玖珠町（くすまち）

総括会議

ハピカム

ミライデザイン会議

大分合同新聞社が、次代を担う若手リーダーと一緒に地域の未来を考えるミライデザイン会議「ハピカム」第14弾玖珠町編が14日、同町のくすまちメルサンホールなどで行われた。「1次産業」「観光」「地域力」の3分科会での話し合いを経て開かれた総括会議では、各分科会で出された論点を基に玖珠町の未来についてさらに議論を深めた。二つの分科会のミライキーワードが「つなぐ」で共通しており、独立の道を選んで合併しなかった町であるにも関わらず、所属する組織以外での連携が不足していることが指摘され、それをいかに築いていくかが大きなテーマとなった。町内には米や牛など素晴らしい1次産品があり、観光面でも多くの好素材がある。これらを有機的につなげ、広く町外にもPRしていくには、思いを共有する人が少人数でも動きを始めること。その動きが成果を挙げることで周りの人を巻き込む体験を紡いでいくのではと指摘された。参加者はこの日の出会いをきっかけとして新しいつながりを生み、新しい玖珠の魅力を創造していくことを誓い合った。

■ウェブ　http://www.oita-press.co.jp
■スマートフォン　http://www.oita-press.co.jp/h-come/

主催／大分合同新聞社　共催／玖珠町、玖珠町商工会
協賛／国立大学法人 大分大学　㈱大分銀行　㈱ドコモCS九州大分支店　日本たばこ産業㈱熊本支店

バラバラでも要所まとまる

目に見えない阻害要因

佐藤　2分科会が「キーワードに「つなぐ」を挙げています。実践者いらっしゃり有機的な連携ができていないから、このキーワードが出てきたのでしょうか。

桑野　今春、異業種連携の6次産品として米粉のクッキーを道の駅で販売する目標を持っています。この事業には1次産業、観光業もうまくくるが、つなぐには目に見えない阻害要因がいくつもある。それを一つずつ突破するには外部の力も借りながら経営、広報を含めて考える必要があり、玖珠だけではなく、いろんな業種の人の心をつなぐようにとがキーワードになりました。

穴井広　農業従事者が減っています。僕が調べたら町内で50歳以下は35人、30代が22人、20代は5人しかいない。それぞれ品目が違って、互いに何をやっているか分からない。そういう面で「つなぐ」必要があると思います。品目が違っても横断的に話をする場があればいいなということと、農家と農業をつなぐ、PRが足りない、思いを伝える意味で農家と消費者もちょっつなぎたい。それと次世代の若手をつくらないといけないので、世代をつなぐ。農家の嫁さん同士もつなげたいねぇなと思っています。

佐藤　観光にはつなぐ要素が多いと思います。キーワードの感好地に込めた意味と、つなぐことに関してどんな議論になりましたか。

平田　キーワードは町外から来た方が感じて好きになってもらうという意味で決めました。それと逆に、地元の方は何かPRする時でも一部の人が頑張って、ある程度成功したら乗っかってくる体質があると思っています。いろんな成功事例が出てくれば、町づくりに取り組む方が増え、玖珠を好きに感じてくれる人が増えるのではという意味も込めました。商工会に所属しているので商売人のつながりはあるが、他業種の人とはつながりを持ちたいと思いながらもできていない。農業はすごくこだわった産品をつくっているが、売り方がうまくいっていない。商工会は農方をなりわいにする人が多いので、農業と連携してうまくPRできればいいと思っています。足の引っ張り合いは自分も経験したことがあり、踏み越えていけるだけのパイタリティーをみんながまとまって出していければいいと思っています。

考えるためにつながる

佐藤　つながるとは、目的を一つにするというジョーが生まれるかもしれない。その期待を込めた「つなぐ」というキーワードだと思います。

佐藤　目的を共有する前に話し合う場があればということですが、桑野さんどうですか。

桑野　その通りだと思います。僕は未来は前にあるもので後ろにはないと思う。でも玖珠にとっての前が一体どっちにあるのか、みんな悩んで苦しんでいます。分科会で出たのは民間のいろんな業種が話し合うシンクタンクのような機関をつくろうという話。その場で経営感覚も大事にしつつ、一緒に前は一体どっちだと話し合うことが大切だと思います。

佐藤　目的を持って進むための話す場をつくっていく上で何が必要だと思いますか。

村上栄　話をする時に目的なく集まるのは諸刃ふたくくなるところもあるので、最終的に目的は持っていくべきだとは思いますが、まずコミュニティーに気兼ねなく参加できるのが入り口になります。桑野さんが言われた投票にいく前の段階がいるのかなと考えています。

地域力／アドバイザー
Hidetoshi Murakami
村上栄俊 さん
大分市在住、31歳。大分ベンチャーキャピタルサブマネージャー。立命館大学を卒業後、大分銀行に入行。玖珠などの支店勤務を経て昨年から現職。

しらしんけんの会主催

佐藤　それをどうやってつくっていくかですね。地域の人に集まってもらうためにやっていることがありますか。

穴井広　やっていることはいろいろありますが、それは農業の部会などが役割のものです。役員として参画させられて、担わされている。それとは別の組織には手が出ていないのが現状です。

平田　商工会の青年部で今、県の副会長もさせてもらっていて、集まる場があれば「こういうことをしたいとか何かしら話ができ、そこから目的を見いだせることもよくあります。「こういうことをしたいけど方法が分からない」という人にできる人を教えることが、自分が問題でなく役をできたと考えながら働いている。人の縁があれば一人でするよりもうまくいく、つくることも一つの手です。現状でもいろんな団体があって、そこでどんだけ自分の思いをもって横断的に入れるかの方が大事のなかなと思います。行けば絶対にプラスになることがあります。

姫野　インキュベーション施設などで新しいイノベーションが生まれる要件は、共有スペースを物理的につくって中心で、ときたま休憩しにお茶を飲んでいる時に交流ができ、コラボレーションが生まれるような場が必要と言われています。つながるためには思いをもって飛び込むことに加えて、偶然出会いやできる場が必要ともと必要だと思います。それは願ゼをやってきた既存のつながりを飛び越えた場づくりで、皆さんがこれだけ「つなぐ」と言っていることもそれを表していると感じました。

市場が望む品質を発信

姫野　つなぐのは内側でつながることが一つ。業種、それを越えたつながりをエリアの中でどう考えていくのかと。一方で外とつながるということでは販売外自でも話が出ていましたが、誰にどんな方法で何を発信するかがすごく重要です。戦略として。観光に限らず、玖珠は米も肉も非常にクオリティーが高い、でもそれを市場が知らない、外にいかに伝えるか考えることが大切で、その打開策が分野ごとにあるのか、難しさを感じている部分があるのかお聞きしたいと思います。

穴井広　そこまで言き新ていないのが現状。もう一歩二歩を考えると役場と農協がタッグを組んで人を充てて予算を組んでほしいですね。変えていかないと変わらないという思いがあります。

平田　売り方とも中民で価値が変わってくることがあると思うんで、農協を通さず売っていく方向性はないんかな。

原（健太郎・1次産業分科会）　農協に米を出荷する割合がすごく下がってきていて、なぜかと言うと自分で販売した方が高いからです。農協の価格だと やっていけない。自分で付加価値を付けて売ろうという動きが個々で起こっています。まとまっての動きはまだありません。

穴井広　ほとんど農協には出荷してないかいです。みんなバラバラでどこに出しているか言わないし、玖珠の米のPRを考えても、現状がバラバラなんで話にならないと思うんですね。

姫野　農協と

総合アドバイザー
Yuka Himano
姫野由香 さん
大分市在住、39歳。大分大学工学部助教、工学博士。専門は建築・都市計画。景観創造、景観統合手法に向き合った地域運営についても研究している。

品は非常にクオリティーが高い。そうであるなら今の市場が望む品質とトレーサビリティーに応えられる物が玖珠にはある。これをどう売るか、どう発信するか、そこに役場も含めいろんな知恵を借りたいということだと思います。

提起と解決のサイクル

佐藤　秋吉さん（教司・1次産業分科会）はホウレンソウを栽培していますが、市場をつくっていくという点についてどうですか。

秋吉　ホウレンソウは厳しいと思うんですが、米も豊後牛も知名度をもっと上げていけば売りやすくなって付加価値が付くかなと。柘殖牛も魚沼産米も中身は一緒でも名前だけで高く売れているので、ブランドのPRをもっとしていけばいいと思います。

佐藤　どう産品をアピールするかの観点で、万さんのお考えはいかがですか。

万　アピールの部分では知事らがトップセールスをかけるとか、数字が分かるようなとか食べ比べしてもらうとかが有効です。例えば米にんの等級とは何なのか、硬さなのか甘さなのか糖度なのか、数字化するも、もしくは食べ比べをしてもらう。牛では玖珠で肥育したものがどれだけおいしいか地元の人がまず知る。大分で種付けしたものが神戸牛や佐賀牛や鹿児島牛になって売られているんだけど、それが見えない。みんな玖珠が好きなんですけど、もうから形や成功パターンをつくる。それを共有することが一番大切じゃないかなと。人をつなぐ点では、成功パターンや情報をみんなでオープンにして話し合いをすることが一番大事なこと。そのためにまず部会ごとにつなぐ。部会で出たことをみんなで話す。それによって問題提起と解決のサイクルがコミュニティーとしてできる。これが大事だと考えています。

1次産業／アドバイザー
Hirofumi Yorozu
万津史 さん
福岡県出身。大分市在住。43歳。イオン九州米良店長兼主任。大学を卒業後、マイカル九州に入社。2005年にイオン九州へ。農産を担当してきた。

観光／若手リーダー
Tomoaki Hirata
平田智昭 さん
玖珠町在住。40歳。create only one HI-CHAOE表取締役。九州芸術工科大学を中退後、家業を手伝う傍らデザインの仕事をし、2014年に会社を設立。

飲食店PRマップ作る

佐藤　成功パターンをつくるという話が出ました。失敗することもあるでしょうから、成功するためには多くのチャレンジをしなければいけない。平田さんは今どんなチャレンジをしていますか。

平田　チャレンジしたいこととして、角牟礼（つのむむ）城は難攻不落の城と言われていて、その時代からの溝があるんですが、先日初めてそのことを知ったんです。城跡の地に民芸組工の根付けを作っている所がある。一つ一つの素材をストーリーにまとめ、影り物を湧き水に漬けて“難攻不落”の合格お守りを売り出せたらと思っです。観光は来て見て「きれいだね」で終わり、金が落ちなかったらあまり意味がない。お守りでも何でもストーリーのある物を売ること で、お金を落としてもらう成功例をつくっていく。売れ出すと見ていただいの人が乗っかってくるんです。ですから成功例を一つでも多くつくることが大切だと思います。お守りはせび成功させたいと思っているのでみなさん協力してください。

観光地のハード面を充実させる動きがありますが、来た方にソフト面で対応できていない面があり、ソフトにも力を入れて進めていくべきと思います。

桑野　私はとんかつ店をやっていて、コストを考えなければいろんなことができるんです。ルッコラもいろう野菜生産者に「無農薬でつくってくれたら全部買い取る」と言ってつくってもらうとか、八幡の上野さんという豚生産の名人がつくっていたブランド黒豚で黒豚かつ丼もやっていました。口蹄疫で母豚が手に入らなくなり中断しているが、いずれ地産地消の流れを復活させたい。玖珠で商売をしている以上、1次産業に寄り添うことが大事だと思います。売り方や伝え方で観光分野とも結ばれるようにいけないと考えています。

佐藤　食のPRで平田さんの取り組みを紹介してください。

平田　外から来た人向けと飲食店のモチベーションアップのために飲食店マップづくりを計画しています。どこと言わずでやるからというテーマで、玖珠の全店の一押しメニューを載せて、ただで作ると何でもいいとなっちゃうことが多いので、有料にするけどある程度の大きさにして、かなり情報量豊富なものを提供しようと考えています。玖珠の飲食店はあまりPRが得意でない。せっかくお金を出してPRするので自分の店を見つめ直してもらい、PRすることによる反応も体感してもらい、PRすることの大切さを知ってもらいたいと考えています。一押しを載せることで町外にもPRできる。観光客がたくさん来るときに備えて、食の面も底上げしたいという思いで取り組んでいます。

桑野　玖珠は女性や若い母親が意見を自由に出しにくかったり、出しても反映されにくい土壌があるように思えて、若い と既存の目治体が意見を否定する。この流れを変えたいのですがどんな方法があるでしょうか。

姫野　力業ですが否定されてもやり続けるという方法が一つ。でもこれはとても、角牟礼（つのむむ）城は難攻不落の城と言われていて、その時代からの溝があるんですが、先日初めてそのことを知ったんです。城跡の地に民芸組工の根付けを作っている所がある。一つ一つの素材をストーリーにまとめ、影り物を湧き水に漬けて“難攻不落”の合格お守りを売り出せたらと思っです。観光は来て見て「きれいだね」で終わり、金が落ちなかったらあまり意味がない。

食べてみろ。驚かせるから

分科会で決まったキーワードは「つなぐ」。これには人、そして仕事を未来につなぐという意味を込めた。町の1次産業は高齢化の進行により、後継者・担い手が少なくなっているという現状がある。打開するために、もうかる仕組みをつくって新規就農者を呼び込んでいきたい。生産者が減る中で将来の売り先を確保するためにはファンがいなければならない。その土台をつくるためにも、品目や業種にこだわらずに広く「つなげる」必要がある。異業種同士の交流の場を設けてはどうか。女性を巻き込んで「奥さんの会」をつくってはどうかなど提案された。何より既存のものを壊して新しいものをつくっていくことが大切だと指摘された。人がつなげり、仕事を若い世代へとつなぎ、未来を切り開いていくという願いも込めたキーワードとなった。

「1次産業」分科会まとめ

“ミライキーワード”
つなぐ

キーワードは「感好（かんこう）地　玖珠町」。観光と違い、感じてもらい好きになってもらう玖珠町という意味。玖珠といえば星祭祭が一番有名だが、今のようにメジャーになるため60回以上の長い年月をかけて磨いてきた。この精神を今後の町づくりにも生かしていきたいとの意見が出された。分科会は町づくりを実践しているメンバーが集まり、5～10年先に花を咲かせるための議論をした。いろんな人が頑張っているが町内で連携を取りにくい面があるとの課題も指摘された。そういった部分を解消して、よりPRのうまい町になり、今やっているイベントや過去にやっていたが今休止しているイベントに、また花を咲かせることで玖珠を感じて好きになってほしい。そういった町づくりをしていこうと意見が一致した。

「観光」分科会まとめ

“ミライキーワード”
感好地 玖珠町

1次産業分科会と似ているが、キーワードは「心をつなぐ」となった。これが全ての課題に通じており、まずはこさが出発点という思いを込めた。地域力とは何かという議論からスタートし、課題として挙げられたのが人の連携や情報共有。町全体でのまとまりができていないと指摘された。人のつながりをどうつくるかのヒントの一つが祇園で、11年前から各地区が集まって大きな祭りにしている。祭りは地域力のバロメーターとも言え、地域をつなぐ力が大きい。機関庫を中心とした町のグランドデザインで施設が完成しても活用していくのは人である。町にはいい素材があり、どう広げていくかのストーリーが大切となる。心をつなぐ場として「戦略室」のようなものをつくって議論していければいいと提起された。

「地域力」分科会まとめ

“ミライキーワード”
心をつなぐ

佐藤　2分科会が「キーワードに「つなぐ」を挙げています。実践者いらっしゃり有機的な連携ができていないから、このキーワードが出てきたのでしょうか。

桑野　今春、異業種連携の6次産品として米粉のクッキーを道の駅で販売する目標を持っています。この事業には1次産業、観光業もうまくくるが、つなぐには目に見えない阻害要因がいくつもある。それを一つずつ突破するには外部の力も借りながら経営、広報を含めて考える必要があり、玖珠だけではなく、いろんな業種の人の心をつなぐようにとがキーワードになりました。

穴井広　農業従事者が減っています。僕が調べたら町内で50歳以下は35人、30代が22人、20代は5人しかいない。それぞれ品目が違って、互いに何をやっているか分からない。そういう面で「つなぐ」必要があると思います。品目が違っても横断的に話をする場があればいいなということと、農家と農業をつなぐ、PRが足りない、思いを伝える意味で農家と消費者もちょっつなぎたい。それと次世代の若手をつくらないといけないので、世代をつなぐ。農家の嫁さん同士もつなげたいねぇなと思っています。

佐藤　観光にはつなぐ要素が多いと思います。キーワードの感好地に込めた意味と、つなぐことに関してどんな議論になりましたか。

平田　キーワードは町外から来た方が感じて好きになってもらうという意味で決めました。それと逆に、地元の方は何かPRする時でも一部の人が頑張って、ある程度成功したら乗っかってくる体質があると思っています。いろんな成功事例が出てくれば、町づくりに取り組む方が増え、玖珠を好きに感じてくれる人が増えるのではという意味も込めました。商工会に所属しているので商売人のつながりはあるが、他業種の人とはつながりを持ちたいと思いながらもできていない。農業はすごくこだわった産品をつくっているが、売り方がうまくいっていない。商工会は農方をなりわいにする人が多いので、農業と連携してうまくPRできればいいと思っています。足の引っ張り合いは自分も経験したことがあり、踏み越えていけるだけのパイタリティーをみんながまとまって出していければいいと思っています。

考えるためにつながる

佐藤　つながるとは、目的を一つにするというジョーが生まれるかもしれない。その期待を込めた「つなぐ」というキーワードだと思います。

佐藤　目的を共有する前に話し合う場があればということですが、桑野さんどうですか。

桑野　その通りだと思います。僕は未来は前にあるもので後ろにはないと思う。でも玖珠にとっての前が一体どっちにあるのか、みんな悩んで苦しんでいます。分科会で出たのは民間のいろんな業種が話し合うシンクタンクのような機関をつくろうという話。その場で経営感覚も大事にしつつ、一緒に前は一体どっちだと話し合うことが大切だと思います。

佐藤　目的を持って進むための話す場をつくっていく上で何が必要だと思いますか。

村上栄　話をする時に目的なく集まるのは諸刃ふたくくなるところもあるので、最終的に目的は持っていくべきだとは思いますが、まずコミュニティーに気兼ねなく参加できるのが入り口になります。桑野さんが言われた投票にいく前の段階がいるのかなと考えています。

地域力／アドバイザー
Hidetoshi Murakami
村上栄俊 さん
大分市在住、31歳。大分ベンチャーキャピタルサブマネージャー。立命館大学を卒業後、大分銀行に入行。玖珠などの支店勤務を経て昨年から現職。

しらしんけんの会主催

佐藤　それをどうやってつくっていくかですね。地域の人に集まってもらうためにやっていることがありますか。

穴井広　やっていることはいろいろありますが、それは農業の部会などが役割のものです。役員として参画させられて、担わされている。それとは別の組織には手が出ていないのが現状です。

平田　商工会の青年部で今、県の副会長もさせてもらっていて、集まる場があれば「こういうことをしたいとか何かしら話ができ、そこから目的を見いだせることもよくあります。「こういうことをしたいけど方法が分からない」という人にできる人を教えることが、自分が問題でなく役をできたと考えながら働いている。人の縁があれば一人でするよりもうまくいく、つくることも一つの手です。現状でもいろんな団体があって、そこでどんだけ自分の思いをもって横断的に入れるかの方が大事のなかなと思います。行けば絶対にプラスになることがあります。

姫野　インキュベーション施設などで新しいイノベーションが生まれる要件は、共有スペースを物理的につくって中心で、ときたま休憩しにお茶を飲んでいる時に交流ができ、コラボレーションが生まれるような場が必要と言われています。つながるためには思いをもって飛び込むことに加えて、偶然出会いやできる場が必要ともと必要だと思います。それは願ゼをやってきた既存のつながりを飛び越えた場づくりで、皆さんがこれだけ「つなぐ」と言っていることもそれを表していると感じました。

提起と解決のサイクル

佐藤　秋吉さん（教司・1次産業分科会）はホウレンソウを栽培していますが、市場をつくっていくという点についてどうですか。

秋吉　ホウレンソウは厳しいと思うんですが、米も豊後牛も知名度をもっと上げていけば売りやすくなって付加価値が付くかなと。柘殖牛も魚沼産米も中身は一緒でも名前だけで高く売れているので、ブランドのPRをもっとしていけばいいと思います。

佐藤　どう産品をアピールするかの観点で、万さんのお考えはいかがですか。

万　アピールの部分では知事らがトップセールスをかけるとか、数字が分かるようなとか食べ比べしてもらうとかが有効です。例えば米にんの等級とは何なのか、硬さなのか甘さなのか糖度なのか、数字化するも、もしくは食べ比べをしてもらう。牛では玖珠で肥育したものがどれだけおいしいか地元の人がまず知る。大分で種付けしたものが神戸牛や佐賀牛や鹿児島牛になって売られているんだけど、それが見えない。みんな玖珠が好きなんですけど、もうから形や成功パターンをつくる。それを共有することが一番大切じゃないかなと。人をつなぐ点では、成功パターンや情報をみんなでオープンにして話し合いをすることが一番大事なこと。そのためにまず部会ごとにつなぐ。部会で出たことをみんなで話す。それによって問題提起と解決のサイクルがコミュニティーとしてできる。これが大事だと考えています。

1次産業／アドバイザー
Hirofumi Yorozu
万津史 さん
福岡県出身。大分市在住。43歳。イオン九州米良店長兼主任。大学を卒業後、マイカル九州に入社。2005年にイオン九州へ。農産を担当してきた。

観光／若手リーダー
Tomoaki Hirata
平田智昭 さん
玖珠町在住。40歳。create only one HI-CHAOE表取締役。九州芸術工科大学を中退後、家業を手伝う傍らデザインの仕事をし、2014年に会社を設立。

飲食店PRマップ作る

佐藤　成功パターンをつくるという話が出ました。失敗することもあるでしょうから、成功するためには多くのチャレンジをしなければいけない。平田さんは今どんなチャレンジをしていますか。

平田　チャレンジしたいこととして、角牟礼（つのむむ）城は難攻不落の城と言われていて、その時代からの溝があるんですが、先日初めてそのことを知ったんです。城跡の地に民芸組工の根付けを作っている所がある。一つ一つの素材をストーリーにまとめ、影り物を湧き水に漬けて“難攻不落”の合格お守りを売り出せたらと思っです。観光は来て見て「きれいだね」で終わり、金が落ちなかったらあまり意味がない。

お守りでも何でもストーリーのある物を売ること で、お金を落としてもらう成功例をつくっていく。売れ出すと見ていただいの人が乗っかってくるんです。ですから成功例を一つでも多くつくることが大切だと思います。お守りはせび成功させたいと思っているのでみなさん協力してください。

観光地のハード面を充実させる動きがありますが、来た方にソフト面で対応できていない面があり、ソフトにも力を入れて進めていくべきと思います。

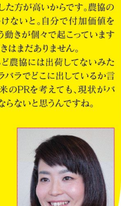
桑野　私はとんかつ店をやっていて、コストを考えなければいろんなことができるんです。ルッコラもいろう野菜生産者に「無農薬でつくってくれたら全部買い取る」と言ってつくってもらうとか、八幡の上野さんという豚生産の名人がつくっていたブランド黒豚で黒豚かつ丼もやっていました。口蹄疫で母豚が手に入らなくなり中断しているが、いずれ地産地消の流れを復活させたい。玖珠で商売をしている以上、1次産業に寄り添うことが大事だと思います。売り方や伝え方で観光分野とも結ばれるようにいけないと考えています。

佐藤　食のPRで平田さんの取り組みを紹介してください。

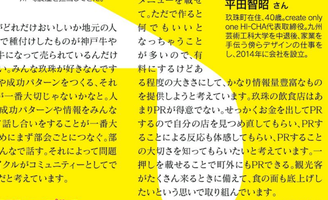
平田　外から来た人向けと飲食店のモチベーションアップのために飲食店マップづくりを計画しています。どこと言わずでやるからというテーマで、玖珠の全店の一押しメニューを載せて、ただで作ると何でもいいとなっちゃうことが多いので、有料にするけどある程度の大きさにして、かなり情報量豊富なものを提供しようと考えています。玖珠の飲食店はあまりPRが得意でない。せっかくお金を出してPRするので自分の店を見つめ直してもらい、PRすることによる反応も体感してもらい、PRすることの大切さを知ってもらいたいと考えています。一押しを載せることで町外にもPRできる。観光客がたくさん来るときに備えて、食の面も底上げしたいという思いで取り組んでいます。

桑野　玖珠は女性や若い母親が意見を自由に出しにくかったり、出しても反映されにくい土壌があるように思えて、若い と既存の目治体が意見を否定する。この流れを変えたいのですがどんな方法があるでしょうか。

姫野　力業ですが否定されてもやり続けるという方法が一つ。でもこれはとても、角牟礼（つのむむ）城は難攻不落の城と言われていて、その時代からの溝があるんですが、先日初めてそのことを知ったんです。城跡の地に民芸組工の根付けを作っている所がある。一つ一つの素材をストーリーにまとめ、影り物を湧き水に漬けて“難攻不落”の合格お守りを売り出せたらと思っです。観光は来て見て「きれいだね」で終わり、金が落ちなかったらあまり意味がない。



総合アドバイザー
Yuka Himano
姫野由香 さん
大分市在住、39歳。大分大学工学部助教、工学博士。専門は建築・都市計画。景観創造、景観統合手法に向き合った地域運営についても研究している。



1次産業／若手リーダー
Hirotaka Anai
穴井広高 さん
玖珠町在住。38歳。玖珠町だけご専年部長。専門学校を卒業後、コンピューター関係の仕事をしていたが30歳で帰郷し、両親の庫クロ工場跡を継ぐ。

総合コーディネーター
Yoichi Sato
佐藤洋一
1991年入社。47歳。整理部部長。取材で訪れた時に見た、田園風景にほっかり と浮かぶ20枚山の姿が印象に残っています。ゆっくり(仕事後)で訪れたい。

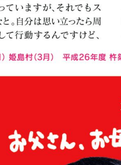
結局個人レベルで思いの合う人が集まった方がスピードは速くなるんじゃないかと思います。今日もこのエスエスライター中（ファイ）のTシャツを着ていますが、豊後森機関庫をキャラクターにし、着ぐるみも作り、CM大賞に応募したりしてPRしています。思いがある人が集まればスピードはどうにかなるんですよ。ある程度動き出してから町や他の団体に「こういうことをしてるんやけど手伝ってくれ」と言った方がスピード感が出るんじゃないかなと思います。まず動いて、動き出してから間く形の方がうまくいくんじゃないかなと。

桑野　せっかくなんで米粉の揚げパンの名称を「エスエスライター中」にしたらと思いました。

穴井広　平田さんの話はとても同感です。最初から風呂敷を広げるよりも2～3人で話してとりあえず取り掛かって、めどがついたら周りを巻き込むとかがいいかなと思いましたね。

出るエネルギーを発信

姫野　既存の組織でも日々競合しながら時々まとまるというのが、一つのキーワードになるかなと思います。観光とは自分自身を知ること、自分たちのコミュニティーも例えば自治会ごとに細分化されているので、それぞれが目を開く合っていることです。それは磨くということ、それを時々まとめて発信していけばイノベーションになる。観光分科会で祇園が集まるとあんなに魅力的な祭りになるだとの話がありました。このキーワードで誇らえが動き始めるというのが一つ。もう一つは役場など公的な組織の役割として、何かをつくるときに今までは説明して合意を取る手続きが中心だったんでしょうが、これからは一緒に考えていく作業がものすごく大事になると思うんです。例えばある空間の設計であれば、使う人からどういうふうに使いたいか、そこでどう過ごしたいかを聞きながらデザインとして昇華させていく。そこを間違えちゃいけないんだろうと。自分競合して時々まとまる。まとまる時に出るエネルギーをきちんと発信していくとか、玖珠がこれからの一歩を踏み出せるきっかけになるんじゃないかと思いました。



総合コーディネーター
Yoichi Sato
佐藤洋一
1991年入社。47歳。整理部部長。取材で訪れた時に見た、田園風景にほっかり と浮かぶ20枚山の姿が印象に残っています。ゆっくり(仕事後)で訪れたい。

思いある人で動き出す

佐藤　グランドデザインなどを取材して感じていて課題を玖珠支局の伊藤記者にお聞きしたいと思います。

伊藤（友仁・大分合同新聞社玖珠支局長）　行政は決して住民に説明していないわけではなくて、各地区で説明会も開催しています。それに来ていない人などに対して説明が十分ではない部分があるのではないかと思っています。その面で「そこだけに集中しているのでは」などと異論が出てきている。防災無線があるので、各種会議への参加を呼びかけ、そこから各分野の代表者を選んで組織したらどうかと思います。玖珠には多種多様な意見があって、理解が進むのに時間がかかる上壌があると感じていて、解決するためにもみんなが参加できて意見を集約できる組織をつくっていくべきじゃないかと思います。

佐藤　スピードという点で平田さんはどう感じていますか。

平田　商工会を飛び越えていろんな団体の方と話をしたいと思っていますが、それでもスピード感は厳しいんかな。自分は思い立ったら周りのなかなかを生かして行動するんですけど。

穴井広　グランドデザインなどを取材して感じていて課題を玖珠支局の伊藤記者にお聞きしたいと思います。

伊藤（友仁・大分合同新聞社玖珠支局長）　行政は決して住民に説明していないわけではなくて、各地区で説明会も開催しています。それに来ていない人などに対して説明が十分ではない部分があるのではないかと思っています。その面で「そこだけに集中しているのでは」などと異論が出てきている。防災無線があるので、各種会議への参加を呼びかけ、そこから各分野の代表者を選んで組織したらどうかと思います。玖珠には多種多様な意見があって、理解が進むのに時間がかかる上壌があると感じていて、解決するためにもみんなが参加できて意見を集約できる組織をつくっていくべきじゃないかと思います。

佐藤　スピードという点で平田さんはどう感じていますか。

平田　商工会を飛び越えていろんな団体の方と話をしたいと思っていますが、それでもスピード感は厳しいんかな。自分は思い立ったら周りのなかなを生かして行動するんですけど。

穴井広　有機的な関係を築くためには、既存の組織だけではなく、地域の意見を吸い上げる機会などだけたあるのかが大切です。それを事業に結びつけていくサイクルが必要。玖珠町の情報収集の現状はどうなっているのですか。

穴井（久徳・地域力分科会）　各職員に担当がありますので、農政担当なら各部会から話を聞いたり、観光担当なら観光協会などから聞いたり。私はまちづくり担当なので全般的に相談を受けています。既存の組織以外で個別にスピードを持って聞いていくことは難しい部分もあるので、「こんな人がいる」というつながりを別の組織にしたりをしていきたいと思っです。組織で済えた方が話は通りやすいという話も分科会で出ましたし、この人がいいからこの人にだけ乗るというのはバランスとして難しいです。

姫野　行政が特定のものに対してスピード感を持って対応するのが難しいのは不可抗力だと思うんです。一つの解決策として、民間が行政の複数部署の人を同時に呼んで話をするという方法があります。やろうとしていることを説明して、うちの部署でなにんな支援ができ、うちの部署ならこう、というものを結んで「じゃあ一緒にやりませんかい」とつながる場を民間がつくる。前向きに取り組んでいる人をうまくコーディネートすることも民間の役割なのかなと思います。

佐藤　観光の面では7月からデスティネーションキャンペーンがあります。この取り組みについてJTBの坂本さんご紹介いただけますか。

坂本　7月から9月まで大分とタイアップして盛り上げていこうとJRさんを中心に企画しています。大分市内であれば大分駅ビルの関菜に合わせて企画していますし、他の市も観光に力を入れ磨き上げています。玖珠町に関しては水戸岡さんを呼んで町づくりの見直しをしていますが、私がすごく違和感を持ったのは、行政がそれをやっていることに対して、民間がやっていることやパックアップできているのだろうか、横のつながりができているのだろうかということです。つの組織がやろうとしていることに対して他の組織のつながりがまだまだ薄いことが、PRできていない要因の一つではないかと感じました。

観光／アドバイザー
Miki Sakamoto
坂本美喜 さん
日田市天瀬町出身。大分市在住。26歳。JTB九州大分支店教育担当で教育を行う。人の交流を創造できる仕事をしていきたい。

思いある人で動き出す

佐藤　グランドデザインなどを取材して感じていて課題を玖珠支局の伊藤記者にお聞きしたいと思います。

伊藤（友仁・大分合同新聞社玖珠支局長）　行政は決して住民に説明していないわけではなくて、各地区で説明会も開催しています。それに来ていない人などに対して説明が十分ではない部分があるのではないかと思っています。その面で「そこだけに集中しているのでは」などと異論が出てきている。防災無線があるので、各種会議への参加を呼びかけ、そこから各分野の代表者を選んで組織したらどうかと思います。玖珠には多種多様な意見があって、理解が進むのに時間がかかる上壌があると感じていて、解決するためにもみんなが参加できて意見を集約できる組織をつくっていくべきじゃないかと思います。

佐藤　スピードという点で平田さんはどう感じていますか。

平田　商工会を飛び越えていろんな団体の方と話をしたいと思っていますが、それでもスピード感は厳しいんかな。自分は思い立ったら周りのなかなを生かして行動するんですけど。

穴井広　有機的な関係を築くためには、既存の組織だけではなく、地域の意見を吸い上げる機会などだけたあるのかが大切です。それを事業に結びつけていくサイクルが必要。玖珠町の情報収集の現状はどうなっているのですか。

穴井（久徳・地域力分科会）　各職員に担当がありますので、農政担当なら各部会から話を聞いたり、観光担当なら観光協会などから聞いたり。私はまちづくり担当なので全般的に相談を受けています。既存の組織以外で個別にスピードを持って聞いていくことは難しい部分もあるので、「こんな人がいる」というつながりを別の組織にしたりをしていきたいと思っです。組織で済えた方が話は通りやすいという話も分科会で出ましたし、この人がいいからこの人にだけ乗るというのはバランスとして難しいです。

姫野　行政が特定のものに対してスピード感を持って対応するのが難しいのは不可抗力だと思うんです。一つの解決策として、民間が行政の複数部署の人を同時に呼んで話をするという方法があります。やろうとしていることを説明して、うちの部署ならこんな支援ができ、うちの部署ならこう、というものを結んで「じゃあ一緒にやりませんかい」とつながる場を民間がつくる。前向きに取り組んでいる人をうまくコーディネートすることも民間の役割なのかなと思います。

佐藤　観光の面では7月からデスティネーションキャンペーンがあります。この取り組みについてJTBの坂本さんご紹介いただけますか。

坂本　7月から9月まで大分とタイアップして盛り上げていこうとJRさんを中心に企画しています。大分市内であれば大分駅ビルの関菜に合わせて企画していますし、他の市も観光に力を入れ磨き上げています。玖珠町に関しては水戸岡さんを呼んで町づくりの見直しをしていますが、私がすごく違和感を持ったのは、行政がそれをやっていることに対して、民間がやっていることやパックアップできているのだろうか、横のつながりができているのだろうかということです。つの組織がやろうとしていることに対して他の組織のつながりがまだまだ薄いことが、PRできていない要因の一つではないかと感じました。

観光／アドバイザー
Miki Sakamoto
坂本美喜 さん
日田市天瀬町出身。大分市在住。26歳。JTB九州大分支店教育担当で教育を行う。人の交流を創造できる仕事をしていきたい。

横のつながりつくって

姫野　有機的な関係を築くためには、既存の組織だけではなく、地域の意見を吸い上げる機会などだけたあるのかが大切です。それを事業に結びつけていくサイクルが必要。玖珠町の情報収集の現状はどうなっているのですか。

穴井（久徳・地域力分科会）　各職員に担当がありますので、農政担当なら各部会から話を聞いたり、観光担当なら観光協会などから聞いたり。私はまちづくり担当なので全般的に相談を受けています。既存の組織以外で個別にスピードを持って聞いていくことは難しい部分もあるので、「こんな人がいる」というつながりを別の組織にしたりをしていきたいと思っです。組織で済えた方が話は通りやすいという話も分科会で出ましたし、この人がいいからこの人にだけ乗るというのはバランスとして難しいです。

姫野　行政が特定のものに対してスピード感を持って対応するのが難しいのは不可抗力だと思うんです。一つの解決策として、民間が行政の複数部署の人を同時に呼んで話をするという方法があります。やろうとしていることを説明して、うちの部署ならこんな支援ができ、うちの部署ならこう、というものを結んで「じゃあ一緒にやりませんかい」とつながる場を民間がつくる。前向きに取り組んでいる人をうまくコーディネートすることも民間の役割なのかなと思います。

佐藤　観光の面では7月からデスティネーションキャンペーンがあります。この取り組みについてJ