

---

# 地域内発型産業の確立による地域経済の自立促進

～「外貨獲得」と「地産地消」による過疎地域の活性化～

---

平成17年3月

総務省 自治行政局 過疎対策室

## はじめに

過疎地域においては現在、公共事業の縮小による建設業の低迷、大手資本の撤退による製造業の縮小、観光客減少による観光業の衰退、さらには市況価格低迷による農林業等の停滞等により、地域雇用の場の確保が重点課題となっています。これは、地域の主要産業が、公共事業や都市部の資本・市場等、外部環境の変化によって大きな影響を受けやすい構造にあることに主たる要因があるものと考えられます。一方、人口減少社会では地域間の所得格差が縮小するという指摘もある中で、地域が時代の転機をどう活かすかが今問われています。今後、地域が活力ある経済活動を持続させるためには、公共事業や外部資本に依存するのではなく、地域が自らの創意に基づいた地域内発型の産業を興すことで、経済の自立をめざす必要があると考えられます。

本調査はこうした背景を受けて、全国の事例調査や検討委員会における検討を通して、過疎地域経済の自立に向けた定量目標の設定、産業活性化の考え方、課題・問題点と克服に向けた考え方等を整理し、地域内発型産業を確立することにより、過疎地域経済の自立促進を図るための参考資料とすることを目的に実施しました。

なお、この報告書では「産業」という言葉を広義で捉えており、地域経済を支える活動領域全般を示すものとしします。また、商業ベースに乗った取組みだけでなく、収益確保が難しい公共的な取組みであっても、その積み重ねが地域経済の活性化や地域雇用に結びついているものも対象として捉えています。

この報告書は、経済の自立に向けて産業活性化に取り組む全国の過疎市町村の関係者へのメッセージとして、地域における雇用の場を創造するための視点を最大のテーマにおいてとりまとめました。

また、調査・検討にあたっては、全国の過疎市町村の町村長や先進的な取組みを行う地域の関係者、及び検討委員の皆様から多大なご協力を頂きました。この場をかりて厚くお礼申し上げます。

この報告書が、過疎市町村における産業政策立案の一助となれば幸いです。

平成17年3月  
総務省 自治行政局 過疎対策室

# 目次

調査結果の概要 .....	概要 1
第 章 過疎地域経済の自立に向けた定量目標の設定	
< 第 章の体系 > .....	1
1 定量目標設定の必要性と意義 .....	2
2 定量目標設定の手順と手法 .....	2
3 定量目標設定にかかわる留意点 .....	4
4 定量目標設定にかかわる参考事例 .....	7
(1) 長野県飯田・下伊那地域の取組み .....	7
(2) その他の参考事例 .....	12
第 章 過疎地域経済の自立に向けた産業活性化の考え方	
< 第 章の体系 > .....	17
1 過疎地域における産業及び特性の考え方 .....	18
(1) 過疎地域における地域産業の考え方 .....	18
(2) 過疎地域における地域特性の考え方 .....	21
2 過疎地域における産業活性化に向けた取組み .....	27
パターン1 農林水産資源を活かした産業活性化(「外貨獲得型産業」) ...	29
パターン2 自然資源を活かした産業活性化(「外貨獲得型産業」) .....	33
パターン3 人材資源を活かした産業活性化(「外貨獲得型産業」) .....	36
パターン4 農林水産資源を活かした産業活性化(「地産地消型産業」) ...	39
パターン5 自然資源を活かした産業活性化(「地産地消型産業」) .....	42
パターン6 人材資源を活かした産業活性化(「地産地消型産業」) .....	44
パターン7 地域コミュニティを活かした産業活性化(「地産地消型産業」)	45
第 章 過疎地域経済の自立に向けた課題・問題点と克服に向けた考え方	
< 第 章の体系 > .....	48
1 過疎地域経済の自立に向けた課題・問題点 .....	49
2 課題・問題点の克服に向けた考え方 .....	54
資料編	
プレ調査結果 .....	60
先進事例調査結果 .....	87

# 調査結果の概要

## 第 章 過疎地域経済の自立に向けた定量目標の設定

### 1 定量目標設定の必要性と意義

これまで過疎地域では、地域経済の現状分析と目指す目標が不明確であるケースが多く、また設定されていても定性的な目標であったと思われる。過疎地域経済の自立に向けた取組みを行うにあたっては、地域経済の現状を数値的に把握し、定量的な目標を設定することで、地域がどこまで自助努力を行うべきかを明らかにすることが有意義であると考えられる。

### 2 定量目標設定の手順と手法

地域が経済の自立に向けた定量目標を設定するにあたっては、「経済の自立」の定義を検討した上で、「地域経済の現状把握」「目標の設定」という手順を踏む必要があると考えられる。その手法としては、「地域産業の力で必要所得を賄うことを定義とする」、「地域産業の付加価値等を分析する」、「全国水準の所得達成を目標とする」といった先進事例に見る手法等が考えられる。

### 3 定量目標設定にかかわる留意点

#### 【目標設定額にかかわる留意点】

##### 地域の必要所得への留意

過疎地域は都市部と比較し、安価な生活コストで豊かに暮らせ、必要所得は低いものと見られることから、必ずしも全国や県の所得水準と同様の目標とする必要はないと考えられる。

##### 数値では把握できない地域の価値への留意

過疎地域と都市部とは補完関係にあり、地域が持つ国土の保全、水源涵養、良好な景観形成等の多面的機能や、豊かな生活環境に恵まれた居住地として人口の一極集中を回避する役割等、数値では把握できない地域の価値に留意する必要があると考えられる。

#### 【目標設定の対象地域にかかわる留意点】

就業・買物等の経済実態を考慮すると、地域経済は広域で成り立っているケースが多いと考えられ、目標設定の対象としては、過疎地域単独のほか、広域経済圏で検討することも必要があると考えられる。

### 4 定量目標設定にかかわる参考事例

#### (1) 長野県飯田・下伊那地域の取組み

広域 18 市町村を経済圏と捉え、地域住民が必要な所得に対し地域産業で賄っている所得（額）を把握し、経済の自立に向けた定量的な目標設定まで検討している全国的に数少ない事例であり、目標設定手法の一つとして参考になる。

#### (2) その他の参考事例

岡山県赤坂町：広域ではなく町内を対象とし、もの・金の流出入と産業別波及効果等を分析しており、地域が単独で、地域経済の現状分析をするための手法の一つとして参考になる。

経済産業省：地域の産業特性や付加価値、地域内消費と再投資等 6 つの視点から分析できるソフトを提供しており、地域経済の現状分析のための視点と分析手順が参考になる。

## 第 章 過疎地域経済の自立に向けた産業活性化の考え方

### 1 過疎地域における産業及び特性の考え方

第 章で考察した定量目標を達成するためには、自立性の高い経済構造への転換に向けて、地域の創意工夫により地域内発型の産業を興すことが必要であると考えられる。

#### (1) 過疎地域における地域産業の考え方

これまでの過疎地域の経済状況を考察すると、都市部が経済の主導権を握り過疎地域はこれに依存するといった構造の中で、多くの「外貨」を稼ぐことができず、稼いだ「外貨」を地域外に流出させているといった傾向が見られ、地域所得の向上や雇用確保の機会を逃していたと考えられる。

そこで今後は、地域が主体性を持って働きかけ、地域内での調達を促進することにより、都市住民を対象に、より多くの「外貨」を稼ぐ「外貨獲得型産業」、地域住民を対象に、地域内で賄えるものは地域で生産し消費する「地産地消型産業」の活性化を図る必要があると考えられる。こうした視点から、もの・資金等の地域循環を高め、生産・消費・投資の経済活動を活性化させることで、自立性の高い経済構造へ転換することができると考えられる。

#### (2) 過疎地域における地域特性の考え方

事例調査からは、以下のような地域特性に着目した取組みが見られた。過疎地域が自立性の高い経済を持続するためには、地域の特性を産業づくりのための資源に転換し、都市部とは異なる方向性を目指していく必要があると考えられる。

農林水産	...第1次産業の従事者が多いことに加え、特異な気候風土や伝統的な技術等が存在するものと考えられる。
自然	...都市部住民をひきつける魅力や、地域のエネルギー源等、豊かで美しい自然環境が存在するものと考えられる。
人	...UIJターン者や高齢者・女性、並びに都市部の人脈等、様々な産業分野で技術やアイデアを持った人材が存在するものと考えられる。
地域コミュニティ	...古くからの地域活動や地縁・血縁等を通し、消費者・供給者のお互いの顔が見えるコミュニティを形成しているものと考えられる。

2 過疎地域における産業活性化に向けた取組み

地域産業を縦軸に、地域特性を横軸にした場合、この度実施した調査先における取組みは以下の通り7つのパターンに整理できると考えられる。

地域産業	地域特性			
	農林水産	自然	人	その他
外貨獲得型産業	<p>パターン1 農林水産資源を活かした産業活性化</p> <p>流通改革を追い風とした直販事業の展開 &lt;成功のポイント&gt; ・取引先への販売促進 ・提案型による販路の開拓 ・取引先との信頼関係の構築 ・店舗立地の選定 ・安定供給体制の構築</p> <p>安全・安心志向に対応したこだわりの商品展開 &lt;成功のポイント&gt; ・地域合意の形成 ・安定取引先の確保 ・生産者拡大に向けた支援システムの構築 ・立地特性の活用 ・規格・品質の標準化</p> <p>付加価値向上を目指した加工事業の展開 &lt;成功のポイント&gt; ・安定供給先の確保 ・農産物原料の確保</p>	<p>パターン2 自然資源を活かした産業活性化</p> <p>都市部ファンの拡大に向けた交流事業の展開 &lt;成功のポイント&gt; ・ターゲットの絞込み ・都市部での人脈づくり ・ターゲットにあわせた魅力づくり ・ニーズを捉えたイベントの推進 ・地域特性を活かしたイベントの推進</p> <p>地域魅力を高めるための広域連携による体験旅行の展開 &lt;成功のポイント&gt; ・中核的組織の設立 ・地域における受入体制の構築</p> <p>地域内調達率の向上を踏まえた交流施設の運営 &lt;成功のポイント&gt; ・硬直的な取引の解消</p>	<p>パターン3 人材資源を活かした産業活性化</p> <p>地域魅力を高めるための地域文化の振興 &lt;成功のポイント&gt; ・地域文化の認知度向上 ・6次産業化への展開 ・本格志向に対応した体験事業の展開 ・都市部への効果的なPR</p> <p>ブランド形成に向けた販売事業の展開 &lt;成功のポイント&gt; ・人材ブランドの活用 ・都市部での販路の確保 ・都市部での人脈形成</p>	
地産地消型産業	<p>パターン4 農林水産資源を活かした産業活性化</p> <p>消費者特性に応じた直販事業の展開 &lt;成功のポイント&gt; ・地域の消費者嗜好への対応 ・生産者の活動支援 ・高齢化への対応 ・要望に応える商品づくり</p> <p>食農教育を踏まえた学校給食事業の推進 &lt;成功のポイント&gt; ・地域における需要と供給の調整 ・受発注システムの構築 ・給食用出荷規格の確立</p>	<p>パターン5 自然資源を活かした産業活性化</p> <p>自然環境に配慮した新エネルギー事業の導入 &lt;成功のポイント&gt; ・売電収益の有効活用 ・PR効果による交流の促進 ・地域での協力体制の構築 ・地域の理解醸成と参加の促進</p>	<p>パターン6 人材資源を活かした産業活性化</p> <p>地域需要に対応した技術者の集積による起業化 &lt;成功のポイント&gt; ・地域特性に対応したサービスの提供 ・技術者の集積による起業化</p>	<p>パターン7 地域コミュニティを活かした産業活性化</p> <p>起業化の促進に向けた地域通貨の運用 &lt;成功のポイント&gt; ・円滑かつ確実な管理・運用 ・通貨の目的の明確化</p> <p>地域の高齢化に対応した福祉サービスの展開 &lt;成功のポイント&gt; ・需要に対応する体制整備</p> <p>地域需要に対応した山村コンビニの展開 &lt;成功のポイント&gt; ・地域における課題意識の共有化</p>

## 第 章 過疎地域経済の自立に向けた課題・問題点と克服に向けた考え方

第 章では、先進事例調査や検討委員会における結果を踏まえ、共通的に留意しておく必要がある課題・問題点と克服に向けた考え方について整理する。なお、「2」で整理する考え方は、「1」で整理した課題・問題点の克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる。

### 1 過疎地域経済の自立に向けた課題・問題点

今回の調査・検討においてあげられた課題・問題点につき、以下の7点に整理する。

- 「地域の当事者としての意識が希薄」である (克服に向けた考え方 参照)
- 「マネジメント力を持った人材が不足」している (克服に向けた考え方 参照)
- 「第3セクターの経営が不安定」である (克服に向けた考え方 参照)
- 「商品・サービス等の供給量が不足」している (克服に向けた考え方 、 、 参照)
- 「事業化・事業拡大に向けた財源確保が困難」である (克服に向けた考え方 参照)
- 「マーケットニーズ等の情報が不足」している (克服に向けた考え方 、 参照)
- 「商品・サービス価値の伝達が不十分」である (克服に向けた考え方 、 、 参照)

### 2 課題・問題点の克服に向けた考え方

「1」で整理した課題・問題点を踏まえ、課題・問題点の克服に向けた考え方を、以下の9点に整理する。

- 「住民意識の醸成と起業に向けた動機付け・きっかけづくり」を行っていく必要がある
- 「企業経営を担う人材の育成」を行っていく必要がある
- 「第3セクター経営の刷新」を行っていく必要がある
- 「小規模であることのメリットを活かす」必要がある
- 「目的に照らした地域連携と都市部の応援団づくり」を行っていく必要がある
- 「費用対効果・経済波及効果を踏まえた施設整備の検討」を行っていく必要がある
- 「ネットワークの構築による情報収集・分析」を行っていく必要がある
- 「システム・人による希少価値等の伝達」を行っていく必要がある
- 「多様な住民参加に向けた啓発」を行っていく必要がある

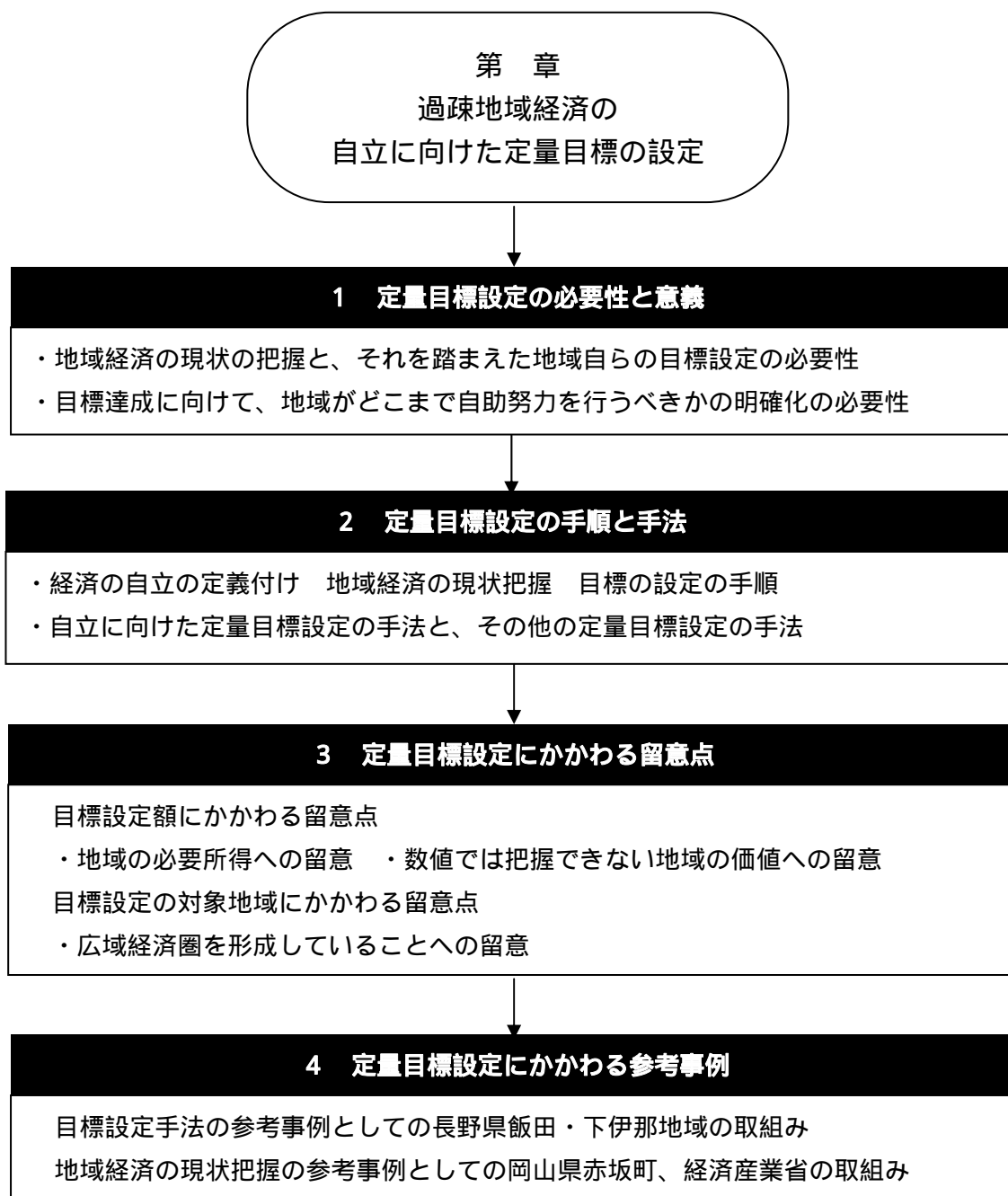
# 第 章

## 過疎地域経済の自立に向けた 定量目標の設定



## 第 章の体系

過疎地域経済の自立に向けた地域内発型の産業づくりに取り組むためには、地域がどこまで自助努力を行うべきかを明らかにするための、定量目標を設定することが有意義であると考えられる。そこで第 章では、地域が自立に向けた定量目標を設定するにあたっての必要性や手順と手法、留意点及び参考事例を整理した。その体系は以下の通りである。



## 1 定量目標設定の必要性と意義

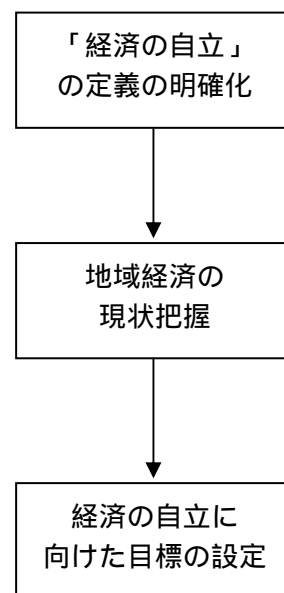
社会的・経済的背景から、公共事業や都市部大手資本等へ依存する経済構造からの転換は、今後の過疎地域の安定的な発展に向けて必要条件となるものと考えられる。そこで今後は、地域自らの力で地域の雇用・所得を維持していくといった経済の自立を目指す必要があると考えられる。しかしながら、地域経済の課題は把握しているものの、現状を定量的に把握することは行ってこなかったものと考えられる。また、経済の自立に関する定義が明らかでないことに加え、目指す目標が不明確であるケースが多く、設定されていても定性的な目標であったと思われる。そのため、全国で産業活性化に向けた取組みは見られても、現所在地域の経済がどのようなレベルにあり、今後どこを到達点とすべきかについて、定量的に把握できない状況にあったと考えられる。

そこで、経済の自立に向けた取組みを行うにあたっては、地域経済の現状を数値的に把握し、定量的な目標を設定することで、地域がどこまで自助努力を行うべきかを明らかにすることが有意義であると考えられる。

## 2 定量目標設定の手順と手法

過疎地域が定量目標を検討するにあたっては、以下の手順を踏まえる必要があると考えられる。まず、「経済の自立」とはその地域にとって何を意味するのか、「経済の自立」をどのように定義付けるかを検討する必要があるものと考えられ、例えば地域の必要所得を地域産業の力で賄うといった定義付け等が考えられる。

次に「地域経済の現状把握」「経済の自立に向けた目標の設定」というステップを踏む必要があると考えられる。「現状把握」については、地域の産業がどのような水準にあるのかについて、例えば地域の産業がどれだけの所得を生み出しているか等の視点から分析する必要があると考えられる。次に、「目標設定」にあたっては、定義を踏まえ、例えば全国と同様の水準を目指す等の観点から最終目標を定めると同時に、「地域経済の現状分析」を踏まえ、どれだけの上乗せを図るべきか等を検討する必要があると考えられる。



定量目標を検討した全国で数少ない事例である長野県飯田・下伊那地域(P7 参照)では、経済の自立を「自分たちに必要な糧は自分たちの産業の力で稼ぐ」とことと定義付けている。その上で、地域産業の付加価値額及び起因所得の観点から地域経済の現状把握を行い、地域経済の自立度（地域産業の付加価値額もしくは起因所得÷地域住民が必要な所得）が約46%であると算定している。目標設定にあたっては、自立に向けた定量的な目標を「全国の1人当たりの平均所得×地域の人口＝地域で賄うべき目標額」として設定し、当面の自立目標を自立度70%としている。

「経済の自立」を定義付けることが困難な場合、簡便な方法ではあるが、市町村所得統計を活用し、地域の現状把握と目標設定を行う手法も有効であると考えられる。各都道府県においては市町村の所得統計調査を実施しており、この統計から当該市町村の所得を把握し、全国平均や県平均を目標と定める方法が考えられる。以下は参考として、県民経済計算から各都道府県の1人当たり県民所得を整理したものであるが、目標値は、地域の実状に合わせ、県平均、全国平均といった数値とすることも考えられる。

【表1 - 各都道府県の1人当たり県民所得】

(単位：千円)

都道府県等	県民所得	都道府県等	県民所得	都道府県等	県民所得
01 北海道	2,563	21 岐阜県	2,789	41 佐賀県	2,448
02 青森県	2,213	22 静岡県	3,221	42 長崎県	2,256
03 岩手県	2,426	23 愛知県	3,421	43 熊本県	2,444
04 宮城県	2,576	24 三重県	2,959	44 大分県	2,585
05 秋田県	2,320	25 滋賀県	3,188	45 宮崎県	2,445
06 山形県	2,416	26 京都府	2,799	46 鹿児島県	2,246
07 福島県	2,668	27 大阪府	3,030	47 沖縄県	2,031
08 茨城県	2,902	28 兵庫県	2,647	地域ブロック	
09 栃木県	3,044	29 奈良県	2,689	北海道・東北	2,532
10 群馬県	2,909	30 和歌山県	2,531	関東	3,236
11 埼玉県	2,659	31 鳥取県	2,461	中部	3,168
12 千葉県	3,070	32 島根県	2,405	近畿	2,860
13 東京都	4,080	33 岡山県	2,721	中国	2,718
14 神奈川県	3,062	34 広島県	2,804	四国	2,481
15 新潟県	2,713	35 山口県	2,811	九州	2,431
16 富山県	2,958	36 徳島県	2,700	全県計	2,916
17 石川県	2,863	37 香川県	2,709		
18 福井県	2,894	38 愛媛県	2,320		
19 山梨県	2,565	39 高知県	2,266		
20 長野県	2,718	40 福岡県	2,605		

出典：県民経済計算（平成14年）

その他、目標設定の考え方として、源泉徴収を受けている住民・確定申告を行っている住民の数や、力を入れるべき産業分野別・事業別の就業者数で目標設定する方法等が考えられる。前者は、源泉徴収者数・確定申告者数が多くなることで、その分だけ住民の事業参画が進んだことを意味するものと判断できると考えられる。後者は、正社員・職員の数と給与、臨時社員・職員の数と給与等を把握することで、地域住民の就業促進や所得向上の効果測定のために有効な目標設定ができるものと考えられる。

### 3 定量目標設定にかかわる留意点

過疎地域の特性を踏まえると、自立に向けた定量目標の設定にあたっては、目標設定額、及び目標設定地域について以下の点に留意する必要があると考えられる。

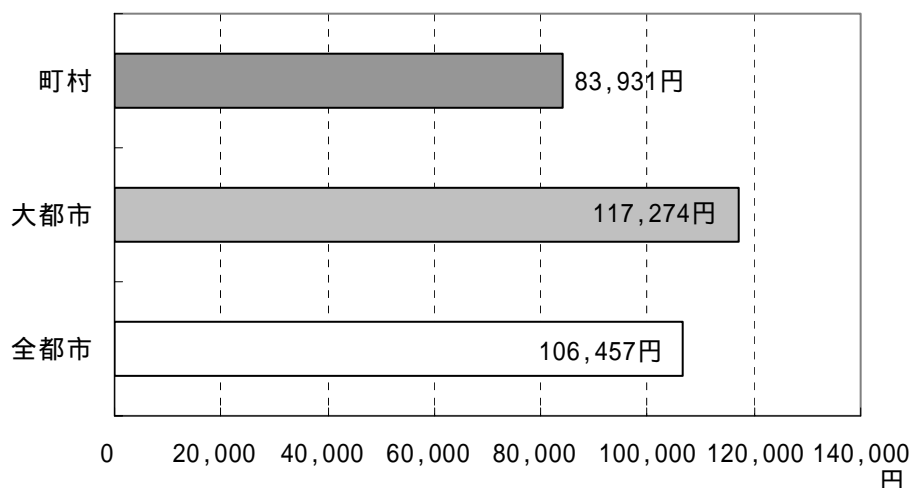
#### (1) 目標設定額にかかわる留意点

##### 地域の必要所得への留意

過疎地域は都市部と比較し、安価な生活コストで豊かに暮らせ、必要所得は低いものと見られる。したがって目標所得等を設定するにあたっては、必ずしも全国平均や県平均の所得水準とする必要はないものと考えられる。

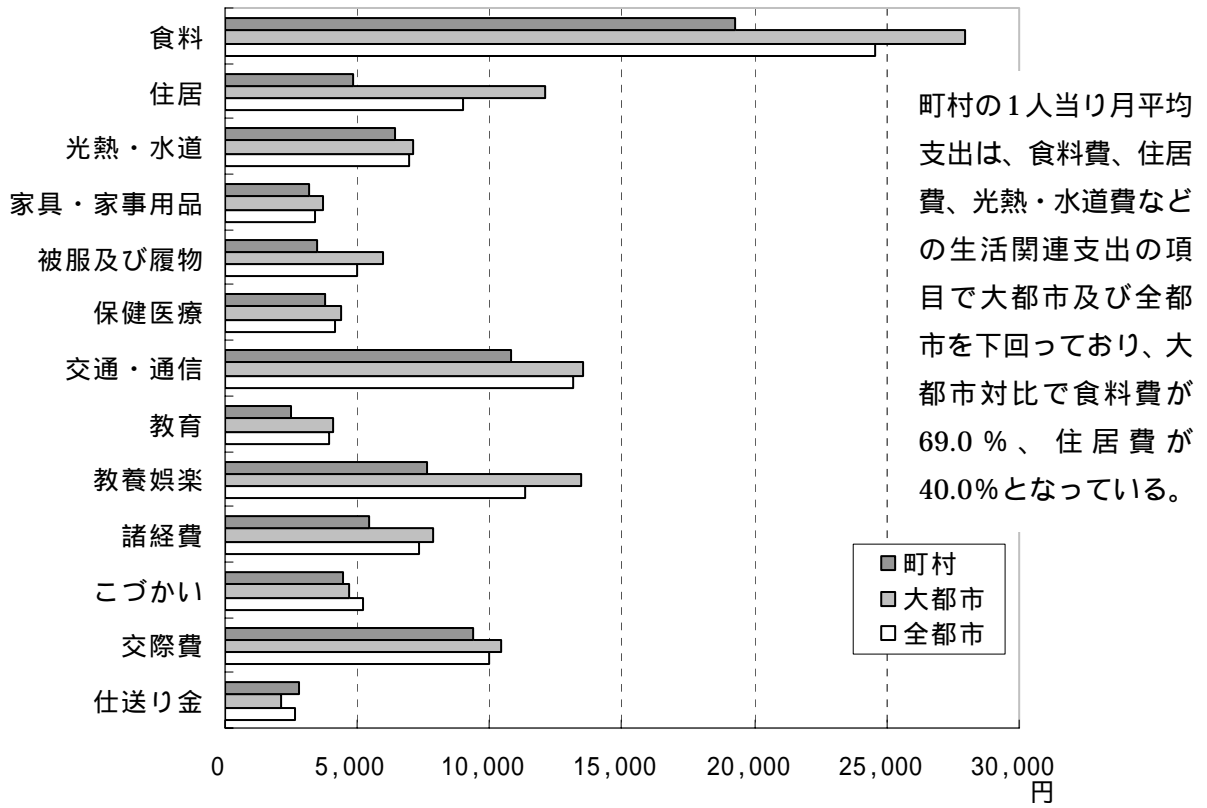
以下は、平成 15 年の家計調査から、1 人当たりの平均消費支出、持ち家比率等の項目につき、町村、大都市（全国平均）及び大都市（100 万人以上の都市）別に比較検討したものである。過疎地域 = 町村ではないものの、過疎地域の 9 割以上が町村に該当することから、一つの目安として検討材料となるものと考えられる。これらのデータを踏まえると、過疎地域においては、持ち家比率の高さから住居費が都市部と比較して低く、また世帯当たりの世帯員数が都市部と比較して多いこと等から 1 人当たりの生活関連の消費支出が低く、総じて生活コストが都市部と比較して低いと考えられる。そのため、都市同様の所得を確保する必要はなく、比較的低い所得で豊かに暮らせるものと考えられる。

【グラフ 1 - 1 人当たり平均消費支出（合計）】

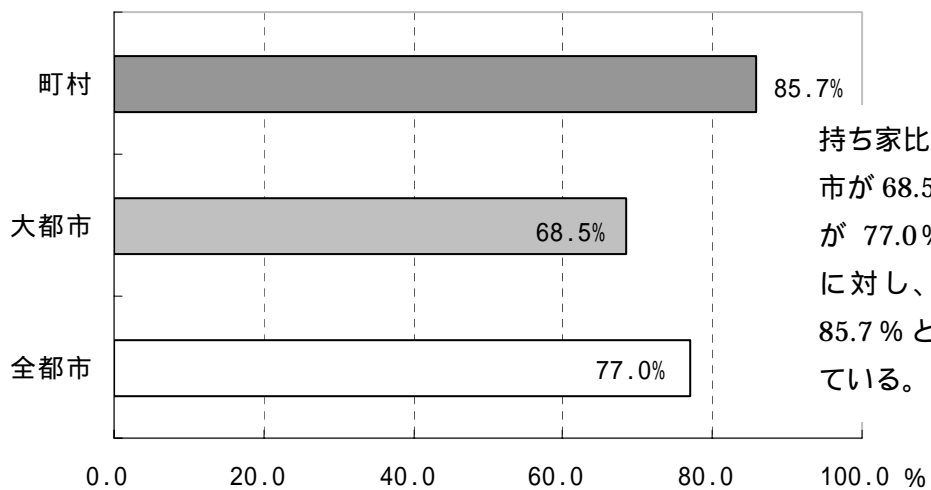


町村の 1 人当たり月平均消費支出は 83,931 円であり、大都市の 71.6 %、全都市の 78.8%と低くなっている。

【グラフ2 - 1人当たり平均消費支出（項目別）】



【グラフ3 - 持ち家比率】



【表1 - 消費支出データ・持ち家比率データ】

項目	全都市		大都市		町村			
世帯人員(人)	2.51		2.25		3.13			
有業人員(人)	1.16		1.06		1.50			
項目	世帯当り	1人当り	世帯当り	1人当り	世帯当り	1人当り	対全都市比(%)	対大都市比(%)
消費支出計(円)	267,206	106,457	263,867	117,274	262,704	83,931	78.8	71.6
食料	61,656	24,564	62,926	27,967	60,398	19,296	78.6	69.0
住居	22,515	8,970	27,142	12,063	15,104	4,826	53.8	40.0
光熱・水道	17,366	6,919	15,921	7,076	20,030	6,399	92.5	90.4
家具・家事用品	8,477	3,377	8,248	3,666	9,883	3,158	93.5	86.1
被服及び履物	12,465	4,966	13,437	5,972	10,790	3,447	69.4	57.7
保健医療	10,341	4,120	9,901	4,400	11,738	3,750	91.0	85.2
交通・通信	33,092	13,184	30,372	13,499	33,934	10,842	82.2	80.3
教育	9,830	3,916	9,223	4,099	7,892	2,521	64.4	61.5
教養娯楽	28,389	11,310	30,212	13,428	23,937	7,648	67.6	57.0
諸経費	18,320	7,299	17,758	7,892	17,058	5,450	74.7	69.1
こつかい	13,063	5,204	10,562	4,694	14,019	4,479	86.1	95.4
交際費	25,014	9,966	23,417	10,408	29,222	9,336	93.7	89.7
仕送り金	6,678	2,661	4,747	2,110	8,699	2,779	104.5	131.7
持ち家比率(%)	77.0		68.5		85.7			

出典：平成15年度家計調査

### 数値では把握できない地域の価値への留意

一般的に都市と農村は補完関係にあると言われ、過疎地域は国土の保全や水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成、伝統文化・地域文化の継承等の多面的機能を持つものと考えられる。また、豊かな生活環境に恵まれており、都市部への通勤者やセカンドハウスの利用者、都市部からのUIターン者等の居住地として、人口の一極集中を回避する定住機能を持っているものと考えられ、目標設定にあたっては、こうした数値では把握できない地域の価値を考慮する必要があるものと思われる。

### (2) 目標設定の対象地域にかかわる留意点

過疎地域単独で定義を定め現状分析と目標設定を行うことも重要であると考えられるが、地域の就労・消費の経済実態を考えると、地域を含む広域で経済圏を形成しているものと考えられ、地域経済の自立を考える場合、広域経済圏で目標を設定することも検討する必要があると考えられる。

なお、過疎地域経済の自立に向けた定量目標を設定するにあたっては、地域における人口の減少を前提として検討することも必要であると考えられる。

## 4 定量目標設定にかかわる参考事例

ここでは、過疎地域が自立に向けた定量目標を設定する上で、地域経済の現状把握や目標設定の手法等について、参考となると考えられる取組みを整理した。

長野県飯田・下伊那地域では、広域 18 市町村を経済圏と捉え、地域住民が必要な所得に対し地域産業で賄っている所得（額）を把握し、経済の自立に向けた定量的な目標設定まで検討している全国的に数少ない事例であり、目標設定手法の一つとして参考になると考えられる。定量目標まで検討していないが、岡山県赤坂町では、広域ではなく町内を対象とし、もの・金の流出入と産業別波及効果等を分析しており、地域が単独で、地域経済の現状分析をするための手法の一つとして参考になると考えられる。また、経済産業省では、地域の産業特性や付加価値、地域内消費と再投資の現状等 6 つの視点から分析できるソフトを提供しており、地域経済の現状分析のための視点と分析手順が参考になると考えられる。

### (1) 長野県飯田・下伊那地域の取組み

#### 【参考点】

過疎地域が自立に向けた定量目標を設定する上で、以下の点が参考になるものと考えられる。

- ・地域経済の自立にかかわる定義を明らかにするとともに、自立に向けた定量目標の設定手法や具体的な目標値を示している。
- ・地域経済の現状を、地域産業の付加価値額及び起因所得の 2 つの視点から捉え、企業調査等に基づく分析手法を確立している。

#### 【留意点】

一方今後過疎地域が飯田・下伊那地域と同様の手法により、自立目標を検討するにあたっては、以下のような点に留意する必要があると考えられる。

- ・基礎データの収集分析に加え、地域経済の実態把握のため中核企業へのアンケート調査等多くの作業が必要であり、調査分析に長期間を要するものと考えられる。
- ・広域経済圏を単位とした分析手法であり、地域単独で分析する場合は、労働人口や消費人口の流出入等、就労・消費の経済実態を踏まえる必要があると考えられる。
- ・全国平均を必要所得として捉えているが、地域の所得実態を踏まえた目標設定を行うためには、家計調査同様の手法により、地域で長期間の調査を実施する必要があると考えられる。

## 【取組みの概要】

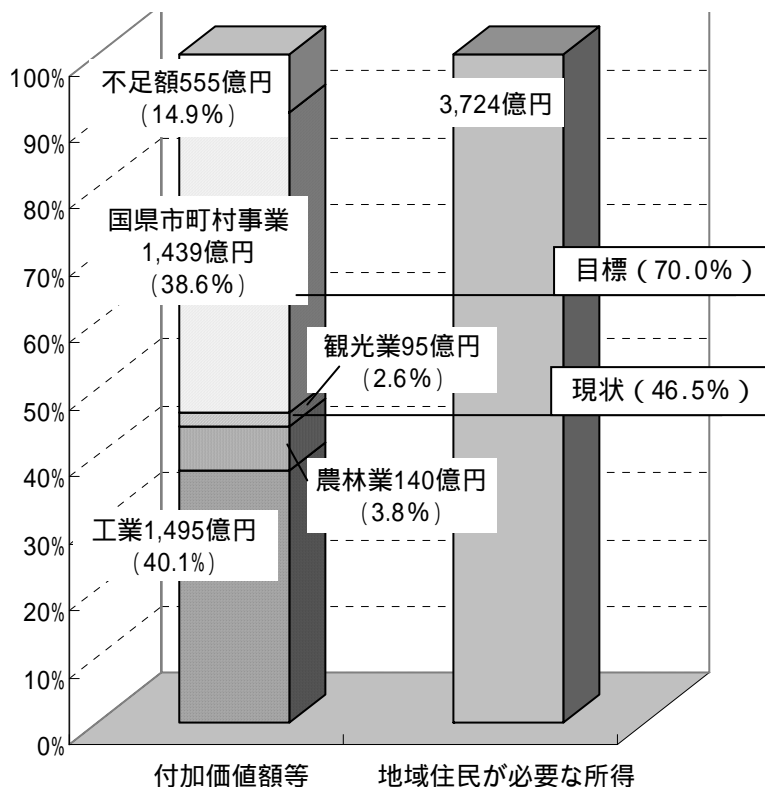
出典：「飯田・下伊那経済自立化研究の中間報告書」

グローバル化の進展により国内産業の空洞化が懸念される中であって、これまで地域経済の根幹を成してきた農業、製造業等の生産額が年々減少傾向にあった。また、平成12年度には地方分権一括法が施行され、これまでの中央依存型から、地域が自ら考え、対応するという時代が到来したという認識を地域が持つに至った。こうした背景を踏まえ、地域経済の自立を「自分たちに必要な糧は自分たちの産業の力で稼ぐ」と定義付けて研究に着手し、平成15年度には地域経済の現状把握に重点をおいた中間報告書を取りまとめた。

下伊那18市町村（うち11過疎市町村）を対象に、地域の経済活動の現状にかかわる調査を進める中、地域住民が必要とする年間所得を、全国の1人当たり平均所得に地域の人口を掛け合わせ3,724億円と算定した。その上で、2つの手法を用いて地域経済の現状の力でどの程度稼ぐことができているかを明らかにしている。

一つ目の手法は、産業が生み出す付加価値からの算出であり、主として工業統計等のオープンデータを活用して分析している。その結果、地域外から「外貨」を稼ぐ産業が生み出す付加価値合計は、必要所得額の46.5%に過ぎないことを明らかにしている。また、同じ算定方法により、上伊那郡市の経済分析を行ったところ、同地域の産業付加価値合計は、必要所得額100.3%という数値が算出され、飯田・下伊那の低い自立度を浮き彫りにした。

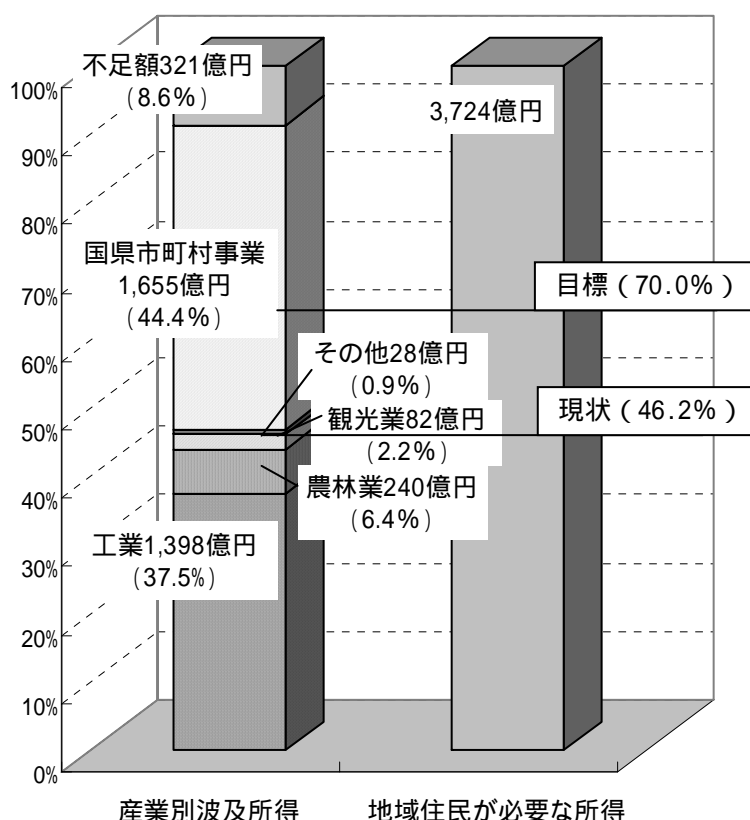
【グラフ4 - 飯田・下伊那地域の付加価値額(平成13年)】





二つ目の手法は、経済波及効果を踏まえた起因所得からの算出であり、主として企業や公共団体への調査を実施し分析している。その結果、産業に起因する波及所得の合計は、必要所得額の46.2%という結論を導き出している。また、公的事業からの波及所得、その他所得と合算しても、必要所得額には321億円不足していることを明らかにしている。

【グラフ5 - 飯田・下伊那地域の起因別波及所得額（平成13年）】



その後の検討で、「経済の自立度 = 地域産業の付加価値額（もしくは起因所得）÷ 地域住民が必要な所得（= 全国の平均所得）」と捉え、最終目標は必要所得の100%であるものの、日本のGNPに占める公的業務の割合は約30%と言われていることから、当面の自立目標を自立度70%に設定している。

以上の点を踏まえ、地域経済の問題点を以下の通り整理している。

- ・ 地域経済を支え、起因所得の約半分を占める公的事業は将来的に縮減が予想される。
- ・ 外部資本の大型店進出等により付加価値が地域外に流出していることから、商業等による地域内への波及所得の実態はさらに低くなる可能性がある。
- ・ 所得は全国平均より低い、生活実態や高齢化率の高さを考慮した場合、地域の豊かさの基準は別の要素による判断が必要である。

また、年金・保健・警察・教育等を現状維持とした上で、その他の公共事業を一律 40% 削減した場合の試算モデルも提示している。その結果、公的業務に起因する所得は 281 億円減少すると算出され、必要所得額を達成するためには、産業起因所得を現在より 36% 増加させる必要があると分析している。また、同地域では調査実施後の 2 カ年間で、現実的に約 30% の公共事業の削減が見られた。

この分析結果を踏まえ、産業別の傾向・要因分析と対策についてもまとめている。現状のまま推移すると、製造業・農林業・観光業及び建設業ともに縮小傾向をたどることが予想され、医療・福祉関連のみの拡大が見込まれる中で、製造業における研究開発型企業の育成、農業における農産物のブランド化、観光業におけるグリーンツーリズムの推進といった対策が示されている。

### 【参照 算定方法】

\* 分析事例の数値は平成 13 年度の調査・分析結果を活用

#### 地域住民に必要な所得の算定

飯田・下伊那地域の調査研究では、「目標所得を家計調査から導き出された全国の平均」をもって目標額としている。そこで、家計調査年報より全国平均の世帯所得（実収入額）から 1 人当たりの所得を算出する一方、地域の人口を把握し、これと掛け合わせることで地域の必要な所得を算定する。

（分析事例） 1 人当たりの所得 2,087,093 円 × 地域の人口 178,426 人 = 3,724 億円

#### 産業付加価値額の算定

地域経済を考えた場合、産業には地域外から「外貨」（いわゆる経済活動を通して地域外から地域内に流入するお金）を稼ぐ産業と、地域内での生産・生活にかかわる消費型の産業に分類される。前者は概ね農林業・工業・観光業であり、後者は商業・サービス業を示す。外貨を稼ぐ産業が、事業活動を行うことにより、地域消費型産業の需要を興すという構造にある。したがって、地域産業の付加価値の源泉は、外貨獲得型の産業にあり、農林業・工業・観光業における付加価値（人件費及び利益等）を算定する必要がある。算定にあたっては、工業統計や農業生産統計等を参考に把握している。

（活用した主なデータ）

産業区分	売上高	付加価値額
工業	工業統計（生産品出荷額等）	工業統計（粗付加価値額）
農林業	農業生産額（地方事務所農政課） * 流通経費等の費用率を上乗せして推定	農業生産額（地方事務所農政課） * 流通経費等の費用率を上乗せして推定
観光業	観光地利用者統計 商業統計	商業統計 中小企業の原価指標

(分析事例)

産業区分	売上高(出荷額)	付加価値額	付加価値額の割合
工業	3,617 億円	1,495 億円	41.3%
農林業	419 億円	140 億円	33.4%
観光業	142 億円	95 億円	66.9%
合計	4,178 億円	1,730 億円	41.4%

地域産業の付加価値額 1,730 億円 ÷ 地域住民が必要な所得 3,724 億円 = 46.5%

地域への波及効果(起因所得)の算定

1つの産業は、給与や下請け、サービスを通して他の産業へ波及効果をもたらす。最終的には地域内での波及効果が高いほど、地域の所得を引き上げることになる。こうした観点から、所得の源泉がどこに由来するかを検討する必要がある。その起因は産業及び国縣市町村等の事業にあり、産業の波及効果で地域の所得をどこまで賄っているのかを算定する必要がある。算定にあたっては、事業所向けのアンケート調査等により実態を把握し、5次波及効果まで算定している。

(データの把握方法)

産業区分	給与等所得
民間産業	地域に所在する従業員 100 名以上の企業を対象に、FAX 回収方式によるアンケート調査を実施
国縣市町村事業	地域に所在する全ての機関を対象に、聞き取り方式によるアンケート調査を実施

\* 全国産業連関表及び県別産業連関表でも傾向値は把握可能

(分析事例)

産業区分	売上高(出荷額)等	給与等波及所得	給与等波及所得の割合	
民間産業	工業	3,617 億円	1,398 億円	38.7%
	農林業	419 億円	240 億円	57.3%
	観光業	142 億円	82 億円	57.7%
計	4,178 億円	1,720 億円	41.2%	
国縣市町村事業	2,971 億円	1,655 億円	55.7%	
合計	7,149 億円	3,375 億円	47.2%	

\* その他及び不足額は除く

地域産業起因の給与等波及所得 1,720 億円 ÷ 地域住民が必要な所得 3,724 億円 = 46.2%

## (2) その他の参考事例

### 岡山県赤坂町の取組み

#### 【参考点】

過疎地域が自立に向けた定量目標を設定する上で、以下の点が参考になるものと考えられる。

- ・ 定量目標まで検討していないが、広域ではなく町内を対象とし、もの・金の流出入と産業別波及効果等を分析しており、地域が単独で、地域経済の現状分析をするための手法を明らかにしている。

#### 【留意点】

今後過疎地域が赤坂町と同様の手法により、地域経済の現状分析を行うにあたっては、以下のような点に留意する必要があると考えられる。

- ・ 基礎データの収集分析に加え、地域経済の実態把握のため企業・個人へのヒアリング調査等多くの作業が必要であり、調査分析に長期間を要するものと考えられる。
- ・ 就労・消費の経済実態を考えると広域で経済圏を形成しているものと考えられるが、地域単独での分析であり、経済圏全体での実態把握は困難であると考えられる。
- ・ 地域循環構造の把握を主たる目的にしており、地域経済の自立に向けた指標や目標については別途検討する必要があると考えられる。

#### 【取組みの概要】

出典：「岡山県赤坂町における地域経済循環構造の

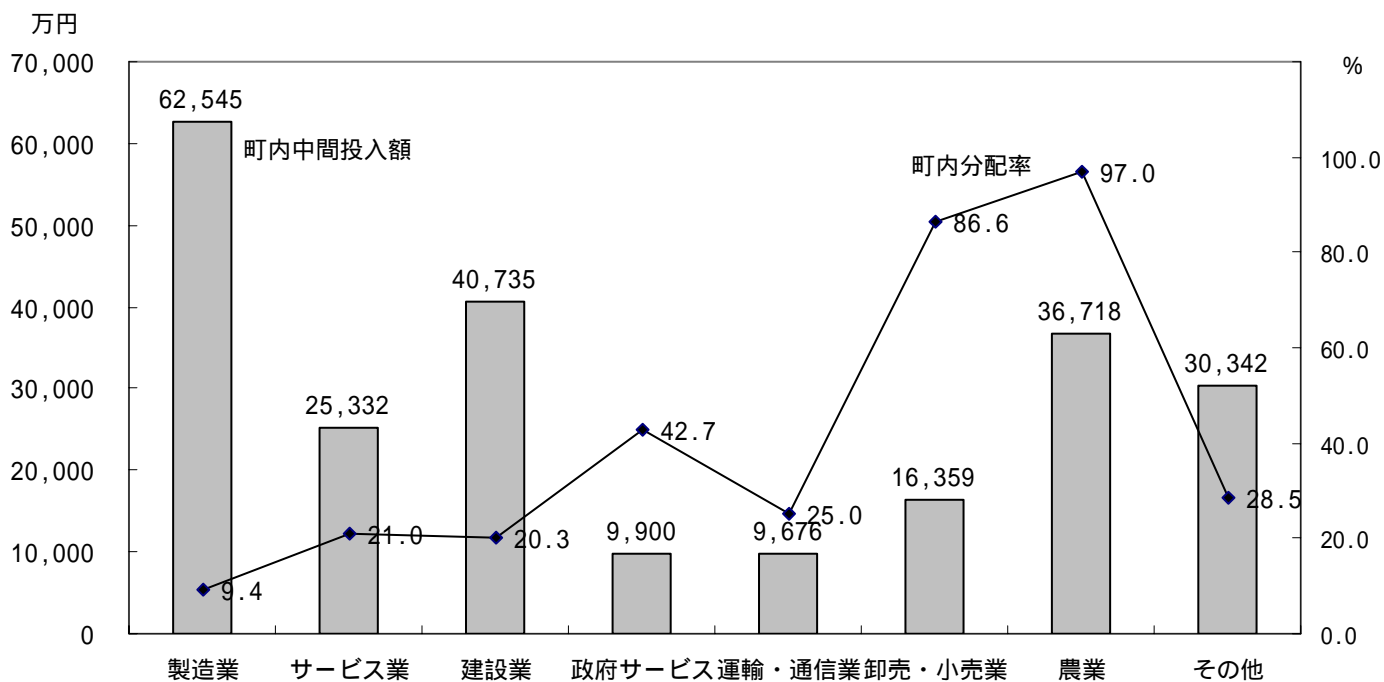
定量的把握のための枠組みとそれに基づく概算」

活力あるまちづくりに向けては、産業振興、雇用促進、購買力拡大等の多様な政策が考えられる。しかしながら赤坂町においては、何かの政策を打ったときに、町にいくらのお金が落ち、それによって住民の収入がいくら増え、それがどこにいくら消費されるのかが不透明であることを、政策上の重点課題として捉えた。そこで地域経済の実態を把握することで、計画的な行政を推進し、経済の地域循環を高め、地域の活性化を推進していくための政策効果を定量的に計る物差しを示すことを目的に、平成7年度から3カ年に渡る研究を実施した。

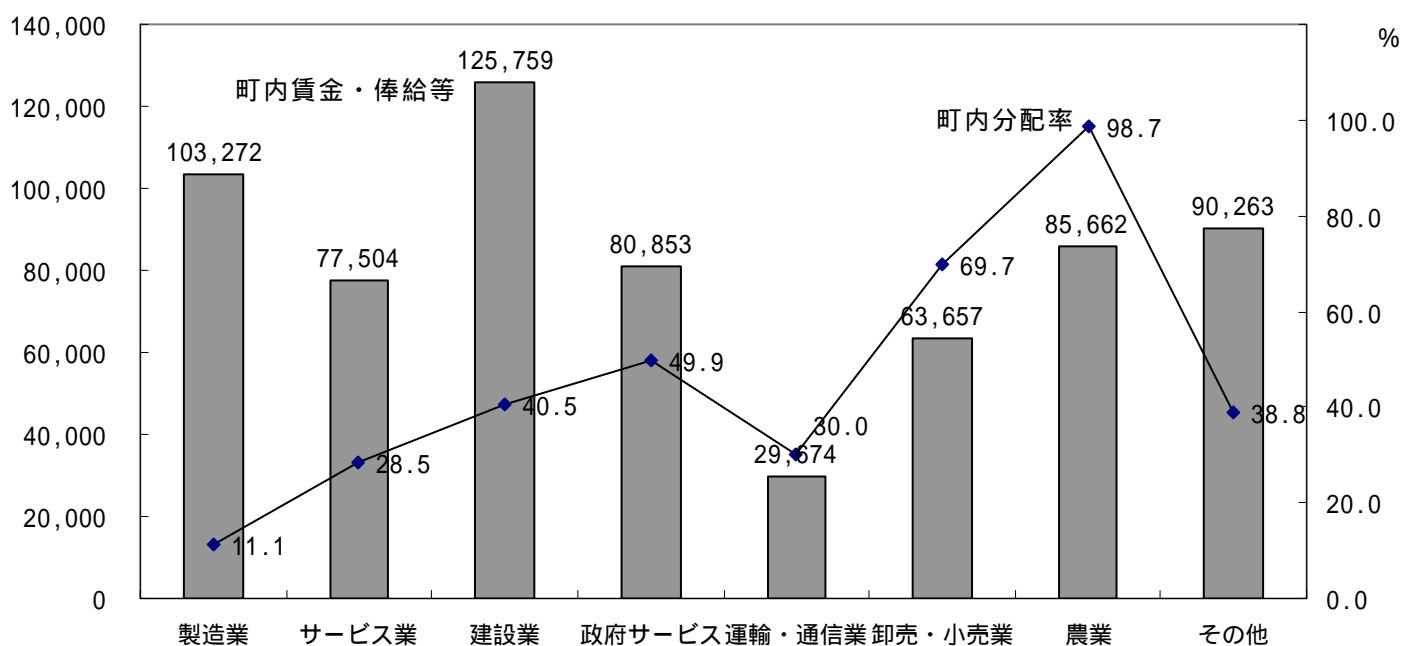
調査にあたっては、各種の統計に加え、個別企業及び個人へのインタビュー調査を行い、「町内・町際取引表」を作成し、産業別の生産額と、町外への移出率及び町内での分配率等を明らかにした。町内総生産額は約160億円であり、製造業が全体の37.6%を占め、次いでサービス業16.7%、建設業12.0%となっており、卸売業・小売業は5.8%、農業は4.5%

という構成比であった。しかしながら、各産業の原材料等の中間投入のうち、町内に落とす額の割合を見ると、製造業は9.4%に過ぎず、逆に卸売業・小売業は86.6%、農業は97.0%と高い比率を示した。また、賃金・俸給等のうち町内に落とす額の割合を見ると、製造業が11.1%であったのに対し、卸売業・小売業は69.7%、農業は98.7%であった。

【グラフ6 - 赤坂町の産業別中間投入額及び町内分配率（平成9年）】



【グラフ7 - 赤坂町の産業別賃金・俸給等及び町内分配率（平成9年）】



以上の結果から製造業は、生産額は大きいものの、町外へ資金が流出しており、地域への貢献度は低いと考えられる。その一方、農業、卸売業・小売業は、生産額は少なくとも、町内における経済循環により地域に与える影響が高い業種と考えられる。こうした点を踏まえ、今後は地域経済への波及効果が高い産業（基盤産業）を見極め、振興策を立てることが、地域経済の成長を促進する一つの手法であり、逆に基盤産業の衰退は地域の衰退につながる可能性があるとしている。さらに、基盤産業には、農業のうち米・果実が該当する一方、今後基盤産業としての可能性の高い業種として「ワイン製造業」「惣菜・寿司・弁当製造業」をあげている。また、町の進むべき道を決定していくにあたっては、経済循環の構造調整を一つの目安としていくことも必要であるとしている。

### 経済産業省 地域経済産業グループの取組み

#### 【参考点】

過疎地域が自立に向けた定量目標を設定する上で、以下の点が参考になるものと考えられる。

- ・ 定量目標まで検討していないが、地域の産業特性や付加価値、地域内消費と再投資の現状等 6 つの総合的な視点から分析できるソフトを提供しており、地域経済の現状把握のための分析の視点や、分析手順を明らかにしている。

#### 【留意点】

今後過疎地域が経済産業省のソフトを活用し、地域経済の現状分析を行うにあたっては、以下のような点に留意する必要があると考えられる。

- ・ 都市雇用圏が分析単位であり、地域単独の実態把握はできない。また、日本全体に占める人口割合は 7.6%であるが、都市雇用圏に含まれない市町村が 1,088 存在し（平成 12 年国勢調査による）、過疎地域の多くがこれに該当するものと考えられる。
- ・ 付加価値額、地域波及効果等にかかわる係数は、主として統計データを活用しており、地域の実態把握のためには別途調査を実施する必要があると考えられる。
- ・ 地域経済構造の把握を主たる目的にしており、地域経済の自立に向けた指標や目標については別途検討する必要があると考えられる。

## 【概要】

出典：「地域経済構造分析の手引き」

構造改革特区、地域再生、地方分権等地域の実状に応じた行財政運営を行うための環境整備が進んでおり、地域ではこうした制度を有効活用しながら、効果的な地域経済の活性化策を企画・推進していくことが求められている。その前提として、地域経済の構造や課題等を把握する必要があるが、これまで定量的に分析する取組みは不十分であった。こうした背景を踏まえ経済産業省では、専門家の協力を得ながら、各地域が手軽にかつ的確に経済分析を行うための「地域経済構造分析 CD-ROM」を開発した。この CD-ROM は、地域経済分析に必要な基礎データが内蔵されており、分析結果が自動表示される仕組みとなっている。

通勤・買物等日々の経済活動は市町村を超えて行われる一方、中心市町村と周辺市町村で一定の経済圏を形成しているとの考え方から、人口集中度や通勤率を踏まえ、全国 269 の「都市雇用圏」を設定し分析の対象としている。また、地域経済を構成する産業を、市場の観点から、「域外市場産業」と「域内市場産業」に分類している。

分析の視点としては、住民生活を直接的に支えている産業は何か、域外市場産業として域外マネーを獲得している産業は何か、各産業で生み出されている付加価値は地域に落ちているか、域外市場産業は持続的・安定的か、消費は域内で行われているか、再投資は域内で行われているかの 6 点を示している。以下に 6 つの視点別の考え方や、分析手順等にかかわる概要を整理する。

分析の視点	分析手順等の概要
住民生活を直接的に支えている産業は何か。  主要産業は農業・製造業等の域外市場産業という声が多いが、一般に商業・サービス業等の域内市場産業が就業者比率の半分程度を占めている。	<ul style="list-style-type: none"><li>・雇用・所得を支えている産業構造を、産業別の就業者比率とその経年変化で把握する。</li><li>・全国と比較して、地域の特徴的な産業を把握する。</li><li>・増加・減少している産業を把握し、全国の傾向と比較する。</li><li>・各産業の就業者数の増減に、寄与している産業を把握する。</li></ul>

<p>域外市場産業として域外マネーを獲得している産業は何か。</p> <p>域外マネーを獲得し、域内消費の元手を確保することなしに、商業・サービス業等の成立・発展は望めない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各産業の移出入構造を踏まえ、域外から外貨を稼いでいる産業を把握する。</li> <li>・都市圏における産出額・移出入額を推計するため、地域経済の俯瞰図を作成する。</li> <li>・農林水産業、製造業、建設業、商業、及びサービス業の移出入構造を把握する。</li> </ul>
<p>各産業で生み出されている付加価値は地域に落ちているか。</p> <p>域外からマネーを獲得しても、原材料の多くを域外から調達していたのでは、地域経済への効果は期待できない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業別に産出額に占める中間投入、付加価値、雇用者所得の比率を把握する。</li> <li>・産業別の域内調達率により、地域経済への波及効果を把握する。</li> </ul>
<p>域外市場産業は持続的・安定的か</p> <p>地域経済は国民経済とは異なり、規模の制約から限られた一部の域外市場産業に依存せざるを得ない場合が多いと考えられ、その持続性・安定性が鍵となる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国の産業連関表を用いて、各産業の最終需要のどの部門にどの程度影響をあたえるのか、一般的な傾向を把握する。</li> <li>・最終需要項目別（民間消費支出・一般政府支出・国内総固定資本形成等）の経年変化を把握する。</li> <li>・産業別の特性を把握する。</li> </ul>
<p>消費は域内で行われているか</p> <p>稼いだ資金は域内消費を通じて域内市場産業を発展させることから、域外への消費流出を抑えることが重要である。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費に及ぼす交通事情等と、消費流出の状況について把握する。</li> <li>・小売吸引力（都市圏の1人当りの小売販売額 / 都道府県の1人当りの小売販売額）により、域内消費の現状を把握する。</li> </ul>
<p>再投資は域内で行われているか</p> <p>資金を確保できても投資が域外に流出している場合は、地域産業の中長期的発展は見込めない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域で預けられた資金がどれだけ地域で投資されているかを、預貸率（貸出残高 / 貯金残高）により把握する。</li> </ul>



# 第 章

過疎地域経済の自立に向けた  
産業活性化の考え方

## 第 章の体系

第 章では自立に向けた定量目標の設定について考察したが、第 章では、設定した目標と現状のギャップを埋めるために、今後地域がどのような考え方で産業活性化を目指すべきかについて、地域の産業及び特性を考察し、先進事例に見る取組みを踏まえ、そのパターンと事例を整理した。

### 第 章 過疎地域経済の自立に向けた 産業活性化の考え方

#### 1 過疎地域における産業及び特性の考え方

- (1) 過疎地域における地域産業の考え方  
 外貨獲得型産業の考え方  
 地産地消型産業の考え方
- (2) 過疎地域における地域特性の考え方  
 農林水産  
 自然  
 人  
 地域コミュニティ

#### 2 過疎地域における産業活性化に向けた取組み

地域産業	地域特性			
	「農林水産」	「自然」	「人」	「その他」
「外貨獲得」	パターン1 農林水産資源を 活かした 産業活性化	パターン2 自然資源を 活かした 産業活性化	パターン3 人材資源を 活かした 産業活性化	
「地産地消」	パターン4 農林水産資源を 活かした 産業活性化	パターン5 自然資源を 活かした 産業活性化	パターン6 人材資源を 活かした 産業活性化	パターン7 地域コミュニティを 活かした 産業活性化

## 1 過疎地域における産業及び特性の考え方

これまでは、過疎地域における産業活性化の方策として、公共事業の強化や都市部企業の誘致等が考えられたが、国・県・市町村の財政難に伴う公共事業の縮小、グローバル化の進展に伴う生産拠点の海外移転といった経済環境の変化の中で、こうした方策が期待できなくなりつつある。そこで今後は、外部の環境変化に左右されにくい経済構造への転換をめざし、地域の創意工夫による地域内発型の産業を興す必要があると考えられる。

ここでは、第 4 章で整理した定量目標と現状のギャップを埋めるための地域内発型の産業を検討するにあたり、考慮すべき過疎地域の産業や特性について考察する。

### (1) 過疎地域における地域産業の考え方

これまでの過疎地域の経済状況を考察すると、都市部が経済の主導権を握り過疎地域はこれに依存するといった構造の中で、多くの「外貨」(いわゆる経済活動を通して地域外から地域内に流入するお金)を稼ぐことができず、また、稼ぐことができたとしてもその「外貨」を地域外に流出させているといった傾向が見られ、地域所得の向上や雇用確保の機会を逃していたと考えられる。例えば、これまで地域が供給する商品やサービスは、都市部の市場流通に委ねていたが、市況に左右されやすく地域所得は不安定な状態にあったと考えられる。また地域住民は、必要とする商品やサービスの調達や消費の場を、地域外に求めるケースが多く、地域外に「外貨」を流出させる傾向が見られたと思われる。

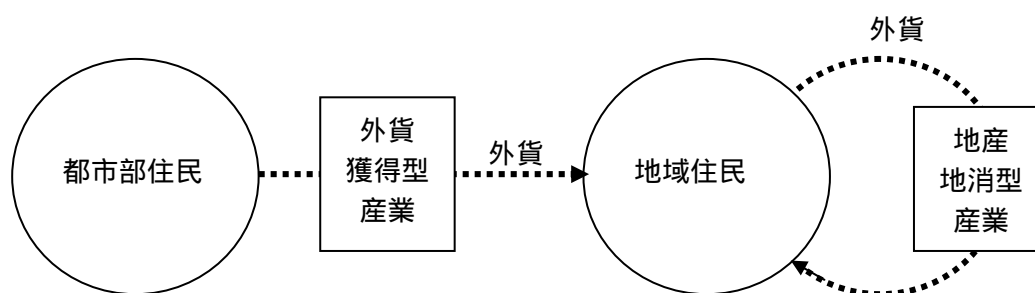
そこでこれからは、地域の商品を都市部との連携により直売や契約販売を行う等、都市部を対象に地域が主体性を持って働きかけることで、「外貨」をより多く獲得する仕組みづくり、並びに地域需要に対し地域自らが商品・サービスを供給する活動に取り組むことで、地域内での生産・消費を活性化させる仕組みづくりが必要であると考えられる。地域経済の自立を考えるにあたっては、より多くの「外貨」を稼ぐ一方、稼いだ「外貨」を地域外に流出させることなく、地域内で循環させるといった視点が必要であり、こうした視点に基づく仕組みにより、地域所得の向上と地域雇用の場の創出を実現することができると考えられる。

また、地域は人口規模が小さく、減少傾向にあることから、地域内発型の産業に取り組む上では、マーケット規模が大きい都市部を対象とした取り組みを考える必要がある。一方、地域においても、都市部と比べて規模は小さいながら地域内部の需要が存在し、産業活性化を図る上での重要な市場の一つと捉えることができる。

以上を整理すると、地域外（都市部）を市場とする産業と、地域内を市場とする産業を把握する必要があるものと考えられる。地域の産業には、交流客を地域に誘致し地域内で「外貨」を落としてもらう観光業や、原料を地域内で調達して地域内で加工し都市部に販売する加工業等、市場による区分が難しいケースが見られる。そこでこの報告書では便宜的に、最終的な消費者が都市部住民である産業を「外貨獲得型産業」、地域住民である産業を「地産地消型産業」と呼ぶことにする。

次に、より多くの「外貨」を稼ぐ一方、稼いだ「外貨」を地域内で循環させるといった視点に基づき、生産・消費・投資の経済活動を活性化させることで、自立性の高い経済構造へ転換させるための考え方を整理する。

【図1 - 2つの産業の概念】



### 外貨獲得型産業の考え方

農業を例にとると、これまで多くの過疎地域では、農産物等が都市部消費者に届くまでに、市場、卸売業者、小売業者等が介在する流通経路に委ねてきたために、流通コストが嵩み、多くの「外貨」が稼げない傾向が見られた。一方、農産物等の流通改革が進む中であって、直売・直販・宅配等、これまでのような流通経路に依存しない販売方法が可能になりつつある。例えば、地域が都市部でアンテナショップを開設し、都市部住民に農産物を直接販売した場合、流通コストを削減することができ、これまでより高い出荷者価格で販売できるため、「外貨」をより多く獲得できるものと考えられる。熊本県山都町（旧・清和村）では、有機の里づくりと直販事業に取り組んだ結果、平成15年度の1kg当りの野菜の出荷者価格を、一般価格と比較して、トマトで33円、きゅうりで72円、ピーマンで48円引き上げること成功している（旧・清和村調べ）。

以上の点を踏まえると、「外貨獲得型産業」を展開する上では、地域の主体性を持って取り組み、都市部のマーケットに直接働きかけることが重要であると考えられる。

第1次産業の分野では、地域の農産物をそのまま販売するのではなく、漬物にして販売する等加工事業への展開が全国で見られる。加工事業において地域外から原材料を調達する場合、その調達額は地域外へ流出することになるが、原材料を地域内で調達した場合、地域外への流出を抑え、より多くの資金を内部に留保できるものと考えられる。また、観光業においては、食材や土産品の供給、クリーニングや消耗品の供給等様々な需要が発生しても、地域内で対応ができなければ、こうしたサービスを地域外に求めるほかになく、結果として地域外に「外貨」が流出することになる。

以上の点を踏まえると、「外貨獲得型産業」を展開する上では、地域で必要な原材料やサービスを地域内で調達し、もの・資金を地域で循環させる仕組みづくりが重要であると考えられる。

### **地産地消型産業の考え方**

過疎地域においては、過疎化の進展等の理由から、地域住民の需要に応える小売店や事業所が減少し、地域住民は地域外に消費の場を求めるといった傾向が見られる。地域住民が地域外で消費する場合、せっかく「外貨」を稼いでも、その「外貨」は地域外に流出することになる。需要のすべてを地域で賄うことは困難であるが、自らの創意や努力によって、ある程度の地域需要を賄う事業を生み出すことは可能であると考えられる。また、農業分野においては全国で、地域内での直売や学校給食への供給等の取組みが活発化している。こうした取組みにより、地域外への「外貨」の流出を抑え、より多くの資金を地域内に留保できるものと考えられる。

以上の点を踏まえると、「地産地消型産業」を展開する上では、地域の需要に応じた産業を創造し、地域内での消費を活性化させ、もの・資金を地域で循環させる仕組みづくりが重要であると考えられる。

## (2) 過疎地域における地域特性の考え方

過疎地域が経済の自立に向けて取組む場合、都市部と同様の方向性を模索しても、資金力や営業力等の点で競合に打ち勝つことが困難なものと考えられる。一方過疎地域には、都市部とは異なる地域特性が存在し、地域特性を産業づくりに向けた資源に転換することで、都市部とは異なる方向性を目指していくことができると考えられる。

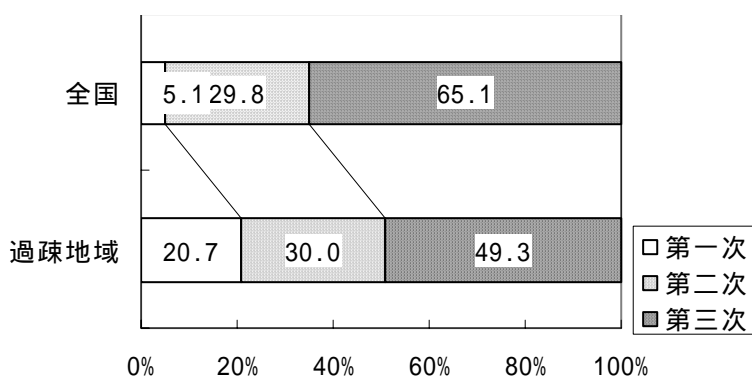
この度の調査では、産業特性から「農林水産」、立地特性から「自然」、経営の基盤であることから「人」を、地域の特性として便宜的に捉え事例先を選定した。その中で事例調査からは、「農林水産」「自然」「人」に加え、「地域コミュニティ」という地域特性に着目した取組みが見られた。以下はそれぞれの特性の捉え方と、特性を産業づくりのための資源として活用するための考え方を整理する。

### 「農林水産」

過疎地域の多くは、都市部とは異なり、豊富な農林水産資源が存在し、多様な産品をつくりだす基盤を持っているものと考えられる。この度調査を行った地域では、農林水産物を生産することに一定のノウハウが蓄積されている傾向が見られた。こうした基盤に加え、特異な気候風土を活用しながら高度な生産ノウハウを構築し、地域独自の資源として農林水産物を都市部に供給している例が見られる。

また、グラフ8からも明らかなように、過疎地域においては第1次産業に携わる住民が多いことが特性となっており、農林水産資源を活かした展開は、産業活性化を図るうえで活かすべき資源と考えられる。

【グラフ8 - 産業別就業人口構成比（平成12年）】



出典：総務省 平成15年度版「過疎地域の現況について」

なお参考までに、プレ調査として実施したヒアリングより、過疎市町村の町村長が農林水産資源に着目した背景と活用の考え方を以下にとりまとめた。

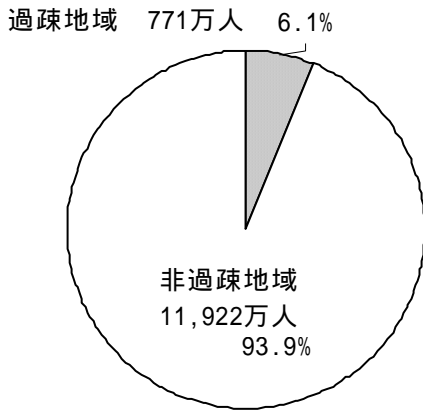
山形県小国町 (参照 P61)	小国町は県下最大の町土を誇る豪雪地帯の分水嶺の町であり、高品質な天然の山菜・きのこ・いわな等の山の幸に恵まれていることから、こうした資源に着眼し、都市部への販売や特産品開発等の食にかかわる産業づくりを検討している。また、森林は広葉樹が多く、戦後植栽した樹齢 70 年になる杉林も広がっていることから、建設や生活資材としての活用や、特産品化等の事業展開が必要だと考えている。
熊本県 山都町 (旧清和村) (参照 P81)	旧清和村は、従来から高原野菜の産地として農業が盛んな地域であった。近年輸入品が増え、逆に国産品の希少価値がでてきており、高くても国産にこだわる人だけに売ろうといった考え方を持つべきだと考えた。また国産にこだわる人は、食の安全・安心に関心が高いと考えられるが、これまでの流通体系では生産履歴が不透明であったことから、有機農業に着目し、有機条例の制定による有機の里づくり等、食のニーズを先取りした展開を考えた。

### 「自然」

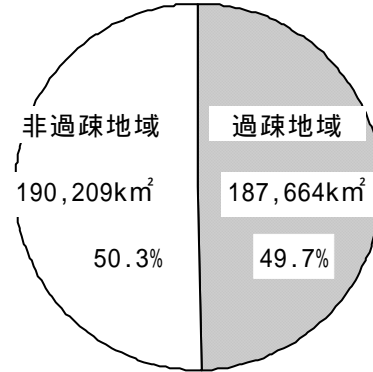
過疎地域は山や海に恵まれ、都市部にはない豊かで美しい自然が存在する。地域の自然は、そこに暮らす住民の心の豊かさを形成するだけでなく、都市住民を感動させ、引き付ける魅力がある。また、そこに吹く風や存在する山林等をエネルギーに転換することも可能であり、産業活性化を目指す上で重要な資源と捉えることができる。この度調査を行った地域においても、こうした自然資源を活かし、都市住民を呼び込むといった展開や、環境にやさしい新エネルギー産業を生み出すといった例が見られる。

グラフ - 9、10、11 は参考として、過疎地域、非過疎地域の面積を検証したデータである。全国の人口の 6.1% が住む過疎地域は、国土の 49.7% を占めており、1 人当たりの面積を非過疎地域と比較すると、約 15 倍となる。また、国土交通省によれば、国土面積の 68.1% は森林・原野となっている。

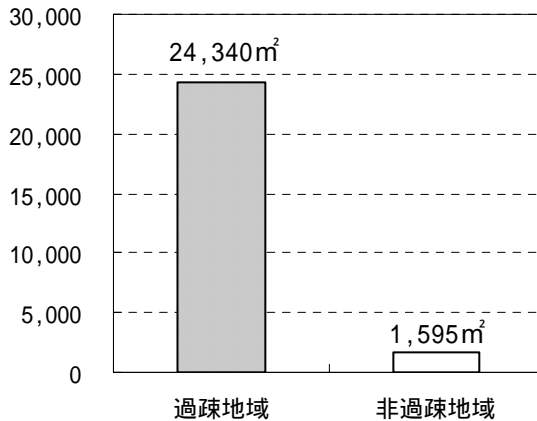
【グラフ 9 - 地域別人口 (平成 12 年)】



【グラフ 10 - 地域別面積 (平成 12 年)】



【グラフ 11 - 1人あたり面積 (平成 12 年)】



出典：総務省 平成 15 年度版  
「過疎地域の現況について」

なお参考までに、プレ調査として実施したヒアリングより、過疎市町村の町村長が自然資源に着眼した背景と活用の考え方を以下にとりまとめた。

岩手県岩泉町  
(参照 P65)

海、山、川といった自然環境が県内でも豊かで秀でていることに着眼し、こうした資源を総合的に活用して、グリーンツーリズム、ブルーツーリズムをまとめたエコミュージアム構想を打ち出している。山の恵みを活用した森林セラピー・木炭風呂の展開や、海の恵みや川の恵みを活用した交流ゾーンの整備等により、年金生活者が長期滞在できるような交流事業で産業の活性化を図りたいと考えている。



静岡県南伊豆町 (参照 P73)	南伊豆町では海という豊かな地域資源が存在するが、海だけでは集客期間が限定されることから、他の季節にも観光客に来てもらえるような資源を探していた。こうした背景から集落の座談会等を行う中で、地域に山つつじの群生地が残っていることが明らかになり、夏場以外の集客の目玉になる資源として着目した。今後は山つつじをテーマにしたイベントを実施する等、資源とイベントを一体的に捉えた展開により観光客の誘致を図りたいと考えている。
高知県池川町 (参照 P79)	高冷地に立地していること、以前 NEDO 補助金で試験・研究したことから風という資源に着目した。広域連携の中で、風力発電の事業化を検討したいと考えている。また山林が豊富に存在することに着眼し、木質バイオマス発電についても大手企業と連携して研究を開始した。高温処理することで、タール分もエネルギー化するという世界で初めての環境にやさしい技術開発を進めている。

## 「人」

過疎地域には、UIJターン者や高齢者・女性等を含め、様々な技術やアイデアを持った人材が存在することから、このような人材は地域の産業活性化を目指す上で、重要な資源と考えられる。また、人脈等を通して都市部の人材を地域に招聘することも可能であり、「人」そのものを産業づくりの資源と捉えることができると考えられる。この度調査を行った地域では、こうした人材の持つ技術・アイデアを活かし、都市部からの誘客へと展開させている例や、地域に散在する人材の持つ技術・アイデアを結集することで、新たな事業を創出している例が見られる。

なお参考までに、プレ調査として実施したヒアリングより、過疎市町村の町村長が人材資源に着眼した背景や活用の考え方を以下にとりまとめた。

富山県南砺市 (旧利賀村) (参照 P69)	これまでの地区の行事やイベント活動は、官民の連携により展開してきており、イベント等にかかわるノウハウは地域住民に蓄積されつつあった。市町村合併後でも自発的な地域活動を維持するためには、ノウハウを継承している地域の人材を活かし、組織化することが重要であると考えた。そこで、今ある地域組織をひとつにまとめて、連合振興協議会を立ち上げた。また、NPO法人の「利賀山川まもる」を設立し、国からの委託事業や公共事業を受託する主体として位置付けた。
------------------------------	--

---

富山県山田村  
(参照 P71)

夏場には 100 名近くの大学生が入村し、村民に対してパソコン等の技術指導を行っている。こうした大学生を迎えるために村が「ふるさと塾」を開設し、ここで食事を提供して大学生と村民の交流を進める中で、村民が情報に触れる機会が拡大し、村民への IT にかかわるノウハウが蓄積されつつある。そこで、こうした人材資源に着眼するとともに、これまで整備してきた IT インフラを活かしながら、ソフト産業等のベンチャーの育成を図りたいと考えている。

### 「地域コミュニティ」

過疎地域は、過疎化が進む中であって、古くからの地域活動や地縁・血縁等を通し、需要者・供給者のお互いの顔が見える地域コミュニティを形成しているものと考えられる。地域コミュニティの存在は、地域の需要を的確に捉えた事業を展開できる、需要者と供給者の信頼関係を築きやすいというメリットを発揮することから、地域の産業活性化を目指す上で、重要な資源と捉えることができると考えられる。この度調査を行った地域では、こうした地域コミュニティを活かし、高齢者を対象としたきめ細やかな福祉サービスや商業等の「地産地消型産業」を展開している例が見られた。

なお参考までに、プレ調査として実施したヒアリングより、過疎市町村の町村長が地域コミュニティに着眼した背景と活用の考え方を以下にとりまとめた。

---

山形県小国町  
(参照 P61)

山間部に散在する集落では、強固なコミュニティが形成されており、自治会が主体となって自然発生するわらびを活用した観光農園事業に取り組んでいる。わらびの観光農園は、現在町内で 13 集落まで拡大し利用者も年々増加傾向にあり、それぞれの自治会の貴重な収入源となっている。こうした背景を踏まえ、町としては、地域コミュニティを核とした取組みに着眼しており、そこに住む住民が主体性を持って事業化に取り組むことで、各集落が生き残りをかける必要があると考えている。

以上の4つの地域特性は、地域内発型の産業づくりに向けて最初に着目すべき特性であると考えられ、実際の事業推進にあたっては、その地域特性を産業づくりの資源として複合的に活用するケースが多い。例えば、「自然」資源に着目してグリーンツーリズムの事業化を検討した結果、「農林水産」資源を活かして農業体験を実施したり、「人材」資源を活かして工芸体験を行う等により、魅力ある交流プログラムを構築するといったケースも見られる。地域の強みである地域資源を複合的に活用することは、商品やサービスの価値を相乗的に高めることにつながるものと考えられる。

## 2 過疎地域における産業活性化に向けた取組み

産業活性化の考え方として、「外貨獲得」「地産地消」の地域産業を縦軸に、「農林水産」「自然」「人」及び「地域コミュニティ」の地域特性を横軸にした場合、この度実施した調査先における取組みは、以下の通り7つのパターンに整理できると考えられる。次頁からは、7つのパターンごとに、具体的事例とその成功のポイントをとりまとめる。

地域 産業	地 域 特 性			
	農林水産	自然	人	その他
外 貨 獲 得 型 産 業	<p>パターン1 農林水産資源を活かした産業活性化</p> <p>流通改革を追い風とした直販事業の展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先への販売促進</li> <li>・提案型による販路の開拓</li> <li>・取引先との信頼関係の構築</li> <li>・店舗立地の選定</li> <li>・安定供給体制の構築</li> </ul> <p>安全・安心志向に対応したこだわりの商品展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域合意の形成</li> <li>・安定取引先の確保</li> <li>・生産者拡大に向けた支援システムの構築</li> <li>・立地特性の活用</li> <li>・規格・品質の標準化</li> </ul> <p>付加価値向上を目指した加工事業の展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安定供給先の確保</li> <li>・農産物原料の確保</li> </ul>	<p>パターン2 自然資源を活かした産業活性化</p> <p>都市部ファンの拡大に向けた交流事業の展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットの絞込み</li> <li>・都市部での人脈づくり</li> <li>・ターゲットにあわせた魅力づくり</li> <li>・ニーズを捉えたイベントの推進</li> <li>・地域特性を活かしたイベントの推進</li> </ul> <p>地域魅力を高めるための広域連携による体験旅行の展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中核的組織の設立</li> <li>・地域における受入体制の構築</li> </ul> <p>地域内調達率の向上を踏まえた交流施設の運営</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・硬直的な取引の解消</li> </ul>	<p>パターン3 人材資源を活かした産業活性化</p> <p>地域魅力を高めるための地域文化の振興</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域文化の認知度向上</li> <li>・6次産業化への展開</li> <li>・本格志向に対応した体験事業の展開</li> <li>・都市部への効果的なPR</li> </ul> <p>ブランド形成に向けた販売事業の展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人材ブランドの活用</li> <li>・都市部での販路の確保</li> <li>・都市部での人脈形成</li> </ul>	

地域 産業	地 域 特 性			
	農林水産	自然	人	その他
地 産 地 消 型 産 業	<p>パターン４</p> <p>農林水産資源を 活かした 産業活性化</p> <p>消費者特性に応じ た直販事業の展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の消費者嗜好への対応</li> <li>・生産者の活動支援</li> <li>・高齢化への対応</li> <li>・要望に応える商品づくり</li> </ul> <p>食農教育を踏まえた学校給食事業の推進</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における需要と供給の調整</li> <li>・受発注システムの構築</li> <li>・給食用出荷規格の確立</li> </ul>	<p>パターン５</p> <p>自然資源を 活かした 産業活性化</p> <p>自然環境に配慮した新エネルギー事業の導入</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・売電収益の有効活用</li> <li>・PR効果による交流の促進</li> <li>・地域での協力体制の構築</li> <li>・地域の理解醸成と参加の促進</li> </ul>	<p>パターン６</p> <p>人材資源を 活かした 産業活性化</p> <p>地域需要に対応した技術者の集積による起業化</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域特性に対応したサービスの提供</li> <li>・技術者の集積による起業化</li> </ul>	<p>パターン７</p> <p>地域コミュニティを活かした 産業活性化</p> <p>起業化の促進に向けた地域通貨の運用</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・円滑かつ確実な管理・運用</li> <li>・通貨の目的の明確化</li> </ul> <p>地域の高齢化に対応した福祉サービスの展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・需要に対応する体制整備</li> </ul> <p>地域需要に対応した山村コンビニの展開</p> <p>&lt;成功のポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域における課題意識の共有化</li> </ul>

## パターン 1

### 農林水産資源を活かした産業活性化（「外貨獲得型産業」）

このパターンでは、社会環境や経済環境の変化を踏まえ、直販にテーマをおいた事例、安全・安心志向の高まりにテーマをおいた事例、及び加工による製品の付加価値化にテーマをおいた事例が見られた。以下はテーマごとに、具体的事例とその成功のポイントをとりまとめた。

#### 流通改革を追い風とした直販事業の展開

##### 【概要】

料理店等との相対取引やアンテナショップの開設等の取組みにより、都市部マーケットに直接働きかけることで、市況等外部要因に影響を受けにくく、市場流通より高い利益率を確保できる、安定的・継続的な取引を実現している事例が見られる。全国で流通改革が進展する中で、これまでの都市部市場を通した流通形態から、都市部マーケットに直接販売する流通方法が急速に拡大していることも追い風となっている。

##### 【具体的事例】

徳島県上勝町 (株)いらず (参照 P88)	花木・枝葉を料理のつまものとして商品化し、全国の日本料理店等と相対による取引を行っており、出荷者 117 名の所得向上に直結し安定した事業となっている。
------------------------------	--

##### <成功のポイント>

取引先への販売促進	・地域の飲食店と共同開発したつまものを用いた料理メニュー等を盛り込んだ情報誌を、取引先に対し 10 日おきに F A X で情報発信することで、取引先との関係強化と取引量の拡大を実現できた。
安定供給体制の構築	・商品の 8 ~ 9 割を、簡易ハウス等を利用した栽培にシフトするとともに、町の防災行政無線を活用した集出荷支援システムを開発し、取引先から収集した情報等をもとに販売実績や販売予測情報を毎日生産者に F A X を用いて発信することで、安定供給体制を実現できた。

<p>群馬県 JA甘楽富岡 (参照 P90)</p>	<p>首都圏における百貨店でのインショップ方式により地域農産物の直接納品・直接販売体制を構築し、市場出荷では困難であった安定した売上を確保している。</p>
<p><b>&lt;成功のポイント&gt;</b> 提案型による販路の開拓</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続的な取引をしていた大手スーパーとインショップのビジネスモデルを共同開発し、取引経験のある首都圏スーパー等を対象に、提案型の営業を行うことで 30 店舗の販路を開拓できた。</li> </ul>
<p>安定供給体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サラリーマンからの帰農者や地域の高齢者・女性等を、多品種少量生産を行う出荷者として組織化する一方、全店舗の販売情報を一元的に管理することで、計画的な生産・販売体制を構築できた。</li> </ul>
<p>大分県安心院町 松本集落 (参照 P92)</p>	<p>大分市の豆腐店へ転作大豆を契約により供給していることに加え、豆腐店をアンテナショップとして活用し農産物等を委託販売しており、集落 55 世帯の所得向上に直結した安定した事業となっている。</p>
<p><b>&lt;成功のポイント&gt;</b> 取引先との信頼関係の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・豆腐店は、良質な大豆原料の産地を県内で求めていたが、その際最も重視した条件は、まとまった農地で一元的に生産されていて生産者との信頼関係を構築できることであった。松本集落では、集落営農により収量確保を実現する一方、地域全体でエコファーマーに取組み品質を向上させることで、豆腐店との提携を成立させることができた。</li> </ul>
<p>熊本県山都町 (旧清和村) (有)清和高原 野菜市場 (参照 P94)</p>	<p>高冷地の気候を活かした多様な農産物の販路の一つとして、熊本市周辺にアンテナショップを開設することで直販システムを構築し、地域生産者の所得向上と地域農産物のブランド化に結びつけている。</p>
<p><b>&lt;成功のポイント&gt;</b> 店舗立地の選定</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・熊本市及び市周辺地域における物件情報、競合小売店状況、地域住民の買物行動を詳細に調査することで、都市部マーケットでの最適な立地選定ができた。</li> </ul>
<p>安定供給体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗職員が村内全集落を回るとともに、輪番制で出荷者に店舗の販売支援を行わせることで生産意欲を向上させることができた。また、商品供給量が減少する時期を中心に、熊本県内の提携町村からの産品を調達することで、年間を通した商品供給量を確保できた。</li> </ul>

## 安全・安心志向に対応したこだわりの商品展開

### 【概要】

安全・安心志向の高まりを受け産地表示等生産履歴が重視される中であって、土づくりを基本とした有機農産物等、付加価値が高い農産物等の産地化を目指す事例が見られる。また、過疎地域は、自己資本の少なさや生産条件が不利なことが弱みとなっているが、大量生産型の農業が困難な状況である中、特徴的な気候風土や生産技術を活かして、小規模な取組みにより希少価値を生み出し、安定取引につなげるといった事例も見られる。

### 【具体的事例】

---

熊本県山都町 (旧清和村) (参照 P96)	有機農業条例を制定し、畜産廃棄物の堆肥化と土づくりへの活用により、農産物の付加価値化に向けた循環サイクルの仕組みづくりを進めており、地域に有機栽培が普及しつつある。
<b>&lt;成功のポイント&gt;</b>	
地域合意の形成	・有機農業条例を制定し、村が独自に農薬等の使用基準を定め、特別栽培認証作物として村が無償で認証シールを発行するといったシステムを確立することで、地域全体での有機農業の取組みを促進できた。
安定取引先の確保	・福岡県の生活協同組合と契約し、有機米生産量のほぼ全量を、JAを通して一元的に販売する等、こだわりの産品を志向するユーザーとの取引を拡大し、安定取引につなげることができた。
<hr/>	
岩手県岩泉町 (財)岩泉町農業 振興公社 (参照 P98)	畜産業との連携のもと、公社運営の堆肥センター・土壌分析センターを核に土づくりを推進することで、有機栽培に取組む認定農家の育成と地域産品の付加価値化につなげている。
<b>&lt;成功のポイント&gt;</b>	
生産者拡大に向けた 支援システムの構築	・農業公社の土壌分析センターで、生産者の持つ農地の土質を分析して土質に応じた肥料設計を行うとともに、野菜の試験栽培の結果を踏まえた高品質な堆肥を製造して生産者に供給し、土質に応じた指導を行うことで、土づくりを基本とした野菜生産者を拡大することができた。



高知県吾川村 JAコスモス トマト生産組合 吾川支所 (参照 P100)	高冷地の気候を活かして、11名の専業農家により山頂でのフルーツ トマト(高糖度トマト)のストレス栽培(有機を基本とした灌水の 抑制による栽培)に取組み、ニッチ市場へチャレンジし、市場評価 が高くブランド力がある農産物を生み出している。
<b>&lt;成功のポイント&gt;</b>	
立地特性の活用	・夜間温度が一定以下でないと糖度が高くないという商品特性 を踏まえ、夏・秋の期間に生産できる産地が他にない中で、標高 600~800mの立地特性を活かして同期間の生産を可能にするこ とにより、夏秋の希少産地としての地位を確立できた。
規格・品質の標準化	・JAの選果場において光センサー選果機を用いて糖度基準による 等級分けを行い、規格・品質の標準化を実現することで、卸売業 者や百貨店等での高い評価を得ることができた。

## 付加価値向上を目指した加工事業の展開

### 【概要】

都市部の市場流通においては、商品規格が細分化されており、規格に合わない産品は産地で廃棄されるケースが多いことに加え、市況に左右され生産者所得は不安定な傾向にあったと考えられる。こうした背景を踏まえ、農林水産業より製造業の方が、付加価値が高い点に着目し、地域の農林水産物原料を有効活用した加工事業に取り組む事例が見られる。

### 【具体的事例】

高知県池川町 フードプラン(株) (参照 P102)	行政が整備した工場を地域の農業生産法人に貸与して、綺麗な水と 空気という自然環境を持ち合わせた立地条件・生産条件を活かし、 地域の野菜を有効活用したカット野菜事業を展開している。
<b>&lt;成功のポイント&gt;</b>	
安定供給先の確保	・中国での農薬使用問題を背景に、国産原料であることを武器に首都圏大手スーパー等に直接営業を行い、契約に基づく買い上げ方式での商談を成立させ、信頼関係を背景に大手スーパーとのOEM生産にも着手することで、安定した供給先を確保できた。
農産物原料の確保	・町内においては生産者と品目別契約栽培を進めているが、供給が追いつかず、不足する産品については他の産地との提携や市場からの仕入等により原料を安定的に確保している。

## パターン2

### 自然資源を活かした産業活性化（「外貨獲得型産業」）

このパターンでは、都市部住民のファンの拡大、広域による連携、及び地域内調達率の向上をテーマとした取組みが見られた。以下はテーマごとに、具体的事例とその成功のポイントをとりまとめた。

#### 都市部ファンの拡大に向けた交流事業の展開

##### 【概要】

遺跡・旧跡めぐりや温泉・宴会・団体等従来型の観光が伸び悩む傾向にある反面、体験や学習、ふれあい等を求める交流客が拡大する傾向にあると考えられる。こうした背景を踏まえ、自然を中心に農林水産や文化等の地域資源を活かし、様々な魅力づくりを進め、地域のファンとしての固定客の拡大に成功している交流事業の例が見られる。

##### 【具体的事例】

---

山梨県小菅村 (財)源流研究所 (参照 P104)	多摩川流域の都市部住民や学校を対象に、源流体験教室、水辺の学校教室等の体験交流事業を展開することで、継続的に訪れるファンの拡大を実現しており、地域の民宿や温泉等の公共施設への経済効果を発揮している。
---------------------------------	---

##### <成功のポイント>

ターゲットの絞込み	・「源流の村」をキャッチフレーズに、全国源流フォーラムの開催、全国源流シンポジウムの開催等源流地域を支援する団体を対象とした各種研修会等の開催に加え、都市部における各種交流会への参加により、流域都市住民に絞った交流事業を展開することで、継続的に訪れるファンを確保できた。
-----------	---

---

長野県栄村 (財)栄村振興公社 (参照 P106)	栄村＝秘境の湯というイメージを活かし、都市部住民を対象とした持続的な交流事業等を通して「栄村ファンクラブ」が設立された。また、絵手紙愛好家や老人会等都市部の固定客も拡大しており、厳しい経済環境の下で比較的安定した施設利用者を確保している。
---------------------------------	---

##### <成功のポイント>

都市部での 人脈づくり	・ふるさと情報誌の発行や、ふるさとキャラバン公演（横浜市）、武蔵村山市産業祭りの参加等姉妹都市との交流より、都市部住民による「栄村を愛する会」が結成される等、都市部で人脈・ネット
----------------	---

<p>ターゲットにあわせ た魅力づくり</p>	<p>ワークを形成することができた。また、絵手紙の先生の個展を村内で実施したことをきっかけに、JRとの連携による「絵手紙列車」や村内での全国大会開催につながり、同じ趣味を持った利用者を拡大することができた。</p> <p>・トマトやアスパラの収穫体験、山菜・きのこ狩り体験、地域食材を使った郷土料理体験等、温泉宿泊＋農林水産体験を基本としたシニア層のニーズにあった地域の魅力づくりができた。</p>
-----------------------------	---

<p>兵庫県八千代町 フロイデン 管理組合 (参照 P108) <b>&lt;成功のポイント&gt;</b> ニーズを捉えた イベントの推進</p>	<p>都市部住民を対象に、農作物を生産しながら滞在できる農園付きコテージの賃貸事業を実施し、毎週訪れる固定客を確保するとともに、れんげ祭り、蛸まつり等魅力ある交流事業を展開することで、都市部における八千代ファンを拡大している。</p> <p>・様々な人脈やノウハウを持つ都市部住民であるコテージ利用者と地域集落が共同でイベントを企画・推進することで、れんげ祭り、蛸まつり等の内容の高度化を実現し、都市部住民のニーズを捉えた交流事業を展開できた。</p>
--	--

<p>大分県安心院町 松本集落 (参照 P110) <b>&lt;成功のポイント&gt;</b> 地域特性を活かした イベントの推進</p>	<p>れんげ祭り、ほたるの里の音楽祭、秋祭り・神楽の舞等の都市交流イベントを開催し、椎茸のこま打ち体験、炭焼き体験に加え、石臼挽き豆腐づくり、いちご野菜収穫等の体験事業も実施されており、都市部ファンが年々拡大する傾向にある。</p> <p>・これまでの集落行事として実施してきた各種イベントの、実施ノウハウやそれを支えてきた人材、自然や伝統芸能・伝統技術を活かしながら、地域住民と交流客がいっしょになって楽しめる体験・交流事業を展開できた。</p>
--	--

## 地域魅力を高めるための広域連携による体験旅行の展開

### 【概要】

地域単体で取組むことで、施設の受入能力等の点で利用者拡大を期待できないケースや、観光客に対する魅力の提供に限界が生じるケースが見られる。こうした背景を踏まえ、広域連携により、同じ取組みを行う集落や団体を組織化することで、受入能力や地域の魅力を高め、高い経済効果を発揮する事例が見られる。

## 【具体的事例】

長野県飯田・  
下伊那地域  
(株)南信州  
観光公社  
(参照 P112)

18 町村の連携により、400 件を超える民泊農家の組織化と魅力ある多様なルート設定を可能とし、小中学生等を中心とした都市部利用者をターゲットに、カヌーや農家民泊、自然学習等の体験学習旅行を展開しており、飲食・販売等を中心に高い経済効果をあげている。

### <成功のポイント>

中核的組織の設立

- ・18 市町村及び地域の関連企業の出資を仰ぐ旅行会社を設立することで、広域での体験旅行の企画提案が可能になり、首都圏・関西圏の大手旅行代理店との商談機能を強化することができた。

地域における  
受入体制の構築

- ・地域の状況に応じて、個別訪問、集落で会合 個別訪問、会合一括、地区組織一括依頼、及び行政組織一括の 5 つの方法で受入農家の組織化を図る一方、農業体験・味覚体験については、「地域コーディネーター」を設置し、旅行者の添乗員的な役割を果たしてもらい仕組みをつくることで、受入体制を強化できた。

## 地域内調達率の向上を踏まえた交流施設の運営

### 【概要】

地域食材等を活かすことにより、観光地としての特色は高まるものと考えられる。また、観光客数が増加しても、食材や原材料、消耗品等を地域外の調達に依存しては、その分だけ地域経済への波及効果は少ないものと考えられる。こうした視点に立って、地域内調達率を極力高めるための取組みを行う交流施設の事例が見られる。

## 【具体的事例】

長野県栄村  
(財)栄村振興公社  
(参照 P106)

秘境の湯をキャッチフレーズとした温泉宿泊施設の食材等を、できる限り村内から調達する仕組みをつくることで、地域ならではの味覚を演出し施設の魅力を高める一方、地域農家の所得向上等地域への経済効果が高い交流施設の運営を実現している。

### <成功のポイント>

硬直的な取引の解消

- ・地域内調達は地域での経済効果を高める反面、仕入価格が相対的に高い、仕入先が固定化される等、硬直的な取引形態となる可能性が高い。公社では、市場価格と連動した仕入価格の設定等の出荷ルールを定めて適正価格・適正品質を重視した取引を行う一方、広く出荷者を募集することで、柔軟な取引を推進している。

## パターン3

### 人材資源を活かした産業活性化（「外貨獲得型産業」）

このパターンでは、観光地としての魅力を高めるために人材を活用することをテーマにおいた事例や、都市部により高い価格で販売するために人材を活用する事例が見られた。以下はテーマごとに、具体的事例とその成功のポイントをとりまとめた。

#### 地域魅力を高めるための地域文化の振興

##### 【概要】

地域には、かつて存在した芸能や文化等無形の資源が存在するケースがあるものと考えられる。そこで、人が主役となって無形の地域資源を掘り起こし復興させることにより、地域の魅力を向上させ、交流の促進に結びつけている例が見られる。また、地域に有効な人材資源が見当たらない場合、人脈等を通して地域外から人材を招聘し、芸術、体験、芸能等を創生し、新たな魅力づくりを行う事例も見られる。

##### 【具体的事例】

---

熊本県山都町 （旧清和村） （財）文楽の里協会 （参照 P114）	人形と浄瑠璃を組み合わせた芝居である文楽を掘り起こし、地域住民の中から三味線奏者と義太夫を育成して、定期的な講演会を実施することで文楽の里づくりを推進している。財団法人が文楽館に加え、物産館、天文台、郷土料理館の管理・運営を行っており、文楽を核に交流客が拡大したことに加え、清和＝文楽ブランドが浸透し、多様な波及効果を発揮している。
--	--

##### <成功のポイント>

地域文化の 認知度向上	・ 県内唯一の農村芸能であり、この村にしかない資源として「文楽」に着目したが、経済的に成り立つかがポイントであった。その中で、文楽を商標登録したことで、話題性や認知度を高めることができた。
6次産業化への展開	・ 文楽自体は赤字経営であるが、文楽のイメージに合わせた栗菓子等の特産品開発や物産館での商品展開、アンテナショップにおけるビデオ放映等により、文楽ブランドを活かした6次産業化を実現できた。

奈良県川上村 匠の聚（財） グリーンパーク かわかみ （参照 P116）	村出身の洋画家を含め、全国から村に居住してもらえるアーティストを募集して匠の聚（芸術村）をつくり、芸術家の指導に基づく創作体験事業を核とした展開に加え、宿泊施設、飲食施設を運営しており、交流客の確保に成功している。
<b>&lt;成功のポイント&gt;</b>	
本格志向に対応した 体験事業の展開	・アトリエで生活する7名の有名アーティストの指導を直接受けられる創作体験により、本格志向を持つ中高年層を中心としつつ、若者まで幅広い年代層の集客を実現できた。
富山県南砺市 （旧利賀村） （財）利賀ふるさと 財団 （参照 P118）	演劇家の入村をきっかけに、都市部との連携による演劇祭を開催し、国際交流村のキャッチフレーズのもと地域づくりを進めてきた。また、画家や漫画家との提携によりテーマ性を持った交流拠点を整備するとともに、温泉、スキー等の地域資源を活かした産業づくりを進め、年間を通して交流客を確保している。
<b>&lt;成功のポイント&gt;</b>	
都市部への効果的な P R	・演劇祭を実施するにあたっては、他に類を見ない合掌造りのホールやギリシャの庭園をモチーフにした屋外演劇場を整備して話題性を高めた。また、「国際交流村」をキャッチフレーズに掲げ、演劇家の人脈等を活かしながら都市部に積極的に PR することで、国内のみならず海外の演劇ファンも引き込むことができた。

## ブランド形成に向けた販売事業の展開

### 【概要】

地域は、都市部においても多様な人脈を持っており、その人脈を有効活用できる可能性を持っているものと考えられる。こうした視点から、都市部人材のブランド力を活用し、商品価値を高め、安定的な取引に結びつけているケースが見られる。また、商品開発や仕入等の面で人材をネットワーク化することにより、商品価値を高める事例も見られる。

## 【具体的事例】

---

山形県小国町  
五穀の会  
(参照 P120)

フォーラム等の開催を通して、郷土出身の料理研究家との連携が始まり、料理研究家のブランド力を活用しながら健康志向にマッチした雑穀の生産・直売事業を推進中であり、小規模な取組みながら、安定的な取引を実現している。

### <成功のポイント>

人材ブランドの活用

- ・料理研究家が太鼓判を押せる高品質な雑穀の生産を実現するとともに、料理研究家を広告塔として活用することで、小国町の雑穀＝料理研究家ブランドとしての展開ができた。

都市部での  
販路の確保

- ・食の安全・安心や健康への関心の高まりにより、「食」や「食材」を見直す動きが広がる中で、地域出身の料理研究家による雑穀にかかわる研究やイベントが全国で実施されており、こうしたイベントに地域が積極的に参加することで都市部小売店との人脈が形成され販路を確保できた。

---

山梨県北杜市  
フォレストワーク  
ショップ(資)  
(参照 P122)

商品開発や仕入の面で都市部人材とのネットワーク化を進め、ピーターラビット関連商品と手作り雑貨を清里の店舗とインターネットで都市住民に販売しており、小規模ながらブランド力の高い店舗運営を実現している。

### <成功のポイント>

都市部での人脈形成

- ・経営者自らが東京インターナショナル・ギフト・ショー等のイベント会場に定期的に赴き、メーカー・卸売といった仕入先を自ら開拓して都市部との多様な人脈を形成することで、独自性のある多様な商品の仕入れを実現できた。

## パターン4

### 農林水産資源を活かした産業活性化（「地産地消型産業」）

このパターンでは、農林水産物の地産地消を進めるにあたり、地域での直売や宅配をテーマにした事例と、学校給食をテーマにした事例が見られた。以下はテーマごとに、具体的事例とその成功のポイントをとりまとめた。

#### 消費者特性に応じた直販事業の展開

##### 【概要】

都市部の大手小売店等への消費集中傾向が加速化する中で、過疎地域では、地域の消費経済の一翼を担ってきた小売店等が衰退傾向にある反面、豊かな農林水産資源が存在し、地域外に頼らなくても地域で生産できる製品とその生産ノウハウを持つものと考えられる。こうした背景を踏まえ、地域消費者の特性に対応した産品を地域で作り出し、直売や宅配等を通して地域の生産と消費を活性化させることで、市場流通よりも高い利益率や安定した利用者確保を実現している例が見られる。

##### 【具体的事例】

山形県飯豊町 飯豊めざみの里 （株） （参照 P124）	地産地消の拠点として、また交流の拠点として町内に道の駅を設置し、地域農産物の直売システムを作り上げており、町内生産者の販路の一つとなっている。また、地域農産物を活用した加工事業にも力を入れており、地域の消費者が好む昔ながらの味を残した商品の開発を進めることで、リピーターの拡大に結び付けている。
---------------------------------------	---

##### <成功のポイント>

地域の消費者嗜好への対応	・加工品の商品開発にあたっては「ナショナルブランド」の真似をするのではなく、今ある地場産品の改良に視点を置いている。また味については標準化したものではなく、地域の味をそのまま残すことを基本とすることで、地域の嗜好へ対応した商品づくりができた。
生産者の活動支援	・有力卸売業者と連携しており、ここで売れない商品は引き取ってもらえる仕組みになっている。こうした安全弁により、売残りを心配せず生産や特産品開発に力を入れることができる仕組みを作っており、生産者や加工グループ等の活動を活性化させることができた。



---

鳥取県日野町 菅福元気邑 (参照 P126)	次世代に地域の加工技術と伝統食品を継承するために、「食文化伝承館」を再整備し、本地域で古くから残る豆腐、味噌、コンニャク等の地産地消事業に取り組んでいる。地域住民の要望に応える商品を宅配方式で供給することで、地域内で安定的な顧客を確保しており、近年都市への販売も拡大傾向にある。
------------------------------	---

**<成功のポイント>**

高齢化への対応	・ 地域の高齢化の進展を踏まえ、宅配により商品を地域住民にダイレクトに届ける販売方式を採用することで、顧客との信頼関係に基づく安定した販売先を確保できた。
要望に応える 商品づくり	・ 高齢者の伝統的な加工技術を活かした商品は、当初から地域の消費者から支持を得ていたが、地域住民から商品のクレームや、味の評価等をもらい、更なる商品改善や新商品の開発に取り組むことで、地域住民の要望に応える商品づくりができた。

**食農教育を踏まえた学校給食事業の推進**

**【概要】**

食と農（農業・農村）の関係にかかわる学習の重要性が高まる中で、学校給食の食材を地域の手で賄おうとする取組みが拡大傾向にあると考えられる。その中であって、学校給食への高度な食材供給システムを確立する一方、地域生産者と学校の交流を進める事例が見られる。

**【具体的事例】**

---

富山県入善町 (財)入善町 農業公社 (参照 P128)	農業公社を中心に、学校給食関係者及び生産者との連携により、地域の農産物を、町内小中学校の給食の食材として安定供給しており、農家所得の向上等の経済効果を発揮している。また、野菜の供給のほか、生産者が生徒と給食を食べる等、生産者と学校の交流にも努めている。
---------------------------------------	--

---

### <成功のポイント>

- |                    |  |
|--------------------|--|
| 地域における<br>需要と供給の調整 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ まずは公社が生産者と調整し、時期ごとの収穫品目を把握する。生産情報をもとに教師、調理師、栄養士で構成する学校給食研究会が献立計画を作成し、この計画に基づき必要農作物とその量を確定する仕組みとなっている。また、野菜は全て公社が生産者から買取り、野菜が過剰になった場合は、地元のスーパーのインショップで公社職員が販売に当たることで、需要と供給の調整を実現している。</li></ul> |
| 受発注システムの<br>構築     | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 学校給食研究会からの注文に基づき公社が生産者に発注し、生産者は毎朝公社に野菜を出荷、公社が各学校の調理室まで直接配送するシステムを構築することで、鮮度の高い野菜を供給することを可能にしている。</li></ul>   |
| 給食用出荷規格の<br>確立     | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 野菜の形状のばらつき等により、調理に時間がかかることが問題になるケースも見られたが、学校給食用の出荷規格を農業公社が中心となり確立することで、規格が統制された商品供給を実現している。</li></ul>  |

## パターン5

### 自然資源を活かした産業活性化（「地産地消型産業」）

このパターンでは、自然環境に配慮した新エネルギーをテーマにした事例が見られた。以下はテーマごとに、その具体的事例とその成功のポイントをとりまとめた。

#### 自然環境に配慮した新エネルギー事業の導入

##### 【概要】

将来のエネルギー供給の確保が懸念される中であって、全国で風力・太陽熱・バイオマス等自然環境に配慮した新エネルギーへの取組みが活発になっている。一方、電力会社を通さない地域独自の電力流通や、地域外からのエネルギー資源の調達等の規制緩和も期待されている。こうした背景を踏まえ、風力発電やBDFといった、自然を中心とした地域資源の循環により、これまで地域外から調達していたエネルギーを地域で生み出す事例が見られる。

##### 【具体的事例】

高知県梶原町 (参照 P130)	四国カルストの放牧地に風車2基と送電施設を整備し、立地・気象条件を活かした風力発電事業に取組み、発電量及び収益が増加傾向にある。売電の収益を地域の活性化施策に活用することで、事業効果を高めている。
---------------------	--

##### <成功のポイント>

売電収益の有効活用	・売電による収益金を積み立てた環境基金を、町内一般世帯への太陽光発電パネルの設置時に20万円/1kwの補助に活用することで、累計88戸、137.35kw相当のパネルの普及につながった。また、この基金を環境保全施策として森林の間伐実施に対する補助に活用し、間伐材の販売促進につなげることができた。
PR効果による交流の促進	・事業の取組みが先進的であるため、対外的なPR効果は非常に大きく、公的機関やマスメディア等から注目を集め、多くの団体が視察に訪れるほか、施設立地が県立自然公園内にあることから、新たな観光スポットの形成にも貢献し、観光交流の促進につなげることができた。

<p>広島県大朝町 NPO法人 いーね！おおあさ (参照 P132)</p>	<p>地域で生産した菜種から食用油を生産する一方、地域住民から廃食油を回収してBDF燃料に精製し、公共交通等の燃料として供給しており需要が拡大傾向にある。環境保全の観点から内外の評価は高く住民参加も進んでいる。</p>
<p><b>&lt;成功のポイント&gt;</b></p>	
<p>地域での協力体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農地を、再生産可能なエネルギーを生み出す場として活用している。二酸化炭素の排出量減少等環境に配慮した取組みであることから、全国的に注目を集め、大学や民間企業の研究機関からBDF成分分析の協力を受ける等、NPO法人内部で対応困難な専門的な人材のノウハウを活用することができた。</li> </ul>
<p>地域の理解醸成と参加の促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・町民からBDFプラント購入のための資金を募るため、BDF燃料でトラックを走らせる実演イベントを実施した。また、BDFの原料となる廃食油を町内の36集落から無償で回収して、これをBDFとして精製し、公益性が高い町内のスクールバス等公共交通機関を中心に販売することで、地域における取組みへの理解と事業への参加を促進することができた。</li> </ul>

## パターン 6

### 人材資源を活かした産業活性化（「地産地消型産業」）

このパターンでは、これまで地域外に依存していた事業等を地域自らの手で賄うことができないかというテーマに基づき、地域需要に対応した企業を設立する事例が見られた。以下は、その具体的事例と成功のポイントをとりまとめた。

#### 地域需要に対応した技術者の集積による起業化

##### 【概要】

地域では、地域の需要に応える多様な技術やアイデアを持った人材が存在するものと考えられる。地域の人材に着目することで、これまで地域外に依存してきた産業を、地域内で生み出すことが可能になるケースもあると考えられる。事例では地域の技術者を集積することで、新たな会社をつくり、地域需要に対応した事業を推進する取組みが見られた。

##### 【具体的事例】

---

長野県栄村 (有)環境さかえ (参照 P134)	村内の建設関連事業者が共同で新会社をつくり、技術者を集結することで、これまで村外に依存してきた浄化槽工事等を村内で賄う仕組みをつくるとともに、地域住民との信頼関係を構築し、屋根工事等住居関連の民需を誘発して波及効果をあげている。
--------------------------------	--

##### <成功のポイント>

地域特性に対応したサービスの提供	・会社のスタッフは、住宅・集落の立地条件や敷地勾配への配慮、積雪対策等、自然条件や生活環境を考慮した施工技術を習得しており、地域の実状に応じた低コスト施工を実現し、地域住民の信頼を得ることができた。
技術者の集積による起業化	・公共事業等が村外業者依存型の体質であることを課題と捉え、村の建設関連事業者 10 社が集まり、浄化槽等にかかわる施工技術等の研究を進めた。この活動の中で、村内にいる技術者を集結すれば、村内全ての住宅関連需要に対応できる会社を設立できることがわかり、地域の実状・環境を踏まえた地域貢献型企業を理念にかかげ、1 社一律 35 万円を共同出資することで有限会社を設立できた。

## パターン7

### 地域コミュニティを活かした産業活性化（「地産地消型産業」）

このパターンでは、地域通貨による起業化にテーマをおいた取組み、地域の高齢化を踏まえ福祉サービスにテーマをおいた取組み、及び地域に不可欠な商業機能にテーマをおいた取組みが見られた。以下はテーマごとに、具体的事例とその成功のポイントをとりまとめた。

#### 起業化の促進に向けた地域通貨の運用

##### 【概要】

地域コミュニティは、相互扶助や互酬等の活動等により豊かな地域生活を支える基盤であることに加え、多様な事業を生み出す地域の強みであると考えられるが、近年都市化の進展を受けて、その存在が薄れる傾向にあるものと思われる。こうした視点から、地域通貨を発行し、地域コミュニティを再生させることで、地域のサービス供給と需要を活性化させ、起業化に結びつけようとする事例が見られる。

##### 【具体的事例】

北海道栗山町 NPO法人 くりやまコミュニティネットワーク (参照 P136)	情報システムでの管理・運用のもと、会員制による地域通貨を発行している。地域通貨により、地域住民が持つ能力・ノウハウと需要を掘り起こし、相互扶助の精神に基づくコミュニティ活動を活性化させるとともに、コミュニティ活動を起業化に結びつける仕組みをつくりあげている。
--	---

##### <成功のポイント>

円滑かつ確実な 管理・運用	・サービスメニュー提供項目数は、生活・食事・福祉・学習・趣味・コンピュータ・その他の7分類で412項目にのぼり、登録時に各自が提供できるサービスを選択できる。サービスの依頼・提供等においては、大手企業から寄贈された地域通貨運用支援システムにより、円滑かつ確実な管理・運用を実現している。
------------------	---

新潟県村上市 NPO法人 都岐沙羅パートナーズセンター (参照 P138)	地域活動への支援組織として、情報の収集や受発信、人材の育成とネットワーク化、調査・研究、及び起業基金の運用等の業務を進めている。その中であって、地域通貨を発行し、人と人が知り合う機会を提供することで、地域コミュニティを活かした起業家の育成等の効果をあげている。
--	--

**<成功のポイント>**

通貨の目的の明確化	・地域通貨を、コミュニティ活動の活性化というよりむしろ、起業家育成に向けた補助ツールとして位置付けている。起業家が実施するイベント等での協働等に対して通貨を発行する等、テーマを絞り込んで展開することで、同じ目的を持った地域住民を結びつけ、起業家の顧客確保やパートナーの発掘等の効果をあげることができた。
-----------	---

**地域の高齢化に対応した福祉サービスの展開**

**【概要】**

地域の高齢化に伴い福祉需要が拡大しつつあるが、こうした需要に対して地域でサービスを賄おうとする取組みが全国で活発化している。特に過疎地域においては、高齢化率が高いことから地域でのサービス体制の整備が急務になっているが、限られた財源の中で、効率的かつ効果的な事業展開が求められている。こうした背景を受け、地域の実状に照らしたきめ細かい福祉サービスを実現している事例が見られる。

**【具体的事例】**

長野県栄村 栄村福祉協議会 (参照 P140)	地域住民が有資格者となり、5戸に1人のヘルパーを山里に点在する各集落に配置して、24時間ヘルパーがけたばきでも駆けつけ安否の確認と介護ができる集落別の体制を整備することで、低コストできめ細かいサービスを提供する福祉事業を展開している。
-------------------------------	---

**<成功のポイント>**

需要に対応する体制整備	・高齢化率41%の村にあって、第1号被保険者数1,096人(全世帯数の81%)に対し、要介護(要支援)認定者数は137人に達している。こうした状況を踏まえ、村の呼びかけにより多くの地域女性が賛同してヘルパー資格を取得し(114名)、短期間で福祉需要に対応する地域体制を整備できた。
-------------	--

## 地域需要に対応した山村コンビニの展開

### 【概要】

過疎化の進展に伴い、民間の商店は地域から撤退する傾向が見られるが、商店の撤退は地域住民の利便性を損ない、地域活力を急速に低下させる原因となる可能性が高いものと考えられる。こうした視点に立ち、地域自らの手で、地域に必要な商業機能を再生しようとする事例が見られる。

### 【具体的事例】

---

京都府美山町 (有) ネットワーク 平屋 (参照 P142)	J A の購買店舗の撤退に対し危機を感じ、この施設を有効活用して地域住民の手で店舗を再建した。日用雑貨に加え物産品や生鮮野菜を販売し、地域住民の生活拠点とするとともに、交流客も巻き込んだ事業を実現している。
---	---

#### <成功のポイント>

地域における 課題意識の共有化	・ ワークショップの実施等、住民参加型の地域づくりに長期間取り組んだことにより、地域における課題意識の共有化が進み、地域住民 87 名による出資会社の設立、地域住民による店舗運営という、住民参加型の事業を推進することができた。
--------------------	---

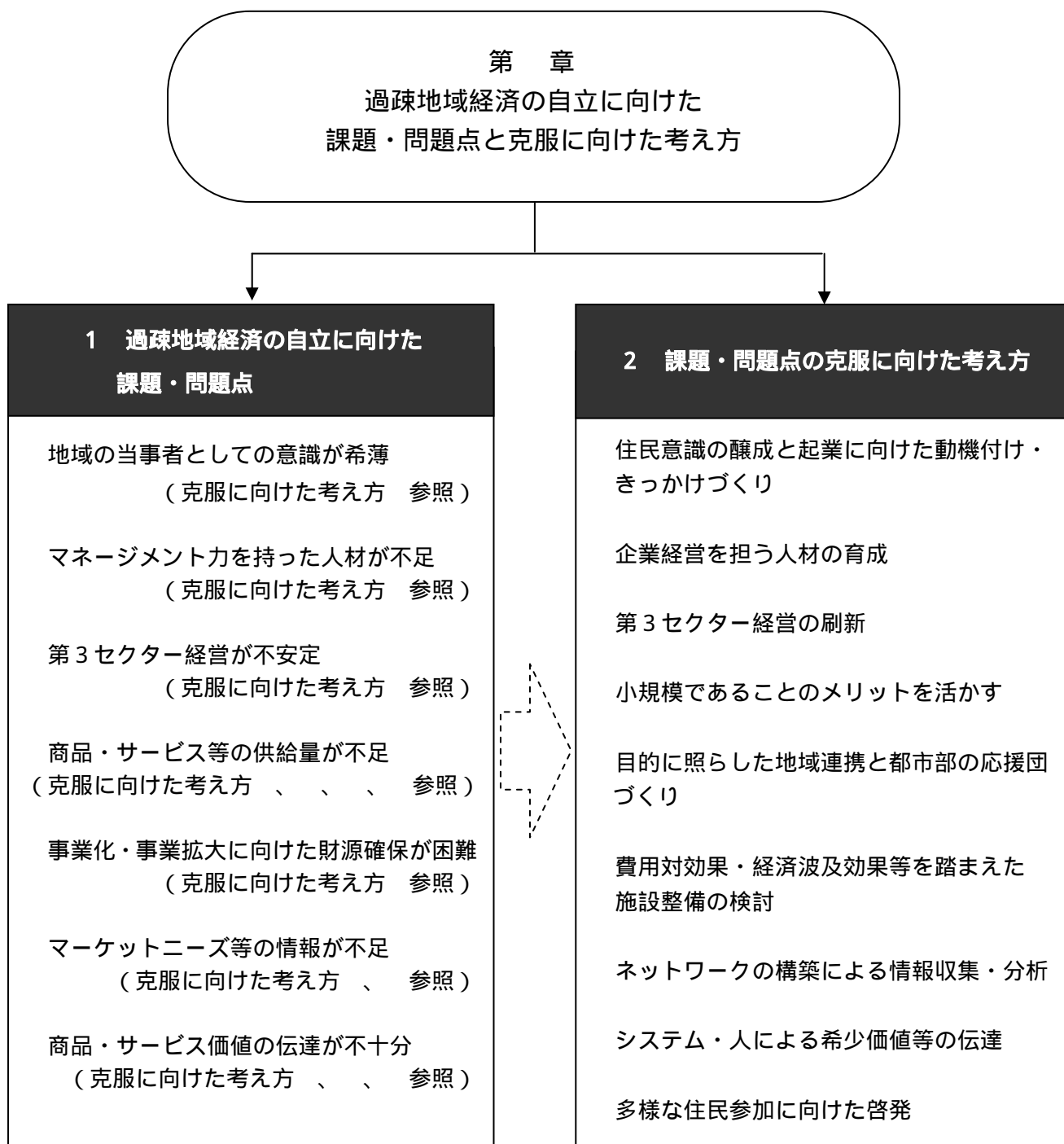


# 第 章

過疎地域経済の自立に向けた  
課題・問題点と克服に向けた考え方

## 第 章の体系

ここまで過疎地域経済の自立に向けて、第 章では定量目標の設定について、第 章では産業活性化の考え方について整理した。その上で第 章では、共通的に提起しておく必要があると考えられる課題・問題点と、克服に向けた考え方について整理する。



## 1 過疎地域経済の自立に向けた課題・問題点

前章までに整理した過疎地域経済の自立に向けた定量目標の設定、及び産業活性化の考え方を踏まえ、共通的に提起しておく必要があると考えられる課題・問題点につき、今回調査した事例や検討委員会において検討された内容を整理した。なお参照として、それぞれの課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つとして考えられるものを、あわせて整理する。

### 地域の当事者としての意識が希薄

【克服に向けた考え方 参照】

過疎地域は、厳しい環境変化を踏まえた今後の経済展望への認識や、それに対し自らの創意工夫により産業を興していこうとする当事者としての意識が希薄であることから、産業の活性化に向けた取組みが立ち遅れるケースもあると考えられる。

### マネージメント力を持った人材が不足

【克服に向けた考え方 参照】

地域によっては、経営・管理のノウハウや専門技術の習得に向け、先進地に人材を派遣し研修する等しているが、その他の地域では総じてマネージメント力を持った人材が不足する傾向にあると考えられる。地域では集落営農や特産品開発、イベント活動等、様々なコミュニティ活動が見られるが、ノウハウ等の不足によりビジネスとしての発展は困難な状況で、集落活動に留まってしまっているケースもあると考えられる。

具体的事例においても、今後の課題・問題点として以下のようなものがあげられている。

#### 地域全体のマネージメント再構築が可能な人材の確保

---

奈良県川上村 匠の聚 (財)グリーン パークかわかみ (参照 P116)	アーティストの招聘により交流事業(創作体験)を展開し、交流客を呼び込んでいたが、交流客は微増傾向で製品の販売や飲食等、地域への波及効果が少なく、行政からの補助を受けた運営から脱却できない状態にある。こうした背景から、今後の重点課題として地域全体のマネージメントの再構築が可能な人材の確保をあげている。
--	--

#### 新規事業を担う人材・ノウハウの不足

---

富山県入善町 (財)入善町農業 振興公社 (参照 P128)	学校給食への食材供給事業を皮切りに、地域直売やスーパーへの供給等、地産地消事業を拡大・強化する方針であるが、公社が設立して間もないということもあり、新規事業を担う人材やノウハウは不足する傾向にあるという。
---	--

## 個人的な研究・学習の限界

---

大分県安心院町 地域の若者がリーダーとなり、グリーンツーリズムに着手している  
松本集落 が、集落活動の延長という側面が強く、収益をあげる事業にはつな  
(参照 P110) がっていない。今後は法人組織への移行と、収益が確保できる事業  
への転換を図る計画であるが、地域における個人的な研究・学習に  
は限界があり、情報やノウハウは不足する傾向にあるという。

### 第3セクター経営が不安定

【克服に向けた考え方 参照】

過疎地域においては、産業振興における行政の果たす役割は特に大きく、民間には期待できない部分を第3セクターが担う必要性は高いと考えられる。現在全国の過疎地域で第3セクターが設立され、地域産業の牽引役を担っているが、赤字経営に陥っている例や事業効果が十分に発揮されていない例も見られる。

具体的事例においても、今後の課題・問題点として以下のようなものがあげられている。

## 組織の自立的運営

---

長野県栄村 村内8つの公共施設を一元的に管理・運営し、持続的な公益事業を  
(財)栄村 行い、都市部における人脈を作り利用者確保につなげてきたが、飲  
振興公社 食等の食材を地域から調達する割合を向上させることは、コスト高  
(参照 P106) を招く要因となっている。また、多くの施設が分散配置されている  
ことから管理運営効率が悪く、コストが高んでおり、今後の課題を、  
公益事業と収益事業の両立と財団の自立的運営と捉えている。

### 商品・サービス等の供給量が不足

【克服に向けた考え方 、 、 、 参照】

販路の拡大、商品・サービスの価値の向上等により一定の需要が発生しても、その需要に対して地域の生産力が追いつかない、受入体制が整えられない等、商品やサービス量の不足により、対応できないケースも見られる。

具体的事例においても、今後の課題・問題点として以下のようなものがあげられている。

#### 地域内原料出荷者の不足

---

徳島県上勝町 つまもの商品の販売により成功を収めている上勝町では、都市部から  
(株)いんどり からの引き合いは高いものの、原料の確保が課題になっている。広域  
(参照 P88) からの原料調達の見込みも存在するが、ただ広域で連携するだけでは無償でノウハウを外部に出すことになり、上勝ブランドが希薄になること等の理由から積極的には取組めていないという。

#### 事業化・事業拡大に向けた財源確保が困難

【克服に向けた考え方 参照】

過疎地域の自立に向けては、自らの創意工夫により事業化や事業拡大を図り、地域住民の所得向上や雇用の創出、若者定住等の経済効果を発揮することが望まれるが、特に施設等の整備を伴う事業化・事業拡大においては、それにかかわる費用の負担が大きく、その財源の確保が困難となるケースが見られる。

具体的事例においても、事業化・事業拡大に向けて直面している課題・問題点として以下のようなものがあげられている。

#### 事業拡大に向けた財源の確保

---

大分県安心院町 都市部豆腐店への原料供給のほか、転作大豆の製造直売等に取り組ん  
松本集落 であり、特に都市部豆腐店への原料供給においては一定の成果をあげ  
(参照 P110) ている。今後既存の取組みによるノウハウ等を活かし、新たにグリーンツーリズムの拠点として農家レストランを整備し、事業を拡大したいと考えているが、財源確保の目処が立っていない状況にあるという。

#### 事業拡大に向けた財源の確保

---

高知県梶原町 国・県の支援を受けながら、風力発電事業に着手しており、地域への  
(参照 P130) の電力供給を行っている。新たに発電施設を整備し、発電量を増やすことにより、地域住民の環境に対する意識向上に加え、新たな観光スポットとしての魅力も向上させたいと考えているが、台風被害による発電施設の修理費負担等が発生する中で、資金確保が課題となっている。

## マーケットニーズ等の情報が不足

【克服に向けた考え方、参照】

過疎地域では、都市部のマーケットニーズ等に関する情報の把握の仕方が分からなかったり、ニーズを把握せず地域だけの思い込みによって商品開発を進めたりすることにより、売上が拡大しないケースも見られる。販売・交流等の事業を行っていく上においては、マーケットニーズ等の情報を把握することなしに、地域の創意工夫に基づく有効なアイデアを出すことには限界があるが、地域ではこうした情報が不足する傾向にあると考えられる。

具体的事例においても、今後の課題・問題点として以下のようなものがあげられている。

### 販路開拓と消費者ニーズを捉えた商品開発

---

大分県安心院町 松本集落 (参照 P92)	都市部豆腐店との連携による原料供給・アンテナショップ事業のほか、転作大豆の製造直売事業に地域単独で取り組んでいるが、この事業においてはマーケティング情報等が不足し、販路開拓と消費者ニーズを捉えた商品開発ができておらず、売上が伸び悩む状況にあるという。
-----------------------------	---

### 付加価値を活かすネットワークづくり

---

高知県吾川村 JAトマト 生産組合 (参照 P100)	夏場の高糖度トマトという希少性を付加価値として、都市部での売上はギフト需要を中心に拡大傾向にあるが、ギフト以外の商材では価格面等において有利に販売できる販路は構築されておらず、都市部のマーケティング情報の把握と付加価値を活かしたネットワークづくりが課題となっているという。
--------------------------------------	--

### 販路開拓に向けた情報収集

---

富山県入善町 (財)入善町農業 振興公社 (参照 P128)	学校給食への食材供給事業を実施しているが、町内でのみの展開では需要に限界がある。現在も過剰野菜については地元スーパーでインショップにより販売しているが、形が悪い野菜は売れないのが実状である。都市部での新たな販路・安定供給先を確保したいと考えているが、その情報の把握が困難で、販路開拓の具体的展望は見えない状況にあるという。
---	---

### 商品・サービス価値の伝達が不十分

【克服に向けた考え方、参照】

商品力はあっても、消費者に対し商品やサービスの価値をうまく伝えることができず、売上拡大につながらないケースが見られる。

具体的事例においても、今後の課題・問題点として以下のようなものがあげられている。

#### 新たな価値の情報発信

---

富山県南砺市 (旧利賀村) (財)利賀 ふるさと財団 (参照 P118)	演劇を核に交流事業を展開してきたが、交流客数が減少傾向にあり、演劇に替わる新たな誘客の素材を創造する必要がある。今後は、都市部に認知された演劇・そば・雪といった地域資源と産業関係団体の連携を強化する方針であるが、従来のブランドイメージが低下する中で、新たな価値を都市部に情報発信していく効果的な手法を確立していくことを課題としてあげている。
--	--

## 2 課題・問題点の克服に向けた考え方

過疎地域経済の自立に向けた課題・問題点に対する克服に向けた考え方について、今回調査した事例や検討委員会において検討された内容をとりまとめた。ここで整理する考え方は、過疎地域における自立した産業づくりを行う上で参考としてもらい、内発型産業の確立による地域経済の自立に向け寄与することを期待する。なお参考として、「1」の課題・問題点の克服に向けた考え方の一つとして対応すると考えられるものについては、あわせて整理した。

### 住民意識の醸成と起業に向けた動機付け・きっかけづくり

自らの創意工夫により産業を興していこうという住民意識を醸成する仕組みづくりを行い、地域全体の自己啓発を図る必要があると考えられる。また、起業や地域活動の再生・活性化に向けては、地域が動き出す動機付けやきっかけが重要な役割を担うものと考えられる。【1 - の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

ここでは一つの動機付けやきっかけを通して、地域の住民意識に何らかの変革が起こった具体的事例を紹介する。

#### 危機的状況による住民意識の変革と著名な地域出身者との出会い

---

山形県小国町 五穀の会 (参照 P120)	近年まで県下の所得水準にあった小国町であるが、町内の中核企業の製造拠点が海外に移転することが懸念される中で、その危機感から住民意識が変革し、雑穀の首都圏での直販事業等民間主導の産業づくりへの取組みが開始された。また、地域出身の著名な料理研究家との出会いがきっかけとなり、首都圏でのフォーラムへの参加や町内での共同イベントの開催等を通し、地域の有志が中心となった取組みが始まった。
-----------------------------	---

#### ふるさと創生事業をきっかけとした住民意識の醸成

---

京都府美山町 (有)ネットワーク平屋 (参照 P142)	ふるさと創生事業により旧村単位で「村おこし推進委員会」が設置され、地域住民による地域の活性化方策につき検討・研究を重ねる中で、住民意識が醸成され、住民の共同出資による山村コンビニが運営されるに至った。
------------------------------------	--



## 中山間地域等直接支払制度をきっかけとした事業の発展

---

大分県安心院町 おいしい米どころとして知られていた松本集落は、水田転作目標は  
松本集落 常に未達であったが、中山間地域等直接支払制度の導入をきっかけ  
(参照 P92) に、集落営農組織を設立し大豆の集団転作を実施したことにより、  
集落が一つにまとまり、都市部への大豆供給事業等に着手するに至  
った。

### 企業経営を担う人材の育成

地域活動におけるマネジャーや、専門技術を持った人材をいかに育成していくかということが、地域内発型の産業づくりには重要であると考えられる。そのためには、国・県等との連携によるマネジメントに関する資格認証制度のような仕組みづくりや、専門分野ごとに育成したい人材を先進地で受け入れる仕組みづくり等が有効であると考えられる。【1- の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

ここでは地域の人材が、地域の産業発展に寄与している具体的事例を紹介する。

### 地域・事業全体のマネジメントを担う人材

---

徳島県上勝町 いろいろ商品の販売により成功を収めている上勝町では、元JA上  
(株)いろいろ 勝の営農指導員を(株)いろいろのトップに据え、指揮命令系統を  
(参照 P88) 明確にして、事業全体のマネジメントを手がけている。同氏の事  
業化に向けた卓越した視点や、地域全体を管理する個人能力が事業  
の成功に大きく寄与している。

### 先進地での研修による人材の育成

---

熊本県山都町 山都町(旧清和村)では、地域特産の「栗」を活かした菓子の特産  
(旧清和村) 品化に成功している。人材の育成にあたっては、緊急雇用対策事業  
(財)文楽の里 の制度利用により雇用し、先進地で菓子の技術研修を1年間受けさ  
協会 せた。2年目から左記の財団法人で勤務し、地域の目玉としての栗  
(参照 P114) 菓子(特産品)の生産・技術を担う人材となっている。

### 第3セクター経営の刷新

第3セクターの経営においては、まずそれぞれの第3セクターが民間発想に基づく経営努力を行っていく必要があると考えられる。また、説明責任を果たすという意味で広く地域に情報を公開する仕組みをつくることも重要であると考えられる。その他、複数の第3セクターを持ち株制にして管理・統括する仕組みや、住民がより積極的に参画した組織形態での取組み等の方策も考えられる。【1 - の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

### 小規模であることのメリットを活かす

過疎地域において地域内発型の産業づくりを進めるにあたっては、大量生産や大規模な取組み等、都市部の真似をするのではなく、小さく行うことで経済的な価値を見出したり、小規模な事業の積み重ねにより、地域に根付いた産業づくりを目指したりすることで、小規模であることをメリットとして活かす必要があると考えられる。【1 - 、 の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

### 目的に照らした地域連携と都市部の応援団づくり

過疎地域の小さな市町村は連携することにより、大きな力となる可能性を秘めていると考えられるが、どこでも広域に連携すればよいということではなく、同じ目的意識を持った地域連携による情報交換や、連携促進に結びつくような仕組みづくりを検討する必要があると考えられる。また、都市側の応援団（ファン等）を作り、過疎地域の産業に適した市場を広げることも地域内発型の産業づくりに向けては効果的であると考えられる。【1 - 、 の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

ここでは同じ目的で意思が統一された広域連携や、都市部住民との連携により交流事業に取り組む具体的事例を紹介する。

#### 広域連携による受入能力と魅力の向上

---

長野県飯田・ 下伊那地域 (株)南信州 観光公社 (参照 P112)	飯田・下伊那地域では、南信州観光公社を推進主体としてグリーンツーリズムに取り組んでいるが、広域 18 市町村で取り組むことにより、利用者に対して多様な観光ルートや体験プログラムが提供でき、地域としての受入能力と体験学習の魅力を高めている。
--	---

### ターゲットを絞ったファン層の確保

---

山梨県小菅村 (財)源流研究所 (参照 P104)	都市部(多摩川流域)市町の住民、学校等を対象に源流体験教室や水辺の学校教室等の体験交流事業を展開している。流域都市住民に絞ったPR等の実施、交流イベントの開催等により、上流と下流の絆をつくり、継続的に訪れる小菅ファンを確保している。
---------------------------------	--

### 持続的な交流イベントによるファンの拡大

---

長野県栄村 (財)栄村振興 公社 (参照 P106)	持続的かつ多様な交流事業により、首都圏に「栄村を愛する会」が設立され、固定客をつかむ一方、「栄村を愛する会」を通して企業や老人会等の利用者の組織化が進んだ。比較的厳しい経済環境の下で、都市部のファン層を確保したことにより、安定した交流客を確保している。
-------------------------------------	--

その他、今回ヒアリング調査を実施したスロータウン連盟やNPO法人日本トレッキング協会、日本雑穀協会等は、共通の目的を持った地域の全国組織であり、都市住民を対象とした様々なイベントや交流事業等に連携して取り組むことで、それぞれの地域に一定の効果をもたらしている。

### 費用対効果・経済波及効果等を踏まえた施設整備の検討

地域内発型の産業づくりを進めるにあたっては、公共事業等への依存を極力少なくしていくことが望まれるが、公共施設等の整備により、地域住民の所得向上と雇用の創出、若者定住の経済効果が発揮される等、有効な活性化手段として用いられているケースも見られる。こうした施設整備等にあたっては、既存施設の有効活用方策等を十分に研究・検討することを前提に、費用対効果や経済波及効果を踏まえ、国・県等の支援策の有効活用策について検討する必要があると同時に、国・県としても支援のあり方を検討する必要があると考えられる。【1 - の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

### ネットワークの構築による情報収集・分析

地域内発型の産業づくりに必要となる情報の収集においては、地域の積極的な収集に加え、都市部店舗・住民との連携や人脈づくり等のネットワーク構築によりマーケットニーズ等の情報収集・分析を行い、その情報を地域に提供し活かす仕組みづくりを行うことが効果的であると考えられる。【1 - 、 の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

ここではマーケットニーズの把握により、安定した事業展開を行っている具体的事例を紹介する。

#### 取引先との連携によるマーケットニーズの分析

---

徳島県上勝町 (株)いんどり (参照 P88)	つまもの商品の販売により成功を収めている上勝町では、全国 36 市場の相対取引先からダイレクトに収集したニーズ情報と販売実績をもとに、マーケットニーズを分析し販売予測を行い、これを無線等により生産者にリアルタイムで伝えることで安定した事業展開を実現している。
-------------------------------	---

#### システム・人による希少価値等の伝達

地域における商品・サービスの価値を伝えていく手法としては、トレーサビリティ等システムの伝える方法と、人と人をつなぎ伝えていく方法があると考えられ、少量しか供給量が確保できない等の課題を逆に活かし、経済的な希少価値を武器に替え伝えていくことも効果的であると考えられる。【1 - 、 の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

ここではシステムや人と人とのつながりから、商品価値の伝達に成功した具体的事例を紹介する。

#### システムによる商品価値の伝達

---

熊本県山都町 (旧清和村) (参照 P94)	有機農業条例を制定し、畜産廃棄物の堆肥化と土づくりへの活用により農産物の付加価値化の循環サイクルを進めている。村が独自に農薬等の使用基準を定め、特別栽培認証作物として無償で認証シールを発行するシステムにより、商品価値の伝達に努めて商品価格を引き上げることに成功している。
------------------------------	---

#### 人対人による商品価値の伝達

---

山形県小国町 五穀の会 (参照 P120)	地域出身の料理研究家との出会いに端を発し、地域で生産した高品質な雑穀の生産拡大と首都圏での販売に取り組んでいる。その料理研究家が都内に在住しレストラン経営を行っている利点を活かした食の研究やイベントの実施により、商品価値を広く伝達することができ、小国町の雑穀 = 料理研究家ブランドとして販路開拓を進めることができた。
-----------------------------	---

### 多様な住民参加に向けた啓発

過疎地域では、過疎化・高齢化が進む中であって、労働力の減少が課題となっているが、農林業との兼業等多様で柔軟な就業構造を持つほか、地域の高齢者や女性等の社会参加が進んでいるものと考えられる。そこで、過疎地域においては、柔軟な就業形態を踏まえ副業として成立する事業や、地域女性や高齢者を労働力として捉えた事業を検討し、多様な住民に参画意識を啓発するとともに、実際に参加できる産業づくりを目指す必要があると考えられる。【 1 - の課題・問題点に対応する克服に向けた考え方の一つになるものと考えられる】

### 地域住民の出資による運営会社の設立

---

京都府美山町 (有) ネットワー ク平屋 (参照 P142)	撤退した J A の元支店を店舗として再建し、日用雑貨に加え物産品や生鮮野菜等の販売を行っている。店舗再建に際し、地域においてワークショップ等の住民参加型の検討を長期にわたって実施したことにより、課題意識の共有化ができ、結果的に地域住民 87 名の出資による運営会社の設立に至った。
---	---

# 資料編

## プレ調査結果

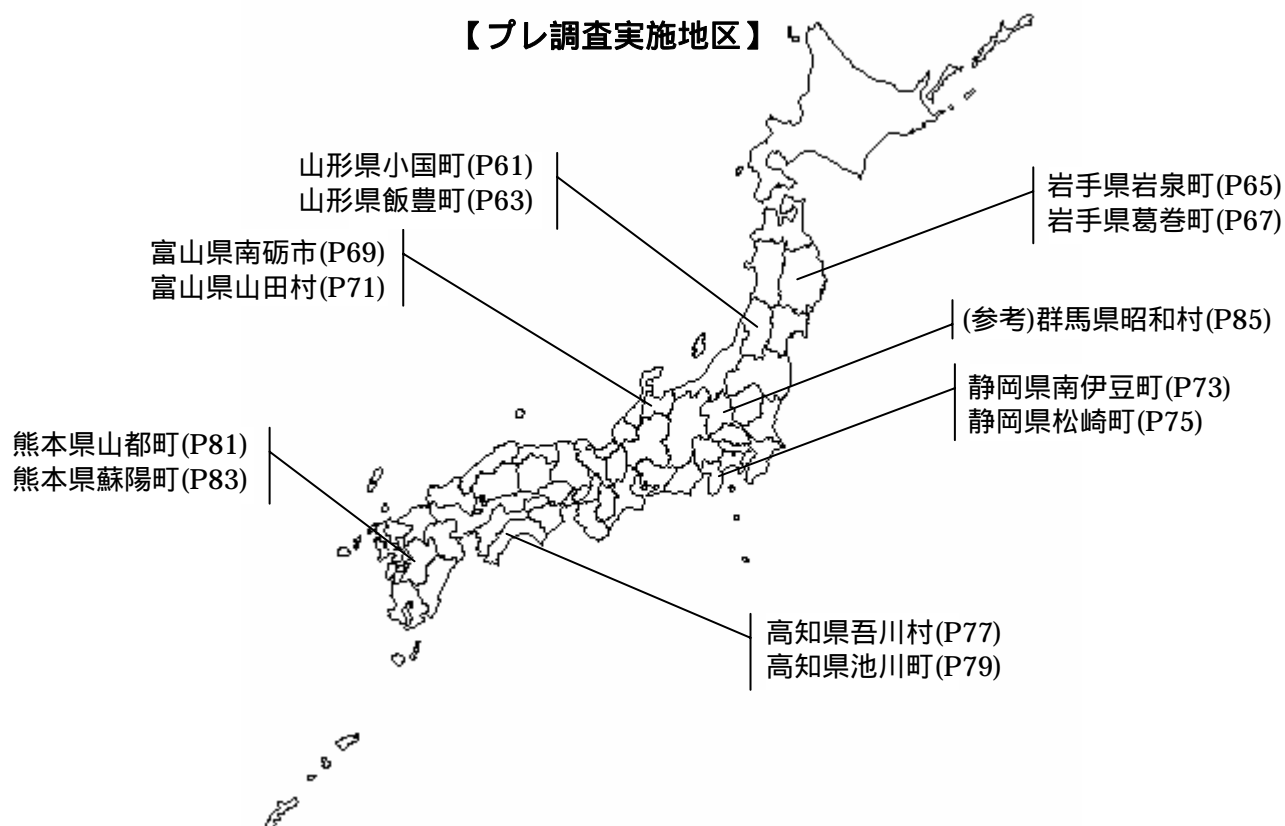
調査目的：過疎地域における、地域産業の現状や課題、産業振興の考え方、及び産業振興に向けた優位性や資源を把握し、本調査の目的や設計、及びポイントを絞り込むために実施した。

調査方法：過疎市町村に調査専門員が直接赴き、過疎市町村の町村長及び産業政策担当者等への直接面談方式によるヒアリング調査を実施する一方、現地視察等を通して地域の実態把握を行った。

調査項目： 地域産業の現状と課題  
産業振興の考え方  
産業振興に向けた優位性と資源

調査期間：平成 16 年 10 月

調査対象市町村：以下の通り



## 山形県小国町

---

### 地域産業の現状と課題

- ・昭和 30 年代は、交通・通信網の整備が進み、高度経済成長にも乗って町の人口は 18,000 人とピークに達したが、現在の人口は約 10,000 人まで減少している。
- ・昭和 40 年代は、町民の生活・福祉レベルの向上をテーマに、小国町独自の生活圈整備構想を掲げた。町の中心街に生活関連の必要機能を集積する一方、3 つのブロックにそれぞれ核集落を設けて、学校や公的機関等を配置するとともに、町外へ連結する道路網を整備する等定住基盤を整備した。その他の集落は衛星集落として位置づけ、定住が困難な集落については集落再編を進めた。
- ・生活環境がよくなっても人口の流出は続き、雇用の場の確保が必要であることに改めて気づき、昭和 50 年代からは産業圏整備構想を打ち立てた。農工一体の町として、多様な産業振興策を打つ一方、交流基盤となる拠点施設整備を進め、その結果交流人口が急速に増加した（現在年間 40 万人）。
- ・かつては県内でもトップレベルの所得水準を維持して来たが、平成 12 年度以降工業の衰退により所得水準が低下する中で、雇用の場の確保が重点課題となっている。これまで地域経済は、セラミックス関連の 2 大企業に依存してきたが、経済情勢の変動により、雇用吸収力が急速に低下していることに加え、海外等への事業所移転問題も浮上している。危機意識の不足から、町の産業づくり・雇用対策は大きく立ち遅れているのが実状である。

### 産業振興の考え方

- ・新たな企業誘致は考えていないし、また考えるべきでもない。但し、豊富な水資源等地域資源の有効活用や自然との調和等を前提とする企業であれば、今後も積極的に迎えるべきであると考えている。また、現在 2 大企業が調査・研究を進めているリサイクルやバイオマス等環境に適合した事業が、町の雇用につながるのであれば最良である。
- ・交流施設等については第 3 セクター運営を行ってきたが、多額の累積赤字が高み、この度経営の合理化・効率化を目指し整理統合した。必要な交流分野に関しては、行政は今後も引き続き介入する方針であるが、行政主導となって甘えの構造を作ってしまった反省は今後十分活かして行きたい。第 3 セクターは行政のパートナーであるが、民間が主体にならないと赤字運営に陥る。経営を支えるのは人であるという観点から、この度民間のトップ人材を招聘して経営に当たらせており、何とか赤字を出さない経営を実現している。現在は交流と地域資源を活用した産業興しを基本とした、白い森構想を進めている。
- ・コミュニティビジネスは、あくまで集落単位での取組みとなり、事業の広がりには期待できない。一方、集落再編の中で、教育・福祉の再編や、遊休施設（廃校等）の有効活用



を含めた事業化も検討する必要がある、行政としては創業に向けたプログラムを集落の住民等に提示していく必要があると考える。これまで行政は、資金・ノウハウ・情報を積極的に民間に提示し、産業振興の道を模索してきたが、地域住民が自ら地域課題を見出し、やる気を出してもらわないと、結局行政への責任転嫁に終わってしまい何も残らない。今後の支援策の手法、タイミング等の見極めは難しい。

- ・産業づくり・定住促進に向けて必要な基盤整備は、第 1 に交通アクセス、次に情報だと考える。携帯電話も通じない地域は活性化しないので、町としても情報化に力を入れて行く方針である。また、地上デジタルについても対応していかなければならないと考えている。

### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・大手企業への依存があまりに強く、そして高い所得水準を維持してきたことから、これまでは町に存在する豊富な地域資源に目がいかなかった。小国町は 737ha という県下最大の町土を持ち、その 94% が森林である。また豪雪地帯の分水嶺の町であり、そこには山の幸、川の幸が豊富に存在することから、これを産業づくりに活かすことが基本であると考えている。先進地視察で、ゆず事業で有名な高知県馬路村の現状を見て回ったが、小国の方が地域資源の面では、はるかに優れており、潜在性は高いと思った。豊かな自然資源が広がっているが、これまでほとんど活用されていない。
- ・高品質の天然の山菜・きのこ・いわな等の山の幸に恵まれていることから、こうした資源に着眼し、都市部への販売や特産品開発等の食にかかわる産業づくりを検討中である。また、森林は広葉樹が多く、戦後植栽した樹齢 70 年になる杉林も広がっていることから、建設や生活資材としての活用や、特産品化等の事業展開が必要だと考えている。
- ・基盤整備率が高いことも着目すべき点であり、農地の集積・作業の集団化が進めば、農業分野にも活路が見出せる。また、高冷地であることの気候を活かした施設園芸分野も可能性があると考えられるが、挑戦しようとする人材がいなのが実状である。
- ・山間部に散在する集落では、強固なコミュニティが形成されており、自治会が主体となって自然発生するわらびを活用した観光農園事業に取り組んでいる。わらびの観光農園は、現在町内で 13 集落まで拡大し利用者も年々増加傾向にあり、それぞれの自治会の貴重な収入源となっている。各自治会が野焼き・施肥等の作業を共同で行い、利用者の確保に向けた販売促進や利用料の徴収等を行っている。1 人当たり 2,000 円でとり放題という観光園であり、町内のわらび園全体で年間利用者は 1 万人を超えている。こうした背景を踏まえ、町としては、地域コミュニティを核とした取組みに着眼しており、そこに住む住民が主体性を持って事業化に取り組むことで、各集落が生き残りをかける必要があると考えている。

## 山形県 飯豊町

### 地域産業の現状と課題

- ・昭和 55 年に白川ダムの整備が終わり人口の減少が見られたが、その後は 1 万人規模で、人口の推移はほぼ横ばい状態にある。1 次産業の就業比率は約 20%、2 次産業・3 次産業がそれぞれ約 40%という構成である。
- ・1 次産業は、農家規模拡大と時代の趨勢により就業者数は減少傾向であるが、豊かな農地（水稲）を基盤に、一貫して農業を基幹産業に据え、産業振興を図ってきた。県内でもいち早く 3 反ほ場を整備し、基盤整備率はほぼ 100%である。集落営農（機械の共同利用）を基本にしつつ、生産法人、特定農業法人への農地集約を図り、経営規模の拡大と経営の合理化につとめてきた。また、施設園芸（花卉、トマト等）が盛んであり、毎年 20 名程度の新規就農を実現している。課題は、農業の担い手不足が進展する中での更なる新規就農者の確保と、農業を基盤とした交流・観光等への多面的展開である。
- ・2 次産業では、町が昭和 40 年代に工業団地を整備し、13 の企業の誘致に成功し約 600 名の雇用を創出している。また、近隣の米沢市等の工業団地への就労により、就業者数はほぼ横ばい状態である。景気の波の中で、紆余曲折はあったが、町内における工業団地の 13 の企業は比較的経営が安定している。
- ・3 次産業については、町の商店街等は衰退傾向にあるが、平成 5 年に白川荘の運営を行う第 3 セクターを立ち上げたことを皮切りに、現在 7 つの第 3 セクターがあり、いずれも好調で、町の雇用に大きく貢献している。
- ・公共事業の縮小により、建設業も厳しい状況にあると考えられるが、米沢市をはじめとした広域圏でも仕事があり、大きな問題とはなっていない。建設業に携わる多くの町民が兼業農家であり、帰農が可能といった柔軟な就業構造にある。
- ・構造改革特区を活用し、本町でもどぶろく特区、企業の農業への参入特区を設置している。新規企業を参入させて地域農業を振興させるというのではなく、地域農家による企業化を促進することを狙いとしている。

### 産業振興の考え方

- ・第 3 セクターについては批判も多いが、飯豊町としては、町が積極的に事業を創造していかうと言う姿勢である。都市部では民活の力で産業は興せるだろうが、過疎地にあっては行政の介在なくして産業は育たないし、最初から民間で起業化することはありえない。産業振興に向けたきっかけづくり、仕組みは町の使命であり、今後もこうした方針は変わらない。第 3 セクター運営により、民間に力をつけさせ、やがては公から民へ経営を移譲していきたいと考えている。また、民間のみの事業では、収益が重視され、地域雇用の拡大や、関連産業への転換、地域経済への波及といった間接効果が期待できない。こうした視点からも、過疎地域にあっては第 3 セクターの役割は極めて大きいと考

えている。

- ・日本列島改造論の時代も、バブル期においても、いくつか話はあったが、町土の売却等には手を出さなかった。大手の資本を入れて産業を興すというのではなく、美しい農地を守りつつ、自らの手で産業を創造するという考え方である。現在も企業誘致に関しては考えていない。
- ・福祉事業については、特別養護老人ホームはあったものの、全体的に立ち遅れていた。この度福祉センターを整備して社会福祉法人が運営することにより、30~40名の雇用の創出を検討している。NPO方式や、JAによる運営も検討したがいずれも困難で、町が積極的に運営に携わって行く方針とした。

### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・豊かで美しい農地が最大の資源であり、産業の基盤となっている。平成5年に美しい日本の村コンテストで最優秀賞を受賞し、町民意識が変わった。一貫して農業でがんばってきた結果、環境と経済がかみあった町づくりができたと思う。今後も農業を基盤に、交流・観光等への多面的な展開を図って行くことが基本方針である。
- ・民間の農業法人の存在も大きく、若手の就農が進み、活力ある農業を実践できている。平成9年より地域の農業法人を中心に、UIJターン者を対象に、新規就農の研修・受入れを進めている。首都圏で広く公募し、毎年20名程度の受入れ実績を持つ。町としては各種の定住にかかわる優遇制度で住宅等を整備する一方、保育園保育の時間延長や身障者の教育体制等を整え、就農者の要望に応え、安心して定住できる環境を整備して来た。国民のライフスタイルに対する意識が変わってきて、地域でのコミュニティを求め、田舎でのスローライフを求める人が多くなっている。こうした意識変化が首都圏からの定住者・新規就農者の拡大に向けた追い風となっている。
- ・住民参加が進んでいることが優位性の一つとしてあげられる。昭和40年代から、全国に先駆け住民参加のまちづくりを進め、住民が積極的に事業に参加していこうとする姿勢ができたものと思われる。平成5年から7つの第3セクター（物産館運営、温泉宿泊施設運営、農業生産施設運営等）を立ち上げたが、いずれも住民が積極的に参加・協力しており、成功に結びついている。
- ・町民意識の変化も産業振興に寄与している。20~30年前は、親が子どもに、ここで暮らしても仕方ないから外に出て行けと言っていた。しかしながら、基盤整備の進展により都市との格差が縮まったこともあり、現在は町民意識が大きく変わり、逆にここに残って跡を継げと、親が子どもに堂々と言える地域に変わった。
- ・交通アクセスも格段に良くなり、地域産業を考える上で大きな優位性となっている。また、米沢市等の中核都市に近く、通勤圏に位置することも有利な点であると思う。

## 岩手県 岩泉町

---

### 地域産業の現状と課題

- ・これまで企業誘致を積極的に進め、200名程度の雇用を創出しており、比較的安定した雇用先となっている。
- ・一方、4つの第3セクターでも170～180名程度の雇用を生み出している（岩泉町農業振興公社3名、岩泉産業開発70名、岩泉きのこ産業50名、岩泉町総合観光50名）。また、5つ目の第3セクターとしてミルクプラントを運営する会社を設立し、本組織でも雇用の場を確保していく方針である。JA、民間企業、畜産農家等町民出資により設立予定で、ミルクプラントを本年度整備し、次年度以降本格稼働する方針であり、雇用は20名程度を計画している。
- ・最も頭を痛めているのは農業の問題である。かつては乳業会社の工場があり酪農が盛んで、最盛期には1,000戸以上の酪農家が存在した。乳業会社と農家が直接取引し安定的に経営を続けてきたが、JAが出荷を取り仕切るようになり乳業会社の工場も撤退したことに加え、生産者も高齢化し停滞傾向にある。野菜は過去に普及センターの指導でアスパラ団地を形成したが、3年目の本格的な収穫期に病気で全滅した経緯がある。
- ・また、公共事業の縮小等の要因により、建設業は停滞しており、建設業従事者に対しては、新たな雇用の場を確保することが課題となっている。

### 産業振興の考え方

- ・きのこは、農業振興公社の職員が研修等により身につけた技術を農家に還元し、販売まで含めて第3セクターが担う方向である。中でも椎茸は、年間1,300トンの生産量を誇っており、今後は日本一の産地を目指している。
- ・農業振興公社を農業の研究機関と位置づけ、堆肥センターと土壌分析センターを運営する等により、高度な土づくり技術を町農家に還元し、付加価値の高い葉野菜の生産を推奨している。現在認定農家47戸のうち、10戸にハウスを導入し育成途上にある。
- ・町の建設業者には、農業や町の第3セクター関連の仕事等に取り組むことを呼びかけている。第3セクターでは水の販売事業を行っており、そのペットボトルを作る工場等には取組めるのではないかと考えている。また、椎茸は、人工ホダギを作ることが良質栽培の鍵となるが、町の岩泉きのこ産業では人工ホダギの技術・工場を持っており、夫婦で2棟程度の規模であれば十分に生活が可能である。こうした技術を活用し、建設業者が椎茸生産に取り組むことで、建設業と椎茸生産の両輪で雇用を守っていけないかと考えている。
- ・雇用政策、産業政策にとって第3セクターの存在は非常に重要である。第3セクターは町の環境、人、素材といった資源を組み立て、時代が求める産業を興す存在だと捉えている。反面第3セクターのみで雇用を守ることは不可能であり、第3セクターのノウハ

ウを活かした町民が、農業等の個人事業で生活をしていける方向を目指している。町としては、第 3 セクターの事業が軌道に乗り、出資金を利益配当等で回収すれば第 3 セクターの経営からは手を引きたいと考えている。岩泉きのこ産業では既に出資金の 4 割を回収しており、回収し終われば株式は町民に開放していきたいと考えている。

- ・畜産については、新たに作った第 3 セクターが岩泉ブランドの牛乳や乳加工品の製造・販売に取組むことにより、農家に付加価値を還元し、付加価値の高い酪農経営を進めていきたい。農家にも出資し、事業に参画してもらっている。
- ・今検討しているのは I C 関連の企業設立である。ある会社から、5 人の高学歴者を確保しその会社で研修を受けさせれば、岩泉に工場を建設でき、150 名程度の雇用を創出できるといわれている。ただしこの 5 人を地元で確保することができない。
- ・企業誘致や農家の UIJ ターン者確保に問題になるのは住宅である。これまでは比較的独身者が多かったので空いている教員住宅等で対応してきたが、今後は UIJ ターン者が生活するための住宅整備にも力を入れていく方針である。
- ・今年より、町の社会教育指導事業を町直営から外部委託することとし、この受注組織として NPO 法人を組織化し 11 名の職員体制で稼動中である。今後も、水道事業を外部の株式会社に委託する等、町営事業の外部発注により雇用の場の確保と役場職員の削減を推進していく方針である。

### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・豊かな自然環境に恵まれていることに着目し、海、山、川といった資源を活用したエコミュージアム構想を打ち出しており、山の恵みを活用した森林セラピー・木炭風呂の展開や、海の恵みや川の恵みを活用した交流ゾーンの整備等により、年金生活者が長期滞在できるような交流事業で産業の活性化を図りたいと考えている。ただし、今の段階ではグリーンツーリズムの具体的な展開と収入確保に関するノウハウが確立されていない。当面はノウハウを確立するために職員を先進地に研修に行かせ、町のノウハウとして吸収していく方針である。この推進体制としては行政を核とした協議会組織を考えている。
- ・また、地域の資源として硬質サガンという石に着目している。非常に硬質で水が浸透する石であり、高速道路等の路盤材として活用できる。現在岩泉の港は 2 千トン級の船しかつけないが、将来的には 5 千トン級の船がつける港への改良を予定しているため、これを機に、販売を伸ばせないものかと考えている。現在町主導で、マーケティング調査に取組む一方、船会社やメーカー等とのネットワークを作っている。こうした取組みを民間に開放し、民間の硬質サガン事業を促進したい。
- ・地域資源を活用した産業づくりに向けて、役場の中に、第 3 セクターの社長を巻き込んだ営業本部という組織を立ち上げ、私自身が営業本部長となり、トップセールスに取組んでいる。水も、肉も、牛乳も販売し、企業誘致も交流客誘致にも取組んでいきたい。

## 岩手県 葛巻町

### 地域産業の現状と課題

- ・町の基幹産業は、酪農を中心とした畜産業であり、日本一の公共牧場である社団法人葛巻町畜産開発公社により、放牧のほか、牛乳及び乳加工品の販売事業、レストラン・宿泊施設の経営に加え、新規就農者の研修・受入れ事業も行っている。担い手の数は減少傾向にあるが、こうした第 3 セクターと酪農家の連携により、毎年酪農家の搾乳量が増加傾向にある。他の自治体に比べると、比較的若手の後継者が育成されつつある。
- ・林業は、国補助を受けた除間伐のほか、民間の集成材工場、チップ工場、木質ペレット燃料工場の生産額等により、15 億円程度の生産額と 120 名程度の雇用を創出している。
- ・こうした産業振興の取組みにより、観光客数も増加傾向にあり、農林業、環境産業、観光業は好調であるが、工業、商業、建設業については落ち込みが激しい。
- ・工業については縫製工場、電気設備工場等があるが工場の海外移転等により雇用の場が減少傾向にある。商業は、町外への購買力の流出が著しく、地域内での購買比率は 50% を切っている状況である。
- ・建設業は公共事業頼みであり、公共事業の削減に伴い事業量は減少しているが、企業数は減っておらず各企業の経営は厳しい。国も県も町も財政難であり、毎年、事業は減少傾向である中、企業数は減っておらず、事業量より企業数が多いのが現状である。今後、建設業は自然淘汰されていくことが予想される。
- ・畜産開発公社をはじめ、3 つの第 3 セクターにより町の活性化を目指している。事業組織としては、葛巻高原食品加工株式会社（ワイン醸造・販売、焼肉ハウス経営）、株式会社グリーンテージくずまき（ホテル経営 - 隣接体育施設と連携し合宿も受入れ）、エコワールドくずまき風力発電株式会社（東北電力に売電）の 4 つの第 3 セクターで売上 17 億 9 千万円、約 6 千 3 百万円の黒字を見込んでいる。職員数は合計 154 名、内 70 名が UIJ ターンの青年である。

### 産業振興の考え方

- ・葛巻町の建設業従事者の多くが兼業農業である。こうした中、建設業者には伸びつつある畜産業との連携により、雇用を確保していく方向を指導している。例えば堆肥の運搬等を行うことで、雇用を確保してもらえればと考えている。
- ・第 3 セクターは確かに雇用の大きな受け皿となっているが、先人たちは、雇用を目的に第 3 セクターを立ち上げたのではないと思う。目の前の課題に対処するために第 3 セクターが必要であり、事業を拡大する中で、雇用も拡大してきた。私自身、社団法人葛巻町畜産開発公社に 20 年以上も役場から派遣され、必死に事業を拡大してきた、事業の拡大に併せて雇用も拡大してきたというのが実状だ。第 3 セクターは町の産業の牽引役であり、町民、町産業と連携を図る組織だと考えている。

- ・近年成長しているものとして、道の駅とJRの遊休施設を活用したレストランがある。道の駅は、国土交通省と町が整備した施設を、農家等が出資した株式会社で運営しており順調だ。町は一切出資をしていない。レストランについては、遊休化したJRハウスを使った事業である。事業に取組みたい町民がいたが、JRが示す家賃との折り合いが付かない状況にあった。こうした状況を見て、JRに3年越しで掛け合い、家賃を無料にしてもらい、飲食事業がスタートした。JR側としても、3年も遊休にした状況で施設の維持管理に困っていたのだと思うが、意欲的な町民の活力を側面的に支えて、産業の振興と雇用の場の確保を図ることは大切なことだ。
- ・とっぴな新産業の創出のようなことは考えていないが、福祉と雇用のつながりには期待をしている。2年前民間の特別養護老人ホームが開設した。これにより50名の雇用が新たに生まれた。今の介護保険制度は在宅介護中心だが、福祉には施設が必要だと思う。今後、施設サービスを充実する中で、雇用の場として活かさないものかと考えている。
- ・葛巻町の産業振興の方向ははっきりとしている。食糧危機、環境問題等、地球規模の課題に貢献する産業を行うことが町産業振興の方向性である。肉とワインとクリーンエネルギーで更なる発展を目指す。また、こうした産業振興の取組みにより、人を集めて交流人口も増やしていく方針である。

#### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・今まで、5年かけて交流人口を20万人から50万人まで増加させてきており、交流客の存在は大きな資源と捉えている。こうした取組みは、農業をはじめ全ての産業分野につながっており、交流を核とした産業活性化の基盤は既に整っている。
- ・産業振興施策に積極的に取組めるのは、先人たちのたゆまない努力が資源として存在し、こうした資源を継承しているからである。もともと、葛巻高原牧場の土地は、戦後国の軍関係の施設が不要となったときに、町民がまとまって買い取ったものである。戦後土地を払い下げてもらうことに町民が手をあげなければ、今の日本一の公共牧場は存在しない。また、今ではこの牧場を風力発電の立地としても活用しているが、当時はクリーンエネルギー等、想像もできなかったことだ。先見の明があったのではなく、目の前の課題にきちんと先人たちが対処してきた結果を引き継ぐことが、本町の優位性を高めることにつながると考える。

## 富山県 南砺市（旧利賀村）

---

### 地域産業の現状と課題

- ・平成 16 年 11 月に周辺 8 町村で合併し「南砺市」となる。この役場が行政センターに変更した後は、70 名のうち 24 名が他の町の部署に異動となる。今以上に効率の良い対応を行わなければ産業振興は困難であり、また住民サービスも低下する。
- ・このような山間地域では社会資本が十分に整備されていないという状況もあり、最大の雇用を確保している業種は建設業である。しかし、建設業界は衰退してきており、このような状況のまま時代が流れていくと利賀村は、壊滅的な打撃を受けることになる。人口が 1,000 人にも満たないこの村で、建設業者は現在 15～16 社存在する反面、公共事業はピーク時の約半分になっている。建設業で確保してきた雇用が減少していく中で、今後新たに地域内で雇用の受け皿をつくることは厳しい。
- ・公的な雇用組織としては、利賀ふるさと財団（従業員 22 名）、農業公社（2 名）、森林組合（76 名）がある。利賀ふるさと財団は、温泉、演劇、スキーの 3 事業を行っており、利賀の情報発信・交流を担っている。現在年間 10 万人以上が来ているが、近年は観光入り込み客数が横ばい状態にあり、また降雪量が一定でないためスキー客の入り込みについても不安定な状況にある。演劇に関しては既に知名度もあり、芸術文化面でのアピールを強化していく必要があると考えている。
- ・森林組合は、行者ニンニクやソバを使用し、地域特性を活かした麺加工業に取り組んでいる。今後はそれら原料の生産面積を増やしていく方針である。利賀はそばで売り出してきた。もう一度原点に戻ってそばを見直し、今後伸ばしていく必要がある。同時に、森林組合の加工事業が拡大していることから、雇用という点では森林組合が大きく貢献していると言え、今後はこうした事業の強化・拡大が課題になる。

### 産業振興の考え方

- ・今年シルバー人材育成センターを立ち上げており、8 町村の中でも良い成績を修めている。このことは仕事があるということを意味しており、これまでの取組みの成果として、雇用の場は地域に存在すると考える。例えば、天竺の郷が運営しているふるさと財団、少年自然の家等がある。
- ・建設業者が新しい発想を持ち、異業種組織と連携していくようになれば、中国からの労働力に頼らなくても済み、シルバー人材を活用することによって人件費が安くなる場合があるのではないかと考えている。また、地域の人を雇用することは地域に金が落ちることにつながる。他県では建設業者が農業・福祉分野に参入している事例があり、業態転換を図る動きがある。また、建設業者の統合・合併についてもあって良いと考える。余力があれば、他業種にも目を向けて参入の機会を狙うべきだと思う。建設業者が統合・合併するにあたっては、合併・統合後の自社の立場がどうなるのか等、何か損をしたよ



うな感覚になるという視野の狭さが邪魔をしているのではないかと思う。会社の規模、体力的な部分で差があるかもしれないが、いずれにしても経営者の意識改革が必要といえる。

- ・ 現在、治水ダム事業を実施しているが、ダムが完成（目標は平成 20 年）した後は雇用の発生は期待できない。ダムの完成によって道路も同時に整備され、南砺市（新市）への交通アクセスが向上し、雇用につながれば良いと思っている。合併後は今まで他の町村だった建設業者等が利賀にも自由に入ってくるわけであるが、最初はこれまでどおりに地元業者優先の配慮があると思う。ただし、将来はその配慮はなくなる。村内業者は利賀に留まり続けるのではなく、積極的に新市に出て欲しい。
- ・ 人口が 1,000 人にも満たないこの村で、年間の観光入り込み客が 10 万人を超え、利賀芸術文化を作り上げてきたことに関しては一定の評価をしており、山村交流のモデル地区であると自負している。今後は観光交流事業の拡充、地域特産品の開発による加工・製造業の拡充により、雇用確保に取り組んでいかなければならない。また、世界的に知られている演劇と観光交流、地域特産品販売をうまく連携させていくことで、新たな産業を創造できないかと考えている。

#### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・ これまでの地区の行事やイベント活動は、官民の連携により展開してきており、イベント等にかかわるノウハウは地域住民に蓄積されつつあった。市町村合併後でも自発的な地域活動を維持するためには、ノウハウを継承している地域の人材を活かし、組織化することが重要であると考えている。そこで、利賀村がなくなる前に 2 つの組織を立ち上げている。
- ・ 一つは、利賀村の 4 つの地区にそれぞれ存在する振興協議会をまとめた連合振興協議会という組織である。連合振興協議会は地区の行事やイベントを支援する組織として、これまでの活動を今後も自発的に維持することを目的に立ち上げた。
- ・ もうひとつは、NPO 法人の「利賀山川まもる」である。今後過疎地域を守っていくためには NPO 法人はなくてはならない存在になると思う。NPO 法人は国からの委託事業が行えるし、これまで各省庁から様々な支援を受けているので、良いつながりができればと思っている。現在、各町村の第 3 セクター、財団、農業公社、町村直轄に関わっている組織はいずれ一本化され、最後に残るのは NPO 法人かもしれない。
- ・ 今後合併する周辺 8 町村で都市・国際交流含めた交流があり、利賀村の優位性であり資源である。利賀村は都市交流で 2 ヲ所、国際交流で 3 ヲ国の交流実績がある。そのような交流を国際化の中で今後も大切にしたい。合併新市では国際交流課という部署が設置され、8 町村が新市として統一の意識を持って取り組むことになり、今後観光交流事業に対する投資が増えていく可能性がある。

## 富山県 山田村

---

### 地域産業の現状と課題

- ・現在温泉関係では、村直営での雇用は 20 名程度で、地域食材を積極的に提供する等に取り組んでいるが、農業分野への波及や関わりが少ない。
- ・これまで地域の情報化に取り組んできたが雇用効果は少ない。本村は距離的にも富山市内まで 30 分であり、雇用は富山市内又は隣接の八尾町に流れている。
- ・その反面今でも住民の道路問題への要望は多い。企業誘致といっても道路整備なしには企業は入ってこない。高等学校では公共交通網の整備が遅れているために部活動ができず、通学においても都市部への通勤時間も長い。道路整備を進めないと若者は離れていくことになる。
- ・現在、各集落に集落営農組織を立ち上げ、農作業の共同化を進めている。水稻以外に、花木・りんごを指導しているが今一步であり、実態は機械の共同利用に止まっている。現在、集落数は 20 以上あるが、集落営農をやっているのは 13 集落である。この他の集落において何を作らせるかが問題であり、作物推進体制の整備が課題となっている。また合併後を想定すると集落が自立する必要があると考える。そのためには農業公社を作らなければ維持できないと考えているが、まずは集落営農からやらせてその後、5 年後ぐらいには農業公社の立ち上げを図る必要がある。これは合併後の新市に引き続きお願いするしかない。集落営農が組めない地区は、土地は荒れ放題になることが懸念される。
- ・林業に関しては、これまで伐採・造林等県事業と抱き合わせでやってきたが、村営部分の造林は終了した。この地域の森林組合は、富山県内でも大きな森林組合である。林業従事者は山田村には 10 数名いる。森林組合が存在する関係でこれまで事業がおりてきたが、今後どの程度の事業量が確保できるかは未定である。
- ・これまで「すぐやる課」を設けてやってきたが、これから職員数も減る中、職員の意識改革無しには産業振興は困難であるし、住民サービスもできない。
- ・公共事業の激減により建設業の事業が減ってきている。この村に建設業者は 4 業者存在するが、今後この村で 4 業者の事業量を確保することは厳しい。建設業者の受注額は最盛期の 1/3 に減り、日雇い雇用者もリストラの憂き目にあっている。このリストラ対象は高齢者であり、リストラ後は年金生活をしている。あふれた高齢者の職の確保が課題となるが、明確な解決策がない。

### 産業振興の考え方

- ・観光・交流に関しては温泉と周辺の景観を活かすしかない。温泉は村内で民間が 2 軒と村営の温泉施設があり、村営の温泉利用だけでも年間 12 万人であり、今後は 15~20 万人までは伸ばしたい。一方、この村には年間 12 万人も入り込んで来ているが、この入り込み客に対して地域食材等が安定的に供給されておらず、その点でも農業振興と結びつ

いていない。観光と農業を結びつけ、直接的な雇用を発生させ、間接的には地場製品の販売等所得につながる、自立した産業づくりが必要と考える。

- ・また情報化に関しては、中長期的にはこれまで整備してきたITインフラを活かし、ソフト産業などのベンチャーの育成を図りたい。
- ・現在、村にある青空市場の運営をNPO組織でやろうということになった。私は就任以来「ふるさと塾」をつくり2年を期間として、これまで第5回の塾生を卒業させてきたが、その成果もあって第1期生が情報化問題やNPO問題、イベントに取り組んでくれている。
- ・建設業者に農業公社の業務代替はできないかと考えている。建設業者が持つ技術、機械、労働力が活かせる。数年後、更に高齢化は進むので、農業公社に代わるものとして建設業者が取り組んでくれたらよいと思う。福祉にしても農業にしても、今いる地域の建設業者等がこのような分野に参入すれば雇用確保は図れる。農地は250haあるので、やろうと思えばできる。

#### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・本村の立地性や地域資源等を踏まえると、今後伸ばすべき産業は、温泉を活かした観光事業と情報化事業であると考えている。
- ・観光事業に関しては、「山田」というブランド力が希薄となるためマイナスな面もあるが、合併後は新市の奥座敷ということで進めていく必要があると考えている。一方、隣接する八尾町には「おはら」という全国的に有名な郷土芸能があり、期間中には相当数の観光客が入り込むが、宿泊施設が少ない状況にある。そこで八尾町の「おはら」保存会長とは、山田と八尾が組んで、広域観光に取り組まなければならないと話している。観光も経済も広域連携しなければ実態として動かないと考える。
- ・夏場には100名近くの大学生が入村し、村民に対してパソコン等の技術指導を行っている。こうした大学生を迎えるために村が「ふるさと塾」を開設し、ここで食事を提供して大学生と村民の交流を進める中で、村民が情報に触れる機会が拡大し、村民へのITにかかわるノウハウが蓄積されつつある。そこで、こうした人材資源に着眼するとともに、これまで整備してきたITインフラを活かしながら、ソフト産業等のベンチャーの育成を図りたいと考えている。現在整備されている100メガの情報インフラを活かして新たな情報産業を創造することで、富山市内からのソフト事業者、大学関係機関等の参入を期待している。

## 静岡県 南伊豆町

### 地域産業の現状と課題

- ・ 就業者数 5,058 人の内、町内での就業者が 3,921 人、町外就業者が 1,117 人であり、町外就業者のうち 952 人までが下田市での就業者である。町内就業者は第 3 次産業が 3,520 人で約 90%を占め、第 3 次産業のうち 2,044 人が宿泊施設等のサービス業である。
- ・ 伊豆急行が開通し、民宿ブームにあった昭和 47 年が本町の民宿も最盛期であり、460 件程度の民宿があった。以後民宿ブームも去り、バブル崩壊の不景気も重なり、現在では 178 件まで減少している。ただし、本町の産業全てが悪いわけではない。民宿業者でも後継者を確保して投資を行い、健全経営を行っているところと、そうではないところに 2 極化している。
- ・ 大企業の保養所も 11 件ほど立地していたが、景気の低迷等により、この 5~6 年で閉鎖が相次いでいる。景気が低迷すれば、都市部住民は真っ先にレジャーに費やすお金を減らし、景気が戻っても観光業への余波は一番遅い。景気は復調の兆しが見られるが、本町の観光は相変わらず低迷している。
- ・ 漁業では、従来の漁業から海中散歩や遊漁等、マリンレジャー事業に拡張している漁家があり、こうした漁業者には後継者がいる。しかしながら体系的なグリーンツーリズムやブルーツーリズムという取組みまでには至っていない。
- ・ 農業では、薬草関連の取組みで成功している民間業者が 2 件ほどある。1 件はアロエセンターというアロエの加工販売施設を営む有限会社であり、純然たる民間資本である。設立から 20 年経過しており、雇用は正社員 20 名程度である。この会社に町の農家がアロエを供給しており、順調な経営を続けている。この取組みに対し、アロエのジュース工場を整備する際、町は県補助を取り入れ 1 千万円ほど助成している。もう一つはウコンの粉末加工品の製造・販売業者であり、農家が個人で経営している。雇用は代表者の他、常時雇用が 1 名、パートが 4 名で、比較的安定した経営を実現している。

### 産業振興の考え方

- ・ 立地上企業誘致は困難であり、町の基幹産業を観光業と位置づけている。観光地である以上、生活基盤整備を怠ることはできず、公共下水道の整備や漁業集落排水の整備等で、建設業の事業量も雇用者数も減少傾向にはない。基幹産業や住民生活に密着した公共投資は、今後も優先すべきだと考えている。観光業を活性化するために行政が直接支援できることは限られている。他の地域では行政が整備した箱物で観光客の誘致を目指す取組みもあるが、交通の便が悪い本町では、同じものが下田や伊東に整備されれば立地上他の地域に負ける。
- ・ 行政が中心となった取組みとしては、河川改修に伴い植樹した川津桜を活かしたイベントがある。平成 11 年より続けている「南のさくらと菜の花まつり」というイベントで、

2月10日～3月10日までの1ヶ月間行っている。この期間は従来観光客が少ない時期であったが、この取組みにより、37万人を誘客している。このイベントによる経済効果は、静岡県内への直接効果のみで約50億円と試算されている。今後もこうした波及効果が高い取組みは継続していく方針である。

- ・一方妻良・子浦地区では、地区の観光協会が音頭をとり、民宿と漁業者が協力して岐阜県等海のない小学校の修学旅行を誘致している。民宿の閑散期である5月～7月上旬に誘致し、定置網漁業と干物作り体験、ボートの体験等海を活かした体験型修学旅行である。この取組みは10数年前から続いているが、民間の自発的な取組みであり、行政が音頭をとり牽引したものではない。当初は観光協会の役員が都市部の小学校に営業していたが、今では観光協会が関西の旅行代理店とタイアップし、安定的に修学旅行生を確保している。両地区で5～7月の3ヶ月間で3万人ほど誘客していると思う。行政では、アスレチック等の遊具施設や遊歩道の整備等により、民間のこうした取組みを支援する方針である。

#### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・南伊豆町には、無形の歴史・文化資源が多数残り、こうした資源も観光振興に活かしたいと考えている。このための組織体制として、町村合併後は地域自治組織を立ち上げ、町の観光を牽引していきたいと考えている。
- ・南伊豆町では海という豊かな地域資源が存在するが、海だけでは集客期間が限定されることから、「南のさくらと菜の花まつり」に加え、他の季節にも観光客に来てもらえるような資源を探していた。こうした背景から集落の座談会等を行う中で、地域に山つつじの群生地が残っていることが明らかになり、夏場以外の集客の目玉になる資源として着目した。今後は「山つつじ」のイベントを実施する等、資源とイベントを一体的に捉えた展開により観光客の誘致を図りたいと考えている。2月に行う「南のさくらと菜の花まつり」に続く4月中のイベントとして展開したい。こうしたイベントを2ヶ月に1回程度の頻度で行い、観光客を拡大したいと考えている。
- ・温熱を薬草生産に活用できることから、本町には厚生労働省の薬用試験場が立地していたが、平成14年度に廃止となった。この試験場跡地を活用した産業振興を図ることを目的に、庁舎内にプロジェクトチームを立ち上げ活用方策を検討中である。薬草や温泉を活用し、観光客の誘致と地産地消に結びつけたいと考えている。
- ・また、本町には東大の研究所が立地し、約260haの森林を所有しており、地域の資源と捉えている。この周辺にダム湖の整備が進み、来年3月完成予定である。ダムのみでは観光資源として乏しいが、東大研究所の保有する森林を活かし、ハーブ園などを整備した森林浴により観光客を誘致することを考えている。東大も法人化され、こうした取組みには前向きであり、研究所の所長とも検討を進めている。

### 地域産業の現状と課題

- ・町の基幹産業は観光業で、180件の宿泊施設があるが、大規模なホテルは2件、民宿120件で、個人経営の宿泊施設が中心である。一方町の事業としては、第3セクター（松崎町振興公社）を設立し、美術館、レストラン、宿泊施設、資料館等7つの観光施設を運営し、臨時雇用を含めて90名の職員を雇用している。一時は4年連続日本一の稼働率を誇った国民宿舎の活躍もあり、1億円の利益を上げるまで成長したが、3年前より赤字となり現在は毎年1千万円を町が補助している。景気が低迷し、観光客の志向も様変わりする一方で、本町の観光業は観光客の志向に応えられていない。観光業で生計が立てられないというのが一番の課題である。
- ・農業は、山間地の効率の悪い農地形状で、かつ近隣に販売先が存在しない。伊豆半島で最も大きなマーケットは下田市の3万人であるが、大都市部のマーケットに打って出るほどの生産量は確保できない。数年前よりグリーンツーリズムの推進協議会を立ち上げ、都市との交流による新しい農業の研究に取り組んでいるが、一部の農家がみかんのもぎ取りに取り組んでいるのみで拡大する傾向はない。その中で近年、成長しているのは農作物の直売施設である。売上は5千万円程度の小さな取組みであるが、町の農作物の販路としては大きく、200名程度の農家が出荷している。また漁業は、沿岸漁業であるが、漁獲量が減少傾向にあり停滞している。
- ・商業では、県の空き店舗対策で入ったシーカヤックの専門店が経営を継続しているが、全体的に停滞する傾向にある。
- ・企業誘致については、過去に雇用の場を確保するために8,000社を対象に調査を実施した。この結果ITや福祉関連の企業という方向性が導き出され、企業の誘致に取り組んだが、交渉段階で若い労働力の確保が困難である、交通の利便性が悪い等の問題に直面し、誘致に結びつかなかった。

### 産業振興の考え方

- ・町の産業振興を進めるにあたっては、観光業を活性化するしかないと考えており、そのための中核的事業として現在港を整備中である。現在の観光客は首都圏からの陸路で訪れているが減少傾向にある。そこで港が開設し、本町の海の玄関として、清水・御前崎等静岡の中部、及び千葉の館山と結ぶ港湾ルート（カーフェリー）を構築したいと考えている。これにより、東海道筋、関西方面からの誘客を図りたいと考えている。県内では伊豆縦貫道の計画もあるが、20～30年で完成するものではない。
- ・これに併せて、宿泊施設を強化していきたいと思うが、町としては民宿個々に支援することはできない。観光客が減少傾向の中、第3セクターの直営事業が民業圧迫との批判もあるが、海路の整備と合わせて、老朽化が課題となっている国民宿舎を改築する方針

である。

- ・また、近年のアウトドア志向に対応するために、ウォーキングロードを整備したいと考えている。
- ・本町の観光業を振興するためには組織体制が重要だと考える。本町は観光協会、民宿組合の力も弱く、地域が連携して情報発信や観光客の誘致を行うといった取組みが見られない。こうした中、第 3 セクターの直営事業については、指定管理者制度を活用し、民間企業に任せると同時に、第 3 セクターは町の観光客誘致に向けたソフト分野での取組みを強化できないものかと考えている。昨年より、町のホテルを引退した経験者を第 3 セクターで雇用し、その人脈で旅行代理店等の観光客の誘致に向けた営業に回ってもらい、美術館等への観光客の誘致に成功した経緯がある。第 3 セクターとして、こうした機能を強化したいと考えている。第 3 セクターが管理運営する 7 つの施設があるが、この施設を民間が受けるといえば、第 3 セクターの整理も考えられるが、あり方についての結論は出ていない。

#### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・町の資源として雲見という地区に山つつじが群生している。この資源を活かして南伊豆町の山つつじの群生地と連結させる遊歩道の整備構想を進めており、これを機会に都市と農村の交流による農業の振興を図りたいと考えている。
- ・町の特徴として定住環境に優れていることから U I J ターン者の希望が多く、こうした人材も活性化に向けた資源となるものと考えている。これを受けて空き家の調査を町で行ったところ、200 件程度の空き家があったが貸してはくれない。松崎では、住宅を斡旋するだけで U I J ターンの促進につながると思う。記憶にある中で U I J ターン者は 20 名程度であり、農業で自給自足をして祖父母と生活している若者がいるほか、塾を運営して、生計を立てている人がいる等、様々である。
- ・豊富な交通量は産業振興に活かせるはずだと考えている。黙っていても年間 300 万人が国道を通過している。
- ・また、町の古くからの産業として、桜の葉っぱの生産・出荷がある。生産量は全国の 8 割を占めており、優位性を持った伝統的な産業として残していきたいと考えている。

## 高知県 吾川村

### 地域産業の現状と課題

- ・村では地域高齢化に対応し地域の雇用を生み出すための施策として、周辺町村と共同出資により介護公社を作り、80名程度の雇用を創出している。昔は縫製工場が女性の雇用の場となっていたが全て撤退し、今では介護公社の福祉事業が女性の雇用の場となっている。仁淀川介護公社は、平成5年に高吾3町村（仁淀村、吾川村、池川町）で設立した。基本財産は6億円で現在、職員26名、臨時雇用47名、パート7名で介護サービス事業を行っている。地域福祉事業を担っている一方で、雇用も担っており、人件費の圧縮がなかなかできない面もある。平成18年度より、介護保険の新制度もスタートすることから、更なるサービスの向上と健全経営が求められることになり、介護事業の多角化を図る必要に迫られている。
- ・林業は、木材価格低迷により産業として成り立っていないが、本村にとっては雇用の場として重要であることから、第3セクターソニアを周辺の5町村と共同出資により立ち上げ、製材施設も整備してきた。このソニアと同様に、各町村で構成する森林組合が連携し、流域の林業を活性化したいと考えている。
- ・農業は、基幹作物の茶の生産者が高齢化するにつれ、傾斜地から荒廃が進み、生産量が減少傾向にあり、このままでは先が見込めない状況にある。JAが茶の缶飲料の製造・販売に取り組んでいるが、今後は2次加工や3次加工の取組みを強化し、馬路村のように発展させていけないかと考えている。また、本村のトマトはマスコミ等も注目しているが、成功している農家もいる一方で、経営が厳しい農家もいる。
- ・本村では、森林組合やJAの役割が大きいですが、現実には経済団体として森林組合が稼ぐことに注力しており、村の林家への指導業務に手が回らない状況である。これはJAも同様で、堅実なJAだったが合併したことにより指導事業が弱体化した。お茶の集荷・販売に取り組んでいるが、今後は更なる投資を行い拡大する姿勢が必要である。
- ・本村では、建設業者が16社存在し、これまで雇用の受け皿となっていた。公共事業の縮小に伴い、会社数が多すぎる状況にあるが、個人の企業であり再編は難しい。
- ・県内では馬路村のように、失敗を成功に変えてきた村があるが、この地域では失敗を恐れ、新たな商品開発や事業を起こすことにチャレンジしようとする機運がない。本来第3セクターがそうしたことに取組めばよいが、広域で出資した組織であるがゆえに、色々な要望があり、身動きが取れない状況にある。またNPO法人は、育っていく素地がないと進まない。本村では若者も少なく、そのような素地がない。

### 産業振興の考え方

- ・今後は、林業を産業として伸ばし、雇用の場としていきたい。山を見ても分かるように、麓から頂上まで杉が密林し、間伐が進んでいない。今後台風があるたびに、山崩れが起



きる。間伐によって山の保水力を蓄えておく必要がある。今後は森林組合がリーダーシップを発揮し、ソニアとの連携を深め、産業として成り立つ林業を目指したい。また、林業従事者の減少・高齢化を引き止めたい。

- ・産業を興し、雇用の場を創出するためには、よそにないことに取組んでいく必要がある。既存産業の茶だけでなく、よそにない茶に取組む必要があり、付加価値加工を含めた取組みを研究していきたいと考えている。
- ・第3セクターは村内で3組織あり、設立の目的は様々だが、雇用を確保するというのは第3セクター設立の共通の目的でもある。従って、経営状況の悪い第3セクターもあるが、経営が悪いからといって否定できるものではない。一方で、現在赤字の第3セクターの事業については、負担を減らす方法を考えていく必要がある。他の町村も第3セクターを抱えており、合併後検討していくこととして棚上げの状態である。合併後は第3セクターの統廃合や、会社によっては解散を模索する等の検討も必要となろう。
- ・どのような産業を興すにせよ、組織を引っ張ることのできる人材が不足していることが問題で、村が主導的に係わらなければ産業を振興できない状況にある。広域5町村で出資したソニアにしても、人材不足等の理由から長期的なビジョンに基づいた経営とはなっていない。

### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・本村には観光資源としてひょうたん桜公園があり、季節には多くの観光客が訪れる。また、ここを訪れた観光客は池川のしだれ桜にも併せて訪れており、宿泊には本村のゆの森（第3セクターが運営する村の整備した宿泊施設）を利用する傾向にある。こうした観光ルートを活かした活性化を進めたいと考えている。
- ・立地条件を活かし、風力発電を進めたいと考えており、現在調査している。また、森林資源を活かしたバイオマスの発電も研究していきたい。自然資源が優れているので、バイオマスに限らずこういう資源を活かせないかを研究していきたい。
- ・村にはソフィーという第3セクターもあり、立ち上げ以後厳しい経営状態であったが、危機を乗り越えて、今では19名の雇用を抱えるまでに育っている。今後、この第3セクターがベータグルカンを原料としたドリンク剤の販売事業に着手する予定である。当面は村外に加工を委託するが、この事業が軌道に乗れば、加工を村で行うような体制とし、新たな雇用の場としていきたい。
- ・高知と愛媛を結ぶ基幹道が存在することから、将来構想として道の駅の整備を検討している。釣りやヤギの乳搾り体験等、交流・体験機能をメインとした整備により、広域の観光資源を結びつける施設としていきたい。

## 高知県 池川町

### 地域産業の現状と課題

- ・地域の 90%以上が森林で、一昔前は林業が基幹産業であったが、素材生産型の林業経営は今後期待できない。間伐材も現状では一立米あたり 7,000 円である。通常 14,000 ~ 15,000 円しないとコスト割れであり、現状は赤字である。仁淀川流域の林業振興を担う基幹組織として、広域の 5 町村で立ち上げた第 3 セクターソニアがある。この第 3 クターは資本金 15 億で立ち上げたが、経営の柱がない。また、広域の林業施業を担う仁淀川森林組合があるが、ここは資金力がない。そういう意味では第 3 セクターにはまだ資金もあるので、今後は木材の直販体制の強化、プレカット事業との連携、また木質バイオマス事業等の導入により、新たな産業のコアとして育てたい。
- ・周年働ける職場として、流通業者（スーパー）とタイアップし、カット野菜工場を整備しており、この 9 月には黒字化する予定である。これらはいずれも公設民営方式で施設の貸し付けを行い、新たな雇用を創出してきたが、今振り返るとこの取組みはラストチャンスでもあった。民間企業へ運営委託することにより、現在 30 人を雇用している。大手のスーパーから依頼が来て、OEM 生産にも着手したところである。成功しつつある要因は綺麗な水と空気という自然環境を持ち合わせていることに尽きる。
- ・本町では当面 100 名の雇用創出を目指しているが、問題は、地域経営を担っていく経営感覚のある人材が不足していることにある。この地域で子ども 2 人を育て・大学まで出すには 500 万円程度かかるが、公共土木などの日雇いがなくなったため夫婦 2 人でも 500 万円を確保することは困難となっている。現在、町内には建設業者が 7 社あるが、この 7 社をカバーできるだけの事業はない。町の予算も今までは 10 億円程度あったが、今では 1 億円程度しかない。当然、公共事業はどんなに組んでも従事者一人当たりに換算すると 200 ~ 300 万円程度であり、自ずと仕事が少なくなっている。

### 産業振興の考え方

- ・本町の立地をみると標高 600 ~ 800m の高冷地であり、この気象条件を活かした施設型による新たな農業経営の創造に向け、農業基盤への投資が必要であると考え。同時に、生産して売るだけでなく、極力加工する等付加価値化を行い、雇用と所得の拡大を図る必要があると考える。
- ・今回、町では永田農法を導入したが、特殊な生産ノウハウ・特殊な生産設備の伴う産業に参入するには資金がかかる。しかしながら今後は、本町及び周辺地域では生産事業と付加価値の高い製造・加工事業を合体させ、周年性・安定性のある事業を育成していく必要があり、必要な資金は合併すれば生み出すことができると考えている。
- ・茶等も比較的高品質のものづくりをしており、粉末にして健康食品として売るという取組みも見られる。今までは静岡産の一番茶しか買わないというようなことがあったが今

後は、生産品目としては有望であり、力を入れて行きたいと考えている。

- ・広域で立ち上げたソニアも佐川の木材団地を抱え、現在でも 30~40 人の雇用を行っており、何とか黒字の体制にしていかなければならないと考えている。林業に加えてプレカット等を行って付加価値を付け、都市部の工務店等とタイアップするというような理想的な流れにもっていきたい。また都市部に年間 1,000~2,000 棟を建てる建設会社があるが、その会社が檜を中心とした木材の確保を仁淀川流域に求めたいという話もある。現在は全て市場に出して売っており、山から直接顧客へ販売するという一本のレールを敷いていければ、地域の所得向上につながると考えている。
- ・森林組合は治山・治水、植林事業をはじめ色々行っているため、それなりの役割・機能は果たしていると思うが、木材センターの中の製材事業では、減価償却すらできない状況にある。今後林業産業を伸ばすためには、森林組合や広域で存在する製材会社等が、それぞれの生き方を模索する必要がある。ポイントは核となる広域の木材センターをひとり立ちさせることであり、ここがうまく行くと各林業関係の組織もうまく連携でき、流域林業は伸びる可能性もある。しかし林業経営を支えるのは結局、補助金か木材の価格かのどちらかである。輸入材の関係もあるが、補助金を出さなければ木材の価格は上がるはずである。

#### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・地域の優位性は、森林、景観等、綺麗な環境を活かすということに尽きる。高冷・山岳地域であり、森林・渓谷等は他にはない有利な資源であり、活かすべき資源として考えられるが、これだけ経済が低迷していると、田舎のちっぽけな観光資源には人が来ない。今後、観光での自立は厳しいという考え方を持っており、施設園芸事業や発電事業のようなものもしっかり成立させなければ、産業に結びつかないと考えている。
- ・高冷地に立地していること、以前 NEDO 補助金で試験・研究したことから風という資源に着目している。池川町単体では若干力が足りないが、吾川村を含め将来 3 町村になればかなり大きなものが整備できるのではないかと考えており、広域連携の中で、風力発電の事業化にかかわる検討を進めていきたい。
- ・また山林が豊富に存在することに着眼し、木質バイオマス発電についても大手企業と連携して研究を開始した。高温処理することで、タービンもエネルギー化するという世界で初めての環境にやさしい技術開発を進めている。木質バイオマス発電に関しては現在、大手企業とタイアップして話を進めている。

## 熊本県 山都町（旧清和村）

---

### 地域産業の現状と課題

- ・清和村は県境地にあって都市部（熊本市まで 1 時間 30 分）までのアクセス条件が悪く、民活が期待できない状況にあった。そこで行政が事業の芽を見つけ出し、2 次産業と 3 次産業を合わせた付加価値のある 6 次産業化を進めてきた。
- ・この小さな田舎の村が目立つためには他にないもので、唯一のものは何かを探した。その結果、清和文楽は県内で唯一この村にしかないということで活性化策としてリストアップし、事業化して成功したが、中でも文楽を商標にしたことが後々の話題性とブランド化につながった。
- ・現状、林業は非常に厳しい状況にある。林業が一番先に産業として成り立たなくなる。中には頑張っているものが数人いるが、後継者のいるところは 3～4 人で、殆どが 50 歳以上であり、あと 10 年もしたら働けなくなる。一番先になくなる伝統技術が林業分野といえる。しかしながら林業も、別荘建設等の地域需要を喚起する一方、産直住宅へ取組むことで、わずかな雇用でも作ろうという思いはあり、あきらめているわけではない。
- ・JA は今、経営維持に非常に苦しんでいる。農産物を売っても、そう儲かるはずがなく、自ずと共済・金融・購買事業への比重が高くなる。現在は、系統流通一辺倒であり、市場任せで、手数料収入で稼いでいる状況にある。流通全体から見ると市場の一部までで止まり、販売面まで踏み込んだ取組みが見られない。現在は、いかにして大型ロットを市場に供給するか、それだけしか考えていない状況である。本来、流通の大部分を担えば販売面において、もっと儲かる組織になるはずである。

### 産業振興の考え方

- ・現在物産館（道の駅）の利用者数は 12 万人であり、来訪者数はこれを大きく上回っていると考えられる。本年度の売上は 2 億 3 千万円を目指している。文楽を核とした雇用は、職員・アルバイトまで入れて 30 名であるが、その他文楽保存会員も 15 人おり、総計 45 名の雇用となっている。ここから発生する雇用効果は高く、特に農家の長男を地域に残せるという点が大きい。
- ・村の人口は 3,400 名であるが今後はもっと少なくなる。いま現在、最も多い年齢層は 72～73 歳で、次が 52～53 歳である。現在生まれる子どもの数は 10 人程度であるが、毎年同級生が 15 人地域に残り、15 組の夫婦ができ、各夫婦が 2 人子どもを作ってくれれば 30 人の子どもができる。これが職場創造・若者定住の目標である。
- ・福祉関係事業は、将来的には 2 億程度の事業になると考えている。介護保険の予算が 3 億円であり、清和村だけで考えたとき、在宅介護で 2 億円、施設介護で 1 億円位の事業にしていきたい。施設介護は村外にしかなく、清和村内では社会福祉協議会で 2 億円にはなると考えている。利用者についてはシミュレーションができており、施設の方が利

用者が落ちていて、在宅の方が高くなることが予測されている。事業として雇用が広がるものであり、60歳近くでも働くことができ、一般的なケアは対応できる。重症で4級、5級になると施設に入るが、3級くらいまでを受け持つことができる。

- ・ 基幹産業である農業も、大規模農家と小規模農家に分かれてくる。兼業農家がやれない農作業を作業受委託で専業農家に回すという仕組みにより、専業農家の土地利用と農業作業量が確保できる。そのためには、受け皿となる受委託の組織づくり、機械銀行の整備促進が重要となる。
- ・ 物産館で今後伸ばしたいのは加工部門と販売部門である。栗の渋皮煮など、1個100円で売れ、加工しないで売れば10円だが、加工すれば100円となる。その帰結するところは農業振興である。当初加工事業は、土扱いをしないから農業振興ではないという認識が多かった。前提としていかにして村に人を呼び込むかが重要である。目標は外貨獲得と内部留保である。
- ・ 新たな時代の中で産業をどうつくり、どう雇用をシフトしていくかが課題であるが、シフトは自然に起きると考える。新しい事業をつくれれば雇用は自然にシフトする。シルバー人材センターなど、当初100万円台の事業量からスタートしたが、いまでは1,000万円以上あげている。このような事業により、今後はもっと雇用が拡大すると考えている。

### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・ この地域にはたくさんの水資源（滝）があるが、これを水力発電として活かし、産業に活用すると面白いと考える。また清和村の景観・自然資源を活かして別荘を開発している。このような需要を喚起することが重要である。
- ・ 従来から高原野菜の産地として農業が盛んな地域であった。近年輸入品が増え、逆に国産品の希少価値がでてきており、高くても国産にこだわる人だけに売ろうといった考え方を持つべきだと考える。また国産にこだわる人は、食の安全・安心に関心が高いと考えられるが、これまでの流通体系では生産履歴が不透明であったことから、有機農業に着目し、有機条例の制定による有機の里づくり等、食のニーズを先取りした展開を考えた。
- ・ また、土地利用型農業から、施設園芸を導入してきたことも農業の拡大傾向を後押ししている。雨除けハウスを250ha以上導入して、露地型栽培から雨をカットし、作業性のアップと計画生産への取組みを行い、生産性をあげてきた。これにより、10aあたり300万円の粗収入になり、1千万円農家が30戸も出現している。1千万クラスの農家が増えてきたことは今後、輸入が増えれば増えるほど、清和のこだわりをもった作物、あるいはこの高原立地という特性を活かすことができる。有機条例で話題性を高め、ブランド化したことにより、米も作ったら売れてしまう状況にある。

### 地域産業の現状と課題

- ・町内の建設業者は 12 社である。この台風災害で復旧事業が発生しており、若干仕事が増えているが基本的には経営は厳しい状況にある。この地域の特徴として、農業を片手間に、建設業に従事している農家が多く、大きな雇用の受け皿になっている点があげられる。災害復旧事業後、新町でどれだけ仕事が出るかが課題である。各社 10 人前後抱えており、建設業界で 100 名を越える雇用を確保しているが、従事者のほとんどは農業との兼業である。
- ・観光交流事業については、町営の「ふっかけまるキャンプ場」を整備した。当初かなりの入り込みで、九州のグランドキャニオンといわれ、一時は年間利用者が 7 ~ 8 万人に達したが、今は 3 万人程度に落ち込んでいる。
- ・第 3 セクターそよかぜパークを平成 10 年に設立した。この第 3 セクター事業は、宿泊施設、浴場施設（地域の人たちの要望もあり整備したが温泉ではなく沸かし湯でボイラー代もかかる）が主で、他は地域特産加工品の販売、道の駅物販コーナーの運営等を行っている。職員数 25 名で、本町にとっては雇用の場となっているが、経営的には厳しい状況にある。この事業は、町づくりの基盤にしたいということで取組んできたが、売上が伸び悩む中で、人件費が高すぎることで、また施設が老朽化してきたことから管理費が嵩む傾向にあった。本年度は人件費を 30% 削減したことにより単年度黒字となった。現在、町の特産品であるブルーベリーを使ったジャムを中心にソフトクリーム、ブルーベリーワイン・サワー等を委託生産し、販売しているが、これまでの施設運営事業より、地場産品を活かした物販事業の方が可能性はあると感じている。
- ・農業は、町村合併後は行政区域が上益城圏であるものの、JA は異なる圏域となっており、今後の農政面での調整が難しいことが懸念される。土地利用型農業については、暗渠整備が立ち遅れており生産効率が悪く、耕作放棄地が拡大することが懸念される。
- ・伸びている産業分野は、施設園芸型の農業である。代表的なものはブルーベリーで、昭和 57 年から一部の農家が植栽をはじめ、今日ではブルーベリーの町と言われるようになって、所得にもつながっている。この作物は中高年の作物といえ、昨年からの果樹の産地化事業として、県の勧めもあり、運良く事業を推進している。今で 15ha、今後 20ha を目指しており、これまでのところはこの取組みは軌道に乗ったといえる。このブルーベリーは熊本県内でも一番の産地になっている。これに従事している農家は 60 戸前後で、10a 当たり 80 万円前後の収入をあげている。一方、施設型農業については、今年は台風の直撃でダメージを受けた。これが耐降雨性ハウスではなく雨よけハウスであり、その点からも作物被害が大きかった。今後は、耐降雨性ハウスの整備が必要となると考えられる。

- ・その他の雇用創出事業には、椎茸栽培がある。特用林産高品質生産事業を用いて整備した。この事業は農事組合法人を5名で設立し、平成14年～16年にかけて整備し、今年から生産を始めている。ここでは、臨時で10名を雇用しており、総計15名の体制である。現在は生椎茸を中心に栽培することに加え、ほだ木の生産も行っている。

### 産業振興の考え方

- ・今後の雇用対策の重点は若者定住に置きたい。そのためには、法人化をする等により雇用の受け皿を整備することが重要となると考える。
- ・建設業から農業へのシフトが段階的に進んでおり、こうした流れを今後も促進したい。建設会社の中にはキャンプ場経営も行っているところもあり、年間相当数の利用者がある。またブルーベリー園も開園して、摘み取り園として販わっている。その建設業者は農家資格も持っており、これらは農業分野での取組みも期待したいところである。
- ・高齢化の進展の中で、高齢者からも雇用の場を見つけて欲しいとの要望があり、トマトの計量作業、ブルーベリーの摘み取り作業等、シルバー人材センターが斡旋しはじめているが、出て欲しい時にでてこなかったり等雇用のミスマッチがある。健康づくり的な感覚で働く人、所得を稼ぎたい人等様々であり、今後は、地域の多様な人材を産業づくりに有効活用する一方、ミスマッチをなくす調整システムが重要になってくると思う。
- ・第3セクターそよかぜパークでは今年、構造改革特区申請を行い、農業経営に取組もうとしており、町としては地域農業の起爆剤として積極的に支援する方針である。また、そよかぜパークは物産館（道の駅）を運営しており、年間3,000万円程度農産物を販売している。これには高齢者も出荷し、所得の一部を稼いでおり、地域活性化につながっている。今後は、身近な所得確保の場として直売事業の拡大を図りたいと考えている。

### 産業振興に向けた優位性と資源

- ・本町は、隣が宮崎県高千穂という立地にあり、熊本県の中でも一番悪い立地条件にある。この地域の優位性や資源を活かす重点分野は、夏場の冷涼地としての環境を活かした農業であると考え。建設業者が農業分野への更なる参入を図ること等により、他の地域とは異なる農業を進めることができる可能性もある。
- ・一方、高齢化も地域の優位性として捉えることもでき、福祉事業の発展に期待が持てる。社会福祉協議会の規模は清和村と同じ程度であり、介護関係の事業は増えている。社会福祉協議会には建設会社の社長も参加していることから、建設業者が福祉分野に参入することは、現実的な取組みになるかもしれない。地域の活性化に向けては、他業種から参入することにより活性化する可能性はある。

## (参考)群馬県 昭和村

### 地域産業の現状と課題

- ・基幹産業は露地野菜を中心とした農業であり、農家 800 戸のうち専業農家が 400 戸を占める。平均耕作面積が 2ha を超え、10ha を超える畑作農家も数多く存在し、グリーンリーフを含め 8 法人がある。露地野菜を中心とした大規模経営のため、パートの需要が高く、農業全体で 1,000 名以上のパートを雇用しており、近隣町村を含めた高齢者等の雇用の場となっている。
- ・農業研修、独立といったサイクルにより UIJ ターンも増えている。平成 14 年度は、25 名が就農したが、内 12 名が UIJ ターン者の非農家の就農である。村が JA をバックアップする形で取組み、法人を含む村内の農家が研修生を受入れている。農家が経営を守り、拡大するために、中国やタイなどの海外からの研修生の受入れ、人件費面で安価な経営を実現している。当初 60 名を受入れ、現在は 110 名を受入れるまでに拡大しており、これに伴い農家の経営規模も拡大している。
- ・UIJ ターン者の拡大に伴い課題となるのが住宅の確保である。村の土地はほとんどが農業振興地域であり、住居が建てられない。こうした状況を打破するため、農業振興地域を除外し、住宅を建設できるように特区を申請したが却下された。何らかの方法で、住居を確保する必要がある。
- ・建設業は、56 社あり、製造業と併せて若者の雇用の場となっている。建設業の雇用の場としての役割は大きいですが、公共事業の減少に伴い、厳しい状況が続いている。
- ・近年、商工会と行政が連携し、商工会の中に農家部会を組織化した。積極的な農家が集まり、情報発信や販路拡大に向けた営業に取組んでいる。現在、水上の大きな温泉旅館と交渉中であり、新たな販路として契約栽培にこぎつける予定だ。こうした状況を受けて農協でも積極的に販路開拓に取組んでいる。
- ・また商工会では、町内で利用できる商品券を発行しており、こうした取組みを商工会にもっと PR してもらい、商業の活性化に努めたいと考えている。
- ・昭和 60 年ごろから関越道の昭和インターチェンジの整備が計画され、平成 10 年に供用開始となった。IC 開設に伴い、企業誘致を進め、県と連携し、工業団地を整備した。現在は日立電子が工場を建設し、360 名の体制で工場を運営しているが、村内雇用はパートが 20 名程度と少ない。一番の課題は企業の誘致であり、工業団地も 2/3 は空いており、現在も誘致を試みている。

### 産業振興の考え方

- ・村の基幹産業は農業であり、これを成長させていくことが基本方針である。現在は農地が足りない状況であるため、既に 600ha の農地開発に取組み、本年度終了予定である。地球温暖化により、気温が上昇するため、今後は 800 メートル級の山の上を農地として



開発し、冷涼な気候を活用した野菜生産を促進できないかと考えている。村ではこのような生産の場を確保することにより、農業の更なる発展を目指していきたいと考える。

- ・一方で、農家の後継者が全て農業を継ぐわけではなく、農業以外の雇用の場も必要である。これを吸収する産業として企業誘致を推進し、農業を継がない次世代の雇用の場としていく方針である。同時に、団塊の世代が農業を引退する 10~15 年後に備え、都市と農村の交流を進め、就農者を確保していきたい。現在でも、東京・横浜から多くの人が観光農園に訪れているが、こうした観光客へのサービスとして、商工会の会員が出資した会社が運営する山荘に市民農園を整備する等、さらに都市と農村の交流を進めていくことで将来的な担い手作りを進めたいと考えている。
- ・数年前より特別養護老人ホームの誘致に取組み、近年誘致に成功した。これには村所有の土地を無償で社会福祉法人に提供し、代わりに社会福祉法人は村民の雇用に優先するというになっている。50 名程度の雇用が創出される予定である。
- ・また、NPO は 3 つ組織化され、うち 1 つは自然保護を目的とした全くのボランティアだが、2 つはヘルパーなど福祉的な活動を行う NPO 法人であり、雇用も創出している。財政的にも高齢者福祉の全てを行政で支えることはできず、今後も NPO の組織化は必要であると考えている。現在村は NPO 法人に対して出資等の支援はしていないが、今後、行政としても何らかの関与が必要だと考えている。こうした組織化が進めば一つの雇用の場となっていく。ただし、家計の柱としての雇用ではなく、一線を退いた村民のパート等の雇用が中心だろうと考える。

### **産業振興に向けた優位性と資源**

- ・大自然を持つ一方で、関越道の昭和インターチェンジが存在し、東京からアクセスが良好であることが最大の優位性であると考えている。この優位性を企業誘致と都市と農村の交流に活かしたい。
- ・露地野菜の大規模農家が多い点も優位性として考えられ、パート需要は高く、農業を中心とした雇用の場が存在する。法人を含む大規模農家で 1,000 名以上のパートを雇用し、高齢者等の雇用の場を創出していることに加え、また法人や大規模農家の受入れや研修・独立といったサイクルにより UIJ ターンも増加している。
- ・商工分野でも民間活力が旺盛な点が優位性の一つとして考えられる。商工会の会員が出資して設立した会社は、ごみ収集など村の事業を受注するほか、村の直売施設に人材を派遣している企業であり、順調な経営を続けている。町ではこの会社に、大手企業より無償で提供されたゴルフ場と山荘の経営を任せており、順調に経営している。財政的に厳しい中、今後も給食センターや保育所等村直営事業を外部に委託することは避けられず、こうした時代にマッチした企業であると考えている。

## 先進事例調査結果

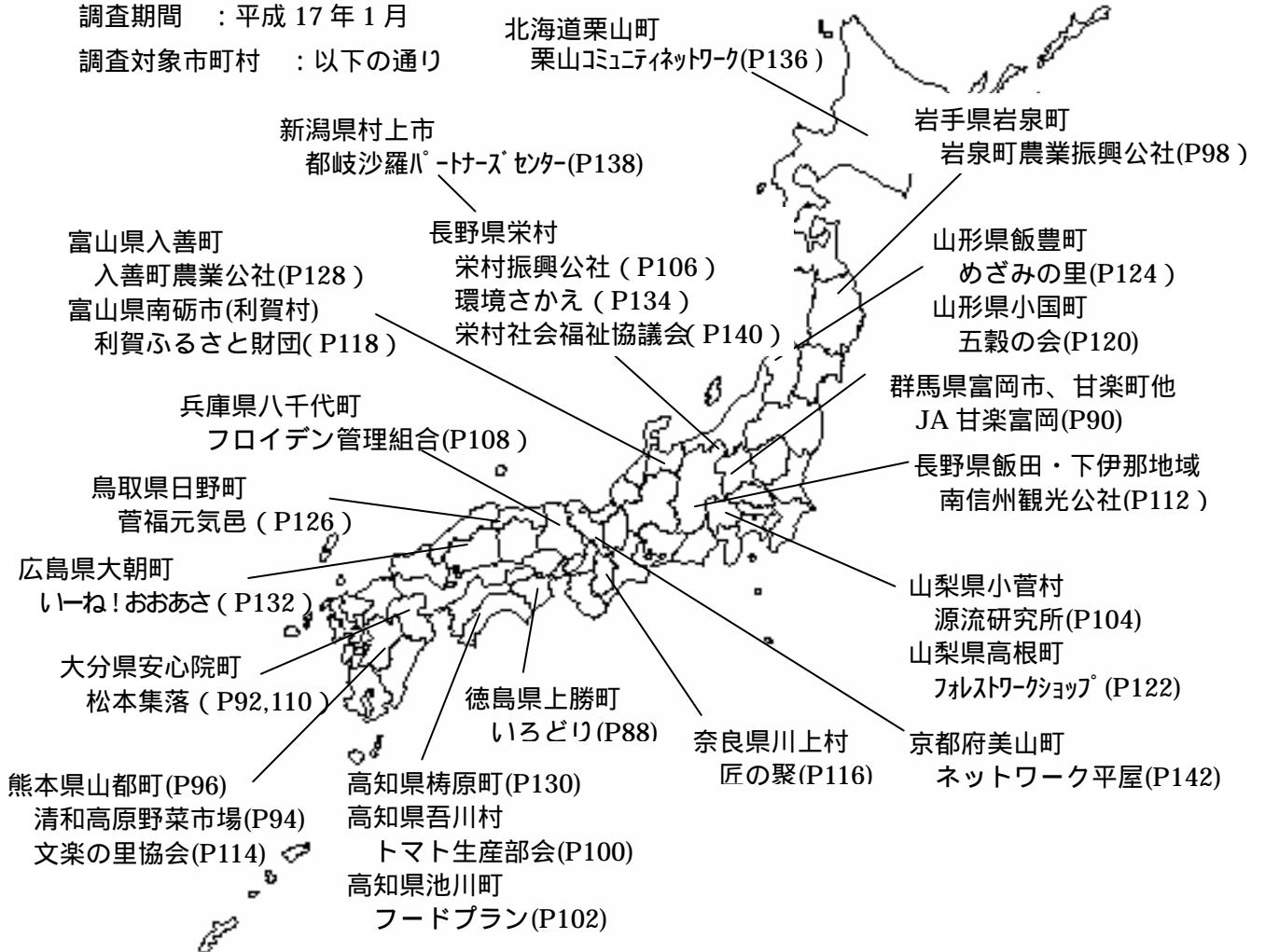
調査目的 : 過疎地域における、産業活性化の考え方、及び課題・問題点等を明らかにすることを目的に、全国で先進的な取り組みを行う事例の、事業のきっかけや内容、成功のポイントや課題及び展望について把握するために実施した。

調査方法 : 事例先に調査専門員が直接赴き、事業実施主体のリーダー等への直接面談方式によるヒアリング調査を実施する一方、電話による確認や現地視察等を通して地域の実態把握を行った。

調査項目 : 事業のきっかけ  
事業の内容  
成功のポイント  
事業の課題  
今後の展望

調査期間 : 平成 17 年 1 月  
調査対象市町村 : 以下の通り

### 【先進調査事例調査実施地区】



## 徳島県上勝町：都市部飲食店を自ら販路開拓した「いろどり」事業

事業主体 株式会社いろどり（第3セクター）

事業開始年 平成11年

事業のきっかけ

- ・みかんと木材の産地として発展してきたが、木材需要の低迷、昭和56年の異常寒波によるみかんの枯死により、町の農林業は大打撃を受けた。こうした状況の中、高齢化が進む地域にあって農業の担い手の中心である女性・高齢者でも生産が可能で、かつ山間地でも生産可能な花木の枝先や山野草を活用できないものかという発想を持った。そこで、日本料理を演出するつまもの素材として、昭和61年に女性・高齢者4名の生産者で「彩」の生産・出荷に着手した。
- ・関西を中心とした日本料理店を対象に、個別に営業に回って販路開拓を行うことで段階的に取引先数を拡大し、一つのビジネスとして成立する手応えを得た。事業の拡大に伴い平成11年には、「彩」商品の販売先の開拓、及び生産販売情報の受発信システムの管理運用組織として、上勝町の第3セクターとして株式会社いろどりを設立した。

事業内容

- ・花木・枝葉を料理のつまものとして商品化し、「彩」ブランドで全国の日本料理店等と相対による取引を行っており、出荷者117名の所得向上に直結し安定した事業となっている。需要者のニーズの多様化に対応するため、生産者による研修会等の実施により商品ラインナップの強化を図り、現在では323アイテムの出荷を行い、年間売上規模は2億5千万円に達する等順調に事業を拡大している。
- ・つまものに加え、町の特産物である柑橘類、椎茸等の農林産物についても、全国の飲食店等に対し(株)いろどりが営業活動を行い、販路開拓を行っている。開拓した取引先への販売金額の5%（柑橘類等は販売金額の1%）を販売手数料として(株)いろどりの収入とし、これが経営活動の原資となっている。
- ・(株)いろどりを中核に、飲食店等の取引先開拓を行う一方、取引先への積極的な生産情報の発信システム、及び町防災無線システムを活用した選果場集出荷支援システムを構築し、取引先の需要に応じ生産者が自ら考えて生産出荷量を調整する仕組みにより、現在では全国36市場で相対取引による安定販売が実現されている。

- 
- 成功のポイント
- ・地域の飲食店と共同開発したつまものを用いた料理メニュー等の情報を盛り込んだ情報誌「徳島上勝彩情報」を、取引先に対し10日おきにFAXで情報発信することで、取引先との関係強化と取引量の拡大を実現できた。システム開発により、生産者の投資コスト負担なくシステムを利用できるメリットのほか、高齢者でも簡単に活用できるPC端末を開発し、PC端末からでも同システムを利用できるようにしている。
  - ・当初は自生の木の枝葉等を商品化していたことから商品供給量や品質が安定せず、生産出荷者の収入も不安定であった。そこで、商品の8～9割を、簡易ハウス等を利用した栽培にシフトすることで安定供給体制を実現している。
  - ・町の防災行政無線システムを活用した選果場集出荷支援システムをJA上勝と共同で開発したことにより、生産者が出荷した商品の販売実績をリアルタイムで生産者に提供している。また、取引先から収集したニーズ情報と販売実績をもとにした販売予測情報を毎日生産者にFAXを用いて情報発信し、この情報をもとに生産者自身が適正な出荷量を判断しできるようにしたことで、需給バランスのとれた安定出荷・販売を実現している。
  - ・元JA上勝の営農指導員を(株)いのだりのトップに据え、指揮命令系統を明確にして、事業全体のマネジメントを手がけている。同氏の事業化に向けた卓越した視点や、地域全体を管理する個人能力が事業の成功に大きく寄与している。

- 
- 事業の課題
- ・都市部からの引き合いは高いものの、高齢化により担い手が不足する中であって原料の確保が課題になっている。県等からの産地の紹介もあり、広域からの原料調達の選択肢も存在するが、単に広域で連携するだけでは無償でノウハウを外部に出すことになり、上勝ブランドが希薄になること等の理由から積極的には取組んでいない。

- 
- 今後の展望
- ・「彩」事業を産業として育成し、生産の担い手・後継者を、確保・育成するためには、現在の2倍程度の事業規模へ拡大する必要があると考えている。そのための手法として現在、新たに全国の温泉地を対象に取引先のネットワーク化を進めることに取組んでいる。

## 群馬県富岡市他 2 町 1 村：都市部インショップ・直売による営農販売事業

事業主体	甘楽富岡 農業協同組合
事業開始年	平成 8 年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・古くから養蚕・こんにゃく栽培を中心とした営農形態で栄えてきた地域であったが、輸入の自由化に伴い数年で売上高は最盛期の 10% 程度に激減し、減少の一途をたどっていた。</li> <li>・当時はまだ大産地が有利に販売していくという市場原理の中で、後発の産地として、市場の隙間を埋める市場外流通を進めざるを得ないという一つの結論から、苦肉の策として首都圏へのインショップ事業を開始した。きっかけは、直接取引を行っていた大手スーパーとの提携であり、大手スーパーとのインショップ事業の成功を踏まえ、首都圏スーパー等を対象に販路を段階的に開拓した。</li> <li>・養蚕・こんにゃくの生産が衰退した際には、今後何を生産していけば良いか全くわからなかったが、施設園芸はコスト面・技術面で難しいことがある反面、土地柄を踏まえて今後の販売が期待でき、普及しやすい露地野菜という視点で調査・分析を重ね、露地なす、オクラ、玉葱、たらの芽、にら、菌床しいたけ、やわらか葱、ブロッコリーという 8 つを重点野菜として定めた。</li> <li>・当時はまだバブル経済の中にあっただため、農業を辞めサラリーマンへ移行していった農家も多かったが、バブル崩壊後、残された農地をインショップ・直売事業の展開に託し、徐々に農業に戻ってくる農家が増えていった。</li> </ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏における百貨店でのインショップ方式により地域農産物の直接納品・直接販売体制を構築し、市場出荷では困難な安定した売上を確保している。JA の手数料は 10% であり、インショップは現在 30 店舗にのぼる。また、インショップに加え、直売所を管内に 2 店舗を構えており、売上高は合計で約 12 億円となっている。</li> <li>・一方、直売事業以外の主な品目は椎茸、こんにゃく、酪農、養豚、きゅうり、なす等で、地域外における市場流通による販売が主となり、売上高は約 80 億円となっている。</li> </ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続的な取引をしていた大手スーパーと、インショップのビジネスモデルを共同開発し、取引経験のある首都圏スーパー等を対象に、提案型の営業を行うことで 30 店舗の販路を開拓できた。また、首都</li> </ul>

---

圏へ高速道路で1時間という立地特性を活かして、毎朝配送する体制をつくり、少量多品目生産及び高鮮度の生鮮野菜等の直売事業に成功した。

- ・また、サラリーマンからの帰農者や地域の高齢者・女性等を、多品種少量生産を行う出荷者として組織化する一方、全店舗の販売情報を一元的に管理することで、計画的な生産・販売体制を構築できた。インショップと同時並行的に進めた地域内直売事業も含め、農家個々の責任能力は問われるものの、基本的に商品規格がないという点に参加しやすさがあり、離れつつあった農業者を引き戻し、自分でノウハウを高めていける環境が築けた。

---

#### 事業の課題

- ・インショップ事業を中心に販売力の基盤は整ってきたものの、人口の減少や核家族化、高齢化に伴う生産農家の減少により、前年度の生産量を維持すること自体が困難となりつつある。新規就農者を含め若い世代の生産者も少ないが、その少ない若い世代の農家育成を行い、作付面積の増加等、規模拡大を積極的に推進する環境づくりが必要と考えている。
- ・近年、生産量・売上ともに横ばいの傾向が続く中、いかに付加価値を高め販売していくか等、次の展開を考えていく時期にきている。特に生鮮部門の販売に関しては若干強みを持っているが、加工分野では立ち後れているため、カット野菜等の加工分野の可能性について、まずは調査・検討をしていく必要があると考えている。

---

#### 今後の展望

- ・若い世代の農家の絶対数が少ない中で、一度組織に入ってきた生産者が、組織から出て行かないような環境づくりをしていかなければならない。現在の中核的な農家との考え方の違いがある中で、伸びようとする芽を潰さぬよう外堀も押さえていきたいと考えている。
- ・既存施設として加工所が存在しないという現状からも、加工事業からは立ち後れている。生鮮販売事業が横ばいの傾向の中で、加工という新たな事業展開を検討していきたいと考えている。
- ・首都圏にある情報をキャッチする場として、インショップをより有効活用するため、積極的に首都圏に足を運びインショップ担当者等と定期的な情報交換の場を持っていきたいと考えている。

## 大分県安心院町：都市部豆腐店との連携による農産物等直販事業

事業主体	松本集落（通称：イモリ谷集落） 集落営農組合（31世帯）いきいき松本生産部会（23世帯）
事業開始年	平成12年度
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・おいしい米どころとして知られていた同集落は、水田転作目標は常に未達であったが、中山間地域直接支払い制度の導入をきっかけに、集落営農組織を設立し大豆の集団転作を実施したことにより、集落が一つにまとまり様々な事業展開に着手するに至った。中山間地域直接支払については個人に配分せず、全額事業化に向けての設備資金・準備資金に活用した。加えて、営農センター等の整備においては農家全戸が一律に拠出し、資金の充実に努めた。事業化にあたっては、区長がリーダーシップをとる一方、イモリ苦楽分を中心とする若者層が中核となって事業を起し、高齢者は地域で調整・協力を力を入れ合意形成を取り付けるという役割分担を行った。</li><li>・大分市でこだわり豆腐の製造・直売を行う都市部豆腐店の社長は、その当時、良質な大豆原料の産地を県内で求めている。その際最も重視した条件は、まとまった農地で一元的に生産されていること、生産者との信頼関係を構築できることの2点であった。一方集落の農地は谷間に伸びる水田用地であることから水はけが悪く、大豆には不適地であり、「むらゆたか」という豆腐には不適な品種しか生産できない状況にあったが、上記の条件を充たしていたことから、都市部豆腐店の社長の強い思いで契約取引を始めることになった。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・都市部豆腐店への豆腐用大豆の取引では、集落で生産する転作大豆のほぼ全量を供給しているが、平成15年度は収量が低く1.8トンに留まっている。</li><li>・都市部豆腐店を松本集落のアンテナショップと位置付けた農産物・農産加工品の直売事業は、平成15年度は対前年比20%増となり、平成16年度も伸張が見込まれる。加工品については現在、まんじゅう、味噌、惣菜、こんにゃくの4品で、各農家が製造業許可を取得し、自家生産する体制をとっている。営農センターが地域の集荷場であり、豆腐店に店長として雇用されている集落の住民が、毎朝出勤時にここから産品を店舗まで直送する体制をとっている。</li><li>・杵築市の酒造会社との連携による清酒用原料の供給については、平成15年度に着手したばかりであり、平成16年度の作付面積は0.12ha</li></ul>

---

である。都市部豆腐店の社長の紹介で、大分市内の企画会社が事業に参画しており、大分空港・大分市内の酒屋や百貨店での清酒販売を始めたところである。今後は清酒の販売額を見据えながら、作付面積を拡大する方針である。

- ・平成 15 年度に整備した「大きな豆の木」では、集落営農組合による納豆の製造事業に着手している。納豆については販路開拓が思うように進まず、販売額は些少に留まっている。また、同施設では、地域内での直売機能も担っているが、これも販売額は少ない。今後は交流客の拡大を図りつつ、地産地消機能を高めて行く方針である。

- 
- 成功のポイント
- ・都市部豆腐店が、取引にあたり最も重視した条件は、まとまった農地で一元的に生産されていて生産者との信頼関係を構築できたことであった。松本集落では、集落営農により収量確保を実現する一方、地域全体でエコファーマーに取組み品質を向上させることで、都市部豆腐店との提携を成立させることができた。
  - ・中山間直接支払いの資金を有効活用することで、営農センター等集落活動の拠点整備とビジネスの仕組みづくりができた。また、各種大賞を受賞したことによる集落住民の自信と、これを通じた全国への情報発信は大きな成功要因となっている。

- 
- 事業の課題
- ・地域が単独で取組む転作大豆の製造直売事業においてはマーケティング情報等が不足し、販路開拓と消費者ニーズを捉えた商品開発ができておらず、売上が伸び悩む状況にある。
  - ・中山間直接支払いを資金とした展開であり、現在の事業内容・事業規模においては適切な運転資金を持っているが、更なる事業拡大のための十分な余剰金を生み出すまでの経営構造にはなっていない。

- 
- 今後の展望
- ・水田のみならずぶどうも視野に入れた各種作業受託、いきいき生産部会、農産物加工所兼販売所の運営の 3 つを柱とした法人経営を目指している。
  - ・「大きな豆の木」を、転作大豆の地域加工拠点と位置付け生産・販売を拡大するとともに、集落内の情報センターと位置付け交流客の拡大やインターネット販売を開始する予定である。



## 熊本県山都町（旧清和村）：アンテナショップ出店による都市部への農産物直販

事業主体 熊本県山都町（旧清和村）

事業開始年 平成12年

事業のきっかけ

- ・旧清和村の基幹産業である農業の所得は 1,642 千円となっており、熊本県平均の 1,771 千円と比較して低く、旧村の活性化のためには農業所得の向上が不可欠であると考えていた。そうした状況の中、農産物が生産されてから消費者に販売される過程の間に、農協選果料、販売手数料、青果卸売市場販売手数料、青果仲卸業者利益、青果小売店販売利益等、非常に多く中間マージンが発生している。その中間マージンを削減し、削減した中間マージンを生産者に還元することができれば農家所得の向上が図られると考えた。
- ・中間マージンの削減を行う手法として、近年の消費者から支持の高い農産物直売所に注目し、平成12年に県都である熊本市に清和村のアンテナショップ「清和ふるさと館」を出店し、年間売上約1億円を売り上げていた。「清和ふるさと館」は清和村が整備しているものの、運営はJA上益城が行っているため、店内には旧清和村の農産物、加工品、手工芸品等の特産品の販売よりも、地域以外のJA上益城管内市町村から出荷される農産物の方が多く販売されていた。
- ・こうした背景から、旧清和村独自のアンテナショップを熊本市内周辺に出店するに至った。

事業内容

- ・「清和ふるさと館」での販売実績を踏まえ、旧清和村では、村で生産される農産物や加工品、特産品を主に販売し、高冷地の気候を活かした多様な農産物の販路の一つとして、平成16年7月に熊本市周辺地域にアンテナショップ「清和高原野菜市場」を出店した。都市部への直販システムを構築し、地域生産者の所得向上と地域農産物のブランド化に結びつけている。
- ・「清和高原野菜市場」の運営は、旧清和村及び旧清和村民の共同出資により設立された第3セクター「有限会社清和高原野菜市場」が独立採算経営を基本に行っている。また、「清和高原野菜市場」で販売される商品は、清和高原野菜市場出荷協議会に登録する生産出荷者によって清和村から出荷される。年間売上高は2億円を計画しており、開設以来好調を維持している。

- 
- 成功のポイント
- ・ 出店立地を決定するに当たっては、熊本市及び市周辺地域における物件情報、競合小売店状況、地域住民の買物行動を詳細に調査することで、都市部マーケットでの最適な立地選定ができた。
  - ・ 農産物直売所は、特に冬場等の農産物の端境期に商品供給量が少なくなり、多様な商品を求める消費者ニーズに対応できず、来店客数の減少や売上の減少を招くことが多い。「清和高原野菜市場」では、店舗職員が村内全集落を回るとともに、輪番制で出荷者に店舗の販売支援を行わせることで生産意欲を向上させることができた。特に店舗開店当初は、消費者の生の声を生産の現場に役立てるため、ローテーションを組んで出荷者自らが店頭に立ち、消費者との会話を行い、価格設定、商品の包装形態、消費者が望む商品等を学んだ。
  - ・ また、商品供給量が減少する時期を中心に、熊本県内の提携町村からの産品を調達することで、年間を通した商品供給量を確保できた。

- 
- 事業の課題
- ・ 売上の大半が旧清和村からの出荷商品であるが、さらに旧清和村の出荷者所得の向上につなげるため、加工品をはじめとする商品の供給品目及び供給量の拡大を図る必要があると考えている。
  - ・ また、さらなる店舗売上の拡大を図り、出荷者所得の向上を図る必要があるが、現在の店舗面積では限界に近い状況にある。そのため、人口が比較的集中する地域等への店舗外販売を検討する必要があると考えている。

- 
- 今後の展望
- ・ 旧清和村内に農産物加工施設を整備し、これまで仕入れ商品でまかなうが多かった加工品の地域内製造・地域内出荷を実現し、多様な形態での地域住民の参加と出荷者所得のさらなる向上を実現する方針である。
  - ・ 当初から検討テーマにあった、熊本市内へのアンテナショップ2号店、3号店の整備・出店を行い、旧清和村からの出荷商品の売上拡大と、地域内商品の売残りロスを最小限にすることを検討する予定である。

## 熊本県山都町（旧清和村）：有機農業条例の制定による循環型農業への取組み

事業主体	熊本県山都町（旧清和村）
事業開始年	平成9年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・旧清和村は熊本県内でも有数の高原野菜の産地であり、その味や品質面では熊本市内の消費者からも高い評価を得ている状況にある。しかしながら、外国からの輸入野菜の増加や国内産地間競争の激化等から、より明確な特色を持つことが産地として、生き残り策を講じる必要があると感じていた。</li><li>・そこで、有機農業条例の制定等、有機農業に対する取組みでは先進的な宮崎県綾町の例を参考にして、清和村有機農業条例を制定したことをはじめ、清和村農業の新たな特色として、有機農業に対する取組みを始めた。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・旧清和村では、村をあげて有機農業に取り組んでいる。畜産廃棄物の堆肥化と土づくりへの活用により、農産物の付加価値化の循環サイクルを進めており、地域に有機栽培が普及しつつある。平成9年には清和村有機農業条例を制定し、村独自に農薬等の使用基準を定め、その基準に合致している場合には、清和村特別栽培認証作物として村が認証し、無償で認証シールを発行する地域認証システムを構築している。</li><li>・野菜類に関しては地域で普及が進んでおり、直売施設等の販路での販売に加え、市場からも高い評価を受けており、出荷価格を引き上げることに成功している。</li><li>・また、有機農業に対する関心の高まりを受けて、有機米生産に取り組む農家もあられ、福岡県の生活協同組合と契約して、生産量のほぼ全量を、有機米としてJAを通して販売している。</li></ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・有機農業条例を制定し、村が独自に農薬等の使用基準を定め、特別栽培認証作物として村が無償で認証シールを発行するといったシステムを確立することで、地域全体での有機農業の取組みを促進できた。清和村が発行する特別栽培認証シールは無償提供であることから、認証取得者の普及・拡大には役立っており、認証取得者は特に、農産物直売所やアンテナショップ等への出荷商品に対してシール貼付しており、利用者の安心・安全志向に対応している。</li><li>・福岡県の生活協同組合と契約し、有機米生産量のほぼ全量を、JA</li></ul>

---

を通して一元的に販売する等、こだわりの産品を志向するユーザーとの取引を拡大し、安定取引につなげている。

---

事業の課題

- ・ J A S 法の改正により、農産物表示の基準が変更となり、有機農産物表示を行う場合は、有機 J A S 法に基づいて、有機 J A S 登録認証機関での認証が必要となった。しかし、認証取得に対しては毎年の認証検査の実施や検査料が農家の負担となっている。
- ・ 有機栽培の実施には慣行栽培以上の手間暇がかかるが、有機 J A S 登録認証機関での認証を取得したとしても、それが農産物の価格に正當に反映されないことが懸念され、有機農業普及の課題となっている。

---

今後の展望

- ・ 合併後の町である山都町では、有機農業の展開を含めた循環型農業への取組みを検討しており、循環型農業への取組みにより、山都町全体の農業振興につなげたいと考えている
- ・ またその中の一環として、山都町独自の有機 J A S 登録認証機関の設立を検討しており、町独自の有機 J A S 登録認証機関の設立により、有機認証に関わる農家負担の軽減と有機農業の推進主体としての機能強化を考えている。

## 岩手県岩泉町：農業公社を核とした循環型農業への取組み

---

事業主体 社団法人 岩泉農業振興公社

事業開始年 平成 16 年度

---

事業のきっかけ

- ・基幹産業の農業で生活ができず、雇用吸収力が停滞傾向にあった。岩泉町は、酪農業が活発であり、古くは乳業会社と農家が直接やり取りする中で、安定的に経営を続けてきたが、農協が出荷を取り仕切るようになってから明治乳業の工場も撤退し、停滞してきた。
- ・野菜でも過去に、普及センターの指導でアスパラの大団地を形成したが、3年目の本格的な収穫期には病気で全滅した。
- ・その一方、安全・安心志向の高まりを受け、産地表示等生産履歴が重視される中において、土づくりを基本とした有機農産物等、付加価値が高い農産物等の産地化を目指す必要があると考えた。
- ・有機農業を進めるにあたっては、普及センターやJA等では、担当者が定期的に異動すること、付加価値が高い小ロットの商品の販売力が弱い等の理由から、町の産業を任せておくことはできないと判断した。こうした中、町農業の研究機関としての機能を持った循環型農業の推進主体として、岩泉農業振興公社を第3セクター方式で設立した。

---

事業内容

- ・畜産業との連携のもと、公社運営の堆肥センター・土壌分析センターを核に土づくりを推進することで、有機栽培に取り組む認定農家の育成と地域産品の付加価値化につなげている。
- ・農業振興公社は、町の農業の研究機関として、2つのセンター運営を通して高度な土づくり技術を構築し、この技術を町の農家に還元し、町農家は公社の技術をもとに、付加価値の高い葉野菜を生産している。
- ・土壌分析センターにおいては、それぞれの農地の土質を分析しており土質に応じた肥料設計を行っている。野菜の試験栽培の結果も踏まえ、高品質な堆肥を製造し、この堆肥を農家に供給するとともに、土質に応じた指導を公社が行う仕組みとなっている。
- ・町の認定農家47名のうち、10戸にハウスを導入させており、育成途上にある。生産を希望する農家のハウス導入には、町が支援するという一貫した支援体制が構築されている。

---

---

成功のポイント

- ・農業公社の土壌分析センターで、生産者の持つ農地の土質を分析して土質に応じた肥料設計を行うとともに、野菜の試験栽培の結果を踏まえた高品質な堆肥を製造して生産者に供給し、土質に応じた指導を行うことで、土づくりを基本とした野菜生産者を拡大することができた。

- ・土づくりという従来農家個々の経験に基づき行われてきた取組みを、システム構築により平準化できた。こうした高品質な野菜生産の振興に向けて地域農家の共通的な課題となる部分を公社が担うことで、一般の農家にメリットを還元することを実現している。

---

事業の課題

- ・現在のところ、農業振興公社と連携した野菜生産を行う認定農家が10名に留まっているが、今後は既存の認定農家への普及を図り、葉野菜生産の拡大を図り、産地化を進める必要があると考えている。そのための、地域全体での意識の共有化や合意形成が課題となっている。

---

今後の展望

- ・産地として農業振興を図るためには、高品質な商品の生産技術に加え、販売力の強化が必要であると考えている。そこで、JA等関係機関との連携を踏まえながら、販売力の強化を進めていく方針である。
- ・岩泉町では、技術、販売の牽引組織として、第3セクターを位置付けている。今後も、時代に応じて必要な技術は第3セクターが構築し、農家に還元する形で地域農業を牽引する方針である。野菜生産については作付農家の拡大を図り、有機の産地としての地位を確立していく計画である。

## 高知県吾川村：高付加価値な農産物の都市部への有利販売

事業主体	J A コスモス吾川支所トマト生産部会
事業開始年	平成 8 年

- 事業のきっかけ
- ・オイルショック前後の賃金高騰や、海外からの輸入木材の増加に伴う国内木材価格の低迷等により、林業は衰退した。また農業に関しては、古くは、茶、養蚕、畜産が主体であったが、繭価格の低迷と茶栽培の普及が養蚕農家に大きな打撃を与え衰退した。
  - ・こうした状況の中、高地の冷涼な気象条件を活かした高冷地野菜の生産に着眼した。中でもトマト生産では若年層の就農が見られたことから、村の基幹産業となる可能性が高かった。特にトマトの中でも、特殊な栽培技術を用いて果肉の糖度を極端に高めた高糖度トマトへの取組み意欲が旺盛であった。
  - ・そこで、平成 8 年に国の補助事業を導入して標高 600m から 800m の山中に農地の造成を行い、ハウスなどの生産設備を整備したことから始まり、現在では 9 農家 1 農事組合法人で 354 a の作付面積となっている。

- 事業内容
- ・高冷地の気候を活かして、11 名の専業農家により山頂でのフルーツトマト（高糖度トマト）のストレス栽培（有機を基本とした灌水の抑制による栽培）に取組み、ニッチ市場へチャレンジし、市場評価が高くブランド力がある農産物を生み出している。良質な堆肥を利用していることに加え、ストレス栽培であることから農薬散布量が少なく、受粉に当たってもマルハナ蜂を活用した健康志向に合致した商品づくりを行っている。
  - ・栽培方法や出荷方式等の違いにより、3 グループに分かれて活動しており、それぞれ「ぴゅあトマト」、「てっぺんトマト」、「黒船トマト」のブランド名で販売している。「ぴゅあトマト」は、J A の選果場において光センサーを用いて客観的な糖度基準による等級分けを行い、首都圏・関西圏を中心に系統流通を基本に出荷するとともに、ギフト用商品として J A によるホームページを活用したインターネット通信販売を行っている。「てっぺんトマト」及び「黒船トマト」は、小規模な選果場で生産農家が自身の経験に基づき等級分けを行い、高知市内の青果卸売市場や仲卸業者、小売店、飲食店等高知県内を中心に独自の販路を開拓し、出荷を行っている。

- 
- 成功のポイント
- ・高糖度トマトの生産は、極端に灌水量を少なくするというストレス栽培を行うことにより、果肉に含まれる糖度が通常のトマトが4度～5度のところを、糖度8度以上に高める生産方法を行っている。この生産方法は、高い生産技術と品質管理技術が必要となることから、他産地が容易に真似のできない技術水準を有している。
  - ・また、高糖度トマトは夜間温度が一定以上下がらないと果肉の糖度が高くなることから、6月～10月の夏・秋の期間に生産を行える産地がほとんどみあたらない状況である。標高600～800mの山間地で高糖度トマトの生産を行う吾川村ではこの時期の生産出荷が可能で、夏秋の希少産地となっており、出荷先においては、通常のトマトの、約3倍程度の金額で取引が行われている。
  - ・JAの選果場において光センサー選果機を用いて糖度基準による等級分けを行い、規格・品質の標準化を実現することで、卸売業者や百貨店等での高い評価を得ることができた。

- 
- 事業の課題
- ・吾川村には高糖度トマトのブランドが3つ存在し、それぞれが独自に販路を有していることから、量的なまとまりがなく、結果として、出荷量が少なすぎることから、流通業者からも商品の位置付けが中途半端になっているとの評価を受けている。そのため、村内ブランドの統一による出荷量的な確保が課題となっている。
  - ・また、青果卸売市場の特性として、需要と供給のバランスにより価格が大きく変動し、結果として、農家経営を不安定にしている大きな要因となっている。特にギフト以外の商材では価格面等において有利に販売できる販路は構築されておらず、都市部のマーケティング情報の把握と付加価値を活かしたネットワークづくりが課題となっている。

- 
- 今後の展望
- ・既存の流通販売経路とともに、流通業者及び消費者ニーズの実態を調査し、調査結果に基づき、既存の流通販売経路を整理するとともに、より消費者に近い流通業者との関係を築き上げることにより、相対取引の推進を計画している。
  - ・また、村内に統一産地ブランドを作り、統一ブランドを基に商品をまとめることにより、量的な確保を行い、消費者に対するブランド認知を高める取組みを検討している。



## 高知県池川町：カット野菜工場による公共事業に代わる雇用確保

事業主体	フードプラン 株式会社
事業開始年	平成 8 年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・池川町では、公共事業の激減に伴い、就労場所を確保するための施策を行ってきた。年々一般会計に占める公共事業の予算は減少傾向にあり、町内の建設業者等公共事業関係業者の仕事が激減していた。その結果、就労場所がなくなり、過疎化の更なる進展等様々な問題を誘発しているため、他の業種の育成が急がれていた。</li><li>・現代の若い夫婦の台所には包丁がないと言われているが、大きなレストランでも包丁もなければ、板前もないところが増えてきた。あるのはハサミとレンジだけで、調理はボイルをするだけとし、客を5分以上待たせないといった傾向が、レストランだけでなく、病院や自衛隊、特別養護老人ホーム等にも波及している状況である。スーパーにもカット野菜コーナーが出現したが、今までは野菜も中国からの輸入品が多かったものの、農薬使用問題を発端に減少し、きれいな水をはじめ、安全な環境でカット野菜が製造されることが求められていた。こうした背景から、施策の1つとして、野菜の加工処理工場（カット野菜工場）の立上げを行った。</li><li>・そこで、平成15年7月に、公共事業の減少から行き場を失った町内の建設業者が連携し、建設業者を中心に構成する株式会社フードプランという会社を受け皿とし設立し、野菜の加工処理工場（野菜カット工場）を立上げた。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・株式会社フードプランは、町が3,500千円、その他6名が13,000千円を出資する第3セクターである。本業である土木建築用資材の販売を行う一方、野菜・果物・穀類・豆類・花卉・その他農産物の栽培、加工業務及び販売、土木建築用資材の販売等、地域の農林水産資源を活かした幅広い事業展開を行っている。</li><li>・国産であることを武器に首都圏大手スーパー等に直接営業を行い、契約に基づく買い上げ方式での商談が成立し、信頼関係を背景にOEM生産にも着手したことから、経営は安定に向かっている。</li><li>・公共事業が減少の一途をたどる中、新たな就労場所の確保、地域資源の活用という大きな2つの課題に対し、安全・安心、生産環境、カット野菜需要という消費者のニーズと合致し、事業は拡大傾向にある。</li></ul>

- 
- ・また、町ではカット野菜工場以外でも就労場所の確保のために、永田農法によるトマト栽培（ツボイのファーストトマト）やコンピューターによる糖度管理を行う一ノ谷のミニトマト（清流トマト）、マイナスイオンによるシイタケ・イチゴ栽培等、いずれも豊かな自然環境を活かした事業を展開し、確実に栽培面積を拡大している。

---

#### 成功のポイント

- ・中国での農薬使用問題を背景に、国産原料であることを武器に首都圏大手スーパー等に直接営業を行い、契約に基づく買い上げ方式での商談を成立させ、信頼関係を背景に大手スーパーとのOEM生産にも着手することで、安定した供給先を確保できた。その前提として、地域の資源として綺麗な水や空気といった自然環境を持ち合わせていたことが大きい。美しく、きれいな環境で製造されることが、消費者の求めるニーズや需要と合致した。
- ・町内においては生産者と品目別契約栽培を進めているが、供給が追いつかず、不足する商品については他の産地との提携や市場からの仕入等により原料を安定的に確保している。

---

#### 事業の課題

- ・立上げ当初は、加工食品事業のノウハウ取得が課題となっていた。名前だけでも「カット野菜」、「THEキット」、「チルド」、「ランチング」等と、全く勝手がわからずに関係者一同が苦労したという経緯がある。現在は取引先からの情報提供等により、段階的にノウハウの蓄積が進みつつある。
- ・町の産業と言うと、林業を主に成り立ってきたという経緯があり、高齢化率も高く、畑が少ないため、原材料となる野菜自体が町内だけでは非常に少ないという実態がある。事業の運営にあたっては、町外は勿論、県外まで足を伸ばして原料の調達を行っていかねばならない状況である。

---

#### 今後の展望

- ・現在、県外まで広げている野菜の仕入れを、徐々にでも町内、近隣町村から行えるようにし、こうした取組みの波及効果として、介護保険、医療費等の負担増を少しでもカバーできるようにしたいと考えている。
- ・立上げは当初従業員10名程度で操業していたが、今後は事業を拡大して、50名規模の地域雇用の場としていきたいと考えている。

## 山梨県小菅村：下流域との連携によるグリーンツーリズム

事業主体	多摩川源流研究所
事業開始年	平成 13 年度
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・多摩川の源流地域の豊かな自然を継承し、源流地域の文化を発信して、多摩川下流域との交流を共同で行うため、源流地域市町村（塩山市、奥多摩町、丹波山村、小菅村）で構成される多摩川源流協議会が設立された。この協議会での取組みをさらに発展させるため、小菅村は単独で、平成 13 年 4 月に多摩川源流研究所を設立した。</li><li>・当初は、多摩川流域市区町の公的機関及び教育機関の職員を中心に交流を持つとともに、小菅村の情報発信、小菅村役場が主催する体験イベント・体験ツアーへの協力等、限られた人的資源でも可能な形での取組みを行ってきた。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・都市部との体験交流事業として、一般都市住民を対象とした「大菩薩・探訪の旅」（源流地域を見て・歩く体験ツアー）や親子を対象とした「源流体験教室」を開催し、延べ 44 回の開催、参加延べ人数 1,671 名の利用実績（平成 15 年度）をあげている。その他、水辺の学校等教育の一環としての交流事業の受入れを行い、小菅川をはじめとした源流域の自然体験事業を行っている。</li><li>・こうした交流事業の取組みにより、固定客が拡大しており、地域の民宿や温泉等の公共施設への経済効果を発揮している。</li><li>・源流域の調査研究活動として、源流域に手付かずに残る豊かな自然の実態を調査するために、東京農業大学や学芸大学といった教育機関をはじめ、NPO 法人等と連携し調査研究活動を実施している。また、研究集会等の開催として、全国源流フォーラムの開催、全国源流シンポジウムの開催等、下流域と源流域を支援する団体等が交流する各種研修会等の開催に加え、源流や流域をキーワードとした各種交流会に参加して交流を深めている。また、村民の体験交流イベントの指導者を育成するため、源流学校指導者養成講座等を実施している。</li></ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・「源流の村」をキャッチフレーズに、全国源流フォーラムの開催、全国源流シンポジウムの開催等源流地域を支援する団体を対象とした各種研修会等の開催に加え、都市部における各種交流会への参加により、流域都市住民に絞った交流事業を展開することで、継続的に</li></ul>

---

訪れるファンを確保できた。

- ・都市部から距離的に近いものの、人口規模も 1,000 人程度で、地域資源は大半が自然資源という厳しい条件の中で、村が有するわずかな資源を最大限に活かした交流事業に特化した戦略を行ったことに成功の要因がある。
- ・また、村役場以外にその主体を担う機関として、協議会という前身組織を活かし、村単独の組織（源流研究所）を設立したことにも大きな要因であった。

---

#### 事業の課題

- ・多摩川下流域との交流事業に関しては、小菅村役場と多摩川源流研究所が連携して行っているが、厳しい財政状況の中で、増員等交流事業の実施体制を充実させることができず、体制面に限界があるのが現状である。
- ・交流客の増加を図るため、小菅村の魅力を絶えず、かつリアルタイムで発信していく必要があるが、発信する情報内容、情報通信基盤の整備が遅れている。

---

#### 今後の展望

- ・これまでの下流域市区町から小菅村に来てもらい、豊かな自然を体験するだけの交流ではなく、これらの取組みを一步進め、源流域の産品は、源流域の豊かな自然を守るために付加価値がついているとの意識をもって購入してもらう等、下流域住民が経済的に源流地域を支援する方向で啓発していきたいと考えている。
- ・また、エコマネーを導入して下流域の住民の労働力を活用する仕組みを作るといった、源流域から下流域までを含めた流域経済圏構想を展開する方針である。
- ・さらに、これまで若年層との交流に関しては、小・中学校との連携が多かったが、これに加え、調査研究活動でつながりのある大学との連携強化を図り、新たな需要を開拓するとともに、イメージアップに向けて、環境に着目する企業との連携を可能とするような取組みを展開することを計画している。

## 長野県栄村：持続的な交流イベントによる栄村ファンの拡大

事業主体	財団法人 栄村振興公社
事業開始年	昭和 61 年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・当初村営の宿泊施設が 1 件あり、一般会計で運営していたが、予算の柔軟性がなく備品・消耗品等に不備を来し、利用者からのクレームが絶えなかった。そこで独立会計による施設運営と、併せて公益的な活性化事業を行う主体として、当時観光を担う財団法人としては県の第 1 号となる村 100%出資による公社を設立した。</li><li>・栄村は観光を村の主要産業と位置付け、温泉と自然という地域資源を活かしながら、段階的に拠点施設を整備した。栄村 = 秘境の湯というイメージのもと、設立以降一貫して売上は伸び、公益事業についても段階的に着手していった。平成 6 年には、独立採算による運営、及び専任スタッフの採用と常務の設置を柱に民間組織へと全面移行した。一方、公社の持つ公益事業はそのまま引き継がれ、地域イベント、交流イベント等の実施主体となっている。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・「温泉保養センター 雄川関」「牧之の宿 のよさの里」「中条温泉 トマトの国」「北野天満温泉」「小赤沢温泉休憩所 楽養館」「栃川高原温泉休憩所」等 8 つ公設施設を一元的に管理・運営している。</li><li>・交流活動としては、山村生活体験、アスパラと山菜狩りツアー、農村体験交流会等を実施している。また、村内のイベントに加え、ふるさとキャラバン公演（横浜市）、武蔵村山市産業祭りの参加等姉妹都市との交流事業も実施している。</li><li>・温泉宿泊施設の食材等を、できる限り村内から調達する仕組みをつくることで、地域ならではの味覚を演出し施設の魅力を高める一方、地域農家の所得向上等地域への経済効果が高い交流施設の運営を実現している。</li><li>・秋山郷については、ブームにも乗り、周辺環境整備を進める中で、秘境の湯という自然資源を最大限活かしている。また、雪国ならではのイベントも多く、毎年スキー場で実施される冬の花火大会は幻想的でインパクトが強く、地域の名物になりつつある。</li></ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・ふるさと情報誌の発行や、ふるさとキャラバン公演（横浜市）、武蔵村山市産業祭りの参加等姉妹都市との交流より、都市部住民による「栄村を愛する会」が結成される等都市部で人脈・ネットワークを</li></ul>

---

形成することができた。また、絵手紙の先生の個展を村内で実施したことをきっかけに、JRとの連携による「絵手紙列車」や村内での全国大会開催につながり、同じ趣味を持った利用者を拡大することができた。

- ・ 飲食等の食材として、きのこ・山菜・野菜・米・川魚等地域の農林水産物を地域生産者から直接調達し、地域の味覚を演出している。また、トマトやアスパラの収穫体験、山菜・きのこ狩り体験、地域食材を使った郷土料理体験等、温泉宿泊＋農林水産体験を基本としたシニア層のニーズにあった地域の魅力づくりができた。
- ・ 地域内調達は地域での経済効果を高める反面、仕入価格が相対的に高い、仕入先が固定化される等、硬直的な取引形態となる可能性が高い。公社では、市場価格と連動した仕入価格の設定等の出荷ルールを定めて適正価格・適正品質を重視した取引を行う一方、広く出荷者を募集することで、柔軟な取引を推進している。

---

#### 事業の課題

- ・ 全国で自然・温泉を活かした観光地が乱立し、秘境の湯ブームが去った中で、村全体での温泉宿泊＋ の魅力づくりを強化することにより、安定的に利用者を確保することが課題となる。
- ・ 持続的な公益事業により都市部での人脈を作り、利用者確保につながってきた経緯があるが、飲食等の食材を地域から調達する割合を向上させることは、コスト高を招く要因となっている。また、多くの施設が分散配置されていることから管理運営効率が悪く、コストが嵩んでおり、公益事業と収益事業の両立と財団の自立的運営が今後の課題となっている。

---

#### 今後の展望

- ・ 都市部老人会を対象に、様々な人脈やネットワークができつつある。今後はこうした人脈と老人会受入の実績をもとに、都市部への営業を強化する方針である。
- ・ 農産物の収穫、山菜・きのこ狩り、郷土料理等の体験で、採ったもの、作ったものを土産として持ち帰ることができることで好評を得ており、グリーンツーリズム的な観点から強化する方針である。
- ・ ふるさと太鼓や絵手紙、その他の地域イベントに関しても観光地としての貴重な魅力になっていることから、住民の参加・協力を得ながら、これらを有機的につなげた自主企画を打ち、村全体での温泉宿泊＋ の魅力作りを進める方針である。

## 兵庫県八千代町：農園付きコテージの賃貸事業

事業主体	俵田フロイデン八千代管理組合 八千代町俵田集落
事業開始年	平成5年度
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・地域の過疎化を止めたいとの考えから、平成元年より、俵田集落の住民でイベントに着手した。減反で米を作れない水田を活用した「れんげ祭り」、河川に集まる蛸を活かした「蛸まつり」により、都市から集客を図った。</li><li>・行政においても、都市農村交流の活性化を検討していた中、イベントで都市農村交流の下地がある本集落に、滞在型市民農園の構想を持ちかけてきた。一方集落としても、都市農村交流の活動の本格化を模索していた状況であったため、集落の代表者10名と行政で検討を重ね、フロイデン八千代の開業に至った。</li><li>・地元から見ると「何も無い農村」が、都市住民の求める資源であり、これに着目し、受入れる環境を整備した。整備検討段階では、反対する地域住民も多く、現在でも全ての住民が賛成している状況にはないが、リーダーシップのある会長が地域をまとめた。確実な実績をつくったことで、地域住民の理解が進んでいる。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・組合で雇用している管理人が管理棟で日常の管理業務に当り、イベントなどの繁忙期は、役員（10名）のほか、組合員が協力して対応している。平成5年に25棟を整備、翌年35棟を整備後、現在まで60棟全てが契約済みであり、売上の変動は見られない。農園付きコテージ1棟当り年間利用料276,000円を徴収し、全棟が利用されている。利用者は神戸市、小野市等全て都市住民であり、県内の利用者が中心である。コテージ利用者の約8割は開業当初からの利用者が継続契約している。</li><li>・コテージ入居者及び一般客を対象とした喫茶室の管理・運営をしている。売上の65%がコテージ入居者へのチケット販売によるもので、残り35%がイベント参加者や施設目前を通過する都市住民の利用による売上である。アルバイト4名を雇用し、2名体制のローテーションにより店舗を運営している。</li><li>・コテージの住人と俵田集落の共同企画によるイベントを実施している。れんげ祭り、蛸まつり等都市住民を対象としたイベントの企画・立案のほか、古くから集落で続けられてきたイベントにもコテージ</li></ul>

---

利用者が企画・立案に参加している。れんげ、蛸の時期で3万人程度がフロイデン八千代を訪れる。フロイデン八千代管理組合では、大型バス及び一般客に施設駐車場を有料駐車場として提供している。また、集落では、模擬店を開催し、収益を上げている。

---

成功のポイント

- ・全60棟のうち利用者は神戸市、小野市等全て都市住民である。コテージの都市住民は、様々な人脈、ノウハウを保有しており、この集落が都市に商品を供給したいと考えれば喜んで提供してくれる。こうした背景を踏まえ、都市部住民であるコテージ利用者と地域集落が共同でイベントを企画・推進することで、れんげ祭り、蛸まつり等の内容の高度化を実現し、都市部住民のニーズを捉えた交流事業を展開できた。

---

事業の課題

- ・コテージ付き農園という施設の特徴から、経営が安定している半面、施設を利用して現況以上の収益を上げることが困難である。賃貸収入による売上のみでは発展が限界であり、賃貸収入＋の収益構造を実現することが課題である。
- ・奥の集落で人気の店（農家女性の寿司販売店）が開業したことにより、フロイデン八千代を通過する車輛も増加傾向にある。都市とのパイプは既に持っており、これを利用した事業を展開することが必要であるが、具体的な取組みには至っていない。
- ・木工加工品や新たな農作物などの特産品を販売していきたいが、これまでは取組もうとする人材が無く、実現しなかった。

---

今後の展望

- ・今後は、コテージ利用者の協力も得ながら、特産品の製造、販売に取組む等、都市とのパイプを活用した収益の柱を確立させたいと考えている。
- ・近年、特定非営利法人「北播磨田園博物館」が組織化され、管理組合もこの組織に加入している。この組織は、地域にある自然、遊休施設、景勝地等、地域の資源を活かすことを目的に、地域で案内人を養成し地域全体を博物館として活用することで、交流客拡大を目的とした取組みを進めている。フロイデン八千代の施設のみで、今以上の交流客拡大と、経済効果を発揮していくことが困難な中、この組織と連携することで、町のリピーターを確保していくとともに、特産品づくりを進めていきたいと考えている。



## 大分県安心院町：集落活動によるグリーンツーリズム

事業主体	松本集落（通称：イモリ谷集落）55世帯
事業開始年	平成8年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・地域では、イモリ苦楽分という若者層が中心となって、地域の活性化を目的に、ほたるの里の音楽祭やれんげ祭り等を開催していた。これらのイベントは、都市との交流を目的にしたものではなく、あくまで集落の人々を対象とした活性化事業として取組んだものである。ほたるの里の音楽祭では映画も上映されるが、これは主として映画を見る機会が少ない高齢者に喜んでもらおうという趣旨から実施されたものである。</li><li>・こうした状況の中、県が主催する活性化フォーラム研究会への参加がきっかけで、集落において研究会が組織され、同クラブを中心に子ども達が誇りを持って定住できる集落作りの構想が練られた。</li><li>・特に風光明媚な自然があるわけではないが、イモリの形に似た谷間の集落全体をフィールドとし、自然や伝統芸能・伝統技術を活かした体験・交流ゾーンとして活用することに着眼した。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・現在都市交流イベントとして、れんげ祭り、ほたるの里の音楽祭、秋祭り・神楽の舞、しめ縄づくりが、自治組織によって開催されている。</li><li>・いずれのイベントも、交流客ではなく、集落の住民を主たる対象とした取組みであったが、現在交流客が年々拡大する傾向にあり、れんげ祭り・ほたるの里の音楽祭にあっては400名程度の交流客の参加が見られる。</li><li>・これに併せて模擬店等を出店しており、体験事業を含めた収益を確保しているものの、小規模な展開に留まっている。</li><li>・体験事業については椎茸のこま打ち体験、炭焼き体験に加え、石臼挽き豆腐づくり、ぶどう園見学、いちご野菜収穫等も実施されつつあり、年々拡大傾向にある。</li></ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・集落の住民自らの手により活性化構想を策定する一方、まずは集落の人々が喜ぶためにどのようなコミュニティが必要であるといった視点で活動を行い、集落内での合意形成が進んだ。これまでの集落行事として実施してきた各種イベントのノウハウや、それを支えてきた人材、自然や伝統芸能・伝統技術を活かしながら、地域住民と</li></ul>

---

交流客がいっしょになって楽しめる体験・交流事業を展開できた。

- ・特に平成 14 年度は大分県農業賞を受賞し、視察団が頻繁に訪れるようになった。平成 16 年度には農林水産省最優秀賞を受賞しており、事業の拡大に向けて拍車がかかっているところである。これにより、これまで意識してやってこなかったことに、集落全体で自覚が芽生えた。また、松本集落が有名になるにつれ、これまで集落行事として捉えてきた各種イベント事業にも都市部住民の参加が多く見られるようになり、グリーンツーリズムを意図的に展開し、ビジネスにつなげるという発想を持つに至った。集落内の合意形成により、UIJ ターン者等多様な技術や知識を持つ人材を集結し、リーダーとすることでビジネス化に向けての核ができた。

---

#### 事業の課題

- ・集落行事から発展した地域密着型のグリーンツーリズムは芽生えたが、集落活動の延長という側面が強く、収益をあげる事業にはつなげていない。今後は法人組織への移行と、収益が確保できる事業への転換を図る計画にあるが、地域における個人的な研究・学習には限界があり、情報やノウハウは不足する傾向にある。
- ・今後既存の取組みによるノウハウ等を活かし、新たにグリーンツーリズムの拠点として農家レストランを整備し、事業を拡大したいと考えているが、財源確保の目処が立っていない。

---

#### 今後の展望

- ・技術の伝承「百匠集団」「いもり組」を結成し、高齢者の匠技術である炭焼きや竹細工等の伝承を行う計画である。また、ホームページの作成、グリーンツーリズム活動の拡大等を目的に、それぞれ技術を持った住民の登録制度による組織化を検討中である。
- ・「百匠集団」「いもり組」との連携によるソフト事業の強化に加え、農村レストランの整備、農家民泊登録者の拡大等により、グリーンツーリズムを拡大する。
- ・現在農家民宿 1 件が認可されており、今後は宿泊事業についても展開する方針である。

## 長野県飯田・下伊那地域：地域旅行代理店を核とした体験旅行

事業主体	株式会社 南信州観光公社
事業開始年	平成 12 年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・平成 8 年当時、飯田・下伊那地域の観光客は年間 200 万人で、うち宿泊客は 100 万人を割り込むという通過型の観光地であった。そこで飯田市観光振興課は、カヌーやラフティング等スポーツ体験を目玉としたプログラムの充実に努めた。一方同市の農業振興課ではグリーンツーリズムを進めており、モデル集落が整備されつつあった。</li><li>・事業が拡大するにつれ、行政だけでは対応が困難になり、この事業を商業ベースで継承する目的で、5 市町村と交通会社・J A・商工会議所等の共同出資により、平成 12 年に従来の旅行会社とは正反対の機能を持つ旅行会社として設立する運びになった。その後地域の参加・協力が増え、現在は 18 市町村全ての出資を仰ぐ会社となった。支配人は、飯田市職員から営業を受けた旅行代理店の修学旅行担当者であり、飯田市の熱意と信念に打たれて現職についた経緯がある。</li><li>・最初は、スポーツ関連の体験が中心であったが、学校の教諭からの要望に応えるかたちで自然学習や農業体験ツアーへ重点をシフトしていった経緯がある。農業体験・農家民泊については、飯田市との連携のもと、受入農家の一本釣りで地域の体制を段階的に整備した。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・利用者（旅行会社含む）から公社に希望プログラムの選定と手配依頼 公社が現地受入先の確認・調整 公社が利用者到手配結果回答及びルートの連絡 利用者・公社間で途中連絡をとりながら旅行実施 利用者・公社間で精算といった業務フローを基本とする。</li><li>・農業体験が全体の 4 割を占め、農業と関係の深い味覚体験を含めると過半数を超える。また対象者は、学生団体が 90%以上を占め、農家民泊の利用者の伸びが最も高い。</li><li>・手配形態については個別訪問、集落で会合 個別訪問、会合一括、地区組織一括依頼、及び行政組織一括スタイルの 5 つのスタイルがあるが、市町村や集落の状況に応じて柔軟に対応している。また、農業体験・味覚体験等地域にかかわる活動領域については、「地域コーディネーター」を設置し、旅行者の添乗員的な役割を果たしてもらう仕組みになっている。1 農家への宿泊人数は 4 名と定めており、バス単位で各集落に分散して宿泊する一方、農業体験については集落全体で取組むといったケースが多い。</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・同事業の直接経済効果は約3億円で、国内観光消費額のツーリズム乗数によると、直接効果の約2.4倍の間接効果があるとされており、地域経済への波及効果は7億3千万円と推定される。</li> </ul>
<p>成功のポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・18市町村及び地域の関連企業の出資を仰ぐ旅行会社を設立することで、広域での体験旅行の企画提案が可能になり、首都圏・関西圏の大手旅行代理店との商談機能を強化することができた。修学旅行等扱っている旅行代理店は10社程度あり、小中学生にターゲットを絞ることで限られた経営資源の中で最も効率的な営業を可能とした。</li> <li>・地域の状況に応じて5つの方法で受入農家の組織化を図る一方、農業体験・味覚体験については、「地域コーディネーター」を設置し、旅行者の添乗員的な役割を果たしてもらう仕組みをつくることで、受入体制を強化できた。</li> <li>・18市町村全ての出資を仰ぐ会社となったことから、飯田市周辺のルートが広域に拡大し、より魅力的で変化に飛んだプログラム設定・コース設定が可能となり、地域としての受入能力と体験学習の魅力を高めることができた。</li> </ul>
<p>事業の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験学習旅行は同地域だけがビジネスとして先行しており、全国的な広がりはまだ見られない。全国的な取組みが見られれば、自ずとマーケットが拡大し、同地域の事業もさらに拡大する。情報提供は積極的に行うので、後発地域では同地域の事例を十分参考にしてもらいながら、ビジネス化に向けて邁進して欲しいと考えている。</li> <li>・現在小中学生に限定されているが、今後は一般向けにも拡大させることが課題である。現在の企画の中で、1本桜を散策して回る「桜守の旅」は、個人旅行・家族旅行等の需要も取り込み好評である。また、森林保全等エコツーリズム等の需要を掘り起こしながらビジネス化への道を模索する必要があると考えている。</li> </ul>
<p>事業の展望</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も事業は拡大することが予想されるが、体験学習旅行は、集落・農家を主役に行政及び関係機関との連携と協力の上に成り立っており、基本を忘れないことが最大の戦略であると考えている。</li> <li>・企業研修・組織研修旅行の実施、大手企業の福利厚生の一環としてのファミリーキャンプの実施、及びエコツーリズムの需要把握と事業可能性の研究の3本を柱に、新たな事業展開を進める方針である。</li> </ul>

## 熊本県山都町（旧清和村）：農村芸能の復活による「文楽の里」づくり

事業主体 施設運営：財団法人 文楽の里協会

演劇活動：清和文楽人形芝居保存会

事業開始年 平成4年度（文楽館オープン）

- 事業のきっかけ
- ・旧清和村は県境地で、都市部までのアクセス条件（熊本市まで1時間30分）が悪く、民活による産業興しは期待できない状況にあった。そこでこの小さな村が目立つ唯一のものは何かを探した結果、ほとんど廃れかけていた清和文楽があった。
  - ・清和文楽は、江戸時代の嘉永年間、阿波・淡路系旅回りの人形浄瑠璃一座から伝えられ、村人たちが農作業の合間に習い覚えて春の祈願、秋の願成のお祭りに自ら奉納を始めたのが興りと言われる。明治の終わりには一時衰退したが、昭和に入り天皇即位をきっかけに復興、昭和29年に村民により保存会が結成され、昭和32年村指定文化財、昭和54年には熊本県の重要無形文化財の指定を受けている。
  - ・当時は、年に何回か出張公演を行っていた程度で、文楽道具は集落センターの古びた倉庫に入っており、この時点での文楽の商品価値はほとんどなかったが、県内唯一の農村芸能として、この村にしかないということで活性化策として文楽復興をリストアップした。
  - ・問題は「文楽」が経済的に成り立つかどうかであったが、まずは目立とうではないかということで、清和村のキャッチとして「文楽の里」という名前をつけ、「文楽の里づくり」を進めることにした。

- 事業内容
- ・（財）文楽の里協会は、地域の交流事業を担う中核組織として、文楽館、物産館（道の駅）、天文台、郷土料理館の4施設の管理・運営を行っている。総雇用人数は45名で、文楽保存会員15名、職員10名、アルバイト20名である。
  - ・文楽の公演は、人形と浄瑠璃を組み合わせた芝居として、三味線の調べに合わせて三人の遣い手が人形を操る。人と人形が一体となり、おりなす義理と人情の世界は見る人の心を打つものがある。
  - ・文楽の演劇場は客席200席である。毎月、第2・第4日曜日の午後に約1時間公演し、20名以上の団体予約があれば出張公演も行う。
  - ・現在では、年間入込み12万人（レジ通過客数）、売上も2億3千万円に達しているが、はじめからいまの姿が見えていた訳ではない。まったく見えないところでまずは目立とうということで文楽を起爆剤としたが、特産品開発等複合的な取組みにより年々内容が高度

---

化・多様化し、現在では修学旅行の観光コースにも入っている。

---

- 成功のポイント
- ・ 県内唯一の農村芸能であり、この村にしかない資源として「文楽」に着目したが、経済的に成り立つかがポイントであった。その中で、文楽を商標登録したことで、話題性や認知度を高めることができた。文楽商標と文楽祭りが一体化することにより来訪者は増え、経済的行為として成り立つようになった。文楽館だけでは赤字であるが、併設した物産館（道の駅）で収益が上がりはじめ、いまの地産地消の先駆けとなった。
  - ・ 清和文楽の復興に関しては太夫の育成が課題となったが、ふるさと創生事業により、地域住民の中から三味線奏者と義太夫の2名を育成し、今日の清和文楽として一大交流事業へと発展してきた。また、また特産品づくりのための職人の育成では、緊急雇用対策事業の制度利用により雇用し、先進地での技術研修を1年間受けさせた。2年目から左記の財団法人で勤務し、地域の目玉としての栗菓子（特産品）の生産・技術の担う人材として育成できた。
  - ・ 文楽自体は赤字経営であるが、文楽のイメージに合わせた栗菓子等の特産品開発や物産館での商品展開、アンテナショップにおけるビデオ放映等により、文楽ブランドを活かした6次産業化を実現できた。文楽の里づくりという地域のテーマがなかったら今の清和は知名度もなく、有機農業も目立たなかった。

- 事業の課題
- ・ 物産館で今後伸ばしたいのは加工部門と販売部門である。栗の渋皮煮等一個100円で売れ、10円が100円となる。清和で取組む事業は、帰結するところは農業振興であるが、今後はいかにして村に人を呼び込むかが重要となる。
  - ・ 目標は外貨獲得と内部留保であり、企業誘致等地域外からきてくれるだけの条件が出せない中で、文楽のような内発的な事業を立上げることが必要である。こうした事業を軌道に乗せるまでは行政が介在し、人材を育てる等4~5年は支援する必要があるものの、合併後は行政支援のあり方が不透明な状況にある。

- 今後の展望
- ・ 将来的には売上規模を3億円までは伸ばしたいと考えており、売上拡大に向けては、施設を増やすとかではなくメニューを増やして事業の拡大を図っていく予定である。

## 奈良県川上村：芸術をテーマとした都市住民の誘客

事業主体	財団法人 グリーンパークかわかみ
事業開始年	平成 11 年度

- 事業のきっかけ
- ・昭和 38 年の伊勢湾台風の被害により、ダムを川上村に整備する構想が浮上した。平成 15 年にダムが完成したが、ダム整備により、村民の 3 分の 2 が離村し、村の生活、文化が失われてしまった。村を離れた人材には都市で洋画家として活躍する人材がいたため、この人材を引き戻し、芸術を新たな文化として定着させようという考えが浮上した。また、匠の聚の整備以前より、村では観光を新たな産業とするために、温泉宿泊施設等の整備・運営に取り組んでおり、観光客の拡大、観光産業の活性化に向けて整備した。
  - ・そこで村出身者の洋画家を含め、全国から村に居住するアーティストを募集し、施設内のアトリエに入居する 7 名のアーティストを決定した。こうしたアーティストの指導に基づき、滞在しながら創作が体験できる施設として開業した。

- 事業内容
- ・創作体験事業として、施設内に居住するアーティストのほか、イベント時に近隣の芸術家を招き、都市住民に本格的な創作を体験してもらう事業を展開している。体験料金は内容により異なるが、1 人 2 千円程度である。
  - ・創作体験利用者、村で実施している森林体験事業の参加者等が利用する宿泊施設を運営している。週 1 日の定休日があるため、稼働日数が限られる。また、コテージ利用料金が安価であり、収益性に乏しい。年間利用者は 5,000 人となっている。
  - ・施設利用者への喫茶の供給事業を展開している。アルバイト 2 名のほか、繁忙期を中心に正職員 2 名を含めたローテーションで稼働している。仕入の 99% は地域外からの調達によるもので、地域内からの調達は箸と少量の野菜に留まる。
  - ・アーティストが創作したカップ、木工品、オブジェ、絵画等を匠の聚が委託販売手数料として 20% を徴収して売店で販売し、80% を出荷者である施設内のアーティストに還元する仕組みとなっている。

- 成功のポイント
- ・アトリエで生活する 7 名のアーティストを最大の資源として活用している。アトリエで生活する 7 名の有名アーティストの指導を直接受けられる創作体験により、本格志向を持つ中高年層を中心とし

---

つ、若者を含めた幅広い年代層の集客を実現できた。また、山間に位置する立地を活かし、アウトドア利用者や森林体験事業の参加者（村が下流域の都市住民を対象に展開）の利用を取り込んでいる。

---

#### 事業の課題

- ・ 交流客は微増傾向で製品の販売や飲食等、地域への波及効果が少なく、行政からの補助を受けた運営から脱却できない状態にある。こうした背景から、今後の重点課題として地域全体のマネジメントの再構築が可能な人材の確保があげられる。
- ・ 基幹産業の林業が停滞する中、林業＋観光業の産業化を目指して昭和63年以後交流施設の整備を進めてきたものの、交流客に販売する商品が育たず、物販施設において販売している商品は仕入の土産品が中心である。これまでも、いくつかの加工品を育てようと仕掛けてきた経緯はあるが、ダム製造にマンパワーをとられ、民活が育っていない状況である。
- ・ 匠の聚を含めた6つの施設を運営する財団法人に、行政から運営費を補填している状況にあるが、このような状況は長く続かない。今後は、営業力のある人材を登用する等、民間的な発想に基づく経営に転換する必要がある。

---

#### 今後の展望

- ・ アーティストの協力を得ながら、年間を通じて創作体験事業を展開し、施設最大の魅力である人材をこれまで以上に活かすことが必要である。併せて、匠の聚主催の都市での展覧会を強化する等、都市への情報発信体制を強化していく。
- ・ これまで村では観光資源を施設に求めていたが、こうした方向は終わりにする方針である。吉野川源流に位置する立地を活かし、山を守り、きれいな水を提供することを村の役割として、下流地域との連携を進めている。この取組みの一環として、森林保全のボランティア活動を進めており、このボランティア活動をさらに発展するための受け皿組織として財団法人紀ノ川源流物語が設立された。
- ・ 今後はこの財団法人の活動を通じ、源流の村であることをPRし、山や源流を保全することの大切さに理解のある都市住民との交流を拡大する。同時に、こうした理解のある都市住民が村を訪れたときに、買ってもらえる商品開発等により、経済効果の発揮を目指す。



## 富山県南砺市（旧利賀村）：演劇を核に地域資源を活かした交流事業の展開

事業主体	財団法人 利賀ふるさと財団
事業開始年	平成 12 年度
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・昭和 30 年代以後、急速に第一次産業が衰退し過疎化が進展する中で、合掌家屋や村の自然を活かした都市農村交流に取り組んだ。村の出身者が助役を勤めていた武蔵野市との交流や都内の短期大学との交流を経て、演劇家が利賀村の合掌家屋・自然環境に魅力に感じて入村し、演劇活動を開始した。この演劇家の活動により、国内と全世界から交流客が訪れるようになった。行政直営の交流施設の整備・運営により雇用の場を創出したと同時に、村民も民宿経営や飲食店経営に取り組む等、交流客を対象とした産業が形成されていった。</li><li>・交流客拡大に対応するため県内でも早い時期に集落排水整備に取り組み、トイレの水洗化を実現した。こうした村の基盤整備を受けて、村民が民宿や飲食店経営に着手した。また、都市との交流により利賀ファンが確立され、利賀ファンと意見交換を行う中で、村民が気付かなかった資源を魅力に替えてイベントとして展開した。段階的に交流客を拡大させ、平成元年以後、民宿・飲食の専門経営が実現した。最盛期より減少傾向にあるが、現在でも 6 万人が 30 件の民宿に宿泊するなど経済効果を発揮している。</li><li>・村が整備した各種の交流施設は村町営で個々に経営されていたが、平成 12 年にはこれら施設を一括して運営する組織として、財団法人利賀ふるさと財団が設立された。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・演劇家の入村をきっかけに、都市部との連携による演劇祭を開催し、国際交流村のキャッチフレーズのもと地域づくりを進めてきた。</li><li>・芸術文化施設に加え、世界のそばを集めた「そばの郷」のほか、民俗資料館、漫画館、美術館等芸術文化展示施設等の管理・運営事業を展開し、年間利用者 2 万 3 千人を集客している。共通利用券の販売等、利用促進対策に取り組むものの、利用者は減少傾向にある。</li><li>・アウトドア関連事業としてスキー場及びキャンプ場の管理・運営事業では、スキー場利用者年間 3 万人、キャンプ場利用者 5 千 7 百人の実績である。パンフレットやインターネットにより、宿泊パックや入浴割引券等の企画商品の販売に取り組むが、降雪量の減少、冬季レジャーの多様化によりスキー場利用者は減少傾向にある。</li><li>・温泉宿泊施設の管理・運営事業を展開している。年間利用者 5 万 1</li></ul>

---

千人を集客し、売上の5割を占める。宿泊施設利用者への飲食供給では、森林組合が生産するそばのほか、豆腐、岩魚、米、野菜・山菜を地域の事業者、農家から仕入れて活用している。

- 
- 成功のポイント
- ・演劇祭を実施するにあたっては、他に類を見ない合掌造りのホールやギリシャの庭園をモチーフにした屋外演劇場を整備して話題性を高めた。また「国際交流村」をキャッチフレーズに掲げ、演劇家の人脈等を活かしながら都市部に積極的にPRすることで、国内のみならず海外の演劇ファンも引き込むことができた。
  - ・また、都市住民のニーズを把握し、村に受け継がれてきた「そば」をふるまう伝統的な風習や、雪上運動会等都市では体験できない村の魅力を都市住民向けに展開し、固定客を拡大することができた。

- 
- 事業の課題
- ・村の交流を支えてきた演劇が転換期を迎えている。2000年まで国際演劇フェスティバルというイベントにより、演劇を見せることで一般交流客を受入れてきたが、参加者、来場者ともに減少傾向にあった。現在では、「演出家コンクール」等演劇家や役者を養成する取り組みへと転換しているが、演劇を核とした交流客数は減少傾向にある。
  - ・演劇に替わる新たな誘客の素材を創造する必要があり、今後は都市に認知された演劇・そば・雪といった地域資源と産業関係団体の連携を強化する方針であるが、従来のブランドイメージが低下する中で、新たな価値を都市部に情報発信していく効果的な手法を確立していくことが課題となっている。

- 
- 今後の展望
- ・村の交流を支えてきた演劇は、演劇家の経験、人脈を活かし、全世界から演劇家や役者を目指す人材を受入れ、こうした人材を養成するとともに、全世界に輩出していくなど、内容の濃い交流へと転換していく必要がある。また、演劇家を養成する中で、都市に演劇を情報発信することで、都市からの交流客を維持・拡大していきたい。
  - ・雪を始めとした自然資源やそば等の農作物、これに演劇を加えた資源を有効活用するとともに、関係組織の連携により、都市に共同でPRできる交流の素材を確立していく必要があると考えている。
  - ・併せて、利賀ふるさと財団においては、拡大しつつあるシニア層への営業や、エージェントとの連携による営業を展開する等、交流の素材を都市に情報発信し、施設利用の促進を図っていく方針である。

## 山形県小国町：料理研究家との提携による雑穀のブランド販売

事業主体	五穀の会
事業開始年	平成 16 年

- 事業のきっかけ
- ・同町はこれまで、大手製造業の存在により、県下でも有数の所得水準を誇ってきたが、近年経済環境の変化の中で雇用の場の喪失という大きな課題にさらされている。また、下請構造にある中小企業やその他部品等の製造業についても先行きは不透明である。さらには公共事業の縮小に伴い建設業においても今後は深刻な局面を迎えることが懸念されていた。
  - ・その中であって同町では、既存の商工業の維持と更なる発展につなげる取組み、恵まれた大自然を利活用し新しい産業をおこす取組み、地域を舞台としていきいきと働く環境づくりの取組みといった、基本的な産業政策の柱を受けて、平成 15 年度から「食文化・産業づくり」に向けた各種の具体的な取組みを開始した。
  - ・民間等による各種研究会が開催され、農業の付加価値や有利販売を検討する中で、近年の健康志向を受けた雑穀市場がひとつの有望分野として浮上した。その一方地域出身の著名な料理研究家との連携が進み、首都圏へのフォーラム参加や町内での共同イベントの開催等を通し、地域の有志が中心となって、雑穀の生産拡大と有利販売に向けた取組みがはじまった。
  - ・平成 16 年度には生産者による「五穀の会」という組織が設立し、首都圏への直販事業を開始した。

- 事業内容
- ・フォーラム等の開催を通して、郷土出身の料理研究家との連携が始まり、料理研究家のブランド力を活用しながら健康志向にマッチした雑穀の生産・直売事業を推進中であり、小規模な取組みながら、安定的な取引を実現している。
  - ・現在 5 名のメンバーで、生産・販売事業に着手している。取組みが開始されたばかりであり、作付面積は約 1 ha に過ぎない。雑穀の乾燥調整にあたっては、中心メンバーである個人所有の施設を利用しており、今後は生産の拡大にあわせ新たな施設の整備も検討する方針である。
  - ・商品は、料理研究家のネットワークにより首都圏の専門店に直売する一方、通信販売事業にも着手している。

- 
- 成功のポイント
- ・食の安全・安心や健康への関心の高まりにより、「食」や「食材」を見直す動きが広がっている。その中であって、ひえ、あわ、きび等の穀物が、植物繊維やミネラルが豊富であることから、新たな食材として脚光をあびている。日本雑穀協会によれば、雑穀の市場規模は約100億円で急成長を続けているものの、日本の食料自給率は3%に過ぎず、需要に生産が追いつかない状態にある。こうした市場性の高い作物に着目した。また雑穀は転作作物として、手間はかかるものの、生産者にとって採算が合う作物であり、高齢者や女性等多様な担い手が取組める作物である。
  - ・こうした背景を踏まえ、料理研究家が太鼓判を押せる高品質な雑穀の生産を実現するとともに、料理研究家を広告塔として活用することで、小国町の雑穀＝料理研究家ブランドとしての展開ができた。
  - ・また、地域出身の料理研究家による雑穀にかかわる研究やイベントが全国で実施されており、こうしたイベントに地域が積極的に参加することで都市部小売店との人脈が形成され販路を確保できた。

- 
- 事業の課題
- ・雑穀は気象条件に影響を受けにくいものの、連作障害も発生することから、作付地の団地化に併せてブロックローテーションを進める必要がある。町内の農地が総じて排水条件が悪い中であって、集落における合意形成等、適切な農地の確保に向けての仕組みづくりが課題となっている。
  - ・現在は需要に供給が追いつかない状態であるが、岩手県をはじめ、全国で雑穀の振興が進められる中であって、有利販売に向けたブランド化の推進と販路確保が、今後の課題となるものと見られる。

- 
- 事業の展望
- ・取組みが開始されたばかりであり、作付面積は少ないものの、平成17年度以降は増産体制の確立に向けて、生産者及び農地の確保を計画している。生産が拡大することが予想される中で、任意組織から法人格組織への転換を含めて、組織の高度化を図ることが必要となっている。その組織形態としては、農地の保有が可能な生産法人格を持った、有限会社もしくは農事組合法人等が想定される。
  - ・団塊の世代がリタイアする局面にある中で、帰農者が拡大することが予想される。こうした帰農者が取組む作物として雑穀は有望であることから、町の戦略的な作物として位置付け、地域が一体となった取組みを強化する方針である。

---

## 山梨県北杜市(旧高根町): キャラクター商品と手作り雑貨を都市部住民へ販売

---

事業主体                    フォレストワークショップ 合資会社

事業開始年                平成 11 年

---

事業のきっかけ            ・事業着手当初は、埼玉県でホームページを活用したインターネット販売により、手作り及び仕入商品のうさぎに関する雑貨を販売していた。その後平成 11 年～平成 16 年春までは、インターネット販売に加え、野辺山の空き店舗を活用して店舗販売を開始した。

                                  ・平成 16 年から現在の清里の駅前商店街内に店舗を賃借し、店舗販売を開始すると同時に、野辺山での店舗販売を終了した。

                                  ・事業開始当初は、1 回当りの仕入量が少なく、一定の取引数量が確保できないため、欲しい商品を仕入れることができないこともあったが、仕入先の開拓により、少量の仕入れでも対応する仕入先を確保できるようになり、商品の多様化が実現できた。こうした取組みにより事業は着実に軌道に乗りつつある。

---

事業内容                    ・商品開発や仕入の面で都市部人材とのネットワーク化を進め、ピーターラビット関連商品と手作り雑貨を清里の店舗とインターネットで都市住民に販売しており、小規模ながらブランド力の高い店舗運営を実現している。

                                  ・100%メーカー・問屋からの仕入商品であるピーターラビット関連商品は、経営者自身が東京インターナショナル・ギフト・ショーに参加し、仕入先を発掘・ネットワーク化している。一方手作り雑貨は、すべて自らが製作しており、オリジナリティーあふれる品揃えを実現している。

                                  ・ホームページを活用し、インターネットによる通信販売事業を実施している。販売商品は店舗販売と基本的には同一だが、メール会員になると通販・店舗販売ともに 5%の割引が適用される。またメール会員限定企画もある。ホームページを活用したインターネット通信販売を展開することにより、その拠点の場所にかかわらず全国に顧客を持つことができるという利点を活かしている。メール会員には、メールマガジン形式で企画情報・販売予定情報等の情報提供を行っている。また、メール会員入会時に欲しい商品等の情報を記載してもらおうとともに、ホームページ上でも問い合わせを受け付け、顧客ニーズ情報を収集し、商品の仕入・製造に活用している。

---

- 
- 成功のポイント
- ・事業開始当初は、1回当りの仕入量が少なく、一定の取引数量が確保できないため、欲しい商品を仕入れることができないこともあった。そこで、経営者自らが東京インターナショナル・ギフト・ショー等のイベント会場に定期的に赴き、メーカー・卸売といった仕入先を自ら開拓して都市部との多様な人脈を形成することで、独自性のある多様な商品の仕入れを実現できた。
  - ・また高原の観光地のイメージから、地域の草木をドライフラワー等の原料として活用したオリジナル商品を販売しており、ピーターラビット商品との相乗効果もあって土産の需要として高く、店舗の立地特性にあわせたラインナップを実現している。

- 
- 事業の課題
- ・店舗販売では、7月から8月にかけて特に需要が集中し、経営者1人のみでの接客対応には限界があるが、この時期に臨時販売員して雇用するような人材が地域にいないことが課題となっている。
  - ・また、手作り雑貨は、閑散期に経営者自らによる手作りであるため、需要に応じて臨機応変な商品の追加・補充が行えず、機会損失を招くケースがみられ、手作り雑貨の生産体制の充実や効率化が課題となっている。

- 
- 事業の展望
- ・現在の顧客は地域外の観光客やホームページによる顧客がほとんどであるため、ビーズ教室や雑貨の手作り教室を実施し、地域の需要開拓と顧客の囲い込みに取り組んでいる。
  - ・また、清里の近隣に高速道のインターチェンジが整備される計画であることから、今後はより一層の観光客の増加が見込まれ、できるだけ早期に店舗兼自宅を整備し、事業展開を拡大する方針である。

## 山形県飯豊町：道の駅を核とした特産品開発

事業主体	飯豊めざみの里 株式会社
事業開始年	平成 9 年
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・飯豊町では昭和 40 年代から、全国に先駆け住民参加のまちづくりを進め、活性化にかかわる事業に対し、住民が積極的に参加していこうとする姿勢ができた。</li><li>・一方町では、都市部では民活の力で産業は興せるだろうが過疎地にあっては行政の介在なくして産業は育たないし最初から民間で起業化することはない、民間のみの事業では収益が重視され地域雇用の拡大や関連産業への転換、地域経済への波及といった間接効果が期待できない、また産業振興に向けたきっかけづくりや仕組みは町の使命であるといった考え方を持っていた。こうした考え方に基づき、行政主導型の第 3 セクターを立上げてきた経緯があり、平成 3 年から 7 つの第 3 セクター（生産施設、温泉宿泊施設、農業生産施設等）を設立した。いずれも住民が積極的に参加・協力しており、成功に結びついている。</li><li>・農業が盛んな地域であり、近年は施設園芸が拡大しつつある。反面生産者の高齢化も進展しており、高齢者等も参加できる産直の仕組みづくりの検討を進めてきた。</li><li>・こうした背景を受けて、飯豊めざみの里（株）は、地産地消と地域物産の販売を担う組織として、平成 9 年に設立した。設立にあたっては、地域の民間企業や J A ・森林組合に加え、多くの生産者の参加を得ている。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・地産地消の拠点として、また道の駅として、農産物直売施設や物産館に加え、テナント方式によるレストラン等を運営しており、地域生産者の販路の一つとなっている。</li><li>・地域の農産物を直売する仕組みづくりだけでなく、地域農産物を加工し、特産品として販売することで付加価値を生み出す仕組みづくりに力を入れており、町内で 12 の加工グループを育成した。</li><li>・町内品については全て取り扱う一方、良いものがあれば地域 県内 全国と取扱商品を拡大し、消費者視点に立った品揃えを基本方針としている。地域ブランドの確立に力を入れており、売れ筋はナショナルブランドではなく、「雪むろ味噌漬け」「醤油あけがらし」等、地域ブランド商品が中心となっている。</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者については町内や近隣都市に加え、県内・新潟・福島県在住のリピーターが拡大しており、その9割は個人客であり、商品にリピーターがつくという考え方にに基づき品揃えを進めている。</li> <li>・県内有数の道の駅として、高い販売実績をあげており、利用者の拡大に伴い出荷者の所得向上、特産品開発等地域女性の起業化といった成果をあげている。また、企画旅行に取組むことにより、地域における交流客の拡大にも貢献している。</li> </ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・加工品の商品開発にあたっては「ナショナルブランド」の真似をするのではなく、今ある地場産品の改良に視点をおいている。また味については標準化したものではなく、地域の味をそのまま残すことを基本とすることで、地域の嗜好へ対応した商品づくりができた。</li> <li>・有力卸売業者と連携しており、ここで売れない商品は引き取ってもらえる仕組みになっている。こうした安全弁により、売残りを心配せず生産や特産品開発に力を入れることができる仕組みを作っており、生産者や加工グループ等の活動を活性化させることができた。</li> <li>・体験（わらび、いちご）と風呂等をセットにしたミニ企画ツアーを進めており、利用者確保につながっている。代理店は地場の新潟交通等のバス会社が主力であり、大手とは組まない方針である。こうした取組みにより、道の駅の利用率が上がり、レストランを含めた売上も向上した。</li> </ul>
事業の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域住民及び広域住民を対象とした販売事業には限界があり、当初から交流客や国道沿いの通過客を対象とした展開を行っている。しかしながら豪雪地帯でもあり、冬場は利用者が大幅に減る状況にある。</li> </ul>
今後の展望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冬場対策として商品開発の強化や、地域における企画ツアーの強化等による利用者確保を進める必要があると考えている。</li> <li>・平成15年度より、道の駅に隣接する立地で、いちごの摘み取り体験を実施しており好評を得ている。地域における他の施設との連携も踏まえ、体験を基本とした交流事業の強化を進める方針である。</li> </ul>



## 鳥取県日野町：近隣住民を主対象とした農産加工品の製造・販売事業

事業主体	菅福元気邑
事業開始年	平成 14 年度

- 事業のきっかけ
- ・平成 12 年 3 月菅福地域の小学校廃校が決定した。学校は菅福地域にとって祭り等の地域コミュニティの拠点であり、学校が廃校となることで、こうしたコミュニティまで消失することが懸念される状況にあった。
  - ・そこで地域の核を残すことを目的に、コミュニティ形成のための施設として再整備を依頼した。その結果、水道光熱費等の維持管理費は集落で負担するという方針で施設の再整備が決定した（清掃委託料のみ年間 30 万円が行政から支払われる）。
  - ・維持管理費を捻出するためには何らかの収益が必要であるため、集落でアンケート調査を実施し、収益確保策を検討した。この結果、本地域で古くから残る豆腐、味噌、コンニャク等の食品加工技術を活かした加工品生産・販売に取り組むことで収益を確保するとともに、次世代に技術と伝統食品を継承するために、「食文化伝承館」として再整備し活動を開始するに至った。

- 事業内容
- ・地域住民の要望に応える商品を宅配方式で供給することで、地域内で安定的な顧客を確保しており、近年都市への販売も拡大傾向にある。近隣住民へ主として宅配方式で販売を開始し、消費者から商品のクレーム、味の評価等をもらい、商品づくりに反映させるなかで段階的に日野町全域、日南町等の近隣の他、米子市、境港市まで販売エリアを拡大している。
  - ・売上構成は、豆腐約 37%、味噌 44%、餅 13%、コンニャク 6%である。大豆、米、コンニャク芋、もち米といった農作物は全て地域で生産した農作物を原料としている。
  - ・豆腐、コンニャクは輸送に不向きであり、町内及び近隣の日南町等宅配エリアへの販売のみしている。このため売上は安定しているものの、宅配エリアの限界から頭打ちの状況にある。味噌、餅は日持ちするため郵送販売も実施している。米子市での新聞チラシにより PR したほか、消費者の口コミにより、鳥取市、米子市、境港市他、大阪方面まで顧客が拡大しており、地域外からの注文が増加傾向にある。

- 
- 成功のポイント
- ・ 地域の高齢化の進展を踏まえ、宅配により商品を地域住民にダイレクトに届ける販売方式を採用することで、顧客との信頼関係に基づく安定した販売先を確保できた。
  - ・ 高齢者の伝統的な加工技術を活かした商品は、当初から地域の消費者から支持を得ていたが、地域住民から商品のクレームや、味の評価等をもらい、更なる商品改善や新商品の開発に取り組むことで、地域住民の要望に応える商品づくりができた。また、地域住民に不足していた衛生面の知識を、県普及指導員の指導により補うことができた。

- 
- 事業の課題
- ・ 次年度より、行政からの清掃委託費（年間 30 万円）がなくなる予定である。現在のところ、施設は町の資産となっているが、将来的には行政から集落に施設を払い下げる可能性が強い。町も財政難であり、将来的な町村合併も予測される中、この集落組織で施設を維持管理できるだけの力をつける必要がある。実現に向けては、農産加工事業の拡大により、売上を拡大していく必要があるとともに、将来にわたって施設、加工活動を維持するための施設・設備の再投資に向け、余剰金を留保できる収支を目指す必要がある、これを実現できるか否かが、この組織の存続にかかってくる。
  - ・ 過去に米子市にあるアンテナショップから加工品の出荷要請を受けたが、毎日出荷することが困難であり、出荷を断った経緯がある。都市部で出荷可能な時に取り扱ってもらえる販売先があれば、段階的な事業の拡大に寄与すると考えているが、そのような取引先は見つからない状況にある。

- 
- 事業の展望
- ・ 現在働いている農家の女性は高齢者が中心であり、加工事業だけで生計を立てることを求めている。今後は、メンバーの世代交代と併せて、男性の力を借りて、段階的に加工品の販売量・製造量を拡大させ、活動を継続できる収支体系とすることが当面の方針である。

## 富山県入善町：学校給食への地元農作物の供給事業

事業主体	財団法人 入善町農業公社
事業開始年	平成 15 年度

- 事業のきっかけ
- ・学校給食への食材供給事業は、市場規格から外れる農作物や自家消費にとどまっている野菜を換金したいという農家の要望から始まった。高齢化で自家野菜生産農家が拡大し、また、市場規格から外れる農作物が増加傾向の中、これら作物を現金化することで、農家所得の向上を図る必要があった。
  - ・一方地域における食農教育の重要性が高まる中であって、行政が主導となり、JA、普及センター、学校長、調理師、栄養士、生産者で構成される地産地消推進協議会を立上げて地産地消を推進する方針を打ち出した。この一環として学校給食への食材供給事業が展開されている。
  - ・当初は町が事務局となり、農業協同組合で配送事業を行っていたが、入善町農業振興公社が設立された平成 15 年以後、当公社が事務局となり事業を展開している。
  - ・事業計画段階で既存の食材納入業者との軋轢が生じたが、町や学校関係者、農家が一体となり、地産地消、食農教育を進める取組みとして説明し了承を得た。

- 事業内容
- ・農業公社を中心に、学校給食関係者及び生産者との連携により、地域の農産物を、町内小中学校の給食の食材として安定供給しており、農家所得の向上等の経済効果を発揮している。
  - ・また、野菜の供給のほか、生産者が生徒と給食を食べる等、生産者と学校の交流にも努めている。

- 成功のポイント
- ・まずは公社が生産者と調整し、時期ごとの収穫品目を把握する。生産情報をもとに教師、調理師、栄養士で構成する学校給食研究会が献立計画を作成し、この計画に基づき必要農作物とその量を確定する仕組みとなっている。また、野菜は全て公社が生産者から買取り、野菜が過剰になった場合は、地元のスーパーのインショップで公社職員が販売に当たることで、需要と供給の調整を実現している。
  - ・学校給食研究会からの注文に基づき公社が生産者に発注し、生産者は毎朝公社に野菜を出荷、公社が各学校の調理室まで直接配送するシステムを構築することで、鮮度の高い野菜を供給することを可能

---

にしている。

- ・野菜の形状のばらつき等により、調理に時間がかかることが問題になるケースも見られたが、学校給食用の出荷規格を農業公社が中心となり確立することで、規格が統制された商品供給を実現している。

---

#### 事業の課題

- ・学校が献立立案の時期を早めることで新たな品目についても出荷することが可能となるが、調理効率が悪くなることから、実現していない。学校では食農教育の観点から、総論では地元野菜の活用に前向きであるが、調理の現場を含めた合意を取り付けなければ供給品目が拡大しない状況にある。
- ・地産地消を進めるためには学校給食のみでは限界があり、町民を含めた取組みが必要である。現在も過剰野菜については地元スーパーでインショップにより販売しているが、形が悪い野菜は売れないのが実状である。都市部での新たな販路・安定供給先を確保したいと考えているが、その情報の把握が困難な状況で、販路開拓の具体的展望は見えない状況にある。
- ・学校給食への食材供給事業を皮切りに、地域直売やスーパー等への供給等、地産地消事業を拡大・強化する方針であるが、公社が設立して間もないということもあり、新規事業を担う人材やノウハウは不足する傾向にある。

---

#### 今後の展望

- ・学校のみならず、民間事業者を含めた食材供給事業を検討する必要がある。地産地消推進協議会には飲食店事業者も参加しているが、小規模な飲食事業者は計画的な仕入が困難であり、一定規模の飲食店への対応には安定確保が課題となる。当面、民間事業者への供給を模索しつつ、学校への供給品目を拡大することで地元食材の活用促進を目指す。
- ・学校への供給のみでは地産地消には限界があり、町民を含めた地元食材活用の合意形成を図る一方、朝市事業を展開していく等、直売事業を強化していくことが必要であると考えている。

## 高知県梼原町：地域資源の「風」を活かした風力発電事業

事業主体	高知県梼原町
事業開始年	平成 8 年度
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・梼原町は日本三大カルストのひとつである四国カルストを町内に有し、四万十川源流地域である等、自然環境に恵まれた町である。この立地条件を活かすため、町では「環境の里づくり」というキャッチフレーズで、自然エネルギーによる地域の振興を目指していた。</li><li>・こうした取組みの一環として、役場職員の発案により、四国カルストの放牧場に風力発電施設を整備し、発電事業を開始するに至った。</li><li>・風力発電への取組みは、平成 8 年度の風況調査から始まり、平成 11 年度に風車と関連施設が整備され、平成 11 年 10 月より風力発電事業をスタートしている。</li><li>・当初から梼原町の風力発電事業は、町営電気事業としての風力発電の事業採算性・将来性の検証と風力発電施設の観光的な利用の検証というモデル事業として取組まれた。</li><li>・梼原町では、風力発電事業のほか、梼原川の水力発電や公的施設等での太陽光発電パネルの設置、地熱を活用した温水プールの整備等、環境負荷の少ない新エネルギーへの取組みを進めている。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・町営電気事業として四国カルストの放牧地に風車 2 基及び送電施設を整備し、風力発電事業を梼原町直営で実施している。施設の維持管理は、施工業者へ委託を行っている。</li><li>・発電量は平成 15 年で 369 万 k w (当初計画は 380 万 k w を予想)で、梼原町使用電力全体の約 18% を発電している。減価償却負担を考慮しない単年度収支では、大幅な収入超過となっており、電力販売金額は 44,506 千円の収益を得ている。</li><li>・風力発電事業の収益は環境基金に積立を行い、環境基金の一部を活用して、町内一般世帯の太陽光発電パネルの設置時に補助を行い、環境に対する地域住民の意識向上を図るほか、環境保全施策として、森林の間伐に対し、国・県の補助に 10 万円/ha の上乘せ補助を実施し、林業の活性化による森林の保全に努めている。太陽光パネル設置に対する補助は、全世帯 1,800 戸のうち 85 戸に補助を実施し、森林の間伐については年間 800ha が間伐されている。</li></ul>

---

成功のポイント

- ・売電による収益金を積み立てた環境基金を、町内一般世帯への太陽光発電パネルの設置時に 20 万円/1 k w の補助に活用することで、累計 88 戸、137.35 k w 相当のパネルの普及につながった。また基金を、環境保全施策として森林の間伐実施に対する補助に活用し、間伐材の販売促進につなげることができた。

- ・事業の取組みが先進的であるため、対外的な P R 効果は非常に大きく、公的機関やマスメディア等から注目を集め、多くの団体が視察に訪れるほか、施設立地が県立自然公園内にあることから、新たな観光スポットの形成にも貢献し、観光交流の促進につなげることができた。

---

事業の課題

- ・補助金を活用した行政による取組みであるため減価償却費負担がなく、事業の採算性は比較的高い。しかしながら、当該施設の立地が県立公園四国カルストであることから、落雷等による自然災害が多く、それに伴う補修時に多くの費用負担及び臨時の人的負担がかかる。特に、平成 16 年夏から秋にかけての台風被害により、風車 1 基がいまだ稼働できない状況にあり、修理費負担も莫大な金額にのぼっており、資金確保が課題となっている。

- ・また、県立自然公園であるため、補修作業への制限や手続き等で手間がかかることに加え、臨機応変な対応ができない点が課題となっている。

---

今後の展望

- ・自然エネルギーに対する取組みを普及啓発していくため、町内から目視できる場所である烏帽子山に新たに風力発電施設 5 基を整備する計画であり、平成 17 年 2 月から風況調査を実施する予定である。
- ・新たな風力発電施設 5 基の整備には、莫大な整備コスト負担が伴うが、梶原町単独での整備は困難であるため、広域市町村が連携して整備費を負担する方向で検討している。

## 広島県大朝町：菜種を原料とした食用油と BDF 燃料の生産・販売事業

事業主体	NPO法人 いーね！おおあさ
事業開始年	平成 12 年度

- 事業のきっかけ
- ・平成 9 年当時、国では環境への配慮や資源循環ということを啓発しており、同地域では「資源循環とは何か」ということを真剣に考え、全国 18 箇所を視察し、滋賀県愛東町の B D F の製造にヒントを得た。
  - ・米が基幹産業の町であるが、生産調整により 33% の農地で米が生産できず、同時に米価も大幅に低迷傾向にあった。基幹産業の農業を立て直すことが町産業の活性化に寄与すると考えていた。こうした中、農業の建て直しも含め、再生産可能なエネルギーを農地で生産することに取組もうと考えた。
  - ・同時期に、町商工会の若手が I T によるまちおこしを研究しており、「いーね！おおあさ」の前身となる組織を立上げた。この組織で、入念な検討を重ね、「未来開発提案書」を作成した。この提案書の中で、菜種油から B D F を製造する等の資源循環に関する活動と、こうした活動を通じた町のイメージ向上、交流客拡大、農業・商業の活性化等のビジョンを明らかにし、町に提案して活動を開始した。

- 事業内容
- ・地域で生産した菜種から食用油を生産する一方、地域住民から廃食油を回収して B D F 燃料に精製し、公共交通等の燃料として供給しており、需要が拡大傾向にある。環境保全の観点から内外の評価は高く住民参加も進んでいる。
  - ・地元で取れた菜種を原料とした菜の花油を、学校給食等公共関係機関を中心に販売している。搾油機を保有していないため、菜種を島根県の企業に持ち込み、製品として同額で買い戻して販売している。原料の多くは、地元の大豆生産組合に依頼し、供給を受けているが、一部は「いーね！おおあさ」が生産している。なお、生産にあたっては、町からの 1 反当たり 1 万 5 千円の助成金のほか、転作に関わる農林水産省の助成金が生産者に支払われる。
  - ・B D F の原料となる廃食油を町内の 36 集落から無償で回収して、これを B D F として精製し、町内のスクールバス等公共交通機関を中心に販売している。合併により、公共交通網が充実する方向にあることから、需要が拡大傾向にある。

- 
- 成功のポイント
- ・農地を、再生産可能なエネルギーを生み出す場として活用している。二酸化炭素の排出量減少等環境に配慮した取組みであることから、全国的に注目を集め、大学や民間企業の研究機関からBDF成分分析の協力を受ける等、NPO法人内部で対応困難な専門的な人材のノウハウを活用することができた。
  - ・町民からBDFプラント購入のための資金を募るため、BDF燃料でトラックを走らせる実演イベントを実施した。また、BDFの原料となる廃食油を町内の36集落から回収（無償）して、これをBDFとして精製し、公益性が高い町内のスクールバス等公共交通機関を中心に販売することで、地域における取組みへの理解と事業への参加を促進することができた。

- 
- 事業の課題
- ・搾油機がないことから、搾油を地域外の業者に依頼しており、菜種のしぼりかすを飼料・肥料として販売することが困難である。
  - ・地域以外の企業から廃食油供給の申し出があるが、芸北地域以外の回収許可を得ていないため供給が実現していない。県に相談した結果、廃棄物として無料回収するのではなく、原料費として購入すれば可能との結果だが、現況の収支で購入はできず実現していない。
  - ・現在、菜種は水田で生産しているが収量が低い。量の確保と菜種生産に関わる収益性向上に向け、水田から畑地への転換が課題である。
  - ・BDF精製に関わる人件費捻出が困難である。また、菜の花生産も生産者にとって魅力的な収益を上げるに至っていない。社会的に二酸化炭素の排出減少に繋がる燃料への需要が高まる状況になれば、収益性は上がらない。

- 
- 今後の展望
- ・他地域から廃食油の確保する一方、農林水産省の産地づくり交付金を活用して菜の花生産を拡大することを趣旨に、合併後の新町において構造改革特区を申請し、菜種油の製造とBDFの精製・供給量を拡大する方針である。
  - ・搾油プラントの導入により、組織内部で搾油する体制を構築し、菜種の絞りかすを飼料・肥料として販売することで収益性を向上させる方針である。また、生ゴミによるメタンガス発電など、町内で調達可能な資源、廃棄物をエネルギーに転換する事業を研究する方針である。新たなエネルギー事業に取り組むことで雇用を創出していきたいと考えている。



## 長野県栄村：地域の技術者の集結による生活設備会社の設立

事業主体	有限会社 環境さかえ
事業開始年	平成7年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・栄村の浄化槽整備率は低く、早急な整備を進めていたが、村に適切な業者が存在しなかったため、業務は村外業者への委託に頼っていた。しかしながら、村外業者の施工は地域住民個々の実状にあったものではなく、総じて割高でメンテナンス費用も嵩む状況にあった。</li><li>・こうした中、村の建設関連業者10社が集まり、平成6年に「栄村生活用水協力会」を設立し、水資源や浄化槽に関する正しい知識の啓発や、浄化槽等にかかわる施工技術の研究等を進めた。この活動の中で、村内にいる技術者を終結すれば会社組織として成立することがわかり、上記活動領域をカバーする地域貢献型企業を理念に有限会社を設立した。現在では村内建設関係の会社のほとんどが環境さかえに出資するに至っている。</li><li>・当初は浄化槽の設置という公共事業の受注から着手した。1件1件の実状に照らした無理のない施工、低価格での施工を実現したため、入札においても常に落札することになり、メンテナンス業務でもきめ細かい低価格での業務を実現し、現在は随意契約となっている。こうした低価格での施工は、村内の水洗トイレの普及に大きく貢献し、現在の普及率は50%に達している。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・人口2,700人の小さな村にあって、村内全ての住宅関連需要に対応できる人材・技術をネットワーク化し、地域の実状に即した低価格での生活用排水設備を整備することを目的に、地域の技術者及び建設関連業者が終結して民活100%の会社を設立した。その結果、これまで村外業者に委託してきた業務を、村内の人材でまかなうという地域循環型の産業モデルを構築することができた。</li><li>・村が行う浄化槽整備の全てを実質的に行う一方、メンテナンス業務についても全ての村内需要をまかなっている。施工・サービスを受ける村民からの信頼も厚く、水道工事等付帯的な工事の直接請負も多く見られる。</li><li>・他方誘発される民需も活発であり、屋根の改修・車庫の建設・風呂の改修に加え、電気設備や増築までの住宅関連業務が発生している。個々の業務は、会員企業が依頼主と直接契約を行っているが、環境さかえへの信頼感が会員企業にも波及し、現在住宅関係の民需に関</li></ul>

---

しては、村外の業者へ委託する例は少なくなっている。

- 
- 成功のポイント
- ・社員4名全員が資格を持った技術者である。会社のスタッフは、住宅・集落の立地条件や敷地勾配への配慮、積雪対策等、自然条件や生活環境を考慮した施工技術を習得しており、地域の実状に応じた低コスト施工を実現し、地域住民の信頼を得ることができた。
  - ・公共事業等が村外業者依存型の体質であることを課題と捉え、村の建設関連事業者10社が集まり、浄化槽等にかかわる施工技術等の研究を進めた。一方村内の企業は個人経営が多く、それぞれ専門領域を持つがいずれも零細企業であった。この活動の中で、村内にいる技術者を集結すれば、村内全ての住宅関連需要に対応できる会社を設立できることがわかり、地域の実状・環境を踏まえた地域貢献型企業を理念に、1社一律35万円を共同出資することで有限会社を設立できた。

- 
- 事業の課題
- ・これまで会社運営としても、会員企業への波及効果に関しても、当初の予想を大きく上回る効果をあげてきたが、村の公共需要と村内の民間需要に支えられた経済システムであり、現在のビジネスモデルの持続性には不安が残る。公共需要に関しては三位一体改革の中で縮小することが予想されるし、民間需要に関しては、過疎化・高齢化（高齢者の住宅投資は少ない）の進展の中で、マーケット自体が縮小することが懸念される。

- 
- 今後の展望
- ・現在のビジネスモデルはこのまま継続する。一方、里山保全による交流事業の展開や、農業分野（特産品開発）等、地域資源の保全・活用を基本とした新たな事業の創造を模索しているが、具体策がない。基本的には2,000万円、3,000万円の小さくても持続性の高い事業をいくつも起こすことを考えており、試験的にでも早期に着手したい意向である。

## 北海道栗山町：地域通貨の発行によるコミュニティの再生と起業化

事業主体	NPO法人 くりやまコミュニティネットワーク
事業開始年	平成 15 年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・現町長が東京で研修の折、地域通貨に関する情報を入手したのがきっかけで、地域での導入の可能性や導入手法を研究することを趣旨に、行政主体で平成 11 年「くりやまエコマネー研究会」を発足したのが始まりである。以降、3 回にわたる地域通貨の試験流通を実施する一方、海外の先進地視察等を重ね、課題の洗い出しと導入可能な手法等について研究を重ねた。</li><li>・その結果、地域通貨を包括的に管理する自立性の高い組織が必要であるとの結論を得て、平成 15 年に行政主導でNPO法人くりやまコミュニティネットワークの設立に至った。</li><li>・地域通貨については日本では確立された事例がなく、海外に事業モデルを求めた。しかしながら、海外の先進事例を見ると、ボランティア領域のみで転換しているケースや産業分野まで踏み込んでいるケース（商店における割引等）等様々であり、地域事情を踏まえた場合の手法論の確立が最大のポイントであった。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・情報システムでの管理・運用のもと、会員制による地域通貨を発行している。地域通貨により、地域住民が持つ能力・ノウハウと需要を掘り起こし、相互扶助の精神に基づくコミュニティ活動を活性化させるとともに、コミュニティ活動を起業に結びつける仕組みをつくりあげている。</li><li>・現在の参加登録者数は男性 326 人、女性 436 人、登録は全て個人、団体・企業は対象外、会員は登録料として 5,000 円、これに年会費 6,000 円が必要である。登録時に 3,000 クリン（1,000 クリンは約 1 時間分のサービス）とポイントカード一冊が支給される。</li><li>・平成 16 年 2 月までのクリン流通額は 224,600 クリンで（約 224 時間分のサービス）、保有額の約 9%が流通されている。利用上位のサービスメニューは 1 位イベントの協力、2 位クリンの寄付、3 位犬の散歩、4 位除雪、5 位庭木の雪囲いである。</li><li>・高齢者によるコミュニティビジネスへの展開を目的にパソコン教室や各種の講座（現在無料）を開催するとともに、地域通貨のサービス事業を通してコミュニティビジネスのあり方を検討中である。</li><li>・子育て支援事業として、相談会や支援ニーズの調査を実施している。</li></ul>

---

また町の委託事業として、いきいき交流プラザと栗山ポータルウェブサイトの管理運営を行っている。

---

- 成功のポイント
- ・ サービスメニュー提供項目数は、生活・食事・福祉・学習・趣味・コンピューター・その他の7分類で412項目にのぼり、登録時に各自が提供できるサービスを選択できる。多様なサービス提供者と依頼者が表裏一体となって、地域住民が持つ能力・ノウハウと需要を発掘し、相互扶助の精神に基づき、コミュニティ活動を展開する仕組みをつくりあげている。また、地域通貨活動や研修活動を通じて、住民個々の能力・ノウハウの向上を図り、コミュニティビジネス起業化の仕組みができています。
  - ・ サービスの依頼・提供等においては、大手企業から寄贈された地域通貨運用支援システムにより、円滑かつ確実な管理・運用を実現している。
- 

- 事業の課題
- ・ 地域通貨は事業開始から約10ヶ月間で224,600クリンしか流通しておらず、小規模な経済行為にとどまっている。また、登録者全員が提供者であり依頼者という平等原則で進めているが、現実的には登録者はどちらかに偏重する傾向にある。
  - ・ 地域通貨や研修活動を通してコミュニティビジネスを創造するという目的を持つが、現在のところその芽生えは見られない。
  - ・ 現在の収益事業は、視察への対応に加え、冊子・絵葉書等の販売のみに留まっているが、活動の維持・拡大のためには、公益事業を支える収益事業の充実が必要不可欠となっている。
- 

- 事業の展望
- ・ これまで、エコマネーフェスティバルやフリーマーケット等のイベントを展開してきたが、地域通貨の流通促進に向けては、当面啓発活動を展開するしかないと考えており、具体的な活動内容を、行政や民間企業の協力も得ながら早急に展開して行く計画である。
  - ・ 人材育成とコミュニティビジネス創造に関しては、行政業務の一部事務系業務の受託、民間企業への人材派遣（情報関係）、ヘルパーの育成等が考えられるが、基本方針は定まっていない。また、依頼者からの依頼内容を分析し、事業として成立しそうなサービスを見極めて、事業化していくことも考えている。早急に方針を定め、それに応じた人材育成策を講じて行く予定である。

## 新潟県村上市他2町4村：地域通貨等による起業家支援

事業主体	NPO法人 都岐沙羅パートナーズセンター
事業開始年	平成12年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・組織設立のきっかけとなったのが、「岩船地域ニューにいがた里創プラン」で、平成8～9年に構想、平成10年に基本計画を策定し、平成11年から実験的事業を開始したが、同時に同年6月1日に事業窓口として都岐沙羅パートナーズセンター（任意組織）を立上げた。その2年後に意識の高い起業家等が集まり、運営組織として自立させるためにNPO法人化し、現在に至る。</li><li>・過疎化は進行しているが、以前からまちづくりは進んでおり、市民参加も県内で最も早い地域であった。しかし、活動はボランティアがベースにあり、その活動には限界があった。こうした状況の中、自分たちの活動費は自分たちで稼ぐという自立型の組織を育てない限り、自立可能な地域にはならないであろうという考えのもと、コミュニティビジネスをテーマ化し、NPO法人設立に至った。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・地域活動への支援組織として、情報の収集や受発信、人材の育成とネットワーク化、調査・研究、及び起業基金の運用等の業務を進めている。その中であって、地域通貨を発行し、人と人が知り合う機会を提供することで、地域コミュニティを活かした起業家の育成等の効果をあげている。</li><li>・地域の元気を高める起業や住民主体のまちづくりを広域的に連携し事業展開しており、この事業を推進していくための中間支援組織として、情報の加工や受発信、人材の育成とネットワーク化、調査・研究、つきさら起業基金の運用等を進めている。</li><li>・また、広く日本全国、或いは世界的な視野に立って、総合的な社会資本整備に寄与する活動を行っている。そのために関係する事業の受託やNPOへのサポート、コミュニティビジネスの起業家育成、ワークショップの企画・運営など幅広い活動を展開している。</li><li>・全国的に助成金が途絶えると活動も途絶えてしまうという傾向性がある中、事業の初期段階で中間支援組織を立上げた効果は大きく、情報提供、アドバイザー派遣等多くのネットワークづくりを進め、個々の足りないものを補う形で確実な事業展開を図っている。</li></ul>

- 
- 成功のポイント
- ・地域通貨を、コミュニティ活動の活性化というよりむしろ、起業家育成に向けた補助ツールとして位置付けている。起業家を実施するイベント等での協働等に対して通貨を発行する等、テーマを絞り込んで展開することで、同じ目的を持った地域住民を結びつけ、起業家の顧客確保やパートナーの発掘等の効果をあげることができた。
  - ・また、地域通貨に加え、助成事業に公開審査会という公平性を保たせることで、そこで関係性が生まれる場をつくり、起業家たちの成果発表を行う場を提供するといった工夫をしており、多くの賛同を得ている。こうした背景から比較的容易に個人や団体のネットワークを構築でき、起業化促進に向けた成果を生み出している。

- 
- 事業の課題
- ・県プランによる助成事業が終焉となるが、細々とでも助成事業は続けていかなければならない。地域の企業を巻き込んで初期段階のものにだけでも助成していくようにしていかなければ、求心力が低下していくことが考えられる。
  - ・中間支援組織は「市民活動団体等が活躍しやすい環境をつくる」ということが使命であるため、こうした部分における組織の重要性を市民団体や企業、行政等にどこまで理解・認識してもらえるかがポイントである。その理解や認識が進めば寄付・会費収入が増加し、よりよい活躍の場や仕組みを提供していくことが可能になる。
  - ・現在、80 近くの個人・団体とのネットワークを組んでいるが、事務局5名体制では厳しい面もある。人材が増えるに越したことはないが、それぞれ個人・団体を自立させたり、ミニ中間支援的な人材として育成していけば、現在の体制でも不可能ということではない。

- 
- 今後の展望
- ・元々地域が弱くなった要因は、相互扶助の仕組みがなくなり、都市部の市場経済にのみこまれてしまったことにある。今は金を出せば何でも買える時代であり、地域の中にある知恵や技術といったものが捨てられてしまう。それを改善するために相互扶助の関係を残す必要があるが、その補助ツールとして地域通貨は今後も強化していきたいと考えている。
  - ・現在は起業家育成という部分が前面に出ているが、それにかかわらず、行政との連携のもと市民活動をサポートする方針である。

## 長野県栄村：地域住民の福祉需要に対応したげたばきヘルパー制度

事業主体	栄村、栄村社会福祉協議会
事業開始年	平成 12 年
事業のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・昭和 50 年代まで無医村であった栄村は、それまで急病人を地域ぐるみで近隣の町まで運んだり、集落で見回りをしたり等、相互扶助の精神による地域活動が一般的であった。</li><li>・こうした地域において平成 12 年の介護保険制度の導入は、保険料を支払うもの、受けるものをルール化したものであり、従来村に根付いていたコミュニティを崩壊させる結果となった。しかしながら、冬場の積雪が 2 ~ 3 m という豪雪地帯にあっては、介護施設に通う等、介護者を見回るといった行為自体に困難があった。こうした背景を受け、村長の立案で、昔あった地域コミュニティの復活、地域住民による手作りの福祉事業の構築等を視点に「げたばきヘルパー制度」が導入された。</li><li>・げたばきヘルパーは資格者の中から選定されるが、村の要望に地域住民が応え、ヘルパー資格取得者は年々拡大し、わずか 3 年で組織化が進み、現在の体制を整えた。</li></ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・山里に点在した集落で 24 時間ヘルパーが駆けつけ安否の確認と介護ができる体制作りを目指したものであり、隣なら下駄をはいて真夜中でも雪の中でもかけつけられるというというコンセプトで命名された。げたばきヘルパーは、31 集落に有資格者の住民ヘルパーを設置し、村内集落をチームに分け、ヘルパーによるワーキングチームを作り、24 時間介護を実現させるもので、住民パワーをもって、住民によるネットワークを構築し、高齢者が安心して暮らせる地域づくりと福祉関連事業費の低減を図るものである。現在 114 名がげたばきヘルパーとして登録されており、人口 14 人（5 戸）に 1 人のヘルパー体制を構築している。</li><li>・その他ヘルパーに関しても、単なるボランティアではなく、地域女性の就業の場として捉えており、以下の賃金設定になっている。また平成 15 年度の活動状況についても以下の通りである。<ul style="list-style-type: none"><li>&lt;ヘルパーの賃金設定&gt;</li><li>配食サービス 1 個あたり 300 円</li><li>ホームヘルプサービス 1 時間当たり 2,250 円</li><li>安心コール 1 回当たり電話 200 円、訪問 500 円</li></ul></li></ul>

---

<活動状況（平成15年度）>

サービス内容	利用人数	日数・時間
ディサービス	69人	524回
ショートステイ	82人	269回
生きがいセンター	102人	308回
ホームヘルプサービス	248人	3,009時間
配食サービス	29人	982食
安心コールサービス	244人	2,345回
計	774人	

---

成功のポイント ・高齢化率41%の村にあって、第1号被保険者数1,096人（全世帯数の81%）に対し、要介護（要支援）認定者数は137人に達している。こうした状況を踏まえ村の呼びかけにより、多くの地域女性が賛同してヘルパー資格を取得し、短期間で福祉需要に対応する地域体制を整備できた。

---

事業の課題 ・現実的に福祉関連事業は村の最大の就業先となっている。ヘルパー114名に加えて、雪害対策救助員として冬季に16名（雪下ろし能力のない高齢者は無料でサービスを提供）を雇用している。また、今後さらに高齢化が進む中において需要・雇用機会が拡大することが予想される。現在の制度は、地域住民の実状に照らしたサービスを実現しており、課題は特にない。

・その一方、現在特別養護老人ホームの建設を申請中である。民設民営方式を想定しており、70名の利用を見込み、55名の職員の雇用を計画している。雇用者は全員村民とする方針であり、安定的な就業の場として期待が大きいものの、国・県の基準が厳しさを増す中において、採択されるかどうか課題となっている。

---

今後の展望 ・げたばきヘルパー制度は地域の実状にあった低コストのサービスとして、今後も継続して行く方針である。また、最大の課題である特別養護老人ホームについては採択に向け全力を尽くしていく方針である。



## 京都府美山町：地域住民の出資による山村コンビニの運営

事業主体	有限会社 ネットワーク平屋
事業開始年	平成 14 年

- 事業のきっかけ
- ・美山町ではふるさと創生事業をきっかけとして、旧村単位で「村おこし推進委員会」が設置され、地域住民による地域の活性化方策につき検討・研究を重ねてきた。その中において、平屋地区ではふるさと館という地域のコミュニティ施設を活用した活性化事業と、これを推進するための法人化がテーマになっていた。
  - ・その一方、それまで地域生活者のよりどころとなっていたJAの購買店舗が、JAの広域合併に伴い閉鎖されることになった。こうした課題に対し、村おこし推進委員会で検討を重ねた結果、住民意識が醸成される中で、この施設を活用して、地域住民の手で店舗を運営し、地域に商業機能を残そうという結論に達した。
  - ・そこで、町の支援を受けて店舗を改装する一方、地域住民 87 名の共同出資により有限会社を設立し、この会社を核に「ふらっと美山」の新たな店舗運営がスタートした。
  - ・また、地域では朝市に取組む生産組織が存在したが、これが発展的に解消し、「ふらっと美山」と一体的な運営を行うことになり、店舗への農産物や特産品の出荷を担うことになった。

- 事業内容
- ・地域住民向けの日用雑貨や食料品を取扱う一方、地域で生産された農産物や特産品、弁当等を販売している。特産品としての野菜・卵・牛乳が好評を得ており、特に牛乳については、交流客がここに立寄った折は、必ず飲まなければならないものといった評判が立つようになった。
  - ・営業時間は朝 8 時から夕方 6 時まで（冬場は 5 時まで）、4 月から 11 月までは年中無休、12 月から 3 月までは毎月第 2、第 4 水曜日を休館としている。
  - ・現在社員は 18 名で、うち取締役が 5 名、また、6～8 名がパート雇用の形態で店舗の運営にあっている。出資者を中心に、出荷者が組織化されており、周年を通じた出荷体制が構築されている。
  - ・利用者については、地域住民 2 割、交流客 8 割の構成であり、地域のための商店といった位置付けから、交流の拠点としての位置付けにシフトしつつある。特に平成 15 年に、愛媛県内子町、徳島県上勝町とともに、テレビの特集番組で全国の活性化事例として取り上げ

	<p>られたことを転機に、交流客が大幅に拡大した。町としても積極的にPRしており、町内における他の施設や観光拠点を加えた観光ルートを設定し、利用者確保に努めている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・売上は順調に推移しており、平屋地区の活性化拠点としての機能を発揮している。</li> </ul>
成功のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップの実施等、住民参加型の地域づくりに長期間取り組んだことにより、地域における課題意識の共有化が進み、地域住民 87 名による出資会社の設立、地域住民による店舗運営という、住民参加型の事業を推進することができた。</li> <li>・テレビの特集番組で全国の活性化事例として取り上げられたことで、交流客の大幅な拡大につながった。また、これを契機に地域の意識が変わり、住民参加がさらに加速され、店舗運営や特産品開発への積極性や自信を引き出すことにつながった。</li> </ul>
事業の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リピーターを中心に利用者は拡大傾向にあるが、交流客が主体であり、平日及び冬場の利用者確保が課題となっている。</li> <li>・売上も順調に推移しているが、施設は町の所有であり、本来（有）ネットワーク平屋が担うべき減価償却や修繕にかかわる経費を、捻出するまでの利益が確保できない状況にある。</li> <li>・交流拠点としては、品揃えの魅力に乏しく、牛乳・卵に力を注いだ特産品の開発が求められている。</li> <li>・美山町自体の過疎化が進み、近々5,000 人の人口を切ることが予想される中であって、他の地域においても、（有）ネットワーク平屋と同様の組織を設立し、類似の事業に取り組もうとする動きがあり、競争が懸念される。</li> </ul>
事業の展望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域住民の利便確保や地域のコミュニティ機能の発揮を目的に、地域住民向けの生活雑貨や食料品の販売は引き続き行う方針である。</li> <li>・その一方、交流客及び地域外のリピーターの確保に向けて、特産品や軽食の充実に努めて行く方針である。</li> </ul>