

第1回「地方創生研究会」 打合議事録

記録 小平（V5R1）
（敬称略）

日 時：2019年10月24日（木） 18時から19時30分

場 所：一般財団法人アーネスト育成財団内会議室

参加者：西河洋一理事長、飯田グループホールディングス(株)吉池富士夫社長付（座長）、
芝浦工業大学 平田貞代准教授、石井唯行(株)ワンスディー代表取締役、
一般財団法人アーネスト育成財団 浅野昌宏理事、小平和一郎専務理事、
（オブザーバー参加）埼玉県秩父農林振興センター管理部 菰塚功 担当部長
（欠席）山中隆敏、小坂哲平小坂建設代表取締役

議事内容

1. 打ち合わせ概要

第1回になる「地方創生研究会」を開催した。座長に飯田グループホールディングスの吉池富士夫が就任した。埼玉県秩父農林振興センター管理部菰塚功担当部長が、財団の案内で地方創生の研究に関心を持ち、今日はオブザーバー参加した。菰塚氏、県の職員として、長年減反政策などに取組んできた。

2. 提出資料

- （1）日本開発工学会『第6回総合シンポジウムのご案内 地域創生におけるビジネスモデル』（12月14日、日本工業倶楽部）
- （2）小坂哲平他『住みたくなる地方都市づくり』（「開発工学」次号原稿）
- （3）吉池富士夫『Well-being 住宅開発戦略』（「開発工学」次号原稿）
- （4）浅野昌宏『宿題：テーマ「地方の問題」』
- （5）浅野昌宏『ダイヤモンド電子版2019.9 能作克治 経営・戦略 踊る町工場』
- （6）平田貞代『ヨーロッパにおける地方創生研究からの話題提供』
- （7）石井唯行『地方における課題・問題点』
- （8）小平和一郎『地方創生研究会 問題提起』
- （9）菰塚功『武蔵まつりこと（農政第2戦線）検討メモ』

3. 打ち合わせ概要

第1回の地方創生研究会の開催に先立ち、座長に吉池富士夫が選出された。

埼玉県の農政に携わる職員として、地方創生に取り組んでいる菰塚功がオブザーバー参加した。菰塚は、都市農村交流に取り組んでいる。どのような研究会に取り組んでいるかの興味もあるとのことで、当研究会への参加を希望された。次回から研究会のメンバーとして参加する。

3.1 日本開発工学会「地域創生シンポジウム」

吉池座長から、12月14日（土）13時から日本工業倶楽部にて、日本開発工学会が主催する「地

域創生におけるビジネスモデル」と題するシンポジウムの紹介があった。午後1時から5時まで行う。基調講演は、モンゴルでビジネスに取り組んでいる群馬セラミックス㈱の小貫論氏と、鹿嶋で介護ビジネスに取り組んでいる(有)エスエス住建代表取締役の神尾雅陽氏が講演する。

シンポジウムでは、海外における地域創生の事例と国内における事例を紹介する。財団は、協賛する。

記帳講演の他、以下の7つの発表がある。

発表1：小坂建設（株）代表取締役 小坂哲平「住みたくなる地方都市づくり」

発表2：（株）ワンズディー代表取締役 石井唯行「南総エリアへの移住支援ビジネス」

発表3：（株）NTT ファシリティーズ中央 越智徹「掛川における農林業再生ビジネス」

発表4：さがし愛ネット合同会社代表 持田昇一「人新世紀の知識を走査する地図作成法」

発表5：（株）イー・クラフト代表取締役 中村孝太郎

「芸術祭／アートフェスティバルと地域再生の可能性」

発表6：（株）メディカルパーフェクト代表取締役 山中隆敏

「カンボジアにおける教育と人財育成ビジネス」

発表7：首都大学東京 都市環境学部 特任助教 佐々木留美子

「アジア出稼ぎ労働者による技術普及」

3.2 開発工学会の原稿から

（1）吉池富士夫『Well-being 住宅開発戦略』（「開発工学」次号原稿）

開発工学の原稿で、パワービルダーの生態学という原稿が提出されている。西河社長の経営の実際について、Well-being としてまとめたものである。西河社長がやっていることは、まさにウェルビーイング住宅開発であるという論文である。 25：40

最近研究されているウェルビーイングは、従業員目線での働いている人達の幸福度を高める研究をしている。飯田グループホールディングスの西河社長は、お客様が幸福なる住宅を開発し、作っているとの内容である。

（2）小坂哲平他『住みたくなる地方都市づくり』（「開発工学」次号原稿）

群馬県沼田市で土木工事を手掛けている小坂建設の小坂社長は、「開発工学」の中で、「地方には、豊かな自然がある。治安の良さや防災インフラの整備状況など、安全であることは生活するうえでの基本条件である。それがあるのが、地方である」と報告している。「保育園を整備する。空気の良い、安心して健康を維持できる子育てしやすい環境が提供できる。また、Uターン組にとっては、もともと生まれ育った町で親や兄弟姉妹が近くに住んでいるなども時には利用できる」。「近くにある観光資源は、余暇の過ごし方を変える可能性をもつ。山では、ハイキング、散歩、溪流釣り、ゴルフ、テニスコートなどの娯楽施設、海沿いでは、海釣り、サーフィン、海水浴、ヨットなどの娯楽施設の充実や趣味に没頭できる環境、自然のなかの広い野原や海辺の砂浜で子どもと遊べる環境の充実などがある」。「リゾートで働きながら休暇を楽しむ「ワーケーション」が地方を元気にしているとの報道がされた。仕事があることや活発な経済活動基盤があることなどが重要である。段階的に地方に住むことの良さが分かりはじめ、本社を移す企業も出てくる」と、開発工学で報告している。

3.3 浅野報告「地方の問題」

個人から見た「地方の問題」 ―ワクワク感を地方に求められるか―

浅野から、「地方の問題」を考える時、行政の観点からの議論や、地域振興の観点からの議論は盛んにおこなわれているが、ここでは生まれ育った土地に住み続ける人、他所から移住しようとする人、故郷に帰ろうとする人など、個人のサイドから地方に住むことを考えてみると報告があった。

- (1) 地方では、挑戦できる機会や環境が限定される。→ チャンスにめぐり合える確率が低い。
- (2) 地方では、刺激的な人と出会うチャンスが少ない。→ ネットワーク作りで不利。
- (3) 地方では、働く場の選択肢が極めて少ない。→ 職業選択の幅が限定される。

上記が「地方の問題」を考える時に出てくる共通する課題である。これらが、ワクワク感を持ってない大きな要因となっている。

個人には多様性の観点が必要

一方、個人にとって、ワクワクと感ずるもの、挑戦したくなるような刺激的なものは、人それぞれに異なり、自分の所属する地域あるいは社会の中から、どの様に見つけて行くかは、個々の生き方の問題でもある。個人がワクワクするものは、100 人いれば 100 通りある。これを多様性と言い換えれば、一地方や一地域に限定された中では選択肢が少なく、個々人にとってマッチングの確度が低くなるのは当然である。

自分の生まれ育った地域にワクワクさせるようなものが見つけられなくても、日本全国、あるいは海外では見つかる筈であり、個人それぞれが、それぞれの場所で追及してゆく中で、障害を取り除く手伝いや支援が、行政や地域社会が脇で支える程度で出来れば理想的である。

よそ者だからできる

私の地元の富山県高岡市に、ワクワク感を強烈に発散させながら、鋳物工場を経営している「旅の人」（富山ではよそ者を、このように言う）がいる。この人は土地の人ではないが、大成功を収めており、その要因は、

- (1) 土地の人ではないので伝統や因習に縛れることなく、新しい自分の発想でイノベーションに取り組むことが出来た。
- (2) 福井というベンチャー気質のある土地柄で育ったことと、前職がプロのカメラマンであったことも寄与していると考えられる。

株式会社能作（のうさく）は、創業して 103 年経つ町工場で、社長の能作克治氏は、福井県出身で大手新聞社のカメラマンを経て、鋳物工場を経営する能作家に婿入りし、鋳物職人として修業を積み、2002 年から社長を務めている。

この町工場が大ブレイクしたのは、売上 13 億円の会社（当時）が、2017 年に、総工費 16 億円を掛けて新社屋を建てた時であり、現在は、社長就任時の 17 年前と比較して、社員数 15 倍、売上高 10 倍、見学者数 300 倍となっている。

テレビ東京の「カンブリヤ宮殿」でも、「踊る町工場」として取り上げられている。「地方問題」を考える時、浅野は、富山県高岡市にある、「能作」が、成功事例ではないかと、取り上げ紹介した。2018 年度の売上は、約 15 億円である。社長就任時と比べ 10 倍以上になった。

能作の業績が堅調なのは、「高岡の地で、人に愛され、地域に誇れるものづくりをする」「より能（よ）い鋳物を、より能（よ）くつくる」との信条が、顧客に支持されたからだという。社員は、自分のやりたい仕事を、楽しみながら実現してきた結果が出たという。

能作の「しない」経営方針

- （１）能作は、「儲け」を優先しない……儲けではなく、「楽しむこと」を優先する。
- （２）能作は、社員教育をしない……教えるのではなく、自分で気づかせる。
- （３）能作は、営業活動をしない……営業する側ではなく、営業される側になる。
- （４）能作は、同業他社と戦わない……競争ではなく、共創（きょうそう）する。（47：50）

3.4 平田報告「ヨーロッパにおける地方創生研究かたの話題提供」 53：47

平田は、海外の取り組みに関して、話題提供をした。

ヨーロッパの地方創生といっても、ヨーロッパを全て知っているわけではない。ここに書いている、スロベニアのTuristica, University of Primorska, Slovenia Sport science, インスブルックのUniversity of Innsbruck, Austria Hospitality and tourism management,と米国のバージニアテック（Virginia Tech, USA）などと共同研究をしている。海外の動向を地方創生研究の重点の比較を報告する。

それらの土地に出掛けたり、意見交換などをする中で、日本との違いが見えてきた。日本では地方創生の予算が取られていてしっかり取り組んでいるが、スロベニアやデンマークなどのヨーロッパの小さい国では、政府の支援はないが、小規模ながら勢いはある。何が違うかを整理した。どちらも小さい国であるが、日本と変わらない自然とか、文化とか、観光資源はある。地方創生というと、観光資源か、医療か、IT化である。日本では、高齢化、人口減少を食い止めるかが最先端である。ヨーロッパも高齢化問題はあるが、ヨーロッパでは、レジャーが中心である。どんなに人は楽しく生活できるかが、ビジネスになっていたり、研究テーマになっている。

ITに関しては、日本では大企業中心で研究されている。ヨーロッパでは、高齢者が日常生活の中で使っている。例えば、電子決済とかを既に使っていて、使いこなしている。（57：50）

日本は自治体が行っているのに対し、ヨーロッパでは、アントレプレナー（起業家）が中心で、大企業を巻き込んで予算を獲得することから取り組んでいる。ただ、助成金頼みではないので、上手くいかない場合でも、自分で資金を得て、自分で自活している。どちらも小さな国なので、予算源は国内に向いていない。クラウドファンディングで集める。グローバルな視点で、広く海外を含めて資金を集めている。

ヨーロッパでは、倫理観とか、哲学的なものの思考で皆共通的な価値観を持っている

日本は、何とか事業とか、何とかプロジェクトといって、目的を決めて何年かやっている形であるが、ヨーロッパでは、参加型デザインでやっている。1：00：33

日本は、地方創生の研究が最近活発になってきている。何とか、東京の一極集中を軽減しようということがあって、高まっている。ヨーロッパでは、いかに儲けるかの、ビジネスの一つとして取り組まれている。もともとそういう違いがあるので、日本では、まず支援とか、ボランティアから始めるとか、儲けることに目標を置いてはいるが、まずは支援ということが重

視されている。

ヨーロッパでは、もっと大きな概念で ELSI (Ethical, Legal and Social Issues) と呼ばれている概念がある。倫理観とか、哲学的なものの思考で皆共通的な価値観をもっているのもので、一致団結しやすいのではないかと考えている。

ヨーロッパに根付いている参加型デザイン 1 : 01 : 20

参加型デザインとは、何か。古くから北欧では、行政が一方的に社会制度を考えて市民に押し付けるという考え方に抵抗する勢力がある。市民が立ち上がって、税金を使うのであれば、市民にとって良い問題解決をしなければならないかを行政に任せないで、自ら問題の制度設計などの解決を考え、行政に提案するなどの参加型の行動が発達している。(1 : 02 : 20)

海外との研究会では、エスノグラフィカル手法として、市民活動の研究手法として、使われるようになって、拡大している。また、産業界では、ソシオテクニカルシステムというのをやっている。企業が一方的に、経営のために何かを提供するのではなくて、人間中心設計で何かを作って、提供することで利益を得るとの考え方が浸透し、共有されている。従って、地方創生について、アントレプレナーが、新しくビジネスをはじめるときも、参加型デザインで、人間中心の設計とか、共創という考え方が出来上がっている。

ヨーロッパでより浸透している ELSI

ELSI (エルシー : Ethical, Legal and Social Issues) というキーワード。

倫理的なこととか、法的なこととか、社会的課題を解決するために、科学を発展させ、活用するという取り組みである。ゲノム、自動運転、人工知能など短時間に技術は発展するので、人間への影響に関わる研究における技術偏重の傾向に対し、関連する領域の統合的な発展の必要性を求める活動である。

これを引きついで、産業界では、フェアテックトレードとか、倫理的消費とか、SDG s などの指向と重なり、ELSI というキーワードで取り組んでいる。日本では、研究界でも、産業界でも、このキーワードに対する取り組みが遅れている。今後流行ってくるものと思う。

ヨーロッパにおける地方創生ビジネス 1 : 5 : 30

例えば、スキー場を冬以外にどう活用については、徹底的に取り組んでいる。日本でも、スキー場の利用も検討されている。

リフトの運用にも工夫されていて、色々な会社が入っているが、共通に使えるチケットを販売して、共通利用をしている。年齢制限をせずに乗せるとか、乗り継ぎに工夫をしている。

グレンダが無いところも、夏用にレジャー施設が作られている。馬とかロバとか放し飼いになっている。はちみつをつくるエリアがある。何かしら、買わせるとか、楽しませることに工夫をしている。海外からスキーに来る客も多いので、冬季の方が収益が良いが、冬以外でも顧客が来る工夫をしている。ポイントは長期滞在をさせることが重要で、滞在して飽きさせない工夫をしている。

スキー場もないような山では、大型の研修施設がつくられている。学会発表ででかけたことがあるが、山奥につくられていて、車でいかなければならないところにロッジではあるが、都会並みのインフラを整備し、オフィスにも使えるようになっている。

山奥につくられていて、家族を連れて、会社ごと来て、レジャーと会議をするようなことを

している。人材を育成するためには、山の環境が必要であるとかのコンセプトを打ち出している。

高齢者の参加には、2、3人の小さな規模の起業家達がやっている。例えば、点々の牛を飼っているところ、農業をやっているとかの人が、手作り弁当を作る。郊外に出かけた時に、お弁当を食べたいときに、Webのサービスがあり注文ができる。近くに牧場がある。クーポンを出して、ここまで言ったら何々を出すといったサービスを提供し、足を延ばさせるビジネスに取り組んでいる。点々で行った人達をつなげ、旅行にするビジネスに取り組んでいる。

ホテルといっても、夜行性の野生の動物の撮影を専門にするところで、設備は全くないロッジである。ロッジでは寝ないので、屋外観察用の穴が開いているだけの建物である。

一つひとつは、小さいが、それぞれを繋ぐと大きくなる。 (1:12:01)

ヨーロッパでは、Webのつくり方に力を入れている。Webサイトを見るだけで、信頼を勝ち取っている。

地方創生とスマートシティ

最近では、地方創生とスマートシティについて取り組みがされている。従来のような、政府がやらなければならないエネルギー中心の大掛かりな実証実験や研究から、地方創生を目的とする地方での小規模な実証実験や研究へ、流れが変わっている。

小さな民家でのエコシステムに、取り組んでいる。小規模であれば、出来る可能性がある。日本では遅れている。これから始まってくると思う。日本では、会津で取り組みが始めている。住宅の中で、ゼロエミッションができると考えている。 1:20:00

3.5 石井報告「地方における課題・問題点」 1:36:00

地方における課題、問題点を報告する。

(1) 課題 根本的な課題は、若い世代の人口減少である。

(2) 問題点 最初に、人口減少の問題点として、千葉の南房総エリアに高校を卒業した後の大学や専門学校がない。優秀な人材が、都内とか県北の大学に行ってしまう。南房総エリアの優秀な安房高校がある。優秀な人材は、安房高校を目指す、安房高校に入ると、殆ど皆東京の大学に行ってしまう。

2つ目に、仕事の選択が少ない。当然、企業数が少ない。高校生に地元企業の詳しい求人情報が届いていない。地元に入りたい会社が少ないため、地元以外の主要都市(木更津から県北)や東京の会社に就職してしまう。

3つ目に、地元企業の給与水準が低い。背景には、儲かっている会社が少ない。優秀な人材が、東京に流出していることも考えられる。 (1:39:41)

(3) 対策案 対策案も考えた。企業の誘致をして、仕事の選択の幅を広げたい。そのためにサテライトオフィス等を開設して、企業誘致を行う。サテライトオフィスで有名なのは徳島の紙屋町ところで、スタートに当たっては、町がお金を使って、サテライトオフィスを、造ったり、高速の光通信設備を整えた。企業が集まってきた。後は民間で、サテライトオフィスを開設して、誘致をする。

2つ目として、ビジネスサポートセンターの開設を考えた。地元の企業や個人事業主や新し

く企業を設立した人だけでは、事業を発展させることが難しい。本物のコンサルタントを呼び、地元の中小企業のコンサルティングをする。例えば、IT、デザイン、マーケティングなどのプロの人材を配置し、指導する。

その中で、愛知県の岡崎市で取り組んでいる岡崎ビジネスサポートセンター（Oka-Biz）がある。そこは岡崎市が、プロのコンサルタントを年俸2千万円くらい払って集めて、取り組んでいる。最初は、少人数でスタートしたが、現在は10名ほど、各分野のプロの人材を集めて、市がお金を払ってビジネスサポートに取り組んでいる。

実際にお金を払って、中小企業とか相談した企業の73%が成果を出しているとの報告がある。調べた限りでは、来ている人材が実践的な方が取り組んである。そこでは、相談を受けた企業の成果が出ないと首になってしまう。

そのような、ビジネスサポートセンターが南房総にあったら、発展させられるものと思っている。市がお金を出してくれて、プロの人材を集められれば良いが、現状、市に頼るのは無理で、民間でやることを考えた。この西河技術経営塾の先生方が、館山に来ていただいて、ビジネスのサポートやコンサルティングを、経営塾で教えてもらったことを、地元の企業や学生にして頂ければと考えている。 1:45:21

定年を迎えたハイクラスの人材にアドバイザーとして関わってもらう。そのためには、定年を迎えたハイクラスの人材が地方に来やすい環境を整える。遊休施設を利用した都内と地方の2拠点生活をしてもらう。例えば、平日は、地方で農業、畑仕事をしてもらう。釣り・ゴルフなどの趣味と地方の中小企業へのアドバイザーとして、活動していただき、週末に育てた野菜と釣った魚をもって都内の自宅に帰っていただく。 1:47:50

3.6 小平「地方創生研究会への問題提起」

地方創生問題は、世間が非常識だと思っていることを常識に変えるイノベーション課題

小坂さんとか、石井さんからの情報に基づいて、現状の課題を整理した。

地方創生問題は、いま世間が非常識だと思っていることを常識に持っていく、イノベーション課題であることに気づいた。今まで非常識だと思っていることに、挑戦しない限り、地方創生問題解決しない。今までの常識を見直さない限り、解決の糸口は見えないと考える。非常識な発想で、地方創生を考えれば良いとの考えに至った。 (1:50:00)

皆さんの考えを伺って常識が横行している。常識に向かって、皆さんは行動している。その常識を壊さなくてはならない。非常識な発想を20点考えた。

(1) 地方で過ごすための快適な住宅がない。

多分、今から館山に住もうと思っても、小生が求める住宅は準備されてないと思う。不動産に売ってないと思う。以外に田舎は、土地を売りたいがらない。急に住みたいと思っても、住むための家を容易に見つけることは難しいと思う。

田舎に住みたいIターン族のために鹿島では、大手不動産が地方暮らしのための広い庭付きの住宅を分譲していた。

(2) 地方には、働きやすい仕事がある。

皮肉で書いたが、「働きやすい仕事がある」ようにしなければならない。これは、小坂論文に書

かれているが、造り酒屋があったら、そのお酒屋さんのブランド化に取り組む。ホテルで頂いたおいしいレタスなど野菜のブランド化とか、お菓子のブランド化がある。

(3) 地方には、成長可能な地場産業がある。

(4) 創造的な仕事をするなら、自然のなかの事務所が最適である。

先ほど、石井さんの報告にあったとおり、シェアオフィスとか、サテライトオフィスとかをつくりことだ。

(5) 地方には、産業創生をするための資源と人材がある。

これも地元の企業があればそこで育成できる。東京にいつてしまった人をリターンさせる。

(6) 地方に根差すことができる文化を磨いている。

何か特徴があった地元のものを磨く。秩父では、札所であったり、蕨塚さんからお話があったアニメであったりする。映画の舞台になったところの観光地化だ。館山は、よくテレビで紹介される。何か、PRで利用の方法はないか。

(7) 地方は教育環境に優れている。

アメリカの大学は、そのルーツをたどれば、もともと誰もいないところにつくっている。スタンフォードは、砂漠の中に人口都市をつくり上げた。バークレーも山の上につくっている。

(8) 安心して預けることができる保育施設がある。

(9) 進学校がある。

(10) 地方には、自然があり、癒しの空間が広がっている。

(11) 住居は、所有（資産）から、一時利用（経費）へと変遷する。

今の時代、セカンドハウスは、買わなくても良い。地方の人は、土地を売りたいがらない

(12) 地方のシェアハウスで、新たなコミュニティを形成する。

シェアハウスは、老人介護施設でもあり、シェアオフィスでもあり、ホテルでもある。センターあり、そこはホテルのイメージでも良い。そこには、おいしいレストランがある。

(13) 高齢者介護は、子供からコミュニティが世話をする時代へと移行する。

(14) 地方にある美味しいレストランがある。

(15) とても素敵なリゾートホテルがある。

(16) 特別おいしい農産物（ブランド野菜）が手に入る。

(17) 森の中の美術館を見学できる。

(18) 森の中の音楽会に参加する楽しむがある。

(19) 安価に使えるスポーツ施設がある。

(20) 散策コース、ハイキングコース、魚釣りがいつでもできる。

そこには、森を付けたが美術館があり、音楽会が開催され、スポーツ施設がある。以上のようなことを解決すると、人が集まる要素ができるのではないかと考える。

地方創生で最初に取り組むのは、働きたくなる夢ある付加価値ある仕事づくり

最初は、仕事づくりにあるのではないか。働く職場を作らないと人はやってこない。

高い給与の払える仕事づくりであって、生活が豊かになるから人が集まる。その職場環境があつてのことである。魅力的な仕事があれば、子供が育てやすいこともあり、地方に寄ってくるはずである。館山は、条件がそろっている。

3.7 蕪塚「武蔵まつりこと（農政第2戦線）検討メモ」

ー都市と農山村の持続的相利共生を目指す第3次産業としての農業振興ー

現在取り組んでいることについて、話をしたい。大上段に、まつりと言っている。まつりは政治と祭りをかけている。農政第2戦線は、サービス業（第3次産業）としての農業をもっとやって良いと思っての取り組みである。現在の予算から。人材や技術は、殆ど第一次産業に費やして、その内にも農業にだけお金が付いている。効率的な農業、農家の所得を上げるための政策に取り組んでいる。 2：1：26

よく、6次産業という言葉が飛ぶが、1．5次産業位のことで、生産物を加工して、付加価値をつけて、売ろうというところが現状の6次産業である。ここで言っているのは、3次産業、サービス産業としての農業をやって良いのではないかと考えている。

具体的には、次の3つのことに取り組んでいる。

（1）サークルファーム¹⁾

一つが、サークルファームである。埼玉県政策研修誌『彩の国さいたま人づくり広域連合政策情報誌』を毎年出す。そこにサークルファームという考え方を投稿した。その内容を紹介する。インターネットで「サークルファームで日本再生」と検索すると出てくる。

サークルとは、都市側が主体となるソフト活動である。同好会、自治会、企業などが主体となるソフト活動である。都市的サークルを活用して、米作りなどの農業の営み¹を活用し、メンバーの親睦、福利厚生、教養等の向上を図るとともに農山村との縁を結ぶ「場」のこと。

そのグループは、米づくりを念頭に取り組んでいる。農村との縁結びを、もっと積極的にやってはどうかと投げかけている。

この活動、できれば都市側に積極的に活動して欲しいと思っている。

（2）コトキ農業

「コト」と「トキ」を一緒にして、「コトキ」農業 2：3：10

2番目がコトキ農業といている。できれば農村側に頑張ってもらいたいと思っている。

コトキ農業とは、農山村側が主体となるソフト活動である。都市住民である消費者のコト消費とトキ消費とを対応させる農業のことである。

かつては、車を所有するなど、おいしいものを食べるなど、モノを消費することが主体であったが、徐々に豊かになってくると、1990年代からはコト消費。体験に移った。これからは、博報堂生活総合研究所は、これからの消費傾向として「トキ消費」といっている。同じような志向を持つ人々がインターネットで集まってきて、一緒に、その時、その場でしか味わえない盛り上がりを楽しむことにお金をつかうことが、これからは増える。「コト」と「トキ」を一緒にして、「コ

¹ 「コト消費」「トキ消費」 消費者の行動として、従来の「モノ消費（商品を所有することに価値を見つけ出す消費傾向）」が、1990年代頃から「コト消費（商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す消費傾向）」のウエイトが高くなった。博報堂生活総合研究所は更にこれからの消費傾向として「トキ消費（同じ志向を持つ人々と一緒に、その時、その場でしか味わえない盛り上がりを楽しむ消費傾向）」を提唱している。トキ消費の3要素として「非再現性」「参加性」及び「貢献性」を挙げている。

トキ」農業と呼んでいる。体験に対して、お金を払って貰う。

農協に任せられないと銀行も農家に対する支援の取り組みを始めた

武蔵野銀行の中に地域サポート部を作って、地方の農業関係に力を入れている。

いま、武蔵野銀行は、情報とサービスを提供して、伸びそうな、将来性のある農家に制度資金を融資している。

その武蔵野銀行と近畿日本ツーリストが一緒になって「ミライトラベル」²に、クラウドファンディングを利用して取り組んでいる。秩父あたりをベースにやろうとしている。 2:05:45

ファームフェスは、JTB と取り組んで「RE FARM」という、ふるさと納税と組み合わせをした活性化策の提案をしている。なかなか農村側が客商売的なことをやろうとしても、経験がないので、プロの民間企業のプロと協力をして、そうは言っても民間企業の言いなりではなく、農村側が主体的になってプログラムを企画したり、実施したりして頑張る。 2:06:40

(3) 田舎の駅 (MURA base network)

田舎の駅とは、都市と農山村が連携して、ソフト・ハードの活動である。

秩父などでは、山の上の集落は、年寄だけになっている。集落の住民が「お茶飲み処」として集える場所であるとともに、そこが都会から来た農山村体験希望者が、休憩できる「むらベース」の拠点施設を整備することを考えている。整備は、地域おこし協力員などを交えて整備する。農

² ミライトラベル 「旅」は現在と未来を結ぶ移動手段であり、また地域の活性化は人と人を結ぶ架け橋です。ミライトラベルは、そんな「旅」と「地域活性」をテーマにしたクラウドファンディングサイトです。

「こんな旅をしたい、させてあげたい」「地域の伝統を守るため、それを保持するための資金をつくりたい」といった「旅」や「地域活性」をテーマにしたプロジェクトを募集し、起案者と応援する人を結びます。プロジェクト目標達成後は『実際に行って応援したい・参加したい・体験したい』といった、旅による目標の実現のお手伝いのご提案も可能です。

また、ミライトラベルは朝日新聞社の運営するクラウドファンディングサイト「A-Port」と提携していますので、近畿日本ツーリストの旅行企画ノウハウや全国ネットワークと、朝日新聞社「A-port」の編集力や発信力で、志あるチャレンジを双方からバックアップします。

<ケーススタディ>

ミライトラベルは、これまでになかった旅の実現や地域活性につながるプロジェクトの「起案者」を募ります。「自分だけの目的をもって旅したい」「海外でのイベントに参加したい」「困っている人々がいる国にボランティアとして旅立ちたい」「世界中の名所を紹介したい」など、旅をテーマにした夢をお持ちの方は、ぜひご応募ください。また、ミライトラベルが募る起案者は旅に出たい方だけではなく、「閑散とした観光地をよみがえらせたい」「農園を整備し、収穫体験ツアーを開始したい」「地域の伝統を守るため、それを保持するための資金を集めたい」など、地域に根付いた夢をお持ちの方のご応募をお待ちしています。

<プロジェクトの応募>

「旅」と「地域活性」をテーマにしたプロジェクトの「起案者」を広く募集いたします。掲載までには、審査を実施させていただきます。お申込みより審査決定・実施まで2週間～1ヶ月間程度の時間を要しますので、予めご了承の上時間の余裕をもってお申し込みください。

(引用)『ミライトラベル』、近畿日本ツーリスト、<https://biz.knt.co.jp/miraitravel/>

業体験をしても、休むスペースが必要である。休憩所には、着替えする場所、シャワー、トイレ、調理できる場所などが設備されている。若い人は、トイレはウォッシュレットである必要があるし、バーベキューをするための調理場が必要になる。

集会場なども整備できずに放置されているので、クラウドファンディングやふるさと納税などの民間資金を入れて整備する。資金提供者にとっては、社会貢献した満足感を味わえるトキ消費ともなる。その上で「田舎の駅」を、むらベースとともに「道の駅」、直売所および宿泊施設の「民宿」などとのネットワーク化を図り、サークルファーム、移住検討者およびインバウンドなどの受入体制を立体的に構築する。

先ほど紹介のファームフェスの人にも、企画をねってもらっている。

なを、上記活動は、農山村の女性の方が、より適正があるものと思われる。

吉池座長 今日は、楽しい話をありがとうございます。次回は、2か月先の12月6日（金）18時から開催する。菰塚さまは、次回から正式に研究メンバーとして参加する。

（参考文献）

- 1) 菰塚功『「サークルファーム」で日本再生』彩の国さいたま人づくり広域連合政策情報誌、自由論文