

ソーシャル・キャピタルを活用した 地域活性化に関する報告書

～つながる絆パーティーの活動を基に～



平成22年3月

青森県ソーシャル・キャピタル研究会

目 次

第1章 ソーシャル・キャピタルとは	P 1
1 ソーシャル・キャピタルに関する研究	P 1
2 パットナムの研究	P 1
3 我が国におけるソーシャル・キャピタル検討の動き	P 2
4 都道府県別ソーシャル・キャピタル指数	P 4
第2章 絆で結ぶ地域がつながるモデル支援事業	P 5
1 民間活動組織の構築	P 5
2 民間活動組織の目標設定	P 6
3 目標実現に向けた取組	P 7
第3章 ソーシャル・キャピタルを活用した地域活性化	P 17
1 各プロジェクトの検証	P 17
2 各種助成制度	P 18
3 事務局（特定非営利活動法人NPO推進青森会議）からの助言等	P 19
第4章 青森県ソーシャル・キャピタル研究会	P 20
1 第1回ソーシャル・キャピタル研究会	P 20
2 第2回ソーシャル・キャピタル研究会	P 21
3 第3回ソーシャル・キャピタル研究会	P 22
4 第4回ソーシャル・キャピタル研究会	P 25
参考1 つながる絆パーティー会員名簿	P 28
参考2 青森県ソーシャル・キャピタル研究会委員名簿	P 29

第1章 ソーシャル・キャピタルとは

内閣府国民生活局では、平成14年度にソーシャル・キャピタルに関するそれまでの議論を整理するとともに、ソーシャル・キャピタルと市民活動との関係に焦点を当て、その関係の検証やソーシャル・キャピタルの定量的把握を試みる調査を行った（「ソーシャル・キャピタル：豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて」（以下「平成14年度内閣府調査」という。))。

1 ソーシャル・キャピタルに関する研究

ソーシャル・キャピタルという言葉を初めて使ったのは、アメリカのウエストヴァージニア州における農村学校の州教育長であるハニファン（L. J. Hanifan）であるとされているが、アメリカの政治学者パットナム（Robert. D. Putnam）の一連の研究が大きな契機となり、1990年代後半から海外の研究者の強い関心を集めることとなった。

研究者	年	概要
米国・教育学者 ハニファン (L. J. Hanifan)	1916年	善意、仲間意識、相互の共感、社会的交流などをソーシャル・キャピタルとし、学校へのコミュニティの関与が重要である理由を説明するために、その概念を用いた。
米国・ジャーナリスト ジェイコブズ (Jane Jacobs)	1961年	建築学、都市社会学的な視点から都市開発への問題を提起し、近代都市における隣人関係など社会的ネットワークを「ソーシャル・キャピタル」と表現し、その重要性を強調した。
米国・経済学者 ラウリー (Glenn Loury)	1977年	米国において白人と有色人種を比較した場合、白人の方が生まれた時点においてすでに人的資本獲得に有利な環境にあると指摘し、このような利点をソーシャル・キャピタルとした。
仏国・社会学者 ブルデュー (Pierre Bourdieu)	1986年	人間の日常的、現実的なコミュニケーション活動に着目し、その円滑化のための資本として、ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）を定義した。当人になんらかの利益をもたらす形で社会化された人間関係の総体であり、例えば「人脈」や「コネ」、「顔の広さ」といったものと捉えることができる。
米国・社会学者 コールマン (James Coleman)	1988年	「ソーシャル・キャピタルとは社会構造のある局面から構成されるものであり、その構造の中に含まれている個人に対し、ある特定の行為（他人との協調行動）を促進するような機能をもっているもの」と定義した。

2 パットナムの研究

(1) 「Making Democracy Work（哲学する民主主義）」（1993年）

1970年代に実施された地方制度改革以降のイタリア20州の20年間にわたる州政府の制度パフォーマンスを調査し、優先投票の度合い、国民投票への参加度、新聞購読率、結社数の4つの指標から合成して作成された「市民共同体指数」を用いて、州ごとの市民度、すなわち市民共同体の度合いを測定し、この違いが制度のパフォーマンスの差となると分析した。

垂直的なネットワークに支配され、社会的信頼が低く、規則や無力感、疎外感に覆

われたイタリア南部では、制度の効率が悪く、腐敗も横行しているのに対し、水平的なネットワークが広がり、社会的信頼が高く、連帯・参加・統合の価値観が根付き、結社への参加も高いイタリア北部では、効果的な制度が存在することを分析した。

パトナムは本書において、ソーシャル・キャピタルを「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」と定義している。

(2) 「Bowling Alone (孤独なボウリング)」(2000年)

地域のボウリングクラブには加入せず、一人で黙々とボウリングをしている孤独なアメリカ人の姿を象徴として、アメリカにおけるソーシャル・キャピタルの衰退状況を分析した。

その結果、アメリカにおいては、政治・市民団体・宗教団体・組合・専門組織・非公式な社交などに対する市民の参加が減少していることが幅広く検証された。ソーシャル・キャピタル衰退の主な要因としては、テレビの台頭・女性の役割の変化(社会進出)・人々の地理的流動性の増加・ライフスタイルの変化・市民参加に関する価値観や行動の世代間変化などが指摘されている。

3 我が国におけるソーシャル・キャピタル検討の動き

平成14年度内閣府調査の他、我が国におけるソーシャル・キャピタル検討の動向は次のとおりである。

(1) 国における検討の動向

平成17年4月、地域再生法に基づく「地域再生基本方針」が閣議決定され、地域再生のためのひとづくり・人材ネットワークづくりの促進の中で、地域固有のソーシャル・キャピタルを活性化することが明記された。

2 地域再生のために政府が実施すべき施策に関する基本的な方針

1) 知恵と工夫の競争のサポート・促進

① 地域再生のためのひとづくり・人材ネットワークづくりの促進

…地域の担い手として、福祉、まちづくりなどの特定の目的で組織されたNPO等や、講、自治会といった古くから地域に存在する地縁的な組織を再活用するなど、地域固有の「ソーシャル・キャピタル」を活性化するとともに、…

また、平成19年11月に、地域活性化統合本部において、「地方再生戦略」が取りまとめられ、ソーシャル・キャピタルの充実に取り組むこととされた(平成20年12月改定)。

第3 地方都市、農山漁村及び基礎的条件の厳しい集落の地方再生の方向

1 地方都市

(2) 施策展開の方向

(多様な主体によるまちづくりの推進と地域コミュニティの再生)

…地域活性化の担い手となる幅広い人材育成に資するため、戦略的な大学間連携及び産学官連

携を進め、大学等が有する人的・知的資源の有効活用を図るほか、地域コミュニティの再生等を目指した地域の担い手ネットワーク（ソーシャル・キャピタル）の充実等に取り組む。

2 農山漁村

(2) 施策展開の方向

（次世代の人材の育成を担う地域コミュニティの再生）

…農山漁村集落の地域コミュニティの再生等を図り、地域の活性化を進めるには、何といても人が重要であり、地域の農業者だけでなく、一般住民や外部の専門家等も含む「新たなネットワークの形成」が重要である。このことを踏まえ、地域の担い手ネットワーク（ソーシャル・キャピタル）の充実やコミュニティ・リーダーの育成に取り組む中で、高齢者を見守るネットワークづくりや次世代を担う人材を地域が育成していける環境づくりを進める。

第4 平成21年度における課題分野別施策の展開

2 地域生活基盤の確保

(5) コミュニティ機能の再生

ア コミュニティ機能の再生

多様な主体の協働による地域コミュニティ機能の再生を図り、豊かなソーシャル・キャピタルに支えられた地域再生を進めるため、地域コミュニティの担い手となる人材の育成を促進するとともに、NPO等と地方公共団体との協働事業に対する支援、多様な民間主体等が協働する「新たな公」による地域づくりに対する支援、コミュニティビジネスのための事業環境の整備、…等を行う。

(2) 地方公共団体における検討の動向

北海道、千葉県、滋賀県、鹿児島県、福井県等の地方公共団体において、ソーシャル・キャピタルについて検討、関連施策・事業を実施している。

北海道	平成18年2月にアカデミー政策研究チームが「ソーシャルキャピタルの醸成と地域力の向上」を取りまとめ。コミュニティ機能の再生、住民自治の確立、「新しい公共」の形成等を背景として、これからの地域社会にはソーシャルキャピタルと地域力という考え方が必要として、関連施策・事業を提案。
千葉県	平成18年3月に策定した県の中長期の基本方針「あすのちばを拓く10のちから（改訂版）」や、その具体的行動指針「千葉新産業振興戦略」等において、ソーシャル・キャピタルの概念を導入。関連施策・事業を実施。
滋賀県	平成18年3月に策定した「しがの農業・水産新戦略プラン」において、目標として「農村における人とひととの絆（ソーシャル・キャピタル）の向上を目指す」ことを掲げ、関連施策・事業を実施。
鹿児島県	平成20年12月に共生・協働型地域コミュニティのあり方に関する研究会が「共生・協働の地域社会と自治の充実をめざして」を取りまとめ。新たな社会資本として「関係資本」、「文化資本」とソーシャル・キャピタルを関連づけて、目指すべき地域社会としている。
福井県	平成21年3月に「ふくい2030年の姿」検討会が「ふくい2030年の姿・II」を取りまとめ。個人の暮らしに着目した指標だけではなく、地域の信頼関係や規範、ネットワークなどソーシャル・キャピタル（社会関係資本）の視点を取り入れて、自分の住む地域のことを考えることが必要であるとしている。

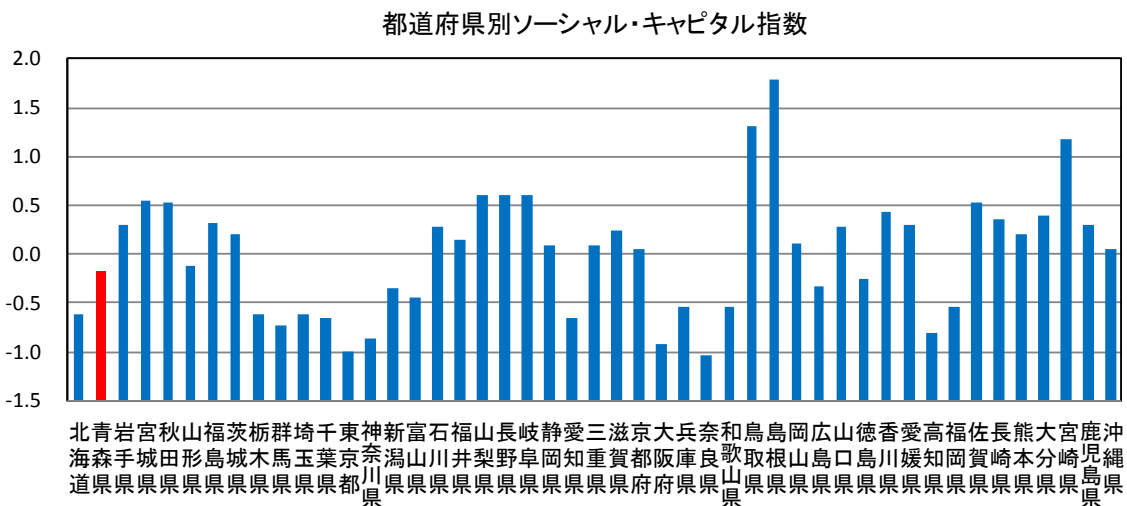
4 都道府県別ソーシャル・キャピタル指数

平成14年度内閣府調査では、アンケート調査結果を基に、ソーシャル・キャピタルの3つの構成要素「①つきあい・交流」、「②信頼」、「③社会参加」を指数化し、都道府県別の統合指数を算出している。

その結果、上位は島根県1.79、鳥取県1.31、宮崎県1.17、下位は奈良県 -1.03、東京都 -1.00、大阪府 -0.93となっており、概ね大都市部において値が相対的に低く、地方部の値が相対的に高い傾向にある。本県は、-0.17で29位となっている。

構成要素別に本県の順位を見ると、「①つきあい・交流」では17位、その中でも「親戚とのつきあいの頻度」は5位、「②信頼」では19位、その中でも「親戚への信頼度」は2位となっているのに対し、「③社会参加」（ボランティア、市民活動への参加状況等）では42位となっている。

さらに、ソーシャル・キャピタルの試算値を用いて、国民生活等にかかわる指標について分析しており、それによると、ソーシャル・キャピタルが豊かな地域ほど、失業率や犯罪率は低く、出生率は高く、平均余命が長い結果となっている。



参考文献

内閣府国民生活局「ソーシャル・キャピタル：豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて」（平成15年8月）
 農林水産省農村振興局「ソーシャル・キャピタルをめぐる内外の動き」（平成18年12月）
 大阪大学大学院国際公共政策研究科NPO研究情報センター「日本のソーシャル・キャピタル」（平成17年3月）

第2章 絆で結ぶ地域がつながるモデル支援事業

人と人とのつながりや絆、いわゆるソーシャル・キャピタルの概念を、製造業や商業、サービス業の割合が相対的に低く、雇用の場が不足していることが最大の課題とされる西北地域に導入して、西北地域における特産品の開発を目指そうというのが、平成20～21年度青森県基本計画推進重点事業「絆で結ぶ地域がつながるモデル支援事業」（以下「絆事業」という。）である。絆事業は、特定非営利活動法人NPO推進青森会議（以下「事務局」という。）に委託して実施した。

1 民間活動組織の構築

県が事務局に委託したのは、第1点として、「西北地域活性化に向け連携・協働していくための運動体を構築すること」である。

事務局では、西北地域で地域活動を実践している数名に、絆事業の目的及び概要を説明し、賛同を得る。更に、彼らの知人・友人に働きかけてもらい、その輪を広げていった。また、県の出先機関である西北地域県民局地域連携部の協力も得ながら、結果として16名から成る民間活動組織を構築した。



【ポイント1】

- ① 絆事業は、人と人とのつながりや絆を基本とすることから、従来型の県が民間活動組織の参加メンバーを募る、あるいは委嘱するという手法ではなく、その人的ネットワークに着目し、事務局に運動体の構築を委託した。
- ② このため、構成メンバーは、農業者、主婦、書家、税理士、印刷業、公務員など多種多様な職業の方で、地域活動の内容も異なり、今回初めて顔を合わせる方も多かった。
- ③ 実際にメンバーの参加動機も、「面白そうだった。」、「やりたい事は一杯あったので、この機会を利用しようと思った。」という積極派から、「何をやるのか意味が分からなかったが、知り合いに誘われたから。」という消極派まで、様々であった。

2 民間活動組織の目標設定

県が事務局に委託したのは、第2点として、「地域活性化のための目標設定（例えばお土産の開発など）を行うこと」である。非常におおまかな委託内容であるが、県の意図するところは、行政の観光担当部局や民間団体等で既に手掛けている「観光商品の開発」ではなく、本章冒頭で西北地域の課題に触れたとおり、製造業すなわち「ものづくり」を意識した取組であり、その旨事務局に依頼した。

民間活動組織は、平成20年5月1日の第1回から8月26日の第5回まで設立準備会を開催し、絆事業に対する認識の共有化、目標設定に対する意見交換などを行った。設立準備会の運営・進行等は事務局に一任し、県はオブザーバーとして3度出席したが、発言は差し控えた。ただし、県と事務局は、随時、今後の進め方について打合せ、確認を行った。

その結果、8月26日の第5回設立準備会において、民間活動組織の名称を「つながる絆パーティー」とすることとし、引き続き設立総会を開催、役員（代表・幹事長・幹事）の選任を行った。

【ポイント2】

メンバーからは当初、オブザーバーに徹する県の姿勢に対し、不満の声も聞こえたが、事務局から「やる気のある人に（一定の枠の範囲内で）やりたい事を任せるという県としてはユニークな事業」と説明。結果的には「メンバーが県の顔色を気にせず進めることができ良かった。」と意識にも変化が見られた。以下はメンバーの声である。

- 誘われて途中から参加したメンバーの中には、取組の趣旨や目的を把握できず、県から「やらされている」と感じる人もいた。
- 最初は、県から「やらされている」と感じたが、メンバーとの懇親を深めることで、県とは別に、自分たちでやりたいことを見つけられそうと思った。
- 県が何らかの成果を求めるのは当然なので、その意味では県を意識した。ただ、自由にやらせてもらった感じがする。
- 事務局が「失敗も経験・結果だから」と言ってくれたので、県の存在は気にならなかった。
- 県の人たちは気になったが、県自体がどうこうということはない。ただ、県直営だったらこのようにならなかったのではないかと思う。
- 県が気にならなかった訳ではないが、成果を出すことは意識した。

9月21日には、農産物の生産現場の課題や現状を知ること、消費者の視点を生産者にも知ってもらうことを目的に、「鶴田町みどりの会」との交流会を開催、10月上旬からは、ものづくりプロジェクト企画提案の募集を開始した。

10月30日に開催されたつながる絆パーティー全体会議において、それまでの意見を集約し、①五所川原駅前販売プロジェクト、②津鉄沿線地域資源活用プロジェクト、③農産物加工販売プロジェクトの3つを目標とすることとし、平成20年度は、③の農産物加工販売プロジェクトについては、時期的に適当な農作物がなく、取りかかれないため、①と②を中心に活動を行うこととした。



【ポイント3】

メンバーのやりたい事、絆事業へのイメージが多様で、民間活動組織が正式に設立されるまで、4カ月間を要した。県としては、絆事業の進捗状況に危惧もしたが、事務局は、「全員が同じ方向を向いて進むには時間がかかる。強制ではなく、自発的にやろうという気にならなければ長続きしない。」として、時間をかけて気持ちの醸成を図った。以下はメンバーの声である。

- 会議（準備会）を重ねるごとに、今日こそは組織の名称を決めようと考えていたが、事務局から「シナリオの無い取組なので、皆が納得した状態で進めよう。」と言われ、急いで決める必要が無いことに気づき、安心して焦らず進められた。
- 組織の名称を決めるにしても目標が決まらなると進まない。何を目的とする会なのか分からないという声もあり、名称が決まらないのも仕方が無いと思った。
- いろいろな人が集まっているのだから、皆が何かをやらなければいけない、何かをやるという雰囲気になるまで時間をかけて良かった。
- つながっていくためには、何かを一緒にやるのが近道である。何かをやる、やろうという一言が重要で、やったことがつながった。
- 意識の乖離のある人もいたが、ピントが合う瞬間がようやく訪れて、組織の名称も皆が納得して決まった感がある。「つながる絆パーティー」はいい名称、楽しそうな雰囲気が伝わる。いい名前に決まって良かった。

3 目標実現に向けた取組

3つの目標が正式に決まったのは10月30日に開催されたつながる絆パーティー全体会議であるが、それまでの5回の準備会でもやりたい事の話し合いはなされていたこと、プロジェクトごとに参加したいメンバーが適宜集まり内容を検討することとしたことで、以降の取組は急速に進んだ。

【ポイント4】

目標実現に向けて、事務局からメンバーに次のとおりアドバイスがあった。

- 一般的なプロジェクトの進め方として、まず、中身、内容を検討し、体制、組織、資金を考える。必要に応じてアドバイスをしてくれる方に入ってもらうが、専門家のアドバイスが必要な場合には、県にも相談できる。
- 絆事業の中ではプロジェクトを進める予算はないが、助成金や補助金の申請は可能である。まず、やりたいことを固めなければ、申請はできないので、中身の議論から入ったほうがよい。

(1) 五所川原駅前販売プロジェクト

【平成20年度】

第1回会議 (11月7日)	事業内容の検討。 ①事業コンセプト、②販売場所、③事業（販売）開始時期、④販売商品、⑤実験販売、⑥資金調達方法
第2回会議 (11月18日)	事業内容の検討。 ①事業コンセプト、②販売商品（食材、ターゲット）、③組織形態（企業組合、LLC（合同会社）、NPO等）
第3回会議 (11月25日)	事業を実施する組織の形態について、メンバーである税理士を講師に勉強会を開催。
実験販売 (11月29日)	津軽鉄道サポーターズクラブ主催「津軽の魅力をかだるべえパーティー」に「長芋ロック汁」を試食として提供。
第4回会議 (12月15日)	津軽鉄道本社1階の賃貸借について検討。
賃貸借協議 (12月25日)	津軽鉄道本社1階の賃貸借について津軽鉄道に相談。
実験販売 (1月12日)	奥津軽地域着地型観光研究会主催のモデルツアーで「長芋ロック汁」を「津鉄汁」に改名し観光客に販売。
合同会議 (1月17日)	津軽鉄道本社1階の賃貸借について検討。 契約面積、契約主体等
実験販売 (2月15日)	県広報番組「絆で結ぶ、地域がつながる」の収録に合わせ、津軽五所川原駅で「津鉄汁」の実験販売を行う。

※合同会議：津鉄沿線地域資源活用プロジェクトチームとの合同会議

○五所川原駅前販売プロジェクト

五所川原駅前の活性化

課題

全国的に有名になった立佞武多ヤストーフ列車があり、季節的にはたくさんの観光客が訪れるにも関わらず、五所川原駅にはお土産を売る施設がなく、観光案内をする場所がない。

↓

- ・五所川原駅前、観光客に向けて地元の情報を発信する。
- ・厳選した地元の特徴ある商品を販売する。
- ・五所川原駅を利用する地域の人たちが気軽に立ち寄れる場所



【平成21年度】

コミュニティカフェ 「でる・そーれ」 オープン (4月18日)	津軽鉄道本社1階に、地域交流施設「あつまり場所サン・じゃらっと」オープン。同所に、コミュニティカフェ「でる・そーれ」オープン。 メニュー：津鉄汁300円、津鉄汁セット500円、津鉄茶漬け500円 ぼんじゅそば400円、ぼんじゅそばセット500円 石炭クッキー袋入り（60g）250円、Box入り（600円） など
第1回会議 (6月8日)	今後の方向性を検討。五所川原駅前販売プロジェクトチームが「でる・そーれ」に発展したという認識で一致。

【コミュニティカフェ「でる・そーれ」】



【津鉄汁】



【ぼんじゅそば】



【石炭クッキー】



【ポイント5】

- 津軽鉄道本社1階を賃借するに当たっては、長年、津軽鉄道を応援してきた津軽鉄道サポーターズクラブが間に入った。すなわち、津軽鉄道と津軽鉄道サポーターズクラブが賃貸借契約を交わし、地域交流施設「サン・じゃらっと」を開設。つながる絆パーティーは、その一画を津軽鉄道サポーターズクラブから借りて「でる・そーれ」を運営するとともに、「サン・じゃらっと」の管理を行うこととした。
- 津軽鉄道サポーターズクラブは、青森県社会福祉協議会を通じ、独立行政法人福祉医療機構の助成で地域交流施設「サン・じゃらっと」を整備した。

※「でる・そーれ」は、イタリア語で「太陽（の・のように）」という意味である。

※「サン・じゃらっと」は、英語の「サン（太陽）」と津軽弁「さんじゃらっと（少し・ちょっと）」の掛け詞である。

(2) 津鉄沿線地域資源活用プロジェクト

【平成20年度】

第1回会議 (11月10日)	事業内容の検討 試作品の内容について
第2回会議 (12月8日)	事業内容の検討 ①試作品の内容、②商品化に向けた開発費用
試作品披露 (12月11日)	県主催の「絆で結ぶ地域がつながるシンポジウム」会場に、「干し餅ストラップ」、「津鉄カレンダーの版画で作るエコバッグ」、「ひばの串で作る貯金箱」等の試作品を展示。
合同会議 (1月17日)	事業内容の検討 ①試作品（津鉄列車のプラモデル）の披露、②商品化の費用

○津鉄沿線地域資源活用プロジェクト
地域資源を活用した特産品の開発

試作中

- ①ひばチップで作るランブシェード
- ②ひばで作るマイ箸キッド
- ③ひばの串で作る貯金箱
- ④干し餅ストラップ
- ⑤津鉄カレンダーの版画で作るエコバッグ



【平成21年度】

第1回会議 (6月11日)	試作品の内容について ①駅名標（相馬呑気氏作成）の写真をプリントしたTシャツ ②津鉄マーク入りエコバッグ ③津鉄沿線風景画入り便箋
------------------	--

主な試作品の概要と課題等は次のとおりである。

試作品の名称	試作品の概要と課題等
津鉄駅名標入りTシャツ	<ul style="list-style-type: none"> ○ 駅名標の写真をTシャツにプリントし販売する。 ○ 既製のTシャツにアイロンプリントするのでは価値が下がる。 ○ 縫製加工業者に依頼すると、最低300枚（45万円）を買い取ることになるので、その資金をどうするか。
津鉄マーク入りエコバッグ	<ul style="list-style-type: none"> ○ 八百屋さんや酒屋さんが使用している前掛けの素材を使用。 ○ 素材の入手先、縫製のできる人探し、加工費。

(3) 農産物加工販売プロジェクト

【平成21年度】

第1回会議 (6月8日)	今後の方向性の検討 トマトと青森シャモロックのメニュー開発
原材料の調達等 (6～8月)	ハウストマト農家に完熟トマトの出荷を依頼 納品→加工→缶詰状態に保存
技術支援等 (9月)	(財) 21 あおもり産業総合支援センター応援コーディネーターの助言 品質管理、商品販売方法、PR方法等の検討
試食会の開催 (9～12月)	幼児、子ども、中高年、ベジタブル&フルーツマイスターを対象に計6回開催 対象により評価は様々
技術支援等 (12月)	パッケージのデザインについて助言
試作品の製作 (1月)	食品加工会社に試作品の製作を依頼
試食会の開催 (2月～)	開店1周年の平成22年4月18日デビューに向けて、試食会を開催。レトルトパック商品も開発中。

【ポイント6】

- ハウストマト農家とは、生産者と消費者の交流会を通して知り合い、完熟トマトについては、最初は断られたものの、再度の依頼で引き受けていただいた。
- (財) 21 あおもり産業総合支援センター応援コーディネーターの助言、仲立ちで、食品加工会社(平川市)の協力を得ることができた。
- 事務局の仲立ちで県内の(シニア)ベジタブル&フルーツマイスターの方々、国土交通省の事業の関係でグラフィックデザイナー(埼玉県上尾市)とのつながりもできた。

(4) つながる絆パーティー全体会議

【平成20年度】

第1回会議 (10月30日)	3つの目標を決定 ①五所川原駅前販売プロジェクト ②津鉄沿線地域資源活用プロジェクト ③農産物加工販売プロジェクト
第2回会議 (2月27日)	①各プロジェクトの進捗状況について報告、意見交換。 ②今後の取組について



- 五所川原駅前販売プロジェクト
- 津鉄沿線地域資源活用プロジェクト
- 農産物加工販売プロジェクト

【平成21年度】

<p>第1回会議 (7月22日)</p>	<p>各プロジェクトの取組状況と課題について報告、意見交換。 ①五所川原駅前販売プロジェクト 「サン・じゃらっと」を核に、拠点活用促進イベント事業と体験観光事業を行う。 ②津鉄沿線地域資源活用プロジェクト 駅名標Tシャツの開発は資金源と採算性がネックで断念。 ③農産物加工販売プロジェクト 完熟トマトと青森シャモロックのシチューの開発に取り組む。</p>
<p>第2回会議 (11月16日)</p>	<p>各プロジェクトの取組状況と課題について報告、意見交換。 (1) 五所川原駅前販売プロジェクト ①拠点活用促進イベント事業 「アテンダントと一緒に奥津軽を語ろう」開催 (10月17日) 「日曜午後の音楽会・ピアノとマリンバ演奏会」開催 (10月25日) ②体験観光事業 ・青空カフェ「赤〜いりんご収穫体験」実施 (9月20日) ・青空カフェ「スチューベン収穫体験」実施 (9月27日) ・青空カフェ「ふじのりんご収穫体験」実施 (11月15日) (2) 農産物加工販売プロジェクト 完熟トマトと青森シャモロックのシチューの試食会開催。</p>
<p>第3回会議 (2月20日)</p>	<p>(1) 各プロジェクトの取組状況について ① 拠点活用促進イベント事業 「キャラクター弁当作り講習会」開催 (11月26日) 「ブラックベリーでケーキ作りをしよう」開催 (1月14日) 「絵本で子育て」開催 (1月28日) 「食の未来を考えるトークショー」開催 (1月30日) ② 農産物加工販売プロジェクト 青森シャモロックとまとシチュー (仮称) 完成お披露目会 (2月12日) (2) 絆事業を振り返ってみての感想 (3) 絆パーティーの今後について ① 絆事業が終了しても活動は継続する。 ② メンバーの再構成、会則の作成を行い、より緩やかな組織を目指す。 ③ 事務局機能は一時的に「でる・そーれ」に置き、継続メンバーからは会費を徴収する。</p>

【ポイント7】

- 女性同士だと、馴れ合いがあったり、こんなことを言ったら傷付くかなと考えたり、意外と計算してしまうが、男の人には、しっかりした考えを聞いたり伝えたりできる。今では、男女を超えて絆ができあがっている。ただ、男性の役割はとても大きい。特に、会長（男性）が仲介役をしてくれるし、皆をまとめているので、好きなことができる。(メンバーの声)
- 五所川原駅前販売プロジェクトとして、①拠点活用促進イベント事業と②体験観光事業を進めるに当たっては、(財)青森県市町村振興協会の「地域づくり推進ソフト事業」の採択を受けて実施した。
- 農産物加工販売プロジェクトを進めるに当たっては、国土交通省の「半島らしい暮らし・産業創生調査」の採択を受けて実施した。

拠点活用促進イベント事業



【アテンダントと一緒に奥津軽を語ろう】



【ピアノとマリンバ演奏会】



【キャラ弁を作ってみよう「キャラクター弁当作り講習会」】

体験観光事業「青空カフェ」

今さんの箱
三浦さん
箱
三浦さん
箱
三浦さん
箱

青空カフェ
赤～いりんご収穫体験

日時 平成21年9月20日(日) 全日 09:00～12:00(受付開始)

参加費 1人500円

お楽しみ品
収穫体験のりんご1個
収穫体験のりんごジュース
収穫体験のりんごジュース
収穫体験のりんごジュース

お申し込み
TEL 0173-34-3971

今さんの箱
三浦さん
箱
三浦さん
箱
三浦さん
箱

青空カフェ
スチューベン収穫体験

日時 平成21年9月27日(日) 全日 09:00～12:00(受付開始)

参加費 1人500円

お楽しみ品
収穫体験のスチューベン1個
収穫体験のスチューベンジュース
収穫体験のスチューベンジュース
収穫体験のスチューベンジュース

お申し込み
TEL 0173-34-3971

今さんの箱
三浦さん
箱
三浦さん
箱
三浦さん
箱

青空カフェ
ふじのりんご収穫体験

日時 平成21年11月15日(日) 全日 09:00～12:00(受付開始)

参加費 1人500円

お楽しみ品
収穫体験のふじのりんご1個
収穫体験のふじのりんごジュース
収穫体験のふじのりんごジュース
収穫体験のふじのりんごジュース

お申し込み
TEL 0173-34-3971

贈答用木箱「奥津軽からのおすそわけ」

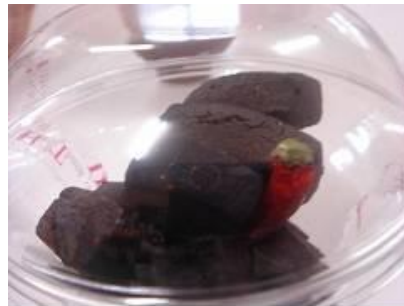


進化する石炭クッキー

【雪ふる石炭クッキー】



【燃える石炭クッキー】



「青森シャモロックとまとシチュー（仮称）完成お披露目会」



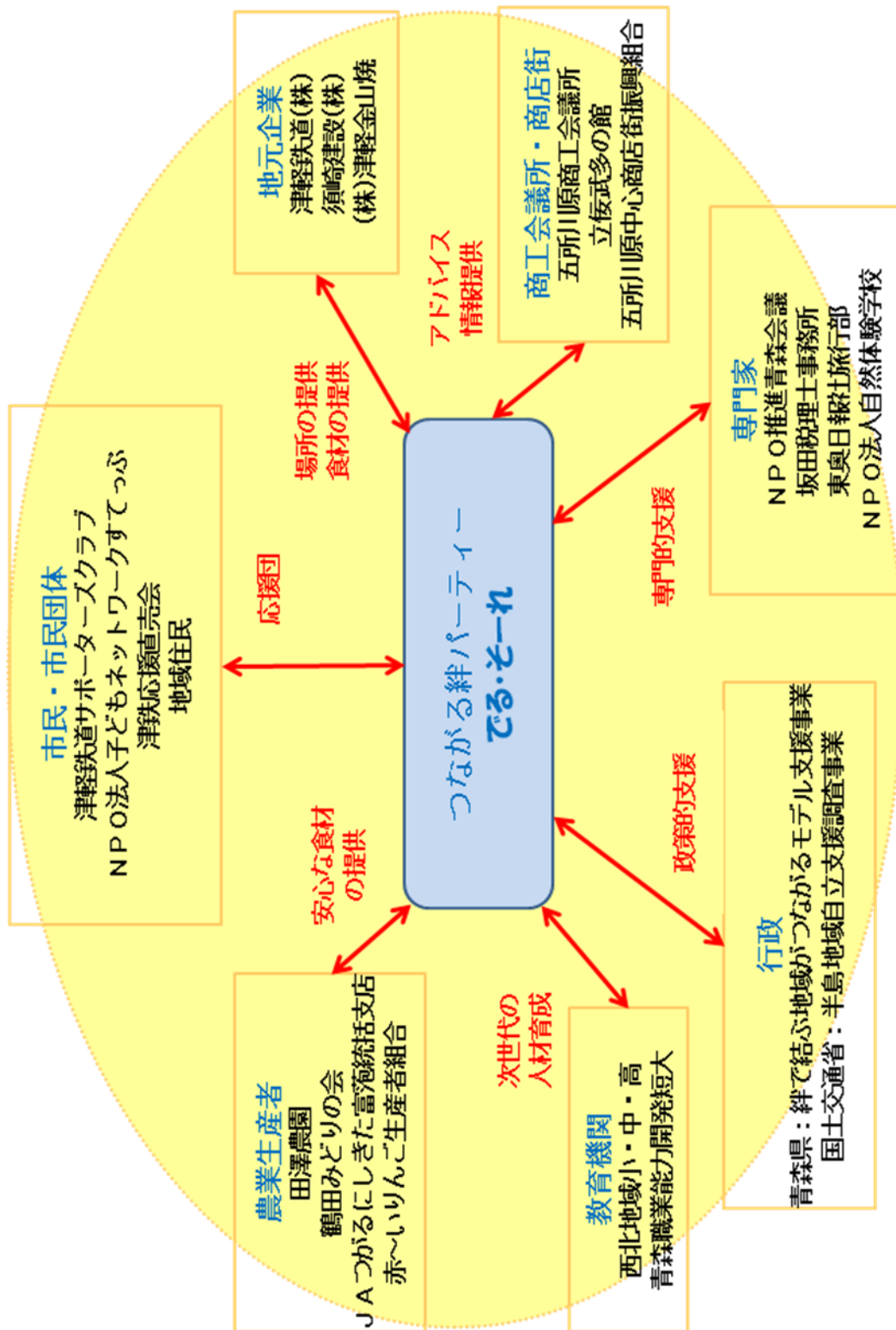
(5) その他つながる絆パーティーに関連した動き

東北ソーシャルビジネス推進協議会主催の「夢のソーシャルビジネスコンテスト」(平成21年3月3日)に、つながる絆パーティーが「五所川原駅前販売プロジェクト」で出場。これまでの取組と事業計画を発表し、審査員特別賞を受賞した。



また、平成22年3月4日に開催された「ソーシャルビジネス・メッセ～世界を変える70のストーリー」(ソーシャルビジネス推進イニシアティブ、経済産業省主催)の出展者に出展者を選出された。

つながる絆パーティー「つながりMAP」



第3章 ソーシャル・キャピタルを活用した地域活性化

第2章では、西北地域におけるつながる絆パーティーの活動経過から、時系列にポイントを挙げたが、本章では、活動全般を通して、ソーシャル・キャピタルを活用した地域活性化を図る際のポイント（成功例・失敗例）を整理することにより、県内各地域の取組の参考に供したい。

1 各プロジェクトの検証

(1) 五所川原駅前販売プロジェクト

五所川原駅前販売プロジェクトは、津鉄汁や石炭クッキーの商品化、コミュニティカフェ「でる・そーれ」の開店、地域交流施設「サン・じゃらっと」を核とした拠点活用促進イベント事業と体験観光事業の展開など、大きな成功例と言える。以下に、成功の要因と今後の課題を挙げる。

【成功の要因】

- ① メンバーに最初からやりたいことのイメージがあった。
- ② あおもり再チャレンジ学習支援協議会による再チャレンジ事業*による創業・起業のための下地があった。
- ③ 既存の民間団体「津鉄応援直売会」や農業生産者「鶴田町みどりの会」など多数の関係者との絆・信頼感を深め、つながりをもつことができた。
- ④ 青森県ソーシャル・キャピタル研究会（第4章参照）委員のアドバイス・協力により、贈答用木箱を生産することができた。
- ⑤ 自らの活動資金に各種助成金を充てることができた。

【今後の課題】

- ① 単なる試作品の開発にとどまらず、事業ベースに乗ったことから、事業の収益性が最大の課題である。
- ② 青森県ソーシャル・キャピタル研究会委員のアドバイスにもあるように、インターネットを活用したPR・販売などにも取り組んでいく必要がある。

※あおもり再チャレンジ学習支援協議会による再チャレンジ事業

青森県教育委員会では、平成19年度に文部科学省が進めていた「再チャレンジのための学習支援システムの構築」事業を受託。関係機関の協力を得て、「あおもり再チャレンジ学習支援協議会」を組織し、社会参加や就業・起業等に結びつける相談を行うとともに、キャリアアップに必要な学習機会を開発・提供するなど、再チャレンジに資する学習支援システムづくりに取り組んでいる。

平成19年9月から、障害者再チャレンジ支援事業や市町村の女性再チャレンジ講座などをスタートさせ、平成21年度は、事業名を「実践型学習支援システム構築事業」と改め、学習支援を行っている。

○あおもり再チャレンジサイト <http://alis.net.pref.aomori.jp/saichare/index.html>

(2) 津鉄沿線地域資源活用プロジェクト

津鉄沿線地域資源活用プロジェクトでは、ひばチップで作るランプシェード、ひばの串で作る貯金箱、津鉄列車のプラモデル、駅名標入りTシャツ、津鉄マーク入りエコバックなどの試作品の完成は見たものの、商品化には至らなかった。以下に、その要因と課題を挙げる。

【商品化に至らなかった要因と課題】

- ① 県からは「ものづくり」を意識した取組を求められるものの、メンバーにやりたいことのイメージが無く、やらされ感があり、受動的であった。
- ② 自らの活動資金の調達方法が見あたらず、リスクを負う可能性が大きかった。
- ③ ある程度のロットを生産しなければならず、採算性が見通しが立たなかった。

(3) 農産物加工販売プロジェクト

農産物加工販売プロジェクトは、平成21年度から具体的に開始し、完熟トマトのシャーベットや完熟トマトと青森シャモロックのシチューの開発に取り組んでいる（平成22年2月現在）。

自らの活動資金に国の助成金を充てることができ、農業生産者「鶴田町みどりの会」や（シニア）ベジタブル&フルーツマイスターとの絆・つながりを深めている。

2 各種助成制度

民間団体のプロジェクトの場合、活動のための資金源をどうするかが、課題の一つとなる。以下に、各種助成制度を紹介しているホームページを掲載するので、対象となる活動内容や申請時期を確認の上、活用されたい。

○青森県市町村振興協会「青森県地域振興支援ライブラリ」

<http://www.net.pref.aomori.jp/kassei/shien/index.html>

○八戸市ホームページ「助成金データベース」

<http://www.city.hachinohe.aomori.jp/index.cfm/9,25868,21,html>

○青森市ボランティアセンター「助成金情報」

<http://www.aomoricity-shakyo.or.jp/volunteer/keijiban/joseikin.html>

○日本財団公益コミュニティサイトCANPAN（カンパン）「助成制度一覧」

https://canpan.info/joseisystem_list_view.do

3 事務局（特定非営利活動法人NPO推進青森会議）からの助言等

- ① 県の事業に対して、個々のメンバーの間に混乱はあったと思うが、地域に対する想いがあり、かつ、事務局へ信頼のあるメンバーを入れたことで、安心感の中で刺激を受けながら活動が展開できたのではないかと。
- ② 実際に行動を起こす者、意見だけ言う者に分けられると、メンバーの中に距離感が生じる。
- ③ 公共財であり、地域の象徴である「津軽鉄道」というメンバーがイメージしやすいテーマを持ち出したことで一気に活動が展開した。
- ④ 課題や目的が明確でなければ、力は結集されにくく、つながりのスピードは遅い。
- ⑤ 五所川原駅前販売プロジェクトは、ベースとなっていた事業（女性の再チャレンジ講座）があったが、津鉄沿線地域資源活用プロジェクトは、ベースがないため、何をしてもよいかかわからないまま進められた。その結果メンバーの多くが受動的であった。（メンバーからは「どこまでやればいいのか」という発言があり、とりあえず何かを作ればよいというような雰囲気があった。）
- ⑥ 自然体験を通じて地域活性化を行っているNPOの理事長を招いて、ものづくりについてアドバイスをいただき、それを基に、ものづくりを始めたが、現場からは不満が出ていた。現場にアドバイザーを入れる時には、現場と専門家のコーディネート役（地元から信頼のある）が必要で、同時に、現場が本当に望んでいる専門家が入ることが重要である。
- ⑦ アイディアの提案のみで、資金面や具体的な進め方などについては人任せで、自らリスクを負わないといった姿勢では物事が前に進まない。
- ⑧ 具体的な活動に向け、行動するときには、リスクを負う覚悟が重要であり、関わろうとする人（協力者）は、そこを見極めている。
- ⑨ 信頼は、これまでの積み重ねが重要であり、短時間で無理やり築くことは困難。無理なつながりや信頼を築くことは地域のもともともっていた良さ、関係性を壊す。
- ⑩ メンバー間の信頼関係は、活動を通じて日々変化している。活動を通じて、相手を知り、本質が見えることで、信頼関係がより深まるケースもあれば、逆に、関係の見直しといったことも生じる。

第4章 青森県ソーシャル・キャピタル研究会

県では、学識経験者などで構成する「青森県ソーシャル・キャピタル研究会」を設置し、つながる絆パーティーの活動に対してサポートを行った。

1 第1回ソーシャル・キャピタル研究会（平成20年10月29日開催）

- 西北地域には立佞武多など優れた資源がたくさんあるが、それと五所川原という所のイメージがつながってこない。四国の松山では、「坂の上の雲」を中心にまちづくりを進めている。オートバイのナンバープレートを雲の形にしたり、まちを挙げて何かやっという動きがあるが、そういったものに発展して行って欲しい。
- 目に見える所からということで、プロジェクトはそれでやりつつも、目に見えない情報発信の部分は、やはり重要。津軽鉄道もそうだし、個々の所がやっている動きをもう少し束ねて発信して欲しい。
- 全体の取組、仕組みも意識しなければならない。ここでの1つの取組が次につながる絆というか、あり方を実感できるような納め方も意識しなければならない。つながる絆パーティーを基にもう少し広がり感のある事業になって欲しい。
- 組合せの妙というか、地域資源をいかに組み合わせるかというのが大事。何か新しいものを0から生み出すのではなく、地域の中にあるものから生み出していくことが大事。津鉄を突破口にしようとするなら、津鉄を中心に何か作ってあげれば良い。例えば、津鉄のレールを使って出刃包丁を作ってみるとか、そういう鉄つながりのものだとか、そんなものが目に見える形で出てきて欲しい。それぞれ持っている技術とか魅力があるので、それを上手く組み合わせるとのこと。そういった中でこういうイメージが固まってくる。
- ターゲットを明確にしていくことも大事。皆さんのアイデアがたくさん出てくる中で、それを誰にどう提供していくのかということ。規格外の野菜でも、誰に売っていくのか。県内の方、県外の方、それによって売り方も違ってくるし、見せ方も違ってくる。
- 五所川原も、例えばリンゴでやっていくにはリンゴの木をペレットにするのは技術的にはいろいろ問題があると思うが、それが可能になった時に、外の方にとってみても非常に分かりやすい。「青森でリンゴの木を使って、それが燃料になって、ストーブはそれを使って」と。「津軽鉄道の駅の待合室には、地元のリンゴの木から取れる燃料を使ったストーブが置いてあって」と。東京からでも大阪からでも電車ファンがやってきた時に、「実はこのストーブは」と、ストーブを主役にしてしまえばいい。「実はストーブも地元で造っている」というようになれば、皆が関わってくる。

2 第2回ソーシャル・キャピタル研究会（平成21年3月24日開催）

- ご当地もので食べ物であれば、売れる理由は2つ。1つは本当に美味しいこと。2つ目として健康に良いこと。この2つがないと、なかなか全国で広がらない。
- 未来は子どもだと思っているので、何か子どもと関連づけられるようなものが欲しい。今やっていることが大人の話だけでは、つながっていかない。
- 地元の人が日頃から食べ親しんでいることが必要。時間が掛かってもいいから、まずは地元の名物というものが重要で、そこに自信が生まれるのではないか。
- 商売としてやっていく以上、数が出ないといけない。数を出すためには、年に1回とかしか来てくれない人よりも、毎日毎週は無理にしても、月に何回か来て食べてもらう、買ってくれる人を相手にするものでないと、なかなか商売として成り立たない。
- 最初に1つ成功例を出すこと。無尽蔵に予算と人があれば、いくつもプロジェクトチームを作って出来るが、限られた人数、期間、資金でやっている以上は、最初に1つ成功例を出して、第2弾は何かと待ち望まれるようになると、恐らく次は一段上からスタート出来る。
- 食べ物だけではなく、例えば、おもちゃの組み立てキットとか、形として残るものが出来ないか。今までは他地域から素材を取り寄せて作っていたものを、地域内で完結させて、所得の流出を防ぐようになって欲しい。
- 点と点がいつの間にかつながって自然発火するようなことが、常にあちこちで発生する仕掛け、仕組みづくりが重要ではないか。西北の場合は、点自体が非常にまだまばらである。まばらな西北でつなげるためには、人為的に仕組みを作ってあげる必要がある。それこそネットを使うべきである。（オープンソースでOpenPNEという、SNSのエンジン。クローズの中で情報交換できるネット上の仕組み。携帯でもお互いに情報交換でき、基本的に無料。これを使えば、ネット上でいろいろな人が情報交換出来る。）
- ご当地ものはやはり1回買って終わりということが多い。健康に良いというキーワードを使えば、毎日食べる、毎週買う、毎月通信販売で取り寄せるという流れが作れる。是非、今後の開発で入れて欲しい。また、その場合、大学の先生がこう言っているから、健康にいいという権威づけが必要である。権威づけを誰にしてもらうか、それがあのと無いのでは全然違ってくる。
- 本当に自分達が美味しいと思うものを他に薦めればいいだけ。まずは自分達が人に薦められるかどうか。つながりというのは「薦める手」である。その手を幾つ出せるか。自分が手を出さない限り、人とは握手できないので、つながりはできない。
- 食べ物ではない所で言うと、立佞武多のキャンドル。本物そっくりでないと言われない。先程の数という話と矛盾するが、例えば1個1万円でも買う人がいるし、1個100円でも大したことがなければ誰も買わない。立佞武多自体は一種の芸術品なので、出来るだけリアルに再現したものを手に入れたいと思う。キットをこつこつ組み立てるということを立佞武多でやれば、売り出し方にもよるが、凄く良い商品になるのではないか。

3 第3回ソーシャル・キャピタル研究会（平成21年10月21日開催）

- 「でる・そーれ」の食事も美味しかったし、500円程の定食に金山焼を使っているのは、多分ここしかないと考えたら、観光客からすれば驚き。この動きを何とか止めないで、もっともっとというのが皆さんの考えだし、是非頑張っていたきたい。
- 津鉄の駅を出た人には、「でる・そーれ」が目に入るが、JRの駅を出た人にどれだけ見つけてもらえるかが課題。やはり見た目が肝心で、パッと目を引くようなものがあるといいのではないか。オープンしたということ、新聞を読まない人、テレビも観ない人に訴えていくには、「ここにあります」という存在をPRすることが必要である。
- 交流広場的な使い方としてこれからどうやっていくかということについては、スペースに余裕があるし、そこに販売する物も置かれてよい感じのお店になっていると思うが、それとお金を払わずに来る人をどう混ぜていくかということ。本当に寄り合いの場になってしまっただけ注文が全然ないというのも、運営上難しくなってくる。
- 学生や若い人がお店に入ってこないということについて、メニューを見ると確かに高齢者の方が好むものが多いが、トマトのシャーベットやアップルパイは、学生や若い人でも好んで食べる。ただ、そういうものがあるというのが、入らないと分からない。入らなくても何があるのか、外から見えるようにすることが、店づくりでは必要。
- 交流広場ということであれば、スペースの一角に子どもがちょっと遊べるような工夫をすれば、お母さんと子どもがやって来るようになる。快適に電車も待てるし、待ち合わせも出来るというような、ワンランク上の待合室、そういう位置付けにできれば、あとは口コミで広げていけばいいのではないか。
- 最初の頃は、五所川原には「〇〇があります」となかなか言えなくて、「何もありません、ここは」という状態だった。それが今「あります」と言えるようになったというのは、素晴らしいこと。こんなにも地域の人同士が知り合いになっている、これが多分一番の成果ではないか。
- 黒字化や自立の道をどう歩むかということになると、求心力としては「でる・そーれ」、若しくは「でる・そーれ」と「津軽鉄道」というように絞り込んでやらないと、あれもこれもやり過ぎると、かえって自立化ができなくなるのではないか。
- 芸術・アートなど文化とのつながりが必要ではないか。例えば、これからであれば、クリスマスの雰囲気を出させるかとか。あるいは、音楽とのつながり。若い人とのつながりという部分では、アートや音楽がつながりやすいし、学校も巻き込みやすいので、是非検討して欲しい。
- 今日お店やお店の周りの雰囲気を見て、キラーコンテンツはやはり津鉄。全国あらゆる所で、地元の美味しいものを作っている。それとどう差別化するかといった場合、食べ物だけでは無理なので、特化した方がいいのではないか。
- 「奥津軽」という言葉がとてもよい響き。これは、絶対キーワードにすべき。何となく見ぬ世界、これから旅をしたくなるような雰囲気がある。奥津軽を意識して津鉄をコアに置いて、明確なコンセプトを貫くのがよい。あれもこれもというよりは、ここに絞った方がよい。

- 地元相手のイベントをやってもあまり波及効果はない。回数を絞ってもいいから、全国区のイベントをやった方がよい。津鉄にこだわるとすれば、全国に数多くいる鉄道ファンが反応するようなイベントを仕掛けたらどうか。それによって全国区のマスコミもついてきて話題になる。お金も手間もかからない方法としては、ネット上で写真展を開催する方法もある。データで応募してもらい、ネット上で評価して、ネット上で発表する。ネット上で公開する津鉄にこだわった写真展は、アイデア次第では、お金が掛からずに全国的な話題になるような仕掛けではないか。
- 是非こういう場に若者の力を入れたらどうか。慶応大学湘南（S）藤沢（F）キャンパス（C）、SFCは、ソーシャル・アントレプレナー（社会起業家）が結構出てあちこちで活動している。学生たちが物凄いエネルギーとアイデアをもって、全国を飛び回っている。そういうところと上手く連携して、客観的な目線プラス若者のエネルギーをこのパーツに加えたらどうか。リアルに参加しなくても、ネットで繋がって色々巻き込んでいくという方法もありだろう。若者の目線、若者の行動力、エネルギーを活用するようなことを是非して欲しい。
- 大間の島康子さんは、若い頃に東京のリクルートにいて、首都圏目線のマーケティングを実践した結果、いろんな活動につながっている。ああいう外からの目線と若いエネルギーがやっぱりいいと思う。津軽からも若いジャンヌダルクみたいな女性を、そういう若い人を探して欲しい。これは広報戦略としても非常に役に立つので、メンバーに加えてほしい。
- 県の委託事業としてのお金の流れと、「でる・そーれ」のお金の流れは別ということであれば、県の事業が終わっても、皆さんにとっては関係ない。県の事業は、補助ロケット的な役割だったが、その役割を終えたので、県としては、この事業は一旦終わり。皆さんは皆さんで、また他で使える補助金があればそれを利用するだろうし、あるいは、補助金なしにどんどん稼いでいくということもできるだろう。だから、県の事業の終わりが全ての終わりではない。
- 全国あちこちで色々な事例を見せてもらっているが、経緯も含めて過程を見ると、つながる絆パーティーは非常によい流れできている。勿論、まだ成功といっけなと思うが、全国的に見ても上手くいっている事例だと思うので、是非PRしていきたい。
- メンバーの皆さんが活動しながらPRもするのは、非常に難しいので、行政にやってもらいたい。最近、国がそういうことを始めていて、経産省、国交省、総務省などがこぞって「私達が見つけた事例です」と事例集を作っている。それを見て、視察者、視察団が来てお金を落とすしてくれれば、五所川原にとってもありがたいこと。実際に事業をやる方と、それを見守る行政との役割分担だと思うので、もし県が担ってもらえれば、非常に心強い。
- 前から気になっているのだが、市役所や地元の方々が、この動きをどう見ているのか。「でる・そーれ」だけが良くなっても、五所川原の駅前はよくなる。こういう形を真似することは、どんどんやっていいと思うし、競争相手は増えるが、駅前の閉まっている店などで「でる・そーれ」的なものやっぺいこうと知恵をつけていくのは、地方自治体あるいは商工会議所の仕事。その辺の目を覚ましてもらうための刺激は、県や国がやるとよいと思う。
- 地域のネットワークが非常によい感じにつながってきているのはわかったが、外部のエバンジェリスト（製品などの啓発・宣伝を行う人）、応援団に是非ビッグネームを使って欲しい。八戸のマリエントの運営がNPOに何年前に移った。駄目もとでトレッキングイベントを椎名誠に頼んだらなぜか快諾してくれて、毎年利用人口が減っていたのが、今急に伸びている。知名度のある方に津鉄のエバンジェリストをお願いしてみたらどうか。

- りんごの収穫ツアーでつながるりんご箱というのを作っているとのことだが、デザインで焼印が欲しいというなら、協力してもいい。
- ミクシーなどには鉄道オタクの部屋が一杯ある。もしかしたら、津鉄のフォーラムもあるのかもしれないし、ああいう所に潜り込んで、そこでいろいろやり取りをしながら、ニーズを聞いたらいいと思う。我々が気づかないようなオタクならではのアイデアが出てくる。我々だと「そんなので集まるの」といったイベントに、全国から何千人と来るらしい。
- 和歌山の貴志川線の手伝いを最初からずっとやっている。「貴志川線の未来をつくる会」という千円払うと誰でも会員になれる会があって、猫の駅長とかちょっとしたアイデアも、皆がどんどん進めている。そことつながりたいのなら、いつでも紹介させていただく。
- 一つ何か求心力のあるものを作ったり持ったりしていれば、それがベースで何でもできる。ここでは津軽鉄道しかないと思う。箱も同じで、普通の箱なら捨ててしまうが、先程の津軽鉄道の何かが付いているとか、自分にとって何か特別なものであれば捨てないで残しておく。
- 津鉄の社長室の脇に、ちょっとした倉庫みたいな場所があるが、あそこには宝がいっぱい眠っていて、昔の津鉄で使っていたものを無造作に置いている。あの財産を売ってしまうことは出来なくても「でる・そーれ」に飾っておくということは、非常によいと思う。
- 博物館を作ればいい。「でる・そーれ」にそれらを出せばいい。鉄道博物館は、普通の美術館より人が入る。写真もたくさんあるので、額に入れて「でる・そーれ」に貼るとか、ちゃぺの色紙も本物なのに、裸で貼っておいてはいけない。それを見るために来る人もいる。窓にメニューを貼るよりも、そういうものを貼ることも考えたらいいと思う。

4 第4回ソーシャル・キャピタル研究会（平成22年3月11日開催）

- 県でいう生業づくりを今、標榜しているが、正にこういう活動を期待していたので、さっそく良い事例が現れたと思っている。つながる絆パーティーから「劇的に何かが変わった訳ではないが」という話があったが、そういう動きそのものが西北地域でありこれまで見られなかったのではないかというのが出発点だったので、活動報告を聞いて嬉しく思った。
- （りんごの木箱の焼き印は）大したことはなかったが、これだけ喜んでもらって大変嬉しく思う。それが、この事業の1つの目的であり、成果としての1つの形なのだろう。決してつながる絆パーティーだけが嬉しい話ではなく、当方としても非常に嬉しく、これも1つのつながりであるし、五所川原において、また津軽地域においていろいろなつながりを感じている。
- 3年前の地域の表情と今の地域の表情は大きく変わった。この事業だけではなく、西北地域県民局の事業とか、2010年の新幹線全線開業に向けた五所川原の動きとか、いろいろな所の皆さんが絆を深めて動いている。住民の人達が本当に変わってきたと思う。その象徴としてこのつながる絆パーティーがあると思っている。
- 3年前の五所川原駅前前の状態と、「でる・そ〜れ」ができてからの状態は明らかに変わっている。まだ「でる・そ〜れ」が街全体に波及効果を及ぼすというところまではいっていないと思うが、もしこの取組が無ければ、駅前は今でも非常に寂しい状態だったと思う。
- この取組を実践しているのが地元の方であるということと、地元の物を使っているというのを前面に出してやっている。そこがきちんと守られているのが素晴らしい。
- どう次につなげていくかは、つながる絆パーティーの課題というよりは、行政の課題なのか、地域住民の課題なのか。多分後者だと思うが、第2、第3のつながる絆パーティーが出てきてもおかしくない。むしろ、今のつながる絆パーティーとは違うグループが出てこないといけない。
- 県の事業はこれで一旦終わりということだが、その後、補助ロケットがとれた時にきちんと飛んでいけるかどうか、これは恐らく保証はない。厳しい言い方になるが、本気度が試される。
- 今後も事業に関してのアイディアはどんどん、いろいろなものが出てくると思うが、店じまいをするタイミング、これはこの辺で止めて、次の商品に乗り換えていこうという見極めが必要である。限られた人間で全部に全力投球はできないので、その辺のタイミングが大事になってくる。
- 行政が関わったことで、メンバーの中でも、行政にやらされている、やらされていないという議論もあったかと思うが、よくぞ地元の人が地元の物を使ってここまで築き上げられたものだと思う。この地元の方々の力が集まってできたということは、非常にすごいことだと思う。きっかけがあれば、こういうことができるという1つの大きな事例になる。これは全県的にも広めていって欲しい。
- 事例の中で紹介されたりんごの木箱も非常にいい箱だとうらやましく思っている。中南地域県民局の事業では紙を使った箱を作らせてもらった。紙にこだわった訳ではなく、作りたかった箱の1つのアイディアとしてはこういう木の箱が欲しかった。中南地域のパッケージとコラボできれば更にもっといいのかなと思っている。

- 今後も続けてもらうために、活動から商売、ビジネスにつなげるようチャレンジしてもらいたい。商品開発から実際にビジネスとして成立させるビジネスモデルを考えなければいけない。1つは、今回できた商品をより多くの人に買ってもらう、あるいは継続して買ってもらうという仕掛け、仕組みをどのようにして作るか。この木箱で最初買ってもらう、奥津軽のファンになってもらった方には年間を通してファンになってもらうという囲い込み戦略。頒布会のように春夏秋冬、年4回、奥津軽から贈り物が届くというような仕掛け。年会費いくらというような頒布会、奥津軽友の会のような会員をどんどん500人、1,000人と増やしていく。そういう仕組みづくりには是非チャレンジしてもらえれば、事業の継続性と更にボリュームが増して、本当に利益の出る商売、生業になるのではないか。2点目は、先程東京新聞で紹介されたら売れたという話があったが、正にメディア戦略。これを是非強化してもらいたい。地元メディアとの連携も非常に大切だが、首都圏メディアとの連携、あるいはメディアに対する戦略、これを上手く使うことで地域の商売から首都圏をターゲットにした商売に市場が拡大できる。先程の頒布会のようなものと組み合わせることで、全国区の商売が奥津軽から展開できる。是非チャレンジしてもらいたい。
- 他の地域に広がるという話でいくと、中泊町で今年かなりいろいろな動きがあり、つい最近、「起きて夢見る会」という地域づくり団体ができた。これは、これまでいろいろな活動をしてきた津鉄サポーターズクラブやつながる絆パーティーなどの影響がかなりあるのではないかと感じる。こういう動きは、深浦の方でも始まっていて、いろいろな形で飛び火をしている。お互いがお互いの活動を見に行くことで刺激を受けるといった関係ができつつあるのではないかと。是非こういった事業を全国的に上手く仕組むようなことを行政の方に考えていただきたい。
- 今回の2年間の事業はモデル事業ということで、大成功するにせよ小成功するにせよ、その経緯をまとめて他の地域県民局においても活用して欲しいというのがそもそものねらいだったので、自分で言うのも何だが、ある程度このようによくまとまった報告書は、西北地域県民局はもちろん、他の地域県民局及び本庁の方でも広く配布して是非活用されることを希望している。
- 先程の話で、補助ロケット無しに飛んでいけるか、そこが一番肝心なことだと思う。国にしる県にしる、元気に活動をしている所には向こうの方から来る。3月4日のこと（ソーシャルビジネス推進イニシティブ、経済産業省主催「ソーシャルビジネス・メッセ」の出展者に選出されたこと）も恐らく経産省もどこからか聞いたのか、事務局の働きかけかもしれないが、活動をしていればいろいろな所で注目を浴びて、向こうの方からやってくるのではないかと。
- 県では、やはり地域県民局が大きな力になれると思う。ちょっとした相談でもいいので、地域の地域県民局の方に相談してもらいたい。もちろん、直接企画政策部の方でも構わない。県もお金は無いがネットワークだけはあるので、こういう所に相談をしたらどうかとか、SC研究会委員につなぐとか、そういうことはできる。ある程度有望な商品等ができたなら、ネットのPRもそうだが、県の方でも独自にメディアで紹介する手段があつていろいろとやっているのだから、そういう所へ持ちかけることもできる。それこそ県との結びつきも1つの絆と考えてもらいたい。
- 東北の職業能力開発短期大学校等が一堂に会して、研究開発の結果等を発表する「東北ポリテクニクビジョン」を今年度当方で開催した。その中でフードコーナーとして、「でる・そ〜れ」をはじめ、津軽地域の皆さんには本当にお世話になった。西北地域県民局の活性化協議会や観光協議会など、いろいろな所に顔を出していて、そのつながりの中から協力もいただいた。県の高等技術専門学校、教育委員会、小学校の校長会、皆二つ返事で協力してもらった。イベントが大成功に終わったのは、正に皆さん方の協力、つながる絆でこういうことができたからだと思う。

- 今回、県の方でこういう立派な報告書を各所に配布するのは非常にいいことだと思う。それとは別に、皆さんがやってきた事を、主語は皆さんで、「こういうふうにやりました」というものを記録として残すことを是非検討してもらいたい。書き物になっていると、どこかで誰かが見て問い合わせもできるし、同じような事を同じ課題を抱えながらやっている方々が参考にできるので、是非残してもらいたい。できるだけリアルなものを残してもらえれば非常に読みたいと思う。駅前に空いた建物が一杯あって、何をしたいか分からない。資源も一杯あるのに誰が何を使得、どうしたいのか分からない。最初の一步が踏み出せずにいる所は全国にたくさんある。その人達が皆さんの取組を知れば、「ああ、こういうふうによればいいんだ」と背中を押される。この2年間という短い期間でここまで成果をというの、あまり例が無いことだと思うし、皆さんにはそういう役割ももう担っていただく立場になるのではと考えている。
- 今、本当にこういう活動が全国的に求められている。こういう取組は、国交省や経産省をはじめ皆さん、飛びつくような話である。そういう方は、皆さん、発信力を持っていて、「ここがいいよ」と応援をしてくれるので、上手く使うと思わぬ応援団になってくれるし、そういう方々をファンにしていくことも重要になってくるのではないかな。
- 「でる・そ〜れ」は今のままでいいと思う。地元の方が多く行っているというのはそういうことだと思う。地元の方が行っている所に観光客は行きたがる。地元の人が行かなくなったら観光客は行かなくなる。是非そういう地元に愛される所であって欲しい。
- 大学のゼミで、1つは、学生が地元企業や市役所に行って地域課題を伺い、課題解決のためのビジネスモデルや販売方法、新しい事業やアイデアの提言をまとめ、報告するフォーラムを開催した。もう1つは、地域の地域資源をいかにして売るかをテーマに経産省の起業家人材育成モデル事業を行った。地元出身の学生もいるので、その人を核に五所川原との縁ができるかなと思うし、学生を絡めた活動を今後五所川原で展開できればいいなと思っている。
- ITに詳しい人、インターネットが好きでしょっちゅういじっているような若い人を、学生でもいいのでメンバーに入れて欲しい。やれる範囲が大きく変わる。学生でも、いろいろなアイデアとか行動力を持っていてびっくりすることがある。そういう学生パワーとIT知識パワーを是非活用してみたい。恐らく地域、地方の活性化にソーシャルメディアを活用した例はまだ無いと思う。是非日本初のソーシャルメディアを活用して地方から大逆転劇といった成功事例を創ってもらいたい。
- 我々、いろいろな地域に入行って思うのが、どうしてもいろいろな障害がある。ある地域では、元々ある団体とか関係者が新しいものが出てくると足を引っ張るケースもあるし、行政そのものが逆にあまり協力してくれないというケースもある。その時に非常に効果的だと思っているのが、県が中立的な立場で、地域を何とか変えたいという人達を応援してくれるという構図になると、意外と上手くいったりする。今回の事業は、県が1つきっかけを作って、いろいろな人達が協力をするような体制が上手くできたということなので、そういうことを意識的にやっていくような政策を進めていったらいいのではないかな。これは県はもちろんだが、国レベルでもそういうことをやっていった方がいいのではないかな。

参考1 つながる絆パーティー会員名簿

	氏 名	所 属	備 考
1	相 馬 一 彦	らくがき屋 (相馬呑気)	
2	澤 田 長二郎	津軽鉄道(株)	
3	坂 田 啓 一	坂田税理士事務所	
4	蝦 名 直 志	のれ！それ！中里実行委員会	
5	五十嵐 弘	のれ！それ！中里実行委員会	
6	戸 崎 洋 子	田舎スイーツコンテスト実行委員会	幹 事
7	田 澤 明 裕	鶴田町みどりの会	代 表
8	黒 滝 久 志	(有) アート印刷	幹 事
9	飛 嶋 献	津軽鉄道サポーターズクラブ	
10	江 黒 明 義	津軽鉄道サポーターズクラブ	
11	辻 悦 子	NPO法人子どもネットワーク・すてっぷ	幹 事
12	榎 崎 裕 子	(有) 天龍看板店	
13	渋谷 尚 子	五所川原市地域教育力推進協議会	幹事長
14	久 保 泰太郎	白戸栄之助航空研究会	
15	松 尾 産 司	白戸栄之助航空研究会	
16	北 澤 由美子	ふうせんや さとら	幹 事

(順不同、敬称略)

参考2 青森県ソーシャル・キャピタル研究会委員名簿

氏 名	所 属 ・ 職 名
傍 士 銑 太	財団法人日本経済研究所地域未来研究センター長
藻 谷 浩 介	株式会社日本政策投資銀行国際統括部参事役
大 西 達 也	株式会社日本政策投資銀行地域振興グループ課長
遠 藤 哲 哉	青森公立大学経営経済学部地域みらい学科教授
森 樹 男	弘前大学人文学部教授（地域共同センター兼任教員）
後 藤 康 孝	青森職業能力開発短期大学校能力開発部長
大 谷 真 樹	ヤフーバリューインサイト株式会社元取締役会長・創業者
三 上 亨	特定非営利活動法人NPO推進青森会議常務理事
小山内 豊 彦	青森県企画政策部次長

(順不同、敬称略)