

いばきた

デザイン
プロジェクト

IBA-KITA
DESIGN
PROJECT



茨木市

茨木市 都市整備部 北部整備推進課

〒567-8505 茨木市駅前三丁目8-13

電話：072 (620) 1609

ファックス：072 (620) 1730

メール：hokubuseibi@city.ibaraki.lg.jp



次なる
茨木へ。

2018/4 — 2019/3

de 愛・ほっこり見山の郷 編



茨木市北部地域の 課題解決を目指して。

茨木市は、大阪市や京都市へアクセスしやすく、大学・高校をはじめとする教育機関、ショッピングモール、商店街、飲食店などの商業施設も充実していることから、関西圏の中でも「住みよいまち」「利便性の高いベッドタウン」として評価が高く、茨木市全体の人口推移は毎年増加傾向にあります。一方、北部山間地では、若者を中心とする人口流出と農林業従事者の高齢化により、産業や環境保全の停滞が続いています。特に問題となっているのが、山間地の「深刻な過疎化」です。茨木市の全面積の約半分が山間地にあたりますが、市街地の人口に対して約1%という統計もあります。

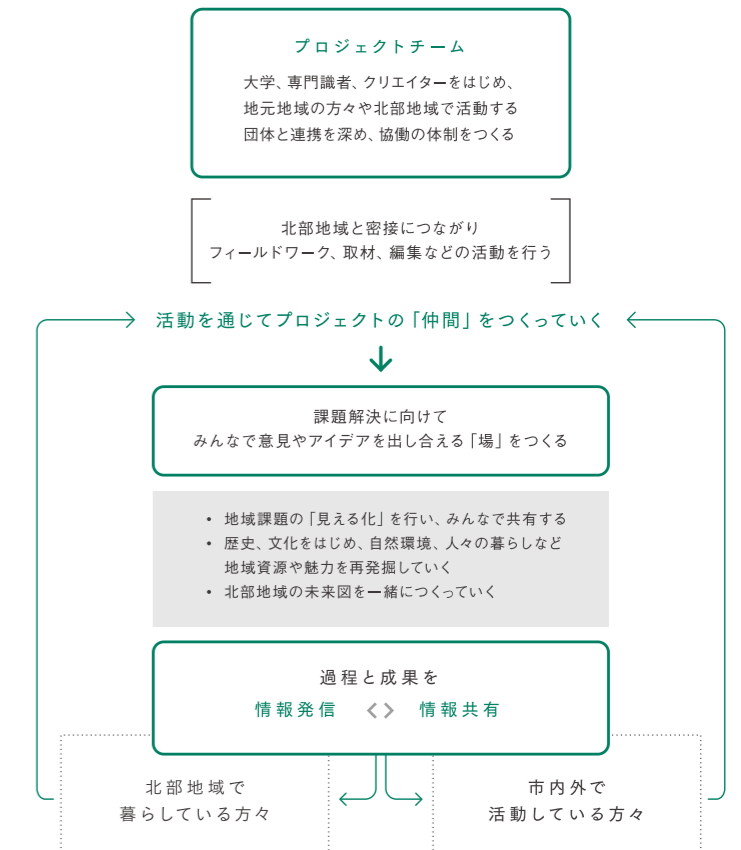
いばきたデザインプロジェクトでは、このような課題解決に向けて、地元で暮らしているの方々をはじめ、市内外のさまざまな人たちが北部地域に関心を持ち、みんなで考え、一緒に取り組んでいくことができるフィールドを創出していきます。

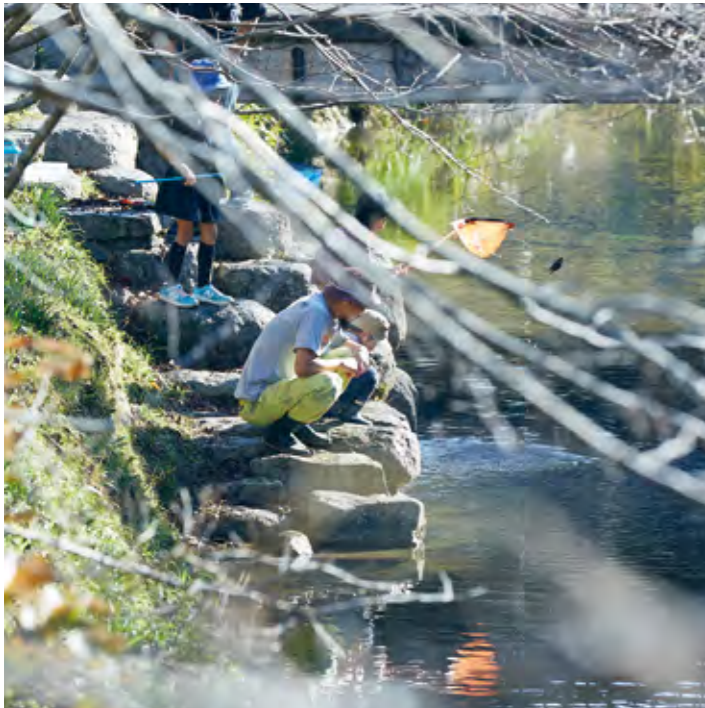
行政と地元の方々との連携、多分野の人たちとの協働を推進させ、みんなと一緒に課題解決へと向かっていきたい。

茨木市北部地域の課題解決に向けた取組みを円滑に推進させ、着実に成果へとつなげていくためには、地元で暮らす方々と行政との親密な連携や、地域づくりに関心の高い多分野の人たちとの協働の体制づくりが重要です。いばきたデザインプロジェクトでは、これらの三者が、しっかりとチームを組み、地域資源や魅力の掘り起こしをはじめ、フィールドワークによるデータベース化、情報の可視化と発信、ネットワーク構築を行っていきます。そのプロセスで得られたノウハウを最大限に活かし、さまざまな人たちが使いこなすことができる「新しい仕組み」をデザインしていくことを目的としています。さらに、プロジェクトの活動が市内外の多くの方々に伝わり「参加することが楽しい!」「関係を持つことが楽しい!」と感じていただけるフィールドづくりを実践し、活動人口の拡大に寄与していきたいと考えています。

いばきたデザインプロジェクトは、2018～2020年度の3年間を実践期間としており、期末ごとに冊子を発行します。本冊子は2018年度版にあたり、「de愛・ほっこり 見山の郷」を対象とした課題共有、活動の過程や成果を編集したものです。

課題解決に向けた「仕組み」をデザインする。





さまざまな活動を積極的に実践し、
北部地域の交流拠点としての役割を果たしていく。

標高510m 竜王山の北麓。美しい田園風景に包まれた「長谷」の地に、茨木産のお米や野菜、特産加工食品や料理を提供する「de愛・ほっこり見山の郷」があります。採れたての新鮮な食材を求めて多くの人々が訪れ、北部地域の集客スポットとして広く認知されています。さらに、地元の農家たちで支え合う農事組合法人によって運営される見山の郷では、茨木における農業の普及をはじめ、地元地域の活性化、市街地の方々との交流拠点としての役割を担い、日々、さまざまな活動を積極的に実践しています。



農事組合法人見山の郷交流施設組合
代表理事
原田 忠節さん

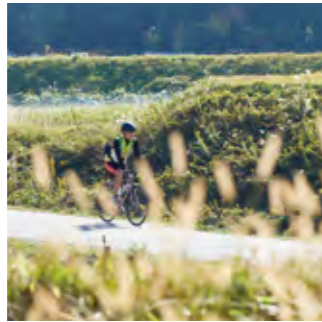
茨木の農業を次代に継承し、
「新しい見山の郷」を実現させたい。

地元で採れた野菜やお米を直売する施設「de愛・ほっこり見山の郷」が設立されて17年目になります。地理的に旧見山村の中心部にあたるといことから、長谷の地が選ばれました。構想の段階から、地元で農業を営む方々にとって、あらゆる面で「拠点」としての役割を担っていると言えます。生産者の流通チャネルであることは勿論、農作物の美味しさを広く普及させていくこと、里山の素晴らしさを市街地の方々に体感していただくこと。さらに、特産品・加工品の開発やイベント開催を通じての話題提供など、さまざまな実践の場でもあります。私は8年前に、代表理事に就任しました。現在の課題は、やはり組合員の担い手不足。北部地域の大半は市街化調整区域なので、若い人が農業をはじめたいと思っても、住居の確保が困難な状況です。行政、地域の人たち、市内外の有識者の方々と一体になって、アイデアや意見を出し合い、現状を打開する仕組みづくりに取り組んでいき、課題解決を目指していかなければなりません。私たちのアクションが、生産者の支えにつながり、茨木の農業を次代に継承していく。そして、若者がリードする「新しい見山の郷」を実現させたいと考えています。

(はらだ ただのり)
下音羽生まれ。民間企業を定年退職し2003年9月見山の郷に店長として勤務、2011年8月より代表理事を務める。自らも農家として、水稲を中心に農業を営む。



見山の郷へは、市街地から車で約30分。
豊富な自然が広がるロケーションで
「おいしい」「楽しい」「美しい」を体験することができる。



■ 地元農家が栽培した新鮮な農作物を直売。

豊かな自然ときれいな水に恵まれて育ったお米や野菜、花き類やしいたけなど、採れたての新鮮な農作物を直売。標高300～450mの山間地に位置し、平地より気温が2～3度低く、昼夜の寒暖差が大きいため、特産物「赤紫蘇」をはじめとする美味しい高原野菜を多く提供しています。「手間暇をかけることが最良の品質を生み出す原点」という考えのもと、化学肥料や農薬をできるだけ使わない安心・安全な栽培に努めています。

■ 美しい田園風景が広がるロケーション。

市街地から車で約30分。見山の郷周辺には、竜王山をはじめとする山々、下音羽川のせせらぎに包まれた自然環境が広がっています。少し足を延ばせば、長谷の見事な棚田、特産物の赤紫蘇、美しい紫陽花畑、史跡が残るキリシタン自然歩道など、豊かな自然を存分に堪能することができます。

■ 長く愛され続ける、さまざまな特産加工食品。

【龍王味噌】

見山のお米・大豆・麴・塩のみでつくる「龍王味噌」は、約40年前に地元農家の女性たちが試行錯誤の末に完成させた自慢の特産品。毎年10月末から翌年3月にかけて14トン限定で製造しています。リピートされるお客様も多い人気商品のひとつ。また、龍王味噌は茨木市全小学校の給食のおみそ汁に使われています。

【de愛豆腐】

豆腐の主原料である大豆を見山産にこだわり、契約栽培の「さちゆたか」のみを使用。大豆の水分量を安定させるために1年間熟成させます。日々変化する気温や水温に合わせて、豆乳の濃度や分量を調整し、消泡剤を加えない昔ながらの伝統製法。創業当初からのロングセラー商品です。

【米粉パン】

小麦粉の代わりに米の粉（小麦グルテン含む）でつくった「米粉パン」は、地元で採れるお米を粉にして、一つひとつ丁寧に焼き上げた見山の郷の特産品。外はパリッと中はもちもちの食感で噛めば噛むほどお米の甘さがでます。モーニングセットを楽しみに来られる方など、ファンの多い一品です。

【赤紫蘇サイダー】

昼夜の寒暖差が大きいため色鮮やかに育つ見山特産の赤紫蘇を使用してつくられる「赤紫蘇サイダー」。独特の喉ごしと清涼感、美しいパッケージデザインで、多くの人たちに支持されているヒット商品です。

【手づくりジェラート】

豆乳と牛乳をベースに、地元で採れる旬の野菜や果実などをふんだんに使った手づくりジェラート。素材本来の味わいを活かしたり、着色料などは一切使用していません。季節ごとに変わる多彩なラインナップで、たくさんの方々に愛され続けている特産品です。



■ 「茶店」は、北部地域の憩いの場。

茶店では、地元で採れたお米や野菜を使った手づくり料理を楽しむことができます。旬の素材を活かした素朴で美味しいメニューの数々。美しい田園風景を楽しみながら、ゆったりとした時間を過ごすための「おもてなし」を大切にしています。茨木の農業を知っていただき、市内外の方々と北部地域をつなぐ「出会いの場」として活用されています。

■ 年間を通じて多彩な「お祭り」や「イベント」を開催。

見山の郷では、季節や催事に合わせたイベントを開催しています。収穫祭をはじめ、農場体験、加工品づくり、ひな祭りや子ども祭りなど、多彩なメニューを用意して、都会の人たちへの話題提供・情報発信と地元地域の活性化を目指しています。





見山の郷×摂南大学

見山の郷と摂南大学経営学部がコラボレーションし、一緒に「新たな価値創出」を目指していく。

いばきたデザインプロジェクトでは、摂南大学経営学部による「見山の郷・ブランドマネジメント」をスタートさせました。課題解決に向けたマーケティング、運営計画、商品開発、プロモーションなどの活動をサポートしていきます。2018年度は、採れたての野菜・果実を使った「コールドプレスジュース」の実演・試飲会、新しい年を盛り上げる「新年もちつき大会」を実施しました。市内外の人たちをはじめ、地域の方々への話題提供、情報発信につなげていきます。今後は、さらに課題共有を深め、見山の郷の「新たな価値創出」を目指していきたいと考えています。





摂南大学経営学部の学生たちが、見山の郷を元気に活性化させる。

人との関わり合いがマーケティングに直結することを体感しました。地域の方と関わる機会をつくり客層を知ることが、ターゲティングの第一歩だと学びました。人は未知のものには不信感を抱きます。コールドプレスジュースの試飲会の時も、最初、お客様は不思議そうにしていたのですが、私達が一声かけて説明することで興味を持ってくださいました。このように人と人が関わり合う機会をつくるのが活性化には大切だとわかりました。

●合尾 ほのか

活動するまでは、教科書や自分の思い込みだけでうまくいくだろうと思っていました。実際にやってみると、何よりも、地元の方からの信用を得ることが大切だと痛感しました。実際に活動してみないと分からない事の方が多いことに気がきました。今後も、見山の郷で「活動しないと分からないこと」を沢山学んでいきます。

●入澤 準也

今回、見山の郷の活動に参加させてもらって気付いたことはマーケティングの難しさです。会議等で計画しても実際に実行する際に改良点が出てくるなど、様々なプロセスが必要なることを学びました。こういったことは実際体験しないと分からないのでとてもいい経験になっています。

●佃 直哉

大学の座学では学べない事を見山の郷の活動で学びました。イベントをスムーズに行うにはどうすればいいか、何をすれば沢山、お客様が来てくださるのかなどを自分たちで意見を出しながら考え、実行することで主体性を身に付ける事が出来ました。今後も見山の郷から様々なイベントなどを行い、広く発信したいです。

●福井 文騎

見山の郷や市役所の皆さんと一緒に企画を考え、実際にチャレンジする事で、座学で学んでいるマーケティングを活かせたと思います。授業では気付けない部分にも気付いて、「考える力」が身につきました。今後は、更に創造力を働かせて見山の郷を盛り上げていきます。自分の周りで「見山の郷を知ってる!」と言ってもらえるように知名度を上げる事が個人としての目標です。

●定井 諒太

今回、学生のアイデアから企画し、準備や広告など普段の大学生活では出来ないような貴重な経験をしました。活動を通して主体性や自発性、リーダーシップが大切だと気付かされました。今後は、新たに実践したいことに向けて見山の郷の方との信頼関係を築いていくことを目指します。また、イベントを企画した際に来客数などの目標を明確に決めたいと思います。

●豊永 瑞季

この活動を通して、マーケティングや経営戦略は思っていたよりも難しいと感じました。これは実際に活動してみないと分からないことで、これを2回生の時に経験出来たことは、とてもいい経験となりました。3回生になってもさらに向上心を持ってやっていくことで、自分たちの力も向上していくと思います。

●高木 壽飛

見山の郷での体験で学んだことは、行動力です。最初、ポスティングを行っても効果は薄いと考えていました。しかし、アンケートの結果からポスティングのチラシを見て参加された方がおられ、このことから行動することの重要性を学びました。これからも見山の郷との行事に積極的に参加していきます。

●中村 光

初めて見山の郷に行ったとき、地元の方が来てくださる印象を持ちました。年配のお客様が多いなか、何をすれば顧客ニーズに応えられるかを、ゼミで話し合いました。コールドプレスジュースや、ポスティングなど告知も実施した餅つき大会などを行い、お客様が喜んでくださる生の声を聞いてとても嬉しかったです。さらにお客様に満足いただける工夫をしています。

●浅野 彩佳

今回のような活動は初めてで内心戸惑っている所もありましたが、頼れる仲間達が居て「自分自身で考えて動ける様になるう」と決心しました。今後はより積極的に活動に参加し、どうすれば見山の郷に若者が増えるか、どうすればより一層活動が盛んになるかを考えます。

●壺岐 日翔

この活動で、大学で学んでいることを生かすことができました。私たちと市役所の方、見山の郷の方と多くの人に関わっている分、コミュニケーションを取ることが非常に重要だと学びました。まだ本格的な活動が始まったばかりなので、これからもっと見山の郷を盛り上げていきたいです。

●増田 萌恵

この活動で、授業だけでは学べない事を学びました。企画を考える際、ただ「楽しそう」ではなく、いつ、だれが、どんな目的で来るのか深く掘り下げて考えます。私たちの提案も全て通るわけではなく、見山の郷の方たちと考える進めです。これまで楽と思ったことは一度もありません。ですから学生の提案が通った時はとても大きな喜びがあります。今後も一つずつ目標を達成し、大きなことにも挑戦したいです。

●紙谷 雅弘



摂南大学経営学部 経営情報学科長 教授

鶴坂 貴恵さん

常にチャレンジを続け、
成果をノウハウ化しながら、
「新しい仕組みづくり」につなげていきたい。

組合組織は、一般の企業と比べて、プロジェクトや開発事業を推進するための過程が複雑化したり、意思決定が停滞してしまうというケースが少なくありません。お客様のニーズが多様化、細分化する現代社会においては、見山の郷も例外ではなく、迅速な意思決定は克服すべき大きな課題であると言えます。一方、見山の郷には「地元の方々が丁寧に育てた新鮮な野菜」「真心が込められた美味しい料理」「創意工夫が施された加工食品」など、独自の魅力が十分に備わっています。さらに、スタッフの方々の地域への愛情、お客様との親密なコミュニケーションといった、企業には真似のできない一貫したアイデンティティが根付いています。課題解決へのアプローチとしては、まず、自分たちの「強み」を、しっかりと見つめ直し、再編集すること。そして、多くの人たちへ「共感できるメッセージ」として発信していくことが大切ですね。私のゼミでは「五感を使ったマーケティング」に取り組んでいます。座学や理論だけではなく、市場を体感で捉える試みです。そこから導き出される方法や実践こそが生きた経営だと考えています。いばきたデザインプロジェクトでは、見山の郷、学生たち双方の「刺激」と「発見」につなげることができたのではないのでしょうか。今後は、常にチャレンジし、成果をノウハウ化させ、それを継続させるための「新しい仕組みづくり」に向けて、一緒になって取組んでいきたいと思っています。

(つるさか たかえ)

1961年大阪府生まれ。関西学院大学大学院 商学研究科博士課程前期課程修了。大阪府産業開発研究所(現大阪産業経済リサーチセンター)を経て、2014年より現職。研究分野はまちづくりマーケティング。



若い人たちが農業をはじめための
「新しい仕組みづくり」に取り組んでいきたい。

チキチキファーム 伊東 充志さん

前職では、グラフィックデザインの仕事をしていたのですが、思い切って日本全国を放浪する旅に出ました。そこで出会った人々、見たこと、感じたことを振り返っていくうちに「農家になりたい!」という思いに至りました。農業をはじめて6年、組合に所属して4年になります。北部地域では、高齢化や農家の担い手不足が深刻な課題ですが、私の実感では、農業に就きたいという潜在的な若年層は決して少なくはありません。働き方や暮らし方に関する適切な情報提供、経営や技術面でのバックアップ体制など、行政や地域の人たちが、時代にフィットした「仕組みづくり」を推進させることによって、課題解決へと導いていくことが可能ではないでしょうか。見山の郷は、そのような取り組みの拠点として、あるいは、農業をはじめてみたい若い人たちの窓口としての機能を果たしていかなければなりません。私自身も仲間や多分野の人たちとチームを組んで、市街地に近いロケーションを活かした新しい活動にチャレンジし、北部地域で農業を営むことの「楽しさ」「やりがい」を広く伝える役割を担っていきたくと思っています。

(いとう あつし)
6年間デザイン会社で働いた後農業を始め、生産した野菜等を見山の郷で販売している。現在は農業を行いながら、デザイナーとしても活動中である。



見山の郷で働くスタッフの方々に、お話を聞きました。



大神 祥子さん

自然との触れ合いを通じて
「食」の大切さを知ってほしい。

市街地から車で30分の場所に、豊かな自然環境に包まれて、地元農家が育てた新鮮な野菜を直売する施設があること。これが、都会の方々に對して誇ることができる、見山の郷の大きな「強み」だと思います。私が担当する「米粉パン」づくりでは、外国産の小麦に頼らず、自分たちの身近で収穫されるお米を使い、旬の野菜をトッピングして焼き上げています。それは、日々の生活の中で、自然の恵みを感じていただき、日本人の食文化を見直す機会を生み出したかったからです。現代社会における「食育」や「地産地消」の観点からも、見山の郷から提案できることがたくさんあります。親子で楽しめる「農業体験」や農家の人たちと一緒に作る「料理教室」など。それらを継続的に行っていくためには、計画性が大切。みんなで知恵を出し合い、一步一步、着実に実現へと向かっていきたいと考えています。



谷上 浩乃さん

変わらずに持ち続ける想いは、
「出会いと憩いの場」を提供すること。

見山の郷は、地元の農家たちが団結し、自分たちの育てた農作物を「もっと知ってほしい」「しっかりと味わってほしい」という発想から生まれました。スーパーマーケットや百貨店の特産品売り場とは一線を画する大切な原点です。単に野菜を販売するだけではなく、農業の知識、食材の調理方法やアイデアを都会の方々に伝え、食生活を提案していく役割を担っていると考えています。「de愛・ほっこり見山の郷」というネーミングが示すとおり、創業から17年間、私たちが変わらずに持ち続けている想いは、人々の出会いと憩いの場でありたいということ。豊かな自然と触れ合って、のんびりとした時間を過ごしていただく。あるいは、さまざまなイベント活動を通じて、山とまちの交流を深めていただく。それを守り継いでいくための仕組みを整え、さらに、新しい取り組みにチャレンジしていきたいと思っています。



早栗 寿英さん

地域の人たちが一緒に考えていくための
コミュニティとして活用していく。

見山の郷は、地域に支えられ、地域を支える組織です。市街地から買い物や食事に来られるお客様へのおもてなしと同様に、北部地域全体におけるコミュニティの役割を担っているという視点を忘れてはいけないと考えています。創設に携わった人々の情熱、それを現在まで守り続けた組合員たちの努力を振り返ることで、未来への新たな方向性が見えてくる。高齢化や担い手不足といった課題を解決するために、見山の郷が「できること」「やるべきこと」は、地域の人たちが自由に意見やアイデアを出し合えるネットワークや仕組みをつくるための「場」の提供。みんなが一緒になって、積極的にアプローチすることで、地域全体に刺激を与え、活性化へと向かっていく。そのエネルギーやプロセスこそが、都会に暮らす方々への「新しい魅力発信」につながっていくのではないのでしょうか。



デザインの手法を用いて、
見山の郷の新しいブランドイメージを
生み出していく。

安威川ダムファンづくり会が推進する「間伐材活用による森林
保全プロジェクト」と「いばきたデザインプロジェクト」の協働に
よって「デザイン屋台」が完成しました。野菜や加工食品販売の
ディスプレイ、マルシェや移動カフェといった、施設内外におけ
るイベント企画のコミュニケーションツールとして活用していき
ます。いばきたデザインプロジェクトでは、今後も、デザインの
手法を用いて、情報発信やプロモーション活動をはじめ、施設、
商品の魅力を高めるためのサポートを継続的に行い、見山の郷の
新しいブランドイメージを生み出していきたいと考えています。

