

小堅地区＊地域ビジョン

# コガタノスガタ 2030

鶴岡市小堅地区自治振興会×東北公益文科大学鎌田研究室

2021年10月

1. 2030年の実現をめざす将来像	1
2. 地域ビジョンの策定について — 背景と目的 —	2
3. 地域ビジョン策定の経緯とふりかえり	4
4. 地域ビジョン「コガタノスガタ 2030」全体像	26
5. コガタノスガタ 2030の活動内容	27
6. 推進体制について	36
7. 未来創造事業部の活動紹介	37
編集後記	38



Our journey towards 2030



## 地域ビジョンの実現に向けて

小堅地区自治振興会  
会長 本間 仁一

豊かな海と山の自然に囲まれ、永い歴史があり、心温かな住民が生活している小堅地区も、人口の減少が続いています。66年前の昭和30年には、地区の人口は1,649名(国勢調査)でした。翌31年は、旧小堅小の在籍児童数が318名で、最も多かった年となっています。

当地区の人口の将来予測では、40年後には両地区合わせて約100人になることが示されており、このままでは地域が成り立たなくなることが心配されます。

そのため、自治振興会では数年来指導をいただいている東北公益文科大学の鎌田剛准教授と学生たちの協力を得て、今後の小堅のあり方について、住民が意見交換を行うとともに、アンケート調査も行い、当地区の10年後を見据えた活動の指針となる地域ビジョン、コガタノスガタ2030を作成しました。

幸い、シェアハウスは完成し、コミュニティセンターの2階に設けるシェアスペースも近々整備され使用できるようになりますので、他地区との交流も含めて地域ビジョンを有効に活用していくつもりです。

今後は、両施設を拠点に小堅の良さを前面に出して、子供達や子育て世代が住みたくなる小堅、訪れたい小堅を目指して取り組んでいきたいと思っています。

## 小堅地区住民全員の「楽しい」で地域をより良く

小堅地区自治振興会  
未来創造事業部  
リーダー 佐藤 潤一

小堅地区での暮らしには、市街地や都会での暮らしを上回る価値・魅力がある。2019年に設立された「未来創造事業部」での活動を通しそう実感してきました。しかし昨今、コロナ禍や人口・世帯数の減少によって、これまで当たり前のように行ってきた行事やイベントは出来なくなっていき、私たちの暮らしと地域との関わりはどんどん希薄化しています。

今回作成された地域ビジョンには、地域との関わりを取り戻し、地域での暮らしをもっと楽しく、豊かに、価値あるものにしていく為のプロジェクトがたくさん盛り込まれています。ですから、この地域ビジョンに掲載されているプロジェクトの中で、興味のあるものがあれば、是非参加して下さい。ですが強制ではありません。あくまで自分が「面白そう」とか「やってみよう」と思えるプロジェクトだけでも、スポットでも何でも結構です。

誰かの「大変」や「面倒くさい」で成り立つ地域づくりは絶対に持続しません。まずは軽い気持ちで参加して頂き、自分が楽しむこと。地域住民全員の「楽しい」が、私たちのそして、これから何十年も小堅地区に関わっていく子供達の未来を、明るい方向へ導いていくものと信じています。共に楽しみましょう！！

# 1. 2030年の実現をめざす将来像

## 子ども・子育て世代が住みたくなる小堅地区

コガタって どんなところですか？ ときかれましたら  
胸を張ってこう言える地区を

そのために私たちは 3つの鍵 を大切にします

- ▽ 豊かな「自然をフル活用」すること
- ▽ 声をかけ誘い合って「参加する」こと
- ▽ 来訪者が「また来たくなる」こと

一人ひとりが いま 自分にできることを

## コガタノスガタ 2030

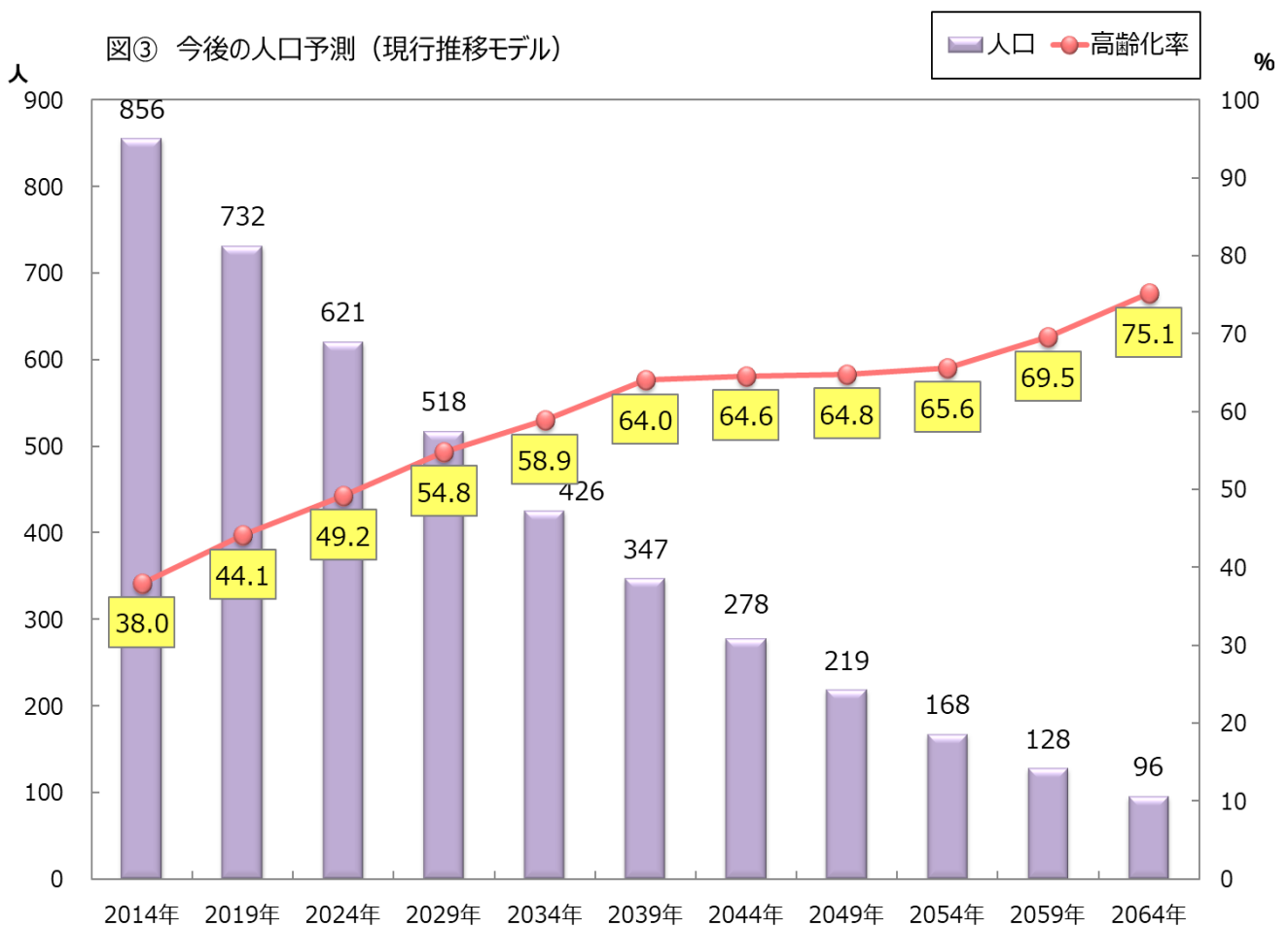
## 2. 地域ビジョンの策定について — 背景と目的 —

私たち住民は、「子ども・子育て世代が住みたくなる小堅地区」をめざし、2030年までの10年間、手を取り合って活動を進めます。地域ビジョンとは、

地域の課題をふまえ、未来に向けて住民が主体的に取り組んでいく行動計画

のことです。本冊子には、その行動計画の策定経緯と、実際の活動内容が詳しく書かれています。

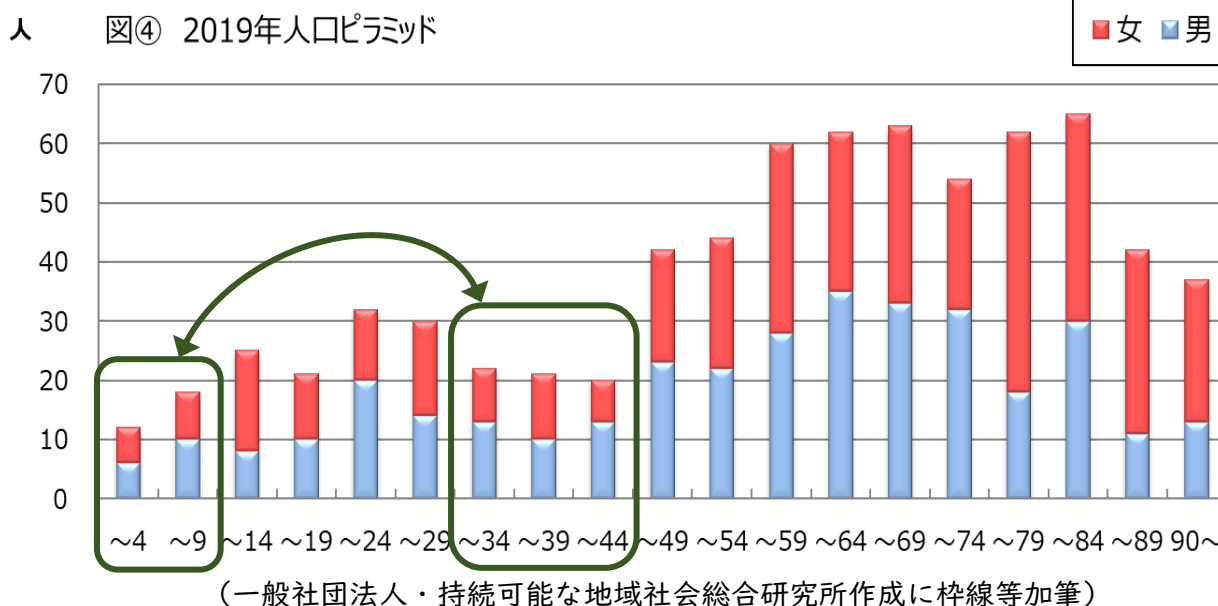
さて、なぜ今「地域ビジョン」が必要なのでしょう？ここに興味深いデータがあります。将来の人口推計です。ご覧ください。



(一般社団法人・持続可能な地域社会総合研究所作成)

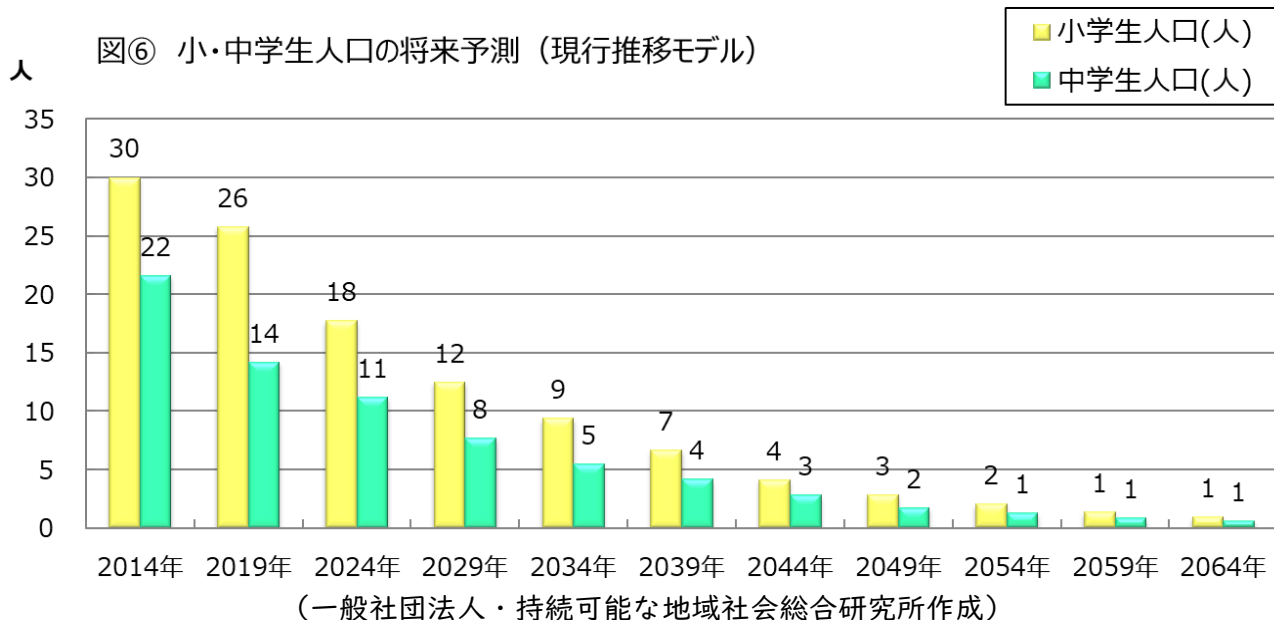
- 小堅の人口は現在700人を切り、高齢化率も50%を超えました。記録が残る1975年には、1,500人以上いた住民の数が、半分以下となっています。そして、この傾向が加速していくことが読み取れます。
  - 人口推計はよく当たることが知られています。なぜなら元になるデータが“過去の事実”だからです。何も手を打たなければ“これまでどおり”減っていくだろうと計算されたのが上記のグラフです。

どうしてこんなに減っていくのかというと、若者が外に出てしまうからです。



上のグラフのように、30-44 歳世代にボリュームがありません。このことが出生数に影響し“若者の減少=子どもの減少”という流れをつくってしまいます。ただ20代が比較的多くいるようですので、一緒に活動して地区を元気にしていきたいですね！

しかし楽観はできません。子どもの数だけ取り出した「小・中学生人口の将来予測」(下図)をみると、さみしい数字が目にとまり、言葉を失います。



これらのデータは、私たちに、“何も手を打たなければこうなりますよ”とささやきかけます。しかし宿命ではありません。

地域ビジョンは、やがては地区が無くなってしまいかも・・・というデータ上の未来に No をつけつけるための行動計画です。小堅の暮らしをもっとステキにし、次代に引き継ぐためのアイデア満載です。ぜひ熟読ください！

### 3. 地域ビジョン策定の経緯とふりかえり

地区の将来が心配じゃない人なんていません。でも具体的に何が問題で、どんなことができそうかは、みんなでヒザを突き合わせて話さないと見えてきません。そこで地区では、2020年10月から2021年7月にかけて、ワークショップとアンケートに取り組みました。

のべ14回のワークショップ（140名参加）と住民アンケート（有効票126）では、問題意識と共に、こんな地区であってほしいという願いがたくさんあげられました。

ワークショップは、住民のみならず、シェアハウス入居者、東北公益文科大学の学生さんたちも参加して、和気あいあいとした雰囲気で行うことができました。またアンケートでは、これから何に取り組めばよいかのヒントが得られました。活動の写真や分析と共にふりかえっていきます。

#### 【全活動一覧】

##### （1）課題発見ステージ年代別ワークショップ

- 7回（2020年10/12, 16, 20, 27, 31, 11/10, 12）
  - 参加43名，うち地区出身者のリモート参加2名

##### （2）住民アンケート

- 2021年1月実施
  - 有効票126

##### （3）行動計画ステージワークショップ

- 3回（2021年3/1, 9, 14）
  - 参加32名

##### （4）作戦会議ステージワークショップ

- 2回（2021年5/22, 27）
  - 参加29名

##### （5）評価指標策定ステージワークショップ

- 2回（2021年7/16, 30）
  - 参加36名



(1) 課題発見ステージ年代別ワークショップのふりかえり

地域ビジョンづくりの最初のステージでは、地区の困りごと、強み、将来に向けたアイデア・やってみたいことを出し合いました。



ワークショップで挙げられたキーワード（単語）の数を、文字の大きさに表現しました。  
 “字が大きい＝たくさん出てきた単語”です。ご覧ください。

【地区の困りごと】



- 若者、子ども、人口、お店などの減っていくものが目立ちます。
- また、空家、畑、塩害、津波、高齢化、熊・猿など、そのままにはおけない心配な点も多数あげられました。
- 行事、後継者、（両地区の）一本化など、地区の存続に関係すると思われるキーワードも見受けられます。





【地区の将来に向けたアイデア， やってみたいこと】

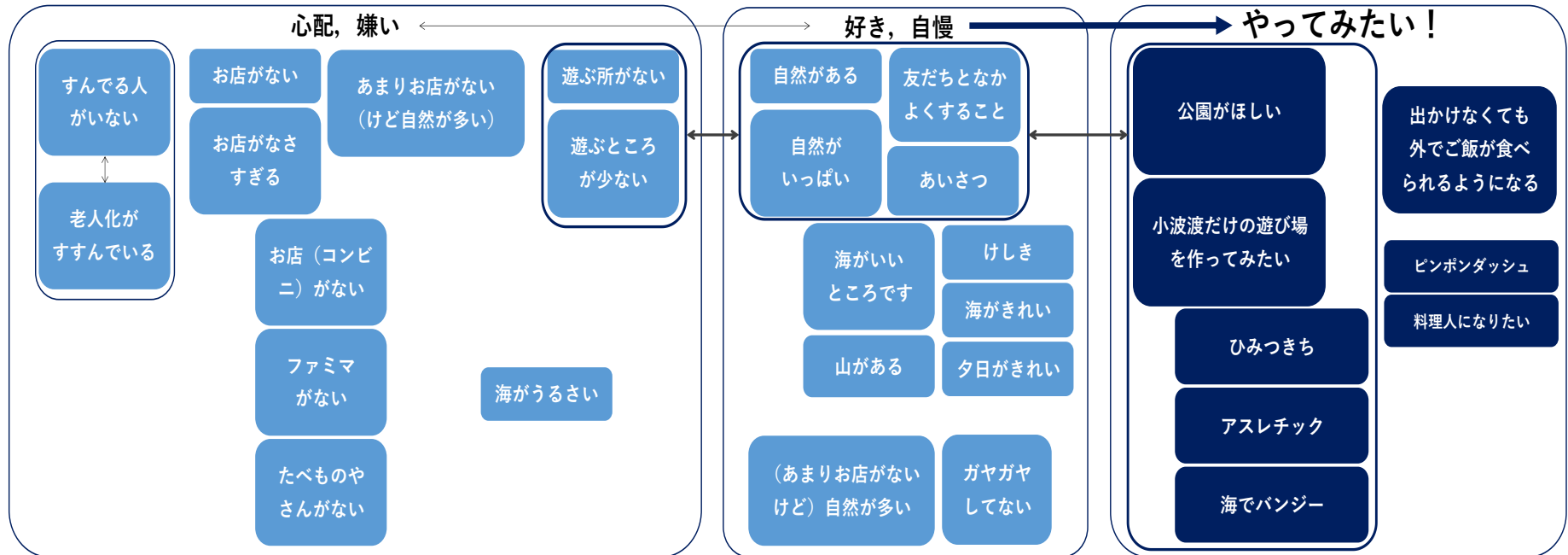


- かつて大いに盛り上がった「海の運動会」が、何よりも心に残っているようです。
- 地区の未来を担う若者への期待、保育園、小学校活用、体験学習など、子どもたちへの思いもよく表れています。
- 職場、居酒屋、水産加工工場、店関係、釣り大会などのイベント類など、地区に（足り）ないものを作ろう！との思いも見受けられます。

次に、年代別に整理してみます。生まれ育ってきた時代によって異なる捉え方、感じ方をご覧ください。

【10代まとめ】 **事実** **思い**

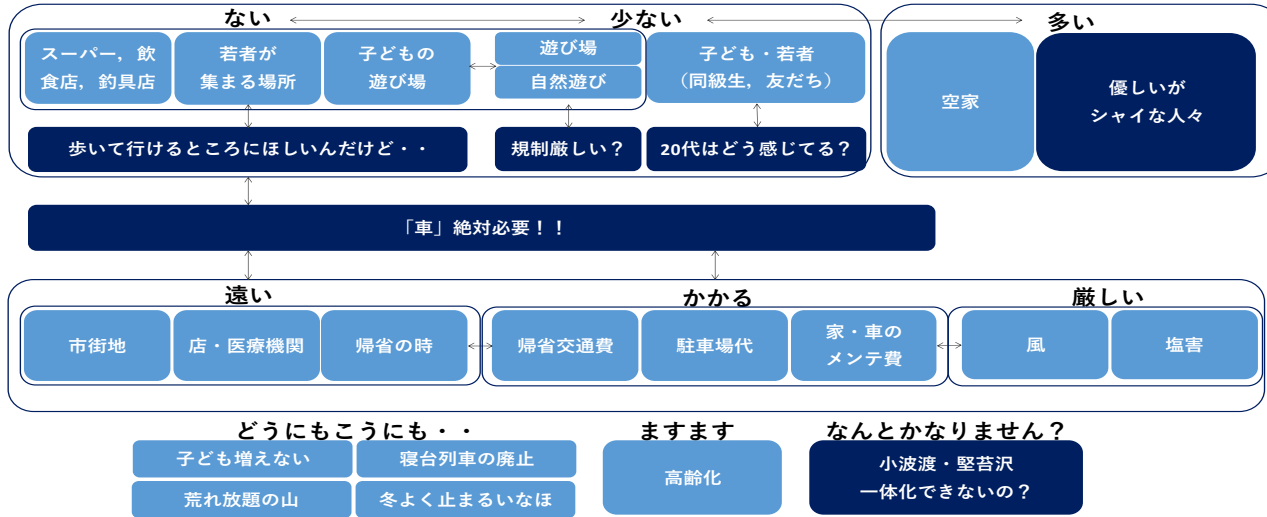
→子どもたちの声をそのまま起こしてグループ化してみました。



- 子どもたちは、店、遊ぶところの少なさが気になっているみたいです。
- 自然の豊かさへの思いは、大人と共通。
- そして「やってみたい」ことは、やはり思いっきり遊ぶところ！

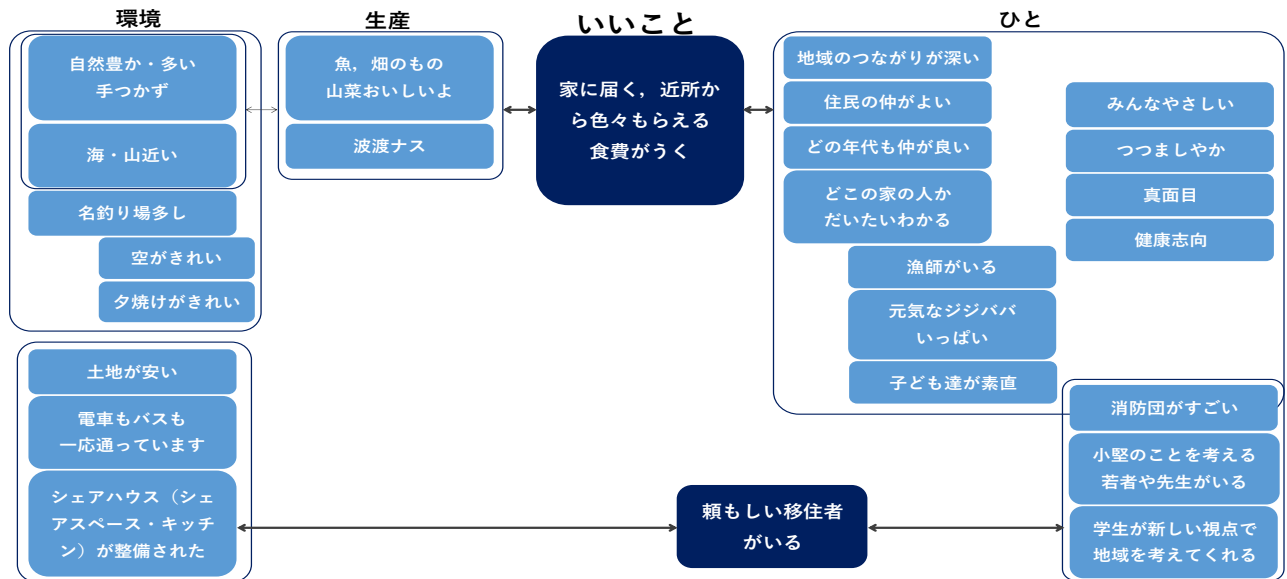
30~40代以降は、困りごと、強み、アイデアで整理しています。

【30-40代の困りごとまとめ】 事実 思い



- パパママ世代だからでしょうか。店、集まる場所、遊び場がないとの思いが目にとまります。
- また両地区の「一体化」についての言及も。これからを担う世代の思いの現れでしょうか。

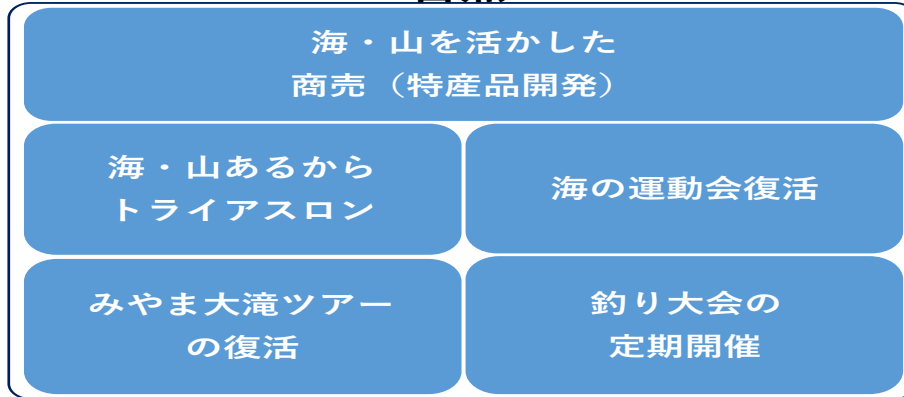
【30-40代強みまとめ】



- シェアハウスができ→頼もしい移住者がいる、消防団がすごい!のような明るい言葉がつづられています。
- 若者世代も、ご近所仲の良さが地区の強みだとみんな思っているようです。

【30-40代アイデアまとめ】 →活用資源, フォーカスで整理

### 自然



### 移動・支援



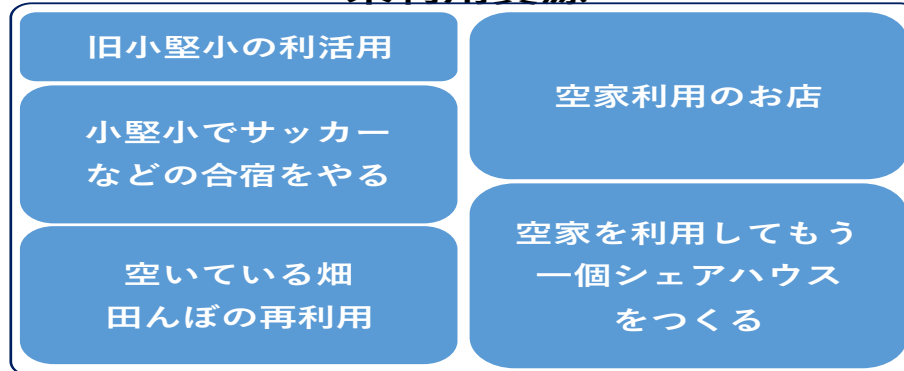
### 活躍, 学び合い



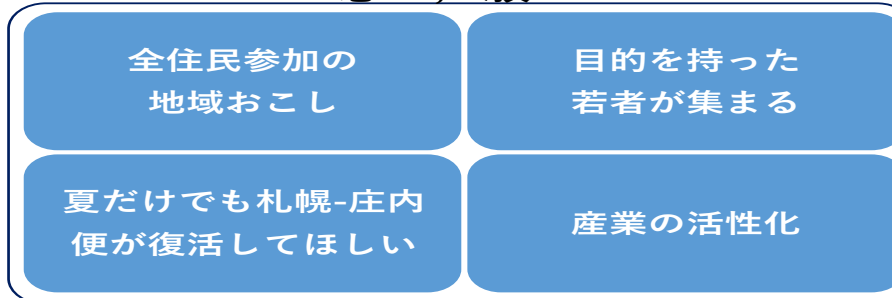
### 交流, 移住



### 未利用資源

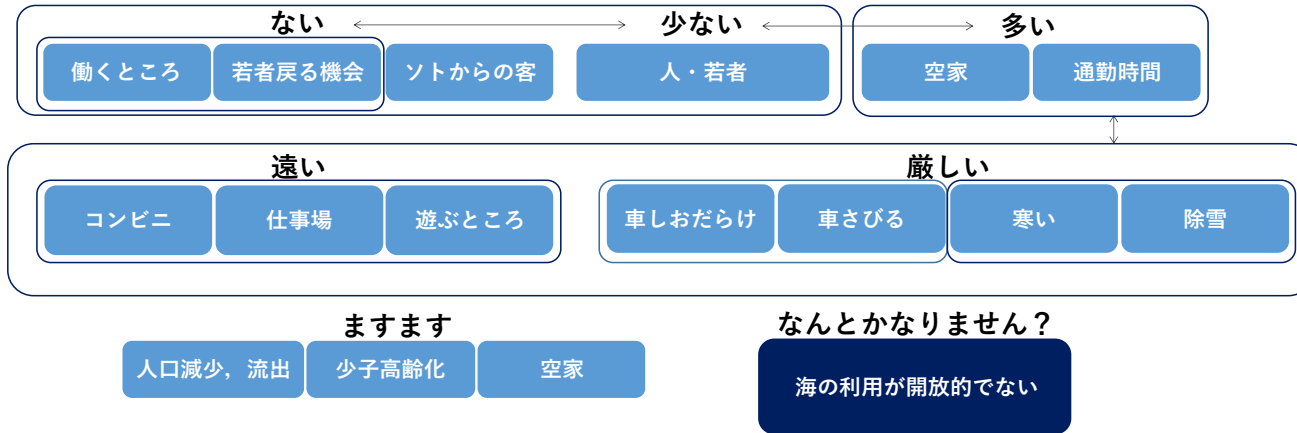


### 思い, 願い



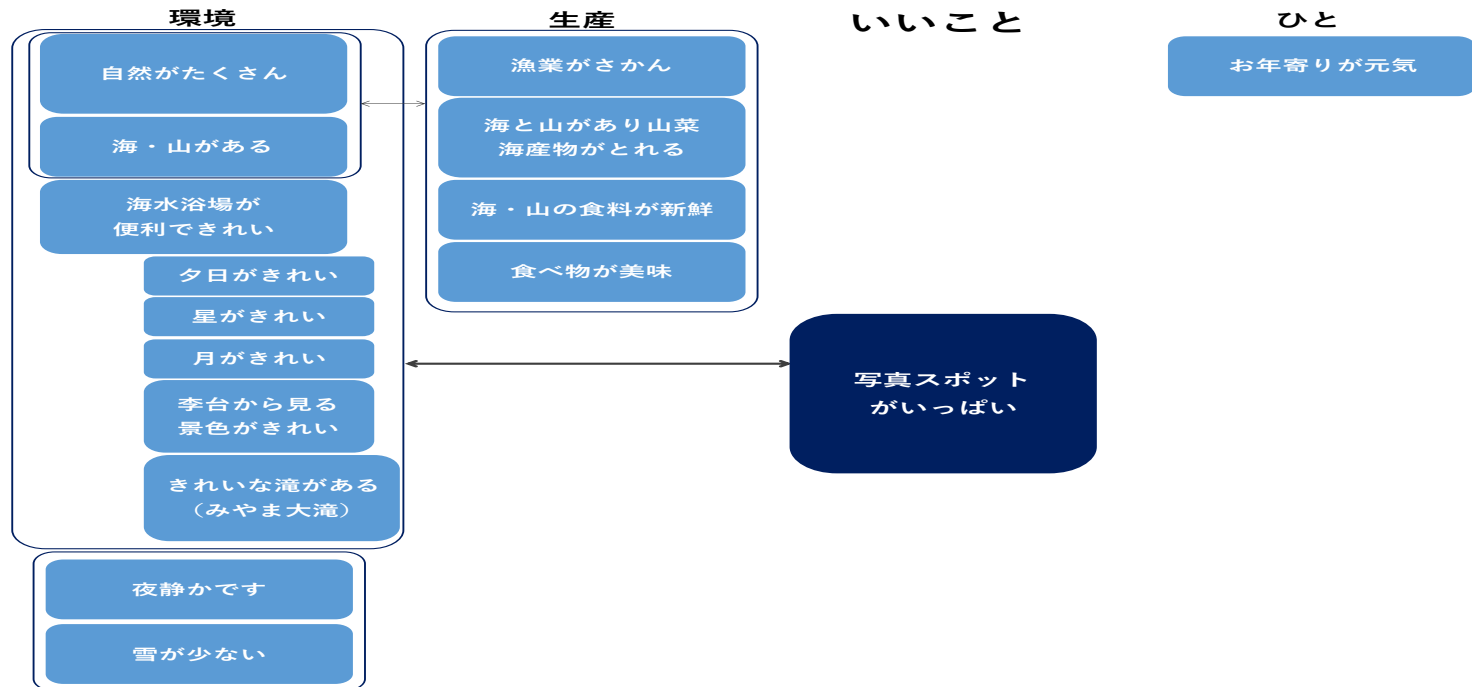
- 若い世代だけあって、自然、旧小学校や空家の利活用への思いが強いです。
- ジジ・ババ先生による体験学習！というアイデア、うれしいですね。
- それと、忘れてはならないのは、就職・進学・結婚等でソトに出た出身者との関係を維持すること。

【50代の困りごとまとめ】 **事実** **思い**



- 働くところがない=若者の戻る機会がないという言葉。重たいですね。
- 海の利用についての言及も。

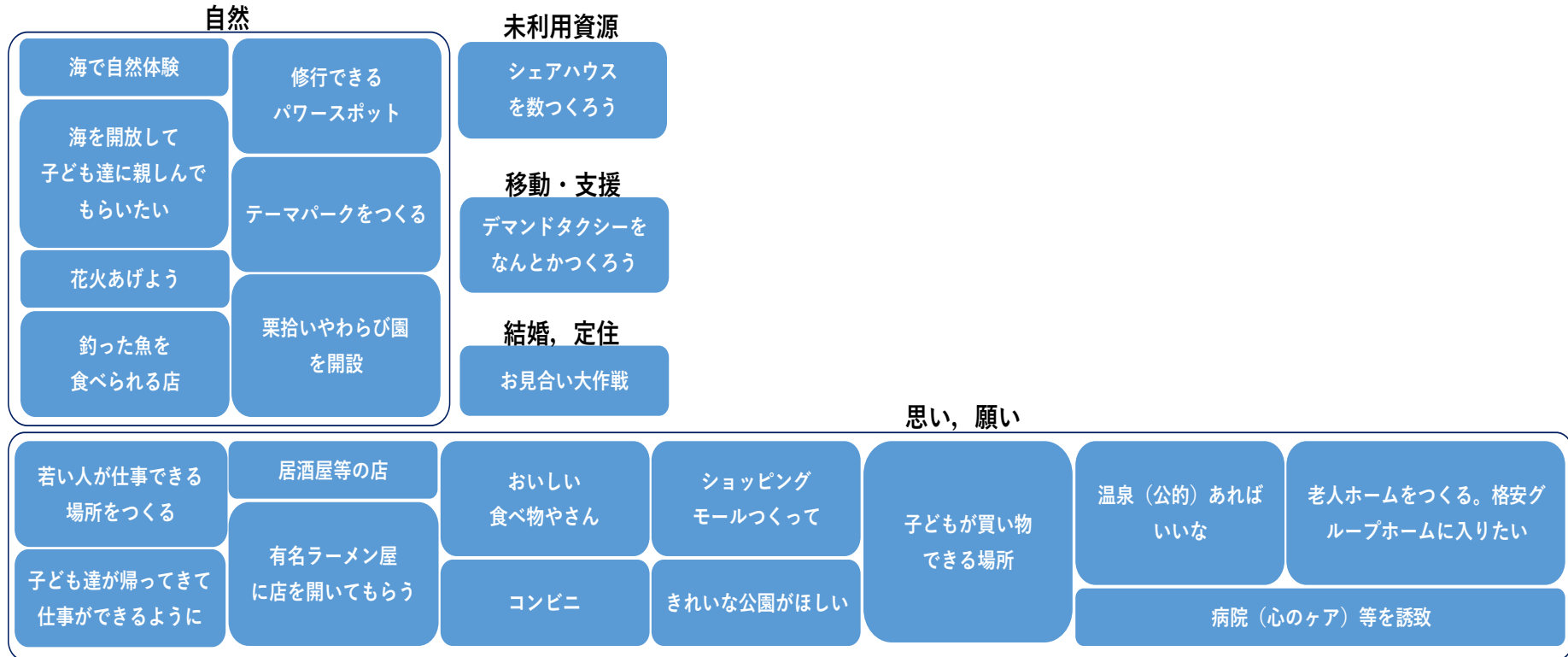
【50代強みまとめ】



- 自然豊か=写真スポット、という視点が、地域資源活用のヒントかもしれませんね！

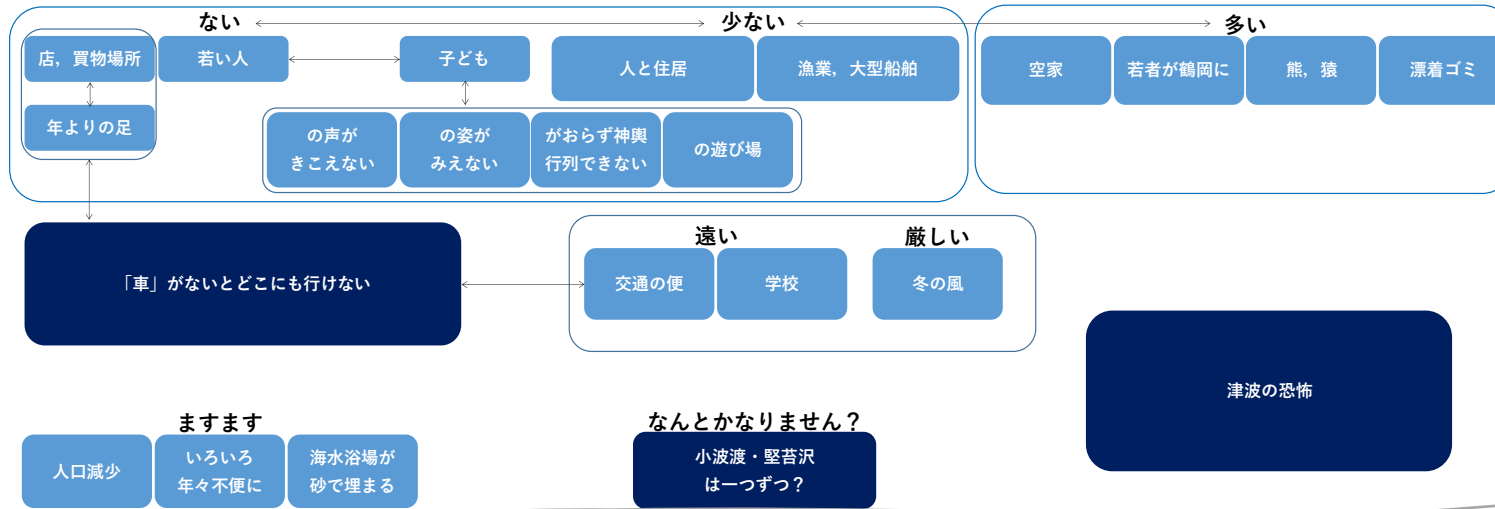


【50代アイデアまとめ】→活用資源、フォーカスで整理



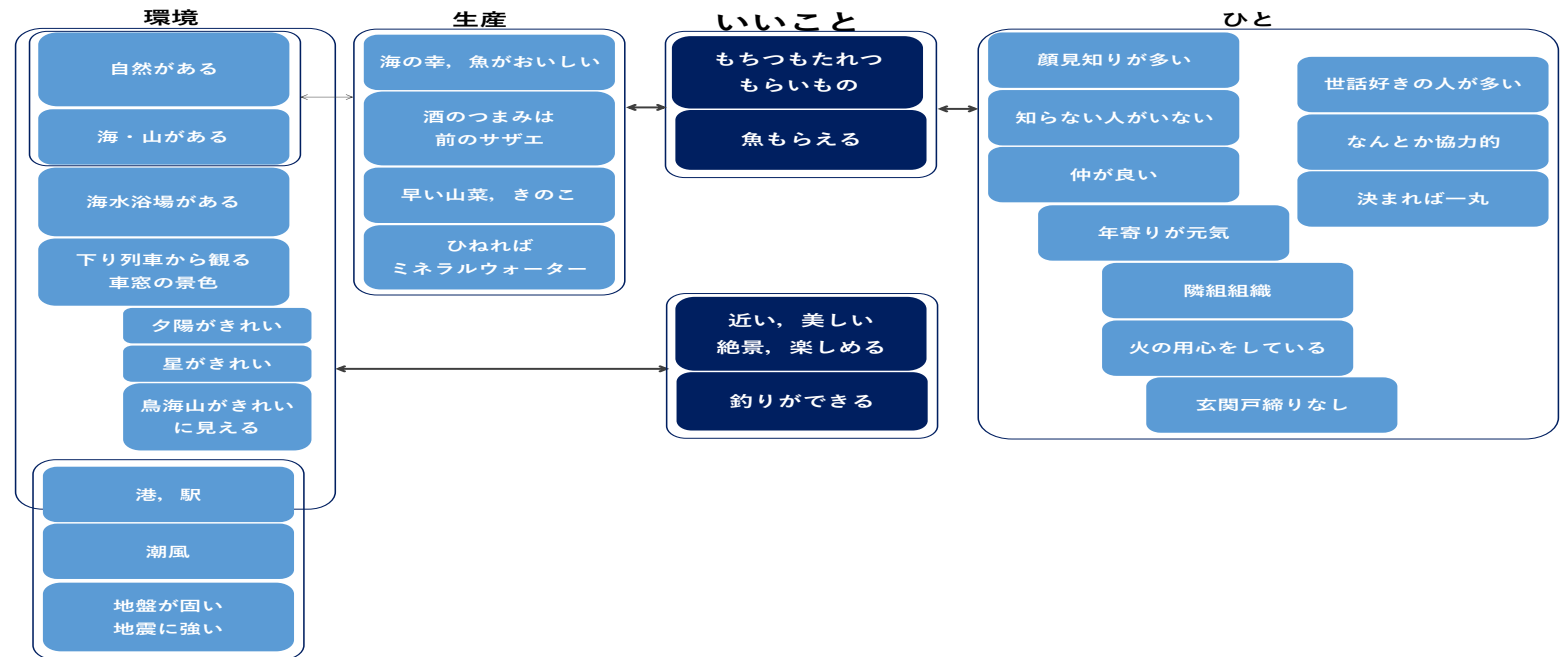
- 若い人の仕事づくり、子どもたちが帰ってこられるようにとの思いが伝わってきます。
- 自然体験、デマンドタクシー、シェアハウスなど、自分たちにできそうなアイデア多数。
- 店、医療・福祉・温泉といったインフラへの願いも。

【60代の困りごとまとめ】 事実 思い



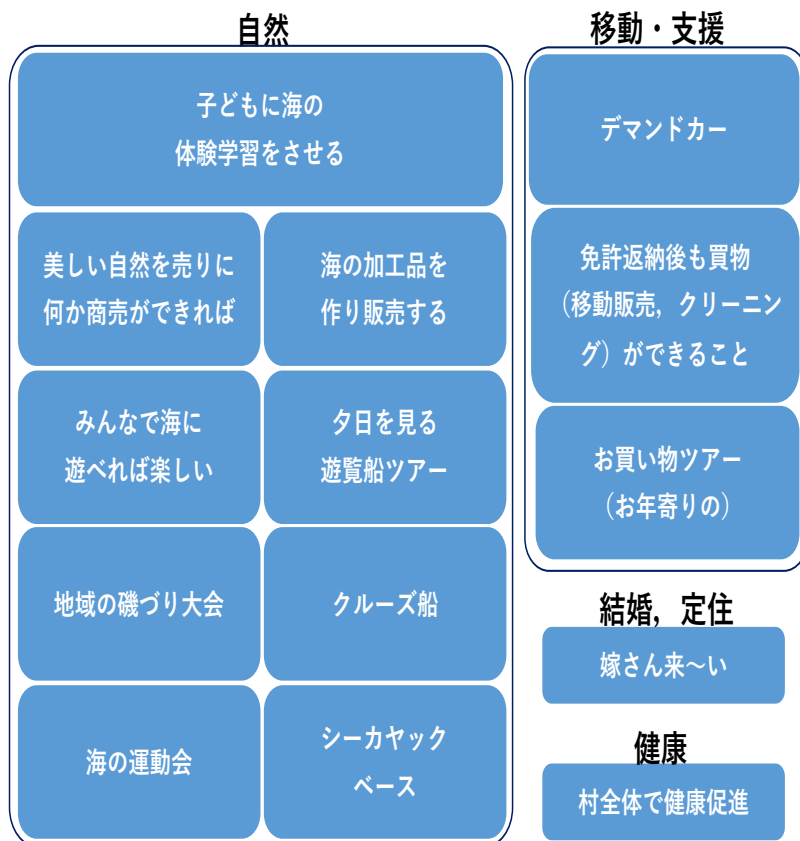
- 「車」の必要性、津波の恐怖など、現実直視の意見が印象的です。

【60代強みまとめ】



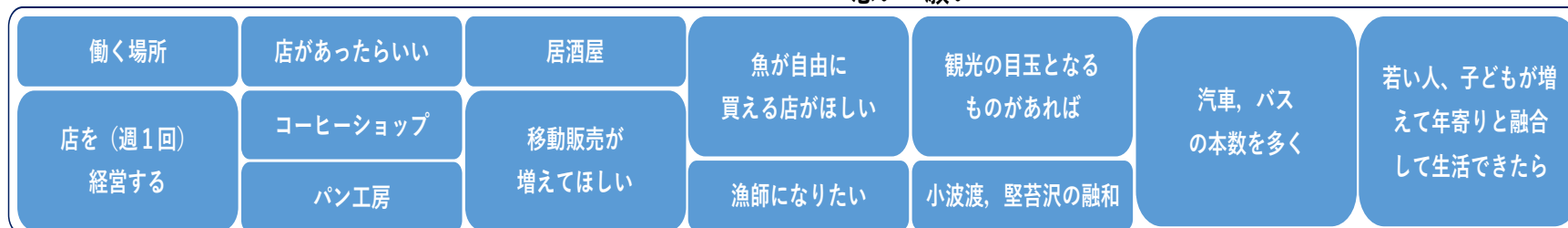
- 「食」が地区の強み → 魚、海の幸、山菜・きのこ。
- そして「ひと」のあたたかさや団結力でしょうか。

【60代アイデアまとめ】→活用資源、フォーカスで整理

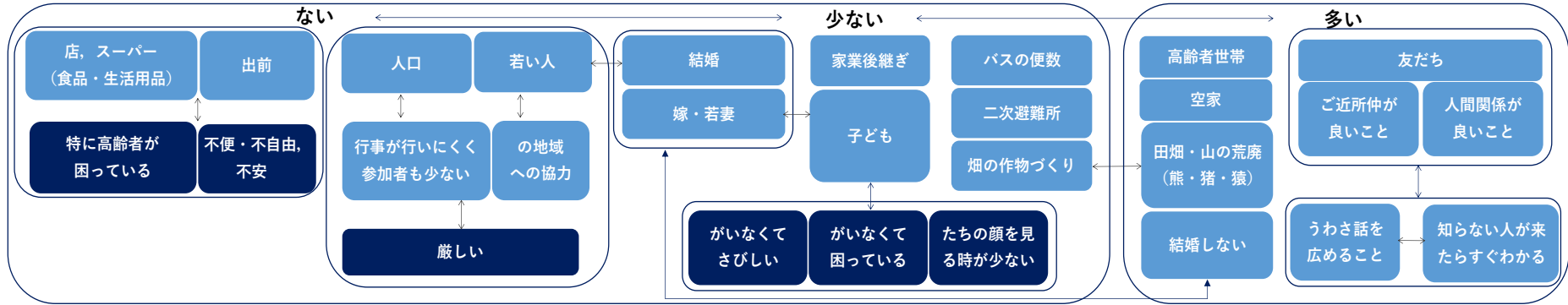


- 「免許返納」というキーワードがこの世代になって初めて出てきました。ほかにもデマンドカー、自動車・バスなど、移動手段に関する思いが強いようです。
- 「嫁さん来〜い」も、この世代の特徴かと思います。

思い・願い



【70代以上の困りごとまとめ】 **事実** **思い**



☆70代以上の皆さんからはたくさんの心配ごとがあげられました。

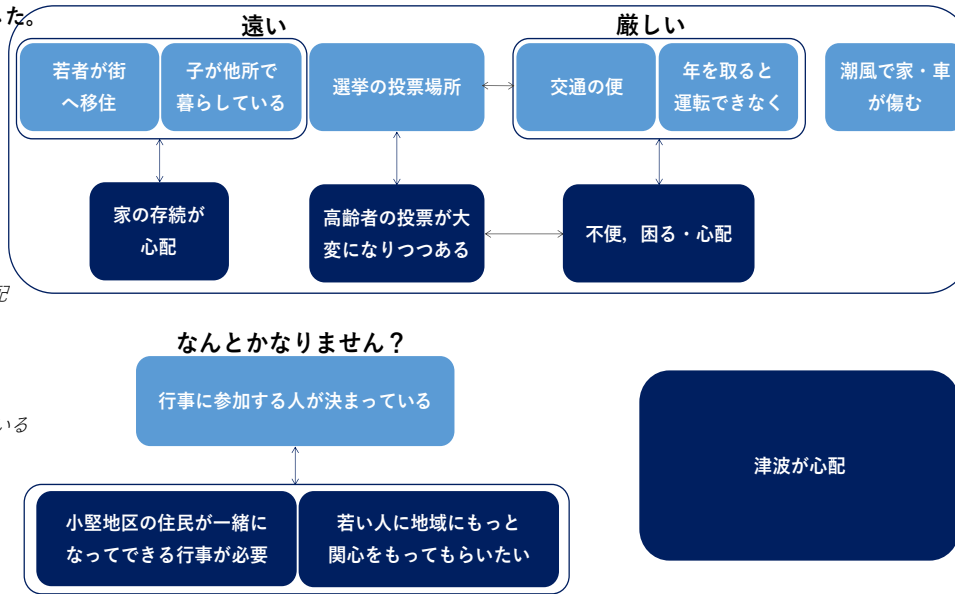
まとめの図と重複しますが原文も紹介します。

- 人口減少が進みしょうらいが心配
- 子どもが他所で暮らして家存続が心配
- 嫁がいなくてこまっている
- 子どもがいなくてこまっている
- 子どもがいなくてさびしい
- 結婚しない息子達が多くいる。心配。家の存続もいなくなる
- 村の文化財の一つお水斎の手入掃除これから行う者がいなくなり心配
- 交通が不便
- 交通の便が悪い
- 交通手段が心配 (年をとると運転できなくなる)
- 公共機関の交通の不便さがある 上り線の始発が昼の12時となっている
- 風がふくと汽車がとまるのでこまる
- 選挙の投票場所が遠くなって高齢者の投票が大変になりつつある

- 買い物不便
- 店がなくてこまる
- 店はないのでこまっています

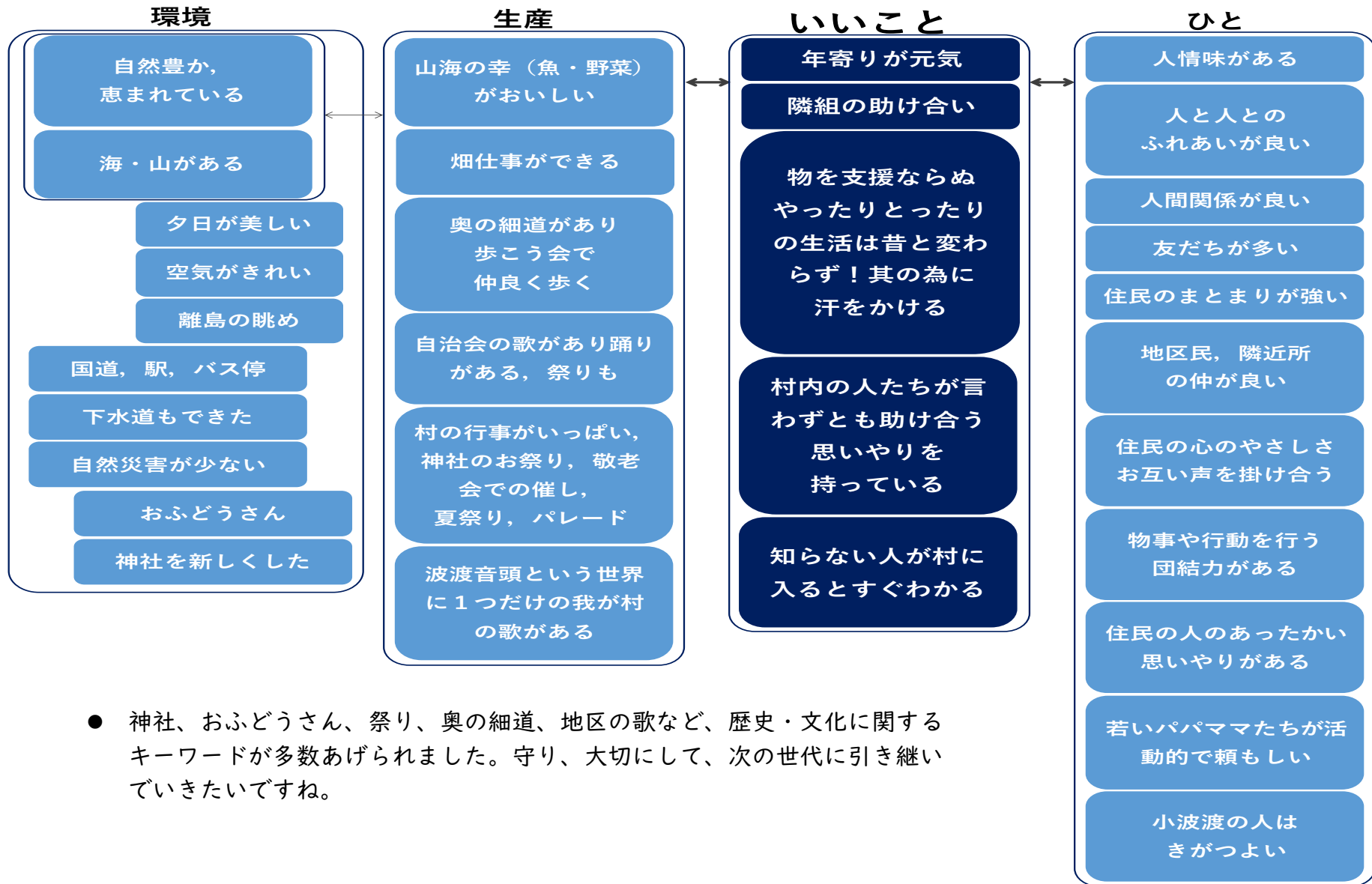
- かい物にこまっています
- 買い物するのに不便
- 食材求めるスーパーがなくて不便
- スーパー等がない 買い物に不自由している
- 食品・生活用品等の店が一戸もなく不安 (車ない人は)
- 商店がなく特に高齢者が困っている

- 田畑が荒廃して獣が出てくる状態では困る 熊、猪、猿など
- 奥の山や畑に行く事が生きがいとなっているが熊、猪等の恐怖が日々増す
- 朝 (4:00) から集落内をスピードだして走る (ねてられない!)
- 新しとなり組に上がってくるとき道路がせまくて
- 津波の件が心配



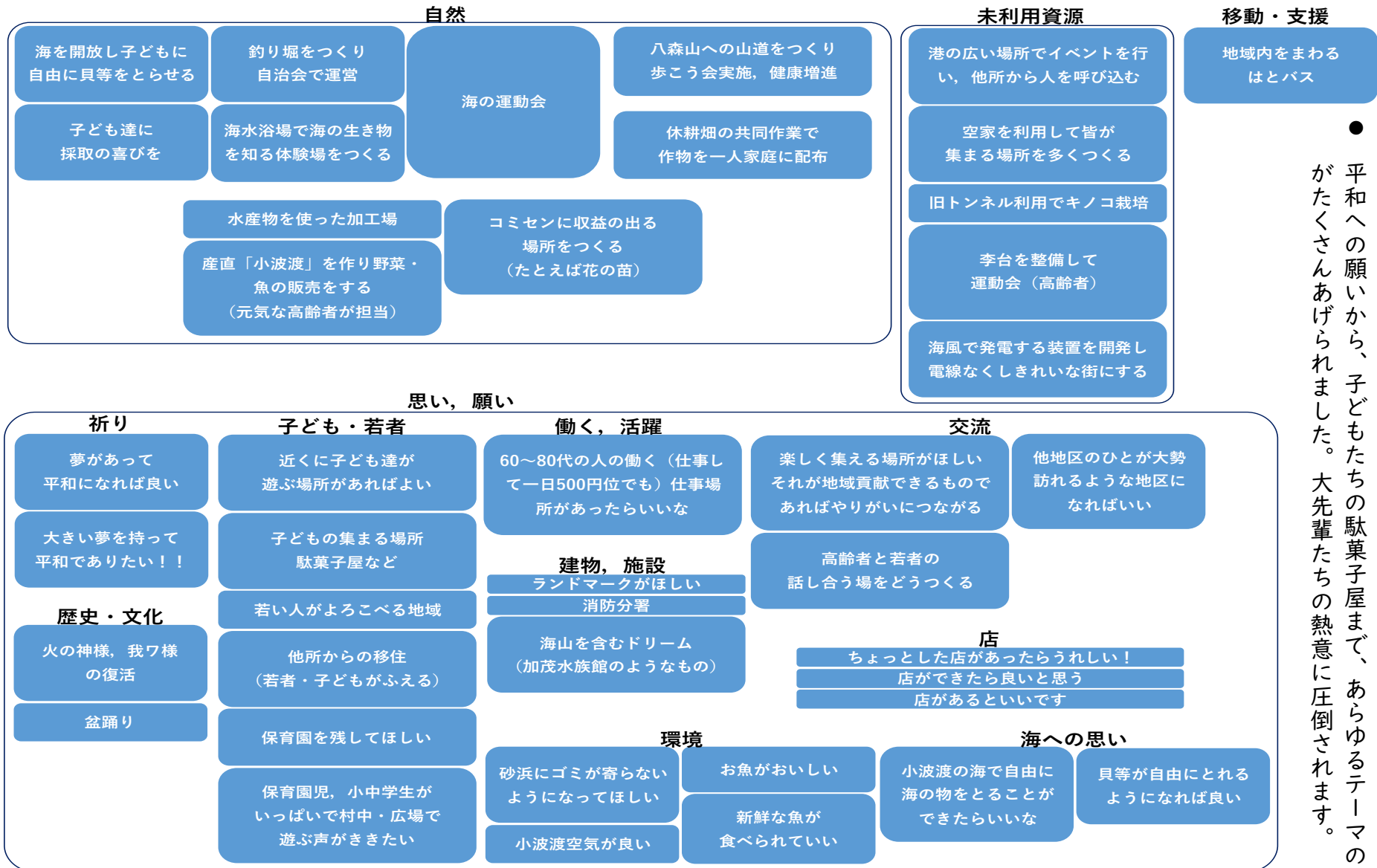
● 本にたくさん出ました(必読!)。大先輩たちの思いを、地域ビジョンにのせ、一丸となって取り組んでいきましょう。

【70代以上の強みまとめ】



- 神社、おふどうさん、祭り、奥の細道、地区の歌など、歴史・文化に関するキーワードが多数あげられました。守り、大切に、次の世代に引き継いでいきたいですね。

【70代以上のアイデアまとめ】→活用資源、フォーカスで整理



● 平和への願いから、子どもたちの駄菓子屋まで、あらゆるテーマのアイデアがたくさんあげられました。大先輩たちの熱意に圧倒されます。



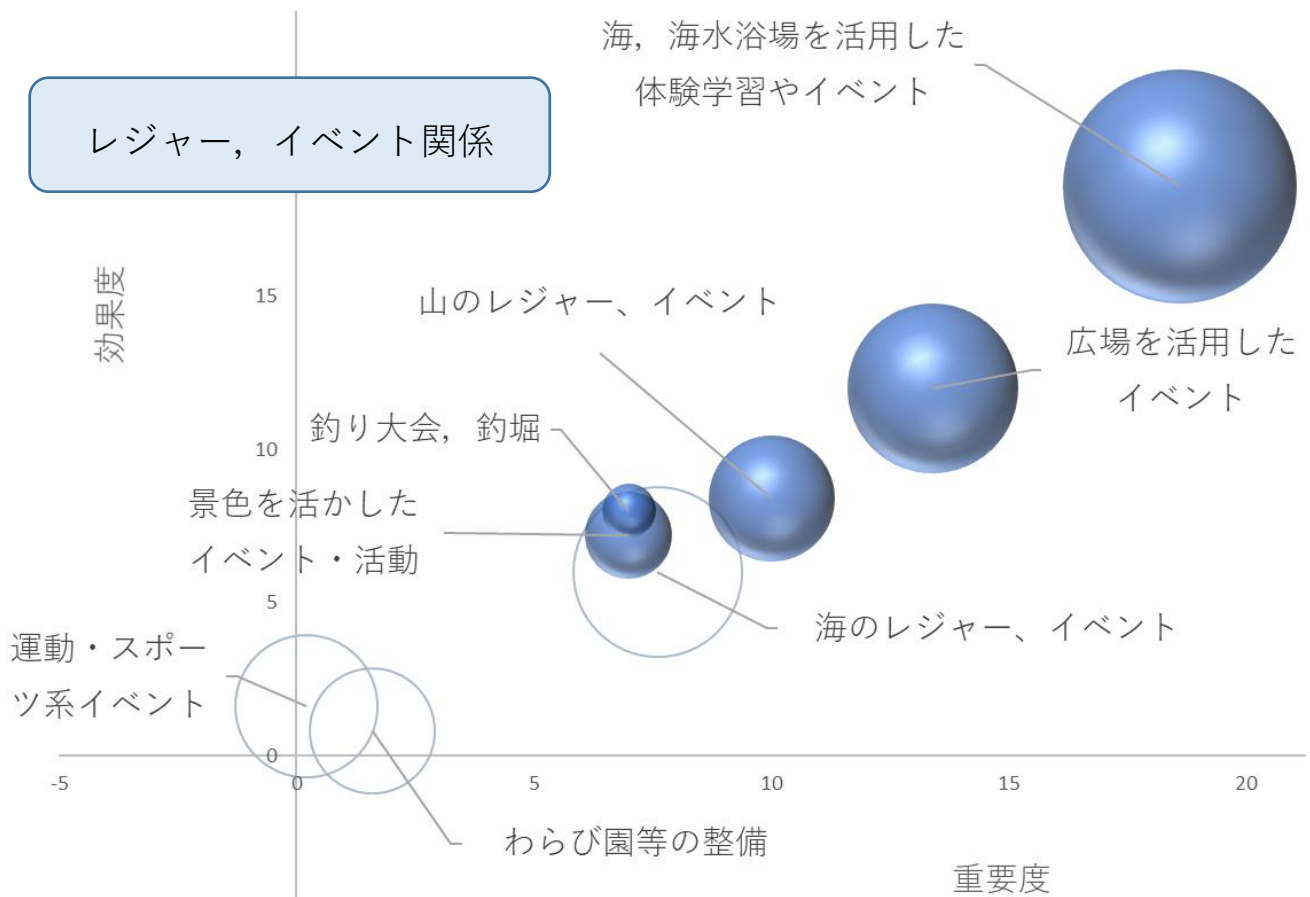
## (2) 住民アンケート

課題発見ステージ年代別ワークショップの結果をふまえ、地区として取り組むべき活動テーマを29個に整理し、30題目を自由記述とするアンケートをおこないました。

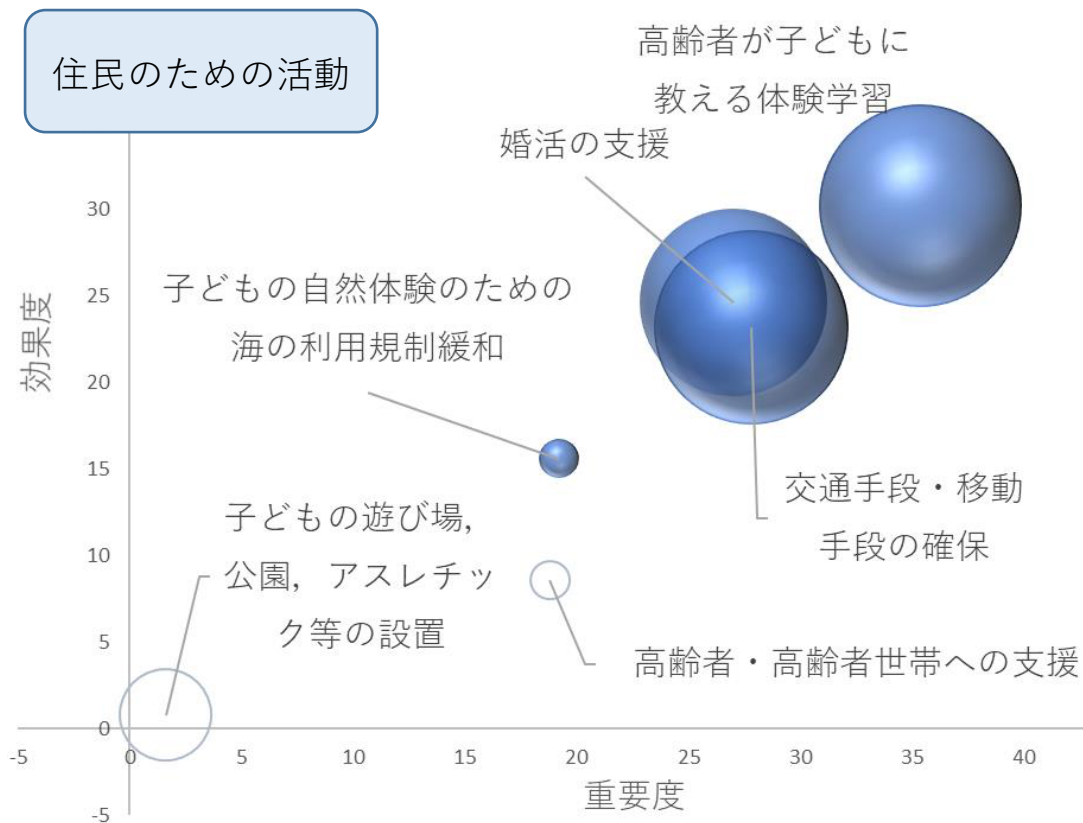
有効126票を分析し、各テーマについて、「重要か?」を横軸に、「効果がありそうか?」を縦軸に、そして「自分たちにできそうか?」を“マル”の位置と大きさとで表しました。

### 【読みかた】

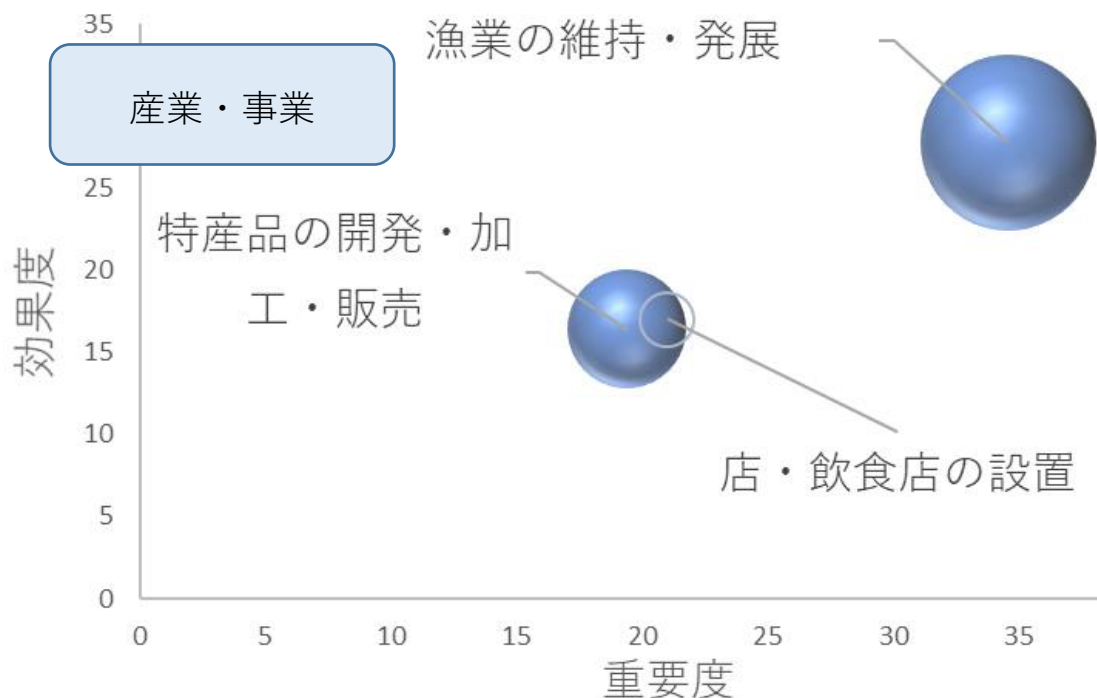
“マル”が右にあるほど「重要」、上にあるほど「効果」がある、大きいほど「自分たちにできそう」。白マルは「できそう」がマイナス



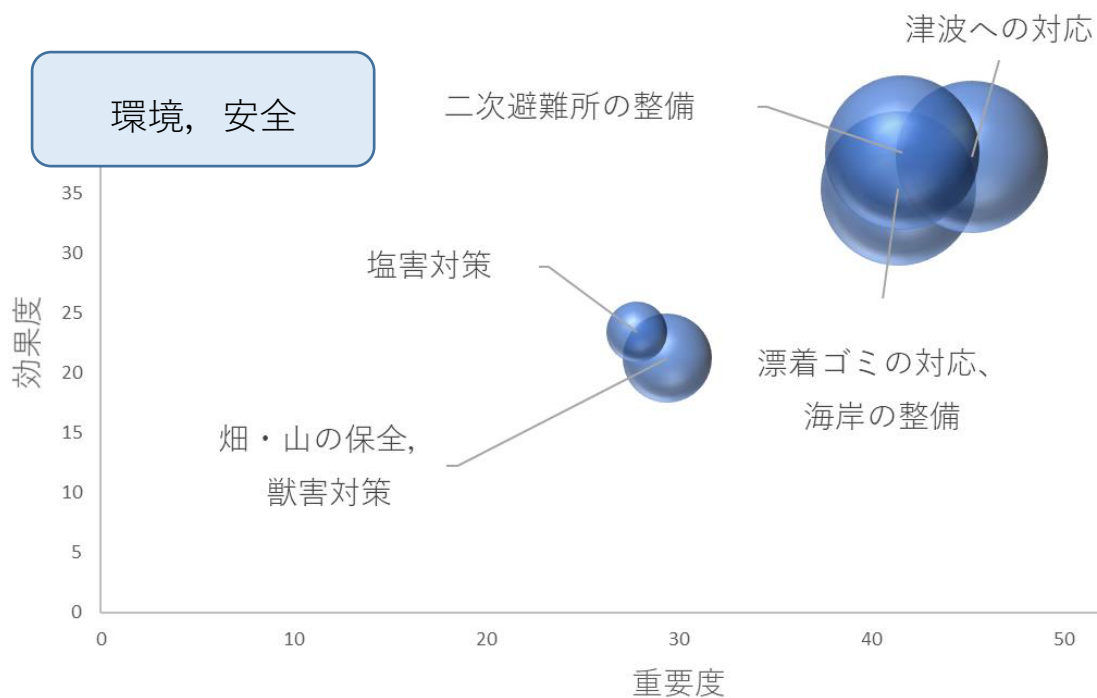
- 「海, 海水浴場を活用した体験学習やイベント」に可能性を感じさせます。これは子どもたちを対象とした磯遊びや貝採りのような小規模なものを想定した設問でした。
  - 下のほうの「海のレジャー, イベント」は、アンケート用紙に（遊覧・クルーズ, シーカヤック等）と明記して、大規模な事業のイメージとして回答いただきました。結果は“白マル”で、住民自身の力では実現が困難であるとの意識でした。



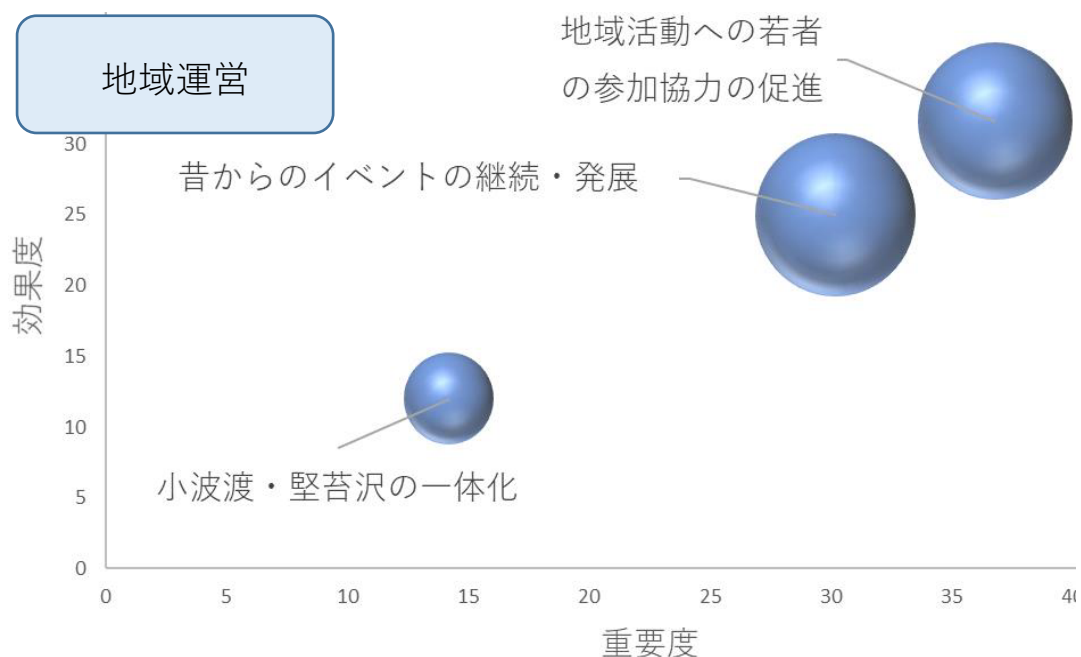
- 「高齡者が子どもに教える体験学習」「婚活支援」「交通手段の維持・確保」が、だいたい同じくらい関心も、実現可能性も高いことがわかりました。



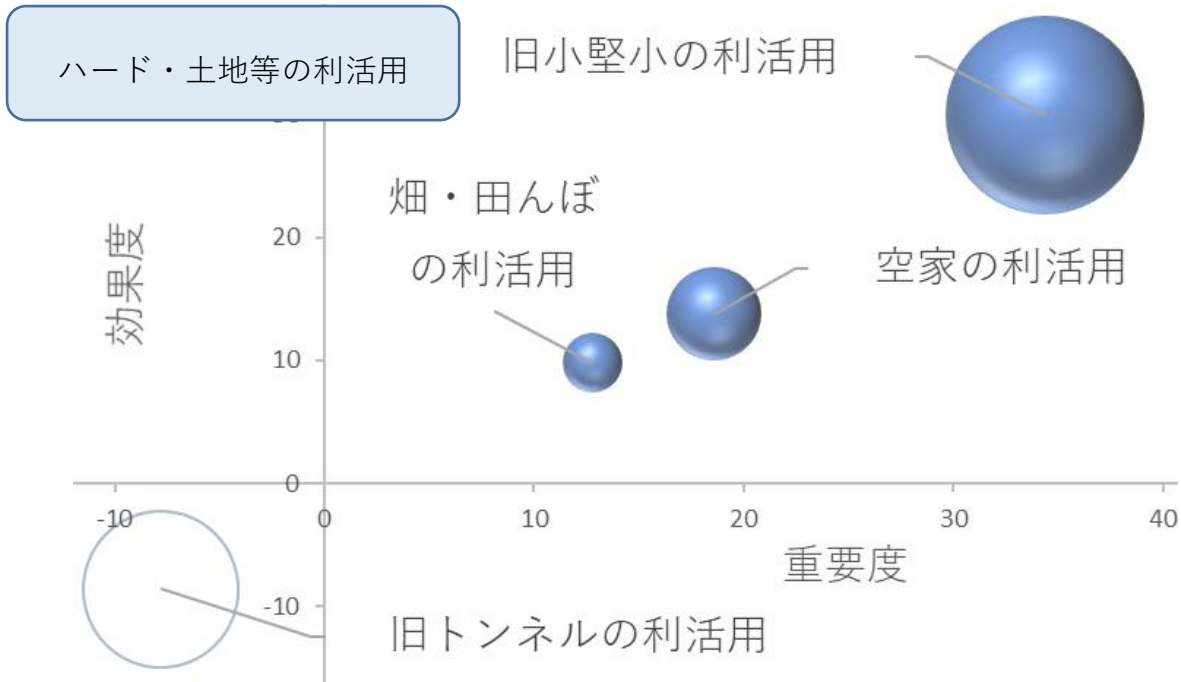
- 「漁業の維持・発展」、関連してだと思いますが「特産品開発」も上位でした。「店・飲食店」は、重要性を認識しつつも、自分たちの手で実現するのは難しい・・・との結果です。



- 何よりも「津波への対応」「二次避難所の整備」ということだと思います。同じくらい、「漂着ゴミ, 海岸整備」への意識も高いようでした。



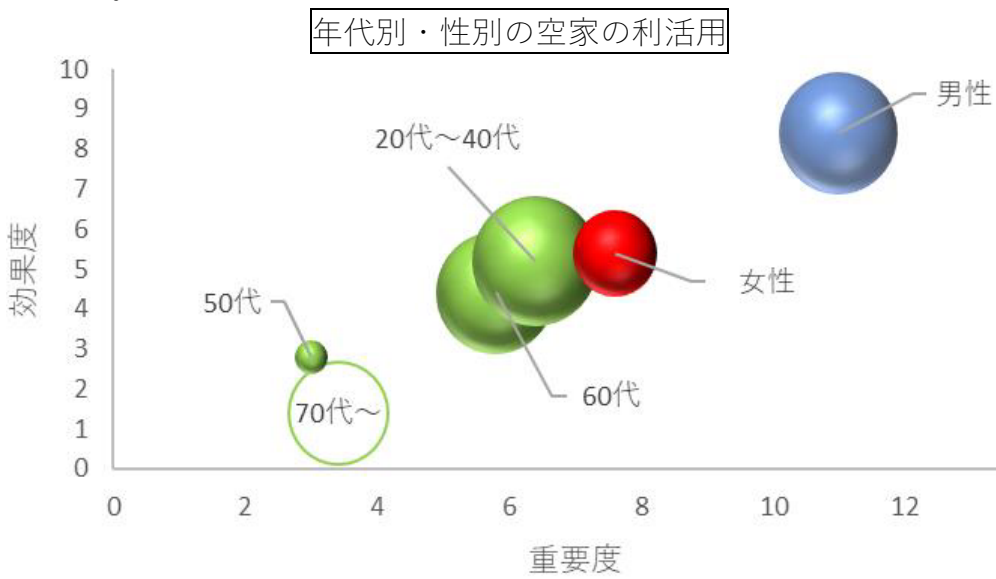
- どの地域でも担い手不足、若手の減少が問題となっていますが、小堅は若者中心の未来創造事業部ができ、がんばっていることがこの結果につながったものと思います
- 「昔からのイベントの継続・発展」は、担い手確保とセットにすべきテーマですね。
- ときどき耳にする「小波渡・堅苔沢両地区の一体化」については、下かつ左側に位置しつつも、色マルですので、賛否がありつつも、そろそろ議論を進めなければいけないという住民意識が読み取れます。



- コミセン移転が控えていたこともあってか、その利活用に非常に高い関心が寄せられました。実際にどう活用するかヒントは、たとえば、最初にあげた「レジャー、イベント関係」のグラフ、「高齢者が子どもに教える体験学習」や「特産品開発」への意識などと突き合わせると見えてくると思います。
- 「空家利活用」もある程度の関心がみてとれます。

【分析結果の活用方法について】

- 上記は老若男女の皆さんの総合分析の結果です。年代別・性別に細かくみていくと、下図のように、たとえば空家の利活用は「男性と20～40代、60代」のやる気の高さがわかります。東北公益文科大学鎌田研究室で詳しい結果を保管していますのでお声がけください。



### (3) 行動計画ステージワークショップ

2021年3月に実施したこのワークショップシリーズでは、この地域ビジョンの骨格となる、

1. 2030年の地区の将来像
2. 事業領域
3. 活動内容

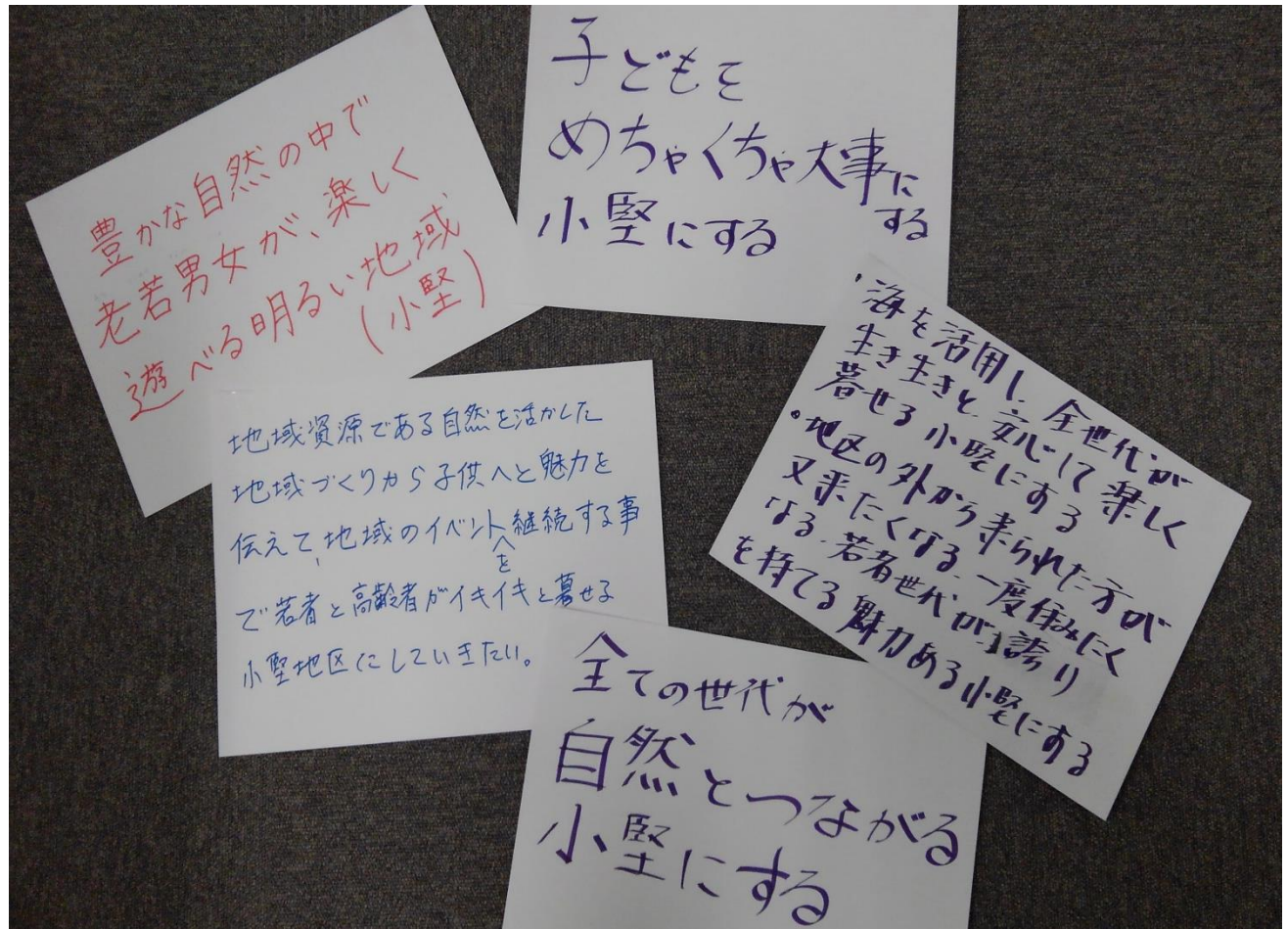
を検討しました。2030年は、いま話題のSDGs（持続可能な開発目標）※のゴールとして位置づけられている年です。そこで小堅地区としても、2030年までの向こう10年を、「地区の持続可能性を確立するための期間」と位置づけ、取り組む事業と具体的な活動内容を定めることにしました。



#### ※Sustainable Development Goals

2015年に国連サミットで採択された、より良い社会をめざすための世界の共通目標。2030年に向け、上記17の分野で、持続可能な仕組みづくりが進められています。三瀬地区では、環境省の「地域循環共生圏づくりプラットフォーム事業」に採択され、自然エネルギーの活用と自然体験活動を軸として、地域ぐるみですでに取り組んでいます（ローカルSDGs）。

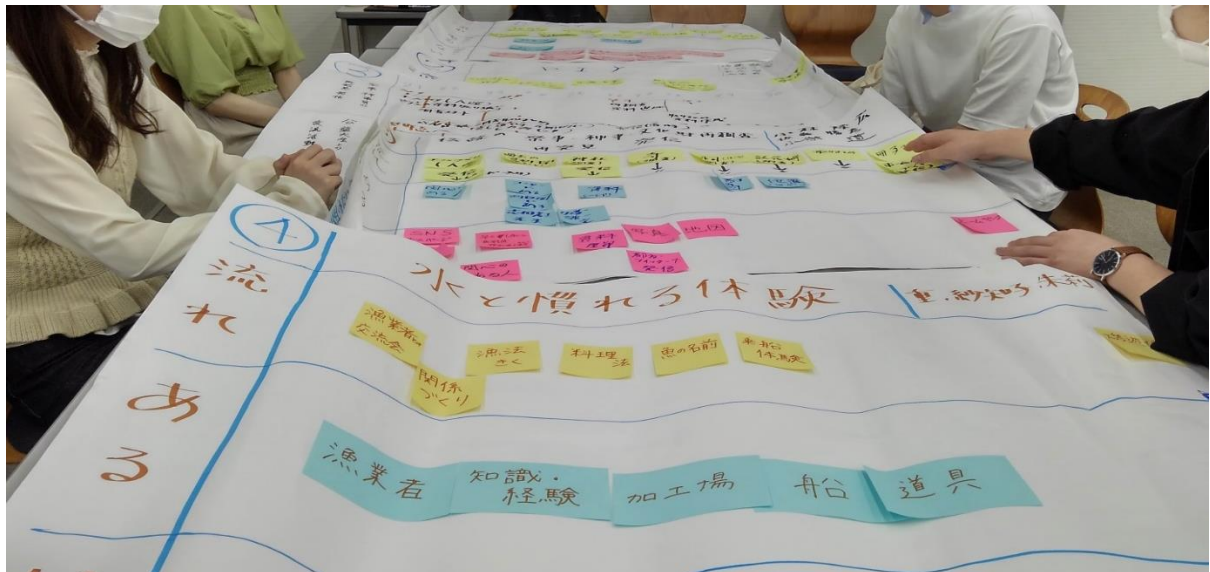






- (4) 作戦会議ステージワークショップ
- (5) 評価指標策定ステージワークショップ

それぞれ 2021 年 5 月、7 月に実施したこちらのシリーズでは、具体的な活動内容の設定と、本当にできるかどうかの検証、スケジュール、目標の設定とその評価方法について詳細を検討しました。



こうして、全 14 回のワークショップと、住民アンケートの結果をつきあわせて策定したのが、次ページの地域ビジョンの全体像です。

#### 4. 地域ビジョン「コガタノスガタ 2030」全体像











2030年の実現をめざす地区の将来像

子ども・子育て世代が住みたくなる小堅地区

3つの鍵

- ▶ 豊かな「自然をフル活用」すること
- ▶ 声をかけ誘い合って「参加する」こと
- ▶ 来訪者が「また来たくなる」こと

事業領域

①	安心・安全で暮らしやすい環境づくり (とくに防災、集える場所・機会を！)	 
②	子ども・若者・子育て世代と先輩方が、 世代を越え対話でき、一緒に取り組む 地域活動 (とくにシェアハウスと新コ ミセンを舞台とした取り組みを！)	 
③	自然・風景、歴史・文化に親しみ、遊び、活かす (地元の宝さがしと発信を！)	  
④	漁業の維持・発展と、特産品開発などの新たな 産業おこし (地区に新たな挑戦を！)	  

活動内容

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 防災マニュアル作成<br/>(特に子ども・子育て世代考慮)</li> <li>2. カーシェア, デマンド交通</li> </ol> |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ままふー会</li> <li>2. DIY</li> <li>3. 出張居酒屋 in シェアハウス</li> </ol>       |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 祭事・神事等の再発見・発信</li> <li>2. 公益大生との交流活動</li> </ol>                    |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 水に慣れ・親しむ体験</li> <li>2. 天竜川を利用した特産品開発</li> </ol>                    |



## 5. コガタノスガタ 2030 の活動内容

地域ビジョンにおいては、「子ども・子育て世代が住みたくなる小堅地区」実現のための事業領域が4つ設定され、これに9つの活動が関連づけられています。各活動には、アウトプット（結果）、アウトカム（成果）、インパクト（地区にもたらす良い変化）の観点から目標値を設定し、定期的に評価をおこなっていく計画です。

### （1）防災マニュアルの作成

ル 防 策 災	活動	2021年度			2022年度									23	24	25	26	27	28	29	30
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
定 マ ニ ュ ア	マニュアル作成	→																			
	LINE発信																				
	各種訓練等実施																				
	重要ポイント	※両地区をまたぐ事業とし、特に子ども・子育て世代、要支援者を考慮する！																			
<b>アウトプット（結果）</b>		<b>アウトカム（成果）</b>						<b>インパクト（変化）</b>													
・マニュアルを会議5回で完成させる		・訓練に住民の50%が参加する						・子どもから高齢者（要支援者）までが訓練に													
・地震と土砂災害の各マニュアルを作る		・家庭の防災グッズ常備率90%						参加することを通じ交流が生まれ、各家庭や													
・全戸配付（冊子、データ）		・近所の移動要支援者を把握できている						住民同士で防災について話し合う機会が増え													
・避難等の訓練年3回実施								る結果、防災意識の高い地域になる。													

- 両地区共通のマニュアルづくりと訓練を進めていく計画です。
- 地震・津波、土砂災害が心配な地域ですので、防災意識の高い、安全・安心な小堅地区をめざします。
- 子ども・子育て世代、そして高齢者などお手伝いが必要な方の参加を積極的に推進します。
- SNS 発信も併用し、時代に合わせた仕組みにします。

(2) カーシェアリング

② カー シ ェ ア リ ン グ	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30										
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月												
趣意書・運用規定等策定	←————→																													
需要や車両についての 住民調査	←————→																													
車両やボランティアド ライバーの確保							←————→																							
運用開始							←————→ 試験運用→本格運用																							
重要ポイント	※補助金, クラウドファンディング*, ふるさと納税, カーシェアによる産業創出など, 新しい手法も検討!																													
<b>アウトプット (結果)</b>						<b>アウトカム (成果)</b>						<b>インパクト (変化)</b>																		
・軽トラ, ハイエースを購入 (貸借も検討)						・年間稼働日数120日						・シニアが安心して免許返納ができる																		
・ボランティアドライバーを確保できる						・シェアハウス入居者で車を所有していない方						・車の乗り合わせを通じ, 住民同士の交流																		
・チラシの作成・全戸配付						のニーズに応えることができる						が増える																		

- 高齢者はもちろん、都会からの移住で車がない方などを主な対象とし、住民で車をシェア（共有）する仕組みです。
- 運転できる方はボランティアドライバーとして、地区のために活躍できるようになります。
- 「シニアが安心して免許返納ができる」地区をめざします。

(3) ままふ〜会

ま ま ふ 〜 会	活動	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30							
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月									
	プレ実施 (1回)						←————→																					
	実施 (年4回)									←————→																		
	重要ポイント	※地元の「食」を通じ好循環を生み出す!																										
<b>アウトプット (結果)</b>		<b>アウトカム (成果)</b>										<b>インパクト (変化)</b>																
・実施年4回×9年間=36回		・参加のしづらさが減る (参加者増, 新規参加者増)										・教える人と教えてもらう人, 聞きたい人																
・参加者15人/回 (子ども含) =延540人		・おふくろの味が伝わる										などのつながりができる																
		・食材をくれる人, 作る人, 食べ専, 子どもの										・子どもたちが「食」を通じ地区の良さを知る																
		世話をする人など, 役割が生まれる										・地区の良い食材が住民にゆきわたり, 物々																
												交換の良い流れもできる																

- 地区の「食」を楽しむ定期イベントです。
- コミセンを主な開催場所とし、新たな交流機会として実施します。
- 子ども・子育て世代、あるいはシェアハウスに来たソトからのひとに、地区の良さを知ってもらう機会にもなります。



(4) DIY

D I Y	活動	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30						
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月								
	DIYワークショップ コミセン遊び場づくり	→																									
	地区空家等のDIY						→																				
	重要ポイント	※ままふ～会や出張居酒屋inシェアハウスを通じ参加者を増やしていく！																									
アウトプット (結果)		アウトカム (成果)						インパクト (変化)																			
・参加者 (低学年～中学生10人+大人数人) /回		・参加者が自分で作ることで完成後も利用する						・地区の未利用資源から価値を生み出す文化																			
・「自分たちで作った」遊び場やサロンスペース		・世代間交流の促進される						が醸成される																			
		・携わった人のライフワークができる						・活動が、地区の持続可能性を高めるシンボル																			
								としての存在となる																			

- DIYとは“Do It Yourself”の略で、「自分たちでやってみる(作ってみる)」という意味です。
  - たとえば、活用可能な空家があれば、住民の手で手を加え住めるようにする、散歩道にベンチをつくる、お年寄りの家に手すりをとりつける・・・などの取り組みが考えられます。
  - すでにシェアハウスの一部は、地区の子どもたちで手を加え、ステキに仕上がってます。
- 2021年度の後半は、新コミセン2階の空き教室に、子どもの遊び場をつくります。鶴岡市の補助を受け、工事が必要な部分は専門業者が担当し、自分たちにできる部分は、子どもたちやパパママ・ジジババたちみんなと一緒に作る計画です。



(5) 出張居酒屋 in シェアハウス

出張居酒屋	活動	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30																	
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月																			
ア n 居	実施 (不定期)																																					
ハ 酒	重要ポイント	※実際の飲食店との連携, ままふ~会のレシピ活用!																																				
<b>アウトプット (結果)</b>		<b>アウトカム (成果)</b>										<b>インパクト (変化)</b>																										
・ 不定期での実施 (年2~3回想定)		・ 新しいレシピが生まれ, 地区で共有できる										・ プロの料理人が腕をふるうことで, 地区に																										
・ 参加者10人/回		・ 参加者の女子率UP (50%/回)										不足している飲食を楽しむ文化を醸成。地区																										
		・ シェアハウスの共有スペースに出入りする層										の食文化に新しい風を吹き込むことも期待																										
		がバラエティ豊かになる										・ 女性が外に出るきっかけが増えることで,																										
		・ ビールの会, 果実酒の会などサークル的な活動										「地域活動=男性の役割」という雰囲気が																										
		が生まれる										変わっていく																										

- シェアハウス&キッチンこがたん。に、飲食店からプロを招き実施します。
- ままふ~会とも連携します。
- お酒を伴う集まりは、これまで主に男性が参加する傾向にありましたので、とくに女性の参加を大歓迎します。
- 地区に飲食店がほとんどないので、その代わりの機会にもなります。

(6) 祭事・神事等の再発見と発信

と祭 発 信・ 神 事 等 の 再 発 見	活動	2021年度					2022年度										23	24	25	26	27	28	29	30						
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月											
	チームづくり	←————→																												
	既存資料掘り起こし	←————→																												
	調査																													
	とりまとめ																													
	発信	←————→																												
	重要ポイント	※まさに地区の「宝さがし！」																												
<b>アウトプット（結果）</b>		<b>アウトカム（成果）</b>										<b>インパクト（変化）</b>																		
・調査年4～5回		・活動に関わるメンバーの増加（最終目標50人）										・地区に詳しい住民が増え、地区の良さを語り																		
・調査参加者→両地区から各5名+学生3/回		・活動の過程・成果の発信を通じ地区を好きになる										伝える「伝承」の流れが生まれる																		
・とりまとめ資料1冊制作		子どもが増える（目標100%）										・子どもたちをはじめ、地区住民の郷土愛																		
		・ソトからの来訪者が増加する										が育まれる																		
		・地区のガイド人材が生まれる																												
		・文化財等の登録もめざす																												

- 郷土教育、伝承を目的とし、地区の誇りを次代に引き継ぐ取り組みです。
- 積極的に外部に発信することを通じ、来訪者の増加も狙います。ガイド役として活躍できる機会になるかもしれません。
- 新しい発見があれば、文化財等への登録もめざします。

(7) 公益大生との交流活動

交 流 活 動 生 と の	活動	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30				
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月						
	随時・常時実施	[Blue bar indicating continuous activity]																							
	活動過程・成果の発信	学生が得意なSNSから継続的に発信する																							
	重要ポイント	※シェアハウス関係の活動だけでなく、祭り・行事にも積極参加！																							
<b>アウトプット (結果)</b>		<b>アウトカム (成果)</b>												<b>インパクト (変化)</b>											
・公益大鎌田ゼミの学生全員		・公益大に地区で活動するサークルが1つできる												・地区に持続的に関わる「関係人口」が増える											
・地区の昔からの祭り・行事関係にも参加する		・住民が公益大との連携活動に積極的に参加する												・ソトの人・団体と連携しながら地域を盛り上											
・学生プロデュースのイベントを実施する		ことを通じ、生涯学習の機会となる												げていく雰囲気醸成される											

- すでに関わっている東北公益文科大学の学生さんたちと一緒に、いろいろな活動に取り組みます。
- 昔からの祭りや行事にも参加してもらうことで、それらの継続性を検討する機会にもなります。
- いわゆる「関係人口」を拡大・維持する取り組みです。
  - 関係人口とは、“地区を好きになり、離れていたとしても、持続的に関わってくれる人たち”のことをいいます。公益大生のほか、シェアハウスを出たあとにまた地区に遊びに来てくれる方、などが想定されます。

(8) 水・に慣れ・親しむ体験

親しむ体験	活動	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30								
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月										
	漁業者との交流						←————→																						
	磯遊びや乗船体験																			←————→									
	重要ポイント	漁師さんとの相互理解が鍵！																											
アウトプット (結果)						アウトカム (成果)						インパクト (変化)																	
・漁師さんとの交流会の実施						・漁師さんが活動メンバーに加わる (2人)						・子ども・若者の漁業の魅力が向上する																	
・磯遊びイベントの実施						・海の利活用について、漁業従事者との相互理解が						・新規就漁者が生まれ、若者が地元に着する																	
・乗船体験イベントの実施						深まる																							
・漁法、料理法などを教えてもらう会の実施																													

- 次代を担う子どもたちに、地区がほこる「海」をもっと知ってもらい、好きになってもらう取り組みです。
- 漁師さんたちの理解と協力が不可欠です。
- まずは「磯遊び」あたりの手近なところから実施できればとの思いです。

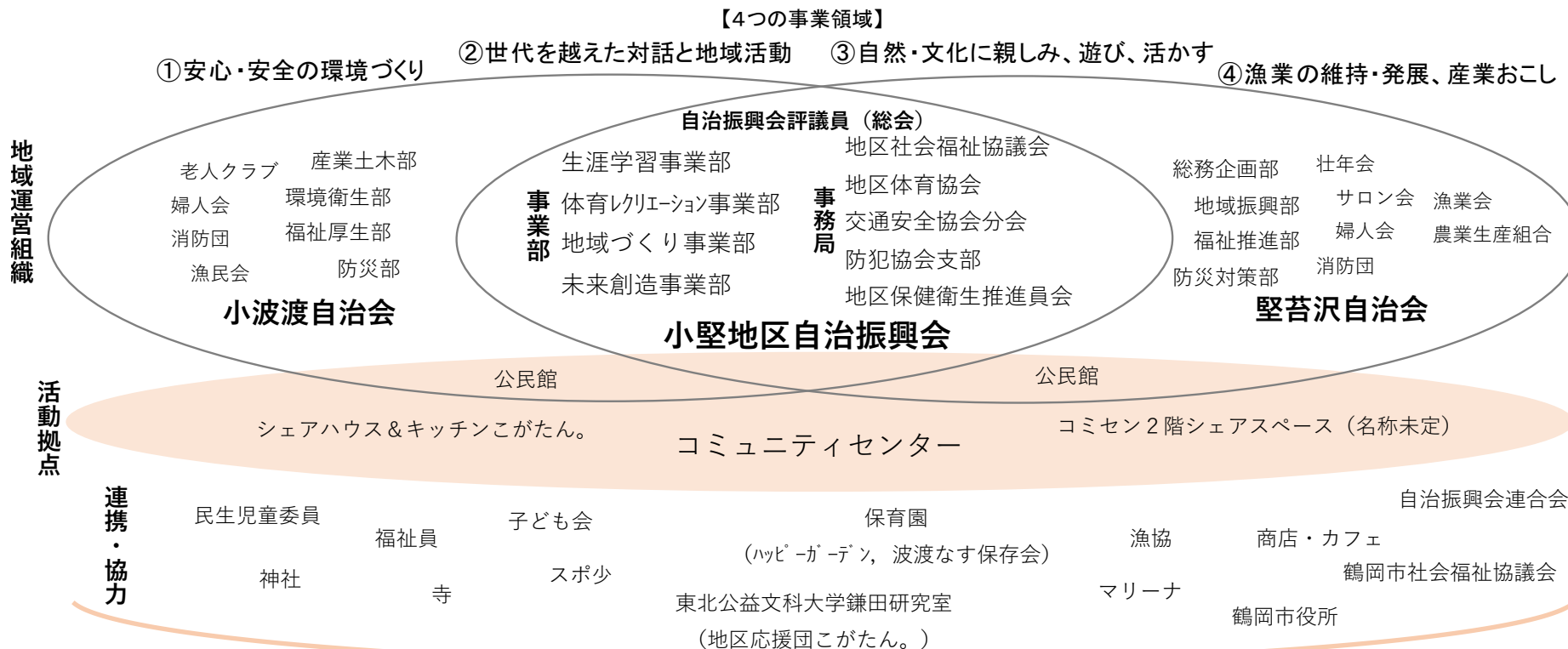
(9) 天竜川を利用した特産品開発

発した特産品利用	活動	2021年度						2022年度						23	24	25	26	27	28	29	30					
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月							
	事前調査																									
	実験栽培																									
	加工品等試作																									
	重要ポイント	まず「わさび」の可能性を検討し、難しければターゲットを変えチャレンジ!																								
アウトプット (結果)		アウトカム (成果)						インパクト (変化)																		
・ 調査や実験を通じ実現可能性が判明する		・ 地域ブランドづくりの経験値を獲得する (うまく						・ 「天竜川」という意外な資源に着目すること																		
・ (可能性が高いならば計画を進め、本格的な		いかなくても次につながる)						が、可能性へのチャレンジにつながる																		
実施段階に移行する)								・ 地区に少ない働く場づくり (雇用創出) に																		

(1) 小堅には、海だけでなく、地域資源としての有望な「川」もあります。その利活用を検討する取り組みです。

(2) 地区に新たな「チャレンジ」を生み出すこと、そして、働く場づくりにつながる夢を追いかけます。

## 6. 推進体制について



- (1) 地域ビジョンの4つの事業領域について、振興会理事と未来創造事業部を中心とする検討組織を立ち上げる。
- (2) 地区の既存事業と関連づけ、各テーマにふさわしいメンバーを集め、活動を進めていく。
- (3) 領域ごとのミーティング、全体で進捗を共有する会議、年度ごとの評価等を実施する。
- (4) 活動の進捗は、広報やSNS等を通じ広く周知する。
- (5) 新コミセンおよび2階シェアスペース、シェアハウス&キッチンこがたん。等の新しい拠点を活用し、シェアハウス入居者や東北公益文科大学等とも積極的に連携する。



## 7. 未来創造事業部の活動紹介

地域ビジョンづくりより少し前に着手したのが、鶴岡市の補助事業によるシェアハウスづくりでした。その推進組織となったのが、小堅地区自治振興会の「未来創造事業部」（佐藤豊継部会長）です。地区の若者メンバーを中心とし、シェアハウス入居者、東北公益文科大学の学生・教員が集まり、2021年9月までに、実に37回の会議をおこなって、地区の“未来”に向け、取り組んでいます。

限られたメンバーでやっているのが大変なのですが、シェアハウス戸外の交流スペースDIY、6月に実施した小堅小での子どもイベントなど、わくわくする活動を多数プロデュースしています。ことし後半には、学校2階の「子どもの遊び場づくりプロジェクト」を企画しています。ぜひご参加ください！



【編集後記】

地域ビジョン発行に寄せて  
— 参加は「思い」から。ムラ 3.0 の時代へ —

東北公益文科大学  
准教授 鎌田剛

コガタノスガタ 2030 の策定をお手伝いさせていただきました立場として、地域づくりへの「新しい参加のカタチ」について、少し書かせてください。

これまでの地域づくりは、祭事神事や防災・清掃活動などに、役員や当番として“義務”ないしは“責任”として参加するのがふつうでした。ムラの維持・管理がその目的です。しかし、下に整理したように、やがてこのやり方は限界を迎えます。

戦後くらくらいまで	<b>ムラ1.0 食べていくため、命を守るためのシステム</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 生きるために苦勞した時代、ムラ活動への参加は当たり前。</li><li>・ 義務 (obligation, duty) による参加</li></ul>
高度成長期く現在まで	<b>ムラ2.0 維持・管理のためのシステム</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 暮らし向きが豊かになり、昔のような苦勞はない。ムラ活動は、祭事神事、防災・清掃活動などに役員や当番として参加。</li><li>・ 責任 (responsibility, turn) にもとづく参加</li><li>・ しかし現在では、若者流出、少子化・高齢化、漁業人口の減少、学校や店など社会基盤の縮減により、従前のムラ活動も難しくなりつつある。</li><li>・ 維持・管理を“維持・管理”することに苦勞。</li></ul>

ムラの仕組み (昔～現在)

維持・管理は大事ですが、それだけでは次を担う世代にムラを引き継げません。これまでも頑張ってきたムラ活動を続けながらも、子どもたちと若い世代に、

「ここで暮らす価値、地域にかかわる意味」

を感じてもらう必要があります。鍵を握るのは、“義務”“責任”を超える新しい参加のカタチです。それが、「思い」による参加です。たとえば、

「コガタが好き」だから  
「ここで生まれ育ち、思い出がたくさんある」から  
あるいは、シェアハウスに住んでみて、  
「人があったかく、毎日が楽しい」から

などの思いが参加の理由になれば、地域への関わりが「自分ゴト」になります。

実際に今、地区を出た若者世代の何人かが、「離れてはいるが、できることをやりたい」と、少しずつ関わりを始めています。また、シェアハウスに1年暮らした宍戸亜紀子さん（宮城出身）は、堅苔沢に家を借り、ワークショップ、イベント企画などに、誰よりも積極的に取り組んでいます。

地区への「思い」があるからです。シェアハウスのプロジェクトを主導した未来創造事業部のメンバーも、もちろんそうです。子育て世代が多く、仕事に家事育児、送迎などに日々明け暮れながらも、「思い」で活動をつないでいます。そこに“当番だから”“担当だから”といった義務・責任の論理はありません。

「思い」は、あらゆるものが縮んでいく時代にあって、私たち自身の手で大きく育てることのできる、唯一の“地域資源”です。地区への思いがあるなら、老若男女問わず誰でも、あるいは、ソトからであっても参加する！これが、参加の新しいカタチです。大切なものを次の世代に引き継ぐための。

これから	<h3>ムラ3.0 「次代につなぐ」ためのシステム</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>・地区の暮らし，文化，産業，自然など，大切なものを，次の世代に引き継ぐための参加。</li><li>・ 思い(mission, desire, or hope)による参加</li><li>・ 未来のために汗をかく！</li></ul>
------	--

これからのムラの仕組み

参加のカタチが、“ムラ 3.0”にアップデートされた小堅に育った子どもたちは、たとえ進学や就職でソトに出たとしても、きっと関わりを続けてくれます。何人かは、やがてUターンしてくれるかもしれません。また、地区の取り組みに共感したIターンの人が増えることも期待できます。

地域づくりといえは、大変、面倒といったキーワードを連想することと思います。たしかにそうだと思います。地域活動でラクなことなんてありません。未来創造事業部のメンバーもそれは大いに感じていて、もう少し仲間が増えないとキツイよね・・・と。そこで地区の皆さんにお願いがあります。「思い」があり、未来のために汗をかきたい、仲間を募集します。ご出身で地区外に住んでいる方ももちろん大歓迎です。以上、未来創造事業部のメンバーに代わり、お願いするものです。どうぞよろしくお願い致します。



# 子ども・子育て世代が住みたくなる小堅地区へ コガタノスガタ 2030

