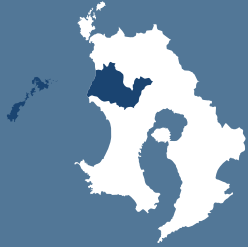


# 「協働」と「連携」によるまなづくり⑩ 鹿兒島県薩摩川内市の地域活性化事業

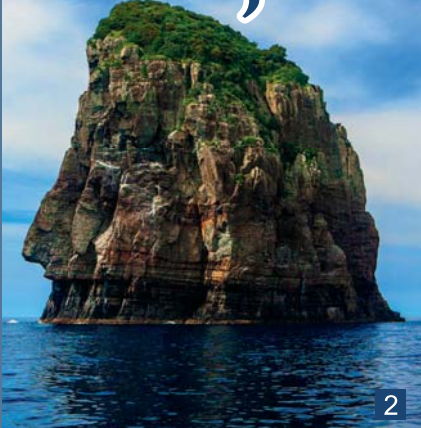
## 「よそ者・若者」を活用して 「定住」を見据えた薩摩川内市の 『ぽっちゃん計画』



【写真】 1 上甌島の「甌大明神」。甌に似た岩の形から甌島という名の発祥地と伝えられている  
 2 下甌島の瀬々野浦に突き出た高さ127mの奇岩「ナポレオン岩」  
 3 下甌島の地域住民の「特産品」つくりをサポートする『ぽっちゃん計画・地域おこし協力隊』隊員  
 4 下甌島は「タカエビ（薩摩甘エビ）」の漁場  
 5 上甌島のエメラルドグリーンに輝く海  
 6 上甌島の里地区は「トンボロ（陸繋砂州）」の上にてきた町



鹿児島県・薩摩川内市では平成21年から、「地域のモノ・コト・ヒトを総動員して、さらに磨きをかけながら、まるごと市内外へ総合的なセールスを行う」、いわゆる「シティセールス」事業を展開している。今回は、その一翼を担う『ぽっちゃん計画・地域おこし協力隊』事業の事例をお伝える。



2

### 「シティセールス」事業の 一翼を担う『ぽっちゃん計画』

薩摩川内市の「シティセールス」事業は、一昨年の小誌V01.28の特集で述べたが、『市民ぐるみ』と『雇用創出』のキーワードのもと、「旅」「食」「品」の開発を展開しようとするもの。

その仕掛けは多岐にわたり、「旅」は『きゃんぱく』という市民を巻き込んだ観光プログラムの造成、「食」は2店舗以上の共同メニューの開発、そして「品」では『ぽっちゃん計画』

というプロジェクトによる商品開発などだ。

その中の、ユニークな『ぽっちゃん』という呼称だが、石を水面に「ぽっちゃん」と投げ入れると、波紋が広がっていく様子から名づけられた。その『石』になつてもらうのが大都市の若者たち。



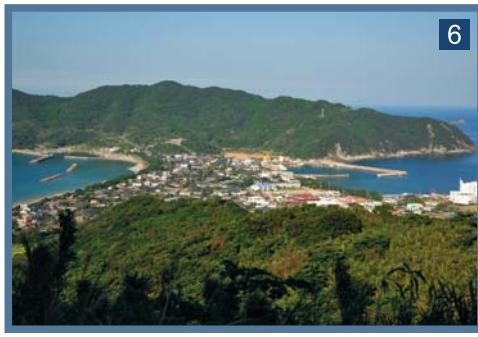
3



4



5



6

■薩摩川内市情報■  
 【人口】98,342人(平成26年11月1日現在)  
 【面積】683.5km<sup>2</sup>  
 (本土564.75km<sup>2</sup> / 甌島118.75km<sup>2</sup>)  
 【発電所データ】  
 九州電力(株)川内原子力発電所  
 九州電力(株)川内発電所  
 【本特集問合せ先】  
 薩摩川内市 商工観光部  
 観光・シティセールス課  
 ☎0996-23-5111



今までに開発した商品(一部)



第1期「ぽっちゃん計画」で作られた『ドレスソース』は3年目で年間売上本数1万本を超える大ヒット商品になった

住民票を薩摩川内市に移して、「条件不利地域」に入って住民とともに地域おこしを行う。彼らの「よそ者だからこそ生み出せる発想やデザイン力」に期待する。この事業は、平成21年の「シティセールス」事業の立ち上げとともにプロジェクト化した。第1期9名は、平成23年に厚生労働省の「地域雇用創造推進事業」を活用してスタート。現在は、平成25年から27年までの第2期で、総務省の「地域おこし協力隊事業」に基づいている。

第2期は10名。入来・樋脇・上甕島・下甕島・向田地区の市内5地域で、各地域の実情に合わせて設定された取り組みテーマに沿って活動する。受け入れ組織は、地区の活性化協議会や商工会、観光物産協会、地域青年部などだ。

一般的に、地域おこしは「よそ者・若者・バカ者」が必須とよくいわれる。そのうちの「よそ者」と「若者」を募り、地域で大いに活動してもらい、将来は地域の「人材」として定住してもらおう、というのが、この『ぽっちゃん計画』のコンセプト。シ

ティセールス」事業など、薩摩川内市の描く将来都市像に向けた、事業の一翼を担っている。彼らの業務は、地域イベントの支援や観光マップ作成、観光案内などだが、共通している具体的なミッションは、地域住民や地域の事業者らとともに「商品開発」。市から委嘱された3年間の任期中に、年間5つの商品開発が義務付けられている。自ら地域資源を探し出し、住民や地域の事業者へ商品開発を提案して、実際に彼らとともに、商品を創り出している。

## 自らの能力を磨き、将来の夢を醸成

東シナ海に浮かぶ甕島列島はかつて「五色島」とも呼ばれ、断崖や巨岩に囲まれて手つかずの自然に恵まれた島々だ。上甕島・中甕島・下甕島が縦に連ね、地形の違いから、それぞれの表情を楽しむことができ、人情味豊かな島民は、とても人なつこい。

本年4月に、市内の川内港ターミナルから高速船甕島が就航。新幹線の停車駅であるJR川内駅から、大型電気路線バスで川内港ターミナルへ約25分、そこから40分の船旅で上甕島里港に着き、アクセスが格段に良くなった。

月1回の『ぽっちゃん会議』で、その進捗状況を報告し合い、市の観光・シティセールス課の担当者や意見交換をしながら商品化。スキルアップのために、都市部で開かれる販売会で、創り出した産品を販売して、消費者の反応を見る、いわゆる「マーケット・イン」の研修も行う。先進地を実際に訪れる研修も行い、自らの能力に磨きをかける。

第2期『ぽっちゃん計画』では、平成25年度3月末までに開発した商品は74に上る。主なものとして、「しそサイダー」「タカエビ味噌」「甕

島の観光客入込み数も、平成23年度から倍増して、25年度には5万7,000人を超え、昨今の「離島ブーム」の中でも注目される観光地となっている。その甕島列島の、上甕島に2名、下甕島に2名の計4名の『ぽっちゃん』が入っている。

上甕島に入っているのが、船井亜耶子さん(33歳)と、江藤弘明さん(28歳)。

船井さんは大阪市出身で、東京のIT企業に勤めていたが、病気を機に退職。島旅が好きだったこともあり、

またぬぐい「古民家カフェ」などだ。ちなみに、第1期では、特産品ではタマネギをベースとした『ドレスソース』などの大ヒット商品を生み、下甕島で「アクアスロン(スイムとラン)の2種目で行うスポーツ競技」大会を企画・開催した。

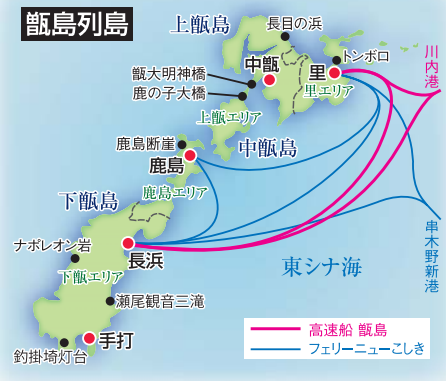
彼らの採用要件は「田舎が好き・焼酎が好き・ドラッカー(経営学者)が好き」というもの。第2期の『ぽっちゃん計画』には全国から50名が応募してきた。採用された10名は男女5名ずつで、それぞれの地域に男女ペアになって入っている。

島で「食」にかかわる仕事を探していた。そのような時に、『ぽっちゃん計画・地域おこし協力隊』事業が目にとまり応募した。今まで開発した代表的な商品は、『大豆バター』や、島に自生するアロエと清見オレンジを



(上) JR川内駅と川内港ターミナルを結ぶ大型電気路線バス「こしきバス」  
(中)九州新幹線『つばめ』のデザイナー・水戸岡鋭治氏のデザインによる高速船甕島  
(下) 船内は木目調のインテリアでシックな雰囲気

～鹿児島県薩摩川内市の地域活性化事業～



上甌島に赴任している  
船井 亜耶子さん



上甌島に赴任している  
江藤 弘明さん



下甌島に赴任している  
小泉 拓郎さん



下甌島に赴任している  
関美穂子さん

リアなど海外を周る。オーストラリアではワーキングホリデーでチェリ―摘みを行っていた。帰国後、新聞の募集広告を見て応募した。今、開発しているのは「和のハーブ」。休耕地を活用して栽培したレモングラスと炒った大豆をブレンドするお茶や、女性やお年寄りでも栽培できるハーブに注目している。

下甌島に入っているのが、小泉拓郎さん(30歳)と関美穂子さん(24歳)。

小泉さんは東京出身で、前職は浜松の自動車メーカーで、カーデザイナーだった。東日本大震災で気仙沼の離島でボランティア活動を行ったときに「島おこし」を思い立って応募した。着任してからは、主に『タカエビ味噌』などの商品開発の支援を行ってきた。この『タカエビ味噌』は半年で4,000個売れるヒット商品になった。

関さんは鹿児島県出身で、以前は福岡の旅行会社で旅行商品を企画していた。観光人類学を専攻していたこともあり、地域の人たちと「着地型観光ツアー」を行いたいと思っていたところに、持続可能な観光モデルを目指す薩摩川内市に魅かれた。現在は主に、50年前に生活道として使われていた古い道を、地域住民とともに再生して、トレッキングツアーの可能性を探っている。

使った『島アロエジャム』、『アロエと天然塩のハーブソルト』など。

江藤さんは北九州市出身で、20代前半からアラスカやオーストラ

このように、彼らの動機は様々だが、共通するのは、自らの「自己実現」だ。地域に飛び込み、地域の課題を地域住民と共有化しながら、支援する…。とても眩しく見えるのだが、現実はずれほど甘くないはずだ。

下甌島の「瀬尾観音三滝」。55mの高所から一の滝、二の滝、三の滝と3段で落ちてくる



上甌島の「長目の浜」。なまこ池・貝池・釜崎池の大小3つの池が4kmにわたる砂州で海と隔られている

## 第一期生は、ほとんどが市内に定住

彼ら「ぼっちゃん」たちも、着任当初は様々な苦労をした。人情味あふれる土地柄とはいえ、甌島は『離島』である。都会からやってきた若者たちにとって、その孤独感、寂寥感は初めての経験だった。それに加えて、島民の『目』には、いつも息苦しさを感じていたという。

そうした彼らを支えたのは、市の

観光・シテイセールス課の担当者たち。明確な目標を提示し、公私にわたる支援を行う。

「とても安心できる強力なサポートで、親のように思えることも…」と、彼らは口を揃える。そうした市のサポートのもと、自らの力を磨き、それぞれの将来の夢を醸成しているのだ。

4人のうち、船井さん、江藤さん、小泉さんは任期が終了しても島に定住して、地域おこしに関わりたいたいと思っている。関さんは任期終了まで、ゆっくり考えていきたいという。

その「お手本」になっているのが第一期の「ぼっちゃん」たちや若手の移住者だ。『ぼっちゃん計画』第一期生9名のうち、任期終了後に市内に定住したのは8名。

そのうちのひとりが、唐沢智子さん。現在は、薩摩川内市が「地域商社」として設立した、株式会社薩摩川内市観光物産協会が観光事業部長を務めている。前職は大手旅行会社



（株）薩摩川内市観光物産協会  
観光事業部部長の唐沢 智子さん



山下商店に勤める  
新地 健郎さん



「こしきツアーズ」の  
齊藤 智頭さん



「ギャラリー・ヒラミネ」の  
横田 真希さん



「タカエビ味噌」を開発した  
鷹丸工房の下野 睦子さん

の社員だった。平成22年から25年度まで、下甕島で任務に就き、そこでアクアスロン（スイムとラン）大会を企画・開催した。この大会は今年で3回目を迎えて、甕島列島の大きなイベントに育っている。

任期終了後に就職し、結婚して市内に住む。現在は全員が女性という観光事業部を率いている。多種多様な「着地型ツーリズム」で知られるスペインの「バルセロナ観光局」のような業態を作るのが目標という。

また、その開発能力を買われて市内の企業に就職した第1期生もいる。上甕島にも第1期生が定住している。島の様々な特産品開発を手掛ける『山下商店』を営む山下賢太さんの奥さんの山下麻由さんや、そこでデザイナーとして勤める新地健郎さんなどだ。

もう一人、「こしきツアーズ」を経営する齊藤智頭さんは、シーカヤックのガイドツアーやナイトツアーを催行している。ナイトツアーでは、ビーチコーミング（浜に落ちていた流木や貝殻などの漂流物を拾い集め、その由来を調査したり加工したりする）の楽しさを伝える。今後は島の若手ガイドを養成したいという。齊藤さんも結婚して島に定住している。



上甕島の『山下商店』は夏の間はカフェとなり、土曜日はバーとなる。島の若者が集う場になっている

島には、こうした「ぼっちゃん」たちの他に、平成16年から10年間、取り組まれた「KOSHIKI ART PROJECT」を機に、上甕島に定住した「ギャラ



齊藤さんの主催する「ナイトツアー」では「ビーチコーミング」の楽しさを伝えている

リー・ヒラミネ」のマネージャー・横田真希さんもいる。

「ぼっちゃん」第2期生にとつて、『ミッション』の取組みや将来を考えるうえでも、移住した先輩である彼らは「心強い存在」なのだ。下甕島の特産品である「タカエビ（薩摩甘エビ）」を使った『タカエビ

## 任期後の移住を見据えて

このように、新しい「発想力」や「デザイン力」は、受入れ組織の地域住民に刺激を与え、一定の成果をあげつつある。しかし、薩摩川内市は彼らを単なる「お手伝い」とは見していない。

市の、観光・シティセールス課の古川英利課長は次のように語る。「今後のシティセールス事業は『民間主導』を目指しています。その『キ



「ギャラリー・ヒラミネ」は平成16年から始まった「KOSHIKI ART PROJECT」に触発された島の長老、平嶺時彦さんの作品を常設展示している

味噌」という商品開発を行った『鷹丸工房』の下野睦子さんは語る。「商品は、この子たちがいないとできませんでした。様々なヒントをもらい、とても助かりました。島も、彼らが来てからだいぶ変わりました」

「ぼっちゃん」が、地域に残した「波紋」は大きく広がりがつつある。

「マン」としての活躍を、彼らに期待しています」

『「民間主導」へ向けた方向性のひとつに、観光物産協会の株式会社化がある。市内の各事業者との密接な連携を保ちつつ、この



薩摩川内市 観光・シティセールス課  
課長の古川 英利さん



任期終了後に活躍する『場』を、  
 どのように彼らが獲得していくかが  
 課題といえる。  
 前述したように「ぼっちゃん」た

総務省によると、任期を終えた「地域おこし協力隊」の隊員がいる地域のうち、7割以上の自治体が、「今後も協力隊を受け入れたい」という。しかし、全国に散らばる隊員の半数近くが、任期後「定住したいのだから仕事がない」というのが現状だ。任期終了後の隊員の活動地および近隣地域への定住率は、平成25年度末で56%ほど。

協会に『地域商社』の役割を持たせ、さらなる販路拡大を目指す。  
 それとともに、任期終了後に定住した「ぼっちゃん」たちが、地域住民とともに、民間で「シテイセールス」事業を担うことを期待している。戦略的に『ぼっちゃん計画』を位置づけているのだ。



〔上〕「タカエビ」の選別作業を行う下甌島の事業者  
 〔左〕甌島を代表する味覚「キビナゴ」の刺身  
 〔左下〕「キビナゴ」はそのまま塩焼きで食べるのも美味しい  
 〔下〕下甌島の「タカエビ」は刺身のほか、様々な料理で味わえる。下甌島のイタリアンレストラン『OTTO 8』の「タカエビ・スパゲッティ」



ちは『自己実現』を目指して『覚悟』を持って地域にやってくる。最終的に地域の主体的な『担い手』として、持続的な定住を果たすには、自らのスキルを上げる努力をして、地元での就職あるいは起業を可能にしなければならぬ。

その「道筋」をつけてあげるのも観光・シテイセールス課の大きな役割である。

「ぼっちゃん」へのミッションとして「1年間に5つの商品開発」という明確な目標を課していることはP.4で述べた。この課題はプロの商品プランナーでも難しい。しかし、市はあえて、この課題に挑戦させている。そのため、古川課長をはじめとし

## 地域おこし協力隊

「地域おこし協力隊」制度は、総務省によると「都市部の人材を地域社会の新たな担い手として受け入れ、地域力の充実・強化を図る取組み」というもの。具体的には、地方自治体が都市住民を受け入れ委嘱し、地域おこし活動の支援や農林漁業の応援、地域の生活支援など「地域協力活動」に従事してもらい、あわせてその定住を図りながら、地域の活性化につなげるもの。

期間はおおむね1年以上で最長3年。総務省の支援としては財政支援(特別交付税)で、隊員1人につき最高400万円(＝報酬等(上限200万円)+活動費(上限200万円))となっている。地域おこし協力隊員は都市地域等から過疎、山村、離島、半島等の地域に住民票を移動しなければならない。

この事業は、「協力隊」「地域」「自治体」の三者による連携・結束がポイントで、地域・自治体の将来ビジョン、協力隊に対するミッションの明確化が重要とされている。平成25年度は特別交付税ベースで978名(4府県314市町村)が活動。これまでは、平成21年度から24年度まで1,376名が参加している。

主な電源地域(原子力立地市町村)の中では、薩摩川内市が10名と最も多い。

た観光・シテイセールス課の担当者は、スキルアップに向けた「ぼっちゃん」たちへの公私にわたる、励ましやサポートに奔走する。  
 「地域おこし協力隊」事業は、隊員・地域の受入れ団体・自治体の『連携・結束』が重要なポイントだといわれている。  
 「ぼっちゃん」たちは、古川課長を『親のような存在』と口を揃える。そうした、彼らとの信頼関係が、この『ぼっちゃん計画』の土台になっている。



甌島を舞台にしたエコツーリズムを含めた実証事業が行われており、レンタル用に20台の電動1人乗り超小型モビリティ『COMS』(左)と、3台の電気自動車(右)が導入されている



薩摩川内市観光・シテイセールス課のみなさん