

2020年度

事業報告書

(自) 2020年5月 1日

(至) 2021年4月30日

公益財団法人 はまなす財団

事業報告書目次

I 概 要

II 事業別実施状況

- 1 政策形成及び人材育成・人的ネットワーク推進事業 …… 1
- 2 広域プロジェクト推進事業 …………… 2
- 3 地域活性化プロジェクト事業 …………… 3
- 4 情報促進事業 …………… 4

III 庶務事項 …………… 4

別紙 2020年度 地域づくり活動発掘・支援事業採択一覧(10件) …………… 6

I 概要

本年度は、2019年度第3四半期に発生した新型コロナウイルスの影響を勘案しつつ、事業計画に基づき無理のない範囲で事業を進めてきた。

2020年4月7日、7都府県において発出された緊急事態宣言が4月16日に全国に拡大し5月25日に解除宣言がなされるまでの間、財団の勤務は在宅勤務率70%を目標とし、それ以降は、道の示す「北海道スタイル」に基づき、事務所の感染対策の実施、在宅勤務率の目標を50%、WEBミーティングの実践を取り入れるなど新型コロナ感染対策を実施しつつ業務を遂行した。

そのような環境のもと、昨年度よりスタート開催した「北海道地域経営塾」、「地域の持続的発展を牽引する新たな観光協会のあり方に関する研究会（以下、新観協研）」、「地域づくり活動発掘・支援事業」など財団の中核となる自主事業については、コロナ禍においてもWEB会議を活用するなど新型コロナ感染対策およびコストダウンの徹底を図りながら実施した。

また、自治体が取り組む新型コロナ経済対策支援事業や新たな事業を受託し、収支の改善とともに新たなネットワーク構築を実現した。

なお、本年度より制度を創設した寄附金の募集は初年度ということもあり応募はわずかであるが、少しずつ動きを見せており、収支については、基本財産運用益の増加と事業費が減少したことにより一般正味財産が増額となったことから、今後の公益事業遂行のために活用していく。

II 事業別実施状況

1. 政策形成及び人材育成・人的ネットワーク推進事業

(1) 2050年を見据えた持続可能な地域社会づくり

a. 北海道地域経営塾

昨年度より取り組む第2期同塾を以下の日程で開催した。本年度より、昨年1月に連携協定を締結した東京大学地域未来社会連携研究機構（東大）を加え共同開催とし、東大からはRESASの活用を学ぶことで自地域の経済分析をより確かなものとし、最終的には、各自の地域に応じたアクションプラン作成に向けてワークショップを進めた。

コロナ禍における開催は、当初6月開塾を9月と柔軟に変更し、WEB形式を多用せざるを得ないなど不自由なものとなっているが、実験的取組みとしては評価しうるものと考えているところであり、財団の事業全体に資するものとなっている。

第1回 2020年9月12日（6月7日開催日程変更し1日短縮、全WEB形式）

第2回 2020年11月21日（日程を1日短縮、WEBと対面形式混在開催）

第3回 2021年1月15日（日程を1日短縮、WEBと対面形式混在開催）

第4回 2021年4月23日（日程を1日短縮、WEBと対面形式混在開催）

b. 地域の持続的発展を牽引する新たな観光協会のあり方に関する研究会（新観協研）

「地域づくり活動発掘・支援事業」に採択された観光地域づくりに関するプロジェクトの

共通課題を解決するために2014年に設置した研究会である（座長：北海道大学観光学高等研究センター（以下、北大） 石黒侑介准教授）。本年度は、以下のとおりWEB形式を取り入れながら開催した。

第1回（通算第20回）2020年6月26日（日程を1日短縮、全WEB形式）

第2回（通算第21回）2020年10月28日

第3回（通算第22回）2021年1月25日

第1回目は、WEBによる開催としたことにより、遠隔地を含めたメンバーの参加が容易となった。また、第2回は、昨年度に引き続き、日本能率協会が主催する「観光・ホテル・外食産業展2020」における地方創生シンポジウムの一環として公開型で防災や減災をテーマとして実施した。

なお、年度計画策定の際、アドベンチャートラベル構築を目的とした海外視察を10月下旬に計画検討したが、コロナ禍において中止とした。

また、北大とは連携協定を締結しており、同協定に基づき北大において開講するデスティネーション・マネージャー（以下、DM）育成プログラムについては、昨年度に引き続き当財団がDMの有資格者育成のため1名に支援を実施し、2021年4月16日にDM履修修了報告会を開催した。

（2）北海道の技術・経験の海外への普及

JICA北海道における当初想定した研修計画は以下のとおりであった。

- ①「参加型地域開発のための地方行政強化（A）」コース
- ②「トルコ国別研修 地域開発に係る地方行政官の能力向上」コース
- ③「青年研修タイ総合開発計画」コース
- ④「観光開発による地域活性化」コース

年度当初より新型コロナウイルスの影響を受け、研修員の来日が不可能という状況を受け、研修計画は不透明の状況となり、最終的には、①については2021年度に実施、②については中止となり、③、④についてWEB形式による研修を実施した。なお、①については、2019年の帰国研修員を対象としたWEB形式の意見交換会と位置づけて実施した。

当財団は、1993年からJICA北海道より研修事業を受託してきたところであり、いずれの研修においても北海道内の各地域の協力のもと地域の国際化・人材育成といった事業目的を掲げ受託しており、一定程度の成果を挙げているところである。今後も、事業目的との整合性を取りながら必要に応じて研修事業を受託する。

2. 広域プロジェクト推進事業

当財団では、国からの受託事業を契機にCB（コミュニティビジネス）・SB（ソーシャルビジネス）を推進するための各種事業を実施してきた。その中で、地域振興を目指す上で、地域おこし協力隊の定着に向けたビジネスの創出等、新たなコミュニティビジネス支援を実施している。本年度は、利尻町・津別町の地域おこし協力隊の創業に関する支援を中心に実施した。

また、広域情報誌の発行支援は、地域づくり活動発掘・支援事業の採択先である一般社団法人

人ドット道東へのハンズオン支援として、日本地域コンテンツ大賞の公募の紹介等を実施した。同法人は、発行するフリーペーパーが地方創生部門内閣府地方創生推進事務局長賞最優秀賞に選ばれた。

3. 地域活性化プロジェクト事業

(1) 地域づくり活動発掘・支援事業

本年度も昨年度と同様に同事業の公募を5月に開始したが、コロナ禍にあって審査委員による選考を遅らせ、9月に採択を決定した（一覧表のとおり）。

本年度は、同事業の原点に立ち返り、支援の本質を「持続的な事業及び活動を目指したハンズオン支援」と位置づけ公募を実施した。

公募における条件を以下の2区分とし、主催者の事業に取り組む意欲と当財団の支援内容を十分理解していることを基準とし、事業計画の策定段階を含めて当財団の支援内容としたことから10団体と多くを採択した。

- ・地域の活性化に寄与する地域の特徴を生かした事業の創設（事業型）
- ・地域の活性化を目的とした活動を持続的なものとするための仕組みづくり（活動型）

9月に採択後、WEB会議を支援の中心とし、ハンズオン支援に取り組んだところである。

(2) その他のプロジェクト事業

a. 地域活性化雇用創造プロジェクト事業（根室振興局受託事業）

昨年度まで水産加工業等就労支援事業として北海道根室振興局から受託していた事業が、本年度は地域活性化雇用創造プロジェクト事業と変更となったものであり、本年度も当財団が受託した。

昨年度までは深刻な「人手不足」をどのように克服するかという視点にたち人材確保の観点から根室振興局が事業を計画したが、これもコロナ禍において事情が一変し、いかにして雇用を維持するかという観点から当財団が昨年度に引き続き受託している。

本年度は、北海道中小企業家同友会くしろ支部根室地区会の協力を得て、経営的視点から企業のトップや人事担当者に対してセミナーを実施したところであるが、これらも新型コロナの感染拡大により一部WEBにより実施している。

b. 地域ブランド事業（北海道経産局知財室受託事業）

地域の資源のブランド化の推進を目的とした北海道経済産業局の事業を3年連続受託し、本年度は鵠川漁業協同組合の商品である「ホッキ」のブランド化に向けた専門家による集中支援を実施した。

c. その他事業

札幌市が取り組む飲食店に対する新型コロナ経済対策支援事業を他事業者と共同で受託し職員全員が取り組むことで収支の改善に一定の成果をあげるとともに、札幌市内の飲食店とのネットワークを構築し、地域の食資源の販路開拓等に活用している。

また、その他の自治体の依頼に基づく人材育成事業などについて、当財団の事業目的に照らし妥当と判断する事業について都度事業を受託した。

4. 情報交流促進事業

(1) 広報誌の発行

本年度も引き続き、当財団広報誌である「はまなす」（通巻53号）を発行し事業PRを行っている。

(2) 財団ホームページ運営事業

財団の事業状況や組織体制を紹介し適正に情報開示を行っている。

本年度からより情報を的確に発信することを目的に財団内の情報発信ルールを明確化し、情報を正確かつタイムリーに発信することを心がけている。

また、各種の応募申し込み受付はホームページを通じて行うこととし業務の効率化に結び付けている。

2016年から始めたメールマガジンについては、職員がいただいた名刺をもとに送付リストを強化し、現在、送付リストが約3,500件（前年度約3,400件）まで増え、適宜、地域へ必要な情報を発信している。

III 庶務事項

1. 理事会及び評議員会の開催

(1) 理事会

〈第32回〉

2020年7月2日（木）京王プラザホテル札幌

2019年度 事業報告（案）及び決算報告（案）の承認

第13回 評議員会の開催日の決定

〈第33回〉

2021年1月29日（金）京王プラザホテル札幌

2020年度 事業中間報告（案）及び決算見込み（案）の報告

会計処理規程、就業規程の改正について承認

〈第34回〉

2021年4月22日（木）京王プラザホテル札幌

2021年度 事業計画（案）及び事業予算（案）の承認

(2) 評議員会

〈第13回〉

2020年7月28日（火）ニューオータニイン札幌

2019年度 事業報告（案）及び決算報告（案）の承認
理事及び評議員の選任
2020年度事業計画及び収支予算の報告

2. その他

特になし

2020年度 地域づくり活動発掘・支援事業採択一覧(10件)

団体名 / 所在地	活動の概要
<p>北海道小麦キャンプ実行委員会／帯広市 (活動型)</p>	<p>北海道小麦キャンプは、農畜産物の付加価値向上の取組みを推進する組織として発足した帯広市食産業振興協議会と帯広市が事務局となり、北海道産小麦の販路拡大、ブランド化の促進、製菓製パン技術の向上などを目的に、十勝ベーカリーキャンプという名称で2007年にスタートした。以降、毎年継続開催され、2014年には名称を十勝小麦キャンプに変更、2015年は北海道小麦キャンプ in 十勝、2016年には十勝以外では初となるオホーツクでの開催、その後は、2017年に十勝、2018年にオホーツク、2019年に美瑛と全道の小麦産地にて11年継続した開催を行っている。</p> <p>現在は、北海道小麦キャンプ実行委員会が組織運営を行い、全国の小麦関係者、特に生産者、製粉事業者、実需者、消費者に対して、国産および北海道産小麦の多様性や価値を伝える活動を行うために、十勝だけではなく北海道全体が連携して取り組める仕組みづくりを目指した活動に取り組んでいる。</p> <p>※2020年の開催地は十勝を予定していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から翌年に延期となった。</p>
<p>下川町ローカルフード協議会 ／下川町 (事業型)</p>	<p>下川町ローカルフード協議会は、地域の農林業、養蜂業、狩猟業などの産業間の課題を解決し、新たなローカル資源を発見・活用して、地域内の各担い手が共存共栄しながら高付加価値の特産品を製造することを目的として、本年1月に農業者、養蜂家、農協などが協力して設立された団体である。</p> <p>具体的には、米を原料とする原酒（スピリッツ）に地元産のフルーツトマト、蜂蜜などで香料をつけてリキュールを作成するもので、将来的には団体を法人化し、特定制度を活用して蒸留所を整備し、原酒も自前で製造することを計画している。</p>
<p>PROJECT R.Y.U.H.Y.O ／北見市 (活動型)</p>	<p>PROJECT R.Y.U.H.Y.Oは、北見の(株)ロジカルと北見工業大学、小樽商科大学の共同研究チームとして活動している。女満別空港のイメージキャラクターとして「結月ゆかり」というボーカロイド・ボイスロイドが務めていた。空港にポスターや立て看板を設置していることと、空港内のアナウンスに利用していた程度だったが、本団体に関わることで、「結月ゆかり」を留辺蘂の「山の水族館」の説明音声に利用するなど、観光アトラクターとして活用してきた。現在の結月ゆかりは、オホーツク観光大使として任命されている。</p> <p>今後は、オホーツクを「観光情報の過疎地域状態」から脱却し、コンテンツを利用した観光地としての魅力拡大をすること、また、地域の観光情報の通訳として結月ゆかりを活用することを目的に活動する。これまでは、大学の研究費を使用していた活動が中心であった、活動の持続化を目的としたマネタイズ手法の確立が課題となっている。</p>

<p>オホーツク農山漁村活用体験型ツーリズム推進協議会／網走市 (活動型)</p>	<p>オホーツク農山漁村活用体験型ツーリズム推進協議会は、オホーツク管内網走地域の新たな産業連携を構築し、地域産業である農畜水産業をツーリズムに繋げる体験コンテンツの開発等を目的として2018年に農業、漁業、観光業、大学、自治体により設立された。本団体は、農水省の事業の推進や、モニターツアーの構築の他、シンポジウムやセミナーの開催、人材育成や普及活動も行っている。 今後は、滞在型コンテンツや地域産業と環境保全を題材としたコンテンツの商品化、2021年のATWSを視野に入れた観光客の受け入れ拡大を目指している。同時に、観光地域づくりの推進母体として、地域産業との連携とともに、観光客と第一次産業とのルール作りが課題となっている。</p>
<p>特定非営利活動法人 美しい村・鶴居村観光協会／鶴居村 (事業型)</p>	<p>鶴居村観光協会は、観光地域づくりにおける地域住民と観光客の対応や受入のための制度づくり等、コロナ禍での農村観光促進として、新たにレスポンス・ツーリズム（責任ある観光）やワーケーション（テレワーク導入）を中心に、CRM（Customer Relationship Management 顧客との長期定な良好な関係を構築し継続していく観光）に特化した事業を進めている。 ビジネス×観光といった新たな観光スタイルであるワーケーションスタイルが、農村観光の概念を変え、新ライフスタイル・ディスタンスという新たな観光スタイルを中長期の滞在や移住促進にも繋げることを目指している。</p>
<p>一般社団法人ドット道東 東／北見市 (事業型)</p>	<p>一般社団法人 ドット道東は、東北北海道およびその周辺地域で活動するデザイナーやカメラマン、ディレクターなどのクリエイターが集まり設立した団体である。現在の構成メンバーは、オホーツク、十勝、釧路など居住地域を中心にフリーランスとして道東各地に点在しており、地域に根ざして活動するクリエイターを見える化し、それぞれの職能を生かしたチーム作りを促進することでクリエイターの孤立化を防ぎ、地域産業をクリエイティブの面で支援することを主な活動目的としている。 また、クリエイター単独では PR が難しい広域案件や、個人では受託が難しいブランディングなどの総合的でクリエイティブな案件の後方支援を行うため、構成メンバーや登録クリエイターを組織している。</p>
<p>NPO法人北海道エコビレッジ推進プロジェクト／余市町 (事業型)</p>	<p>NPO法人北海道エコビレッジ推進プロジェクトは、余市町内の農地や森林を拠点に実施する滞在型の体験・研修プログラムを通じて持続可能な地域づくりを進めている団体である。コロナ禍における観光客の減少を機にモノ・人・場所といった地域資源を見直し、地域の高齢化や人口減少などの課題や地域の「弱み」を「強み」に変える取組みに着手しようとしている。 現在、余市町内のコミュニティレストランと共に、地域の伝統的な食文化や余剰作物の価値化に着目し、地域の居場所と地域資源を結び付け課題解決する事業に取り組んでいる。今後は、この活動を一つのモデルケースとして道内に普及させることを目指している。</p>

<p>NPO法人利尻ふる里・島づくりセンター／利尻町 (事業型)</p>	<p>NPO法人利尻ふる里・島づくりセンターは、2007年から活動しており、地域の資源を発掘し、文化芸術・海産物・観光資源の高付加価値化、地域経済の活性化、また、地域住民との連携や新たな産業創出により雇用の増大を図っている。</p> <p>本事業では、利尻島内の域内収支改善を目的として、耕作放棄地で野菜を生産し、島内で販売することを計画している。利尻島では、家庭菜園レベルでしか農業生産を行っておらず、それ以外は全てフェリーで運ばれた島外産の、高価でかつ鮮度の悪い野菜を購入している。利尻昆布等の販売で島外から稼いだお金の流出が大きい状況である。事業化に向けては、人材の確保と農業全般のアドバイスを受け、耕作の着手を目指している。</p>
<p>RIS (リジョイナビゲーションズ) ／札幌市 (事業型)</p>	<p>RISでは、江別市に存在する4つの大学を軸に、学生間の連携を図っている。コロナ禍で営業自粛に追い込まれていた飲食店の救済としてRISに参加する学生が主体となって「がんばれ飲食店！テイクアウト&デリバリー緊急対応店」のまとめサイトを構築するなど、社会課題解決に向けた活動を実施している。</p> <p>本事業では、江別市内で事業を実施している東香産業株式会社と連携し、学生が企画した香り雑貨の製作ならびに販売と、地域の交流拠点としてのコワーキング&ワーケーションの場の提供とゲストハウスを兼ねた学生の下宿の運営を目指す。</p>
<p>小樽あんかけ焼そば親衛隊／小樽市 (活動型)</p>	<p>小樽あんかけ焼そば親衛隊は、小樽市内の民間事業者を中心として発足した市民ボランティア団体で、小樽のソウルフードであるあんかけ焼そばを通して小樽の観光振興を図ることを目的に、B-1グランプリの出店やその他イベントの出店、商品開発、広報活動などを展開している。</p> <p>近年は、大手チェーン店が「小樽あんかけ焼そば」という名称で商品を提供するなど、積み上げた小樽あんかけ焼そばのブランドが毀損しかねない事案が散見されていることから、地域ブランドとして知的財産の保護検討を行い、地域や観光客に愛される地域ブランドの構築を目指している。</p>