事例No.	1282
公表年度	R1
団体の属性	町村
団体名	福島県矢祭町

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「矢祭もったいないプロジェクト」

出典

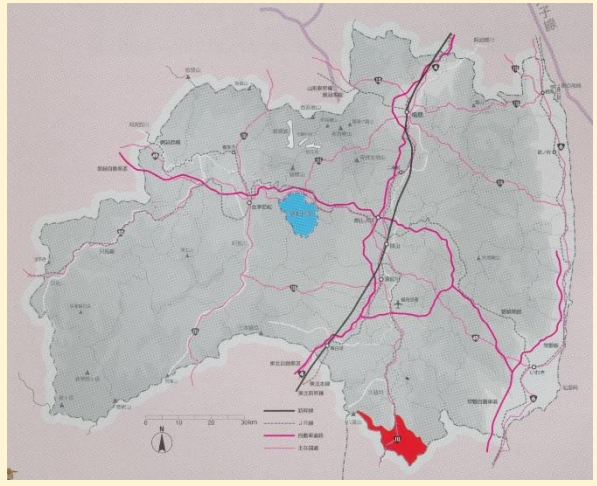
関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会

福島県矢祭町
（関係創出型）

「矢祭もったいないプロジェクト」による関係人口の創出・拡大事業

１.地域の概要

- 矢祭町は福島県の最南端＝東北の最南端。
- 郡山市と水戸市の中間に位置する人口６千人弱の町。
- 高速道路のICや新幹線駅、空港といった全ての広域交通網から１時間以上かかる場所に位置する「交通網の狭間」。
- 主な産業は農業。特産品は鮎、イチゴ、ゆず、こんにゃくなど。
- 2001年の「市町村合併をしない矢祭町宣言」を契機として独自の行政改革に着手。
- 「もったいない」を合言葉に抜本的な財政改革に取り組む。
- 「もったいない図書館」、「もったいない市場」といったユニークな取組を生み出した。



2.事業の背景・課題

●地域の現状・解決したい課題

- 矢祭町の「もったいない」を合言葉にした改革の精神は様々な分野で発揮され、「もったいない市場」と「もったいない図書館」という２つのユニークな取組も生み出した。しかし、この２つの取組は、それぞれ単体として一定の成果をあげてはいるものの、個々の閉じた取組の域を脱するものではなく、町を特徴付けるという働きにまでは行き着いていない。
- とりわけ「もったいない市場」については、年間100カ所前後という頻度で首都圏での販売活動を行っているが、販売活動のみに重点が置かれ派生的効果の発揮に至っていない。販売活動そのものは助成金等の活用を前提として成り立っている部分があることから、このままでは活動そのものがじり貧となっていく恐れがあり、危惧されるところである。
- 矢祭町では、これまであまり町内外の交流が活発でなかったという事情もあり、町民の「外部需要」に対する根拠のない思い込み（「都会の人が興味持つようなものは何もない。」「安くしなければ売れない。」等々）があるように感じており、このことが新しい活動に取り組む機運がなかなか盛り上がらない理由になっていると考えられる。
- いかにして農都の交流を促進し地域に活力を生み出していくことができるかが課題となっている。

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

- 観光業や農林業、IT等の多様なスキルや業務経験を持つ首都圏の社会人に矢祭町の「農都交流」プランを提案いただき、さらにはそれを実現していくことにも関わっていただくことによって、町民と関係人口との協働による地域づくりを行っていきたいと考えている。
- 首都圏との交流を推進していくにあたり、矢祭の取組に対する首都圏住人としての率直な評価をいただくともに、職業経験で培ったスキル等を活かして、既存の「もったいない市場」等の取組の発展プランや新たな「もったいない」を活かしたプラン、または独自に発見した地域資源を活かした地域づくりプランを提案いただきたい。
- また、単年度でのプランの提案に留まらず、その後のプランの実現段階にも関わっていただき、継続的に矢祭の地域づくりに関係人口として関わっていただく関係を築いていきたい。
- さらには、関係人口による活動が矢祭の町民を刺激し、町民自信が新たな取組にチャレンジする風土の醸成に繋がっていくことを期待したい。

3.事業の全体像

●地域の理想の姿

【概ね5年後】

- 「矢祭町＝もったいない」というイメージによる農都交流で地域に活力が生まれている。
- 事業で提案のあったプロジェクトが、新たな雇用の場、町づくりの担い手となっている。
- これらの取組を通じて、若い世代の町内定住が進んでいる。

●地域課題解決のプロセス

（2019）プロジェクト提案

↓

（2020）提案プロジェクト実現着手
町民と関係人口との協働による地域づくり体制整備着手

↓

（～2023）
新設した農都交流推進組織により、多様な交流事業を展開

↓

（2025頃）
農都交流の活性化（課題解決）

●事業の目的・ねらい

- 本事業は、新たな「もったいないプロジェクト」や既存プロジェクトの発展プランを作成し、またそれを実行することによって、もったいないブランドを活かした農都交流活性化を図ることを目的としている。

＜本事業で提案対象とした分野＞

既存プロジェクトの発展	・「もったいない市場」、「もったいない図書館」の発展プラン。
新たな「もったいないプロジェクト」の立ち上げ	・「もったいない市場」「もったいない図書館」に続く、新たなプロジェクトの立ち上げプラン。 ・「もったいない」ブランドを活かしたブランディングやマーケティングなどの新たな取組プラン。
地域資源を活かした地域づくり	・フィールドワーク等を通じて発見した矢祭町の地域資源を活かした農都交流プランなど。

- そして、地域の内部だけでは不足する人材を地域の外部に求め、地域と地域外部の人材の協働によってプランの作成や実行を推進していくことを目指している。

●本年度の目標

- ２回の現地活動への地元からの参加者15名以上。
- 12月までに各参加者から１つ以上のプロジェクト提案。
- 次年度以降、プロジェクトを推進していくための組織の整備。

４.事業の実施体制とターゲット

●事業の実施体制

- 矢祭町事業課が全体を管理し、特産品開発協議会（もったいない市場）、もったいない図書館、農泊推進協議会がメンターを担う。
- 参加者募集や説明会の開催、ワークショップの運営等の支援を外部に委託。

団体・組織名称	役割・責任
矢祭町事業課	全体の管理を担う
もったいない市場	ワークショップに参加しメンターの役割を担う
もったいない図書館	ワークショップに参加しメンターの役割を担う
農泊推進協議会	ワークショップに参加しメンターの役割を担う
外部委託先	参加者募集、説明会開催、ワークショップ運営等の支援

●事業のターゲット層

- 首都圏在住の職業経験豊富な社会人を主なターゲットとした。
- 本事業は、施策の立案力やその実行力が重要であることから、観光業やIT、事業企画等の知見や業務経験、幅広い人脈等を有する社会人を対象とした。

ターゲット層	ターゲット設定の理由（地域課題の解決にどうつながるか）
・観光業や農林業分野の知見や業務経験を持つ社会人 ・事業企画、マーケティングなどの業務経験を持つ社会人 ・首都圏で幅広い人的ネットワークを持つ社会人	本事業は、矢祭町と首都圏との農都交流の活性化策や交流人口の増加施策を立案し、さらにはそれを実現していくことを目的としている。 そこでまず、首都圏の住民の考えや意識を取り入れることが必要と考え、首都圏の人材を対象とした。 次に、施策の立案力やその実行力が重要であることから、観光業やIT、事業企画等の知見や業務経験、幅広い人脈等を有する社会人を対象とした。

５.事業の経過

● 事業の経過

時期	取組内容	内容	工夫したこと	主な成果	問題となったこと、うまくいかなかったこと	気づき・感想、今後に向けた反省点
８月	参加者募集説明会開催（都内）	都内でプロジェクトの詳細を説明する説明会を開催した。	説明だけでなく、対話の時間を設け、質問や相談に対応した。	説明会には34名が参加。10名の社会人がプロジェクトメンバーとなった。	参加者の年齢層や性別に偏りが生じた。	参加者に豊富な経験を求めたことが年齢層や性別の偏りに繋がったかも知れない。
９月	現地フィールドワーク（矢祭町）	町への理解を深めるフィールドワークを１泊２日で実施した。	視察だけでなく、夕食を町民とともにする「町民との交流の機会」を設けた。	短い時間で多くの箇所を回り、多くの話を聞くことができた。	日程作成において参加者の希望を十分に組み込めるだけの時間的な余裕がなかった。	キックオフからフィールドワーク実施までに十分な期間を持てると良い準備ができると感じた。
９月～11月	ワークショップ（都内）	地域づくりプランを作成するワークショップを都内で４回開催した。	プランの作成過程において、町の意見を随時フィードバックする運営とした。	全員がプランを作成することができた。	参加者同士が議論しフィードバックし合う時間が十分に取れなかった。	プランの作成には、他者のアイデアや意見も重要なインプットとなると感じた。
12月	成果発表会（矢祭町）	プロジェクトの成果を町民に発表する発表会を開催した。	町長（行政）や議会のほか、町民が参加し意見を言える発表会とした。	町民からは、プランの実現に自分も協力するといった意見が多数あった。	好意的な意見を寄せる町民が多くいる一方で、無関心な町民も存在する。	町民の熱量を上げていく取組を工夫して行っていく必要性を改めて感じている。

6.主な取組の内容

ターゲットへのアプローチ

- 都内（秋葉原）で説明会を開催し、プロジェクトへの参加を呼びかけた（2019年８月３日（土））
- 34名が参加（申込：45名、出席率：75.6%）
- プロジェクトへの参加意向をアンケート調査した。（回収数：24名、回収率：70.6%）
  【結果】参加したい：９名、参加を検討したい：13名
  どちらとも言えない：１名、不明：１名



説明会告知ページバナー


説明会

主な活動内容

＜フィールドワーク（FW）＞
- 町への理解を深めるFWを１泊２日で実施。
- 開催日：2019年９月21日（土）～22日（日）

＜ワークショップ（WS）＞
- プランを作成するWSを都内（日本橋）で４回開催。
- 開催日：2019年９月～11月

＜成果発表会＞
- プロジェクトの成果を町民に発表する発表会を開催。
- 開催日：2019年12月22日（日）



フィールドワーク


ワークショップ


成果発表会

７.事業の成果と課題

●本年度の目標達成状況

- 現地でのフィールドワークと発表会を合わせて延べ90名の町民（行政、議会を含む）が参加した。
- ９名のプロジェクトメンバー全員が各１つのプラン（計９つのプラン）を作成し12月の発表会で発表を行った。
- 次年度に、プランの実現等を推進する「準備委員会（仮称）」を設置することを決定した。

●募集に関する成果・課題

- プロジェクト参加者の募集は、主に説明会を通じた対面での募集活動とWebサイト（外部サイト：YOITOKO）による説明会参加者募集によって行った。
- 参加者募集にあたっては、求めるスキルや職業経験を示し、首都圏の社会人をターゲットとして実施した。
- 募集活動の結果、説明会には34名が参加し（参加申込：45名、出席率：75.6%）、最終的にプロジェクト参加者は多様なバックグランドを持つ社会人10名を確保できた。（※途中１名が仕事都合により離脱）
  <参加者の属性>
  男性：８名、女性：２名
  20代：１名、30代：２名、40代：１名、50代：４名、60代：1名
- 参加者に豊富な経験を求めたことが年齢層や性別の偏りに繋がったことも考えられ、参加者募集にあたっては参加資格や条件の設定に工夫が必要であると感じた。

●つながりの構築に関する成果・課題

- プロジェクトメンバーに対するアンケート調査からは、メンバー全員が本事業終了後も継続的に矢祭の地域づくりに関わっていく意向を示している。
- メンバーは、フィールドワークやワークショップを通じて地域への理解を深め、地域資源の活かし方や課題の解決策を考えることによって、矢祭の地域づくりへ関与する意欲が高まった。また、現地の人と知り合えた・仲良くなった、自らのスキルアップに繋がる期待が持てた、現地の行政と知り合えた・仲良くなったこと等が、本事業終了後も継続的な関与を希望する動機となった。
- 関係の継続や深化には町民とのつながりが重要と考えられることから、地域づくりに貢献したいと考えてくれている首都圏の関係人口と町民とを繋いでいく仕組みの構築が必要である。

●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

- 本事業では、プロジェクトメンバーへの対応を主に行政が担い、メンターはそれぞれ専門分野の知見をフィードバックする形で運営し、さらにワークショップ等の支援を外部に委託して円滑に実施することができた。
- 今後の展開では、より多くの町民にプロジェクトへの主体的参加を促し、首都圏の関係人口の拡大も図っていく等、プロジェクトの規模拡大を考えると同様の体制での運営は容易ではないと考えられる。今回の行政の役割を担える体制の構築が必要であると考えている。

８.今後に向けて

●継続的な体制づくりの成果・課題

- 今回のプロジェクトに参加した首都圏のメンバーは、全員が継続的に矢祭の地域づくりに関わっていくことを希望してくれている。一方で町民の側では、無関心な者も存在するものの、発表されたプランに対して、「自分も一緒にやりたい、手伝いたい」といった意見も多く寄せられ、既にプランの実現に向けてプロジェクトメンバーと町民が一緒になって動き出しているものもあるなど、町民の側にもプロジェクトメンバーの思いを受け止める動きが現れ始めている。
- 矢祭の地域づくりに貢献したいと考えてくれている首都圏の関係人口と、関係人口と一緒になって活動する意欲を持つ町民とを、うまく繋いで活動を推し進めていく仕組みの構築が必要である。

●その他の成果・課題等

- プロジェクトメンバーから提案された９つのプランに関して、よりプランを練り上げ実現を推進していくための組織として、プロジェクトメンバー９名が参加する「準備委員会（仮称）」の設置を、町（行政）とプロジェクトメンバーの間で決定した。
- 次年度は、2020年12月頃を目途に２回目のプロジェクト成果発表会を開催し、そこでは首都圏のプロジェクトメンバーからではなく、プランの実現に関わった町民が発表者となって成果を発表する会として行うことを計画している。
- 次年度の関係人口拡大の取組においては、「もったいない市場」を矢祭と首都圏を繋ぐ「場」、関係人口創出の拠点として、さらに活かしていく方策も検討したい。

自由意見、アピール等

「矢祭もったいないプロジェクト」で、矢祭の地域づくりに関わってみたいという方がいらっしゃいましたら、矢祭町までお気軽にご連絡ください！

矢祭町事業課 E-mail：jigyou-ka@town.yamatsuri.fukushima.jp