

Key Person Profile

~目の前の「もったいない」を価値あるものに変える~



目 次

いま 地域は、キーパーソンを求めている 1					
関西からキーパーソンを考える会 2					
キーパーソンとは?~地域の魅力を発掘し地域活性化に繋げる成功の鍵~ 3					
関西からキーパーソンを考える会でのディスカッション① 4					
キーパーソン 10 の要件・要素 5					
地域は、どうキーパーソンと向き合うべきか? 7					
関西からキーパーソンを考える会でのディスカッション② 8					
次代を担う『若きキーパーソン』たち					
磯石 裕子 氏					
崔					
白濱 良太 氏					
高松 明弘 氏					
中川 雅也 氏					
中西 和也 氏 21					
藤本 遼 氏23					
横田 圭亮 氏 25					
石井 挙之 氏、渡邉 ゆかり 氏 27					
関西からキーパーソンを考える会 委員紹介····································					

Key 🎤 いま地域は、 Person キーパーソンを求めている

人口減少社会の本格的な到来は、地域の未来に暗い影を落としています。

特に中山間地域を中心に大きく定住人口が減少し、高齢化比率も大きくなっています。そうしたなか、 関係人口や交流人口を拡大させることで、地域活性につなげる動きが各地で進められています。 地域コミュニティの形成や再生、地域固有の資源を活用した地域ブランドの向上、産業振興・雇用の 創出、生活インフラの向上などを目指してさまざまな活動が展開され、こうした活動のハブには、 キーパーソンと言われる人の存在があります。いま、キーパーソンが、地域におけるプロジェクトに おいて、大きな役割を果たすことが期待されています。

近畿経済産業局では、地域において多方面で活躍するキーパーソンに集まっていただき、「関西から 『キーパーソン』を考える会」を組織し、3回にわたって以下のテーマで議論を重ねてきました。

- 「キーパーソンに求められる要件・要素」とはなにか
- ・キーパーソンを受け入れる側の地域が留意すべきことはなにか
- ・次代を担う若きキーパーソンはどういった活動を進めているか

本レポートでは、その議論の内容をまとめるととともに、次代を担う若きキーパーソン10名をご紹介 しています。

Key 🎤 Person

関西からキーパーソンを考える会

関西からキーパーソンを考える会では、以下のプログラムで議論を重ねました。

委員

合同会社シーラカンス食堂 代表計員 小林 新也 氏

合同会社オフィスキャンプ代表社員

一般社団法人ローカルコワークアソシエーション 代表 坂本 大祐 氏

生駒市役所 市長公室 企画政策課 主任

一般社団法人ニューローカル製作舎 代表理事 竹田有希氏

株式会社GIVE&GIFT 代表取締役

中川悠氏 特定非営利活動法人チュラキューブ 代表

田辺市役所企画部たなべ営業室価値創造係 鍋屋安則氏

TETAU有限責任事業組合 理事 森脇 碌 氏

クジラ株式会社 代表取締役

矢野 浩一氏 SEKAI HOTEL株式会社 代表

開催の経緯



第1回

研究会

2020.12.23

- 事業概要とキーパーソン検討の視点の説明
- ・委員自己紹介(自身の取組、「私が思うキーパーソン像」)
- ・ディスカッション

テーマ:地域毎に異なる地域活性化のゴール。そのゴールに向け、それぞれ のキーパーソンの人生経験の中で、現在の活動に活かせているこ とは、どんな経験?



第2回

研究会

2021.01.22

- 前回の振り返りと「キーパーソン像」についての説明
- ・ディスカッション

テーマ:①地域活性化に必要なキーパーソン像とは?(10の要件・要素)

②若きキーパーソンは誰だ?



第3回

研究会

2021.03.04

- ・若きキーパーソンへの取材報告
- ・前回の振り返り「キーパーソンに求められる要件・要素とは。」
- ・ディスカッション

テーマ: ①キーパーソンが地域で活躍するためには?

(受け入れ側の課題、協力体制等)

②今後、地域で新たなキーパーソンを生むためには?

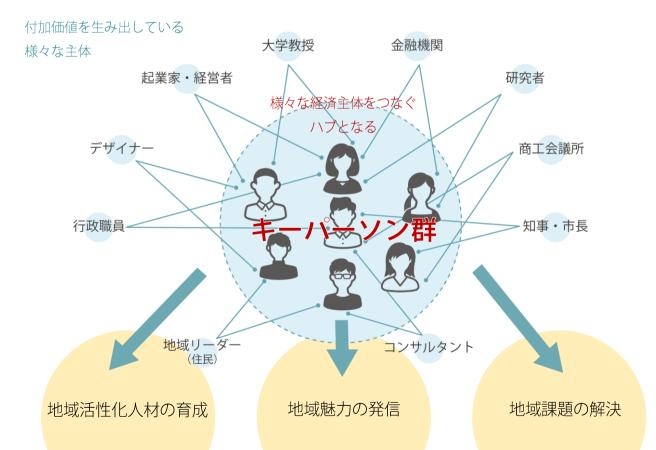
Key キーパーソンとは?

Person ~ 地域の魅力を発掘し地域活性化に繋げる成功の鍵 ~

地域で展開されるプロジェクトの成功の鍵を握るのは、プロジェクトを仕掛けて牽引する「キーパー ソン」と呼ばれる人たちです。キーパーソンは、地域の問題を解決しその発展につなげたい「熱い 心しをもって地域と関わろうとしています。

ものづくり・観光・サービスなど、その地域が強みを持つ分野を発掘・発展させるため、覚悟と高い 志を持つ彼らは、地域に根ざしつつ、他地域あるいは異分野といった外部の視点ならではの感覚と行 動力で、その地域が価値と気付いていないところに価値を見出し、地域の人びとを巻き込みながら共 にその価値を高めています。

- 地域内外の専門家人材、支援機関、民間企業 等の人材を結集し、地域活性化を実現するため に中心となって活動できる人物(プロジェクト を立案し、形にできるリーダー的な人材)
- その活動により、地域の関係人口や交流人口 の拡大、地域ブランド向上、地域コミュニティ の形成や再生、産業振興、雇用の創出、生活イ ンフラの向上などを目指している。



キーパーソンが地域の人材をつなぎ、彼らを中心にさまざまな地域活性化プロジェクトが創出。 その結果、地域の関係人口が増加、地域ブランド認知の向上等、さまざまな付加価値が生まれ ます。

Key 関西からキーパーソンを考える会 Person でのディスカッション①

関西からキーパーソンを考える会にて、「地域活性化に必要なキーパーソン像とは?」をテーマに ディスカッションをし、委員から出た意見をテーマごとに次のように整理しました。

【テーマ】地域活性化に必要なキーパーソン像とは?

地域との結びつき

- ○熱く未来を語れる人。これをやりたいがどうすればよいかとなれば、集まっている仲間が助けてくれる。
- ○重要と思うのは、地域への愛情などの思いがあるか。根本的に目の前の現状を何とかしようという気概がなければ、継続 できない。
- ○ヘソの緒として、地域とのゆかりや愛情など、強い結びつきが必要。地域とのつながりが原点になる。さらに思想、柱を しっかりと持っていることが、キーパーソンが持つ資質としての高さの軸になる。

地域を導くビジョン

- ○思想を持つのは賛成で、揺るがないものを自身の心に既に持っている人や、今はなくても持とうと努力している人。自身 の実生活や活動の中で湧き上がってきた疑問点、なぜこうなっているのか、そういうところから思想につながっていく。
- ○未来のビジョンを掲げられるか。地域プレイヤーとの共通のビジョン、そして長期的なビジョンを描けるか。
- ○「持続可能な取り組み」とするための感覚を持っている人。稼がないと継続できないし、キーパーソンが自分事として、 持続可能な状況にしていくことが必要。
- ○社会課題等の解決に向けたアイデアを具体的な事業スキームとして構築できる人材。

推進する力・加速する力

- ○実際に行動に移していく行動力。
- ○地域で生じている現象やムーブメントを把握し、推進していく人でなければならない。

巻き込む力・拡げる力

- ○巻き込む力、親しみやすさを持っていること。企画力がなくても、皆を巻き込んでいく。その人が呼びかけたら周りの人 が助けてくれたりするので、そういう場をつくれる人がキーパーソンになる。
- ○地域の中により波及させていくためには、巻き込み力が必要になると思う。さらに、他人に愛される人柄も重要な要素と なり得る。
- ○「複数の言語」を扱える人。いろんなところに軸点を持って、それぞれの言語をある程度は理解できる人が望ましい。い ろんなところにドメインを持っている人がふさわしい。周囲を明るくする力、結局は好奇心。複数の分野に興味のある人。
- ○誰とでも仲良くなれる力。ステークホルダーとの調整能力などを持つ人材。
- ○相手を思いやるという根本的なところ、人間的な部分がなければ、地域の固有な部分には入っていけないのではないか。

Kev /

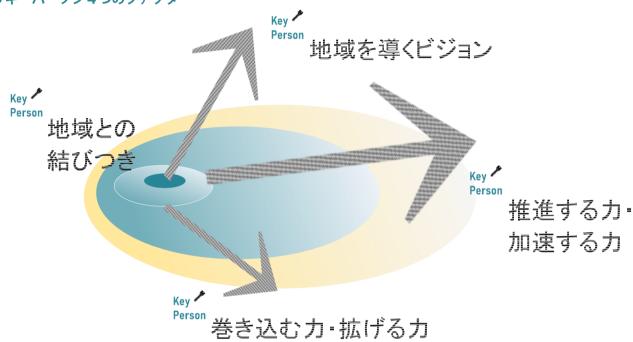
キーパーソン 10 の要件・要素

関西からキーパーソンを考える会でのディスカッションをもとに、キーパーソンに求められる要件・ 要素を10の項目にまとめ、4つのファクターごとに、要件・要素を整理しています。

またキーパーソンに必須と思われる「要件」と、さらに備えられていれば望ましいと考えられる「要 素」に区分しています。

キーパーソンは、地域との深い結びつきを出発点として、地域を導くビジョンを示しながら、地域プ ロジェクトを推進する力・加速する力を有しています。そして、地域内外の人びとを巻き込み、拡げ ながら、成功へ地域の持続的な発展へとつなげていきます。

● キーパーソン4つのファクター



Key 🖍

地域との

結びつき

キーパーソンは、地域に 対する深い「愛情」など の思いを抱いています。 その結びつきが地域プロ ジェクトの出発点となり ます。

Kev 🥕 Person

推進する力・ 加速する力

キーパーソンは、その行 動力で、思いを具現化し、 強く推進し、加速させる 技術やノウハウをもって います。

Key 🥕 Person

地域を導く ビジョン

キーパーソンは、地域が 有する隠れた価値に気づ き、自身の信念に基づい て、あるべき姿へと導き ます。

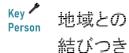
Key 🥕 Person

巻き込むカ・ 拡げる力

キーパーソンは、地域の 人びとと共に、外のネッ トワークとも繋がりなが ら、プロジェクトをより 大きく発展させます。

● キーパーソンの10の要件・要素

キーパーソンとして、備えられていれば望ましい「要素」



①地域への深い愛情をもつ人

地域への深い愛情や思いが、行動の原点であり出発点。確固たる軸を持ち、継続的に人々と関わる中で形成される結びつきは、「へその緒」のように、地域との絆になる。

②地域の「もったいない」を感じる人

地域と向き合い自分事として、目の前の現状を「もったいない」と感じる心。 それを活かし、残し続けていくことの価値を認める。

Key A 地域を導く Person 地域を導く ビジョン

③ 自身の軸となる思想・信念を持つ人

揺るがない思想・信念を自分の中に持つ人、今はなくても、持とうと努力している人。自分ごととして、物事を捉えることにより生まれる思想・信念。

④ 地域の問題に気づき、解決への方向性を示せる人

自身の企画力、編集力、デザイン力を駆使し、地域プレイヤーとの共通のビジョン、長期的なビジョンを描き、問題解決の方向性を示し、導く。

⑤ プロジェクトの持続性を担保するビジネス感覚を持つ人

地域課題、社会課題の解決に向けたプロジェクトを持続可能なものとしていく ために必須となる、事業化、収益化(マネタイズ)などのビジネス感覚。

Key 推進 Person

推進する力・加速する力・

⑥ ビジョンを行動へとつなげ、自己を評価できる人

ビジョンを実現するための行動力。そして客観性をもって自身のプロジェクトを見直し、評価を加えながら、行動・プロジェクトを磨きあげる。

② 多彩な経験・バックグラウンドによる広い視野と解決の手法を身につけている人

自身のこれまでの経験やネットワークを用い、プロジェクト推進に向けたさまざまな課題を解決する広い視野と手法を身につけ、実現へと導く。

⑧成果を生むまでやりきる人、あきらめない人

地域プロジェクトにおける様々な困難に向き合ったとしても、成果を生むまでやりきる、あきらめない心をもつ。柔軟な対応の心がけもその一つ。



巻き込む力・拡げる力・

⑨ 地域の思いを尊重し、共感しあえる人

地域とその人たちへのリスペクトの心を忘れない。皆を巻き込み、周りの人が 助けてくれる関係性を築くこと。

⑩ 各セクターの言語を理解し翻訳し伝えられる人

地域住民、自治体や様々な業界など、異なるセクター間での異なる言語を理解 し翻訳し伝えられる。複数の立場に立ちながら実践。

Key 地域は、どうキーパーソンと向き合う べきか? Person

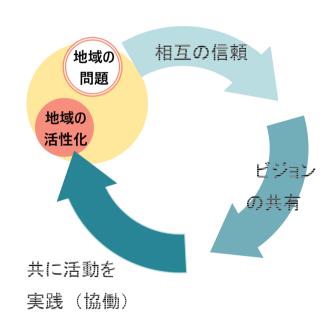
キーパーソンが地域で活躍するために、地域側に求められる対応を整理しました。

行政が中心となってキーパーソンを応援する仕組みづくりに取り組んでいる地域や、行政職員が積極 的にコミュニケーションを図っている地域もあります。地元地域が抱える課題への意識づけ、キー パーソンの活動をしっかりと伝えていく必要性も指摘されています。そのプロセスでは、他地域の キーパーソンや志のある行政職員、異業種の人々との人的ネットワークが重要な位置を占め、一地域 の取組が大きな渦となっていくことも少なくありません。キーパーソンの考え方は、従来の地域のそ れとは少しずれがあるかもしれません。しかし、時間をかけ、徐々に理解しあうことにより、キー パーソンと地域は、共通のゴールに向かって確かな歩みを進めることが可能となります。

地域側に求められる対応

多様性を受け入れる寛容さ

キーパーソンを受け入れる地域では、受け入れられるだけの土壌がある。多 様性のある地域、それを認める地域であること。



地域の現状を自分事として捉える

地域で起こっている問題を、地域の人びとが「自 分事」として捉えられる機会を用意することで、 「ソト」の人の思いや提案を受け入れやすくなる。

₌ <u>慌てず少し</u>ずつ

価値観や考え方のプロセスが異なるキーパーソン と地域。慌てず少しずつ、両者の交わりを深めて いく。キーパーソンがつながるべき人とつながれ る共創の機会・場づくりで生まれる、地域の理解 者との出会いからイノベーションが生まれる。

<u>見守るサポー</u>トをする

行動を後押しする役割を担う。「大義名分」があ れば、キーパーソンは、地域で動きやすくなる。 行政職員は、業務、プライベートを問わず、二つ の立場を持ちながらまちに出ていくことで、つな がりを拡げていく。

活動を可視化する発信

地域内部において、キーパーソンの活動を可視化できるよう発信を行うこと で、地域のキーパーソンに対する理解が深まる。

地域一体の応援体制

地域の課題をビジネスで解決するため、産学官金など地域一体で応援する什么 組みを整える。

<u>- 小さな成功を積み重ねる</u>

つひとつの成功体験が積み重なることで、地域をより良くしていこうとい うモチベーションが広がる。そうした広がりにより地域の価値が高まる。

Key P 関西からキーパーソンを考える会 Person でのディスカッション②

【テーマ】キーパーソンが地域で活躍するためには?

相互の信頼

- (キーパーソン側) 地元の方に会い、説明して、地域の方とつながりをつくっていくこと。地域のカラーが強いところほど、きっちりと挨拶に行 くことに重きをおくべきだと思う。地域をつくってこられた方々と接点を持ち、リスペクトすること。
- (地域側) キーパーソンが組みたいと思った地域とそうでない地域の違いは、多様性があるかどうか、外部からの人を受け入れられるだけの土壌 があるか、一緒に考えて動いてくれる人がいるかどうか。
- (キーパーソン側) 地域連携することは必ずしも優先事項ではないが、地域の人とのコミュニケーションやつながりは必須。
- (キーパーソン側) 自分のアイデンティティを徐々に確立させて、世界の人たちと会話ができる素養を身につけていく。自分の地域だけではなく、 地方や都会の価値観、多様性に触れていくことが大事。
- (キーパーソン側) 結果しか意味がない。いくら言っても、できなければそれまでなので、結果を出して、しかもそれが継続する、継続して初め て意味がある状態になる。

ビジョンの共有

- (地域側) 来た人の話を聞き、地の人につないでいく、窓口機能の存在。
- (キーパーソン側) 地域の考え方も画一的、同質的なものではない。都会的な考え方から地域的な考え方までグラデーションでつながっている。 価値観のずれに戸惑う時期はどうしてもある。そんなときは、自分の考え方などと最も近い地域の一つ内側の人にアプローチする、そういう形で 徐々に入っていく。そうすると、自分の考えをわかってくれたり、話を聞いてくれたりする人たちが徐々に集まってきてくれる。
- (キーパーソン側) インターナルマーケティングのように、地域内でキーパーソンの活動が可視化できるような発信の必要性は高いと思う。
- (地域側) 外部からやってきて地域に入り込めるきっかけとなったのは、間に理解者となる外部と内部をつなぐ「トランスレーター」的な役割を 担う存在がいて、場を用意してくれて、つながるべき人とつなげてくれたこと。
- (キーパーソン側) ポリシーを貫き通すことが大事。地域になじんだ方がよいのか、貫き通した方がよいのか。ぶれるのではなくて、まっすぐに 進んでいれば、だんだんと仲間が増えてくる。地域と都会で、価値観の違う二つのグループの人たちは、どういうことであれ、必ずぶつかり合っ たり、折り合わなかったりするものだと思うので、マヨネーズ状になるまでとにかくかき混ぜろという感じで、水と油が乳化するまで、とにかく 価値観をすり合わせる作業が必要。

共に活動を実践(協働)

- (地域側) 会社や行政等により、動く大義名分を与えられると、地域でのネットワークは一気に広がり、動きやすくなった。
- (地域側) 目をかけてあげることが受け入れる地域側にとって重要な要素。ただし、目はかけるが手は出さない。請われれば手伝う、こういった スタンスが大事なのではないか。
- (地域・キーパーソン) 地域とキーパーソンがつながる、そういう場をつくっていくこと。僕らの地域では、産学官金というような地域一体で支 援する支援体制をつくっている。みんながWin-Winになる仕組みをどうつくっていくか。思いだけでは地域は動かない。思いプラス仕組みがあれ ば勝手に動きだす。
- (地域・キーパーソン) 地域の方は変わることに対して漠然とした抵抗感がある。それは、実際に住んでいるが、地域の課題を直視する機会がな いことが要因の一つ。地域のためにというところで共創できるような場づくりが必要だと思う。一緒に地域のことを考えていくような取り組みを 通じて生活環境が変わる。そういう一つ一つの成功体験が積み重なることで、地域をよりよくしていこうというモチベーションが広がっていく。

【テーマ】今後地域で新たなキーパーソンを生むためには?

- ○この人をキーパーソンにしようというのは難しいから、あらゆる人に教育の機会を与えること。そして、それを阻害しないこと。例えば突 拍子もない、宇宙で野菜を育てるという人がいたら、そんなアホなことを言うなとは言えない空気を生んでいく。全員ではないと思いま すが、若者を応援したい大人たちもたくさんいる。阻害する等ふたになりそうな人たちも含め、周辺の人たちを巻き込んで、自分事とし てもらう方が良い。
- ○キーパーソン予備軍(社会人1-2年目くらいの方)に対してのコンテンツ、アーリーなステージのキーパーソンに対してのコンテンツ、受 け入れ地域側へのコンテンツといった、3つのフェーズにわけた施策が重要ではないか。

関西からキーパーソンを考える会

~ディスカッションの様子~





第1回会場:大日本印刷株式会社共創ゾーン



第2回・第3回会場:オンラインでの開催

Person

次代を担う『若きキーパーソン』たち

「関西からキーパーソンを考える会」メンバーが推薦する次代を担う『若きキーパーソン』たちを紹 介します。





大切なのは、相手の立場に なって心から尊敬すること



株式会社Ginger

〒602-0023 京都市上京区烏丸通今出川上る 御所八幡町110-4 TEL 080-4016-0913 https://ginger-inc.jp/

Company data

代表取締役 磯石 裕子 氏

株式会社テイクアンドギブ・ニーズにてブライダル業を経験したのち に、リゾート観光業である株式会社マックアースへ就職。滋賀県高島 市で高島ちぢみを使った地域ブランディングを手掛けるなど、プロ デュース経験を積む。2019年に(株)Gingerを設立。ジンジャーの花 言葉「豊かな心」を社の理念として、いただいた一つ一つの仕事を精 一杯大切にしようと心がけている。和歌山県や兵庫県にてグランピン

コロナ禍での法人設立、どう乗り越えたのですか?

ブライダル会社に勤めた後、リゾート会 社で企画の仕事をしていたのですが、独立 をしてブライダル事業をやろうと思いまし た。令和元年12月に会社を立ち上げて間 もなく、コロナの影響で方向性が大きく変 わってしまいました。「ブライダルが軌道 に乗ったら、いつかは宿泊業やイベント業 もやってみたいな」などと将来に掲げてい た目標が、気がついたら、急に今の仕事に なっていたという感じですね。立ち上げ 以降は、青森県の十和田奥入瀬観光機構で 観光イベントの企画を練るお手伝いをした り、那智勝浦観光機構では前職で培ったノ ウハウを活かし、浜辺の公園でグランピン グの運営も手掛けました。最初はうまくい かないことも多かったのですが、何度も

通ううちに町の人たちと仲良くなり、様々 なサポートをいただけたことは本当に有り 難かったです。また、ひょうご観光本部の 主催する事業では、スキー場の新しい集客 方法を考えるワークショップを開きました。 このワークショップで様々な人と出会い、 新たなアイディアも生まれ、私にとっても 非常に勉強になりました。この経験が前職 の会社から依頼を受けて納品したグランピ ングにも活かされています。大学時代は観 光文化学科に在籍していたのですが、十和 田や那智はゼミの恩師からの紹介でいただ いた仕事です。コロナ禍の中にあって、今 まで出会った人とのつながりに助けられて いることに、心から感謝しています。

サンキューバナナの成功は、 どうやって生まれたのですか?

2020年にオフィスの一角を改造して スタートした、バナナジューススタンド 「サンキューバナナ」がSNSなどで広 がり、思いがけず人気を集めました。 元々、個人的にバナナジュースが好きで、 凝り性もあって美味しい配合などを研究 していたんです。コロナ禍の影響でブラ イダルの仕事が次々に無くなる中で、社 員たちと「いっそオフィスを改造して、 バナナジューススタンドにしてしまお う」って(笑)。それでロゴ・カップの シール・什器などにもこだわり、商品を 受け渡しする出窓を、京都らしく和風な しつらえにしたところ、メディアに取り 上げていただき、一日20杯くらいの予 想が、多い日には1日500杯も売れるよ うに。そのニュースがきっかけで、京都 伊勢丹の催事に出店させてもらえたり、 静岡にある静鉄リテイリング社よりフラ ンチャイズのお話をいただき、事業を広 げることができました。









thank you banana

地域と関わるときに、 決めていることは?

前職のときに滋賀県高島市で、パフェ 専門店LAMPをプロデュースしました。 事業としてはうまく行ったのですが、自 分の中での反省点があって「この地域な らではの良さ」を大切にしなければと強 く思ったんですね。高島市は立地が難 しく、観光客に来てもらうには人気ス ポットのびわ湖バレイを越えて、さらに 1時間も北上してもらわなければなりま せん。高島ならではの魅力を発信できる 何かが必要でした。

そこで思いついたのは高島ちぢみを 使った「虹のカーテン」。この地で江戸 時代から続く伝統の織物を、虹の発生率 が高い地域の特色にちなんで、七色に染 め上げました。でも、赴任したばかりの 私の提案を、簡単に取り上げてもらえる はずはなく、計画はなかなかスムーズに 進みませんでした。それでも、少しずつ 協力してくれる人が現れ、実現すると大 きな注目を集めました。一年限りの予定 だった取り組みが、現在3年目を迎える まで継続しています。静かに息づいてい た産業に、観光という側面から光があた り、その価値が見直され始めました。高 島ちぢみを使ったワンピースやスカーフ などの新商品も開発され、大きな輪に広 がっていく様子は感動的でした。





地域と関わる中で、うれしくなることって?

私、北海道出身で驚くほどの田舎に住 んでいたんです(笑)。だから、都会か ら北海道に行ったときの感動と、逆に今 暮らしている京都に来た時の両方の感動 を知っていたりします。どの地域にも大 声で自慢したくなるほど素晴らしい資源 がたくさんありますよね。風景や産物や 食文化など、そこでしか味わえないもの。 例えばお漬物ひとつとっても、京都には 千枚漬けや柴漬け、北海道ならニシン漬 けとか。

実は観光に携わる仕事をしたいと初め て思ったのは小学校6年生でした。当時、 1週間ハワイにいくプログラムツアーに 参加したことがあって、風景にも感動し たし、現地の人との交流も生まれました。 いつかこんなプログラムを提供する側に 立ちたい。それが原点になっています。 その後、大学で観光文化を学び、それを 仕事にしているってとても幸せなことだ

なと感じています。地域で暮らす人ほど、 その地域の良さがわからなくなることも あります。だから、新鮮な目で見られる 私たちが、その素晴らしさを伝えていく 存在でありたい。時間はかかりますが 「この資源はこんなに魅力的ですよ」と いうことを繰り返し伝えていくことで、 そこに暮らす皆さんと共に一つの事業を 作り上げる喜びを、何度も経験してきま した。私は「まちおこしの仕事をしよ う! と強く思っているわけではないん です。私たちの会社には「人の心を、人 生を豊かにする」という理念があって、 その方法論は何でもいいと思っているん ですね。私たちの手がける事業が、関わ る人たち、地域を豊かにするキッカケに なれればそれが私たちの幸せでもあるよ ねと、社員一同いつも話し合っているん ですよ。

キーパーソン人材の要件とは?

まずは関わる相手のことを、相手の立 場になって「リスペクトする」というの が、プロジェクトに携わる人としての最 低条件だと思います。知らない土地でお 仕事させていただくわけですから、方言 がわからなくて勘違いしてしまったり、 暮らしかたの違いに戸惑ったり、時々は

摩擦も起こります。でも本来は、言葉や 暮らし方もその地域の中で脈々と紡がれ ていたことが文化だし、すべてが尊いこ とだと思っているんです。それをきちん とわきまえていくこと、それこそが一番 大切なことだと信じています。



相手の気持ちに寄り添いぬく力こそが、 未来を生き抜くために必要な能力



OBPアカデミア

〒540-6109 大阪府大阪市中央区城見2丁目1-61 ツイン21 MIDタワー 9階

TEL 06-6360-9555 http://obp-ac.osaka/

Company data

講座づくり担当 崔 禎秀(さい じょんす)氏

ゲストハウスの店長をはじめ、複数の仕事を経て、 2019年から現職。大阪ビジネスパークにあるコワーキ ングスペースで、年間600以上のイベントをほぼ一人で コーディネート。おそらくイベント開催数であれば日本 -を誇る現場を背負う、若き仕掛け人。

イベント数で日本一を誇るOBPアカデミアとは?

2015年10月にオープンした大阪ビジ ネスパークのコワーキングスペース「0 BPアカデミア」。OBPと呼ばれるこ のエリアは、1990年代前半には、大阪 の中で一番働きたい場所でしたが、今は 北区・中央区・天王寺区にも人気の上で は負けてしまう場所になってしまいまし た。そこで、この街に集まる企業の皆さ んからの「このエリアを盛り上げる場所 がほしい!」という想いを受けて、155 坪100席を有するコワーキングスペース が誕生しました。全体で200名以上の会 員がいる中で、コンセプトは「ともに学 び、楽しみ、働く」。コワーキングス ペースの空間は、ライブラリー・ラウン ジ・貸し会議室(セミナールーム)の3

つのエリアで構成されていて、利用者は 高校生からクリエイター・ビジネスマン など幅広く活用しています。関わる人た ち一人ひとりが、自身が取り組みたいこ とにチャレンジできる場を目指していて、 セミナーやイベントの年間企画数は600 以上。ほぼ一人で運営をしているので、 出会っている人たちの総数は軽く2000 人は越えています。2015年からの計算 では、延べのイベント数は4,500回以上。 一年間の施設利用者数は延べ5万人を越 えています。このイベント開催数は、お そらく日本一の数だと思いますね。新し いチャレンジが常に集まる場所だからこ そ、コワーキングの利用登録者も毎月よ く入れ替わります。

突然イベント担当への抜擢?

このOBPアカデミアで働きはじめる まで、いくつかの仕事を経験しましたが、 自身の仕事のスタイルを大きく変えたの は、ゲストハウスの店長を経験したこと でした。地域の活性を担う拠点として動 きはじめるなかで、僕自身、若さもあっ たのですが、なかなか自分自身の中での 思い描く理想と現実でのスキルが乖離し ており、行き詰まってしまったんです。 その時に強烈に感じたのは、自分自身の 学びの足りなさでした。「同じ世代で努 力をしている人はどんな人だろう?」 「先輩方はどんな仕事の進め方をしてい

るのだろう?」。そんなことを思いなが ら、縁があってOBPアカデミアに通い はじめ、あまりにも多くのクリエイティ ブな人たちを前に、視界がぐっと開けた 衝撃を今でも覚えています。前任者から 声をかけてもらい、OBPアカデミアに 入職。今では、自分自身が憧れていたセ ミナーを運営する仕事をさせてもらって います。









学びを止めないという責任とは?

コロナウィルスによる緊急事態宣言時 にチームで考えたのは「学びを止めるわ けにはいかない」ということでした。僕 自身、年間1,000人を超える人たちと出 会っていますし、彼ら1人1人が夢を描 いている未来に日々、触れてきました。 コロナ禍の影響で僕たちが動きを止めて しまうと、関わってくださった皆さんの 学び、つながり、経験も止まってしまう。 僕たちは試行錯誤しながら、すぐに ZO OMを使ったオンラインセミナーを導入。 今ではハイブリッド形式というオンライ ンとリアルの両方で集まることも多いの ですが、昨年から現在にかけて160回以 上のオンラインイベントも成功させてき ました。場を維持することで、講師や学 びに来た参加者がつながり、新しいコラ ボやビジネスも生まれつづけています。 もう1つ心がけていることは、教え手に なる人たちと一緒に新しいカリキュラム を提案しつづけるということ。時代はど んどん変化していますし、状況も変わっ ていく。オンラインもSNSもどんなも のでも取り込んで、新しい情報を元にブ ラッシュアップをしつづけないと、僕た ちは生き残ることができなくなる。そう いう危機感を常にいだきながら、前進し ています。





目指したい夢は、「常に選択肢のある世界を作ること」?

「夢はなんですか?」と聞かれたら、 必ず答えるのは、「ドラえもんになるこ と」です。キーパーソン人材の取材とし ては、少し個人にベクトルが向いた回答 になるかもしれませんが、ドラえもんっ て、個人としては決して大きな力を持っ ているわけではなくて、四次元ポケット から革新的な道具を取り出すでしょう? 僕も今、年間1000人以上の人と出会い、 スキルをたくさん持ったプロフェッショ ナルとともに仕事ができています。でも、 僕自身は人と話すことが好きなだけだっ たり、コーヒーを入れるのが得意なだけ だったりと、できることは限られている んですよね。でも、人脈が広いというこ とは、誰かが相談を持ちかけてきても、 最適な別の人を紹介できるということで もあります。人材の宝庫である大阪で、 まだまだ人財という引き出しを山ほど 作って、誰よりも頼りやすい人になり

たい。僕を頼ると選択肢が増える。とい う風に考えてもらえると本当に嬉しいで す。それが直近の夢ですね。

ビジネスとしての大きな目標としては、 大阪ビジネスパークという巨大な一つの 街を活性化させていきたいですね。この 街には、Panasonic、富士通、NECな ど、日本を代表するような大企業があり ます。そこで働く人は確実に多く、さら に、企業としての力もある。それらを街 の活性化を目的としてつなげていけるよ うに試行錯誤していき、新しい街のあり 方を提案していきたいと思っています。

都会でも地方でも不動産が余っていく 中での解決方法として、コワーキングス ペースが増えていくと思いますが、やは り一人ひとりのご縁を大切にしつつ、 じっくりと信頼できる人脈を広げていく。 それしかないと思いますね。

キーパーソン人材の要件とは?

当たり前のことかもしれないですが、相 手のことを思いやれるか寄り添えるかど うか、それに尽きます。OBPアカデミ アの講師でも、「自分がやりたい」だけ を追求する人は、誰も近づかないし、未 来にも続かない。でも、受講される方の 気持ちを敏感に察知して、臨機応変に講 座を変えていく人は、やはり仲間が生ま

れ、継続していくんですよね。もちろん、 相手を思いやる形は人それぞれですが、 コロナ禍の先にある時代には、もっと心 のありようを大切にしたり、仲間たちを 思いやれるような能力に注目が集まって いくと考えているんです。



若者からシニアまで自分事として関 わり、夢が描ける万博を実現したい



一般社団法人GOTO2025プロジェクト

〒530-0034 大阪市北区錦町3-7 グランフォースビル B1F TEL 06-6586-9077 URL https://goto2025.or.jp/

Company data

代表理事 白濱 良太氏

20代で設立した「webull」で多くのビジネスを支援する 傍ら、起業を目指す人やダンサー、アーティストが集ま るStudio & Bar & Workspaceを運営。軸にあるのは、夢を 持って頑張る人を応援し、世に広めたいという思い。 HOPE Innovation Lab 希望を生み出せる技術研究所所長

「GoTo2025プロジェクト」は、どうやって生まれたのですか?

2018年2月エンターテイメントのチカラ で2025年大阪・関西万博誘致を盛り上げ るという目的で設立した民間プロジェクト。 大阪の街から万博を盛り上げるため、企業 やアーティスト、高校生から1970年万博 を経験している年代まで、個人100名以上 の運営メンバー、全国1300人超の賛同会 員と活動しています。

もともとは大阪・関西万博がまだ決まっ ていなかった頃、大阪府の方から初めて誘 致の話を教えて頂き、誘致への賛同・署名 協力のお話を頂きました。

ところが当初は自分自身も万博に興味が なく、若者にも興味を持たれていなかった。 そこから万博の事を調べ始め、1970年大 阪万博に参加した方にも直接お話を聞きに

行くなかで、世界最大の興業が日本にやっ てくる、今回の万博も夢が描けるような ものにしたい、日本人ならできる、という 気持ちが生まれ、自分の中のスイッチが入 りました。

若い層の関心が薄い経済効果を発信する のでなく、万博の教育の側面や、当時の熱 狂、将来の夢・希望があるイベントである ことをソーシャルメディアで訴えたところ、 万博を応援したいという方が全国から集ま り、「GoTo2025プロジェクト」が立ち上 がりました。通常、2025日本万国博覧会 誘致委員会オフィシャルパートナーは企業 がほとんどですが、本プロジェクトはプロ ジェクト単位でオフィシャルパートナーと して認められて活動しておりました。

どのようなプロジェクトの広がりが 生まれているのでしょうか?

GoTo2025プロジェクトは、同じ目的 = 「万博を呼ぶ」という旗印を掲げ、 皆さんに当事者意識を持ってもらうこと を意識して、ボランティア募集やイベン トの発信を行ってきました。結果、100 名以上のボランティアが集まったり、プ ロジェクトの運営費も足りない中、有難 いことにクラウドファンディングで多く の支援を頂き、6000人以上を動員する カウントダウンイベント「レッツゴー万 博2025」やSDGsの認知を広げるイベン トの開催につながっています。

大阪・関西万博の誘致決定後は、その 旗印が個別のコミュニティ活動に移り、 たとえば高齢者がもう一度社会で活躍す るためのシニア専門のプロジェクトや、 隠すのではなく魅せるアート補聴器のプ ロジェクトなど、今では30以上のプロ ジェクトが立ち上がって、動き出してい ます。









ここまで仲間が増えたのは なぜですか?

万博を歴史的に見ると、「モノ」の 展示から「体験」するものに代わって、 今また時代が新たな局面を迎えている。 social networkの時代から、同じ思いや 目的を持つ人が小さなコミュニティを どんどん作っていく社会に変わりつつ あります。

そのような中で、私たちは「関わ り」をテーマに設定しました。「関わ り」を持つには「スキマ」の設計が重 要。取組当初は万博に関わってもらう 理由、「スキマ」を作る事に苦労し、 それこそ寝る間も惜しんで考え、情報 発信をし続けました。

「万博」という大きな枠組みだと関 わるスキマができません。ではどうす るかというと、その中で「シニア」や 「女性」など、小さくテーマを切り分 けるんです。そうすると、一歩踏み出 したい人、何か協力したい、応援した いと思う人たちが関われるスキマがで き、自分事として取り組みやすくなり ます。今は各テーマに真剣に取り組み たい人を中心にしながら、それを応援 したい人たちを巻き込んで、自然に新 しいコミュニティが生まれていってい ます。

情熱は人から人に伝わる。そこに関 われるだけの「スキマ」があれば、関 わりが持てる。関わり方を教えてあげ ることが大切で、僕らの役割だと思っ ています。



万博会場の「夢洲」で日本史上最大の未来 に夢を描ける共創イベントを

今までGoto2025プロジェクトでは大 小さまざまなイベントを企画・開催して きました。万博開催に向けてさらにこの 動きを加速させたいと新企画を進めてい たところ、コロナの影響が直撃しました。 しかし、未来に希望を創り出すためには、 この状況を理由にして諦めることは出来 ません。

そんな中、新たに企画をして動きだし たのが、2025年大阪・関西万博の会場 「夢洲」で行う「レッツゴー万博 2025」イベント開催です。未来に希望 を創る、未来に希望を送るというコンセ プトで、最新テクノロジーと伝統文化を シンクロさせた共創イベントです。

万博、未来という前に、コロナによっ て目の前に課題がたくさんあります。

コロナの影響で花火大会が中止になり、 打撃を受けた全国の花火業者から花火を 買い上げ、日本史上最大級の4.5万発以 上の花火をオンラインと繋げて打ち上げ ます。そして、ドローン800機以上を駆 使する日本最大級のドローンショーも行 います。

イベント開催に際して、色々悩むこと や大きな壁もありますが、この活動を頑 張り続ける理由の本当の

動機は、自分の息子の為。息子を万博に 連れて行って、夢のある未来があること を伝えたいという気持ちが私の原動力で す。



キーパーソン人材の要件とは?

大事なのは中心となる人の「実現した い」という強い思いと関われるスキマ。 コミュニティを広げるポイントだと思い ます。

もう一つ、人を巻き込むには「問い」 が必要。本当の問いはどこにあるのか突 き詰めて考え、提案が出来ることも重要 だと思います。例えば高齢化社会の問題

でも、高齢者が増えることが問題なので はなく、高齢者が健康で楽しく暮らし、 新しい挑戦ができる社会になればいい。 今の時代にあわせて価値観がアップデー トできていないことが課題と思ってます。 受け取る側が共感できる、自分事にでき るような「問い」は大事ですね。



誰もが関われる空気が、 まちをもっとおもしろくする!



奈良市秘書広報課シティプロモーション係 〒630-8012 奈良県奈良市二条大路南1丁目1-1 TEL 0742-34-4710

編集奈良 〒630-8337 奈良県奈良市脇戸町7-7

Company data

奈良市秘書広報課シティプロモーション係長 編集奈良 代表 高松 明弘 氏

学生時代から地域まちづくりに携わり、卒業後は塾講師、 中学校の数学教師として働く中で、学生が県外に就職して しまうことに問題意識を感じ、本格的に奈良のまちづくり に携わるべく奈良市役所に入職。業務外の活動で編集奈良 の代表として、数多くの地域活動に取り組んでいる。

若者が奈良に誇りを、感じてもらうためには?

奈良には魅力がいっぱいあるけれど、魅 力の本質が充分には伝わっていないという 現状があります。中学生・高校生が修学旅 行で訪れる大仏も、学生たちにとっては、 「大きくてビックリ!」というくらい。で も感じてほしい大切なことは、「大仏が、 なぜ作られたか」ということなんですよね。 良は都心にあるものは少ないけれど、誇れ 新型コロナ感染症のような伝染病が当時も あって、国難を何とか乗り越えようと天皇 や行基さんが旗を振り、みんなで一丸と なって動いた歴史がある。その時、時の天 皇は「一握りの土を運ぶことでも良いから 大仏造りに協力してほしい」と民に伝えた んです。お金がなくても、気持ちだけでも 持ち寄りましょうって。その結果、国民の 半数以上が関わり、祈りが意味を持って

いった。本来はそういう深い学びを感じて もらいたいからこそ、学校も奈良を修学旅 行先に選んだのだと思います。でも、いろ んな苦労や経験をした社会人であれば「な るほど」となるのですが、若者に伝えるに はもっと創意工夫が必要だと思います。奈 るものや奈良ブランドの質の高いお店がた くさんある。まずは自分が住むまちの良い ところを知って、まちの魅力を地域住民一 人ひとりが伝えていくことが、とても大切 です。その上で、県外に出て働くことに なったとしても、誰もが「奈良にはこうい うものがある!学びながらチャレンジをす る方にピッタリ!」と伝えられるようにし ていくのが理想でもあります。

「編集奈良」の活動とは?

元々は「地域のことって住んでるだ けじゃよく分からないな」と仲間で奈 良のことを学ぶ勉強会をしていたんで す。そこで重要なのは、地域の情報共 有と人のつながりだと考え、創ったの が「編集奈良」です。例えば、商店街 の活性化のために、「商店街に人工芝 を敷いて、くつろげる場所をつくろ う」というイベントをしました。ゆる やかに集まった仲間たちで準備をした り、カメラで撮影をしてくれたり、ボ ランティアを楽しんでもらえるように クルーって呼び合ったり。地域を強く するためには、小さなアクションが重 なりあったり、編まれることが大切。 「編集奈良」は月替りで様々な企画や 情報発信活動を行い、「もっと奈良を 楽しみたい」という社会人や学生がつ



ながる待ち合わせ場所になっています。







活動の原動力となっていることは?

人口減少・少子高齢化。かなり厳しい 時代が確実に来ることになりますよね。 20年後では手遅れなことでも、今、踏 ん張れば少しはマシになることはたくさ んあると思います。今、できることを少 しでもやらないと危機的な状況を回避で きないという強烈な危機感がある。人生 100年時代といえど、50歳くらいまでで 完全燃焼するつもりで取り組もうと思っ て、「今の自分は、全力の何%くらいだ ろうか」を、毎日更新していけるように 努めています。

編集奈良の活動も、一人では大きなこ とはできませんが、みんなでやれば ちょっと変わるかもしれない。「いつか、 誰かが」ではなく「今、自分たちが」と いう思いを持っていれば、時間外や週末 に小さな活動をはじめられることもある だろうし、動き出すことで学べることも 必ずありますよね。それに、ほとんどの 人がやらないレアな経験だったら、人に 楽しく話せるネタが増える。

地域には可能性はたくさんあるけれど、 もしかしたら自分自身がその可能性を活 かさずに暮らしているだけなのではない か。見つけようとしていないままなので はないか。そういうマインドが少し変わ るだけで、地域も人生も格段におもしろ くなるはずです。





これからの奈良のまちで、取り組んでいきたいことは?

これからは東京だったり、県外にいる奈 良に縁のある方に、さらに積極的に関わっ てもらうことで、奈良のエネルギーを高め たいと考えています。そのためには、僕自 身もいろいろな知識や教養を高めていかな ければいけません。いろいろなところに 行って、自分が体感して、そのエッセンス を仲間たちに伝えたり、商店街でのユニー クなイベントを企画してみるとか。外部か らのアイデアや刺激がこのまちに入るだけ で、きっと新しい取り組みが生まれますし、 編集奈良に関わってくれている仲間たちに とっても、想像以上の学びが得られるはず です。

奈良って、落ち着いている空気が良いと 言ってくださる方が多いのですが、奈良は 都だった場所。元々はシルクロードの終着 点のグローバル都市で、海外から様々な文 化や技術が伝わり、取り入れられ、イノ

まさに日本の原点が、ここにあるんです。 「何か新しいことを始めるなら、奈良がお もしろいかもよ」ということが、もっとス トレートに表現できる空気が広がったらい いですよね。饅頭やうどん、日本酒、茶道 の源流だって、奈良が発祥なんです。きっ と、外からの文化が初めて奈良に来たとき には、「何だこれは!」と大混乱があった だろうし、逆に新しいものに対する関心も あっただろうし、そういうことを経て、良 いものが大切に守り続けられてきたまちだ からこそ、これだけの神社仏閣や歴史が根 付いているんです。

奈良では、謙虚にお話をすることを美徳 としている文化があるんですね。朝と夜に 鐘の音が響く秩序ある町ですし、暮らしや すさは十分あります。奈良に暮らすことを もっと楽しんで、遠慮するのではなく、お 店や個人がお互いを推薦しあえる文化に少 ベーションが起こっていたと推察されます。 しずつ変わっていったらいいですよね。

キーパーソン人材の要件とは?

人に対しても新しいことに対しても、 オープンマインドであることが必要では ないでしょうか。誰しも新しいつながり が生まれる時、この人はきちんと私の話 に耳を傾けてくれるだろうかという不安 や、小さな「心理的な抵抗」が生まれま す。誰もが心配なく、関わってもいいと

思ってもらえるような人間性がキーパー ソンにあれば、まちづくりもプロジェク トもスムーズに進むのだと思います。



木を切らない林業が、 持続可能な「あたりまえ」になる



株式会社中川

〒646-0023 和歌山県田辺市文里2丁目32-7 TEL 0739-33-9850 FAX 0739-33-9851 URL http://nakagawa-forestry.com/

Company data

創業者兼従業員 中川雅也氏

2008年に地元にUターン。2008年地元森林組合に就職。 2016年に『育林は育人』という社訓とともに株式会社 中川を創業し、2017年に就職。『30年後の和歌山に緑 を』を合言葉に従業員と山を育てる。また、虫食い木材 を利用した家具、ワークショップ団体『BokuMok u』の事務局も2017年から兼務。

3 Kである林業は、働き方改革の武器になる?

元々、実家は田辺市のガソリンスタン ドの3代目。大学卒業後は、インドネシ アでの貿易事業に勤務。デング熱にかか り、2008年に田辺市にUターンし、森 林組合に勤務したことが林業に携わった キッカケです。

田辺市はきれいな海があって、熊野本 宮大社という世界遺産があって、海と山 しかない町なんですね。

2016年に息子に「お父さんはいつ遊 んでくれるの?」って言われたんです。 僕からは「仕事が落ち着いたらね」と答 えた。父親は家族のために一生懸命に働 くものだと思っていたけれど、家族との 時間を持ちながら、仕事ができる業種は なんだろうと考えていたら、第一次産業 に行き着き、林業で起業をしました。

林業は木の値段が下がって、山が荒れ ているとなっているけれど、全てのネッ クは労働者がいないということ。だった ら、みんなが働きたいと思える林業を作 れば、人が集まるんじゃないかと仮定を しました。林業は、きつい・汚い・給料 が安い・危険といわれているなかで、山 も切ったあと植えられない。植えられな いと災害が起こる。そのイメージを変え ていく取り組みをはじめていきました。 林業の働き方改革としては、①学歴を気 にしない、②自主性と責任を持つ、③結 果を出さないといけないこととしていま す。より良い人材を確保するために、や る気のあるスタッフを集めています。

山で働くということが、 働き方の選択肢を増やす?

弊社は、事務員も僕も日当制で仕事を しています。つまり、自分が働きたい日 数とほしいお金を計算をしながら働くこ とができるんです。従業員の中には、

4・5・6月だけ働いて、夏はワーキン グホリデーとして海外に行くスタッフも いますし、和歌山は梅産業があるので5 月は休ませてほしいというスタッフもい ます。時間もフレックスの6時間制を導 入しているので、早朝から働いて昼から サーフィンをしている人、月の前半まで 仕事を詰めて長い連休を取りたい人もい るんです。あと、給与明細は全職員に公 開するので、入社したての若手は、数年 先の先輩の給与水準をすぐに理解ができ るし、事務方も仕事を頑張らないといけ ないということになります。フレックス 制ということもあり、移住者で子育て世 代も多い中、当日に欠席をしても許容で きるスタイルを取っています。









育林という仕事を徹底的に 分析すれば、収益が増えるの?

今までは山に荷物を背負って登るとい うのが重労働だったのですが、15キロ グラムまで持ち上がれる大型のドローン を自社で開発をしたので、男性でも女性 でも山に登ることさえできれば、誰でも 働けるようになりました。

また、山林所有者、県、国に対して里 山に戻すというサービスもしています。 苗に関しても、経済第一主義でスギ・ヒ ノキ一辺倒だった和歌山県だったのです が、その結果、どんぐりの木(樫類、ク ヌギ、コナラなど)が無くなって、鹿や 猪が食べるものがなく、獣害が起こり、 農業にも被害が広がっていく。それであ れば、山を切って、植えていけるチャン スがあるのであれば、苗を作ってどんぐ り山を作っていきましょうと。将来、鹿 や猪が食べるものがあふれる山ができれ ば、獣害も防止できると動いています。 また、通常林業に必要な資格は、とても 広いんですが、育林のみだと3つだけに 絞られるんです。また初期投資もチェー ンソーと芝刈機さえあればスタートでき るので、最初3人だったスタッフが5年 目には26人まで増え、山の管理する面 積も196haが、今では3800haと右肩上 がりで伸びているんです。





チームで働くこと。山の未来を考えること。

僕自身、ずっと硬式テニス部にいたの で仕事を部活にしたいという気持ちが強 いんです。部活って人間関係が複雑で、 いいことも悪いこともあるでしょう?で も、多様性が集約されたもの、それが部 活なので、スタッフの面接のときには 「小中高、どこかで部活に入っていまし たか?」という質問を必ず投げかけるん ですよ。誰かとコミュニティーを共有し てきた経験がある人であれば、弊社が大 切にしている価値観をシェアできるん じゃないかなって。また、「何のために 働きますか?」という質問をしています。 その答えは、お金のためでも、家族のた めでも何でもよくて、明確な自分自身の ミッションを持っている人の強さを信じ ているんです。この2つの質問に答える ことができないと、面接に落ちてしまい ます。答えることができて、山に登れた ら合格できるんです。

あと、地元の中小企業さんと一緒に、 熊野の森再生事業として、空いた土地で どんぐりを育てるという活動をしていま す。植えた苗は弊社が買い取り、その利 益の一部を木が植えられていないような 山に寄付をしてもらっています。それら がきっかけで2020年のグッドデザイン 賞やSDGs認定をいただきました。

僕たちの仕事は山に木を植えていく仕 事なので、働く人が増えれば増えるほど、 山の環境がよくなっていくんですよね。 それでも、地域の住民の皆さんの意識は 決して高いものではありません。最近で は、山主さんに向けて、「山を持ってい る責任を経済活動ではないところに置き 換えていきましょう」、「鹿や猪と共存 する方法を考えましょう | と伝えていま す。動物たちが住みやすかった頃の山に 戻すことも大量消費時代を生きてきた私 たちの責務じゃないかと話をしています。

キーパーソン人材の要件とは?

唯一必要な条件は、相手を受け入れる 気持ちをどれだけ強く持てるかじゃない かと思います。一緒に働く人たち、地域 で暮らす人たちは、誰もが住んでいる場 所も違うし、生活の仕方、家族構成、哲 学なども全て違ってきます。だから、全 員が何か1つのことを共有するのは、か なり難しいんじゃないでしょうか。

弊社であれば、どのスタッフも対等で すので、僕は僕なりの主張をしていきま すが、同時に相手からの主張も同じよう に受け入れようと決めています。相手を 受け入れる気持ちを持てば、新しい価値 観も生まれやすいし、時代に合わせて変 化をし続けることができる。それが強さ につながると、僕は信じています。



「隗より始める。」ことが大事



いえしまコンシェルジュ合同会社

〒672-0102 兵庫県姫路市家島町宮109-16 TEL 079-240-9138 URL http://ieshimacon.com/

Company data

代表者

中西和也 氏

熊本の大学を卒業後、2級建築士の免許を取得。 土木施工管理会社や都市計画系のシンクタンクに所属後、 家島に移住。2014年4月に「いえしまコンシェルジュ合 同会社」を設立。自然体験学習、大学のゼミ合宿、社員 研修などをツアーをコーディネート。また、鳥のみやげ ものの商品開発・販売やNPOいえしまのサポートなど島 の活性化に取り組む。

「家島ガイド」は、こうして生まれました。

「人口減少社会において、新しい建築 を建てる必要があるのか。」、僕は大学 で建築を学びましたが、この疑問が頭に ついて回りました。そのために、素直に 建築業界に身を置く事ができず、都市計 画系シンクタンクなどで勤務あるいは働 いていました。

そんな中、NPOいえしまの企画「ゲス トハウスプロジェクト」を知りました。 「いえしまコンシェルジュ」という、家 島の総合的な観光コーディネーターを養 成し、地域の空き家をゲストハウスとし て活用するという趣旨です。ワーク ショップは土日に開催されていたので、 勤務しながら1年半家島に通いました。

プロジェクトに参加するうちに、離島と いうイメージから遠くかけ離れた町の風 景、美味しい魚、そして何より、NPOい えしまのメンバーが強烈なこともあり、 いえしまの不思議な魅力にとりつかれて いきました。

NPOいえしまのおばちゃん達には、島 の青年が都会に出ていくのが当たり前な 中、島に仕事はないと、移住に反対され ましたが、思いを伝えて説得しました。

そして、2011年4月に家島に移住し、 準備期間を経て、家島ガイドとしての活 動を開始しました。

自分自身で企画・準備、開催した 「いえしまーけっと」

2013年に、島のグルメを紹介するイ ベント「いえしまーけっと」を企画・準 備し、開催しました。家島の人々が用意 した、「家島ならでは」の食材や料理を 提供し、家島のことを知ってもらうとい う趣旨で企画しました。

イベント当日は、1.000人程の来場者 に来ていただきましたが、当日、用意し ていた料理があっという間になくなると いったトラブルがありました。他にも細 かい調整ができていなかったりと、反省 点も多かったのですが、島内外の多くの 方に喜んでいただけました。

何より、イベントを企画して実行した ことが、島の方たちからの評価につな がったと実感しています。島内にワクワ クするイベントが少なかったため、皆さ んも楽しみにしていてくれました。この イベントから島の方との距離が縮まった ように思います。





観光以上、移住未満の過ごし方、 「週末島活」プロジェクト

観光は消費活動でもあり、消費尽くさ れると島の暮らしの維持が難しくなりま す。島の魅力を「消費」するのではなく、 島の魅力を伝えたり、仲間を増やすため に発信していきたい、島外との「かかわ りしろ」を増やしたいという思いがあり、 「週末島活」をスタートしました。島外 の人に、島で週末を過ごし自分の技術や 趣味を活かして活動してもらうというプ ロジェクトです。この島活の拠点は、僕 自身が常駐し、通常は「海がみえるカ フェ スコット」としてカフェ営業をし ています。

島外からの人が自らのスキルや趣味を 活かした「小商い」を実践し、島にない もの、サービスを提供することで、島の 人にとっては、普段出会わないものに出 会えるメリットがあります。また、観光 客にとっての島の新たな魅力、さらに参 画者にとっては、スキルアップ・スモー ルチャレンジする場となっています。 そうして島で過ごしてもらうなかで、家 島のことを好きになり、関わってくれる 人が増えれば、島はもっと良くなるので はないか、そんな思いを持って取り組ん でいます。





これからやってみたいこと

家島の風景・魚・人はとても魅力的で、 知れば知るほど面白いものです。この島 の暮らしの魅力を多くの方に知ってもら いたいと思って活動しています。

最近、島の空き家を紹介する取り組み を始めたところ、コロナ禍ということも あり、移住者が増えています。また、観 光や週末島活に来た方が長期滞在し、島 の暮らしに深く関わってもらえるように ゲストハウスを現在準備中です。

この島の暮らしを存続させるという目 的において、移住も観光も週末島活も手 段でしかなく、何が正解かもわかりませ h_{\circ}

家島での暮らしを通して、人口減少社 会の地方都市におけるライフスタイルの ひとつのあり方を提案できればと思って 活動しています。10年、20年後の家島 の人口や将来、島がどうなっていくか、 その全体像も考えていきながら、今後も 活動を続けていきたいと考えています。



キーパーソン人材の要件とは?

「隗より、始める。」ことが大事だと 思います。プランを考えていても、行動 に移すことまで繋げている人は少ないの ではないでしょうか。批判ばかりしてい ても変わらない。批判するよりは動いて みるべきだと思います。

ただ、新しいことをやって、その地域 に受け入れられるかは別問題です。

人の気持ちは難しい面もあります。僕 の場合は、地域で活動するNPOいえしま のバックアップがあったことが大きく、 助けていただきました。そうした協力者 に恵まれる、愛されるということも要素 としてあるのかもしれませんね。



大切なのは、「キャッチーで、 ライトで、おもしろいかどうか」



株式会社ここにある

〒660-0083 兵庫県尼崎市道意町7-19 URL https://coconiaru-inc.com/

Company data

代表取締役 藤本遼氏

大学を卒業後、NPO法人勤務を経て2015年に独立、 2019年に株式会社ここにある、設立。「尼崎ENGAWA 化計画」、お寺にカレー屋が出店する「カリー寺」など、 「遊び」をきっかけに誰もが主体的に関わることのでき る「場」づくりに取組んでいる。

尼崎の地域に深く関わることになったキッカケは?

今から6年前、塚口サンサンタウンの 中に仲間たち3人でコミュニティスペー スを作ろう!と、尼崎市役所職員の江上 さん、DIYパーツ店の足立さんら3人 で集まりはじめたのが「尼崎ENGAWA化 計画」のはじまりでした。僕自身は当時 25歳でNPO法人で働いていたのです が、この活動をキッカケに独立をして動 きはじめたんですね。2019年に法人を 立ち上げたので、それ以降は、「尼崎 ENGAWA化計画」の名前はあまり使って いないんです。

新卒から2年半、NPOに入り、いろ いろな地域の活動に従事したのですが、 僕自身がおばあちゃん・おじいちゃんに 育てられたということもあって、高齢者 と地域・高齢者と若者をどうつなげたら いいのだろうという問題意識を大学生の 頃くらいから持っていたんです。それを 現場で学ぶべく、加古川のNPO法人に 務めるようになったのが僕の初めての キャリアですね。

僕自身、地域愛が強い方ではなくて、 尼崎に住んでいるけれど、遊びに行くの は梅田や神戸。この場所に住んでいるの に暮らしている実感がなかったんですよ。 でも、友達とか知り合いとか、関わる人 が増えていくと、自分がこの町にいる意 味が見えてくるんじゃないかなと思いは じめ、尼崎で開催しているイベントやゴ ミ拾いに参加しはじめて、ようやく尼崎 に住んでいる実感が育っていったんです。

尼崎ではどんな広がりが 生まれていったのですか?

動きはじめる中で出会った人たちと朝 活をしたり、小さな飲み会イベントや トークイベントをしたり、その流れでス ペースを作ろうという話になったんです。

当時の僕たちは、地縁型コミュニティ とか、テーマ型コミュニティのどちらで もなくて、色んな角度でいろんなおもし ろいことをしている奴ら…というかんじ でしたね。あくまでも自分が楽しみを実 感するために動いていたら、さらにいろ いろなイベントに携わるようになりまし た。例えば、尼崎には銭湯がたくさんあ るので、そこでお酒を飲んだりする「お ふろバー」。その他にも、神社の夏越祭 りでマルシェをしたり、工業の町だから こその100店くらいが出店するマーケッ トイベントをしたり、尼崎でものづくり をしているママだけが参加できる大型の マルシェを仕掛けてみたり。活動は勢い とともに増えていきました。









イベントをつくる時に大切なのは、 たった一人を変容させていくこと。

イベントをつくる時に僕が大事にして いることがあるんです。それは、どのイ ベントでも、たった一人の明確な対象が いるということ。例えば、ママのための マルシェ「あままままるしぇ」では、 ファッションが好きだし、アパレルの仕 事もしていたある若いママを応援するた めに動き出しました。彼女は、子どもが 2人いて、どちらも軽度の障がいがあり、 ケアに手がかかる。彼女が取り巻く環境 が、段々、ものづくりのスキルを活かせ る場所を奪っていったんです。だったら、 能力の高い彼女がものづくりを存分に楽 しみ、自信を取り戻していくプロセスを 作りたい。そういう思いからイベントを 作ったんです。一人の人がどう変容して いくかに僕自身の心が揺さぶられるし、 そういうことに時間を使っていきたい。

カリー寺では、中平さんというお坊さ んと仲良くなる中で、カレーをお寺で食 べようという話になったんです。お寺を 盛り上げるためにやっているわけでもな くて、中平さんと一緒に楽しむためのも の。2016年からはじまったこの取り組 みは、毎年継続をしていて、今ではお寺 と地域の商店街が連動したイベントにま で発展をしています。この取組みを経由 して、地域からは「夏に家族で泊まって もいいですか?」「障がいのある方の書 道教室はできませんか?」という相談が 次々に生まれてきたんです。プロセスを 踏むなかで、お寺への信頼感も深まり、 地域の中のパブリックな空間に変わって いくという、とても興味深い変化です。



基本となるのは、人と人との関係性?

僕はプロデューサー的感覚が高いと自 負していて、「磨けば光るはずなのに 光っていないのはモッタイナイ」という 感覚を強く持っています。「この人、お もしろいな」と思った時に、一緒にやり たいなと思うかどうかも大切にしていま すね。大切なのは「キャッチーで、ライ トで、おもしろいかどうか」。とりあえ ず、どんな人にもおもしろそうと思って もらえるキッカケをたくさん作るんです。 いろいろな切り口があれば、人が集まり、 出会いが起こった時に関わりが生まれ、 友だちになる人もいれば、知り合いで留 まる人も出てきますよね。その次はこの 人をどこにつなげたらいいかとか、個人 個人が胸の中に秘めている思いのタネを 発露する場所をつなげていく。それぞれ の次のステップやコミュニティに、僕が つなげていくということをずっと繰り返 しているという感じです。

あと、自分から出向いていくというこ とも大事にしています。場所を持ってい る人や企画を持っている人は、そこにど う引き込んでいくかを考えるけれど、僕 の場合は、出向いていく。会って交流を して、関係性が生まれたからこそ、向こ うからも来てもらうことが大切ですよね。

僕たちの活動は、ビジネスを一緒にや りましょう!という単純なものではなく て、地域で暮らす人々の毎日の中で、

「こんな風なことがあったら楽しいな」 とお互いが思えることが重要です。一緒 に取り組むためには、何よりも関係性が できていないとダメ。だからこそ、一見、 無駄に思える時間、すぐに費用対効果が 出るものじゃない時間を共有することに、 とても価値がある。

大小合わせると500以上のイベントを 経験してきたので、身を持って関係性の 大切さを痛感していますね。

キーパーソン人材の要件とは?

こんなことに興味があるんじゃない の?」「本当はこんなことがしたいん じゃないの?」って、それを目の前にい る人に問いかけつつ、形にしていくこと ができる人ではないかと思います。声掛 けをして、舞台を用意して、そこで輝い た人が、また新しい人を呼んでいく、そ んな環境を作り出す人だと思います。

また、都会よりも地方に眠っているリ ソースも多いので、「磨けば光るはずな のに光っていないのはモッタイナイ」と 思う感覚、これも重要だと思います。



築80年の古民家を仲間たちで再生。 本気で動く。未来が生まれる。



株式会社構田

〒646-0061 和歌山県田辺市上の山1丁目3-12 TEL 0739-26-8500 URL https://bso5012.bsj.jp/

Company data

取締役 横田 圭亮 氏

大学卒業後、大阪で働くも、12年前にUターンし家業 である内外装業を継承。2018年、たなべ未来塾の一期 生として社外の5名のチームで古民家再生のゲストハウ スをプロデュース。クラウドファウンディングでも資金 を集め、現在も町の交流拠点として人気を集めている。

ゲストハウス「the CUE」は、どうして生まれたの?

2018年、和歌山県の田辺市で古民家 を再生したゲストハウス&レストラン 『the CUE』を作りました。

紀伊田辺駅の商店街を少し入った路地 裏に「味光路」の名で知られる商店街が あるのですが、この200店舗以上もの飲 食店が軒を並べる中心市街地で、人が出 会い、集える拠点を作ろうと立ち上がり ました。

リーダーは工務店を経営する中村くん。 そしてもう一人の担い手として、内外装 の会社を経営する僕も参画しています。 さらに、設計事務所で図面を制作してく た田中くんは、登記関係でも動いてくれ たり、ゲストハウスの経営をされている 桜井さんがノウハウを提供してくれたり、 ガス屋の鈴木くんが力を貸してくれたり。 近年、新築着工棟数が減っています。特 に田舎は、全国平均を上回る勢いで減っ ているんです。そして、空き家率の上昇 などもあって、古民家を改修するという 経験は、町にとって新しい賑わいを生み 出すことができるだけでなく、僕たちに とっても未来の仕事を作りだすキッカケ になるはずだと考えたんです。だからこ そチャレンジしてみようと、青年会議所 で出会った仲間たちに中村くんが声掛け をして、スタートしました。リーダーの 中村くんは工務店経営ということもあっ て、昔からの手加工技術を持っているの で、彼のスキルは大いに助かりましたね。

田辺市で「the CUE」を 仕掛ける意味とは?

田辺市にはコンテンツがかなりあると 思っています。地域資源が豊富なところ で海・山・川もある、それに食事がおい しくて、人口の割に飲食店が多いんです。 観光客が電車で熊野古道に行くときは、 田辺で降りてバスに乗っていくことがほ とんどなので、中継地としてのポテン シャルを感じています。「the CUE」に はゲストハウスがあります。ここは開業 当初から外国人旅行者がたくさん利用し てくださり、大忙しでした。そして、建 物の2階にはシェアハウスがあり、そこ に住んでいる人がいます。レストランは 地元の方も利用してくださるので、外国 人観光客・住んでいる人・地元の方が交 流するキッカケを生み出します。田辺市 という地元に新しい刺激をもたらしたい という思いを、当初も今も持ち続けてい ます。テーマは「ヒト・モノ・コトが交 わり、新しい始まりの"きっかけ (CUE) "を作る場所。







横田さんの中にある 地域での責任とは?

僕自身、12年くらい前にUターンを して家業を継ぎました。その2年後くら いに開催された地元の大きな花火大会で、 青年会議所や商工会議所が力を合わせて 2尺玉を提供をしたんです。それがとっ ても気持ちよくて。それを皮切りに地域 に対していろいろな活動をするようにな りました。活動を通じて、自分自身の成 長も感じられるし、きっと、そういう活 動が好きなんでしょうね。

そして、このゲストハウス「the CUE」には、「街並みを守る」こと、 「滞在しやすい街にする」こと、この2 つの課題を解決する目的があります。空 洞化が進む中心市街地ではありますが、 一方で観光客や、Uターン・Iターンな どでこの地を訪れる人が増えています。 でも、気軽に泊まれる安価なゲストハウ スや宿泊施設はまだまだ少ない状況だっ たんです。ゲストハウスを作るなら、た くさんの人たちにとって価値のある場所 にしたい、若い世代の人たちに何か伝え たい。

今、運営を初めて4年目。コロナの影 響もありましたが、僕たちとしては 「the CUE」を成功させるということが 責務だと思っているので、これからも ずっと取り組み続けたいですね。





仕掛けることが、未来の仕事を生み出す?

このゲストハウスを作ってから、田辺 市の中でも古民家を改修したいという相 談や、「the CUE」のようなゲストハウ スを作りたいという相談が5~6件あり、 全てが新しい仕事につながりました。

こういう意味でも、ゲストハウスを 作った経験や実績は本業でも活きてくる し、本業だけに取り組んでいたら、決し て手に入らなかったスキルや経験だった と感じていますね。

これから田辺市だけではなく、他の地 域でも古民家が空いていく時代に入りま す。もちろん、改修をしたいというニー ズも増えていくと思いますし、もしかし たら「the CUE」のようなゲストハウス にしていく可能性もあるでしょう。でも、 うまく行くかどうかは、オーナーさん次 第かな。熱量の高さ、ストーリーの作り 方と、人との関わり方で全てが決まって いくと思います。もちろん、物件の傷み

具合などもありますが、地域にとってい ろいろな人が損得なく集える場所である ことが大切だと思いますね。

「生まれ育った大好きな田辺を、子 供・孫の代まで引継ぎ守りたい」。そん な想いがたくさん詰まった起点となる 「the CUE」ですが、この場所がもっと 盛り上がって、街全体が活性化していっ て、周りから見ても「この取り組みは、 楽しそうに成功してて、賑わいも生まれ て、ビジネスも軌道に乗っている」と 思ってもらえるように。せっかくはじめ た取り組みなので、きっちりと成果を残 していかなければいけないと思っていま す。そして、この地域に「the CUE」の ような拠点が1つだけではなく、もっと もっとたくさん増えていけるように。僕 たちは仲間たちと力を合わせて、さらに 力を注いでいきます。

キーパーソン人材の要件とは?

この地域には、「田辺の太陽」と呼ば れる田上雅人さんという先輩がおられま す。熊野米プロジェクトに取り組んで らっしゃるのですが、この方の人間力・ 人との関わり方はとにかくスゴイ。例え るなら、「心のピンポンダッシュを鳴ら す人」。人の懐に入ることが得意で、自 然と周りに人が集まる、そんな人です。

今でも敵わない大先輩ですし、ずっと背 中を追いかけている。そんな姿を見て、 僕たちの世代も、もっといろんな人と出 会って、新しいことに挑戦しつづけるこ と、スキルアップをし続けていくことが 必要と感じます。



職人のものづくりへの思いの深さ・ DNAを、次なる未来につなげたい



株式会社仕立屋と職人

MAIL: info@shitateya-to-shokunin.jp URL https://shitateva-to-shokunin.jp/

Company data

代表取締役 石井挙之 氏、渡邉ゆかり 氏

職人に弟子入りして技と情熱を掛け合わせたプロダクト を制作する渡邉さん、グラフィックデザインとスト リーテリングで発信する石井さん、他2名が、「職人の 生き様、仕立てます!」をテーマに2017年に「仕立屋 と職人」を結成。2020年に法人化。

「仕立屋と職人」は、どうやって生まれたのですか?

渡邉) 今まで企画やデザイン、販売を してきて、「つくることの意味」を考え てきたんです。その頃、ファストファッ ションの廃棄や環境問題にも注目が集 まっていて、自分が作ったものが捨てら れることにも考えを深めていて。職人っ てね、その家に生まれて、何百年も技を 引き継いでいくでしょう?その技術の中 に含まれている人生や哲学とは、私は全 く違うところにいるんだと思い知らされ たんです。背負うものを持つ職人たちの ものづくりの深さに心を動かされ、彼ら のDNAを未来に継いでいきたいと考え るようになったんです。

石井) 僕の場合は、大量生産・大量消 費の広告の世界に疑問を感じはじめてい

て、迷いの中で東京の会社を辞めて、田 舎暮らしをしたり、イギリスに行ったり して、そんな中で職人さんに出会った時 の衝撃は、「職人が伝えるべきことが伝 わっていない」現状があるということで した。そして、職人の背中を押すことが、 自分自身が学んできたデザインでできる じゃないか!迷いの答えが全て合致した のが伝統工芸だったので、福島県に住み 着いて郡山の職人に関わったり、滋賀県 長浜市の地域おこし協力隊の枠に飛び込 んで活動をしたり。そういう中で、「仕 立屋と職人」という団体をそれぞれにス キルが全く違う4人で立ち上げ、2020 年には満を持して、法人化をするまでに 至りました。

今はどのエリアに、 どう関わっているのですか?

石井)まず、福島県郡山市で300年以 上続いてきた技術を受け継ぐ、張子職人 に出会いました。彼らのものづくりへの 姿勢や受け継がれてきた歴史、何より 100年先を見据える生き方に、僕たちは 触れたことがない覚悟の質量を感じたん です。これほど心を揺さぶられる出会い は、初めてでした。今では郡山市の取り 組みを進めながら、滋賀県長浜市に移住 し、この地域の職人にも関わっています。

渡邉) 長浜で深く関わっているのは、 「輪奈ビロード」を百年以上織る株式会 社タケツネさん。シルク100%で輪奈ビ ロードを織る会社はすでに国内で片手で 数えるほど。プロモーション動画、クラ ウドファウンディング、パッケージデザ インを一緒に作ったり、タケツネさんが これから残していきたいこと、変えられ ることを話し合いながら、100年後の未 来を一緒に考えています。









伝統工芸の未来を描くって、 どんな進め方をするのですか?

渡邉) 弟子入りといって、一緒に現場 に入って技術を教えてもらうんです。そ れは、技術を100%習得するのが目的で はなくて、今までネットや本にも掲載さ れていない、職人が何を思って仕事をし ているのかという「DNA」を見つける ことが目的なんです。そのDNAの何を 変えてはいけないのか、現場に入ること で、見えるようになってきました。アウ トプットの形が変わったとしても、職人 のDNAが宿っていると感じることがで きれば、それはありだというポイントが わかるようになってきました。私は、地 域プロジェクトに取り組むのではなく、 あくまでも伝統工芸の職人個人とプロ ジェクトをつくりたいだけなんです。作 り上げたものには、その人柄が現れます。 素敵なものは、やっぱり素敵な人が作っ ているんです。いいものが、いい人とと もに世の中に広がっていく、これらの取 り組みが少しずつ積み重なっていくと、 産地や地域がゆっくりとよくなっていく のだと思っています。

石井) これから、他の地域に関わって いくこともあると思いますが、そこでも じっくり時間をかけて、職人のDNAを 未来につなげていきたいですね。





実践学問を織り交ぜた、新しいチャレンジとは?

石井) 今までやってきたことを、どう 体系化して、各地に広げていけるかを考 えた中で、実践的学問に可能性を感じ、

「職人文化人類学」という新しい実践学 問を打ち立て、事業の組み立てをしてい ます。僕たちのやり方って、デザイン経 営・デザインアプローチという時代が求 める手法論にかなり近い部分があって、 各地の現場でそれに近いことを実践して きたと思うんです。では、それをどう やって形にして進めていくかというとき に、体系化するのに、学問にしていくこ とがいいのではないか、と考えるように なってきました。例えばその産地の大学 と連携することで、セオリーや座学だけ でなく、全国各地の職人の町が学びの場 になるアクティブラーニングができる なって。その上で、学問とともに、学生、 職人本人、行政や自治体が関わりつづけ ていけば、「仕立屋と職人」が思い描く

弟子入り、100年後の未来の描き方など、 職人を応援することの持続可能性が高 まっていきます。

実は2021年4月から武蔵野美術大学 クリエイティブイノベーション学科で客 員准教授として教鞭を取ることになり、 新たな将来の可能性を感じています。ま だ、アイディア段階ですが、僕たちが打 ち立てた「職人文化人類学」をテーマに、 産学官の連携を推進することや現実的な 学問として体系化すること、学問として 確立した暁には、日本だけではなく世界 に向けて発信をすることも思い描いてい ます。最終的な目標として、日本の「職 人」という漢字2文字を、「SHOKU NIN」いう言葉として、世界に定義し たい。いつか、英語の辞書に新しい定義 が載るところまで進めることができれば、 とっても素晴らしいことですよね。

キーパーソン人材の要件とは?

石井) 僕はこれからの未来を描くのが 得意で、渡邉は過去から現代までを深め る「研究者肌」。職人の世界は数百年も 続いてきたものだからこそ、過去を調べ るということがとても重要なのだと感じ ています。全員が研究者である必要はあ りませんが、ものごとの理解を深めてい く力は必要です。あとは、翻訳というよ

りは意訳ができる能力も重要ですね。情 報を噛み砕いて、どういう風にすれば伝 わりやすくなるか、大事なところを純度 高く残せるかを考えられるか。そういっ た能力を活用して、商品のデザインだけ ではなく、職人の世界、地域、未来を思 い描ける広い意味でのデザイナーが増え ていけばいいですね。





Profile

1987年兵庫県出身。2011年「合同会社シーラカンス食堂」を地元の兵庫県小野市に設立。播州刃物や播州そろばん、石州瓦などのブランディングから商品開発、地域財産を世界市場へ向け「伝える」ことに注力した販路開拓に取り組んでいる。

小林 新也氏

合同会社シーラカンス食堂 代表社員

委員・プロジェクト紹介

私は兵庫県小野市で生まれ、代々表具屋を営む家庭で育ちました。家業の影響もあって伝統産業に興味があり、デザインの力を使って貢献できないかと思い、大学ではプロダクトデザインを学んでいました。

大学卒業後、2011年に合同会社シーラカンス食堂を創業しました。シーラカンス食堂は、デザインイノベーション事業、海外卸事業、刃物製造後継者育成事業の3つの事業展開を軸としています。中でも職人の後継者問題への対応には力を入れています。刃物職人たちの高齢化と後継者問題への対応として、職人を育成する刃物職人育成工房をオープンさせ、刃物の後継者を自社で育てることとしました。若者はこの工房を拠点に技術を高め、学びたいことがあれば、刃物職人

の工房に赴くシステムです。その中で、最近感じていることは、若者が独立した後、今の経済圏のままだと、 将来的にまた同じような後継者問題が起きる可能性が あるということです。そのため、経済圏から変えてい くべく、新たな課題に立ち向かっています。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A. キーワードと思っているのは「もったいない」という言葉。自分事として始めた人の共通点はそこだと思います。例 えば地元の刃物職人さんの技術がこのままなくなったらもったいないと思ったから、本気になって何かできないか考え た。他の例では、空き家を見てもったいないと思えるか思えないか、この違いが大きいのではないかと思います。



Profile

1975年大阪府出身。都市部で働いていたところ、身体を壊し たことを機に、山村留学で中学生の頃に暮らした奈良県東吉 野村へ移住。村に在住し、商品や店舗のデザインなどを手が け活躍中。

坂本 大祐氏

合同会社オフィスキャンプ 代表社員 一般社団法人ローカルコワークアソシエーション代表

委員・プロジェクト紹介

15年前に大阪から東吉野村に移住しました。奈良県 東吉野村には、緑をなす山々があり、基幹産業は林業 です。しかしその林業が斜陽化して、ピーク時は1万 人ほどあった人口が今では1700人になっています。

移住後、奈良県と協力して、クリエイターをター ゲットとしたシェアオフィス、「オフィスキャンプ東 吉野」が開業しました。そして、この施設が縁になっ て、順々に住み始める人が増えました。移住を決めた 人たちは、何らかのクリエイティブ職に就いている人 が集まっていることもあり、合同会社オフィスキャン プを設立しました。

合同会社オフィスキャンプでは、ウェブサイトや店 舗、ロゴなどのデザイン活動を行っています。もう1

つの所属先、ローカルコワークアソシエーションは、 ローカルエリアのコワーキングスペースを日本全国に 広げようという活動を一般社団法人として展開してい ます。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A. 「複数の言語を使える人」だと思います。英語が話せるという意味ではなくて、例えば行政の言語と民間の言語は違 う。もちろん地域の言語も違うし、都市の言語も違うと思います。色々なところに軸点やドメインを持っている人、そ れぞれの言語をある程度理解できる人が望ましいと思います。



Profile

1984年大阪府出身。2014年生駒市役所に入庁。現在は、企画 政策課に所属。2016年~2019年、若者にしかできないことで 阿倍野を盛り上げる団体「あべ若」代表を務める。

竹田 有希 氏

生駒市役所 市長公室 企画政策課 主任 一般社団法人ニューローカル製作舎 代表理事

委員・プロジェクト紹介

奈良県生駒市企画政策課の職員として、市が掲げる 将来都市像「自分らしく輝けるステージ・生駒」の実 現に向けて奮闘中です。一方、地元である大阪市阿倍 野区では、阿倍野区役所が主催する「若者が担うまち づくり推進事業(通称)あべ若事業」をきっかけに出 会った仲間と一般社団法人ニューローカル製作舎を立 ち上げて、地域活性化に関わる事業をしています。こ れまで、若い人の地域づくりへの参加に関する調査や、 調査事業の一環として、米俵60キロ担ぎレース「力餅 漢選手権」を開催しました。地元の餅つき大会のつき 手が高齢化していることから、餅つき大会と合わせて 開催することで、選手権に出場した人が餅つきの担い 手にもなることを狙いとしたイベントです。

こうした地域での活動が公務員としての業務にも活

かされています。私自身が活動者としてファンドレイ ジングの重要性に気づいたこともあり、自身の経験や 活動をベースにした講座を生駒市で開催しました。公 務員としての業務経験を地域活動に活かしている場面 もあり、相互シナジーを感じている昨今です。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A. 「複数の言語を使える人」だと思います。行政と民間、また地域ごとにも言語が違います。ではどうすれ の言語を使えるのか、その答えは複数の立場になることにあると思っていて、私自身日々実践しているつもりです。生 駒市役所の職員として地域に関わることと、一人の活動者として地域に関わることで、年々、地域の見え方も違ってき ます。異なる立場の方と協力するための重要なポイントだと思います。





Profile

1978年、兵庫県出身。情報雑誌の編集者を経て、2007年に 「株式会社GIVE & GIFT」を、2012年に「NPO法人チュラ キューブ」を立ち上げる。近畿大学、関西大学にて非常勤講師 を務めるなど教育分野でも精力的に活動を行う。

中川 悠氏

株式会社GIVE&GIFT 代表取締役 特定非営利活動法人チュラキューブ 代表

委員・プロジェクト紹介

私が代表を務める「株式会社GIVE & GIFT」、

「NPO法人チュラキューブ」では、産業振興やまちづ くり、障がい者福祉、教育を柱として、これまで事業 に取り組んできています。

そうした取り組みの一つに、大阪市内杉本町の「み んな食堂」があります。地域の団地の空き部屋、住ん でいる高齢者、そこに障がい者福祉をつなぐと面白い のではないかと考えました。それが、空き家の多い公 社住宅の団地で、障がい者が地域の高齢者に向けて料 理を提供する地域の食堂「みんな食堂」です。「みん な食堂」では、「高齢者が障がい者を助ける」、「障 がい者は雇用者を助ける」という循環、そこに近隣の 大学に通う学生がサポートにやってきて、バックラウ

ンドも個性も様々な人たちが協働しながら、ダイバー シティが実現しています。

農業や伝統工芸、孤食や子どもたちの貧困など、地 域の社会課題は色々とありますが、「続ける」という 持続可能性を考えながら、未来につながる様々なソー シャルビジネスを仕掛けています。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A.地域でプロジェクトを進めていくと、いい人だけではなく、いろいろな思いを持つ人と出会うことになります。そこ で喜んだり、悲しんだり、時には傷つけられたり。プロジェクトはその繰り返しです。その重たい経験を何度も重ねた としても、変わらない信念を持ち続けること。その上で、ポジティブな未来を思い描き続けられる人としての強さを 持っていることこそ、キーパーソン足りえる素養だと思います。





Profile

1972年和歌山県出身。1996年和歌山県田辺市役所に入職。 2014年より現職。持続可能なまちづくりを目指し、たなべ未 来創造塾の事務局として、運営に携わる。

鍋屋 安則氏

田辺市役所 企画部 たなべ営業室 価値創造係

委員・プロジェクト紹介

私は、和歌山県田辺市で「たなべ未来創造塾」の運 営に携わっています。本塾では、地域課題の解決と企 業利益を両立するCSV(共通価値の創造)人材の育成 とビジネスモデルの創出を目指して取り組んでいます が、実際の行動へとつなげるため、意欲的な地域事業 者の掘り起しを行うとともに、異業種の事業者を選定 し、講義を通じて考え方を共有することで塾生同士が 有機的につながり、数多くの新たな事業が動き出して います。

また、地域みんなで塾生の挑戦をサポートしようと、 大学や金融機関、金融機関を監督する財務事務所にも 協力していただくことで、「産学官金」が一体となっ た支援体制を構築しています。

私たちの取り組みは、決して大きなプロジェクトを 生み出すものではありませんが、地域に根差したス モールビジネスを数多く創出し、それらをつなぎ合わ せることで点から線、そして面へと広げ、地域の大き な経済に育てていこうという思いで持続可能なまちづ くりに向け取り組んでいます。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A. 「巻き込み力」や「親しみやすさ」だと思います。かつて経験したことのない人口減少社会を迎える中、人と人とを つなぐことで対流を促進し、新しい価値を創造していくことが求められています。そのためには、多くの人から愛され、 巻き込んでいく人間力が、キーパーソンに求められるのではないでしょうか。





Profile

1982年福井県出身。2017年より和歌山県田辺市在住。仕事を 通して出会った田辺市のTETAUに共感し、田辺市の可能性を感 じて家族で移住。

碌氏 森脇 TETAU有限責任事業組合 理事

委員・プロジェクト紹介

2017年に東京から移住して和歌山県田辺市に住ん でいます。私が所属しているTETAUは、もともとは、 年齢を重ねてもクリエイターであり続けるためにどう すればよいか、これが発端で始まったチームです。ク リエイターであり続けるためには、まず地域そのもの の経済性を維持、活性化していく必要がある、そうい う思いを持った人たちとチームを組んで活動していま す。

メインとなる事業は、課題解決型クリエイティブ事 業で、90%以上が地域の企業からの仕事です。企業 のプロモーション支援や新規事業の開発、新商品の開 発などを支援しています。

この原点は、私自身の経験から生まれています。移

住当初は、色々な抵抗感があって水と油のように交じ り合わず、真っ当な議論でぶつかっても難しいと感じ ました。発想を変えたところ、地域の人たちがいかに 自分事にできるか、自分が楽しいから取り組むことが ポイントだと気づきました。そんな地域の人たちが自 分事になれるプロジェクトを生み出していくことが使 命だと考えています。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A.思想をしっかりと持つこと、実際に行動に落としていく行動力、そして地域で広げていくための巻き込み力が必要に なると思います。そして、それら思想、行動力、巻き込み力を結びつけて動かないようにする「ヘソの緒」(地域との ゆかりや地域への愛情、地域との強い結びつき)が大事ではないかと思います。





Profile

1983年宮崎県出身。不動産仲介業の経験を経て、2007年にク ジラ株式会社を設立。その後リノベーション事業に本格参入。 2017年6月に、空き家を再活用する町ごとホテル化プロジェク ト「SEKAI HOTEL」を開業。

矢野 浩一 氐

クジラ株式会社 代表取締役 SEKAI HOTEL株式会社代表

委員・プロジェクト紹介

クジラ株式会社/SEKAI HOTEL株式会社の代表をし ています。この2社の関係性ですが、クジラ株式会社 という不動産と建築をしている会社がホテルを開発し て、SEKAI HOTEL株式会社が運営をしています。

「Ordinary(日常)」という言葉を大切にしていま す。誰かの日常が別の誰かにとっての非日常であり、 旅先の日常を楽しんでもらうホテルです。客室のドア を開けるとそこは商店街になります。まちじゅうに客 室があり、そのほぼすべてが元空き家だった建物です。

宿泊以外に、飲食などの機能もまちの地域事業者と 連携する形で、銭湯に無料で入っていただいたり、飲 食店でサービスを受けたり、地域住民と同等の体験が できます。他にも、町工場がつくるオリジナルのおも ちゃを組み立てたり、オリジナルのマスを持ってはし

ご酒ができるプランなど、その地域の日常を観光コン テンツ化しています。

地域の魅力を再定義・再構築することで、地域住民 とSEKAI HOTELが観光客を交えて新しいコミュニティ を作り、立場や年齢、国籍も関係のない「No Border なセカイ」を目指していきます。



Q. あなたが思うキーパーソンのポイントとは?

A. 「プロジェクトの持続性を担保するビジネス感覚を持つ人(マネタイズ能力)」かと思います。特に、持続性を担保 するという意味で、その地域に率先して経済圏をつくるという意識を持ち実行すること、そういう感覚はどの事業でも 必要だと思います。

経済産業省近畿経済産業局

総務企画部中小企業政策調査課

〒540-8535 大阪市中央区大手前1-5-44

TEL: 06-6966-6057

MAIL: kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp

HP: https://www.kansai.meti.go.jp/chushoresearch.html

2021年4月 発行

※掲載内容・画像の無断転載・複製を一切禁じます

キーパーソンの要件・要素及び若手人材発掘調査事業