

ふるさと大使 かわら版

2020年秋季号（通巻96号）

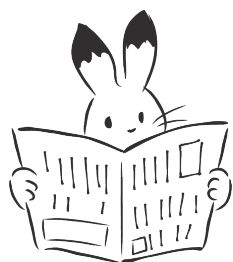
<当会のホームページ>

<https://www.furusatotaishi.com>

■ 本会のシンボルマークは、大使同士の情報交換及び、その委嘱者との相互交流を主眼に図案化。4つのモチーフからなり、山（緑色／地方・故郷・自然）と矩形（青色／都会・テクノロジー）と円及び輪（黄、橙／人・情報・ネットワーク）を表現。

HEAD LINE

- 【1面】
「三者」から「ふるさと大使」の時代へ
——平谷 英明
- 【2面】
大使だより 第82回
湯沢市ふるさと応援大使
湯沢市長——鈴木 俊夫
湯沢市ふるさと応援大使——高橋 純一
- 【3面】
ふるさと俳句きこう
——平谷 草央
- 【4～7面】
地域の魅力を発掘し、磨き上げ、発信する手法
～淡路島の観光振興を題材に～
株式会社INTO（イントウ）
代表取締役 小松崎 友子
- 【8～9面】
弁護士の視点からの地域おこし
外国人による土地取得の問題性
玉木賢明法律事務所 所長
弁護士 玉木 賢明
- 【10～11面】
世界で活躍するふるさと大使
——村田 基
- 【12面】
事務局長 甲斐功一よりご提案
・全国ふるさと大使連絡会議の概要、編集後記他



「三者」から 「ふるさと大使」の時代へ

平成10年代、地域おこしに有用とされたのは、三者すなわち「若者、馬鹿者、よそ者」だった。

「若者」の感性とエネルギーや、「馬鹿者」の向こう見ずで調子に乗って何でもやってしまう行動力や、「よそ者」の人間関係のしがらみにとらわれない自由な発想や内部の者では気づかないものを見つけるという新しい視点が、地域おこしには必要というものだった。

私が観光特使を務めている高知県でも、三者による地域おこしの典型例として、県の中央部に位置する浜辺の街、中土佐町の久礼大正町市場の「勝手丼」が話題になった。

これは、「土佐の一本釣り」（青柳裕介氏の漫画）で有名な中土佐町久礼の大正町市場に観光のため大阪から来た（よそ者）女子大生たち（若者）が、市場内の食堂でランチに丼物を注文して、これに市場の他の店で買ってきた刺身や天麩羅さらにはマカロニサラダなどを乗せて食べるというお行儀の悪い食べ方（馬鹿者）をしていたことにヒントを得て、地元の市場関係者が『久礼丼（勝手丼）』と命名して売り出したのである。

丁度、地元でも、名物の鰹以外にもおいしい久礼の食材を生かし、高齢化が進む大正町市場を元気にしたいといろいろと調査研究しており、その取組みとも合致する久礼丼だったので、話題を呼び、ヒットしたのである。

具体的には、市場の食堂でご飯・味噌汁券と5枚のおかず券を購入、その後、市場を回って、好きな惣菜をおかず券で購入。鰹のたたき、さしみ、焼き魚などの人気の定番ものに加えて、コロケ、海老フライ、卵焼き、サラダなど好みの惣菜を乗けて自分流の『勝手丼』を作るといふものである。

こんな風に三者による地域おこしは、書いていても楽しいし、面白くて話題性も豊かである。

しかし、平成も20年代になり、さらに令和の時代となって、地域間競争が厳しくなると、話題性だけでなく、地域本来の魅力を見つけ磨きをかけたり、地域産品の質を高めるなど話題性に加え、実質的な価値が問われる時代となった。そのため、しっかりと地域の魅力や地域産品を見つめる眼が必要となってきた。

そこに「ふるさと大使」の登場の余地がある訳で、眼の肥えた消費者として、本当にすばらしい地域の魅力や地域産品を見つけて磨きをかける。さらに、常連客として消費を支え、その良さを、豊富な人脈を生かしてPRする。これは三者には、なかなかできないことである。

また、ふるさと大使はそれぞれの分野の第一人者であることから、その才能を活かした貢献も重要となる。

- 再び、高知の話となって恐縮であるが、
- ・観光客やビジネス客を、まるで旧知の仲間のようにもてなす高知の温かい風土や文化を「高知県はひとつの大家族やき」というコピーとともに、『高知家』というコンセプトにまとめて売り出した大手広告代理店の社員
 - ・イベントのフィナーレや宴席などでみんなで歌って踊れる『高知家の唄』に曲を付けた有名なシンガーソングライター
 - ・『県庁おもてなし課』、『高知案内』などの著書で高知の魅力をPRしている著名な作家
 - ・高知の『よさこい鳴子踊り』を世界に広めようと活動している団体役員
- かれらは、皆ふるさと大使（高知県観光特使）である。

この高知の例にみられるように、ふるさと大使の活躍する場は多方面に渡り、その活動エリアは、今後ますます広がっていくものと思われ、それだけ、ふるさと大使の活躍から目が離せなくなる時代になると思われる。

そこで、このかわら版でも各地のふるさと大使の活躍を伝え、読者のみな様の活動の参考に供することとしたいと考えている。

（代表 平谷 英明）

◆大使だより◆ 第82回 湯沢市ふるさと応援大使

「ポストコロナ社会に向けて」

湯沢市長 鈴木 俊夫

【美人といで湯のまち】

秋田県湯沢市は、「秋田県の南の玄関」に位置し、緑豊かな自然と新鮮な空気に囲まれた、美人といで湯、匠の技が光るまちです。

市内には、小野小町生誕の地と伝えられる遺跡も数多く、また、「湯沢」の名のとおり、多彩な温泉が点在する「いで湯の宝庫」です。さらに、日本三銘うどんとして有名な稲庭うどん、八百年の歴史をもつ川連漆器、美味しいお米や、老舗のお酒など全国に誇る物産のまちでもあります。

こうした物産や伝統のお祭りを多くの皆様に知っていただくためと神田や浅草など首都圏でイベントを開催しておりますが、この時に御尽力くださるのが本市出身の方々です。

故郷を離れて暮らしながらも、本市を応援していただく、まさに関係人口の中心的存在であります。

【ふるさと愛とネットワーク】

こうした市出身者や縁のある方々のネットワークを築きながら地域の特色を全国に宣伝し、知名度及びイメージの高揚を図ることを目的として、平成26年度から湯沢市ふるさと応援大使を設置しております。

現在、当市では28人の方々にふるさと応援大使をお願いしております。それぞれの業界において、第一線で御活躍されている方々ではありますが、殊更、故郷を大切に思う気持ちの強さと、様々に御尽力いただいていることに、敬意を表しますとともに大変感謝しております。こうしたふるさと応援大使の御活躍が、市民の励みにもなっております。

【コロナ禍の中でもたくましく】

室生犀星の「ふるさとは遠きにありて思ふもの…」は、有名な詩で、故郷を偲ぶ思いに共感を覚える方も多いと思いますが、今のコロナ禍においても、改めて故郷への思いを強くされている方も多いのではと考えております。

全国の地方自治体は、人口減少という大変厳しい局面を迎えておりますが、このコロナの影響でむしろ、地方の価値が改めて見直されているものと感じております。

このような時勢だからこそ、ポストコロナ社会に向けた市の魅力発信と地域内外の連携強化は大変重要でありますし、ふるさと応援大使には、コロナを機とした市政運営に、更なる御支援と御協力をいただければ幸いと存じます。



「ゆかりのある方との繋がりを強くしよう!」

湯沢市ふるさと応援大使 高橋 純一

【大使を委嘱された経緯】

秋田県湯沢市ふるさと応援大使を拝命しております、高橋純一と申します。現在会社員をしながら「あきた・いざたん」というコミュニティーを運営しております。主に全国の秋田県出身者、秋田にゆかりのある居酒屋・飲食店を応援し、その場所を拠点にした秋田の新しいネットワークづくりをしていこうという活動です。



大使を拝命したきっかけは2018年になります。この年の1月よりこの活動を始めましたが、5月に帰郷する折、市長との面会の機会をいただきました。市内飲食店の情報につながるコードを埋め込んだのぼり旗を市長にお渡しし、ターミナル駅である湯沢駅に寄贈をさせていただきました。それがきっかけとなり、同年10月に市長からふるさと応援大使の委嘱をいただくことになりました。

【湯沢市との関わり、故郷への思いや期待】

湯沢市は生まれ故郷であり、両親や多くの親類が暮らしております。サクランボやセリなどの生鮮食品、日本酒をはじめとする多くの発酵食品が受け継がれている“食”のまちであり、歌人小野小町の出生・終焉の地である“びじん発祥”のまちです。

とても可能性多いまちではありますが、少子高齢化が否応なく進み、地域の活動もままならなくなっております。湯沢市から離れた出身者、あるいは親族との連携、湯沢市の“関係人口”をさらに増やしていく必要があります。こうした湯沢の魅力をさらに多くの方に知っていただくためにも、ふるさと応援大使のネットワークを更に活かしていただきたいと考えており、期待をしております。

【大使の活動・抱負】

大使の活動として特に昨年は同市出身者の居酒屋を訪問させていただき、東京で行われた湯沢市の物産展や関連イベントは時間の許す限り、ほぼすべて足を運ばさせていただきました。今年は湯沢の代表的な夏まつりである「湯沢七夕絵どうろうまつり」の中止を聞き、インターネット上で過去に撮られた写真を一同に掲載するオンライン写真展を開催。また、「ゆざわいいね! インスタグラム」を開設しました。SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）による情報発信だけではなく、多くの湯沢市在住者、湯沢市ファンを巻き込みながら一緒に湯沢の魅力的なヒト・モノ・コトを発掘し、写真投稿していこうという新しい試みです。そこに住む方のみならず、市外に暮らす同市出身者や湯沢市にゆかりのある方との絆・繋がりをさらに強くしていくことに、ふるさと応援大使として何らかの貢献が出来ればと考えております。

「湯沢市ふるさと応援大使」のデータ

■制度の発足：平成26年7月

■大使の人数：28名

■大使の活動：本市の美しい自然環境、豊かな歴史、文化、産業、観光及び特産品を全国に宣伝し、本市の知名度及びイメージの高揚を図るた

めの活動。

■大使に提供しているもの：

- ・湯沢市ふるさと応援大使使用名刺
- ・湯沢市広報誌

■制度の所管連絡先：湯沢市協働事業推進課

協働のまちづくり班 TEL. 0183-55-8249

ふるさと俳句きこう

紀行、寄稿

「語り部に聴き入る遠野月さやか」

「現るか河童遠野の月明かり」

3年前の9月の初め「遠野物語」で有名な遠野を訪れました。その折り、秋の夜空の美しい月に誘われるようにして作った拙句です。

夜は四季それぞれに特色がありますが、初秋の夜はとりわけ風情があり、くっきりと季節の変わり目を実感できます。

それで、芭蕉も「七夕や秋を定むる夜のはじめ」、「文月や六日も常の夜には似ず」と詠っています。

ご承知の通り、当時の陰暦と現在の太陽暦とは、40日程度のズレがありますから、

芭蕉が七夕（7月7日）、文月六日（7月6日）と上掲の句を読んだのは、現在に直すと8月末～9月初めの頃となります。

私が遠野に着いた夜、月明かりのもと、ボランティアの語り部がしみじみと語る「座敷わらし」の話を聴き入りました。

座敷わらしは、純な心を持った小さな子供にしか見えなく、座敷わらしがいる家には富と幸せが来ると言われています。

どんな姿なのか、純な少年時代をとっくの昔に卒業した私には、耳から入る情報だけを頼りに想像してみるしかありませんでしたが、それもまた楽しく、普段テレビの画像や携帯のインスタグラムに慣れている身には貴重な経験でした。

遠野の昔話には、カッパも良く出てきます。

そこで、翌朝、カッパ淵行きのバスに乗るため、駅に向かいました。

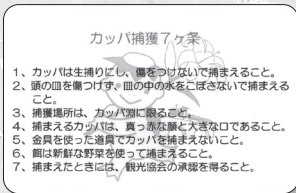
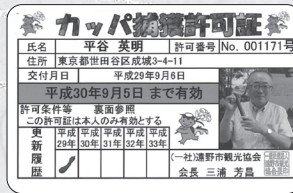
かすかに秋の冷気を含んだ空気が心地良く、道端のコスモスが風に揺れていました。

遠野は、遠野南部氏一万二千五百石の城下町で、街並みが奥床しい。

銘菓『明烏』の看板を掲げた老舗菓子舗も由緒ありげで、「明烏」という風流な、それでいて笑いの多い古典落語を思い出し、ちょっと楽しくなりました。

駅前の遠野市観光協会で、カッパの好物の胡瓜を手にした写真を撮影してもらい、それを貼付した『カッパ捕獲許可証』を交付してもらいました。

許可証の裏面には「傷をつけないで捕まえること。捕獲場所はカッパ淵に限ること。」など『カッパ捕獲7ヶ条』



が印字されており、これを見る限りでは捕まえることよりも、カッパと共生することに重点が置かれているようです。

バス停で降りて少し歩き、常堅寺という寺の境内を抜けたところが、目指すカッパ淵で、思っていたよりは川幅は小さいが流れが速い。また、兩岸の草が元々よく繁っているため、土手と川との境目が分かりにくい。特に、カッパ淵の辺りは深そうで、やはり、子ども達が水遊びするには危険なエリアのように思えました。

それで、古人がカッパ淵と名付けることで、近寄るとカッパに川に引っ張り込まれて危ないよと子供たちに警鐘をならしたというのが、何事も科学的に究明したがる近代合理主義精神に基づく解釈になるのかもしれませんが。

同様に、上流で大雨が降ってどんどんと祭りのような音がしている時は、カッパの祭の日なので、下流域は晴れていても、川に近づいてはならないなどのカッパ伝説があります。

もっとも、合理主義的解釈ばかりでは面白くないので、その夜、澄んだ空気の中で降るように見える星を眺めながら、今頃カッパ淵ではカッパたちが集って月見の宴を開いて楽しんでいるのだらうと想像の世界に遊んでみました。

すると、そこに。一陣の風が吹き、『風の又三郎』がやって来ました

『どっどど どどうど どどうど どどう
青いくるみも吹きとばせ
すっぱいかりんもふきとばせ
どっどど どどうど どどうど どどう』

これは、宮沢賢治の『風の又三郎』という童話の最初に出て来る詩で『どっどど どどうど どどうど どどう』というのは風の音です。

そう、翌日は『銀河鉄道の夜』のシーンを思わせるようなレトロな眼鏡橋（JR釜石線）を見て、さらに、少し足を延ばして花巻に出て、宮沢賢治記念館、イーハトーブ館、詩碑など宮沢賢治の世界に浸ってみよう――

そんな昔話と童話の世界にひたった遠野の旅でした。

（平谷 草央 日本作家クラブ会員）

俳句と紀行文のこのコーナーに是非、ご寄稿ください。

昨今、ブームとなっている俳句を使って、俳諧的風流の視点（単なるグルメ案内や、単なる名所案内でない）から地域の魅力を発見し、発信できればとの思いから、新しい企画として、『ふるさと俳句きこう（紀行、寄稿）』を始めることといたしました。

とりあえず、こんなものですよという例として、拙句、拙文を掲げました。こんな調子で、お気軽に俳句と紀行文をお送りいただければと存じます。会員の皆様のご投稿、ご寄稿をお待ちしています。



地域の魅力を発掘し、磨き上げ、 発信する手法

～淡路島の観光振興を題材に～

淡路島と言えば、（首都圏から）遠い、特産品の玉ねぎに代表されるように日常的すぎて、旅の醍醐味の非日常性に欠ける——といったイメージを持つ人も多い。そこで、こうした観光にとってはマイナスの思い込みを如何に打破し、さらに、淡路島の秘められた魅力を発掘し、磨き上げ、発信していくか？

この困難な課題に対して、グローバルに地域ブランドをプロデュースしている小松崎さんなら、どんな解を導き出すか？

その手法の一端を、次のように解説してもらいました。また、その直接の効果ではないが、最近パナソニックグループが本社機能を淡路島に移転すると発表し、話題となっています。

地方創生カンファレンス「Think淡路島」 “選ばれる観光地” になるための淡路島ブランディング

【観光マーケティングの専門家として淡路島へ】

淡路島のみなさんとの取り組みは2019年3月、観光庁の「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」専門家として派遣要請を受け、訪問させていただいたことか

らはじまりました。観光庁の専門家事業では、観光マーケティングの専門家として、現状把握をすべく現地に赴き、観光事業者のみなさまへのヒアリングとデータの分析等を通じて、地域の課題を明確化し、課題解決のための戦略策定をさせていただいています。淡路島での活動も、まずは現状の課題を正しく理解するところからのスタートとなりました。



淡路島での観光マーケティングセミナー 2019年3月1日開催



株式会社iNTO（イントウ）
代表取締役／観光ブランディングプロデューサー
小松崎 友子（こまつざき ともこ）

〒105-0013 東京都港区浜松町2-2-11 廣瀬ビル3階
TEL：03-5544-8674 / FAX：03-5544-8675
Email：info@in2jp.com 担当：伊藤

観光庁【観光地域づくり法人における外部専門人材登用に係るマッチング支援事業】専門家
農林水産省【令和2年度 農泊専門家派遣事業】専門家
観光庁【インバウンドの地方誘客促進のための専門人材派遣事業】専門家

【著者略歴】 広告代理店を経てPRプロデューサーとして独立。2010年株式会社iNTO（イントウ）を設立。日本の「旅」と「食」を日本国内および世界に発信するジャパンマーケティング事業をスタート。日本全国の自治体および企業のブランディングおよびマーケティングに関する課題の解決に取り組んでいる。
2017年9月千葉県鴨川市の魅力発信事業においてジャパン・ツーリズム・アワードメディア部門賞受賞
2019年6月「インバウンド・ビジネス戦略」（日経新聞出版社）共著にて出版

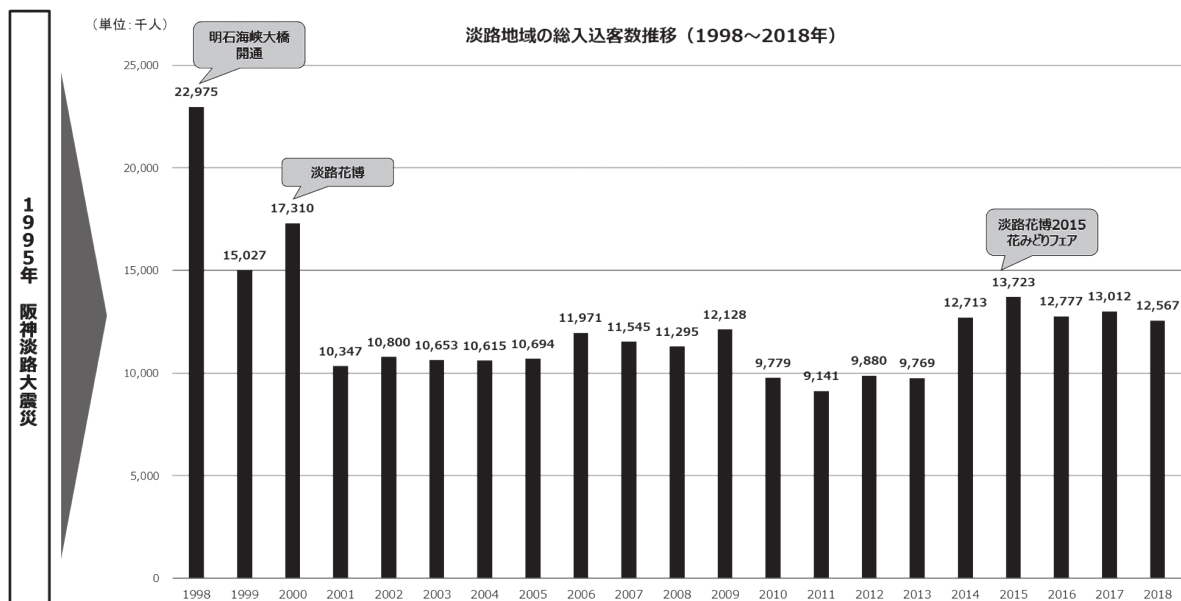
【東京から淡路島へ観光客を呼び込もう】

淡路島は、歴史・文化・豊かな自然といった豊富な観光資源を有しています。しかしながら、淡路島を訪れる観光客数は、1995年の阪神淡路大震災後、1998年の明石海峡大橋開通時をピークとして、2000年の淡路花博2015年の花みどりフェア開催時に若干の増加はあったものの、入れ込み数の低迷が続いている状況です。

淡路島への来訪者の約70%は京阪神からの日帰り客が中心であり、首都圏からの観光客はわずか5.7%のみです。さらに、メインのお客様である京阪神を含む大阪圏（大阪府、兵庫県、京都府、奈良県）の人口は、2000年から2018年にかけて約21万人減少しており、比例して淡路島への観光客数も減少していくことが予想さ

れます。対して、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）は、同時期に、約316万人もの人口が増加しています。

淡路島の観光事業者のみなさまへ実施したヒアリング調査からも、日帰り需要の高い近隣エリアからのお客様の獲得だけではなく、遠方から来られる宿泊需要の高いお客様の獲得をしていきたい、という声が多くあがりました。そこで、「首都圏から淡路島へお越しいただく宿泊客の獲得」という目標が決定し、目標達成のため、淡路市商工会観光部会のみなさまと共に、「地域内連携による【淡路島ブランド】着地型旅行造成プロジェクト」を立ち上げ、2019年6月からスタートさせることとなったのです。



出典：兵庫県観光客動態調査結果に基づき作成

【「選ばれる観光地」になるためにすべきこと】

首都圏からのお客様を増やしていくために必要なことは何か探るため、淡路島へ行ったことがない首都圏在住者に対してヒアリング調査を実施しました。なぜ、淡路島へ行っていないのか、様々な切り口から調査をさせていただいた結果、「具体的に何があるのかわからない」ということが最も大きな理由であることがわかりました。

合わせて、「どうやって行くのかわからない」「ものすごく遠いイメージがある」といった理由もあげられました。

アクセスについてはシンプルに、淡路島は思っているよりも遠い旅行先ではなく、羽田空港から神戸空港という空の便を活用し、その後高速バスでの移動をすることで、最短3時間程度で移動することができるのだという情報を、首都圏へ発信し知っていただくことで解決ができます。

一方、「何があるのかわからない」という現状を打破するためには、ひとつひとつの観光コンテンツの磨き上げをして情報発信していくことはもちろん、ほかのエリアにはない、独自のブランドを確立しなければなりません。

日本各地にたくさんの観光地がある中で、「時間とお金をかけてどうしても淡路島に行きたい」と思う「選ばれる観光地」にならなければ課題の解決にはつながらないのです。

淡路島ブランド確立のため、既存の観光コンテンツについて、それぞれの特徴と魅力、アクセス方法、お客様の分析等の調査を実施しました。また、その観光コンテンツが、都会の人たちにとってどのような価値を提供できるのか、都会の人のライフスタイルや現在のニーズ、トレンド等を踏まえた上で、都会の人の中でも特にどの層にアプローチすべきか、ターゲットの選定を進めていきました。並行して、「都会の人が旅に求めること」は何なのか、ほかの地域では体験できない「淡路島だからこそできること」は何なのか、観光事業者のみなさんとディスカッションを重ねました。そんな中で、ようやく糸口がみつかったのです。

【淡路島は“リトリート”の島】

いまライフスタイルや旅などを扱うメディアでは、「リトリート」という考え方が注目されています。「リトリート」とは、そもそもは逃避や避難するといった意味をもっていますが、そこから派生して仕事や家庭のことなど、日常生活からいったん離れる時間を持つことで、心身をリセットしポジティブに日常生活を再スタートするという、いわゆる「転地療法」の意味で使われています。

ストレスをコントロールするために効果的な4つのRという考え方があり、リトリートはその中のひとつで、リゾート地などいつもとは違う非日常の空間で、日常と離れて自分と向き合ったり、新たな体験をすることで、気分転換をしたり、休養をとって新たな活力を得ることを指します。

ストレスをコントロールするために効果的な4つのR

Rest (レスト)

肉体の疲労を取り除く「休憩」

Recreation (レクリエーション)

遊びや娯楽を通して気分転換を図ること

Relaxation (リラクゼーション)

強い身心の緊張をひととき緩めること

Retreat (リトリート)

普段いる場所から物理的に距離を取ることで仕事の疲れを癒す

リトリートをする際、効果的なのは温泉と豊かな自然とのふれあいです。豊かな自然や温泉に五感が心地よく刺激されるので、溜まったストレスを洗い流してくれるのです。また、体が喜ぶ栄養価の高い食事にも欠かせません。自然に育てられたミネラル豊富なオーガニックな食材も、毎日忙しく過ごしている都会の女性たちに求められています。さらに、リトリートでよく取り入れられるのが自然の中でのヨガや瞑想です。青い空や山や海を眺めながらのヨガや瞑想は、最高のリラクゼーションであり、同時に自分の内面を見つめ、自分と向き合う時間となります。

情報過多の現代人にとって、日常から完全にシャットアウトをして、自分自身の内面と向き合う時間を持つことが、とても大切なことです。神社やパワースポットめぐりがここ数年人気を増していることにもつながっていると言えます。

このようなトレンドがあることを踏まえて、淡路島が何をお客様に提供できるのか、観光コンテンツの棚卸と整理をした結果、淡路島はこの“リトリート”をする場としてのコンテンツが豊富にあることがわかりました。

豊かな自然と温泉、ミネラル豊富なオーガニックな食材の数々、空と海と花々が同時に楽しめる恵まれた環境、由緒正しい歴史ある伊弉諾神宮、さらに、生産量日本一というお香も、いま30代から40代の女性を中心に、アロマオイルに続く新たな癒しのアイテムとして注目されています。





地方創生カンファレンス「Think淡路島」にてはじめのご挨拶をする淡路市商工会観光部会米山会長（2019年12月13日）



地方創生カンファレンス「Think淡路島」にて淡路島の魅力を語る篠原哲雄監督（2019年12月13日）

これらの情報を踏まえて、メインのターゲットを「都会で働く30代から40代の女性」と設定し、さらにキーワードを「リトリート」としてブランドの方向性を決定づけていくこととなりました。そして、それらを発表するためのイベント「Think淡路島」を2019年12月、東京にて開催することになったのです。

【地方創生カンファレンス「Think淡路島」】

2019年12月13日「Think淡路島」当日、東京にいらっしゃる淡路島・兵庫県・地方創生・観光等の業界でご活躍の皆様にお集まりいただきました。

プレゼンターには、淡路市商工会観光部会やプロジェクトメンバーのほか、ゲストとして、オール淡路島ロケ映画「種まく旅人」（2015年公開）の篠原哲雄監督と、ヨガインストラクターで淡路島ファンでいらっしゃるリーさんにお越しいただき、それぞれ淡路島の魅力を語っていただきました。

私からはブランディングプロデューサーとして、約半年をかけて実施してきた調査と活動のご報告をするとともに、決定した「淡路島だからできる3つのこと」、つまり淡路島の3つのブランドコンセプトを発表させていただきました。

淡路島だからできる3つのこと

- ① 山のめぐみと海のめぐみ
ー淡路島のSDGsなライフスタイルー
- ② はじまりの島
ー古事記・日本書紀からみる淡路島ー
- ③ 島リトリート
ーヨガ・瞑想・心と体のデトックスー

「山のめぐみと海のめぐみ」

四方を海に囲まれた淡路島だからこそその豊かな土壌が育てるミネラル豊富な野菜、海流・気候条件により得られる豊かな海産物など、淡路島だからこそ育むことができる「食」を淡路島に訪れる人たちに提供すること。そしてSDGs（Sustainable Development Goals）＝持続可能な開発目標の中で、特に「海の豊かさを守ろう」「陸の豊かさを守ろう」の2つの目標について体験できるようなプログラムの開発等を行っていく。

「はじまりの島」

今年編纂1300年記念である『日本書紀』の冒頭「国生み神話」にて日本で一番最初にできたとされる淡路島。伊弉諾神宮は、「歴女（れきじょ）」と言われる女性たちから一生に一度は必ず訪れたい、と言われることも多く、古事記・日本書紀などの日本の歴史と共に、これまでの自分の成り立ちを振り返ることができる、自己と向き合う時間を持つことができるコンテンツを開発していく。

「島リトリート」

青い空と海と花々と一体になった自然の中でヨガ・瞑想ができ、心と体のデトックスをすることでパワーをチャージできる、そのような場を開発・提供していく。

【ポストコロナ時代に向けて】

今年度は、決定したブランドコンセプトに則って、観光コンテンツの磨き上げと新たなコンテンツの開発をするとともに、首都圏に向けた情報発信を本格的に展開していきます。

感染症の拡大により観光マーケットが大きく打撃を受けました。しかしながら、豊かな人生を送るために、人が「旅」をやめてしまうことは決まないと確信しています。来年以降のV字回復に向け、これまでの経験と知識と感性を最大限に活かし、日本の新たな未来に向けて邁進します。

弁護士の視点からの地域おこし

外国人による土地取得の問題性

本稿では、最近問題になっている、外国人による土地取得の問題性を喚起したいと思います。ちょっと堅苦しいテーマですが、宜しくお付き合い下さい。

1 (地方) なぜ、日本の土地所有者は外国人に所有不動産を売却するのか？

ここ数年、北海道とか富士山の裾野とかの広大な土地が外国人に買い漁られているというのは周知の事実ですよ。これは、誠に残念ながら、「国の怠慢」ということではないか？所有者とすれば決して「外国人に売りたい」とは思っていない筈ですね。止む無く先祖伝来の土地を手放さざるを得ない場合、できれば国に買い取って貰うか、国が補助金を足してあげて日本人に買ってもらいたい、と考えているところ、国がそれに沿った施策をとらないので、自分たちの生活を維持する為、苦渋の選択として、外国人に売却せざるを得ないということではないのか？その結果、実に大事な環境資源が日本国のコントロール下から抜け落ちて行くというのが恐ろしい。

2 (都会) 昨今のコロナ禍の影響は？

コロナ騒動を機に、オンライン会議などの普及により企業としてはこれまでの営業所をこれまでどおりの規模で維持する必要性は少なくなる、というのが常態化しそうです。

そうすると、例えば、東京を中心とする都会でもオフィ

スビル自体の需要が少なくなり、行き着くところオフィスビルの空洞化が進み、それが、外国人が“ただ同然”というか“激安値”で買い取るということにもなりかねません(既に、都内のサラリーマンが東京離れして田舎で生活しようとしています)。それは、結局、“外国人によるオフィスビルの商業的利用”という範囲を超えて“日本国自体の買収・占拠”という恐ろしいことにも繋がるのが心配されます。聞き及ぶところ、既に経営が芳しくなくなった旅館を日本国における代理人を介して外国人が買い漁る現状にある、という新聞報道がありました。

こうなると、地方のみならず都市部も外国に侵食されることになり、日本国の統治権が及ばなくなることにもなり兼ねません。即ち、“統治権”というのは、政治が安定しているときに“わずかな”異分子が外から侵入してきたときにそれを排除する権限のことだと私は捉えています。しかし、その“異分子”が“わずかな”存在でなくなったら“統治権”というものの自体が絵に描いた餅になるのです。結局、政治は力関係なのだから、それは当たり前のことです。

3 さて、上記を踏まえて、“国防”という観点から国はどうすべきか？

①現今、安倍政権が唱えていた“憲法改正”という“形式的な目標”は一旦ペンディングにして、“国土の保全”ということを優先すべきでしょう。物事には順序というものがあります。“足元”を整えてから、次に“憲法改正”という“雛壇構築”に着手すべきでしょう。国際法上は、



玉木賢明法律事務所 所長
弁護士 玉木 賢明

《著者略歴》
玉木 賢明

長崎県諫早市生まれ、平成元年弁護士登録。
現在、東京都新宿区四谷にて、玉木賢明法律事務所経営。
「空き家対策の処方箋」(日本地域社会研究所発行)、「庶民派弁護士が読み解く法律の生まれ方」(日本地域社会研究所発行) など著書多数。
また、「一般社団法人全国空き家相談士協会」副会長も務めている。

160-0004 東京都新宿区四谷1-9 有明家ビル3階
TEL 03 (3358) 1510 FAX 03 (3358) 1522
e-mail: tamaki.law@aurora.ocn.ne.jp

【過去に取り扱った業務】

- ・知的財産権
(特許権・著作権・商標権・意匠権等)
- ・国際契約周辺事務
- ・独禁法事務
- ・民・商事トラブルの訴訟事務一般

他国との関係ではお互いの待遇を平等にする相互主義というものがあります。

それなのに、なぜ、国はこんな簡単なことを弁えず、外国人の土地取得についての規制法を作ろうとしないのか。“合理的”な内容で規制法を作れば良いと思います。

②因みに、中国は外国人による土地取得を認めず、外国企業には国土を賃貸するという制度をとっているようです。

頗る現実的で賢明な方策だと思いますね。要するに、外国人に“買わせる必要はない”、ということです。つまり、我が国も“そろそろ”それを見習って良いのではないか。「使用するの構わんが、買うことはマカリナラン!!」という法律を作っても文句を言われる筋合いはない!!そもそも、国内の財産を外国に開放する義理は全くないのだから。中国の良いところは太いに見倣いましょう。それは勿論、“知的財産権”の侵害にも当たりません。

日本国を大事に思うのであれば、きちんとしなければならぬ。煎じ詰めると今の政権は、“外国”を恐れて“気兼ね”しているとしか思えません。政治というのは国益

を考えてキチンと襟を正すことでしょう。“風見鶏”では周辺国にバカにされるだけでしょう。国がやらないのであれば法律が禁止していない以上、心ある自治体が条例で外国人による土地取得を規制することも不可能ではないと思います（条例に対しては「法律優位の原則」というのがありますが、法律が“禁止”していない以上、その原則には反しないだろうということです）。むしろ、今はそういう運気の盛り上がりをもって自治体が国政に働きかける時代かも知れません。



● 編集子から ●

玉木弁護士から思い切った提案をいただきました。

従来から、外国資本によるわが国の土地取得は問題視されており、「水源地周辺の土地が外国資本に買い占められたけれど大丈夫でしょうか」「原子炉周辺の土地が外国資本に買い占められたが、有事の際危なくないでしょうか」という自治体職員の声もよく耳にします。

こうした地方からの声や国民の懸念を受けて、国において外国人の土地取得の規制についての検討が始まりました（令和2年1月21日日経新聞など）。

外国人について国民と異なる取り扱いをする法制度は、どの国にもあることで、外国人には選挙権、被選挙権を認めないなどの例です。

また、わが国の憲法も、条文によって「何人も」「すべて国民は」と使い分けることで、外国人と国民との権利に違いがあることを明言しています。

こうしたことを前提にすると、外国人に国民と異なる規制をすることは可能ですが、外国人の土地取得について規制する場合には、憲法との整合性の

チェック、公的資金を投入する場合は財源確保の問題、経済面で外国との相互依存度が高くなっているグローバル時代における経済への影響、ダミー取引の防止といった実効性の担保の問題など検討しなければならない課題も多々あると思われます。

また、『空家等の適正な管理に関する条例』が『空家等対策の推進に関する特別措置法』の制定につながったように、自治体の条例が先鞭をつける形で国の法律制定を促すような提言もあります。

水源地保全条例のように、住民の安全に関する観点からなら条例で規制することもできますが、規制の趣旨が国や国民の安全を守るという場合には、国の立法措置が本筋と思われます。

こうした様々な課題をご承知の上で、なおもそれらを乗り越えて、玉木弁護士は「ゴルディアスの結び目」を切るような判断も必要であると提言されているように見受けられます。

いずれにいたしましても、この問題は重要かつ喫緊の課題ですので、活発な議論のもと、論理的、多面的な検討が進むことが望まれます。



世界で活躍する ふるさと大使

僕が茨城県観光大使になってから、はや数年がたちました。

今現在では、いばらき大使に加え地元の水郷いたこ大使、釣り業界では日本ゲームフィッシュ協会（JGFA）でもアンバサダーを務めさせていただいています。

僕にとっての大使の仕事というのは、釣りを通じてその土地の魅力を雑誌やテレビ、インターネット、SNSで全国、全世界に向けて発信していく事だと考えています。

最近では特にインターネットに力を入れています。

DMM.comのオンラインサロンでは釣り大学の学長を務め、FacebookやYouTubeで毎日のように全国のファンと交流しています。

そして、何十年も続けているテレビのロケでは地元の観光や、美味しい食べ物、文化などを絡めて紹介するスタイルをとっています。

僕は日本列島北は北海道から南は与那国島まであらゆる場所に釣行し、現在はコロナの影響で行けませんが、世界中釣りで飛び回る日々を送っています。

アジア圏ではセミナーの講師、釣りのデモンストレーターとして年に何回も呼ばれることも多々あります。

僕がそうして色んな所で活躍することで潮来や、茨城県、そして日本がもっともっと注目されるきっかけになれば良いなと思っています。

その様に世界を飛び回っていると世界と日本の違いについて強く感じる事があります。

それは、日本は清潔で安全で民度も高く間違いなく先

進国ではあるのですが、釣りを取り巻く環境では間違いなく後進国であるということなのです。

釣りはとても素晴らしい趣味で、優れたレジャー文化だと思います。老若男女楽しめて、奥が深く、感動があり、人生を豊かにしてくれる最高の趣味、それが釣りです。

しかし、その釣り、レジャー産業がアメリカやヨーロッパ、オセアニアの各国に比べて非常に立ち後れているのが現状です。

先進国では、趣味の釣りはライセンス制となっています。

ライセンス制と聞くと、なにやらかたっ苦しく不自由なイメージが湧く方も居るかも知れませんが、実はこのライセンス制があることで、釣り場環境は整備され、魚たち資源も守られ、そして釣りを楽しむ人達も地域も多大な恩恵を得ているのです。

具体的にお話ししますと、ライセンスは国や州単位で分けられていて現地でライセンスを購入してはじめて釣りをすることが許されます。

釣った魚を何匹までキープ（持って帰って）して良いか？キープして良いサイズやしてはいけない釣り方までしっかりとライセンスブックに規定されています。

たとえば、カナダのキングサーモン！誰もが憧れる魚です。

このキングサーモンはもちろんライセンス制で、1年間に一人の釣り人が釣り上げて良いのはたった4匹だけで、その年遡上してくる魚が少なければ3匹までとなる年もあります。



キングサーモン 2008年 アラスカ



ブラックバス 2005年 メキシコ

もし、4匹以上キープしているのが見つければ、即逮捕！取り調べで何日か拘置所にお泊まりさせられた上に、罰金に加えて釣り場に乗ってきた車や、使用したボートまで没収され、家宅捜査されて釣り具も没収という厳しさです。

この様な厳しいライセンス制ですが、それと引き換えに、釣り場のインフラは素晴らしく整備され、施設も無料で開放されていたり、清掃員もいますのでゴミなど一つも落ちていません。

なぜか？それは、ライセンス制で徴集されたお金がしっかり還元されているからです。

地元雇用を生み、整備された環境はさらに多くの釣り人を呼びます。

また釣り人が増えすぎる時はライセンスの数やルールで制限でき、持続可能な釣り環境が維持できるのです。

先進国では、ルールを守って全ての釣り人が快適に安全に釣りを楽しむ環境がライセンス制によって保たれているのです。

つまり、釣りをする権利と、守るべき義務、そして持続可能な自然環境があるのです。

では、ライセンス制の無い日本ではどうでしょう？

釣り人は、漁師さんに遠慮しつつ？勝手にやって来て勝手に好きなだけ釣って帰るだけです。

ゴミを捨てる場所も、捨てられたゴミの処理も整備されていない事が多いです。

そのため、トラブルも発生しがちです。

そのあげくに釣り禁止！になる釣り場が絶えません。

地元も潤うことはありません。

民間のマリーナを利用するにはとてもお金がかかり、庶民には高嶺の花です。

このような状態で、世界に誇れるような文化は育ちません。自然も守れません。

これが、日本が釣りやレジャーの後進国であるという意味です。

ですので、僕は、観光をうたうのであれば、日本もレ



セイルフィッシュ
2017年 マレーシア

ジャー先進国を目指さなければならないと考えています。

そうすることで、僕も大使として胸を張って世界にこの茨城の釣りの素晴らしさ、日本の釣りの素晴らしさを伝えていけると思うのです。

この文章が少しでも考えるきっかけになってくれると嬉しいです。

僕は以前、霞ヶ浦北浦湖面調整委員会副会長を務め霞ヶ浦の湖面利用について意見を出したり調整したりという仕事もしていましたので、これを読んだ行政関係の方が、ライセンス制に興味を持っていただけたら、喜んで協力したいと考えています。

いつまでも、ここ水郷潮来で、茨城で釣りが楽しめ、地元が元気になれるように！

村田 基（いばらき大使、水郷いたこ大使）



クロマグロ 2013年 カナダ



クエ 2015年 玄界灘

事務局より

このたび、全国ふるさと大使連絡会議 事務局長を拝命しました甲斐功一と申します。

約5年前に私個人の業務が繁多になり、やむなく事務局長を退任させていただきました。

ちょうど業務にめどがついたなと感じている時に、復帰のお話を頂き、ご縁というものを感じております。

会が楽しく、面白くなる事で、多くの方に参加頂き、会が発展する事で、ふるさと発展に貢献できるような、全国ふるさと大使連絡会議を目指して、しっかり後方支援に顔晴(がんば)らして頂きます。

つきましては事務局を下記に移転させて頂きます。

〒136-0071 東京都江東区亀戸7-65-20
全国ふるさと大使連絡会議
Tel : 03-3684-0488
Fax : 03-3684-6800
Mail : furusatotaishi@gotochi.biz



事務局長 甲斐功一よりご提案

私は現在、地方活性化に取り組んでいます。その原点が「住んでいる人が健康で元氣である事」と定義して、健康になるには?を勉強してきました。そして「人間はのどから弱っていく」という事を知りました。

全国ふるさと大使連絡会議のひとつの取り組みとして「音読の会」がやれたらいいかな?と。聞くところによると、上皇様と上皇后様は、ご朝食後、お二人で音読される習慣がおりとの事。コロナ禍で声を出す機会の減少をカバーできるかな?とも考えての事です。

会に所属しておられる声を発する(歌も含めて)専門家の方に主導して頂き、練習会などをしながら、会合での発表会などで精度を高め、徐々に膨らませて、各地のふるさとに持ち込み、ふるさとの方々の健康にお役に立てたら?と。そして、ふるさとからうちでやってくれと招待されるような「音読の会」を創れたら、と願っています。

まずは、会員様が楽しく、面白がって頂き、少しでも健康に貢献したい!を目標にしたいと。

全国ふるさと大使連絡会議の概要

(2020年9月末現在)

- 設立年月 1996年8月8日
- 目的 各地において制度化され、委嘱されている「ふるさと大使」および「委嘱者」相互の情報交換・交流・連携を図り、全国のふるさと・地域の活性化に貢献することを目的とし、その達成のために各種の事業を行うものとする
- 会員の資格
 - ①ふるさと大使
 - ②ふるさと大使委嘱団体関係者
 - ③ふるさとを愛する人々等
- 会費 所定の会費(3,000円以上、団体会員は10,000円)もしくは相応の貢献寄与をしなければならない

2020年9月末現在の会員構成

大使会員	109名
団体会員	21団体
一般会員	143名
合計	272名

確認された大使制度

(2019年10月現在)

県知事が委嘱	44団体	90制度
市長村長が委嘱	630団体	731制度
諸団体等の長が委嘱	147団体	150制度
合計	821団体	971制度

年会費納入のお願い

年会費は個人会員3,000円以上(3,000円以上大歓迎)、特別会員5,000円、団体会員は10,000円です。2020年度会費の納入をよろしくお願いいたします。

*郵便振替

加入者名一全国ふるさと大使連絡会議 口座番号: 00190-7-149658

*郵便振込

店名一038 普通7211051 口座名: 全国ふるさと大使連絡会議

*銀行振込

三菱UFJ銀行 亀戸支店 普通0173146 口座名: 全国ふるさと大使連絡会議

編集後記

1年前には、これ程の脅威になるとは予見できなかったコロナ禍が世界を覆い、人々の暮らしに暗い影を投げかけています。

特に、地方にとっては、交流機会の減少に伴う地域経済への影響など大変な時代となっています。

こうしたwithコロナの中であって、ウェブ会議、e-commerce など新しいタイプのビジネスモデルで活躍されている5名の方から原稿をいただきました。

「美人といで湯のまち」湯沢市の鈴木市長から、ポストコロナ時代に向けた情報発信、高橋ふるさと応援大使から「湯沢七夕絵とうろうまつり」のオンライン写真展の開催

withコロナ時代だからこそその地方の利点を生かし、地域のブランドを世界にプロモーションしている小松崎さんから、淡路島を例に地域のブランドを発掘し、磨き上げ、発信する手法

お酒好きで気さくで法律を分かりやすく解説される玉木弁護士から、withコロナ時代における土地や事務所の外国人の取得に関する新法の必要性についてのご提言

世界の漁場を良く知っている村田さんから、その貴重な魚の写真とともに、withコロナ時代の情報発信の方法と併せ、ライセンス制の必要性についてのご提言

などをいただきました。

どうもありがとうございます。

また、今回新たに、「ふるさと俳句きこう(紀行、寄稿)」のコーナーを始めました。

みな様の積極的なご投稿をお待ちしています。

ふるさと大使かわら版 2020年10月1日—令和2年秋季号—(通巻96号)

◇発行: 全国ふるさと大使連絡会議(代表=平谷英明) ◇編集責任者: 平谷 英明

◇事務局: 〒136-0071 東京都江東区亀戸7-65-20 全国ふるさと大使連絡会議

TEL: 03-3684-0488 FAX: 03-3684-6800 Email: furusatotaishi@gotochi.biz

URL: <http://www.furusatotaishi.com>

