

▼純木造の役場庁舎

複合型農業の再興を目指す町 岩手県住田町を訪ねて

「地域農政未来塾運営委員長
最優秀論文受賞者を訪問」

住田町を訪問

岩手県
住田町
すみたちょう



東北新幹線・水沢江刺駅から東へ車で40分ほど、気仙川に沿って国道を進むと、四方を山に囲まれた平坦地が広がる。そこに山の稜線を背景に建つ純木造建築物がこの町の役場庁舎だ。近づく「森林・林業日本一の町づくり 住田町」という看板が視界に入る。庁舎は外観のみならず細部にわたり木材が多く用いられており、高い耐震性と耐熱性を実現している。中に入ると木の香りにつつまれ、ここが林業の町であること

を実感する。

2018年8月、全国町村会が主催する地域農政未来塾（塾長…生源

寺眞一福島大学教授）の皆川芳嗣運営委員長（㈱農林中金総合研究所理事長）が岩手県住田町を訪問した。同塾修了時の研究論文で最優秀賞を獲得した同町職員の松田誉至氏（農政課）を訪ね、塾で学んだ成果やその後の取組などについて伺うためである。

地域農政未来塾は、地域の課題に対して分析や問題提起、行動できる町村職員を育成することを目的に2016年に開塾。各年度5月から翌年1月にかけて概ね月1回程度開講し、各界を代表する有識者を講師に迎え、講義や少人数形式のゼミナール、現地調査などを行っている。農政のみならず地域づくりを担当する若手・中堅職員を対象に毎年度約20

3

農林水産業振興、地域産業活性化、企業連携・就業促進

名を塾生として受け入れており、修了時にはゼミ講師の指導の下、研究論文を執筆する。

松田氏が研究論文のテーマに選んだのは「住田型農業」の過去・現在・未来。高度成長期以降、オイルショックなどによるエネルギー革命、都市部への人口流出、バブル崩壊以降の不況など、さまざまな社会情勢に翻弄されながらも特徴的な農業経営を確立し続けてきた「住田型農業」の変遷をたどり、現在の動向を精細に分析、後継者確保や地域の持続的な発展のために今できることを提言した。この未来への建設的な提案は、地域のみならず農村全体の将来を展望するものとなっており、高く評価されたのである。

町の概要

町総面積の90%を森林が占める住田町は「森林・林業日本一」のまちづくりを目指している。林業は地域の産業振興の中核を担っており、伐採から製造までの一連を町内ですべて行うシステムを構築し、川上から川下までの木材流通に注力している。

また、林業関係者と協力し、森林資材の有効活用、雇用創出を図っており、地域市民と一体となった地域振興を実施している。役場庁舎に隣接する消防署にも木材が豊富に活用されていた。

再生可能エネルギーの導入にも積極的だ。役場庁舎には木質ペレットボイラーによる冷暖房が導入され、循環型資源としての木材の可能性に着目していることがうかがえる。このほかトップライトを活用した自然換気機能、LED照明や人感センサーの採用による電気的節約、ソーラー



▲役場庁舎遠景

街路灯の導入による自然エネルギーの活用など、省エネルギー化に資する設備導入が行われている。

農業では、キュウリやイチゴをはじめとする園芸作物、プロイラーや養豚などの畜産物を生産。換金性の高い作物を作り、狭い面積の中で高い生産性を得るため、町独自の安全・安心農産物認証表示制度を設けて農産物の価値を高めるなどの工夫が施されている。また、地元農産物を学校給食に使用することで地産地消の推進も実施。認定農業者、認定志向農業者への継続的な支援も行われ、さまざまな制度（国、県、町の制度）



▲松田氏（右）が町の概要を説明

を合理的に組み合わせることで、地域農業の持続的な発展を目指している。

林業の町の将来展望

役場庁舎で神田謙一町長、多田欣一前町長と皆川運営委員長が町の現状と課題、将来展望などをテーマに意見交換を行った。2017年より現職の神田町長は、同町出身で獣医師免許を持つ。農協職員、住田フー



▶木造の役場庁舎内

ズ(株)常務取締役などを歴任。町長就任後は、住民参加型のまちづくりを目指し、町民と行政が共に知恵を出し地域のことを考え、協働することの重要性を強調している。役場を訪ねる住民が居心地よく過ごせるよう最大限配慮し、町長室はやや控えめな間取りとなっている。町長の住民への思いやりが庁舎からも感じられる。

住田町には特徴的な条例がある。2017年6月に制定された「ござつぱり条例」というものだ。「飾り気がなく清潔感にあふれ、見る人に安らぎや快適さをもたらす様相」を「ござつぱり」と表現し、身近な里山景観を町民が主体的に守り、未来へ引き継ぐことがこの条例の目的だ。「全部を一度にやろうとすれば疲れてしまふ。小さなことでもできることから確実にやっていくことが大切だ」と、前町長の多田氏は語る。

先述のとおり、住田町は林業の町。産業としての林業振興のみならず、森林と人間の共生を意識した人づくりを重視し、保育園児から大人までの幅広い年代を対象とした森林体験学習「森の保育園」を実施するなど、

森林を身近に感じ、その価値を残し伝えていくことの重要性が受け継がれている。地元の高校生やボランティア「森の案内人」が保育園の活動を手伝い、四季折々の自然を楽しみながらの地域・世代を超えた交流も盛んだ。「森の保育園」は好評を得ており、他地域から参加を希望する声も多く聞かれる。「誰もが木に育てられていることをわかってほしい」と多田氏は語り、愛用している木製の名刺入れを披露した。「幼少期から木のある生活を経験することで、地域に



▲懇談の様子（右から多田前町長、皆川運営委員長、神田町長）

暮らす人が木材資源の大切さを理解し、生産者や加工者に対する理解や、木の文化の伝承につなげようとする」：この思いは多田氏から神田町長に引き継がれ、木育の取組が今後も幅広く展開されることが期待される。皆川委員長は「今は都内のマンション住民だが、内装に木を多く使っている。木の香りのする生活を大切にしている」と応じた。素材を通して生産者を思う生活スタイルもまた、場所にとらわれない都市と地方のつながりといえるのではないだろうか。

交流を活性化のキーワードに

松田氏が提案する新しい「住田型農業」は、課題を吸い上げる姿勢、関係機関の連携、農家同士のつながりを3本の柱とする。

町職員が日頃から農家を巡回し、農業者と信頼関係を構築することで、地域の人々の思いや課題を把握することが可能となる。さらに、それを関係機関が共有することで、農家に対して適切な助言・提案を行うことができる。また、従来の住田型農業に見られた農家同士のつながりを後

押しし、相互に問題点を指摘する関係を構築することにもつながる。長年苦楽を共にした農業者同士であればこそ、お互いの言葉を信用して、生産意欲の向上のために切磋琢磨することができよう。こうした農業指導体制を構築し、関係機関と農家が一体となり農業振興を図ることで、衰退の危機に瀕する中山間地農業を持続可能なものとする考えだ。

さらに、農林業や地場産業の後継者確保のために交流の促進を図り、都市に暮らす外部の人々にとって、住田を「非日常的な場所」から「日常的な場所」へと変えていくことの重要性も指摘した。これらの提案が目に見える形として表れている場所がある。住民交流施設「まちや世田米駅」である。

ここは100年以上の歴史を持つ古民家を改修しコミュニティカフェ、レストラン、ギャラリーなどを備えたまち住民交流拠点施設である。改修前は菅野家という実業家の住居兼店舗として使われていた町家で、大正時代には養蚕繭の仲買商や住田で産出されていた砂金を扱う金銀冶金商などいくつかの看板がかかっていた

◀ まちや世田米駅



た。この施設を町内の有志でつくる（一社）SUMICAが町から指定管理を受けて運営している。

法人副代表の植田敦代氏は岩手県花巻市出身。大学進学を機に上京、東日本大震災の後、地域のために何かできることはないかと考え、岩手県にUターンした。いわて復興応援隊に着任し、住田町観光協会へ配属されたことをきっかけにこの町に移住。地域事業者とUターン移住者が協力し、カフェやレストランの運営、施設内の蔵を活かしたギャラリーなどを展開する。夕方になると学校帰りの子どもたちが集まって宿題をしたり遊んだり、地域のお年寄りが集まって談笑したりする様子が見られ、

◀ まちや世田米駅にて、植田氏（右）と

場所、小田切徳美明治大学教授（地域農政未来塾主任講師）がいう「地域の縁側」になっていることがよくわかる。

植田氏は、「まちや世田米駅」を拠点として、住民が地域に誇りを持ち、地域の魅力を発信することで関係人口を増やし、地域にかかわる人々みんなと一緒にまちを盛り上げていきたい

増やし、地域にかかわる人々みんなと一緒にまちを盛り上げていきたい



◀ 蔵ギャラリー

◀ まちや世田米駅にて、植田氏（右）と皆川運営委員長（左）



と将来の展望を語った。

松田氏は「ふるさと住田会」の活用も提言した。「ふるさと住田会」は主に首都圏在住の住田町出身者で構成され、郷土愛に基づき会員相互の親睦と啓発を図るとともに町の発展に寄与することを目的とする。松田氏は町と結びつきのある人について、同会会員だけでなく、その家族の存在にも注目。出身者の家族も対象にすると、町に縁がある人は首都圏だ

けでも町人口の約8割に相当するところから、この裾野の広さを後継者確保のための孫タインの呼びかけに活用できると考えた。こうした「縁」を広げる施策を展開することで町の将来を「自分ごと」として当事者意識をもって考え、語り合い、行動する人が増えるのではないかと提言したのである。

未来塾のこれから

松田氏は共に学んだ2期生や前後期生と引き続き情報共有しながら、地域の課題を今後も模索したいと語る。地域農政未来塾は農政や地域振興に関する知見を獲得することのみならず、塾生同士や講師との関係構築など、担っ役割は多岐にわたる。

塾生が未来塾から得るものはさまざまであろう。月1回上京し全国の町村職員仲間とともに学び議論する時間は、再度地域を見つめ、考え直すきっかけを与えてくれる。

（平成31年2月25日付第3071号）

▼小岳からの白神山地世界遺産地域



「幸せを感じられる地域づくり」 ふじさとReデザインプロジェクト

藤里町の概要

昭和38年、町制施行により「藤里町」が誕生。平成の大合併で全国市町村の合併が進む中、平成15年度に単独立町を選択し、現在に至っています。平成25年11月に迎えた町制施行50周年を契機に、更なる発展と創意工夫による地域資源を活用した独自の町づくりを目指し、各種事業に取り組んでいます。

藤里町は秋田県の北部に位置し、面積は約282km²、人口は3,315人（平成30年7月住民基本台帳人口）の町です。青森県との県境一帯は標高1,000mを超える山々が連なり、県境にまたがるように白神山地が広がります。世界遺産条約に基づき自然遺産に登録されている遺

秋田県 藤里町

ふじさとまち



産地域の秋田県側はすべて藤里町の行政区域内です。

産業面では、従来の農林業、商工業、観光、サービス業などに新たな付加価値を付け、地域に根ざした基幹産業を推進しています。また、白神山水、白神まいたけ、白神牛、白神ラム、白神ホゲット、白神ワイン、白神りんどうなどオール白神による「白神ブランド化」を目指しています。

藤里町の人口は、平成27年の国勢調査では1,215世帯の3,359人で、昭和35年に比べて361世帯（23.06%）、5,283人（61.13%）減少しています。

これまでの総人口の推移と国立社会保障・人口問題研究所による将来人口の推計結果を統合した将来人口の見通しによると、本町は12年後の2030年には2,402人で現在

3

農林水産業振興、地域産業活性化、企業連携・就業促進

(3、315人)より913人減、27・5%の減少率と推計され、さらに2040年には約54・9%減の1、820人になると推測されています。

人口減少の要因としては、少子高齢化、産業基盤の脆弱化による働く場の減少、若年層の町外への流出などが挙げられます。これまで、藤里町まちづくり計画や過疎地域自立促進計画に基づく事業の積極的な実施により、社会基盤については一定の水準を確保しているものの、町全体としての人口減少、少子高齢化には歯止めがかけられない状況です。

人口減少、少子高齢化がより一層進むことで、集落などの地域の活力の低下、地域経済の衰退などさまざまな問題が増えると懸念されています。

全国的に人口減少社会に直面する中で、本町の人口が増加に転じることは難しい状況にあります。将来にわたり本町が持続ある町づくりを進めていくうえで、町民、地域、事業者、団体及び行政などが共通の認識の下で危機感を持ち、喫緊の課題として人口減少を最小限に止める対策に取り組まなければなりません。

地域に対する想いの再生

本町は昭和40年代まで鉱山と林業を基幹産業としていましたが、高度

経済成長期の都市一極集中という社会への対応が遅れ、働く場の減少、人口減少へとつながっていました。

人口減少により、地域活動の縮小や住民が交流する場の減少、また、地域を振り返り、地域・地元の魅力に気付く機会が少なくなっている現状にあり、さらにはその魅力に対して体験する場がなかったことで、地元への愛着の希薄化、町の魅力の情報発信不足などが生まれてしまいました。

「町の魅力とは何だろうか？」

普段目にする何気ない景色。土器が出土する数千年も前に先人が移り住んでいた土地。風土は人を育み、山や川との暮らしが作られ、現在の藤里町がデザインされてきました。

「ふじさとReデザインプロジェクト」は、藤里町に暮らす価値や誇り、想いを再生し、共感から自ら動く人材が育つ地域再生を目指す取組です。世代を超えて愛着が持てる最適なエリア(景観・住み続けたい町の姿・暮らし方)をソフト面・ハード面など多様な視点から考えます。

プロジェクトを通じて地域の魅力を再発見することにより郷土愛を育み、また、訪れた町外の方々にはその魅力を体験していただき、その体験を発信していただくことで、町内外の「人・モノ・コト」が行き交い、新たな賑わいが生まれることを期待

しています。

人・モノ・コトがつながり絶えず循環するエリアをデザインし、町の人口ビジョンによる2040年の「人口目標」2、000人で暮らしやすい空間、幸せを感じる場所をつくることを目指し、次の施策を展開しています。

- Reデザイン委員会(町づくり委員会)
- 実験・体験の場づくり
- 想いの発信・共有づくり
- 長期エリア構想づくり
- 起業家育成による仕事づくり

Reデザイン委員会

「誰かではなく、自分たちでちょっとずつ。できることからやってみよう」

Reデザイン委員会(住民+地域おこし協力隊)は、藤里町から委嘱された委員により組織され、地域を自分ごととして考え、行動する委員会です。

ディスカッションを行い、藤里の魅力はなにかを考えていきます。また、ワークショップやイベント・コンペティションなど、人と人との関わりをつくり、町の情報を発信することで、町をReデザインしていきます。

委員会の取組は、長年愛された食

堂(空き店舗)のリノベーションコンペの運営から始まりました。

町の中心部にあるこの食堂は地域の会合、懇親会と交流の場という役割を果たしてきました。食堂の閉店と共に失われた人々が集まる灯りの再生と地域に対する想いの再生を図り、話し合いは進められました。

町内の若者ら10人によるReデザイン委員会を6〜7月に5回開催、5年後の使われ方のイメージや欲しい設備・機能などを検討し、委員の意見を踏まえて、町が募集要項をとりとめました。要項には、新たなコミュニティの交流拠点として再生し、若者が人とつながる面白さを感じ「語り、考え、動く」を形にできる場と



▲リノベーションにより「かもや堂」として再生

なることや、懐かしさと楽しい価値観が交差するまちあかりスペースとなることを願う、Reデザイン委員の想いが込められました。

「使い手に灯りがともり、行き交う人々もぬくもりを感じるまちあかりスペース」をテーマに、デザイン案の全国公募が行われ、国内外93作品の応募がありました。

最優秀賞に選ばれた作品をもとに改修に着手し、新たなコミュニティの交流拠点「かもや堂」として再生しました。

現在は、地域課題を解決するためのワークショップの場、語らい・想い・共感をつくる場、また、お試しショップなどのチャレンジもできる自主的



▲Reデザイン委員会ワークショップ



▶月刊“とんじこんじ”

◀雑誌“とんじこんじ”

想いの発信・共有づくり

で創造的な活動ができる場として、利用者から親しまれています。この取組は、地方創生事例集「小さな拠点・地域運営組織版」に事例として取り上げられました。

地域の豊かさ（人・モノ・暮らし・地域資源）を発信する。映像・雑誌制作にも取り組んでいます。

雑誌づくりでは、地域おこし協力隊を中心に住民編集部を募集し、プロのライターのアドバイスや支援を受けながら、町の人や暮らしの楽しみ方が分かる雑誌を制作しています。「ゆっくりと自分のペースで進んでい

く」という意味を持つ方言を雑誌のタイトルにした、年1回発行の「とんじこんじ」と、月刊誌「とんじこんじ」を制作しています。

どちらの雑誌も町の人にこれまでの人生を語ってもらい記事に残す「聞き書き」を軸にしています。その中では、町の変化、自然や風土のこと、自分の祖父や祖母のことなどが語られています。それらはそのまま今の藤里町を作り上げてきた歴史そのものでもあります。聞き書きの話し手は自らの人生を振り返る良い機会となり、読み手である次世代の人たちにとっては新たな道を模索するときの指標の役目となることを願っています。



▲FujisatoREC 野外上映会

「藤里町とはどんな町なのか」の答えに、こんな人たちが住む、こんな暮らしがある町です、と答えることができる雑誌になっていきますので、是非読んでいただきたいと思っています。

映像づくりでは、FujisatoREC（フジサトレック）という映像に関するプロジェクトを実施しています。藤里町に関する映像を動画サイトに投稿することで、誰もが参加できる映像のコンペティションになります。プロの映像作家や首都圏大学の協力を得ながら進めており、投稿された作品はその年度のプロモーション動画として編集され公開されます。映



▲プロモーション動画

像は全国移住ナビのサイトからご覧いただけます。

この取組によりできた映像・雑誌を通して町内外の取組への共感者を増やし、また、町民の地元への愛着を生み出すことを期待しています。

長期エリア構想づくり

人口ビジョン2040年の人口2,000人で暮らしやすい空間をデザインするため、Reデザイン委員会と首都圏大学、専門家と連携したエリアデザインに平成28年度から取り組んでいます。

初年度は町中心部を対象に景観基礎調査の実施とエリアデザイン形成方針を作成しました。景観基礎調査では、調査対象エリア内全ての建物（979棟）の外観を目視により調査し、建物用途や構造、屋根・外壁の色彩等を項目ごとにまとめ、景観資源と景観阻害要因の抽出を行いました。また、Reデザイン委員会におけるワークショップを通じて、景観基礎調査の調査結果の報告や景観スポットの修整整備・活用方法、エリアデザインの形成方針についての意見・要望等を把握しました。これらを踏まえて、エリアデザイン形成方針を次のとおり作成しています。



▲エリアデザインフィールドワーク

●景観の将来像
「白神山地の麓で後世に引き継がれる景観を創る」

●景観づくりの方針

- ・自然環境を尊重した景観づくり
- ・生き活きた営みが感じられる景観づくり
- ・藤里町らしい愛着のある景観づくり

●エリアデザイン構想

- ・修景スポットの修整整備
- ・回遊路の修整整備
- ・ルールや助成による景観誘導

2年目は、エリアデザイン構想に掲げた3つの取組を基本に、フィールドワークやワークショップによる意見聴取等、計7回のReデザイン委員会を開催しエリアデザイン構想10か年計画を策定しています。

起業家育成による仕事づくり

本町ではかつて基幹産業であった林業、農業の衰退に加え、誘致企業の撤退・倒産等により、町内での雇用の受け皿が不足しており、町外の職場に依存している状況にあります。

また、町の小売店・飲食店は平成8年に55店舗あったものが、平成28年には25店舗と、20年間で半減しています。（藤里町商工会調べ）

外部要因に左右される企業誘致に頼らず、地元での起業・創業が求められています。恵まれた地域資源を活かす技術や人材が少ないことから、地方での起業を目指す人材を呼び込むとともに、住民の起業意欲を掘り起こし、伴走型の起業支援体制を構築すること等を目標とした「藤里町ローカルベンチャー推進事業」に取り組んでいます。

白神山地がもたらす地域資源を活かした、ここでしかできない仕事づくりと、それを担う起業家人材の育成に取り組み、小さくとも自立した起業群が複層的に立ち上がる場所を目指すことにより、町内の仕事創出、さらには外からの二地域居住・移住にもつなげていきたいと考えています。

まずは、町で起業やなりわいづくりを行いたい人を受け入れ、長年に

わたり支えていくことのできる地域の受け皿・土壌を作ること第一の目的として、次の事業を進めています。

1. 地域における事業の推進及び起業家サポート体制の構築
2. 受け入れ有力候補先として、第三者への事業承継希望者の掘り起こし及び広報活動
3. 町の方々を対象に時代の流れやこれからの働き方を学ぶ機会の提供
4. 町内の若手女性を対象に「女性＋起業・なりわい」をテーマに体験型の勉強会を開催

最後に

これまでご紹介した事業に一体的に取り組むことで、地元住民の町への愛着を育み、将来の町づくりを住民が考え、つくるきっかけとなることを期待しています。

そして、人・モノ・コトがつながり絶えず循環するエリアをデザインし、町の人口ビジョンによる2040年の「人口目標…2,000人」で暮らしやすい空間、幸せを感じる場所をつくることを目指して事業を展開していきたいと思っています。

藤里町長 佐々木 文明
（平成30年11月26日付第3062号）

▼高根沢町の田園風景



駅前町有地を活用した創業支援事業について 高根沢町クリエイティブ・デパートメント事業

高根沢町の概要

高根沢町は、栃木県のほぼ中央、県都宇都宮市に隣接する人口3万人ほどの町です。総面積は70・87km²、中央部に町域の5割を占める水田地帯が広がり、関東平野を代表する穀倉地帯となっています。皇位継承の重要祭祀である令和の大嘗祭においては、悠紀地方の斎田として高根沢町の圃場が選定され、高根沢産の「とちぎの星」が献上されました。

また、東部丘陵地帯にある「元氣あつむら」は、新たに道の駅として登録され、4月には、グランピング施設を備えた温泉施設としてリニューアルオープンします。さらに、

栃木県 高根沢町

たかねざわまち



西部丘陵地帯にある「宮内庁御料牧場」や、鬼怒川河川敷の「鬼怒グリーンパーク」など、自然と共存した施設があります。その一方で、町の西部台地には、R&D企業を集積した研究開発型団地「情報の森とちぎ」、また「本田技術研究所」が立地しており、「自然、農業と最先端技術が共存しているまち」というのが、高根沢町の主な特徴です。

はじめに

全国的に広がる急速な人口減少は、地域社会の存立基盤にかかわる問題で、今やどの自治体においても必須課題です。高根沢町においても、少子超高齢社会の進行とともに、低下

しつつある地域の活力をいかに創生していくかは緊要の課題でした。この課題にいち早く取り組み、将来にわたり持続可能な町を目指すため、町では「定住人口4万人」への挑戦を掲げ、「高根沢町定住人口増加プロジェクト」を平成27年2月に全国で最初に策定しました。そして、本プロジェクトを具現化するため、「高根沢町総合戦略」を平成27年10月に策定し、平成27年から5か年計画としてスタートさせました。

特に本町においては、30代が流出傾向にあったことから、町内外の若者・子育て世帯をターゲットとし、高根沢町の良さを訴求させ、転入者を繋ぎ止める取組を、単発ではなく恒常的に積み重ねていく必要がありました。そこで、町の交通結節点・表玄関であり、最も町内外のさまざまな人が行き交うJR宝積寺駅周辺を中心市街地の活性化拠点とし、地域の創生、さらには定住人口の増加に向けた施策展開を図ってきました。

取組の動機、経緯

まず、平成27年8月にJR宝積寺

駅前ちよつ蔵広場で、宇都宮大学の地域づくり学生チーム「たカラボ」の発案による「駅の前のマーケット」を開催しました。このマーケットは、「誰もが参加しやすい」ことが特徴です。出展者も、お客さんも、それぞれが、ゆるく、自由な雰囲気の中で想い思いに自己を表現できる…、そんなマーケットにするために、ゼロから始めたイベントでした。平成27年度に始まり、今年度で5年目とな



▲駅の前のマーケットの様子

りましたが、このイベントの効果は、中心市街地の活性化だけでなく、潜在的な創業希望者の掘り起こしにも繋がりました。出展者や来場者の中には、「いつかは自分のお店を持ちたい。」「と話す方や、「創業はハードルが高いので、お試しができれば。」という声があり、皆さんの夢を近づけ、町の活性化にもつながる形を模索するようになりました。

当時、宝積寺駅前に1,000㎡程の町の土地があり、この土地の活用方法を検討していました。マーケットをはじめ、さまざまなイベントを恒常かつ定期的に駅前で開催し、これまで以上に交流人口を増やすためには、最低限の「場」と「機能」を確保する必要があります。また、本町の駅周辺には、市場に出ているお手軽な、いわゆる「居抜き物件」が少なく、前記したようなニーズがあったことから、今後町が創業支援を推進していくうえで、「お試し創業」的な仕組みを整える必要が高いと考え、平成29年10月に地方創生拠点整備交付金を活用し、宝積寺駅東口にお試し創業施設を備えた「クリエイティブ・デパートメント」を整

備しました。

取組の内容

「クリエイティブ・デパートメント」の敷地面積は、1,006・94㎡、ログハウスでできた5棟のお試し創業施設と事務所からなる施設です。ログハウスは海外から取り寄せ、周囲の建築物と調和し、溶け込むように見た目にもこだわりました。事務所は、移住・定住・創業支援センターとなっており、情報発信や相談機能を併せ持つ施設となっています。お



▲お試し創業施設1期生cozuchi3302さん店舗内の様子

◀お試し創業施設1期生のデラックスケールさん



お試し創業施設の貸出期間は最大で2年間、月額1万円でお貸ししています。これまでに26名の応募があり、選考で11名の方が入居されています。オープン時から入居されていた第1期生の皆さんは、昨年10月で2年間の入居期間を終え卒業し、2名の方が町内で新たに創業されています。令和元年11月からは新たに5名が2期生として入居され、それぞれのお店をオープンしています。

これまでに、施設のPRと新規入居希望者を確保するため、クリエイ

ターズ・デパートメントの見学会を2回実施しました。施設の概要や店舗運営の実態を知っていただくため、1期生の皆さんにもご協力いただき、意見交換会を行いました。その中で、1期生は、「1人じゃ不安だったけど、同じような夢を持つ初心者が集まっていたから心強かった。」「他のお店を目的に来たお客さんが自分のお店も覗いていくので、新しいお客さんが増えた。」と話されていました。また、別の方は、「2年間という期間は、向き不向きも含め、自分に創業があっ

ているのかを判断するのに丁度いい。正直、お客さんがさっぱりの日もある。それも経験で、だったらどうすればお客さんを呼べるのか、思い切つてあの手この手を試すことができる。それは、ここがお試しの店舗だからできることなのかもしれない。」と話されていました。起業・創業するということは、大変な決断で、意欲だけでなく、多くの労力が必要です。さらに、創業から数年は、事業経営において最も苦しい時期でもあり、安定的な経営基盤を構築するためには、ある程度の期間を要します。この不安と負担を軽減するための支援策として、この「クリエイターズ・デパートメント」はあり、他の家賃補助等のインキュベーション補助事業とあわせ、一体的な創業支援を図っています。

現状と今後の課題

「高根沢町総合戦略」において、中心市街地の活性化事業と位置付けられる宝積寺駅前前の「賑わいの創出事業」には、さまざまな取組がありますが、中でも平成28年8月に、町産

農産物の認知度向上と販売拡大を図ることを目的に始まった「高根沢ロックサイドマーケット」は、開催当初700人規模の集客でありましたが、令和元年度には、1日で45、000人を集客する町のメインイベントにまで成長しました。普段はのどかな宝積寺駅もこの日は、駅のホームも人で溢れ、多くの人で賑わいます。高根沢ロックサイドマーケットがどうしてこれだけ大きなイベントに



▶高根沢ロックサイドマーケットの様子

なったのか、それは、人を呼べるクリエイティの高いお店が展開しているからです。

この「高根沢ロックサイドマーケット」は町内の店舗に拘るのではなく、人を呼べる魅力的なクリエイター・アーティスト・飲食店に展開いただくことで、まずは、高根沢に来ていただき、知ってもらうきっかけを作ることが狙いでもありました。そし



クリエイターズ・デパートメント

て回を重ね、結果、ターゲットとする特におしゃれで若い、ひとの流れを生み出すことに成功しています。さらに、この高根沢ロックサイドマーケットの効果は、創業を目指すクリエイターズ・デパートメントの入居者にも大きな影響を与えています。

まず1つ目は、高根沢ロックサイドマーケットに会場された影響力の強いお客様に自分のお店や作品を知ってもらうきっかけとなったこと、2つ目は、質の高い出展者のブースや作品を間近で見触れることで、創意工夫といったクリエイターの独創性を学ぶ機会となったこと、そして3つ目は、そういったクリエイティの高い出展者や来場者と繋がりをもったことで、自身の事業の幅や可能性の広がりにつながる機会となったことです。イベント終了後、入居者の皆さんは、「ここで獲得した新たなお客様や手法を今後にどう繋げていくか、これからが大事だと思う。」と前を向かれていました。

最後に

お話ししてきたように、町ではこ

れまで宝積寺駅周辺をエリアとする中心市街地の活性化をさまざまな事業、形で進め、新たな交流人口の獲得に成功してきました。これは、それぞれの事業が固有の目的を果たしつつ、場を同じくすることで、相互に結びつき、相乗的に効果として形になったものです。「駅の前のマーケット」も「高根沢ロックサイドマーケット」も「クリエイターズ・デパートメント」も、そして、これまでの商工祭や軽トラ市なども、全部がそれぞれの役割を果たし、点をつくり、そこにひとの流れが生まれることで線になり、「賑わい」という円を描いているのです。そして、今ではその円の中で、成長したクリエイターが、町内で創業し、新たな点となり、新たなひとの流れを生んでいます。

設計当初、意欲のあるクリエイターの小さな夢を育て支援したいという想いから始まったクリエイターズ・デパートメントの事業が、今やリ

ニューアルオープンを控え歩みだした「元氣あつぷむら」再生へとつながるなど、町の大きな夢の一翼を担うまでの事業になりました。創業を目標に、楽しみながらも日々頑張っ



加藤町長とクリエイターズ・デパートメント2期生のみなさん

ている2期生の素敵なお店が、「クリエイターズ・デパートメント」に集まっています。皆さん高根沢町にお越しの際は、ぜひご覧になってください。

高根沢町長 加藤 公博
(令和2年3月9日付第3112号)

▼横瀬の自然が創り出す「あしがくぼの氷柱」



「よこらぼ」横瀬町と コラボする研究所

はじめに

横瀬町は、埼玉県の西部、秩父盆地の東端にある小さな田舎のまちです。東京からは、70km圏内に位置し、池袋駅から西武線で約73分で、簡単にアクセスできる場所にあります。主要産業は、セメント関連や観光農園で、イチゴやブドウなどの果樹、紅茶などが特産品として人気があります。「横瀬の人形芝居」「芦ヶ久保の獅子舞」「里宮の神楽」といった伝統芸能の継承にも力を入れ、豊かな文化を育み続けています。

横瀬町人口ビジョンによると、総人口は現在の約8,300人から減少が続ぎ、2060年には人口2,600人になると予想されています。まさに「人口減少に耐え、備えること」が横瀬町の大命題となっています。

埼玉県 横瀬町

よこぜまち

季節を感じる里山 よこぜ

町のシンボルといえば、秩父の名峰・武甲山。武甲山は、良質な石灰が採れる産業の山であるとともに、信仰の山として地元住民から親しまれてきました。標高1,304mで初心者でも比較的登りやすく、ハイキングコースとしても人気があり、5月の山開きにはたくさんの登山者で賑わいます。

その武甲山の麓、約5・2haの斜面に250枚の田んぼが並び「寺坂棚田」では、農作業の様子や、秋の彼岸花、雪化粧した里山の風景など、四季折々の美しい景色が見られます。縄文時代に造られたとされ、現在は埼玉県内で最大規模の棚田となっています。一時期は、後継者不足などから荒廃したものの、住民が中心と



◀ 寺坂棚田より武甲山を望む



した。

危機感から生まれた

「よこらぼ」

人口減少の推移予想から「このままでは、まちの未来は悲観的」という事実を目の当たりにし、私たちに危機感が生まれました。テクノロジが進化するこれからの時代は、世の中の変化のスピードがさらに速くなり、10年先はもはや「予見できない未来」といえますが、人口動態は、数少ない「予見できる未来」です。おそらく人口減少は現実になり、それに耐えられるまちでなくてはなりません。「未来は変えなければならぬ」。そのためにもこれまでとは違うチャレンジをする必要があります。

しかし、チャレンジするにも町の既存の資源は少なく、新たな資源やレバレッジが必要でした。「町の特徴を活かしながら、民間活力をフルに活用するもの、そして町の外からヒト、モノ、カネ、情報を継続流入させる方法で…」と検討を重ね、平成28年9月に誕生したのが「横瀬町官民連携プラットフォーム（通称よこらぼ）」です。

特徴は「間口の広さと速さ」

よこらぼは、「横瀬町とコラボする研究所」の略で、企業や個人から、

新しい事業、研究、企画などを町に呼び込む官民連携プラットフォームです。

よこらぼの特徴は大きくふたつあります。

ひとつは、間口の広さです。地方でプロジェクトを展開したくても、対応するフィールドがなかったり、自治体コネクションがなくて実施できないという企業等が多いと思われるですが、よこらぼでは、提案内容に町の課題等のテーマを設けていませ



▶ クリエイターが横瀬に集結した『横瀬クリエイティビティー・クラス』



▶ 町長もプレーヤーとしてイベント等に携わる（富田町長）

ん。企業や個人が横瀬町でやりたい、始めたいプロジェクトで、住民のためになることであれば、何でも提案してください、というスタンスをとっています。そのためか、これまでに提案89件、そのうち採択された事業は48件と、私たちの予想をはるかに超える件数となりました。

もうひとつの特徴は速さです。これまで官民が連携するには、官のスピードに民が合わせるというのが一般的でした。行政は基本的に、計画があつて、予算を立てて、実施するというサイクルで事業を行っていますので、民間が今やりたいことと、行政が今できることとの間にギャップが生じ

なり棚田の再生と保存に尽力し、見事に往時の景観を復活させました。

また、「あしがくぼの氷柱」は、横瀬の冬を代表する観光地です。寒さの厳しい横瀬の自然が創り出す氷の造形美は、迫力満点です。週末の夜にはライトアップされ、光と氷の芸術による幻想的な空間が楽しめます。

「来町者の少ない冬季に観光を」と、平成26年にオープンしてから、最寄りの芦ヶ久保駅の乗降者数と氷柱会場への入場者数は右肩あがりに、昨シーズンは12万人を超えるお客様が訪れるほどの人気スポットとなりました。

ていたのです。よこらぼでは、この差をできる限り埋めるよう努力し、判断から実行までのスピードをあげることで、官が民に少しでも歩みよるよう努めています。

よこらぼの提案はWEBサイトで受け付け、毎月25日に締め切ります。翌月には審査会を開催。町職員のほか町議会、住民、観光・産業振興協会等の代表や、商工会議所、金融機関の職員が審査委員になり、評価点数と意見をまとめます。それを参考に、町長が採択するかどうかの最終判断をして、採択されれば、すぐプロジェクトは始動となります。提案から事業開始まで最速1カ月強というスケジュールです。

WIN-WINの関係

提案が採択されると、提案者と現場との共同作業でプロジェクトを進めます。横瀬町は、小さいがゆえに小回りが利き、しっかりとしたコミュニティがあり、そして都心から近いという強みがあります。提案者は来町しやすく、町が調整することによって町内や関係機関から協力を得やすくなります。また「行政での実績」という無形の価値を手に入れることができます。一方で、町は、提案者が持ち込む新しい技術やサービスを、無償または安価で利用することがで

き、いわゆるWIN-WINの関係が期待できるのです。

よこらぼのユニークな取組は、今では新聞や雑誌など、メディアに多数取り上げていただくようになり、町の知名度向上にも大きく寄与しています。各方面から、講演や視察の依頼を受けることもあり、その対応に、担当職員だけでなく町長や副町長がプレーヤーとして積極的に参加することも、話題になる要因のひとつだと考えています。

教育から医療まで よこらぼ採択事業

よこらぼでは、案件が案件、または人が人を呼ぶ好循環も生まれています。

●『クリエイティブティ！クラス（採択No.8／横瀬クリエイティブティ！クラス）』

このプロジェクトでは、クリエイティブソンと中学生向けのキャリア教育、中学生による映像制作を行いました。完成した映像作品は素晴らしい、中学生たちがクリエイティブな仕事を知り、刺激を受ける貴重な機会になりました。また、町を訪れる若者やクリエイターが増え、その流れは『はたらクラス』（採択No.28／MOSA）に継承、各方面のプロフェッショナルが自身の仕事や生き

方を語る、キャリア教育講座として継続的に開催されています。

よこらぼの典型ともいえる、新しい技術やサービスの実証試験も増えてきました。

●『動画新技術の実証試験（採択No.20／Swipevideo）』

被写体を中心に360度どこからでも自由な視点で見られる動画技術「スワイプビデオ」の基礎試験と、スポーツや伝統芸能などでの利用拡大のための実証試験です。町は、協力者を紹介したり、マスコミへの情報提供等の方法で協力し、コスプレイベント、吹き矢教室、少年野球、伝



中学生らが参加したクリエイティブソン

●『はたらクラス』では各業界のプロが講師として生き方を語る



統芸能分野での活用と記録保存実証につなげました。『スワイプビデオ』は、この後、埼玉県の取組に発展しています。

●『遠隔医療相談サービス（採択No.29／Kidspublic）』

このサービスは、診療時間外の平日18時から22時の間、LINEなどのテレビ電話機能を使って専門医に直接相談できるサービス（小児科オンライン）で、鹿児島県錦江町と

被写体中心360度カメラの実証試験



もに全国初の導入となりました。採
択の背景として、横瀬町は、小児科
の専門の医療機関がなく、子育てに
不安を感じる保護者等が多くなっ
ていることがあります。このサービ
スによって、対象者が不要不急の受診
を控えたり、子育ての不安を解消で
きたりといった効果を期待していま
す。

今年1月には、埼玉県が主催する
「いち押し取組」で、県内63市町村
の中で最も優れた事例として最優秀
賞を受賞しました。

よこらぼの課題

課題のひとつに、事務の増加があ
ります。間口を広くし多様な提案を
受け入れつつ、早く決断するため
よこらぼ案件を進めると必然的に職
員の負担は増加してしまつのです。

また、外部からも注目され始めて
いるよこらぼですが、町民への浸透
が進んでいないことも課題となっ
ています。主な原因は、よこらぼで採
択される事業がソフト中心で可視化



都内でスタートアップ企業向けのイベ
ントを開催



▲『横瀬町及び秩父地域の特産品を活かしたお菓子
の開発・販売（採択No.31/Sunny Place）』

しにくいこと、新技術の名称等に聞
き慣れない言葉が多いことがあげら
れます。「よこらぼって何をやってい
るかわからない」「横文字が多くて理
解できない」「関わっている人とそう
でない人との温度差を感じる」とい
った声が役場に届きます。

よこらぼは「これまでと同じでは
いけない」「町の未来を変えられるの
は自分たちだけ」という考え方が原
点にあるので、まず、それを役場全体、
それから町全体で共有することが大
切です。職員には直接町長から、住
民には町の広報紙やSNSを使った
情報発信や懇談会等を通じて、よこ
らぼの趣旨や効果について伝えてい
ます。幸いテレビや新聞での登場も
多く、今後も来町者やイベントが増

えることで住民への浸透もより進む
のではないかと期待しています。

チャレンジし続けるまちに

最近のよこらぼでは、住民や近隣
の個人の方から、身近な課題やテ
マに対する想いと工夫の詰まった提
案をいただくようになりました。た
とえば、町の特産物を使ったお菓子
を開発し町内で売り出したい、提案
者の地元と横瀬町の地域交流を促進
したい、町内のコミュニティ拠点を
作って運営したいなどです。よこら
ぼを通じたさまざまな町の取組が、
住民や近隣の方に体感として理解さ
れ始めたのではないのでしょうか。

ある雑誌で、横瀬町を特集してい
ただいたことがありました。その記
事のタイトルは「挑戦する人が集う
小さな町」。よこらぼに多くの企業や
人が集まってくる様子を表現したも
のです。新技術や企画、身近なアイ
デアの実現場所として「横瀬町と一
緒に何かしてみたい」と思っていた
だけの町であり続けることで、町の
課題である人口減少に立ち向かう流
れができていくのではないかと思っ
ています。

横瀬町まち経営課
(平成31年4月8日付第3076号)

▼高山右近フェスタ キャンドルナイト



高山右近生誕地のまち
少子・高齢化社会の進展による
『厳しく困難な未来』を克服するために

豊能町の概要

大阪府豊能郡豊能町は大阪府の北端部に位置する町です。町の面積は34・47km²で、標高600mを超える北摂連山に囲まれた自然豊かな町です。北は能勢町と京都府亀岡市、東は茨木市、南は箕面市、そして西は兵庫県川西市に接しており、大阪、京都、兵庫という三つの生活圏が交差しているところです。

町域中央部は妙見山を主峰とする標高600〜700mの山脈が縦断し、町域が東西に分断されています。山間地という本町の地勢上、まとまった平地は少なく、元々は小集落が点在する典型的な山間農村でしたが、昭和40年代からの大規模宅地開発によって住宅地としてその姿を大きく

大阪府 豊能町

とよのちょう



変え、大阪市内の中心部まで直線距離で30kmという立地条件を活かして、大都市近郊のベッドタウンとして発展してきました。

明治22年、市町村制が施行され、本町は当時の余野村、川尻村、木代村、切畑村、野間口村が合併し東能勢村に、そして昭和30年に高山地区を編入し、翌31年、東能勢村と吉川村が合併しました。昭和33年には牧・寺田地区を編入、そして昭和52年町制が施行され「豊能町」となり現在にいたっています。平成29年には町制施行40周年を迎えました。

豊能町の魅力

町を代表する著名人は、戦国時代に信長・秀吉に仕えて活躍したキリシタン大名高山右近たかやまうこんです。本町高山

▲高山右近夫婦石像



地区はこの右近の生誕地で、幼少の頃、右近はこの地で過ごしています。右近夫人も本町余野地区の出身です。平成28年には高山右近の列福を契機として、町民有志の寄付により右近夫妻石像が高山地区に建立されました。

この高山地区では、毎年10月に右近を顕彰して「右近フェスタ」が開催されています。この右近フェスタでは、余野地区から右近夫人花嫁行列が行われます。夜には、付近の棚田に数千本のキャンドルが灯され、その幻想的な風景はフェスタの大きな見どころとなっています。



▲右近フェスタ・花嫁行列

高山右近関連史跡以外にも、歴史的な産物は豊富にあります。本町は、「みかげ石」を産出する石の町で、産地ならではの特色として町内各所のいたるところに石仏等の石造物がみられます。なかでも、多尊石仏と呼ばれる特徴的な石造物は当地域に集中しており、石仏の探訪に絶えず観光客が訪れています。

本町は、棚田が広がり、川のせせらぎや風の音が聞こえる「いなか」の風景が広がる地域と、整備された住宅地が続ぎ、自然と調和した「まち」の風景が広がる地域、というふたつの顔を併せもった町です。本町の魅力は、実にさまざまです。みどりあ



▲余野十三仏

ふれる山々には軽やかな音を立てながら流れる川があり、四季の移ろいに合わせてさまざまな表情をのぞかせる棚田があるなど、自然のオアシスが暮らしのすぐ隣にあります。多くの石仏をはじめ寺社・仏閣、キリシタン関連遺物など貴重な歴史文化が時を超え、町のいたるところに存在しています。

農産物では、地域名である「高山」の名を冠したなにもわの伝統野菜「高山牛蒡」や古くからの伝統を守りながら作られてきた加工品、新たに健康食品として注目されている野菜「ヤーコン」の栽培など丹精込めて作られた食の豊かさも魅力のひとつです。

自然に囲まれての暮らし、町の中でのくらし、暮らしに求めるものは人それぞれですが、多様なニーズに答えることができるのも豊能町なら



▲高山真菜漬

江戸時代から栽培されていると伝わる「高山牛蒡」と「高山真菜」は、なにわの伝統野菜に認証され、その歴史ある特産を守り伝えています。

近年では、全国的に健康への意識が高いため、豊富な栄養素を含むヤーコンの栽培に力を入れるなど、これまでの歴史や伝統を守りつつ、新しい特産品の生産にも取り組んでいます。

豊能町は、北摂山系に囲まれた高地であるため、朝夕の寒暖差も激しく、また、空気や水も澄んでいる地域です。このような町の特性を生かした特産品が昔から生産されています。

豊能町の特産品

ではの特徴で、自然も、歴史文化も特産も、そして「いなか」と「まち」の暮らし方も豊能町の魅力となっています。

す。

- ・高山牛蒡 江戸時代から栽培されている牛蒡で、香りがよく、柔らかいのが特徴。太いものは中が空洞になるため、そこに肉などを詰め込む、詰め物料理に向いています。
- ・高山真菜 アブラナ科葉菜類の一種。北摂山系の山々に囲まれた高地で厳しい冬の寒さに耐える野菜です。「真菜漬け」として多くの人に親しまれています。
- ・ヤーコン ヤーコンは南米アンデス地方原産の根菜。フラクトオリゴ糖やポリフェノールを多く含み、生活習慣病予防などに効果があるスーパーフードです。本町の特産品として多くの農家が栽培しており、ヤーコンを元にしたお茶やサイダー、サプリメントなどの商品化も進んでいます。
- ・大吟醸「右近」 本町出身のキリシタン大名高山右近が福者に認定されたことを記念に誕生した銘酒。



▲ヤーコンサイダー（右）と大吟醸酒「右近」（左）

豊能町の課題

昼夜の温度差が大きい山間部の地勢を活かして生産した豊能町産のキヌヒカリ米を100%使用した純米大吟醸で、そのさわやかな味わいが好評です。

現在、日本全体で、急速な少子高齢化等による人口減少が問題となっています。特に、地方では、人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が人口減少を加速させる、という負のスパイラルに陥るリスクが高くなっています。このような状況のなか、人口減少に歯止めをかけるとともに、それぞれの地域で住みよい環境を維持し、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくため、国は「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、地方はまち・ひと・しごと創生に総合的に取り組むこととされています。

本町においても、1995年をピークに人口の減少がはじまり、今や全国や大阪府を上回るスピードで人口減少と高齢化が進んでいます。また、今後その傾向が続くことが予測されており、全国に先がけて国が示唆するさまざまな問題に直面する「厳しく困難な未来」を迎える恐れがあります。この来るべき「厳しく困難な未来」を変えるため、「豊能町総合

戦略」を立ち上げました。

総合戦略の取組

人口減少・超高齢社会は、住民生活や経済・雇用・まちづくり、行政運営などさまざまな分野において、多くの負の影響を及ぼすことが懸念されています。しかし、一方で、人口の変化については、長期的に一定の傾向を予測することができ、何らかの対策を講じることが可能です。

このような現状を踏まえ、本町では、行政や地域住民、事業者など多様な主体が一丸となり、これまでの仕組み・考え方を変革するとともに、さまざまなアイデアや創意工夫を通じて「人口減少・超高齢社会」の対策のため、総合戦略において、「地域ぐるみの定住促進」、「農×観光戦略」、「つなぐ・つながる「場」をつくる」、「地域による戦略の推進」という4つのアクションプランとしてとりまとめました。

シティプロモーション

これらのアクションプランのそれぞれに関連する課題に「シティプロモーション」があります。シティプロモーションは地域の魅力を探し出し、地域イメージとして確立させるためのものですが、先ほど述べてき

たような豊能町の魅力はまだ多くの人に伝わっている状況ではありません。このことから、本町においてこのシティプロモーションはアクションプランを実施するうえでの重要な項目であると考えます。

「定住人口の拡大」は重要ですが、本町でのシティプロモーションは、「町に対する住民の熱量を高める」、つまり「豊能町ファン」を増やしていくことを、まず第一段階として行っています。

その取組のひとつが、平成28年度に始まった「豊能町 魅力発掘隊」の活動です。



▶魅力発掘隊の活動

この「豊能町 魅力発掘隊」は、豊能町の魅力を再発見するためのプロジェクトメンバーで構成されています。このメンバーを公募したところ、総数79名の応募があり、その中から本町住民9名、町外住民4名の計13人のメンバーを選定しました。豊能町の住民をコアメンバーとすることで、住民目線で豊能町の魅力を発掘していけるだけではなく、シティプロモーションの推進に欠かせない住民の関与と協力を促すことが可能となります。また、町外の住民にも参画してもらうことにより、町の魅



▶ 棚田の景観



▲ゆるキャラ「とよのん」

力を客観的な目線で確認できるとともに、町外へと町の魅力を発信していく際に、本当に町外の住民に響く魅力なのかを判断するベンチマークとしての役割も担います。

第2回のワークショップでは、メンバー各人が持ち寄った豊能町の魅力を「ヒト」「トコロ」「モノ」「コト」「カコ」に分けて、その魅力を組み合わせさせて「豊能町で幸せになるストーリー」を創作し、そのストーリーをもとに、ツアーモデルを企画。第3回は現地での体験ツアーを開催、メンバーで情報を共有し「魅力」を体験していただきました。当日は、ツイッターやインスタグラムなどで、ツアーの様子をリアルタイムで情報発信するとともに、SNSでの情報拡散も行いました。第4回では豊能町のブランドメッセージの原案作成に取り組み、何度も議論を重ね「くらしを手づくり 大阪豊能町」「心が色づく 大阪豊能町」「ここらうるおう 大阪豊能町」という3つのメッ

セージ(案)に絞り込みました。

平成29年には、「魅力発掘隊」の発展として「トヨノレポーター」を公募しました。これは豊能町の魅力を再確認し、さらに向上させ、住民の生活の利便性や町の活気を維持・向上していく取組です。移住者の増加、観光等での訪問者の増加だけでなく、地域内外の人々の豊能に対する思いを醸造し、豊能町ファンを増やすことを目的としています。

レポーターは、豊能町の「当たり前の日常」を楽しみながら発見し、取材し、ポータルサイトを通じて魅力的に発信していきます。皆さんだけが知っている、気づく、そんな豊能町の一面を伝えるレポーターとして活躍してもらいます。

公募では、募集人員を大幅に超えましたが、皆様にご参加いただくこととなり、メンバーの年齢も10代から80代までと幅広く、学生の方、子育て中のおかあさん、最近豊能町にいられた方、長年豊能町に住んでいる方、豊能町外の方と、非常に多様なメンバーとなりました。活動は、プロモーションやブランディングの全体概要を知る講座がはじまり、続いて発信内容を企画する、そして専門的知識やスキルを得るためのワークショップを行いました。

シティプロモーションの効果としては、いまだ発展途上ですが、今回、

ブランドメッセージ「曲がりくねって、ただいま。大阪府豊能町」を選定しました。また、このメッセージが定住や観光につながっていくように進めていきたいと考えています。

おわりに

全国に先がけて、人口減少と高齢化が進み「厳しく困難な未来」が到来すると予測される本町ですが、行政や地域住民、事業者など多様な主体が一丸となって「総合戦略」をやり遂げることが、この困難を回避するための第一歩と信じています。

「これ」という特効薬のないなか、本町が今後この困難を回避することができるとすれば、本町のケースは都市近郊町村のあり方のひとつのモデルになりうるものと考えています。しかしながら、まだ道のりは遠く険しいものです。明るい未来を築くには、今後、何年にもわたり粘り強く継続して施策を進めていくことが肝要です。

皆様、折に触れて豊能町の動向にご注目いただくとともに、お近くに来られる機会がありましたら、是非、豊能町にお寄りいただけますようお願いいたします。

豊能町長 池田勇夫

(平成31年1月14日付第3066号)

▼上富田町の町並み

住民が誇りを持ち、
住み続けたい町へ

和歌山県
上富田町

かみとんだちょう

町制施行以来60年間
人口が増え続ける町

平成29年、日経BPP社のネットニュースに、「人口が増え続けるまち、上富田」という記事が掲載されました。昭和33年に町村合併が行われて、上富田町が誕生して以来約60年間人口が増え続けています。なぜ上富田町で60年間人口が増えてきたのか、という疑問にこたえるよう、施策の流れを説明させていただきます。

上富田町は、総面積57㎢と、車で走ると約15分で通り抜けてしまう非常にコンパクトな町です。人口は約1万5,500人です。古くから熊野詣の入り口ということから「くちくまの」と呼ばれ、八上王子跡、稲



③

農林水産業振興、地域産業活性化、企業連携・就業促進



▲世界遺産に登録された八上王子(上)、稲葉根王子(右)



雇用の確保、それが人口増加の要因その1です。

町の第1次総合計画で「農業の町」をキャッチフレーズに農業振興に取り組んできましたが、昭和63年からスタートさせた第2次総合計画では、「農業と商工業の調和のとれた田園工業型の町」にシフトチェンジしました。1990年代、団塊ジュニアの世代が就職する時期に入り、約6万坪の企業団地を造成しました。28社に購入していただき、約270人の雇用を生み出しました。

また、「福祉の町上富田」として、南紀支援学校や、はまゆう支援学校の誘致も行いました。この学校誘致により多くの教諭の方が町内に住居を構えてくれています。

加えて、農業振興です。上富田町の基幹作物は梅とみかんですが、上富田ブランドとして新たな付加価値をつけるとともに、梅採り体験やみかん狩り体験など消費者との交流を実施しています。しかし、近年の需要の減少や価格の低迷を考えると、梅・みかん以外に複合的な農業経営をめざすことも必要になってきています。

人口増加の要因その2は、住環境のよさです。

1960～70年代にかけて、民間業者と町がそれぞれ大型の宅地造成に取り掛かりました。その後も、官民それぞれが宅地造成や住宅団地の建設を実施しています。住宅団地480戸、宅地造成1、500区画約8、000人分の住宅が確保されています。

また、本町は診療所や、コミュニティバスも運行し、大型スーパーが出店されるなど生活するうえで非常に便利な地域です。よく、移住した方々には、「ほど良い田舎」と言われ、利便性の良い環境の中で田舎の良さ

を堪能していただいています。

人口増加の要因その3は、スポーツと健康対策です。

本町は、平成10年からの第3次総合計画で「健康で生きがいのある町づくり」を謳い、スポーツと文化活動の拠点として、上富田スポーツセンター、上富田文化会館を建設しました。以降、実業団の野球チーム、ラグビートップリーグ、Jリーグやナadeshioジャパンなどの合宿を誘致し、地域の活性化と交流によるスポーツ振興を図っています。平成8年からは紀州口熊野マラソン、13年からはプロ野球ウエスタンリーグ公式戦も実施しています。また、弁当業者が力をあわせて、栄養バランスに配慮した上富田スポーツセンター弁当を開発しました。年間2万食の売り上げを目指しており、町内でお金がまわる仕組みとなっています。

町民自身もスポーツに親しんでいます。町内のいたるところにトリムコースが設置され、気軽にジョギングやウォーキングができます。平成8年には、総合型地域スポーツクラブとして「SEACA(シーカ)」が設立され、誰でも色々なスポーツに親しむことができます。また、平成



▶梅採り体験

葉根王子跡が平成28年10月に世界文化遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」に追加登録されました。国道42号と国道311号の分岐点にもなっており、紀南地方の交通の要衝となっています。

さて、1970年代、団塊の世代が中卒高卒で就職のために東京など大都市に移動をしていた頃、人口1万人弱の上富田町は、企業誘致に取り組んでいました。地元特産の梅を活用した飲料水メーカー、アパレル、ペーパリングなどの製造業各社に進出していただき、約430名の雇用を確保することができました。

◀ 口熊野マラソン



29年9月にオープンしたスポーツサロンは、地域住民の健康増進や介護予防の拠点としての期待が高まっています。

その他、家に閉じこもっている高齢者も歩いていける範囲でお茶や食事を始め、まちかどカフェの取組を始めました。また、町内にある和歌山県立熊野高校の生徒が社会福祉協議会の職員と一緒に、一人暮らしの高齢者宅を訪ねる活動をしています。高齢者が健康でいることで、健康寿命を伸ばすこと、介護保険給

付費の伸びを抑えることにつながります。

人口増加の要因その4は、子育てと教育環境の整備です。

平成23年に始まった第4次総合計画では、「みんなが学んで花ひらく口熊野かみとんだ」をキャッチフレーズに、生涯学習に力を入れています。乳幼児の段階からブックスタートや図書館での読み聞かせに親しんだり、小学生が、地域のお家に泊まって学校に通う「通学合宿」の取組や、中

▶ ブックスタート事業



高生が町の未来を語る青春シンポジウムを行ったりもしています。また、本町の成人式は、中学生が司会進行や企画を行うユニークなものです。

地方創生の取組

最後に地方創生の取組です。1つ目は、くちくまの熱中小学校（大人の社会塾）を中心とした人材育成です。山形県高畠町及び各地の熱中小学校と連携して、地方創生人材の育成を行っています。

熱中小学校とは、受講者の個人的

な知的欲求を満たすだけでなく、ICTを活用した起業・創業へのアプローチ、ビジネススキルアップ、また観光開発や地場産業の振興など、地域づくりのノウハウの伝授や課題解決に至るまでの学びの場になります。熱中小学校のネットワークをつくり、講師陣や受講生を相互に派遣・参加させることで、人材育成はもとより、地方への人の流れや仕事を創出し、連携による相乗効果、新たな価値の創造、さらに効率性を追求し

▶ 熱中小学校



た実効性ある事業推進を図ります。本町においても、「稼ぐ力」(所得の向上)とともに、文化や自然を地域資源として活用した特産品や体験旅行のメニューづくりとその担い手育成が求められており、その育成の場として、くちくまの熱中小学校を開設しています。

地方創生の取組2つ目は、スポーツ合宿に軸をおいた旅行会社、南紀ウエルネスツーリズム協議会の設立です。

上富田町は平成7年に上富田スポーツセンターを開設し、平成8年に第1回口熊野マラソンを開催。第3次総合計画で掲げた将来像である「健康で生きがいのある町づくり」を目指し、スポーツを中心とした地域づくりをスタートしました。また、サッカーJリーグの柏レイソル(19年)やセレッソ大阪(20年)、なでしこジャパン(24年)等の日本のトップチームがキャンプで利用するなど、全国的な知名度も向上し、合宿人数も増加してきました。

27年には上富田町スポーツ観光推進協議会を設立し、行政と観光協会、商工会、企業(ホテル民宿・食事・弁当)が連携し、スポーツ合宿を受け入れる環境を整備しました。

29年、これまでの取組を加速し、人口減少社会、高齢化社会に立ち向かう地域づくりのために「(一社)南紀ウエルネスツーリズム協議会」を発足しました。

同協議会は、「健康」をテーマに、上富田町民の健康と、町外からのお客様を健康にする役割を担い、地域から必要とされる存在となるべく、活動をスタートしています。事業として、上富田スポーツセンター、上富田スポーツサロン、和歌山スポーツラベルの3つを展開しており、「ウエルネス(広い健康観)」の観点から、それぞれの事業が連携し、上富田町民と町外の皆様に健康で充実した生活を送れるようにサポートしています。

今後のまちづくり

以上、本町の取組をまとめてみますと、まず、働く場所、仕事人が呼び込みます。とはいえ、本町にはまだまだ魅力的な職場が少ないのが現状であり、卒業後に県外に出る高校生が多くいることは改善すべき課題です。働く場所を見つけたら、次は、住むところです。住むところが確保できれば、子育て環境と教育環境、

そして、健康と生きがいです。やはり楽しくなければ住み続けることはできません。「豊かです 水も緑も人情も」は本町のスローガンですが、人のつながり、人の和が大きな財産になってきます。

これらの取組は、必ずしも役場が主導してきたわけではなく、企業や住民の皆さんとともに進めてきたものです。こうした住民や民間と行政との協働を今後も進めていくために、上富田町をいくつかの地区に分け、それぞれの地区が地域のことを考え、解決のために動いていく仕組みをつくることとしました。町内の市ノ瀬地区では、平成28年6月に地区まちづくり協議会を設立しました。行政



田中神社

町のマスコットキャラクター ひょうたんせんばい



に頼るのではなく、地域にある人材と資源、知恵を絞り、その中で地域を活性化していくという取組です。

全国の地方が東京を目指すのではなく、地方の個性や魅力を活かしつつ魅力あるまちづくりを作っていくことが大切です。

さまざまな取組を通じて愛町心を育み、「上富田町がとても好き」と思う人を33.3%以上にしていく(平成27年実施のアンケートでは28.8%)。これが、これからの上富田町の将来ビジョンです。

上富田町長 奥田誠
(平成30年10月15日付第3057号)

▼国定公園 帝釈峡と遊覧船



誰もが挑戦できるまち 神石高原町の創造

神石高原町の概要

神石高原町は、広島県東部、標高約500mの中国山地が南に張り出した地形の中に位置する面積382km²の森林に囲まれた高原のまちです。備後の中心都市である福山市までの距離は約30km、町のほぼ中央部を、岡山県新見市と福山市を結ぶ国道182号が縦断しており、中国自動車道、山陽自動車道へアクセスしています。

神石郡は、大化の改新の際、国府による郡制が敷かれたことにより発足しました。その後、歴史の変遷を経て、昭和34年に油木町、神石町、豊松村、三和町の神石郡内4町村体

広島県 神石高原町

じんせきこうげんちょう

制となり、平成16年11月5日、4町村が合併して「神石高原町」が誕生しました。

合併時の人口は、12,000人



▲神石高原町の大自然 塚ヶ峠の雲海



余りでしたが、現在は、人口9、026人、高齢化率46・9%（平成31年4月1日現在）で、過疎化、高齢化が進行し、人口減少対策が急務となっています。

高冷地気候として、夏は涼しく冬は寒いのが特徴で、特に夏期においては、昼夜の温度差が大きいため、高い糖度で品質のよい神石高原野菜が生産されています。また、良質な米の産地であるとともに「赤と黒のプロジェクト」として、トマト、ぶどう（ピオーネ）、地元のブランド和牛「神石牛」を振興しています。これらの特産品とあわせて、町全体の



▲神石牛

知名度の向上、産業振興及び地域活性化に資することを目的として「神石高原町でかかやく、もの・ひと・こと」などを神石高原プレミアムブランド「JIN（神）プレミアム」として認定し、その魅力を町内外へ発信しています。

本町は、国立社会保障・人口問題研究所において2060年に人口3,000人と推計され、広島県内で最も消滅可能性が高いとされています。これに対応するため、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で、「挑戦のまち」を掲げ、同年に7,500人の人口規模を維持するべく、誰もが挑



▲「JIN（神）プレミアム」ロゴマーク



▲神石牛ロゴマーク

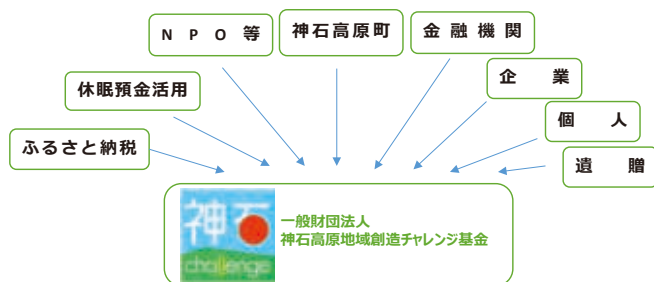
▶チャレンジ基金のイメージ

- ビジネスチャレンジを生み出すためのしくみ -

○新しいビジネスチャレンジをサポート



○地域の資金循環の受け皿に



戦でき、一歩ふみだすことができる環境づくりに取り組んでいます。

ビジネスチャレンジを支援

平成29年9月に神石高原町の資源を使ったビジネスチャレンジ事業者を支援する目的で「一般財団法人神石高原地域創造チャレンジ基金」（通称：チャレンジ基金）を設立しました。チャレンジ基金は、事業者に対して資金的な支援を行うと同時に、

経営指導などの伴走型支援を実施し、事業者の経営を安定させるとともに、自律的な運営を促すことで、新規事業者の参入を容易にすることを目指しています。

平成29年度に1回、平成30年度に2回の案件募集を行ったところ、合計で16件、3億4,000万円の支援申し込みがあり、4件、4,200万円の支援を決定したところです。支援第1号の事業者へは、農産品の加工施設整備に係る資金を支援し



▲チャレンジ基金の支援により建設した牛舎

ました。個人で6次産業化に取り組まれていたところを、法人化し生産量や販路の拡大に取り組まれています。

支援第2号の事業者へは、町のブランド牛である「神石牛」の繁殖から肥育までを行うための牛舎建設資金を支援しました。平成31年2月には1棟目の牛舎が完成し、続いて次の牛舎建設準備を進められており、着実に事業を拡大されています。

このチャレンジ基金の支援事業者については、町としても総務省の「ふるさと起業家支援プロジェクト」の

対象事業者として、ふるさと納税型クラウドファンディングを実施することも可能としています。

また、同年から「神石高原町チャレンジアワード（ビジネスプランコンテスト）」を開催しています。賞金を最優秀賞100万円、優秀賞50万円とし、1年目には9件、2年目には3件の応募がありました。

1年目の最優秀賞プランは、全寮制インターナショナルスクールを設立するというもので、現在、202



▼帝釈峡神龍湖 湖上神楽

0年4月開校に向けて準備が進められています。

2年目の優秀賞プランは、帝釈峡神龍湖の湖上に舞台を設置し、遊覧船から神楽を鑑賞するもので、周辺の観光資源とあわせて体験型観光プログラムを提供するものでした。

過疎地域においては、新たな挑戦がなかなか困難だと思われませんが、この2つの取組によって、潜在的には、挑戦の意欲を持った方々が存在するということが確認できました。今後も新たなビジネスチャレンジを支援していきます。

広島県立油木高等学校の魅力化

神石高原町では、合併直後から町内唯一の高校である油木高校の魅力化に取り組み、通信衛星授業の実施、校外活動・クラブ遠征の支援などを実施してきました。平成26年度からは、連携型中高一貫教育を開始し、公設学習塾「はやぶさ塾」の開設、さらには海外交流支援などを行ってきました。

平成29年8月には、慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス（SFC）と「地



▲SFCとの協定締結式の模様

方創生に関する連携協力協定」を締結し、本町に全国で初となる「地域おこし研究員」が就任しました。「地域おこし研究員」は、総務省の「地域おこし協力隊」制度の枠組みの中で、自治体とSFCが連携して、SFCの大学院生を自治体が任用し、地域の現場で実践的な研究開発を行うものです。

本町の研究員は、「広島県立油木高等学校魅力化プロジェクト」に取り組みました。正式な部活動ではないものの生徒15名の参加によりドローンスクールを開催し、ドローン

▼ドローンを飛ばす高校生と地域おこし
研究員



の仕組みやプログラミング、空撮動画の編集などを学び、実際に屋外で空撮・測量などを実践してきました。この生徒たちが培ってきたドローン技術を活用した取組をさらに発展させるため、「生徒の新たな挑戦」、生徒主体プロジェクト「油木高校ドローンアカデミー」が発足しました。

また、平成29年12月、楽天株式会社と連携協力に関する協定を締結しました。その一環として、平成30年8月から楽天が提供する地域課題解決

プログラム「Rakuten IT School NEX」に参加し、高校生が楽天社員と地域住民とともに地域の課題について考察し、解決策を立案してきました。この中から耕作放棄地の課題解決策について、12月に楽天本社で発表を行いました。

さらに、放課後における学びの場、【神（JIN）ゼミ】を開講しました。これは、総合的な学習の時間の中に地域を舞台に学び、体験し、解決策を考える「地域学」を取り入れ、授業と連動して「自ら課題を設定し、その解決に向けて探求・行動し、振



▲楽天ITスクール

り返り、改善し次に活かしていく」学びをサポートするものです。

このほかにも、同校の産業・ビジネス科の取組として、「ナマズの養殖」を行い、広島東洋カープ球団の本拠地マツダスタジアムで「なまずのてりやき丼」を調理・販売するなど、町の新たな特産品として6次産業化を目指しています。

高校の魅力化を通じて、自ら考え行動していく姿勢を持った人材を育み、大学進学などで町を離れたとしても、やがてこの町にかえってくる人材となり、地域の将来を担っていただくことを期待しています。

おわりに

神石高原町は、豊かな自然と地域の人々が永年にわたって築きあげた歴史と文化が豊富にあり、長期総合計画の将来像である「人と自然が輝く高原のまち」の実現を目指して、産業・歴史・文化・自然など豊富にある地域の特性を活かしながら、住民と行政の協働による「小さくても元気のでるまちづくり」を進めています。



▲マツダスタジアムでの販売の様様

同時に、全国的に人口が減少する中で、各市町村が知恵を絞り、地域の特色を活かして対策を進めています。

本町としては、自治体はもとより、民間企業、教育機関、金融機関などさまざまな分野と連携しながら、新たな挑戦が生まれることを支援していくことにより、誰もが挑戦できるまち神石高原町を創造し、持続可能で魅力的なまちづくりを進めます。

神石高原町 政策企画課

（令和元年9月2日付第3092号）

▼ひまわり畑



農業の町からものづくりの町へ ひまわりオイル事業で地域活性化

まんのう町の概況

まんのう町は、香川県の中西部に位置し、讃岐山脈の山並を背景に水と自然にあふれた「癒しの町」です。町名の由来となっている日本最大級のかんがい用ため池「満濃池」は、讃岐の水瓶とも言われ、弘法大師空海が改修・監修し古くからこの地に多くの恵みをもたらし、その歴史的価値が評価され、世界かんがい施設遺産として認定されたところです。また最近では「ひまわりのまち」として県内でも有名となり、花を愛でる観光は勿論のこと、収穫した種からオイルをつくるなど、ひまわりを使った地域活性化に取り組んでいます。

香川県

まんのう町

まんのうちょう

あらまし及び地勢

まんのう町は、平成18年3月20日



▶弘法大師空海が修築したとされる「満濃池」





▲1200年前に作られた中寺廃寺跡から眺める讚岐平野

000ものため池が点在しています。

●交通

公共交通機関は、民間バス路線が2線、鉄道はJR土讃線と、高松琴平電気鉄道琴平線の2路線が通っています。また本町と徳島県を結ぶ国道も、32号線と438号線の2線が、さらに県西部に向かっては377号線が町内を通っています。

●現況

まんのう町の人口は平成31年1月1日現在18,660人です。合併

▲5月頃に見頃を迎えるルピナス



イベントがあり、年間約50万人の人が来園しています。また、県営の満濃池森林公園もあり、平成29年度には全国育樹祭が開催されました。さらに、県内でも人気の「うどん店」が数多くあり、一年を通して県内外から多くの人が訪れています。以降、ひまわりを使った地域振興、取組について紹介します。

ひまわりの取組の動機、経緯

まんのう町は「ひまわり」を使った地域振興に取り組んでいます。始まりは、平成元年に遡りますが、合併前の旧仲南町帆山地区において、休耕地の転作作物として、観賞用ひまわりを20a栽培したのがきっかけです。当初は鑑賞用ということでしたが、鑑賞で楽しむだけでなく、何か商品にならないかという地元農家の方の発想などから、平成4年に搾油用の種に替え、収穫した種を業者に委託して搾り、道の駅などで販売しました。平成10年からは簡単な搾油機械を導入して、ひまわり油を自主生産し始めました。

平成12年に地元主体の「ひまわり祭り」が開催されたことを機に、多くの方が町内外から訪れるようにな

に琴南町と満濃町、仲南町の3町が合併して誕生した町です。面積は194・45km²、県下で3番目の広さを有しています。

町の北部、満濃地域と仲南地域北部には平野が広がっており、金毘羅山や、讃岐富士と呼ばれる飯野山を背景に、田畑や住宅地が点在する讃岐らしい景観を形成しています。一方、町の南部、琴南地域と仲南地域南部は、標高200～1,000mの讃岐山脈の山地帯で、県下で唯一の一級河川土器川や財田川の本支流に沿う谷あいには農村集落が形成され、中山間地農業が展開されています。町には「満濃池」をはじめ大小約1、



▶国営讃岐まんのう公園

時の平成18年4月1日の人口が20,780人で、合併してから約2,100人減少している状況です。高齢化率は約36%で、年々高くなってきています。

町の基幹産業は、水稻や野菜栽培などの農業が中心ですが、兼業農家が多く規模も零細です。また琴南、仲南地域は山林が大半を占めており、担い手の確保と農地の集約化という課題を抱えています。

町内には、四国で唯一の国営公園「国営讃岐まんのう公園」があり、モンスターバスシュと言われる夏の音楽祭をはじめ、四季を通じて多くの

香川県 まんのう町

◀ ひまわり祭りの様子



りました。その後、平成24年からは高オレイン酸の種類のひまわりに転換し、ひまわり油の加工や商品化、ひまわり祭りなどが評価され、平成25年に「豊かなむらづくり表彰事業」で農林水産大臣賞を受賞しました。

ひまわりオイル事業化へ

まんのう町のひまわり油製造は、当初から香川県の農業改良普及センターやJAなども協力して取り組んでいました。旧仲南町時代にも、

この「ひまわり油」を特産品の一つとしていましたが、広報活動や販売促進という点からは、町での十分なPRもできておらず、認知度も低かったように思われます。

ひまわり油については、全国的にみると、北海道名寄市や北竜町、兵庫県佐用町などがあるようです。平成28年には兵庫県佐用町や島根県出雲市などとともに、第1回ひまわりオイルサミットを開催し、輸入が国内供給の大部分を占めている現状で、まんのう町が希少な国産ひまわり油の

産地であることを宣言しました。そういった中、国の地方創生の流れを受けて、特産品として中途半端な状態で、生産者の高齢化が進み、後継者の慢性的な不足に陥っているひまわりやかりん、薬草などの品目を中心に六次産業化を進めるなど、町では農林業の振興を中心に、次の3点から積極的に事業展開していくことにしました。

1 点目が、拠点の整備です。合併後に廃校となった小学校の校舎をリノベーションして、ひまわり油の加工から瓶詰めまでを行う、作業効率を高めたプラント施設として整備しました。併せて、かりんや薬草の加工などの拠点整備も行い、すべて含めた形で「ものづくりセンター」として平成30年に稼働し始めました。

さらにこの施設は、原料の保冷保管から二次・三次加工、袋詰めや瓶詰め、販売用の在庫管理などを行うことができるよう整備しており、将来的には展示販売も行えればと思います。

2 点目はブランディング化です。平成28年度から地元香川県の㈱百十四銀行と連携協定を提携し、行員で映画監督をしている香西志帆さんをアドバイザーとして迎え、「ひまわり



▶ まんのう町のひまわりちゃん (上) とひまわりオイル (左)



のブランディング化」を進めています。ブランディング化にあたって、まずはひまわりの花畑が観光資源となっている点に着目し、「ひまわりならまんのう町」、「まんのうひまわり」というワードを広めることをコンセプトに「まんのう町のひまわりちゃん」という朝ドラ風Webドラマを撮影し、昨年の春に上映会を開催しました。

また、ひまわり油も今までのボトルやラベルを一新し、名称も「ひま

▶ ものづくりセンター



わりオイル」という呼び方に変えたところ、Webドラマの影響もあり、各種メディアに度々とりあげられるようになりました。さらに「ひまわりオイル」は、平成30年度の香川県産品コンクールでは努力の甲斐あって、最優秀の県知事賞を受賞することができました。

3点目は人です。今までは地元農家の方が交代でひまわり油の搾油から瓶詰めまでを細々と行っていました。しかし、栽培面積も拡大し、収量も増え、搾油量も増えたにもかかわらず、依然として後継者不足は改善されていませんでした。そこで、平成27年に総務省の地域おこし協力隊の制度を活用して、やる気のある人材を採用し、新たな風を起こそうとしました。播種から収穫、搾油、ブランド化までを地元農家の方と一緒にを行うことを目指していましたが、地方創生による拠点整備やブランディング化などの流れを受けて、当初予想していた規模以上のものとなり、運営方針の違いから、最初の隊員は2年で退任してしまいました。現在は新たに隊員を募り、3名体制でひまわりオイルの製造や販売に取り組んでいます。

◀ 地域おこし協力隊



現状と今後の課題

さて、以上のように、町ではひまわりを中心としたものづくりの事業が進んでいます。特にひまわりの振興については、多くの課題を抱えています。

まずは、栽培農家ととりまとめをしている方々の高齢化です。実際に転作物物として栽培を始めたひまわりも、一定の収入が見込めることを前提に事業として取り組んでいます。

が、特定の高齢者の方が農作業の合間に苦労して各生産者の収量をとりとまとめているという現状です。残念ながら次を担う後継者の育成ができていないこともあり、人材の確保は今まさに現場で必要とされている喫緊の課題となっています。

次に、ひまわりオイルの製造販売です。当初は農業生産法人で取り組んでいましたが、組織の高齢化など自主運営が難しくなり、現在は第三セクターが替って運営を行っています。しかし、販売ルートが確立しておらず、経済的な基盤が不安定なまま進んでいるような状況です。町をあげての特産品化、ブランド化ということもあり、行政が携わる部分も多い中、製造販売においてもどこまでが民間でどこまでを行政が受け持つのかといった、半官半民事業特有の責任の所在が不明確となっているところもあり、今後事業を推進していくうえで、リスク分担を明確にしていくことが必要となってきます。

最後がひまわり関連商品の開発です。現在、関連商品として、刷新されたひまわりオイルは勿論のこと、ドレッシングやひまわり牛のコーツケなどがあります。過去にはひまわりオイルを使った石鹸などもありま

した。また、搾油した後に出る油粕を飼料にして牛に一定量を与えることで生まれた「ひまわり牛」もあり、県内のスーパーでも美味しいと好評です。油粕は田畑の肥料としても利用価値があり、無駄にするものがほとんどない仕組みづくりができています。しかしながら、販売戦略上、オイル単体での勝負はなかなか厳しい面もあることから、新しいドレッシングの開発や、オイルを使ったお菓子や料理、さらにはひまわり畑やひまわりの花自体を観光資源として活用するため、J R 四国などの企業ともコラボした企画を検討し、売れる商品開発に向けて力を入れているところです。

地元の農家あつての地域活性化というところではありますが、さまざまな業種の企業や地域住民とコラボすることで新たな発想が生まれ、みんなでひまわりをブランド化することに取り組んでいます。毎年7月には100万本のひまわりの花を咲かせて皆様をお待ちしていますので、是非ともまんの町へお越し下さい。

まんの町長 栗田 隆義
(平成31年4月1日付第3075号)

▼ 柚子の収穫風景



地域資源を生かした村の活性化
「村をまるごと売り込む」

馬路村の概要

馬路村は、高知県の東部、徳島との県境に接し、周囲を標高1,000m級の山で隔たれた村です。市街地から離れた典型的な中山間地域であり、村内に、国道、鉄道、信号、高校、コンビニ、スーパーはなく、高知市まで車で2時間弱の位置にあります。

人口は約900人、高知県で2番目に人口の少ない市町村です。数少ない平坦な地域が宅地として利用されているため、公共施設や住宅がまとまって所在しており、総面積・人口からするとコンパクトな村となっています。

村の総面積は166km²ですが、

高知県 馬路村

うまじむら



97%を森林が占めています。特に、森林の75%が国有林であり、県木にも指定されている「魚梁瀬杉」の産

▶ 馬路村中心部



地として知られています。かつては、銘木「魚梁瀬杉」を産出する国有林野事業の拠点として栄えてきた歴史があり、平成29年には、林業から柚子産業への変遷の歴史が「森林鉄道から日本一のゆずロードへ」ゆずが香りに彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化」として、日本遺産に認定されるなど、産業と歴史・文化が密接に関連する地域でもあります。

そして、馬路村といえば、柚子をはじめとする地域資源を活用した村おこしで知られる自治体です。今回は、柚子を活かした馬路村の産業振興・村おこしを中心に説明させていただきます。

林業から柚子へ

昭和中期までの本村は、「魚梁瀬杉」の生産を中心として、森林資源に恵まれ、国有林野事業が盛んな地域でした。馬路村、特に魚梁瀬地区では、雨量が多く、年間降水量は4,000mmを上回ります。豊富な雨量と温暖な気候が杉の生育に適しており、昔から杉の産地として知られていました。古くは弘法大師（空海）の時代から伐り出され、豊臣秀吉は洛陽東山佛光寺の大仏殿の建材に用いた

と言われています。近代においても、国の管理の下、国有林野事業が盛んに行われました。

その後木材の価格低迷や国有林野事業の経営合理化に伴い、村の林業が行き詰まりを見せ始める中で、馬路村農業協同組合を中心として、昭和30年代に柚子の栽培を始めました。栽培当初は、生食用や果汁の出荷を目指していましたが、肥培管理の難しさや売上げの伸び悩み等から、馬路村農協が加工事業に乗り出しました。加工品第1号の佃煮にはじまり、昭和61年にぼん酢しょうゆ「ゆずの村」を発売し、昭和63年に西武百貨店の「日本の101村展」で最優秀賞を受賞したことによって、馬路村



馬路村の柚子製品

農協の商品が世間に認知されていきました。さらに、昭和63年に発売された、はちみつ入りゆず飲料「ごっくん馬路村」

も平成2年に「日本の101村展」で農林部門賞を受賞し、馬路村農協は売上げを大きく伸ばしてきました。「ゆずの村」と「ごっくん馬路村」は、現在も馬路村農協を代表する商品となっています。

村をまるごと売り込む

本村の柚子商品の取組には、さまざまな特徴があります。まず、流通を介して市場に出すのではなく、直接一般消費者に販売する手法に力を入れました。百貨店の催事に出展し、馬路村で暮らす職員が、柚子の食文化と馬路村の商品を消費者に届けることにこだわり続け、ファンを増やしてきました。また、通信販売（直販）をベースにし、電話・ダイレクトメールを活用した、顔の見える関係の構築に力を入れるとともに、顧客情報

馬路村農協ポスター



をしっかりと管理し、販売戦略を構築していきました。

また、単に「柚子商品」を売るのではなく、馬路村の田舎のイメージを前面に押し出し、村とセットにした広報戦略をとっています。例えば、「ごっくん馬路村」は、「馬路村公認飲料」と銘打っています。この考え方は、商品パッケージだけでなく、CM・チラシ・梱包にいたるまで徹底しており、どれも一目見て「馬路村」とわかるようになっています。結果として、柚子商品の売上げだけでなく、村に愛着を持つ馬路村ファンの増加、「一度馬路村に行ってみた」という観光客の誘致につながっています。

さらに、原料の質にもこだわって

おり、馬路村農協に出荷する全ての柚子農家は、化学肥料や農薬を用いず、有機栽培に相当する栽培方法を採用しています。

今でこそ、農産物の生産だけでなく、加工・販売によって付加価値を生み出す「6次産業化」が一般的な概念となっており、全国で取り組まれています。馬路村のように30年以上前から本格的な6次産業化を行っている地域というのは、全国的にも例がないものと思います。これらの先進的な取組によって、柚子が生活の中心となり、柚子生産が住民の生きがいとなり、柚子商品が住民の誇りとなり、今では馬路村は「柚子の村」と呼ばれるまでになりました。

柚子の新たな活用方法

一方で、6次産業化の普及により、柚子をはじめとする柑橘類の産地でさまざまな商品が開発されており、また、本村の主力商品であるぽん酢しょうゆ等については、大手メーカーの商品も発売されるなど、競合する商品が増えてきています。また、本村の柚子商品は、お中元・お歳暮等の贈答用として購入されていました。

が、こういった文化も少なくなりつつあり、需要が減少しています。一度成功したからといって、それを持続すれば上手くいくというものではなく、厳しい環境の変化を感じています。

このため、本村では、柚子果汁を原料とする多様な飲食料品を開発するとともに、その残さの活用、とりわけ、種子を原料とする製品の開発に取り組んでいます。柚子は非常に種子の多い柑橘であり、これを活用することができれば、柚子産業の新しい世界が切り拓けると考えたのです。

馬路村農協では、村の女性たちが柚子の種子を焼酎に漬けて肌に塗っ



化粧品「Umai」シリーズ

共同研究講座の協定締結式



抗酸化作用や体重増加抑制効果の実証を行い、柚子を原料とした健康機能食品の開発を目指しています。

これらの取組を通じて、平成30年度からは、高知大学に馬路村農協との共同研究講座「高知馬路村ゆず健康講座」が設置されました。共同研究講座は、大学の研究者と民間企業等（馬路村農協）の研究者が、対等な立場で柚子の機能性について共同研究を行うもので、高知大学では初めて設置されたものです。

村の課題とこれから

柚子という地域資源を活かして取組を進めてきた馬路村ですが、他の中山間地域と同様に多くの課題を抱えており、中でも、人口減少は深刻な問題となっています。柚子産業があるのに人口が減るのかと思う方もいらっしゃるかもしれませんが、平成27年の国勢調査では、前回調査に比べて人口が18.8%減少（1,013人↓823人）しており、四国一の減少率となっています。また、馬路村は夜間人口より昼間人口が多く、昼間人口比率は104.7%で高知県の市町村の中で最も高い数値です。

◀若者座談会の様子



一般的に、「地方で人口を維持するために働く場をつくる必要がある」と言われていますが、馬路村の場合、「働く場があっても定住につながっていない」という状況になっています。このため、村では、平成27年度に策定した「馬路村まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、「馬路村に住んでみたい、帰りたい、住み続けたい」と思ってもらえる魅力ある村づくりに取り組んでいます。

①若者の活動支援

馬路村では、平成28年に若年層（20～30代）の有志が「馬路村若者座



▲ワーキングホリデー参加者と村内若者との交流会

談会」を立ち上げ、職場や出身の垣根を越えた議論を開始しました。村としては、若者が活発に議論・活動することが村の魅力づくりにつながると考え、平成29年度には、「若者が、住みたい村を自ら創る」ため、村が材料（空き家）、資金（補助金）等を提供し、「若者が集える場所（サードプレイス）づくり」を支援する事業を実施しました。

若者の活動拠点となる空き家の改修を、全面的に若者座談会に任せるといふ、村としても挑戦的な取組でしたが、後述するふるさとワーキングホリデーに参加した関東圏の建築系の大学生と連携するなど、工夫

しながら改修を行いました。単に村内の若者のつながりだけでなく、村外とのつながりを構築できたことは予想外の展開でした。

②ふるさとワーキングホリデー事業

馬路村としては、人口減少が進む中で、村外の方との連携が不可欠になっています。特に、柚子農家の高齢化が進む中で、いずれ柚子収穫期の労働力が不足することが見込まれます。

このため、本村では、平成29年度から「馬路村ふるさとワーキングホリデー事業」を実施し、県外の方に村に2週間程度滞在していただき、柚子収穫に従事しながら、馬路村の暮らしを体験していただく仕組みを構築しています。毎年10名以上の参加者を受け入れ、柚子収穫期の労働力確保策として機能するほか、昨年度は上述の関東圏の大学生と村内若者の連携につながり、今年度はワーキングホリデー期間後も馬路村に滞在し、村内事業体の繁忙期に手伝いに入るなど、本村の「柚子」が媒体となってさまざまな展開を見せています。

終わりに

本村は、柚子の6次産業化に先駆的に取り組み、さまざまな商品・手法を開発してきました。柚子産業が村の主要産業として成長できたのは、単なる農業・農協の取組ではなく、村全体の取組として、馬路村農協、村役場、そして住民が連携し、それぞれが意欲的に取り組んできたからだと思います。

現在、柚子産業を取り巻く環境も変わりつつあり、更なる挑戦の時期を迎えています。また、村の人口減少に伴う課題も顕在化してきました。こういった新たな局面においても、初心を忘れずに、村が一丸となって取り組んでいくことが重要です。

小さいながらも、柚子をはじめとする取組で頑張ってきた本村ですが、人口減少社会の中で、これまで育ってきた産業のさらなる発展と、新しい視点での村づくりで、「小さい村でもここまでするんだ」ということを示していきたいと考えています。

馬路村長 山崎 出
(令和元年5月20日付第3080号)

きざん
▼基山山頂から町内を望む



ちよつと古くて、ちよつと新しい町・基山
く住む人も、来る人も誰もが輝く町、
「オール基山」を目指して、

基山町の概要（紹介）

基山町は、佐賀県の東端に位置し、佐賀県鳥栖市、福岡県筑紫野市、小郡市に隣接する佐賀県の東の玄関口です。

基山町の人口は17,390人、世帯数は6,889世帯（2019年3月末日）、面積は22・15km²と小さな町ではありますが、古くから古代官道や長崎街道などの主要道があったところで、現在でも、町の東側にJR鹿児島本線、それに並行して国道3号、さらにその東側には九州自動車道が走っています。また、町の西側には鳥栖筑紫野道路、南端には大分自動車道が通り、町の20～30km圏内には福岡市、佐賀市、久留米市などがある九州の大動脈の結節点として、通勤・通学に便利な地でもあります。

基山町の歴史を振り返ると、町を代

佐賀県 基山町

きやまちょう



表する山・基山^{きざん}と、令和で話題の大宰府との深い関係を忘れることはできません。665年には、大宰府を唐や新羅の攻撃から守るために朝鮮式古代山城・基肆城が、基山の中腹に築城されました。この基肆城は現在、国の特別史跡として認定されています。また、基山には、大宰府長官であり令和の梅花の歌で注目を集めた大伴旅人も足繁く登山しており、この基山において、旅人本人と友人二人が詠んだ三首の歌が万葉集に収められています。また、日本書紀には、基山町が日本の植林発祥の地との記載があり、基山の山頂には、その記念碑があります。

もう一つ、基山町の歴史を語る際に特筆すべきことは、江戸時代及びその前後の273年間、対馬藩の統治下にあり、いわゆる飛び地だったということです。黒田藩と鍋島藩という二つの強国に挟まれ、独自の文化や風土を醸

3

農林水産業振興、地域産業活性化、企業連携・就業促進



▲基肆城があった基山山上

成し、新しい産業や制度等を生み出していったことが、現在の基山町の姿にも大きな影響を与えていると考えられます。とりわけ、対馬代官所初期の副代官である賀島兵助公は、10年間の赴任期間中に、貧困対策、防災・防犯対策、産業振興などで、大きな成果をあげたことから、住民の尊敬と感謝を一身に集め、命日には、現在も、基山町が祭主となって賀島祭がとり行われています。

以降の基山町の新しい動きを考える時には、急激なベッドタウン化による人口増と、その後の停滞期、そして、今後の新たな展開についてをあわせて分析する必要があります。

まず、基山町の人口は、工場立地及びその住宅供給が始まった昭和40（1965）年代後半から少しずつ増加していきます。平成（1989年）の時

代になり、大規模団地の造成が一段落するまで、福岡のベッドタウン化が一気に加速して、人口が急増していきます。そして、人口のピークが平成11（1999）年5月に訪れます。その後、平成28（2016）年5月までの17年間は、年間100人ペースで人口減少が続き、その過程で、消滅可能性都市の佐賀県ウースト2に位置づけられました。しかし、地方創生への取組の中で、移住・定住施策や子育て支援施策に加え、産業振興施策、また、ひとり親世帯や一人暮らしの高齢者世帯等に対する福祉施策や健康増進施策を積極的に展開していくことにより、人口減少に歯止めがかかり、この3年間は転入人口が転出人口を上回る社会増状態が続いています。

今回は、それら多数の取組の中から、エミューとSGKについて、ご紹介したいと思います。

取組の紹介

○育メン鳥エミューで地域活性化

その有する歴史や豊かな自然、地理的な優位性などにより、基山町は平均的な、コンビニエンスな町として発展してきたために、ある一定の認知度はあるものの、インパクトが弱く、「九州自動車道上の基山パーキングエリアには立ち寄ったことはあるが、実際に町内には足を踏み入れたことがない」

等の、通過点からの脱却が大きな課題でした。

移住・定住人口増につなげるためには、まずは、交流人口、そして関係人口を増やしていくことが重要です。そんな中、打ち出された一つの施策が、「エミュープロジェクト」でした。エミューとは、オーストラリアを原産とした飛ぶことのできない鳥類で、性格は温厚で環境変化に強く、ダチョウに次いで2番目に大きな鳥です。抱卵や雛の養育に雄が大きな役割を果たすことから、育メン鳥としても有名です。エミューの取組が始まった2014年当時、町内では、農家の高齢化や担い手の減少により、中山間地での耕作放棄地対策が課題となっていました。そこで、民間企業の提案により耕作放棄地で、4羽のエミューの飼育を試みた



▲エミューによる地域活性化（エミューシンポジウムのような）

ところ、生い茂る雑草はエミューの食糧となり、エミューの糞尿により土は肥沃し、耕作放棄地の管理負担も軽減され、周辺にイノシシ等の有害鳥獣が寄り付き難くなるという忌避効果も副産物となりました。

また、見た目が奇抜で、あまり聞き慣れない名前の「エミュー」は、テレビ、新聞等のマスコミに大きく取り上げられることになり、基山町の名前の印象度や認知度アップにつながりました。特に、町民や基山出身者に対するインパクトは強く、会話の中にエミューの話題があがることも増えました。

その後、エミューの肉を使ったレトルトカレー、エミューから抽出したオイルを使用した化粧品、毛根から2本にわかれた羽を使用した縁結びのストラップなどの開発に取り組み、2015年には、その中核の推進組織としての農業法人「きやまファーム」が誕生しました。2016年には、地域ブランドをつくり、地域経済の活性化を進めるためにエミューをふるさと名物として定めたところ、中小企業庁の「ふるさと名物応援宣言」で認められるとともに、農林水産省の農業白書にも、その取組が掲載されました。

○二つの（ダブル）ジビエ

このような民間企業及び農業法人の活動と努力により、4羽からはじまったエミューの飼育は、2017年には



▼2018年4月に開設したダブルジビエ解体処理施設

▼エミューの肉を使用した料理や商品



100羽を超え、交配から孵化まで基山町内での自立が可能になってきました。また、大学等との連携の中から、栄養効果が大いなきエミューの肉や、高付加価値のあるエミューオイルに対する期待が高まる中で、町内の飲食店でのエミュー料理の提供も始まり、好循環の兆しが見え始めましたが、この循環の輪に不足しているものが、エミュー肉の解体施設でした。食品衛生法の許可をとった施設での処理肉でなければ市場に出せないもので、エミューの解体施設が不可欠でした。そこで、基山町では、2018年4月、エミューの解体施設を開設し、エミュープロ

ジェクトの循環を完全なものとして、その活用を加速させました。これが、一つのジビエです。

基山町には、もう一つのジビエ問題がありました。それが、イノシシです。基山町の山間部ではイノシシによる作物被害に苦しめられており、山林の手入れや有害鳥獣対策を行うことを目的に、地域住民による自主防衛組織が立ち上がり、猟友会による積極的な有害鳥獣駆除も行われていましたので、駆除後のイノシシについても活用ができないかと考えられていました。この問題を、エミューと一緒に解決するため、解体施設に2種類の解体ラインをつくりました。地域のいくつもの課題を解決するエミューと、有害鳥獣として駆除されたイノシシ、この二つのジビエを「ダブルジビエ」として活用し、さらに町の活性化につなげようと発足したのが、ダブルジビエプロジェクトです。

○基山町は人材の宝庫、人生100年時代のモデル地域

全国的に進む高齢化は、本町においても例外ではなくその進行が加速しています。特に、平成初期のベッドタウン化時代に基山町に転入されてきた方々が、一気に高齢化を迎えます。そのような中で、経験豊かなシニア層を「SGK (Senior Make s Great Kiyamaの略称)」と称し、積極的にまちづくりに参加し

てもらい、その豊富な経験や知識を活かして、地域力の底上げを図るために、2015年12月にSGKプロジェクトが立ち上がりました。このプロジェクトは、人生100年時代の中で、セカンドライフにおける地域貢献と生きがいの創出、健康志向の向上を図ることを目的としており、豊富な経験、知識や技術をもつシニア層がSGKに登録し、地域が抱える課題に対して登録者の中からマッチングを行い、課題解決を図っていく仕組みです。現在SGKは、SGKプラザを拠点に、5つの部会にわかれて活動しています。

①健康づくり部会 シニア世代が健康な生活を送れるよう、正しい食事・運動・生活習慣等についてさまざまな専門家の講演・セミナーや運動教室を開催して健康年齢を維持することを目標とした事業を行っています。主な事業として、日々の生活習慣に密着した専門的な助言と、基礎体力の維持向上のためのトレーニング法の指導と実践に取り組んでいます。

②寺子屋部会 小・中学校教育の課題に対し教育委員会や学校教育関係者と解決に向けた補助活動を行っています。主な事業として、毎週水曜日に「放課後ひろば」を実施し、放課後の児童や生徒たちが集う場の提供や見守り活動、宿題補助を行っています。また、時期に応じてさまざまなイベントを実施するなど、多世代

③シニア就労支援部会 シニア層の就労意欲の維持・向上と地域活動の推進を目標に事業を推進しています。主な事業として、SGK農園(貸農園)の管理や、地区から依頼された除草作業を行っています。



▲SGK寺子屋部会が実施する「放課後ひろば」のようす

④企業支援部会 基山町の発展に貢献する地域企業を応援しています。そのために基山町及び近隣の企業を直接訪問し、その経営や技術等の高度化のため、個別企業の持つ経営や技術的課題を把握し、これらの課題解決を支援することを目標に事業を行っています。

⑤きやの里部会 SGKの顔として、またJRけやき台駅前の「賑わい」及び「全世代間交流の場の創出によるコミュニケーション」の醸成を目標に



▲SGKきやの里部会が実施するイベント「歌声喫茶」のようす

標に各種事業を企画・運営しています。主な事業として、平日の10時から16時の間、カフェの営業と地産農産物の販売を行っています。また、金曜日夕方の居酒屋営業など、さまざまな企画を実施しているほか、四季折々のイベント（端午の節句・夏祭り・桃の節句・カフェ開店記念日等）の開催、12月にはイルミネーションの飾りつけを行っています。

○自らまちづくり(広がるSGK活動)

現在、SGKでは、これらの活動に加えて、地域の高齢者の方を対象とする通所型サービスを開始し、登録者が実施主体となり、自主的な通いの場を設けて、体操や軽い運動を行い、地域のシニアたちがシニアを支援する体制も整えています。また、運送会社

と連携して、近隣地区を限定とした配送業務の支援にも取り組み始めました。これまでの経験を通してできることを提供し合いながら、まちづくりを進めていくことは、SGKの登録者たちの生きがいにもなり、町全体の気運を高めていくことにもつながっています。今後は、NPOや一般社団法人などの法人化を見据えながら、活動に収益性を持たせ、町の補助金等に頼らず活動を継続させることで、自らの手でまちづくりができることを目指しています。

小さくても輝く・誰もが輝く町、「オール基山」を目指して

基山町では、これらのプロジェクトを含めて、現在、ほかにも数多くの地方創生プロジェクトにチャレンジしています。主要なものをあげると、高齢者と子供たちが同じ場を共有して、料理や木工等と一緒に体験する「多世代交流センター」事業や、スポーツや文化活動等が盛んで、各種の九州大会等が頻繁に開催されるため、その参加者を対象とした「基山町合宿所」事業があげられます。

また、昨年7月に、子育て世代・若者向けPFI方式基山町地域優良賃貸住宅である「アモレ・グランデ基山」30戸の完成・全入居が終了したほか、2週間の移住体験が無料で行える「移住体験住宅」事業をはじめとした各種移住・定住施策は、多くの成果をあげ

ています。

さらに、一昨年10月、役場庁舎内に設置した「基山町子育て世代包括支援センター」では、子育て及び育児に関するワンストップの相談窓口として、多くの相談実績と問題解決につながっており、一昨年12月に設置した「無料職業紹介所」では、きめ細かな独自の求人・求職情報を揃えて、高齢者や女性を中心に多数の就業マッチングの実績をあげています。

今後は、子育て支援の推進のための、新町立保育園と子育て交流広場及びママさんの職業紹介機能もあわせ持った「基山つ子みらい館」や、小学3年生以下を対象とした公立の「病後児保育所」がオープン予定です。

また、これら基山町の地方創生の動



▲保育所機能と就労支援機能を併せ持つ「基山つ子みらい館」(イメージ)

きに呼応する形で、企業や住民の皆さん方の取組も活発化しています。具体的には、昨年7月には、農業関係ではライチの観光農園がオープンしたほか、ブルーベリーや苺の観光農園や、農家カフェがスタートしています。今後の農産加工場や農園レストランの動きとあわせて、基山町は一大短期滞在型農業エリアになる可能性が大きくなっています。また、町内に多数ある神社・仏閣においての観光等への取組も活発化しており、ご朱印はもとより、寺修行や寺カフェなど、神社・仏閣巡りプロジェクトの検討が進んでいます。さらに、基山町にある、陶器、靴、服、ガラス細工、木工、小物、酒等の手作り職人の皆さん方が、「基山職人の会」を結成し、体験型教室の開催をはじめ、滞在型観光の一翼を担う勢いです。

これらの動きは、基山町の交流人口と関係人口を確実に増やしつつあります。今後はさらに、基山町の地方創生の取組と、住民、企業等の皆さんの取組をマッチングしながら、多方面から施策を講じることで、基山町は、町の規模は小さくても、どんな世代にも住みやすく、来る人誰もが輝き、活躍できる、「オール基山」のまちづくりを目指します。

基山町長 松田 一也
(令和2年1月13日付第3105号)

▼イギリス人の参加者を中心としたインバウンドツアー「将軍トレイル」

日本一の「そのぎ茶」を世界へ ここでしか体験できないツーリズム



3

農林水産業振興、地域産業活性化、企業連携・就業促進

長崎県のほぼ中央に位置する東彼杵町は、古くより人・モノ・情報が交差する重要な場所でした。かつては長崎街道の宿場町として、また平戸街道の起点として、幕末の志士や商人、時には外国からの来訪者たちの往来があり、大変賑わいました。

江戸時代初めから明治にかけては、西海捕鯨の中継地として栄え、ここに陸揚げされた鯨肉が九州各地へと流通されました。現在も町内では、長崎県内で唯一となる鯨肉の入札会が行われており、販売店や鯨料理を提供する飲食店も多数。クジラの町は健在です。

また、大村湾にはクジラの仲間のスナメリが300頭ほど生息するといわれています。「青春18きっぷ」のポ

クジラ文化が息づく
長崎街道の旧宿場町

長崎県
東彼杵町

ひがしそのぎちょう



スターに採用されて以来、全国から注目を集めるJR千綿駅では、スナメリが穏やかな海面を割って元気に泳ぐ姿がたびたび目撃されており、レトロな駅舎を茜色に染め上げる夕日とともに、訪れた人たちの楽しみになっています。

風光明媚な地で育まれた
希少なお茶

東彼杵町は年間を通して温暖な気候です。平野部から山間部まで肥沃な農地が広がり、お茶やみかん、いちご、アスパラ、肉用牛、米などの農産物が生産されています。中でもお茶は「そのぎ茶」としてブランド化され、長崎県を代表する名産品のひとつになっています。

大村湾を一望する標高150〜350mの高台や緑深き山間の斜面地に、

そのぎ茶の茶畑はあります。総面積は約400haで、長崎県内の茶園面積の55%を占めています。町内のそのぎ茶農家約270戸により、年間約440tの荒茶が生産されていますが、これは県内産の60%を占めています。

そのぎ茶は、伝統ある手炒り釜炒り茶の流れをくむ長崎玉緑茶のことで、仕上げの製法から蒸し製玉緑茶と呼ばれています。全国の緑茶生産の約3%のシェアがなく、とても希少なお茶となっています。外観は煎茶と異なり勾玉のような丸っこい形状で、味わいも渋みの少ないまろやかな旨み特徴です。

「こんなに甘いお茶があったとは」



▶標高の高い場所に多いそのぎ茶畑。朝夕の寒暖の差、霧の発生はお茶に好条件



▲お茶で乾杯。そのぎ茶の普及促進などを目的とした「且座喫茶条例」

「玉露みたいに綺麗な緑色」など、初めて口や目にする人達の感想は概ね好評です。この美味しさをもっと多くの人に知って欲しいと、そのぎ茶振興協議会をはじめ、町内の関係者はそのぎ茶のブランド確立とさらなる普及を目指して、イベントやキャンペーンでのPR活動などの取組を行っています。

2016年7月、東彼杵町は「且座喫茶条例」を制定しました。「且座喫茶」とは、「ゆっくり座って、お茶をいかがですか」というおもてなしの心を意味する禅の言葉です。この条例は、祝いの席や宴会、会食などあらゆる機会に、水出し冷茶をグラスで乾杯する習慣を広めようというもので、平たく言えば、お茶の乾杯条例です。日本酒の乾杯条例は全国にあります。お茶で

は大変珍しい条例です。また、子ども達がお茶に触れ合う機会を増やし、おもてなしの心や郷土を愛する心を育むなど、そのぎ茶の消費拡大による地域産業の発展および郷土愛への理解を深めることを目的としています。

お茶で乾杯が続く 日本一ラッシュ

長崎県で初開催となる「第71回全国お茶まつり」の一環として、全国のお茶の中から日本一を決める「全国茶品評会」が2017年9月に行われました。東彼杵町では、4年前の2014年からここに焦点を定め、そのぎ茶農家と関係機関が一体となり、茶園づくりから製造研修など品評会対策に取り組んできました。2016年3月には町が出品茶用に製茶研修工場を新設。また、雑味が出ず、見た目も綺麗に揃うことから、複数の生産農家が約20年ぶりに茶葉の手摘みを復活させたところ、多くの町民がボランティアとして参加し、町を挙げて悲願の日本一を応援しました。

品評会ではその努力が実を結び、「蒸し製玉緑茶」の部門でそのぎ茶を生産する東彼杵町が産地賞を受賞し、初の頂点に立ちました。さらに、個人の最高賞となる農林水産大臣賞を本町の尾上和彦さんが受賞し、2つの日本一を獲得。入賞は1等1席の大臣賞を筆頭に、1等8席中で5席を占め、2等・



▲日本一獲得のためにボランティアや県・JAの職員などが手摘みで応援

3等にも12名が入賞を果たすなど、本町のそのぎ茶農家が上位を独占する好成績を収めました。
入札販売会では、21都府県から約160名の茶商らが参加し、尾上さんのそのぎ茶は1kg当たり25万円もの高値がつきました。2位にあたる1等2席だった大山良貴さんのそのぎ茶も、1kg当たり20万円の高値で落札。いずれも過去15年での最高値を上回り、上位者のお茶は軒並み高評価を得ました。
お茶で乾杯が続きます。東彼杵町で2017年11月、「第34回全国茶生産青年茶審査競技会」が行われました。この競技会はお茶の品質を鑑定する技術を競うもので、出場者は茶葉の外観、香り、味を確認しながら産地や品種を判断します。今回は地元での開催ということ



▲全国茶品評会で見事日本一に輝いた尾上和彦さんと奥さんの美紀さん

もあり、品評会同様に目標は日本一。結果は、4回目の挑戦となるそのぎ茶農家、大場真悟さんが個人の部1位の農林水産大臣賞を獲得しました。

さらに、12月には日本茶インストラクター協会などが主催する「日本茶AWARD2017」で、東彼杵町の茶商である岡田商会（岡田金助社長）の蒸し製玉緑茶が、最高賞の日本茶大賞（農林水産大臣賞）に選ばれました。「日本茶AWARD」は2017年で4回目の開催。古くから新しい日本茶の品評会として、最終審査で一般消費者のテイステイング審査があるのが特徴です。今回の受賞により、専門家だけでなく、一般消費者からも高い評価を受けて、本町がお茶の産地として優れていることが証明されました。最高の一年を締めくくる祝杯となりました。

江戸時代末期、誰も考えつかなかったお茶の輸出で、その名を馳せた人物が長崎にいます。それが女性商人の大浦慶で、彼女はイギリス商人と手を組み、肥前の嬉野や彼杵をはじめ、九州一円から大量に集めたお茶を、長崎出島からアメリカ、ヨーロッパへ輸出しました。これがお茶輸出貿易の先駆けと言われています。

大浦慶により、早くから海を渡っていた長崎のお茶。時を隔てた現在、釜炒り製玉緑茶は蒸し製玉緑茶へと製法が変わり、そのぎ茶農家の後継者6名が中心となり、オランダやベトナム、シンガポールなど海外へのプロモーション

海外へ挑む 6人のサムライ



▲岡田社長（右）と受賞茶の製造を担当した岡田浩幸さん（左）が渡邉悟町長を訪問



▲切磋琢磨しながら積極的に海外進出を図る「TSUNAGU SONOGI TEA FARMERS」

ションを活発に行なっています。日本一に輝いた尾上さんと大場さんも、そのメンバーです。彼らは「TSUNAGU SONOGI TEA FARMERS」というユニットで、輸出に向けての新商品開発や英語表記のHP、パンフレットを制作。新商品は、6名のそれぞれの個性を出したお茶を集め、おしゃれなパッケージに入れて販売しています。外国人もそうですが、感度の高い日本の若者・女性もターゲットに、ペットボトルではない、本物のお茶をカジュアルに楽しんで欲しいという狙いがあります。

お茶の輸出で巨万の富を得た大浦慶は、新しい時代へ駆け上って行った坂本龍馬をはじめ、陸奥宗光や大隈重信など幕末の志士たちへ、惜しみなく援

助したことで有名です。日本一となったそのぎ茶はさらなる高みを目指して動き出しました。6人のサムライによる新たなチャレンジには、女傑のお慶さんも目を細めて見守り、夢を託しているかもしれません。

お茶どころならではの グリーン・ツーリズム

2代目、3代目と受け継ぎ、後継者が頼もしいそのぎ茶農家ですが、親世代もまだまだ元気。長年のお茶づくりで培った技術は重宝され、繁忙期には大きな戦力として一線で活躍しています。外国人にそのぎ茶をPRする取組も、実は親世代の方が先に進めています。

ここ数年、農山漁村の活性化などを目的に、全国各地でグリーン・ツーリズムが盛んに行われています。もともとは長期バカンスを楽しむことの多いヨーロッパで普及した旅のスタイルですが、日本でも従来の物見遊山の観光に代わり、テーマ性のある体験・交流の要素を取り入れた着地型観光として定着しました。

長崎県のグリーン・ツーリズムは松浦市や南島原市、大村市などが全国的にも有名です。その中で東彼杵町は後発となりますが、2015年10月31日（日本茶の日）、東そのぎグリーンティーリズム協議会を設立しました。その中心となっているのが、息子たち

へ経営を譲ったそのぎ茶農家の親世代です。

東彼杵町は全国的に有名な観光地ではありません。だからこそ、お茶をはじめとする豊かな農水産物、そして、そこに携わる人たちの魅力を活かして観光客を誘致し、交流を楽しむことのできるグリーン・ツーリズムは、町の観光施策として重要な位置づけでした。

グリーン・ツーリズムを推進していくためには、農林漁業体験を提供する地域の団体・組織が不可欠です。しかし、この立ち上げがなかなか難しく、あつという間に十数年が経過。そんな折、そのぎ茶農家の多い中尾集落で意見交換会が行われました。後継者が独り立ちし始め、若干の余裕の出ってきた親世代がグリーン・ツーリズムの体験実践者になり得るのではないかと、そんな思いが町にはありました。

2013年、中尾集落の全世帯へ声をかけてバスを貸し切り、南島原市へ視察・研修に。これを皮切りに、大分県の安心院や福岡県の八女など先進地で研鑽を積み、東彼杵町初のグリーン・ツーリズム組織の設立へいよいよ機運が高まりました。町と地域をつなぐ中間支援の位置には、地域おこし協力隊（現東彼杵町ふるさと交流センター）が入り、組織の骨組みを固めました。設立後は、すぐに3軒が農家民泊の営業許可を取得し、宿泊施設のなかった町で長く滞在する仕組みもできあがり



▲昭和3年に開業したJR千綿駅。駅舎の向こうには大村湾の絶景が広がる

ました。

有名観光地でない「そのぎ茶」の田舎体験

2016年の3月からはイギリスの旅行会社とご縁があり、インバウンドツアー「将軍トレイル」がスタート。このツアーでは、成田や羽田空港に到着した外国人旅行者が、日本を約2週間かけて陸路で縦断し、東京や箱根、京都など観光ゴールデンルートを巡り、最終地の福岡を目指します。既存のルートでは、広島から長崎市内へ入り、平戸まで向かっていましたが、2016年のツアーより東彼杵町で3時間の滞在が組み込まれました。

短い滞在の中で、JR千綿駅のスナメリ・ウォッチングから始まり、そのぎ茶農家による茶畑ガイドウォークや

お茶の美味しい淹れ方ワークショップ、農家ランチを提供。日本の有名な観光地を巡った後に、緑の多い田舎に入るからか、強烈なインパクトがあるようです。参加者のアンケート結果では、そのぎ茶を通じた地元の人との深い交流や茶畑景観についての評価が高く、印象に残った場所として「京都、富士山、東彼杵町！」といううれしい声もありました。

1回のツアーの参加者は15名ほど、年間で200名以上の外国人旅行者が、そのぎ茶農家と交流しながら茶畑を歩き、急須で美味しいお茶を淹れるなどの「グリーンティーズム」を体験。ツアーは好評につき、2017年、2018年も継続して行われています。政府は、観光を成長戦略の大きな柱のひとつに位置づけ、地方創生の切り



▲そのぎ茶農家で、日本茶インストラクターの大山英子さんがレクチャー



▲山の中の茶畑でガイドウォーク。質問は多く、日本茶への関心が高い

札としています。特に、インバウンドの推進には力を入れ、世界が訪れたくなる日本を目指して、訪日外国人観光客数を2020年までに4,000万人、2030年までに6,000万人に増やすという目標を打ち出しました。

東彼杵町ではそのぎ茶を観光の資源として、若い世代が海外へプロモーションを仕掛け、その親世代が外国人旅行者を受け入れておもてなしをする、この2つの層を構築できているのが強みです。これからは日本一の称号と希少性の高さも十分売りにし、世界が飲みたくなるそのぎ茶、そして世界が訪れたくなる東彼杵町を目指して、且座喫茶の精神でお客様をお迎えいたします。

東彼杵町長 渡邊 悟
(平成30年4月16日付第30337号)

▼一面のキャベツ畑が夏はひまわり畑に



地域資源を活かした取組 高鍋デザインプロジェクト「まんぷくTAKANABE」

歴史と文教の町 高鍋町

高鍋町は宮崎県の東側、海沿いのちようど中央に位置します。県内で最も小さい面積の町内に約2万人の人々が暮らす、農業と商業が盛んなコンパクトシティです。特産物であるキャベツ、天然の力キ、焼酎など、海と山、そして太陽の恵みをいっばいに受けた美味しい「食」が自慢です。

特に町北東部の染ヶ岡台地には広大なキャベツ畑が広がっており、夏を迎えると一面のひまわり畑に様変わりします。8年前に児湯郡を襲った口蹄疫からの復興支援として地区の農家が始めた「きゃべつ畑のひま

宮崎県
高鍋町
たかなべちょう



わり祭り」は、日本最大規模のひまわりが咲き誇り、県外からも観光客が集まる一大イベントとなりました。

夏のひまわりが緑肥となり、美味しいキャベツを育てるという循環を築いています。

高鍋町の歴史は、旧石器時代にまでさかのぼることができます。町内には多くの遺跡があり、特に古墳時代には、持田古墳群をはじめとするたくさんの古墳がつけられ、今もその姿を見ることが出来ます。奈良時代になると、後の高鍋城の基礎となる山城が築かれ、江戸時代には秋月家3万石の城下町として栄えました。

高鍋藩の藩校として創設された「明倫堂」から数多くの人材が輩出され

たことが、高鍋町が「歴史と文教の町」と呼ばれる由縁です。

持田古墳群と並んで日向灘を見下ろす場所には、町の名所の一つである高鍋大師があります。これは、昭和の初めに盗掘に遭った持田古墳群に眠る祖先の慰霊のため、一町民であった岩岡保吉が私財を投じて建造した700体以上からなる石仏群です。それぞれに個性のある石仏は素朴であたたかみがあり、心癒されるパワースポットです。



▲見晴らしの良い高台から町を見守る高鍋大師

高鍋の地域資源を掘り下げる

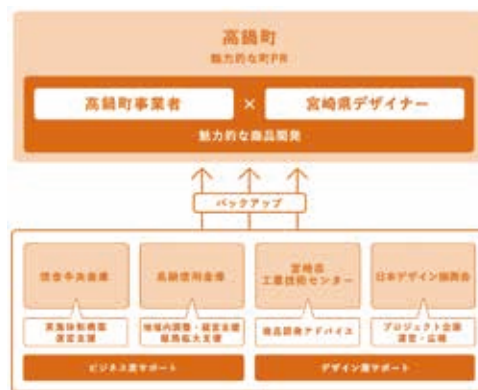
高鍋デザインプロジェクト「まっぷく TAKANAABE」は、九州初の「自治体×事業者×県内デザイナー×地元信用金庫」によるコラボ事業として2016年9月にスタートしました。町には美味しい食材やそれらを使った料理を出す飲食店、菓子店など、優れた事業者が多く存在します。しかし、その商品を売るためには、素材や技術の良さを伝えながら消費者にとって魅力が感じられ



▲町の事業者と宮崎県内のデザイナーが協働して商品開発を実施

るようなものを作らなければいけません。また、町の事業者のほとんどが小規模経営のため、良い商品を作っているてもその売り先を積極的に町外まで拡大していくという問題がありました。その問題を解決し、町の事業者の経済活動を活発にするために本プロジェクトを立ち上げています。

運営の体制としては、まず町主導のもと、町の事業者と宮崎県内で活躍するデザイナーとの協働で、地域資源を活かした商品開発をおこない、高鍋町をPRできるような商品群を作ります。「県内のデザイナー」と限定しているのは、事業者とデザイナーの距離が近いことで、リサーチの期間が短縮でき開発がうまく進むこと



▲高鍋デザインプロジェクトの運営体制図

と、今後新しいビジネスを自社で創る際にも相談しやすいという利点があるからです。そこへ、地域に地盤を持ち地元企業の活性化を応援する立場の高鍋信用金庫と、グッドデザイン賞を主催しデザインで社会問題の解決に携わる日本デザイン振興会が協力することで、ビジネス面とデザイン面の両面から事業をサポートしていく体制としています。また、実施には全国信用金庫のメインバンクである信金中央金庫と、県内企業の産業支援を担当する宮崎県工業技術センターも協力し、地域内外のさまざまな組織が一丸となって高鍋町の活性化に取り組むこととなりました。

高鍋出身の偉人の言葉をテーマに

事業をスタートして、まず最初に町の事業者へ説明会を実施し、プロジェクト参加者を募集しました。それにより集まった8事業者に対して、デザインチームがヒアリングに回り、現在の問題意識や生産・営業体制、今後の事業のビジョンやこれからどんな商品を作りたいかなどを聞いて



▲デザインチームによる視察・ヒアリングの風景



いきました。同時にブランドづくりの参考のため、事業者が町民として町に持つイメージを聞いていきました。

その中で、食べ物が美味しい、子育てがしやすい、などのキーワードのほかに、高鍋町出身の偉人である

▲石井十次が唱えた満腹主義についての絵本



石井十次の名前が出てきました。石井十次は高鍋藩の明倫堂で学び、その後日本初の孤児院である岡山孤児院を創設、児童福祉の世界では「孤児の父」として有名な人物です。十次は生涯にわたり3千人を超える孤児を社会に輩出しましたが、知恵を凝らしたユニークな教育方法の中で特に代表的なのが「満腹主義」の精神でした。貧しい時代でも子どもたちにお腹いっぱい食べさせることで情緒を安定させ、いたずらや非行に走る子をなくしたと言われています。

それはきつと物理的なお腹いっぱい満腹だけでなく、十次の愛情が子どもを豊かに満たしたゆえでしょう。高鍋町では今でも保育園や小学校でその教育方針が生かされていると感じています。

そのようなヒントもあり、心が幸せで満たされる贈り物を高鍋から発信しようという思いを掲げ、デザイナー、事業者との協議のうえ「まんぷくTAKANABE」というブランド名が決定しました。

「まんぷくTAKANABE」始動！

各事業者の商品開発は、1事業者

につき1〜2名のデザイナーが担当

し個別に進めていきますが、ブランド全体のイメージと商品デザインを合わせていくことに配慮しています。

また、頻繁にデザイナー全員でのミーティングを行い、それぞれのチーム

の進捗状況と具体的なデザインを共有し、お互いに意見を交わしながら作っていきました。デザイナーの拠

点はそれぞれ宮崎市、延岡市、高鍋町に分かれています。インターネットでのビデオ通話を介して現在も毎週例ミーティングを開いています。

初年度となる2016年度は8事業者による13点の商品が開発・発表されました。宮崎産の果物と野菜の



▶(上から)ひよっとこ堂「おやたんこみる」、ながとも農家「キャベツのディップソース」、河野製茶「コフノミドリ」



▲「まんぶく TAKANABE」のロゴマーク
(デザイン：平野由記)

ゼリーを製造販売しているひよつとこ堂では、ゼリーの素となる美味しいシロップを活用し、炭酸や牛乳で割って飲む商品「おやたんこみる」(親は炭酸、子はミルクで割って飲むという意味)を開発しました。また、キャベツ畑を営むながらも農家では、キャベツを使ったディップソースや乾燥キャベツなどを開発すると同時に、使い方や食べるシーンなども合わせて表現することで消費者の気持ちをつかむデザインに。お茶の農家である河野製茶では、もともと販売していた茶葉の商品類をリニューアルし、持田古墳群の中にある茶畑で育てた

お茶であることをストーリー化した「コロンノミドリ」という新しいお茶ブランドを展開しました。

他にも、町の名物2大餃子店である餃子の馬渡、たかなベギョーザの餃子を両方食べられるセットや、藤原牧場によるおかずにもおつまみにもなる牛肉加工品など、高鍋の地域資源と特徴を活かした商品群が出来上がり、2017年3月に地元の桜祭りでは発表、販売を開始しました。お披露目に使った白いまんぶく屋台も、デザインチームと事業者が自分たちの子どもたちと一緒に集まって手作りした作品です。

宮崎を代表するお土産を 目指して

2017年度は、新規参加事業者との商品開発に着手し、また同時に注力したのが、販路拡大と広報活動です。宮崎市や東京での販売会への出店など町外に向けた販路拡大のほか、高鍋町内での認知も高めるべく、町内の販売拠点を増やしています。また広報活動として、「まんぶく新聞」の町内全戸配布も始めました。「まんぶく新聞」では参加事業者とデザイ

ナーが1組ずつ、商品の紹介とそれに込められた思いなどのメッセージを掲載し、商品とその商品の背景を町民にお知らせすることで活動に興味を持っていただき、また購入してもらうことを狙っています。評判は上々のようで、掲載された事業者には商品問い合わせの電話が入っています。もちろん販路を地域外に拡大していくことも重要ですが、まず町民に理解をしてもらい協力してもらうことが、今後の広がりにつながって



▶ 3月桜祭りでの商品お披露目

事業者とデザイナーの家族で屋台作り ワークショップ



いくと信じています。

3年目を迎えた本プロジェクトは更なる販路拡大を目標に掲げ、高鍋を代表するお土産から、宮崎を代表するお土産へ。そして経済的な成長と同時に、町を担う若手事業者の人材育成、町を誇りに思うシビックプライドの醸成を目指して、この「まんぶく TAKANABE」プロジェクトを今後も推進していきます。

高鍋町長 黒木 敏之

(平成30年6月25日付第3044号)