

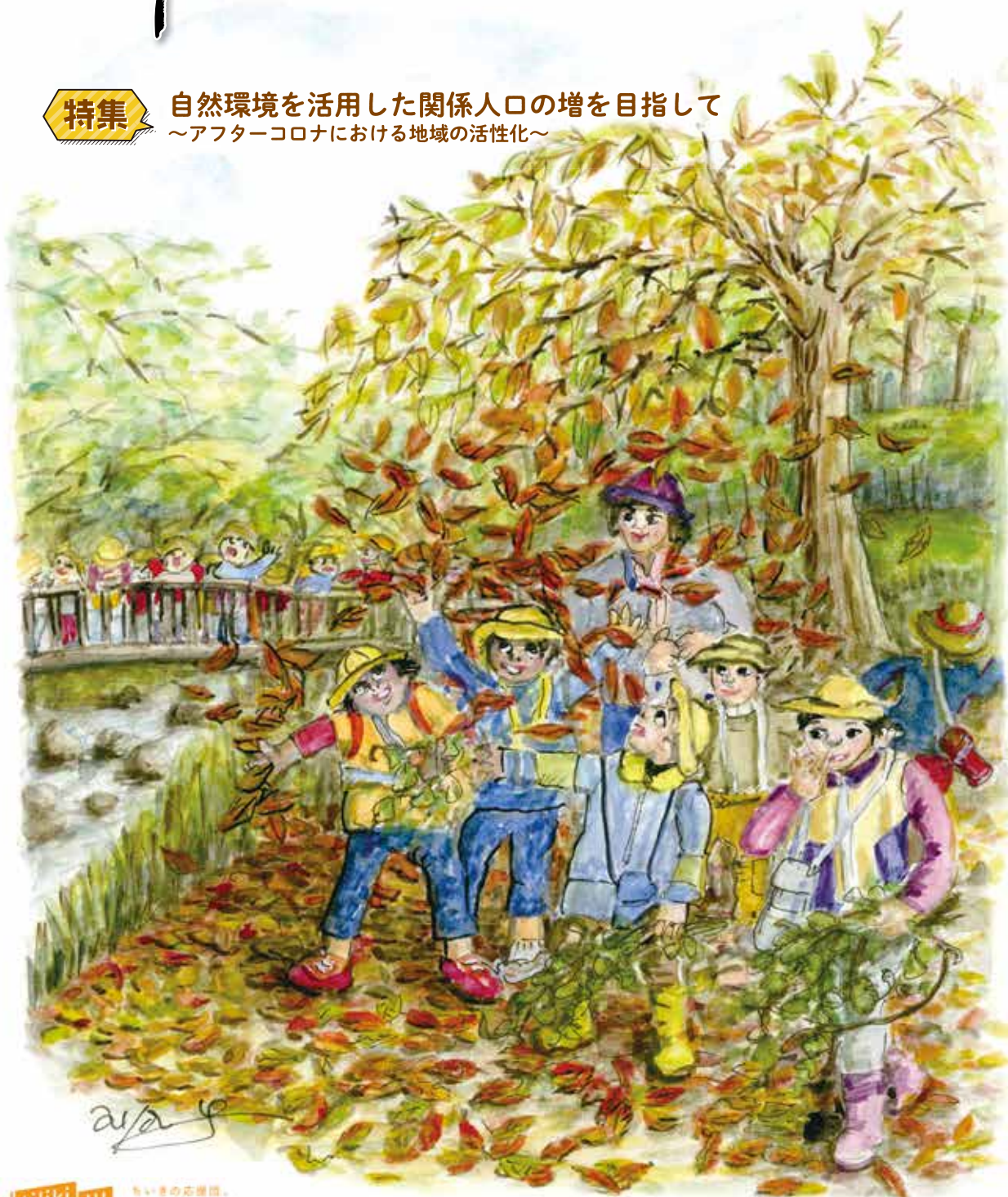


まちづくりネットワークえひめ

Vol. **153**
2023.11

特集

自然環境を活用した関係人口の増を目指して
～アフターコロナにおける地域の活性化～



tiliki !!!

ちいきの応援団。

※誌面掲載は、必ずしも地域活動の賛同を要する。

■はじめに

新型コロナウイルス感染症の猛威はあらゆる行動に制限を課し、特に都市部に住む人々は外出自粛やテレワークなど非日常の生活にストレスを感じていたのではないかと思います。

そういった自然豊かな地方への回帰意識が全国で高まり、移住者の増加や関係人口が増加したことで、自然を満喫することによるストレスを解消できるアウトドア・アクティビティの取り組みが数多く見受けられるようになりました。

海や山、川など様々な自然に囲まれた愛媛県においても、これらを資源として活用した観光・スポーツのメニュー造成や新たな子育て支援の実践などが展開されています。

今号は、関係人口の増や地域住民との交流により地域の活性化につながる「アウトドア」を中心にテーマを選定しました。新型コロナウイルスは5類に移行し私たちの行動がコロナ禍前に戻る中、このような分野における展開が、地域づくりにおいて今後どういった可能性をもたらすのか模索していただく参考となれば幸いです。

(アドバイザー 森川 純希)

■表紙のことは

長く暑い夏が過ぎ、一気に秋を通り越してしまいそうな今日この頃、季節の移り変わりに遅れまいと、山々では木々が一斉に色づいています。今年の秋はコロナ禍による行動制限もなく、久しぶりのお祭りやイベントなども県内各地で催されましたね。

今回の表紙は秋の遠足の風景です。落ち葉舞う川辺の遊歩道で、マスクを外し、思い切り友達とふざけあいながら遠足を楽しむ子どもたちの姿に、先生も笑顔です。

虫取り、川遊び、キャンプ、海水浴など。思い返せば子どもの頃の思い出は、必ず自然の中にあった気がします。皆さんも童心に帰って、家族や友達と一緒に豊かな自然の魅力を満喫してみたいかがでしょうか。

柳原 あや子

●アングル

地域における自然・文化資源の活用…………… 1
 一体験型コンテンツで地域の理解者を獲得—
 森下 晶美／東洋大学 国際観光学部国際観光学科 教授

●特集／自然環境を活用した関係人口の増を目指して ～アフターコロナにおける地域の活性化～

- ①キャンプといえば「やっぱ新潟でしょ!」と言われることを目指して …… 4
 高木 信行／新潟県 長岡地域振興局・柏崎地域振興局 地域振興監
- ②石鎚山でタッグを組み、地域の特性や人財を活かした誘客を図る …… 6
 明比 卓志／株式会社 ソラヤマいしづち 常務執行役
- ③走って観光!愛南マラニックについて …… 8
 蓮田 修平／愛南食のイベント実行委員会事務局 愛南町商工観光課 課長補佐
- ④インタープリターの育成と活用で地域を元気に! …… 10
 菊岡 彰／一般社団法人をかしや
- ⑤森のようちえんの可能性 …… 12
 山本 良子／NPO法人みんなのダイスキ山山冒険遊び場 代表

●地域おこし協力隊 リレーレポート

旅川とアクティビティを通して、私の展望。…………… 14
 杉井 太一／大洲市地域おこし協力隊

●えひめ暮らしネットワーク通信

えひめ暮らしネットワークの取り組みについて …… 16
 千々木 涼子／一般社団法人えひめ暮らしネットワーク 事務局長

●特選ブログ/shin1さんの日記

自然環境を活用した関係人口の増加を目指して…………… 18
 若松 進一／人間牧場主・年輪塾々長

●“MY TOWN” うおっちゃん

清家久米一郎家(伊方町)と清水長三郎家(八幡浜市)…………… 20
 岡崎 直司／タウンツーリズム講座主宰・近代化遺産活用アドバイザー

●令和4年度まちづくり活動アシスト事業報告

- 子ども食堂でつくる『親の息抜きできる場所』…………… 22
 兵頭 さおり／NPO法人Lien 理事長
- 「ミモザ」で夢を語る…………… 23
 ～集客を実現した次のフェーズ～
 逢沢 亜月／イヨミモザまつり実行委員長

「海岸線憩いのフォトスポット事業」での取り組みについて…………… 24
 二宮 莉穂／双海町ジュニアリーダー会 代表

●センター実施報告

○移住交流促進事業

大阪“初”開催 全20市町出展の
 「えひめまるごと移住フェスin大阪」実施報告…………… 25

○人材育成促進事業

地域活性化センターへのインターンシップ実施報告…………… 26

●Information センターからのお知らせ

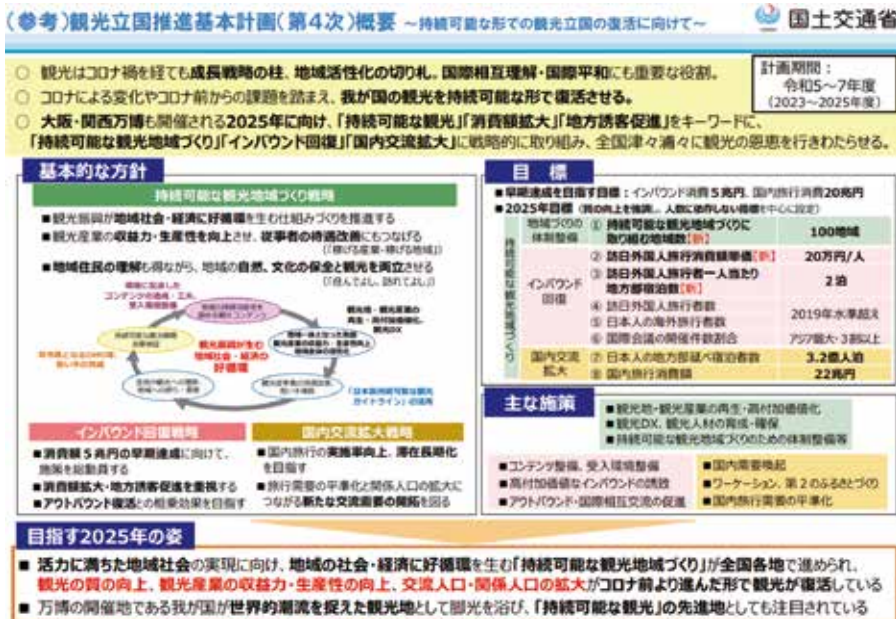
- ・ボランティアで集落とつながる
- ・えひめ移住応援隊 協力事業者“募集中”
- えひめ地域活力創造センター…………… 28

地域における自然・文化資源の利活用 —体験型コンテンツで地域の理解者を獲得—

近年の観光政策と地域のポテンシャル

今年3月、第4次となる観光立国推進基本計画が発表された。これまで訪日外国人旅行者数を2030年までに6000万人とする目標値は「2019年度水準超え」という表現となり、全体として量より質を目指す内容となった。インバウンド誘致を含めた我が国の観光政策は2003年のビジットジャパンキャンペーン以降本格化し、訪日外国人旅行者数もリーマンショックや東日本大震災などで一時的な減少はあったものの、国際的な旅行者数の増加と相まって2003年の521万人から2019年には3188万人と飛躍的に増加した。2020年からのコロナ禍による旅行者数の大幅な減少は観光業にとって大きな打撃となったものの、2023年9月時点では過去最高であった2019年度比で96・1%まで回復している。

一方、旅行者数の増加に伴ってオーバートリズム（観光公害とも。以下、OTI）という問題も浮上してきている。OTとは、著しい旅行者の増加により

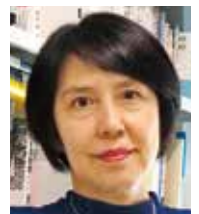


出典：観光庁報道発表資料2023年3月31日

生活や自然環境、景観に負の影響をもたらすとともに旅行者自身の満足度を低下させる状況をいうが、日本でも京都や沖縄、白川郷といった有名観光地において、混雑やマナー悪化、騒音、幹線交通の混雑、飲食・ホテル代の高騰、不動産価格の高騰などが生じ問題となっている。

こうした背景もあり、第4次観光立国推進基本計画は「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」の3つの柱をもとに観光の質の向上を目指す内容となっており、インバウンド旅行者一人当たり消費額(20万円)や地方部での宿泊日数(2泊)など消費の目標値がはじめて明示された。この計画の具体的なキーワードは「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘

東洋大学 国際観光学部国際観光学科教授 森下 晶美



客で、自然や文化資源などが豊富な地方部にとつては願ってもない追い風となる内容だ。

そもそも旅行者の方から消費に来訪してくれる観光という行動は、地域の自然や文化そのものが商品となるため新たな設備投資などは不要であること、1つの産業だけが発展するのではなく複数の地場産業に恩恵があること、地域の認知度が上がりブランディングにつながること、などから地方部にはありがたい経済活性化策といえる。しかし、意外に観光振興に苦戦している地域は多く、「観光スポットや景色を見に来るだけで地元にお金が落ちない」「イベント時は人が来るものの普段の集客につながらない」「そもそも他と差別化できるような観光スポットがない」という話をよく耳にする。

観光で地域を活性化するためには、旅行者が来訪するだけでなく食事や遊び、買い物、宿泊、域内移動といった消費行動を起こさなければお金は落ちない。つまり地域内に消費行動をする仕組みがなければ地域経済の活性化にはつながらない。また、大都市のようなインフラを持たない地方部においては、旅行者の数を集めるのではなく、少数で消費額の高い旅行者をターゲットとしないとOTにつながる恐れがある。もちろん、経済面だけではなく、地域の自然や文化の継承、シビックプライドの醸成、地域ブランド力の向上とそれによる移住の促進など、観光でもたらされるメリッ

トは他にもあり、経済の活性化とこれらが組み合わさって真の地域活性化といえる。

体験型コンテンツの優良市場（アドベンチャートラベル）

近年、国内外の旅行者の観光目的として体験型コンテンツが注目されている。特にコロナ禍を経てその傾向は強くなっており、所有するモノ消費から体験やサービスに支出するコト消費、つまり従来の「見る」観光よりも、体験する「観光」が注目されるようになってきている。地方部には豊かな自然や特色のある文化、食などがあり、体験型コンテンツには資源の宝庫ともいえ、地域内での消費行動を生む大きなポテンシャルを持っている。

体験型コンテンツで域内消費額を上げるにはターゲット設定が重要で、旅行者の数ではなく、少数でも消費額の高い旅行者を狙う必要がある。旅行消費額の高い層としては、富裕層、自分の好きなものには消費するこだわり層などがあるが、こだわり層の一例としてアドベンチャートラベルを紹介したい。

アドベンチャートラベル（以下、AT）とは、ATA（Adventure Travel Trade Association）の定義では「自然とのふれあい」「フィジカルなアクティビティ」「文化交流」の3要素のうち2つ以上を主目的とする旅行とされるが、分かりやすくいうと、アクティビティという体験型コンテンツを

アドベンチャートラベルとは

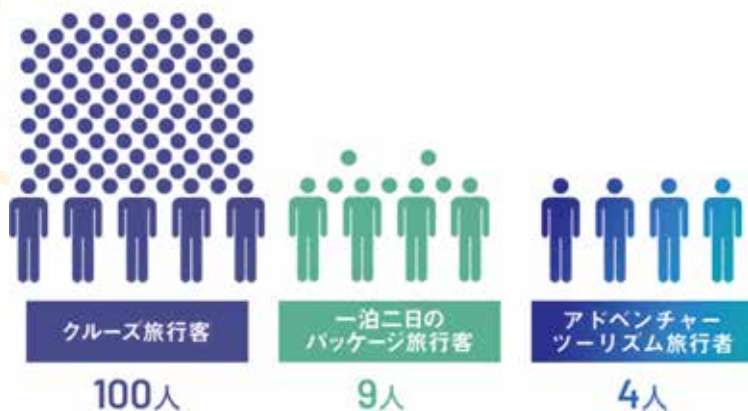


出典：国土交通省北海道運輸局観光部「アドベンチャートラベルの推進について」

通じて地域の自然や文化の本質を理解し、地域のありのままの姿を楽しむ旅行である。例えば、湖でカヌーというアクティビティを行う時、アクティビティ自体や景色を楽しむのはもちろん、それと共に湖の自然の成り立ちやそこに生息する生物について知り、実際にその湖で捕れた魚を使った郷土料理を楽しむなどしてその土地を包括的に理解し、地域の本来の姿を楽しんでいくという観光形態だ。このためには地域をよく理解し、英語で案内ができるガイドの存在も重要となる。

好まれる体験型コンテンツとしては、アクティビティでは、ハイキング・トレッキング、カヌー・カヤック、サイクリング・マウンテンバイク、スキー、野生動物観察などがあり、いずれも環境にロイインパクトであ

10,000米ドルを地域経済にもたらすために必要な旅行客数



出典(一社)日本アドベンチャーツーリズム協会「アドベンチャーツーリズムとは」

自然や特色ある文化は地方部ならではの魅力であり、観光資源としても大きなポテンシャルを持っているが、これまではその力を十分に生かしきれていなかった。従来の観光は「見る」ことが中心で域内消費につながりにくかったことがその要因の一つだが、これを体験型コンテンツにすることでガイドやアクティビティ用品レンタル、ツアー参加などの消費行動につなげることができる。さらに、真の地域活性化のためには地域資源の価値を十分に理解し評価してくれる旅行者層を見極めることも重

旅行者の見極めが重要

前述のように量より質の観光を試行し始めた我が国のインバウンド政策においても、ATは重要項目として位置づけられており、今年9月、ATの世界大会であるアドベンチャートラベルワールドサミットが北海道に誘致され成功をおさめている。

① 高学歴で意識が高く所得水準も高い旅行者が多い、② 地域を深く楽しむことを望むため滞在日数が長い、③ 自然や文化を理解し楽しむための現地ガイドを求める、④ 価値がある体験コンテンツには惜しまず費用をかける、といわれており、例えば、ある地域で1万ドルの消費を生むためには、クルーズ船旅行者であれば100名必要だが、AT旅行者なら4人で済むという試算もある。また、環境保全などへの意識も高い旅行者のため、環境負荷の少ない観光が実現できることもATの特長だ。

要で、よき理解者層は価値相当の消費をいとわず、将来的にはリピーターや地域産品の消費者にもなる。それが経済面だけではなく自然・文化の継承を支え、地域ブランド力向上やシビックプライドの醸成につながついていく。まさにこれからは量より質の時代、質の見極めが重要な時代ともいえるだろう。



出典:北海道庁Webサイト「アドベンチャートラベルワールドサミット北海道・日本(ATWS2023)開催に係る共同ステートメントについて」

<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/166246.html>

特集 1

キャンプといえば「やっぱ新潟でしょ!」と言われることを目指して

新潟県 長岡地域振興局・柏崎地域振興局 地域振興監 高木 信行



にいがたキャンプ市場活性化プロジェクトの概要

新潟県の豊かな自然を活かしたアウトドアによる観光施策を展開することで、にいがたⅡキャンプという全国的なイメージ定着を目指す取り組みです。

新潟県の強みは、山・川・海、そして佐渡島や粟島があり、四季がはつきりしているパリエーション豊かな自然です。そして、有名アウトドアブランドが複数立地していることも他県にはない強みです。

これまで、キャンプ・アウトドアと観光資源は別物扱いでしたが、これからは、アウトドアに地域の魅力を掛け合わせて、新潟での感動体験を提供することで誘客を図っていくとともに、キャンプといえば「やっぱ新潟でしょ!」と言われることを目標としています。

そのために必要なことは、今のアウトドアブームを一過性に終わらせず、県内のキャンプ市場をユーザー目線で活性化させることが必要だと考えています。

地元住民が楽しめるアウトドアイベントから県外からの誘客までの取り組み

新潟のアウトドアのすばらしさを伝え、県外

からの誘客につながるためには、まずは地元住民自らが身近なフィールドで遊び、楽しむ姿を発信することが必要と考えています。現在、次のアウトドアイベントをキャンプ場で展開しています。

●ソトアソビソトゴハン

アウトドア体験とクラフトビールやキッチンカーなどの飲食を組み合わせたアウトドアイベントです。キャンプ泊だけでなく、日帰りでも気軽にキャンプ場を訪れることができることが特徴です。

キャンプ場の開催は施設のPRにつながるため、キャンプ場管理者からは、認知度が高まり利用者



●ソトアソビ ソトゴハン



が増えたとの喜びの声をいただいています。アウトドアイベントには様々なコンテンツを盛り込むことができるため、関係者のネットワークが広がり、回を重ねることに内容が充実してきました。

●24H サバイバルキャンプ

子供

だけで参加するアウトドア体験プログラムです。テント設営、火おこしや調理などの体験を、テレビ番組風の展開でミッションを設定し、子供たちの興味を喚起するのが一般的なアウトドア教室とは違うところです。

募集定員を毎回超過する人



24H サバイバルキャンプ

気プログラムです。東京都から参加した子供もいたので、今後は首都圏に向けてPRしていきたいと考えています。

参加した子供たちの満足度は100%で、親が子供の自立や成長を実感できたという感想をいただいています。

県外からの誘客に向けて、様々な手段で情報発信を強化しています。

●メディアへのアピール

表参道・新潟館ネスパスで定期的に行っている新潟プレミアサロンにおいて、「新潟のキャンプ・アウトドア」をテーマに県内アウトドア関係者による講演会を開催し、首都圏メディアの担当者に関心を持っていただきました。

●ラジオ番組とのコラボ

地元ラジオ局のアウトドア専門番組で、キャンプ場と地域の魅力にスポットを当て、冬キャンプ、佐渡キャンプ、絶景キャンプと毎回テーマを変えながら現地ロケを行い放送しました。radioで聴けるので、県外リスナーも参加してくれました。

●キャンプ系Youtuberやインスタグラマーとのコラボ

県内で活躍する、キャンプ系Youtuberチキユギ・ゆうさんと、キャンプ好き女子「GOODMELLOW CAMP」のPEEK Oさんに、新潟県のキャンプの魅力語る動画「焚き火トーク」に出演してもらい、新潟県公式Youtubeで公開しました。

●地域おこし協力隊の導入

アウトドアによる誘客拡大をテーマに、新潟

県地域おこし協力隊の長島遼平さんが、アウトドアの魅力をYoutube等で発信しています。ちなみに、長島さんは前述ラジオ番組のリスナーで、新潟県のアウトドアの魅力に惹かれ移住しました。

事業所、県内大学、市町村等との連携について

アウトドア関連事業者や飲食店にイベント出展してもらうことで協力関係を築いているほか、アウトドアショップとは、子供向け体験プログラムを共同開発したり、地域おこし協力隊を受け入れてもらったりなど、連携しています。

長岡大学・坂井ゼミは、アウトドアによる地域活性化をテーマに調査研究をしていることから、イベントの運営やアンケート分析で学生の協力を得ています。

キャンプ場を管理する市町村や指定管理者、アウトドア関連事業者等を対象に、情報交換会を開催することで、これまで無かった横の連携を生み出しています。



キャンプ場管理者等の情報交換会

アフターコロナによる今後のプロジェクト展望

観光面では、アウトドアと観光の関係者が協力してコンテンツを生み出すことが求められています。地域ならではのアウトドア観光で誘客できるようにすれば、観光地の活性化につながります。担い手としての移住者も期待できます。

防災や教育面では、キャンプ経験が災害時に役立つことや、子供の成長につながるという認識があることが分かってきました。キャンプと防災・教育を結び付けた取り組みを続けていきたいと考えています。

産業面では、11月に(二社)新潟県アウトドア協会が県内アウトドアメーカーを中心に設立されました。アウトドアを産業界から強力に盛り上げていく動きが期待できることから、協調した取り組みを展開していきたいと考えています。

地域振興面では、県内各地のキャンプ場やフィールドと連携することで、地域活性化に向けた取り組みを進めていきたいと考えています。

コロナ禍で見直されたキャンプですが、今後は、アウトドアと観光、防災・教育、産業、地域振興など様々な分野と組み合わせた施策を展開していくことで、一過性のブームではない、持続的な取り組みとしていきたいと考えています。今後の展開にご注目ください。

プロジェクトについて詳しくは
コチラ▼



特集 2

石鎚山でタッグを組み、地域の特性や人財を活かした誘客を図る

立ち上げ時の思いと現状

「自然はいっぱいあるけれど、これといった観光地でもない」「山に人は来ているがお金が地元に着いてない」などの声を皆さん耳にしたこ



連携のシンボル石鎚山



定番化した旅行商品の代表である UFO ラインウォーク

とはありませんか？

地域にはたくさんさんのいい所やいいものがある。観光地になつて観光客がたくさん来て、宿泊してお土産を買ってくれ、交通手段の利用などで地域経済が潤う。こんな地域を夢見てまちづくり、仕組みづくりにトライしていく。

これまで連綿として受け継がれてきた山岳信仰の歴史と観光を融合させ、地域に潤いを与

株式会社ソラヤマいしづち 常務執行役 明比 卓志



え続けるサステナブルな観光地域としてのいしづちブランドの確立を目指す。

そのような共通の思いを持った4市町村及びこれに賛同いただける民間企業が県のエリアを超えてタッグを組んで生まれたのが「株式会社ソラヤマいしづち」です。

弊社のミッションは、「いしづちエリアの自然・文化・伝統など、地域資源を活かして観光促進・地域経済活性化に資する戦略を立案・実行することです。立ち上げから5年間は、国の交付金を活用し、それぞれの市町村が、観光拠点としている施設の改修や観光での誘客に資するコンテンツ造成などに力を入れてきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響で観光客も激減する状況に陥り、本来の期待していた効果が得られませんでした。但し、密を避けたアウトドアブームにより、多少は山にも観光客が来ており、影響が少しは緩和されたようですが、大きな痛手となったことは間違いありません。

現在の取り組み

アフターコロナで観光の流れがどのように変化するかまだまだ不透明な中、ものだけではなく、そこに人をプラスし、その人（＝キャスト）をフックにエリアの魅力を感じてもらおう事業に

今年度から取り組んでいます。

この事業は、観光庁の「第2のふるさとづくりプロジェクト」による継続した来訪促進のためのモデル実証事業で、都会で暮らす方に第2のふるさととしていしづちエリアを何度も訪れてもらう事業です。

今回いしづち

エリアで行う事業は、3つのコースを設定しており、西条祭り体験、限界集落での自然体験、秘境の村生活体験があります。

内容ですが、まず、いしづちエリアに来る前に、オンラインで顔合わせをし、相手を知ることを行います。なぜ応募していただけたのか、今ハマっていることは何なのかなど共通の話題作りを行い、見知らぬ者同士の距離を縮めます。

次に、現地を知っていたくための1回目のツアーを実施します。

西条祭りの場合は、水のすばらしさやだんじりを見てもらったり、実際に太鼓をたたいてみたり、一緒に祭りの歌を歌ったり、彫刻の現場を見てもらうなど、盛りたくさん内容でした。また、夜はみんなで、いもたきや西条名産の絹かわなすのしゃぶしゃぶを食べたりと、地元感満載の旅行で、参加者とキャストの一体感が強



西条祭り

まり、帰るのが寂しいなどの声をいただきました。

第2回目

は、本番の西条祭りをキャストと一緒に体験します。

夜中から地元の方々と一緒に祭りを体験し、食事をして

したりだんじりを担いだりと、キャストだけではなく地元の方々とも仲良くなり、ふるさとで温かさや地域との一体感を感じてもらい、参加者は地域に必要とされている人に変身していきます。ここが第2のふるさとと実感してもらえた瞬間かなと思っています。



実際に頑張って一日中だんじりを担ぐことで、地域の大きな戦力になる



彫刻家の作業場を訪問し、先祖代々伝わる貴重な彫刻の下絵を見せていただく

今後の事業展開

今後の展望・展開としては、第2のふるさとづくりプロジェクトは、若い世代が少なくなり地域の活力が減退している昨今の地域課題解決や移住の糸口になる可能性を大いに秘めている事業だと感じています。また、キャストの育成やレベルアップにつながれば地域の観光の担い手が増え、来訪者の増加につながると考えていますので、引き続きDXなどの活用も視野に入れながら、どのようにすれば事業をシステム化できるか、エリア全体に事業効果を広げられるかなど、実効性を高めるための模索をしていきたいと思っています。

また、インバウンド対応もこれからは必要です。しかし、一地域だけでは魅力がありません。海外のお客様は四国が一つの旅行先くらいの感覚で来られます。地域の魅力発信には広域の連携が必須ですので、多くのDMOや行政機関との連携を強化していくことが、地域にインバウンドの方々を招く近道ではないかと考えています。

まだまだ経営的には厳しい状況が続いていますが、一朝一夕に観光地になれるとは考えていません。いろいろなことにチャレンジし、この地域に合った観光を模索していきたいと考えています。

ソラヤマいしづちが存在することで、観光による地域課題の解決や経済の活性化などが図られることこそ、地域連携DMOの使命であり、大きな存在意義であると考えています。

走って観光！愛南マラニックについて

愛南食のイベント実行委員会事務局 愛南町商工観光課 課長補佐 蓮田 修平

マラニックとの出会い

2022年3月、例年5月に愛南町で行っている食のイベント「ぎゅぎゅつと愛南！夏の陣」海と山を喰らう」が新型コロナウイルスの影響で中止となりました。代わりに何か事業ができないか検討していた中、観光セミナーで紹介されていたのが、マラニックでした。マラニックとは、マラソンとピクニックを合体させた造語で、タイム

を競うマラソン大会とは違って、走りながらピクニック、つまり景色や食事をゆっくりと楽しむことを取り入れたランニングイベントです。近年のランニングブームにより、全国各地でスポーツツーリズムとして開催されているとのこと。私は、このマラニックが、コロナ禍でも愛南町の観光イベントとして開催できるのではないかと考えました。

愛南マラニック開催のポイント

① 新型コロナウイルス対策

まず前提として、イベントはコロナ禍でも感染対策を講じて開催できるイベントでないといけません。その点、マラニックは基本屋外イベントで参加者の特定もできること、屋内での食事の場面では参加者同士の距離をとり密集させないなど感染対策をとりやすいことが利点でした。

② 真夏の開催

夏に実施していたイベントの代替イベントです。夏に、夏に実施したかったというのが本音で、開催は8月最終週の日曜日としました。同時期に開催されている大会は少ないことから他の大会と競合せず、何よりランナーに秋からのマラソンシーズンに向けての練習としてこの大会に参加してほしいという思いがありました。

当初は、真夏の大会ということで危険ではないかという声もありましたが、消防職員や保健師にコースを巡回してもらうなど安全対策をしっかりと講じることで理解を得ました。マラニックの性格上、タイムを競って全力で走るわけではないので、一定の走力のあるランナーを対象にすれば、リスクも懸念するほど高くないと判断しました。

③ 運営組織の利点

マラニックは食を楽しむものといった面で、実施主体が「愛南食のイベント実行委員会」(実行委員会)であることも利点として挙げられます。通常は食のイベントを実施しているわけですから、エイドステーション(AS)で参加者に振る舞う食べ物・飲み物で、特産品や地元郷土料理など愛南町なら



補給食「しのめスポーツバナコッタ with 愛南ゴールドソース」を開発した松山東雲女子大学・松山東雲短期大学の皆さん



愛南マラニックコースマップ



リアス海岸沿いの風光明媚なコース設定で、9つのエイドを巡る。第2回大会の今年、当日452人のランナーが走りました。

ではのものを美味しく味わってもらえる自信がありました。実行委員会は、愛南漁協、えひめ南農協、愛南町商工会などの地元団体で構成されていますが、愛南マラニックではその構成団体に直接ASを担当いただきました。ASでは、愛媛県の生産量が全国一位で、うち愛南町が約三割を占める養殖真鯛を使った丼ぶりやひや汁(さつま飯)や、愛南町が生産量日本一を誇る河内晩柑「愛南ゴールド」を使用した、ジュース、かき氷、シャーベットのほか生甘酒を提供しました。また、参加賞も特産品のセットを採用しました。

④ 観光の課題解決

愛南マラニックは、愛南町の観光の課題を逆にメリットに変えています。愛南町の観光スポットは町内に点在しているため、そもそも町内からでも観光スポットまで行くことが大変です。そのため、例えば、大型バスで来町し、町内で少し観光してから道の駅で休憩・買い物して帰っていくなど、愛南町の観光の課題は、通過型観光となったていていることが課題でした。愛



愛南町最大の絶景ポイント・高茂岬を巡るランナーたち

南マラニックでは、点在している各観光スポットを線で結び、53kmのコースとして設定することにより、走って愛南町をまぐる観光できるようにしました。朝7時スタートのゴール制限時間9時間の大会ですから、丸一日を愛南町で過ごすことになり、多数の参加者に大会前日、そして当日に愛南町に宿泊していただきました。

⑤ 産官学の共創

地域の活性化を図るためには、地元の人間のみならず、外部の「よそ者」の力も必要であると言われます。愛南マラニックでは、愛媛大学、松山大学・松山短期大学、松山東雲女子大学・松山東雲短期大学の教員や学生の皆さんにボランティアスタッフとして参加いただいています。スポーツマネジメントを学んでいる学生の参加や実際にエイド食を開発いただくなど、各大学との連携を深めています。また、企業との連携では、協賛企業である高砂熱学工業(株)の社員の皆さんに、ゴール後のおもてなしブースを設置いただきました。真夏の大会ということもあり、ゴール後のランナーのクールダウンで何かできないか困っていたところ、同社から、「製氷機で魚を冷やすシャーベットアイスを作って



日本で唯一現存する紫電改の展示館もコースの一部

いるが、それでランナーの足を冷やしてはどうか」と提案され、実現に至りました。このように、愛南マラニックは、大学や企業の力を借りてイベントを共に創り上げたことが特徴です。

愛南マラニック開催を通じて

愛南町では、「なんちゃないけど日本一訪ねたい町」をキャッチフレーズに交流人口の増加を目指しています。参加者からは、「想像以上に美しい景色でした」、「食べ物美味しく、応援も温かい」、「愛南町の産業、文化、人々、自然、様々な良さを感じた」などといった多数の好評の声をいただきました。参加者の中には、愛南マラニックをきっかけに愛南町を知って、再度ゆつくり観光で訪れていただいた方もいます。今後、愛南マラニ

ックへの参加や多様な主体との運営を通じて、愛南町のなんちゃない魅力に気づき、そこから愛着を持って再度愛南町に関わっていたら、そんな関係人口への発展とその増加を図っていききたいと思います。



YouTube動画はこちら▼



大会ゲストランナーでインフルエンサーの三津家貴也さん。愛南マラニック YouTube 動画は 2.9 万回視聴！

インタープリターの育成と活用で地域を元気に！

一般社団法人をかしや 菊間 彰



インタープリターとは？

私の仕事はプロのインタープリターです。インタープリターとは、自然や歴史や文化などの案内人のこと。平たくいえば「ガイド」です。しかし、一般的なガイドとは少し異なります。皆さんは「ガイド」と聞くとどんなイメージをお持ちでしょうか？自然や歴史や文化などにすごく詳しくて、聞けばなんでも答えてくれる人？

ガイドの中にはそんな方もたくさんいらっしゃいますが、私たちはインタープリターは必ずしもそうではありません。「知識」や「情報」を伝える一般的なイメージとは異なり、知識を伝えることを主目的としていないのです。時には、知っているてもわざと答えなかったりします。

またインタープリターは「自然案内



インタープリターイメージ

人」と訳されることもあります。案内する場所とは自然の中に限りません。お城などの豊かな歴史や文化を持つスポットや、一見何気なく見えるまちなみ、地球の歴史に迫るジオパークだつたりもします。あらゆる場所をご案内するのです。お客さんも子どもやカップルも含めあらゆる人を対象とします。

そこで私たちは喋るのではなく「五感や体験」を通じて伝える仕掛けをします。参加者が地域の魅力を自ら発見し、気付くことのできるような「体験Ⅱアクティビティ」をデザインします。それを通じて本質やメッセージを伝えるのがインタープリターの仕事であり、従来の知識伝達型ガイドとは全く異なるところなのです。

私は全国各地に赴いてインタープリターの育成研修をさせてもらっています。そして研修を受けた人が、別人のように明るく楽しく



インタープリター研修の一コマ

変化するのを幾度となく垣間見してきました。実は知識伝達型の従来型のガイドは、実施する側にも大きなプレッシャーがかかるものなのです。インタープリターになると、ガイド自身がそのプレッシャーから解放され、ガイドを心から楽しめるようになるのです。

自然体験のススメ

そしてインタープリターを活用した取り組みでもう一つ大きなものがあります。それが地域資源を活用した「自然体験」です。私たちは様々な自然体験プログラムを実施してきましたが、その中で10年以上続いており、一番人気のプログラムである「鈍川溪谷シャワートレッキング」をご紹介します。

シャワートレッキングは、今治



溪谷へジャンプ！

市玉川町鈍川溪谷にて行う夏季限定のプログラムです。全身水に浸かりながら美しい溪谷をザブザブとさかのぼる、ライトな沢登り体験です。

このプログラムを始める前、何人かに「鈍川は取水しており水量が少ないので、四万十川や吉野川のような川のプログラムは実施できない」という話を聞きました。確かに水量が少ないため、これら有名河川のようなカヌーやラフティングなどのダイナミックなプログラムはできないでしょう。

しかし、鈍川には鈍川の良さがあるのではないかと思います。私たちは資源調査を行い「シャワートレッキング」というプログラムを開発しました。結果として、水量が少ないからこそリスクが少なく、ウエットスーツを着用しなくても実施ができ、小さな子どもでも参加できる（対象は小学生以上）という自然体験プログラムが完成したのです。

このように、その地域「ならでは」の自然を生かせば独自のプログラムを開発し、他地域との差別化を図ることができます。地域の特性を知



滝の中腹にて

り、それを生かすことのできるインタープリターがいれば、優れた自然体験プログラムを生み出すことができます。「他と比べて劣っているからできない」と考えるのではなく、地域の良い点に目を向けることが大事なのではないでしょうか。



透き通った溪谷の水

インタープリターの役割

そんな「体験型」で誰にでも楽しんでもらえるガイド「インタープリター」の役割は、主に以下の三つです。

- 参加者全てが「安心」できる場を作る。それにより参加者が活発に発言したり積極的に活動したりできるようになる。
- 参加者が「今まで自分が知らなかった世界」を体験できるよう導く。知識や情報を押し付けるのではなく一緒に体験して、新たな世界の扉を開く。
- ともすると見落としてしまいそうな「何気ない」時間や空間の中に魅力を見いだし、それを参加者自身に感じてもらうようにする。これにより、自分でも気付かなかった自

分自身や地域の魅力を、自分で発見できるようにする。

このような効果があるため、地域に良いインタープリターがいると魅力がわかりやすく伝わり、ファンが増えることとなります。さらには地域住民が自分の地域の魅力に気付くことになるので、シビックプライドも向上します。地域活性、地域創生をするうえで、インタープリターの存在は大きな力になるのです。

3年にわたるコロナ禍を経て、私たちはダイレクトなコミュニケーションの大切さに改めて気付かされました。参加者と丁寧なコミュニケーションを取り、安心できる場と体験を作れるインタープリターの存在は、アフターコロナの今こそ大きな意味を持つと言えるでしょう。優秀なインタープリターを育成し、地域に一人でも多くのインタープリターを送り込むことが、地域創生の要になるのではないのでしょうか。



明るく楽しいインタープリターたち

森のようちえんの可能性

NPO法人みんなのダイスキ松山冒険遊び場代表 山本 良子



私たち団体は2006年から松山市を拠点に「子どもは遊びながら育つもの」というコンセプトを基軸として活動を開始し、現在は年間を通じて、自然体験活動、キャンプ、森のようちえん（自然保育）、フリースクール（不登校支援）、プレーパーク、哲学カフェなどを実施しています。

毎週水曜日と金曜日に預かり型の森のようちえんを道後地区で行い、親子型森のようちえんを愛媛県総合運動公園などで年間を通じて実施しています。森のようちえん全国ネットワーク連盟にも加盟し、森のようちえんの関係団体とも連携しながら活動を進めてきました。現在、全国では280以上の森のようちえんが活動をしています。愛媛県においても6か所の森のようちえんができており、愛媛県内で連携を深めるために「えひめ自然保育連盟」を2023年度に立ち上げました。

日本の子どもは幸せか？

ユニセフイノチェンティ研究所が実施した世界的な調査で、日本は「生活に満足している」と答えた子どもの割合が、OECD加盟国38か国のなかで最も低い国の一つという結果となっています。自殺率も世界平均よりも高く、その結果、精神的幸福度の低いランキンングとなっています。

日本のデータではないものの、各国のデータから、「より多く外で遊ぶ子どものほうがより幸せである」という結果が示されています。レポートでは、外遊びの機会が子どもの幸福度に直結することが指摘されており、まちづくりのなかで子どもが自由に遊ぶ環境を保障する必



インターンシップ受入事業

要があることの証左となっています。また、「孤育て」という言葉がコロナ禍以降クルーズアップされています。核家族化などで周囲に相談相手がない孤独な子育てを指しますが、コロナ禍以降、妊産婦のメンタルヘルス（心の健康）を心配する医療関係者が4割超に上るとの調査結果もあり、子育てを取り巻く環境はますます深刻化しています。



由良野の森親子自然体験活動

自然環境を活用した森のようちえん

森のようちえんとはどんな活動なのかを少しお伝えします。「森のようちえん」とは、

1950年代にデンマークで始まった、自然体験を基軸にした保育・幼児教育の総称です。森、海、川、野山、畑、自然公園など、広義の自然の中で、子どもが主体的に活動することを中心とし、大人は子どもの主体性を重んじつつ見守ります。幼稚園・保育園・自主保育園などによる全日制から、自然学校などによるイベント型など、様々な形態があります。



道後の山で子どもたちが毎週元気に遊んでいます。



る自然保育での育ちについては、幼稚園教育要領の領域「環境」に、「幼児期において自然の持つ意味は大きく、自然の大きさ、美しさ、不思議さなどに直接触れる体験を通して、幼児の心が安らぎ、豊かな感情、好奇心、思考力、表現力の基礎が培われる（文部科学省 2017・18）」と記載されています。

近年、全国的に幼児期の自然保育活動を行う民間団体が増えています。また、多くの地方公共団体において、自然を活用した保育や幼児教育等を支援する取り組みが進められています。

移住促進と森のようちえん

コロナ禍以降、森のようちえんや自然体験、キャンプ等の体験活動への需要が高まっています。当団体が毎年夏に実施している中島サマーキャンプでは、2022年度40人の募集に対し、募集開始当日のアクセス数が2000アクセス（前年度800アクセス）となりました。学校ではマスクをして黙食、放課後友



毎年人気の中島サマーキャンプの活動風景です。

達と遊ぶこともできず様々な体験をする機会を奪われた子どもたちに、夏休みだけはのびのびと遊んでほしいという保護者の思いが数字として表れたのだと思っています。

一般社団法人 移住・交流推進機構（JOIN）が2022年にまとめた「若者の移住調査」（調査対象者は20～30歳の既婚男女で地方への移住に興味がある500人）の中で、「あなたが仮に移住先で子育てをするとして、移住先の子育て環境について、重視する条件を教えてください」（複数回答）と質問した結果は次のようになりました。

- ① 自然とのふれあい 44%
- ② 学力・知力の向上ができる教育環境 29.3%
- ③ 体力の向上が期待できる教育環境 26.0%
- ④ 少人数でのんびりとした教育環境 25.2%

私自身も4人の子どもを育てながら、愛媛の豊かな自然に魅力を感じて移住を決めた移住者です。石鎚山に見守られ、年間通じて穏やかな気候の松山市に住み、車で1時間も走れば魅力的な自然を堪能でき、東京からも飛行機で1時間30分。

これからも、子育てに優しいまちとして、豊かな自然の中で子育てできればどこにも負けない魅力あるまちへと変化していくに違いないと願いながら活動を続けています。



毎年人気の中島サマーキャンプの活動風景です。



肱川とアクティビティを通して、私の展望。

大洲市地域おこし協力隊 杉井 太一



肱川かわまちづくり

大洲市地域おこし協力隊の杉井太一です。2022年4月に協力隊に任命され、1年半余り活動をしています。私の任務は肱川かわまちづくり計画におけるソフト対策です。主にイベントの開催、実証実験の実施、肱川のPRなどを軸に活動をしています。

肱川かわまちづくり計画とは、大洲市が国土交通省と連携して行なっている河川空間とまち空間が融合した良好な空間形成



肱川かわまちづくり全体構想

を目指す取り組みのことです。行政機関はハード(かわみなど、石積、公園など)の整備を行い、肱川を活用する団体・個人などによるソフト(イベント、アクティビティ、観光事業など)の充実を行うことで良好な空間を創出し、心安らぐ豊かな暮らしの実現を目的としています。

故郷と西日本豪雨災害

私の生まれはまさしくこの大洲で、幼い頃から肱川とカヌーに触れて育っています。高校3年生の秋には、えひめ国体のカヌー競技が大洲市の鹿野川ダムで開催され、5位入賞を果たしました。その後、カヌー競技を継続するか非常に悩みましたが、大学進学を機に興味のあった写真



えひめ国体 手前から3艇目先頭が杉井

の分野へ転向する決意します。(大阪芸術大学芸術学部写真学科へ進学)



実家被害の様子

故郷を離れて3カ月後のことです。西日本豪雨災害が故郷大洲を襲いました。見慣れた風景の中を車やがれきが流され、家の家具がひっくり返っている光景に大きな衝撃を受けたことを鮮明に覚えています。この出来事をきっかけに私は再びカヌーと肱川へ目を向け、大学の長期休みなどを利用して大洲へ戻り、肱川でカヌーを続けてきました。

大洲市地域おこし協力隊

私が地域おこし協力隊として着任したのは大学を卒業したその年のことです。その頃には水害の爪痕はほぼ見られなくなりましたが、水害の水深を表す表示が市内のいくつかの場所に残り、被害の大きさを物語っています。現在は、このような災害が繰り返



えされないよう、橋の架け替え、河川の堤防整備等が進み、水害から命を守る安全なまちへと歩みを進めています。しかし、「川は危険だから」とか「堤防で川が見えなくなっちゃった」とか「生態系が変わってしまった」など人々の暮らしが景観、遊び、学び、自然環境などの面において川から分離していることを課題として感じています。そのような課題を解決する手段として、私は地域おこし協力隊として活動しています。

今年度は「肱川かわびらき」、「おおず・ブラージュ」という2つの事業を実施しました。「肱川かわびらき」は、川に親しむきっかけづくりをテーマにマルシェ、リレーマラソン、SUP&カヌー体験、テントサウナ、スラックラインなど川でできる遊びをどなたでも楽しめるイベントです。「おおず・ブラージュ」は、川沿いでくつろげる心豊かな空間をコンセプトにパラソル、ハンモック、チェア、ビーズクッション、卓球台などを毎週金土、日で肱南かわみなどに設置(8/25、10/9)するという取り組みです。この期間



おおず・ブラージュ

め5名の隊員が在籍しており、それぞれの得意分野を活かして活動をしています。隊員を簡単に紹介しますと、(写真左から)農家民宿と言語の山本さん、野草の岡本さん、手先がとても器用な松井くん、私、庭師の中村くん、というメンバーになっています。個性豊かで大洲のことが大好きな隊員たちを、どうぞよろしくお願いいたします。



大洲市地域おこし協力隊一同

大洲から世界へ

実は、私の野望としても大洲から世界へ進出したいことがあります。それは大洲産木材を活用したカヤックの製造です。まだ誰にも話していませんが(笑)。密かに試作の艇を製作中です。

カヌースポーツ

カヤック市場はヨーロッパのメーカーが主流となっており、輸入、運搬に非常に多くのコストがかかっています。「給料は上がらないのに物価が上昇するこの国で、いったいどうやってカヤックを所有すればいいんだい!」という愚痴と「かつて治水等を目的に植樹された竹林などが放置され、廃坑や拡大が進み流水阻害や生体環境や河川景観などに影響を及ぼすことが懸念されている」という問題から、「これらの木材をカヤックへと変化させ、多くの人に水辺の楽しさを伝えたい!」と思うようになりました。

とっても楽しいカヌーというアウトドアスポーツを高い質で気軽に体験でき、水辺環境が豊かな大洲を目指して今後も精進してまいります。皆様、よろしくお願いたします。



制作中の試作カヤック

えひめ暮らしネットワークの 取り組みについて



一般社団法人
えひめ暮らしネットワーク
事務局長 千々木 涼子

わたしたちは、『愛媛に暮らす人』『愛媛に移住した人』『愛媛に移住したい人』たちをつなぎ支援し、より元氣な地域が増えていくことを目指すネットワーク組織です。

「日直えひめ暮らし」として県内の地域おこし協力隊卒業生が日替わりで担当する移住相談窓口などを通して愛媛県への移住推進、地域おこし協力隊や移住者のフォロー、生業づくりや地域の活性化など、愛媛で自分らしく暮らし働く人たちのバックアップに取り組んでいます。

「ロードマップ作成研修会」の開催

（一社）えひめ暮らしネットワーク（以下…ネットワーク）では、愛媛県の委託を受け、地域おこし協力隊や市町担当職員を対象とした研修会の企画運営を行っています。

8月31日、9月1日には、定住に向けての分岐点となる2年目以降の地域おこし協力隊員を主な対象に、現状の課題を整理し、残りの任期や任期後をより充実したものにすることを目指し、1泊2日のロード

マップ作成研修会を実施しました。

会場となった伊予市のふたみ潮風ふれあいの館には、8自治体11名の隊員が集まり、隊員それぞれの活動や抱える課題の棚卸し、ロードマップの作成などを行いました。講師は、地域おこし協力隊のOBでもあるネットワークの運営メンバーが務めました。個人ワークが中心ではありましたが、発表や共有を通してアドバイスや意見の交換などを行い、参加者同士の交流も生まれました。

活動地域に身を置き、近い場所向き合うのは大切なことではありますが、時には活動地域を離れたり、客観的な目線に触れたりすることで、地域に対する



自分自身の課題に向き合うロードマップ作成研修会

る思いや姿勢を再確認することは、活動を続け、その後もその地域で定住していく上でとても大切なことだと考えています。

地域おこし協力隊活動紹介ブログについて

ネットワークのホームページおよび県の移住ポータルサイト「えひめ移住ネット」にて、ネットワークの運営メンバーが県内各地の隊員を取材・記事執筆を行った、地域おこし協力隊の活動紹介ブログを掲載しています。



地域や活動に向き合う地域おこし協力隊

協力隊の活動地域の方はもちろん、県内各地で暮らす方、愛媛県への移住や地域おこし協力隊への応募を検討している方など、多くの方にとって、新たな地域の魅力に会える記事となれば幸いです。

8月に始まり、1月まで毎月1本のペースで更新していきますので、ぜひご覧ください。

「ゆるいランチ会」、「えひめ暮らしネットワーク交流会 in t i i k i」の開催

ネットワークが運営するコワーキングスペース南予サインでは、10月、県内で活動している現役の地域おこし協力隊、県内で活動していた地域おこし協力隊卒業生、えひめ暮らしネットワークの一般会員、賛助会員、コワーキング会員の方々を対象に、「ゆるいランチ会」と題して、交流の場作りを始めました。

南予サインには、コワーキング会員をはじめとした会員のほか、地域おこし協力隊や移住相談者の方など、日々さまざまな方が訪れます。せっかくさまざまな立場の方が集まるので、それぞれ仕事をするだけでなく、情報交換や交流をする場にしたいと考え、ランチを一緒に食べながら交流を図る会の企画をしました。コワーキング会員のほか、コワーキングスペースやネットワークに興味がある方にも足をお運びいただき、新たな交流が生まれる場となりました。

松山では、(公財)えひめ地域活力創造センター(t i i k i)と協力し、「えひめ暮らしネットワーク交流会 in t i i k i」を実施しました。えひめ暮らしネットワークや t i i k i の賛助会員の方々にもお声がけし、東京からインターンシップで来県していた地域活性化センターの方々の参加もあり、賑やかな会となりました。

どちらも不定期ではありますが、今後も開催を予定しています。すでに会員の方だけに会入会を検討する方、移住を検討する方、移住にもご参加いただきながら、人と人、人と場がつながる機会を生み出していこうと考えています。

その他の取り組みと今後の事業展開について

年度内には、愛媛県地域おこし協力隊・



ぜひお気軽にご参加ください！

自治体職員交流研修会のほか、地域おこし協力隊の任期後の生業づくりを目指す、ローカルビジネス創出研修の開催を予定しています。

また、南予子育て暮らしオーダーメイド移住体験ツアーをはじめ、各市町のおためし地域おこし協力隊、移住体験ツアーの企画運営も行っています。

日々の相談窓口や移住フェアなどでの相談会はもちろん、さまざまな媒体や企画を通して、移住後の住まいや仕事、子育て環境など、より具体的に移住後の暮らしを思い描き、形にしていけるよう、サポートをして参ります。今後ともご支援を賜りますようお願いいたします。

会員募集中！

一般社団法人えひめ暮らしネットワークでは、会員を募集しています。また、コワーキングスペース南予サイン『COWORKING-HUB nanyo sign』の『コワーキング会員の募集』をしています。ぜひお気軽にお問い合わせください。

COWORKING-HUB nanyo sign について



会員登録はこちらからどうぞ！





人間牧場主・年輪塾々長
若松 進一

自然環境を活用した関係人口の増加を目指して

もうすっかり古い話になりましたが、36年前の昭和六十二年をまちづくり元年と定めて双海町では二つの数値目標を立ててまちづくりをスタートさせました。一つは「万人の住めるまちづくり」(定住人口)と「十二万人の訪ねるまちづくり」(交流人口)でした。その後平成十七年に双海町は伊予市と中山町と合併し新生伊予市が誕生し双海町という自治体は地図上から消えましたが、残念ながら定住人口はその後減り続け今は三千五百人に激減しています。合併時の交流人口は十二万人をはるかに超え五十五万人になっていました。しかし当時の目標の中に定住人口と交流人口以外に関係人口という概念や目標はなく、合併後も「関係人口」という言葉は時々耳にするものの、数値目標化が難しいこともあつて突っ込んだ議論には至っていないようです。

関係人口は①行き来する者(風の人)、②何らかの関りが有る者(過去の勤務や居住・滞在等)、③地域内にルーツがある者(近居)、④地域内にルーツがある者(遠居)などですが、今まで弱かった①現状の地域との関りと、②地域との関りへの想いを強くする取り組みをしなければ関係人口が増えることはなく、より多様な人材が地域づくりに参画することによって関係人口が増えて行くのであれば、その方法を真剣に考えなければなりません。まず手始めにこの地域を知り尽くしている地域内にルーツのある近居の人や遠居の人から始めるべきでしょうが、近居にしても遠居にしても両親や親類縁者が住んでいたり、先祖の田畑や財産、仏縁などがあつても状況は様々で、望郷の念など湧かない人もたくさんいるようです。最近はそのような人を集めて県人会や市人会などを組織して活動をしたり、ふるさと納税制度を利用して納税返礼品を送って一挙両得を目論んでいたりますが、どこも同じことをしているのでそう簡単には行きません。まずはほとんどの市町も毎月発行している広報や観光パンフレットを送ったり、市町のホームページなどを通じてしっかりと継続的に情報を発信したりして知ってもらうことが大事なようです。

今までは観光や各種イベントでその街を

訪れていた人は交流人口にしかカウントされていませんでしたが、実はこの交流人口のほとんどの人がスマホを使って情報を発信してくれる関係人口になる可能性がある人たちなのです。地元の人が何も無いと思っていた無人駅のJR下灘駅がSNSの拡散によって一躍脚光を浴び多くの観光客が訪れるようになったことでも分かるように、最早情報はよきにつけ悪しきにつけ人から人へとまるでアメーバのように拡散増殖し続けます。また過疎だと嘆いていた定住人口の人たちも、関係人口を増やすキーパーソンになりうるのです。今地域ではせつかく生きているのだから嘆かず人生をもっと楽しんで、情報を発信しようと活動し始めた人やグループがたくさん増えていきます。まさに元氣印の地域づくり人です。今までは有名人に観光大使を頼むことが多かったのですが、もうそんな時代ではありません。自分たちの住んでいる町を愛しいいきいきと輝いて生きている人こそキーマン・キーパーマンなのです。

何年か前私は友人に頼まれて柚子で有名な高知県馬路村の特別村民になりました。村民になると「ごっくん馬路村」という特産品の柚子を使ったドリンクボトルが一本送られてくるほか、村の色々な情報が届いて、馬路村温泉や魚梁瀬杉で有名な地区へも遠路

はるばる出かけた記憶があり、そのご縁でボン酢は今も馬路村農協の商品を愛用しています。人口千人にも満たない村ながら合併もせず生き残りいきいきと輝いている馬路村に大きな拍手を送ります。また私の友人がたくさん住んでいる北海道佐呂間町では佐呂間サポータークラブをつくっていますが、私もそのサポーターの一人であり、多くの情報を享受できる関係人口なのです。

先日関係人口について議論する会議があった時、参加者の一人が地元愛媛新聞の切り抜きをコピーして皆さんに配り、それを基に議論しました。

【山形県西川町の仮装住民票が話題を呼んでいます。人口5千人ほどの小さな町ですが、国家公務員時代政府のデジタル田園都市国家構想実現会議の事務局に勤めていた町長さんの発案で「デジタルの町」づくりに着手しました。画像などの複製を不可能にする「非代替性トークン（NFT）」の技術で作った仮装住民票を町外の人につく円で発売し、購入者は「デジタル住民」となつて町外の人でも「デジタル住民」となつてまちづくりプロジェクトに参加したり、温泉に無料で入ったりできる特典を付けました。千個の限定販売に対し町の人口より多い1万3千人の応募があったそうです。水やビールも

NFT画像で売り、購入者は実物の飲み物と工場見学の特典も得る「一石二鳥」の戦略です。9月には町内にある公園のNFT画像を「落札したら公園に自分の名前が命名できる」「ネットオークションを実施、県外の男性が百三十万円で落札したそうです。町はデジタルでさらに収入を得るため「かせぐ課」をつくる準備を進めているそうです。まさにこれぞ情報化時代における町のファンをつくる関係人口の増加策の一つです。NFT技術を介して若者らの関心を集めれば、移住促進にもつながり人口減少の悩みも解消されるかも知れません】

という内容でしたが、とても参考になるいい事例だとみんなが納得しました。

新型コロナウイルスの影響でテレワークが普及しました。リモートワーク下ではオフィスへ出勤する必要がなくなり、勤務地は自宅しかも時間のコントロールも自分自身に委ねられるようになると、通勤が当たり前の時代は職住近接によって通勤時間を短縮することに知恵を絞っていました。出勤の必要がなくなれば高い家賃を払い続けて人が多く集まる都市部へ住む必要も薄くなり、週末だけ地方で暮らす二拠点居住やワーケーションのニーズも高まり、関係人口を高めるチャンスがやってきました。そうした人々に選ばれる豊

かな自然環境を活用した地域づくりが前提ですが、その方向に動きつつあるようです。幸い双海町は夕日・花・ほたる・海・食・人情・多不便など条件はバッチリのようなのです。例外なくどの町も人が減る人口減少社会を迎えています。

より多様な人材が地域づくりに参画する手立てを考えなければ自治体は生き残ることはできません。今こそ知恵と汗を出しあい、関係人口・関心人口を増やすべき時代の到来のようです。

「これまでは 交流だけで 良かったがこれから先は 関係人口」



関係人口図表 (出典:総務省「関係人口ポータルサイト」)

「住民じゃ 増やせるだろうか」
「交流を 繋げるアイデア」
（若松進一の実売談）

“MY TOWN” うおっちゃん

歩 & 足 デス 月 ラ デ ス

Vol.100

清家久米一郎家(伊方町)と
清水長三郎家(八幡浜市)

岡崎 直司

タウンツーリズム講座主宰・
近代化遺産活用アドバイザー

昨今の全国における空き家の数が1千万戸なのだという。それに伴う民家解体の件数は、実に我々の周辺でも異様な数に。その事は別な機会に述べるとして、ここに来てまた2件の解体ニュースが届いてしまった。それらについて、せめてものこと記録をしたい。

【清家久米一郎家】伊方町湊浦

町役場から程近く、港に面して建つこの建物は、周囲が現代的に変容して行く中で、しばらく重厚な異彩を放ちながらそこにあった。その入母屋屋根を冠した平入りの漆喰塗り込め造り総二階建ては、近接する佐々木長治家と相まって湊浦における歴

史的遺構の両横綱とも言えた。

建て主は明治中期に九町鉾山で財を成し、同30年代には伊方村長にもなった清家久米一郎。

佐田岬半島がかつて銅鉾山で栄えた時代を象徴する点でも佐々木家と相似する。棟札が不明なため、正確な建築年が特定できないが、屋根裏四隅から発見されている祈禱札には明治38年と墨書され、今回久米一郎の名も確認されたことから、ほぼ確定。その後の彼は、松山経済界から乞われる形で同44年、松山電気軌道の創設にも関わり、伊予鉄道との激烈な経営競争もあってかかの地に転居する。したがって、建物の主は同業だった佐々木長治(高二郎)の子息五九雄(戦後南予明倫館長)に移り、戦後に現所有へと変遷する。

建物を見てみよう。つし二階の虫籠窓を配する外観は古色だが、一階の建具意匠などを見ると、ガラス戸の割り付けや板ガラ



正面外観



カラミ煉瓦敷き



煉瓦塀の意匠(松竹梅も)



茶室内部、小舞天井と採光欄間

スの各種(結霜やダイヤガラス)に近代和風の特徴が見られ、興味深い。何よりそのつし二階、両端の隅は漆喰で円柱に仕上げられていて、洋の構えだ。なので内部にも和洋混在の凝った作りが見られ、いくつか写真で紹介。中庭に面した通路や台所土間には、銅精錬の廃物(鉾滓)利用であるカラミ煉瓦が敷かれていて、鉾山経営者の面目躍如。別棟として接続してある



新築工事費帳

こちらもやむなく解体方向で話は推移しているが、有難くも県外在住の縁者の方から送られてきた260頁にも及ぶ当時の資料「新築工事費帳」により、建物の概要が紐解かれた。それは大正15年から記録された和綴じの普請帳で、十代清水長三郎によつて清水酒店新築の工事内容の全てが質

【清水長三郎家】八幡浜市喜木

茶室も、換気のための壁の欄間や、小舞天井に化粧された縁側通路など、見所が多く多彩で、誌面都合で掲載出来ないのが何とも。救いは、所有者理解と開設されたばかりの佐田岬半島ミュージアムの肝いりによつて、見学会や一部部材備品の保全が試みられたこと。通常は人のご縁の何かと有意の関与が無ければ、それすら顧みられることなく人知れず消滅するのみ。

実に記された貴重なものだった。建築の経緯から丹念に読めば、瓦、建具は言うに及ばず用材の一切についての発注明細がこと細かに記入された設計仕様書でもあった。特に目を引いたのが次の記載。「計壹万三千余円トシテ棟札ニ記入シテ棟木ニ張付ス」と朱書があり、これは屋根裏で確認せねばという展開。

そんなことから、所有者の方と連絡を取り、実測記録図面作成のための調査をさせていただくこととなる。幸いにもご理解をいただき、秋の一日に県建築士会有志の皆さんのご奉仕で実施に及ぶ。

主屋は、喜木集落の中心に位置した切妻平入りの総2階建て。戦後は寿酒造と呼ばれた造り酒屋で、かつては精米所や仕込庫、貯蔵庫などの各施設が所狭しと建ち並んでいた様子も、残された配置図面から窺える。圧巻は2階に設えられた24畳もの広座敷、これ程の規模



清水酒店正面

の一間というものを筆者は県内で見たことがなかった。四間（床の間側）×三間の座敷である。天井の棹縁も四間（長さ約8m）なら、長押も同じ、回り廊下の張り板は、継ぎ目なしだともつと長くなる。大正から昭和というのは、国内の大工の技量が最も充実する時期だが、それにしてもこれだけの用材が手に入る資源と経済の豊かさ、それを駆使して新築する職人の腕の確かさ、驚くばかりである。なお、主要な柱材は前述の清家家と同様樹の良材だったことと、屋根裏には勿論立派な棟札が見つかり、棟梁左官など充実の記載、これだけは保存のため卸させていただいたことを付記したい。

【愛読のみなさまへ】
平成9年からの舞たうん誌連載が26年目におかげさまで100回となりました。これも偏にご愛読の皆様のお陰と心から感謝申し上げます。101回以降も続けさせていただきますので今後ともよろしく願いたします（筆者）



二階座敷棹縁天井



二階座敷床の間



令和4年度 まちづくり活動 アシスト事業報告

子ども食堂でつくる 『親の息抜きできる場所』

NPO法人 Lien 理事長 兵頭 さおり



はじめに

わたしたちは、令和4年1月に伊予市で設立されたNPO法人です。私たちの信念は、『親が幸せでなければ子どもは幸せにならない』というもので、親子が一緒に楽しんでラクできる居場所づくりをしています。

理事の半数は養育里親で、自分たちの子どもや里子の子育てをしながら、一時保護の子どもたちを不定期に預かっています。子どもたちが健康で幸せに過ごすためには、親自身が幸せで健康であることが不可欠だと気づき、親が幸せに楽しくラクに過ごせる子育て支援について、育児や仕事の合間に集まって話し合うようになり、団体の設立にいたしました。

認知活動として

初年度の活動は、『同じ子育て世代に認知されること』を目標にしました。SNSやウェブサイトの開設からスタートし、理事全員で犬寄峠の黄色い丘で豚汁を販売し、法人活動を宣伝しました。また、コロナ禍で食事提供が難しかったため、毎月お弁当を配付しました。これにより、少しずつ利用者が増え、口コミやSNSを通じて知名度が

上がりました。企業や個人から多くの食材や寄付をいただき、活動を支えてもらいました。

わたしたちの活動を喜んでくれる声や、待ち望んでいる声を聞くことで、認知と啓発活動は順調に進んでいると感じています。しかし、お弁当を提供するだけでなく、より深く支援できないか、親の心と体のサポートにどのような貢献できるかについても、より深く考え始めました。

寄り添う活動へ

お弁当の配付に慣れてくると、単なる提供だけでなく、親子が一緒に調理できる場を提供しました。ありがたいことに、親子クッキングに参加した皆さんは、今では子



犬寄峠の黄色い丘に出店

どもたちの食堂で料理を担当しています。受け手も提供者も、リアンに関わる人々はみんな子育て世代です。料理をしながら子育てや仕事について話すことで、親同士や子ども同士の新しい交流の場ができたと思います。

また、お弁当を受け取りに来る親たちとも交流の時間を作り、リアンが悩みや相談に耳を傾け、息抜きできるようなサポートを提供しようと考えています。

最近では子ども食堂だけでなく、子どもたちの学びの場である『寺子屋リアン』を開設しています。学生ボランティアによって勉強や遊びを提供し、子どもたちや親が楽しむイベントを開催することを通じて、今後も継続的に活動していきます。



寺子屋リアン

令和4年度
まちづくり活動
アシスト事業報告

活動地とミモザについて

「ミモザ」で夢を語る
集客を実現した次のフェーズへ

愛媛県伊予市中山町佐礼谷(されだに)の松浦さんが管理している「黄色い丘」。

2016年〜2019年に地域おこし協力隊として、耕作放棄地を地域の宝であるランドマーク化する取り組みの広報を担当していました。

2012年の開墾当初に植えられた2本のミモザが今後にはブームがくると予感があったことから、2017年に活動費から7本の「ミモザ」を植樹してもらい、すべての物語のはじまりから現在まで、植樹を増やし約50本の「ミモザ」が咲き乱れる一大観光地として成長。

2023年のシーズン中は、3万人を超える来場者があり、文字通りミモザの花や苗が「飛ぶように」売れ続けました。ありがとうございます。

地域おこし協力隊と佐礼谷

何を隠そう、地域おこし協力隊を愛媛県下で最初に受け入れたレジェンド地域である佐礼谷。私は3代目で、初めての任期満了後にも住み続けているファーストペンギンなのです。

前任のお二人は、時期が早かったことで

まだまだ「地域おこし協力隊とは、なんぞや?」と相互に取り組みが周知されておらず、様々なミスマッチで目標である定住には至りませんでした。

ただ、前任の活動記録を見ても全員が関わり続けているが「黄色い丘」であり、イベントの集客やブレイクスルーは全員の悲願。というか、みなさんが関わり続けていたからこそ、地道な取り組みが2020年に大きくステップアップしたと、ことあるごとに感じます。

まとめ

「黄色い丘のミモザ」の強みは、究極の直販型という新しい市場を作ったことです。既存の生花流通は、生産者↓生花市場↓お花屋さん↓顧客という2つのマージンがありました。「黄色い丘のミモザ」は、顧客が直接に買いに来てくださることから在庫を持たず、生えている状態からお花をチョキチョキ切って渡すだけで、中間マージン、輸送費、出荷に伴う人員、ダンボールなどの梱包材は全く必要ありません。もちろん、最初から狙ったわけではなく創始者の松浦さんが「出荷地でなく、みんなに来て喜んでほしい」とおっしゃるので、苦肉の策からのスタートでした。蓋をあけてみると、世代や性

イヨミモザまつり実行委員長

逢沢 亜月



別や出生地の多様性も加わってそれぞれの特技を生かしたチームになっています。今後の課題である「オーバーツーリズム解決」に向けて、2025年には愛媛県伊予市中山エリアの広域開催を目標としています。

やっと夢を語るフェーズになり、チャレンジが楽しくて仕方がありません。これもひとえにえひめ地域活力創造センターのご支援を、複数年にわたり活用させて頂けたからと感謝しています。これからは、納税という形で愛媛県に還元できるように、ますます、ますます頑張っていきたいと思います。



2023年の春には3万人を超える集客ありミモザの持つチカラに感動中



令和4年度
まちづくり活動
アシスト事業報告

「海岸線憩いのフォトスポット事業」での
取り組みについて

双海町ジュニアリーダー会
代表 二宮 莉穂



伊予市双海町には海岸沿いに、全長約16kmの国道378号(ゆうやけこやけライン)が整備されています。この国道沿いの歩道では多くのウォーキングやランニングをしている地域の方々や町内外のサイクリストがいます。そこで、双海に住む方や観光客など様々な人々が、座って休んだり交

流を深めたりすることが出来る場所づくりを目的としたベンチを作る、「海岸線憩いのフォトスポット事業」に取り組むことにしました。

過疎化が進む双海町ですが、近年全国的に有名になった下灘駅や、ふたみシーサイド公園にはたくさんの方々が訪れており、海岸線の歩道を利用する方も増えています。また、見事な桜の喜多灘駅から高野川まで水平線に沈む夕日が見える海岸線の歩道にはさらに多くの方々に知ってほしい場所があり、そのスポットごとにベンチを設置して双海の魅力を知ってほしいと思いました。そこで座って休むだけでなく、写真を撮っても楽しめるようなベンチを私たちジュニアリーダーがデザインし、

「海岸線憩いのフォトスポット事業」でベンチを設置することにより、地域の方々や観光客、若者からお年寄りまで様々な人々が交流できる場所ができ、そのことが関係人口を増やすことにつながると考えています。そしてこの事業を通じて双海をさらに活性化させたいと思っています。さらにこのベンチで撮った写真等をSNSで発信してもらうことにより、双海の魅力をさらに発信できると考えています。



23名によるテープカット

観光客が訪れるようなフォトスポットをつくることを目指し、約1km間隔のポイントで、合計16ヶ所にベンチを設置していくことにしました。



熱心にデザインを考え中

私たちがこのような事業を実施することが出来るのは、えひめ地域活力創造センターにおける「まちづくり活動アシスト事業」のおかげです。また、JR四国や地域の方など様々な方々のご協力によってこのプロジェクトを行うことができています。これまで合計で5つのベンチを制作し設置することができており、今後もさらに増設して「海岸線憩いのフォトスポット事業」で双海にかかわる関係人口を増やしていきたいように活動していきます。



豪快にペンキ塗り中

令和5年度 移住交流促進 事業

大阪初開催 全20市町出展の 「えひめまるごと移住フェス in 大阪」実施報告

人口減少を食い止めるためには

地方における人口減少問題は喫緊の課題であり、愛媛県では2022年10月に「えひめ人口減少対策重点戦略」が策定され、移住施策は人口減少対策の1つに位置付けられた。当センターでは県の人口減少対策の方針を踏まえ、「重点戦略」の目標達成に向けて新たに活動方針を策定し、移住促進・交流人口増の拡大に軸足を置きつつ、事業を遂行することとしている。

愛媛県への移住者数は、コロナ禍を契機とした地方への関心の高まりやテレワークの普及などにより、令和4年度に7162人（前年度比+2252人）と過去最高を更新した。移住元別では東京圏に次いで大阪圏が多く、潜在的な移住希望者が期待できる大阪圏へのアプローチの強化を図るため、7月に大阪専従の移住コンシェルジュを配置し、



大阪相談窓口を常設化するとともに、当センターの運営により、大阪で初めてとなる県内全20市町が参加する対面移住フェスを開催することとした。

初の大阪開催 「えひめまるごと移住フェス in 大阪」

コロナ禍の経験により地方移住への関心が急速に高まる昨今、当センターでは7月に4年ぶりとなる全20市町と就職・就農関係団体が連携した大規模移住フェスを東京で開催し、当日は約2000名の来場があった。そして8月には大阪で「初」開催となる大規模移住フェスを開催し、来場者数は175名と東京の移住フェス同様、多くの方が来場され熱心に移住相談をされていた。またUターン移住者をゲストに迎えて



移住者による講演会(左)や、全20市町による移住相談(右)を実施

愛媛県での暮らし方や働き方についてご講演いただいたほか、地域おこし協力隊による活動内容や地域とのつながりについてトークセッションを行い、リアルな実情を直接移住希望者へ伝えていただいた。

実施後のアンケートでは「実際に都会から移住した方の話を聞いて参考になった」、「お試し移住体験を申し込みたい地域を見つけた」、「後日愛媛県へ行つてみたいと強く感じた」などの回答をいただき、愛媛県の魅力や情報を移住希望者に発信しつつ、盛況の中イベントを終えることができた。

これからの移住支援事業について

今年度はさらに、全20市町が出展する移住フェスの開催を12月に東京、1月に大阪で予定している。「愛媛県に住んでみたい」「ふるさと愛媛に戻りたい」と思ってもらえるよう、7月の東京、8月の大阪と同様に、愛媛県の魅力と暮らしやすさをより多くの方に発信し続けられるよう努めたい。



愛媛県の移住コンシェルジュである板垣さん(右)と松原さん(左)

地域活性化センターへのインターンシップ実施報告

はじめに

当センターと一般財団法人地域活性化センターは令和4年4月に連携協定を締結し、昨年度から地域の活力を創造する人材の育成を目的とした相互のインターンシップを実施しています。短期間とはいえ、両センターの職員がインターンとして互いに業務事業に携わり、職員の資質向上や組織を超えた人的ネットワークの構築を目的としたものです。

2回目となる今年度は、7月24日から28日の5日間、

当センター職員2名が地域活性化センターにおいてインターンシップを実施しました。今回は同じく地域活性化センターと連携協定を結んでいる伊予市の職員2名も



移住、交流ガーデンに訪問し、施設の活用方法を教わりました

含め、愛媛チーム4名での参加となりました。

インターンでは、地域活性化センターが実施している地方創生セミナーの運営などの事業に携わることで、地域に根差す地元企業との連携による地域創生や地域住民主体の町おこしについて学ぶことができました。

自治体アンテナショップ情報交換会について

情報交換会では自治体のアンテナショップにおける運営の工夫について事例紹介があり、アンテナショップ間の情報交換に参加し、全国の自治体職員や民間企業の職員と交流・連携促進を図ることができました。また基調講演ではサントリーH D株式会社の内貴研二氏よりブランディング戦略について講演があり、ブランディングにおいては顧客調査を綿密に行い、本心に顧客が欲しているニーズを汲み取ることが重要であることを学びました。

今や、缶コーヒーの代名詞となっているBOSSのコンセプトは「働く人の相棒」とし「外勤の男性」をターゲットとすることで、顧客のニーズと商品ブランドが合致したとのこと。さらにノベルティグッズとしてBOSSジャンのキャンペーンを提供することで、販売促進につながったそうです。

当センターでも移住に関するセミナーや各種イベントを企画することがあり、ターゲットを見極め、そのニーズに沿った内容であるか、

地域活性化のために意味のあるイベントであるかを改めて見直し、移住を考える方々に真に求めている情報を提供できるように努めていきたいと考えます。

地域金融機関と連携した地域創生について

地方創生セミナー「地域金融機関と連携した地方創生」では、城南信用金庫理事長の川本恭治氏より、地域創生において地域経済に精通している地方金融機関に重要な役割が期待されている中で、その果たすべきものとは何かについて講演がありました。



情報交換会で講演された内貴氏から貴重なお話を伺うことができました

城南信用金庫では、全国の信用金庫約7400店舗をつなぐネットワークを活用し、お客様の「売りたい」、「買いたい」、「こんなことで困っている」などのお悩みやご相談に対して、仲介・解決のお手伝いをする「よい仕事おこしネットワーク」という商談取次ぎサービスを提供しています。この取り組みは、県外の市区町村、大学、メディアなど多岐に渡る取引を生み、地域の垣根を超えた商品開発や販路拡大へ発展したそうです。



地方創生セミナーの様子

また、職員に地元企業のイベントなどに積極的に参加してもらい、地域活性化に貢献していることを実感させることで、組織全体が同じ志を共有し、やりがいを感じながら仕事に携わる環境が整備されたとの話も印象的でした。

金融機関が資金提供の支援だけではなく、事業の支援を通じて顧客と二人三脚で支え合っていくことが、結果として地域活性化につながっているのだと分かり、地方銀行から当センターに出向している者として、金融機関のあり方を改めて考える機会となりました。

世田谷区の地元住民による町おこし「おやまちプロジェクト」

地元住民による町おこし事例を体験するため、世田谷区の尾山台にあるコミュニティスペース「タタタハウス」を訪問し、店主・学生・子供たちなどの地元住民で構成された「おやまちプロジェクト」による町おこしの活動について意見交換を行いました。



タタタハウスでは店主の高野さんと地域活性化センターの方と交流を深めることができました



コミュニティスペース「タタタハウス」の外観

いました。

町のみんなで地域の野菜を使ったカレーを作り、食べることで交流と我が町への愛着を深める「おやまちカレー食堂」や、地元の大学と連携して商店街の歩行者天国を自由に使い、地元住民と親交を深める「つながるホコ天プロジェクト」など、自分たちが企画してみんなでひとつひとつ形にしていこうと、地域に活気生み出していると話してくれました。

タタタハウスでの住民主体の地域づくり活動の話を聞いて、今後は自分も地域づくりの当事者であるという意識を持ち地域と関わっていききたいと考えます。

終わりに

今回、インターンシップの受入れをしていただき、様々なプログラムの参加に協力いただいた地域活性化センターの職員の皆さんには、改めて心よりお礼申し上げます。

10月には当センター、伊予市にて地域活性化センターの職員4名のインターンを実施し、地域づくりに関しての活動支援や移住交流促進など当センターの取組みについて学んでいただきました。

相互インターンシップでは、実施先で各種事業に関わることに多くの職員の方と交流を深め、全国レベルの知識の習得と人脈の構築を行うことができました。今後とも今回の経験を生かし、地域の活力の創造に努めてまいります。



参加者募集

ボランティアで、 集落とつながる。

「元気な集落づくり応援団」ボランティア活動とは

愛媛県では、地域活動の担い手不足に困っている集落とボランティアで集落を応援したい企業や団体とのマッチングを行っています。平成22年度のスタートから多くの方が参加し、新しい交流が生まれています。この事業をきっかけに集落と地域外との継続的な交流へとつながり、集落の住民の方にとっても、ボランティアを通して、多様な人とつながることで、地域が抱える課題を見つめ直し、いつまでも暮らし続けられる集落づくりについて考える機会になることを期待しています。



ボランティア活動の様子



【海岸のゴミ清掃をお手伝い】



【集落のイベントサポート】

高齢化が進む集落

環境維持やイベントで
応援がほしい



愛媛県が
マッチング

企業・NPO・大学など

ボランティアで
集落を応援したい



利用者（集落）の声

◎市役所からの紹介で応募。当日は多くの方に応援に来ていただき、運動会は大いに盛り上がりました。今でも応援団の方々と交流が続いています。
◎応援団の方のおかげで、無事にイベントを開催できました。本当に頼んでよかったです。来年度も応援団の皆さんと一緒にイベントを盛り上げていきたいです。



活動の事例

お祭りやイベントの準備・運営補助
地区の運動会の運営補助
清掃、草刈り etc.

参加対象

〔集落の方〕
原則、65歳以上の方がおおむね半数以上、または人口がおおむね50人未満の地区。
応援内容にもよりますので、まずは各市町にご相談ください。
〔応援団に登録したい方〕
2名以上のグループであればどなたでも登録できます。
※営利や政治活動・宗教活動が目的の行為は認められません。

お問い合わせ

〔応援団登録について〕
愛媛県地域政策課
松山市一番町4丁目4-2 TEL.089-912-2261
〔その他〕
お近くの市役所・町役場の地域振興担当
または（公財）えひめ地域活力創造センター
松山市宮西1丁目5-19 TEL.089-926-2200



応援団の紹介

「えひめ移住応援隊」協力事業者”募集中”



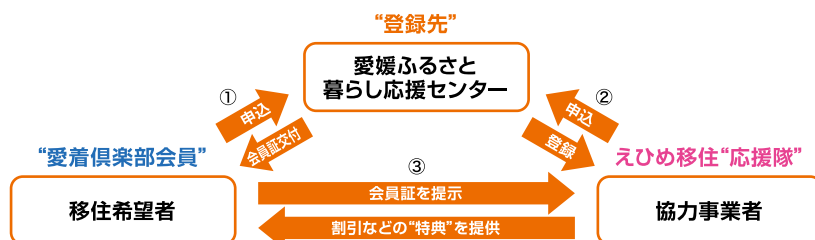
“えひめ移住応援隊”とは……？

『えひめ愛着倶楽部』に入会していただいた会員に対して、会員証の提示により、各種割引・サービスや移住時の情報提供・相談などの特典を提供していただける企業・店舗・施設・先輩移住者等です。

“えひめ愛着倶楽部会員”とは……？

愛媛県への移住希望者で次の要件をいずれも満たした方が対象となります。
▶愛媛県に興味のある県外居住者で将来的に愛媛県への移住を考えている方
▶愛媛県が指定する移住関連イベント(オンライン含む)に参加された方
★会員へは、会員証を交付します。

“制度”概要



- ① 会員要件を満たした移住希望者が「愛着倶楽部“会員”」に登録する。
- ② 特典サービス等の提供を協力いただける事業者が「えひめ移住“応援隊”」に登録する。
- ③ えひめ移住応援隊(協力事業者)が愛着倶楽部会員(移住希望者)に特典・サービスを提供する。

“応援隊” 応募方法



制度の詳細・応募方法は上記QRコードでご確認ください。

“特典”概要

移住希望者が移住の体験や準備をする際に、次の特典例のような料金の割引やサービスの提供、移住相談に協力していただける事業者(先輩移住者含む)を募集しています。

例えば

移住“体験”

レンタカー代、公共交通運賃、宿泊料金、飲食代の割引きなど

移住“準備”

引っ越し費用、賃貸物件手数料の割引き、住宅リフォーム見積無料、住まい探し時の住宅見学・相談、移住後の仕事に関する就職・就農相談など

“情報提供”

会員が協力事業者の店舗を利用した際の移住体験談や地域情報の提供(例:ゲストハウス宿泊者への情報提供など)

“ほかにも…”

口座開設時に記念品プレゼント、車検時工賃割引・オイル交換無料、コワーキングスペース利用料金の割引など

愛媛ふるさと暮らし応援センター Tel / 089-926-2200 Mail / info@eiju.net
〒790-0065 愛媛県松山市宮西1丁目5番19号 (公財) えひめ地域活力創造センター内



愛媛県
イメージアップキャラクター
「みきゃん」



賛助会員大募集!!



当センターは、センターの趣旨や事業に賛同し、活動にご支援をいただくとともに、諸活動を通じて、地域活性化を支える方々のネットワークとなる企業、NPO法人、地域づくり団体、また地域づくりに関心がある皆様を対象に、賛助会員制度を設けています。

年会費

- 法人会員(特定非営利活動法人を除く) [一口] 30,000円/年
 - 個人及び団体(特定非営利活動法人を含む) [一口] 3,000円/年
- 複数口でのお申込みもいただけます。

主な会員特典

- 地域づくり情報誌「舞たうん」のお届け(年3回)
- 地域づくり活動に関する助成事業の案内
 - 地域づくり活動アシスト事業 など
- センター主催・実施事業の案内
 - 地域活力創造フォーラム ●「地域づくり力」講座 ●移住者交流会 など

ご入会の手続き

ご入会のお申込みは、随時受け付けております。

次のURL又はQRコードから、専用フォームにてお申込み。

<https://forms.gle/NWHJoyoUBvnaMzvP8>



お問い合わせ・お申込み

公益財団法人 えひめ地域活力創造センター

〒790-0065 松山市宮西1丁目5-19 (愛媛県商工会連合会館3階)

電話:089-926-2200 FAX:089-926-2205 E-mail:ehime-chiiki@ecpr.or.jp

【編集後記】

東京一極集中が社会問題となり、政府が「地方創生」をスローガンに地元の活性化に取り組んで約10年。昨今は人口減少問題やデジタル化といった社会の変革により、その流れは大きく加速しています。そのような中、コロナ禍も影響して「自然や地域と触れ合いたい」「ゆとりと落ち着いた場所で過ごしたい」といったニーズに応えるべく、地域の自然資源を活かして新たなライフスタイルを提供することで地方の活性化をしようといった動きが全国各地で起つていきます。加えて、地方の豊かな自然環境を観光コンテンツとして活用し、地方への来訪を促すアウトドアツーリズム事業も展開されつつあります。

今号ではアウトドアに着目して地域活性化や観光振興に取り組む県内外の自治体や事業者の事例を取り上げさせて頂いていただきました。地域ブランド力の向上や官民連携による地方創生、将来の地域を担う人材の育成など、様々な面でアウトドアや自然体験を通じて地域を活性化できることを知る良い機会となりました。本誌を通じて皆様のご活動の参考となれば幸いです。

最後に、本誌の作成にご協力いただきました皆様に感謝申し上げます。ありがとうございました。

(森川)

本誌へのご意見や地域づくり活動のトピックスなどがありましたら、お気軽に当センターまでお寄せください。

〒790-0065
松山市宮西二丁目五番十九号

愛媛県商工会連合会館3階

(公財)えひめ地域活力創造センター

TEL 089(926)2200
FAX 089(926)2205

発行/令和5年11月

(公財)えひめ地域活力創造センター

印刷/平和印刷工業株式会社

(公財)愛媛県市町振興協会