

Case1

[内山地区農業体験]

人口の維持だけでなく 地域に関わる人を増やす

今年6月、過疎化が進む須木・内山地区を活性化させようと、住民や出身者が、地域おこし団体「山びこの里実行委員会」を立ち上げました。6月15日には第1弾として市内中心部の中学生を招き、休耕田で田植えを実施。11月2日は第2弾として、稲刈りと掛け干しなどを行いました。山あい響く久しぶりの子供の声に、参加した住民らは「元気をもらった」と笑顔を見せていました。

内山地区は須木区の南東部、野尻町区の北に位置する地域。10月1日現在で91世帯193人が暮らしています。2013年には少子化に伴い、内山小・中学校が閉校。子どもの姿を見かけることも少なくなっています。「地域に子どもの声と活気を取り戻したかった」と話すのは、同実行委の上原勝委員長。同じ思いを持つ住民や出身者とともに、地域おこし団体の設立に踏み切りました。「地域の過疎化を止めることは難しいが、何もしないのはさみしい。内山地区に来てくれる、関わってくれる人を増やし、大切にしたい」と上原委員長は話しています。

その地域に住んでいる人、つまり「定住人口」だけでなく、その地域を訪れ、交流する「交流人口」にも目を向ける。地域単位で交流人口を増やす須木・内山地区の取り組みと情熱は、今後、人口対策のヒントになるかもしれません。

将来的には、内山小・中や空き家を活用して、人が集まる場所にしていきたいと、夢を描いています。



山びこの里
実行委員会
上原勝委員長



[特集2]

地方創生 Create

小林らしい「30年後も持続可能なまち」への挑戦

人口減少や少子高齢化が進み、「消滅の可能性」もささやかれる地方。

子育て、医療、雇用、地域経済振興など、

若い世代が夢や希望を実現できる

地域づくりが喫緊の課題となっています。

市では、国の「まち・ひと・しごと創生本部」の動きに対応し、

市役所組織の総力を上げて取り組むため、

11月19日、「小林市地方創生本部」を創設。

これまで進めてきた「協働のまちづくり」を柱に、

「30年後も持続可能なまち 小林市」を目指します。

今号では、今の小林市のうごきから、「地方創生」のヒントを探ります。

地方創生
Create



樹上完熟ミニトマトや完全無添加商品を製造・販売

OGAWA FARM
おがわひろみ
小川 紘未さん

持って行った野菜・加工品全て完売。多くの課題も見つかった霞マルシェ

「OGAWA FARM」の樹上完熟ミニトマト、小林産 100% 完全無添加で加工したドライフルーツやジャム・ソース類などを販売しました。商品は完売しましたが、「また食べたい」と思ってもらえるような、次につながる商品を作っていきたいです。また、消費者との対面販売ができたので、課題も多く見つかりました。もっと商品や小林の魅力を伝えるために、スキルアップしていきたいですね。



須木の農産物を使った加工品を製造・販売

(有)すき特産 営業課長
ひらかわひさし
平川 悠さん

柚子や栗の加工品に手ごたえ。次は、会社のPRにも力を入れたい

キッチンカーで、回転焼きの「栗くり焼き」、物産販売では、柚子や栗の加工品を販売しました。中でも柚子の果皮を糖蜜で煮込み、酸味をつけた「ゆずスッパイチップス」は売れ行きが好調。マルシェ後には、会社に問い合わせがありました。しかしマルシェでは、商品のPRはできたものの、須木や会社自体のPRはできませんでした。今度は、そこをどうやってクリアしていくかが課題です。



霞が関ビル2階ロビーには、物産販売ブースやチョウザメ水槽、テラスにはキッチンカーを設け、特産品や、小林市のPRを行った「霞マルシェ」



【霞マルシェ 2014】

Case 2

認知度アップと魅力を売り込む。ANA総研と提携し東京で物産販売

移住対策や交流人口の増加を狙う上で必要なことのひとつが、全国の人に「小林市」を知ってもらうこと。あわせて全国でも通用する小林市産の商品や魅力を再発見し、売れる形に再構築することが必要です。ここでは10月、東京都心の霞が関ビルで開催された企業内マルシェ（市場）の様相を紹介します。

都心の消費者に認められた小林市の特産品

ロビーで販売した物産品は、用意したものがほぼ全て完売。テラスのキッチンカーで販売したチョウザメ料理、栗入り回転焼きも早々に売り切れ。急ぎよ追加で発注した「チーズ饅頭」400個は、40分で完売するほどの大盛況！

市では小林商工会議所、チョウザメ普及促進協議会、農家や料理店などと協力し、10月22日〜24日、霞が関ビルディング（東京・千代田区）で開催された「霞マルシェ」に参加しました。全57種に及ぶ商品はほぼ売り切れるなど、予想を上回る販売高となりました。

特産品販売から、小林市の魅力PRに

市では、今年8月にANAグループの研究機関（株）ANA総合研究所（以下「ANA総研」と「地域活性化のための地域協働連携協定」を締結し、シティセー

ルス事業を展開しています（ふるさと財団の助成金を活用）。「霞マルシェ」への出展も、この事業の一環で行われました。大都市圏のビルやオフィス内に物産展を設ける「企業内マルシェ」は、ANA総研が地方と提携して進めている取り組みです。ANA総研は、地域活性化を国内線の航空需要につなげ、地方は都市圏の認知度アップと特産品のPRを狙っています。「特産品を売るだけでなく、地域の魅力をア

ピールし、地域そのものに興味を持ってもらうことが大切です。そう話すのは、月に5日間、市に派遣されているANA総研の研究者池野香織さん。「『小林市』という場所を知ってもらうことで、旅行、ふるさと納税や移住などの選択肢に入ってくる」と市の認知度を上げる重要性を訴えます。あらゆる商品の魅力を実証できた霞マルシェ。今後は、それらを糸口に「小林市」をどう売り込んでいくかが課題と言えます。

Interview

マルシェで感じた小林市の可能性と課題

霞マルシェは、スタッフや関係者の努力もあり、大成功に終わったと思います。そして都心の消費者と直接コミュニケーションが取れるのもマルシェの特徴なので、接客を通して、今まで知らなかった小林市の魅力に気づいたり、課題が見つかり、次にもつながったと思います。わたしが感じた課題の一つは「商品を通して小林市の魅力をもっと説明できるようなこと」。市民の皆さんが小林市のさまざまな魅力を説明できるようにになると、より宣伝力も増すと思います。

市民の皆さんと一緒に、小林市の魅力を探し、認知度アップの取り組みを進めていきます。



ANA総合研究所
研究員 池野 香織さん

Hot Selling

今回売り込んだ商品を一部紹介します



宮崎和牛ジャーキー
宮崎和牛で作った最高級のビーフジャーキーで畜産のまちをPR



チーズ饅頭
おみやげの定番、小林発祥の銘菓「チーズ饅頭」



小林産チョウザメ
チョウザメ料理のほか、物産ブースにはチョウザメの水槽も設置。



小林市の物産販売ブース

Case 4

[ふるさと納税]

財源確保と魅力を発信。 ふるさと納税で小林ファン開拓へ

「牛一頭分の肉」、「田んぼ一反分のお米」、「温泉旅行」…。全国各地の、ユニークで豪華な謝礼品で話題となっている「ふるさと納税（寄附）」制度。今年度は、各地の自治体で過去最多額に達する勢いで増えています。財源の確保と特産品のPRにつながる重要な制度として、市でも官民協働で取り組んでいます。



現在、職員ボランティアによる手づくりのポスター、チラシを制作中。画像は案のものです

「ふるさと納税」とは、出身地や応援したい自治体に寄附をすると、住民税と所得税が軽減される制度。また、寄附をした人に、謝礼品を贈るのも特徴。財源の確保だけでなく、地場産品のPRや生産者の売上向上にもつながります。寄附する人にとっても、負担以上の価値ある謝礼がもらえるということであれば、「お買い得」ということになります。

市では今年、この制度に課を越えて横断的に取り組みようと、8課9人からなるプロジェクトチームを発足。制度のリニューアルを

8課9人のPT発足 制度をリニューアル

「ふるさと納税」とは、

豊富な特産品をPRし 小林ファンの獲得へ

検討してきました。

今年度は、10月末日の時点で前年度の約5.6倍の寄附がありました。リピーターの寄附者も増えており、ブームという背景はあるものの、一定の成果は表れています。現在、市では自慢の特産品をアピールし、まずは「小林市を全国の人に知ってもらうこと」を重点に置いて事業を進めています。今後は、変化する消費者行動に対応しながら、小林市のあらゆる魅力を全国に発信し、さらなる地域経済への波及効果を生む、ふるさと納税制度を設計していきます。

Interview

大好きな小林の未来ために、チーム一丸となって頑張ります。



ふるさと納税 プロジェクトチーム チームリーダー 佐藤友和主幹（総務課）



Case 3

[女性の活力推進]

女性を中心とした生産者らの 新たなつながりが新しい価値を創造

小林市の魅力をPRするだけでなく、新たな魅力を創造していくことも必要です。さまざまな専門分野を持つ市民がつながり、新しい価値を創造しようと邁進する人たちがいます。新商品や体験型ツアー開発に挑戦する女性34人からなる「女性の活力推進グループ」。ここでは、11月に開催されたフォーラムから、彼女たちの活動を紹介します。

フォーラムに250人 先進事例学び思い共有

11月11日、「しなやかな女性の活力推進フォーラム」あなたの踏み出す一歩が地域を元気にする！」が文化会館で開催されました。約250人が参加。講演やパネルディスカッションを通し、女性の活力を生かした地域活性化の可能性を探りました。



地域力創造アドバイザー小林祥子さんがコーディネーターを務めたパネルディスカッションには、基調講演の講師で、秋田県大館市の体験交流型直売所「陽気な母さんの店」代表の石垣一子さんに加え、梨農家小原みほさん（東方）、

野菜ソムリエ大角恭代さん（野尻町三ヶ野山）、が登壇し、意見を交わしました。市とともにフォーラムを主催した「女性の活力推進グループ」は、新商品の開発や、体験交流型プログラム（ツアー）開発など、さまざまな可能性に挑戦している女性34人のグループ。「菓子」、「漬物」、「総菜」、「ドライフルーツ」の4つのチームに分かれ、試作品づくりもしています。フォーラムでは、ロビーでマルシェを同時開催し、グループが開発したお菓子やコロッケなどの商品を初披露・販売しました。

商品開発4グループ 手掛けた商品を初披露

Interview

「いもっ娘」という総菜開発チームに所属しています。わたし自身、牛肉を気軽に食べてもらえる商品を作りたいと思っていました。もあり、試作させてもらったのは、小林産の京イモ、ゴボウと牛肉を使ったコロッケ。不安でしたが、初販売になんとか間に合い、良かったです。グループには、さまざまな得意分野を持つメンバーがいるので、刺激になり、達成感も得られ、自信につながります。一歩を踏み出すことの大切さを知る機会になりました。

グループの活動は、学ぶことが多く、刺激を受けています。POP広告づくりなど大変ですが、勉強になります。

女性の活力推進グループ いもっ娘（総菜開発チーム） 倉園 嘉枝子さん（畜産農家・焼肉店経営）



地方創生
Create



小林小まつりで「どんぐり細工」の講師として参加

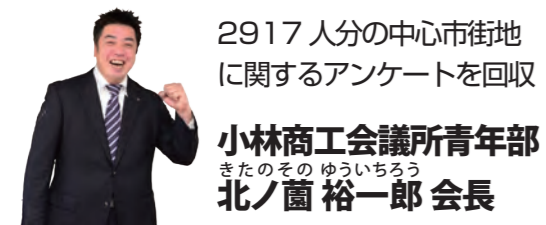
もとわき かおる
元脇 芳 さん

趣味のどんぐり細工で講師に。
子どもとの交流でこちらが元気になる

趣味でやっていたどんぐり細工ですが、今年は4校ほど講師として招かれました。教えていると、子どもたちが喜んでくれて、こちらにも元気をもらいます。子どもの中には、家に遊びに来てくれる子がいたり。子どもとの交流の場が、今では生きがいになっています。



11月中だけでも、多くの市民が講師や先生として教育の現場に参加しました。市民一人一人が持つ得意分野を、まちづくりに発揮することで、もっとすばらしいまちになるはず



2917人分の中心市街地に関するアンケートを回収

小林商工会議所青年部
きたのその ゆういちろう
北ノ菌 裕一郎 会長

市民の皆でつくる中心市街地に。
青年部も積極的に関わっていきたい

7月～9月、青年部の34人で手分けし、中心市街地に関するアンケート調査を行いました。周辺の人だけでなく、皆が使いたいと思う中心市街地を作っていきたくですね。そのためにも、一人一人が考えを出していくことが必要。自分も積極的に関わっていきたくですね。



してくれる人、市のホームページを閲覧する人、その他さまざまな人を交流人口として考えることができません。住んでいなくても、訪れることは少なくても、小林市を応援してくれる、気にかけてくれる、そんな人たちの増やすことから、一歩一歩確実に進めていくことが、今の小林市のスタイルです。霞マルシェや新たな魅力の創造も、ふるさと納税も「交流人口」を増やすための大切な一歩です。

**参画する人口を増やし
小林の未来を創生**
そして市が進めている「30年後も持続可能なまち」を実現するためには、「まちづくりに参画する人口」増加がカギになります。まちづくりは、難しいことではありません。ごみを分別する、元気にあいさつをする、交通ルールを守る、簡単なことから始めませんか。その一歩の積み重ねが、地方創生の力になります。

【協働のまちづくり】

Case 5

現住人口と交流人口だけじゃない。
まちづくりに参画する人口が創生のカギ

医療、福祉、子育て、経済対策など、人口減少対策のためにとらなければならない対策は多岐にわたります。現住人口を維持し、交流人口を増やすことが人口対策の基本です。さらに必要なのが「まちづくりに参画する人口」。小林市は「協働のまちづくり」を根幹に地方創生に挑みます。

定住人口の増加が困難
になりつつある地方

日本創成会議が公表した「消滅可能性都市」896自治体に、小林市もその名が上がりました。人口減少を防ぐためには、小林市に住む人「現住人口」を維持する対策が不可欠です。しかし、全国で、少子化や都市部への人口集中が進む中、地方の現住人口の増加は困難になっています。

訪れる、応援してくれる
人口を全国に増やす

そこで、訪れる（交流する）人「交流人口」を増やすことによって、地域の活力を高めていくことが必要です。観光、通学、通勤や農家民泊などの場を増やし、小林市の魅力を磨き、PRしていかねばなりません。しかし仮に、訪れるだけでなく、小林市に関わる人を「交流人口」とするのであれば、出身者、マルシェで小林の物産を買ってくれる人、ふるさと納税を

Interview

「地方創生」は、まず市民一人一人が、どうしていきたくか、何ができるかを考えることが重要です。そういった意味では、今、市が進めている「中心市街地活性化」はチャンスです。須木や野尻の人たちにとっても、関係のない場所ではありません。さまざまなアイデアを出して、全ての人々が活用できる中心市街地を作り上げてください。中心市街地活性化基本計画を策定している、まさにこの時に、市民一人一人が関わってほしいと思います。

中心市街地はまちのシンボル。このシンボルをいかに皆で作りに上げるかが重要です。



中央大学
総合政策部
細野 助博 教授

協働による中心市街地再生は、地方創生の好機

市役所も総力を挙げて
地方創生に挑みます

国と県の「まち・ひと・しごと創生本部」の動きに対応し、市役所組織総力を挙げて取り組むため、「小林市地方創生本部」を設置しました（本部長：市長、副本部長：副市長、本部長：全部長級）。また調査研究組織として、プロジェクト会議を設置。全職員のアイディアなどを議論し、多様な人口減少対策を検討します。11月19日には、第1回となる本部会議を開き、目標や施策の全体方針などを確認。小林市は官民パートナーズで、地方創生に市民総力で挑みます。



人口対策を検討する本部会議