PRACTICE

自治体職員のための政策情報誌［プラクティス］

2018 Winter
No.25

2018年は北海道150年
Hokkaido's 150th Anniversary

【提言】
広域連携と人材育成の重要性
——木村宏 北海道大学観光学高等研究センター特任教授

【実例】
観光の質的向上を目指すDMOとDMCが今春始動へ
——富良野市

【リレーインタビュー】
海外との架け橋となり、道産品を世界に
——鳥取義之 一般社団法人北海道国際流通機構代表理事

【特集】
“地域の魅力を売る”会社の作り方

公益財団法人 北海道市町村振興協会
HP ▶ http://www.do-shinko.or.jp/

PRACTICE［プラクティス］自治体職員のための政策情報誌 2018 Winter No.25
公益財団法人北海道市町村振興協会 〒060-0004 北海道札幌市中央区北4条西6丁目 北海道自治会館6階 TEL 011(232)0281

凍てつく夜明け（宗谷本線音威子府駅）

蒸気との対話（釧網本線塘路駅）

時を知らせる鐘のように、毎日毎日、同じ時間になると、はるか遠くから聴こえてくる鉄車輪と汽笛の音。四季折々の表情豊かな北の大地には、北海道１５０年の歩みとともに歴史を刻んできた「鉄道」があります。

かつては、人々の生活には欠かせない、特に地方部にとっては生命線でもあった鉄道は、時代の流れとともにその役割を受け渡し、全道各地に張り巡らされていた鉄路も“幻”であったかのように姿を消していきました。

いまもなお走り続ける鉄道は、時には雄大な原風景へと溶け込み、時にはいつもの日常生活を支え、時には非日常を創り出すアーティストにもなります。あたりまえのように存在する「鉄道のある風景」、それが“幻”とならないことを願いながら、カメラのシャッターを切り続けています。

市町村職員フォトグラフ

この大地に生きて

音威子府村総務課地域振興室主任（広報担当）
横山　貴志 氏

（よこやま・たかし）昭和60年岩見沢市生まれ。音威子府村育ち。宮城大学大学院事業構想学研究科修了後、地元へUターン。小学生から写真を始め、身軽なミラーレスカメラを片手に、地元や旅先での「鉄道のある風景」を中心に撮影。旧深名線・沼牛駅（幌加内町）で木造駅舎保存を仕掛けるなど、地域資源である鉄道を活かす取組を公私問わず展開している。

紅葉の谷を往く（宗谷本線豊清水～天塩川温泉）

受動から主動へ―地域を変える突破力を

北海道の観光は古くから「自然一流、施設二流、料理三流、サービス四流、意識五流」と揶揄されてきた。農水産業も「原料供給地から抜け出せない」「道産の素材を加工した道外企業は、北海道のブランド力を活かして大きな利益を上げている」という、構造的な弱点を克服できていない。

観光振興をめぐっては、訪日外国人観光客の急増、個人旅行のニーズ変化など、多くの観光地が新たな対応を迫られている。地方創生の動きの中で、ＤＭＯやＤＭＣという新たな概念が持ち込まれたが、その目的や果たすべき役割についての理解は、いまだ深まっていないのが現状である。

地域活性化の切り札として、地域商社という新たな存在にも注目が集まっている。国内外に地域の魅力を売り込むための会社組織だ。持続可能な地域づくりを実現するため、行政には無いスピード感と実行力が期待されているが、組織の運営にはビジネスセンスが欠かせない。

ＤＭＯも地域商社も、地域を丸ごと売り込むという共通の役割がある。埋もれたままの資源を掘り起こし、その魅力を発信し、確かな販路や集客装置を整え、地域経済を好循環させるための仕組みと、不断のマネジメントが求められている。そのためには選択と集中も必要だ。

この古くて新しい課題にどう向き合うのか。新たな一歩を踏み出すためには、地域の「産学官金労言士」とともに、住民の知恵と勇気を結集しなければならない。受動から主動へ。これまでの受け身ではなく、攻めの姿勢と突破力、そして持続力が欠かせない。そのための戦略と戦術を考えてみたい。

写真（上左から）
- 案内所を訪れる観光客（富良野市）
- 秋のニセコ町の風物詩となったハロウィンカボチャ（ニセコ町）
- 中国では高級食材として人気のある積丹産のナマコ（神恵内村）
- 質の高いアウトドア観光を提供する（デスティネーション十勝）
- さまざまなアクティビティが観光客を魅了する（ニセコ町）

PRACTICE

自治体職員のための政策情報誌［プラクティス］

2018 Winter
No.25

本誌名「プラクティス」の由来
「プラクティス」＝「実行」の意味。自治体職員が業務で直接活用できる実践的な情報誌という趣旨で名づけました。

公益財団法人 北海道市町村振興協会
HP ▶ http://www.do-shinko.or.jp/

CONTENTS

特集 “地域の魅力を売る” 会社の作り方

04 【提言】広域連携と人材育成の重要性 ―観光客目線と動線を意識する―
―北海道大学観光学高等研究センター　特任教授　木村　宏氏

06 実例 Part ❶ 観光の質的向上を目指す ―ＤＭＯとＤＭＣが今春始動へ 〈富良野市〉
08 実例 Part ❷ 選ばれる観光地づくり ―アウトドアの聖地を目指せ 〈㈱デスティネーション十勝〉
10 実例 Part ❸ 産地と消費者を結ぶ 利益を生み出す仕組みづくりを
〈㈱オホーツクテロワールドゥ　合同会社大地のりんご〉
12 実例 Part ❹ 水産業の再生を！ ―３町村で地域商社を設立 〈神恵内村・岩内町・泊村〉
14 実例 Part ❺ ローカルブランドを活かせ ―地域の魅力を全国発信 〈㈱ファーマーズ・フォレスト〉

【リレーインタビュー】DMOと地域商社―現状と課題は

16 ❶ 海外との架け橋となり、道産品を世界に ―(一社)北海道国際流通機構 代表理事　鳥取　義之氏
18 ❷ 観光を切り口とした新たな地域経営の在り方とは
―大日本印刷㈱ 地域共創ビジネス開発グループリーダー　鈴木　洋光氏
20 ❸ 大規模開発と一線を画す 環境と景観を最重視した観光地づくり ―ニセコ町長　片山　健也氏
22 ❹ 町の応援団を獲得せよ 素敵な過疎のまちづくりを目指す
―素敵な過疎づくり㈱ 事業推進室長　森　稔彦氏　厚沢部町農林商工課長　前野　宏之氏

24 ［NEWS TOPIC］醸造用ブドウの栽培適地として注目される北海道

市町村の重点政策

26 ❶ 高校生×村×農業 スイーツを活かした村おこし 〈真狩村〉
30 ❷ 湯治から移住へ― 奇跡の湯を全国に発信 〈豊富町〉
34 ❸ 空き家に新たな息吹を 歴史的景観と調和したまちづくり 〈広島県尾道市〉

38 ［研究者コラム］ 情報科学と地域活性化 ―北見工業大学工学部准教授　桝井　文人氏
40 ［健康コラム］ タバコの害 ―札幌医科大学教授　當瀬　規嗣氏
42 野菜ソムリエのベジフルランド 北海道!! 野菜のまち 北のスーパーフード編
―野菜ソムリエ上級 Pro・北海道６次産業化プランナー　萬谷　利久子氏
44 ［弁護士コラム］ 懲罰決議と司法審査 議員の動議提出行為で町が被告になる？ ―弁護士　佐々木　泉顕氏
46 ［市町村の動き］ 上士幌町／上砂川町／石狩市／厚岸町／安平町／新ひだか町／知内町／天塩町／北見市／根室市
［平成 29 年度北海道・市町村交流職員研修会］
52 ❶ ＤＭＯ／ＤＭＣ運営 現場からの声 ―設立はゴールではなく出発点。ＤＭＯは官民協働ベンチャーだ―
―ヴィジョンクエスト㈱代表取締役　斉藤　隆秀氏
55 ❷ マグロ女子会の取り組み ―津軽海峡圏の連携・発信・創造―
―津軽海峡マグロ女子会青森側代表　Ｙプロジェクト㈱代表取締役　島　康子氏
津軽海峡マグロ女子会北海道側代表　温泉旅館矢野　若女将　杉本　夏子氏
58 ［協会 Information］ 平成 29 年度 研修事業の実施報告　平成 30 年度 研修事業の実施予定
「シニア層が活躍する地域づくり」市町村職員研修会のお知らせ
［市町村職員フォトグラフ］ この大地に生きて ―音威子府村総務課地域振興室主任　横山　貴志氏

特集

”地域の魅力を売る“会社の作り方

【提言】

広域連携と人材育成の重要性
―観光客目線と動線を意識する―

北海道大学観光学高等研究センター　特任教授　木村　宏氏

地方創成の切り札としてDMO（観光地経営組織）やDMC（観光地経営会社）に期待が集まっている。北海道観光が置かれた環境が変化する中、観光を通じた地域づくりの新たな展開が期待されている。しかし、明確な戦略を持たず、単なる横並び意識で組織の運営に取り組むことは、地域の個性を埋没させ、自立的な地域経営を阻害することにつながりかねない。木村特任教授は、地域における観光活性化は〈集客と消費〉を意識した戦略を組み立て、DMOがその実行をマネジメントすることが必要と指摘する。その上で観光客の目線と動線を意識した、広域的連携とDMOの運営を担う人材育成が不可欠であると提言する。

広大な北海道は地域連携が不可欠

■DMOやDMCは必要なのか

観光を資源に地域振興を考えた場合、どのように観光客を集め、そこで消費してもらうかのという〈戦略〉が必要です。その戦略を構築するためのミッションを進めていくと、その組織は必然的にDMOとなります。確かに全国あるいは北海道でも、DMOやDMCの設立がブームですが、DMOに行き着かない地域、言い換えれば戦略とミッションを持たない地域は、無理に取り組む必要はないと思います。「隣でやっているからうちも」「単に資金調達が有利だから」という発想では、うまくいきません。

■道内における観光まちづくりとは

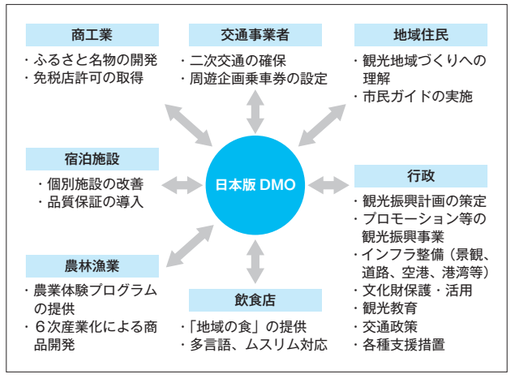
平成27年に打ち出した〈日本版DMO〉について、観光庁はその定義を「観光地経営の視点」から、マーケティングやマネジメントを担い「地域の稼ぐ力」を引き出すことにあるとしています。

一方でDMCは、DMOの戦略に基づき、利益を上げることを目的とする〈企業〉です。私は道内各地を訪れ、地域における観光コンテンツづくりやDMOの可能性などについて、個別案件の相談に応じたり、地域の皆さんと議論してきました。本州と比べた場合、北海道は過疎化のスピードや深刻さは、非常に重い課題になっていると感じます。

こうした状況下では、観光地としての将来が厳しいと感じている地域も多いと思います。広大な北海道では、観光客は広いエリアを移動します。このため、広域的な連携が何よりも重要です。市町村あるいは地域ごとの特色を打ち出し、滞在型の目的地として資源を活かしながら、観光客を獲得していくことが課題です。

木村　宏氏
（きむら・ひろし）

Profile
日本大学文理学部卒。ホテル経営会社勤務などを経て長野県に移住し、日本型DMOの先駆けとなる「信州いいやま観光局」の運営を担う。グリーンツーリズムを推進し、着地型商品の造成など観光まちづくり事業を展開する。平成28年4月から現職。学生や社会人を対象としたデスティネーションマネージャー養成講座を担当。



DMO
Destination Management/Marketing Organization：デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーションの略。地域の「稼ぐ力」を引き出し、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、マーケティングやマネジメントなどを担う法人。

DMC
Destination Management Company：デスティネーション・マネージメント・カンパニーの略。DMOが非営利型の法人組織である一方、DMCは利益を上げることを目的とする「企業」。地域の観光資源を活かし「稼ぎ、雇用を生み出す」など、観光振興の具体的な機能を担う。

情熱と覚悟持った人材の育成を

■広域連携に必要な要素は

観光分野における広域的な連携を進めるに当たり「何のために連携するのか」という議論は避けられません。制度上の理屈に沿っただけの主人公不在の連携は意味がありません。私は観光とは「現場感覚と観光客目線によって熟成される」と考えています。観光客目線に立ち、その動線を意識した連携の在り方を構築することが欠かせません。

■観光まちづくりを支える人材

観光客の目線や動線をしっかり捉えて、自分たちの地域の魅力を演出し発信することができる〈人材〉を確保・育成することが必要です。地域における調整能力や影響力があることが理想の人材像です。そして、地域のために心血を注ぎ、その地域に骨を埋める覚悟を持っていることが必要と思いますが、外から来た人では駄目ということではありません。

北海道の場合、広い地域に小さな市町村が分散しています。個々の市町村あるいは地域から突出した人材が出てくることは多くはありません。このため、外部の人材を有効に活用しながら、広域的なエリアで観光まちづくりを担う中核的な人材を確保する必要があります。その人材が観光客目線に立ち、各地域のコンテンツを磨き上げ、観光客の動線に合わせた形で結び付けていくことが大切です。

■日本初の講座で人材を育てる

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院は昨年6月、学生や社会人を対象とする〈デスティネーション・マネージャー育成プログラム〉を国内で初めて開設しました。講義では、大学内に北大の特性を活かしたDMOを立ち上げる想定で、事業や法人の設立準備など、実践的な知識を学びます。これから各地域で動き出すDMOや観光地域づくりを中心的に担う人材を育成していきたいと考えています。

■外部の人材を活かすために

観光の在り方について、住民、行政、企業、団体が自ら考え〈中からの改革〉を行うことが必要です。そして、改革を進める上で外部の人材を必要とする場合でも「DMOのミッションを請け負ってもらうが、責任は自分たちが取る」という姿勢が重要です。外部の人材に丸投げをしたまま責任は取らない、専門家だから任せておいて大丈夫という姿勢では、ミッションを遂行することはできません。まずは地域が主体となって考える。そして、観光に対する〈触覚〉を鍛えることです。今まで想定していなかった相手を想定したり、固定概念にとらわれない発想をする力を持つことです。その〈触覚〉で感じたものを磨き上げていくことが、観光客目線に立った観光地経営に結び付くと思います。

昨年6月に北海道大学に開設されたデスティネーション・マネージャー育成プログラム。社会人と学生が席を並べ、DMO運営のノウハウを実践的に学ぶ

実例 Part 1

観光の質的向上を目指すDMOとDMCが今春始動へ

富良野市

初夏を彩るラベンダー、世界的にも評価が高いスキー場、そして「北の国から」に代表されるドラマの舞台―。多彩な観光資源を持つ富良野市だが、観光入込客数は平成14年をピークに減少傾向にある。市は個人客やインバウンド（訪日外国人観光客）の増加、体験型観光への関心の高まりなど、観光需要の変化に対応するため、広域的なブランド形成やマーケティングの充実に取り組む〈ふらの版DMO〉を立ち上げる一方、情報発信や個人旅行客への対応に特化した〈ふらの版DMC〉の組織化を進め、観光の質的向上と宿泊を伴う滞在期間の延伸による地域経済の活性化を目指している。

北の国から―30年が過ぎて

昭和56年にスタートしたテレビドラマ「北の国から」は、富良野の人気に火を付け、年間200万人超の観光客が訪れるようになった。その反面、観光客が素通りする中心市街地は衰退が加速した。当時、市職員として、市街地の再開発に携わった富良野市商工会議所の大玉英史専務理事は「市街地に足を運ぶ観光客は1割に満たなかった。外貨を稼ぐ仕組みが無かった」と回想する。

中心市街地の賑わいを取り戻そうと平成15年、官民の共同出資による「ふらのまちづくり株式会社」が発足し、22年に複合商業施設「フラノマルシェ」を開業した。地元食材にこだわったスイーツやファストフードを提供する飲食店、優れた農産品を販売する店が軒を連ね、29年11月には累計来場者数が700万人を突破。中心市街地全体の活性化や雇用の確保とともに、農業者や商工業者の意欲向上を後押ししている。

だが、市内の観光入込客数は、平成14年度の約249万人をピークに減少を続け、26年度には約172万人、27年度は約188万人、28年度は約186万人で推移した。一方で夏場のピーク期に観光客が集中することで、深刻な交通渋滞や、労働力の不足に伴うホスピタリティの低下、観光案内機能の不足が指摘された。市内の宿泊施設は、秋から初冬にかけて稼働率の低下が目立ち、観光ピークの平準化も課題となった。

一方では、インバウンドの急増に伴い、平成16年度に約47万人だった宿泊延べ客数が、26年度には約71万人に急増。経済効果が大きい宿泊客数・宿泊延べ日数の増加に向けた取組を加速するため、通年型・滞在型観光の推進など、観光の質的向上を担う体制整備が課題となった。

富良野市 DATA

面　積：600.71㎢
人　口：22,279人（平成29年11月現在）
世　帯：10,968世帯（平成29年11月現在）
職員数：237人（普通会計ベース）
HPアドレス：
http://www.city.furano.hokkaido.jp

中心市街地の再生を進める核となるフラノマルシェ

日本版DMOに正式登録

市は平成28年3月に策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で観光マーケティングやマネージメントを担う〈ふらの版DMO〉の設立を打ち出した。その母体となる一般社団法人ふらの観光協会は、平成10年に社団法人化して以降、第3種旅行業の認可を受けるなど、先駆的な取組を進めており、29年11月には観光庁の「日本版DMO（地域連携DMO）」として登録された。

DMOの運営には、富良野市、美瑛町、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村の6市町村とともに、各市町村の観光協会や農協・農業者、宿泊・飲食業者、JR、航空会社が参画。コンセプトを「田園休暇～アジアで最も豊かで美しい四季彩大地へ～」として、美しい自然やクリーンな農業など、地域の強みを活かしたブランド形成やマーケティング機能の強化を図る。専門的な人材の育成により、アウトドア滞在プログラムなどの体験型観光を充実し、魅力的な旅行商品の造成を進める。

多様なニーズに対応できる観光地経営を強化することで、個人客やインバウンドの満足度を高め、リピーター率や宿泊延べ日数の増加、エリア内での消費単価のアップを目指す。大玉専務理事は「各地域の魅力をブラッシュアップすることで、回遊型の観光が実現する。各地域の競い合いで相乗効果を高め、地域全体が輝くことができる」と期待する。

「インバウンドを市街地に引き込み消費拡大につなげたい」と語る富良野商工会議所の大玉英史専務理事

DMCも今春発足へ

DMOの取組と並行して、富良野市、市商工会議所、ふらの観光協会による〈ふらの版DMC〉の設立に向けた動きも具体化する。DMCの運営は株式会社富良野物産観光公社が担う。同社は、フラノマルシェにある富良野物産センターを運営していたが、昨年4月に定款を変更。新たに、着地型観光を実現するDMCの役割を担うこととした。

DMOが広域的なブランディングやマーケティングを担う一方、DMCは、情報発信機能や個人旅行客への対応を充実に取り組む。市DMC検討委員会の会長を務めている大玉専務理事は「多様な観光資源を組み合わせ、魅力を倍加させるプロデュース力は不可欠」と意気込む。

ふらのまちづくり株式会社は今春にも、中心市街地の空きビルを改修した複合施設「フラノ・コンシェルジュ」を開設する。1階は観光案内施設、2階は市が取得し、市商工観光課、観光協会、商工会議所のオフィスとする。3階は外国人に多いバックパッカーを意識した宿泊用シェアハウスが入り、DMCの拠点として、建物全体でおもてなしを演出する。大玉専務理事は「郊外の観光スポットに流れるインバウンドを市街地に引き込むことで、市内の消費拡大につなげたい。観光に携わる三者が同じフロアで活動することでDMCに欠かせない迅速な意思決定に結び付けていきたい」と語る。

DMCの拠点となる「フラノ・コンシェルジュ」の完成予想図

ここがポイント！

- DMOは広域的にマーケティングを強化する
- 富良野・美瑛エリアの広域的な取組により、各市町村が持つ魅力や強みを活かす
- DMCは個人客への対応や情報の発信を担う
- 夏場のピーク期を分散し、通年型の観光を実現し、おもてなしを充実する
- 中心市街地に観光客を呼び込み、消費の拡大につなげる

実例 Part 2

選ばれる観光地づくり アウトドアの聖地を目指せ

株式会社デスティネーション十勝

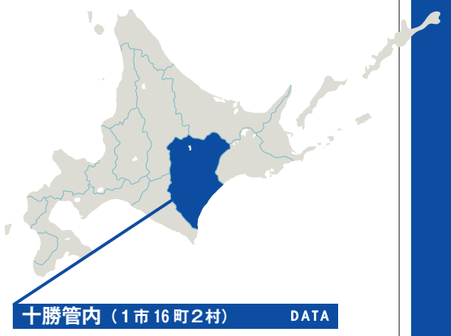
自然豊かな十勝管内を舞台にアウトドア観光のビジネス化やブランド化の戦略形成を担う〈株式会社デスティネーション十勝〉が、平成29年4月に発足した。民間主導のDMOとして、管内19市町村との広域的な連携により「ゆとり」と「癒し」を求め、雄大な自然空間を旅する新たな人の流れを生み出し、地域経済の好循環を創出することを目指す。

民間主導のDMOとして発足

株式会社として昨年4月に発足したデスティネーション十勝は、資本金3050万円のうち、アウトドア用品大手のスノーピーク（本社・新潟県三条市）が49・2%、電通16・4%、帯広市は13・1%を出資。JTB北海道や地元金融機関も資本参加するなど、民間主導のDMOとして発足した。スノーピークはアウトドアファンに人気のブランドで、山井太社長がデスティネーション十勝の社長に就任した。企業のノウハウやネットワークを十勝管内の豊かな観光資源と掛け合わせ、管内全体でアウトドア観光の産業化を目指す。

同社はアウトドア観光を軸として①戦略の立案と地域ブランドの醸成②魅力ある旅行目的地の創出③人材の育成④世界展開に向けた基盤整備―などに取り組む。収益の確保など企業としての自走化を見据え、旅行事業やイベント開催、物販や観光プロモーションの企画運営を担う。同社の事務所は、帯広競馬場の観光交流施設・とかちむらに開設した。

十勝管内では、夏はキャンプやフィッシング、ラフティングなどの多彩なアウトドア体験を満喫できる。冬場もスキー、スノーボード、犬ぞりなどの体験メニューは豊富だ。広域的な連携により、各地域にある観光資源を季節ごとに組み合わせ、訪日外国人を含めた観光客に提供することで、滞在日数や観光消費額の増加を図り、アウトドア観光のビジネス化を進めることを目標とする。今後は日本版DMO候補法人の登録申請を予定している。



十勝管内（1市16町2村） DATA

面　積：10,831.24㎢
人　口：343,436人（平成27年国勢調査）
世　帯：150,525世帯（平成27年国勢調査）
デスティネーション十勝HPアドレス：
https://www.destination-tokachi.jp

アウトドア観光で稼ぐ地域に

スノーピークの子会社・スノーピーク地方創生コンサルディング（本社・新潟県三条市）の社長で、デスティネーション十勝の監査役を務める後藤健市氏は「十勝にはワールドクラスの自然があり、季節を問わずにリゾートを楽しめます。その商品価値は世界で通用します」と評価する。そして「現状はバラバラな状態にある地域資源をつなぎ合わせながら、魅力的な観光商品としてプロデュースすることで、各地域の『稼ぐ力』を強力に成長させることができます」と力を込める。

帯広市は同社の設立に向けて平成26年、庁内に「十勝アウトドアブランド推進委員会」を設置。昨年2月には、スノーピークが指定管理者になっているポロシリ自然公園で、ホテル並みの設備とサービスが整った豪華なキャンプでアウトドアを楽しむ「グランピング」の体験ツアーを開催した。冬季のアウトドア観光の魅力向上を目指した取組で、事業はデスティネーション十勝が引き継ぎ、この冬には内容を充実させた観光商品として売り出すという。

また、平成29年7月には、広域連携に向けた合意形成の場として、管内19の市町村と観光協会、アウトドア観光事業者などで構成する「十勝アウトドア観光会議」が発足。アウトドア観光のコンテンツ開発、情報発信などを担うプラットフォームの在り方や人材育成などの戦略を本年度にまとめるほか、具体的な事業についても検討を進めている。

帯広市の礒野照弘・観光航空戦略担当部長は「管内全体の将来に向けた目標となる戦略をまとめたいと考えています。十勝だからこそ体験できるものを提供し、その価値を高める取組を通じて、アウトドア観光でこの地域で稼ぐことができる仕組みを構築していきます」と語る。

「十勝の観光資源の特長は、アクティビティの多様さや食材の豊富さにある」と語る後藤氏

外部の目線で地域資源を見出す

デスティネーション十勝は、平成27年に帯広信用金庫を中心に管内19市町村、道内の金融機関やシンクタンクが共同で立ち上げた「とかち・イノベーション・プログラム」が源流だ。管内の経営者や起業を目指す人たちと、スノーピークの山井社長ら、全国各地の〝革新的経営者〟との協働を通じて、革新的な事業の創造やビジネスモデルの実践を目指している。同プログラムは2年間で食産業の振興や、移住・定住の促進など20件の事業構想をまとめた。

中でもアウトドアを切り口に新たな観光振興に取り組む〈OUTDOOR VALLEY PROJECT〉は「十勝をアウトドアのアジアの聖地へ」をテーマに、管内全体でアウトドア観光の戦略形成や情報発信の司令塔的な役割を担う〈十勝版DMO〉の設立を打ち出した。

礒野担当部長は「山井社長が『十勝のフィールドはすごい。ワールドクラスだ』と語り、釣りやキャンプを含めたアウトドア観光に大きな可能性があることを力説しました。地域で長く暮らしていると、その良さに気付きにくい。外部の視線を通じて、十勝にはアウトドアという素晴らしい資源があるということを理解しました」と、議論を振り返る。

また、海外でも観光ブランド化の取組を進めている後藤氏は「十勝の観光資源の特長は、平野特有の雄大さやアクティビティの多様さ、そして世界に誇るナチュラルチーズなどの食材にあります。それはニセコや富良野などのリゾート地とは違った魅力です」と語る。その上で、地域間競争だけではなく全道的な連携を進める仕組みづくりが必要とし、「独自の魅力を持つ道内の各地域が連携することで、北海道全体で着地型観光を実現して、世界に誇ることができる観光地づくりを目指す必要があります」と呼び掛ける。

さまざまな観光資源を「再編集」することで魅力を高める

ここがポイント！

- アウトドア観光に特化したDMOの役割を担う
- 企業が持つノウハウやネットワークを活用する
- 多彩な地域資源を活かした通年型観光を目指す
- 広いエリアに分散した観光資源を組み合わせることで地域の魅力を高める
- 外からの目線で地域の資源や魅力を掘り起こし、ビジネスを育てる

実例 Part 3

産地と消費者を結ぶ 利益を生み出す仕組みづくりを

株式会社オホーツクテロワールドゥ 合同会社大地のりんご

地域の「稼ぐ力」を高め、その利益を生産者や地場企業に還元できるビジネスモデルを構築する―。地域商社に求められている役割だ。そのためには産地と地域外の企業を結び、円滑に商品を流通させる仕組みづくりが欠かせない。オホーツク圏域を中心に事業を展開する〈株式会社オホーツクテロワールドゥ〉と〈合同会社大地のりんご〉は、生産者や中小企業を対象にした販路開拓支援とともに、農産物や加工食品のプロデュースに取り組んでいる。

利益を農村地域に還元する

産地と消費者を結び、地域の魅力や生産者の思いを伝えることは、地域商社の大きな役割として期待されている。株式会社オホーツクテロワールドゥ（本社・網走市）は、農産物や加工食品などの製品が、さまざまな流通形態に対応するため、顧客である生産者や企業をサポートする取組を行っている。販路開拓に不可欠な産地や生産者、製造環境など、商品の基礎データの準備、規格書作成や物流手配の代行、実需者の企業や消費地とのマッチング、営業活動の代行など、業務は多岐にわたる。

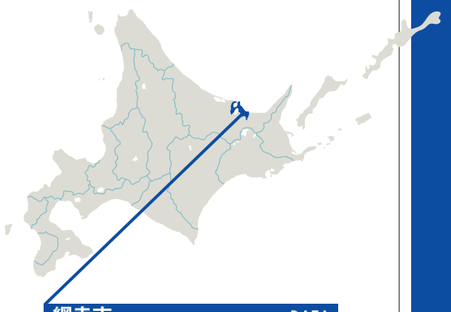
同社は規格外品として流通に乗らない有機栽培のカボチャをカット野菜として販売する仕組みづくりもサポートする。大空町の農業者から規格外のカボチャを仕入れ、美幌町の野菜加工業者が加工と冷凍保存を担当して、主にスーパーや外食チェーンに向けて販売している。

一方でコンビニエンスストア大手のローソンと提携して、ブランド小麦「春よ恋」を原料とするパンを製品化し、首都圏を中心に健康志向の商品を展開している「ナチュラルローソン」で販売。カシスの生産者と高級ホテルチェーンとの専売契約の締結をサポートするなど、大手企業への販路形成にも力を注いでいる。

社長の道山マミさんは「原料である農産物や加工品を出荷するだけではなく、きちんと利益を生み出すことができる仕組みを作り、農村地域に還元することが必要です」と語る。

地域の生産者や中小企業が大半を占める食品業者にとって、大手の受託生産を手掛けるには、厳しい衛生基準や規格クリアしなければならず、実現に至らなかった事業もある。道山さんは「大企業が何十年もかけて取り組んできた製品管理基準をクリアできないのは当然です。小規模な生産者や事業者が食べていくことができるような身の丈に合った仕組みづくりが大切です」と話す。

「小規模業者でも食べていけるような仕組みを」と語る道山社長



網走市 DATA

面　積：471.00㎢
人　口：36,344人（平成29年11月現在）
世　帯：18,345世帯（平成29年11月現在）
大地のりんごHPアドレス：
http://daichinorin5.namaste.jp

伝統の料理文化を守りたい

オホーツクテロワールドゥは、オホーツク圏の農業関係者などが設立した一般社団法人・オホーツクテロワール（網走市）が母体だ。オホーツクの自然や文化を見直し、地域の産業振興に貢献する活動を展開している。平成28年に農産物の販売や6次産業化を手掛ける会社として独立した。社長には〈合同会社大地のりんご〉を経営しながら、会員として法人の活動にも参加していた道山さんが手腕を買われて就任した。

道山さんは東京農大網走キャンパスの第1期生だ。卒業後は東京で就職し、結婚後は子育てをしていたが、平成23年に網走市に移住して〈大地のりんご〉を設立した。「農業支援のベンチャー企業を立ち上げてみないか」という恩師の誘いがきっかけだった。オホーツク圏では「農産物があっても加工施設が無い」「施設があってもノウハウが無い」という地域が多いことが課題だった。

道山さんは「日本には農産物を栽培する独自の方法があり、加工や熟成、発酵の方法が発達してきた。古くから伝わる料理文化を守り、生産者と加工業者をつなぐ中間支援に取り組みたい」との思いを強くした。

〈大地のりんご〉は、農産物や加工品の仕入れや販売、市場開拓の支援、商品販売のプロデュースとともに、オリジナル商品の加工・製造を事業の柱とする。また、有機野菜のJAS認証を取得し、生産者や企業向けに製品管理知識の普及に力を入れているほか、農業体験ツアーのパッケージ開発など活動を拡げている。

商品化のアイデアを探る

会社の設立後、道山さんに山わさび（西洋わさび）の活用について相談が寄せられた。国内で生産される山わさびの9割は、オホーツク圏で生産されている。だが、収穫量の3割は規格外品として廃棄される。

商品化のアイデアを求めて、道山さんは管内の農業者を訪ね歩き、大正時代から伝わる「粕漬け」に出会った。農業者を中心に家庭で手作りされてきた懐かしの味だ。作り手も減り、伝統の漬物文化が失われつつある―。道山さんは農業者の協力で各家庭のレシピを集め、衛生面やコスト管理にも気を配りながら商品化を進めた。完成した「ガツンと辛い山わさび粕漬け」は平成24年、漬物の日本一を決める第1回「T-1グランプリ」で初代王者に輝いた。

現在は地元産タマネギの酢漬けや冷凍ゴボウの商品化に取り組んでいる。「出来合いの総菜ではなく、自分で作った料理を家族に食べさせたいという思いがあるはず」。カット野菜は業務用だけでなく、家庭用食材にも需要があると感じている。

同社では子育てや親の介護をする女性を中心に約10人が働く。「育児や介護で仕事を辞めるのが当たり前であってはいけない」。道山さんの持論だ。子育てのため短時間しか働けない女性を複数雇用し、1人分の仕事量を賄うワークシェアリングを進めている。「地域の農産物をどうこうする前に、まずは自分自身と従業員の生活を成り立たせることが大切です」と道山さん。地域で生きる企業の原点を守り続けている。

オホーツクテロワールドゥは、地元のアンテナショップで約80社の登録生産者の製品をPR

埋もれた「宝」に着目し、生産者と消費者をつなぐ

ここがポイント！

- 生産者と域外の消費者を結ぶ仕組みを整える
- 規格外農産物の商品化と流通をサポートする
- 生産者や中小事業者が苦手な販路開拓を支援
- 地域に利益を還元できる事業の組み立て
- 雇用と従業員の生活を守る会社の運営に取り組む

実例 Part 4

水産業の再生を！3町村で地域商社を設立

神恵内村・岩内町・泊村

神恵内村、岩内町、泊村は昨年10月、水産物の販路拡大や輸出促進を担う地域商社〈キットブルー〉を設立した。海洋環境の激変に伴い、日本海の沿岸漁業が岐路に立たされる中、ナマコやウニの増養殖の広域化により、出荷量や生産規模を拡大し、市場への影響力を高めるとともに、地域ブランド化や国内外の販路拡大など、水産業の復活に向けたさまざまな取組が、これから本格的に動き出す。

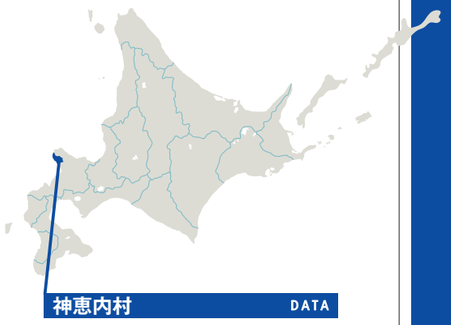
3町村の連携で水産業を再生

積丹半島では、江戸末期から大正時代にかけてニシン漁が莫大な富をもたらした。だが、その面影は失われて久しい。ニシン漁が途絶えた後は、サケやイカ、ホッケ、スケソウダラなどの沿岸漁業や、ウニなどの根付漁業が水産業を支えていた。

しかし、日本海の水温上昇など、海洋環境の激変で資源が減少。海藻が消滅し、岩礁が石灰化する磯焼けも進み、ウニ漁が打撃を受けている。積丹半島地域活性化協議会会長の高橋昌幸神恵内村長は「オホーツク海と比べると、日本海では漁業者の収入は3分の1から5分の1しか無いんです」と吐露する。水産業の衰退は過疎化に拍車を掛け、村の人口は昭和50年代の半分以下だ。

地域の消滅に危機感を募らせた高橋村長は、水産業の再生に向けた打開策を模索した。同じく水産業が苦境に陥る岩内町や泊村との連携により、漁業の再生や経済活性化を進める地域再生計画を策定。平成28年8月に国の認定を受けた。

計画の柱は①地域商社の設立②ナマコの増養殖③畜養によるウニ漁の再建―だ。国の地方創生加速化交付金を財源として、3町村が一体となり、増養殖技術の確立や地域商社を核とする国内外への販路拡大に取り組む。高橋村長は「ウニやナマコの増養殖は、沿岸の町村が広域的に取り組むことで効果が拡大します。大きな市場を形成できる漁獲量と勢いは不可欠です」と力を込める。



神恵内村 DATA

面　積：600.71㎢
人　口：896人（平成29年8月現在）
世　帯：487世帯（平成29年8月現在）
職員数：40人（普通会計ベース）
HPアドレス：
http://www.vill.kamoenai.hokkaido.jp

地域商社・キットブルーを設立

3町村が出資する地域商社〈キットブルー〉が、平成29年10月に設立された。社名は神恵内、岩内、泊の頭文字（K・I・T）と、この地域が誇る「積丹ブルー」と呼ばれる透明度の高い海と水産資源を連想させる「ブルー（青）」にちなんだ。

社長に神恵内村の池田幸雄副村長が、取締役には猪口仁岩内町副町長と牧野浩臣泊村長が就任。神恵内村の磯焼け対策事業に参画する沿海調査エンジニアリング（本社・札幌）の社員2人が同社に出向している。

「全道のウニの価格を左右するくらいの勢いを得られるような事業に育てたい」と語る高橋村長

3町村にとって、商社運営は初めての取組だ。高橋村長は「パートナーとなる協力企業の選定には、時間を要しました。漁業振興の実績とともに、利益追求だけではなく、この地域を一緒に元気にしていこうという意志を共有した会社でなければという思いがありました」と語る。

現在は事業の本格化に向けた準備期間だ。流通の専門家によるマーケティングに基づいた戦略的な水産業への転換を目指し、主力商品となる乾燥ナマコのサンプルを札幌やニセコ町、東京などの飲食店やホテルに提供。訪日観光客を通じたブランドイメージの形成や需要の取り込みを狙う。インターネット上の電子商取引「越境EC（E-Commerce）」の導入に向けた準備も進める。日本国内の通販サイトに海外からアクセスして、商品の注文とクレジットカードによる決済を行い、顧客に商品発送を行うシステムだ。将来的には他の水産物を活かした商品開発や国内外の販路開拓も目指す方針という。

後志総合振興局主催のイベントに出展するキットブルーの担当者

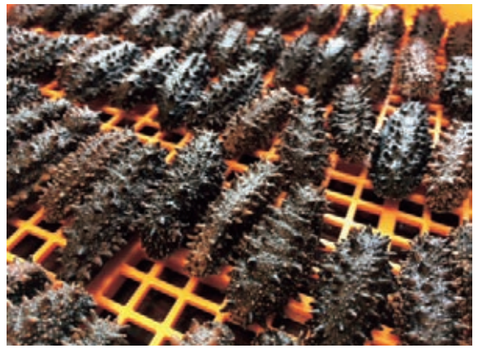
ナマコとウニで市場に攻勢を

東北など道外の産地と比べて、本道の日本海沿岸で漁獲されるナマコは、突起（イボ足）が多く、中国では高級食材として珍重される。道産ナマコの1キロ当たりの年平均単価は平成15年頃まで700～1000円で推移したが、中国での需要の高まりを受けて急騰。平成23年には過去最高値の6000円に迫り、近年も4000円程度で推移している。

神恵内村では、ダイバーによる潜水漁で、深さ15メートル以上の海底に生息するナマコも資源として活用しているが、漁獲圧の高まりによる資源の枯渇も懸念されるため、3町村の連携により稚ナマコの放流を進め、広い海域で安定的に資源を確保することを目指している。

他産地との差別化を図るため、産地証明（トレーサビリティ）の導入も検討。ナマコの密漁被害は全道で深刻化しているが、産地証明により正規の市場を通さない、密漁ナマコの流通を抑止する狙いもある。

岩内郡漁協と古宇郡漁協が取り組むウニ短期養殖の本格化も期待される取組だ。ウニの漁期は通常6～8月だが、磯焼けの影響で身入りが悪くて出荷できないウニをかごで短期養殖し、出荷の時期や量を調整。全国的に生ウニが品薄となる冬場に出荷することで、高値での取引が期待される。積丹半島のウニはブランドとして定着しているが、冬でも食べられるウニの魅力はブランド価値の向上につながるため、将来的な陸上養殖も検討中だ。高橋村長は「3町村から出荷するウニやナマコで『全道の市場価格を左右するんだ』という大きな理想と意気込みを持って取組を進めていきたい」と語る。



中国でも積丹産のナマコは人気が高い

ここがポイント！

- 「獲る漁業」から「育て・稼ぐ漁業」への転換を図る
- 養殖漁業の広域化によるスケールメリットを活かす
- 地域商社による販路開拓や地域ブランド化を進める
- 未利用資源を活用して市場価値の高い水産物を生産
- 産地証明によるナマコの付加価値向上と密漁品の排除を促進する
- 水産業の再生による経済活性化と人口減少の緩和を目指す

実例 Part 5

ローカルブランドを活かせ 地域の魅力を全国発信

株式会社ファーマーズ・フォレスト

株式会社ファーマーズ・フォレストは、栃木県宇都宮市で、道の駅の運営や農産物の販路拡大、地域資源を活かした着地型観光の企画運営など幅広い事業を展開している。その取組は〈地域商社〉の先駆け的な存在として、全国的に注目を集めている。農業と食、地域資源を結ぶ総合プロデューサーとしての役割を果たす同社の取組を取材した。

地域の魅力を売り出す商社に

〈うつのみや 道の駅ろまんちっく村〉は平成8年、宇都宮市が150億円を投じて整備した「農林公園ろまんちっく村」が前身だ。総面積46㌶の敷地に農産物直売所、温泉施設、ホテルなどを整備。第3セクターが経営を担い、平成10年の来園者は100万人を超えたが、その後は減少を続け、維持コストも重荷となり、経営状況が悪化していた。市は指定管理者制度の導入によるサービス向上やコスト削減に踏み切り、平成19年にファーマーズ・フォレストを指定管理者に選定した。

平成28年度は142万人が訪れた道の駅うつのみやろまんちっく村

同社が最初に手掛けたのは、全事業の直営化だ。中でも直売所では、魅力に乏しいありふれた商品構成を見直し、広範囲の契約農家と連携して、新鮮な朝取り野菜を中心にラインナップを強化。住民に評判のパンや、地元では幻のネギと呼ばれている「新里ネギ（曲がりネギ）」に光を当てるなど、魅力的な地場産品の発掘と商品化に取り組んでいる。

〈ろまんちっく村〉が扱う農産物や加工品は約260品目に上る。同社は平成22年、多彩な地場産品の販路確保を目指して▽通信販売▽自社直営店舗での販売▽首都圏での流通―を柱とする流通事業にも乗り出した。通信販売は「トチギフト」の名前で、カタログの発行や通販サイトを運営している。県内の契約農家から農産物などを集荷する広域集配システムを独自に整備して、県内10カ所の直営店や、首都圏のスーパーなど約200店舗に出荷。販路の安定的な確保とともに、県産の農産物のイメージアップにつなげる取組だ。また、同社は平成24年に東京スカイツリーの商業施設に出店した栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」の運営も担っている。

地域の魅力を掘り起こし、国内外に売り込む同社の取組は〈地域商社〉のモデルとして注目を集めている。実績が評価され、新年度に沖縄県うるま市にオープンする「農水産業振興戦略拠点施設（仮称）」の運営にも携わることとなった。

栃木県宇都宮市 DATA

面　積：416.85㎢
人　口：520,457人（平成29年12月現在）
世　帯：223,010世帯（平成29年12月現在）
ファーマーズ・フォレストHPアドレス：
https://www.farmersforest.co.jp/

ハコモノ整備からの脱却を！

同社の松本謙社長は、平成元年に慶應義塾大学法学部を卒業後、自動車会社勤務を経て、不動産会社の社員として、さいたまスーパーアリーナの管理・運営や、業績不振の温泉旅館や商業施設の再生を手掛けてきた。松本氏が掲げるのは「ハコモノ中心の施設管理からの脱却」だ。

「利益を地域に還元する仕組みを」と語る松本社長

大きな観光施設を建設すると、事業計画は減価償却費や維持管理費を含めたライフサイクルコストに縛られ、コストに応じた集客人数と客単価を設定しなければならない。計画が未達となれば、料金上昇やサービス低下の形で利用客にはね返り、利用者の減少を招く悪循環に陥る。

松本氏は「ハコモノ整備よりも、地域の魅力を引き出し、有機的に結び付けていく仕組みづくりを重視すべき」と力説する。宇都宮市経済部の笹野賢治副参事は「ハコモノからの脱却という松本社長の主張にはブレがありません。市と会社は良い信頼関係を築いています」と語る。

松本氏は地元のFMラジオ「FM栃木」の番組でDJとしても活躍するなど活動は多彩だ。「私たち自身が地域を伝える総合メディアになる考えです。ラジオはそのツールの一つです。地域商社として利益を追求しなければならないのは当然ですが『地域』という冠は、利益を地域に還元するという意味でもあります。地域を売り込むハブとして効果的な手立てを考えて実践しています」

課題解決型の観光ツアーとは

平成24年に〈ろまんちっく村〉は道の駅として登録された。現在は体験型観光を中心とした施設運営に取り組んでいる。面積10㌶の「森のエリア」では、森林浴やタケノコ掘りなどを楽しむことができる。「里のエリア」では、農産物の収穫などを体験できる。朝取り野菜や充実した体験メニューが人気を集め、平成28年度の来園者は142万人に上る。同社は「道の駅」を産業振興や人材育成、地域間交流など、総合的な地域経営を進める拠点と捉えている。

同社は第2種旅行業の資格を取得し、道の駅を発着点とする、地域資源を活かした着地型観光の企画・運営も進めている。宇都宮市大谷地区は、全国的に有名な「大谷石」の産地だが、石材需要の低迷で大半の採掘場が廃業。地下の採掘跡で大規模な陥没事故が発生するなど、地域では〝負の遺産〟となっていた。同社は大谷石の歴史を伝え、観光資源として活用する体験ツアーを企画。採掘跡に水が貯まった〝地底湖〟の探険ツアーは人気を集めている。

県北東部に広がる八溝地域は、日本茶の生産地だったが、過疎化や有名産地との競合で生産が低迷。同社は競合相手が少なく、付加価値も高い紅茶生産への転換を提案。茶摘み体験やティータイムを楽しむツアーを企画・運営し、産地の再生に貢献している。他にも過疎化で手入れができない竹林の再生や、林業の魅力を伝える体験ツアーも実施している。

ろまんちっく村の産直施設「あおぞら館」では、多彩な地場産野菜が人気

こうしたツアーを〝課題解決型ツアー〟と呼ぶ松本氏は「各地の課題にスポットを当てることで栃木のことを深く知ってもらう機会になります。地域外からお客さんを迎えることで、地元のモチベーションを高めることにつながります」と語る。

ここがポイント！

- 魅力的な地場産品の掘り起こしを進める
- 独自の集配網と販路を確保して農産物を大消費地の首都圏に出荷する
- ハコモノ中心の観光事業は、コストに縛られるため、ソフト重視の仕組みづくりを進める
- 道の駅は、地域経営を実現する拠点になる
- 地域資源を活かした体験型観光は、生産者や住民のモチベーションを高める力になる

【リレーインタビュー】

DMOと地域商社
―現状と課題は

海外との架け橋となり、道産品を世界に

1

一般社団法人北海道国際流通機構 代表理事
鳥取　義之氏

海外における道産品の販路拡大支援などを目的として、平成29年4月に一般社団法人北海道国際流通機構（HIDO）が発足した。海外の市場で高い人気を誇る道産品だが、複雑な手続きなどがネックとなり、地元企業や生産者にとって輸出のハードルは高い。代表理事の鳥取義之氏は「海外取引のノウハウや現地バイヤーとのネットワークを活かし、地域と海外の橋渡し役を担い、優れた道産品の販路を拡大・定着させ、北海道を元気付けたい」と語る。

小口輸送に商機を見出す

―設立の経緯と目的を教えて下さい

道内には優れた食材や地場産品があります。しかし、海外輸出、特に重さ10キロ程度の小口荷物の輸出は、代金回収や出張などの営業コストや、複雑な輸出手続きなどがネックとなり普及していないのが現状です。

こうした状況を打開しようと平成25年、開発局、道、札幌大が北海道国際輸送プラットホーム（HOP）を立ち上げ、輸出手続きの代行や商談会の開催などの事業を展開しました。5年間の活動を通じて、道内約250社が事業を活用し、東南アジア諸国に合計32トン、金額で約5400万円の輸出を実現しました。

しかし、海外企業とのマッチングは、費用の捻出が難しく、有志のメンバーがボランティア的に行ってきた状況がありました。機構は道内の市町村や企業との連携を深めるとともに、道産品の輸出拡大を図ることを目的として発足しました。

―HOPとの大きな違いは

海外に拠点を持ち、現地のレストランや百貨店、商社と取引がある企業が経営に参画し、機構の一員として営業活動を展開しています。情報共有や顧客ニーズに対する的確で迅速な対応が可能となりました。

地元企業などの大きな負担になっている商流―受発注、出荷、在庫や販売の管理―とともに、輸出の手続きや海外物流の面でもきめ細かいサービスをワンストップで、しかも安価に提供することで、海外輸出に挑戦しようと考えている地元企業や市町村をサポートし、道内経済の活性化に貢献できればと考えています。

12市町が自治体会員に

―発足後の活動は

平成29年10月末現在で100社近くの企業や生産者、そして12の市と町が会員になっています。台湾、香港、シンガポールなど、9つの国と地域で11社の営業先を確保しています。昨年11月には、海外取引に関する具体的な課題や解決方法を話し合い、機構に助言する輸出促進検討委員会を設置しました。また、海外との商談に必要となる、多言語のデータベースを作成する費用の調達などを目的としてクラウドファンディングも開始しました。

―自治体会員との連携は

自治体会員は、札幌、函館、小樽、旭川、釧路、網走、留萌、紋別、根室の9市と、ニセコ、森、枝幸の3町です。昨年6月に函館市との連携により、台湾の老舗百貨店「遠東百貨」で物産展を開催しました。食品産業の振興や海外展開の促進を目指す市が出展経費などを負担し、市内企業13社が参加しました。

12日間で日本円で約2200万円の売り上げがあり、地元のメディアにも大きく取り上げられました。参加企業からは「初めての海外物産展で不安があったが、機構が丁寧にサポートしてくれた。今後も積極的に輸出に取り組みたい」という意欲的な声を頂きました。

小口の輸出により新たな販路確立も

地域の「稼ぐ」力をサポート

―地方創生の一環でDMOや地域商社を設立する動きが進んでいます

海外企業は北海道のブランド力に注目しています。観光地として人気が高いだけでなく、海外の百貨店で物産展が開催されるほど、北海道の商品に魅力を感じています。DMOや地域商社は、地域の特色ある観光や食を資源に、地域が「稼ぐ」システムを作ることが目的です。

外国人観光客が、道内で購入する土産品には「また食べたい」と思う魅力的な商品も多くあります。こうした商品を海外展開することで、地域で外資を稼ぐことが実現します。昨年6月には開発局と連携して、道の駅を対象に「海外おみやげ宅配便」のサービスを開始することで合意しました。冷蔵や冷凍が必要な農水産物も低価格で迅速に発送します。

―DMOや地域商社との関わりは

DMOは観光戦略の再構築に向けて、地域でマーケティングやプロデュースを担う役割があります。組織として「稼ぐ」機能はあまり必要ありません。しかし、DMCや地域商社は企業ですから、収益を確保しなければ事業を継続できません。儲かる商品は、すでに他の企業が手を付けています。私たちの機構は、小口輸送というニッチなマーケットを対象としています。各地域の企業や商店などの海外展開を後押しすることで、地域が元気になることが私たちの目標です。北海道と海外の架け橋として、地域の「稼ぐ力」を底上げする。私たちの機構は、そんな存在で在り続けたいと考えています。

海外企業のアテンドにも取り組んでいる

「地方と海外を結ぶ架け橋に」と語る鳥取代表理事

PROFILE

鳥取　義之（とっとり・よしゆき）氏
平成29年4月まで27年間、ヤマト運輸に勤務。北海道支社国際物流企画推進室長時代にHOPの設立と運営に関わった。釧路市で生まれ育った道産子として、北海道の活性化に貢献したいとの思いから、HIDOを設立し、代表理事として国内外を駆け回る。

取材メモから

「十勝川西長いも」や「富良野メロン」など、海外でもトップブランドとして通用する道産品がある。しかし、個人経営の生産者や地元企業にとって海外展開のハードルは高い。輸出手続きの煩雑さや高いコスト、日本との商習慣の違いなどに苦労し、そのチャレンジが挫折することも多い。市町村にも海外への輸出や商取引に関するノウハウは乏しい。だが、輸出による国際信用力やブランド力の強化は、人口減少に伴う国内市場の縮小が見込まれる中、農林水産業を基幹産業とする本道にとって大きなテーマだ。輸出促進に向けた広域的な体制の整備や機運の醸成は、市町村が検討すべき課題でもある。

【リレーインタビュー】

DMOと地域商社
―現状と課題は

観光を切り口とした新たな地域経営の在り方とは

2

大日本印刷株式会社 地域共創ビジネス開発グループリーダー
鈴木　洋光氏

地方創生の一環として「観光地域づくり」の中核となるDMOやDMCの設立に向けた動きが全国で加速している。しかし、DMOの概念やDMCとの違いについて理解は深まっていない。全国に営業拠点を持ち、約3万社とビジネスパートナーの関係を構築している大日本印刷株式会社は、各地域でDMOの設立支援に取り組んでいる。観光を切り口とする地域経営を軌道に乗せるために必要なことは何か。同社の鈴木洋光・地域共創ビジネス開発グループリーダーに聞いた。

地域の橋渡し役を務める

―DNPと言えば印刷会社ですよね

当社のビジネススタイルは、最近大きく変化しました。単純な受注と請負ではなく、いわゆる「デザインシンキング」を重視しています。顧客が提起する問題と、その背後にある本質的な課題を見極め、核心に迫るような提案を行い、ビジネスを支援していくことで、パートナーとしての共創関係の構築を進めています。

全国に営業企画の拠点があり、社員は顧客と密接な関係を維持しています。単独の企業では、解決が難しい課題でも「あの企業と連携すれば解決できるのでは」という、共創の視点を活かして、当社が橋渡し役を担いながら、双方にメリットを生み出す取組を進めています。

―地方創生に関する取組は

地方創生の一環として、国が〈日本版DMO〉の形成を打ち出しました。これは、地域の多様な関係者の合意形成とともに、地域経営の視点でデータの取得や、民間手法の導入による運営が求められます。当社としても、これまで顧客の経営・運営支援で培ったノウハウを活かし、観光を切り口とする地域経営の支援に向けて、シンクタンクなどとコンソーシアムを構成して、全国各地でDMOを支援しています。

地域資源を分析して取捨選択を

―日本版DMOの現状は

例えば、世界水準のDMOとして名前が挙がる、スペインのバルセロナ観光局は、年間の総予算が50億円を超える規模に達すると言われています。日本では小規模なDMOで数百万円です。最も規模が大きい所で30億円規模とも言われていますが、これは特別です。収入の規模が年間1億円未満のDMOが半数を占めており、現状は「地域が稼ぐ」ための基盤づくりと、その先にある運営段階との端境期にあると考えられます。

―DMO立ち上げ手順は

DMOの設立目的は「観光地域づくり」と言われますが、私は〈観光を切り口とした地域経営〉だと考えています。利益を上げることが命題であるということを前提に、組織の構成員や運営体制、関係者の合意形成とモチベーションの向上を図ります。並行して、地域の実態を知るためのマーケティングを行い、結果を根拠にして議論を積み重ねます。

「役割と責任の明確化が不可欠」と語る鈴木氏

PROFILE

鈴木　洋光
（すずき・ひろみつ）氏
平成16年入社。C＆I事業部（現・情報イノベーション事業部）配属。企画職としてマーケティング領域を専門とし、さまざまな営業分野と連携した企画立案に取り組む。「場づくりビジネス開発グループ」のリーダーを経て28年から現職。新事業分野の確立を目指す社内チームを牽引している。

観光を切り口とした地域経営を進めるために必要なのは、いつ、どのようなプロファイルの観光客が、何を目的に、どれだけ訪れ、どれ位の期間滞在して、どれだけのお金を使ったのかという動態を捉えることです。地域を訪れた人の興味・関心や購買履歴などの実態を抽出して、そこにある資源を▽今後活かすべき▽今は良いけれど今後は廃れる▽今は注目されていないが今後注目される▽今も必要ではない―と振り分け、どこに注力するのか、何が自分たちの資源であり、誰に向けて発信をするのかということを具体的に議論していく必要があります。

各地域の観光資源を紹介する

―地域にはしがらみもあります。切り捨てる判断は難しいのでは

切り捨てるかどうかを判断するのは事業主体です。私たちは、判断材料を提供します。マーケティングの結果を示して「事実はこうだ」「次の一歩のためにどちらに舵を切るのか」ということを議論し、採決を行います。その際に意見やコメントをきちんと集約して、次の議論に活かしていきます。そうすることで合意形成がスムーズに進みます。協議では、事業主体とともに、地域の観光経営に関わる、多様な事業者との合意形成を欠かさず、議論を積み上げていくことで〈地域共創〉を推進していくことが可能となります。

役割と責任の明確化を

―DMOやDMCの成功要因はどこにあると思いますか

まずは議論をきちんと積み上げること。組織の立ち上げがゴールではありません。マーケティングには短期と中・長期のスパンがあり、その両軸で「誰が」「何を担うのか」ということを、はっきりとさせておくことが、事業を継続する上では不可欠です。このことを共通認識とする必要があります。プレーヤーが多すぎると、お互いに様子見の状態になります。「この分野は私が担う」という責任の明確化が欠かせません。

―北海道における可能性は

北海道では、世界に通用するたくさんの観光資源を活かし、独自の観光地域づくりを進めている地域もありますが、まだまだ資源を活かし切れていない地域もあります。本州の先行事例では、県が広域横断型のマーケティングやプロモーション、人材育成、受け入れ環境の整備などを担い、市町村は域内の事業者と連携して、自らが立ち上げた組織やネットワークを活かし、地域が稼ぐために資源の商品化や事業化を進める形で、役割を明確化しています。

先進事例などを学ぶ場を提供

地域連携型DMOを上位組織として、マーケティングでターゲットを特定することで〈戦略〉を描き、プロモーションを進めます。その下位組織としてDMCがあり、土産品や着地型観光商品の開発、交通事業など、地域で稼ぎを生み出す〈戦術〉を練ります。DMOとDMCの立ち位置を明確に示し〈戦略〉と〈戦術〉を展開していくことが必要です。

取材メモから

過去の成功体験や経験則に基づく観光施策の立案、旅行業者による送客に対する過度の依存により、多くの観光地が行き詰まっている。原因は戦略の欠如だ。戦略の失敗を戦術で取り戻すことはできない。国内のDMOやDMCは手探りの状態にあるが、観光事業者の「熱意」や「熱気」だけでは「稼ぐ地域」を実現することはできない。マーケティングとマネジメントには冷静な分析力と判断力が不可欠であり、DMOには住民や他の産業分野を含む、地域の舵取り役としての役割が求められている。

【リレーインタビュー】

DMOと地域商社 ―現状と課題は

大規模開発と一線を画す 環境と景観を最重視した観光地づくり

3

ニセコ町長 片山　健也氏

豊かな観光資源を活かし、通年リゾートの先進地となったニセコ町には「全国初」が二つある。一つは住民参加と情報共有を原則とする「まちづくり基本条例」だ。そして、町民の出資で設立した「株式会社ニセコリゾート観光協会」がある。観光を基幹産業の一つとしながら「行ってみたい観光地」ではなく「また行きたい観光地」「癒やされる観光地」を目指し、環境と景観を最重視したまちづくりに取り組む片山町長に、これからの観光戦略について聞いた。

雄大な景観が重要な観光コンテンツとなっている
（ニセコリゾート観光協会フェイスブックより）

町民株主が会社を支える

―観光協会を株式会社化した経緯は

かつてのニセコ町は、スキー客が観光入込客の主流でしたが、平成に入り、冬場の入込客数が減少する傾向にありました。当時は任意団体の観光協会がありましたが、平成13年に「ニセコリゾート観光協会」に名称を変更しました。行政から事務局を独立させ、事務局長も公募するなど、観光活性化に向けた改革を実行しました。しかし、それまで財源は行政頼みであり、意思決定が遅いといった課題が残り、抜本的な改革として株式会社化を選択しました。

―資本金は半分が町民の出資です

平成15年7月に一口5万円で、町民から出資を募りました。株主への配当は難しいのですが「私たちが出資することで、まちづくりの役に立つ」という思いに期待しました。公募直後から申し込みが殺到し、わずか10日で目標の1000万円に達しました。ニセコ町に対する愛を実感しましたね。町民の熱烈な支援を受け、町も1000万円を出資し、同年9月に会社が発足しました。

―事業への取組は

行政の枠組みに縛られることのない積極的な事業展開と、迅速な意思決定メカニズム、そして株式の半数を町民が持つという〈住民参加型企業〉として、市場の変化やニーズに即応する事業展開を念頭に置いています。事業の柱は、着地型観光を目指す観光業、そして地域の食材や商品を売る物販業です。観光がベースであることは当然なのですが、観光の「質」については、行政と町民の共通意識として「環境」と「景観」を最も重視しています。

「景観と環境を重視したリゾート地を」と語る片山町長

PROFILE

片山　健也（かたやま・けんや）氏
昭和28年3月16日生まれ。ニセコ町出身。民間企業を経て53年ニセコ町採用。町民総合窓口課長、環境衛生課長、企画環境課長、町教委学校教育課長兼学校給食センター長を経て、21年町長に初当選。現在3期目

景観と環境が重要なコンテンツに

―景観と環境はニセコ町の魅力です

町は平成16年10月に「ニセコ町景観条例」を施行しました。10メートルを超える建築物の建設や、一定の規模を超える土地開発を行うには、町長との事前協議が必要となります。

平成21年には、活発な土地取引が行われていたニセコアンヌプリやモイワの山麓を準都市計画区域として、詳細な制限を課しています。平成26年に内閣官房地域活性化統合事務局から「環境モデル都市」に選定され、27年に「環境モデル都市アクションプラン」を策定しました。総合的な環境政策を進め、国際環境リゾート地を目指しています。景観と環境は、保全という概念だけではなく、リゾート地の魅力を増大させるための重要なコンテンツです。

―リゾートマンションなどの大規模開発とどう折り合いを付けますか

町の基本姿勢は「乱開発をせず、自然と景観を守ろう」ということです。住民主導の景観条例や環境基本条例はかなり厳しい内容です。外資系の企業からは「ニセコ町は縛りがきつい」という声を聞きますが、振り返ると、大規模開発を規制し、豊かな森林と景観を維持したことが、ニセコ町のブランドになっています。

隣の倶知安町では、外資による開発が積極的に行われていますが、都市型リゾートと自然の中でのリゾートが羊蹄山麓一体で展開されることにより、この地域の観光地としての多様性が形成され、周遊型観光の実現にもつながっていると思います。

リゾートオフィスとしての利用も

―「稼ぐ」ことへの取組は

着地型観光の実現はもちろんですが、ニセコ町が目指すのは「行きたい観光地」ではありません。「満足度」だけを目指すのではなく、ホスピタリティを充実することでお客様に「安心感」や「癒やし」を感じてもらい、「また行きたいね」と思ってもらえる観光地が理想です。

昨年から、経済産業省の支援でテレワークの取組を進めています。リゾートオフィスとして2～3週間程度の滞在を想定しています。都会での仕事に疲れた人に「癒やし」を提供しながら、仕事も続けてもらう場になればと考えています。

ニセコリゾート観光協会が事務局を置くＪＲニセコ駅

―雇用の面での成果や課題は

町内出身者のUターンは少ない状況ですが、農業は違います。この5年ほどで26人が就農しました。背景には、国営事業が始まり、生産性が大きく向上することが期待されていること、道外でもニセコ町の名前が知られるようになり、「故郷で農業を」と、望郷の念を覚える人が増えてきたのではないかと思います。

課題は住宅の確保です。民間アパートも建設されていますが、家賃の高さがネックになっています。町内の住宅に占める公営住宅比率は、他の自治体に比べて、かなり高い水準にあり、新規に建設するのは難しい状況です。3LDKの公営住宅に住んでいる単身高齢者には住み替えをお願いして、その住宅を子育て世帯に提供するなど、住宅対策は喫緊の課題です。

―ニセコ町の未来は

まちづくりは、息の長い取組であり、住民の生活とともに成長していくものだと考えています。50年、100年後を見据えた町の在り方、観光地の在り方を住民と共に考え、子育て世代が、観光客として、あるいは住民として、安心して過ごせる観光地にしていきたいですね。

取材メモから

大規模リゾート開発は、雇用や税収を確保する上で魅力的な事業だ。しかし、乱開発で環境や景観が損なわれ、地域社会が何世代にもわたり育んできた、文化やコミュニティーが失われる可能性がある。ニセコ町は景観と環境を前面に打ち出し、自然の持つ「癒やし」や「安心」をブランド化した。そこには住民の合意形成という、まちづくりの基本原則が生きている。観光地として即効的な「稼ぐ」力が求められる中、あえて「回り道」とも思える手法を選んだ町の姿勢は、観光をまちづくりの基軸に据える市町村にとっても学ぶところは多いだろう。

【リレーインタビュー】

DMOと地域商社
―現状と課題は

町の応援団を獲得せよ 素敵な過疎のまちづくりを目指す

4

素敵な過疎づくり株式会社 事業推進室長 森 稔彦氏
厚沢部町農林商工課長 前野 宏之氏

過疎化の現実を受け入れ「住んでみたい」「住んでよかった」「いつまでも住み続けたい」と思うまちづくりを―。厚沢部町は平成21年9月、町出資100%の〈素敵な過疎づくり株式会社〉を立ち上げた。マイナスイメージがある「過疎」を逆手に取り、あえて名付けた社名は町内外で大きな反響を呼んだ。ちょっと暮らし事業を中心とする移住・定住の促進や農産物の販路拡大など、多様な事業を展開する中で得た成果や今後の展開について、同社の森稔彦事業推進室長と前野宏之町農林商工課長に聞いた。

正面から「過疎」と向き合う

―会社設立の経緯を教えて下さい

町の人口は昭和35年の1万651人をピークに減少を続け、過疎化・少子高齢化が進んでいました。町全体の閉塞感を打開し、元気な町にしようという思いから、平成21年4月に町の最高規範となる「素敵な過疎のまちづくり基本条例」を施行しました。さらに、行政には無いフットワークと柔軟な対応が可能な商社機能を持たせることを目指し、同年9月には、町が100%出資する、素敵な過疎づくり株式会社（社長・渋田正己町長）を設立しました。

―反発はありませんでしたか

条例案を平成21年3月の定例町議会に提案しましたが、議員からは「名称のイメージが悪い」「過疎を逆手にとることには賛成」などの賛否両論がありました。町長は「過疎化や高齢化は不可逆なプロセスであり、まちづくりの前提条件として、単独で自立したまちづくりを進める決意を込めている」とし、「素敵」と「過疎」という相反するイメージの言葉を組み合わせることで、強烈なイメージを町内外に発信する狙いも説明して、理解を得られました。

人口減少と少子高齢化は全国的な流れです。無理に逆らうのではなく、緑豊かな森林や田園風景など、厚沢部町の良さを維持しながら「安全で安心して暮らせる『素敵な過疎のまち』」を目指しています。

町を売り込む株式会社

―会社の事業について教えて下さい

町からの派遣や地域おこし協力隊の隊員を含めた5人の体制で「ちょっと暮らし」を中心とする移住・定住の促進、道外大学のアウトキャンパスの誘致、特産のメークインをはじめとする特産品の販路開拓、さらに婚活や若者の交流など、町の活性化に向けたさまざまな事業を進めています。

移住交流事業は、情報発信や移住相談などの窓口を担っています。5棟の「ちょっと暮らし住宅」で長期滞在を受け入れています。利用者は大阪や東京などの大都市で暮らす60代の夫婦が多いですね。避暑を兼ねたシーズンステイを中心に1カ月間の利用が最も多く、リピーターが4～5割です。体験型観光プログラムとして、郷土料理や陶芸教室、農業体験、鮎釣りなどのメニューも用意しています。平成27年度の実績は98人で道内3位でした。28年度は58人とやや減少しましたが、22年度からの延べ滞在者数は199件・587人となっています。

さまざまな体験型観光メニューを用意している

アウトキャンパスの誘致は、平成20年度にスタートしました。教育をテーマにした滞在型観光や交流人口の拡大による地域活性化と厚沢部ファンの獲得を目的としています。これまでに延べ200人を超える学生が厚沢部を訪れています。道外の大学生が農家などでホームステイをしながら、町内で農業、教育、福祉、医療など、多様な分野でフィールドワークに取り組んでもらう事業ですが、卒業後も交流が続くなど、厚沢部ファンは確実に増えています。

―特産品の販路拡大に向けた取組は

町は平成27年9月に東京都港区東新橋にある「カレッタ汐留」に〈アンテナショップ 北海道 あっさぶ町〉をオープンしました。厚沢部商工会が運営しています。町内で生産した農産物や加工品など約100品目を販売しており、イートイン・スペースもあり、地元の食材を使ったマイタケの炊き込みご飯などをランチとして提供しています。ここを拠点にして、特産品のPRや厚沢部町の魅力発信に取り組んでいます。

厚沢部町は、国内の「メークイン発祥の地」です。煮崩れしにくいので、関西圏では煮物の材料として好まれ、昭和30年代から出荷していますが、課題は首都圏の販路です。最近は東京でも知名度が上がってきました。テレビ局の方がアンテナショップをご存じで、日本テレビ系列の番組「鉄腕ダッシュ」で厚沢部のメークインが紹介されました。町の知名度アップにアンテナショップが役立っています。一昨年は会社が名古屋市で3日間限定のあっさぶショップを開設してPR活動を行いました。

町の「応援団」を獲得する

―これからの課題を教えて下さい

移住、食、観光は、町の活性化に欠かせないテーマであり、会社の取組は連動しています。「ちょっと暮らし」は、長期滞在に伴う経済効果は大きいのですが、完全移住には結び付いていないのが現状です。冬季の利用者がほとんど無いため、通年化に向けた取組が必要です。冬の魅力を感じてもらう無料のモニターツアーも実施しています。観光体験事業の充実にも取り組んでいきます。

アウトキャンパス事業は10年目になりましたが、町外の若者たちの「気付き」は、長く厚沢部で暮らしている私たちにとっても新鮮な刺激になります。厚沢部を訪れた奈良県の大学生が就職した県内の小学校で、厚沢部小学校とテレビ電話の「スカイプ」を使った交流授業も始まっています。さまざまな事業を通じて得ることができた〈縁〉や〈絆〉を活かして、厚沢部町の心強い応援団として活躍してくれることを期待しています。今後も町が目指す「素敵な過疎のまち」の実現に向け、会社として出来得ることを積極的に取り組んでいきます。

アウトキャンパスが縁となり厚沢部ファンが増えている

会社設立の経緯や成果を語る森室長（右）と前野課長

PROFILE

森 稔彦（もり・としひこ）氏
町の企画商工課長、総務政策課長として「素敵な過疎のまちづくり基本条例」の制定や「素敵な過疎づくり株式会社」の設立に携わる。農林商工課長を経て平成27年6月から現職

前野 宏之（まえの・ひろゆき）氏
平成27年6月に道農政部から派遣され、前任者の森室長とともに農林業や商工業の振興に力を注いでいる

取材メモから

「世界一素敵な過疎のまちづくり」の取組は10年目を迎える。次の10年は、町の存在を認知される時代から、目指すべき理想を目に見える形に仕上げていく時代を迎える。蓄積してきた人脈や全国各地に拡げたネットワークは、次のステップを踏み出すための大きな力になるだろう。息の長い取組を次世代に着実に引き継いでいくことが不可欠だ。町内では地域おこし協力隊の経験者や若手の移住者が多様な立場と考え方を持ちながら活躍している。若い芽を大きく伸ばす寛容さは地域力の源泉だ。

醸造用ブドウの栽培適地として注目される北海道

道外・海外のワイン醸造事業所（ワイナリー）が近年、道内に進出するケースが相次いでおり、自社管理農場で醸造用ブドウ栽培に取り組む事例もある。本稿では、醸造用ブドウ栽培地としての北海道のポテンシャルについて考察する。（北海道銀行・道銀地域総合研究所）

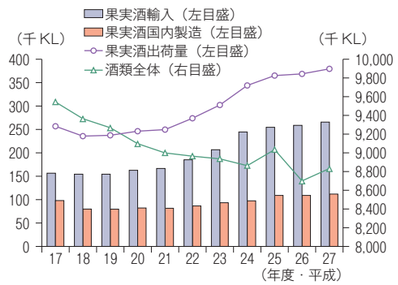
国内ワイナリーが抱える「国産原料の調達力強化」という課題

平成27年の酒類国内出荷量が、平成17年比で7・5％減と減少基調で推移する中、ワインを中心とする果実酒出荷量は、輸入品・国内製造品ともに増加基調となっている（**グラフ1**）。一方、国内で製造されるワインは、使用原料に占める国産ブドウの割合は26・6％にとどまり、国産ブドウのみを使用して製造される「日本ワイン」は、国内製造品のうち18・4％しかない。

農林水産省関東農政局の推計によると、日本ワインの国内出荷量は、平成25年度からの10年間で1・8倍に拡大する見通しで、日本ワインの人気は着実に高まりつつある（**グラフ2**）。こうした中、国内ワイナリーでは「国産醸造用ブドウの調達力強化」が課題であるとの声も大きくなっている。

北海道では近年、ワイナリーが急増しており、平成28年1月の時点で33カ所と、10年前と比べて20カ所増加した。最近では、フランスの老舗ワイナリーが、函館市でワイナリーを開設する意向を明らかにするなど、醸造用ブドウの栽培、調達力の強化を含めた海外勢の進出も目立つ。

■グラフ1　酒類・果実酒の国内出荷量



（注）　果実酒出荷量は、果実酒輸入数量と果実酒製造数量の合計を指す。
（出所）国税庁「国税庁統計年報書」

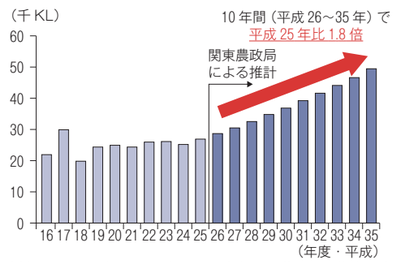
醸造用ブドウの生産地 北海道における変化とは

道内では醸造用ブドウの栽培実績が増加を続けており、収穫量は長野県、山梨県に次いで国内第3位の地位にある。醸造用ブドウの栽培環境としては、積雪寒冷地のため、寒さに弱い品種を栽培するのが難しいという短所が指摘される。一方で本州と比べると、梅雨が無く、降水量も比較的少ないため、病原菌の繁殖リスクを抑制できるほか、昼夜の寒暖差が大きいため、光合成で蓄積した糖分を十分に蓄積できるなどの長所も指摘されている。

このため道内では、赤ワイン用ではツバイゲルトレーベ、白ワイン用ではケルナーなど、冷涼な気候でも栽培可能な醸造用ブドウの品種が大きなシェアを誇っている。最近では国内外で人気が高い品種を中心に栽培品種に拡がりがみられるようになり、代表例としてフランス産の「ピノ・ノワール」がある（**表1**）。

ピノ・ノワールは、世界一高価と言われる「ロマネ・コンティ」をはじめ、世界中の有名ワインの原料になっている。近年、北海道でも栽培面積が急拡大し、国内における栽培面積シェアの約6割を占めるまでになった（**グラフ3**）。ピノ・ノワールのような、地中海性気候に属する地域で開発・栽培されてきた醸造用ブドウ品種は従来、寒冷地での栽培が難しいとされ、道内での栽培は当初、失敗が続いていた。しかし、気候変動に伴う気温上昇の影響により、平成10年以降、ブドウの生育に必要な平均気温・積算温度などの確保が可能な状況になりつつある（**注1**）。

■グラフ2　「日本ワイン」の国内出荷量見通し



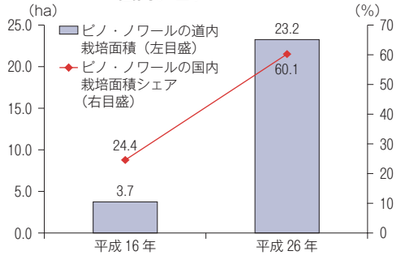
（注）　平成16年から25年までの各年の出荷量の平均変化率が今後も継続し、国産ワインに占める日本ワインのシェア（平成25年＝24.2％）が毎年1％ずつ上昇すると仮定。
（出所）農林水産省関東農政局『「日本ワイン」をめぐる現状と支援策』

■表1　道内の品種別栽培面積（上位10品種）

品種名	色	国	平成26年 順位	平成26年 栽培面積（ha）	平成26年 平成16年比伸び率（％）	平成16年 順位	平成16年 栽培面積（ha）
ケルナー	白	独	1	55.3	▲5.5	3	58.5
ツバイゲルトレーベ	赤	墺	2	40.6	▲5.8	4	43.1
セイベル13053	赤	仏	3	30.4	▲54.1	1	66.3
ミュラー・トゥルガウ	白	独	4	26.6	▲57.0	2	61.8
ピノ・ノワール	赤	仏	5	23.2	527.0	11	3.7
バッカス	白	独	6	22.3	▲15.8	6	26.5
山幸	赤	日	7	15.1			
シャルドネ	白	仏	8	14.9	496.0	14	2.5
セイベル5279	白	仏	9	12.2	▲65.1	5	35.0
清見	赤	日	10	11.6			

（注）　上記は加工専用品種のみを掲載。ワイン用の原料としてはそのほかに、生食用品種（または加工兼用品種）などが用いられるケースもある。
（出所）農林水産省「特産果樹生産動態等調査」

■グラフ3　ピノ・ノワールの道内栽培面積と国内シェア



（注）　ピノ・ノワール国内栽培面積シェアは、ピノ・ノワールの国内栽培面積に占める同品種における道内栽培面積の割合を指す。
（出所）農林水産省「特産果樹生産動態等調査」

■表2　ピノ・ノワールの地域適応性検証結果

研究成果名：高級醸造用ぶどうの本道における糖度から見た適応性と密植の効果
研究の目的：高級醸造用ぶどう「ピノ・ノワール」など供試3品種の本道での適応性を明らかにするとともに安定生産可能な栽植密度や整枝法を示す。

（成果概要）
・各産地で醸造原料として必要な糖度18％を超えるぶどうができ、高級醸造用として目標となる20％を超える場合も多かった。
・気象条件を考えると、糖度18％以上が期待される条件は日照時間460時間以上、積算温度1170℃以上で、糖度20％が期待される条件は同550時間以上、同1230℃以上であった。

地域ごとの気象条件と果実品質（平成25～28年平均）

栽培地			上川南部	後志	南空知
例数			4	12	6
気象条件	日照時間	満開～収穫	499	543	561
	積算温度	4月～収穫	1219	1243	1267
収穫日			10月6日	10月11日	10月14日
満開期から収穫日の日数			97	99	99
糖度（Brix％）			19.2	19.8	20.9

（注）　上図では成果概要の一部及びピノ・ノワールの具体的データを一部抜粋したもの
（出所）地方独立行政法人北海道立総合研究機構農業研究本部「高級醸造用ぶどう品種の地域適応性と高品質栽培法、ニーズに即した高品質ぶどうの品種選定と安定生産技術の開発（平成28年度成績概要書）」をもとに道銀地域総合研究所作成

貴重な地域資源へ 変貌を遂げる道産ワイン

平成30年10月30日、国産ブドウを原料とした「日本ワイン」のブランド保護を目的とした、新たな表示ルールがスタートする。輸入原料を一部でも使用した国内製造ワインは表ラベルに地名や品種等を表示できなくなる。今後は国産原料へのシフトや、産地ブランドの付加価値向上が期待されている。

一方、平成27年には、産地名が有するブランド価値を保護する「酒類の地理的表示制度（通称・GI）」もスタートした（**注2**）。道産ブドウを原料とした道産ワインにのみ「原産地・北海道」と表示できるよう、道内21カ所のワイナリーでつくる「道産ワイン懇談会」が平成29年1月、GIに基づく申請を行うなど、国内外に向けて、高品質な醸造用ブドウや道産ワインの魅力をアピールする手段として関係者の期待を集めている。

醸造用ブドウは、生育環境、栽培方法などの違いにより、品質や風味に違いが生じる。このような原料を使って醸造されるワインは、ワイナリーごとに評価が分かれる。ワインが持つ奥深さや背景とともに、地域の特徴や作り手の思いが詰まった道産ワインは、貴重な地域資源へと変貌を遂げつつある。

（注1）広田知良ら（2017）：気候変動による北海道におけるワイン産地の確立―1998年以降のピノ・ノワールへの正の影響―「生物と気象」第17巻、34-45ページなど参照
（注2）酒類の特性やその産地とのつながり等について明確化した産地からの申立てに基づき、国税庁長官の指定を受けることで産地名を独占的に名乗る（産地内で生産されること、生産基準を満たすことが条件）ことができ、地域の共有財産である「産地名」の適切な使用を促進する。酒類以外の産品に係る地理的表示の保護は農林水産省が所管している。

市町村の重点政策 1

高校生×村×農業 スイーツを活かした村おこし

真狩村

地域活性化の切り札として〈スイーツ〉を取り入れる自治体が増えている。人口2000人余りの真狩村では、村立高校の生徒たちが、地元の果物や農産物を活かしたスイーツの開発や販売に取り組んでいる。その狙いは高校の存続と農産物の消費拡大、そして農業や食産業を支える人材の育成だ。高校生パティシエと行政のコラボレーションは、どのような成果を生み出すのか。注目の現場を訪ねた。

開校60年―農業人材を育てる

真狩高校は道内に3校ある村立高校の一つで、生徒82人、教職員22人の小規模校だ。昭和23年11月に倶知安農業高校真狩分校として開校し、27年には北海道真狩高校として独立した。村立移管の経緯に関する記録は残っていないが「独立時点から村立として運営されていたのではないか」（青木保繁校長）。村史によると、開校目的は度重なる冷害と凶作を乗り越えた先人の「積雪寒冷地での耕作技術と品種や害虫対策の知識の習得」とある。「耕心練磨」の校訓には、豊かな心を耕し、互いに磨き合い、鍛え合い、地域の未来を創造する人材となる決意を込めている。

独立当初は、農繁期に休校となる季節定時制（5年制）の農業科でスタート。平成元年には3年間で卒業が可能になる三修制に移行。翌年には「バイオ園芸」「生活情報」のコース制に、4年には「農芸科学科」に再編した。だが、過疎化の影響もあり、生徒数の減少が続いたため、村は平成2年、旧診療所の建物を改修し、村出身の生徒が利用できる寄宿舎「耕心寮」を開設。週末に帰省する寮生を送迎する有料バスも運行するなど、村外からの入学者確保に力を入れた。その結果、近隣町村や札幌などからの入学者が増加したが、少子化や農業後継者の不足に伴う生徒数の減少に歯止めが掛からない状況にあった。

82人の生徒が学ぶ村立真狩高校

DATA

面　積：114.25㎢
人　口：2,086人（平成29年11月現在）
世　帯：954戸（平成29年11月現在）
職員数：60人（普通会計ベース）
ＨＰアドレス：http://www.makkari.info

旧診療所を改修した寄宿舎「耕心寮」

有機農業・野菜製菓コースに再編

高校存続に向けて村は、平成25年に真狩高校を〈有機農業〉と〈野菜製菓〉のコース制に再編した。前年度に三笠高校を市立移管した三笠市が「食物調理科」を新設。調理師やパティシエを育成するカリキュラムを組み、新たな学校づくりに乗り出したことが刺激になった。青木校長は「少子化と過疎化が進む中、故郷に誇りを持ち、基幹産業の農業を支える人材が求められています。高校の存続に危機感を感じた当時の校長と教職員が、村とタッグを組んで再編に取り組みました」と語る。

〈有機農業コース〉は「植物バイオテクノロジー」「草花基礎」が専門教科だ。化学肥料や農薬を抑えた有機農業に関する知識と技術の習得を目指す。札幌圏からの入学者が多い傾向にある。〈野菜製菓コース〉の専門教科は「フードデザイン」と「食品」だ。農業の6次産業化に向けて、生産、加工、流通、販売の一体化した取組を担う人材を育てる。こちらは、村内を含む羊蹄山麓エリアからの入学者が多いという。

両コースでは「農業情報処理」「食品流通」「野菜」「有機農業」「菓子製造」を共通教科として、地域性を活かした野菜の栽培やコスト管理、マーケティングなどの基礎学習とともに、データ処理や情報発信、菓子製造などの知識を身に付ける。

コース再編を控えた平成24年9月に実施した学校説明会には50人の中学生が参加するなど、手応えは大きかった。25年度には42人、26年度は41人が入学した。

手厚い補助で高校生を支援

村は生徒や保護者の負担軽減や就職機会の拡大を図るため、簿記や危険物取扱者、日本農業技術検定、ガス・アーク溶接などの資格取得費用を補助している。また、3年次に希望者を1名募り、4年次へ進級して長期研修を行う制度もある。進級者は3カ月間の道内農業研修、ニュージーランドでの6カ月間の海外研修を経て卒業する。海外研修の渡航費用や研修費は村が全額補助する。

〈野菜製菓コース〉では、製菓衛生師の資格取得に向けて、宮島学園北海道製菓専門学校（札幌）と連携した通信教育を実施しており、2年生から6回・34日間のスクーリングを札幌で受講して、3年生の後半になると国家試験に臨む。送迎や受験料は村が負担しており、開講以来100％の合格率を維持している。

だが、再編後の2年間は入学者が増加したものの、平成27年度は31人、28年度には30人、本年度は27人と再び減少傾向に転じた。村は新年度から、後志管内の通学生を対象に交通費を半額補助するほか、帰省する寮生の交通費が6万円を超える場合は差額を負担する。資格取得費用への補助も拡充し、英語検定3級以上の取得費用は全額、食品衛生責任者資格取得費用は2分の1を補助する。制服も刷新し、札幌圏の中学校に向けたPR活動も強化する。

高校発のスイーツが大人気！

共通教科にある「菓子製造」の授業では、洋菓子やパンを中心とした実習を経て、基礎を学んでから地場

道の駅・真狩フラワーセンターで開催する高校生カフェ
夏場には開場前に行列ができることも

産野菜を活かした菓子作りにチャレンジする。平成27年にはスイーツクラブも発足。生徒たちが手作りしたスイーツが脚光を浴びている。

地物の野菜や果物を活かしたロールケーキやクッキー、ラスク、ジャムなど、道の駅・真狩フラワーセンターで年間20回ほど開催する高校生カフェ「La mikka（ラミッカ）」で、生徒たちが自ら販売する。カフェの名前は「Makkali（まっかり）」の文字を入れ替えたものだ。

生徒たちが工夫を凝らした商品は評判を呼び、最近ではオープン前から行列ができ、すぐに完売する盛況ぶりだ。道の駅のほか、村のイベントでも販売しており、販売額は1年間で100万円を超えるという。

ゆり根プリンの試食が好評だった札幌市内での販売会

コースの再編やクラブ発足に携わった中西聖教諭は「今まで土や昆虫に触れることが無かった生徒にとって、農業を学ぶことには新鮮な驚きがあります。素材を活かして、おいしさを引き出す加工方法を考えるために知恵を絞ります。スイーツは格好の教材になります」と語る。

昨年12月に札幌市内のスーパーで開かれた「まっかり村観光・特産品PR」のイベントでは、真狩産の野菜とともに、高校生が手作りした大豆のモンブランや豆腐シュークリーム、ゆり根パウンドケーキが並び、開店直後から多くの人出で賑わった。

接客担当は〈野菜製菓コース〉の2年生だ。川南蘭さんと三野琴絵さんは「外部でのイベントでは、まずは注目してもらうように声を出したり、試食を勧めたりするので大変ですが、完売した時の達成感も大きいです」と笑顔を見せた。佐藤流輝也さんは「豆腐クリームの糖度を上げるのに苦労しました。今度はほうじ茶を使ったスイーツにも挑戦します」と意気込みを語ってくれた。

地方創生の切り札となるか

村は〈ラミッカ〉の展開を独自事業として後押ししている。平成27年10月に策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」でも主要施策に位置付けた。出展の費用や原材料費などを負担するとともに、高校生向けの接客マナー研修なども実施している。生徒たちが製菓や農産物加工の技を磨き、進学や就職に活かしてもらうとともに、接客・販売の経験や羊蹄山麓で増加する外国人観光客との触れ合いを通じて、コミュニケーション能力を高める目的がある。

「高校生はまちづくりに欠かせない存在」と語る佐々木和見村長

〈ラミッカ〉の活動を通じて、農産物のPRや村のイメージアップに取り組み、地場産品の消費拡大や観光客の増加など、経済の好循環に結び付ける狙いもある。将来的には村を代表するスイーツ商品の開発や卒業生のU・Iターン促進や起業支援などの取組も模索しているという。

佐々木和見村長は「街中を高校生が歩いていると活気を感じます。村外出身の生徒は、3年間を過ごした真狩を第二の故郷と感じ、真狩に戻って来てくれた人もいれば、就職先で真狩のアピールをしてくれる人もいます。基幹産業の農業は6次産業化を含めた大きな変革が求められています。高校生の柔軟な発想と地域事業者の連携により、新しい商品やアイデアを生み出す挑戦が始まっています。道内では少子化や人口減少の影響で、公立高校の統廃合が進んでいますが、真狩高校は地域活性化には不可欠な存在です。『耕心練磨』の校訓を次の世代につなげるために高校を守っていきます」と、取組の意義について力説する。

製菓衛生師全員合格の朗報に笑顔が弾ける
青木校長（右）と中西教諭（左）

この3月に卒業する生徒の進路は大学・短大・専門学校への進学が8人。半数が農業や製菓関連の分野に進む。就職希望は18人で3人が製菓業界の内定を得た。青木校長は「新コース制の生徒は、入学時から明確な目標と目的意識を持ち、地域との関わりにも積極的です」と語る。生徒たちは、郷土芸能の伝承活動にも参加するなど、村を元気付ける貴重な戦力としても期待されている。

地域に頼られる学校を目指して

大阪出身の中西教諭は、酪農学園大学を卒業後、旭川農業高、標茶高を経て平成17年に真狩高校に着任。羊蹄山麓の気候・風土が生み出すジャガイモ、ユリ根、アスパラガスなどの農産物に惚れ込んだ。村内では平成9年、札幌で人気フランス料理店を営む中道博さんが、高級フレンチレストラン「マッカリーナ」を開業。農産物や美しい景観に魅了された移住者たちは、レストランや農産物を活かした起業を目指した。中西教諭は、恵まれた環境と人々の結び付きを活かして、「食」と「農」をリンクした教育の実現を志した。

その形が少しずつ現実のものとなってきた。プロのアドバイスをもらい、試行錯誤しながら進化を続けてきた〈ラミッカ〉のスイーツは、札幌などで開催する村のPRイベントでは目玉になるほどの人気を集めている。「スイーツの世界は華やかなイメージですが、実際は地道な作業の連続です。素材の鮮度を保つために寒い部屋で長時間も仕事をしなければなりません。食べてくれる人に喜んでもらうためには、おいしいだけでは駄目なんです。生徒たちはデザインや包装、そして生産者やお客さんと接するマナーや態度などの基本も学んでいます」

昨年度は「大豆100粒運動」も始まった。大豆自給率の向上を目指し、料理研究家の辰巳芳子氏らが提唱する運動で、真狩小学校と連携して、実習農場で在来種の「鶴の子大豆」を栽培。日本豆腐マイスター協会の講師を招き、豆腐や大豆料理を学び、1年生全員で「ジュニア豆腐マイスター」の資格取得を目指すなど、校外との協力も深めている。

真狩高校には、農産物を活かしたスイーツをはじめとする食品開発の相談が寄せられるようになった。本年度は「豆乳」と「おから」を使ったスイーツ作りに挑戦。真狩中学校の学校給食で「豆乳プリン」を試食してもらい、生徒たちの意見や感想を商品開発に活かしている。中西教諭は「存続が危ぶまれていた高校ですが、地域の皆さんの支援で、少しずつ活動の幅を拡げることができました。これからも地域に頼られる高校を目指していきます」と語る。

Focus

「女の子がなりたい職業ランキング」で、パティシエは常に上位をキープしている。少子化が進むいま、職業学科を有する高校や専門学校が、生徒の獲得競争を展開する中、公立高校にも特色ある学校づくりが求められている。真狩高校の中西先生に「他校との違いは何でしょうか？」と尋ねた。「うちの生徒は『土』という原点に立ち戻ることができます」と答える。

土に触れ、農業者の苦労を知り、素材が持つ特性を理解することで、加工や販売に至るまでの道筋を考えることができるようになる。それは、浮き沈みの激しい市場の中で生き残る力となる。本道農業の課題でもある、農業や食産業の高付加価値化やブランド化を推進する原動力となることが期待される。

市町村の重点政策 2

湯治から移住へ——奇跡の湯を全国に発信

豊富町

皮膚疾患の治療に効果が高いとされる豊富温泉を中心とした地域再生の動きが加速している。豊富町は本年度、アトピー性皮膚炎や乾癬などの症状に悩む全国の小中高生を対象とする〈湯治留学生〉の受け入れをスタート。東京都港区との広域連携を通じて、首都圏の住民に向けたアピールも強化。「奇跡の湯」と呼ばれる貴重な温泉資源が、地域に新たな賑わいを生み出し、多くの人に癒やしをもたらす存在となっている。

町営の日帰り温泉入浴施設「ふれあいセンター」

開湯90年—皮膚疾患に効能

豊富温泉には4軒の民間ホテルと町営の宿泊保養施設「湯快宿（ゆかいじゅく）」、同じく日帰り入浴施設の「ふれあいセンター」がある。年間約12万人が訪れる静かな温泉地が、アトピー性皮膚炎や、皮膚に慢性の炎症が起こる乾癬（かんせん）に悩む人たちの注目を集めている。湯治療養のため、町内や周辺地域に移住したり、数カ月間にわたり長期滞在したりする人も増え始めた。

平成4年に道内の患者と医師により発足した有志の会「乾癬の会」は毎年、湯治ツアーを豊富温泉で開催している。同会で相談医を務める小林皮膚科クリニック（札幌）の小林仁院長は「乾癬やアトピー性皮膚炎は感染の恐れはありませんが、外見的な症状から、患者はいわれのない差別に苦しんできました。有効とされる治療法が全く効かない場合もあります。豊富温泉のお湯が皮膚病に有効とは聞いていましたが、その効果を目の当たりにしたとき、患者の症状に応じて、湯治を推奨するようになりました」と振り返る。

北大病院在籍時から乾癬に向き合い「乾癬の会」の相談医を務める小林皮膚科クリニックの小林仁院長

DATA

面　積：520.67㎢
人　口：3,989人（平成29年11月現在）
世　帯：1,979戸（平成29年11月現在）
職員数：87人（普通会計ベース）
HPアドレス：http://www.town.toyotomi.hokkaido.jp

道北では、古くから石油や天然ガスの探鉱と開発が行われてきた。豊富町では大正15年、石油の探鉱を目的とするボーリング調査で、地下800～900メートルからメタンガスとともに温泉が噴出。豊富鉱山としてガス採掘が始まり、昭和7年にはガス発電所が建設され、町内で電力供給を始めた。一方で住民が草ぶき小屋を建てて入浴を始めたのが豊富温泉の始まりとされる。昭和2年に草分けとなる「川島旅館」が開業。最盛期は15軒のホテルや旅館が営業する「最北の温泉郷」として発展した。

源泉の温度は35度前後。泉質はナトリウム塩化物泉とナトリウム塩化物・炭酸水素塩泉の2種類だ。温泉水は、地下深くから石油や天然ガスとともに湧出し、微量の油分を含むため弱い石油臭がある。開湯当時から、やけどの治癒が早いことで定評があった。油分に含まれているタールには抗炎症作用があり、傷がきれいに治ると評判を集めたという。

最盛期には、稚内市やサロベツ原野、利尻島・礼文島などの「最北観光ブーム」を追い風に年間約25万人が訪れた温泉街は活気にあふれた。しかし、バブル崩壊後の景気低迷や、道北観光の落ち込みが影響して、温泉街は衰退の一途をたどる。少人数のグループ客や湯治客が訪れる以外は、周辺に現場を持つ工事関係者が定宿とするだけで、往年の賑わいは見られなくなった。

町営の温泉保養宿泊所「湯快宿」

コンシェルジュ・デスクが活躍

豊富温泉の再生に向けた取組は平成10年代に始まった。町は湯治客を中心とする療養型温泉への転換に舵を切り、平成10年に皮膚病患者の長期滞在に対応した「湯快宿」がオープン。湯治客の健康相談や入浴指導に対応するため、ふれあいセンターに週5回、保健師や看護師を派遣する取組も始めた。平成18年からは「アトピーフォーラムin豊富」を毎年開催しており、道内外の皮膚科医や患者に向けて、温泉療法の効果などをアピールし続けている。

平成21年には、国の「地方の元気再生事業」を活用し、ふれあいセンター内に湯治客のサポートを担当する〈コンシェルジュ・デスク〉を配置。町内でのイベント開催や、湯治客の足となるレンタカー事業を展開するなど、豊富温泉の活性化や町おこし活動に取り組んできた。

〈コンシェルジュ・デスク〉では、皮膚病を治療するため、7年前に静岡県から移住した尾崎滋さんが臨時職員として運営を任されている。保健師と看護師も常駐し、入浴方法などの指導も行う。皮膚病の湯治に決まったマニュアルは無く、適切な入浴方法が分からない人も多い。「体が温泉に慣れるまで時間がかかります。最初は症状が悪化したように感じて不安に思う人もいます」と語る尾崎さん。自身の苦労や体験を活かして利用者と向き合っている。問い合わせや相談の電話も多く、時には30分近く話し込むことも。湯治療養者にとってサロンのような存在だ。町の施設を訪れる湯治客は年間約2万8000人に上る。

ふれあいセンターに併設された「コンシェルジュ・デスク」では、保健師や看護師が常駐し、湯治者へのアドバイスや相談に応じる

尾崎さんは初めて豊富温泉を訪れた頃を振り返る。「どうやって豊富温泉まで行けばいいのか、バスの運行時刻などの情報もネット上では分かりづらかった。やっと湯治に慣れてきても、町内には若者が遊べる場所が少ないので、車やバイクなどで湯治に来た人に近隣の町まで乗せてもらったこともあります」

尾崎さんは、インターネットを活用した豊富温泉のPRや周辺市町村を含む情報提供にも力を注ぐ。豊富温泉を紹介するホームページ「ミラ

イノトウジ」は〈コンシェルジュ・デスク〉が管理・運営しているが「デザインは湯治で移住してきた人が担当しました。温泉のリアルタイムな様子や体験者の生の声が届く情報発信を心掛けています」

湯治留学生を全国から受け入れ

地方創生の流れを受けて、町は平成26年を「豊富温泉再生元年」に位置付け、療養型温泉を活用した交流人口の増加に向けた取組を加速している。平成28年度には、重度の皮膚疾患を抱える全国の小中高生を対象に「湯治モニター」を募集。広島県から3組、北海道、東京、群馬、栃木、京都から各1組の計8組が、冬休みと春休みに合わせて、豊富温泉に14日～30日間滞在して温泉療養を体験した。町は▽往復の旅費▽入浴料▽宿泊料の2分の1▽温泉までのバス往復券―を補助。この結果、2組3人が豊富町に移住し、本格的な湯治治療に取り組んでいる。

モニター事業の成果を基に本年度は、湯治留学を支援する2つの事業をスタートした。〈湯治留学体験支援補助事業〉は、小中高生を対象にして▽片道分の旅費▽入浴料▽宿泊料の2分の1▽温泉街までのバス往復券―を補助。体験希望者は市街地にある自炊型宿泊施設などに宿泊できる。本格的な移住を希望する小中高生を対象とする〈湯治留学移住支援補助事業〉は、町内に1年以上滞在し、本格的な療養に取り組む場合に住宅費や入浴料を補助する。

湯治に通う子どもや家族の足を確保するため、町は温泉方面のスクールバスを乗り合い可能とした。昨年6月には高校生向けの下宿が開業するなど体制整備も進む。また、稚内北星学園大学が、湯治治療を目的に入学や編入を希望する学生を対象とする学費減免制度を設けるなど、支援の輪も広がってきた。町教委の笹岡義弘・教育次長補佐は「最初は豊富高校の生徒確保が目的でした。小中学生にもニーズがある湯治留学生の制度化に向け、受け入れる学校などでは、症状や対応についての勉強会を行うとともに、町職員も理解を深めてきました」と語る。

「湯治留学の受け入れ体制を充実させたい」と語る町教委の笹岡義弘教育次長補佐

平成29年11月現在、湯治留学生は28年度のモニター制度で来町した小学生2人と体験者が1人。制度の利用には、診療情報提供書などの提出を求めているが、温泉治療に詳しい皮膚科医が少ないことがネックとなっている。笹岡教育次長補佐は「皮膚疾患で悩んでいる人すべてに効果があると限らないため、医師の判断を仰ぐ形を取っています。運用面を含めて検討を重ね、制度の利用促進に努めていきたい」と語る。

道外の自治体との連携・交流も

平成27年には、湯治の効果が高い名湯を有する大分県竹田市（長湯温泉）、秋田県仙北市（玉川温泉）と豊富町の2市1町が「温泉力地域協力協定」を締結。湯治効果のアピールとともに、湯治ツアーを対象とする所得税の医療費控除の適用などを呼び掛けてきた。昨年7月には「ふれあいセンター」が、厚労省から「温泉利用型健康増進施設」に道内で初めて認定され、一定の要件を満たしている場合、利用料と往復の交通費が医療費控除の対象になった。

昨年2月には、東京都港区との連携事業として、港区内4カ所の銭湯に「濃縮温泉水」を提供し、独特な泉質を体験してもらう「港区×豊富町　豊富温泉体験WEEK」を実施。区内で開催した「豊富温泉シンポジウムinみなと」には、区の内外から約100人が来場した。町の能登屋将宏・総務課長補佐は「東京では豊富温泉の知名度はほとんどありませんが、銭湯に提供した温泉濃縮水はとても好評でした。港区からは継続も打診されています」と手応えを感じている。

平成29年5月に東京都港区で開かれた「豊富温泉シンポジウムinみなと」。100人が来場

「首都圏へのアピールは伸びしろが充分にある」と語る能登屋将宏総務課長補佐

町は「ふるさと納税」の返礼品として、町内宿泊施設の宿泊助成券や札幌―豊富間を運行する特急バスの割引券、ふれあいセンターの入浴券を提供するなど、多様な手法で豊富温泉の魅力発信を進めている。

昨春から町職員として商工観光課で勤務する太田裕佑さんは、湯治が縁で豊富町に移住。「雄大な自然と温泉がある生活は、毎日仕事をしながらも体調を維持し、生活習慣の改善につなげていくことができます」と、町内での暮らしぶりを語る。

天然ガスの利活用に期待も

町は交流人口の増加や移住の促進を図る上で、豊富温泉を重要な地域資源と位置付ける。一方で移住者を含めた「働く場」の確保は大きな課題で、基幹産業の酪農や介護分野の人材不足も深刻だ。尾崎さんは「アトピー性皮膚炎は、環境の変化やストレスも症状に影響します。ストレスで治癒が遅れたり、悪化したりする場合もあり、仕事のマッチングはうまく進んでいません」と話す。

太田さんのように、湯治を目的に町内や周辺自治体に移住してきた人は30人を超え、豊富町や近隣市町村の職員として勤務する人も多い。イラストやデザインなどのスキルを活かして活躍する移住者も増えてきた。

雇用創出で期待されるのは天然ガスの活用だ。町内では長年、大手企業が豊富鉱山の操業を続けてきたが、現在は鉱業権の譲渡を受けた町が引き継ぎ、4カ所の坑井から湧出する温泉水とガスをホテルや旅館に供給している。メタン含有率95・9％の良質な天然ガスの湧出量は日量9000立方メートルに上るが、供給量は2500立方メートルに止まっていた。

町は平成23年にガスコージェネレーション（熱電供給）システムを導入。ガスを燃料に発電を行い、鉱山設備を運転する電力を賄う一方、排熱をホテルなどに供給する温泉水の加温に利用している。また、昨年4月のガス小売り自由化に伴い、町はガス小売事業者の登録を受け、豊富牛乳公社が11月に新設したヨーグルト工場にガスの供給を始めた。町商工観光課の金内一樹・商工観光係長は「費用対効果を見極め、供給規模の拡大も検討します。クリーンで経済的な天然ガスを企業誘致と雇用創出につなげていきたい」と話す。

豊富温泉のＰＲサイト「ミライノトウジ」
http://toyotomi-onsen.com/

Focus

アトピー性皮膚炎や乾癬などの皮膚疾患は、患者の心身に大きなダメージをもたらす。かゆさや痛みなどの症状だけでなく、他者の心ない偏見が心理的な苦痛をもたらしている。インターネットの某巨大掲示板には「【自殺する前に】豊富温泉【ここに行け】」というスレッドが立つ。刺激的なタイトルだが、苦しみ続ける患者にとって豊富温泉が希望となっていることがうかがえる。大きな不安を抱えながら豊富町にたどり着いた人たちが、新たなまちづくりの主役として活躍している。その存在は地域の活力になるだけでなく、人々にとって心の癒やしにもなっている。

市町村の重点政策 3

空き家に新たな息吹を 歴史的景観と調和したまちづくり

広島県尾道市

戦禍を免れたレトロな街並みが多くの人を魅了する広島県尾道市―。迷路のような坂道が入り組む市街地では、人口減少に伴う空き家の増加と歴史的景観の保全が課題になっている。市はNPO法人との協働により、多くの空き家を再生し、定住人口の確保に結び付けることで、古代から現代まで、連綿と受け継いできた港町の情景を守り伝えている。

DATA
面　積：285.11㎢
人　口：139,357人（平成29年11月現在）
世　帯：64,757世帯（平成29年11月現在）
職員数：1,064人（普通会計ベース）
HPアドレス：https://www.city.onomichi.hiroshima.jp

戦災を免れた「坂道のまち」

瀬戸内海に面する尾道市。本州と対岸の向島を隔てる幅数百メートルの尾道水道沿いにレトロな街並みが広がる。中世から天然の良港として栄え、江戸時代には大坂と蝦夷地を結んだ北前船も寄港した。海沿いの急傾斜地では、飛鳥時代に創建された浄土寺、奈良時代の西国寺、平安時代の千光寺からなる「尾道三山」を中心とする門前町も発達した。明治24年の山陽本線開通後、沿線の住宅が、港の背後にある急傾斜地に移り、独特な「坂道のまち」を形作った。第二次世界大戦を経て、原爆で壊滅した広島市、米軍の大規模空襲に遭った呉市や福山市では、戦災復興に伴う土地区画整理や道路・上下水道などのインフラ整備が急ピッチで進む一方、尾道市は戦禍を免れ、情緒ある街並みが残された。

尾道出身の映画監督・大林宣彦氏の代表作「転校生」「時をかける少女」「さびしんぼう」の舞台として全国から多くの観光客が訪れる。平成27年には〈尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市〉として、文化庁の「日本遺産」に認定された。歴史ある寺社、河川を思わせる尾道水道、坂道の住宅や狭い路地が多くの人を魅了し、平成28年度の観光入り込み客数は約675万人に上る。

一方、自動車の普及や道路網の整備は、瀬戸内海沿岸で内航海運の衰退と産業構造の転換を招き、市内の人口は、昭和50年の約18万5000人をピークに減少。平成17年に御調町・向島町、18年には因島市・瀬戸田町と合併した後も、若年層の流出が進み、高齢化率は平成22年に30％を超えた。また、昭和47年に内陸部で国道2号尾道バイパスが完成した後は、郊外の宅地開発が進み、中心市街地の空洞化も進んでいる。

少子高齢化の進行とともに「尾道三山」の南斜面に位置する山手地区では、空き家が目立ち、老朽化で廃屋となる家屋も増え始めた。傾斜度が10度を超えるような花崗岩質の山肌は、大半が寺社の所有地だ。

千光寺から尾道市街をのぞむ

景観と街並みを維持する悩み

石積みの擁壁に囲まれた空間を奪い合うように長屋が並び、人がやっと行き来できる狭い坂道が、迷路のように複雑に入り組む。バス路線の幹線道路でも、道路幅は5・5メートル程度。歩道部は区画線で確保されているだけだ。住宅が折り重なるように並ぶ山沿いの道を上ると、幅員は1メートルほどに狭まり、住民や宅配業者がスクーターや小型バイクで行き交う。

空き家の大半は、寺社の所有地に建つ住宅だ。道路に接していなかったり、敷地に墓があったりする住宅も多い。重機やトラックが入れない斜面市街地では、工事は人力が頼りで、費用がかさみ、解体や改修をためらう所有者も多い。売却しようにも、不動産業者も手を出さない。

廃屋の屋根瓦が落ち、隣家の窓ガラスを割るなどのトラブルも少なくない。斜面の住宅密集地で火災が発生すると、消防活動も困難で、多くの住宅が焼ける大火災に拡大するなど、住民の悩みの種は尽きない。

だが、歴史ある寺社、密集した家屋と迷路のような路地が形づくる独特の景観は、どこか懐かしさを感じさせ、多くのリピーターを引き付けてやまない。そして、この地域に暮らす人たちの自慢でもある。

景観保全と空き家対策を推進

市は景観保全と空き家の利活用を両輪とする対策に乗り出した。平成16年施行の景観法に基づき、19年4月に景観計画と景観条例を施行。都市計画法に基づく「景観地区」も定め、街並みの保全に舵を切った。

「景観計画区域」は、市内全域が対象で、一定規模以上の建築行為などを行なう場合、条例に基づき市長への届け出が必要だ。歴史的景観が色濃く残る旧尾道・旧向島地区が対象の「景観地区」では、建築物の規模に関わらず、高さや面積、デザインや色彩を規制し、建築確認とともに市長の認定を必要としている。

これに先立ち、市は平成13年に一部地域で空き家調査を実施。翌年に空き家バンク制度を導入して、斜面市街地の空き家を対象に入居希望者と賃借・売買希望者のマッチングに取り組んだものの、実績は6年間で11件に止まった。「行政が契約まで踏み込むことはできず、休日の対応が難しいということもあり、双方のニーズを拾いきれなかった」（清玄智文・市空家対策担当主幹）という。

斜面地ではこのような小道が複雑に交差する

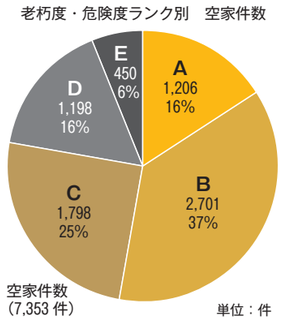
空き家再生プロジェクトが始動

だが、転機が訪れる。尾道出身の豊田雅子さんを中心とする〈尾道空き家再生プロジェクト〉が平成19年に発足。NPO法人化を経て、21年には斜面市街地にある山手地区を対象とする、市の空き家バンク事業を受託。官民協働で空き家対策を再始動した。インターネット上のサイトで空き家情報を移住希望者に提供し、所有者とのマッチングを進めるが、NPO職員による現地説明を受けなければ、サイトのパスワードを

付与しない。空き家の大半は改修が必要で、景観保全の規制もあること、そして生活の不便さを知ってもらい、真剣に移住を考えてもらう。

平成25年には、自動車が通り抜けできない場所にある住宅に限り、平地部にも空き家バンクの登録対象を拡大。平成21年10月～29年3月の相談件数は4910件、移住・定住の実績は83件に達した。「景観保全と空き家の利活用に情熱を傾ける多彩なプレイヤーに恵まれた」（清玄主幹）。昨年1月には、市内北部の御調町地区でも、一般社団法人「みつぎ空き家バンク」の取組が始まった。

■尾道市内の空き家発生状況
「尾道市空家実態調査」から



市内の空き家は7353件に

平成27年の「空家等対策の推進に関する特別措置法」の施行に伴い、市は「空家等対策計画」の策定に向けた実態調査を実施。市内の空き家は7353件に上り、このうち斜面市街地の空き家は582件だった。

市は空き家の老朽度・危険度をA～Eの5つのランクで分類。小規模な修繕で再利用可能なAは16％、管理が行き届いていないが、当面の危険性は低いBは37％、管理が行き届かず、損傷も激しいCは25％で、倒壊の危険性があり、修繕や解体の緊急度が高いDは16％、緊急度が極めて高いEは6％だった。

市は昨年3月、特措法に基づき「空家等再生計画」を策定。総合的・計画的な対策として①予防・発生抑制②適正管理の促進③利活用の促進④管理不全な空家等の解消⑤跡地の利活用促進―を打ち出した。住民の懸念が強い老朽危険家屋は、特措法に基づく「特定空家等」の認定後、助言・指導、勧告、命令を経て、代執行による除却や修繕を行う。

「市は代執行を最終手段と位置付けています。本来の目的は『老朽危険空き家』を増やさないことです。維持管理の必要性や活用に関する意識啓発、相談窓口の一本化などのサポートを充実します」（清玄主幹）。

「空き家を増やさないことが対策の狙い」と語る清玄智文尾道市空家対策担当主幹（左）と岩田紀子住宅政策係専門員

市は平成21年施行の「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）」に基づき、24年に国土交通省から「歴史的風致維持向上計画」の認定を受けた。市は約337ﾍｸﾀｰﾙの重点区域を対象に歴史的建造物の修繕や景観の整備とともに、1年以上継続して使用していない築30年以上の空き家の改修や、老朽危険建物の撤去を行う所有者に補助金を交付するなど、さまざまな制度を活用しながら、景観保全と空き家対策に取り組んでいる。

プロジェクトを支える人たち

尾道市が進める景観保全や空き家対策は、情感あふれる風景や人間模様に魅せられた人たちの情熱が支えている。NPO法人「尾道空き家再生プロジェクト」の新田悟朗専務理事に活動の経緯やポイントを聞いた。

■歴史ある街並みを残したい

大阪に住んでいた豊田雅子代表理事が、現在はコミュニティスペースとして貸し出している「尾道ガウディハウス」（旧・和泉家別邸）を購入し、改修に取り組む中、多くの仲間が集まりました。豊田さんは、山手地区の家屋が朽ちていく姿や、尾道駅周辺の再開発で歴史的景観が失われることに胸を痛めていました。

ガウディハウスの改修や再利用可能な空き家の情報収集を通じてネットワークを拡げ、平成19年に〈尾道空き家再生プロジェクト〉を立ち上げました。現在のメンバーは約180人です。理事は建築士やアナウンサー、デザイナー、空き店舗再生に取り組む経営者など多彩です。

新田悟朗氏
尾道空き家再生プロジェクト専務理事
尾道市出身、32歳。和歌山大学工学部大学院卒。都市計画を専攻し、大学生時代に豊田氏と出会い、平成22年からプロジェクトに参画

■空き家再生で街に賑わいを

車が入れない路地や斜面にある古い建物のうち、ユニークな造りや歴史的価値が高い建物を再生しています。空き家バンク事業は、移住者と所有者の橋渡しをしますが、賃貸借や売買の契約には関わりません。特に意識しているのは「尾道の良いところ、不便なところを理解してから住んで欲しい」ということです。移住相談会でも「まずはじっくり考えて欲しい」と呼び掛けています。移住の前後には、私たちが地域の町内会長を紹介したり、子育てや生活の相談などのサポートをボランティアで行っています。空き家の再生をお手伝いすることもあります。

プロジェクトの原点である「尾道ガウディハウス」

■空き家の再生が切り開く未来

空き家の再生には費用がかかります。平成24年には、空き家をゲストハウス「あなごのねどこ」に改修して、収益事業に乗り出しました。昨年は2軒目の「みはらし亭」も開業しました。本年度の売上は2軒で6500万円を超えます。23人のスタッフは20～40代が中心のIターン者で、雇用の場になっています。

平成24年にオープンしたゲストハウス「あなごのねどこ」

移住者の職業はさまざまです。アーティストや市内で起業した人もいます。市外に通勤するサラリーマンもいます。雇用の場を増やすことができれば、尾道で暮らすことを選択する人は確実に増えると思います。

尾道市の人口は「多すぎず、少なすぎず」。住民同士の顔が見えるぎりぎりのラインです。年間を通じて祭りやイベントがあり、人とのつながりを作れます。「放っておかれすぎず、干渉されすぎない」。港町独特の風通しの良さがあります。この住み心地の良さに多くの人が関心を寄せてくれていると思っています。

尾道空き家再生プロジェクトの豊田雅子代表理事

NPOは昨年7月に10周年を迎えました。無我夢中の毎日で、資金的にも人的にも余裕がないのは変わりません。課題は後に続く人をどう育て、つないでいくかだと思います。

Focus

尾道市は、空き家対策の先進地として全国からの視察が相次いでいる。そのポイントは、尾道空き家再生プロジェクトの多彩な人材と行動力にある。市内を歩き回り、急な坂道を何度も上り下りし、再生された物件を訪ね歩く中で思い知らされた。「プレイヤーに恵まれた」という市担当者の言葉も腑に落ちた。空き家対策をめぐっては、所有者の不明や不在、登記や相続などの権利関係の問題とともに、道内では積雪による倒壊など寒冷地特有の課題もある。さまざまな利害調整には多くの時間を要し、息の長い取組が求められている。市町村にとって事業者や地域住民など、多様な主体とのネットワーク構築が急務と言える。

トレンドを読む × 地域を伸ばす

研究者コラム

情報科学と地域活性化

北見工業大学工学部准教授　桝井　文人

筆者は、情報科学を活用して地域社会の課題を解決することに取り組んでいます。教育、観光、スポーツ、ネットいじめなど、対峙する地域課題は複数ですが、本稿では、「カーリング情報学」と「情報科学的コンテンツツーリズム」をご紹介したいと思います。

カーリング情報学

昨年9月に北見市で開催された、平昌五輪カーリング女子日本代表決定戦で、北海道のチーム「ロコ・ソラーレ北見」が、中部電力との大一番を制しました。多くのカーリング代表選手を輩出してきた北見市にとって、カーリングは地域を代表する資源でもあります。

筆者は、情報科学を活用して、カーリング戦術面の支援の研究を進めています。これは主としてトップチームの支援を想定していますが、情報や分析結果を通して地域住民にカーリングの面白さや奥深さを広めるという側面もあります。

カーリングは「氷上のチェス」と呼ばれるとおり、試合全体や各エンドを戦うための戦術と、その判断などの戦術要素が重視される競技です。ところが、戦術的要素の科学的研究成果はこれまでほとんど報告されていないのです。

そこで、筆者の研究グループは、カーリングの戦術面を情報科学の活用によって支援する研究を進めることにしました。試合情報の収集、試合情報の分析、分析結果の見える化、試合情報と分析結果の共有といったことを電子的に、そして自動的に行う技術を整備することを主な目標としました。

戦術的要素は、ショット毎のストーン配置状態とそれに対応するショット選択、およびそれらの組み合わせです。戦術的要素を扱うためには、過去に実施された試合情報の解析が不可欠ですが、入手可能な状態で蓄積共有された試合情報はほとんど存在しません。

この問題に対処するために、まず「デジタルスコアブックiCE」を開発しました。iCEは、タブレット端末で稼働するアプリケーションで、ストーン配置やショットの種類と軌跡、ショットの正確性といった情報を、指で操作しながら直感的に記録でき、チームや個人のショット率、試合展開などをグラフなどで可視化して逐次表示します（図1・2）。

iCEは、国内チームに無償で提供しており、現在までに11チームがユーザー登録しています。コーチやリザーブ選手の記録作業や試合後のチームミーティングで利用されています。また、新たに試合情報のクラウド共有や類似した戦況の検索機能などを実装中です。

筆者のグループは、現在までに約800試合（約9万ショット）のデータベース化を完了しています。このデータベースを詳細に統計解析し、従来は経験的に知られていた戦術ノウハウを客観的に検証するとともに、これまで知られていなかった新たな知見の発見に注力しています。記録した試合情報は試合の実況中継データとしても役立っています。

これまでは、日本トップレベルや世界トップレベルの試合データを分析し、いくつかの知見を得ていますが、今シーズンは、市民リーグの試合情報の記録にも着手し、希望があれば簡単な分析結果を提供しています。試合情報記録の模様は会場で実況し、参加者や観戦者に楽しんでもらっています。また、より広い技術による戦術支援を目指し、国内複数大学との共同研究も進めています。

情報科学的コンテンツツーリズム

北見工業大学は、道東のオホーツク海沿岸に位置する小都市にあります。オホーツク地域は、広大な領域内に、豊かな自然、種々の動物、農海産物、オホーツク海の流氷、オホーツクブルーなど、北海道でも随一の観光資源に恵まれた土地です。

しかし、この地域は、とりわけ観光誘致が盛んとは言えないのが現状で、大変もったいない状況です。調べてみると、オホーツク地域観光には2つの問題があることがわかりました。第一に地域内で情報を取り扱う体制やプロセスや、技術認識が十分でないことです。第二に人々がオホーツク地域の訪問を決断する強い動機や仕掛けが無いことです。

筆者は、小樽商科大学や地元企業と連携しながら、二つの問題に取り組んでいます。

第一の問題には、情報の収集と共有を実現します。地域内に散在する情報を集め、データベース化して共有する仕組みである「オホーツク観光ビッグデータ共有基盤」を構築しています。ネット上に散在する地域情報の自動収集、自動的解析、自動整理を目指します。第二の問題には、地域の魅力と発信力の強化、付加価値化で対応します。特に特定の層にターゲットを絞り、その層が地域を訪れる強い動機を提供します。

具体的には、「結月ゆかり」という、知名度と発信力を併せ持つバーチャルキャラクターを活用し、全国のファンに向けて、地域の魅力を強くアピールするコンテンツツーリズムを展開します。結月ゆかりは、ボイスロイド、ボーカロイドとしても知られているため、実況動画や楽曲などを通した地域PR活動にも適しています。さらに、地域専用のデザインを採用することで付加価値を高め、ブログやツイッターを設定して発信力を強化しています。

上記の情報発信に対する視聴者や地域コンテンツへの訪問者を対象として、その反応情報を収集する仕掛けも設定し、詳しく測定分析することで、リアル・バーチャル両面での訪問者動態情報を客観視できます。情報収集分析では、図3のような情報を収集します。

一連の分析結果は、次の展開を考える重要な基礎資料として活用できるだけでなく、学術的にも興味深い資料となります。例えば、昨年6月のオホーツク観光大使任命式では、公式ツイート情報にオホーツク全人口より多い人数がアクセスし、網走市の人口と同規模のユーザが反応したことがわかりました。事前アンケートからファン層のほとんどがオホーツク訪問した経験が無いと判っているので、このうち1%を地域に呼び込むだけで数千人の入込数増加に貢献できます。

図1　デジタルスコアブックiCE

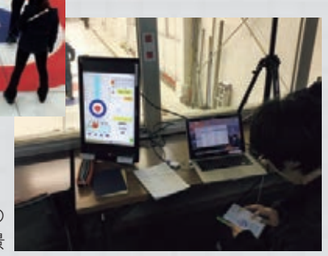


図2　試合情報記録の実況風景

図3　情報科学的コンテンツツーリズムの情報収集

PROFILE

桝井　文人
（ますい・ふみと）

北見工業大学工学部准教授
未来デザイン工学科／冬季スポーツ科学研究推進センター兼任教員。平成２年岡山大理学部卒。沖電気工業、三重大助手を経て、21年から現職。博士（工学）。自然言語処理、観光情報学、カーリング情報学に興味を持つ。人工知能学会、電子情報通信学会、情報処理学会、観光情報学会、AAAI、INSTICCなど各会員。

タバコの害

東京オリンピック開催に向けて、公共施設やレストランでの禁煙・分煙の議論が盛んになっています。医療の分野では、禁煙外来での健康保険適用が認められ、禁煙治療が広く行われるとともに、禁煙のための薬剤も開発され、盛んに宣伝されています。しかし、日本の喫煙率（図1）は、男性が32％、女性は9％ほどで、男性は減少傾向にあるとはいえ、女性は近年あまり変わらず、将来的にかなりの数の人がタバコの害に悩まされることは間違いがありません。そこで、改めてタバコがなぜ有害なのかをお示ししたいと思います。

1 タバコの害を起こすもの

タバコはタバコの葉に火を付けることにより、その成分が燃焼によって変化し、煙として吸い込むことになります。元来、物を燃やした時に生じる煙には、様々な有害な物質が含まれるものです。だから、たき火の煙が目に沁みたり、煙くてせき込んだりするのです。ましてや自動車の排ガスやストーブの煙、工場の排煙などは、大量の有害物質を大気中に放出しています。つまり、煙はもともと有害だという訳です。

実際にタバコの煙には２００種類以上の有害物質が含まれています。ニコチン、一酸化炭素、アセトンなどの有機溶剤の素や、ヒ素やカドミウムのような有害元素も含まれています。さらに、有害物質の中には50種類以上の発がん物質が含まれているのです。これらの物質はもちろん微量なので、数回吸い込んだところで、何も起こしません。しかし、喫煙を習慣化すると、有害物質が断続的に体内に入り続けることになるので、次第に有害物質による影響が体に出てくることになるのです。

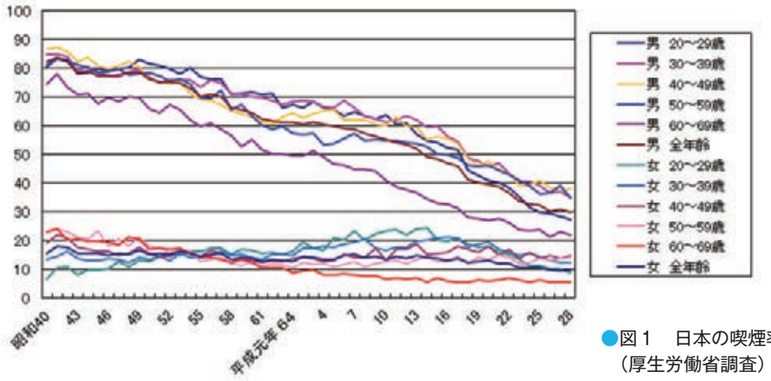
最近、加熱式のタバコが発売になり、一大ブームになっています。タバコの葉を加熱してニコチンなどの成分を揮発させ、その空気を吸い込むものです。タバコの葉を燃やさないので、煙が出るわけではないのですが、揮発した有害物質が空気に含まれていると考えられ、やはり害が出る危険性は十分にあります。

2 ニコチンとタールの作用

タバコの有害物質として知れわたっているものにニコチンとタールがあります。とりわけニコチンは、タバコの味わいそのものを作り出すものであり、含有量も他の物質に比べてずば抜けて多いものです。ニコチンは、神経細胞に直接取りついて様々な反応を引き起こす、薬物のような物質です。特に内臓の働きを調節する自律神経に結合して反応を引き起こします。心拍数が増え、血管が収縮して血圧を上げます。消化管の運動を活発にする作用もあり、悪化すると悪心・嘔吐や下痢を引き起こします。唾液腺を刺激して唾液がたくさん出てきます。気管支を収縮させる作用があるので、煙を強く吸い込むと、空気の通りが悪くなってせき込むことがよく起きます。

ですから、人生で初めてタバコを吸った時には、気持ちが悪くなったり、頭がくらくらしたりしたはずなのです。でも、何度もタバコを吸っていると、それらの反応は次第に弱くなっていきます。一種の慣れが生じるのです。ですが、血管の収縮作用はいつまでも起こるようで、喫煙者の血圧は非喫煙者より高い傾向があります。ニコチンは脳の神経細胞にも作用して、ある種の満足感を作り出します。そして、さらにニコチンを摂取したいと考えるようになります。ニコチンが無くなると、焦燥感が出てイライラしたり、落ち着きが無くなったり、注意力が無くなったりします。この脳の状態をニコチン依存症といいます。タバコがなかなか止められないのはこのためです。

タールとは、タバコのヤニのことで、茶褐色のドロッとした液体です。実は数百種類の有害物質の集合体で、タバコを燃やすことで生じる、一種の燃えカスと考えられます。喫煙すると、口の中やのど、気管、気管支、肺内に付着します。一度ついてしまうと、その粘り気のためになかなかはがれません。そのため、付着した部分の細胞や組織を刺激し続けることになり、炎症を引き起こします。そのため、せきや痰が出るようになります。さらに、慢性的な刺激が続くことで、細胞の性質が変化して、がん細胞に変わると考えられています。喫煙でがんが生じる原因は、主にこのタールなのです。



●図１　日本の喫煙率
（厚生労働省調査）

3 タバコが原因の病気

タールには発がん作用があります。そのため、タールがつく可能性がある口腔、咽頭、喉頭、肺にがんが起こります。口の中のタールは、唾液などと一緒に飲み込まれるので、食道がんや胃がんの危険性も高まります。また、直接の影響ではないのですが、すい臓がんや膀胱がんが起こりやすくなるといわれています。

ニコチンは血管に作用して、動脈硬化を進めると考えられます。高血圧も起こりやすいので、これも動脈硬化を悪化させます。動脈硬化が進むと、血液が固まり、詰まってしまう危険性が高まります。こうして、心筋梗塞や脳梗塞という命に関わる重病が起こります。

喫煙は煙を吸い込むので、ニコチンとタールは、肺に強く影響を及ぼします。肺がんのほかにも、気管支炎や肺炎を引き起こし、こうした炎症が長く続くと、次第に肺自体が壊れてしまいます。いったん壊れた肺は元に戻りませんので、次第に呼吸が困難になってきます。この病気を慢性閉塞性肺疾患（ＣＯＰＤ）といい、長く喫煙を続けていると肺がん以上にＣＯＰＤが起こる危険性が高まるといわれています。

やはり喫煙は「万病の元」。止めるに越したことはないのです。

まとめ

1. タバコには、ニコチンやタールをはじめ、たくさんの有害物質が含まれる
2. ニコチンは神経に悪影響を及ぼし、タールには発がん性がある
3. 喫煙はがん、心筋梗塞など死に至る重病を引き起こす

Profile
北海道大学医学部卒業（医師免許取得）
北海道大学大学院医学研究科修了（医学博士取得）
北海道大学医学部助手、札幌医科大学医学部助教授を経て現在は同教授。専門分野は循環生理学と循環薬理学。主な著書は「Clinical 生体機能学―生理学から症状がわかる―」（南山堂）、「いちばんやさしい生理学の本―生きるしくみ」（秀和システム）。

當瀬　規嗣
（とうせ・のりつぐ）

野菜ソムリエのベジフルランド北海道！！

野菜のまち

【北のスーパーフード】編

野菜ソムリエ上級 Pro・北海道６次産業化プランナー
萬谷　利久子

突出した栄養価や抗酸化力を持つ「スーパーフード」に、道内でも注目が集まっています。我が町のスーパーフードを新たな特産品にしようと道内各地で取組が始まっています。今回は剣淵町の「キヌア」と、音更町の「いなきび」という、古くて新しい雑穀にスポットを当てます。

栽培したことがない未知なるキヌアに挑戦！

剣淵町の農業者で、株式会社けんぶちＶＩＶＡマルシェ代表の高橋朋一さんは5年前、ようやく手に入れた南米原産の雑穀「キヌア」の種を畑に撒きました。ですが、3年間は芽さえ出なかったそうです。誰もキヌアの栽培経験がありません。試行錯誤しながら今年、ついに1ヘクタールの畑で収穫ができました。

高橋さんは「キヌアは剣淵町の姉妹都市・タルマ市があるペルーが原産です。国内に代表産地がなく、将来性があると感じました」と栽培を始めた理由を話してくれました。精白したキヌアは透明感のある白さで、サラダに乗せるとキラキラと輝きます。「食べるとキレイになれる感じ！」という女性の心理にも強く響きそうです。

平成27年にキヌア生産者、町、剣淵高校、町内にある「ビバアルパカ牧場」でつくる〈剣淵キヌア生産普及組合〉の活動がスタートしました。高橋さんをリーダーとする3戸の生産者は、栽培技術の確立やブランディングを担当。町は収穫機械の購入支援や商品開発を行う予定で、剣淵高校は地元の土地に適した品種の研究をサポートします。今は収穫量は10アール当たり25キロと少ないのですが、害虫防除や収量アップの方法を研究し、生産者も増やしたいと考えています。

精白したキヌアは
キラキラと輝いています

剣淵町で「キヌア」の生産に
取り組む高橋朋一さん

キヌアで描く〈絵本の町〉

町を代表する観光スポット「ビバアルパカ牧場」は、「キヌア種まきツアー」や、キヌアによる景観づくりを始めています。町内には耕作放棄地がほとんど無く、上川管内でも優良な畑作地帯として知られていますが、高齢化の影響で、5年後には多くの遊休農地が発生することも予想されています。農地を有効活用するため、色とりどりのキヌアを畑に植えて〝パッチワークの丘〟を作ることを計画しています。畑をキャンバスに美しいグラデーションを描き出してくれるでしょう。剣淵町は古くから、絵本によるまちづくりを進めています。絵本を思わせる景観づくりやストーリーは、町のコンセプトが中心にあって生まれた力です。

道の駅で人気の商品「元気福味噌」は、私もファンの1人です。町内の味噌づくり名人の腕を活かせば、近い将来「キヌアみそ」もできるかもしれません。キヌアを活かした特産品やお土産スイーツなど、商品化に向けたプランが膨らみます。

色鮮やかなキヌアは景観づくり
にも活用できそうです

癒し系フード「いなきび」にほっこり！

私が注目している、もう一つのスーパーフードは、音更町で生産されている「いなきび」です。平成24年に有志が〈いなきび研究組〉を立ち上げました。農業者をはじめ、パン店主、カメラマン、「雑穀クリエーター」の資格者など約20人が活動しています。メンバーは、収穫のお手伝いやレシピの研究、ＳＮＳでの情報発信などを行っています。

リーダーは音更で農業を営む山崎康行さん。自家採取した種子を長年守り続けてきました。「祖母の枕に使われていた『いなきび』を食べてみたらおいしかった」ことが、自分でも栽培を始めたきっかけとのこと。「いなきび」とお米を6対4の割合で炊いた「きびご飯」が山崎家に伝わる伝統の味だそうです。

帯広市で「ノブキッチン」という料理教室を主宰する雑穀クリエーター・栂安（つがやす）信子さんに「きびぜんざい」をごちそうになりました。「そんなにおいしいのかな…？」という印象を持っていた私ですが、フワフワに炊いた「いなきび」は、ほのかな甘みがあり、そのおいしさに驚きました。「ヒーリングフード」と呼べる優しい味わいです。

音更町の山崎康行さんは「いなきび」の
復活を目指しています

「きびぜんざい」は、
癒しと呼べる味わい

音更町の満寿屋商店で
販売している「きびだんご
ドーナツ」はおやつに最適

多彩な料理に使えて栄養価もアップ！

「いなきび」は、調理方法で食感が七変化するとても面白い食材です。「ノブキッチン」では、太巻きやお好み焼き、サラダ、スープなどのレシピを紹介しています。初めて「きび飯」を作るときには、お米に1～2割の「いなきび」を混ぜて炊くと食べやすいそうです。きびパワーでビタミン&ミネラルをアップしたご飯に変身します。

〈いなきび研究組〉に参加しているパン店「満寿屋商店」では、柔らかく炊いたきびと練乳を混ぜてお団子にし、生地で包んで揚げた「きびだんごドーナツ」が人気です。お正月には、臼ときねでついた「いなきび100％」のお餅を振る舞うイベントも好評です。「いなきび」に魅せられた私も、我が家のお餅に混ぜてみようと思います。

今はまだ収穫量が少ない「いなきび」は、お米より高価ですが、山崎さんは、多くの人においしさを知ってもらおうと、リーズナブルな価格で販売しています。機械で脱穀した後は、ゴミはもちろん、色や形が悪い実を手作業で丹念に取り除いていくため、夜中までかかることもあるそうです。山崎さんが生産する「山ちゃんのいなきび」は道の駅「おとふけ」や、帯広競馬場の観光交流施設「とかちむら」でも絶賛販売中です！　全道各地で〝きびファン〟が増えることを期待しています！

萬谷　利久子（ばんや・りくこ）

Profile
野菜ソムリエ上級 Pro
北海道６次産業化プランナー
平成21年に北海道で４人目となる野菜ソムリエ協会の上級資格を取得し、同協会の講師となる。「青果物ブランディングマイスター」として農産物のブランド化などマーケティングを行う。平成24年から、農林水産省事業の６次産業化プランナーとなり、生産者の商品開発や店舗などをサポートしている。北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院ＤＭＯ育成プログラム履修生。

弁護士 column

懲罰決議と司法審査

議員の動議提出行為で町が被告になる？

弁護士　佐々木　泉顕

市町村議会は、組織や運営を律する自律権とともに、法律や規則に反した議員に出席停止や除名などの罰則を科すことができる懲罰権を有しています。しかし、懲罰を不服とする議員が、訴訟により撤回を求めてきた場合、どのように対応すべきなのでしょうか。今回はA町議会事務局長と弁護士によるQ&A方式で対応を考えてみたいと思います。

佐々木　泉顕
（ささき・もとあき）

profile
弁護士法人佐々木総合法律事務所
札幌市中央区大通西11丁目　大通藤井ビル6階
TEL 011-261-8455　FAX 011-261-9188
・北海道町村会顧問
・一般社団法人札幌市医師会顧問
・北海道教育委員会顧問

A町議会事務局長Bさん　先日、当町議会の定例会議中にC議員が議会を二時間ほど中座したのですが、この中座行為に対してY議員が懲罰動議を提出したため、審議の結果、二日間の出席停止決議を可決しました。C議員は懲罰決議が可決されたことに納得せず、裁判所に懲罰決議の無効確認の訴えを提起すると息巻いているのですが、町議会の懲罰決議について裁判所が判断できるのでしょうか？

弁護士　裁判所は一切の法律上の争訟を裁判する権限を有します（注1）。

Bさん　えっ！　訴訟提起できるのですか？

弁護士　ただ、「法律上の争訟」とは、あらゆる法律上の係争を意味するものではありませんので、出席停止決議の場合には訴訟を起こしても却下されます。

Bさん　そうですよね。安心しました。でも議会の決議が訴訟の対象となることもあるのでしょうか？

弁護士　除名処分など、町議会議員の身分を喪失させる決議については、内部規律の問題にとどまるものとはいえませんので、訴訟で当否を争うことができます（注2）。

Bさん　Y議員が議会で説明した懲罰動議の理由の中に「C議員が中座したのは、C議員が経営する商店の経営が破たん状態にあり、借金取立目的の債権者が多数押しかけてきたため、店に戻ってこれに対応するためという私的な理由である。」という部分があり、C議員は事実無根なので名誉毀損で訴えるとも言っているのですが、可能なのでしょうか？

弁護士　C議員の議会活動における言動や行為についての指摘であれば、内部規律に服すべきものですが、C議員の経営する商店の経営状態は議会活動とは全く関係のない私人としての行動に関する問題ですから、単なる内部規律の問題ではなく一般市民法秩序に関する問題として訴訟提起可能となります。ところでY議員の説明内容は真実なのでしょうか？

Bさん　C議員の経営する商店の経営は極めて順調であり、債権者が押しかけてきた事実など全くなく、新規出店のための隣町の地主さんとの打ち合わせだったようです。

弁護士　個人の経営する商店の経営が破たん状態にあるという事実は個人の社会的評価を低下させる行為であり、Y議員の動議提出行為によってC議員の名誉という権利が侵害されたことは明らかですから、あとは違法性が認められるかどうかが争点となりますね。

Bさん　被告はY議員個人ですか？

弁護士　動議提出行為は議員の職務行為に該当します。違法な職務行為によって、名誉を毀損されたというC議員の請求は国家賠償法一条一項に基づくものですので、Y議員個人ではなくA町が被告となります。

Bさん　国会議員には免責特権がありますが（注3）、町議会議員の場合には免責されないのですか？

弁護士　国会議員とは異なり憲法上の保障を受けることはありませんが、相当程度考慮されます（注4）。

Bさん　本件の場合はどうですか？

弁護士　経営破たんの事実が虚偽であることをY議員が知っていながら、あえて指摘した場合には違法な職務行為となりますし（注5）、虚偽とは知らない場合であっても、本件動議提出理由については、議会開催中に自分の店に戻ったことを指摘すれば足りますので、わざわざ経営破たんの事実についてまで指摘したのは不当な目的があったと認定される可能性が高いと考えます。議員の私人としての行動に関して議会で発言することは控えるべきでしょう。

解説

注1　裁判所法第三条一項は、「裁判所は、日本国憲法に特別の定のある場合を除いて**一切の法律上の争訟**を裁判し、その他法律において特に定める権限を有する。」と規定している。

注2　法律上の係争であっても事柄の性質上司法審査の対象外とするのを相当とするものがある。この点、自律的な法規範を持つ社会ないし団体にあっては、当該規範の実現を内部規律の問題として自治的措置に任せるのが相当であって、一般市民法秩序と直接の関係を有しない内部的な問題にとどまる限り、必ずしも司法審査の対象とするのを適当としない。議員の出席停止のように議員の権利行使の一時的制限に過ぎないものはまさに自治的措置に任せるのが相当である。他方、議員の身分を喪失させる除名処分は、議員の身分の喪失に関する重大事項であり単なる内部規律の問題にとどまらないから、司法審査の対象となる（最高裁昭和三五年一〇月一九日大法廷判決・民集一四巻一二号二六三三頁）。

注3　憲法第五一条は、「両議院の議員は、議院で行つた演説、討論又は表決について、院外で責任を問はれない。」と規定する。国会議員が国会の質疑等の中でした発言につき、国家賠償法一条一項の規定にいう違法な行為があったとされるのは、当該国会議員が、その職務とはかかわりなく違法又は不当な目的をもって事実を摘示した場合など特別の事情があることを必要とする（最高裁平成九年九月九日第三小法廷判決　判例タイムズ九六七号一一六頁）。

注4　住民の間に存する多元的な意見及び諸々の利益を地域、住民の意識形成に反映させるべく、地方議会議員は、その職務又は使命としてあらゆる面から地方議会における質疑等を尽くすことが求められているものといえ、質疑等においてどのような問題を取り上げ、どのような形でこれを行うかは、地方議会議員の裁量に委ねられているものとみるべきであり、かかる面で国会議員と共通するものがあることは否定できない。そして、調査能力に限界のある議員において、ある事実が真実であると確信し得る場合でなければ地方議会の審議の場で取り上げられないとすると、実質的な議論ができなくなるおそれがあり、かかる観点から、名誉毀損の成否につき慎重な考慮が求められる場面があるものと考えられる（札幌高裁平成二九年五月一一日判決　判例地方自治四二三号一八頁）。

注5　前記札幌高裁判決は以下のとおり判示し、地方議会における議員の発言について、地方公共団体の損害賠償責任が肯定されるための要件を明示しており参考になる。「職務と無関係に個人の権利を侵害することを目的とするような行為は許されず、また、虚偽であることを知りながらあえてその事実を摘示して個人の名誉を毀損するような行為も、正当な職務行為とはいえない。このような観点から、地方議会議員の地方議会での発言に係る名誉毀損の成否についても、少なくとも当該地方議会議員が、その職務とは関わりなく違法又は不当な目的をもって事実を摘示し、あるいは、虚偽であることを知りながらあえてその事実を摘示するなど、その付与された権限の趣旨に明らかに背いてこれを行使したものと認め得るような事情がある場合には、国家賠償法一条一項の規定にいう違法な行為があったものと認めるのが相当である。」

01 上士幌町

実用化に向けた第一歩
道内初の自動運転バス実証実験を実施

実証実験の開始に先立ちセレモニーに臨む竹中貢町長（左から４人目）ら

３０２人が試乗を体験

上士幌町は昨年10月、道内初となる自動運転バスの実証実験を行った。町やふるさと納税サイトなどを運営するトラストバンク（本社・東京）などで組織する「ジャパン・イノベーション・チャレンジ２０１７実行委員会」が、フランス製の小型自動運転バス「ナビヤアルマ」を使い、３日間にわたり実際の運行を想定した実験を行った。

バスを所有するＳＢドライブ（同）の協力で行った実験では１回に最大で８人、３日間で48便３０２人が試乗を体験した。公道上に設定した約６００㍍の実験ルートを時速10㌔の速さで10分間にわたり走行した。体験走行の当日は乗客の乗降も想定して、走行ルート上の仮設バス停では、ドア開閉の実演も行われた。

乗ってみたら安心感も

今回の実証実験で町は、将来の実用化を見据えた公道での走行にこだわった。自動運転車両の公道走行実験をめぐっては、法整備が進んでおらず、さまざまな制約もある。町は道警の助言や協力を得ながら、道路使用許可の取得、実験ルートの交通規制やフェンスの設置、実験当日の警備などの条件をクリアすることで実施にこぎ着けた。

町は将来、住民の足として自動運転バスの実用化を進めることを視野に入れ、試乗体験では乗車枠の約半数を住民に割り当てた。試乗後のアンケートでは「乗車前には不安だったが、乗ってみたら安心感があった」との声が多く、実験ルートの沿線でも、住民の反応は好意的だったという。

３日間で３０２人が専用カラーリングの自動運転バスに試乗

実用化に向けた課題と可能性

町は現在、地元のタクシー会社に委託してコミュニティバスを運行しているが、運転手の不足や高齢化が課題となっており、自動運転バスへの期待は大きい。一方、自動運転車両の実用化に向けては、安全の確保や不測の事態への対応、道路交通法をはじめとする関連法規の整備などの課題も多い。特に積雪・凍結路面での走行は大きなハードルであり、今回の実験も安全面に配慮して、降雪期を前に実施することになった。

町企画財政課の梶達主査は「現在のコミュニティバスは、移動手段であるだけでなく、住民と運転手のコミュニティ空間になっています。来年度以降の実証実験では、自動運転バスを単なる移動手段として走らせるだけでなく、車内でのコミュニケーションやコミュニティづくりを意識した内容にしていきたいと考えています」と語る。

また、町内では現在、町役場周辺に公共施設を集約するコンパクトシティ化に向けた取組を進めており、今年４月からは新しい交通ターミナル施設の供用を開始する。町は将来的に新ターミナルと町内の糠平温泉郷を結ぶ自動運転バスを走らせるなど、地域公共交通の再編とともに、観光面での活用や集客効果にも期待を寄せている。

02 上砂川町

空知管内初の公設学習塾
児童生徒のモチベーションを向上

公設学習塾の授業風景

上砂川町は平成28年度から、小学５年生～中学３年生の希望者を対象として、民間の塾講師が学習指導を行う〈公設学習塾〉を開設して、子どもたちの学力の向上をサポートしている。

公設学習塾は月２回、放課後の小中学校に派遣された民間の塾講師が、苦手教科とする子どもが多い算数と数学を教えている。受講料は町が全額を負担しており、１年間の参加者負担は、小学生１５００円、中学生２５００円の教材費だけ。以前は町外の民間学習塾に通わなければならず、費用や送迎など、保護者の負担も大きかった。

開設当初の登録者は24人だったが、授業が分かりやすいといった評判が住民に口コミで広がり、２年目を迎えた本年度は31人（平成29年10月現在）の児童生徒が学んでいる。

町教委によると本年度、全国学力・学習状況調査などの成績が過去最高となるなど、効果が目に見える形で現れ始めているという。

町教委の戸田晋一学務係長は「公設学習塾での学びをきっかけにして、成績の向上だけでなく、家庭学習の時間が増えるなど、勉強に対する子どもたちのモチベーションが高まっており、良い効果が現れていると感じています。今後も子どもたちの将来の一助となるよう、教育環境の向上に取り組んでいきます」と熱意を語る。

03 石狩市

中長期的な雇用を生み出す「マルチワーク」
労働力不足の解消と交流拡大を目指す

果樹園で草刈りを行う参加者

民宿で接客を行う参加者

石狩市は本年度から、農業分野や観光業など、業種ごとに繁忙期の異なる、短期の労働需要を組み合わせることで、中長期的な雇用につなげる〈マルチワーク〉の実証実験に取り組んでいる。

昨年７月には、過疎・高齢化に伴う労働力不足に悩む浜益区で、収穫期などで繁忙期を迎える果樹園と民宿が、米国から夏休み中の大学生２人をインターンとして受け入れた。収穫や接客などの仕事を担当しながら、地域イベントなどにも参加した。仕事に対する２人の意欲は高く、受け入れ先では「来年も来て欲しい」と好評だった。

本年度の結果を基に新年度は、実験エリアの拡大を検討。さらに農業や漁業などの業種を組み合わせることで、より長期間のインターンを可能にするなど、交流人口の拡大や地域情報の発信といった、さまざまな効果が期待されるマルチワークの事業化に向けた取組を進めたい考えだ。

市商工労働観光課の河田寛史主任は「この事業には、労働力不足の解消だけではなく、参加者に石狩市の魅力を肌で感じてもらい、将来的には市の交流人口や関係人口の創出にも寄与したいと考えています。今後も国内外から希望者を募り、就業体験とともに、市内での生活や住民との交流も楽しんでもらうことができれば」と話している。

04 厚岸町

食のコラボに期待も
道東初のウイスキー蒸留所が始動

本場・スコットランドから導入したポットスチル（蒸留器）

オール厚岸産のウイスキーを

食品専門商社の堅展実業（本社・東京）は平成28年11月、厚岸町に道東で初めてとなるウイスキー蒸留所「厚岸蒸溜所」を開設した。平成32年には最初のシングルモルトを出荷する見通しで、将来的には原料の大麦やピート（泥炭）をはじめ、地場産のミズナラを使った熟成樽に至るまで〈オール厚岸産〉のウイスキー製造も視野に入れている。特産のカキやチーズとの組み合わせによる食の魅力発信や、蒸留所見学ツアーなどによる観光振興にも期待が集まっている。

「世界に誇れるジャパニーズウイスキーを」と製造の適地を探していた同社は、本場である英国・スコットランドのアイラ島に気候が似ている道東に早くから着目しており、各地の市町村に情報の提供を求めていた。厚岸町は「企業誘致につながるかもしれない」との思いから、ウイスキー造りには欠かせない水のサンプルや水質調査のデータを提供するなど、積極的に同社のリクエストに応え、次第に信頼関係を築いていった。

冷涼な気候の厚岸町には、広大な別寒辺牛湿原が広がり、海霧が発生して霧に包まれることも多い。ウイスキーの原料となる麦芽を乾燥させ、独特の香りをつけるピートも豊富にある。本場のスコットランドよりも寒暖差が大きく、熟成が早く進む可能性もあり、ウイスキーの製造に適した土地であることが明らかになっていった。

同社は平成25年から、現在の蒸留所がある場所に熟成庫を設けて試験熟成を開始。翌年には町と事業実施協定を締結して、蒸留所の立地に向けた取組を本格化した。27年には２９６０平方㍍の町有地を賃借し、蒸留棟、熟成棟、事務所棟などからなる「厚岸蒸溜所」を建設。仕込みの工程を経た麦汁を発酵させる６基の発酵樽と、スコットランド製のポットスチル（蒸留器）などを設置して、本格的なウイスキー造りに乗り出した。

厚岸産カキとのコラボも

同社が目標とするのは、アイラ島で生産されている「アイラモルト」だ。ピートのスモーキーな香りが特長のスコッチ・ウイスキーで、発酵過程での微生物の働きや、蒸留所の技術、熟成を行う環境と時間を反映して、独特の個性を持ったウイスキーが生まれる。このため、厚岸独特の風味を持つウイスキーの誕生に期待が高まっている。

特に「アイラモルト」は、厚岸特産の生ガキやチーズ・生クリームなどの乳製品とも相性が良いとされており、ウイスキーとの〝食のコラボレーション〟にも注目が集まっている。

町まちづくり推進課は「麦芽の搾りかすは肉牛の良い飼料になります。釧路太田農協では、これを餌とした肉牛をブランド化する動きもあります。ウイスキーと連動した地場産品の盛り上がりや観光による関係人口の増加に期待しています」と話している。

初出荷に向けて期待が高まる厚岸蒸溜所

05 安平町

子育て支援の中核施設に
旧庁舎を児童福祉複合施設に改修

追分地区児童福祉複合施設
１階がおいわけ子ども園

はやきた子ども園は、園庭でドサンコを飼育し、年長児が月２回の乗馬を体験

安平町は昨年４月、町内２園目となる公私連携幼保連携型認定こども園「おいわけ子ども園」を開設した。町は昭和55年度に建設された旧追分庁舎を児童福祉複合施設として改修。昨年４月に供用を開始し、１階に同園、２階には児童館と子育て支援センターが入り、子育て支援の中核施設として期待されている。

公私連携幼保連携型認定こども園は、幼稚園・保育園と地域の子育て支援の機能を併せ持つ施設で、学校法人または社会福祉法人が設置・運営主体となる。市町村は協定を締結して運営に関与でき、土地や建物の貸与などの支援も行う。

町は平成28年４月、全国初となる学校法人との公私連携による幼保連携型認定こども園「はやきた子ども園」を開園。学校法人リズム学園（恵庭市）が運営している。旭・追分の両保育園と追分幼稚園を統合した「おいわけ子ども園」は町内の社会福祉法人追分福祉会が運営を担った。

両園は、保護者、地域、小学校、学校運営協議会と連携し、園庭整備など「遊び」を中心とした保育・教育や、地域の特色を生かした体験活動などの取組を進めている。町教委事務局の宮浦優作主査は「両園は、町内における子ども・子育て支援の核となる施設であり、町としても強力に運営をサポートしていきたい」と話している。

06 新ひだか町

住民参加のまちづくり計画
民間主体のまちづくり会社立上げ目指す

ひだかうまキッズ探検隊の様子

新ひだか町は、馬産地の将来を担う人材確保や交流人口の拡大に向けた方策をまとめた「馬力本願プロジェクト」に取り組んでいる。

プロジェクトは①子どもたちへの馬文化の伝承②おもてなし環境・基盤の整備③移住・定住の促進―を柱とする。本年度は小中学生を対象に、体験型学習を通じて馬産地の歴史や競走馬の生産を学ぶ「ひだかうまキッズ探検隊」をスタートした。

本年度は全９回の予定で、牧場や競馬場の見学をはじめ、地域で競走馬の生産や育成に携わる調教師や装蹄師、獣医師の仕事などを学ぶ。町はこの取組を通じて、馬産地ならではの教育・体験プログラムの充実を進めていく考えだ。

プロジェクトを推進するため、民間出資のまちづくり会社設立に向けた動きも始まり、前身となる「合同会社ひだかコミュニティー」が昨年11月に発足した。同社は自主財源の一つとなる新電力事業の顧客開拓などに取り組んでいる。

町総務企画部企画課の中村英貴主幹は「民間主体のまちづくり会社がプロジェクトの一翼を担うことで、大胆な発想やスピード感のある取組が期待できる。日本一のサラブレッド生産地である新ひだか町の魅力を活かすため、まち全体で取り組んでいきたい」と話している。

07 知内町

地元産カラマツＣＬＴを活用 しりうち地域産業担い手センターを整備

左側を在来工法、右側をＣＬＴパネル工法で施工

１階にはコミュニティスペースを設け、研修やイベントに活用

知内町は本年度、公共建築物では道内で初めてＣＬＴ（直交集成板）を活用した「しりうち地域産業担い手センター」の建設を進めている。

農林業をはじめとする地域産業の担い手育成に向けた研修・宿泊施設として整備する。町外からの短・長期間の人材受け入れが可能な同センターを拠点として、地元企業や農業法人などでの就業研修などを行い、新規就労者の確保につなげる。

昨年９月に着工し、今年３月の完成を予定している。総事業費は２億３０００万円を見込んでおり、国の地方創生拠点整備交付金を財源とする。

地上３階建て。床面積は延べ約３５４平方㍍。在来工法で建設する建物左側は１２６平方㍍。各階が洋室１ＤＫタイプの宿泊用となる。右側のＣＬＴパネル工法部分は２２８平方㍍。１階は、入居者の研修やイベント開催などに活用することができるコミュニティスペースで、２・３階は、宿泊用の洋室１ＬＤＫタイプになる。いずれも地元産のカラマツ材を活用する。ＣＬＴは、強度や耐火・耐熱性に優れた新建材として注目されている。町地域創生推進室の三原知明室長は「担い手確保とともに、オール北海道にこだわったＣＬＴの活用・普及に取り組むことで、地方創生を全国に発信していきたい」と話している。

08 天塩町

「天塩國　眠れる食資源活用プロジェクト」 新たな特産品「すごい肉まん」発売へ

町内の道の駅などで販売している「至高の天塩しじみ光麺」

昨年９月の「ＨＴＢイチオシ！まつり」で販売した「すごい肉まん」

天塩町は、魅力ある町内産農水産物を活用して地域活性化につなげる「天塩國（てしおのくに）　眠れる食資源活用プロジェクト」に取り組んでいる。

昨年度は、飲食店や宿泊施設の料理を星の数で格付けする「ミシュランガイド」にも掲載された、東京都内の人気ラーメン店「ソラノイロ」とのコラボレーションにより、天塩町特産で優れた品質を誇るシジミを使ったカップラーメン「至高の天塩しじみ光麺」を発売したほか、さまざまな商品の開発や販路拡大に向けた取組を通じて、地域の魅力発信を進めている。

本年度は北海道テレビ放送（ＨＴＢ）の人気情報番組「イチオシ！」との連携により、パーソナリティーのヒロ福地さんが、天塩産の牛肉を活かしてプロデュースした「すごい肉まん」を新たに商品化。昨年９月に札幌市内で開かれた「ＨＴＢイチオシ！まつり」では、用意した４５００個を完売。５万人を超える来場者にも好評だった。

同プロジェクトは特産品開発にとどまらず、食による地域経済の活性化や雇用の創出、町の基幹産業である農水産業などの基盤強化を目的としている。町総務課の竹之内美喜雄・地方創生係長は「プロジェクトを通じて、より多くの人たちに天塩の食材の素晴らしさや地域の魅力を感じてもらうことができれば」と語り、魅力的な地場産食材の掘り起こしや商品化に意欲を燃やす。

09 北見市

再ブランド化で知名度アップ！ 北見タマネギ生産量日本一をＰＲ

たまコロはジャガイモやクリームを一切使わない

グランプリ受賞がきっかけで知名度がアップ

北見市は、国内最大の生産量を誇る北見タマネギを主原料とするコロッケ「たまコロ」のＰＲと販路拡大に向けた取組を進めている。

「たまコロ」は、市やオホーツク農業協同組合連合会などが出資して、昭和 62 年に設立された食品加工会社・グリーンズ北見が製造している。具材の７割が地元産のタマネギで、ツナやニンジンを加え、マヨネーズで味付けしている。

同社は地元産タマネギを原料とするソテーを加工・出荷しており、「北見らしい商品を」との思いから、平成７年にタマネギを使ったコロッケを商品化したが、知名度が低く、売り上げは伸び悩んでいた。平成 27 年に市内でコンサルティングを手掛ける株式会社ロジカルが、ネーミングとパッケージを一新するなど、再ブランド化に挑戦。平成 28 年に茨城県龍ケ崎市で開かれた「第４回全国コロッケフェスティバル」でグランプリを受賞したことで全国的に知られるようになり、北見市内での知名度も高まってきた。

これまで市内スーパーや道内ホテルをはじめ、昨年８月には札幌圏の大学食堂でもＰＲ。市農林水産部の荒川喜寛農政課長は「特に若者に食べてもらう機会を設けることで、ＳＮＳなどを通じた同世代への拡散効果にも期待しています。今後は市が協定を結んでいる首都圏の大学とも連携して、道外にもアピールしていきます」と意欲を語る。

10 根室市

郵便局で読書を楽しんで！市内７局に「まちなかライブラリー」が登場

根室有磯郵便局に「まちなかライブラリー」を設置した根室市図書館の森本館長（右）と市内各郵便局で組織する根室地区連絡会根室南部会の井上会長

まちなか図書館のイメージ

根室市図書館と市内の７郵便局が協力して行う全国的にも珍しい「まちなかライブラリー」の取組が昨年８月 23 日にスタートした。

市内の郵便局で組織する根室地区連絡会根室南部会が「郵便局と図書館の利用促進のため、郵便局にできることはないだろうか？」と協力に名乗りを上げた。インターネットなどの普及で読書量や読書時間の減少が進む中、多くの住民に「より気軽」に「身近な場所」で図書に親しんでもらう機会を提供し、日頃から読書の機会を増やすきっかけにしてもらおうと、全国的にも珍しい図書館と郵便局との共同事業として取組が始まった。

市内の珸瑤瑁、歯舞、厚床、落石、花咲、根室有磯、根室平内の７局は、利用者フロアに三段ボックス棚を設け、幅広い世代に読書を楽しんでもらうことができるよう、小説をはじめ、児童書やコミックなど、多様なジャンルから、約 60 冊の図書を配置。２カ月ごとに本の入れ替えも行うという。

利用者は局内で自由に本を読むことができるほか、職員に声を掛けるだけで、貸し出しの手続き無しで本を借りることもできる。同図書館の熊谷風子奉仕主査は「初めての取組ですが、郵便局で気軽に本を楽しむことで、本との出会いの機会を広めて、図書館の利用促進につなげたい」と語る。

講演 1

平成29年度 北海道・市町村交流職員研修会

DMO／DMC運営 現場からの声

―設立はゴールではなく出発点。DMOは官民協働ベンチャーだ―

日時：平成29年11月9日（木）
主催：北海道市町村振興協会
後援：北海道、北海道市長会、北海道町村会
会場：ホテルポールスター札幌

斉藤　隆秀（さいとう・たかひで）氏

Profile

ヴィジョンクエスト株式会社代表取締役
昭和48年長野県生まれ。慶應義塾大学商学部卒
平成27年4月ヴィジョンクエスト設立
山形、福島、岩手、千葉などの各県内で地方創生におけるDMO収益化事業を請け負う。持続・自立をテーマに、公費に依存しない事業モデルの構築を住民参加型で実現する「住民協働事業モデル」を提唱し、各地域の住民と実践している。

準備段階から事業運営まで

ヴィジョンクエストは、全国でDMOや地域商社の設立から自走化に向けたお手伝いをしています。組織の設立準備や計画の立案に向けた調査、地域住民の組織化といった準備段階から、実際の経営、経営分析など、設立後の業務までワンストップでサービスを提供しています。他のコンサルティング会社と大きく違うのは、相手先の株主となり、取締役も派遣して一緒に経営を担うことです。財務面を強化するため、各地域の地方銀行と連携しながら、事業を推進しているのも特徴です。

山形市、上山市、天童市が3市合同の広域DMCとして、平成29年3月31日に設立した〈おもてなし山形株式会社〉では、コンサルタント業務とともに共同経営に参画しています。この会社の特色は、民間資本100％で、行政の出資はゼロということです。多くの自治体が、既存の観光協会や第3セクターをDMCの母体にすることを検討していますが、行政の資金が入ると、活動方針の決定に議会議決が必要で、3カ月に1回しか意志決定ができなくなります。それでは生き残れません。

〈おもてなし山形〉はスピード経営を実現するため、民間100％の資本構成にしました。DMCとは別に3市と事業者や外郭団体で組織する協議会をDMOとして位置付けています。DMOは観光戦略の立案やマーケティングデータの収集に基づいた観光施策を決定する場であり、DMCが実働チームとしての役割を担います。

観光・物産・電力・金融を柱に

〈おもてなし山形〉の事業は「観光」「物産」「電力」「金融」を柱にしています。観光事業は「入り込み人数を増やしたい」「交流人口を増やしたい」というニーズに応えるため、安価な着地型旅行商品の開発と販売とともに、独自に高付加価値型の商材を開発・販売して、利益率を上げる取組を進めています。1泊2日で10万円の商品もあります。販路はふるさと納税サイトです。山形・上山・天童の3市で、ふるさと納税の寄付総額は60億円を超えます。そこでは返礼品の旅行商品が人気です。

物産事業では、大きな問題がありました。県内では、特産のサクランボやラ・フランスを使った土産品が主力ですが、製造しているのは山梨や長野の企業です。このため地域に強い思いを持った商材開発や、地域の変化に合わせた商品改善がなされず、山形での観光消費額が落ちていく傾向があります。

県内には100年を超える土産品メーカーが20社以上もあり「創業100年シリーズ」というプライベート・ブランド商品を開発中です。それらの開発には固定的な販路が必要なため、観光物産館を経営する2社に〈おもてなし山形〉の株主として経営に参画してもらいました。2つの物産館では年間約300万人の集客があり、特設コーナーで販売しています。

自走化するための収益事業

DMCの立ち上げには、地方創生交付金を活用することが一般的ですが、事業継続には独自財源が必要です。その担保が無ければ事業者は本気になって参入することができません。〈おもてなし山形〉が独自財源を確保するため、補助エンジンとするのが電力と金融の事業です。

平成30年1月には、行政向けの電力小売り事業をスタートする予定です。電力料金は、大手電力会社よりも割安な価格で市に供給し、電力仕入れ額と市への販売価格の差益をDMCの活動財源とします。この差益で3名程度の人件費を捻出できると試算をしています。

金融事業は、指定管理者として公共施設の管理や休眠施設の再生を進めるとともに、行政に対して観光資源化による収益性の向上や維持管理コストの削減を提案するファイナンスサービスを提供します。

町民商社を設立―岩手県山田町

私がお手伝いする山田町は、東日本大震災で市街地の7割を津波と火災で失いました。震災後は人口が毎年10％以上減り、現在の人口は1万6000人弱です。イワガキやウニが有名ですが、漁業者の収益性を高めることが課題になっています。

打開策が〈町民商社〉です。漁業者の皆さんには、従来どおりの方法で漁を続けてもらいますが、町民商社が水産物の受け入れを担い、高付加価値化に取り組みます。水産流通センターを立ち上げ、ふるさと納税を中心とする個人向けの販路を確保します。3年後には法人化します。

本来なら山田町に来て、食べてもらう方が良いのですが、三陸沿岸の山田町は東京から6時間、盛岡市からでも車で3時間はかかります。この地理的なハンデをメリットに変えるための方法を検討しています。

常石造船という会社が、震災で壊れた船を修復するドックを町内に建設しました。この会社が運営する飛行艇事業を誘致し、三陸沿岸と内陸の花巻空港を30分で結ぶプロジェクトが動き出そうとしています。1機4億円の費用が必要ですが、民間の資金や技術などを活用するPFI方式による事業化を考えています。

シェアビレッジ―福島県玉川村

玉川村では、移住・定住を到達点とする地域商社の運営に携わっています。玉川村には福島空港がありますが、村内には観光資源が乏しく、東電福島第一原発まで70～80キロの距離に位置することもあり、観光振興よりも過疎化をどう食い止めるのかということが課題になっています。

ここで「シェアビレッジ」という構想が生まれました。ある廃校を本部に見立てます。地域商社が周辺の休眠地を借り上げ、定期借地として首都圏の皆さんの〝遊び場〟として提供します。大勢の人を呼び込む交流事業ではなく、数百人規模のリピーターを確保して、やがては移住につなげていこうという構想です。

山形、岩手、福島の事例はDMOやDMCがテーマで、地方創生交付金を財源として、同じ立て付けで事業を進めていますが、目的も形式も異なります。各地域の事情に応じて、その取組は千差万別です。このため、他地域の事例を視察しても参考にはなりません。自分たちの地域に合った手法を、自分たちの手で真

剣に検討する必要があります。

厳しい観光業界の実態

ＤＭＯやＤＭＣが走り出すと、さまざまな問題が浮かび上がってきました。まずは財源の問題。〈おもてなし山形〉では、平成29年8月に地方創生推進交付金の予算執行を一度ストップしました。民間サイドの判断で事業の優先度を判断して、予算の残額を集中投入しました。予算の執行権を行政側から完全移譲しました。来年度もこの方式で進んでいきます。一方、3市の財政負担だけでは財源が不足する状況がみえてきたので、国や県の補助金や交付金など、独自の資金確保も進めています。

観光事業者の苦しい現状もみえてきました。経済的・人的資源が不足しています。ほとんどの旅館、特に老舗と呼ばれる旅館は、地方銀行からすると管理債権の状態で、新しい事業を始める余力がありません。

ＩＴを使った販売効率化やＤＭＯの推進による地域課題解決など、改革をしなくてはならないことは分かっていますが、向き合う体力もありません。ＤＭＣが、こうした業務を提案し、代行することで、実態としての効果をつくっています。国の〈日本版ＤＭＯ〉は、ここまでの仕事を想定していませんでしたが、このような細かな積み重ねが無ければ事業者の信用は得られません。

全体調和では前進できない！

同じ目的に向かって、共に歩みを進めている人に寄り添うことは大切ですが、時には厳しい態度で臨まなければならないこともあります。

〈おもてなし山形〉では「全体合意」や「全体調和」という言葉を極力排除してきました。全体で合意を形成するには、底辺にレベルを合わせなければいけません。それでは顧客が求めている高水準のサービスは提供できません。新たな施策にも迅速に対応することもできません。

「下からのボトムアップが必要ではないか」というのは行政の考え方です。そんな時間的な余裕は、民間にはありません。改善ができなければ、もっと下に落ちていきます。苦渋の判断ですが「全体調和」を捨てるという選択をしてきました。

〈日本版ＤＭＯ〉で国が打ち出した〝調整役〟のようなきれい事は現場では通用しません。ＤＭＯの方向性や戦略は結果が問われます。そのため、全員を同じ船に乗せることはできません。まずは〝勝ち組〟をつくる。規模にこだわらず成功事例をつくる。その中で「誰を勝たせるのか」という方向性をきちんと示していく必要があると思っています。ＤＭＯは儲かりません。そして仕事がとても多い。これが現状ですね。

何のためのＤＭＯ・ＤＭＣか

民間の力を積極的に取り込むということは、どういうことなのか。行政の皆さんに考えて欲しいと思います。行政サイドからみると「聖域だと思っていた分野を民間が荒らしに来る」ということです。山形の事例でも、予算執行という既得権を民間サイドに持って行かれた時、私たちに対する行政の評価は一変しました。ですが、これも一つの構造改革です。何かを変えようとする時には、財源を含めて、制度設計など基礎的な部分にメスを入れなければ改革を進めることはできません。

ＤＭＯの設立をめぐっては、国から地方創生交付金を獲得することがメインのミッションであり、それを実現してくれる〝魔法の三文字〟こそが「ＤＭＯ」だと考えている自治体も全国にたくさんあります。「観光協会が機能していないからＤＭＯ化して欲しい」「既存の外郭団体が生き残るためにＤＭＯが必要」という話も耳にします。しかし、ＤＭＯを成功に導くのは、旧態依然の観光協会にいるような人たちではありません。このことを念頭に置き、自分たちの地域で何が必要なのかということをよく検討して欲しいと思います。何を誰のためにやるのかという問題提起と、本当にＤＭＯが必要なのか、どのような形態のＤＭＯを構築すべきなのかというビジョンの明示と手法の検討が不可欠です。

講演 2

平成29年度 北海道・市町村交流職員研修会

マグロ女子会の取り組み

―津軽海峡圏の連携・発信・創造―

劣等感がエネルギーに変わるとき

本州最北端の大間町からやって来ました。津軽海峡の青森側の突端が大間町です。青森市まで3時間、東京まで6時間かかります。目の前は津軽海峡で、大間・函館間はフェリーでつながっています。フェリーだと函館まで90分。住民の意識は〝函館市大間〟という感じですね。

子どもの頃は「本州最北端」ということに劣等感がありました。都会はおしゃれで格好いい。田舎は暗いし、貧しい、寒い。「なしてこったらとこさ生まれてまったべ」という気持ちのまま大人になりました。

都会暮らしを経て、大間にUターンしてきたのが平成10年です。帰って来ると、私の物差しは〈都会・田舎〉から〈濃い・薄い〉に変わっていました。土地の個性が濃い町は格好いい。都会なのか田舎なのか、北海道なのか九州なのか分からないほど「薄まっている」のは格好悪いと考えるようになりました。大間は田舎の中の田舎で「嫌だ、嫌だ、ど田舎」と思っていた気持ちが逆に振れたとき、心の中から湧き上がるエネルギーはものすごかったですね。

大漁旗でフェリーを歓迎

平成12年に放送されたＮＨＫの連続テレビ小説「私の青空」は、大間の漁師一家の物語です。「これをきっかけに何かやりたい！」と思った仲間たちと一緒に〈あおぞら組〉を結成しました。最初に始めた〝まちおこしゲリラ活動〟が「大漁旗の旗ふりウェルカム活動」です。参加者が〝ほっかむり〟をして、フェリーの入港時間に合わせて出動します。

甲板のお客さんから、私たちの姿が見える所まで来ると「よーぐ来たのー！」と旗を振る。出港する時には「へばのー！　またのー！」と旗を振る。恥ずかしがる仲間を説き伏せてやってみると、お客さんがものすごく喜んでくれます。お客さんのために始めたはずなのに、自分たちが嬉しくなり、元気をもらいました。

自分たちが面白がり、自分が元気になり、人や町を元気にすることに挑戦しました。平成16年のアテネ五輪で、柔道90キロ級で大間出身の泉浩選手が銀メダルを獲得しました。観客席で「マグロ一筋」とプリントした「テーシャッツ（Tシャツ）」を着て応援する姿が、世界中のメディアで報じられ、ヒット商品になりました。脇の下にウニの模様をプリントした〝ウニテーシャッツ〟や、大漁旗を再利用したバッグなども商品化しました。鯉のぼりならぬ「マグロのぼり」も作りました。

島　康子（しま・やすこ）**氏**

Profile

津軽海峡マグロ女子会青森側代表

Ｙプロジェクト株式会社代表取締役

青森県大間町出身。慶応大学法学部卒。株式会社リクルート入社。東京や仙台での生活を経て、平成10年にUターン。12年にまちおこしゲリラ集団「あおぞら組」を結成。面白がる心で地域を元気にする試みを行っている。13年から「大間やるど会」の副会長として「朝やげ夕やげ横やげ～大間超マグロ祭り」を企画・実行。「マグロを生かしマグロを超える」まちづくりに取り組んできた。25年にＹプロジェクト株式会社設立。26年に道南と青森県の女性と連携して「津軽海峡マグロ女子会」を立ち上げた。27年みなとまちづくりマイスター（一般社団法人ウォーターフロント協会）に認定された。

函館―大間フェリーを守れ！

平成20年に大間―函館間のフェリーが、赤字のために廃止されるという話が持ち上がりました。大間発の朝一便は、函館の病院に向かう乗客が多くいます。命をつなぐ海の道です。〈あおぞら組〉でも話し合いました。乗客を増やそうと「ローマの休日」ならぬ「オーマの休日」というツアーも企画しましたが、下北半島全体で集客をしなければということに気付き、いろいろな人たちと手をつなぐ段階に入りました。

活動は函館にも広がり、五稜郭タワーに「マグロのぼり」が泳ぐようになりました。大間高校の女子高生も一緒に活動をするようになりました。彼女たちの後を継ぐ子も出てきて、思い思いに活動しています。

観光客を増やしてフェリーを残そう―と活動の輪が広がり、町と県と国からの借金で「大函丸」を調達しました。平成25年4月5日に初入港しました。「百人の旗ふりで新しい船を迎えよう」と呼び掛けたところ、予想を超える500人が集まりました。大函丸とともに私たちは新しいスタートを切りました。

私はまちおこしゲリラ旅行社〈Yプロジェクト〉を旗揚げして「マグロ釣り漁ウォッチング」などのプログラムを企画・実行しています。

津軽海峡マグロ女子会が誕生

平成27年に北海道新幹線が開業しました。私と杉本夏子さんは平成22年ごろ、観光庁の「観光まちづくりフォーラム」で出会いました。意気投合して、会う度に「何かやるべ」と話し合っていました。新幹線開業を前に「やるなら今だべ」となり、平成26年3月、江差町の「江差・北前のひな語り」というイベントに合わせて、何かやりそうな女たちが集まりました。この日が〈津軽海峡マグロ女子会〉の誕生日です。

〈マグロ女子会〉は、死ぬまで泳ぎ続けるという津軽海峡のマグロにちなみ、女性たちが束になり、まちづくりに取り組むことを打ち出しました。両手の指でマグロの尾ビレをかたどる〝マグ女ポーズ〟も決めました。隣町が死んでも、自分の町だけが輝き、生き残ることはあり得ません。そういう危機感を持ち、津軽海峡全体を輝くエリアにする。これがメンバーの共通した思いです。

72人の〈マグ女〉が活躍

私は松前町で「温泉旅館矢野」という小さな宿を経営しています。曾祖父が北海道開拓の時に松前に移り住み、旅館を始めました。祖母・母から女将を受け継ぎ、私で三代目になります。旅館を継ぐため、松前に帰ってきたのが平成18年です。

〈津軽海峡マグロ女子会〉には北海道側と青森側の13市町村から72人が参加しています。20～60代のメンバーは銀行員やカフェのマダム、アナウンサー、ツアーガイド、美容師、民宿や旅館の経営者など多彩な顔ぶれがそろっています。主婦の方もたくさんいます。

私たちは3つのミッションを掲げ、これに沿った事業を進めていくルールを決めました。一つ目は「連携・人をつなげて道を作る」です。北海道と青森の間に新幹線という大動脈が通りましたが、新幹線の沿線から離れた私たちが住む地域は「毛細血管」です。この毛細血管が活発に動いていなければ、新幹線が開通しても、何の意味もありません。私たちがつながることで、北海道新幹線がより多くの人にとって有効な交通手段になると考えました。

私たちが元気を見せる

二つ目は「発信・地元の人から学び、足元に光を当てる」こと。観光立国という大きな方針の下、新たな取組も大切ですが、津軽海峡エリアには、先人が残してくれた郷土料理や食文化、伝統芸能がたくさんあります。これらをもう一度学び、自分たちの地域に光を当てていく。これが二つ目のミッションです。

三つ目は「創造・津軽海峡圏の元気づくり」です。町や地域の活性化を考えたときに「仲間たちと地域をどうにかしようと元気にもがいている姿を子供たちに見せることで、地域の明るさや誇りを表現できたら」と考えました。私の中で一番思い入れが強いのが「元気」です。この姿を娘たちにも見せたい。元気な背中を見せられる私たちでいたいと思っています。

杉本　夏子（すぎもと・なつこ）**氏**

Profile

津軽海峡マグロ女子会北海道側代表
温泉旅館矢野　若女将

昭和48年生まれ、松前町出身。聖心女子学院、東海大学卒。北洋銀行勤務を経て、実家の温泉旅館矢野を継ぎ、女将として従事。郷土松前の魅力づくりに奮闘している。同旅館は北海道商工会議所「地域で頑張る元気企業」にも選ばれている。平成26年に北海道と青森県津軽海峡エリア12市町村の女性で構成する「津軽海峡マグロ女子会」北海道側リーダーに就任した。

私たちの活動は、自分たちの地域の楽しいと思うものを自分たちの力で進めていきます。北海道新幹線が開通する直前の平成28年3月5日にある実験をしました。青森側の竜飛岬から花火を打ち上げると、北海道側の松前から見えるのか。天気が良い日には、津軽海峡を挟み、松前と竜飛はお互いによく見えます。それなら花火を打ち上げたら見えるのでは―という面白い実験を企画しました。結果は成功でした。一発だけの花火ですが、北海道と青森の絆を実感しました。感激して泣き出したメンバーもいます。青森と北海道のテレビ局が、打ち上げの瞬間を同時中継してくれました。

私たち〈マグ女〉がプロデュースした「懐かしの津軽海峡にぐ・さがな弁当」が、JR東日本の青函DC記念弁当として、北海道・東北新幹線の車内や沿線の新幹線駅で販売されました。〈マグ女〉の駅弁が北海道と東北をつないだということです。

マグ女のセイカン♡博覧会

平成28年にスタートしたのが「マグ女のセイカン♡博覧会」です。地元愛にあふれる青函地域の女たちが束になって企画した〝寄り道プログラム〟です。今年は各地域で34種類のイベントを用意しました。プログラムは大きく分けて▽ローカル沿線をめぐる旅▽マグ女と乾杯！ほろ酔い散歩▽暮らしまるごとディープ体験▽海・山・温泉でパワー充電▽文化と祭りで歴女な体験―という5つのカテゴリーに分類しています。

松前町では、松前藩のお殿様の婚礼で出される「祝い膳」を再現した昼食を楽しんだ後、城下町や寺町を散策します。江差町では、和服を着て、古い街並が残る「いにしえ街道」で街歩きを体験します。〈マグ女〉たちが行く地元の居酒屋を、ちょっとずつ飲み歩く「ほろ酔い散歩」もあります。津軽海峡で獲れるアブラツノザメの皮はぎに挑戦して試食するツアーもやりました。

こうした活動は「県や道がやっているイベントなんでしょ？」と誤解されることもありますが、これは私たちが自発的・自立的に取り組んでいます。ホームページも自分たちで運営しています。予約の受付から、お客様がお帰りになるまで私たち〈マグ女〉が責任を持ってご案内しています。

博覧会のパビリオンは自分たち

「博覧会」といえば、大きな建物を作って、大勢の人が訪れるというイメージがありますが「マグ女のセイカン♡博覧会」は、地域の毛細血管に当たる私たち〈マグ女〉がパビリオンで、私たちが作り出し、津軽海峡圏の女たちが束になって売り出していく独自のプログラムです。

寄り道をするような感覚で、私たちのまちを、風を感じて欲しいと思っています。私たちの普段の生活や風土・習慣を知り、感じてもらいたい。コアなファンを増やしていくことが、この地域が生き残っていくための重要な課題だと思っています。

北海道新幹線は13年後となる平成42年の札幌延伸を目指しています。終着駅が札幌になっても、道南や青森で降りてもらえる、選ばれる地域になっていなければ生き残ることはできません。そのとき、私たち〈マグ女〉が、どんなおばあちゃんになっているか。どんな豊かな顔をして、どんなふうに楽しく活動しているか。これからもご注目ください！

「シニア層が活躍する地域づくり」市町村職員研修会を開催します

北海道市町村振興協会は平成 28～29 年度、有識者や市町村職等による「シニア層が活躍する地域づくりに関する調査研究会」を設置し、地域社会でシニア層が健康でいきいきとした暮らしを実現し、世代を超えた住民同士が支え合う、新たな仕組みを構築するために効果的な施策等に関する調査研究に取り組みました。

当協会は、その成果を広く普及し、シニア層が活躍する地域づくりに関する提言及び論議を通じて、市町村による地域活性化の取組に資することを目的に市町村職員研修会を開催します。

- **日時**　平成 30 年 1 月 31 日(水)　13：30～16：50
- **会場**　ホテルポールスター札幌　２階 メヌエット（札幌市中央区北４条西６丁目）
- **対象**　道内市町村職員等
- **主催**　公益財団法人北海道市町村振興協会
- **後援**　北海道、北海道市長会、北海道町村会

【基調講演】（13：35～14：25）

- **演題**　「公民連携時代における自治体職員の役割―シニア層活躍の条件―」
- **講師**　杉岡　直人氏　北星学園大学社会福祉学部教授
  シニア層が活躍する地域づくりに関する調査研究会座長

【パネルディスカッション】（14：40～16：50）

- **テーマ**　「シニア層の社会参加と地域づくり施策」
- **コーディネーター**　片山めぐみ氏　札幌市立大学デザイン学部講師
  シニア層が活躍する地域づくりに関する調査研究会副座長
- **パネリスト**　芦川　英嗣氏　当別町福祉部介護課介護支援係長
  鈴木　　聞氏　池田町保健福祉課高齢者支援係長
  工藤　　仁氏　公益社団法人伊達市シルバー人材センター事務局長
  浦田　　吉氏　一般社団法人富良野デザイン会議暮しステーション代表理事
  河原　岳郎氏　株式会社北海道二十一世紀総合研究所調査研究部次長
- **コメンテーター**　杉岡　直人氏　北星学園大学社会福祉学部教授

研修会の概要はプラクティス第 26 号（平成 30 年５月発行）でお伝えする予定です。

PRACTICE

2018 Winter

No.25

平成 30 年 1 月 17 日発行

編集・発行
公益財団法人北海道市町村振興協会
〒060-0004
北海道札幌市中央区北４条西６丁目
北海道自治会館６階
TEL：(011) 232-0281
FAX：(011) 221-5866
E-mail：z-2@do-shinko.or.jp

編集協力
株式会社道銀地域総合研究所
株式会社北海道建設新聞社

シニア層が活躍する地域づくり―調査研究報告書を刊行

北海道市町村振興協会は「シニア層が活躍する地域づくりに関する調査研究に関する調査研究報告書」を平成 29 年 12 月に刊行しました。

報告書は、平成 28 年度に実施した道内市町村アンケートや、シニア層が活躍する地域づくりに関する調査研究会における議論の成果、道内外の先進事例調査の結果等を取りまとめた本編のほか、調査研究のエッセンスを取りまとめた「シニア層が活躍する地域づくりの手引き」で構成しています。

報告書は道内各市町村に提供するとともに、当協会ホームページ（協会の事業／調査研究事業）にはＰＤＦ版を掲載しておりますのでご活用ください。

編集担当○×余録

■ある観光イベント―。新鮮な農水産物が並び、多くの観光客で賑わってはいますが、スタッフが世間話に夢中です。お客さんはそっちのけ。ゴミ箱の回りはぐちゃぐちゃ。駐車場では町職員が「休日なのに交通整理かよ」「課長はどっか行ったらしいよ」と愚痴ってます。聞こえてますよ～。どこか白けた雰囲気が漂います。

■取り敢えずイベントを打てば人が来る―。そんな時代は終わりました。「昔は何万人も客が来て何千万も儲けたんだ。今まで通りやれ！文句があるなら町長に言い付けてお前を飛ばすぞ！」とお怒りの観光協会長。経験ありませんか？　成功体験も大切ですが、惰性でイベントを続けることが目的化しているようでは本末転倒です。原点に立ち返り、観光とは何かを考えていきたいですね。〈ま〉

市町村振興協会コーナー

Information

平成 29 年度　研修事業の実施報告

市町村職員外国派遣研修

- **期　間**／平成 29 年９月 11 日～21 日（11 日間）
- **研修先**／フランス、ドイツ、オーストリア
- **参加者**／市町村等職員 20 名、事務局職員２名

◀森林マイスター制度―ザルツブルク森林組合（オーストリア）

市町村職員道外先進事例研修

- **期　間**／平成 29 年 11 月 14 日～17 日（４日間）
- **研修先**／富山県富山市、南砺市、石川県七尾市
- **参加者**／市町村職員 22 名、事務局職員等３名

◀人口減少対策（婚活・定住促進）―富山県南砺市

市町村職員道内先進事例研修

- **期　間**／平成 29 年 10 月 30 日～11 月 1 日（３日間）
- **研修先**／芽室町、大樹町、浦河町
- **参加者**／市町村等職員 17 名、事務局職員３名

◀芽室町発達支援システムと農福連携の取組―芽室町

平成 30 年度　研修事業の実施予定

※参加者募集や開催のご案内は、各市町村の職員研修等担当課にＥメールにより送付します。

北海道市町村長交流セミナー

時代の流れに即したテーマにより、市町村長を対象にした研修会を行います。
また、市町村長や道幹部職員による交流会を開催します。

- **時期**　平成 30 年７月　• **開催場所**　札幌市

市町村職員外国派遣研修

諸外国の先進事例について調査研究するとともに、国際的視野と見識を持った人材の養成を図ります。

- **対象**　30 歳以上 50 歳以下の課長補佐職（相当職含む。）以下の者
- **期間**　11 日間程度

市町村職員道外先進事例研修

道外で先進的な取組を進めている市町村等の事例を学び、職員の資質向上と行政運営の円滑な推進に資することを目的としています。

- **対象**　30 歳以上 50 歳以下の係長職以下の職員　• **期間**　４日間程度

市町村職員道内先進事例研修

道内で先進的な取組を進めている市町村等の事例を学び、職員の資質向上と行政運営の円滑な推進に資することを目的としています。

- **対象**　５年以上の勤務経験がある 35 歳以下の一般職員　• **期間**　３日間程度

北海道・市町村交流職員研修会

北海道と市町村等の交流（派遣、研修等）の経験をした市町村職員等を対象に、地方自治に関する知識や能力を高めることを目的としています。

- **時期**　平成 30 年 11 月　• **開催場所**　札幌市

北海道市町村長セミナー開催の様子
（平成 29 年７月 13 日）

北海道・市町村交流職員研修会の様子
（平成 29 年 11 月９日）