

2024年度地域課題討議、現地視察報告

神埼市総合政策課 古賀 千晴

2024年度のテーマ
地域に人をよびこむ持続可能なイベントの企画について

阿久根市の概況 ※阿久根市HPより

- 位置：鹿児島県の北西部
- 人口：約1万8千人（令和7年6月末時点）
- 阿久根港を中心に古くから海運業・商業が栄えたまち
- 温暖な気候を利用した農業や水産業も盛ん
- 品質の高い数多くの牛鮮品や加工品は「アケヌうまいネ自然だネ」の統一ブランドで全国へ出荷

背景

- 人口減少・高齢化による地域づくりの担い手不足
- 自治体だけ活動するには限界がある
- 移住支援の費用対効果は...？

地域と多様に関わる人々 = **関係人口** の創出が**安定した地域活性化**につながるのではないか？

講師 兼 現地ガイド
株式会社まちの灯台阿久根
代表 石川和秀氏

- 2015年 京都市から阿久根市へ地域おこし協力隊として移住
- エリアリノベーションとコミュニティデザインを得意とする
- 協力隊退任後 阿久根市観光連盟事務局長に就任
- 2019年 同観光連盟を民営化
- 自主財源による町おこし活動の持続化と若者が働きたくなる街づくりを目指す

視察内容

- 地域資源や特産品を活かした事業の実施状況
- 地元住民の参加や関係人口の増加に向けた取り組み

現地視察へ
令和7年5月23日 @ 鹿児島県 阿久根市

最も印象深かった言葉

立派な建物を作ったからと言って 地域が活性化するとは限らない

- ▶ ハード面の充実を図っても、中身に魅力がなければ根付かない
- ▶ 何をするか、誰がするか、誰に届けるか...など
ソフト面の整備を行うことが大事
- ▶ ソフト面の充実には長い年月と根気が必要

石川氏の目指すもの

石川氏の目指すもの

- ▶ **止められないこと**
住民が毎年1歳ずつ歳を取る
多くの若者が就職のため市外へ転出する
- ▶ **変えられること**
若者たちを工次次第で呼び戻せる
子育て世代の支援で出生率を高くできる
- ▶ **伸ばせること**
子育てしながら働く若い世代を呼び込む
健康に暮らす高齢者の増加
来訪・滞在・短期定住する外來者の増加

安心・安全な暮らし
+
魅力的なまちづくり
自然、人、店、観光 etc

住みたい・帰りたい町へ！

まず取り組んだこと

観光協会の民営化 株式会社まちの灯台阿久根 設立

▶ 背景
自主財源で事業が展開できない状況
しかし市民からの信頼度は高い
→新しい組織を作るではなく 観光協会を再構築しよう

▶ 行ったこと
資金調達のために株主を募集
既存の観光協会を解散
株式会社まちの灯台阿久根の設立

▶ ねらい
当選者意識の向上
まちおこし推進力の向上（自主事業の実施）
若者・女性がまちづくりに参加できる機会を増やす

まちの灯台阿久根でやっていること

【賞利事業】

- ・道の駅阿久根（直売所・食堂）
- ・港町珈琲焙煎所・SUNSET & COFFEE
- ・武宮鮮魚店（総業）
- ・ごぼうびドーナツ
- ・TORITON FISH&CHIPS
- ・魚と酒の宿とと（企画・運営補助）
- ・地域がつながるさかなの共同販売所「サカナヤマルカマ」

【非営利事業】

- ・地域おこし協力隊事業サポート業務
- ・まちおこしアドバイス・コーディネート業務
- ・阿久根市委託事業など地域活性化関連業務

事業化へのプロセス

事業化へのプロセス



いざ現地へ！

①イワシビルプロジェクト

概要

- ▶ **課題**
 - 水産業界における資源の減少・働き手不足
 - 事業の継承と継続
- ▶ **目的**
 - 意欲的な人材が集まる場所へ
- ▶ **そのためには...**
 - 水産業への就業ハードルを下げる仕組みのデザイン

②wagテイル

愛犬と楽しめるアクティビティ&ゲストハウス

概要

- ▶ **何が起ったか**
 - 地域おこし協力隊として移住した方が、そのまま阿久根に残った！
 - 協力隊の活動を通じて人脈を構築 阿久根が第二の故郷に
- ▶ **何をしたか**
 - 自身のやりたいことを実現するため、海の近くにある空き家を改修
 - 阿久根にもともとある地域資源に着目し、低コストで事業を開始
- ▶ **まとめ**
 - まちの灯台阿久根（観光協会）で支援した協力隊の方が自ら事業を立ち上げ、観光資源を生み出してくれた！
 - まちの灯台阿久根が中心となり、まちおこしの輪が広がる

①イワシビルプロジェクト

オフィスビルのリノベーション

担い手づくり

地域おこし協力隊との連携について

イワシビルの成果

事業主

- ▶ 20代の応募が急増
- ・観光拠点化
- ・宿泊客の増加
- ・メディア掲載
- ・地域経済活性化の中心地へ
- ・次の新規事業へ

地域

- ▶ 地域飲食店への経済効果
- ・地域内にゲストハウスが増加
- ・関係人口の増加
- ・まちおこし気運の向上
- ・地域コミニケーションの向上
- ・地域がつながるさかなの共同販売所「サカナヤマルカマ」

まちの灯台阿久根でやっていること

財源

- 【営利事業】
 - 道の駅阿久根（直売所・食堂）
 - 港町咖啡焙煎所・SUNSET & COFFEE
 - 武宮鮮魚店（継業）
 - ごぼうびドーナツ
 - TORITON FISH & CHIPS
 - 魚と酒の館など（企画・運営補助）
 - 地域がつながるさかなの共同販売所「サカナヤマルカマ」
- 【非営利事業】
 - 地域おこし協力隊事業サポート業務
 - まちおこしアドバイス・コーディネート業務
 - 阿久根市委託事業など地域活性化関連業務

②wagテイル

愛犬と楽しめるアクティビティ&ゲストハウス

担い手づくり

地域おこし協力隊との連携について

▶ なぜ地域おこし協力隊 サポート事業を行っているのか？

- ✓ UIJターンを増やすため

◎地域おこし協力隊は「給与付きお試し移住」とも呼べる

隊員が定住しない= **地域に魅力がないことの証明**

そのような状況では、この町を出た若者も帰ってこない...
→役場と協力し **定住を前提としたケア・フォローを行う**

②wagテイル

愛犬と楽しめるアクティビティ&ゲストハウス

概要

- ▶ オーナー：中原さん
- ・地域おこし協力隊として阿久根市へ移住
- ・退任後、空き家をゲストハウスにリノベーション
- ・動物とサッカーが好きだったため、愛犬同伴可のアクティビティ体験を開始

効果

- ・愛犬と楽しめるアクティビティとして独自のスタイルを確立
- ・コアなニーズに応える形となり、リピーターも多数獲得

担い手づくり

地域おこし協力隊との連携について

▶ 地域おこし活動はどのように決められているのか？

- ✓ まちづくり総合戦略や地域課題等の中から
協力隊のキャリア・特技を活かし実現できるミッションを考える

ワンパターンでない阿久根独自のまちづくりにつながる

阿久根市の観光推進について 阿久根市役所 商工観光課 船戸課長補佐

体験型観光の利点

▶ リピーター客の獲得

体験型観光 = 必ず地元の人が相手をする

- ①コンテンツの体験
- ②地元の人に会いたい（同じ趣味を共有する友達感覚）
- 人を通じて地域に愛着が湧く仕組み

これまでの阿久根

▶ いわゆる“観光地”ではない

- ・歴史的な建造物もない...絶景スポットもない...
- ・観光客の9割が日帰り観光
- ・日帰り客でさえも滞在時間は2時間程度、
目的地ではなく通過点でしかなかった

まとめ

観光地じゃないのになぜ観光推進を？

▶ 観光推進するメリット

- ・あらゆる業界が潤う
サービス業、農林水産業、運輸業...など
- ・多数の業界が潤うことで市民の所得が向上する

▶ 目標の設定

目標は市民の所得が向上すること

あらゆる業界が潤うような観光を推し進める！
有名ショップを誘致する事業では意味がない

立派な建物を作ったからと言って

地域が活性化するとは限らない

- ▶ ハード面の充実を図っても、中身に魅力がなければ根付かない
- ▶ 何をするか、誰がするか、誰に届けるか...など
ソフト面の整備を行なうことが大事
- ▶ ソフト面の充実には長い年月と根気が必要

体験型観光をやろう！

▶ 体験型観光とは

文化や自然、人々との交流を通じて
より深くその場所を体験できる旅行スタイル

▶ 何を体験してもらう？

人々の趣味や仕事をアレンジすればコンテンツになる！

(例)

- ・サーフィンが趣味→サーフィン体験
- ・農家→収穫体験
- ・漁師→水揚げ体験

石川氏の担当するもの

▶ 止められないこと

住民が毎年1歳ずつ歳を取る
多くの若者が就職のために市外へ転出する

▶ 変えられること

若者たちを工夫次第で呼び戻せる
子育て世代の支援で出生率を高くできる

▶ 伸ばせること

子育てしながら働く若い世代を呼び込む
健康に暮らす高齢者の増加
来訪・滞在・短期定住する外来者の増加

体験型観光の利点

▶ 実施のハードルが低い

趣味や仕事の延長 = 中小事業者・個人でも始められる
○市でも「体験型観光コンテンツ開発等事業助成金」を開始
→様々な場所に観光スポットが発生！

▶ 滞在時間の延長が狙える

- ・体験をパック化
飲食・宿泊に繋ぐことができる
- ・ホテル内にレストランが併設されている施設が少ない
宿泊 = 飲食店の利用につながる
- 町のいろいろなところにお金が落ちる仕組み

石川氏の担当するもの

安心・安全な暮らし

+

魅力的なまちづくり

自然、人、店、観光 etc

↓
住みたい・帰りたい町へ！