

月	スケジュール	決定事項、主な意見、検討内容など
6	第1回参画・協働推進専門委員会 (6/18)	<ul style="list-style-type: none"> これから活動を始めようという人同士が話し合うために、また、そういう人たちが出会いを作るためにこういう資料が必要である。 格式ばったものではなくて、読んでおもしろいと思うものを、県民がかなり前に出てくる形でまとめることができたらと思う。 レイアウトについては柔軟に考えた方がよい。 将来的には、こういうものは行政ではなく県民がつくるべきだ。
7	地域づくり活動サポーターとの連絡・調整会議 (7/26)	<p>地域づくり活動のつなぎ役である地域づくり活動サポーターとの意見交換</p> <ul style="list-style-type: none"> 記載項目に「どういう成果があったか」という項目をつけたほうがよい。 レイアウト案をそのまま様式にするのではなく、きちっと応募用紙をつくるべきだ。 事例集の後半に県の助成金等の支援の一覧みたいなものを載せられないか。 事例集がこれから活動を始めようとされる方にも行き渡るような工夫が必要だ。 地域の人が欲しがりそうな情報を項目として打ち出すべきである。
8 9	掲載する事例の公募と、事例集に対する意見の募集 (8/2～9/1)	<p>事例応募者による、事例集に対する主な意見</p> <ul style="list-style-type: none"> 事例集の中で、参画と協働とは何かを分かりやすく伝えるべきである。 活動をしている人たちをつなぐ人や、活動に興味のない人に手を差し伸べる人を育てることがこれからの課題である。 地域における住民の主体的な取り組みを行政がどんどん”広報”していくことは望ましい。 1回きりの紹介でなく、繰り返し行ってほしい。 ドキュメント情報なので、キーワードで検索しやすいものになればよい。 できるだけ多くの方に事例を知ってもらうために、音声による案内も加えた方がよい。 事例掲載グループの広域交流会を、年一回くらい開催してほしい。 事例集に掲載させていただいてそれっきりというのではなく、参加団体の交流が生まれたらありがたいと思う。等
10 11 12	<p>ヒアリングの検討・実施等 (サポーターとの協働)</p> <p>第2回参画・協働推進専門委員会 (10月20日)</p>	<p>事例応募者への連絡(文書)</p> <ul style="list-style-type: none"> 掲載確定の案内 ヒアリング予定項目 <p>↓</p> <p>応募者とヒアリング日の調整</p> <p>↓</p> <p>ヒアリングの実施</p> <p>←</p> <p>サポーターとの調整</p> <ul style="list-style-type: none"> ヒアリングについての意見交換(文書) 協働によるヒアリングの検討 <p>掲載内容の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ヒアリング項目の補足 等
1	第3回参画・協働推進専門委員会	<ul style="list-style-type: none"> 最終案の検討 普及・啓発方法の検討 交流媒体としての活用方法の検討
2 3	事例集の編集・作成	<ul style="list-style-type: none"> 県民やサポーターの意見、専門委員会での審議、ヒアリングの結果等を踏まえ事例集を作成 普及・啓発方法の決定 交流媒体としての活用方法の決定

事例集の構成（案）

項目	内容
はじめに	<ul style="list-style-type: none"> ・ 参画と協働の解説 ・ 事例集作成の趣旨・目的 ・ 掲載事例一覧（地域別・分野別）
目次	
地域づくり活動 ノウハウピックアップ （3ページ参照）	<p>下記の5項目に分類し、各事例から地域づくりのノウハウをピックアップして紹介。</p> <p>活動に必要な資金や道具などをどのようにして得たか。</p> <p>活動に必要な場所（事務所やイベント会場など）をどのようにして確保したか。</p> <p>活動に必要なスタッフや専門家などをどのようにして集めたか。</p> <p>活動を地域にどのようにして発信し、PRしたか。</p> <p>その他、活動をより効果的にするためにどのようなことに取り組んだか。</p>
地域づくり活動 事例紹介 （4、5ページ参照）	<p>下記の14分野に分類し、県民から応募があった事例を紹介</p> <p>高齢者・障害者への支援</p> <p>まちづくり（イベント開催型）</p> <p>まちづくり（日常活動型）</p> <p>文化・芸術・スポーツ</p> <p>環境の保全</p> <p>地域安全活動</p> <p>男女共同参画の推進</p> <p>子育て支援</p> <p>子どもの教育</p> <p>団体への助言・援助</p> <p>地産地消の推進</p> <p>地域間の交流</p> <p>消費者の保護</p> <p>世代間の交流</p>
地域づくり活動支援情 報一覧	<p>事例集に登場した支援事業等の一覧</p> <p>各市町社協、ひょうごボランティアプラザの連絡先など</p>
むすび	地域づくり活動への支援の今後の展開方向について
索引	

地域づくり活動ノウハウピックアップ（掲載イメージ）

1. 活動に必要な資金や道具の確保

兵庫県の地域団体活動パワーアップ事業（ ページ）で助成金をいただき、消費者啓発のお芝居を演出するための音響設備を購入したことで、活動範囲が広がるなど、活動をより充実させることができました。

・・・行きまっせ！消費者啓発グループ「てくてく」（ ページ）

地元箬荷（はせがい）のお茶の葉でつくった紅茶「はせがい紅茶」や、その紅茶を使ってつくった「紅茶うどん」、箬荷産の「稲木干しコシヒカリ」を使用した純米原酒など、地域の名産を生かした商品を開発・販売し、よく儲かっています。

・・・箬荷むら芝居保存会（ ページ）

町会議員さんに選挙の時に使ったジャンパーを貰い受け、パトロールのときの制服に使いました。また、活動資金を集めるために、コミセンにカンパ箱を設けています。

・・・さわやかパトロール隊はりま（ ページ）

・
・
・

2. 活動に必要な場所（事務所やイベント会場）の確保

「生野まちづくり工房井筒屋」という活動拠点がオープンし、私達はもちろん、いろいろな町づくりの団体や一般町民の交流の場として活用しています。

・・・口銀谷の町並みをつくる会（ ページ）

・
・
・

3. 活動に必要なスタッフや専門家など、人材の確保

事業の趣旨に賛同する人は誰でも委員として参加できる、門戸開放型の実行委員会を組織し、学生、教育関係者、サラリーマン、商店主、主婦など、さまざまな人たちが参画しました。

・・・あこう絵マップコンクール実行委員会（ ページ）

・
・
・
・
・

まちづくり（イベント開催型）

「食」を切り口とした地域の活性化

地域の商店街の若手が結集

過疎化・高齢化の進むまちで、このままでは生き残れないと考えた商店街の若手達が、さまざまな人たちの協力を得ながら、「ホルモン焼きうどん」という地域の名物料理を広く PR することによって、地域の活性化をめざしました。

神戸市長田区の商店街と協働し、大規模なイベントを企画

同じように名物の「ぼっかけ」を切り口としながら震災からの復興を目指している神戸市長田区の商店街と交流し、『宮本武蔵初決闘の地からの挑戦～食と野球の二刀流対決』（ホルモン焼きうどん対ぼっかけカレーの食対決と、ホルモンうどんず対元阪神タイガースの安達智次郎率いるぼっかけーずの野球対決）と銘打ち、大掛かりなイベントを仕掛けました。

地域全体への広がりをめざして

イベントが多くメディアで取り上げられ、地域外からの多数の集客ができたことで、「ホルモン焼きうどん」を通して「佐用」の知名度が上がりました。

地域の活性化は、行政だけでも、商工業者だけでも、地域の活動家だけでも実現しません。現在の活動の輪を地域住民に広く広げたいと思っています。



二刀流対決のポスター

佐用まちづくりワーキンググループ

代表者氏名：・・・
活動地域：佐用町を中心に広く活動
事務所等：・・・
電話番号：・・・
FAX 番号：・・・

ともに取り組んだ団体等

神戸長田 TMO

過疎（佐用）・震災復興（長田）と、課題は違っても地域に対する思いに共通点が多く、協働でイベントを開催しました。

ホルモン焼きうどんくわせ隊

普段から「ホルモン焼きうどん」の PR の為に県下各地で活動をしている団体です。



誰でも巻き込んで一緒に活動！

動く人がいなくて困ったときは、高齢者・学生・部外者・地域外の人、誰でも巻き込んで楽しく一緒に活動しています。

今回は、神戸のまちづくり団体とイベントを共催したのもそうですが、地元の高中生にも協力していただきました。その生徒さんたちからは「今後は自分たちでも活動を行いたい」との声があがり、実際にさまざまな活動に取り組んでいます。



お金がなくても、臨機応変に！

活動資金が足りなくて困ったときは、その場、その場で臨機応変に対応しています。自分達で稼ぐほかに、協賛やスポンサーを募ったり、お金が駄目ならば、物品で提供してもらったり・・・といった具合です。

今回のイベントでも、食対決ということで、食品会社の協賛を得るなど、様々な企業や団体に支援していただきました。

求ム！

「楽しいことを、たのしくやる」「面白くないことはやらない」を合言葉に色々な切り口で活動を行っています。

企画・資金調達・広報・実行も、豊富な人脈・情報網を駆使し、充実していると自負しています。何かしてみたい人、楽しいことが好きな人は一緒にやってみませんか？



みんなでイベントの準備中

読者の皆さんへのメッセージ

県の西端に位置する人口 8000 人余の小さなまちですが、環境問題（空き缶回収）・IT 普及（ブロードバンド誘致）・新ブランド育成（ホルモン焼うどん）・青少年育成（ゆうゆう広場）と様々な切り口で、商店街の若手ががんばっています。是非一度、遊びにきてください。



高校生によるウグイス嬢