



電車に乗ってアートな旅へ ～紀の国トレイナート～

観光地として改めて人気急上昇中の和歌山。なかでも紀南は熊野古道やパンダがいるなど注目のエリア。高速道路も間もなくすさみ町まで延伸するなど、アクセスもよくなりました。

ですが、電車で行くのも旅情がありますね。今回は紀南を“電車で”巡るイベント「紀の国トレイナート」を紹介します。



昨年のトレイナート号の様子（紀伊新庄駅）



列車を使った「プラットフォーム大茶会」も！



普段使う駅がアートで大変身！（芳養駅）

「アート」と電車で面白くできないか」という会話から、その人を通じてJR西日本和歌山支社に相談。実はJR側も紀南の路線を活性化したい考えがあったそうなのです。こうしてアート田辺を継ぐ形で、トレイナートの企画がスタートしました。

紀南の各市町へはアート田辺で連携して進めていきました。身近なつながりから

「アート」と電車で面白くできないか」という会話から、その人を通じてJR西日本和歌山支社に相談。実はJR側も紀南の路線を活性化したい考えがあったそうなのです。こうしてアート田辺を継ぐ形で、トレイナートの企画がスタートしました。

「アート」と電車面白くできないか」という会話から、その人を通じてJR西日本和歌山支社に相談。実はJR側も紀南の路線を活性化したい考えがあったそうなのです。こうしてアート田辺を継ぐ形で、トレイナートの企画がスタートしました。

「アート」と電車面白くできないか」という会話から、その人を通じてJR西日本和歌山支社に相談。実はJR側も紀南の路線を活性化したい考えがあったそうなのです。こうしてアート田辺を継ぐ形で、トレイナートの企画がスタートしました。



公募作品を原画にした「レインボーくじら号」が浦神湾沿いをゆく

「アート」と電車面白くできないか」という会話から、その人を通じてJR西日本和歌山支社に相談。実はJR側も紀南の路線を活性化したい考えがあったそうなのです。こうしてアート田辺を継ぐ形で、トレイナートの企画がスタートしました。

紀の国トレイナート 2015

開催期間：10月17日～12月24日

このうち、11月21日～23日には臨時快速「紀の国トレイナート号」が運行されます。

場所：JRきのくに線岩代駅～新宮駅間

ウェブサイト：http://trainart.jp/

み、紀南を盛り上げていくようになったので。今後の展望は、きのくに線の全駅でトレイナートを行うこと。アートの可能性をどんどん広げたいという廣本さんの想いが、トレイナートには込められていると感じました。この秋、電車に乗って紀南へアート巡りに出かけてみませんか。（木下久美）

みんなでつくる情報板 わかやまイベントボード

- シャッター街の未来を変える 岡山市間屋町でリノベーションの手法を使ってまちをよみがえらせている明石さんのトークライブ。日時 8月29日(土) 15:30～16:30 場所 ブラクリ丁アーケード内 講師 明石卓巳さん(ルクスグループ) 参加費 無料(事前申込み必要) 問い合わせ・申込み リノベーションわかやま(メール renov@shimin.or.jp) 備考 申込みされた方を優先に座席案内します。席数を超過しても、立見は可能。
- CRAFT×喜らふと BEER FES アートや音楽などを楽しみながら和歌山や関西、三重で活躍するブルワリーから提供されるビールなどを楽しみませんか。日時 8月29日(土) 15:30～21:30 場所 ブラクリ丁アーケード内 内容 クラフトビールの販売、和歌山の手づくり物品販売、素材にこだわった飲食物の販売、映画上映、ライブなど 主催 BLAP 実行委員会など 備考 詳細はウェブサイトをご覧ください

このほかの情報もたくさん掲載！ 「わかやまイベントボード」URL PC版 http://eventboard.shiminjuku.jp/ 携帯電話版 http://eventboard.shiminjuku.jp/m/

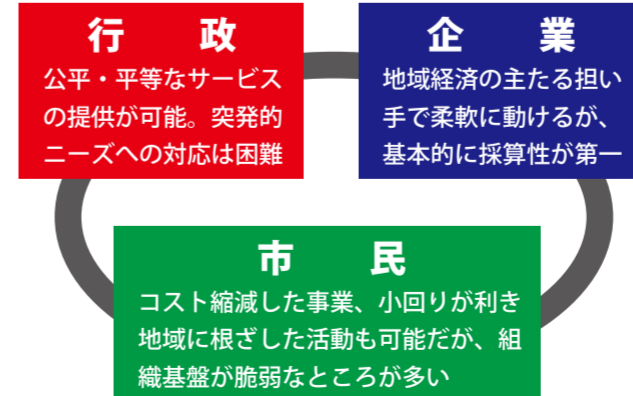
NPO 紙上講座 (14) NPO を取り巻く環境⑦

一般に、国や地方公共団体による公共目的の事業体(公企業)は第1のセクター、民間の企業等による営利目的の事業体(私企業)は第2のセクターと呼ばれます。NPO等の民間団体による公共目的の事業体は第3のセクターと呼ばれます。なお、行政と企業が共同出資する事業体としての「第3セクター」との混同を避けるために、「サードセクター」と呼ばれることもあります。

第1のセクターである行政は議会で決められた予算を法律や条令にしたがって執行しますから、公平・平等なサービスが提供できる反面、法律や条令等ではカバーできない突発的・局所的なニーズへの対応が困難だったり、手続きに時間がかかったりするデメリットがあります。また最近では増大するニーズに対して対応するだけの財源や人員が不足するケースがみられます。

第2のセクターである企業は、機敏にサービスを提供できる反面、収益が確保できないと見込まれる場合は事業から撤退せざるを得ないケースがあるほ

か、競争力を高めるための事業の整理や合併が進んでいるサービス業では地域のきめ細かいニーズへの対応が困難なケースが多発しています。高齢化が進んだり人口が減少したりした地域での「買い物難民」「交通弱者」問題がその象徴です。



これらに対して、第3のセクターは営利を目的としないので、営利企業よりコストを削減した事業や、企業よりもさらに小回りの利くサービスを展開することが期待できます。また、行政組織ほど平等

や手続きに縛られることも少ないため、行政よりも機敏に動ける可能性があります。また、第3のセクターは①対価を得る、②会費や寄附金を募る、③補助金や助成金などを得る、などの多彩な資金源をベストミックスして事業を提供できるメリットがあります。こうした第3のセクターの利点を生かした地域課題解決型ビジネス、いわゆる「コミュニティビジネス(CB)」「ソーシャルビジネス(SB)」の存在感が年々増えています。

CB・SBの担い手はなにもNPOに限った話ではなく、株式会社、個人事業主、一般社団法人など様々な形態がありますが、多くの担い手に一貫しているのは「地域課題を解決しつつ、事業が持続可能となるような一定の収益を得ること」。また、これまで行政や企業が手をつけられなかった地域課題解決に着手することで、その課題を地域に広め、地域全体が課題解決に動けるような「てこ」の役割を担う役割もあります。

事業継続のために必要な収益をあげることを前提としているため、ボランティアなどとはやや考え方は異なりますが、地域課題を解決することが第一義であることには変わりはありません。