

官民連携プラットフォーム「よこらぼ」

～事業を通じて取り組むシェアリングについて～

横瀬町まち経営課 細越 望海



1 はじめに

横瀬町は、埼玉県の西部、秩父盆地の東端にある小さなまちです。東京からは、70km圏内に位置し、池袋駅から西武池袋線・秩父線で最短73分と、簡単にアクセスできる場所にあります。

主要産業は、セメント関連や観光農園で、イチゴやブドウなどの果樹、紅茶などが特産品として人気があります。「横瀬の人形芝居」「芦ヶ久保の獅子舞」「里宮の神楽」といった伝統芸能の継承にも力を入れ、豊かな文化を育み続けています。

一方で、横瀬町人口ビジョンによると、何もしなかった場合、総人口は2020年の約8,200人から減少が続き、2060年には趨勢人口が約2,600人になると予想されています。まさに「人口減少に耐え、備えること」が横瀬町の大命題となっています。

2 季節を感じる里山 よこぜ

町のシンボルといえば、秩父の名峰・武甲山。武甲山は、良質な石灰が採れる産業の山であるとともに、信仰の山として地元住民から親しまれてきました。標高1,304mで初心者でも登りやすく、ハイキングコースとしても人気があり、5月の山開きにはたくさんの登山者で賑わいます。

その武甲山のふもと、約5.2haの斜面に大小250枚ほどの田んぼが並ぶ「寺坂棚田」では、農作業の様子や、秋の彼岸花、雪化粧した里山の風景など、四季折々の美しい景色が見られます。縄文時代に作られたとされ、現在は埼玉県内で最大級の棚田となっています。一時期は後継者不足などから荒廃したものの、住民が中心となり棚田の再生と保存に尽

力し、見事に往時の景観を復活させました。

また、「あしがくぼの氷柱」は、横瀬の冬を代表するイベントです。寒さの厳しい横瀬の自然が創り出す氷の造形美は、迫力満点です。週末の夜にはライトアップされ、光と氷の芸術による幻想的な空間が楽しめます。「来訪者の少ない冬季に観光を」と、平成25年度にオープンしてから、最寄りの芦ヶ久保駅の乗降者数と氷柱会場への入場者数は右肩上がりです。令和元年度は暖冬の影響でオープン出来なかったものの、平成30年度は来場者数が12万人を超えるほどの人気スポットとなりました。

3 危機感から生まれた「よこらぼ」

人口減少の推移予測から「このままでは、まちの未来は悲観的」という事実を目の当たりにし、私たちに危機感が生まれました。テクノロジーが進化するこれからの時代は、世の中の変化のスピードが更に速くなり、10年先はもはや「予見できない未来」と言えますが、人口動態は、数少ない「予見できる未来」です。おそらく人口減少は現実になり、それに耐えられるまちでなくてはなりません。町の未来を変えるためにもこれまでとは違うチャレンジをする必要がありました。

しかし、チャレンジするにも町の既存の資源は少なく、新たな資源やてこ入れが必要でした。「町の特徴を活かしながら、民間活力をフルに活用し、そして町の外からヒト・モノ・カネ・情報を継続流入させる方法を」と検討を重ね、平成28年9月に誕生したのが「横瀬町官民連携プラットフォーム（通称よこらぼ）」です。

よこらぼは、「横瀬町とコラボする研究所」の略で、

企業や個人から、新しい事業、研究、企画などを町に呼び込む官民連携の枠組みです。

よこらぼの特徴は以下の2つです。

①間口の広さ

地方でプロジェクトを展開したくても、対応するフィールドがなかったり、自治体コネクションがなかったりで実施ができないというケースは多いと思われます。しかし、よこらぼでは、提案内容に町の課題等のテーマを設けていません。企業や個人が横瀬町でやりたい、始めたいプロジェクトで、住民のためになることであれば、なんでも提案してください、というスタンスをとっています。そのためか、これまでに提案155件、そのうち採択された事業は90件と、私たちの予想をはるかに超える件数となりました。(2021年2月現在)

②速さ

これまで官民が連携するには、官のスピードに民が合わせることが一般的でした。行政は基本的に、計画があって、予算を立てて、実施するというサイクルで事業を行っていますので、民間が今やりたいことと、行政が今できることとの間にギャップが生じていたのです。よこらぼでは、この差をできる限り埋めるよう努力し、判断から実行までのスピードを上げることで、官が民に少しでも歩み寄るよう努めています。

よこらぼの提案はWEBサイトで受け付け、毎月25日に締め切ります。翌月には審査会を開催し、町職員のほか町議会、住民、観光協会等の代表や、商工会議所、金融機関の職員が審査委員になり、評価点数と意見をまとめます。それを参考に、町長が採択するかどうかの最終判断をして、採択されれば、すぐプロジェクトは始動となります。提案から事業開始まで最速1ヶ月強というスケジュールです。

提案が採択されると、提案者と町との共同作業でプロジェクトを進めます。当町は、小さいがゆえに小回りが利き、しっかりとしたコミュニティがあり、そして都心から近いという強みがあります。提案者

は来町しやすく、町が調整することによって町内や関係機関から協力を得やすくなり、更に「行政での実績」という無形の価値を手に入れることができます。一方で、町は、提案者が持ち込む新しい技術やサービスを、無償又は安価で利用することができ、いわゆるWIN-WINの関係が期待できるのです。

よこらぼのユニークな取組は、今では新聞や雑誌など、メディアに多数取り上げていただくようになり、町の知名度向上にも大きく寄与しています。各方面から、講演や視察の依頼を受けることもあり、その対応に、担当職員だけでなく町長や副町長がプレーヤーとして積極的に参加することも、話題になる要因の1つと考えています。

4 シェアリングエコノミーに関する よこらぼ採択事業

よこらぼでは、案件が案件を、人が人を呼ぶ好循環も生まれています。採択90件のうちには、シェアリングエコノミーに関する事業が13件あります。

●採択No.2『遊休資源の活用』

(提案者：株式会社スペースマーケット)

このプロジェクトでは、遊休スペースのシェアマッチングサイト「スペースマーケット」へ廃校や役場庁舎を掲載することで広く情報発信を行い、有料で貸出、有効活用を行っています。「スペースマーケット」に掲載する以前は、人口減少により増加していた遊休施設や、平成20年に廃校になった小学校を、ドラマ撮影やイベント開催に有料で貸し出していました。年間20回程度に留まっていました。

当時は町の知名度が低く、情報発信力が課題となっていました。

「スペースマーケット」に掲載した結果、平成30年度の廃校の有料貸出回数が前年度300%超の100回となり、現在でも廃校の貸出の問合せが継続的に寄せられています。



廃校となった小学校の活用の様子

●採択No.3

『地域が創る体験ツアー TABICAの普及』

(提案者：株式会社ガイアックス)

当町は規模の小さな町のため、観光資源、観光の担い手も不足しています。このプロジェクトでは、地域特性を活かした体験ツアーを企画・実施し、地域住民のまちづくりへの参加と地域消費の促進を図ります。

ツアーの実施のために、体験ツアーを企画できる技術・知識を持った町民（観光の担い手）を発掘し、町民による体験メニューの作成を町でサポートすることで新たな観光資源を創出しました。



寺坂棚田での田植え体験ツアーの様子

町は「スペースマーケット」、「TABICA」の2つのサービスの導入と、サービスの普及促進に向けた広報PRを行ったことにより、一般社団法人シェアリングエコノミー協会から平成29年11月にシェアリングシティ¹第1号として認定されました。

●採択No.39

『コミュニティスペース i-ze よこぜ』

(提案者：地元民間企業)

上記の2つは町外からでしたが、こちらは町内からの提案でした。提案者は、地元の空き家を活用して、子どもから大人まで、誰もが気軽に立ち寄れる集いの場所を整備し、「よこぜ暮らし」の推進につなげるため、よこらぼに手を挙げました。町は、民間活力による地域活性化につなげるため、この企画を採択し、資金面での支援ではなく周知宣伝面での協力をしました。そして、平成30年11月に、コミュニティスペース「さくらんぼ」としてオープンしました。

「さくらんぼ」は、とりわけ小学生に人気のスペースとなり、皆で待ち合わせに使ったり、宿題をしたりと遊んだり、小学生中心に1年間で延べ2,200人を超える利用がありました。また、昨年10月の台風19号の夜には、不安を感じた近所の高齢者の方々などの受入れもしたそうです。「さくらんぼ」は、地域にとって大切なコミュニティスペースに育ってきています。



コミュニティスペース「さくらんぼ」

これらの他に、地域乗合自動車や、電動キックボードシェアリングサービス「LUUP」、害獣対策の罠をシェアするプロジェクト、複業人材を活用し町のさらなる活性化につなげるプロジェクトなども採択されています。

5 よこらぼの課題

課題の1つに、事務の増加があります。間口を広くし多様な提案を受け入れつつ、早く決断するためによこらぼ案件を進めると必然的に職員の負担は増加してしまいます。

また、外部からは注目されているよこらぼですが、町民への浸透が進んでいないことも課題となっています。主な原因は、よこらぼで採択される事業がソフト事業中心で可視化しにくいこと、新技術の名称等に聞き慣れない言葉が多いことが挙げられます。「よこらぼって何をやっているかわからない」「横文字が多くて理解できない」といった声が役場に届きます。

よこらぼは「これまでと同じではいけない」「町の未来を変えられるのは自分たちだけ」という考え方が原点にあるので、まず、それを役場全体、それから町全体で共有することが大切です。職員には直接町長から、住民には町の広報誌や回覧板、SNSを使った情報発信や懇談会を通じて、よこらぼの趣旨や効果について伝えています。幸いテレビや新聞での露出も多く、徐々に浸透しており、平成30年の住民意識調査では、よこらぼを「知っている」、「なんとなく知っている」人が全体の40%、「聞いたことがある」人が25%と認知度が増加傾向にあります。

今後とも来町者やイベントが増えることで住民への浸透もより進むのではないかと期待しています。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により今までと同じようなイベントの開催が難しくなりました。ウィズコロナ（コロナと共存）の時代を工夫して乗り越えることも新たな課題となってきました。

6 「日本一住みよい町、日本一誇れる町」を目指して

最近のよこらぼでは、住民や近隣の市町村の方から、身近な課題やテーマに対する想いと工夫の詰

まった提案をいただくようになりました。例えば、提案者の地元と横瀬町の地域交流を促進したい、町の新たな特産物を開発したい、「さくらんぼ」のように町内のコミュニティ拠点を作って運営したいなどです。

よこらぼを通じたさまざまな町が取組が、住民や近隣の市町村の方に体感として理解され始めたのではないのでしょうか。

また、よこらぼ採択事業を通じてシェアリングエコノミーが形成されてきていることも感じ取れます。



オープン&フレンドリースペース「エリア898」²



横瀬町産のどぶろく「花咲山」³

横瀬町では、「日本一住みよい町、日本一誇れる町」を目指すため、令和2年3月に「第6次横瀬町総合振興計画⁴」を策定しました。この計画に基づき、多様性を尊重した「カラフルタウン⁵」の実現に向けて、各種施策に取り組んでいます。この「カラフルタウン」には、よこらぼに多くの企業や人が集まってくる様子も含まれています。人口ビジョン

には、2020年時の戦略人口が約7,900人とあり、令和2年10月時点でその数を上回っています。要因の1つとして、よこらぼが貢献しているのだと思います。

横瀬町は、「チャレンジする人を応援する町」としてこれまで走ってきました。これからも新技術や

企画、身近なアイデアの実現場所として「横瀬町と一緒に何かしてみたい」と思っただけの町であり続ける。それが、町の課題である人口減少に立ち向かう流れにつながっていくのではないかと考えています。

脚注

- 1 活用されていなかった資源を有効に活用し、公共サービスの一部を民間経済で補うことで持続可能な地域を実現しようという自治体に対して、一般社団法人シェアリングエコノミー協会が認定をしています。
シェアリングエコノミー協会ホームページ (<https://sharing-economy.jp/ja/>)
- 2 採択 No.35『関係人口創出プロジェクト』(提案者:地元団体) から発展し、平成31年4月に、オープン&フレンドリースペース「エリア898」がオープンしました。元々JAの直売所でしたが、予算は最小限で、残りは住民や「よこらぼ」関係者等のボランティアが手作りで改装しました。総務省の関係人口を増やすモデル事業にも採択されています。
エリア898ホームページ (<https://area898.space/>)
- 3 採択 No.14『どぶろく特区』(提案者:地元団体) から発展。「よこらぼ」を通して、町として国に特区を申請、県内初の「どぶろく特区」に認定されて「どぶろく花咲山(はなさきやま)」が誕生しました。
横瀬町観光 Web サイト「歩楽里よこぜ」(<http://www.yokoze.org/2019/10/26065/>)
- 4 第6次横瀬町総合振興計画 (<https://www.town.yokoze.saitama.jp/yokoze/machitukuri/347>)
- 5 横瀬町では、目指すべき将来ビジョンとして「日本一住みよい町、日本一誇れる町」を掲げ、最小の経費で最大の効果を挙げ、町民の幸福の最大化を図るための、各種政策を推進していきます。その将来像に至るために、第6次横瀬町総合振興計画では「Colorful Town(カラフルタウン)」を目標として定めています。
- 6 1~4は全て2020年11月11日閲覧。