

水車を利用した精米した米は、もちもちして美味しく評判がよかったため、2007年の秋からテスト販売を開始し、2008年3月までに25万円を販売した。2008年5月からはレストハウスで直売を開始し、2008年度には12月までで130万円を売り上げている。

棚田米を水車で精米するには、朝に米を入れて昼に糠を下ろすという作業を挟んで、仕上がるまで8時間程度かかるため、誰でもできるというわけではなく、振興会の特定の7～8人しかその作業ができない。このように手間と時間がかかる方法だが、振興会ではこだわりを持って、いいもの売るというスタンスで取り組んでいる。棚田を保全管理していく仕組みについては、まだ農家と振興会で知恵を出し合っている段階だが、「棚田」と「水車」を組み合わせることでブランド化を図って売り出していきたいと考えている。

また、収益が上がってくると会計の処理も必要となり、経験したことがないような事務作業も発生してくるが、振興会では商工会等の助けを借りながら、今後もいろいろな形で活動を展開する方針である。



向山地域にある水車小屋

5 . 地域振興組織による地域づくりの今後の展望

安芸高田市では、合併と同時に地域振興組織による取組を全市的に導入して5年が経過した。川根振興協議会のように攻めの活動を次々と展開していく地域振興組織もあれば、まだ地区の一部の人だけが頑張っている地域振興組織もある。しかし、地域振興組織の定着に時間がかかろうが、市では「決して住民にも職員にも活動を強要するようなことはしない」としている。行政に「やらされている」と感じるような人がいると、そこからは本当の協働や自治には発展しないと考えているからである。

山根・向山地区のように一つずつ実績を積んで注目を浴びるような地域振興組織も現れている。また、生活に密着してリサイクル、防犯、防災などで特徴的な活動を進めている地域振興組織や、伝統芸能の継承、都市住民との交流などのイベントでにぎわいを地域に作ろうとしている地域振興組織もある。こうした住民一人ひとりによる活動の積み重ねで、市では今後も「地域に住み続けるための誇りと自信の創出」を目指していく。

さつま せん だい し
薩摩川内市 (鹿児島県)

**地区コミュニティ協議会
 による共生・協働の
 地域社会づくり**

市内全 48 地区コミュニティ協議会による住民自治

【取組の概要】多様な地縁組織を包括した新たな住民自治組織の活動

離島を含む大型広域合併で誕生した薩摩川内市では、従来からある自治会等の小規模で多種多様な地縁組織を包括する形で横の連携を図り、行政との連携協力を推進させるものとして、概ね小学校区の範囲をベースとした新たな住民自治組織「地区コミュニティ協議会」(以下、一部「コミ協」)を設置した。

市では、各地区のコミ協の活動拠点として「地区コミュニティセンター」を設置し、市嘱託員を1名派遣するとともに、組織・活動の基盤整備への補助金を交付している。また、提案公募型の補助金を設けて、各地区独自の主体的な取組を活発化させたり、専門技能を持ったコミ協登録ボランティアにより、コミ協が道路や公共施設の改修整備等を行う際には、市が材料費等の実費負担をするなど、様々な支援制度を設けて、住民自治活動をサポートしている。

各地区のコミ協では、住民の交流活動、生涯学習、季節の祭り、地区の道路や公共施設等の改修整備、地域を元気にして資金を生み出すコミュニティビジネスなど、住民自治による様々な活動が展開されるようになっている。

1. 地区コミュニティ協議会制度の導入

薩摩川内市は、2004年10月に、1市4町4村の大型広域合併で誕生した。旧市町村は、本土にある川内市、樋脇町、入来町、東郷町、祁答院町の1市4町と、海を隔てた離島の甑島地域にある里村、上甑村、下甑村、鹿島村の4村である。合併前の人口は、市町村間で大きな差があり、最多は現本庁のある旧川内市の約7万3千人、最少は鹿島村の約600人であった。合併後の新市の人口は105,115人(2004年11月1日現在)で、面積は683.5k㎡と鹿児島県内でもっとも広い市となっている。

| 地域名 | 本土 (564.75k㎡) | | | | | 甑島 (118.75k㎡) | | | |
|-------|---------------|-------|-------|-------|-------|---------------|-------|-------|------|
| | 旧川内市 | 旧樋脇町 | 旧入来町 | 旧東郷町 | 旧祁答院町 | 旧里村 | 旧上甑村 | 旧下甑村 | 旧鹿島村 |
| 人口(人) | 73,443 | 7,850 | 6,312 | 6,160 | 4,676 | 1,491 | 1,788 | 2,730 | 665 |
| 世帯数 | 31,053 | 3,334 | 2,692 | 2,438 | 1,898 | 651 | 940 | 1,470 | 371 |

(2004年11月1日現在)

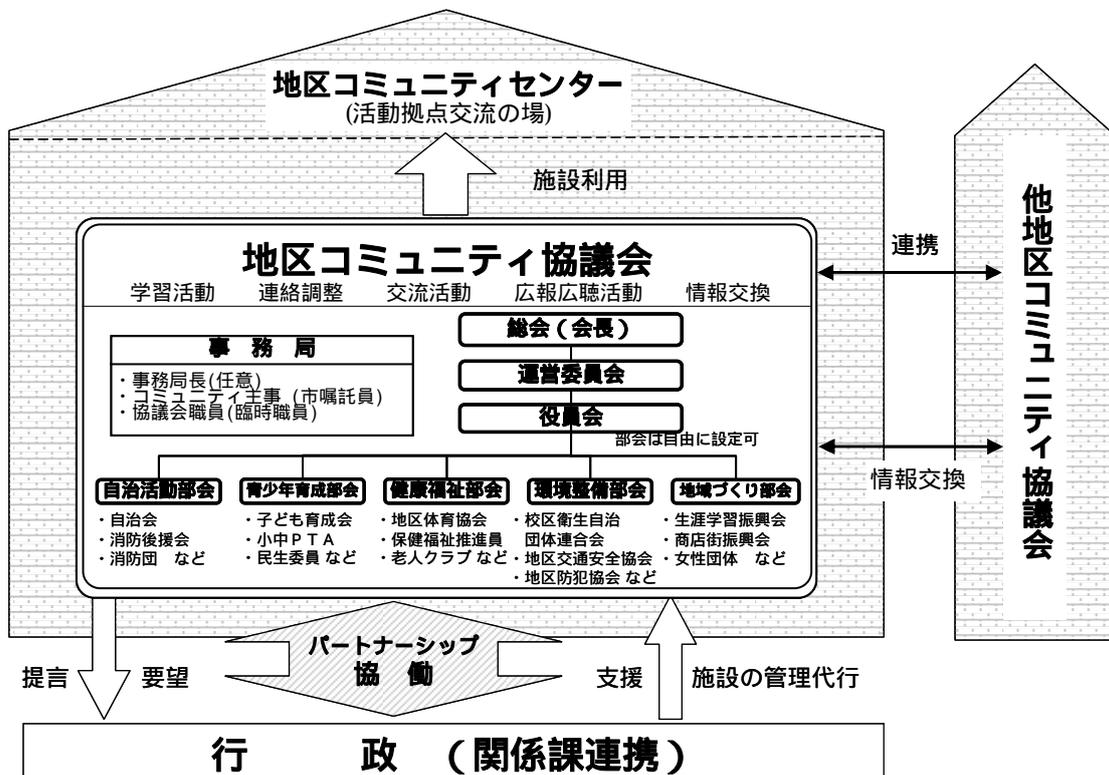
小学校区単位で多様な地縁組織を一元化

～新たな住民自治組織「地区コミュニティ協議会」の設置～

薩摩川内市では、合併に際して、旧市町村を単位とした地域審議会や地域自治区の協議会方式は採用せず、旧市町村よりも設置単位が小さく、永続性を持ち、自己決定が出来る組織制度として、「地区コミュニティ協議会制度」を導入した。旧市町村の地区・小学校区の範囲をベースに新市を48の新たな「地区」に分け、2005年4月、その各地区に「地区コミュニティ協議会」を設置した。各地区には合併前から、住民の小規模な地縁組織（自治会・消防団・子供会・小中学校PTA・老人クラブ・地区体育協会・衛生自治団体・地区防犯協会・生涯学習振興会・女性団体等々（市全域で630以上））が多数活動していた。そうした地縁組織は、規模や活動内容などが多種多様で、行政との関わり方なども様々であったため、「地区コミュニティ協議会」は、多くの地縁組織を包括して横の連携を図り、行政との連携協力を推進させるものとした。

「地区コミュニティ協議会制度」の導入に当たっては、市の担当職員が、新たに地区分けした48地区全てに説明して回った。既存の仕組みや利害の枠組みを変えることになるため、自治会等の役員関係者などからは、疑問の声も一部に見られた。だが、市側としては、これまでの住民の自治組織の機能統一を図り、広聴機能を充実させた新しい制度を構築するために、「新しい理想を持ったコミュニティを一緒に作ろう」と訴えて、納得してもらった。

「地区コミュニティ協議会」のイメージ図



半年間で市内全ての地区が作り上げた「地区振興計画」

各地区に「地区コミュニティ協議会」が立ち上がり、住民による「地区振興計画」が策定されることになった。市では、新たにコミュニティ課を設置し、職員が各地区の計画策定をサポートした。その結果、コミ協発足から半年後、合併から1年目の2005年10月に、48全ての地区において、各地区の特性に合わせた振興計画が出来上がった。

振興計画の目標期間は、2005年度から2009年度までの5年間とし、全48地区で約3,000事業（活動）が盛り込まれた。防災・防犯、健康福祉、教育文化、産業、環境衛生などの計画のほか、コミ協によっては、定住促進、観光交流や地区の産品ブランド開発などの独自の新規事業も見られる。

市による地区コミュニティ協議会への支援

各地区には、地区内の公共施設を利用して「地区コミュニティセンター」（以下、コミセン）が設置され、48コミセン中40コミセンを「地区コミュニティ協議会」が指定管理者として管理運営するとともに、活動拠点・交流の場として利用している。コミセンでは、囑託員として市から派遣されたコミュニティ主事1名と、臨時職員のコミ協職員が、事務局の運営に当たっている。市からは、コミ協の規模に応じて「運営補助金」が交付され、活動事業費や事務職員給与等の運営経費に活用されている。また、コミュニティ活性化事業として「活動補助金」が交付され、地区の活性化に繋がる地区提案事業に活用されている。

この他、市では運営に当たって様々なアドバイスを行うとともに、補助金等の支援メニューを増やして、コミ協の活動のサポートをしている。例えば「コミュニティマイスター（職人）事業」では、重機を扱えるなど専門技能を持った市民に、コミ協のボランティアとして登録してもらい、コミ協が地区の道路や公共施設の改修などの整備事業を行う際に協力してもらっている。その際の消耗品費、材料費、賃借料等は市が負担する。また、「提案公募型補助金」では、住民3人以上のグループであれば、市に対してまちづくりに関する企画提案書を提出でき、審査に通れば補助金の交付を受けることができる。

さらに、地区内をはじめ、他の地区との交流も活発化させることを目的とした「地区間交流事業」では、地区の住民が互いの地区を視察研修する際の旅費を市が負担している。

2. 地区コミュニティ協議会の取組事例

(1)「^{みねやま}峰山地区コミュニティ協議会」の取組

水田が広がるSLOWなまち

峰山地区は、合併前の旧川内市にあり、世帯数726戸（2008年4月）、JR川内駅から西に向かって車で20分ほどの川内川の下流に開けた農村地帯である。

峰山地区の「地区振興計画書」には、「^{でんでんたいこ}田田太古の響くSLOWな^{まち}都市づくり」という言

葉が掲げられている。これが、「峰山地区コミュニティ協議会」のまちづくりのキャッチフレーズとなっている。「田田」の「田」は、峰山地区が昔からの「水田農業のまち」ということから水田を表す。この地区には、高江三千石広瀨と呼ばれる水田が広がり、薩摩川内市でもこれだけまとまって水田があるのはここだけという。もう一つの「田」は、水田を取り巻く自然環境を指す。この地区は、野鳥の里でもあり、日本でたった一羽と言われるカラフトワシや、近年話題となっているコウノトリも生息している。「太古」は、歴史や伝統文化を指し、いろいろなものが響き合う、ゆったりした住みやすいまちを作ろうという思いが、キャッチフレーズに込められている。

峰山地区では、コミ協発足の 2005 年 4 月より前の 2003 年に、自治会長らによって組織されていた「自治会連絡協議会」が、既にこのキャッチフレーズとともに、地区の振興計画を独自に立てていた。人口減少と少子高齢化で、地区の小学生数は 10 年間で 3 分の 1 に減少し、同時に、休耕田が徐々に増えてきていた。自治会連絡協議会では、「このままでは、このまちは地盤沈下してしまう、何とかしないとイケない」という思いを持っていた。

峰山地区の魅力づくり

自治会連絡協議会が、地区外からの定住促進を図ることを目指して、2003 年に旧・振興計画を作る際、「峰山地区は魅力あるところですよ」と言えるものがないとイケないと考えた。

峰山地区に、「柳山」という山がある。遠足でよく柳山に登ったという地元の人が多く、中学校の校歌に「理想は高し柳山」と歌われ、地区住民に親しまれてきた。標高は 389m 程だが、山頂に上れば周囲を 360 度見渡すことができ、遠くには桜島、霧島や海を隔てた甑島も望むことができる。柳山には江戸時代、島津藩の馬の牧場があり、年間約 200 頭の軍馬を供給していた。近年は、JA が牛を 80 頭程飼っていたが、1990 年代に経営に行き詰まり閉鎖された。また、柳山は、戦後間もない時期まで、萱葺き屋根の萱切り場でもあった。峰山地区では、地区住民のつながりが強く、共同で萱を切って屋根を葺いていた。柳山は、地区住民にとって、峰山地区の歩みを伝える場ともなっている。

そんな柳山を再生しようという計画が、コミ協が立ち上がる前の自治会連絡協議会での旧・振興計画に盛り込まれた。計画は、柳山を再生して、峰山地区の魅力を作ろうというものだった。しかし、柳山の再生は、「市にやってもらおうと、陳情ばかりしていたんですよ」と、当時を振り返って、コミ協の会長徳田勝章氏は話す。陳情はするものの心の中では「振興計画には挙げているけど、市もできないだろうなとは思っていた」と言う。

「地区コミュニティ協議会」の結成で意識が変わった

「コミ協ができたことで、以前とはまちづくりの流れが変わった」と、徳田会長は話す。徳田会長によると、コミ協ができるまでは、住民は、自分たちでまちづくりをやるうとい

うよりは、「市にやってもらおう」、「県にやってもらおう」、「陳情すればやってくれるだろう」という雰囲気が強かったという。

薩摩川内市で「地区コミュニティ協議会制度」ができ、峰山地区内の地縁組織 51 団体すべてが、「地区コミュニティ協議会」という一つの組織の構成員にまとめられた。峰山地区では既に、2003 年から旧・振興計画ができてはいたが、これからは「コミ協であらためて新たな振興計画を自ら作り、自ら何かしなくちゃいけない」というように、今まで行政頼りであった住民が、自主的にやっていこうという雰囲気に変わった。

コミ協の活動に弾みがついたもう一つのきっかけは、行政の助成事業だった。鹿児島県は、「共生・協働の地域社会づくり助成事業」として、県民と行政の共生・協働によるまちづくり事業に対して、100 万円を上限に事業費の 2 分の 1 を助成。柳山の再生計画は、この県の助成をもとにスタートした。また、事業の 2 年目からは、薩摩川内市の提案公募型補助金事業（500 万円を上限に事業費の 8 割助成）による助成を利用した。こうした行政の支援策の利用で、柳山の再生が進んでいった。

延べ 5000 人のボランティア

柳山は、「柳山アグリランド事業」として、コミ協を中心に再生して行くことになった。柳山のかつての牧場跡は荒地となり、草木が人の背丈を超えて茂っていた。最初は重機を入れての作業が中心で、専門技術を持った住民 3 人程で作業を始めた。2006 年 7 月に作業を始めてすぐに、大雨が降って大洪水となり、直売所にしようと考えていた牛舎の中に土砂が 20 センチくらい溜まった。柳山には、排水溝も舗装された道路もないため、雨が降るたびに、一帯はドロドロになってしまうという苦労もあった。

コミ協の中には、「柳山アグリランド事業作業準備委員会」が作られ、コミ協の役員と、専門技術を持った人たち、例えばブルドーザー、耕運機、ショベルカーを運転できる人、花作り、芋作り、看板作りを専門とする人、その他いろいろな技術を持っている人がメンバーとなった。作業の際には、準備委員会以外からも、農家から非農家、子どもから大人まで、いろいろな層のボランティアが集まるようになった。「（誰かが）加勢するから（自分も）加勢しようという輪がつながっていく、これは私（会長）だけでつながっているのではなく、私を支援しようという人がいれば、またその人を支援しようという人が現れ、その人が行くなら俺も行くということで、一声かければ最高一回 500 名が集まります。通常では 100 名から 200 名くらい集まっています。それも小中学生も含めてです」と徳田会長は言う。次々とボランティアが加勢し、さらに、こうしたボランティアの作業を支えるために、地区の女性たちが、次第におにぎりを提供するようにもなった。皆が柳山の再生を楽しみにして、ボランティアに参加するという大きな流れができていった。

「柳山には夢がある」将来を切り開くための柳山

四季折々の花や木などが植えられ、ヤギやウサギの飼育が始まり、直売所と山頂までのハイキングコース、駐車場も整備した。秋にコスモス畑が広がると、開園から間もないにも関わらず、およそ3万人が訪れた。翌年の2007年



住民が作った「柳山あぐりランド」

度には、焼き芋と焼酎を作るサツマイモと果樹の栽培、キャンプ場、ハイキングコース、草スキー場などの整備も行った。近々、レストランもオープンする予定で、将来的には、乳牛や肉牛を飼って製品を販売し、リサイクルによる堆肥づくりも目指す。

峰山地区には建設計画が進められている、南九州西回り自動車道高江インターが柳山のすぐ近くに開設される予定であり、「柳山アグリランド事業」が経営的に軌道に乗り、新たな雇用や需要を生み出していくことに期待をにかけている。

高江中学校の1年生を対象に、徳田会長が「柳山アグリランド」の話をしたところ、中学生たちは、「柳山には夢がある」という横断幕を作り、将来の柳山の模型、柳山で栽培したイモから作る焼酎「柳山高柳」のラベルの原案、テーマソングの作詞作曲、さらにはキャラクター「やなぎゅう」「やなめえ」まで考案した。「子どもたちは、まちづくりに相当関心を持ってきているようで、希望を感じる」と徳田会長は話す。



焼酎「柳山高柳」

住民ボランティアの力で定住促進へ

「柳山アグリランド事業」には、2年間で延べ7,000名以上のボランティアが参加した。さらに、徳田会長は、「協力してくれた人の数だけでなく、地区住民の間に、共生・協働の雰囲気づくりができた」と話す。その成果は2007年度から始まった「農地・水・環境保全向上対策支援事業」につながっている。

農道や農業用水道の整備、休耕田の耕地化、ため池の清掃などを進めるに当たって、「柳山アグリランド事業」で醸成された共生・協働の雰囲気のままに、お互いに助け合ってやろうということになった。「今まで、農家の方は、自分の農地、農業のことしか考えていなかったんです。それが、住民同士お互いに声を掛け合いながら、あそこの農道が悪いから補修しよう、ここの用水路が壊れているから補修しよう、休耕田をなんとかしよう、と協力して作業をされている。柳山アグリランドの共生・協働の成果ということですね」と徳田会長は話す。

市の「コミュニティマイスター（職人）事業」を利用して、道路の舗装も行った。3日

間 15 名で、人も自転車も通れない農道を、長さ 100m 幅 4 m の道路に舗装した。費用は資材費などで僅か 20 万円ほどだった。市によれば「業者に頼めば 1000 万円はかかる」内容の事業であったが、費用は資材費などで僅か 20 万円ほどだった、この道路のおかげで、その先の土地が売れ、子供のいる 2 世帯が住宅を建設することになった。住民たちによる道路整備が、定住促進にもつながっている。

コミ協では、手作りで定住促進のパンフレットを作り、JR 川内駅で 3000 部を配布した。パンフレットの中では、峰山地区の史跡や名所、野鳥といった歴史・自然の魅力とともに、柳山アグリランド、木造和船の復活、ヒノヒカリの水田など、住民ボランティアで進めてきた成果が、峰山地区の魅力として紹介されている。

(2)「大馬越地区コミュニティ協議会」の取組

試行錯誤のしそジュース

大馬越地区は、合併前の旧入来町にあり、JR 川内駅から東へ車で 30 分ほどの中山間部に位置する。世帯数は 350 戸で、農林業を主とする地域となっている。

地区振興計画を策定するに当たって、「大馬越地区コミュニティ協議会」の環境地域づくり部会では女性を中心に話し合った。地域おこしで何をしようかと議論を重ねた結果、地域の活性化を第一に考えて、特産品の開発に乗り出すことにした。直売所や農協婦人部ではなく、コミ協で特産品を開発し販売するという、これまでにない試みを主婦たちが始めたのである。

地区の農村研修施設には、調理室があった。これを利用して、地元にあるもので何かできないかと話し合い、「しそジュース」はどうかということになった。地区の住民は、日頃から梅を漬けるために、どの家庭でもしそを作っており、しそジュース自体を既にかけている人もいた。しそは薬効を持った自然植物であり、“日本のハーブ”として商品価値が生まれるのではないか、ということで意見がまとまった。事業を始めるに当たって、最初 2006 年度の予算は、市の活性化補助金 20 万円を活用した。

部会の女性たちは、青しそ、赤しそなど、いろいろな試作品を作ってみては、いろいろな人たちに試飲してもらった。そして、商品の販売に向けて、親しまれるネーミングを考えようと、地区の住民にアンケートを行い、その中から、「しそっぷ物語」という名前をみんなですら選んだ。

困ったとき、誰かが手を差し伸べてくれる

最初の「しそっぷ物語」の商品ラベルは、コミ協の事務局で作ったが、住民らからクレームが出た。「これ（このデザイン）ではダメだ、売れんど」ということで、事務局以外にも参加してもらって、いろいろな意見を出し合い、もう一度みんなですら考えて、作り直すことにした。

コミ協発足当初、市から各地区の「コミュニティセンター」にパソコンが提供され、大馬越地区のコミセンにもパソコンが置かれており、コミ協の会長吹田^{すいたひろお}紘男氏が、このパソコンを活用し、ホームページを立ち上げようと尋ねたところ、「自分たちで、ホームページを作ってください」という返答で、事務局ではホームページを作れる者はいないと、半分あきらめていた。そんな時、ある青年がコミセンにひょっこり現れ、ホームページの立ち上げ作業をしてくれた。そのおかげで、大馬越地区コミ協は、薩摩川内市のコミ協の中で最初にホームページを立ち上げることができ、「ホームページを皆さんに見てもらっているし、大馬越から都会に出ている地域出身の方にも見てもらっています。その点では本当によかった」と吹田会長は話す。

「しそっぷ物語」の商品ラベルも、コミ協のホームページを作ってくれた青年が、皆の意見を生かして、作り直してくれることになった。商品ラベルは試行錯誤で改良を重ねて、3年目でようやく現在のデザインができあがり、お客からも高級感があると好評だ。「困っている時に、誰かがひょこっと現れて、助けてくれます」と事務局のスタッフはそう話す。

しその栽培でも、みんなが助けてくれた。コミ協では、休耕田を使ってしそを栽培してきたが、2008年度はしその発育が悪かった。そこで、地区の住民に、「しそを分けてくれないか」と声をかけたら、「うちにもあるよ」、「うちも使って」としそが次々と提供され、あっという間に必要量を確保することができた。



「しそジュース」を作る
地元の女性たち



大馬越コミ協のボランティア
による夜店の活動の様子

「しそっぷ物語」ヒットの裏方

「しそっぷ物語」の売れ行きは好調で、1年目の2006年度は、開発と販売許可を取ることによって終わったが、2年目に2000本、3年目の2008年度には3000本と順調に売り上げを伸ばした。販売場所は、コミセン、道の駅、JR川内駅、地区にある温泉施設などで、コミセンでの売上が一番多い。顧客は、主に地元住民で、他の地方へのお中元として発送する人が多く、その他、同窓会の記念品、結婚式の引き出物、初盆での利用などもあった。地区の名前で商品が出る、というのは住民にとってうれしいことのように、コミ協の事務局では、「しそっぷ物語」をより多くの地区の人に知ってもらって、贈答用などに利用してもらえればと考えている。



しそっぷ物語

「しそっぷ物語」が広く知られるようになったのは、市の担当職員の支援も大きかった。支所の職員が本庁に売り込みに行き、また、本庁の職員がマスコミ関係に情報発信を行った。対外的なネットワークをあまり持っていないコミ協にとっては、市の職員が支援してくれるのは、とても心強かった。

前述のように、「しそっぶ物語」のネーミングは公募でアンケートをしたが、無記名だったため、名付け親は不明のままとなっている。コミ協のコミュニティ主事は、「おそらく支所の職員だったと思うんですけども、「どなたですか？」って聞きに行っても分からなくて。それは幻にしておいた方がかえっていいだろうってことで、分からないままにしています。名前を作られた本人さんはニタニタしていると思いますけども」と話す。

次は大豆で「おかべ（豆腐）」に挑戦

2007年、外国産大豆が入って来なくて、値が上がるというニュースが、地区の住民たちの間で話題になっていた。「大豆を植えてみようか」、退職した人や大馬越にUターンした人達が、飲み会の席で皆にそんな話をした。大豆は、減反の転作作物としてちょうど良いということもあり、言い出した人達はいろいろなことを勉強して、大豆を栽培し始めた。

だが、初めての挑戦は大変だった。テキストのとおりについたら、肥料が効きすぎたのか成長が良すぎてしまい、虫が寄ってきて退治に明け暮れたり、鹿が出てネットを張ることになったりもした。何度も顔色を変える事態が起こり、苦勞の末に大豆を収穫した。

収穫した大豆をどうするか、皆で話し合った時に、昔、豆腐を作っていたという人が手を挙げて、「是非、豆腐作りをしよう」と言ったことから、その人の指導で豆腐作りが始まった。コミ協は豆腐の営業許可を申請し、月に2回ずつ豆腐を作って、地区の住民を対象に販売を行った。

出来上がった豆腐は、昔よくあった堅い豆腐で、最近は見なくなったものだった。豆腐を買った高齢者たちは、昔の味を思い出し、「ああ、昔はこの豆腐だった」と懐かしんで喜んだ。中にはたくさん買って、友達に贈る人もいた。コミ協では、地区の山あいの人や高齢者には、豆腐の訪問販売も開始した。「訪問は若い者たちでやりました。と言っても60歳代で、大馬越では若い方なんです。高齢者の方は、豆腐を販売に行くときすごく喜んでくれるんです」とコミュニティ主事は話す。また、「豆腐の販売について、経済的にはすごいという訳ではないけど、コミュニティづくりだから、そういうやりとりが大事なかなと思いました。儲けだけじゃなくて、地域の人達とのコミュニケーションによって、コミュニティの活性化が広がって行くんじゃないか」と続けた。

豆腐が地区の人に喜ばれるようになったおかげで、翌2008年には、大豆を植える人が増えた。その中に80歳以上の人も2人いて、「コミュニティのために協力せな」と休耕田での作付けを始めた。地区では豆腐のことを「おかべ」と呼び、「おかべ」づくりにはいろいろな人が関わり始め、コミュニティの輪がまた広がった。

若者も立ち上がった、「といあげ祭」

「ここには、祭がなんにもないよなあ」、そう言って高校を卒業したばかりの若い人と高校生が、コミ協発足の2005年度に、地区で新たな祭「といあげ祭」を立ち上げた。若い人

を集めると意外に参加者が多く、地区出身で他所に住んでいる若者も呼び集めると結構な人数になった。若者たちは、コミ協の予算に頼らず、自分たちで住民から寄付を集めた。さらに2007年度には、若者で作る「といあげ祭実行委員会」として、市の提案公募事業に応募し、12万円の助成を受けた。祭開催のため、舞台やテントをトラックで運んで自分たちで設営し、会場の草を刈って準備を整えた。

祭のオープニングには、郷土料理の「ねったぼもち」を作って、来場者に配った。もち米は、地元の子供たちが小学校の学習で育てたものである。さらにカラオケ大会を開催し、地域の「おやじバンド」や子供たちの出演で、ステージは盛り上がった。コミ協は、ミニ産業祭ということで、郷土料理のまごえ汁やうどんを販売して応援した。といあげ祭は2008年度で4回目になるが、毎年大いに賑わっている。

大馬越地区コミュニティ協議会の課題と展望

大馬越地区のコミ協の活動は、みんなで考え、みんなで楽しむスタイルで、徐々に広がってきた。吹田会長によれば、「そうやって住民が動いているのは、地区が高齢化や過疎の問題を抱えていて、『これでよかとか？なんとかせないかん』、というのを根底に持っているからだ」と言う。

地区コミュニティ協議会という制度について、吹田会長は、まだまだ地区での成果は上がっていないとしながらも、「以前は、地域全体がまとまるというのはあまりなかった。公民館会長会（現・自治会）というのはあったが、地域をどうするという組織ではなかった。それから考えてみたら、こういう組織ができて、自分たちで何かやろうというのは、大変いい組織だな」と評価している。

コミ協が抱える今の問題は、とにかく毎日、事務局が忙し過ぎることである。コミ協は「しそジュース」や豆腐づくり、祭以外にも、高齢者の見守りネットワークや青少年講座・成人講座・熟年高齢者講座等の生涯学習、あいさつ運動など、非常に多くの活動をこなしている。地区振興計画に盛り込んだが十分ではなかったとする事業もあり、手が足りない。2009年度には「新・地区振興計画」の策定を始める予定だが、前向きな姿勢は崩さず、事業を整理しながら見直したいと考えている。「元気のいいコミュニティには、人が寄ってきます」と、その元気の良さだけは決して失わない。

(3)「倉野地区コミュニティ協議会」の取組

史跡のまち、支え合いの活動が生きる倉野地区

倉野地区は、JR川内駅から東北方向に車で30分ほどの距離にあり、川内川の中流に面した農業を主とする一帯にある。合併前の旧樋脇町に位置し、薩摩川内市の地区の中では、世帯数が約130戸と少ない方で、面積も小さい。この地区には、多くの磨崖仏とともに、鎌倉時代に彫られたとみられる梵字ぼんじが残っており、その中に世界でも唯一ここだけにみら

れる「オーンク」という文字がある。この文字から、鎌倉末期、倉野地区は、高度な文化で栄えたと言われている。これらの史跡の保存・管理は、「倉野地区コミュニティ協議会」の重要な事業の一つとなっている。また、県指定無形文化財の伝統行事なども大切に継承されてきている。

地区での農業は水稻耕作が中心だが、近年は休耕地、あるいは水田の転作として、大豆の栽培が増えた。大豆の生産は地区全体で推進しており、大豆を使用した豆腐をはじめとする加工食品の製造も行っている。製品の売れ行きは好調で、2007年5月から販売を開始した「倉野とうふ」の知名度も上がってきている。

しかし、コミ協を立ち上げてきた前会長野久尾正徳^{のくおまさのり}氏が言う。「うちは成功ではない。曲がりなりにも集落を何とかして守って行こうということで、その中でいるんなことを模索しているということです。そんなにいいことはしてないんだけどな」。昔から、地区で支え合う活動が活発に行われてきた倉野地区では、今でも地区でのボランティア活動が盛んである。ボランティア活動を「自分たちのことだから」と当たり前のように行う。だから、「そんなにいいことはしてない」ということになる。

組織力で支えてきた地区

倉野地区は、昔から地元住民たちの組織力が強い地区と言われている。過去には、養蚕地域だった時代もあり、養蚕を支えるために産業組合で製糸工場まで持っていたこともあった。繊維工業が衰退してからは、かなりの面積の山林を持っていたことから、木材の販売をして、地域の活動を支えてきた。林業の収益がそのまま地区の活動に生かされていた時代は、地区自体で道路の整備や河川工事をしたこともあった。また、有線放送を全戸に設置した時も、一戸あたり7,000円のところを、地区で3,500円の補助を出したこともあった。今なら一般的に行政がやると考えられる分野まで、自分たちでやってきた。

現在では林業が衰退し、山からの収益が入って来なくなり、活動の財源が見つからないままとなっている。これに伴って、地区の組織力も昔と比べるとかなり低下して、これまでの事業を縮小せざるを得なくなっている。

現在の倉野地区では、コミ協を運営するための負担金として、地区の各戸から年間6,500円を徴収している。薩摩川内市の他地区のコミ協は500円～1,000円程度が多いのと比較して、かなり高めの設定となっている。それでも、各戸が負担金を納めているのは、過去の経緯で、住民が地区における支えあいの活動を当然と考えてきたからである。しかし、地区住民が高齢になっていく中で、現在、地区活動の負担金の徴収は厳しくなっている。この地区では、コミ協以外にも、地縁組織の負担金があり、さらに昔からの地区のお年寄りは義理堅く、行事毎にお祝いや返礼などの出費が嵩んでいるという。

そこに、行政からの補助金のカットが追い討ちとなった。地区を維持していくのに、住民や行政にさらなる負担を求めることは難しい。そこで、地区の住民が協力して新たな事業を興して、地区の活動資金を稼ぐことはできないか、ということになった。地元にある

素材を活用しようと、まず手始めに取り組んだのが豆腐づくりだった。

倉野の大豆づくり

2000年、旧樋脇町からの勧めがあって、倉野地区では休耕田の転作として大豆の栽培を始めた。機械の購入では町から補助を受けた。鹿児島県は雨が多く、大豆栽培には本来は適している気候ではなく、畑の排水対策など、苦労は多かった。

機械購入のおかげもあって、栽培面積は2000年当初は5万㎡だったのが、2008年には14万㎡程度にまで広がった。地区の全耕作面積40万㎡の中の14万㎡ということで、大豆づくりは地区にかなり定着した。大豆の栽培には、これまで取り組んできた土着菌の技術が生かされており、この大豆が、「倉野とうふ」に使用されている。

豆腐を製造・販売するグループとして、地区の女性たちによる「菜の花グループ」が結成された。「菜の花グループ」のメンバーは、事業を興すことも、豆腐の製造・販売も全く初めてのことだったため、豆腐づくりをしている先進地や鹿児島県立農業大学に勉強に行って、豆腐の作り方を学んだ。

2日間の県立農業大学での研修の時、倉野地区から持っていった大豆を使って豆腐を作ってみたところ、指導に当たった大学の講師が驚いた。出来上がった豆腐は甘みがあって、よその豆腐とは全く違っていた。倉野産の大豆を使った豆腐のおいしさに、「倉野でできた大豆を使って豆腐を作るといい、他産の材料を使わない方がいい」と講師は念押しをした。

「倉野とうふ」は、特殊な作り方をしているという訳ではないのに、どういうわけか味が違う。その後、メンバーたちは、試しに佐賀産と熊本産の大豆を使ってみたが、「倉野とうふ」の味にはならなかった。野久尾前会長は、「大豆だけでもない、水だけでもない、両方が合っているのだと思う」と話す。

豆腐販売のスタート

2007年5月、「倉野とうふ」を製造・販売する「いなほ館」が開館し、「倉野とうふ」の販売が本格的にスタートした。豆腐の販売は、火木土日の週4日で、120円と220円の2種類を売っている。多い日で450丁、平均して一日300~400丁を完売する。1日の売上は、平均して5万円ほどになっている。

豆腐の品質を決める大豆には、常に注意を払っている。豆腐づくりの作業にはだいぶ慣れてきたが、それでも日によっては出来具合が違う時もあり、こだわりを持って作り直すこともある。

豆腐は前の日の夜に大豆を洗い、洗った分は全部作らないと保存がきかない。天気によって豆腐の売れ方は全く違うため、翌日の天候を予想し、何丁作るかを決めて大豆を洗う。天候だけでなく、売上を伸ばすチャンスを逃さないように、周辺地域でどういうイベントがあるかなど、情報収集も欠かさない。また、日々続けていると季節による売れ行きの違

いも分かってくる。夏休みの終わりは殆ど人が外出しなくなり、売上が落ちるといふ。販売ではスタンプ制度も取り入れており、豆腐1丁で1個スタンプを押し、30個で1丁、無料となる。このように、これまで農村にはなかったようなマーケティングを行いながら、「倉野とうふ」を販売している。

味で評判が良くなった「倉野とうふ」は、「第2回薩摩川内市ふるさと特産品コンクール」で優秀賞に輝き、この賞を受賞したことで、県内の有名百貨店から是非商品を置きたいと申し入れがあった。最初、「菜の花グループ」が百貨店内で店頭販売をしていたが、人手が足りないことから辞めたいと申し入れたところ、百貨店側はどうしても置きたいということで、買取仕入で販売することになった。さらに、テレビや新聞に取り上げられたことで、売上に拍車がかかり、最終的に、当初の予想をはるかに上回る成果をあげることができた。



倉野とうふ



いなほ館
(倉野とうふの製造販売所)



菜の花グループ
(倉野とうふを作るメンバー)

倉野のボランティアを将来につなぐ

倉野地区では、「いなほ会」というボランティアグループが活躍している。地域の荒れたり傷ついたりした公共の道路や建物を修復し、史跡の草刈りをする。荒れた田んぼを自分たちで耕作したりもする。「歴史は繰り返す。地区には、昔、「^{よんえいち}4Hクラブ」という団体があり、地域の農業を先取りしているいろいろな支え合いの活動をした時代があった。畜産農家を回ってサイロを作ったこともあった。町にお願いして、サイロの型枠だけ作ってもらい、自分たちでセメントを使って作った」と野久尾前会長が懐かしげに語る。鹿児島島の各地で展開された農村振興運動の原点が、倉野地区にはまだ残っている。

しかし、そうした住民のボランティアだけでは、どうしても限界がある。現在、農林水産省からの助成で地区の振興事業に取り組んではいるが、5年間の期限付きであり、助成金を受けられるうちに、何らかの方向性を打ち出さなくてはならない。もちろん、これまでと同様に、「お金があるからするっていうのではなく、自分たちの地域は自分達で守る」という精神が基本にある。しかし、高齢化が進んでいる今、以前のようにボランティアだけでは地域を支えきれなくなっている。

「(昔と違って今の時代は)ボランティアと言っても、無償ボランティアはどうしても長続きしない。それを考えて運営をしないといけない」とコミ協の現会長^{しもせちあずみ}下畝地東海氏は言う。かつてとは違い、全くの無償ボランティアというのは、一定期間は続いて、それが

2年、3年となると難しい。活動を継続させるには、高額である必要はないにしても、それなりの謝金を払いたいと考えているという。

倉野地区コミュニティ協議会の課題と展望

「コミ協が、地区の一つの核となったのは確実。制度的に核となる位置づけをして、行政と直接つながった形になった。これまでは、行政とはきちりにつながってはいなかった。社会教育だけでつながっていて、福祉とか農業とかの分野では、行政とはつながってなかった。そういう意味で、一つの組織としてコミ協ができたことで、地域の一体化を図っていける。」と、野久尾前会長と下畝地現会長はともに今後の「コミ協」に期待を寄せる。

また、「コミ協は、内外の人と人の一つの交流の場ともなった」と言う。地区内で地域づくりの活動の場はあったが、地区外からいろいろな人が来るという場はこれまであまりなかった。コミ協ができて、いろいろな情報が入ってくるようになり、対外的に以前より情報の発信もできるようになった。

ただ、「コミ協には課題も多い」と言う。まず、事務作業が大変ということである。市からの書類の数が多く、しかも緻密で分かりにくいいため、市には書類の簡素化を要望している。

また、市の提案公募型の補助事業は、「非常にいい発想」と評価する一方で、今後への懸念材料にもなっているという。市内各地区のコミ協には、市に対して説得力を持った企画書を書ける人材がいる地区のコミ協もあれば、そうでない地区のコミ協もある。人材がないコミ協は、市全体の動きの中で、置いていかれるのではないかと、という心配を持っている。「コミ協の役員はみんな、地域の人がやっているのだから、専門家ではない訳ですよ。企画書を書く技術、才能のある人がいる地区のコミ協はいいが、そうでないと大変。これではコミ協の責任は重すぎる。今後、長くやるのは大変だと思う。今、才能のある人がいる地区でも、後に続く人は大変だよ」。この地区コミュニティ協議会の制度を継続していくには、市がコミ協に技術を持った職員を配置しないと、コミ協間（地区間）での格差が出てくるのではないかと懸念する。

さらに、もう一つ課題として挙げているのが、「人を作る」ための予算がないことだという。「大分県の湯布院があれだけ有名になったのは、町長が当時の有志を海外視察に行かせて、勉強させたからだ。そういう人を何年も養成してきた結果、現在の湯布院の発展があるんだ。人づくりの養成として、一週間でもいいから、どこかに行って学んでこいという制度を作れば、そういう人達が1年に1人なら、10年経てば10人になる」と話す。もちろん倉野地区では、今後も行政だけに頼るのではなく、寄付を集めて、有志や子供たちを研修に行かせるなど、自分たちでできることは自分たちでやりたい、と考えている。

3 . 地区コミュニティ協議会における今後の課題と展望

峰山地区、大馬越地区、倉野地区の取組事例でも見られるように、薩摩川内市で新たに設置された「地区コミュニティ協議会」では、日々模索を繰り返しながら、少しずつではあるが、着実に新たなまちの姿を作りつつある。市では、この「地区コミュニティ協議会制度」を導入したことによって、「地区内の活動目的が類似する既存団体等の統合・再編がなされた」「地区内の関係する各団体が部会の構成団体となることで、横断的な連携が強化された」「地区活動・事業への住民参画意識・協働意識の醸成が図られた」「既存の各団体で重複していた、活動・事業が整理され一元化が図られた」「他地区との競争意識の向上により、地区活動・事業の活性化が進んだ」と評価している。

しかし、そうした評価の一方で、各地区にコミ協が設置されて3年半が経過したが、市としては、今後、課題として掲げていることは少なくないと言う。例えば、「活動の担い手が役員に偏る傾向があり、若者をはじめ地区住民総ぐるみの活動が展開される土壌づくりが求められる」、「地区振興計画に基づいて継続的に事業を推進し、安定した運営基盤を継続させるために、専門的な知識・技能・情報を収集するとともに、資金の確保を図る必要がある」、「市街地の地区コミ協を中心として、コミ協の取組に参加しない人への対応をどうするか」、「市からコミ協活動を支援するために派遣している嘱託員の派遣制度を見直し、自主雇用による運営の自立を図る必要がある」といったことである。

市では、コミ協の活動を市の様々な施策と緊密にリンクさせるような仕組みづくりも今後の課題の一つとして検討している。例えば、景観形成、観光交流、定住促進などの様々な施策を各地区単位でも出来るようにし、市全体の施策と一緒にあって取り組んでいけるようにしたいと考えている。また、市では、地域のイメージアップを図るために、地域ブランドの施策を立案しているが、薩摩川内市全体のブランド化や個別製品のブランド化とともに、各地区単位で輝けるような“地区ブランド”を育てていく取組も行っていきたいと考えている。さらに、市では、コミ協の活動を施策的に担保するものとして、自治基本条例の制定にも取り組んでいる。

「薩摩川内市は、コミ協の制度の導入によって、「住民自治の再生」をめざしてきた。住民が自分たちで課題を見つけて、自分たちで活動するという住民自治は、コミ協によってバラつきはあるものの、一つの方向は見えてきた。次には、この住民自治を行政とどう組み合わせて、市全体の都市経営をどう構築するのが課題となっている」と市の担当職員は話す。「大きな意味での地方分権として、48 地区に上から光をあてるんじゃなくて、48 地区から光が放てるような都市経営のシステムにしていくにはどうしたらいいか」と今も模索している。

住民協働による環境保全の取組

【取組の概要】自分たちのまちに“責任”を持ち、
市民と行政職員が“同志”のように取り組むまちづくり

日野市では、市民自身が自らまちのルールをつくり、計画をつくり、環境保全・まちづくりを行う、市民と行政職員が“同志”のような信頼・協働関係で一緒に汗を流して作業をする、市民も職員も、前例や既成概念にとらわれずに、自由な発想で工夫をして改革を進める、といったように、市民と市職員がまちを良くしたいとの思いを共有して理想を追い求めてきた。

1994年、自然環境が失われていくまちの変化に危機感を抱いた市民が、環境基本条例の制定を目指して市に直接請求を行い、行政・議会もそれに応えて翌年、市民がつくった条例案を可決した。1997年頃からは、条例に基づいた環境基本計画づくりを目指して、109人の公募市民と職員たちが日々ともに苦闘を続けた。環境基本計画は、市民目線で策定した計画となり、市民が何をなすべきかが市民の言葉で書かれたものとなった。環境基本計画の策定過程で培った「市民参画」の手法と、市民と市職員の“同志”のような信頼関係は、その後日野市のまちづくりに浸透していき、環境保全等において多くの成果をもたらしていった。



日野市のまち

また、1999年頃から始まったごみ改革の取組では、市民有志と市職員が一緒となり、市民に対してごみ改革を訴えて、わずか1年で市のごみを半減させることに成功。同じ頃に策定に着手した市の総合計画は、審議会を設けず、約200人の公募市民と職員たちが自由な発想でつくり上げた。2001年「みどりの基本計画」、2003年「都市計画マスタープラン」も同様。

こうした長い取組の過程には、自分たちのまちに「責任」を持とうという使命感を持った市民と市職員一人ひとりの姿があった。

日野市では、環境保全やまちづくりなどの行政計画の策定やその実行においては、「市民参画」が当たり前のものとなり、今また更なる発展を目指して、時代に合わせた日野流の「市民参画」「市民と行政の協働」のあり方について検討を進めている。

1. 日野市の概要

環境保全等の市民活動が活発なまち

日野市は、東京都心から西へ 35km、JR 中央線あるいは京王線で新宿から約 30 分の距離にある。面積は 27.53 km²、人口 175,864 人（2009 年 1 月 1 日現在）。市内の北部を多摩川、中央部を浅川が流れており、湧水のある台地と緑豊かな丘陵を持ち、起伏に富んだ変化の多い地形となっている。

1970 年代からのベッドタウン化で住宅開発が進展し人口が急増するとともに、工業団地の進出も見られ、丘陵地の緑が失われつつある。また、かつては「多摩の米蔵」と言われるなど農業中心の宿場町であったが、農業の後退で田んぼや畑は少なくなっている。

開発で緑地などが急激に減少していく中で、自然を守らなければという危機感が市民の間で高まるようになり、緑・水・農業・環境・消費者問題などの諸分野で市民活動が活発になっていった。1970 年代半ばから 1980 年代にかけて、市民団体と市が協力して自然環境の実態調査を行ったり、市民団体間のネットワーク組織が結成されるなど、活動の幅を広げる動きが活発化していった。

1992 年には、さまざまな市民活動家が「市民でマスタープランをつくろう」との趣旨で集まり、独自の「市民版 日野・まちづくりマスタープラン ～市民がつくったまちづくり基本計画」(1995 年 4 月発行)を作成・提言した。また、市民活動の高まりを受けて、市でも市民との連携を重視するようになり、1994 年 3 月には「日野市市民参加の推進に関する要綱」(市民参加要綱)を制定している。

このように日野市では、環境保全を始めとした様々な市民活動が活発であり、市民同士あるいは市民と行政が連携して地域課題に取り組む動きが地道に行われてきた。

行政も水辺の再生など自然環境の保全を推進

一方、市も水辺や緑地など自然環境保全に取り組んでおり、1976 年には、清流条例「公共水域の流水の浄化に関する条例」を施行。「水辺を生かしたまちづくり」を目指して、市内に豊富に残る用水路でビオトープを広げるなど、水辺の復元・再生の取組を様々な形で推進。1991 年からは、向島用水親水路整備事業を実施、かつてのコンクリート護岸を取り壊し、小学校の敷地内に用水を引き込んだ「とんぼ池」をつくり、農業用水としての機能は残しつつ水生生物の豊かな生息環境を再生させ、環境学習の場としている。2002 年には、「市民参画」で用水等の維持管理に関わる「用水守制度」(1980 年に始まった「日野市清流監視指導員設置要綱」を改良)を導入。市民ボランティアが監視指導員として活躍している。

「用水守制度」は 2008 年日本水大賞の奨励賞を受賞。

2. 市民と行政の新しい関係づくりへの試みと成果

(1) 市民の直接請求による「環境基本条例」制定

市民自身によるまちのルールづくりの始まり ～ 市民による条例の直接請求～

以前、日野市は緑豊かなまちであったが、大規模開発により緑地破壊が行われるようになると、生活協同組合の活動を行ってきた人たちや自然環境を守る活動をしてきた人たちは、環境問題は身近な自分たちの暮らしの問題であり、解決を誰かに委ねるのではなく、条例づくりの過程をとおしてより多くの人に知ってもらうことが大切と考え、環境行政に関する基本的なルールとなる「環境基本条例」の制定運動に取り組むようになる。

自らの力による条例制定を目指した市民たちは、1994年5月に、「環境基本条例運動実行委員会」を発足。環境の視点で意見を収集する「一言提案」運動の実施、環境基本条例に関する学習や賛同者呼びかけなどの取組を進めた。

同年9月、多くの賛同者のもと、「市民がつくる環境基本条例の会」を発足。10月、条例制定に向けた直接請求の署名運動をスタート（署名期間：10/20～11/19）。多くの市民を巻き込み、有権者の1割を上回る賛同署名が集まった（署名結果：有権者数128,353人、必要署名数2,568筆、収集署名数16,387筆、有効署名数15,046筆）。そして12月には、市民が自らつくった「環境基本条例市民案」をもって、日野市に条例制定の直接請求を行った。

「責任を持つ市民」が行政・議会を動かした ～ 市民参画の環境基本条例制定～

市民から直接請求を受け取った行政・議会は、当初、「なぜ市民が条例を提案するのか?」、「議会・議員を軽視しているのではないか?」、「陳情・請願をせずに、なぜ直接請求なのか?」と戸惑った。市長から議会へ出された提案書には、「時期尚早である、組織再編（環境影響評価の担当部署の設置等）には金がかかる」との否定的意見が付された。それに対して市民たちは、自らを「責任を持つ市民」とまちづくりの担い手であることを宣言し、「この直接請求は『直訴』ではなく『市民の参画の試み』です」と説明し、粘り強く訴え続けた。環境基本条例を制定することによって、自然を守り環境を保全するためには、市民が行政に対して求めるだけでなく、計画づくりや進行管理と一緒に参加して行うことが大切だと訴えた。当時、環境基本条例を制定している地域はあったが、全国的にも市民主導で条例を作った例はなく、日野市の市民は責任を持つ市民として自ら条例づくりに挑戦したのである。

そして、市民たちの粘り強い説明により周囲から少しずつ理解が得られ、翌1995年2月に開催された市議会臨時総務委員会では、「議会として真摯に受け止め、請求代表者の意見を聞こう」ということになった。そこで、請求代表者の意向を確認するため、議会の休憩中に代表者の意見を聞く機会を設けられ、請求代表者は熱い思いを込め、直接請求に取り

組んだ動機や提案の趣旨を述べた。

その後、9か月間、5回にわたる議会審議を経て、議会は署名した市民たちの意思を十分尊重し、市民案を一部修正したうえで、「日野市環境基本条例」を可決した。(1995年10月公布、96年4月施行。)

「日野市環境基本条例」の主な内容

目的

- ・この条例は、環境の保全、回復及び創出(以下、環境の保全等)について、基本となる理念を定め、日野市、市民及び事業者の責務を明らかにするとともに、環境の保全等に関する施策の基本的な事項を定めることにより、環境の保全等に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって現在及び将来にわたって市民が健康で安全かつ快適な生活を営む上で必要とする良好な環境を確保することを目的とする。

基本理念

- ・環境の保全等は、健康で豊かな自然の恵みをもたらす環境を享受するすべての市民の権利として、将来の世代に継承していくことを目的として行われなければならない。
- ・環境の保全等は、人と自然とが共生し、環境への負荷の少ない社会を構築することを目的とするすべての者の積極的な取組と相互の協力によって行われなければならない。
- ・地球環境の保全等は、すべての日常生活及び事業活動において行われなければならない。

環境基本計画等

- ・市長は、環境の保全等に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「日野市環境基本計画」を策定しなければならない。
- ・市長は、環境基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ「日野市環境審議会」の意見を聴かななければならない。
- ・市長は、環境基本計画にそって、市、市民及び事業者の環境に配慮すべき事項を示す「日野市環境配慮指針」を定めるものとする。

環境の保全等に関する施策

- ・市は、環境に影響を及ぼすとみられる施策を策定し、及び実施するに当たっては、「環境基本計画」及び「環境配慮指針」との整合性を図るものとする。

環境影響評価

- ・市長は、市が実施する事業のうち、環境に著しい影響を及ぼすおそれのあるものについて、環境の保全等に適正な配慮がなされるように、その事業の実施が環境に及ぼす影響を事前に評価するために必要な措置を講ずるものとする。

事業者の義務等

- ・事業者は、「環境配慮指針」を尊重して、事業を行わなければならない。

(2) 市民参画による「環境基本計画」策定

手探りで進めた市民参加による計画づくり

環境基本条例の制定を受けて、市では1996年から環境保全等の目標や施策の基本的な方向等を定める「環境基本計画」の策定に着手。環境基本計画は、環境基本条例において市長に策定が義務付けられていたものであり、また計画策定過程における市民の参加・参画も規定されていた。そのため、検討委員会事務局の最初の課題は、計画策定過程で市民にどう参加してもらうかであり、「市民参加・参画で環境基本計画の策定を」との大命題に対して、当初、市は、以下のように考えていた。

- ・市民の声の反映はアンケートをしたり、環境関連の市民団体へのヒアリングや意見交換の場を設けたり、市民団体主催の会合に積極的に参加することで確保。
- ・行政による計画の策定過程の市民チェックは公募委員を入れることで担保。
- ・公聴会を開いて広く意見を聞く機会を設けることで、公募委員の人数の少なさを補う。

1996年8月、市はまず「環境基本計画検討委員会」を設置。委員会は、公募市民3名、学識経験者4名、市職員（部長級）3名の計10名で構成され、以下の要領で進行が予定されていた。公募委員は3名の枠であったが、約10倍の応募があったため、公開の場での抽選によって選出。

事務局が基礎調査を実施（市民アンケート、庁内ヒアリング、既存環境データ収集）。

検討委員会に対して基礎調査のデータ、参考資料を提供。

委員は白紙の状態から計画の内容について検討。

検討内容について事務局とりまとめ。

この事務局の検討委員会進行方針に対して、一部の委員から、「市の方向性をはっきり示した案を事務局がまずつくって出すように」という意見があった。それは、事務局が計画の内容等を含めて全てたたき台となる案をつくって出し、そのお膳立てのもとで、公募市民や学識経験者も含めた委員の意見を聞くことで市民参加がなされた形にするというものであった。

一方、別の委員や条例制定に携わり計画策定にも関わっていきこうとしていた市民たちからは、事務局がたたき台となる案をつくることに、「当初の話と違う。事務局が案をつくったのでは市民参加・参画ではなくなる」といった意見があった。

計画策定は検討委員会の進め方を巡って揺れ動き、事務局は混乱を極めたという。庁内関係者からは、「基本条例の制定過程を考えると、従来の市民参加の方法では、市民は納得しないのではないか」、「このままでは計画策定は立ち往生してしまう、市民参加の人数規模を更に大きくし、方法も変える必要があるのではないか」といった指摘が出されるようになった。当時関わった職員の1人は、「事務局の思い描くようにならないのが市民参加の場では当たり前だということを再認識した」と言う。

当初、市の事務局が考えていた従来通りの市民参加の方法は、市民による環境基本条例の直接請求を成し遂げ、その条例請求に際して、自らを「責任を持つ市民」と表現し、まちづくりの担い手であることを宣言した日野の市民たちにとっては、納得できるものではなかった。市の職員は当時を振り返って言う、「最初は、行政が予定したルールの上を走るという従来方式を取ってしまった。計画の実施主体は「市民」であるにもかかわらず、少数の公募市民と学識経験者が中心の検討委員会で策定すること自体が問題であった」。

また、検討委員会設置と並行して、条例制定に関わった市民や環境行政に関心のある市民たちは、「環境行政に市民参加を」と訴え、新たな取組を開始。1996年6月には、「日野市環境行政に関する要望書」を市に提出、環境審議会への市民参加を要望。1997年1月には、これまでまちづくりの活動を進めてきた人や生活協同組合のメンバーなどが中心とな

って、「環境基本計画を考える市民の会」を発足、半年間5回にわたって「考える市民の会」を開催し、メンバーで協議を重ねた。このように、環境条例制定後、日野市で様々な市民参画のまちづくり活動が活発化するようになった。

真の「市民参画」を目指した市の決断

環境基本計画は、市民自身が自らのライフスタイルを改善し、利便性を放棄し、環境保全の行動をするようになることを目指しており、市民が自らの手で計画し、それを認識できるものでなければ、策定後市民の手による計画の実行、推進はできないだろうと、事務局をはじめ市担当者は考えた。そこで、検討委員会をしばらくの間一旦休止して、計画案づくりへの市民参加の手法を別に探ることにした。

1997年8月、庁内ワーキングチーム、市民有志、事務局が集まって、これまでの検討委員会とは別に、新たに多人数の市民参画を得て「市民ワーキングチーム」(以下、市民WT)を立ち上げ、その方法の検討と準備を始めた。そして同年9月、市民WTのチームメンバーを広報紙等で公募した結果、条例制定運動に携わった市民や、環境行政や環境保全活動に関心を持った広範な市民が集まり応募者は115人に上ったが、定員を設けた選定は行わず、辞退者6人を除く109人全ての市民をメンバーとした。そして、10月には市民WTを発足、第1回全体会を開催した。

また、庁内ワーキングチーム(以下、庁内WT)も再編成することになり、環境関連課の職員に加えて、自ら希望する職員の参加を求めようと、庁内WTメンバーも全庁的に公募。職員16人の新メンバーで庁内WTがスタートした。市民WTの発足と同時に、検討委員会の活動は一旦休止した。

109人の公募市民と公募職員による計画づくり

市民WTの役割は、環境基本計画の素案またはそのもととなるものをつくることとし、「くらし」、「大気」、「水」、「緑」、「リサイクル」の5つの分科会を設けた。期間は翌年3月までの半年間で、運営は、市民WTメンバーはボランティアによる自主運営とし、各分科会に市民の中から4人以内のガイド役(ナビゲーター)を置く。庁内WTメンバーが各分科会に入って一緒に作業するが、立場的には市民WTメンバーと同じレベルで自由に自分の意見として発言し、市民からは「市はどう考えているのか」といった要求をしたり、釈明を求めたりしない。また、庁内WTと事務局は、会議室確保や資料コピー等の会議の補助事務などで市民をサポートする。こうした運営ルールを確認した上で、手探りで分科会がスタートした。

市民WTの第1回全体会では、109人の分科会の割り振りと、各分科会のナビゲーターの選定がされた。市民メンバーの互選で選ばれたナビゲーターは、正式には「運営委員」(市の要綱上)という立場であったが、運営委員と称してしまうと他の市民メンバーよりも重

責を負うような誤解を招きやすいため、差をつけないということで「ナビゲーター（通称ナビ）」という名前で呼ぶことにした。このナビが環境基本計画策定の要となり、更に策定後の市民と行政の協働による様々なまちづくりの場面で重要な役割を果たしていくことになる。

基本ルールのもと、市民が自由に責任を持って会議を運営

ナビの運営で計画づくりがスタートしたが、最初は何もかもゼロからの手探り状態だったため、各分科会では計画の内容もさることながら、その運営そのものに苦闘した。

自分の得意分野の話をもっと持ってくる、個別の話にすぐ入り込んでしまう等「メンバーは皆、言いたい放題。話がすぐもとに戻ってきてしまう。まさに『循環型の会議』だった」（市民メンバー）。そういったことを繰り返し、メンバーが互いの顔と性格を理解してくると、「自分の言いたいことを言う場」から「もっと相手を知ろうという場」に少しずつ変化し始めた。互いに、初めは10のことを10言おうとしていたが、その後は3言えれば10わかり合えるようになり、より話を深めることができるようになったのである。

10月からの最初の3か月間は、各分科会ではそれぞれの運営で精一杯で、分科会どうしで情報交換したり、議論の中身の調整をする余裕はなかったが、活動の期限である3月最終全体会では各分科会は議論・活動の内容をまとめて報告しなければならず、わずかな期間で、それぞれの分科会は議論・活動をまとめた。

そして迎えた3月28日の全体会で、各分科会から成果を報告。全体会を終え、メンバーたちは行政計画としてまとめるには、不十分であると感じた。

責任の重さに苦闘を続けた市民と、熱い思いに応えた市職員

市民による計画策定は、計画の内容も市民参画のあり方も少しずつ形になりつつあったが、10月からの6か月間という期間は、実際にはあまりに短く、市民メンバーから、「もう少し時間をかけたい」という意見が多かった。そして4月に開かれた「ナビ会」で、市民メンバーは、市民WTを8月まで延長するよう市事務局に要請した。WT自体は要綱設置であり、その中で期間は延長できると定めていたことから、市は要請を受け入れ、期限を変更して8月まで延期することを正式に決定。

その後、ナビをはじめ市民メンバーたちはこれまで以上に会合の回数を増やしていった。中には、毎日のように、資料収集や聞き取りのために市役所などを訪れるメンバーや、何日も徹夜で作業をしたメンバーもいた。また、各分科会のまとめを互いに調整するために、「ナビ会」を何度も開いた。

そしてようやく6月に分科会間の最終調整を終え、8月に環境基本計画の素案が完成。8月23日、計画素案が市民WTと庁内WTの協働による全体会で承認され、市民WTの策定作業は終了した。5つの分科会では、公式の会議だけでも延べ500時間を越える熱い議

論が繰り広げられた。

環境基本計画の素案のまとめに当たって、市は市民の熱い思いを重く受け止め、分科会の市民メンバーそれぞれが書いた計画文を基本的に尊重した。



環境基本計画策定
ワーキングチーム全体会

「環境基本計画」の完成と、「責任を持つ市民」 として計画実行のOB会結成

市民WTのメンバーたちは市とともに、1998年11月、計画策定の結果(素案)について、その評価を広く日野市民に問おうと、「環境基本計画フォーラム」を開催。市民約150名が参加し、計画素案の発表と討議を実施した。そして、フォーラムの実施をもって、市民WTの当初の役割は終了した。

フォーラム終了後に開いた反省会で、市民WTメンバーたちは、自分たちがつくった計画について、その責任を最後まで果たすために、進捗状況をチェックし、実行・推進主体としても責任・役割を果たすことが重要だとの認識で一致した。そして、そのための活動組織として、自主的にOB会を発足。

1999年6月にはOB会を発展的に解消し、「環境基本計画市民連絡会」を設立した。

市民がつくった環境基本計画の素案は、庁内における調整検討を経て、1998年12月に再開した「環境基本計画検討委員会」(市民WT発足と同時に一時休止していたが、市民WT終了と同時に再開)に提出され検討がされた。検討委員会では、出席していたOB会の市民メンバーにも意見を求めるなど、素案作成に関する意見が傍聴者から述べられる場面もあった。

1999年4月には、環境基本計画の原案と配慮指針が「環境審議会」に諮問された。環境審議会の委員選出では、公開の場の抽選により市民公募が行われ、幸運にも市民メンバーの1人が当選し委員に選ばれた。そして、検討委員会や環境審議会が開催された時には、その都度、OB会を開催し、報告と情報交換を行った。そして、環境審議会では、市民がつくった素案には若干の修正が加えられるだけでほぼそのままの案で了承された。

そして1999年7月に、環境審議会から市長に環境基本計画の原案が答申された後、市長が同年9月に市議会で「日野市環境基本計画(案)」と「日野市環境配慮指針(案)」を上程し、無事、満場一致で採択された。



日野市環境基本計画

「日野市環境基本計画」の主な内容

望ましい環境像

私たちの継承した自然環境を保全し、次の世代に引き継ごう

日野市から地球環境の保全に向けての目標

- ・くらし：私たちが責任を持つ、ゆとりとuringおいのある環境
- ・大気：大気汚染のない、循環型、省エネルギーのまち
- ・水：河川・用水・湧水、台地・丘陵地をつなぐ「水」を生かした回廊づくり
- ・緑：人と自然が共に生きる、uringおいのある緑ゆたかなまち
- ・リサイクル：資源化率90%を目指すごみゼロ社会の実現

計画の主体

【市民】生活者としての活動を通じ、環境保全に寄与します。私たちは、日常生活の1つひとつの行動が、地球環境に対して、負荷を与えていることを、まず理解する必要があります。1人ひとりが価値観を変革し、家庭内外での環境への細かな配慮を心がけていくことが求められています。

【民間団体】環境問題に対して、市民のグループ・企業の中のグループ等、グループで取り組みます。最近の環境NPOの活動もこれに含まれます。市と協力した施策への参加や運営、率先した行動を通じて、市民一人ひとりを啓発していく役割、そして市とのパートナーシップが期待されています。

【事業所】企業による事業活動です。学校や病院、市役所等の公共機関や農業者等も含まれます。経営方針・業務内容が環境に対して責任を持った計画でなければなりません。廃棄物の発生抑制、節電や節水・紙等のリサイクルを通じた省資源・省エネルギー活動など環境への配慮行動が求められています。

また、事業者としての市も含め、事業活動に対して環境への負荷を点検し、可能な配慮活動を総合的に進める環境マネジメントシステム（例えばISO14001等）の積極的導入も望まれています。

【行政】望ましい環境を次世代へ継承するために、必要な施策を策定し、実施していく責務をになっています。市民・民間団体・事業者の各主体がそれぞれの役割を果たすことができるように、配慮指針の提示、情報の収集とその共有、環境教育、経済誘導策、その他の環境整備による支援を行っていく必要があります。また、より広域的環境問題に対しては、周辺市や東京都、国さらには世界中で共通の理念のもとに行動する自治体の一員として、連携した行動を心がけていく必要があります。

（3）計画づくりから生まれた市民と市職員の新たな関係

“市民に育てられた”市職員、“同志”になった市民と職員

計画づくりに際して、最初のうちは市民に“ガンガン”ものを言われ、反発を覚える職員もいれば、逃げ出したくなった職員もいたが、そのうち、市民の熱い思いを理解し、また市民も職員の協力に親近感を覚えるようになっていった。

市民メンバーたちがボランティアで何日も徹夜で作業し、連日のように市役所などに通い、月に何度も会議を開催。大変ではあったが、互いに助け合いながら共に作業をすることで、信頼関係が生まれた。そして、市民と職員の関係は、対立関係ではなく、同じ目的を持って取り組んだ“同志”のようになり、「市民が自分たち職員を育ててくれるんだという視点に変わっていった」「市民と一緒に取り組んだことが、その後の自分の肥やしになっ

た」と当時携わった職員たちは振り返る。

日野市における取組の主な経緯

| 時期 | 印 | 取組の内容 |
|---------------------|-----|--|
| 1976年 | 4月 | 「日野市公共水域の流水の浄化に関する条例」(清流条例)施行 |
| 1988年 | 7月 | 「日野市緑地信託等に関する条例」制定 |
| 1991年以降 | | 「向島用水親水路整備事業」開始 |
| 1994年 | 3月 | 「日野市市民参加の推進に関する要綱」(市民参加要綱)制定 |
| | 12月 | 「環境基本条例市民案」市民が市に直接請求 |
| 1995年 | 4月 | 「市民版 日野・まちづくりマスタープラン ~市民がつくったまちづくり基本計画」市民が独自に発行 |
| | 10月 | 「日野市環境基本条例」公布(96年4月施行) |
| 1996年 | 8月 | 「環境基本計画検討委員会」発足 |
| 1997年 | 1月 | 「環境基本計画を考える市民の会」市民が独自に発足 |
| | 10月 | 環境基本計画策定「ワーキングチーム(WT)」発足(公募市民109人、公募職員)(検討委員会は一時休止) |
| 1998年 | 8月 | 市民WTによる「環境基本計画」(素案)完成 |
| | 11月 | 「環境基本計画フォーラム」開催、市民WTのOB会(後の「環境基本計画市民連絡会」)発足 |
| | 12月 | 「環境基本計画検討委員会」再開(市民WTの計画素案を検討) |
| 1999年 | 4月 | 「環境基本計画」(原案)及び配慮指針を「環境審議会」に諮問 |
| | 5月 | 「日野いいプラン2010」(第4次日野市基本構想・基本計画)のWT発足(公募市民169人、公募職員約40人) |
| | 9月 | 「日野市環境基本計画」、「日野市環境配慮指針」成立 |
| 1999年5月~ 2000年9月 | | 「ごみ減量実施対策本部」設置。ごみ対策を市長と市職員151名が延べ3万人の市民に住民説明会や早朝駅頭で訴える(市民グループ協力) |
| 2000年 | 3月 | 市議会でダストボックスの廃止(収集方式の見直し)と有料指定袋制(ごみ処理有料化)に向けた条例改正案を可決 |
| | 10月 | ごみの収集方式変更と処理有料化を実施(1年間で収集ごみ量が半減) |
| 2001年 | 3月 | 「日野いいプラン2010(第4次日野市基本構想・基本計画)」策定 |
| | 6月 | 「日野市ごみ市民会議」発足、「ごみゼロプラン」策定 |
| | 6月 | 「みどりの基本計画」策定 |
| 2002年 | 7月 | 「日野市用水守制度実施要綱」施行(2008年日本水大賞奨励賞を受賞) |
| | 8月 | 「ごみ減量推進市民会議」発足 |
| 2003年 | 10月 | 「都市計画マスタープラン」策定 |
| 2004年 | 3月 | 「倉沢里山の緑地管理に関するパートナーシップ協定」市と市民団体が締結 |
| 2005年 | 7月 | 「日野市環境情報センター」オープン |

印の区分:「 」は環境基本条例・環境基本計画関連の取組、「 」はごみ対策関連の取組
「 」は緑地保全関連の取組、「 」は水辺の再生関連の取組
「 」は総合計画関連の取組、「 」は都市計画関連の取組

環境基本計画づくりを通じて当たり前になった「市民参画」

市民参画による環境基本計画の策定を通じて、「責任を持つ市民」の存在感やパワーが広く市職員、議員、他の多くの市民に実証を持って伝わっていった。

市民と市職員が手探りで合意形成を図り環境基本計画をまとめ上げた経験が、その後の「市民参画」、「市民と行政の協働」の下地となり、「日野いいプラン 2010」、「緑の基本計画」、「都市マスタープラン」などの各種行政計画の策定やごみ改革などの計画の推進においても活かされていった。日野市においては、「市民が計画づくりに責任を持ち、その後の実施や進行管理にも携わっていく（単に関わる人数が多いということではない）」という計画段階からの市民参加・参画は当たり前の方法となっていた。

3. 様々な計画づくりや施策実施で広がる日野市流の「市民参画」

(1) 市民参画によるごみ改革

かつてワーストワンだった日野市のごみ問題

かつて日野市では、「ごみの排出量が多い」、「リサイクルが進まない」等ごみ問題が深刻な状況に陥っていた。路上にあるダストボックスには、分別が不十分なままごみが捨てられ、一部ではごみが散乱し、夏場には悪臭が周辺に漂うこともあった。日野市のリサイクル率（総ごみ量に占めるリサイクルできる資源の割合）は、1997年度が11.9%で、東京都多摩地域の平均21.0%を大幅に下回り、多摩地域でワーストワンの状態であった。また、日野市で1人が1日に出す不燃ごみの量も202.2gで、多摩地域の平均103.5gを大きく上回り、ワーストワンであった。可燃ごみの量は、同ワースト4であった（資料：日野市）。

日野市のごみ処理では、可燃ごみは焼却して灰に、不燃ごみは細かく砕いて、日の出町の最終処分場（三多摩地域の26市町で構成する処分組合）に埋め立てていたが、1998年度には最終処分場への配分搬入量（埋め立て可能な量）を超過し、追徴金が発生。膨大な費用が必要となった。

それまでも、市でごみ問題に取り組んでおり、「廃棄物減量等推進審議会」は1995年にダストボックス収集方式の変更等を答申、1997年にはダストボックスの廃止、収集費用の負担等を答申していたが、その間にもごみ事情が悪化していた。

環境基本計画での「市民参画」の経験が生きたごみ改革

前述の市民参画による環境基本計画づくりの取組に刺激されて、「廃棄物減量等推進審議会」では、1998年になり再度、「廃棄物処理費に関する住民負担を求めることについて」諮問、1999年に住民負担を可とする答申が出された。それを受けて、2000年3月の定例市議会で市長がダストボックスの廃止（収集方式の見直し）と有料指定袋制（ごみ処理有料化）

に向けた「日野市廃棄物の処理及び再利用の促進に関する条例の改正案」を提出し、可決された。

市民有志と市職員が一緒になってごみ改革に取り組んだ

市では、1999年5月に市の広報紙ではじめてごみ改革を訴えた。まず市民に広く理解を得るため、1999年5月から2000年9月までの間、市長を先頭にした説明会や早朝駅頭での訴えなどを行い、延べ600回以上にわたり（市長出席はうち100回）述べ3万人の市民に説明した。庁内にごみ減量実施対策本部を設置して、市職員151名がボランティアで参加し、3名1組で自



ごみ対策の早朝駅頭での訴え

治会等にごみ対策の説明会などを行った。市が主催した説明会では、当初一部の市民たちから「便利さをなぜ奪うのか」、「なぜ有料化なのか」、「ごみをいつでも出せるダストボックスをやめて、なぜ回収を週にたった1～2回にするのか」、「市民には負担が大きすぎる」といった声が聞かれた。

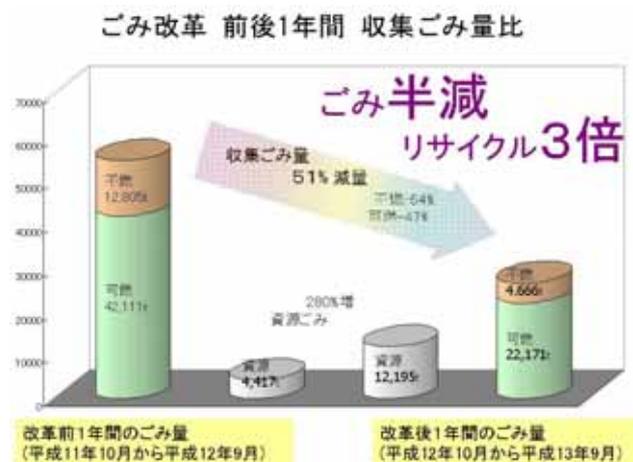
こうした市民の戸惑いや反発の声に対して、環境基本計画の策定に関わった市民メンバーたちや環境保護活動に積極的な市民たちが、市が行う説明会と一緒に参加して、市を後押し。また「自分たちのことは自分たちでやろう」と、同じ市民の立場（目線）から市民に分かりやすいごみの分け方などのガイドブックを作成して配布した。

市民と市職員の「協働」の成果、ごみが1年で半減

これまでのダストボックス収集方式では、「いつでもどんなごみでも24時間捨てたいだけ捨てられる（便利さがあった）。リサイクルできる資源が多く混ざって、分別・資源化には適さない。違反者が誰だか分からない。他市からごみを捨てに来る。事業者の責任で処理すべきごみが多く捨てられている。

維持費がかかる。夜間のふたの開け閉めや夏場の悪臭で周辺の住民に苦痛を与える。交通の支障になる」といった問題が指摘されていた。そこで、2000年10月に市は市民の協力のもと、ごみ収集方式を「原則戸別収集方式」に変えた。

また、全国的にも先駆的な取り組みとして、「有料指定袋制」を導入した。40リットルの大袋が1枚80円、20リ



リットルの中袋が1枚40円、10リットルの小袋が1枚10円などで、紙おむつ袋やボランティア袋は無料で配布し、生活保護世帯等には減免措置も設けた。

原則戸別収集方式等に変えたごみ改革のスタート時には、市役所では分類方法の問合せ、分類の間違いなどによる様々なトラブル、あるいは市民からの苦情などで、電話が「じゃんじゃん」と鳴りっぱなしだったという。「職員が(市長に)涙ながらに『市民に怒られる』と話した」と市長は言う。

しかし、1か月ほどすると問合せや苦情はあまりなくなり、市長は「これで落ち着いたと感じた」と言う。そして2000年10月の実施以降、まちに常時置かれごみであふれかえっていたダストボックスがなくなり、ごみの排出者の責任を明確にすることで、ごみの排出削減や分別徹底が促進され、まちの環境は一変した。各自治会には廃棄物減量推進委員が配置され、その市民委員がボランティアとして地域の中に積極的に入り、地道に説明や周知をしていた。職員たちは「市民パワーのすごさ」を実感したという。ごみ改革によって、1年間で収集ごみ量(可燃+不燃)が半減し(51%減)、資源ごみ(リサイクル)が3倍に増え、総ごみ量(可燃+不燃+資源)は27.4%減量になった。

また同時期に、市は本庁舎において市民アドバイザーによる支援を受けながら、ISO14001の認証を目指し、2000年12月に認証取得した。それにより、本庁舎のごみ量が60%削減した。

「ごみゼロプラン」で市民と行政が活動を継続

ごみ改革により家庭ごみの量が半減した後も、更なるごみの減量を進めるため、市と市民たちが協力して様々な取組を行っていった。

環境基本計画の市民WTのリサイクル分科会メンバーの半数が、基本計画策定に携わったという責任の重みをその後もずっと背負っていきこうと、2001年6月に、「日野市ごみ市民会議」を市職員と共に市民参画で立ち上げ、一般廃棄物処理基本計画「ごみゼロプラン」を策定していった。

「ごみゼロプラン」には、ごみ減量に向けた多様なプログラムを掲げ、市民、事業者、行政それぞれが果たす役割を定めているが、この計画推進のために2002年8月に「ごみ減量推進市民会議」を発足させ、2003年7月より毎月5日をマイバッグ・デーと定めて、大手スーパー店頭でのキャンペーンを実施した。

(2) 市民参画による緑地保全

市民と行政が“対等”な関係で緑地保全

日野市では、1989年7月に樹林地で良好な自然環境を形成している緑地の保全を図るため、「日野市緑地信託等に関する条例」()を制定。この制度は、緑地所有者と市が契約を締結し、市が緑地の管理を実施、また、固定資産税や都市計画税の減免、市による緑地の先買い権などが定められている。現在、この緑地信託制度により市が契約を結んでいる緑地は、22か所、47,833㎡である。



緑豊かな日野市のまち

- () 緑地所有者が委託者となって別に市(市長)が指定する公益的法人を受託者とする信託法による緑地の不動産信託契約を締結したり、あるいは市が緑地所有者との間で緑地について地上権の設定、賃貸借、使用貸借もしくは土地管理の委任等の契約を締結することによって、緑地の保全を図っていくもの。

2001年、市内に唯一残された貴重な里山である倉沢地区において、この緑地信託地として市が契約していた土地の相続人から「緑を残したい」との申出があり、市への寄付、物納後に市が買収し、2.4haの緑地が残ることになった。

また、この頃、日野市では「環境基本計画」(1999年)、「日野いいプラン 2010(4次日野市基本構想・基本計画)」(2001年)、「みどりの基本計画」(2001年)などの計画が市民参画によって策定されており、それら計画に基づいた具体的なプロジェクトをどう市民参画で実行、推進していくかが課題となっていた。

そこで、この倉沢地区の緑地について、市と市民団体が連携してどのように保全管理していくか、長い時間をかけて話し合いを進めた。その結果、「市と市民が知恵と力を出し合い、『対等』な関係のもとで協働を進めるパートナーシップの確立が必要不可欠である」として、2004年3月に市と3つの市民団体との間において、「倉沢里山の緑地管理に関するパートナーシップ協定」を結ぶことになった。

この協定では、倉沢里山の緑地を良好な状態で維持するために、緑地の管理・運営や供用に関して、市と市民団体の役割ならびに協力・連携する内容を定めている。

市ではこれを機に、「対等」な関係で互いに協力・連携して緑地保全に取り組んでいる。

(3) 市民参画による環境情報センターの設立・運営

「みんなで作り上げる」手づくりの環境情報センター

1991年に策定された環境基本計画では「環境情報センター」の設立が盛り込まれていた。しかし、設立に向けた具体的な動きがないままだったことから、5年目の2004年に行われた計画見直しの中で、改めて環境情報センター設立に向けた方針が示された。

2005年1月、方針に従って市民の協力の下「環境情報センター設立準備会」を発足させた。準備会の委員は市関係課、市民団体代表、市内の大学、事業所、小中校長会代表などの23名で、月に2回の頻度で会議を開いた。各委員はそれぞれ仕事終了後に会議室へ駆けつけ、毎回ほとんどの委員は欠席することなく議論に参加した。「成長していく日野市環境情報センター」を目指して、どんな場所にしたいか、どんな活動を行うか、どんな運営体制で行うか、活動の評価の仕組みをどうつくるかといったことを話し合った。

施設は、市の倉庫となっていた遊休施設を使うことになった。他の地域で参考になるところはないか調べたが、類似の目的を持った施設は大規模なものがほとんどで、自分たちの小さい施設の参考にはならなかった。

施設の再利用にあたって、市職員や市民が内装を塗りなおし、奥多摩から間伐材を持ってきて修理するなどして、手づくりで環境に配慮した改修を行った。備品や図書資料については、市民団体からの寄付や既存施設からの譲渡などで揃えていった。環境情報センターの愛称も市民から公募して、「かわせみ館」と決めた。そして、2005年7月に「日野市環境情報センター」がオープンした。

環境情報センターの運営方法は、「みんなで作り上げるセンター」をコンセプトに、市民・企業・行政それぞれの立場を持った委員からなる運営会議で決めるなど、環境基本計画の策定過程で培ってきた「市民参画」による運営ノウハウが活かされている。具体的な活動では、例えば、小中学校の環境学習として、環境保全活動に取り組む市民（個人・団体）の協力を得ながら、出前講座を実施している。植物の観察と標本作成、多摩動物公園での鳥類見学、ガス会社の協力によるガス管リサイクルのペンダント作成や液体窒素の実験など、講座の内容は多岐に渡る。広く市民向けに開催する環境講座「みんなの環境セミナー」では、自然環境、地球温暖化、大気汚染、新エネルギーなど広範囲なテーマで、エキスパートを講師に招いて実施する。子供たちの夏休み、春休みなどには「自由研究」の素材提供として環境入門講座を開催している。

4. 「市民参画」「市民と行政の協働」による環境保全・まちづくりへの展望

さらなる模索で「時代を先読み」日野流の方法を見つけ出す

「環境基本計画」や「日野いいプラン 2010」などの行政計画の策定を通して、市民がきちんと行政の計画づくりに入っていきことの大切さの認識が庁内に浸透し、ゼロから市民と市職員と一緒に計画をつくらうという姿勢が定着している。また、ごみ改革などの取組を通じて、計画の推進や、諸施策の実行に関しても、市民と行政が「対等」な協働関係で一緒になって取り組んでいくことが重要だとの認識が庁内でも浸透していった。

今後の課題として、市民参画による計画づくりなどに長く携わってきた荻原弘次・環境共生部長（取材時）は「担当職員が異動すると、市民との関わりにおいてこれまで培ってきた一貫した姿勢や方向性が、必ずしもきちんとした形で伝わっていかないことがあるのが課題だ。計画をつくった時の思いが、時が経つと変わることがある。行政職員は異動で担当が変わり、市民の生活も時とともに変わる」としている。

また、計画の策定や実施などに関わる市民は、積極的に関わり続けて経験も抱負となり、ある程度人数も多くなってきているが、メンバーが固定化する傾向が一部に現れているという。今後は、若い人たちを始めとして、もっといろいろな層や分野の市民が関わる必要であり、これまで以上により多くの市民の意見を計画の中に入れ、一緒に実行していくことが課題だとしている。

最近の傾向として、公募をして、市民参画で取組を行っても、以前ほどには人数が集まらなくなり、職員が「あの（当時の）パワーはどこに行ってしまったのか」と思うほどに、かつての沸き立つような力強さが市民と市職員の間で少しずつ減ってきているという。

「今後は、動き方を変えていかないといけない。今は時代の変化が激しく、市民や市職員の価値観や行動スタイルも以前とは変わってきている。これまでの実績や現状に甘んじることなく、時代の変化の先を読み、これまで以上のよりよい市民と行政の関係を築き、どのようにまちづくりを行っていくか、それが今後の課題だ」と長く市民参画の計画づくりに携わってきた職員たちは話している。

とよおかし

豊岡市（兵庫県）

コウノトリと共に生きるまちづくり 豊岡市環境経済戦略

コウノトリを中心とした環境保全活動への全庁的取組

【取組の概要】100年にわたるコウノトリの保護、野生復帰、共生のまちづくり
～ふるさと“豊岡”を愛する人々の無限の挑戦～

2005年9月24日、豊岡市の祥雲寺地区の静かな田園地帯に、世界的にも貴重な瞬間を見ようと、全国から7,000人を越える人々が集まった。午後2時30分、人々が注目するコウノトリの郷公園内の一角に、高さが1m以上ある大きな木製の箱が5つ運ばれてきた。その箱の中では、豊岡の人々が再び出会うことを夢見てきた愛する“宝モノ”が息をしていた。そして、その箱の扉が開くと、夢の宝モノが大きく翼を広げて飛び出してきた。

大きく白く美しい鳥、「コウノトリ」である。大きな翼を二度三度と羽ばたかせ、真っ白な体が宙に浮き、大空へ舞って羽ばたいていくと、一瞬静寂を保っていた人々が、「うおー！、飛んだ！、飛んだぞ！」と一斉に大歓声を上げた。大声をあげて絶叫する人、拍手を送る人、カメラのシャッターを必死に切る男性、思わず涙ぐむ女性、手をあわせて拝んでいるお年寄り、夢にまで見たその瞬間に集まった人々は心から感動した。

この瞬間に至る100年もの歳月、コウノトリを愛し、ふるさとを愛して夢を追い続けてきた豊岡の人々の取組。その後も、コウノトリと共に豊かに生きていくことを夢見てまちづくりを続ける豊岡の人々の取組。それはまさに、大空を羽ばたくコウノトリのように、果てなき挑戦者の姿である。



豊岡の大空を羽ばたくコウノトリ

1. コウノトリ保護100年の歴史のはじまり

明治時代から始まったコウノトリ保護の取組

コウノトリ（ニホンコウノトリ）の体長は1m強、体重は5kg程で、翼を広げると2mにもなる大きな鳥である。かつて、コウノトリは日本各地に生息していた鳥であった。文献や江戸時代の絵巻物などから、豊岡盆地にも生息していたことが分かる。



人里に舞い降りたコウノトリ

明治時代になると、コウノトリは乱獲の対象となり、一気にその数は減少していった。1892年には、狩猟規則が公布され、鶴やツバメなどの鳥が保護鳥とされたが、水田を餌場とするコウノトリは稲を踏むことから、「有害鳥」とであると認識され、保護鳥の対象にはならなかった。1908年の狩猟法改正で、鳥獣保護の根拠に初めて希少性が加えられ、コウノトリも保護鳥に追加指定されたが、その頃には既に全国的に絶滅に近い状態となっていた。

当時、豊岡盆地にはまだコウノトリが生息しており、人々はコウノトリがいることを当たり前のこととして受けとめていた。豊岡とその周辺の但馬^{たじま}地域では、古くからコウノトリを「ツル」と呼んで、めでたい鳥「瑞鳥^{ずいちょう}」として愛でる習慣があった。コウノトリの営巣地がある出石^{いすし}（現豊岡市出石町^{いすしちょう}）の「鶴山」には、「ツル」見物のための茶店が出され、市外からも大勢の人が巣ごもりの様子を眺めにやってきた。明治後半から大正時代にかけて、県や旧室埴村^{むろはにむら}はこの鶴山の保護に乗り出すようになり、地元の旧室埴村は保護を訴える看板を立てるなどして見物人へのマナー啓発を行った。兵庫県は鶴山の周囲18kmを銃猟禁止地に指定し、国は鶴山をコウノトリの繁殖地として、史跡名勝天然記念物に指定した。そうした保護の取組によって、大正から昭和初期の但馬地域では、コウノトリの生息数が急激に増えていった。

だが、第二次世界大戦が始まると、木材の大量伐採や戦禍により、全国各地の里山が荒廃・破壊され、松の木に巣をかけるコウノトリは営巣環境を失い、生息数が減少していった。

戦後の高度成長期の環境破壊とコウノトリ保護の取組

戦後、高度経済成長とともに起こった様々な環境破壊により、豊岡盆地の生息環境も破壊されていく。大規模な圃場整備や河川改修によって、豊岡盆地一帯に広がっていた「ジル田」と呼ばれる湿田や湿地が消滅し、さらに、農薬が普及し始めたことで田んぼの生きものが激減した。コウノトリは、生息環境と餌となる生きものを失い、その上に農薬で体がむしばまれたことで、生息数が急激に減少していった。

こうした状況に対して、1953年、国においてコウノトリに対する天然記念物の指定方法が変更され、従来の「生息地」を指定する方法から、「種」の保護を目的に「種」そのものを指定することとされた。地元の豊岡市は兵庫県とともに、人々になじみ深いコウノトリを絶滅させるわけにはいかないと、1950年代半ばから、組織的な形で保護活動に取り組み始めた。まず、1955年に行政と民間が共同して、「コウノトリ保護協賛会」を結成した（1958年に「但馬コウノトリ保存会」（以下、保存会）と改称）。保存会は、「コウノトリをそっとする運動」や、コウノトリの餌不足を解消するために県内各地からドジョウを持ち寄る「ドジョウ一匹運動」などの活動を展開した。コウノトリの営巣用に人工巣塔の設置も始めた。

しかし、人工巣塔の周辺の水田では、盛んに農薬が使われ続けるなど、コウノトリの生息環境はなかなか好転せず、保護運動の甲斐なく生息数は減り続けて、1959年を最後にヒ

ナは一羽も生まれなくなった。そして、野生のコウノトリが12羽にまで減った時、野生での保護を断念し、最後の手段として、人工繁殖に望みを託すことを決断、1965年、野生のコウノトリ2羽を捕獲し、人工飼育に踏み切った。

人工飼育によるコウノトリの“ヒナ”の誕生

それ以降、手探りの状態で繁殖を試みていったが、なかなか成果があがらず、人工飼育・保護・増殖は苦難の連続だった。1971年には、豊岡市内で生息していた最後の野生のコウノトリ一羽が衰弱のため保護・捕獲されたことで、日本の空からコウノトリは姿を消した。それでも飼育員を始めとして豊岡の人々は、けっして諦めることなく人工繁殖に取り組み続け、いつかヒナがかえる日を信じ続けた。

そして、ヒナがかえらない春を20回以上迎えること四半世紀が過ぎた1989年に待望の“ヒナ”が誕生した。野生のコウノトリを捕獲してから25年目、ようやく人工繁殖に成功したのである。それ以降は、毎年繁殖に成功してヒナが誕生し続け、人工飼育は軌道に乗りはじめた。この人工繁殖の成功が、その後の行政と住民のまちづくりの取組を大きく変えるきっかけとなった。

2. コウノトリの「野生復帰」への挑戦

(1) 「野生復帰」に向けた模索

人々の葛藤を経て決まった野生復帰への計画

コウノトリのヒナが次々と生まれ、飼育数が増え始めると、かつて豊岡の上空を飛んでいたコウノトリの姿を知る地元の住民や市職員の中から、もう一度、コウノトリが人里を美しく飛ぶ姿を見たいという夢が少しずつ語られ始めた。コウノトリ保護増殖の取組が、飼育下のコウノトリを野生へ帰すための議論に発展するようになったのである。

しかし、野生に帰すとなると、次にはもっと大きな課題を抱えることになる。コウノトリを飼育施設の中で守ろうとしたら、飼育員が餌を安定的に与えて、生きる環境を作ることに専念すればいい。だが、施設の外に放すのであれば、コウノトリだけでなく、その生息地を丸ごと保護しなければならなくなるため、里の生活環境に影響してくる。コウノトリだけでなく人間もすむ里をどうするか、人間がどう関わり、どんな暮らしぶりをしなければいけないか、まちづくりそのものの問題となる。特に一番大切なのは、コウノトリの餌生物が多くすむ田んぼに関わる農業である。里に帰るコウノトリに対して人間がどう関わるか、それはまさに市全体に関わる大きな問題である。

1992年4月には、繁殖に成功した飼育下のコウノトリの今後の方向性を検討する機関として、学識経験者や地元関係者をメンバーとする「コウノトリ将来構想調査委員会」が設置された。委員会を中心として、今後、増えたコウノトリをどうするか、将来どうしてい

くかについて、様々な議論が交わされた。主な意見としては、「 どれだけ増えても飼育する（保護増殖だけ）」、「 兵庫県民の鳥だから動物園などいろいろなところで見せるようにする」、「 野生に帰す」の3つであった。

そして、検討を重ねた結果、同委員会は、1994年3月に、「コウノトリを野生に帰すこと」と「野生復帰の拠点を作ること」を盛り込んだ基本構想を発表し、コウノトリを野生に復帰させるという計画がスタートした。

(2)「害鳥」から「共に暮らす鳥」へ変わったコウノトリ

コウノトリ野生復帰に向けて救世主現る

県と市が野生復帰をめざすことを決めたもののコウノトリは、田んぼを踏み荒らす「害鳥」という認識が一般的であったため、飼育施設の外にコウノトリを放鳥して、人里で受け入れてもらうには、農家を始めた地元住民に理解してもらう必要があった。そのため、「兵庫県立コウノトリの郷公園」(後述)を整備するため用地確保をする際にも、住民の中からは、「あんな害鳥、放すんじゃないだろうな」といった声もあり、市の担当職員は、「あくまで自然に慣れさせるため」と曖昧な形で答えていた。

兵庫県立コウノトリの郷公園ができた後の2002年8月、野生のコウノトリが1羽、31年ぶりに豊岡に飛来した。昔から豊岡では、コウノトリに関わる取組で大きな転機を迎えて厳しい状況に追い込まれると、法律が変わったり、自然にやさしい農法を教える人が現れたり救世主が現れるとよく言われる。その飛来したコウノトリは、8月5日にやってきたことから「ハチゴロウ」と名付けられ、メディアで伝えられて広く市民に親しまれるようになった。

そこで、コウノトリの野生復帰を模索していた県と市では、そのハチゴロウを観察することで、コウノトリが田んぼをどの程度踏み荒らすかなどの被害調査を行った。すると、予想されたほどには田んぼが踏み荒らされることはなく、稲作が減収になることはない、ということが分かった。コウノトリが田んぼを踏み荒らさないことを証明したハチゴロウは、まさに放鳥と野生復帰へ向けての救世主となったのである。

その後、コウノトリが害鳥でないならば、コウノトリがすすめるような農業を「自分もやってみよう」という農家が現れるようになっていった。一方、市では、コウノトリと共に生きるまちづくりを進める決意を明確にし、総合的な観点から施策を推進するために、2002年から企画調整部門として「コウノトリ共生推進課」を設けていた。この頃から、市・県・国の行政と市民が一体となって、まちづくりに取り組もうとする気運が高まっていくことになった。

(3) 野生復帰に向けた「コウノトリと共生するまちづくり」へ ～「コウノトリ育む農法」への挑戦～

野生復帰の拠点づくりと地元農家の挑戦への決意

コウノトリを野生に帰すための拠点作りを模索していた豊岡市と兵庫県は、1992年、豊岡市内の祥雲寺地区(全23戸の集落)の住民に対して、「コウノトリを野生復帰させたい。そのための拠点施設を祥雲寺地区内に建設して、コウノトリと人と自然との共生する地域社会を目指したい」との申出を行った。

当時は、当然のように農薬を使用していたため、コウノトリ野生復帰拠点施設を祥雲寺地区に建設するという事は、住民にとっては、地区の農業そのものを変えていかなければならないことを意味していた。住民たちは、そういったことが出来るのかどうかの検討を重ねた。そして、2年間にわたる検討の末、1994年後半に、「自信はないけれども、とにかく向かっていこう」、「こんな農業をやっていいはずがない」、ということで、地区として野生復帰拠点施設(後の「兵庫県立コウノトリの郷公園」)建設を受け入れるという結論を出した。

地区住民は受入を決断した後、どのような対策が必要か繰り返し会議を重ね、各地に視察に行き、講師を呼んで話を聞くなどして、さらに2年間を費やした。そして、1996年になって、とにかく行動を起こそうということで、地区の住民有志が12名集まって、ボランティアで「祥雲寺を考える会」(翌1997年に「コウノトリのすむ郷づくり研究会」に発展的に改名)を立ち上げた。この会では、月1回集まって、自分たちの祥雲寺地区の現状を振り返り、どのようにしたらコウノトリの野生復帰事業の受入とともに、これからの環境創造型の農業を中核とした郷づくり、村づくりを行うことが出来るのか、自由かつ達意意見交換を積み重ねた。また、先進地への視察や講師招へいなどを含めた広範な活動を繰り返した。

野生復帰に向けた2つの拠点施設のオープン

このように住民たちが新たな農業とまちづくりへの模索を進める中で、兵庫県が1999年に、コウノトリを野生に帰すための拠点として「兵庫県立コウノトリの郷公園」(以下、コウノトリの郷公園)を祥雲寺地区内にオープンさせた。コウノトリの郷公園は、「コウノトリの種の保存と遺伝的管理」、「野生化に向けての科学的研究及び実験的試み」、「人と自然の共生できる地域環境の創造に向けての普及啓発」の3つを基本的機能に位置づけ、コウノトリの飼育・保護・増殖、野生化に向けての研究、環境づくりなど多様な事業に取り組む拠点としての役割を果たすものとして作られた。

また翌2000年には、豊岡市が「豊岡市立コウノトリ文化館」を建設した。市立コウノトリ文化館は、コウノトリの郷公園の中で、「住民の視点に立った野生復帰事業」、「人と自然

の共生できる暮らし方を考え、実践し、提示し、「コウノトリ野生復帰推進計画の普及啓発」、「コウノトリを育ててきた豊岡盆地の特徴的な自然・文化の調査、保全」などを行うものとして作られた。

コウノトリの郷公園は、コウノトリの視点に立った取組（主に学術的な普及啓発）を担い、コウノトリ文化館は住民の視点に立った取組（主に文化的な普及啓発）を担うものとして、両施設が野生復帰事業において車の両輪のようになり、コウノトリと共生したまちづくりをめざしている。



コウノトリの郷公園にあるコウノトリ文化館と、飼育場のコウノトリ

住民の夢を描いた「郷づくり構想」

祥雲寺地区の住民有志が立ち上げた「コウノトリのすむ郷づくり研究会」では、コウノトリと人が共生できるまちづくりの構想について4年間かけて検討を重ねた結果、2000年に“コウノトリの郷公園と一体的なまちづくり”を目標とした「郷づくり構想目標」を「郷づくり報告書」としてまとめ、地区全体に提案した。郷づくり構想目標は、その後の地区の取組の原動力・羅針盤となり、これを基に具体的な活動を展開していった。

祥雲寺地区における住民の活動理念

コウノトリの郷公園と一体的な活動を推進し、コウノトリと共に暮らせる環境を創ることは、そこにすむ人間がすばらしい自然環境を取り戻すことになる。その結果として、生産された農産物は人間の生命を守る食の安全・安心につながる。

郷づくり構想目標

（祥雲寺地区 コウノトリのすむ郷づくり研究会「郷づくり報告書」2000年）
地区民の誇りとする豊かな自然と四季、地区の歴史を大切に保持するなかで、利便性のある生活環境づくり、コウノトリと共に暮らして行くための田園自然再生を軸とした環境創造型農業と、一集落一農場制を基調とした集落営農への取組を進める。

また、景観保全とまちづくり協定、地区民の意識啓発、地区の活性化への積極的な関わりには、地盤づくり・人づくりが重要となる。ただし、上記の事業を進展させるためには、強力な行政機関の支援、指導もまた求めつつ、郷づくり・村づくり・人づくりに向けた努力を続ける。

「コウノトリの郷営農組合」の立ち上げ

「郷づくり構想」での提案を実現していくために、住民有志8人が集まって営農組合を立ち上げようということになった。設立の理由は、農家の高齢化が進んでおり、担い手不足等から様々な問題が起こっていること。地元農家が抱える農業用機械等への過剰投資が農業を圧迫していること。そして、田んぼの生態系の頂点に立つコウノトリがすすめる環境に配慮した農業をやって行こうとすると、村ぐるみで組織的な取組をすることが必要不可欠になってくると考えたからである。そうした問題の解決を一体的に進めるために、2002年に地区の全戸加入で「コウノトリの郷営農組合」を結成した。以来、地区の住民たちは、営農組合を中心に毎年計画を立てて、環境に配慮した新たな農業づくりに取り組んでいった。

無農薬の農業をめざして草取りに追われた最初の挑戦

コウノトリと共に暮らせるような農業のあり方を新たに見つけようと、最初は減農薬による栽培から始めていき、1997年頃からはアイガモ農法()を取り入れた。だが、アイガモ農法は進めていくうちに、減農薬栽培としてはいいが、雑食性のため、草とともに、田んぼの中の生きものも食べてしまうため、コウノトリが巣立って田んぼに入っても餌がない、ということに気づいた。

そこで、営農組合は、アイガモ農法とは別に、生きものを育むと同時に、環境に配慮した農法を模索する事にした。最初に取り組んだ2002年は減農薬だったが、2003年に「兵庫県豊岡農業改良普及センター」(以下、普及センター)の協力で、無農薬・無化学栽培に初めて挑戦することとなり、先陣を切って一戸の農家に取り組んだ。その農家は、かねてからそれまでの農業のやり方に疑問を抱き、自然を大事にした農業を模索し続けていた人だった。だが、最初はうまく行かず、草取りに追われることになった。毎日朝から晩まで、3反の田んぼの草取りに追われ、それが2～3週間にも及んだ。その農家の男性は、「周りからは、『なにをやっとるんだ』と冷たい目線で見られたんですよ」と当時を語る。しかし、「祥雲寺地区で取組を始めてしょっぱなで挫折するようでは、先が思いやられることもあるし、誰もついてきてくれないだろう、ということもあって、毎日毎日、来る日も来る日も、草取りに追われた」と話す。当時は、誰もが除草薬を使っていたため、「変わり者扱い」されたこともあったという。まさにたった1人での孤立無援の挑戦であった。当時を振り返って、「曲がりなりにも、1年間、無農薬でやり通した1年だったなあ」と話す。

()アイガモ農法とは、田んぼにアイガモを放して、殺虫剤や除草剤の代わりに駆除し、無農薬でお米を作る農法。

減農薬・無農薬への様々な模索

その年の稲刈りが終わった後、今度は田んぼに米糠^{こめぬか}を散布して、冬の間中、水を張る「冬期湛水^{とうきたんすい}」という方法を取り入れた。米糠などを餌にしてイトミミズやユスリカの幼虫などが活動することで、もともとの土とは別に微生物によりトロトロの層が5 cm から 8 cm ぐらい作られ、その層があることで草の種子が発芽しにくくなり、春になると草はほとんどなくなっている。

さらに、田植えの1か月間前から田んぼに水を張る「早期湛水」も取り入れた。冬期湛水が終わって早期湛水に入るまでの1か月間のいい天気の時には、田んぼを乾かす作業を行う。そのまま放っておいたら畦がもたないからである。畦直しをして、畦にシートを張って水漏れを起こさないような田んぼにした後に、早期湛水をする。

代かきをしてから、米糠ペレット（米糠とオカラを混ぜ合わせて乾燥させた細かい粒子状のもの）を蒔きながら田植えをする。それを餌にして、イトミミズやユスリカの幼虫が活動するため田んぼがいつも濁るようになり、光が入らなくなる。その後、海草に似た藻が発生し、それが田んぼ全面に覆って草の発芽を抑えるようになる。

また、従来なら6月中旬に田んぼを乾かす中干しをするが、それを1か月遅らせる「中干し延期」を取り入れた。6月中旬はまだオタマジャクシがカエルに孵っておらず、田んぼを乾かすとみな死んでしまう。そこで、1か月後の7月中旬まで中干しを延期して田んぼに水を残すと、オタマジャクシがカエルに孵る。そのカエルがカメムシなどの害虫を食べて大きな働きをするようになった。

「コウノトリ育む農法」の成功

そうした様々な手法を新たに導入することで、2005年に始めて、田んぼに一度も草取りに入らないでも稲を育てることができるところまで辿り着いた。完全な無農薬による抑草技術の農法の開発に成功したのである。この農法は、無農薬で田んぼにたくさんの虫がいるにも関わらず草が生えない。益虫と害虫がバランス良く混在して生息しており、無農薬でも稲が立派に育つのである。何年もかけて、失敗を繰り返しながらも地道に取り組んできた末に辿り着いた農法であり、農家の男性は「これこそが目指すべき農法だと分かった」と当時を振り返って話す。まさに、コウノトリと共生できる農法への第一歩を踏み出したのである。

そして、同年、この農法は「コウノトリ育む農法」として、豊岡市内全域に広がった。この時、最初たった一人で先陣を切った農家の男性は、「これでやっと、苦労が実った。その時は本当にうれしかった。今では懐かしい、いい思い出になった」と語る。普及センターの担当職員から、「これで“変わりもん”と言われなくてすみますなあ」と言われて、笑い合った。最初は1人でやり始めたが、その後、同じ農法を取り入れた仲間が次々と増えるようになってきていることについては、「教えてあげられるようなエラそうなことが言える状

態でなく、やっぱり、日々、勉強だし、実証だし、そういう中でのこと。そんなに自信を持って言えるような段階でもなかった。一緒になって、普及センターとともに取り組んだだけ」と話す。

この同じ年、2005年9月には、コウノトリの試験放鳥が実現し（後述）、野生復帰への第一歩も実現した。



田んぼで腰をかがめる農業者と、ドジョウを食べるコウノトリ

「コウノトリ育む農法」の定義

おいしいお米と多様な生きものを育み、コウノトリもすすめる豊かな文化、地域、環境づくりを目指すための農法
（安全なお米と生きものを同時に育む農法）

「コウノトリ育む農法」の要件

| | 共通事項 | 努力事項 |
|------|---|---|
| 環境配慮 | 化学農薬削減 <無農薬タイプ> ・栽培期間中不使用 <減農薬タイプ> ・当地比7.5割減 農薬を使用する場合は普通物魚毒性A類 化学肥料削減 栽培期間中不使用 温湯消毒 畦草管理 | 魚道、生きものの逃げ場の設置 抑草技術の導入 （米糠、その他） 生きもの調査 |
| 水管理 | 深水管理 中干し延期 早期湛水 | 冬期湛水 |
| 資源循環 | 堆肥・地元有機資材の活用 | |
| その他 | ブランドの取得 （有機JAS、ひょうご安心ブランド、コウノトリの舞、コウノトリの贈り物） | |

「コウノトリ育む農法」の普及に向けた挑戦

「コウノトリ育む農法」を最初に実施した祥雲寺地区の農家の男性は、「この集落は、戸数が少なく、まとまりやすかったからうまくできた」と話す。最初の祥雲寺地区の集落がうまく行かないと、市内他地区へ広めていくのが難しいため、行政も普及センターを中心に熱心に取り組んだ。

祥雲寺地区の農家が営農組合を立ち上げた翌年の2003年には、取組を広げようと周辺の幾つかの集落にも働きかけをした。複数の集落で環境に配慮した一つのゾーンにしようと計画をたて、地区の農会長や農業関係者に集ってもらい、組織の立ち上げを図った。しかし、他集落との考え方や事情の“温度差”は大きく、議論を重ねてもなかなか合意に辿り着かず、少し時間を置かないといけないということで頓挫した。祥雲寺地区の農家の男性は「そんな苦い思い出もある」と話す。

それでも諦めず、男性は、「逆に離れたところの集落の人たちに働きかけてみよう」と、取組の普及を図ったところ、以外にも積極的な動きが生まれたという。さらに、「ここでの取組がここだけで終わってしまっては駄目だ。広めて行こうと思ったら、但馬全域に組織を持つ農協の活動を活かしていかないといけない」ということで、農協などにも協力を働きかけ続けた。そして2006年には、ついに農協が動いて、「コウノトリ育むお米生産部会」が設立された。農協を事務局として、祥雲寺地区をはじめ各地区の営農組合や大規模農業者などが集まって一つの組織を立ち上げた。地道な働きかけを行ってきた農家の男性は、「画期的なことだったと思う」と話す。今では、豊岡市内で183ha、但馬全域で250haほどに、「コウノトリ育む農法」が拡大している。

3. コウノトリをシンボルとした環境経済共鳴のまちづくりへの挑戦

コウノトリの野生化への第一歩 ～試験放鳥の実施～

2005年9月24日、祥雲寺地区で初めてのコウノトリの試験放鳥が行われた。コウノトリ5羽が里に放たれ、野生化への第一歩に成功した。この試験放鳥は、コウノトリ保護100年の歴史の中で、一つの大きなターニングポイントとなった。試験放鳥は、全国的に大きな注目を浴び、各地から7,000人を超える人々が集まり、マスコミにも大きく取り上げられた。市の当時の担当職員は、「それまでは、いくら情報を発信してもなかなか広がらなかったが、試験放鳥を機に一気にメジャーデビューした感じで、それ以来、豊岡のコウノトリは全国で知られるようになった」と話す。そして、全国から高く評価されるようになり、「コウノトリ育む農法」で育てた米が高く売れたり、各地から多くの観光客が訪れるなどして経済的にも様々なメリットが目に見え出すようになった。それにより、住民や行政職員の意識も大きく変わった。

“環境と経済の共鳴”のまちづくりに向けた「豊岡市環境経済戦略」

コウノトリを放鳥して地域で育てるために、コウノトリと共に暮らせるような地域社会をめざして、「コウノトリ育む農法」を取り入れた農業が広がるようになった。そうした環境にやさしい無農薬・減農薬の農法で作った米は高く売れるようになった。この米を2004年には兵庫県認定「ひょうご安心ブランド」の「コウノトリの郷米」として、また豊岡市認定の農産物ブランドの「コウノトリの舞」として売り出すようになった。そして、コウノトリの放鳥を機に全国から注目を浴びるようになったことで、この米はコウノトリをシンボルとしたブランドとして確立した。そのため、「コウノトリ育む農法」を導入して米を作る農家が一気に増えることになった。

豊岡市では、一連の流れを受けて、「環境と経済が共鳴」するようなまちづくりの取組を全市的に様々な分野で波及させて行こうと、2005年3月に「豊岡市環境経済戦略」を策定した。「環境への取組によって経済効果が生まれる。その経済効果が生まれることによって、もっと環境への取組を頑張ろうということになる。そして、もっと頑張ればさらに儲かる。だから環境への取組がますます増えて、ますます儲かるようになる」というのが環境経済戦略の基本的な考え方である。



コウノトリ育むお米
(安全なお米と生きものを同時に育む農法で育てたお米)



「コウノトリの舞」の農産物

「豊岡市環境経済戦略」

理念

環境を良くする取組と経済活動が、刺激し合いながら高まっていく。
“環境と経済が共鳴”するような地域を創りあげる！

ねらい

- ・「持続可能性」：経済効果により環境への取組を持続可能にする
- ・「自立」：環境を生かして経済的に自立する
- ・「誇り」：環境によって経済が成り立つ地域に誇りを感じる

「豊岡市環境経済戦略」の5つの柱

- ・「豊岡型地産地消」を進めます
- ・「豊岡型環境創造型農業」を推進します
- ・「コウノトリツーリズム」を展開します
- ・「環境経済型企業」の集積を進めます
- ・「自然エネルギー」の利用を進めます

豊岡市では、「環境経済戦略」の具体的な取組の一つとして、大手旅行会社と協力してコウノトリをテーマとしたツアーを2006年から開催している。コウノトリを見学し、市内の城崎温泉に泊まり、但馬牛と「コウノトリ育むお米」を食べ、お土産に育むお米を持って帰る。取組をもっと詳しく知りたい場合は、市職員や農家から説明を聞く。そして、ツアー代金の売上の一部をコウノトリ基金に寄付してもらおうというものである。毎年1,000名ほどの人たちがツアーに参加し、豊岡を訪れている。また、コウノトリの野生復帰支援の思いを込めて、「ハチゴロウの^{としましつち}戸島湿地」^{まるやまがわ}周辺の円山川（豊岡市を流れる一級河川）河川敷を清掃する「清掃ボランティアツアー」も行われた。その他、団体旅行の主要コースにもなっているコウノトリの郷公園には、個人客も含めて多くの観光客が訪れるようになっている。コウノトリの郷公園の入場者数は、2005年度の24万人から、2006年度49万人、2007年度45万人と増えており、コウノトリをシンボルとした「コウノトリツーリズム」の取組が交流人口の拡大をもたらしている。

2003年度からは市民を対象に毎年テーマを変えて継続的に「市民環境大学」を開催し、環境教育にも取り組んでいる。年間6回開講し、定員40名、参加費3,000円、これまでのテーマは、「円山川」「食と農」「住まいと環境」「豊岡型スローライフ」などで、2008年度は「森林の保全と野生動物」をテーマとして開催された。

また、豊岡の森は昔とは植生が様変わりしたため、地域住民が協力して森づくりを始めている。松食い虫の病害に強い品種の松を植樹し、コウノトリの営巣木を育てている。

4. コウノトリの郷「豊岡」のこれからも続く挑戦

NPOを通じたコウノトリの郷づくりへの挑戦

豊岡の住民や市の職員OBらが中心となって、2007年に、コウノトリの餌場づくりなどの活動を行う「NPOコウノトリ湿地ネット」を立ち上げた。その設立の理由を、NPO副代表は、「豊岡の自然環境は、コウノトリが絶滅した時よりも悪くなっているのに、コウノトリだけは調子がいい。これはおかしいことだと思う。その疑問からNPOを立ち上げた」、「コウノトリは放して人里に降りたら、行政の鳥ではなく、住民の鳥、地域の鳥となる。地域住民が鳥に関わらないといけなくなった。住民がコウノトリに直接関わるためにNPOを作ろうと思った」と話す。

コウノトリが豊岡のまちのシンボルとなり、コウノトリを通じて全国から多くの人を訪れるようになり、農業や地場産業など地域経済の活性化にも少しずつ効果が現れるようになるなど、コウノトリをシンボルとしたまちづくりは無限の広がりを見せ始めている。そうした中、「コウノトリがいくらまちのシンボルとなっても、そのシンボルが今後も生きていけないと足元からまちづくりは崩れてしまう。シンボルが、今後もいきいきと生きられる環境を作らないと取り返しのつかないことになる。コウノトリはたくさんの餌を食べるが、その餌を今の自然環境では十分に確保できなくなるおそれがある。そういう意味で危

機感を持っている。だから、NPOを作って、コウノトリの餌場を意図的に作っていかう、ということになった」とNPO副代表は話している。

自然再生ができて、コウノトリが生きていけるかどうかは別問題なのである。コウノトリは非常に多くの餌を食べる。コウノトリが餌を十分に取れる条件を、農業生産の場とは別の場所で、コウノトリの餌場を作らないと限界がある。そこで、NPOでは、コウノトリが餌をうまくとれる環境づくりとして、住民たちの手で餌場となる小規模湿地づくりを行っている。また、NPOでは、毎日、放鳥されたコウノトリを観察して、目撃情報をホームページに載せる取組を行うなど、様々な活動を展開している。

終わりなき“コウノトリと共に暮らすまちづくり”

2000年7月に、「人と自然の共生」をテーマとした「第2回コウノトリ未来・国際かいぎ」が豊岡で開催された。その会議において、海外から招へいた参加者のスピーチの中で、「豊岡でのコウノトリの野生復帰は『雪の玉』に似ている。(素晴らしいことだがやることで増えて大変ですねという良い意味で)お気の毒に」との発言があった。市の当時の担当者は、そのスピーチを思い出しながら、次のように話す。

「『雪の玉』が坂道を転がりだすと、無限に大きくなり、しかも止まることがない。コウノトリを野生復帰させようと思えば、個体数を増やさなければいけない。個体数を増やすには、そのための施設が必要となり作らなければいけなくなる。そのためには、また何かしなければいけなくなる。コウノトリを放鳥するために自然環境を良くしなければいけないなら、そのために無農薬・減農薬の農業をしなければいけなくなる。農業をしっかりとしなければと思えば、こうせんなあかん、ああせんなあかんとなる。後継者を育てなければいけないなら、義務教育からこうせんなあかん、ああせんなあかんとなる。そのように、やらなければいけないことが『雪の玉』のようにどんどん増えていく。今まさに、そのようになっている。」

豊岡では、「環境経済戦略」でうたっているように、コウノトリがまさに「まちづくりのシンボル」のようになっている。豊岡の環境保全、地域産業の振興、国際交流、教育等々、様々な分野の取組が、コウノトリを核(シンボル)として、新たな展開を見せるようになっている。コウノトリに長く関わってきた市の担当職員OBは言う、「コウノトリを野生に帰す自然再生の政策とそれを通じたまちづくりの政策では、一週間前のことはもう古い。視察が来ても、テーマはいろいろな角度から見るとたくさんあり、常に変わっている。昨年の事は過去の事でしょ、今とは違う。前年どおり、前例どおりは通用しない。マンネリになりようがない、やる事がむしろ増えている。コウノトリと共に暮らすまちづくりは終わりがなし」と。

かみかつちょう

上勝町（徳島県）

地域発ゼロ・ウェイスト 推進活動

ごみゼロを目指したリサイクル、リユースの推進

【取組の概要】住民一人ひとりの手による日々の地道な取組
「ゼロ・ウェイスト」

上勝町には、年間で約 4,500 人も視察者が訪れている。主な視察の目的の一つは「葉っぱビジネス」、もう一つの目的が、ゴミをゼロにすることをめざした「ゼロ・ウェイスト」への取組である。

高度経済成長に伴った大量消費社会の到来で、都市部のみならず農村においても、多くのゴミが発生するようになった。ゴミの量は増加の一途をたどり、その処理を担う自治体に財政負担の増加は重くのしかかるようになった。上勝町でも、かつて野焼きを続けていたが、県からの指導で野焼きを続けられなくなる一方、新しく焼却炉を買って、町内の広い地域のゴミを回収する財政的な余裕はなかった。

そこで、生ゴミは各戸で堆肥化し、それ以外のゴミは分別し、できるだけ多くのゴミを様々なリサイクル事業者を引き渡すことにした。リサイクル事業者を探すうちに、分別の数は 34 種類にも上るようになった。さらに、ゴミは町が回収して回るのではなく、住民によってゴミステーションに持ち込まれる仕組みを作った。

住民の理解と協力により進められたゴミ分別によるリサイクルの取組は、「ゼロ・ウェイスト」の運動へと広がっていき、さらに、ゴミ対策は町内だけでは限界があるとして、「NPO法人ゼロ・ウェイストアカデミー」を設立し、その運動を町外にも広げていった。ゴミステーションに隣接して、まだ使える衣類・雑貨等が並ぶ「くるくるショップ」や、リメイク雑貨を作製・販売する「くるくる工房」などの試みも加わった。環境保全活動と林業再生を結び付けようと、木質チップボイラーや薪ストーブの導入が始まり、中学校にある薪ストーブは環境教育にも活用され、将来を担う世代に、ゼロ・ウェイスト社会実現に向けた取組の重要性を伝えている。



「日比ヶ谷ゴミステーション」と分別ゴミ

1. 上勝町の概要

“おばあちゃん”たちの笑顔が光る「葉っぱビジネス」

JR徳島駅からバスを乗り継いで約1時間45分ほど、徳島県のほぼ中央に位置する山間地域に上勝町がある。人口は2,002人、高齢化率47.9%(住民基本台帳2007年3月)、少子高齢化や産業の衰退、森林や農地の荒廃、財政状況の悪化などの問題を抱えている。しかし、上勝町の生き生きとした“おばあちゃん”たちの笑顔は、「葉っぱビジネス」とともに、様々なメディアで紹介され、上勝町の名前を有名にしてきた。

上勝町では、かつてみかん栽培が盛んだったが、1981年に異常寒波に襲われて、みかんの木がほぼ枯死してしまい、多大な被害を受けた。上勝町の農業の再生に向けて営農指導員の一人として採用された若者(横石知二氏)は、山間地域ならではの標高差を上手く生かした栽培を考え出し、1984年には、生産額を災害前の2.6倍に伸ばした。次に横石氏は、上勝町の特産品として、料亭などで料理に添えて季節感を楽しませる葉っぱや花、いわゆる「つまもの」に目をつけた。商品化までに品質の確保や衛生面の確保、安定的に供給するための量の確保などについて模索をし様々な苦労を乗り越え、1986年、初めての出荷にこぎつけた。このつまものの「葉っぱビジネス」では、山を知り尽くした高齢者たちの持ち味を活かし、交通の便が悪いことなどのハンデキャップを克服。上勝町独自の出荷システムを構築して、市場のニーズに迅速かつ適確に答えることで、厳しい産地間競争を勝ち抜き、全国の料亭などから高く信頼される上勝ブランドを確立した。現在、農業生産者は約190名に上り、中には年収1,000万円を越す人も珍しくなくなった。山に入って木に登ったり、さらにパソコンを操作して市場の情報を確認したり、“おばあちゃん”たちの生き生きとした姿に、世の中は驚かされている。



葉っぱビジネスの「いろいろ」

2. 住民の手によるゴミの減量化

まずは生ゴミの堆肥化から

上勝町では、徳島県から野焼きをやめるように求められていたが、焼却設備を整えたり、ごみ収集にかかる費用を町の予算で賄う余裕はなく、1998年まで発生する大量のゴミを野焼きしていた。

町では、焼却設備を建設する以外の処理の方法はないのかを探ることにし、町内からどんなゴミがどれだけ出ているのかを調査し、リサイクルの方策を検討することにした。調査結果から、ゴミの3割(重量比)が生ゴミであることが分かり、生ゴミは、他のゴミに

比べると水分が多く含まれているため、高温での焼却が必要となって、その分、燃料費が多くかかるものであった。そこで、上勝町では、全戸で生ゴミをコンポスト（生ゴミ処理器）等で発酵させて堆肥化する方法を探ることにした。町内では農地や庭を持っている家庭がほとんどであったため、堆肥を有効に利用することができる。コンポストについては、町では既に 1991 年から購入補助を行っており、新たに電動式の生ゴミ処理機の導入促進を図ることによって、家庭でより簡単に堆肥化できる方法を探ることになった。

1990 年代の初頭は、電動生ゴミ処理機を販売するメーカーは限られ、しかもメーカーが指定する特殊な微生物を使う方法をとっていたため、その微生物をメーカーから買い続けなければならないものが多かった。だが、調査をしたところ、隣県の兵庫県に一般微生物を利用した電動生ゴミ処理機を開発している大手家電メーカーが見つかったため、そのメーカーの電動生ゴミ処理機の開発モニターとなることで、協力関係を結ぶこととした。完成した電動生ゴミ処理機は、広葉樹のチップに常在する一般微生物を利用したもので、どの家庭でも容易に使用することができ、1995 年には、町が補助することで各世帯が電動生ゴミ処理機を自己負担 1 万円で購入できることになった。

現在、上勝町では、町民の協力でコンポストもしくは電動生ゴミ処理機の普及率が 98% に達し、残りの家庭では直接、畑などを利用して堆肥にしている。また、商業施設でも、業務用の電動生ゴミ処理機を使用しており、生ゴミのリサイクル率はほぼ 100% となって、町は生ゴミを回収する必要がなくなった。町民にとっても、生ゴミの回収を待つ必要がないため衛生的で、作られた堆肥は自宅で利用することもできるなど、メリットを享受している。生ゴミの堆肥化を進める自治体は現在では多くなったが、上勝町の取組は、その先駆けとなるものだった。

ゴミの分別が始まる

1995 年、容器包装リサイクル法が制定され、1997 年から段階的に施行されることになった。住民はガラスビンやペットボトルを分別し、これを行政が収集して、事業者がリサイクルすることが義務付けられた。これを機に町では、法律で定める以外にもリサイクルできるものがないかを調べ、1997 年から分別を始めることになった。

町の担当職員は、全国各地のリサイクル事業者を探し出し、町内から出るゴミを 19 のリサイクル事業者に引渡すようにするとともに、町内の 55 の集落を回って、19 種類の分別について繰り返し説明を行い、住民の了解を得ていった。分別ゴミの引取先のリサイクル事業者はその後増えて、1998 年には 25 事業者、25 分別となった。しかし、どうしてもリサイクル事業者が見つからない種類のゴミもあり、2 基の小型の焼却炉を買うことになったものの、1998 年、上勝町はようやく野焼きをやめることができた。

ゴミステーションに住民自身がゴミを運ぶ

野焼きはかつて町内の^{ひびがや}日比ヶ谷というところで行われており、そこがゴミ資源の収集場所「日比ヶ谷ゴミステーション」になった。高圧線建設のために電力会社が建てたプレハブの建物が残されており、この建物を使って分別整理することにした。

ゴミステーションには、住民が各自でゴミを運び込むことになったが、家庭の生ゴミは電動生ゴミ処理機で既に処理されており、残りのゴミは頻繁に運ぶ必要がないため、この方法が可能になった。住民は、きちんとリサイクルするために、食品の残りがないようにびんや缶などをきれいに洗って、生ゴミ以外を持って行く。ゴミステーションへの持込は、年末年始の3日間を除く毎日、朝7時30分から午後2時までの間に自由に持ち込むことになっているが、広い町内各地に住んでいる住民たちは、時間やガソリン代を上手く節約しようと、通勤などで日比ヶ谷の前を通る朝や、買い物に出かける日曜日など、何かのついでにゴミを持ち込む。

しかし、高齢者だけの世帯など車を持たない世帯は、ゴミステーションまで自らゴミを運ぶことができないという問題が浮上した。そこで、そうした高齢者世帯のゴミの運搬を引き受けようと、住民有志が立ち上がり、ボランティアグループ「^{りさいくる}利再来かみかつ」が生まれた。「利再来かみかつ」では、ゴミを運搬して欲しい人と、運搬できる人を募って、運搬できる人が自分のゴミを持って行く時に、ついでに運搬して欲しい人に声をかけて運搬するという方法を作り上げた。「利再来かみかつ」を立ち上げたメンバーは、かつて町内で行われていた野焼きをどうにかして止められないかと考えるなど、以前から町内の環境問題に強い関心を持っていた人たちで、この活動は、後の「NPO法人ゼロ・ウェイストアカデミー」(後述)に引き継がれることになった。

さらに34分別でリサイクル

2000年1月に「ダイオキシン類対策特別措置法」が施行された後は、基準値を超えるダイオキシンを排出する焼却炉が利用できなくなった。上勝町が3年前に設置した2基の小型焼却炉のうち、1基はダイオキシン濃度の基準値を超えており、操業できなくなることが分かった。残りの1基だけの操業でなんとかやっていくという方法もあったが、当時の町長は、2基とも閉鎖することを決めて、これまで以上にリサイクルを推進して焼却ゴミを減らすことにした。町長の命を受けた町の担当職員は、なんとかゴミをさらに減量できないかと新たにリサイクル事業者を探し回り、それまでの25種類の分別に加えて、さらに10種類をリサイクルすることが可能となった。

しかし、焼却炉の操業停止の決定から2001年1月15日の実際の停止まで残り1ヶ月を切り、町で住民への説明会を開く時間も無かったため、担当職員たちは、町内の各集落の会合に出向いて、ゴミの35種類分別への協力を求めて回った。そして、焼却炉停止と同時に、なんとか35種類の分別を始めることができた。住民たちは協力的で、反発の声はあま

りなく、意外とスムーズだった」と担当職員は話し、「無事スタートできたのは、担当職員の必死の呼びかけのおかげだ」と町長は振り返る。

こうして、上勝町ではゴミを 35 種類に分別した結果、年間 140 トンだった焼却ゴミが、48 トンにまで減量できるようになった（2002 年には、プラスチック類 2 種類を 1 種類に分類するようになり、34 分別となった）。一部のゴミについては、資源として業者に買い上げてもらうこともでき、財政支出の削減にもつながった。

だが、34 種類に分別してもなおどうしてもリサイクルできない焼却ゴミもあり、それらは町外に運ばれて、業者によって焼却処理され、埋め立てられている。町内でまだゴミを完全にゼロにするという訳にはいかず、町外に運び出して焼却していることについて、町長は、「申し訳なく思っています。町内のゴミをゼロにするために、上勝町では更なるゴミの減量と分別を目指して取り組んでいます」と話す。

上勝町では、こうしたリサイクル活動以外にも、これまでに様々な取組を行ってきた。例えば、2002 年から半年間、国の緊急雇用対策事業を利用して、5 人の環境監視員で「^ごGO 美レンジャー」を結成して、町内の全世帯に分別の説明を行うとともに、不法投棄の実態についても調査を行うなどした。

3 . 地道に続く「ゼロ・ウェイスト」の取組

日本初のゴミゼロをめざす「ゼロ・ウェイスト宣言」

上勝町のゴミ対策は、先進的な取組として次第に全国に紹介され、多くの視察が訪れるようになっていた。2003 年のある日、ある市民活動団体の視察に同行して、アメリカの研究者が上勝町を訪れることになった。セントローレンス大学化学部教授で、焼却による有害物質の危険性を訴え、アメリカの 300 箇所以上で焼却炉の計画を阻止してきた研究者だった。上勝町では、この機会を逃すまいと、その研究者に町内での講演を依頼した。

研究者は講演で、自身が提唱する「ゼロ・ウェイスト」という考えを上勝町の人たちに紹介した。「限りある資源をゴミにしない一番いい方法は再利用すること。再利用できないものは、作り変える。作り変えられないものは、再資源化する。再資源化できないものは埋める。焼却だけはしない。焼くことは、エネルギーを使い、大気を汚染し、地球の温暖化を進めてしまう。埋立てと焼却をなくすよう運動を展開する」というのが、ゼロ・ウェイストが目指す姿だった。

「ゼロ・ウェイスト」運動では、「目標達成の期限を定め、様々な制約を取り除いていく。国内のゴミ関連政策のほとんどが、どうやって焼却するか、といった『対処』であるのに対して、ゼロ・ウェイストは製造者に責任を求めて、ゴミの発生の根本から着手していく。住民は環境についての学習を重ね、ゴミを出さない生産と消費のシステムを構築していく。」

上勝町の人々はこの「ゼロ・ウェイスト」が目指す姿に共鳴し、運動を展開しようと、2003年、上勝町議会が、満場一致で「ゼロ・ウェイスト宣言」を承認した。こうして、上勝町は、日本では初めて、「ゼロ・ウェイスト宣言」をした自治体となった。

上勝町ゼロ・ウェイスト宣言

未来の子どもたちにきれいな空気やおいしい水、豊かな大地を継承するため、2020年までに上勝町のごみをゼロにすることを決意し、上勝町ごみゼロ（ゼロ・ウェイスト）を宣言します。

- 1 地球を汚さない人づくりに努めます！
- 2 ごみの再利用・再資源化を進め、2020年までに焼却・埋め立て処分をなくす最善の努力をします！
- 3 地球環境をよくするため世界中に多くの仲間をつくれます！

平成15年9月19日
徳島県勝浦郡上勝町

NPO法人ゼロ・ウェイストアカデミーの設立

上勝町のゴミに関する取組は、行政主導で進められてきたが、2003年の「ゼロ・ウェイスト宣言」がその方法を大きく変えることとなった。「ゼロ・ウェイスト宣言」に基づき、発生ゴミを根本からなくそうとしたが、町による町内だけの取組では限界があり、町外全国はもとより、全世界に取組を広げていく必要があった。そこで、「ゼロ・ウェイスト」の活動をさらに広げていくために、2005年、「NPO法人（特定非営利活動法人）ゼロ・ウェイストアカデミー」が発足した。

ゼロ・ウェイストアカデミーは、ゼロ・ウェイスト推進のための普及啓発や調査研究、ゼロ・ウェイスト商品の開発・普及などを行うと同時に、町より委託を受けて、「日比ヶ谷ゴミステーション」の管理をしており、さらに、隣接している上勝町介護予防活動センター「ひだまり」の業務を指定管理者として行っている。「ひだまり」には、ゼロ・ウェイストアカデミーの事務局と、リメイクを専門とする「くるくる工房」（後述）が入っている。

日比ヶ谷ゴミステーション

前述の「日比ヶ谷ゴミステーション」には、住民が持ち込むゴミを34種類に分別するための容器が分かりやすいように整理されて並んでいる。ゴミを入れる容器も、ゴミの形状などに合わせて、ドラム缶や廃材などを利用して手づくりで作られている。シルバー人材センターのスタッフ5名がローテーションで勤務し、持ち込まれてきたゴミの整理整頓に当たっている。平日と土曜日は1名だが、ゴミが運ばれてくることの多い日曜日には、3名のスタッフが待機している。

スタッフは、持ち込まれたゴミを整理整頓するだけでなく、ゴミの中から使えそうなものを資源として、ちょっとしたリメイクもする。一斗缶で作られた家庭用のちりとりは好評で、持ち帰る人が多い。持ち込まれたタンスの引き出しで、蛍光管の収納箱を作ったりもする。

ゴミを持ち込んできた住民は、分別の方法が分からない時は、常駐するスタッフに尋ねたりするため、ゴミステーションでは、次第に会話が生まれるようになってきた。ゴミ処理場とは、普通ならあまり住民が寄り付かないものだが、上勝町では社交の場となっているという。

上勝町では、2006年、独居老人で車を持たない世帯の住民たちを対象として、高齢者等収集支援事業を開始した。それまでは、前述のボランティアグループ「利再来かみかつ」が、その運搬支援を行っていたが、全くの無償ボランティアでは継続することが難しいということと、ゴミの運搬を頼む側も無償では気兼ねする面があったことから、有償の支援事業として発展的に再スタートすることになった。また、ゴミの持ち込みは、自己負担が45リットルの袋で一袋210円だが、町の福祉予算から1袋200円の補助金が出ているため、高齢者の負担は1袋10円となっている。

くるくるショップ

「日比ヶ谷ゴミステーション」のプレハブの中にある「くるくるショップ」には、衣類や雑貨、家電製品など、まだ使用できるものが並ぶ。「ショップ」と言っても、すべて無料で持ち帰ることができる。

「くるくるショップ」は、上勝小学校の子供たちが、総合学習の時間に日本や上勝町のゴミ問題を調べ、その学習の一環としてゼロ・ウェイストアカデミーに協力してもらって開店させた。「くるくるショップ」という名前も子供たちが話し合って決めた。現在は、子供たちからゼロ・ウェイストアカデミーが引き継いで運営を行っている。

最近では、ゴミステーションにゴミを持ってきた住民が隣の「くるくるショップ」に立ち寄るといった流れができています。また、町外のまち中に買い物に出かける前に、目当ての商品と同じものが「くるくるショップ」にないか、まずチェックしてから行くという住民も増えてきた。ショッピングセンターに買い物に行くととなると車で1時間は掛かるため、

もしも「くるくるショップ」に欲しいものがあれば時間もお金も節約できる。家電などの掘り出し物があると、すぐ無くなっているというから、それなりの頻度で住民がチェックに来ているということが分かる。



くるくるショップ

「くるくるショップ」で一番人気は子供服となっているが、中にはベッドの寝台部分だけが欲しいという人もいたり、「誰が何を欲しいかは予想がつかない」と、担当者はいう。時々、「こんな物は誰も持ち帰らないだろう」と思っていたものを持ち帰る人もいる。持ち込みは町内の住民に限定されているが、持ち帰りなら町外の人でもできるため、例えば、視察や取材に来て持ち帰る人もいる。近年、上勝町には海外からも視察に訪れる人が増えており、「くるくるショップ」を視察した際に日本人形をおみやげに持って帰ることも多い。空港で買えばそれなりの値段のものが、「くるくるショップ」なら“タダ”のため、非常に喜ばれているという。

くるくる工房

2007年、リメイク商品の作製と販売をする「くるくる工房」が、介護予防活動センター「ひだまり」の中に開店した。2004年頃から、ある女性が不要になったとされる布団の綿を使って、座布団の手作りを始めた。それがきっかけとなって、要介護にならないように予防する「介護予防」のための座布団づくりの場として、「ひだまり」内に、「くるくる工房」ができた。当初は、座布団の作製・販売がメインだったが、来てくれる人が増えたということで、工房の活動も活発になってきている。

ある時、古くなった鯉のぼりがなんとか再利用できないかと大量に寄付された際、鯉のぼりでリュックサックを作ったところ、なかなかの好評だった。それがきっかけで、鯉のぼりは様々な作品となり、その中の一つの法被^{はっぴ}は、上勝町でのイベントの際に着られるユニフォームとして定着するようになった。町長も各地の講演に出かけた際には、リメイクされた鯉のぼりの法被で登場する。各地の企業からは、CSR（社会的責任）活動の一環として法被の注文が舞い込むようになってきている。その他にも、視察に来た人や、テレビやインターネットを見たという人などからの注文も次々と入るようになった。ただ、工房では、女性2人が手仕事で作業をしており、大きくお金儲けをしようとやっているわけではないため、企業などからの大量の注文の場合に



くるくる工房



「ゼロ・ウェイストアカデミー」の事務所と「くるくる工房」がある介護予防センター「ひだまり」

は、すぐには注文に対応できないということで了解を頂いている。

くるくる工房には、鯉のぼりの法被以外にも、工夫を凝らした様々な商品がある。最近、一番のヒット商品が「ふんどし」で、「下着による締め付けがない」と好評で若い人にも売れている。価格については、基本的にはリメイクした本人がつけるが、つつい安く設定しがちになるため、ゼロ・ウェイストアカデミーのスタッフからは、もう少し高くてもいいのではないかと話したりもする。現在の月平均の売上は6万円くらいだが、徐々に伸びてきているという。作製にあたってきた女性の一人は、「作業が楽しい」と話す。周りの人からは「ボランティアで大変だね」と言われることもあるが、「リメイク品の作製は楽しいし、「ひだまり」に来てスタッフや来訪者などの若い人と話すのも楽しい。この楽しさはやったもんじしか分からない。(他の住民の)みんなもやればいいのに」と話す。

4. 取組の幅を広げる「ゼロ・ウェイスト」

チップボイラーと地域通貨でバイオマスの循環づくり

2004年度から2006年度、上勝町では、環境省の「環境と経済の好循環のまちモデル事業」の助成金を使って、木質チップボイラーと、チップを製造するための破砕機、ダンプトラックを導入した。木質バイオマスエネルギーの利用により、二酸化炭素の排出を抑制し、林業の活性化や雇用創出の好循環を生み出すことを目指している。

全国の例にもれず、上勝町でも林業の不振により森林の荒廃が危惧されている。何とか木材を利用できないものかと考えて、上勝町では木質バイオマスエネルギーによる循環に取り組んできた。木材を燃やしても、木は育てることで再生でき、しかも二酸化炭素を吸収する。これに対して、石油や石炭は消費してしまうと人の手では再生できない燃料であり、さらに燃やすことで硫黄酸化物などの有害物質が出る。欧米では再生できるエネルギーとして木材を燃料にして発電したり、暖房に利用したりしているが、国内ではまだ実績が少ない。利活用可能な木質バイオマスがどれくらいあるのかも把握できていなかった。

2003年度、経済産業省四国経済産業局による「バイオマス等未活用エネルギー事業調査補助事業」の公募があり、上勝町はそれに採択されて木質バイオマスに関する研究を重ねた。2004年1月から3か月間で、和歌山県や岩手県などを視察し、上勝町で導入が可能か探っていった。バイオマスを実際に使うのであれば、重油をたくさん使うところに導入するのが効果的だろうということで、冷泉の「^{つきがたに}月ヶ谷温泉」のボイラーでの導入を検討した。導入当時の重油価格は1リッター当たり34円で非常に安価だったため、コスト面では重油の方が有利だったが、木質バイオマスでも赤字にはならないということが分かった。翌年の2004年度からは、前述した環境省の助成金を利用して、月ヶ谷温泉にバイオマスボイラーを設置することになった。

バイオマスボイラーの導入により、町外から購入していた重油代金約1,100万円/年を町内で生産するチップに回すことができ、また、二酸化炭素については、年間566.58tを削

減できるようになった。しかし、町の担当職員は、まだ成功したというわけではないと話す。導入から現在に至るまで、思わぬ経費が掛かったということもあったが、逆に重油の高騰で木質バイオマスが割安になり、たまたま運良くここまで進めることができただけだと言う。

上勝町では今後に向けて、資源と経済が循環する仕組みの構築を目指している。チップは、住民が集めて持ち込んだ間伐材や未利用材等の木材を原料にして作られることから、町で



バイオマスボイラー設置の月ヶ谷温泉



商店の「ゼロ・ウェイストマーク」と地域通貨「ゼロ・ウェイストカード」

は原料となる木材を集めるために、地域通貨を試験的に導入している。町の第3セクターの「株式会社もくさん」に持ち込まれた木材は、1kg 当たり1ポイントの地域通過が支払われ、500ポイントで500円の上勝町商工会の商品券に換金できる。商品券は、「ゼロ・ウェイストマーク」のある町内の商店で利用できる（1kg1ポイントは安過ぎるという声もあり、ポイントの増額を現在検討している）。

町では、チップボイラーを購入しようとした際、国産のものを探したが見つからなかったため、商社を通じてオーストリア製を輸入することになった。だが、「上勝町の循環方式が国内各地に広まっていけば、いつか国産品が出てくるかもしれない。オーストリア製のボイラーの耐久年数は30年です。次の買い替えの時には、国産を安く買いたい」と町の担当職員は将来を熱く語る。

子供たちに好評な薪ストーブで木質バイオマスの推進

町では、2006年度には、上勝中学校と介護予防活動センター「ひだまり」に薪ストーブを導入し、上勝中学校には職員室に1基と、各学年の教室に1基ずつ、合計4基を設置した。

薪ストーブは危ないというイメージを持っていて不安を感じる保護者もいるが、町内に設置されているものは、欧米の最新式のもので、昔のものとは作りが違くと町の担当職員は話す。ストーブの回りには柵が設置され、少々ぶつかったくらいなら問題はない。2重構造の煙突も付いており、以前に利用していた灯油ファンヒーターと違って室内の空気を汚すことがないため、子供達には好評のようだ。寒い日の休み時間には、ストーブを囲んで子供たちの輪ができるといった、



「ひだまり」にある薪ストーブとチップ

別の意味での“温かさ”もある。冬の寒い日、給食のパンをストーブで焼くと非常においしらしく、子供たちの楽しみとなっている。町の食育担当者は、パン給食を減らして米飯給食を増やすつもりだったため、ストーブのおかげで複雑な心境だという。

いろいろな人に薪ストーブの暖かさを知ってもらい、木質バイオマスを広めて行くために、薪ストーブが多用されている欧米の様々な機種を購入・設置した。学校の職員室にはアメリカ製、教室にはデンマーク製、「ひだまり」にはオーストラリア製というように、機種の違うものを入れた。

上勝町は面積の86%が山林で、そのうち83%が人工林となっている。樹齢40~45年の杉が多く、本来なら出荷できるが、現在は木材価格が安すぎて伐採ができない。木材は市場までの運搬に1m³当たり12,000円が掛かるのに対して、市場では9,000円ほどで取引される。1979年頃には1m³当たり38,000円で取引され、上勝町には店が並び、林業従事者で賑わっていたという。しかし、今は「林業は業として成り立たない」うえに、「山は放棄されて、どんどん荒れており、このままでは保水力が弱まって水が不足しかねない」と町の担当職員は話す。

中学校では、町、森林組合、ゼロ・ウェイストアカデミーとの協働で、中学生たちに木のことや林業のことを知ってもらうために、「バイオマススクール」を開催している。中学生と保護者も含めて皆で道のない森林の斜面に入り、森林組合の人たちに指導を受けて、間伐材採取のためノコギリを引くが最初は上手くいかない。コツが分かるとノコギリの刃がリズム良く音を立てて動き出す。自分で切った木を学校まで運び、今度は木を手斧で薪にする。こうした作業を通じて山がいかに大切か、林業がいかに大変かを体験してもらい、なぜ、上勝町では薪ストーブを入れたのかを説明する。

今では、薪ストーブに使う木の組み方が、大人より子供たちの方が上手くなったという。子供たちは薪ストーブをきっかけに、いろいろなことを体験しながら学び、そうした姿を見守りながら、大人たちは環境活動を将来につないで行きたいと願っている。

5 . 上勝町の「ゼロ・ウェイスト」における成果と課題

上勝町から広がる「ゼロ・ウェイスト」運動の輪

上勝町には、研修だけで年間約2,000人が訪れる。これに加えてメディアの取材も多い。取材では、決まって住民に「34種類ものゴミの分別は面倒でないですか？」と聞く。多くの住民は、「もう慣れたよ」「慣れたら簡単ですよ」と答える。中には、「慣れてしまうと、分別しないと気持ちが悪い」という人もいる。中に、「めんどくさい」と言う人もいるが、住民による34種類もの分別とゴミステーションへの持ち込みは定着している。

様々なイベントの際には、ゼロ・ウェイストアカデミーが貸し出すリユース食器を使うのが、上勝町では当たり前になりつつあるという。前述のとおり、イベントで法被を着るというのも定着してきた。不法投棄のゴミも、2007年に町内で一斉清掃したら、その後は

あまり出なくなった。「上勝町全体がきれいになってきたのではないか」と、ゼロ・ウェイストアカデミーの事務局長は話す。

また、「ゼロ・ウェイスト」運動を通じて、町外とのつながりも増えた。福岡県^{おおきまち}大木町も同じく「ゼロ・ウェイスト宣言」を行い、また、東京都町田市や熊本県水俣市では「ゼロ・ウェイスト」の計画を検討している。隣の^{さなごうちそん}佐那河内村とも「ゼロ・ウェイスト」に関して情報交換をしている。

上勝町の住民は、町外で買い物をすることがほとんどのため、お金は町外に落ちて、ゴミは町内でお金をかけて処理するという流れになってしまっている。つまり、町内にはお金が循環せず、出て行く一方となっている。このため町では、前述の地域通貨の実験などで、地産地消を進めるよう呼びかけている。

さらに、上勝町では、町内で有機野菜を作り、量り売りをスーパーに取り入れてもらうように働きかけている。実際に、^{こまつしまし}小松島市のあるスーパーで量り売りを取り入れてもらっており、スーパーにとっても簡易包装の実現というメリットをもたらしている。こうして、「ゼロ・ウェイスト」の活動は、徐々に町外にも広がりつつある。

「ゼロ・ウェイスト」社会の実現に向けて

2003年のゼロ・ウェイスト宣言から、上勝町では様々な取組を展開するとともに、住民もそれに応えてきた。これからも集落ごとにゴミの懇談会を開くなどして、現在のゼロ・ウェイストに向けた取組が住民に使いやすい仕組みになっているかを皆で検証し、高齢社会の中にも活かせる工夫を図っていく。ゼロ・ウェイストの活動と経済との関係においては、更なる雇用や地域の産業活性化につながるような取組を増やしていく予定である。

また、「ごみを持ち込まない、買わない、つぐらない」というライフスタイルが更に町内に浸透していくように、事業所にも率先した活動と呼びかけていく予定である。

「上勝町のやっていることは、自分たちにはできない」、「上勝町は人口が2,000人ほどの小さな町だからできるのだ」と考える自治体が多いという。しかし、世界で初めて「ゼロ・ウェイスト宣言」をしたオーストラリアのキャンベラは、人口が31万人の大都市だった。現在の上勝町の資源再成立は、約80%までに高まったが、前述のとおり、焼却処分をせざるを得ないものもあり、現在はそれを町外に運び出して焼却している。今後も、「2020年までに上勝町のゴミをゼロにする」という目標の実現に向けて、住民・事業者・NPO・行政の連携のもと、「ゼロ・ウェイスト」の活動が続く。

しかし、上勝町の本当のねらいは上勝町だけの取組では達成し得ない。グローバル化されて輸送機関が発達した現代社会において、山間地域の上勝町にも、世界中から資源が運び込まれる。同時に、上勝町に息づいてきた昔からの木材や炭といったエネルギーが生産されなくなり、山が荒れ、ゴミが増えてきた。資源の循環を考えるなら、運び出された原料をもとの国、もとの地域に返さなくてはならない。とても、上勝町だけで完全に解決できる問題ではない。

現在の国内のリサイクルについて、町長は、「今の法律では、テレビや冷蔵庫は不法投棄をした人が得する。だから、山や海にこっそり捨てる人がいる」と、問題を指摘する。山間地域や離島などは、都市の大量消費のしわ寄せを受け続けてきており、上勝町でも、多くの不法投棄が見つかった。見えていても簡単に取りに行けないような傾斜地に投棄されていることもあり、回収には非常に苦勞すると、ゼロ・ウェイストアカデミーのスタッフが話す。

現在の日本の法律では、ゴミの回収は消費者がお金を出して引き取ってもらい、不法に投棄した人を罰するという方法をとってきた。「(不法投棄は)見つかったら大変な罪になる。罪を犯した人の家族や親類まで不幸な目に会う」と、町長は話す。そこで、上勝町では、製造企業に資源の回収を義務付ける「資源回収法」を2020年の実現に向けて提唱している。タバコの吸殻も1本10円で回収すれば、ポイ捨てはなくなる。タバコが500円になっても、吸殻で200円が返ってくるのであれば、次には300円を支払うだけで済む。「良いことをしたら得するという法律にしなければいけない」と、町長は思いを熱く語る。そして、海外からの視察者も増える中、町の職員や住民たちは「小さな町でも世界に大きな影響を与えることができるのだ」と信じて取り組んでいる。

(転載または引用の場合は必ず出典を明記のこと)

平成 20 年度
地域力創造事例集

平成 21 年 3 月

発 行 総務省地域力創造グループ地域自立応援課
〒100-8926 東京都千代田区霞ヶ関 2-1-2
TEL : 03-5253-5392 FAX : 03-5253-5537
URL : <http://www.soumu.go.jp/>

調査編集協力 特定非営利活動法人 市民活動情報センター
〒552-0021 大阪市港区築港 2-8-24 piaN P O506 号
TEL: 06-4395-1144 FAX: 06-4395-1145
E-mail : sic@mx.mesh.ne.jp
URL : <http://www1m.mesh.ne.jp/~sic/>