

• 資料集

グループ学習（前期）：事例研究

各班発表資料

課題の設定	解決策の提案
1班	2班
2班	3班
3班	4班
4班	1班

1班メンバー

青山 広幸 / 大城 温 / 幸田 浩明 / 高橋 邦夫
田澤 光治 / 溝口 伸一 / 山宮 忠利

2班メンバー

池田 忠継 / 伊原 康敏 / 小野 寿宏 / 今野 亨
田辺 晋 / 八木 重善 / 吉本 健太郎

3班メンバー

伊藤 芳則 / 小澤 宏二 / 川本 卓史 / 杉本 龍志
夏目 晴広 / 山本 真哉

4班メンバー

浅野 正史 / 河崎 栄一 / 鈴木 温 / 前田 武
松本 健一 / 村尾 重幸

1 班の課題設定

店主をはじめとする地域住民を 覚醒させるための仕組みづくり

1班

シナリオ(1)

- 平成元年まで、非常に賑わう商店街だった
- 平成2年、近隣(2から3km郊外)に大型店舗が数店できた
- それを契機に商店街の撤退が加速した
- 現在、450店あった店は、400店(50店が空き店舗)となり、今でも毎年10店舗ずつ空き店舗が増えている
- そんな中、父親が高齢のため、後とりとして34歳の息子が帰ってきた
- 賑わいのあった商店街を知る息子にとって衰退著しい商店街には衝撃を受けた

シナリオ(2)

- 息子は、商工会議所の青年会に所属し、大津祭りにも関わり仲間を増やしつつある
- そんな中、息子の同級生4人が集まり、商店街に賑わいを取り戻すために何とかしたいと思っている
- 何とか、高齢化し、やる気のない店主らを覚醒させるための仕組みづくりをしたいが、どこから手をつけてよいか分からない状況にある
- そこに京都大学で地域計画を専攻する先生が知り合いにいて、アドバイスの協力を取り付けた

大津中心市街地の概略



WHERE

- 大津市の中心市街地(140ha)…450店舗中の50が空き店舗
—毎年10店舗が空き店舗になっている
- 歴史、文化に満ちた場所(東海道のまちなみ、三井寺)
- 琵琶湖(年間約30万人の観光客)
- 琵琶湖の花火(20万人の観光客)
- 大津祭り
- 黒庁(かつて栄えた商店街)、びわ湖ホール等の施設
- ウォーターフロント整備(琵琶湖岸整備)
- アーカス(琵琶湖畔のアミューズメント施設)

WHY

- 隣接市街地にある大型スーパーに人々が流れる
- 再開発ビルにおけるテナント(OPA)の撤退
— 3フロアが空きに
- 空き店舗の増加(450店舗中に空き店舗が50)
- 観光客もお金を落としていってこない

WHO

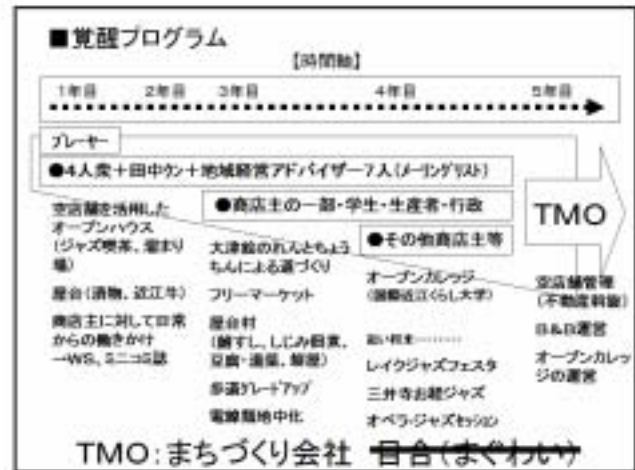
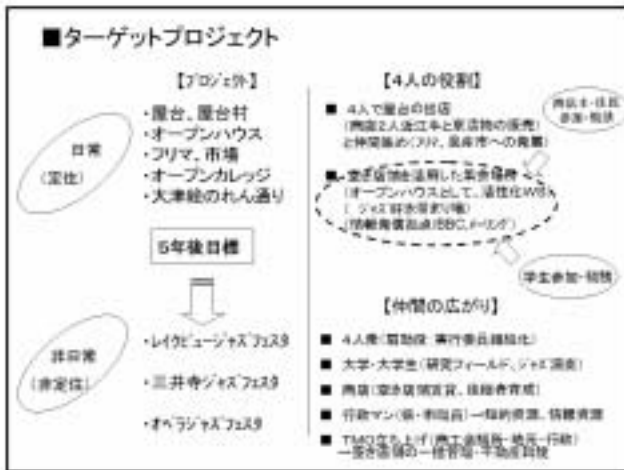
- 幼馴染み4人
 - T商店の店主の息子(34歳、4人家族)
 - 商工会議所青年部1人
 - 商店街後とり1人
 - 市役所街づくり担当職員1人

WHAT

- 商店街の活性化を起爆剤として、街の活気を取り戻したい
- 商店街に地元の間を呼び戻し、観光客も取り込みたい

WHEN

- 5年で協働による計画作り
 - できるところから行動へ



■戦略プロジェクト①

オープンカレッジ 国際近江くらし大学

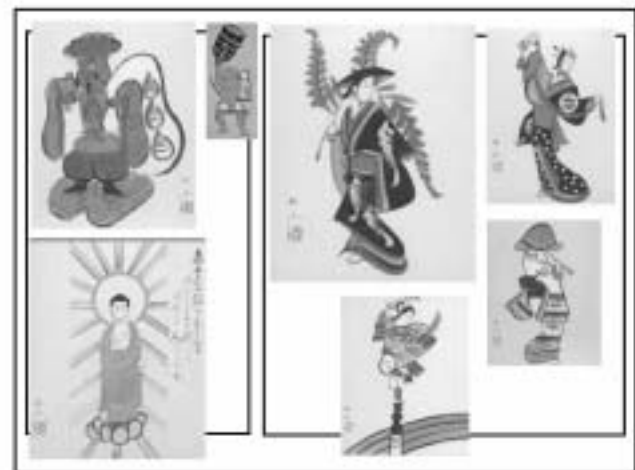
□ 近隣大学生・市民講座のフィールドとして

- 地域活性化(経営、近江商法)
- アート(大津絵、ジャズ、オペラ)
- 歴史(近江京、東海道宿場町)
- 環境(琵琶湖、水)

□ 講師として住民・県職員・大学先生が参画

■戦略プロジェクト②

大津絵のれん通り

2 班の課題設定

地域経営アドバイザー養成セミナー
第2班 課題設定

「函館山のふもとを元気にしたい！」



メンバー 八木 伊原 小野 今野 池田
吉本 田辺
オブザーバー 神田 サーター西中

プレスト結果(問題点の視点):

<p><目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新しい社会(地域) ・環境保全 ・高齢化 ・地域の元気 ・郊外市街地 	<p><実現化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大規模公共事業 ・行政内部での意思決定 ・行政の持つべき戦略の欠如 ・顔のわかる計画の実現化 ・意見が対立
---	---

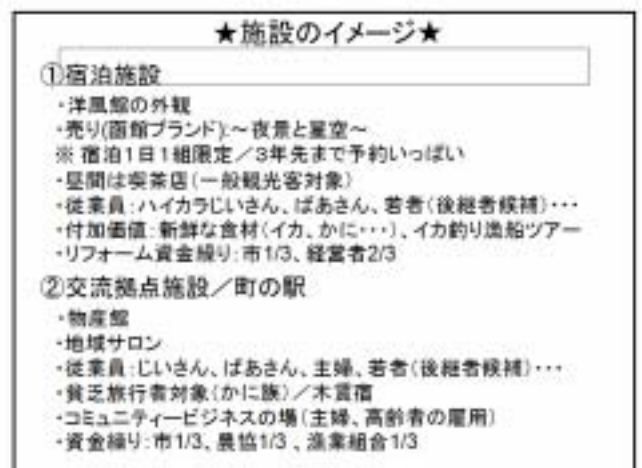
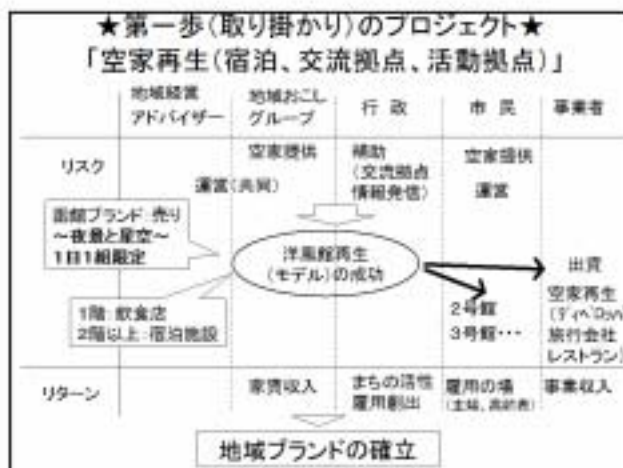
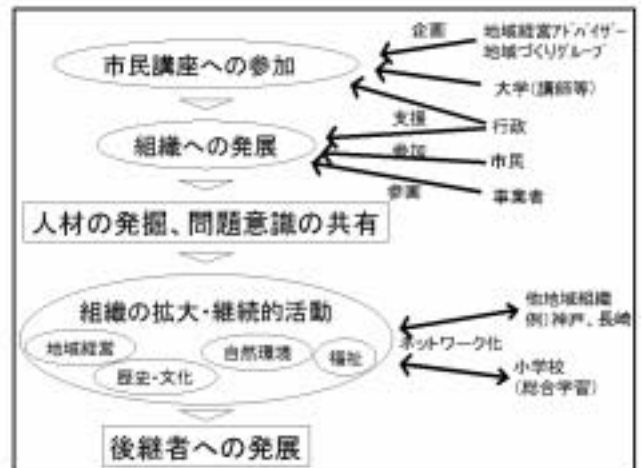
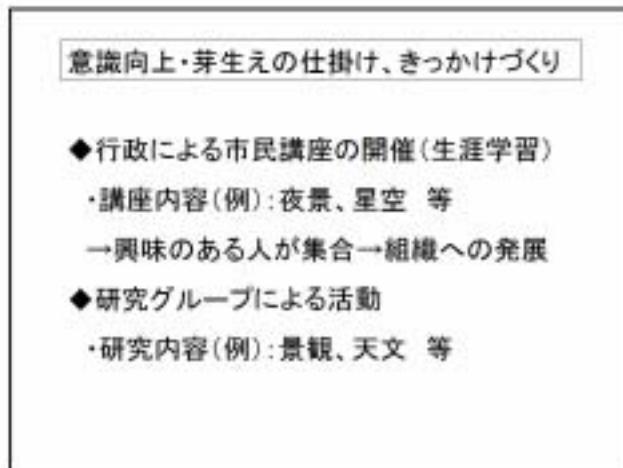
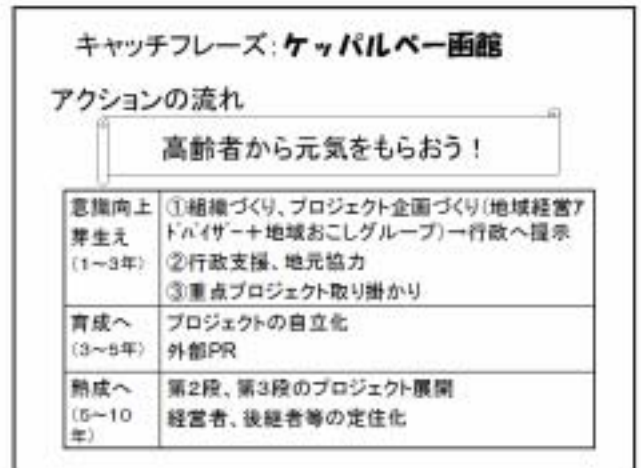
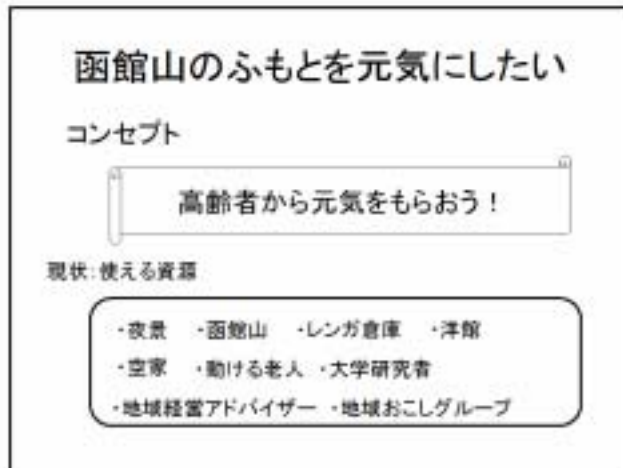
<p><合意形成></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット ・サイレントマジョリティの意見の反映 ・場にふさわしい合意形成手法 ・広域計画における住民合意 ・意見が対立する場合の対応 	<p><組織づくり></p> <ul style="list-style-type: none"> ・いかに仲間を集めるか ・それぞれでできることは何か ・判断のしきり ・リーダーをどう見つけるか
<p><プランナー></p> <ul style="list-style-type: none"> ・中立的立場の継続 ・コンサル(プランナー)のネットワーク ・仕事になるか 	<p><継続></p> <ul style="list-style-type: none"> ・持続可能な組織づくり ・今の事業だけでなく次の展開のための評価 ・アフターフォロー

現状:

- 既成市街地からの人口の流出
と市街地の郊外化
- 既成市街地(斜面市街地)での少子高齢化
- 歴史的建築物の存在、空地・空家の増加
- 高齢化による地域おこしグループの衰退
- 旧市街地での潜在的居住ニーズの存在
- 豊富な観光施設の存在と観光客の増加
- 高齢者にとって不便な居住環境




解決策



★今後の展開★

コミュニティビジネス/主婦および高齢者等による活動

- 独居老人へのサポート
- 幼児の保育と児童の世話
- 宅配弁当
- 観光客に対する郷土料理の提供
- 案内ボランティア
- 花の帯づくりetc

3 班の課題設定

町並み景観形成を契機とした地域づくりの課題
—第3班 ひまわり組—

・ 地区の条件設定

- ・地方都市で唯一の歴史的町並みのある宿場町地域で、市の文化財に指定された「本陣資料館」等の歴史的観光資源もあり、地域以外の市民からは景観を保全する要望が強い。
- ・地域に古くから定住している住民は多く、一部の人は景観保全に対する思いがあるものの、どのように動けばよいかがわからない。
- ・地域は約1平方km、人口は約1200人、300世帯、高齢化率は約21%。
- ・現在は個人商店と住宅の混在地域となっており、空き家が散在している。
- ・行政側の課題として、防火、防災上の課題が大きい。
- ・地域の合意の元に景観形成地域に指定されれば適正な増築にあたり200万円/戸の補助制度がある。

地域づくりの課題

・地域づくりをリードする人材を誰がどのように発掘するのか、または育成するのか。

・誰がどうやって広く住民参加を促すのか、その活動を持続するための仕組みをどのようにつくるか。

解決策

五十三次分之一 町普請 第四班からの解決策




4班
河崎栄一、前田武、浅野正史、
松本健一、村尾重幸、鈴木温

4班からの解決策の提案

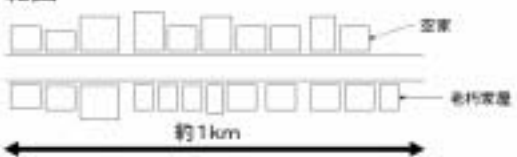
3班の課題: 町並み景観形成を契機とした地域づくりの課題
「五十三次分之一町普請」
仕様
(まちづくりNPOひまわりーまちづくりNPOA島)

- ①地域づくりをリードする人材をその地域住民からどのように発掘、または育成したらいいか？
- ②地域のリーダーが、どのように広く住民参加を促していけばいいのか？
- ③地域の住民が活動を継続していくには、どのような仕掛けが必要なのか？

➡ 場所 T市では唯一の歴史的町並み
(東海道五十三次の宿場町のひとつ)

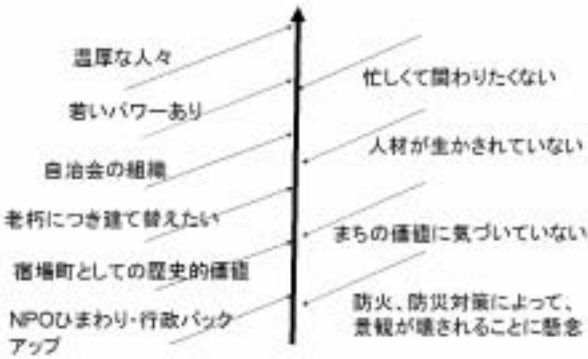
➡ 人口 1200人(300世帯、高齢化率21%)

➡ 範囲



➡ まちづくりの必要性
防火、防災対策、景観改善、歴史的まちなみの保存

活動に向けた追い風、向かい風



解決案のフロー

準備 きっかけ作り

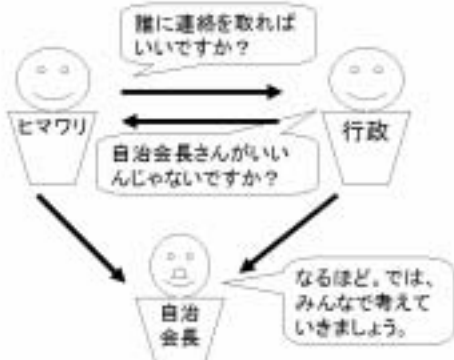
STEP 0 その気にさせる

STEP 1 人材発掘

STEP 2 住民による活動拡大

STEP 3 継続の仕掛けをつくる

準備 きっかけ作り



STEP 0 その気になる仕掛け



STEP 1 リーダーの発掘

自治会の初期勉強会組織からやる気のあるリーダーを発掘、育成



- 商店主(40代後半)
- 押しの強い人(アサーティブならなおOK)
- 行動力のある人
- 本業安定、時間あり
- 地元の好きな人

住民まちづくり組織(仮に「宿場組」)結成

STEP 2 住民による活動拡大



必要な人材のイメージ

- ・リーダー
- ・学校の先生
- ・郷土史に詳しい人(語り部)
- ・“放送局”のおおちゃん
- ・地元思いの元気なお年寄り
- ・商店主

ひまわり組の役割

- ・住民組織立ち上げ支援
- ・イベント補助
- ・ひまわり本陣の管理運営
- ・NPOネットワークの活用
- ・できれば地域に住む

プレイヤーと役割

	きっかけ作り	初期勉強会	秋祭りブース	宿場組の活動	ひまわり本陣
行政(市役所)					
外部の人		専門家			
ひまわり組					
地元					

リソース

- ・NPO活動助成金(25万円/年)
- ・市からの防災街づくり計画支援
- ・景観まちづくり計画支援
- ・景観形成地区に指定されれば、市から上限200万円/戸の建替え補助
- ・スポンサー(工務店)



インセンティブ

- ・市内NPO/まちなみ保全NPOとの連携
- ・学校をまきこんだイベントへ展開
総合学習プログラムへ
- ・オープンハウス(ひまわり本陣にて活動の成果を公開)
- ・スポンサー
- ・市の計画への反映が1つのインセンティブ

STEP 3 五十三次分の一の仕掛け(継続にむけて)



STEP 3 五十三次分の一の仕掛け(その1)

新ブランド「T茶(ティーティー)」の売り込み戦略

- お茶の木のオーナー募集
- 収穫後はオーナー名入りのお茶を配送
- ミスティーク茶
 - ・餅りでミスコシ開発
 - ・T茶とまちの売込みをするイメージガールを毎年募集、決定
- JA、行政とのタイアップ



4班の課題設定

地域経営アドバイザー養成セミナー 2023.09.28～30.02
グループ課題設定

沈みゆく離島を救え — 基幹産業を失った地域の再生 —

4班からの提起課題

島の姿

- 人口: 8000人
- 面積: 10km²
- 瀬戸内海に浮かぶ風光明媚な島
- 本州の中核都市まで船で30分
- まちの7割の人々が採石業、海運業に依存
残り3割が漁業、本州への通勤、通学は若干
- 採石は大阪城築城以来の歴史

A島の概観図



これまでの島の生活

- 病院の経営、フェリーの経営等
- 豊かな財産区の財源のおかげで準公共サービスが充実 (採石場の収入の10%が財産区に)
- 財産区の力が強いため、区長に自由に意見が言えない風土
- 若い人が比較的多い
- 雇用の場が十分にあったから
- 先のことを考えない気質(海の男)

基幹産業の衰退

ここ1～2年、
・公共事業の減少
・海外から安く輸入

ここ1～2年、大幅な需要減少(最盛期の8割減)

雇用の減少(種の減少)

島民生活の逼迫、危機感

島の再生に向けての条件(1)

デメリット

- 島の建て直しが急務なのに
- 住民は受身(モンクと要望を述べるだけの住民)
- 今のところ町・行政に良案なし
- 外からの意見を聞かないお年寄りが多い
たとえ、偉い先生が話してもダメ

島の再生に向けての条件(2)

メリット

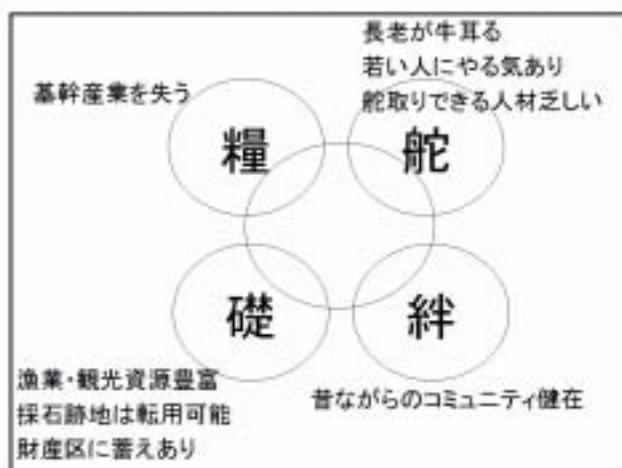
- 若い人の中には、危機感を持ち、やる気のある人がいる。
- 財産区の財源はある
- 採石跡地は他の目的に転用可能
- 観光資源はある

課題：島を救え

島の人は島が好き

住みたい人が住み続けられる島に

1. 長期的な視点から、島の再生を考えてください
地域の資源を生かした漁業と観光に頼る 10年
2. 緊急策として、なにがあるか？
手始めにやることは何か(短期的に効果を発揮するもの)
3. 島を救うきっかけづくりとして、行政はまず何をやるか？



解決策

A島の叫び！

1班による解決への提案



A島における現状

産業


- 公共事業の減少により採石量8割減
- 一採石業の急激な衰退
- 大阪城の石積みとして利用
- 200隻の船
- 石産量多

人(技術)

- 漁業従事者&採石技術者が多
- 財産区で10億の資金
- 船舶・大型等運送関連免許
- 島民の7割が従業者
- 雇用喪失
- 若者多

場(空間)


- 面積10km²
- 採石場の島(山と少しの平地)
- 4つの島からなる町(本島と採石場の島×2、漁業の島)



消え行く
採石業

初期シナリオ

- 中心人物①②・・・採石組合の執行部
 - ①大阪城築城の中心人物の子孫
 - ②海運従事者(海外事情通)
- 中心人物③
 - 漁業関係者で中学の同窓生
 - 漁協の若手リーダー




展開①

- 採石業の将来について組合若手2人が話し合う
- マレーシアでの需要増、人材・技術難を知る

展開②

- 中学の同窓会で島の将来を憂える漁協若手のリーダーに出会い、意気投合し夜を徹して話し合う




展開③

- 採石業者全員に問題を投げかけたが、何とかしたいものの方策は見つからず
- 条件次第で財産区の10億円使用了解


展開④

- 採石業界から漁協に採石業の危機を打診
- 採石業界と漁協で採石業の危機は全島経済の危機と認識
- 以上の取り組みによって危機認識を島民全員に周知



展開⑤

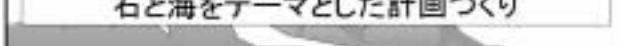
- 採石、漁協両方で「全島の危機」を行政に投げかけ

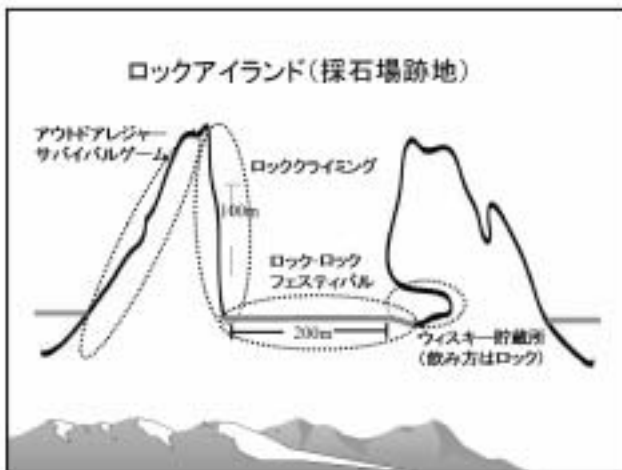
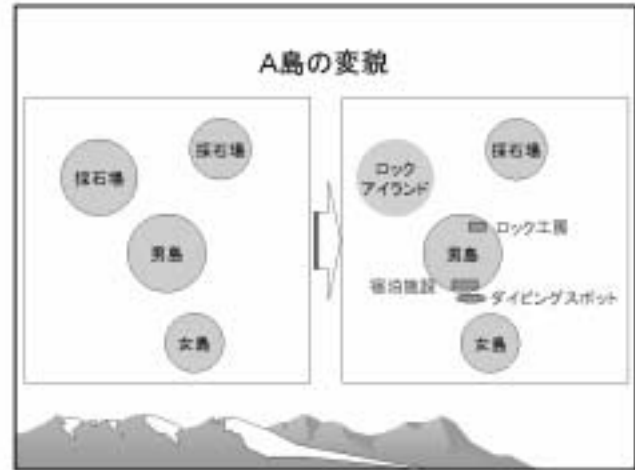
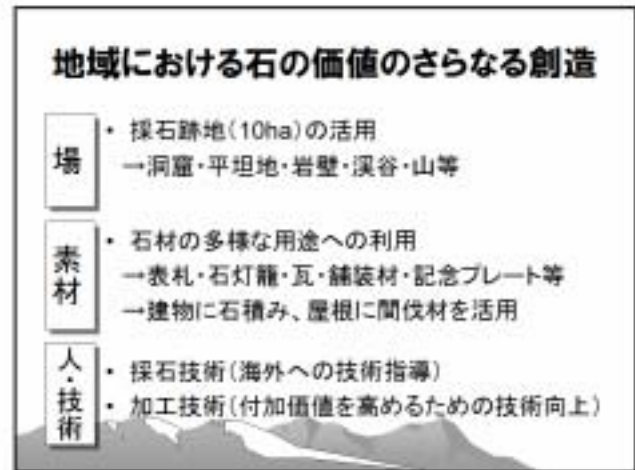


行政は島の将来作りのために、地域経営アドバイザー招聘を提案し、派遣のための資金援助を実施

住民の意向

石と海をテーマとした計画づくり





プロジェクトのスケジュール

年次	連携関係者	採石業関係者	行政
1	(連携関係者) タイム・スペース・高橋 中ボスト	素材	プランナーの 平配・決定
2		計画づくり	
3		石工コンクール	島開港(メモリアルイベント) ①換型プレス発表
4		島民全員(賛成票多数)の共同出資による運営会社の設立	
5		記念プレートの商品化	
6		イベント	島開港(メモリアルイベント) ②人材募集のプレス発表
7		ロックロックフェスティバル等	
8		大衆・家庭のイベントタイアップ (TV放送/商品販売拡大)	
9		来訪者宿泊施設 海外研修施設(石積み)	島開港(メモリアルイベント) ③着工プレス発表
10		他石材産地との交流	

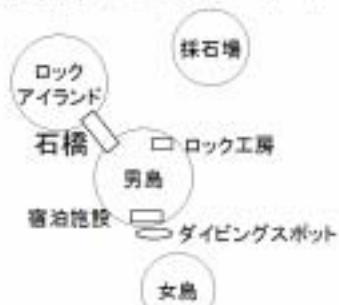
個別プロジェクトの展開 (イベント事業の立ち上げ)

- 教育委員会に呼び掛け、石工コンクールの「コンクールテーマ・題材～石でできるものは何?～」をプレイベントとして、小学生の総合的な学習の一環に位置づけ実施
一題材: 記念プレート、建築物、石灯籠、etc
- この取り組みで島全体への認知が高まる、特に母親の参加意識が高まり、婦人会の活動へ発展
- この実績の元で財産区長老などの協力を得、全国の石工対象の「石工コンクール」実現に向けた予算措置を取り付け
- イベントでは、婦人会が出店などを担当し、土産物の改良・開発へ動き出す(婦人会資金を活用)
一土産物: 海産物、マイナスイオン効果のある石
- イベント開催時には、客寄せ効果を狙って芸能人を呼び出す

個別プロジェクトの展開 (海の観光振興事業)

- 3年で完成、継続、漁協中心に立ち上げ
すぐ取り掛かれる集客事業を立ち上げ、ホスピタリティの向上と観光への経路、雇用の創出を図る
- **ダイビング事業**
 - 魚を集めるために船を沈める(10隻、行政)
 - ダイバー養成学校設立(漁協施設の活用、漁協の呼び掛けで若者中心)
(収入・雇用創出、建物は石積み・間仕材を活用)
 - 一軒ダイビングスポットを発見・活用
- **漁協・採石業者と郵政と町行政のコラボレーション**
(高中ポストの設置、記念はがき販売)
• 老朽化し建替えが急務の郵便局を石造りで再生
- **その他イベント**
 - 地引網大会(漁協主体)
 - 使われなくなった総置場を釣り場へ開放
 - 釣った魚をその場で料理(主婦)

個別プロジェクトの展開 (島間橋メモリアルイベント)



グループ学習（後期）：佐原をモデルにした四面会議システム

各 班 発 表 資 料

A班メンバー

青山 広幸 / 浅野 正史 / 池田 忠継 / 篠原 弘夫
高宮 進 / 村山 大介 / 吉本 雅彦

B班メンバー

伊原 康敏 / 大塚 正治 / 川本 卓史 / 鈴木 温
中井 健介 / 藤田 章弘 / 森山 弘一 / 山宮 忠利

C班メンバー

岡崎 賢司 / 神保 正信 / 田澤 光治 / 田中 文夫
前田 武 / 村上 孝之 / 八木 重善 / 安野 貴人

1. A班発表資料

(A班) まったりしようぜ、佐原 ～さわり、さわられ、さわやか佐原へ

1. テーマの設定理由
 ○江戸情緒と現代と河間軸の融合
 ○住まう者と訪れる者との融合
 ○河野利雄の周回の歴史的建造物の活用
 ⇒ まったりは感覚の中でお互いに関わり合いと体験できる佐原

2. 柱

(1) 住民
工場を使った「コモンアロンづくり
 土蔵の中で祭歌や空間を創りだす空間の創出

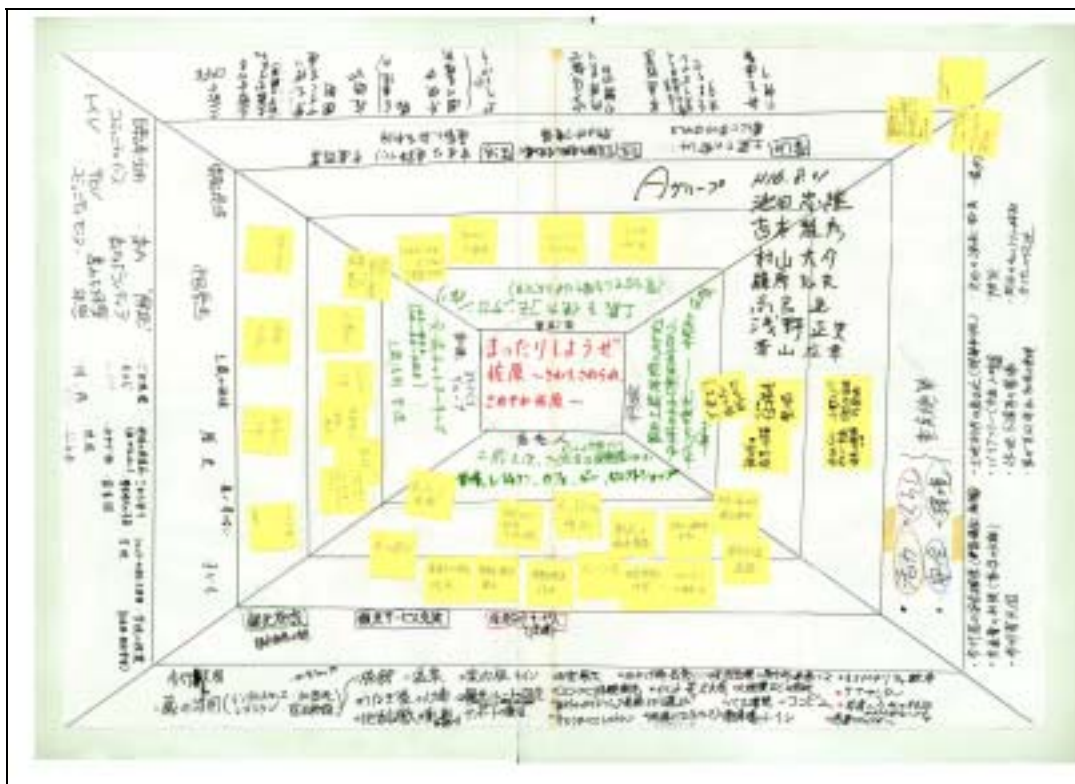
(2) まちづくりグループ
工場の活用・管理
 土蔵の利用情報を通して所有者と利用者の人の和をつなぐ

(3) 商売人
工場を使った「コモンアロンづくり
 甘味処、カヌー、レストラン、カフェなどくつろぎ空間の提供

(4) 行政
工場の維持に関する補助支援
 土蔵の保存、維持費(100万円)の補助金取得等に際する相談支援、提供のソフト面の支援

3. 5年後の佐原
 映画「蔵」のロケ地として有名な佐原は蔵文化人と和をテーマとする。和がまったりとした空間を生み出す。訪れる者は癒やされる。蔵の中には地域の人が暮らし、お茶を飲んだり、若い人は、そんな佐原での自分の暮らしに「誇り」を感じ、を、行っている。

4/16. 8. 31 古木龍彦 高名忠、
 香山正章、村山大介、藤原弘夫、池田忠雄、浅野正史



2. B班発表資料

B班

行政
「空店舗を活用した佐原振興策」
 ・空店舗を地域の中心に集約する
 ・空店舗を地域の中心に集約する
 ・7-11 (セブン-イレブン)

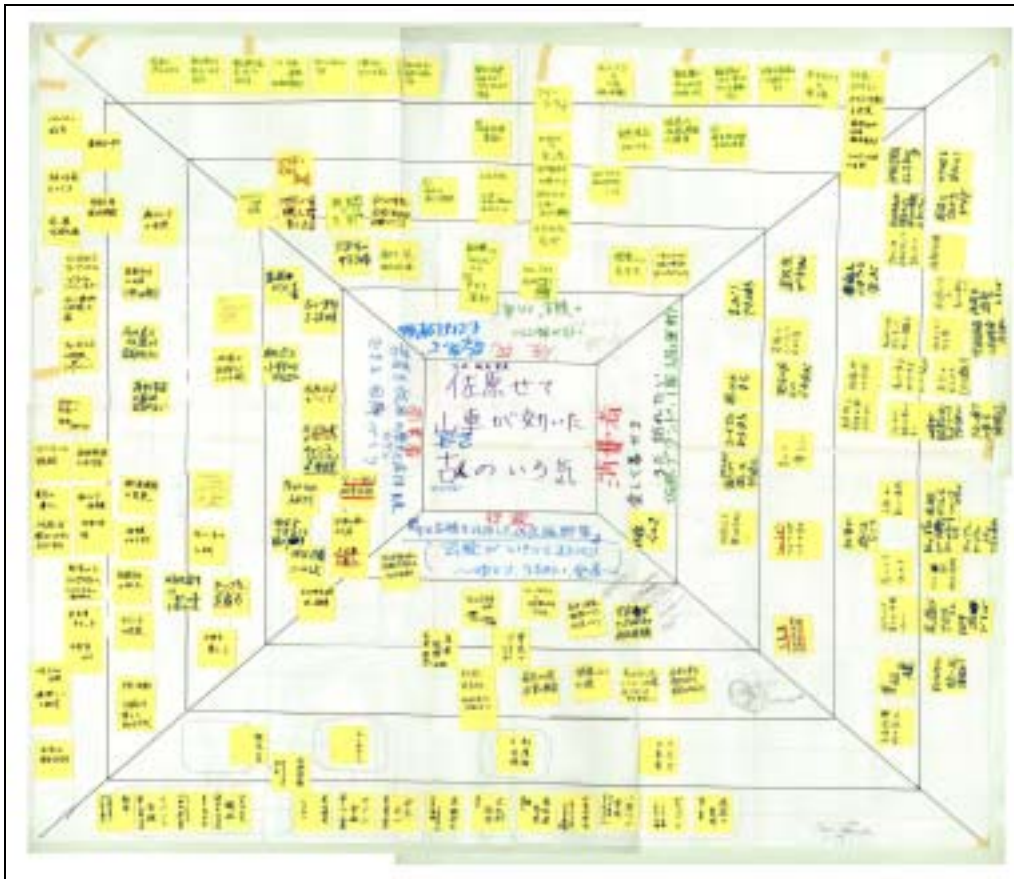
住民
「来町魂でもてなし運動」
 ・来町魂でもてなし運動
 ・来町魂でもてなし運動
 ・来町魂でもてなし運動

想定される5年後の佐原の姿

「SAWARA 佐原」
「佐原せて山車が来た」
「古えのいろ気」
 佐原を訪れた人々が、まわりや遊覧、商人との交流を通じて、佐原人の魅力や歴史(佐原ハワー、伝統文化など)を体験できるまちをつくりたい(商業者・行政・住民 私たち)

消費者(外)
「佐原ブランド」
 ・若者も訪れる佐原で、山宮や山宮の中心地で、山宮に品揃えを提供してほしい。

商業者
「若者も佐原の歴史ロマンを体験できる回廊づくり」
 ・若者も訪れる佐原で、山宮や山宮の中心地で、山宮に品揃えを提供してほしい。



3. C班発表資料

みんなが楽しい伊能 さわら

(ニ尺三寸の始まるまじり)

- 観光客の増加が地域の活性化に
- 駅前はこのように市民生活に活用され

観光に合わせたお土産の売場が
楽しいお土産を届けては

そのために新しいお土産のアイデア
づくり始める第一歩を踏み出す

1人づくり

世代交流の橋を架かす

現地の若い世代は若者達の知識と
スキルを伝授する活動
を通じて、高齢者の生活の質を向上
させ、地域社会の持続可能性を高める

2 観光

通年観光の活性化

観光客の増加が地域の活性化に

観光客の増加が地域の活性化に

3. ハード

駅前駅前の清潔・安全を
利用は交換のコンプレ

このハード面はあり得る。関係者
のコミュニケーションが重要。
物に企画意識が重要。若い世代
のアイデアが重要。若者・高齢者
の両方のニーズを考慮する。ハード
とソフトの両面からアプローチする。
ハードは、安全・清潔・利便性を
確保する。ソフトは、交流の場を
提供する。

4 住民生活

あいつでさくらいふ、自然

伊能の物は、観光地である。その
人の生活が中心。観光地としての
ハード面は、安全・清潔・利便性を
確保する。ソフト面は、交流の場を
提供する。ハードとソフトの両面
からアプローチする。ハードは、
安全・清潔・利便性を確保する。
ソフトは、交流の場を提供する。

5年後の伊能 C班

- 世代交流の場が開始している
- 観光客の増加が地域の活性化に
- 伊能のまちづくりがすすんでいます。
- 体験型の観光が根付き、女性、外国人、子どもで賑わっています。
- 人々の心に響くお土産を交し、自分らしいお土産を創出しています。

↓

皆が楽しく元気の伊能の
まちづくりが展開されています。

八木重喜
神保正信
前田 武

岡崎賢司
村上孝之
田中文夫

田澤光浩
安野貴人
渡邊 洋司

