

令和3年度 政策課題共同研究 研究報告書

SDGs時代の地域づくりの担い手創出

～新たな働き方・暮らし方や協同労働等の視点から～



彩の国さいたま人づくり広域連合

目次

序章 本報告書の概要	2
第1章 小規模自治体における地域の担い手創出	
～ないものねだりより、地域のあるものさがし～	7
1 選定理由・仮説・調査方法	7
2 ヒアリング調査	10
3 ヒアリング調査後の分析及び課題・政策提言	19
4 まとめ・結論	34
第2章 中規模自治体における地域の担い手創出	
～愛着ある“き”業の見つけ方～	35
1 中規模自治体とは	35
2 行田市	38
3 日高市	51
4 まとめ	60
第3章 東京近郊の自治体における地域の担い手創出	
～シビックプライドの醸成を手がかりとして～	61
1 はじめに	61
2 シビックプライドの向上に向けた自治体の取組	67
3 自走する地域活動を支える拠点づくり	72
4 地域活動分野での兼業・副業の促進	80
5 政策提言	88
第4章 利根地域(広域行政)における地域の担い手創出	
～持続可能な活躍の場づくりしないト、ネ。～	92
1 はじめに	92
2 現状及び課題の抽出	94
3 事例調査	102
4 政策提言	114
5 おわりに	124
終章 本報告書のまとめ	126
資料編 研究会活動記録／研究員名簿	129

序章 本報告書の概要

1 問題視角

総務省が発表した「2020年国勢調査」によると、日本の総人口は1億2,614万6,099人となった。前回の「2015年国勢調査」から、総人口は約95万人減少した。65歳以上は3,533万5,805人となり、高齢化率は28.01%に上昇した。

また、厚生労働省が発表した「2020年人口動態統計」によると、出生数は84万835人となり、前年に比べて2万4,404人(2.8%)減少した。

これらの調査結果から、日本は高齢化と少子化、さらには人口減少がますます進んでいる状況が理解できる。その結果、地域を支える「担い手」が不足しつつある。特に限界集落¹においては、担い手は「不足」ではなく、既に「無い」状態と言えるかもしれない²。

日本の人口動態が大きく変わりつつある中で発生したのが新型コロナウイルス感染症である。新型コロナウイルス感染症の存在は、私たちの日常生活において多くの影響を与えている。

新型コロナウイルス感染症がもたらした急速な変化がデジタル化である。以前からデジタル化の動きは見られたものの、遅々とした動きであった。しかし、3密回避や不要不急の外出の自粛などの理由により、デジタル化は一気に進んだ。例えば、テレワークや地方移住、2拠点生活といった潮流が進み、新たな働き方・暮らし方が注目を集めつつある。

また、新型コロナウイルス感染症は、私たちの視点を地域に向けつつある。例えば、エール飯³やマイクロツーリズム⁴といった新しい概念の登場などは、私たちの視点を「地域志向」に変えつつある証左と言える。

さらに、世界的視点で同時に進行しているのが「SDGs」である。SDGsとは「Sustainable Development Goals」(持続可能な開発目標)の頭文字をとった略称である。世界的視点で動いているため、私たちは無視することはできない。SDGsには17の目標がある。これらの目標を達成することで、持続可能な世界を実現し、地球上の「誰一人として取り残さない」(No one will be left behind)ことを目指している。SDGsの主体は国や地方自

1 大野晃氏は、65歳以上が半数を超えた集落を「限界集落」、55歳以上が半数を超えた集落を「準限界集落」、それ以外を「存続集落」という概念を提唱した。限界集落は、「農業用水や森林、道路の維持管理、冠婚葬祭などの集落として共同生活を維持することが「限界」に近づきつつある「集落」という意味がある。

2 総務省は地域における担い手になり得る存在として「関係人口」に注目している。同省のホームページ(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>)には「地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されています」とある(2022年2月4日閲覧)。

3 エール飯とは、地元の飲食店を応援するために、SNS等による情報発信により、飲食店のテイクアウトやデリバリーを促進する取り組みである。

4 マイクロツーリズムとは「住まいから1時間程度で移動できる地元地域での観光」を意味している。コロナ禍において観光産業が生き残っていく一手段として、星野佳路氏がマイクロツーリズムに着目したと言われている。

治体だけではない。私たち一人ひとりに加え、企業や各種団体も「SDGs志向」になりつつある。

先述したように、現在の日本は同時並行で様々な出来事が起きている状態と言える。

2 本報告書の目的

今日、様々な出来事が同時多発的に動いている。その意味ではパラダイムシフトが進みつつあると言える。具体的な一つの事例として、新しい生活様式に則した働き方・暮らし方へのシフトが起きている。その結果、個人のワークライフバランスの充実につながるだけでなく、個人が生活する地域で過ごす時間が多くなっている。

先に記した「地域志向」や「SDGs志向」は、担い手不足を解決するキーワードになり得る可能性がある。さらに、テレワークや地方移住、2拠点生活といった潮流が起き、新しく担い手になる得る存在も増えつつある。昨今「担い手不足」と言われているが、実は潜在的な担い手は存在している可能性がある。

以上を背景に、本報告書は「SDGs時代の地域づくりの担い手創出」をテーマにして、新しい時代の地域づくりの担い手創出を考察している。

本報告書は、新しい時代の地域の担い手創出の方向性を検討し、一定の政策提言をすることが目的である。

一概に「地域の担い手」と言っても、人口規模などの前提条件により、方向性は大きく異なる。そこで本報告書では地域を4パターンにわけ、それぞれに合致した具体的な提言をしている。その意味で、読者に対する問題提起という意味がある。

3 本報告書の概要

本報告書は、地域の担い手創出を実現するため提言をしている。下記の4パターンに分けて進めていく。

第1に、人口2万人以下の小規模自治体である。

第2に、5万人から10万人の中規模自治体である。ただし、人口減少率が著しい自治体を抽出している。

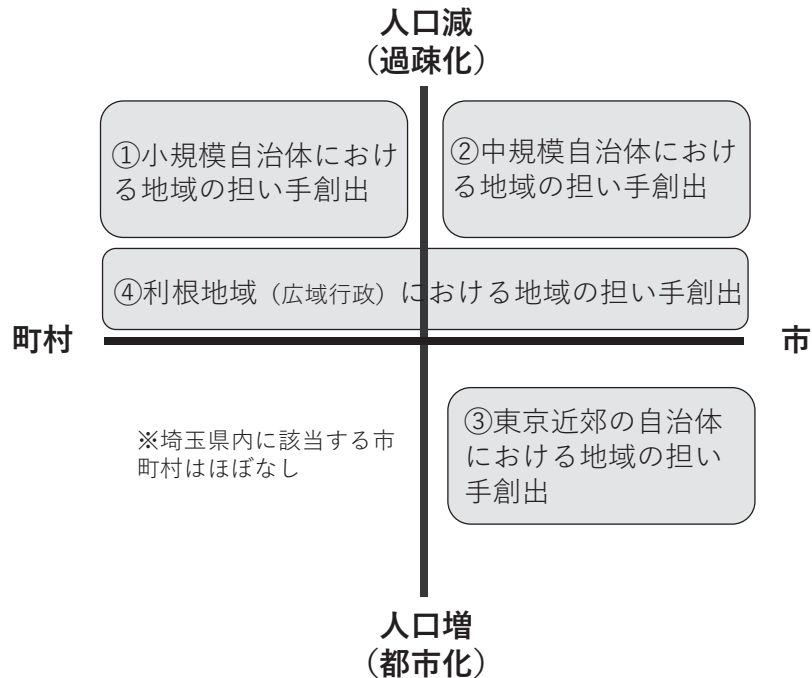
第3に、高齢化率が高く、20代の転出超過数が多い自治体を選定した。これらの3パターンは、何れも人口減少を起因とした地域の担い手不足(喪失)に悩んでいる。

第4に、東京中心部への利便性により、人口増加を続けている自治体がある。人口が増加しているため、一見、地域の担い手は確保できているように感じる。しかし、実はそうではない。ベッドタウン化しており、地域コミュニティの希薄化が進み、結果として、地域の担い手が育たずにいる。

上記の4パターンを提示することにより、埼玉県内の各自治体にとって大なり小なり参考

になると考える。図表(序-3)1は、本報告書が対象とした4パターンを示している。以下では、4パターンの概略を簡単に記す。

図表(序-3)1 本報告書を対象とする4パターン(4事例)



出典：筆者作成

【第1章】小規模自治体における地域の担い手創出

第1章においては、人口2万人以下の小規模自治体における担い手創出を検討し提言している。具体的に対象として取り上げるのは、東秩父村と吉見町である。ポイントは「ないものねだりをするよりも地域のあるものさがし」である。

東秩父村は、埼玉県の中で最も人口の少ない自治体である。高齢化が進み人口は大きく減少している。ある意味、同村は「担い手不足の先進事例」とも言える。そこで、東秩父村における地域の担い手不足の解消策を提言している。

吉見町は、人口減少が将来人口推計よりも大きく進んでいる。同町は人口減少を改善する施策を打っているが、現時点では大きな成果は得られていないと判断する。そこで同町に対して、地域の担い手創出を進めるための第一歩の方策を提言している。

第1章は、東秩父村と吉見町を取り上げているが、双方の自治体だけに通用する提言ではない。東秩父村や吉見町のように行政資源(人・物・金など)が少ない他自治体でも、大いに参考になるはずである。詳細は第1章を参照していただきたいが、「町村内にあるもの」と「町村外にあるもの」をつなげることで新たな担い手創出を提言している。

【第2章】中規模自治体における地域の担い手創出

第2章では、人口が5万人から10万人の自治体に着目し、自然人口及び社会人口が共に減少、さらに人口減少率が著しい自治体を抽出している（なお、第3章においては、中規模自治体でも、人口が増加している自治体を対象としている）。具体的には、行田市と日高市を選定した。

行田市は人口減少に加え、中心市街地の賑わい喪失が大きな課題となっている。行田市は課題を解決するため、2007年より起業家支援助成事業制度を実施してきた。同制度により、家賃補助や改修補助などの手厚い措置が講じられている。

長いこと同制度が活用されているため、行田市には「起業」が地域に根付いている。しかしながら、独自の調査により「起業家同士のつながりが弱い」ことが明らかになった。そこで起業家をつなぐことにより、地域の担い手を創出していくための方策を提言している。

日高市も人口減少が進んでいる。その中で地域の担い手の可能性になるのが、既存の「企業」の存在がある。事例として株式会社埼玉種畜牧場を取り上げている。同社が地域に根付いた経営活動を展開しており、結果として担い手の一助をなしている。

第2章は、起業と企業に価値を見出している。そして地域の器としての「器業」となり得る。さらに自治体が期待する「期業」でもある。器業と期業が地域の担い手創出に貢献すると指摘している。

【第3章】東京近郊の自治体における地域の担い手創出

埼玉県南地域は、交通便利性などから東京中心部（特別区等）への通勤通学が多い。そのことが一因となり、転入者により人口増加を続けてきた。典型的な「ベッドタウン」である。確かに、現在は人口増加の基調にある。しかしながら、近い将来に人口が減少に転ずることが見込まれる。そのため地域の担い手不足が一気に表面化する可能性がある。

また、ベッドタウンであるがゆえに、市民全体の地域への関心は高くはないと言える。

そこで第3章では「シビックプライド」(Civic Pride)に着目した。その理由は、シビックプライドの醸成は、結果として地域の担い手創出につながるからである。

シビックプライドとは、「都市に対する市民の誇り」という概念で使われることが多い。日本語の「郷土愛」といった言葉と似ているが、単に地域に対する愛着を示すだけではない。「シビック」(市民の／都市の)には、権利と義務を持って活動する主体としての市民性という意味があるそう。すなわち、シビックプライドには、自分自身が関わって地域を良くしていこうとする、当事者意識に基づく自負心を指している。

シビックプライドを醸成するために、3つの方向性を提言している。①地域に関心を持つ「きっかけづくり」の提供、②地域活動を支援する地域活動拠点の整備、③地域活動分野での副業・兼業の促進(新しい働き方)、である。

都市化している地域は、一般的にコミュニティが希薄である。このような地域こそ、合意形成できるシビックプライドを前面に出し、地域の担い手創出に取り組む必要がある。

【第4章】利根地域(広域行政)における地域の担い手創出

利根地域(行田市・加須市・羽生市・久喜市・蓮田市・幸手市・白岡市・宮代町・杉戸町)の課題は、他地域と比較し高齢化率が高く、20代の転出超過数が多い点である。このような課題を抱える中においても、地域の担い手は存在している。

第1に、シニア層である。実はシニア層は地域に根差した生活を送っているケースが多い。地域をよく観察すると、地域の担い手になり得るシニア層が多く存在している。第2に、若年層である。確かに同世代の人口流出は高いが、その多くは県内移動を含む首都圏をはじめとする地域近郊への移動である。現在の居住地からでも、利根地域への地域づくり活動の参加は十分に可能と考えられる。

シニア層と若年層を地域の担い手としていくために、第4章は4点の提言をしている。
①人と人とのつながりをつくる、②つながる場所の形成、③稼いで自走できる仕組みの構築、④参加者の制限をつくらない、である。

これらの4視点を基本的な柱として、シニア層と若年層に対して具体的なアプローチ方法を提言している。

本報告書の4パターン(第1章から第4章)は、それぞれ独立している。関心の持った章から読み進めていただきたい。各章の知見が読者に有意義なヒントを与えることができたのなら、幸いである。

産民学官・政策課題共同研究 コーディネーター

関東学院大学

社会情報大学院大学

牧瀬 稔

第1章 小規模自治体における地域の担い手創出 ～ないものねだりより、地域のあるものさがし～

1 選定理由・仮説・調査方法

(1) 選定理由と仮説

1) 東秩父村

(ア) 選定理由

埼玉県内の自治体で最も人口が少なく、全国平均と比べても早いスピードで少子高齢化と人口減少が進んでいる。東秩父村で実現可能な提言であれば、他自治体にも横展開できる可能性が高いと考え選定した。

(イ) 仮説

ア) 関係人口増加の推進について

2021年に策定された第6次東秩父村総合振興計画には、「地域内での働き手や地域活動の担い手の確保が困難となっており、今後住民のみならず村外居住者の協力を得ていくことが不可欠」とあり、関係人口増加の推進が謳われている。人口減少は避けられない現実と受けとめる村に、村外から担い手候補を迎え入れる具体的な提言が効果的ではないかと考えた。

イ) 和紙産業について

前述の第6次東秩父村総合振興計画で、村のありたい姿を「伝統と文化を後世に伝え、希望と安心に満ちた持続可能な村」と定めている。東秩父村はユネスコ無形文化遺産に登録された手漉き和紙「細川紙」の産地で、「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」では手漉き和紙体験や和紙製品などの特産品の販売も行っている。伝統文化の継承と持続可能な村づくり、その両方をかなえる起爆剤として、我々は「和紙」に注目した。和紙のブランド化や新製品の開発、他市町村とのコラボ等、和紙産業を盛り上げる提言で関係人口の増加を後押ししたいと考えた。

2) 吉見町

(ア) 選定理由

吉見町は、人口減少が推計よりも早く進んでいるが、地域おこし協力隊の活用や空き家バンクの設置などの政策は進めていない。2021年に策定された第六次吉見町総合振興計画には「吉見町にないものを持っている他地域のマネではなく、吉見町にあるものを活かして、他地域がマネできないまちづくりができるのではないか。」とある。我々のチームは「地域のあるものさがし」をテーマとしているため、「あるものを活かす」という町の計画に沿った提言ができるのではないかと考え選定した。

(イ) 仮説

ア) 人口減少について

吉見町も、東秩父村と同様に人口減少を受け入れており、人口を増やそうという積極的な意向はないのではないかと考えた。

イ) 地域の担い手について

町内企業の従業員のほとんどが隣の東松山市に在住している。そこで、生活圏があまり変わらない東松山市から吉見町への移住を促進できるのではないかと考えた。従業員が世帯ごと移住してくれれば、担い手となる若い世代も取り込める。課題は、交通や買い物が不便な点ではないかとの仮説を立てた。

(2) 調査方法

我々は、下記のとおり、ヒアリング調査を行った。

調査を終えて、『地域の中にあるもの』と『地域の外にあるもの』、この二つをつなげることを政策提言の核として進めることにした。特に東秩父村については、大学生へのアプローチが最も効果的ではないかと考え、和紙と親和性が高い日本画学科や工芸・工業デザイン学科を持ち、社会貢献活動「地域連携プロジェクト」や「旅するムサビプロジェクト」を展開する武蔵野美術大学にヒアリング調査を実施した。

図表(1-1)1 ヒアリング調査先一覧

	視察日	ヒアリング先
1	2021年11月11日	東秩父村 企画財政課 主任 内野 健太 氏 主任 田中 真由 氏 産業観光課 主事補 旭 流星 氏
2	2021年11月15日	吉見町 総合政策課 課長 嶋崎 堅良 氏
3	2021年12月7日	武蔵野美術大学 教職課程 教授 三澤 一実 氏 大学企画グループ 研究支援チーム 社会連携チーム チームリーダー補佐 海老沢 聡子 氏 大学企画グループ 社会連携チーム 佐久間 茜 氏

出典：筆者作成

2 ヒアリング調査

(1) 東秩父村ヒアリング調査報告

1) 村の概要

東秩父村は埼玉県西部に位置する県内で唯一の村です。秩父盆地から山を隔てた東側にあることから名づけられました。総面積は37.06km²（東西7.7km、南北10.5km）、8割が山林で正三角形の地形をしており、季節ごとに様々な花々が咲き誇る自然豊かな花の郷で、1年を通じて、ハイキングなど多くの人々が訪れます。

又、隣接する比企郡小川町と共に、「和紙の里ひがしちちぶ」として1300年の歴史を持つ手漉き和紙の伝統を守り続けています。中でも国内産楮^{こうぞ}を原料とし伝統的製法と用具を用いて作られる強靱で丈夫な手漉き和紙“細川紙”は、その製法技術が昭和53年に国の重要無形文化財に指定され、平成26年には「ユネスコ無形文化遺産 和紙：日本の手漉き和紙」として、岐阜県の本美濃紙、島根県の石州半紙と共に登録されました。

出典：東秩父村公式観光サイト (<http://www.higashichichibu.jp>) 2021年12月30日閲覧

図表(1-2)1 道の駅 和紙の里ひがしちちぶ



出典：筆者撮影

2) ヒアリング内容

○：チーム「地域あるもの探し」

●：東秩父村

(ア) 人口減少について

○：村の人口減少について、どのようにお考えですか？人口増を目標とされていますか、もしくは人口減を受け入れ現状維持の方向で考えていますか？

●：人口減少は仕方がないと受け止め、少しでも減少の幅を抑えていく方向で考えています。

○：人口減少への対処法として実施している施策はありますか？

- ：村内にある多くの空き家を、移住の受け皿として活用していこうとしています。2019年には、空き家をリノベーションした移住体験施設を開設し運用しています。空き家の解消は、移住の受け皿としての側面だけでなく、災害時の二次被害抑制にもつながると考えています。
- ：移住体験施設は大変人気だと伺っていますが、もう少し詳しく教えてもらえますか？
- ：所有者から寄付された空き家1棟をリノベーションしました。移住希望者には、村の暮らしを実際に体験してもらってから移住を決めてほしいと考えたからです。運用後、台風や新型コロナウイルス感染症の影響もあり、施設の利用を停止していた時期もありますが、年間約20世帯の方々にご利用いただいています。また、体験施設利用者の農業ニーズが高いことが判明し、昨年、空き家バンク登録物件とセットであれば農地を売買出来る特例制度も作りました。
- ：空き家バンクの状況はいかがですか？
- ：空き家の登録数を増やそうといろいろと試みていますが、なかなか伸びていません。空き家自体は一定数確認しているものの、仏壇があるから、年1回親戚の集まりがあるからなどの理由で、登録をためらう方が多い状況です。状態が悪化した時点で相談に来られる方もいますが、解体でしか解決できない場合もあります。

(イ)和紙産業について

- ：我々は、地域活性化の起爆剤として東秩父村の和紙に着目しましたが、現在、和紙産業に関わる方はどのくらいいらっしゃいますか？
- ：和紙の里のスタッフを含めると、約20名です。以前は、村内に工房が数軒ありましたが、後継者がいないため工房の数も減っています。
- ：後継者不足への対処法として実施している施策はありますか？
- ：村では、紙漉き技術を後世へと継承していくために、3年間の研修制度を設けています。月15万円程度の奨励金と家賃・交通費の助成等で、20万円程度の補助をしています。
- ：研修生は何名いらっしゃいますか？
- ：これまで2名が研修制度を修了しています。両名とも、以前に紙漉きの経験はないものの、興味があったということです。
- ：和紙製品のニーズはどうでしょうか？
- ：道の駅自体は賑わっていますが、多くのお客様は農産物直売所を目当てに来られています。和紙製品に関しては、版画家などの芸術関係者から個別に発注いただいている状況です。

(ウ)関係人口について

- ：これまで村外から人が来ることについて、抵抗や反発等ありましたか？
- ：特にありませんでした。高齢化が進み、若い方と触れ合う機会が少ないので、村外から来てくださる方は大歓迎だと思います。
- ：学生のインターンシップや村のイベントへの参加については、どのようにお考えですか？
- ：是非お願いしたいです。地域のお祭りや草刈り等の地域活動に参加していただくと助かります。
- ：例えば、東秩父村が提供する和紙を使って、大学生が作品を作り、その作品を村に飾るという企画は可能でしょうか？
- ：村のPRにもなりますし、そのような企画は可能だと思います。

図表(1-2)2 東秩父村でのヒアリング調査



出典：筆者撮影

(2) 吉見町ヒアリング調査報告

1) 町の概要

埼玉県のはば中央に位置し、南部は川島町、西部は東松山市、東部は鴻巣市と北本市、北部は熊谷市に隣接する東西約7キロメートル、南北約8キロメートル、総面積38.64平方キロメートルのまちです。都心から50キロメートル圏にあり、東武東上線やJR高崎線、関越自動車道などへ容易にアクセスできます。また、町の大部分は平野部で、東部に荒川、南西部に市野川が流れ、肥沃な穀倉地帯となっています。西部丘陵地一帯は県立比企丘陵自然公園に指定されており、吉見百穴や八丁湖周辺に散在する黒岩横穴墓群などは、古墳時代を代表する貴重な史跡として注目されています。

出典：吉見町ホームページ(<https://www.town.yoshimi.saitama.jp/gyosei/2/578.html>) 2022年1月4日閲覧

2) ヒアリング内容

○：チーム「地域あるもの探し」

●：吉見町

(ア) 人口減少について

- ：吉見町の人口減少について、どのようにお考えですか？
- ：町の第六次吉見町総合振興計画で謳っているように、人口減少は受け入れていきます。人口を増やすよりも、今いる町民に効果的な施策をうつことで、元気な町民を増やしていこうという方針です。
- ：空き家バンクを設置していないのも、それが理由ですか？
- ：理由は2つあります。一つは、これまでは効果がほとんど期待できないと考えていたこと、もう一つはそもそも町内に空き家が少ないことです。ただ、来年度からは地域おこし協力隊員を2名受け入れて、一人には空き家の活用を進めてもらいます。不動産業者が扱わない空き家をリノベーションして、移住者の受け皿やリモートワークの拠点にできればと考えています。空き家バンクも設置する予定です。
- ：もう一人の地域おこし協力隊員には、どのような役割を想定されていますか？
- ：主に情報発信をお願いしていこうと思っています。SNS等を活用して、吉見町の魅力を広くPRしてもらいたいです。町全体が町外からも注目されることで町民が元気になることを期待しています。
- ：移住に関する相談窓口はありますか？
- ：窓口はありませんが、これから設置していきます。ただ、単に窓口を設置してマニュアルを作っても効果は上がらないと思うので、地域と密接に関わってもらうコーディネーターを増やしていくつもりです。
- ：移住者や関係人口を増やすにはどうしたら良いとお考えですか？

- ：外から来る人と地元の人が相互に刺激し合うのが良いと思っています。片方だけが頑張るのではなく、お互いが歩み寄って初めて、バランスが良い元気な町になると考えます。

(イ) 吉見町の強みと弱みについて

- ：吉見町の強みは、待機児童がないことと、多くの企業を誘致されていることだと考えました。一方で、駅等がなく交通の便があまり良くないことが弱みではないかと考えましたが、いかがでしょうか？
- ：強み・弱みは捉え方によりますが、交通が不便、日用品の買い物が不便というのは、町外の人の感覚であり、ここに住んでいる人で生活できないという人は一人もいないと思います。逆に、近くの鴻巣駅へのアクセスが良いという感覚を持っている人が多く、ここで生活している人は弱みとは感じていないと思います。
- ：今のところ待機児童はいませんが、来年度には待機児童が出てしまいます。新型コロナウイルス感染症が収束してきて、働きたいので小さいお子さんを預けたいという方が非常に増えています。
- ：町内にあるコカ・コーラボトラーズジャパン株式会社は、県内だけでなく、東北地方にまで商品を届けています。同社の製品には、町の水道水が使用されているので、吉見町の水道事業は黒字です。他にも、東洋製罐株式会社等、物流系の企業があります。
- ：町の一番の強みは何だとお考えですか？
- ：強みという表現が適切かはわかりませんが、基幹産業は農業です。いちごの作付面積は埼玉一です。「道の駅 いちごの里よしみ」には、平日でも多くの人が訪れていて、年間売上は7億円、県内3位になります。

(ウ) 地域の担い手の創出について

- ：地元企業とのおつきあいはありますか？
- ：関わりはありますが、なかなか顔が見えないので、改めて地元企業との関係性を見つめ直そうと考えています。吉見町第六次総合振興計画には、行政がやる事を書くのではなく、町の人みんなでやる事を書きました。企業と町民と行政とが、一緒にまちづくりに取り組んでいきたいと考えています。
- ：吉見町の企業の従業員は、地元の方が多いのでしょうか？
- ：いいえ。地元で雇用があっても、生活するところと働くところが近すぎるのを好まない方が多いようです。町内のとある企業の従業員は数万人いますが、ほとんど地元の方はいません。
- ：吉見町にUターンした方は、どのような仕事につかれていますか？
- ：吉見町から都内への通勤が可能なので、仕事は変えない方が多いと思います。通

勤快速で鴻巣から新宿まで1時間で通えます。

図表(1-2)3 吉見町でのヒアリング調査



出典：筆者撮影

図表(1-2)4 吉見百穴



出典：筆者撮影

(3) 武蔵野美術大学ヒアリング調査報告

1) 大学の概要

武蔵野美術大学は、1929年の創立当初から幅広い教養を備え、人格的にも優れた美術・デザインを中心とする造形各分野の専門家養成という教育理念を持ち続けてきました。総合性と専門性の融合に深く留意し、「真に人間的自由に達するような美術教育」「教養を有する美術家養成」を掲げた建学の精神。それは、国内の美術大学では最大規模の造形教育の大学となった現在でも堅持し続けています。

出典：武蔵野美術大学ホームページ(<https://www.musabi.ac.jp/outline>) 2022年1月4日閲覧

2) 旅するムサビプロジェクトとは

旅するムサビプロジェクト(通称：旅ムサ)は、学生が全国各地の小中学校を訪れ授業を実施する取り組みです。美術館がない地域で中学美術教諭をされている本学卒業生からの「生徒に本物の美術作品を見せたい!」という依頼に対して、学生の作品を学校に持ち込んで鑑賞授業を行ったことを契機に2008年にスタートしました。2017年には活動10年を迎えました。

旅するムサビプロジェクトでは、学生が制作した作品を持参し、子どもたちと対話して鑑賞する「対話型鑑賞」を中心に、黒板に絵を描き子どもたちを驚かす「黒板ジャック」、空き教室を利用した「公開制作」や創造活動を行う「ワークショップ」など、既存の授業では実施しにくい美術教育活動を展開しています。この活動は、美術の楽しさや多様性を子どもたちに伝えると共に、学生自身のコミュニケーション能力やファシリテーション能力の向上、そして現場教員の研修や授業改善に大きな成果を出し、関係者全員が共に学び合うという、これからの美術教育の可能性を提案する取り組みです。

出典：武蔵野美術大学ホームページ(<https://www.musabi.ac.jp/outline>) 2022年1月4日閲覧

3) ヒアリング内容

○：チーム「地域あるもの探し」
●：武蔵野美術大学

(ア) 旅するムサビプロジェクトについて

○：旅するムサビプロジェクトは、自治体からの依頼を受けて実施されるのですか？

自治体が企画と費用を準備するのですか？

●：いろいろです。企画の規模によって相談しながら進めます。

○：協賛する企業が出資しても問題ないでしょうか？

●：問題ありません。自治体の予算は潤沢ではないと思うので、活動資金をクラウド

ファンディング等で集めてもらっても構いません。原則、期間内の宿泊費、往復の交通費、可能であれば学生への謝礼等を準備いただいています。

旅するムサビプロジェクトは、これまで北は北海道、南は奄美まで、福島、長野、鳥取、長崎等、全国各地の自治体から依頼を受けています。

- ：学生を集める時には、テーマを提示して個別に希望者を募るのですか？それとも、学科やゼミ単位で募るのですか？
- ：いろいろな学科の学生が個別に応募してきます。あらかじめやることが決まっていると面白くないので、学生に現地を見てもらって魅力を感じてもらい、何をするのかを考えてもらいます。大学には絵画や彫刻から、デザイン、建築まで、また地域活性に関わる学科や芸術と社会を結び付ける学科もあります。今回、声をかけていただいて、まずは拠点作りかなと思いました。空き家をリノベーションして拠点を作り、月に1回くらい学生がそこに通えばよいのです。拠点を作れば、活動を継続できます。

(イ)写真プロジェクトについて

- ：旅するムサビ写真プロジェクトについて教えてください。
- ：村民一人一人にフィルムとインスタントカメラの「写ルンです」を配り、各自に村の好きな場所を写真に撮ってもらいます。東秩父村でもやってみたら面白いと思います。村内のどこかに撮った写真を展示して、お互いの写真を見せ合うと、「あの人はこんな所を見ているんだ」「いつもムスツとしている人がこんな感性なんだ」等、新しい発見があり村民の相互理解につながります。村民全員を巻き込むのがポイントです。
- ：東秩父村には「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」があり、イベントをやるのに最適だと思います。
- ：学生に企画を考えてもらえば動くと思います。まちづくりに興味があり、既にやりたい企画を考えている学生もいます。大学と東秩父村で連携する、大学と彩の国さいたま人づくり広域連合で連携する等、形はいろいろ考えられます。

(ウ)学生が地域おこし協力隊員として活動することについて

- ：学生で、地域おこし協力隊として活動している方はいますか？
 - ：以前、地域おこし協力隊員として福島県に赴き、現地から大学に通っていた学生がいました。東秩父村なら都内からも十分に通えるので、なりたい学生はいると思います。学生歓迎で募集して、武蔵野美術大学の学生と別の大学の学生とが一緒に活動できたら面白いと思います。
- 実際、千葉県いすみ市で、いすみ市と提携している早稲田大学や千葉大学の学生と一緒に活動することで、活動の幅が広がっています。家賃無料等の条件次第で、

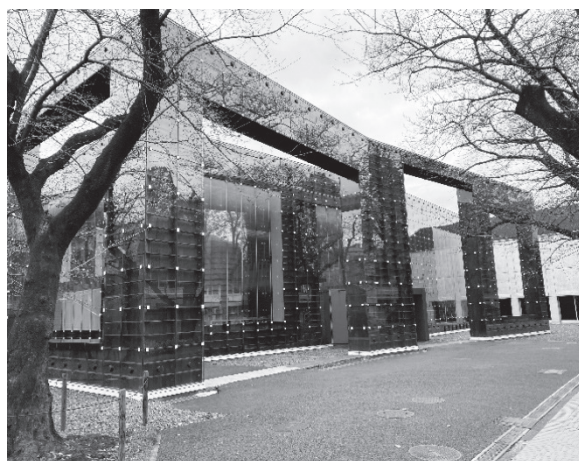
他大学の学生も希望するはずです。地域おこし協力隊として活動する学生が東秩父村から大学に通うことになれば、村と大学とのパイプがより強くなると思います。学生も隊員としての活動を、卒業制作に結び付けたり、修士論文にしたり、学びがあった方が良いと思います。

○：東秩父村に空き家はあるが、貸し出してもらえないと聞いています。

●：よそ者が来ると困るとか、勝手に使われては困るとかでしょうね。

地域の方々に理解してもらうことが必要です。それには、農業体験が良いと思います。学生が2週間程度、農家にホームステイして農業を手伝い、アルバイト代は出ないが、滞在期間中の食事等を農家さんに用意してもらうというものです。

図表(1-2)5 武蔵野美術大学



出典：筆者撮影

3 ヒアリング調査後の分析及び課題・政策提言

(1) 東秩父村ヒアリング調査後の分析及び課題

1) 人口及び産業の推移

埼玉県内唯一の村である東秩父村の人口減少は進行の一途をたどっており、1965年の人口5,346人に対して、2021年12月現在2,642人と半減している。これは、若年層の就労の場の不足、公共交通機関整備等の遅れなど生活の不便さによる社会減と少子化による自然減の両方に起因していると考えられる。

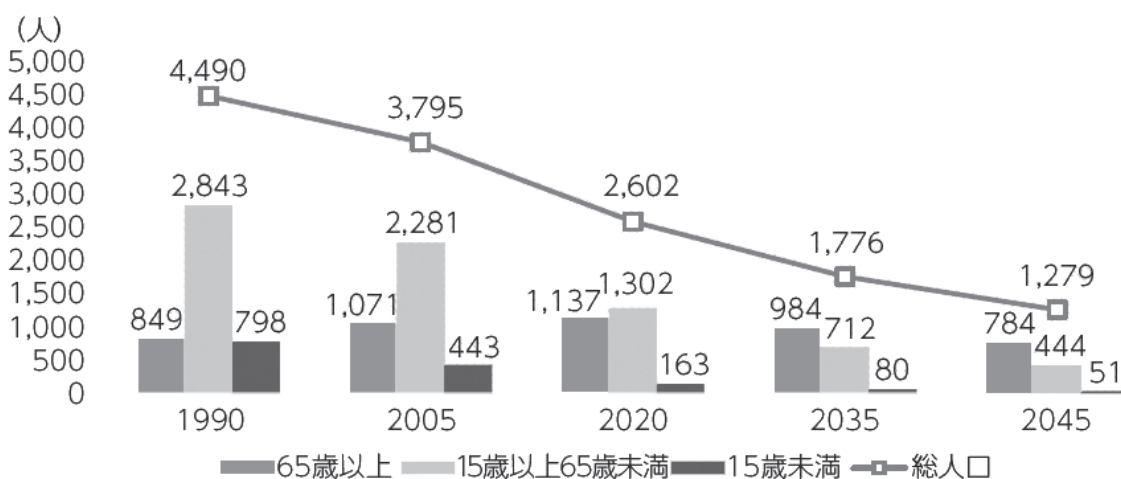
村の基幹産業である農業従事者の高齢化・後継者不足は顕著で、耕作放棄地は年々増加傾向にある。畑の多くが傾斜地で山間地に点在するため、課題は草刈り作業だという。

約1300年の伝統を有する「細川紙(手漉き和紙)」はユネスコ無形文化遺産に登録されたが、村内で和紙産業に従事する方はわずか20名、村独自の予算で研修生制度を整備し技術継承者の育成に力を注いでいるが、一朝一夕に解決に至るものではない。

一方、1984年に整備された「和紙の里」は、2016年に「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」としてリニューアルされ観光拠点として賑わっている。和紙センターのほかに、フードコートや御食事処、特産品直売所などが併設されていて村内外から多くの人々が訪れている。我々の訪問時も、紙漉き体験にやってきた小学生の団体や買い物や食事を楽しむ地元の方々と賑わっていた。

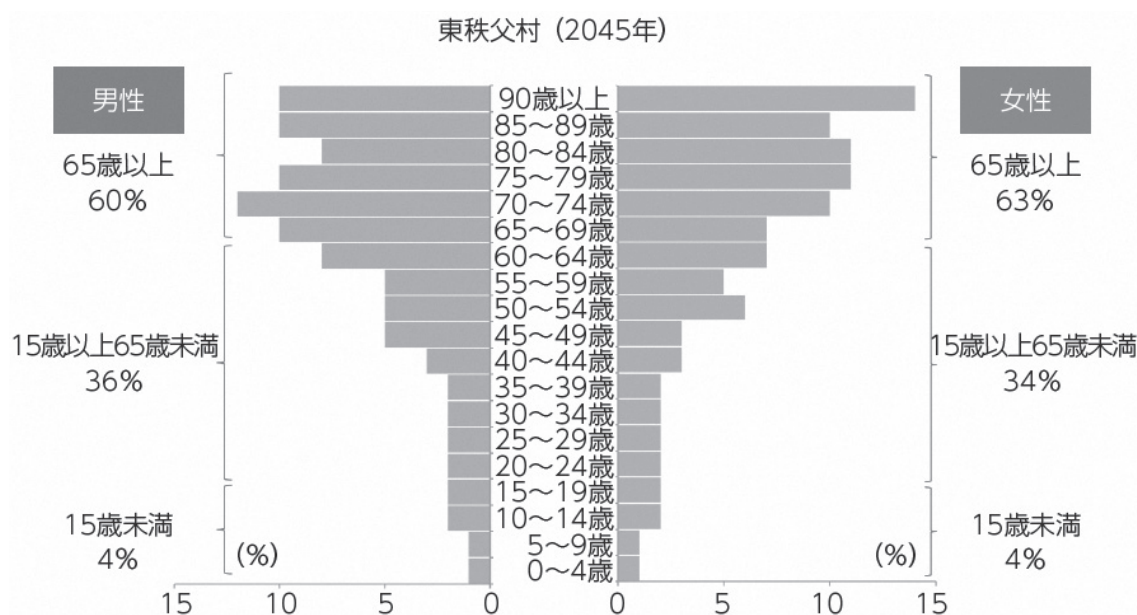
なお、産業観光課では、2019年より地域おこし協力隊制度を活用し、和紙の里を拠点とする観光事業や和紙産業に従事する隊員4名を受け入れている。

図表(1-3)1 東秩父村の人口推移



出典：第6次東秩父村総合振興計画

図表(1-3)2 2045年の東秩父村の人口ピラミッド



出典：第6次東秩父村総合振興計画

2) 移住・定住の促進

東秩父村も、全国の多くの自治体と同様に人口減少に歯止めをかけるのは容易ではないと認識しつつも、働き手や地域づくりの担い手確保の観点から移住・定住の促進を掲げている。

新型コロナウイルス感染症の影響でテレワークが普及し地方移住への関心が高まっており、東秩父村も移住に関する問い合わせが増加傾向にあるという。2019年に開設した「移住体験施設 MuLife」も一定の利用率を確保していて、2022年1月には体験施設利用者が移住している。

しかしながら、ここに来て移住者を受け入れるための住居が慢性的に不足しているという課題が浮上してきている。現在、運用可能な村営住宅37戸は入居率100%、村の空き家バンクにも空き物件が登録されていない。住居が確保できないため、新たに地域おこし協力隊を受け入れるのも難しい状況だ。

そもそも、役場に勤務する職員は60数名で、ひとりの職員がいくつもの業務を掛け持ちしている。加えて職員は、新型コロナウイルス感染防止対策や給付金支給、ワクチン接種など前例のない対応を迫られ、手一杯だという。そのような状況下、片手間に空き家の発掘や空き家バンクの広報などを行っても限界がある。地域おこし協力隊も、担当職員のきめ細かいサポートがあって初めて隊員の活動が成果につながるため、2022年3月末に、隊員2名が3年間の任期を満了するが、住居不足と担当職員の負荷を考慮し、2022年度の隊員受け入れを見送ったという。

図表(1-3)3 地域おこし協力隊とは

都市地域から過疎地域等の条件不利地域に移住して、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組。隊員は各自治体の委嘱を受け、任期は概ね1年以上、3年未満。令和2年度で約5,500名の隊員が全国で活動中。

総務省は、地域おこし協力隊員の活動に要する経費として、隊員1人あたり470万円を上限に、自治体に財政措置を行っている。

出典：総務省ホームページより抜粋(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/-gyousei/02gyousei08_03000066.html) 2022年1月27日閲覧

(2) 東秩父村への政策提言

1) 政策提言の方向性

当初、我々は、村の未来を切り開く新たな地域づくりの担い手に、既に受入実績のある地域おこし協力隊のさらなる活用を提言しようと考えていた。協力隊には特別交付税による財政措置(一人あたり、人件費と活動費で総額470万円)がなされるため、厳しい財政状況でも増員が可能だ。隊員の約7割が20代～30代なので若い移住者の獲得にもつながり、受入人数の制限もない。村のシンボリックな施設「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」を拠点とする和紙産業及び観光産業の振興策をより具体化し、それに共感してくれる隊員を受け入れることで、隊員の活動が地域全体の活力につながっていく、そのような姿をイメージしていた。

しかし、ヒアリング調査を行ってみると、①移住者に提供する新たな住居の確保が困難であること、②役場職員が不足し業務負荷が多たであること、③地域おこし協力隊への期待度が必ずしも高くないことが判明し、地域づくりの担い手を、居住を前提とする「移住者(地域おこし協力隊)」ではなく、居住せずとも地域との関わりを持ち続ける「関係人口」に求めるのが現実的であるとの結論に至った。

2) 東秩父村にあるモノ(強み)

東秩父村は、都心から60km圏にあり、東武東上線小川町駅からバスで約25分、東武東上線・JR八高線寄居駅からバスで約20分、関越自動車道嵐山小川ICより約20分、花園ICより約25分でアクセスできる。四方を山に囲まれた自然豊かな地でありながら、都心からのアクセスは比較的良好だ。

伝統工芸として今に伝わる「細川紙」の紙漉き技術は国重要無形文化財に指定されている。前述の「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」は、手漉き体験者：年間9,000人、道の駅利用者：約50万人、多くの人を訪れる観光スポットとなっている。広々とした施設には、美しい日

本庭園や茶室を併設したギャラリーもあり、茶会や個展等にも利用されている。過去にも「版画フォーラム」など民間団体主催のイベントが開催されていて、ここを拠点としたイベント企画等が可能である。また、JAが運営する農産物直売所は、観光客だけでなく、村民の日々の買い物にも利用されるため、村民の交流の場としての活用も期待できる。

さらに、我々が東秩父村の強みとして捉えたのは、村民は村外の人を受け入れることにさほど抵抗感がないという役場職員の発言だ。以前、公共政策を専攻する大学生が1年にわたって村民へのインタビューや村民とのワークショップを実施し、「まちおこしプラン」を提示した事例もあるという。驚いたことに、役場の職員の約7割が村外在住者だ。村には、地域と積極的に関わろうとする人々を受け入れる土壌があると考えている。

図表(1-3)4 道の駅 和紙の里ひがしちちぶ



出典：東秩父村公式観光サイト



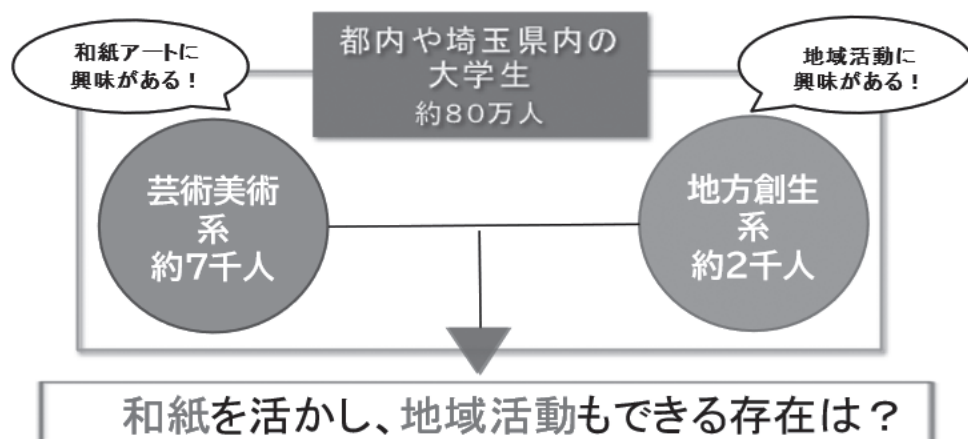
出典：筆者撮影

(<http://www.higashichichibu.jp>) 2021年12月30日閲覧

3) 武蔵野美術大学との連携

そこで、我々は『地域にあるもの』と『地域の外にあるもの』をつなげるべく、「旅するムサビプロジェクト」の仕掛け人である武蔵野美術大学の三澤教授にお話を伺った。

図表(1-3)5 東京都内及び埼玉県内の大学生



出典：筆者作成

(ア) 武蔵野美術大学 三澤教授にいただいたアイデア

三澤教授を訪ねて東秩父村の状況をご紹介したところ、「東秩父村×ムサビ学生」に関して、実に多くのアイデアをいただくことができた。

【三澤教授の主なご発言】

- ・埼玉県内唯一の村だからこそできることがある。規模感がちょうどよい。
- ・あらかじめやることが決まっているより、学生が地域の人々と交流しながら企画を考えていくほうが、断然面白い。
- ・拠点は、既に整備された施設ではなく、リノベーション可能な空き家がよい。建築学科やクリエイティブイノベーション学科の学生にとって、拠点づくりそのものがフィールドワークになる。
- ・行政は拠点となる物件を用意するだけでよい。交流拠点が整備できたら、学生が月1回程度通い、定期的に地域住民と交流する場を設けるとよい。
- ・行政がお膳立てしすぎてはいけなし、活動資金が多すぎてもいけない。考えること、工夫することが醍醐味。
- ・行政職員ではなく、長期的にプロジェクトに関わって、学生と地域住民をまとめていくキーマンが必要。
- ・新型コロナウイルス感染症でオンラインの授業が増えている。大学生や院生が東秩父村に住まいを移して、地域おこし協力隊と学生の二足の草鞋^{わらじ}で活動することも可能かもしれない。市ヶ谷キャンパスなら、小川町から一本で通える。
- ・村での活動を通じて、ムサビの学生と他大学の学生とがコラボできたら、お互いが刺激を受けて新たなアイデア創出につながるかもしれない。

(イ) 政策提言①「空き家リノベーションプロジェクト」

地方には一定数の空き家があるが、見ず知らずの人に貸したくない、貸し出すための改修費用がかさむなどの理由で、誰も住まないが売却も貸し出しもされない多くの物件がある。我々の提言は、そのような空き家を行政が借り上げて、武蔵野美術大学の有志の学生たちに自由にリノベーションしてもらうというプロジェクトだ。行政の関わりはできる限り減らし、学生と地域住民が協働でアイデアを出し合い、活用方法を決定していく。三澤教授のアイデアを全面的に採用して、プロジェクトのキーマン(実行責任者)は、同大学の大学生もしくは大学院生にお願いし、役場に「地域おこし協力隊」としての任用を働きかけていく。

最初の一棟目は、学生が宿泊できて、地域の人々との交流に利用できる拠点にする。二棟目からは、地域おこしの視点で地域の人々と一緒に、有効な活用方法を検討していく。移住者向けの住宅でもよいし、お洒落なカフェやゲストハウス、今流行りのサテライトオフィスを作れば、村に賑わいやビジネスチャンスが生まれる可能性もある。

参加する学生たちが、魅力的な取組が生まれるその過程をSNS等で発信すれば、さ

らに仲間は増えていくだろう。都心からも負担なく参加できる距離なので、武蔵野美術大学に限らず、スキルのある他大学の学生や価値観に共感する若者が集まってくる。

大事なのは、学生たちが地域と定期的に交流しお互いの思いを知り、その距離を縮めていくその過程だ。ゆっくりと時間をかけて信頼関係を醸成していけば、「関係人口」に位置付けられる彼ら彼女らが、『地域の中にあるもの』と『地域の外にあるもの』、この二つをつなげることで地域課題を解決してくれる。その中から、新たな地域の担い手が生まれることを期待したい。

(ウ)政策提言②「アートプロジェクト」

地域内外の人で賑わう「道の駅 和紙の里ひがしちちぶ」を展示場所とし、美術展のようなアートプロジェクトの実施を提言する。これは、学生に作品の展示場所を提供するだけでなく、プロジェクトの企画段階から学生に関わってもらい、地元住民と交流する機会や村に足を運ぶ機会を創出するものだ。最終的に、学生が自主的・主体的に取り組むプロジェクトに昇華させられれば、東秩父村×武蔵野美術大学の定期的なプロジェクトとして継続的に実施していくことが可能で、役場の負担も少ない。

また、少しでも多くの住民がプロジェクトに興味・関心をもってもらえるように、展示品を鑑賞して、好きな作品、衝撃を受けた作品、ユニークな作品等に投票してもらう仕組みを取り入れていきたい。住民参加型の要素を加えることで、関係者だけでなく、村全体で楽しむことができる。さらに、アートプロジェクトの企画の一環として、村の課題である草刈りをメニューに組み込んでみても面白い。学生と村民の交流に大いに役立つはずだ。

図表(1-3)6 アートプロジェクトイメージ

企画・立案	展示品製作	参加者	協力
学生	学生	学生 東秩父村の住民	東秩父村

出典：筆者作成

図表(1-3)7 プロジェクトの進め方



出典：筆者作成

(3) 吉見町でのヒアリング調査後の分析及び課題

吉見町にヒアリング調査を行った結果、仮説のとおり、吉見町は人口減少を受け入れていた。しかし、我々が人口減少に対しての提言として考えていた「隣市である東松山市からの移住」や「大企業を生かした強み」は、吉見町の考えていた方向性や実情とは違うものであった。

1) 人口の推移

吉見町は、人口減少を受け入れており、人口を増加させるのではなく、元気で活動できる人材を増やしていきたいという方向性であった。そのためには、定住している町民、移住してきた町民、企業など、相互に刺激し合える関係性が必要であると考えていた。

そこで我々は、住民、企業、農業などの多くの関係者がつながることのできる仕組みが必要であると考えた。

2) 地域特性と定住者の意識

ヒアリング調査以前の仮説として、吉見町は、「交通の便が悪い」「日用品の買い物が不便」等の課題があるとしていた。しかし、ヒアリング調査では、「交通の便が悪い」「日用品の買い物が不便」等の課題は、吉見町に定住していない者の感覚であり、定住している町民の課題意識としては低いという結果であった。さらに、町民は、車を利用すれば、JR線と東武東上線の駅にどちらでもアクセスできる。また、関越道、東北道、圏央道へもアクセスしやすく、様々な方面への移動ができる。その結果、様々な企業、特に物流関係の企業が吉見町に進出していた。

3) 基幹産業である農業

ヒアリング調査以前の仮説として、大規模な企業が多数あるため、吉見町として企業誘致に力を入れていると考えていた。しかし、吉見町には多くの企業があるが、本社機能ではない工場や物流拠点の設置がほとんどであるため、税収の中心は法人税ではなく、固定資産税となっている。そのため、吉見町役場職員は、吉見町の基幹産業は、常に農業であるという認識を持っていた。

代表的な作物は、いちごであり、作付面積は埼玉県で一番であるという。また、「道の駅いちごの里よしみ」は年間売上約7億円と、県内の道の駅の売上の3番目であり、いちごの販売の多くは贈答用とのことであった。

そこで我々は、吉見町が基幹産業として捉えている農業の代表的な作物であるいちごの一層の知名度向上のために、情報発信が必要であると考えた。

4) 空き家対策と地域おこし協力隊

吉見町では、地域おこし協力隊に空き家を活用して、情報発信をしてもらうことを考えていた。また、空き家対策の柱としては、「空き家×農業」と「空き家×リノベーション」を検討していた。

そこで我々は、空き家の活用のためにも、農業に興味のある方、リノベーションに興味がある方に対して、まずは吉見町を知ってもらう必要があるため、情報発信が重要であると考えた。

5) 地域の担い手

吉見町役場職員は、多くの人に吉見町を応援してもらうことが重要であるという。そのためには、町民、移住者、企業から様々な意見を聴いていく必要があると考えていた。コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社と協定を結んでおり、約40年の関わりがあるが、なかなか顔が見えず、改めて同社との関係性を見つめ直そうと考えているという。さらに、同社だけでなく、他の地元企業との関係性の再構築が必要であると考えていた。

そこで我々は、吉見町を応援する「関係人口」を増やしていく仕組みや取組が必要であると考えた。

(4) 吉見町への政策提言

吉見町でのヒアリング調査及び分析結果を踏まえて、我々は『地域の中にあるもの』と『地域の外にあるもの』、この二つをつなげることで新たな『魅力』と『担い手』を創出する『吉見いちごサポータープロジェクト』を提言したい。

1) 吉見いちごサポータープロジェクト

吉見町は、『いちご＝吉見町』を全国に広めていきたいと考えている。そのための一助として我々は、地域おこし協力隊を活用した『吉見いちごサポータープロジェクト』を提言する。

当プロジェクトの中核となる地域おこし協力隊が、プロジェクトコーディネーターとして、様々なサポーターの橋渡しをしていく。吉見町の町民、いちご農家及びいちご観光農園、企業及び商工会などの異なる立場で、『いちご＝吉見町』を全国に広げるためにできることを考え、様々なプロジェクトを展開していく。さらに、当プロジェクトを通じた関係者間のつながりによって、関係人口を増やしていき、吉見町の活性化、認知度の向上、郷土愛の醸成につなげるというものだ。

図表(1-3)8 吉見いちごサポータープロジェクトの参加者と役割

参加者名称	対象者	主な役割
プロジェクト コーディネーター	地域おこし協力隊	プロジェクトサイトの運営 個人サポーターへの情報発信 農家・農園サポーターへの取材 イベントの提案・開催
個人サポーター	吉見町のいちごに魅力を感じている方 (居住地は問わない)	情報発信 イベントの協力
農家・農園サポーター	いちご農家 いちご観光農園	プロジェクトサイトへの情報提供 いちごの魅力研究
企業・商工サポーター	企業 商工団体	ふるさと納税返礼品の開発協力

出典：筆者作成

(ア) プロジェクトコーディネーターの役割

プロジェクトコーディネーターは、町が地域おこし協力隊に任命し、『吉見いちごサポータープロジェクト』の中核的な役割を担い、サポーターの橋渡しをする存在となる。

(イ) 個人サポーターの役割

個人サポーターは、吉見町のいちごに魅力を感じている者が担う。例えば「道の駅 いちごの里よしみ」で、定期的にいちごを購入している町民や吉見町から離れてしまったが吉見町のいちごを応援したい人、吉見町のいちごを食べておいしさに興味を持った人等、吉見町の住民かどうかは問わない。

個人サポーターの役割としては、サポーター自らの情報発信である。個人がサポーターになった際には、町もしくはプロジェクトコーディネーターがサポーター証を発行し、サポーターが吉見町のいちごの魅力を自ら発信する意識をもってもらう。そして、サポーター自らSNSなどで吉見町のいちごの情報発信をする。また、サポーターに対して、吉見町のいちごが書かれた名刺を発行し、サポーターが吉見町のいちごを町外の人に渡す際に配ってもらう等も考えられる。

プロジェクトコーディネーターの情報発信だけでは、情報の受信者が限られてしまうため、多くの個人サポーターが吉見町のいちごの情報を発信し、『いちご＝吉見町』を全国に広める一役を担ってもらうこととする。

(ウ)農家・農園サポーターの役割

いちご農家・農園サポーターは、吉見町のいちご農家、いちご観光農園の経営者である。

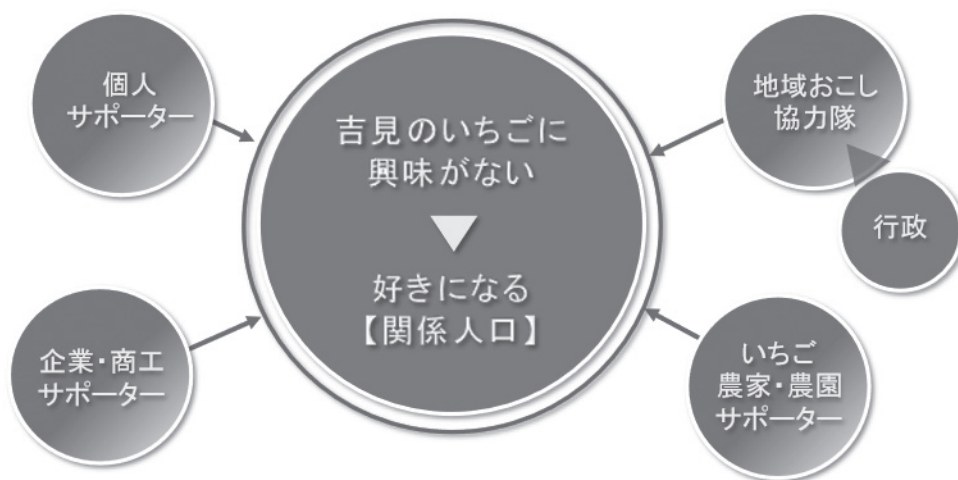
いちご農家・農園サポーターの役割は、吉見町のいちごの魅力、いちごの栽培の方法、観光農園のいちご狩り情報等を『吉見いちごサポータープロジェクト』のサイト(後述)に情報発信をすることである。

(エ)企業・商工サポーターの役割

企業・商工サポーターは、個人サポーターとは違い、吉見町に関わる企業、商工団体が対象である。

企業・商工サポーターは、吉見町のふるさと納税返礼品におけるいちご商品開発の協力や助言、『いちご＝吉見町』を全国に広めるため宣伝などの役割を担う。企業・商工サポーターが『吉見いちごサポータープロジェクト』を通じて、町民やいちご農家、いちご観光農園とつながり、『いちご＝吉見町』をより一層全国に広げることができればよいと考える。

図表(1-3)9 吉見いちごサポータープロジェクトイメージ



出典：筆者作成

2) 吉見いちごサポータープロジェクトサイトと活用事例

前述のサポーターの役割においても触れたが、『吉見いちごサポータープロジェクト』を推進する上で、情報発信の核となる「吉見いちごサポータープロジェクトサイト」を活用する。

「吉見いちごサポータープロジェクトサイト」は、プロジェクトコーディネーターが中心となり、管理・運営を行う。サイトでは、様々なサポーターが『いちご＝吉見町』を全国に広めていくための情報発信を行うとともに、サイト上でサポーター同士が交流できるように様々な取組を行う。

このサイトは吉見町ふるさと納税サイトと相互リンクすることにより、吉見町にふるさと納税する町外の人がアクセスしやすい環境を整える。また、当プロジェクトサイトにアクセスした人が、ふるさと納税サイトへアクセスすることにより、寄付額の増加につながることも期待できる。

次に、「吉見いちごサポータープロジェクトサイト」を活用した具体的な事業を3つ提言する。

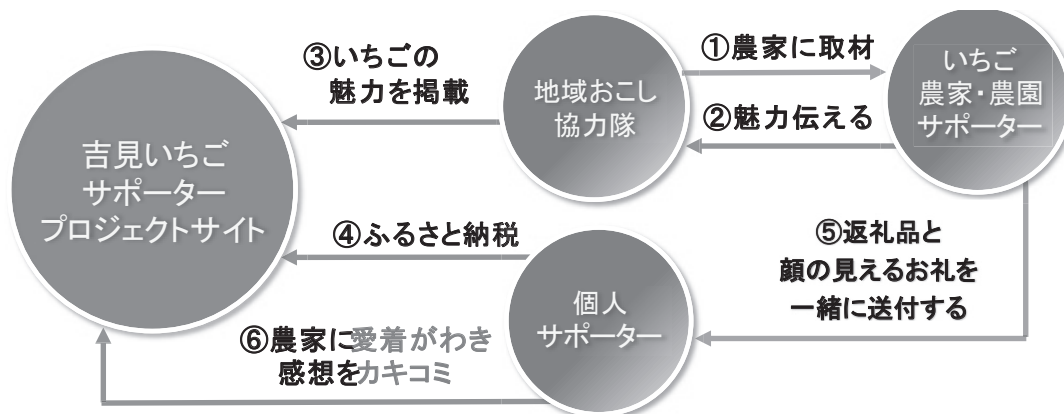
(ア) いちごの魅力発信プロジェクト

当プロジェクトは、いちごの魅力情報をサイト上に掲載することから始まる。個人サポーターは、吉見町のいちごの素晴らしさ、贈答して喜ばれた報告などを掲載して、自ら情報発信をする。

また、農家・農園サポーターは、吉見町のいちごの魅力、いちごの栽培の方法、観光農園のいちご狩り情報等の情報発信をする。その中で、情報発信が難しい農家・農園サポーターには、プロジェクトコーディネーターが訪問、取材をして、いちごの魅力についての情報発信の手伝いをする。

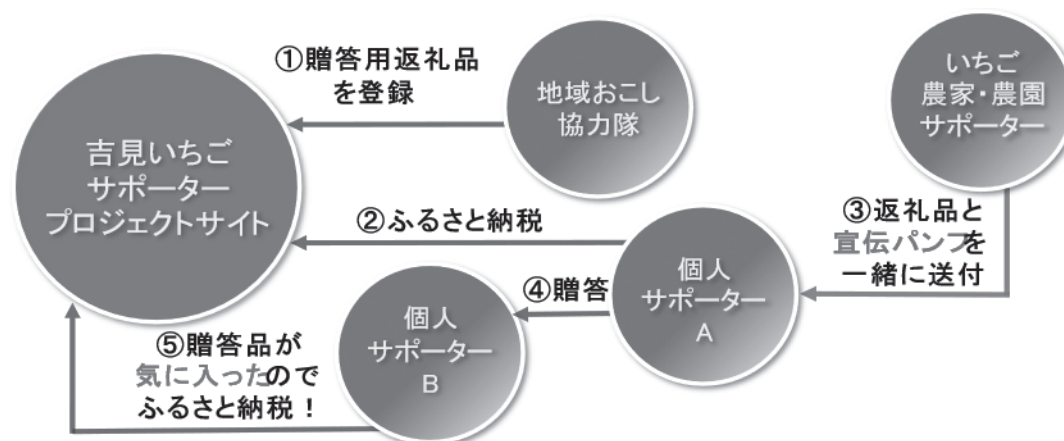
『いちご＝吉見町』を全国に広めていくため、認知度向上に向けた情報発信に加えて、サポーター同士や吉見町に興味を持った人との交流、つながりを強め、関係人口の増加や吉見町の活性化、郷土愛の醸成につながればと考える。

図表(1-3) 10 いちごの魅力発信プロジェクトイメージ1



出典：筆者作成

図表(1-3) 11 いちごの魅力発信プロジェクトイメージ2

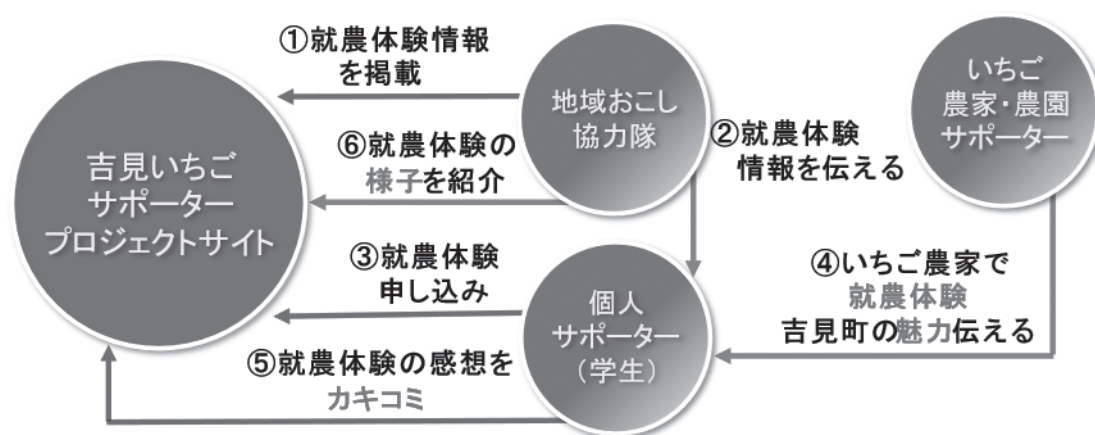


出典：筆者作成

(イ) 学生向けいちご就農体験プロジェクト

プロジェクトコーディネーターがいちご農家と町外に住む学生を結びつけて、就農体験やワークショップなどを通じて、吉見町のいちごの魅力を知ってもらうプロジェクトである。吉見町のいちごの魅力を実際に体験してもらうことで、吉見町のいちごのファンとなり、個人サポーター及び関係人口の増加につなげることができると考える。

図表(1-3) 12 学生向けいちご就農体験プロジェクトイメージ



出典：筆者作成

(ウ) ふるさと納税返礼品創出プロジェクト

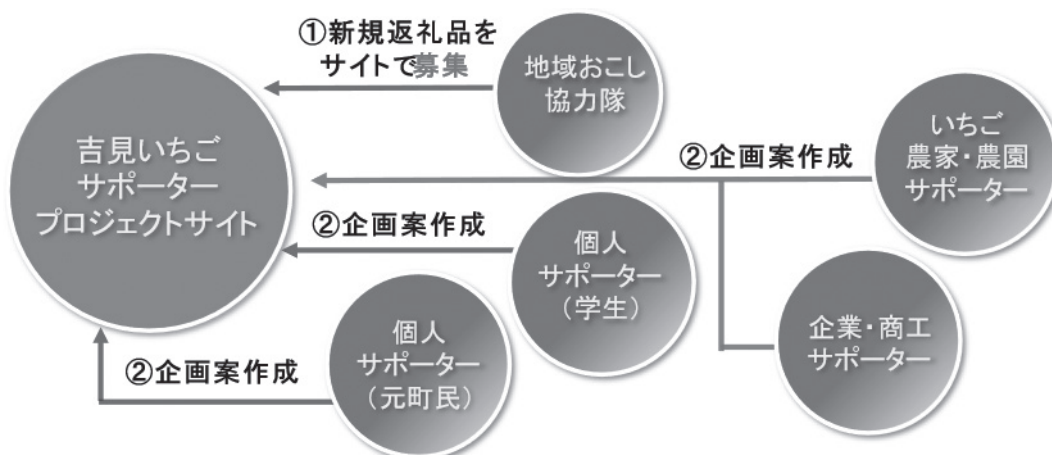
吉見町のふるさと納税は、2021年度、コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社の「檸檬堂」を返礼品に加えたことにより、寄付額が前年の15倍にもなり、各社新聞記事に取り上げられた。このことは、吉見町への興味関心、認知度の向上につながったと考えられる。

このプロジェクトは、吉見町がふるさと納税に注目が集まっている現状を好機とし、プロジェクトコーディネーターを中心に、各サポーターが新たに魅力あるふるさと納税の返礼品を創出するものである。

個人サポーターといっても、いちごが好きな吉見町民、就農体験プロジェクトに参加した学生、転出した元吉見町民など様々な立場の方がいる。それらの様々な立場からの視点を生かして、ふるさと納税の返礼品の企画案を作成する。その企画案を企業・商工サポーターの協力を得て、返礼品を創出していく。その後、魅力ある返礼品が具体化できれば、ふるさと納税に関心のある人から吉見町に興味を持つ人々が現れ、さらなる関係人口の創出につながるものと考ええる。

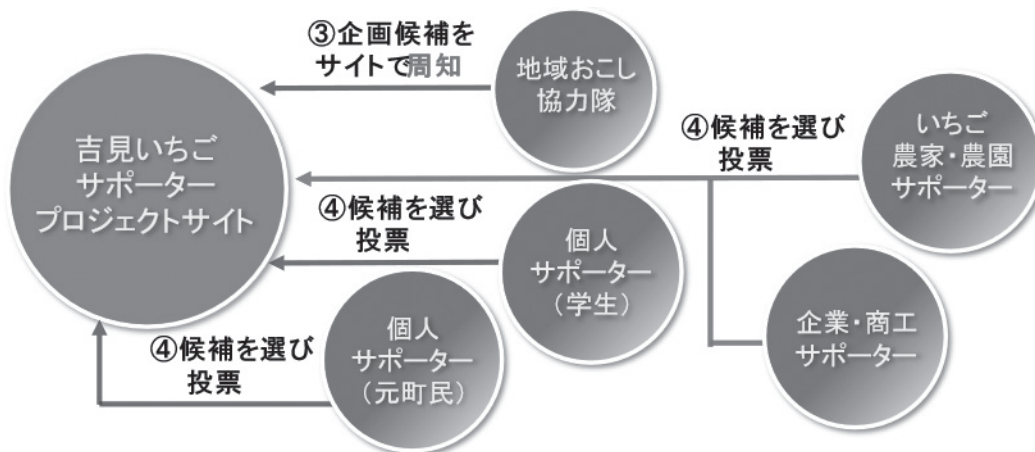
すぐに商品開発を行うことは困難かもしれないが、プロジェクトコーディネーターが関係人口である各サポーターとの橋渡しをすることで、新たな魅力や担い手の創出ができるようになる。

図表(1-3) 13 ふるさと納税返礼品創出プロジェクトイメージ1



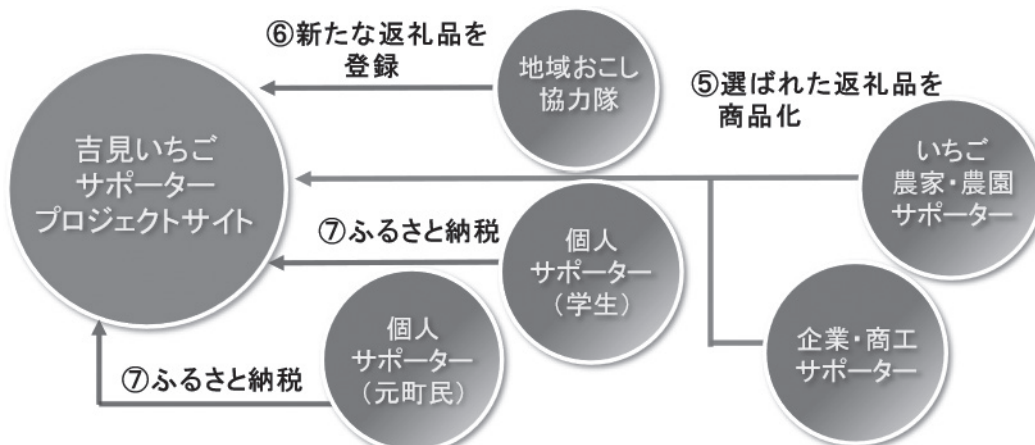
出典：筆者作成

図表(1-3) 14 ふるさと納税返礼品創出プロジェクトイメージ2



出典：筆者作成

図表(1-3) 15 ふるさと納税返礼品創出プロジェクトイメージ3



出典：筆者作成

3) 吉見いちごサポータープロジェクトのまとめ

『吉見いちごサポータープロジェクト』は、吉見町のいちごを核としたいくつかのプロジェクトを実施して、関係人口の創出を図るものである。関係人口が増えることにより、吉見町外からも注目をさらに集め、吉見町民が元気になる仕組みであると考えている。

最後に、吉見町は、当プロジェクトの中核的な役割を担うプロジェクトコーディネーターと目標を共有し、ともに歩んでいくことが重要である。

4 まとめ・結論

『地域の中にあるもの』と『地域の外にあるもの』、この二つをつなげることで新たな『魅力』と『担い手』を創出する。これが我々で出した結論である。

そこにたどり着いた理由は3つある。

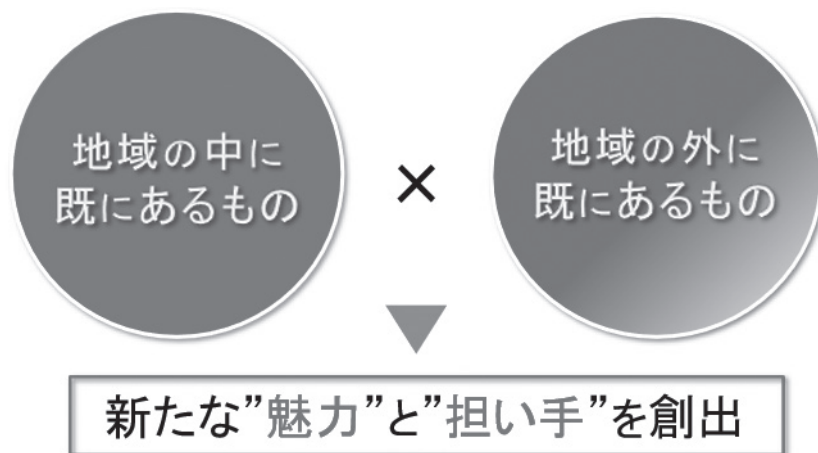
1つ目は、地域の中にも外にもまだ気づいていない魅力があるのではないかと考える。普段、何気なく接しているものを違った視点で見たら、魅力となるものがあるのではないかと考える。

2つ目は、地域の内側と外側の人が刺激し合うことで、生まれるものがあるのではないかと考える。それぞれの魅力や価値観を掛け合わせることで、まだ見ぬ魅力が生まれるのではないかと考える。

3つ目は、既にあるものを使えば、実現可能性が高まるのではないかと考える。一から何かを生み出すには、時間と労力と費用がかかる。全てを一から作るのではなく、既にあるものを活用する方がよいのではないかと考える。

ないものねだりをするよりも地域のあるものさがしをして、地域の魅力を見つけ出し、そこから地域の担い手創出につないでいければと考える。

図表(1-4)1 提言のまとめのイメージ



出典：筆者作成

第2章 中規模自治体における地域の担い手創出 ～愛着ある“き”業のを見つけ方～

1 中規模自治体とは

(1) 概要

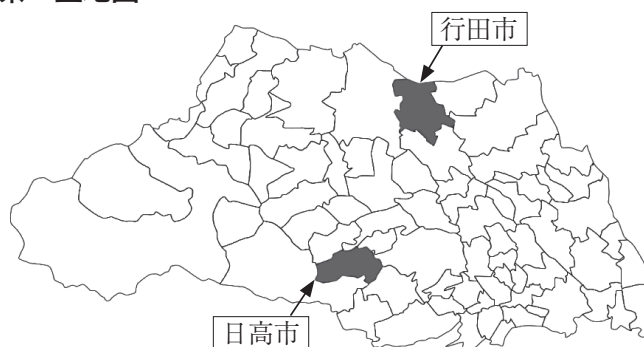
新型コロナウイルス感染症の影響を受け、政府はポストコロナ時代の目指すべき国土構造として、分散型国土の構築を掲げており、2021年国土審議会計画推進部会国土の長期展望専門委員会「国土の長期展望」最終とりまとめにて、地域生活圏¹の維持強化が課題であると指摘した。従来、地域生活圏における地域経営を維持するためには、人口30万人前後、時間距離で1時間前後の圏域単位である中核的都市を拠点とする考え方が採られてきたが、デジタル技術の進展に伴い都市的機能をデジタルで提供することが可能となる等の状況の変化を踏まえると、行政コストの面や住民サービスの向上を図る上で、人口10万人前後といった比較的小さく集積した圏域の方が取り組みやすいとされている。

近年のデジタル化を通じた分散立地の実現やテレワークや二拠点居住などの多様な働き方や暮らし方の実現性から人口10万人程度の小規模都市がSDGs時代の地域生活圏に適していると考えた。

(2) 対象地域の選定

そこで、我々は、地域の担い手を検討するにあたり埼玉県内の市町村で人口が5万人から10万人の都市(以下「中規模自治体」)に着目し、自然人口及び社会人口が共に減少し、人口減少率が著しい都市を抽出した。さらにその中から、埼玉県の南北に位置している都市を選定することで、立地上の特性を生かした比較検討が望めると考え、日高市と行田市を選定した。

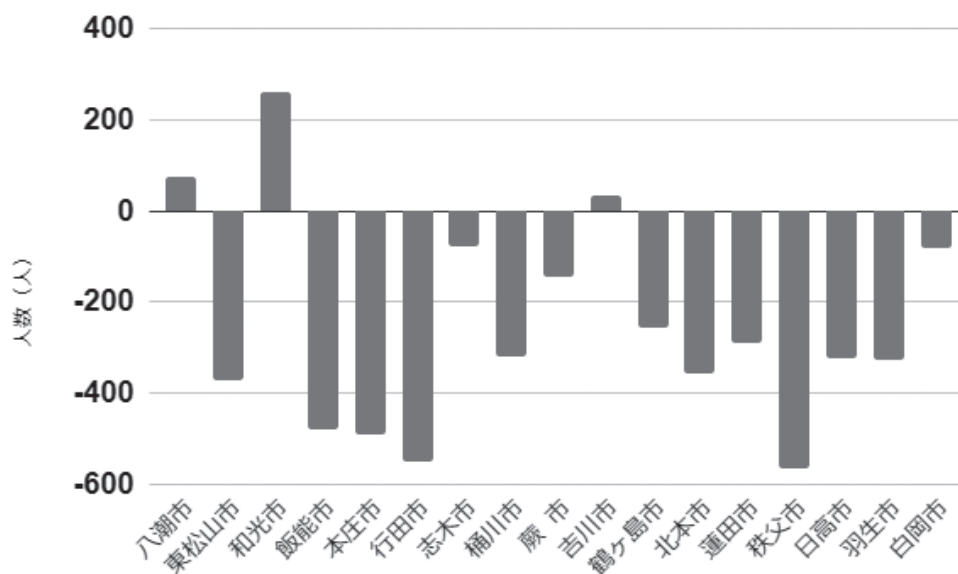
図表(2-1)1 埼玉県 立地図



出典：埼玉県 HP より筆者作成

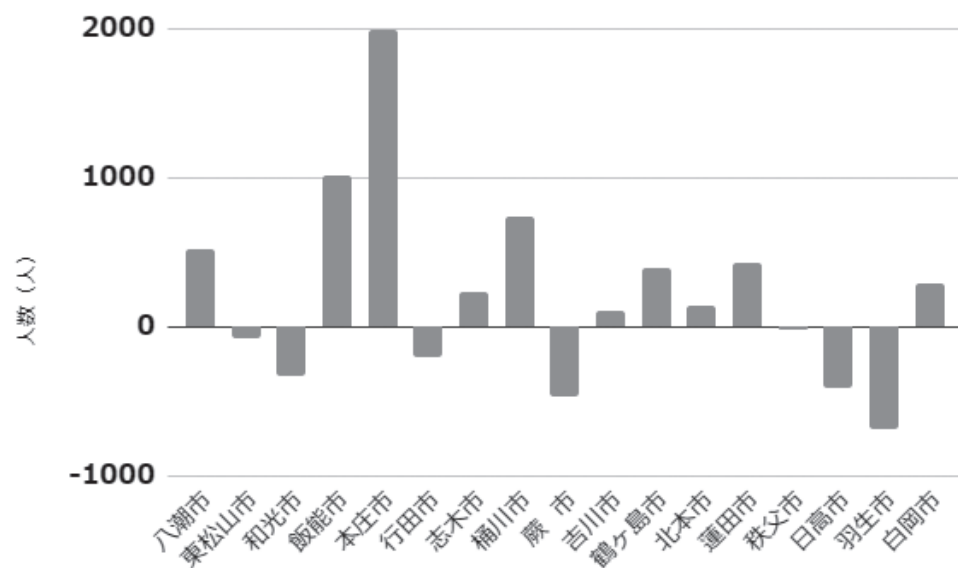
1 日常生活の基盤、日常の都市的機能を担い、救命救急を担う医療機関や高等教育機関、地域金融機関、衣食住にまつわる総合的な買い物サービスの機能を有する圏域。

図表(2-1)2 中規模自治体人口の自然増減



出典：埼玉県推計人口より筆者作成

図表(2-1)3 中規模自治体人口の社会増減



出典：埼玉県推計人口より筆者作成

(3) 検証の方向性

行田市は、埼玉古墳群、忍城址、行田足袋等の豊富な地域資源を有しているが、中心地である本町通りや新町通りでは空き店舗や空き地が目立ち、背後地の住宅においては、空き家が点在しているなど、中心市街地の人口減少と賑わいの喪失が課題となっている。

課題解決のため、行田市では、2007年より起業家支援助成事業制度を実施しており、助成期間に家賃補助や改修補助などの手厚い措置が講じられている。このことから、助成制度を活用した起業家が既に地域に根付き、地域経営の担い手となっているのではないかと仮説を立てた。そこで、助成制度を活用した起業家へヒアリング及びアンケート調査を実施することで、潜在的な地域の担い手の存在を検証する。

日高市では、年少人口及び生産年齢人口の階層を中心とした急激な人口減少が発生しており、転出者の約70%が10代から30代で構成されているなど、若年層の転出が課題となっている。また、日高市の立地特性により毎年一定数の企業誘致に成功しているが、第6次日高市総合計画策定時の市民アンケートにて、若年層の「住み続けたくない主な理由」の約半数が「働く場所が少ない」と回答していることから、若年層が働ける環境を整備することが課題であると言える。そこで、誘致された企業の地域への定着度についてヒアリング等の分析を行うことで、担い手創出状況を検証する。

上記のとおり、地域づくりの担い手を行田市は「起業家(個人)」、日高市は「企業」のそれぞれ「き」業」にスポットを当て、検証を進めていく。

2 行田市

(1) 基礎調査

1) 行田市の概要

(ア) 位置

行田市は、秩父連峰を望む関東平野の中ほど、埼玉県北部に位置し、東京都心から約60kmの距離にあり、市の北には群馬県との県境となる利根川に隣接する場所にある。交通面では、鉄道は都心まで1時間程度で結ぶJR高崎線が市の南西部を、秩父鉄道が市の中央を東西に横断するように走り、国道17号及び国道17号バイパスが市内南西部を縦断するとともに、国道125号が市内を東西に横断し、首都圏及び隣接する都市と連結している。

図表(2-2)1 行田市地図

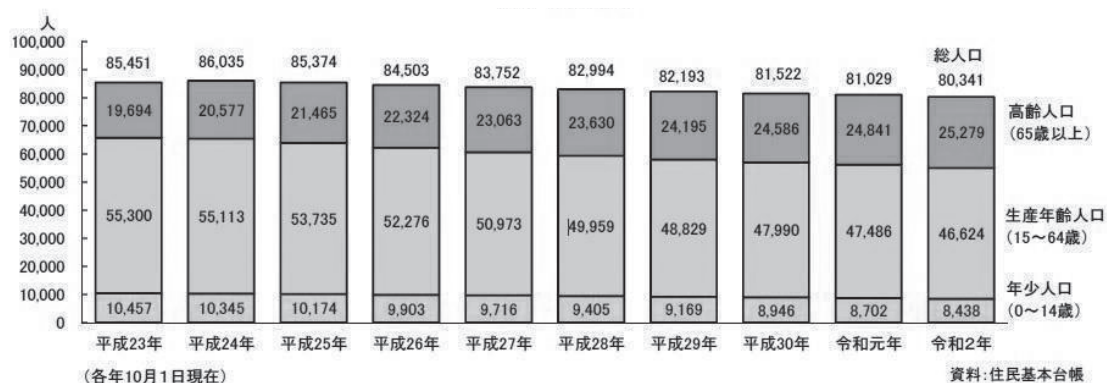


出典：行田市都市計画マスタープラン

(イ) 人口、高齢化率

2021年4月1日現在の人口は79,324人であり、前年同月比で912人の減少となっており、過去5年間ににおける人口推計についても社会減、自然減が続いている。過去10年間ににおける年齢構成の推移を見ると、2011年時点で12.2%であった年少人口(0～14歳)は、2020年度に10.5%となった一方、23.1%であった高齢者人口(65歳以上)は31.5%と大幅に増加している。併せて、生産年齢人口(15歳～64歳)についても64.7%から58.0%へ大幅に減少しており、少子高齢化が進行している。

図表(2-2)2 過去10年間の人口推移



出典：第6次行田市総合振興計画

(ウ) 観光資源

市内には、日本最大級の円墳である丸墓山古墳など9基の大型古墳が群集し、国の特別史跡にも指定されている「埼玉古墳群」や42種12万株の蓮の花が咲く「古代蓮の里」、江戸時代の忍藩十万石の城下町をなした「忍城址」の他、日本一の生産量を誇る「行田足袋」など豊富な観光資源や歴史を有するまちである。昨今では、ギネス世界記録の認定を受けた「田んぼアート」のイベントを開催するなど、観光資源を生かした取組も多数実施している。

図表(2-2)3 観光資源(忍城址)

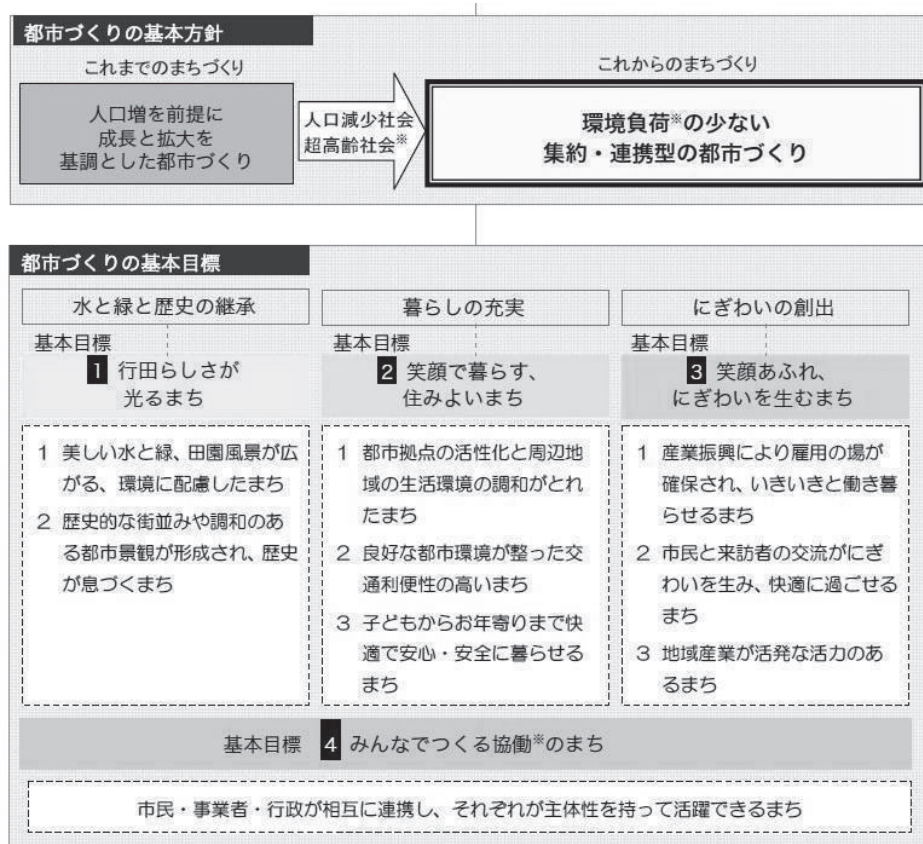


出典：第6次行田市総合振興計画

(エ) まちづくり

今後も進行していく少子高齢化、生産年齢人口の減少などに対応するため、行田市都市計画マスタープランでは「成長と拡大を基調としたまちづくり」から「集約・連携型のまちづくり」へと都市づくりを転換している。秩父鉄道行田市駅を中心とした中心市街地に都市拠点を集約し、公共交通の利便性の向上などを図ることで各地域が連携したまちづくりを促進している。また、都市づくりの基本目標として、「みんなでつくる協働のまち」を掲げ、市民・事業者・行政が相互に連携し、それぞれが主体性を持って活躍できるまちを目指している。

図表(2-2)4 まちづくりの方向性



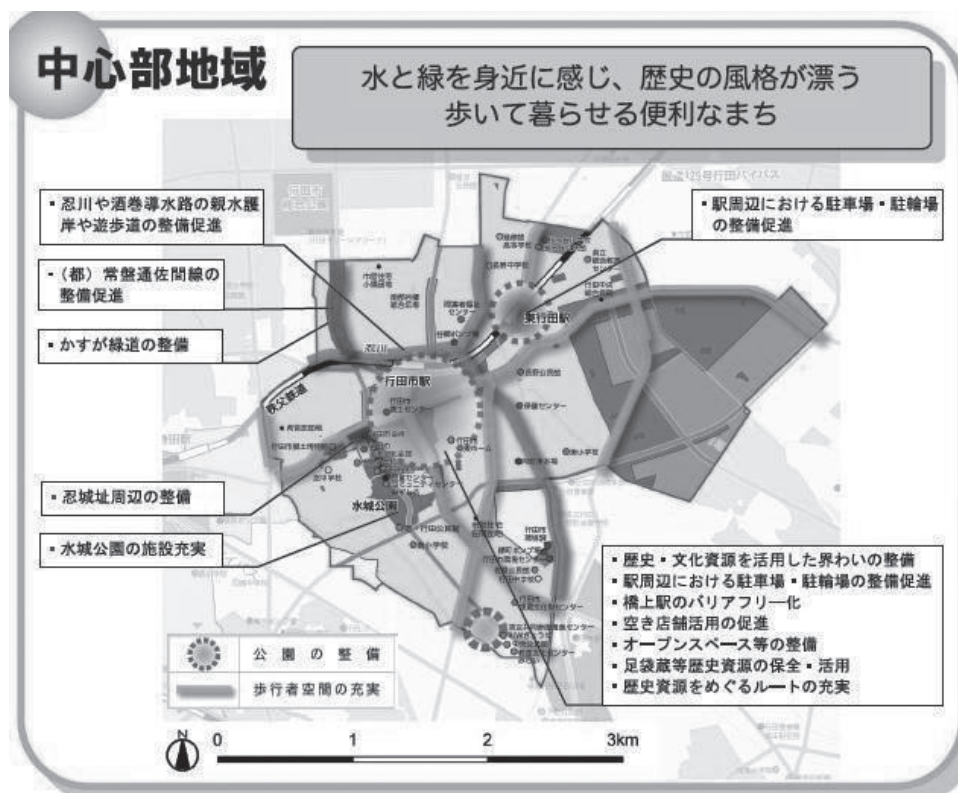
出典：行田市都市計画マスタープラン

(オ) 中心市街地の現状

行田市の中心部には、市役所、商工会議所をはじめ行政機能の拠点を有するとともに、足袋蔵等の歴史的資源を有し、「水と緑を身近に感じながら、歴史の風格が漂う歩いて暮らせる便利なまち」を将来像としている。具体的には、歴史・文化資源を活用した界わいの整備や、オープンスペース等の整備を行うとともに、「空き店舗活用の促進」を掲げており、空き家や空き店舗を有効活用しようとしている。

市の中心市街地である駅近郊の商店街は、空き家も多く、シャッター街と化している部分もあり、人口減少がにぎわいの喪失につながってしまっている状況が見られた。

図表(2-2)5 中心部地域のまちづくり



出典：行田市都市計画マスタープラン(平成30年概要版)

2) 助成制度について

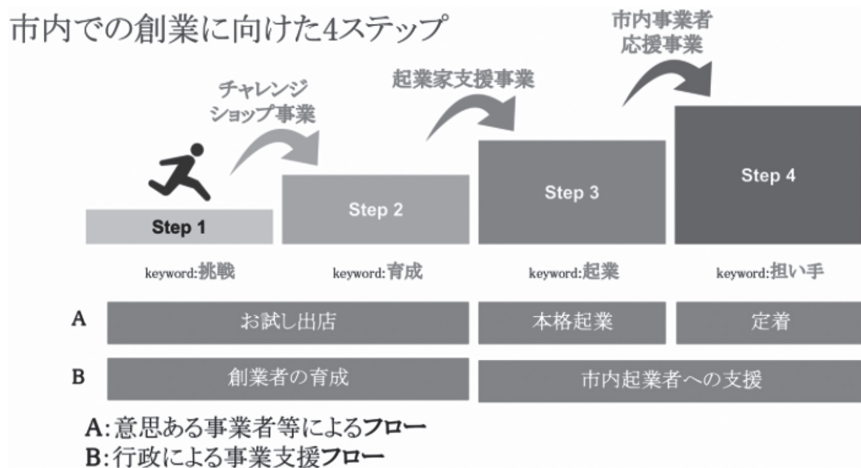
中心市街地の衰退を受けて行田市では、地域活性化、地元企業の就労支援を行うため、空き店舗等を活用した助成事業を展開している。

2007年度より開始した「起業家支援助成事業」では、上限額500,000円、交付率1/2の店舗の改修費補助に加え、上限額50,000円、最長期間3年間、家賃の最大1/2を補助する手厚い助成を行っている。2020年度は、市内で新規開業数が16件あったうち、8件の起業家支援制度の活用があり、活用率は50%となっている。毎年、市にて継続者を含めた予算措置を行っていることから年度途中で申請受付を終了することもある。

「行田市チャレンジショップ事業」では、市街地に市が保有している店舗を最大2年間、無償で賃貸でき、これから起業を検討している方の出店ができる環境を提供している。1店舗限定で募集を行っており、現在はキャンディーブーケのショップが出店している。

また、2021年度8月から開始した、「行田市内事業者応援事業」は、現状未利用となっている市役所前の駐車場空きスペースを無償提供し、キッチンカーなどの簡易店舗を展開することができる事業を実施している。2021年11月現在、5店舗の登録があり、平日の11時から14時と昼間の時間に出店を行い、コロナ禍におけるテイクアウト等の需要に対応した地元事業者支援の場として活用されている。

図表(2-2)6 事業者支援の取組



出典：筆者作成

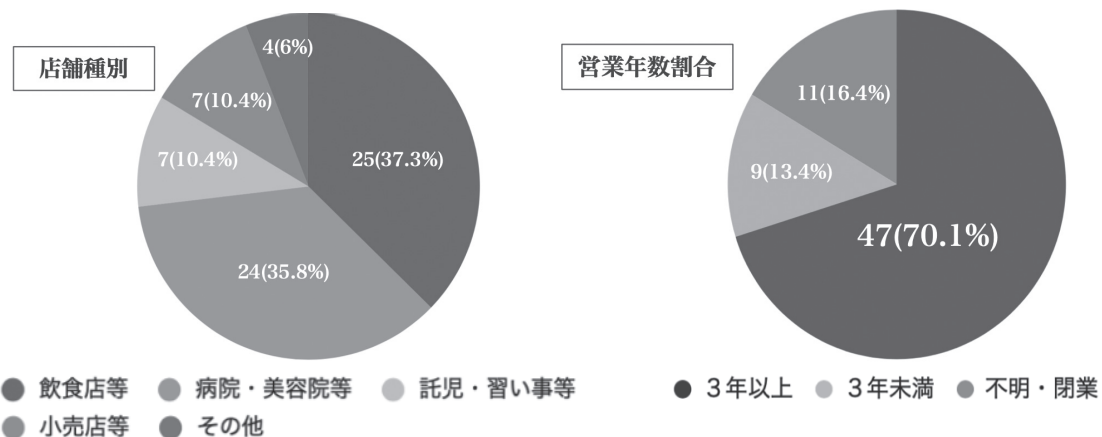
図表(2-2)6のとおり、創業に向けたステップは大きく4つに分けられる。Aのフローでは事業者にとっては段階ごとに制度を活用することが可能であり、事業者の意思によって、どの制度からでも活用することが可能である。Bのフローでは行政においても、創業者の育成から、市内起業家への支援まで、事業者が制度を活用してもらうことで担い手が育成できるような仕組みとなっている。

(2) 仮説の設定

1) 制度活用状況

図表(2-2)7のとおり起業家支援助成事業制度を活用した67事業者の店舗種別と営業年数を調べてみると、多業種の事業者が利用しており、70%以上が起業家支援助成制度終了後、3年以上営業を継続していることが分かった。

図表(2-2)7 利用店舗状況



出典：起業家支援制度活用事業者一覧より筆者作成

2) 仮説

我々のチームは、多くの事業者が地域に根付き営業を継続していることから、「既に潜在的な地域の担い手は存在しているのではないか」という仮説を立てた。そこで、制度を管轄している行田市商工観光課、起業家支援助成事業制度を活用した起業家に対してヒアリングを実施した。

(3) 実地調査

上記仮説を検証するため、行田市を訪問し、行政機関、観光局及び起業家支援制度を活用した起業家に対してヒアリングを実施した。また、起業家支援制度を活用した起業家に対してGoogle フォームを活用したアンケートを実施した。ヒアリングは、行田市環境経済部商工観光課の協力のもと、起業家支援制度を活用した事業者5社に加え、一般社団法人行田おもてなし観光局、チャレンジショップ事業を活用した事業者1社、市内事業者応援事業を活用した事業者1社に対して実施した。

1) ヒアリング調査

2021年11月12日(金)に現地でヒアリングを実施した。起業家ヒアリング先は、図表(2-2)8のとおりである。チャレンジショップ及び起業家支援制度を活用した事業者のうち対応可能な事業者に対して実施した。

図表(2-2)8 起業家ヒアリング先

ヒアリング先	業種	活用した制度
行田市商工観光課	行政	—
行田おもてなし観光局	一般社団法人	—
トルコランプ HAPPY	インテリア用品店	チャレンジショップ事業
HANIWA	飲食店	起業家支援制度
BELLINI	トリミングサロン	
barbershop HOPE	理容室	
かななや	飲食店	

出典：行田市商工観光課提供資料より筆者作成

(ア)行田市環境経済部商工観光課

ア)団体概要

チャレンジショップ事業、起業家支援制度、市内事業者応援制度を管轄し、企業に関する相談や斡旋などの支援を商工会議所と連携して実施している。その他市内の観光資源を活用した企画立案も行っており、一般社団法人行田おもてなし観光局や市内事業者と共同したイベントを実施している。

イ)ヒアリング概要

- ・チャレンジショップ事業、起業家支援制度、市内事業者応援制度も地域からの意向を聞き、市ができることを検討して、制度設計を行っている。
- ・起業家支援制度を活用する事業者は市内に限らず、近隣市からの利用者も多い。
- ・起業家とのつながりの結節点は「商工会議所」が担っている。
- ・市内事業者と行政の距離感が近く、商工観光課でできた事業者との関係性が他課のイベント開催にもつながり、行政と事業者の関係性の輪も広がっている。
- ・郷土愛を大切にしている気概があり、市民、行政共に、高齢化が進む行田市を盛り上げていきたいと考えている。
- ・大型商業施設もなく、新規業種の起業家も多い。起業家がやりたいことに対する競合が少なく、顧客も集まりやすいので、小規模だが多種多様な店舗が市内に点在している。

(イ)一般社団法人行田おもてなし観光局

ア)団体概要

2020年12月より開始した、観光局職員の市商工観光課への出向を経て、2021年4月より一般社団法人化し「観光物産館ぷらっと♪ぎょうだ」にて観光物品を販売。その他観光資源を活用したイベントも企画立案し、市内事業者と共に事業を行っている。足袋は5社、全製造者で60社ほどの製品を販売している。

イ)ヒアリング概要

- ・地元製作者とのつながりがあり、観光物産館を利用する顧客のニーズに合わせて、製作品のデザインの提案を行うなどしている。
- ・観光バスのルートとなっているため、地元の物がよく売れる。行田市の特産品が観光客を通じ広域に広がっていくことと、地元製作者の製作品の幅が広がっていくことには満足している。
- ・新たに玩具を地元の技術者と作り、一部ブームになっている。今後も地元製作者と連携して商品開発を行っていきたい。

(ウ) トルコランプ HAPPY (チャレンジショップ事業活用事業者)**ア) 団体概要**

トルコランプの手作り体験教室のワークショップ、トルコランプの販売を行っている事業者である。その他、市内ハンドメイドアクセサリーやクラフト工芸品など地元の製作者の製品を取り扱っている。地域の交流の場ともなっており、多くの人が出入りしている。

イ) ヒアリング概要

- ・自分の作品以外にも、客として来店してきた他の製作者の商品も積極的に店内に取り入れ販売している。
- ・隣接する足袋博物館とも連携し、おしゃれな足袋を販売している。
- ・自分の興味があることを起業する前に実施できる制度があることは非常にありがたい。

(エ) HANIWA (起業家支援制度活用事業者)**ア) 団体概要**

夫婦で経営しているレストラン。鴻巣市内のレストランから独立し、行田市で開業。

起業家支援制度終了後も事業を継続し、開業5年目。昼の客は主婦層がメインで、夜は多くの地元客が利用している。

イ) ヒアリング概要

- ・コロナ禍でテイクアウト限定の営業を行っていた。緊急事態宣言解除後は、テイクアウトと通常営業で繁盛している。
- ・居抜き物件をそのまま利用できた上に、起業家支援制度に改修に対して助成金があるため、少ない初期投資で開業できた。
- ・開業当初、客が安定しない時期は家賃補助があって非常に助かった。

(オ) BELLINI (起業家支援制度活用事業者)**ア) 団体概要**

地元の動物病院から独立したトリミングサロン。オーナーが一人で経営している。

起業家支援制度を活用中。

イ) ヒアリング概要

- ・動物病院の決まった方法だけでなく、様々な技術を試すために独立。
- ・改修費、家賃補助があるため、独立しやすい環境である。
- ・地域活動は実施していないが、トリミングに関するネットワークはある。

- ・近隣市だけでなく、鴻巣市や東松山市など広範囲から顧客が来ている。固定客が多い。

(カ) barbershop HOPE (起業家支援制度活用事業者)

ア) 団体概要

行田市出身の店主が開業した床屋。立地条件に惹かれ開業。店内に子供が遊べるスペースを確保するなど、多世代の方が利用できるような店内としている。起業家支援制度はすでに終了したが事業継続中。

イ) ヒアリング概要

- ・地元自治会のイベントなど地域活動に積極的に携わっている。ただ、本業の顧客獲得を目指したものではなく、地域との関係性づくりの一環で行っている。
- ・口コミで利用が広がっているケースが多く、つながりを非常に大切にしている印象を受ける。
- ・新規店舗の開業を検討するほど事業は軌道に乗っている。
- ・起業家支援制度を活用した事業者同士の連携はないが、同業者同士の連携はある。

(キ) かなや (起業家支援制度、市内事業者応援事業活用事業者)

ア) 団体概要

地産地消を心がけ、古代米や青大豆など地元生産品を活用する定食屋。忍城址が見えるロケーションに惹かれ、古民家を改修し5年前に熊谷市から行田市に移り開業。

イ) ヒアリング概要

- ・古代米や青大豆などの地元生産品は地元の顔が見える人から仕入れている。
- ・古代米を扱うことで、古代米カレーの連携に加わったり、来店したお客様とつながったり発展していくことが多い。
- ・コロナ禍ではキッチンカーを活用して営業。市に相談し、市内事業者支援制度を策定いただき活用することで営業ができた。
- ・起業家支援制度含め行政からの情報提供が多いので、行田市に愛着が湧いている。
- ・行政以外の方のワークショップも多く、観光資源や昔の文化に子供が触れられる機会が多い。様々な活動と活動主体があるので住みやすさと居心地の良さを感じられる。

図表(2-2)9 ヒアリング状況

行田おもてなし観光局ヒアリング



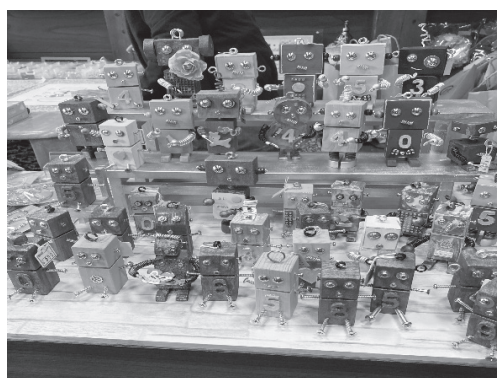
トルコランプ HAPPY



起業家支援制度活用事業者ヒアリング



クラフト工芸品



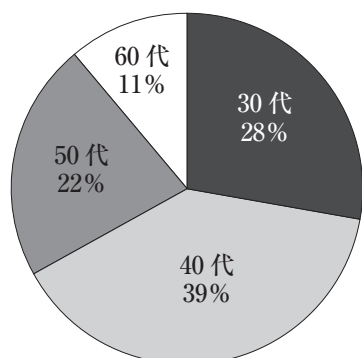
出典：筆者撮影

2) Google フォームを活用したアンケート調査

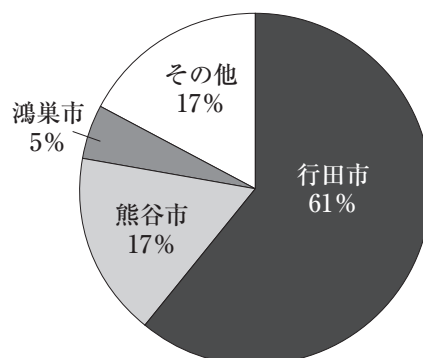
起業家支援制度開始以降、同制度を活用し起業した全62社に対し、2021年12月6日から16日の期間においてGoogle フォームを活用してアンケートを実施し、18社から回答を得た。なお、起業家に対するアンケート調査実施の周知にあたっては、行田市商工観光課に協力してもらった。

(ア) アンケート結果

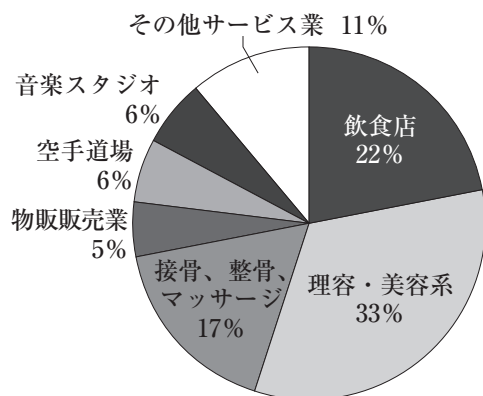
問1 ご年齢を教えてください。



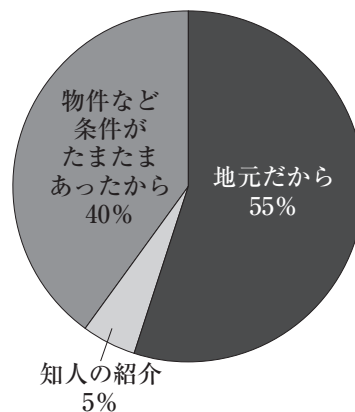
問2 ご出身を教えてください。



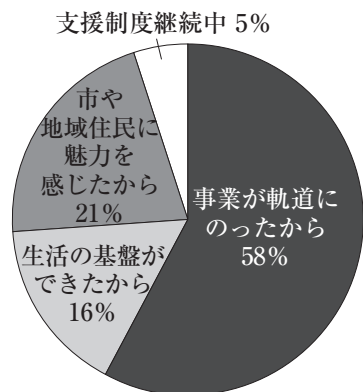
問3 ご職業を教えてください。



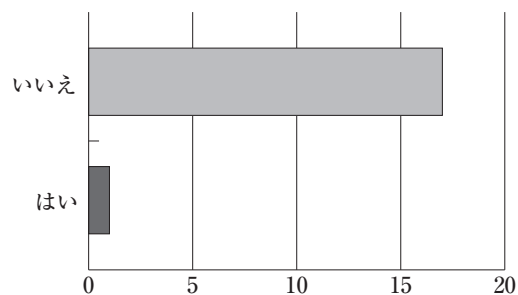
問4 行田市で起業したきっかけを教えてください。



問5 起業家支援制度終了後も事業を継続できた要因を教えてください。



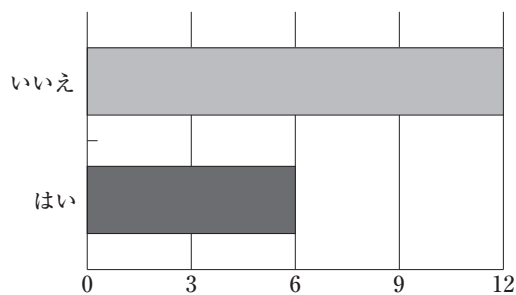
問6 起業家支援を受けた事業者同士の連携はありますか。



問7 問6で「はい」と答えた方に伺います。どのようなつながりがあるか教えてください。

- ・商工会議所を通じて、セミナーや会合に参加して他業種の起業家の方々と交流がもてた。

問8 地域活動は行っていますか。



問9 問8で「はい」と答えた方に伺います。どのような活動を行っているか差し支えない範囲で教えてください。

- ・ イベントへの参加等
- ・ 健康セミナー
- ・ 飲食店のグループをつくり、市の催事にグループで出店したり、児童養護施設に年に一度食事を提供
- ・ 地域のイベント出店
- ・ 結婚支援活動
- ・ 地区の行事に参加

問10 今後活動したい事業はありますか。また、その事業を行う上で、市及び商工会議所をお願いしたいことがあれば教えてください。

- ・ 地域で事業されている方々と交流したい。どうしたら地域を盛り上げられるのか、地域の皆さんを笑顔にできるのかを考え行動したい。
- ・ 事業拡大を考えているが、コロナ禍なので、まだ具体的には動いていない。
- ・ 健康食品販売。
- ・ 農業にどのような補助金や助成金があるか知りたい。空き店舗、空き農地はあるかなど、新しい業種でよくわからないところを聞きたい。

(4) 仮説検証

1) 仮説検証

ヒアリングの結果、起業家支援制度は、事業者が起業しやすい環境を作り出し、行政と起業家が連携して、地域の担い手となりうるプレイヤーを増やす効果があることがわかった。

一方、アンケートの結果、地域への愛着はあるが、起業家同士のつながりが希薄であることがわかった。事業を継続していくことが重要である一方、今後の地域社会を持続可能なものとし、仕事と日常の満足度を高めるためには、起業家同士のつながりを広げていくことが必要だと考える。そのことを踏まえ、以下の提言を行う。

(5) 提言

1) 商工会議所への提言

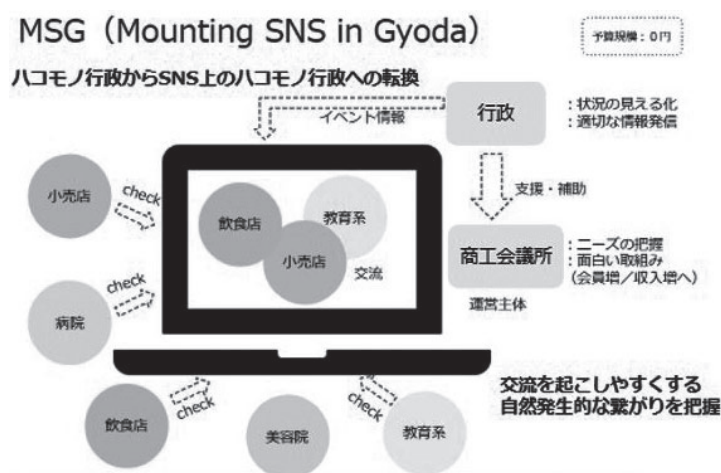
SNSなどオンラインツールを取り入れた「Mounting SNS in Gyoda (MSG)」を提言する。これは、起業家間におけるプラットフォーム作りである。起業家という共通項をベー

スに、オンラインサロンをつくり、交流の場が生まれるようにする。他業種の情報を起業家間で共有し、気軽に、どこでもアクセスできるオンラインツールを活用することで、起業家間の交流を促進する。

FacebookやLINEなどのアプリケーションを活用することで、投入資金「0円」で動き出せることも利点である。スピード感を発揮するためにも、商工会議所などが現場に近い立場で動き出すと効果的と考えられる。

起業家同士がつながり交流が増えていくことで、活動が活発になり、商工会議所会員数の増加につながる可能性もある。商工会議所にとっても望ましい結果になるのではないかな。

図表(2-2) 10 オンラインを活用したつながり



出典：筆者作成

2) 行政への提言

行政と各起業家との距離が非常に近いこともあり、行政には、市内各所から多くの事業者に関する情報が集まってくる。年々事業者の数が増えている状況を都度更新し、発信することが必要ではないか。リストやマップなどの作成に加え、起業家同士に双方の情報が届くようにすることで、「隣のあの店も同じ制度の活用者」なのだと気づかせることもできる。「状況の見える化」と「適切な情報発信」を行うことが重要である。

また、継続的な取組としていくためには、市の目指す未来を共有することも大切である。業種は違えども、目指すべき目標は同じ方向とすることも大切だ。一過性の取組にしないために、地域に根付いた郷土愛を基に、誰もが自分らしさを発揮し、誇りが持てるまちとなるよう、みちしるべを示すことも重要である。20年後、30年後の行田市を起業家、商工会議所、行政の皆でコミュニケーションを図りながら、対話していくことも大切ではないか。2009年に開催された「行田夢づくり会議²⁾」の現在版、「ぎょうだみらい会議」など将来の視点に立った行田市のある姿を想像し、対話をしてみると新たな発見があるかもしれない。

2 2009年に第5次総合振興計画策定に向け、市民54名、市職員5名により全5回話し合われた会議。無作為抽出により選ばれたメンバーで構成されている。

3 日高市

(1) 基礎調査

1) 日高市の概要

日高市は、埼玉県の南西部に位置し、首都40km圏内にある。東部はなだらかな台地で武蔵野の面影が色濃く残る市街地、西部は秩父山地と高麗丘陵で、丘陵と台地の間には高麗川が流れている。

市の東側に首都圏中央連絡自動車道(圏央道)と国道407号、西側に国道299号が走り、県道川越日高線がこれらを結んでいる。鉄道はJR八高線とJR川越線、西武池袋線が乗り入れている。このように交通網が整備され、地域の特性を生かしたまちとして発展している。

1955年に高麗村と高麗川村が合併し日高町が誕生した。その翌年に高萩村を編入し、現在の日高市の範囲が決まった。1965年以降の大規模住宅団地の開発や土地区画整理事業の推進により人口の増加が進んだ。

1991年10月1日、埼玉県で42番目の市として日高市が誕生し、2021年10月1日に市制施行30周年を迎えた。

図表(2-3)1 日高市地図



出典：日高市ホームページ (<https://www.city.hidaka.lg.jp/>) 2022年1月24日閲覧

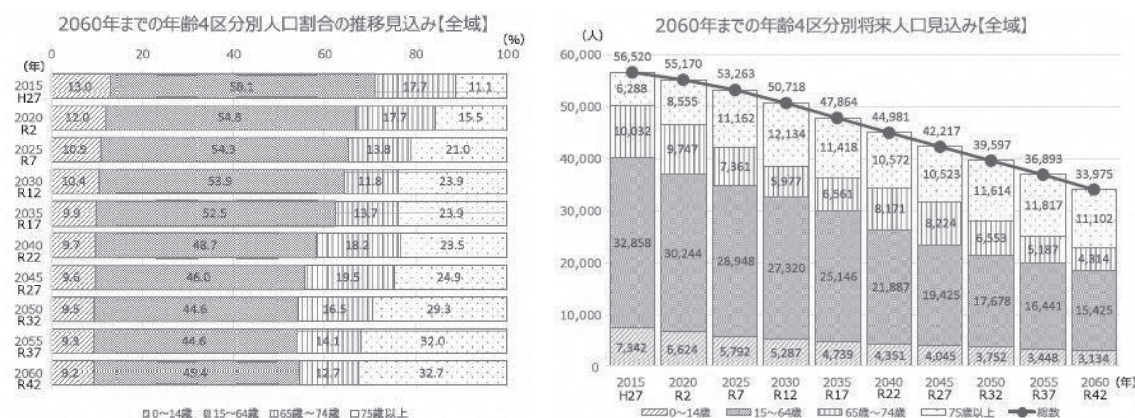
2) 将来人口推計

日高市の総人口は、2011年以降減少傾向にあり、2015年の国勢調査による人口は、56,520人、2020年の人口速報では54,591人となっている。国立社会保障・人口問題研究所の将来人口推計によると、前期基本計画の目標年次である2025年には53,263人、第6次日

高市総合計画基本構想の最終年次である2030年には50,718人となり、人口減少が一層進行する。

年齢別の構成割合を見ると、2015年に比べて0歳から14歳までの年少人口と15歳から64歳までの生産年齢人口の割合が減少し、65歳以上の老年人口の割合が増加していく。2015年では年少人口割合が13.0%、老年人口割合が28.8%であるのに対し、2030年には、年少人口割合が10.4%、老年人口割合が35.7%と少子高齢化がさらに進むと見込まれている。

図表(2-3)2 将来人口推計



出典：第6次日高市総合計画

3) 課題

日高市の人口の課題として、年少人口及び生産年齢人口を中心とした急激な人口の減少が挙げられる。直近5年の人口動態を見ると、社会動態については、市の施策の効果がみられるものの、転入者数より転出者数が多い社会減となっている。また、自然動態については、出生者数の低下と死亡者数の増加から自然減が拡大してきており、地域活力や行政サービスの維持に支障が出てくることが考えられる。

一方、仕事や雇用の面を見ると、昼間人口が増加傾向であることや片道通勤時間の中位数³が小さいことから、積極的に企業誘致を進めてきた成果が反映され、職住近接で働き場所は充実してきている傾向が見られる。しかし、若い世代の転出者が多いことや、第6次日高市総合計画策定のための「まちづくり市民アンケート」で、10～20歳代における「住み続けたくない主な理由」として、約半数が「働く場所が少ない」と回答していることから、若い世代が魅力を感じるような働き方ができる環境の整備が求められている。

3 データを大きさの順に並べて、全体のちょうど中央にくる値のこと。

4) 施策

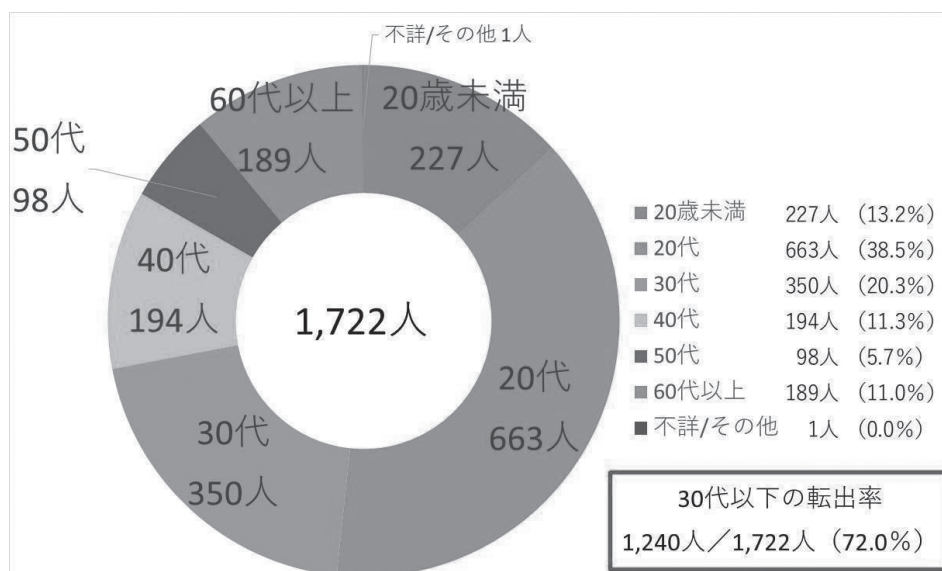
日高市リーディングプロジェクトでは「これらの課題に対応するため、都心からのアクセスに比較的恵まれ(首都40km圏)、容易に全国へ行ける交通の結節点に位置すること、豊かな生活・自然環境に恵まれていることなど、市の魅力を最大限に活用しPRすることで、移住、定住につなげていく必要がある。さらに、市民の結婚・妊娠・出産・子育てを支援し、自然減の抑制を図るとともに、暮らしやすさと多様な働き方のできる環境を整備することで、社会減を抑制し、持続可能なまちづくりにつなげていく必要がある」と記載されている。

(2) 仮説の設定

1) 雇用創出

前述のとおり直近5年の社会動態については、転入者数より転出者数が多い社会減となっている。なかでも年少人口及び生産年齢人口が減少しており、若年層の転出が課題となっている。2020年に日高市から転出した人を年代別に調査すると、実に転出者の70%以上が30代以下となっている(図表(2-3)3)。

図表(2-3)3 日高市転出者割合(2020年)

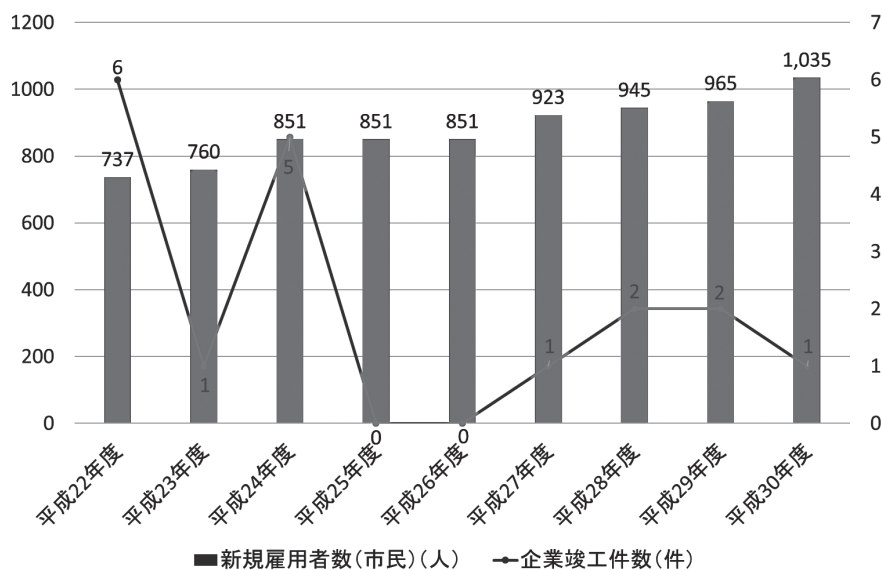


出典：総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」を基に筆者作成

若年層の転出者を抑制するための施策として、まず雇用創出を挙げる。「まちづくり市民アンケート」で“住み続けたくない主な理由”として、「働く場所が少ない」という回答が多いことから、日高市は歴史的に見てあまり大きな地震が発生しない「災害に強いまち」の立地特性を生かし、一定数の企業誘致に成功し若年層が働ける環境を整備している。ま

た企業誘致に伴い、新規雇用者数も右肩上がりになっていることが分かる(図表(2-3)4)。

図表(2-3)4 平成22年度以降の企業誘致件数と新規雇用者数(市民)



出典：統計ひだかより筆者作成

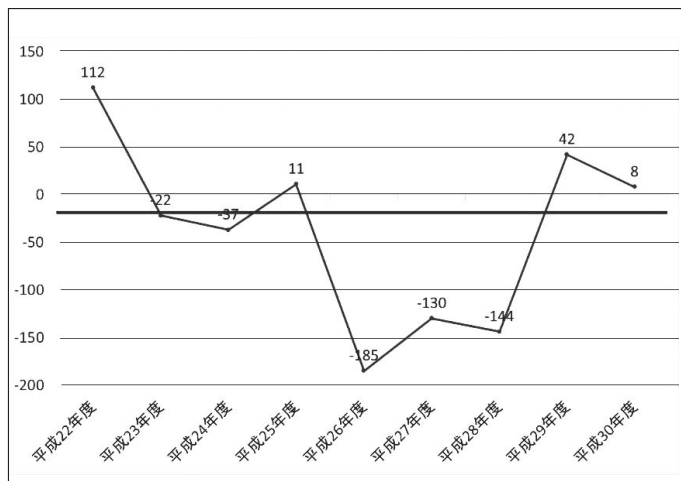
しかしながら、図表(2-3)5のとおり新規雇用者数が増え続けていても、転出者数の方が多く、社会減になっている年がある。このことから、雇用創出(企業誘致)だけに注力しても、必ずしも転出者の抑制につながらないことから、新たな施策が必要となると仮説を立てた。

図表(2-3)5 平成22年度以降の社会動態

(単位：人)

年度	社会動態		
	増減	転入	転出
平成22年度	112	1,968	1,856
平成23年度	-22	1,889	1,911
平成24年度	-37	2,095	2,132
平成25年度	11	2,217	2,206
平成26年度	-185	2,160	2,345
平成27年度	-130	1,955	2,085
平成28年度	-144	1,785	1,929
平成29年度	42	1,961	1,919
平成30年度	8	1,932	1,924

※平成24年度分より外国人住民も含まれた人数となっています。



出典：統計ひだかより筆者作成

2) 市に対して愛着を持つ取組

雇用創出のほかに転出者を抑制する施策として、市民に子供の頃から市に対して愛着を持ってもらう取組を挙げる。まちに愛着があれば外には引っ越さないという、誰しもが思いつきそうな単純な考えである。しかしこの取組を実現し結果に結びつけるのは非常に難しい。

これまで各自治体は様々な移住定住プロモーションや子育て・健康長寿プロジェクトを行ってきた。それにも関わらず、2020年の国勢調査の人口速報では、全国的な少子高齢化に伴う出生者数の低下と死亡者数の増加により、総人口は前回調査の2015年に比べ94万8,646人(約0.7%)減少した。全国1,719市町村のうち1,416市町村(全体の82.4%)が人口減少自治体で、日高市も例外ではない。自治体単独で住民に対してまちに愛着を持つ取組を実施するには限界がある。

我々は、民間企業が担い手となり、民間企業による地域への愛着づくりが重要ではないかと考えた。

そこでモデルケースとして、日高市内にある株式会社埼玉種畜牧場(以下「サイボク」という。)に焦点を当て、調査をすることとした。理由は、埼玉県「チャンスメーカー埼玉戦略」⁴及び日高市「市勢要覧」⁵に掲載されている企業であったことから、埼玉県と日高市のニーズに合う、雇用創出が期待できる企業であると考えたからだ。

図表(2-3)6 サイボクロゴ



出典：サイボクホームページ (<https://www.saiboku.co.jp/>) 2022年1月24日閲覧

(3) 実地調査

1) 豚のテーマパーク

サイボクは、1946年に豚の育種牧場からスタートした。その後、創業の地・日高市で長い歳月をかけて、精肉直売店、ハム・ソーセージ工場、地元有機野菜の直売店、レストラン、通信販売、天然温泉館、森のアスレチックなど“食”と“健康”をコンセプトに「豚のテーマパーク」を展開し、2021年に創業75周年を迎えた。現在では、地元はもとより地元以外からも幅広い年代から愛されている企業である。

4 県内産業の振興と雇用の創出、税収確保を目的とする埼玉県の企業誘致の戦略。

5 市の歴史や文化、観光スポットやグルメ情報など市の魅力を発信するため作成した冊子「日高日和」がある。

図表(2-3)7 サイボク園内での取組



出典：サイボクホームページ (<https://www.saiboku.co.jp/>) 2022年1月24日閲覧

2) 他企業との取組

サイボクの地域への取組は園内だけにとどまらず、地元の企業同士でも様々な取組を行っている。例えば地ビールと自社商品のセット販売を行ったり(図表(2-3)8左)、サイボクの豚肉を使用した餃子の販売を行ったりしている(図表(2-3)8右)。この2つの商品はコロナ禍と偶然にも重なり、自宅で楽しめる商品として消費者から大変好評をいただいた、と担当者は述べていた。

図表(2-3)8 他企業との取組



出典：左 サイボク公式オンラインショップ (<https://www.saiboku.jp/>) 2022年1月24日閲覧

右 ちょこたび埼玉オンラインストア (<https://chocotabi-saitama-store.jp/>) 2022年1月24日閲覧

3) 行政との取組

サイボクの地域への取組の中に、行政と協力して行っている事例がある。例えば、埼玉県150周年と同社75周年を記念して、県民に対してキャンペーンを行ったり(図表(2-3)9左)、日高市と健康づくりに関して包括的連携協定を締結している(図表(2-3)9右)。ここで市との協定内容について調べたところ、「郷土愛の醸成」が協定の目的の一つになっていることが分かった。

図表(2-3)9 行政との取組



出典：左 埼玉150周年特設ウェブサイト (<https://saitama150th.jp/>) 2022年1月24日閲覧

右 日高市ホームページ (<https://www.city.hidaka.lg.jp/>) 2022年1月24日閲覧

「郷土愛の醸成」の主な取組には、ふるさと納税やサイボク園内にある天然温泉館の市民限定優待パス、学校給食の食材提供や食育の特別授業などがある。このような取組は、市にとっては市民の郷土愛の醸成や健康増進などが期待できる。一方でサイボク側にとっても企業ブランドの魅力向上などにつながるので、双方にとってメリットがある win-win な取組と言える。

図表(2-3) 10 日高市と郷土愛の醸成への主な取組



出典：左上 いらすとや (<https://www.irasutoya.com/>) 2022年1月24日閲覧
 右上 日高市ホームページ (<https://www.city.hidaka.lg.jp/>) 2022年1月24日閲覧
 左下 日高市ホームページ (<https://www.city.hidaka.lg.jp/>) 2022年1月24日閲覧
 右下 サイボクから提供

このようにサイボクは他主体と連携し、住民が子供の頃から市に対して愛着を持つ取組を既に行っている企業であり、地域づくりの担い手の第一人者であることが分かった。

図表(2-3) 11 地域づくりの担い手であるサイボク



出典：サイボクホームページ (<https://www.saiboku.co.jp/>) 2022年1月24日閲覧

(4) 提言

現代社会における企業の経営戦略のひとつとして、CSR⁶は欠かせない要素である。日高市が「持続可能なまち」になるためには、サイボクをモデルケースとしたような取組を他の企業にも普及させる必要がある。つまり、今定着している企業やこれから誘致等により入ってくる企業が、働く場所を提供(雇用創出)し、地域づくりの担い手として様々な住民と一緒に、住民が子供の頃から市に対して愛着を持つ取組を実施することである。

具体的な地域への愛着づくりの取組例としては、企業による工場見学や職業体験、特別授業やワークショップなどが考えられる。子供の頃に自分の住むまちにある企業を知ることやその企業の仕事が体験できることは大きな経験になるのではないだろうか。

そして、このような取組を行うには関係者の理解が不可欠である。「郷土愛の醸成」と言うハードルが高い印象があるが、「子供たちを笑顔にする取組」と言い換えれば、印象も変わり、取り組みやすくなると考える。企業にとって重要なことは持続可能な取組をすることである。そのためには、まず自分たちの強みを認識し、できることから始め、無理をしないことが重要である。行政の担当者や地域住民、様々なステークホルダーとの何気ない会話からアイデアが生まれ、取り組むきっかけが出てくることを期待する。

今後、市民が進学や就職などの理由で一度市外へ転出したとしても、子供の頃に温かい取組をしてくれた日高市を思い出し、結婚や子育てを契機に再び日高市に戻ってくれば、それは持続可能なまちづくりにつながると言えるのではないか。

6 Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任。企業は、利益追及、法令遵守だけでなく、あらゆるステークホルダー（利害関係者のことで、消費者をはじめ社会全体）の多様な要求に対し適切な対応をとる義務があることを示す。

4 まとめ

本研究において、同一規模で共に人口減少が進んでいる「行田市」、「日高市」を比較し、地域づくりの担い手を「起業家(個人)」と「企業」に仮定し研究を進めてきた。それぞれ調査を行う中で共通して見えてきたことは、担い手が「“き”業」であることと、その「“き”業」が地域に対して「愛着」を持つということであった。

「起業家」、「企業」どの立場であれ地域に愛着を持つ「“き”業」には、ある種の熱量があり、活力が感じられた。「“き”業」を起点として、地域の住民に愛着を持ってもらう。そして、そのような循環を構築していくため、自治体に求められている役割は、担い手が活動を広げることができる基盤の整備であろう。地域の多様なプレイヤーとつながることができる機会や場所を、地域に存在する「“き”業」が得ることによって、「“き”業」は地域づくりの担い手の受け皿となる。そのためには、官民連携による様々な企画や取組、コロナ禍において急速に広がったオンラインを活用した交流のような社会情勢に対応できる多様なコミュニティ形成の仕組みが必要になっていく。

このように、地域の担い手である「“き”業」は、地域の住民が活動を広げる際の器としての役割をもつ「“器”業」であり、自治体から地域の住民と「愛着」を結びつける役割を期待される「“期”業」でもある。SDGs時代の中で、今後、重要になってくる地域づくりの担い手とは、そのような「起業家」、「企業」ではないだろうか。

第3章 東京近郊の自治体における担い手創出 ～シビックプライドの醸成を手がかりとして～

1 はじめに

(1) 埼玉県南地域について

1) 県南地域の特徴

県南地域は東京近郊に位置し、都心から約10～30 km圏の範囲内にある。南部、南西部、東部、さいたまの4地域¹が位置している。

県南地域には埼玉県の総人口(730万人)の半数以上が居住している。

都内への通勤・通学の交通利便性が高く、東京都、千葉県、神奈川県からの転入者数も多くなっている。20代から30代の若年世代でその傾向が顕著であり、借家の割合が高い。今後もこの傾向が見込まれるが、出産や自宅購入などを機に若年世代が流出しないよう、子育て世代に選ばれるまちづくりを進めることが重要である。また、埼玉県の出生数の6割以上、待機児童数の75%以上をこの地域が占めている²。

人口は依然として増加傾向であるが、推計では2025年を境に減少に転じると見込まれている。また、団塊世代が75歳となる2025年には後期高齢者も大幅に増加し、その半数以上が県南地域に集中する見込みである。

この地域には、若い世代が子育てしやすいまちづくり、急増する高齢者が暮らしやすいまちづくりが求められている。そのためには、待機児童対策や保育サービスの充実など子育て支援策の強化や、高齢者の活躍の推進、健康づくりの取組、包括的な医療・介護体制の構築が必要とされる。

また、この地域は人口密度が高く、大規模な地震や水害に対する備えも必要である。

地理的な関係から東京の影響を受けやすく、早くから都市化が進行した地域であり都心のベッドタウンのイメージが強く、人口の流入が激しい地域である。

2) 選定理由

県南地域においては転入転出が活発であり、特に20代～30代の若年世代の転入が多い傾向がある。そのような地域性のため、地域に無関心な層や、仕事や家事により地域活動への参加が困難な若年世代が多く、そのような世代をいかにして地域づくりの担い手とし、持続可能な地域の実現を目指すかという政策提言を行うため、対象地域として選定した。

1 南部(川口市、蕨市、戸田市)、南西部(朝霞市、志木市、和光市、新座市、富士見市、ふじみ野市、三芳町)、東部(春日部市、草加市、越谷市、八潮市、三郷市、吉川市、松伏町)、さいたま市

出典：埼玉県『埼玉県5か年計画』(2017年)158ページ

2 出典：埼玉県『埼玉県5か年計画』(2017年)159ページ

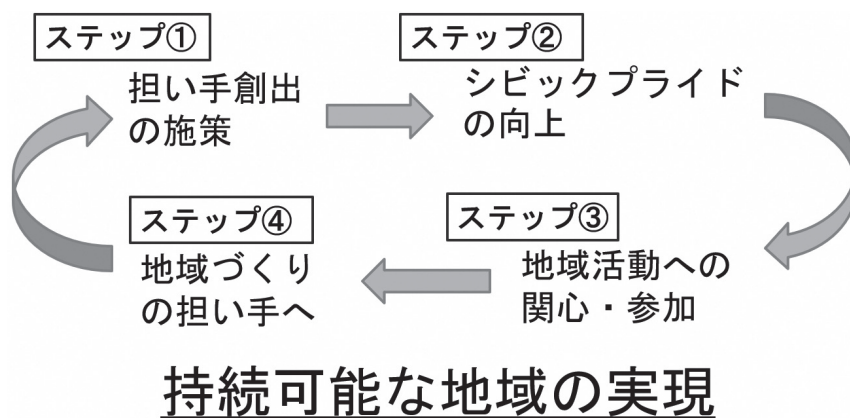
3) 県南地域の課題

県南地域は転入転出が活発なため、地元地域への愛着意識が低いと考えられる。これはブランド総合研究所が実施する「都道府県『愛着度』ランキング2020」においても埼玉県が47都道府県中最下位³であることから伺える。また、2015年国勢調査の昼夜間人口比率データによると昼夜間の人口比率が87.4%と低く、日中は県外へ行く人が多い。

そのため、自分が住むまちを知る機会を持ちにくいと考えられる。人口は増加傾向にあるが、転入の多い若年世代は都心に労働に出るものが多く、まちづくりや地域活動には無関心な傾向が強い。

都心からの利便性や地理的要因のみで居住地として選択されているのに過ぎないのであれば、今後働き方改革等により都心からの利便性が重要視されなくなれば転出傾向にもなりうる。また、高齢者の急増や人口減少により、まちの活性化が失われていくことも十分考えられる。そのようなにならないためには、自分の住むまちに対し愛着や誇りを持ち、まちに積極的に関わっていかこうとする意識の醸成、すなわち「シビックプライド」の醸成が必要であると考え。住民のシビックプライドを向上することができれば、地域活動への関心や参加を高め、それが地域づくりの担い手創出につながるのではないだろうか。本稿では以上のような問題意識に基づき、シビックプライドの醸成を手がかりに、地域活動の担い手創出に関連する施策を検討するものとする。

図表(3-1)1 (仮説)県南地域における担い手創出



出典：筆者作成

3 出典：ブランド総合研究所「都道府県『愛着度』ランキング2020【完全版】」
<https://diamond.jp/articles/-/268623> (2022年1月15日閲覧)

(2) シビックプライドの定義について

シビックプライドとは、市民がまちに対して持つ愛着や誇りである。まちをより良い場所にするために自分自身が関わっているという当事者意識に基づく自負心のことである。そこから、まちに積極的に関わっていかうとする意識が生まれる。

シビックプライドという言葉については、次に紹介する株式会社読売広告社(以下「読売広告社」)による、「シビックプライド醸成のための9つのポイント」が理解を深めるのに役立つ。

9つのポイントにおける共通項は「まちと地域住民は相互にコミュニケーションを図ること」である。地域住民の意見をよく聞き、地域住民が積極的に参加できる仕組みを作ることが成功のカギである。

図表(3-1)2

シビックプライド醸成のための9つのポイント
(ア) 広告・PRキャンペーン 「あなたはまちの一員なんだ」というメッセージを込める。 (イ) Web映像・印刷物の作成 製作過程においてワークショップ等を活用し住民を巻き込んで作成する。 (ウ) ロゴ・ビジュアル・アイデンティティ ロゴを自分なりにカスタマイズできるものによりインスタでの拡散が見込まれる。 (エ) ワークショップ まちを探索してワークショップすることにより身近なまちの良さを発見できる。 (オ) 都市情報センター 住民が集い交流できる場所をつくる。開発途中を住民に見てもらうなど、建設過程から住民に参加してもらう。 (カ) グッズ・フード 生産者や製造者に商品開発段階から参加してもらう。 (キ) フェスティバル・イベント エンタメ性を付加しながらまちやコミュニティとのかかわりを深める仕組みをつくる。 (ク) 公共空間 使いこなしてもらう仕掛けやアクティビティを考える。 (ケ) 建築・都市景観 まちのランドマーク、まちのアイデンティティが感じられる建物である必要がある。

出典：読売広告社(2021年11月14日インタビュー)

(3) 地域活動の担い手創出について

地域活動の担い手づくりにおいてはシビックプライドの醸成が必要との見解を述べたが、住民が地域活動に参加するようになるために必要なことはどのようなものであろうか。それについても、読売広告社による次のポイントが参考になる。

図表(3-1)3

シビックプライド醸成のための「市民参加の取り組み4つのポイント」

- ①市民のアクティビティを促す活動拠点や象徴的な場を設ける
- ②市民参加のハードルを下げる
- ③運営を市民に委ね、自走するように心掛ける
- ④アイデンティティを感じる、楽しい体験を提供する。

出典：読売広告社ホームページ <https://www.yomiko.co.jp/special/2399/> (2021年11月12日閲覧)

本稿では上記に加え、さらに5つ目として、「新しい働き方」を加えた5つのポイントを視座に地域活動の担い手創出について考察する。「新しい働き方」を新たなポイントとして加える理由としては、これまでのような右肩上がりの成長が見込めず、人口が減少する時代においては、これまで地域活動に参加しづらかった住民も参加することが求められているからである。特に現役世代の地域活動への参加が重要で、働き方改革により効率化を図り労働時間を減らすことで、地域活動への参加を促進することが必要だと考えられる。

以上のことを踏まえて、地域活動の担い手創出に必要なポイントについて整理すると次のようになる。

1) 活動拠点の整備

地域活動を行っていく上で住民が気軽に立ち寄り、意見交換や情報共有ができる活動拠点を創ったりすることである。この活動拠点から様々な住民参加のプロジェクトが生まれたりイベントが行われることで、地域活動が活発になることが期待される。

2) 参加のハードルを下げる

参加しやすい活動にするためには、その雰囲気や活動の種類や参加方法の多様化が求められる。参加しやすい雰囲気(気軽に意見交換や情報共有ができること、共通の関心ごとや目指すものがあること)が必要である。また、参加呼びかけにSNSの活用やオンラインで参加を行ったりするなど、多様な方法がとれることが望まれる。

3) 自走する仕組み

持続可能な活動を行っていくためには、ボランティアでの活動では限界がある。活動に対する対価(報酬)を得られるような仕組みづくりが必要である。

4) アイデンティティの提供

自分のまちを好きになり、よりよくしていこうという理念を周知・共有させていくことが地域活動を積極的に行っていこうという思いにつながると考える。

5) 新しい働き方

新しい働き方の中で副業が認められる企業や団体が増えることが考えられ、その副業として地域活動への参加が可能になると考える。また、新型コロナウイルス感染拡大の影響によるテレワークの普及等大きく働き方も変わっていく中で、地域活動を行う時間も生まれるものとする。

(4) 事例研究の選定理由について

地域活動の担い手創出の5つのポイントを踏まえたまちづくりをしていると思われる、

以下に挙げた東京近郊の3つの市について調査した結果を報告する。ここで選定した市は、いずれも電車で東京都心から30分から40分程度の距離にあり、東京都心に通勤通学する市民が多いベッドタウンで、県南地域と共通する点がある。

各市の特徴について、5つのポイントを踏まえて示すと次のようになる。それぞれの市の政策や実施上の課題などを分析することによって、県南地域における担い手創出のヒントにつながるものとする。

1) 相模原市

地域へのアイデンティティを感じてもらうために日本で初めてシビックプライド醸成を目的とした条例を制定した事例。

2) 柏市・柏の葉キャンパス

日本で初めて、公民学連携のまちづくり組織であるアーバンデザインセンター（UDC）を設置した。地域活動拠点づくり、自走する地域活動の支援に取り組んでいる事例。

3) 横須賀市・「KAKEHASHI」

市職員の新しい働き方と地域住民の参加のハードルを下げることに取り組んでいる事例。

図表(3-1)4 担い手創出の5つのポイントを実践している事例

ポイント	相模原市	柏市	横須賀市
①活動拠点の整備		○	
②参加のハードルを下げる		○	○
③自走する仕組み		○	
④アイデンティティの提供	○		
⑤新しい働き方			○

出典：筆者作成

2 シビックプライドの向上に向けた自治体の取組

(1) シビックプライドの向上を目指して

ーさがみはらみんなのシビックプライド条例

地域への愛着やシビックプライドを醸成するための取組は、全国各地で行われている。その中でも神奈川県相模原市では、2021年4月に「さがみはらみんなのシビックプライド条例(以下、「シビックプライド条例」という)」を全国で初めて施行した。ここでは、相模原市の取組を紹介し、自治体が地域への愛着向上に向けて取り組むことの意義について述べていく。

1) 相模原市について

相模原市は、神奈川県北部に位置し、人口は約72.6万人の政令指定都市である。市内は緑区、中央区、南区の3区から構成される。

1930年代以降に陸軍の施設や士官学校などが相模原市に移転してきたことから、太平洋戦争にかけて軍都として発展してきた。戦後、陸軍の施設は相模総合補給廠などの在日アメリカ軍の施設に転換されたが、一部は返還され、公園や学校、JAXA相模原キャンパスなどに再開発された。

また、新宿駅まで電車で35～45分ほどの立地であることから東京のベッドタウン・住宅都市としての側面があり、埼玉県南地域と似た特色がある。2020年国勢調査では、2015年調査時と比較し、人口が1.3%増加している状況である⁴。

図表(3-2)1 相模原市の位置図



出典：相模原市ホームページ<https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/index.html> (2021年12月29日閲覧)

4 2021年6月4日相模原市記者発表資料「令和2年国勢調査結果(速報)について」より

2) 条例化の目的と経緯について

相模原市は、全国で初めてシビックプライドを高めることを目的として2021年4月に「シビックプライド条例」を施行した。そこで、条例化の経緯や目的について、相模原市長公室シビックプライド推進部観光・シティプロモーション課にお伺いした。

相模原市では、これまで市内外に向けた情報発信に取り組んできた結果、市の認知度が向上するなど、一定の成果が現れていた。その一方、「市政に関する世論調査」において市への愛着について伺ったところ、愛着を感じていると回答した市民は約70%（令和元年度及び平成28年度調査より）に留まっていた。

今後、人口減少社会を迎える中で、定住人口・交流人口の確保、雇用の創出、地域の活性化などにより、持続可能な地域社会を形成し、多くの人や企業に選ばれる地域となるための取組が必要となる。そこで注目したのが、シビックプライドの向上であった。

シビックプライドを向上させることは、定住人口の維持・増加、一体感の醸成のほか、地域活動や住民同士のコミュニケーションが活発になるなど、持続可能な社会の形成が期待できる。そこで相模原市は、シビックプライド向上に向けた取組を推進していくこととなった。

まず、市では学識経験者や公募市民等で構成する「シビックプライドの推進に関する検討委員会」を設置し、検討を進めた。検討委員からは「シビックプライドの理念を共有するためには条例が必要」、「条例により指針や方向性が明確になり分かりやすくなる」等の意見があり、議論を重ね最終的に条例化することとなった。条例化するにあたり、市内外への周知として、「さがみはらファン倍増大作戦」というシンポジウムを実施した。そして、2021年4月に全国初となる「シビックプライド条例」を施行するに至った。

条例の特色としては、分かりやすさを重視した点が挙げられる。シビックプライドの考えは、幅広い年齢層の市民を対象としていることから、難解な言葉や言い回しを避けた文言となっている。

3) 条例の概要について

「シビックプライド条例」では、シビックプライド向上を達成するために、相模原市各区の魅力を踏まえ、市が積極的な情報発信を行うことを規定している。さらに市民に限らず、相模原市が好きな人を「さがみはらファン」と定義し、条例の対象としている。また、レジャーや親戚、知人に会うために相模原市を訪れる人や、相模原市で生まれ現在は他自治体に住んでいる人などについて、「相模原市と関わりのあるみんな」と定義している。一般的に条例の効力（適用範囲）は、その自治体の区域内に居住する住民等となる。しかし、「シビックプライド条例」では、より広く、多くの人に関わってもらいたいことから、「さがみはらファン」や「相模原市と関わりのあるみんな」についても、条例の対象としている。

そして市民に対しては、市への関心や魅力の発見に努めてもらい、さがみはらファンには豊かな自然やJAXAなどの施設をはじめ、自らが思う市の魅力をSNSなどで発信す

ることなどへの協力を求めている。なお、市民に対して、シビックプライドを持つことは自由であり、条例により強制するものではない、と規定している。

相模原市では、ファンを増やすための施策として、インターネット上での「さがみはらファンサイト」や各種SNS等により、市の魅力を発信している。また2021年度は、市民に市の魅力について考えてもらえるよう、インスタグラムを活用したフォト・絵画コンテスト(それぞれが思う市の魅力画像等を投稿)を開催したほか、小・中学校へ出張授業を実施した。

図表(3-2)2 さがみはらファンサイトのトップページ



出典： さがみはらしファンサイト <https://sg-fansite.jp/> (2021年12月29日閲覧)

4) 条例を制定したことによる影響について

相模原市の担当者に伺ったところ、条例制定後はイベント等により市民へ条例の周知を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、現段階では十分な取組ができていないため、条例を制定したことによる大きな影響は感じにくいとのことであった。

今後は2022年度中に策定する計画に基づいて、シビックプライド向上に向けた効果的な取組を進めていく予定である。

(2) 他の自治体の取組について

相模原市の条例は「シビックプライド」を高めることを目的とした単独条例であるが、自治基本条例や市民参加条例等において、住民が地域の誇りを持ってまちづくりを進めることを規定するものは少なくない。自治基本条例とは、地域課題への対応やまちづくりを誰がどんな役割を担い、どのような方法で決めていくのかを明文化したもので、自治体の仕組みの基本ルールを定めた条例のことである。

愛知県豊田市で制定された「WE LOVE とよた条例」は、そのまちに関わりがある全ての人がまちに愛着を持ち、まちづくりの担い手となっていく契機となるような条例と

なっている。豊田市では、条例に基づき市が行う具体的な取組を「WE LOVE とよた」行動計画として策定している。

具体的な取組としては、豊田市内で活躍している方や市のために取り組んでいる方が集まり、展示やワークショップを行う「WE LOVE とよたフェスタ」を開催している。同フェスタは、これまで5回開催し、イベント内では「WE LOVE とよたアワード」という、市内で活躍する人を表彰するイベントも同時に開催している。

豊田市の「WE LOVE とよた条例」は、市民や市に関わりのある人へ向けたPRにつながると同時に、豊田市役所内部においても、職員が地域への愛着の醸成に向け一丸となれるような効果が期待できる。相模原市の条例と同様に、市内外に対して影響力を与えられる点は、条例化のメリットであるといえる。

条例化以外でも、地域への愛着を醸成することを目的として市民憲章を定める方法もある。

市民憲章とは、その自治体に住む住民が互いに横のつながりを持ち、その自治体を良くしていこう、という考えを表明したものを指している。そして住民として誇りを持ち、文化遺産を尊重し、子孫に承継していくという住民の合意のことである。他にも、自治体によっては、都市宣言として定めているケースもある。都市宣言とは、地方自治体が重要な政策課題などについて、自らの意思や主張、方針を明らかにしたものである。

条例の場合には、市民の権利や責務を規定しており、市民憲章や都市宣言と比較すると性質や役割が違うものといえる。しかし、自治体としての方針や姿勢を周知し、共有化していくという点においては発信力のある手段であるといえる。

図表(3-2)3 「WE LOVE とよた」ロゴマーク



ロゴマークは、豊田市のプレミアム付商品券のデザイン等に活用されている

出典：豊田市ホームページ <https://www.city.toyota.aichi.jp/shisei/juten/welovetoyota/index.html>
(2021年12月29日閲覧)

(3) まとめ

今回事例として紹介した相模原市は、都心部からも近くベッドタウンとして発展してきた点で、埼玉県南地域と似た側面がある。相模原市は、リニア中央新幹線の新駅建設予定地であり、今後も駅周辺の開発と、それに伴う人口流入が想定される。そのため、新たに定住した人や関わりを持った人が、その街に愛着を持てるような仕組みを作ることは、今後地域の担い手を創出していく上でとても大切である。

その手段の一つとして、シビックプライドに着目し、市内外にシビックプライドの理念を広く周知すべく、全国で初めて条例化に取り組んだことは、非常に意義のある取組であると感じた。なお、相模原市の条例化については施行されたばかりであることから、今後の経過については見守っていく必要があるともいえる。

シビックプライドを醸成していくことは、「地域の担い手創出」に直接結びつく取組ではない。その前段階で、地域に関心を持つ「きっかけづくりの取組」としては、大切な役割を果たすものである。通勤や通学等で、1日の大半を居住地域から離れてしまうと、その地域を知り、関心を持つ機会は少なくなってしまう。しかし、住んでいる地域に関心を持つようなきっかけとして、自治体からの働きかけが増えていけば、居住地域との接点も増え、少しずつ地域のことを知り、関心を持つようになっていくのではないか。自治体は日頃から、地域づくりについて多様な側面から関わっている。そのため、シビックプライドを醸成していく上でも、自治体の果たす役割は大きいといえる。

自治体がシビックプライドの向上について取り組む例としては、上記で述べたように、条例化や市民憲章、都市宣言といった形で自治体としての方針を明確化していく方法が考えられる。その上で、シビックプライドの理念が地域に浸透し、自治体の内外へ周知されていくことが大切である。そして、様々な事業やシティプロモーション等に活用され、より多くの人が地域に関心を持ち、地域活動に参加するようになれば理想である。

3 自走する地域活動を支える拠点づくり

ここでは、地域活動の拠点を通じて、市民の地域への愛着を高め、自走する地域活動の新たな担い手を生み出した例として柏市の柏の葉キャンパスを取り上げる。

柏の葉キャンパスは、2006年に日本で初めて、公・民・学のプレイヤーが連携したまちづくり組織(柏の葉アーバンデザインセンター (UDCK))⁵を設置しまちづくりに取り組んでいる地区である。UDCKには①新たなまちづくりに係る「調査・研究・提案」を行うシンクタンクとしての機能、②実際のまちづくりの「調整・支援」を行う事業推進コーディネーターとしての機能、③これらを市民や社会に対して発信し、参画を促す「情報発信」の3つの機能がある。

柏の葉キャンパスは再開発中の新しいまちであり、多くの住民が住まいを求めて新たに移り住んだいわば“新参者”で、都心からの距離など交通の便の良さから移り住む転入者の多い埼玉県南地域と共通点があると考えられる。

本項では、UDCK 職員や地域課題を仕事にした企業のインタビュー及び現地視察をもとに、柏の葉キャンパスの様々な事業のうち、地域活動の場の提供を通じて市民意識の醸成を図り、自走する地域活動と新たな地域活動の担い手を生み出した戦略に焦点を当てる。

(1) 柏市の概要と市民意識について

柏市は、都心から電車でおおよそ30分、千葉県のゆるキャラ、チーバくんの鼻の位置にあり、人口430,072人(2021年12月)、面積 114.74m⁶の、東京のベッドタウンとして発展した市である⁷。柏の葉キャンパスは、UDCK 主導のもと、東京大学及び千葉大学等の研究機関を中心に、産官学連携の①環境共生、②健康長寿、③新産業創造の3つのテーマで、スマートシティとして新しいまちづくりを進めている。

柏北部地域と位置付けられる同地域において、住民の地域活動・ボランティア活動につ

5 UDCK (Urban Design Center Kasahiwa)は、2006年11月に創設時に構想された課題解決型＝未来創造型まちづくりのための公・民・学連携のプラットフォーム。柏市、柏商工会議所、田中地域ふるさと協議会、柏の葉地域ふるさと協議会、三井不動産、首都圏新都市鉄道、東京大学、千葉大学の8つの「構成団体」により共同で運営されている。UDCKの母体は法人格を取得しない任意の団体であり、各構成団体から1、2名が参加して「運営委員会」を設置し、基本的な事項の決議を行っている(その他主体事業を行うための一般社団法人を別に設立)。このほか、千葉県、柏市まちづくり公社等、柏の葉のまちづくりに継続的・多面的に連携・協力する団体を「協力団体」として、また地域で活動されている様々な団体や施設を「連携団体」として位置づけ、必要に応じてこれらの協力団体や連携団体と柔軟に協力・連携し、個々の事業やプログラムを実施している。なお、アーバンデザインセンターによる事業は現在全国26カ所にあり、埼玉県では大宮駅再開発(UDCO)と浦和美園地区(UDCMi)でプロジェクトが進行中。

6 柏市ホームページ 柏市の地理・人口https://www.city.kashiwa.lg.jp/databunseki/shiseijoho/about_kashiwa/profile/chirijinko.html (2021年12月28日閲覧)

7 なお、将来の人口推計は、2025年の433,481人をピークに減少に転じる見込みである。柏市2018年『柏市の将来人口推計』P2 <https://www.city.kashiwa.lg.jp/documents/3708/shouraijinkousuikei.pdf> (2021年12月28日閲覧)

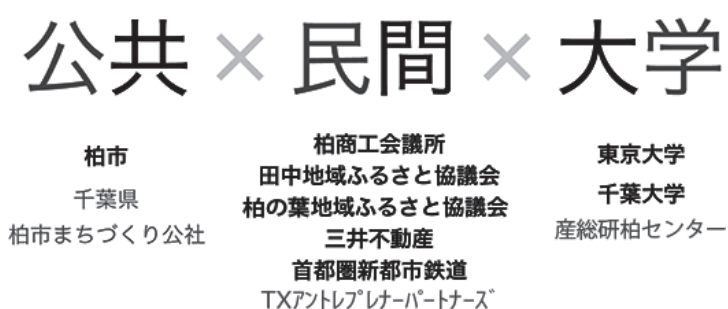
いての意見は、「交通の利便性」と「良質な住環境」がまちを選んだ理由として最も多く⁸、地域活動への関心については、3割弱が新たに地域活動に参加したいと答えている。希望する活動内容は、文科系、スポーツ系の趣味活動が多いが、「清掃、緑化などの環境美化運動」32.9%や、「講演会、講習会、懇談会などへの出席」22.5%などとなっている⁹。

(2) まちに関心・愛着を持ってもらう仕掛けづくり

1) まちづくりの主体

柏の葉キャンパスで、まちづくりの主体となっているのは、行政、民間企業、地域組織・団体、大学等で構成されるUDCKである。これは、「地域主体による機動的なマス・コラボレーションの拠点には、①活動の場、②専任の専門スタッフ、③共同運営体が必要であり、活動が集まる場が地域の中心にあり、専任スタッフが日常的に個々の活動支援と方向づけを行い、共同運営体が継続的に全体をマネジメントしていくことで、はじめて継続的な活動や新たな活動を育てていくことが可能となる」¹⁰との考えから生まれた。UDCKはまちづくり全体のマネジメントを行う任意団体であるが、これとは別に、主体事業を実施するために一般社団法人を設立し、市民参加のまちづくりを支援するイベント等を実施している。その他、UDCKはまちづくりに携わる地域活動団体などと連携して様々な事業に取り組んでいる。

図表(3-3)1 柏の葉アーバンデザインセンター組織



出典：https://www.udck.jp/about/000249.html（2022年1月10日閲覧）

8 柏市 2021年3月『令和2年度柏市まちづくり推進のための調査結果報告書』によると、柏市に住もうと思った理由は「通勤・通学がしやすいからだっから」が最も多い。https://www.city.kashiwa.lg.jp/documents/23123/chosakekka.pdf 1（2021年12月28日閲覧）

9 柏市民の地域活動への参加意向については、平成26年市民意識調査によると「参加したい」が29.7%であり、内容は「趣味の会などのサークル活動」38.4%、「スポーツ・レクリエーション活動」30.3%、「清掃、緑化などの環境美化運動」32.9%、「講演会、講習会、懇談会などへの出席」22.5%、「交通安全、防犯、防災などの自主的な活動」20.7%、「高齢者・障害者等のためのボランティア活動」18.6%となっている。『平成26年度柏市民意識調査結果報告書』26～29ページ(2015年3月) https://www.city.kashiwa.lg.jp/documents/6744/26isiki_2.pdf 1（2021年12月28日閲覧）

10 柏の葉アーバンデザインセンター HP https://www.udck.jp/about/000245.html 1（2021年12月28日閲覧）

その一つ、UDCKも参画している連携団体の柏の葉キャンパス駅前まちづくり協議会¹¹は、地域で生活・活動する住民や民間企業が主体となって、生活環境の維持・向上に取り組むことを目的に、2011年7月9日に発足した。住民による町会組織だけではなく民間企業等も参加し協力し合うことで、単独組織では困難な地域レベルでの幅の広い取組を進めている。防災・安全、美化・緑化、子育て・健康づくり、交流の4つをテーマに、災害時対応の体制づくり、各種イベント、協議会だよりの発行などを行っている。

まちづくりの課題としては、UDCK職員の黒澤氏によると、「キャンパス」という名でありながら、地区内に大学があるにも関わらず、実際の地域活動に学生があまり参加しないことが挙げられる。つくばエクスプレスではなく、家賃が低めな東武線沿線に住む学生が多いことも理由の一つである。他には地域活動の核となる人材については代替がきかないことも課題である。また現役世代はあまり地域活動に参加していない。多様な人材をどのように地域活動に取り込んでいくのかという点も課題であるとの話であった。

2) 地域活動の拠点

柏の葉キャンパスではUDCKが中心となり、住民が集う「場づくり」を積極的に行っている。それぞれの「場」では、地域で集い、交わり、学ぶことで、地域を知り、地域に愛着を持つきっかけを提供していると考えられる。また、まちのクラブ活動は、まちが豊かになるために、住民が抱く「あったらいいな」を住民の力で実現するための仕組みとして生まれた。地域の交流プロジェクトとして、人と人をつなぐきっかけとなるクラブやプログラムを企画・運営している。現在クラブ数は20を超え、NPO支援センターちばのコーディネートのもと、新しい住民が地域に溶け込む入口となり、お互いの活動を通してまちづくりの進捗が見え、より地域運営の面白さを感じてもらう機会となっている。

(ア) Kサロン

Kサロンとは飲み物・食べ物片手に、この地域で気になること、取り組んでいること等をざっくばらんに話したり、情報交換をしたりする持ち寄り形式の交流会である。プチワークショップをしたり、新しい企画が生まれたりするなど、住民の交流の場となっている。なお、施設は東京大学のサテライトオフィスの一部を低額で借り上げている。各イベントなどの事業費は柏市からも補助金が出ている。ここ2年ほどは新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、対面での活動が難しくなっていることから、Web開催や映画の上映など新しい試みも始めているが、なかなか対面の時のような自由闊達な交流ができていないことが課題となっている。

11 柏の葉キャンパス駅前まちづくり協議会は、会員組織として住民組織である柏の葉キャンパス一番街町会、パークシティ柏の葉キャンパス二番街町会が、現地の民間企業として、京葉銀行、辻仲病院柏の葉、ららぽーと柏の葉、UDCK、三井不動産、三井不動産レジデンシャルで構成されている。

図表(3-3)2 Kサロンの様子

年間累計利用者数と数年の推移	
2017年	159名
2018年	231名
2019年	230名

出典：利用者数：インタビュー聞き取り
(2021年12月10日)



Kサロン写真(2021年12月10日筆者撮影)

(イ) みんなのまちづくりスタジオ

みんなのまちづくりスタジオは、2020年12月から柏の葉キャンパスでスタートした新しいプロジェクトである。「世界の未来像」をつくるまちを目指すため、まちのユーザーである生活者を中心にして企業や行政、学術機関が共創していくプラットフォームとして誕生した。生活者の目線で新しいサービスや製品、プロジェクトなどを生み出すために、多様な実験的手法を取り入れて運営している。

事業の進め方としては、①まちづくりに関するプロジェクトを選定、②プロジェクトの公開、メンバーを募集、③数回のミーティングを経て実施、という経過をたどり、多様な意見を踏まえながら、試行錯誤を経て進めている。第1期のテーマは「まちの声をあつめて、みえるようにする仕組みをつくる」であり、参加メンバーは約20名だった。メンバーは年齢や職業なども多様性に富んでおり、初回の2020年12月12日の全体ミーティングから数回はレゴ®シリアスプレイ®などを使用しながら、お互いにコミュニケーションを図る取組を行った。

(ウ) まちの健康研究所「あ・し・た」

「健康長寿」のまちづくりを担う拠点の一つが健康研究所「あ・し・た」である。「あ・し・た」は、「あるく」・「しゃべる」・「たべる」のテーマに沿ったまちの健康づくり拠点であり、施設内にはそれぞれのテーマに関わるブースがある。子供から高齢者まで、どの年代にも役に立ち、楽しめる最先端の健康体験・情報を提供し、2014年にオープン後、会員数が3,000人、利用者数も2,000人を超え¹²、柏の葉の健康情報発信施設として定着している。2021年8月のリニューアルにより、従来の「あ・し・た」で展開していた参加型の健康まちづくり拠点の機能に加え、最新の技術を活用した付加価値の高いヘルスケアサービス(スマートライフパス柏の葉)の拠点機能を追加し、まちのコンセプトである「健康長寿」をさらに促進していくことを目指している¹³。運営主体は三井不動産で、運

12 年間利用者数は、2019年度は約4,000名、2020年度は1,800名、2021年度(11月まで)は2,150名となっている(ソース：三井不動産)。

13 出典：<https://www.ast-lab.jp/info/index.php> (2021年12月23日閲覧)

営サポーターとして窓口業務等はNPO法人へ業務委託(シルバー人材センターの有償ボランティア団体)している。具体的な業務内容としては、会員登録、測定・体験支援、「かしわフレイル予防ポイントカード(WAONカード)」¹⁴のポイント付与等となっている。市はコンテンツの提供、イベント開催(会場提供)を行い、運営を支援している。

(エ) コワーキングスペースと起業支援

「KOIL」は、起業支援の拠点として、柏の葉キャンパスの「柏の葉ゲートスクエア」内に2014年4月にオープンした。KOILとは、『Kashiwa-no-ha Open Innovation Lab』の略称である。国内最大級の coworkingスペースのほか、デジタルアプリケーション機器が揃う KOIL ファクトリーなどを併設している。運営は三井不動産が中心となっている。

料金については、共用部(ミーティングルーム、coworkingスペース等)を利用した分だけ課金される“Pay per use (従量課金制)”の契約形態を導入し、新規参入者も使いやすい料金体系となっている。起業家やクリエイターが集まり交流が活発に行われている。

KOILを利用した結果、起業につながった企業数については、正確な数は確認できないものの、法人登録数は全体の約4割に上るとのことであった¹⁵。毎年数件、コミュニティマネージャーに起業相談があるという。そのうち、地域活動を目的とした企業数については、正確には不明であるが1割程度と想定されとのことである。現在は新型コロナウイルス感染拡大の影響で、在宅勤務者がワークスペースとして利用するケースが増えている。

(図表3-3)3 KOIL入口の様子



2021年12月10日筆者撮影

14 市の指定する健康づくりやフレイル予防などの活動への参加や、ボランティア活動をすることでポイントが貯まり、WAONカードとして買い物などに使える「かしわフレイル予防ポイントカード(WAONカード)」を発行している。 <https://www.city.kashiwa.lg.jp/chikihokatsu/kaigo/yobo/pointcard.html> (2021年12月28日閲覧)

15 KOILの年間累計利用者(社)数と推移については、ドロップインの利用としては、2018年度が約2,200名、2019年度が3,000名と順調に増加していたが、2020年度はコロナ影響で停止している。また会員も2018年度280名から2019年度は330名で50名増だったが、2020年度はコロナ影響で新規登録はなしであった(ソース：三井不動産)。

(3) 自走する地域活動

次に、KOILをオフィスとしている株式会社クロスアジアの事例について取り上げる。ここに地域活動の担い手を増やすヒントがある。

当該企業は、つくばエクスプレス沿線で子育て期の女性と乳幼児を対象としたイベントの企画運営等を事業内容としている。代表者の篠原氏は、結婚を機に柏市に移り住んだが、育児休暇中に知り合いがおらず、児童館等もまだなかったまちで同じように孤独な育児に悩んでいる母親とその子供たちを支援したいという気持ちから育児サークルを立ち上げた。サークル活動をしていくうちに、「個人の困りごとの段階では、行政はなかなか支援をしてくれるわけではない。これこそ、企業がやるべき、ビジネスであってもいいのではないか」という考えから起業に踏み切った。対象を0～3歳児のいる「ママたち」に絞ったのも、一番子育てが大変な時期の母親を応援したいという気持ちがあったためである。まさに地域課題を仕事にしたのである。

初めに地域情報のWebサイトを立ち上げたが、会員は増えるもののこれでは稼げない。参加(利用)者から費用を徴収するか、企業から資金提供を受けるかのどちらかで悩んだが、子育て期の母親には参加費負担が厳しいのが現実だ。そこで、イベントについては無料にした。負担しやすい額の参加費をとったとしても、ビジネスとしては成り立たないからだ。同時に、地域で孤独な子育てをしている母親たちに仕事の間を提供できたらとの思いもあった。乳幼児及びその母親を顧客としている企業に目を付け、集客を目的としたイベントの企画運営開催を事業の柱とし、商品開発等顧客の意見聴取や宣伝広告を目的とする企業のニーズと結びつけた。また、Webサイトの編集や子育てに役立つ記事作りなどを母親たちに仕事として依頼、ママ目線の情報提供を通じてさらなる会員を伸ばす。地域イベントの運営スタッフ等も会員である母親から募集し対価を支払っている。イベントを通じて母親たちが地域を知り、人と人とのつながりを得るきっかけとなるだけでなく、賃金を得ることで自分が社会に参加しているという自負を持つことができる。スキルを持っていながら、幼い子供がいることで地域に埋もれている、社会とのつながりが薄かった人材が地域に出るきっかけを提供している。

株式会社クロスアジアの事業展開において、KOILのような仕組みは大きな支援となった。起業した10年前には、KOILはまだ存在しておらず、NPO法人の空きスペースを週1、2回程度、会議用スペースとして借りていたが、7年前にKOILができてすぐにオフィスに移した。KOILにオフィスを持つ各分野の専門家と人脈を結び、様々な仕事のアイデアを得たり、事業展開につなげたのである。そこで自社内で賄えない人材とコラボすることによって、彼らが持つ技術とアイデアを取り入れつつ新しい事業や仕事を生み出すことができた。篠原氏によると、KOILは一つの大きな会社「KOIL社」で、自分は企画部門にいて、社内の他部署と一緒に仕事をしているような、そんな感覚を持って利用しているとのことであった。

KOILでのつながりで生まれたものの一つが、絵本と箱をセットで提供する「本のたか

らばこ」。住民による住民のためのプロジェクトで生まれた私設図書館である。篠原氏の現在の専らの悩みは、新型コロナウイルス感染拡大の影響でイベントが開催できないことである。しかし新しい事業のアイデアも次々生まれている。これらも KOIL のメンバーとの交流がきっかけになっているとのことである。

図表(3-3)4 「柏の葉 本のたからばこ」



出典：柏の葉 本のたからばこ <https://familylibrary.jp/> (2022年1月18日閲覧)

(4) まとめ

このように、柏の葉キャンパスでは、地域住民を地域活動に引き込むための拠点づくりと参加しやすいコンテンツを住民と大学、企業とが連携しUDCKが中心に実施することで、地域活動の活性化を図る努力をしてきた。地域の核を整備しまちのロゴを作成するなどまちを一つのブランドとして、地域の一体感を演出するかたちで新規転入者のシビックプライドを醸成することに一役買っている。また、茶話会など参加しやすい雰囲気場の提供やワークショップや講座を開催するなど、様々なイベントや交流会を実施することによって、住民がまちを知る、まちを好きになるきっかけを提供している。場があるところに人は集まる。集う場を提供することで、サークル活動やまちづくり活動が生まれやすい。そこで語らい、アイデアが生まれ、未来につながる。人と人とのつながりが、まちづくりの第一歩となると考えられる。

地域活動の萌芽をより発展させるためには、活動を支えるための、地域活動団体のネットワークづくりや起業支援、あるいは事業補助などの支援が必要と考えられる。柏の葉キャンパスの事例は、公民学連携のもと地域活動の拠点や支援のためのコンテンツを提供し、それが新たな担い手を創出するという、望ましい循環を生み出している。

このように生まれた地域活動が、継続して活動が続けていくためには、それぞれのプレ

イヤーが連携しお互いにメリットがあることが重要であると考えられる。地域課題の解決が対価を生むとなれば、さらに新たな地域活動の担い手を創出することにつながると考えられる。それは自走する地域活動となり、地域の活性化に寄与することになるのではないだろうか。

地域活動の場の整備にあたっては、必ずしも一から開発する必要はなく、民間企業等の空きスペースの地域開放や古い公共施設の再利用も考えられる。例えば、さいたま市では大宮氷川参道沿いにある旧図書館を補強工事及び改装し、地域のコワーキングスペースや大宮の食のイベント等を行う施設としてリノベーション¹⁶している。また、スタートアップに対する支援として国や自治体などの補助金を活用することやクラウドファンディングを通じた資金調達をバックアップする等の支援などが考えられる。

16 Bibli (大宮駅徒歩15分 2021年12月一部オープン、順次整備予定。運営主体：戸田建設株式会社等)

○3階 起業／創業：スタートアップ向けのスモールオフィスを設置、地域ビジネスの活性を支援。

○2階 観光：さいたま観光国際協会を中心に、市内の観光案内や大宮のみどころを紹介。

○1階 大宮ブランド発信：地域の食べ物や自転車を通じたイベントなどを開催。

○地下1階 健康：健康をテーマに、地域の方が気軽に足を運ぶことができる施設を設置。

さいたま市HP<https://www.city.saitama.jp/001/010/015/004/006/008/003/p084114.html> 1 (2021年12月28日閲覧)

4 地域活動分野での副業・兼業の促進について

ここでは、地域づくりに関する新しい働き方の事例として、一般社団法人KAKEHASHI^{カケハシ}（以下KAKEHASHIとする）について取り上げたい。KAKEHASHIは、横須賀市の職員によって設立・運営されている法人で、主に地域経済の強化に関わる事業を行っている。

以下では、まず公務員の副業・兼業の現状と課題を確認する。その後、KAKEHASHIの先進的な取組について、KAKEHASHI設立者で代表理事の高橋氏、山中氏へのインタビュー内容を中心に述べていく。

(1) 地方公務員の副業・兼業についての現状

1) 法律における位置づけ

地方公務員の副業・兼業については、地方公務員法第38条¹⁷に規定がある。任命権者の許可がなければ、あらゆる報酬のある兼業に従事することは原則禁じられている。任命権者からの許可の取得方法については自治体によって異なり、独自にガイドラインや指針を作成し、運用している例もみられる。

2) 自治体における動向

2017年4月、兵庫県神戸市が全国で初めて、職員が報酬を得て行う業務外活動を応援するための副業・兼業の許可要件を定めた¹⁸。同年9月には神戸市の制度を参考に、奈良県生駒市でも副業・兼業の制度が始まった¹⁹。2018年10月には宮崎県新富町で、生駒市を参考にした制度の運用が開始された。

さらに、2019年3月には国家公務員における兼業基準が明確化された。同年10月には福井県、茨城県笠間市、11月には北海道鹿部町で制度が導入されるなど、動きは全国の自治体へと広がりを見せている。

17 地方公務員法第三十八条 職員は、任命権者の許可を受けなければ、商業、工業又は金融業その他営利を目的とする私企業（以下この項及び次条第一項において「営利企業」という。）を営むことを目的とする会社その他の団体の役員その他人事委員会規則（人事委員会を置かない地方公共団体においては、地方公共団体の規則）で定める地位を兼ね、若しくは自ら営利企業を営み、又は報酬を得ていかなる事業若しくは事務にも従事してはならない。ただし、非常勤職員（短時間勤務の職を占める職員及び第二十二条の二第一項第二号に掲げる職員を除く。）については、この限りでない。

2 人事委員会は、人事委員会規則により前項の場合における任命権者の許可の基準を定めることができる。

18 「地域貢献応援制度」(<https://www.city.kobe.lg.jp/information/shokuinsaiyou/saiyou/kobenavi/system.html>) 2022年1月28日閲覧。

19 「地域貢献活動を行う職員の営利企業等の従事制限の運用」(<https://www.city.ikoma.lg.jp/cmsfiles/contents/0000010/10732/2020401.pdf>) 2022年1月28日閲覧。

図表(3-4)1 職員の副業・兼業を応援する制度の広まり

	神戸市	生駒市	新富町
首長の想い・スタンス	「地域をいかに元気にするか」 ↓ 公務員が地域で貢献することを認める	採用改革（副市長時代） ↓ 「求める職員像」	深刻化する地域の担い手不足に公務員が貢献 ↓ 対価による成果の明確化
導入の経緯	2017.4 「地域貢献応援制度」としてスタート 在職3年以上 市内のみ 2018.12 改正 在職6か月以上 市外も可 対象の拡大 まずやってみて、状況を見ながら基準をつくるスタンス	神戸市を参考 2017.9 制度スタート 在職3年以上 市内のみ 2018.8 改正 在職1年以上 市外も可	生駒市を参考 2018.10 制度スタート 在職1年以上 町内のみ 本町の産業発展に寄与（農作業を想定） 地域貢献型

出典：公益財団法人東京市町村自治調査会「公務員の副業・兼業に関する調査研究報告書」2020年

3) 自治体における副業・兼業支援制度の具体例について

先進自治体である神戸市、生駒市、新富町の支援制度について、具体的に見ていきたい。

図表(3-4)2 神戸市、生駒市、新富町の副業・兼業支援制度について

	神戸市 「地域貢献応援制度」	生駒市 「地域貢献活動を行う職員の 営利企業等の従事制限の運用」	新富町 「地域貢献活動を行う職員の 営利企業等の従事制限の運用」
活動の 対象範囲	①公益性の高い継続的な地域貢献活動であること。 ②市内外問わず地域の発展・活性化に寄与する活動であること。	①公益性の高い継続的な地域貢献活動であること。 ②市内外問わず地域の発展・活性化に寄与する活動であること。	①公益性が高く継続的に行う地域貢献活動であること。 ②町内の地域の発展、活性化に寄与する活動であること。 ③町の産業の発展に寄与する活動であり、任命権者が特に認めるもの。
申請手続き	「地域貢献応援制度 許可申請書」、「活動計画書」を人事課に提出。(最初に所属長の承認を得る必要あり。)	「営利企業等従事許可申請書」、「活動実績・計画報告書」を人事課長に提出。	「営利企業等従事許可申請書」、「活動実績・計画報告書」を総務課長に提出。
活用した事例	NPOへの従事、手話通訳業務、障がい者支援、スポーツ推進委員、語学講座の実施、市立中学校部活指導員、子育て中の母親と地域をつなぐ活動の講師 など	スポーツチームコーチ、NPOへの従事、大学における救命講習の指導 など	神楽の舞い手、スポーツチームのコーチ、スポーツの審判 など

出典：公益財団法人東京市町村自治調査会「公務員の副業・兼業に関する調査研究報告書」の内容をもとに筆者作成

(ア) 活動の対象範囲

公益性の高い継続的な地域貢献活動であること及び地域の発展・活性化に寄与する活動であるということはいずれの制度にも共通している。神戸市及び生駒市が市外での活動を認めているのに対し、新富町は町内の活動に限定している。また、町の産業の発展に寄与する活動について記載があり、産業分野での公務員の活躍が期待されていることが伺える。

(イ) 申請手続き

手続き方法については、いずれの事例についても「営利企業等従事許可申請書」及び「活動報告書」を、所属長を経て人事課(総務課)に提出するという手続きが踏まれている。申請後、提出書類に基づいて要件や内容の審査が行われることになる。また、神戸市及び生駒市では毎年度2月末日までに活動報告書を人事課長に提出することとなっている。

(ウ) 活用した事例

活動の具体例としては、NPO法人の活動への従事、スポーツチームのコーチなどが挙げられる。その他、手話通訳業務や救命講習の指導、神楽の舞い手等を行っている者もあり、活動の種類は多岐に渡る。

(2) 横須賀市の概要

KAKEHASHIについて紹介する前に、横須賀市の概要について確認する。

横須賀市は、神奈川県南東、三浦半島中心部分を大きく占める場所にある。人口は約40万人²⁰で、2001年4月より中核市に指定されている。

東京湾と相模湾に面しており、市域の大半は標高100mから200mの丘陵地からなるため、緑も多く自然豊かである。JR横須賀線、京浜急行本線・久里浜線の停車駅があり、45分程度で東京都心までアクセスできる。

横須賀市の地域活動の現況についても確認しておきたい。補助金制度(市民共同推進補助金、特定非営利活動法人補助金等)や寄付制度(よこすか元気ファンド)、市民活動に係る保険制度(市民まちづくりサポーター保険制度)等、地域づくり活動を促進するための様々な制度を設けている。

また、市民公益活動団体から協働の企画を募集したり(市民協働モデル事業)、市職員と市民の意見交換の機会(まちづくり出前トーク)を設けるなど、市民との交流も積極的に

20 2021年10月時点での人口総数は394,226人。うち0～14歳は41,058人(10.41%)、15～64歳は226,811人(57.53%)、65歳以上は126,357人(32.05%)。

横須賀市ホームページ「住民基本台帳掲載人口」(<https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/0830/data/toukei/juuki/juukinow.html>) 2021年1月20日閲覧。

行っている。

「令和2年度横須賀市民アンケート報告書」²¹によると、地域活動や地域との関わり合いに関する設問では、地域とより深く関わりたい者は16.5%にとどまり、現状のままでよいという回答が77.3%を占めた。しかし、年代別に見ると10～30代及び60代で「現在、あまり関わりがないので、もっと深めたい」という割合が2割以上となっている。若い世代の一定数が、地域社会とのつながりを望んでいることが伺える。

(3) 一般社団法人KAKEHASHIについて

1) KAKEHASHIの概要

KAKEHASHIは、2020年5月、横須賀市の職員により設立された法人である。地域の特産物の開発・販売や人材ネットワークの構築、教育や社会福祉分野への支援といった事業を通じて、強い地域経済を作ることミッションとして掲げている。現在は法人設立者で共同代表理事の高橋氏、山中氏のほか、理事1名、他メンバー4名の計7名で活動している。

2) KAKEHASHIの事業内容

(ア) 地域の特産物の販売、付加価値の創出や販路開拓の支援

- ・「SUCOYACA Puree」の販売

大きく育ちすぎたり傷がついた野菜をピューレにして販売。子を持つ親へのアンケート調査、小児科医の協力、シェフの監修を経て開発。離乳食、介護食、スープ、お菓子作り等用途は多岐にわたる。

- ・地元食材の価値創造と食品ロス防止「with Lisa's Cake Market」

横須賀市に店舗を構える洋菓子店「Lisa's Cake Market」と連携。横須賀をはじめ、三浦半島で収穫される野菜や果物を使用したお菓子を製造・販売。大きく育ちすぎたり傷がついた食材を活用することで、食品ロスの削減へとつなげる。

(イ) 人材ネットワークの構築

- ・専門技術者雇用と事業展開の支援

強い地域経済づくりを目指し、市内企業を中心に人材雇用を支援。地元企業と事業連携し、日本全国から専門技術者の人材を募集。

21 横須賀市ホームページ「令和2年度横須賀市民アンケート報告書」(https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/0830/upi/hyouka/documents/2021_yokosukasimin_survey_1.pdf)2021年12月22日閲覧。

(ウ)教育、社会福祉、人財育成等の支援

- ・命の教育(性教育)プロジェクト「命育」

親子で参加できるセミナー等を通じた性教育学習の場の提供、教育機関への性教育セミナーや大人向け勉強会の実施、アンケート調査の実施等。

- ・子育て事業開発プロジェクト

子育て世代が住みやすい街を目指すため、実際に子育てをしている方の声をもとに課題か解決を目指す。現役ママ・パパがグループのメンバーとして参加している。

(エ)産学官連携の推進

- ・Pickles Beauty with 立教大学

立教大学法学部の学生と農家のコラボレーションでピクルスを企画開発。横須賀市の野菜の価値創造を図るプロジェクト。

(オ)研修や講演等

- ・民間事業者、自治体、教育機関、任意団体等、全国に出向いた講演、研修での講師や討論会等へ参加。

3) KAKEHASHIの設立と現状、今後について

(ア)設立背景

2018年、横須賀市役所内の研修で街の声を聞き政策を考えるグループワークを行う。そこで、市内で様々な分野で熱意をもって活躍している人たちの存在・想いを知り、実現できるような形にしたいと考えたことがきっかけである。

声を聞く活動の重要性を感じ、研修が終わった後も有志で業務時間外や休日を使った自主活動を継続していた。しかし、市役所職員の立場ではできることが限られており、課題に対応出来ない面や、意思決定に時間がかかってしまう面もあったため、スピード感を持って実現できる法人を設立することとした。

横須賀市長に対して自分たちの想いを直談判し、2020年5月、法人設立を実現した。

(イ)法人設立までの具体的手続きについて

横須賀市では、先に述べたような兼業・副業制度の独自のガイドラインや指針は存在していない。そのため、横須賀市の服務規定²²に則り、営利企業等従事許可申請書を提出の上、任命権者(市長)の許可を得て法人を設立するに至った。

なお、法人の設立は珍しいケースであることから、市長、人事課、申請者で話し合い、

22 第13条 職員は、地方公務員法(昭和25年法律第261号)第38条第1項の規定により営利企業等に従事しようとするときは、営利企業等従事許可申請書(第9号様式)によりあらかじめ許可を受けなければならない。

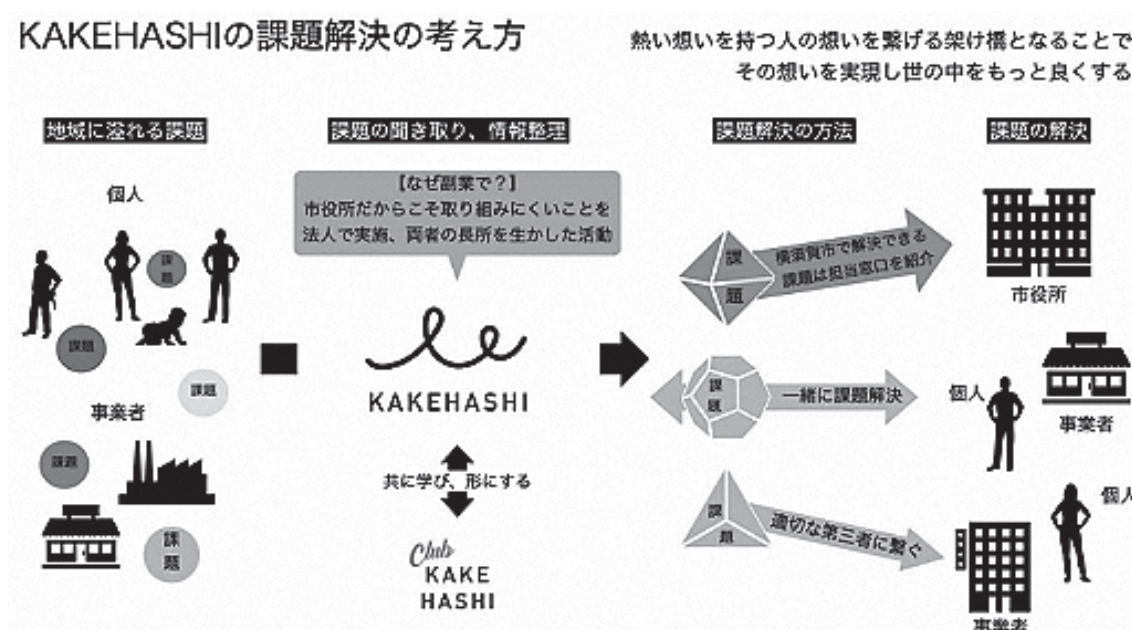
先に了承を得たのち申請書を提出するという形をとった。

(ウ) 事業運営の仕組みと理念

KAKEHASHIでは前項でも紹介したとおり、様々な事業に取り組んでおり、法人の収益はそのサービスの提供の対価から得ている。

また、市役所職員としての強みを生かし、人と人をつなぐハブの役割を果たしたいという思いから、個人や事業者の抱える課題について話を聞くことを大切にしている。まずは、課題の内容について聞き取り、情報を整理する。その上で、市役所の部署や制度で対応できないかどうかを考える。市役所で対応できない場合は、KAKEHASHIが一緒に解決できるかどうかを検討する。それでも対応できないときは、これまでの情報の蓄積の中から、適切な第三者を紹介し、つなぐ。

図表(3-4)3 KAKEHASHIの課題解決の考え方



出典：一般社団法人KAKEHASHIホームページ (<https://kake-hashii.info/>) 2021年12月22日閲覧

(エ) 大切にしていること

現場の声、目の前の声を聞いていくことを大切にしている。また、活動を長く継続させるため、民間の事業者の方々が参加しやすくなること、メリットを感じてもらえることを心掛けている。

(オ) 苦労したこと

法人を存続させていくためには、ある程度の収益を出さないといけない。普段は市役所職員として勤めているため、継続的に収益を出すスキームを作るノウハウがなかったため苦労した。

(カ) 自治体職員と法人代表理事の両立について

日中は市役所の業務があるため、KAKEHASHIの業務は終業後の時間を活用したり、週末または有給休暇の取得により時間を捻出して行っている。こうした制約のある中で活動は大変なこともある。

また、市役所の業務において知り得た情報については、KAKEHASHIでは利用しないよう気をつけている。KAKEHASHIの事業で関わっている事業者とも、公務員として関わっているわけではないという前提での付き合いをしている。自治体の業務と法人の業務はきちんと線引きをし、混同しないよう心掛けている。

(キ) 今後の目標について

KAKEHASHIを設立したきっかけは、市役所単体では対応できない地域課題を解決する手段の一つとしたいという思いだった。法人の最終的な目標は横須賀市を良くすることである。熱い思いを持つ人たちの架け橋となり、その思いを実現することで市が潤ってほしい。目の前の目標としては長く続けること。目の前の声を聴きながら、小さくでも続けていきたいと思っている。

(4) まとめ

働き方改革の推進²³に伴い、公務員の副業・兼業を支援する動きが全国の自治体で広がりつつある。都市部においても将来的には人口減少が見込まれているため、公務員が副業として地域活動を行うことは地域の担い手創出の観点から非常に有効であるといえる。

副業として公務員が地域活動を行うことは、担い手創出に限らず様々なメリットがある。まず、人材創出の面において有効であるほか、職員にとっても責任感やモチベーションの向上につながる。そして職員と地域との交流が促進され、本来業務においても地域との連携を円滑に行うことができるようになる。さらに、職員採用活動において、自治体の職場としての魅力のPRにもつながる。生駒市では、採用説明会での副業制度に関する説明は学生から好反応が得られており、実際副業ができるので生駒市を就職先に選んだという声もよく聞かれるとのことである。

一方、課題として、職員の健康維持の点が挙げられる。年次有給休暇や週末、勤務時間外での活動となるため、職員に疲労が蓄積し健康を害する恐れがあることについては、活動者となる職員も許可を出す方も留意しなくてはならない。

また、近年民間企業でも副業解禁の動きが拡大していることから、最終的には公務員だけでなく、地域活動を副業の選択肢として一般化させることが望ましい。これまで地域づ

23 政府は2017年策定の働き方改革実行計画で、副業・兼業について「第二の人生の準備として有効」と促進を明記している。昨年には推進に向けてガイドラインを改定した。

厚生労働省ホームページ「副業・兼業」(<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000192188.html>) 2021年1月21日閲覧。

くりの担い手ではなかった層が副業を通して担い手になることが期待できる。そのための第一歩として、公務員が率先して副業としての地域活動を行うことは、地域活動が副業の選択肢となることを周知する面からも有効であると言える。

副業としての地域活動を通して自分の暮らす地域を知ることが、個々の持つシビックプライドを高めることにつながる。その結果地域への関心もより一層深まり、地域づくりの担い手として活躍する、という循環が生まれるのではないだろうか。

5 政策提言

ここまで、地域活動の担い手創出について、5つのポイントを視座に3市の事例を概観してきたが、どの事例においても、まちをより良い場所にするために、そして選ばれるまちとなるために住民自身に関わる、あるいは関わろうという自負心を生み出そうとする試みが見られた。地域活動の担い手の創出につながると考えられる各市の取組は、多くのまちづくりに関わる人びとに相互に影響を与え、地域への愛着とまちを良くしようとする自律した市民としてのシビックプライドの醸成に寄与しているものと考えられる。まちをより良い場所にするために自分自身ができることは何か考え、まちに積極的に関わっていこうとする意識は地域活動の担い手創出における第一歩となるだろう。

また、地域活動の場の提供や各種イベントの開催など、地域住民たちの地域活動への参加のハードルを下げ、さらに住民同士が集い学ぶことを通じて地域に積極的に関わろうとする機会の提供も重要である。しかしながら、現在は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、これまでのように事業やイベントを実施するのは難しいのが現状である。人と人との交流で築かれる性質をもつイベントは、オンラインのみではなかなか運営が難しい。

一方で直接交流できないことで頭を使い、話し合うことで新たな試みが生まれる可能性もある。また、働き方改革で労働時間の短縮や在宅勤務など柔軟な働き方が提唱されている。労働の効率化で時間や心のゆとりが生まれれば、自分の住む地域を振り返り地域活動への参加につながる可能性がある。在宅勤務者が増えている今こそ、これまで、仕事と家の往復だけで地域に目を向ける時間が十分に取れなかった現役世代など、新たな層の地域活動への取り込みのチャンスとして捉え、新しい仕掛けが求められているのかもしれない。そこで副業がしやすい環境を整備することは、地域への良さを発見し愛着を深めるとともに地域活動の担い手を創出することにも寄与するものと考えられる。

実際のところ、市民が参加したい地域活動としては、文化、スポーツサークルといった趣味活動への希望が多いが、活動発表会のようなイベントを通じてまちを盛り上げることに貢献することもある。また、清掃活動、子育て、福祉ボランティアのような直接まちづくりに関わっていくような活動については、担い手の生きがいや責任感のような意欲だけでは事業の継続性、安定性が担保しづらいと考えられる。

大事なことは住民から生まれた地域への愛着や問題意識の芽をつぶさないことである。住民の地域活動に対し、活動資金の補助、活動内容をブラッシュアップする講座や交流会等を通じて、地域活動を仕事にするところまで高める支援が必要と考える。また若い世代が地域活動の担い手となるには、まちづくりや地域活性化事業が雇用につながることも重要と考えられ、起業支援のような経営視点が地域活動にも求められていると考えられる。その意味では、KOILのような起業家が必要とする機能や利便性を兼ね備えた活動の場の整備をするのも一つの手であると思われる。活動拠点に集う地域活動のプレイヤーがWin-Winの関係になることが、地域を活性化する良い循環を生み、自走する地域活動の担い手を増やす一助と

なるだろう。

以上を踏まえて、本稿では、埼玉県南地域における新たな地域活動の担い手の創出案として次のような政策を提言する。

(1) シビックプライドの向上

「地域と関わりがある人」をターゲットとして、条例や市民憲章等を整備し、シビックプライドの理念を周知・共有していくことである。そのためには自治体を中心となり、地域住民やその地域に関係する人のシビックプライドが向上するように進めていくことが重要である。そこでは、自治体の独り歩きにならないよう地域住民の意見も取り入れながら進めることも必要である。

また、シビックプライドと既存の事業とを掛け合わせた事業展開や、シビックプライドがシティプロモーションにおいて活用されるようになれば、それまで居住地域に関心を持っていなかった人や、居住地域のことを知らなかった人に対して、効果的に周知を図ることができる。例えば、愛知県豊田市では、プレミアム付飲食券のデザインに、市が推進している「WE LOVE とよた」のロゴマークを取り入れている。

こうした取組は、地域づくりの担い手創出に直接寄与するものではないが、地域に関心を持つ「きっかけづくり」の一つとして有効な方法になるのではないか。

(2) 自走する地域活動を支援する地域活動拠点の整備

「民間企業、地域活動団体」をターゲットとして、地域活動を行うための地域住民が集まることができる拠点を整備することである。

活動拠点の整備にあたっては、オフィスの空きスペース等を地域のために開放してもらったり、古い公共施設を再利用したりすることも一つのアイデアである。官民学連携など、住民、民間企業、地域活動団体、大学、行政など多様なプレイヤーそれぞれにとってお互いに好ましい影響が生まれる環境を整備することが重要である。

地域活動の担い手創出に係る支援としては、参加しやすい企画(交流会や企画の提供)を提供することが考えられる。住民がまちを知り、まちに愛着・関心を持てるような場やコンテンツの提供を通じて、シビックプライドの醸成に寄与することで、まちづくりの担い手を創出する。また、それが自走する活動へと発展し、次の担い手創出へと循環できるような支援が必要と考えられる。具体的には、地域課題を仕事にするスタートアップ企業支援や起業支援としての施設や自由に使えるIT機器等を整備するなどの支援が求められている。

地域住民同士が距離を縮め、地域活動によりさらに良いまちづくりを行ってほしいと思える場とする必要がある。

(3) 地域活動分野での副業・兼業の促進

「地域住民」をターゲットとして、地域活動分野での副業・兼業を支援することである。

人口減少が見込まれている中で、地域活動分野での副業・兼業を促進することは、自分の暮らす地域を知ることになり、個々の持つシビックプライドを高めることにつながる。また、自治体にとっては職員と地域との交流が促進されることにつながり、人材創出面でも役立つものと考えられる。地域づくりの担い手創出という観点では、公務員だけでなく地域全体に副業としての地域活動を広げていくことが必要であるが、その第一歩としてまずは各自治体で副業・兼業を支援する制度を整え、公務員の地域活動分野での副業・兼業を促進させることが重要である。副業の選択肢として地域活動があるということを、地域全体に広く周知するという意味でも、公務員が率先して行動することが求められる。

働き方改革の推進により、民間企業でも副業解禁が広がる中、こうした行動は公務員の副業の選択肢の一つとして地域貢献活動がある、ということを広く周知する手段としても有効であるといえる。また、地域活動の参加機会を増やすために活動の種類や参加方法の多様化を行っていく必要があると考える。

図表(3-5)1 県南地域における地域活動の担い手創出のための施策について

施策提案	具体案	施策のターゲット	担い手創出のポイント
シビックプライドの向上	条例化・憲章・宣言等の整備	地域と関わりのある人	アイデンティティの提供
地域活動拠点の整備	企業の空きスペース・古い公共施設再利用	民間企業、地域活動団体	活動拠点の整備 参加のハードルを下げる 自走する仕組み
地域活動分野での副業・兼業の促進	副業・兼業をしやすい環境づくり	地域住民	参加のハードルを下げる 新しい働き方

出典：筆者作成

(主な参考文献等)

著書等

ブランド総合研究所 『都道府県『愛着度』ランキング2020』(2021年)ダイヤモンド社
公益財団法人東京市町村自治調査会 『公務員の副業・兼業に関する調査報告書』(2020年)

ホームページ

読売広告社ホームページ <https://www.yomiko.co.jp/>
相模原市ホームページ <https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/>
豊田市ホームページ <https://www.city.toyota.aichi.jp/>
「WE LOVE とよたフェスタ」ホームページ <https://www.welovetoyota-festa.com/>
一般社団法人地方自治研究機構 シビックプライドに関する条例
http://www.rilg.or.jp/htdocs/img/reiki/094_Civic_Pride.htm
柏市ホームページ <https://www.city.kashiwa.lg.jp/index.html>
柏の葉アーバンデザインセンター HP <https://www.udck.jp>
(株)CROSSASIA ホームページ <https://crossasia.co.jp/>
一般社団法人KAKEHASHI ホームページ <https://kake-hashii.info/>

インタビュー、調査照会

(株)読売広告社 コミュニケーションデザイン統括局 上野 昭彦氏
都市生活研究所 水本 宏毅氏
都市生活研究所 関 紀和氏
相模原市 シビックプライド推進部観光・シティプロモーション課
柏の葉アーバンデザインセンター ディレクター 黒澤 寿彦氏
(株)CROSSASIA 代表取締役 篠原 晋寧氏
一般社団法人KAKEHASHI 共同代表 高橋 正和氏、山中 靖氏

第4章 利根地域(広域行政)における担い手創出 ～持続可能な活躍の場づくりしないト、ネ。～

1 はじめに

(1) 利根地域とは

埼玉県は「埼玉県5か年計画」において、県内の各地域を様々な特性や課題を踏まえ、以下の3つのゾーン、10の地域に区分している。

図表(4-1)1 埼玉県の3ゾーンと10地域区分



出典：埼玉県「埼玉県5か年計画」

今回、本稿のテーマである「SDGs時代の地域づくりの担い手創出」というテーマを広域エリアで考察するにあたり、本チームでは上記の10の地域区分から「利根地域」を対象とすることとした。

利根地域は、埼玉県の北東部に位置し、行田市、加須市、羽生市、久喜市、蓮田市、幸手市、白岡市、宮代町、杉戸町の7市2町から構成される地域である。都心から概ね40kmから60kmの立地で、利根川や中川を中心とした水路網が形成されるとともに、広域的に鉄道網や道路網が形成されている。利根地域を選定した理由については以下のとおりである。

（2）選定理由

利根地域は、「稲作が盛んで、県内有数の穀倉地帯」であり、「駅を中心に市街地が形成」され、「大規模工業団地の造成が進み」「多様な産業の集積」が見られる¹、という地域特性がある。つまり、利根地域は「農業」と「住居」と「産業」の多様な機能が共存する地域であるといえ、またこうした点は、主に圏央道ゾーンを中心とする埼玉県内の郊外部のエリアに共通する特性でもある。

こうしたことから、利根地域が抱える課題等を分析し、対応する政策を考察することで、類似の特性を有する多くの地域のモデルケースとなり得るのではないかと考え、対象地域として選定した。

1 埼玉県『埼玉県5か年計画』（2017年）205ページ

2 現状及び課題の抽出

まず、当チームは、利根地域の現状を分析し、地域づくりの担い手として「70歳以上の高齢者」と「20歳代の社会人（地域内外問わず）」に注目することとした。

以下に現状と課題の分析結果を示す。

（1）現状

1）なぜ高齢者に注目したか

全国で高齢化の進展が問題となっているが、埼玉県や利根地域ではどうだろうか。

「埼玉県町（丁）字別人口調査」によると、埼玉県の2021年1月1日現在の65歳以上の人口の割合は26.50%である。図表（4-2）1は、利根地域内各市町の65歳以上人口の割合変化を示す表であるが、全市町が県の平均を上回っており、利根地域の平均は31.32%であることがわかる。これは、県内の他地域と比較しても高水準である。また、2016年と2021年と比較すると、利根地域としては平均4.63%の増加率となっており、今後も高齢化のさらなる進展が見込まれているところである。

図表（4-2）1 利根地域内各市町の65歳以上人口の割合変化

市町	2016年	2021年	増加
行田市	26.71%	31.59%	4.88%
加須市	24.54%	29.80%	5.26%
羽生市	25.80%	29.79%	3.99%
久喜市	25.62%	30.68%	5.06%
蓮田市	28.10%	32.05%	3.95%
幸手市	28.52%	34.79%	6.27%
白岡市	24.21%	27.76%	3.55%
宮代町	29.33%	32.53%	3.20%
杉戸町	27.41%	32.87%	5.46%
利根地域平均	26.69%	31.32%	4.63%

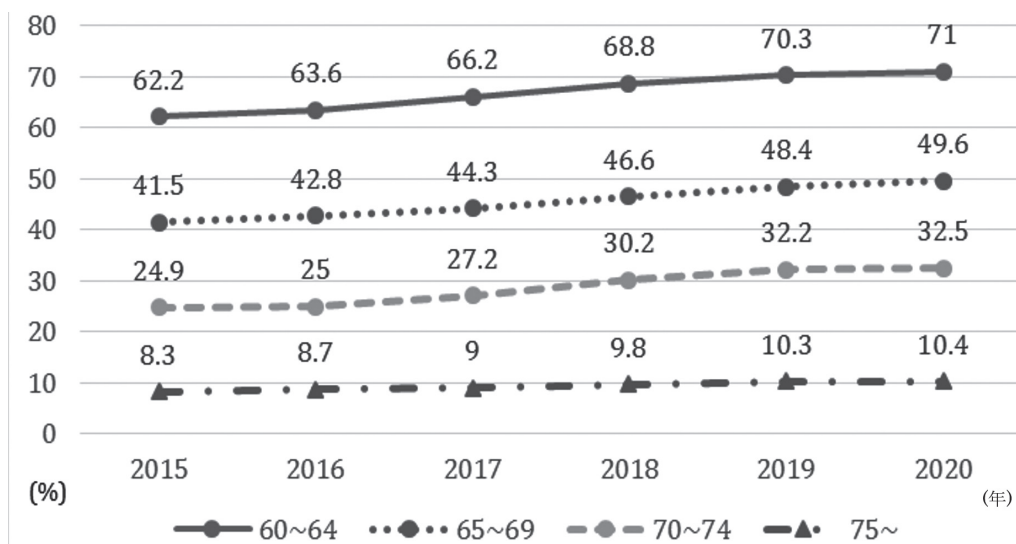
出典：埼玉県統計課「埼玉県町（丁）字別人口調査」令和3年1月1日現在より筆者作成

（ア）なぜ70歳以上か

「高齢者」というと、各省庁のデータ等を見ても65歳以上を指すことが一般的である。ここで注目したいのは、高齢者のライフスタイルの変化である。近年、定年を過ぎても就労する人の割合は増えている。2015年の国勢調査の結果によると、65歳以上の高齢者の就業率は24%であり、約4人に1人が働いていることが分かる。図表（4-2）2は、年

年齢階級別にみた就業率の推移であるが、高齢者の就業率は年々増加しており、60歳～75歳以上の就業率は2015年から2020年で約122%の増加率となっている。今後、2025年に定年が65歳に延長されると更に65歳～70歳の就業率は増加することが予測される。

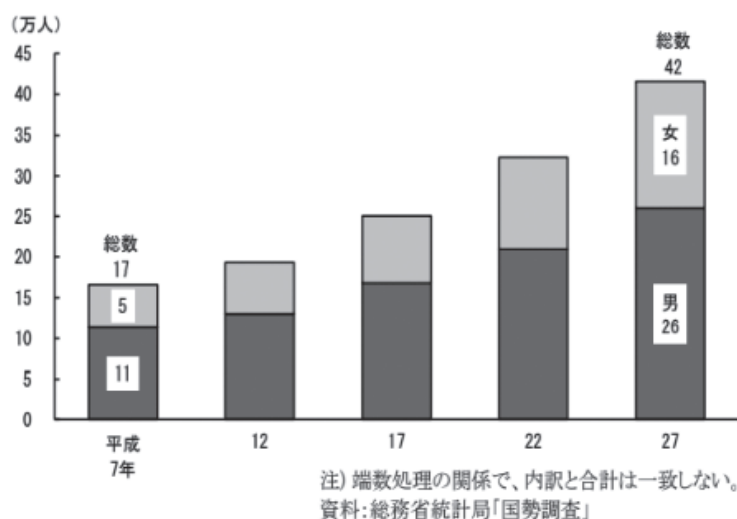
図表(4-2)2 年齢階級別就業率の推移(2015年～2020年)



出典：総務省「労働力調査」より筆者作成

また、図表(4-2)3は埼玉県の65歳以上の高齢者の就業者数の推移であるが、1995年からの推移をみると、高齢者の就業者数は増加を続けていることがわかる。

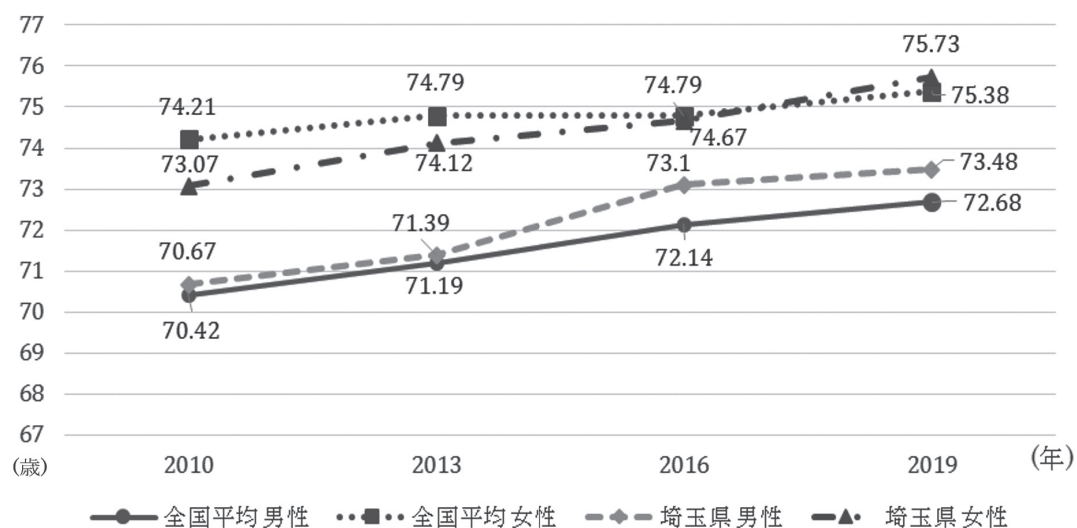
図表(4-2)3 高齢者の就業者数(65歳以上)の推移(全県)



出典：統計からみた埼玉縣市町村のすがた2021

次に、健康寿命に注目した。健康寿命とは、「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間」であり、図表(4-2)4に示す通り、全国的に2010年から2019年にかけて、男性は2.26歳、女性は1.17歳延びている。

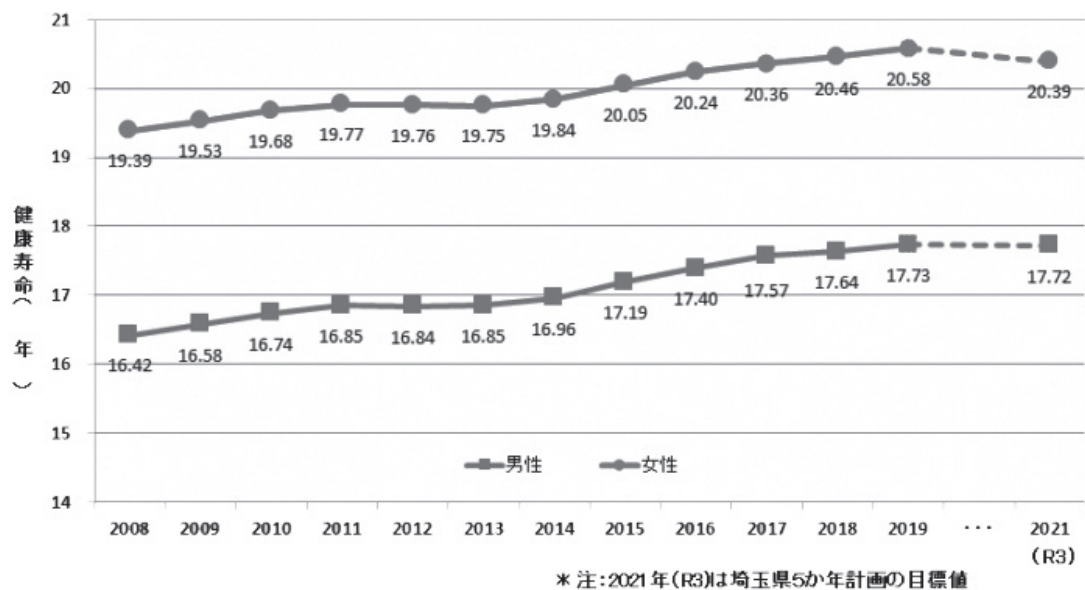
図表(4-2)4 健康寿命の推移(2010年～2019年)



出典：厚生労働省「健康寿命の令和元年地について」より筆者作成

また、健康寿命について、埼玉県では「65歳に達した県民が健康で自立した生活を送ることができる期間、具体的には、介護保険制度の要介護2以上になるまでの期間」として別途算出しており、その推移は図表(4-2)5の通りとなっている。

図表(4-2)5 埼玉県における健康寿命の推移



出典：埼玉県ホームページ 埼玉県の健康寿命

埼玉県の算出方法では、2019年では女性85.58歳、男性82.73歳となっており、先ほどの就業者数の推移と合わせてみると、今後も65歳以上で働く人の数は増えると考えられる。

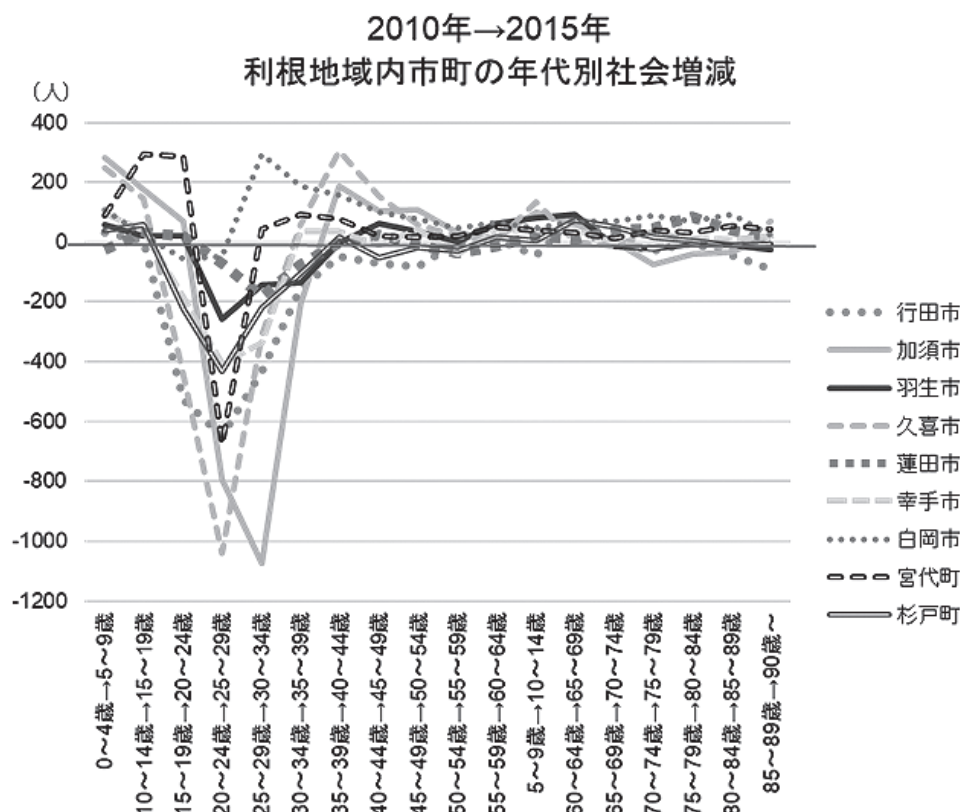
このように、従来の高齢者像が変化し健康寿命の伸長と共に、近年「アクティブシニア」という言葉を耳にするようになった。一般社団法人日本アクティブシニア協会によ

ると、アクティブシニアとは「年齢を重ねてもいつまでもいきいきと活動したいと考えており、自分の価値が認められていると自覚できるように、仕事や趣味に対して非常に意欲的な前期高齢者(65～75歳)」と示されている。今後は、更に増加する高齢者に積極的に地域づくりに取り組んでもらい、高齢者が地域との関わりを強くし、新しいコミュニティを創造できるのではないかと考える。そこで当チームは、今後アクティブシニアの活躍に伴い、現役を退く一般的な年齢が70歳まで引き上がることを想定し、地域づくりの担い手として「70歳以上の高齢者」を対象とすることとした。

2) なぜ20歳代の社会人に注目したか

埼玉県(県南ゾーンを除く)では20歳代の転出が顕著である。利根地域での社会増減はどんな状況か確認する。

図表(4-2)6 利根地域内各市町の年代別社会増減

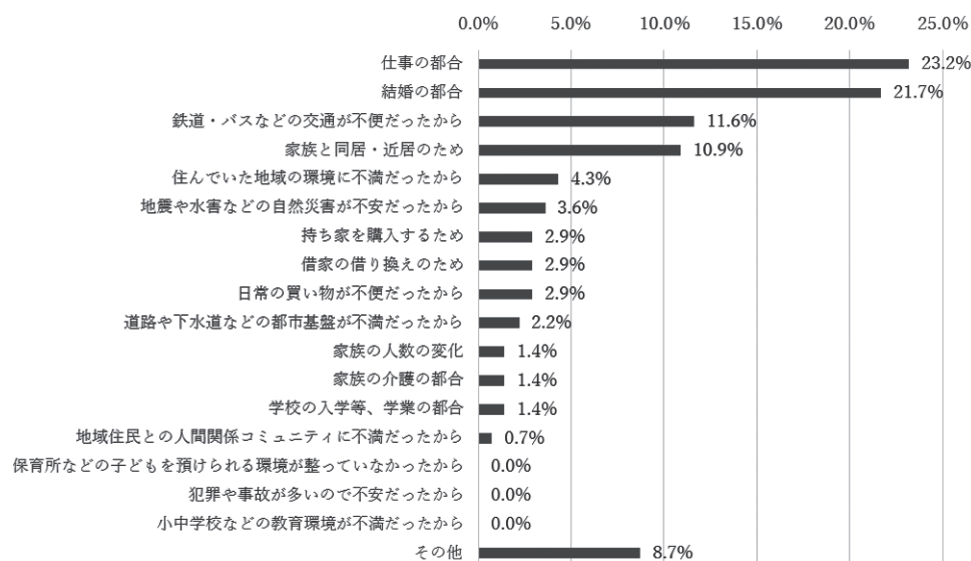


出典：RESAS 年齢階級別純移動数の時系列分析より筆者作成

図表(4-2)6のとおり、利根地域でも市町により多少の差はあるものの、20歳代の転出は顕著である。2010年時点で、20歳～24歳だった人の利根地域内市町からの転出数は4,543人であった(利根地域内での転出入が含まれている点には注意が必要である)。

転出の理由について利根地域内各市町の市民アンケート結果等から確認した。その中から幸手市の結果を参考として図表(4-2)7のとおり抜粋する。

図表(4-2)7 幸手市からの転出のきっかけ

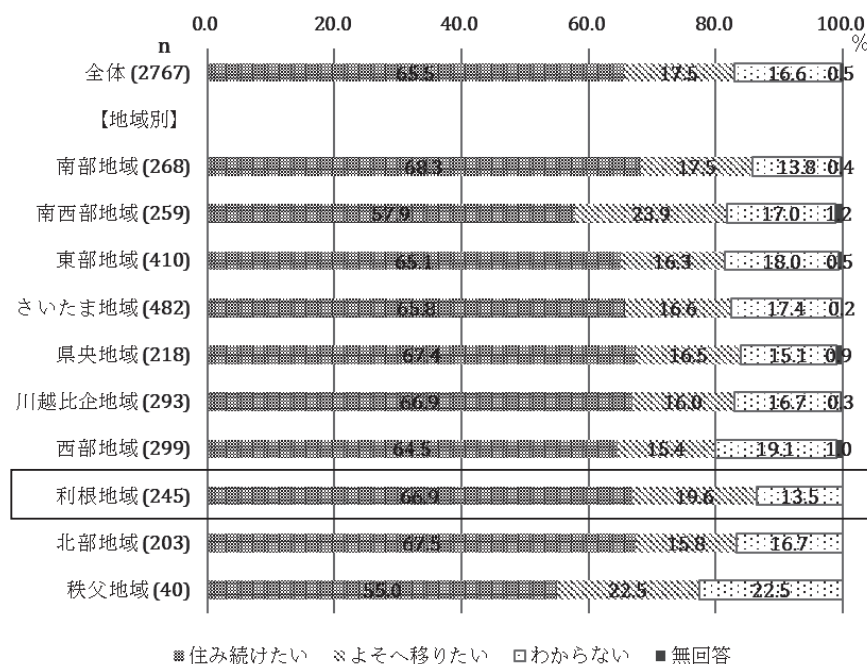


出典：第2期幸手市まち・ひと・しごと創生総合戦略 市民アンケート結果(2020年3月)より抜粋

幸手市における転出の理由は、大部分が「仕事の都合」と「結婚の都合」であった。ある意味、自分の意志だけでは決定できない要素が大きく影響している。

転出した若者が、その後も地域への関心を持ち続け、地域づくり活動に何らかの形で関わるには、地域への愛着は大きなポイントとなると考えた。その点について、図表(4-2)8、(4-2)9、(4-2)10から検証したい。

図表(4-2)8 問「あなたは、今お住まいの地域に、ずっと住み続けたいと思いますか。それとも、できればよそへ移りたいと思いますか。」に対する回答



出典：令和3年度埼玉県政世論調査より抜粋

図表(4-2)9 地域別 埼玉県に定住したい理由

	調査数 n	愛着が あるから	住み慣れた ところから	交通の便が よいから	買い物に 便利だから	病気のとき が身近にあり から	医療機関が よいから	自然環境が よいから	通勤や仕事に 便利だから	うまき合 いがある	隣近所の人 との付き合い が	近く、兄弟 や親戚が	治安や風紀 がよいから	公共施設が 整っている 公園などの	道路、上下 水道、公園 などの	学校、図書 館などの教 育・文	土地柄や人 情がよい	適した事業 などから	商売や事業 などから	その他	特に理由 はない	無回答
全体	1812	59.1	47.7	39.0	33.5	32.5	28.5	27.3	27.3	25.4	21.2	16.2	14.1	4.5	4.1	2.3	0.1					
地域別																						
南部地域	183	61.2	59.6	47.0	35.5	18.6	37.7	26.2	25.1	13.1	31.1	18.0	12.0	4.9	4.9	0.5	-					
南西部地域	150	55.3	54.7	46.7	34.7	20.0	33.3	26.0	22.7	21.3	18.0	12.7	18.0	5.3	1.3	4.7	-					
東部地域	267	54.3	49.1	43.8	31.5	21.7	28.8	21.7	23.6	18.4	15.7	10.9	10.5	4.1	2.6	1.9	-					
さいたま地域	317	53.9	61.5	45.4	34.1	27.4	34.7	20.8	20.8	37.5	28.4	28.4	10.7	4.4	3.2	2.8	0.3					
県央地域	147	54.4	33.3	31.3	28.6	30.6	19.7	27.9	30.6	24.5	19.0	13.6	11.6	4.8	4.8	2.7	0.7					
川越比企地域	196	60.7	48.0	40.8	36.7	35.7	28.6	28.6	31.6	28.6	18.9	14.8	20.9	5.6	5.1	2.0	-					
西部地域	193	63.2	45.1	34.2	40.9	60.1	23.8	32.6	23.8	31.6	20.7	15.5	11.4	4.7	5.7	1.6	-					
利根地域	164	67.1	31.1	28.0	34.8	40.9	18.9	36.0	34.1	23.8	12.8	9.1	18.3	0.6	3.7	1.2	-					
北部地域	137	69.3	39.4	27.0	25.5	40.9	26.3	33.6	39.4	21.9	20.4	17.5	15.3	6.6	5.1	0.7	-					
秩父地域	22	68.2	4.5	4.5	4.5	59.1	13.6	27.3	54.5	18.2	-	-	18.2	-	13.6	13.6	-					

出典：令和3年度埼玉県政世論調査より抜粋

図表(4-2)10 問「これからも久喜市に住み続けたいですか。」に対する回答

		回答者数	永く住み 続けたい	当分住み 続けたい	できること なら住みた くない	どちらとも いえない	その他	無回答
年齢	全体	2,370	895	802	82	423	24	144
		100.0	37.8	33.8	3.5	17.8	1.0	6.1
	10代	100	18	43	5	30	2	2
		100.0	18.0	43.0	5.0	30.0	2.0	2.0
	20代	225	34	100	10	68	3	10
		100.0	15.1	44.4	4.4	30.2	1.3	4.4
	30代	323	113	124	16	50	2	18
		100.0	35.0	38.4	5.0	15.5	0.6	5.6
	40代	358	126	123	9	71	4	25
		100.0	35.2	34.4	2.5	19.8	1.1	7.0
	50代	399	140	133	14	79	3	30
		100.0	35.1	33.3	3.5	19.8	0.8	7.5
	60代	509	235	149	10	79	4	32
		100.0	46.2	29.3	2.0	15.5	0.8	6.3
	70代以上	426	215	121	16	42	6	26
		100.0	50.5	28.4	3.8	9.9	1.4	6.1
	無回答	30	14	9	2	4	-	1
		100.0	46.7	30.0	6.7	13.3	-	3.3

出典：久喜市 第2次総合振興計画市民意識調査結果報告書より抜粋

図表(4-2)8を見てみると、埼玉県全域では65.5%の人が埼玉県に住み続けたいという意向を持っており、利根地域も同水準である。図表(4-2)9、「定住したい理由」は「住み慣れていて愛着があるから」が利根地域では67%を占めており、愛着による定住意向は高いものとする。図表(4-2)10で久喜市の調査をもとに若い世代の意向に注目してみると、約半数は地元への愛着から定住意向を持っていることが分かる。しかしながら、10代、20代ともに30%が「どちらともいえない」と回答している点から、定住したいけれども様々な事情がそれを許さないことが伺える。

3) 当チームが考える「地域づくり」と、利根地域の地域づくり活動への意識

一口に地域づくりと言っても、様々な活動が想定される。商店会の活性化、空き家のリノベーションなどがある中で、当チームの研究における「地域づくり」とは、「地域活動を通して、にぎわいのある地域をつくること」とする。

2021年度の埼玉県政世論調査から、利根地域の地域づくり活動への参加についての経験や意識について検証する。「あなたは、過去1年間に、地域社会活動²に参加したことがありますか。」という質問に対して、県全体では参加したことが「ある」が32.1%、「ない」が65.1%だった。利根地域では「ある」が34.3%、「ない」が62.2%であり、県全体と大きな差はない。ここで2点、気になったことがある。1点目は、秩父地域の参加したことが「ある」の割合は、50.0%と半数に上っている点である。また、2点目は、利根地域と同様に高齢化率の高い、北部地域や川越比企地域でも、それぞれ北部地域は43.8%、川越比企地域は38.2%と利根地域より高い割合で地域社会活動に取り組んでいると回答があった点である。

続いて、「地域社会活動への不参加の理由」の回答を見てみると、県全体では「仕事や子育て等により忙しく活動する時間がない」「興味がない」「参加するきっかけが得られない」という回答が上位3位を占めている。利根地域の回答を他の地域の回答と比較してみると、「仕事や子育て等により忙しく活動する時間がない」の割合は、県内で一番少なく、逆に「参加したいと思う団体や活動がない」は県内のどの地域よりも高い割合だった。利根地域は、他の地域に比べると活動の時間はあるが、参加したいと思う団体や活動に出会えない人が多いということが分かる。

2 埼玉県『令和3年度埼玉県政世論調査結果の概要』(2021年)36ページ

図表(4-2) 11 地域社会活動への不参加理由

	調査数 n	忙しい仕事や子育て等に時間がない	興味がない	参加するきっかけがない	新型コロナウイルス活動がで感	や参加したいと思う団体	情団体が・活動にについて	その他	特にな	わからない	無回答
全 体	1,801	29.9	25.0	23.3	18.9	9.4	9.3	6.8	8.8	1.2	3.8
地域別											
南部地域	176	27.3	30.7	29.5	13.1	11.4	11.9	4.0	7.4	2.8	2.3
南西部地域	201	33.8	28.9	23.9	16.9	9.0	8.5	7.5	6.0	1.0	4.5
東部地域	298	32.6	24.8	20.8	18.1	9.4	8.1	7.7	10.4	1.7	4.0
さいたま地域	336	34.8	19.6	27.4	20.5	6.3	10.4	5.4	9.8	0.3	3.3
県央地域	138	32.6	24.6	23.9	18.8	10.9	8.7	5.8	8.0	-	2.2
川越比企地域	173	24.3	24.3	20.2	22.0	9.8	8.7	6.9	9.8	1.7	2.9
西部地域	174	25.3	27.6	24.7	14.4	11.5	10.3	9.2	8.0	1.1	4.0
利根地域	152	23.0	26.3	19.1	19.7	13.2	7.9	7.9	8.6	2.0	6.6
北部地域	106	29.2	22.6	14.2	27.4	3.8	9.4	8.5	7.5	-	6.6
秩父地域	20	35.0	35.0	30.0	25.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	-

出典：令和3年度埼玉県政世論調査より抜粋

(2) 課題の抽出

ここまで、高齢化の進行、20歳代の若者の転出、地域づくり活動への利根地域の意識について調査した。調査結果を通して見えたことをまとめると、以下の3点である。①人口に占める高齢者の割合は、埼玉県内でも高水準である。②20歳代の若者は、仕事や結婚の都合で転出してしまうが、地元へ愛着がないわけではない。③利根地域は、他の地域と比べて、興味のある地域づくり活動と出会えていない(もしくは、活動の数自体が少ないことも考えられる)。

高齢者が多くいるにもかかわらず、興味ある活動と出会えず、20歳代の若者が転出してしまう状況が続くと、地域づくりの担い手がますます減ってしまうことが予想される。つまり、利根地域は「持続可能な地域づくりの担い手が不足」している状況と考えられる。利根地域における「持続可能」な地域づくりの活動とはどんな活動だろうか。まずは、地域内の高齢者も、地域外の若者も活動に関われること、さらに、地域づくりの活動を引き継いでいくための後継者の育成や活動の運営資金の調達など、「自走」していける活動を目標とする。

3 事例調査

利根地域への政策提言を考察するにあたり、現状と課題を踏まえ、その解決のヒントとなるような事例として、以下の3つの団体等の取組を選定し、ヒアリング調査を実施した。

1つ目の調査事例は、「BABAlab^{ババラボ}」である。BABAlabは地域内の高齢者が集まり、活躍できる場づくりを行っている事例として調査を実施した。

2つ目の調査事例は、「株式会社kaettara^{カエッタラ}」である。株式会社kaettaraは都内に転出した若者世代を地元とつなげる事業を行っている事例として調査を実施した。

3つ目の調査事例は、高知県梶原町^{ゆすはら}における「集落活動センター」である。集落活動センターは地域住民が主体となって、自らの手で組織運営を行い自走しながら地域住民の生活を支えている事例として調査を実施した。

(1) 調査事例1 BABAlab (運営：シゴトラボ合同会社)

BABAlabは、シニア世代に加え、いつかはシニアになる若い世代も一緒に「長生きするのも悪くない」と思えるための仕組みについて考える場づくりや、アイデアを形にして運営する取組を主な事業としており、シゴトラボ合同会社が運営している組織である。

今回のヒアリング調査では、同組織の取組や考え方、事業を継続するためのポイントについて代表の桑原静氏とBABAlabさいたま工房スタッフの横地真子氏から、さいたま市南区にあるBABAlabさいたま工房にてヒアリングを行った。

図表(4-3)1 BABAlabヒアリング調査の様子(写真右から2番目桑原氏、中央横地氏)



出典：筆者撮影

1) 設立の経緯及び目的

もともとWEBディレクターをしていた桑原氏が、人生100年時代と言われる中、若い人が長生きすることへの希望を見い出せていない現状を鑑み、長生きしても悪くない、と思える仕組みを作りたいと思い開業した。

現在多世代の方が多数参加され、今回の調査において注目した仕組みであるBABAlabさいたま工房のコンセプトは「100歳になっても私らしく働き、いきいきと暮らし続けられる社会に」。働けるところはあるけれど、自分自身の得意分野を生かして働きたい人たちのために、働ける場所を作ること、そして働きながら生きがいを持ち、さらに地域の人たちとつながれる機会を作ることによっていきいきと暮らせるような社会を作ることとを目的とした。

2) 事業内容

BABAlabは、シニアの経験や豊富な知識を生かした「ホンネ会議」の開催など、仕組みについて考える場づくりや、2011年にさいたま市でオープンした「BABAlabさいたま工房」の運営を始めとした、アイデアを仕組みにして運営する取組を実施している。

図表(4-3)2 BABAlabさいたま工房事業に関する説明



出典：筆者撮影

(ア)「仕組み」について考える場づくり

ア)「ホンネ会議」の開催

シニア世代のリアルな声を集めるためのイベントや学習会の企画・運営を行っている。毎年8月に約100名の参加者を集め、リアル又はオンラインで実施している。

イ)「月1学習会」の開催

「シニア男性の活躍」「地域の助け合いサービスについて」など、毎月様々なテーマに沿ってアイデアを出し合う学習会を開催している。多くの人が面白いと感じたアイデアについては、アイデアで終わらせずに試しにやってみることとしている。

ウ)「研修・セミナー・講座」の企画と運営、講師派遣

上記の会議、学習会のほか、行政や企業、市民向けに「セカンドライフ応援セミナー」「BABALab さいたま工房の事例紹介～100歳まで働ける仕組みとは～」 「高齢化社会の課題解決型ワークショップ」「シニアが担い手のコミュニティビジネス講座」など、様々なセミナー企画や実施、講師派遣などを行っている。

(イ) アイデアを「仕組み」にして運営する取組

ア)「BABALab さいたま工房」

多世代の女性たちによるものづくりを軸にした、自分の好きなことやできることを生かした就労や活動の仕組みづくりの他、シニア世代を中心に、参加者が主体となった商品企画・開発・ワークショップ運営などを実施している。

イ)「シニアテック」

シニア×テクノロジーで高齢化社会の課題を解決する場づくりを行う。ICTを軸にしたシニアの活動や就労の仕組みづくり、WEBサービスやアプリの開発などを行う。

ウ)「BABALab シニアチャンネル」

シニアの活動支援や人材育成の仕組みづくりに取り組み、参加者からの発案で、シニアに関連した動画撮影、コンテンツ作成・配信を通して「シニアYouTuber」として活躍するための活動が行われている。

3) 事業を持続可能にするポイント

今後事業を持続して運営していくために重要と考えられるポイントとして、以下が挙げられた。

(ア) 人を大事にする

桑原氏及びBABALabが事業を進めていくうえでの基本姿勢は「来るもの拒まず」である。参加を希望する方についてはどんな人でも受け入れており、一度登録した人は基本的に永続的にメンバーとしてBABALabに所属する。中には、しばらく顔を見せなかった人が数年経って顔を出すこともあるとのことだった。そのような緩やかなつながりを生み出すことで働きやすい環境を作っている。

(イ) 活動するための拠点がある

BABALabは、さいたま市南区内の住宅街の一角にある民家を借り受け、ものづくりの職場としてBABALab さいたま工房を運営している。BABALab さいたま工房では、多世代の女性たちがものづくりを行っているほか、ショップを併設して雑貨の販売や

ワークショップの開催等も行っている。このような多様な関わり方ができる活動の場が、固定化した拠点として存在することで、様々な方が集まり交流できる居場所として機能し、BABAlabに関わりを持つ関係人口を増やすことが可能となっている。

（ウ）代表が事業の先をみている

BABAlabさいたま工房のスタッフである横地氏から、団体の運営に当たっては代表の桑原氏の事業の先を見る姿勢が事業を持続するうえでの重要なポイントになっているとのお話があった。BABAlabの運営はスタッフや参加者の緩やかなつながりの中で、比較的自由に行われている。そうした環境下で、強いリーダーシップがなくとも、代表がしっかり先を見据えていることで、現場のスタッフが安心して仕事に取り組むことが可能となるということであった。

（2）調査事例2 株式会社kaettara

株式会社kaettara（以下、kaettara）は代表の永井彩華氏が2017年11月に設立した法人である。永井氏は栃木県小山市出身で、大学卒業後都内の企業で働いていたが、「地方出身者って、地元の家族のそばに住むか自分の好きな仕事をするのかどちらか一方を選ばないといけないのだろうか」という疑問を感じたことから、地元である栃木県とのつながりを深める活動を始めた。その活動をきっかけに法人を立ち上げ現在に至っている。

今回のヒアリング調査では、永井氏が仕事の本拠地としている東京都文京区のコワーキングスペース「^{がらくた}我楽田工房」で、kaettaraが実施している「かえれる地元をつくる」取組や、都心の若者と地域をつなげる取組についてヒアリングを行った。

図表（4-3）3 kaettara代表永井氏（左から2番目）と研究チーム



出典：筆者撮影

1) 設立の経緯及び目的

永井氏は、地元栃木県とのつながりを深める活動の一環として、2015年2月に「栃木ゆかりのみ」という活動を始めた。これは、栃木県出身者など、栃木県にゆかりのある人が、栃木県にゆかりのあるお店で、栃木県にゆかりのあるものを飲食しながら交流する会である。この「栃木ゆかりのみ」の活動を通して、こうした同じ地方の出身者が集まる場が求められていること、また、現在は首都圏に住んでいるが、地元で貢献したいという想いや、いつかは地元に戻りたいという想いを抱えている人が多くいることを強く感じ、こうした人が理想的に地元に戻れる形を創出することを目指して、kaettaraを設立したとのことであった。

kaettaraは、「かえれる地元をつくる」ことをビジョンとしており、都心に出てきた若者がいつか地元に戻れるように、①地元に戻りたいという想いがある人同士をつなぐこと、②地元で挑戦できる仕事に就いて働ける環境をつくること、を目的として事業を行っている。

2) 事業内容

kaettaraは「地域の課題解決へ向けた伴走支援型コンサルティング事業³」を行っており、具体的な内容は以下のとおりである。

（ア）栃木ゆかりのみオンライン

2020年5月から、コロナ禍でなかなか地元に戻り足元を運ぶことができない首都圏の栃木県出身者に、地元のリアルな情報を届け、地元の人たちとのつながる場をつくるため、「栃木ゆかりのみオンライン」事業を展開している。「栃木ゆかりのみオンライン」は、栃木県にある25市町の有志自治体職員と協力し、各回一か所の市町をテーマに出身者と地元の人との交流や情報交換を行うもので、全ての市町に焦点を当てて順番に開催されている。

栃木県以外にも、これまでに群馬県、青森県、京都府でも開催されたほか、海外在住の栃木県出身者のゆかりのみオンラインを開催するなど、事業の広がりを見せている。

3 株式会社kaettaraホームページ「COMPANY」(<https://kaettara.co.jp/company/>)2022年2月3日閲覧

図表(4-3)4 栃木ゆかりのみオンラインの様子



出典：株式会社 kaettara より提供

(イ)かえられる地元をつくるプロジェクト「MIKIRO」

「MIKIRO」は情報発信や取材活動を通じて、かえられる地域の姿を発信する Web メディアである。そのコンテンツの一つに、栃木県の地元企業にスポットを当ててその魅力を紹介しているものがある。地元企業への取材活動を通じて、栃木県にある魅力的な地元企業の再発見につながった。また、魅力的な企業なのに認知度が低かったり、地元に戻りたい人と企業とのマッチングがなされていなかったり、新しい仕事にチャレンジできる環境が不十分である、といった課題にも気づくことができたということであった。

(ウ)企業や個人、地方自治体の間をつなぐコンサルティング

2020年度から栃木県小山市と連携し、「女性の活躍×デジタルトランスフォーメーションを推進するまち小山市・関係人口創出事業」を実施している。当事業は女性が定住したくなる環境整備として、多様な挑戦ができるよう仕事を充実させるためにデジタルトランスフォーメーションを推進するものである。デジタルトランスフォーメーションの推進は女性が望む雇用創出を実現するための手段として親和性が高いため、この推進に関心のある企業・個人から関係人口創出を図るものである。これまでに市役所の女性管理職への取材と情報発信、小山市をフィールドにした挑戦の可能性について語り合う場の開催、地域の女性たちによるスマートフォンアプリ開発などの事業を展開している。

3) 事業を持続可能にするポイント

今後の事業を持続可能にするポイントについては以下のとおりであった。

(ア) 様々なネットワークの活用

これまでの活動や事業を通して、栃木県内外の法人や個人、自治体などとの間に幅広いネットワークが構築されてきた。今後こうしたネットワークを活用して、例えば自治体とつながりを持ちたい企業との間を取り持つことがkaettaraの役割であり、そうした役割がこれからは求められてくるのではないかとのことであった。

(イ) 地域の外から関わること

地域の中から地域づくりに関わろうとすると、残念ながら様々なしがらみの中で思うような活動ができなくなってしまう場面がある。そこで、kaettaraはあえて東京に拠点を置くことで、しがらみにとらわれず、外から様々な知識や経験を持った企業や団体を地域につなぐことができるということが重要であるとのお話があった。

(ウ) オンラインの活用可能性

「ゆかりのみ」をオンライン化したことによる利点として、地元の人の参加が多くなったことが挙げられるとのことだった。東京にいる栃木県出身者のほか、地域内にも地域に想いを抱いている人が多くいる。オンラインの活用により地域外の人への関わり方が変わるとともに、地域内のネットワークも変わるのではないかとのお話があった。

(3) 調査事例3 高知県梼原町集落活動センター

高知県では地域住民が主役となって、地域が抱える課題を解決する「集落活動センター」の取組の推進、支援を行っている。これは地域住民の想いややりたいことを実現するため、地域で支え合い、助け合う仕組みづくりや、地域でお金が回る仕組みづくりを目指すものである。

集落活動センターは高知県内の10市17町5村、63カ所(2021年10月27日現在)に設置されている。そうした中、同県梼原町には町内6つの行政区全ての地区で集落活動センターが設置されており、それぞれの地域の特性や課題に応じた取組がなされている。今回のヒアリング調査では、梼原町の集落活動センターの推進及び支援に関する取組について、また、6つの集落活動センターのうち「集落活動センター四万川」の取組について、梼原町まちづくり推進課 高橋里香氏、集落活動センター四万川 会長 空岡則明氏にオンラインでヒアリングを行った。

図表(4-3)5 ヒアリング調査の様子(写真左下、左側が高橋氏、右側が空岡氏)



出典：筆者撮影

図表(4-3)6 集落活動センター四万川全景



出典：梶原町まちづくり推進課より提供

1) 設立の経緯及び目的

梶原町で集落活動センターが設置され始めた時期というのは、少子高齢化による影響や生活に密着した施設や店舗の閉鎖など、地域における課題が顕在化してきた時期であったとのことである。そうした課題をきっかけに地域住民の間に危機感が共有され、「自分たちの生活は自分たちで支えよう」という想いのもと、町と各地域で話し合いを行った。そうした話し合いの中から、それぞれの地域の特色や課題に即した集落活動センターが設置されてきた。現在では町内の6つの行政区全ての地区に集落活動センターが設置されている。

梶原町の集落活動センターの事業目的は、町内の各地域の課題に即して設定されている。細かく見ると異なる部分もあるが、共通している点は、①地域住民の生活を地域自らの手で支えるという点と、②生活に必要なものなどを地域内で調達できる環境を整えるという点の2点である。

2) 事業内容

今回の事例調査では、集落活動センターの事業内容の一例として「集落活動センター四万川」（以下、「集落活動センター」）における事業の内容について紹介する。

（ア）ガソリンスタンド運営事業

地域で唯一のガソリンスタンドが2011年2月の法律改正により、2013年1月末までに施設を改修しないと営業できないということになったが、改修には多額の費用を要することから廃業を余儀なくされた。しかし地域住民の願い・暮らしを守るという強い思いから、地域住民自らが集落活動センターで事業に取り組むこととし、2013年9月株式会社四万川を設立、現在も運営している。

（イ）地場産品・生活用品等の販売

ガソリンスタンドの運営を始めたところ、地域から生活用品も揃えられればとの声があり、ガソリンスタンドの事務所の一部に販売所を設け、生活用品や地元の農産物、加工品などの販売を行っている。

（ウ）葬祭事業

地域で暮らし続けたいという地域住民の願いを叶え、集落活動センターの事業経営の多角化・安定を図るため、旧幼稚園を活用して葬祭事業を開始した。

（エ）配食サービス事業

地域の高齢者の見守り活動を兼ねた配食サービスを行っており、町から委託を受け、1人当たり100円の委託料で高齢者の見守り活動の一環として、月に2回の配食サービスを行っている。

（オ）観光案内事業

梶原町は「坂本龍馬脱藩の地」であり、町の観光資源として活用している。集落活動センターにおいては、坂本龍馬の脱藩の道を活用した脱藩ウォークなどのイベント開催や地域の史跡案内を行っている。

(カ) 鶏^{きじ}肉生産加工事業

梶原町の特産品である鶏肉加工業が施設の老朽化や生産者・スタッフの高齢化に伴い、廃業の危機に瀕していたため、集落活動センターで事業承継を受け、株式会社四万川が運営している。

3) 事業を持続可能にするポイント

今後の事業を持続可能にするポイントについては以下のとおりであった。

(ア) 自走を可能とする安定的な収入

四万川は集落活動センターとしての拠点整備等に際し、行政からの助成を活用するほか、地域住民からも一口1万円の出資を受けて株式会社という形で立ち上げ、当初に必要な資金を確保した。その資金を元に事業を積み重ね、営業収益が出せる状況になってきている。

今後も地域の生活を支える拠点として継続していくためには、まず安定的な収入を得ることが重要であるとのことであった。

(イ) 経営ノウハウのある人の確保・育成

事業を拡大し収入が増えてくると、一地域活動団体としてだけではなく、一企業として先を見据えた経営を行うことが必要となる。現在のところ、経営面を代表の空岡氏が担っているが、今後の経営を考えると、新たな若い人材を登用し、企業としてセンター経営を担えるよう育成していく必要があるとのことであった。

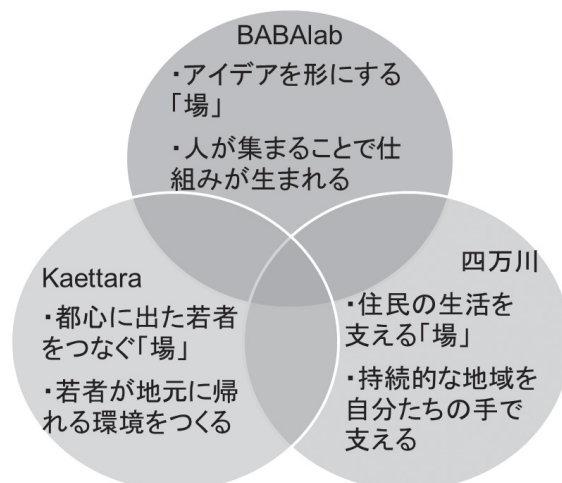
(ウ) 次世代への円滑な事業承継

他のセンターにも共通する課題として、センターの代表を行政区長が兼ねることの難しさがあるとのことだった。現在、6つのセンターの多くは、各行政区の区長が代表を兼ねている。しかしながら、区長としての業務とセンターの運営業務との折り合いに苦慮している代表が多いことから、それぞれに独立して事業を進められるよう、新たな人材にセンター事業を承継する必要があるのではないかとのお話があった。

(4) 事例調査のまとめ

今回の事例は先述のとおり、それぞれ「高齢者の活躍(BABA lab)」、「転出した若者世代とのつながりづくり(kaettara)」、「地域による組織運営(集落活動センター)」という観点から選定して、調査を行ったもので各調査事例におけるポイントをまとめると次のとおりである。

図表(4-3)7 調査事例のポイントまとめ



出典：筆者作成

それぞれに異なった切り口から選定した事例であるが、詳細な事業内容や事業の継続についての調査を行ったところ、共通する重要な点が見えてきた。

それは、いずれの事例においても、「それぞれを構成する主体が活躍できる『場』を提供している(しようとしている)」という点である。BABAlabでは主に地域の活力あるシニア世代の方が、kaettaraでは地元に戻りたい若者世代の方が、集落活動センターでは地域でお互いの生活を支え合おうとする住民が、活躍・活動することができる場を提供することで、それぞれの主体が、自らの意思で、自らに合った形で地域に関わることを可能とする、「関わり方の多様性」を生み出している。関わり方の多様性があることで、地域に関わる当事者が増え、その中から地域づくりの担い手が創出されていくのではないかな。

さらに我々は検討の中からこうした場づくりを行うための要素として重要な4つのポイントを見出すことができた。

1つ目のポイントは「人と人とのつながりをつくる」ことである。kaettaraでは、「栃木ゆかりのみオンライン」事業を通して、地元に戻りたいという同じ思いを持つ若者たちが地元にいる人とオンライン上でつながり、関係を構築している。また、BABAlabや集落活動センターでは、同じ地域や集落で生活する住民同士が、自分たちができることを持ち寄って生活を支え合うためのつながりを作っている。

2つ目のポイントは「具体的に存在する場所をつくる」ことである。BABAlabでは、さいたま工房として活用している拠点が、高齢者をはじめとする地域の方が集うことができる居場所になっている。また、kaettaraでは、オンライン上のつながりが地域内外の人が集まり情報交換ができる場所に、集落活動センターでは、各センターがあることでそれぞれの地域の特色ある活用拠点や課題解決の場所となっている。

3つ目のポイントは「稼いで自走できる仕組みをつくる」ことである。集落活動センターでは、地域生活を支えていく拠点として組織が存続していくため安定的に稼ぐとともに、運営や事業に携わる住民がやりがいを感じられるよう報酬を得られる仕組みとなっている。

る。また、BABAlabでは参加者が持つスキルを活かして報酬を得られる仕組みとなっている。kaettaraでは地元へ帰った若者が、地元で収入を得られるように挑戦できる仕事を発掘・創出する仕組みづくりを目指して事業を展開している。

さらに“稼ぐ”ことを見据えて事業を行う場合、個人事業主として行うか法人化するか検討も必要になる。今回、取り上げた3つの事例における運営主体は「シゴトラボ合同会社」「株式会社kaettara」「株式会社四万川」と全て法人化している。個人事業、法人化にはそれぞれメリット・デメリットがあるため、事業の特性やコスト面などの指標を用いて検討する必要がある。

図表(4-3)8 事業主体の比較

	個人事業主	合同会社	株式会社
事業の主体	個人	法人	法人
出資者の人数	1人	1人以上	1人以上
責任	無限責任	有限責任 (出資者＝経営者)	有限責任 (出資者≠経営者)
確定申告	必要	必要	必要
決算日	年末	自由に決められる	自由に決められる
申告期限	3月15日	事業年度末から2か月以内	事業年度末から2か月以内
キャッシュ	引き出し簡単	工夫が必要(給与を出す等)	工夫が必要(給与を出す等)
個人所得課税	事業所得	給与所得	給与所得
税額	赤字なら他の個人所得と通算 累進課税最大55%	赤字でも年7万円かかる 中小法人21.4%～33.8%	赤字でも年7万円かかる 中小法人21.4%～33.8%
登記費用	なし	約6万2千円～(電子定款) 約10万2千円～(書面定款)	約20万2千円～(電子定款) 約24万2千円～(書面定款)
司法書士費用	なし	4万～10万	4万～10万
印鑑作成費用	実印あれば不要	実印・銀行印・角印：約1～2万円	実印・銀行印・角印：約1～2万円
設立までの時間	かからない(即日)	約二週間から三週間	約三週間から四週間 (司法書士に依頼しない場合は平日に休む必要あり)

出典：筆者作成

4つ目のポイントは、「参加者の制限をつくらない」ことである。kaettaraが実施している「栃木ゆかりのみオンライン」事業は、東京に住んでいても栃木のことを知りたい、関わりたいと考えている栃木県出身者、ないしはその友人を対象とした事業で、地域を限定せず広く周知している。また、BABAlabも同様に「来る人拒まず」の考え方のもと、参加地域や参加者の属性を絞らないことが「BABAlabシニアチャンネル(YouTube)」の開設にもつながり、より多くの人に活動を届け、さらなる参加につながっている。集落活動センターでは、町内外の民間企業や学校、行政などと連携し、活動範囲を広げている。

これらの事例においては、それぞれ事業コンセプトを設定し、ターゲットを定めているものの、関わる人に制限を作らず、多くの人に知ってもらう機会を作ることで、活動の幅・内容を広げて持続可能な仕組みを目指して事業を展開している。

以上の4つのポイントを軸に、次節において具体的な政策について提言する。

4 政策提言

これまでに研究を進めてきた利根地域における課題及び他事例の調査を通して気づいたポイントを踏まえ、利根地域において地域づくりの担い手を創出するための政策について、以下のとおり提言する。

(1) 政策1 人と人とのつながりをつくる

利根地域における地域づくりを主体的に担う「人」づくりを進めていくために、どのように政策を展開していけばよいか。担い手同士のネットワークづくりや、担い手を引っ張るリーダーを育成するための政策について検討する。

1) 地域づくりの担い手の情報交流ネットワークづくり

人と人とのつながりをつくるためには、まず地域の内外にどのような担い手がいるか、いつ、どこで、どのような活動が行われているかといった情報をワンストップで収集・発信でき、かつ他の担い手との交流もできるような仕組みが必要ではないかと考える。そこで、1点目の政策として、地域づくりの担い手の情報交流ネットワークづくりを提案する。

(ア) 既存の取組

地域づくりの担い手に関するデータベースとしては、総務省「地域人材ネット」や内閣府地方創生推進事務局「地域活性化伝道師」といった、全国的に活躍している著名な地域づくりの担い手に関する情報がまとめられたものがある。また、埼玉県がまとめている「埼玉県NPO情報ステーション」では、県内のNPO法人に関する基礎情報がデータベース化されている。

こうした情報と併せて、県内、ひいては利根地域における地域づくり活動を行っている個人の担い手レベルの情報をデータベース化し、担い手同士の横のつながりを作りやすくするための仕組みが必要ではないかと考えた。

(イ) 事業提案～利根地域づくり担い手ネットワーク事業～

具体的な事業として、「利根地域づくり担い手ネットワーク事業」を提案したい。内容については、以下のとおり想定している。

まず、利根地域における地域づくりの担い手に関する情報収集と担い手同士の交流がワンストップで行えるWEB上のプラットフォームの構築が必要である。

今回の調査に際して、当チームでも利根地域及び埼玉県内にどのような担い手がいるのか調べてみたところ、WEB上で検索してもなかなか見つけることができず、最終的には各自の知識や人づてに聞くことでしか情報収集ができなかった。現在活動している担

い手においても、仲間を探したいと思ってもなかなか情報を得られないという状況は共通しているのではないか。また、2節「課題の抽出」において、「令和3年度埼玉県政世論調査」の結果から、利根地域においては、他地域と比較して、「参加したいと思う団体や活動がない」と回答している割合が高いことを確認した。そうした回答には、地域活動や団体について調べてみても詳しい状況が分からないという背景があるのではないだろうか。

こうした点を踏まえ、まずは地域活動や団体に関する情報が詳細かつ分かりやすい形で検索できるWEB上のプラットフォームが必要であると考えた。さらには、ただの情報データベースではなく、担い手の顔や活動状況がしっかりと分かり、かつ、WEBを通じて相互交流ができるものが必要である。

そうした点を鑑みると、TwitterやFacebookを始めとする各種SNSを活用することは、情報の収集、発信、利用者同士の交流がワンストップで可能となり、非常に有効であると考ええる。こうしたSNS上にプラットフォームを作成、活用することができれば、新規のWEBプラットフォーム構築と比較して、コストを抑えられるとともに利用者の利便性向上にもつながると考えられる。

また、こうしたWEB上の交流に際しては、地域の一員として県、市、町それぞれの行政職員も積極的に参加していく必要がある。WEB上の交流を重ねることで、実際の地域活動へとつながっていくこととなるが、こうした活動を実施し継続していくには、行政職員も地域の一員として参加することが重要となる。実際に今回の調査事例においても、BABAlabで実施している勉強会への行政職員の参加や、kaettaraで実施している栃木ゆかりのみオンラインでの地域の紹介者として行政職員の参加などが見られる。行政職員の参加は活動を実施する担い手としてもありがたく、心強いとの話があった。そうしたことから、行政職員も当事者として、積極的に交流に参加する必要があると考える。

2) 地域の担い手を引っ張るリーダーの育成

地域づくりの担い手を創出するためには、外部人材の力を活用し、新しい考え方やノウハウを取り入れることで、地域の担い手のさらなる成長を促すことも非常に有効であると考ええる。そこで2点目の政策として、地域の担い手を引っ張るリーダーの育成を提案する。

(ア) 既存の取組

外部人材を登用するための既存の取組としては、総務省「地域力創造アドバイザー」や「地域おこし協力隊」、「地域プロジェクトマネージャー」といった制度が考えられる。こうした制度は、外部人材を登用するためにかかる人件費や活動費に相当する部分を、特別交付税として国が予算を措置する仕組みとなっており、限られた財源の中で運営する自治体が地域活動の担い手を確保するためには非常に有効な制度である。

しかしながら、本制度の財政措置を受けるためには地域要件⁴⁵が設定されており、利根地域における各市町はこの要件に合致しない。そのため、こうした制度を直接活用することができないという現状がある。また、この状況は、埼玉県内では秩父地域や北部地域などの一部を除いて共通している。

そのため、埼玉県のほぼ全域に共通する外部人材の活用に向けた障壁をクリアし、地域の担い手のさらなる育成のための事業として、上記地域力創造アドバイザー事業を参考とした、利根地域リーダー創造事業の実施を提案する。

（イ）事業提案～利根地域リーダー創造事業～

総務省の地域力創造アドバイザー事業の概要は、①各市町村においてアドバイザーを地域人材ネットから探し、興味のあるアドバイザーに連絡、②各市町村で予算措置のうえ、事業を実施し、アドバイザーへの謝金等を支払い、③総務省へ取組経費について報告し、特別交付税として交付を受ける、というものである。また、地域力創造アドバイザーの取組内容は非常に多岐にわたっており、その中には「地域づくり人材の育成・教育」といった取組もある。

地域力創造アドバイザーの財政措置を受けられない利根地域においては各市町が独自にアドバイザーを招へいすることは非常に難しい。そこで、県と各市町が連携し、利根地域全体を統括して地域づくり人材の育成・教育を行うアドバイザーを招へいする。そしてアドバイザーと共にそれぞれの担い手の活動を支援するというのはどうだろうか。

各地域に点在している担い手を集め、アドバイザーと共にそれぞれの活動を高めていく。そして、利根地域全体の中で地域づくり活動を展開するリーダーとして育成する。そうすることで、それぞれの市町はもちろん、利根地域全体として活動が活性化し、担い手が実施する地域づくり活動への新たな参加者が生まれる。そうした参加者の中から、また新たな地域づくりの担い手が創出される。

そうした好循環を生み出すためのきっかけとして、外部人材を登用し、利根地域の担い手とのつながりを作ってもらい、ひいては地域づくりの担い手全体を引っ張るリーダーになってもらうことが重要であると考ええる。

4 総務省ホームページ「地域人材ネット（地域力創造アドバイザー）」(<https://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/>)2022年2月4日閲覧

5 総務省「地域おこし協力隊及び地域プロジェクトマネージャーの特別交付税措置に係る地域要件確認表」(2021年)6ページ

（2）政策2 具体的に存在する場所をつくる

地域づくりの活動を行う上で、実際に活動する「場所」はどこになるか。それを考えるとともに、「場所」を作るためにはどんな政策が有効か検討する。

1）活動拠点整備に関する支援

活動拠点を一から整備することは、団体にとって時間も費用も負担が大きい。そこで具体的な場所を作るための政策の1つ目として、活動拠点整備に関する支援を提案する。

（ア）既存の県の取組

現在、埼玉県では、地域資源や強み等を生かして地域づくりに取り組む市町村に対し、「埼玉県ふるさと創造資金」により財政的支援を行っている。その中で「官民連携担い手創出事業」や「市町村と地域団体との協働事業」を実施している。

「官民連携担い手創出事業」については、当該自治体にサテライトオフィスがある企業に勤めている人を「地域関わり隊」とし、地域関わり隊が行う「官民連携担い手創出事業」について補助金を交付するものである。

「市町村と地域団体との協働事業」では地域の一体感の醸成や、共通課題の解決を図るため、地域団体が実施する地域コミュニティ活動の拠点となる施設の整備に対し補助金を交付する。交付先の団体は「地域で活動する公共的団体等」とあり、自治会などが主な交付先である。

（イ）事業提案～地域づくりのための空き家リノベーション事業～

以上の県の既存の取組を踏まえ、具体的な事業として、「地域づくりのための空き家リノベーション事業」を提案したい。

先のBABAlabの事例では、活動の拠点としてBABAlab さいたま工房があった。もともと古い民家だった物件を、代表の桑原氏が改修し使用している。この場所は、アイデアを出す会議の場所であり、YouTubeの動画を撮影する場所であり、高齢者が製作したものを販売する場であり、地域の人が交流しホッとできる場所でもあった。こうした多様な使い方ができるのは、活動する人自らが管理している建物だからだ。公民館などの公的施設を一時的に借りたり、代表者の自宅をそのまま事務所にするのはここまで柔軟な活用はできないだろう。

私たちが地域づくりの担い手として想定した70歳以上の高齢者が参加しやすい活動拠点となる施設に必要と思われる要素を挙げる。

ア)住まいから近いこと

70歳以上になると、運転免許の返納、足腰が弱る等、移動手段が限られることが考えられる。そのため、自分の住んでいる場所から気軽に徒歩で行ける距離にあることが理想である。

イ)バリアフリーな建物であること

建物の出入口や内部の設備についても、高齢者が利用しやすいよう段差の解消、手すりの設置などが想定される。

ウ)狭すぎない空間

活動当初は一つの目的で人が集まったとしても、活動していくうちに他分野の活動へと派生したり、他の地域づくり団体と交流が生まれることも考えられる。そのために、建物には複数の部屋があるなど、活動に幅を持たせられる、ある程度の空間があることが求められる。

上記の3点をふまえ、実際に活動するための場所を整備するための支援として、県のふるさと創造資金の一つのメニューに、「地域づくりのための空き家リノベーション事業」を創設し、利根地域で活用してはどうだろうか。具体的には、補助率は補助対象経費の2分の1以内とし、上限は120万円程度を想定している。

対象を空き家とするのは、空き家の利活用が自治体にとって課題となっているためである。空き家の増加やその管理については、利根地域内でも9市町中8市町が空き家バンクを設置し、対策を行っている。空き家は高齢者の徒歩圏内にも存在し、複数の部屋を有し、立地や規模も地域活動を行うのに適していると考えられ、必要な改修を行うことで、新たな地域づくり活動の拠点として活用することができる。各市町において活動拠点を探している担い手から相談を受けた場合に、こうした支援制度があれば担い手は活動しやすくなるはずだ。

しかしながら、各市町の空き家バンクの物件は、0件から30件と登録の件数に差があり、物件に関する情報量も異なるため、各市町の空き家対策部門との連携も必要になる。また、空き家に関する情報については、地域の不動産業者でも多くの情報を保有しているため、そうした事業者との情報連携を行うことも重要であると考ええる。

2) 地元とつながり続けるための仕組みづくり

先に確認したとおり、利根地域では20歳代の転出が顕著である。こうした転出者の地域づくりへの参加を促すためには、地元とのつながりを維持し続けることが非常に重要である。そこで、もう一つの政策として、地元とつながり続けるための仕組みづくりを提案する。

（ア）事業提案～利根地域つながる会（オンライン）～

2節「課題の抽出」において、20歳代の転出の理由は仕事や結婚の都合が大部分を占め、また、利根地域への愛着は県内他地域と比べて、少ないわけではないことを確認した。利根地域を離れても地元のことは気になるが、最新情報をリアルタイムで得ることは難しいという人を対象に、kaettaraの「栃木ゆかりのみ」のような会を利根地域内で開催し、利根地域の中にも外にいても、地域の情報を知ることができる場として、「利根地域つながる会」を提案したい。

仕事の都合で利根地域を離れてしまった人が参加しやすいよう、開催はオンライン形式を基本とする。例えば月2回、19時～21時で、「杉戸町にゆかりがある人」「祭りが好きな人」などのテーマを決めて、集まる場所を提供する。開催のために、行政はZoomなどでミーティングを設定し、参加希望者に必要な情報を配布する。オンライン会議システムが利用できる機器や、アカウントがあることが前提となるが、それらが揃っていれば予算はゼロで開催できる。

（イ）参加対象者について

地域外の若者を対象にした場ではあるが、それ以外の年代の人もちろん参加できる。また、転出者はもちろん、地域内に居住する人の参加も重要である。地域づくり活動をしている人、地元商店会の人など、テーマに応じて地域内の情報を提供できる人にも必ず参加してもらう必要がある。そうした人たちの生きた声を直接聞けることは、地域外にいても利根地域とつながっていると実感することができると思う。

また、会には行政職員も必ず参加することとし、会の進行を行う。それにより、行政の立場からも地元の最新情報を伝えることができる。

この会は、利根地域内で同様の活動をしている人・団体同士がつながる場にもなると考えられる。同じテーマに関心のある人が集まる中で、近隣他市町ではどんな人がどんな活動をしているのか、どんなことがうまくいっているか失敗しているかなどを共有できることは、利根地域全体の地域づくり活動を活発にしていくことにもつながる。

こうした場を通して、利根地域を離れた若者が利根地域への愛着を持ち続け、また地域内の人もネットワークを広げることができると思う。

（3）政策3 稼いで自走できる仕組みをつくる

地域づくりを進めるにあたり、事業資金が必要になる場合がある。担い手として活動する際に資金がネックとなり活動できない場合、無報酬のボランティアで関わり続けることでモチベーションが低下してしまう場合などが危惧され、有効な地域づくりに結びつかない恐れがある。そこで、ここからは担い手が少ないリスクで地域づくりに参画でき、かつ継続して実施していくための、稼いで自走できる仕組みづくりについて検討する。

1) 活動のスタートアップに関する支援

地域づくりの担い手が実際に活動を始めるにあたり、ハードルの一つとして当初の運営資金の調達が想定される。その点を何らかの形で支援することができれば、担い手が地域づくりの一步目を踏み出しやすくなると考える。そこで、本項の1点目の政策として、活動のスタートアップに関する支援を提案する。

(ア) 事業提案～利根地域づくりスタートアップ支援事業～

具体的な事業として、「利根地域づくりスタートアップ支援事業」を提案する。

利根地域づくりスタートアップ支援事業は、利根地域内での地域活動の企画を提案募集し、最も効果があり、かつ行政の狙いとマッチする事業を採択し、企画提案者にその事業を委託するものである。地域づくりのための事業はしてみたいがスタートアップの資金がなく事業が始められないような担い手候補の発掘につながると考えられる。提案募集する企画は「地域内の高齢者」や「地域外に居住する若者」が参画できるものに限り、今後利根地域で活躍できるプレイヤーをさらに発掘できるようにする。また、補助金等に頼らずに運営資金を稼ぎつつ事業を持続的に実施できるような自走できる仕組みを検討・構築することも条件の一つとすることで、一過性の事業とせずに、継続的に地域活動に取り組んでもらえるのではないかと考える。このように行政側で企画の条件を絞りつつ自由な発想で企画を募集することで、行政だけでは考えつかないような事業が生まれることが期待される。

(イ) 企画提案募集する際のポイント

企画提案を募集する際は、募集をする側でどのような企画提案が欲しいのか具体的な条件を設定することで、企画提案者との齟齬をなくす必要がある。そこで企画提案募集の際に検討する必要があると思われる項目を挙げたい。

ア) どの年代を巻き込む事業か

前述のとおり利根地域の地域活動の担い手として「高齢者」と「20歳代の社会人」の活躍が期待される。事業実施の際は、そのどちらか又は両方を巻き込むような事業とすることが望ましい。事業によって参画した高齢者や20歳代の社会人が新しくつながることで、当事業だけではなく新しい地域づくりの事業や活動が始まる可能性もある。

イ) 稼げる仕組みの検討

企画を採択し、事業を委託期間内で実施しても期間が終了しては意味がない。そこで、委託期間内で稼げる仕組みを検討・構築することを企画に盛り込むことを条件とすべきだと考えられる。稼げる仕組みはその事業ごとに変わるので、その適正は採択する際に見極める必要がある。例えば施設を整備した拠点づくりの際は、棚を設けそこで委託

販売を請け負うレンタルボックスや、飲食店の営業許可を取得し、カフェ機能を設けることで来店客にお金を落としてもらう仕組みなどが考えられる。また、ソフト事業が中心の企画であれば、月に1回程度のマーケットを実施し、出店料や販売による収益と、マーケットの設営等のコストを抑える工夫を施すことによる差分で運営費を捻出する仕組みなどが考えられる。ここで挙げた仕組みはほんの一例であるため、提案者の自由な発想に委ねることで新しい仕組みが構築されることが期待できる。

2) 地域づくり活動の持続・自走に向けたサポート体制の構築

「利根地域づくりスタートアップ支援事業」で企画を採択し活動を立ち上げた後、事業が持続していくためには、担い手自身の手による安定的な事業運営が必須である。しかしながら、事業の立ち上げからしばらくの間は様々な課題や問題に直面しても、経験や知識の不足により有効な解決策をとることができない場面もあるのではないかと考える。そこで、本項2つ目の政策として、地域づくり活動の持続・自走に向けたサポート体制の構築を提案する。

(ア) 事業提案～稼げる仕組みづくり応援隊派遣事業～

事業を実施していくと、担い手だけでは解決できない課題や問題が発生する場合がある。また、地域づくりの活動として稼げる仕組みを導入する必要がある、適宜事業計画を考えつつ内容をブラッシュアップする必要がある。そのような場合に担い手の周囲の人材だけでは解決できないことも多々あると思われる。

そこで「稼げる仕組みづくり応援隊」を設け必要に応じて担い手に派遣し、稼げる仕組みづくりに向けた課題解決の助言、仕組みづくりそのものや計画が立てられた仕組みの分析・評価を実施してはどうだろうか。第三者からの助言により、当事者では気づかない事柄に気づかされることもあるのではないかと考えられる。また、適宜、事業を見直す機会を設け軌道修正を図ることで、失敗を避けつつ事業効果を高めることができると考えられる。なお、費用は応援隊への謝金が想定されるため、実施要領等を作成し謝金の基準を設けることが望ましい。

(イ) 応援隊として想定される人材

応援隊と言っても助言が出来れば誰でも良いというわけではなく、事業効果を高める人材を選定する必要がある。ここでは応援隊として期待できる人材を紹介する。

ア) 実際に事業を実施している実践者

実際に事業を実施している人からの助言は経験に基づいており、これから事業を実施していく担い手にとって参考になる。例えば事例で紹介したBABA labの桑原氏やkaettaraの永井氏などが考えられる。桑原氏であれば高齢者を巻き込む効果的な発想や

手法、永井氏であれば地域外にいる若者とのつながり方について助言を得ることができると考えられる。このように他地域で効果的に実施されている手法を利根地域に有効な方法で取り入れることで事業効果を高めることができる。

イ) 中小企業診断士

中小企業診断士は、中小企業支援法により、「中小企業の経営診断の業務に従事する者」とされている。中小企業の経営診断をしている診断士が事業の稼げる仕組みについて助言することで、仕組みの課題や強みが明確化されることが期待される。また、単発ではなく、事業開始時、中間期、終盤と複数回に分け診断を受けることで軌道修正を図りながら効率良く進行できる。

(4) 政策4 参加者の制限をつくらない

ここまで述べてきたように、地域の担い手を創出する事業には「人づくり」「場所づくり」「稼げる仕組みづくり」が揃うことが大切である。それらの3つの要素に加えて、“持続的に”事業を展開していくためには人口減少社会を受け止め、地域づくりに「関わりたい」「やってみたい」という想いのある人であれば誰でも参加できるよう、参加者の制限を設けないことが重要である。

1) 広域連携による、誰もが当事者になれる仕組みづくり

地域づくりにおける制限は、大きく分けて空間的制限と属性的制限が考えられる。まず、空間的制限を設けないために、広域連携による事業展開を考える必要がある。市町内外や利根地域内外、県内外といった線引きをせずに、利根地域に関わる主体であれば連携を可能とする。また、属性的制限についても「来る人拒まず」のスタンスで、参加者の制限を設けず、誰もが当事者として参加できる仕組みを構築することが重要である。そこで、本節の政策として、広域連携による誰もが当事者になれる仕組みづくりを提案する。

(ア) 既存の取組

今後、地域内の人口は減少していくことを前提に考えると、広域連携は必要不可欠である。利根地域全体での広域連携の動きとして、県の利根地域振興センターが旗振り役となって、管内9市町のNPOや企業、市町などと力を合わせて、地域振興、県民生活、産業労働などの施策を推進する取組をしている。取組の中で、2014年度中に「利根地域の未来を考える政策プロジェクト会議」を設置、会議を重ねながら、2015年9月には利根地域の未来を提案する『promotion & harmony of tone～利根地域の未来を提案～』がまとめられている。その中で、連携事業の検討がなされている。例えば、利根地域を地理、沿線、観光資源等の特徴によって3つのエリアに分類し、それぞれ「地域振興の担い手育

成」「梨のブランド化」「日光歴史街道沿線の活性化や大学との連携によるまちづくり」などが提案されている。

(イ) 事業提案～利根地域だれでもカレッジ事業～

こうした広域連携の取組状況を踏まえ、管内の民間企業・NPOや学校、各行政が広域で連携し、自らが有する知識や経験などを「学び」として提供し、利根地域に関わるあらゆる方が機会を得られる「利根地域だれでもカレッジ事業」について提案する。

「利根地域だれでもカレッジ」とは、学生や住民に多彩な学びの機会を提供することで、利根地域という一つの地域単位としての認知度を上げ、興味関心を持ってもらうためのセミナーや講座などを実施するものである。地域内の事業者、地域活動を行っている人、学校の教員、学生、一般の地域住民、行政職員など、あらゆる分野から講師を募り、自身の取組や企業の宣伝、知識や経験の共有、その他話したいことを伝えたり教えたりする機会として利用してもらう。例えば企業から「シニア世代に向けたデジタル講座」や地域活動を行っている人から「地域ぐるみでの子育て支援」、大学や学生による「一般参加型公開ゼミ」など、様々な分野で実施する。

オンライン上でこうした講座情報を集約し発信することが可能となれば、既に各地域団体等で実施されている講座や活動なども併せて発信することが可能となり、既存団体の活動の活性化にもつなげることができる。さらには、集合型の講座だけでなく、オンライン型のセミナー等についても整備することができれば、地域内の方だけでなく、地域外にいる出身者等の気軽な参加を促すことも可能となり、参加者の裾野はさらに広がっていくものと考えられる。

このカレッジのセミナーや講座への参加者はもちろん、講座を開催する側も主体的に実施することにより当事者意識が高まる。また、学び合いを通じて各主体間の連携も高まることにより、利根地域というさらに大きな単位での地域活動の担い手の創出につながるのではないかと期待できる。

5 おわりに

以上が当チームにおける政策研究及び政策に関する具体的な提案である。

本稿のまとめとして、今後の利根地域における地域づくりの担い手創出に関する展望と本提案において残された課題について提起する。

(1) 今後の展望

第2節において考察したとおり、利根地域は埼玉県内で高い水準の高齢化率と、若い世代、特に20歳代の人口流出が特徴として見られる地域である。一見するとマイナスイメージでとらえがちな状況であるが、当チームでは、ありのままを受け入れ、むしろ前向きに考えるべきであるとの認識に至った。

シニア世代は地域に根差した生活を送っている方が多く、また、今回の調査を通して活躍できるシニア人材が地域にはまだまだ眠っていると気付かされた。また、20歳代の人口流出についても、その多くは首都圏をはじめとする地域近郊への移動であり、現在の居住地からでも地域づくり活動等への参加は十分に可能であると考えられる。

以上の点を踏まえると、本稿の繰り返しになるが、地域活動の担い手は既に潜在しており、今後は担い手としていかにして顕在化させ、つながりを生み出し、育てていくかということが重要になると推察される。そのためには単独の市町で個々に進めるのではなく、地域全体として進めることで、担い手同士の力が結集し、より素晴らしい地域づくり活動につながっていく。今後、利根地域はもちろん、県内の各地域単位で地域づくりの担い手創出がさらに進むことを期待する。

(2) 残された課題

一方で、本稿における提案の柱の一つとして、「稼ぐ」という点について言及してきたが、この点については、チーム内でも考え方にばらつきがあり、統一的な見解にたどり着くことができなかった。一口に「稼ぐ」といっても、地域づくりの担い手がどの程度であれば自走可能と言えるのか、考え方はそれぞれであろう。例えば、地域づくり活動に生活の多くの時間を費やす方は本業として稼ぐ必要があるし、あくまで余暇の時間を使って参加する程度という方の中にはある程度の稼ぎで十分という方もいると推察される。

本稿では、地域づくりの担い手の創出に当たっては、まずは核となる担い手が必要であろうという仮説のもと、特に本業として稼ぐ担い手を意識して考察を進めてきたが、余暇の時間を利用して関わる担い手も地域づくりには欠かせない存在である。こうした担い手をいかに創出し、支援していくかについても勘案した上で、関わり方が多様な地域の担い手それぞれに合った自走可能な稼ぎ方の提案が今後の検討課題である。

（3）結びに

令和3年度産民学官・政策課題共同研究における当チームの研究に際し、ヒアリング調査を受け入れてくださり、資料提供等多大なる御協力をくださった各調査先の皆様及び各研究員を快く送り出してくださいと各所属の職場の皆様、そして我々の研究に関し長期にわたり温かい指導や助言、サポートをしてくださった牧瀬先生と事務局の皆様に心から御礼を申し上げ、本章の結びとする。

終章 本報告書のまとめ

1 地域の担い手創出のポイント

本報告書は、SDGs時代の地域づくりの担い手創出の方向性を検討してきた。そして4つの章(4パターン)を通じて、地域の担い手を創出するために、一定の政策提言を行った。

各章の政策提言に、おおよそ共通する内容がある。それは3点に集約できる。以下で簡潔に説明していく(なお、あくまでも「共通する」ものであり、個別具体的には、担い手創出に示唆を与える視点が多くある。個別具体的な提言については、各章を確認していただきたい)。

(1) ないものねだりではなく、あるものさがし

第1章の東秩父村や吉見町は「あるものさがし」により地域の魅力を磨き上げ、地域外から担い手を誘致するという発想であった。第2章は地域に根付く「あるもの」として起業と企業に価値を見出している。起業と企業に軸足を置いた地域の担い手創出を主張している。第4章は地域に眠る「あるもの＝シニア層」に価値を見出し、担い手に変化させるという考えである。

話はややそれるが、地域づくりを成功させるためには「ないものねだりではなく、あるものさがし」の必要性が指摘される。この「ないものねだりではなく、あるものさがし」という言葉は、地域の担い手創出においても移転可能である。

格言に「足下を掘れ、そこに泉あり」がある。諺に「灯台もと暗し」がある。これらの概念が示しているように、往々にして重要な要素は身近にあるものだ。ところが、私たちは「隣の芝生は青く見える」と言われるように、私たちの「外」(他事例)がよく見えてしまうことが多い。まずは「あるものさがし」からスタートする必要がある。

なお、「あるものさがし」をして、結果的に見つからない場合に、外部の資源を活用することになる。第1章では、東秩父村には大学は存在しない。どんなに足下を掘っても大学は生じない。そこで武蔵野美術大学との連携の事例があった。

いきなり、外部の資源に依存するのではなく、まずは「あるものさがし」を基調とした内発的な地域の担い手創出に取り組むべきと考える。

(2) タッチポイントの形成

地域の担い手創出は、戦略的(意識的)に考えていく必要がある。偶発的に地域の担い手が創出される可能性は低い。戦略的に捉えていく一つが「タッチポイントの形成」である。

一般的にタッチポイントとは経営学において使用される概念である。その意味は「企業が顧客と接する機会」を指す。

ここで使用しているタッチポイントとは、「地域の担い手になる主体を結び付ける場所・機会」という意味で使用している。

例えば、第1章は「交流の拠点」の必要性を訴えている。自治体と住民の交流、地域住民と地域住民の交流、地域住民と大学(生)の交流など、多様な主体の交流がある。第3章では、柏の葉キャンパスにおけるUDCKの事例を紹介し、住民が集う「場づくり」の重要性を言及している。これらはすべてタッチポイントと言える。

特に、第3章は、地域の担い手創出には「シビックプライド」に価値を置いている。そしてシビックプライドを醸成するためには「地域活動を支援する地域活動拠点」が重要と結論付けている。他の章でも、タッチポイントの意義が強調されている。

タッチポイントを形成するのに、自治体主導や民間主導は関係ない。タッチポイントの形成ができる主体が取組めばよいだろう。なお、タッチポイントは物理的な空間(例えば建物)だけではない。場合より仮想空間も該当すると考えられる。

各章の事例から、タッチポイントの形成は「地域の担い手創出」のインキュベーションの役割を果たしているとも言える。

(3) つなぐ機能(機関)の形成

タッチポイントを用意しても、そこに関係者が集わなくては、画餅に終始する可能性がある。そこで地域の担い手になるかもしれない関係者を「つなぐ機能(機関)」の重要性も、各章において指摘されている。

読者は、つなぐ機能(機関)として地方自治体を思い浮かべるかもしれない。しかし、各章で指摘されているのは、自治体とは別の存在が多かった(執筆者の多くが自治体関係者であるため、この結論は意外であった。自治体関係者だからこそ、内部的な事情(しがらみ)を理解しており、自治体外の主体となったと推測する)。

例えば、第2章は地域の担い手となる存在に起業と企業に価値を見出している。そして起業や企業をつなぐ役割として商工会議所に注目している。第3章で言及されているKAKEHASHIは、人と人をつなぐハブの役割を果たしている。第4章では「栃木ゆかりのみ」という活動を紹介している。栃木ゆかりのみは同じ地方の出身者をつなぐ役割を果たしている。

このように、地域の担い手を創出していくためには、つなぐ機能、あるいはつなぐ機関の存在が重要である。

以上、各章にほぼ共通する3点を指摘した。これら以外にも、地域の担い手を創出するにあたり、参考となる個別具体的な知見は多くある。改めて各章を確認いただけたら幸いである。

繰り返しになるが、一概に「地域の担い手」と言っても、人口規模などの前提条件により、方向性は大きく異なる。そこで本報告書では地域を4パターンにわけ、それぞれに合致した

具体的な提言を行った。本報告書はあくまでも「提言」が主体である。読者なりに「考える」きっかけになれば幸いである。

2 残された課題

本研究会は、当初、地域の担い手の一つとして「労働者協同組合」や「特定地域づくり事業協同組合」にも注目していた。前者の労働者協同組合は、2020年12月の「労働者協同組合法」の成立により、地域課題を解決するための非営利法人を簡素に設立できる新たな枠組みである。地域の担い手の創出にとって、大きな可能性がある。

しかし労働者協同組合法は、一部を除き、2022年10月1日から施行であり現時点では、何も分からない状況である。そこで検討を断念した。

後者の特定地域づくり事業協同組合は、「地域人口の急減に対処するための特定地域づくり事業の推進に関する法律」が根拠となっている(2019年12月4日公布／2020年6月4日施行)。同法は、地域人口の急減に直面している地域において、農林水産業、商工業等の地域産業の担い手を確保するための特定地域づくり事業を行う事業協同組合に対して財政的、制度的な支援が行うことを趣旨としている。

しかし、特定地域づくり事業協同組合も始まったばかりであるため、本研究会において考察・分析できるほどの多くの事例があるわけではなかった。当初は検討の素材に上げていたが、本研究会で検討することができなかった。

労働者協同組合や特定地域づくり事業協同組合は、地域課題を解決するための非営利法人を簡素に設立できる点が特徴と言われている。このことにより、多様な主体が幅広い視点で地域の担い手になる可能性がある。労働者協同組合と特定地域づくり事業協同組合を検討し、一定の方向性を提示できなかったのが本研究会の残された課題である。

産民学官・政策課題共同研究 コーディネーター

関東学院大学

社会情報大学院大学

牧瀬 稔

研究会の活動記録

年月日	区分	チーム	内容
2021.05.27 (木)	研究会①		オンライン
06.17 (木)	研究会②		広域連合207研修室
07.09 (金)	研究会③		広域連合207研修室
08.27 (金)	研究会④		オンライン
09.13 (月)	研究会⑤		オンライン
10.22 (金)	研究会⑥		広域連合207研修室
11.05 (金)	研究会(臨時会)	C	広域連合207研修室
11.05 (金)	現地調査	B	地域課題に挑む実践企業展
11.08 (月)	現地調査	B	日高市都市計画課
11.09 (火)	現地調査	D	シゴトラボ合同会社 BABA lab さいたま工房
11.11 (木)	現地調査	A	東秩父村企画財政課・産業観光課、道の駅和紙の里 ひがしちちぶ
11.12 (金)	研究会⑦		広域連合207研修室
11.12 (金)	現地調査	B	行田市商工観光課、起業家支援事業補助金活用事業者
11.12 (金)	現地調査	C	株式会社読売広告社(オンライン)
11.15 (月)	現地調査	A	吉見町総合政策課、道の駅いちごの里よしみ
11.16 (火)	現地調査	D	株式会社kaettara
11.29 (月)	現地調査	C	一般社団法人KAKEHASHI (オンライン)
12.07 (火)	現地調査	A	武蔵野美術大学 教職課程教授・大学企画グループ
12.09 (木)	現地調査	B	株式会社埼玉種畜牧場
12.10 (金)	現地調査	C	一般社団法人柏の葉アーバンデザインセンター
12.17 (金)	研究会⑧		広域連合207研修室
12.22 (水)	現地調査	D	高知県梶原町まちづくり推進課(オンライン) 集落活動センター四万川(オンライン)
2022.01.13 (木)	研究会⑨		広域連合207研修室
01.18 (火)	現地調査	C	株式会社CROSSASIA (オンライン)
01.27 (木)	研究会⑩		オンライン
02.14 (月)	政策研究成果発表会		オンライン

※ 丸数字は研究会の回数

SDGs時代の地域づくりの担い手創出
～新たな働き方・暮らし方や協同労働等の視点から～

研究員名簿

■研究員

所 属	職 名	氏 名	チーム名／執筆分担
株式会社武蔵野銀行 地域サポート部地域価値創造室	—	わたなべ ゆりえ 渡邊 優理恵	(A) 「地域あるもの探し」 第1章
埼玉県 地域政策課	行政実務研修員	ことう ちかこ 後藤 千夏子	
春日部市 政策課	主幹	やしま よしかず 谷島 良和	
三郷市 危機管理防災課	副参事	さいとう ひろゆき 齊藤 寛之	
杉戸町 福祉課	主査	ながおか たかゆき 長岡 孝之	(B) 「チーム橋人」 第2章
株式会社警備ログ	代表取締役社長	は せ がわ こういち 長谷川 功一	
埼玉県 飯能県土整備事務所	主事	かね こ けいた 金子 恵大	
埼玉県 営繕・公園事務所	技師	いしかわ ひろゆき 石川 洋之	
春日部市 政策課	主査	いけだ ゆうすけ 池田 裕介	(C) 「県南地域担い手創出 チーム」 第3章
和光市 資産戦略課	統括主査	しみず ゆうすけ 清水 佑輔	
損害保険ジャパン株式会社 埼玉中央支店	課長代理	いわみ こうへい 岩見 浩平	
埼玉県 多様な働き方推進課	主事	あさの まゆ 浅野 真由	
さいたま市 北区役所コミュニティ課	主査	かじわら ゆか 梶原 由華	(D) 「おかえりトネ」 第4章
志木市 共生社会推進課	主事	さくらい りょうたろう 櫻井 諒太郎	
株式会社船井総合研究所 地方創生支援部自治体支援チーム	—	とう こ なるほ 東 狐 成穂	
埼玉県 商業・サービス産業支援課	主任	いちかわ ともや 市川 智也	
行田市 農政課	主査	しまだ かずこ 嶋田 和子	
加須市 市民協働推進課	主任	ふかや ひろあき 深谷 弘明	
春日部市 政策課	主任	うちだ ふみえ 内田 文絵	

※名簿順はチームごとに企業等、県、市町村

■コーディネーター

所 属	職 名	氏 名
関東学院大学法学部地域創生学科 社会情報大学院大学	准教授 特任教授	まき せ みのる 牧瀬 稔

令和3年度 産民学官・政策課題共同研究報告書

SDGs時代の地域づくりの担い手創出

～新たな働き方・暮らし方や協同労働等の視点から～

令和4年3月発行

発 行 彩の国さいたま人づくり広域連合
〒331-0804 埼玉県さいたま市北区土呂町 2-24-1
電 話 048-664-6685
FAX 048-664-6667
URL <http://www.hitozukuri.or.jp/>

* 彩の国さいたま人づくり広域連合は

地方が主役となる分権時代の「人づくり」を目指して、埼玉県と県内全市町村が設立した地方自治法に基づく「特別地方公共団体」です。「人材開発事業」「人材交流事業」「人材確保事業」を三本柱として事業を展開しています。

