

地域を守る人材を どう育てるか

How to develop human resources to protect the region.

2024.3.25

NPO法人まちづくり学校 チーフコーディネーター 大滝 聡

1

CONTENTS

1. まちづくりの変遷と未来の捉え方

2. 地域に必要な人材とは

3. 地域内で次の担い手をどう育てるか

- ・まずは地域に興味を持ってもらう機会を積極的につくる
- ・地域内の全住民アンケートを実施して住民の意向を知る
- ・地域活動を行事から事業へと転換させる

4. これからの地域づくりに必要なこと

2

まちづくりの変遷と 未来の捉え方

3

1. 公害やマンション開発問題などの住民運動が高まる（1970年代後半～）



2. 都市計画への住民参加が始まる（1980年代後半～）



ワークショップの普及

3. 住民主体によるテーマ型まちづくりが盛んになる（1990年代後半～）

NPO法人の誕生



4. 自立性が問われ、住民活動から住民事業へと移行（2000年～）



コミュニティビジネスの普及

5. 震災を契機に、人や地域に寄り添う支援者の必要性が叫ばれる（2011年～）

様々な支援員などが誕生

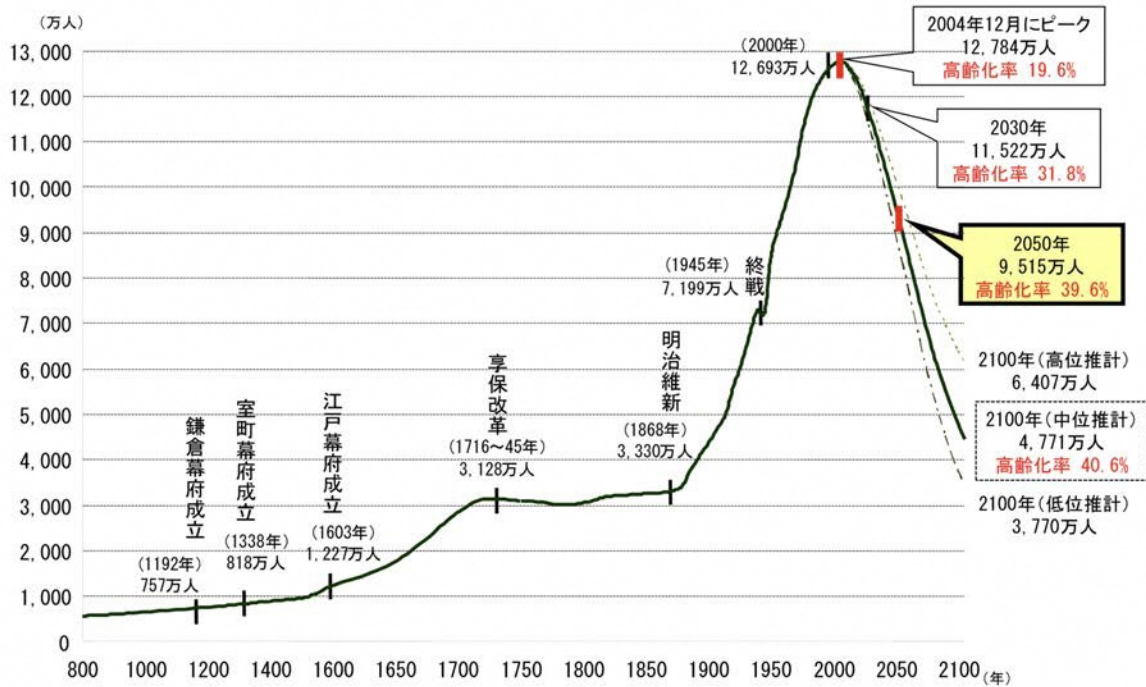


6. 人口減少が進み、地域の存続をかけて自治の在り方が問われる（2015年～）

4

我が国における総人口の長期的推移

○ 我が国の総人口は、2004年をピークに、今後100年間で100年前(明治時代後半)の水準に戻っていく。この変化は、千年単位でも類を見ない、極めて急激な減少。



出典:「国土の長期展望」中間とりまとめ 概要(平成23年2月21日国土審議会政策部会長長期展望委員会)

5

人口減少問題は待ったなし！

この問題が全ての分野に 影響を及ぼしています

人材育成はここを無視しては 成り立ちません

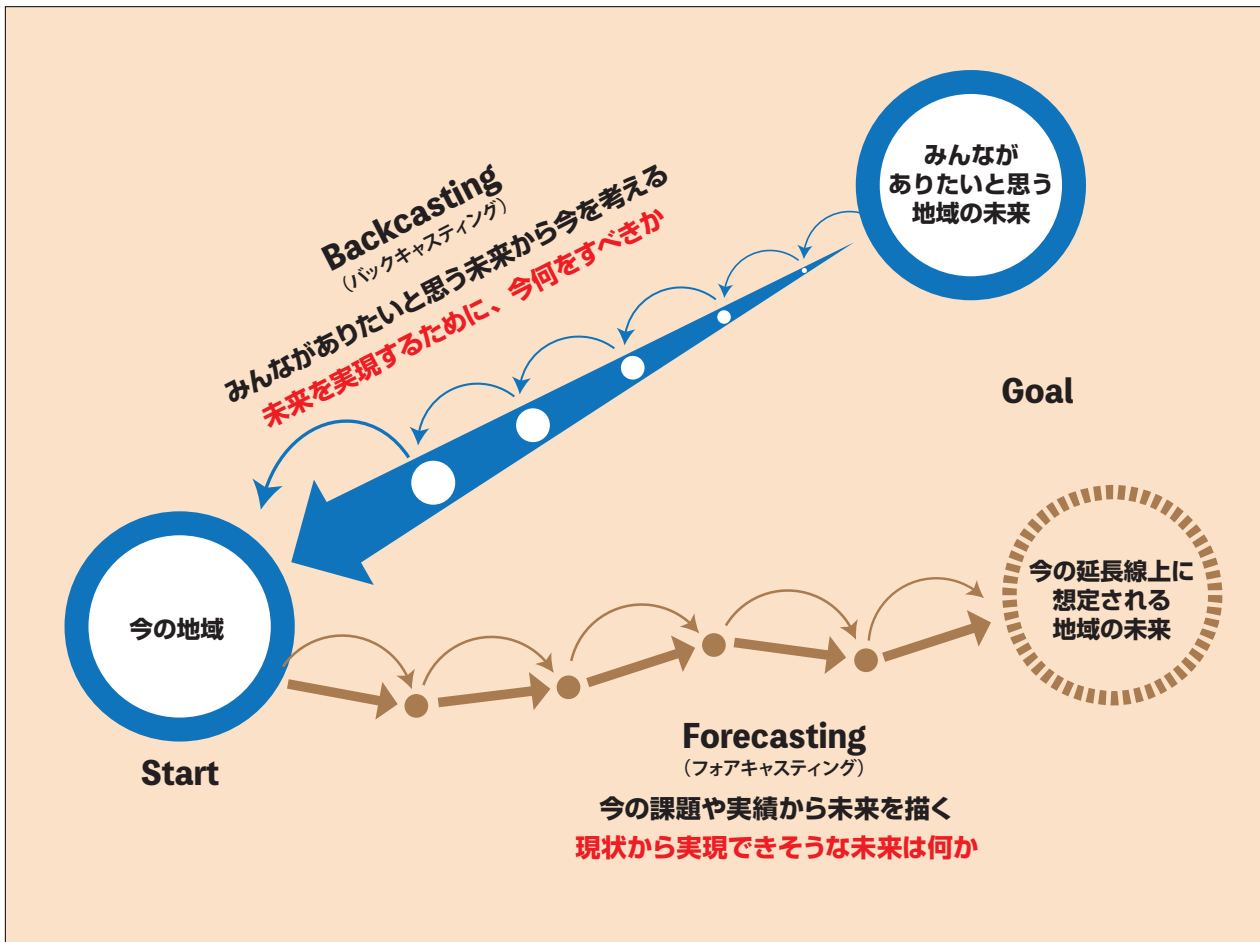
6

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



人類がこの地球で暮らし続けていくために、2030年までに達成すべき目標

7



8

地域に必要な 人材とは

～誰を育てるかを明確にする～

9

まちづくりプロデューサー

ゼロから構想をつくり、資金調達を含め、事業化する人

まちづくりコーディネーター

事業計画をつくり、全体をコーディネートする人

まちづくりファシリテーター

参加の場の企画・運営・まとめを的確に行う人

まちづくりプレイヤー

現場で実際に動く人（中心になって動く、特定の役割で動く）

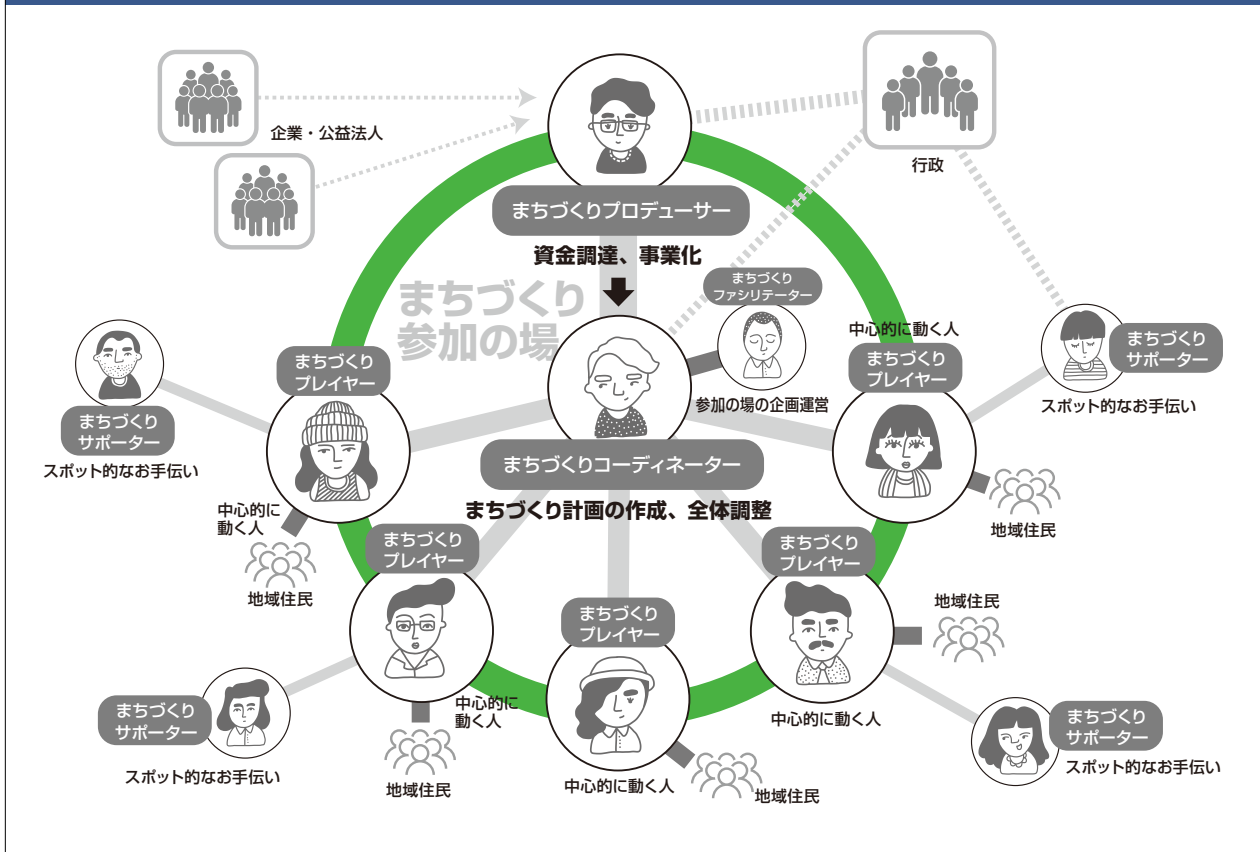
まちづくりサポーター

様々な場面でスポット的にお手伝いする人や応援団

まちをつくるのは個人ではなく「チーム」

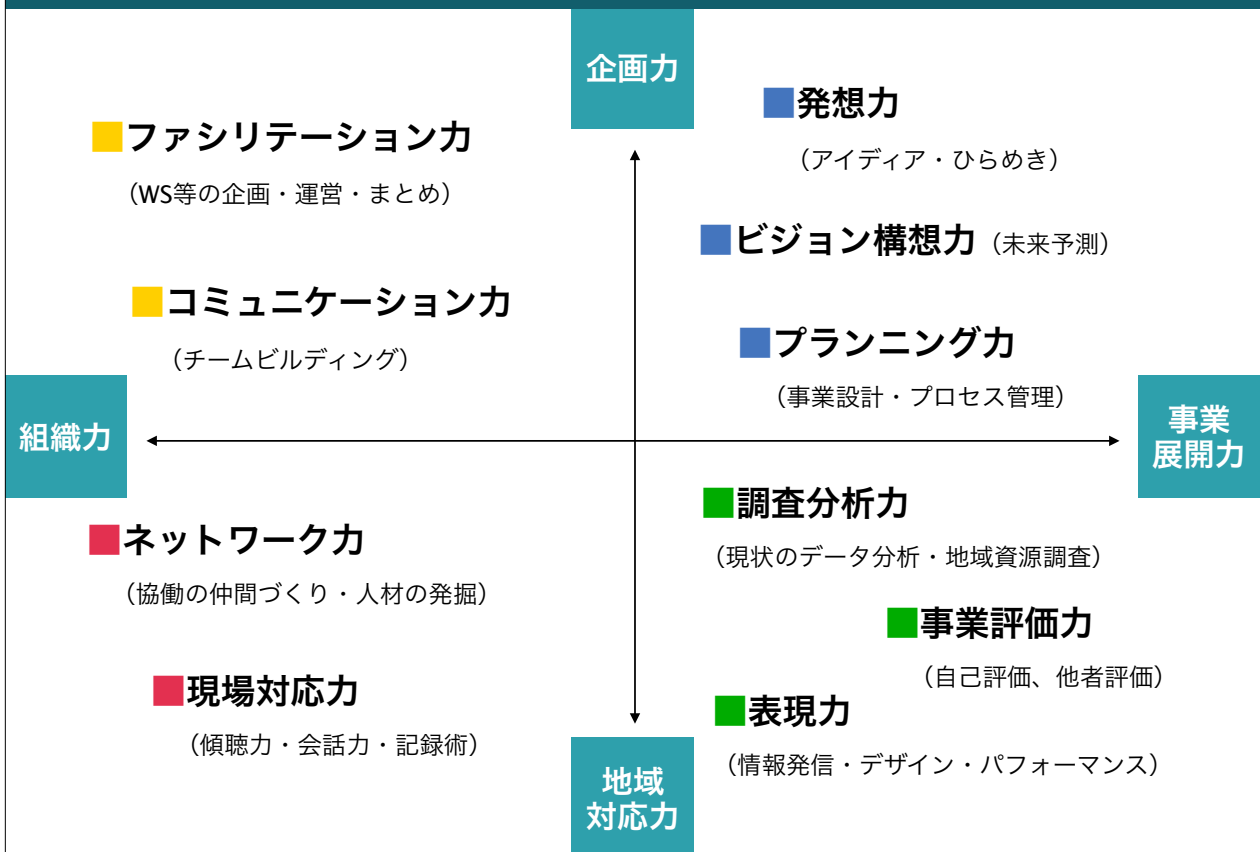
10

まちづくりにおける人材連携のイメージ図



11

まちづくりに関わる人の鍛える必要があるスキル



12



1996年から続く伝統と実績のまちづくり講座
 (これまでに700人を超える人材育成を行ってきた)
地域づくりコーディネーター養成講座

基本的なプログラム

- 1日目：まちづくりの基本的な考え方
ゆるやかな関係づくり
ファシリテーターの実習など
- 2日目：地域資源のを見つけ方と活かし方
まちあるき調査～調査のまとめ
- 3日目：まちづくり計画の組立て方
アイデアの抽出
プロセスデザインのまとめ
- 4日目：各班の発表と評価
まちづくり談義（意見交換会）
全体の振り返り

主催：（公財）新潟ろうきん福祉財団
 企画・運営：NPO法人まちづくり学校



構想力

- 関係する人や組織をつなぐ力
- 地域の約束事や社会のルールを守る力
- 参加の場をスムーズに運営できる力

まちづくりコーディネーターに求められるスキル

調整力

- まちづくりのビジョンを描く力
- まちづくりのプロセスを組み立てる力
- 斬新なアイデアを生み出す力

地域内で次の担い手 (プレイヤー) をどう育てるか

15

地域内で次の担い手をどう育てるか

まずは地域に
興味を持ってもらう
機会を積極的につくる

16

まちづくりを行うには、 大きく分けて 2つの視点が必要です

①まちの中にある**小さな困りごと**を解決する

②まちの中にある**宝物（地域資源）**をみかく

17

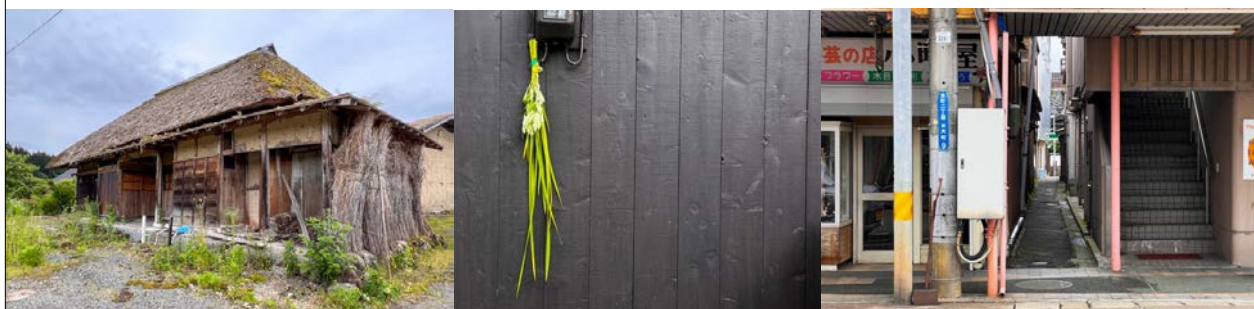
地域資源とは

自然・歴史・文化・暮らし・風習・人材など
その地域（まち）が持っている固有の財産

まちの宝物

しかし、実際には磨かれていないものが多くあって、
地域の中に埋もれてしまっているケースがほとんど。

まちのお荷物になっていることが多く、見落としがち



18

地域の宝物を探す
「まちあるき」は
効果的な人材発掘の手段



19

まちの成り立ちや歴史、
自然の様子などがわかると、
一気にまちを身近に
感じられます。

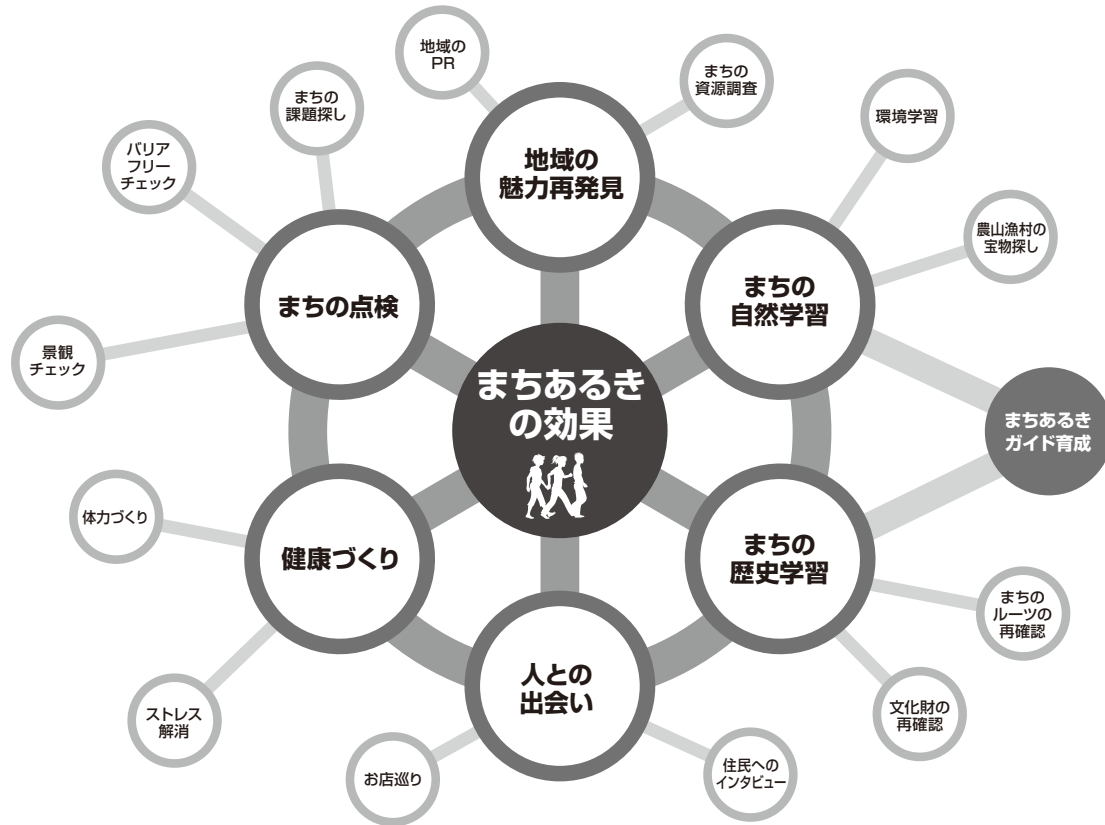


江戸時代の町割り

現在の市街地地図

20

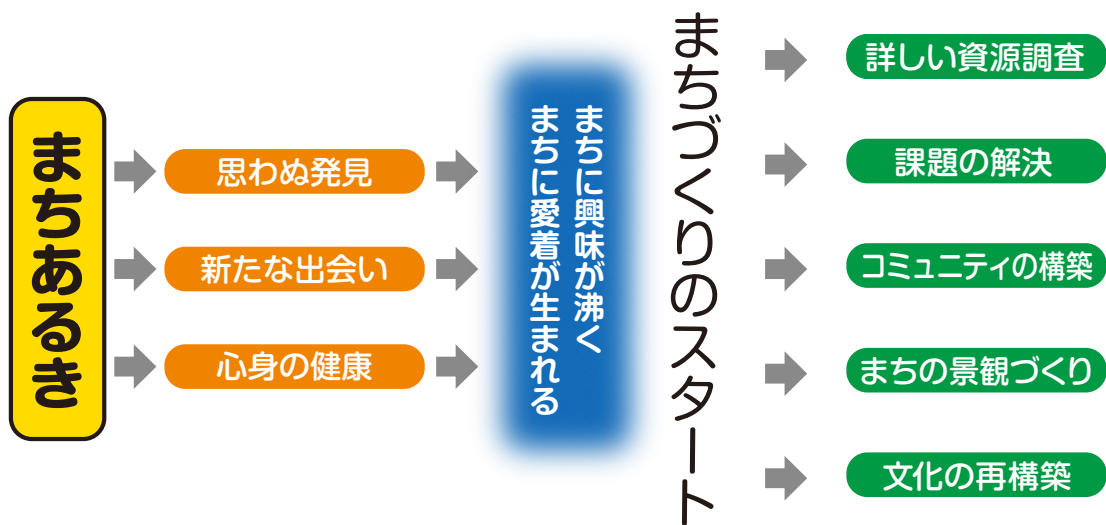
人材発掘に役立つ「まちあるき」の有効性



21

まちあるきとまちづくりの関係

まちあるきはまちに関心を持っていただくためのツール



22

田麦山に夢と誇りをつくる500人プロジェクト
田麦山復興デザイン 策定事業

資源調査

田麦山のまちあるきワークショップ

参加者大募集

6月4日(土)
9:30~15:45

集合場所: 田麦山公民館
参加費: 無料 ※終了後の大懇親会は1,000円です。

昼食は、田麦山の家庭料理をそれぞれ一品持ち寄り!
楽しい、美味しい食の資源調査です!

〈当日の予定〉	PROGRAM
09:00	受付開始
09:30	オープニング
10:00	まちあるきスタート
12:00	田麦山の「食」を味わう昼食会
13:00	宝物(資源)のマップづくり
15:00	グループ発表
15:30	クローゼィング
15:45	終了
16:30	田麦山大懇親会 (会費: 1,000円)

田麦山復興デザイン 策定事業を進めている田麦山連絡会では、現在3つのグループに分かれて地域資源調査を行っています(自然資源、文化歴史資源、食資源)。その現地調査を兼ねて、今回は田麦山地区内に4つのコースをつくりました。参加者はそのいずれかのコースを歩いて宝物探しを行います。お昼は田麦山の各家庭で作られた品料理を美味しくいただき、午後からは田麦山の宝物資源マップをつくります。初夏の爽やかな一日、みんなで楽しく過ごしましょう。どうぞ、ふるってご参加下さい。終了後は、大懇親会もありますよ~!

主催: 田麦山地区連絡会
お問い合わせ先・参加申込先: 以下のいずれかにご連絡下さい。
①TEL 0258-89-3753 (会長、内山敏夫)
②TEL 0258-89-2990 (山の暮らし再生機構 川口セラライト)
MAIL michiyasu_nakabayashi@yamanokurashi.jp
※担当: 星野、中林

地域資源調査はまちあるきをし、楽しみながら行うことが大切です。
まちづくりの種は観光資源にとどまらず、人材や技術、方言、地名、風習など多岐に及んでいますので、できる限り、地域内外の方が一緒に歩いて調べることが成功のポイントです。

地域内で次の担い手をどう育てるか

地域内の 全住民アンケートを 実施して住民の意向を知る



全国各地で
実施され始めた
全住民アンケートが
効果的です。

2. 住民の意識 (その1)

Q. 地域の活動に関心はありますか？

関心はあるが積極的に参加していないが約4割

女性は男性よりもこの割合が高い。

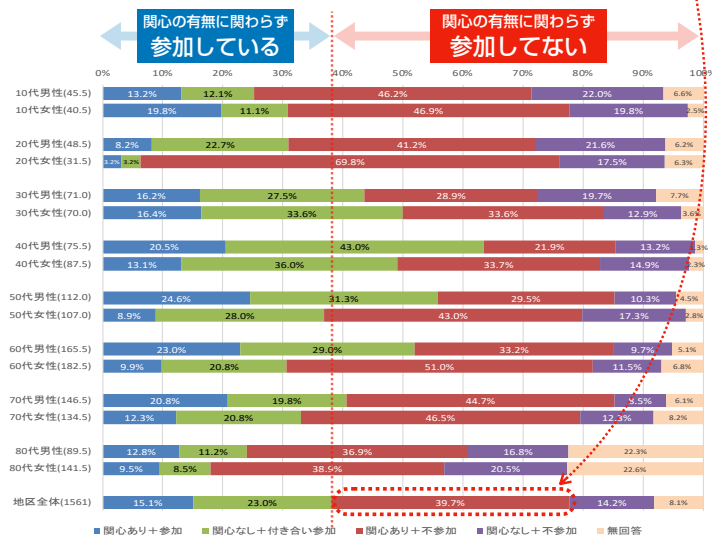


図 年代別・男女別の地域活動への関心

※年代・性別ごとの回答割合(回答数÷回答総数)を算出して比較。
※括弧内の数字は年代・性別ごとの回答者数。性別未回答者の回答は男女にそれぞれ0.5人ずつ按分して集計。
小数点以下の数値はこの按分値。

地域活動に参加していないのは、
関心の無さが
主な理由ではない！

問題なのはやり方？

★既存のやり方を再点検し、**多様な地域活動への関わり方**を設けることで参加の可能性はあるのでは？

Q. 休日はいつですか？

20～50代は

土曜日が毎週休みなのは**3割**

日曜日が毎週休みなのは**6割**という結果

→ **20～50代は必ずしも週末は休みではない！**

★働いている世代の参加を求めるとすれば、**曜日設定の配慮**が必要。

2. 住民の意識 (その2)

Q. 女性・若者の声を反映する必要性は？

半数が「必要だと思う」と回答。

60~70代男性 (=役員世代) は7割が必要と回答
※「わからない」という回答は地域全体で約4割

女性・若者、そして役員世代も、みんなその気はある！

★声を反映させる機会の充足・工夫が求められている。

Q. まちづくり協議会の事業で知っているものは？

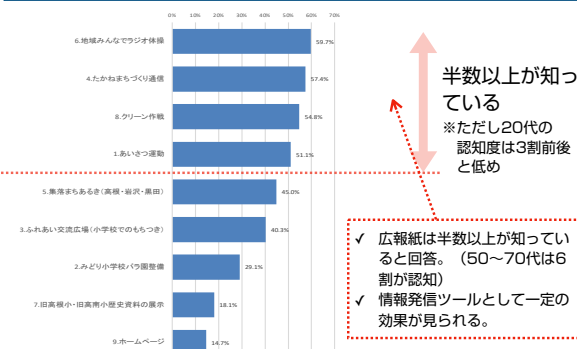


図 まちづくり協議会事業の認知度

※これらの設問は複数回答であるため、「回答数÷回答者総数」で回答割合を算出し、割合が高いものから順に並べている。

Q. やってみたい・協力できることは？

草刈り・河川清掃と消防・防災活動は2割以上の住民が協力できると回答。

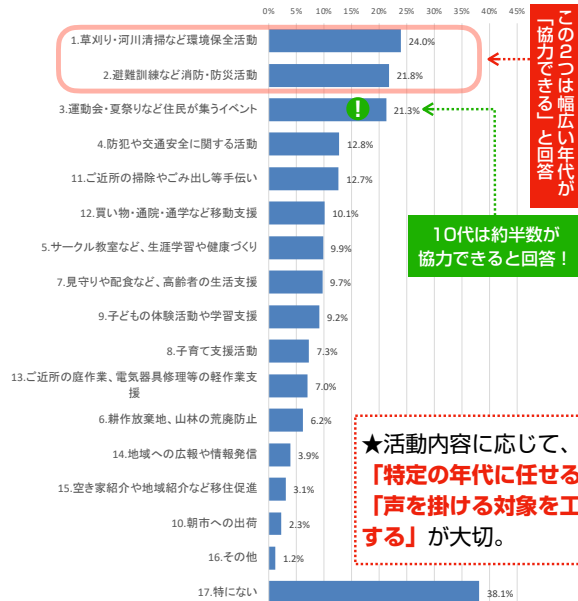


図 やってみたい・協力できること

★活動内容に応じて、「特定の年代に任せる」「声を掛ける対象を工夫する」が大切。

2. 住民の意識 (その3)

Q. この地域に住み続けたいと思いますか？

約6割が「住み続けたいと思う」と回答。

【注意】40代以下・50代女性の定住意向は平均以下

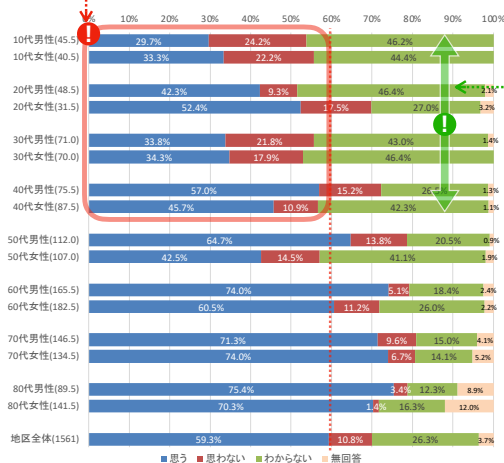


図 年代別・男女別の定住意向

Q. 自分の子どもにも住み続けてほしいですか？

住み続けてほしいと思うは4割以上。

【注意】30~40代は住み続けてほしいとは思わないの割合の方が高い！
50代以下のほとんどは住み続けてほしいが地区平均以下

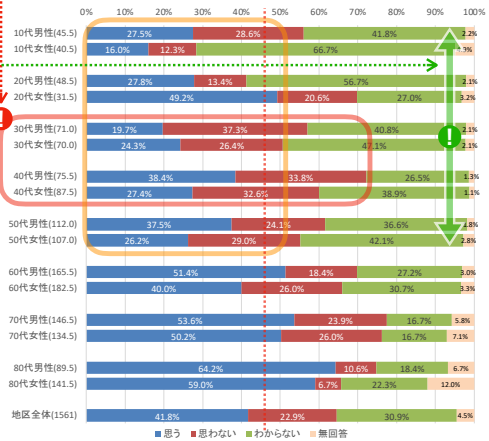


図 年代別・男女別の子どもへの定住希望

Q. あなたはこの地域に愛着がありますか？

6割が「愛着がある」と回答。

【注目】10~20代も5~7割が愛着があると回答。

【注意】30~50代は愛着があるという割合が平均よりも低い。(特に女性)

★10~20代の定住意向が低いのは、親世代(40~50代)の意向(子どもへの定住希望が低い)が影響している可能性がある。

★愛着があっても定住意向が低いのは、将来への安心感が足りていないことが要因？

地域内で次の担い手をどう育てるか

地域活動を 行事から事業へと 転換させる

29

地域ビジネス（コミュニティビジネス）を一言でいえば、

「地域社会のニーズを満たす有償の事業」

2000年の国民生活白書より

儲けること以上の喜びや満足感が得られる事業

地域の問題を解決したい、生きがいを持ちたい、など

地域が自立・継続するための資金循環を伴う事業

お金が地域内でぐるぐる回り、関わる住民が利益を得る仕組みを持つ

社会性よりも地域性を重視した事業

徹底的に地域にこだわって、地域資源の利活用をベースとする

30

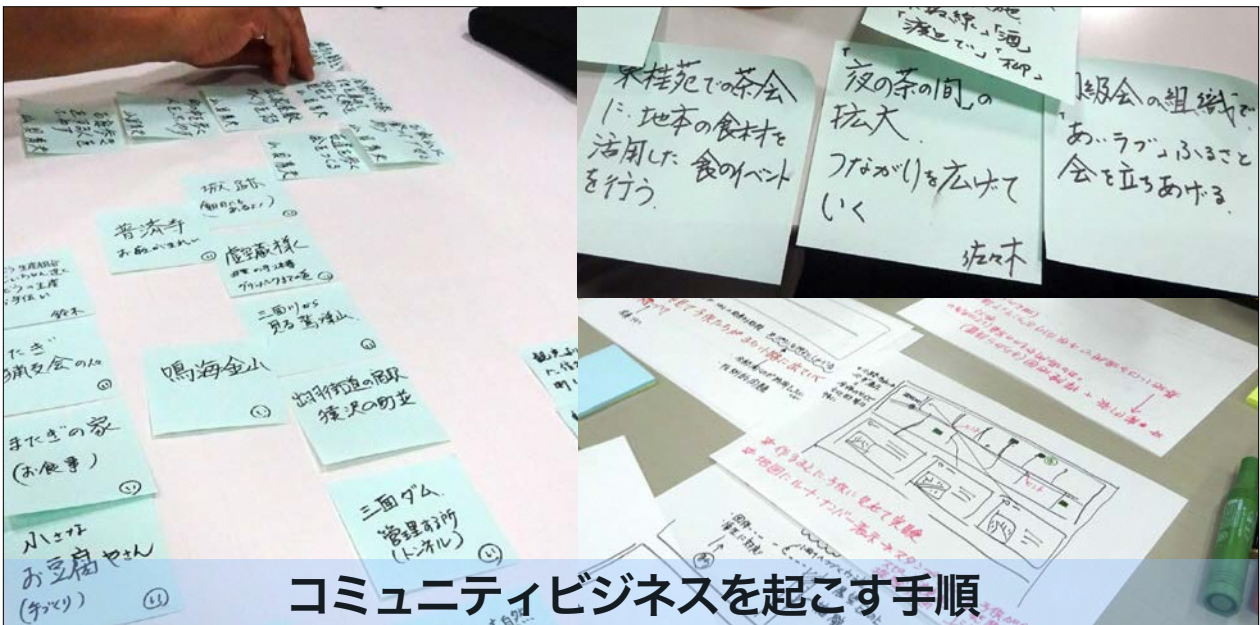
特に大切な視点

COMMUNITY から BUSINESS

を発想する事業だということ

ビジネスの発想が先にあり、事業展開の中で「どうコミュニティ（地域）と結びつけるか？」を考えるのではありません。

31



コミュニティビジネスを起こす手順

①地域資源を集める

事業化を進めるためには、その前段階で地域資源を数多く探して書き出しておくことが大事です。



②アイデアを生み出す

そこから複数の地域資源を組み合わせることで、オリジナルのアイデアをたくさん生み出します。



③事業計画を作成する

アイデアを基にして、いつ、誰が、どこで、どのような内容を、何のために行うかをまとめます。

32

この共同店で上がった利益は積み立てて...

集落に電気を引く

住民の足となるバスを購入して運行

子どもたちのための奨学金を造る

病気、災害などの見舞金を出す

住民ニーズを事業化する

など、集落の維持のために使われる



店には自然と集落の人が集まり懇談が始まる。店内は住民のコミュニケーション・情報収集の場にもなっている。

また災害時にも威力を発揮。

共同店は集落の共有財産 (=公)

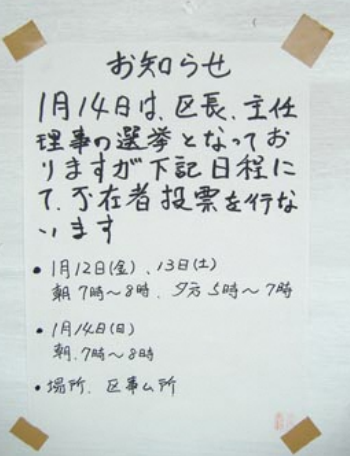
・・・公共ではなく公益を重視

共同店の店長は選挙で選ぶ！

店長には首長と同等の権威がある



奥共同店の初代店長「糸満盛邦」



お知らせ
 1月14日は、区長、主任理事の選挙となっておりますが下記日程にて、不在者投票を行います

- ・1月12日(金)、13日(土)
朝 7時～8時、夕方 5時～7時
- ・1月14日(日)
朝、7時～8時
- ・場所、区事公所



これからの地域づくり に必要なこと

37

沖縄のおばあに聞きました。

地域を持続させるコツは何？

あたいを持つ

自分の家の庭に小さな自給のための畑を持つ

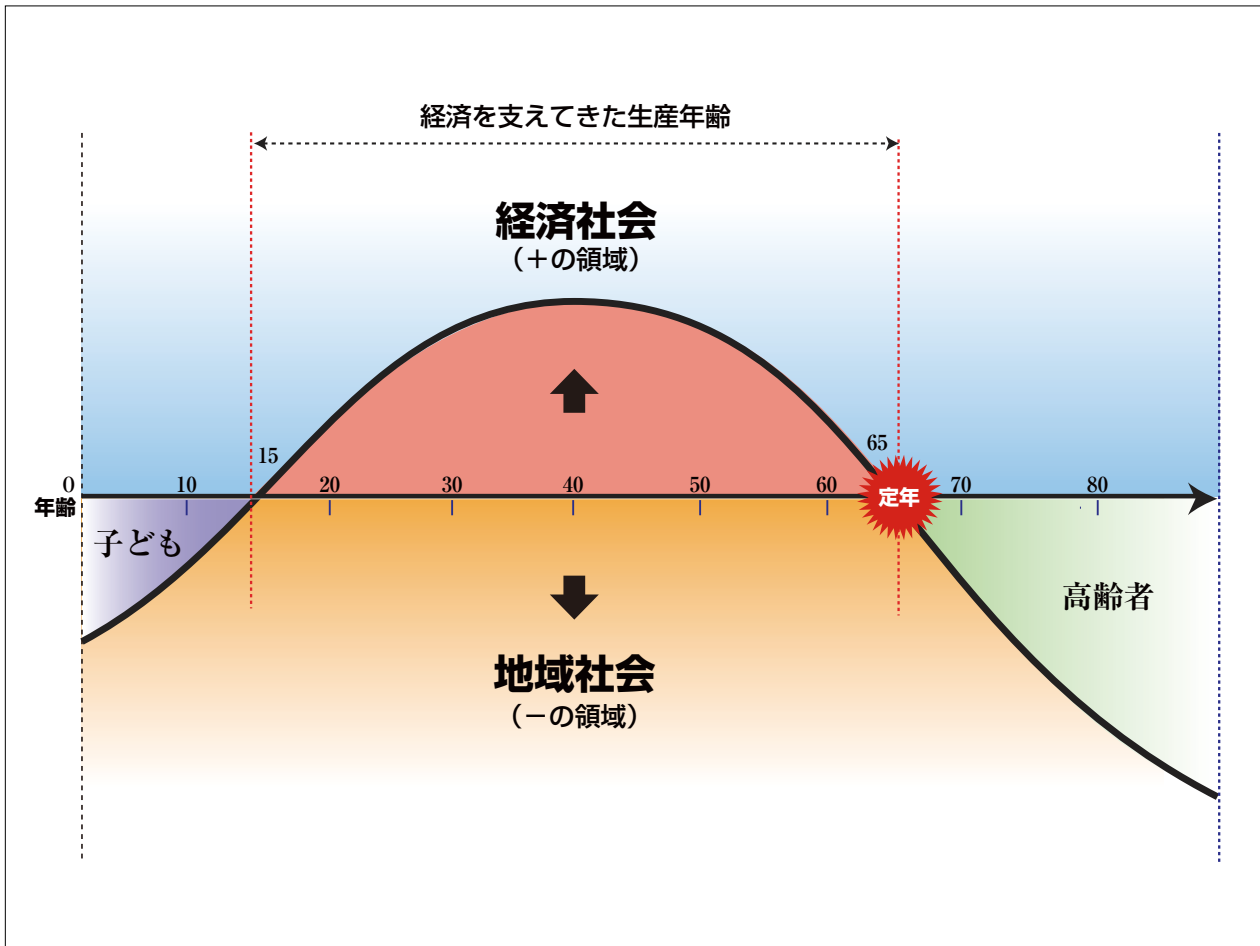
ゆんたくをする

仲間やご近所同士でおしゃべりをする

ゆいまーるをつくる

無償で労働力を順番に提供していく仕組みをつくる

38



39



40



最後までご静聴いただき、
ありがとうございました。