広報

みなず

2019
12
No.179

一歩一歩 厳かに

NEXT きらめき

児玉凜子（りんこ）さん（大洲市立大洲小学校４年）

第11回こども環境大賞　作文部門
大賞・文部科学大臣賞　受賞

大洲小学校４年（受賞時３年）の児玉凜子さんは、「第11回こども環境大賞」の作文部門で、大賞・文部科学大臣賞を受賞しました。児玉さんは、「ちょうどいいを見つけたい」と題し、平成30年７月豪雨での体験を基に、自由研究で調べたカワウソの生態を関連付け、人間と自然が共存できる環境について作文を書きました。

受賞について児玉さんは、「まさか自分が大賞に選ばれるとは思っていませんでした。カワウソの自由研究では、たくさんの人から話を聞くことができました。みなさんのお陰で受賞できたと思っています」と振り返ります。

副賞である西表島エコ体験ツアーに参加した児玉さん、「初めて行った場所であり、大洲とは違った自然を感じることができました。マングローブの植林活動など、貴重な体験をすることができました」と感想を話しました。

将来の夢を聞くと、「建物の設計が好きなので、建築士になりたいです。そして、自然とバランスを保った家や街を造りたいです」と話していました。

12月の納税など

納期限は12月25日㈬です。

税別	12月	1月	2月	3月
市県民税		4期		
固定資産税	3期		4期	
軽自動車税				
国民健康保険税	6期	7期	8期	9期

市税などの納付は、便利で安心な「口座振替」を。
今年度から市県民税と固定資産税が４期納付になります。

現在の大洲

人の動き（先月比）

人口	42,785人	（－ 19）
男	20,428人	（－ 16）
女	22,357人	（－ 3）
世帯数	19,865世帯	（± 0）

交通事故（昨年同期）

件数	53件	（ 72件）
死者	0人	（ 3人）
負傷者	59人	（ 94人）

（2019年10月末現在）

CONTENTS　目次

2ページ　NEXTきらめき・今月の表紙
3ページ～　(特集)活力あるまちづくりに向けて
9ページ～　おおずニュース
11ページ～　地域医療の未来を考える
13ページ　年末年始業務カレンダー
14ページ　シリーズ
15ページ～　おしらせピックアップ
22ページ～　情報ひろば
24ページ～　集まれ０級若モン・図書館
26ページ～　保健センター・各種相談ガイド
28ページ　がんばるひと（ジョイフルダンス）

今月の表紙

かつての大洲藩の行列を今に残す「お成り（大名行列）」が、11月２日㈯に行われ、大洲藩士の着物をまとった約240人が市内を練り歩きました。

行列には、ほうきで道を掃く「御先払い」を先頭に、槍を持った「御長柄組」、奉行、太鼓、みこしなどが続きました。

（特集）活力あるまちづくりに向けて

大洲市の歴史的資源を活用した観光まちづくりシンポジウムが、８月17日㈯、大洲市役所で開催されました。

約150人の市民が参加したシンポジウムでは、大洲市の城下町に残る古民家や観光施設など歴史的資源を活用した観光振興について、中心となる５人がそれぞれの立場から発表を行いました。

大洲市の観光まちづくりについて

大洲市商工観光部
武田　康秀（やすひで）　部長

私は、長年大洲の観光まちづくりや町並み保全に関わってきました。大洲の観光資源である肱南地区の町並みの保存は、法律の規制や所有者の主張などから、なかなか進みませんでしたが、法律の規制緩和や所有者の考え方が変わるなど状況が変わってきました。そのような中で、町並みの保存に向けて調べた結果、古民家改修の技術的ノウハウと収益性を伴った民間による活用のノウハウが必要であるということが分かりました。そのような時、非常に幸運なことにバリューマネジメント株式会社などノウハウを持った専門家と連携協定を結ぶことができました。さらに、古民家活用の中間組織となるおおず版ＤＭＯの一般社団法人キタ・マネジメントを設立することもできました。令和元年度は、８棟の古民家を改修し、令和２年４月に宿泊や飲食の施設としてオープンする予定です。

また、国は「寺泊・城泊」など、文化財などを活用して保全することで、さらにその価値を高める取り組みを推進しています。大洲城では、かつて城主が天守で過ごした形跡があることから、城主体験を実現すれば、国の趣旨に沿った取り組みとなります。これは、古民家再生のスタートアップに併せたフラッグ事業としても、好評価を得ています。大洲城の文化的価値を理解し、大切にしながら価値を高めていくことのできる事業者による運営が必要ですが、バリューマネジメント株式会社は十分な経験とノウハウを有していることから、最良のパートナーを得られたと考えています。

これらの趣旨に関して、市民のみなさんの一層のご理解が得られるよう、今後も説明会などを繰り返し開催していく予定です。

観光まちづくりに期待すること

おおず歴史華回廊案内人倶楽部（くらぶ）
代表　玉井　淳子（じゅんこ）　さん

私は、かつて加藤家六万石の城下町として栄え肱川が側を流れる歴史情緒豊かな町、肱南地区で生まれ育ちました。日々の生活を送るのに必要なものがそろった豊かなまちでした。退職後、案内人を目指し、まち歩きを頻繁に行う中で、通りから町の人や子どもたちの声が消え、少子高齢化、若者の人口流出などによるにぎわいの喪失、そして町並みの崩壊が進んでいることを実感しました。

おおず歴史華回廊の認定案内人を始めて、今年で４年目になります。大洲の宝である臥龍山荘への観光客は増え続けていますが、多くの人が一度に入場すると、本来の良さを味わうことができませ

ん。建物自体の損傷についても心配しています。本当の良さを残していくため、入場料金を上げるなどして、その良さを理解する人に楽しんでいただく方法などが良いかもしれません。

また、大洲市は、観光客の滞在時間が少ないため、食事、土産の購入、宿泊などにつながっていません。まち歩き以外にも時間をかけて、大洲ならではの体験を楽しんでいただき、外部からのお金を獲得する体制を強化する必要があると考えています。大洲城や臥龍山荘は、私たちが考える以上に観光客に好評をいただいていて、「夜の臥龍山荘を訪れてみたい」、「月見をしながらお酒を楽しめるツアーはないか」など特別な案内を要望するお客さんの声も聞いています。そのため、これからの観光まちづくりに期待しているのは、臥龍山荘や大洲城での特別な体験を希望するお客さんに、特別な体験を提供できる仕組みを作って、少しでも大洲観光の認知度向上を図っていただきたいということです。

さらに、懸案の町並み保全について、今、空き家になっている古民家を次の世代に残そうと、若い人たちがYATSUGI（やつぎ）というNPO法人を設立して、古民家の掃除などをしています。これまで、大洲の良さだと分かっていながら、しっかりと残すことができなかった私たちの年代からすれば、この若者たちの志は、ありがたく頼もしい限りで、何とかこの若者たちの思いを形にできればと考えていました。これから古民家を使うことで将来に残していく取り組みを進めるとのことで、心から応援したいです。この取り組みが進み、少しずつまちににぎわいが戻ってくる姿を想像すると非常に楽しみで、町並みに関わって仕事をする人がしっかりと生活できる町になっていってほしいと思います。私たち案内人も案内を通して、大洲は何度訪れても楽しい町、癒やされる町と感じていただけるような案内を目指していきたいと考えています。

歴史的資源を活用した観光まちづくりについて

バリューマネジメント㈱
代表取締役　他力野（たりきの）　淳（じゅん）　さん

私たちの会社は、歴史的資源活用の運営面をサポートすることで将来に向けた存続につなげる仕事をしています。民間が保有する歴史的建造物や、国・行政が保有する歴史文化遺産、神社仏閣が保有する資産なども歴史的資源です。これらは時代の変化によって存続させることが難しくなってきていて、日本全体の問題となっています。私たちは、観光を通じたまちづくりということで、歴史的建造物を活用することで保存につなげていく取り組みや、活用した歴史的建造物の文化財登録など文化的価値を高めていく取り組みを全国各地で展開しています。ただし、収益を伴わなければ持続可能性を生み出すことができず、結果的に保存につなげていくことはできません。

現在、公共施設などは将来の人口減少に伴う税収の逓減などもあり、民営化されてきています。改修などのイニシャルには、税金の投下が必要となる場合もありますが、運用においては民間がしっかりとリスクを背負って独自の力で行っていく必要があり、自分たちでお客さんを呼び込まなくてはなりません。

これまでの地方の「観光」というものは、集客力のある観光資源の周りに宿泊施設や物販などが立ち並んで、観光資源の集客力が落ちるとそれらの集客が落ちてしまうというものでした。私たちは、「未来型観光」として、宿泊施設自体が観光客の旅の目的となって顧客を呼び込めるホテル経営を目指しています。一方、多くの地方

では、事業者は人を雇うにも働き手がいない状態であり、そのために地方での就労に関心をもつUターン・Iターン希望者にとっても、仕事がないためにアクションできない状態となっています。私たちは、スタートアップ時には人材を送り込みますが、それは客観的にIターンということになります。事業が軌道に乗るとともに地元のみなさんに取り組みの魅力が認知されるようになると、地元のみなさんがU・Iターンの雇用の場を生み出し、地元雇用に切り替わります。

現在、「地方活性化」として、多くの自治体で特産品の開発やブランディングなどが行われています。しかし、これらの取り組みは、時間と労力、コストがかかるにも関わらず、成立していくことが容易ではありません。私たちの取り組みは、地域ごとに歴史や文化が違うことに着目し、古民家再生などの形で観光に活用するので、他の地域にはない唯一のものとなり、成功率が高くなると考えています。さらに、観光客の滞在時間というものを考えたときに、宿というものは最も延長させるコンテンツです。結果として、町に明かりが灯り、人が行き交い、お金が落ちることになります。

また、私たちは地元のみなさんからすれば「よそ者」ということになりますが、観光客はまさに「よそ者」です。地元のみなさんにとっては当たり前すぎて見落としがちなことを、外部からの視点で価値を見出し、外部に分かるように発信し浸透させていきます。ただし、歴史や文化は、どの町にもあるため、わざわざ足を運ぶだけの魅力あるものにして、消費者に届けていく必要があります。

私が参画している、内閣官房観光戦略実行推進室の歴史的資源を活用した観光まちづくりユニットでも、議論が進んでいます。国では、増加傾向にある訪日外国人旅行者を今後も計画的に増やしていくために、日本独自の文化財や城、世界遺産などを観光資源として活用し、人口減少期においても外貨を獲得して、経済の活性化を図るとともに、得られた財源の一部を将来に向けた保存に活用できる仕組みを作ろうとしています。

大洲市において、大洲城や臥龍山荘はフラッグシップであり、観光まちづくりの柱となり得る素材で宝と言える歴史的資源ですが、将来、税金だけでは残しづらくなる時代が必ず来ます。そうなる前に、一般公開のみではなく、特別な活用をして特別な料金を得るなど、積極活用することで残していく道を作らなければなりません。失う前にそのことに気付いて着手することが未来への礎となると考えています。

私たちは、大洲市での古民家再生事業を令和2年4月のオープンに向けて準備を進めています。微力ながら地域のみなさんと一緒に、この大洲市に住んで、まちづくりに専念したいと考えています。今後とも何とぞ、よろしくお願いします。

地域版ＤＭＯの役割
（気仙沼ＤＭＯの取り組みから）

一般社団法人　気仙沼地域戦略
理事　森　成人（なりと）　さん

私は、株式会社リクルートの社員です。平成25年に経済同友会からの復興支援アドバイザーとして気仙沼市に派遣されました。当時は、仮設住宅に住み、何をしてよいか分からないまま、畑で野菜を栽培するなどしていました。そのような中、気仙沼市長から「気仙沼を観光地化してほしい」と依頼されました。復興を目指す中、観光地化を目指すということについて、戸惑い悩みましたが、お金をかけて観光名所を作るのではなく、地域の中に既に存在するもの、気仙沼という土地ならではの仕事や文化、人柄などを商品化できないかという視点で取り組みを始めました。つまり、地域の中では当たり前だが、外部の人にとっては新鮮で、訪れて体験してみたいと思うものを掘り起こして観光商品として売り出せば活路があるのではないかと思いました。

取り組みを始めて、最初にぶつかったのがマンパワー不足の問題でした。そこで、目的が近い行政の観光部局、観光協会、商工会議所に協力を依頼しましたが、どちらからも「現在の業務が多忙で協力できない」という返答が返ってきました。このままでは進まないので、関係者に集まっていただき、一体どのようなことで多忙なのか現在の状況を説明していただきました。すると、それぞれの組織で同じようなことをしていることが分かってきました。特に情報発信やイベント対応などはそれぞれの組織で行われていて、１つの地域で観光パンフレットが４種類も発行されていることや、観光戦略設計に関しては行われていないことなど、役割分担においてダブりや漏れが明らかになってきました。

これらの問題の解決に悩んだ末に、さまざまな人に相談したところ、ＤＭＯを学んでみてはどうかという回答がありました。特に、スイスのツェルマットという観光地のＤＭＯの取り組みが分かりやすいと話を聞いたので、早速、現地に出向いて研修を行いました。そこで学んだことは、地域を一つの会社と見立てて、マーケティングと事業運営の役割分担がしっかりできていて、一度取り込んだお客さんを逃さない仕組みが構築されているということでした。ＤＭＯが中心となり、観光施設やホテル、飲食などに観光客を案内して、地域全体が稼げば稼ぐほど地元にお金が貯まり、結果的にＤＭＯの経営基盤も強化されます。また、地域の戦略と役割分担について、行政、観光局、ケーブルカー会社、宿泊協会、鉄道会社、住民自治組織が５年ごとに話し合いを行い、そこで決めたことをこなしていくというルールも守られていました。

なぜこのような仕組みが構築されているのか地域の住民に聞き取りなどして調べてみました。ツェルマットは、資源の乏しい山岳地帯で、人口も少なく生活的にも貧しいかなりの僻地でした。しかし、地域を上げて観光に取り組み始め、市民同士の労働提供や投資の中で地域事業を創っていくという文化が生まれたとのことでした。

中でも、地域の住民がこだわっていることは、地域内の商品を消費するということです。そうすることで、観光で獲得した外貨が、地域経済の中で循環し続けるというものでした。

このことを踏まえて、改めて気仙沼の現状を分析したところ、市内の消費者が市外で消費していることが分かり、人口減少も含めると、域内総生産（域内ＧＤＰ）は減少し続けていることが、地域の本質的課題であることが明らかになりました。

地域が今後も継続的に経済を持続させるために、ツェルマットでの学びから気仙沼では次の２つの施策を行いました。１つはＤＭＯ「気仙沼観光推進機構」の設立で、もう１つは買い物用ポイントカード「気仙沼クルーカード」の実施です。ＤＭＯの設立は、地域内の各種団体が集まって意思決定を行い、目的意識を共有するとともに、役割分担を明確化して、合理的に観光戦略を推し進めようとするものです。クルーカードの実施は、顧客データを地域で一括管理することでマーケティングにつなげるとともに、顧客の囲い込みを行って外貨獲得と地域内経済循環を促そうとする狙いがありました。クルーカードは現在、73店舗の飲食店や宿、物販施設が加盟しています。この取り組みによって、さまざまなことが分かりました。気仙沼は、かねてフカヒレを物販や観光の主力として商品開発やＰＲを行ってきましたが、消費者のニーズは高くないことが判明しました。食材であればカキやメカジキや地酒、体験であれば星空観察や温泉、クルージングなどにニーズがあることが分かり、これらを参考に「サンセット&ナイトクルージング宿泊プラン」という商品も誕生しました。今後は、クルーカードのアプリ化が実施されます。これらをうまく活用して「つながり人口」を増大して、地域経済の強化や、公共サービスの利便性向上につなげていくことなどを目指しています。

地域の文化を未来へつなぐ

一般社団法人　キタ・マネジメント
事業課長　井上　陽祐（ようすけ）　さん

私は大洲生まれ大洲育ちであり、高校卒業後は県外に出て働いていましたが、脱サラして大洲に戻ってキタ・マネジメントの創業から関わっています。

キタ・マネジメントの理念は、大洲市ならではの歴史や文化を大切にし、その価値を高め、観光まちづくりなどに生かすことで、地域に産業を根付かせて地域経済の発展に寄与することです。その主な事業としては、不動産事業と物販事業と観光事業を行っていて、うかいやふるさと納税の事業をしています。比較的若いメンバーが集まり、20代、30代の若者などで頑張っています。

キタ・マネジメントの組織は、代表を二宮市長、理事会には商工会議所会頭、観光協会会長、古民家再生協会の会長になっていただき、気仙沼のボードメンバー会議ようにコンセンサスをとれるようにしています。総務課には、伊予銀行からの出向者が課長となっています。また、今年から、「おおず赤煉瓦館」、「大洲まちの駅あさもや」、「伊予大洲駅観光案内所」の３つの指定管理業務を受けて、これらの運営を行っています。企画係が観光商品の開発や、観光などを商品開発しています。会計の全体にわたって１年に１回以上は外部監査を受けることとなっていて、経営の監視体制も強化しています。

キタ・マネジメントの目標は、経営理念と同様に、観光産業をつくることです。観光産業はピラミッド型に裾野が広い産業であると言われていて、その頂点に位置付

けられるのがハイクラス向けのホテルとなります。ここの客単価が高ければ高いほど、裾野が広くなり経済波及効果が大きくなります。そのトップとなるハイクラスのホテルをバリューマネジメントに担っていただくことを考えています。最終的には、「市内事業者と協力してお土産を開発する」、「うかいなどを民間と連携し全国に広めて観光産業を創生する」、「古民家ホテルをつくり歴史・文化を保全しながら活用する」ことを目指しています。この3つの事業がかみ合うことで、相乗効果を出していくことがキタ・マネジメントの目指す姿となります。また、

産官学のみならず最近よく言われている産官学金言をすべてつなぐことも目指しています。

今回の私のテーマである「地域の文化を未来につなぐ」について、大洲の昔懐かしい町並みは、大洲ならではの良さであり、個々の古民家はかつての地域の建築文化を現在に示す「未指定の文化財」と言えます。しかし、所有者の維持管理上の苦労や、現代の生活スタイルへの不適合などの理由から、取り壊して駐車場になるなど、存亡の危機にあります。そこに、私たちキタ・マネジメントが所有者から責任をもって古民家を預かり、時には買い取るなどしてホテルなどに活用することで、携わった物件に関しては最短でも15年は未来に残していこうとしています。ただ、古民家をホテル化するだけではお客さんには来ていただけないと考えているので、観光事業やうかい事業で誘客の促進を行ったり、外国人対応ができるように英語版のまち歩きコースを作成したりするなど、観光振興に向けた準備も進めています。

また、今年からふるさと納税を通して、市内外へ大洲市の良いもの

を発信しています。平成30年7月豪雨で被災し、120品目から90品目に減っていた返礼品を170品目まで増やすことができました。8月現在で、通常の3倍の速度で寄付を集めることができていて、大洲市の税収の増加、市内事業者の売上増にも一定の貢献ができていると考えています。

キタ・マネジメントのロゴマークは、大洲の良いものを海外に発信して大洲に富と潤いをもたらしていた、臥龍山荘を建てた河内寅次郎が勤めていた会社のロゴマークをそのまま使わせてもらっています。その当時は、大洲の良いものを海外に出すことで大洲の経済に寄与していましたが、今回は海外の人を大洲に引き入れることにより、大洲の経済に寄与したいと考えています。ロゴマークの丸の部分は大洲藩の蛇の目紋、そして中の三角形は「三方良し」を表しています。住民が第一に満足し、観光客が次に満足し、最後に私たちのような事業者が良しとなるような、住民第一で事業を進めたいです。まだまだ、始まったばかりの会社ですが、市民のみなさんの幸せを目指して、スタッフ一同、懸命に取り組んでいきます。今後の取り組みに対して、市民のみなさんのご理解とご支援をよろしくお願いします。

KITA.
MANAGEMENT

キタ・マネジメントのロゴマーク