

■ 地域活性化100

## はじめに

地方、とりわけ中山間地域等においては、人口減少・少子高齢化が進展し、近い将来、集落として存在できなくなるような過疎に直面する地域もあります。

こうした人口減少をもたらしているのは、人口の自然減少に加え、地域基幹産業の衰退、教育施設や日常生活サービスの喪失、地域コミュニティの衰退などを原因とした社会減少であり、両者がダブルで人口減少を加速化させています。

一方で、このような厳しい現状に直面する地域においても、地域産業の活性化、生活サービスや地域コミュニティの維持に取り組むことで、人口流出を食い止め、再び住民を惹き付け、地域を活性化していくための取り組みを行っている地域があります。

本事例集では、地域活性化に先行的に取り組み、成果をあげている事例を日本全国・世界から収拾、調査を行い「地域活性化 100」としてとりまとめました。

本事例集が、日本各地で地域の課題に向き合い、行動する皆様の一助となることを期待いたします。

中小企業庁 事業環境部 企画課 調査室

# 目次

## はじめに・目次・地域別検索

はじめに	中小企業庁事業環境部企画課調査室	3
目次		4
地域別検索		8

## 国内事例

### 地域産業の変革 — 1次産業の再生と変革 —

#### 地域の特産をつくる

1-1	独自商品開発等の多角経営で漁協再建	読谷村漁業協同組合	沖縄県読谷村	12
1-2	目指すのはサラリーマン漁師。	海土いわがき生産株式会社	島根県海土町	14
1-3	地域のみんなで地域のためになる商品をつくる	伊江漁業協同組合	沖縄県伊江村	16
1-4	外部企業との連携による地域資源の活用	農業生産法人与那国菓草園株式会社	沖縄県与那国町	18
1-5	「青いレモン」によるまちづくり	株式会社いわぎ物産センター	愛媛県上島町	20
1-6	「じゃばら」で500人の村を再生	北山村	和歌山県北山村	22
1-7	村を「まるごと」売り出す	馬路村農業協同組合	高知県馬路村	24
1-8	地域の農業を支え雇用を生み出す島のジャム屋	株式会社瀬戸内ジャムズガーデン	山口県周防大島町	26
1-9	葉っぱビジネス。プロデューサーと仕組みの重要性	株式会社いろどり	徳島県上勝町	28

#### 地域産業を変える

2-1	地域の農産物を通して、食文化とライフスタイルを発信する	ノースビレッジ合同会社	青森県三戸町	32
2-2	「農業の常識」を変える農業生産法人	農業生産法人有限会社新福青果	宮崎県都城市	34
2-3	日本の農業を「儲かる農業」へ	農業生産法人有限会社トップリパー	長野県御代田町	36
2-4	客が殺到する直売所が地域農業を変える	株式会社産直あぐり	山形県鶴岡市	38
2-5	企業経営を通して社会問題の解決に取り組む	株式会社サラダコスモ	岐阜県中津川市	40
2-6	地域による地域のための「地域密着型商社」	株式会社ファーストインターナショナル	青森県八戸市	42
2-7	林業作業の株式会社化。3人の構成員が10年で16人に	株式会社フォレストファイターズ	三重県大台町	44
2-8	バイオプラントによる地域課題の解決と新たな地域産業の創出	鹿追町	北海道鹿追町	46
2-9	女性の活躍による地域産業の活性化	農事組合法人やくらい土産センターさんちゃん会	宮城県加美町	48

### 地域に新しい価値をつくる — 価値の再発見による地域活性 —

#### 「新産業」をつくる

3-1	震災10年後までに、石巻から1000人のIT技術者を	一般社団法人イトナブ	宮城県石巻市	52
3-2	福島の未来を創る産業を生み出す	いわきおてんとSUN企業組合	福島県いわき市	54

#### 「ブランド」をつくる

4-1	まちの「新しい食文化」を創り出す	富良野オムカレー推進協議会	北海道富良野市	58
4-2	オンリーワンの町の誇りを！「A級グルメ」のまちづくり	邑南町／邑南町観光協会	島根県邑南町	60
4-3	照葉樹林と有機農業の里づくり	綾町	宮崎県綾町	62
4-4	地域資源を活かしたバイオマスタウン構想	小坂町	秋田県小坂町	64
4-5	ゴミの35種類に取り組む「ゴミゼロ宣言」の町	上勝百貨店	徳島県上勝町	66
4-6	島の生活と生業に光をあてた新たなビジネスの創出	東シナ海の小さな島ブランド株式会社	鹿児島県薩摩川内市	68

#### まちをつくる

5-1	小さな街に200万人を呼び込んだフラノマルシェ	ふらのまちづくり株式会社	北海道富良野市	72
5-2	中心市街地活性化の最先端から町家再生によるまちなか居住の推進	長浜まちづくり株式会社	滋賀県長浜市	74
5-3	みんなでビジョンをつくり、共有し、出来る事からやり続ける	一般社団法人三國會所	福井県坂井市	76

### 地域に人を呼ぶ — 観光による地域活性 —

#### 地域資源を再発見し活用する

6-1	観光も漁業も。オール日間賀島で「フグとタコ」のづくり	日間賀島観光協会	愛知県南知多町	80
6-2	若手店主たちによる「商店街再生」	阿蘇一の宮門前町商店街若きゃもん会	熊本県阿蘇市	82
6-3	地域資源の再発見「米米惣門ツアー」	山鹿温泉観光協会	熊本県山鹿市	84
6-4	ここにしかない「オンリーワン」の観光産業を	落石漁業協同組合／根室市観光協会	北海道根室市	86
6-5	「フットパス」で地域のありのままの風景を資源に変える	AB-MOBIT	北海道根室市	88
6-6	行政の枠を超えて「ほんもの」の体験を観光資源に	株式会社南信州観光公社	長野県飯田市ほか	90
6-7	新しい地域資源を創造する。「田んぼアート」による村づくり	田舎館村	青森県田舎館村	92
6-8	ブームに惑わず。地域の若者による温故知新のまちづくり	竹田劇場ほか	兵庫県朝来市	94

### 地域に人を呼ぶ — 観光による地域活性 —

#### 「交流」で人を呼ぶ

7-1	「自然と里山の暮らし」を活用した農家民宿で年間8,500人	春蘭の里実行委員会	石川県能登町	98
7-2	地域住民と外部支援者による手づくりの地域活性化	NPO わくわく奥会津.com	福島県三島町	100
7-3	年間3万人が訪れる「ほんなもん体験」	一般社団法人まつうら党交流公社	長崎県松浦市ほか	102
7-4	教育旅行の民泊受入地区広域ネットワーク化	NPO 法人エコリンクアソシエーション	鹿児島県南さつま市ほか	104
7-5	「民泊」で島の新しい基幹産業をつくる	伊江島観光協会	沖縄県伊江村	106
7-6	島を子供たちの心の拠り所に	合同会社さるかの里	沖縄県宮古島市	108
7-7	現全域の広域連携によるグリーン・ツーリズム	NPO 秋田花まるっグリーン・ツーリズム推進協議会	秋田県仙北市ほか	110
7-8	震災後も地域を牽引する着地型観光	NPO 法人体験村・たのはたネットワーク	岩手県田野畑村	112
7-9	失われつつある地域の知恵・技術・文化を守る	NPO 法人かみえちご山里ファン倶楽部	新潟県上越市	114

### 地域をまもる — 地域コミュニティの維持と創出 —

#### 住民自らコミュニティをつくる

8-1	行政に頼らない「感動の」地域づくり	やねだん（柳谷自治公民館）	鹿児島県鹿屋市	118
8-2	アイデアは会議では生まれん、田んぼや畦道での立ち話から生まれるんじゃっ！	棚田清流の会	山口県周南市	120
8-3	NPOと株式会社の間。地域住民運営による地域密着企業	株式会社吉田ふるさと村	島根県雲南市	122
8-4	離島における課題の解決に自ら取り組むNPO	NPO 法人かさおか島づくり海社	岡山県笠岡市	124
8-5	地域住民による「攻め」のまちづくり	川根振興協議会	広島県安芸高田市	136
8-6	女性の活躍に端緒する地区を支える総合的な取り組み	NPO 法人夢未来くんま	静岡県浜松市	128
8-7	自治会を核とした地域生活環境の維持	袖原自治会 / ささゆり会	三重県松阪市	130
8-8	集落一丸。集団営農が地域を救う	安心院・松本イモリ谷苦楽分	大分県宇佐市	132
8-9	集落のみんなに居場所とやりがいを。集落全員参加の株式会社	株式会社萩の会	島根県益田市	134
8-10	太陽光発電事業で自治会を維持する	山王自治会	兵庫県丹波市	136
8-11	たった3人の集落の挑戦。チームワークで地域を守る	下河内の里山を守る会	三重県紀北町	138
8-12	外部との「気楽な交流」で限界集落を存続	NPO 法人大長谷村づくり協議会	富山県富山市	140

国内事例 つづき

外部と連携してコミュニティをつくる

9-1	日本の田舎をステキに変える！「創造的過疎」の町	NPO 法人グリーンバレー	徳島県神山町	144
9-2	みんなが行きたい「未来の方向性」を示す会社	株式会社巡の環	島根県海士町	146
9-3	「連携」で広がる可能性。7つの離島の連携による挑戦	からつ七つの島活性化協議会	佐賀県唐津市	148
9-4	「移住」を体験するプログラム	イナカレッジ	新潟県長岡市	150
9-5	川でつながるまちづくり	株式会社御祓川	石川県七尾市	152

自治体が主導してコミュニティをつくる

10-1	出生率 1.86 人。若者が増える村。	下條村	長野県下條村	156
10-2	「ファン」から必要とされ続ける村づくり	豊根村	愛知県豊根村	158

地域のくらしをまもる ー生活サービスの維持ー

生活をまもる

11-1	地域交通は地域の「血めぐり」。地域交通が町を救う。	株式会社光タクシー	福岡県北九州市	162
11-2	農協撤退後の地域生活を守れ！住民 108 戸が作った株式会社	株式会社大宮産業	高知県四万十市	164
11-3	地区を支える「新しい公共」を担う株式会社	株式会社あいポート仙田	新潟県十日町市	166
11-4	市町村合併後の地域サービスを担う。住民による NPO 法人	NPO 雪のふるさと安塚	新潟県上越市	168

医療・福祉をまもる

12-1	地域医療を守れ！地域住民による診療所	大戸診療所	群馬県東吾妻町	172
12-2	広域の情報共有が地域医療を守る	一般社団法人伊都医師会	和歌山県橋本市ほか	174
12-3	よく生き、よく死ぬ、地域社会をつくる	NPO 法人ふくふくの会	愛媛県上島町	176
12-4	地域医療を救う、病院・市民・農家の連携	留萌がんばる会 / パプヤの里	北海道留萌市・増毛町	178
12-5	子供からお年寄りまでみんな一緒に。「富山型」デイサービス	NPO 法人このゆびとーまれ	富山県富山市	180

人を育てる

13-1	「島留学」で島の高校を再生	高校魅力化プロジェクト	島根県海士町	184
13-2	地域の「情報のハブ」になる公立図書館	鳥取県立図書館	鳥取県鳥取市	186
13-3	地域と産業と学校郷育を近づけるキャリア教育	株式会社ジブンノオト	山口県周防大島町	188
13-4	地域と若者を結びつける	NPO 法人エンド・ゴール	愛知県知多半島地域	190

新しい仕組み

14-1	新しい人の流れをつくりだす。自転車が広げる街の可能性	さいチャリ	埼玉県さいたま市	194
14-2	「ふるさと納税」の活用による地域の活性化・課題解決	松阪 市役所	三重県松阪市	196

海外事例

地域産業の変革 ー1次産業の再生と変革ー

F1	地域産品と観光農村の一体化による取組	韓国	200
F2	食を通じて元気になる。ゲヌス・レギオン	オーストラリア	200
F3	森のゴミから熱と電気を作る。木質バイオマスエネルギー	スウェーデン	201
F4	産業構造の変化に対応する中小企業の産業集積の形成と変革	イタリア	201
F5	地域資源である緑茶の活用	韓国	202

地域に新しい価値をつくる ー価値の再発見による地域活性化ー

F6	BID (Business Improvement District) 制度	アメリカ	202
F7	HOA (Homeowners Association) 制度	アメリカ	203
F8	商店街再生に向けたタウンセンターマネジャー	イギリス	203
F9	景観対策課税制度	ベルギー	204
F10	環境に優しいまちづくり	ドイツ	204
F11	ITによる地域振興	フランス	205
F12	スポーツの祭典をきっかけに、「環境先進都市」へ	スウェーデン	205

地域に人を呼ぶ ー観光による地域活性化ー

F13	ヘリテージツーリズム	アメリカ	206
F14	「味の景勝地」認定制度	フランス	206

地域をまもる ー地域コミュニティの維持と創出ー

F15	農村地域における経済活動連携事業	欧州地域	207
F16	ソーシャル・インパクト・ボンド (社会インパクト債権)	複数国	207
F17	自治組織「パリッシュ」(Parish)	イギリス	208
F18	シニア劇場による団地再高齢者の孤独死や引きこもりを解決する「シニア劇場」	スウェーデン	208

地域のくらしをまもる ー生活サービスの維持ー

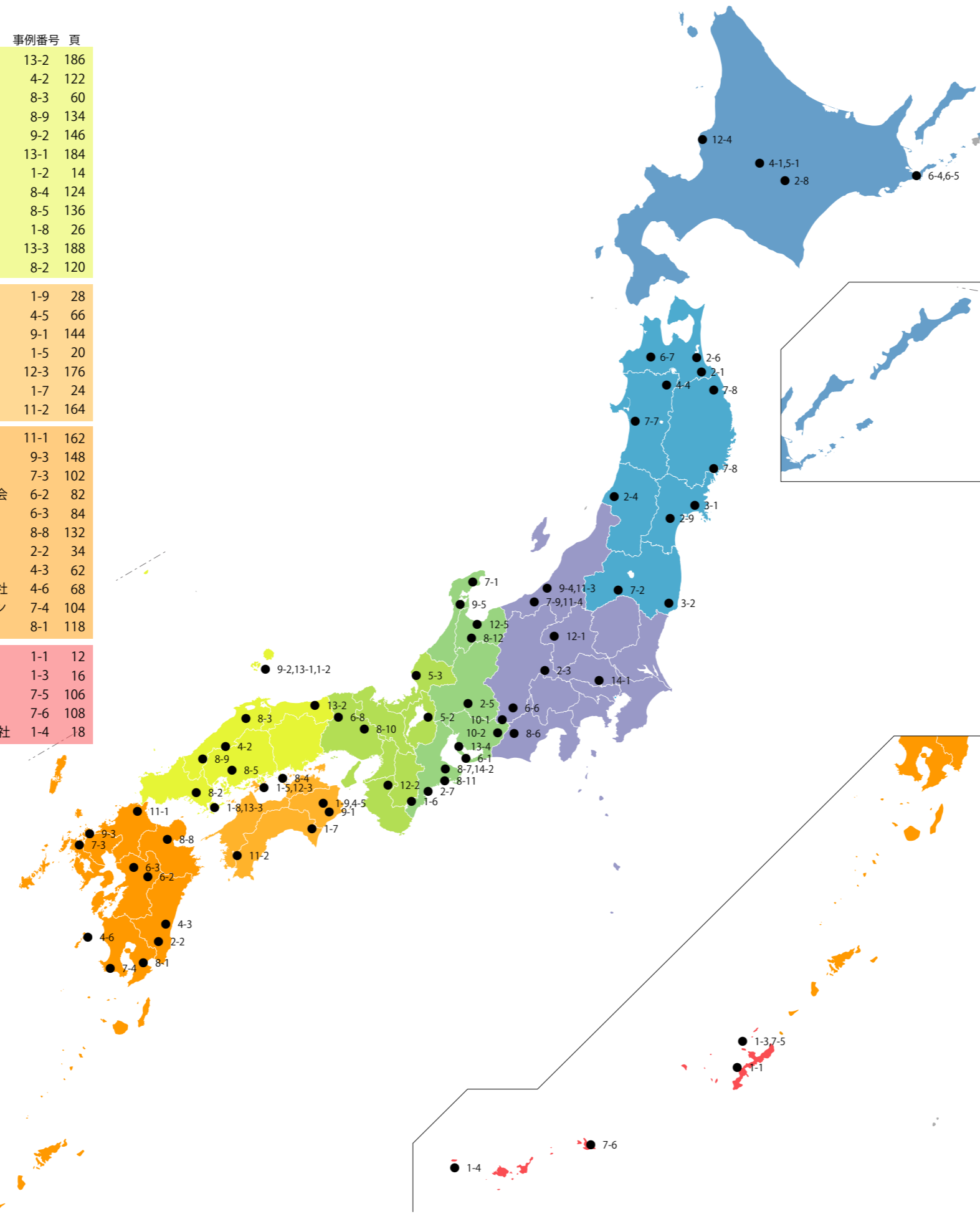
F19	欧州の小都市における環境負荷軽減と地域活性化の両立	オーストラリア	209
F20	住民の意見が形になった、ソーシャル・エコロジー団地	ドイツ	209

海外事例参考資料一覧

210

## 地域別検索

			事例番号	頁
鳥取県	鳥取市	鳥取県立図書館	13-2	186
島根県	邑南町	邑南町／邑南町観光協会	4-2	122
	雲南市	株式会社吉田ふるさと村	8-3	60
	益田市	株式会社萩の会	8-9	134
	海士町	株式会社巡の環	9-2	146
		高校魅力化プロジェクト	13-1	184
	海士いわがき生産株式会社	1-2	14	
岡山県	笠岡市	NPO 法人かさおか島づくり海社	8-4	124
広島県	安芸高田市	川根振興協議会	8-5	136
山口県	周防大島町	株式会社瀬戸内ジャムズガーデン	1-8	26
		株式会社ジブンノオト	13-3	188
	周南市	棚田清流の会	8-2	120
徳島県	上勝町	株式会社いりどり	1-9	28
		上勝百貨店	4-5	66
	神山町	NPO 法人グリーンバレー	9-1	144
愛媛県	上島町	株式会社いわぎ物産センター	1-5	20
		NPO 法人ふくふくの会	12-3	176
高知県	馬路村	馬路村農業協同組合	1-7	24
	四万十市	株式会社大宮産業	11-2	164
福岡県	北九州市	株式会社光タクシー	11-1	162
佐賀県	唐津市	からつ七つの島活性化協議会	9-3	148
長崎県	松浦市ほか	一般社団法人まつうら党交流公社	7-3	102
熊本県	阿蘇市	阿蘇一の宮門前町商店街若きやもん会	6-2	82
	山鹿市	山鹿温泉観光協会	6-3	84
大分県	安心院	安心院・松本イモリ谷	8-8	132
宮崎県	都城市	農業生産法人有限会社新福青果	2-2	34
	綾町	綾町	4-3	62
鹿児島県	薩摩川内市	東シナ海の小さな島ブランド株式会社	4-6	68
	南さつま市ほか	NPO 法人エコリンクアソシエーション	7-4	104
	鹿屋市	やねだん（柳谷自治公民館）	8-1	118
沖縄県	読谷村	読谷村漁業協同組合	1-1	12
	伊江村	伊江漁業協同組合	1-3	16
		一般社団法人伊江島観光協会	7-5	106
	宮古島市	合同会社さるかの里	7-6	108
	与那国市	農業生産法人与那国薬草園株式会社	1-4	18



			事例番号	頁
北海道	鹿追町	鹿追町	2-8	46
	富良野市	富良野オムカレー推進協議会	4-1	58
		ふらのまちづくり株式会社	5-1	72
	根室市	落石漁業協同組合／根室市観光協会	6-4	86
		AB-MOBIT	6-5	88
	留萌市・増毛町	留萌がんばる会／パパヤの里	12-4	178
青森県	三戸町	ノースビレッジ合同会社	2-1	32
	八戸市	株式会社ファーストインターナショナル	2-6	42
	田舎館村	田舎館村	6-7	92
岩手県	田野畑村	NPO 法人体験村・たのはたネットワーク	7-8	112
宮城県	石巻市	一般社団法人イトナブ	3-1	52
	加美町	農事組合法人やくらい土産センターさんちゃん会	2-9	48
秋田県	小坂町	小坂町	4-4	64
	仙北市ほか	NPO 法人秋田花まるっグリーン・ツーリズム推進協議会	7-7	110
山形県	鶴岡市	株式会社産直あぐり	2-4	38
福島県	いわき市	いわきおてんと SUN 企業組合	3-2	54
	三島町	NPO 法人わくわく奥会津.com	7-2	100
群馬県	東吾妻町	大戸診療所	12-1	172
埼玉県	さいたま市	さいチャリ	14-1	194
新潟県	上越市	NPO 法人かみえちご山里ファン倶楽部	7-9	114
		NPO 雪のふるさと安塚	11-4	168
	長岡市	イナカレッジ	9-4	150
	十日町市ほか	株式会社あいポート仙田	11-3	166
	長野県	御代田町	農業生産法人有限会社トッピーバー	2-3
	飯田市ほか	株式会社南信州観光公社	6-6	90
	下條村	下條村	10-1	156
富山県	八尾町	NPO 法人大長谷村づくり協議会	8-12	140
富山市	NPO 法人このゆびとーまれ	12-5	180	
石川県	能登町	春蘭の里実行委員会	7-1	98
	七尾市	株式会社御蔵川	9-5	152
岐阜県	中津川市	株式会社サラダコスモ	2-5	40
静岡県	浜松市天竜区	NPO 法人夢未来くんま	8-6	128
愛知県	南知多町	日間賀島観光協会	6-1	80
	豊根村	豊根村	10-2	158
	知多半島地域	NPO 法人エンド・ゴール	13-4	190
三重県	大台町	株式会社フォレストファイターズ	2-7	44
	松阪市	柚原自治会／ささゆり会	8-7	130
	紀北町	下河内の里山を守る会	8-11	138
	松阪市	松坂市	14-2	196
福井県	坂井市	一般社団法人三國會所	5-3	76
滋賀県	長浜市	長浜まちづくり株式会社	5-2	74
兵庫県	朝来市	竹田劇場ほか	6-8	94
	丹波市	山王自治会	8-10	136
和歌山県	北山村	北山村	1-6	22
	橋本市ほか	一般社団法人伊都医師会	12-2	174

※地区は各地方経済産業局の管轄エリアに対応しています。

# 1. 地域産業の変革

— 1次産業の再生と変革 —

## 地域の特産をつくる



## 独自商品開発等の多角経営で漁協再建



読谷村漁業協同組合  
沖縄県読谷村

### 地域の概要

読谷村は、沖縄本島中部の西側にあり、那覇市から北に28km。東シナ海に突き出た半島状の形状をしており、沖縄本島の幹線道路である国道58号が本村を縦断している。平成26年に岩手県の滝沢村が市制施行により滝沢市となったことに伴って、読谷村は人口の多さで日本一の村となり、平成22年時点の人口は約38,200人である。自然や風土、歴史、地域資源を生かしたまちづくりを推進している。

### 取り組みの概要

読谷村漁港は、5トン未満の漁船を使用する沿岸漁業が主体である。年間の漁業生産量は約160トン、金額では約1億円。県内最大の定置網があり、その定置網からの水揚げが70%を占めている。ただ、以前は漁獲量が増加すると値段が下落し、なかなか収益は安定しなかった。さらに、借金などによって漁協自体の経営も厳しい状況となっていた。

借金返済に向け、漁港のメンバーだけで商品開発や販売をしたが、売り上げは芳しくなく、漁協の経営改善にはつながらなかった。収益向上のために期待していた魚類の養殖も、途中で稚魚の死亡や網が破れてしまうなどの問題が続き、思うような成果を上げられず、経営をさらに圧迫してしまった。そこで、経費が掛からない事業を始めようということで始めたのが「あおさ」の養殖だった。

販売先も決まらない中でスタートさせたあおさの養殖事業であったが、生活協同組合コープおきなわから全量買い取りの申し出を受け、ここから販売業者である「コープおきなわ」との付き合いが始まる。その後、従来までは大量に収穫された魚（ムロアジ）は、鮮魚として販売する以外はマグロの餌として使っていたが、コープおきなわからの提案で、ムロアジを使った商品開発をスタートさせた。読谷漁港、読谷村役場、コープおきなわ、株式会社ホクガンなどが協働してムロアジ商品化に向けての商品開発を行い、平成19年には「骨まで食べられる マース煮」として販売を開始。沖縄県庁で記者会見を行うなど広報にも力を入れたところ、1週間で3000パックが完売した。

さらに、那覇市内の学校給食で人気があるといわれている「もずく丼」を、読谷漁港、読谷村役場、コープおきなわ、沖縄ハム総合食品株式会社が共同で商品化。平成20年から販売をスタートさせたところ、最初に製造した15,000パックは1カ月半で完売し、その後も売り上げは順調に伸びている。

冷凍食品は月間2000パック売れば大ヒットと言われる中、平成20年2月から販売した「もずく丼」は、最初に製造した15,000パックを1カ月半で完売した。当初年は年間10万パック売り上げ、その後も売り上げは順調で5年間で50万パック、1億円を売り上げる商品となっている。県外への販路も拡大し、現在は、県外での売上が約6割を占めている。そのほかにも、漁協では漁港内での食堂経営や、ジンベイザメを飼育してダイビング、シュノーケリングで見学できる事業などの多角的な事業展開を進めている。漁協の本来の業務である鮮魚の取り扱いに加え、様々な主体との協力を得ながら、付加価値のある商品開発に積極的に取り組み、成功したことで、現在は漁港の経営は安定しており、新たな事業展開に向けた計画をスタートさせるまでになった。

## インタビュー



成功の要因は信頼関係の構築

前田 晃氏  
読谷村漁業協同組合

漁港が独自に商品を開発していた時代について、「値段やパッケージも含めて自分たちの思い込みで商品を作っていた」と反省する一方、その後の成功要因としては「連携して、1～3次産業の各々の長所を取り入れていったことで完成度の高いものになったのではないかと」と関係団体が信頼関係を持ちながら協力して取り組んでいった点を挙げた。

海人の方々も商品開発に好意的になっていったという。大量時は買ったたかれ、安値でしか売れないなど、騙されることが多かったことから、このような取り組みに対しても、「警戒心も強く、疑心暗鬼の面もあったと思う」と前田さんは海人の心情を思いやる。ただ、実際に売れて、利益が出てくると、海人のみなさんも応援してくれるようになり、販売なども手伝ってくれるようになっていったという。「個々がばらばらにやるよりも、一つになって販促までやれば大きな力になる」と実感したと語る。

商品開発の過程における読谷村役場の協力も大きかったという。商品開発の打ち合わせのための会議室提供だけでなく、実際の開発会議や商品販売にも積極的に参加した。また、話をするのが苦手な海人の方々からもとことん話し合っ、信頼関係を築き、本音を聞き出し、それを周りに伝える役割も担ってくれたという。

さらに、バックアップがあったことで信頼度も向上。漁港だけでは相手にされなかった企業が、「行政と一緒に受け入れてくれた。企業の信頼度が違う」と村役場の全面的な協力も、商品のヒットにつながった。地域における商品開発における役所（行政）の役割の重要性を力説する。

商品開発だけでなく様々な取り組みを進めていた。沖縄美ら海水族館の協力を得ながら、ジンベイザメの養殖もおこない、ジンベイザメとのダイビング体験などのサービスも提供している。HPの周知や体験者の口コミが広がり現在では年間約6000人が訪れるまでになっている。

また、平成4年にスタートさせた鮮魚直売店も、8年ほど前に設置した食事ができる「いゆの店 海人食堂」が好評で、年間売り上げも1200万円（平成4年）が現在は約1億円に達する。もちろん、「海人自慢のもずく丼」も食べることができる。

現在は、次世代へのバトンタッチも見据えながらの取り組みも重要になってきている。そのひとつが職場体験の受け入れだ。「企業は人が育たなければ継続できない。伝えることしかできないが、伝えることで、つながっていけばいいと思う」と話す。実際、職場体験した生徒から定置網の乗組員になった者も出ているという。さらに、人材育成だけでなく、老朽化した施設のリニューアルも検討している。「ハード面をしっかりさせれば、バトンタッチできるのではないかと。沖縄にはない複合施設を作りたい」と希望を語る。水産加工商品の販売、ジンベイザメとのダイビング体験、お土産売り場などが一体となった複合施設の建設を考えているという。人材育成と施設整備というソフト、ハードの整備が次世代への継承にとって重要なテーマとなっている。



読谷村漁港全景



もずく丼



漁協の直営食堂

## 目指すのは「サラリーマン漁師」

海士いわがき生産株式会社  
島根県海士町



### 地域の概要

島根県隠岐郡海士町は島根半島沖合約 60Km にある隠岐諸島のうち、中ノ島にある 1 島 1 町の小さな島。対馬暖流の流れる豊かな海と、豊富な湧水に恵まれた自給自足のできる半農半漁の島。人口の流出と財政危機の中で、2005 年に町長は給与の 50%カット、課長級は 30%カットを断行した。その資金を元手に最新の CAS 冷凍技術を導入し海産物（イカ、岩牡蠣等）のブランド化を行ったり、こうした産業振興等や島外との積極的な交流により 2004 年から 11 年までの 8 年間で 310 人の移住者（1 ターン）、173 人の U ターンを生み、島の人口の 20% を移住者が占めるまでになっている。地域活性化モデルとして全国から注目されている。

### 取り組みの概要

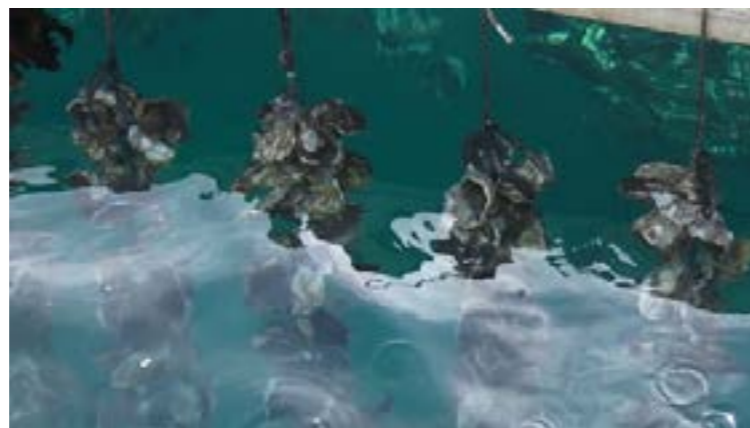
平成 14 年、海士町に U ターンした現社長の 大脇氏が海士町に 1 ターンをした友人らと始めた岩牡蠣の養殖を生業とする株式会社。岩牡蠣の養殖自体が珍しかった時期に岩牡蠣の養殖を開始、「海士のいわがき春香」と命名してブランド化をし、現在ではネットでの直販をはじめ、東京都心のオイスターバー数十軒に卸すなど、生産体制が追いつかない程の売り上げを上げている。

特に海士町に 1 ターンで入ってくる人を積極的に雇用しており、これまでに 7 名を受け入れている。そのうち 2 名はリタイアしてしまったが、最終的に残った 5 名のうち 2 名は牡蠣養殖業として独立している（うち一人は年間 600 万円程の水揚げをしている）

また、海士町との協力体制も強い。創業当時から港の事務所や作業場として町の建物を貸したり、「春香」という名前を町として商標登録をして、町と業者が一体となって「海士町のブランド」として宣伝をするなど、行政と漁業者の良い連携が行われていることも大きな特徴である。



いわがき「春香」が養殖されている湾



海中に吊るされるいわがき「春香」

### インタビュー



目指すのは「サラリーマン漁師」

大脇 安則 氏

海士いわがき生産株式会社 代表取締役社長

漁師が銀行で借入れをしようとしても容易に借りることはできないのだそうだ。漁師という職業が収入的に安定していないからだ。そうした状況をなんとかしたいという想いから大脇氏が目指すのが「サラリーマン漁師」である。

岩牡蠣養殖の開始当時、漁協組合員の生活は厳しかった。地元の漁師で岩牡蠣養殖を始めてもやめてしまう人も多かった。岩牡蠣養殖は緻密な管理と世話が必要とされたからだ。大脇氏は数々の試行錯誤を経て、現在では「サイズ、個数、その場所」までを完全に把握する「トレーサビリティ」を確立した。

1 本のブイに 10000 個から 15000 個の牡蠣が養殖されているが、途中でサイズと何個を把握するために一回引き上げてつけ直す作業まで行っている。これまで自然環境に左右されがちだった漁業を安定的なものとし、供給量にも自信を持って営業活動が出来るようになって「海士のいわがき春香」のブランド価値を一層高めている。「管理可能な部分はすべて管理している。これをやってはじめて「養殖」だと胸を張る。

大脇氏は 1 ターン人材を積極的に受け入れている。「専業でやって。これだけ水揚げがあって、しっかりと生活できるという事例を作りたい」と大脇氏。これまでに 1 ターンの 7 名が 3 年間の研修を終え、現在も 4 名が研修中だ。研修を終えた 7 名のうち 2 名は牡蠣養殖業で独立するまでになった。独立 3 年目になる人の中には、年間 600 万円程の水揚げをしている人もいる。現在も「海士のいわがき春香」の売れ行きは好調で供給が追いつかない程の状況が続いている。今後、海士町とも更なる協力をして、年間生産量 50 万個（1 億円）を目指す。1 億円と言えば海士町の「トップ産業」になることを意味する。「（漁業は）儲かるんだ。儲けるんだ」ということを世間の人に知らせたい。

海士いわがき生産株式会社は、設立当時から事務所や作業場として町が建設した施設を使うなど、海士町の強い支援を得て成長をしてきた。同時にブランド「海士のいわがき春香」は海士町が商標登録を行い、町の代名詞にもなっている。まさに、町と一次産業生産者が強力なタッグを組んでブランドを作っている。他にも東京進出の際には海士や島根県出身者が経営している飲食店を町から紹介してもらったり、一緒に営業活動に回ったりしたそうだ。行政が理解を示し協力してくれたことが成功の大きな要因でもある。



1 ターンをしていわがき養殖をはじめた漁師



## 地域のみんなで地域のためになる商品をつくる

伊江漁業協同組合  
沖縄県伊江村



### 地域の概要

沖縄本島にある本部半島の北西約9kmの位置にある。1島1村で人口は約4500人。産業は主に農業、畜産業、漁業であり、村民の10分の1が漁業に関わっている。離島のため、魚を本島で売るとコストがかかってしまうことや、後継者がいないことが伊江島の漁業において問題となっている。本部港からフェリーで30分程度ということで「日帰り可能な離島」であり観光地としての人気も高い。また、戦争に関する施設・史跡もあることから県内外からの修学旅行の需要も多い。しかし、観光客や修学旅行生は多いが彼らに提供する料理は伊江産のものだけでは賅っていない。

### 取り組みの概要

伊江漁協では、89名の組合員で組織されており、役割に応じた部会を作っている。観光部会では、修学旅行生らに漁師体験プログラム（追い込み漁、獲った魚を使いカレーづくり）やマリンスポーツを提供している。女性部は、海人（うみんちゅ）の奥様方を中心に構成されており、魚食の普及活動や販売を行っている。パヤオ部会は、パヤオ漁を行う漁業者で構成され、年に一回の伊江村産業祭りではマグロの解体ショーや即売などを行っている。その他では、若手を中心とした青壮年部がある。

民泊事業が島内で始まったが、伊江島の特産品として提供できる食べ物がない、ということで漁協の女性部（約20名）が商品開発をしようとして声をあげたことから、商品開発が始まった。伊江島で最も多く水揚げされる海産物「ソデイカ」を使用し、「伊江島おっかー自慢のイカ墨じゅーしいの素」や「イカ墨ぎょうざ墨ちゃん」を民間食品業者や自治体、教育機関などと連携し、伊江島の水産資源をユニークな加工食品へと発展させる取り組みにチャレンジした。現在、これらの商品は県内のスーパー等で販売されており、県外にも出荷している。「伊江島おっかー自慢のイカ墨じゅーしいの素」は累計で約45万パック販売しており、現在でも年間約5～6万パックを売り上げている。また民泊をする修学旅行生にも商品が提供されるようになった。

商品開発中には、民間食品業者との価格調整などが合わず、うまくいかない時期もあった。また、一次加工の処理を女性部がうまく対応できず問題となったこともあった。そういった時に八前組合長が間に入り関係団体と話をしたり、漁師に一次加工の処理をお願いするなどの調整役となったことで、プロジェクトがうまく進んでいった。「イカ墨ぎょうざ墨ちゃん」の売り上げの一部を伊江村の青少年活動資金に活用している。青少年活動資金で、夏休みに島の子供たちを対象とし絵画教室を開いたところ、島の子供たち40～50人が参加した。他にも漁協直営の食堂運営している。



上) 伊江島の漁港  
下) 伊江島漁協が開発した「イカ墨じゅーしい」

## インタビュー



### 漁協の商品開発が島にもたらした影響

八前 隆一氏  
伊江漁業協同組合 代表理事／組合長

漁協だけで商品開発をするのは難しく、民間の加工業者などとうまく連携すれば時間をあまりかけず商品開発を進めることができる。地方で何かの活動を行う際には、複数の主体が協力することが重要であるが、その際、関係者間を調整する役割の存在は大きい。商品開発をするきっかけは漁協の女性部から「やろう」という声があがるのがきっかけだった。しかし漁協と民間業者間とで価格調整など意見が合わず頓挫しそうであった時、漁協が仲介役として間に入った。両者と調整し解決策を提案したことで、商品開発まで辿り着くことができた。また、女性部が一次加工の処理についてうまく対応できず困っていた時に、若い漁師をお願いして一次加工の処理を対応してもらい、問題が解決したこともあった。

漁協で作上げた商品の一つに「イカ墨ぎょうざ墨ちゃん」がある。この商品は、伊江島の中学生らと一緒にパッケージを作った。そして、売上の一部を青少年活動基金として村の教育委員会に寄付し、小学生を対象とした絵画教室を開くなどして地域貢献をしている。村に配属される教員は科目を掛け持ちで担当するため、図工や音楽など主要科目以外の専門の教員はいない。島の子供たちに専門の知識を持った人から絵画を学ぶ機会を与えることができたのは良かったと思う。今後も青少年活動基金を増やし、スポーツのイベントなども実施したい。

今後は、時代のニーズに合わせ商品アイテムを10個作りたいて考えている。6次産業を企業と連携して行うのも一つの手である。地域に合った食材でベストな方法をよく考えることが大事で、すべてを漁協だけで行うのには時間・労力がある。地域にとって何がベストかを決めることは簡単ではないが、みんなの意見をくみ取り、どこに売るのが、ターゲットをしっかりとすることで商品もヒットするのではないかと考えている。これまで、漁協が主導して商品開発をすることで、地域に刺激を与えることができた、今後も地域の皆でつくった「島のアイテム」が増えることで、開発の過程等を通して、お互いが刺激しあい、地域活性化に繋がると考えている。



上) イカ墨ぎょうざ「墨ちゃん」のポスター  
中) イカ墨ぎょうざ「墨ちゃん」  
下) 漁協直営による食堂。

## 外部企業との連携による地域資源の活用

農業生産法人 与那国薬草園株式会社  
沖縄県与那国町



### 地域の概要

沖縄県与那国町は沖縄本島から南南西へ520kmに位置する日本最西端の島である。島の周囲は27.49kmほどの大きさで、平成22年時点の人口は1,657人。主要産業はサトウキビ、畜産、水産業であり、ダイビングや釣りといった観光産業もある。近年ではテレビドラマのロケ地となったことで、ロケ地を訪ねる観光客もいる。平成16年に実施された市町村合併の是非に関する住民投票の結果、反対が62%と与那国町は合併ではなく独自の自立の道を選択することとなり、地域の主要産業を育てていく必要が生じた。町は平成17年に「与那国・自立ビジョン」を策定し、「与那国5大地域資源特産化事業（長命草、サトウキビ、畜産物、カジキ、泡盛）」として、サトウキビなどと並んで長命草を地域資源のひとつとして位置付け、商品化をしていくことを決めた。長命草は、与那国島では島の岸壁等に自生していたセリ科の植物である。古くから地域の祭りで長命草が奉納される風習があり、島内では長命草が体に良いことは知られていた。

### 取り組みの概要

当初、町内の関連機関が連携して長命草入りの食品などを開発したが、「長命草」自体の知名度が低く、商品の販売は低迷が続いた。転機となったのは、平成18年に化粧品メーカーの社員が与那国町を訪問し、長命草の生産状況等について視察したことだった。化粧品メーカーは長命草を健康食品に利用することに可能性を感じ、町と連携しての製品化に向けた取り組みがはじまる。商品開発にあたっては長命草を売り出すとともに、与那国島のイメージを発信することも重視された。

平成20年、長命草を利用したドリンクと、タブレット、パウダーの健康食品が全国区で発売されたが、その直後、台風の被害によって畑が壊滅的被害を受けたことで商品も一時的に出荷停止となる不運に見舞われる。しかし、化粧品メーカーの社員が島民とともに畑の復興を手伝ったことが、地域と企業のつながりを深める結果となった。

「長命草」のタブレット、ドリンク、パウダーの3種類の販売は好調でそれに伴って、長命草の需要が増大した。平成17年には生産量3.3t、収穫面積6.3haであったが、5年後の平成22年の生産量は約8倍の26.6tになり、収穫面積は4.5倍の25.4haにまで増加。安定的な生産量の確保とそのための体制の整備が地域にとっての課題となった。



上) 長命草を利用した製品  
下) 長命草

平成22年には、長命草の生産農家39戸で「与那国島長命草生産組合」が設立された。この協議会にはJA沖縄与那国支店、与那国島商工会に加え、長命草の生産・加工・出荷を行うために設立された「農業生産法人 与那国薬草園株式会社」が参加しており、町をあげての生産拡大、協力農家の獲得に取り組んでいる。毎年、化粧品メーカーと協議会の間で必要生産量の調整が行われるため、生産者の安定収入確保につながっている。町内の長命草生産農家数も平成17年には13戸だったが、平成23年度には50戸にまで増えており、生産額は253万円（平成17年）から3,308万円（平成23年）と伸びている。

この取り組みの特徴は、町外の企業、流通事業者等と連携することにより、町内における生産～加工～製品化～流通の一連のルートを確立し、生産地としての地域の役割と体制を明確に示した点だ。また、地域側も企業の要望に応えるべく、作付け促進、協力生産者の確保などの生産体制づくりを行ってきたことにある。

さらには、そうした互いに真摯な姿勢で取引を行ったことで、地域（原材料提供者）と企業（購入者）の関係を超越して、対等の立場で関わったことがこの事業の成功と持続的成長をもたらした。

また、町内の一部の業者や農家だけが恩恵を得るのではなく、あくまでも地域全体で取り組む事業であり続けていることも特徴だ。人口も限られた地域内で、生産体制に対応する人手を確保するために、農家だけでなく、主婦や高齢者も参加ができる体制を作っている。さらには、島の中学校でも学校をあげて長命草の栽培・収穫に取り組んでおり、収益は部活動の遠征費などに当てている。まさにオール与那国島の取り組みである。

さらに、農地を持たないが長命草を生産したい人に対しては、耕作放棄地を所有者から借用して農地を確保し、栽培するという形態で参画してもらっている。そうした生産者には女性や高齢者が多く、少量であってもきちんと買い取る仕組みとなっているため、農家にとっても貴重な副収入源となっている。

長命草栽培は、地域に産業の柱を作ったのみならず、高齢者や女性の活躍の場を作り出したことで、地域住民の生きがいをも生んでいる。



農業生産法人 与那国薬草園株式会社  
代表取締役社長  
杉本 和信氏



上) 与那国薬草園株式会社の社屋  
中) 地元の雇用を生んでいる  
下) 長命草が栽培されている畑

## 「青いレモン」による島づくり



株式会社いわぎ物産センター  
愛媛県上島町

### 地域の概要

上島町は愛媛県の北東部、広島県との境に位置し、瀬戸内海のほぼ中央に浮かぶ18の島々により構成される町で、平成16年に越智郡の弓削町・生名村・岩城村・魚島村が合併して誕生した。岩城島の交通は、広島県福山市因島または本島のすぐ北に位置する生口島との海路交通が主で、因島などの近隣の造船関連産業の立地から、造船業が主産業となっている。昭和60年頃から、レモンを特産品として売り出していこうという動きが始まり、旧岩城村の第3セクターとして株式会社いわぎ物産センターが設立され、国産の鮮度の良さを全面に押し出し、「青いレモンの島」としての村おこしが始まり、現在においても“レモン”を核にした地域おこしに取り組んでいる。

### 取り組みの概要

株式会社いわぎ物産センターは、昭和60年に旧岩城村の第3セクターとして設立された。平成の大合併で4市町村が合併し上島町となり、現在は上島町の第3セクターとして、町の宣伝、レモンを中心とした販売、またその加工品の開発・製造販売を行っている。加えて、岩城島の港で喫茶店と特産品を販売する売店の経営を行っている。核になる事業は生レモンの販売が中心で、次いで外見不良のレモンを搾汁し業務用の果汁販売となる。

会社設立のきっかけは、もともと瀬戸内海の島ではみかん栽培が盛んであったが、日本全土でのみかん生産で物価が下落したのがきっかけで産物の切り替えを行政と農家と協議して行うこととなり、その際「レモンで村おこしができないか」とあったのが発端である。瀬戸内海は比較的温暖で雨も少なくレモン栽培に適していたが、「それだけではインパクトに欠ける」とのことから「青いレモン（黄色くないレモン）」の販売を画策した。当時、レモンは海外から青い状態で輸入した後エチレンガスで熟成し防腐剤を加工していたが、そのプロセスがなくとも首都圏においしいレモンを届けられる・青いレモンでも使えることを知ってもらうという狙いがあった。そして「青いレモンの島」として村おこしが始まった。青いレモンは熟していないイメージがどうしてもあるが、「採りたて、もぎたて」という新鮮であるというバロメーターとして「青い」との表現を使っている。黄色いものに比べると香りが強く、果汁はより酸っぱい。鮮度の違いがとても顕著で、海外輸入だと消費者まで1ヶ月近くかかるが、「青いレモン」は収穫の翌日に日本国内であればどこにでも届くという点が売りとなる。「青いレモン」は10月から12月までの約3ヶ月しか収穫できず、その後、熟すことで黄色くはなるため黄色のレモンも販売している。

取り組みを始めた初期は、苗木を配り栽培してもらえるようにしていたが、皆、半信半疑といった感じがあった、みかん栽培とノウハウが異なるためアナウンスをしっかりと行ったり、「青いレモン」で出荷できるイベントに出店したりするなどを繰り返すことで、徐々に農家がついてきてくれた。最初は、外見のいいレモンのみを首都圏の物産展へ持って行ったが売れ残りも多かった。当初はレモンを通信販売することで、個人の顧客には徐々に売れ始めていたが、それに伴い農家からも販売網を増やして欲しいと要望が多く上がり、事業者向け販売を始めたのが大きい。販売には袋詰めと陳列する様にし、既存の販売コーナーでの差別化を行った。商品説明などの情報を載せる事によって、生産地が明瞭化できた。

パッケージ化するのには10年以上前になるが、当時の村は既に赤字が続いており、袋詰めをするのには先攻投資する必要がある、博打のような感覚もあった。デザインの段階でパッケージ見本を東京のデパートに持って行き検証した際に「これなら売れる」という反応を得ることができ、販売に至った。当時はパッケージの作成費用だけでも30万円近くの投資することとなったが、デパートでの売り上げは良く、初めは1店舗のみだった販売が、20店舗近くあった残りのグループ店舗にも広がった。産地の表示やパッケージデザインは発売当時から地域情報が地図つきで載っており、安心安全を謳った。デザインは中身が時期によりレモンが黄色くなっていくことと、それを踏まえパッケージ文字がどちらでも見やすい様にデザインされた。パッケージにすることで販売単価も上昇した。裸の輸入レモンが98円で販売されていたが、袋詰めにすることで298円（2個入）で販売することが出来た。現在は、変動はあるが398円で販売するに至っている。

現在では販路が広がり、全体での売上は生レモンだけで4,000万円ほどになる。初期のPR販売段階で上物のレモンのみを

販売していたが、農家の要望もあり、傷があるものも販売出来ないか模索することとなった。そこで搾汁を販売することになるが、試作の段階で、搾ったレモン果汁をテイストリングでは「おいしい、これなら売れる」となった。レモンの搾汁の作業工程では、まず皮を剥いてから搾ることになるし、搾ったあとは搾りかすがでる。作業工程で出たものが、次の商品のアイデアの材料になった。レモンの搾りかすにはペクチンという物質が豊富に含まれておりレモンジャムが出来るし、皮はレモンピールを入れればマーマレードになる、そこから出来た商品がレモンマーマレードとして販売になった。そこから派生して特産品としてレモンケーキなどができた。商品開発は社員が中心にアイデアを出したり、お客様からのリクエストで作られたりすることもある。社員はレモン農家を兼業している方が大変多く、レモン販売をしていくうちに顧客から提案されてコラボするという流れが多い。やはり一人一人だけでは出来ないことも多いため、顧客とのつながりの中で、色々なアイテムや商品が生まれているという所感がある。

現在はお菓子や焼き菓子も自社で製造するようになった。このような加工品の売り上げは、5,000万ほどで、青果物より多い売上に至っている。また、レモン果汁の搾りかす全てがジャムに出来る訳ではない。地元の養豚業者の協力で餌にまぜ食べさせたところ、餌になりそうとわがかわかるとともに、レモンを食べさせた豚の調子もよいとのことだった。養豚業者に持ち込んだ搾りかすを餌として、排泄物を肥料としてといった島の中での循環農業が出来た様になった。もともと美味しかったというものがあるが、脂がおいしいレモンポークが出来上がった。養豚業者は1軒だけだが現在は島の人口より多い3,000頭が飼育されている。自社での通信販売もしているが、各スーパーやサービスエリアの特産メニューとしての販売経路を確保している。イベントなどでは「レモンポーク丼」をつくったりしている。

現在の従業員数は、工場と売店に、正社員4名、パート16名の合計20名である。社員は島の人で男性3名、女性17名である。加工品の工場ができてから従業員が徐々に増加している。また、現在のレモン栽培の農家は14～5軒で。上記のような取り組みにより、農家の収入面は安定しているといえるが、高齢化などで確実にレモン栽培に携わる人数は減っている。生産量も横ばいしないし減少傾向にある。行政としては定住促進で農業を進め、2～3人の1ターン・Uターンにつながっている。



左) 岩城島の展望台から瀬戸内海の島々を望む

中) いわぎ物産センターの青いレモン

右) 地元で雇用された人がレモンケーキなどの加工品を生産している

### インタビュー



ひとつの強み、ストーリーを出すことがブランドにつながっていく

大本 孝則氏

株式会社いわぎ物産センター センター長

一次産業の振興があってこそその6次産業化が大切である。「青いレモン」にあっては、取り組み開始当初は、レモンの販売のウェイトを置いていた。その時期は、農家の人達に「作れば売れますよ！」という感じで協力を仰いでいたが、今は生産者の年齢等を考え、生産者数を増やすことで、生産量を増やすことに向けて取り組もうと考えている。そのため、地元愛媛の大学などで農業関係の専科があるので連携して何かを取り組もうと考えている。百貨店への売り込みは青いレモン1つだけだった。物産展などでも人気のところは強みをもつアイテムが1つか2つと少ない。種類があっても大まかなコンセプトやストーリーは一つにして売り出している。いわぎ物産センターも、「生のレモン」、次いでレモン果汁、レモン加工品とつながっており、一つひとつの強み、ストーリーを打ち出すことが、ブランド力につながっていく。この春に新卒社員が内定している。新しい職員の力を活用し、大学などとの連携を、生産などで農家の手助けになればと考えている。また、1ターン・Uターンなどの町の施策に関しても、いわぎ物産センターとして協力して、現実的な問題点を一つひとつクリアしていきたい。

# 「じゃばら」で 500 人の村を再生

北山村  
和歌山県北山村



## 地域の概要

和歌山県北山村は紀伊半島の東南部に位置し、和歌山県に属しながら、周囲は三重県と奈良県に囲まれており、和歌山県のどの市町村とも接しておらず、日本で唯一の飛び地の村である。県庁所在市の和歌山市からは約150km 離れており、車では3時間以上を要する。面積の97%を山林が占めており、かつては林業で栄え、北山村には筏師たちがおり、丸太を筏に組んで北山川を下流の新宮市まで運んでいた。北山村が飛び地となっている所以は、こうした歴史的背景から新宮市とのつながりが強く、和歌山県になった新宮市に習って和歌山県に入ったことが理由とされる。平成22年時点の人口は486人で45%が65歳以上の高齢者である。少子高齢化と人口減少の村であるが、この地域にしかない特産品「じゃばら」を生かした製品開発・販売と、かつての筏師の技術を現在に蘇らせて観光産業とした「北山川観光筏下り」に村民が一丸となって取り組むことで地域の自立と再生に取り組む。

## 取り組みの概要

「じゃばら」は柚子やカボスのような酸味の強い柑橘類で古来より北山村に自生していたが、世界でも北山村にしかない新品種ということが判明し、品種登録された。じゃばらの名前は「邪(気)を払う」に由来しており、村では昔から天然食酢として正月料理には欠かすことのできない縁起物であった

昭和50年頃、過疎化が進行していた北山村で、村が中心となって珍しい柑橘類「じゃばら」を産業に育て、村を救おうと特産品化を進めたが思うように需要が伸びなかった。昭和57年には、農林水産省の事業を活用して、村内に8haの農園を確保し、集出荷施設も整備したが、販路開拓が出来ずに低迷を続けた。

大きな転機となったのは、平成13年。村が最後の手段としてネットショッピングモールに出店したことであった。同時に「じゃばらが花粉症の症状に効く」という噂を確かめるために、ネットアンケートを利用して「じゃばらの花粉症効用調査」をモニター1000人に実施。この調査の結果、「効果があった」と答えた人が47%にもなり、じゃばらの需要増加につながった。平成20年には、岐阜大学医学部の研究によって、じゃばらにはアレルギー症状を抑制する成分を含んでおり、花粉症を抑制する効果があることが科学的に証明された。



上) じゃばら  
下) 村内のじゃばら園

これにより、花粉症の時期にはじゃばらの注文が殺到するようになった。一部の商品は発売後すぐに完売したこともある。この時期、じゃばらを村のブランド化として売り出すために「ゆずでもない、すだちでもない、とんでもない、紀州のへんなみかん」という印象的なキャッチコピーが作られ、パンフレットやWEBサイトなどの広報物の整備を進めた。

平成12年までは2,500万円前後で推移していた年間売上だが、花粉症に効くことが明らかになった平成13年には5,000万円、平成14年には1億円、平成17年には2億2,000万円にまで増加した。現在は、村内にある7haの農園に約6,000本のじゃばらが栽培されている。村営の加工場では多様な加工品が生産されている。初期から生産されていた果汁やドリンク、ジャムをはじめ、じゃばらを利用したケーキなどのスイーツ、じゃばら酒、じゃばらを含んだ石鹸や入浴剤など。バラエティーに富んでいる。

こうしたアイデアにあふれた商品の数々を企画しているのは、村の職員や、じゃばらの生産者、加工場で働く女性たちなど村の人たちの手で商品開発のアイデアが練られている。現在、村の加工場ではピークのシーズンには、10名を超えるスタッフが働いており、目立った産業のない村に雇用を生み、地域を支える基幹産業となった。

もう一つ、北山村唯一の資源となっているのが「北山川の筏流し」である。この筏流しは、600年の昔から、筏師の村として栄えた北山村の伝統を、現在に復活させることで観光資源としたものである。

かつて職業として木材を運んでいた筏師たちは、紀伊山地で切り出され巨大な丸太を筏に組み、川幅が狭く、急流で、難所だったと言われる北山川を命がけで下流の新宮市まで運んでいた。北山村の筏師の技術は非常に高度であったと言われていた。現在は、安全な観光用に改良された筏で行われているが、運行を行っている筏師たちの技術は大切に継承されており現在は10名ほどの筏師がいる。筏を操る筏師たちの技術と、川から眺める絶景を求めて夏を中心に多くの観光客が訪れている。平成26年には北山村指定の重要無形文化財に指定された。



北山村役場  
観光産業課長  
田岡 富泰氏



上) 村内の売店にはじゃばらをつかった商品が並ぶ  
中) じゃばらをPRするポスターなど  
中) じゃばらジュースなどの加工場  
下) 北山川の筏流し

# 村を「まるごと」売り出す

馬路村農業協同組合  
高知県馬路村



## 地域の概要

馬路村は高知県東部の1,000m級の山々に囲まれた山間に位置し、村の面積の96%を山林が占める。村の人口は昭和45年には約2,100人だった人口が平成22年には1,000人あまりに半減している。元々は林業が産業の中心であった。昭和50年頃から馬路村農業協同組合が中心となって、当時から地域で盛んに栽培されていた柚子を地域特産にする取り組みを開始。当時、各地の農協が合併をしていく中、馬路村では独自性を生かした「おらが村方式」による単独での生き残りを図り、村内販売所の整備や物産展への出展、通信販売の充実等を進めた。現在は60種類近くの柚子関連商品があり、売上高は年間31億円に上るまでになり、柚子加工品の全国ブランド化に成功で全国から注目される。現在、約190戸の農家が柚子の生産に従事している。さらに、「柚子の村」として丸ごと売り込むという徹底した広告戦略も奏功し、アクセスが良くはない村に年間6万人を超える観光客が足を運ぶ。町も温泉、キャンプ場、宿泊施設等を整備、森林鉄道の復元、各種体験教室や村内案内ツアーなど、村の特産品や自然を生かした体験型観光を積極的に行っている。

## 取り組みの概要

馬路村では、昭和40年頃から村の基幹産業であった林業の衰退をきっかけに、柚子の栽培が本格的に始まった。馬路村産の柚子は形が悪く青果としての販売は低迷していたため、馬路村農協あでは昭和45年頃から組合員農家が生産した柚子の搾汁を始め、「柚子果汁」の販売を開始したが、県外では柚子を使う食習慣がない地域も多かったため柚子果汁の販売は低迷をしていた。

昭和50年頃からは県外の家庭の食卓にも柚子を使った食品を広げようと、加工品の幅を広げ、柚子酢、柚子佃煮、柚子ジャム、柚子味噌などの商品開発に取り組んだ。当時の農協の農協職員は毎日のように百貨店に営業へ行き、催事に参加するなどして馬路村の柚子の営業を行った。

こうした地道な営業活動が徐々に成果として現れ始める。昭和61年には現在も主力商品のひとつである濃縮ジュース「ゆーず」を商品化、61年には「ぼん酢しょうゆ・ゆずの村」を発売、63年に首都圏にある百貨店が主催した「日本の101村展」で大賞を受賞するまでになった。

馬路村を柚子加工品販売の飛躍的な発展のきっかけとなったのが、昭和63年に発売された柚子を使った清涼飲料水「ごっくん馬路村」である。この「ごっくん馬路村」のヒットによって昭和55年頃に3,000万円ほどだった売上高は、昭和63年には1億円を突破した。「ごっくん馬路村」のヒットの背景には、商品の魅力はもちろんだが、「柚子や製品だけではなく、村を丸ごと売る」という外部デザイナーとのコラボレーションによる広告戦略にある。これまでの商品を前面に押し出した広告ではなく、地元の人にとっては当たり前の、馬路村ののどかな農村風景や、素朴な村人たちの笑顔、柚子の生産農家、清流で元気にはしゃぐ子供たちなど、村のありのままの姿を写した写真を使ってパンフレットをつくり、テレビコマーシャルを放映した。これらの広告戦略は大反響を呼び、商品の売上げに大きく貢献し、売上高は平成5年に10億円を超え、平成10年には20億円を突破するまでになった。

さらに、こうした斬新な広告が村そのもののイメージを向上させて、それまではほとんどいなかった観光客も目立つようになった。そしてなによりも、自分たちの日常や村の風景が外部に発信され、それが大きな反響を呼んだ

ことは村人たちの地域への愛着や誇りにつながり地域に良い影響をもたらした。こうして、競合他社製品との差別化に成功し、「馬路村の柚子」というブランドを確立して現在に至っている。また、この頃から通信販売事業（電話やFAX）にも進出し、馬路村の柚子が徐々に全国区で認知され始めるようになった。

そして次の大きな変化は平成12年のインターネットによる通信販売が開始であった。当初は柚子の果汁を使った商品が中心だったが、平成8年頃からは柚子の皮を使ったふりかけ、お茶漬け、こぶ茶なども商品化。さらには柚子の香りを活かした入浴剤や化粧水なども開発し、現在では60種類以上になる。多彩なラインナップの商品を、インターネットを利用して全国に販売するようになったことで、平成17年には売上高30億円を突破するまでになった。当初は高知県内だけであったテレビコマーシャルは、現在では四国・中国の各県や遠く青森県などでも放映される。

生産量の増加に伴い、平成18年には旧営林署跡地に「ゆずの森」を整備。柚子の集荷場、柚子ドリンクの加工場、出荷場、事務所などが集約されている。毎日のように訪れる各地からの視察にも対応するために、研修施設や、「ごっくん馬路村」の生産過程を見学コースも整備されている。近年力を入れているのは、柚子を使用した化粧品開発と製品化で、高知大学医学部と協働して柚子の種に含まれる成分を活用した化粧品の研究を行い、石鹸や化粧水などを開発した。「ゆずの森」敷地内には化粧品の製造・梱包・発送を行う一貫体制システムの工場も設置されている。

長年にわたって取り組んできた柚子の村づくりは、村に多くの雇用を生んだ。現在、村内に4箇所の加工場と化粧品工場があり、柚子果汁製品、柚子ドレッシング、柚子種子油、化粧品など多様な柚子製品を生産している。村民の約1割を占める約90名が柚子関連の仕事をしている。

しかし、馬路村の人口減少や少子高齢化の進行が止まったわけではなく、人口は平成26年時点で900人にまで減少している。一方で柚子や柚子加工品の需要は年々増加しており、それに対応するための生産体制の拡充と、働き手としての若年層の確保が課題となっている。



馬路村農協  
営農販売課商品企画営業係  
伊東 和哉氏



上) 馬路村  
中) 馬路村農協の出荷施設  
中) 農協内の出荷場。手作業で丁寧に出荷作業を行う  
中) ゆずを使った製品  
下) 農協施設内の製品開発研究室

## 地域の農業を支え雇用を生み出す島のジャム屋

株式会社瀬戸内ジャムズガーデン  
山口県周防大島町



### 地域の概要

周防大島町は、山口県の東南部に位置し、瀬戸内海に浮かぶ島では淡路島・小豆島に次いで3番目に大きな面積を有し、本土とは大島大橋でつながっている。瀬戸内の温暖な気候に恵まれた柑橘類やサツマイモの産地であるとともに、釣り人や夏季シーズンの海水浴などの観光地でもあり、山口県・広島県をはじめ多くの観光客が訪れている。人口は2万人弱で高齢化率は50%に迫っている一方、官民が協力して定住促進を図る周防大島町定住促進協議会の立ち上げや島暮らし希望者が島で自活している人と面会できる「無料島人紹介所」などの定住促進の取り組みも盛んであり、近年では田舎暮らしを求めて都市部から周防大島へ移住する人が増えている。

### 取り組みの概要

瀬戸内ジャムズガーデンが開業したのは平成15年の秋。代表取締役の松嶋氏は新婚旅行先のパリの小さなジャム屋に魅了され、以降電力会社に勤めながらジャム屋の創業を目指した。事業計画を作成し、家族の理解と協力を得ながら、松嶋氏の奥さんである智明さんの実家がある周防大島に開業することとなった。山口県一の生産量を誇る柑橘類をはじめその他の果実類の生産も盛んであることも周防大島でのジャム屋開業の決め手となった。当初は、会社勤めを続けていた松嶋氏に代わり、智明さんが観光シーズンである夏季限定でジャムづくりと販売を手掛けていた。島の食材を使ったジャム屋の話は少しずつ口コミで広がり、リピート客も確保でき、毎年売り上げも増加していった。平成19年からは、松嶋氏が勤めていた会社を退職し、周防大島へ完全移住して瀬戸内ジャムズガーデンの通年営業を開始した。

通年営業を開始した初年度、夏季は観光客も多く売り上げも順調であったが、冬季はほとんど客が訪れないという課題に直面した。そのようなとき、知り合いの農家から秋に収穫される島の特産品であるサツマイモ（東和金時）の差し入れをもらったことから着想を得て、秋冬限定の新商品の開発に着手し、ジャムごとパンを焼いて食べる「焼きジャム」を開発・シリーズ化した。この商品が各種メディアに取り上げられ、またジャムと果実をセットで届ける「ジャム屋の季節便」も顧客に好評を得られ、冬場の定番商品として定着している。

通年営業を開始した平成19年には1万5千本程度であったジャムの年間生産ビン数は、平成25年には10



左) ジャムズガーデンの外観 右) 店内のジャム

万本にまで拡大しており、契約農家は8軒から52軒、従業員数は4名から22名にまで増えている。そのうち3人は関東から移住してきた若者であり、島の雇用の受け皿となっているとともに都市部からの移住希望者に対して6次産業化の視点を学ぶ場としての位置づけも考えており、移住促進にも寄与している。

子どもたちが都会へ出て過疎高齢化が進んできたのは、基幹産業である農業に元気がなくなってきたことが原因のひとつでもあると考え、ジャムズガーデンでは農作物を高く買い取ることで地元の農家に利益が回っていく仕組みを作ることを心がけている。また、市場出荷用では酸味が強くてジャムに適さないカボスを、12月ごろまで延長して育てることでジャムに合ったまるやかな状態にもらうなど、ジャム専用の農作物を生産してもらうことで安定した収入が得られるような関係性を築きつつある。さらに、ブルーベリーやアンズなどジャムの材料で島にないものについては、自分たちで栽培を行うといった活動も行っている。



ジャムズガーデンが栽培しているブルーベリー畑

### インタビュー



### ジャムづくりを通じて島の農業を支える

松嶋 匡史氏

株式会社ジャムズガーデン 代表取締役

○果物の生産地でジャムづくりを行うということ

添加物を使わないジャムをつくるということにこだわった結果、果物の旬の瞬間を逃さないよう生産者の横でジャムづくりを行うことが最適であることに気付いた。奥さんの智明さんの故郷であり柑橘類の生産が盛んな周防大島は、そういった意味でも最適な土地であった。

○共感を生む商品づくり

この島のこのお店にきて、ここにある風景や空気、そしてどのようなスタッフがどのような果物を使ってジャムをつくっているか、といった様子を直に感じてもらいたい。そのため、直営店・カフェ、果樹園体験事業を行っており、ジャムづくりの現場を見てストーリーを感じてもらうことで、本当に共感を得られる商品をつくることできている。

○地元農家に利益が回るしくみ

周防大島の主産業の一つである農業は、現状として生計を立てていくことが難しく、自分の子どもにミカン農家を継がせることもできず、結果、過疎高齢化が進んでいる。そこで、農家にジャム専用として果樹を育ててもらうことで付加価値をつけ、市場価格より高く買い取ることで農家に利益が回るようにしている。例えば、カボスは従来9月～10月ごろに緑の状態ですぐ市場出荷されるが、12月ごろに完熟したカボスの方が、酸味がまろやかになりジャムの原料としては適しているため、カボス農家とはマーマレード専用のカボス栽培の取引を行い、市場より高値で買い取っている。原材料づくりからこだわったマーマレードということで商品のブランド力アップにもつながるといった相乗効果も得られている。

○島と同じシステムの事業体が生まれるための土壌をつくる

島全体のブランド力が上がり、農家にも利益が回っていく仕組みをつくりたい。そのためには、ジャムズガーデンだけでは実現が難しいことから、地元の産物を使って、地元の商品をつくり、地元の雇用を拡げるといった同じような志をもった事業体を増やす必要がある。現時点では、農業や6次産業化に興味がある若者を雇用し、働きながらジャムズガーデンのビジネスモデルを学んでもらうなど、人材育成にも積極的に取り組んでいる。

# 葉っぱビジネス。プロデューサーの重要性

株式会社いろどり  
徳島県上勝町



## 地域の概要

徳島県上勝町は、徳島市中心部から車で約1時間。標高100mから700mの間に大小約50の集落が点在している。人口は昭和30年の6,265人をピークに平成25年には1,840名863世帯にまで減少。高齢者比率は49.57%で過疎と高齢化が進む。総面積の85.4%を山林が占め、そのうち83%が杉を主体とした人工林で耕地はわずか1.9%と狭く、山腹の斜面に階段状の田畑がある。現在は葉っぱビジネスで注目される上勝町だが、以前の主産業は木材とわずかな耕地で栽培されるみかんであった。高度成長期において木材は外材との競争、みかんは生産過剰による値崩れで窮地に立たされていた。その上、昭和56年の異常寒波によりみかんのほとんどが死滅した。そうした危機を乗り越え、町内の山にあった「葉っぱ」という新しい地域資源の発掘によるビジネスを展開。全国有数の農工商連携による地域活性化モデルとなっている町でもある。

## 取り組みの概要

「いろどり」は当時地元農協の職員であった横石知二氏（現・代表取締役社長）が中心となって昭和62年にスタート。平成11年には第三セクター方式（資本金1,000万円のうち町が700万円、残り300万円を株式会社いろどりが出資）。当時は町長が社長となり中山間地のどこにでもある葉っぱを地域資源として活用し、高齢者を中心とした農家が都市部の料亭・ホテル・レストラン等に料理の「つまもの」として使用される葉っぱや草花を栽培して出荷する事業をはじめた。

昭和63年に数件の農家から始まり約160万円だった売り上げは、平成15年には2億円を超え、現在は180軒を超える農家が参加して5億円を突破。現在「つまもの」は320種類以上あり、年間を通して様々な葉っぱを栽培し出荷する。「つまもの」の事業は、現在全国シェアの約8割を占める。

事業の仕組みは、JAの発注に基づいて各農家が商品を受注、上勝の山に自生する葉っぱのほかに、各農家がそれぞれに工夫をしてビニルハウス等で栽培している葉っぱを収穫、各家庭でパック詰めを行い、集荷場に納品する。

特徴的なのは平成10年に、当時の通産省の公募事業を利用し1億6,000万円を投じて独自に導入した「上勝情報ネットワーク」というITシステムである。高齢者でも扱うことができる専用ブラウザや入力装置の開発も行い、当時、100軒を超える農家それぞれに20万円を超えるパソコンを導入。このシステムは、コンビニエンスストアのPOSシステムを参考に開発され、商品にバーコードをつけて出荷情報を管理。日々変動する「つまもの」の市



上) 上勝町の集落  
中) 里芋の「葉」を育てるビニルハウス  
下) 出荷をする「葉っぱ」

場価格・出荷量・売行・単価・翌日の目標数量等、市況状況を農家に知らせ、農家はそれをもとに収穫や生産計画を行うことができる。また、組合員全員の日々の売上、累計売上が順位表示されるようになっており、農家間の競争を促す仕組みになっており、高齢者が多い農家のやる気を喚起している。

「葉っぱビジネス」で全国的に有名になったことで、移住者増加などの効果も生まれている。インターンシップとして町内の企業や農家で平成22年から平成25年までに500名近くを受入。そのうちの約20名が町内に移住した。葉っぱビジネス成功までのストーリーは平成24年には『人生、いろどり』として映画化もされ、全国で公開された。



上勝町の葉っぱを使ったつまもの

## インタビュー



成功の要因はプロデューサーの存在と仕組みづくり

横石 知二氏  
株式会社いろどり 代表取締役社長

上勝町と同じことが他の地域にもできるのか。メディア露出の増加等に伴って、上勝町には毎年多くの方が視察に訪れる。中には視察をきっかけとして成功したところも多くあるが、成功したところは「葉っぱ」を真似たところではなかった。成功した地域の共通点は「上勝町の仕組みを真似たところではなく、上勝町の取り組みを見たことで地域住民自らが「頑張ってみよう」と再起したところだった」と横石氏は振り返る。上勝町を見たことで、自分たちも頑張れるという前向きな気持ちで改めて自分たちの足元を見ると、それまで気づかなかった「資源」を発見することが出来たという事例が多い。「仕組みを真似ることはできないと思うが、高齢者までもがイキイキと仕事をしている風景を見て自分たちにもできると思ってもらうことが上勝の役割」。

中山間地域で新産業を作るためにはプロジェクトをまとめる「プロデューサー」の存在と、参加するメンバー全員が役割を担う「仕組み」をつくるのが重要。しかし、必ずしも各地域にプロデューサー（または予備軍となる人材）がいるわけではない。全国的な地域活性のためには、各地域と大学が連携して「地域プロデューサー」育成のための実践型研修をやる等の仕組みを国レベルで仕掛けていく必要がある。同時に、地域にプロデューサーがいないのであれば、外から受け入れる必要があり、地域側にも受け入れる仕組みを作っていくことである。外からのやる気のある人材と、中をまとめることが出来る人材が手を組むことが地域活性のためには重要である。

最近、騒がれている「消滅集落」という話は、「何もしなかったら消えるよ」という地域への警告だと捉えている。上勝町も例外ではなく、高齢化の比率が約50%という町の年齢別人口構成比から見ても、仮に「いろどり」の事業が成功したとしても必ずどこかで落ち目がくる。横石氏は、それを「町から小中学校がなくなるとき」と語り、現在のの上勝町の良さを失わずに次の世代につなげていくことが出来る町を目指しているという。人口は2500人程でも、一定数の若い家族と子供がいれば、小中学校も維持することが可能になる。

今、横石氏は「いろどり山」という次の構想を描いている。これは高度経済成長時代に人工林に変わってしまった上勝の山を植樹によって豊かな自然林に戻していくというものである。上勝本来の豊かな自然を取り戻し、住民に「この町で暮らすことの幸せ」を感じてもらうことが理想だそうだ。「私の最後の仕事は『はなさかじいさん』だ。今はまだ人工林が生い茂る山を見上げ、横石氏は目を細める。

# 1. 地域産業の変革

— 1次産業の再生と変革 —

## 地域産業を変える





## 地域の農産物を通して、 食文化とライフスタイルを発信する

ノースビレッジ合同会社  
青森県三戸町



### 地域の概要

青森県三戸町は岩手県との県境に位置する。平成 22 年時点の人口は約 11,000 人の町であり、昭和 30 年には 16,000 人あまりだったが、40 年間で 3 分の 2 にまで減少している。主な産業は農業と商業で、農業では葉タバコの主要産地であり、米、リンゴ、野菜なども生産されている。

### 取り組みの概要

ノースビレッジは、青森県内で生産した希少価値の高い農作物や、通常の流通ルートでは販売することができない規格外野菜等を、主に東京を中心とした都市部の飲食店に対して業務用食材として提供しているほか、野菜の詰め合わせセットのオンライン直売を行うなど、これまでの流通の仕組みでは販売が難しかった農産物売る仕組みを作っている。

他にも、地元産食材を活用した直営レストランの運営を通して、地元食材を食文化と共に地域内外に発信するための取り組みを行っている。さらに、都市部に住む女性が空き時間と空きスペースを利用して、青森の野菜を売ることができるサテライト店舗「ひだまりマルシェ」によって女性の新しい働き方を提案するなどの取り組みも始めている。

ノースビレッジの設立は 2010 年。代表の栗谷川氏が地元・三戸町の衰退を危惧し、地域の基幹産業である農業の振興を試みたことにはじまる。通常の流通に乗せることができない少量生産野菜や、廃棄されていた規格外野菜を販売することで地元農業の振興を目指した。

ノースビレッジが最初に手掛けたのは、三戸町の農家で栽培されていた通常の 2～3 倍の甘みがある高糖度のトマトだった。近年ではネット通販による産地直売が多いが、ネット通販では認知されて軌道に乗るまでに時間を要するため、栗谷川氏自身がトマトを持って首都圏の飲食店を回って営業をした。

こうした努力の結果、徐々に取引先を増やし、首都圏のレストラン約 30 店舗に対して野菜や果物を卸すまでになった。これを支える契約農家数も 15 軒にまで増加。



上) 地元野菜を使ったレストラン「農園キッチン」  
下) にぎわう「農園キッチン」の店内

ノースビレッジとの取引で数百万円の収入を得ている農家もある。農家にとっても自分たちの生産物がどこで使われるのかが見えるようになったことで、新しい作物に挑戦するなど、農家の意識にも大きな変化が生まれている。ノースビレッジは、個々では直接に繋がる事が難しい「首都圏のレストラン」と「青森の農家」という両者のニーズを聞き、仲介するという大きな役割を果たしている。

2013 年からは直営レストラン「農園キッチン」を開店。地元で採れた農産物を、ビュッフェスタイルで提供し、夏季や紅葉シーズンなどの繁忙期には 11 時から 15 時の 4 時間で約 200 人以上が来店する日もあるという盛況である。2013 年には 7 月～11 月の営業期間中に約 6,500 人が来店した。(2014 年は 7,600 人)

このレストランのねらいは「地元野菜を使ったおいしい料理」を提供することだけではない。ここで作られる料理の全ては家庭にもある一般的な調味料だけを使用して調理されており、特殊な調理法や道具を用いていない。これはレストランの料理に魅力を感じた客が、家に帰ってからも地元産野菜を使って同じものを作ってもらうことを狙ったものである。レストランで消費される地元産野菜量は微々たるものだが、レストランが発信基地となって「地域の食文化そのもの」を発信することで、地域の食文化の底上げによって、地元産業の活性化を行いたいという狙いがある。

ほかにも「ひだまりマルシェ」という取り組みでは、青森県内に限らず、食に関する資格（野菜ソムリエ、フードコーディネーター、食生活アドバイザー等）を所持する女性、食のプロとして活躍する女性など「食」への関心が高い女性を青森の農産物の魅力を伝える「アンバサダー」に任命し、青森県産の旬の農産物や農産物加工品を仕入れて、住まいの地域で販売してもらうものである。これは、アンバサダーを通して、青森県産野菜と食文化の魅力を広く伝える「農園キッチンのサテライト」としての役割を担っていると同時に、子育てや家事の間の時間でもできるように工夫されていることから女性にとって理想的な「ライフワークバランス」を確立させることも目的としている。

ノースビレッジの一連の取り組みにおいて特徴的なのは、農産物売るだけにとどまらず、青森県の農産物を利用した食文化そのものや、安全安心な野菜が食卓に並ぶ豊かなライフスタイルそのものを伝えることで、結果として農産物の販売増加につなげることを狙っている点である。

ブランド野菜や、産地直送という言葉が珍しくなくなった今、農産物等によってもたらされる食文化や生活の豊かさをも作り出すことで差別化を図ろうとしている。



上) 地元で採れた野菜が並ぶ  
中) 石釜で焼く野菜を使ったピザ  
下) 地元野菜の魅力が詰まった料理



ノースビレッジ合同会社  
代表  
栗谷川 柳子氏

# 「農業の常識」を変える農業生産法人



農業生産法人有限会社新福青果  
宮崎県都城市

## 地域の概要

宮崎県は総面積の約1割にあたる709km<sup>2</sup>が農地として利用されており、平成25年の農業産出額は3,213億円で全国6位である。特に新福青果が立地する都城市は畜産をはじめとして、野菜の生産などが盛んな地域であるが、農業従事者の高齢化が課題となっており、生産者のうち65歳以上が約6割を占める。後継者がいないことを理由に農業を辞める生産者も多く、休耕地や耕作放棄地の増加も問題となっている。

## 取り組みの概要

就農者の高齢化や、農地法による制約などの影響により、平成25年の荒廃農地面積（耕作放棄地含む）は、全国で約27.3万ha（推計値 農林水産省 平成25年）存在し国内農業の低迷は深刻さを増している。今後も農業の後継者不足はますます進行することが予測されており、耕作放棄地は今後も増加することが予想される。

そうした中で、宮崎県都城市の新福青果は、これまでの農業の常識を覆す様々な仕掛けによって、多くの若者を雇用し、地域の耕作放棄地を次々と蘇らせ、地域の農業の活性化に成功している。

新福青果は昭和51年、脱サラをして地元に戻ってきた社長の新福が創業。試行錯誤で野菜作りを始め、昭和58年からは地元の生協（生活協同組合）へ野菜の供給を開始、その後も小売店との契約生産を進めるなど、独自の販売ルートを作って成長してきた。現在、直営農場は都城市内の350箇所（60ha）と近隣の西都市2箇所（24ha）に加え、契約農場670箇所という広大な農地で、ゴボウ、里芋等の根菜類から、キャベツ、ほうれん草、ピーマンなどを生産しており、都城ブランドの青果や加工品として全国の100社を超える大手小売店等に納入している全国有数の農業生産法人となった。

さらに近年ではアジアを中心とした海外の百貨店や高級スーパーへの輸出も行っていると同時に、台湾に100haの農地を得て、日本式農業のノウハウを生かし、サツマイモなどの栽培を始めている。

地方の一農家に過ぎなかった新福青果が成長した背景には、天候等に左右されることが多い農業では行われていなかった「生産計画・管理」「コストカット」等の考え方を新福が菓子メーカーの会社員だった経験を生かして積極的に取り入れたことにある。

他にも、より付加価値の高い野菜作りを目指し、平成3年には有機栽培に取り組み始め、平成10年からは「カット野菜工場」を建設して野菜の栽培から加工までをワンストップで行うことができる仕組みを整えた。これら、農業に様々な斬新な仕組みを取り入れて成長をしてきた新福青果だが、農業の常識を大きく変えたものとして「働きかたの変革」と「IT技術の導入」がある。

若い農業従事者が減少する原因の一つに、農業の技術が継承されないという問題がある。地域によっても異なる農業技術の多くが熟練農業者の経験や勘に頼る部分が大きく属人的している。そうした農業技術をITの活用によってデータ化し、農業の経験がない若年層でも農業ができるようにした。平成8年にパソコンを使った作業日報の記帳を開始。畑ごとのコストを計算した企業経営の手法を取り入れた。

平成13年にはタブレット端末を導入し、畑に居ながらして作業内容、使用した肥料・農薬の入力を可能にした。また、畑ごとにセンサーを設置し、気温や湿度に加えて地中温度や水分量、肥料濃度等のデータも自動に蓄積され

る仕組みを構築した。こうしたデータをサーバーに蓄積し共有することで、それまで属人化していた農業技術を誰もが扱うことのできる情報にした。最近では農地にカメラを設置して、遠隔操作で本社に居ながらして畑の様子を確認することができるようになっている。

また、こうした生産データは生産の効率化のみならず、生産物のトレーサビリティにも活用されている。また、畑単位の原価計算も可能となり、農業に収支管理という概念を持ち込むことにも成功した。

こうしたITによる情報管理によって可能になったのが農業における「働き方」の変革である。天候に左右され、決まった休日がなく、安定した収入を得ることができないことが常識だった農業に、会社員のような固定給制度、定期的な休日、社会保険への加入という画期的な働き方をもたらした。

当初から農業における働き方に疑問を持ち企業的な農業経営を目指していたが、平成7年の農業生産法人化時には農業未経験の若者12人を正社員として雇用。現在は54名の従業員を雇用するまでに拡大している。障害者の雇用創出にも力を入れており、現在9つの社会福祉法人から年間120名の障害者を臨時の従業員として受け入れている。

さらに、企業的農業経営を実践し、生産から販売までを一手に担うことができる農家を全国に増やす「農業のフランチャイズ化」も積極的に行っており、新福の元で農業経営を学んだ若者たち45名が全国各地で農場を営んでいる。

農業の世界に斬新な仕組みを導入し、様々な変革をもたらしてきた新福青果だが、今後は「農業の24時間化」や「女性の活用」を目指す。農地をさらに集約化して全自動の農業機械を導入することで、これまで日中にしか行えなかった農作業を、夜間に無人で行うことが可能になり、生産効率の向上が可能となると予想される。また、更なる機械化の推進で、これまでは難しかった農業への女性の参入も可能となることが期待される。



農業生産法人有限会社新福青果  
代表取締役社長  
新福 秀秋氏



上) 新福青果の畑  
中) 新福青果の畑。若い従業員がトラクターに乗っている  
中) 作業内容を入力する画面  
下) 遠隔地の畑の様子をを本社からモニターできる

# 日本の農業を「儲かる農業」へ



農業生産法人 有限会社トップリバー  
長野県御代田町

## 地域の概要

有限会社トップリバーは、長野県御代田町のほか、千葉県袖ヶ浦市や静岡県浜松市、磐田市等に自社農場を持つなど、取り組みは全国に広がっている。取り組み背景には昨今の日本の農業に関する危機感がある。現在の日本の農家数は減少の一途を辿っており、30年代には1200万世帯であったが、現在は250万世帯と5分の1にまで減少している。一方で農業技術の発達もあり、総生産額は5000万トン前後と大きく変化はしていない。

内訳を見ると、農業だけで生計を立てている専業農家の割合は27.7%で、第1種、2種を合わせた兼業農家は72.3%である（「世界農林業センサス」農林水産省 平成22年）。背景には日本の農家1戸あたりの平均的な耕作面積は1ha（EU諸国では16.9ha、アメリカ16.9ha、オーストラリア3479ha「食料・農村白書」農林水産省 平成20年）と小さいために効率化が難しく、農業を「生業」として成立させることが難しいという現状があり、こうした農家を永く支えてきたのが各種の補助金制度であった。農業にも国際競争が求められる今、日本の農業にも経営的視点を入れてより効率化・高収益化する必要がある、そうした課題に対して農業「経営者」の人材育成や、法人の農業参入等の支援を行っているのが有限会社トップリバーである。

## 取り組みの概要

トップリバーは農業を「儲かる産業」に育てることを目指している。同社の取り組みは、農業生産物の生産と販売という農業生産法人本来の内容から、農業従事者の育成指導、企業の農業参入や農業生産法人の立上げと経営サポートに至るまで日本の農業全体の底上げを狙った活動を行っている。

農産物の生産・販売では、自社生産の他に契約農家との栽培委託を行っている。同社の管理農地と契約農家の土地約100haでレタスやキャベツなどの野菜を中心に生産している。生産物の安全性の追及や、トレーサビリティの導入はもちろんのこと、同社が農業で利益を上げることが出来るのには幾つかの理由がある。

1つは既存の市場を通じた出荷ではなく、外食、小売チェーン、加工業者などとの間に直接販路を拓き、直接取引をしている点である。取引先は70社ほどで、個々の取引先のニーズに合わせた栽培を行う代わりに、市場価格に関わらず一定価格での買取契約をするなど、天候に左右されやすい農業の欠点を補って安定収益を得ている。納入数も事前に決まるため、生産計画の概念がなかった農業に「生産計画」を立てることも可能となった。

もう一つの特徴は生産以上に「営業」に力を入れている点である。同社では常に数名の営業担当社員が、顧客と生産現場と調整役として活躍している。さらには、同社は自前の農場を持っておらず、全ての自社農場は農家が耕作を行わなくなった「遊休農地」を活用している。農器具にも中古を使用するなど可能な部分は徹底したコストカットを行っている。こうした工夫の結果、同社は平成12年の設立から10年後の平成22年には売り上げは12億円に達している。

同社では儲かる農業を担うための人材育成も行っている。全国から募集した研修生は約5年間、同社の自社農場（または契約農場）で研修を行い、「農作物の生産」、「農産物の営業」、「組織マネジメント」等について習得する。就農者ではなく「農業経営者」を育成し独立させることを目指す。現在の研修生（正社員）は30名程で、その半数が大学卒の高学歴な若者であり、皆は実家が農家等でない全くの素人である。研修生は全て正社員であり給与15万円以上の他に各種手当や社会保険等も完備。成果によっては高額な賞与が支払われる。やる気があり、かつ条件が合えば2年目から一農場の現場監督責任者である「農場長」になることができるなど挑戦するための機会も用意されている。

この研修制度には、毎年50名を超える希望者があるが、長期研修前の短期研修を終えた段階で残るのは5名程度であり農業に対する厳しさも学ぶ。この他に、農作業を行なうアルバイトとして50～70歳の地元住民50名ほどを雇用しており地域雇用の創出にも寄与している。同制度を利用して、2000～13年の13年間で19名が「農業マネージャー」として同社から独立・起業。日本各地で「農業経営」を行っており、中には8億円を売り上げる若者もいる。このほかにも、農業経営者に対するコンサルティングなどを行って、儲かる農業の仕組みを広めていく役割を担う「農業コーディネーター」の育成も行っている。

現在トップリバーでは、県内外を問わず、その地域の行政・JAと手を組み、3組織で地域農業の活性化に力を入れている。これは単なるトップリバーの売り上げアップや規模拡大ではなく、地域の方々にトップリバーのDNAを導入し地域にあった儲かる農業経営の普及に努めている。

内容は主に「農地確保、生産技術の取得、販路の確保、農業経営ノウハウの習得」などで、農業に必要なノウハウの一切を指導する。各地に区画分けされた農地を用意、そこに研修を受ける各企業の担当者がアパートに入居するようにする仕組みになっており、同社ではこれを「アパート型農場」と呼ぶ。そこで実際の農場経営を行いながら「儲かる農業」について実習を行う。収穫した農作物は同社が買取・販売を行っている。

## インタビュー



### 優秀な「農業経営者」が日本の農業を救う

嶋崎 秀樹 氏

農業生産法人 有限会社トップリバー 代表取締役

嶋崎氏が追求する「儲かる農業」とは、単に会社として農業で収益を上げることだけではない。まず、「農」と「農業」を明確に区別する必要がある。土いじりを趣味としてやるのは「農」であり、「農」を「生業」として行うのが「農業」である。さらには、経営の視点を持って「農業」をすることによって、収益を上げることが「儲かる農業」である。これまでの日本の農業政策では、「農」と「農業」が同様に扱われてしまっており、共に手厚い保護がなされてきたため、日本では「農業」が育たなかったという背景がある。

嶋崎氏はそうした日本の農業の仕組みを変えるために、「農業経営」ができる「農業経営者」を育てることを目指している。農業従事者の高齢化や人手不足が言われているが、本当に必要なことは若者が農地に入って農作業をすることではなく、日本でも指折りの大学で経営を学んだような優秀な若者が農業の世界に入って農業経営を学び、優れた「農業経営者」となることだ。

しかし、人材を育成することはそれを行う法人にとっても大きな負担でもあり、容易なことではない。国レベルで、農業の未来を担う人材育成に力を入れる必要がある。多くの「農業経営者」を育て、日本全国で「儲かる農業」を展開することによって日本の農業を再建するという目標に向かって、嶋崎氏は走り続けている。

## 客が殺到する直売所が地域農業を変える



株式会社産直あぐり  
山形県鶴岡市

### 地域の概要

鶴岡市は、山形県の庄内地方にある人口約13万人の市。平成24年に1市4町1村が合併して県内人口第2位の都市となり、市面積は東北地方で最も広く、全国7位という広大な市となった。

鶴岡市がある庄内平野は米どころとして有名で庄内米が栽培されているが、産直あぐりがある櫛引地区（旧櫛引町）は、近くを流れる一級河川の赤川が度々の氾濫を起こして作られた土地であることから、土壌の中には石や砂利が多く、稲作には向かない地域である。そのため多くの農家では米に加えて、ブドウ、なし、さくらんぼなど、水捌けが良い土地で育つ果物を生産していた。しかし、一軒あたりの出荷量が少ないために農協等への出荷が出来ず、農家の収入には繋がりにくいという問題があった。

### 取り組みの概要

「産直あぐり」は山形県鶴岡市櫛引地区にあり、地域の農業振興を目的に、旧櫛引町と地域の農家の協力によって、平成9年にオープンした民営の農産物直売所である。地域の農家が生産した、ぶどう、さくらんぼ、なしなどの果物をはじめ、野菜、花、山菜、米、加工品を幅広く扱っている。他に地域の食材を活用したレストラン「食彩あぐり」や、加工食品を製造する「加工あぐり」を併設している。各種のイベントも積極的に仕掛けるなど、地域の交流の場としても重要な役割を持っている。平成26年時点で89件の農家が参加しており、年間25万人を超える客が訪れ、売上高は3億6千万円を超える。人が殺到する直売所である。

直売所の周辺地域は米や野菜よりも果樹栽培に適した土地で、ぶどう栽培は250年前から行われてきた。ぶどうだけでも数々の種類があり、多彩な果物が生産されていたが、それぞれが少量であるために市場では売れないのが実情であった。平成3年頃、農産物価格の低迷、米の生産調整による稲作収入の減少、農業従事者の減少と高齢化という課題に対して、当時の町が地域の特徴を生かした農業振興を図ろうと「フルーツタウン構想」が策定され、地域の農家の所得向上のための直売所計画が持ち上がった。しかし、当時は直売所という形態が現在ほど一般的でなかったため、農家にとっても不安が先に立ち、参加農家は少なく50件にも満たなかったがコアメンバーたちが地道に説明会等を行って説得した。当時は「失敗するだろう」と冷ややかな目で見ていた農家が多かったという。

平成9年、町が施設を整備して、「直売施設運営管理組合」が設置準備と運営を行う官民協働の「産直あぐり」がオープン。開設時の組合員は75名（多くが兼業農家）であった。農家が生産した果物や野菜を直接持ち込み、価格も生産者が決める。産直あぐりは棚を貸す代わりに販売手数料10%を徴収する仕組みになっている。周囲の予想に反して開店当初から客足は順調で、その様子を見て農家が徐々に参加して、参加農家は89件にまで増加した。

生産物に対して客の反応がダイレクトに返ってくる直売所は、生産者の意識にも大きな変化を与えた。消費者が喜ぶ作物を研究するようになり、組合員たちが新品種を開発して次々に売り出すなど、積極的に農業に取り組む生産者が増えている。特に品質の管理には力を入れており、平成17年からは出品するすべての野菜にはトレーサビリティを行うことを義務付け、すべての商品に二次元コードが添付されている。品質の良いものを責任を持って消費者に届けることを徹底している。

他にも、組合員が出荷した農産物の販売状況が1時間ごとにメールで生産者の携帯電話に送られ、それを見て補充することも可能であり、農家の機会損失と品切れを防止している。そのほか、役員会報告、月別売上明細、クレームとそれに対する対応などを毎月配信するなどしている。こうした情報がスムーズに行き交う環境も直売所の成功の理由とも言える。直売所の人気はすさまじく、平成9年には売上1億円を突破、翌10年には1億9,600万円までになった。組合員一人当たりの出荷額は250万円を超える。

平成11年、女性の会から「冬でも販売できる加工品を作りたい」という声が上がリ、地域産品を使った加工品工場「加工あぐり」が併設された。農家の女性たちが中心となって、独自商品の開発等を行い、餅、ジュース、果物素材の菓子、うどん・そば、団子、スナック菓子、せんべい、まんじゅう、ジャムなどが作られている。

さらに、平成13年には直売所の横にレストラン「食彩あぐり」をオープン。農家の女性たちが地元野菜を使った田舎料理を提供しているバイキング形式レストランで、地元住民に人気となっている。

直売所、加工場、レストランと事業が多角化し、平成13年の売上で3億円を突破するなど、事業規模が大きくなったため、平成20年に参加農家の出資による「株式会社」とした。

株式会社産直あぐりの組織は役員に加え、地域住民を雇用しており、13名の従業員と数名のパートが働いている。特徴的なのは株式会社でありながらも「組合」当時の良さを残した参加農家による当番制の手伝いによって成り立っていることである。直売所に農産物を入れている組合員には月1回の当番があり、直売のレジ、食堂厨房、加工施設での補助作業のいずれかを無償で担当することがルールになっている。また、ほぼ毎月開催されるイベント時には、準備から駐車場での車の誘導まで、すべてを組合員で行っている。

直売所の成功は、地域にも多くの影響を与えた。例えば、元々は地域の農家は殆どが兼業であったが直売所という販路ができたことで、兼業農家として成り立つようになった農家もある。

最も大きい効果は、産直あぐりによって「良い作物を作れば確実に売れる」という仕組みが出来たことで、数人の若者が大学等を卒業してから実家の農家を継ぐようになったことだ。

現在のあぐりには女性の会、企画部、果樹部会等に加えて、新たに「青年部」が設立されており、20代から40代の若い農家たちが、農業技術で切磋琢磨をしたり、イベントを企画運営したりと活発に活動を行っている。「産直あぐり」の最も大きな役割は農産物の販売と地域農業の振興であるが、こうした人が集う場が地域にあることによって、地域住民の交流を生み、農家に限らず地域全体を底上げにつながっている。



上) 産直あぐりの外観  
中) 産直あぐり店内の様子。混み合っている。  
中) 隣接する食堂。こちらも満席。  
下) 定期的にイベントを開催している



株式会社産直あぐり  
代表取締役社長  
澤川 宏一氏

# 企業経営を通して 社会問題の解決に取り組む

株式会社サラダコスモ  
岐阜県中津川市



## 地域の概要

中津川市は、岐阜県の東南端に位置し、中央アルプスの美しい雄大な自然を背景とする地方都市で、中央を木曾川が流れており、豊かな清流に恵まれている。平成17年に1市3町4村が合併して、現在の市域になった。合併時には60歳以上人口の割合が30%を超え、過去には、60歳以上の2人に1人が健康にも関わらず決まった仕事をもっていないという統計結果も出ているなど、多くの地方都市と同じく、高齢者に係わる社会的課題が挙がっている。平成39年には、市内にリニア中央新幹線の駅が開業予定。交流が増大することにより、産業の活性化、交流人口の増加などの経済波及効果が、大きく期待されている。株式会社サラダコスモの本社（岐阜県中津川市）があるのは、市の南側を東西に走る中央自動車道の中津川インターチェンジの出口からすぐ。自動車による交通の便がよい場所に位置している。

## 取り組みの概要

株式会社サラダコスモは、岐阜県の中津川市に本社をおき、栃木県、長野県、兵庫県に生産工場を構え、主にもやしやかいわれ大根などのスプラウト野菜を生産している。平成18年より、チコリというヨーロッパ原産の野菜を国産化して生産している。また同年には、ちこりの生産ファーム、ちこりの焼酎蔵、売店、レストランなどをもつ教育型・観光生産施設「岐阜・中津川ちこり村」（以下、ちこり村）をオープンし、近年では年間約28万人が訪れている。

1. 当時ほぼ100%輸入野菜だったチコリを国産化することで、日本の食料自給率を高める。
2. チコリの原料となるチコリ芋（種芋）を栽培することで、使われていない農地を活用する。
3. 高齢者を優先的に雇用し、生きがいをつくる。
4. ちこり村をつくることで、多くの人々が訪れる元気な地域にする。ちこりプロジェクトを開始した当初から上記の4つのテーマを掲げており、現在、ちこり生産やちこり村の運営を通して、これらの社会活動に取り組んでいる。

オープンしてから2～3年は来客数が伸び悩んでいたが、ちこり村に多くの人々が訪れるようになった理由のひとつは、農家の家庭料理レストラン「バーバースダイニング（運営：株式会社菜っちゃん）」だった。バーバースダイニングでは、ちこりを初めとする自社で生産した野菜や地域で採れた農産物を中心とした、健康や安心・安全に配慮した手作りの郷土料理を、地元農家の「おかあさん」達が提供している。バーバースダイニングは、ちこりという馴染みの



上) ちこり村

下) 売店で販売されているちこり関連商品

薄い野菜を多くの人に食べてもらえる場となっているだけでなく、地域の伝統野菜や郷土料理を伝える場にもなっている。

ちこり村では、60歳以上の高齢者を優先的に雇用しており、ちこり生産、売店での接客、生産ファームなどの見学案内、バーバースダイニングでの調理や接客など、様々な場所で高齢者が笑顔で働いている姿が見受けられる。また、ヨーロッパでは有効活用されず廃棄されていたちこり芋を活用した、多くのちこり関連商品を開発している。あわせて、地元の特産品とのコラボレーションや、地域と連携した商品開発にも取り組んでいる。施設内の会議室は、集会、研修、料理教室、コンサート、発表会などの文化活動の場として地域住民に頻繁に活用されており、ちこり村は地域に開かれたコミュニティ活動の場にもなっている。



上段) 工場、レストランなどで高齢者の雇用を生み出している。

下段) ちこりの加工工場/バーバースダイニングで提供されているちこり料理

## インタビュー



企業経営は「社会問題解決業」

中田 智洋氏

株式会社サラダコスモ 代表取締役

▼企業経営は社会問題解決業・・・日本の食料自給率の向上、使われていない農地の活用、高齢者の生きがいづくり、地方都市の活性化という社会問題を解決しながら経営を成り立たせるという思いで事業を展開。企業経営は社会問題解決業だと思っ取り組めば、きっと良い事業になるという考え方が根底にある。

▼高齢者優先雇用・・・ちこり村では、思い切って高齢者優先雇用を実践。実際に、60歳以上で健康な人なら、若い人に負けにくいぐらいの良い仕事ができると感じている。お客様からも、従業員の笑顔が良い、親切な対応が良いと評価が高い。高齢者優先雇用は、高齢者の生きがいや健康に直結することを願って実施している。

▼ちこり村は「教育型・観光生産施設」・・・江戸末期の儒学者である佐藤一斎の『言志四録』などを用いた生涯教育（施設内の至るところに佐藤一斎の言葉が掲げられている）、安全・安心な食事を提供することによる食育などの要素も、ちこり村の大きな柱。また、いずれは企業の利益を用いて、一流の講師を招いての講演会やコンサートなど、地域の発展のための機会を増やしていきたい。生涯教育、食育、健康、芸術などを取り込んだ、農業・観光・文化の活動が、良いかたちの事業展開になると考えている。

## 地域による地域のための 「地域密着型商社」

株式会社ファーストインターナショナル  
青森県八戸市



### 地域の概要

八戸市は都市圏全体で約33万人を擁する南部地方の中心都市。港町と、工業都市の2つの性格を持ち、臨海部には大規模な八戸港をはじめ、工業港、漁港、商業港が整備されており、港周辺には大規模な工業地帯が形成されている。全国屈指の漁港施設を有する水産都市であり、北東北屈指の工業都市でもある。平成6年には東北初の国際航路が開設され、週2便の中国航路、週1便の東南アジア航路、週0.2便の北米航路が就航。東北地方の国際航路を有する港湾では、塩釜港、秋田港に次いで3番目の航路数である。しかし、昭和60年代のピークには80万トンを超えていた水産物（イカや鯖など）の水揚げ量は近年では10万トン前後にまで落ち込んでいる。また、中心市街地には空店舗が目立つなど地域経済の衰退が進行している。人口も平成7年の約25万人をピークに、平成22年には約23万7,000人と減少の一途をたどっている。

### 取り組みの概要

株式会社ファーストインターナショナル（以下、ファーストインターナショナル）は「地域密着」商社として、少量だが高価値の地域特産品を扱っており、現在はリンゴ、長芋、水産物などをアジア圏中心に輸出するほか、北米からは木材、建材、食品、家具、水産品、雑貨など多種目を輸入している。現在の取扱商品の内容は、輸入が55%、輸出が16%、国内取引が29%である。

株式会社ファーストインターナショナルは、平成6年、八戸商工会議所に所属する地元企業の有志35社の出資によって設立された。役員や株主には、地域の有力企業、水産加工業者、通関業者、地元の金融機関等が名を連ねる。

設立のきっかけとなったのは、平成6年に八戸港にシンガポール、香港、台湾を結ぶコンテナ定期航路が開設されたことだった。これを受けて、停滞していた地域経済の可能性を広げるために地元産品の輸出入を支援する商社を作ろうという地元の青年会議所のメンバーらが動き出した。

設立当初は、商社の事業経験がない事業者の集まりであったため困難を極めた。当初は東京の大手商社から経験者を役員に招聘して商社業務を「いろは」から学びながらのスタートであった。

当初は仕入先や販売先の確保に苦慮したが、転機となったのは平成14年。台湾のWTO加盟によって台湾の青森リンゴ輸入枠制限が撤廃され、輸出高が飛躍的に増加したことだった。（それまでの台湾へのりんご輸出量は約1,500トンであったが、規制が撤廃された2003年には16,000トンと10倍以上になった）。台湾で膨れ上がるリンゴの需要に伴って輸出量も年々増加し続けた。その後も輸出先は香港、シンガポール、中国、タイ、さらにはロシアなどと各国に拡大している。

こうして、確実に地域の中で存在感を増している「地域密着型商社」だが、当初は、仕入れにも苦労をする状態であった。輸出は規格化されたコンテナで行うために安定した量の確保が必要であった。そのために当初は津軽地方の農協等からまとまった量の仕入れが中心であったが、平成14年の台湾進出をきっかけとして、近隣の南部町でリンゴ農家を組織化した「南部町りんご台湾輸出組合」が組織された。この組織は南部町の農林商工課が中心となっており、個々の農家が生産したリンゴを輸出可能な量にまとめる取組を開始した。

組織化をして農家がまとまることによって、安定した供給量を確保することが可能になり、それまで農家個々では不可能であった海外輸出という新たなマーケットの開拓をすることが可能になったのである。しかし、実際に輸出をするためには、取引先との交渉や契約事務作業などの煩雑な作業があり容易なことではない。

それを可能にしたのが「地域密着型商社」としてのファーストインターナショナルの生産者に寄り添った地道な活動である。それまで輸出の経験などない地域の生産者に密着し、輸出向け作物の選果方法から、箱のデザインに至るまでを細かく指導した。さらには、海外の販売先との交渉や手続きなどを代行し、生産者が本業であるリンゴの生産に専念しながら輸出をできるようにした。こうして、独自の仕入れ先を確保することに成功したとともに、農家にとっても輸出事業による増収をもたらした。

ファーストインターナショナルは地域の企業が中心となって立ち上げた企業であり、自治体の支援も受けていることから地域内における信用度が高く、農家や生産者にとっても安心して取引ができるという。さらには、地域の自治体が応援をしていることで、海外の取引先に対しての信頼にも繋がっている。

この南部町のリンゴ輸出事業の成功がきっかけとなり、各地から様々な果樹等の海外輸出への協力依頼が来るようになった。現在では八戸港に限定せず、東京や神戸などの国際港を利用するなど、より広域的に地域の農産物を海外に輸出する取組を行っている。

数年前からは、これまでの取引関係を生かして海外のスーパーマーケットを借りて独自の「青森フェア」を開催している。これまでも各地の自治体などが主催する見本市は数多く行われてきたが、仮にある生産物が海外企業から注目をされたとしても、実際に輸出するためには複雑な交渉や手続き等が必要になり、また、大手の商社を介して輸出を行うためには一定の量を安定的に供給することが必要になるために、いい商品を作っても輸出にまで漕ぎ着ける事は困難であった。

しかし、ファーストインターナショナルが実施する「フェア」では、海外の顧客から商品が注目された場合にも、ファーストインターナショナルが交渉や事務作業等の中間支援をすることによって実際の売買に結びつけることが可能となった。

こうした地域密着型商社の存在は、地域内の雇用創出にも貢献している。現在、従業員は7名で、うち6名が地元出身の語学に堪能な若者たちである。多くの場合、地方の優秀な若者は都市部に出て大学等で学び、そのまま都市部の企業等に就職をしてしまうために、地域に残ることが少ないが、そうした背景には、地方に若者が身につけた知識やスキルを十分に活かすことのできる企業がなかったことがある。けれども、優れた語学力等を必要とする地域密着型商社のような企業が地域に育つことで、一度は地域を離れた若者たちの「地元で働きたい」という想いの受け皿になることもできる。ファーストインターナショナルの年商は平成17年に10億円を突破し、平成26年の売り上げは約14億円を超える。小さな農家で作られたリンゴが海を渡ったように、「地域密着企業」にしか出来ないことがあり、その存在感は地域においてさらに存在感を増している。



八戸港  
(国土交通省東北地方整備局港湾空港部 WEB サイトより)



株式会社ファーストインターナショナル  
取締役ゼネラルマネージャー  
吉田 悦子氏

## 林業の株式会社化 3人の構成員が10年で16人に

株式会社フォレストファイターズ  
三重県大台町



### 地域の概要

豊かな自然に恵まれ、大台ヶ原山系を源流とする宮川や温泉など観光資源が豊富である。町域を貫く宮川は、国土交通省の全国一級河川水質調査で第1位にも選ばれた清流。これらを資源とした村おこしも進められている。宮川支流の湧水を生かした「森の番人」(ナチュラルウォーター)、地元の農産物を原料にした加工食品販売もある。

人口は10,599人(平成22年時点)と約20年間で13%の減少をしている。高齢化率は35.5%であるがフォレストファイターズが活動をする旧宮川村地域では44.5%と特に高い。町域のうち森林面積33,817haで総面積の93%を占める。このうち杉などの人工林は約57%であり、日本の平均的な人工林率である41%を上回る。

### 取り組みの概要

木材需要の低下や価格低迷による林業の不振、地域の過疎・高齢化により、基幹産業であった林業従事者が減少。森林が適正に管理できなくなり、荒廃した山が目立ちはじめた。旧宮川村では新規に林業を始める希望者もなく、林業離れが加速していた。

このような状況から、当時の宮川村村長が、将来に向けた林業振興と森林の維持管理を考え、若者に魅力のある待遇と環境を整備した新しい会社として、旧宮川村、森林組合、農協、個人の出資により平成5年10月1日にフォレストファイターズが設立された。

宮川と県道に沿った広大な敷地に、森林組合製材工場、プレカット工場である、株式会社(第3セクター)MSP、そしてフォレストファイターズの事務所が立地している。

設立当初は、いわば地域の縁者であるUターン者の申し込みが中心であったが、県外からの応募も増え、その後Uターン者なども加わるようになった。社員3人のスタートから着実に採用を重ね、現在は16人、うちUターン者が6人と半分程度を占めている。主業務は、伐採・搬出から保育など森林整備全般。プランターなどの木工品も扱っている。また、三重県が「環境林」として認定された森林について、間伐などを行う森林環境創造事業を行っており、平成13年度より(旧)宮川村がモデル地区として指定。約5千ヘクタールにわたる整備が進められているが、このような事業もフォレストファイターズを含む林業認定事業体が担っている。

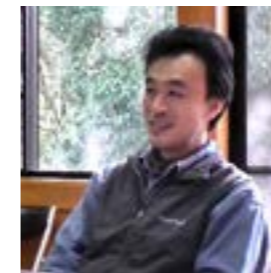


大台町の山林



フォレストファイターズの若者たちが働いている林業の現場

### インタビュー



若者が林業を通して地域に魅力を感じて、  
家建て、子供を設け、地域に定着することこそが  
最大の「地域貢献」

井澤 俊彦氏  
株式会社フォレストファイターズ

会社は第3セクターで、もともとは旧村の出資で立ち上げられた。当時の発想から、やはり林業者の後継の育成、若者を呼び込むことが目的であった。

ここ数年も、6名連続で採用し、まちの雇用の場になっている。井澤氏も移住から20年ほどになるが、子どもこちらに住んでいる。井澤氏もファイターズの募集を見て採用されてこの地にやって来た。3年ほど前からは事務の方にまわっているが、現場は楽しかったと語る。今後は、さらに事業を発展させてバイオマス燃料(チップ)の供給事業も考えているという。

フォレストファイターズの社員は皆、山岳救助隊に入っており、山で怪我をした人を助けに行く活動も行っている。また、同時に各地域の消防団にも所属している。こうした背景には、「社員は皆、地域にも入って役に立てほしい」という社長の想いがあるからだ。

地域に定着していくこと、若い世代が地域に就職して、その人たちが山へ入りながら町内に住み、また、その子供たちが大きくなっていくこと、これが何よりの地域貢献ではないか。

# バイオプラントによる地域課題の解決と 新たな地域産業の創出

鹿追町農業振興課環境保全センター  
北海道鹿追町



## 地域の概要

鹿追町は北海道でも有数の穀倉地帯である十勝平野に位置し、畑作と酪農畜産を主産業とする純農村地帯である。人口は約6,000人で、そのうち農家人口は約1,200人（農家戸数237戸、法人23戸）で、農地面積は11,500haと街全体の面積の約28%を占める。平成22年の農業粗産出額は約161億円で、うち酪農が54%を占め、畑作が25%、畜産が21%と、酪農が大部分を占める。約240戸ある農家のうち半分が酪農や畜産に携わっており、乳牛19,000頭、肉牛11,000頭と合わせて30,000頭もの家畜が飼育されている。近年では、町内にある然別湖などの自然環境を生かしたグリーンツーリズムも積極的に行われており、観光客数は年間70万人を超える。鹿追町における農業の特徴として、広大な農地を持つ農家が多いため、全国に先駆けて農協を通して農作業の一部を外部に委託する「コントラクター事業」を早くから実施している。地域の農協であるJA鹿追にはコントラクター事業を専門に行う部署もあり、常に専属職員による対応を行っている。鹿追町に大規模経営の酪農家が多いのはこうした背景もある。

町内には自衛隊駐屯地もあることから、町内で第3次産業従事者（自衛隊関係者）も多く57%になる。第一次産業が盛んな町で、それに従事する人と、それとは全く無関係な第3次産業従事者が同じ地域に居住していることから、家畜の飼育によってふん尿等から発生する臭気は住民の間で問題になっており、町はその対応を迫られていた。また、酪農家にとっても大量に発生する家畜ふん尿の処理には莫大な費用がかかっており、大きな負担になっていた。

## 取り組みの概要

鹿追町では、平成19年にバイオガスプラントを建設。地域の臭気問題の元となっていた家畜の糞尿処理を進めるとともに、それらを集めて微生物分解を行い、バイオガスを生成して発電を行う事業を進めている。

バイオガスプラントとは、家畜ふん尿や生ゴミなどを微生物に分解させることで発生するバイオガス（主成分はメタン約60%、二酸化炭素約40%、水）を生成する施設である。バイオガスをガスエンジンで燃焼させて発電することができ、発電時に発生した余剰熱を温室栽培などにも利用できる。さらに、発酵後に発生する消化液は有機肥料として利用できる。

鹿追町のバイオガスプラントは平成19年に、町が国や県の補助を受けて約17億4,500万円を投じて建設された。主に、バイオガスプラント（家畜ふん尿等を発酵させてバイオガスを生成する施設）、堆肥化プラント（家畜ふん尿等を発酵させて堆肥化する施設）、発電機（生成したバイオガスを燃やして発電する装置）、殺菌槽（発酵過程で発生した消化液を殺菌する装置）、スラリーストア（消化液を貯蔵するタンク）等からなる集中方式プラントである。1日の計画処理量は家畜ふん尿が85.8t（成牛1,320頭が排出するふん尿量に相当）と日本最大級の規模を誇る。

ここから発生する発電量は約4,500kWh/日で一般家庭450戸分の電気使用量に相当。発電した電力の半分を施設内で利用し、残りを売電して収益としている。さらに、メタンガスは、そのままガスとしての利用も可能で、現在、町では精製圧縮してプロパンガスのように利用することも可能で、自動車の燃料などの新たな活用に向けて試験が行われている。

さらに、発酵過程で出来る消化液が良質な有機肥料として利用出来ることも、バイオガスのメリットである。この有機肥料を利用することで、農家の費用削減にもつながる。平成24年度実績で847haの農地に28,229トンを散布した。町ではこの消化液をプラントの敷地内に設置したタンクに貯蔵し、バイオプラント利用組合に所属している12戸の農家などに職員が専用散布車を使って散布している。農家からは消化液1トンあたり散布作業代500円、肥料代150円を徴収しており、消化液散布事業での収益は平成24年には1,400万円となっており、プラント運営を支えている。

さらに、発電時に生じた予熱も有効に活用されており、隣接するビニールハウスではマンゴーなどの果物が試験栽培されているほか、地域に新しい資源を作ろうとする地元商工会が、「鹿追町産キャビア」の生産に向けてチョウザメの飼育を始めている。

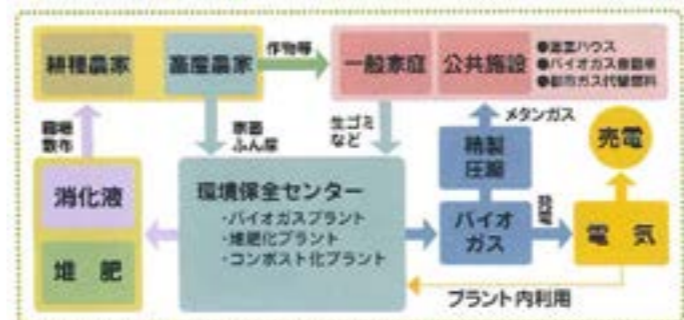
このプラントの運営状況であるが、現在は12戸の酪農家が参加する「鹿追町バイオガスプラント利用組合」によって運営されている。この12戸は市街地を取り囲むように立地している酪農家で、家畜ふん尿による臭気問題が最も顕在化していた。これらの農家から、ふん尿処理の利用料として年間12,340円/頭を徴収しているほか、消化液有機肥料の散布、消化液有機肥料の販売、売電等から収入を得ている。

また、プラントの維持運営には多額のランニングコストが掛かるが、施設や機械の業者やメーカーと「性能保証発注（建物の具体的な仕様を決めず、発注者が求める性能から逆算的に条件を設定して発注する方法）」を導入することで、組合が負担する一定の維持管理コストを設定して、これを上回る場合にはその分を業者等が負担する契約を結んでいる。このことで計画的な運営が可能になっている。

年度別収支では、稼働開始の平成19年が収入2,043万円・支出1,779万円と263万円の黒字、以降も黒字経営を続けており、平成25年は収入9,076万円・支出5,926万円と3,150万円の黒字となった。稼働以来の5年間で収入は約3.6倍まで上がっているが、酪農家もプラントの効果によって経営が安定し、経営規模を拡大したことで、プラントに参加している酪農家件数は増えていないが、利用料金収入はほぼ倍増した。このことに加えて、平成25年度より再生可能エネルギーの固定価格買取制度の対象施設として認証を受けたことにより、売電収入も増加した。これらの収益は、町の基金として積み立てられている。

現在、このプラントの成功を受けて、新たに町内の他地区にさらに大型の「第二バイオガスプラント」を建設する計画が進んでいる。また、消化液有機肥料の活用による農家の肥料費削減効果は明らかになっており、今後、消化液有機肥料の散布量が増加することによる地域全体の農畜産業の推進も期待される。

さらに、長年の悩みであった家畜ふん尿の処理と、臭気の問題がプラントによって解決されたことで、組合に参加している酪農家の中には規模を拡大したところや、一度は地域を離れた後継者が帰ってきたという事例も生まれており、酪農業経営の発展と安定化にも寄与している。



バイオガスプラントの仕組み（鹿追町環境保全センター資料より）



農業振興課環境保全センター  
井上 竜一氏



写真上から  
バイオガスプラント内部  
ガスエンジン発電機  
堆肥化プラント  
消化液散布車  
チョウザメの飼育



## 女性の活躍による地域産業の活性化

農事組合法人やくらい土産センターさんちゃん会  
宮城県加美町



### 地域の概要

宮城県加美町は、人口約 25,000 人、宮城県の西北部に位置し、仙台から 1 時間で来ることのできる町である。「加美富士」とも呼ばれる町のシンボル葉山をはじめ、ブナなど豊かな森林を有する船形山、ミズバショウの群落で知られる荒沢湿原など、自然豊かな地域である。鳴瀬川、田川などが町を貫流し、その流域は肥沃な耕土が広がる。ひとめぼれなどのお米、山菜・きのこなど、農業が盛んな地域となっている。冬の気候は厳しく、西部の山岳・丘陵地帯は降雪量も多く豪雪地帯に指定されている。

### 取り組みの概要

県内でも特に雪深い地域であり、農作物の増産が思うように進まない地域であった。生計を立てるために地域の男性は、冬季に別の産業に従事することが多く、必然的にその間に家の切り盛りをするのは女性が通例であり、女性が外に出ない地域性であった。

昭和 50 年代より、地域の女性たちによる生活環境の点検活動から、自らの住む地域の魅力を再確認し、後生に伝えていくための地域づくりが始まった。女性たちは、地域のお土産や、新鮮な農林産物を販売することを企画し、町に直売所の建設を要望した。平成 6 年に直売所が整備され、地域の恵みを販売するという意味合いから、「どさんセンター」と名づけた。このセンターを活用する組織として、「さんちゃん会」がスタート。会の名称は、「かあちゃん」、「ばあちゃん」、「じいちゃん」による「さんちゃん」と、太陽の SUN をかけている。

平成 14 年に「農事組合法人やくらい土産センターさんちゃん会」として法人化された。組合員は 60 代、70 代を中心に 200 名余り、高齢であるが非常に元気である。野菜、山菜、加工品、工芸品、手芸品などの農林産物の販売、食堂、地元産の牛乳を使ったアイスクリーム製造・販売を行っている。仙台圏や近隣からのお客さんが多い。売り上げを拡大するため、町内での販売にとどまらず、仙台市内のデパートへの出張販売や、消費者との交流イベントを行っている。その成果が認められ、平成 16 年には、さんちゃん会は直売所の指定管理者に指定された。

さんちゃん会は、これまで内にももりがちであった地域の女性たちが積極的に活動し、女性の経営参画という革新を地域にもたらした。この活動に刺激を受けた若者が、新たに野菜や花卉栽培などで起業し、地域に定着するなど、担い手創出にも貢献している。



やくらい土産センター

### インタビュー



### 女性の活躍による地域産業の活性化

加藤 重子氏

農事組合法人やくらい土産センターさんちゃん会

直売所整備前に約 30 名でドイツに視察に行き、グリーンツーリズムを行いたいと強く決心し、絆が深まった。その後、その輪が着々と広がった。女性の力強さを感じた。農作業等で、男性には縁の下の力持ちとして、支えてもらっている。また、組合に入る方も増えている。

順調に進んできた直売所であったが、東日本大震災により、山菜・きのこの出荷停止など大きな被害を受け、売り上げも低迷した。時間が過ぎるとともに、また、組合員の努力により、売り上げが少しずつ戻っている。

直売所の活動から波及して、多くの農家が加工の許可を取り、漬物、惣菜、パン、弁当などの加工品づくりに取り組み、販売も好調である。農家民宿を始めた方もいる。直売所が始まってから 20 年が立ち、高齢化が進んでいる。ものが売れ、それが元気につながっているが、高齢化は課題である。顧客ニーズへの対応もあるが、軽い野菜を作る、惣菜を作るなど、農作業の負担を少ないように工夫をしている。

継続は力である。立ち止まることもあるが、前を向くことが大事である。また、多くの人に関わる場所であり、組合員同士が争うこともあるが、協調が大事である。明るい直売所にすることを心掛けている。ここ最近、就農支援を行ってきた若者が 1 名、移住予定である。直売所など 6 次化の取り組みを通じて、若い人をもっと呼び込んでいきたい。

## 2. 地域に新しい価値をつくる

—価値の再発見による地域活性—

「新産業」をつくる

# 震災 10 年後までに、 石巻から 1000 人の IT 技術者を

一般社団法人イトナブ  
宮城県石巻市



## 地域の概要

石巻市は宮城県東部に位置し、人口は平成 26 年 12 月時点で約 14 万 6 千人であり県内第二の人口を擁する市である。平成 23 年の東日本大震災による津波により大きな被害を受けた地域であるが全国からの多くの支援により復興の道を歩み以前の石巻の姿を取り戻そうとしている。しかし震災以前より地元の産業は少なく、若者が地元に残りたいと思っても仕事を選択することが出来ず、地元を離れざるを得ない状況があり今もそれは変わらぬ問題としてある。震災により全国からの注目が集まり復興の道のりを歩むなかで、震災からの年月の経過とともに以前の石巻ではなくそれまでの問題を解決し、支援からの自立を目指す新たな石巻への変化が問われている。

## 取り組みの概要

「イトナブ」とは「IT」×「イノベーション」×「営む」×「学ぶ」の造語であり、石巻の次世代を担う若者を対象にソフトウェア開発やウェブデザインを学ぶ拠点と機会を提供し、地域産業×ITの観点から雇用促進、職業訓練が出来る環境づくりを目指している。

震災を経験した石巻というまちを、震災前の状況に戻すのではなく、新しいまちへとバージョンアップさせるために平成 23 年 6 月に設立されたまちづくり団体「石巻 2.0」が活動の始まりである。古山氏は団体での活動を通じて、町はつくるものではなく作られるものだと感じ、次のまちづくりとは人づくりであると子供への教育の分野の活動を模索していった。

子供への教育分野の活動は平成 23 年の 12 月頃から活動を初め平成 24 年の 1 月に「イトナブ」を設立。平成 25 年の 12 月に社団法人化した。

石巻に子ども達が世界を見られる環境を作りたい。古山氏は「IT」にこだわった訳ではないが、場所に縛られず世界とつながること、Facebook のように 1 つのアイデアで大きな産業を生み出すことの出来る「IT」が単純で良いのではないかと考えた。また IT 開発系の分野は職人気質の東北人に適しているという。石巻に IT を学びたい若者が集まるようにするため、Google の副社長など普通は会えない人たちが石巻によく来るような環境を作っていた。人を連れてくることでつながりができること、それが大事であるという。



上) 現在の石巻市街地  
下) イトナブの事務所

現在子供への教育として、小学生を対象とした「IT」をキーワードとした「IT ワークショップ」の開催や、石巻工業高校でのソフトウェア開発の授業の講義、東北地方のエンジニアのボトムアップを目的として Google や楽天から講師を呼び若者に技術講習を行う「東北 THEC 道場」などを開催。石巻最大の IT イベントであり日本最大級の開発イベントの「石巻 Hackathon」も開催しており、平成 26 年の第 3 回「石巻 Hackathon」では 3 日間で 200 人が参加した。

地方の情報発信にも問題を感じて、近年は情報発信や映像コンテンツの活動も始めている。イトナブは現在 9 名のスタッフと小学生から大学生までの数 10 名で活動している。活動では学生が学生に教える事もある。子供たちに教えることで教える側が得られるものは多いと言う。石巻の若者が教え、そこで成長した子供が次の石巻の子ども達へと教えていく。石巻でサイクルを回していくことで自立して新しいものを生み出していくことができるようになることを目指している。



上) 沿岸部には震災の爪痕が残る  
下) Iターンで石巻に来たメンバーと

## インタビュー



石巻から世界を見られる環境を作りたい

古山 隆幸氏

一般社団法人イトナブ石巻 代表理事

新しい地方都市、新たな石巻を目指す古山氏がこれまでの経験から大切なものを語ってくれた。

「カッコいい大人がいれば場所はどこでもいい」地方の若者は能力がある人が多いと古山氏は言う。しかし能力のある若者は東京へと向かってしまう。古山氏は学生時代に東京の人には刺激を受けたが、東京の土地には刺激を受けていないと語る。日本の新しいカッコいい大人たちを石巻に連れてくることで石巻にイノベーションが起こせる。たとえば、石巻のような地方の町ではチャレンジできるフィールドがあると思っている。東京のような大都市では、一人の活動で町が大きく変えることは難しいが、石巻では 10 歩動くと町が 10 歩変わっていく。自分が町に育てられていると感じる。

若者が何かを求めて石巻へ向かうような、「刺激的 I ターン」を巻き起こしたいと古山氏は語る。「イトナブ」スタッフの中にも I ターン者はいて、彼は「都内ではごちゃごちゃして誘惑が多いが石巻では必要なものだけ求めている」と話してくれた。また、ありきたりの正しいことではなく子供が憧れを抱いてくれるのも大事。他人にすごいと言われたいからがきっかけでも良い。そこから何かを見つけることができる。何でも良いからミッションを持つこと。そのために努力が必要になる。石巻に 100 台のフェラーリが走ったらカッコいいですね。

## 福島の未来を創る産業を生み出す



### いわきおてんと SUN 企業組合 福島県いわき市

#### 地域の概要

福島県いわき市は、県内第2の都市で、浜通りの中心地である。太平洋に面し、寒暖差が穏やかな気候であることから“東北の湘南”と呼ばれている。震災前は、常磐湯本温泉やスパリゾートハワイアンズ、アクアマリンふくしまなどに多くの観光客が訪れる観光業が盛んな地域であった。東日本大震災では、建物の倒壊、沿岸部の津波被害を始め、福島第一原発事故の影響による放射線の問題など、インフラ、産業に大きな被害を被った。震災後も、農業や観光業の風評被害や、2万人を超える双葉郡避難者とのコミュニティの軋轢など、復興に向けて、様々な課題に直面している。

#### 取り組みの概要

東日本大震災により被災した福島県いわき市で、復興への思いや福島やいわきの未来ビジョンを共有し、市民自らが、市民のために行う地域づくりを協働し、実践していくために、“いわきおてんと SUN プロジェクト”は立ち上げられた。震災前よりいわき市を拠点に地域づくり活動を行ってきた6名が中心となり、平成23年より活動を開始し、平成25年2月に、企業組合として法人格を取得している。

プロジェクトは、3つの事業からなる。

オーガニックコットン事業では、風評被害に悩む農地において、食用ではない作物として、福島だからこそ有機でコットンを栽培し、製品化・販売までを行う。平成24年より、いわき市を中心に、広野町、南相馬市、会津美里町など県内各地、約3haの農地で栽培を行う。この綿を使い、Made in JAPAN のこだわりをもって様々な商品を開発し、Tシャツ4,000枚以上、手ぬぐい5,000枚以上を販売している。

コミュニティ電力事業は、市民主体の自然エネルギー発電事業を実施。施工の一部を市民や都市部住民が実施し、50kWの太陽光発電施設を設置、売電を開始した。現在、発電所の増設や、市民出資などによる市民の参加型による事業拡大を進めている。また、小中学校等で太陽光パネルを自作する教育プログラム、太陽光を使った



上) 福島オーガニックコットンTシャツ



下) 福島オーガニックコットンベイク



上) 福島オーガニックコットンTシャツ

下) 福島オーガニックコットンベイク

電源での音楽イベントなど、自然エネルギーの普及啓発を行っている。

スタディーツアー事業では、視察や研修で被災地に訪れる企業・団体・個人を受け入れ、被災地域の日々、変わっていく姿、課題や現状を伝え、今後をともに考えるプログラムを実施する。首都圏始め、全国各地から延8000人以上が、被災地の視察、太陽光発電の整備支援、コットンの栽培支援に訪れている。3つの事業を連携させ、自らの事業性を高めるとともに、地域経済への波及を促すことで、浜通りの交流人口の増加や地域経済の活性化に寄与することができている。福島未来を創る産業を生み出すべく、活動の充実・拡大に努めている。



左) いわきオーガニックコットン収穫祭



右) いわきコミュニティ電力 in 小川町

画像写真はいわきおてんと SUN プロジェクト WEB より

#### インタビュー



若者と一緒に、福島の新産業をつくる

吉田 恵美子 氏 / 島村 守彦 氏

いわきおてんと SUN 企業組合

オーガニックコットンの栽培に、農業者、地元企業、地域づくり活動者、小中学校、都市部から震災ボランティアに参加する人たちなど、様々な人が関わっている。コミュニティ電力の太陽光発電の設備においては、設置場所の整地作業やパネルの設置に、市民や都市部ボランティア等が関わった。地域内の人同士、地域内外の新しいつながりが生まれている。延8000人を超える都市部からの来訪者には、いわきの現状を自らの目を通して理解してもらうことで、いわきのファンになり、風評被害の払拭にもつながっている。

震災後、大都市資本による太陽光発電が盛んに計画され、地域に利益が落ちない状況に嫌気を指していた。そこで、市民自らが事業主体になり、自らが施工し、地域に利益を落とすことを目標に50kWの発電所を設置した。売電収益は、現在、企業組合での若者の雇用等に役立てている。

当活動を持続化していくために、若者たちと一緒にということに心がけている。企業組合の経営に30代の2名が入り、また、6人の若者を雇用している。雇用を持続化するために、組合員全員で、日々、悪戦苦闘しながら、各事業の事業性を高めることに努めている。

オーガニックコットン、コミュニティ電力について、スタディーツアーを通じて体験してもらうなど、3事業を連携させ、その相乗効果によって、事業性を高めている。福島新たな産業と呼べるまで各事業を成長させ、今後も被災地の未来を創っていききたい。

## 2. 地域に新しい価値をつくる

—価値の再発見による地域活性—

### 「ブランド」をつくる



## まちの「新しい食文化」を創り出す



### 富良野オムカレー推進協議会 北海道富良野市

#### 地域の概要

北海道のほぼ中心にある富良野市。人口は約 23,000 人で、基幹産業は農業と観光である。観光では、ラベンダー・丘陵地などの景観やスキー（富良野スキー場）、80 年代に放送が始まったドラマ「北の国から」の影響もあり、平成 14 年のピーク時は年間約 250 万人の観光客が訪れていたが、近年では「北の国から」を知らない世代も増えたため、これに続く観光資源の開発が課題になっている。また、農業では、国内有数の野菜産地としてタマネギ、ニンジン、ジャガイモなど多彩な野菜が生産されているほか、その産物を活かしたワインやチーズなどの加工品も多数ある。

#### 取り組みの概要

富良野オムカレー推進協議会では、地域の飲食店 12 店舗のほか、地元農家や高校生などを巻き込み、富良野産食材を利用した「富良野オムカレー」（以下、「オムカレー」と言う）を開発し、市の新しい観光資源に育てようと活動を行っている。オムカレーは市内の協議会加盟店のほか、各種イベントなどで提供しており、平成 18 年 3 月に誕生後、平成 25 年 10 月に約 7 年半で累計 50 万食を売り上げるまでに成長した。

きっかけは、平成 14 年、富良野市役所の若手職員らが、市の観光産業に対する将来に不安を抱き、道内の農業と観光の連携による先進地を視察したことである。これをきっかけに、基幹産業である農業と観光を結びつけるキーワードの「食」に着目し、職員有志が集まって「食のトライアングル（農・商・消）研究会」を発足。日常の職務とは別に、勤務後や休日の時間を利用して、「食」による地域活性化についてアイデアを出し合った。その中で、「食」によるまちおこしは抽象的なので、富良野地域の農畜産物を十分に活かすことができる「カレー」をご当地グルメとして売り込もうという話になった。今では全国各地でご当地グルメが誕生し、食によるまちおこしが盛んであるが、当時は今ほど活発ではなかった時代である（第 1 回 B-1 グランプリは平成 18 年）。「まるごと富良野を華麗（カレー）に食べよう！」をキャッチコピーに、カレーを提供している市内の飲食店に呼びかけ、「ふらのカレンジャーズ」（以下、「カレンジャーズ」と称して、カレーパーティーやスタンプラリーなどの各種イベントを開催し、カレーによるまちおこしに取り組んだ。平成 16 年からは、同研究会が市内にある富良野緑峰高校園芸科学科の女子生徒を「ふらのカレンジャー娘」（以下、「カレンジャー娘」）に任命し、各種イベントでカレーの PR や地元食材を活かしたカレーを開発しスーパーで試食提供など授業の一環として取り組んだ。

盛り上がりを見せたカレーのまちおこしだったが、3 年目を迎えた頃には陰りが見え始めた。その原因には、地元食材を活かしたカレーによるまちおこしは、どの市町村でも取り組めることが可能で差別化や独自性を打ち出すことが難しく活動もマンネリ化してきた。さらに追い討ちをかけて地産地消を掲げてカレーを PR していたにも関わらず、賛同店の中には地産地消に対する意識の低い店もあり、地元食材を活かしたカレーによるまちおこしに対する研究会とカレンジャーズの意識のブレが生じた。こうした中、活動を一旦「リセット」する。平成 17 年、研究会は「富良野カレーブランドづくりフォーラム」を開催し、市外から観光情報誌の編集長やホテルの料理長から提案や意見をもらいながら、カレーによるまちおこしの方向性を模索した。その中で平成 18 年に誕生したのが、オムライスとカレーを組み合わせた「オムカレー」だった。オムカレーでは、過去の反省を生かして、地元食材と提供スタイルにこだわるなどルールを定め明文化した。使用する米、たまご、野菜、肉などに富良野産や北海道産を使うことを定め、特産品であるチーズ（バター）もしくはワインを使うことを条文に入れるなど、食による地域ブランド化を目指すこととした。

オムカレー誕生時は市内飲食店 8 店舗で提供がはじまり、開始直後に観光情報誌で大きく特集されたことで、最初のゴールデンウィークには観光客らで各店舗に行列ができるほどであった。国内有数の観光地の強みを生かし、オムカレーの販売はその後も順調に伸び続けた。一時の流行に終わらず、今日まで成長することができた理由の一つに、オムカレーは「6 か条ルール」によって定められているものの、ルールを守りさえすれば味付け・盛り付けなどは各店舗に任せている。プロの料理人である提供店の店主たちが、縛られたルールのもとで他店と差別化し切磋琢磨したことによりオムカレーのレベルを引き上げていった。オムカレー誕生後から 3 年が経過した平成 21 年に提供店主体の組織「富良野オムカレー推進協議会」（以下、「協議会」という）を設立。さらに北海道内のご当地カレーを推進する団体らと連携する組織「北海道ご当地カレーエリアネットワーク」

を設立し、道内にあるご当地カレーが一同集まるイベントやスタンプラリーを開催するなど地域（団体）間連携によるスケールメリットを生かした取り組みも始めた。

協議会を立ち上げたことにより、提供店が活動に必要な資金を負担することで、財源を確保できるようになり、オムカレーを PR するための活動の幅も広がるなど組織的な活動が展開できるようになった。協議会運営は設立当初から行政などからの補助金等に頼ることなく独自の予算で活動を行うことができていた。その仕組みは、活動資金を捻出するために提供店の年会費のほか「6 か条ルール」の中で、「オムカレーにランチ旗を立てる」ことを盛り込んでおり、協議会は提供店に対して仕入れ値より高くしたランチ旗を販売することで、販売差益を協議会活動費として捻出している。さらに、ランチ旗の販売本数によって、オムカレーの販売数を把握することが可能になっている。協議会は、提供店が利益に直結する活動（オムカレーマップ作成、情報誌広告掲載など）の他にも、オムカレーを地域に根付いた食文化として醸成させることを目的に、毎月 6 日（06 = オム）は「オムカレーの日」として提供店の独自サービスの実施やカレンジャー娘らと地産地消や食育に向けた料理教室、スーパーでの試食提供、学校給食献立化などの取り組みを積極的に行っている。



上左) カレンジャー娘のオムカレー  
上中) イベントに出展するオムカレー  
上右) カレンジャー娘  
下左) 協議会加盟店  
下右) 協議会のみなさん

#### インタビュー



### 人々の記憶に残り続ける「食文化」をつくりたい

松野 健吾 氏

富良野オムカレー推進協議会 事務局長

オムカレーの活動を牽引してきた松野氏は、オムカレー成功の理由をこう語る。一つは、ご当地カレーを誕生させて直ぐに組織化せず、時間をかけて結果が現れてから組織化を進めてきたことだ。ご当地グルメが誕生したからといって、売り上げが伸びるか伸びないかわからない中で提供店から負担金を集めて活動を始めるケースも多いが、提供店からしたら成功するか分からないものに負担金を捻出することに不安や抵抗もある。オムカレーの場合、補助金に依存して失敗する地域おこしのケースもあり、一過性の補助金に頼らないことを基本に考えていたので、誕生後は活動に必要な資金も無く苦しかったが、最小限の経費でメディアが取材したくなるようなイベントを仕掛けたり、ブログやメルマガなど無料の SNS による継続した情報発信等を貪欲に続けた結果、3 年後には提供店の売上やオムカレーの知名度が高まる成果が現れてから協議会を設立したので組織化や提供店から負担金を集める仕組みもスムーズに行われた。

もう一つは、オムカレーを通じた地域活動において地元高校と協働で取り組んでいることである。ご当地グルメによる「まちおこし」を提供店だけで取り組んでも、周りから見れば「提供店だけが儲かるための活動」と思われてしまう。「店の利益でなく地域の利益・還元」を軸にした活動を通して、高校生を巻き込んだ効果は大きかった。園芸科学科の女子生徒たちで結成される「カレンジャー娘」は、「地元の高校生が地域の人たちと協力して町おこしをしている」という話題を創出し、多くのメディアに取り上げられた。カレンジャー娘も現在は 11 代目に入っており、初代の娘たちは 20 代後半となっている。市内のイベントでオムカレーを提供していた「カレンジャー娘」の 1 人は「小学生の時、学校で当時のカレンジャー娘が持ってきてくれたオムカレーを食べた。高校に入ったらカレンジャー娘になろうと思った」と語ってくれたのが印象的だった。オムカレーが目指すのは、単なる「ご当地グルメ」ではない。やがては子供の頃から慣れ親しんだ地域の味として、富良野の美しい風景とともに、人々の記憶の中に残り続ける「食文化」になることである。

『一代で「地域の食文化」を築くのは難しい。今、自分に与えられた使命は活動の記録と軌跡を残すこと。いつかは自分も活動ができなくなり衰退の一途をたどるかもしれないが、自分らの活動を紐解き、再発見する世代が現れ、リバイバルして活動を承継、発展してもらえれば嬉しいし、夢も広がります。』と松野氏。

# オンリーワンの町の誇りを！ 「A級グルメ」のまちづくり

邑南町／邑南町観光協会  
島根県邑南町



## 地域の概要

邑南町は、島根県の中央に位置し、平成16年に旧羽須美村、旧瑞穂町、旧石見町が合併して邑南町となった。面積は419.2km<sup>2</sup>で東京都特別区のおよそ3分の2にあたる広大な地域を有し、中山間地に代表的な盆地で年間の降雪量は200センチを超える豪雪地帯である。邑南町（現在の邑南町に該当する地域）の人口は昭和45年には約18,000人いたが、平成22年には12,000人にまで減少。町内には西日本有数のスキー場もあり、冬は広島・九州方面から多くのスキー客が訪れる。

## 取り組みの概要

近年、全国の自治体では地域振興策として「B級グルメ」を全面に押し出している自治体が多い中、邑南町は邑南町民が丹精こめて生産した農林産物や家畜と、それを使った加工品を活用した「A級グルメ」のまちづくりを行っている。「ここでしか味わえない食や体験＝A級グルメ」というコンセプトのもと、町と観光協会が中心となって本格的イタリアンレストランを運営しているほか、町の子供たちに食に興味を持ってもらう場をつくらうと「食の学校」を開設するなど、町と観光協会が先導し、地域住民や移住者たちを巻き込んでの「食のまちづくり」を行っている。

昭和50年代以降、各地で「一村一品運動」の機運が高まる中、多様な農産物を作っている農家が多い邑南町では町の「一品」を決めかねていた。そうした中の平成22年度、今後の町の産業振興を官民協働で行う「邑南町農林商工等連携ビジョン」を策定し、町内で生産される高価値の農畜産物を使った「ここでしか味わえない食や体験」の提供による、地域ブランド構築・地域産業の活性化を目指して「A級グルメによる立町」を掲げた。これは町が誇る食材を町内で加工・調理し、観光客を呼び込んで提供するところまでを町内で完結する「究極の6次産業化」を目指すものである。5年後の平成28年を目指して「①食と農の起業家5名輩出」「②観光入込客100万人」「③UIターン200名」と具体的な数値目標も設定した。

邑南町ではこの以前から積極的な町内産物の販売促進を行ってきた。しかし、生産量の少なさがネックとなり、大手のホテルや小売店との取引成立には至らなかった。そうした中の平成17年、ネット通販サイト「みずほスタイル」を開設。少量生産のデメリットを逆にとり、「少量だが付加価値の高い産品」を消費者に直接販売し、首都圏の消費者中心に評価を得るようになった。評判が高まるにつれて首都圏の高級スーパーやデパートとの取引も成立、平成20年度の年間売上高は約3,000万円にのぼった。

さらには、島根県内一の売り上げを誇る町内の道の駅「産直市みずほ」でも販売も積極的に行っている。この直売所は平成16年に「農家による農家の店」をコンセプトにスタート、生産者と直売所をつなぐITの積極的な導入等により現在の売り上げは約3億円を超えるまでになった。

しかし、ネットショップや直売所等の取組は一部生産者と都市部の消費者の交流であり、町全体の活性化にまでは広がっていなかった。そのため、平成23年「A級グルメのまちの拠点」を作ろうと、町と観光協会が協力して運営し、地産地消率95%を誇るイタリアンレストラン「ajikura」をオープン。本格的な料理人を呼び込むために、町職員が地元産品を持って上京するなどの積極的な営業活動の結果、町の環境と食材に魅力を感じた料理人、ソムリエ、パティシエらがUIターンし「ajikura」の厨房で腕を振るっている。

彼らは「耕すシェフ」として、農業の知識もあるシェフを目指して、地元農家と協力して食材を作るところからの挑戦をしている。「ajikura」はディナーで5000～8000円と周辺飲食店に対しても高価であるにもかかわらず、地域内をはじめ、京阪神地区や関東地区からも客を集めている。レストラン内で使用する食材の地産地消率は95%を誇り、売り上げはオープン1年目から2,500万円を超えた。

また、レストランに「邑南町食の研究所」を併設し、地元食材を活用したレシピ開発等の地元飲食店への提供、生産者と飲食店とのマッチング、地元高校生と協力しての「スイーツプロジェクト」等の様々な食に関する取組を展開し、売る・提供するにとどまらない「町全体の食文化の底上げ」に貢献している。

平成26年3月には、「100年先の子供たちに伝える邑南町の食文化」をコンセプトに「邑南町立食の学校」を設立。食のプロを目指すコースから、子供向けの調理教室まで、様々な食の学びを提供しており、A級グルメの町を支える人材の育成にも力を入れている。施設整備と人材教育の両輪による「A級グルメの町づくり」はさらに加速度を増している。

取り組み開始からの23年から現在にかけて、UIターン者を含む9店舗の飲食店が開店。料理評論家などの食に関する仕事を持つ人が自然と集まってくる仕組みが生まれつつある。ほかにも「地域おこし協力隊事業」を活用し、食材作り（農業）や料理（シェフ）などのA級グルメの担い手として全国から募集し、育成する取り組みも行っており現在4名の若者が邑南町に入っている。こうした各種取り組みの結果、平成23年からの3年でUIターン128人となり、社会動態人口は20人増加、合計特殊出生率は2.652などの成果を生んでいる。

効果は地域内の各所に波及している。地元農家の中にも「少量でも良いものをつくろう」という機運が高まり、有機農業に関心を持つ農家が増加。これまでは作物を出荷するだけだったが、自分たちの作ったものがどんな料理に使われるのかが見えるようになったことで、作り手の中にもやりがい生まれた。現在、レストラン ajikura の提携農家は20軒を超えた。全国に「特産品」が乱立する中、都市部との人材交流の中から、オンリーワンの「町の誇り」を発見し、町をあげて育てていくことで差別化に成功した事例である。



邑南町 商工観光課 観光振興係長  
邑南町観光協会  
寺本 英仁氏



(写真上から)  
邑南町の風景  
レストラン「ajikura」の外観  
「ajikura」の店内  
「邑南町立食の学校」  
道の駅で販売される邑南町の野菜

# 照葉樹林と有機農業の里づくり



綾町  
宮崎県綾町

## 地域の概要

綾町は、宮崎県のほぼ中央に位置し、宮崎市から約20kmの距離にある中山間地域である。総面積9,521haの約80%が森林で占められており、住宅及び農地等は一部の平野部に集中している。

町には目立った産業がなく、さらには町の大半を占める森林はそのほとんどが国有林、県有林であったため自由に木を伐採することが許されず、林業を基幹産業とすることもできなかったため、かつては「夜逃げの町」「人も住めない町」とさえ呼ばれた。昭和30年前後には町内でダム建設などの大規模治水事業が行われ、多くの関係者が移住して一時人口が11,500人を超えるなどの賑わいを見せたが、この事業の終了とともに人口は一時7,300人を割るまでに減少した。

一方で、日本最大の照葉樹林を有し、地域一帯は九州中央山地国定公園に指定（昭和57年）され、「日本自然百選」「日本名水百選」「森林浴の森百選」等にも選ばれる豊かな自然がある。町は昭和58年に定めた「綾町憲章」の第一に「自然生態系を生かして育てる町」という一項を入れるなど、社会的に環境への意識が高まる以前から、自然環境保護に取り組んできた。こうした長年の取り組みの結果、平成24年には綾町全域を含む宮崎県綾地域が「生物圏保存地域（通称：ユネスコエコパーク）」に登録された。現在、世界で約600地域が登録されており、国内では屋久島、大台ヶ原・大峰山、白山、志賀高原に続く32年ぶり5カ所目の快挙であった。かつては過疎の町と呼ばれた綾町だが、現在はこうした豊かな自然環境を求めて年間110万人が訪れる南九州屈指の観光スポットになっている。

## 取り組みの概要

綾町では、照葉樹林の森をはじめとした地域資源を活用した産業を振興し、地域産業の延長線上に観光があるという「産業観光」の理念を掲げている。これは、観光そのものを作り出して地域の産業とするのではなく、地域資源を無理なく生かした産業によって町の価値を高め、結果として観光につなげようというものである。ほかにも「照葉樹林都市」「自然生態系農業の町」「手作り工芸の里」「農村と都市との交流共生の町」「教育スポーツ合宿交流の里」をまちづくりの理念に掲げて様々な取り組みを行っている。

綾町の取り組みのきっかけは高度成長期の昭和41年。当時、町内の照葉樹林の国有林を民有化して伐採するという通知が国から町に届いたことにはじまる。これに対して当時の町長は疑問を呈し、町民75%の反対署名を集めて宮崎県や農林水産省に直訴。これをきっかけにして昭和45年から町内の照葉樹林の国定公園指定を求める運動が始まり、昭和50年には「綾町の自然を守る条例」を制定した。昭和57年には町内の照葉樹林3,002haが国定公園に指定され、以降、町が中心となって、数々の環境保護に関する条例等を制定。昭和58年には現在の様々な活動の根源ともなっている「自然生態系を生かした町づくり」を掲げた「綾町憲章」を制定した。その後も昭和60年「照葉樹林文化都市宣言」、昭和63年の「自然生態系農業の推進に関する条例」の制定へと続く。社会が高度経済成長期にある中、綾町はいち早く自然環境保護の重要性に気付き、環境と産業の調和こそが生き残る道であることを気付いていたのである。

現在の綾町における環境保全の取り組みは、平成17年の「綾の照葉樹林プロジェクト」が核となっている。これは、産学官が一体となって日本最大級の照葉樹林を保護するとともに、自然な方法で周辺の人工林を照葉樹に還元させていくことを目指した取り組みで、100年後に広大な照葉樹林を還元させることを目指している壮大なビジョンを持ったプロジェクトである。この綾町・国・県・民間団体が協働した取り組みは、ユネスコ等の世界的な機関からも高い評価を受けている。

産業面では、昭和63年に全国初となる「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定し、全国に先駆けて化学肥料や農薬などの合成化学物質を利用しない「自然生態系農業」「有機農業の町づくり」を推進してきた。昭和48年には22ある自治公民館を中心に全住民に野菜の種を配布して「一坪菜園運動」を開始。「家庭菜園コンクール」等を実施して、有機農業に対する町民の意識向上と普及を図った。

さらには、昭和51年には町と農協の協力によって野菜等の生産者による直売所「青空市場」を開設。生産物が直接町内の住民に届く場を作った。これが、現在の「綾・手づくりほんものセンター」につながっており、今では全国で見られるよ

うになった農産物直売所や道の駅のモデルとなった。ほかにも「肥料供給施設」「家畜糞尿処理施設」等の施設整備を町が積極的に推進していった。

また、綾町の農業における取り組みにおいて最も先駆的であったのは、平成13年に農林水産省が開始し、現在では一般的となった「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン（有機JAS）」認定に先駆けて、昭和63年に「自然生態系農業推進に関する条例」を制定。「金・銀・銅」の3段階からなる独自の「自然生態系農業認定制度」を発足。直売所で売られる農産物を認証する仕組みを始めたことだった。これは、後の有機JAS認定のきっかけの一つとなり、現在は自治体では全国で2つだけの「有機JAS登録認定機関」にも認定されている。

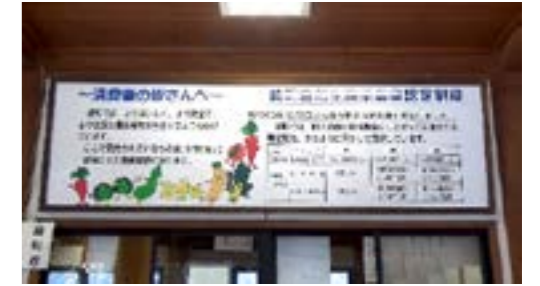
また、綾町は「手づくり工芸の里」でもある。町内の至るところに工房があり、木工、ガラス工芸、陶芸等の工芸が盛んに行われている。綾町が手づくりの里となったのは、昭和40年代に大量生産・消費という時代の風潮に対抗して、手作りの良さを追求しようと立ち上がった若い工芸家たちを町に誘致したのがきっかけだった。現在、町内には40軒を超える工房があり、その大半が全国からの移住者である。

昭和55年には当時の通産省の「工芸コミュニティモデル地域」第1号の指定を受け、翌年には町内の工房が加盟した「工芸コミュニティ協議会」を設立した。この協議会では毎年「工芸まつり」を開催して自らの作品を展示・販売するなどしており、例年約15,000人を集客し、4,000万円を売り上げており綾町の一大イベントとなっている。昭和61年には町が中心となって、工芸家の作品の展示・販売、染物や陶芸の体験をすることができる施設「綾国際クラフトの森」を開設し、多くの客を集めている。

ほかにも、綾町は「教育スポーツ合宿交流の里」を掲げており、他の地域に先駆けて、スポーツチームの合宿や教育合宿等の受け入れの体制を整備し、滞在型観光（合宿）による地域活性化を行ってきた。毎年、プロサッカーやプロ野球を始めとした各種スポーツチームの合宿が行われ、一流のスポーツ選手と身近に交流することができる機会を町の子供たちに提供している。平成25年には綾町で、プロアマ合わせて351団体、約25,000人がスポーツ合宿を行い、学校等の教育合宿は34団体、約2,500人だった。町の人口の4倍に当たる人が綾町を訪れ、滞在することによる地域産業への経済効果は大きい。これには、町の積極的な取り組みがあり、町長が自ら行っているトップセールスに加え、地道な関係者との意見交換、地元との調整、施設・設備等の整備などがある。

こうした綾町の地域づくりは国内外に伝わり、観光客の増加に結びついているほか、毎年400名前後の転入があり、一時は減少の一途であった人口だが、平成元年以降は7,300人程度のほぼ横ばいの状態が保たれている。綾町の取り組みを全国からの応援する声も多く「ふるさと納税」においても、平成25年度には町の住民税額を超え、全国トップクラスの2.5億円を集めた。その約半数が「照葉樹林の保護や、自然生態系の事業」に使って欲しいと回答しており綾町の取り組みに対する関心の高さが伺える。

また、長年にわたる各種の取り組みが評価され、綾町は「日本の自然百選」「日本の名水百選」「星空のまち」「ふるさとづくり大賞」「地域づくり顕彰大賞」など40を超える表彰・認定を受けている。平成24年には綾町全域を含む宮崎県綾地域が「生物圏保存地域（通称：ユネスコエコパーク）」に登録され、世界的にも注目をされる町となった。綾町における取り組みの最大の特徴は、町と住民が一体となり、長い時間をかけて「環境保護」「有機農業」等の取り組みが行われ、にわか仕立てではない「ほんものの地域ブランド力」を醸成してきたことにある。



(写真上から)  
綾町の風景  
照葉樹林の中にかかる「照葉大吊橋」  
綾手づくりほんものセンター  
綾町自然生態系農業認定制度  
綾国際クラフトの森 町内の工房の作品が並ぶ



綾町  
産業観光課課長  
蓮子 浩一氏



## 地域資源を活かしたバイオスタウン構想



小坂町  
秋田県小坂町

### 地域の概要

小坂町には、かつて日本三大銅山と呼ばれた小坂鉱山があり、明治から大正にかけては秋田第二の都市とも言われるほどの人口を有し、秋田県で最初に電気が導入されたなど、鉱山の町として繁栄を極めた。最盛期であった大正時代の人口は2万人以上で県下第2位の都市であった。しかし、昭和60年代に起こった鉱山の統廃合や閉山によって伴って人口は激減。小坂町の人口減少率は昭和30年からの35年間で50%と極めて高い。平成22年の人口は約6,000人で、過疎地域自立促進特別措置法における「過疎地域」に認定されている。

そうした状況を脱しようと、鉱山技術を生かした環境リサイクル産業を推進する「エコタウン」と資源循環システム構築を目指す「バイオスタウン」等、環境問題へ先進的に取り組むことで地域活性化を図る動きが活発化した。かねてより、小坂鉱山からは銅・鉛・亜鉛が混在した鉱石が産出されており、これを製錬する技術が長年かけて磨かれてきた。この高い技術を生かして、他ではできない複雑な処理等を行うなど、貴金属のリサイクル事業における存在感を示している。

また、これに組み合わせ、「バイオスタウン」の推進として町民参加型の資源循環地域内システム構築に向けた取り組みも行われている。また、町内には、鉱山の町として栄えた時期に建てられた日本最古の現役木造芝居小屋である「康楽館」（明治43年築）や、木造3階建てでルネッサンス風外観のかつての鉱山事務所など、鉱山産業遺産群が多くありそれらを生かした観光振興も行われている。

### 取り組みの概要

小坂町では立地する小坂製錬が、鉱石からではなく都市鉱山資源から希少金属を取り出すリサイクル事業への転換が図られ、周辺地域にリサイクル産業が集積しつつある。これに足並みを合わせつつ、町は2005年に資源循環型社会の構築を目指した「小坂町バイオスタウン構想」を公表し、「資源循環」と「農業振興」を両輪にした「菜の花プロジェクト」が行われている。国内には数多くのバイオスタウン計画があるが、小坂町の特徴は、資源リサイクルと農業振興を組み合わせた取り組みであることだろう。

きっかけは平成9年に小坂町で開催された「世界鉱山サミット」である。このサミットには世界30ヶ国の鉱山関係者が参加し、鉱山都市の今後について議論が交わされた。結果、環境を破壊してきたこれまでの鉱山開発のあり方を見直し、鉱山開発によって培われた先端技術を世界規模での環境保全や資源有効活用と、地域の活性化に役立てていくことを記した『小坂宣言』を採択。この中で「土に還るものは土に還し、土に還らないものは再資源化する」という理念が生まれた。これを契機に小坂町の循環型社会の実現に向けた取り組みが加速することになり、平成16年度の「小坂町バイオスタウン構想」の策定に繋がった。

こうした理念の元に行われているのが「菜の花による循環型社会づくりプロジェクト」である。これは町内の生産調整による転作田（水田454haのうち147haで生産調整がされている。そのうち84haについては実質未活用状態）で菜の花を栽培することで美しい景観をつくり、菜種油等の新しい特産品を創り出すことで農家の所得を向上させ、使用済み油を軽油に代わる燃料として町内の農家が活用する流れをつくることで資源循環型の町づくりを目指すという取り組みである。

当時の減反政策では「産地づくり交付金」を活用し、地域内で次のような独自の交付金制度（作付け生産調整5,000円/10aに加え、景観作物作付けは上乗せ15,000円/10a、菜種の出荷に対してさらに上乗せ20,000円/10aなど）を設けて転作物としての菜の花作付けを後押しした。さらに、生産した菜種は100円/kgで町が買い取ることにし、全ての条件に該当すると10aあたり約60,000円の収入が農家に入ることになる。

こうして生産された菜種は乾燥調整後に出荷され、圧搾機を使用して搾油し、一番搾りだけを使った良質の菜種油「菜々の油」が生産されている。一連の取組の背景には、バイオスタウン構想策定委員として召集された7人の若手役場職員の存在があり、構想の策定に始まり、農家への説明、商品開発、搾油施設の整備、運営会社の設立、営業活動、販促活動等すべてを行った。そして、構想策定から実施に至るまでの特徴として、町長が強力なリーダーシップを発揮して牽引するとともに、策定委員の自由な発想を積極的に採用しているという点も大きかった。

さらには、各家庭で使用された菜種油は廃食油として町内に設置されたステーションで回収して加工し、バイオディーゼル燃料として農機具等で利用、搾油段階で発生する菜種カスは有機肥料として畑で再利用するなどのサイクルも徐々にではあるが確立されている。菜種油の生産を担うのが、この事業のために設立した「株式会社エコサカ」である。当初は町営だったが、設立1年で独立採算化し、現在は従業員の出資による資本金100万円の会社である。菜の花の作付面積は年々増加しており、平成17年には17戸（9ha）だったが、平成21年には52戸（30ha）にまで増加。収穫量も18トンにまでなった。一方で、今後はいかに商品のブランド力を高めて販売を伸ばすかが課題である。

バイオスタウン構想におけるもう一つの大きな取り組みが「生ゴミの堆肥化」である。それまでは町内から発生する生ゴミは隣接自治体との広域行政組合による施設で焼却処分を行っていたが、平成9年から町内の養豚業者である「ポーランドグループ」が保有する糞尿処理施設で堆肥化の試験運用を開始し、平成17年より本格的に実施している。ここでつくられた堆肥は、再び地元農家に還元されるというサイクルになっている。また、使用済み菜種油のバイオ燃料化というリサイクル工程も現在は同グループが行っている。このように、町が強力なリーダーシップをもって牽引しながらも、町内の各種事業者と良好な協力関係を構築しながら進めている点も大きな特徴である。現在の生ゴミのリサイクル率は55%程度で、将来的に70-80%の回収率を目標としている。

また、町全体を博物館にする「エコ・ミュージアム構想」による観光客誘致にも力を入れている。町内に点在する鉱山時代の建築物を移築して市街地に集合させ、産業遺産の建築物が並ぶレトロな街並みをつくり「明治百年通り」と名付けた。その他にも鉱山の物資輸送に使われていた廃線路等を活用した「小坂鉄道レールパーク」をオープンさせるなど、町全体を博物館のようにするエコ・ミュージアム構想を進めている。一時は衰退した町だが、環境への取り組みと農業との連携によって生まれた「菜種油」という新しい地域資源の開発と、「鉱山の町」という古くからの地域資源の再構築という両輪による地域活性化の挑戦は続く。



小坂町  
観光産業課農林班  
杉原 隆広氏



(写真上から)  
小坂町を望む  
小坂製錬（かつての小坂鉱山）  
明治百年通り。芝居小屋「康楽館」などが立ち並ぶ  
小坂町で生産されている菜種油  
菜種油の搾取工場

## ゴミの35種分類に取り組む「ゴミゼロ宣言」の町。

上勝町  
徳島県上勝町



### 地域の概要

徳島県上勝町は、徳島市中心部から車で約1時間。標高100mから700mの間に大小55の集落が点在している。人口は昭和30年の6,265人をピークに平成25年には1,840名863世帯にまで減少。高齢者比率は49.57%と過疎と高齢化が進む町である。近年では地域の山にあった「葉っぱ」を料理の「つまもの」として販売「はっぱビジネス」を確立。産業がなかった町に新産業を興した「株式会社いろどり」が注目を集めており、過疎地域の活性化における先進的事例としてあまりに有名である。上勝町では他にも先進的な取り組みが行われている。それが、平成15年に町の価値をさらに高め、未来の子供たちにきれいな環境を残すために始められた「ごみゼロ（ゼロ・ウェイスト）宣言」である。これは町内の家庭や事業者から出る全てのゴミを35種類に分別し、ゴミの量を減らすとともにリサイクルを推進するというものである。背景には、平成9年の廃棄物処理法の改正を受けて、平成12年、上勝町を含む周辺6市町村による合同ごみ焼却場建設が計画されたが、建設には膨大な経費と管理運営費が必要となることから計画は頓挫。さらに同年、上勝町内には一般廃棄物最終処分場の建設も計画されていたが、多額の経費と管理を要することから建設は見送られたことがある。

### 取り組みの概要

平成25年に上勝町内にオープンした「上勝百貨店」は、食料品から雑貨まで、生鮮食品以外の生活に必要なものを扱っている小さな直売所である。運営は地域資源を活用することによる移住促進と、上勝町のゼロ・ウェイストの達成に貢献することを目的として平成24年に設立された一般社団法人地職住推進機構が行っており、実際に店舗運営を行っているのは上勝町に移住をした20代の若者たち数人である。この「百貨店」の特徴は食用油や、醤油、砂糖などの調味料、洗剤などの生活用品、パスタなどの乾物が業務用の大きな容器に入れられたまま店頭と並んでおり、客は空き容器を持参して必要な量だけ買って帰るといった「量り売り」が行なわれている。量り売りをすることが目的でなく、究極のゴミを出さない売り方を実践することによって、ゴミを出さないという姿勢を体現し、地域の意識を高めることを目的としている。ほかにも、町内の農家で生産された余剰野菜などを農家から引き取って販売しているほか、地域に工房を構える作家による工芸作品なども販売されている。

この「量り売りの直売所」が作られた背景には、平成15年の「上勝町ごみゼロ（ゼロ・ウェイスト）行動宣言」がある。ゼロ・ウェイストとは英語の「ZERO」と「WASTE」から成り、「ごみ」「無駄」「浪費」が「ゼロ（ない）」という状態を意味しており、米国のサンフランシスコや、ニュージーランドでは多くの自治体がこの宣言をしている。宣言では、

1. 焼却処理及び埋め立て処理を2020年までに全廃する。
2. 地元で発生するごみの徹底的な発生抑制、分別・回収を指導するための教育システム、分別回収システムの構築。



上) 上勝町の集落  
下) 倉庫を改修した「上勝百貨店」

3. 県に対してごみの発生抑制、分別回収の徹底に役立つ制度の早期確立を求める

4. あらゆる生産企業に対し、2020年を目標に製品の再利用、再資源化などの再処理経費を、商品に内部化して負担する制度の確立を求めると同時に、ごみが発生しない、または分別回収、再利用、再資源化が容易な製品への切り替えを求める。

5. 日本国内の他の市区町村においても、同様の目標を定め、相互ネットワーク構築による目標達成への協力体制構築を行う。

など、ゴミを出さない環境づくりのための非常に厳しい制約を町自身と町民、町内の企業に課しており、行政によるゴミ削減の取り組みとして非常に先進的なものである。上勝百貨店はモノを売るというところから変革をすることで、物流の上流からゴミゼロを実現することを目指している。

現在、上勝町では「35種分別のゴミ回収」が行われており、ビンだけでも色や種類で4種類に分けられている。町内に設けられたゴミ回収ステーションでは35種類に分別されたゴミ置場が用意されているほか、持ち込まれた不要な家具や生活用品のうち、使いたいものがある場合は住民に限定して持ち帰ることができるリユースの取り組みも行われている。また、上勝町にはゴミ収集がなく、家庭から出るゴミはすべて住民自らの手でこのステーションに持ち込むことになっている。難しい仕組みであるが、住民同士の助け合いによって機能している。車の運転ができない高齢者などに対しては、町による代行回収も行っている。

上勝百貨店の開店までには2年の準備期間を要した。平成23年頃から地域住民を集めての勉強会や、再利用可能な容器についての試験を行った。実店舗開設前には車を利用して量り売りの移動販売による試験営業などを行い、買い物難民となっている高齢者の生活と需要の実態を調査した。店舗は町内になった空き倉庫を住民の手で改装。平成25年、上勝百貨店のオープンに漕ぎつけた。「百貨店」という名称や、量り売りという販売方法が様々なメディアから注目をされたことで、この店舗そのものが「メディア」としての役割を果たし、上勝町が行ってきた「ゼロ・ウェイスト宣言」の活動が広く全国に認知されるようになったことは、大きな成果である。

また、地域の交流の場としての「店」の役割を見つめ直すという目的もある。人口が少ない上勝町で上勝百貨店そのものの事業を収益化することは難しいが、町が目指す方向や姿勢を店舗という「目に見える形」にしたことで、町のブランドイメージ向上に貢献している。



一般社団法人 地職住推進機構  
代表理事

小林 篤司氏



(写真上3枚) 上勝百貨店の店内  
(写真下3枚) 上勝町のゴミステーション。細かい分類がされている。

# 島の生活と生業に光をあてた 新たなビジネスの創出



東シナ海の小さな島ブランド株式会社  
鹿児島県薩摩川内市上甕島

## 地域の概要

甕島は、薩摩川内市の川内川河口から西方約 26 km の東シナ海上に位置し、北東から南西方向に 35 km に連なり、北部に位置する上甕島、中部に位置する中甕島、南部に位置する下甕島の 3 つの島から形成されている。3 島で人口約 5,000 人、離島ゆえに条件的に不利な環境にもある反面、豪壮な海食崖、特異な湖沼群、鹿の子百合の原生地、緑豊かな常緑広葉樹原生林と、他では見られない自然景観が今でも護られている。近年、本土最寄りの川内駅への九州新幹線の開通、観光案内所の設置、株式会社観光物産協会の発足、そして平成 26 年度には、これまで航路のなかった川内港から定期高速船が就航し、国定公園に認定される見込みもあるなど、観光をはじめとした様々な動きがみられる。

## 取り組みの概要

東シナ海の小さな島のブランド株式会社（以下、「山下商店」（屋号））の代表取締役である山下氏は、大学を卒業後、京都の和装小物の卸会社に勤めながら、上甕島で開催されているアートイベント「KOSHIKI ART PROJECT」の企画・運営に関わっていた。島内外の若者有志で企画・運営されてきたこのイベントは、回を重ねるごとに島内外から評価を受けるようになってきたが、故郷をもっと好きになるために「本土にいながら島との関係を築いていくスタンス」から「島にいながら本土との関係を築いていくスタンス」へと方針を転換し島への U ターンを決意した。

平成 22 年、まずは米作りとサツマイモの生産に取り掛かった。まったく収入が得られない時期もあり、“島において農業で安定した収入を得ることが如何に困難であるか”を身をもって体験した。一方、当時の甕島には甕島の農水産物を使ったお土産品がまったく売られていないという状況であった。そこで、島の魅力をきちんと消費者に届けたいという思いから、甕島の農水産物と加工品の通信販売事業を主とする会社を平成 24 年 4 月に設立した。

最初に取組んだ「島米プロジェクト」では、島の生業の価値を改めて見つめなおし、甕島の素朴な暮らしと、美しい風景を守り育てていくための「お米づくり」そのものに対して支援してもらうことを目的に、島米と干物などの加工品をギフトセットとして販売している。また、農業や通信販売事業に加え、島の日常である生業の風景と、観光客からみた非日常のモノと場をつなぐ観光ガイド事業「しまなび」もスタートしている。

平成 25 年 5 月、古民家を改築して社屋を建設し豆腐屋を開業した。かつては朝早くから村の豆腐屋にザルを持った人々が集まり、豆腐を購入するのみでなく、そこで談義が交わされるなど島の日常的な風景として根付いており、その原風景を今の時代に再生したい



写真出典：  
東シナ海の小さな島ブランド株式会社 WEB サイト

との思いが豆腐屋を開業した動機である。今では毎日朝から豆腐を買いに来る人々が山下商店に集まり談話が交わされている。また島内を行商することで御用聞き役も担っている。

当初は山下代表一人で始めた会社であったが、起業から 2 年半が経った現在では年商 4000 万円、従業員 11 名（パート含む）となり、甕島の生産者を支え雇用の受け皿となる企業に成長している。また、夏期には期間限定のバー営業、日常風景のマップづくり、プライベートブランド商品の開発・販売など、次々と新しい事業を展開しており、平成 26 年 10 月には鹿児島市内最大の百貨店マルヤガーデンズに常設店を設置することとなった。平成 27 年春には、島内の民宿を事業継承する形で運営を開始する予定であり、さらには旧港ターミナル跡地を利活用した飲食事業と物販事業の両輪展開による「コシキテラスプロジェクト」もスタートする予定である。平成 32 年には年商 4 億円、従業員数 30 人という経営目標を掲げる山下商店は、今後も甕島の風景を護り伝えていくために、新たな事業を進行中である。



東シナ海の小さな島ブランド株式会社 EC サイト

## インタビュー



### 将来の島の風景をつくっていく仕事

山下 賢太氏

東シナ海の小さな島ブランド株式会社 代表取締役

島で豆腐屋を営み、島の日常の生活や風景を未来に受け継いでいく活動を実践している山下氏が語ってくれた。

▼未完成な自分でも島でがんばる姿を見てもらいたい・・・本土に住みながら携わっていた甕島の活動が対外的に評価されつつあった中、島のおばあちゃんの「私は島でがんばっているケンちゃんが好き」という言葉がきっかけとなり、「何かを成し遂げてから島に戻ろう」という考えから「未完成な自分でも島でがんばる姿を見てもらいたい」という考えに変わり、島に戻ることを決意した。

▼島の風景である農業を応援してもらおう・・・甕島の農業は、生産のみで生計を立てていくことが厳しい環境にある反面、島の日常風景として昔から根付いてきた大切な資源である。そこで、「お米」そのものに対してお金を払ってもらおうという従来の考え方ではなく、米作りのプロセスをインターネット上に見える化し、「米づくりという島の日常風景を維持していくこと」を応援してもらおうという視点でお金を払ってもらおうサービスを開発した。

▼島の食べ物をもっとおいしく暮らしてお米がひきたてる・・・米づくりに限界を感じ始めたころ、朝ご飯のメニューが、自分で作ったお米と母の作った味噌汁、近所から差し入れでもらった魚の干物と漬物であった。20 代唯一の米農家である山下氏が米づくりをやめるということは、島の食卓から島のお米が消えるということであり、それは島の食材をおいしく食べることができなくなるということに気付いた。そこで、島の食材をおいしく食べることができ、生産者が暮れ続けられる仕組みとして現在の通販事業を始めた。

▼人が見え、風景が思い浮かぶ商品・・・商品開発にあたっては、生産者の顔が見えるだけではなく、「生産している現場の風景が美しいこと」についてもこだわっている。例えば「太陽のきびなごオリーブオイル漬け」は真夜中の海に一齐に漁船の明かりがともるシーンを「キビナゴ漁における真夜中の太陽」とイメージして命名している。

▼未熟であることを前向きにとらえる・・・経験もお金も技術もないという前提からのスタートであったが、経験がないからこそ挑戦できる、お金がないからこそ貪欲に自分がやりたいこととむきあえる、技術がないからこそ人に頭を下げて教えてもらうことができる、「何も無い」自分を否定するのではなく、「ないからこそ」がんばることのできる自分をイメージしてきた。

## 2. 地域に新しい価値をつくる

— 価値の再発見による地域活性 —

### 「まち」をつくる



# 小さな街に 200 万人を呼び込んだ 「フラノマルシェ」

ふらのまちづくり株式会社  
北海道富良野市



## 地域の概要

北海道のほぼ中心にある富良野市。人口は約 24,000 人で主幹産業は、農業（タマネギ、ニンジンなど）であり、ワイン、ブドウ果汁、チーズなどの特産品開発・製造にも力を入れている。特に「ふらのワイン」は全国でも珍しく「富良野市直営のワイナリー」で製造されている。もう一つの主幹産業である観光業では、ラベンダー、スキー（富良野スキー場）や、80 年代に放送が始まったドラマ「北の国から」の影響もあり年間 200 万人近くの観光客が訪れるが、近年では「北の国から」を知らない世代も増えたため、これに続く観光資源の開発が課題になっている。一方で、ドラマロケ地を中心とした観光施設の多くが郊外に立地しているため、中心市街地に訪れるのは年間 7 万人程度であり、商店街店舗の閉店や、郊外への大型店出店に伴う中心市街地の空洞化は深刻さを増すばかりであった。それに追い討ちをかけたのが、平成 18 年、中心市街地の核であった大型病院の移転であった。そうした事態を受け、従来の通過型観光だけでなく、観光客の中心市街地への呼び込みを目指したのが「フラノマルシェ」であった。

## 取り組みの概要

富良野市の中心市街地再生の取り組みの起点となったのは、平成 12 年に策定された「富良野市中心市街地活性化基本計画」とそれに伴う駅前広場の整備事業であった。当時、駅前再開発に伴う管理運営を目的として、中心市街地活性化法（1998 年）に基づく富良野市 TMO 構想）に伴って「ふらのまちづくり株式会社（旧会社）」が設立された。当時の会社は当初は商工会議所や農協による出資のほかに、第三セクターを中心に 19 団体が 1035 万円を出資し、市の出資率も 9.7% で公的セクターの性質が強いものであった。

当時の再開発計画は「観光客を呼び込める街」を目指して約 6 年をかけて行われたが、実際には予算削減等の影響でロータリー等の整備等に留まり当初の構想は実現されなかった。当時、店主の高齢化や立ち退き補償金を受けて廃業・移転をする商店街店舗が相次いだ。49 件のうち 26 件が外部移転や廃業をした。これによって中心市街地の空き地・未利用地は増大し、街中の居住人口の減少がさらに加速した。こうした事態にさらに追い討ちをかけたのが、中心市街地の中核施設の一つであった地域の中核病院の移転であった。

これを受けて、商工会議所役員や商店経営者が中心となって「市街地活性化協議会」を設立、「ルーバン・フラノ構想」という「フラノマルシェ」を含んだ構想を立ち上げた。この実施主体としてすでに設立されていた「ふらのまちづくり会社（旧会社）」の拡充が行われることになる。「駅前整備だけでなく、病院跡地の活用も含めた中心市街地再生」を広く市民に訴え、出資を求めた。この結果、40 を超える地元企業や商工団体が出資に応じ、約半年間で 7,315 万円が増資された。市は増資を行わず、民間企業の出資率は 76.4% となり、会社の幹部も役員のうち 3 名が地域の民間企業経営者で、公募により 5 名の正規職員を新たに雇用、パート 8 名を採用するなど、地域の民間が主体となり、新たな「ふらのまちづくり株式会社（新会社）」として生まれ変わった。



上・中）富良野の中心市街地  
下）フラノマルシェ

こうした民間力の結集によって平成 22 年、病院跡地に中心市街地活性化を目指した「フラノマルシェ」が生まれた。フラノマルシェは 6,600m<sup>2</sup> の敷地中央にイベント広場（ミニコンサートやフリーマーケット等を実施。市民・商業者・観光客の交流拠点となり賑わいを創出している）を備え、それを囲むように JA 富らの直営農産物直売所「オガール」（地産地消による健康な食文化の発信拠点をすると同時に農家や婦人層の生き甲斐を作り出し、富良野産野菜のブランドイメージの向上と高付加価値販売を目指す）、富良野物産公社運営の特産物販売所「アルジャン」（富良野エリアで長い時間をかけて作られてきた様々なお土産や特産品 2000 点以上が並ぶ）、まちづくり会社と地元飲食店が協力して運営するスイーツカフェ「サポール」の 3 棟が建つ。

フラノマルシェは、これまでの道の駅のような「通過型施設」ではなく「滞留型施設」であることを目指しており、マルシェが核となって客を呼び込み、地域に波及させるための様々な仕組みがある。まず、施設中央の広い「イベント広場」は訪れた人が、お茶を飲みながら中心市街地の情報をインプットする場所であると同時に、市民が自由にイベントを開催できることで、観光客と市民との交流の場にもなる。また、マルシェの中にはテイクアウト店舗はあるが、本格的な飲食店はない。これはマルシェに来た客に商店街の既存飲食店を利用してもらい共存するための仕組みだ。

当初掲げていた来場者数 30 万人 / 年の目標をはるかに越え、初年度の来場者数は約 55 万人が来場、3 年目になる平成 24 年には 74 万 5000 人となり、売上は 5 億 1000 万円にまでなった。一時、8 万人に満たなかった中心市街地への流入人口は 10 倍以上と試算されており、富良野を訪れる観光客の多くがマルシェを訪れるようになった。この結果、地域全体への経済波及効果は 10 億円近くと試算されており、また雇用効果として 98 人の地元雇用も生みだしている。さらに、メディア露出が増えたことにより、富良野の PR になっていることに加え、中心市街地に「にぎわい」が戻ったことによって、店主たちの意識にも変化が起り始めていることは大きな効果である。



上）フラノマルシェの中庭  
中）フラノマルシェのマップ  
下）フラノマルシェ内の物産センター

## インタビュー



大事なことは「誰がやるか」だ。

西本 伸顕 氏

ふらのまちづくり株式会社 代表取締役社長

（各地域の）持っている地域資源はそれぞれに違う。資源をどう生かすかや組み合わせるかを考えることは大事だが、もっとも大事なことは「誰がやるか」だ。今の各地の衰退は気付いていてもやる人がいないことが原因になっていると思う。各地にある商工会議所の有力企業は、地域への影響力、資金力も持っているのだから、そういう人たちが「地域のために俺たちが頑張る」という姿を若い人に見せる気概で頑張らなければ地域は良くならない。その際の主語はあくまでも「富良野（それぞれの地域）」で、我田引水になってはいけない。「地域をどうするか」「地域をどうしたいのか」であるべき。

これまで、日本中に官依存体質があったのだと思う。まちづくりも地域をどうするかではなく補助金をどう引っ張ってくるかにばかり頭を使っていたと思う。行政が本来やるべきことは「福祉」や「教育」などの民間による代替が難しく、民間では採算がとりにくい公共サービスの分野だ。逆に採算が採れるものならば民間がやるべきだと思う。今の多くの地域では、まだまだそういう資金もマインドもないが、「フラノマルシェ」のみならず、地域における先進的な事例を見ると多くの場合は、民間が行政を動かして実現しているものが多いという事実はある。

# 中心市街地活性化の最先端から 町家再生によるまちなか居住の推進



長浜まちづくり株式会社  
滋賀県長浜市

## 地域の概要

長浜市は、滋賀県の東北部に位置し、周囲は伊吹山系の山々と琵琶湖に面しており、中央には琵琶湖に注ぐ姉川や高時川、余呉川等により形成された湖北平野と湖岸風景が広がっている。京阪神や中京、北陸の経済圏の結節点としての位置にあり、京都市や名古屋市からはおおよそ 60 キロメートル圏域、大阪市からはおおよそ 100 キロメートル圏域にあり、これらの経済圏域と利便性高く結びついている。株式会社黒壁をはじめとする長浜方式のまちづくりによって中心市街地活性化の先進地域としてまちなか再生を実践しており、近年では空き家となっている町家の再生によるまちなか居住の取り組みが着々と進んでいる。

## 取り組みの概要

大型店舗の郊外への出店申請を機に、商店街、市、商工会議所等は、衰退しつつある長浜のまちを再生するべく「商業×観光」をコンセプトとした「商業近代化地域計画」を昭和 60 年に策定した。町のランドマークである大通寺の表参道のアーケード撤去及び参道沿いの木造家屋 32 店舗のセットバック・修復を行い、大手門通りの石畳化と博物館通りの景観形成などを進めていった。同時に株式会社黒壁によって 29 号館 31 店舗の開発も進み、また、にぎわい創出の観点から各商店街で特色のあるイベントも生み出されていく。商店街・商工会議所の動きと黒壁の動きが同時期に並行して躍進したことが、長浜のまちづくりが成功事例と言われる要因である。

そして平成 18 年、まちづくり三法改正に伴い、長浜市中心市街地活性化基本計画を策定するにあたって“これまで各団体が別々に進めてきた長浜のまちづくりをトータルマネジメントできるソフトの企画会社が必要である”という認識のもと、平成 21 年 8 月に長浜まちづくり株式会社（以下、まちづくり会社）が設立された。

まちづくり会社は、長浜のまちづくりのトータルマネジメントを担うとともに、町家再生によるまちなか居住を推進している。事業のきっかけとなった取り組みは「風通し屋」である。使われなくなって放置され、傷んでいくだけの町家に焦点を当て、定期的に風通しを行うことで居住（又はテナント利用）希望者が現れた際にきれいな状態で物件を紹介する賃貸のマッチング事業である。まちなかの町家を点検し、使われていない町家の所有者に風通し屋の提案を行うことで、3 軒の町家で風通しを行うこととなった。実際には、風通し



長浜のまちなみ

の前に大掛かりな掃除が必要であったが、苦勞を経てきれいになった物件を多くの人に見てもらうためにお披露目を開催した。

単純にきれいになった町家を開放するだけでなく、地域の若手クリエイター等と共同して地域ならではの楽しい暮らし方やその魅力等の企画展示も行い、1 週間で 100 人ほどの人が訪れ、その多くが 20 代～ 40 代の若者や子育て世代であり「町家に住みたい」といった感想を寄せた。「長浜の町家を再生して若者のまちなか居住を推進する」といった方針が間違っていなかったことを確認できたイベントとなり、その後、3 軒の町家は賃貸住宅やシェアハウスとして改修し、工事が完了した物件にはそれぞれ入居者で満室になっている。

これらの取り組みにおいては、地域の若手クリエイター等のグループが大きく影響している。イラストレーターの女性は、まちなか居住のパンフレットのイラストを手がけ、建築士は町家改修における用途変更手続きや設計を行い、グループのワークショップを町家で行うことでより多くの人々に町家再生の取組を知らせる機会となっている。まちづくり会社と彼らの連携が長浜の町家再生事業の成功の秘訣にもなっている。



改修した空き家の内部

## インタビュー



町衆が力を合わせて作り上げてきた長浜のまちのこれから  
吉井 茂人 氏  
長浜まちづくり株式会社

商工会議所に席を置き、長年長浜のまちづくりを担ってきた吉井氏は語る。優秀なスタッフを継続雇用する仕組みをつくるのが大切である。まちづくりをトータルでマネジメントする会社をつくる際には、資本金も大事であるが、優秀なスタッフを如何に継続雇用させていけるかが重要な課題となる。長浜まちづくり株式会社では、立ち上げからこれまでの 5 年間、みんなで知恵を出し合って剰余金の確保を実現している。同時にものづくりの視点によるまちづくりも重要である。これからの商店街は、ものづくりという視点を持ちながら、素材とデザインと技術を融合させながら、末端商品につながるような独自の商品開発をすることが求められる。



先輩町衆を目標に新しい長浜のまちづくりを志す  
竹村 光雄 氏  
長浜まちづくり株式会社

コンサルタントから現場（長浜まちづくり株式会社）に転職した竹村氏が外部と内部の目線から取り組みを語る。一つは、若手クリエイターとの連携によって活動の広がりができたことだ。湖北地域で活躍する若手クリエイターグループと連携することで、それまで自分だけではできなかった活動が広がり、また伝えきれなかった情報をより効果的に発信することができると、長浜のまちづくりを進める上で彼らとの連携は必要不可欠となっている。また、もう一つの特徴に現代のライフスタイルを考慮した町家の再生があった。町家や古民家の再生となると、昔ながらの素材や建具を活かしたいというイメージがあるが、むしろ、現代の生活に適した使いやすさや手ごころ感といったニーズを優先している。また、若者 2 人がシェアする予定の物件についても、居住者の合意を図った上で将来的に家族が住むことを想定したプランニングを行うなど、現代のライフスタイルに配慮し、柔軟性と持続可能性の高い町家再生を行っている。

先輩方を目標に若者が新しいまちをつくることを常に考えている。今、竹村氏や若手のクリエイターグループによる様々な取り組みは、社会的に意義のある活動ではあるが、これまで長浜のまちづくりを牽引してきた先輩方の実績にはまだまだ及ばない。町家や駅前の商業ビルのテナントを活用して自らが事業を手掛けたり、数十件単位の町家再生構想を練り上げ社会的・経済的効果の高い事業を実践していくなど、事業性の高い活動を自ら行うことこそが、竹村氏をはじめとした長浜の若者が挑戦していかなければならない命題であると考えている。

# みんなでビジョンをつくり、共有し、出来る事からやり続ける！



一般社団法人三國會所  
福井県坂井市（旧三国町）

## 地域の概要

福井県の三国町は、福井県の北西部、九頭竜川の河口周辺に位置する町で、平成 18 に丸岡町、春江町、坂井町と合併し、現在は坂井市となっている。

現在は、底引き網による越前ガニやアマエビ漁などの漁業が盛んに行われる。砂丘地帯にひらかれた工業団地で化学工業に携わる人も多い。また、周辺には東尋坊やあわら温泉などの観光資源があるため、観光業に携わる人も多く、観光入込客数は旧三国町エリアで約 265 万人（平成 23 年年度。坂井市統計）である。旧三国町の産業別人口は第一次産業 990 人 第二次産業 3,765 人 第三次産業 7,512 人（2005 年国勢調査）。

三国は中世からの長い歴史を持つ「湊町」で、中世の時代に荘園年貢の積み出し港として発展し「三国湊」と呼ばれた。江戸時代に入ると北方の産物を京都や大阪に運ぶ「北前船」にとって重要な港である「北国七湊」のひとつとなる。当時、九頭竜川沿いには多くの問屋が軒を連ね、丘陵地には商人や職人たちが居を構えた。三国湊の発展は明治期まで続き、九頭竜川の河口に向けて街は拡大し明治期には最盛を迎えた。

当時の町の繁栄を物語るのが、明治 12 年に町人らの出資によって建設された「龍翔小学校」で、オランダ人技師の設計による木造 5 階建、高さ 30m の八角形の洋館は当時の建築技術の粋を集めたもので、現在、この建築は現存しないが、当時の建築を模した「龍翔館」が高台に復元されて町のシンボルとなっている。

湊町として繁栄を極めた三国だが、明治中期以降は国鉄北陸線が開通し、物流の主流が陸上輸送へ変化したことで、街は衰退した。なお、現在も旧森田銀行、商家の街並み、寺社仏閣をはじめとした、かつての湊町の繁栄を伝える歴史文化遺産は多く残っている。また、かねてより近代文学との関わりも深く、三国にゆかりのある文学者には、作家の高見順や三好達治、俳人の森田愛子などがある。毎年 5 月には湊町文化の繁栄を今に伝える「三国祭」が開催され、家の 2 階ほどもある大きな山車が街中を練り歩く。

## 取り組みの概要

近年、三国の町では、歴史的な町家建築の減少が進むとともに、空き家・空き地が増加したことで、徐々に歴史的景観が失われつつあった。こうした課題を解決するために、一般社団法人三國會所、地元住民らが中心となって歴史的建造物や伝統文化等を活かした旧市街地の活性化に取り組んでいる。

こうした活動のきっかけとなったのは、平成 12 年に行われたイベント「北前ストリーム」であった。このイベントのために町商工会、観光協会、町内の団体が集結して「みくに歴史を生かすまちづくり推進協議会（協議会）」を結成。まちづくりの専門家を招いての「三國再生シンポジウム」のほか、多くの家族連れが街中の歴史スポットを散策する「三國湊漫遊」などが行われた。それまで、観光客がほとんどいなかった三国の町中に 3,000 人を超える観光客が訪れた。これによって、住民自らの歴史や文化に対する意識が高まったのと同時に、外部から来た専門家や観光客らの新しい視点によって、町の魅力を再発見する機会となった。そして、何よりも、住民たちの中に「やればできる」という意識が芽生えることになった。

平成 15 年、協議会をはじめとした住民らと、三国町の出身で東京大学都市工学科の倉橋氏らの手によって、後に三國湊町再生のバイブルとなる「三國町中心市街地ランドデザイン」が策定される。このランドデザインの冒頭には「住民、協議会、行政等すべてのまちづくりに関わるものが将来イメージを共有するためのもの」とあり「ランドデザイン」を作成する過程で、住民たちが町の未来について真剣に考え話し合ったこと、住民らが目指す町の未来を「目に見える形」にしたことで、住民らが一体となって町の再生に取り組むという気風が生まれた。「ランドデザイン」ではまちづくりの基本コンセプトを「祭の似合うまち三国」として、旧森田銀行に拠点に周囲に広場をつくり「三国祭」で使われる山車小屋を配置する、当時は使われていなかった歴史的建造物である旧岸名家や梅谷家を活用する、三国祭の拠点である三国神社前の広

小路を拡張してポケットパークを設けるなど、「散歩して楽しい町」にするためにすべきことが明確に記されていた。

ランドデザイン策定以降、まちづくりに関わる数々の団体が立ち上がり、多様な活動を始めたが、平成 24 年には大きな活動をするために協議会と複数団体を統合し、官民の連携による「一般社団法人三國會所」が設立された。三國會所は町の中心にある古い町家を改装した「三國湊町家館（町家館）」をベースに、まちづくりにおける様々な活動を担っている。

三國會所は主に活動別に 6 つの委員会からなる。「創生委員会」では、三国に関係のある文学者たちと縁のある場所に文学碑の設置（高見順、三好達治をはじめ 13 期を設置）、旧市街地内の名所旧蹟跡地に「謂れ書き」の設置など、歴史資源を目に見える形で伝える取り組みを行うほか、三国独自商品の企画・販売や、地元漁業者や農家と連携した「市」を開催する。「回遊委員会」では、観光客にまちなかを回遊して楽しんでもらう取り組みとして、レンタサイクル事業を行う。越前松島駅、東尋坊駅、三国港駅、三國神社前駅などの主要ポイント 7 箇所に「自転車の駅」設けて自転車 50 台を設置。利用者に地域の見所や標高差を記した地図を配布する工夫をしている。他に、東尋坊から眺める夕日や、川の上から眺める三国の美しい街並みを楽しんでもらう「サンセットクルーズ」も行う。「芸能委員会」では、三國湊に昔から伝わる盆踊り歌「三國節」を継承する活動を行う。平成 21 年からは「三國湊帯のまち流し」という三國節のゆっくりとした音色や唄にあわせて踊り手たちが街並みの中を踊り流すお祭りを行っている。他にも「案内委員会」は、観光客の町なかガイドを。「総務委員会」は、広報や先進地視察などを行う。

中でも近年力を入れているのが「町並委員会」である。東京大学先端科学技術センター所長の西村幸夫教授をホストに迎えた「西村塾」では、町屋保存・活用について学び、全国の街並保存に携わる人々と意見交換を行っており、これまでに岐阜県の飛騨古川、長野県の小布施、滋賀県の長浜、大分県の豊後高田等との交流が生まれた。「三國湊町家活用プロジェクト」は町に取り残された空き家を保存して入居者を募り、店舗として活用してもらうことで、町のにぎわいを再生する取り組みである。東京の大学生たちと住民が協力して進めており、第一弾の「金物店の蔵」ではすでに入居者が決まり、古道具店を開く予定で、第二弾、第三弾もすでに始まっている。住民と大学生という外からの若い感性のコラボレーションに今後、期待が高まる。

今、三国では、町なかに謂れ書きが設置され、広場がつくれ、改装した空き家に移住者が住み始めた。すこしずつだが、着実に。約 10 年前、住民たちが描いた「ランドデザイン」に近づいている。どこから手をつけるべきかさえ分からないほどに、課題が山積している地方のまちづくりにおいて、まずは目指す姿を「目に見える形」にすること、そしてそれを皆で共有すること、皆で力を合わせて実行することが重要であり、特に三國會所のメンバーを中心に、自らが出来る事を継続して実行し続けたこと、活動に反対する住民に対しても、行動で示し、理解を深め、活動の輪を広げてきた。この自らが行動し続けていることの大切さを、三国の取り組みが教えてくれているのではないだろうか。



一般社団法人三國會所  
理事長  
大和 久米登氏



(写真上から)  
三国を望む（手前が九頭竜川）  
三国の街並み  
旧森田銀行と三國祭の山車庫  
三國會所の事務所がある町家  
古い町家を改装したカフェの店内  
町中に設置された「謂れ書き」

# 3. 地域に人を呼ぶ

- 観光による地域活性 -

## 地域資源を再発見し活用する





# 観光も漁業もオール日間賀島で「フグとタコ」の島づくり

日間賀島観光協会  
愛知県南知多町 日間賀島



## 地域の概要

日間賀島は本土から約2kmの海上にある周囲6.6kmの島で、全域が三河湾国定公園に指定されている。平成22年時点の人口は約2,000人（630世帯）で、高齢者人口比率は28.7%。

水産業と観光業が中心。漁業では島周辺が伊勢湾と三河湾にまたがった好漁場であるため、タコ、エビ、カニ、カレイ、トラフグ等の漁が行われ、これらの加工業も行われている。近年は、アワビ、トラフグ等の種苗放流も行う。ホテル・旅館・民宿などの観光業や水産加工業などを営む経営体のほとんどが日間賀島漁協の組合員となっており、その中には季節的に漁業を行う人もいるため、島全体として約8割の世帯が何らかの形で漁業に従事している。観光業に関しては、昭和25年頃から旅館・民宿が本格的に展開されるようになり、昭和40年代以降は団体客を対象に料理中心の食事型観光業を提供、昭和50年代以降は魚食料理を中心とした周年営業が展開された。平成に入ってから「タコの島」「フグの島」「イルカに会える島」などのブランドを確立し、体験・観光漁業にもいち早く取り組んだ。現在の観光客数は年間約26万人。今も島全体で観光産業に取り組んでいる。

## 取り組みの概要

昭和40年代から観光地として栄えてきた日間賀島であったが、平成に入ってから他の観光地との差別化に悩んでいた。そうした中で注目したのが、島で大量に水揚げされ、島内で食材として活用されていた「タコ」だった。当時の観光協会は島を「タコの島」として売り出すことを決めた。タコのキャラクターをつくり、島内宿泊施設の食事にはタコの丸茹、タコ飯、タコ刺し、タコしゃぶしゃぶと「タコづくし料理」を用意した。他にも、タコグッズを作成して売店に置き、島の玄関口である港に巨大なタコ・モニュメントを設置するなどして、徹底して「タコの島」にこだわり続けた。

しかし、「タコ」にこだわっただけでは、集客は簡単ではなかった。当時はPRについての知識がなかった観光協会のメンバーらが中心となって、有名観光地への視察を行い、話し合いを重ねてPRの方法を模索した。その中で「まず、食べてもらう」ことの重要性に気付いたメンバーは「一人でも多くの人にタコを食べてもらおう」と、地を這うような地道なPR活動を行う。「タコの島」への徹底したこだわりと、それを伝えるための地道なPR活動によって「タコの島」としてのブランドは徐々に確立されていくことになった。

結果、「タコの島」として観光客を集めるようになった日間賀島だが、海水浴とタコ料理を目当てにした観光のシーズンは春夏秋冬だけであり、海水浴が出来ない冬期にも観光客を呼び込んで、通年化した観光業を確立することが求められた。

次に目玉となったのが「フグ」だった。日間賀島では昔からフグ延縄漁が盛んに行われており、冬期には高級魚の「トラフグ」が大量に水揚げされていたものの多くはフグで有名な下関へ出荷されてしまっていた。そうした中、転機となったのは平成元年。フグのメッカである下関周辺でフグが不漁となり、下関から日間賀島にフグを買いに来る業者が殺到した。これがきっかけとなり、今度は「フグの島」を目指すことになる。

平成7年には「福（フグ）の島」を銘打ってフグを島の第二の名物として売り出す活動をはじめ。地域の鉄道会社とタイアップをして、島に泊まってふぐを食べるという「フグづくしプラン」を商品化。名古屋市内などで大々的にPR活動を行った。同時に、島内のホテル、旅館、民宿等に対して、専門家によるフグ調理の講習会を開催して、フグの調理資格を取得してもらい受け入れ態勢を整えた。開始当初は日間賀島で数軒しかなかったフグ料理提供店が約60軒にまで増加した。

平成9年には「フグ祭り」を開催するまでになり、日間賀島にタコに続く「フグ」という2本目の柱ができたのだ。閑散期だった冬期にはトラフグ目当ての観光客が増え、現在は年間14,000件の申し込みがあり、年間観光客数の約4割が冬期の観光客で占められるまでになっているという。

近年、日間賀島では海産物による観光振興以外にも、様々な取り組みを行っている。例えば、日間賀島の自然環境を活用した様々な体験プログラムを用意し、子供に楽しんでもらう「自然体験漁業」である。

このプログラムでは、釣り体験、タコのつかみどり、地引き網体験、底引き網体験、タコ料理づくり、干物づくりなど、様々なメニューが用意されており、漁業体験を通して自然環境の大切さなどを学ぶことができる。他にも本土の知多半島にある水族館とタイアップして港に生簀（いけす）をつくり、子供達はイルカと触れ合うという貴重な体験をすることができる。これらの取り組みは全て漁協や地元漁師の協力で行われている。

「タコ」と「フグ」という地域特産品のブランド化と、自然体験漁業プログラムで観光振興に成功した日間賀島だが、背景には地元漁業者、観光業者、観光協会等の連携がある。タコについては、島の漁師が獲ったタコの全量を漁協が買取り、全てを島内の観光業者に供給する仕組みができており、「フグ」については島の漁協が運営する市場を通じて取引されており、島の宿泊施設や飲食店で提供されている。また、自然体験漁業プログラムについても、開始当初は漁師の空き時間にボランティアで行われていたが、近年では利用者の増加によって漁師にとっても副収入となっている。

こうした日間賀島の取り組みが成功を得た理由の一つに、利益を島の一部だけで独占するのではなく、漁業者・漁協・観光業者・宿泊業者など、島のマジョリティーである、主要産業関係者のすべてにとって利益となる仕組みをつくり、それらが協力したことにある。そして、この協力を自治体主導ではなく、漁業者と観光業者といった民間主導で行われた点にある。現在も、観光協会と漁協や島の各種団体の協力によるイベントが行われるなど、島を挙げての取り組みが続いている。

日間賀島で行われた島を挙げての観光振興の取り組みは、観光にとどまらず巡り巡って、古くから基幹産業として島を支えてきた漁業にも好影響をもたらした。天候や自然に左右されるために安定しない漁業を、安定収入が得られる観光業が通年で支えることが可能になり、子弟に漁業を継がせる漁師も多くなり、人口減少を抑制する効果も生んでいる。今後も、これまで作り上げてきた島の観光資源を次世代に継承していくとともに、一度作り上げた「ブランド」に安住することなく、時代の変化に応じて、次の価値を作っていくことも必要である。



日間賀島観光協会  
会長  
鈴木 甚八氏



(写真上から)  
港にあるタコのモニュメント  
タコ壺  
タコの丸茹  
本土からの観光客  
イルカと触れ合えるいけすのプール  
体験プログラム（磯遊び）

## 若手店主たちによる「商店街再生」



### 阿蘇一の宮門前町商店街 若きやもん会 熊本県阿蘇市

#### 地域の概要

阿蘇市は平成17年に旧阿蘇郡の一の宮町・阿蘇町・波野村が合併して出来た。熊本市からは50kmほど離れた九州山地内にあり、平成22年時点の人口は約28,000人。市のほぼ全域が「阿蘇くじゅう国立公園」内に含まれており、周囲100kmを超える世界最大級のカルデラ、阿蘇岳を中心とした雄大な自然景観が広がっている。さらに市内には内牧温泉などの温泉や、全国に450の分社を持つ「阿蘇神社」などの観光資源にも恵まれている。この阿蘇神社から横に伸びる参道にあるのが「阿蘇一の宮門前町商店街」である。200mほどの道沿いに40件ほどの個人商店が立ち並んでいるが、横参道という位置関係もあって、10年ほど前までは神社への来訪者が商店街に流れていなかった。地元住民の利用もなく、店舗の閉店も相次ぎ、店舗数は最盛期の半数の20軒程度まで減少していた。

#### 取り組みの概要

商店街再生の中心となったのは平成13年に結成された若い商店街店主数人のグループ『若きやもん会』である。門前町商店街は、昭和50年頃までは賑わいを見せていたが、平成10年頃になると、郊外への大型店の進出等の影響を受けて急激に衰退した。平成12年には地元新聞の「消えゆく灯」という特集記事の中で「閑散とした一の宮町商店街」が掲載され、これに危機感を持った一部の若手店主ら10人によって商店街の再興を目指す「若きやもん会」が発足した。

最初に行ったのが、当時は工夫もなく毎年漫然と行われていた商店街イベント「夜市」の見直しだった。資金がない中で出し物等を工夫することで1,000人以上を集めた。しかし、イベント時だけの集客では商店街そのものの再興にはつながらず、平成15年頃からは観光客を呼び込むために専門家を交えた勉強会を開始した。まずは「客に商店街で30分間滞在してもらう仕組み」をつくるために「食」をキーワードにして、各店舗が想いの込められた独自商品をつくることとなった。これに参加したのが、若きやもん会の代表である杉本氏の精肉店、郷土料理店、洋菓子店の3店舗で、精肉店では熊本の特産物である馬肉を使ったコロケ「馬ロケ」を開発。注文を受けてから揚げ、その時間に積極的に客とふれあうという方法にもこだわった。このほかに郷土料理店では阿蘇産の素材を活用した「田舎いなり」を、洋菓子店では阿蘇の湧水を使ったクリームが詰まったシュークリーム「たのシュー」を作った。これらの商品は店舗内で食べるほかに、食べ歩きも出来ることも出来るのが特徴で、食べ歩きをしながら商店街を散策するという流れを生み出した。個々の店舗が得意分野を生かし、他にはない商品を開発するという小さな取り組みの積み重ねによって「滞在時間30分」を達成。その結果、そこに「行かなければ食べられないものがある商店街」として各種メディアに取り上げられた。

この3店による商品開発をきっかけとして、今では食に限らず商店街のそれぞれの店舗がこだわりの一品を開発している。例えば、菓屋では店主の趣味から始めたスモークベーコンづくりを活かして「菓屋の安心品質ベーコン」を、雑貨店では水で浮き上がるおみくじを、豆腐店は美しい水を使った豆腐、阿蘇の湧水を利用したラーメン店などがある。こうして各店舗が競い合うように特徴的な商品開発をしていることが、商店街全体をさらに押し上げている。一の宮商店街ではこうした個々の店舗による取り組みに加え、「食を楽しむ空間」にも工夫を行っている。精肉店では、店舗の横に囲炉裏がある古民家風の休憩室を設けており、ゆっくりと揚げたての「馬ロケ」を食べられる。他にも、各店舗前の木陰にベンチを置くなど、客が商店街をゆっくりと楽しむことができる空間が作られている。こうした空間づくりは近年から始まったものばかりではなく、現在の「若きやもん会」世代の先代の頃から徐々に整備されてきたものでもある。

先代たちが最初に取り組まれたのが「水基」の整備である。この地域では至る所から豊富な湧水が出るため、かつてから飲料水や生活用水に利用されてきた。この水という地域資源を活かすため、平成4年頃から商店の店先

に20か所ほどの「水基」という水飲み場を設置した。この水基には、それぞれに店にちなんだユニークな名前が付けられている。また、商店街の角地、店舗前、空き地などに桜の木が植えられており、緑が多いのもこの商店街の特徴である。これらは平成13年頃から商店街の景観整備を目的に植樹されたもので、植樹費用には当時の町からの補助のほかに、先代の父親世代によって賄われたという。さらに、商店街全体の景観を統一するために一の宮商店街では情報発信や見せ方の工夫にも力を入れている。平成13年にはTMO「株式会社まちづくり阿蘇一の宮」によって豊富なイラストで各店舗が開発した「こだわりの一品」を紹介した地図「門前町のうまかもんと水基巡り」を作成し、現在もこの地図を手に商店街を巡る観光客の姿が多く見られる。

近年では商店街にさらに人を呼び込むための各種イベントも行う。平成21年からは商店街の桜の木を活かして「お座敷商店街」というイベントを実施。商店街の通りの真ん中に200枚を超える畳を敷き、花見を楽しむという斬新な取り組みだ。他にも平成23年からは年2回開催している骨董市「旅する蚤の市 in 阿蘇」には30,000人以上が訪れる。

こうした取り組みにより、10年前は20軒程度にまで減少していた店舗数だが、ここ数年で外部からの移入などによって10軒以上の新規出店があり空き店舗の問題は解決された。ただ、商店街への出店には制約を設けており、目指している商店街の姿を壊さないように配慮している。単に店を受け入れるのではなく、その業態が商店街にとって必要であるか、店主に想いや情熱があり地域に馴染むことができる人間性を持っているかなどを厳しく見ているという。

一の宮商店街の再生によって、商店街のみならず隣接する阿蘇神社への来訪者数も平成13年頃までは年間30万人前後で推移していたが、現在は年間約50万人となり、若者の来訪も増加した。さらには多くの人々が訪れ、注目をされるようになったことで、それぞれの店舗が自主的に商店街の雰囲気を変えないための工夫を外観に施したり、商店街周辺の一般住宅でも軒先に花を飾るようになったり、商店街の店主たちや周辺住民の意識に変化が見られるようになったことは大きな成果である。これまでは「若きやもん会」のメンバーを中心とした一部の熱意ある人々が商店街を牽引してきた。しかし、今後は理念や想いを商店街の出来る限り多くの人で共有し、商店街の取り組みを収益元とした「独立採算のとれる事務局組織」をつくることによって、商店街活性化の取り組みを長く続いていく「仕組み」にしていくことを目指す。

(写真上から)  
阿蘇一の宮 阿蘇神社  
阿蘇一の宮商店街の通り  
水基  
店舗脇に設けられた休憩所  
商店街にある精肉店の店内  
精肉店の名物「馬ロケ」



阿蘇一の宮門前町商店街  
若きやもん会  
杉本 真也氏



# 地域資源の再発見 「米米惣門ツアー」



下町惣門会／山鹿市観光協会  
熊本県山鹿市

## 地域の概要

山鹿市は熊本市から北へ26kmの内陸の町。一級河川の菊池川流域に田園地帯が広がっている。1,000年を超える歴史を持つ山鹿温泉郷があり、市内には20軒あまりの旅館などが立ち並び「山鹿温泉郷」を形成している温泉の町でもある。街の歴史は古く、豊前街道が通っていたために江戸時代には参勤交代の宿場町として栄えた。また、菊池川流域は古くから米の産地であり、菊池川の水運を利用して運搬される米の集積地として賑わい、米に関する商売も盛んに行われ、豊かな商家が多い地域であった。明治期には商家の旦那衆の巨額の出資によって芝居小屋「八千代座」が建設された。この「八千代座」は現在、国指定重要文化財になっており、その雰囲気の魅力を感じた人気歌舞伎役者による公演が毎年のように行われる。

市内では年間を通して多くの祭りやイベントが開催されており、特に夏に行われる「山鹿灯籠まつり」は来場者30万人を超える。温泉、歴史的建造物、祭りなど数多くの観光資源を持つ町であり、ここ数年の市全体の年間観光入込客数は130万人程度で推移している。「米米惣門ツアー」が行なわれている下町地区は街道と菊池川が交わる地区で、古から物流拠点として栄えた地域である。現在でも当時の面影を残す商家が立ち並び、風情ある街並みが色濃く残っている。

## 取り組みの概要

旧豊前街道沿いの古い町並みが残る下町地区では、平成12年から「米米惣門ツアー」という地域住民主導による地域資源を巧みに活用した観光ツアーが行われている。これは地区の店主たちの集まりである「下町惣門会」が企画・運営を行い、受付やPR等で山鹿温泉観光協会が協力している。

この地域には、ツアー名にもなっており、街のシンボルである「惣門（治安維持のための番所跡で、現存しておらず現在のものは近年になって再建されたもの）」や、江戸時代の米の商いによる商家の繁栄を今に伝える、元米問屋の蔵、日本酒の醸造元、麴屋、せんべい工房などの店舗が200mにわたって立ち並ぶ。

さらに、光専寺という寺には、江戸時代に地域一の豪商であった米問屋・宗方屋利助が京都から買い求めた「鉄眼版一切経」という貴重な経典（3千冊）を収める経蔵が残っている。

このツアーは、こうした「米」に関係する店舗や歴史的建造物等を、地域の店主たちによる創意工夫に富んだ案内とともに、約1時間をかけて巡るものである。途中削除ツアーでは、酒蔵では史料館の見学やお酒の試飲、麴屋では昔ながらの商家を見学後甘酒の試飲、せんべい工房ではせんべい焼きの体験が出来、お寺では米問屋の主人が経典を寄贈したエピソードなど、米尽くしで楽しむことができる。多い時で1日に数回のツアーが行われている。

このツアーには、観光スポットを巡るだけではない様々な工夫がなされている。最大の特徴はツアーを案内する「案内人」である。案内人を務めるのは見学コースの店主たち6～7人が曜日ごとの担当制になっている。特徴的なのは一人の案内人がコースのすべてを案内するのではなく、麴屋に行けば麴屋の店主が、酒蔵では酒蔵の店主が、と巡ってくる参加者達を各店舗の店主たちがリレー形式で受け入れていく点である。案内のやり方にはマニュアルや原稿等はなく、各店主たちがそれぞれに工夫した案内を展開する点も人気の理由だ。こうすることで、各店舗の個性を生かした案内が可能になり、他のツアーと差別化がなされている。ツアー終了後には必ずミーティングを行うようにしており、客の反応や気づいた点などを意見交換してさらなる案内技術の向上に努めている。

また、ツアーでは麴屋、酒蔵、せんべい工房などの今も営業している店舗を巡るため、参加者に買い物をしてもらうことも目的であるが、各店主が営業をすることで「買い物ツアー」となってしまう、印象を悪くする可能性がある。このため、各店舗が自店舗の商品だけをPRするのではなく、ツアー参加店舗の中でその時期に最も良いものを紹介して販売につなげるという、町全体で協力する体制ができています。各店舗ではそれぞれに工夫を凝らしたツアー客用のお土産商品も開発しており、売上も増加している。

こうした地域の歴史という地域資源を活用した取り組みが行われている背景には、かつての市街地再開発による失敗への反省がある。現在は往年の姿に再建され、街のシンボルとなっている「さくら湯」は、江戸時代に熊本藩主の休憩所として使われた「御茶屋」に端を発し、明治時代に公共浴場として利用されるようになったのちも、住民の手による改修を重ねながら大切に利用されてきた。しかし、昭和40年代に行われた市街地の大規模再開発によって「さくら湯」は解体され、大規模な再開発ビルが建設された。これによって街の景観が壊され、兼ねてからの歴史的建造物が立ち並ぶ風情が失われ、中心市街地の空洞化が起きた。芝居小屋の八千代座についても解体の議論が行われたが、市民の熱い保存運動によって守られた。

街のシンボルが失われて停滞感が漂っていた平成12年、歴史的建造物が残る惣門地区でテレビドラマの撮影が行われることになり、観光客増加を見越した地域の店主たちが地域を紹介する体制をつくろうと集まったことが「米米惣門ツアー」誕生のきっかけである。毎週定期的に会議で、メンバーがそれぞれに地域の歴史を徹底的に研究し、発表し合う中で、かつて「米」によって反映した地域の姿が浮かび上がってきた。

地域の歴史研究を進めるにしたがって、それまでは気にもかけなかった、建物から石像に至るまで、それぞれに「米」にまつわるストーリーがあることがわかり、歴史に埋もれてしまっていた「地域資源」の姿が浮かび上がってきた。そうして再発見した地域資源を「米」に関わるストーリーでつなぎ、案内方法やコースなどを工夫することで生まれたのが「米米惣門ツアー」である。

このツアーは、地域にあるものをもう一度丁寧に見つめ直すことで、それまで気づかなかった地域資源の発掘に成功し、さらには住民たちの連携による創意工夫を加えたことで、眠っていた地域資源を「観光資源」にまで昇華することができるという一つの事例である。現在、年間5,000人余りが参加するまでになり地域に活気をもたらしている。平成24年には「さくら湯」がかつての姿で再建され、再び地域のシンボルとなっている。

※「米米惣門ツアー」参加料は500円（お土産付）



下町惣門会／山鹿市観光協会  
初代会長／会長  
井口 圭祐氏



(写真上から)  
惣門地区の街並み  
復元された惣門（手前）と街並み  
復元されたさくら湯  
八千代座の外観  
八千代座の内部

## ここにしかない「オンリーワン」の観光産業を

落石ネイチャークルーズ協議会  
北海道根室市



### 地域の概要

根室市は北海道の最東端にある。北海道の中では雪は少なく、過去最深積雪も 115cm であり、1月の平均最低気温は -7 度程度。古く漁業で盛んでかつては北洋におけるサケやマスの漁業基地として栄え、近年は日本でも有数のサンマ産地として知られる。落石漁港がある落石地区は根室半島の南側に位置した太平洋に面した自然の地形を利用した美しい漁協である。200 世帯ほどの集落で、そのほとんどが漁業を営んでいる。主な漁業はさんま漁、さけます漁、たこ漁、さけ定置網漁、こんぶ漁業である。

### 取り組みの概要

落石ネイチャークルーズ協議会の発端は、平成 17 年に北海道開発局から認定された「落石地区マリンビジョン協議会」にある。落石地区ではこのマリンビジョン協議会の活動として、平成 19 年度から落石の特産物 PR を目的とし「おいしい味祭り」を開催。ネイチャークルーズも祭りの催しの一つとして行った「遊覧航行」であった。この船の乗船客の一人であり、バードウォッチングを趣味としていた新谷氏（当時 ANA 総合研究所）が国内で数少ない「エトピリカ」の繁殖地であるこの海の可能性に着目し、観光資源としての可能性を提言したことがきっかけになった。

これを受けた漁協は、平成 21 年から 1 年間をかけて研究者等のもとに野鳥の調査と検討を 12 回行い、エトピリカの他にも、絶滅危惧種を含む様々な野鳥を観察できることがわかった。

その後、平成 22 年に国土交通省の運行許可を得て活動を開始。船頭とガイドを行う「漁船グループ」は落石漁協組合員を対象に募集が行われ、集まった 7 件の漁業者に対し、運行速度やルートを確認の試験運行を行った。他にも、鳥に悪影響を与えないための自主規制等を設けた。

同年「落石ネイチャークルーズ協議会」を設立。「漁船グループ」「受入グループ」「広報グループ」の 3 グループと事務局で構成されている。「漁船グループ」では漁業者がクルーズ運行を担当。女性部員の有志からなる「受入グループ」は地場産品の加工・販売を行う。「海鮮工房霧娘（きりっこ）」の 6 名の女性が主なメンバーでネイチャークルーズの客に地元の食材を使ったお弁当を販売している。予約・販売・乗船受付、運行予定管理には緊急雇用制度を利用した 2 名の職員を新規雇用している。「広報グループ」は根室市商工観光課や観光協会が担当し WEB の管理や、様々な PR を行っている。事務局は協議会の事務と経理を担当する。料金は 7,000 円で一部を「落石うみどり基金」として積み立てて海鳥の調査・保護活動を助成に充てており、既に 30 万円以上を寄付している。乗客数は初年度から 576 名で、その後も年々客数を伸ばしており 5 年目を迎え 1,000 名弱の乗客数に至っている。うち、道外からの客が約 4 割を超えており、近年では海外からの客も多い。これまでに月額 60 万円を稼いだメンバーもあり漁業者の収入増加にもつながっている。今後は若年層の雇用創出も期待される。



左) 落石漁港と落石の街  
中) ネイチャークルーズに利用する漁船  
右) 日本ではこの地域でしかみられない野鳥「エトピリカ」



上段) ネイチャークルーズの様子  
下左) ネイチャークルーズを行う漁業者  
下右) 受付等を行う「エトピリカ」

### インタビュー



オンリーワンの観光だから強い

新谷 耕司氏

根室市観光協会観光振興アドバイザー・ネイチャークルーズガイド

観光資源における「ナンバーワン」の価値は不動のものでなく、ナンバー 2 に負けることもあり、差別化が図れないこともある。地域だけにしかなく、客が魅力を感じる「オンリーワン」を見つけることが出来れば強い。根室は観光王国である北海道において、決して観光において恵まれているとは言えない。空港からも遠く、温泉もない。けれども、エトピリカをはじめとする「オンリーワン」があるからこそ、お客様は時間とお金をかけてでも根室の落石に来る。オンリーワンの素材を追求することの大切さを常に地域に訴えている。

また、地域の「身の丈」に合った成長を続けていくことも大切である。初年度は 500 名程であった客数は年々増加し、近年では 1000 名弱にまでなった。今後の展望は客数については「基本的に横ばいか、増加しても 105% くらい」を目指しているという。その背景には、根室市周辺の宿泊事情がある。根室市には大量の観光客を受け入れる程の宿泊施設数はないが、観光客が増えると宿泊施設を建設しなければならない。けれどもホテル建設をすれば、どうなるかは過去の各地の例を見れば明らかである。現在も、地元の民宿や旅館などには空室がある状態であり、これらの空室を数年間で吸収していくようなゆるやかな伸び率が望ましいという。その地域に合った身の丈に合った成長が大切。

落石でのネイチャークルーズ実行にあたって、漁業等の第一次産業と観光業等の第三次産業を融合させることの難しさを感じた。しかし、それこそが重要である。多くの地域にとって第一次産業はすべてのベースにあるもので、そこに観光を合わせれば上手くいく。都会の人が観光に求めているもの（癒しなど）は地域の第一次産業の中に眠っていることが多い。観光業という第三次産業の発想だけで観光を作るのではなく、第一次産業の人と一緒にやってやることで消費者が求めているものをつくることができる。観光をやる上で大切にすべきなのは「地域のマジョリティーの人口が何をしているか」である。根室では漁業関係者と一緒にやらなければならない。マジョリティーに受け入れられないものは結局、人も、お金も、モノもついてこない。ネイチャークルーズも 5 年目を迎え、7 件の漁業者のうち 2 件では息子が船頭を務めるようになってきている。「2 代目」は鳥の勉強をしたり、双眼鏡を買ったりと積極的に事業に取り組んでおり、良い流れが生まれている。「我々はそれに甘えてはいけない。漁師さんはあくまでも手伝ってくれているだけで、観光を一生の仕事にしようとはしていない。漁が最優先でその合間に手伝わってもらう。お客様が最優先ではなく漁師さん最優先でやっているからいい。」今までの観光の常識を作ってきたのは、大きな街や大資本だった。けれども同じことを地方でやるとなると必ず無理が生じる。地方の観光は「自然体」で良いと思う。

## 「フットパス」で地域のありのままの風景を資源に変える

酪農家集団 AB-MOBIT  
北海道根室市



### 地域の概要

根室市は北海道の最東端にある。北海道の中では雪は少なく、過去最深積雪も115cmであり、1月の平均最低気温は-7度程度。明治以降、根室市は地域の中心都市であり、人口は昭和30年には45,000人を超えていたが、平成22年には約29,000人にまで減少している。古くから漁業で盛んで、かつては北洋におけるサケやマスの漁業基地として栄えたが、近年は北洋サケ・マス、サンマ、スケトウダラ等の漁船漁業、定置網漁業、コンブ、ウニなど。道内漁業生産の約2割弱程度を占める一大生産地域である。

さらに、根室は世界的な酪農地帯でもある。夏でも夏日にもならない冷涼な気候のもと、明治期から豆や馬鈴薯などの畑作と軍馬を始めとした馬産が行われたが衰退。昭和29年の酪農振興法によって集約酪農地域に指定されたことを機に「根釧パイロットファーム」への入植が始まり、昭和39年までに約360戸が入植して開墾地は約5,000haまでになった。さらに、昭和48年から58年にかけては根室市周辺で新農村建設事業が開始されて200戸以上が入植。新たに約15,000haの農地が造成された。こうした先人たちの努力によって今日では大型酪農地帯となっている。

### 取り組みの概要

北海道根室市では酪農家集団「AB-MOBIT(エービー・モビット)」による「フットパス」事業が行われている。フットパスはイギリスを発祥とし、森林や田園地帯、古い街並みなど、地域に残っているありのままの風景を楽しみながら歩くこと(foot)ができる小径(Path)のことである。本場のイギリスではフットパスが各地にある。日本においても日本フットパス協会が組織されており、最初に始めた北海道のほか、最近では東京都町田市の多摩丘陵地区でも行われている。通常のハイキング等と違い、私有地等を通過することも特徴である。

AB-MOBITでは日本では他地域に先駆けて、平成13年頃からこのフットパスを取り入れ、各農場の私有地である牧草地を横断できるフットパスを整えてきた。本業の酪農を営みながら、牧場周辺の景観を生かしたコースを考えた。ありのままの景観を生かすことが重要なため、派手さはないものの、じわじわと観光資源として育ちつつあり、牧場でも副業として飲食や宿泊を開設して収益源に育てていく動きがあるほか、根室市内の街にも効果が生まれつつある。利用者数は平成15年の開始から延べで約20,000人ほどになる。

この活動を行っている「AB-MOBIT」は厚床から別当賀(べつとが)に点在する5軒の酪農家のグループである。名前には地域名である厚床、別当賀(べつとが)の頭文字に、酪農家5人の頭文字MOBITをつけた。グループ設立の背景には、先人たちの努力によって一大酪農地帯となった根室酪農地帯において、改めて地域の自然や人などの酪農を取り巻く環境を見直し、新しい酪農社会のあり方を模索したいと



厚床フットパスのサイン  
コース内の「物思いにふける丘」

いう想いがある。きっかけとなったのは、酪農業界を襲った口蹄疫の問題や、大手乳業会社による食中毒事件によって、酪農の未来に危機感を抱いたことがきっかけだった。グループの理念には、酪農の未来に向けた熱い想いが込められている。

フットパスの実現に向けた活動が始まったのは平成13年。約2年をかけて、メンバーたちが何度も牧場や周辺地域を歩き回って、地域の研究を行い、ルートを設定し、草刈りや標識の設置等の整備を行った。

平成15年「厚床フットパス」が始まった。厚床フットパスは延長10.5kmで、JR厚床駅と伊藤牧場などの牧場地帯をめぐる。青々とした牧草地帯の他にも、今は廃線となった旧国鉄・標津線跡なども歩くことができる。途中にある広大な牧草地の丘を「もの思いにふける丘」と名付けており、参加者からも人気のスポットになっている。地域住民にとっては見慣れた景色が、フットパスに参加した都市住民らにとっては魅力的な場所となっている。

時期を同じくして、農道や、川沿いを通り、サイクリングも可能な「初田牛パス(13.5km)」と、野鳥の保護区を抜けて、海辺に広がる牧草地を歩く「別当賀パス(18.5km)」も始まった。こうした魅力的なコース設定の裏には、平成15年～17年の3年間に3回にわたって行われた「根室フットパスワークショップ」があった。AB-MOBITが開発したコースを、地域住民や、全国から集まった学生、専門家、行政関係者に歩いてもらい、様々な立場や視点から地域の持っている可能性を探った。この時の外部からの意見が後の活動に大きく影響を与えている。

フットパスの取り組みがきっかけとなって、人を呼び込むための様々な活動が始まった。例えば、牧場内には農産物加工の体験ができる施設や、地元食材を提供する飲食店、牧場で乳搾りなどの酪農体験などもできるようにした。さらに、キャンプ場も開設された。

また、近年ではフットパスのことを知った根室市の落石漁業協同組合からの依頼を受けて「海辺のフットパス(落石シーサイドウェイ・浜松パス)」を整備。フットパス・コンサルティングの第1号案件となった。

フットパス事業はありのままの風景の中を歩くことを前提としているため、事業化は難しい。現在、フットパス事業の収入としては、各コースの通行証を兼ねた「マップ」を200円で販売しているが、大きな収入源にはなっていない。それでも、ゆっくりとであるが、フットパスによって地域の魅力が発信されていることは確かであり周辺への効果がじわじわと出ている。現在は年間2,500人ほどの利用がある。何より、都会の消費者が農業や酪農のあり方について考える機会につながる。長い時間がかかるかもしれないが、フットパスをはじめとした取り組みが、将来の酪農や農業の姿を変えるきっかけになるかもしれない。



上2枚) 落石で行われたフットパスイベント  
中) 落石のフットパスコース  
下) 伊藤牧場



AB-MOBIT  
伊藤 泰通氏

# 行政の枠を超えた連携で 「ほんもの」体験を観光資源に

株式会社南信州観光公社  
長野県飯田市ほか



## 地域の概要

南信州地域は長野県の最南端に位置し、飯田市を中心とした1市3町10村で構成されている。東に南アルプス、西に中央アルプスがあり、南北に天竜川が貫く巨大な谷地形の中にある。豊かな自然と優れた景観を有し、長野の中では比較的温暖な気候で雪も少ない。かつては養蚕などの産業が発展し、現在では精密機械の製造工場が多い。農業では市田柿、りんご、なしなど、果物を中心とする農業などが盛ん。近年では豊かな自然を生かした体験教育旅行や、グリーンツーリズム・エコツーリズムの取り組みなどで全国から注目を集める。

## 取り組みの概要

取り組みのきっかけは、平成8年。飯田市が中心となって「ほんもの体験」や「体験教育」をコンセプトとした観光事業を始めたことにある。

観光資源に乏しい地域の観光を振興するためには、地域の自然や営みを生かすことが重要であると考え、地域を熟知した住民たちが案内やインストラクターを努め、地域の家に泊まるなどの「体験型観光」に取り組んだことだった。当初は必ずしも順調だったわけではなく、飯田市の職員を中心として、体験型観光に協力してくれる受入地域のとりまとめや、旅行会社へのプロモーション、各地の学校等へのPRなど必死の営業活動を行った。こうした努力が実を結び、徐々に事業が軌道に乗り始めた。規模の拡大によって飯田市だけで取り組みを行うことが困難になったことから、周辺自治体のうち興味を持った自治体が任意参加する形で取り組みを拡大した。

平成13年、飯田市を中心とする周辺5市村の飯田市(旧上村・南信濃村は設立時は不参加)・阿智村(阿智村観光協会)・浪合村(現在は阿智村)松川町・高森町・阿南町・喬木村(特定非営利活動法人たかぎ)・平谷村・豊丘村(NPO法人だいち)・根羽村・泰阜村・天龍村・清内路村・下條村・売木村・大鹿村)が連携し、さらに農協、交通会社、メディアなど10社の地元企業・団体の出資による第3セクターとして「株式会社南信州観光公社(以下、公社)」を設立した(平成16年までに下伊那郡の残り13町村も順次出資参加)。全国でも類を見ない広域の市町村による連携である。

これら多様な主体が協力するにあたっては、出資に加え、事業協力という形でも事業に参加してもらうなど、それぞれにできることをできる形で協力してもらうように。柔軟な参加体制とした。

公社では、地域住民と訪れた人が地域の自然や歴史を共に楽しむ体験を通して、交流を生むことを理念としており、これを「ほんもの体験」として、数々の「ほんもの」にこだわった体験を提供している。

公社の魅力はなんといっても、多彩なプログラムである。「感動体験南信州」と名付けられたプログラムは、現在では多種多様な180種類以上にもなっており、アウトドア(キャンプや乗馬体験)、食文化体験(そば打ちなど)、農作業体験(田植え、りんご狩り)、伝統工芸(陶芸など)、環境学習(自然観察)など多岐にわたる。これらを組み合わせ楽しむこともできる。

代表的なプログラムとしては、地元農家や主婦たちのグループが実施する「そば打ち体験」や「五平餅作り体験」、酪農家との協力による酪農体験、地域の会社と協力したラフティングなどの活動があり、毎年、数件の新プログラムが生まれている。こうしたプログラムは地域での日常や、地域の人々の声、体験参加者の声などからアイデアが生

まれており、地域の農家や商工業者、地域住民との親密な関係を持つ公社だからこそ可能な活動である。

体験観光の受け入れ体制も、年々整備が進んでいる。公社が設立された平成13年には、民泊受け入れ農家は約70軒だったが、現在では修学旅行等の受け入れ増加に従って、受け入れ協力農家も増加。約400軒を超える農家が民泊を受け入れるまでになった。

近年は特に修学旅行などの教育旅行の受け入れを核とした事業展開を行っており、公社の強みである体験観光に集中して取り組んでいる。近年の教育旅行の受け入れは年間5万人を超える。

教育旅行の受け入れでは、公社から教育旅行のプランを提案し、学校と旅行会社と公社が協力して旅程を作成する。公社が開発・提供をしている体験型旅行を実行するためには、地域外の旅行会社と連携が欠かせない。公社のスタッフは限られているため、営業活動や客との調整等を旅行会社が行うことで、少ない人員でこれだけのプログラムの企画運営と、実施が可能になっている。限られた人員で事業を行うために積極的に外部と連携することも重要である。

もう一つ、近年増加しているのが「公社」自体への視察旅行である。観光資源となり得るような「地域資源」をつくりだすことに悩んでいる地域は多く、公社が取り組んできた体験観光づくりの取り組みに対して、多くの自治体や団体からの視察申し込みがある。公社ではこうした「視察・研修」の要望に対して、各種コースを用意して積極的に受け入れを行っている。内容としては「Aコース：飯田市の体験教育旅行誘致事業から公社設立の経緯及び現在の受入状況についての研修会」「Bコース：公社設立までの経緯、現在の受入状況についての研修会、体験プログラム受入先代表者との意見交換会」など、プログラム化された視察コースを用意している。講演や座学などの視察だけではなく、体験観光を行っている現場に行き、地域住民と意見交換を行うなどの充実したプログラムを提供している。

公社の取り組みによって、これまで地域に大きな収益をもたらしているが、公社では、平成13年の設立当時から、収入の約95%は体験観光プログラムの提供等の旅行業によるもので、行政からの委託業務などもほとんどなく、補助金も受けていない。今後についても、「ほんもの体験を提供する」という理念に基づいて魅力的な体験プログラムの開発と提供に集中するとしている。



(写真上から)  
飯田市の街並みを望む  
体験の一つが行われるりんご園  
りんご園の中には修学旅行に対応した大きな部屋もある  
りんご園内の加工販売所



株式会社南信州観光公社  
代表取締役社長  
高橋 充氏

# 新しい地域資源を創造する 「田んぼアート」による村づくり

田舎館村  
青森県田舎館村



## 地域の概要

青森県南津軽郡田舎館村は、津軽平野の南部に位置する人口約 8,200 人の村である。昭和 30 年代のピーク時には人口 10,000 人を超えていたが、その後は徐々に人口の減少と少子高齢化が進行している。農業以外に大きな産業はなく、古くから稲作を中心とした第 1 次産業が盛んだ。地域の中核都市である弘前市（人口約 18 万人）に隣接しており、距離も約 10km 程度と近いので、弘前市内の企業や学校に通勤・通学をする住民も多い。村内各地では弥生時代の水田跡などの遺跡が発掘されているが、目立った観光資源等はなく同村を目的とした観光客はほとんどいなかったが、平成 5 年、村おこしを目的に始めた「田んぼアート」が注目されるようになり、これまでに 22 回を開催し、昨年は年間 25 万人を超える観光客が訪れる一大イベントになっている。

## 取り組みの概要

田舎館村では平成 5 年から、古代米など数種類の稲を、図柄に合わせて植えることで田んぼに巨大な絵を描く「田んぼアート」を行っている。使用される米は古代米（黄稲、紫稲等）と、この地方で栽培されている「つがるロマン」である。村役場、道の駅ともに展望室が開放され、上から作品を眺めることができる。海外メディアにも取り上げられるなどしており、外国人観光客も多い。

この取り組みは、村・農協・商工会の 3 団体の各長が委員になっている「田舎館村むらおこし推進協議会」が主導して行っており、役場職員、農協職員、商工会職員が協力して企画運営を行っている。現在では、田んぼアートを農業体験プログラムの一つとして、田植えや稲刈りの時には、多くの村民が参加するだけでなく、村外からの参加者も多く参加しており、村の一大イベントとなっている。当初は役場裏の約 25a の田んぼを利用して始まったが、その人気に対応するため、現在は役場裏の約 1.5ha と道の駅の約 1ha の 2 箇所の会場で異なる絵柄が作られている。

田んぼアートのきっかけとなったのは、村内にあった弥生時代の水田跡である。弥生時代に作られていたと思われる「古代米」の稲には黒や赤などの色があり、平成に入ってから、村内の田んぼで古代米を利用して文字や簡単な図柄を描いた田んぼを作るようになった。

そもそも、この頃の活動は、田舎館村産の米をアピールするために都市部の取引先や関係者向けの稲作体験として始めたものであり、観光目的ではなかったため、当初の 9 年間はずっと同じ図柄で行われていたという。

こうして始まった田んぼアートは、平成 15 年にはレオナルド・ダ・ヴィンチの「モナリザ」を描き、その後も「風神雷神図屏風（平成 18 年）」「富嶽三十六景 神奈川沖浪裏と凱風快晴（平成 19 年）」「竹取物語（平成 22 年）」と毎年違う図柄に挑戦し、かつきれいな絵に見えるように改善を重ねていったことで、その高いクオリティが評判となって年々来場者は増加した。さらに、NHK の番組で村人 1,000 人が協力して田んぼアートの田植えを行う企画を行ったことが注目をされ、来場者増加にさらに拍車をかけた。

こうした高レベルな「田んぼアート」は村人の協力によって成り立っている。まず、協議会で決定された図案から、実際に田んぼアートに使用する原画を地元の美術教諭が作成し、この図案から実際に稲を植えるための細かい数値を計算した設計図を元設計事務所勤務の農家の方が作成する。その他、使用する苗の育成や刈り取った稲の脱穀等の作業、複雑な部分の田植え、稲を育てるための農業技術指導を行っているのは地元の農家である。まさに毎年が村の総力を挙げてのプロジェクトになっている。

当初は、ノウハウもないため苦労したが、年数を重ねるごとに技術は向上している。今では各地で田んぼアートが行われるようになったが、田舎館村は、「元祖」田んぼアートの村として、他地域との差別化を図っている。例えば、新しい色を追求した新品種の利用や、穂の色が変化する稲を利用することで時期によって図柄が変わる仕組みなどで、常に新しい技術の研究と開発を続けている。田舎館村の「田んぼアート」は国際的なアートフェスティバルで金賞を獲得するなど、海外での評価も高い。

近年では、一般的な絵画作品に加え、大手プロダクション会社との提携によるアニメキャラクター等の田んぼアートも行っており好評だ。あまりの人気に、平成 24 年からは道の駅に第二会場を新設し、その近くには弘南鉄道弘南線「田んぼアート駅」ができています。毎年多くの人々が訪れ、平成 25 年度には来場者数は約 25 万人を超えるまでになった。田んぼアートによって僅かであるが村の雇用も生まれた。8 人を臨時職員として雇い、最盛期には人手不足となるため、シルバー人材センターを活用している。

一方で課題も生まれている。来場者が多くなりすぎたために、ピークシーズンには長い待ち時間が発生しており、整理券を配布するなどして対応に追われている。また、これを逆手にとって待ち時間を利用して街歩きをしてもらうことで、田んぼアートの恩恵を街全体に広げようとする取り組みも始まっている。

もう一つは村には田んぼアート以外の観光資源や宿泊施設がないため、多くの観光客が来ても地域にお金が落ちるわけではなく、経済効果が生まれにくいことである。かつては、田んぼアートそのものに企業広告を入れることで、収入に繋げようとしたが一部村民からの反対もあって頓挫してしまふ。平成 18 年度からは観覧者に募金協力をお願いしてきており、平成 24 年度からは田んぼアートを見るための展望台の入場料を徴収しているが、経済効果を地元商工業者などに還元するように、村や商工会が中心となって、関連グッズや地域の特産品を活用した「お土産」の開発を行うなどの取り組みを行っている。

田んぼアートの成功は、村民の村に対する意識を大きく変えた。以前は、都会に出て出身地を紹介する際に「いなかだてむら」という、まさに「田舎」を連想させる村名を恥ずかしく感じていた村人も少なからずいたそうだが、田んぼアートで有名になった現在では「田んぼアートの田舎館村」と胸を張って紹介できるようになったという。この田んぼアートの事例は、田舎館村だからできたことではない。目立った資源がない地域においても、住民のアイデアとそれを実現する地域全体を巻き込んだ取り組みを行うことで、新しい資源を創り出すことができることを教えてくれる事例である。



田舎館村  
企画観光課商工観光係長  
浅利 高年氏



(写真上から)  
第一会場の田んぼアート  
田んぼアートがされている田んぼ  
第二会場に作られた展望台  
第二会場の展望台から  
田んぼアート関連のお土産

## ブームに惑わず。 地域の若者による温故知新のまちづくり



竹田劇場ほか  
兵庫県朝来市

### 地域の概要

朝来市は、平成 17 年に朝来郡生野町、和田山町、山東町、朝来町の四町が合併して朝来市となった。人口は昭和 30 年には 39,500 人であったが、平成 17 年の約 34,800 人から平成 22 年に 32,800 人と近年に特に減少が進んでいる。兵庫県のほぼ中央部に位置しており、京阪神地区からは鉄道や高速道路を利用して 2 時間程度の距離であり、姫路市までも 1 時間程度である。また、近年北近畿豊岡自動車道が開通したことで交通の便は良くなっている。中国山地にあり山間部が多いため、寒暖の差が大きく冬は豪雪に見舞われる。

近年、市内にある城跡「竹田城跡」があり、かねてより時代劇映画の撮影等に利用されていた。竹田城址は標高 354m の山の山頂に築かれており、一定の条件が揃うと城跡がまるで川霧の雲海に浮かんでいるように見えることから「天空の城」「日本のマチュピチュ」とよばれている。建築物は残存しないが、石垣がほぼそのままの姿で残されている。平成 17 年の来客数は年間 33,000 人ほどだったが、メディア等で紹介されたことをきっかけに急増し、平成 24 年には 238,000 人となり、遺跡の保護等の観点から車の通行止めや、入場料を徴収するなどの対策に追われるようになり、その様子も度々話題になった。現在、市では「竹田城課」を設置して対応している。竹田城ばかりが目立っている朝来市であるが、他にも多くの古代遺産や生野銀山などの遺産などもある。この竹田地区もかつては家具作りの町として栄えたという歴史もある。取り組みの舞台である朝来市竹田地区は、竹田城の築城と共に発展した城下町で、江戸時代以降は宿場町として栄えた。今もなお、宿場町としての佇まいを残している。兵庫県の景観形成地区にも指定されている。

### 取り組みの概要

近年は竹田城目当ての観光客で賑わう朝来市・竹田地区だが、地域では、いつか終わる可能性がある竹田城「ブーム」に対する冷静な見方をし、ブームに乗るのではなく、根底からの地域づくりに取り組んでいる 20 代～30 代の若者たちがいる。現在、この地区や朝来市には地域伝統文化の継承から、新たなイベント等の創出まで、小さくとも想いの強い様々な団体が地域おこしを行っており、一部の若者がこれらに共通して参加することで連携した街づくりがなされている。例えば、主だったものでも朝来フィルムコミッション事務局、ASAGO 国際音楽祭ファンクラブ実行委員会事務局、あさご茅葺き保存会事務局、竹田塗保存研究会、クラフトマンショウ実行委員会事務局、地域の伝承伝記を掘り起こす会（仮称）などがあり、取り組みは多岐に渡る。

かつては宿場町として栄えた市街地地区。竹田駅を中心とした 600m ほどの旧道沿いに店舗が並び商店街を形成していたが、現在は空き店舗が目立つようになっている。現在も残ってはいるが、かつて、この周辺では家具作りが盛んで多くの工房があったという。この旧市街地の再生の取り組みでは、地域を「クラフトマンゾーン（家具作りのまち）」「トレイズマンゾーン（商人のまち）」「観光開発ゾーン（観光客を迎えるエリア）」に分けてのまちづくりを考えている。

「クラフトマンゾーン」には、かつて家具の町として栄えた頃の竹田木工団地跡や、作業所付住宅が残っている。昭和期には木工団地の大きな工場から、婚礼家具を積んだトラックが出入りしており、大きな工場だけでなく、住宅の座敷等を改造した小さな住宅内の工場の下請けの仕事（家内制手工業）が行われていた。最盛期には 30 軒を超える住宅工場があったという。これらの「産業遺産」を再活用することで、再び家具をはじめとしたクラフトマンの工房が立ち並ぶものづくりの町を目指す。これまでは、このエリアにある旧竹田保育所の建物をクラフトマンたちが建物をシェアして利用出来るものづくり工房（シェアファクトリー）として活用し、低家賃設定によって若い作家が利用できるようにすることを目指している。同時に、作家の作品や取り組みを対外的に情報発信する機会として、「クラフトマンショウ」などのイベントを開催。作業場の開放を計画し、随時見学も行っている。ほかにも街中の廃工場を購入して、3Dプリンター・3Dスキャナー・小型CNC他の加工機械等を導入した商品開発

の為に試作品が作成できる「シェアファクトリー」も計画中している。

職人たちを呼び、育てると同時に行うのが、情報発信力やデザイン力を持つ人材の確保である。職人には情報発信や広報等のデザインが苦手な人が多いため、クリエイター、コンサルタント、IT 技術者等を積極的に誘致することで、職人が作った家具を魅力的に発信していくことができる体制作りも行っている。

「トレイズマンゾーン（商人のまち）」では、空き店舗が目立つ商店街を、小売り商人の町として再生する取り組みを行っている。そのアンテナショップとしての役割を果たすべく、地域の若者たちによって運営されているのが「竹田劇場」である。旧道沿いの商店街の中にある昭和 41 年築の建物を利用しており、景観保護指定のある町の中において、あえて江戸・明治・大正の外観につくりかえることはせず、建物が作られた年代に合わせて昭和後期以降の文化・意匠にこだわっている。竹田劇場という名の通り、田舎にはほとんどない娯楽文化（映画・演劇・音楽等）の発信を行い、町の人が毎週でも通いたくなるような文化の場を目指している。また、このスペースは様々な活動をする他グループとの連携の場にもなっている。

さらに、竹田劇場の 2 階には「チャレンジショップ」がある。これは店舗の個人経営をしたいという夢を持っているが資金がない若者に対して、都市部等で店舗を開くよりも格段に安い賃料で店舗スペースを貸し出し、個人経営者としての独立を応援するための空間である。環境は良くても仕事がないという田舎の課題を解決する一つの方法として、小さいながらも自分の店を持って商売を行うことが可能になっており、外部からの若年層の移住増加に貢献している。現在は、花屋、北欧雑貨店、米国雑貨店、建築デザイン事務所、ペットトリミングショップ、家具木工工房が入居しており、このうちの数店舗は「チャレンジショップ」と呼ばれており低賃料で入居する代わりに一定期間に商売を成立させて、市内の空き家等を活用して独立することが求められている。

他にも、地域の伝統文化の再生によって、地域資源を発掘する取り組みも行われている。あさご茅葺き保存会では、地元の有志が集まり、荒れ放題になっていた江戸時代に建てられた茅葺き屋根民家「朝来歴史民俗資料館（県指定文化財）」を再生する取り組みを行う。京都から今では数少なくなった茅葺職人を呼び、茅場の調査から、茅の刈り取り、屋根の葺き替えなどを行うことで茅葺文化の継承と掘り起こしを行う。

また、竹田にはかつて「竹田塗」という漆器があったが、現在では廃れてしまっていた。これを研究・保存する活動や、地域に伝わる民話伝記を研究し伝承する活動（地元の伝承伝記を掘り起こす会）、発掘した伝統文化遺産をマップ、パンフレット、絵本、紙芝居等にして総合的に情報発信していく取り組み等が行われている。さらにはこうした事業を、国や県の各種事業を積極的に利用して推進していることもこの地域の特徴である。

それぞれの活動はまだ途上にあるが、竹田城という人気観光地を持ちながらも、地域に住む若者たちが地域の伝統や文化を丁寧に掘り起こしながら、一時のブームではない継続性のある町おこしに取り組む姿に、今後への期待が高まる。



(写真上から)  
古民家の回収を進めている山間の集落  
若者のグループによる茅葺屋根の葺き替えが進む  
竹田市街の商店街にある竹田劇場  
竹田劇場内部



竹田劇場 ほか  
松本智 翔氏



# 3. 地域に人を呼ぶ

- 観光による地域活性 -

## 「交流」で人を呼ぶ

## 「自然と里山の暮らし」を活用した農家民宿



春蘭の里実行委員会  
石川県能登町

### 地域の概要

能登町は、町域の約8割をブナ林などの自然林からなる丘陵地が占め、富山湾に面した海岸線も有する、豊かな自然環境に恵まれた町である。その一部は能登半島国定公園にも指定されている。平成17年に2町1村が合併して能登町となった。昭和45年当時の人口は約33,000人（現能登町に相当する地域）だったが、平成22年には約19,500人にまで減少。海岸部、山間部の川沿いに約200の集落があるが、多くで高齢化が進行。平成17年に町内を通る唯一の鉄道であった「のと鉄道能登線」が廃線となり、公共交通はバスのみとなっているが、平成15年には能登空港が開港し、平成27年には開通する北陸新幹線にも期待が高まっている。平成23年、国連食糧農業機関の「世界農業遺産国際フォーラム」において、「能登の里山里海」が、新潟県佐渡市「トキと共生する佐渡の里山」とともに、日本初の「世界農業遺産」に認定された。これは、持続的な生物資源の利用保全の継続と、農林産物の生産が地域主体によって行われてきたことと、それによって育まれた「多様な生物資源」「里山景観」「伝統的な技術」「文化」と「里山里海の利用保全の取組や環境教育」等が高く評価されたものである。

### 取り組みの概要

「春蘭の里実行委員会」（以下「春蘭の里」）は、平成8年に石川県能登町内で農家を営む7人の有志が立ち上げた。当時、急激な高齢化が進行しており、このまま何もしなければ集落の維持が困難になるという危機感を共有していた。そうした中で、若者が帰ってくるためには、地域内で稼ぐことができる生業が必要であると考え、農家1軒あたり月40万円の副収入を得られる仕組みをつくることを目指して活動を始めた。

当初、野菜や山菜などの農産物を活用した商品を開発し、加工・販売したが、売れ行きは芳しくなかった。平成9年には農家民宿を開始。しかし、交通の便が悪い地域に人を呼び込むのは困難であった。大きな転機となったのが、能登空港が開港した平成15年、19市町村と金沢市の一部が「石川グリーンツーリズム促進特区」となり、農家民宿に対する規制が緩和されたことによって、新たに4軒の民宿が開業した。

能登地域には、「民宿」をするのに適した広い伝統的家屋が多く残っている。春蘭の里に参加している農家民宿では、1日1組だけを受け入れ、食事のお膳には地元の伝統工芸品である輪島塗を使う、食材は地元産（春夏は山菜、秋はキノコ、川魚のヤマメを囲炉裏で焼くなど）を使う、化学調味料を使わない等、地域資源の魅力を客に伝えるための細かい決まりが定められている。また、里山の環境を活かした農業体験、川遊び、川魚のつかみどり、キノコ狩りなど、地域の人と交流をしながら里山生活を体験できる豊富なメニューが用意されている。

民宿ごとにもてなしの形は異なるものの、常に参加民宿の全てで理念を共有していることから平均して高い品質のサービスを提供し、春蘭の里の民宿は1泊2食付で8,500円～10,000円と民宿としては割高であるが、それに見合うサービスを提供することとともに、農家がきちんと稼げる仕組みを作りたいという想いがある。この価格設定のおかげで農家も無理なく経営することが可能になり、また、さらなる新規加入農家を増やすことにつながった。中には民宿をするために2,000万円をかけて自宅を回収した農家もある。また、人的な面での受入体制にも工夫がされており、各民宿で人手が不足した時には、他の民宿から手伝いに来てもらう仕組みが作られている。こうした手伝いに出た場合の報酬は時給1,000円と決まっており、大人数の客に対しても協力して対応する仕組みが確立している。

個人旅行だけでなく、修学旅行等の教育旅行を受け入れるためには一度に200名程度を受け入れるだけのキャパシティが必要になるが、平成18年には、町が国と県の補助を受けて、閉校した小学校を改装した全10部屋を有する交流宿泊所「こぶし」が完成。この施設の運営は、宮地小学校区の4集落が参加している「NPO法人コブシ」が行っており、町からの指定管理料は払われていないため、地域住民に各部屋の「オーナー」になってもらい、宿泊料金がオーナーに入る代わりに、部屋の管理をしてもらい、月額17,000円をNPOに支払うという仕組みで運営されている。その後も、農家民宿に参加する農家も順調に増加、平成19年に10軒、平成20年には15軒の農家民宿が開業し、現在は12集落47軒の農家民宿があり、教育旅行の受入も可能な体制が整った。近年は国内外からの教育旅行客が増加している。

春蘭の里では、地域資源である里山の環境整備にも力を入れている。かつては林業で栄えていたが、林業の衰退によって山林の荒廃が進み、里山の環境は危機的な状況になっていた。こうした山で採れるキノコや山菜は、農家民宿の重要な食材でもあることから、平成9年に地元の有志5名で山を購入し、32haの山を「キノコ山」として整備する活動を行っている。近年では、これらの活動を体験プログラムとして民宿の宿泊者に提供もしている。

こうした取り組みが評価され、平成22年、名古屋市で開催された「COP10（生物多様性条約締約国が集まり国際的な枠組みを決める国際会議）の際には、世界的に注目される「SATOYAMA」の代表として注目され、春蘭の里に18カ国からの視察団が訪れ、その「もてなし」に対して高い評価を受けた。

春蘭の里の取り組みは、地域に多くの影響をもたらした。実行委員会では数名の専属職員を雇用しており、宿泊客の調整、教育旅行等における体験プログラムの企画・運営等を行っている。主な収入源は宿泊料金の5%の事務手数料であるが、人件費の全てを賄うまでにはなっていない。教育旅行の受入等の事業を促進することで独立採算運営ができる実行委員会を組織することを目指している。

現在、農家民宿は12集落、50軒弱にまで拡大し、平成25年の宿泊者数は約8,500人にもなった。民宿の多くは里山に点在しているが、能登地域の魅力である「里山・里海」の環境を活かすために、新たに海辺の古民家を改装した宿泊施設の整備も進めている。

春蘭の里では活動の開始当初から一貫して「豊かな自然環境と里山の暮らし」という「地域資源」を、ストレートかつ高い品質で提供することにこだわり続けた。結果、徐々に多くの人からその価値が理解されるようになり現在の成功につながっている。



(写真上から)  
春蘭の里が活動する地域  
春蘭の宿 外観  
春蘭の宿 広間の囲炉裏  
廃校となった小学校を改装した宿泊施設  
海辺で改装を進める施設



春蘭の里実行委員会  
会長  
多田 喜一郎氏

## 地域住民と外部支援者とによる 手づくりの地域活性化

NPO 法人 わくわく奥会津 .com  
福島県三島町



### 地域の概要

福島県三島町は郡山市から車で2時間の所にあり、冬期は積雪が3mにも及ぶ豪雪地帯である。人口は1,700人。高齢化率は47%で、隣接する金山町らを含む奥会津地域は、全国有数の高齢化率となっている。本地域は、戦中・戦後に只見川電源開発が行われ、首都圏に自然エネルギーを提供して戦後復興や高度経済成長を支えてきた。町では、全国で企業立地や観光振興が急激に進むなか、昭和49年に「ふるさと運動」を掲げて、ふるさとのない人にふるさとを提供するという姿勢で、昔から伝わる編み組細工や縄文・マタギの生活などをウリに、民泊事業を積極的に展開してきた。他地域でも都市農村交流が活発されてきたことでライバルが増え、観光客も昔ほどではなくなったが、毎年6月に開催している工人まつりには、町民ら編み組細工等を行う「工人」が(銘々に)店を開いて交流を行い、2日間で約1万人が訪れるほどにぎわう。

当法人のある大谷地区は、町中心部から車で約10分にある山里である。旧来、沼田街道・銀山街道として交易の要衝でもあったが、現在は国道から外れたことで衰退を余儀なくされている。

### 取り組みの概要

五十嵐氏は、長期にわたる役場勤務の中で、また近年は部下の活動を支えて促す立場であったこともあり、自分で責任を取りつつ、取り組みの結果としてのうれしさやありがとうの思いを分かち合いながら活性化に向けた取組を展開したいと考えるに至った。当法人は平成23年5月に設立され、折しも東日本大震災・原発事故による風評被害の只中に、若者がわくわくと心躍る仕事や生活を営んで暮らし続けられるよう、コミュニティビジネスを生み出せる人材の育成と起業環境の整備を中心に活動を展開している。本地域は、同年7月の豪雨によってJR只見線が一部不通となっているため、より都市農村交流や観光客のニーズが低下しており、このような若者が定住し続けられる環境づくりは厳しさを増している。

五十嵐氏は、活動の第一歩として、農家の高齢化と後継者不足により耕作放棄地が増えてきたことに寂しさを覚え、米の産地でありながら買い取り価格が安いことが原因であることから付加価値をつけて販売することを考えた。

また、耕作放棄地の増加による田畑の荒廃を防ぐため、畑(景観)を守ることを通じた生業を作り出すよう、耕作放棄地を活用したそばの栽培を促進している。同時に、そばを打つ人も高齢化しつつあることから、地域の伝統を継承したいとの思いで五十嵐氏自らもそば打ちを習得し、役場で購入した石臼を積極的に活用して、特産品の桐で製造を始めた桐炭でろ過した水を用いてそばを打っている。

また、地元の米を使って日本酒を作ろうということになり、有機肥料による栽培を行って「奥会津秘話」という思いを込めた日本酒を製造し、地元住民同士、さらには観光客が酒を酌み交わしながら会津の歴史文化と人情を伝え、深め、広めている。地元住民から借りて「夢明庵」と名付けた古民家では、整備をして交流拠点として活用し、週末には、3種類のだし汁とセットにしたそばを地元住民で提供している。

一方で、奥会津地方への交流人口の増加を目指し、かつて会津若松市から只見町を最短距離で結んだ銀山街道の峠道を活用したロングトレイル事業の取り組みも平成24年より開始した。銀山街道には4つの峠道があり、そのうち3つの峠について、NPOが事務局となって地元住民と福島県、町村とが協力し、各峠で道をふさぐ木の根

の撤去やぬかるみの解消などの整備を行い、峠道の通行を可能にした。平成26年3月には、3峠の活用に取り組んできた住民グループによる「銀山活動を活用して地域を元気にする会」が発足した。

今後、このような活動を活性化させて、事業の安定化を図ることが目指されている。そのために、流域の温泉旅館等との連携を深め旅行業法の資格を取得して観光客を自ら企画・募集し事業性を高める方向が目指されている。

また、高齢者向けの配食サービスも、社会福祉協議会が行う定型的な事業とは別の事業として確立し、地元で雇用を生み出しながら相互扶助の精神で取り組んでいくことが期待されており、さらに、地区には店舗もないことから、車に乗れない高齢者に対する食事支援サービスの展開も視野に入れられている。



(上)「夢明庵」  
(下)オリジナル日本酒「奥会津秘話」

### インタビュー



若い人たちが「わくわく」するような地域にしたい

五十嵐 政人氏  
NPO 法人 わくわく奥会津 .com 理事長

福島県ならびに奥会津地域では、只見線の一部通行不能化をはじめ、高齢化や人口減少といった様々な地域課題が発生しており、全てを解決することができるかはわからないが、行政の取り組む事業とは別の視点から、地域の皆さんから必要とされている、求められている活動を積極的に展開していきたい。

これまで過疎問題と子供らの教育に長く関わってきたが、結果的には人口流出は続き、子どもたちにも「魅力がない」とそっぽを向けられるなど無念さがあることから、今後は、若い子たちがわくわくするような地域にしたい、NPOの名前にも「わくわく」と記した。

リーダーには、住民たちの半歩前に立ち、先導しつつもみんなの背中を押して取り組んでいく形が望まれると考える。このため、住民を巻き込みながら各種取り組みを展開するようにしており、「ちょっと手伝ってほしい」「一緒にこれをやろう」という肌感覚で、住民同士で協力して取り組み続けられる地域を目指している。

また、地域の活性化には、外からの情報や価値観を伝える「風人間」と、地域に根付いて着実に取り組みを行う「土人間」が必要である。取り組みを展開する上で地域内だけでは知識や経験が不足しているが、これまでの活動を通して培ってきた全国各地で取り組みを行う人とのネットワークを活用するため、地域外に情報発信と呼びかけを行い、地域の活性化に向けて共同で事業を展開する方向で取り組んでいる。このように双方の力があって「風土」が根付くものであり、そのためには顔の見える交流関係が不可欠である。

観光客を多く呼び込み、地域住民、特に高齢者を喜ばせたいと思うが、地域のことを理解して、心から交流できる人たちと深くつながりを作り、保ち、活動を展開していきたい。

# 年間 3 万人が訪れる「ほんなもん体験」



一般社団法人まつうら党交流公社  
長崎県松浦市ほか

## 地域の概要

まつうら党交流公社が活動する北松浦半島地域は長崎県の最北端に位置し、県庁所在地の長崎市までは 120km 離れている。複雑な海岸線と島々の多くは国立公園や国定公園に指定されており、山と海が近接した地形が豊かな漁場と農地を作り上げている。古くは、鎌倉時代以降に活躍した「松浦党」水軍の本拠地として、また、日本最古の南蛮貿易港（伊万里焼等の陶磁器の積出港）として栄えた歴史を持つ。

この水軍・松浦党が現在の「まつうら党交流公社」の名前の由来となっている。明治から戦後にかけては、松浦市を含む北松浦半島一帯で石炭が発見され、石炭産業が栄え、最盛期だった昭和 35 年の人口は約 60,000 人にまでなったが、その後の炭鉱閉山によって地域は衰退し、現在の松浦市に該当する範囲の人口は平成 22 年には約 25,000 人にまで減少した。漁業が盛んであり松浦市の調川港には長崎県下有数の市場があり、かつてアジの水揚げ量日本一を記録したこともある。

## 取り組みの概要

長崎県松浦市を中心とした一般社団法人まつうら党交流公社では、地域の自然や農漁業等を活用した「ほんなもん体験」（ほんもの体験）を提供することによる地域活性化を、全国でも類を見ないほどに広範囲かつ大規模組織的にやっている。

全域で約 500 件、約 800 名（全 13 地区。松浦 7 地区、平戸 5 地区、佐世保 1 地区）にのぼる受け入れ農家・漁家や、体験学習のインストラクターのネットワークがあり、農家・漁家の民泊では 1 日最大 1,700 名の受け入れが可能であり、多様な体験型プログラムは 80 種類以上が用意されている。九州内のみならず、関西や関東からも多くの修学旅行生を受け入れており、平成 24 年度の年間受け入れ人数は 30,000 人を超えた。

こうした取り組みが、地域住民にも無理のない形で行われており、地域の基幹産業である農漁業と体験型観光とが一体化することで、農家・漁家の収入の安定につながっている。これほどの大規模受け入れが実現している背景には、自治体の垣根を超えた組織による広域連携の仕組みがある。

まつうら党交流公社のはじまりは、平成 14 年 1 月。会員約 80 名により民間主導のコーディネート組織「松浦体験型旅行協議会」が発足した。同年 3 月には旧 11 市町村にまたがった「松浦党の里体験観光協議会」を設立し、協議会と一体となって広域連携事業を開始。この 5 月には初めての修学旅行生である高校生 100 名を受け入れた。この年の受け入れは 1,000 人であった。

3 年後の平成 18 年には受け入れ体制づくりを担う「NPO 法人体験観光ネットワーク松浦党」を設立。長崎県と松浦市からの支援を受け、官民協働体制を構築。現在も松浦市職員が公社事務局と協力し、日常業務を行うなどの関係が継続している。この年の受け入れは 10,000 人にまで伸びた。

平成 21 年にはコーディネート組織の機能強化と新たな官民協働体制の構築を図るため、コーディネート業務を担う「松浦体験型旅行協議会」、受入体制づくりを担う「NPO 法人体験観光ネットワーク松浦党」、広域連携を支援する「松浦党の里体験観光協議会」の 3 団体を統合し「一般社団法人まつうら党交流公社」を結成した。現在は「交流公社」がコーディネート組織として、宿泊を受け入れる各地域の協議会との調整にあたり、これを長崎県や松浦市と関係市などの自治体が垣根を超えて支援している。民間主導のコーディネート組織を行政が強力にバックアップする「官民協働」の受け入れシステムを構築がうまく機能している。

また、参加している農家・漁家・インストラクターに対する安全管理や注意などの「質の管理」を徹底されている。まつうら党が提供する体験プログラムは、安全を最優先にしており、全ての体験に対して保険を掛けている。また、民泊を行う農家・漁家では規制緩和を利用して旅館業法の許可取得を進めており、関係者に対しては保健所や消防署による安全指導を徹底、食中毒や事故等に対応した保険への加入なども行っている。

そのほか、蓄積された経験から得た注意点等を公社が取りまとめ、関係者に告知することによって、さらに「安全で安心な体験」の提供を実現している。参加者の安全・安心を第一に考え続けた結果が、年間 30,000 人を超える修学旅行生の受入実績を作り上げたとも言える。こうした修学旅行生の受け入れは、地域には経済効果以外の効果ももたらした。都市部から来た人が、民泊や体験学習を通して、地域のありのままの自然や、地域の営みに魅力を感じてくれることが、受け入れ家族やインストラクターの自分の生業に対する自信と誇りにも繋がり、地域に活力が生まれている。



一般社団法人まつうら党交流公社  
統括本部長  
和田 光正氏



上 3 枚)  
地域の海、山、里。様々な場所で体験プログラムを実施している  
下) 各受け入れ地域のみなさん

## 教育旅行の民泊受入地区 広域ネットワーク化



NPO 法人エコ・リンク・アソシエーション  
鹿児島県南さつま市 ほか

### 地域の概要

南さつま市は、鹿児島県の薩摩半島南西端に位置する。市の海岸線は2つの異なる表情を持ち、北西部は日本三大砂丘の1つに数えられる吹上浜の直線的な砂浜、また南西部（旧笠沙町～旧坊津町）にかけては美しいリアス式海岸となっている。基幹産業は農業・漁業で、主な特産品は焼酎、そば、カボチャ、らっきょうなど。南九州の周遊観光の主要スポットである鹿児島市、知覧、指宿などに隣接する。平成17年11月、加世田市・笠沙町・大浦町・坊津町・金峰町の1市4町が合併。

### 取り組みの概要

南さつま市は、2つの異なる地勢・自然環境（北部＝砂丘・長大な砂浜と、南西部＝リアス式海岸）を背景とし、農漁業及び食品加工業を基幹産業とする地域であるが、近年担い手の高齢化などの要因により衰退傾向にある。

特定非営利活動（NPO）法人エコ・リンク・アソシエーション代表の下津氏は、加世田出身で実家がみかん農家であるが、バブル崩壊後の1990年代半ば鹿児島でのギャラリー経営に一区切りがついたのを機に加世田に戻った際、地元の農業の実態を目の当たりにし、農家が潤う事業に取り組みないかと考え始めた。ちょうどその頃、修学旅行を中心とする民泊の教育旅行事業が全国各地で話題となっており、九州でも安心院などで新しいビジネスモデルが立ち上がりつつあった。

下津氏は、早速民泊を含む教育旅行の事例の情報を収集するとともに、地元の地域資源を積極的に見て回り、新しい事業を模索した。鹿児島県の観光ルートは、鹿児島市内・知覧・指宿の三角形を中心に、霧島などを加えて人が動く構造であり、南さつま市はそのルートからは外れていた。

隣接する鹿児島市には歴史・文化資源があり、知覧は特攻平和祈念館が平和学習の拠点として修学旅行の定番ルートとなっていることから、南さつま市には大きな観光スポットは見られないが、すぐ近くに多くの観光客、特に教育旅行の団体が来ていることから、地域の農漁業を中心に民泊受け入れ体制を整え、体験プログラムの造成を行うことにより、これらの層を市内に呼び込むことは可能ではないかと考え、農漁業を基盤とする暮らしそのものを地域資源として活用するビジネスモデルを構築し、2001年にエコ・リンク・アソシエーションを設立した。

エコ・リンク・アソシエーションは、森・川・海の自然環境をテーマとするアートイベント等の活動を社会性の高い非収益的的事业として、教育旅行を収益事業の柱として設立されたが、教育旅行に関しては、設立当初より「ひとり10,000円×年間10,000人受入＝1億円産業」を合い言葉に地元の受入体制の整備を進めていった。当初5年は関西方面からの高校の修学旅行を中心に、受け入れ人数は5,000人程度まででとどまっていたが、7年目には目標の受入数10,000人を達成し、NPO法人としても常勤スタッフを雇用できる状況となった。

地域の自然や暮らしそのものを資源として磨き上げ、体験プログラムや生業体験として提供することで、様々な経済的、人間的な活性化につなげる取り組みは、『薩摩半島自然学校』として民泊型教育旅行や企業研修、また一般の体験活動の受け入れを行っている。NPO法人の事業の取組は隣接市町村にとってもモデルとなり、鹿児島県の条例制定を受けて、大隅半島を初め鹿児島県全体に教育旅行受け入れ事業が広がっていった。

### インタビュー



地域資源を活かした教育旅行の立ち上げによる地域活性化

下津 公一郎氏

NPO 法人エコ・リンク・アソシエーション

鹿児島市内でギャラリーをやっていたのは15年前。自身も40歳も超え、経営状況が厳しくなり、田舎に帰る決心をした。その時には帰って何をしようかは考えていなかった。地域づくりに関わってから、NPOを立ち上げてやっていけるなど確信をした。

田舎の両親がみかん農家をやっているの、何か農業の役に立ちたいとは思っていた。情報を集める中で、体験型観光に注目したが、その中でも教育旅行（修学旅行）の受け入れが経済的な効果が大きく、農家でもやれそうだと考えた。修学旅行は300人などまとまった団体単位で数が読めること、一人平均10,000円を地域に落とすこと、しかも、1年先まで予約が入るので、事業が読める。年間10,000人受け入れると経済効果が1億円に成るので、これを目標として設定した。

始めて5年目まではなかなか数が増えず、5,000人くらいまでだったが、子どもたちが「帰りたくない」と泣いたり、帰ってからも2回3回と訪れる子どもも居る。受け入れ農家から「これは普通の事業じゃないよ、凄いよ」と励まされた。6～7年立ったところで、10,000人を達成した。ここで余裕が出てきて常勤スタッフを雇えるまでになった。新聞や雑誌で紹介されたことで、地元の人々の見方が変わってきたことも大きい。

NPOの成功を見て、隣接する鹿児島市と日置市がネットワークに入れてくださいと言ってきた。両行政には、「南さつま市で同じ体制をつくってください」とお願いし、実現した話だ。薩摩川内市もその後に参加したが、体制づくりのノウハウはNPOから伝授した。

NPOは自分たちできちっと食べていける団体にしていきたいと、森・川・海の自然環境を手間とする事業は社会活動分野の事業、教育旅行は収益事業の柱と決めて、4人は雇えると判断した。最初の4人には、普通の職場とは違うので、NPOの考え方を理解して貰う必要があった。一番最初に「事業を大きくしていくも小さくなるのも、君たちにかかっている。みんなで誰もやっていないことを実現していこうじゃないか」と話した。現在、常勤スタッフは7人に増えた。

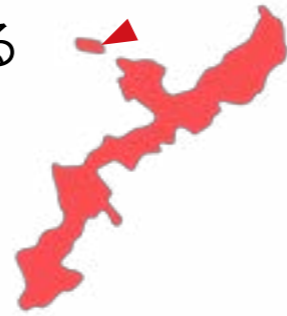
学校によっては、修学旅行に来た子どもたちが、帰ってから文化祭で南さつまのことを紹介したり、学校によっては物産展を開いたりする活動が広がっている。教育旅行をきっかけに、地域と学校（都市）との新しい関係が創られてきている。良いつながりづくりができています。

教育旅行で来たメンバー3人が大学や社会人になってから来て、受け入れ先を訪ねるケースは多い。一人ずつ来て「楽しかった」「カルチャーショックだった」と、遠くに居る親戚みたいに、今でもメールでやりとりが続いている受け入れ民家も多い。思いがずっと続いていく。



釜を使った塩づくり

## 「民泊」で島の新しい基幹産業をつくる



一般社団法人伊江島観光協会  
沖縄県伊江村

### 地域の概要

沖縄県国頭郡伊江村は沖縄本島の本部港からフェリーを使えば30分という距離にある1島1村の離島である。平成22年時点の人口は約4,700人。村の中に高校がないために島の子供達の多くは中学校を卒業後に、沖縄本島の高校に通うために島を出てしまうため、若年層の人口減少も進行している。

主な産業は葉タバコ、電照菊、和牛、島らっきょう等の農業と、ソデイカ漁等の漁業である。しかし、農業や漁業も最近は縮小傾向にあり、主要な葉タバコや電照菊などの生産量は最盛期に比べて半減している。そのため、近年の島の経済は政府の公共事業によって成り立っていたが、公共事業の縮小が進む中で、新たな産業の創出が求められていた。沖縄本島からフェリーで30分という距離にあるため、「日帰りで行ける離島」として観光客に人気があったが、その近さが災いして、多くの観光客が宿泊することなく帰ってしまうために、観光による島への経済が少ないことが課題であった。

### 取り組みの概要

伊江島では平成15年から、島全体で協力をして修学旅行の学生たちを受け入れ、一般の民家に宿泊させる「民泊」や、漁協や農協が協力をした「体験プログラム」などを提供している。多くの学校が来島し、家業体験や郷土料理を食べるなど島民との交流をしている。

現在、島内には280件ほど民泊受け入れ先があり年間に合計300校以上、約57,000人が民泊に来ている。村の人口の10倍を超える人数が来島することによって、民泊の宿泊料金（1泊3食付9,500円）による直接的な収入のほかに、食材の購入などに地域の店舗も潤うようになっており、島全体に大きな経済効果を生んでいる。また、民泊を通して外部との交流が生まれたことで、伊江島の認知度が全国的に向上し様々な効果を生んでいる。

伊江島で民泊が行われるようになったのは平成15年。本土の学校から「沖縄の文化や生活に触れられる修学旅行にしたい」という要望を受けた旅行会社から「民泊」を提案されたことが発端である。最初はテストとして大阪の中学校の修学旅行生の受け入れを行うことになり、観光協会から島民に依頼をしてなんとか30軒の受け入れ先を確保した。しかし、このテストは失敗に終わる。やってきた中学生の中には宿泊先での悪戯や、深夜外出など、当時の島の常識からは考えられないような子供たちだったからだ。このテスト民泊終了後の反省会で、住民たちからは民泊に対する不満や反対意見が噴出したが、観光協会が説得を行い、3校目までテストを行うこととなった。その後、島を訪れた2校の子供達は島の住民たちとの相性もよく、無事にテストを終えた。

テスト終了後の受け入れ民家の反応は、民泊の存続についての反応はまちまちで、民泊を積極的に続けていくことに好意的な民家は10軒ほどであったが、嬉しい誤算もあった。受け入れ民家が民泊に来ている子供達の食料を調達するために、島内の食料品店等にも大きな経済効果があるということだった。その後、民泊が島にもたらす経済効果に大きな期待を抱いた。

民泊を事業として行うためには、多くの学生を常に受け入れることができる体制を整える必要があるが、民家の協力が得られないことがネックとなった。観光協会では、民泊が島に与える経済効果等をまとめて村に協力を依頼、同時に民泊に来た生徒に伊江島独自の体験プログラムを提供するために農協、漁協、商工会への協力を求めた。結果、島を挙げて民泊に取り組むこととなった。

伊江島の民泊にはいくつかの特徴がある。

人と人とのつながりを大切にする「ヒューマンツーリズム」である。民泊に来る生徒たちを決してお客様扱いすることはしないと決め、本当の家族のように接することを大切にしている。

また、民泊が提供する食事や体験内容について、統一化した厳密なルール等は設けていない。原則、受け入れをする民家の家業や考え方によって全て異なっているが、あえて画一化しないことで、それぞれの受け入れ民家の良さを最大限に活かしてもらおうという工夫である。

一方で、安全に関する指導等は徹底している。民泊を受け入れる民家は、受け入れ前に事前打ち合わせを行うことで、受け入れる学校ごとにことなる注意点等を共有する。また、受け入れ終了後には必ず反省会を行い、次回以降の民泊への改善点等を皆で話し合うようにしている。現在、修学旅行生を受け入れる民家は280軒にもなるが、こうした、密な情報を共有することで受け入れ民家の質を保っている。

民泊を始めて10年ほどになるが、現在では農協や漁協の協力による体験プログラムも充実している。伊江島の伝統的な漁法である「追い込み漁」の体験や、伊江島産の海産物を利用して海人と一緒にカレーを作る体験、らっきょうなどの農業体験、三線体験など、多岐にわたる。

現在、この民泊には年間300校以上、約57,000人が来るまでに成長しており、島を代表する産業の一つとなった。その経済効果は島全体では8億円にもなると言われる。

ここまで成長した民泊事業だが、今後の方向性としては限られた島の受け入れキャパシティを守りながら、無理なく受け入れることで、安全、安心で質の高い民泊事業を提供することを目指している。



(写真上から)  
伊江島  
学生を迎える島の人たち  
入村式  
ある民宿に飾られた生徒たちからの色紙



一般社団法人伊江島観光協会  
会長  
金城 盛和氏

# 島を子供たちの心の拠り所に

宮古島さるかの里  
沖縄県宮古島市



## 地域の概要

宮古島は沖縄本島から南西約 300km、東京から 2000km に位置する。人口は約 54,000 人、総面積は 164 平方 km で沖縄本島の 13 分の 1 である。人口の大部分は平良（ひらら）港を中心とした平良地区に集中している。島全体がおおむね平坦で広大なさとうきび畑が広がり、海岸線と白い砂浜、珊瑚礁の海中景観など豊かな自然に恵まれている。農業・観光業が主産業で、観光客は増加傾向にあり年間 40 万もの観光客が訪れる。一方、高校を卒業したら島を出る子どもが多く、人口は減少傾向となっている。

## 取り組みの概要

さるかの里では、修学旅行生を島の農家で受け入れる「民泊事業」を行っている。子どもたちに農作業体験や海洋体験など、都会では経験できないことを体験してもらうとともに、島の住民の暖かさに触れ、都会とは違う人間関係に触れてもらうことを目的としている。通常は一軒の農家で 5 名以内のグループを 2 泊程度受け入れている。

宮古島の城辺町には東平安名崎という岬があり、観光名所として知られているが、訪れる観光客はお金を落とさずにゴミだけを落として帰ってしまっていたという問題があった。また、城辺地区では地域の主要産業である農業が衰退し、後継者不足等の問題があり、農業だけでは生計を立てられなくなっていた。

この事態を、なんとかならないかと考えていた際に、宮古島では子供たちは高校卒業とともに島を出てしまうために、多くの農家で「子ども部屋」が空いた状態になっていることに気付く。空いた部屋に修学旅行生などの子供を泊めることができれば、農家の収入にもつながると考えて、民泊事業を始めた。

当初、他人を家に入れたくない、毎食作るのは大変などの様々な不安があり、協力してくれる農家は少なかった。しかし、実際に民泊事業を始めてみると、受け入れをした農家が子供達を受け入れることに魅力を感じて、ほかの農家を紹介してくれるようになり、徐々に受入農家のネットワークは広がっていった。開始時は 30 件程度だけだった受入農家は、現在は約 100 件になっている。宮古島の民泊事業では、受け入れ農家は子ども達を「お客さん」ではなく、自分の子どものように接するように心がけている。怒る時は怒り、注意する時は注意をする。最近の子ども達は叱られるという経験が少ないようで、自分の子どものように叱ってくれ



(写真上から)  
民泊受入農家のみなさん  
さるかの会  
農家の「お父さん」に宮古島を案内して頂いた

る農家の「お父さん・お母さん」の気持ちは子ども達にも伝わっていることがこれまでの数多くの受入れからわかった。最近では子ども達を受け入れることに生きがいを感じている農家も多い。城辺町は高齢化が進んでいる地域で、夜も 9 時を過ぎると灯りが少なくなる。しかし、修学旅行生が来る時はいつもと違い、近所の「おじー・おばー」も出てきて子供たちと話をする。地域の人達も子供たちに何かしてあげたいという思いがあるので、老人会との交流会をして昔の遊びを教えることもある。このように子ども達を受け入れたことによって、地域に活気が出てきている。

農家の収入向上にもなっている。受け入れの多い農家では民泊の受け入れによる収入が、5 か月間で 150 万程度となり、農家にとって収入源ともなっている。しかし、民泊を本業にしてしまうと子ども達への接し方が変わってきてしまう恐れがあるため、民泊はあくまで副業という位置づけとしてもらっている。



(写真)  
宮古島内のビーチと東平安名崎  
子供たちを連れてくる宮古島の絶景スポット

## インタビュー



### 島を子供たちの心の拠り所に

松原 敬子 氏  
宮古島さるかの里 代表

松原氏がこの事業を始めたきっかけの一つに、「子ども達の心の拠りどころを作ってあげたい」という思いがあった。都会の子供たちは、ストレスなどが多い環境で生活をしている。どこかにおばあちゃんの家を作ってあげたい、いつでも帰ってこられる場所を作りたいと思った。

これまで、子供たちを受け入れるなかで、多くの子ども達の変化を目にしてきた。例えば、子ども達の中には、対面障害・アレルギーがある子、アスペルガーの子たちがいた。対面障害で人の顔を見ることができなくて、移動するのに時間がかかる子がいたが、農家さんに受け入れられ、野菜の植え付けを農家さんと一緒にやってもらったことで、2 日目の晩には家族の団らんの場に入って笑っていたという。それは、その子供にとっては大きな変化であり、民泊での農家との交流が子供の心の中に変化を起こした結果だろう。他にも、学校を休みがちだった子どもが、民泊の後は学校に来るようになったこともあったという。

民泊がきっかけとなって、つながり続けるというのもこの事業の魅力である。農家が過去に受け入れた学校の文化祭や運動会に自腹でも行くことがあるという。そこまでの理由は、「自分の子供のように思っているから」だそう。さらには、かつて民泊で宮古島を訪れた子どもたちが大人となり、自分の家族や子どもを連れて帰ってくることもあった。このように、たった数日の民泊ではあるが、子供達にとっては大きな経験となっている。

今後は、特に心のケアが必要な生徒や、身体に障害がある生徒にももっと来てほしいと考えている。そのために、施設のバリアフリー化を進めるなどの、受け入れ態勢を整えていく。全ては、子供たち、地域のために行っている民泊事業は外からは「感動事業」のように思われているが、実際に受け入れをする裏方はとても大変だ。けれども、受け入れた子どもたちの笑顔や、受け入れ農家さんの「ありがとう」という言葉を思い出して頑張っている。

# 県全域の広域連携による グリーン・ツーリズム



NPO 法人秋田花まるっグリーン・ツーリズム推進協議会  
秋田県県内各地

## 地域の概要

秋田県の人口は約 109 万人（平成 22 年）であり、昭和 30 年の約 124 万人から減少を続けており、高齢化率も高い。秋田県の農業の特徴として米への依存が高いということがある。平成 24 年の農業産出額は 1,877 億円と全国 19 位だが、米の生産量は 52 万 t と全国 3 位であり、農業産出額の 64% を米が占めている。近年、米価の低下等が問題になっており、米に依存する構造を変えるために野菜の生産拡大等が行われている。

また、秋田県は地域ごとの伝統文化・芸能が色濃く残っていることも特徴であり、個性に富んだ祭りや食が豊富にある。有名なものには、東北三大祭りの一つである「竿燈まつり」、男鹿半島の「なまはげ」などがある。食においては、きりたんぼや全国的にも有名な数々の銘酒のほか、豊かな自然環境の中で生産される野菜類や、比内地鶏、独特の魚食など。地域色豊かな食文化がある。

## 取り組みの概要

「NPO 法人秋田花まるっグリーン・ツーリズム推進協議会」（以下、協議会）は、行政区の枠を超えて、秋田県内全域で都市農村交流やグリーン・ツーリズム活動を推進する事業を行っている。平成 11 年に秋田県や一部市町村によるグリーン・ツーリズムの普及を目的とした「協議会」として設立され、平成 24 年には活動の幅の広がりを受けて NPO 法人化された。

現在は県内各地に 60 件以上の農林漁家民宿・農家レストラン、8 件の直売所などの連携のハブとして、県や市町村との連携をしながら、活動の支援をする事務局役割と、グリーン・ツーリズム推進を担う。

平成 26 年時点の正会員・賛助会員は 154 会員で、正会員は農林漁家民宿経営者、農林漁家レストラン経営者が 60 会員、体験受入事業者が 5 会員、地域協議会が 8 会員、農産物等直売所等 8 会員、グリーン・ツーリズム推進団体等が 2 会員と、加えて 17 の市町村と秋田県も参加をしている点が特徴である。このほか、活動を支援する賛助会員として、法人・団体 11 会員、個人で 43 名がいる。

理事長には農家民宿を営む藤井さんが、理事には大館市、仙北市、羽後町の首長らや県職員も名を連ねている。広域かつ、官民連携によってグリーン・ツーリズムに取り組んでいる。（※協議会の運営には会費が充てられており、受入れを行う団体・個人が 5,000 円、市から 20 万円、町村から 10 万円、県約 80 万円を支出されている）

こうした協議会が立ち上がった背景には、多くが米のみを作っている秋田の農家を襲った、近年の米価の低下があった。農家では、農業以外の収入をつくる必要があったため、グリーン・ツーリズムを農家の収入の第二の柱に位置付けることとなった。また、地域内の人口減少が進む中で、県や自治体にも交流人口を増やして地域を活性化したいという想いもあった。さらには、農家の人たちの中には「畑や田んぼと家の往復だけでなく、色々な人と交流したい」「自分の作った作物を食べる人たちの反応を直接見たい」という思いがあったことも事実であり、農家民宿を営む理事長の言葉を借りれば「楽しいから始めた」のだという。

活動開始当初は、秋田県と市町村が主体となって、受け入れを行うための人材育成や広報活動に関する研修会をはじめた。当初、研修会は地域ごとに行われていたが参加者は多くなかった。そのため、地域を超えた情報収集や交流をすることで参加者を増やすことを目的として、平成 11 年に「協議会（現 NPO 法人の前身の組織）」を立ち上げて全県で 1 つに集約した研修会を行うようになった。この研修会が発端となって始まったのが現在も行われている「グリーン・ツーリズム 花まるっ大学」である。この「大学」では、農家民宿などのグリーン・ツーリズムを行っている農家への支援と、農家・事業者の新規参入増加を目指してグリーン・ツーリズムの楽しさを伝え

る講座を開講している。「大学」で行うのは、経営手法等の講座ではなく、「グリーン・ツーリズムを実施する農家側も楽しめなくては、お客様を楽しませることはできない」という考えに基づいて、手を動かしたり、現地を訪れたりする体験型の講座によって、グリーン・ツーリズムを学ぶ機会を提供している。こうした講座内容は講習参加のモチベーションへも繋がっている。

また、新規開業者とすでに実践している農家・事業者では、抱える問題も異なっているために、すでに農家民宿等を実施している農家のみが交流する「実践者連絡会議」も年 1 回開催している。他にも、活動をしていく中で発生する問題点や悩みを、気軽に相談できる機会も提供している。相談員には県の普及指導員（元県職員）が対応しており、実施農家の負担を減らすことに力を入れている。「大学」の参加者は当初 40 名ほどであったが、多い時には 100 名を超えるまでになっており、地域内でのグリーン・ツーリズムへの関心が高まっていることがわかる。最近では、行政職員らの参加も増えている。

もう一つの活動に県や市町村と協力しながらの県内グリーン・ツーリズムネットワークの構築や広報活動事業があり、秋田のグリーン・ツーリズムの情報をまとめた WEB サイト「美の国秋田・桃源郷をゆく」の運営や広報物作成のほか、県内外で行われる研修や会議、講演会等への派遣事業も行っている。

このように、行政区の枠を超えた広域連携による協議会（NPO 法人）を設立した効果は大きかった。各自治体で行えば、外部から見た時には同じ秋田県内のグリーン・ツーリズムであっても、市町村ごとに実施や広報の方法も異なり、お客様にとっても不便である。また、必ずしもすべての地自体で成功するとは限らないため、県全体としてグリーン・ツーリズムの機運を盛り上げていくことが難しくなる可能性もある。内部的には秋田県内全域の活動を一括して支える組織として、また、外からは秋田のグリーン・ツーリズムのことなら「花まるっ」という「大きな窓口」として、協議会の存在は大きい。

また、自治体そのものが主導するのではなく、官民連携の NPO という形態も大きな効果を生んでいる。自治体で立ち上げの支援は出来ても、その後の個々の経営を支援するまでは難しい。NPO であれば、開業後のフォロー、広報活動、仲間作り等、農家だけの力では難しい部分を担うことができる。柔軟な組織を生かして、受け入れ農家に対するきめ細やかなフォローを行っている点も大きな特徴である。

こうした効果もあり、最近では活動内容も多様化している。例えば、若い農家の中には、農家カフェを開いたり、ライブなどのイベントを開催するなど、新しい取り組みに挑戦している人もいる。今後は、活動を通して農林漁村の更なる活性化に繋がる事業や、アグリビジネスを行おうという企業の支援を行うなど、地域の農林水産業を活性化させるための活動をさらに促進したいとしている。しかし、一方で課題もある。現在、これだけの活動でありながら、協議会で実務を行う専属職員は 2 名のみであり体制としては不十分である。今後は、各地域から協議会運営に携わることのできるキーマンを育成することで、体制の整備を目指している。現在、グリーン・ツーリズムが県内の観光産業に占める金額は決して大きくはないが、様々な体験を通して秋田の魅力を伝えることができるグリーン・ツーリズムには、お金で量れない効果を生み出している。



(写真)  
受入を行っている地域のひとつ仙北市の田園風景



NPO 法人 秋田花まるっグリーン・ツーリズム推進協議会  
理事長／事務局長  
藤井 けい子氏（右）  
藤原 絹子氏（左）



## 震災後も地域を牽引する着地型観光



NPO 法人 体験村・たのはたネットワーク  
岩手県田野畑村

### 地域の概要

岩手県下閉伊郡田野畑村は、太平洋岸に面した、人口約 4,000 人弱の村である。村内の北山崎断崖は、三陸復興国立公園の北方に位置し、リアス式海岸の景勝地として知られ、多くの観光客が訪れるが、通過型の観光地となっていた。衰退傾向にあった主幹産業である漁業に着目し、小型船のクルーズや漁師の作業小屋体験など、着地型観光という新たな村の産業振興が図られ始めていた。東日本大震災により、村内の沿岸域は津波被害を受け、漁村、漁港、漁船など、壊滅的な被害を受けた。震災後、復旧作業が進む中で、1 日も早い地域経済の復興に向けて、着地型観光を再開し、交流人口を増加させるための取り組みを積極的に進めている。

### 取り組みの概要

田野畑村は古くから、刺し網やわかめの養殖など、小型船を用いた漁業が盛んな地域であった。近年は、原油価格の高騰や、担い手の減少などにより、村の基幹産業としての漁業は衰退の傾向にあった。また、観光業では、リアス式海岸の景勝地北山崎に多くの観光客が訪れるものの、村内に滞在する観光客数は少なく、典型的な通過型の観光であった。

このような背景から、村の基幹産業として観光業を、通過型の観光から着地型観光への移行を検討するために、平成 15 年に体験村・たのはたネットワーク協議会が立ち上げられた。協議会では、村の自然や文化そのものに触れ、その素晴らしさを体験してもらうため、サッパ船と呼ばれる小型船からリアス式海岸を眺めるサッパ船クルーズや、番屋での漁師体験、農業体験や林業体験、農家や漁家での民泊の受け入れなど、交流・体験に重点をおく着地型観光プログラムを次々に開発し、平成 20 年に NPO 法人体験村・たのはたネットワークが法人化され、着地型観光を実践し始めた。漁業者、農業者も取り組みに積極的に関与するようになった。



(写真)  
田野畑の漁港  
漁師が作業をする「番屋」。津波で流されたが再建された。  
村内では至る所で復興の工事が行われている。

平成 23 年の東日本大震災の発生により、村内にあった 500 隻の漁船のうち約 9 割が流出、漁港施設なども津波被害を受け、漁村、漁業が壊滅的な被害を受けた。体験型プログラムの拠点として活用されていた漁師小屋の番屋群は、全て津波に流された。

村の震災からの復興を目指すため、震災後からいち早く NPO 法人は、活動を再開させた。津波被害の恐ろしさや防災教育のため、被災者による津波の語り部プログラムを始めた。サッパ船クルーズの乗船者は、NHK テレビ小説 あまちゃんの効果もあり、平成 25 年度は乗船者が 5,000 人を超え、震災以前の実績を越える方が利用されている。津波被害にあった番屋群は、復元に向けた建設が進められ、平成 26 年度末に完成予定である。伝統的な塩づくり体験、スキューバダイビング等、新たなプログラムも展開予定である。NPO 法人の活動や、津波被害を受けた村唯一のホテル、羅賀荘が平成 24 年 11 月より営業を再開されたこともあり、復旧と並行して、観光業による田野畑村の復興が着実に進んでいる。



(写真)  
地元の漁師が船を操る「サッパ船クルーズ」  
巧みな操船技術で狭い岩のトンネルをくぐり抜ける

### インタビュー



観光業の「復興」が地域の「復興」に

道合 勇一 氏

NPO 法人 体験村・たのはたネットワーク 理事長

かつては北山崎に観光バスで乗り付けて見物していく観光客ばかりで、村内に滞在する観光客は少なく、地域には利益がほとんど落ちなかった。この NPO が設立され、様々な体験ができるようになってからは、長く滞在する人や宿泊客が増え、随分、波及効果があった。飲食店や売店、ガソリンスタンドの利用が増加した。民泊等も含め、70～90 名ほどの人が、この活動に関わりを持つことができています。

村の漁業や自然、文化、それを支えている人、地域にあるものそのものを、体験いただく多くのプログラムを開発した。サッパ船クルーズでは、船長がガイドも務め、プロのガイドではないが、そこで生まれ育った漁師の生の話を聞くことができるため、大変好評である。

東日本大震災では、沿岸地域を中心に甚大な被害を受けた。体験型観光の拠点であった番屋も流された。当初、村民の生活や漁業も復旧できていない状況の中で、観光施設を再生に取りかかることに対する批判の声もあった。しかし、田野畑村の復旧のためには、いち早く地域経済を回復する必要があったため、震災以降も交流による地域活性化のため、観光業の復興に力を入れてきている。

体験型観光によって、震災後の自分たちの状況を知ってもらうことができる。また、被災した経験を語り継ぐことで、防災教育や復興教育にも活かしていきたいと考えている。

# 失われつつある 地域の知恵・技術・文化を守る

NPO 法人かみえちご山里ファン倶楽部  
新潟県上越市



## 地域の概要

新潟県上越市の桑取地区は、上越市市街地から15kmほどの地区で、桑取川に沿った谷間に約20の集落が点在している。地域内の人口は1,771人、約500世帯（上越市・平成20年）。かつては養蚕も盛んであったが、現在は兼業農業が中心で若い世代は上越市街地に通勤する人が多い。昭和30年ころから過疎高齢化が進み、耕作放棄地や空き家が多く目につくようになったが、一方でこの地域には昔ながらの生活や文化が色濃く残っており、今も様々な祭りや行事が行われている。近年では人口減少等により、そうした地域の伝統文化や生活の技能なども消滅の危機にあった。

## 取り組みの概要

近年、地域の過疎化と高齢化に伴い、農地・山林・集落などの荒廃のみならず、里山の暮らしを長年にわたって支えてきた、知恵・技術・文化なども消滅しつつあることが課題となっていた。NPO法人かみえちご山里ファン倶楽部（以降、かみえちご）は平成13年に設立され、上越市西部の中山間地域（桑取地区、谷浜地区、正善寺地区、中ノ俣地区など）で活動を行っている。かみえちごは、これまで長い時間をかけ、地域内で継承されてきた山里の伝統生活技術や自然、景観を守ることで、豊かな地域文化を守り、育むことを目的に活動をしている。かみえちごでは、地域内にある村落の集合体を「クニ」と定義して、地域の人々の生活自給力を基盤に、その上に成り立つ自立的な地域の構築を目指している。主に地域の自然や生活の営み、生活技能等を活用し、外部の人々と住民との交流によって、地域を維持するための様々な取り組みを行っており、今では年間約2万人が訪れるまでになっている。

活動内容は、市施設等の運営管理を担う受託事業と、自主事業である地域資源を活用した「まかない塾」や「棚田学校」「古民家再生事業」などを行っている。活動を支えているのは8名（7人が県外出身者のUIターン）の専属スタッフで、会員数は個人会員317名、企業団体会員15（平成23年時点）となっている。平成21年時点の収入規模は約3,800万円多くは受託事業である。

活動のきっかけとなったのは、平成13年に現在のかみえちご山里ファン倶楽部の基盤となったNPO法人「木と遊ぶ研究所」が行った桑取地区の伝統生活技術に関する調査であった。この調査では、桑取地域内の600世帯に対し、茅場の手入れや薪作り等の地域の暮らしを支えてきた生活技能の保持者についてのアンケートを行い、それらの技能が今後どの程度継続できるかを調査した。その結果、ほとんどの技能が10年から25年で消滅の危機にあることがわかり、これに危機感を持った「木と遊ぶ研究所」のメンバーに行政、地域住民ら約80名、地域の代表者らが加わって立ち上がったのが、NPO法人「かみえちご山里ファン倶楽部」である。

かみえちごが行っている活動のうち、「受託事業」では、上越市の施設である森林体験施設「くわどり市民の森」の運営管理を行っている。かつては稲作や炭焼きが行われた集落の生業の場であった森林には、今も田畑や炭焼き窯の跡が残っており、地元ボランティアらと協力をして、地域の伝統文化や自然環境を伝える拠点としている。市民の森を舞台に、自然観察会や下草刈りなどの里山保全活動、間伐作業などの林業作業、炭出し体験などを行い、環境学習の場を提供しており、市内の小学生のなど多くの子供が訪れる。

もう一つは、同じく上越市の施設である環境学習施設「地球環境学校」の運営管理である。ここは、廃校となった小学校校舎を上越市が環境教育の拠点として活用している施設である。この旧小学校周辺には、森林などの自然環境や、棚田、炭焼き小屋、牧場などがあり、長い間守られてきた地域の暮らしを今に伝える「資源」が多くある。これらの「資源」を活用し、学習旅行等で訪れる小学生らに集落の暮らしや技能体験や自然体験などの100種類以上の体験プログラムを提供している。子供達に伝統技術や芸能を教えるのは、様々な技能を持つ地域住民である。稲作体験、わら細工、炭焼きなどの地域の生活を支えてきた技能を実体験として学ぶことができる。子供にとって貴重な経験になることに加え、時代とともに消えつつある技能を伝承することにもつながっている。

次に、かみえちごの自主事業である「地域資源事業」では、地域に残る自然や伝統技術、知恵という資源を活かして、都市部の住民など、地域外の人に対して里山生活体験や農業体験の機会を提供することで、地域が外とのつながりによって発展していくことを目指した活動を行っている。

活動は、子供向けの日帰りや一泊程度の自然体験・田舎生活体験等から、大人達や家族連れが通年で何度も集落に通って稲作を行う「棚田学校」や、長い年月をかけて集落内の空き家を改修する「ことごと村作り学校」のような、単なる体験からさらにもう一步、地域に入り込んで行う高度なコースもある。「棚田学校」は、農家の高齢化等によって耕作がされなくなった棚田をかみえちごが借り受け、稲作を行いたいという会員に提供している。単なる一時的な体験ではなく、毎週も田んぼに通い、苗作りから田植え、草取り、稲刈りなど一連の稲作を現場で実践しながら学ぶものである。最初は、棚田の作業を手伝いながら稲作を学ぶところから始まるが、2年目以降からは棚田一つの「オーナー」となって自分だけで稲作をする人もいる。中には、新たに地域内の休耕田を個人で借り受けて稲作を始めた人もいる。地域内で増加し続けている休耕田対策にも役立っている。

「ことごと村作り学校」では桑取地区の横谷集落にある築150年の古民家を、地元職人の技術指導を受けながら改修プログラムであり、定期的にイベントを開催して、材料の切り出しから大工仕事までを実作業の中で学んでいる。改修された古民家の中には、すでにカフェ・レストランとして利用されているものもある。もともと養蚕を行っていた名残のある築170年の民家を、地元の大工や左官職人に加え、有志メンバーらが参加して改修を進め、約10年の年月をかけて完成したという。現在では、空き家であった気配を感じさせないほどに綺麗になっており、元々の力強く立派な梁や柱が活かされた空間が作られている。今後も幾つかの空き家を改装して活用する取り組みが予定されている。

また、地域外との連携による活動のほか、地域住民が中心となって行う民族行事や伝統芸能などの保存・継承にも力を入れており、かみえちごの手によっていくつかの途絶えてしまっていた祭りや行事が復活した。一例としては、30年以上途絶えてしまっていた「馬」という奇祭（小正月の行事で若者が各家を回り、家の中で飛び跳ねることで家の幸せを願うもの）や、かつての集落の結婚式を再現した「里の結婚式」などがある。人口減少に悩む地域であっても、都市部の住民などの外部と「つながる」ことで、経済的にも社会的にも集落を維持していくことが可能になる。また、地域内においても、集落と集落をつなげることができれば新しい展開が生まれる。「かみえちご山里ファン倶楽部」はこうした地域内外の様々なものを「つなぐ」という重要な役割を担うことの可能性を示してくれている。



NPO 法人かみえちご山里ファン倶楽部  
専務理事  
関原 剛氏



(写真上から)  
廃校になった小学校を利用した「地球環境学校」  
各種の体験プログラムを教える地域住民の一覧  
各種体験プログラムの展示  
「棚田学校」が行われる棚田  
古民家を改装したカフェ（外観と内観）

# 4. 地域をまもる

—地域コミュニティの維持と創出—

## 住民自らコミュニティ をつくる



写真：三重県紀北町（撮影：殿貝清加）

## 行政に頼らない「感動の」地域づくり



やねだん（柳谷自治公民館）  
鹿児島県鹿屋市

### 地域の概要

柳谷（やなぎたに）集落は、鹿児島県鹿屋市串良町上小原（旧串良町）にある集落で平成26年時点では約130戸、約300人が居住する農村集落である。20年ほど前から徐々に高齢化（高齢化率34%程度）と人口減少が進み、当時の試算では10年後には人口が半減すると予測されていた。もともと、この地域では農畜産業が盛んで、サツマイモや落花生、米等が広く作られていたが、人口減少に伴って休耕地の増加が問題となっていた。柳谷集落では約20年前から休耕地を利用して「サツマイモ（地元ではカライモ）」を栽培。それを利用した焼酎などの加工品を製造・販売し、集落独自の財源を築いたことで地域活性化の事例として全国的に注目されるようになった。

### 取り組みの概要

柳谷自治公民館（通称：やねだん）の取り組みのきっかけは、平成8年、豊重氏が公民館自治館長（自治会長）になったことだった。それまで、柳谷集落では75歳未満の世帯は9,000円（公民館費7,000円と負担金2,000円）、75歳以上の世帯は負担金2,000円を徴収して自治会の運営を行っていたが、集められた自治会費の多くが地域のお祭りやイベント等の飲食代などに消えてしまっており、自治会としての貯蓄はゼロに近かった。そうした状況を受け、自ら稼いで、集落をより良くするための「自主財源」賄うことを目指す活動が始まった。平成9年、自主財源確保のために始めたのが、集落内の休耕地を借りたカライモ（さつまいも）生産だった。農作業の報酬を支払うことはできず、当初は集落住民の協力を得るのも困難であった。しかし、集落内の高校生たちと「収益で東京ドームヘイチローを見に行こう」という目標を掲げ、高校生から高齢者たちに働きかけていったことで、徐々に住民の協力を得られるようになった。このカライモ生産は徐々に収益を生むようになり、平成13年には耕地面積を約3,000坪に拡大し、収益金85万円を生むまでになったが、あくまでも住民のボランティアによる農作業に支えられたものだった。

平成14年からは「土着菌製造事業」がはじまる。当時、集落内には31軒の畜産農家があり、家畜の糞尿の悪臭が集落の問題となっていた。そこで、約2年間をかけて集落内で研究会を開催し、土着菌（山林や、田畑に生息する微生物）に着目した。この土着菌を混ぜた餌を家畜に与えることで糞尿の悪臭が除去され、集落の課題が解決された。さらにこの土着菌を畑に使用することで、作物の育成促進につながることもわかり、集落内の畑で土着菌を使用した農業がはじまった。さらに、集落内に土着菌の培養と製品化を行う「土着菌センター」を建設し、土着菌販売を開始した。平成15年には土着菌を利用して作ったカライモにさらなる付加価値をつけるため、地元の焼酎製造会社との協力によって、柳谷集落オリジナル焼酎「やねだん」を開発。この焼酎の誕生によって集落の収益は増加した。

カライモ生産、土着菌製造、焼酎「やねだん」の販売等によって、集落の財源が確保されるようになると、それらを活用して、集落内の施設整備や生活サービス、福祉等の充実を図った。例えば、集落内の空き地に住民たちの手作りによる「わくわく運動遊園（遊具やグラウンドを完備）」を住民の金銭的負担なしで建設して、集落の交流の場を整備。他にも、集落内の高齢者の住宅に介護用緊急通報装置を設置、すべての住宅に警報装置（煙探知機）の設置などが行われた。そのほかにも、集落内の有線放送を利用した独自の放送の開始、集落による手打ち蕎麦店、朝市等のイベント開催などアイデアと独自性に富んだ様々な取り組みが多く行われるようになり、集落の物質的な豊かさに加えて、より良い地域コミュニティの形成など、精神的な豊かさも増した。

自主財源確保を目指しての活動開始から10年後。自主事業による収益増加によって余剰金は400万円を超えたため、集落の全110世帯に「ボーナス」現金1万円が「還元」された。このことは「ボーナスが出る集落」として多くのマスコミから注目を集め、「やねだん」を一躍有名にした出来事であった。他にもすべての高齢者にシルバーカーを配布、公園に健康器具を設置するなど、様々な形で住民への還元を行った。自主財源確保が軌道に乗り始めた平成19年からは、集落の人口増加を目指しての活動も始まった。集落内の空き家を「迎賓館」と名付けて集落の財源を利用して改装し、インターネットを通じて移住者を募集した。特に集落の文化向上を目指した芸術家の移住に力を入れた。芸術家も誰も良いというのではなく、地域に馴染むことができる人間性を持っているか等を厳しく審査した。結果、全国から7人の芸術家が移住した。

その後も、UIターン者が生まれて集落人口は16名ほど増加し、活動開始の平成8年当時には半減すると予想していた10年後の人口予測だったが、結果として増加に転じた。平成21年にはやねだんの取り組みに注目した韓国の実業家が、焼酎「やねだん」を扱う居酒屋「やねだん」を韓国国内にオープンした。焼酎の輸出だけでなく、集落内で生産した唐辛子を輸出するなどの活動も行うまでになった。現在は集落内に「事業部（製品企画・販売等）」「畜産部（土着菌事業の推進）」「文化部（アートイベント等の企画運営）」「婦人部・壮年部」「青少年育成部」「高齢者部」等を組織し、さらなる活動の展開を目指す。

近年、特に力を入れるのが、やねだんの経験を全国の地域づくりに取り組む人や、自治体の職員等に広め、地域づくりリーダーを養成する「やねだん故郷創世塾」だ。平成19年から毎年2回行われてきたこの「塾」には全国から自治体職員らが参加しており、空き家を改装した「宿舎」で寝食をとるにしながら、やねだんの豊重氏をはじめとして各分野の専門家から地域振興策や意識の持ち方の講義を受けている。これまでの塾生は述べ500人を超える。他にも毎日のように全国からの視察が訪れており、その数は年間5,000人を超える。今、やねだんから発信される地域づくりの強いメッセージが全国に波及しつつある。



写真左上から）柳谷自治公民館  
左）公民館の中には集落全員の顔写真  
左）シニア子供館  
左）集落の歩みが展示されている  
右上から）手作りのやねだん集落地図  
右）焼酎やねだん  
右）空き家を改装した「迎賓館」  
右）迎賓館の内部  
右）やねだん創世塾の十ヶ条

### インタビュー



人の心を動かす。

豊重 哲郎氏  
「やねだん」柳谷自治公民館長

人口の減少が続く地域で一番難しいのは人集めである。豊重氏は自らが情熱的に活動して先導をすることに加え、様々な方法で人々の心を動かして「やねだん」を作ってきた。当初、住民の一部は必ずしも豊重氏の活動に協力的ではなかった。そこで豊重氏は、高校生たちと一緒に「収益が出たら東京ドームで野球観戦に行く」という「明確で夢のある目標」を持って動き始めた。そして、なかなか協力をしない地域住民に、高校生から「一緒にやろう」と呼びかけた。すると、孫の世代の頑張りによって心を動かされた住民たちが協力をするようになった。

また、余剰金が発生して住民にボーナスを還元する際には、何よりも先に、やねだんの取り組みを一緒に行い、先に他界していた方の家を一軒一軒周って、仏前に「ボーナス袋」を供えた。その姿にその家の住民は涙したという。

集落内には小さな小屋を回収した「こどもシニア館」がある。そこには壁一面に集落のこれまでの取り組みの記録写真や、住民の何気ない日常の写真が飾られており、集落を支えてきた多くの人々の想いに触れることができる。豊重氏はここを訪れる度に「先人に感謝し、集落活性化への決意を新たに」という。今では地域活性化の好事例として全国から注目をされるやねだんであるが、それは決して特別なものではなく、「人の心を動かす小さな取り組み」の積み重ねであった。

## アイデアは会議では生まれん、 田んぼや畦道での立ち話から生まれるんじゃっ！

棚田清流の会  
山口県周南市中須北



### 地域の概要

中須北地区は山口県周南市中心部から20Km北東に位置する、標高300mの中山間盆地にある。5つの集落が幾重にも重なる田んぼで結ばれ、美しいすり鉢状の棚田の風景が広がっている。しかし条件不利地域で生産性が低い上に、住民の過疎・高齢化で担い手不足が深刻となり、耕作放棄が多く見られていた。平成10年より、地域の荒廃に危機感を覚え、高齢化・過疎に対してどうするべきかを考える「くらしの創造委員会」による活動を始め活動方針を探っていった。その後平成13年に組織を再編、地区内全住民が会員となるむらづくり実践組織「棚田清流の会」を発足した。

むらづくり、地域内外の交流に積極的に取り組むことで、棚田も美しさを取り戻していった。平成22年には「やまぐちの棚田20選」に選定、同年の農林水産省実施の「第6回 美の里づくりコンクール」において山口県内では初となる最高賞を受賞。現在の中須北は農村と都市の交流拠点として県内に広く認知されている。

### 取り組みの概要

平成10年より地域の高齢化・過疎に危機感を覚え活動を開始。当初は地域の現状について知ることから始め、5年後、10年後はどうなるのかを考えていった。その後平成13年に組織を再編し、地域づくり・村づくりのための地域全員が会員である「棚田清流の会」を発足した。「棚田清流の会」としてまず始めたことは皆が困っていることに手をつけること。集落の良いところを考えるのではなく、悪いところを考え解決していく。まず悪いことを解決し、すぐに成果が出ることで、集落のつながりが強まりコミュニティが形成され活動がしやすくなっていった。「棚田清流の会」発足時に全世帯にチラシを配った際には「会に入った覚えはない」との不満の声もあったが、すり鉢上の地形により会の活動が自然と皆に見える状態であり、成果を見せる事によって皆を納得させていった。

また、いかに多くの意見を拾えるかを大事にしている。情報集めは活動・作業が済んだすぐ後に反省会として行われる。わざわざ人を集めるのではなく、人が集まったときを利用し情報を集める。反省や、新たな情報によりその場で次の計画を考えていく。8月には蕎麦、9月には稲、10月には収穫祭といった行事を年間を通じて実施している農業体験交流では参加者へのアンケートによりニーズを把握し、参加者がもっと作業をしたいと思っていることが分かった。そこで、体験交流の参加者をお客さんとして対応するのではなくしっかりと作業を手伝ってもらうように改善していった。農業体験交流では小学生のいる家族が20組であり30組を目標としていて募集の方法も市の広報ではなく周南市の小学生5,000人全てへチラシを配布している。対象を明確化することで内容も決めやすく効果的である。

さらに、農業交流体験から棚田オーナー制度も誕生した。棚田オーナー制度は小さい田はやりたくない農家と、自分の作ったものを食べる喜びを小さい田で作り感じたいというオーナー、両者の思惑が一致している。棚田オーナー制度では現在12家族での参加があり、棚田の保存、農業への興味、中須北の情報発信としても機能している。「棚田清流の会」では3つの部会がある「中須北営農組合」を立ち上げ、それぞれ思考を凝らして活動している。「営農部」では米の生産を、「生産部」では休耕田を借り農産物を生産、「加工部」では生産物の加工を行っている。

平成3年から始まった「都濃自然米グループ」では、農薬や化学肥料を一切使わず、除草には再生紙のマルチを使用した「泣かす米」の販売や、「泣かす米」と中須の水を100%使った日本酒「泣かす酒」を販売している。また「加工部」では、「泣かす酒」の酒粕で何かできないかと考え、酒粕を利用したケーキやお菓子も考案、販売している。平成25年4月には空家を活用した加工品を販売する「里のはな」がオープン。現在は、平成27年に農家レストランのオープンを目指し改装を進めている。その他にも「ほたると浴衣のゆうべ」など若い人に向けた活動も行っている。



上左) 集落の様子  
上中) 美しい棚田が広がる  
上右) 集落メンバーによる会議  
下左、中) 学生を迎えて稲刈り作業

### インタビュー



アイデアは会議では生まれん、  
田んぼや畦道での立ち話から生まれるんじゃっ！

佐伯 伴章氏  
棚田清流の会 会長

地域づくり・むらづくりを実践してきた佐伯氏が語る。

棚田清流の会の3つのモットー・・・「棚田清流の会」には3つのモットーがある。「強制はしない」「評論家はいらぬ」「杖をついているような人は、這わしてでも使え」の3つ。強制はなしと言うことで電話連絡などはせずチラシだけで告知する。人が集まればそこが活動の場となる。評論家は否定しはしない。否定された人は何も意見を言わなくなってしまふ。杖をついている人でも這わしてでも使えと言うのは手伝いたいと思っている人には、必ず何でもよいので手伝ってもらうことが重要。もう人は足りていると断ると、次から参加してもらえなくなる。

アイデアは会議では生まれぬ、田んぼや畦、畑での立ち話から生まれる・・・地域づくりで一番大事なのが住んでいる人のコミュニケーション。そのために自治会の作業中などでポロツと言うような意見も漏らさず記録する。女性の意見も重要。拾った意見を大切に、必ず次の行動に繋げる。わざわざ集まって、堅苦しい会議での意見交換には意味がない。

小さいことが出来るか出来ないか、自分たちの力だけでは限界もある・・・疲れない程度に無理せず長く続けることが重要。住んでいる人だけでは限界がある。行政も活用しないと、待っているのではなく助けを求めていくことがこれからは大事。他の力を利用しなければ勉強も出来ない。自分たちが想いを作らないと前には進まない。

100年先まで夢プランがある・・・皆からやりたいことの見解が多く出ている。「棚田清流の会」立ち上げ時では10年先の目標として10年先夢プランを作ったが自分の中には100年先まで夢プランがある。

## NPO と株式会社の間。 地域住民運営による地域密着企業

株式会社吉田ふるさと村  
島根県雲南市



### 地域の概要

広島県に近い中国山地の山村である吉田村（平成 16 年に雲南市に合併）は、かつては薪炭や製材などの林業が盛んであったが、エネルギー転換や低価格の外国木材の輸入といった産業構造の変化とともに、林業で生計を立てることが困難になり、昭和 30 年代後半から人口流出が進む。最盛期には 5,000 人ほどいた人口が、昭和 60 年には 2,800 人にまで減少。「このままでは村がなくなってしまう」との危機感を感じた村民は、地域の雇用の場の創出と地域経済の活性化を目的に、自治体（当時の吉田村）と地域住民が共同で出資をする第三セクターとして株式会社吉田ふるさと村を設立する。“地域に根ざした、地域に求められていることを担う”会社として、地元農産物を主原料とした加工食品の開発製造販売を主軸に、農業、地域住民の足となる雲南市民バスの運転業務、水道事業、温泉宿泊施設の経営、第三種旅行業、たまごかけごはん専門店「飯匠 お玉はん」の経営と多様な事業を展開し、地域づくり総務大臣表彰をはじめ多くの賞を受賞。地域活性化事例として全国の注目を集めている。

### 取り組みの概要

昭和 60 年に、過疎化を防ぐために皆が働ける場所を作る必要があるとの考えのもと、株式会社吉田ふるさと村を設立する。全ての村民に株主になってほしいとの思いから、村内全戸に設立趣意書を配布したり説明会を開催し、株主を募る。その結果、村内の 24 歳の若者から 85 歳のお年寄りまでの 109 人の村民から、「村を何とかしてほしい」との熱い気持ちが込められた 2,750 万円の出資をいただく（出資者は 129 名）ことにつながる。

現在の活動は、食品加工が主で売上の半分ほどを占める。その他、建設・水道事業・バス事業・温泉・飲食・観光事業など多様な事業展開を行っているが、初期に始めたのは水道事業であった。村で一番困っていることを考えた際に、水道の問題があった。村内には水道工事の業者が存在せず、水道が破損した際には、何キロも離れた業者に頼む必要があり、その間、何日間も断水するということも度々あった。そこで、一人ではじめた水道事業は従業員 4 名となり、一時期は会社の売上の約半分を占める採算事業となった。過去には、村民が交流するための喫茶店やタクシーなどの事業も行った。これら事業の採算は低かったが、村民の生活向上には大きく寄与する事業であったとともに、村民の求めることをやる、事業の多角化の経営方針を方向付けるものとなった。

吉田ふるさと村の名が、全国に広まることになったのは、今や吉田ふるさと村の主力商品の一つとなっている、たまごかけごはん専用醤油「おたまはん」である。世界初の商品としてそのユニークなコンセプトとネーミングで一躍ヒット商品となり、世に卵かけご飯ブーム、そして、専用調味料ブームを巻き起こした。また、平成 22 年には、こだわりのご飯と卵、そして、ユニークなトッピングで卵かけご飯を食べていただくことを目的に、たまごかけごはん専門店「飯匠 お玉はん」を開店。平成 24 年には「飯匠 お玉はん」が、従来の「卵かけご飯」のほかに洋風のメニューをカフェスタイルで提供する「～Unnan Otama Café～おたまはん」としてリニューアルオープン（※した）。

同様に、都市との交流人口の拡大による活性化と定住化を目的として、第三種旅行業に登録し、観光ツアーの販売や、ネットによる通販等を見据えて、広報部を設立するなど、地域のニーズと社会に潮流に合わせた事業展開を進めている。

（※ 現在、「飯匠 お玉はん」は暖簾分けを行った。）

地域の雇用確保を目的で、6 名でスタートした吉田ふるさと村の売上は設立当時の 10 倍に、また、従業員数も約 70 名と増加している。その多くは地元の住民だが、近年は都会や近隣市町村からの若者の就業も増加している。地域を愛し、地域に貢献したいとの思いを強く持つスタッフの活躍が、たまごかけごはん専用醤油「おたまはん」のアイデアや、農業や旅行事業といった新たなチャレンジと地域の活性化につながっている。



写真左上) 吉田ふるさと村外観  
写真左下) 「おたまはん」などをつくる工場  
写真右上) 大ヒットした「おたまはん」



### インタビュー



目指すのは、NPO と株式会社の間、  
地域住民の運営による地域に根差した企業。

高岡 裕司 氏  
株式会社吉田ふるさと村 代表取締役社長

地域で求められることは常にやる方向性で考える。会社設立の目的は、地域の雇用創出とか地域活性であるが、地域で求められることは、常にやっていくという経営方針で事業の多様化を図ってきた。取り組んできた事業の中には、採算面で失敗したものもある。しかし、村民から求められて、村民のために行った事業は、村民の心の活性や生活向上には大きく寄与したであろう。常に、地域で求められていることは何かといった、住民目線で事業化していくことが、地域で愛され、頼りにされる企業につながっていく。

目指すのは、NPO と株式会社の間、地域住民の運営による地域に根差した企業である。地域の課題、ニーズを吸い上げ、それにこたえる商品を形にしていくのが我々の役割である。決して、利益追求でもなく、ボランティア（非営利）でもない。半官半民の意識をもったマネジメントをする、地域の規模に即した、地域に貢献する会社を目指していく。

行政と民間（地域住民）が出資する第三セクターであるが、行政にはいっさい面倒はかけないという約束で始めた。そのため行政からの出向は一切ない、民間（地域住民）が主体の会社である。そのため、現在でも地域住民の多くが吉田ふるさと村の株を所有しており、吉田ふるさと村の活動に対して、積極的に関与している。

## 離島における課題の解決に 自ら取り組む NPO

NPO 法人 かさおか島づくり海社  
岡山県笠岡市



### 地域の概要

笠岡諸島は、岡山県笠岡市笠岡港から7km～15kmの沖に30有余の豊かな自然に恵まれた島々から成る。このうち7つの島（北から、高島、白石島、北木島、真鍋島、大飛島、小飛島、六島）で生活が営まれており、人口規模は約30人～約900人と大きく異なる中、石材業と漁業が盛んな北木島、海上貿易の拠点であった真鍋島、海水浴場や白石踊りで有名な白石島が大きな島となっている。

石材業や漁業、海運業が島の生活を支えてきたが、本土への移転や産業構造の変化により各島の産業は低迷し、人口減少と高齢化が進んでいる。近年もその流れは止まらず、航路・航路事業者の統廃合や小学校廃校、市の独自策として始めた「デイサービスを運ぶ船」である「夢ウエル丸」のサービス停止など、行政サービス・生活サービスも縮小しつつある。

### 取り組みの概要

地域活性化の本格的な取り組みは、平成8年の笠岡市役所による「ゲンキ笠岡まちづくり支援事業」から始まる。各島から展開すべき取組が提案されて取り組んだ後、島同士で交流・連携を深めるため、平成10年には「島の大運動会」を開催し、現在までほぼ毎年開催している。7つの離島で連携する理由は、人口減少が進む中で各島において病院や学校などの施設を運営することが困難となりつつある中で、すべてを1つの島や本土に集約してしまうのではなく、各々を各島で受け持つことで、笠岡諸島全体の活性化・維持につながると考えられたことにある。平成14年には、島同士で連携を深めて島の内外に観光や福祉、イベントなどの情報を発信すべく、電腦笠岡ふるさと島づくり海社を設立し、さらに活動を発展させた。

医者がいなくなっている北木島では自ら移住してくれる医者を探して診療所を開設し、真鍋島には看護婦を呼び寄せて常駐いただいた。増加する空家に関しては空家対策事業を展開し、今や全国各地で課題となりつつある空家であるが、なかなか手放さない島民に対して一人一人住宅の提供の必要性を伝えて提供してもらうことで、44世帯・70人の移住につながることができた。

高齢化に伴って移動が困難な人が増える中、移動支援事業の展開にあたっては許認可の関係から任意団体では運営できないことから、自らNPO法人格を取得して、平成18年に過疎地有償運送事業を始めた。また、介護問題に関しても、行政の手が行き届かない状況に対して自ら介護保険事業をスタートするために、メンバーに猛勉強してもらって資格を取得してもらい、事業着手にこぎつけた。



笠岡諸島の港、町並み、農地

NPOでは、島民の生活の安定・生活サービスの維持のみならず、雇用の維持・拡大にも熱心に取り組んでいる。各島において各々の特産品で作った「しまべん」の開発や、島のアンテナショップ「ゆめポート」の設置、三宅島の火山灰を用いて魚介類を干すことで臭みを取り除いて商品化した「灰干し」など、各種取組が展開されている。

以上の取組を通して、島民が島民のために生活サービスを展開することでNPOのスタッフは徐々に増え、現在は49人にまで増加している。また、移住した人たちが有する専門知識やネットワークなども活用し、サービスの高度化や特産品販売店の運営など、新たな取り組みが生まれている。



島で採れた魚を干物にするなど特産品開発も

### インタビュー



常に創造力を発揮して、  
あきらめないうで取り組んでみる

鳴本 浩二氏

NPO 法人 かさおか島づくり海社 理事長

▼リーダーの思い：子どもの頃、島では青年団活動が非常に盛んで魅力的であり、高校にも進学しないで活動に参加したいほどであった。高校卒業後、島に戻り親と石材業を営みながら活動を展開してきた。当時、男性の仕事はあっても女性の仕事はなく、自然と女性は離れていくものだった中、出ていかないようにお見合いツアーをして数組のカップルが成立したこともある。周りから「行動力や野心のある人は島を離れ、やる気のない人が島に残っている」と言われるのが悔しく、平成元年に、島で若い人の雇用を増やそうとの思いで自ら会社を立ち上げて20人を雇って石の加工を行い、「人間再生工場」とも言われたこともあるほどであったが、それほどまで人材が重要だと考えて取り組んできた。高齢者についても、島を離れて引き取られていくと1年程度で亡くなる例が散見されることから、島内に残り、慣れ親しんだ環境の中で、仕事に従事しながら暮らしていくことが重要と考える。

島には、困っている人や地域としてやってほしいことが山積している。何でも取り組んで助けることは大切であるが、それを「仕事」にしていくことではじめて持続する形となる。買い物支援も移動支援も然り。「もしかしたら仕事にできるかもしれない」と思いついたら取り組んでみて仕組みを構築し、若者などに雇用として定着させていく形で取り組んできている。

▼パートナー：笠岡市役所の職員とともに島の活性化に取り組んできたことが大きい。現在も、行政との役割分担のうえで協働して各種事業に取り組んでいる。また、島外からの1ターン者や全国的なネットワークなど、外部の人材や知恵を活用することで、効率的かつ高度な事業に取り組むことができる。医者を島外から呼んできたように、島民でカバーできなければ島外と連携しなければならない。

▼リーダーの悩み：島内には、まだまだ活動を理解してくれない人もいる。しかしこれに対しては、リーダーは周りから足を引っ張られるものだ、と割り切って取り組むしかない。また、人口が大幅に減少した中では、リーダーの選び方について再検討する必要があると感じている。島からの議員の輩出など、改めて考えて提案・行動をしていきたい。各種取組を展開して全国的にもネットワークができる中で、人材を見つけることは容易となってきたが、育成することは非常に難しい。その分、やりがいがあるが、より多くの人材を育成していくことが島の将来につながる。

▼取組にあたってのポイント：「失敗しないこと」が重要である。

いろいろと取り組んでみても、挫折したり、うまくいかなかったり、と全てが軌道に乗るものばかりではない。しかし、そのようなときには一旦手を止めて寝かしておくことが重要で、何年後かに環境の変化やネットワークの拡大によって状況が好転し、急に進展することもある。常に地域が必要としていることにしきみを作って着手し、常に創造力を発揮して、あきらめないうで取り組んでみるということが重要である。

## 地域住民による「攻め」のまちづくり



川根振興協議会  
広島県安芸高田市

### 地域の概要

安芸高田市は広島県の中北部に位置する約 31,000 人の町。その最北端に位置する川根地域は、人口 490 人（223 世帯）、高齢化率は 44.7%の中山間地である（人口・世帯数・高齢化率は平成 26 年 3 月末時点）。昭和 40 年代の高度成長期から人口が流出していく中、昭和 47 年 7 月に起こった未曾有の大洪水により川根地域は壊滅的な災害を受け、陸の孤島と化したことが、更なる過疎化に拍車を掛ける。「自分らにできることは自分らの手で」をテーマに、同年、住民組織として「川根振興協議会」を立ち上げる。地域の将来構想図「川根夢ろまん宣言」を作成し、ここに描かれたことを 1 つずつ実現する形で、交流事業（エコミュージアム）・福祉事業（一人一日一円募金）・定住施策（お好み住宅）・農協撤退を受け商業施設（万屋）、ガソリンスタンド（油屋）の運営、特産品の開発、さらには交通事業（かわねもやい便）など広範な活動を展開している。地域活性の担い手は、行政でも、都市の企業でもなく、地域コミュニティの総合体である地域自主組織であるとの考えのもと、住民による地域経営を実践している先進事例である。

### 取り組みの概要

川根振興協議会の設立からしばらくの主たる活動は、行政への要望を行うことであった。「地域振興懇談会」という名で、町と町民とが本音で話し合える場を作ろうとしたが、役場の職員が文章で回答を持って来て答弁を行うといった会議でしかなかった。役場の職員に地域住民が詰め寄ったところ、職員から「じゃあそちらはなにをしているのか」と切り返され、何もしていないことに気づく。このままでは振興協議会が圧力団体となり、懇談会が「駄目人間を作る場」になってしまうと危惧し、振興協議会の役割の見直しを行う。振興協議会は、地域の問題を精査し、解決に向けて自ら取り組みを行う場。その上で、自分達（地域）ができることは自分達で、行政でしかできないことは行政に提案していくことが大切であると考え。行政に頼ってばかりだと自分達で発想することがなくなってしまふ。職員に要求するのではなく、身近に提案していくという現在の地域運営の形にたどり着くのにかかりの時間がかかった。このような意識改革のもと、「これ以上、地域が寂れないように」という守りの活動から、「地域活性化のための、攻めの活動を展開していく。ここから、「川根振興協議会」の自分達の手による攻めのまちづくりがはじまる。主な以下のような取り組みを行っている。

#### ▼エコミュージアム川根

廃校となった中学校の跡地活用について、施設整備の企画段階から振興会が関わり、施設規模や管理運営などについて協議を行う。1992 年、行政と住民が出資 740 万円で運営する研修宿泊施設「エコミュージアム川根」には、年間 4,000 人を超える人が訪れる。レストランや会議ができるホールも設置されており、レストランは地元の女性達で運営され、地元の川魚や季節の食材を使った様々な料理を提供している。

#### ▼万屋（よろずや）と油屋（あぶらや）の営業

川根唯一の食品・生活雑貨店とガソリンスタンドを農協が経営していたが、農協が川根地域から撤退することを決定し、地域内から唯一の商業施設がなくなることになった。これにより、地域住民は 12km も離れた店舗に買い物に出かけなくてはいけなくなり、交通手段の乏しい高齢者にとっては、生活する上で、非常に大きな問題であった。こういった問題に対して、川根振興協議会では高齢者福祉の立場から店舗を引き継いでいくことを決定する。農協から施設を譲り受け、1999 年から経営に乗り出す。店舗を「万屋よろずや」、ガソリンスタンドを「油屋あぶらや」と名付け、地区住民に 1 戸当たり 1,000 円の出資をお願いし、全戸からの出資を得る。現在は、住民が

積極的に店舗を利用するようになってきているとともに、福祉サービスの一環として高齢者のための宅配事業も実施している。

#### ▼一人一日一円募金

川根で生まれ育った者は一日一円募金をするというルールを地区で定め、各家庭・事業所には募金を入れる竹筒が置かれており、募金されたお金は高齢者への配食サービスの原資として活用されている。こういった高齢者配食サービスが単身世帯の高齢者に声かけ、また、小学生と高齢者の文通等、地域内の人間関係の形成にもつながっている。

#### ▼かわねもやい便の運行

平成 21 年 10 月から、地域住民の生活実態に合わせた交通便（市町村運営有償運送事業、かわねもやい便）をスタートする。これまでの公共交通（バス）を見直し、市から運行・予約受付業務の委託を受け、地域住民の運転・運営による誰もが気軽に、目的に応じた利用ができる交通体系に移行した。通勤・通学をはじめ、市中心部への運行など、利用者の利便性向上と高齢者に配慮した運行を目指している。

#### ▼お好み住宅で地域の担い手づくり

人口減少と高齢化が進む地域で、地元で生まれた人だけを頼りにして生活をしていくことはできない。そこで、まちづくりの担い手をつくるために振興協議会は、行政と連携して、「お好み住宅」という借家制度を設けている。他の公営住宅と違い、入居者が自分の好みで間取りを自由に設計できるという特徴がある。平成 21 年度末で累計 23 棟が完成し、70 人以上が暮らしている。この住宅は、川根に移住してコミュニティに入ることが入居の条件となっており会長が面接する。平成 26 年度の小学校の児童数は 26 人だが、その約半数がお好み住宅から通っており、この住宅のおかげで、小学校が存続しているとともに、将来のまちづくりの担い手の育成につながっている。



(写真上から)  
川根地域  
生活雑貨店とガソリンスタンド  
生活雑貨店「万屋」の店内

### インタビュー



「行政が何もしてくれない」でなく「住民として何をしたか」

辻駒 健二氏  
川根振興協議会 会長

心の過疎が一番ダメ。人口減少、少子・高齢化が進む地域にとって一番ダメなのは、住民の自らの地域に対するあきらめである。「この地域はもうだめだ。」「昔は〇〇だった、昔は良かった。」といった心の過疎が一番だめ。川根地区もはじめは「何もない」地域であった。それが、川根には「自然」があるという風に意識が変わってきた。

地域づくりの取組を進めるにあって、地域住民の様々な要望やアイデアを、「夢」「浪漫」という形で、住民が共有できる構想づくりを行い、その 1 つ 1 つを実現・成功していく体験の共有が、次の新たな取組につながっていった。

地域経営の視点をもつ住民組織の構築が求められる。地域づくりを考える場合、「行政が何もしてくれない」でなく、「住民として何かしたか?」という意識改革が必要である。地域がやらなきゃ、地域がもたない。振興協議会では、福祉や教育など、儲けにはつながらない色々なことに取り組んでいる。役員もしょっちゅう集まり、単身高齢者への声かけ・宅配もすべて無報酬でやっている。過疎・高齢化が進む過疎地域でみんなが生きていくためには、何事も地域として取り組まないといけない。川根の場合、地域が有する自然、歴史や文化を、住民の手で活用していくという考えを持つことができた。そのため取組を行うにあって、住民が資金を出し合って、地域に必要なサービスや、必要な事業を展開していく、自分らができることは自分たちでやる。できないことは行政と協働してやるといった地域経営の視点をもつことができている。



## 女性の活躍に端緒する 地区を支える総合的な取組み

NPO 法人 夢未来くんま  
静岡県浜松市天竜区



### 地域の概要

熊地区は、浜松市天竜区の西端に愛知県と接する 32.2km<sup>2</sup>の区域で 9 割近くを森林が占める。浜松駅からは車で約 1 時間の距離にあり、天竜区役所からも約 30 分に位置する。地区内には 23 の集落があり、現在、252 世帯、643 人が暮らしているが、林業が興隆を極めていた昭和 30 年には 2,500 人の人口を擁していた。

### 取り組みの概要

熊地区の村おこしは、昭和 30 年代の農村生活改善運動に始まり、女性を中心に展開されてきた。急速な過疎化が全国的にも問題化する中で、この課題を看過してはならないと食品加工所の建設を提案して地元で協議を重ね、昭和 61 年に 306 戸全戸参加による「熊地区活性化推進協議会」を設立した。市の協力の下で、補助金や財産区の資金を基に食品加工施設「くんま水車の里」と食事処「くんまかあさんの店」を建設し、運営を開始した。

家の外で働いたことのなかった女性陣であったが、これを機に、身なりを整えて外に出て、お小遣いをもらい、みんなで活動したことを家でも話すようになると、明るくなったという家庭も多く現れるなど、生活意識が大きく変わった。また、そば職人やまんじゅう屋に製造方法や味を習いに行くなど努力を重ね、当時、このような活動は珍しかったことから話題を呼び、平成元年には農林水産祭において天皇杯を受賞した。

地区には年間 7,8 万人が訪れ、両施設の経営は順調に進み、収益が得られ始めたことから法人格の取得を模索し、平成 12 年に、新たに創設された NPO 法人格を取得することを決めて認証を受けるに至った。

水車部の売上が安定して増えてきたことから、NPO で福祉事業にも着手した。月に一度、健康な高齢者のために弁当を作り、集落を回って住民に集まってもらい、一緒に食事をとりながらサービスも提供しているうえ、独居老人のために配食サービスも展開している。

人口減少は続き、平成 16 年度で中学校が閉校し、翌年には市町村合併により浜松市となった。また、施設の老朽化やライバルとなる地域や取組が多く見られるようになったことも経営上の課題となっているが、現在も、350 人訪れる日があるなど、活発な活動が展開されている。

#### 【組織の概要】

NPO は、理事会の下に「ゆめまちづくり委員会」を設け、4 つの部で運営している。水車部の加工品の販売や食事の提供等で得た収益を、しあわせ部の高齢者福祉活動に、いきがい部の地域活動に、ふるさと部の環境保全活動に、それぞれ回して事業を展開している。NPO 法人格の取得時には、積極的に稼いでいくことも重要、という考え方から、組織・事業を分割しようとの意見もあったが、収益で福祉事業を展開する今の形態もとれている。また、事務局においても、お試し移住や森林コーディネーター育成講座等を展開している。

#### 【施設の概要】

■食品加工施設「くんま水車の里」：水車部のメンバー十数名が、味噌や五平餅、こんにやく、そばなどをほぼ毎日、シフト表に基づいて担当を割り振って製造している。

■食事処「かあさんの店」：そばを中心に、地域で採れる農作物や山菜などの自然の恵み、郷土料理などによる食事を、観光客や地域住民に提供している。木造平屋建で、趣のある雰囲気があり、観光パンフレットなどの各種観光案内もされている。

■物産館「ぶらっと」：2 階が物産館となっており、住民が育てた農作物や花、水車部で生産する特産品、さらに木製品なども販売している。地域住民も多く利用することから、一部、日用品や食料も販売しているとともに、農作物も購入していく住民もいる。1 階は事務所として利用しているが、階段に沿って、熊村の歴史を物語る各種資料が展示され、またギャラリーとしても貸し出している。

■体験工房「水車の里」：そば打ち体験やこんにやく作りなど、観光客が各種体験をできるよう施設が建設されている。観光バスで訪れる観光客に食事を提供する際にも利用される。

■効果：働く場所があることで、女性らが身なりを整え、いきいきと始めたことが大きい。また、活動した対価として給料がもらえ、家に戻っても明るい話題が増えた。

■今後：高齢化に伴い、徐々に地域の活動も元気がなくなりつつあるが、当法人では 75 歳定年制を敷いており、若い子が働き続けられるよう、事業を続けたい。



(写真)「かあさんの店」と水車



### インタビュー



#### 女性の活躍に端緒する地区を支える総合的な取組み

金田 三和子 氏  
NPO 法人 夢未来くんま 副理事長

幼い頃から地域とのつながりが強く、一度は地区を離れたものの結婚を機に戻ってきた。42 歳の時に、子供が小学生であったが事業を始め、26 年経った。

女性で取組みを始めた時には、「熊」の文字を分解して作られた造語「ム月、、ヒヒ、、」と「どうせ 6 カ月もすれば、みんな辞めてしまって笑い種になるだろう」とよく言われ、提案自体が受け付けられなかったうえ、事業が始まった後もそのようにみられていた感がある。この時の気持ちを忘れることがないよう、水車の里の看板の下には、この文字の看板をあえて設置し、メンバーらに真剣に取り組むように促している。

天皇杯をいただいたことで喜び、さらなる事業拡大をしたが、全員が協力していたわけではない。30 人の仲間が苦手なことにもチャレンジしているうちに、徐々に理解が広まっていった。メンバーとも意見の相違で「明日からは来ない」と言われたことがあったり、接客サービスを展開する上では苦労も多々あったが、昔からみんなで農村改善等に取り組んできたという結束力で、ここまで乗り越えてきた。

今後の取組みとしては人材の確保・育成が課題となっており、事業開始から約 30 年が過ぎたこともあって、第一線で活躍してきた人々から世代交代を徐々に進める必要が出てきている。高齢化に伴い、徐々に地域の活動も元気がなくなりつつあるが、若い子が引き続き働けるよう、事業を続けたい。メンバーには若い人々も多く参加しており、第二のくんまの明日を考える会をつくり、活動の持続化を目指して検討もしていて、期待をしたい。

## 自治会を核とした地域生活環境の維持



柚原自治会／ささゆり会  
三重県松阪市

### 地域の概要

柚原（ゆのはら）地区は、松阪市街から車で約30分の山里にあり、平成26年4月現在、47世帯、82人の地区である。昭和26年には小・中学校が廃校となっていたが、JAの店舗・金融窓口も平成15年に閉鎖。郵便局も平成19年4月に閉鎖となった。

### 取り組みの概要

#### ■取組の経緯

昭和63年に、過疎化によって路線バスが廃止されようとする中、都市部から地区にバスで来てもらうことでバスの利用率を上げ、何とかバスを存続させようと、地元婦人会が「早起き市」を開いたのがきっかけで、本格的に活性化への取組が始まった。以降、婦人らで「ささゆり会」を結成し、特産品の開発や市内の店舗への農産物の販売などの活動を展開する。平成4年には、「うきさとむら運営協議会」を結成し、「食事処 うきさとむら」を開設した。

平成15年にはJA店舗が撤退した。さらに、平成19年4月に郵便局が閉鎖されるとのことから「JAもないため、金融難民を救おう」という思いで、自治会が簡易郵便局を開設することを検討し、閉鎖した翌月に運営を始めた。開設にあたって必要な資金は入会地の売却によって得た資金で、法律上2名必要な人材については、局長は、以前、郵便局職員であった現自治会長がボランティアで、もう一名は1ターン者に研修に参加してもらうことで確保した。

さらに、買い物難民も救うべく、7月には全住民が1万円ずつ出し合って郵便局に隣接する旧JA店舗の建物で「コミュニティーうきさと みんなの店」の運営にも着手した。

#### ■施設の概要

「コミュニティーうきさと みんなの店」

地域住民が必要とする食料品・衣料品とともに、農機具や種などの農業用品も揃っている。また、観光客も立ち寄ることから、地区のマップや見どころの解説資料も数多く掲示されている。また、レジ前には机といすが置かれ、冬には薪ストーブも活躍し、客同士、客と店員のコミュニケーションの場ともなっている。なお、大手スーパーが、定期的に食料品を届けられるようになり、商品の調達面の課題が一つ解消されている。

「食事処 うきさとむら」

平成9年に、国と県の補助金と一人当たり20万円を出し合って建設した小屋風の建物で、現在は4名で運営している。"毎週火曜日の定休日以外、うどんや焼き肉、唐揚げなどの食事が提供されている。特に、モロヘイヤが練りこまれた「細雪うどん」は人気がある。調理場では加工品も製造し、店頭やスーパー等で販売している。平成23年からは大阪にある会社が原材料となる鶏肉を調達してくれるようになり、近隣市にあるアウトレットモールにて食事が提供されている。当該企業は1食販売されるたびに10円を寄付してくれており、その資金で観光マップの作成や資源回収用の倉庫を建設した上、続けて、福祉バスの購入・運行も計画されている。

#### ■地域ぐるみの経営

しかし、人口減少と高齢化は近年もさらに続いており、経営も厳しい環境の中で、住民同士また都市住民も仲間に入れて努力が行われている。店舗については、赤字が年間20万円ほど発生していたが、現在では自治会女性部に店番を頼み、実質的には最低賃金以下で、交替制で従事してもらっている。(みんなで出資した店であることから全員が従業員ではなく経営者であるため、法に触れるものではない。(1日3,000円。)郵便局の運営にあたっては、運営委託金で1名を雇用し、もう1名はボランティア。あわせて、「みんなの店」も同一の建物にあることで電気代等の管理経費も一元管理している。さらに、県道3kmの草刈りを自治会で行うことで、土木事務所から年間80万円の委託費を確保しているが、その際には、

市内に住む息子らに手紙を出すとともに、大学生や地区のファンに手伝ってもらっている。ちなみにその御礼は「うきさとむら」での焼き肉で、その評判がよく、ファンは毎回足を運んでいる。

#### ■施設・組織の連携・役割分担

このように現在、地区の中心部には、住民の日常的な拠点としての「柚原簡易郵便局」と「コミュニティーうきさと みんなの店」、地区外からの住民との交流拠点としての「食事処 うきさとむら」が集積し、バス停も設置されておりいわば“小さな拠点”が形成されている。例えば、「うきさとむら」は交流拠点となつているとともに、住民が気軽に食事ができるとともに仕出し弁当も作れることから、これらの連携によって地区で必要な生活サービスが確保されるとともに、雇用・こづかい程度の収入のみならず、地区外の人材も確保している。

任意団体である「うきさとむら」は自治会や各種団体が関わっていないため、メンバーの思うように好きなことができるうえ、すぐに取り組めることが特徴である。なお、平成24年度からは、松阪市役所が市内の全地区で住民協議会制度を開始した。協議会は全員が自動参加であり、加入が任意である自治会とは異なる。(自治会には入っていない人もいる。)なお、前者は公民館費であった1,000円/年を引き継いでおり、後者は1,000円/月となっている。

#### ■外部人材との交流・活用

当初より、バスの存続に向けた利用率向上のために都市住民を活用しようとの発想があり、交流を重視した取組を展開してきた。単に朝市を開いてもわざわざ来てくれる人が少ないことから、交流の大切さに気づき、朝がゆを無料で配るとともに会話を交わすことでファンが定着し始めた。ファンが250人ほどに増えるに連れて「仲間と一緒に村おこしをしよう」との考えが広まり、そのうち70名は環境ボランティアサークルとなって草刈りなどの手伝いをしてくれるようになった。市役所職員の協力も加わって、毎年、七草かゆまつりや夏祭りを実施しており、そのお客さんがスタッフになった例もある。なお、市役所地域づくり応援室の職員は1名で6地区の世話役・行政とのパイプ役として活躍しているが、地区側でうまく利用して各種支援をしてもらっている。



(写真上から)  
「うきさとむら」入り口  
食事処うきさとむら  
生活雑貨を扱う売店。生活に必要なものが揃うほか、地域の人が集う場にもなっている。

### インタビュー

## 自治会を核とした地域生活環境の維持

大石 正幸氏／西井 玉枝氏  
柚原自治会会長／ささゆり会代表

活動にあたっては、マンネリ化を防ぐため、毎年、1つは違うことをしようと実施するとともに、イベントを企画運営できる人材を育てようと頑張ってきた。現在、協議会と自治会、任意団体の組合せで経営努力をしているが、認可地縁団体とNPO法人の間のような法人格があるとよい。本年、リーダー的存在の2名が亡くなり、うきさとむらのリーダーも80歳であることから、市内からでも担い手を呼びたいと思っている。移住してくれる人がいるとよい。

店舗を黒字化させて担い手の待遇を改善したい。当初は黒字だったが徐々に経営は厳しくなっており、若い子には給与を出しているものの、役員等は十分に給与が払われておらず、安定化させたい。物価・原材料費は上がっているが、値上げできなくて苦しい。また、忙しくなれば働きたいとの人は多く、イベント時には手伝ってもらっていることから、事業の拡大も見込みたい。すばらしい古民家があり、改修をして移住したいとの人も現れているが、上水道が整備されていないためみ取り式トイレであることが相当な壁となっている。このような取り組みも、諦めずにチャレンジしていきたい。

## 集落一丸。集団営農が地域を救う



安心院・松本イモリ谷  
大分県宇佐市安心院町

### 地域の概要

松本集落は大分県宇佐市安心院町中央部にあり、四方を山に囲まれた中山間地域である。谷を上から見ると「イモリ」の形をしていることから「イモリ谷」と呼ぶようになった。松本川に沿った谷に農家が点在しており現在は140名54軒が生活している。うち、1ターンの集落にきたものも8軒ある。主たる産業は水稻、大豆、ぶどう栽培などの農業（農家数31戸（うち専業6戸）、耕地面積水田34ha、果樹等11ha）だが、一つあたりの農地が狭小であるために効率的な大規模農業は難しい地域である。さらには農作業の機械化が進行し、各農家が小型農機を利用するようになったことで、集落内における農業の小規模・個別経営化が進んでいた。

かつての松本集落は田舎特有の閉鎖的で固定化された考え方があったため集落内の共同意識が薄く、集落営農等には程遠い状況であった。そのため、集落住民の協働意識を醸成することや、集落営農などの効率的な農業経営を集落が協力して行うなどの対策が求められていた。

### 取り組みの概要

松本集落の変化のきっかけは、平成12年に当時の町の転作助成や中山間地域等直接支払制度を利用して集落内の複数農家が、稲作から大豆に転作をしたことだった。この転作をきっかけとして集落内の農家35軒で「松本営農組合」を組成。営農組合には機械作業班や栽培管理班等があり、集落内における栽培協定、農作業の受委託、共同利用農業機械の購入、維持管理等の事業を行っており、まとまった大豆栽培を行うための集落内協働体制を整備した。平成12年には集落の水田20haの8割にあたる17haに大豆を作付けし、その後は連作障害を避けるために、農地を分割して隔年ごとに米と大豆を栽培した。生産量は決して多くはなく、10aあたり120kgであるが、良品質であったため、大分市内の豆腐製造業者との契約栽培・全量買取りが開始された。平成14年には大分市内に集落のアンテナショップ「豆の力屋」をオープンさせ、集落で生産した野菜、ぶどう、加工品などを販売するようになり、それまでは市場への出荷ができなかった農産物の直売も可能となった。また、加工品の販路ができたことで女性たちが中心となって、集落内に5軒の農産物加工所が開設された。平成16年には集落内に直売所「大きな豆の木」が開店。集落産の大豆を使った納豆の製造販売と地域農産物を始めた。

これらの活動が評価されて、大分県におけるモデル集落に選定され、平成12年には「集落ビジョンづくり研修会」が開催された。住民たちによる集落の将来ビジョンの話し合いが重ねられ、集落の未来の姿を一枚の地図に描くなどの検討が行われた結果、それまでは別々に行われていたイベント等の交流活動と農業等の生産活動を一体化し、活力ある集落の方向性を打ち出すこととなった。

同年には集落住民が集うことのできる拠点として「松本集落営農センター」を建設。この建設には中山間地直接支払制度の補助に加え、住民からも1戸あたり10万円（5年間）の拠出を募り、文字通り「みんなの公民館」を作った。現在でも集落の集会や各種イベント等に活用されている。

集落内のこうした動きを受けて集落の魅力を対外的に発信する取り組みを行おうと、平成13年にはUIターナーを含む集落内の若手夫婦30名で任意団体「イモリ谷苦楽分（くらぶ）」を結成。集落の自然や営みなどの地域資源を生かして、「レンゲ祭り」「ホタルコンサート」「屋外映画祭」等の都市農村交流イベントを企画し、毎月1回程度開催して多くの集落外からの客を集めている。

また、農家が農業生産だけでは成り立たなくなっている現状を踏まえ、農家のもう一つの収入の柱をつくらうと、平成4年に地域住民と行政職員など10名で「安心院アグリツーリズム研究会」を組織。農村の環境を生かしたプ

ログラム等の研究を重ねた。さらには農家だけでなく、街全体で連携をするために、平成8年にはさらに広範囲のメンバー30名で「安心院町グリーンツーリズム研究会」を組織。安心院町（当時）全体でグリーンツーリズムに取り組むこととなった。平成14年からは「集落グリーンツーリズム」として、修学旅行・体験旅行を集落に受け入れを開始。年間約40校の学校が集落を訪れている。これらの受け入れが農家の収入になっているだけでなく、住民らが各種プログラム等を楽しみながら企画・実践していることで集落内コミュニティーの形成にも役立っている。

こうした松本集落を魅力に感じたIUターンも生まれており、これまでに1ターンの9家族29名、Uターン7家族23名が移住した。現在では集落の総世帯数の3割を占めている。平成16年には、各種の活動が評価されて「農林水産祭むらづくり部門天皇杯」を受賞した。

ほかにも、平成20年には安心院町内の農業者らが協力して「企業組合百笑一喜（ひやくしょういっき）」を設立。農産物の販売事業による農家の所得向上を目指して、地域産農産物の給食事業への提供、大分市や別府市などのスーパー等小売店へ直売、産直コーナー運営などの販路拡大に努めているほか、酒造会社と協力して「オリジナル日本酒」やハウスワイン特区制度を活用して「イモリ谷オリジナルワイン」を作るなど、活発に活動が続いている。

今後は、集落の活動全体を包括し、かつ事務局的業務を一括して担うことのできる組織を集落内に設立することで、農業とグリーンツーリズムの複合経営や集落内人材バンク設置（農作業補助等）などの営農の更なる効率化に加え、集落情報のさらに活発な対外的発信を行うために、全国の集落関係者ネットワーク化、農家レストランの開設（食材、メニュー開発）、情報の発信、周辺集落との効果的な連携等を目指している。

元々はまとまりがなく、活気がなかった集落だったが、大豆の集団営農をきっかけにまとまりを見せ、各種イベントの企画等を行うまでになった。集落住民が協働して行った活動によって集落内に良いコミュニティーが生まれたことに加え、活動を通して外部から人が訪れ「注目をされる」ことで集落住民の意識の変革をもたらし、集落に対する誇りを生んだ。そしてその誇りが「もっと何かをやろう」という集落活性化の好循環を生み出している。



安心院・松本イモリ谷苦楽分  
事務局長  
荷宮 英二氏



(写真上から)  
イモリ谷の様子  
集落営農センター  
営農センターの中にはイモリ谷に関する展示  
イモリ谷のぶどうを利用したワイン  
納豆の製造所

## 集落のみんなに居場所とやりがいを 集落全員参加の株式会社



株式会社萩の会  
島根県益田市匹見町萩原地区

### 地域の概要

益田から車で40分の中山間地域。益田市（旧匹見町萩原地区）面積の9割を山林が占める。旧匹見町はピーク時に約7,500人（S30）いたが、現在は約1,600人に減少。萩の会の舞台である萩原集落の人口は約30人。かつて、匹見町だった頃に、当時の町長が「過密」に対しての人口減少を表現した「過疎」という言葉を初めて使ったため「過疎」発祥の地とも言われている。

### 取り組みの概要

平成10年ころ、集落では高齢化と人口の減少によって、農地の荒廃や空き家の増加が進行していた。こうした事態に集落の女性たちが中心となって「なにかをやらなくては」と始めたのが、集落の女性が男性に料理を教え、皆で食事をする「男の料理教室」だった。月一回のこのイベントで顔を合わせるうちに、集落の中に「皆が生涯現役で、心豊かに暮らさせる集落をつくりたい」という共通の意識が芽生えてきた。そして生まれたのが任意団体「萩の会」である。

萩の会が最初に手がけたのは、集落内の空き家を活用した民宿「わがままおばあちゃんの宿・雪舟山荘」だった。萩の会の中に女性6名からなる「民宿部会」を結成して運営。民宿では、山菜、川魚などの地域で採れる食材を使い、おばあちゃんたちが伝統の料理法で調理した料理を提供した。さらに「民宿にはお米が必要だ」として、集落の男性たちが「水稻部会」を結成し、当時、作り手のなくなっていた水田30aで稲作古代米などの珍しい米を栽培して提供して好評を得ていた。民宿には年間で500人を超える利用客があった。

民宿での活動を行っていた平成13年。町の特産物を生み出そうと、旧匹見町が集落内につくり管理していた「ブルーベリー園」が頓挫してしまい、これを集落が引き取ることとなった。萩の会の中にブルーベリーの栽培からジャムへの加工を行う「ブルーベリー部会」を結成した。このブルーベリージャムは試行錯誤の末に製品化に成功し、益田市特産品コンテストでグランプリを受賞するなど注目を浴び、通販等でピーク時には5,000本（1本600円）を売り上げるまでになった。さらに第二弾として「なめこの佃煮」も開発し販売している。他にも、集落に都市部の子供達を受け入れ、各種の体験プログラム提供する取り組みも行っている。集落内メンバーのアイデアによって、古代の暮らしや食事を体験する「古代体験」などのプログラムを設け、夏季には広島から集落の人口を超える100名を超える子供達が合宿に訪れるなど、成功を収めている。

当初、萩の会の活動は集落住民のボランティアで行っていたが、この頃から民宿事業やジャム製造販売事業によって収益が上がるようになってきたため、メンバーの活動に対して賃金が支払えるようになってきた。平成17年には任意団体だった「萩の会」を「株式会社萩の会」とした。その背景には、事業による収益が上がるようになったために税務処理等を行う必要ができたことに加え、組織としての信頼性向上や体制強化をするという目的があった。当時、資本金にはそれまでの事業によって集落内に蓄えられていた貯金を充て（それまでの民宿、ブルーベリー加工販売などで数百万円の貯蓄になっていたという）、それまでの「部会」活動は継続し、新たに会計担当を設置した。構成員は「集落全員」とした。当時、「集落全員参加の株式会社」や「女性の活躍」が注目され、地域づくりに関する各種の表彰を受賞した。

平成19年には外からのお客様をも受け入れる場として、また、集落住民の集いの場として、体験・特産品の館「萩の舎」をオープンした。この木造の小さな建物は集落内の皆で設計から施工までを実施。集落の男たちが中心となって完成させた。同時に、それまで民宿として利用していた家の家主が帰郷したことによって民宿は一時休止。

平成20年からは旧匹見町地域の各種団体19団体が参加して「田舎体験推進協議会」を結成。都市部からの子供に体験プログラムを提供する取り組みを行っている。田舎料理体験、農家民泊、ものづくり、農業体験など30近い種類のプログラムが用意されており、100名を超える多くの子供が体験プログラムに訪れ、その収益は地域にとっての重要な収入源の一つになっている。

萩の会は集落維持においても、重要な役割を担ってきた。近年ではメンバーの高齢化は進んでいるが、それぞれの世代が自分にできることを無理せず継続しており、小さな集落内のすべての世代にとっての「居場所」と「やりがい」となっている。

こうした、全員に「居場所」と「やりがい」がある集落に魅力を感じた移住者（30代の夫婦と子供）も生まれている。この移住者も、移住したその日から「株式会社萩の会」のメンバーに入っており、萩の会は新しく集落にきた人にとっての居場所にもなっている。



株式会社萩の会 代表  
斉藤 ソノ氏



（写真上から）  
萩原集落  
萩の会の代表を務める斉藤さん。90歳になる。  
萩の会の女性のみなさん

# 全国初！ 自治会事業主体の太陽光発電事業

山王自治会  
兵庫県丹波市春日町国領



## 地域の概要

兵庫県丹波市春日町国領にあるわずか12軒の小さな村（山王自治会）の取り組みである。南に竹田川が流れ、北面は山に囲まれた5ヘクタールほどの農村で、人口は40人あまり、年々住民の高齢化が進み、同時に少子化と過疎化が進む村。若い世代の働くところが少なく、高齢者世帯の収入が年金に頼らざるをえない現実の中、自治会の運営のための経費や村が生活を営んでいくための「日没」という作業費用が大きな負担となっていた。少子高齢化、過疎化を少しでもくい止め、少しでも住みやすく、将来の世代が豊かに、安心して暮らせるようにしようと思う状況が続いた。

## 取り組みの概要

大きな負担となっている自治会の運営経費は、1軒あたり年間6万円（毎月1軒あたり5千円）である。村の定例会では常々、村の活性化に向けた意見が交わされてきたが、これといった打開策が見出せずにいた。

1998年の秋、村のある家庭の屋根に太陽光発電設備が設置され、これが村の活性化に活用できないかと村の定例会で提案された。自治会所有の土地の一部を国に売却し、2012年、竹田川沿いの自治会所有の空き地（約700平方メートル）に216枚の太陽光パネルを設置、太陽光発電事業に挑みました。設備費用は約1,700万円。最大出力42キロワットの設備で、年間約180万円の収入を見込む。20年間、関西電力に売電する計画である。電力の固定価格制度の導入によって、安定的な事業収益・キャッシュフローが生まれ、自治会における運営資金の安定化につながっている。

太陽光発電事業を自治会で取組むのは全国で初めてだったため、TV、雑誌、新聞などさまざまなメディアに取り上げられるようになり、その後、市内、県内の自治会をはじめ多くの方から問い合わせや視察依頼があり、これらのことが、あきらめの気持ちから「なにかできる」「なにかやろう」という前向きな気持ちへと人々の意識を変えていった。

今では村民の意気も高揚し、「こうしたらどうや」「こんな企画はどうや」といった活発な意見が交わされるようになり、休耕田を利用した小豆の栽培や山椒の栽培、他地域との連携を図るため、ホテルの鑑賞会などが進められ、今後も多様な活動を展開してきながら、村の活性化を図り、少しでも住みやすく、将来の世代が豊かに、安心して暮らせる環境を整えていく。

### 山王自治会太陽光発電システム

- ・設備容量：42.12kW
- ・年間予想発電量：44,814kWh
- ・土地面積：川沿いの空き地（自治会所有）約700㎡
- ・売電契約内容：42円/kWh 20年間
- ・設備費用：約1,700万円
- ・年間予測収入：約180万円



山王自治会太陽光発電所

## インタビュー



結束力×行動力＝新しい未来

細田 泰宏氏／細田 勉氏  
山王自治会

同じ課題をもつ自治会に向けて、細田氏がこれまでの経験から大切なものを語ってくれた。

### 1. 本事業がスタートできたのは昔から続く結束力にある

この村は、昔から「みんなで生活を支えていく」という結束力があり、子供たちの勉強は先輩が教える、村に収入がない時代には、村のみんなで精米工場を建てるなど、村で協力して行う環境がありました。今でも夏休みには若い青年が公民館をつかって子供たちに勉強を教えています。村全体の活動では、年に1回夏祭りを開催し、かれこれ30年は続いています。また、正月になると餅つき、夏にはバーベキューなど、人が集まる機会をつくっては、みんなでわいわい盛り上げています。本事業における、村の資金の活用についても、様々な意見が交わされたが、最後は「みんなで村を元気にしたい」「協力して行う」といった昔から根付いているみんなの思いや結束力があつたからこそ進めることができたと感じています。

### 2. 行動力が村に生まれた！売電収入によって心の余裕も得ることができている

村の取組みについて、皆にアンケートをとったことがあります。それらの意見からホテルの鑑賞会や、休耕田を利用した小豆の栽培、山椒の栽培が動き出しました。村のみんなで旅行に行きたいと言った企画もあがっています。とにかく、一つ一つできることから皆で意見を交わし取り組んでいくことが必要です。そう言った行動力が村に生まれたことがよかったと思っています。また、これらの行動により皆で作業する時間も増え、ひいてはそれがみんなの意見を交わすきっかけとなり、普段気が付かなかった個々の悩みや日常の課題などが共有できるようになっていった。太陽光発電事業は、単に売電収入を得るだけでなく、心の余裕も得ていると感じています。

### 3. 自信による自立への大一步

今まで行政の補助メニューがあるから取組みをするといったことが多く、自分たちがリスクを背負ってでもやろうという事業は少なかったと思います。行政の支援があるから何かをするのではなく、自分たちが何をやりたいのか、きちっと出すことが大切です。やりたいこと、やれることも、一つ一つ整理していくと出来ることがあります。まずは、一つでも自分たちで実施することが、自信と喜びを生み、実施した成果を残すことで地域としてもう一歩踏み込もうといった前向きな思いにつながっていると思いました。行政等の支援をうけずに取組んだことが、自分たちだけでもできるといった自信になり、自立するための一歩を踏み出せたのではないかと感じています。

### 4. 資金援助だけでなく、一緒にやろうといったスタンス・後押し

村の活性化のために取り組んだ太陽光発電設備の設置が、継続事業に該当するという事で、地縁団体が取り組むと法人格があるとみなされ「法人税」が一般企業と同様に課税されます。また、設置により土地の評価額が変わってしまい、「固定資産税」も上がってしまうということがあとからわかりました。当時はまったく前例がなかったため受け入れられなかった自治体の援助についても、本事業を事例に、他の同じ課題を抱えている自治会に対して何らかの援助が受けられるシステムを検討していただきたいと思います。また、ただ単に財政的な支援だけでなく、取組みをしようとしているところに対して、行政として持っているノウハウを提供していただき、一緒になってやりましょうといったスタンス・後押しをしていただけると助かります。

## 3人の集落の挑戦 チームワークで地域を守る

下河内の里山を守る会  
三重県紀北町



### 地域の概要

下河内地区は、紀北町紀伊長島区の山間部に位置するのどかな集落。200年ほど前に開墾され、豊かな農地と山林を有する集落として栄えてきた。明治から昭和にかけては、宮川上流部の山村と紀伊長島の海を結ぶ街道の要所としてにぎわい、旅館や茶店が営まれていた。かつては分校があるほど多くの人々が住んでいたが、町内でも特に高齢化が進んで人口が減り、現在は2世帯3人が住まう小さな集落である。

### 取り組みの概要

「下河内の里山を守る会」は、地区の住民と下河内に縁のある人々が「地域のもつ豊かな自然を守ること」を目的として、2003年11月に発足。下河内の美しい景観を保全するため、休耕田を活用した様々な農産物の生産に挑戦した。2004年に県の農業普及指導員のアドバイスを受け、そばの栽培を開始。全員でそば打ちを学び、そば打ち体験を実施するなど、そばによる地域おこしに取り組んだ。また2006年からは、特産化を目指してマコモ栽培を始め、近隣の小中学生を対象に、植え付けと収穫体験を実施するなどの食育に関する取り組みも行っている。

2008年には、旧旅館の築約120年の古民家を借りて、会員自らの手で約1年かけて活動・交流拠点「そば蔵 旭屋」として改修。2010年5月から第2土曜日を「下河内の日」とし、地元農産物や生そば、漬け物、手づくりこんにゃくの販売や、そば打ち体験、こんにゃくづくり体験などの体験の場として活用している。2012年7月からは、「下河内の日」限定で農家レストランを開店。そばや地域の野菜・米を使った田舎料理による「里山定食」などを提供している。親と一緒に訪れた子どもは、ビオトープや水路などに棲む生物を見つけると夢中になって遊び、自然と触れ合う場にもなっている。

現在、「下河内の里山を守る会」の会員は約50名で、年代は40歳代～70歳代。会のそば打ちの評判が広がったことで、そば打ち技術の向上をひとつの目的として会に参加する人が出てくるなど、少しずつ会員が増えていった。下河内地区外の会員が多く、尾鷲市、熊野市、津市などの遠方の地域在住の会員もあり、会の活動を手伝うために、イベントごとに地区を訪れている。会員は、イベントでのそば打ちや会員同士の勉強会を通して技術を磨いており、「素人そば打ち名人戦」で名人位を受賞した会員もいるほど全国でも有数のレベルになっている。そば打ちの他にも、「こんにゃくづくり体験」、「おかしづくり体験」、「語り部と歩こう下河内ウォーキング」など、会員それぞれの特技や興味のある分野を活かした体験メニューも豊富で、訪れる人を楽しませるとともに、会員の生きがいづくりにもなっている。

「下河内の日」が始まるまでは、地区を訪れる人はほとんどいなかったが、現在は年間900人あまりが訪れるようになった。リピーターも多く、会の活動が多くの人々に親しまれている。「下河内の日」は、毎月20名ほどが手伝いに訪れ、そば打ち、田舎料理の調理、農産物などの販売、後片付けなどを分担して農家レストランを運営し、閉店後は全員で賑やかにまかない料理を囲んだり、そば打ちの練習に励んでいる。地区内外の人々による「新しいつながり」によって地域づくりが行われ、にぎわい、楽しさ、生きがいなどが生み出されている。

### インタビュー



大切なのはみんなのチームワークです。

橋本 三保氏  
下河内の里山を守る会 会長

下河内の里山を守る会では、定期的にイベントを開催することで、下河内の里山にたくさんの人に来てもらい、良さを知ってもらうことを目指している。

会員それぞれの得意なことを活かしている。例えば、料理を作ることが得意な人、こんにゃくづくりが得意な人、農作業が好きの人。会はそういった人の寄り集まり。来てもらった人を楽しんでもらうのはもちろんだが、第一に自分たちが楽しんで活動している。会員はボランティア。下ごしらえなど前日の準備から大変で、イベントを終えて家に帰るとどっと疲れが出るが、それがなぜか楽しい。好きでないとできないこと。お客さんが少なく、会員の数の方が多い時もあるが、それも良いんじゃないかと思って活動している。そのように暢気にしているので、あまり利益が無い。利益が無くても、お客さんに喜んでもらおうと、精一杯のことをしている。この歳になっても目的があることは大変良いこと。素晴らしいと思う。

農家レストランでは、地区で作った米や野菜を使った、家庭で作るような田舎料理を提供している。他にも、てづくりこんにゃくと地元の卵、おかあちゃん秘伝の味噌を使った「こんたま」という「ここにしかない」おでんを考えて販売している。

今後の目標としては「下河内の日」の開催を月1回ではなく月2回にしたり、レストランの規模を大きくしたいという気持ちはあるが、会員の負担にならずに、気楽に続けていくことを第一に考えて、まずは会員をたくさん増やしていきたい。

ひとつのことをしようと思ったら、一番大切なのはチームワーク。会が一丸にならないと何もできない。「下河内の里山を守る会」は皆が平等で、頼り合って活動している。



農家レストラン。皆で楽しく調理をしている。

## 外部との「気楽な交流」で 限界集落を存続

NPO 法人大長谷村づくり協議会  
富山県富山市



### 地域の概要

大長谷地区は富山市中心部から車で1時間半ほどの県境の山間地。面積は約61km<sup>2</sup>で八尾町の面積の25%を占めているが、ほとんどを山林が占めており集落と農地は大谷川沿いの標高400m～500mの段丘地域に細長く点在している。豪雪地帯で年間の130日以上を雪に閉ざされ平均の積雪量は2mにもなる。昭和35年には268世帯、1,690人が生活していたが、その後急速に過疎化が進行して平成13年には48世帯95人にまで減少。今後、何も対策を行わなければ5、6戸まで減少すると予想されている。高齢化率は56.8%にまでなっており、近年では集落機能の維持、地域コミュニティの維持が困難になっている。

主な産業は農業で水稻のほかにカブ、そば、山菜やキノコ類の栽培のほか、養鶏や畜産も行われていたが、農地が狭小であるために再規模な営農は不可能で、さらに近年は営農者の高齢化によって耕作放棄地は増加し続けている。また、林業も産業の柱であったが担い手の不足によって今はほとんど行われていない。かつては、現金収入を得る副業として、炭焼き、紙漉き、養蚕等の伝統産業も行われていたが高度経済成長期を経て衰退し現在ではこれに携わる人もない。豊かな自然環境を生かしてキャンプ、ハイキング、溪流釣り、山菜採り、キノコ採りなどに訪れる人は多く、町内にはキャンプ場や、体験学習施設「大長谷自然教室」があり自然体験学習等が行われているが地域経済に影響をもたらすまでの規模にまではなっていない。

### 取り組みの概要

大長谷地区では古くから、自然の恵みを活かした自給自足の生活で、集落も親族が分家する形で徐々に形成されて集落内で助け合う生活が長く続いていた。昭和40年頃からは冬を迎えるごとに住民の離村が相次ぎ、集落内に「取り残されたら生きていけない」という空気が充満し、地滑り的な人口減少が始まった。昭和50年代に入ると郵便局や農協が撤退、昭和58年には地域の小学校も廃校となった。そうした中で、当時高校を卒業して村に戻った村上氏がキノコや山菜を加工する加工場、和牛飼育や山荘の経営を始めた。

昭和62年頃からは自治振興会を就寝に廃村を危惧する機運が高まり、空き家や空き地を利用した定住促進の取り組みも行われるようになり当時13組が移住をした。けれども地域の移住者受け入れに対する姿勢は必ずしも積極的なものではなく長期的な定住に結びつけるのは困難であった。

急激に進む過疎への打開策が見えない中、平成15年には地域活性化委員会を設立し、地域の未来について議論が交わされ、大長谷の豊かな自然環境や農業、農村文化などの地域資源を活用した都市農村交流事業を行うことで、地域の活性化をすることになる。

これを受けて、平成17年には「大長谷村づくり協議会」を設立、村上氏はじめ村内のメンバー（理事8人、監事1人、会員8人）が集まり活動を開始した。協議会のメンバー自身がよく知っている地域の山などを案内して山菜・キノコ採り、自然体験などをするプログラムを年間通して提供。年間行事予定表を送付するなど積極的な広報活動も行い徐々に大長谷村のファンを作っていた。

そうした中で、大きな動きとなったのが平成22年の「ながたん農援隊」の設立である。

それまでのプログラムを提供して完結する観光産業的なものではなく、都市部の住民が大長谷のメンバーになるような仕組みをつくったのがこの「ながたん農援隊」であった。「農援隊」は農作業や、山菜・キノコ収穫等の集落の営みを、好きな時間にきて、好きな仕事をして助けるという仕組みで、無理なく楽しんで続けることが可能になっている。また、作業の報酬は支払われないが返礼として収穫期には収穫物が送られる仕組みになっている。これまでの体験プログラムでは難しかった集落民との人間関係も形成されるようになり、徐々にメンバーが増加、平成25年には1,000名を超えるボランティアが大長谷村を訪れている。

「農援隊」は単なるボランティア農作業の人材バンクではない。その裏には参加者に安全に楽しんでもらうための工夫がなされており、山に入るときには山を熟知した地域住民が必ず同行し、連絡体制や設備の充実に努めている。ながたん農援隊が行っている取り組みは年中を通して行われており、毎回多くの参加者がある。例えば、「山菜教室（山菜に詳しい地域住民が山菜について教える教室。30名が参加）」「春を食する会（春の食材を用いた食事会。5名が参加）」「山菜祭り（150名が参加）」「富山帰農塾（農業の体験教室。平成19年からで133人が参加）」「キノコ教室（35名が参加）」「かんじきハイク（雪山をかんじきを履いて歩く体験。15名が参加）」など。

平成23年からはより魅力的なプログラム開発を目指して「モニターツアー」を実施。集落で運営可能かつ参加者に喜んでもらうことができるツアーの内容を、実際に客を呼び込んで検討する努力を続けている。今後も、大長谷の挑戦は続いている。

今後は地区に伝わる伝統文化を継承すべく「炭焼きの復活」「漬物文化の継承」を目指して動き出しているほか、地域産品のブランド化や加工品製造を開始している。

大長谷は、長く集落の人のつながりによって支えられてきたが、地区の社会的機能が失われてしまった現在では定住の促進等は困難である。かつて無理に進めた移住施策は失敗に終わり、人口増加にまでは至らなかったけれども、今では定住までには至らなくとも、大長谷の自然環境に魅力を感じてくれ、集落民と価値観の共有ができる外部の人々との「気楽な交流」が生まれている。肩に力を入れず、やれることからやっていくことで集落を存続させていく。



(写真上から)  
大長谷集落。空き家や耕作放棄地が目立つ



NPO 法人大長谷村づくり協議会  
理事長  
村上 光進氏

# 4. 地域をまもる

—地域コミュニティの維持と創出—

## 外部と連携して コミュニティをつくる



# 日本の田舎をステキに変える！ 「創造的過疎」の町



NPO 法人グリーンバレー  
徳島県神山町

## 地域の概要

徳島県東部の名西郡（神山町・石井町）にあり、町の中央を東西に横断する鮎喰川上中流域に農地と集落が点在。約83%は300～1,500m級の山々に囲まれている。年平均気温は14℃前後、年間降水量は2,100mm前後。季節によって寒暖の差が大きく、地区によっては冬に数センチの積雪もある。産業面では、果実生産が盛んであり、スタチは徳島県内の生産量の24%を占め、日本一。1999年から町内有志によって芸術家を招へいする「神山アーティスト・イン・レジデンス」を開始。近年はIT企業のサテライトオフィス進出もあり、2011年には神山町誕生の1955年以来初めて社会動態人口が増加に転じた。（神山町WEB、Wikipediaより抜粋）。人口：6,038人（平成22年国勢調査）（1970年13,588人）65歳以上人口：2,801人（46%）総世帯数：2,582世帯 徳島市からは車で45分。

## 取り組みの概要

1992年、アメリカから贈られた「青い目の人形」を通じた国際交流を行う地元有志団体「神山町国際交流協会」の活動がきっかけとなって生まれた。当初は「環境」と「芸術」という二つのテーマによる町づくりを掲げて開始。1998年には日本で初めて、地域の道路を地域事業者等が清掃管理する「アドプトプログラム」を開始。1999年からは国内外の芸術家を町に招聘し、町に滞在して作品をつくる取組み「神山アーティスト・イン・レジデンス」を開始し、今年で16回目を迎えた。この取組みがきっかけでアーティストの移住者が徐々に増えてきたことを受けて、2007年からは神山町から「移住促進支援センター」の委託を受け移住者の受け入れ事業（空き家再生、商店街再生、移住交流支援センターの運営等）を行っている。

2010年からは町内の空き家を改装して都市部のIT企業等のサテライトオフィスとして貸し出す「サテライトオフィス事業」を開始、2014年現在IT企業等約10社が入居している。さらには雇用保険を持たない若者が職業訓練を行い就職につなげる場として「神山塾」を開設。2010年からこれまでに5期66名が修了しており、そのうちの4割がサテライトオフィス入居企業に雇用されるなど神山町に残る。

「日本の田舎をステキに変える！」をコンセプトに、現在ではアート事業（神山アーティスト・イン・レジデンス等）、移住促進・地域再生（棚田再生、空き家再生、商店街再生、田舎暮らし 古民家 物件 不動産）に関する情報提供等、サテライトオフィス、農下村塾）まで幅広く行っている。



(写真上) 神山町の風景  
(下) 古民家を改装した「サテライトオフィス」の外観と内部

## インタビュー



日本の中山間地域へ

大南 信也 氏

NPO 法人グリーンバレー 理事長

▼1997年に徳島県の「徳島国際文化村」事業をきっかけに「環境」「芸術」の二つを柱にまちづくりをしていくことを決めた。まずは「環境」への取組みとして1998年からは「アドプトプログラム」というアメリカ発祥の道路清掃プログラムを日本で初めて取り入れた。道路を一定区間ごとに区切って、そこを地元企業等が行政に代わって清掃をする仕組みである。「芸術」への取組みとしては1999年から「神山アーティストインレジデンス」として、国内外からアーティストを招き、神山町に滞在しながら作品を作って残してもらい取り組みを行った。この取組みがきっかけで、アーティストの移住者が少しずつ増加したため移住者支援を行うことになった。現在は「移住促進支援センター」の運営を受託し、神山町の情報発信から、移住者のための空き家紹介まで幅広く支援を行う。さらには「神山町の将来のためになる若者を移住してほしい」という思いから、2010年には「サテライトオフィス事業」を開始。同時に求職者支援制度を利用したプログラムとして雇用保険を持っていない若者を神山町に集めて6ヶ月間の職業訓練を行い、若者の雇用機会を創出する「神山塾」を開設。これまでに5期66名が修了しており、そのうちの4割がサテライトオフィスの企業に雇用されるなどして神山町に残るなど地域の若年層人口増加に寄与している。最初は「環境」「アート」という二つの柱で始めた活動だったが、そこからその都度の地域の要求や、課題に対応して様々な事業が派生し、それらが徐々にリンクしている。

▼これまでは地域のことにしても、行政が行って住民が従う形だった。行政と住民がもっと並列な関係で、住民が主体的にまちのことを考えられる姿を目指していた。当初はアート事業も文化庁・県・町の補助金等で運営していたが、常に「自分たちが主体でつくっていく」ということは大事にしていた。「神山のリーダーシップは特異ですね。」と言われるという。多くの場合、リーダーシップとは「一人のリーダーが引っ張っていく」ものか、「リーダーが最後尾にいてハンドリングして組織を動かしていく」ものであるが、神山の「リーダーシップ」はいくつかのプロジェクトが同時進行で動いていく中で、時々最適リーダーが浮き上がってきてチームを引っ張る。という「浮遊するリーダーシップ」と言える形態をとっている。

▼全国に数あるアートの町おこしでは、有名なアート作品を地域に配置し、それを見に来る観光客の増加を狙うというのが一般的である。けれども神山町には資金がなかったことに加え、町にアートの専門家がいなかったため「アート作品」そのものを町に呼ぶのではなく、「アーティスト自身」をターゲットにすることにし「日本で制作をするなら神山！」というポジションを目指した。これが「アーティストインレジデンス」の発端である。この考え方は空き家を利用した移住施策「ワークインレジデンス」にも活かされ「仕事を持った人」に移住してもらう事を目指した。神山の「ワークインレジデンス」では物件に職種を紐付け（例：この物件はパン屋さんをやる人にだけ貸す）など、今地域が求めている職種や、将来地域が必要とする職種やを意識的に呼び込む事を行ってきた。空き家や店舗を単に貸すだけでなく「どういう人を呼びたいか」明確にして「マッチング」をすることで可能になる新たな可能性に気づいた。「ワークインレジデンス」はまさに町をデザインしている。

▼グリーンバレーが目ざされたのは、マスコミへの露出をし始めた数年前だが、町としては25年以上の時間を費やしてゆっくりと変化してきている。「25年前、グリーンバレーと町の人々は同じ電車に乗った。緩やかに動いているが、あくまでもグリーンバレーと地元住民は同じ電車に乗っている関係はずっと変化していない。」

▼「日本の中山間は農林業に固執するのではなく、中山間地域でも多様な人々が働く事ができるという場所を作る事で、バランスをとることが大事なのではないか。そうすることで、中山間地域でも飲食業などのサービス産業も成り立つし、結果としてそこで使う食材を地域から調達するなどの形で一次産業が復活する。今までと方向性を変えた形でもう一度、根幹にある農林水産業を見直す必要があるという。」

▼観光客誘致を地域でよく見られるのは、地域の人々が外の人に対して「来てください」とお願いしている様子。大南氏は上下関係をつくらず「フラット」な関係であるべきと言う。ワークインレジデンスの入居企業第一号である企業が来るとき、大南氏がその社長に話したのは「もし（神山町で）上手く行かなかったら無理をして残る必要はない」という話だった。神山町にサテライトオフィスを開くにあたって、グリーンバレーは物件探しから各方面の調整まで様々なことをする。それに対して企業側が「お世話になった」という気持ちを持つのは致し方ないことであるが、大南氏は「それを恩に感じる必要はない。うまく行かなかったときに素直に言えない関係は良くない」という。町に来る企業が「地域貢献」をしようと思うのではなく、「本業」をしっかりとできることが重要であり、地方でも事業が出来ることを証明することが出来れば、神山に限らず日本の各地方における「モデル」になることができる。そのためにそのために、貸し借りの関係がないフラットな関係を築くことが大切であり、「お願い」をして来ていただいたとしても長い目で見てうまくいかない。

# みんなが行きたい 「未来の方向性」を示す

株式会社巡の環  
島根県海士町



## 地域の概要

島根半島沖合約 60Km にある隠岐諸島のうち中ノ島にある。1 島 1 町の小さな島。対馬暖流の流れる豊かな海と、豊富な湧水に恵まれた自給自足のできる半農半漁の島。人口の流出と財政危機の中で、2005 年に町長は給与の 50%カット、課長級は 30%カットを断行した。その資金を元手に最新の CAS 冷凍技術を導入し海産物（イカ、岩牡蠣等）のブランド化を行うなどしている。こうした産業振興等や島外との積極的な交流により 2004 年から 13 年までの 10 年間で 400 人以上の移住者（I ターン）、200 人以上の U ターンを生み、島の人口の 20% を移住者が占めるまでになっている。地域活性化モデルとして全国から注目されている。

## 取り組みの概要

「持続可能な未来に向けて行動する人づくり」をテーマに掲げ、2008 年に海士町に I ターンした阿部氏はじめ 3 名で立ち上げた株式会社。主に「地域づくり事業」「教育事業」「メディア事業」の三つの事業を行っている。

「地域づくり」事業では「地域に根ざす」ことを目的とし、海士町役場や、地域コミュニティーと協働して、地域づくりや地域イベントの運営等を行っている。都市農村交流を目的とした「AMA ワゴン」（2006 年～ 2009 年）では、「学校における出前授業」「地域密着型交流」の 2 つを実施してきた。都市の若者を海士町に迎え、島前高等学校や海士中学校で参加者が講師となって授業をする「出前授業」を通して、島の子どもたちに広い視野・世界観を持たせることや、農業体験や郷土料理づくりなど島ならではの体験を通して「海士ファン」を増やすことをしてきた。

「教育事業」では、島そのものを学びの場として、地域コーディネーターを養成する「めぐりカレッジ」や、人間力を高める企業研修「海士五感塾」の展開等を行っている。

「メディア事業」では、「海士 WEB デパート」を運営し、島の特産物をブランド化し、島外へ販売することや、東京で海士の魅力を伝えるイベント「AMA カフェ」など、島の魅力を外に伝える取組を行う。現在、3 事業の比率は「地域：教育：メディア（4:4:2）」、現在社員は 8 人がプロジェクト単位で動いている。

現在、巡の環の年間売上額は約 4500 万円。研修等で訪れる人の宿泊費や飲食代、地元のスタッフの雇用費などの経済効果は約 4000 万円にのぼり、「外貨」獲得が重要である離島にとって島全体の産業にとって大きな成果を生んでいる。また、現在では研修等の「教育事業」で島を訪れる人は年間 300 名以上にのぼり、巡の環が島外で行っているイベントでは年間で 4000 名を超える人々に島の魅力を伝えている。このように島の内外に波及する人のつながりの効果は大きい。また、阿部氏をはじめとした「巡の環」のメディア露出による海士町の宣伝効果は計り知れない。



(写真左)  
海士町南部の「崎」集落。空き家が目立つ。  
(右)  
「ないものはない」海士町の印象的なキャッチコピー

## インタビュー



地方では「合わせ技一本！」のビジネスが必要

阿部 裕志 氏  
株式会社巡の環 代表取締役社長

地方では「合わせ技一本！」のビジネスが必要

マーケットも、リソースも限られた地方部においてビジネスを成功させるためには、1 事業で 1 つのビジネスにするのではなく、複数の事業で連携して収益化する「合わせ技一本」が必要だと阿部氏は語る。

例えば、巡の環の事業を見ても、「教育事業」である海士五感塾では、島の農家が地元の「講師」として協力してくれている。その協力が得られる背景には、同じく巡の環が展開している「メディア事業」の「海士 WEB デパート」で普段から、農家で作った「あいがもこしひかり」を全量買い取りして、WEB を通して販売しているという関係があるからである。

「リソースも限られている田舎では、単一の事業だけでは成り立たない。一本の大きな幹にいくつもの枝を差し込んで成長させるように、足し算ではなく、小さなビジネスをのかけ算をしていくことが大切」と語る。

地域の「うち」と「そと」のバランス

阿部氏が海士町に移住して、まず行ったのは「島の外に出ない」「外を見ない」「メディアに出ない」ということだった。移住してきた「よそ者」が島の何かを変えることは簡単ではないと、最初の約 2 年間は島のことを「知ることに徹した。離島に移住した若者が会社を作ったというのは注目もされ、取材の申し込みもあったが、最初の 2 年間は取材も受けなかった。その背景には「海士町についてまだ知らない自分が、メディアで海士町を語ることはできない」という考えがあったからだ。

一方で、島内でイベントがあれば顔を出し、飲み会も最後まで同席し、島の人のお話を「聞く」事に徹した。こうして、阿部氏は最初の 2 年をかけて徹底して「島になじむ」ことをした。そうしているうちに、1 年が経ったあたりから周囲から「何か言いたい事があるんだろう」とか「阿部ちゃんについていかな」と言ってくれる人が現れ、少しずつ信頼関係を築けてきたと感じたという。すっかり海士町住民になった今も、地域の「内」と「外」との「バランス」には常に気を配っているという。

「田舎ベンチャー」であること

巡の環は海士町に拠点を置く「ベンチャー企業」に見えるが、阿部氏は巡の環を「田舎ベンチャー」だという。巡の環はあくまでも、地域に寄り添うことを最も大事にしている。地域に寄り添いながら、企業として持続するために走るためにちょうど良いスピードがあり、それが「頭は三步先を、体は半歩先を」をゆくことだそう。都会のベンチャーのようにとにかく速く走る事だけを求めていれば「地域を置いてけぼり」にしてしまうといった事態を招きかねない。地域に支えられてこそ自分たちがあるのに、そうした大切なことを忘れては地域の中で孤立してしまうことになる。地方でビジネスをするというのは、そういったバランス感覚が非常に大切だという。それが、「田舎ベンチャー」なのだそう。



(写真) 明治期の家屋を改修した「村上家資料館」内にある巡の環のオフィス。窓を開けると優しい風が通り抜ける。

# 「連携」で広がる可能性。 7つの離島の連携による挑戦



からつ七つの島活性化協議会  
佐賀県唐津市玄海諸島

## 地域の概要

唐津市を取り囲むようにして本土から1キロ未満の距離に7つの有人島（高島、神集島、小川島、加唐島、松島、馬渡島、向島）が浮かぶ玄海諸島。それぞれの面積は0.63km<sup>2</sup>～4.24km<sup>2</sup>で人口は57人から421人。7つの島を合わせて1,770人（平成26年3月現在）が暮らしているが、ここ25年間で人口は半減している。定期航路船は本土から各島に放射状に伸びていて島々を横につなぐ航路がないため、島間の情報交換・物流・人の交流が少なくそれぞれの島は構造上孤立していた。

高島（人口 270人）お参りすると宝くじが当たるという宝当神社が有名。小学校卒業生が卒業制作で島のマップをつくり観光客に配るなど、島づくり事業実行委員会を中心に地域おこし活動も盛ん。

神集島（人口 395人）神功皇后（西暦200年ごろ）が朝鮮半島へ渡る際、神々を集めて海の安全を祈願したという伝説のある島。

小川島（人口 413人）捕鯨が盛んで日本3大捕鯨基地と唄われていたが、現在はイカ漁が中心。祇園祭などのお祭りは、大人から子供までが参加し盛り上がる。捕鯨文化を伝承するため「小川島鯨骨切り唄」保存会が活動。

加唐島（人口 160人）佐賀県の最北端に位置。百濟（韓国）の国王「武寧王（ぶねいおう）」が生まれたとの言い伝えがあり、最近では韓国との国際交流も盛んに行われている。

松島（人口 56人）ほとんどの島民がカトリック教徒。島づくり事業として約160本のオリーブの樹を育てており、1艘の船に乗り協力し合う海士漁が、国土交通省の「島の宝100選」に選ばれた。

馬渡島（人口398人）昭和4年に平戸から移築されたカイタリア様式のカトリック教会がある。100年ほど前から、馬渡島独自の盆踊りが伝えられている。全国に散らばる「まだら節」の発祥の地。

向島（人口63人）海に潜ってサザエやウニ等を採る海士漁が盛ん。毎年夏に行われている「しま市」では、素潜体験や網体験などの漁業体験が人気。小さいながらも海水浴場もある。

## 取り組みの概要

平成24年、地域おこし協力隊として唐津市に着任した土谷氏。島の若者数名を集めて意見交換を行ったところ、島を活性化したい気持ちはあるが「何もできない」という諦めの声が聞かれた。さらに、若い世代にも他島との交流はなかった。以前から個々の島で活性化の取組は行われてはいたが、外から人を呼ぶなどの活動は少人数の島民だけで行うには負担が大きくなるとか継続はしているが、発展させることは難しかった。こうした事態を受けて、土谷氏は「すぐ近くに同じような境遇にある島があり、仲間がいること」を伝え、7つの島が連携をすることを考えた。

まずは平成25年から唐津市内の山間部、七山地区にある農産物直売所で各島の特産物2～3品をそれぞれ持ち寄っ



7つの島が連携して行っている物産展

て「からつ七つの島物産展」を開催。各島単独では開催が難しい物産展を7つの島が合同で行うことにより22品目の「特産品」が集まり、「七つの島の連携」という珍しさにマスコミの注目も集まった。1,000人以上の集客があり、20万円程度の売上になった。この物産市は島の特産品PRにのみならず、各島間に良いライバル意識を生んだ。例えば、加工場が無いために加工品の製造ができなかった島が、物産展で加工品を販売していた他島に触発されて加工場を新設し「塩ウニ」の商品開発をした。また、それまでほとんど交流のなかった各島の女性たちの交流機会にもなっている。今では年に3回の定期市として開催して好評を得ており、今年は年末に向けた海産物の予約受付を行うなど毎回少しずつ変化を加えて成長を続けている。また福岡への出店などにも挑戦している。

平行して、「離島代表者会議」を開催（年4回程度）。7つの島の区長が集まり情報交換や、各島が連携した取組についての意見交換、意思決定を行う場とした。

さらに、主に各島の若者世代を繋げるための取り組みとして「島対抗スポーツ大会」を年に一度開催。ソフトボールと交流会としてバーベキューを行っている。第一回の昨年は各島から100名以上の参加者があり、この交流会がきっかけとなって漁の方法に関する情報交換が行われるようになるなど、若年層の交流に貢献している。それまで交流がなかった島々の連携による取り組みを行うことで、各島の個性が際立ってきており、そうした個性を生かし、各島と大学との連携による活性化の取り組みも行われている。

神集島では九州大学の学生が「廃校となった小学校を利用したソーシャルビジネス」として、島の女性たちと「神集島定食」を開発。島のツーリズムと組み合わせた「島ピクニック」という体験型イベントの企画等を行っている。小川島では中村学園大学が「小川島めぐりあいランドプロジェクト」として、小川島の活性化を大学のゼミのテーマとして取り上げ、学生たちが島に滞在（一泊二日を数回）し、島の特産品であるイカを活用した「イカ餃子」や、アカモクやすいおうを利用したドレッシングなど、新しい特産品の提案を行ったりしている。

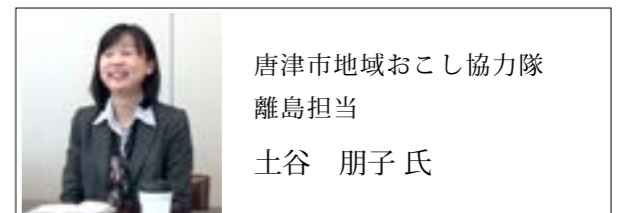
平成25年度に2島から始まった各島と大学との連携は、若者の少ない島に大学生が入ることにより島の人々が刺激を受け、自分たちの島について見つめ直すきっかけとなり、平成26年度は4島で実施されることが計画されている。

活動開始から3年目となる現在では、各島の区長・婦人会・若者有志等の島内、行政（唐津市・佐賀県）、に加え、大学、島内の小中学校、NPO法人レインボー七つの島連絡会議など、多様な主体を巻き込んだ動きに広がりつつある。



（写真上から）  
7島対抗のソフトボール大会  
ソフトボール大会の後には交流会が行われる  
各島の代表者が集まる「離島代表者会議」

写真提供：土谷朋子氏



唐津市地域おこし協力隊  
離島担当  
土谷 朋子氏

# 「移住」を体験するプログラム

公益社団法人中越防災安全推進機構  
復興デザインセンター

新潟県中越地域



## 地域の概要

新潟県の中越地方は新潟県を4等分（上越、中越、下越、佐渡）した地域のひとつ。長岡市、三条市、柏崎市、十日町市、魚沼市など9市5町を含む。平成22年の地域内の人口は約79万人。三国山脈、越後山脈に挟まれた信濃川流域の地域で、コシヒカリの産地で米どころとして全国的に有名。平成16年に発生した新潟県中越地震では当時の川口町（現、長岡市）で震度7を記録し、68名が亡くなる被害が出た。山間部は日本有数の豪雪地帯であり、以前から少子高齢化が進行していたが、地震をきっかけとして人口減少と少子高齢化が急激に進行した。例えば、特に被害が大きく、全村民が避難を余儀なくされた旧山古志村（現、長岡市）では、震災前は約2,100名だった人口が震災後には約1,500名にまで減少した。

## 取り組みの概要

平成16年に発生した中越地震は地域に大きな被害を出したが、震災直後から多くの人々が復興支援ボランティアとして中越地域に入ったため、多くの東京など都市部の人とのつながりが生まれた。また、震災をきっかけとして地域住民の中に、地域の未来に対する危機感が高まり、各地で地域おこし団体やNPOなどの団体が立ち上がり、体験プログラム、農産物の直売、農産加工品の開発、農家レストランなど、数々の地域おこし活動が動き出した。

1ターン留学「にいがたイナカレッジ」は、公益社団法人中越防災安全推進機構の復興デザインセンターが事務局として運営している。都市部の若者が数週間の短期から1年の長期にわたって中越地方の農村地帯で生活し、地域住民とともに農作業等を行いながら、地域づくりや農産物6次産業化などの地域おこしについて学ぶ実践型プログラムである。現場で実際の活動を行う「実践型トレーニング・実地研修」と、中越地域で行われている地域づくり活動について体系的に学ぶ「地域学スクール・講義研修」の2つのプログラムで構成されており、この2つのプログラムを組み合わせ、自分の生き方を考える、見つける、創り出す事を目的としている。

「実践型トレーニング・実地研修」には、主に3種類のテーマがある。1つ目は地域づくりや地域マネジメント活動をする団体やNPOで、地域づくりについて実際に仕事をしながら学ぶ。2つ目は農業の6次産業化、やコミュニティビジネスを実践する組織や団体で、農業加工・販売や、農村へのツーリズムなどについて学ぶ。3つ目は、農村に入って農家とともに、農業を主体とした複合的な生業で暮らす事を体験する。このプログラムの特徴は、「現場密着」「実践第一」であり、実際に様々な地域づくりを実践している人たちと一緒に活動しながら研修を行うという点と、実際に地域に入って生活をし、仕事や活動だけではなく、地域行事にも参加することで「住民の一員」として生活をする点にある。

例えば、長岡市川口地域で行われている「山の資源を“なりわい”に変える！山修行実践型インターン」では、山を舞台に活躍をする人々とともに、獣肉（獣害対策として猟師が捕獲したイノシシ、シカなどの肉）の活用方法を地域の人と共に考え、実践する。他にも十日町市中立山・中原集落で行われる「5世帯の集落で有機農業を中心に昔ながらのムラの暮らしを実践するインターンシッププログラム」では住民10人の限界集落に移住し、集落の存続活動を行う2人の「1ターン農家」とともに、農作業を行い、生活技術を習得する活動を行う。など、それぞれの地域の特色や、それに取り組む団体・人の魅力に溢れた、特徴的なプログラムがある。

「地域学スクール・講義研修」では、地域課題を地域住民が自ら把握して行動するために必要な様々なアプローチ方法について学ぶ。このスクールの講師は「匠（たくみ）」と呼ばれており、地域づくりの実践者、農業者、地域の起業家など、様々な知恵や技を持ち、地域で活躍する「匠」を先生に招いての講義が行われる。

主に3つのコースからなり、地域の課題を地域住民が自ら把握し行動するためのアプローチとして、様々なアプローチの方法（ツール）を学ぶ。

1つ目の「地域学コース」では、地域づくり分野をさらに深く学ぶための研修プログラムとして、地域資源探し調査・集落歩き、地域づくり事例紹介、などを行うことで、中山間地域の地域づくりのアプローチ手法を学び、その実践活用方法を考える。2つ目の「仕事おこし・起業コース」では、地域資源を活用したスモールビジネス（農村起業）を起こすために必要な知識や事業計画づくりなどを学ぶ。3つ目の「匠の業コース」では、農村に伝わる様々なワザや伝統技術など（農業・加工技術、郷土料理、家の修繕などの生活技術）を「匠」（地域の先生）から学ぶ。

さらに、このプログラムは参加者の状態に合わせて選べるように「長期」と「短期」が用意されており、「短期1ターン留学」は、主に夏季の1～2週間で開催される。「まずは体験してみたい」というニーズに応えるためのもので、地域づくりの実際の現場を見てみたい、ムラの暮らしを体験してみたい。という興味はあるが、1年間の「留学」や移住には踏み切れない人に向けて、カリキュラムを短期間に凝縮されたプログラムである。※参加費は無料で、宿泊場所等は事務局が用意する。これまでにこの短期プログラムには30名ほどが参加しており、そこから実際に長期プログラムへの参加や移住につながった例もあるという。

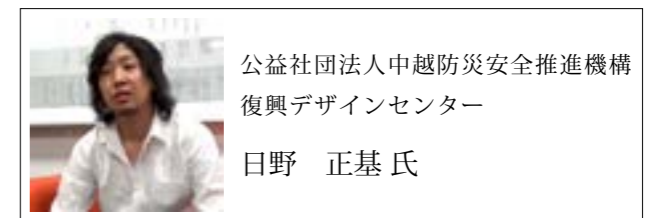
一方、「長期1ターン留学」は1年という長期間をかけて、このプログラムを実践するもので、本気で学びたいという意識が高い人が参加する。参加者は1年間、地域で実際に生活し、地域に溶け込み、「匠」と呼ばれる地域の先生や地域住民と向き合いながら、じっくりと学ぶ長期滞在型のプログラムである。主な受け入れ先は、地域づくり団体、農家、6次産業化に取り組む地域企業などで、参加者には研修期間中は月額5万円の手当てが支給されるほか、地域の空き家や、車などが貸与される。これまでに15名ほどがこの長期インターンに参加している。今年度（H24年度）の参加者7名のうち6名が地域内で仕事を見つけ「定住」する予定である。

昨今、「移住」や「田舎暮らし」という言葉が魅力的に使われることが増えたが、特に若年層にとって「移住」は人生における大きな決断である。イナカレッジの提供するプログラムは、若者の「移住」に対する敷居を下げ、地域と移住者の双方にとって幸福な移住を実現するための有効手段の一つである。

イナカレッジでは情報発信にも力を入れている。中越地域に移住した若い女性4名に「移住女子」というネーミングを付け、移住女子によるフリーペーパー「ChuClu（ちゅくる）」を発行している。彼女ら自身がライターとして、実際に生活をしている女性の目線から「中山間地域の暮らし」と「移住女子の暮らし」などを伝える。地域の食、人、できごとを女性の目線で伝えているところが新鮮で、「あいたいせがれ」では農家等の長男などを、女性独特の視点で取材して記事にしている。さらには、なかなか知ることのできない、移住した女性の恋愛から収入までの「暮らし」を詳しく掲載しており、移住に興味を持つ若者にとっては重要な情報となっている。発行の資金はクラウドファンディングを活用して寄付を募り、寄付金額は105万円になった。平成25年に創刊し、年4回の季刊誌で2,500部が発行されている。



(写真)  
「移住女子」の栗原さん  
「移住女子」が発行するフリーペーパー「chuclu」  
「chuclu」では様々な面白い企画が行われる



公益社団法人中越防災安全推進機構  
復興デザインセンター  
日野 正基氏

# 川でつながるまちづくり



株式会社御祓川  
石川県七尾市

## 地域の概要

能登半島の付け根に位置する七尾市（人口約 47,000 人）は、古くから港町として栄えた能登の中核都市である。平成 16 年の市町村合併によって七尾湾の能登島町、中島町、田鶴浜町の七尾市が発足した。七尾市が面している七尾湾は、豊かな里山に囲まれた静かな海で牡蠣の養殖が盛んで、能登かきとしてブランド化され、首都圏などにも多く出荷されている。また、市内には民間調査の接客サービスで日本一の評価を受ける旅館がある和倉温泉など、いくつかの歴史ある温泉街があり、年間 100 万人を超える観光客が訪れるなど観光産業も一つの柱となっている。人口の推移は昭和 45 年には約 68,300 人だったが平成 22 年には約 57,900 人と徐々に減少している。また、JR 七尾駅周辺を中心市街地の空洞化も課題である。

## 取り組みの概要

株式会社御祓川（以下、御祓川）は平成 11 年に設立された民間まちづくり会社である。

七尾における民間主体のまちづくりの歴史は昭和の終わり頃まで遡る。当時、七尾市の中心市街地の衰退が進み、街の活気が失われていた。これに危機感を感じて立ち上がったのが、当時の青年会議所の地元の若手だった。彼らは古くから栄えた七尾港を中心に据えた「港を中心としたまちづくり」をコンセプトとして「七尾マリンシティ構想」を立案。平成 3 年には、今も年間 90 万人を超える観光客で賑わう「能登食祭市場（海産物の直売や飲食店）」を開店した。平成 7 年には七尾駅前再開発も行われ、中心市街地に 2 つの核が生まれた。

七尾の市街地にはこの二拠点をつなぐメイン通りがあり、それに沿って流れるのが御祓川である。メイン通りと御祓川の賑わいの創出は、市街地活性化にとって欠かせないものだったが、当時は汚染されたドブ川となっていた。街の顔でもあるこの川を市民の力で浄化し、市民の意識までを変えることでまちづくりとしようと設立されたのが株式会社御祓川である。

御祓川の事業は「まち育て」「みせ育て」「ひと育て」の 3 つから成る。

一つ目の「まち育て」では御祓川の浄化に関する取り組みを行っている。水質浄化ワークショップやシンポジウムを開催し、官民一体の共同研究体で地元の企業や大学の智



(写真上) 七尾市中心部を流れる御祓川  
(写真下) かつての銀行の建物を改装



恵を集め、民間まちづくり会社である御祓川が繋ぎ役としての役割を果たしている。平成 17 年度には、市民の手づくりによる「御祓川方式浄化施設」を完成させた。近年では地域の NPO とも連携して川を中心とした市民コミュニティ形成のための取り組みも行っている。他にも「七尾旨美オンパク・うまみん」を運営しており、地元住民しか知らない B 級グルメの食べ歩きといった、たくさんの小さな体験プログラムを提供している。

二つ目の「みせ育て」では、御祓川沿いを中心とした中心市街地の賑わいを創出することを目指し、市内の店舗や、能登特産品を扱うネットショップのプロデュース、商品開発等を行っている。地域の TMO（タウンマネージメント機関）や行政との連携をしながら、御祓川沿いに貸店舗や拠点施設をつくっている。現在、御祓川の本社ともなっており、かつては銀行の建物であった「商業インキュベーター施設・寄合処御祓館」は新規開業者のための貸店舗として整備され活用されている。

店舗プロデュース事業では、個店の事業計画を検討やマーケティングなどの具体的事業のプロデュースを行っており、御祓川の直営店として、地域の作家が作成した工芸品を扱う「ギャラリー葦」や、特産物である魚醤を利用した料理を提供する「まいもん処・いしり亭」を運営。他にも数店の個人店舗のプロデュースも行っている。魅力のある店を地道に一つ一つ作っていくことで町全体の魅力を作り出している。

他にも WEB ショップ「能登スタイルストア」を展開し、地域の特産品開発等を行い、能登半島で一次産業やものづくりを行う事業者の応援をするなど地域商社的な役割も担う。

最後の「ひと育て」事業では長期実践型のインターンシップ事業や、地域の企業と若者のマッチングや、ワークショップ研修などを行っている。

現在、最も力を入れている「能登留学」では、学生が「留学先」である能登の地元企業に 3 ヶ月から 1 年間の留学をする「実践型インターン」である。実際のプロジェクトに参加して、地元企業の経営課題解決に挑戦することで、地域における仕事づくりの促進と学生自身の成長を図ることを目的としている。平成 22 年に開始し、これまでに 10 名以上が参加した。

ほかにも、地元事業者や経営者を対象に経営革新のためのマーケティング座学とフィールドワークを行う「マーケティング塾」や各種セミナー。「まちづくり塾」では市職員・会社員・学生などを対象とし、地元まちづくりの担い手を育成する講義を行った。

「まち・みせ・ひと」の 3 つがそれぞれに良い関係あるまちを目指し、実業等を通してきちんと収益を上げながら、それを街に還元していく取り組みを続けており、民間まちづくり会社のあり方を示している。



(写真上) 御祓川の透視度の掲示板  
(写真中) 能登半島の特産品や工芸品を扱うギャラリー  
(写真下) 「いしり」を使った料理を提供する「いしり亭」



株式会社御祓川  
森山 奈美氏  
森山 明能氏

# 4. 地域をまもる

—地域コミュニティの維持と創出—

自治体が主導して  
コミュニティをつくる

## 出生率 1.86 人。若者が増える村。

下條村  
長野県下條村



### 地域の概要

長野県南端の下伊那郡にあり飯田市からは車で約 30 分。村の総面積 37.66km<sup>2</sup>の約 7 割を山林が占めており宅地面積はわずか 3% ほどしかない。かつては養蚕で盛んで、ピーク時の昭和 30 年代には約 6,500 人だった人口は、昭和 50 年代の養蚕の衰退と共に減少。平成 26 年時点の人口は約 4,024 人。村の主産業は農業だが、農地は限られており果樹や蕎麦を小規模に生産している。村民の半数近くは第二次・三次産業に従事しているが、村内に大企業や事業所等がないために、近隣の飯田市などへ通勤している。村の税収源はほとんどなく財政力指数 0.218(平成 23 年度)である。

こうした条件だけを見れば、下條村は典型的な中山間地域の零細自治体である。しかし、長年に亘る財政改革に取り組みによって数々の成果を生み「奇跡の村」とさえ呼ばれている。多くの自治体が若年層の人口減少に悩む中、下條村の人口は平成 2 年には 3,859 人と減少したが持ち直し、平成 26 年には 4,000 人を超えた。20～30 代女性人口変化率は -70% の自治体もある中で下條村は -8.6% に止まり、合計特殊出生率は 1.86 人(平成 20 年～24 年の村試算。平成 19 年の全国平均は 1.34 人)と全国を大きく上回るなど、子供を持つ若い世代が増えている。

また、財務の借入れと返済の比率を示す「実質公債費比率」は -5.4% で、全国第三位(1 位は東京都杉並区 -5.8%、2 位は東京都江戸川区 -5.7% で、上位には住民の多い大都市の自治体が並ぶ)。村の経営状態を示す「経常収支比率」は過去 6 年間を通して 60% 以上の数字を維持し、村の貯金残高にあたる基金残高は 60 億円となっており「黒字経営」が続いている。

### 取り組みの概要

下條村が「奇跡の村」とまで呼ばれるに至ったのは、町と住民が一丸となつての財政改革と若年層の移住政策による取り組みによるものである。その発端は平成 4 年に村長となった伊藤喜平氏の「村民倍増計画」だった。

伊藤村長が平成 4 年の就任後にまず行ったのが村職員の意識改革だった。当時の全職員を民間のホームセンターで接客や販売の研修を行わせ、サービス業としての意識改革を求めた。結果、職員の気持ちの変化、仕事に対するコスト意識、スピードが生まれ役場全体の雰囲気変わった。同時に職員数の削減を掲げ、新規雇用をせず自然に減らす方法で職員の削減を行った。結果、現在では職員数は 37 人と約半分にまで減り、支出に対する人件費率も 15.6% にまで抑えられている。

下條村の財政改革のひとつとして「補助金」「地方債」「交付税」に頼りすぎず、身の丈に合ったインフラ整備を行ったことにある。村の財政改革の発端は平成 3 年に始まった下水道整備事業だった。当時、国や県は公共下水整備を積極的に推進し、多くの自治体の手厚い補助金等の優遇策に飛びついて公共下水整備をした。下條村における公共下水整備には約 45 億円が必要と試算され、他自治体同様に補助金等を受けて村内全域に公共下水道の整備を行うことも可能であったが、下條村の判断は冷静であった。集落が山間部に散在する下條村は下水敷設の効率が悪く、さらに敷設後の維持費も高額になることが見込まれた。補助金等によって敷設時の支出は抑えられたとしても、その後、長期にわたる地方債償還や処理施設の維持管理に年間約 1 億 7,000 万円が必要になることがわかった。対して、公共下水道の敷設ではなく、全戸に合併処理浄化槽を設置することで総事業費は約 6 億 3,000 万円(村負担金 2 億 2,000 万円)に抑えられ、単年度処理できることがわかった。結果、下條村は合併浄化槽整備を行うことを決めた。合併浄化槽では、各世帯に負担金と管理責任(維持管理等)が生じるため、村は独自の補助制度を新設して支援した。合併浄化槽導入の判断は功を奏し、平成 25 年までに 949 基が設置され、総事業費は 8 億 8,379 万円と公共下水整備よりもはるかに安く抑えることができた。国の施策を安易には採用せず、村の状況に見合った事業展開を自ら考えた結果によるものだった。

下條村の財政改革に大きな効果を上げているのが「資材支給事業」である。この事業は地域住民の生活環境を整備するために行政が行ってきた道路整備等を住民自らが施工し、村がその資材を支給する制度である。主な内容として村道整備(受益者 3 名以上の道の舗装、側溝敷設等)、農道整備、水路整備等がある。事業費として年間 1,000 万円が計上されており、

平成 4 年から平成 25 年で総額 2 億 9,000 万円が使われ 1,565 箇所が住民の手によって整備された。それまでは住民から役所に対して一方的に陳情をするだけであったが、住民自らが動くことで村の公共事業費の大幅な削減に成功。なお、住民が行う工事は小規模なものに限られており、地元土木会社の事業との住み分けは出来ている。こうした、住民たちの共同作業は地域コミュニティーの活性化という効果も生んでいる。

財政改革によって捻出された財源によって、近年では人口減少・少子高齢化施策を積極的に推進している。

平成 9 年から移住者受け入れのための分譲宅地や集合住宅(※家賃は 2LDK 月額 3 万 3,000 円。飯田市内の同規模物件家賃の半額程度)の建設を開始。若年層向けの集合住宅建設に関しては、国の補助金をあえて使わずに単独事業として実施することで「条件付」での入居者募集を実施した。その条件とは、子持ちの若年世帯が結婚予定者であること、さらには入居後の村行事参加や消防団への加入である。こうした「条件付きの移住者募集」によって「質の良い若者」を受け入れることに成功し、村民と移住者が一体となった地域コミュニティーを生み、村民も移住者を歓迎するという好循環が生まれた。

さらには、「子供医療費無料化(高校卒業まで)」、保育料引き下げ(国基準の半分以下)、給食費の補助(小中学校で 50%)、子育て応援基金(7 億円の基金により子育て世代の支援)創設、入学祝い金、出産祝い金等、子育て環境を整備した。

現在、若者定住促進住宅は 124 戸に達し若い夫婦の入居待ちもある。世帯数は最低だった平成 2 年から 300 世帯が増加。特に若年層の増加は著しく 14 歳以下の人口は 622 人で、総人口の 15 パーセントを超える。村内の小中学校も生徒数は 274 人(平成 26 年 5 月時点。一時、10 学級にまで減少したが現在は 12 学級)、保育園が 109 人、中学校 137 人にまで回復している。こうした取り組みによって、平成 20 年～24 年の村試算による合計特殊出生率は「1.86 人」(平成 19 年全国平均は 1.34 人)と全国を大きく上回る。

全国の自治体からの視察希望が多い為、6～7 年前からは行政規模の大きく違う市の視察は断っている。また、仕事に差し支えないように週 1 回の受け入れにしている。各種の施策を実現した意識の高い村職員、それに総力を挙げて協力した住民たちの力を引き出したのは、村長のリーダーシップによるものが大きい。



(写真上から)  
下條村の中心部  
村営の若年層向け集合住宅  
村営の戸建住宅  
村内の小学校。元気に遊ぶ子供達の姿が見られる



下條村役場  
総務課長  
堀尾 伸夫氏

## 「ファン」から必要とされ続ける村づくり

豊根村  
愛知県豊根村



### 地域の概要

豊根村は、愛知県・長野県・静岡県との県境に位置しており、平成17年に日本一小さい村（離島を除く）富山村と合併。村の93%を森林が占めており農地は3%程度。一時は林業従事者を中心に5,000人を超える人口があったが、現在は1,300人にまで減少した。1955年、佐久間ダム建設によって村（当時は富山村）中心部が水没し、村人口の1/3が村を離れた。さらに1972年には「新豊根ダム」が建設されて約100世帯が水没。その後も人口流出が続いており2010年には1,336人にまで減少した。村内に2つの小中学校があるが、高等学校はないため、高校進学のためには他市町村に下宿をする生徒が多い。

村内の主産業は林業・農業だが農地の面積が限られているため、殆どが兼業農家として多品種少量栽培を行う。村内に民間事業者はほとんどなく、バス、病院も村営で行っている。また、全国でも数少ない民間金融機関がない村（ゆうちょ銀行派出所のみ）。テレビ放送も村がケーブルを引いており、村民も一部費用を負担する。財政は非常に厳しく歳入の約54%を地方交付税、国・県支出金で賄う。交通アクセスは愛知県豊橋市から車で約80Km。

### 取り組みの概要

豊根村では昭和56年から都市部の小学生を村内農家に宿泊させて、自然体験等を行う山村生活体験宿泊を行っていたが、受入農家の高齢化等によって存続が厳しくなり15年間ほどで休止となってしまった。その後の平成8年、国土庁（当時）の「UIターン促進事業（平成8～9年）」をきっかけに大学生インターンの受け入れを開始。大学生が約2週間、村内で生活して農林業体験や民泊を通して地域住民との交流を深める取り組みを始めた。この事業は2年間で休止となってしまったが、その後も全国各地でこの事業に参加した学生が中心となり「地域づくりインターンの会」を結成。各地へのインターン派遣を続けた。豊根村も独自企画による「とよね地域づくりインターン事業」によって学生を受け入れ、学生と村役場・住民有志との関係継続を続け、10年間で53名がインターン生として豊根村を訪れた。

一方でこうした個人単位の学生受け入れは、準備や滞在期間中のケアなど農家個人や集落単位への負担も大きく、高齢化が進む村内では受け入れの方法について見直す必要が出ていた。それに伴い、これまでの「学生個人単位」の受け入れから、村の自然環境や生活環境そのものを研究フィールドとして打ち出すことによる「大学単位（研究室単位）」にシフトし、滞在準備や滞在期間中のマネジメントの大部分を大学側（研究室側）に任せることで村民の負担を減らすことにした。平成21年からは愛知県内の3大学との連携による受け入れを行っている。愛知県立大学が「山間地域小規模高齢化集落での「暮らし」「健康」「環境」に関する総合研究」として農業体験イベントの運営補助等を行っている。名古屋市立大学では「健康、医療」分野で、医療系学部連携チームによる地域参加型学習として、高齢者の訪問診断・健康データ分析等を行い、豊橋技術科学大学では主に村の「暮らし」の部分に着目して小規模集落対策としての出身者交流会の企画運営、拠点小屋づくり等を行っている。

豊根村の取り組みで注目すべきなのは、学生時代にインターンで豊根村を訪れたOBOGを中心に「とよねサポーターズ（とよね地域づくりインターンOBOG会）」（約30名）が結成されている点にある。この「サポーターズ」は、村に興味を持つ学生の掘り起こしや事前学習の補助、活動報告会や反省会の開催運営、活動後の村とのパイプ役、定期的な交流会の開催等、「インターンの先輩」としての補助に加え、メーリングリストやSNS等を利用した

村の情報発信・情報交換、関係大学との連携、各地の団体、NPOとのネットワーク、地域の人々の語りを記録する口述史の作成等も行っている。

さらには、インターン参加時は学生だったが、就職後も各々の立場から積極的に村に貢献をしている点も特徴的である。例として、豊根村における定住促進施設建設計画への参画、ホームページ作成等の情報発信、豊根村PR雑誌等の作成、林業現場に関するプロモーション映像の作成など、卒業後のそれぞれの立場や職能を生かして村に貢献を続けている。他にも、村民が上京した際の交流や、村民が村外へ出向いた際の逆ホームステイ、花祭りや盆踊りなどの地域イベントにOBOGが来村して運営を手伝うなど様々な関係を生んでいる。

豊根村では、他にも豊根村出身者や、その子や孫を対象とした「ふるさと村民」制度を創設し、村外にいる村民との関係の再構築にも取り組み始めている。村そのものの人口は少なくとも、外からの人を積極的に受け入れ、「親戚付き合いのような関係」を継続することで、「豊根村ファン」を増やすという一つの集落存続のモデルである。



（写真上から）  
豊根村役場  
村営バスの車庫

### インタビュー



豊根村が必要とされ続けることが出来れば、豊根村は持続することが出来る

青山 幸一氏  
豊根村役場 地域振興課長

全国の中山間地域で定住促進や人口増加を目指しているが、そうした地域には何百人もが移住して来られるようなキャパシティーはない。そうした中、豊根村のような小さな村が存在価値をどう示していくことができるのかを見せる必要がある。

消滅可能性集落が問題になっているが、（豊根村も）統計学的に言えば消滅可能性集落だ。しかし、そこに住んでいる人口だけでとらえるのではなく、「豊根ファンを作りたい」と言ってきたように、例えば都会の人にとっての「第二のふるさと」として緩やかにでもつながり続けるような、広い意味で多くの人から「豊根村が必要とされ続ける」ことが出来れば、豊根村は持続することが出来る。人口は少なくなっても、応援する人がそれ以上に居れば消滅しないで済むのではないかと思う。

高度経済成長期に最初の世代が都市に出て、今の若い世代は、その次世代であり「故郷を持たない世代」である。そうした若者が田舎に来ると、一人一人を大事にしてくれるという田舎の良さに感動するのだという。都市にはないものが田舎には残っている。変わらない風景が残っている。血縁関係ではない第二のふるさとと言える場が提供できれば良いと思う。今後も、決して派手なこととは出来ないと思う。けれども「豊根に行くと安心するね」という人が増えれば良いと思う。



# 5. 地域のくらしをまもる

—生活サービスの維持—  
生活をまもる



真上から)

# 地域交通は地域の「血のめぐり」 地域交通が町を救う



株式会社光タクシー  
福岡県北九州市（八幡東区枝光地区）

## 地域の概要

北九州市八幡地区は、八幡製鉄所にはじまる新日鐵（現在の新日鉄住金）があり製鉄業で栄えた地域であり、最盛期には3万人が働いていた。しかし、20年前の新日鉄本事務所が撤退をすると従業員数は約2,500人にまで減少し、町も一気に衰退した。かつて、新日鐵に通うサラリーマンをはじめ若い勤労世代で賑わっていた枝光地区も今では高齢化率が30%を超えた。かつて地域の台所として賑わった枝光本町商店街も風前の灯となっていた。八幡市区のある北九州市八幡東区の人口は約71,000人（平成25年）※枝光地区の人口は約17,000人で老年人口率は約33%。

## 取り組みの概要

官営八幡製鉄所から、現在の新日鉄住友株式会に至るまで、古くから製鉄の町として栄えた北九州市・枝光地区。この「元」企業城下町には最盛期で30,000万人を超える労働者とその家族が暮らしていたが、現在は東西800メートル、南北2キロ程の地区に約17,000人が暮らしている。平地の大部分は工場として利用されていた為、彼らの多くは丘陵地に住居がある。製鉄工場の撤退後、多くの労働者が定年退職を迎え、工場の移転によって産業が失われて人口は減少し、働き口を求めて子供たちが街を出て行く中で丘陵地には「足」を持たない高齢者だけが取り残される結果となった。しかし、この地域は急で入り組んだ坂道が入り組んだ住宅地であり、大型バスの導入等は難しく、この地区の高齢者の買い物や通院の「足」の確保は行政にとっても難しい課題であった。同時に、この街の台所として、かつては「人の頭で前が見えない程であった」といわれた程の繁栄した「枝光本町商店街」は工場の撤退に伴う人口の減少と、近隣に出来た大型ショッピングモールの影響を受け、多くの店舗が閉店に追い込まれていた。

平成12年、そうした状況を受けて北九州市は「高齢者の積極的な外出をはかることで健康維持を目指す」ことを目的に「おでかけ交通」の試験運行予算で9人乗りのワゴン車2台を購入。「枝光やまさか乗合ジャンボタクシー運行推進委員会（北九州市、地元自治会、商店街、地元交通事業者「株式会社光タクシー」）を発足し、乗合ジャンボタクシーの運行を開始した。この乗合タクシーは枝光本町の商店街を起点にして丘陵地の住宅地を回る5ルート（1周15～20分程度）があり、1日計62本を運行する。



(写真上から)  
枝光本町商店街と奥に見えるのが丘陵地の住宅街  
枝光本町商店街  
商店街の中に設置された待合所

年間では10万人以上が利用している。一回の利用料は150円で停留所は利用者の多くが高齢者であることを考慮し、約100メートルごとに設けられている。

地元自治会や商店街も運営協力金を拠出、北九州市も5年に一度の車両更新時に上限300万円の補助を行うなどしているほか、利用者からの「値上げをしても続けて欲しい」という声を受けて運賃を100円から150円に値上げするなど、自治体から住民まで一体となって自分たちの「足」を支えている。

この乗合ジャンボタクシーの運行開始により、丘陵地に住む高齢者も商店街まで買い物に来ることが可能になり、商店街は買い物をする高齢者でにぎわうようになった。一時期は70軒程にまで減少していた店舗数（ピーク時は約120軒あった）も、現在では80軒程度にまで回復するなど着実に変化が現れている。また、商店街の再起によって、一度は街を出た「せがれ」たちが戻って店を継ぐなど、着実に地域再生に向けての変化が起きている。



(写真上) 光タクシーが運営する乗り合いタクシー  
(写真下) 乗り合いタクシーの車内

## インタビュー



### 地域交通は地域の「血のめぐり」

石橋 孝三氏  
株式会社光タクシー 代表取締役社長

乗合タクシーを始めた当時、地域の経済も人口も、全てが確実に縮んでいくことがわかってきた。特に、この枝光地区は製鉄工場稼働時にはピーク時3万人が働いていたが、今は2,500人になったこともあり、地域が縮んでいくということを他地域よりも顕著に感じていた。

タクシーという商売は八百屋と魚屋と違って地域に客が居なくなれば移動をすることも可能だ。けれども、仮に他地域に移動したとしても、行った先のライバルと争って疲弊してしまうのは目に見えていた。それでは、魚が干上がっていく池の中で少しでも水のある場所に集まっていくようなものだ。大変でも、自分たちが居るところを少しでも深く掘ってみて生き延びた方がいい。そう思ったそれが乗り合い交通を始めたきっかけだったと石橋氏。

地域にとって交通は「血の巡り」のようなもの。目的ではなくあくまで手段に過ぎない。けれども、人間の健康にとって血流が大事なように、地域でも手段をきちんと整えれば、結果として町に商店街などを残すことができるということが、乗合タクシーをやる中でわかってきた。仮に、乗合タクシー事業をやらずに10年経っていたとしたら、商店街のある街の風景は消滅していたと思う。そして、一度消えたらもう二度と取り戻すことは出来なかったと思う。

高齢者が行き交う商店街の風景の中にこそ、「地域の生活の強さ」が現れていると石橋氏は言う。商店街は商業地としての金銭的な規模や価値は小さいかもしれないが、数字だけでは見えてこないものがある。商店街では、それぞれの店主たちが「この地域のもは自分たちが売る」という気持ちでやっている。これは、行政主導で出来ることではないし、外から来た大手資本に出来ることでもない。「地域に生きる人々の生活と一緒に続いていくことが何よりも大切。同じように、地元の交通をやるのは、行政でもなく、地元の交通事業者がやるしかない」「地域の人たちが、商店街があるといいなと感じてくれるようになるまでもうすぐだ」。地域の生活を乗せて「乗り合いバス」は今日も急峻な住宅地の坂を力強く上っていく。

# 農協撤退後の地域生活を守れ！ 地域住民 108 戸で作った株式会社

株式会社大宮産業  
高知県四万十市西土佐大宮地区



## 地域の概要

高知県と愛媛県との県境に位置する高知県旧西土佐村（現 四万十市）の大宮地区。四万十川の支流に沿った山合いに家屋が点在する。昭和 50 年には 528 人（148 世帯）だった人口が、平成 26 年時点では 286 人（130 世帯）にまで減少、高齢化率は 49.7%にまで上昇。集落の主な産業は稲作や露地野菜（ナス、シシトウ等）を中心とした農業であり、農家は 67 戸（うち専業農家は 17 戸）ある。

集落内の商店は 3 軒の酒屋のみで、住民は日用品等の買い物のために、32km 離れた愛媛県宇和島市中心部か、50km 離れた四万十市中心部に行く必要がある。最寄りの給油所までは 15km。しかし、交通は事前に予約を必要とする「デマンドバス」（四万十市街地から配車）のみであり、自家用車等の移動手段を持たない高齢者は買い物もできない。また、医療も週 2 日の出張診療のみで、最寄りの病院は約 20km 離れた旧西土佐村の中心地まで行く必要がある。

## 取り組みの概要

株式会社大宮産業設立のきっかけは平成 16 年、経営合理化を目的とした農協の統廃合により「高知はた農協」大宮出張所の廃止案が浮上したことにある。商店等がない集落にとっては唯一の生活品・食料品等の販売場所であり、農作業や生活に欠かすことのできない給油所でもあった。農協が閉鎖されれば集落維持にも関わるため、住民主体の要望運動や署名等を行ったが叶わず。平成 17 年に農協の撤退が決定したため、住民たちが農協事業継承委員会を設立し運営方法等について検討を行った。

これまで農協が担ってきた購買と給油の事業を継続するため、住民の約 8 割に当たる 108 戸が合計 700 万円を出資（住民一人の平均約 60,000 円）し、平成 18 年 5 月に「株式会社大宮産業」を設立した。店舗と倉庫、給油所には農協の設備を購入し、国や県の補助金を活用して整備を行うなど、資本金が少ない中で既存設備や補助金を有効に活用するなどの工夫を行っている。

住民の生活を守ることを目的に、店舗では食料品（生鮮食品除く）から生活雑貨、農業用品までを販売し、農協売店の頃と同等の品揃えを実現している。隣接する給油所では車のガソリンと農作業機械に不可欠な軽油の販売を行っている。営業は 8 時 30 分から 17 時まで（定休日は第 2・4 日曜日）で、唯一の正社員である 30 代の男性と、集落内の女性数名がパートとして店舗運営を担っているなど地



(写真上) 四万十市の大宮地区  
(写真下) 小学校も廃校となっている

域内での雇用も生んでいる。他にも店舗に來られない高齢者宅への宅配サービス（週 2 回）も行っている。

平成 23 年の利用者は 1 日平均 90 人で、採算化が懸念されたが、初年度の平成 18 年度は 3,500 万円、平成 23 年度には 6,200 万円を売り上げ、6 期連続の黒字経営を達成している。売上の内訳（平成 23 年）は、燃料販売が 54%、米の販売が 20%、食料品・生活用品が 17%となっている。

大宮産業は地域コミュニティーの維持にもおいても重要な役割を担っている。店舗の一角にソファが置かれ、談話スペースとして住民の日常的な交流の場になっており、一人暮らしの高齢住民が大宮産業で語り合う光景が見られる。他にも、店舗前の広場を利用して、夏の「土曜夜市」や「住民への感謝祭」などのイベントを定期的に開催している。

また、大宮産業では「アドバイザー会議」を定期的に開催。地域住民と大宮産業の意見交換の場であり、集落内の各地域からアドバイザーとして様々な世代の 14 名が集まり、店舗の商品構成から販売方法、イベント企画等について意見交換をするとともに、大宮産業からも年間売上や来客数等の実績を報告する。この会議は、集落の人たちの暮らしや要望を第一に考える故の工夫である。

しかし、地域住民の高齢化による人口の自然減は確実に進行しており、今後の利用者減は確実である。そうした課題に対処するために、地域のもを外に売って「外貨」を得る「地産外商」にも力を入れる。地域で栽培した米を「大宮米」と名付けて外部に販売。四万十市の小学校の給食、市立病院の病院食、高知市内の私立学校給食、近隣地区の福祉施設等で使われるなど着実に販路を広げている。米の販売は平成 23 年には 1,200 万円となり、一つの大きな柱になりつつある。他にも集落内で栽培された露地野菜の直販や、他地域への販路開拓などを行うなど「外貨獲得」の努力を続けている。

大宮産業によって買い物というライフラインの一つは守られたが、交通や医療などは依然として厳しい状態にあることは変わらない。「地域を支える株式会社」として、今後は地域の交通や医療分野への進出も視野に入れている。厳しい状況に晒されながらも、地域の皆で作った株式会社を活用して、豊かに生きる姿を示した事例である。



株式会社大宮産業  
代表取締役  
竹葉 傳氏



(写真上) 大宮地区  
(中) 大宮産業の店舗と給油所  
(中、下) 大宮産業の店舗内部

## 地区を支える「新しい公共」を担う株式会社



株式会社あいポート仙田  
新潟県十日町市

### 地域の概要

十日町市の仙田地区は、十日町市市街地から16kmほど離れた山間地帯にある。以前は仙田村であったが昭和の合併により川西町となり、平成の合併で十日町市になった。平年の積雪は時に3mに達する豪雪地帯に12集落が点在しており、すでに3集落は廃村となっており、有人の9集落に約700人、269世帯が暮らしている。全集落の高齢化率の平均は46.3%で、最も高齢化率が高い集落では76%にもなる。高齢者の一人暮らしも多い。平成18年には農協の支所が、平成21年には農協の購買店（Aコープ）が撤退し、日用品や食料品を購入する場所なくなり、翌年には地区内の小学校と保育園も閉校・閉園となり、集落の存続が危ぶまれていた。

### 取り組みの概要

平成22年、地区の状況に危機感を持った地区の有志によって「株式会社あいポート仙田」が設立された。あいポートは農業生産法人でありながら、単に農業だけでなく、地区の生活支援や、高齢者支援などの生活サービスも行っている。つまり、高齢者が大半を占める地区の便利屋であり、世話役として、地区で起こる様々な出来事に対応する「地域マネジメント法人」として地域にとって欠かせない存在となっている。

仙田地区では、平成5年頃から高齢化が急速に進む地域の将来に対して危機感を持ち、話し合い等が度々重ねられてきた。そうした中で平成21年、地区内唯一の店舗であった農協の購買店（Aコープ）が撤退し、また、地区内の小学校と保育園が閉校・閉園するなど、地区の存続が危ぶまれるようになった。

地区内には、これまで任意の営農組織があったが、農業の枠を超えて世話役に徹するマネジメント組織はなかった。

そこで、農業だけでなく、地区の生活支援も行う組織として株式会社を設立する構想が浮上した。それまでに前例のない形の法人でもあったため、なかなか地区住民の理解を得られなかったが、有志数人が会社設立の必要性を説いて集落を廻り、17回にも及ぶ説明会を経て、平成22年に発起人6人、資本金114.8万円（株主は地区内の有志15人）で「株式会社あいポート仙田」を設立した。

あいポート仙田は会社の理念として「地区のマネジメント法人として、新たな公を目指す」と掲げている。事業は主に「農業支援事業」「高齢者支援事業」「生活支援事業」の3つの事業からなる。



(写真) 千田地区の様子

「農業支援事業」では、離農者に代わる水田の耕作、農作業困難者への支援（農作業受託）に加え、これまでバラバラに運営されていた地区内の農業関係組織の業務も受託している。特徴的なのは、会社が地区の農業を集約化して全てを担ってしまうのではなく、高齢の農家にもできるだけ耕作をしてもらうことを前提とし、農作業が困難になったときに会社が引き受けるというスタンスであることだ。これは、高齢者にとって農業は生きがいであるという考えによるものである。現在、あいポートで約10haの農地を管理しており、うち、会社が小作権を有している農地が3.6ha、作業受託として耕作をしているのは6.5haになる。

また、2つ目の柱である「高齢者支援事業」では、主に高齢者宅の冬季の除雪作業を行う。毎年平均20戸前後の屋根の雪下ろしを冬季の間に数回にわたって行う。ほかにも、地域のNPOと協働で、地区の道の駅で高齢者通所事業も行う。

3つ目の「生活支援事業」では、食料品から日用雑貨まで生活に必要な様々な品物を取り揃えた店舗を開設し、買い物難民の解消をしているとともに地域コミュニティの集いの場となっている。店舗に併設した食堂も経営しており地産地消の推進を行っている。他には、集落自治業務の受託、地域イベントの開催、行政との調整、地区自治組織の事務局的な役割、農業関係の補助金申請の相談など業務の内容は多岐にわたる。

今や、地域から欠かすことのできない存在となっているあいポート仙田であるが、その実情は非常に厳しい。第一に人材難である。現在は2名の専従役員、3名の正社員、6名のパートが所属しているが、その平均年齢は65歳である。農作業や冬季の雪かきなどの重労働作業を少ない従業員でこなさなければならず、高齢の従業員にとって大きな負担となっている。しかし、こうした人手不足を解消しようとも、山間地の法人であるため従業員募集に応じる人がおらず、さらに収入が乏しいために良好な雇用条件が設定できず、必要な人材を雇うまでに至っていない。

そして、常に資金難の課題も抱えている。主な収入源は農業部門の米の販売や作業受託であるが小規模なために大きな収入にはなっていない。そのほか、生活支援サービスについても地区住民から十分な費用をとることもできない。経営は非常に厳しい状態にあり、平成25年の売上高は4,716万円、経常利益は-562万円、税引後の利益は9万円程度であり、役員報酬にいたってはほぼ皆無である。

自治体の合併や、農協の統廃合によって、地域における住民サービスの密度低下が進む中で、地区の維持のためには、あいポート仙田のような地域住民による地域密着型のマネジメント組織の重要性は今後さらに高まる。しかし、そうした組織が安定して事業に取り組むことができるための支援が必要である。



(写真上) あいポート仙田が運営する売店  
(中) 売店は地域住民で賑わっている  
(中) 元農協の出荷施設を引き継いでいる  
(下) 地域のNPOと協力してた独居高齢者のケアも行う



株式会社あいポート仙田  
取締役  
長谷川 東氏

# 市町村合併後の地域サービスを担う 住民による NPO 法人



NPO 雪のふるさと安塚  
新潟県上越市

## 地域の概要

上越市安塚区（旧安塚町）は、冬季は平地で平均 2m、山間部で平均 4m の積雪がある豪雪地帯である。昭和 35 年には 10,000 人を超えていた人口が、平成 22 年には約 3,700 人（約 1,150 世帯）にまで減少した。昭和 50 年代、地域住民にとって大きな障害であった大量の雪を逆手に取った町おこしを始めた。雪が珍しい太平洋側や南国に向けて雪そのものを商品化として送る「雪の宅急便」、450t もの雪を東京・後楽園球場に運び込んでのスノーフェスティバルなど、雪を活用した取り組みで注目を浴びた。平成 2 年にはスキー場、温泉施設等をオープンさせて観光振興を進め、現在では年間 50 万人を超える観光客が訪れる。

## 取り組みの概要

合併前の旧安塚町では、町民に花の苗を配布し、ロードサイドなど町中に花を植える活動「花いっぱい運動」、雪像とキャンドルで幻想的な景色を演出している「灯の回廊」安塚キャンドルロード、地域の環境を生かした都市住民との交流事業、日本一の福祉を目指した各種のボランティア事業等の様々な地域づくり活動が行われていた。

平成 17 年の市町村合併を契機に、旧町の時代から続いてきた取り組みを、行政とは違う新たな組織で引き継ぐこと、地域の住民の安心・安全を確保することを目的として「NPO 法人雪のふるさと安塚」が設立された。

活動の範囲は、現在の上越市安塚区（旧安塚町内）で、全住民を対象に 1 世帯 1 名以上が正会員となることを目指して、当初は 87 名の準備委員会を立ち上げ会員の募集を始め 1,024 名が参加した。

雪のふるさと安塚は 5 つの「部会」に別れ、各部会に 20 名程度が所属して広範囲にわたる活動を行う。

第 1 部会では「支え合い安心して暮らせる環境づくり事業」として、地域の福祉・子供・女性・健康に関連する事業を行っている。子供に関する事業では、子供会の運営や子供の放課後を見守る活動を市からの受託事業として行う。福祉事業では高齢者の生活支援や、独居高齢者の安否確認なども行う。これまでは「町」が行ってきっていたが、合併によって維持できなくなった地域生活サービス全般を行政に代わって担っている。



安塚地区

第 2 部会では「自然と食を活かした産業を育てる部会」として地域産業の振興を行う。地域を支える産業を生み出すことを目指し、近年ではかつて行われていた楮を原料とした和紙作りを行う。まだ大きな産業にまで育つものは生まれておらず、部会員たちの試行錯誤が続いている。

第 3 部会では「豊かな心を育む部会」として地域の文化向上を目的とし、講演会やコンサート等の文化活動の企画運営を行う。

第 4 部会では「観光・交流部会」として、「黄金の回廊（ヤナギバヒマワリのシーズンに合わせた花のイベント）、「灯の回廊」安塚キャンドルロード雪景色の中でたくさんのろうそくを灯すイベント、「スノーフェスティバル」など、旧安塚町の頃から続いてきた各種のイベントを継続して企画運営している。第 5 部会は「情報発信部会」として、インターネットや「NPO だより」など各種広報資料を通じた地域の情報発信を行っている。

これらの部会活動の他にも、町内会や自治会組織の活動への支援や、住民による地域活動を支援するための事業費助成（1 事業 10 万円限度）を行い、住民の自主的活動に対する支援も行っている。

自主事業に加えて、活動のもう一つの柱となっているのが上越市や観光協会、農業振興公社からの受託事業を行っている。受託事業としては、これまでに行ったものを含めて「高齢者支援事業」「敬老会、放課後児童クラブの運営」「地域情報を自主的に放送するケーブルテレビ番組制作事業」のほか、市道や林道の管理など多岐にわたる。

活動の内容は、福祉事業やイベントの企画運営から道路の整備と、雪のふるさと安塚は、旧安塚町役場が行っていた公共サービスを引き継ぎ、地域において欠かすことのできない存在となっている。会員数は平成 26 年は正会員 760 名、賛助会員 139 名、企業会員 36 団体となっている。

地域の高齢化、人口減少はさらに進行することが予測され、さらにその役割は重要となる。今後は、行政と市民とのパイプ役としての役割をさらに強くすること、自立した地域産業の創出、高齢者の増加に対応した有償ボランティア事業の確立、若者の移住促進の取り組みなど、今後も取り組むべき課題が山積している。そうした中で、NPO の組織だけで今後の活動のすべてを継続していくのは困難であり、行政とのより強い協力体制による運営も必要となる。



NPO 雪のふるさと安塚  
事務局長  
岡 武夫 氏



(上) ロードサイドに植えられた花  
(中) ヤナギバヒマワリのイベントを開催している  
(下) 雪のふるさと安塚の事務所風景



5. 地域のくらしをまもる  
—生活サービスの維持—

医療・福祉をまもる

# 地域医療を守れ 地域住民による診療所

大戸診療所  
群馬県東吾妻町



## 地域の概要

群馬県東吾妻町人口約 3000 人の坂上地区。全国の中山間地域の例にもれず、少子高齢化が進み、人口減少が進む地域に大戸診療所は立地している。地区には現在、ガソリンスタンドも商店もなく、また近年中学校が廃校となった。建設が進む八ッ場ダム完成にともない、新たな道路建設が進み、地域を通過する自動車の減少も危惧される。地域住民自らが医療法人の立ち上げ、診療所の運営を行う全国でも稀な取り組みにより過疎地での地域医療が守られ、今では医療介護だけでなく、生活や文化祭事の面でも診療所が地域を支えている。2014 年度地域再生大賞・準大賞を受賞した。

## 取り組みの概要

1984 年、地域唯一の医療機関であった国立療養所長寿園の廃止反対活動が地域で起こる。「無医地区にするわけにいかない」、「地域医療を守れ」という地域住民と医療労働者共同の活動により、特例で代替の診療所が整備されることにはなったが、いつまで存続するか保証がない中、持続的な地域医療の存続への危機感と、それまでの 7 年間の運動を形にしたいという決意から、全国でも例を見ない、地域住民による診療所立ち上げの運動へと転換することになる。

### ▼地域住民による診療所の立ち上げ

自分たちの地域の医療を行政に頼るだけでなく、自分たちでも汗を流そうという気概の中で、地域住民による医療法人を立ち上げ、診療所を設立した。設立資金は 1.3 億円。内 5,000 万円は地域住民 25 人からの出資、それに全国からの募金、地域住民を中心とした協力組織「友の会」の一人 1～2 万円のサポートで賄った。ノウハウもお金もなかったが、7 年間に渡る反対運動の中で築いた全国の医療関係者との関わりと、厚労省や群馬県の担当も反対運動の時からやり取りで、最後には協力してもらえ関係築いてきたことが、設立を実現できた要因であった。資金的に最もネックになる医者の人件費についても、取り組みに共感してくれる高齢のリタイア医師に協力いただくことで、運営している。現在は、それに加え地域医療のメッカといえる長野佐久総合病院との連携により医師を派遣してもらう仕組みを構築した。

### ▼多角的な事業展開

診療所は 2014 年で 20 年目を迎えた。診療所は高齢者から地域の子どもたちまでが利用し、こたつを置いた待合に住民たちが集う。地域住民の 9 割がこの施設を利用する現状だが、地域の人口は減少し、診療所だけでは維持できない状況の中で、多角的な事業展開を進めてきた。診療所に加えて、現在はデイケア施設も併設し、訪問介護も実施している。そこでの雇用は当初の 8 人から現在 46 人に増えている。診療所までの無料送迎に加え、有償運送事業で、地域外の拠点病院への送迎や、買い物支援も実施している。また、町の郵便局や宅急便事業者との連携により、配達時の高齢者安否確認、気になることを診療所に報告してもらう取り組みもはじまった。2014 年大雪で集落孤立が発生した際には、薬や食料を届けるため、診療所職員と郵便局員で高齢者の家の雪かきに奔走したこともある。また、診療所が主催する健康まつり花火大会は、地域を出た子ども達、孫たちが帰ってきて、地域の賑わいを作り出している。地域の皆様が運営に協力してくれる。

### ▼地域活性化に向けた地域づくりの展開

地域住民が地域で暮らすために診療所が支えていると同時に、診療所も地域住民に支えられているという構図がある。しかし、地域の人口減少により、かつて 1 日 60 人だった患者数が 1 日 30 人に減り、診療所の維持が課題になっている。地域の人口を維持するための取り組み、外から人を呼び込むための事業展開に向けて、取り組みがはじまっている。診療所を核に活性化協議会を立ち上げ、石造文化財など地域の歴史資源の調査、地域を訪れた方が寄っていけるように長寿地蔵（ぼっくり地蔵と地域の人と呼ぶ）を置いた。今後、地区の入り口部にドラッグストアを整備する予定である。店舗には農産物の直売所を併設し、お見舞いなどで地域を訪れる方の立ち寄り場所となることを狙う。廃校になった中学校を高齢者施設として活用できないか、ガソリンスタンドを地域に復活させるなど、今後も診療所を核とした地域の維持・活性化の取り組みを展望している。



大戸診療所の外観

## インタビュー



### 地域が支える診療所 地域を支える診療所

今野 義雄 氏

医療法人坂上健友会 常務理事

医療法人立ち上げ、診療所設立当初には、国立の診療所（特例での暫定的診療所）があるのに、そんな活動必要ないという役場などの目があった。しかし、設立して 2 年程経つと、雰囲気は明らかに変わり、「地域医療を大戸診療所が担って欲しい」、「大戸診療所はこの地域最大のよりどころだ」との激励を頂くようになった。大戸診療所抜きにはこの地域は成り立たない。地域の方々の期待は大きく、地域を維持しなければならないという思いから、最近は地域づくりという発想になってきた。行政も、民間の法人に対して財政的な直接援助はできないが、今後、町の活性化という観点では一緒に事業展開したいと思っている。

20 年間、毎日刺激的な日々であった。最初は 3 年～5 年もてば良いと思われ、冷ややかに見ていた人もいたと思う。そんな人たちが、診療所に人が集まるのを見て、これまでの経緯から、行きたいけど行けない状況もあった。そんな状況を打開したのが診療所で開いた地域のお祭りである。ある時、祭りにお祝いを持ってきてくれ、「いろいろあったけどこれからは頼む」と一言。地域の理解が広がった瞬間である。

今年の春に地域再生大賞、20 年の歩みが評価されたと思うが、これからもっとがんばれという励みと受け止めている。もっともっと地域づくりに力を出したい。

20 年の歩みの中で診療所、場合によっては地域が半分崩壊していたかもしれないと思う。地域の現状の共通認識を持とうと人口の推移、耕作地の減少、学校の減少などを資料で確認しあうことを 4 年前にはじめた。何とかしなければという機運がなんとなく生まれている。危機感の共有をはかることが大事。

八ッ場ダムが着工し 4 年後には完成予定で交通の流れがまるっきり変わる。診療所の前を通る車もめっきり減ると思う。そこでの仕掛けとして、ダムに向かう分岐点に、薬局と農産物などの直売所、公衆トイレをつくる。診療所に来たお客さんが薬をもらいに行き、モノを買って帰る。できればガソリンスタンドも復活させたい。これら経営の受け皿として、地域づくり懇談会を母体に、株式会社や NPO など法人格を持った組織づくりを進めることが今後の課題である。たまたま調剤薬局の社長が地域づくりに共鳴してくれたことで先が見えてきた。今度は地域みんなが、その施設を支える仕組みをつくっていくことになる。様々な外部からの協力者がいて、ことが動いていくことを実感する。

## 広域の情報共有が地域医療を守る

一般社団法人伊都医師会  
和歌山県橋本市ほか



### 地域の概要

和歌山県北部の橋本市や伊都郡（九度山町、かつらぎ町、高野町 ※人口 25,177 人 高齢化率は 3 町平均約 36%）では急速な過疎高齢化の進行と共に、医療を必要とする高齢者に対する医師数の減少が続いた。また、市町村合併等によって行政サービスの広域化・効率化が進められていく一方、通院や緊急時の対応を必要とする医療は居住地域による区切りから切り離して効率化することができず、医療分野における広域連携は困難を極めていた。地域医療の衰退と、それが引き起こす更なる過疎化という悪循環から脱するための方策が求められていた。

### 取り組みの概要

平成 14 年、地域の医療を担ってきた地元医師会「一般社団法人伊都医師会」の有志数名は、地域医療機関が連携して限られた医療資源を有効に活用すること、重複診療・検査を防止による効率化を目的として「地域医療情報共有システム ゆめ病院」を開始した。

この「ゆめ病院」はインターネットを使って、それまで各診療所単位で保持していた患者のカルテ情報（各種検査結果・検査画像データ・所見・処方履歴情報等）を、地域内にある複数の医療機関に所属する医師、歯科医師、訪問看護師、薬剤師等の多職種で共有することで、地域内における医療機関の連携を促進している。

このシステムに利用によって、受診する各医療機関での患者診断記録を共有することが可能になり、これまで問題になっていた重複診療、重複検査や医療費負担増大等の患者の肉体的、精神的負荷の軽減にもつながっている。同時に情報共有によって、必要以上の検査や診断を行う必要がなくなり、地域で多くの患者を抱える医師や看護師等の負担の軽減にもなっている。

これまでも「医療情報共有システム」はあったが、大規模病院が持つカルテ情報の提供を受けるという方法に頼らざるを得ず莫大な費用を要した。そのため、一時的に補助金を利用して行うことができては継続することは難しかった。「ゆめ病院」は地域の医師会が独自に資金を出し、地域密着で行っており、時間はかかるが着実に地域に根付いた医療システムとして広がってきた点が大きな特徴である。

「ゆめ病院」には平成 27 年 1 月時点で約 81,000 人の患者情報（病名・既往歴、禁忌・アレルギー情報、予防接種歴、治療内容、検体検査結果、画像診断情報等を患者の同意に基づいて記録）が登録されており、ゆめ病院に参加している地域内のすべての医療機関から共通した患者情報をもとに診療を行うことが可能になっている。さらには、患者への投薬・処方内容や、検査会社との連携による血液検査結果を自動登録する機能もあり、患者情報を手間なく得ることができるため、医療従事者の負担軽減にもなっている。さらに「ゆめ病院」では、特定健診（メタボリックシンドロームに着目し、病気を予防するための特定健康診査・特定保健指導）のデータを共有することが可能で、健診の情報を診察に活用するとともに、患者への健康指導にも利用することができ、地域において予防医療などの広い視野から診察することが可能となると期待される。これらのデータベースは匿名化されており、仮にセキュリティが破られても患者が特定できない仕組みになっている。

今後、人口減少が加速する地域では、病院等の施設存続は益々厳しくなることが予想され、在宅医療の需要は増加していく。「ゆめ病院」も在宅医療の推進に向けた展開を始めている。医師だけでなく、訪問看護師・薬剤師・介護ヘルパー・歯科医師等の在宅医療関係者も、タブレット端末からも「ゆめ病院」を利用することが可能で、訪問診療時にも個人宅等の現場から、患者情報の閲覧・更新が可能になっている。これにより、患者が安心して在宅

医療を受けられる環境づくりを実現。地域内のすべての医療関係者の連携で、地域の医療を支えていく仕組みとなっている。

伊都医師会はさらなる提供エリアの拡大を目指している。平成 23 年からは隣接する奈良県五條市の医師会が県境を越えて「ゆめ病院」システムに参加。行政区分を越えた「地域医療情報共有システム」となった。将来的には日本全域で医療情報が共有され、適切な医療がどこでも受けられる仕組みの構築を目指す。

さらには、在宅介護・医療分野においても、患者の体に装着して健康状態をモニターすることができる「ウェアラブルセンサー」を使い、在宅患者の状態を常にモニタリングをする。緊急時には地域の医療関係に連絡が入るシステムの構築を検討している。各地で少子高齢化、医師不足、医療過疎等が問題となっている中、地域内で医療関係者が連携することで、地域の医療を支えることができるという事例である。



タブレットを使ってゆめ病院の仕組みを説明する前田会長

### インタビュー



#### 地域住民の健康を守っていく情報共有の仕組み

前田 至規氏

一般社団法人伊都医師会 会長

1 市 3 町（橋本保健医療圏）で人口約 10 万人、医師会員 160 名で、医療と福祉の連携を深めて、高齢者や障がい者が安心して暮らせる伊都地域の実現をめざして活動している「伊都医師会」より、前田氏がこれまでの経験から大切なものを語ってくれた。

ゆめ病院の円滑な運用のためには「人的ネットワーク」の構築がカギだ。ICT システムは補助的なものであり、連携のすべてを ICT システムで完結させることは不可能である。こうした便利なシステムを以下に有効活用できるかは人的交流（教育、ミーティングや紙や FAX による共有）の濃度こそ重要であり、それをベースに ICT による共有、その他の共有を生かすべきだ。そのため、ゆめ病院のようなシステムを運用するための人的ネットワークの連携体制構築も重要であると考えます。

もし、他地域で同様のシステムを構築しようとするなら、コストのかかる ICT システムに関しては、最初は必要最低限でスタートして、実運用を行った後にその地域にあったカスタマイズを行っていくことが望ましいと考えます。システム構築は汎用的にすることをおすすめする。

当地域は、職能団体である当医師会が「ゆめ病院」の構築、運用を行っているが、継続性を考えると運用面・費用面で限界があるのは事実である。そこで、各自治体等にこのような情報基盤を活用した事業展開を企画、運営していただくことにより、より公共性のある情報連携が可能となると考えている。現段階では、医療と介護にフォーカスをあてているが、今後発展するであろう地域包括ケアシステム構築において、福祉や住居の要素を組み込むことは不可欠であると考え、そのためには国や自治体にもこうしたシステム構築に積極的に参加していただくことを強く望む。また、こうした医療情報の共有システムをつくるためには、個人情報保護等のために高いレベルのセキュリティ担保が求められ、費用面でコストがかかる。そのための継続的な費用負担等もある。



# よく生き、よく死ぬる、地域社会をつくる

NPO 法人ふくふくの会  
愛媛県上島町



## 地域の概要

上島町は愛媛県の北東部、広島県との境に位置し、瀬戸内海のほぼ中央に浮かぶ18の島々により構成される町で、平成16年に越智郡の弓削町・生名村・岩城村・魚島村が合併して誕生した。弓削島は、旧弓削町の中心となる島で、現在町役場が置かれている。交通の中心は、広島県福山市因島との海路交通が主で、弓削島と因島の間を約10分で結んでいる。島の歴史は古く、島内からは旧石器時代後期のナイフ型石器などが発見されるほか、平安時代は大量の塩を納めていることから「塩の荘園」と言われた。島の主産業は漁業であるが、広島県の都市部が近いこと、並びに島内での仕事（雇用）が少ないことから、若者を中心に島外への流出が続いている。また、高齢者にあっても、島内に十分な治療を施せる医療施設や福祉施設が少ないことから、やむをえなく島外に移住するといった、人口減少に拍車をかけることにつながっている。

そのような中、「よく生き、よく死ぬる、地域社会をつくる！」という活動理念のもと、島で人生を完結できる福祉施設を目指し、地域密着型のサービスを提供している特定非営利活動法人ふくふくの会は、高齢者が最後まで島内で生活できること環境づくり、そして島内に仕事をつくり、若者等の人口流出を防ぐ一翼を担う取り組みとして注目されている。

## 取り組みの概要

特定非営利活動法人ふくふくの会の活動は、介護保険に基づく介護事業が中心である。島にあった保育園の旧園舎をリフォームし、10年前から小規模多機能型の委託介護サービスと有料老人ホームが一体となった福祉施設の運営している。また、平成26年の4月より、町内の医療機関と連携した医療サービス付き高齢者住宅の運営も行っている。更に、島の魅力を再発見しようをコンセプトに季刊誌「上島ピープル」を発行している。

取組のきっかけとして、福祉施設の利用者・入居者は、主に上島町の島民である。島民の多くは「生まれ育った島に居続けたい」と願っているが、10年前に事業を始める前はデイサービスやホームヘルパーなどが島内に充実しておらず、やむなく離島するケースが多かった。終末医療の現状も逼迫していることもあり、地域に改善を望むニーズも見られた。

取組を始めた頃は、介護保険の法制度が施行される以前で、はじめは「食の安全性」を望む住人の声をきっかけに、ボランティアによる配食サービスを開始した。次第に公的なデイサービスの時間外でのサービスの要望が高まり、早朝・夕方・深夜の対応の出来る島民向けの寄合所を立ち上げた。ボラン



ふくふくの会が活動をする弓削島

ティアの人数も増え、事業を本格化させる際は、配食サービスで培った住人のニーズをデイサービスセンターという形になっていった。さらに、「大きな施設より身近な小さな施設」が認知症の方に好評となり、小規模多機能型の介護サービスを展開するようになった。

介護事業の特徴としては、「最期まで、その人らしく生きていくのを支えていく」、「施設の中で完結せず、地域の行事に参加したり、海、山など自然とふれあえる事業を心がける」ことにあると考えている。季刊誌を発行する目的は、ふくふくの会の事業を知ってもらうだけでなく、「老いや死」についてや、終末医療・福祉について考えていただきたいの思いがある。

デイサービス事業を展開後、現在では2つの施設で46名の介護者を抱え、スタッフの数は34名にまで増加した。この事業によって、地域の活性として「老人への支援」と「雇用」の2つの効果をもたらしていると言える。スタッフも当初はリタイヤ層の元気な高齢者が多かったが、近年、若いスタッフが増えてきている。若い人にとって、はじめは介護を毛嫌いな傾向があったが、近ごろは、「この仕事をやってやろう！」といった使命感が生まれてきており、地域活性の好循環につながってきている。



「ふくふくの会」の施設。元は保育所であった建物を利用。現在は他にも施設を開設している。

## インタビュー



大切なのは、ちょっとした使命感と勇気です。

竹林 健二氏

特定非営利活動法人ふくふくの会 理事長

地域づくり、地域活性を進めていく中で、取り組みを担ってくれる人、協力してくれる人がいないという声が多く聞かれる。では、なぜ担ってくれないのか、手伝ってくれないのか。それは何もしていないからである。0（ゼロ）のもの（何もしていないもの）に助けてくれる、助言をくれる人はほとんどいない。しかし、0（ゼロ）から1にすると変化がある。どんな行動でもいいが良かったことを行動に移せば、不思議と手を貸してくれる人が集まる。確かに、新しく事業をはじめするには資金も必要であり勇気もいるが、ちょっとした使命感と勇気があれば0（ゼロ）から1に出来るはずである。

取り組みの継続が、人々の理解を得ることにつながり、それが継続のパワーと地域活性につながっていく。はじめは介護サービスを利用する人も少なかった。しかし、取り組みを継続していく中で、「歳をとったら頼むね」など声をかけられるようになった。これまでは、歳をとるとやむを得なく島を離れなければならなかった。これからは島で暮らし続けられる保険として、自らの存在を感じるようになってきており、それが取り組みを継続するパワーの源となっている。若いスタッフのそのように感じているであろう。

地域づくりや地域活性は、目の前にある地域の課題を何とかしたいという思い、その思いに対するきちんとした対応の延長上に形づくられるものである。

## 地域医療を救う、病院・市民・農家の連携

留萌がんばる会／パパヤの里  
北海道留萌市・増毛町



### 地域の概要

留萌市は、北海道の日本海側に位置する水産加工業が盛んな町で、全国一の生産量と品質を誇る“数の子”の町として知られている。しかし、昭和45年頃からの漁業・水産加工業の衰退等から人口の流出が進み、昭和42年のピーク時に45,000人強だった人口が、平成9年には30,000人、平成22年には25,000人を割りこむなど人口減少が著しい。増毛町は、留萌市の南側に位置する人口5,000人ほどの町で、暑寒山麓に囲まれた扇状地の良質な水と、温暖な気候を活かしてりんごやサクランボをはじめとする果樹栽培や水稲などの農業が盛んに行われている。しかし、かつて陸の孤島と呼ばれていたほどの交通不便性、また、基幹産業の1つであった漁業の不振などによる人口減少が進み、ピーク時の昭和30年の人口16,000人強の3分の1ほどまでに減少している。

このような中、リハビリ・りんご園では生産者の高齢化により廃園・伐採寸前であったりんご園を有効活用して、医師・医療スタッフ不足に悩む地域の医療機関と連携し、園芸療法・地域リハビリテーションに取り組んでいる。医農連携による同園の取組は、農地が有する多面的機能の活用による農業の担い手確保と、医師不足という地域課題の双方の課題解決につながる地域活性の取り組みとして注目される。

### 取り組みの概要

本取組に至る背景として、市民との二人三脚で公立病院の存続を図る取り組みが挙げられる。全国には1,000を超える自治体病院が存在するが、とりわけ地方にあっては、住民の多くが大病院や都会に流れ、更に病院経営が厳しくなるといった状況が見られていた。留萌市立病院にあっても同様に、不採算部門を抱え、全国の自治体病院の中で“ワースト9位”の経営状態の時があった。しかし、この不採算部分こそ、地域にとって欠かすことができない、救急・お産・小児科といった部門であり、地域の安全安心な暮らしのために、病院の存続こそが重要な地域課題として挙げられた。そこで、“地域医療再生”という面は強く出さず、“まちづくり”というニュアンスを強めた活動を市民団体が展開する。留萌市立病院の医療スタッフ確保に協力する市民団体である「留萌がんばる会」は、まず、市民の市立病院に対する理解度を高めるための市民向け広報誌を作成する。

当時は悪い経営状態等に対する病院への中傷が市民から多く聞かされていた。そこで、市民に「有能な医師がいる」という事実を知ってもらうための、広報紙を「留萌がんばる会」が作成し読んでいただくことで、市民が病院・医師の状況を知りことになる。これにより、病院に対する中傷がなくなるとともに、病院を訪れる市民が増えることにつながった。また、経営改善の手法として、“リストラ”が考えられるものの、医療の現場では、医療スタッフの確保こそが病院経営の黒字化につながる仕組みであったことに気付く。しかし、留萌管内には、医療・看護系の大学及び専門学校は存在しないため、医療スタッフの確保が困難であった。

そこで、留萌がんばる会が中心となり、学校訪問や留萌市立病院見学ツアーを実施する。全国から医師・看護師を目指す学生が留萌の地を訪れ、研修と地域住民との触れ合いを通じて、留萌の住み心地の良さを知ってもらうことになる。もともとの病院側の必死の努力とが奏功し、22名まで減少した常勤医が33名まで復活を遂げ、病院経営も黒字化を達成している。そのような市民団体による病院再生の取り組みから端を発し、医農連携の「リハビリりんご園」の取り組みに繋がっていく。

増毛町にある農園「パパヤの里」では、生産者の高齢化により廃園・伐採寸前であったりんご園を引き受けて、平成23年度から地域資源として有効活用を始める。医師・医療スタッフ不足に悩む地域の医療機関と連携し、りんご園で園芸療法・地域リハビリテーションに取り組む内容である。地域のデイケアと連携して園芸療法の実験ファームとして活用し、その効果を測定したところ、園芸療法は若年認知症等のリハビリ治療に効果的であることが分かる。そこで、毎年5月から11月までの週1回、リハビリりんご園を医療系学生の実習の場として活用する。医療実習期間中における地域住民と医療系学生の交流により、地域の良さを分かってもらい定住化を促して、地域における医療スタッフの確保につなげるのが目的である。同園における医療系学生の研修受入は、平成24年度の実績で本州から4名、道内から20名で、本取り組みを通じて平成25年度に1名の看護スタッフを、平成26年度には研修医1名の確保につながっている。



リハビリが行われるりんご農園

### インタビュー



課題解決のためには、地域の連携が重要

森 義和氏／富野 嘉隆氏  
留萌がんばる会／パパヤの里

地域課題の解決、社会課題の解決のためには、地域の様々な組織がそれぞれの技術等を活かして連携と協力していくことが大切である。医師不足・病院の経営悪化という病院の課題、担い手不足・耕作放棄地という農家の課題、地域医療サービスの衰退という住民サービスの課題という、それぞれの地域課題・社会課題の解決を、各主体が連携して行ったのが特徴である。当初は、園芸療法として効果のあるリハビリ農園を病院内につくるということも考えられた。しかし、地域課題の解決を地域が一丸となって取り組んでいく上では、病院は医学的な見地で、農家は自ら行っている農業・農地の視点から、それらを繋ぐ中間支援組織としての市民団体が存在するといった、それぞれの立場（病院・市民・農家）が、それぞれの技術等を活かした連携と協力が重要であり、それこそが地域資源を活用した地域活性化につながっていく。

都市との共存・共生のために、地域の資源（人材含む）を有効活用も重要だ。医師の確保、移住定住者の確保のためには、地域の生活サービスの確保、並びに、地域の魅力の発信が必要である。特に、地方にあっては、その土地に住むというプライド（農家にとっては、農地を有する、農業を行うというプライド）を最大限に活用することが必要である。

リハビリりんご園自体は、福祉的・PR的な視点で実施しているため、現在は、その取組自体が収入を得る手段となっていない。将来的には、自然があり、医療と連携した町として売り出し、定住者（ファン）の確保につなげるために、福祉的旅行の展開を図っていくことで、地域経済の活性化にもつながっていききたい。

# 子供からお年寄りまでみんな一緒に 「富山型」デイサービス



NPO 法人このゆびと一まれ  
富山県 富山市

## 地域の概要

富山市は平成 17 年の市町村合併により 7 市町村が合併し、1,200km<sup>2</sup>となり全国の都道府県庁所在地中では 2 番目の広さという広大な市となった。年平均の降雪量は 3m を超える豪雪地帯である。人口は約 42 万人（平成 22 年国勢調査）。65 歳以上の高齢者人口は平成 12 年には約 8 万人であったが、平成 22 年には 10 万人を超えており、急速に高齢化が進んでいる。一方で、特別養護老人ホームの整備状況は全国と比較しても比較高い水準にある。また、高齢化社会に対応した街づくりにも早くから取り組み、平成 14 年ごろから「コンパクトなまちづくり」を提唱し、ライトレール（次世代型路面電車）など、市街地の公共交通を整備。車が移動手段であることが多い地方都市において、車の運転をしない高齢者でも移動しやすい街づくりを行ってきた。

## 取り組みの概要

一般的なデイケア施設や、グループホームなどの福祉施設は、幼児、高齢者、障害の有無や種類等によってそれぞれの別の施設を利用するが、富山市にある「このゆびと一まれ」のデイサービス施設では、乳幼児から高齢者などのすべての世代に加え、健常者も障害者も、皆が隔てなく利用することができる。様々な年齢や状態の人々がお互いに支え合いながら、一つ屋根の下で生活をしている。この形態は「富山型デイサービス」と呼ばれており、富山市の「このゆびと一まれ」から始まり、今では全国に広がっている。

デイケア施設「このゆびと一まれ」は平成 5 年、富山県内で初の民間デイサービスとして開所した。

きっかけは、当時、富山赤十字病院で看護師をして働いており、現在は「NPO 法人このゆびと一まれ」の代表を務めている惣万氏ら 3 人の看護師が、当時の高齢者福祉の現状に疑問を感じ、高齢者が生き生きと生活することができる介護を実現するための活動を始めたことだった。

惣万氏は看護師だったころ、高齢者が入院生活の中で「家に帰りたい」「畳の上で死にたい」と涙を流す姿を多く見てきたという。しかし、当時の老人ホームの多くは、高齢者が生き生きと生活することができる環境とは程遠く、高齢者にとっても居心地が良い場所とは言い難い状況であった。また、当時は現在のように、在宅している高齢者に対して、家族による介護ができない日中などに通所介護を提供する「デイケアサービス」は一般的ではなかったため、高齢者在宅看護においては家族にとっても非常に大きな負担となっていた。

当時のこうした病院や介護施設の状況を見てきた惣万氏らは、高齢者がもっと生き生きと生活することができる福祉施設とサービスの必要性を感じた。さらには、デイケアサービスによって、介護を行っている高齢者などの家族負担を少しでも軽減する、地域密着の福祉サービスの必要性も感じていた。

こうした、問題を解決するため、惣万氏は同僚の看護師 2 人とそれぞれの退職金を出し合って、設立の資金を確保。当時、富山県内でも初となる民間デイケア施設「このゆびと一まれ」を開設した。また、この施設では、高齢者、子供、障害者というそれぞれの年齢や状態に関わらず、いろいろな人がひとつ屋根の下で暮らし、それぞれに触れ合うことで、生き生きと暮らすことができる場所を目指した。

しかし、開始当時の運営は厳しいものであった。一つの施設で、高齢者だけでなく介護を必要としている全ての人を対象としたため、当時の制度上では、対象となる補助制度がなく、補助金等の支援を受けることができなかったのだ。

さらに、当時は介護保険制度がなかったために、施設を利用するためには 1 日あたり 2,500 円（食事代別途）の利用料を利用者が全額負担する必要があった。そのために、介護を必要として毎日施設に通ってくる利用者にとってはその積み重ねが大きな経済的負担となっていた。こうした事情もあり、開所した頃は 1 日に 2 名程度の利用しかなく、その後は徐々に利用者が増加したものの、施設経営は赤字が続いていた。

この時、取り組みを支えたのは、これを報じたマスコミ報道と、それを見た全国の人々からの寄付であった。当時、まだ珍しかった民間デイケアサービスであり、かつ、多様な年齢の人が一緒に生活していた施設は、新聞やテレビによって報道された。同時に、こうした報道によって施設経営の厳しい状況も全国に伝わり、それを見た全国の人々からの寄付が相次いだのだ。中には、学生が施設を訪れ、おこずかいの中から寄付をしたいと申し出てくれたこともあったという。こうした出来事を経て、惣万氏は改めてこの施設を守っていこうという想いを強くしたという。

そして平成 10 年には全国に先駆けて富山県が動いた。県は高齢者施設と障害者施設というこれまでの制度の枠組みを打ち破って、「このゆびと一まれ」に対して年間 360 万円の補助を行ったのだ。この富山県の動きが、後に全国に広がっていくこの仕組みが「富山方式」と呼ばれきっかけとなった。

さらに、平成 11 年、「このゆびと一まれ」は富山県で初の NPO 法人格を取得した。当時、平成 9 年に制定された「介護保険法」に基づいた「介護保険制度」が、翌年の平成 12 年から始まることが決まっていた。組織化によって介護保険制度の利用資格を得ることで、利用者の金銭的負担を軽減するためであった。平成 12 年からは介護保険制度が適用されたことで、利用料は 1 日あたり約 1,300 円となり、利用者数も増加した。

現在、高齢者や障害者が通所する「デイサービス」は 2 軒になり、乳幼児から高齢者、障害者まで様々な人が一つ屋根の下で生活をしている。平成 16 年には、宿泊を伴った「ショートステイ」にも対応する「このゆびと一まれ茶屋」を開所し、家族に代わって数日間の介護をしている。他にも主に認知症高齢者を対象とした「グループホーム」も開設した（1ヶ月の生活費は 120,000 円程度。家賃、食費、光熱費等込み）。

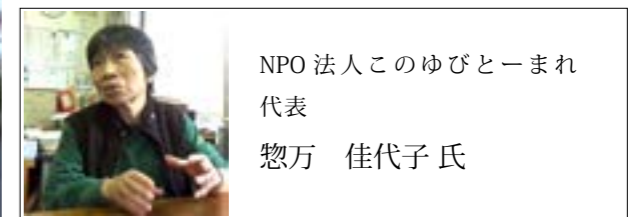
平成 25 年からは「就労継続支援 B 型事業」である「はたらくわ」の取り組みも始めている。この事業は、通常の事業所で働くことが困難な障害者に対して、働く機会や場所の提供や支援を行うための事業である。このゆびと一まれでは、当施設に限らず「富山型デイサービス」を行っている事業所で働いている障害者に対して、職員が定期的に巡回をすることで就労の支援をするというものである。今や、富山型のデイサービスを行う事業所は、県内のいたるところにあり、そうした施設で障害者の就労を受け入れる体制ができれば、障害者の雇用機会は大幅に広がることとなる。この背景には、富山県が「とやま地域共生型福祉推進特区」に認定されたことで、障害者の福祉的就労が可能になったことがある。

平成 15 年には富山県が当時の構造改革特区を利用して、「富山型デイサービス推進特区」の認定を受けたことで「富山型デイサービス」はさらに大きく広がった。富山県も施設の整備などのハード面から、新規の富山型デイサービスによる起業を促進する「富山型デイサービス起業家育成講座」や、職員研修などの様々な補助や事業を展開しており、県をあげてバックアップをする。

このゆびと一まれの施設では、子供たちがお年寄りと一緒に遊ぶ姿などが見られ、明るい笑い声が絶えない。介護施設というよりも大家族の家にお邪魔したようなにぎやかさであった。



このゆびと一まれのデイケア施設



NPO 法人このゆびと一まれ  
代表  
惣万 佳代子氏

# 5. 地域のくらしをまもる

—生活サービスの維持—

## 人を育てる



## 「島留学」で島の高校を再生

海士町・高校魅力化プロジェクト  
島根県海士町



### 地域の概要

島根県隠岐郡海士町は、島根半島沖合約 60Km にある隠岐諸島のうち中ノ島にある。1 島 1 町の小さな島。対馬暖流の流れる豊かな海と、豊富な湧水に恵まれた自給自足のできる半農半漁の島。人口の流出と財政危機の中で、2005 年に町長は給与の 50%カット、課長級は 30%カットを断行した。その資金を元手に最新の CAS 冷凍技術を導入し海産物（イカ、岩牡蠣等）のブランド化を行ったり、こうした産業振興等や島外との積極的な交流により 2004 年から 11 年までの 8 年間で 310 人の移住者（I ターン）、173 人の U ターンを生むまでになっている。地域活性化モデルとして全国から注目されている。

### 取り組みの概要

島根県立島前高等学校（昭和 30 年 3 月創立）は隠岐諸島の海士町、西ノ島町、知夫村の 2 町 1 村に一つしかない県立高校。生徒数は平成元年には 6 クラス 242 人（教職員数 26 人）だったが、平成 20 年には 3 クラス 89 人（教職員数 16 人）にまで激減、高校自体の存続が危ぶまれるようになる。

そうした中にあった平成 20 年、地域内だけでなく、全国から生徒が集まる魅力ある学校づくりを目指し「隠岐島前高等学校の魅力化と永遠の発展の会（三町村長・三町村議長・高校校長・三中学校長・PTA 会長・OBOG 会会長等。事務局は島前高校）」を設立。この会のもと、ビジョンを策定する「ワーキンググループ（各島の中学校教頭、保護者、町村、教育課長、卒業生などの 10 数名）」をつくり、中高の生徒・保護者・教員、地域住民、議会などへのアンケート・ヒアリング・意見交換等を行って、「島前高校魅力化構想」を策定、平成 21 年に県知事、県教育長に提言した。

その後、この「魅力化構想」実現のため「隠岐島前高等学校魅力化推進協議会（三町村の有志や高校教員等で構成）」を設立し活動を行っている。高校魅力化プロジェクトでは「生徒一人一人の夢の実現」「地域の未来を作る人材の育成」「持続可能な魅力ある学校づくりの推進」を目指して主に以下のような取り組みを行っている。地域に根ざした課題解決型学習を行う地域創造コースなどの「魅力的なカリキュラム編成」や、教員数の増加等の高校自体の変革に加え、首都圏や関西圏などの島外からの生徒を受け入れる「島留学」、公立塾「隠岐国学習センター」をつくり、予備校や進学塾のない島で進学のための学習支援、地域内外のプロフェッショナルを講師に招いて行う「ゼミ形式」のキャリア教育事業「夢ゼミ」を実施するなど、多角的な活動を行っている。プロジェクト開始後の平成 20 年には 3 クラス 88 名（教職員数 16 名）だった生徒は平成 25 年度には 140 名（5 クラス。島外からの生徒が 22 名・教職員数 35 名）に。初年度は国公立大学や有名私立の進学が 2 名。2014 年 3 月には 13 名（39 人卒業）。生徒の中には「S ターン」（東京→島→東京の大学・企業→島）をしたいという声もある。また、地域に興味を持って「地域コーディネーター」になりたいという生徒も。



島前高等学校

### インタビュー



危機感とビジョンをみんなで共有することが大切

岩本 悠氏  
高校魅力化プロデューサー

岩本氏が最初に行った学校のビジョン策定には、高校教員、中学校教員、行政、地域代表、生徒、保護者、行政と多様な人たちが集まった。まずは生徒や保護者に向けて「どうしたら皆が行きたいと思う学校になるか」を問うアンケートや話し合いなどを行った。

ビジョンを作る上で、岩本氏が意識したのは「三方よし」の精神。三方がそれなら協力できる、それならやりたいと思うところを丁寧に探り、それぞれの想いや考えを「言語化」していった。学校側は学校存続のためには生徒数の確保が重要であり、地域としても少子化が進む中、外から生徒を受け入れないと難しいという共通認識があった。けれども、保護者の中には外から来る子供は本土で「上手く行かなかった子」が来るのではないかという不安の声があった。生徒たちの中には、同じような環境・価値観で育ってきた生徒ばかりではなく「新しい刺激」が欲しいという声もあった。こうした各方面の「声」を総合的に判断し、皆で「こういう生徒が、このくらいの数」来てくれれば良いという皆の合致点を丁寧に探っていった。結果、意欲の高い生徒が来るのが皆にとっての「三方よし」であるということにまとまった。

また、今は地域課題解決のためには、地域だけを見ていては難しい時代だ。大きな視野を持ちながらも、地に足をつけながら地域を変えていける若者を育てていこうというのが魅力化プロジェクトが目指すキャリア教育のテーマの一つである。例えば、島の過疎化は仕事がないことが理由であれば、「仕事がないから帰れない」ではなく自分たちが仕事を作るのだという「起業家精神」を育む教育を大切にしている。

授業の中でも、地域課題を解決する新しい仕事や、新しい観光プラン、3 年間で 100 万円稼ぐビジネスプランを考えるなど、課題解決実践型授業を行っている。2 年時には生徒全員が海外研修でシンガポールに行く。世界的な都市型開発を進める島であるシンガポールと、「世界一のド田舎モデル」を目指す島である海士町という真逆の環境の両方をみることで、自分たちの地域を広い視点から客観的にみる力を養うことを目指している。最近では、中東のドバイに住む生徒が「島留学」に来るようにもなったり、生徒たちの卒業後の進路も、日本の大学に絞らないなど、ローカルで行うグローバルな人材育成教育「グローバル人材」の育成は広がりを見せている。島には大学や専門学校がないため、生徒たちはいずれ島を出ることになる。けれども「出るのであれば思いっきり飛び出した方がよい。勢い良く投げたブーメランは、途中で落ちることなくちゃんと帰ってくる」この人材育成を「ブーメラン型人材育成」と語る。

全国の少子高齢化や地域の学校存続に悩む地域がそれを解決するためには幾つかのポイントがある。①危機感を醸成する：岩本氏のように外から来た人だから気付くことができる「地域の課題」をあぶり出し、地域の人に「最悪のストーリー」までもを隠さずに示し、危機感を共有する。②取り組みを推進する「母体」を作る：個人の想いだけでは地域全体は動かない。そのプロジェクトを実現するために必要な「関係者」がちゃんと入っている「母体」をつくり「個人の想いを超えたもの」としてやっていく必要がある。③「思いつき」ではなくしっかりと「ビジョン」を描き、共有すること。④チームを作ること。ビジョンを実現化させていくためには、最低 3 人が志を共有して組織や立場を超えて活動していける「チーム」をつくり、その輪を広げて行くことが大切。



（左）卒業生の進学先が書かれた掲示  
（右）文化祭の様子

## 地域の「情報のハブ」になる公立図書館

鳥取県立図書館  
鳥取県鳥取市



### 地域の概要

鳥取県の人口は 588,667 人であり 47 都道府県中 47 位) ピークは昭和 63 年の 616,371 人。鳥取県の人口は昭和 54 年に 60 万人台に乗せた後、平成 19 年までの 29 年間に渡って 60 万人台を保ってきたが、平成 20 年に 60 万人を割ると減少を続け、平成 25 年には 58 万人弱である。

### 取り組みの概要

鳥取県立図書館では平成 16 年、「役に立つ図書館」「課題解決型の図書館」を掲げ、低迷していた地域経済活性化を目指して「ビジネス支援委員会（図書館長と若手の図書館職員、鳥取県商工会議所、産業技術センターらが参加）」を立ち上げたことに始まる。同館では多様な情報（企業情報、業界情報、技術情報等）を整備するとともに、職員のスキルアップ研修等を積極的に行った。また、各種団体が主催する勉強会（研修会や創業塾等）に、それぞれの会の趣旨に合った本を持参し、展示・複写・貸出をして図書館の利用価値を PR する「営業活動」（年間 100 回以上）を行ってきた。鳥取県立図書館の取り組みは主に「少子・高齢化」や「持続可能な社会の実現」と言った社会課題に対応するべく、以下のような取り組みが行われている。

#### 1. 持続可能な社会の実現のための取り組み

ビジネス支援サービス、行政支援サービス、郷土情報サービス、国際交流ライブラリー、「児童」「学校図書館支援」等、人づくり教育に関する事業として、書店で購入できない資料の提供（民間調査会社の市場レポート、専門書等、有料データベースの無料利用、図書館が契約する企業情報、商圏分析等）などの利用者のニーズにきめ細やかに対応する仕組みを整備している。また、情報の提供のみならず、研修等を受けた職員によるリサーチ補助サービスも提供しており、特にビジネス関連で年間 2,000 件を超える相談が寄せられている。さらには、これまでに図書館が各種営業活動を通して築いてきた関係を生かし、利用者の必要に応じて各種支援機関（商工会議所、商工会連合会、産業技術センター、産業振興機構、日本政策金融公庫）等と利用者を直接つなぐことも行っている。単なる情報の提供に限らず、ビジネスにおいて必要な相談や、関係各所との紹介等も行っている。



図書館の様子  
「いきいきライフ応援コーナー」「トラブル解決コーナー」「闘病記文庫」など通常の図書館では見られない配架がされている

#### 2. 少子・高齢化に対応する取り組み

鳥取県立図書館では、もう一つの地域課題解決のための取り組みとして「少子高齢化問題」に役立つ情報提供にも力を入れている。代表的なものは「医療・健康情報サービス」である。このサービスは、「不安を安心に変える」をキャッチフレーズに最新の医療情報、病院や医師の情報、闘病記等の情報を整備し、病気と向き合うために必要な情報を一元的に整理した。これまでの図書館では書籍の分類は統一ルールに基づいて画一的に行われていたため、例えば「闘病記」は「エッセイ」等のコーナーに置かれていたがそれを本当に必要としている人の元に届くことを目的として鳥取県立図書館独自の配架を行っている。

他にも、図書館の中央部分に「いきいきライフ応援サービスコーナー」という本棚を設け、高齢の作家の作品を集めた「100歳文庫」、脳トレや健康法の本、人生を楽しく生きるための趣味の本など、高齢者が「よく生きる」ための情報を集めており、常に補充をしなければ間に合わないほどに好評を得ている。この他にも「子育て応援サービス」「児童サービス」など、暮らしの中にある様々な場面に対応したコーナーが並んでいる。そして、それらの全てについて、本を借りるだけでなく図書館員に相談することが可能であり、望めば専門機関等への紹介もしてくれるという点が非常に特徴的である。

このほかにも、館内蔵書を翌日着で県内各地の公立図書館や学校図書館に届けるサービスも行っており、年間に 7～8 万冊の書籍が鳥取県内各地に配送されている。また、図書館主催の各種ビジネスセミナーの開催や、図書館を活用してビジネスを行った事例を表彰する「図書館で夢を実現しました大賞」などの様々な取り組みを行う。こうした図書館の取り組みの結果、地元小企業と図書館が二人三脚で新製品開発をするなど、これまでの図書館の役割を超えた新たな図書館像が生まれている。



(左) 県内の図書館への発送作業 (右) 図書館に人を呼ぶためのイベント

### インタビュー



地方の公立図書館は地方の「情報のハブ」になれ

小林 隆志氏

鳥取県立図書館 支援協力課長

地方の人は、田舎は「情報貧乏」だということを認識する必要がある。都市と地方の情報格差は情報通信技術の発達等によって是正されているかのように言われるが、依然として格差は大きい。

例えば、学術書や専門書は一般的に 2,000 部程度しか出版されないが、書店は全国に 10,000 万件、公共図書館は 3200 件あり、すべての書店や図書館に書籍が行き届かないというのが現状だ。図書の多くは売り上げが多い都市部の書店や、都市の大規模図書館に集中し、都市と地方の情報格差は広がり続けている。

今では盛んに「地域間競争」を推奨するが、何もしなければ地方の人は圧倒的な「情報ハンデ」を抱えた状態で競争をすることになってしまう。情報格差を埋めるためにも、地方における公立図書館の役割は大切だ。さらには、地方の財政が厳しい状態にある現代だからこそ、地域の図書館から各種研究機関まで各地に点在している資料類を公立図書館に集約することで、誰もが情報にアクセスすることが可能になり、無駄なく最大限に情報を生かすことが可能になる。地方の公立図書館は今後益々、地方の「情報ハブ」としての存在感を増していく必要がある。

## 地域と産業と学校教育を近づけるキャリア教育

株式会社ジブノオト  
山口県周防大島町



### 地域の概要

周防大島町は、山口県の東南部に位置し、瀬戸内海に浮かぶ島では淡路島・小豆島に次いで3番目に大きな面積を有し、本土とは大島大橋でつながっている。瀬戸内の温暖な気候に恵まれた柑橘類やサツマイモの産地であるとともに、釣り人や夏場は海水浴客などが訪れる観光地でもあり、山口県・広島県をはじめ多くの観光客が訪れている。人口は2万人弱で高齢化率は50%に迫っているが、官民が協力して立ち上げた周防大島町定住促進協議会や島暮らし希望者が島で自活している人と面会できる「無料島人紹介所」など定住促進の取組みも盛んであり、近年では都市部から周防大島へ移住する人が増えており、過去3年間、毎年転入者500人以上で社会増となっている。

### 取り組みの概要

平成16年の夏、周防大島町にUターンした大野氏は、最初にフリーペーパーを発行した。カフェやパン屋を起業した人、今では大きくなった瀬戸内ジャムズガーデンなど、周防大島町で起業した人を対象に単独で取材・編集し、5年間で14号を発行した。この活動を進めていく中で直面した出来事は「次の取材先が見つからない」ということであった。人口2万人足らずの島であるため、毎月取材対象となる起業家を探し出すことが難しく、このことを肌で感じた大野氏は「起業家が生まれる学校、起業家が集まる学校を作ろう」という考えに至る。この提案は、大島商船高等専門学校の教授からの賛同も得られ、学校と島の発展を目指そうと意気投合し、文部科学省の科学技術振興調整費事業『地域再生人材創出拠点の形成』に申請することとなり平成19年度に採択を受けた。5年間を国の事業として、その後は町と県の共同事業として継続しており、例年様々な年齢や職業の人々が参加し、これまでに191人の卒業生を輩出し、20組程度の起業家が生まれている。

起業家養成事業に関わる一方で、平成20年度に大野氏の卒業した中学校が廃校になった。このことに衝撃を受けた大野氏は、母校が統廃合された中学校にキャリア郷育※を取り入れてもらうよう提案し、平成21年度から毎年、総合的な学習の時間を利用し、年間を通じて毎月キャリア郷育を実践している（※「郷（ふるさと）」を育むキャリア教育として大野氏が提唱している名称）。過疎高齢化が進展する島で手に職をつけるためには、自らの力で切り開いていく力が必要であるという考えのもと、島を出て行った子どもたちが「島に戻りたい」と考えた時に戻りやすい環境を整えておくこと、自ら戻れる力を育てておくことを見据えて、学校教育の中で故郷と起業について学び、体験し、実践するキャリア郷育プログラムを行っている。

例えば、2年生のプログラムでは、近隣の道の駅での実践販売を行う。4月から11月にかけて企画を練り、参観日で保護者へのプレゼンテーションにより資金を集め、11月の実践販売の結果をもとに、人件費や直接経費などのコスト換算を学ぶなど、アントレプレナーシップを直に学ぶプログラムとして定着している。

今年の8月には、現在は大学生となったキャリア郷育の第1期生2人が、現役の中学校3年生のキャリア郷育プログラム「夢のかけ橋」に登場し、自身の中学・高校から大学進学までの出来事や環境の変化について語り、勉学をサポートするなど、OB・OGから現役世代への郷育が受け継がれていくという循環も生まれつつある。

大野氏は、キャリア郷育を今以上に日本の公教育に導入すること、キャリア郷育をコーディネートする人材を育成するとともに職業として設置する仕組みを構築することを展望に、周防大島町でのキャリア郷育の継続的な実施と日本におけるキャリア郷育の普及に取り組んでいる。



(左) 周防大島の高台から瀬戸内の海を望む  
(右) 学生向けのプログラムの様子

### インタビュー



究極の地域づくりは教育のシステムにある

大野 圭司氏

株式会社ジブノオト 代表取締役

周防大島町教育委員会 コミュニティ・スクール スーパーバイザー

自分で切り開く力を身につける

周防大島では雇用の場が不足しており、このことがUターンの大きな妨げとなり過疎高齢化に拍車をかけている。この現状に対して「自ら仕事を作っていく力がなければ10年経っても20年経っても一向に地元の子どもが帰ってくることはないだろう」と考えた大野氏は、既存の学校教育では不足している「自分で道を切り開く力（起業家精神）」を中学生のときから学び、実践し、体験するキャリア郷育を始めることとなった。

外で活動しながら故郷に貢献する

島を出て行った子ども達の多くが、将来をそのまま島の外で過ごすことも自然であるし、必ずしも島に戻ってくる必要があるとは思わない。ただし、彼らが島の外で活躍していくにあたって、故郷である周防大島のことを多少なりとも意識することで地域に貢献することはできる。有名大学に進学した学生、都市部で活躍するサラリーマン、社会課題の解決に挑戦する研究者などのOBが、島をPRしたり島を訪れて子ども達に自身の活動内容等について話をする。そのような未来をイメージしながら郷土愛を醸成するプログラムも行っている。

究極の地域づくりは教育のシステムにある

「100年後も輝くふるさとにしたい」という長期ビジョンを立てている。「100年後に地域がどうなっているか」を考えたときに、どのような社会・経済になっているかは想像がつかないが、教育は本質的に変わらない。先輩OBOGが母校にきて現役の児童・生徒に自身が活躍している話や大学、社会の実態の話などをすることで、次の世代が将来のビジョンを描き育っていくという循環をつくることができれば、100年後に世の中がどんな時代になっても、その時代・その状況に合わせて輝いていける地域になれる。究極の地域づくりは教育のシステムにあるという理念を持って既存の学校教育に不足しているキャリア郷育を実践している。

## 地域と若者を結びつける

NPO 法人エンド・ゴール  
愛知県知多半島地域



### 地域の概要

NPO 法人エンド・ゴールが拠点を構える半田市が位置する知多半島は、5市5町からなる愛知県南西部に突出した半島。半島の北部は、昭和30年代後半から臨海工業地帯として埋め立てられ、沿岸部を中心に内陸部でも工場立地が進み、大企業などが本社や主力工場を構えている。宅地開発が盛んに行われており、人口が増加傾向にある。半島の南部は、第1次産業が中心で、漁業、農業、畜産業が盛んである。観光地として、東海地方各地から観光客が訪れるが、人口は年々減少傾向にある。

### 取り組みの概要

近年、雇用に関する企業の状況や考え方が変わってきており、以前は若者が、就職先が無いという課題に悩んでいたが、近年は企業が、若い人材が集まらないという課題、グローバルな競争や業界の生き残りのために、長いスパンで考えて活躍してくれる若者を育てたいという課題に悩んでいると感じている。そのような課題に対して、愛知県半田市の「ちた地域若者サポートステーション」と一宮市の「いちのみや若者サポートステーション」の運営を中心に、就職に悩む若者の個別相談、地域企業やNPO団体などとの連携による実践型のインターンシップ事業、地域で活躍している企業から招いたゲストと若者がキャリアについて語り合う「フリーステーション」の実施、「知多娘。」の活動全般の企画・運営などの多様な事業を通して、若者のキャリア支援に取り組んでいる。

キャリア支援のひとつである「知多娘。」(ちたむすめ)は、「地域若者サポートステーション」のPRのために生まれたキャラクター。現在、知多半島の市町をモチーフとした16人のイメージキャラクターと、それぞれの声優である地域の若者が中心となって活動している。最初に生まれた「知多みるく」が話題となったことで、声優科をもつ専門学校との連携が生まれ、声優を目指す地域の若者の活躍の場をつくるために、キャラクターを増やしていった。「知多娘。」は、若者たちと接し、彼らの悩みや彼らが本当に求めているものに触れることで、かたちづくられてきたプロジェクトである。

キャラクターの声優やイベントの運営に地域の若者を起用するなど、「知多娘。」の活動は、若者のキャリア支援の場になっている。近年は、台湾やフィンランドを訪れ、「知多娘。」



知多地域の若者サポートステーション

のイベントとともに、観光PRや教育機関でキャリア支援についての講演を行うなど、若者の経験と実績づくりの場を海外にも広げている。

「知多娘。」の本来のねらいは、地域というステージを若者の成長の場にするものであり、若者を育てるひとつのプロジェクト。それが結果的に地域のPRにも繋がっている。

その他にも、地場産品を使った「地域PRカフェ」での市民団体・商店とのネットワークコーディネートや広報活動、知多半島のアンテナショップ「Chita San」の運営などを通して、若者が地域特産品の販売や観光PRに携わって実践経験を積む、実践的なキャリアプログラムを実施している。キャリア支援という目的の基に様々な事業を展開してきた結果、自治体、地域の企業、商店、ボランティア団体、高校、大学や専門学校などのあらゆる主体と連携が生まれ、地域で一体となったキャリア支援につながっている。



「知多娘。」のイベント

「知多娘。」のグッズ等を扱う店舗

### インタビュー



ビジョンを持ち、若者に示す。

大久保 智規氏

NPO 法人エンド・ゴール 理事長

ビジョンを持ち、若者に示す。

日本という国自体が今後どのようなキャリアを歩んでいくのが、なかなか若者まで届いていないことが一番の課題。そのため、若者は自分の将来像が見えづらく、自分の人生を選びづらくなっている。地域でも同様で、地域が100年、200年後に向かって、どのような地域をつくっていくのかというビジョンを小学生や中学生の早い段階で若者に伝えていくこと、また、親や大人が地域のビジョンを理解して、子ども達にきちんと伝えていくことがとても重要である。

就職支援ではなく「キャリア支援」。

事業全体で、年間1,000人の若者が就職している。ただ、大事なことは就職ではなく、就職した若者たちが今後どういった人生を歩んでいくかであり、そのための支援に力を入れている。更に今後は、若者を受け入れる企業に対して、若者を育てていく環境づくりについてのアプローチも強めていきたい。

「萌え」による地域活性で特化していく。以前まで地域活性は、みんなが楽しめ、みんなを巻き込む大衆的なコンテンツが多かったように思う。最近の傾向は、どちらかと言うとマニアックなコンテンツが増えていることによって、あらゆる人が地域で活躍できる場をつくることに繋がって感じている。ただアニメや漫画が好きの人が集まるのではないと思われることも多いが、そういったものも取捨選択の幅が広いので、「知多娘。」のような若者支援の要素があることを好む人がより多く集まり、「知多娘。」の背景を理解して、一緒に盛り上げているという印象が強い。

地域と若者を結びつけるコーディネーター

若者は、自分たちが活躍できる場がほしいと思っているが、それがなかなか地域と結びついていない。NPO法





新しい仕組み

5. 地域のくらしをまもる

—生活サービスの維持—

# 新しい人の流れをつくりだす。 自転車が広げる街の可能性。

さいチャリ  
埼玉県さいたま市



## 地域の概要

近年、環境や健康に対する意識の高まりが追い風となって、日常生活の移動手段としてだけでなく、スポーツやレクリエーションを含めた自転車への注目が高まっている。埼玉県は人口720万人のうち76.9%が自転車を保有する全国有数の自転車王国である。こうした状況を受けて、埼玉県では自転車を活用した地域の活性化、自転車の交通安全、県民の健康増進等を目的として「ぐるっと埼玉サイクルネットワーク構想」を策定。県民から提案された「みどころスポット」を繋ぎ合わせた全長300kmにわたるルート『自転車みどころスポットを巡るルート100』を作成し、ハード・ソフト両面の整備を進めるなど、自転車で快適に走ることができる環境整備に力を入れている。この取り組みの舞台となっているJR埼京線の南与野駅・武蔵浦和駅周辺では近年急速な再開発や住宅建設が進んでおり、駅利用客の増加とそれに伴う駅周辺の駐輪場不足が深刻な問題となっている地域である。

## 取り組みの概要

南与野駅は埼玉県さいたま市中央区にあるJR埼京線の駅であり、1日の乗車人数は約15,000人（2012年）だが、周辺では再開発が進行しており、今後、さらなる周辺住民の増加とそれに伴った利用者の増加が予想される駅である。

この南与野駅前に設けられたのが会員制レンタサイクルの「さいチャリ」だ。このサービスは駅前のポートに21台（南与野駅、武蔵浦和駅それぞれ）の自転車が配置されており、事前にWEBから簡単な登録を行うだけで、手持ちの交通系ICカード等をポートに設置された「無人管理機」にタッチして自転車を自由に利用することができる（または事前に登録したクレジットカードで支払いをすることもできる）というものである。料金は6時間100円で24時間いつでも利用できる仕組みになっており、都度の申込や現金の支払は不要で学生から大人までが気軽に利用することができる。

南与野周辺には大学やオフィスがあり、通勤通学客の利用も多いのだが、鉄道交通は埼京線をはじめとした南北方向の動線に限られており、大学やオフィスへはバスやタクシーだけであった。そのため、学生や通勤者の多くが自転車を利用しており、駅周辺の違法駐輪や放置自転車などの問題を生んでいた。



JR南与野駅のポート

きっかけは、南与野駅を利用していた学生たちが駅周辺の放置自転車や、違法駐輪自転車に問題意識を持ち、解決策はないかと声を上げ始めたことだった。この声を受けて取り組みを始めたのが、全国各地で駐輪場管理事業を展開し、主に都市部におけるコミュニティサイクル事業を行っている日本コンピュータ・ダイナミクス株式会社（NCD）と、駐輪場設置のために鉄道高架下の土地を貸しているJR東日本都市開発だった。NCDは全国1000カ所以上の有料駐輪場を運営し、東京駅周辺、広島市内などで先進的なコミュニティサイクルの実験事業を行ってきた経験を活かし、会員制レンタサイクル事業に参加した。

サービス開始の2012年の会員数は728人（貸出回数は924回）だったが、2013年には2,009人（貸出回数12,027回）、2014年11月時点の会員数は3,387人と増加を続けている。南与野駅と武蔵浦和駅の利用分を合わせると、平日1日あたり50～60回の利用がされており現状のペースであれば採算ベースに乗せることも可能だという。平日は主に周辺の大学やオフィスへの通勤通学客の利用があり、休日は周辺住民のサイクリング等の利用がある。

昨今、全国の都市や新興住宅街を抱える街で、駅周辺の違法駐輪や放置自転車が問題となっているが、行政がそれを解決するだけの駐輪場を確保・整備するには限界がある。「さいチャリ」のような会員制レンタサイクルが普及することに課題解決が待たれる。

さらに、コミュニティサイクルによる「街の活性化」にも大きな期待が寄せられている。これまでは、人の移動は鉄道やバスの路線に制限されていたが、コミュニティサイクルの普及によって住民や来訪者の街中での移動回遊性が高まり街の活性化につながると考えられる。こうした街の活性化を実現するために、現在は主に駅にポートが設置されているため「駅で借りて、駅で返す」にとどまっているが、将来的には街中の各地にポートを配置し、好きな場所で貸し借りができる仕組みの構築を目指している。

現在、埼玉県内では南与野駅、武蔵浦和駅の二箇所であるが、今後は、京浜東北線、埼京線の沿線を中心に拠点を増やしていくことを計画している。鉄道会社も、鉄道高架下スペース活用の有効な利用方法であるため、今後もコミュニティサイクル事業のさらなる拡大を検討している。自転車王国・埼玉から始まったこの取り組みが、全国の同様の課題を抱える街に拡大することが期待される。



日本コンピュータ・ダイナミクス株式会社  
取締役執行役員パーキングシステム事業部長  
上田 晋太郎氏

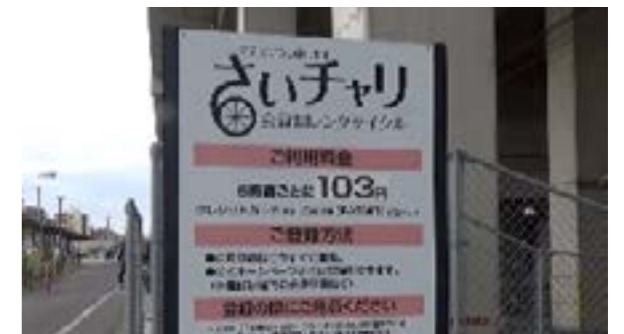


写真)  
上) 6時間ごとに103円と気軽に利用できる  
中) JR南与野駅のポート。高架下を有効に利用できる。  
中) ポートに設置された会員登録機  
中) 利用履歴等はメールに送られてくる  
下) 平日は通勤・通学など利用率は高い

# 「ふるさと納税」の活用による 地域の活性化・課題解決

松阪市  
三重県松阪市



## 取り組みの概要

### 1. 制度の概要

全国で平成20年より始まった「ふるさと納税制度」であるが、その募集・運用方法については各自治体で自由に設定ができる。三重県松阪市では平成22年度より、寄付者の希望により寄付の用途を指定できるようにした。そして翌年度より、市では地域自治・まちづくりの自主的な進展を促進するために地区ごとに住民協議会の設置を進めたことを受け、「ふるさと「地域力」サポート制度」という枠を設けた。これにより、寄付者は市に「ふるさと納税」をすれば、直接、各住民協議会の歳入に入れられるようになった。なお、市内で43の住民協議会が全市をカバーする形で設置されている。

### 2. 寄付の状況

「ふるさと納税」は当初、平成22年に30万円であったが、平成25年には約10名から250万円強が集まり、市民が寄付する例も散見される。積極的に寄付金を集める地区や、医者などの高額納税者による高額寄付がある地区など、地区ごとに取り組みが活発化している。年間100万円程度の事業費の住民協議会が多い中で、かなり重要な収入源として今後も活用が期待されている。なお、松阪市では、高額の「ふるさと納税」をいただいた方へ、お礼として特産品として「松阪牛」の肉を提供しており、これを目的として寄付する人もいる。

## 事例インタビュー① 豊地公民館館長 中山 晃氏(最も多くの方が「ふるさと納税」をしている地区)

### 1. 地域の概要

豊地地区は、松阪市街から車で約20分に位置する農村地域で、「豊地」との漢字にもあるように、地区は清流中村川を中心に肥沃・豊かな土地が南北に広がり、米やトマト、ミカン、ビワの産地となっている。このことから、豊地まちづくり協議会だよりのタイトルも「豊穰の地」としている。昭和25年の市町村合併前の旧豊地村がエリアとなっており、小学校や保育所等も立地している。

### 2. 寄付の状況

豊地地区では、1年目に9名から52万円、2年目に7名より36万円の「ふるさと納税」が寄せられた。寄付のあったお金は、年2回、地区からの用途申請に基づき市から交付される。

まちづくり協議会の年間予算は約300万円である中、「ふるさと納税」によって50万円程度の上乗せがあると、地域が必要とする事業やイベントを数多く展開でき、都合がよい状況にある。寄付の募集に関しては、当時のリーダーが熱心で、住民等に対して地区出身者等に「ふるさと納税」を呼び掛けることを提案して回った。現在は、協議会だよりに記載して寄付の広がりと呼び掛けている。当初予算案に対して、前年度の寄付額に基づいた交付金が支給されることから、直近の受け入れに対しては補正予算を組んで対応している。ただ、新しい事業を展開することは合意形成をする上で難しく、既往の事業の拡大や一部負担の低減化として活用することになる。お礼として、寄付額の1割程度相当のみかんやトマトなどを手紙とともに送っている。市では、高額寄付者に対しては松阪牛まで送っている。

### 3. 使途の状況

地区では、事業計画に取り組む事業を位置づけ、協議会承認を受けて配分して活用している。具体的には、生活環境の維持を図るために、地区体育祭の参加賞の購入費や成人式を迎える地区住民への記念品購入費、地域交流イベントの経費として活用されている。特に、移動に困る高齢者が多いことから、コミュニティバス回数券について、高齢者に対して半額を補助として活用している。

### 4. 今後の予定

年間数百万円もの「ふるさと納税」があったとすると、逆に地区では使い切れず、余計な事業も展開する恐れがあるなど、お金の振り回される恐れもあるので、現状程度の規模でよく、今後もほどほどにPRをしていくこととしている。地区としてこんなことに取り組むべきだという大きな課題はなく、無理してたくさんの「ふるさと納税」を集めることは考えておらず、ほどほどに集め、活用できるとよいと考えられている。

### 5. 「ふるさと納税」を多く集めるポイント

出身者に対して、住民自らが「ふるさと納税」を呼び掛けることが重要である。お礼の品で知らない人から寄付を受けるのではなく、地域でお礼を伝えながら継続的に受ける形の「ふるさと納税」が望まれる。

## 事例インタビュー② 宇気郷住民協議会 会長 大石 正幸氏

### 1. 地域の概要

宇気郷地区は、柚原町、後山町、飯福田町、与原町の4町から成り、松阪市街から車で約30分の山里にある。昭和40年代には1,000人いた人口も、現在は212人にまで減少した。高齢化率も70%を超え、一人暮らし世帯も45%を超えている。しかし、熱心にまちづくり活動が行われてきたこともあって地区を支えるファンも多く、イベントの参加のみならず草刈りへのボランティアも多い。

### 2. 寄付の状況

これまでに延べ6名、20万円の寄付が集まっており、中には市民からの寄付もある。地区としては、特に「ふるさと納税」の呼びかけをしてはいないが、ファンからの寄付が多くを占める。

### 3. 使途の状況

地区ではこれまでに、協議会で行う春のイベントであるひなまつりに対して経費等に充てた。このイベントでは、各家で、各々が所有するひな人形を展示して来訪者に対して自由に見せるとともに、ぜんざいやコーヒーを出す店などを出しているが、9日間で2,000人が訪れる大きなイベントに成長してきた。

### 4. 今後の予定

協議会において自由に使えるお金を自ら集める感覚が芽生えてきたので、より多くの「ふるさと納税」を集めて活用したいと考えるようになってきた。特に、移動困難な高齢者が増えている中では、路線バスに加えて地区で移動を支えるためにワゴン車を買えるくらい集まるとよいと考えている。

### 5. 「ふるさと納税」を多く集めるポイント

「ふるさと納税」を多く集められるかどうかは、リーダーや地区住民の行動によるところが大きい。重要な資金源になるとの認識が広がってはならず、地区（協議会）ごとに、集める意欲・取組意欲は大きく異なる。

ふるさとを思う気持ちを日々育て、転出する子供や地域のファンに対しても働きかけを行うことが重要である。また、「ふるさと納税」を使って取り組みたいことを地域であらかじめ決めて提示するなど、効果的に情報発信していくことも重要である。

# 海外の事例

## 地域産品と観光農村の一体型による取組

韓国 聞慶市五味子村（ムンギョン・オミジャ）  
面積：912㎦ 人口：76,470人（聞慶市統計 2012）

地域の概要

聞慶市はソウルと釜山の真ん中あたりの中山間部に位置する都市。朝鮮時代に首都をつないだ峠を保存・整備した「聞慶（ムンギョン）セジェ道立公園」は聞慶の代表的な観光スポットである。中にある KBS ドラマの撮影所があり、韓国の歴史ドラマファンが訪れる。かつて石炭の産地として栄えた聞慶では、運炭路線として賑わった聞慶線の廃線を利用したレールバイク等の観光も行われている。また、五味子（オミジャ）とリンゴ国内最大の産地としても有名。

取り組みの概要

▼取り組みの概要

聞慶市五味子村一帯には、自生する野生の五味子(オミジャ)が多くあった。五味子とは漢字の意味するように甘味、酸味、苦味、辛味、塩味の「5つの味」がする果実。そこで、2006年に五味子を栽培樹木として改良し、それを活かした村おこしが始まった。国が特産品として振興し、更に“魅せる場所（＝観光農村）”を提供し、周辺資源の集約・農村プログラムの整備をすることで、人々を呼び込み地域活性化を図った。

聞慶市によって、村を「五味子経験村」と命名し、毎年9月中旬には、五味子祭りを開催している。周辺には宿泊施設、セミナールーム、スイミングプール、さらには韓国特有のサウナなどの設備完備も行われた。農村では五味子栽培の収穫が体験でき、子どもからお年寄りまで楽しめる祭りもある充実したプログラムを作成した。

農村では都市の土産屋に比べ、リーズナブルな価格で高品質な五味子が購入でき、地産池消の役割も果たす。聞慶五味子は、300メートルを超える標高の自然豊かな山岳地域で栽培されており、その豊かな自然風景も売りにし、多くの写真家や有機栽培を好む人々からも知名度が高い。五味子は特定食品に指定され、2008年9月に農業技術センターの協力のもと、韓国最大の五味子加工工場を設立し、韓国でもトップの生産高を誇るまでになった。生産契約に基づいて、聞慶・慶北からのみ厳選された最良品質の五味子のみを加工している。工場は全て機械化を導入し、清潔と安全を提供し維持している。

▼取り組みの成果

五味子ブームにより、関連産業は7億ウォンを売り上げるまでになった。(2011年 韓国観光公社公式サイト) 生産は国内総五味子の生産の45%を占め、600トンかた2500トンに増加、2005年～2009年の間で五味子栽培の土地は178ヘクタールかた550ヘクタールに拡張された。2009年時点で709世帯の農家が五味子を栽培している。この村から始まり、韓国全土で五味子ブームが起こり、世界主要20ヶ国財務大臣・中央銀行総裁会議の乾杯酒としても選定された。かつては漢方や薬として使用され、生い茂るように生えていた野生の果物、五味子（オミジャ）であったが、その価値を見出して、農村や産業の発展に繋げた事例である。関連商品も増え、PR活動を行うことで世界に認知度を広めるまでになった。地域の基幹産業となりうる特産品栽培を一つの集落のみで行うには限度があるが、国や市が広報等でも積極的に支援をすることの効果を最大化できる。



画像出典：www.e-yakusou.com

## 食を通じて元気になる「ゲヌス・レギオン」

オーストリア  
面積：84,000㎦ 人口：850万人（外務省 2014）

地域の概要

オーストリアは「ヨーロッパの交差点」と名が付くほど、様々な地域や国と隣接しているおり、北はドイツ、西はスイス、南はイタリアとの国境を接している。また美しいアルプスの山々と、豊かな草原が広がることから「アルプスのハート」としても世界中の人にこよなく愛されている。その一方で、厳しい自然条件と闘い共存する過程で、独特の生活スタイルと気風が培われてきた。さらにアルプ스에囲まれた渓谷の村々では、それぞれ独自の方言や文化が発達し、それらは伝統として現在へと大切に受け継がれている。

取り組みの概要

▼地域の課題

ヨーロッパでは牛肉のBSE問題をきっかけに、食に対する安全・安心や食品の価値の見える化が求められるようになった。また、グルメ＝高級志向という傾向がみられ、地域の素朴な食材にも目を向けてもらえるような取り組みが必要となった。

▼取り組みの概要

農林環境水資源環境省とオーストリアマーケティング社が官民協働で食材の認証団体を組織。「ゲヌスレギオン(歓喜のグルメ地域を意味する)」という地域食材や生産物の品質保証制度を定めた。「ゲヌス・レギオン」を認証することで地域の食の価値を保証するとともに、その食材の価値を観光や商材に反映している。「ゲヌス・レギオンで認証された産品は116品目にもなっており、認証された食材には、第3者機関が認定した食材を意味するゲヌス・レギオンのブランドマークが張られている。

同時にそれらのブランド力を維持するため、高品質製品を生産している農家、特産品を革新的に活用した加工業者から流通業者までもを定期的に表彰する制度も設けている。

地域の食材の品質等が国から認証されるということは、それを生産する地域の人々にとっての「誇り」にもつながっており、食を通じた郷土愛を育んでいる。また、地域の祭りやイベントとの連携による食材のアピールも盛んに行われている。

効果は生産者にとどまらない。地域の加工業者が昔から伝わる伝統的な方法によって加工をした製品を販売したり、地域の飲食店が認定食材を使った郷土料理を提供するなど、地域の一体的な動きとなっている。

オーストリアでは小規模農家が多く、外国産農産物との競争は難しいが、品質等を国が保証して認証する制度によって、消費者との信頼関係強化、介在するパートナー企業の価値向上、観光連携による国全体の食の魅力向上という良い循環が定着している。

2005年の制度発足以来、116品目の地域食材や特産物が表彰され、オーストリア国内だけでなく、近隣諸国からもオーストリアの「食」を目的とした観光客が訪れるようになった。

ヨーロッパライオン 山頂の山頂で栽培 4.5mの高さから収穫 最も美しいこと知られる	モストアフロア農産物 南アルプスの山頂 土壌深度を計測し350m の厚さのある草叢地で栽培 ができる。	ヨーロッパライオン ループ 1.5mの高さから収穫 ハイテク農業で大切に 育てられています。	チロル州 ハイムルヒツパー 牛の草は山頂から、チーズ の製造は伝統的です。
ブルグランド州 ズーレン の歴史は15世紀の 山頂から栽培される。	シュタイアール州 リム 山頂から収穫 農業の発展が、 最も美しい。	ブルグランド 州 山頂から収穫される。	フォアアールベルグ州 ハイムルヒツパー 牛の草は山頂から、 チーズの製造は 伝統的です。
（左側：ゲヌス・レギオン認証）			

## 森のゴミから熱と電気を作る。

## 木質バイオマスエネルギー

スウェーデン  
面積：約45万㎦（外務省）  
人口：約968万人（スウェーデン統計庁 2014）

地域の概要

スウェーデンはスカンディナビア半島の東側に位置する南北に細長い国であり、国土の約7分1が北極圏内にある。国土の約半分は森林が占める森の豊かな国であり、南部は肥沃な平野である。高緯度にあるため、夏季は昼が長く、冬は夜が長い。スウェーデンの総人口は約968万で、その約90%以上は国土の南半分に住んでいる。また、総人口の約40%は3つの大都市圏（ストックホルム、ヨーテボリ、マルメ）に住んでいる。第二次世界大戦後、スウェーデンの人口は急速に増え、2011年には総人口のうち約20%は海外で生まれた、または少なくとも両親のうち一人が外国人という移民で占められている。

取り組みの概要

▼地域の課題

スウェーデンは寒冷な気候のため、エネルギーの4分の1は暖房に用いられる。日本と同様に石油資源をほとんど持たないスウェーデンでは、1970年頃まで国内消費エネルギーの約4分の3を輸入原油に頼っていたが、2度の石油ショックをきっかけに水力と原子力へのエネルギー政策に大きく転換した。しかし、1980年の国民投票で原子力発電からの段階的な撤廃が決められ（後1990年には原子力発電全廃が決定）、水力についても自然保護の観点から新たに大規模な開発が行われる余地はない。こうした中、同国では国内に豊富にある森林資源を活用したバイオマスエネルギーに期待が集まった。

▼取り組みの概要
スウェーデンにおいて短期間でバイオマスが普及した要因は複数あるが大きな理由は3つであろう。

- 市民、産業界、行政の強い意志がバイオマス普及へ導いた。
- バイオマス供給側、需要側、学者などで構成する「バイオエネルギー協会」が20年前から発足しており、立場を超えてバイオマスの研究・普及に取り組んできた。
- 「炭素税」に代表される行政の後押しがある。この税が、地球温暖化の原因であるCO2を排出しない木材にはかからず、結果として化石燃料に比して安価になる。

スウェーデンでは、バイオマス発電（並びに水力発電）による電気にはエコマークがついており、高く売れる仕組みができあがっている。環境について努力した企業がきちんと評価される社会の共通認識と土壌ができあがっている。

▼取り組みの成果
2010年度、最終エネルギー消費量におけるバイオマス燃料の割合が32%を占めた。これは石油の消費量（29.6%）を超えるもので、エネルギー消費全体に占める割合としては最大となった。最終エネルギーとは、一次エネルギーである石油、石炭、天然ガス、水力、バイオマスなどの資源が転換される際のエネルギーの損失を除いて、最終的に産業や家庭などで消費されるエネルギーのことである。

バイオマスの原料となる森林廃棄物は製材や製紙といった産業の副産物ではあるが、その工程において木を伐る人や運ぶ人等、人手が必要となり、新たな雇用が生まれ収益が地元へ落ちている。また、燃料となって売れるとなると森林の手入れも熱心にされるようになり、結果として森林は良い状態を保つようになっていった。バイオマスは林業の復興、山村地域の活性化をもたらした。

## 産業構造の変化に対応する中小企業の産業集積の形成と変革 イタリア

面積：30.1万㎦ 人口：6,080万人（外務省 2014）

地域の概要

イタリアの国土面積は約30万km<sup>2</sup>で日本とほぼ同規模であり、人口規模は約半分となっている。国土面積は相対的に小さいため、欧州の中で最も人口密度の高い国のひとつとなっている。その地理的条件から、歴史的に地中海諸国と密接な関係を維持してきたことが、イタリアの地域性・歴史を形づくってきた。北部のミラノ市、トリノ市、ジェノバ市のいわゆる工業の三角地帯が経済の中心であるのに対して、ローマ市やフィレンツェ市が観光や政治の中心地となっている。また、南部は依然として農業を主産業としており、近代的発展の必要性が叫ばれている。

取り組みの概要

▼地域の課題：イタリアの繊維産業は1980年代には新興工業国からの繊維製品の流入もあり深刻な危機に陥った。このとき特にコスト競争力が重要な、中・下級製品については競争力を失い、企業の淘汰が進んだ。

▼取り組みの概要：イタリアの北部を中心に、中小企業の産業集積の形成と変革を行った。産業集積（産地）には、コモ（絹製品）、ブリアンツァ（家具）、モデナ（ニット・タイル）、プラート（繊維）等、零細な中小企業による産業集積が多くみられるが、これらは70年代後半頃に現れ、以後急速に成長し、90年代の経済構造の大きな変動にもかかわらず、柔軟に適応して成長を続けている。イタリアの繊維・アパレル等の産業集積地は、狭い地域に集積した零細な中小企業群による分業体制を取っており、以下の特徴が挙げられる。(1)多様な繊維に対応：テキスタイルからアパレルまで全製造過程があり、合繊織から綿、ウール、シルク、麻など全テキスタイル分野にわたりあらゆる素材の産地がある。そして布島からニット、アパレル製品まで、すべてが国内にある。化学繊維はドイツに次いで西ヨーロッパで第2位、羊毛工業は世界のトップであり、染色（とくにプリント）では、コモ湖周辺の産地は世界最高である。(2)社会的分業システム：紡糸・撚糸・織編・染色・仕上げ加工・縫製と業種別に分業化。(3)多品種少量短サイクル生産方式：消費者ニーズの個性化、高級化、多様化等の需要構造の質的变化に対応し、これまでの少品種大量生産方式から多品種少量短サイクル生産方式に転換。(4)柔軟な対応：生産システムは、独立性、自律性の強い中小企業が、各生産段階に多く存在し、フレキシブルで柔軟性があり、ニーズの変化への反応が非常に早い。(5)設備・研究へ投資：高品質、高性能製品開発への意欲が強く、設備や研究開発への投資は世界でもトップクラス。(6)豊かな創造性で差別化：色彩、シルエット、デザイン（意匠）等において創造性に優れている。イタリアには世界的に著名なデザイナーがいるが、アパレル部門だけでなく、各ゾーンにスペシャリストがいる。(7)繊維産業関連の人材育成：イタリアには専門学校、カレッジ、大学等、繊維学をもつ高等研究教育機関が10校あり、年平均5,000人の卒業生を世に送っている。

▼取り組みの成果

地域内のネットワークを束ね、企画・販売面で重要な役割を果たすオーガナイザー企業は、ファッションと流行のクリエイターとして市場の動向をつかみ、新製品の企画やデザインを行う一方、地域内の企業・職人の情報に熟知し、彼らに注文を出し生産をコーディネートする。地域での濃密な情報の共有がこのような柔軟な分業を可能にし、消費者ニーズの変化に応えつつ多彩な製品が供給された。またこれらの集積地は、大学の誘致や研究所の設立等に力を入れ、世界市場への売り込みをかける展示会の開催や人材の育成も地域で挙げて行ってきた。さらに、集積地やその周辺には、高度な技術をもった繊維機械メーカーや、企画、デザイン、開発、マーケティング、コンサルティングを行うサービス事業者が多く立地しており、メーカーの事業をサポートしている。また、産地独自の輸出組合・金融支援機関等による中小企業支援策も充実している。独自の生産工程を確立することにより多品種少量生産に対応している事例であり、多くの中小企業がイタリアの産業を支えている。原材料や繊維も見直し、設備や研究に投資することによって、より良い生産環境が作ることが出来た。

## 地域資源「緑茶」の活用

韓国 宝城郡 ( ボソン郡 )

面積：663.59km<sup>2</sup> ( 宝城郡 WEB)

人口：46,736 人 ( 2013 city population )

地域の概要
<p>大韓民国全羅南道中南部に位置する宝城郡 ( ボソン郡 ) は、山、海、湖などの自然環境に恵まれた地域で、海洋性と大陸性の気候が出会う地点にあり、一日の気温差が大きく、また土壌は麦飯石成分を含むため、お茶の生育に非常に適した条件を備えている。宝城誌によると 1600 年以上前から茶葉栽培が行われていたとされ、2010 年現在、全国栽培面積の 35% を占め、見渡す限りの茶畑が続く風光明媚な地域。また緑茶の他に、米どころとしても知られている。</p>
取り組みの概要

▼地域の課題

1600 年以上前から茶葉栽培が行われていると言われており、1939 年には全国で初めて大規模な茶園が造成されたが、1970 年代後半からお茶（紅茶）の需要減少と冷害によって生産が縮小され、対策が必要となった。

▼取り組みの概要

1980 年代、茶葉販売店である「雀舌園」を発端に結成された組織を中心に宝城のお茶復興運動が始まった。また、茶葉生産農民も「茶農会」を結成、農民が直接加工を手掛けられるよう政府への要請運動を行い、栽培したお茶を直接販売できるようになった。お茶の栽培・販売にとどまらず、「米」に緑茶発酵エキスを与えることでカテキン成分含有の機能性米の生産の他、緑茶清酒（特許取得）、緑茶牛、緑茶味噌、緑茶そうめん、緑茶菓子等も開発されており、地元のレストランとも連携して提供されている。毎年 5 月、茶葉の収穫期になると、お茶文化の普及・発展の意味を込めて、「宝城茶香祭（タヒャンジェ）・緑茶大祝祭」が開催され、茶摘みやお茶を用いた料理の試食会、茶器の販売、お茶に関する様々な体験イベントが催される。この祭りは 1985 年から始まり、2013 年には来場者数約 60 万人、経済効果 214 億ウォンの大きなイベントに成長した。

また、国内外の販促活動のため、広報ブース・販売所などを運営。博覧会及び学術大会などに広報ブースを設置・運営している。また、消費拡大のため、ソウル及び広域市（6 か所）へのアピール、TV などの媒体を通じた広報・販促活動や、百貨店への直売強化を図っている。客観的評価を行うため、品質管理基準を設置。郡首品質認証制を導入・実施している。

▼取り組みの成果

PR 活動や商品開発の結果、世界緑茶品評会銀賞受賞（静岡）（2007 年）など、世界で認められる緑茶となった。また、経済効果として、毎年緑茶関連の収益 1,000 億ウォン規模となり、2004 年現在の緑茶関連収入は 1,184 億ウォン、年間茶葉による収入 131 億ウォン、緑茶加工品 528 億ウォン、緑茶産業雇用効果 1,932 千人という大きな効果を生んだことに加え、観光収入の急増にもつながり、宝城郡の財政の 11% を充当するまでの産業となった。

地域の特産物であるお茶を徹底的に PR し、広く知らしめることで、地域そのものの PR につながり、その効果で何もないと思っていた村に人が訪ねて来るようになった。お茶を起点に地域の情報をつなぎ合わせ、観光として展開、今では韓国の田舎でのお茶体験が、地域への誘客コンテンツとして浸透している。

## BID(Business Improvement District) 制度

米国 ワシントン州 シアトル市

面積：172,189km<sup>2</sup>

人口：6,971,406 人（在シアトル日本国領事館 2015）

地域の概要
<p>1896 年に制定されたシアトル市は、カナダと米国の国境から 113 マイル（182km）の、ワシントン州ビュージェット・サウンド沿岸に位置している。シアトルは、米国の太平洋岸北西部における商業、文化、先端テクノロジーの中心地であり、太平洋をはさんだ国々や、ヨーロッパとの旅行、貿易における重要な港湾都市でもある。海、湖そして山に囲まれたシアトル都市圏は、絵葉書のような景色と、年間を通じてレクリエーションを楽しむ豊富な機会に恵まれていることが特徴である。</p>
取り組みの概要

▼地域の課題

ワシントン州シアトル市は 1990 年代半ばの経済不振やデパートの閉鎖、郊外モールの進出により市内の経済が停滞していた。

▼取り組みの概要

ワシントン州シアトル市の中心地では、1958 年に小売業の促進のための団体として発足した DSA（Downtown Seattle Association= シアトル中心市街地協会）が、土地所有者の請願や市議会への了承を経て、1999 年に BID（Business Improvement District）として設立した。

BID とは法律で定められた特別区制度の一種で、地域内の地権者に課される共同負担金（行政が税徴収と同様に徴収する）を原資として、地域内の不動産価値を高めるために必要なサービス事業を行う組織である。

アメリカには現在 1000 以上の BID が存在し、近年ではヨーロッパでも制度が導入され、地区経営を支える制度として世界的に広がりを見せる。

BID の概要としては、

- 地域活性化の事業を進めるために、地域内の合意を基礎に設立される準政府で、州法及び条例に基づく。
- 主に、都市の中心部に設置する。
- 運営は、NPO など民間団体が多い。地区マネジャーを有給で雇用する。
- 地域内で強制的に拠出される負担金を主財源とする。
- 但し、BID の設立はそれを希望する地域に限る。

というものであり、シアトル市では、不動産所有者からの賦課金と会員からの会費などで年間約 610 万ドルを集めており、これを使った地域貢献活動を行っている。

主な活動内容としては、清掃、治安維持等のメンテナンス、イベント実施、コミュニティバスの運行等の地域振興事業、土地利用調整、デザインコントロール等、地域内の調整、データ整備、テナント誘致などのマーケティング、政策提言活動などがあり、地区内で様々な活動を行うことで結果として地域の価値向上につながっている。

▼取り組みの成果

BID の活動により、様々なイベントが催され、商店・住宅等の増加が顕著に見られるようになっている。また、就労困難者を道路等の清掃スタッフ、安全アンパサダーと呼ばれる安全を確保するためのスタッフとして雇用する等、就労支援も同時に展開している。歴史的建造物の保全のための取り組みとして、“Pigs on Parade”を実施し、地区のイメージを伝えるキャラクターとして金色の豚の像が定着し、市内に活気を与えた。

BID は地域の特性によって活動の目的や内容は多種多様であるが、シアトル市では魅力ある街づくりを目指し、中心市街地の活性化に繋がる事例である。様々な取り組みが、年間を通してのイベントとして定着し、飽きない街作りを生み出した。治安を維持することで、州外からの移住者が増え、今後の人口の確保にも繋がっている。

## HOA( 住宅所有者協会 ) 制度

米国 ニュージャージー州 フェアローン市

区域面積：13,311km<sup>2</sup>

人口：約 3,100 人（国勢調査 2010）

地域の概要
<p>ラドバーンはニューヨークの西約 20km の都市化を抑制した地域にある住宅地である。1928 年から 1933 年まで建設が続いたが、1929 年の大恐慌に見舞われ、治安が悪化した。当時、アメリカで深刻になり始めていた「スーパーブロック」という自動車事故から日常生活を守るため、ブロック内に用のない「通過交通」を生じさせないための工夫が施された。スーパーブロックの外側を走る外周道路で通過交通を処理し、ブロックの中に入れないという方式である。開発から約 80 年が経過している今でも、その街並みが維持されており、2005 年には「米国の歴史的ランドマーク」に指定された。</p>
取り組みの概要

▼取り組みの概要

ラドバーン地区は、469 戸の単世帯用住宅、48 戸のタウンハウス、30 戸の二世帯用住宅、93 戸のアパートメントに約 670 世帯の住民が暮らしている。開発は、クラレンス・スタインとヘンリー・ライトの住宅地計画に基づき、City Housing Corporation によって 1929 年に始められた。

モータリゼーションを意識したスーパーブロック開発とそのブロック内における歩車道分離の交通システムを確立した点が特徴となっている。また、景観としては、敷地全体を 4 つにゾーニングし、それぞれに建設できる住宅様式を定め、街なみに特性を持たせている。

州法に基づき、ラバドーンの住宅街は HOA（住宅所有者協会）・ラドバーン協会による管理が開発当初から行われており、定められた賦課金を基に地区のマネジメントを行っていた。

具体的には「完全な歩車分離が実現」「公園と遊歩道を使って通学できる学校」「運動施設の他に子育てを支援する施設や図書館」「高齢者クラブなどの多様なレクリエーション・プログラム構築」などの様々な福祉サービスが地域住民へ提供されている。またラドバーン協会の運営等に対して、広く住居者の意見を反映させるよう、別途住民協会が設立されている。この住民協会の代表は、自動的にラドバーン協会の評議員となり、運営金によって維持・管理されている資産への要望や問題提起は基本的に代表者を通じてラドバーン協会へ伝えられる仕組みになっている。

▼取り組みの成果

ラドバーンの住宅地は 80 年近くもの間、計画当初の理念を可能な限り忠実に移住環境の質を保ってきた結果、各地から視察が訪れるほど模範的な住宅街として知られており、ラドバーン協会のような組織は、HOA（住宅所有者協会）として現代の住宅地に受け継がれている。住民はこの街に愛着を持っており、何世代も続けて住む家族が多いようである。その理由として、街全体が非常に安全であること、季節に応じた住民のレクリエーション行事があり、その中で青少年に対応するメニューが充実していること等があげられる。この事例の優れている点は当初のハード面の計画が優れていたことに加え、そこでクラス人々が「ラドバーン協会」を組織して、自治マネジメントを続けてきたことにある。



ラドバーンの住宅地

## 商店街再生に向けた取り組みを成功させたタウンセンターマネジャーの役割

## イギリス

区域面積：24.3 万km<sup>2</sup>　人口：6,180 万人（外務省 2010）

地域の概要
<p>イングランドの首都であるロンドンは、イギリス連邦王国の首都としても有名である。伝統と新しい文化が交ざりあうロンドンの街と、古き良き英国を残している、緑豊かな郊外の街。イギリスは全ての地方がそれぞれの特徴を持ち、その土地の文化や言語が大切にされている。</p> <p>オイルショックを契機とした不況により失業率が高まり、1970 年代には人口と雇用の空洞化がインナーシティに集中した。旧工業大都市の利用転換が大きな課題となり、開発コントロールの規制緩和を行い、指定地域（中心市街地に近接した倉庫・工場地帯などを中心に）で開発を進めた。その結果、中心市街地では交通渋滞や車による環境汚染、万引き、喧嘩などの軽犯罪の増加の他、台頭してきた郊外型の商業施設との競争の結果、目抜き通りの商店に空き店舗が目立つようになっていた。</p>
取り組みの概要

▼取り組みの概要

衰退した地域を対象に、行政、コミュニティ、企業などが共同して土地の保全、修復、開発を進めることによって、地域が持続的に発展出来る条件を整えた。
〔1〕ペDESTリアナイゼーション（Pedestrianization）
広場、マーケットプレイスから自動車を追い出しタウンセンターに歩行者専用の空間を確保する。この導入には町全体の交通の流れと交通規制システムを根本的に見直す必要がある。
〔2〕タウンスケープینگとアーバンデザイン（Townscaping&Urban Design）
歩道全体に煉瓦、石、タイルなどを使いデザインされた美しい舗装やベンチ、緑化活動、美化活動を行い、歩行者に心地よい魅力的な空間が提供され、屋台やストリートパフォーマーが町に彩りをそえる

〔3〕カーパーキング（Car Parking）

駐車場は自動車利用者を減らす方向で運営。長時間滞在と短時間滞在の 2 種類のパーキングが設けられ、駐車料金の設定は地方自治体が行う。

〔4〕パーク&ライド（Park&Ride）
中心市街地に乗り入れる自動車の数を減らすため、中心市街地途上の高速インターチェンジの出口などに数百台規模の無料の屋外駐車を設置。
中心市街地⇄駐車場のピストン輸送バスを運行する制度。
〔5〕イブニング・エコノミー（Evening Economy）
夜間の中心市街地の営業時間の延長。町の中心に人口を呼び戻すことを前提とし「24 時間都市」を目指す。
〔6〕マーケティング（Marketing）

蘇った中心市街地の対象を住民や小売業者、通勤者に絞る。イベント企画やミニ情報誌の発行、長期にわたる投資家向けの経済開発計画のコンサルタント業務に至るまでの多様な活動。

▼取り組みの成果

行政や自治体が意欲的に行動することによって、地域住民も中心となってコミュニティをつくるなど、住民サイドも主体的にまちづくりに関心を持つようになった。地域活性化を目標に始まったこの政策から、環境問題や環境政策にも目を向けるようになり、教育の分野でも良い事例として活用されていくことであろう。

## 商店街の空き店舗対策に有効な 荒れ地、景観対策課税制度

ベルギー　ハッセルト市

面積：102.2km<sup>2</sup>

人口：75,991 人（全国人口統計サイト 2014）

地域の概要
<p>北海に面した国で、国内には10の州があり、主要言語の違いによってオランダ語圏の北部（フランドル地方）とフランス語圏の南部（ワロン地方）に二分される。第2次世界大戦時にはドイツに占領されたが、解放後の1944年以降は比較的早く復興を遂げ、1980年の憲法改正により連邦制の国家となったことで、国内各地域の自治権が増大した。産業では、オランダ国境近くのアントワープが世界最大級のダイヤモンド集散加工地で、取り扱い高は全世界の70%。また、中世から続くベルギーの伝統工芸品といえばポピンレースで、18世紀には繊細さと美しいデザインがヨーロッパ各地で珍重された。リエージュのガラス工芸も有名で、ヴェネチアやボヘミアなどから技術を取り入れ、独自のクリスタル工芸を築いている。フランス食文化の影響を受けた料理や各地の地ビールでも知られる。</p>

取り組みの概要
<p>▼地域の課題</p> <p>修繕・改装されていない空き家が増加が街の景観を乱していた。</p> <p>▼取り組みの概要</p> <p>増え続ける空き家への対策として、ベルギーでは2002年から2006年にかけて空家に対する課税を、その所有者に行った。</p> <p>課税対象の基準、課税額算出基準等は以下の通りである。</p> <p>&lt;課税の対象となる空き家&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>関係当局によって、住宅に適さないと宣告された住宅</li> <li>関係当局の解体指令が出されている住宅および建物</li> <li>人の住んでいない住宅</li> <li>会計年度の期間中に建物の50%が有効に利用されていない建物</li> <li>市長治安官団体により権限の付与された、官吏によって作成された、放置に関する技術報告書を伴う住宅</li></ul>

・災害、老朽化もしくはその他に見舞われた、建物の残骸を伴う用地
・目的に沿った使用をされず、未完成のままになっている、新しく建てられた建造物

・もはや使用されていない、商業用および工業用建物

<基礎税額>　公道と境を接している建物もしくは住宅の正面部分の長さ1mごとに75ユーロとし、公道と境を接していない建物や住宅は建築面積1㎡ごとに5ユーロとした。

<課税対象者など>　その会計年度の1月1日時点の完全な所有者、建物所有者、長期借地人もしくは用益権者に課税され、初年度は基本額、2年目から基本額の2倍、3年目3倍、4年目4倍、5年目5倍を課税するとなっており、空き家の状態で放置する期間が長いほどに税負担は重くなる仕組みとなっている。

▼取り組みの成果

1982年に450棟が課税対象となったが、2004年時点では20棟になっている。空き店舗のまま放置するよりは賃料を下げてテナントを入居させようということで、都心部の空き店舗解消にも効果が出た。当初は、景観改善を目的とした課税だったが、実際には空き店舗の解消等によって、地域産業が活性化され、新たな雇用も生まれるなどの効果が出ている。



（出展：Urban Trawl）

## 環境に良いまちづくり

ドイツ　パッフェンホーフェン市

面積：92.6km<sup>2</sup>（ドイツ連邦統計局 2012）

人口：24,234 人（ドイツ連邦統計局 2013）

地域の概要
<p>ドイツ有数のエコロジー都市。従来の石油やガスによる暖房を止め、再生可能エネルギーへの転換を積極的に図り、CO2の排出量を32%削減することに成功。環境庁の専門的なバックアップを受けて国内最大規模のバイオ発電施設を稼働。建設車両の燃料をバイオディーゼルに転換。現在住民1人あたりのソーラー設置数はドイツでも最大級という。有名なホップ産地に囲まれ、自然との調和が美しい同市は、さらにエコロジー都市として飛躍しようとしている。</p>

取り組みの概要
<p>▼地域の課題</p> <p>ドイツ人は思索する民族であり、物事を長期的なビジョンで考える習性があることが挙げられる。国民が原子エネルギーの安全性に疑問を持ち始めた。長い議論の末、よくないという国民の意志が原発の寿命を32年と定めたのだ。環境問題に高い関心を持つドイツの人々は、これまでで政治を変え、企業や行政を動かし、原子力発電からの撤退へ精力的に進んできた。2005年までに1990年比でCO2排出量削減エミッションを25%削減することを義務付けるとともに、エネルギー総需要量に占める再生可能エネルギーの割合を2010年までに倍増（10%）し、さらにその後も毎年10%ずつ増やし、2050年には50%にする目標を掲げている。</p> <p>▼取り組みの概要</p> <p>ドイツ連邦政府は、地球温暖化の原因となる二酸化炭素（CO2）排出量を削減するという目標を掲げ、循環型社会形成に向け取り組んでいる。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>周辺の環境に応じ建物の規制を行う</li> <li>街路樹の整備や歩行者と自転車の専用道路の設置</li> <li>市街地へ菜種油を燃料とする市バスを運行</li> <li>家庭へのソーラーシステム設置費用の助成も行っている。</li></ul>

こうした中において市は自然破壊を極力抑えるため、エコロジカルな面に重点を置いたまちづくりを進めている。また、CO2の削減策としてエネルギー使用から改善策を置くなど、自然を次世代に残す関心は高い。

▼取り組みの成果

エコロジ的税制改革法やバイオマス制令、100万ルーフ太陽光プロジェクトなど、法律や制度の改正も次々と実施されており、原子力発電からの撤退へ精力的に進んでいる。市長代理カール氏は「当市は州都ミュンヘンに近く、何かと影響を受けやすい。まちづくりに当たっては市のアイデンティティを確立し、豊かな自然環境を損なうことがないよう配慮している」など、印象深いスピーチも残している。行政の制度や補助金などの管理が徹底的にされている。住民も意欲的に行動しやすい環境作りができています。数値化して好評することで住民が現状を判断でき、一つの目標を掲げることで団結力が生まれる。結果が市の誇りになり、様々な環境関連の教育の素材としても生かされていくであろう。



（出展：SONN LEITNER）

## ITによる地域振興

フランス　イッシー・レ・ムリノ市

面積：4.25km<sup>2</sup>（2007MAP OF FRANCE.COM）

地区人口：62,316 人（2007MAP OF FRANCE.COM）

地域の概要
<p>パリ市の南西部に接する。元々、単にIssy（イッシー）と呼ばれていた。現在の名は1893年に決められた名称で「ムリノー」とは当時あった小さな定住地の名で、製粉する風車に由来する。80年代から積極的に新しい技術を取り入れてきた。</p>

取り組みの概要
<p>▼地域の課題</p> <p>1990年代から始まったIT革命によって、多くのものが自動化され、人間には機械のような「効率性」ではなく、機械には生み出すことのできない「創造性」が求められるようになった。同市のITを用いた行政についての基本的な考えは、</p> <ol style="list-style-type: none"><li>市内のあらゆる所であらゆる年齢層の市民がITの恩恵をうけられる</li> <li>市民に対し新しいサービスを提供する</li> <li>市行政の近代化と市民の行政参加の向上を図る一ことである。</li></ol> <p>そこで市では、1996年に地域情報化計画を定め、ホームページの開発、ケーブルテレビによる市議会の中継などの電子サービスを開始するとともに市民がインターネットに容易にアクセスできるような環境づくりを目指した。</p>

▼取り組みの概要

1996年1月に地域情報化計画（Plan local d'information,PLI）を採択し、地域の情報通信技術の普及を強く後押ししている。当市は、市民がインターネットに容易にアクセスできるような環境づくりを目指した。Espace Jeunes（「若者の場所」と名づけられた施設）にCyber Selfというスペースを設け、16歳から25歳までの若者がウェブサイト到自己で接続できるようにした。またCyber-Salon de The（「サイバー喫茶室」）においては年配の人がインターネットやe-mailの使用法を2カ月以内で習得できるようなプログラムが組まれている。1996年の1月より市内のすべての小学校にインターネットを接続したマルチメディアコンピュータを設置し、最新技術を生徒の教育に利用している。

▼取り組みの成果

市議会においては、1997年1月より、市議会の生放送を住民がテレビで見ただけでなく、住民から議会に対し直接意思表示ができるようにした。住民は無料の電話とe-mailで議員に質問を送ることができる。調査によると、ケーブルテレビに加入している世帯の45%が議会で中継を見ており、92%がこの試みを「良い」、あるいは「とても良い」と回答した。放送開始18カ月後の調査では約500人が意見を送り、98%がこの経験に「満足」、または「とても満足」と回答している。議会にITを取り組んだことで、市民の政治参加が促された。若者の政治離れが問題になる日本において、参考になる事例と言える。

また、高齢者にもインターネット等の使い方を習得してもらうことで、生活が便利になり、離れた家族や知人とのやり取りも増え、孤独な高齢者が減少するようになって考えられる。

スポーツの祭典をきっかけに、「環境先進都市」へ

スウェーデン　ストックホルム市

ハマービー・ショースタッド

面積：209km<sup>2</sup>

人口：88万人（2012スウェーデン統計局）

地域の概要
<p>スウェーデンの首都であるストックホルムは、スカンジナビア諸国で最多の人口を誇る街。古くから北欧の首都を自認し、政治や経済、文化活動の中心地となってきた。14の島からなるこの街は、市の面積の13%を水面が占めており、市の中心部にもリッダー湾や運河をはじめとする水部が入り組んでいる。市民たちはこの美しい光景を愛している。また、治安のよさもすばらしく、交通マナーも良い。毎年12月10日には、平和賞を除くノーベル賞の授賞式が行われることでも知られている。</p>

取り組みの概要
<p>▼地域の課題</p> <p>かつては町工場で、土壌汚染が進んでいた。1990年代初頭にストックホルム市が2004年の夏季オリンピック開催地に立候補し、テーマを「環境」とした。そして、環境に配慮した居住施設のある選手村をハマービーに建築することに決めた。ストックホルム市はオリンピック開催地に選ばれなかったが、住宅開発はそのまま進められることになった。</p> <p>▼取り組みの概要</p> <p>この地区での取り組みは、「ハマービーモデル」と呼ばれている。大きな特長は、自然エネルギーと廃棄物の徹底利用にある。太陽エネルギーは、多くの建物の屋根に設置されたパネルを通じて発電や給湯に活用される。下水・廃棄物からのエネルギーで必要エネルギーの半分をまかなっており、住宅やビルから出る下水汚泥はメタン発酵させて可燃性ガス(バイオガス)を発生させ、自動車燃料と家庭用の都市ガスにしている。また、メタン発酵の残りカスと家庭からの生ゴミは農業や酪農の肥料として使われている。</p>

マンションや道路に取り付けられた円筒形のゴミ箱は地下につながっていて、ゴミは自動的に処理場へ運ばれてリサイクルされる。各家庭の水道の蛇口には水の使用量を半分にできる空気混入フィルターが取り付けられるなど、あらゆるところに工夫がなされている。また、カーシェアリングや市バス、フェリー、トラムなどの交通システムも発達している。歩道や自転車専用道も充実しており、居住者・通勤者の約8割が公共交通機関、徒歩、自転車を移動手段としている。

▼取り組みの成果

もともと高齢者向けにつくられた街であったが、自然に触れ合える環境が好まれ子育て世代が多く移り住み、当初予定のなかった学校が新設されたほどである。今や、子どもたちの笑顔あふれる、活気ある街へと成長した。環境に対する啓蒙活動も行われており「ハマービーに住むようになって、環境への意識が高くなった」と言う人は7割に達したという。環境政策のために協同する仕組みができている。また、「環境先進都市」となることで人々が移り住むようになり、街の活性化にもつながった事例となっている。



## 地域の歴史を活かす「ヘリテージツーリズム」

米国　アーカンソー州　デルタ地区
面積：134,843km<sup>2</sup>（2010年 city population）
人口：18,777人（2013年 city population）

### 取り組みの概要

▼地域の課題
1990年代、技術の革新が広がる中、農地離れが増え人々の都市化が進んだ。アーカンソー州は地域活性化事業を立ち上げ、周辺地域の歴史、過去の綿花栽培など独自の歴史的事実を観光資源として生かす方針を決めた。資料館、博物館など、学習型施設も残し継承し、雇用再生事業にも繋げる。その運営や周辺に点在する歴史的建造物の保護事業を通して、当該地区の歴史、文化、史跡の保存を進め、地域住民に知ってもらうほか、誇りを持ってもらうような街づくりを進める。周辺の観光地を結ぶ豊かな自然景観・農業景観を、シーニックバイウェイ（裏道・脇道）として観光資源とする。

▼取り組みの概要
歴史保護を目的として結成されたボランティア団体「ナショナルトラスト」は、2005年から3年間にわたり史跡保全をベースにした経済振興戦略による観光事業を当該地区で行っている。これは、ケロッグ財団から74万5千ドルの助成金を得て、史跡保存と観光振興の調和、ヘリテージツーリズムの事業展開を研究するために行われるパイロット事業で、アーカンソー州デルタ地区とケンタッキー州の2ヶ所が事業地区に選定されている。

アーカンソー州デルタ地区では、現地採用のフィールドワーカー（field representative）が、デルタカルチャーセンターを拠点に、地方自治体や観光協会、大学等との連携により、新たな観光資源の発掘、保全が必要な歴史的建造物の抽出、連邦や州政府が所管する地域振興補助金の利活用方策の研究、観光広報活動等を行っている。連邦道路庁が実施するシーニックバイウェイプログラム（裏道活性化事業）により、1998年にCrowley’s Ridge Parkway、2002年にGreat River Roadがそれぞれナショナルシーニックバイウェイに指定されている。このバイウェイの指定にあたっては、アーカンソー州立大学との連携。特に同大学のDelta Heritage Initiatives（デルタ歴史事業）の指揮を務めるDr. Ruth Hawkins（ドクター・ルース・ホースキン）のリーダーシップのもとで企画、準備、申請、指定が行なわれてきた。裏道観光のHP(左図)も作成され、情報発信力にも力を入れた。

▼取り組みの成果
この取組みの一環として行われたアーカンソー州北東部のPiggott市（人口3,894人）での観光事業においても、作家ヘミングウェイに縁のある建築物をアーカンソー州立大学のプログラムにより改築保存し、幹線道路からの引き込み道路をCrowley’s Ridge Parkwayとして整備をしたことにより、整備後の2ヶ年で16件の観光関連店舗が新規に出店するなど、観光による経済効果を着実に生み出してきた。

残されたものや、限りある資源を有効活用することによって、開発などによる環境への負担やコストも軽減され、より持続的な資源へとなる。大学などの教育機関と連携することによって、研究にも力を入れることができ、世界中へスタディーツアーとしても売り込む第一歩になる。また、小さな町デルタから、より良い研究者や学者が誕生することに期待ができる。

## 「味の景勝地」認定制度

フランス
面積：54万4,000km<sup>2</sup>
人口：約6,582万人（2014 仏国立統計経済研究所）

### 地域の概要

ポーフォールはイタリア国境近く山岳地域サヴォワ地方に位置し、急峻なアルプスの峰々に囲まれた標高1,500～2,000mある典型的な中山間農村で、人口は約2,000人。春から夏の牧草が一番良い季節に牛13,000頭を放牧し、アルプスの色とりどりの高山植物を食べさせ、その間、山小屋で良質なチーズづくりが行われている。

### 取り組みの概要

▼地域の課題
グローバリゼーションに対抗できるよう、地域の食に関心を持ってもらえるような取り組みが必要であった。

#### ▼取り組みの概要

全国SRG（Site Remarquable du Gout：（仮訳）味の景勝地）協会が高品質型農業およびサービス型農業の振興を一体的に進め、地域全体の振興につなげていくことを目的として4つの省庁により立ち上げられた。良質な食、食の生産・加工等に関連する景観・遺産建造物、これらを守る人の各要素が備わった地域を「SRG」として認証し、これらの地域資源を一体的・複合的に活用する取組により、地域全体のイメージアップを図り、地域産品の付加価値向上、国内外の観光客の増大により、地域の活性化につなげている。

（SRGの認定事例）

オーブラックという地域は、「オーブラックのチーズ小屋（Burons d’Aubrac）」としてSRGとして認定されている。地域の産品としてライヨールチーズを使用した伝統料理“アリゴ”、景観としてオーブラック高原での夏季放牧、巡礼の道が認められたこと、そしてそれを守るチーズ協同組合がいることで認定された。これにより、夏季放牧の祭りに訪れる観光客が増え、伝統料理アリゴの売り上げが大幅に伸びた。

#### ▼取り組みの成果

70箇所以上がSRGに認定されており、事務局である全国SRG協会は、ガイドブックや全国的なイベントの開催等により各SRG地区のプロモーションを行っている。これにより国内外の観光客が増加し、地域の食に注目が集まったことで、昔ながらの食が守られている。

食品だけでなく、景観・遺産建造物やそれらを守る人を含めて認証している事が特徴である。制度により、地域がブランド化された好事例。食と景観を合わせて評価することが、観光客の増加につながっていると考えられる。

## 農村地域における経済活動連携事業

EU
面積：429万km<sup>2</sup>（外務省2015）
人口：5億567万人（2013年暫定値、Eurostat）

### 地域の概要

欧州連合条約に基づく、経済通貨統合、共通外交・安全保障政策、警察・刑事司法協力等のより幅広い分野での協力を進めている政治・経済統合体。欧州の28か国が加盟している。経済・通貨統合については、国家主権の一部を委譲。域外に対する統一的な通商政策を実施する世界最大の単一市場を形成している。その他の分野についても、加盟国の権限を前提としてつ、最大限EUとしての共通の立場を取ることで、政治的にも「一つの声」で発言している。

### 取り組みの概要

▼地域の課題
EU地域の農村では、グローバリゼーションの進展により、農業、地元工業、商業の衰退のなかで、新たな産業の構築や生活諸条件の改善が広く課題となっている。特に、規制緩和に伴う大規模店舗の進出による、地元商店の後退やそでの就業場面の喪失は深刻である。農村での地域再生（むらづくり）は、社会的課題である。

#### ▼取り組みの概要

むらづくりの動きを支える政策として、LEADER事業がある。これはフランス語で「農村地域における経済活動連携」という。LEADER事業は、農村住民が主体となって実施するボトムアップ型の農村活性化事業に対して、EUが財政支援を行うものである。支援の対象者は、農家だけでなく非農家も含み、対象となる事業内容も、農家民宿等を中心としたグリーン・ツーリズム、農業特産物の生産、中小企業振興、農村在住の女性や若者への就業促進事業、個人によるクラフトショップの企業、地域の有志によるコミュニティバスの運行、地域ぐるみの共同売店設立など実に多彩な事業を見ることができる。

例えば国立公園事務所に計画担当者として勤務していたカヴァアデルさんは2011年の春に、この地域の最も奥地に立地する村の景観にあこがれ転居した。そして、古い倉庫を自ら改造し、カフェ兼日用品小売店舗を開店している。この事業費の50％は助成金である。カフェは、今では村の人々の交流の場ともなり地域振興に貢献している。このような個人への助成も、むしろ「地域の構造を変える革新投資」としてみなされている。

#### ▼取り組みの成果

ボトムアップ型の事業を支援することで、住民主体での地域活性化を実現させることが可能になった。また、このLEADER事業の運用の事例から地域振興には人材育成が課題であることが浮き彫りになった。そこでEUは「農村アニメーター」という農村振興のプロを育成する欧州修士プログラムを2009年より始めており、今後この農村アニメーターによる更なる農村振興が期待されている。

過去の農村開発の反省から、外からのアプローチではなく住民自身が行動を起こすことの重要性を意識した事業である。個人への助成も積極的に行われているが、助成金は事業費の25％～50％となっているため、助成金頼りではなく事業の主体となる人が責任を持って事業を遂行することが求められる。

## 自治組織「パリッシュ」(Parish)

イギリス
区域面積：24.3万km<sup>2</sup>
人口：6,180万人（2010外務省）

### 取り組みの概要

▼地域の課題
コミュニティレベルでの住民自治の機能を高める必要があった。

#### ▼取り組みの概要

「パリッシュ」は教会の教区に起源を持ち、半独立的な性格を持つ法律上の地方自治体であり、基礎的自治体（DistrictまたはUnitary）の中に位置するさらに小さな単位の自治体である。人口規模は10人以下から、数万人まで様々あり、サービス供給に関する大きな権限は与えられていないものの、住民に最も身近な自治体として、地域における代表団体として機能している。パリッシュの主な役割は、以下の通りである。

- 遊歩道の整備
- 街路照明の維持管理
- 墓地・火葬場の管理
- コミュニティホールの管理・提供
- 公衆浴場・プールの管理・提供
- 宝くじの運営
- 各種イベントの運営等

「ウェストン・スーパー・メア・タウン・カウンシル」では、地元住民の運動によって7,000人以上の請願署名を集め、ディストリクトの中から新たにパリッシュとして独立。当初は所有権を委譲された資産が少なかったが、市民菜園の管理修繕、どんなに低い見積もりでも良い仕事を続けたため、次第に市民の信頼を得、口コミを通じて、もっと多くの改善をやってみてはどうか、という評判が瞬く間に広がった。その後、共同墓地（Cemetery）、7つのプレイ・エリア（子供の遊び場）の所有権・運営権が順次委譲され、それまでと異なるすばらしいものに改善した。また、15,000人の観客を集めた大型観光イベントを開催。さらに浜辺でのエクストリーム・スポーツ16・ウィークエンドでは、毎日多くの若者が集まる。

#### ▼取り組みの成果

パリッシュの活動により、ディストリクト等では対応が後回し、遅くなってしまうような細やかなサービスが住民にもたらされることとなった。年に一回はパリッシュの年次大会を開き、各パリッシュの代表者が集まって情報交換等をし、ネットワークを作っている。日本の自治会などよりも幅広い権利を持つことで、住民によりよいサービスを提供することに繋がっている。



## ソーシャル・インパクト・ボンド（社会インパクト債権）

## イギリス

### 取り組みの概要

▼中区地域の課題

英国における公的予算の逼迫による、大幅な公的経費削減と業務見直し(2010年からの4年間で約14兆円の予算削減)により、政府による直接的な事業実施から、民間への「公共調達」への転換が必要とされた。また、「社会的投資」に対する民間投資家からの関心の増大もこの制度が始まった背景と考えられている。

▼取り組みの概要

社会的なコストを削減する優れた非営利事業等に対して、その成果に連動する形で、政府の保証を付けて、民間投資での事業実施を行う。対象事業は元受刑者の社会復帰、児童養護施設、養子縁組、若年犯罪の再犯防止、ホームレス問題等の予防的プログラムに数億-10数億円程度を拠出している。投資家は篤志家、助成財団、投資銀行のCSR等が資金を拠出し、事業の成果が確認された時点で、一定の財務的リターンを付与して政府から投資の償還を受ける。

2010年から英国で休眠預金基金をもとに開発され、米国、オーストラリアでも実施される新しい官民連携の社会的投資モデルである。

英国での第1号案件となったピーターボロ刑務所では、17の財団・篤志家から約8億円の資金を調達、5年間の事業を実施、10%以上の再犯率低下を目指して受刑者の社会復帰プログラムを実施し、退所後1年間の再犯・有罪判決率を持って成果を測った。再犯率の低下による司法コスト、収監コスト等の低減による便益を算出、10%以上の低下を元本償還の条件とし、最大IRR13%のリターンを提供した。2010年に開始し、2013年の中間評価では、プログラム開始当初から、全国平均に対して20%近い再犯率の差異が見られた。

▼取り組みの成果

これまで世界で20件以上のSBI導入実績がある。SIBの導入により、NPO等への業務委託を通じて行政はコストを削減、事業成果が上がり、コスト削減によって捻出された資金の一部と元本を投資家に償還することが期待されている。成果ベースで資金が支払われることから、あらかじめ資金補助が決まっている状況よりも実施団体は確実に成果を出せるような工夫をしなくてはならない。結果的によりよい成果を出せるようになると思われる。

## 高齢者の孤独死や引きこもりを解決する「シニア劇場」

### スウェーデン　マルメ市

面積：158.4km<sup>2</sup>

人口：303,873人

#### 地域の概要

　マルメ市はスコーネ（南スウェーデン）の中でも南西に位置し、デンマークへの玄関口として有名である。スウェーデンでは3番目、北欧では7番目に大きい都市で、市民が主体となった持続可能なエコシティを作る取り組みが行われていることで知られている。

#### 取り組みの概要

▼地域の課題

かつて造船業で栄えたこの街は、近年は新エネルギーやITの街へと変貌したが、同時に独居老人や高齢者の孤独死が大きな社会問題となっており、独居老人の見守りコストは行政側の大きな負担になっていた。

▼取り組みの概要

　市の住宅公社が運営するアウグステンポリ劇場では、高齢者の社会参加を促すため、高齢者による演劇が行われている。観覧は無料、舞台に立つシニアもボランティアで無報酬だが、演出家の報酬や運営費はかかるため事業自体は赤字である。一方、団地全体として見れば、引きこもりの予防、寝たきりやうつ病の減少による医療費の抑制、集う場による団地の活性化や消費増加等、社会性・医療性・経済性でプラスの効果が大きい。

▼取り組みの成果

　高齢者の引きこもり予防、団地の賑わいに大きく貢献している。孤独死は国を問わず深刻な問題で、行政が高齢者にかかるコストは大きな負担になっている。シニア劇場のように身近な場所で社会参加を促すことが、引きこもりを防ぐことに効果的であり、高齢者が元気になることが地域の活性化にもつながる。

## 欧州の小都市における環境負荷軽減と地域活性化の両立

### オーストリア　シュタインバッハ

面積：61,107km<sup>2</sup>

人口：851人（CITY POPULATION2011）

#### 地域の概要

　オーストリア・オーバーエスターライヒ州・キルヒドルフ・アン・デア・クレムス群にある23市町村のうちの一つ。この村は山岳地帯にあり、面積の36%が森林に覆われており、主な産業は農業である。この町は、元々中世の頃から鉄で栄え、都会よりもむしろ発達した都市的な文化を近世の頃から持っていたという。街灯の導入などいち早く近代化した小さな村だった。

#### 取り組みの概要

▼地域の課題

　1950年までの500年間、鉄の村として繁栄してきたシュタインバッハだったが、50年代後半になると経済は斜陽し、67年に工場は閉鎖され、人々の就業機会がなくなってきた。若者を中心に人口は流出し、2千人にまで減った。店は閉鎖され、歴史的建築物さえも維持できないほど、村は危機的状況に陥った。市長が村民に掲げた3つの課題として「住民の意識改革」「地域的なネットワーク作り(観光、文化、自然・歴史保護)」「豊富な森林資源の活用法」を抱げた。～自分達の村は自分たちで守ろう～

▼取り組みの概要

　最初の取り組みとして、住民の意識改革から始まった。今までの取り組みを振り返り「誰が、何を、どうする。「どのような資源を活用する」などの構造的なフレームワークを作り、住民を教育・トレーニングし、価値観や態度を変えさせていく取り組みを始めた。

　2つ目の取り組みとして、政治と市民が力を合わせ、地域再生の目標を設定した。新しいプロジェクトも市民から募り、自分たちで集めた知識を政治的に合意してもらい、シュタインバッハの10年、20年、30年後のあるべき姿が検討され決定された。その目標を具現するために、住民の参加をベースに地域を再生させるための革新的なプロジェクトを実行し、目に見える形での変化を促した。

　例えば、新製品の開発、新しい農作物等の開発といったものから、文化的な景色・景観の保護、ミュージアム建設、環境保護活動、女性のイニシアチブを守る活動、地域的なネットワークを作り観光や文化を促進させる取り組み、さらには住民の意識を改革し新しい意識を人々に持たせていく取り組みなどがある。これらの60のプロジェクトは15年間に実現されたものである。豊富にある森林資源を利用した小規模なバイオマス熱供給ネットワークを複数作る事により、熱供給に加え、新たな収入、森林の管理、CO2排出量の削減を実現したほか、経済的な分散型の下水道システムの構築や山の生態を守る農家の経営の支援等が実施された。

▼取り組みの成果

　これら60の取り組みは15年以上も活動を維持し、その結果、25の新しい企業（お店、パン屋、会社など）など就業機会が生まれ、以前の180%増となった。村の外から人々が移住するようになり、投資も1,300%増となった。廃棄物の量も半分に減らし、環境にも貢献することができた。同時に訪問する観光者も増えた。

　政治と市民による地域活性の成功は、政治への信頼結果新しい企業が生まれ、当初の目標である雇用や人口も増加した。このため、この取組みは、地球環境への負荷の軽減とこれを通じた地域雇用の増加に寄与するとともに、街のアイデンティティ確立や若者の定着による担い手の確保等、経済と環境の両面で地域の持続的な発展に貢献することから、小規模な自治体の可能性を示す事例としてEUの報告書でも評価されている。

　小規模な村が、都市機能の集約化とは別の方法で、地域の自然資源を活かして環境保全と地域活性化を両立させている事例である。政治と市民が共に長期的なビジョンと具体的プロジェクトを定め、ステップ・バイ・ステップで進めるだけでなく一人一人の意識改革を行う事で、持続可能な地域開発に繋がった。

## 住民の意見が形になった、ソーシャル・エコロジー団地

### ドイツ　フライブルク市　ヴォーバン住宅地

人口：5,500人（2013年、Vauban de）

#### 地域の概要

　ヴォーバン住宅地が属するフライブルク市（面積150km<sup>2</sup>、人口22万人）は、フランスとスイス近くに位置し、黒い森に囲まれた自然豊かな街である。温暖な気候に恵まれ、1457年設立のアルバートルートヴィヒ大学はドイツでも歴史ある大学の一つである。南北と東西貿易ルートの交わる主要ポイントにあるこの市は中世において市場の中心的役割として重要であった。フライブルク市には28の地区があり、市の中心から約3キロ南下したところにヴォーバン住宅地は位置する。

#### 取り組みの概要

▼地域の課題

　フライブルク市の南西に位置し、中心部から3キロの場所には、戦後から1992年までフランス軍が駐留していた（ヴォーバン兵営地）。戦後の終わりとともにフランス軍が撤退していったことから、フライブルク市は連邦からこの地区を買い受け、住宅地として開発する必要性が出てきた。

▼取り組みの概要

　住民の意見も反映させた街づくりをするに当たって住民から「ソーシャル・エコロジー」というコンセプトが提案された。子供から高齢者までが住みやすい、生活者のための街として確立することを目指した。ヴォーバンニュータウンの管理、運営を行っているのはNPO「フォーラム・ヴォーバン」であり、いろいろな社会層や年齢の人たちが共に住み、働くことのできるエコロジカルな住宅地の実現を目指した。具体的な例を挙げると、地区内にできる限り多くの小規模小売店、飲食店、診療所、向上などを作り職場と家庭の距離を近づけたことで、自転車交通、徒歩交通が発展し、住宅地内のお店で近所づきあいがはじまった。また、屋上緑化を規定、開放面積の少ない壁面については、壁面緑化を試みた。一般にドイツでは屋根への降雨量の6割を緑化屋根で受け入れていると言われていたが、それにより雨水は溝に流れ込まず、洪水を防ぐ。また生物生息空間の貴重な場所となり、壁面緑化は住宅地内の景観に多大な効果を与えている。

▼取り組みの成果

　ヴォーバンでは、上記以外にも環境保護の取り組みに加え、拡大住民参加、社会福祉的な取り組みが積極的に推進され、交通、エネルギー、建築における様々な試みを地区内に見ることができる。イスタンブルで行われた国連の世界住宅会議HABITAT II（1996年）においては、都市計画における市民と行政が協力した模範例として「ドイツで最高の事例」と紹介されたれ、ヴォーバンの取り組みは国際的にも注目されている。

　市民による住宅地づくりの模範例の一つ。街全体の主役が「人」であり、水や緑が楽しめる多くの景観、子供から高齢者まで安心して暮らせる環境が整っている。今は誰もが住みたいと願うエコタウンに生まれ変わり、18歳以下の子供の割合が40%近くになっている数字からも、この地区の価値が読み取れる。

## 海外事例参考資料一覧

■ F-1 韓国 地域産品と観光農村の一体化による取組
韓国観光ガイド STORYKO（ストリコ地域産品と観光農村の一体化による取組 http://storyko.net/web/bbs/board.php?bo\_table=storyko\_news2&wr\_id=27
釜山観光旅行ガイド PUSAN NAVI http://www.pusannavi.com/miru/1967/
聞慶市公式 HP http://japan.gbmg.go.kr/open.content/jp/introduction/symbol/
The 2014 Mungyeong Omija festival http://www.5mija.kr/
聞慶市五味子体験村 www.mgomj.co.kr
Duruzone http://duruzone.koreasme.com/munkyeong\_omija.html
東亞日報 http://japanese.donga.com/srv/service.php3?biid=2012032160458

■ F-2 オーストリア 食を通じて元気になる「ゲヌス・レギオン」
農林水産省 日本食文化ナビー食で地域を元気にする本― http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/vitalization/pdf/bookall.pdf
農林水産省 海外優良事例調査 http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/7.pdf
北海道大学大学院・観光創造先行 公開講座 http://www.cats.hokudai.ac.jp/upload/File/2009.10.29-12.3koukaikouza.pdf
Genuss region official website http://www.genuss-region.at/
外務省公式ホームページ http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/austria/index.html
オーストリア統計局 http://www.statistik.at/web\_en/

■ F-3 スウェーデン 森のゴミから熱と電気を作る。木質バイオマスエネルギー
月刊環境自治体 200年6月号 http://www.geocities.co.jp/NatureLand/5908/swedish\_biomass.html
「バイオマス」が林業を元気にする http://www.nishigaki-lumber.co.jp/himorogi/bun/20.htm
PUNTA http://punta.jp/archives/2903

■ F-4 イタリア 産業構造の変化に対応する中小企業の産業集積の形成と変革
構造改革を乗り越えて地域を活性化させるには（日本総研） http://www.jri.co.jp/page.jsp?id=14270
イタリア経済と集積 http://www.meti.go.jp/hakusho/tsusyo/soron/H14/04-03-01-02.html
イタリア繊維産業の発展と今後の課題 https://www.jstage.jst.go.jp/article/sisj1986/1993/8/1993\_8\_1/\_pdf
外務省公式 HP http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/italy/data.html#section1

■ F-5 韓国 地域資源である緑茶の活用
農林水産省 日本食文化ナビー食で地域を元気にする本― http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/vitalization/pdf/bookall.pdf

■ F-6 アメリカ BID（Business Improvement District）制度
代表的事例における推進の要点（海外事例） http://www.mlit.go.jp/common/000016588.pdf
独立行政法人中小企業基盤整備機構 http://www.smrj.go.jp/keiei/dbps\_data/\_material/\_common/chushou/b\_keiei/keieisaimu/pdf/chu\_h13-02rev.pdf
米国におけるコミュニティの自立的まちづくり活動－ Business Improvement District を中心に 保井美樹
http://www.mlit.go.jp/singikai/kokudosin/keikaku/lifestyle/5/shiryou4-1.pdf
在シアトル日本国領事館
http://www.seattle.us.emb-japan.go.jp/japanese/local/local.htm
http://westseattleblog.com/2012/01/metro-restructuring-new-plan-coming-out-more-meetings-set/

■ F-7 アメリカ ニュージャージー HOA（住宅所有者協会）制度 ラドバーン地区
代表的事例における推進の要点（海外事例） http://www.mlit.go.jp/common/000016588.pdf
街づくりの理想をみた！ http://www.geocities.jp/hideki03ny/city/radburn.html
米国における“住みたくなる街”のデザインと管理を探る http://www.machinami.or.jp/contents/summary/pdf/inspection2008.pdf
ラドバーン レイアウトの改善 http://www.ichiura.co.jp/housing/pdf/e\_saisei/a-02-5.pdf
Fair Lawn New Jersey official website http://www.fairlawn.org/
三井不動産 都市に豊かさと潤いを ～住まいと街の計画学～ http://www.mitsuifudosan.co.jp/lets/column/life/life64.html

■ F-8 イギリス 商店街再生に向けた取り組みを成功させたタウンセンターマネジャーの役割
海道清信著「コンバクトンティー持続可能な社会の都市像を求めてー」学芸出版社（2001年）
大塚紀子オックスフォード・ブルックス大学博士課程「地域開発」（2003年） http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h17/hakusho/html/17233240.html
外務省 公式ホームページ http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/uk/data.html#01
UK park and ride.com http://www.ukparkandride.com/
諸外国における地域振興に係る支援・特例の事例 http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/suishinchousa/pdf/h14/00jishusei-shutaisei%28tokucho%29/02shiryo/015-1-1jirei.pdf

■ F-9 ベルギー 商店街の空き店舗対策に有効な荒地、景観対策課税制度
商店街の空き店舗対策に有効な荒地、景観対策課税制度：ベルギー・ハッセルト市 http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h17/hakusho/html/17233240.html
外務省 公式ホームページ http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/belgium/data.html#section1
city population http://www.citypopulation.de/
Urban Trawl http://urbantrawl.blogspot.jp/2011/04/pimlico-parade.html

■ F-10 ドイツ 環境に優しいまちづくり
月間地域づくり 一般財団法人地域活性化センター ヨーロッパ地域づくり視察団報告 ～地方行政の構造改革、循環型社会の形成など特色ある事例に学ぶ～
http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/book/monthly/0302/html/shisatsu.htm
環境都市・パップフェンホフェン市にみる『CO2削減32%達成！』成功例 http://www.greenbizfund.com/modules/tinyd0/index.php?id=19
fact fish Official population of Pfaffenhofen http://www.factfish.com/statistic/trade-tax-leverage/detail/091860143143
SONN LEITNER http://www.sonnleitner.de/service/grundstuecke-baugebiete.html
なぜドイツは環境先進国なのか ～背景と取り組み方～ 京都産業大学文化学部国際文化学科
http://www.cc.kyoto-su.ac.jp/~konokatu/aritomo%2804-1-31%29

■ F-11 フランス ITによる地域振興
自治体国際フォーラム 情報技術の先進自治体 http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/articles/jititai/136/INDEX.HTM
Official website of Issy-Les-Moulineaux http://www.issy.com/en/home
MAP OF FRANCE.COM http://www.map-france.com/Issy-les-Moulineaux-92130/
Leading Co. もっとクリエイティブなやり方があるはずだ http://randcom.com/different\_approach

■ F-12 スウェーデン スポーツの祭典をきっかけに、「環境先進都市」へ
Sustainable journey http://jm.nikkeibp.co.jp/sustainablejourney/city/000035/index\_2.html

■ F-13 米国 ヘリテージツーリズム
米国における観光政策と地域活性化観光事例（財）自治体国際化協会 ニューヨーク事務所 http://www.clair.or.jp/j/forum/c\_report/pdf/324.pdf
Mississippi Delta National Heritage Area http://www.msdeltaheritage.com/
The State Parks Of Arkansas http://www.arkansasstateparks.com/museumofnaturalresources/
Arkansas Delta Byway http://www.deltabyways.com/trails-tours/crowleys-ridge-parkway-national-scenic-byway.dot
City population http://www.citypopulation.de/USA-Cities.html?admid=411

■ F-14 フランス 「味の景勝地」認定制度
農林水産省 日本食文化ナビー食で地域を元気にする本―
http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/vitalization/pdf/bookall.pdf
http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/review/pdf/primaffreview2013-52-2.pdf
http://www.maff.go.jp/primaff/meeting/kaisai/pdf/suda\_sec.pdf

■ F-15 欧州地域 農村地域における経済活動連携事業
むらづくりとその政策 小田切徳美 http://www.jc-so-ken.or.jp/pdf/ja\_report\_writer/T-Odagiri/22-12SM-T-Odagiri.pdf#search=%E5%80%8F%E7%94%B0%E5%88%87%E5%BE%B3%E7%BE%8E+%E8%8B%B1%E5%9B%BD+%E4%BA%8B%E4%BE%8B
欧州連合（E U）の農村振興政策 ―LEADER事業― http://www.ndl.go.jp/jp/diet/publication/refer/200308\_631/063103.pdf
農林水産政策研究所 http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/project/pdf/24rokujika\_2.pdf

■ F-16 各地 ソーシャル・インパクト・ボンド（社会インパクト債権）
途上国開発におけるディベロップメント・インパクト・ボンドの可能性
伊藤健 慶應義塾大学 大学院 政策・メディア研究科 特任助教 特定非営利活動法人 SROI ネットワークジャパン 代表理事
https://www.fasid.or.jp/\_files/activities/BBL207\_Part1\_PPT\_SIB\_140704.pdf

■ F-17 英国 自治組織「パリッシュ」（Parish）
国土交通省国土計画局 http://www.mlit.go.jp/common/000052498.pdf
財団法人自治体国際化協会（ロンドン事務所） http://www.clair.or.jp/j/forum/c\_report/pdf/284.pdf

■ F-18 スウェーデン シニア劇場による団地再高齢者の孤独死や引きこもりを解決する「シニア劇場」
少子高齢化社会における地域経済活性化の在り方に関する調査研究報告書 http://www.meti.go.jp/meti\_lib/report/2012fy/E002546.pdf
三菱総合研究所 スウェーデンに学ぶシニア劇場による団地再生
http://www.mri.co.jp/NEWS/magazine/local/2012/\_icsFiles/afieldfile/2012/08/03/chS2012\_5.pdf
緑の goo http://www.goo.ne.jp/green/life/world/sweden/vol04/

■ F-19 オーストラリア 欧州の小都市における環境負荷軽減と地域活性化の両立
市民主体のまちづくりを支援する専門家のありかたとは？ http://www.jcca.or.jp/achievement/riim\_report/vol\_02/entaku1.pdf
進行する地球温暖化とわたしたちの暮らし～地球温暖化対策に向けた国土交通行政の展開～
http://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/hakusho/h20/html/j123e000.html
Taego.Com http://www.tageo.com/index-e-au-v-01-d-m2776126.htm
City population
http://www.citypopulation.de/php/austria-oberosterreich.php?cityid=41740
World news What’s on Sunday?
http://article.wn.com/view/2004/10/17/Whats\_On\_Sunday/
agentursteinbach.at Moderation & Consulting( シュタインバッハ代理店 ファシリテーション&コンサルティング)
http://www.agentursteinbach.at/?hauptgruppe=3&etikette=41&lang=en
コミュニティを空間的に取り戻す ～千葉大学大学院工学研究科准教授 岡部明子～
http://mitizane.ll.chiba-u.jp/metadb/up/ReCPAcoe/61okabe.pdf
City of STEINBACH
http://www.steinbach.ca/city\_hall/mayor\_and\_council/mayor\_chris\_goertzen/

■ F-20 ドイツ 住民の意見が形になった、ソーシャル・エコロジー団地
市民の手による持続可能な住宅地づくり ードイツ・フライブルク・ヴォーバン地区ー http://jicr.roukyou.gr.jp/publication/2002/117/117\_hiroba1.htm
フライブルクのまちづくりーソーシャル・エコロジー住宅地ヴォーバン
一般社団法人クラブヴォーバン
http://www.club-vauban.net/%E3%83%B4%E3%82%A9%E3%83%BC%E3%83%90%E3%83%B3%E4%BD%8F%E5%AE%85%E5%9C%B0%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6/
Vauban de http://www.vauban.de/en/topics/history/276-an-introduction-to-vauban-district

## 地域活性化 100

平成 27 年 2 月発行

中小企業庁事業環境部企画課調査室

〒 100-8912 東京都千代田区霞が関 1 丁目 3 番 1 号

電話 03-3501-1511（代表）

取材／編集協力：ランドブレイン株式会社