

平成 28 年度 「地域政策スクール」

研 究 報 告 書



大分県自治人材育成センター

は じ め に

地方分権の進展や人口減少、少子高齢化など様々な状況の変化に伴い、住民に身近な行政サービスを提供する地方自治体の役割はますます増大しています。私たち自治体職員は、限られた予算・人員の中で、複雑・多様化した種々の行政課題はもちろんのこと、まさに今が正念場である「地方創生」に全力で取り組んでいかなければなりません。

こうした状況の下、地域政策スクールは若手中堅職員を対象に、政策形成と政策法務（制度設計と運用）について、実践的な知識と行動力を育み、地域が真に求める政策を自由かつ自主的に研究する場として開講しているものです。

この地域政策スクールは、平成 16 年度に県の職員研修「行政経営スクール」として開講したのが始まりで、平成 18 年度からは市町村職員も加わり、名称も「地域政策スクール」と改称されました。平成 26 年度には、当センターの開設に伴い、県職員と市町村職員の合同研修の一つとして位置づけ、平成 28 年度は 13 年目となるスクールを無事終えることができました。

第 13 期の研修生は、10 人の県職員と 5 人の市町村職員の計 15 人が 3 つのグループを編成し、昨年 6 月から、10 ヶ月間にわたり、専任講師や外部講師による講義の受講、県内外での先進地調査、繰り返し行う政策討議など調査研究に熱心に取り組んだところです。

このように、研修生が多忙な日常業務との両立を図りながら取り組んできた研究の成果を本報告書にまとめました。研究テーマに関係する所属の方々はもちろん、一人でも多くの皆さまに読んでいただき、業務の参考としていただければ幸いです。

終わりに、この地域政策スクールの実施にあたって、多大なご協力をいただいた関係機関や団体の皆様方をはじめ、研修生を快く送り出していただいた職場の皆様、専任講師として熱心にご指導をいただきました九州大学大学院法学研究院の嶋田暁文先生に対し、心から深く感謝申し上げます。

平成 29 年 5 月

公益財団法人 大分県自治人材育成センター
常務理事 堀 俊郎

目 次

1 専任講師のコメント	1
(1) 報告書に寄せて	3
(2) 研修生の皆さんへ	5
2 平成28年度地域政策スクール受講者名簿	9
3 研究内容要旨	11
(1) 大分県産業の挑戦～クリエイティブでつなぐ輪～	13
(2) 生徒が輝くための高校魅力化	19
～地域での教育環境の充実を目指して～	
(3) 地域の伝統文化を後世につなぐ	23
4 研究報告書	27
(1) 大分県産業の挑戦～クリエイティブでつなぐ輪～	29
(2) 生徒が輝くための高校魅力化	65
～地域での教育環境の充実を目指して～	
(3) 地域の伝統文化を後世につなぐ	101
5 参考	147

1 専任講師のコメント

九州大学大学院法学研究院

准教授 嶋田暁文



(1) 報告書に寄せて

(2) 研修生の皆さんへ

報告書に寄せて

2016（平成 28）年度大分県地域政策スクール研修生 15 名は、昨年 6 月から約 10 ヶ月間にわたり、「クリエイティブ産業」、「高校魅力化」、「伝統行事・芸能」という三つのテーマで、政策研究・政策立案に取り組んでまいりました。本報告書は、その集大成です。

ご承知の通り、本研修は、とてもハードな研修です。研修生たちは、通常業務だけでも忙しい中、休日等を惜しんで研究を重ねてきました。本や論文を読むだけでなく、現場ヒアリングを重ね、大分県内のみならず、県外にまで足を運び、机上では得られない数多くの知見や情報を集めてきました。そして、1 月の研究発表会前には、より良いものに仕上げようと、チーム一丸となってパワーポイントの作成・手直しに懸命に取り組み、夜遅くまでがんばりました。その結果、研究発表会では、各班とも、大変素晴らしい発表をしてくれた次第です。

とはいえ、本研修はこれで終わりではありません。最大の難関が、この報告書作成になります。報告書作成は、各班が報告書案を作成し、それを私および院生が詳細にチェックしてコメントを付し、それを受けて各班が加筆・修正をし、それをさらに私どもがコメントし、それを受けて各班が再度加筆・修正をし、…といった、とてもしんどいプロセスになります。その上、1 月の研究発表会で一定の達成感を得たため、モチベーションを維持するのは容易ではありません。

しかし、研修生たちは、最後まで気を抜かず、向き合い続け、ゴールを迎えてくれました。最後まで真摯に取り組んでくださった研修生に、心から拍手を送りたいと思います。

本研修に快く研修生を送りだしてくださった所属の皆様には、あつく御礼申し上げるとともに、この間、所属の皆様に多大な迷惑をおかけしたことを、この場を借りてお詫び申し上げます。

しかし、私は、長い目で見れば、この 10 ヶ月の経験は、研修生ひいては大分県および県内市町村にとって、「費用対効果」で見ても、大きなプラスになるに違いないと考えています。研修生たちは、この 10 ヶ月を通じて、「あきらめない心」と限界を乗り越える「体力」、そして、物事を論理的に考え、問題解決策を導き出す「思考パターン」を身につけました。さらに、「仲間」の大事さを学び、「自分一人ではできないことでも、協力し合うことでそれが可能になること」を身をもって経験しました。「自治体職員の仕事」の面白さとその可能性、そして「自らの使命」にも気付いたはずです。

こうした学びや経験を得た彼（女）らの存在は、今後の大分県および県内市町村にとって「大いなる宝」となっていくものと私は確信しています。

本報告書は、「住民一人ひとりの幸せを実現していく」という彼（女）らが果たすべき最

終目標の実現へとつながる道程の「一里塚」にほかなりません。

いずれの研究・提案も、内容的に改善すべき点や詰め切れていない点などを少なからず含んでいることも事実です。しかしながら、熟読していただければ分かるように、本報告書は、示唆に富むさまざまな指摘と豊かな情報量に満ちあふれています。それは、「大分を少しでも良くしていきたい」という彼（女）たちの熱い思いに裏打ちされたものです。

アラ探しをしようと思えば、いくらでも可能かもしれません。しかし、「ここから何か一つでも役立つ発想や情報を獲得しよう」という前向きな気持ちで読むならば、本報告書は、きっと有意義な示唆を与えてくれるはずです。本報告書に示された研究・提案内容が、実際に施策に活かされることを願って止みません。

2017（平成 29）年 3 月吉日

九州大学大学院法学研究院准教授 嶋田暁文

追記：本文で触れることができませんでしたが、公益財団法人分県自治人材育成センターの皆さんのご尽力なくしてはここまでこぎつけることは絶対にできませんでした。特に、2 年連続で研修生に寄り添いながら研修担当を務めていただいた河野佑衣さん（県職員研修課・主事）、全体を見ながらも随所で細かなご配慮をいただいた倉原浩一さん（県職員研修課・課長）には、大変お世話になりました。特に、研究発表会を間近に控えた時期におけるお二人による研修生に対するお気遣いとフォローは実に素晴らしく、見ていて感動すら覚えました。この場を借りてあつく御礼申し上げるとともに、研修生への思いやりに満ちた真摯な仕事ぶりに対し、心から讃嘆の意を表したいと思います。

研修生の皆さんへ

～強い「想い」をベースに、思考を止めず、考え抜き、解決策を見出す～

自治体職員の方々をみると、入庁3年目くらいから、「物事を進める上で、何がネックになるのか」、「あることをしたら、どこからどのような文句が出てくるのか」といった「勘」が働くようになっていく気がします。こうした「勘」は、自治体職員として仕事をしていく上で必要不可欠なものであり、それ自体はとても有用なものです。

しかし、多くの場合、それとほぼ並行する形で、「ネック」や「文句」を乗り越えることの大変さ・難しさをも学んでいくことになります。その結果、「これを推進するには、〇×というネックがあるから無理だろう」、「これを推し進めると、関係課から文句が出るからやめておこう」といった「あきらめ」の発想が身に着きがちになってしまいます。

しかし、簡単に推し進めることができるような事柄であれば、誰かがとっくにやっているはずで、解決されずに残っている課題というのは、多くの場合、何らかの「ネック」を伴っていたり、「文句」が生じてしまうリスクを伴っていたりするからこそ、これまで十分に手が付けられてこなかった、と考えるべきでしょう。

だとすれば、「ネックがあるから」とか「文句が出るから」といったところで思考を止め、あきらめてはいけません。

すなわち、「ネック」があるなら、「それをどう解消すればいいのか」、「文句」が出そうなのであれば、「それをどう事前に封じ込めるのか」あるいは「文句が出たとしても、どのようにそれを抑え込むのか」を考え、必要な方策をうつべきなのです。

このように、ある課題を解決するためには、それに対する直接的な対応方策だけでなく、その方策を実行に移した時に生じるであろう出来事を想定し、それへの対応方策をも合わせてうたねばなりません。

しかしながら、上でも述べたように、自治体職員の多くは、「勘」を身に着けると同時に、「あきらめ」の発想をも身に着けてしまっているように思います。

「～したいけど、難しい」という自治体職員にありがちな姿勢の源泉はそこにある、といつてよいでしょう。

けれども、「～したいけど、難しい」ではダメなのです。

「～したいけど、難しい」という姿勢に基づき、「できない理由」を見出し、住民ニーズ

をないがしろにするようであれば、もはやその自治体職員には存在意義（＝住民にとっての存在価値）がなくなってしまうからです。

自治体職員に求められているのは、“思考を停止して、「できない理由」に終始すること”ではなく、“思考を止めず、「できる方法」を見出すこと”であるということを、強く肝に銘じておいてください。

とはいえ、“思考を止めず、「できる方法」を見出す”というのは「言うは易し」です。では、どうすれば、そうしたことができるようになるのでしょうか。

結論から言えば、①考え抜き、解決策を見出せる力と、②強い「想い」の二つが必要になるように思います。

前者は、上記の「勘」を手掛かりにしながらも、それに終始せず、「なぜそうなるのか?」、「どうすればクリアできるのか」をとことん考え、複数の解決策（直接的対応方策＋生じる事態への対応方策）をトータルに見出す力です。いわゆる「政策形成能力」にほかなりません。

後者は、自治体職員としての強い「モチベーション」のことを指します。これを持つためには、「そもそも自分はなぜ自治体職員になろうとしたのか」という当初の想いを振り返るとともに、「自治体職員が持つ可能性と責任の重さ」を自覚することが大事だと思います。

すでにお気づきのことかと思いますが、「地域政策スクール」は、まさにこれらのものを獲得していただくためのプログラムにほかなりません。

皆さんは、この10ヶ月で、思考を止めず、考え抜き、解決策を導き出す力を身につけました。そして、講義を含む研修プロセス全体を通じて、「自治体職員の持つ可能性と責任の重さ」を実感し、自治体職員としての使命感を強くしたはずです。

もちろん、それ以外にも、①「論拠を問う力、論拠を持って説明する力（＝論理的な緻密さと客観的な分析能力）」、②情報収集能力、③「あきらめない心」と「限界を乗り越える体力」、④「仲間の大切さ」と「自分一人ではできないことでも、協力し合うことでそれが可能になること」の実感、⑤「読者・聞き手を意識した分かりやすい書き方や説明の仕方」など、皆さんは、数多くのことを学んだはずです。

（まだ皆さんは、自らの実力アップを実感できていないと思います。しかし、この効果

は今後、じわじわと発揮され、おそらく 2 年後には、「あの時の経験が活きているんだな」という実感を抱くはずです。）

それもこれも、皆さんがこの 10 ヶ月間、この研修に真摯に取り組み、僕と真剣に向き合ってくれたからです。

発表会の場でも申し上げましたが、今年度からは本研修の対象年齢が下がることとなり、経験不足等が研修を進める上でのネックにならないかを当初心配していました。しかし、皆さんは、そのエネルギーで前向きな姿勢と柔軟な吸収力を通じて、そうした僕の不安を見事に吹き飛ばしてくれました。

皆さんを通じて、「これからの大分県及び県内市町村を担う若き職員たちの可能性」を大いに感じさせられた次第です。

この 10 ヶ月間の中でも、特に発表会までの準備および報告書作成は、多忙を極める中で作業となり、本当にしんどかったことと思います。

本当にお疲れさまでした！

よくがんばりました！！

2016（平成 28）年度地域政策スクールはこれで幕を閉じますが、本当に大事なのは、研修が終わった後、すなわち、「これから」です。この研修で身につけたものが少しでも何かの成果に結びついたなら、是非ご一報ください。

そして、どうか、同じ苦楽を共にした仲間として、同期同士の付き合いを大事にしてください。このスクールのネットワークを通じて大分県および県内市町村が少しでも良くなっていくことを心から願っています。

最後になりますが、日常業務だけでも大変な中で真剣に研修に取り組んでくれた皆さんに、心から感謝申し上げます。

どうかこれからもお気軽にご連絡ください。僕で役立つことがあれば、ご相談に乗ります。

どうかお元気で！

「同窓会」で再会できるのを今から楽しみにしています！

みなさんの「これから」に期待しつつ

2017（平成 29）年 3 月吉日 嶋田暁文

2 平成28年度 地域政策スクール 受講者名簿



	団体名	所 管 部	所 属	職 名	氏 名	研究テーマ
1	大分県	総務部	東部振興局	主事	芦原 寿伸	クリエイティブ産業
2	大分県	総務部	南部振興局	主事	石川 舞	高校魅力化
4	大分県	総務部	北部振興局	主事	武島 里奈	高校魅力化
3	大分県	総務部	大分県税事務所	主事	矢野 祐志	伝統行事・芸能
5	大分県	福祉保健部	南部保健所	主事	古澤 直樹	伝統行事・芸能
6	大分県	農林水産部	農林水産研究指導センター 林業研究部	主事	本多 貴将	高校魅力化
7	大分県	農林水産部	農林水産研究指導センター 水産研究部	研究員	川上 恵	クリエイティブ産業
9	大分県	土木建築部	河川課	主事	茶園 広一朗	クリエイティブ産業
8	大分県	土木建築部	竹田土木事務所	主事	仙田山 玲奈	高校魅力化
10	大分県	教育庁	安心院高等学校	主任	石垣 敦至	伝統行事・芸能
11	大分市	環境部	清掃施設課	主事	上田 貴裕	伝統行事・芸能
12	中津市	総務部	地域振興・広聴課	主事	江口 晋	高校魅力化
13	日田市	土木建築部	都市整備課	主査	櫻木 孝史	クリエイティブ産業
14	佐伯市	福祉保健部	高齢者福祉課	主任	中路 明日香	伝統行事・芸能
15	臼杵市	福祉保健部	保険健康課	主任	鳴海 勇太	クリエイティブ産業

※平成28年度受講当時

3 研究内容要旨

(1) 大分県産業の挑戦

～クリエイティブでつなぐ輪～

(2) 生徒が輝くための高校魅力化

～地域での教育環境の充実を目指して～

(3) 地域の伝統文化を後世につなぐ

大分県産業の挑戦

～クリエイティブでつなぐ輪～

【概要版】

平成 28 年度地域政策スクール チームあかちやさな
(クリエイティブ産業班)

1 研究の背景

大分県ではクリエイティブな力で県内企業に新しい価値を創造していく取り組みを推進する、クリエイティブ産業創造研究会が 2015（平成 27）年度から発足した。県知事である広瀬勝貞氏の「付加価値重視の産業政策が言われています。例えば、農林水産物に加工を加えた食品加工産業だとか、あるいは情報系のいろんな産業だとか、あるいはせっかく美術館もできましたからアート系の産業だとか、そういうものづくりから視点を広げていく必要がある」という発言からもわかるように積極的に取り組む姿勢をみせている。翌 2016（平成 28）年には、大分県版クリエイティブ産業創出事業（県商工労働部経営創造・金融課所管）が開始された。この事業は少しずつ県内での動きを見せている。

そもそもクリエイティブ産業とは、「個人の創造性や技能、才能に由来し、知的財産権の開発を通して富と雇用を創出し得る産業」とイギリスの DCMS（Department for Culture, Media and Sport：文化・メディア・スポーツ省）によって定義されており、日本でも、アニメやマンガ等のコンテンツやファッション、工芸品、食文化等の日本発信の物が海外で高い人気を博していることに着目し、それらの海外展開を促進するクールジャパン政策が進められており、国内外で広がりを見せている。しかし、「クリエイティブ産業」はイギリスの定義とは異なる意味で用いられることもある。大分県における「クリエイティブ産業」は、「既存産業にクリエイティビティを加える」ことをクリエイティブ産業として称しており、われわれも、以下では、この用法に従うことにする。

現代経済において、今まで利益あるいは利潤を生み出すものとされていた自社の技術や知識は、もはや利益を維持するための切り札にならなくなっており、大分県内の総生産も 2012（平成 24）年から 2014（平成 26）年まで増加しているが、県内総生産（名目）の推移を産業別にみると第 2 次産業の生産額は 2004（平成 16）年から緩やかに減少している。国内の製造業は企業の海外移転による事業所数の減少、建設投資の減少、産業構造の高度化という問題を抱えており、大分県も例外ではない。こうした中、製造業が競争力、成長力を確保していくためには、地域資源の活用や魅力を活かした商品開発を行う手段としてクリエイティビティを加えていくこと（クリエイティブ化）が必要であると考えます。

2 現状と課題

大分県内でのクリエイティブ産業に対する認識を調査するため、クリエイター、企業、行政機関等の県内アクターを対象にヒアリングを行った。ヒアリング内容を分析したところ、①企業のデザイン価値に対する認識が低い、②クリエイターの能力がわからない、③自社にクリエイターを入れるとどうなるのかという具体的な効果がわからないという課題があることがわかった。課題①、②を解決する方策を総論的アプローチ、上記③より個別分野を例示的に取り上げ、クリエイティブ化の具体的方策を各論的アプローチとし検討していく。各論的アプローチの個別分野として以下のとおり2つ選定した。

1つ目は「農産加工品」とした。事業所単位売上が県内でトップである製造業は県内産業の要とも言えるが、その中でも、付加価値額を伸ばせている分野と伸ばせていない分野があり、伸ばせていない分野においては、早い段階でテコ入れをしていく必要があると考える。これを「伸び悩み分野」と称し、①製造業の中で事業所数が多い、②地方各地に事業所が点在している、③クリエイティビティを加えることで成長が見込まれる、の3つの基準を満たしている分野として「農産加工品」を定めた。農産加工品は味や素朴さで競争している業界であったため、商品のコンセプトやストーリー性まで追求した商品は少なかった。また、「商品開発を行う際もデザインについて相談できる人が身近にいない」、「販売のために必要な消費者のニーズにあったデザインがつかめていない」等の課題があることがわかった。

2つ目は「民芸品・工芸品」とした。大分県ではラグビーワールドカップの開催、東京都ではオリンピック・パラリンピックの開催も控えている。今後国内観光客だけでなく外国人観光客も多く来ると予測される今、大分県にとってはこの機会が最大のビジネスチャンスであると考えられる。日本らしさを含む物は外国人から好んで購入してもらえると予想し、それにクリエイティビティを加えることで、大分県全体の経済の活性化に寄与する可能性があると考えられる。これを「チャンス分野」と称し、①外国人観光客が求めるもの、②大分ならではのもの、③クリエイティビティを加えることで成長が見込まれるもの、3つの基準を満たしている分野として「民芸品・工芸品」を定めた。大分県の民芸品・工芸品は、「外国人観光客に対して、十分な情報発信ができていない」、「購入者若しくは貰う人のライフスタイルに適合するデザインとして提案できていない」等の課題があることがわかった。

3 政策の方向性

○総論的アプローチについて

既存施策では、クリエイティブ化について知らない人に対しての働きかけが弱いというのに、普及啓発をもっと促進していかなければならない。行政や関係する組織が中心となり、多くの方が参加し、より具体的なマッチングのイメージを持ってもらう取り組みを行っていくためには、身近な事例を集めることで、企業の関心を高めるとともに、クリエイティブ

化が自社のビジネスチャンスに繋がるという認識を持ってもらう仕組みが必要であると考ええる。そこで、大分県内企業のクリエイティブ化に関する事業の方向性として、他県の事例を参考に、クリエイティブ化を知らない人にクリエイター自身が行動し PR していくという方向性とコンペティションやアワード等を用いて普及啓発を行うという 2 つの方向性で考えていく。

○各論的アプローチについて

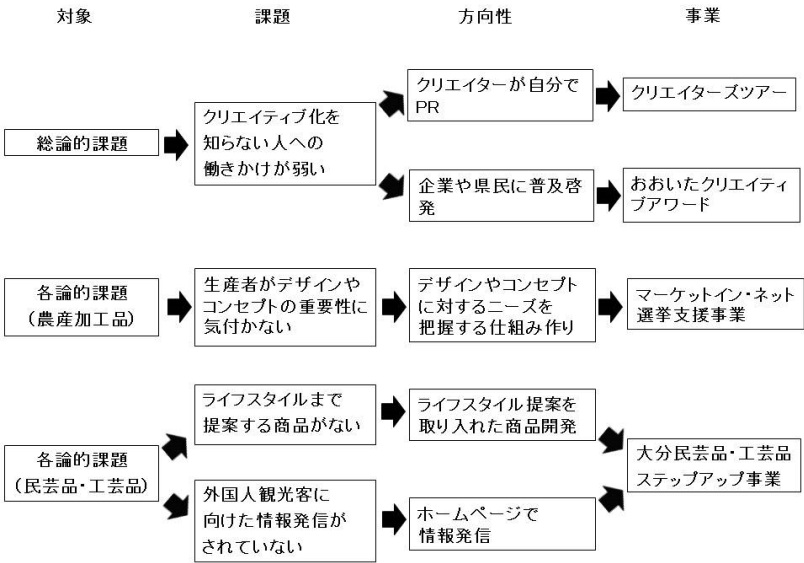
農産加工品分野の既存施策では、加工品開発の際にアドバイスを行う 6 次産業化サポーターの中にデザイナーが入っておらず、生産者が消費者に求められるデザインやコンセプトに気付かないという問題点がある。そのため、事業提案では、生産者がデザイナーと一緒に消費者ニーズを学ぶことで問題意識をもって、自主的に解決するような仕組みづくりをする方向性で提案を行う。

民芸品・工芸品分野の既存施策では、お土産品について購入者若しくは貰う人のライフスタイルに適合するようなデザインが有効だが、現時点でライフスタイルの提案を行うようなデザインになっていないという課題がある。他県の事業でこれを解決している事例があり、その要件として、(1) 購入者の共感を得る仕組み (2) コンセプトをもとにした条件整理 (3) パッケージの統一化の 3 つが挙げられることがわかった。そこで、この事業の要件を踏まえたうえで、ライフスタイルの提案を行うような商品開発を支援する方向性で提案を行う。

4 政策提案

これまでの議論を整理した上で、本章で提案する事業を一覧にしたものが次の図表 1 である。

図表 1 課題、方向性、政策の対応関係



① クリエイターズツアー

クリエイターと企業のマッチングの場の1つとして、大分県内外からクリエイターを集めて県内企業を訪問するバスツアーを実施する。ツアーは、大分市と他の市町2箇所、計3箇所を想定しており、企業数が多い大分市は2日間行うことで、計4日間のツアーを実施する。参加者は、企業の見学を行い、クリエイティブな視点から企業の製品・技術について分析を行ってもらう。さらに、クリエイターは自社（自身）の商品として企業の製品・技術を活かした提案を企業に行うことで、双方の合意のもと開発、販売も行うことができる。

② おおいたクリエイティブアワード

既存事業のCREATIVE PLATFORM OITA等でクリエイターとマッチングをした実際の事案を、クリエイターや実際にクリエイティビティを活用して課題を解決した企業、団体等のそれぞれの主体から7月～8月に応募してもらう。11月に表彰、展覧会を行い、受賞者には賞金を贈呈し、受賞者は、優れたクリエイターとして「大分県認定クリエイター」として認定する。さらに、実際に提出された作品や賞に輝いたものは12月～2月にかけて冊子にまとめ、大分県のクリエイティブ産業の事例としてアーカイブを作っていく。

③ マーケットイン・ネット選挙支援事業

大分県が大分県物産協会に運営を委託している大分県の物産・特産品を紹介するサイト「物産おおいた」に生産者が試作品を掲載することができるページを開設する。その試作品は実際に商品化した際の半額の値段で示し、予め設定した数量以上の購入があり、実際に商品化することが決定した場合にのみ販売するようにする。購入者は新商品を半額の値段で購入することができるというメリットがあり、生産者としても商品化の前にデザイン等の検討を行うことができる場とする。

④ 大分民芸品・工芸品ステップアップ事業

県内にある民芸品・工芸品を取りまとめ、外国人観光客の需要を把握するためのプロジェクトチームを編成し、このチームを中心に外国人を対象とした商品開発の機運の向上やライフスタイルを盛り込んだ商品開発や販路開拓の提案を行っていく。また、1つ1つの商品での発信では外国人観光客の目に留まりにくいいため、パッケージ等を統一化させたうえで、大分県の民芸品・工芸品としてまとめて発信する。

5 おわりに

大分県ではクリエイティブ産業に関する事業を2016（平成28）年度より本格的に始めたため、まだ日が浅く実績も少ない。しかし、地場産業のクリエイティブ化を先進的に行っ

ている他県では、数十年の時間をかけて住んでいる人に「デザイン」を意識する文化を創ってきているように感じる。この文化は、企業とクリエイター同士が繋がるだけでなく、まち全体、県民や大分県でいえば特徴である温泉等の資源等全てでこの文化を創っていくことが必要であるとする。大分県のクリエイティブ化が振興していくためには、早急にクリエイティブ化への認識や理解を深めていき、普及啓発等を通して事業提案のようなクリエイティブ化に関する事業を継続していくことが必要である。

本報告では、産業分析によりクリエイティブを活かす産業、分野をしばり政策を考えたが、多くの産業、分野にもクリエイティブを活かし、発展していく可能性を秘めていると断言できる。クリエイティブを意識する人が増え、多くの場でクリエイティブな考えが取り入れられることで、大分県の産業が発展していき、また、大分県を訪れる人に、住み良いまちだと思ってもらえる大分県になればと考える。

生徒が輝くための高校魅力化

～地域での教育環境の充実を目指して～

【概要版】

平成 28 年度地域政策スクール 高校魅力化班

1 背景及び目的

大分県では、高校再編により、高校の適正配置、適正規模がおおむね実現された。しかし、条件不利地域の高校では、生徒数の減少から、存続の危機に瀕する高校が現れた。条件不利地域の高校は、教育機会の均等のために重要であることから、生徒数を増やし、存続を目指す必要がある。

生徒数を増やす取り組みとして全国的に推進され始めているのが、「高校の魅力化」である。本報告書では、条件不利地域の高校を、生徒が行きたい、保護者が行かせたいと思える高校にすることで、その高校が所在する地域の外からも生徒を獲得し、地域での教育環境の維持と、良質な教育の提供を行い、高校存続でもって地域活性化にも寄与するような政策提案を目指す。

2 現状と課題

条件不利地域の高校の中で、中津南高校耶馬溪校、国東高校双国校、三重総合高校久住校の 3 校が、県の設ける入学者募集停止基準に既に該当、または該当しつつあり、存続の危機に瀕しているため、早急に魅力化を図る必要がある。

生徒や保護者へのアンケート調査を分析したところ、魅力のある高校とは、「卒業後の多様な希望進路の実現が可能である」、「部活動や行事等、勉学以外に生徒が楽しめる、やりたいことができる」、「生徒の可能性を広げられる特色ある教育方針である」という 3 つの要素を持つ高校であることが判明した。実際に、大分県内の人気校においても、これらの要素を兼ね備えていることが確認された。

そこで、本章の冒頭で挙げた 3 校に、現在どのような課題があるか分析したところ、学校ごとの課題として、中津南高校耶馬溪校では「進学実績の不振」、国東高校双国校では「専門学科での進学実績の不振」、三重総合高校久住校では「学べる幅が狭い」が挙げられた。また、3 校の共通の課題として、「魅力化専門人材の不在」と「PR 不足」が挙げられた。

3 政策の方向性

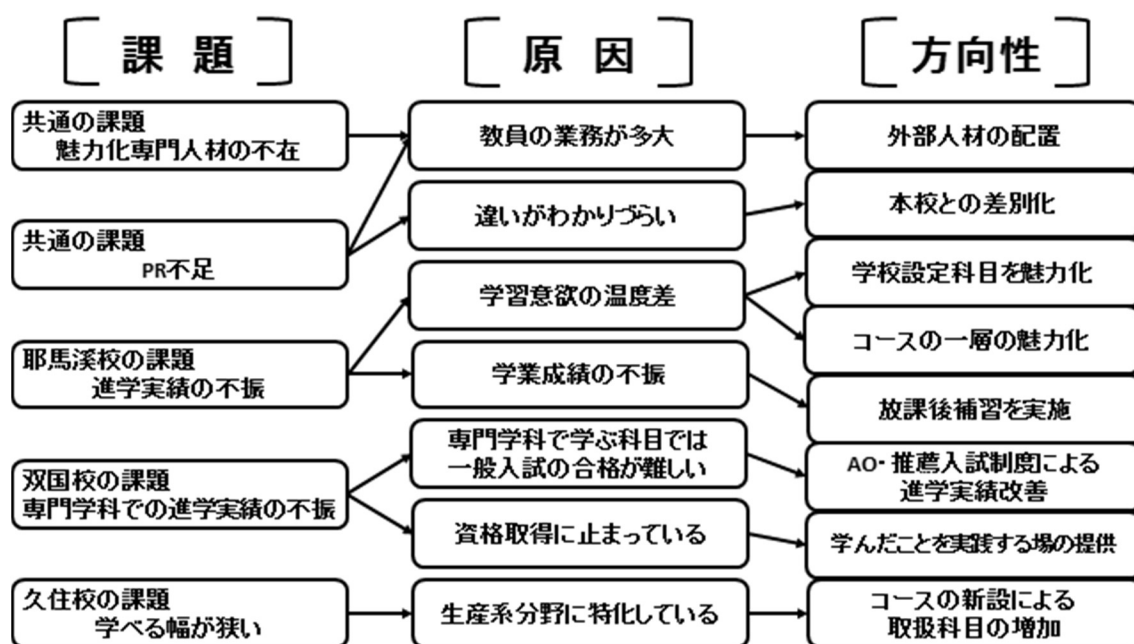
共通の課題と学校ごとの課題が明らかになり、これらをどのような方向性で解決する必要があるかを検討した結果が、図表 1 である。

共通の課題については、島根県立隠岐島前高校が存続の危機に瀕した際に導入した「学校魅力化コーディネーター」による取り組みが非常に有効であることがわかったため、このような「外部人材の配置」により、「魅力化専門人材の不在」を解決することができると考えた。「PR 不足」についても、PR に関することを魅力化専門人材の必須実施事項とすることで、新たな形での PR が可能になると考えられる。

また、3 校はいずれも分校であり、校舎や学科は本校とは違うが、学校の象徴のひとつである制服のデザインは同じである。分校が持つそれぞれの特色を PR していくためには、制服デザイン変更による「本校との差別化」も必要と考えた。

学校ごとの課題について検討すると、中津南高校耶馬溪校は、「学校設定科目を魅力化」、「コースの一層の魅力化」と「放課後補習の実施」、国東高校双国校は、「AO、推薦入試制度による進学実績改善」と「学んだことを実践する場の提供」、三重総合高校久住校は、「コースの新設による取扱科目の増加」という方向性で政策を実施すれば、課題解決に向かうと考えた。

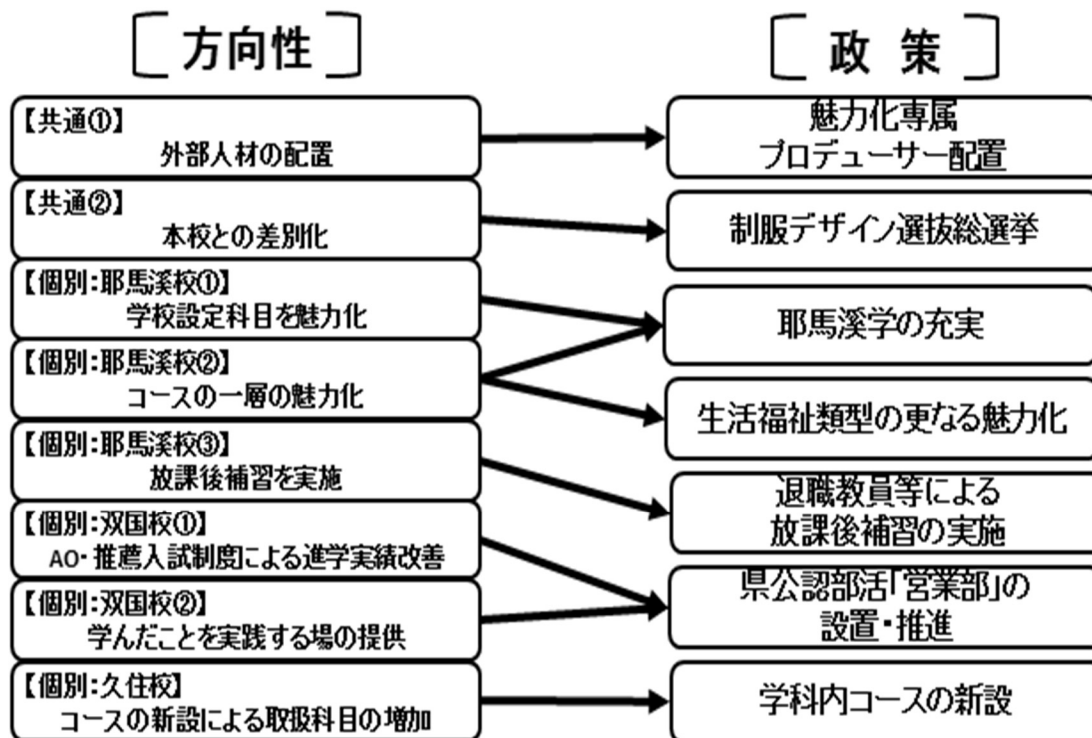
図表 1 分析結果と方向性



4 政策提案

前章の方向性を踏まえ、図表 2 で示す政策を提案する。

図表 2 方向性と政策



共通課題政策①「魅力化専属プロデューサー配置事業」

「外部人材の配置」を実現する政策として、魅力化専属プロデューサーを任期付職員で雇用し、長期間にわたり魅力化に取り組むことができる体制を整える。3校の共通課題であるPRの強化についても、このプロデューサーの必須実施事項とすることで、従来とは違う形でのPRが可能になると期待できる。

共通課題政策②「制服デザイン選抜総選挙」

「本校との差別化」を実現する政策として、制服デザインの変更を行う。高校の象徴である制服を変更することで、独自性が際立ち、一目でのイメージ刷新が期待できる。更に、制服のデザイン変更はメディアに取り上げられる機会も多いため、高校のPRにもつながることが期待できる。

中津南高校耶馬溪校での政策

「学校設定科目を魅力化」し、「コースの一層の魅力化」のため、従来から取り組まれている「耶馬溪学」に地域課題解決型教育の要素を盛り込む。これにより、特にAO入試制

度を利用した進学実績につながることを期待できる。また、この耶馬溪学を学習の中で、報告書やレポートを対外的にプレゼンテーションすることで耶馬溪校を知ってもらうことにもつながり、耶馬溪校のイメージ刷新にもつながる。

「コースの一層の魅力化」を実現する政策として、県北唯一の生活福祉類型で、介護福祉士実務研修を取り入れる。これにより高度な資格の取得が可能となり、県北唯一の福祉系公立高校として更なる魅力につながると考えられる。

「放課後補習の実施」に対しては、退職教員等による放課後補習を実施し、学業成績の底上げを図る。

国東高校双国校での政策

「AO・推薦入試制度による進学実績改善」、「学んだことを実践する場の提供」を実現する政策として、県公認部活として「営業部」の設置を推進し、活動に係る補助を行う。営業部の顧問は、過去に営業職に就いていた現場を熟知している方等を県が斡旋し、プロデューサーとして配置する。そして、双国校の生徒に、商品の営業や販売、ビジネス実務等をより実践的に学んでもらうことで、AO・推薦入試におけるアピールポイントとなるだけでなく、企業の即戦力となれる人材育成にもつながることから、就職・進学双方においてメリットが期待される。

三重総合高校久住校での政策

「コースの新設による取扱科目の増加」を実現するには、専門的な取り組みを行っている農業科の学べる幅を広げるために、「学科内コースの新設」が必要だと考える。農業生産現場だけでなく、農産物の流通等についても学び、より広範な農業に関する知識、能力を身につけることで、農業のプロフェッショナルを育成する環境を創り出す。こうした取り組みで、農業科において幅広い知識、経験を得られるようになり、生徒の多様なニーズに対応できるようになると考えられる。

5 終章

以上の政策が、中津南高校耶馬溪校、国東高校双国校、三重総合高校久住校の3校の魅力化の第一歩になると考える。

しかし、実際に地域外、とりわけ県外の生徒が興味を持ち、進学先として志望した時に重要な課題となるのが、学生寮や下宿の整備である。今後は、大分県において学生寮や下宿をどのように整備していくべきかを検討し、地域外や県外の生徒が進学できる環境を整えていく必要があると考えられる。

地域の伝統文化を後世につなぐ

【概要版】

平成 28 年度地域政策スクール 伝統班

1 研修の背景

大分県に残る「祭り」と「民俗芸能」は、地域の中で脈々と受け継がれてきた伝統文化である。我々は「祭り」と「民俗芸能」を表す言葉として「地域の伝統文化」という言葉を用いる。地域の伝統文化は、地域に人と人の交流、愛着や誇りの醸成、元気・活力の創造といった様々な効果を生みだし、地域住民に多くの効用をもたらしている。また大分県にとっても地域の伝統文化は他の自治体には真似をすることができない貴重な地域資源の一つであり、今後それらを生かしたまちづくりが期待されている。

しかし地域の伝統文化は、過疎化、少子化、高齢化といった問題に直面し、地域住民の努力だけでは存続が困難になりつつある。今、地域住民のため、大分県のために、地域の伝統文化を後世につなぐための方法を考えなければならない。本報告の目的は、大分県における地域の伝統文化が抱えている課題とその原因を分析し、地域の伝統文化を後世につなぐための政策を提案することである。

2 現状と課題

地域の伝統文化の休廃止は、全国的な問題となっているが、農林水産省や国土交通省が行った調査によって、大分県においても地域の伝統文化が消滅してしまった集落が多く存在することが明らかとなった。加えて、地域行事の実施に不安を感じているなど、現状では地域の伝統文化が残っていても、今後行うことができなくなり、結果として消滅してしまう可能性のある集落も存在する。このように、地域の伝統文化が県内各地で消滅の危機に瀕している現状がある。

我々は研究を進めるうえで、地域の伝統文化である祭りと民俗芸能についてそれぞれの課題を設定した。1つ目は、祭りが抱える課題である。大分県では多くの祭りを、戸数が少なく高齢化が進んだ集落が支えており、九州他県に比べても厳しい状況にある。今後ますます過疎、少子、高齢化が進むことを考慮すると、大分県の集落の多くで祭りの存続が困難になると考えられる。そこで1つ目の課題を「小規模、高齢化の進展による祭り継続の困難化」と設定した。2つ目は、民俗芸能が抱える課題についてである。大分県で民俗芸能が休止された事例を調査した結果、多くが団員や踊り手の不足といった後継者不足を原因に挙げていた。その内実は「20代以下の若い世代の後継者が不足している」現状があると考えられる。そこで課題の2つ目を「20代以下の若い世代の後継者不足」と設定した。

3 課題の分析

小規模、高齢化が進んだ集落では、祭りの準備などを実際に行うことのできる人手が不足していること、住民が祭りをを行うことに対するやりがいを感じつつあることが問題となっている。これらの問題を解決するために、「人手不足」という問題に対して「外部の人材を受け入れる」戦略、「祭りのやりがいの低下」という問題に対して「祭りのやりがいをアップさせる」戦略が必要である。

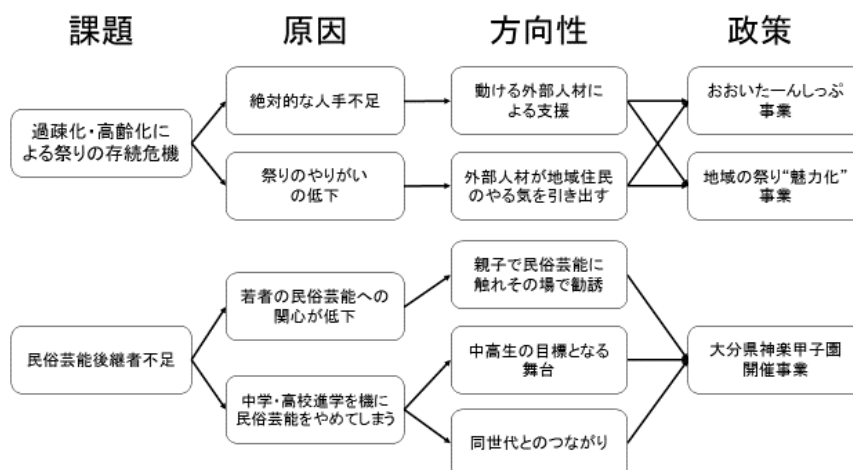
若い世代の後継者不足の原因は、民俗芸能保存会への入会者が減少していることと、入会者が定着していないことの、2つの可能性があると考えた。入会者を増やすためには子どもころから「芸能体験機会を充実させる」ことによって、将来の民俗芸能への関心・参加意欲を高める必要がある。また入会後の継続性を高めるためには、特に継続が難しくなる中高生の目標となる舞台や、中高生同士が芸能を通じ友人との関係性を築いていける環境を作ること、民俗芸能の相対的な魅力を高めることが必要である。

4 政策の方向性

集落の小規模・高齢化による祭りの存続危機という課題に対しては、外部人材の役割を明確化し、地域の課題を把握したうえで適した外部人材を派遣することが必要である。外部人材を単なるマンパワーの補充として考えるのではなく、住民の本来もつ「地域を何とかしよう」というやる気を引き出す起爆剤となりうる人材とマッチングさせることが大切である。

民俗芸能保存会の若い世代の後継者不足という課題に対しては、本物の民俗芸能に触れる機会を拡大し、興味関心をもった親子をその場で勧誘することで芸能保存会への入会者を増やす方法と、民俗芸能に部活動の「競い合う仲間」や「目標となる大舞台」といった要素を取り入れることで子どもたちの継続意欲を高める方法が有効になると考えられる。

図表 1 課題、原因、政策の対応図



5 政策提案

地域の伝統文化を後世につなぐために以下の3事業を提案する。

(1) おおいた一んしゅ事業

祭りの担い手である若者が不足する地域に、外部の若者を派遣し担い手を確保する政策として、大分県の実施する行政インターンシップに参加する学生を地域に派遣する「おおいた一んしゅ事業」を提案する。これは、行政インターンシップに参加する学生が県内の各地方機関での職場体験と併せて、祭り継続が困難となっている地域の共同作業に参加したり、民俗芸能の指導を住民から受けるなどの交流を行うものである。

事業効果として、外部の若者を派遣することで人手不足を解消し祭りの継続が可能となるだけでなく、地域住民が学生との交流や学生による課題解決策提案の助けを通じて、自分たちの祭りを見直すきっかけにつながることが期待できる。また、参加学生が1～2週間にわたり地域に入り住民と交流を行うことで、住民と学生の間に深い絆が生まれることが期待できる。

(2) 地域の祭り“魅力化”事業

長期的に地域と交流し、地域住民が失いつつある、祭りに対してのやりがいを取り戻すために必要な「外部の視点」をもつ若い人材を確保する政策として「地域の祭り“魅力化”事業」を提案する。これは、地域住民が学生と一緒に地域について考え、祭り自体がもつ魅力を高めるために行動することで、祭りが地域の中で大切な存在であることを再確認してもらい、最終的には再び住民たちの手によって祭りが運営されるという、地域の伝統文化の本来あるべき姿を目指すものである。

事業効果としては、地域住民と大学が連携することにより若い人材を確保することができ、大学がもつ知識や知恵、技術を地域に吸収することで、地域に残る祭りを残していくことができる。また、地域に祭りが残ることで地域アイデンティティの確立や住民の誇りの醸成に寄与することも期待できる。

(3) 大分県神楽甲子園開催事業

大分県の神楽のもつ「多様性」という特徴を活かし、現在神楽を継承している子どもたちにとって、中学校進学以降も続けていくインセンティブとなりうる政策として中高生を対象とした神楽の大会である「大分県神楽甲子園開催事業」を提案する。大会の企画及び運営も中高生が行い、中高生による神楽体験教室の開催や地域の子どもたちの大会への招待を行う。

事業効果としては、普段は別々に神楽の継承に携わる中高生が一堂に会し、自分たちが主役となって普段の研究や鍛錬の成果を競い合い交流する機会となることで、中学校進学以降の神楽継承意欲が高まり、将来の神楽保存会の後継者育成につながる効果が期待できる。また、伝統芸能に触れる機会が少ない子どもが保護者と一緒に神楽を鑑賞・体験する

ことで、新たに神楽の保存継承活動への参加を促す効果も期待できる。

6 おわりに

我々は、「地域の伝統文化」に焦点を絞り、政策提案を行ってきたが、このテーマ自体が大変難しいものであり、大分県が取り扱うテーマであるかという点で何度も思い悩んだ。また、地域の伝統文化は時代とともに変化し、実施数や現状を把握することが非常に困難であった。しかし、伝統について研究をしていく中で、地域の中で「地域の伝統文化」が多くの役割をもっており、何も手を打たなければ、地域の「魅力」である「地域の伝統文化」が減少してしまうという危機を肌で感じた。また、県内外の視察において、今まで知らなかった「地域の伝統文化」に触れ、より多くの人に知って貰いたいと感じるようになった。この地域の魅力を無くさないためにも、県・市町村が協力し早急に対策を講じ、地域の伝統文化を後世につなぐことが大分県の将来にとって必要であると考えます。

7 補論：地域の伝統文化の活用を考える

我々は、「地域の伝統文化」が抱えている課題に対して3つの政策を提案した。いずれの提案も「地域の伝統文化」の存続のための方策である。しかしながら、地域の伝統文化は地域外の人々にとっても魅力的なコンテンツである。そこで次の段階として、地域の伝統文化活用の方策を提案したい。本報告の目的から横道にそれるため、あくまで「補論」という形ではあるが、その活用方策として、「伝統 NOUHAKU 体験事業」を提案する。

伝統 NOUHAKU 体験事業

特に英語圏に住む時間とお金に余裕のある旅慣れた外国人をターゲットとして、祭りと民俗芸能の鑑賞機会・体験機会を提供する「伝統 NOUHAKU 体験事業」を提案する。これは、祭り・民俗芸能と農泊とを組合せ、外国人に提供することにより、祭りと民俗芸能の新たな価値を創造するものである。

事業効果としては、地域が継承してきた祭りと民俗芸能が地域外の人々に認められることによって、地域の伝統文化に対する“誇り”の醸成や地域住民の参加意欲の向上が期待できる。さらに、今まで大分に訪れることの少なかった英語圏の外国人旅行者を獲得し、大分県の観光産業に対して新たな市場の開拓が期待される。

4 研究報告書

(1) 大分県産業の挑戦

～クリエイティブでつなぐ輪～

(2) 生徒が輝くための高校魅力化

～地域での教育環境の充実を目指して～

(3) 地域の伝統文化を後世につなぐ

大分県東部振興局	芦原 寿伸
大分県農林水産研究指導センター	川上 恵
大分県河川課	茶園 広一朗
日田市都市整備課	櫻木 孝史
臼杵市保険健康課	鳴海 勇太

目次

はじめに	32
第1章 クリエイティビティを加えた県内経済の活性化とは	33
1-1 クリエイティブ産業とは	33
1-2 なぜ今、クリエイティブ化に取り組むのか？	35
第2章 クリエイティブ化における現状と分析について	35
2-1 大分県のクリエイティブ化の必要性	35
2-2 県内クリエイティブ化の現状と課題	37
2-3 まとめ	38
第3章 クリエイティブ化の効果検証をするための分野の特定と課題について	39
3-1 地場産業や地域資源の現状	39
3-1-1 伸び悩み分野の特定	39
3-1-2 チャンス分野の特定	41
3-1-3 まとめ	43
3-2 農産加工品分野におけるクリエイティブ化の現状と課題	43
3-2-1 農産加工品分野の現状	43
3-2-2 農産加工品分野の分析	45
3-3 民芸品・工芸品分野におけるクリエイティブ化の現状と課題	46
3-3-1 民芸品・工芸品分野の現状	46
3-3-2 民芸品・工芸品分野の分析	47
3-4 まとめ	48
第4章 既存事業の検討	48
4-1 総論的課題に関連する既存事業	49
4-1-1 総論的課題に関連した既存事業の概要	49
4-1-2 総論的課題に関連した既存事業の限界	50
4-1-3 総論的課題に関連した事業の方向性	52
4-2 農産加工品分野（伸び悩み分野）に関連する既存事業	53
4-2-1 農産加工品分野のクリエイティブ化に関連した既存事業の概要	53
4-2-2 農産加工品分野のクリエイティブ化に関連した既存事業の限界	53
4-2-3 農産加工品分野のクリエイティブ化に関連した既存事業の方向性	53
4-3 民芸品・工芸品分野（伸び悩み分野）に関連する既存事業	54
4-3-1 民芸品・工芸品のクリエイティブ化に関連した既存事業の概要	54
4-3-2 民芸品・工芸品のクリエイティブ化に関連した既存事業の限界	54
4-3-3 民芸品・工芸品のクリエイティブ化に関連した既存事業の方向性	54

4-4	まとめ	55
第5章	事業提案	56
5-1	クリエイターズツアー	56
5-1-1	事業概要	56
5-1-2	実施方法	57
5-1-3	実施効果	57
5-2	おおいたクリエイターズアワード	57
5-2-1	事業概要	57
5-2-2	実施方法	58
5-2-3	実施効果	58
5-3	マーケットイン・ネット選挙支援事業	59
5-3-1	事業概要	59
5-3-2	実施方法	59
5-3-3	実施効果	59
5-4	大分民芸品・工芸品ステップアップ事業	60
5-4-1	事業概要	60
5-4-2	実施方法	60
5-4-3	実施効果	60
	おわりに	61
	参考文献	

はじめに

日本の経済を巡る状況は、少子化による人口減少や国内消費の低迷、新興国とのコスト競争やオートメーション化による大量生産等様々な課題を抱えており、高付加価値型の産業構造への転換が求められている。この転換の可能性として、経済産業省が注目しているものが、クリエイティブ産業であり、「個人の創造性や技能、才能に由来し、知的財産権の開発を通して富と雇用を創出し得る産業」とイギリスの DCMS (Department for Culture, Media and Sport : 文化・メディア・スポーツ省) によって定義された本産業は、国内外で広がりを見せている。

イギリスで 1997 (平成 9) 年から始まったクリエイティブ産業政策を受けて、日本でも、アニメやマンガ等のコンテンツやファッション、工芸品、食文化等の日本発信の物が海外で高い人気を博していることに着目し、それらの海外展開を促進するクールジャパン政策が進められている。

一方、大分県ではクリエイティブな力で県内企業に新しい価値を創造していく取り組みを推進する、クリエイティブ産業創造研究会が 2015 (平成 27) 年度から発足した。県知事である広瀬勝貞氏の「付加価値重視の産業政策が言われています。例えば、農林水産物に加工を加えた食品加工産業だとか、あるいは情報系のいろんな産業だとか、あるいはせっかく美術館もできましたからアート系の産業だとか、そういうものづくりから視点を広げていく必要がある」という発言¹からもわかるように積極的に取り組む姿勢をみせている。さらに、翌 2016 (平成 28) 年には、「大分県版クリエイティブ産業創出事業」(県商工労働部経営創造・金融課所管) が開始された。この事業は少しずつ県内での動きを見せている。しかし、未だクリエイティブ産業に対する県内企業の認知度が低く、具体的にクリエイティビティをどのように活用していくか等の課題がある。

これらの課題を踏まえながら、大分県におけるクリエイティブ産業の振興方針と具体的な事業案を示した報告書を取りまとめた。県において、継続的、段階的にクリエイティブ産業の振興に努めることにより、大分県内のあらゆる物事にクリエイティビティが加えられ、県内の経済・地域・人々が元気になって、いきいきとした大分県になることを願って、本稿を作成する。

¹ 2015 (平成 27) 年 5 月 11 日知事定例会見

第1章 クリエイティビティを加えた県内経済の活性化とは

本章では、そもそもクリエイティブ産業とは何かを確認し、大分県がなぜ取り組む必要があるのかについて言及していく。

1-1 クリエイティブ産業とは

クリエイティブ産業の始まりは、英国のブレア政権（1997-2007（平成9 - 19）年）に遡る。1980（昭和55）年代のサッチャー、1990（平成2）年代前半のメージャーと続いたイギリス保守党政権は、民営化を徹底することにより、経済の活性化という効果をもたらしたが、一方で貧富の格差の拡大、若年層の失業の増加等ももたらした。この課題への対応策の一つとして、新規産業での雇用創出を図るためブレア政権で始められたのが、クリエイティブ産業である。当時のイギリスの DCMS（Department for Culture, Media and Sport：文化・メディア・スポーツ省）は、クリエイティブ産業を「個人の創造性、技能、才能に由来し、知的財産の生成や活用を通じて富や雇用を創出する潜在力を持つ産業」と定義し、具体的に以下の13分野を指定した。「広告」、「建築」、「美術・骨董品」、「ファッション」、「映画・ビデオ」、「音楽」、「舞台芸術」、「出版」、「ソフトウェア」、「テレビ・ビデオ」、「ゲーム」、「工芸」、「デザイン」である。このように、イギリスにおけるクリエイティブ産業の特徴は、①その産業分野自体がクリエイティブな要素を兼ね備えているという点にある。

しかしながら、「クリエイティブ産業」はイギリスの定義とは異なる意味で用いられることもある。大分県における「クリエイティブ産業」の用途はまさにそれであり、そのポイントは「②既存産業にクリエイティビティを加える」という点にある。したがって、「既存産業のクリエイティブ化」とでもいうべき内実なのだが、大分県では、それを「クリエイティブ産業」と称しており、われわれも、以下では、この用法に従うことにする。

しかし、「既存産業にクリエイティビティを加える」といっても、「クリエイティブティ」とは何かを説明しなければ、その意味は伝わらないであろう。一言で言えば、「古いことを新しいことに創り変える」ということになるだろうが、これでもなお抽象的で漠然としすぎている。この点、その要素に分けより具体的に論じているのがダニエル・ピンク著の『ハイコンセプト「新しいこと」を考え出す人の時代 富を約束する「6つの感性」の磨き方』である。同書では、『デザイン』²、『ストーリー』、『共感』、『社会貢献』、『遊び心』、『統一感』の6つの感性である」（ピンク 2006：27）をクリエイティビティの要素として同定している。本報告でも、このダニエル・ピンクの整理に従い、上記6つの要素を既存産業に取り入れることを「クリエイティビティを加える」あるいは「クリエイティブ化」と表現する

² ピンク氏は、デザインとは「単なる装飾」ではなく、「古典的な全体思考能力」（ピンク 2006：129）と述べており、本稿でも「コンセプト決め」や「マーケティング」を含んだ全体のトータルプロデュースという広義な意味で使用したい。

こととしたい。

もっとも、「上記要素を取り入れる」といっても、読者にはまだイメージが湧かないであろう。そこで、「クリエイティビティを加えた事例」をいくつか例示することで、イメージをつかんでいただくことにしたい。

第 1 に、上記のうち「デザイン」、「統一感」の要素を加えた事例として、愛媛県今治市の今治タオルプロジェクトがある。このプロジェクトは安価な外国製品に押され、売り上げが落ちていた今治タオルを復活させるというものだ。同プロジェクトでは先染め製法を活かした多彩な柄を得意としていた今治タオルに対して「白いタオルこそが今治タオルの高いクオリティを表現できる」という発想の転換により、業界の人間では気付くことのできなかった視点を取り入れて売り上げ増加に成功した。また、ブランドロゴを作り統一感を持たせることで、地域産地の力を集結した産地ブランドを作り上げた。現在では、地方創生のモデルケースとなっている。この事例ではクリエイティビティの要素の中の「デザイン」、「統一感」が成功する上で重要な役割を果たした。

第 2 に、上記のうち「デザイン」、「遊び心」の要素を加えた事例として、福井県鯖江市にある眼鏡素材の開発、加工を行う KISSO の耳かきがある。鯖江市は特産である眼鏡関連の産業が盛んであり、日本のシェア約 90% を占めている。眼鏡の産業で蓄積された素材の特徴と技術の高さを新しい商品に活かすために、「かける」ではなく「かく」をコンセプトに耳かきを開発した。この商品はグッドデザイン賞³を受賞し、鯖江市の知名度もあがり、製造業の新しい道を創出し、地域産業の発展に貢献している。

第 3 に、上記のうち「ストーリー」の要素を加えた事例として、大分県姫島村に本社がある株式会社おおいた姫島の「幻の二日ひじき」がある。ひじきは、多くは乾燥した状態で売られており、水で戻したあとに調理し食されるもので、商品自体に差別化がされておらず、差別化するとしたら値段と生産地くらいしかない。この幻の二日ひじきは、大分県姫島村にて、12 月の大潮の時に獲る「新芽のひじき」で、特徴として潮が引く真夜中の 3 ～4 時間のわずかな時間にだけ収穫するため、量をたくさんとる事ができないものとして、希少性をもたせている。また、磯から上がったひじきは島伝統の「大釜薪炊き製法」にて炊き上げられ、味や加工の仕方だけでなく、島のおばあちゃんが代々継承してきた伝統的な製法でつくることを伝えることで、商品の「ストーリー」の要素を付加している。また幻の二日ひじきは、2015(平成 27)年に日本ギフト大賞選考委員会の日本ギフト大賞 2015⁴、2016(平成 28)年に農林水産省主催のフード・アクション・ニッポン・アワード⁵を受賞しており、客観的にも評価が高く、注目されていることがわかる。「ストーリー」の要素を加

³ グッドデザイン賞とは、様々に展開される事象の中からクリエイティブなものを選定、表彰する公益財団法人日本デザイン振興会が主催する「総合的なデザインの推奨制度」。

⁴ 日本ギフト大賞とは、日本の「お土産」等のギフト商品を独自性、創造性、社会性等の評価基準より大学、百貨店、銀行等の代表が審査員として選定する賞。

⁵ フード・アクション・ニッポン・アワードは、国産農林水産物の消費拡大に寄与する農林水産物・加工食品等の産品をコンテスト形式で表彰する制度。

えることで、この希少性と商品のストーリーを伝えることで、味のイメージができ、他のひじきにはない価値を付加することができている。

1-2 なぜ今、クリエイティブ化に取り組むのか？

現代の企業において、今まで利益あるいは利潤を生み出すものとされていた自社の技術や知識が、もはや利益を維持するための切り札にならなくなっている。奥出（2007）によれば、商品が「どこでも誰でも入手できるようなコモディティ⁶になってしまったのだ。ひとたびコモディティになってしまうともはや競争は人件費でしか決まらない。」（奥出 2007：44）「そしてこれを解決する切り札が創造性である。」（奥出 2007：45）と述べられている。つまり、従来の商品の特徵では企業の売り上げ向上の手法として効果的なものではなくなっているのだ。

一時はそれぞれの企業の特徴を出して販売できていたものが商品の乱立により勢いを失った事例として、大分県の代表的な取り組みである一村一品がある。一村一品運動は県が1981（昭和56）年に提唱し始めた、特産品づくりを中心として全体的な地域振興を図っていかうとする政策であった。市町村で特産品の掘り起こしを行い、運動開始当時358億5300万円（143品目）であった特産品の販売額は1990（平成2）年には1177億4500万円（272品目）に、1999（平成11）年には1416億200万円（319品目）に達している（平松 2006：62）。1998（平成10）年には全国の地方自治体の約7割が運動に加わった（大分県一村一品21推進協議会 2001：138）。この取り組みは画期的な施策であると国際的にも有名になり、全国的にもこのような動きが広がったが、品目が増加するにつれて1997年をピークに特産品の一品当たりの販売額が減少していること等から限界を指摘されている（岡田 2005：160-163）。

こうした中、大分県の県内企業も一村一品運動と同様の傾向に陥っている。今までは技術や知識で特徴を出していたものの、情報の氾濫により誰もが持ち得るものとなってしまった。その結果、他企業との差別化が難しくなっているという現状がある。そこで今、クリエイティビティを加えることによって、新しい価値を創造していく必要がある。

第2章 クリエイティブ化における現状と分析について

2-1 大分県のクリエイティブ化の必要性

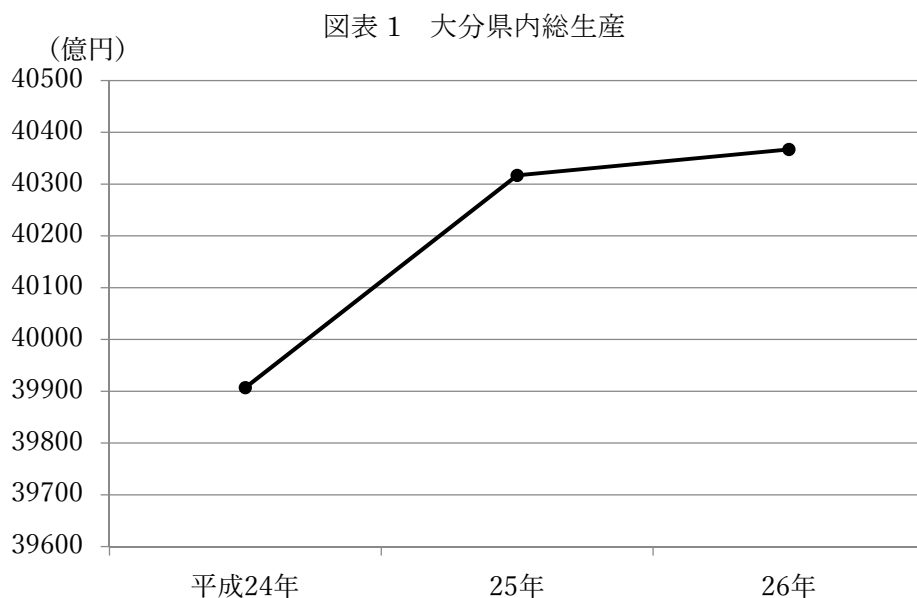
クリエイティブ化を論じるにあたり、まず大分県経済の現状を見ていく。

大分県内の総生産は2012（平成24）年から2014（平成26）年まで増加している（図表

⁶ 製品の機能や品質があるレベルに達して、どの商品でもほとんど変わらないような日用品や普及品のこと。通常、コモディティ化した商品では、ブランドは効力を失い、価格は下落する傾向にある。

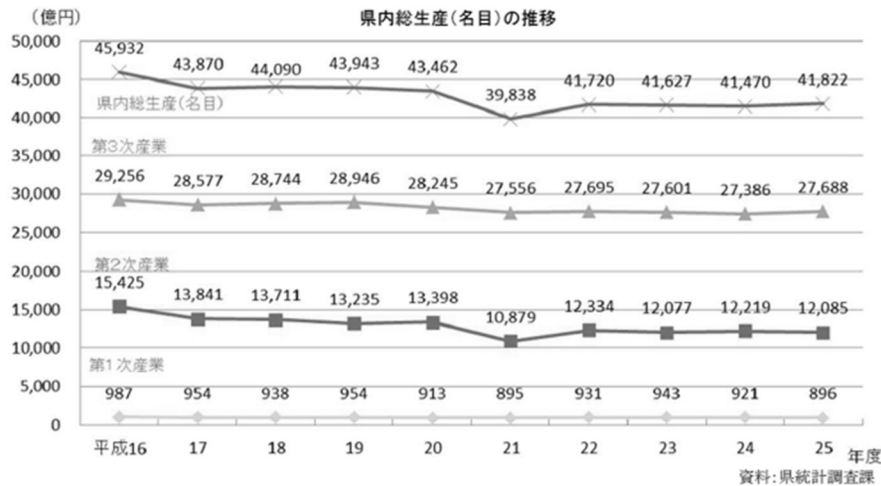
1)。しかし、県内総生産（名目）の推移を産業別にみると第2次産業の生産額は2004（平成16）年から緩やかに減少していることがわかる（図表2）。国内の第2次産業全体の生産額にもっとも影響を及ぼしているのは生産額の約80%を占める製造業であるが、製造業は企業の海外移転による事業所数の減少、建設投資の減少、産業構造の高度化という問題を抱えている（川瀬2012：18）。大分県も例外ではない。県内の製造業は国際競争が激化し、大手企業による生産拠点の海外移転の加速化が懸念されている（第2期大分県科学技術振興指針参照）。こうした中、製造業が競争力、成長力を確保していくためには、地域資源の活用や魅力を活かした商品開発を行う必要があると考える。

この停滞状況を打破するために必要な一手となりうるのがクリエイティブ化である。実際、大分県にはクリエイティビティを活かし、企業がどこにもない商品を作り上げることに成功した事例がある。例として挙げられるのは、前述にある全国から集まった1008点の中から上位10点が選ばれる「フード・アクション・ニッポン・アワード 2016」を受賞した大分県姫島村にある株式会社おおいた姫島の「幻の二日ひじき」である。この商品はたった2日間しか獲れないひじきという希少性や姫島伝統の製法で炊き、じっくり天日干しするというストーリーがうけ、2015（平成27）年には「日本ギフト大賞 2015」を受賞し、通常ひじきの50倍の値段でも1万個を完売した。この例からわかるように企業のクリエイティブ化は地域産業が活性化していくために有効であるということがわかる。



（出典：平成26年県民経済計算の概要 表3 経済活動別県内総生産（実質）の推移）

図表 2 県内総生産（名目）の推移



(出典：県政概要 2016)

2-2 県内クリエイティブ化の現状と課題

県内産業のクリエイティブ化を推進していくために、県内におけるクリエイティブ化の現状と課題を明らかにすることを目的としヒアリングを行った。対象はクリエイター、企業支援や教育を行っている行政・教育機関・支援団体、クリエイティブ性を加えて事業展開をしている企業の3つのアクター⁷である。

クリエイターは『地域ブランドクリエイターズファイル』⁸に掲載をされていたブンボ株式会社江副直樹氏を始め、大分県デザイン協会代表の越田剛史氏、グラフィックデザイナーの組織の大分支部である JAGDA OITA 代表の数野美子氏等にヒアリングを行った。ヒアリングの結果、県内にもクリエイターと関わることで成長することができる企業はあると感じているが、クリエイターへ相談に来る企業は未だ少なく、企業側にもクリエイターの必要性が認知されていないという印象を持っていることがわかった。県内では、デザインに触れる機会が少なく、デザインの力や価値の認識が低い等の意見も聞かれた。

行政・企業支援団体では、自社製品の売上向上を目的とした商品の表紙デザインの相談や、商品開発のための補助金等の支援を行っている。しかし、企業側の自社のクリエイティブ化についての認識は低いという。またどのクリエイターに話をするのが自社の製品にとってよいのかがわからないため、クリエイティブ性を加えていくことに課題を抱える企業がある等、の意見が出た。

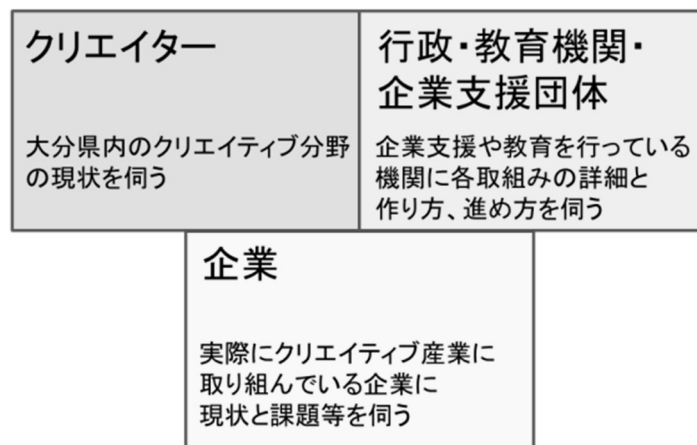
⁷ 3つのアクターはクリエイティブ産業創出研究会のメンバーの組織を参考にして選出した(図表3)。

⁸ 地方創生で日本を元気にする100人とその取り組みを取り上げた書籍。

中小企業には、実際にクリエイティビティを加え商品開発を行った有限会社ニッシンエスピーエムにヒアリングを行った。ニッシンエスピーエムは、野球のピッチングマシンの技術があり、他の商品開発にいかすことができないかと、クリエイターに相談し、ボールを打ち出す技術を活用しお札を打ち出す「お札キャッチャー」の開発を行った。この商品開発により、これまで自社の技術に対する固定概念が崩れ、新しい方向性で商品開発をすることができたと伺った。クリエイティビティを加えることで新しい商品開発につなげることができるが、それには投資が必要であり、積極的に取り組むことは大きな決断が必要になる等の意見が出た。

今回行ったヒアリングの結果、前章で述べた「幻の二日ひじき」等成功事例はあるものの、県内企業のクリエイティブ化は未だ進んでいないという現状がわかった。また各分野の課題の中で大きく共通していた課題が、①企業のデザイン価値に対する認識が低い、②クリエイターの能力がわからない、③自社にクリエイターをいれるとどうなるのかという具体的な効果がわからない、であった。これらの課題があることによって大分県内のクリエイティブ化は遅れている。このうち、①および②への対応は、多かれ少なかれ大分県内の企業に共通したアプローチが有効であるのに対して、③は企業や産業分野ごとに異なる処方箋の提示が必要である。そこで本報告では、(A)上記①②の課題を解決する方策(=「総論的アプローチ」)に加え、(B)個別分野を例示的に取り上げ、クリエイティブ化の具体的方策を示す(=「各論的アプローチ」)ことにしたい。

図表 3 訪問した分野と訪問目的



2-3 まとめ

大分県内の経済はやや成長しているが停滞ぎみである。この状況から抜け出すためには県内事例にもあるように企業にクリエイティブ化を取り入れ、県内経済を活性化していくことが重要である。しかし、①企業のデザイン価値に対する認識が低い、②クリエイターの能力がわからない、③自社にクリエイターをいれるとどうなるのかという具体的な効果

がわからない等の課題があり、県内企業のクリエイティブ化は遅れている。本章で明らかになった課題は①、②を総論的アプローチ、③を各論的アプローチとして次章から分けて論じていく。

第3章 クリエイティブ化の効果検証をするための分野の特定と課題について

前章の終わりで総論的アプローチと各論的アプローチの2つに基づいて考察を進めることとした。前者の取り組むべき課題は前章で明らかになっている。後者は、まず具体的にどの分野を取り上げるのかを分析を行った上でクリエイティブ化に向けた課題を明らかにする。そこで以下では、まず、各論的アプローチで「例示」として取り上げる分野を選定する際の視点を述べ、それに基づき、分野を特定することにしたい。

取り上げる分野はクリエイティブ化によるテコ入れが必要な①伸び悩み分野、クリエイティブ化による効果が比較的短期に期待できる②チャンス分野である。

3-1 地場産業や地域資源の現状

大分県内だけを見ると、事業所単位売上が県内でトップである製造業は県内産業の要とも言えるが、その中でも、付加価値額を伸ばせている分野と伸ばせていない分野があり、伸ばせていない分野においては、早い段階でテコ入れをしていく必要があると考える。以後、この分野を「伸び悩み分野」と呼ぶ。

また、今後、大分県においては、2019（平成⁹31）年のラグビーワールドカップの開催が予定されており、2020（平成32）年に東京都でオリンピック・パラリンピックの開催も控えている。今後国内観光客だけでなく外国人観光客も多く来ると予測される今、大分県にとってはこの機会は最大のビジネスチャンスであると考えられる。日本らしさを含む物は外国人から好んで購入してもらえると予想でき、さらにそれにクリエイティビティを加え、魅力的な商品として売り出すことで、このチャンスを大いに活かしてもらいたい。このイベントによって伸びが期待され、さらに大分県全体の経済の活性化に寄与する可能性がある分野を、以後「チャンス分野」と呼ぶ。

この「伸び悩み分野」、「チャンス分野」の2分野に着目することで、大分県産業が抱える様々な課題にクリエイティブ産業がどのように貢献することができるのか考察していきたい。

3-1-1 伸び悩み分野の特定

本章で取り上げる伸び悩み分野は、①製造業の中で事業所数が多い、②地方各地に事業

⁹今上天皇が生前退位のご意向を示されたことにより、2019年元日より新元号に改められる見通しであるが、本報告書では、便宜上、「平成」の表記を用いることとする。

所が点在している、③クリエイティビティを加えることで成長が見込まれる、の 3 つの基準を満たしている分野とする。

①製造業の中で事業所数が多い

大分県内の製造業の中で食品製造業の事業所数は 20.3%と最も多いことがわかる（平成 26 年工業統計調査確報参照）。食品製造業の事業所内訳を見ると、農産加工品が 26.9%と高いことがわかる（図表 4）。

②地方各地に事業所が点在している

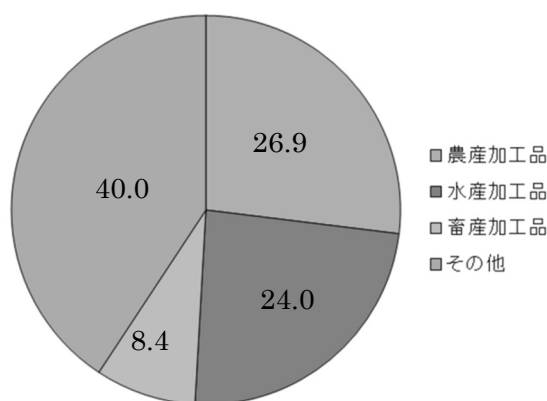
食品製造業の事業所は、ある地域に特定して集積しておらず、地域の特徴を活かした事業所が地方各地に点在している。また、食品製造業は 1 次産業から 3 次産業まで関連した地域密着の産業である。このため、食品製造業を取り上げることで人口減等により衰退しつつある地方の発展に幅広く寄与することができる。

③クリエイティビティを加えることで成長が見込まれる

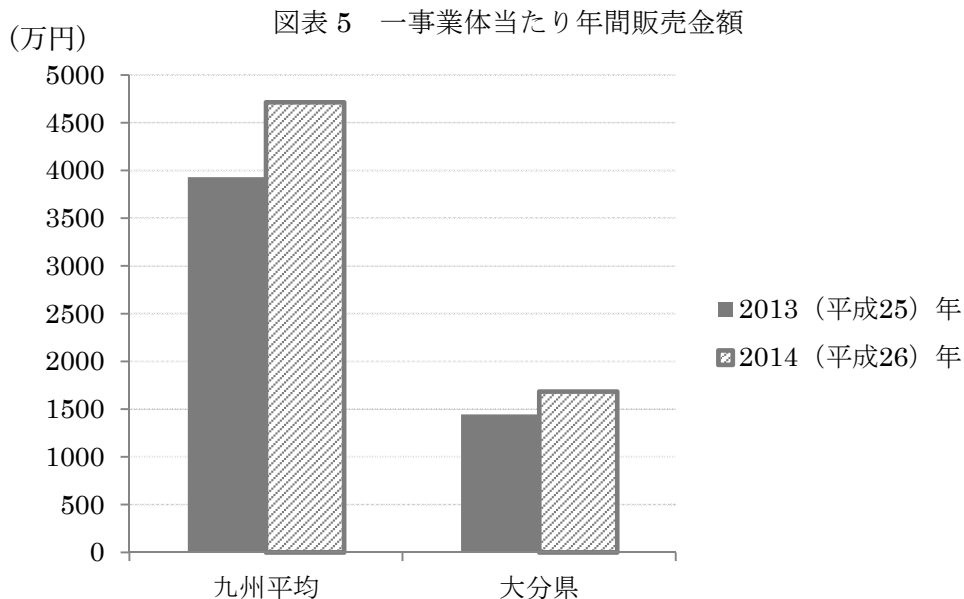
農産加工品でクリエイティビティを加えた成長事例として和歌山県のみかん専門農家が設立した株式会社早和果樹園のジュース「味一しぼり」がある。これはみかん農家が経営安定化のために開発した商品である。ジュースに農作物を使用する場合、通常は B 級品を使用することが多いが、あえて加工品用に新たな品種を開発、糖度を統一化した高品質なみかんを用いてジュースを製造するという逆転の発想で高付加価値の商品の開発に成功した。「みかん農家を作る本物志向のジュース」というコンセプトつまり『デザイン』も評判を呼び、会社の経常利益は 4 期で 60 倍以上に成長した。

以上のことから、伸び悩み分野は農産加工品とする。

図表 4 食品製造業の事業所数割合（%）



（参考：2014（平成 26）年経済センサス）



（参考：農林水産省「6次産業化総合調査報告」）

3-1-2 チャンス分野の特定

3-1 では、2019（平成 31）年に大分県で開催される予定のラグビーワールドカップ、2020（平成 32）年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを例に挙げ、外国人観光客の増加をチャンス分野として述べた。国では、オリンピックイヤーである 2020（平成 32）年に訪日外国人旅行客数を 4000 万人にすることを目標に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定している。

大分県においても、こうした情勢等をうけ、外国人観光客の長期的な増加を見込んでいる。長期総合計画「安心・活力・発展プラン 2015」では、2019（平成 31）年の外国人宿泊客数を 80 万人、2024（平成 36）年は 120 万人を目標に設定している。

大分県内の外国人宿泊客数は、2014（平成 26）年の 33 万 4886 人から 2015（平成 27）年は 53 万 6007 人と大幅に増加し、2016（平成 28）年は熊本地震等の自然災害があったにもかかわらず 59 万 9438 人と増加している。

そこで、①外国人観光客が求めるもの、②大分ならではのもの、③クリエイティビティを加えることで成長が見込まれるもの、の 3 点を基準にチャンス分野の絞り込みを行った。

① 外国人観光客が求めるもの

外国人観光客が求めるものとして、毎月 160 万人の訪日在日外国人が集まる日本旅行・生活・文化情報サイトを運営しているエクスポート・ジャパン株式会社が行った外国人目線調査によると、外国人が「芸術・文化」「食文化」「製造業」「歴史」「エンターテインメント」の 5 項目に高い興味を持っていることがわかった。（図表 6.）

次に、観光庁の訪日外国人の消費動向によると、訪日外国人 1 人当たりの旅行支出は買

い物代が 35.2%を占めており一番の割合を占めている。先ほどの 5 項目の中で、買い物代として支出する項目は「芸術・文化」「食文化」「製造業」が挙げられる。このうち、「製造業」は商品全てにかかるため対象外とする。以上のことから、「芸術・文化」「食文化」を対象にした商品がチャンス分野として挙げられる。

②大分ならではのもの

「芸術・文化」の分野を見ると、大分県には経済産業大臣指定伝統的工芸品に指定されている「別府竹細工」、国の重要無形文化財に指定されている「小鹿田焼」、竹田市指定無形民俗文化財の「姫だるま製造技術」、2016（平成 28）年 12 月に国が地域のブランドとして保護する地理的表示制度に登録された「くにさき七島藺表」、その他「つげ細工」、「日田下駄」といった民芸品・工芸品がある。

また、こうした民芸品・工芸品は中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（2007（平成 19）年法律第 39 号）に基づく地域産業資源として指定され、指定された地域産業資源を中小企業が活用する際の商品開発、販路開拓等に県の支援が受けられるようになっている。

国としてもこうした地方産品を活用した観光戦略に力を入れている。

例えば、地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大を目的として、2016（平成 28）年 5 月 1 日から、一般物品の免税販売の対象となる購入下限額が「10,000 円超」から「5,000 円以上」に引き下げられた。これにより、地方における比較的単価の低い民芸品や伝統工芸品についても免税で購入しやすくなった。

さらには、2017（平成 29）年度観光白書において、優れた地方産品を海外へ発信し、訪日外国人旅行者の誘致に繋げていく取り組みや、伝統的工芸品を活用した外国人富裕層の購買意欲をかき立てる取り組みが記載されている。

また、「食文化」についても「かぼす」「しいたけ」「豊後牛」「関あじ・関さば」「とり天」といった大分ならではの食文化があり、日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略 2015 でも大分の食を活かした観光戦略が記載されている。

③クリエイティビティを加えることで成長が見込まれるもの

民芸品・工芸品でクリエイティビティが活かされている事例として、長崎県の白山陶器株式会社が挙げられる。この会社は、「デザインや品質が器の機能をどう高め、使う人の愛着にどう応えていけるか」をテーマにデザイナーを活用した商品開発を行っており、数多くの「グッドデザイン賞」を受賞している。

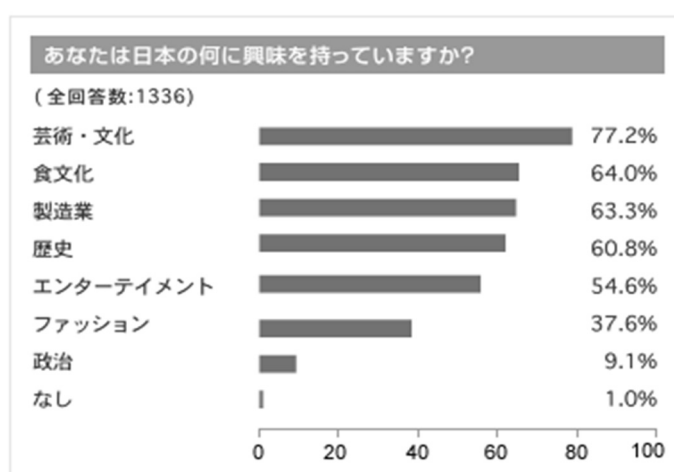
また、富山県高岡市にある株式会社能作では、伝統的工芸品である高岡銅器の鑄造技術を用いた仏具製造を行っていたが、デザイナーと協同で開発した錫の特性を活かした「風鈴」「曲がる器」等が評価され、多くの賞を受賞し、従業員数を 20 年で約 10 倍に増やすほど成長することに成功した。

このことから、大分の民芸品・工芸品に対してもクリエイティビティを加えることで成長が見込まれることが十分に考えられる。

次に、「食文化」についても「幻の二日ひじき」等、クリエイティビティを加えることで成長した事例は数多く有り、こちらも可能性は十分にある。しかし、別府湾サービスエリアのショッピングコーナーでの売上ランキングトップ10の全てが食品であること、駅や空港等のお土産品販売コーナーに置かれている商品の大部分が飲食料品であることから、観光客を対象にした「食文化」関連の商品はすでに数多く存在しているため、より商品数の少ない民芸品・工芸品の方がクリエイティビティを加えることで一層の成長が見込まれると考えられる。

以上のことから、チャンス分野は大分の民芸品・工芸品とする。

図表 6 日本に興味を持っているものの割合 (%)



(出典 エクスポート・ジャパン株式会社)

3-1-3 まとめ

地場産業や地域資源の現状では、クリエイティビティを加える分野を「伸び悩み分野」「チャンス分野」に分け、それぞれ農産加工品分野と民芸品・工芸品分野に選定した。この2つの分野にクリエイティブ化が加えられているかの現状を分析し、課題を精査していきたい。

3-2 農産加工品分野におけるクリエイティブ化の現状と課題

3-2-1 農産加工品分野の現状

3-1-1で述べたように食品製造業の中で農産加工品の事業所数は最も多い。これは農産加工品の多くが6次産業化¹⁰によって商品化されたものであり、小規模経営体が多いためである。

¹⁰ 農林漁業者が地域資源を活用し、生産（1次産業）だけでなく、自ら加工（2次産業）や流通・販売（3次産業）に取り組み、地域資源の付加価値を高めることによって、農産漁村の雇用の確保や所得向上等を目指す取り組み。

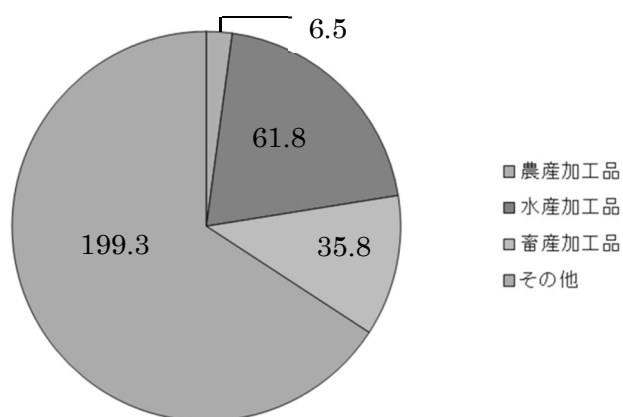
具体的な農産加工品として梅干しを例に挙げる。梅干しは道の駅や物産館等で販売されており、大分県にも大山町の梅等全国的に有名なブランドが存在している。しかし、大分県内の道の駅でその他の商品と比較してみたところ、そのブランドでさえ他商品が陳列する中に入ると区別が付かず、クリエイティブ化があまり図られていないことがわかる（図表 7）。

その結果として、食品製造業全体の付加価値額を見ると農産加工品は 6.5 億円と全体の 2.14%にしか達しておらず、他の水産加工品や畜産加工品に比べて付加価値額が低い（図表 8）。

図表 7 日田市内の物産館の様子（商品例の陳列状況）



図表 8 食品製造業付加価値額（億円）



（参考：2014（平成 26）年経済センサス）

3-2-2 農産加工品分野の分析

農産加工品の付加価値額が低い原因として、人件費が安いことやデザインやコンセプトにこだわった高付加価値製品の開発や生産が行われていないこと等が考えられる。これらは農産加工品の大半が 6 次産業化によって商品化されたものであり、農家が農業の合間に製造しているためであると考えられる。6 次産業化の商品は商品価値が上がることによって人件費もまかなうことができるため、今回はデザインやコンセプトにこだわった高付加価値製品の開発や生産が行われていないという課題に着目して農産加工品の現状を分析した。

まず、県内の 6 次産業化の現状を調べるため、県内の 6 次産業担当者にヒアリングを行った。すると、加工品開発の際に生産者からよく出る質問は「食品表示について」「賞味期限の設定方法」等が多く、加工技術の取得や品質管理に偏っていることがわかる。つまり商品開発が最低限の品質管理をクリアする段階で止まっており、消費者の目にとまるような商品のデザインや、手にとってもらうための「コンセプト」や「ストーリー」作りまで行われていない。またこの背景として、農産加工品の多くが素朴さを特徴としていたため、商品自体の味や品質で競争する分野であったことも原因として考えられる。

生産者がこれらに手を付けていない理由は、すでに触れたように、農業を行っているためにこれらの作業まで時間を割くことができないという問題の他に、商品開発時にデザインについて相談できる人が身近にいないことや、商品開発時に消費者ニーズにあった商品のデザインやコンセプトが必要であるということを教える人がいないということが考えられる。

ちなみに、これらを取り入れて商品の高付加価値化を行った成功事例として、株式会社岡本農園の商品「スイートコーンスープ」がある（図表 9）。この商品は農業だけでは収入が不安定であったため、付加価値を高める加工品を作ろうと総合化事業計画を利用して商品化したものである。従前は、商品開発を行う際に品質向上に力を入れていたが、商品開発をサポートした企業外の担当社からの話を聞くうちに生産者自身が消費者に商品の良さを伝えることができるパッケージの大切さに気付き、デザイナーを交えた商品開発を行ったという。その結果、商談会、展示会で大きな反響があった。また、北海道知事よりエコファーマー認定を受けたことから、安全・安心な作物で作るという「コンセプト」が付加価値向上へと繋がった。このように農産加工品についても、事例からクリエイティビティを加え、消費者ニーズに合致させることで商品の付加価値を向上させる可能性があることがわかる。

図表 9 株式会社岡本農園スイートコーンスープ



(出典：岡本農園ホームページ <http://www.okamotofarm.com/products.html>)

3-3 民芸品・工芸品分野におけるクリエイティブ化の現状と課題

3-3-1 民芸品・工芸品分野の現状

日本政府観光局 (JNTO) によると、2015 (平成 27) 年の訪日外国人客数は 1973 万 7409 人であった。また、観光庁では訪日外国人消費動向調査を実施しており、訪日外国人の費目別お土産購入率及び購入単価を公表している。これらから、2015 (平成 27) 年の訪日外国人の費目別お土産購入額を計算すると、和服 (着物)・民芸品の購入額は 364 億円と他の費目に比べて低いことがわかった (図表 10)。

また、2010 (平成 22) 年のデータと比較すると、購入額は他の項目は 3 倍近く伸びているのに対し、和服 (着物)・民芸品は購入率が伸びていないため 2 倍程度しか伸びていない。(図表 11)

図表 10 訪日外国人の費目別お土産購入額 (2015 (平成 27) 年)

	単価(円)	購入率	購入額(億円)
菓子類	9456.7137	65.0	1,212
その他食料品・飲料・酒・たばこ	11975.03	58.8	1,390
カメラ・ビデオカメラ・時計	70769.869	11.5	1,605
電気製品	43639.393	19.7	1,694
化粧品・香水	29446.311	42.4	2,461
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	23997.729	47.3	2,240
和服(着物)・民芸品	15557.099	11.9	364
服(和服以外)・かばん・靴	38841.488	40.6	3,110
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	12406.86	12.8	314
書籍・絵葉書・CD・DVD	6534.6673	11.6	149
その他買物代	34350.089	6.8	463

(出典：2016 (平成 28) 年 3 月 観光庁訪日外国人消費動向調査)

図表 11 訪日外国人の費目別お土産購入額（2010（平成 22）年）

	単価(円)	購入率	購入額(億円)
菓子類	9287	48.3	386
その他食料品・飲料・酒・たばこ	13414	39.1	452
カメラ・ビデオカメラ・時計	49780	9.7	416
電気製品	41841	8	288
和服(着物)・民芸品	15345	12.7	168
服(和服以外)・かばん・靴	33650	26.4	765
その他買物代	21597	25.6	476

※化粧品・香水等の項目は集計項目の違いで比較不可

(出典：2011（平成 23）年 3 月 観光庁訪日外国人消費動向調査)

3-3-2 民芸品・工芸品分野の分析

なぜ、和服（着物）・民芸品の購入額が低いのだろうか。購入額が低い原因として、価格が高いという理由の他に商品の情報が伝わっていない等、購入のための判断材料が少ないため、観光客が購入に踏み込めないといったことが挙げられる。

また、観光庁が行ったアンケートで、欧州の観光客が和服（着物）・民芸品を購入した理由をまとめたところ、「見た目が良いから」が 31.0%だったのに対し、「日本独特なものだから」と回答した方は 17.0%だった。このことから、民芸品・工芸品が売れるためには、日本独特のものであるということだけでなく、外国人観光客の嗜好にあったコンセプトでデザインを考えていく必要があることがわかる。

以上のことから、民芸品・工芸品の購入額を上げるためには、①商品の情報が伝わっていること、②デザインがよいこと、の 2 点が大切だと考えられる。

そこで、①大分の民芸品・工芸品について、商品の価値が観光客に伝わっているかについて分析を行った。外国人観光客が訪日前・訪日中にチェックするであろう観光サイト「JapanTravel.com」や「Japan-guide.com」等で、どのような情報が発信されているか分析を行った。その結果、「JapanTravel.com」や「Japan-guide.com」では、いずれも大分県の観光地や食を紹介しているのみで、民芸品・工芸品の紹介は行われていないことが明らかになった。

以上のことから、外国人観光客に対して効果的な情報発信ができていないということがわかった。

次に、②大分の民芸品・工芸品について、外国人観光客が求めるデザインになっているかについて分析を行った。外国人観光客がお土産品に求めるデザインについて考えるにあたって、デザインの考え方のひとつに「経験デザイン」というものがある（ブラウン 2014）。ティム・ブラウンによれば、経験デザインとはデザイン思考からなり、「デザイン思考の役割とは、観察から洞察を、そして洞察から生活に役立つ製品やサービスを生み出すことなのだ」（ブラウン 2014：67）とある。これは実際に使う人の立場になって商品をデザイン

しなければいけないという考え方である。

「経験デザイン」を加えた事例として、病院のデザインを考えた事例を挙げる。病院内のデザインを考えるにあたって、デザイナーが実際に患者役として緊急治療室に運ばれるといったことを行った。その結果、受付のプロセスのわかりにくさや患者が受けるストレス、不安感を洗い出し、問題点を明らかにしたのである。(ブラウン 2014 : 71)。

以上のことから、外国人観光客の目線に立ち、彼らのライフスタイルの中に適合する民芸品・工芸品がお土産品として求められていると考えられる。先ほどクリエイティビティが活用されている事例として挙げた長崎県の白山陶器株式会社では「使う人の愛着にどう応えるか」をテーマにしており、使う人のライフスタイルに適合するような商品作りを進めている。また、HP には実際に商品が利用されている写真等を掲載し、購入者自信が使用したことを想像しやすくなるような情報発信を行っている。直営店の展示方法も、商品を単に並べるだけでなく、リビングを想像するようなレイアウトにしている。

大分の民芸品・工芸品では、白山陶器株式会社のようにライフスタイルの提案を行っている HP はなかった。また、県内のお土産品販売店をみてもそのようなレイアウトにしているところはあまり見られなかった。

3-4 まとめ

農産加工品は味や素朴さで競争している業界であったため、商品のコンセプトやストーリー性まで追求した商品は少なかった。また商品開発を行う際も①デザインについて相談できる人が身近にいない、②販売のために必要な消費者のニーズにあったデザインがつかめていない等の課題があることがわかった。

大分県の民芸品・工芸品について、①外国人観光客に対して、十分な情報発信ができていない。②お土産品について、購入者若しくは貰う人のライフスタイルに適合するデザインが有効だが、現時点でライフスタイルの提案を行うようなデザインになっていない等の課題がある。

第 4 章 既存事業の検討

以上、第 2 章を通じて、総論的アプローチにより解決すべき横断的課題として、①企業側のデザイン意識が低い、②クリエイターの能力がわからないという課題があること、また、第 3 章を通じて、各論的アプローチより解決すべき課題として、「農産加工品」(伸び悩み産業)については、①商品開発時にデザインについて相談できる人がいない、②販売のために必要な消費者ニーズにあったデザインがつかめていないという課題が、「民芸品・工芸品」(チャンス分野)については、①外国人観光客に対して、十分な情報発信ができていない、②お土産として購入者若しくは貰う人のライフスタイルに適合するようなデザイ

ンになっていないという課題があることが明らかになった。

しかしながら、これらの課題について、これまで全く手がつけられなかったわけではないだろう。そこで、本章では、それらの課題に対してどのような既存施策があるのか、それらの到達点と限界を検討していくこととしたい。

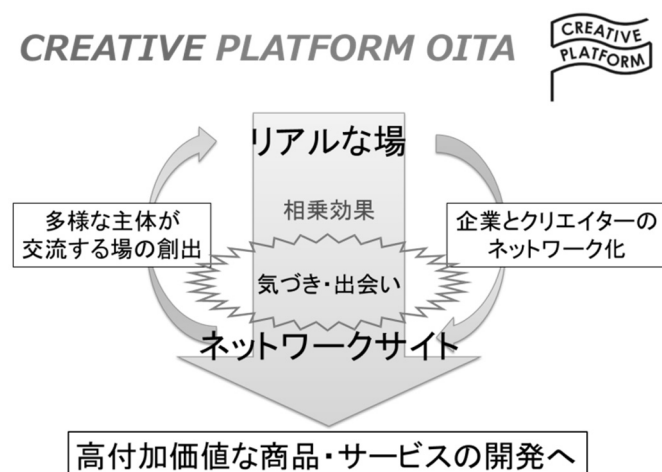
4-1 総論的課題に関連する既存事業

第2章で述べたとおり、県内企業のクリエイティブ化の課題として、①企業側のデザイン意識が低い、②クリエイター的能力がわからないというものがある。この章では既存施策でどのくらい企業に対してクリエイティブ産業の普及啓発を行っているのか、クリエイターの仕事について紹介する取り組みがあるのかについて検討したい。

4-1-1 総論的課題に関連した既存事業の概要

大分県商工労働部経営創造・金融課では、大分県版クリエイティブ産業創造事業の「CREATIVE PLATFORM OITA」という事業を行っている。この事業は、企業とクリエイターが交流する場を作り、ネットワーク化、マッチングを推奨することで相乗効果が生まれ、高付加価値な商品・サービスの開発を促進していくことを目的としたものである。2016（平成28）年9月にキックオフイベントを行い、定期的に「CREATIVE PLATFORM CAFÉ」というトーク&交流イベントを開き、全国のクリエイティビティを活用した産業創出に関わる方々をゲストに企業とクリエイターの交流の場を作っている（図表12）。

図表12 大分県版クリエイティブ産業事業のイメージ



（出典：大分県商工労働部経営創造・金融課 2016（平成28）年度クリエイティブ・プラットフォーム構築事業）

4-1-2 総論的課題に関連した既存事業の限界

2016（平成 28）年 9 月に行われたキックオフイベントの来場者を分析したところ中小企業が 43.6%を占めており、中小企業の参加者が半数を占めている。続いてクリエイター、行政となっており、全体の 87.0%に達している（図表 13）。

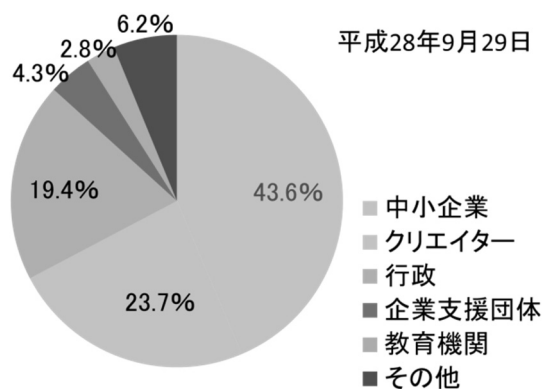
しかし、定期的に行われる CREATIVE PLATFORM CAFÉ の vol.1（9 月 29 日）と vol.2（12 月 8 日）の参加者の内訳（職業別）を確認したところ、法人、個人事業主の参加割合が vol.1 は 42%、vol.2 は 35%と会を重ねるごとに減少していることがわかる（図表 14、15）。絶対数で見ても、77 名から 26 名に減少しており、継続して参加する方が少ない。

また、参加のきっかけについて見てみると、関係者と友人・知人からの誘いで来場者が全体の半数を占めており、現在のクリエイティブ・プラットフォーム構築事業で取り組んでいる CREATIVE PLATFORM CAFÉ は、既にクリエイティブ産業を知っている、若しくは知っている方から声がかかった人で構成されていることがわかる。また、参加人数も vol.1 が 120 人、vol.2 が 30 人と減っている。直接的な誘い以外に、ウェブサイトやチラシ、SNS 等がきっかけで参加する人の割合は約 33%とほぼ横ばいである（図表 16、17）。

この事業では、クリエイターと企業の交流、マッチングを推奨しており、対象となる企業側の参加率が減少傾向であるため、継続して参加することでマッチングに結び付けていくための対策を考えていかなければいけない。事業が始まったばかりのため、紹介によって参加者を呼び込むことは大切なことである。今後、企業訪問や支援機関に相談にこられる方を巻き込んでいくことができれば、新規で参加される方が増えていくと考えられる。

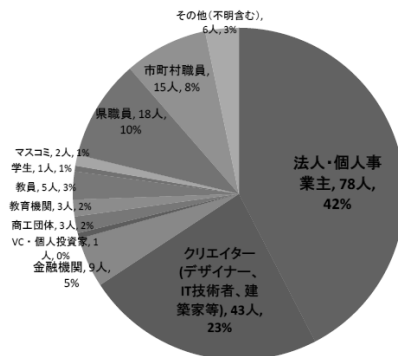
現状では、クリエイティブ産業やクリエイティビティに興味がある方の参加が多く見られる。しかし、新規で参加される方が少なく、事業自体の広報等がうまく機能できていない。今後は、クリエイティブ産業を知らない人の参加も促していくための方法を検討していかなければいけない。

図表 13 キックオフイベント来場者内訳（約 200 名）



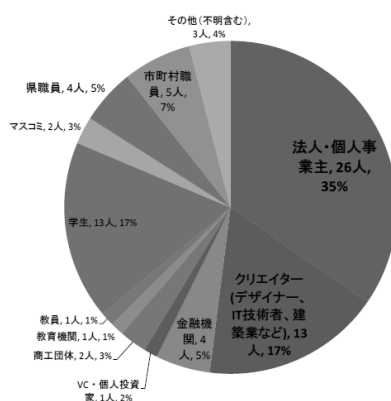
（出典：アンケートより）

図表 14 CREATIVE PLATFORM CAFÉ vol.1 参加者の職業区分（184 名）



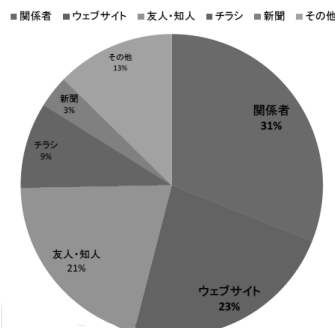
（出典：アンケートより）

図表 15 CREATIVE PLATFORM CAFÉ vol.2 参加者の職業区分（75 名）



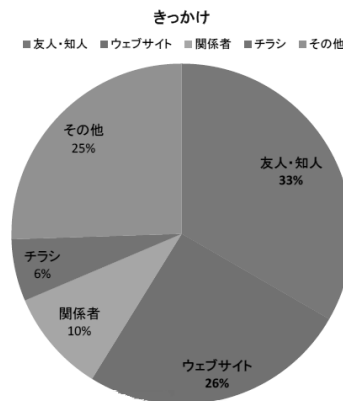
（出典：アンケートより）

図表 16 CREATIVE PLATFORM CAFÉ vol.1 に参加したきっかけ



（出典：アンケートより）

図表 17 CREATIVE PLATFORM CAFÉ vol.2 に参加したきっかけ



(出典：アンケートより)

4-1-3 総論的課題に関連した事業の方向性

既存施策では、クリエイティブ化について知らない人に対しての働きかけが弱いため、発展が難しいと考えられ、普及啓発を図り、行政、関係する組織が中心となり、多くの方が参加し、より具体的なマッチングのイメージを持ってもらう取り組みを行っていくことが必要である。そのためには、身近な事例を集め、企業の関心を集めるとともに、クリエイティブ化が自社のビジネスチャンスに繋がるという認識を持ってもらう仕組みが必要だと考える。

クリエイティブ化を知らない人へ働きかけていく方法としては、チラシ等の紙面上での広報といったものが考えられるが、実際に作られたものの情報が紙面上に掲載された以上でない、関わった企業やクリエイターがどんな人物なのかが十分に見えない等の問題（弱点）がある。また、広報の成果が出たとして、実際に関心があり実行に移そうと考える企業等が誰とマッチングするべきなのかを検討する材料を得ることができないという課題がでてくる。これに対して、コンペティションという手法は、問題を克服できる可能性をもっている。このコンペティションを活用してクリエイティブ化の普及啓発を進めている事例として、富山県の富山デザインウエーブが挙げられる。富山県の富山デザインウエーブは、富山県、富山市、高岡市が実行委員会として主催し、商品化を前提とした、富山県の地場産業の振興とデザイナーの支援を目的とするデザインコンペティションである。1994（平成 6）年に始まり、現在 30 点以上を商品化している。商品化は、プレゼンの際に企業とクリエイターのマッチングが行われており、コンペティションという出会いの場を提供している。コンペティションに参加し受賞するだけでなくその後の関係作りにも繋がっている。富山デザインウエーブでは、クリエイターと企業のマッチングを実際に商品化しており、この事業を通してその後の関係も続くようにしている。こうした取り組みにより、「富山デザインウエーブは自社のビジネスチャンスに繋がる」という認識が生まれ、クリエイティブ化を知らない人に対する普及啓発になっていた。

また、富山県では、企業に対してクリエイターやバイヤーが視察を行うことで、クリエイター側からのアプローチが生まれる仕組みも作っていた。

大分県内企業のクリエイティブ化に関する事業の方向性として、富山県の事例を参考にし、クリエイティブ化を知らない人にクリエイター自身が行動し PR していくという方向性とコンペティションやアワード等を用いて普及啓発を行うという 2 つの方向性で考えていく。

4-2 農産加工品分野（伸び悩み分野）に関連する既存事業

4-2-1 農産加工品分野のクリエイティブ化に関連した事業の概要

農産加工品分野の①商品開発を行う際にデザインについて相談できる人がいない、②消費者ニーズにあったデザインがつかめていないという課題に関連する既存施策としては、農林水産業を行う生産者が加工品開発の際にアドバイスをもらうサポーターを派遣する「総合化事業計画」がある。

「総合化事業計画」は農林漁業経営の改善を図るため、農林漁業者等が農林水産物の生産及び加工又は販売を一体的に行う事業活動に関する計画のことをいう。活動例として農水産物の加工、消費者への直接販売、輸出、農林漁業家民宿、農林漁業家レストラン等があり、生産者が生産のみでなく、販売まで入り込む際に支援する制度となっている。この制度のメリットは 6 次産業化サポーターによる支援、融資制度上の優遇、補助事業の活用がある。サポーターは生産者と一緒に事業の方向性の検討や企業の問題点の把握を行い、一般的に企業の課題に対してアドバイスできるような専門家が担当する場合が多い。

4-2-2 農産加工品分野のクリエイティブ化に関連した事業の限界

「総合化事業計画」は計画を生産者自身が作成し、計画登録後に 6 次産業化サポーターによる支援が行われる。しかし、大分県内のサポーターにはデザイナーが入っておらず、生産者がデザインについて長時間検討する機会がない。それにより、生産者が消費者に求められているデザインやコンセプトに気付かないという問題点がある。

4-2-3 農産加工品分野に関連した事業の方向性

農産加工品分野の既存施策から①サポーターにデザイナーがいない、②生産者が消費者が手に取りたくなるような商品のデザインやコンセプトに気付かないという課題があることがわかった。①の課題については「総合事業化計画」のサポーターの中にデザイナーを入れる、若しくは県の産業科学技術センターで相談するように促すという解決策が考えられる。実際に他県では 6 次産業化サポーターにデザイナーが入っており、今後大分県のサポーターにも入ることが想定される。そのため、今回の事業提案は、②を解決するために、生産者がデザイナーと一緒に消費者ニーズを学ぶことで問題意識をもって、自主的に解決するような仕組みづくりをする方向性で提案を行う。

4-3 民芸品・工芸品分野（伸び悩み分野）に関連する既存事

4-3-1 民芸品・工芸品分野に関連した事業の概要

民芸品・工芸品分野では、①外国人観光客に対して、十分な情報発信ができていない、②お土産品について購入者若しくは貰う人のライフスタイルに適合するようなデザインが有効だが、現時点でライフスタイルの提案を行うようなデザインになっていないという課題があった。①に対しては、現在大分県内で関連する事業はない。②に対しては「別府竹細工新製品開発事業」がある。

別府竹細工新製品開発事業は、別府竹製品協同組合の若手技術者とデザイナーが共同で現在のライフスタイルにあった竹製品を開発する事業であり、別府竹細工は外国人を対象にした商品開発を既に行っている。

4-3-2 民芸品・工芸品分野のクリエイティブ化に関連した事業の限界

別府竹細工新製品開発事業はライフスタイルにあった商品開発を行っている。また外国人を対象とした商品開発を行っているが、別府竹細工限定の支援となっている。また、外国人を対象とした商品開発を行っているにもかかわらず、海外の観光客向けの「JapanTravel.com」や「Japan-guide.com」等に掲載がない等外国人観光客に向けたアピール、つまり情報発信がなされていない。

4-3-3 民芸品・工芸品分野のクリエイティブ化に関連した事業の方向性

事業の方向性を述べるにあたって参考になる事例として、行政と民間企業が一緒になってお土産品を開発し、成功した事例として富山県の「幸のこわけ」がある。

これは、富山県に根づく「おすそわけ」の文化を大切に、贈る人、貰う人、そしてその家族や地域全体で、よろこびや幸せをわかち合うことをコンセプトに富山県にある商品を開発する事業であり、開発以降、新幹線開通も手伝い、売上が右肩上がりで見られている（図表 18）。この「幸のこわけ」が成功した要因として、3つのことが挙げられる。

(1) 購入者の共感を得る仕組み

「幸のこわけ」では、商品を開発するにあたってプロジェクトチームを作成している。このチームの中には県、クリエイター、専門家だけでなく、実際に購入する層（主婦等）や富山が好きな方も入り、既存商品を選別することで購入者の目線を入れる工夫を行っている。

(2) コンセプトをもとにした条件整理

先に挙げたコンセプトをもとに商品を小分けにし、食べ切れるサイズにする、商品のストーリーを作成する等の条件を作成している。

(3) パッケージの統一化

商品のパッケージを統一化させることで、富山県の良さをまとめて発信するようにしている。

以上のことから、今回は富山県の「幸のこわけ」の取り組みを参考に、ライフスタイルの提案を行うような商品開発を支援する方向性で提案を行う。さらに現在、大分県内の事業で行われていない情報発信も取り入れた提案を行っていきたい。

図表 18 越中富山幸の小分け販売実績

3 販売実績（総販売累計額：約5.6億円）

年 度	売 上 額 (概 数)	前年度(月末)比
H22	200 万円	—
H23	2,900 万円	—
H24	4,700 万円	160 %
H25	7,500 万円	161 %
H26	1 億 1,000 万円	144 %
H27	1 億 9,000 万円	180 %
H28.8末	1 億円	129 %

（参考：越中富山幸のこわけお土産プロジェクト事業参照）

4-4 まとめ

①総論的課題に関連する既存施策

総論的課題として、①企業側のデザイン意識が低い、②クリエイターの能力がわからないという2つがあり、これを解決する事業として「CREATIVE PLATFORM OITA」が挙げられるが、クリエイティブ化を知らない人への働きかけが弱いことが課題である。どの分野の事業においても共通して言うことができるのは、まずはクリエイティブ化というのがどういうものなのかをきちんと理解してもらい、県民に広く周知していくことが必要だということである。そこで、クリエイター自身が行動しPRしていくものとコンペティションやアワード等を用いて普及啓発を行うものの2つの方向性で提案を行う。

②農産加工品分野のクリエイティブ化に関連する既存施策

農産加工品分野の①商品開発を行う際にデザインについて相談できる人がいない、②消費者ニーズにあったデザインがつかめていないという課題を解決する事業として総合事業化計画が挙げられる。しかし、消費者が手に取りたくなるようなデザインやコンセプトの検討ができていないことが課題である。そこで、生産者もデザイナーと一緒に消費者ニーズを学ぶことで問題意識をもって、自主的に解決するような仕組みづくりをする方向性で提案を行う。

③民芸品・工芸品分野のクリエイティブ化に関連する既存施策

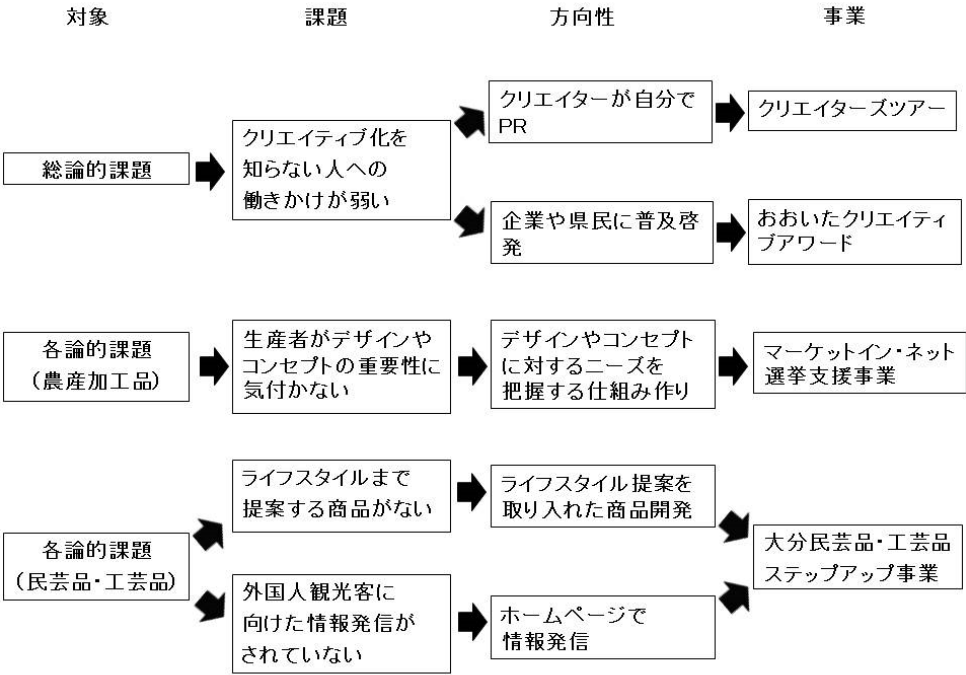
民芸品・工芸品分野では①外国人観光客に対して、十分な情報発信ができていない、②お土産品について購入者若しくは貰う人のライフスタイルに適合するようなデザインが有

効だが、現時点でライフスタイルの提案を行うようなデザインになっていないという課題があった。①に関連する既存施策はない。②は「別府竹細工新商品開発事業」が挙げられる。しかし、ライフスタイルの提案といったコンセプトでお土産品が作れていない。そこで、ライフスタイルの提案のような商品開発を支援し、外国人観光客に対して情報発信を行うという方向性で提案を行う。

第5章 事業提案

これまでの議論を整理した上で、本章で提案する事業を一覧にしたものが次の図表 19 である。以下、本章ではこの整理に従って、具体的な事業提案を行っていく。

図表 19 課題、方向性、政策の対応関係



5-1 クリエイターズツアー

5-1-1 事業概要

クリエイティブ化に対する認知度を上げるためにも、クリエイティブ化の具体的な事例等を知らない人に対するアプローチが必要である。そこで県内企業の技術発信と新たなマッチングの場作りを目的とし、クリエイター側から企業に出向いていくクリエイターズツアーを実施することを提案する。

5-1-2 実施方法

大分県が取り組む「CREATIVE PLATFORM OITA」のクリエイターと企業のマッチングの場の1つとして、大分県内外からクリエイターを集めて県内企業を訪問するバスツアーを実施する。企業への参加呼びかけ、バスの手配は県、クリエイターの招待は「CREATIVE PLATFORM OITA」事務局が行う。企業の選定は、4～5月にかけて県や商工団体が企業の推薦を行い決定する。企業数が多い大分市と他の市町2箇所の計3箇所でツアーを実施する。なお、大分市は企業数が多いため2日間の計4日間ツアーを行う。参加者は、企業の見学を行い、クリエイティブな視点から企業の製品・技術について分析を行う。クリエイターは自社（自身）の商品として企業の製品・技術を活かした提案を企業に行い、双方の合意のもと開発、販売も行うことができる。

予算については、総事業費として40万円を見込んでいる。内訳は、クリエイター等の招待は県の既存事業の委託で対応することとし、バスの借り上げ料（10万×4回）のみを対象とする。また、バスツアー後の企業とクリエイターとのマッチングについても県の既存事業で対応する。また、県が行っている大分県版クリエイティブ産業創造事業の補完的な事業であるため、追加の人員は不要である。

5-1-3 実施効果

クリエイターは自社（自身）の思い描く魅力的な商品を作ることができ、企業は技術を世間にアピールし、かつ売上増加に繋がる。つまりお互いに利益のある働き方ができる。このようにクリエイターが自社（自身）の商品を企業に委託製造してもらい、販売する方法をセルフプロダクションという。もともとファッション業界等でよく行われていたが、近年ではプロダクトの業界でも行われている。また、この事業の効果としてクリエイティブ産業を身近なものとして感じていない企業が製品・技術の魅力、可能性に気づき、クリエイティブ性を導入するきっかけ作りにも繋がる。さらに県内外のクリエイターをツアーに呼びかけることによって県内クリエイターの刺激にもなり、継続的に行うことによって、レベルの高いクリエイター育成にも繋がる。

5-2 おおいたクリエイティブアワード

5-2-1 事業概要

アワードとは、表彰の一種で、個人または団体に対して審査・判定をした上で、ある分野での秀逸性や達成した業績を讃える目的で贈呈あるいは授与されるものである。

本アワードでは、クリエイティブ産業の認知度向上と、クリエイターのやりがいやモチベーションの向上、またクリエイティブ産業の成果の蓄積を目的に行うことにより、県内のクリエイティブ産業の活性化を図っていく。

大分県内で実際にマッチングが成功した実際の事案を募集し、賞を贈呈する。この実績を大分の事例としてアーカイブし、実績を積み上げていく。

5-2-2 実施方法

既存事業の CREATIVE PLATFORM OITA 等でクリエイターとマッチングをした実際の事案を、クリエイターや実際にクリエイティビティを活用して課題を解決した企業、団体等のそれぞれの主体から 7 月～8 月に応募してもらう。広報については、県の広報広聴課や経済団体等に依頼する。

応募する主体は県内からとして、これまでの取り組みやクリエイティビティの 6 つの要素をもとにした商品等ができるまでの物語性等を評価する。マッチングしたクリエイターは県内在住のクリエイターと限定せずに県外のクリエイターでも可能とする。限定しない理由としては、県内クリエイターのみと限定してしまうと、マッチングしたクリエイターの固定化や考え方が固まるのではないかという懸念があり、また、県外のクリエイターが加わることによって新しい考え方や刺激を持ち込むことができると考えられるからである。

この応募された作品を選考委員会により 9 月～10 月に審査する。選考委員には、行政職員だけでなく、著名なクリエイターや企業支援団体、実際にクリエイターとマッチングし成果を上げたことのある県内企業にも依頼して構成する。審査された作品は、11 月に表彰、展覧会を行い、受賞者には賞金を贈呈する。アワード当日の打ち合わせも兼ねて審査会は 2 回行う。

受賞者は、優れたクリエイターとして「大分県認定クリエイター」として認定する。

実際に提出された作品や賞に輝いたものは 12 月～2 月にかけて冊子にまとめ、大分県のクリエイティブ産業の事例としてアーカイブを作っていく。このアーカイブの蓄積により、大分県のクリエイティブ産業の実績を積み上げていく。また、この冊子を企業、行政、団体等目に付くところに設置する。

予算については、総事業費として 420 万円を見込んでいる。内訳は、アワードの会場使用料（30 万）や審査員の報償費（10 万×5 名×2 回）及び旅費（30 万×2 回）、冊子の作成費（6 ヶ月×30 万）、印刷製本費等（50 万）である。こちらも県が行っている大分県版クリエイティブ産業創造事業の補完的な事業であるため、追加の人員は不要である。

5-2-3 実施効果

企業は初めて仕事をするクリエイターの実力等がわからないという課題があるが、クリエイターがアワードで認定されることによってある程度の実力は保証される。そのため、企業は仕事を依頼するクリエイターを選びやすくなり、よりクリエイティブ化を推進することができる。またアーカイブの作成により、県内外に大分県のクリエイティブ産業の情報を発信することができる。

5-3 マーケットイン・ネット選挙支援事業

5-3-1 事業概要

農産加工品分野のクリエイティブ化には生産者がデザインについて長時間考える機会がなく、販売のためにデザインやコンセプトが重要であるということに気付かないという課題がある。そのため、商品作成をする前の試作品の段階からデザイナーが入り、数種類の試作品に対する消費者からの声を聞くことで、デザインやコンセプトの重要性に気付いてもらい、商品作成に向けてそれらを含んだ改善をしていくような仕組み作りが必要と考える。そこで事業提案ではインターネット上に新商品の試作品を掲載し、消費者からの反応を確認できる仕組み作りを行う。

5-3-2 実施方法

大分県が大分県物産協会に運営を委託している大分県の物産・特産品を紹介するサイト「物産おおいた」に新たな大分県の物産・特産品の開発をする目的で生産者が試作品を掲載することができるページを開設する。生産者はデザイナーと一緒に試作品の写真とコンセプトの情報を掲示する。その試作品は実際に商品化した際の半額の値段で示し、予め設定した数量以上の購入があり、実際に商品化することが決定した場合にのみ販売するようにする。サイト利用者は大分県の物産・特産品に興味がある人なので、一定の利用は見込まれると考える。また、購入希望者には年代や性別等マーケティングに必要な情報を入力してもらい、マーケティングに活用する。生産者はデザイナーと試作品を数種類用意し、「コンセプト」「デザイン」「パッケージ」等情報のみで PR を行うことで、「どうだったら買うのか」という意見を取り入れ、随時試作品を更新していく。購入者は新商品を半額の値段で購入することができるというメリットがあり、生産者は商品化の前にデザイン等の検討を行うことができるほか、一定数量を販売できるため PR に繋げることも可能となる。

予算については、総事業費として 149 万円を見込んでいる。内訳は、制度の周知を図るためのセミナーを県内 6 箇所で実施することとから、講師旅費（1 万×6 箇所）、謝金（3 万×6 箇所）、会場使用料（5 万）とする。また、ページの管理は、「物産おおいた」の管理者である大分県物産協会に同じく委託することから、委託料（10 万×12 ヶ月）とする。セミナー開催と委託料のみなので、県としての人員の増加は不要である。

5-3-3 実施効果

この事業は、商品に対する消費者からの意見を聞くことによって、生産者にデザインの重要性を感じてもらえることができる。それにより農産加工品分野全体のクリエイティブ化を促進していくことが期待される。また、購入者の広報効果も期待される。最終的には、農林漁業者の収入増加にも繋がると考えられる。

5-4 大分民芸品・工芸品ステップアップ事業

5-4-1 事業概要

民芸品・工芸品分野のクリエイティブ化には、①外国人観光客に対して十分な情報発信ができていない、②ライフスタイルの提案まで行われていないという課題がある。そこでライフスタイルを提案する商品開発を行い、外国人観光客に情報発信していく。現在の大分県では外国人観光客を対象にしたお土産品が少なく、また情報発信が十分にされていないため、外国人観光客に選ばれにくい状況にある。そのため、富山県の「幸のこわけ」を参考に、外国人観光客にライフスタイルを提案するような商品の開発・販路開拓を行う。

5-4-2 実施方法

まず、県内にある民芸品・工芸品を取りまとめ、外国人観光客の需要を把握するためのプロジェクトチームを編成する。対象とする民芸品・工芸品は大分県の地域産業資源に登録をされている資源を活用して制作されるものとし、メンバーは県内の特産品等を販売、日本全国に郵送する取り組みを行っている「Oita Made」を運営している特定非営利活動法人 BEPPU PROJECT を中心に、県、クリエイター、商品開発の専門家、民芸品・工芸品の代表組織等で構成する。プロジェクトチームでは、別府竹製品協同組合の海外戦略の紹介や他県の取り組み等を紹介し、外国人を対象とした商品開発の機運を高める。また、各民芸品・工芸品を BEPPU PROJECT やクリエイターが見ることで、民芸品・工芸品のブラッシュアップを行う。

次に、商品作成のための条件整理を行う。コンセプトは購入者に対するライフスタイルの提案を主軸に置き、どのようなコンセプトにするかを決定する。この際、実際に購入する層の意見を聞くため、立命館アジア太平洋大学の留学生等に協力を求める。また、1つ1つの商品での発信では外国人観光客の目に留まりにくいいため、ライフスタイルやパッケージを統一化させ、大分県の民芸品・工芸品をまとめて発信する。

作成された商品やそのストーリーを外国人観光客が見る HP に載せ、幅広く発信したり、大分空港等のお土産品コーナーに試験的に置くことで外国人観光客の反応を見る。好評の商品についてはそのまま常設してもらい、その他の商品については改善案を探っていくことで大分県の定番となるお土産品の開発を目指す。

予算については、総事業費として 380 万円を見込んでいる。内訳は、プロジェクトチームに対する謝金（5 万×10 名×3 回）、旅費（10 万×3 回）、また、ライフスタイルやパッケージの統一に要する広告宣伝費として（200 万）を想定している。追加の人員としては、上述したメンバーを中心にプロジェクトチームを結成する。

5-4-3 実施効果

この事業は、県内にある民芸品・工芸品を対象とするプロジェクトチームを編成し、外国人観光客の需要やライフスタイルに適応した商品のブラッシュアップや統一化を目指す。

民芸品・工芸品のクリエイティブ化を促進させておくことで、外国人観光客が大分にも多く来ると考えられるラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックに備えた戦略になると期待される。

おわりに

大分県ではクリエイティブ産業に関する事業を 2016（平成 28）年度より本格的に始めたため、まだ日が浅く実績も少ない。しかし、地場産業のクリエイティブ化を先進的に行っている他県では、数十年の時間をかけて住んでいる人に「デザイン」を意識する文化を創ってきているように感じる。この文化は、企業とクリエイター同士が繋がるだけでなく、まち全体、県民や大分県でいえば特徴である温泉等の資源等全てでこの文化を作っていくことが必要であると考えます。今ある素材の良さを最大限引き出し、付加価値のあるより良いものに変えるクリエイティブ化は、一見魔法のような手法に聞こえるかもしれないが、実際は企業やクリエイターが自社商品と向き合い、長い時間をかけて作り出すという手の込んだ作業があつて成り立つということを申し添えておきたい。その試行錯誤を乗り越えたからこそ、他と違う独自性を持った付加価値のある商品を生み出すことができるのである。大分県のクリエイティブ化が振興していくためには、そのような地道な作業を早い段階から始めていかなければ、既にクリエイティブ化が根付いている先進地に置いて行かれてしまう。大分県で 2015（平成 27）年度から始まったクリエイティブ産業事業だが、この機会に早急に足場を固めて行くことが重要であり、大分県内のクリエイティブ化への認識や理解を深めていくためにも、普及啓発等を通して事業提案のようなクリエイティブ化に関する事業を継続していくことにより大分県内の実績を積み上げていく必要がある。

クリエイティブと初めて聞いたときに、ぱっと思いついたものはデザイナーやアーティスト等の大衆に向けてカッコいいものを生業にした輝かしいものを想像していた。

このイメージが先行し、政策提案をする上で方向性を絞り込むことがとても大変だった。聞き慣れないことが数多くあったことから、ヒアリングを 33 件ほどさせていただき、多くの方からクリエイティブの考え方や意見、課題等を伺った。忙しい中にもかかわらず、私たちに時間を割いていただき、無知な質問にも快く答えていただいたこと、また、政策発表の場にも足を運んでいただいたことを、この場を借りて厚くお礼を申し上げたい。

本報告では、産業分析によりクリエイティブを活かす産業、分野を絞り政策を考えたが、多くの産業、分野にもクリエイティブを活かし、発展していく可能性を秘めていると断言できる。クリエイティブを意識する人が増え、多くの場でクリエイティブな考えが取り入れられることで、大分県の産業が発展していき、また、大分県を訪れる人に、住み良いまちだと思ってもらえる大分県になれば考える。

参考文献

- ・石田脩人ほか（2013）「日本経済再生のために、いかなる産業構造を構築さるべきか？—製造業を成長させるには—」（「第 16 回 公共選択学会 学生の集い」報告ペーパー）
（<http://e-faculty.chuo-u.ac.jp/~ijima/PC2013/papers/211.pdf>）
- ・大森彌（2001）『一村一品運動 20 年の記録』大分県一村一品 21 推進協議会
- ・岡田知弘（2005）『地域づくりの経済学入門・地域内再投資力論』自治体研究社
- ・奥出直人（2007）『デザイン思考の道具箱』早川書房
- ・国連貿易開発会議（2014）『クリエイティブ経済』ナカニシヤ出版
- ・ディスカバリージャパン編集部（2015）『地域ブランドクリエイターズファイル』エイ出版社
- ・平松守彦（2006）『地方自治への政策と戦略』東洋経済新報社
- ・ピンク、ダニエル（2006）『ハイコンセプト（新しいこと）を考えだす人の時代』三笠書房
- ・フロリダ、リチャード（2014）『新クリエイティブ資本論・才能が経済と都市の主役となる』ダイヤモンド社
- ・ブラウン、ティム（2014）『デザイン思考が世界を変える』早川書房

<その他>

- ・Japan-guide.com 『Japan Travel and Living Guide』
<http://www.japan-guide.com/>（2017 年 3 月 4 日）
- ・大分県「大分県観光統計調査」『大分県ホームページ』
<http://www.pref.oita.jp/soshiki/10820/kankoutoukei.html>（2017 年 2 月 20 日）
- ・観光庁（2017）「訪日外国人消費動向調査 集計結果」『2015 年の年間値の推計（暦年）』
http://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_000044.html（2017 年 3 月 4 日）
- ・ジャパン・トラベル株式会社 『ユーザーがつくる生きた日本旅行情報の宝庫』
<https://en.japantravel.com/>（2017 年 3 月 4 日）
- ・総務省統計局「平成 26 年 経済センサス - 基礎調査 調査の結果」『統計局ホームページ』
<http://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/kekka.htm>（2017 年 2 月 4 日）
- ・農林水産省「6 次産業化総合調査報告」『農林水産省ホームページ』
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001157943>（2017 年 2 月 11 日）

ヒアリング先（敬称略）

（クリエイター）

- ・ 8月11日 （合）テゴ 代表社員 後藤洋介
- ・ 8月23日 ブンボ(株) 代表取締役 江副直樹
- ・ 9月9日 大分県デザイン協会 会長 越田剛史
- ・ 9月9日 JAGDA OITA 代表 数野美子
- ・ 9月23日 (株)大宣 クリエイティブディレクター 池辺清信
- ・ 10月6日 (株)レジスタ 代表取締役 安倍豪
- ・ 12月1日 富山県デザイン協会 常務理事 定塚典夫

（行政・企業支援団体）

- ・ 7月19日 大分県商工労働部 経営創造・金融課 副主幹 阿部浩孝
- ・ 8月23日 日田市商工観光部 商工労政課 主幹 五藤和彦
- ・ 9月6日 大分県立美術館 副館長 渡辺修武
- ・ 9月23日 大分商工会議所 中小企業相談部 高橋直樹
- ・ 9月30日 別府商工会議所 観光・事業部 部長 野口一郎
- ・ 9月30日 大分県よろず支援拠点 コーディネーター 新名康行
- ・ 11月30日 富山県商工労働部 商工企画課 主任 五十嵐康平
- ・ 12月1日 富山県総合デザインセンター 堂本拓哉
- ・ 12月1日 高岡市デザイン・工芸センター 所長 高川昭良
- ・ 12月1日 高岡商工会議所 産業振興部長 上田耕一
- ・ 12月7日 大分県産業科学技術センター 製品支援開発担当 主幹 小谷公人
- ・ 12月14日 金沢市役所経済局ものづくり産業支援課 課長補佐 横山健 山田康浩
- ・ 12月15日 石川県デザインセンター 事務局長・チーフディレクター 志甫雅人
- ・ 12月15日 石川県庁商工労働部産業政策課 村本

（教育機関）

- ・ 8月30日 別府市竹細工伝統産業会館
- ・ 9月2日 大分大学 経済学部 事務長 山口正一
- ・ 10月5日 大分大学 COC+推進機構 コーディネーター 和田智雄
- ・ 11月9日 大分県立芸術文化短期大学 美術科 講師 西口顕一
- ・ 11月9日 " 国際総合学科 講師 山口祥平

（企業）

- ・ 8月30日 (株)アキ工作社 代表取締役社長 松岡勇樹
- ・ 9月30日 (有)ニッシンエスピーエム 常務取締役 高橋陽郎
- ・ 10月26日 (株)井上酒造 専務取締役 井上百合
- ・ 12月2日 (株)能作 販売部 課長 礪岩篤

(伝統工芸士)

- ・ 8 月 30 日 オオハシバンブーワークス 大橋重臣
- ・ 8 月 30 日 セ島蘭工房ななつむぎ 岩切千佳
- ・ 12 月 15 日 上出長右衛門窯 上出恵悟

生徒が輝くための高校魅力化

～地域での教育環境の充実を目指して～



平成 28 年度地域政策スクール 高校魅力化班

大分県農林水産研究指導センター 本 多 貴 将

大 分 県 南 部 振 興 局 石 川 舞

中津市地域振興・広聴課 江 口 晋

大 分 県 北 部 振 興 局 武 島 里 奈

大分県竹田土木事務所 仙田山 玲 奈

目 次

はじめに	67
第 1 章 背景及び目的	67
1-1 県立高校を取り巻く環境	67
1-2 高校魅力化とその必要性	68
1-3 本研究の目的	69
第 2 章 現状と課題	69
2-1 県立高校の現状	69
2-2 高校の魅力	71
2-2-1 生徒や保護者からみる高校の魅力	71
2-2-2 高校の魅力を知る手段	72
2-2-3 大分県内の人気校の分析	73
2-3 課題	74
2-3-1 学校ごとの課題	74
2-3-2 共通の課題	82
第 3 章 政策の方向性	84
3-1 学校ごとの課題について	84
3-1-1 中津南高校耶馬溪校	84
3-1-2 国東高校双国校	86
3-1-3 三重総合高校久住校	86
3-2 共通の課題について	87
第 4 章 政策提案	89
4-1 魅力化専属プロデューサー配置事業	90
4-1-1 事業概要	90
4-1-2 事業内容	90
4-1-3 事業効果	92
4-2 制服デザイン選抜総選挙	92
4-2-1 事業概要	92
4-2-2 事業内容	92
4-2-3 事業効果	93
4-3 学校ごとの施策	93
4-3-1 中津南高校耶馬溪校	93
4-3-2 国東高校双国校	95
4-3-3 三重総合高校久住校	96
第 5 章 終章	97
5-1 残された課題	97
5-2 おわりに	97

参考文献

はじめに

「孟母三遷」という諺がある。これは、中国の儒家の大家・孟子の母親が、子どもの教育環境のために三度、住居を変えたという故事から生まれたものであり、端的に言えば「教育には環境が大事だ」という意味である。

教育環境は、小学校、中学校、高校及び大学等が挙げられる。小学校及び中学校は義務教育であるが、高校からは義務教育ではなく、進学するかどうかを生徒個人が選択できる。しかし実際には、高校進学は任意であるにも関わらず大分県内の9割以上の生徒が進学しており、「準義務教育」とも呼ばれている。そして、高校卒業後は、就職をするか、大学で更に専門的な学問を学ぶか等、生徒の今後の進路が大きく異なり、生徒にとって人生の分岐点ともいえる。このことから、高校教育は、生徒及び保護者にとって、先に挙げた教育環境の中でも特に重要であると考えられる。

一般に、高校の存続は、生徒数や学級数に左右されるが、条件不利地域¹の高校は、地域外への進学や、少子化による地域の生徒数の減少により、統廃合の危機にあり、その地域から無くなってしまう可能性がある。地域から高校が無くなるということは、教育基本法で定められた「教育機会の均等」を損ないかねない。

今回、実際に高校の教育環境がどのような状況に置かれているかを調査したところ、大分県立高校（以下、「県立高校」という。）で条件不利地域に所在している高校は進学者が少なく、その地域の中学3年生は、市内中心部の高校に進学するパターンが非常に多いことがわかった。

そこで、本研究では、存続が危ぶまれている条件不利地域の高校に着目し、充実した教育環境を創り出し、高校を存続させ、地域の教育環境を維持することを目的として、政策を提案することとする。

第1章 背景及び目的

本章では、県立高校を取り巻く環境について概観し、条件不利地域での教育環境充実のための高校魅力化の必要性について述べる。

1-1 県立高校を取り巻く環境

大分県では、大分県学校教育審議会答申、大分県公立高等学校適正配置等懇話会報告、高等学校改革プラン検討委員会報告を経て、2004(平成16)年度に「高校改革推進計画」を策定し、再編整備指針に基づき、県立高校の適正配置、適正規模を目指すこととされた²(大分県教育委員会 2008)。この計画に沿って、2005(平成17)年度に55校

¹ 総務省の定義による「離島振興法」、「山村振興法」、「半島振興法」、「過疎地域自立促進特別措置法」に定められる地域をいう。本稿では特に、過疎地域自立促進特別措置法第2条で定められる地域を指す。大分市については、一部過疎地域を含むが、市の区域面積に比してごく一部であるため、ここでは条件不利地域として扱わないこととした。

² 再編整備指針の中で、適正規模とは1学年6～8学級とされる。ただし、生徒や地域の実情及び学校・学科の設置状況等により、1学年4～5学級となることもやむを得ないとされている。また、これと時を同じくして、2008(平成20)年度には通学区制を廃止し、全県1学区制となり、生徒が主体的に学校選択を行える環境が整った。

あった県立高校は 2015(平成 27)年度に 44 校となり、高校改革推進計画に示された統廃合は全て完了し、全県的な高校の適正配置、適正規模はおおむね実現された。

しかし、進学先として「選択される高校」と「選択されない高校」の差は広がり、生徒数の減少から、募集停止基準³に該当しつつある高校が散見されるようになった。

募集停止基準に該当した高校は統廃合される可能性があるが、先の 44 校のうち 24 校はいずれも中山間地域や半島のような条件不利地域にあり、地域内には高校が 1 校しかない場合が多い。もし、このような地域の高校が統廃合された場合、生徒は地域外にある遠くの高校に進学せざるを得なくなるが、遠く離れた高校に通学する経済的負担は非常に大きい⁴。特に、経済的に苦しい状況にある生徒は、地域の高校がなくなった場合、進学を断念せざるを得なくなる可能性もあり、教育基本法に謳われる教育機会の均等を著しく損なうこととなる。

教育機会の均等のためにも条件不利地域の高校の存続は必要であり、また一定の生徒数を確保する必要がある。しかし、各高校の在籍生徒数が減少していることと並行して、地域の総生徒数も長期的に減少傾向にあり、地域での生徒数確保は一段と厳しさを増していくことが予想される。

なお、現時点で既に募集停止基準に該当している、または該当しつつある高校があることから、現状の生徒数を維持するだけでは足りず、生徒数の増加を目指さなければならない。よって、条件不利地域の高校は、地域の外、ひいては県外から生徒や保護者を惹きつける程の大きな魅力を持ち、生徒を獲得していく必要がある。

1-2 高校魅力化とその必要性

地域の高校に大きな魅力を持たせ、多くの生徒や保護者に選ばれる高校にする取り組みは「魅力化」と呼ばれ、全国で進められている。

その先進事例として知られる島根県立隠岐島前高校(以下、「島前高校」という。)では、地元の町と協力して魅力化に取り組み⁵、第 1 回全国高校生観光プランコンテスト(観光甲子園)でグランプリを受賞したことを機に、全国から注目を集め、今では全国から生徒を集めるまでになった。学級数増も果たし、地域の生徒や保護者にとって申し分ない魅力ある高校となった(山内ほか 2015)。また、そうした魅力に惹かれ、高校入学を目指して町に移住する者も現れているという話もあり、人口増加にも波及効果が現れている。

³ 1 学年 2 学級の学校及び 1 学年 1 学級の分校は、2 年連続して在籍生徒数が総入学定員(3 学年それぞれの募集時の定員数の総和)の 2/3 未満(約 66.67%未満)となった場合、募集停止を検討することとされている。

⁴ 例として、耶馬溪校周辺から中津市中心部に通学する場合、学期定期券利用で年間約 22 万円かかり、3 年間で約 66 万円となり、国立大学 1 年間の学費に相当する。

⁵ 地域内外のエキスパートの協力を得ながら、生徒それぞれの興味に応じてプロジェクトチームを組み、実際の地域の課題解決に取り組む授業「地域学」や、全国から一流の人材を招聘しての特別授業やキャリアプランニングを行う「夢探求」等の独自のカリキュラムにより、主体性、コミュニケーション能力を身につけた人材育成に取り組むとともに、「島留学」と銘打ち、県外から積極的に生徒の受け入れを進め、固定化した人間関係を打破する要素とした。

また、他にも調理師免許を取れるような学科カリキュラムに変更したり(高瀬 2015)、JAXA と連携した「宇宙学」で特別な授業を行ったりする等して、生徒や保護者の関心を集め、生徒を確保している高校もある(山崎 2015)。

上記のように、各地での魅力化の取り組みは、地域の生徒や保護者のみならず、地域コミュニティの維持、移住者の獲得をも見込める重要な試みである。また、そうして地域の高校で学んだ生徒たちはやがて、様々な経験を積み、高校 3 年間で過ごした地域への愛着によって、将来的な U ターンにもつながると考えられている(藤岡 2015)。

1-3 本研究の目的

以上の議論を総括すると、一部の県立高校では、存続の危機に陥っており、地域の教育環境の保障に大きな危惧をはらんでいる。県立高校であることから、一義的には県が主体となって取り組む必要がある。また、既に募集停止基準に該当している高校もあり、早急に対策を講じなければ手遅れになってしまう可能性もある。よって、本報告書では、このような高校に生徒を惹きつけられる魅力を持たせ、地域での教育環境の維持と、良質な教育の提供を行い、高校存続でもって地域活性化にも寄与するような政策提案を目指す。

第 2 章 現状と課題

本章では、魅力化が必要な高校を抽出し、解決しなければならない課題を明らかにする。

2-1 県立高校の現状

まず、県立高校の中で、どの高校が魅力化を図っていく必要があるのか明らかにする。このためには、募集停止基準のひとつである「定員充足率⁶」で、高校がどのような状況に置かれているか確認する。図表 1 が、条件不利地域の高校の定員充足率を一覧にしたものである。

図表 1 で、既に募集停止基準の「2/3 未満」の条件に該当する地域の高校が、中津南高校耶馬溪校、国東高校双国校、三重総合高校久住校の 3 校であることが判明した⁷。また、これら 3 校の定員充足率を経年で示しているのが図表 2 であり、2015(平成 27)年のみが急激に低下している訳ではなく、徐々に低下してきていることがわかる⁸。

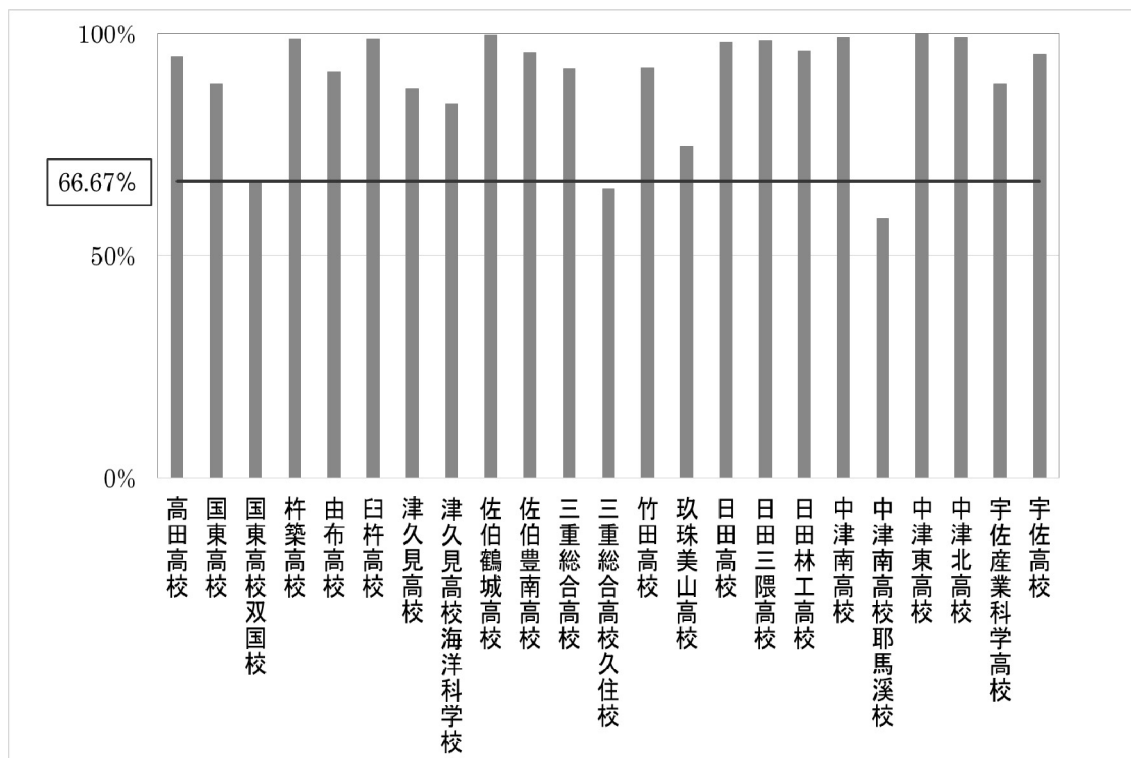
以上から、中津南高校耶馬溪校、国東高校双国校、三重総合高校久住校の 3 校は、既に募集停止基準の「2/3 未満」に該当しているだけでなく、以前から続く定員充足率の低下傾向から、今後更に状況が悪化してしまうことが懸念され、早急に魅力化の必要な高校といえる。

⁶ 1～3 学年の学生数の総和を総入学定員で除した値の百分率を指す。

⁷ 厳密に言えば、募集停止基準は「2/3 未満」となっているため、定員充足率が 2/3 である国東高等学校双国校は該当しないが、小数点以下のわずかな違いであることから、他の 2 校と同様に危機的状況にあると考え、含めている。

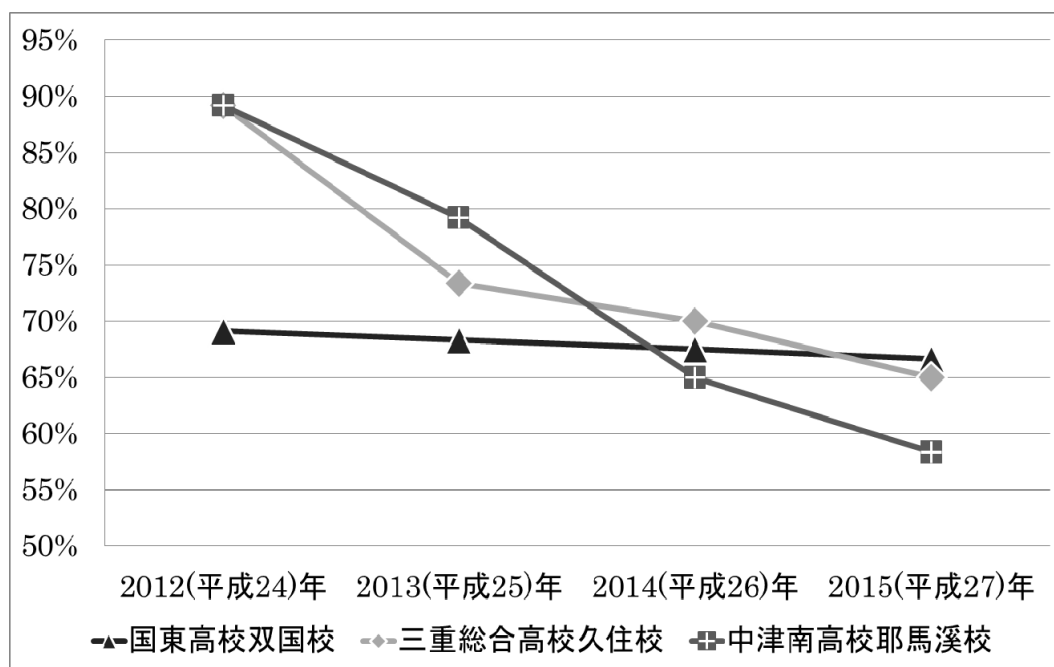
⁸ 定員充足率の母数である「総入学定員数」は、年度によって定員数変動する可能性があるが、当該 3 校については変動がないため、割合だけで確認できる。

図表 1 県立高校別の定員充足率



(出典:2015(平成 27)年度大分県学校要覧から作成)

図表 2 定員充足率の経年推移



(出典:2014(平成 26)年度、2015(平成 27)年度大分県学校要覧から作成)

2-2 高校の魅力

前項から、早急に魅力化の必要な高校が判明したため、次に、高校の魅力とは何かについて分析する。

2-2-1 生徒や保護者からみる高校の魅力

生徒や保護者はどのような観点から高校を選択しているのだろうか。図表 3 は、志望校選びで重視したことの全国アンケートの結果である。これを見ると、生徒が行きたい、保護者が行かせたいと思う魅力のある高校は、大きく分けて 3 つの要素を持つと考えられる。

1 つ目の要素は、進学・就職実績といった卒業後の希望進路の実現である。2015(平成 27)年度の大分県学校基本調査によると、2015(平成 27)年度に県内の高校を卒業した 10,517 人のうち、94.1%が進学⁹又は就職していることから、志望校を選ぶ際には、高校の進学・就職実績、進学・就職に有利なサポート体制やカリキュラムが整っているか等を重視する傾向があると考えられる。

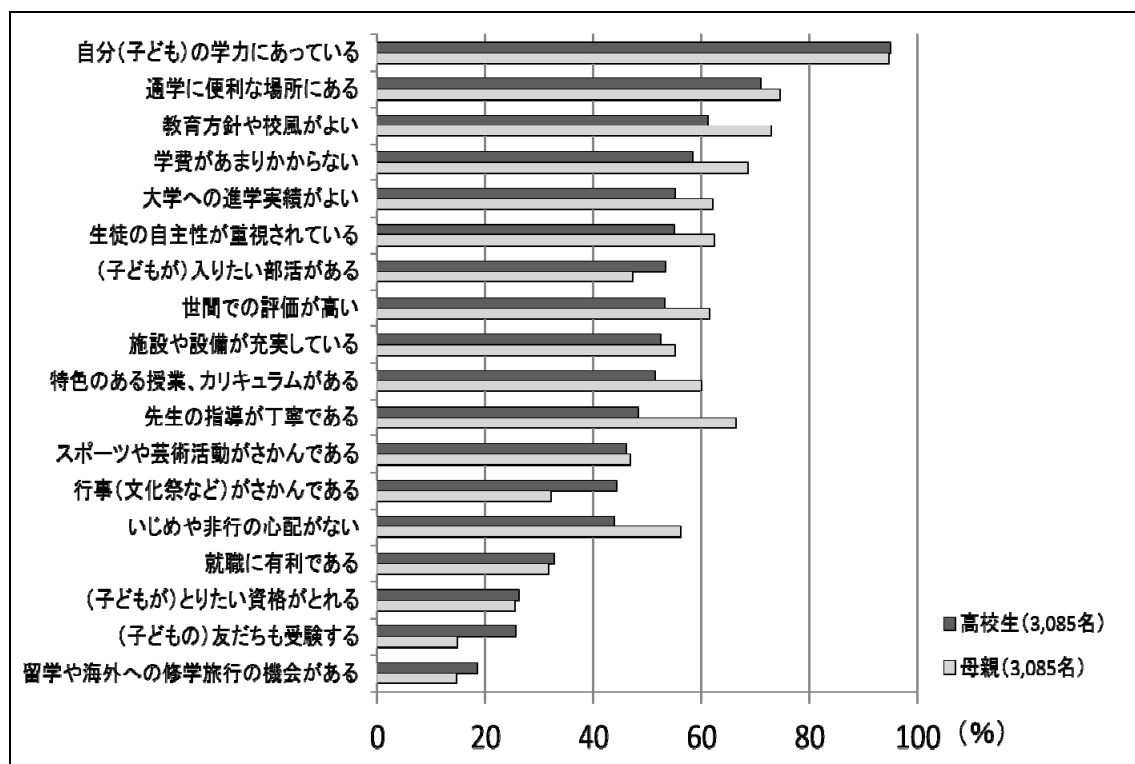
2 つ目の要素は、部活動や行事等、勉学以外の活動である。図表 3 では、「入りたい部活がある」や「行事がさかんである」といった項目は、保護者よりも生徒の方が重視する割合が多い。つまり、生徒は、勉学だけでなく高校生活を楽しみたいという想いを持っていることがわかる。

3 つ目の要素は、高校の教育方針が、生徒や保護者のニーズに見合っているかどうかである。図表 3 で、「特色のある授業、カリキュラムがある」、「先生の指導が丁寧である」、「生徒の自主性が重視されている」といった項目が挙げられていることから、生徒や保護者は、その高校でしかできないような特色ある教育や、生徒自身の可能性を広げられるような教育が受けられることを重視しているといえる。

以上から、魅力のある高校とは、「卒業後の多様な希望進路の実現が可能である」、「部活動や行事等、勉学以外に生徒が楽しめる、やりたいことができる」、「生徒の可能性を広げられる特色ある教育方針である」という 3 要素を兼ね備えた高校といえる。

⁹ 大学・短期大学等への進学、専修学校(専門課程)への進学を指す。

図表 3 志望校選びで重視したこと(高校 1 年生とその母親)



(出典:ベネッセ教育総合研究所 高校受験調査 2011(平成 23)年)

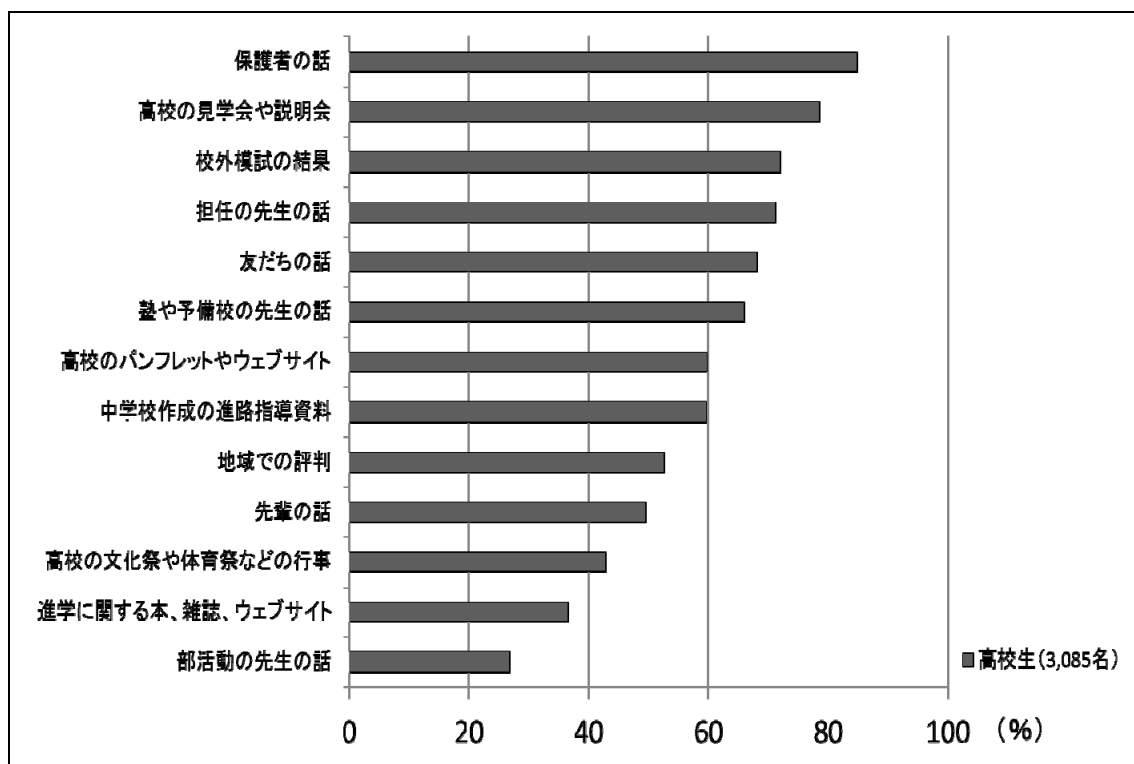
2-2-2 高校の魅力を知る手段

2-2-1 でまとめた高校の魅力要素について、生徒がどのように情報収集しているかを示すのが、図表 4 である。

生徒自身が参加する高校の見学会や説明会が情報源となっている割合が高いことから、見学会や説明会において、希望進路の実現に向けた取り組みはもちろんのこと、実際の学校生活の楽しさについても知ってもらうことが重要であると考えられる。

一方、生徒が一番の情報源にしているのは保護者の話であることから、保護者にいかに高校の魅力を知ってもらえるかも大切である。保護者は、学校説明会や学校のホームページ等、学校から直接発信される情報源を重要視する傾向が強いという調査結果もあるため(NTT コム リサーチ 2010)、高校のホームページやフェイスブックといったインターネットから得られる情報も重要となる。

図表 4 志望校選びの情報源(高校 1 年生)



(出典:ベネッセ教育総合研究所 高校受験調査 2011(平成 23)年)

2-2-3 大分県内の人気校の分析

図表 3 は全国アンケートの結果であったが、大分県内の人気校において、2-2-1 でまとめた高校の魅力要素が備わっているかを確認する。県内の生徒がどの高校を第一志望で選択しているかに着目し、第一次入学者選抜の最終志願状況から各高校の学科ごとの倍率を整理したものが、図表 5 である。

図表 5 2016(平成 28)年度第一次入学者選抜最終志願状況

	高校名	学科	入学定員 (名)	倍率	募集人員 (名)	最終 志願者数 (名)
1	情報科学	情報経営	40	1.647	34	56
2	情報科学	情報電子	120	1.569	102	160
3	中津東	土木	40	1.559	34	53
4	情報科学	情報管理	40	1.500	34	51
4	日田林工	建築土木	40	1.500	34	51

(出典:大分県教育委員会ホームページから作成)

ここでは、設置されている3学科全ての倍率が軒並み高い情報科学高校について見ていくことにする。情報科学高校は、県下唯一の情報系専門校である。生徒の卒業後の進路内訳は、進学が45%、就職が55%であり、どの学科やコースにおいても推薦・AO入試を利用した国公立大学への進学が可能となっている(大分県教育委員会 2016)。

進路実績をみると、大学や専門学校への進学、県内外の大手企業や情報関連企業への就職等様々で、一人ひとりの希望に応じた進路実現を行っている。

部活動や行事について、部活動は体育部、文化部、同好会を合わせて24種類あり、電子工作部やロボット競技部、ワープロ部等、情報系高校ならではの活動も行っている。また、高校2年次の修学旅行では、株式会社東京証券取引所や日本マイクロソフト株式会社を訪問する等、経済の動きや最先端の情報技術に触れる機会を設けており、楽しさだけでなく生徒の将来の進路研究としても有用なものになっている。

教育方針について、情報科学高校は、3つの特色を掲げている。1つ目は、男女・学科混合クラスであり、生徒は学科の枠を越えて交流し、多様な価値観の中で教育を受けることができる。2つ目は、通常高校では、正副担任は1名ずつのところ、副担任を2名配置して計3名体制で1クラスを受け持っていることであり、生徒が相談できるサポート体制が整っている。3つ目は、たくさんの「情報」に関する授業が受けられることである。高校には、生徒用のパソコン約300台等、県内の高校では最大、最新の施設設備が整っており、充実した情報教育を受けることができる。

最後に、魅力発信の手段について、情報科学高校はホームページに加えて公式フェイスブックも開設している。フェイスブックでは、修学旅行や学校行事の様子、部活動の大会参加結果等を写真付きで掲載しており、どの投稿記事も学校生活の楽しさが伝わる内容になっており、生徒や保護者に対して上手く高校の魅力をPRできているといえる。

以上から、情報科学高校は、「卒業後の多様な希望進路の実現が可能である」、「部活動・行事等、勉学以外に生徒が楽しめる、やりたいことができる」、「生徒の可能性を広げられる特色ある教育方針である」という、2・2・1で挙げた「生徒や保護者からみる高校の魅力」に合致しており、なおかつ魅力発信を積極的に行うことで、倍率の高い人気校になっていることがわかった。

2-3 課題

前節までで高校の魅力とは何かが明らかになったため、2-1で挙げた3校の魅力を向上させるためには、どのような課題を解決していく必要があるのか分析する。

2-3-1 学校ごとの課題

ア)中津南高校耶馬溪校

中津南高校耶馬溪校(以下、「耶馬溪校」という。)は、2007(平成19)年に本校である耶馬溪高校から中津南高校の分校となった普通科高校である。耶馬溪校はコース制となっており、図表6で示す3類型(コース)が置かれている。進学先は私立大学、短期大学、専門学校がほとんどである。就職は、生活福祉類型があることから、介護施設や地場企業が多い。

近年、耶馬溪校を取り巻く環境は厳しさを増している。2016(平成 28)年度の第一次入学者選抜の倍率は 0.43、最終合格者数も 24 名と定員を満たしていない。更に、図表 7 で示すとおり耶馬溪校の総入学定員は 3 学年 120 名であるが、2015(平成 27)年度及び 2016(平成 28)年度において、2 年連続して在籍生徒数が総入学定員の 2/3 を下回っている。よって、県の定める募集停止基準に既に該当しており、統廃合の検討対象となり得る状況にあるといえる。このことから、早急に魅力化を図り、生徒数の増加を目指さなければ、統廃合により耶馬溪校がなくなってしまう可能性が更に高まってしまうと考えられる。

そういった状況を踏まえ、耶馬溪校は 2016(平成 28)年度に、「地域の高校活性化支援事業(高校の魅力化・特色化プロジェクト)」¹⁰に採択された。事業の内容としては、地域との連携に重きが置かれており、2016(平成 28)年度には、中津市の観光イベントに参加したり、学園祭に地域の方を招いたり、地域おこし協力隊と意見交換会を行う等、積極的に地域と関わりを持っている。また、中津市耶馬溪支所、市教育委員会、地域の方が参加する連絡会議を開催し、連携を図っている(図表 8 参照)。この事業の効果は未知数ではあるが、生活福祉類型に保育志向を取り入れるなど、ある程度の新たな試みも垣間見られる。また、耶馬溪校では従前から、他校ではまねできない特色化を目指し、環境教育と地域を知ること兼ねた科目として「耶馬溪学¹¹」をカリキュラムに組み込んでいる。

このように、新たな地域連携の強化や、ホテルのような地域の特色を組み込んだ授業を実施する等、耶馬溪校の特色化を目指して取り組んでいるが、先に言及したとおり、耶馬溪校は統廃合の可能性が高い。そこで、根本的に解決しなければならない課題が何であるのかを確認するため、ヒアリング¹²を行った。このヒアリングでは、図表 9 のような意見が出された。いずれも、進路保障に関する部分が大きく、以前からの「進学できない」「就職できない」といった評価が根強く残っている。しかしながら、近年の進路状況は「全員の進路目標達成」を掲げるとおり、6 年連続進学・就職率 100%を達成し、2015(平成 27)年度卒業生からは、分校となって初めての国立大学への合格者を輩出する等、以前より改善の兆しが見られる(耶馬溪校 2016)。以上から、耶馬溪校ではマイナスイメージ払拭のための PR 強化が優先課題であろうと思われる。

また、たとえ全員の進路目標が達成できても、「進学・就職が良くない」という意見もあることから、そういった需要も満たすような対策も併せて講じる必要があると

¹⁰ 2016(平成 28)年度から県が開始した事業であり、地域の高校が地域住民や中学校と連携し、生徒の学力向上や学校の魅力・特色につながる取り組みを企画・実施することで学校の活性化を図り、地域に信頼され生徒に選ばれる学校づくりや、地域の活力となる学校づくりを推進することを目的としている。2016(平成 28)年度は 11 校が採択されている。

¹¹ ホテル等の耶馬溪の自然を教材にした「理科」としての学校設定科目。環境教育と郷土教育、研究を通しての実践教育を兼ねたカリキュラムで、校外活動や小中学校との交流も行う。県下唯一の環境学として、耶馬溪の自然環境を題材に、ホテルの生態調査の研究発表や、小学校でのホテル授業等を行っている。

¹² 2017(平成 29)年 2 月 24 日匿名を条件に伺ったヒアリング調査に基づく。

思われる。これには、全体的な学業成績の底上げももちろんであるが、学習意欲の温度差も進路に影響を与えているものと思われるため対策が必要である¹³。

図表 6 耶馬溪校設置コース一覧

類 型	概 要
進 学	大学・短大・専修学校や就職進学等、多様化した進学希望に対して、個に応じた指導を重視しています。
情報会計	商業の各分野に関する基礎的・基本的な知識や技術を習得します。将来のビジネス活動に役立つ幅広い豊かな産業人を育成します。 取得できる資格 ワープロ実務検定 情報処理検定 珠算・電卓実務検定 簿記実務検定
生活福祉	福祉に関する知識と技術を学びます。外部講師授業と福祉施設実習を行い、家庭看護や高齢者介護の充実を図る能力と態度を育てます。 取得できる資格 介護職員初任者研修 食物調理技術検定 ワープロ検定

(出典:中津南高校耶馬溪校ホームページから作成)

図表 7 耶馬溪校在籍生徒数推移

	H25	H26	H27	H28
総入学定員	120	120	120	120
在籍生徒数	98	85	70	63
充足率	81%	70%	58%	52%

(出典:2013(平成 25)年度～2016(平成 28 年)度大分県学校要覧から作成)

¹³ 学習・進学意欲は、地方では「社会的な自己実現」の意識が高いほど高まるという調査結果がある。つまり、生徒一人ひとりが、将来社会でどのように活躍するのかを具体的にイメージさせることが、彼らの学習・進学意欲の向上にとって重要である（有海 2012）。

図表 8 耶馬溪校の高校の魅力化・特色化プロジェクトの取り組み



(出典:大分県教育委員会ホームページから引用)

図表 9 耶馬溪校に関するヒアリング調査の結果

イメージは	どのような基準で 進路を選んでいるか	どのような課題が あると思うか
・なんとか高校に行きたい生徒が行く ・先生は頑張って指導しているし、生徒も昔に比べるとよくなった	・自分の成績と見比べた ・進学・就職が見通せるようになれば ・生徒・保護者の意向最優先 ・福祉コース志望の生徒	・親が行かせたい材料がないと思う ・進学・就職が良くない ・魅力がない、学力が伸びない、もう少し工夫が欲しい ・中学生に知られていないため、市報等に折込や中学校訪問を行っている

イ)国東高校双国校

国東高校双国校(以下、「双国校」という。)は、2007(平成 19)年 に国東農工高校、国東高校、双国高校の 3 校を統合して新設された高校であり、国東高校の分校である。

双国校には総合ビジネス科があり、情報処理や簿記等、商業に関する専門科目を学ぶことができる。特に資格取得に力を入れており、3 年次には、全商ビジネス文書、電卓、簿記(会計・原価)、情報処理、商業経済等、自分の取得したい資格に合わせた科目選択が可能となっている。卒業後の進路は、就職が 8 割、進学が 2 割である。

双国校も、「地域の高校活性化支援事業(高校の魅力化・特色化プロジェクト)」に採択されたうちの高校であり、図表 10 のような取り組みを行っている。特に、ICT を活用した各種取り組みは、多くのメディアに取り上げられ注目を集めている。

ICT の取り組みは商業科にとって有益なものだといえるが、双国校の置かれている状況は厳しく、双国校の募集定員は 1 学級 40 名で、そのうち、2015(平成 27)年度入学者は募集定員の 2/3 を下回っている。

そこで、なぜこのような状況に置かれているかを確認するためヒアリング¹⁴を行ったところ、双国校には「進学実績の不振」、「商業科としての PR 不足」という主に 2 点の課題があることがわかった。

1 つ目の「進学実績の不振」について、商業科である双国校においては、大学の一般入試の実績を上げることは難易度の高い課題である。しかし推薦入試であれば、取得している商業系の検定によっては、商業系の大学、経済学部、経営学部といった学部の推薦を受けられる場合があるため、推薦入試で進学実績を上げることは可能である。なお、双国校は 2016(平成 28)年度から、情報系、ビジネス系資格の取得に力を入れる「スペシャリスト養成道場」という取り組みを行っており、推薦入試による進学実績の向上を目指す場合、その取り組みをより実効性の高いものにしていく必要がある。

2 つ目の「商業科としての PR 不足」について、ヒアリングの中で、「双国校が力を入れている ICT を活用した取り組みの知名度は高いが、商業科の PR が生徒に届きにくく、卒業後の進路のイメージもつきにくいため、多少通学に時間がかかったとしても普通科である国東高校を受験する生徒が多い」や、「商業科で学んだことがどのように就職に生かされるのかわからない」といった声があった。このことから、商業科の魅力を中学生や保護者に届けると同時に、商業科で学んだことをどういう場面で生かすことができるのか等、具体的に PR していく必要があると考える。

¹⁴ 2017(平成 29)年 2 月 27 日匿名を条件に伺ったヒアリング調査に基づく。

図表 10 双国校の高校の魅力化・特色化プロジェクトの取り組み



(出典:大分県教育委員会ホームページから引用)

ウ)三重総合高校久住校

三重総合高校久住校(以下、「久住校」という。)の学科は農業科のみで、県内唯一の単独農業校であり、校内に農場が整備されていることが特徴である。久住校への進学を希望しているのは、高校卒業後に農業系の大学等へ進学を目指す生徒、就農を目指す生徒、農業関係の企業へ就職を目指す生徒等様々である。

久住校も、「地域の高校活性化支援事業(高校の魅力化・特色化プロジェクト)」に採択されたうちの1校であり、図表 11 のような取り組みを行っている。事業の内容としては、自然の中で実践的に農業を学べる特色を生かし、生徒の農業専門知識を深めるためのアグリコーディネーター¹⁵の配置や、JGAP¹⁶の認証の取得推進、大分県地域農

¹⁵ 2016(平成 28)年度から臨時実習技師として配置。

¹⁶ JGAP(Japan Good Agricultural Practice)とは、農産物の安全性を守るために、農薬の使用量と管理・種苗と土・水の安全性から環境への配慮・販売管理まで農作業の工程管理基準を定めたもの。農林水産省が導入を推奨する農業生産工程管理手法の 1 つ。久住校は 2012(平成 24)年に JGAP の認証を初めて取得し、2016(平成 28)年 10 月 24 日時点で 24 品目の野菜について認証されている。

業振興課が実施している安心いちばんおおいた産農産物認証制度¹⁷の取得推進等を行っている。これらはいずれも、久住校の農業科で学べる内容を発展させている取り組みであり、専門性を高めるという点では、非常に有益な取り組みであると考えられる。しかし、この専門的な取り組みだけでは、生徒や保護者からの幅広いニーズに対応することは難しいと考えられる。

実際、久住校の置かれている状況は厳しく、2015(平成 27)年度の在籍生徒数は 78 名と、総入学定員の 120 名の 2/3 を下回っている。

そこで、久住校の課題を確認すべく、ヒアリングを行った¹⁸。その結果、畜舎や農場が身近にある環境で実践的に学べるのが久住校の良さであるが、現在の実践的な農業に特化した取り組みだけでは、卒業後の就職のイメージがつきにくい、という意見が挙げられた。生徒や保護者は、久住校に進学した場合の卒業後の進路は就農するイメージを抱いている方が多いようだ。そのため、卒業後の進路を決めていない生徒は、幅広い希望進路の実現が可能なイメージのある周辺の普通科高校を選択している可能性が高い。

よって、久住校は、卒業後の進路は就農だけではないということを、生徒や保護者に対して PR していく必要がある。しかしながら、もし現在のカリキュラムで進路実現の幅が狭いのであれば、学べる内容を変更することも視野に入れる必要があるだろう。

そこで、現在の久住校の農業科で学べる内容と、大分東高校の園芸ビジネス科で学べる内容を、図表 12 で比較検討した。大分東高校の園芸ビジネス科を比較対象としたのは、2013(平成 25)年度に新設されて以降、毎年度募集人員を上回る志願者がおり、生徒や保護者にとって魅力的な農業学科を持つ高校であると判断したためである。

久住校は、実践的な農業教育を謳っていることもあり、2 年次、3 年次の両年次において、農場での実践的な内容を主として学ぶことができるようになっているが、大分東高校に比べると、学習できる農業分野¹⁹が絞られてしまっている。

一方、大分東高校の園芸ビジネス科では、2 年次から 3 年次にかけて、野菜栽培流通、農産物の販売食品成分分析、保存実験、微生物培養実験等の農業工学的分野に取り組んでおり、大学進学・就職を見据えたカリキュラム編成としていることが推察される²⁰。

¹⁷ 安心・安全な取り組みを認証するために、県独自の 3 つの要件①生産履歴の整備、②農産物安全チェック、③残留農薬自主検査を満たす取り組みや、更に化学合成農薬及び化学肥料の使用を低減する取り組みを認証機関が認証し、認証マークを表示して販売する制度である。

¹⁸ 2017(平成 29)年 2 月 22 日匿名を条件に伺ったヒアリング調査に基づく。

¹⁹ 農業の分野も多岐にわたり、社会経済農学、農業工学、農芸化学、生活環境農学、動物生命科学等、様々な分野があり、久住校においては、生活環境農学(作物生産等)及び動物生命科学(動物生産科学等)に主眼を置いていると推察される。

²⁰ 大分東高校のカリキュラム編成について、近傍の国立大学農学部科目を見ると、農学に加え、生物生産工学、食料流通学(以上、九州大学)、応用微生物学(佐賀大学)、食品保存科学(宮崎大学)、食品化学(鹿児島大学)等、応用分野の方に重きが置かれ、こうした大学教育とのギャップを埋めようとする取り組みと考えられる。また、就職に

2-2-1 で挙げた、生徒や保護者が魅力とを感じる要素の「卒業後の多様な希望進路の実現が可能である」という点を鑑みても、久住校は、学べる幅が狭いという課題を解決する必要があると考えられる。

図表 11 久住校の高校の魅力化・特色化プロジェクトの取り組み



(出典:大分県教育委員会ホームページから引用)

関しても、農業分野への株式会社参入が認められたとはいえ受け入れ規模は小さく、依然就農へのハードルは高い。大分東高校の就職状況を見ても、農業分野への就職は(自営農を除き)見られず、製造業や食品業界への就職が多いのが現状であり、そうした状況を反映させたものと考えられる。

図表 12 久住校(農業科)と大分東高校(園芸ビジネス科)との科目比較

	久住校(農業科)	大分東高校(園芸ビジネス科)
2 年次科目 ※共通教科以外	・ 作物 ・ 野菜 ・ 草花 ・ 畜産 ・ 総合実習 ・ 農業情報処理 ・ 選択科目 a (農業機械、食品製造、生活と福祉から 1 科目選択)	・ サイエンス農業Ⅱ ・ 総合実習 ・ 総合選択科目 A、B ・ ①野菜、食品製造、微生物利用 ・ ②食品製造、野菜、食品流通 ※①、②はコース別
3 年次科目 ※共通教科以外	・ 課題研究 ・ 畜産 ・ 竹田・くじゅう学Ⅰ ・ 竹田・くじゅう学Ⅱ ・ 選択科目 b (農業経営、子どもの発達と保育、生活と福祉から 1 科目選択) ・ 選択科目 c (2 年次必須 4 科目+フードデザインから 1 科目選択)	・ 課題研究 ・ 総合実習 ・ 総合選択科目 C、D ・ ①野菜、食品製造、微生物利用 ・ ②食品製造、野菜、食品流通 ※①、②はコース別

(出典:平成 28 年度三重総合高校久住校学校要覧、大分東高校学校案内 2016 から作成)

2-3-2 共通の課題

2-3-1 のように 3 校の課題は様々だが、3 校の共通の課題として挙げられるのが、「魅力化専門人材の不在」と「PR 不足」である。

1 つ目の「魅力化専門人材の不在」について、3 校は、いずれも 1 学年 1 学級の小規模な高校であり、教員が少ない、という現状がある。図表 13 は、学級数と、学級数に応じた教員定数を示すものであり、1 学級の場合、配置できる教員数は 7 名となっている。

教員は、授業時間以外には、授業のための教材研究や授業計画作成を行う必要がある。また、生徒からの個別の質問や相談等の指導も含めて、最前線に立って教育を担っている。そのほか、部活動の顧問を受け持っていれば、放課後や休日の部活動の指導や、遠征等の対応もすることになる。そして、生徒への教育指導だけでなく、校内

の各種事務等についても教員が分担して受け持っている場合もあり、既に手一杯といえる状況にある²¹。

高校の魅力化は、特定の取り組みだけをすればよい、というものではない。将来的にどのような高校の姿を目標に置くかを考え、全体像を踏まえつつ、具体的な取り組みを検討していく必要がある。そして、その取り組みを PDCA サイクル²²のもと、効果等を確認しつつ進めていくこととなる。また、高校の魅力向上させるには、その地域の特色を活用することも考えられるため、地域の中を動き回り、地域のことを知ることも必要になるだろう。

このように、高校の魅力化は非常に時間と労力を要する取り組みであるが、教員への負担が既に過大な状況下で、教員主導で魅力化に取り組んでいくのは現実的ではない。特に、小規模高校の場合はなおさらである。よって、「魅力化専門人材の不在」は、魅力化に取り組むための必要条件として、解決しなければならない課題であるといえる。

図表 13 学級数と教員定数の関係

第 1 学年学級数(全学年学級数)	教員定数(人)
1(3)	7
2(6)	13
3(9)	19
4(12)	25
5(15)	31
6(18)	37

※上記教員定数は、「高等学校標準法」に基づく職種別配当数の目安である。

(参考:大分県高校教育課資料により作成)

2 つ目の「PR 不足」について、耶馬溪校は、進学実績も徐々に向上してきているが、その事実が生徒や保護者にあまり知られていない。双国校は、高校の特色である ICT の活用がメディアで取り上げられているが、これが商業科としていかに魅力的かということについても、併せて PR していく必要がある。久住校の場合は、卒業後は企業に就職する割合も一定数あるが、卒業後は就農というイメージが強く認識されている。

これらのイメージの固定化や情報の不達は、PR 不足から来るものである。このことから、3 校とも積極的に PR 強化を図る必要がある。

²¹ 文部科学省においても、教員負担の改善を掲げたタスクフォースが設置され、負担軽減に向けた業務改善に乗り出している。(2016(平成 28)年 6 月 17 日付け 28 文科初第 446 号文部科学省生涯学習政策局長及び文部科学省初等中等教育局長連名通知)

²² Plan(計画)、Do(実行)、Check(確認)、Action(行動)の 4 つを一貫して行い、更にそれを次の計画・事業に活かそうという考え方。

また、高校を PR するための要素には、学校を象徴する「制服」も含まれると考えられる。耶馬溪校、双国校及び久住校はいずれも分校であり、校舎や学科は本校とは違うが、学校の象徴のひとつである制服のデザインは同じである²³。

分校が持つそれぞれの特色を PR していくためには、制服デザイン変更による本校との差別化も必要ではないだろうか。

第 3 章 政策の方向性

前章から、現状から解決しなければならない課題が導かれたため、これらの課題について、どのような方向で解決を図るべきか検討する。

なお、2-3-2 で共通の課題として扱ったものは、学校ごとの方向性を定めた後、一括して検討する。

3-1 学校ごとの課題について

3-1-1 中津南高校耶馬溪校

耶馬溪校の解決すべき課題は、「進学・就職実績の不振」であった。

進学保障については、全国的によく見られる例として公営塾が挙げられる。直接的に学力向上に寄与できるものとして、島根県立津和野高校(以下、「津和野高校」という。)では、HAN-KOH という公営塾を設置し、全国的に珍しい英語を主とした補習及びキャリア学習プログラムを提供している(津和野高校 2016)。また、長野県立白馬高校(以下、「白馬高校」という。)では、しろうま學舎という公営塾を設置して、生徒の学力向上を図っている(白馬高校 2016)。県内では、玖珠町が、玖珠美山高校の生徒のために玖珠志学塾という公営塾を設置している(玖珠志学塾 2016)。

耶馬溪校の周辺環境をみると、旧下毛地域にほとんど学習塾が存在せず、塾に通うとなると多くの生徒が旧中津地域の学習塾に通塾しているものと考えられる。ここで耶馬溪校に通う生徒の地域別内訳(図表 14)を見ると、旧中津地域から通学してくる生徒が 6 割を占めていることがわかる。この 6 割の生徒にとっては、旧下毛地域に公営塾を設置したとしても、却って通塾に不便となる可能性がある。よって、旧下毛地域で塾を開設した場合、通塾するのは旧下毛地域から通う 25 名程度の生徒であると予想される。この程度の規模であれば、公営塾よりも校舎内で放課後の教室を活用して塾講師を招く、若しくは退職教職員等を活用して講習を実施する方が、効果的と考えられる。

また、総合的な学習の充実を通して、高い目標意識、課題意識を持って勉学に励んでもらえるようなカリキュラムに取り組んでいる事例もある。島前高校は、公営塾の設置に加えて、地域学と銘打ち、地域でのフィールドワーク、地域の方との語らいやディスカッション等を通して、チームで課題解決の方法を考えるという学習を導入している。PDCA サイクルを実践したり、課題意識を持ったりするうえで大変効果的で、

²³ 例えば、国東高校と国東高校双国校では、前者は地域を担うグローバルリーダーの育成、後者は ICT マイスターの養成を推進するなど、それぞれの特色が異なっているが同じ制服を着用している。

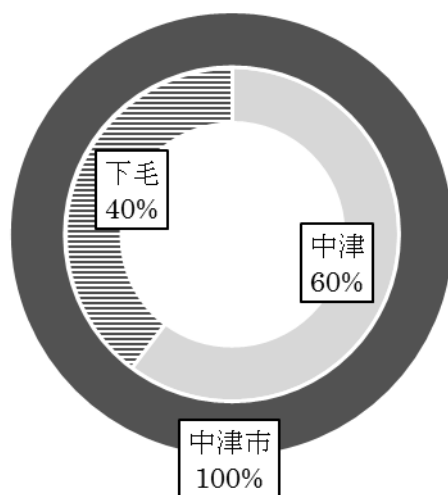
最初は興味がない生徒も、進めていくにつれて主体的に取り組むようになるという。それと時を同じくして、勉学の成績も向上するという²⁴。

耶馬溪校で取り組まれている「耶馬溪学」のように、高校の総合学習で環境学を学ぶことは、全国的に見ても珍しく、特徴的であるが、中学生とその保護者からは必ずしも魅力的なものとして捉えられていない。そこで、耶馬溪は、自然環境だけでなく、新日本三景に数えられる魅力的な観光資源を有していることから、この資源を素材に、高校生に様々な活用方法を考えてもらうことで、上記のような総合的な学習に通じる取り組みが可能となると考えられる。この取り組みにより、課題となっていた学習意欲の温度差が改善され、ひいては進学意欲につながるものと考えられる。

では、就職保障としてはどのような取り組みがあるのか。北海道三笠高校では、道立高校から市立高校へ移管する際、食物調理科単独科の高校として再出発した。食物調理科には調理師コースと製菓コースがあり、調理師コースは卒業までに調理師免許を受けることができる。製菓コースも、製菓衛生師の取得を目指して専門学校のスクーリングを行い、卒業までに資格取得を目指す。このコース設置の成果として、2015(平成 27)年度実績では、就職者 25 名のうち半数近くが北海道内で調理関係の職を得ている(北海道三笠高校 2015)。

耶馬溪校には、県北では唯一の生活福祉類型が設置されており、介護職員初任者研修が修了でき、福祉関係の就職も一定数確保しているが、より魅力的にする方法はないか検討する。

図表 14 耶馬溪校出身地域別生徒数割合(全学年)



※ 中津は旧中津地域、下毛は旧下毛地域

(参考:2016(平成 28 年)度 中津南高等学校耶馬溪校学校要覧から作成)

²⁴ 2016(平成 28)年 10 月 11 日島前高校三燈寮にて、在校生 2 名に伺ったヒアリング調査に基づく。

3-1-2 国東高校双国校

双国校の解決すべき課題は、「専門学科での進学実績の不振」であった。まず、商業科からの進学については、全国的に、取得した資格等を成果として推薦・AO入試で受験する方法が主である。大学側も、全国商業高等学校協会が実施する種々の検定試験の取得の有無を推薦基準に掲げる等、商業科からの進学の幅は大きくなっている(全国商業高等学校協会 2013)。

また、県内大学の経済学部への推薦入試における推薦要件には、「優秀な成績を修め得ると判断される者」の他に、「学校内外を問わず自主的勉学ないし活動において特に優れた成果をあげている者」とあることから、検定試験の取得の有無だけでなく、高校3年間でどのような活動をしたか、どのような経験をしたのかといった要素が重要になる。さらに、推薦・AO入試では基礎学力だけでなく、小論文や面接での論理的思考力や説明能力が求められ、これらの能力は、通常の授業を受けるだけでなく、社会の中で他者と関わることで身につく部分も大きいと思われる。一般入試に比べ、更に枠が限られている推薦・AO入試で合格を勝ち取るためには、これらの能力を身につけられる経験の機会を創出することは必須であると考ええる。

視察に伺った3校の取り組みについて紹介すると、島前高校では、部活動という形式にこだわらず、主に寮の生徒が積極的に地域の方とつながりを作り、地域行事やイベントへ参加することで地域の方との信頼関係を築きつつあるという話があった。次に、津和野高校では、グローカルラボという地域活動に積極的に関わっていく部活動があり、この部活に入りたくて津和野高校を受験した中学生もいるという話があった。そして、島根県立大東高校では、高校が所在する雲南市と連携して、高校2年次の総合学習の時間に地域課題研究を行っており、生徒の主体性・自己有用感の育成やキャリア教育につながっているという話があった。

このような課外活動等による地域との交流や実体験が、推薦・AO入試に有益ではないかと考えられる。

3-1-3 三重総合高校久住校

久住校の解決すべき課題は、「学べる幅が狭いこと」であった。解決策として考えられることは、先に挙げた大分東高校のように、学べる幅が広い学科を新設することである。

この方法は、2013(平成 25)年度に大分東高校が新設した園芸ビジネス科だけでなく、県外においても例がある。白馬高校では、2013(平成 25)年当時、地域外の高校への進学や少子化で生徒数が減少し、長野県教育委員会が定める募集停止基準に該当するに至り、統廃合を含めて白馬高校の今後の処遇が検討されることとなった。この時、白馬高校の存続の道としてとられた方法が「学科の新設」であり、従来の普通科に加え

て、「国際観光学科²⁵」を設置し、全国募集を行った。これが奏功し、県外からの進学者数が増加したこともあり、白馬高校では生徒数が増加し、統廃合の危機を免れた。

このように、学科の新設を行い学べる内容の幅が広がることは、生徒数の増加に効果があるといえる。

しかし、久住校の農業科は、2・3・2 で挙げたように 1 学年に 1 学級で生徒数が少ないため、農業科に加えて学科を新設することは困難である。このため、久住校が学べる幅を広げるのであれば、農業科は現在そのまま残し、学科内コースの新設で「学べる内容を追加する」ことが必要である²⁶。

そこで、久住校は、畜産、草花、野菜、作物のように種類別学習となっているが、実際に社会に出て農業に携わっていく際の流通や地域との関わり方、また県や市町村等行政の補助金を生かした取り組み等、将来の自分の生活をイメージできるような学習方法をコース別に取り入れ、生徒や保護者の「卒業後の多様な希望進路の実現が可能である」というニーズを満たすものにしていくべきである。

3-2 共通の課題について

共通課題の 1 つ目は、「魅力化専門人材の不足」であった。これは単純に言えば、人手を増やすことで解決できるが、どのような方法で人手を増やすかは検討しなければならない。

高校において人手を増やす、となると、真っ先に教員数の増加が考えられるが、2・3・2 で言及したとおり、配置可能な教員数は法令で定められており、教員数を増やして人手不足の解消を図ることは、非常に困難といえる。

そこで、外部から魅力化専門の人材を登用できないか検討する必要がある。しかし、外部の人材をただ登用すればいいということではない。先に述べたとおり、高校の魅力化は中長期的に PDCA サイクルを重ねつつ、その高校の魅力を引き出せる取り組みをすることが必要となる。よって、任期が 1 年間だけの非常勤職員等ではなく、継続して長期間在任してもらい、専門性を高めることができるポストに就いてもらう必要がある。

この点を解決して外部人材を登用している例が、1-2 で紹介した島前高校である。

島前高校は、島根県隠岐郡海士町にある島前地域²⁷唯一の高校である。島前地域の教育を担う重要な高校であることから、かつては住民自らが校舎建設や道路整備に携わったこともあり、地域と密接な関係を持った高校であった。しかし、近年は島外への進学者の増加と人口減少により、生徒数は低迷し、統廃合の危機に瀕していた。島

²⁵ 白馬村はもともと、スキー等に関連して観光産業が発展しており、全国各地から旅行者が訪れる地である。このことから、白馬村の観光資源を活かせる人材を育成することを目的として、当該学科を設置することとなった。

²⁶ 現在、既に教員数が少ないという指摘があるかも知れないが、2017(平成 29)年 2 月に締結した JA との協定による講師の協力や県の研究センター研究員の派遣等様々な方法が考えられる。

²⁷ 島前地域とは、隠岐諸島のうち西側の有人島 3 島(中ノ島、西ノ島、知夫里島)及び無人島で構成される。隠岐郡海士町、西ノ島町、知夫村の 2 町 1 村が有人島 3 島にそれぞれ分かれている。

前高校が統廃合されると、挙家離村を引き起こし、ひいては島前地域の維持存続が困難になってしまうという危機感を持った海士町は、高校魅力化による地域からの生徒数確保に向けて動き始めた。

島前高校には、学校魅力化コーディネーター²⁸(以下、「コーディネーター」という。)が設置され、高校とコミュニティ、高校と人をつなげ、生徒に他にはない教育カリキュラムを提供する役割を果たした。また、コーディネーターは教員ではないがゆえに、授業等の教育指導という部分から離れて、集中的に魅力化に取り組むことができた。このような外部人材、いわゆる「よそ者」を魅力化専門の人材として配置することで、その地域に住み慣れた人ではこれまで気づかなかった島にしかない財産や島独自の面白さに気づき、魅力化に取り入れる²⁹ことで、現在では、島内から進学する生徒数も増加し、県外からの生徒募集も積極的に進めたことで、島内島外問わず、進学者数が増加した。

そこで、大分県においても、コーディネーターのような外部人材を登用することで、「魅力化専門人材の不在」という共通課題を解決することができると考えられる。

また、共通課題の2つ目の「PR 不足」について、PR 強化のためには、日頃から情報発信のための時間を確保する必要がある。よって、PR 不足についても、上記外部人材を配置したうえで体制を整え、取り組む必要がある。

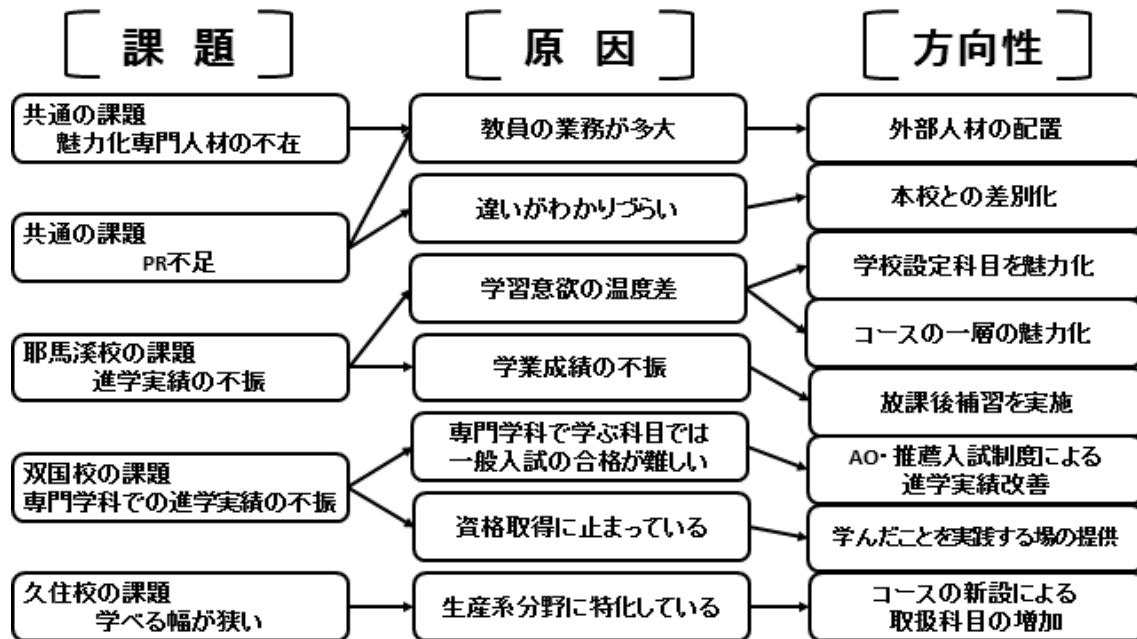
さらに、本校と分校で同じデザインだった制服を変更することで、その高校の目指す方向性や特色をより効果的に PR することができると考えられる。

以上、2 章及び 3 章から、図表 15 のとおり、共通の課題及び学校ごとの課題が判明し、その原因及び政策の方向性が定まった。

²⁸ 学校魅力化コーディネーターの業務内容は、脚注 5 に書いたが、高校における地域と海外をフィールドにした特色ある課題解決型学習のコーディネート等の島前教育魅力化プロジェクトの推進とされている。

²⁹ 2016(平成 28)年 10 月 1 日、宇佐市安心院文化会館で開催された安心院高校創立 70 周年記念行事における島前高校の魅力化コーディネーター(島根県教育魅力化特命官)の岩本悠氏による記念講演から。

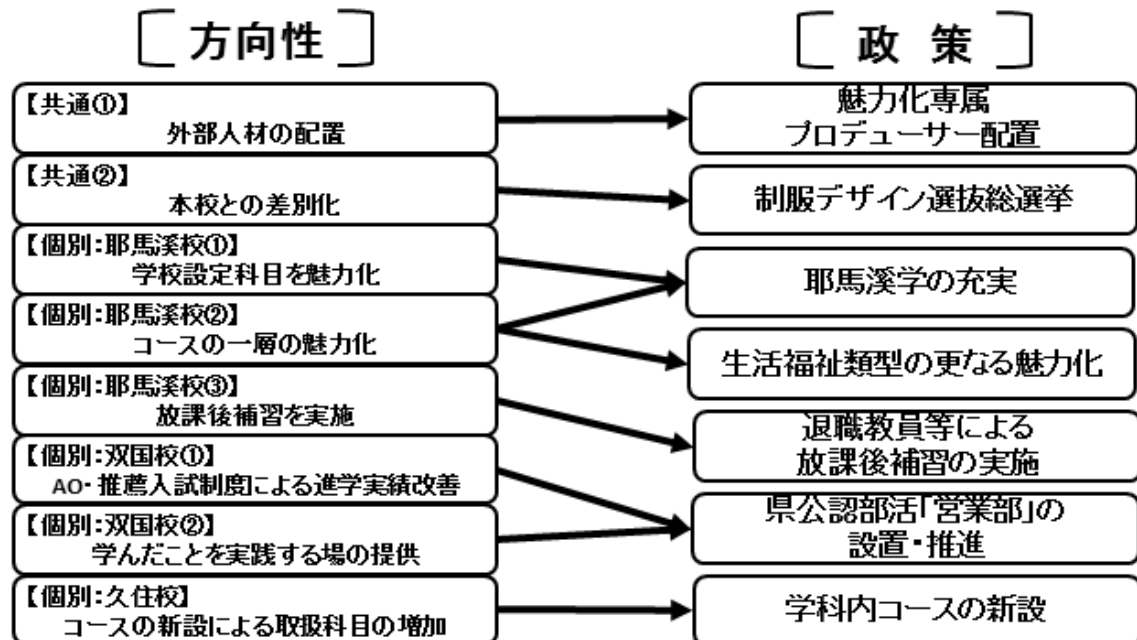
図表 15 分析結果と方向性



第4章 政策提案

前章までの分析と政策の方向性を踏まえ、図表 16 で示す内容で、政策提案を行う。

図表 16 方向性と政策



4-1 魅力化専属プロデューサー配置事業

4-1-1 事業概要

3校共通の課題は、2-3-2で述べたように「魅力化専門人材の不在」である。そこで、魅力化事業の実行担当として、魅力化専属プロデューサー(以下、「プロデューサー」という。)を配置し、もうひとつの共通課題である「PR不足」の解決に取り組み、また、高校ごとに異なる課題についても対応できる体制を作ることを目的とする。

4-1-2 事業内容

ア)プロデューサーの配置まで

まず、プロデューサーをいかに確保するか、という点から提案する。

採用に係る基本的な事項は、図表 17 に掲げる内容によって行う。プロデューサーを、「任期付職員³⁰」として採用することで、1、2年間の短期間で終わらず、プロデューサーの取り組み次第で、最長 5 年間活躍できるようにしている。これにより、試行錯誤を要することが予想される高校魅力化においても、長期的に取り組むことができる。

なお、より有益な人材を確保し、高校を魅力的なものとするために、どのような高校の姿を目指すかについてまとめた「高校未来予想図」を策定し、必要とするプロデューサー像を明らかにしたうえで、募集を行う。

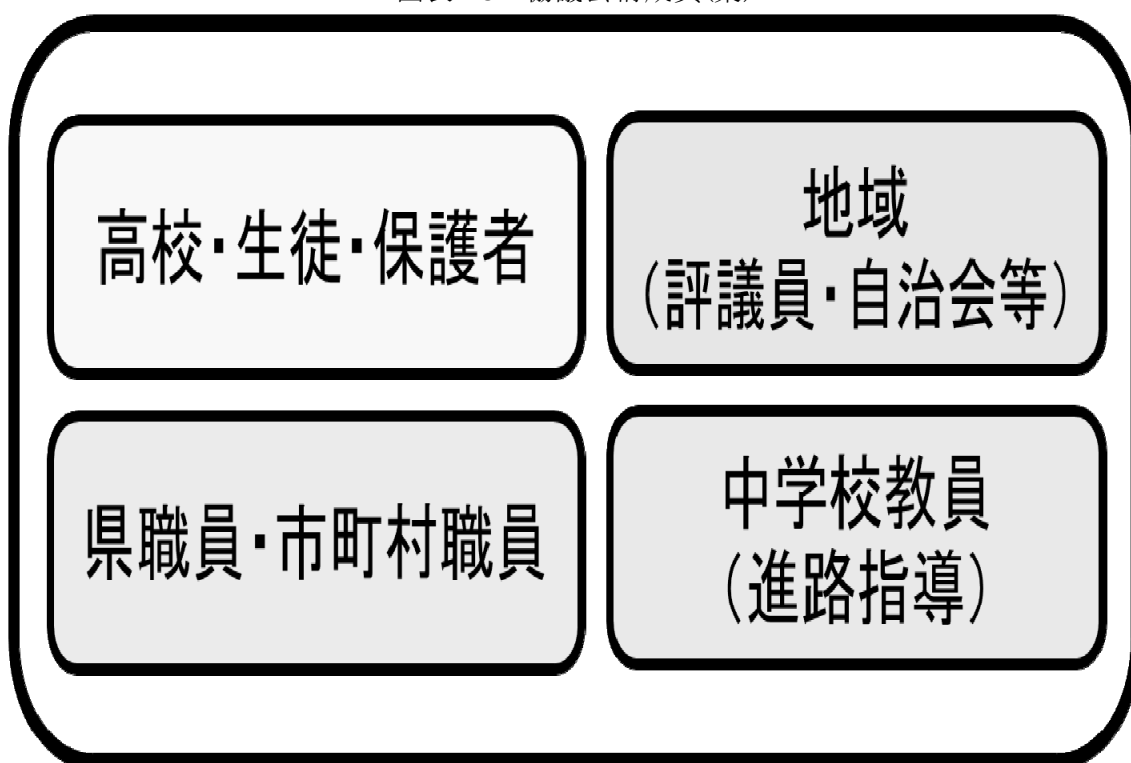
図表 18 で示す「高校未来予想図」を策定するための協議会では、その高校をどうするべきか、どうあって欲しいか等の意見を集約するため、高校だけでなく地域住民や中学校等の関係者も参画することとする。続いて、図表 19 で示す流れに沿って、採用することとする。

図表 17 プロデューサー募集内容(案)

採用元	県
配置対象	中津南高校耶馬溪校 国東高校双国校 三重総合高校久住校
募集方法	全国公募
採用方法	任期付職員
任期	5年(1年更新)
採用人数	任意(最大3名/校)

³⁰ 一般職の任期付職員の採用等に関する条例(平成 15 年 12 月 17 日大分県条例第 42 号)により採用することができる職員を指す。

図表 18 協議会構成員(案)



図表 19 プロデューサー配置までのスケジュール(案)



イ)プロデューサーの基本的役割

実際に高校に配置されたプロデューサーが、高校でどのような役割を担い、魅力化に取り組むかは、高校ごとの課題に対応したものとなるため、後述の学校ごとの施策

で言及するが、PR 強化に係る部分については、教員等と連携しつつも、プロデューサーが必ず主体となって行うこととする。

高校の魅力、あるいは高校自体を知ってもらうため、インターネット上の高校のホームページやフェイスブック等を活用した情報発信を積極的に行う。

また、高校のパンフレットの内容、高校説明会の実施内容等を変えていく必要がある場合には、プロデューサーと高校が協議の上、内容や方法についても変えていくことができることとする。

このように、インターネットに限らず、高校パンフレットや高校説明会といった機会を活用して積極的な情報発信を行うことを、プロデューサーの必須実施事項とする。

4-1-3 事業効果

その地域に住み慣れた人ではこれまで気づかなかった地域独自の面白さに気付くことができる「よそ者」を、県内だけでなく全国から募集し、プロデューサーとして魅力化の取り組みの中心となってもらうことで、より効果的な魅力化に取り組む事が可能となる。

また、プロデューサーが、高校の PR 等、魅力化に集中して取り組む体制を整備することは、授業等と並行して魅力化の取り組みをしてきた教員にも余裕をつくることにもつながり、教員に余裕ができれば、授業そのものの内容の質も、更に向上すると考えられる。

4-2 制服デザイン選抜総選挙

4-2-1 事業概要

高校の制服デザインを全国募集し、人気投票により新制服を決定し、「本校との差別化」や「高校のイメージ刷新」を図ることを目的とする。県は、制服サンプル等の作成に係る費用の補助を行い、全国募集や新制服発表会における広報活動に協力する。

4-2-2 事業内容

制服デザイン変更を実施するか否かは各高校の生徒、教員、保護者の意見に委ねられるが、具体的な流れについては、図表 20 を想定している。地域の生徒はもちろん、地域外や県外の生徒にも注目してもらうため、全国レベルでのデザイン公募や、インターネット等を活用した広報活動を積極的に行う。

図表 20 制服デザイン選抜総選挙のスケジュール

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月～3月	4月
デザイン変更 賛成多数 ↓ 制服検討委員会設置 ↓ コンセプト決定		デザインの 全国募集		地域の 中高生 による 人気投票	サ ン プ ル 作 成	オープンスクール で、中3生による 投票 インターネット等 による一般投票	新 制 服 発 表 会	販売・受注 準備 採寸等	納品

4-2-3 事業効果

制服のデザインを変更することで、本校と分校の差別化を図ることができる。制服は高校の「象徴」ともいえるものであるため、これを変更することで独自性が際立ち、一目でのイメージ刷新が期待でき、PRにもつながる。

4-3 学校ごとの施策

4-3-1 中津南高校耶馬溪校

ア)耶馬溪学の充実

<事業概要>

耶馬溪学をより特色あるものに進化させるために、プロデューサーを配置することで、他にはない面白いものを求める生徒を呼び込む。

<事業内容>

現在、耶馬溪学は環境教育の一環として、ホテルを題材にした学習を進めている。これを環境にこだわらず、かつての耶馬溪観光を復活させるために講じるべき対策について等、地域の課題について考え、対外的にプレゼンテーション若しくは報告書をまとめるという地域課題解決型耶馬溪学を創設する。また課外でも、地域課題解決型耶馬溪学をより深めたい生徒のために講座を開講する。昼間では時間が取れない社会人等から直接話を聞く場を設ける等の仕組みも、夕刻以降であれば可能だと考えられ、生徒の進路選択に大きく寄与できると考える。

こうした活動には、地域に詳しい人材を確保しなければならない。地域で協力できる方を公募してプロデューサーに委嘱する、あるいは、中津市にプロデューサーを配置してもらい、密に連携を取ることも可能である。

<事業効果>

耶馬溪校でしかできない学習活動であるからこそ、地域の課題に向き合った時に明確な進路意識が芽生え、進学へのモチベーションにつながる可能性もある。また、大学入試、特にAO入試等では大きな自信につながると思われる。

また、この授業の成果を一冊の報告冊子ないし、レポートとして地域内で回覧してもらえば、それだけで地域への十分なPRとなりえる。また、現地調査を行うことで、地域の方との関わりを持つことができ、更に地域の中で、学校に対する理解も進み、地域との連携も図りやすくなり、ゆくゆくは地域活性化に寄与できるのではないかと考えられる。

イ)生活福祉類型の更なる魅力化

<事業概要>

介護福祉士実務者研修を行うことができる特例高等学校等の指定を受け、より上のレベルの資格を狙える福祉系コースへと魅力化する。

<事業内容>

耶馬溪校のもうひとつの魅力である「県北唯一の福祉系公立高校」の特色をより伸ばすため、介護福祉士実務者研修が実施できる特例高等学校等の指定を受け、より高度な資格を取得できるようにする³¹。現在の耶馬溪校生活福祉類型では、介護職員初任者研修を修了できるカリキュラムが組まれている。だが、全国的に福祉人材は不足しているものの、求められる技術が高いため、一段階上の資格取得により就職の幅を広げることができると考えられる。この特例高等学校等になるには、入浴実習室の整備、福祉の専任教員の確保等、要件を満たすために多少の条件整備が必要である。しかし、実習室は空き教室を活用し、教員は他の福祉系高校から手配してもらうことで、特例高校等への指定は決して不可能なことではないと考える。

<事業効果>

現在でも福祉施設に就職できているが、より高度な資格を目指せるようになるため、選択の幅を広げることができる。また、生活福祉類型では調理のカリキュラムも含まれることから、調理ができる介護職員を目指すことができ、大きな PR ポイントとなるのではないかと考えられる。

ウ) 退職教員等による放課後補習の実施

<事業概要>

学業成績を伸ばすためには、直接的な学習活動もやはり重要である。そこで、放課後を利用して、退職教員等による補習授業を実施する。

<事業内容>

放課後の教室を利用して、退職教員等による補習授業を行う。退職教員等に注目したのは、図表 21 に示すとおり、過去 5 年間で毎年 300 名程度の退職者がある。こうした退職教員は長年の勤務によるノウハウの蓄積があり、指導力にも期待が持てる。実施主体は高校で、シルバー人材センター等を活用して手配をする方法が考えられる。全国シルバー人材センター事業協会によれば、全国でこうした補習を行う事業の事例が 66 ある³²。保護者・生徒の費用負担は、受講者の人数によるが、講習に係る実費を応分負担とする。実施頻度は週 2 日程度で、一般的に理解度が低いとされる教科である理科、数学、英語³³を中心に補習を行う。

³¹ 社会福祉士及び介護福祉士法(昭和 62 年法律第 30 号)第 40 条第 2 項第 1 号の規定に基づく高等学校又は中等教育学校の指定の基準については、社会福祉士介護福祉士学校指定規則(平成 20 年文部科学・厚生労働省令第 2 号)に定められている。高等学校が所定の手続きを踏み、特例高校等と指定されれば、介護福祉士実務者研修を修了することができ、9 ヶ月以上の実務経験を積めば、介護福祉士の受験資格が得られる。

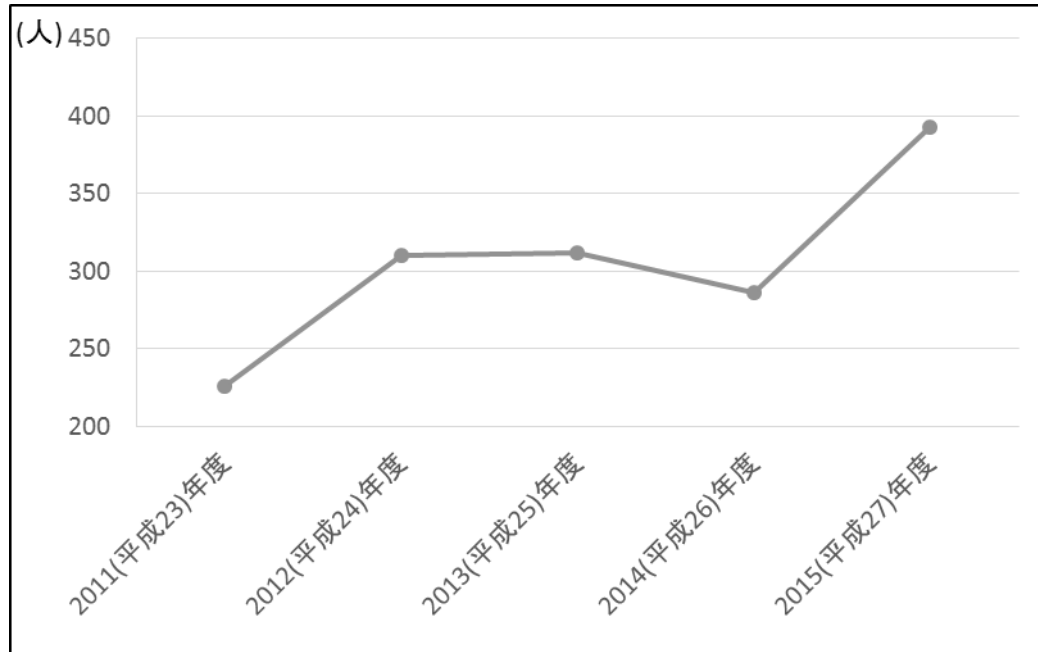
³² 2015(平成 27)年度シルバー人材センター事業年鑑から、学習教室等の運営実績に基づく(全国シルバー人材センター事業協会 2015)。

³³ 授業の理解度(「ほとんどわかっている」と「70%くらいわかっている」と回答した生徒の割合)は理科が 46.1%で最も低く、続いて数学が 47.3%、外国語(英語)が 48.2%とする調査結果がある(ベネッセ教育総合研究所 2015)。

<事業効果>

理解度の低い教科の補習を実施することで、学業成績の底上げが見込める。

図表 21 退職教員数の推移



(出典:2012(平成 24)～2016(平成 28)年度版大分県の人事行政の運営等の状況について)

※定年退職者数及び早期退職募集制度退職者数の和を示す

4-3-2 国東高校双国校

ア) 県公認部活「営業部」の設置・推進

<事業概要>

県公認部活として「営業部」の設置を推進し、活動に係る補助を行う。営業部の顧問は、過去に営業職に就いていた現場を熟知している方等をプロデューサーとして設置する。

<事業内容>

生徒自ら、売り出せる魅力(特産品等)の発掘を行い、その商品の営業や販売について、商業科として学んだ、ビジネス実務、マーケティング、簿記、原価計算等を生かしながら実践する。また、県主催の農林水産物等の魅力 PR イベントに「営業部」として出店することや、県外事務所(東京、大阪、福岡)等と連携し営業や販売活動を行う。

具体的な実施方法については、以下のとおりとする。

【高校の動き】

- ① 売り出す商品を発掘・開発
- ② どこに、どういう方法で売り出すのか等の検討
- ③ 部の活動計画・予算案(県外出張費用や商品開発に係る予算等の試算)を県に提出

- ④ 県内企業に対して活動内容や活動計画を公開し、スポンサーになってくれる企業等を募る活動も高校主体で実施
- ⑤ 商業科として学んだ、ビジネス、マーケティング、簿記、原価計算等を生かしながら、市場調査、製造販売、宣伝方法等を外部顧問と検討し実践
- ⑥ 生徒一人一人が名刺(図表 22 参照)を持ち、営業・販売活動(放課後や土日、夏休みを活用)
- ⑦ 定期的な活動実績等の報告

【県の動き】

- ① 営業部として参加可能なイベント等の情報提供、プロデューサーの配置
- ② 営業部から提出された活動計画による予算措置や活動内容の検討
- ③ 営業部の活動に係る広報
- ④ 高校生への営業方法・商品開発のノウハウの伝授、支援等を行う企業や人材の募集等、社会一体となって営業部を支援する体制の構築
- ⑤ 成果発表の場の提供

図表 22 県公認部活の名刺(案)



<事業効果>

この営業部での活動や経験が大学の推薦入試におけるアピールポイントとなるので、進学を希望する生徒のニーズに応えることも可能と考える。

また、机上で学んだことを基に実践的かつ長期的に取り組むことで、生徒の専門性向上や、他ではできない貴重な経験を積むことができ、卒業後に企業の即戦力となれる人材育成を行うことができる。

なお、最終的には双国校以外の商業科を設置している高校にも営業部の設置・推進を図る必要があると考える。そうすることで、生徒が他校の営業部との協力や営業実績を意識した競争が行えるため、よりリアルで実践的な経験をすることができ、生徒の専門性、ひいては商業科への理解の深まりやイメージアップにもつながるのではないかと考える。

4-3-3 三重総合高校久住校

ア)学科内コースの新設

<事業概要>

既に専門的な学習内容となっている農業科の中に、新たなコースを設けて、農業生産現場だけでなく、農産物の流通等についても学び、より総合的な農業に関する知識、能力を身につけ、農業のプロフェッショナルを育成する環境を創り出す。

<事業内容>

農業科の中に、ビジネス分野も学べるコースを新設する。特に、農産物の流通等についても地域の方と一緒に学べるようにすることで、地域と農業の関わりや販売者側の立場の理解、そして農業への理解も深まり、卒業後の進路の幅を広げることができる。

また、農産物を実際に販売している地元の方々による講義や、学校や地域を飛び出しての販売活動等を組み込むことで、農業生産だけでなく販売加工等についても、実践的な技術を身につける。

<事業効果>

農業とビジネスを掛け合わせることで、農業の道に進む生徒にとっては、また違った角度から農業を学ぶことができ、農業の道に進まない生徒にとっても、農業に関するビジネスを学ぶことができ、多様な進路実現が期待できる。

第5章 終章

5-1 残された課題

本稿では、高校魅力化について分析や政策提案を行った。共通の課題及び学校ごとの課題の解決に向けた取り組みは、高校の中身を魅力化するための第一歩になると考えるが、実際に地域外、とりわけ県外の生徒が興味を持ち、進学先として志望した時に重要な課題となるのが、学生寮や下宿の整備である。

県外の学生寮は、高校が所在する市町村が整備運営している場合が多い。高校の中身の魅力化には県が取り組み、高校に通学するうえでの環境整備等の魅力化には市町村が取り組み、それぞれが適材適所の役割を担っている。

今後は、大分県において学生寮や下宿をどのように整備していくべきかを検討し、地域外や県外の生徒が進学できる環境を整えていく必要があると考えられる。

5-2 おわりに

今回の研究にあたり、業務多忙の中ご協力いただいた島根県教育庁教育指導課、島根県内各高校、島根県海士町総務課、島根県雲南市教育委員会キャリア教育推進室、長野県立白馬高校、県庁内各課、県内各高校、県内各中学校の皆様ほか、ご協力いただいた全ての方々に感謝を申し上げます。

また、高校教育についてご指導いただいた大分大学教育学部山崎清男教授、昼夜休日問わず様々な面から私たちをサポートしてくださった大分県自治人材育成センターの皆様、アドバイザーの吉村様、そして快く研修へ送り出してくださった職場の皆様に、深く感謝申し上げます。

最後に、研修に参加してから本稿を書き終えるまで、時に厳しく、時にあたたかくご指導、ご助言いただいた九州大学大学院法学研究院嶋田暁文准教授には、心から感謝の意を表し、本報告書の結びとしたい。

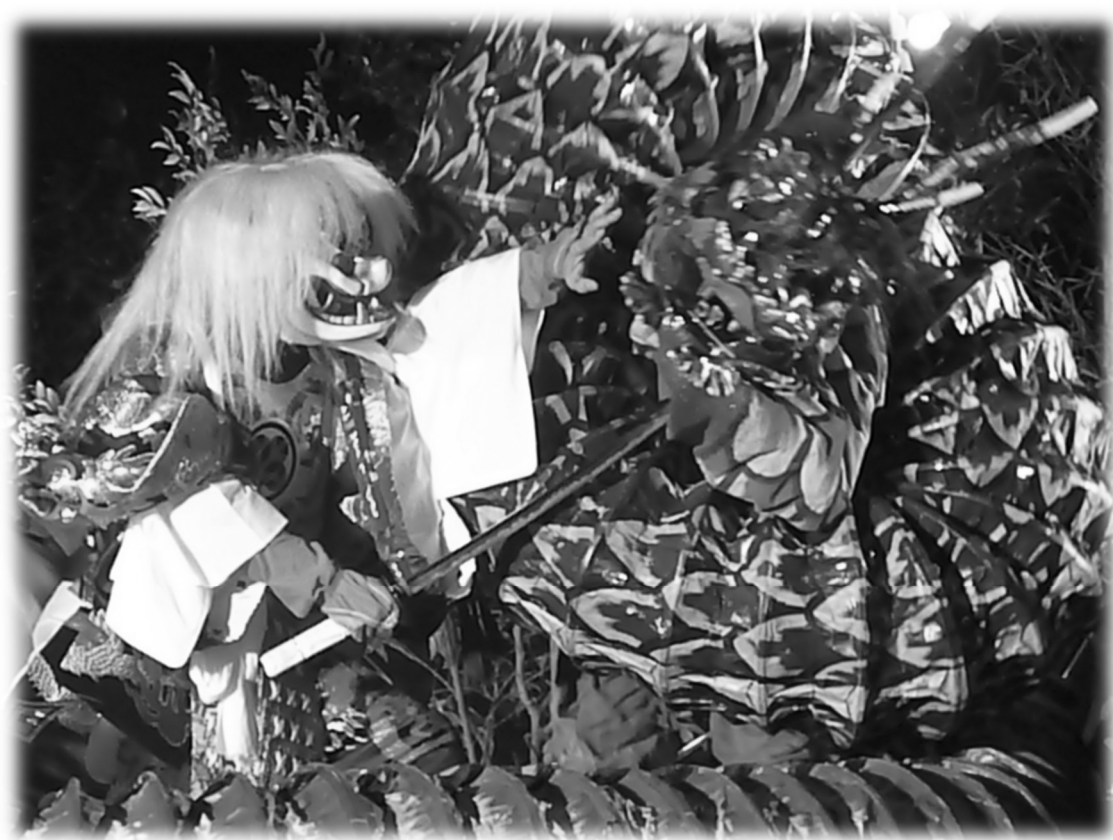
<参考文献>

- ・ NTT コム リサーチ(旧 goo リサーチ)(2010)『中高生の保護者対象：受験校に関する情報収集と IT 活用に関するアンケート』
(<http://research.nttcoms.com/database/data/001256/>)
- ・ 有海拓巳(2011)「地方／中央都市部の進学校生徒の学習・進学意欲－学習環境と達成動機の質的差異に着目して－」『教育社会学研究第 88 集』
- ・ 安心いちばんおおいた産農産物認証制度 HP
(<http://anshin-ichiban.jp/yoko/>)
- ・ 大分県教育委員会(2008)『高校改革推進計画』
- ・ 大分県教育委員会 HP(2016)『平成 28 年度大分県立高等学校第一次入学者選抜最終志願状況』
(<http://kyouiku.oita-ed.jp/koukou/2016/02/28-10.html>)
- ・ 大分県教育委員会 HP(2016)『平成 28 年度大分県公立高等学校及び特別支援学校高等学校部学校案内』
(http://kyouiku.oita-ed.jp/koukou/4_dai2bu.pdf)
- ・ 大分県教育委員会 HP『大分県学校要覧』
(<http://kyouiku.oita-ed.jp/list-top-gakkouyouran.html>)
- ・ 大分県教育委員会 HP(2016)『地域の高校活性化支援事業』
(<http://kyouiku.oita-ed.jp/koukou/>)
- ・ 大分県教育委員会 HP『平成 27 年度学校基本調査確報』
(<http://www.pref.oita.jp/site/toukei/gakko-h27-index.html>)
- ・ 大分県 HP(2012～2016)『大分県の人事行政の運営等の状況について 2012(平成 24)～2016(平成 28)年度版』
(<http://www.pref.oita.jp/soshiki/11200/jinjigyouseinouneitounojoukyou.html>)
- ・ 大分県の統計 HP(2016)『児童・生徒数』
(<http://www.PRef.oita.jp/site/toukei/kodomo-gakkou-kazu.html>)
- ・ 大分県立大分東高等学校(2016)『学校案内 2016』
- ・ 大分県立国東高等学校双国校(2016)『平成 28 年度学校要覧』
- ・ 大分県立情報科学高等学校(2016)『平成 28 年度進路ガイドブック』
- ・ 大分県立中津南高等学校耶馬溪校 HP
(<http://kou.oita-ed.jp/yabakei/index.html>)
- ・ 大分県立中津南高等学校耶馬溪校(2016)『2016 学校案内』
(<http://kou.oita-ed.jp/yabakei/files/693897c7f6ce6b00321d01941d9db183.pdf>)
- ・ 大分県立中津南高等学校耶馬溪校(2012)『平成 24 年度学校運営計画』
(<http://kou.oita-ed.jp/yabakei/files/H24unneikeikaku.pdf>)
- ・ 大分県立中津南高等学校耶馬溪校(2016)『平成 28 年度学校要覧』

- ・大分県立中津南高等学校耶馬溪校(2016)『耶報だより』2016年4月号
(<http://kou.oita-ed.jp/yabakei/files/yahoudayori201604.pdf>)
- ・大分県立三重総合高等学校久住校(2016)『平成28年度学校要覧』
- ・玖珠志学塾 HP(2016)
(<http://kusushigaku.com/>)
- ・島根県(2016a)HP『島根県中山間地域活性化計画 H28～H31』
(http://www.PRef.shimane.lg.jp/admin/region/chiiki/chusankan/chusankan-keikaku/keikaku_new.data/H28tyuusannkannkeikkaku.pdf)
- ・島根県(2016b)HP『第2回 今後の県立高校の在り方検討委員会』
(http://www.PRef.shimane.lg.jp/gakkokikaku/saihen/kongonokennritukoukounoarikatakentouiinkai/index.data/06_miryokukakengaisei.pdf)
- ・島根県立大東高等学校(2016)『平成28年度学校案内』
- ・島根県立津和野高等学校(2016)『津和野高校魅力化・活性化に関する資料』
- ・しまね留学 HP
(<https://shimane-ryugaku.jp/>)
- ・全国商業高等学校協会(2013)『商業高校 Q&A』
(<http://www.zensho.or.jp/puf/faq/school.html>)
- ・全国シルバー人材センター事業協会(2015)『平成27年度シルバー人材センター事業年度統計』
(http://www.zsjc.or.jp/center/dokuji_center?type_cd=1&category_cd=1)
- ・高瀬雅朗(2015)「「食のスペシャリスト」の育成で地域を活性化」『地域づくり』2015年6月号
- ・島前高校魅力化プロジェクト HP『魅力化の関係者・関係機関』
(<http://miryokuka.dozen.ed.jp/concerned/>)
- ・長野県立白馬高等学校(2016)『学校視察資料』
- ・長野県立白馬高等学校
(<http://www.nagano-c.ed.jp/hakubahs/>)
- ・藤岡慎二(2015)「魅力的な高校づくりで地方創生の実現を」『地域づくり』2015年6月号
- ・ベネッセ教育総合研究所 HP(2011)『高校受験調査』
(<http://berd.benesse.jp/shotouchutou/research/detail1.php?id=3187>)
- ・ベネッセ教育総合研究所 HP(2015)『高校生活と進路に関する調査』
(<http://berd.benesse.jp/shotouchutou/research/detail1.php?id=4766>)
- ・ベネッセ教育総合研究所 HP(2015)『第5回学習基本調査 報告書』
(http://berd.benesse.jp/up_images/research/1_chp1.pdf)
- ・北海道三笠高校(2015)『平成27年度進路状況について』
(<http://www.city.mikasa.hokkaido.jp/hotnews/files/00005700/00005743/20160421145123.pdf>)
- ・宮口侗廸=池俊介=山本隆太(2014)「過疎地域における高校の存在意義について」『早稲田教育評論』第28巻第1号

- ・ 文部科学省 HP(2016)『学校現場における業務の適正化に向けて』
(http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/uneishien/detail/1372315.htm)
- ・ 山内道雄=岩本悠=田中輝美(2015)『未来を変えた島の学校』岩波書店
- ・ 山崎巧(2015)「JAXA と連携し、「宇宙学」を授業に」『地域づくり』2015 年 6 月号

地域の伝統文化を後世につなぐ



宇目神楽保存会『八雲弘』(写真提供 矢野由紀子様)

平成 28 年度地域政策スクール	伝統班
大分県大分県税事務所	矢野 祐志
大分県南部保健所	古澤 直樹
大分県立安心院高等学校	石垣 敦至
大分市清掃施設課	上田 貴裕
佐伯市高齢者福祉課	中路 明日香

はじめに	105
第1章 なぜ地域の伝統文化なのか	106
1-1 地域の伝統文化とは	106
1-2 地域の伝統文化を後世につなぐ必要性	106
1-2-1 人と人をつなぐ役割	107
1-2-2 地域アイデンティティを醸成する役割	107
1-2-3 若者と地域をつなぐ役割	107
1-2-4 教育的な役割	107
1-2-5 固有の地域資源となりうる役割	108
1-2-6 地域の元気・活力を創造する役割	108
1-3 大分県が取り組む理由	108
1-4 まとめ	109
第2章 現状と課題	110
2-1 地域社会の弱体化が地域の伝統文化に与える影響	110
2-1-1 相次ぐ地域の伝統文化の休廃止	110
2-1-2 地域の伝統文化が消滅してしまった集落の存在	110
2-1-3 地域の伝統文化の継承に不安を抱える集落の存在	111
2-2 課題の設定	112
2-2-1 祭りの課題	112
ア) 大分県の集落の現状	113
イ) まとめ	115
2-2-2 民俗芸能の課題	115
ア) 大分県の民俗芸能保存会の現状	115
イ) まとめ	117
第3章 課題分析と方向性	118
3-1 集落の小規模・高齢化の進展が祭りの継続を困難にしている原因の分析	118
3-1-1 原因分析～木浦地区への聞き取り調査～	118

ア) 地区の概要について	118
イ) 現在の祭りの運営方法について	119
ウ) 祭りへの地域住民の関与について	119
エ) 聞き取り内容に基づく原因の分析	120
3-2 若い世代の後継者不足の原因の分析	120
3-2-1 新たな入会者の減少	120
3-2-2 入会後の継続性	122
3-2-3 まとめ	124
第4章 既存施策の分析と政策の方向性	125
4-1 祭りの継続に関連した既存施策の分析	125
4-1-1 外部人材の受入れに関連した既存施策の分析	125
4-1-2 祭りのやりがいのアップに関連した既存施策の分析	126
4-2 民俗芸能の後継者育成に関連した既存施策の分析	128
4-2-1 体験の機会に関連した既存施策の分析	128
4-2-2 芸能活動の継続性に関連した既存施策の分析	129
4-3 まとめ	130
第5章 政策提案	131
5-1 おおいた一んしっぷ事業	131
5-1-1 概要	132
5-1-2 実施方法	133
ア) 事前準備	133
イ) インターンシップの実施	133
ウ) 「インターンシップOB生の会」制度	133
5-1-3 事業効果	133
5-2 地域の祭り“魅力化”事業	134
5-2-1 概要	134
5-2-2 実施方法	135

ア) 地域にある祭りについての学習	135
イ) 地域にある課題の把握	136
ウ) 課題解決への提案	136
エ) 住民との協働による祭りの魅力化	136
5-2-3 事業効果	136
5-3 大分県神楽甲子園開催事業	136
5-3-1 概要	137
5-3-2 実施方法	138
ア) 開催準備	138
イ) 大会運営	138
ウ) 大会開催	138
エ) 鑑賞・体験機会	138
5-3-3 事業効果	139
第6章 残された課題	140
おわりに	140
補論：地域の伝統文化の活用を考える	141
7-1 日本の文化発信戦略	141
7-2 祭り・民俗芸能の可能性	141
7-3 「地域の伝統文化」発信に向けた取り組み	142
7-3-1 伝統 NOUHAKU 体験事業	142
7-3-2 概要	142
7-3-3 実施方法	142
ア) 受付方法の整備	143
イ) APU×大分県×ツーリズムおおいたによる友好交流協定	143
ウ) 参加者拡大に向けた広報活動	144
7-3-4 事業効果	144
参考文献	

はじめに

近年、「祭り」や地域に伝承されている「芸能」が、集落内のコミュニティ機能の維持を果たすとして見直されている。しかしながら地方においては、過疎化・高齢化などによって、その存続の難しさが問題となっている。このようなことは近年生じた問題のように思われているが、実は昭和中期の高度経済成長期にも「祭り」や「芸能」の存続が危ぶまれた時期があった。

大分県には、季節を彩るさまざまな伝統文化が残っている。春には国東市諸田山神社の御田植祭に代表されるように、稲の豊穰を祈願する祭りが各地の神社を中心に開かれ、夏は日田、中津、臼杵祇園といった大分三大祇園祭の開催や、津久見市の扇子踊り、大分市の鶴崎踊、姫島村のキツネ踊りといった特色ある盆踊りも数多く演じられている。秋になると、各神社による神幸祭が盛んに行われ、お供の芸能がそれぞれの祭りを彩ることとなる。また大分市賀来神社、中津市大新田・白髭神社の大名行列や臼杵市望月の王の字火まつり、竹田市・岡神社善神王祭といった火祭りもこの時期多く開催される。冬にはその年の航行の安全と漁業の繁栄を祈るホーランエンヤや、修正鬼会、ひょうたんまつりといった年の始まりを祝う祭りが数多く催されている。

このように多種多様な伝統文化が残っている背景には、大分県の地形・風土・歴史等が関係している。大分県は、九州東部に位置し、面積の 7 割が山地で形成され地形が複雑である。また、気候についても内陸部・沿岸部等で大きく分けて 4 つに分類することができるなど地域によって気候風土が異なる。加えて、歴史的にも江戸時代には、中津、杵築、日出、府内、臼杵、佐伯、岡、森の 8 藩が分立し、さらには肥後、延岡、島原藩の飛び領が存在し、それぞれが独立した一国を形成していた。江戸時代には全国で 200 の藩があったと言われているが、そのうちの 8 藩及び 3 つの飛び領が存在していたことは、大分県がいかに小藩分立であったかを示している。そのような歴史的背景から、大分県各地には独自の地域社会が確立し多彩な地域の伝統文化が生まれる土壌が確立していた。

しかし、こうした多彩な地域の伝統文化は、時代の変化と共に徐々に失われている。

我々が本報告のテーマ設定をしたきっかけは、班員 5 人のうち 2 人が伝統行事・芸能の保存会に所属しており、その窮状を打破したいと考えたからである。古くから伝わっている伝統文化は、その地域に深く根付いており、その地域にしかない「魅力」を醸成している。そうした魅力は、地域コミュニティの継続するための助けとなり、生き甲斐を生むにもかかわらず、現在失われていたり、存続の危機に陥っている。

だからこそ我々は、大分県にある「地域の伝統文化」を後世に伝えていかなければならないと考えた。そして、我々の報告が「大分県にはこんな良いところ（魅力）がたくさんある」と一人でも多くの人と言えるような社会になる一助となれば幸いである。

第1章 なぜ地域の伝統文化なのか

本章では、本報告において我々が対象とする「地域の伝統文化」の内実を明らかにしたうえで、地域の伝統文化がもたらす効果について確認をしながら、なぜ今、地域の伝統文化を後世につなぐ必要があるのかについて明らかにしていく。

1-1 地域の伝統文化とは

まず、「地域の伝統文化」について我々が本報告において取り扱う対象を明らかにしていく。

『広辞苑（第六版）』によれば、「伝統」とは「ある民族や社会団体が長い歴史を通じて培い、伝えてきた信仰・風習・制度・思想・学問・芸術など。特にそれらの中心をなす精神的あり方」と定義されている。

また、「文化」とは「人間が自然に手を加えて形成してきた物心両面の成果。衣食住をはじめ科学・技術・学問・芸術・道徳・宗教・政治など生活形成の儀式と内容とを含む」と定義されている。文化庁も「文化芸術の振興に関する基本的な方針」（2002（平成14）年12月10日閣議決定）の中で、「文化は、最も広くとらえると、人間が自然とのかかわりや風土の中で生まれ、育ち、身に付けていく立ち居振る舞いや、衣食住をはじめとする暮らし、生活様式、価値観など、およそ人間と人間の生活にかかわることのすべてのことを意味する」としている。文化という言葉は馴染み深いが、多面的、多層的に用いられ、時としてそれが指すものが何であるのかが伝わりにくい言葉であるといえる。

これら「伝統」と「文化」が合わさった「伝統文化」という言葉を定義することは、実は非常に難しい問題である。しかし、本稿の紙幅は限られており、議論の俎上に載せる伝統文化の対象を限定する必要がある。そこで、本報告においては対象とする伝統文化を地域の社寺を中心に行われている行事、いわゆる「祭り」と、その祭りで披露されている神楽、獅子舞といった「民俗芸能」を中心に論じていくこととする。なぜならば、伝統文化のうち、「祭り」と「民俗芸能」は、地域の中で住民の手により脈々と受け伝えられてきたという点が特徴的であり、地域の特性が最も顕著に表れるものの一つであると考えられるからである。ここでいう「地域」とは、様々な定義があるが、本報告においては、祭りと民俗芸能が行われる地区・集落のことを示すものとする。

以下では「祭り」と「民俗芸能」を指す言葉として「地域の伝統文化」という言葉を用いることとしたい。

1-2 地域の伝統文化を後世につなぐ必要性

さて、改めてなぜ今、「地域の伝統文化」を後世につなぐ必要があるのかを論じていくこととしよう。我々はその理由を、「地域の伝統文化」が有する様々な役割に見いだしている。

以下では地域の伝統文化がもつ役割について論じていく。

1-2-1 人と人をつなぐ役割

まず 1 つ目に、地域の伝統文化には、地域の人と人をつなぐ役割がある。祭りは集団行為であり、多種多様な職業や年齢の人たちが、準備から終了までの多くの作業をともに同じ時間を過ごす。また、祭りが終わり、再び日常に戻ったあとにも、その経験は生活の潤滑油のように機能する（福田 2015:38）。そのため、自然と住民間に連帯意識が生まれていくと考えられる。このように、地域の伝統文化は、その地域に住む人々が祭りや民俗芸能によって同じ時間を共有することにより、人と人をつなぐ役割をもつ。

1-2-2 地域アイデンティティを醸成する役割

2 つ目は、地域アイデンティティを醸成する役割である。星野は、東北地方太平洋沿岸域の地震津波被災者たちが行った伝統芸能復興への取り組みは、地域の先祖たち以来永々と繰り返してきた芸能が、住民たちの同一性意識の核のひとつとなっていたことを顕現してみせたようだと言及している（星野 2012 : 35）。つまり、同じ文化を共有する地域の人々にとって、祭りや民俗芸能といった地域に根付いてきたものは、地域での一体感を生むこととなり、地域に対する愛着や誇りといった、そのコミュニティへの帰属意識を醸成する役割をもつ。

1-2-3 若者と地域をつなぐ役割

3 つ目は、若者と地域をつなぐ役割である。内閣府が 2016（平成 28）年に行った「文化に関する世論調査」によると、90%を超える人が、伝統的なお祭り等がその地域の人々にとって地域の愛着や誇りになるとしている。また、大分県での調査がないため、次善策として近県である愛媛県が 2014（平成 26）年に行った調査を扱うこととするが、愛媛県において大学生が地元に住み続けたい理由として、男女ともに「故郷に愛着がある」が最も高くなっている（小池 2014）。つまり、地域の伝統文化に携わる子どもたちは、地域の伝統文化を通じて地域住民と密な関係を築き、より地域に対しての愛着と誇りを感じるようになる。そのような若者には、進学先や就職先を選択する際に自らの育った地域に貢献したいという気持ちから、その地域にとどまり続ける者も多い。また、進学や就職で地域外に出た場合であっても、地域に祭りや民俗芸能があることによって、帰省をするきっかけとなるなど若者と地域との関係を継続させる役割をもつ。

1-2-4 教育的な役割

4 つ目は、教育的な役割である。渡邊は、祭りには中心的に担っている大人や成年男子の姿があるだけでなく、その周辺にいる子どもが、その場の空間を遠巻きに共有することで祭りの雰囲気、準備のしかた、進め方や分担のしかた、しきたりやルール、倫理的規範や文化的価値などを知らず知らずのうちに身につけていくと述べている（渡邊 2013）。つまり、地域の伝統文化に子どもが触れる場合にはそれを教える年長者の存在がある。ただ単

に、地域の伝統文化に触れるだけではなく、年長者との関わりをもつことにより、礼儀作法等の社会常識、地域独自のしきたりやルールなどを自然と学ぶことができる。また学校では体験することの少ない、郷土の歴史・文化に直に触れることによって見識が広がるなどの教育的な役割をもつ。

1-2-5 固有の地域資源となりうる役割

5つ目は、固有の地域資源となりうる役割である。現在は、経済の発展やインターネットの普及により服飾や化粧などのファッション、映画やアニメなどのいわゆる「文化」といわれるものは、全国どこにいても情報を得ることができ、また購入・消費することが可能となっている。そのような中、地区・集落で住民の手により脈々と受け伝えられてきた「地域の伝統文化」は、その地域に固有の資源となりうる可能性をもっている。

1-2-6 地域の元気・活力を創造する役割

最後に、6つ目は地域の元気・活力を創造する役割である。この効用は、地域の伝統文化のうち特に祭りに当てはまる。太鼓や笛の音などの祭りの音がすると高揚感を感じるように、人々は日常から離れた祭りという非日常を楽しみにする。たとえば、国東市で行われた「時祭（ときのまつり）」は、高齢化が進む地域に誕生した新しい祭りである。地域が疲弊し、人と人の絆が崩れ、コミュニティが崩壊していく中で、地域の人々は新しい祭りが必要だと考え、自分たちの「時間」を祝福するための祭りを考えた。祭りの会場には地区の廃校を利用し、活力あるコミュニティの再構築・地域の元気再生を図った。このように、祭りには地域の元気・活力を創造する役割がある。

1-3 大分県が取り組む理由

では、なぜ今、大分県が「地域の伝統文化」を後世につなぐ取り組みを進める必要があるのだろうか。

その理由は3つである。1つ目は、「地域住民のために」である。地域住民にとって、地域の伝統文化は先人から受け継いできた大切なものである。さらに前節でも述べてきたように地域の伝統文化は地域社会の中で多様な役割をもち、地域住民に様々な効用をもたらしている。しかし第2章、第3章で述べるとおり、地域住民の努力だけでは継承が困難になってきている現状があり、大分県としてはその支援をする必要があると考える。

2つ目は「大分県のために」である。昨今の地方分権が進みつつある中で、自治体には、地域がもつ特色、個性、文化、風土などを生かしたまちづくりが求められているが、地域の伝統文化は他の自治体には真似をすることができない、貴重な地域資源の一つであるといえる。地域力の向上が求められる現在、大分県にとっても地域の伝統文化の継承は必要不可欠であると考える。

3つ目は、「チャンスが広がっているから」である。大分県では2018（平成30）年に国

民文化祭¹、2019（平成 31²）年にラグビーW 杯³が開催される。これらの開催によって、地域の伝統文化に関する問題に多くの人の関心が集まることになるため、地域の伝統文化が抱える問題を解決する大きなチャンスとなると考える。

1-4 まとめ

以上、本報告において対象とする「地域の伝統文化」の内実と、それを後世に伝えることの必要性について論じてきた。

次章以降では、「地域の伝統文化」である祭りと民俗芸能を後世につなぐための政策について、現状と課題を論じたうえで考察していくこととしたい。

¹ 全国各地で国民一般の行っている各種の文化活動を全国的規模で発表し、競演し、交流する場を提供することにより、国民の文化活動への参加の機運を高め、新しい芸能文化の創造を促すことを狙いとした祭典。

² 今上天皇が生前退位のご意向を示されたことにより、2019 年元日より新元号に改められる見通しであるが、本報告書では便宜上、2019 年以降の元号表記も「平成」の表記を用いることとする。

³ ラグビーユニオンのナショナルチームの世界一を決定する世界選手権大会。2019（平成 31）年の日本開催は、全国の 12 スタジアムで行われる予定で、そのうちの 1 つが大分スポーツ公園である。

第2章 現状と課題

第2章では地域の伝統文化が直面している現状と課題について明らかにしていく。

2-1 地域社会の弱体化が地域の伝統文化に与える影響

歴史的にみて、地域の伝統文化を伝承してきたのは地域社会である。地域社会とは、端的に言えば「ムラ」とか「マチ」といった近世村落や町のことを指す⁴。しかし、地域社会の現状は、かつての農林業主体の産業から、製造業、サービス業といった産業へと就業人口が移行したことを受け、人口流出、過疎化、高齢化、少子化といった問題に直面している。その結果として、祭りを支えてきた氏子組織などの担い手不足、芸能を伝承する者の減少などが各地で問題となってきた（川野 2013）。

2-1-1 相次ぐ地域の伝統文化の休廃止

その結果、地域の伝統文化の休止や廃止といった事態が起きている。

たとえば2017（平成29）年1月4日の大分合同新聞朝刊の1面に、「地域の行事60件休廃止」という大きな見出しの記事が掲載された。これは共同通信の調査によって明らかとなったもので、都道府県が無形民俗文化財⁵に指定した祭りや踊りなどの伝統行事のうち、継続的な実施が難しくなり休廃止されたものが20県で計60件あるという内容であった。大分県でも、実施されなくなり指定を解除されたものとして、佐伯市の「堅田郷八幡宮杖踊」が掲載された。共同通信は「休廃止事例が多かった県の担当者への聞き取りを行った結果、過疎や少子化、若者の都市部への流出を背景とした担い手減少を挙げる声が目立った」と報告していた。

2-1-2 地域の伝統文化が消滅してしまった集落の存在

大分県での地域の伝統文化の実施状況については、経年比較ができる資料があるので紹介する。農林水産省が行った調査報告書である「世界農林業センサス」によれば、大分県の調査対象の農業集落数は2,890集落あり、そのうち2005（平成17）年調査時に祭りを行っていた集落が占める割合は約90%である。県内の農村地域においては伝統的な祭りが数多く残っていることがわかる。

しかし、1995（平成7）年には2,700集落で祭りが行われていたが、2005（平成17）年には2,620集落まで減少し、10年間のうちに80集落で祭りの開催がなくなっている。また、伝統文化・芸能の保存に関しては、調査対象集落の約37%が調査時点で保存を行っている⁶と回答しているが、その数は10年間のうちに1,150集落から1,090集落へと減少している

⁴ 段上達雄・別府大学教授からご提供いただいた資料に基づく。

⁵ 地域に根ざし、世代を超えて受け継がれてきた祭りや年中行事、芸能、生業に関わる技術など。市町村や都道府県が指定する。国民の生活文化を理解するうえで特に重要と認めたものは、国が重要無形民俗文化財に指定する。

(図表 1)。このように大分県においても実際に祭り、芸能の実施がなくなってしまった集落が存在していることがわかる。

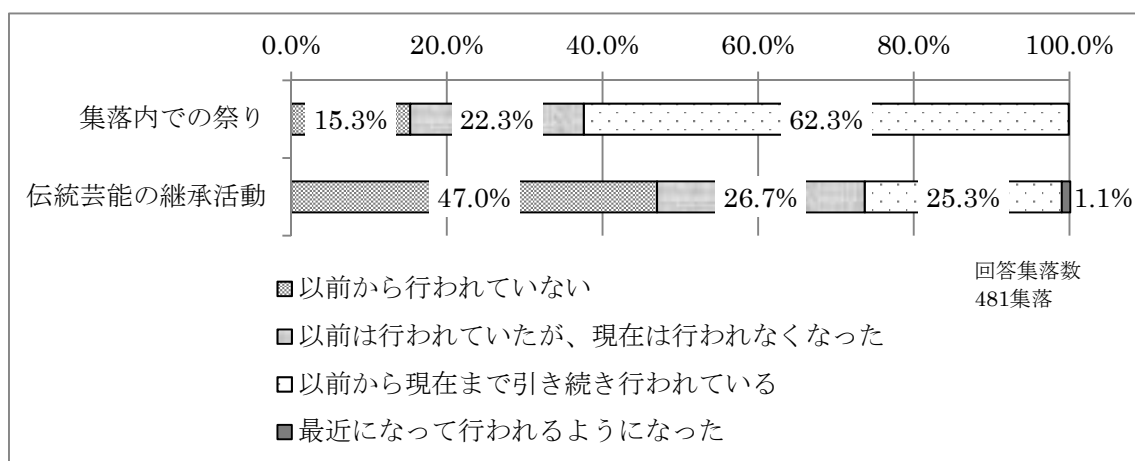
図表 1 祭りの開催と伝統文化・芸能の保存が行われている農業集落数

大分県の調査対象 農 業 集 落 数	祭りの開催		伝統文化・芸能の保存	
	1995 年	2005 年	1995 年	2005 年
	行われていた	行われている	行われていた	行われている
2,890 集落	2,700 集落 (93.4%)	2,620 集落 (90.6%)	1,150 集落 (39.7%)	1,090 集落 (37.7%)
		△80 集落		△60 集落

(出典：農林水産省（2005）より筆者作成)

また、2008（平成 20）年に、九州内の高齢化率 30%以上、世帯規模 150 世帯以下となる 481 集落の代表者を対象とした調査が国土交通省により行われている。回答集落のうち、22.3%で祭りの実施、26.7%で伝統芸能の継承活動の実施がなくなってしまったことがわかる（図表 2）。

図表 2 集落内での祭り・伝統芸能の継承活動の実施状況



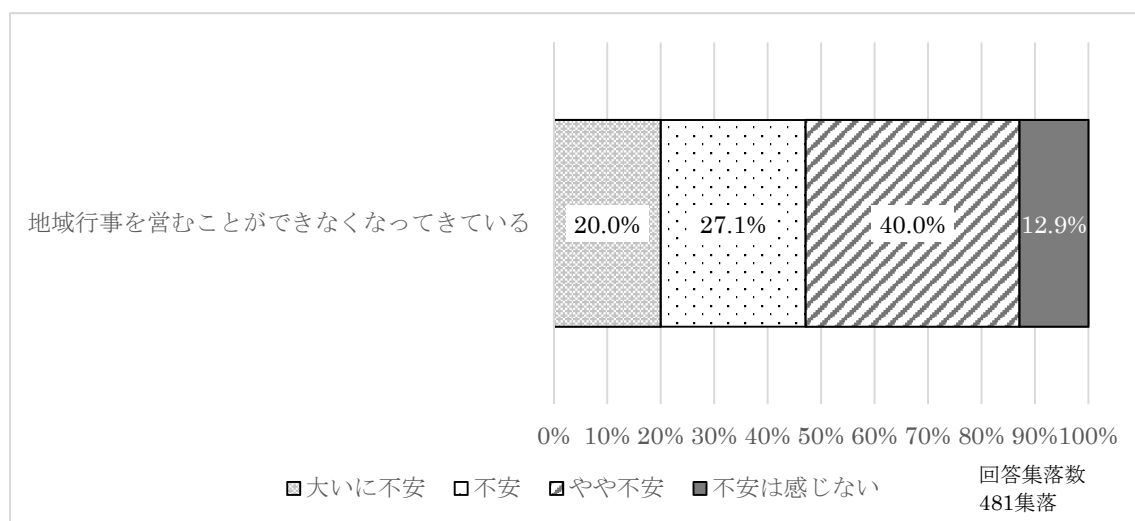
(出典：国土交通省九州地方整備局（2008b：9）)

2-1-3 地域の伝統文化の継承に不安を抱える集落の存在

しかし、すでに廃止・休止されてしまった地域の伝統文化を把握するのみでは、分析として十分とはいえない。なぜならば、現状では祭りや芸能を行うことができている、今後行うことができなくなり、結果として地域の伝統文化が消滅してしまう可能性のある集落も存在しているからである。

実際、小規模高齢化が進んだ集落においては、祭りや芸能といった地域の伝統文化の実施に不安がある。先ほどの国土交通省の調査のなかで、地域行事を営むことができなくなっていることに対して、「大いに不安」、「不安」、「やや不安」と回答した集落が全体の87.1%であった（図表 3）。このような集落においては、現在祭りや芸能を行っていたとしても、その多くがいつまでその行事を続けることができるか不安に感じている。このように、地域の伝統文化が各地で消滅の危機に瀕しているという現状がある。

図表 3 地域行事を営むことに関する不安



（出典：国土交通省九州地方整備局（2008a：17））

2-2 課題の設定

以下では、地域の伝統文化を「祭り」と「民俗芸能」に分けたうえで、事例を基に具体的な課題を設定していく。

2-2-1 祭りの課題

まず、祭りが抱える課題についてである。

大分県において祭りの実施ができなくなってしまったという事例を調査した結果、複数の事例が見つかった。たとえば国東市国東町の成仏寺で開催予定だった国指定重要無形民俗文化財の「修正鬼会」⁶は、2015（平成 27）年 2 月に休止の決定がされた。また、佐伯市指定無形民俗文化財である佐伯市宇目町の「木浦すみつけ祭り」⁷は、2005（平成 17）年

⁶ 修正鬼会はいまつの火の粉を参拝者にふりかけて無病息災を願う祭り。約 1300 年前の奈良時代に、国東半島の天台宗寺院で始まったとされる。現在は豊後高田市の天念寺で毎年開催されているほか、国東市の成仏、岩戸の両寺で 1 年ごとに交代しながら実施している。2015 年に休止を決定した成仏寺以外の 2 つの寺については休止しないとしている。

⁷ 2 年に 1 度の奇祭で正式な名称は「山上がり祭り」。1600（慶長 5）年ごろに始まったとされ、旧暦の正月 11 日、鉾山の守り神「山ん神」に安全を祈願した。落盤事故があった時

に過疎高齢化を理由に一度中止に追い込まれた（現在は有志たちの手により復活を遂げている）。

これら 2 つの祭りに共通する点は、伝承地の戸数が少なく、高齢化率が高く、中心市街地からも離れているといった、いわゆる限界集落⁸における祭りであったという点である⁹。そしてこのような祭りの休廃止事例と限界集落との重なりは以前から指摘されている（星野 2009）。

さらに星野は、2008（平成 20）年に、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県内の民俗芸能保護団体にアンケートを実施した。その結果、地域の人口の過疎化、少子化、高齢化、それが極端な場合の限界集落化といった今日の人口動態の変化が民俗芸能伝承¹⁰に与えるダメージは、戸数が多い集落よりも戸数が少ない集落のほうが深刻であるということを指摘している（星野 2009：37）。つまり、高齢化した集落であっても、戸数が少ない集落のほうが一層厳しい状況にあると考えられる。

ア) 大分県の集落の現状

しかし大分県では、すでに多くの祭りを戸数が少なく高齢化が進んだ集落が支えているという現状がある。そのことについて確認をしていく。

まず、大分県では年々「小規模集落」¹¹が増加し続けている（図表 4）。このことは、各集落で高齢化が進んでいることを表している。

に、家で墨をつけて遊んでいて助かった若い男性が真っ黒だったことから、鉾山の安全を願って墨をつけるようになったという説がある。祭りでは輪切りにした大根に墨をつけ誰彼かまわず顔に塗る。

⁸ 65 歳以上の高齢者が集落人口の半数を超え、冠婚葬祭をはじめ田役、道役などの社会的共同生活の維持が困難な状態に置かれている集落（大野 2008：16）。

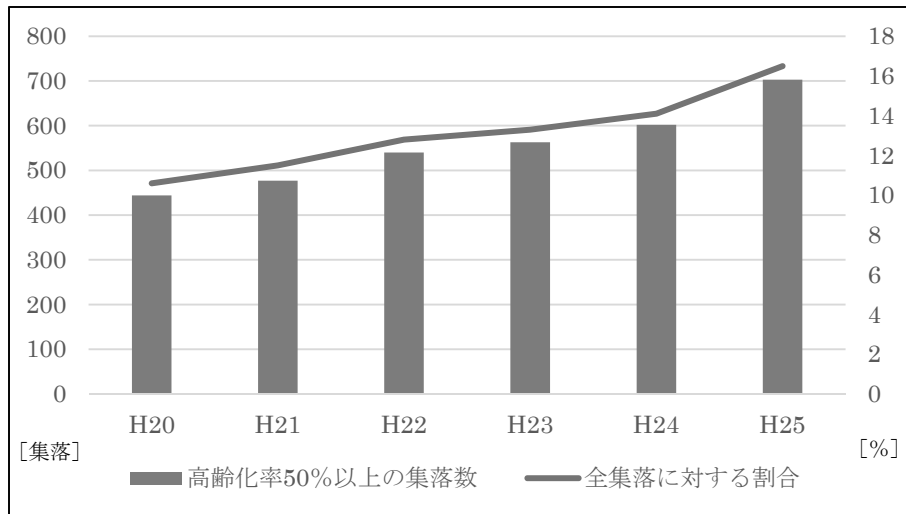
⁹ 修正鬼会が行われる国東町成仏地区の 2014（平成 26）年 11 月末現在の人口は 83 人で、高齢化率は約 61%。近年は檀家や地区住民の多くが 70 歳代以上となり、たいまつ準備や食事づくりなどの負担が増していたという

（<http://www.city.kunisaki.oita.jp/soshiki/kanko/syujoonie2016.html>）。すみつけ祭りが行われている木浦地区の状況については次章で述べる。

¹⁰ 星野は「民俗芸能」に「祭り」が含まれると捉えて「民俗芸能」という言葉を使用しているようである。それはたとえば「芸能（祭り）伝承は集落単位で行われているケースが大部分であって～」（星野 2009：21）という点などから推察できる。事実、本調査の回答団体の名称をみると「〇〇祭保存会」といった団体が多く存在している。

¹¹ 大分県における小規模集落の定義は「高齢化率（高齢者の占める割合）が 50%以上の集落」である。しかし一般的に小規模集落といった場合、高齢化率だけでなく戸数も判断要素に含めている点で違いがあるため、大分県の定義による場合のみ「」書きとした。

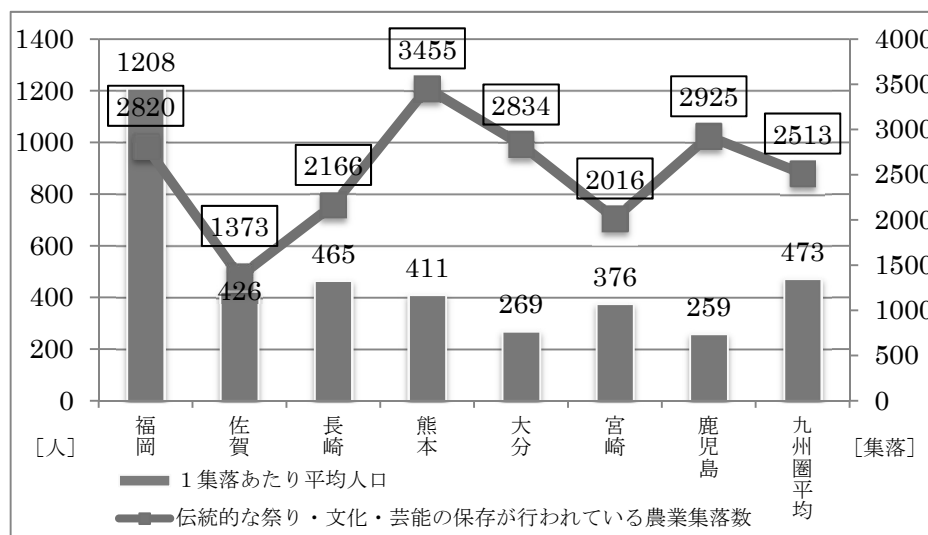
図表 4 大分県の「小規模集落」数の推移



(出典：大分県地域活力応援室（2013）より筆者作成)

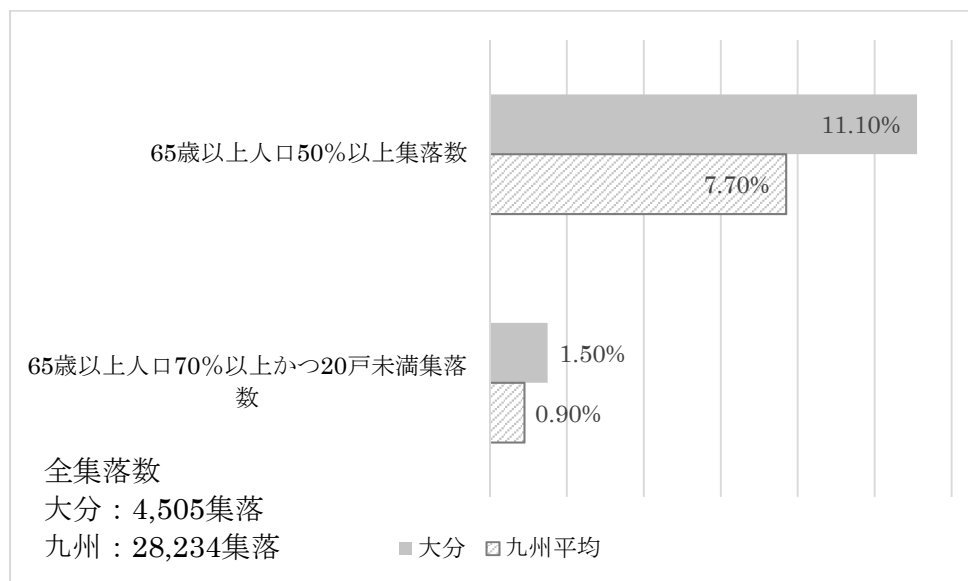
また大分県は九州他県と比較した場合、1集落当たりの平均人口が少ない。しかし、祭り等の伝承がなされている集落数は九州第3位と多い（図表5）。このことは多くの集落が少ない人数（戸数）で祭りを実施していることを示唆している。さらに小規模、高齢化が進んだ集落割合も九州他県に比べて高い（図表6）。

図表 5 1集落当たりの平均人口と伝統的な祭り・文化・芸能の保存が行われている農業集落数



(出典：国土交通省九州地方整備局（2008a：6）、農林水産省（2015）)

図表 6 小規模、高齢化が進んだ集落数の全集落数に対する割合



(出典：国土交通省九州地方整備局 (2008a : 8) より筆者作成)

このように、大分県では多くの祭りを、戸数が少なく高齢化が進んだ集落が支えており、他県に比べても厳しい状況にある。

イ) まとめ

星野の指摘は、「人口の過疎化、少子化、高齢化、それが極端な場合の限界集落化といった今日の人口動態の変化」が、集落での祭りの伝承を困難にしているというものであった。そしてすでに大分県ではそのような集落が数多く存在している。今後ますます過疎、少子、高齢化が進むことを考慮すると、大分県の集落の多くで祭りの存続が困難になると考えられる。そこで1つ目の課題を集落の「小規模、高齢化の進展による祭り継続の困難化」と設定する。

2-2-2 民俗芸能の課題

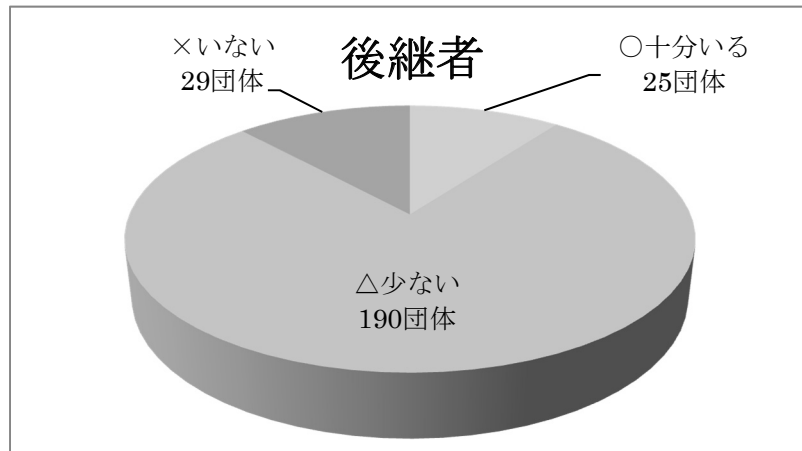
次に、民俗芸能が抱える課題についてである。

ア) 大分県の民俗芸能保存会の現状

民俗芸能では、自治組織などの地域集団が伝承団体を兼ねている例は少なく、伝承のみを行う民俗芸能保存会によって担われている例が多い(渋谷 2006 : 52-53)。そこで民俗芸能保存活動を行っている県内の団体を対象としたアンケート調査結果をみていく(図表 7)。

回答した 244 団体(有効回答率 85%)のうち、後継者が「少ない」とする団体が 190 団体、「いない」とする団体が 29 団体で、それらを合わせた団体数は全体の 9 割となっている。このことから、民俗芸能では後継者不足が深刻な問題となっていることがわかる。

図表 7 後継者に関するアンケート



(出典：大分県教育庁文化課（2013a）)

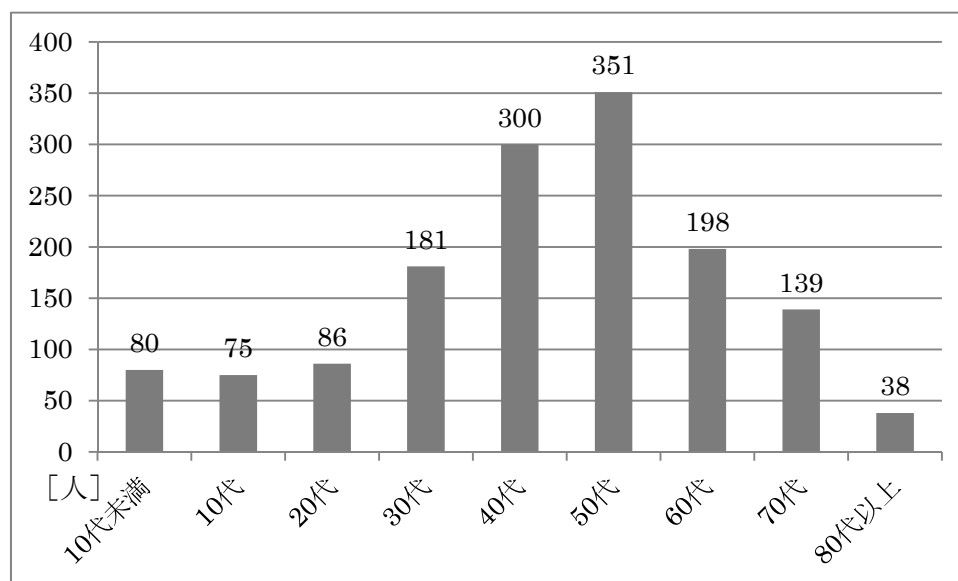
実際、大分県で民俗芸能が休止された事例を調査した結果、多くの事例が見つかったが、その多くが団員や踊り手の不足といった後継者不足を原因に挙げていた。たとえば日出町辻間の「辻間楽」は団員不足を原因として、1993（平成 5）年に一度休止に陥っている。また、臼杵市野津町西神野の「西神野風流杖踊」は高齢化で踊り手がなくなったことを原因として、2004（平成 16）年に休止している¹²。

とはいえ、「後継者不足」といった場合の「後継者」も様々な捉え方ができる。そこで実際に民俗芸能保存会の年齢別構成人数はどのようになっているかを確認する。

図表 8 は豊後大野市が 2008（平成 20）年度に市内で活動中の民俗芸能保存会 108 団体を対象にアンケートを行なった結果である（有効回答率 70%）。これによると民俗芸能保存会の構成年齢は、40 代、50 代が特に多く、これに 60 代を加えると全体の半数以上（58.6%）となる。逆に 20 代以下の少なさが極端に感じられる。大分県全域でのデータがなかったため豊後大野市のデータを扱っているが、大分県の民俗芸能保存会の 9 割が後継者不足を問題としていることから大分県全域でも同じ傾向にあると想定される。

¹² 段上達雄・別府大学教授からご提供いただいた資料に基づく。

図表 8 豊後大野市の民俗芸能保存会入会者数（年齢別）



（出典：豊後大野市歴史民俗資料館（2010））

イ）まとめ

大分県内の民俗芸能の課題は、それを支える民俗芸能保存会のうち、9割の団体が、後継者が「いない」「少ない」と感じていることから後継者不足であるといえる。その内実は豊後大野市のように「20代以下の若い世代の後継者が不足している」現状があると考えられる。そこで課題の2つ目を「20代以下の若い世代の後継者不足」と設定する。

第3章 課題分析と方向性

第2章では、「集落の小規模・高齢化の進展による祭り継続の困難化」及び「20代以下の若い世代の後継者不足」といった課題を設定した。本章においては、その原因を分析し、課題解決への方向性を明らかにしていく。

3-1 集落の小規模・高齢化の進展が祭りの継続を困難にしている原因の分析

実際、小規模化や高齢化が進んだ集落の現場ではどのようなことが起きているのだろうか。

星野は著書の中で、実際に一つの祭りが休止されるまでの経緯を次のように述べている。「地区の戸数は二六軒、人口は四〇人で、平均年齢が七〇歳以上となっており、全世帯の半分以上が一人暮らしであるという。西山会長によれば、地区内の小学生はゼロで、一名いる中学生も遠隔地の学校で寄宿舎生活をしているという。ともかく年若い後継者が払底している。近年は花祭りの折りごとに、集落から流出していった息子・娘達や親戚縁者の助っ人を頼んでやってきていたという。また、本来青年男子が舞うべき『四つ舞』を五〇代のご婦人たちが一生懸命に舞っていたという。しかし問題は、会所（会計係）、柴灯番（たき火係）、部屋番（着付け係）といった祭り執行の所謂後方部隊の人員確保が困難になったことである。切り草づくりや、祭場飾り付けなどの準備作業が高齢者の負担となって困難となってきたということ。従前なら短時間で出来た作業が何日もかかったりして、そういった役目が住民に煩雑なものと感じられるようになったのである。それでも花祭りの継続を望む声もあったが、他村から婿入りしてきた家が七～九軒あって、その人達の反対がきわめて強かったという。彼等は以前から山内の花祭りの舞のリズムに乗れなかったという。そんなこともあって住民総会で廃止の取り決めがなされたのだという」（星野 2009：14）。

このことから、この集落では祭りの舞手や準備作業を担う人材、特に若者が減少していて、準備作業を住民が負担に感じているということがいえる。

3-1-1 原因分析～木浦地区への聞き取り調査～

分析を深めるため、我々は本県における事例についても調査をした。第2章でも触れたが、佐伯市指定無形民俗文化財である佐伯市宇目の「木浦すみつけ祭り」を開催している佐伯市宇目木浦地区の区長に聞き取り調査を行った¹³。区長は木浦地区で生まれ、その後県外に就職し故郷を離れていたが、退職後にUターンをして木浦地区に戻った人物である。

ア) 地区の概要について

まず、木浦地区の概要であるが、大分県南部に位置する佐伯市の中で奥深い山間に位置

¹³ この祭りを取り上げた理由は、2005（平成17）年に一度休止された後、2008（平成20）年に復活をしていることから、休止に至った原因に加え、祭りが休止された集落で今必要となっていることが分析できると考えたからである。

し、ヒアリングを行った 2016（平成 28）年 9 月時点では、人口は 40 名程であり 65 歳以上が大半を占め、高齢化率 66%、戸数 28 戸といった、小規模化、高齢化が深刻な地区である。区長自ら「ここは限界集落ですよ」というように、子どもは 2 人しかおらず、20 代もその子どもの親夫婦が一組だけで 2 人しかいない。他には 30 代は 0 人、40 代が 1 人、50 代が 1 人、残りが皆 60 代以上であるという。

イ）現在の祭りの運営方法について

まず、木浦地区における自治会活動の実態については、区長は「自治会の仕事はすべてを私一人で行っています」という。

祭りを休止した理由については「高齢化による担い手不足でした」という。そして復活の経緯については「地域外に住んでいる地区出身の若者が、休止したことをきっかけに木浦の伝統文化の保存と継承を真面目に考え、（継承への）使命感に目覚めたのです。そして祭り復活のために結集しました」という。現在、すみつけ祭りの運営については、「祭りは 2 年に 1 回の開催となっています。その祭りを実行する時だけ、役員 5 名体制となって祭りの運営を行います。ただ、私以外の 4 名はみな木浦地区外に住んでいる出身者たちです。彼らもまた木浦で生まれ育った者ですが、現在 50 代で、徐々に高齢化してきています。祭りの準備として、一番大変なのは、大幣（おおべい）の作成・運搬です。白紙を何百枚と用意して、一枚一枚切り込みをいれて、紙垂（しで）を作ります。これだけで相当な時間がかかります。またそれを電柱ぐらいの高さの竹に一つ一つ取り付けていきます。本番当日はこれを持って、街中を練り歩かないといけません。また、祭り会場・駐車場を用意するために草刈りをします。祭り当日に来場者に配る大根を切り、墨を用意する必要もあります。さらに、荒神とお囃子の指導もしなくてははいけません。祭り当日には来賓が来られたりするので、その調整を行政の担当者と打ち合わせたり、あいさつを考えたりしなくてははいけません。祭り当日はたくさんのお客さんが来られますので、運営側としての仕事も大変です。これらの準備作業を役員 5 名が中心となって行っています」とのことである。

ウ）祭りへの地域住民の関与について

地区の住民たちは手伝わないのかと尋ねたところ、「もちろん手伝うには手伝いますが、高齢者たちはもう体が動きません。結局中心となって運営できる状態ではないのです」という返答であった。

最後に、地区の人はすみつけ祭りについてどう思っているのか聞いてみたところ、「正直、もう苦勞してまで続ける必要はないのではないかと、という意見も出てきています。さらに、祭りをを行うことを、負担としか思っていないような発言をする人もいます。私は子どものころからこの祭りを経験しています。昔は本当に多くの人がこの祭りに参加していました。町中が人で埋め尽くされていた思い出があります。そのころに比べると、今の祭りは表向きも内情も本当に寂しいものです。そうすると、やっぱりやりがい薄れつつあるなあ、

と感じます。あと何年続けられるかわかりません」と語った。

エ) 聞き取り内容に基づく原因の分析

以上のヒアリング結果は、先述した星野（2009）の事例と共通する部分が多い。そのことを踏まえると、以下の 2 つのことが小規模、高齢化が進んだ集落の状況として考えられる。

1 つ目は、高齢化が深刻な地域では、絶対的に人手が不足している。高齢者たちの体が動かなくなっていることに対して、祭りの準備作業量は変わっていない。これらが地域住民にとって大きな負担となってきた。そして動ける人材が内部にはほとんど残っていないと考えられる。

2 つ目は、住民が祭りをを行うことに対するやりがい失いつつある点である。住民自身から祭りの実施に反対する意見が出ていることや、祭りの参加者が減少していることから、住民自身が祭りを続ける意味を見出しにくくなってきている。

そしてこれらの状況が続いた場合、祭りの休止が次のような流れで決まっていくと考えられる。住民の中で祭りに対する負担の増加とやりがいの低下が続く場合、住民総会などで、祭りを続けるべきか否かの議論が始まる。その時にそれをひっぱりリーダーたちが熱い思いをもっていても、祭りの主役である地域住民の協力と理解を得られなければ、どこかのタイミングで祭りの存続は難しいものとして、中止の決断がされてしまうだろう。また星野（2009）の例のように自治組織内での多数決で祭りの存続を決めるような場合は、住民ひとりひとりの意見は非常に重要となってくるため、一部だけがやりがいをもっていても無駄となってしまう。

よって、小規模化、高齢化が進んだ集落において、祭りの存続をするためには、「人手不足」に対して「集落外部の人材を受け入れる」戦略、「祭りのやりがいの低下」に対して「祭りのやりがいをアップさせる」戦略が必要になると考える。

3-2 若い世代の後継者不足の原因の分析

次に若い世代の後継者不足の原因について分析していく。第 2 章で触れたとおり、民俗芸能保存会の 20 代以下の会員は、30 代以上の会員に比べて少ない。20 代以下の会員が少ない原因としては、新たに入会する者が減ってきている、入会していた者が継続できずに退会をしてしまう、という 2 つの可能性がある。このどちらが主たる原因かは明らかにできなかったため、両方の可能性を検討する必要がある。そこで以下においては、民俗芸能保存会に所属する若い世代の後継者不足の原因を「新たな入会者の減少」と「入会後の継続性」という 2 点から分析を行う。

3-2-1 新たな入会者の減少

新たな入会者が減っているとすれば、何が原因であろうか。第 1 に、そもそも「若い世

代」は民俗芸能に関心がないということが考えられる。図表 9 は、内閣府が民俗芸能への関心度を調査した結果である。20代から30代で関心がないと回答した割合が60%を超え、他の世代と比較して多くなっていることがわかる。

図表 9 民俗芸能関心度

	該当者数	関心がある			関心がない			
			非常に 関心がある	ある程度 関心がある		あまり関心がない	全く関心がない	わからない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
総 数	2,094	49.8	10.5	39.3	49.6	34.4	15.1	0.6
20～29歳	217	39.2	6.9	32.3	60.8	42.4	18.4	－
30～39歳	341	34.9	4.4	30.5	65.1	46.0	19.1	－
40～49歳	349	47.6	11.7	35.8	51.9	36.4	15.5	0.6
50～59歳	437	54.5	11.2	43.2	45.5	31.1	14.4	－
60～69歳	392	59.2	13.3	45.9	39.5	27.6	12.0	1.3
70歳以上	358	56.7	13.4	43.3	41.6	28.2	13.4	1.7

(出典：内閣府（2003）より筆者作成)

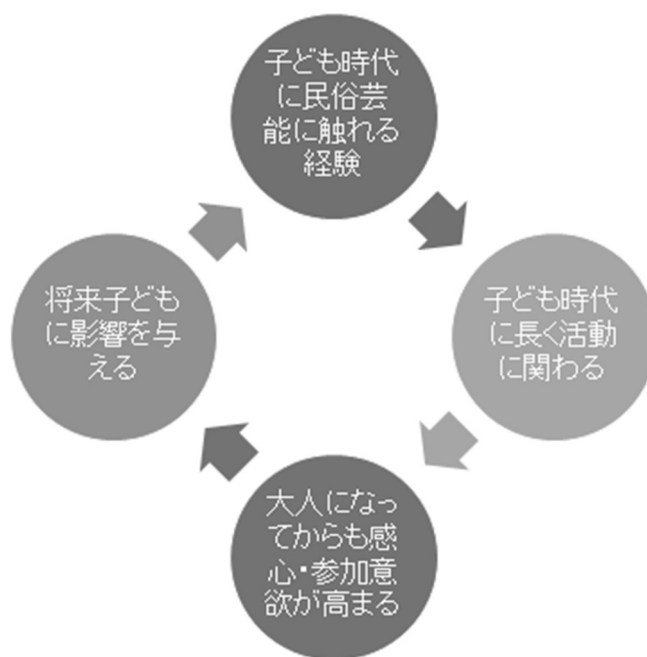
このように若者の関心が低い状況下で、民俗芸能保存会への加入を若者の自発性に委ねざるを得ないとすれば、当然入会する若者の数は減少していくと考えられる。そこで、若者たちにもっと民俗芸能の魅力を知ってもらい、強い関心をもってもらう戦略が必要となる。とはいえ、そもそもいかに民俗芸能に大きな魅力があろうとも、その民俗芸能に関心をもち自ら民俗芸能保存会に加入する若者の数は限られている。そこで、子どものうちから芸能に触れてもらうことが重要となってくる。

たとえば岡山県と広島県において、大人になっても神楽を続けたいと話す学生を対象として行なわれた聞き取り調査によると、神楽を始めた時期は小学生以下という回答が多数であった。神楽を始めようと思ったのは「地元の祭りで小さいころに見ていた」「親がしていた」という経験がきっかけになり、その場で見た神楽に対して楽しそうだと思い、いつかあの舞台で舞ってみたいと思うようになったという（川野 2013：53）。また、子ども神楽から数えて10年近く神楽を続けてきた会員からは「神楽をやる事が当たり前」だと感じていたので、「改めて聞かれるとわからない」という話もある（川野 2013：58）。このように、民俗芸能への関心や参加意欲は、子どものころからの関わりによって支えられる部分が大きいと考えられる。実際、過去に民俗芸能の経験がある者は、大人になってから民俗芸能を演じることなどによる、民俗芸能への協力意欲が高いことが指摘されている（澁谷

2006 : 73)。

このことから、図表 10 のように、20 代、30 代の民俗芸能への関心には、子ども時代の経験が大きく関係しており、子ども時代から民俗芸能に触れることで民俗芸能を身近に感じ、その活動をしっかりと継続していくことで、大人になった時の民俗芸能への関心や参加意欲を高めることができる。そしてさらに親の民俗芸能への関心は、自分の子どもにも影響を与えると考えられるため、この循環を実現させることが一つの方向性として考えられる。

図表 10 子ども時代の経験と民俗芸能への関心の関係



(出典：筆者作成)

3-2-2 入会後の継続性

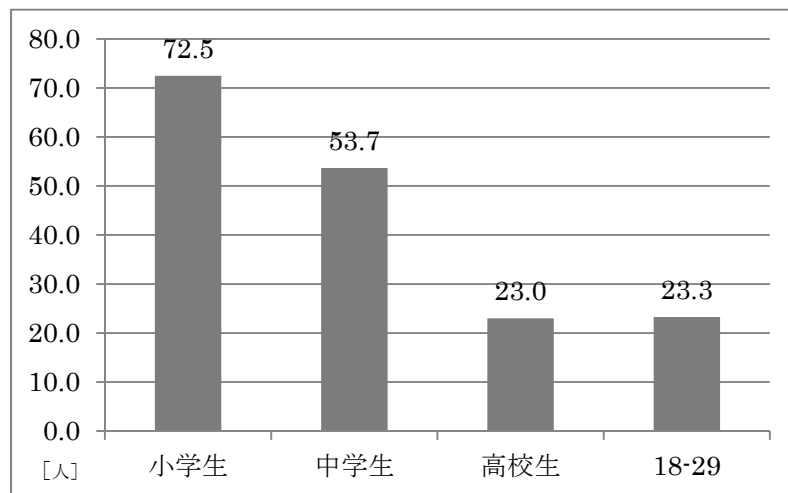
次に、民俗芸能保存会に入会後の継続性についてみていく。図表 11¹⁴は、2013 年（平成 25）年 8 月 5 日時点での大分県内の民俗芸能保存会に所属している者の数を表すグラフである。一見小学生の人数は多いように見えるが、これは国・県の指定を受けた 65 団体¹⁵に所属している人数の合計であるので、小学生は 1 団体に平均 1.11 人（一学年当たり）しかないことになる。そしてその数は中学校、高校と進学するにつれて減少している。一方、高校生と 18～29 歳を比較した場合にはそれほどの変動がないことから、最も民俗芸能の継

¹⁴ 全体の数を小学生は 6、中学生、高校生は 3、18・29 については 12 で除して、一学年当たりの人数としている。

¹⁵ 文化課が行なった調査では国、県の指定を受けている団体は 75 団体であったが、一部人数に「多数」や「記入なし」など分析できない回答があった。そのためそれらの団体は分析対象から除いている。

続が難しくなるタイミングは、中学や高校への進学時であると考えられる。

図表 11 大分県内の民俗芸能保存会の一学年当たりの会員数（65 団体）



（出典：大分県教育庁文化課（2013b）より筆者作成）

では中学生、高校生と進学するにつれて継続が難しくなる原因は何であろうか。日出町の豊岡八津島神社で奉納されている県指定無形民俗文化財の「辻間楽」の保存会では、保存会員がかつては 72 名いたが、現在は 70 歳以上の会員 4 名と、小学生が 10 名程度まで減ったという。豊岡八津島神社の禰宜である城内氏によると、小学生のうちは練習や本番に参加してくれるが、中学、高校と進学をするにつれて「部活や勉強で忙しくなった」といったことを理由に辞めてしまうという問題がある¹⁶。

以上のことから、一度民俗芸能保存会に入会した子どもたちも、進学し活動の幅が広がるにつれて相対的に民俗芸能の魅力が低下し、保存会から退会している現状があることがわかる。そこで、中高生が民俗芸能を続けたいような仕掛けが必要になってくる。

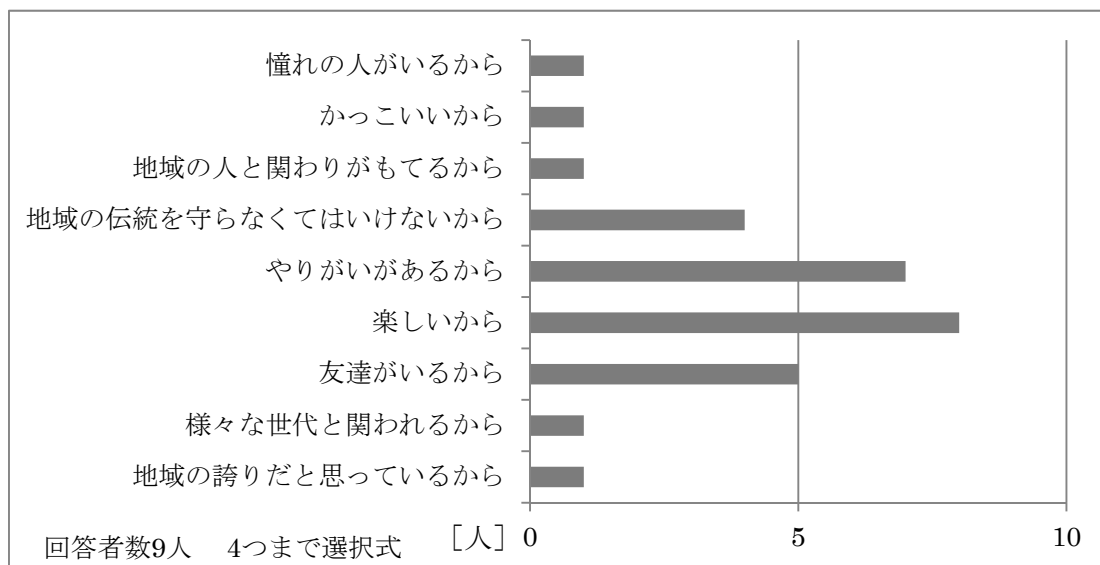
たとえば子どものころから芸能を続けている 20 代が多い宇目神楽¹⁷の事例では、「楽しいから」「やりがいがあるから」の他に「友達がいるから」といった理由で続けている者が多く（図表 12）、芸能そのものの魅力の他にもそこでの友達との関係性も含めた楽しさが、芸能を続けるうえで重要であることがわかる。

¹⁶ 2016（平成 28）年 10 月 15 日に日出町大神で行ったヒアリング調査（ヒアリング対象：豊岡八津島神社禰宜 城内真紀様）。

¹⁷ 佐伯市指定無形民俗文化財。1914（大正 3）年に大野郡緒方町軸丸より田原地区に伝承され、田原神楽として出発。その後舞手が町内に広がり、宇目神楽に名称を改め、1998（平成 10）年に子どもを後継者として取り入れ再結成された。その時の子どもたちが現在も多く残り、20 代の主力となって活躍している。

また、神楽のイベントを見学に来ていた中学生が「いつか大舞台に立てるよう頑張りたい」と話してくれた（川野 2013：53）とあるように、目標となる舞台が存在していることも、民俗芸能を続けるうえで重要であると考えられる。

図表 12 20 代会員が神楽を続ける理由¹⁸



（出典：保存会へのアンケートより筆者作成）

3-2-3 まとめ

以上のことから、民俗芸能の後継者不足を解消するためには、次の2つの方向性が考えられる。1つ目は、「芸能体験機会を充実させる」ことによって、子どものころから民俗芸能に触れる機会を作ることが必要である。そういった場所で民俗芸能を「かっこいい」とか「楽しそう」と感じてもらうことが、将来大人になったときに民俗芸能への関心を高めてくれる。2つ目は、中高生の目標となる舞台や、中高生同士が民俗芸能を通じ友人との関係性を築いていける環境を作ること、民俗芸能の魅力を高め、「民俗芸能の継承活動を継続させる」ことが必要である。

¹⁸ 2016（平成28）年10月10日に筆者が行ったアンケート調査（対象：宇目神楽保存会に所属する20代会員9名）。

第4章 既存施策の分析と政策の方向性

本章では、3章までにまとめた課題に対して、国・県・市町村等における既存施策の確認と、その到達点を見極め、必要とされる政策の方向性について述べていくこととする。

4-1 祭りの継続に関連した既存施策の分析

まず、祭りの継続に関連した既存施策についてみていく。第3章で述べた「外部人材の受入れ」及び「祭りのやりがいアップ」に関連した取り組みについて論じていきたい。

4-1-1 外部人材の受入れに関連した既存施策の分析

外部人材としてまず考えられるのは、地域外に出ていった元住民たちである。こういった地元出身者に声を掛けるということは、各集落がこれまで自然にやってきたことである。しかし、地元からの声かけが成功するためには、元住民たちが集落の近くに住んでいるということが必要である。たとえば木浦地区のメンバーは、祭りの準備のために、祭りの本番1ヶ月前から毎週末木浦地区に通わなければならなかったという¹⁹。このように集落の近くに元住民が多く残っていればよいが、そうではない集落も存在しており、3-1で挙げた花祭りの事例のように、元住民らを頼るだけでは、祭りの実施が立ち行かなくなる可能性がある。

そこで、元住民に頼らずとも、外部の動ける人材が集落に入っていく政策が求められる。大分県が、独自の外部人材活用の施策として、2009（平成21）年度から実施している「小規模集落応援隊」はまさにこうした取り組みの一つである。

これは、企業やNPO法人などの人材を集落維持活動に派遣する取り組みで、2016（平成28）年現在、県内の応援隊登録団体数は298団体に上り、応援を希望する小規模集落の維持・活性化に寄与している。これは、集落で困っていることや課題について、市町村や県の職員が窓口となって相談を受け、あらかじめ応援隊として登録している企業やNPO法人とのマッチングをはかり、具体的な取り組みを開始する仕組みである。その成果として、国東市安岐町諸田地区では、180年前から続く伝統行事「御田植祭」において、小規模集落応援隊の支援により、19年ぶりに神輿担ぎを復活させた事例もある。

しかしながら、小規模集落応援隊の活動が、集落の祭りの存続のために十分に効果を発揮できていない現状もある。その原因として、第1に、県内の祭りが行われている集落数に対して、応援隊の活動が極端に少ないということが挙げられる。実際の活動は、半数以上が草刈りといった単純作業であり、外部人材の確保が必要な祭りの参加・準備についての2015（平成27）年度の活動報告数は、わずか8件である。このことは、県内の祭りが行われている2,620集落と比較しても、十分に効果を発揮しているとは言い切れない。また、要請する側の集落や要請を受ける側の自治体についても、応援隊の活動内容について、

¹⁹ 2017（平成29）年3月11日に電話で行ったヒアリング調査（ヒアリング対象：すみつけ祭り実行委員会 米田倫明様）。

草刈りなど単純作業で終わるのではなく、祭りの準備段階から関わりをもち外部人材の発想を取り入れて活性化させるような取り組みが必要である。

第 2 に、集落と応援隊の交流期間が短く、祭りへの参加や、芸能を習いともに披露するといった、集落と密な関係性を築いていくという活動内容には至っていないことが挙げられる。祭りの準備等の活動については、半日ないしは一日で終わることがほとんどであり、当日の作業要員としての役割が主たるものである。その後集落にリピーターとして訪れたという応援隊の事例も確認できていない。したがって、一時的な人材の確保とはなりうるが、長期的に集落と交流していく仕組みとはなっていない。すなわち、地域住民とともに、祭りの魅力の向上ややりがいの向上に寄与するような施策とはなりえていないのである。その原因としては、企業や NPO 法人などからのボランティア人材では、仕事が休みの日だけの活動となり、長期的に集落に滞在し、祭りの歴史を学んだり、芸能の稽古をしたりといった住民との深い交流をする時間的余裕がないことが考えられる。

以上のことから、過疎化・高齢化が進む小規模集落の現状を鑑みれば、時間に余裕のある大学生などを中心に、長期的に集落に関わり、地域住民とともに祭りを盛り上げていく取り組みが必要である。

4-1-2 祭りのやりがいのアップに関連した既存施策の分析

祭りのやりがいアップに関連した事例として、近年積極的な動きがある、大学生と地域住民との祭りをきっかけとした交流事業を紹介する。新潟県佐渡島の高千地区での取り組みはその先進的なものである。高千地区は相模女子大学との交流事業を 2009（平成 21）年から現在まで続けている。この事業では、学生に祭りの何日も前に集落に入ってもらい、芸能の稽古や祭りの準備の協力を行ってもらう。ほとんどの学生にとって、地方の集落に入ること、ましてやそこで継承されている祭りや芸能を学ぶということは初めての体験である。集落の方も若い女性に稽古をつけることなど初めてであったという（松田 2013:29）。

事業の効果としては、学生が集落における祭りや芸能の意味、人との接し方を学ぶといった教育効果はもちろんだが、それ以上に地域への効果も大きいものがあったという（松田 2013 : 30）。祭りや芸能の継承という点では、自分たちの祭りや芸能を集落外の人に教えるということで自分たちの祭りを見直すきっかけとなった。さらに女子学生を受け入れたことで、学生の世話をした女性が今年の祭りで芸能を習い、若い衆として参加したということなどが挙げられる。このように学生との交流が、祭り存続の可能性を高めている。

さらに注目すべき点は、事業終了後も集落の祭りに、卒業生ら 3 名が来てくれたことである。その際には集落の人も面と衣装をつけて急遽芸能を披露させてくれたようであり、それだけ自分達の大切にしている祭りに来てくれるということに感じるものがあったのだろう（松田 2013 : 29-30）。

このように学生と地域住民との間で長期的な交流が続く事例もある。学生にとって集落は第二の故郷となり、集落にとって学生たちは可愛い孫のような存在となっているのだら

う。

松田は本事業が地域に与えた効果として、学生が実際に本番の祭りに参加したことや、芸能の稽古を受けたことを挙げている（松田 2013：30-31）。各集落に伝わる祭りや芸能はもともと同じものであっても、継承の過程で集落にあった形で変化している。微妙な所作やリズムの違いは、いわば方言のようなものであり、それに慣れ親しんだ地域住民にとっては誇りでもある。その誇りに思っている祭りや芸能を外部の人に教え、学ぶほうもそれを尊重する。祭りや芸能を通じて接点ができるわけだが、交流においては同じ経験をするということが大切である。草刈りなどの単純作業をただの場合と比べ、祭りに参加した場合は、その後の交流会などでも、祭りの感想で会話が盛り上がるなど交流会の雰囲気もずいぶん違ってくると考えられる。

さらに学生との交流が長期化することで、さらなる効果も期待できる。「佐渡の南部の豊岡という集落でも新潟大学教育学部森下修次郎准教授のご協力により研究室の学生が祭りに参加しているのですが、学生との交流をきっかけに『豊岡地域おこしの会』が結成され、竹や山菜などの地元の資源を活用した地域づくりを行っています。（中略）現在では地元と学生が連絡を取り合って日程の調整などの段取りをつけています。中間支援組織ではなく集落主導で地域活動を行うというよりよい形になってきているのではないのでしょうか」（松田 2013：31）。このように地域活性化のための新しい提案が生まれ、地域が元気になっていくという波及効果も表れている。

このような大学生との交流事業によって、祭りに対する住民の意識に変化があったという事例は、大分県内でも報告がある。大分大学の学生が組織する「田舎で輝き隊！」²⁰である。この活動により、豊後大野市の「健男霜凝日子神社（通称・健男社）」の秋季大祭における獅子舞が復活し、祭りに賑やかさが取り戻された。同地区に伝わる獅子舞は、過疎と高齢化により保存会が解散していた。しかし、2015（平成 27）年 9 月に、輝き隊に参加する学生 17 人が住民とともに奉納し、刺激を受けた地域住民が「自分たちで獅子舞を守ろう」と、地区自治会や神社総代会の協力を得て「奥嶽流上畑獅子舞クラブ」を立ち上げたという。

解散していた保存会の元会員は「保存会がなくなって寂しかったが、『教えてほしい』と声が掛かってうれしい。多くを伝えたい」と語っており、芸能が休止された後に、内心では寂しいと思いながらも、地域にはそれを単独で復活するエネルギーが残っていなかったことが伺える。しかしそこに外部の者がやってきて祭りを盛り上げようと行動することで、住民側も「私達も何か行動をしなくては」というやる気が出てきて、大学生らとともに祭りを盛り上げていく方向に意識が変化していったのだと考えられる²¹。

²⁰ この活動は、大分大学経済学部を中心とした学生たちが、大分県内の農山漁村における地域課題に取り組み、実際に田舎へと飛び出して、地域住民の生の声を聞き、様々なことを体験して学んでいく活動である。

²¹ そしてこちらの事例でも、その後の発表会で大学生が獅子舞を披露しているように、やはり活動終了後も地域住民と大学生との長期的な交流が続いている。獅子舞の練習などで

以上のことから、祭りのやりがいのアップについては、学生との長期的な交流をしていくことが有効であると考ええる。

4-2 民俗芸能の後継者育成に関連した既存施策の分析

第3章において、民俗芸能を中心に支えている保存会組織の後継者不足について触れた。前節は外部人材受入れに関連した既存施策について述べたが、本節以降は民俗芸能保存会組織の課題に関連した既存施策について分析する。

4-2-1 体験の機会に関連した既存施策の分析

第3章で述べたように民俗芸能の後継者を育成していくためには、子どもの体験機会を増やしていくことが必要である。

子どもたちが民俗芸能を体験する機会を増やすためには、学校、教育現場での取り組みと、放課後や休日など学校以外での体験機会の提供が考えられる。まず、教育現場での施策としては、「総合的な学習の時間」の取り組みがある。たとえば、杵築市の上小学校では、総合的な学習の時間で地域の伝統文化である神楽の継承に取り組み、学校、家庭、地域が一体となった活動が評価され、2016（平成28）年度「おおいた教育の日」推進大会で学習成果発表としてオープニングを務めた（杵築市 HP より²²）。このように学校と地域が連携した取り組みにより民俗芸能の継承に成功している事例がある。しかし、総合的な学習の時間における学習活動について、学習指導要領では「国際理解、情報、環境、福祉・健康などの横断的・総合的な課題についての学習活動、児童の興味・関心に基づく課題についての学習活動、地域の人々の暮らし、伝統と文化など地域や学校の特色に応じた課題についての学習活動などを行うこと」（文部科学省 2008）と幅広い分野が示されており、限られた授業時間の中で民俗芸能の体験に充てられる時間は限定される。また、各学校区に複数の民俗芸能が存在している場合も多く、授業時間だけでは十分な体験機会を創出することは困難である。

以上を踏まえ、学校現場での民俗芸能の体験機会だけでは限界があり、学校現場に限らず子どもが民俗芸能を体験する機会を創出することが必要と考えられる。

次に、教育現場以外での施策として、文化庁による「伝統文化親子教室事業」がある。これは、親子がともに伝統文化に関する活動を計画的・継続的に体験する教室を開催する団体に、その活動資金を支援する事業である。しかし、伝統文化親子教室に参加した子どもを対象に行ったアンケートでは、『教室』で習っていることを、これからも続けて習っていきたいか」という質問に『教室』以外で本格的に習いたい」と回答した割合はわずか4.9%となっており、大半の子どもが「教室」で習っていることに満足し、保存会への入会

何度も集落に足を運び交流を深め合い、住民と若者との間で深い絆が生まれた結果だと考えられる。

²² <http://www.city.kitsuki.lg.jp/soshiki/1/jinkoudoutai-h28-11.html>

には至っていないことがわかる。

また、2016（平成 28）年度に大分県内で実施された伝統文化親子教室は 25 事業あるが、そのうち 18 事業は茶道や華道といった日本の伝統文化教室であり、民俗芸能はわずかに和太鼓 5 事業と神楽及びお囃子がそれぞれ 1 事業行われているだけであった。

民俗芸能を対象とした教室の開催が少ない理由は何であろうか。私見では、そもそも民俗芸能保存会はこの事業で教室などを開催しなくても、地域で練習場所を確保しそこで指導者が民俗芸能を継承しており、親子での見学を受け入れている。つまり、この事業はそれまで地域で行われていなかった伝統文化体験の新規開設には有効であるが、地域の民俗芸能保存会にとっては新たな入会にはつながらず、教室を開催する負担が増えるだけである。むしろ、既存の練習に親子の見学者を増やし、保存会に勧誘する仕組みを構築していく必要がある。その方法としては、とにかく一度本物の民俗芸能を見てもらって、同時に民俗芸能について興味関心をもった親子をその場で保存会に勧誘するといった方法が有効になってくると考えられる。

4-2-2 芸能活動の継続性に関連した既存施策の分析

部活動などとの兼ね合いから子ども世代の民俗芸能の継承活動への参加率が中学生、高校生と世代が上がるにつれて低下する傾向があることは第 3 章で述べた通りである。

この参加後の継続性の問題に有効と思われる現行の施策としては見当たらなかった。ただし、由布市では、民俗芸能である神楽を高校の部活動として行うことで進学後も神楽の継承活動が盛んに行われている。由布市の由布高校が庄内神楽をベースとして、由布高校伝統芸能部として活動を行っている。この由布高校伝統芸能部は、定期公演や台湾での公演を行うなど、活動も盛んで、県内外での知名度も高い。

しかし、由布高校伝統芸能部の実態としては、その部員の多くが由布市にある「庄内子供神楽座」の卒業生であり、彼らが由布高校に入学することで成り立っている。つまり実際に指導者がいるわけではなく、子供神楽座で学んできた先輩が後輩に指導するという形で部活として成り立っているのである²³。よって県内の全ての地域で由布高校のように学校に伝統芸能部を創設することは困難であろう。

だが、「伝統芸能の部活化」を参考に、民俗芸能に部活動の「競い合う仲間」や「目標となる大舞台」といった要素を取り入れることで子どもたちの継続意欲を高めることができると考えられる。

たとえば、日本で最も人気が高い高校スポーツといえば「高校野球」であるが、高校野球には日本一を決める大会として「甲子園」がある。高校球児が大阪ドームではなく、「甲子園」を目指すのは、それが高校野球日本一を決める唯一の場所だからである。これを民俗芸能に置き換えてはどうだろうか。大分県では、2013（平成 25）年まで「大分県神楽大

²³ 2017（平成 29）年 2 月 13 日に電話で行ったヒアリング調査（ヒアリング対象：由布市役所 古長寛幸様）。

会」として県レベルでの大会が行われていた。この大会は、主催者の声かけによって出場団体が募集されており、出場のために競い合うということとは行われていなかった。地域の集会場で神楽を披露するだけで終わるか、大分県一、全国一を決めるために日々の練習に取り組むかでは、中高生が神楽を続けたいとする取り組みとしては、後者が有力であると考ええる。

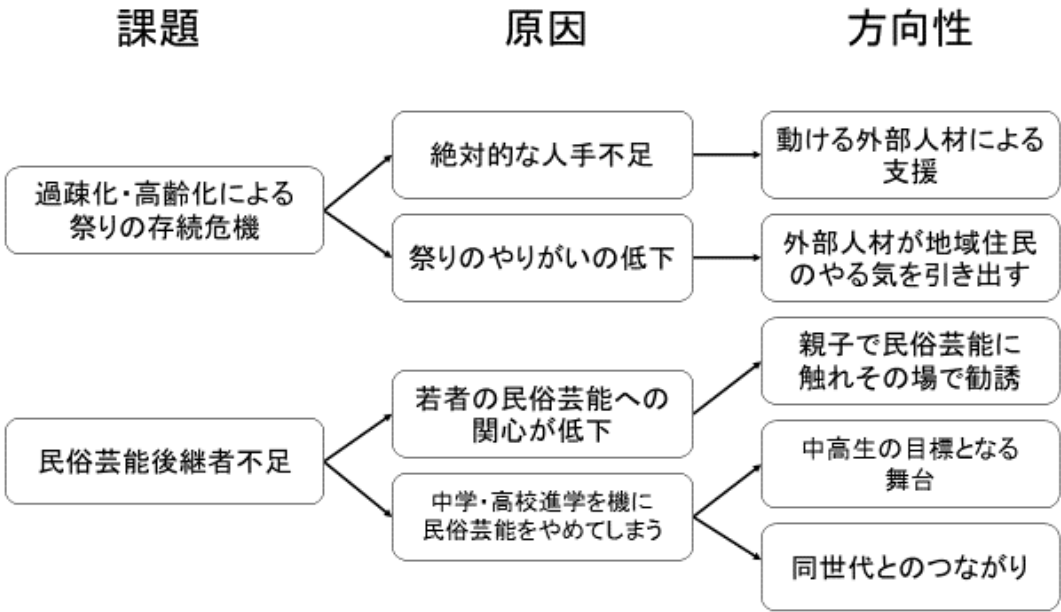
4-3 まとめ

この章では、祭りの担い手不足、民俗芸能保存会の後継者不足に関連した既存施策の到達点を見極め、そこから図表 13 のように政策の方向性を示した。

集落の小規模・高齢化による祭りの存続危機という課題に対しては、外部人材の役割を明確化し、地域の課題を把握したうえで適した外部人材を派遣することが必要である。外部人材を単なるマンパワーの補充とだけ考えるのではなく、住民の本来もつ「地域を何とかしよう」というやる気を引き出す起爆剤となりえる人材とのマッチングが大切である。

また、民俗芸能保存会の若い後継者不足という課題に対しては、本物の民俗芸能に触れる機会を拡大し、興味関心をもった親子をその場で保存会に勧誘するといった方法により民俗芸能保存会への入会者を増やす方法と、民俗芸能に部活動の「競い合う仲間」や「目標となる大舞台」といった要素を取り入れることで子どもたちの継続意欲を高める方法が有効になってくると考えられる。

図表 13 分析の結果と方向性

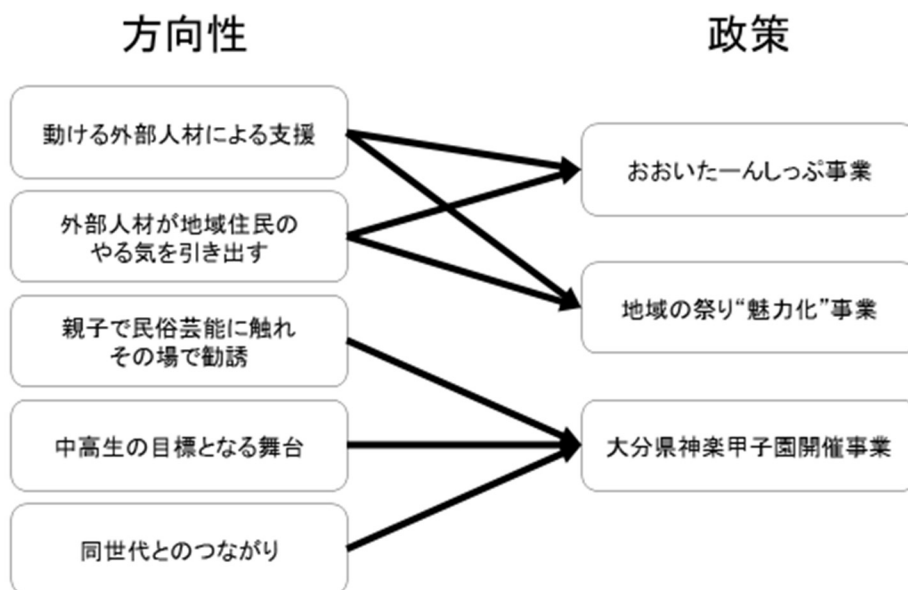


(出典：筆者作成)

第5章 政策提案

本章では、第4章で示された方向性に沿って、図表14で示すとおり地域の伝統文化を後世につなぐための事業提案を3つ行う。

図表14 課題解決への方向性と政策



(出典：筆者作成)

5-1 おおいた一しゅぶ事業

地域で行われる祭りは、担い手である自治会等の地縁団体が構成員の高齢化・過疎化によって、地域内だけで存続させることが困難な状況にある。人手不足により祭り継続が困難な地域においては、外部人材の活用によって人手を確保することで祭りの存続が可能となる。

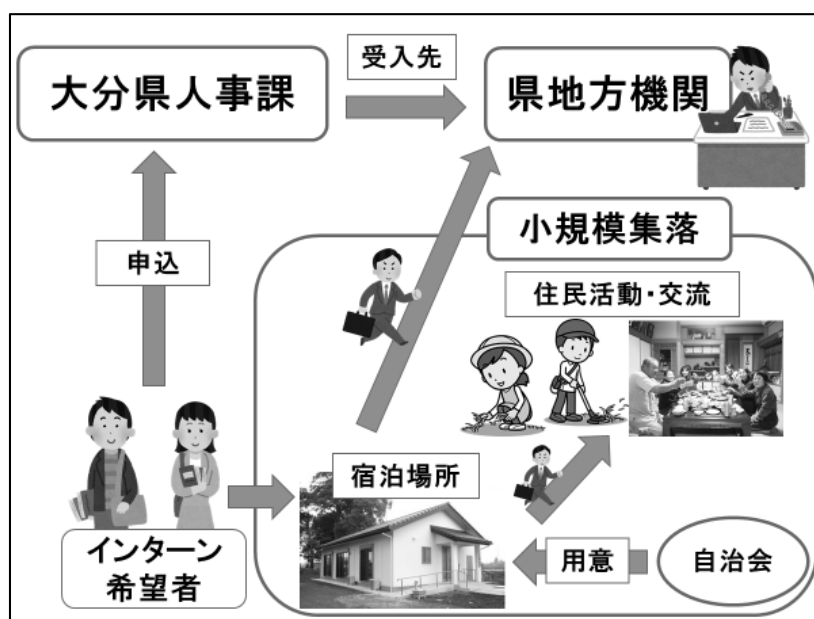
祭りの担い手である若者が不足する地域に、外部の若者を派遣し担い手を確保する方法として、大分県の実施する行政インターンシップに参加する学生を地域に派遣する「おおいた一しゅぶ事業」を提案する。この事業は、行政インターンシップに参加する学生が県内の各地方機関での職場体験と併せて、祭り継続が困難となっている地域の共同作業に参加したり、民俗芸能の指導を住民から受けるなどの交流を行うものである。その中で、学生には地域の抱える課題を自ら発見し、地域の方の意見を聞きながら自分なりの解決方法の提案までを行ってもらう。さらにインターンシップ終了後に学生が実際に大分県に入庁した場合、地域との交流を継続してもらう方法として、「インターンシップ OB 生の会」を発足し、次年度以降のアドバイザーとしてかつて交流した地域に再度訪れてもらう機会を設ける。

大分県の実施する行政インターンシップには毎年多くの申し込みがあり、2016(平成28)年度は事務職及び技術職を合わせて約60名の受入れを行っている。行政が直接外部人材を地域に派遣する事業となるため、地域にとっては長期的・安定的な支援を期待でき、将来の計画が立てやすくなる。また、インターンシップに参加する学生は、将来大分県職員として大分県内の地域の抱える課題解決に携わることを目指していると考えられる。採用前に実際に現場に入り地域住民と共同作業や交流を行う機会をもつことで、現在県内の地域の抱える課題を把握することができ、大分県職員への志望動機を深める機会となる。さらに地域の課題解決の方法を提案するという経験は行政への理解を深め、将来の仕事をイメージしやすくなるといったメリットも期待できる。

5-1-1 概要

大分県庁への就職希望者を対象としたインターンシップにおいて、県の地方機関での職場体験と併せて住民活動への参加をプログラムとして実施する。地域の祭りの準備や草刈りなどの共同作業の人手不足をインターンシップ参加者により補うことで祭りの維持を目指す。また、民俗芸能を地域住民から習うなどの参加者と地域住民との交流機会を設けることで、地域の活性化につながることを期待する。なお、本事業の実施は県の地方機関での職場体験を想定しているが、将来的には県内市町村が行うインターンシップと連携して合同インターンシップの形で実施することで受入れ人数を増やし、県内全域への網羅的な学生の派遣を目指す。

図15 おおいたーんしっふ事業 スキーム図



(出典：筆者作成)

5-1-2 実施方法

ア) 事前準備

人手不足により地域の祭りの準備や草刈りなどの共同作業の実施が困難となっている地域を募集し、受入れ希望時期や人数、希望する作業などの聞き取りを行う。地域で行う作業は、祭りの準備や草刈りなどの共同作業だけでなく、農作物の収穫など農作業の補助や店舗での商品販売の補助なども可能とするが、事業の趣旨に鑑み地域住民で行う共同作業を必ず実施するものとする。

聞き取った内容を基に、受入れ希望地域とインターンを実施する県の地方機関との調整を行いながらインターンシップでの受入れプログラムを作成する。

また、地域でのインターンシップ実施にあたり交通手段の確保が困難な学生が想定されるため、受入れ地域において地域の集会所など学生の宿泊場所を確保してもらう。

イ) インターンシップの実施

参加者の募集は県ホームページや学生向け求人情報サイトにより実施する。インターンシップは、学生が長期休暇に入る2月～3月と8月～9月に2週間程度実施する長期インターンシップと、地域の希望時期に合わせて年間を通じて募集し期間を1週間程度とする短期インターンシップの2つを実施する。インターンシップの期間に学生は県の地方機関での業務補助と、地域に入り住民との共同作業を行う。また、その地域の民俗芸能の練習に参加し、地域住民から芸能を習うなど住民との交流を行う。その中で大分県内地域の抱える課題を自ら発見し、地域住民との交流などを通じて住民の意見を聞きインターンシップ最終日までに関与した課題の解決策を提案してもらうこととする。

ウ) 「インターンシップOB生の会」制度

インターンシップ終了後に実際に大分県に入庁した者を対象とした「インターンシップOB生の会」を設立させる。OB生同士の交流を深めてもらうとともに、OB生には、次年度以降のインターンシップ参加者のアドバイザーとしてかつて交流した地域に再び訪れる機会を設け、地域住民との再会、交流を果たしてもらうフォローアップも行なう。

5-1-3 事業効果

人手不足により祭りの準備が困難となっている地域に、地域外からの若者を派遣することで人手不足を解消し祭りの継続が可能となるだけでなく、地域住民が学生との交流や学生による課題解決策提案の手助けをすることで、自分たちの祭りを見直すきっかけにつながることを期待できる。

また、本事業に参加した学生が1～2週間にわたり地域に入り住民との交流を行うことで、住民と学生の間に深い絆が生まれる。さらにインターンシップの終了後もアドバイザーとして地域との再会、交流をするきっかけがあることで、地域活動の協力者として継続して

活躍してくれることが期待できる。また OB 生同士の交流が深まることによって、「OB 生の会」として地域の祭りに参加するなど、OB 生たちの間に地域活動参加の輪が広がる効果も期待できる。

5-2 地域の祭り“魅力化”事業

地域おこしを進めるためには、住民や行政、NPO、専門家などの多様な主体による連携が必要不可欠になってくる。その中でも、地域に寄り添い住民と同じ目線に立って課題を解決し、住民自身も気づいていない地域の魅力について掘り起こしを行えるような「外部人材」の存在が重要である。

近年では、都市住民などの地域外の人材を地域社会の新たな担い手として受け入れ、地域力の維持・強化を図る「地域おこし協力隊」という制度を総務省が創設しているが、隊員の活動期間は最長で 3 年、その後の定住率は 6 割という現状に留まっており、3 年後にその隊員がいなくなってしまう地域も少なくない。

これらの現状を踏まえ我々は、長期的に地域と交流し、地域住民が失いつつある祭りに対してのやりがいを取り戻すために必要な「外部の視点」をもつ若い人材を確保する政策として「地域の祭り“魅力化”事業」を提案する。

ここでいう“魅力化”では、地域住民と学生が一緒になって地域の祭りについて考え行動することで、今まで参加していなかった住民が地域の祭りに参加することや祭り自体がもつ魅力を高め地域外からも人が訪れるようにすること、若い世代が積極的に参加することなど、祭りが地域の中で大切な存在であることを再確認してもらい、最終的には再び住民たちの手によって祭りが運営されるという、地域の伝統文化の本来あるべき姿を目指す。

ここでは、主として地域外の大学生を対象とし、さらにゼミ単位で学生を受け入れることによって、地域と大学生との中長期的な関係構築を目指す。

5-2-1 概要

域学連携²⁴を通じて、大学生による新しい視点を取り入れ地域にある祭りを“魅力化”しようというものである。

さらに、ゼミ単位で学生を受け入れることによって、長期的な人材の確保を可能にする。

²⁴ 学生や大学教員が地域の現場に入り、地域市民や NPO 等と協働し、地域の課題解決または地域づくりに継続的に取り組み、地域の活性化や地域の人材育成に資する活動。地域としては、若い学生の元気を取り入れることで、地域活性化への目的意識・意欲が高まることが期待できる。さらには、大学（教員を含む）や学生がもつ知識や知恵、技術を取り入れることも可能となる。大学（教員を含む）・学生としては、地域と連携し、実習、学位研究、その他の活動を通じ、学生の育成を図ることができ、地域に入って活動することが人間形成につながることも期待される。

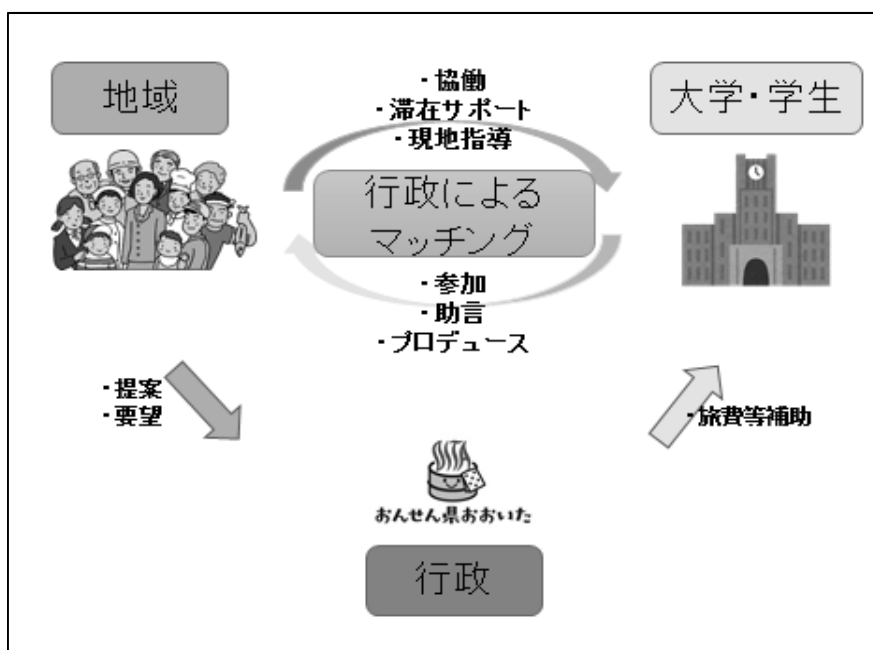
5-2-2 実施方法

祭りについて人手不足や今後の実施について悩みを抱えている地域を募集し、日頃の研究成果の検証や実践を通じた学生の育成をしたいと考えている大学等の研究機関（大学・大学院・短期大学・高等専門学校・専修学校）を結びつけることによって、地域と大学が互いに学び合い助け合いながら、祭りを“魅力化”していく。

学生が地域に入り活動するためには、まずは地域に受け入れてもらう必要があり、そのためには中長期間現地に滞在し地域住民と交流する必要がある。そのため、現地での滞在のための宿泊費や現地までの旅費を行政が補助する（上限 30 万円／年）。

地域に入ってから細かな活動内容については、基本的に地域と大学との話し合いによって進めていくこととするが、事業全体の流れとしては以下の様な実践プログラムにより祭りの“魅力化”を進めていく。

図 16 地域の祭り“魅力化”事業 スキーム図



（出典：筆者作成）

ア) 地域にある祭りについての学習

地域の祭りの“魅力化”に取り組むためには、まずその地域にある祭りについて知ることが重要になる。地域の住民と一緒に祭りの準備を行ったり、住民から祭りの歴史や変遷を聞くことにより、地域にある祭りの魅力を感じてもらい、地域を好きになってもらう活動から始めて行く。

イ) 地域にある課題の把握

住民とのワークショップや地域に出での聞き取り調査などにより、祭りについての実情を把握し課題を見つけ出す。

ウ) 課題解決への提案

上記イ)の活動により把握した課題について学生が“魅力化”へ向けての企画・立案を行い、住民へのプレゼンテーションを行う。その後、住民からの意見等も受け入れ、意見調整を行なったのちに課題解決に向けての活動を開始する。

エ) 住民との協働による祭りの魅力化

上記ウ)より導き出した新たな企画を実践し、住民との協働によって祭りを“魅力化”する。

5-2-3 事業効果

本事業の効果としては、地域住民と大学が連携することにより若い人材を確保することができ、大学がもつ知識や知恵、技術を地域に吸収することで、地域の祭りを残していくことができる。

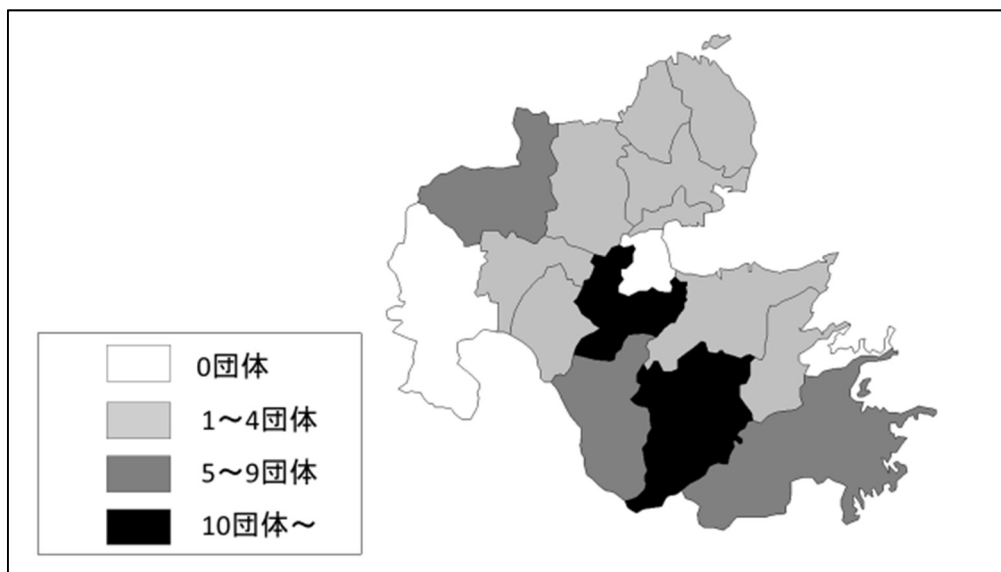
また、地域に祭りが残ることで地域アイデンティティの確立や住民の誇りの醸成に寄与することも期待できる。

5-3 大分県神楽甲子園開催事業

大分県の民俗芸能の特徴として、山や川など複雑な自然地形による分断や近世以降の小藩分立といった歴史を背景とした多彩さが挙げられる。県内には約 11 種類の民俗芸能が存在し、各芸能種別の中でも地域によって趣が異なる。県内で最も多く存在する民俗芸能の一つである神楽も同様で、系統の異なる多種多様な神楽が県内に広く分布しているという特徴がある（図表 17）。このような大分県の神楽のもつ「多様性」という特徴を活かし、現在神楽を継承している子どもたちにとって、中学校進学以降も続けていくインセンティブとなりうる事業として中高生を対象とした神楽の大会である「大分県神楽甲子園開催事業」を提案する。

4-2-2でも述べたとおり、県内ではかつて大分合同新聞社が神楽の振興を目的として「大分県神楽大会」を開催していた。この大会は、豊後大野市清川町の神楽会館や由布市庄内町の神楽殿など新たな神楽振興の拠点となりうる施設が建設されたことを受け、神楽振興の場としての役割を果たしたとして 2013（平成 25）年に廃止となっている。当時の大分県神楽大会で神楽を披露していたのは、神楽の継承に長く携わっている大人たちであったが、本事業では、若い世代の神楽継承意欲を高めることを目的とし中高生による神楽大会を開催する。

図表 17 大分県内の神楽団体の分布

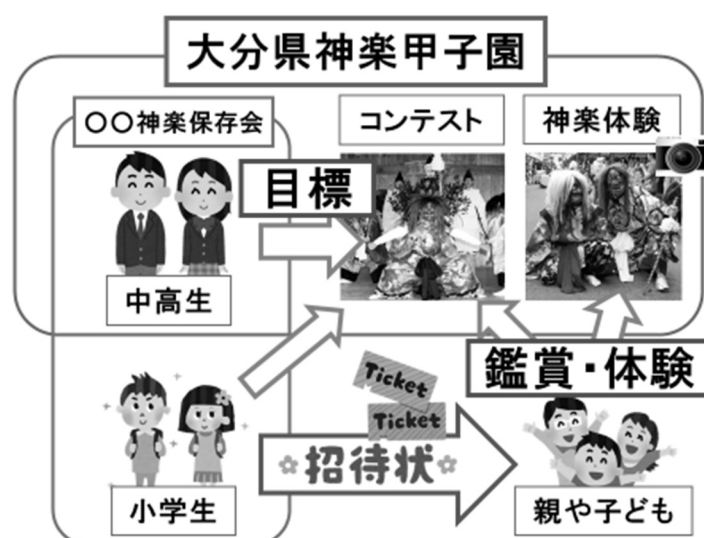


(出典：三重野（2015）より筆者作成)

5-3-1 概要

大分県内の神楽保存会に在籍する中高生が日頃の研究や錬磨の成果を披露し、神楽を通じて交流を深める大会を開催することで、中学校進学以降の神楽継承意欲を高め将来の神楽後継者への橋渡しを行う。また、民俗芸能に触れる機会のない子どもやその親を大会に招待し、神楽を鑑賞・体験する機会とすることで新たに神楽の保存継承活動への参加を促す。

図 18 大分県神楽甲子園開催事業 スキーム図



(出典：筆者作成)

5-3-2 実施方法

ア) 開催準備

大会開催に当たり、大分県、大分県教育委員会、県内市町村及び市町村教育委員会や県内の中学校や高校で構成される実行委員会を立ち上げる。また、運営に必要な経費を確保するため、大会の趣旨に賛同し、開催に協力してもらえる企業・団体から1口10,000円で協賛金を募る。協賛団体には、金額に応じて当日パンフレットやPR用大会チラシへの企業名の掲載や来場者へ配布するグッズへの広告掲載といった協賛特典を設ける。

イ) 大会運営

本大会の企画及び運営は各地域の神楽保存会に所属している中高生が中心となっていくこととするが、普段は民俗芸能に関わる機会がない中高生にとっても間接的に民俗芸能に関わることで、神楽に関心をもってもらうことを目指し、神楽に関わる機会のない中高生にも大会の企画・運営に参加してもらう。大会ポスターやチラシのデザイン、会場周辺の美化活動といった開催準備や、出演する神楽団体へのインタビュー、当日の会場受付や司会進行、舞台照明や音響の補助なども中高生に行ってもらう。

ウ) 大会開催

本大会は民俗芸能の継承に携わる中高生同士が神楽による「競争」と「交流」をする機会を設けることで、中高生が神楽を続けていくインセンティブとなることを目指す。「競争」とは、中高生の演技を①演技力（演技、囃子を正しく継承しているか）、②民俗性（民俗芸能らしさをもっているか）、③感銘度（観客に強い感銘を与えるものがあつたか）、④まとめ（所定時間にまとめているか）、⑤総合感覚（品性、格調など）により総合評価を行い、評価の高い団体を表彰する仕組みとする。ただし、評価はあくまで日頃の鍛錬の成果を評価するものであって、民俗芸能としての優劣をつけるものではない。神楽の演技を第三者が評価し、表彰する仕組みを取り入れることで中高生にとっては、日頃の研究や鍛錬の結果が目に見える成果となり神楽の継承意欲を高めることに寄与する。

また「交流」とは、たとえばバーベキューをしながらの意見交換会のように、神楽に携わる中高生同士が交流する機会を設ける。そのような機会を設けることで、大会での交流を通じて、同世代との新たな人間関係の構築や仲間との関係を深化していくことが期待できる。普段は別々に神楽の継承に携わる中高生が、同じ民俗芸能に携わる者同士の交流により刺激を受け、それぞれの地域での保存継承により一層意欲的に取り組むことを期待する。

エ) 鑑賞・体験機会

中高生による神楽の大会を普段民俗芸能に触れる機会の少ない子どもやその保護者の鑑賞・体験の機会となる仕組みを作っていく。民俗芸能が披露されていても、関心のない者

はきっかけがないと実際に足を運び芸能を体験するまでに至らないと考えられる。そこで、足を運んでもらうきっかけづくりとして、参加する神楽保存会に所属する小学生以下の子どもたちから地域や学校の友達を招待するような仕組みを作る。具体的には、大会の無料チケットを各神楽保存会に配布し、保存団体に所属する子どもたちが作成した招待状と併せて地域や学校の友達に送ってもらうこととする。また、神楽体験ブースを大会会場に設置し、中高生による神楽体験教室を開く。初めて神楽を鑑賞・体験する子どもたちにとって、年齢が近い中高生が披露する姿を鑑賞したり、中高生による神楽の指導を受けることで、神楽をより身近に感じ、民俗芸能のもつ魅力が伝わりやすくなるという効果が期待できる。

また、保護者にとっても、子どもと一緒に神楽を鑑賞・体験することで民俗芸能に対する関心が高まることが期待される。

5-3-3 事業効果

普段は別々に神楽の継承に携わる中高生が一堂に会し、自分たちが主役となって普段の研究や鍛錬の成果を競い合い交流する機会となることで、中学校進学以降の神楽継承意欲が高まり、神楽保存会の後継者育成につながる効果が期待できる。

また、民俗芸能に触れる機会が少ない子どもが保護者と一緒に神楽を鑑賞・体験することで、新たに神楽の保存継承活動に参加することを促す効果も期待できる。

第6章 残された課題

以上が、大分県の「地域の伝統文化」を後世につなぐために我々が考えた政策提案である。おおいた一んしゅ事業、地域の祭り“魅力化”事業、大分県神楽甲子園開催事業といった3つの政策を提案してきたが、大分県に多数存在する「地域の伝統文化」を後世につなぐための問題を解決するには十分でなく、本報告において残された課題を取り上げることとする。

本報告において民俗芸能を、大分県に広く分布している神楽に焦点をあてて論じてきたが、民俗芸能には地域ごと・団体ごとに抱えている問題が異なる。この問題を解決するためには、よりきめ細やかに且つ柔軟な動きが必要になる。これは大分県だけで解決できる問題ではなく、また解決すべき問題でもない。各市町村との密なる連携をとり、多種多様な解決方法を模索し共同で解決していく必要がある。

また、新たな視点として若者（大学生等）を取り入れる政策提案をしてきたが、地域の伝統文化の問題の根本は地域の問題であり、地域住民自らが地域の伝統文化を後世につないでいきたいと思えるようにならなければならない。そのためには、現行の県・市町村の政策についても今後見直し、時代に沿った変革が求められる。補助金に頼りすぎず、後世に残す方法を地域と一体になり考えていく必要がある。

さらに、地域力が問われる時代となり、大分県内の多くの市町村においても消滅可能性が騒がれている。地域の伝統文化を残すだけでなく、そのものの魅力を高め、今まで興味をもたなかった人々や地域の伝統文化から何かのきっかけで離れてしまった人々を取り込めるようにする政策も今後必要となってくる。

おわりに

我々は、「地域の伝統文化」に焦点を絞り、政策提案を行ってきたが、このテーマ自体が大変難しいものであり、大分県が扱うテーマであるかという点で何度も思い悩んだ。また、地域の伝統文化は時代とともに変化をし、実施数や現状を把握することが非常に困難であった。しかし、伝統について研究をしていく中で、地域に対して「地域の伝統文化」が多く役割をもっており、そして何も手を打たなければ、地域の「魅力」であるべきである「地域の伝統文化」が減少してしまうという危機を肌で感じた。また、県内外の視察において、今まで知らなかった「地域の伝統文化」に触れ、より多くの人に知ってもらいたいと感じるようになった。この地域の魅力を無くさないためにも、県・市町村が協力し早急に対策を講じ、地域の伝統文化を後世につなぐことが大分県の将来にとって必要である。

最後に、この研究を行うにあたり、県内外の視察先及び研究関係機関において、業務多忙にもかかわらずご協力いただいた全ての皆様に感謝申し上げます。

補論：地域の伝統文化の活用を考える

「地域の伝統文化を後世につなぐ」という題で報告書を書くに至ったが、その中で現在「地域の伝統文化」が抱えている課題に対して 3 つの政策を提案した。いずれの提案も現在残っている「地域の伝統文化」を保存・継承していくために、どのようにすれば後世へつないでいくことができるのかを提案するものである。

我々は本報告の目的を、地域の伝統文化の存続に設定したがゆえに、存続の方策を論じてきた。しかしながら、次の段階として地域の伝統文化活用の方策も考えていく必要がある。なぜならば、地域の伝統文化は地域内の人々にとって様々な役割を果たすだけではなく、地域固有の資源であるがゆえ地域外の人々にとっても魅力的なコンテンツとなりうるからである。そこで、本報告の目的である「地域の伝統文化を後世につなぐ」ことから横道にそれるため、あくまで「補論」という形ではあるが、その活用方策についても論じていくことにしたい。

7-1 日本の文化発信戦略

現在、文化庁では、「グローバル化が進展する中で、伝統文化から現代文化まで、多様な日本文化を発信して魅力ある日本の姿を伝え、日本に対する諸外国の理解を深めることが強く求められています。また、そのことが、国内外の文化の更なる発展にもつながっていきます」とし、2007（平成 19）年 2 月に「文化発信戦略に関する懇親会」を開催し、2009（平成 21）年 3 月に「日本文化への理解と関心を高めるための文化発信の取組について」（報告）をまとめている。その中で、速やかに着手すべき取り組みとして「日本への関心の高い国に対して、その関心分野や鑑賞者層に対応した発信ができるよう企画のメニュー化を図ることにより、戦略的・効果的な文化発信を推進する」としている。

7-2 祭り・民俗芸能の可能性

このような中、文化庁の「日本文化の海外発信」という文化庁公式 YouTube チャンネルを見てみると、日本文化として「歌舞伎」や「能」などの伝統芸能、「華道」や「茶道」などが紹介されている。これらは、我々が報告書の中で取り上げてきた「地域の伝統文化」とは異なり、日本全国に広く普及し分布しているものである。しかし、これらの文化は住民の生活の中から生まれてきた文化ではないため、地域の中で住民たちによって受け伝えられてきた訳ではない。

これに対して、本報告で取り上げてきた「祭り」や「民俗芸能」は、地域の中で住民の手により脈々と受け伝えられてきたという特徴がある。さらに、「祭り」や「民俗芸能」は貴重な地域資源となりうる価値をもっている。これらの特徴を活かすことで、地域の伝統文化の新たな価値を創造し、地域ごとに異なる多様な文化として、魅力ある大分県の姿を外部に発信することができると思う。

7-3 「地域の伝統文化」発信に向けた取り組み

そこで、第 5 章の政策提案により後世につないだ地域の伝統文化を外部に発信し、活用していくため「伝統 NOUHAKU 体験事業」を提案する。この提案では、祭りと民俗芸能が地域にとって貴重な地域資源であることを認識してもらい、大分県の新たな観光資源として活用し、大分県を訪れる外国人に対して地域の祭り、民俗芸能の鑑賞・体験機会を提供していく。

7-3-1 伝統 NOUHAKU 体験事業

伝統 NOUHAKU 体験事業は、主に英語圏に住む時間とお金に余裕のある旅慣れた外国人をターゲットに事業を展開していく。

その理由は 3 つ挙げられる。第 1 に、訪日外国人旅行客数は年々増えており、2003（平成 15）年の 520 万人から 2014（平成 26）年 1,340 万人と増加している。さらに、2015（平成 27）年は前年比 47.1%増の 1,973 万人で、日本政府観光局（JNTO）が統計を取り始めた 1964（昭和 39）年以降、最大の伸び率となっており、2020（平成 32）年初めまでに、2,500 万人を目指して戦略的に取り組みを行っている。このような国を挙げて取り組む施策に加え、2019（平成 31）年にはラグビーW 杯の大分開催が決定しており、ラグビーファンを中心に英語圏の外国人旅行者の増加が見込まれる。翌年の 2020（平成 32）年には東京オリンピックの開催も控えているため、より一層の外国人旅行者の増加が考えられる。

第 2 に、現在、アメリカを中心に日本の歴史・伝統文化体験を希望する訪日旅行客が増加しており、地域に残る祭りや民俗芸能を体験することは彼らにとって特別な体験となる。

そして、第 3 に「時間とお金に余裕のある旅慣れた観光客」というのは、日常の疲れを癒し、自然や景観をゆったりと楽しんだり、文化的教養を涵養する目的で訪れる観光客が多く、商業施設でのショッピングを目的とした来訪が多い都市部の観光地とは一線を画す。こうした大分県の観光資源の特徴や魅力に合致した層へのアプローチが重要である。

これら 3 つの原因を踏まえ、我々は伝統 NOUHAKU 体験事業を提案する。

7-3-2 概要

大分に残る唯一無二の存在である祭り・民俗芸能と農村で地元の人と交流しながら農作業や農村らしい体験をして余暇を過ごす農泊²⁵とを組合せ、外国人に提供することによって、祭りと民俗芸能の新たな価値を創造するものである。

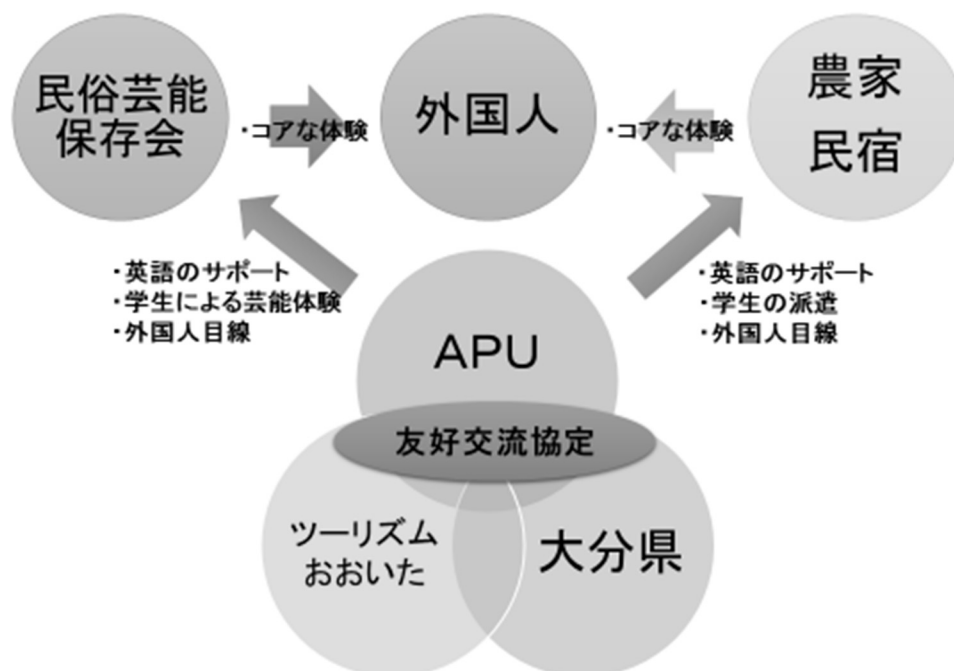
7-3-3 実施方法

APU（立命館アジア太平洋大学）と連携し、APU の学生の協力によって英語での芸能体験、農泊体験の受入れを可能にすることによって、英語圏に住む外国人の受入れ体制を整

²⁵ 農泊とは農村民泊の略である。日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村地域の人々との交流を楽しむ滞在（農山漁村滞在型旅行）のこと。

え、誘客を行っていく。

図 19 伝統 NOUHAKU 体験事業 スキーム図



(出典：筆者作成)

ア) 受付方法の整備

現在の農泊体験の受付方法は、農泊体験希望者がツーリズムおおいたのホームページから宿泊可能な農家を探し、農家に対して直接申し込むという方法になっている。この方法では、外国人が農泊を体験しようとした場合、外国人側にも受入れ農家側にも負担を強いることになる。そこで、両者の負担を軽減するため農泊受付用の受付フォームを開発し、宿泊や文化体験への申込みをツーリズムおおいたに集約する。あわせて、ツーリズムおおいたのホームページを英語対応化し、英語の話せるスタッフを常駐させることによって、さらなる外国人の負担の軽減を行う。

農家や民俗芸能保存会に対しては、集約された申込み情報を基にツーリズムおおいたより宿泊依頼や出演依頼を行う。

イ) APU×大分県×ツーリズムおおいたによる友好交流協定

現在、APU は大分県と大分県下の各市町村との間に友好交流協定を締結している。そこで、APU と大分県を中心にツーリズムおおいたを巻き込んだ新たな友好交流協定を締結することによって、APU と連携した外国人の受入れ体制の整備を行っていく。

ここでは、以下の方法によって受入れ体制を整備していく。

①APU の学生×ツーリズムおおいたによる受入れ体制の整備

APU の学生によるサポートによりホームページの英語対応化を行う。また、学生に通訳ボランティアとして伝統 NOUHAKU 体験に参加してもらう。

②APU の学生×農泊拠点による受入れ体制の整備

生活文化の違いなどによる宿泊トラブルを防ぐために、留学生の協力を得て「宿泊注意ガイド」の作成を行う。また、留学生による外国人目線に立った農泊体験プログラムを開発する。

③APU の学生×民俗芸能保存会による受入れ体制の整備

留学生による外国人目線に立った芸能体験プログラムを開発することによって、外国人に対して楽しい芸能体験を提供する。また、地域に住む子どもたちを巻き込んだ芸能活動を行うことによって、子どもたちの参加意欲の向上を目指す。

ウ) 参加者拡大に向けた広報活動

日本政府観光局（JNTO）の「TIC 利用外国人旅行者の訪日旅行動向調査報告書」によると、訪日旅行を動機付けた情報として「友人・知人からの情報」という項目が最多となっており、外国人が訪日を決めるための大きな要素となっている。

そこで、外国人誘致に向けた広報活動として留学生の友人や知人及び親族をターゲットに、伝統 NOUHAKU 体験の PR を行っていく。

具体的な方法として、伝統 NOUHAKU 体験事業の整備に協力してくれた留学生を、事前に招待し伝統 NOUHAKU 体験をしてもらう（無料）。これは、留学生にとっても学校や日常生活の中では学ぶことができない日本ならではの伝統的な生活を体験でき、さらには農山漁村にある伝統文化を体験することができるため貴重な経験となる。この体験をポストカードにし彼らが体験したものを彼らの言葉で伝えてもらうことによって、友人や知人、親族に向けた宣伝となる。この制度については、宿泊に訪れた外国人にもポストカードをプレゼントし活動の輪を広げていく。

あわせて、Facebook や Twitter 等の SNS でも情報発信をしてもらう。

7-3-4 事業効果

本事業の効果としては、地域が継承してきた祭りと民俗芸能が地域外の人々に認められることによって、地域の伝統文化に対する“誇り”の醸成や地域住民の参加意欲の向上が期待できる。

さらに、今まで大分に訪れることの少なかった英語圏の外国人旅行者を獲得し、大分県の観光産業に対して新たな市場の開拓が期待される。

参考文献

- ・大分県教育庁文化課（2013a）「民俗芸能の継承についての実態調査（集計結果）」
- ・大分県教育庁文化課（2013b）「平成 24 年度調査に基づく大分県民俗芸能一覧」
- ・大分県地域活力応援室（2013）「小規模集落実態調査」
(<http://www.pref.oita.jp/uploaded/attachment/186389.pdf>)
- ・大野晃（2008）『限界集落と地域再生』京都新聞出版センター
- ・川野裕一郎（2013）「次世代への神楽の伝承：備中子ども神楽と芸北神楽高校神楽部の事例から」『社会学研究科紀要』2013 年第 75 号
- ・小池賢治（2014）「県内大学生の定住意識等に係るアンケート調査結果について」『調査研究情報雑誌 ECPR』2014 年第 2 号
- ・国土交通省九州地方整備局（2008a）「九州圏における地域の存続・再生に関する調査 アンケート調査結果」(<http://www.qsr.mlit.go.jp/chiiki/koiki/pdf/19/en/enquete.pdf>)
- ・国土交通省九州地方整備局（2008b）「第 2 回 九州圏における地域の存続・再生に関する調査検討委員会 資料 2」(<http://www.qsr.mlit.go.jp/chiiki/koiki/pdf/20/02/03data2.pdf>)
- ・澁谷美紀（2006）『民俗芸能の伝承活動と地域生活』社団法人農山漁村文化協会
- ・内閣府（2003）「文化に関する世論調査」
- ・内閣府（2016）「文化に関する世論調査」
- ・農林水産省（2005）「世界農林業センサス」
(<http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2010/05houkokusyo.html>)
- ・農林水産省（2015）「世界農林業センサス」
(<http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc2015/280624.html>)
- ・福田アジオ（2015）『知って役立つ民俗学 現代社会への 40 の扉』ミネルヴァ書房
- ・文化庁「日本文化の海外発信 YouTube」
(http://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/international_dissemination/)
- ・豊後大野市歴史民俗資料館（2010）「豊後大野市歴史民俗資料年報 2」
- ・星野紘（2009）『村の伝統芸能が危ない』岩田書院
- ・星野紘（2012）『過疎地の伝統芸能の再生を願って』国書刊行会
- ・松田幸子（2013）「地域の絆は伝統芸能からー「祭り、伝統芸能」がコミュニティ機能の維持に貢献ー」『地方議会人』2013 年 8 月号
- ・三重野誠（2015）「大分県の無形民俗文化財ー現状と課題ー」
- ・文部科学省（2008）「平成 20 年度文部科学白書」
(http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpaa200901/detail/1284303.htm)
- ・渡邊洋子（2013）「8「祭り」という文化伝承・継承空間」京都大学大学院教育学研究科教育実践コラボレーション・センター

5 参考

「地域政策スクール」

- (1) 実施要領
- (2) 地域政策スクールのあゆみ
- (3) 日程表

平成28年度「地域政策スクール」実施要領

1 目的

地方分権、行財政改革の時代を迎え、地方自治体に自己決定・自己責任による独自の政策立案・執行が求められる中、私たち自治体職員には、行政経営の基本を身につけ、地域の特性を踏まえた政策を形成し、運用をしていく能力が一層求められています。

大分県自治人材育成センターでは、こうした状況に対応するため、若手中堅職員を対象に、政策形成と政策法務（制度設計と運用）について実践的な知識と行動力を育み、地域が真に求める政策を自由かつ自主的に研究する場として、「地域政策スクール」を開講します。

2 対象者及び定員

おおむね主任・主事級の職員で、研修の受講を希望する者	15名
うち県職員	10名
市町村職員	5名

3 期間

平成28年6月21日（火）～平成29年2月末まで（延べ27日間程度）

4 内容と進め方

【内容】

本スクールは、県や市町村が抱える地方創生に関する課題として募集したテーマ等（別紙参照）の中から、研修生が研究テーマを選び、自由な発想による政策討議や意見交換、事例調査などにより、自主的に研究し、政策形成を行っていきます。その過程では関係機関との連携を密に行い、常に事業化を意識した研究を行っていきます。

また、地域が求める政策形成に資するため、地域に根ざした活動を広く行っているグループなどとの交流も行います。

- ・政策研究と政策立案
- ・専任講師による講義
- ・グループ討議等の演習
- ・現地及び先進地調査
- ・中間報告の実施（10月中旬）
- ・研究成果発表会の実施（1月中旬）
- ・研究報告書の作成（2月末まで）

【進め方】

基本的には大分県自治人材育成センターに通所し、スクーリングを中心にして約8ヶ月間学びます。研究はグループに分かれて政策立案研究を中心に行うこととし、大分県自治人材育成センターはこれを支援するため、指導を行う専任講師や、必要に応じてアドバイザーも配置します。

また、研究成果を公表する機会（発表会や報告書）を提供します。

(1) 研究テーマ

研修生が研究したいテーマの中から全体会議で3つを選択し、3グループに分かれて、考えられる施策等を研究しながら政策案・条例案を作成します。

(2) 研究の進め方

スクーリングと自主研究により進めます。

- ・スクーリングA：専任講師による講義や討議など
- ・スクーリングB：外部講師（アドバイザー）による特別講座・グループ指導又は研修生のみによる自主研究
- ・スクーリングC：研修生のみによる自主研究を行う研修日で、日にちの変更が可能なもの
- ・現地及び先進地調査：現場調査や先進事例の調査

(3) 講師等

- ・専任講師：九州大学大学院法学研究院 准教授 嶋田 暁文 氏
- ・アドバイザー：自主研究に必要な場合は、テーマに詳しい職員等をアドバイザーとして配置します。

(4) 研究成果の公表

研究発表会及び報告書作成など公表の機会を提供します。

5 場所

大分県自治人材育成センター

大分市大字旦野原 8 4 7 番地の 3

(県庁内線 6211 Tel 097-547-8855 Fax 097-547-8241)

6 その他

【県職員受講生】

- (1) 県からの推薦者の中から大分県自治人材育成センターが受講者を決定し、県あてに通知します。
- (2) この講座を修了した職員は、「中堅キャリアアップ研修の必須2講座及び係長級キャリアアップ研修の1講座」を受講したものとみなします（ただし、他のキャリアアップ研修の受講を妨げるものではありません。）。
※平成29年度以降に「中堅職員研修」又は「準採用職員2年目研修」を受講予定の職員についても、受講後、同様の取扱いとします。
- (3) この講座を修了した職員は、県が実施している派遣研修（政策研究大学院大学など）の派遣候補者として積極的に推薦します。

【市町村職員受講生】

- (4) 市町村からの推薦者の中から大分県自治人材育成センターが受講者を決定し、市町村あてに通知します。
- (5) この研修に係る旅費については、大分県自治人材育成センターで負担します。

【共通事項】

- (6) 真にやむを得ない事情で欠席をするときは、早急に「研修欠席届」を提出してください。

平成28年度「地域政策スクール」のあゆみ

大分県自治人材育成センター

- 1 開 講 期 間 : 平成28年6月21日(火)～平成29年2月17日(金) (うち27日間程度)
- 2 研 修 生 : 県職員10名、市町村職員5名 計15名 3班
- 3 研究テーマ クリエイティブ産業班 大分県産業の挑戦～クリエイティブでつなぐ輪～
高校魅力化班 生徒が輝くための高校魅力化～地域での教育環境の充実を目指して～
伝統班 地域の伝統文化を後世につなぐ
- 4 専 任 講 師 : 九州大学大学院法学研究院 准教授 嶋田暁文 氏
○2004年度の行政経営スクールから専任講師
○専門分野 : 行政学、地方自治、公共政策論
○活動概要
〈著書〉
『みんなが幸せになるための公務員の働き方』(学芸出版社、2014年)をはじめ、多数。
〈社会活動〉
・職員研修(大分県地域政策スクール、いとしま政策企画塾等)
・審議会(太宰府市自治基本条例審議会委員長[2011年度～2015年度]、由布市みらい戦略会議委員長[2015年度～]、由布市第2次総合計画策定WG会議アドバイザー[2014年度～2015年度]、飯塚市指定管理者選定委員会委員長[2010年度～2011年度]、福岡市事務事業評価会議委員[2010年度～2011年度])など多数。
・講演(多数)

5 研 修 内 容

【専任講師による講義】

月 日	講 義 テ ー マ
6/21～22	「地域政策スクールとは何か」 「『官から民へ』の時代の公務員」 「分権時代における自治体と職員の課題」 「政策形成の基礎」 「政策法務の基礎」
7/7	「分権時代の条例論」
7/8	「ソーシャル・キャピタルと『信頼』」

【特別講座】

月 日	講 義 テ ー マ	講 師
7/7	「農村資源を活かす協働のまちづくり」	宇佐市経済部観光まちづくり課 課長 河野 洋一 氏
7/7～8	農家民泊(1泊2日)	「舟板 昔ばなしの家」

7/25	ファシリテーション講座	加留部貴行事務所 ANーBAI 代表 加留部 貴行 氏
9/28	パワーポイントプレゼンテーション講座	株式会社インソース 講師 中谷 涼 氏

【テーマ関係課との意見交換】

月 日	班名	担当課（室）
7/19	クリエイティブ産業班	大分県商工労働部経営創造・金融課
10/28	高校魅力化班	大分県教育庁高校教育課
8/8	伝統班	大分県企画振興部観光・地域局地域活力応援室

【自主研究】7月25日～2月17日

専任講師が指導する自主研究及び研修生のみで行う自主研究
関係部門のアドバイザーの指導による自主研究

【事務調査】

班 名	調 査 先
クリエイティブ産業班	【県内】 ブンボ（株）、竹細工伝統産業館、オオハシバンブーワークス、（株）アキ工作社、七島蘭工房ななつむぎ、大分県立美術館、（株）Design totte、デザインCASTER、（株）大宣、大分商工会議所、大分大学、大分県立芸術文化短期大学、大分県よろず支援拠点、別府商工会議所、（株）レジスタ 【県外】 富山県商工労働部商工企画課（富山県富山市）、富山県総合デザインセンター（富山県高岡市）、高岡市デザイン・工芸センター（富山県高岡市）、（公社）富山県デザイン協会（富山県高岡市）、高岡商工会議所（富山県高岡市）、（株）能作（富山県高岡市）、石川県立伝統産業工芸館（石川県金沢市）、ITビジネスプラザ武蔵（石川県能美市）、上出長右衛門窯（石川県能美市）、（公財）石川県デザインセンター（石川県金沢市）、金沢21世紀美術館（石川県金沢市）
高校魅力化班	【県内】 大分県企画振興部観光・地域局地域活力応援室、国東高等学校、国東高等学校双国校、宇佐産業科学高等学校、佐伯鶴城高等学校、中津北高等学校、中津南高等学校、中津南高等学校耶馬溪校、三重総合高等学校、三重総合高等学校久住校、由布高等学校 【県外】 海士町（島根県海士町）、島根県立津和野高等学校（島根県津和野町）、島根県教育庁教育指導課（島根県松江市）、島根県立大東高等学校（島根県雲南市）、雲南市教育委員会キャリア教育推進室（島根県雲南市）、長野県立白馬高等学校（長野県白馬村）
伝統班	【県内】 和傘工房朱夏 【県外】 遠野市遠野文化研究センター（岩手県遠野市）、小浜市教育委員会文化課（福井県小浜市）、ヒラマツグミ一級建築士事務所（兵庫県洲本市）、兵庫県淡路県民局県民交流室県民・商工労政課（兵庫県洲本市）

※公務出張として訪問した調査先のみ記載しています。

そのほかにも、休日を返上して多数の調査を行っています。

御協力いただいた団体の皆さま、ありがとうございました。

平成28年度「地域政策スクール」日程表

時間	8	9			10			11			12	13			14			15			16			17	作業目標 (スケジュール)				
	15	30	45		15	30	45		15	30	45		15	30	45		15	30	45		15	30	45						
6月21日 (火)					受 付	開 講	常務理事講話			スクーリングB 特別講座 修了生					スクーリングA グループミーティング スクール専任講師			「地域政策スクールと は何か」 スクール専任講師						政策形成 実践の基礎 を学ぶ 決定					
6月22日 (水)					受 付	スクーリングA 政策形成研究講座(1) 「官から民へ」の時代の公務員 スクール専任講師			ビデオ研修(事例集) スクール専任講師							スクーリングA 政策形成研究講座(2) 「分権時代における自治体と職員の課題」 スクール専任講師			政策形成研究講座(3) 「政策作成の基礎」 「政策法務の基礎」 スクール専任講師										
7月7日 (木) ※宇佐市安心院町					受 付	スクーリングB 地域づくり実践講座 宇佐市観光まちづくり課 課長 河野洋一 氏							スクーリングA 政策形成研究講座(4) 「分権時代の条例論」 ーその基本的な考え方と作り方ー スクール専任講師						農泊										
7月8日 (金) ※宇佐市安心院町					農泊			スクーリングA 政策形成研究講座(5) 「ソーシャル・キャピタルと『信頼』」 スクール専任講師							スクーリングA グループ分け・研究テーマ決定 「自主組織の協議など」 スクール専任講師			政策形成研究講座(GP別1) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			次回 打ち 合 会 議								
7月25日 (月)					受 付	スキルアップ(1)(スクーリングB) ファシリテーション講座							スキルアップ(1)(スクーリングB) ファシリテーション講座												外部・OB 生から学ぶ 調査計画・研究開始				
7月26日 (火)					受 付	スクーリングB 自主研究(GP別1) 「政策の研究と形成」 スクールOB アドバイザー							スクーリングB 自主研究(GP別2) 「政策の研究と形成」						次回 打ち 合 会 議										
8月8日 (月)					受 付	スクーリングB 原課との意見交換 担当課			自主研究(GP別3) 「政策の研究と形成」							スクーリングA 政策形成研究講座(GP別2) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			「政策の研究と形成」 (政策スクールOB生との意見交換) スクール専任講師			次回 打ち 合 会 議							
8月9日 (火)					受 付	スクーリングA 政策形成研究講座(GP別3) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師							スクーリングA 政策形成研究講座(GP別4) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師						次回 打ち 合 会 議										
8月～ 11月中					現地及び先進地調査(情報収集)								現地及び先進地調査(情報収集)																調査分析・ 情報収集 開始
8月22日 (月)					受 付	スクーリングC 自主研究(GP別4) 「政策の研究と形成」							スクーリングC 自主研究(GP別5) 「政策の研究と形成」																
9月2日 (金)					受 付	スクーリングC 自主研究(GP別6) 「政策の研究と形成」							スクーリングC 自主研究(GP別7) 「政策の研究と形成」						次回 打ち 合 会 議										
9月13日 (火)					受 付	スクーリングB 自主研究(GP別8) 「政策の研究と形成」							スクーリングA 政策形成研究講座(GP別5) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師						次回 打ち 合 会 議										
9月14日 (水)					受 付	スクーリングA 政策形成研究講座(GP別6) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師							スクーリングA 政策形成研究講座(GP別7) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師						次回 打ち 合 会 議										
9月28日 (水)					受 付	スキルアップ(2)(スクーリングB) パワーポイントプレゼンテーション講座							スキルアップ(2)(スクーリングB) パワーポイントプレゼンテーション講座																
10月5日 (水)					受 付	スクーリングC 自主研究(GP別9) 「政策の研究と形成」							スクーリングC 自主研究(GP別10) 「政策の研究と形成」						次回 打ち 合 会 議										

平成28年度「地域政策スクール」日程表

時間	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	作業目録 (スケジュール)
10月18日 (火)		受 付	スクーリングB 自主研究(GP別11) 中間まとめ準備作業 (アドバイザー)			スクーリングA 中間まとめ発表会・講評 スクール専任講師 スクールOB		次回 打ち 合わせ			中間 発表
10月19日 (水)		受 付	スクーリングA 政策形成研究講座(GP別8) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			スクーリングA 政策形成研究講座(GP別9) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師		次回 打ち 合わせ			再 調査 ・ 研究 期間
11月2日 (水)		受 付	スクーリングC 自主研究(GP別12) 「政策の研究と形成」			スクーリングC 自主研究(GP別13) 「政策の研究と形成」					
11月15日 (火)		受 付	スクーリングA 政策形成研究講座(GP別10) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			スクーリングA 政策形成研究講座(GP別11) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師		次回 打ち 合わせ			発表 用 パ ワ ー ポ イ ン ト 作 成 ・ 修 正 期 間
11月29日 (水)		受 付	スクーリングC 自主研究(GP別14) 「政策の研究と形成」			スクーリングC 自主研究(GP別15) 「政策の研究と形成」					
12月13日 (火)		受 付	スクーリングA 政策形成研究講座(GP別12) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			スクーリングA 政策形成研究講座(GP別13) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師		次回 打ち 合わせ			
12月21日 (木)		受 付	スクーリングC 自主研究(GP別16) 「政策の研究と形成」			スクーリングC 自主研究(GP別17) 「政策の研究と形成」					
1月13日 (金)		受 付	スクーリングB 自主研究(GP別18) 「政策の研究と形成」			スクーリングA 政策形成研究講座(GP別14) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			合宿		*発表 内容 最終 確認 日 練習 日
1月14日 (土)		合宿	スクーリングA 政策形成研究講座(GP別15) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師			スクーリングA 政策形成研究講座(GP別16) 「政策の研究と形成」 スクール専任講師		次 会 打 合 会 議			
1月17日 (火) ※県庁舎新館大会議室			スクーリングA 研究成果発表会リハーサル スクール専任講師			スクーリングA 研究成果発表会・討論・講評 スクール専任講師					発表 会
1月18日 (水)		受 付	スクーリングA 研究報告書まとめ スクール専任講師			スクーリングA 研究報告書まとめ スクール専任講師					反 省 会 ・ 報 告 書 作 成 計 画
2月3日 (金)		受 付	スクーリングB 研究報告書まとめ			スクーリングB 研究報告書まとめ					
2月17日 (金)		受 付	スクーリングC 研究報告書まとめ			スクーリングC 研究報告書まとめ					
時間	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	

専任講師

九州大学大学院法学研究院
嶋田 暁文 准教授

研修内容

- 【スクーリングA】 専任講師の講義又は専任講師の指導による研究を行う研修日
- 【スクーリングB】 外部講師(アドバイザー)による特別講座・グループ指導又は研修生のみによる自主研究を行う研修日
- 【スクーリングC】 研修生のみによる自主研究を行う研修日で、日にちの変更が可能なもの
- ※ 特別講座:地域政策スクール修了生との意見交換・地域づくり講座(農泊研修)、スキルアップ研修(2講座)
- ※ 宿泊研修:安心院農泊研修(1泊2日)、発表前合宿研修(1泊2日)
- ※ 現地及び先進地調査・関係機関・テーマ関係団体へのヒアリング・現地調査(県内)、先進地調査(県外)
- ※ 中間まとめ発表会の実施(10月中旬)
- ※ 研究成果発表会の実施(1月中旬)
- ※ 研究成果報告書の作成(2月末まで)

研修日

- 27日間程度(但し、現地及び先進地調査に要する日を除く)

