

令和３年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業
(地域課題解決に向けた次世代の地域活性化キーパーソンの発掘および
ネットワーク構築事業)

報告書

令和４年３月

経済産業省 近畿経済産業局

(委託事業者：株式会社ダン計画研究所)

目 次

1. はじめに.....	3
(1) 調査の目的.....	3
(2) 調査内容及び実施方法.....	3
2. ヒアリング調査.....	4
(1) 若手キーパーソンの発掘に係るヒアリング.....	4
(2) 自治体側の受入れ課題の抽出および解決策の考察.....	5
3. キーパーソン、地域プレーヤー等とのネットワーク構築事業.....	6
(1) キーパーソン、地域プレーヤー等とのネットワーク構築事業の概要.....	6
(2) 各回開催結果.....	7
①「関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 1ST SEMINAR」.....	7
②「関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 2ND SEMINAR」.....	11
③「関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 3RD SEMINAR」.....	15
(3) キーパーソンと共に地域活性化を目指すための方策.....	21
4. 若きキーパーソン人材のPR冊子の作成.....	25
(1) 取材した若きキーパーソンの紹介.....	25
(2) 取材した自治体職員の事例紹介.....	25

1. はじめに

(1) 調査の目的

人口減少社会において、特に中山間部では過疎が進み、近い将来消滅してしまう地域が出てくる可能性が指摘されている一方で、都市部においては過度な人口流入に伴うインフラサービスの不足や地域コミュニティの弱体化等、地域は多様な課題に直面している。しかし、これまでのように、自治体を中心とした域内のリソースだけでは、多岐にわたる地域課題を解決することに限界を感じているのが現状。

そこで、民間あるいは地域住民が中心となって、各地でコミュニティの形成や再生、地域資源を活用した地域ブランドの向上、産業振興・雇用の創出、生活インフラの向上などを目指してさまざまな活動が展開されている。こうした活動の中心には、キーパーソンと言われる人の存在があり、彼らがプロジェクトを仕掛けて牽引する等、地域の活性化において大きな役割を果たしている。しかし、既に広く認知されて各地の課題解決に携わるシニアキーパーソン人材がいる一方で、地域内に閉じ、自身が持つ知見とネットワークだけで奮闘している若きキーパーソン人材も少なからず存在する。

本事業ではそういった若きキーパーソンに焦点をあて、各地でその地の持続可能な発展を支える事業の核となる若きキーパーソンを発掘し、広い人的ネットワークを有するシニアキーパーソンや地域のプレーヤー（NPO、自治体、企業等）に繋いでいくことで、地域内に閉じている人材とノウハウを他の地域への横展開を目指すとともに、キーパーソン人材と共働した地域活性化施策の課題や成功への方策について議論を行い、政策提言に繋げることを目的とする。

(2) 調査内容及び実施方法

本調査は「ヒアリング調査」及び「キーパーソン、地域プレーヤー等とのネットワーク構築事業」、「若きキーパーソン人材のPR冊子の作成」を実施し、事業目的の達成を図る。

2. ヒアリング調査

(1) 若手キーパーソンの発掘に係るヒアリング

各地で地域活性化に取り組んでいる若きキーパーソン人材の発掘のため、以下のとおりヒアリングを行った。

ヒアリング対象		ヒアリング日時
株式会社仕立て屋と職人 代表取締役 (滋賀県)	石井 拳之 氏	11/30(火) 17:00
株式会社ツナグム 代表取締役 (京都府)	田村 篤史 氏	12/2(木) 11:30
株式会社オープン・エー シニアマネージャー (大阪府)	高松 俊 氏	12/7(火) 10:30
株式会社シカケ 代表取締役 (兵庫県)	金山 宏樹 氏	12/13(月) 16:00
SPACESPACE 一級建築士事務所 (大阪府)	岸上 純子 氏	12/21(火) 10:00
株式会社いろあわせ 代表取締役 (滋賀県)	北川 雄士 氏	1/6(木) 13:30
アンドプレイス合同会社 代表社員 (福井県)	高野 哲矢 氏	1/7(金) 13:00
株式会社シマトワークス 代表取締役 (兵庫県)	富田 祐介 氏	1/11(火) 13:00
NPO 法人ミラツク 代表理事 (京都府)	西村 勇也 氏	1/18(火) 12:30
株式会社ローカルフラッグ 代表取締役 (京都府)	濱田 祐太 氏	2/14(月) 14:00
一般社団法人ドチャベンジャーズ 代表理事 (管外事例：秋田県)	柳澤 龍 氏	2/19(水) 15:00

(2) 自治体側の受入れ課題の抽出および解決策の考察

プロジェクトを仕掛けて牽引するキーパーソンを、地域の問題を解決するパートナーとして、うまく受け入れ成功に繋げている自治体で、特に中心となった以下自治体職員に対し、その秘訣について、ヒアリングを行った。

ヒアリング対象		ヒアリング日時
福島県西会津町 商工観光課 副主査 (管外事例：福島県)	青津 京介 氏	1/12(水) 10:00
奈良県生駒市 広報広聴課 課長 (奈良県)	大垣 弥生 氏	2/7(月) 15:00
大阪府大東市 政策推進部長兼公民連携推進室長 (大阪府)	東 克宏 氏	3/14(月) 10:00

上記自治体職員へのヒアリングから得られた意見を、自治体側の受け入れ課題、自治体ができること、自治体職員としてのありかた、その他意見として以下にまとめる。

受け入れ自治体の課題	・自身の取組に対して、自治体内の理解が得られないことがある。 - また、KPI や成果、目標などが問われるが、指標で測れないものがある（つなぐことによる効果など） (対応) - 結果を見せる、外部からの評価を得ること（首長に認められる、取り組みへの受賞、市民の支持）でうまくいくケースもある。
自治体ができること	・地域の取組には顔を出し、普段から関係性を築くこと。 ・地域の人と人をつなぐこと →結果、行政の仕事だと認識していたものが、民間と民間を結びつけることで、行政がやらなくても魅力創出やうまく循環するケースがあった。
自治体職員としてのありかた	・役所の中のキーパーソンがキーパーソンとつながること ・幅広くものを見ておくこと ・自分自身が広いネットワークを持っていること ・プロジェクトは、市民創発にお任せすること。
その他意見	・地域で取り組む際には、地域のキーパーソンと一緒に取り組む。 ・他地域の良い手法は真似することはできるが、覚悟がないと実践できない。 ・自身で動くことのできるキーパーソンは、自治体を頼らないケースがある。 ・生駒市では、職員と市民との間に培われた信頼関係を考慮し、異動が少なく、長く同じ職務に携わる職員もいる。

(1) キーパーソン、地域プレーヤー等とのネットワーク構築事業の概要

イベント開催にあたっては、以下広報用チラシを作成した。

関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化

KEY PERSON

本イベントは、その地域の持続可能な発展のため、地域で活躍する「キーパーソン」と呼ばれる人々に着目し、「キーパーソン」の視点で地域の活性化を考えていきます。地域の活性化を促すための組織や団体（地域）に決められておられるもの、地域の活動がきっかけで生じて、活動内外の若者「キーパーソン」が自治体職員等と交えて、全3回をこなしていただきます。

第2回目は、第1回目に引き続き、「キーパーソン」が自治体（地域）と関わり（関く）実務をこなしていただきます。1人で、関西で活躍する方と他県から「キーパーソン」の方とが参加します。

<https://www.assn.or.jp/p/kyo-3rd/seminar/2022/kyo3rdseminar2022.html>

2ND SEMINAR 2022.2.22 TUE

ONLINE
14:00~16:00

PROGRAM スピーカ（各30分）→自由な意見交換会（各20分程度）、懇話会によるディスカッション（15分）

SPEAKER 1	SPEAKER 2	SPEAKER 3	FACILITATOR
 JUNIKO KISHIGAMI 京都府立総合政策研究所 岸上 純子 氏 本イベントは、その地域の持続可能な発展のため、地域で活躍する「キーパーソン」と呼ばれる人々に着目し、「キーパーソン」の視点で地域の活性化を考えていきます。地域の活性化を促すための組織や団体（地域）に決められておられるもの、地域の活動がきっかけで生じて、活動内外の若者「キーパーソン」が自治体職員等と交えて、全3回をこなしていただきます。	 TETSUYA TAKANO 京都府立総合政策研究所 高野 哲矢 氏 本イベントは、その地域の持続可能な発展のため、地域で活躍する「キーパーソン」と呼ばれる人々に着目し、「キーパーソン」の視点で地域の活性化を考えていきます。地域の活性化を促すための組織や団体（地域）に決められておられるもの、地域の活動がきっかけで生じて、活動内外の若者「キーパーソン」が自治体職員等と交えて、全3回をこなしていただきます。	 TAKESHI TOHITA 京都府立総合政策研究所 富田 祐介 氏 本イベントは、その地域の持続可能な発展のため、地域で活躍する「キーパーソン」と呼ばれる人々に着目し、「キーパーソン」の視点で地域の活性化を考えていきます。地域の活性化を促すための組織や団体（地域）に決められておられるもの、地域の活動がきっかけで生じて、活動内外の若者「キーパーソン」が自治体職員等と交えて、全3回をこなしていただきます。	 HARUKA NAKAGAWA 京都府立総合政策研究所 中川 悠氏 本イベントは、その地域の持続可能な発展のため、地域で活躍する「キーパーソン」と呼ばれる人々に着目し、「キーパーソン」の視点で地域の活性化を考えていきます。地域の活性化を促すための組織や団体（地域）に決められておられるもの、地域の活動がきっかけで生じて、活動内外の若者「キーパーソン」が自治体職員等と交えて、全3回をこなしていただきます。

申込方式 1）申込作業の依頼を申し込み、申込書
<http://www.assn.or.jp/kyo3rd/assn/kyo3rd/>
 に記入し提出し、申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込料金は1人あたり1,000円です。申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込料 1人あたり1,000円

申込期間 2022年1月20日（木）～2022年1月27日（木）

申込方法 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込先 京都府立総合政策研究所

申込先 京都府立総合政策研究所

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

申込書 申込書と併せて、申込料を
 送付していただきます。

[illegible]

(2) 各回開催結果

①「関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 1ST SEMINAR」

開催日時	2022 年 1 月 20 日(木) 14:00～16:00		
開催場所	大阪府立男女共同参画・青少年センター(オンライン開催)		
プログラム	【キーパーソンの取組の紹介】 ・株式会社仕立屋と職人 代表取締役 石井 拳之 氏 ・株式会社オープン・エー シニアマネージャー 高松 俊 氏 ・株式会社ツナグム 代表取締役 田村 篤史 氏 【登壇者によるディスカッション】 ・ファシリテーター NPO 法人チュラキューブ 代表理事、 株式会社 GIVE&GIFT 代表取締役 中川 悠 氏 ・テーマ：「地域プロジェクトを進める上での課題」、「キーパーソンが自治体(地域)に求めるもの「開く・寛容さ/つなぐ/支える」等		
			
スピーカー登壇の様子		スピーカー登壇の様子	
			
スピーカー登壇の様子		ディスカッションの様子	

【キーパーソンの取組の紹介】

●株式会社仕立屋と職人 代表取締役 石井 孝之 氏

- ・仕立て屋と職人の仕事では、3つのミッション、
①職人のもとへ飛び込み、未来につなぐべきDNAを紐解く、②デザインの力を駆使して、職人と新しい可能性を見つけ出す、③ファンと職人の距離を近づけ、SHOKUNINへアップデートすることを掲げている。



- ・実際に、職人さんの工房でお手伝いをさせていただいたり、外の方々と一緒に商品をつくったりして、それを見ていただいてご意見をいただくこと、それを繰り返している。実際にアウトプットしてつくることも行っている。
- ・長浜市にて、長浜市と一緒にデザインセンター「長浜カイコー」をつくっている（2022年2月18日オープン）。デザインセンターをつくと面白いのではないかという話を飲みながらして、その勢いのまま企画書を作成して市に持っていき、それが1年半後に通って、やることになった。
- ・核心的でありつつも親しみやすいデザインを目指して、みんなで議論する場をこしらえる、あとは、まとまったコミュニティが地域ごとにあって、それぞれ面白い活動をされている。その間をふんわり行き来する人たちがもっといいのではないか。人々が行き来することにより、混ざり合ってさらに有機的なものが生まれていくと思っているので、そういうものを生み出していく場所にしたいと思っている。

●株式会社オープン・エー シニアマネージャー 高松 俊 氏

- ・大学卒業後、堺市役所に入庁し、2021年9月から民間企業に転職。堺市役所では、日本の三大ニュータウンの一つである堺市の泉北ニュータウンで10年間、再生のプロジェクトに取り組んできた。
- ・まちの中に人の顔が見えていないと、新しくハードができて、使ってくださいと言っても、使う人やプロデュースする人が分からない。そうになってしまうので、まずは、まちの中にどういう人たちが存在するのか、どういう人たちが何をしたいのか、それを見える化しようということで、「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト」をスタートした。「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト」は、やってみたいことを募集して人を集め、その人がやってみたいことを丁寧に聞いて、実現できるまでをサポートするプロジェクト。3年間は市役所がサポートして、4年目以降は自立してもらおうというプロジェクトでしたが、まさしくそういう展開になった。
- ・右図は、皆さんのやりたいことを持ち寄ってやった一つのプロジェクト。手前ではヨガが行われていたり、キャンプが行われていたり、外ではマルシェが行われていたり、そういうことを

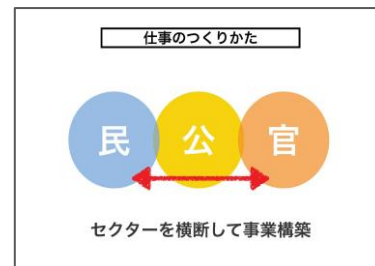


約 70 人が集まって実験を繰り返していった結果、徐々にやりたいことが鮮明になっていった。雑誌をつくるプロジェクト等新しいプロジェクトがどんどん生まれていった。

- ・そういうモデルを私が間に立ちながら、3～5 年かけてつくっていた。行政が間に立って、人や場所の紹介などをサポートしていた。

●株式会社ツナグム 代表取締役 田村 篤史 氏

- ・これまでミッションに通じる事業であれば良いということで取り組んできたが、2021 年の春に「生き方・働き方の選択肢を拡げ共に生きやすい社会を実現していきます」と新たなビジョンを掲げた。
- ・民間企業、行政、あるいは何かをやりたい個人など、これらセクターの方々の間をつないでいくような形で、事業を創出したいと思い、事業を構築している。誰かの「自分事から始まる」を大事にしている。



- ・京都移住計画の取組では、居・食・住の三つのアプローチで移住の応援をしている。京都府内の移住促進事業のお手伝い、金融機関や大学機関との連携など、2019 年から、いろんなセクターを巻き込みながらという動きが加速してきている。
- ・移住事業にずっと取り組んできたが、地方創生が第一期を終えるタイミングまでは、東京に出ていった人たちに戻ってきてくださいというアプローチをしていた。ただそれでは手遅れではないかという考えがあり、地域にいたときからきちんとコミュニケーションをとっていく、地域愛をどう育てていくか、戻ってきたくなるまちになっているかどうか、そういうところのデザインをちゃんとしていくところに意味があるかと思っている。

【登壇者によるディスカッション】

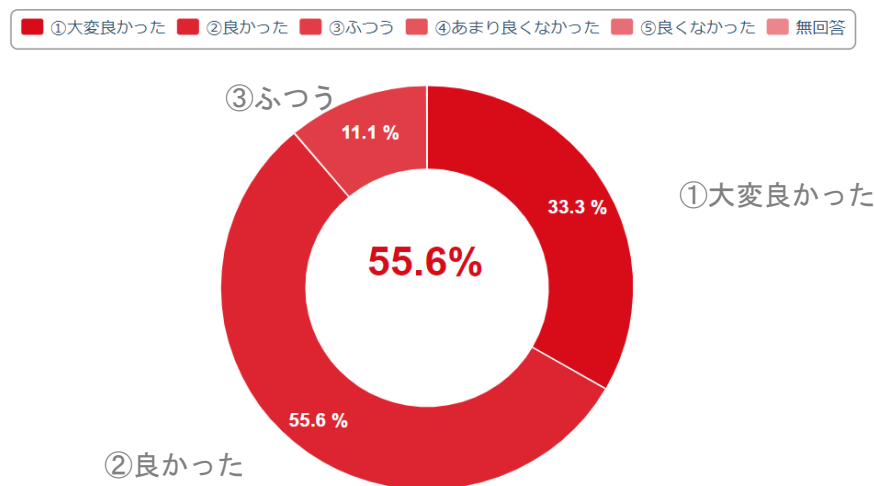
＜キーパーソンが自治体、地域に求めること＞

- ・自治体の担当者が代わるのが一番の恐怖ではあります。チームの一員としてやっていただいています。年度が変わったときにいきなりいらっしやらないと、ゼロからのスタートも同然になります。また市長選もかわって来たりします。経営者は市長なので、社長の一声で変わってしまう。対応としては、プロジェクト単位で 1 チームつける。そういう枠組みがつくれればと思います。
- ・行政がやるべきことと、やるべきではないことがあると思います。やりたいことの邪魔をしないようにする、後方支援をする（広報の枠取りや会議室を確保してあげる等）。
- ・また、「開く」と「つなぐ」を持ったワンストップデスク窓口があるといいと思います。
- ・すぐに思い浮かぶのは、与えられている前提、それを変えたいと思います。異動があるということはブラックボックスなのに、5 年後も同じことを言っているのでは意味がない。ずっと変わっていないことは変えなくてはならない。リクエストとしては、そこをさわれる人に出会いたい。それが難しいのであれば、もう一つの提案として、自治体の職員に対して、週 5 のフルタイムではなく、週 3 や週 4 といった弾力的な働き方ができるようにすること。例えば本人が

異動したとしても、週2日は自分の時間としてプロジェクトにかかわってくれる。そういう状況がデザインできないかと思ったりします。

【アンケート結果】

●全体的な満足度



②「関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 2ND SEMINAR」

開催日時	2022 年 2 月 22 日(火) 14:00~16:00
開催場所	OMM ビル (オンライン開催)
プログラム	【キーパーソンの取組の紹介】 ・ SPACESPACE 一級建築士事務所 岸上 純子 氏 ・ アンドプレイス合同会社 代表社員 高野 哲矢 氏 ・ 株式会社シマトワークス 代表取締役 富田 祐介 氏 【登壇者によるディスカッション】 ・ ファシリテーター NPO 法人チュラキューブ 代表理事、 株式会社 GIVE&GIFT 代表取締役 中川 悠 氏 ・ テーマ：「地域プロジェクトを進める上での課題」、「キーパーソンが自治体(地域)に求めるもの「開く・寛容さ/つなぐ/支える」等
	
スピーカー登壇の様子	スピーカー登壇の様子
	
スピーカー登壇の様子	ディスカッションの様子

【キーパーソンの取組の紹介】

●SPACESPACE 一級建築士事務所 岸上 純子 氏

- ・大阪の中津でまちづくりの活動をしている。本業は建築の仕事（建築の企画や設計の仕事）。週の半分は建築の学校で教員をしている。
- ・自分たちの日々の生活が楽しくならないかということで、まちにかかわっていききたいと思い、色々な活動をしている。
- ・まちづくりに関わりたいと思ったきっかけは、二軒長屋を借りてカレー屋さんにしたいという奈良県立医科大学の学生さんとの出会いだった。話をする中で、一緒に町屋の改修に取り組むことになった。
- ・2015年中津商店街にて四軒長屋の物件に出会い、その後二軒分を購入。奈良の学生さんと一緒に毎週末集まりながらやっていく中で、近所の人々が声をかけてくれたりして、徐々に学生さんがまちに溶け込んでいると実感していたので、私も2年半かけて仕事の合間に自ら改修した。そうすると、引っ越し頃にはそこにいるのが当たり前になって、皆が声をかけてくれた。そういうプロセスは大事だと感じた。
- ・2020年1月から、毎週土曜日に「ツキイチ屋台」をやっている。たくさんの人に中津商店街を知ってもらって、近くのお店を利用してもらうきっかけになるためにと、こうした活動を続けている。



●アンドプレイス合同会社 代表社員 高野 哲矢 氏

- ・2018年から妻の実家のある福井県小浜市に居住。
- ・引っ越してきてしばらくは、株式会社まちづくり小浜に入社し、しばらく観光の仕事に従事。その後起業し、「TEtoKI」（店舗）を経営。「食と暮らしを愉しむ」をコンセプトに、地域の人にできる限り来てほしいという思いで取り組んでいる。食に触れる機会や場を提供したいということで、餅つきやみそづくりのワークショップや、チョコレートづくりのレッスンも開催。地元であったり、隣町の農家さんであったり、飲食店の方で詳しい方がいるので、そういった方とコラボレーションしながら取り組んでいる。
- ・その他フリーペーパーの制作や地域のマップづくりのお手伝いにも取り組む。
- ・大切だと思っていることは地域の方との出会いと、きっかけを与えるということ。出会っても何かきっかけがないと次に進むのは難しいと思う。僕が提供したい部分は、機会をどうやって提供していくか、与えていくか、それが大事だと思っている。また小浜市には魅力がたくさんあるので、よそに答えを求めるのではなくて、自分の周りにあるものを大切にしていきたいと思っている。



●株式会社シマトワークス 代表取締役 富田 祐介 氏

- ・シマトワークスは企画の会社で、観光、インバウンド、食、新規事業、人材育成といった分野について、様々な形で企画をしている。その他、リサーチやプランニングから情報発信まで色々な形で支援もしている。
- ・淡路島に来たのは約 10 年前。ちょうど 30 歳になる頃、どこで独立するかと考えた。神戸か大阪か、6 年くらい住んでいた東京か、または淡路島かと考えたときに一番ワクワクしたのが淡路島だった。それで淡路島に飛び込んだ。
- ・去年からワーケーションという言葉が世の中に出てきたが、自分たちもワーケーションを淡路島でももらえるようにと、古民家を改装して「Workation Hub 紺屋町」をつくり、運営している。
- ・また、洲本市の地域活性化を目指す洲本市企画課、淡路信用金庫、シマトワークスの 3 者が連携し、「淡路島ゼロイチコンソーシアム」を設立。連携しながら、島内での事業創出と関係人口の増加、SDGs の推進を目指している。



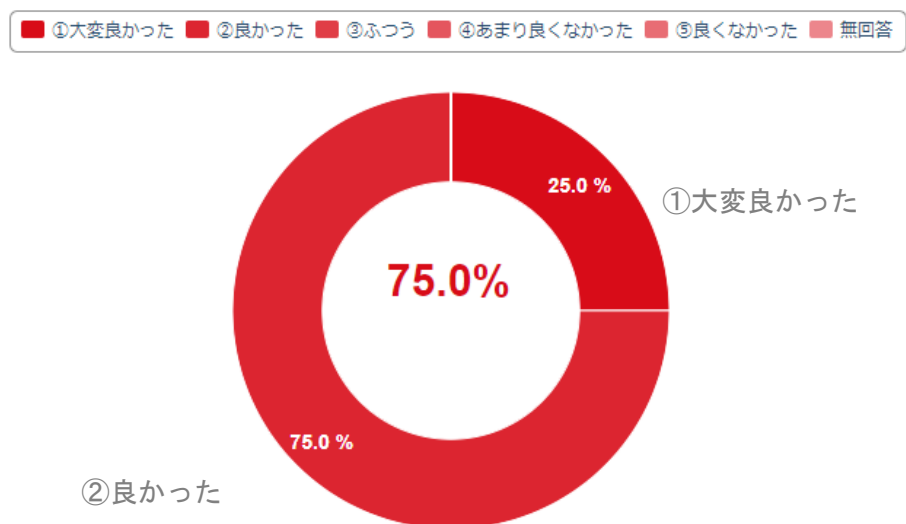
【登壇者によるディスカッション】

＜キーパーソンが自治体、地域に求めること＞

- ・地域の人と役所の人の関係性で、事業をしていると補助金の話はよく出てきます。僕自身は、今回コンソーシアムをつくって、今まさに取り組んでいる最中ですが、補助金を充てて何かするというよりは、一緒に共創することが大事ではないかと思います。それぞれできることが違うので、共創できるパートナーとして一緒に事業をつくっていく、まちをつくっていく、パートナーとして一緒に取り組んでいく。そうした点、今まさにコンソーシアムに関わって強く感じているので、こういうことがもっと広がっていけばと思っています。
- ・市役所の中にキーパーソンが何人かいると思います。その方は顔が広くていろんな方を知っていますし、それこそ民間をパートナーという形で、民間を頼るのが上手だと思います。そういうことができると、民間も自分たちに何ができるのかと考えるきっかけになると思います。
- ・市役所の中でも個人で関わろうとしてくれている人がいます。地域でハブとなる場所があったりするので、そういうところに行政の方が顔を出していたりすると、そこで出会ったりします。人と人の付き合いの中で関係を築いていくと、相談も受けてくれるし、個人的にかかわってくれたり、行政の人を連れてきてくれたり、ありがたいです。

【アンケート結果】

●全体的な満足度



③「関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 3RD SEMINAR」

開催日時	2022 年 3 月 10 日(木) 13:30~16:30
開催場所	OMM ビル (オンライン開催)
プログラム	【キーパーソン・自治体職員の取組の紹介】 ・ 株式会社シカケ代表取締役 金山 宏樹 氏 ・ 株式会社ローカルフラッグ代表取締役 濱田 祐太 氏 ・ 一般社団法人ドチャベンジャーズ代表理事 柳澤 龍 氏 ・ 奈良県生駒市広報広聴課 課長 大垣 弥生 氏 ・ 福島県西会津町商工観光課 副主査 青津 京介 氏 【登壇者によるディスカッション】 ・ ファシリテーター NPO 法人チュラキューブ 代表理事、 株式会社 GIVE&GIFT 代表取締役 中川 悠 氏 ・ グラフィックアー USANET 合同会社 代表 さの はるか氏 ・ テーマ：「自治体に求めるもの（伝えたいもの）」、「地域で取り組む際の課題」、「キーパーソンに期待するもの」、「自治体ができること」、「受入自治体（地域）の課題」、「キーパーソンの力を最大限発揮しつつ、地域活性化を推進するために必要なこと」等
	
スピーカー登壇の様子	スピーカー登壇の様子
	
スピーカー登壇の様子	スピーカー登壇の様子
	
スピーカー登壇の様子	ディスカッションの様子

【キーパーソンの取組の紹介】

●株式会社シカケ 代表取締役 金山 宏樹氏

- ・「道の駅うずしお」等にて、“あるものをどう見せればお客さまがわざわざ施設まで来るか” にとことん取り組み、店舗を増やさず売上を伸ばした。
- ・具体例①：「ここにしかない」看板メニューをつくる。自分たちが何を提供したいのかを考え、瀬戸内海の美味しい白身魚を味わえる「白い海鮮丼」の開発をサポート。具体例②：デザイン（表現）に力を入れる。「展望レストラン」という一般的な名前をやめ、写真はプロに撮ってもらい商品説明をメニューにしっかり書く。



- 具体例③：コンセプトを明確にしメディアを活用。玉ねぎの島として焦点を絞り PR。施設に「たまねぎキャッチャー」を設置し話題になった。またフォトスポットとして大きな玉ねぎオブジェを設置し SNS を通じて若者を集める。結果として若者に淡路島産の玉ねぎを食べてもらうきっかけにも繋がった。
- ・地域には、淡路島の玉ねぎのような、特産品や地元の人が「嫌だ、宝じゃない」と思っている、ずっと昔からあるものが必ず何かしら存在する。それが実は宝になることを体感。この経験をもとに、現在は（株）シカケや全国道の駅支援機構にて道の駅等の再建等を行っている。
- ・鹿部町で（株）シカベンチャーという現地法人を立ち上げ、道の駅の指定管理をしている。ここではふるさと納税を伸ばし、そのお金で道の駅をリニューアルし、またそれにより売上を伸ばすというモデルで取り組んでいる。

●株式会社ローカルフラッグ 代表取締役 濱田 祐太氏

- ・まちづくり会社として地域の人材育成や移住・定住の取り組みをしつつ、自分たちで商品開発をして販売する地域商社のような動きを行っている。
- ・1) 人材育成や移住・定住のプロデュース
若い人を採りたい地域企業に採用のサポートを行い、結果 5 名入社予定。また地域の色々な会社の新入社員達を集め、地域の皆が同期となるような研修を金融機関と開始。さらに地元の経営者と一緒に「ローカルベンチャースクール」を立ち上げ、この地域で起業家、後継者となる人材を育成するプログラムを実施している。



- ・「与謝野ホップレンジャー」。与謝野町はホップを農業として取り組む町。ホップ栽培をコンテンツ化し色々な方に手伝ってもらう仕組みを作った。「ホップ農家さんを応援したい。与謝野町に関わりたい」という 270 名の方々が登録。地域に人を呼び込むコンテンツに。実際にこの取組がきっかけで与謝野町に移住される方も。
- ・2) クラフトビール造酒販売
2020 年から地域の環境課題と地元産のポップを使った商品を開発。現在 3 銘柄。この事業で

は与謝野町のホップの6次産業化に挑戦することと、天橋立の環境課題であるカキの殻を使い海の環境課題解決に取り組むことを目指す。この二点を掛け合わせたクラフトビールを造り、飲めば飲むほど海や天橋立が綺麗になる。のコンセプトの下、現在地元のスーパーや酒屋に入る商品に育ってきた。今後は大阪・京都の関西圏で販売できる商品を目指して取り組んでいる。

●一般社団法人ドチャベンジャーズ代表理事 柳澤 龍氏

- ・「世界一子どもが育つまち」をスローガンに「学習する地域へ」を目指し仲間とともに様々な取組を行う。小学校で世界中の人と交流できる取組や、五城目高校等で東大の先生との地域ワーク、地域の農林水産業の方々と体験プログラムを子ども向けに実施する等。
- ・田舎の廃校オフィス「BABAME BASE」を拠点にシェアビレッジ立ち上げに参画。県外から移住して起業する人のプログラムであったが、触発された地域の方がキイチゴビールやキイチゴジャムを作ったり、地域の建具屋が余った端材でコースターをつくり中小企業庁の賞を受賞したりと内発的なチャレンジに繋がった。
- ・女性の起業プログラム「オトナの学校」。朝市を従来の単に野菜などを販売する場所ではなくて、女性がチャレンジしてみたいことを実現する場や子どもや地域の人との交流場所（コミュニティが生まれる場所）として再定義する中で、常時 80 店舗、7000 人が来場する朝市に再生。
- ・「越える学校」。学校の入口に教員室と地域図書室を1階に設置することで、誰でもいつでも来ることができる小学校に。元々毛糸の編み物を教えたりと地域の方々が多数かかわる学校だったが、学校教育課と生涯学習課を越える立ち位置で地域図書室が常時、町人に開かれる建物となった。
- ・現在は色々な大学のフィールドワークを受け入れたり、教育留学でお越しになる家族を受け入れるために拠点生活サービスのアドレスの活用を始めたりと、学びを軸にしたまちづくりに取り組んでいる。



【自治体職員の取組の紹介】

●奈良県生駒市広報広聴課 課長 大垣 弥生氏

- ・いかに生駒を語る人を増やして、豊かな暮らしをどのように伝えて生駒のイメージをつくればよいのかを考え、様々な活動に取り組む。
- ・まちづくりの方向性と合致する暮らしや活動が次々と生まれる土壌をつくる為の出会いをつくる仕事が仕事と考え、活動。生駒市のPRサイト「グッドサイクルいこま」は、新しい生駒をつくる方々やそんな出会いが生まれる場所を伝え、多様に人と人との関係性をつくることを目的としたサイトと



している。その他、生駒サンフェスタや市民 PR チーム「いこまち宣伝部」にも取り組む。現在まちの交流会「つどい」を始めている。前は国内唯一のプロのタンバリン奏者が生駒に来て、タンバリンをみんなで演奏しながら交流を深めた。平日の夜や休日に実施をすることで、今まで地域に関わりたくても関われなかった働く世代の参加を見込んでいて、好循環が生まれつつある。

●福島県西会津町商工観光課 副主査 青津 京介氏

- ・行政職員として活動する傍ら、プライベートでは、西会津町若者まちづくりプロジェクトにも取り組む。同プロジェクトにて限界集落をまるごと体験する、鬼ごっこ「DEEP 集落鬼ごっこ」を実施。「日常のものを使って非日常をつくりだす」をコンセプトに、企画・運営。結果として集落の人が外に興味を持つことにつながった。



鬼ごっこをした後に集落の人が町場に行って、移住者が始めたカフェに行って移住者と話してみたいなど、若い人に興味を持つようになった。各種メディアにも取り上げられて、シティプロモーションにも繋がっている。

- ・「自然の資源×テクノロジー」は、西会津町の自然資源を音とドローンで発信するというプロジェクト。ほかの自治体がやっていない地域資源で勝負したいとの想いで、企業と連携協定を締結し、自身で音と空撮映像を収集。テレビ局4社、新聞社1社に取り上げられてシティプロモーションになったり、西会津町の Facebook のアクセス数が大幅に上昇したり、ふるさと納税の PR にも使用したりしている。
- ・西会津町にある野沢駅をコワーキングスペースにするというプロジェクトにも職員としてではなく、プライベートで携わる。

【登壇者によるディスカッション】

＜行政職員から見た「地域ビジネス」の印象＞

- ・民間企業を応援するのは表立ってできない立場。一方で継続性が求められる。継続しようと思ったらビジネスが必要。ビジネスは自分たちで生み出すか、ビジネスをどうまちづくりに取り入れていくか、これからの課題だと思います。
- ・継続的なものは民間の方が取り組むことが望ましい。公務員は異動があるので、長くても3年、4年の関わりになります。部署のリーダーが代わったりすると、役場や市役所と一緒にやっている民間事業者もやめてしまうこともあります。民間の方が自走できるようなビジネスをつくり、継続性を持たせる、そういう意味でビジネスはすごく重要だと思います。

＜民間から行政へのアプローチ＞

- ・市民も役場のことを知る必要があるし、役場の人も市民が何を考えているかを知る必要があると思っています。広報の仕事をしている方は地域のことにとても詳しい。逆に、一般的には、市民も役場に行く機会は少ないので、役場が何を考えているか知らないことが多い。そこをまずつなぐことからだと思います。

＜自治体がキーパーソンにできること・キーパーソンが自治体に期待するもの＞

- ・キーパーソン、民間側と自治体側のできることの違い、考え方の違いを明確にしておくことだと思います。キーパーソンの皆さんは、事業をつくりだすとか、儲ける、利益を出すのはプロだと思います。行政はそれが苦手ですが、行政はルールや制度をつくるのは得意です。キーパーソンに入ってもらったときに、行政の内部だったり地域だったり、ルールをつくることができます。
- ・行政は公平性を大事にしないといけないのだというところは理解いただけるとありがたいです。「こんなことをやりたいからかなえて」と来られるのではなくて、こんなことをやりたいから誰か知らないか、といった相談であれば動きやすいです。声をかけることができるし、人と人をつなぐのは行政の役割だと行政職員は思っているので、そういう頼り方をしてもらえるとありがたいと思います。
- ・知らない自治体にこれから関わるとなったときに、行政の方に手伝っていただきたいことの1つは、まちのプレイヤーを紹介していただいたり、まち独自の文化とか、風土を教えてくださいとあると思います。

【グラフィッカーによるグラフィックレコーディング】

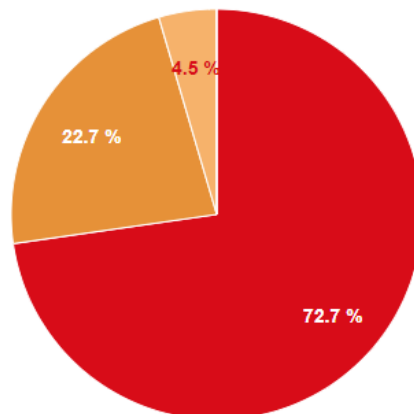
（グラフィッカー USANET 合同会社 代表 さの はるか氏）



【アンケート結果】

●全体的な満足度

■ ①大変良かった ■ ②良かった ■ ③ふつう ■ 無回答



(3) キーパーソンと共に地域活性化を目指すための方策

上記全3回のオンラインイベントでは、キーパーソンが地域での取組を紹介するとともに、これまでキーパーソンが地域での活動をサポートしてきた自治体側の取組等を紹介し、キーパーソンと共に地域の活性化を促すために、地域活性化施策の課題や成功への方策について議論を行ってきた。全3回の議論の結果を、以下のようにまとめる。

①キーパーソンからの視点

自治体に求めるもの	・キーパーソンが、自治体にもとめるものとしては、「開く・寛容さ、つなぐ、支える」。 ・具体例としては、以下が挙げられる。 ・プロジェクトを実施する際に、アプローチできる窓口機能 ・店舗等拠点に足を運ぶなど、オープンな姿勢 ・深い関係性の構築・個としての付き合い ・まちのキープレイヤーやまち独自の文化・風土の紹介 ・行政内担当者の紹介
地域でプロジェクトを実施する上で直面する課題	・キーパーソンが、地域でプロジェクトを実施する上で直面する課題には、行政側パートナーの異動や組織のトップである首長が代わることによる、プロジェクトへの理解・支援体制の変化が挙げられる。 ・これに対する、対策方法案として、プロジェクトにつき、チームで対応、自治体職員の柔軟な働き方（週5日のフルタイムではなく、週3日または4日と弾力的な働き方ができるようにすることで、週2日は従事していたプロジェクトに関わることができる）、決定事項に対して、書面で記録を残すなどの意見が挙げられた。
キーパーソンが地域で取り組む際のアプローチ等	・キーパーソンが、地域で取り組む際には、以下のアプローチやスタンスで関わっている。 ・地域のキーパーソンを発掘し、一緒に取り組む。 ・地域外から入って取り組む際には、自分たちもコミットしている姿勢を見せる。 ・地域の人と関わる際には、「支援」や「一方的に手伝う」のではなく、一緒に楽しみながら関わる。 ・相手側が何をしたいかを確認し、相手にとって、一緒に取り組むことで実現できるようベクトルを合わせる。 ・地域の長には相談し、その意向を踏まえる。 ・外部の人間として関わるからこそ、入り込みすぎない距離感で関わる。 ・地域の資源は「人」であり、熱量のある人を見つける。

	・一緒に取り組む仲間を探す際には、仲間のやりたいことを丁寧に聞いていく。そして、相手がやりたいベクトルと自分がやりたいベクトルを同じ方向にチューニングする。
地域の魅力づくり	・地域の魅力づくりにおいては、背景や価値観の異なる地域（例えば海外など）とつながることで、その土地の持っている文脈や資源が見えることがある。 ・地域に特産品がないのであれば、ベンチマーク先を探し、参考にしながら、特産品にしていく。迅速なアクションが必要な場合は、場合によっては自ら地域で起業し、進めていくことも手。

②自治体側の視点

受け入れ自治体の課題	・自治体職員は、平等性が求められる。また一方で持続性も求められる。自治体職員の場合、数年ごとに異動があるケースが多いので、自立してもらうことを見据えて、仕組みづくりを行うことが肝要。 ・持続性の観点から、ビジネスの視点をどうまちづくりに取り入れていくかは今後の課題。
自治体ができること	・自治体ができることは、開く、つなぐ、支えるである。 ・「開く」、「つなぐ」については、行政はまち全体のことを把握しているので、取り組もうとする活動について、相談すべき人物など地域の肌感覚を伝えることができる。 ・行政は人と人をつなぐことが役割だと認識しているので、具体的にこんなことができる人を知らないかと相談してもらえると支援しやすい。 ・「支える」については、キーパーソンの取組がスムーズに進むよう、後方支援をする（広報の枠取りや会議室の貸出、仕組み・制度づくりなど）。 ・行政が取り組もうとしていることに未来図がないのであれば、未来図を描くべきである。住民に聞き取りを行う際には、「課題」を聞くより「夢」を聞いた方が、その住民自身がプレイヤーとなる素地が生まれる。
キーパーソンに期待するもの	・地域活性化のために、キーパーソンと積極的に協業していきたい。最初の段階から、キーパーソン側から声をかけてもらえると、行政側にも学びが生まれ、それがキーパーソンを受け入れる土壌につながる。 ・地域には地域の文化があるため、それを踏まえて取り組んでももらえると、地域でも受け入れやすいのではないかな。

③キーパーソンの力を最大限発揮しつつ、地域活性化を推進するために必要なこと

キーパーソンの力を最大限発揮しつつ、地域活性化を推進することは、様々な地域課題を抱える地域において有効な手法であり、地域でのさらなる展開が期待される。各地で活躍するキーパーソンや自治体職員を招いたセミナーにおいても、実際の取組を通じてトライアンドエラーを繰り返しながら両者が相互理解を深め、持続的かつ効果的な地域活性化の取組みへと進化を遂げている。今後、キーパーソンと自治体が手を取り合って地域活性化につなげていくために、以下の3つ視点で、支援をしていくことが有効である

●相互の信頼を育む「関わりあいの場」づくり

1つ目は、キーパーソンと自治体が相互に理解し、信頼に導く「関わりあいの場」を設けることである。キーパーソンの発言にもあるように、一般的には、市民は自治体や役場に訪問する機会は少なく、自治体等が得意とすること、できることやその役割について十分に理解していないケースが多い。一方、自治体職員側もキーパーソンや民間のプレイヤーの考え方や活動を知る機会が多くない。キーパーソンや自治体それぞれの力を最大限に発揮できるよう、互いの考え方や得意とすること、できることを理解し合う土壌を整えること、すなわち「関わりあいの場づくり」が求められる。そうした「場づくり」により、相互の十分な理解がないままに物事が進み、地域活性化の取組みが頓挫してしまう事態も回避できるものと考えられる。

また、フラットな立場で、「個」として出会い、信頼関係を構築した上で、協業をスタートすることが、今後の地域活性化においては求められている。

●キーパーソン人材のネットワーキングによる知の共有

2つ目は、今年度、オンラインセミナー開催を通じて取り組んできたように、キーパーソン同士がその取組や苦労を共有し、課題について議論し合う場を通じて、ネットワーク構築を進めていくことである。特に、地域の特性あるいは取り組む事業分野など、一定の共通項がある場合はキーパーソン同士の議論も活発化した。参考になる他地域の取組事例を、それを牽引したキーパーソン自らの言葉で語り合うことにより、より深い議論が可能になる。こうした場を通じて、それぞれの地域が抱える課題解決の糸口、具体的な手法だけでなく背景にある想いや狙いも知ることができる。こうした知見の共有が進み、各地域の課題解決に大きく寄与するものと考えられる。

●地域活性化のキーパーソンの人材の可視化

3つ目は、地域活性化におけるキーパーソンの存在とその果たす役割について「見える化」を進めていくことである。自治体職員からの意見に、「民と連携するなんて考えてもみなかった」とあるように、「キーパーソンが地域活性化に貢献する事例」について、認知されていないケースが多くあるものと推測される。そもそもどういったキーパーソンが地域にいて、どういった役割を果たしてきたのか、それ自体十分明らかにされていない、あるいは、自治体側に伝わっていない地域も少なからずあるように思われる。加えて、地域で活躍するキーパーソンやその思い、その取組内容や波及効果等、可視化していくこと、例えば、近畿経済産業局が「関西キーパーソン人財バンク」のようなかたちで、関西地域のさまざまなケースを蓄積していくことは、キーパーソンと自治体の協業を支える中間支援的な役割発揮に寄与するものと考えられる。それにより、地域

活性化におけるキーパーソンの役割への地域側の理解を深め、キーパーソンと自治体の協業を生む大きなきっかけになっていくものと考えられる。

4. 若きキーパーソン人材のPR冊子の作成

(1) 取材した若きキーパーソンの紹介

各地で地域活性化に取り組んでいる若きキーパーソン人材を発掘し、2.ヒアリングをもとに、彼ら・彼女らの経験やスキル、地域に対する思いなどを記載した紹介冊子を作成した。掲載者一覧は以下のとおり。

1	株式会社シカケ 金山 宏樹氏 兵庫
2	SPACSPACE 一級建築士事務所 岸上 純子氏 大阪
3	株式会社いろあわせ 北川 雄士氏 滋賀
4	アンドプレイス合同会社 高野 哲矢氏 福井
5	株式会社ツナグム 田村 篤史氏 京都
6	株式会社シマトワークス 富田 祐介氏 兵庫
7	NPO 法人ミラツク 西村 勇也氏 京都
8	株式会社ローカルフラッグ 濱田 祐太氏 京都

(2) 取材した自治体職員の事例紹介

上記2.でのヒアリングをもとに、キーパーソンの受け入れに成功し、地域活性化に繋げている自治体と活動の中心となった自治体職員の取組について記載した、事例紹介を作成した。掲載者は以下のとおり。

1	奈良県生駒市 広報広聴課 課長 大垣 弥生氏 奈良
2	株式会社オープン・エー シニアマネージャー（元大阪府堺市職員）高松 俊氏 大阪

以上

KEY PERSON PROFILE

経済産業省近畿経済産業局

総務企画部中小企業政策調査課

〒540-8535 大阪市中央区大手前 1-5-44

TEL: 06-6966-6057

MAIL: kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp

HP: <https://www.kansai.meti.go.jp/chushoresearch.html>

2022 年 4 月発行

※掲載内容・画像の無断転載・複製を一切禁じます

キーパーソンの要件・要素及び若手人材発掘調査事業



～小さくてもいいから
とりあえずやってみる～

KEY PERSON PROFILE 2

KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON

KEY PERSON PROFILE

KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON
KEY PERSON

KEY PERSON KEY PERSON KEY PERSON

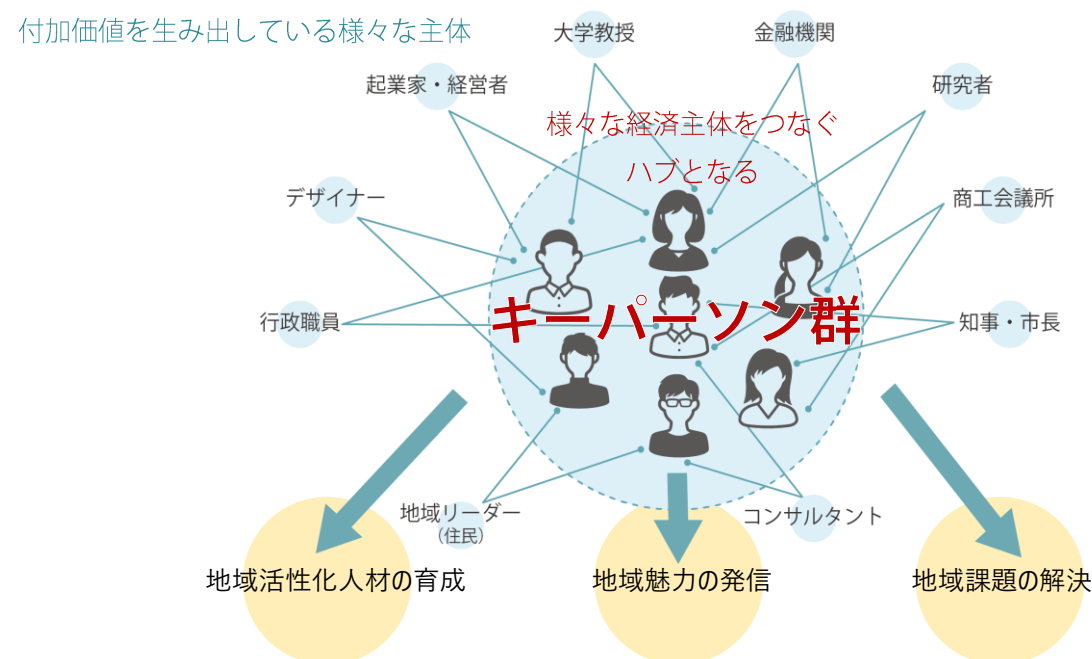
目 次

キーパーソンとは・事業の目的	01
関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR	02
キーパーソン人材と協働して地域活性化を目指すために	09
次代を担う『若きキーパーソン』たち	13
金山 宏樹さん	13
岸上 純子さん	15
北川 雄士さん	17
高野 哲矢さん	19
田村 篤史さん	21
富田 祐介さん	23
西村 勇也さん	25
濱田 祐太さん	27
自治体職員の視点から	29
大垣 弥生さん	29
高松 俊さん	31

キーパーソンとは・事業の目的

キーパーソンとは

地域で展開されるプロジェクトの成功の鍵を握るのは、プロジェクトを仕掛けて牽引する「キーパーソン」と呼ばれる人々です。キーパーソンは、地域の問題を解決しその発展につなげる「熱い心」をもって地域と関わろうとしています。ものづくり・観光・サービスなど、その地域が強みを持つ分野を発掘・発展させるため、覚悟と高い志を持つ彼ら・彼女らは、地域に根ざしつつ、他地域あるいは異分野といった外部の視点ならではの感覚と行動力で、その地域が価値と気付いていないところに価値を見出し、地域の人びとを巻き込みながら共にその価値を高めています。

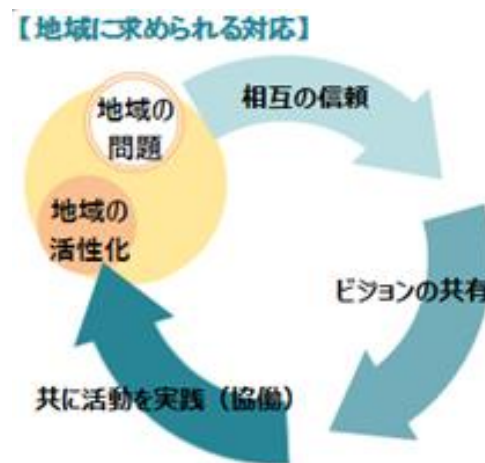


事業の目的

近畿経済産業局では、令和2年度実施の『関西から「キーパーソン」を考える会』において、実際にキーパーソンと呼ばれる方々と、キーパーソンの要件や資質について議論を重ねてきました。併せて、キーパーソンが地域で活躍するために、「地域は、キーパーソンとどう向き合うべきか」について、地域側に求められる対応を整理しました。地域がキーパーソンを受け入れ共働するためには、その地域に多様性を受け入れられる土壌があり、地域とキーパーソンが円滑に繋がることのできる仕組みが不可欠です（右図）。

令和3年度は、地域で活躍するキーパーソンが乗り越えてきた様々な課題とその解決策について、キーパーソンと自治体職員等と一緒に考えるオンライントークイベント全3回に渡り実施しました。もちろん地域側は自治体職員だけではなく、様々な立場のプレイヤーが存在しますが、今年度は自治体にフォーカスして議論を行いました。

本誌では、議論を通じて導き出された地域課題解決のため「キーパーソン」が活躍するために必要な要素分析や、若きキーパーソン8名とキーパーソンの活動を支えてきた自治体職員2名（元自治体職員含む）をご紹介します。



関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

1ST SEMINAR（2022年1月20日(木)開催）プログラム

キーパーソンの取組の紹介

●株式会社仕立屋と職人 代表取締役 石井 拳之氏

グラフィックデザイナー。地域各所でのデザインプロジェクト参画を経て、『起業型地域おこし協力隊』として2017年に滋賀県長浜市に移住。伝統工芸の「職人の生き様を仕立てる」ことをミッションに、商品開発、クラウドファンディング、企業とのタイアップ、プロモーション動画等を通じて、伝統工芸職人をデザイン力で支援。2022年「クリエイティブの玄関口になる」ことをミッションに、まちのプレイヤーたちが集まるエリアプラットフォーム「長浜カイコー」をオープン、運営している。

- 仕立て屋と職人の仕事では、3つのミッション、①職人のもとへ飛び込み、未来につなぐべきDNAを紐解く、②デザインの力を駆使して、職人と新しい可能性を見つけ出す、③ファンと職人の距離を近づけ、SHOKUNINへアップデートすることを掲げている。
- 実際に、職人さんの工房でお手伝いをさせていただいたり、外の方々と一緒に商品をつくったりして、それを見ていただいてご意見をいただくこと、それを繰り返している。実際にアウトプットしてつくことも行っている。



●株式会社オープン・エー シニアマネージャー 高松 俊氏

大学卒業後、堺市役所に入庁し、14年間勤務。日本の三大ニュータウンの一つである堺市の泉北ニュータウンの再生プロジェクト「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト」を発足。市民企画型プロジェクトの基盤づくりを行う。公的賃貸住宅のリノベーション事業では、住宅供給公社やUR都市機構と連携。リノベーション後の住戸は、応募倍率が平均6倍になる。また、Park-PFI制度を活用し、エリア内の公園をレストラン、アウトドア拠点、パンブトラック等の複合施設・公園として再生。テナントの半分に、市民が創設した社団法人や民間事業者が参画。地域内経済の循環を叶える。地方公務員アワード2021受賞。2021年9月から現職に転職。

- まずは、まちの中にどういう人たちが存在するのか、どういう人たちが何をしたいのか、それを見える化しようということで、「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト」をスタートし、継続して取り組んできた。
- 物事が動き出すのは3年目ぐらいから。1～2年情報収集をして、3年目にキーマンが見えてくる。少なくとも5年くらいのスパンで考えないと何事も進めるのは難しいと思う。



関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

1ST SEMINAR (2022年1月20日(木)開催) プログラム (続き)

キーパーソンの取組の紹介

●株式会社ツナグム 代表取締役 田村 篤史氏

2015年「人と人、人と場の繋がりを紡ぐ」をコンセプトにツナグムを創設。中小企業の人材マッチング、地元大学と共同で設置した「町家 学びテラス・西陣」施設などの拠点運営、移住促進事業（京と移住計画など）等に取り組む。2020年に、京都信用金庫との共創空間「QUESTION」内にて、コミュニティキッチン「美食倶楽部」をオープン。スペインの「世界一の美食の地域」と言われるバスク地方でのコミュニティキッチン文化をモデルとし、京都を拠点に食料域の課題解決を目指す。

- これまでミッションに通じる事業であれば良いということで取り組んできたが、2021年の春に「生き方・働き方の選択肢を拡げ共に生きやすい社会を実現していきます」と新たなビジョンを掲げた。
- 民間企業、行政、あるいは何かをやりたい個人など、これらセクターの方々の間をつないでいくような形で、事業を創出したいと思い、事業を構築している。誰かの「自分事から始まる」を大事にしている。



ファシリテーター (全回共通)

●NPO法人チュラキューブ 代表理事、株式会社GIVE&GIFT 代表取締役 中川 悠氏
精神科医療機関を経営する母方の祖父、義肢装具の開発をする父を持つ。関西の情報誌の編集業を経て、株式会社・NPOを起業。さまざまな切り口で情報や地域資源を編集することで、地域コミュニティ・障がい者福祉・農業・伝統工芸など、社会課題の解決を目的とした幅広いプロジェクトを推進。「淡路島日本遺産」、漁港の情報発信「SUI」、伝統工芸×福祉（伝福連携）、空き家×福祉「杉本町みんな食堂」など。2016・2019年度のグッドデザイン賞を2度受賞。複数大学でソーシャルデザインの講義を担当するなど、教育分野でも精力的に活動を行う。



登壇者によるディスカッション内容 (抜粋)

- 自治体の担当者が代わるのが一番の恐怖ではあります。チームの一員としてやっていただいているが、年度が変わったときにいきなりいらっやらないと、ゼロからのスタートも同然になります。
- 行政がやるべきことと、やるべきではないことがあると思います。やりたいことの邪魔をしないようにする、後方支援をする（広報の枠取りや会議室を確保してあげる等）。
- 「開く」と「つなぐ」を持ったワンストップデスク窓口があるといいと思います。
- 異動があるということを、5年後も同じことを言っているのでは意味がない。ずっと変わっていないことは変えなくてはならない。リクエストとしては、そこをさわれる人に出会いたい。



自治体担当者には、二人三脚で長く寄り添ってもらいたい！

関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

2ND SEMINAR (2022年2月22日(火)開催) プログラム

キーパーソンの取組の紹介

●SPACESPACE 一級建築士事務所 岸上 純子氏

大阪工業技術専門学校特任教員、関西大学、大阪公立大学非常勤講師。大学院卒業後、坂倉建築研究所勤務を経て2010年に独立。住宅のリフォームや、高齢者福祉施設、店舗など様々な設計の分野で活動を展開。2017年に中津商店街の長屋の風景が気に入り、住宅兼事務所としてリノベーションし拠点を移す。活動を休止していた同商店街に活気が戻り、空き店舗も次々と解消されている。大阪の中津でまちづくりの活動をしている。

- 2015年中津商店街にて四軒長屋の物件に出会い、その後二軒分を購入。奈良の学生さんと一緒に毎週末集まりながらやっていく中で、近所の人々が声をかけてくれたりして、徐々に学生さんがまちに溶け込んでいると実感していたので、私も2年半かけて仕事の合間に自ら改修した。そうすると、引っ越し頃にはそこにいるのが当たり前存在になれて、皆が声をかけてくれた。そういうプロセスは大事だと感じた。
- 地域のハブとなる場所やイベントで行政の方と出会ったりすることができる。熱意のある人は、腹を割って話してくれる。



●アンドブレイス合同会社 代表社員 高野 哲矢氏

都市計画コンサルタント。まちづくり会社（DMO組織）を経て、2019年に妻とアンドブレイス合同会社を設立。現在は妻の実家がある小浜市を拠点に、都市デザイン、都市計画・まちづくり、グラフィックデザイン等に取り組む。2020年には、小浜市まちの駅内に「食と暮らしを愉しむ」をコンセプトとしたセレクトショップ「TEtoKI」をオープンし、店内に併設しているシェアキッチンやギャラリースペースも含めた店舗運営に奮闘中。

- 引っ越してきてしばらくは、株式会社まちづくり小浜に入社し、しばらく観光の仕事に従事。その後起業し、「TEtoKI」（店舗）を経営。地域の人にできる限り来てほしいという思いで取り組んでいる。食に触れる機会や場を提供したいということで、餅つきやみそづくりのワークショップや、チョコレートづくりのレッスンも開催。
- どの町でも、いわゆる資源といわれるところには、キーパーソンになりうる人がいる。自分の興味のあることを深掘りしていくと、そういう人に出会えるのではないか、そこから関係を作っていきたい。



幅広い「観光」関連産業とそこにまつわる人たちの出会い



関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

2ND SEMINAR（2022年2月22日(火) 開催）プログラム（続き）

キーパーソンの取組の紹介

●株式会社シマトワークス 代表取締役 富田 祐介氏

神戸市生まれ。大学卒業後フリーランスで建築設計を行い、淡路島を中心に2年間活動後、2007年に設計会社への就職に伴い東京へ移住。設計業務の他に様々なイベント企画も手がけ、2012年淡路島移住のため退職。地域雇用促進を目指す事業「淡路はたらくカチ研究島」を仲間と共に立上げ、2014年、企画を本業とするシマトワークスとして独立。ワーケーション拠点の開設・運営をはじめ、新規事業の戦略立案や地域コーディネート、人材育成など、その事業フィールドは多岐にわたる。古民家を改装した「Workation Hub紺屋町」を拠点に、洲本市と淡路信用金庫との連携により、地域活性につながる活動を力強く推進している。

- シマトワークスは企画の会社で、観光、インバウンド、食、新規事業、人材育成といった分野について、いろんな形で企画をしている。その他、リサーチやプランニングから情報発信までをいろんな形で支援もしている。
- オフィスの建設中に、たまたま興味を引かれ立ち寄ってくれたのが淡路信用金庫の支店長さん。銀行としても地域活性に関係することを考えておられ、是非一緒にという話になった。銀行としてのメリット、参画することの意義について議論を深めていった。
- 洲本市は行き学連携に取り組んでおり、大学と市が一緒になって地域課題の解決の取組をされていたが、学生は卒業してしまい定着が難しい。そこで、外部から連れてきた企業に、担ってもらう新規事業が誕生した。



登壇者によるディスカッション内容（抜粋）

- 僕自身は、今回コンソーシアムをつくって、今まさに取り組んでいる最中ですが、一緒に共創することが大事ではないかと思う。
- 長屋の購入を迷っていたときに、まちづくりセンター主催の講座に参加した。区内地域の会長さんなど、様々な方が参加され、ワークショップや各地域の活動を発表する場があった。そこで知り合った中津地域の会長さんから後押しをもらい、その後も地域の人たちとの出会いが広がった。
- 市役所の中にキーパーソンが何人かいると思います。その方は顔が広くていろんな方を知っていますし、それこそ民間をパートナーという形で、民間を頼るのが上手ではないかと思います。
- 「開く」と「つなぐ」を持ったワンストップデスク窓口があるといいと思います。
- 市役所の中でも個人で関わろうとしてくれる人がいます。人と人の付き合いの中で関係を築いていくと、相談も受けてくれるし、個人的にかかわってくれたり、行政の人を連れてきてくれたり、ありがたいです。



繋がる場、パートナーやネットワーク構築の大切さ！

関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

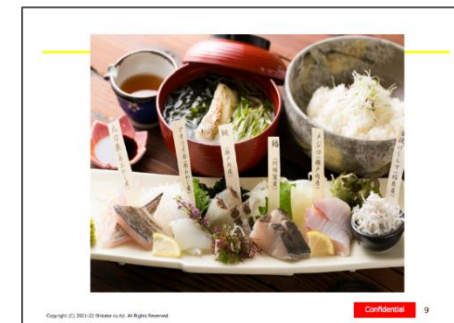
3RD SEMINAR（2022年3月10日(木) 開催）プログラム

キーパーソンの取組の紹介

●株式会社シカケ 代表取締役 金山 宏樹氏

兵庫県南あわじ市生まれ。高校卒業後、淡路人形浄瑠璃の人形遣いとして5年間働いた後、島の観光施設で1年間勤務。その後、大阪・東京で営業職を経て、2012年淡路島に戻り観光施設運営会社入社。前職の経歴を活かし、EC事業部から飲食事業部の取締役役に就任。業績を新規事業なしで4年間で2倍近くに押し上げ、その後も視察の絶えない観光施設となる。当人は2017年に退社後、全国の自治体・施設を支援するブランディング会社、株式会社シカケを設立。「道の駅再生人」として活躍中。

- 「道の駅うずしお」等にて、“すでにあるものをどう見せればお客さまがわざわざ施設まで来るか”にとことん取り組み、店舗を増やさずして売上を伸ばした。通常なら見栄えのしない、白身魚の刺身を敢えて前面に起用し、「白い海鮮丼」として販売。大ヒット商品となる。
- 地域には、淡路島の玉ねぎのような、特産品や地元の人が「嫌だ、宝じゃない」と思っている、ずっと昔からあるものが必ず何かしら存在する。それが実は宝になることを体感。全国の道の駅の再建において、この経験が生きている。



Copyright (C) 2021-22 Shikake Co., Ltd. All Rights Reserved.

Confidential

●株式会社ローカルフラッグ 代表取締役 濱田 祐太氏

高校生のときから、地元丹後の活性化を志し、大学入学後は、地方議員の事務所にてインターンシップを行う。その経験から政治ではなくビジネスで地域課題の解決に取り組みたいと考え、2019年関西学院大学在学中に、(株)ローカルフラッグを立ち上げ、京都府与謝野町を中心に、若者によるチャレンジ（起業・事業承継等）を促進し地域の雇用や地域課題解決につなげるべく活動を開始。現在は、自治体や金融機関と連携したコンサルティング業務を行う傍ら、良さのホップの6次産業化と天橋立の環境問題を同時に解決するクラフトビール「かけはしブルーイング」事業を手がけている。

- 若い自分が応援していただけるのはなぜか。それは希少性である。20代で地方で起業する人はほぼいない。
- まちづくり会社として地域の人材育成や移住・定住の取り組みをしつつ、自分たちで商品開発をして販売する地域商社のような動きを行っている。
- 地域課題である公共施設を稼げる施設に変えていくためには、民間のビジネス視点をもっと入れていくことが重要。



関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

3RD SEMINAR（2022年3月10日(木) 開催）プログラム（続き）

キーパーソンの取組の紹介

●一般社団法人ドチャベンジャーズ 代表理事 柳澤 龍氏

東京大学大学院を卒業後、IT企業の株式会社ガイアックスに入社。2014年秋田県五城目町へ移住し、地域おこし協力隊に就任。廃校オフィス「五城目町地域活性化支援センターBABAME-BASE」を拠点に、シェアビレッジの立ち上げや高齢社会をデザインするAkitaAgeLab設立に参画。2017町内の土着企業等が集まり一般社団法人ドチャベンジャーズを設立、代表理事に就任。「世界一子どもが育つまち」に向けたまちづくり等に尽力中。

- 「BABAME-BASE」の起業プログラムは、県外から移住する人向けのプログラムであったが、触発された地域の方がイチゴビールやジャムを作ったり、地域の建具屋が余った端材でコースターをつくり中小企業庁の賞を受賞したりと内発的なチャレンジに繋がった。
- 内発的な町をつくるのはどうすれば良いか。モットーはお節介は一切しないこと。その人の内面が現れるのをじっと待つ。3年間の協力隊時に、自治体や商工会等行政に関わる方々の考え方がよくわかった。それに市民がやりたいことを繋げていくことが自分の役割。



10年目に向かう BabameBase

田舎廃校シェアオフィスから、学びのコミュニティへ



good cycle ikoma



●奈良県生駒市広報広聴課 課長 大垣 弥生氏

百貨店の販売推進部門を10年間担当後、2008年生駒市に入庁。広報紙改革や採用広報等を担当。

「いかに生駒を語る人を増やして、豊かな暮らしをどのように伝えて生駒のイメージをつくればよいのか」という観点から。プロモーションサイト「goodcycle ikoma」や市民PRチーム「いこまち宣伝部」、森の中のマルシェ「IKOMA SUN FESTA」等を通じてまちの魅力発信につとめると共に、多様な働き方や生き方を提案する「スタイリングウィーク」の開催など、人が出会い、緩やかにつながる場をつくっている。

2017年「地方公務員が本当にすごい!と思う地方公務員アワード」を受賞。

- 事業を継続するにはビジネスが必要。自分たちでビジネスをどのように生み出すか、また、ビジネスをどのようにまちづくりに取り入れていくかが課題。
- 興味が似通っている人だけではなく、属性や世代が異なる人々が出会うフラットな場を、多く作っていくことが大事。
- 行政は公平性を大事にしないといけない立場だということは理解してもらいたい。また、行政には、「こんなことをやりたいから叶えて欲しい」ではなく、「こんなことをやりたいから人を紹介して欲しい」という頼り方をしてもらえるとありがたい。

関西から「キーパーソン」と考える、次世代の地域活性化 SEMINAR

3RD SEMINAR（2022年3月10日(木) 開催）プログラム（続き）

キーパーソンの取組の紹介

●福島県西会津町商工観光課 副主査 青津 京介氏

福島県西会津町出身。大学卒業後、都内の企業を経て西会津町にUターンし、西会津町役場に入庁。行政職員として活動する傍ら、限界集落をまるごと体験する鬼ごっこ「DEEP集落鬼ごっこ」や、西会津町の自然を音とドローンで世界に発信する「自然の資源×テクノロジー」など、「日常のものを使って非日常をつくりだす」をコンセプトにした西会津町若者まちづくりプロジェクトの企画・運営を実施。各種メディアにも取り上げられた結果、西会津町のシティプロモーションに繋がった。現在、西会津と首都圏の若者をつなぐ集落再生プロジェクトにも取り組んでいる。

- その地域の歴史や文化など、これが西会津という「これだ」というものを活かした事業を提案している。
- 継続的な事業は民間がやるべき。公務員は異動があるので、長くても3、4年になってしまう。行政に頼らずとも民間で自走できる仕組みを作り、事業に継続性を持たせる。そのためにビジネス化はすごく重要。
- 前提として、キーパーソンと自治体の能力の違い、できることの違いを明確にしておく。地域も自治体も、責任感や当事者意識を持ってほしい。
- 外の人の力、キーパーソンのような人の力を借りて地域に新しい風を取り入れ、火種をまいてほしい。熱量のある人はよく動くので、火種をまいて燃やしてもらえれば、内からけこう燃えてくるのではないかと考えています。



登壇者によるディスカッション内容（抜粋）

<行政職員から見た「地域ビジネス」の印象>

- 民間企業を応援するのは表立ってできない立場。でも、一方で継続性が求められる。継続しようと思ったらビジネスが必要で、ビジネスは自分たちで生み出すか、ビジネスをどうまちづくりに取り入れていくか、これからの課題だと思います。
- 継続的なものは民間の方が取り組むことが望ましい。公務員は異動があるので、長くても3年、4年の関わりになります。部署のリーダーが代わったりすると、役場や市役所と一緒にやっている民間事業者もやめてしまうこともあります。民間の方が自走できるようなビジネスをつくり、継続性を持たせる、そういう意味でビジネスはすごく重要だと思います。

<自治体がキーパーソンにできること・キーパーソンが自治体に期待するもの>

- キーパーソン、民間側と自治体側のできることの違い、考え方の違いを明確にしておくことだと思います。キーパーソンの皆さんは、事業をつくりだすとか、儲ける、利益を出すのはプロだと思います。行政はそれが苦手ですが、行政が得意なことはルールをつくったり、制度をつくるのは得意です。キーパーソンに入ってもらったときに、行政の内部だったり地域だったり、ルールをつくるができると思います。
- 知らない自治体にこれから関わるとなったときに、行政の方に手伝っていただきたいことの1つは、まちのプレイヤーを紹介していただいたり、まち独自の文化とか、風土を教えていただくことがあると思います。

📌 持続可能な事業のために、行政にもビジネス目線を！

キーパーソン人材と協働して 地域活性化を目指すために

キーパーソンの視点

自治体に求めるもの

- ・キーパーソンが、自治体にもとめるものとしては、「開く・寛容さ、つなぐ、支える」がある。
- ・具体例としては、以下が挙げられる。
 - ・プロジェクトを実施する際に、アプローチできる窓口機能
 - ・店舗等拠点に足を運ぶなど、オープンな姿勢
 - ・深い関係性の構築・個としての付き合い
 - ・まちのキープレイヤーやまち独自の文化・風土の紹介
 - ・行政内担当者の紹介

キーパーソンが地域で取り組む際のアプローチ等

- ・キーパーソンが、地域で取り組む際には、以下のアプローチやスタンスで関わっている。
- ・地域外から入って取り組む際には、自分たちもコミットしている姿勢を見せる。
- ・地域の人と関わる際には、「支援」や「一方的に手伝う」のではなく、一緒に楽しみながら関わる。
- ・相手側が何をしたいかを確認し、相手にとって、一緒に取り組むことで実現できるようベクトルを合わせる。
- ・地域の長には相談、意向を踏まえる。
- ・外部の人間として関わるからこそ、入り込みすぎない距離感で関わる。
- ・地域の資源は「人」であり、熱量のある人を見つける。
- ・一緒に取り組む仲間を探す際には、仲間のやりたいことを丁寧に聞いていく。そして、相手がやりたいベクトルと自分がやりたいベクトルを同じ方向にチューニングする。

地域の魅力づくり

- ・地域の魅力づくりにおいては、背景や価値観の異なる地域（例えば海外など）とつながることで、その土地の持っている文脈や資源が見えることがある。
- ・また、地域に特産品がないのであれば、ベンチマーク先を探し、参考にしながら、特産品にしていく。迅速なアクションが必要な場合は、場合によっては自ら地域で起業し、進めていくことも手。

キーパーソン人材と協働して 地域活性化を目指すために

自治体の視点

受け入れ自治体の課題

- ・自治体職員は、平等性が求められる。また一方で持続性も求められる。自治体職員の場合、数年ごとに異動があるケースが多いので、自立してもらうことを見据えて、仕組みづくりを行うことが肝要。
- ・持続性の観点から、ビジネスの視点をどうまちづくりに取り入れていくかは今後の課題。

自治体ができること

- ・自治体ができることは、開く、つなぐ、支えるである。
- ・「開く・つなぐ」については、行政はまち全体のことを把握しているので、取り組もうとする活動について、相談すべき人物など地域の肌感覚を伝えることができる。行政は人と人をつなぐことが役割だと認識しているので、具体的にこんなことができる人を知らないかと相談してもらえると支援しやすい。
- ・「支える」については、キーパーソンの取組がスムーズに進むよう、後方支援をする（広報の枠取りや会議室の貸出、仕組み・制度づくりなど）。
- ・行政が取り組もうとしていることに未来図がないのであれば、未来図を描くべきである。住民に聞き取りを行う際には、「課題」を聞くより「夢」を聞いた方が、その住民自身がプレイヤーとなる素地が生まれる。

キーパーソンに期待するもの

- ・地域活性化のために、キーパーソンと積極的に協業していきたい。最初の段階から、キーパーソン側から声をかけてもらえると、行政側にも学びが生まれ、それがキーパーソンを受け入れる土壌につながる。
- ・地域には地域の文化があるため、それを踏まえて取り組んでもらえると、地域でも受け入れやすいのではないか。

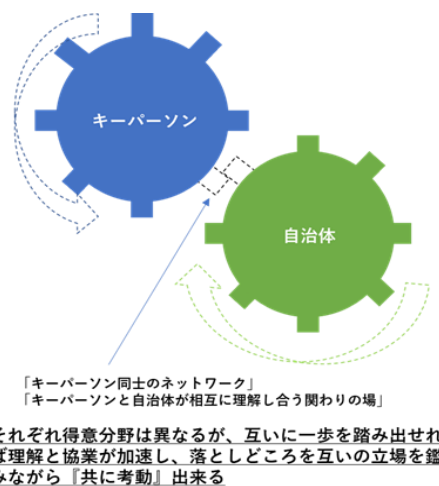
キーパーソンの力を最大限発揮しつつ、地域活性化を推進するために必要なこと

キーパーソンと自治体が相互に理解し合う関わり場の場、ネットワークの構築

一般的には、市民は自治体や役場に訪問する機会は少なく、自治体等ができることやその役割について理解していないケースが多い。また、自治体もキーパーソンや民間のプレイヤーの考え方や活動を知る機会が多くない。

キーパーソンの力を最大限発揮するために、キーパーソンと自治体が、**互いの考え方「やれること」と「やれないこと」を正しく理解し、その立場の違いを認めた上で関わり合える場**を創出する。

人と人を繋ぐのは自治体が得意とすること。キーパーソンと地域の人を積極的に繋ぎ、共創するきっかけを作ること必要。



キーパーソン同士がその取組や苦労を共有し、課題について議論し合う場を設け、ネットワーク構築を進める。

特に、地域の特性や取り組む分野など、一定の共通項がある**キーパーソン同士で議論する場**を設けることは、**課題への解決の糸口、知見の共有**という観点からも有効。

ビジネスの観点を取り入れ、持続可能な事業を目指す

地域活性化事業には継続性が求められる。

補助金等による支援ではなく、**ビジネスの観点**をまちづくりに取り入れ、民間で**自走出来る仕組み**を構築することで、持続可能な事業として継続させることが重要。キーパーソンは地域に溶け込み、その地域で長く事業を続け、行政側はそれを**長期的に後押し**することがポイント。

自治体職員の柔軟な働き方を促し、キーパーソンと自治体がパートナーとして共に歩む

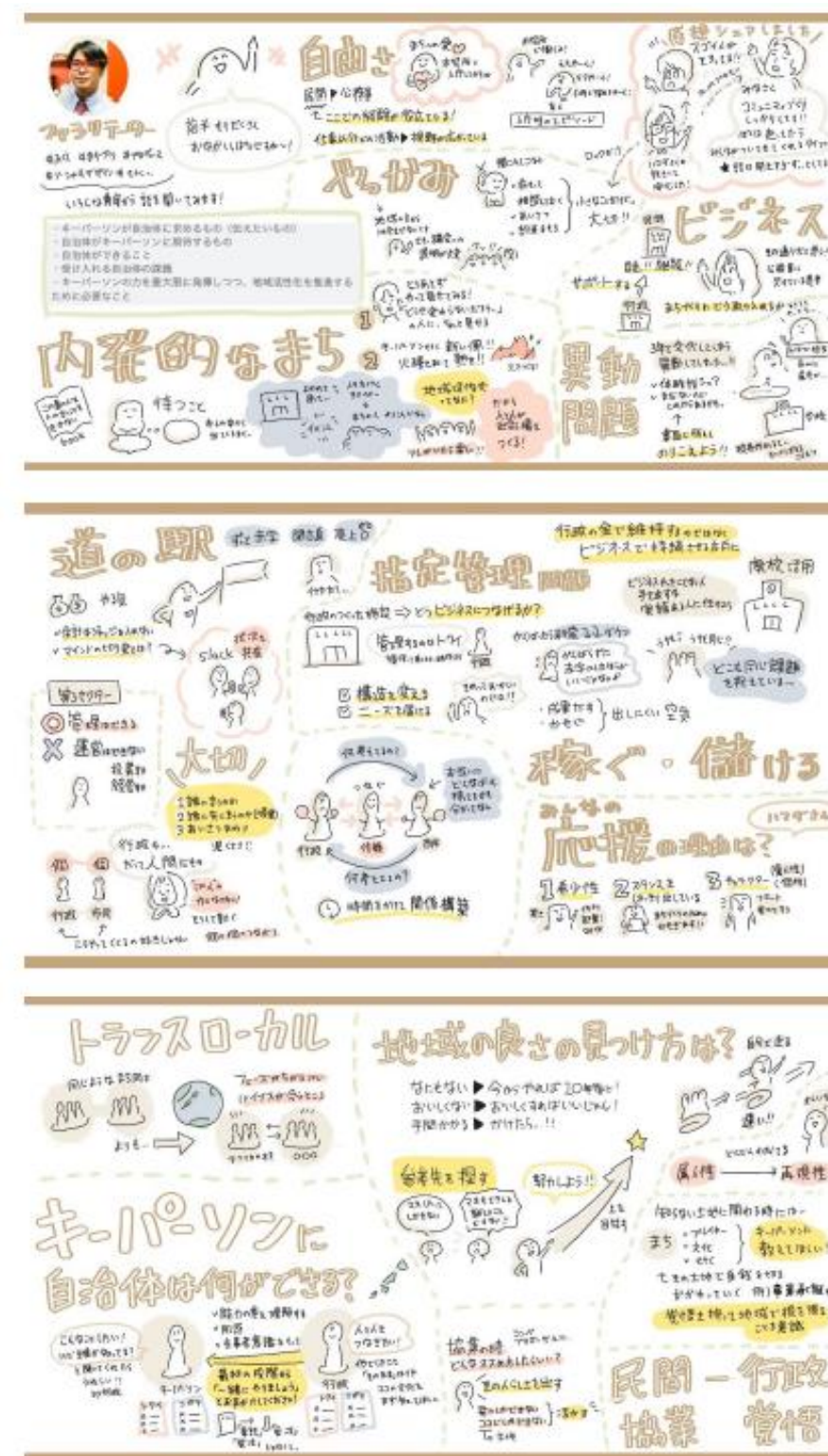
自治体職員にとって異動は避けられない課題の一つ。

しかし、例えば自治体職員が週3日は本務に従事し、週2日はキーパーソンとのまちづくりプロジェクトに関わるといった「**組織内兼業**」を導入することで、移動後も自治体職員が当該プロジェクトに携わることができる。

このように、自治体職員の柔軟な働き方を促し、キーパーソンと自治体とが**フラットな立場での「共創パートナー」**として、**長期的視野を持って**事業運営をすることも必要。

3RD SEMINAR（2022年3月10日(木) 開催）プログラム

登壇者によるディスカッション内容（抜粋）・グラフィックレコーディング



（グラフィッカー USANET合同会社 代表 さの はるか氏）

KEY PERSON



違和感を1つ1つ 改革していくことが V字回復の一步

代表取締役

金山 宏樹 氏

兵庫県南あわじ市生まれ。淡路人形浄瑠璃の淡路人形座で人形遣いとして働いた後、島の観光施設で1年間勤務。その後、大阪・東京で営業職に携わり、2012年5月にUターンし、観光施設運営会社に入社。業績を新規事業なしで4年間に181%伸ばした。2017年7月、株式会社シカケを設立。「道の駅再生人」として「行きたくなる」飲食店の仕掛け、「買いたくなる」お買い場づくりの手法を開示するプロデュースやセミナーをおこなっている。

COMPANY DATA

株式会社シカケ

〒656-0531
兵庫県南あわじ市北阿万伊賀野1080番地2

<https://www.shikake.co.jp/>

地元で誇りが持てなかった金山さんが Uターンしたキッカケは？

兵庫県の淡路島の南あわじ市出身でして、子どもの頃から大人たちが「出身は神戸です」など、出身地に誇りを感じていないような雰囲気を感じてきたんです。僕自身も大人になるにつれ、やっぱり淡路島出身がかっこ悪いと思う時期もありました。その後、大阪や東京に出た際にも、胸を張って故郷を紹介できないことにモヤモヤし、もう一方でこのままではいけないとも感じていましたね。

高校卒業後、一旦は地元企業（「うずの丘大鳴門橋記念館」と「道の駅うずしお」を運営する会社）に就職。その後、大阪や東京でグルメサイトの営業職に就き、飲食店へのアドバイスをするうちに飲食店の売り上げが伸びていく姿を目の当たりにしてきました。そして、偶然にも前職で勤めていた道の駅を運営する会社が赤字に陥っていることを知りました。その時に「ポテンシャルがあるのに、取り組めていない」と感じるものがたくさんあって、地元に戻ることを決意しました。就職先である「株式会社うずのくに南あわじ」は、市が出資する第三セクターという地方自治体が出資者に加わっている組織でしたが、2億ほどの負債を抱えており、危機に瀕していました。まさに、再建に取り組むことになったタイミングでしたね。

南あわじ市の道の駅は どのようにして再建されたのですか？

赤字だった原因は明らかでした。まずは、団体旅行客をターゲットにした営業しかしてこなかったこと。団体旅行はお客様を連れてきてくれるのですが、高い手数料を旅行会社にお支払いし、さらに立場が低くなってしまうんですね。当時、SNSが普及している時だったので、団体旅行の予約を減らし、自分たちでお客様を呼べないかと考えました。そして、もう一つの原因は看板商品がないこと。道の駅では、コンビニで売っていきそうな商品でも高く価格を付けて売ることがある。こんなことをしてもお客様は来てくれません。

まずは、看板商品づくりとして「白い海鮮丼」という商品をつくりました。元々、マグロやサーモンを載せた、一般的な海鮮丼をメニューのひとつとして提供していたのですが、ある日それを食べたお客様が口コミで「淡路島の魚は美味しい」と書いてくださっていたのを見て、違和感を感じたのです。この赤身の魚は、淡路島産ではない。だからこそ、淡路島らしいメニューの開発を開始しました。まず地元産の白身の魚を丼にしてみたのですが、まあ見事に味が悪い。工夫を凝らして試作に取り組み、「白い海鮮丼」というユニークなネーミングを考案。最初から丼にはせず、別皿で盛って魚の種類を札に記載することで付加価値をつけたところ、1,800円の価格をつけても食べてもらえる商品になりました。

一般的に道の駅では、リーズナブルな料理を提供することが多いのですが、その地域に価値のあるものがあるなら、それに合った値段をつければいい。例えば、うずの丘レストランの看板メニューとして「ウニしゃぶ」というのがありますが、このメニューは4,000円以上の価格。ウニのスープに白身魚をしゃぶしゃぶして食べるというもので、これを目的にわざわざお客様が食べに来てくだ



るんです。

このような違和感を、1つ1つ改革していくことで新規店舗を出さず、2011年度の売上7億9,360万から、2015年度は14億5,669万に。2億円もあった負債も返済することができました。

全国の道の駅を再生する 全国道の駅支援機構の取り組みとは？

その後、2017年7月に株式会社シカケを創業。道の駅は、全国で1,194か所の登録があるんですね。大多数が赤字で、いろいろなお声がけをいただくなかで株式会社シカケとして「株式会社うずのくに南あわじ」と同じメソッドで再建できるのではと活動が続けていたところ、たくさんの経営者が賛同してくださって、より規模感のある一般社団法人全国道の駅支援機構を立ち上げることになりました。

2019年からは、北海道鹿部町の「道の駅しかべ間歇泉公園」の運営に携わっています。立ち上げ時は、北海道鹿部町の商工会が運営していましたが、2016年の開業直後から売上が減少、どうにもならない状態で町長から声がかかりました。町長からはコンサルティングではなく、プロポーザルとして依頼したいとのことだったので、全国道の駅支援機構のメンバー出資のもと、株式会社シカベンチャーという現地法人を作り、運営を受託することになりました。ただ、売上も1億円未満の道の駅なので、鹿部町のふるさと納税収入を伸ばした分の一部をシカベンチャーに戻してもらい、その分のお金で道の駅に再投資をするという交渉をしたんです。「根昆布だし」をはじめとしたブランド商品を育て、スタッフのモチベーション向上にも取り組みました。当時ふるさと納税は右肩下がりがだったのですが、2018年に1.47億円だった納税額は2020年には6.12億円に。V字回復を果たし、その分のお金で道の駅も2020年の3月にリニューアルを実施。4月・5月はコロナ禍で売上が伸びなかったものの、6月以降は投資前の実績を大きく上回り、2年目で164%の売上増のリターンという結果を残すことができました。これは、ふるさと納税を活用した、成功パターンだと自信を持って言えますね。今では、宮崎県など複数の道の駅との関わりがはじまり、新しい仕掛けをどんどん作っています。



「道の駅」を地域の原動力に。

※、道の駅再生機構を再興して、希世で「道の駅」が復活しています。
ただし、希世で希世で「道の駅」の復活を望んでいるのは、道の駅再生機構です。
また、希世で希世で「道の駅」の復活を望んでいるのは、道の駅再生機構です。
希世で希世で「道の駅」の復活を望んでいるのは、道の駅再生機構です。



KEY PERSON



地域に残る 人・文化・祭りを 融合させ継承する

岸上 純子 氏

大阪府出身。SPACESPACE一級建築士事務所共同主宰、大阪工業技術専門学校特任教員、関西大学・大阪公立大学非常勤講師。大学院卒業後、坂倉建築研究所勤務を経て2010年に独立。2018年に、大正2年築の長屋をSPACESPACE HOUSEとしてリノベーション。拠点を中津商店街に移し、住宅や店舗、集合住宅等様々な建築の設計を行う傍ら、商店街の活気ある存続を望み、日々活動をしている。2018年、2019年の夏には「中津ぼんぼり祭り」を主催。2020年1月からは、事務所の前で、「ツキイチ屋台」を始め、各地から多くの人を訪れるイベントとなっている。

COMPANY DATA

SPACESPACE 一級建築士事務所

〒531-0071
大阪府大阪市北区中津3-16-5
TEL 06-6376-4752

<http://www.spacspac.com>

地域に関わるようになった キッカケは？

10年程前に奈良の八木で町家の改修に携わりました。奈良県立医科大学に通うお医者さんの卵が、町家を月に3万円の賃料で借りたからカレー屋をやりたいのでと設計を依頼されたんです。大学生ながら、駅前の施設を借りて夏休みだけ無料塾を仕掛けたり、釜ヶ崎の炊き出しに参加したりといろいろな活動をしているサークルだったので、彼らの活動を整理して補助金も獲得して、まちづくりの一環として地道に取り組んでいこうと、私も建築士の枠を越えて関わりに行っただんです。

出来上がったのは、カレー屋さんと寺子屋（塾）。そして、塾と貸しスペース。彼らは屋間に学校があるので、夕方から夜までのオープン。でも、空間がもったいないので昼間は貸しスペースやギャラリーとして使えるように改修をしていったんです。最初の2年ほどはうまく回っていたのですが、学生たちが5年生くらいになると実習などでとても忙しくなって、まちとの関わりが薄れてしまい、うまく行きませんでした。

確かに、1つの町家をリノベーションして、地域みんなが関わると、エリアの雰囲気が変わる。その実感をつかめたのですが、やっぱりキーパーソンが不在だと、つながりは継承できない。建築だけではどうしようもない世界に直面しました。

どうして中津商店街の 活性化に関わったのですか？

今は、中津商店街の中に建築事務所を構え、商店街の中からエリアを盛り上げていく中心メンバーの一人として関わっています。中津に来たのは2015年。ちょうど事務所の引っ越しを検討していたタイミングで、築100年を越す四軒長屋の2軒分が不動産サイトに上がってきたんです。この物件の概要欄に「商店会費」とあるのを見て、「あの商店街だ！」とピンと来ました。中津は学生時代からのなじみの場所。当時はよく遊びに行っていたし、卒業後、専門学校の講師時代には頻りに飲みにも訪れました。今から20年くらい前のその当時は阪急電車の高架下に個性的な店が集まっていた、商店街も今よりは賑わっていた記憶があったんです。

長屋の取得はトントン拍子に決まったのですが、いざ着工すると、柱の寸法はバラバラ、腐敗しているところに小動物がいたり…。今まででいちばんの難工事で、リノベーションは仕事の合間に自分たちで行ったこともあり、2年半もかかってしまいました。完成するまでにはいろいろなドラマがあって、皆さんいい意味でお節介なので、お茶やお菓子を持ってきてくれたり、「ここ、何ができるの？」って声をかけてくださったり、そのうち顔見知りになっていく流れは、今思うとかなり重要だったと思いますね。



岸上さんの中での中津商店街と うめきた2期との関わり方は？

今、毎月第2土曜の午後に「ツキイチ屋台」と名付けて、ドリンクを提供する屋台をしています。私はドリンクのみを提供して、食べ物は商店街とその周辺のお店で買って来てもらいます。続けて、このあたりで飲んで帰ってもらえるようにと、屋台は夕方5時まで。中津に来るきっかけになればと思って始めました。ツキイチ屋台はSNSなどで反響があり、私がしゃべる暇もないくらい大盛況。リピーターも増えているんですよ。

この中津エリアは、すぐ近くまで「うめきた2期」の工事の対象エリアなんです。その暫定利用のまちづくりにも関わらせてもらっていました。元々メインで動いている方がいて、でも手に負えない感じだったのでサポートとして、何をしていくべきかのお手伝いを。それをしながらも、私は「やっぱり商店街から進めたい」と思うようになったんです。中津はいろいろなキーパーソンがいて、新しい繋がりもあるけれど、私自身はあんまり手を広げるのはやめよう。それぞれの活動が街の中には複数あって、ゆっくりとつながっていったらいいかなと今は考えています。

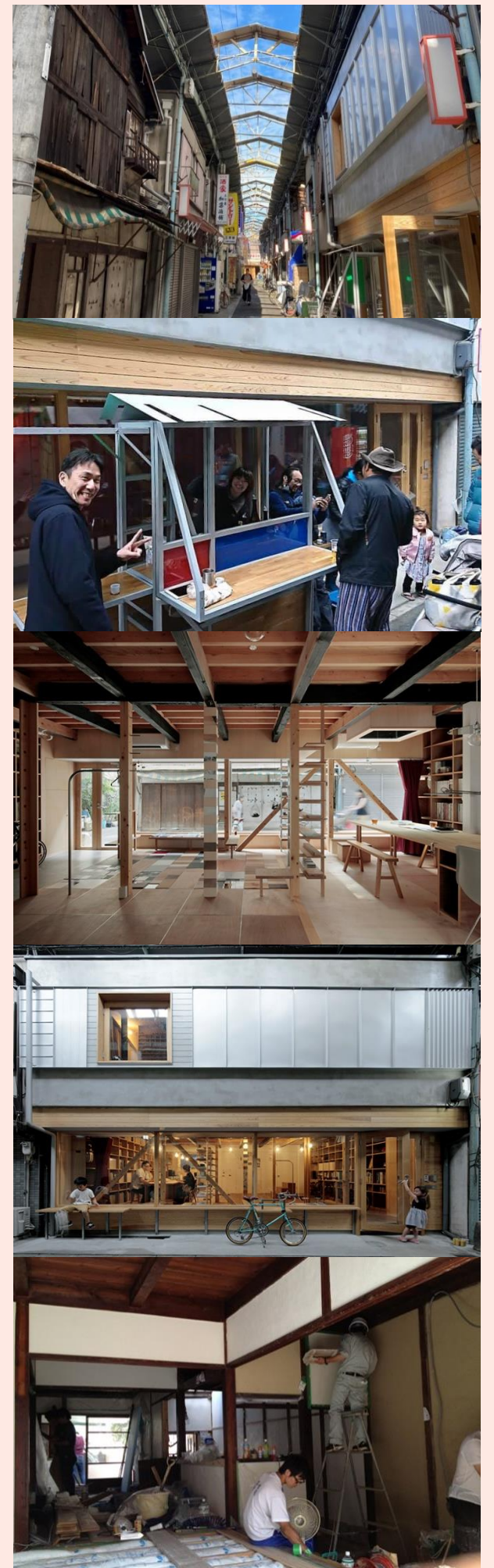
小さくはじめて、 ちゃんとマネタイズする

まちづくりを学ぶため、行政の方が多く参加しているスクール（都市経営プロフェッショナルスクール）に通っていた中で学んだことは「小さいことからいいから、はじめよう」ということでした。いきなり大きなことに取り組むとお金が必要になるし、小さく始めたらそこに関わってくれる人がゆっくりと現れる。小さく始める。ちゃんとマネタイズする。まずは個人レベルからできることってたくさんあると気づいたんです。

まちの歴史の中にある「みんなで掃除をする」「町会の祭りに参加する」など、そういうことって若い人は関わりづらいですね。でも、とても意義のある行事をいろいろされているので、どんどん新しいことを仕掛けるよりも、ここの地域の中にある元々の人の関係を含めて、1つ1つを尊重しながらいろいろな世代が混ざりあえるようにしていきたいですね。

地域に関わり続けるなかで、お店は少しずつ増え、会費を払っているのは46軒になりました。この商店街は住んでいる方も多いので、空き家が少ないんですよ。それに、商店街に活気が戻ってきたことで、空き家のままになっていた物件も4軒ほど売りに出され、すぐに新しい買い手がついたんです。

私はこれからもこの街で暮らしていきたいと思っています。この町会や商店会の会長も地域全体がオープンで、若くてやりたい方を受け入れてくれる土壌がある。これからの中津商店街の変化に期待してください。



KEY PERSON



滋賀県で働く人の かっこよさを 若者に届ける

代表取締役

北川 雄士 氏

神戸大学経営学部を卒業後、株式会社博報堂でCMの制作営業等を経て、シナジーマーケティング株式会社へ入社。人事部門の立ち上げから参画し、責任者として30名から上場を経て250名までの組織づくりや、採用・人材開発の中核を担う。2015年10月に株式会社いろあわせを設立。同年末に地元でもある滋賀県彦根市へ移住。現在は「魅力の再発見」をキーワードに、大学での講演、企業コンサル、雇用や移住等の行政課題の解決など、様々なプロジェクトに参画中。

COMPANY DATA

株式会社いろあわせ

〒522-0087
滋賀県彦根市芹橋2-4-6 teminca
TEL 0749-20-6399

<https://www.iroawase.co.jp/>

株式会社いろあわせを 設立したキッカケは？

今の仕事について説明する前に、僕自身の職歴をお伝えします。まず、やりたいことが見つからない大学時代を経て、広告代理店に就職し、テレビCM制作。最先端の流行をつくるイメージが強かった広告業界ですが、入社してみるとテレビ局との繋がりをベタにつくっていくことが競争力になる、という案外旧態依然としたビジネスモデルでした。もちろん、一生働くとするれば、安定したよい会社でしたが、その時にビジネスモデルやお金を稼ぐ仕組み自体が古いと痛感したんです。その後、学生時代にインターンをしていたシナジーマーケティング株式会社に転職し、人事部門の立ち上げに参画し、責任者として30名から上場を経て、250名までの組織づくりや、採用・人材開発を担当しました。

転機となったのは、急成長を遂げた会社がある程度、熟成した姿を目の当たりにしたことでした。このスピード感が果たして社員の幸せなのだろうかと疑問に思うこともあったし、もし次の成長を目指すのであれば、より会社にコミットする必要に迫られる。これを自分の人生のやり甲斐とするのか、もしくは自分のやりたいことを探し、地元へ貢献するのか。出した結論は、退職でした。故郷である滋賀県彦根市に戻り、1年半ほどはフリーランスとして人事に携わりました。

注目の施設「しがジョブパーク」は どのような経緯で受託したのですか？

2015年に法人化し、当時は人事に関するコンサルティングや研修を中心にしていましたが、長浜市の採用活動の仕組みを変える提案をする機会ができて、行政予算を使って、宿泊費も交通費も滞在費も全部出し、学生を滋賀に招くプロジェクトに取り掛かったら、これが大成功。全国から100人の学生が集まりました。選りすぐりの30人を選抜し、地元の企業にインターンさせる4泊5日のローカルインターンキャンプを行い、実際に早稲田や慶應の学生も来てくれましたし、地元の企業に就職をした実例も出てきたんです。そして、ちょっとずつですが、滋賀で楽しく働き住む人を増やしていけるような事業をやり始めました。

そのうちの1つで県の事業として初めて受託したのが「しがジョブパーク」です。ジョブパークの事業はいくつかに分かれていて、例えば氷河期世代支援、マッチングの合同説明会、インターンシップやセミナー、企業向けのセミナーなど、全てをワンストップで進めているんです。パンフレットも刷新し、伝え方を変えていった。受託した1年目から、コロナ禍にも関わらず利用者も増加中で、継続して運営させてもらっており、その間に移住の事業やその他の取り組みもスタートしていますね。



若者にとって地元での仕事が 魅力的だと感じてもらうには？

実際、僕も大学で学生を対象にした授業をしていますが、学生100人に「都会で就職したい？」と聞いて「絶対都会がいい」と回答する人は何人いると思いますか。実は、15%~20%くらいです。8割の若者はいい会社があれば地域はどこでもよい。滋賀県内でなければ嫌とはならないし、そもそもこだわりがないし、こだわりを持つ理由がないですね。

今の若者たちは、多様な時代の中で育ってきたからこそ、「自分は思うように生きなさい」と言われても、結局は1人で選べないんです。それは、サポートをする側がちゃんとオススメしてあげるべきだと思うんです。

今は「ITがいい」「東京がいい」とオススメされています。それは、情報発信自体が、大手の職業紹介会社の資本主義の中にあるからです。情報としては偏りがあり、結果的にそこしか選べなくなっていますよね。だから僕たちは「これもいいけど、これもよくない？」と滋賀県の良さを感じてもらえるような声掛けに注力しています。

「滋賀県はダサくて、3K」。それが今までのイメージだし、そもそも、ものづくりの県だし…。でもそれってイメージの問題ですよ。その凝り固まったイメージを変えるのに、カッコよく仕事をしている人たちにインタビューして動画を流してみたり、そういう人たちを撮影した写真集を作っています。学生や企業に感じてほしいのは、滋賀県にもカッコいい人がいっぱいいるということです。

将来展望は描かない 北川さんの強さとは？

僕自身が、事業計画や将来展望とか、誰かから尋ねられたときにキレイなビジョンを持ってこたえたら、後に続く若い人もやっぱりビジョン必要なやって感じてしまう。僕みたいに、あまりビジョンや計画性が無くても、別のことを大事にして、なんとかやってる会社もある。ということを伝えたいと思います。

夢やビジョンが明確になくても、一生懸命に仕事で成果を出し、生きている人がいる。そういう人に僕はなりたいと思っているので、将来の展望はないのです。じゃあ、何を原動力に生きているのですかと聞かれますが、その答えはシンプル。出会った人たちがちょっとでも、その人が持っているポテンシャルを出せるようにということだけを考えて生きています。

100年企業は、上場していないし、売り上げは倍にならないですが、ずっと続いている。ヒアリングしてみると、実はずっと変革していたり、味をちょっとずつ変えたり、小さな進化を続けていますよね。僕たちは、できればそういうのがいいと思っています。



KEY PERSON



人口を増やすより 知り合いを増やす まちづくりを

代表社員

高野 哲矢 氏

東京都練馬区出身。2018年に福井県小浜市に移住。都市計画コンサルタント、まちづくり会社（DMO組織）を経て、2019年にアンドプレイス合同会社を設立。現在は小浜市の拠点に、都市デザイン、都市計画・まちづくり、グラフィックデザイン等に取り組む。2020年8月には、小浜市まちの駅内に「食と暮らしを愉しむ」をコンセプトとしたセレクトショップTEtoKIをオープンし、店内に併設しているシェアキッチンやギャラリースペースも含めた店舗運営に奮闘中。

COMPANY DATA

アンドプレイス合同会社

〒917-0057
福井県小浜市小浜飛鳥70番地
<https://and-place.co.jp/>

小浜に移住されたキッカケと、 お店のことを教えて下さい

妻が小浜の出身なのですが、1人目の子どもが生まれたときは東京で暮らしていたんです。でも、2人目の子どもが生まれるときに、妻としては、都会の環境ではなく地方の環境で育てた方がよいと思っていたようで、東京にいるより家族と一緒にいることを選んで、小浜に越してきました。

2020年8月に福井県小浜市の「まちの駅」という施設内で、体に優しいオーガニックのお菓子や食材、地域の食品や工芸品を扱うセレクトショップ「TEtoKI（てとき）」をオープンしました。人の触れ合いや暮らしの楽しさをもっと身近に感じてもらえる場にしたいと、店には「食と暮らしを愉しむ」をコンセプトに、日常に彩りを添える品々を販売するだけでなく、併設してあるシェアキッチンやギャラリースペースを活用した企画を運営しています。

店舗がスタートして1年目。小浜は食のまちだから、民間としてどう地域へ貢献できるかを模索したいと思っています。他の人がやっていることはやらなくてもいいというスタンスで、市内で買えないものを扱った方がお客様たちにとってもここに来る理由になるし、店舗で扱う商品は、かなりこだわっていますね。

法人であるアンドプレイスを 立ち上げたキッカケは？

前職は9年間、都内で都市計画プランナーとして計画策定や公共空間の利活用などに関わり、全国のまちづくりに携わりました。その後、小浜に来てまちづくり会社（DMO）に入社。2年間の間に、「まちをどうやって活性化していくか」をテーマに着地型観光の事業を起し、地元の事業者さんと一緒に体験プログラムを作ったり、関係人口をどう増やすかなどの業務に従事しました。目的は観光誘客なので、外からの人をいかに増やすかも大事ですが、実は市内での行政や事業者、プログラム関係者との人と人のつながりの方が大切だと思ったので、地元の人たちの輪がどんどん広がっていくのは嬉しかったですね。

この経験はとても役に立っていて、今は小浜の中の人として活動する中で、俯瞰した目線も持つことができています。せっかく地域に引っ越してきたのだから、もっと地域のプレイヤーとして動くという経験を重ねていきたいと強く思ったんです。

プライベートな話ですが、妻と一緒にいると楽しいんです。僕はコンサルの仕事をして、妻はデザインの仕事をしていたので、2人で小さな会社を立ち上げました。大きくするつもりはないので、株式会社じゃなくて合同会社。自分たちにできるプランニングやデザインを軸にしながら、色々なことに挑戦していこうと。

この店は、1年目の後半にたまたま話があって引き受けることになりましたが、実はやりたいことはたくさんあって、それをどこかのタイミングで1つずつ実現していければいいかなと思って過ごしています。

地域の魅力をより多くの人に 知ってもらうためには？

まず、地方とのタッチポイントをどうやって生み出すかが重要ですよ。その土地に行ってみて、週末移住や短期的に暮らしてみるという経験をすれば、その先に移住はあるのかもしれないですよ。ですが、物理的に距離のある土地は、そもそも知らないし、触れるチャンスがない。それが大きな問題という気がしています。

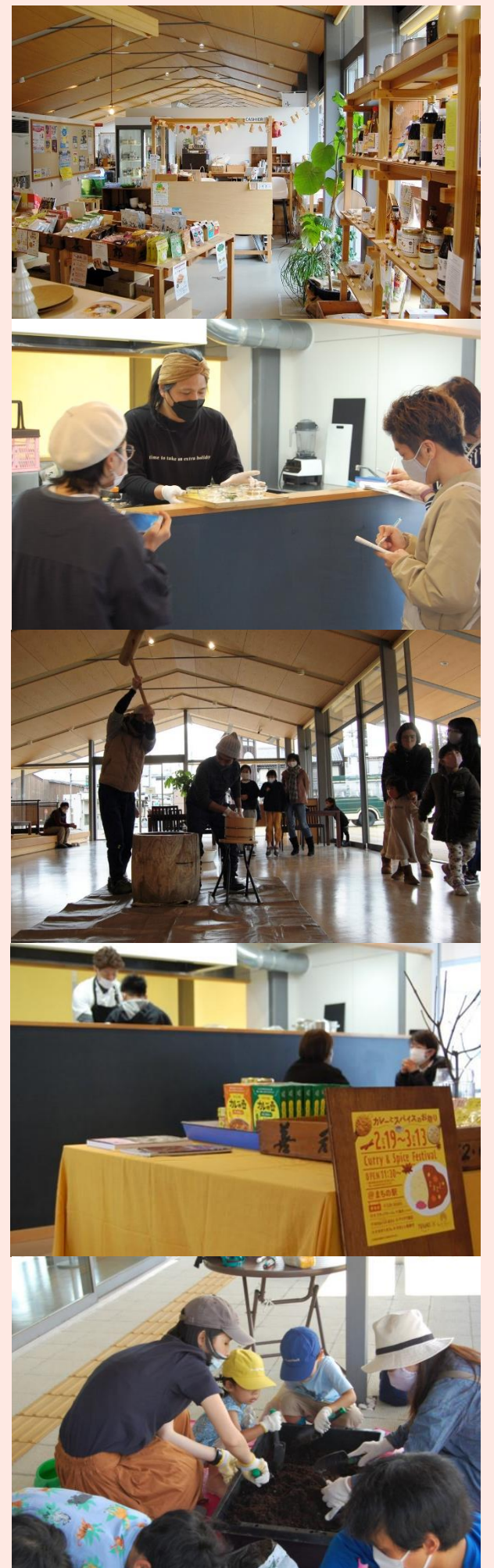
でも、この街に暮らしていると単に人口を増やせばいいのではなく、知り合いや活動をする人が来たいと思えるような動きをどうやって作るかの方に興味があります。移住前に小浜で知り合った方に、兵庫県から移住してきたカフェオーナーさんがいて、その人はカフェをやりながら、植物を扱うグリーンコーディネーターもしていました。移住する前にこのカフェを見つけてゆっくりお話をすることができて、カフェをやりながら副業もしているというオーナーさんの働き方や人柄をみて、「こういう人が一人でもいる地域なら、きっと楽しいに違いない」と感じました。

僕がその人に会って移住を決めたように、僕も誰かのそういう人になれると嬉しい。そのためには、できることをいろいろやったり、自分が面白いと思える場所を見つけたり、誰かと一緒に取り組んだりして、そういう輪を少しずつ広げていければと思っています。

あとは、ターゲットを設定することも大切だけど、ターゲットとなる人をいかに増やすとか、今はターゲットとして当てはまらない人にも興味・関心や共感を持ってもらえるように魅力を発信することが大事だと思います。

行政がキーパーソンを支えるための 理想的な関係性とは？

民間としては自身の志のため、ビジネスのため、可能性があると思うことはチャレンジしてみますよね。取り組んだ方がまちのためになるだろうし、自分も面白いし。だから行政からは、民間が取り組む一発目の面白いことを継続させるためのサポートがあるといいのかもしれませんが、イニシャルを支援してくれることはあると思いますが、実際はランニングさせていくことの方が何倍も難しいですもんね。たとえば、単独ではなく複数年の計画を立てた上で実績や内容に応じた支援をしてもらえるとよいのかと思います。民の力で実績を出していることに対して、いかにそれを発展させるか、加速させるか。そこにもし税金を投入することができたなら、理由も立つだろうし、横やりがはいっても「地域のために頑張っている人を応援しています」と胸を張って言い返せるかもしれませんよね。



KEY PERSON



地域活性化は 自分事から 生まれてくる

代表取締役

田村 篤史 氏

1984年 京都生まれ。3.11を契機に東京からUターン。京都移住計画を立ち上げる。2015年「人と人、人と場のつながりを紡ぐ」を掲げ、ツナグムを創業。中小企業の採用支援、シェアオフィス・コワーキングスペースなどの拠点運営、地方への関係人口づくりを通じて、働き方や暮らし方の選択肢を広げる。2020年、京都信用金庫との共創空間 QUESTIONの運営に参画。新会社Q'sを設立し「京都のまちにもう一つの台所を」をコンセプトにしたコミュニティキッチン事業を開始。2014年『京都移住計画』出版。

COMPANY DATA

株式会社ツナグム

〒602-8233
京都府京都市上京区福大明神町128
<https://tunagum.com/>

他地域に広がる京都移住計画は どうして生まれたのですか？

ツナグムの名前の由来は「つなぐ」と「うむ」の造語で、それを社名にして7期目になります。京都出身ですが、就職で東京に出まして2012年にUターンとして帰ってきました。東京から京都に帰ってくるとき、「自分が地元に戻りたい」という思いをいろんな人と共有していたのですが、実は帰りたいと願っている人たちは東京にはたくさんいて、そういった人たちと一緒にプロジェクトを作ったり、自分事を人に伝えて多くの共感を集めたり。みんなでそれを支えていき、事業として形作られていったという経験があるので、どんな取り組みでも「自分事からはじまる」を大切にしていますね。

京都移住計画は、地方創生というワードが出てから移住促進は行政がやるものだと思われがちですが、2012年から民間事業としてスタートしています。東京一極集中という日本の構造において、出るのは簡単だけど戻るのは大変という状況があり、地元に戻るという社会の構造にならないか。そのために、どういうことを提案すれば地元に戻りやすくなるかと考えたときに、仕事であったり、場所であったり。それを探して共有していくところから始めてみようと思いはじめました。

移住促進を進めるために 大切にしていることは？

京都移住計画は、居・職・住の3つのアプローチで移住を応援しています。具体的には、1つ目は居場所の「居」で、これは移住サロンという場で、移住を検討中の方や移住済みの方が交流する場です。特にUターンで京都に来る方は、友達がいなかったりするので、ここで知り合いができる。知り合いができて移り住むことへの安心感が芽生えてくるとハードルが低くなるし、そこで地元の会社の社長などと繋がると仕事が生まれることもあります。

2つ目は「仕事」で、移住となったときに仕事がないことがネックになってしまいますよね。京都には実は全国的にもおもしろい仕事があるのですが、そういった企業ごとの情報発信にも注力しています。3つ目は「住まい」。仲間が不動産会社を運営していて、パートナーシップの中で移住希望者に向けて物件の掲載や仲介をしています。

時には、シェアアトリエや職住一体の暮らしをしたい方がいますので、ニーズを叶えるための物件を探したり、ワークショップを開いてお隣や近所の方々と一緒にお店づくりを仕掛けていくこともあります。そういった、民間主体の取り組みに加えて、2014年以降、自治体さんとの協業も増えてきました。京都市・京都府等の関係人口創出や移住促進などの官民連携の事業を担当させて頂くことで、民間だけではカバーできないエリアや事業を行うことができるようになったと感じています。

金融機関との共創空間の 取り組みについて。

もう一つ、金融機関との連携が始まりました。京都信用金庫さんとの共創空間が2020年11月からスタート。京都信用金庫さんはコミュニティバンクと自社のことをうたってらして、僕たちは移住される方の中でも、「地域でコトを仕掛けたい」「起業したい」という方を繋げる役割をさせてもらっています。今後は後継者不足も増えてくると思うので、それぞれの得意を活かしてシームレスに動いていきたいですね。さらに、ビルの8階がキッチンスペースになっていて、そこを共同出資で子会社化して運営していくという形で、京都の食のプレイヤーをつないでいくような場になっているんです。昨年の事例ですが、京都の最北端の丹後エリアの食の専門家たちと協力しながらイベントを開催しました。過去に移住相談に乗り、丹後エリアに移住した食のプレイヤーの方と、今度は本業でも関わらせてもらうことができたことが本当に嬉しかったですね。活動をする度に、人と人との縁が重なっていきます。

人口減少社会に 私たちができることは？

地方創生が第一期を終えるタイミングまでの動きとして、移住促進での地域活性化に向けて、「東京に出ていった人たちに戻ってきてください」とアプローチをしていたのですが、それでは手遅れの状況なのではないかと思うようになってきました。次のタイミングとしては、地元にいるときからコミュニケーションを深めていくこと。地域愛をどう育んでいくか、戻ってきたくなるまちになっているかどうか。そういうところのデザインを進めていくことに意味があるのではないかと考えはじめています。目先の自治体間の移住や関係人口等の施策だけではなく、人口減少社会に対応した社会システムの構築に挑戦していきたいです。

京都移住計画は民間ベースで始まった取り組みですが、現在は21地域に「〇〇移住計画」が広がっています。とても興味深いのは、京都で生まれたプロトタイプが他地域に広がると同時に、他地域の知恵や需要が京都に入ってくるんですよね。僕たちはそれをインターナショナルではなく、インターローカルと呼んでいます。外に仕掛けることで、地域の中が活性化していくおもしろさ。これからも追究していきたいです。



KEY PERSON



行政と金融機関と 民間が手を組んで 地域のハブになる

代表取締役

富田 祐介 氏

兵庫県神戸市出身。大学卒業後フリーランスで建築設計を行い、淡路島でも活動。2007年、東京に移住し設計会社に勤務。その側ら、東京や淡路島でイベント企画を行う。2012年、島に移住し仲間と「淡路はたらくカタチ研究島」を立上げる（GOODDESIGN特別賞を受賞）。2014年「シマトワークス」として独立。島を拠点に地域、分野を問わず幅広く企画・コンサル業務を行っている。2021年に「Workation Hub 紺屋町」を開設。同時に民官学金による島内外のネットワークで事業創出を目指す「淡路島ゼロイチコンソーシアム」を設立。

COMPANY DATA

株式会社シマトワークス

〒656-0012
兵庫県洲本市宇山1-2-45

<https://shimatoworks.jp/>

ワーケーションの拠点を 作られたキッカケは？

シマトワークスは7年目。「シマトワークス」の名前の由来は、「島と仕事」ということで、淡路島の中と島外の企業や行政をつなぐ幅広い業務を進めています。2021年5月から、洲本市に築70年、木造2階建ての古民家を改修した「ワーケーションハブ紺屋町（こんやまち）」をオープン。元酒屋の趣をそのまま残し、1階はカフェとコワーキングスペース、2階にはシェアオフィスと会議室があり、宿泊部屋も併設しているんですよ。ワーケーションという言葉は昨年くらいから知られるようになりましたが、実はずっと以前からあった言葉なんです。僕自身、島から離れるつもりは全然ないのですが、妻と「2拠点で仕事ができたらいいよね」と話していて、数年前から実際に冬に1ヶ月間、ベトナムのニャチャンというリゾート地に行って働くことにしていたんです。もちろん、まだオンラインでの仕事が広がっていなかったので、理解を示さないクライアントもありましたが、現地で仕事をすると、とてもはかどるんですよ。生活も整うし、刺激もいっぱいあるし、いいことづくめでした。これがワーケーションだと思って、これを淡路島でもやりたいと。

スポーツでたとえるとインターバルみたいな感じだと思います。日本人には、お正月や年末年始など、何となく1年の切り替えのタイミングがありますが、基本はずっと暮らし続ける、働き続ける。その中で、意識して定期的にインターバルをとって呼吸を整える感じです。仕事や暮らしの中にこんなに心地よいことがあるということに気づいた瞬間でした。

島外からくる人とまちとの 接点のつくり方は？

「Workation Hub 紺屋町」の名前のとおり、この施設がワーケーションハブになればいいという感じですね。地方でも洲本市は城下町だから、比較的、まちの文化なんです。淡路島って、北と南でも文化が違うし、農村と漁村でも違うし、山間部も文化が少しずつ違う。その中で町人文化が残る街は、ここにしかないんですよね。10年ほど、ここに住んで思いますが、こういう地域って、全国でもあまりないと思うんです。ほどよい田舎でありながら、ベタベタなコミュニティ。同じ島の中でも、50年とか100年前に商売をするために、島の中で引っ越してきた方も多し。だからか、ここに集まっている人たちは外の人を受け入れる感覚が強いんです。だから、変な抵抗がない。壁がなくて、おいでおいでという感じです。

ワーケーションで島外の人たちが来た時や移住者に対しても、飲食店を案内するんですよ。移住の決め手はやっぱり人。観光でリピートする決め手も人なので、あのお店の人に会いに行きたいとか、仲の良いお店ができたときに「また来たよ」と言いたいとか。僕たちも、この街に足を運ぶ人にそういう気持ちになってもらえるように、ゆっくりとサポートをしています。



行政と金融機関と連携した 新しいチームとは？

ハブにイノベーション枠で入居している企業さんが、島での新規事業をより推進できるように、洲本市と淡路信用金庫に入ってもらって「淡路島ゼロイチコンソーシアム」という組織を作りました。洲本市は関係人口や域学連携の推進、淡路信用金庫は地域活性につながる活動を推進することを目的として、それぞれの利害を一致させて、3者でこの入居者を全力応援するという枠組みを作ったんですよ。

洲本市では9年近く域学連携の活動を精力的に進めてきたそうです。ただ、大学生が卒業すると、地域との関係性が途切れてしまったり、プロジェクトが止まってしまったりしたそうです。だったら、淡路島の中に新規事業を作ろうとするハブの入居企業と学生をくっつけて、域学連携の活動をつくっていくことで、プロジェクトは企業が軸になることで止まることなく、外の視点をもったプロジェクトと学びの場が設計できるんじゃないかと考えました。

これからのチャレンジではありますが、行政、金融機関、企業が地域と関わるおもしろい仕組みに育ってほしいですね。

行政とキーパーソンの間にある ギャップを埋めるためには？

行政に限らず、個人でも企業でもそうだと思いますが、同じ日本語をしゃべっているけど、同じ日本語をしゃべっていない時がありますよね。この人にはノーと言えば伝わるが、この人にはイエスと言わないと伝わらないこともある。

シマトワークスは「ワクワクする明日を、この島から」というコンセプトで活動をしているんです。だから、ワクワクすることだったら何でもやってしまう。活動の幅が広いんですよね。行政のお手伝いはもちろんあるし、ホテルのブランドを作って発信することもあれば、デベロッパーのニュータウン再生の取り組みとか、植物工場のプラントの営業とか。その他にも、農家さんのご夫婦と一緒に農園をつくっていたりもする。何でもやっているから、そこが強みというか。いろんな言葉が、この人たちにはこうすれば伝わるという経験値はかなり蓄積されているように感じています。キーパーソン側にこの翻訳する力が備わっていれば、行政とのギャップも乗り越えることができるのかもしれないですね。



KEY PERSON



イノベーションの種は 自分たちの 心のなかに隠れている

代表理事

西村 勇也 氏

大阪大学大学院にて人間科学(Human Science)の修士を取得。人材育成企業、財団法人日本生産性本部を経て、2008年より開始したダイアログBARの活動を前身に2011年にNPO法人ミラツクを設立。“Emerging Future, we already have”をテーマに、社会起業家、企業、NPO、行政、大学など異なる立場の人たちが加わる、セクターを超えたソーシャルイノベーションのプラットフォームづくりに取り組む。2021年に、株式会社エッセンスを設立。先端研究者メディアesse-senseの運営にも取り組む。

COMPANY DATA

特定非営利活動法人ミラツク

〒600-8841
京都府京都市下京区朱雀正会町1-1
<https://emerging-future.org/>

ミラツクの活動について 教えてください

現在は、滋賀県大津市で3人の子どもを含む家族と暮らしながら、NPO法人ミラツクを運営しています。ミラツクはNPO法人ですが、寄付や行政からの補助金はもらわず、収入のほぼ100%を企業クライアントとの事業収入で運営しています。2022年現在、正職員の他に非常勤、出向、客員、インターンなど20名以上で組織を構成しています。前前職でリーダーシップやセルフマネジメントの研修づくりを経験し、また前職では組織の中で一番しんどい人たちのメンタルヘルスを改善するための施策づくりに携わっていました。

ミラツクは2008年に活動を始めて、しんどくなった人のための場ではなく、そもそもしんどくならないための場とはどういったものが必要なのかを考えるとところから始まっています。クライアントプロジェクトとしては、自治体との取り組みも昔はありましたが、今は主に大企業の新領域事業開発をサポートするプロジェクトの運営を行っています。フィールドワークを起点とした未来潮流の探索、イノベーション創出の土台となる情報基盤の生成、共創型のワークショップなど、プロジェクト伴走を中心に活動しています。

全国の地域が西村さんに 求めるものとは？

いろいろな人に声をかけていただきますが、その背景として、1つは組織やイノベーションに関しての方法論を聞きたいという要望があります。これまで比較的、モデル化に力を入れて取り組んできたこともあり、その知見の話をすることが多いです。もう1つは、今は取り組んでいないのですが、先進的な事例を持つ海外NGOを日本に招いて、様々なトレーニングや連携づくりを行っていたこともありました。特に欧米のNPOの良いところだと、本当に専門性の高い方々がいる。博士号を持っていたり、リーダーシップの研究者が現場にいたり。そうすると結果的に言語化能力も高いので、モデル化に近づきます。それを、様々な人たちと一緒に学ぶ、ということをやっていました。

今は京都が拠点ですが、都市部の特徴は、職種の多様性がすごく大きいことだと思います。都市部は小さな街では成立しないような職種が成立するので、職種の幅が広がっていく。それをさらに地域間を超えてつなげていき、そして地域の現場ともつなげていく。僕らが持っているネットワークは、そんな飛地をつないでいくような形です。ですので、僕たちは地域からの相談に対しても、エリアを飛び越えて人や取り組みをつなげ、新しい解決を生み出すことや、新しい発想を生み出すことで、貢献しています。



地域と関わるときに 大切にしていることは？

振り返って、ある種レベルをすごく上げてくれた経験が、山形の温泉街の取り組みでした。それまでは招かれるところが名古屋とか大阪とか、いつも都市だったんですね。その中で、山形県の温泉街は人口が激減している集落でした。遠方なので、前日入りをするわけですが、「夜にみんなが集まっているから、来ないか」と誘われて訪ねてみると、皆さんが楽しい感じではない。暗い部屋に10〜15人が集まっていて、「まあ、そこに座れ」と。「西村さんは、この町をどうしたいのか？」という話から始まるんです。そこでどうしたかという「皆さんはどうしたいのですか？」と聞いてみたんです。僕を呼ぶということは、事前に内部で合意もしているし、予算も立てているので、彼らには何かしらやりたいことがあるに違いない。「やりたいことが何か」を聞きさえすれば、そのサポートに専念する。土地の歴史も地域のことも教えてもらったとおりにやる。土地として大事にしたいものは、土地の人が一番知っているのも、無理にこちらがこねくり回すよりも前に進むんです。もちろん、言われたとおりにやるのではなく、大事にしているものを一緒に考えていくという感じでしょうか。

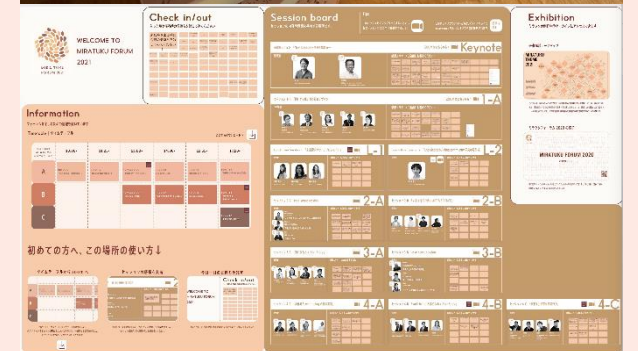
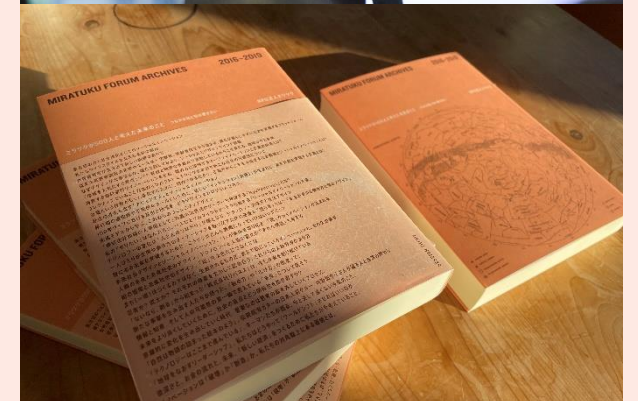
個人で語れることを引き出して、固まった状況を崩してあげることで、前向きな意見はいくらでも出てくるんだと改めて感じることができました。

行政だから取り組める 支援のカタチとは？

行政の人たちは、プレイヤーという側面よりも、ルールを管理している人たちという側面の方が本来的だと思いますね。ルールをつくる人たちというよりも、ルールを管理している人たち。管理している人たちだからこそ見える「ルールの活かし方」があって、こうすればルールに乗れる・こちら側に入れるなどの“さばき”は行政の人にしかできませんよね。地域のプレイヤーは自分の領域しか知らないですし、ルールがあることもわかっていないので、正面から当たって砕けてしまうケースが少なくありません。

例えば、神戸市役所は「つなぐ課」というチームをつくって、“さばき”をしています。こういう取り組みはすごく行政的だと思いますし、あれは行政でないとできません。もっと広がればよいのと思いますね。

いい地域には、行政の中でルールを管理しつつも、良い“さばき”ができる人が必ずいます。つなぎ役と言ってしまうとそうですが、この役割分担こそ、行政だからこそ取り組める支援のカタチだと思いますね。



MIRA TUKU

KEY PERSON



若者の起業や 地域ビジネスこそが 地域を輝かせる鍵

代表取締役

濱田 祐太 氏

関西学院大学在学中に、地元である京都府与謝野町で、魅力的な雇用と地域課題解決をもたらす持続可能なまちづくりに取り組むべく起業。現在は、地域の自治体や金融機関と連携した活性化のコンサルティング業務を進めつつ、与謝野ホップの6次産業化と天橋立の環境問題を解決するクラフトビール「かけはしブルーイング」を全国に仕掛けている。

COMPANY DATA

株式会社ローカルフラッグ

〒629-2261
京都府与謝郡与謝野町字男山119-5
TEL 050-5373-5587

<https://www.local-flag.com/>

ローカルフラッグが取り組む 2つの事業の柱とは？

弊社が展開している事業は大きく2つ。1つはホップの栽培が盛んな与謝野町ならではのクラフトビール事業。そしてもう1つが、大学生や若者の起業、事業継承を支援するといった人材育成に加え、地域外の人を呼び込むことを目的とした副業兼業のマッチングや移住定住促進など。いわゆる地域プロデュース事業です。

2020年からスタートしたビール事業（かけはしブルーイング）ですが、そのキッカケは天橋立の内海にカキが大量繁殖し、カキ殻が山のようにたまってしまふ環境課題でした。この課題をビジネスで解決できないかと考えたのが、与謝野町で栽培しているホップとカキ殻を掛け合わせてつくるビールでした。製造工程の中で、牡蠣をビールの水の調整剤として使っており、「飲めば飲むほど海がきれいになる」世界の実現を目指しています。

そして、この取り組みを多くの人に知ってもらふことで、都市部に流出する若者が多い与謝野町に、地域で産業を起こしたいと願う若者の受け皿をつくりたいというビジョンも掲げています。

大学の在学中に地元で起業をした そのキッカケや動機は？

高校生の時から、いつか地域に貢献する仕事をしたいと考えていたんです。当時は近所の人たちとお祭りを手伝ったりしていて、「この町はどうせすたれていく。若いやつが頑張らないのがあかん」とか言うシニアの方の声が届いてきました。なぜ、自分の住んでいる町なのに、誰かに何かをやってくれと他人事のように語るのだろうか？そこに疑問というか、怒りを感じたのがきっかけで、「自分たちの町のことは自分たちで考えて、自分たちで行動していくのが大事ではないか」とずっと考えていたんです。大学在学中にも全国のまちづくり事例を20以上もヒアリングに行き、結果として会社をつくりました。

現在25歳ですが、僕たちの町ではフリーランスとして働く人はいても20代で会社を作る人はとても珍しい。法人であるからこそ、今では、自治体や金融機関ともに応援して下さるようになりました。

もちろん、起業したばかりのときは「若いのに何ができるのか」という方も一定数いて、当初、とある場所の活用案募集と指定管理の募集があって手を挙げたら、「若い学生は事業じゃなくて授業へ行け」ということを議員に言われ、落選したこともあったんです。



地元で若者の雇用を 生み出すための秘訣は？

まず、世の中の課題として事業承継の後継者がいないというのが大きな問題ですよ。だからこそ、後継者のいない会社が増えてきたときに、まず僕たちが継ぎ手になりたいんです。事業を受け継ぎ、ただ商品を作って売るのはではなく、この場所でやっているからこそ、地域との関わりを生み、まちづくりにも踏み込んでいく。そういった地域の中小企業をどんどん増やしていくことが、持続可能性につながる。地方創生はそうやってビジネスで盛り上げていかないとはいけませんよね。

現在取り組んでいるクラフトビール事業を含め、数億円規模の売り上げを生むことができれば、今まで以上に雇用を創出し、町へも投資していくことが可能になります。ビールについては地域に誇れるメーカーを目指していきたい。そして、今後はビール以外にもいろいろなものを手掛け、ネットやSNSを活用し、多くの方に届けていけるように。

そのためには、まず僕たちが「あの会社があるから、あの町いいよね！あの会社で働きたい！」と言われるような町の代表格、例えるなら地域の旗振り役になりたいと考えています。もちろん、そのためには、実業を伸ばすことが重要。いかに地域資源を掘り出し、仕掛け続けていくかを会社全体で頑張っていきたいですね。

自治体や地元企業からの応援は？ これから目指すカタチとは？

地元企業や金融機関で贈り物をするときに僕らのビールをたくさん購入していただきます。新商品が出ると、注文を取ってくださったり、僕たちに実績がない頃に「新入社員研修を一緒につくろう」と仕事を発注してくださったりもしました。自治体さんも何でも相談に乗ってくださるし、色々なプログラムを一緒にさせていただいています。

僕らとしても、地元に応援してもらえる会社になりたい。例えば、地元で根差したスポーツチームって、ファンの皆さんからめちゃくちゃ応援してもらっているじゃないですか。チームが勝とうが負けようが、地域の人々がスタジアムまで足を運んで応援してくれる。地元のスポーツチームって、地域に根ざし、長期的な視点で一緒に町を盛り上げようとしているんですよね。僕たちの会社が目指す姿もそこにあって、地域の皆さんから長く応援してもらえるような取り組みを生み出し、応援してくれる人を増やしていきたいですね。

与謝野町には地元を良くしようとしている会社があって、ビールづくりは町の環境も経済も改善させている。じゃあ、次に手掛けるビール以外の商品も、きっと町を良くするに違いない。だから買おう。これを買うことが彼らを応援することにつながるはずだ。そういう正の循環を地域の人たちに想起していただければ、収益も上がるし、ファンも増えるし。これこそが、与謝野町で数年後に、僕たちが目指す姿の一つですね。



自治体職員の視点から



まちの魅力は 地域に思いを寄せる人が つくる。 行政にできることは？

広報広聴課 課長
大垣 弥生 氏

百貨店の販売推進部門を10年間担当後、2008年生駒市に入庁し、広報紙改革や採用広報等を担当。プロモーションサイト「good cycle ikoma」や市民PRチーム「いこまち宣伝部」等を通じてまちの魅力発信につとめると共に、多様な働き方や生き方を提案する「スタイリングウィーク、まちの交流会『つどい』」の開催など、人が出会い、緩やかにつながる場をつくる。2020年から現職。2017年「地方公務員が本当にすごい!」という地方公務員アワード」を受賞。

奈良県生駒市役所

〒630-0288
奈良県生駒市東新町8番38号
TEL 0743-74-1111
<https://www.city.ikoma.lg.jp/>

生まれ育った生駒 無関心じゃなくなったのは、なぜ？

民間企業で11年間務めた後、2008年に生駒市役所へ転職。異動は2回経験していますが、ずっと広報やシティプロモーションを担当しています。

生駒市の広報は、入庁時から行政情報を発信するだけではなく、地域の方々の活動を積極的に取り上げ、応援する気風がありました。私は、生駒生まれ生駒育ちですが、県外で学生時代を過ごし、市外で働いていたんです。転職するまでは、地域のつながりも希薄だったし、地域のことを全く知らなかった。旅先で出身地を尋ねられたときに「大阪から来ました」と答えていたほど愛着も希薄でした。

広報誌の取材を通じて、自分たちの暮らす地域を良くしたい、困っている人の役に立ちたいと熱心に活動される方がたくさんいらっしゃることに気づきました。働き始めた頃は、熱い想いに感動して涙を流すことなんかもあって。7年も広報を担当させてもらったのは、幸せだったと思います。色んな世代の方とのつながりもできたし、担当課とは違うスタンスでお話を聞かせてもらうこともできたし。地域参画が、どれほど市の今後に効いてくるかも知りました。

私たちが市の媒体で紹介したり、報道機関につないだりすることで、活動メンバーやお客さんが増えたとか、知らない人から「頑張ってください」と声をかけられたと喜んでもらう時も多々ありました。プロモーション担当になっても、人をつなぎ、それぞれの想いを広げていきたいと思い続けているのは、このときの経験が活かされています。

生駒市らしい シティプロモーションとは？

平成31年にできた第6次総合計画には、「ベッドタウンからの脱却」が明記され、多様な生き方や暮らしをかなえる機会や場、人と人のつながりが豊かにあるまちでそれぞれが幸せに輝くまちを目指すとの将来都市像が掲げられました。プロモーション施策も、戦略的に進める施策の一つに選ばれ、「夢や目標の実現を目指す人や新しい暮らし方をする人の可視化とつながりや交流の支援」に取り組んでいます。

最初は、子育て教育施策を羅列したパンフレットを作ったり、大都市へのアクセスと自然環境の良さをアピールしたりして満足していたんです。でも、機能的な価値だけでは「このまちで住み続けたい」という気持ちにはなりません。どうすれば生駒で暮らす喜びや幸せを感じてもらえるか悩んでいたときに、自ら楽しみながら、地域でプロジェクトやスモールビジネスをおこす働き盛り世代が少しずつ増えていることに気づきました。

ベッドタウンとして発展してきた生駒が「脱ベッドタウン」へとまちづくりの方向性を変えようとしているときに必要なことは、人と人が出会う場を増やして、まちの方々が主体的におこすプロジェクトやスモールビジネスが次々と生まれる環境をつくっていくことじゃないかと思い、プロモーションの方向性を少しずつ変えていきました。

「good cycle ikoma」というプロモーションサイト、まちの魅力を発信する市民PRチーム「いこまち宣伝部」、最近、まちの交流会「つどい」も始めました。生駒らしさや、生駒の魅力って地域に想いを寄せる方々がアイデアを持ち寄ってみんなでつくりあげていくものだと思うんです。だからこそ、まちと人の関わり方をデザインし、おもしろい出会いの確率をあげていきたいです。

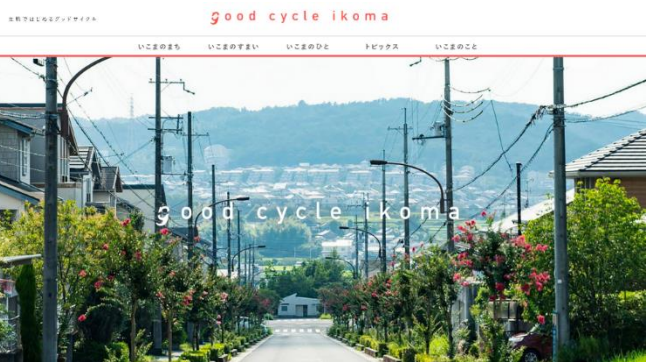
昨年、生駒駅の近くに「まほうの駄菓子屋チロル堂」という駄菓

子屋さんができました。子ども達が100円でカレーやポテトフライを食べられる機会を大人の寄附が支えるという仕組みを、今までにないデザインで叶え、多くのメディアがとりあげています。これは、障害者支援をする団体の代表と地域食堂の主催者、デザイナーが出会い、「いっしょにおもしろいことをしよう」と話し合ったことから生まれました。他にも、市内でマルシェをしていた2人の女性が出会うことで、「goodneighbors（グッドネイバーズ）」というコミュニティスペースもできました。「こんなことをしたい」「まちをこんな風にしたい」という強い気持ちから生まれたコトやモノを発信し、日常をどう豊かにするか共に考えてくださる方を増やしたいと思っています。

人と人をつなぐときに 心掛けていることは？

あるとき、市民の方に言われたんです。「まちを楽しもうって呼びかけるなら、市役所の人たちが率先してまちを楽しんでほしい」って。その通りですね。仕事としてではなく、個人として地域と楽しんで関わる姿を見てもらうことで、信頼につながっていけたら嬉しいです。

「どうやって地域に知り合いを増やせばいいんですか？」と聞かれることもあります。どの地域にもたくさんの人とつながっておられる方や、まちで何かをしたいと企んでおられる方がいらっしゃるはずです。そういった方の輪に入れてもらって、みなさんの声を聴き続けていれば、きっと声をかけてもらえる機会も増えるし、意志と意志をつなぐことができる時がやってくる気がします。生駒に興味や関心を持ってもらい、まちを好きになる人や将来都市像に共感してくださる人を増やし、自分の手でこのまちをつくっていけるんだと実感してもらえるよう尽力していきたいです。



自治体職員の視点から



市民の背中を押す キーパーソンは 市役所の中にいる

シニアマネージャー

高松 俊 氏

堺市へ入庁して14年間勤務、堺市泉北ニューデザイン推進室主査を経験。自身が泉北ニュータウンで生まれ育った堺市職員として、2014年に堺市主導の「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト」を発足させ、市民企画型プロジェクトの基盤づくりを行う。また、自身でも、泉北ニュータウン内で馬を飼い、牧場を作ってしまうユニークさを誇る。地方公務員アワード2021受賞。2021年に市役所を退職後、まちづくりコンサル企業である株式会社オープン・エーに転籍。

株式会社オープン・エー

〒103-0002
東京都中央区日本橋馬喰町2丁目7-15
TEL 03-3272-2290

<https://www.open-a.co.jp/>

10年間の泉北ニュータウンでの 関わり方について教えてください。

実は、2021年に堺市役所を退職し、民間のまちづくり会社に転籍しました。公務員の中にこそキーパーソンが必要と思っていた人間なので思いきった決断をしました。民間の声を役所の言語に翻訳をすとか、市民同士をつないでいくとか。市民の皆さんから行政を頼ってもらえるのって、とてもうれしいじゃないですか。「場所はありませんか?」「人を紹介してもらえませんか?」。それをつなぐ役割を10年ほど担当してきました。

初めは、建築都市局ニュータウン地域再生室で建築都市のことをやっていたんです。家賃補助とか、住宅リノベーションとか。ハコモノ系を通して、ハコに人を入れるソフト事業をやっていました。大阪府住宅供給公社と一緒に住戸のリノベーションをするなど住宅の中をきれいにして、若い住民限定で市外から受け入れようという取り組みからスタートしました。泉北ニュータウンとして、入ってきた人たちが楽しめるネットワークの箱を作ろう。それを一貫して取り組んできましたね。

でも、千里ニュータウンの例と比較してただハコモノや住宅が再編されても、ニュータウン問題の根本は解決しなかったんです。建物うんぬんだけの話をしている、まちは再生しない。だったら、ソフト事業を先行して展開しようと舵を切って、地域の中のプレイヤーを発掘し、新しいことを作り出し、発信する「泉北をつむぐまちとわたしプロジェクト」で、とりあえず人の受け皿ベースを作っていこう。そこに着手しはじめたのが、2014年でした。

でも、市民とのネットワークづくりって、想像していた以上に大変でした。市民の皆さんが集れる時間が、基本的に土日や夜間になってしまうでしょう?平日の夜間や土日を問わず、携帯電話やSNSで連絡を取り合っていましたね。そういうスタンスでどんどん人の話を聞いていき、何をやりたいかを掘り起こし、最初の3月に大きなイベントを実施するため、5チームくらい作り、すべてのチームに入って話を聞いていきました。

限られた時間の中で、どんな 動き方をしていたのですか?

基本は、私自身が中心になって進めることが多かったですね。もちろん、市役所の中に仲間がいて、イベントを開催する時のバックについてくれたり、まち歩きに応援に来てくれたり、上司も応援してくれていたのですが、細やかなネットワークづくり、動き方は通常の公務員の勤務時間だけではなくなかなか難しいんですよ。

初動の時期はそうして、僕自身はキーパーソンでありながら表に出ず、市民や庁内の他のキーパーソンを探し育てていきました。3年くらいはこちらが事務局を担当していましたね。ようやく事務局を民間に引き継ぐことができて、市民の皆さんを中心に動いてもらうのですが、市民と行政のパワーバランスのとり方が難しかったです。

最初の一步となる熱心な市民を を見つけるためには?

伝言ゲームのように熱心な市民にまた熱心な市民を紹介してもらったり、公務員が自分事としてまちづくりに関われるように、役所仲間の20代後半の職員を市民活動のメンバーに投入しました。5人が市民として活動してみたのですが、中には本気になる職員が生まれたり、プライベートでも関わりつづけてくれる人も現れました。毎年のように若手職員を投入することで、メンバーの中もどんどん空気が変わってきたんです。対行政への接し方も良いバランスになりました。そして、市民の表情を見て、メンバーの温度感を分析していくと、この人はリーダータイプで「成し遂げるぞ!」という高い志を持った人が、チラホラ見えてくるんです。5人とか10人に1人くらいリーダータイプがいましたね。だからこそ、その人たちをハブにしてチームを組んでもらう。それぞれのチームを見ながら最大限に能力を発揮できるよう応援をしていきました。もちろん、チームを立ち上げ、自分たちでイベントもガンガン回せるまでに育ったグループは、年月の経過とともに独立して動き出していました。泉北のレモンを特産にしたい。公園でピクニックをしよう。雑誌を作りたいのでクラウドファンディングにチャレンジしよう。いろいろなグループが今でも自主的に活動を続けています。キーパーソンがキーパーソンを呼ぶ、育てる仕組みです。

高松さんのような動き方を 自治体から生み出すためには?

もちろん、自治体職員だから信用力もあるし、自治体職員がいうからついていってみようかとか。社会的な信用力が全く違うし、初動期の立ち上げは自治体が旗を振っていることでの安心感は確実にありましたね。でも、それは諸刃の剣でもあって、自治体が旗を振ると市民は自治体におんぶに抱っこになってしまうんですね。堺市も「3年で事務局は手を引きます。だから自立してね」と最初から伝えていました。自治体の役割は、市民の皆さんのやりたいことを応援し、予算のかかるホームページの立ち上げや冊子づくりなど、後方支援になることはやる。そして市民の活動の足かせになるような慣例や内規を横断的に取り払っていく。

仕掛け側として大事なのは、3年であれば3年後のゴールはどこかを見ておかないとそこには向かわないですね。人を見ることは大事で、適材適所に置くにしても、人のことがわからなければ置けないし、説得しないといけないし。泉北ニュータウンの事例でもそうでしたが、何よりも大切なのは、市民がどうしても役所の中のキーパーソンに出会えるか、そして職員がプライベートでもキーパーソンになれることだと思っています。

