

2章

取り組み事例紹介

2-1「地域おこし」アプローチ

2-2「交流」アプローチ

2-3「ものづくり」アプローチ

2-4「食」アプローチ

2-5「木材(住宅)」アプローチ

2-6「観光交流」アプローチ

2-7「山づくり」アプローチ

●活動地域の基礎データ 出典

人口・世帯数……「国勢調査(平成22年)」

高齢化率・第一次産業就業者比率……「国勢調査(平成17年)」

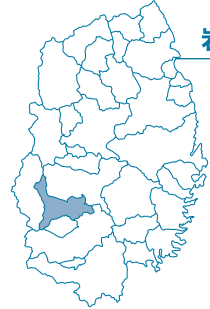
森林面積・森林率……「2005年農林業センサス」

2-1-1 地域コミュニティの強さを活用したボランティア輸送システムの構築

特定非営利活動法人 くちない

組織概要

- 設立年／平成21年
- 人数／17名
- 活動地域／岩手県北上市
- 連絡先／TEL 0197-69-2001 FAX 0197-69-2001
E-mail kuchinai-kc@bz01.plala.or.jp



岩手県 北上市

活動地域の基礎データ

- 人口：93,147人
- 世帯数：34,051世帯
- 高齢化率：20.4%
- 森林面積：23,416ha
- 森林率：53.5%
- 第一次産業就業者比率：8.6%

1 取り組みの概要

【背景】

市街地から離れている口内町地区では、他の中山間地域と同様、人口の減少と高齢化に伴うコミュニティ機能の低下が進行しています。また、公共交通の一部地域撤退により、交通弱者である高齢者世帯の生活に支障をきたす状況が生じていました。

そこで、地域内でのアクセス利便性の向上を目的に、住民自らの手によるボランティア輸送を開始しました。

【内容】

ボランティア輸送の実現に向けて、口内町自治協議会が中心となり、アンケート調査やワークショップ、地域説明会などを実施。地域のニーズの把握と協力体制の構築に努めました（なお、口内自治協議会は平成20年度山村再生プランに選定）。

現在は口内町自治協議会と法人格を有する特定非営利活動法人くちないの連携によって、北上市などの合意を得た上で、ボランティア輸送を実施しています。また、さらなる展開として、地域内の買い物の利便性の向上にむけた「店っこくちない」の開設や特産品の開発にも力を入れています。

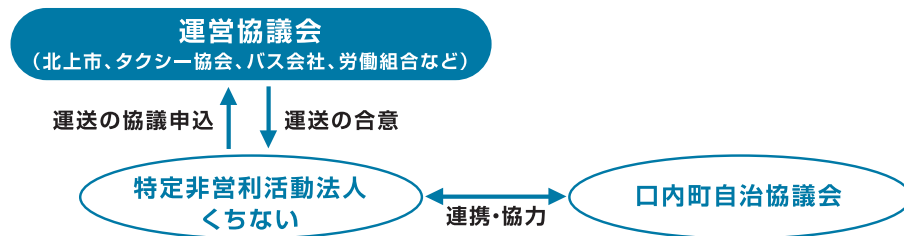


ボランティア輸送の利用者



「店っこくちない」オープン

【体制】



【成果】

「口内町ボランティア輸送（通称）」の実施に向けて、「運営協議会」に協議を申込の上、運輸局（東北運輸局岩手運輸支局）への「自家用有償旅客運送の登録申請」を行いました。平成22年7月29日から運行を開始。会員登録数は平成22年12月現在で、「町内型（過疎地有償）運送」が104名、「町外型（福祉有償）運送」が21名となっています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 自律的意思決定に基づく「公共交通システム」の形成

高齢化の進む山村地域ではマイカー利用が不可能な住民が増加しつつありますが、利用密度が低い場合、公共交通機関を用意することは困難です。デマンドタクシーや自家用自動車有償運送などの代替的な「公共交通機関」が設けられつつありますが、地域ごとに適切な制度設計を検討する必要があります。

この取り組みでは、調査・社会実験・関係主体との調整に至るまで地域の「自律」に基づいて行われた点が注目されます。特に自家用自動車による有償運送、店舗運営など口内町自治協議会の自律的地域運営への取り組みは目を見張るものがあります。これは「自らの地域の問題は自らが一番良く知っている」という長所に加えて、自らの地域を自律的に運営していこうとする高い自治意識に支えられてのことと思います。地域課題の存在は、自らの地域を磨き上げるチャンスでもあります。更なる課題発見と解決の継続こそが、よりよい地域づくりにつながります。

ポイント2 関係主体との濃密な話し合いによる信頼関係の醸成と利害調整

新たな「公共交通機関」の創出は、既存の交通機関と利害関係の点で摩擦を起こしやすく、また、過疎地有償運送の実現には、国土交通省運輸局への登録と、「運営協議会」（基礎自治体、タクシー・バス会社、労働組合等が構成員）の合意が必要になります。この取り組みでは繰り返し関係主体、とりわけバス・タクシー会社と話し合うことで信頼関係を醸成すると同時に、ボランティア輸送の優位性を共有して利害調整が進められたため、協議会の合意を得ることが可能となりました。

ポイント3 専門性を補う協力者の存在と協働

口内町自治協議会は地域の事情をよく知るといふ自律的意思決定に最も重要な資質を備えていますが、社会実験を行うノウハウや制度的専門性、関係主体とのネットワークには欠けていました。こうした点を補ったのが北上市中心部の地域振興中間支援を行うNPOと北上市担当課の協力でした。このように、ムラに足りない点を補うべく、都市部などの外部から協力者を確保し、協働していくことも重要です。山村には都市にはない素晴らしさがあり、それに気づいた都市住民も増えつつあります。遠慮なく助けを求め、また遠慮なく助け、お互いに助け合うことでより良い地域社会が築かれていくのではないのでしょうか。

今後に向けて

● 設立したNPOの多機能化と自治協議会との連携

NPO法人の持続には一定のコストなどがかかるため、その活動を「有償運送」に限定するのはもったいないことです。現在、口内地区では、地域運営店舗「店っこくちない」がオープンしており、これを皮切りに多様な形で地域振興の担い手として活躍することが期待されます。また、地縁を結合原理とする自治協議会と目的達成のための志を結合原理とするNPOは地域運営の両輪として連携していくことが望まれます。

● 次なる課題解決への準備と協働関係の維持を

口内地区ではボランティアドライバーによる「自家用自動車有償運送」を実現しましたが、過疎傾向が止まらない限り、ボランティアドライバーの不足が懸念されます。そのため、中心的地域住民へのボランティアドライバーの協力要請や、そもそもの運送システム改編の可能性などを先読みして準備しておく必要があります。

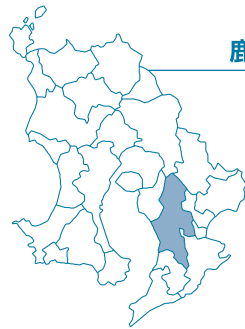
（山本 信次）

2-1-2 住民相互の連携によるむらおこし

柳谷(やねだん)自治公民館

組織概要

- 設立年/平成8年
- 人数/313名
- 活動地域/鹿児島県鹿屋市串良町
- 連絡先/TEL 0994-63-1731 FAX 0994-63-1732
E-mail info@mail.yanedan.com
WEB <http://www.yanedan.com/index.html>



鹿児島県 鹿屋市

活動地域の基礎データ

- 人口: 105,086人
- 世帯数: 44,457世帯
- 高齢化率: 23.6%
- 森林面積: 23,136ha
- 森林率: 51.6%
- 第一次産業就業者比率: 15.1%

1 取り組みの概要

【背景】

鹿屋市串良町柳谷地区(通称:やねだん)は、約130戸300人の集落で、他の地域の集落と同様に過疎高齢化の問題を抱えています。やねだんでは、空き家や休耕地の増加、集落機能も低下といった問題に対応するため、自治公民館を中心に地域住民総参加によるむらおこしに取り組んでいます。

【内容】

活動を行政から支給される事務委託料に頼らず、自ら活動資金をつくることを目的に、平成9年から地域の無償提供による畑(1ha)にて、地域住民が一丸となってデンブ用カライモ栽培を行っています。カライモ栽培によって得た収益は、家畜糞尿や生ごみの処理の際に使用する土着菌の製造・販売や焼酎「やねだん」の開発など、新たな事業の資金として活用。また、地域住民の総参加によって手づくり公園「わくわく運動遊園」を建設するなど、地域自らの手でむらおこしに取り組んでいます。

また、やねだんでは人づくりを最優先課題とし、これまでに小中学生を対象とした寺子屋の開講や地域再生のリーダーの養成にむけた「やねだん故郷創世塾」の開講を実施。これまでに全国から約100名にのぼる有志が塾生として参加しています。また、空き家を迎賓館として提供することで移住の促進にも取り組んでいます。

【成果】

寺子屋や故郷創世塾の開講によって地域を担う人材を育成・輩出しているとともに、焼酎「やねだん」の輸出(平成21年は韓国へ1,300本)などの収益を用いて、孤独死対策の緊急警報機の設置やシルバーカートの貸与などの高齢化対策も進めています。また、全国各地から視察などの目的で年間4,000人ももの来訪があり、芸術家7人を含む31人も移住してきました。このような活動の実績が評価され、第8回日本計画学会「計画賞」最優秀賞受賞(平成14年)、政府農村モデル選定(平成16年)、MBC(南日本放送)賞(平成17年)、ムラと自然再生賞(農林水産省:平成18年)、県民表彰・南日本文化賞(平成18年)、内閣総理大臣賞(あしたのむらづくり活動賞)(平成19年)、総務大臣賞(平成19年)など、数多く賞を受賞しています。

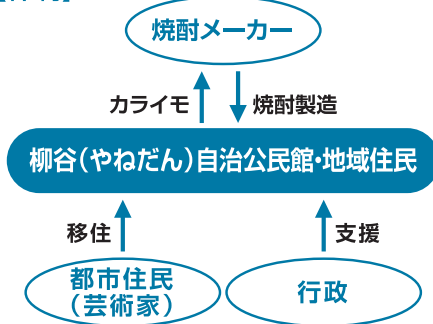


第8回創世塾



カライモの収穫

【体制】



2 取り組みのポイント

ポイント1 地域によるむらおこし

やねだんの取り組みのキャッチコピーは、「行政に頼らないむらおこし」です。実際に取り組みの多くは公民館長のリーダーシップのもと、地域の人たちの自主的な活動によって支えられてきました。これは、まさに住民自治の原点といえる取り組みです。様々な社会的不利性の要因もあり山村の多くでは、かつてはこうした地域の地域による地域おこしが自然な姿でした。

ポイント2 「感動と感謝」により幸せを分かち合う

やねだんの公民館長のモットーは、「感動と感謝」、そして「地域に犠牲者を出してはいけない」です。「感動と感謝」は、人々の地域づくりに対する意欲と手ごたえにつながります。意欲や手ごたえが長続きすれば、地域づくりの営みが止まることはありません。また、「地域に犠牲者を出してはいけない」というのは、分かち合いの重要性です。公民館長のことをあまりよく思わない人が犠牲者とならないよう、根気強く説得を試みて参加を促し、みんなで幸せを分かち合える地域づくりに取り組んできています。山村再生などの地域づくりは強いリーダーに支えられて進められることが多いですが、その成果を山村にかかわるできるだけ多くの人たちで分かち合うことが大切です。

ポイント3 行政とのパートナーシップ

行政に頼らないむらおこしに取り組んでいるやねだんでは、近年広域ごみ処理施設を誘致することに成功し、行政の補助の元で地域の人たちの癒しの場となる温泉施設を建設しています。行政の力は一切当てにしないという姿勢ではなく、「地域のことは地域の住民自身が考え抜き、汗をかき、取り組む」なかで、活用できる行政施策は行政とのパートナーシップのもとに活用していくという姿勢も山村再生にとっては大切です。

今後に向けて

● 地域外の目線による重層的ネットワークの勧めと更なる多様性の追求による進化

やねだんの取り組みは既に全国的に注目を集めており、やねだんの地域づくり塾である「やねだん故郷創世塾」の受講生のネットワーク化も進められていると聞きます。様々な取り組みによって構築されたネットワーク同士を重ね合わせ、重層的なネットワーク化を図ることにより、より多様な発想を取り入れることが可能になります。こうした視点に立てば、地域外の目線を地域づくりの中に必要に応じて取り入れていくことはより多様性を地域が持つことにもつながり、今後の地域づくりの糧となると考えられます。また、やねだんでは迎賓館への芸術家を招聘されていますが、芸術とはまさに多様性が最も受け入れられるフィールドです。地域づくりにおいてもいろいろな考え方をもち人たちが存在します。答えは一つとは限りませんし、複数の方法の組み合わせが有効であるケースもあります。更なる多様性の追求こそが進化へとつながります。

● 地域づくりは人づくり ~後継者育成の重要性

結局のところ地域は人で成り立っています。よって地域づくりの基本は人づくりであるということ、やねだんの取り組みは改めて教えてくれています。観光振興、林産品を活用した特産品開発など山村再生には様々なツールや方法が考えられますが、人づくりも大切です。地域づくりにとってカリスリーダーの後継者育成は極めて大切ですが、難しいテーマでもあります。やねだんでは、既に現在の公民館長の後継者として地域づくりのリーダーシップをとる人材の育成に取り組んでおり、何人かの候補者が存在します。山村再生を一過性の取り組みに終わらせないためにも、山村再生に取り組み始めた時点から後継者の育成も意識されることをお勧めしたい。

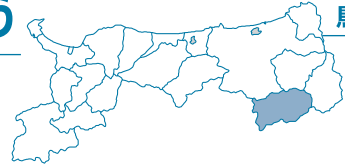
(平田 賢典)

2-1-3 山村資源を活かした、森のようちえん

智頭町森のようちえん まるとんぼう

組織概要

- 設立年／平成21年
- 人数／5名
- 活動地域／鳥取県智頭町
- 連絡先／TEL 0858-78-6789 FAX 0858-78-6789
E-mail marutanbou_tizu@yahoo.co.jp
WEB http://space.geocities.jp/marutanbou_tizu/main.html



鳥取県 智頭町

活動地域の基礎データ

- 人口：7,719人
- 世帯数：2,566世帯
- 高齢化率：32.4%
- 森林面積：20,736ha
- 森林率：92.3%
- 第一次産業就業者比率：10.3%

1 取り組みの概要

【背景】

智頭町は古くからの林業地であり、また、山陰と山陽をつなぐ宿場町としても栄えた町でした。しかしながら、近年の林業の衰退などの影響もあり、人口の減少や過疎高齢化が進展してきています。その一方で、田舎暮らしにあこがれて、智頭町に移住・定住する人も少しずつ増えています。智頭町森のようちえん まるとんぼうの代表者の西村早栄子氏もその一人です。

西村氏が智頭町に移住した際に子育てに最適の環境があると感じたこと、また、それと同時に、東京で同世代の知人から子育て事情を聞くうちに、これからは“田舎で子育てが来る!”と感じたことが、森のようちえんの立ち上げの契機となりました。

平成19年に智頭町の人材育成の取り組みである「いきいき人づくり塾」にて、福祉子育てグループ内に「森のようちえんグループ」を設立。その翌年(平成20年)には、「智頭町に森のようちえんをつくる会」として独立。さらにその翌年(平成21年)の4月、自治組織の「100人委員会」を通じて町の支援を受け、森のようちえんの取り組みを事業化することになりました。



おっかなびっくり橋をわたる園児たち

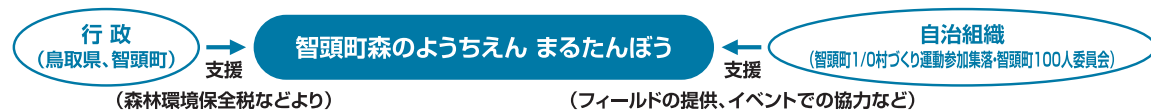


はだしで土の坂をのぼる園児たち

【内容】

平成20年3月より、月1回の頻度で「森のおさんぽ会」を開催。また、平成21年4月の開園後は、「毎日通園園児」「週2回通園園児」「月1回通園園児」に分けて、園児の受け入れを行っています(平成22年度より、原則毎日通園園児のみ受け入れ)。加えて、平成21年7月からは3歳未満児クラス(保護者同伴)として「こえだ組」を週1回開催しています。その保育方針は「自由に楽しく元気よく」「自然の中でのびのびと」「その子のペースでゆっくりと」。子供の持つ感性・能力を大切にしつつ、自然の中で子どもたちの興味や関心を尊重した保育を実施しています。

【体制】



【成果】

平成21年の開園当初は、毎日通園する園児が2名、週2日通園する園児が2名、月1～2回通園する園児が8名でしたが、その年度末には、毎日通園する園児が5名、週2日通園する園児が3名となるなど、利用頻度の増加が開園初年度から見られています。また、平成22年度に入っても、園児の増加が見られているほか、それに対応すべく、保育士も1名増員となっているなど雇用効果もできています。また、子供を入園させるために鳥取市などからの移住者もできてきました。



青空のもとであそぶ園児たち

2 取り組みのポイント

ポイント1 山村のイメージアップ

野外での保育を通じて子供たちの体力、運動能力、適応力、創造力のそれぞれが高い水準で向上することが期待されるほか、この取り組みが成果を上げることによって、山村を子育てに適したフィールドとしてアピールする効果が期待されます。それによって子育て世代の他地域からの移入が促進される可能性があり、実際にそうした効果が生まれてきています。

ポイント2 山村に子供が増えることが希望をもたらす

平成22年度の園児数は12名になるなど「まるとんぼう」の活動は順調に実を結び始めています。次の世代を担う子供たちが増えることは、地域に希望と活力をもたらします。山村の多くが過疎高齢化の悩みを深める中で、このような成果が上がっていることは、智頭町以外の山村住民にも希望を届けることでしょう。

ポイント3 地域の魅力を再認識するきっかけに

ブログの活用などによる積極的な情報発信を行っており、地域内外から注目度が高まっています。「まるとんぼう」の活動が目されることを通じ、地域住民が智頭町の森の魅力を再認識し、地域活性化への意欲を高める効果が期待されます。

今後に向けて

● OB・OG会の組織化

今後、年月を重ねる中で、多くの園児が入園し、また卒業していくことになります。彼ら・彼女らと、その保護者とのつながりを絶やさないことが、今後、活動を発展させる上で大きな力になると考えられます。OB・OG会の立ち上げとその具体的な運営方針についても、今から準備・検討を進めておくことが重要です。

● 活動資金の確保

活動を広げ、ネットワークを拡大する中で悩みの種になるのが資金の確保だと思われます。この種の活動が利益追求型になってしまうと、その魅力を低下させることになりかねません。そのため、さしあたっては、さまざまな助成制度の活用を力を入れていくべきでしょう。将来的には、森のようちえんの社会的意義がもっと理解され、教育予算の中で積極的な支援が図られるのが望ましく、そのためにはたらきかけを森のようちえんのネットワークを活かして戦略的に展開することが必要です。

(赤堀 楠雄)

2-1-4

アグリプロジェクト ～柑橘農家の意識改革と 地域資源の見直しを通じて、 まちを元気に

取り組みの概要

「八幡浜を元気にすること」を目的に掲げたまちづくり団体の立ち上げ **Yawatahama Genki Project**

【背景】

愛媛県八幡浜市は、全国でも有数のみかん産地として長くその地位を築いてきたものの、需要の落ち込みや人口減少、少子高齢化等の影響から、まち全体の活力低下、特に第1次産業（柑橘栽培）の低迷を招いています。そのような中、「八幡浜を元気にするために、自分たちで動いてみよう」と地元同級生・高校時代の生徒会仲間が中心となり、平成18年に組織を立ち上げ、平成20年3月には規約等を整え、団体として正式に活動を開始。「人の元気を、まちの元気につなげる」をモットーに、住民参加・住民交流の「八幡浜を元気にするプロジェクト」をシリーズ展開しています。



20～30歳代が中心のYGPメンバー

【内容】

第1弾企画のクリーンプロジェクトに始まり、これまで、ドネーションプロジェクト（第2弾）、スマイルプロジェクト（第3弾）、オーナープロジェクト（第4弾）、アートプロジェクト（第5弾）などを実施。そして、第6弾企画として、平成22年よりアグ

リプロジェクトを展開。地場産業である柑橘栽培の活性化を図ることで、八幡浜の地域ブランドを守り、市全体の活力へとつなげることをねらいとしています。農家の誇りを取り戻すこと、農業再生への手応えを得ることが重要と考え、初年度は、みかん栽培農家への取材、産地や農家を紹介したウェブサイト（Agriva）の作成、地元でのイベント開催などを実施。地元高校の商業研究部や各種関係者と連携しつつ、生産者の意識改革及びPRを進めています（平成22年度山村再生プランにも選定されています）。



みかん畑が広がる八幡浜市の風景



アグリプロジェクト用ウェブサイト（Agriva）
http://www.re-ygp.com/agriva/

＜主な関係者＞

- ・A★KIND（八幡浜高校商業研究部）
- ・柑橘農家
- ・八幡浜市
- ・JAにしうわ

YGP（八幡浜元気プロジェクト）

- 活動地域／愛媛県八幡浜市
- 連絡先／FAX 0894-22-5083
E-mail info@re-ygp.com
WEB http://www.re-ygp.com/

取り組みのポイント

「中立的」な組織の良さを最大限活用し、まち全体の底上げを図るプロジェクトに

●単なる農業振興に留まらない、裾野の広さを感じさせる取り組み

農家の顔の見える関係づくりに取り組むことで、農家自体の販売・マーケティング面などへの意識の高まりが期待できます。また、これまで実施してきた分野横断型の活動で構築したネットワークを活用することで、農家の支援に留まらず、八幡浜の海と山のつながりを活かした地域ブランドの確立や、市全体の活性化に向けた取り組みの進展も期待できます。

●地域の若者が中心となって活動を実施

一次産業の衰退が進行する農山村地域では、若者の力は非常に貴重なものです。若者が地元に残って活動を行うこと、また「中立的」な組織の良さを最大限活用しつつ、地域づくりの新たな推進力となることが期待されます。

今後に向けて

●地域資源であるみかんの可能性を追求

地元農家の意欲を高めることが重要であることはもちろんのこと、柑橘類の消費底上げにむけ、今一度、地域資源であるみかんの可能性を追求する必要があると考えられます。その試行錯誤の中からアイデアが生まれてくることでしょう。

●小さな成功体験の積み重ねが重要

YGPのような住民有志が集まる団体においては、大きなビジョンを描きつつも、実現可能な成功体験を着実に積み重ねていくことが重要です。メンバーや連携者が達成感ややりがいを感じることができると、次なる活動の源泉となります。

（大石 卓史）

2-1-5

山村と企業を結ぶ カーボン・オフセット

取り組みの概要

森林管理・山村再生のための資金調達

【背景】

三重県大台町では、他の山村と同様、林業の不振や後継者不足、管理不足の森林の増加、過疎・高齢化の進展などがみられます。早稲田大学環境総合研究センター（以下、早稲田大学）では、大台町との関係者と連携し、山村再生のための各種調査・情報収集を進めてきました。その中で、森林管理や地域振興を行うための資金調達の方法として、カーボン・オフセット制度の1つであるJ-VER制度の利用に注目。大台町の森林管理によって得られたクレジット（森林管理による二酸化炭素吸収量）を、二酸化炭素排出努力を行う企業に販売し、この収益をもとに山村再生のための基金を設置するという仕組みを大台町に提案しました。平成21年からはその活用に向けた具体的な検討・準備を行っています。



森林のモニタリング調査の実施

【内容】

大台町の同意をとりつけた早稲田大学では、J-VERの申請を平成21年10月に行い、また同年12月には、環境分野

取り組みのポイント

カーボン・オフセットによるつながりづくり

●カーボン・オフセットを地域づくり・人づくりにつなげる

特定の企業にクレジットを販売するだけでなく、「出来るだけ多くの企業に声をかけ、少しずつ販売すること」にこだわっています。また、クレジットの販売収益の活用においても、森林所有者だけでなく、地域住民全体で活用する方向性を重視しています。このような工夫により裾野の広い取り組みとなることが期待できます。また、カーボン・オフセットによる資金調達やそれによって得られた企業との関係を活かして、山村再生・振興を進めるという長期的な目標を設定し、それに対して具体的な実践を進めています。

●クレジット購入の顧客となる企業ニーズへの対応

カーボン・オフセットの販売のためには、取り組みの認知を高めると同時に、企業ニーズを適格に捉える必要があります。このため、早稲田大学では、国内最大級の環境関連の展示会で情報発信を行うとともに、早稲田大学の卒業生のネットワークを活用した営業を実施しています。そして、排出削減義務を負っていない企業に対しては、CSRの観点からクレジット購入を促すため、クレジットの販売資金を森林管理や山村再生・振興につなげるという公益性を強調し、企業向けの説明を行っています。山村再生という大きな目標を提示することで、大台町役場の理解を得るとともに、企業CSRの潜在ニーズを掘り起こし、成果をあげてきています（既に1,400トンのクレジットを販売）。クレジットの販売価格についての調査を実施し、企業が購入しやすい適正な価格を大台町に提案するなどの工夫も、多くの企業の購入を実現させるのに貢献しているといえます。

今後に向けて

●企業のステイクホルダーと山村（住民）をつなぐ

クレジットを購入してくれた企業と大台町との関係づくりを進めるため、企業をとりまく多様なステイクホルダー（関係者）を具体的に想定し、そのニーズに応える仕組みを構築することが大切となってきます。例えば、企業の従業員は山村での癒しや健康づくりにニーズを持つ可能性があります。クレジットを購入してくれた企業向けに保養所契約を結び、大台町を訪問し、山村体験サービスを提供すれば、さらに波及的な事業効果が期待できるでしょう。

（白井 信雄）

早稲田大学環境総合研究センター （早稲田大学人間科学部天野研究室）

- 活動地域／三重県大台町
- 連絡先／TEL 042-947-6740
FAX 042-947-6740
WEB http://www.waseda.jp/weri/



エコプロダクツ2010での展示

の最大の展示会であるエコプロダクツ展（東京で開催）に、大台町J-VERクレジットに関するブースを出展。企業の反応を調査しました。平成22年1月にJ-VERの申請書が受理されると、同年4月に大台町でモニタリング調査を実施。同年9月のクレジット発行後は、大台町役場が主体でクレジットの企業向けの販売を行っています。

平成22年度山村再生プランにも選定。平成22年12月開催のエコプロダクツ展にも継続出展するとともに、クレジットの購入者となる企業、クレジットの販売者となる大台町役場、地域住民の反応の調査を実施しています。また、クレジットの取得や販売の支援に留まらず、販売収益の活用方法の検討の支援も実施。住民主導での活用で行ってもらうべく、調査や意見のとりまとめなどを行っています。住民ボランティアの組織化と住民による菜園作り、保存会を設置した文化の伝承、レストラン経営などへの活用に向け、支援を継続しています。



レストラン経営の改善を考えた住民とのワークショップ

＜主な関係者＞

- ・大台町・昴学園高校・三重大学生物資源学部
- ・同志社大学文化情報学部



マチの論理とムラの論理

遙かな昔、「いなかのねずみとまちのねずみ」という絵本が大のお気に入りでした。村のねずみが都会の暮らしにあこがれ、都会のねずみの住みか(人間の家なのだが)に上がり込んで美味しい食べ物や飲み物にありつき、音楽やテレビなど快適な生活を愉しむのですが、やがて猫や人間に追われる緊張感やいつも同じ味の缶詰などの都会の生活に疲れ果て、『やっぱり田舎がいい』と言って帰って行くという簡単なストーリーです。ですが、現在の山村マーケティングをめぐる問題の原点がこの話に隠れているような気がしてなりません。

生活に必要な生産を外に依存する都市では、多くの住人は効率的で安価なモノを便利に消費し、生活を楽しむようになります。これが「生産を外に依存する」都市生活者の論理、すなわち「マチの論理」です。一方で、「ムラの論理」は、生産の価値観です。自分たちに必要な産物は何かを考え、生産には消費者でもある自分たちの意味が必ず存在します。自分たちで生産できないモノは他所から購入しますが、そこには必ず生活に結びついた理由が存在しています。

マチの論理とムラの論理からは、山村マーケティングが対象とすべき二種類の異なったターゲットが炙り出されてきます。まず一つは「マチの論理を助ける」市場の存在です。都市型の生活の手間を省くための茸鍋の具材セットや季節毎の山菜宅配などが典型的ですが、都市型消費者の基本ニーズに適合し、なおかつ通常の消費行為にプラスαの価値を添えられるような対応が基本となります。いま一つは、「マチの論理に疲れた」市場の存在です。単に与えられパターン化した消費の繰り返しに満足できなくなり、新しい満足感を求めるセグメント(客層)が確実に増加しています。ネットの口コミに影響されたり、お取り寄せにハマる消費者が典型的です

が、それだけではなく、食品トレーサビリティや産地・農法など「安心」を求める消費者、さらに農業体験や山菜採集、週末農園などでモノを作る体験そのものを求める参加型消費者のニーズも増加しています。たしかにムラの論理には都会のような匿名性の自由は少ないですが、安心できる暖かさが存在しています。

基本的にはないものねだりなのでしょうが、ムラの住人もかつてはマチの論理に憧れ、全国に均質な消費社会が実現してきました。しかしながら、都会の消費生活はある意味浮き草のようなもので、ライフスタイルの基準は実際のところメディアのイメージ情報に大きく左右されています。移り変わる流行や過剰な情報に影響された生活、実感のない消費の繰り返しに疲れた多くの消費者像が見えてきたのも事実です。社会心理学の理論では、消費のムーブメントを作るのは、同調欲求と差別化欲求という相反する消費者の心理的要因に依るといいます。都市のライフスタイルが全国を席卷した今、同調を前提とした生活の差別化、安心できる生活環境などの新しいニーズが生じてきているのは確かでしょう。若いうちに都市に出て働いて定年を迎えた熟年層は、故郷に懐かしい想いを寄せないでしょうか。競争に疲れた都市住民は、癒しのニーズをどこに求めるのでしょうか。一方で情報環境の変化は、これまでマチでしかできなかった業務をムラで行うことを可能にしています。全てが山村マーケティングの機会になるのです。

このように、「マチ」を単なる消費地としてだけ見るのではなく、「ムラの論理」へ回帰したい人々のセグメント、参加者が大勢存在する有望な市場ととらえる視点も必要なのではないでしょうか。

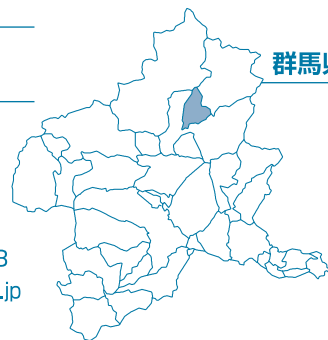
(内野 雅之)

2-2-1 都市交流と協働による里山の再生

群馬県川場村

組織概要

- 設立年／—
- 人数／—
- 活動地域／群馬県川場村
- 連絡先／TEL 0278-52-2111 FAX 0278-52-2333
E-mail office-kwb-2390-2ks@vill.kawaba.gunma.jp
WEB <http://www.vill.kawaba.gunma.jp/>



群馬県 川場村

活動地域の基礎データ

- 人口：3,906人
- 世帯数：974世帯
- 高齢化率：37.2%
- 森林面積：7.061ha
- 森林率：82.8%
- 第一次産業就業者比率：28.2%

1 取り組みの概要

【背景】

森林所有者の高齢化や木材価格の低迷に伴う経営意欲の低下などの問題を抱える川場村では、これに付随するかたちで森林の荒廃化や農地の遊休化などが深刻化していました。このような状況を打開すべく、川場村では、自然環境と田園景観を活かし観光の推進に向けて、「田園休暇村事業」の取り組みを開始しました。一方、東京都世田谷区では、区民がふるさと感を味わい、健康的な余暇時間を過ごせるようにと、山村との交流を目的とした「区民健康村づくり計画」を昭和54年に策定し、健康村の立地先を探していました。世田谷区は候補にあげられた52市町村の中から、互いの構想が合致していたとして川場村を選定し、これにより川場村と世田谷区との交流が始まりました(昭和56年には縁組協定を締結)。



「区民健康村相互協力に関する協定」(縁組協定)の締結(昭和56年11月)

【内容】

これまで、1年間リンゴの木の持ち主となり摘花作業や収穫作業などを農家民泊にて行う「レンタアップル」やイチゴ摘みとジャム作りツアーといった農業体験のほか、自然体験、郷土料理体験、小学生の短期ホームステイ、山村留学などの交流を実施。また、こうした交流を更に深めるべく、平成7年には「友好の森事業に関する相互協力協定」を締結し、区民健康村周辺の村の民有林80haを「友好の森」に指定することで、森林作業や自然体験を行っています。平成20年度山村再生プランにも選定されています。



郷土料理体験学習の様子

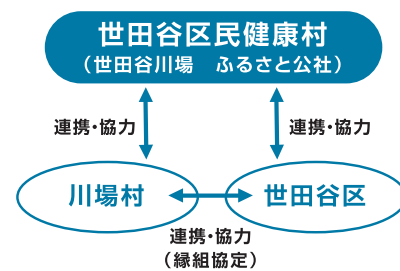
【成果】

友好の森事業の一環として実施されている「やま(森林)づくり塾」を通じ、山仕事の技術を習得した修了者を中心に森林ボランティアグループ「やまづくりくらぶ」が独自に組織されています。メンバーの多くは世田谷区民であり、休日を利用し「やま(森林)づくり塾」参加者への指導や山仕事に取り組んでいます。なお、今では「友好の森」事業は村内全域で展開されており、平成18年に設立された「健康村里山自然学校」(「やま(森林)づくり塾」+「農業塾」+「茅草塾」)の連携をベースに、環境保全に取り組む企業やボランティア団体の参加を求めつつ、後山の再生に取り組んでいます。これまでに8haを超える森林を整備したほか、森林古道の整備や作業用林道の開設なども行っています。



子供やまづくり教室の様子

【体制】



2 取り組みのポイント

ポイント1 長年にわたる都市との交流に裏打ちされた取り組み

川場村と東京都世田谷区は昭和56年に縁組協定を締結し、活発な交流を行ってきました。具体的には区内小学5年生全員が村に宿泊し農村体験を行う「移動教室」、農家との直接交流を伴う「レンタアップル」、区民ボランティアによる森林ボランティア「やまづくり塾」などがあります。ここで大切なのは自治体間交流事業でよくある、都市側が村に宿泊施設を整備し、保養地として一方的に利用するに留まってしまいがちな問題を回避している点にあります。交流事業の要を担う「世田谷川場ふるさと公社」を中心に、区・村行政、東京農業大学、両地域住民の参画を得ながら、「顔の見える関係」の中で形成された信頼関係を基盤に多様な事業が展開していることがこの取り組みの成功の背景にあります。

ポイント2 成功事業の村内他地域への移植

この取り組みの原型は、村内の中野地区に設定された「友好の森」事業です。「友好の森」は手入れの行き届かなくなっていた森林を、ムラとマチに共通する大切な財産と位置付け、村役場が「林地保存契約」し、世田谷区行政、地権者、東京農業大学の協力の下、世田谷区民参加による「友好の森」を舞台とした体験学習、森林ボランティアの養成と活動場所として活用することで、森林の再生を行った事業です。中野地区は交流のための宿泊施設が存在し、交流事業に馴染んでいた場所でもありました。この取り組みはこうした成功を、村内の一部にとどめることなく、村全体に拡大しようとするものです。

ポイント3 さらに多様な主体参画の仕組みを構築

川場村における交流事業は行政・大学・地域住民、都市からの有志など多様な主体の参画を得てきました。この取り組みでは、森林保全のみならずCO₂削減や生物多様性保全など、多様な山村への要請を背景とした新たな事業展開によって更なる村民・区民の参画を目指しています。また、企業の参画も目指されており、近年企業の社会貢献の重要視やカーボン・オフセット制度など経済主体の環境面における参画のチャンネルが開かれていることから、これらを梃子として交流事業に引き込むことも先見の明ある取り組みといえるでしょう。

今後に向けて

● 楽しめる取り組みでマチを巻き込もう ～道の駅(田園プラザ)利用者の誘導

山村を取り巻く自然はムラとマチの双方にとって大切な資源です。これからはムラとマチの共有財産を守るために大いにマチからの参加を募るべき時代です。ただし、難行苦行を押しつけてもなかなか手伝ってはくれないでしょう。川場村の交流事業に見るように、マチの人が楽しめる、またその社会的意義を学びとることができる交流メニューを用意することが肝要です。その点では、人気の道の駅「田園プラザ」との相乗効果が期待されます。説明看板やバリアフリー化によって来客の満足度を高める取り組みが望まれます。

● 参加メニューの社会貢献活動化、顔の見える交流の深化

ムラで暮らしていると当たり前に見える景色・野山や建物なども、マチの人には驚きの連続であったりします。こうした「ヨソモノ」の視点を通じてムラのお宝の発見につながるのが交流事業です。川場村の取り組みでは、それを磨き上げ、「商品」として提供するところまでムラとマチの協働で行われています。今後は山の管理において地域住民との会話共同作業などの「深い交流」をセットするなど、精神的満足感を得やすいメニューの策定が必要であると考えます。

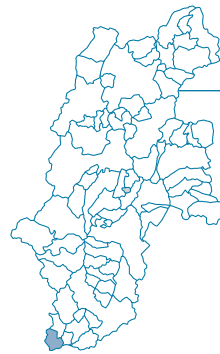
(山本 信次)

2-2-2 流域のつながりを活かした ヒト・モノ・文化の交流

長野県根羽村

組織概要

- 設立年／—
- 人数／—
- 活動地域／長野県根羽村
- 連絡先／TEL 0265-49-2111 FAX 0265-49-2277
E-mail info@nebamura.jp
WEB <http://www.nebamura.jp/>



長野県 根羽村

活動地域の基礎データ

- 人口：1,129人
- 世帯数：445世帯
- 高齢化率：42.6%
- 森林面積：8,192ha
- 森林率：91.1%
- 第一次産業就業者比率：17.7%

1 取り組みの概要

【背景】

長野県の最西南端に位置する根羽村は、生産間伐の対象となる40年生以上の森林が6割を超えるなど森林資源が充実しており、スギを主体とした山作りを実践してきました。森林率は91%、人工林率は87%となっています。村の製材品は「根羽スギ」の名称で長野県の認証材として地元を中心に幅広く使用されています。根羽村では、こうした林産業の基盤を活かして都市との交流を拡大すべく、Iターンを中心に新規雇用の確保などにも取り組んでいます。交流の促進や定住者の確保のためには、村民と都市住民のコミュニケーションの機会を増やし、相互の理解を深めることが重要です。そこで、Iターン者をはじめ、都市住民と村民との接点を増やすべく、交流イベントを積極的に実施しています。



岐阜女子大学によるグリーンツーリズム調査・提言実習

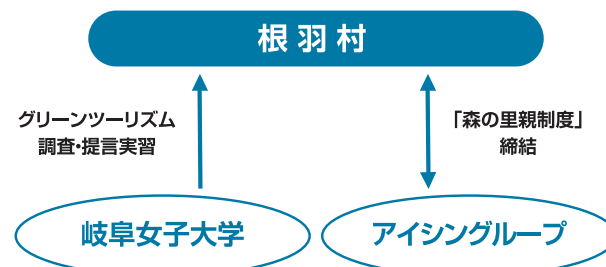
【内容】

平成20年度の山村再生プランにも選定。これまでに①岐阜女子大学によるグリーンツーリズム調査・提言実習、②チェーンソーアートによるまちづくり協働事業の実施、③親子わんぱく体験隊の実施、④ネバーランド森林公園内の遊歩道改修などを実施しています。また、地域特産品を開発するにあたっては岐阜女子大学の学生と提携。また、「森の里親制度」においてはアイシングループをはじめとする民間企業の協力を得るなど、流域のつながりを活かしつつ、都市との交流に力をいれています。



チェーンソーアート

【体制】



親子わんぱく体験隊(流しソーメン)

【成果】

岐阜女子大学との連携により、中華風の饅頭NEBAを開発するなど、根羽村の新たな特産品づくりを進めています。また、村に生息するネバタコガエルを題材としたチェーンソーアートの作品を制作。根羽村を訪れた観光客の目を楽しませると共に、間伐材の有効活用や木への親しみのPRにも貢献しています。また、アイシングループをはじめとした都市部企業との「森の里親制度」を実施しています。ほかにも「根羽村水源の森基金」の寄付金の増加も見られます。



遊歩道改修

2 取り組みのポイント

ポイント1 地域特性を活かすための地域づくり

「地域特性を活かした地域づくり」ということは、地域振興の現場でよく言われる言葉です。しかし、大切なのは「地域特性を活かすための地域づくり」という点に着目することです。根羽村では森林資源が豊富で、伝統的な林業関係のインフラの蓄積があり、都市部(中京地区)に比較的近いという根羽村の地域特性を的確にとらえて、林業を中心に据えた地域づくりにこだわってきました。加えて、単なる林業振興や特産品開発だけでなく、地域への定住化施策や都市部との交流施策などにも積極的に取り組んでいます。地域特性を活かすための地域づくりがあって、初めて地域特性を活かした地域づくりが具現化します。

ポイント2 山村再生への戦略的な取り組み

根羽村の取り組みで特筆すべき点のもう1つは、山村再生、地域産業振興などの取り組みにおける戦略性です。根羽村では、「根羽スギ」の長野県による認証材認定をはじめ「根羽ブランド」へのこだわりによりブランド戦略の徹底が図られています。また、根羽スギ住宅の顧客を確保するために、緻密な社会動向、市場動向の分析を行い、単なる販売促進ではなく、根羽ファンをつくり、根羽にご縁のある人を増やすための「戦略的プロモーション」を実施しています。このようにして根羽スギ住宅の顧客確保と山村再生を実現しようとしている点は、山村再生戦略の好事例といえます。流域の下流に位置する大手自動車メーカー関連企業と「森林の里親」契約を締結し、森林環境教育や林業体験への取り組みも展開していますが、企業のCSR活動の連携による山村再生への取り組みは、ヒト、モノ、カネの不足する山村において有力な方法の1つです。

今後に向けて

● 都市と山村との相互交流の実施

根羽村では、戦略的プロモーションにより着実に根羽ファンづくりは進んでいると考えられます。今後、新しい根羽ファンを開拓するためにも、根羽村からも都市部へ人材を派遣し、都市の真のニーズを分析することも必要でしょう。また、そこからもう一歩進めて、根羽ファンと根羽の人たちとの間で直接手をつなぐことを実感させるネットワーク化、絆づくりが新たなファンの獲得につながるのではないのでしょうか。

● 多様なリーダーの育成

根羽村のこれまでの取り組みは、現村長をはじめとしたリーダー層の強力なリーダーシップによって実現されてきました。今後、こうした取り組みを継続し、大切な根羽の森林を100年先、200年先まで守り続けていくためには、現在、中核となっているリーダー以外にも多様なリーダー、後継者を育成していくことが必要といえます。多様なリーダー、後継者の育成は、山の仕事と同じく短時間で実現できるものではありません。中長期的視点にたち、地域の人材育成への取り組みをぜひ進めてもらいたいと思います。

(平田 賢典)

2-2-3

富山(とみやま)OBと創る
「世界の幸せ1番地」プロジェクト

社団法人 奥三河ビジョンフォーラム

■活動地域／愛知県豊根村
■連絡先／TEL 0536-23-2554
FAX 0536-24-1300
E-mail ovf@tcp-ip.or.jp
WEB http://www.tcp-ip.or.jp/~ovf/

取り組みの概要

「地域OB」の再組織化と交流促進をめざして

【背景】

今、日本全国の山村が過疎化、疲弊し、限界集落も増え続けています。愛知県豊根村の富山地区も、平成17年の市町村合併前の「日本一小さな村」という冠がはずれ、人口の減少とともに過疎高齢化が進行しています。このような状況下、社団法人奥三河ビジョンフォーラムは、富山地区に親戚を持つ都市部在住の兄妹によって設立された「ロバオフィス」とともに、「地域OB」（富山地区に地縁を持つ富山地区外在住の人々）の再組織化と交流促進にむけて、地元学などの調査を実施しています。

なお、事業名の「世界の幸せ1番地」は、富山地区内に昔からたつ看板に由来しています。



富山地区の風景

しています。

これまでに、祭りの準備や参加を通じて、地域外居住者の参画による富山地区のコミュニティ継続に向けた支援の在り方が検討されるとともに、「地域OBの記憶や想いの中にある地域資源（モノとコト）の発見」と「富山地区の顧客としての地域OBの再発見」が行われました。

また、これらの事業は、豊根村、富山地区の1ターンの若者や長期山村留学事業を実施するNPO、地域資源を活用した商品の開発・販売を行う企業など、富山地区の活性化に係わる関係者とのネットワークのもとで行われています。



調査の様子①

調査の様子②

<主な関係者>

・豊根村 ・富山地区 ・特定非営利活動法人とみやま交流センター
・愛知県交流居住センター ・愛知県山村振興室

【内容】

平成21年度山村再生プランにも選定。地域OBの富山への意識について、地域OBへのアンケート調査や地元住民と地域OBとの交流のあり方を探るための地元学調査を実施

取り組みのポイント

切っても切れない地域の絆をつなぎなおし、新しい地域づくりのチャンスに活かす

●コミュニティを活かした地域サポーターの獲得

かつて「日本一小さな村」であった富山地区は人口が少ないかわりに、昔から築かれてきた根強いコミュニティ意識があります。このコミュニティ意識を活かし、地域OBと富山地区とのつながりを再生することは、地域に愛着と共感をもった熱心なサポーターの獲得へとつながります。

今後に向けて

●定期的な地域情報の発信によるサポーターの獲得

地域OBとの連携・協力を行う上では、富山地区に対する興味・関心を常に維持することが大切です。交流イベントなどの開催も地域OBとの関係を深める上では有効な手段となりますが、インターネットをはじめとしたコミュニケーションツールを活用しながら、定期的に地域の情報を配信していくことも有効な手段となります。

●地元住民と地域OBをつなぐための動機付け

地域活性化を図る上では、地域住民の動機付けが重要です。疲弊状態にある山村では、今後の展望に半ばあきらめ、望みを持たない人もいます。そのような人たちが望みを持ち、事業に積極的にかかわってもらうためにも、地元住民と地域OBをつなぐコーディネーターは、“ちょっとした成功体験”をもってもらえるような工夫を常に心がけることが重要です。

(小川 繁幸)

2-2-4

ブナ林と雪を生かした
“むらたび”の提案

特定非営利活動法人 栄村ネットワーク

■活動地域／長野県栄村
■連絡先／TEL 0269-87-2131
FAX 0269-87-2131
E-mail aokura@sakaemura.net
WEB http://www.sakaemura.net/

取り組みの概要

地域の魅力と資源を生かした“むらたび”による観光業の構築

【背景】

長野県と新潟県の県境に位置する栄村は、人口約2,200人の山村で、冬は里でも3mもの積雪がある日本有数の豪雪地です。農業と林業を主幹産業としていますが、村民が現金所得を得る場や機会が少なく、若者の地域離れ、過疎高齢化が進んできました。昭和50年代以降、温泉宿泊施設の運営を主とする栄村振興公社の設立や村営さかえ倶楽部スキー場の建設によって観光振興を図ろうと試みたものの、全国的なスキー客の減少などもあり、現在では低迷状態にあります。

そこでこのような現状を打開すべく、観光業の再生と若者人口の増加・誘発に向け、栄村の魅力である“むららしい暮らし”とブナ林や雪といった地域資源を生かした“むらたび”の商



東京の子どもたちが、むらの伝統行事「おんべ」に「むらたび」で参加

品化に取り組んでいます。

【内容】

栄村の「ええとこ探し」や資源再発掘活動を通じて、これまでに広報誌『むらたびへ』の発行やラフティング事業の試行を行っています。また、大学生を中心とする都市住民との交流・研修プログラムを通じ、年間300名程度の来村が実現。「チーム古道復活!プロジェクト」として実施した古道歩きの会は、これまでに計4回開催し、のべ50名の参加を得ています。平成22年度山村再生プランにも選定。都市部にむけて栄村の魅力を発信すべく、栄村の棚田で育んだ「青倉米」の直接販売やエコプロダクツ2010への出展、山村CSR関連のシンポジウムを開催するなど、PR活動にも積極的に取り組んでいます。

<主な関係者>

・栄村(とくに商工観光課、教育委員会事務局)
・栄村振興公社 ・京都精華大学 ・早稲田大学(W-BRIDGE)

取り組みのポイント

自然と共生した暮らしの知恵の存在

●魅力的な体験の素材がある

栄村には豊かな自然がありますが、それだけでなく、自然を生かしたすぐれた暮らしが今も多く残されています。山頂近くの大きな溜め池や、それを各集落に配分する工夫が施された水路の管理は住民たちによって行われています。地域内の民宿には、地域の豊かな食材を生かした料理をつくれる人がいます。そうした暮らしを素材にした魅力的な体験の旅を提供できる可能性がこの地域にはあります。

今後に向けて

●地域を見つめ直すことから始める

地域の魅力を都市住民に体験してもらうことをテーマとした取り組みは、全国各地の山村で展開されていますが、だからといって、独自の魅力を打ち出せないわけではありません。そこに人が暮らしてきた歴史を振り返り、いまも暮らしが営まれている事実を改めて直視すれば、どこにもない、ただひとつの魅力を際立たせることができるはずです。そのことを通じて、この取り組みに関係する地域の人たちがひとりでも多く、自分が暮らす地域を今よりも好きになれば、それが大きな成果だといえるでしょう。

●栄村の新しいイメージと生活文化の魅力アピール

栄村と聞いて多くの人が思い浮かべるのは「秋山郷」ではないでしょうか。しかし、この取り組みは秋山郷だけではなく、栄村役場のある村の中心地とその周辺部が主要な舞台になります。栄村は豪雪地帯として知られていますが、実はその記録の地点は、この取り組みが展開される域内にあります。そうしたことも含め、この機会に、世間で受け止められているのは別の、栄村の一面を強くアピールして存在感を際立たせることが重要です。また、都市の住民が魅力を感じるのには、その地域ごとに特色がある生活文化です。それを体験してもらい、楽しんでもらうことを通じ、受入側の住民も自分たちの暮らしの魅力を再認識する、それが取り組みへの熱意につながる—といった流れが生まれることが地域を元気にすることにつながります。

●リピーターの確保に力を入れる

新規参加の掘り起こしは常に必要ですが、地域の魅力に対する共感者を増やすという意味では、むしろ大切なのはリピーターの確保です。季節ごとに魅力のあるメニューを企画する、そして3度目くらいの参加者には、民宿に専用の飯椀や箸を備えるようにして、家族と同じような迎え方・もてなしをするなど、特別な思い入れを持ってもらえるような工夫が重要といえます。

(糸堀 楠雄)

2-2-5

沿線地域の地域資源の掘り起こし、エコミュージアム化

特定非営利活動法人 秋田内陸線沿線地域エコミュージアム会議

■活動地域／秋田県仙北市、北秋田市
■連絡先／TEL 090-9746-9313
FAX 0187-44-3030
WEB <http://www.akita-kenmin.jp/a-nairiku-eco/>

取り組みの概要

「着地型観光」によりローカル線と沿線集落の相乗的な再生を試みる

【背景】

秋田内陸縦貫鉄道(以下、内陸線)は秋田県の山間地域を走る第3セクターのローカル線ですが、赤字によりその存続が危ぶまれています。内陸線の利用者の減少は沿線地域の山村集落の衰退にもつながります。そこで、ローカル線と沿線集落の相乗的な再生を目指し、沿線の二市(仙北市、北秋田市)にまたがる集落の再生の取り組みが開始されています。



秋田内陸縦貫鉄道

す。モニターツアーでは、交通・宿泊・食材・体験をパッケージとした「着地型観光の商品」を開発。地域内外からモニターを招き、検証実験を進めています。平成22年度山村再生プランにも選定されています。



モニターツアーの様子(紙すき体験)



モニターツアーの様子(雪中野菜堀)

【内容】

「着地型観光」の発想のもと、地域資源の掘り起こし、「環境・経済・学び場」という視点からのエコミュージアム構想づくり、サテライトの設定、モニターツアーなどを実施。その過程を通じて、内陸線沿線集落に関わる様々なステークホルダー(住民、観光業者、大学、県・市など)と協力体制を築いていま

<主な関係者>

・仙北市・北秋田市・秋田内陸縦貫鉄道(株)
・JR東日本秋田支社

取り組みのポイント

沿線地域のエコミュージアム化、山村をまるごと売り出すという発想

●山村地域同士の交流促進、山村をまるごと売り出すという発想

内陸線沿線地域の資源のつながりづくりにより、沿線地域内での“山を越えた”地域同士の交流が生まれます。地理的な不利性を越えた山村同士の連携事例といえるでしょう。また、自然や伝統文化、暮らしなど、我々が見失ってきた「山村そのものの価値」に注目して、山村全体をまるごとエコミュージアムとして売り出そうという発想は、山村再生の好アイデアといえます。

●山村再生による地域インフラの再生

山村における負のスパイラル(山村の産業の衰退→過疎・高齢化の進展→地域インフラの劣化→ますます)山村の産業の衰退)を断ち切るために、地域の重要なインフラである鉄道(交通)を守ろうとする取り組みは、他地域にも参考となることでしょう。

今後に向けて

●重層的ネットワークの勧め

沿線地域内でのネットワーク形成に加え、周辺地域、秋田県全域、鉄道マニアなどの複数の属性を対象とした重層的ネットワークの構築が期待されます。

●地域内での回遊を促すための仕掛けづくり

沿線地域のリピーター・ファンの確保にむけて、インフラ再生へのこだわりによる鉄道マニアの支持の確保、映像の活用など、様々な仕掛けを実施することが考えられます。つながりやご縁を大切にすることも必要でしょう。「地元学」を深めるなかで、「回遊したくさせるしかけ」づくりを行うことが、リピーター・ファンの確保へとつながります。

(平田 賢典)

学びの勧め

先日、同業の友人から聞いた話です。友人の上司が最近いろいろと社内でルールづくりを始めたらしいのです。その上司は友人の会社の親会社の出身で、親会社では輝かしい実績を残されてきたようですが、業界の異なるシンクタンク業界の経験は皆無だそうです。その上司は、ご自身は親会社での経験に基づきルールづくりを進めているそうですが、親会社とは取り扱い商品も仕事の方法も異なるシンクタンクでは、むしろ仕事にマイナスに作用するルールを強引に制定しようとして友人はたいへん困っているそうです。

さて、話を山村ビジネスに戻しましょう。森林に関わる仕事を生業としてきた山村の方々にとって、流通や販売の仕事はこれまでの経験が必ずしも通用する仕事とはいえないことは事実です。近年、農林水産業の六次産業化が叫ばれています。つまり、第一次産業であった農林水産業に製品の製造を伴う第二次産業の機能や、販売、サービス提供などの第三次産業の機能をもたせ、「一+二+三」で六次産業化を図ろうという考え方であります。しかし、第一次産業と第二次産業、第三次産業では仕事の仕方、マネジメントの仕方は異なります。さらに、業種によっても仕事の仕方は異なります。そうであれば、これから挑戦・進出しようとする業種の市場動向、お客さまのニーズ、マーケティングの方法などを学ぶことは必須科目ではないでしょうか。さらには、山村ビジネスでは人の心の動かし方なども学んでおくことをお勧めします。

世の中、「学ぶこと」流行りです。ライバルの手の内を知らずして新しい分野に挑戦してもなかなかビジネスは思うように進みません。このアイデア集はもちろんですが、比較的簡単に読めるマーケティング関係の本などもたくさん出版されているので、ぜひたくさんさんの学びをお勧めしたいと思います。

私事になりますが、私は大学で化学を専攻しました。高校時代に私に化学の楽しさを教えてくれた先生の口癖は「無知ほど怖いものはない」という言葉でした。化学を学ぶに際して十分な知識もないままに実験を行うと、急速に化学反応が進み爆発事故など命の危険にさらされるケースもあるのです。複数の薬品を混ぜるにしても、順番や温度、濃度などを間違えると大変なことになります。それを伝えてくれた言葉でした。

山の仕事も似たところがあるのではないかと思います。長年の経験によって、危険を避けるための仕事の方法が伝えられてきました。同じように山村ビジネスを六次産業化するためには、多くのことを学んでリスクを避けることが大切になると思います。

山村ビジネスに取り組み始めるにあたり、ぜひ、学ぶことをお勧めします。

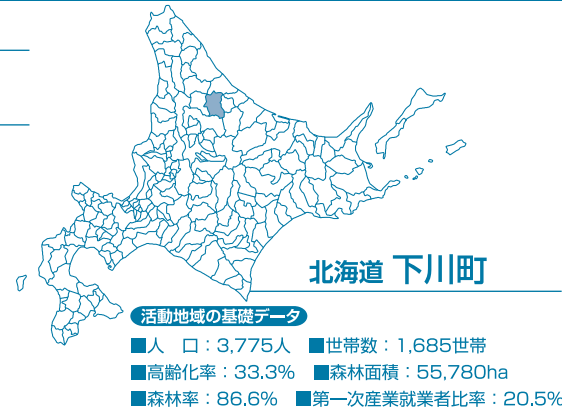
(平田 賢典)

2-3-1 環境にやさしい“ものづくり”の探求

下川町森林組合

組織概要

- 設立年/昭和27年
- 人数/323名(組合員)
- 活動地域/北海道下川町
- 連絡先/TEL 01655-4-2159 FAX 01655-4-2720
E-mail shinrin@shimokawa.ne.jp
WEB http://www.shimokawa.jp/shinrin/



1 取り組みの概要

【背景】

戦後の木材需要の低迷の対応策として、カラマツを原料とした木炭開発に取り組んできた下川町森林組合は、ただ単に木炭を生産するのではなく、木炭を生産する際に生じる煙など、副産物を活用し、円柱加工、防腐加工、樹皮・オガコの炭化などを通じてゼロ・エミッションにも取り組んできました。この取り組みはよく国内の産業クラスターモデルとして取り上げられますが、現在ではその経験を活かし、大学、試験場などと連携しながら、付加価値の高い間伐材製品の開発や、環境に配慮した様々な山村ビジネスに取り組んでいます。



下川町森林組合の工場

【内容】

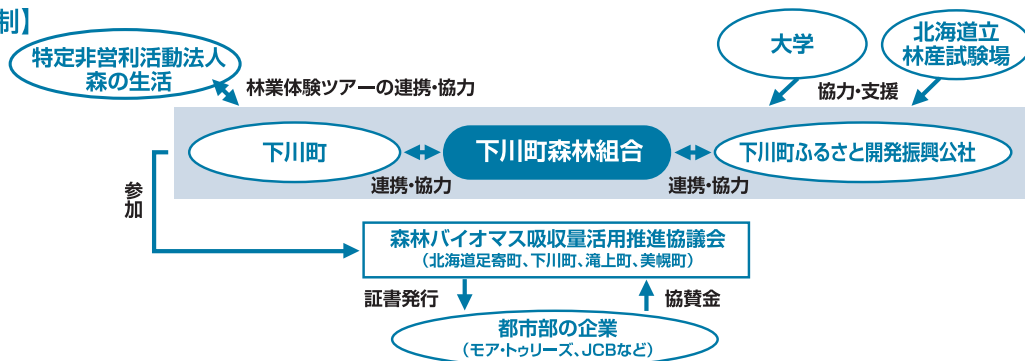
カラマツ材加工事業を柱としながら、環境への配慮をしつつ製品の付加価値化を目指すという姿勢から、間伐材を活用した木炭やガーデニング用枕木、木製排水管といったグリーンコンシューマーを対象とした木材製品の開発や林業体験ツアーなどに力を入れています。平成15年には北海道で最初にFSC認証を取得。また、下川町森林組合は平成20年度の山村再生プランにも選定されています。



地域材を活用した木橋

なお、下川町は平成20年に道内の3町(足寄町、滝上町、美幌町)と森林バイオマス吸収量活用推進協議会を設立。近年はクレジット制度(J-VER、国内クレジット制度)を活用したカーボン・オフセット事業にも取り組んでいます。

【体制】



【成果】

カラマツ材加工事業の売上は、年間約5億円にのぼり、木炭技術によって培われてきた防腐・防蟻処理材によって、今後一層の拡大が期待されています。FSC森林認証材の加工・流通を担うCoC認証も取得し、ラベリングによるトレーサビリティの体制も整えています。なお、平成20年度の山村再生プランへの選定を受けて開発に取り組んだガーデニング用枕木については、平成21年度にホームセンターでの販売を開始し、評判も良好でこれまでに約3千本を受注しています。



地域材を活用したガーデニング用枕木

また、これまでの活動が評価され、「木材供給システム優良事例コンクール」林野庁長官賞(平成19年)や「北海道ゼロ・エミ大賞」(平成20年)など、数々の賞を受賞しています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 環境配慮と木材の徹底利用

下川町では、町をあげてゼロ・エミッション・システムの確立を目指す取り組みを行なっているほか、全ての製造過程において木材を極限まで利用する精神が徹底されています。また、間伐材の活用製品の開発など、エコへのこだわりがグリーンコンシューマーの心をつかみ、安定した事業展開が可能になっています。

ポイント2 ぶれない姿勢と多種多様なビジネス展開

下川町の木炭開発は昭和56年に湿雪被害を受けた民有林カラマツの復旧を目的にスタートしました。環境に関心の高い消費者ニーズに応えるべく、それまで培ってきた製炭技術を活かした事業展開として、ガーデニング用枕木や木製排水管などの商品化に取り組んでいます。さらに、FSC森林認証の取得や林業体験ツアーの実施など、多種多様なビジネスにも取り組んでいます。

ポイント3 マーケティングの徹底

経営の安定化に向けて、持続的な森林管理とムダの排除を実施すべく、環境に配慮した持続的なエコビジネスを実施する中でマーケティングを徹底し、グリーンコンシューマーのニーズを踏まえた事業展開をこころがけています。ガーデニング用枕木は札幌のホームセンターなどで販売され、薬剤を一切使わないエコ商品として好評となっています。

今後に向けて

● サポーターとの「協働」

環境に関心の高い消費者ニーズに応える様々な事業を実施している下川町森林組合には、CSRから環境活動を実施しようとする企業をはじめ、多くのサポーターが存在します。サポーターとの「協働」を積極的に展開することが新たなビジネスチャンスに繋がることでしょう。

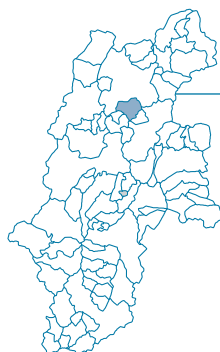
(井戸田 祐子)

2-3-2 間伐材を活用したロッカーの開発・販売

光葉スチール 株式会社

組織概要

- 設立年/昭和36年
- 人数/62名
- 活動地域/長野県千曲市
- 連絡先/TEL 026-274-0800 FAX 026-274-0810
E-mail t-miyamoto@koyo-steel.co.jp
WEB <http://www.koyo-steel.co.jp/index.html>



長野県 千曲市

活動地域の基礎データ

- 人口: 62,082人
- 世帯数: 21,436世帯
- 高齢化率: 23.9%
- 森林面積: 6,823ha
- 森林率: 56.9%
- 第一次産業就業者比率: 10.0%

1 取り組みの概要

【背景】

光葉スチール株式会社は昭和36年の会社設立以来、スチール製ロッカーの製造・販売およびメンテナンスを自社ブランドにこだわり展開してきました。

一方、地元長野県産のカラマツの間伐材や小径木は、付加価値を付けることが難しく、その活用が進んでいない状況にありました。そこで光葉スチールは、カラマツをロッカーの扉の材料として利用することで環境配慮型製品として広く周知し、林業振興と森林保護に役立てたいと考え、長野県森林組合連合会や木工工場などと連携し製品の開発・販売を進めています。



森林風景

【内容】

カラマツ間伐材を使用した、ロッカーの扉・天板・パネルなどの商品開発を行い、学校・官公庁・企業などに広く普及を図っています。特に、間伐材使用ロッカーアイテムの充実と関連する家具の製作、付加価値の高い商品の開発、多数の商品カタログへの掲載、インターネットを活用した販路開拓に積極的に取り組んでいます。

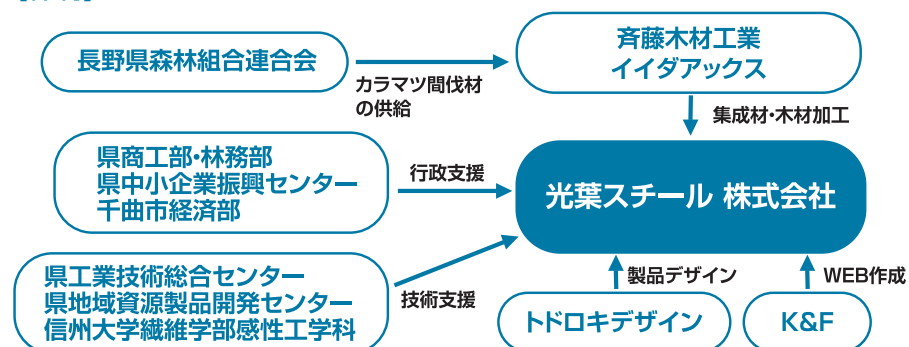


製材の様子



間伐材を使用した下駄箱とロッカー

【体制】



【成果】

主に関東と関西の大都市圏を中心に、私立幼稚園や学校、民間企業などでカラマツ間伐集成材使用のロッカーが購入されています。また、新たに消防署向け商品の開発を行うとともに、設計事務所などに対する営業活動も展開中です。これまで利用したことのない材料を扱うことで、様々な業種の企業などとの連携体制も構築しています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 長野県産カラマツ間伐材の使用

今まで搬出されなかったカラマツ間伐材の利用により、間伐の推進にも寄与しています。また、地元産の木材をできるだけオフィス家具などに活用することで、山村に経済的な循環が生まれ、豊かな森づくりを推進する一端を担うことにもなります。さらに、カラマツ原木の搬出、集成加工、木工製作などを行う企業体との連携も実践しています。

ポイント2 既存のスチールロッカーとの融合

地方の利点を活かした独自の間伐材商品を開発・販売することを通じて、山村から都市に向けて地方発信型の商品展開を行っています。集成材を巧みに利用することにより、既存のスチールロッカーとの融合を図っており、今後、カラマツ材の用途拡大が期待されます。

ポイント3 環境意識の高い企業とのかかわりづくり

環境問題に取り組もうと考えている企業に対し、信州カラマツのブランドイメージを活かして営業を実施し、着実に販路を開拓しています。オフィス家具業界の大手が取り組まない分野で、ニッチ市場を的確にとらえ、少量多品目の商品提供体制を構築しています。

今後に向けて

● ビジネスモデルの他地域への展開

信州カラマツのブランドイメージで展開することも重要ですが、山村地域では地域産材の活用に悩んでいるところも少なくありません。カラマツの間伐材を用いた商品開発・販売のビジネスモデルを他の地域にも還元することで、活動の領域を広げることも可能であると考えます。

● 公共施設や私立学校などへのアプローチ

都市部の私立学校などは、自然環境への配慮や教育環境へのこだわりなどから、カラマツ間伐材を用いたロッカーなどの商品に対して関心を持つ可能性が高いと思われます。また、公共施設においても環境問題やCO₂削減の取り組みに熱心な自治体が増えてきていることから、さらなるアプローチが期待されます。公共建築物等木材利用促進法が施行されたことから、今が木造化に取り組む自治体へ売り込む絶好のチャンスといえるでしょう。

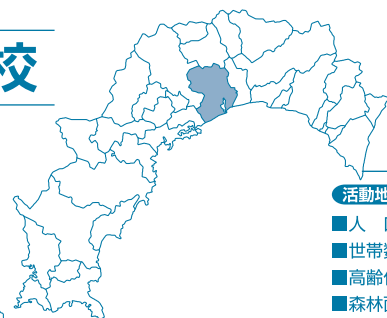
(油井 章次郎)

2-3-3 間伐未利用資源を活用した 企業向けエコノベルティの商品化

株式会社 こうち暮らしの楽校

組織概要

- 設立年／平成19年
- 人数／2名
- 活動地域／高知県高知市
- 連絡先／TEL 088-879-1841 FAX 088-879-1841
E-mail matsuda@kurashinogakkou.com
WEB <http://kurashinogakkou.com/iimono>



高知県 高知市

活動地域の基礎データ

- 人口：343,416人
- 世帯数：150,816世帯
- 高齢化率：20.8%
- 森林面積：17,657ha
- 森林率：57.1%
- 第一次産業就業者比率：3.6%

1 取り組みの概要

【背景】

間伐材は直径が細いことから住宅用途には向かず、また、搬出コストが割に合わないと現場に切り捨ててしまうケースが多くなっています。間伐材を山から出すには、その材の付加価値を高め、採算性を確保するしかなく、売れる商品づくりが必要となります。

一方、都市部の市民や企業は、近年の地球温暖化問題の機運の盛り上がりから、CO₂削減の取り組みとして、森林整備や木材の活用、グリーン購入などについて関心が高くなっており、これら都市部及び企業ニーズに対応した環境に配慮した商品づくりが求められています。

こうち暮らしの楽校ではこの点に着目し、企業活動に広く使用してもらえる間伐材製品(エコノベルティ)の商品化を目指し活動を進めています。



間伐の様子

【内容】

森林資源の中でも間伐で切り捨てられている小径木や枝葉を使って、主に企業向けに社会貢献活動として広く使用してもらえる木製品(エコノベルティグッズ)を企画制作し、販売することによって、木の活用と木材関係者の新たな仕事を創出することを目的に、各種調査及び試作品づくり・評価検証などを行っています。

平成20年度山村再生プランにも選定。高知県内の木工事業者の営業力が弱く、また、販路開拓代行のニーズがあったことから、自社のマーケティング・商品開発力や営業力を活かして、企業ノベルティの営業代行の業務も行っていきます。



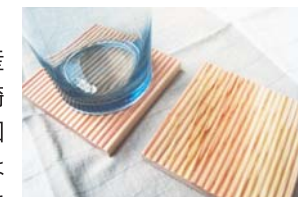
ノベルティグッズ「ひのき葉香」

【体制】



【成果】

高知県内の銀行に対して企画提案を行ったところ、四国銀行の平成21年度のノベルティとして高知県産間伐材を使った商品を使うことが決まり、その後、須崎市に事務所を置く(株)土佐龍と共同で、予算内(1個当たり200円以内)で収まる商品を提案。最終的には四万十ヒノキのチップや葉を不織布に詰めた香り袋「四万十森林温泉」が採用され、270万円ほどの売上がありました。このコーディネートにより、こうち暮らしの楽校も販路開拓代行サービスの報酬として、売上の1割(27万円)を得ています。



コースター

間伐材を利用した商品例



ペン立て

2 取り組みのポイント

ポイント1 地元銀行との連携による商品開発

木工品による環境貢献をカギに積極的に地元銀行へアプローチを行い、森林資源に目を向けさせた上で、連携して商品の開発・選定を実施。利用した地元銀行にとっては、取引先へのアピールにもつながっています。

ポイント2 品質表示へのこだわり

単なる木工品の製作に留まらず、その製品の環境への貢献度(CO₂吸収量・固定量など)を数値化して表現する取り組みを推進しています。こだわりの見える化は、販売促進における重要なポイントといえます。

今後に向けて

● 市場ニーズなどの情報の幅広い収集

地元有力企業が少なく、まず銀行に着目したことで営業のきっかけを掴んでいます。販売促進に有利な状況を確認した上で、民間企業との連携を進めるという段階的な取り組みが評価できます。地道な活動ではありますが、大きなマーケットの創出につながる可能性も含んでいると考えられることから、地元のみならず関係業界からの幅広い情報収集を行うことを通じて、販路拡大を進めていくことが期待されます。

● ノベルティに対する評価の検証

顧客などに渡ったノベルティグッズの評価を、銀行の協力などにより検証し、改良策などを検討することも重要でしょう。また完成品を提供するだけでなく、キット形式のグッズも製作するなど、グッズをプレゼントされた方が楽しめるような仕掛けも大切であると考えられます。

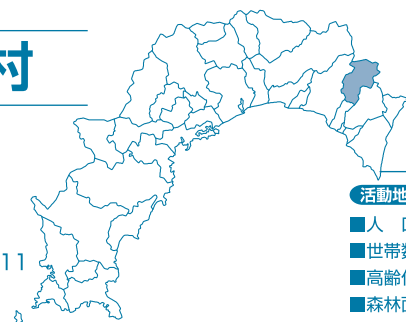
(尾木 浩典)

2-3-4 森林とともに生きる、おらが村づくり

株式会社 エコアス馬路村

組織概要

- 設立年／平成12年
- 人数／24名
- 活動地域／高知県馬路村
- 連絡先／TEL 0887-44-2535 FAX 0887-42-1911
E-mail umaji@ecoasu.co.jp
WEB http://www.ecoasu.co.jp



高知県 馬路村

活動地域の基礎データ

- 人口：1,014人
- 世帯数：450世帯
- 高齢化率：32.9%
- 森林面積：15,584ha
- 森林率：94.2%
- 第一次産業就業者比率：27.6%

1 取り組みの概要

【背景】

馬路村は高知県の東部、人口約1,000名が暮らす山村です。名産品のゆずの加工などの取り組みは全国的にも有名ですが、林業分野でも取り組みを進めています。平成11年、国有林野事業を担う営林署の統廃合による村の危機打開に向け、馬路村が「森の仕事まるごと販売計画」を策定。翌年(平成12年)には、村全体で林業振興を図るとともに、環境・循環型社会をキーワードに、豊富な森林資源を「元気な村」のイメージとして売り出すべく、森林づくりから商品の販売までを一体的に担う新たな組織として村農協、森林組合などが出資する第三セクター「株式会社エコアス馬路村」が設立されました。



間伐材のうちわ

【内容】

森林資源のフル活用を目指し、間伐材のうちわや木のバッグなど、アイデアを駆使した木製品を次々に開発。圧縮・縫製の技術を活かしつつ、デザイン性のある商品づくりを進めています。

全国各地の物産展に出展するとともに、林業の情報発信も積極的に実施。また、商品の売上額の1%を森林保全の資金として還元するなど、幅広い事業を展開しています。



木製バッグ「モナッカ monacca」

【体制】



【成果】

組織の立ち上げやその後の各種事業の実施により、地域の次世代を担う林業・林産業従事者を養成しつつ、村内に新たに20名以上もの雇用を生み出しています。また、木製バッグ「モナッカ monacca」は2006年度グッドデザイン賞を受賞。その販路は、首都圏、関西、高知県内のほか、ニューヨーク近代美術館(MoMA)のミュージアムショップなど広がりをみせています。

木製品の開発・販売のほかにも住宅建築希望者の相談を通して地元産のスギ材活用を推進するなど、地域産材の需要拡大にも貢献しています。さらに森林組合や地元の製材業者と連携し、「馬路村の総合産業化」を図るなど、森林資源の更なる利用拡大を目指しています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 既成概念にとらわれない木製品の開発

従来型の製品では需要拡大は望めないとの判断から、専門家のアドバイスを受けつつ「売れる」商品の開発を進めています。発売開始から20年が経過し、一大ブランドに成長したゆずジュース「ごっくん馬路村」とともに、木製バッグ「モナッカ monacca」を一大ブランドとして確立。木でバックをつくるという斬新なアイデア・発想力とそれを実現するための高い加工技術でもって、既成概念にとらわれない木製品の開発を行っています。

ポイント2 森林保全と木材利用の一体的な推進

地域産の木材を活用した製品を開発するとともに、その売上で得た利益で間伐を進めるなど、森林整備に還元しています。このような仕掛けは商品のストーリー性を高めることにも寄与します。また、馬路村役場では、永遠の森づくりの実現に向けて『千年の森基金』を開設するなど、村をあげて森づくりの取り組みを進めています。

ポイント3 村のあらゆる組織が一体化

森林資源の多種多様な活用を進める中で、安定的な需要の創出とブランドの確立を達成しており、それをもって、組織経営の安定化と雇用の創出がなされています。これは関係者の熱意により合意形成がなされたこと、そして、村のあらゆる組織が一体化・連携して取り組みを進めた結果、達成された成果といえるでしょう。

今後に向けて

● 村内へ誘客を図るための仕掛け

木製品の販売を行う際に、村内へ誘客を図るための仕掛けを行うことを検討してはどうでしょうか。例えば、村内で宿泊していただいた方を対象に、希望する木工品のプレゼントや温泉の割引などの特典を付与する方法が考えられます。

● 「モナッカ monacca」の販売戦略

主力商品である「モナッカ monacca」の価格が、一般消費者には若干手が届きにくい設定となっています。今後、商品ラインナップの見直しや拡充を行う中で、一般消費者にも手の届きやすい商品を開発することも検討してはどうでしょうか。そのためのニーズ調査も重要といえるでしょう。

(尾木 浩典)

2-3-5

間伐材の買取制度を通じた森林資源循環システムの構築

とよね木サイクルセンター

■活動地域／愛知県豊根村
 ■連絡先／TEL 0536-85-1915 FAX 0536-85-1915
 E-mail shinkumi-toyone1@way.ocn.ne.jp
 Web http://www.vill.toyone.aichi.jp/wood/index.htm

取り組みの概要

小さな山里発、「木サイクルプロジェクト」

【背景】

豊根村は、愛知県の東北端に位置する人口約1,300人弱の山村です。村の面積の93%を森林が占め、そのうちの87%がスギやヒノキの人工林という村の最大の地域資源である森林は、林業の長引く低迷により、手入れが行き届かない状況に追い込まれています。また、ピーク時には14社あった製材所などの木材加工関連産業もすべて廃業となり、村内木材産業の火が消えてしまっている状況にあります。

このような状況を打開すべく、豊根村では平成14年4月に村直営の「とよね木サイクルセンター」を設置。小さな山里から地球環境保全への取り組みを行うため、「木サイクルプロジェクト」を推進。原木の購入、製材、製品化を一体的に行うことで木材に付加価値を付けるとともに、木質ペレットの販売を通じて森林を中心とした産業おこしに取り組んでいます。



とよね木質ペレット

【内容】

とよね木サイクルセンターが主体となって「間伐材買取制度」の導入と間伐材製品（つみきハウス、つみき板、木質ペレットなど）の開発・普及、そして製材の際に生じる製材くずをすべて木質ペレット燃料に加工・販売するなど、森林資源循環システムの構築に取り組んでいます。

豊根村は平成20年度山村再生プランにも選定。豊根村近隣地域の熱利用施設に対しての熱需用の調査や経済性評価などを行うとともに、普及啓発としてリーフレット作成を行うなど、ペレット需用の拡大に取り組んでいます。



ペレットストーブ

<主な関係者>

- ・豊根村
- ・豊根村森林組合



イベントでのPR(つみきハウス)

取り組みのポイント

森林資源循環へのこだわり

●森林資源循環にむけた一体的な取り組み

木材を適材適所に無駄なく使う「カスケード利用」はもとより、間伐の推進や間伐材の利用の拡大にむけて、原木購入から製品化までの製造プロセスづくりや、販売促進のための広報活動、製材くずを活用した木質ペレット製造など、一体的な取り組みを目指しています。

今後に向けて

●木質ペレットの多様な展開

木質資源の需要先の開拓にあたっては、熱利用施設に対してペレットボイラーの普及促進を進める以外にも、ペレットストーブの普及促進など、木質ペレットの多様な展開を検討されてみてはいかがでしょうか。

(小川 繁幸)

2-3-6

間伐材を利用したキノコ栽培と薪販売による里山ビジネスの構築

森守クラブ合同会社まつぼっくり

■活動地域／岐阜県高山市
 ■連絡先／TEL 0577-57-7665
 FAX 0577-57-7666
 E-mail e-matsubokuri@ia2/itkeeper.ne.jp

取り組みの概要

里山の恵みを最大限活用する

【背景】

木材価格の低迷、高齢化、過疎化などにより山離れが進み、整備不足で荒廃した山が目立ってきています。岐阜県高山市でも、地球温暖化の防止、山地災害の防止、生息環境の保全などのため森林整備(間伐など)を進めていますが、間伐材は林内に放置されていることがほとんどです。そこで、森林所有者に間伐の実施を働きかけ、かつ、間伐材を搬出してキノコの栽培や薪などの木質バイオマス資源として有効利用することにより、山村地域の再生に向けた活動を進めています。



簡易集材の様子

【内容】

平成22年度山村再生プランに選定。民有林の所有者と長期施行契約を結び、間伐作業を集約化。限られた人員・資材を計画的に運用するための施業計画を策定し、その活用

を通じて間伐作業を継続的・集中的に実施しています。

また、発生する間伐材の有効活用策として、独自技術によるキノコの栽培と薪ストーブという二つの製品を軸に、継続して利潤をあげられる事業確立を目指し活動を実施。加えて、間伐講習会や搬出体験会、薪割り体験、ナメコの栽培体験会など、都市の人々との交流と里山の有効利用にむけた各種講習会や体験ワークショップを開催しています。

ナメコ栽培については、これまでに山村地域に生産者グループをつくり、約9kgを生産し(株)山一商事や市場などで13.7万円の売上をあげました(現在は天然マイタケの栽培実験も実施中)。また、これまでに森林施業を約40ha実施し、約99㎡の間伐材を搬出。薪ステーションを3箇所設けて薪の生産を行っています。



薪ステーション

<主な関係者>

- ・高山市林務課・ひだの未来の森づくりネットワーク
- ・森のなりわい研究所・特定非営利活動法人山と森お援け隊

取り組みのポイント

地域ネットワークを活用した独自技術、取り組みによる製品開発

●地域ネットワークを活用した事業プラン

事業スキームの構想は多岐に渡っていますが、事業主体となっているのは「森守クラブ合同会社まつぼっくり」の中心となる2名が各々運営するフォレストライフと(有)牧野鉄工所です。この二つの事業体を軸としながら、現地に根ざしたネットワークを活用して、①間伐のシステム化、②発生した間伐材の利用(キノコ栽培)、③発生した間伐材の利用(薪ストーブ)という二段階・三種類の異なる事業を平行して実施。地域が抱える課題を、地域のネットワークでもって解決しようとしています。

従来は利用価値が低いとされてきたヒノキ・スギなどの間伐材の活用にあえてトライし、市場で通用する製品を開発しようとしている点も意欲的といえます。

今後に向けて

●ブランド価値を確立するためのマーケティング手法

規格外ナメコのブランド価値を確立するためのマーケティング手法が必要です。具体的には品質・存在感に相応しいネーミングと高山という地域のブランド価値を利用したクオリティ・イメージの確立、それに役立つ販売先の選択などの諸手法を積極的に推進・確立していくことが求められます。

(内野 雅之)



2-3-7

森林組合連合会による 森林ビジネスの コーディネート

愛媛県森林組合連合会

■活動地域／愛媛県松山市及び愛媛県内各地
■連絡先／TEL 089-941-0164
E-mail info@aimori.or.jp
WEB http://www.aimori.jp/

取り組みの概要

県内産間伐材を利用した商品の開発

【背景】

愛媛県は日本一のヒノキの産地であり、県土の約70%が森林という林業県ですが、木材価格の長期低迷などにより、手入不足の森林が拡がってきています。愛媛県内の森林の間伐を促進するため、間伐材の用途開発が求められていますが、間伐材を利用した商品の開発においては、中小規模の事業者が単独で、消費者のニーズの把握や販路の開拓まで行うことは容易ではありません。生産から消費までをつなぐ仲介者（コーディネーター）の存在が求められています。

【内容】

そこで森林組合連合会がコーディネート役となり、「森のチカラプロジェクト」を立ち上げ、愛媛県内に埋もれている森林資源を発掘し、新しい商品やサービスを生み出すための取り組みを開始しています。

平成22年度山村再生プランの選定を受け、企業・事業者の発掘・連携に向けた調査、間伐材を利用した試作品（割り箸、間伐材用紙の名刺、木製家具）の製作と販売、情報発信、ユーザーの評価などを実施しています。



イベントへの出展

間伐材割り箸の商品サンプル

<主な関係者>

・愛媛県・LINK・Shipss・(株)はるか
・(株)モーリ・その他愛媛県内企業

取り組みのポイント

森林組合連合会による森林ビジネスのコーディネート

●ターゲットの明確化と品揃えの強化による付加価値の創出

環境意識の高い県内企業、地産地消に関心をもつ都市部（松山市内）のホテル・飲食店、都市部からの観光客など、商品の販売先のターゲットや商品の利用場面を明確に設定しています。このようにターゲットや利用場面を明確に設定し、その検証を行うことはビジネスを行う上で重要です。また、品数をそろえることで、商品の組み合わせによって付加価値の向上が期待できる点も評価されます。

●森林組合連合会による森林ビジネスのコーディネートへの期待

愛媛県森林組合連合会では商品の製作や販売にあたり、環境ビジネスネットワーク（愛媛環境ビジネス研究会など）や地元観光地（松山道後温泉）との連携を進めています。森林組合連合会がコーディネーター役となり、林産物販売を推進しようとする先駆的事例として、他県連合会に成功事例を提示することによる波及効果も期待されます。

今後に向けて

●まず自分達で使うこと（率先利用）

まずは森林組合連合会自身が商品を使用することにより、取り組みの意欲を組織内外に明示することができます。また、商品に対する評価を得て、それを参考に商品の改善を施すことも可能となります。

●生産者と消費者のニーズを調査し、オリジナル商品の開発を企画すること

生産された商品を選別し、品揃えを増やすことで、顧客開拓を進めることも大事ですが、一方で消費者の実態やニーズを調べ、それを生産者に伝え、商品開発を提案することもコーディネーターの重要な役割です。生産サイドと消費サイドの相互理解を深め、消費者の声を活かした「森のチカラ」オリジナル商品の開発に期待します。重要なことは、調査力・企画力・提案力です。

（白井 信雄）

泣く子は育つ ～ 感動と涙の山村再生の勧め

山村再生プロジェクトとある地域を訪問した際の出会いです。彼女は30代の明るい地元女性で高齢化の著しい地域をなんとか元気にしたいと仲間たちと頑張っているリーダーの一人です。ちょうど地域活性化イベントを開催するというので訪問させていただきました。イベントが終わってから彼女に現場を案内してもらったのですが、その移動の車の中で、彼女は今回のイベント準備に際して、自分自身と自分の両親が地域のたくさんの人たちに支えられてきたことを改めて知り何度も泣いた、と話してくれました。一方、イベントの準備で思うように協力者が動いてくれずに何度も泣いたとも話してくれました。

私は、そのような話をしながら思わず発した言葉が「泣く子は育つ」でした。

最近つくづく思うことは、心から感動することが極めて少なくなったということです。つまり、泣くほど感動する経験が少なくなったということです。なぜでしょうか。一つは豊かさの中では、ほとんどの経験は「あたりまえのこと」になっているのかもしれません。もう一つは、「あたりまえ」の社会の中で私たち一人ひとりの「心の感動センサー」の感度が鈍っているのかもしれません。

このアイデア集の【2章 取り組み事例紹介】の中でも紹介している鹿児島県鹿屋市のやねだんのリーダー豊重哲郎さんの講演会を何回か聞かせていただいたことがあります。豊重さんはいつもステージの上でご自身が取り組んできた活動の一つ一つ思い起こしながら語り、そしてご自身で感涙に浸りながらお話ししてくださいます。その時、「この人なに勝手に泣いているのだろう」とクールに見ている方もいるかもしれませんが、私はついついもらい泣きしてしまいます。豊重さんのモットーの一つは「感動の地域づくり」です。

山村再生の取り組みは、多くの人たちの協力なくして実現することはできません。そして、多くの人たちの協力を得るために必要な力は、「共感」だと思います。多くの人の「共感」を得るためには、私たち一人ひとりの「心の感動センサー」の感度を高めておき、私たち自身が感動・涙し、それを周りの仲間と共有することが大切なのではないでしょうか。

最初にご紹介した「泣き虫の彼女」は、きっと地域を活性化するよきリーダーとして育つと信じています。

「泣く子は育つ」。皆さんも感動と涙の山村再生で山を潤しませんか。

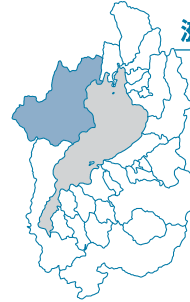
（平田 賢典）

2-4-1 「駆除するだけではもったいない！」 シカ肉の流通促進事業

朽木猟友会鹿肉加工所管理組合

組織概要

- 設立年／平成20年
- 人数／10名
- 活動地域／滋賀県高島市
- 連絡先／TEL 0740-38-8078
FAX 0740-38-8037



滋賀県 高島市

活動地域の基礎データ

- 人口：52,491人
- 世帯数：18,126世帯
- 高齢化率：25.1%
- 森林面積：38,533ha
- 森林率：75.4%
- 第一次産業就業者比率：7.7%

1 取り組みの概要

【背景】

全国各地においてシカによる農林業被害が深刻化していますが、滋賀県高島市でも同様に、シカの個体数増加に伴う農林業被害が年々悪化の一途をたどっています。また、高島市全体では年間1,000頭程度のシカが捕獲され、その多くが廃棄処分されていますが、その行政コストも看過できない状態です。一方で、高島市の中でも山間部に位置する朽木地域では、今でもシカ肉を食べる猟師料理の文化が残っており、また、昨今の健康志向ブームによって脂身が少なくヘルシーなジビエ(シカ肉)に注目が集まっています。そのような背景から、地域資源の保全と未利用地域資源の活用という二つの側面に注目した地元猟友会のメンバーが中心となって、「駆除するだけではもったいない!」をモットーに駆除したシカ肉の商品化に取り組んでいます。



シカの狩猟の様子

【内容】

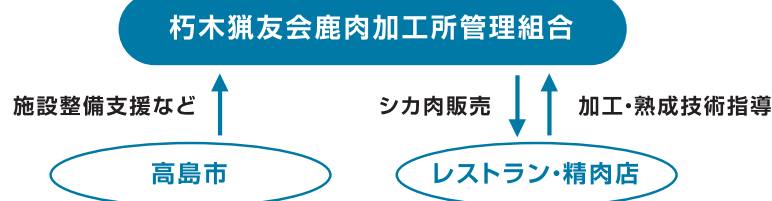
平成20年度山村再生プランの選定を受け、高島市内の関係者や都市部のレストランなどと連携して、シカ肉の加工・流通に取り組んでいます。高島市の助成と地元の漁協からの施設貸与を得て、シカ肉の加工施設を設置。また、都市部の精肉店やレストランの協力を得て、牛肉の熟成技術をベースにシカ肉の熟成技術を新たに開発。食味がよく付加価値が高いシカ肉の開発につながりました。また、流通・小売業者を直接訪問してのニーズ調査に基づいて商品ラインナップを形成するなど、着実にシカ肉の流通体制を整えてきています。

捕獲後の処理や熟成にこだわったシカ肉を「朽木ゴールドもみじ」として商品化。地域内外でのシカ肉の販路開拓にも積極的に取り組んでいるほか、利用者のニーズに合わせて熟成過程の調整を行うなどの工夫も行っています。



精肉店での加工研修の様子

【体制】



【成果】

本事業は、駆除したシカの命を無駄にしたいという猟師たちの思いから始まりました。シカ肉(「朽木ゴールドもみじ」)の販路開拓に向けて、加工技術の向上や実需者との交流を継続することで、都市部のイタリアンやフレンチのレストランへの販路を確立しました。また、都市部で支持を得た食材として、地元でもキャンプ場や宿泊施設などへの流通ルートが充実しつつあります。品質の維持にこだわることにより、現在では安定した需要を得ています。猟友会に積極的に参画するメンバーも増加しつつあるなどの効果もでてきています。



熟成中のシカ肉



シカ肉料理の例

2 取り組みのポイント

ポイント1 狩猟方法と食肉加工へのこだわり

肉質にこだわり、狩猟の際は「首から上を撃つ」ことを徹底しています。また、衛生的でかつ食味が良いシカ肉加工を行うため、地元の保健所関係者、ジビエを扱っているレストランのシェフ、熟成技術に精通した精肉店関係者など外部の人材からアドバイスを積極的に得ています。多様な人材の知見やネットワークを活用することで、先行事例が少ない中でシカ肉の熟成技術を独自に確立していくなど、加工技術の向上に取り組んできました。

ポイント2 生産者自らが実需者や消費者のニーズを調査・分析

シカ肉の販路開拓にあたっては、シカ肉の実需者であるレストランや飲食店、肉の流通・小売業者がどのような肉を求めているかを的確に把握する必要があります。これらの実需者の元に生産者(猟師)自らが出向き、コミュニケーションを密にとることで、最新の市場動向、個々の販売先ごとの個別のニーズ、その先にいる消費者のニーズを把握すると共に、関係構築を深めています。

今後に向けて

● お得意様のネットワークの活用

大衆消費であるマスマーケットではなく、地元食材や食材の質にこだわるニッチ市場を対象とする場合には、販売先がもつ人的ネットワークをうまく活用することがキーポイントです。レストランのシェフは、常に新しい食材、新しい産地を求めて、他店のシェフとの間で情報交換をしています。また、流通・卸売業者も、レストランのシェフとのネットワークを形成しています。彼らシェフや流通・卸売業者など、「お得意様」とのコミュニケーションを図りながら、流通ネットワークの輪を広げていくことがさらなる販路開拓につながります。

● 多面的・総合的な商品力の強化

地域の特産品を流通にのせていくためには、「味が良い」「品質が良い」ことだけではなく多面的に商品力を高める必要があります。朽木猟友会のシカ肉の例では、熟成による肉質の良さはもちろん、販売先ごとのニーズに応じて枝肉でもブロックでも出荷できること、衛生面の取り組みが充実していることなども商品力の強化につながっています。今後は、シカ肉と森林保全の関連などの背景情報の発信強化や、FAX注文票などの受発注支援ツールの充実などで、総合的な商品力を一層高めていくことが期待されます。

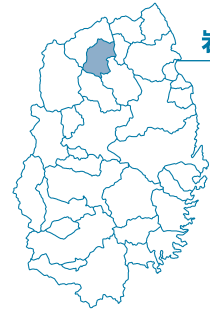
(中尾 友一)

2-4-2 どん栗村から山里暮らしの魅力発信

どん栗村運営協議会

組織概要

- 設立年/平成12年
- 人数/会員 25名 サポートボランティア 8名
- 活動地域/岩手県一戸町
- 連絡先/TEL 019-626-4324 FAX 019-626-4324
E-mail miraclekeme@hotmail.com



岩手県 一戸町

活動地域の基礎データ

- 人口：14,189人
- 世帯数：5,088世帯
- 高齢化率：32.0%
- 森林面積：21,794ha
- 森林率：72.6%
- 第一次産業就業者比率：25.2%

1 取り組みの概要

【背景】

近年、山村においては過疎化の進行にともなって、地域文化の維持・継承が難しくなっています。平成12年に設立されたどん栗村運営協議会では、昔ながらの生活文化(住まい、食事、自然とのつきあい方など)を後世に伝え、併せて県内外から訪れる利用者との新たな交流を目指し、様々な山村体験プログラムを実施しています。

山村体験プログラムの様子
(しいたけホダ木の天地返し)

【内容】

どん栗村運営協議会では、岩手県北広域振興局二戸地域振興センターや一戸町などの行政機関などとも連携しながら、地域住民が一体となって村づくりを実施しています。新幹線や高速道路からもアクセスしやすい利点を活かしつつ、山の下草刈りや炭焼き、機織りなどの体験プログラムを提供しているほか、平成21年度山村再生プランの選定を受けて、①どん栗の商品化(すだみ=どんぐりを使ったお菓子)、②山里暮らし体験学習プログラムの開発(山里の環境を生かした体験づくり)、③茅葺き屋根を守る仕組みづくり(茅刈り、茅葺き職人の養成)にも取り組んでいます。



どん栗まんじゅう



どん栗ようかん

【体制】



【成果】

協議会設立以前からの取り組みの蓄積もあり、近年では龍谷大学社会学部の学生や地域の小学生など、県内外、町内外などから多くの参加者を得ています。また、どんぐりの商品化については、どんぐりの原料特性を調査・分析したうえで、菓子製造に使用する器具機材などの調達及び原料の安定確保のための森づくりについて計画を策定するとともに、盛岡市内のショッピングセンターにおいて、試作したどんぐりのお菓子の試食を実施しています。また、山里暮らし体験学習プログラムの開発については、これまでに地元小・中学校によるモニタープログラムを実施したほか、森林インストラクターなどの協力を得て体験プログラムの開発に着手。そして、茅葺き屋根を守る仕組みづくりについては、茅の収穫作業や実地講習の開催を予定しています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 山村の食文化に裏うちされた創造的な取り組み

山村の伝統的な食材であるどんぐりを用いた「すだみもち」の再生を通じて、山村の伝統を活かした新しい特産品開発、食文化の創造を行っている点は、山村の食文化に裏うちされた創造的な取り組みであるといえます。

ポイント2 里山文化の体系的な再生

昨今、どんぐりなどのエサが減少したことによって、熊などが人里に出没するといった問題が社会化しています。元来、日本人が活用し、維持してきた里山の雑木林の利活用は喫緊の課題といえるでしょう。どん栗村運営協議会の取り組みでは、これまで里山で伝統的に行われてきた山の恵みとの向き合い方を体系的に整理・再生し、それを山村文化・里山文化の再生につなげようとしている点が評価できます。

今後に向けて

● 山里の魅力の発信と情報発信力の強化

山里の文化はスローライフで、様々な魅力にあふれていますが、それらをどのようにして発信するかが重要です。たとえば、「すだみもち」の製造工程を動画情報として来訪者に見せたり、「すだみもち」にまつわる「暮らしの文化」を地元の方々が語り部となって伝えることで、「山里の幻のどんぐりもち」であることをアピールし、希少価値を高めることが可能となります。また、地域外からの参加者を増やすためには、新幹線や高速道路からのアクセスに恵まれている環境を活かし、ウェブサイトの開設や山里の魅力を映像で伝えるなどの手法を取り入れることが有効といえるでしょう。

● 教育機関や身近な協力連携者の発掘

山里の文化は、環境や生物多様性、森林教育など様々な教材の宝庫です。どん栗村運営協議会の取り組みでは、既に地元の小中学校との連携が試みられていますが、通常の教育カリキュラムの一環に留まらず、教科外活動や地域の子供会などとの連携を進めることで、地域が一体となった取り組みに昇華することが期待されます。また、周辺都市部との連携や、逆に見落とされがちな身近なパートナーの発掘も重要と考えられます。

(尾木 浩典)

2-4-3

里山の緑をチーズにする 山羊放牧プロジェクト

取り組みの概要

山羊による里山管理とチーズづくり

【背景】

従来、山羊飼育は大規模化が困難で採算ベースに乗り難いとされてきました。山羊の飼育頭数は昭和30年代から減少しています。また、かつての飼育も一般農家や林業家が少数ずつ自家用に近い形で飼われていたに過ぎません。

その一方で、わが国にも輸入山羊乳チーズを好んで購入する客層が存在しており、山羊乳チーズには潜在的市場が確実に存在しています。また、山羊の飼育は、従来利用されてこなかった里山を有効に利用する可能性も秘めています。

房総山羊会では、山羊を活用した里山管理、経済基盤の確立を目指し、乳用山羊の放牧、乳製品の製造・販売の取り組みを進めています。



飼養拠点の整備の様子

【内容】

現在、2種類・10頭規模の乳用山羊を飼育。平成22年度山村再生プラン選定を受け、山羊の放牧や山羊チーズの

房総山羊会

■活動地域／千葉県睦沢町、いすみ市
■連絡先／TEL 0470-80-2707
E-mail teslin99@nifty.com

ニーズに関する調査、製造・販売計画の策定、山羊の飼養拠点の整備、乳製品製造施設の設置、山羊チーズの生産・販売の試行、製造・販売の各工程の評価などを実施しています。

山羊の本来的な行動・性質を優先しつつ、欧米の情報からも飼養・繁殖などの知識を入手し、その取得・ノウハウの蓄積に努めています。これは環境への負荷が低く、かつ、持続可能で高付加価値型の産業を構築しようとする試みです。

房総山羊会を中心に専業従事者を含む協力者・事業担当の役割分担も無理なく行われており、市場において質の高いニッチを志向し、そこに至るチャネルでの告知・販売・調査の試行が行われています。



山羊とのふれあい



<主な関係者>

・夷隅農林振興センター

取り組みのポイント

多様な主体の参画と競争力のある商品開発

●様々な主体との関係作りを重視

山羊飼育に関する正確な情報が国内では皆無に近い中、欧米の情報を直接取得すると共に、地域関係者とも連携して拠点整備や飼育の取り組みを進めています。これは乳用山羊飼育のわが国における標準型をつくらうとする試みといえるでしょう。

●競争力のある商品開発と的確な目標設定

チーズの生産も最新の情報と技術を取り入れつつ、高品質の商品生産を志向しており、競争力のある商品に仕上がりがつつあります。また、市場を確保した後の最大の課題は原料たる山羊乳の安定生産とその基盤にある飼養技術の標準化ですが、現在の事業目的もそこに重点を置いており、正確に優先順位を捉えているといえます。

今後に向けて

●消費者に向けた情報提供を

山羊を飼育するという試みの社会的意義を広く訴求することが、間接的に山羊の飼養に対する理解と、商品への関心を醸成するための有効な方法と思われます。アニマル・セラピーや情操教育への応用など、より広範な相互交流の実施により好循環がうまれることが期待されます。

(内野 雅之)

新しい情報ツールの活用

「未来が掌にある」とは、既にどこかで携帯電話会社のCMに使われたフレーズかもしれませんが、むしろ実態はこの言葉を上回っているのではないのでしょうか。四半世紀も前に当時売れっ子の未来学者(!)ハーマン・カーンが、パソコンを電話回線につないで自分の研究所の大型コンピューターから統計データを取りだし、大いに自慢していたのを思い出しますが、今では小学生でもそれ以上のことができる時代になっています。

あらゆる情報行為が手軽に行える環境が整っている現代ですが、わたしたちの情報意識は果たして変化の速度に比例して進化しているのだろうか?という疑問を感じる場合があります。ブログやtwitterを駆使したマーケティングの手法が盛んに語られている一方で、それをどこか他人事のように構えている人があまりにも多くないでしょうか。大学のゼミで実感するのですが、現役の学生といえどもネットの使い方に習熟している人数は実の処、そんなに多くはないように思われます。授業中やゼミの場で知らない用語や概念に接した時、手元の端末ですぐに調べようとする学生は思ったより少ないのです。携帯、スマートフォン、パッド型PCのどれでも構いませんが、知らない情報をすぐに獲得できて、しかも自分の理解と他人の理解の差を即座に確認できるのがネット社会の最大のメリットといえます。大切なのは、むしろそこに取り組む意識の変化なのです。

昔から、人間はより多くのレファレンス(比較対照の基準)に接し、自分の考えを磨くことで知的トレーニングを行ってきました。かつては情報の所在を突き止めるのが大変な作業でしたが、今は余分な労力をかけることなく多くのレファレンスを参照できる夢のような時代です(しかも時間・空間を問わず)。自分の関心ワードをどんな小さいことでも良いので、検索窓に打ち込んでみましょう。膨大な情報が溢れ出すのは覚悟の上ですが、必ず刺激のあるサイトが引っかかってくる筈で、誤解を恐れずにいえばその刺激を受け止めた者が新しい発想を得て次の時代をリードすることになるでしょう。

もう一つ誤解を恐れずにいえば、情報は数多く発信しなければ役に立ちません。刺激を受けて芽生えた価値観を、恐れずに発信してみましょう。質よりも量。キーボードが打てなければ、誰かに動画を撮ってもらえばいいのです。パソコンがなければ、携帯電話で十分です。ネタがなければ、日々の生活や作業の報告で構いません。自分たちにとってはどうでもいい内容でも、ネットの上には必ずその内容に価値を見出す人間がいる筈です。重要なのは、続けることです。そうすればブログやtwitter、フェイスブックなどの各種SNSは、実は単なる情報発信の手段ではなく、むしろ新しい価値観や情報、人とのつながりやビジネスのきっかけを取り入れるチャンスだということがわかるでしょう。

(内野 雅之)

2-5-1 地産地消の家づくりのための 木材流通体制の構築

一般社団法人 安曇川流域・森と家づくりの会

組織概要

- 設立年/平成16年(平成22年法人化)
- 人数/13名
- 活動地域/滋賀県大津市、高島市
- 連絡先/TEL 077-574-3225 FAX 077-573-7900
E-mail info@mori-ie.com
WEB http://www.mori-ie.com/



滋賀県 大津市、高島市

活動地域の基礎データ

- 人口: 390,120人
- 世帯数: 148,412世帯
- 高齢化率: 18.6%
- 森林面積: 63,901ha
- 森林率: 72.2%
- 第一次産業就業者比率: 2.6%

1 取り組みの概要

【背景】

わが国では、成熟し収穫期を迎えた森林が増えてきており、地域の林業には「利用しつつ、循環していく林業」への転換が求められています。しかしながら、地域の林業関連インフラの脆弱性や森林所有者の高齢化、地域の過疎化などの影響を受けて、なかなか転換できていないのが実状です。その打開策の一つとしてあげられるのが、住宅における地域産木材の利用促進です。

「地元の木を使って家づくりをしたい」という一人の施主の想いに共感した滋賀県湖西地域の安曇川流域の林業家、製材所、設計士、工務店が集い、平成16年9月、「安曇川流域・森と家づくりの会」が結成されました。豊かな生活空間の実現、自然環境の保全、持続可能な産業振興による地域の活性化をめざし、家づくりに関連する川上から川下までの多様な主体の連携のもと、安曇川流域の豊かな森づくりと、森とつながる木の家づくりを進めています。

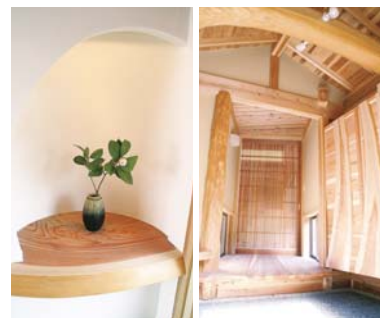


モデルハウス「もりいえ」

【内容】

林業から住宅産業にかかわる技術者・職人の「仕事」にスポットライトをあて、森づくり・家づくりの過程を知ることができるワークショップを継続的に開催。体験型のプログラムにより、地域の森と人とのつながり、地域産木材を使った快適な住空間の創造について普及啓発活動を続けています。

地域産木材を使った家づくりのコーディネート実績を重ねていく中で、平成21年度には山村再生プランの選定を受け、それまでは個別対応であった木材流通の仕組み化に着手しました。木材生産から住宅の施工までを一つの工程と見立て、特に木材費のコスト構造を分析。家の部材ごとの需要量の把握、中期的な流通計画・活動計画を検討しました。また、将来的に会が地域産木材のストックを確保して需給調節機能をもつことを目指して、運営基盤の強化のために法人化を実現しました。また、会メンバーの林業家、大工、建築士などの連携により、間伐材や曲がり材を無駄なく使う家づくりの研究が進められています。

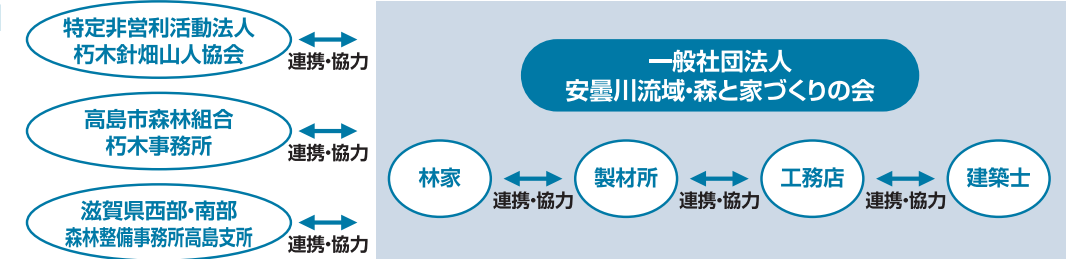


曲がり材の活用事例
(左:カウンター材、右:梁材)

平成22年には会のモデルハウス「もりいえ」を大津市内にオープンし、セミナーやワークショップを充実。また戸建て住宅だけでなくマンションなどの内装リフォームへの対応強化も進めるなど、住まい手との関係づくりの強化も進めています。

平成22年には会のモデルハウス「もりいえ」を大津市内にオープンし、セミナーやワークショップを充実。また戸建て住宅だけでなくマンションなどの内装リフォームへの対応強化も進めるなど、住まい手との関係づくりの強化も進めています。

【体制】



【成果】

平成22年5月にオープンしたモデルハウス「もりいえ」では、住まいづくりセミナーなどを開催し、平成23年2月までの約10ヶ月間で来場者数1,000名を突破しました。このような取り組みによりファンを増やし、家づくりの受注につながる例も増えてきています。大黒柱の伐採に施主が立ち会うなど、生産者の顔が見える関係を活かし、「建てるだけでなく過程を楽しむ」家づくりの実践がなされています。地域産木材の流通の面では、よく使われる木材から会がストックを確保しはじめ、地域産木材の生産—加工—流通—住まい手への木の家の提供を一貫して実現する体制が構築されつつあります。

なお、このような取り組みが評価され、財団法人日本住宅・木材技術センター「2010年版 顔の見える木材の家づくりグループ50選」にも選ばれました。



会メンバーが講師を務める住まいづくりセミナー

2 取り組みのポイント

ポイント1 取り組みの方針・戦略の明確化と会メンバー間での共有

会の主な活動地域である滋賀県湖西地域は、京都・大阪への通勤圏として転入者が多い地域です。都市圏からのアクセスのよさ、戸建て・リフォームを依頼する住まい手の顧客像、地域の林業の量的な生産力、会メンバーの技術力などを総合的に捉え、小規模でも高品質を確保し、本物の木の家を「建てる体験」とともに提供することで、確実にニーズを掴んでいます。このような取り組み方針が会に参画するメンバー全員に共有されることで、戦略性ある取り組みとなっています。

ポイント2 木を無駄なく使うことで森林所有者の意欲を喚起

滋賀県湖西地域は、山間部は積雪も多く、根曲がりしたスギの用途が少ないことが悩みの一つでした。しかし、会メンバーの林業家、建築士、大工の連携により、構造材では丈夫な梁材として、内装材では作りつけのカウンター材などに使われるようになりました。これまでは価値が認められなかった「曲がり材」が無駄なく使われている住宅を見て、地域の森林所有者は喜びを感じ、林業への希望や森林整備への意欲を新たにしています。

今後に向けて

● 地域産木材の生産体制の強化

滋賀県の平野部は全国でも数少ない人口増加地域であり、今後、地域産木材への需要の伸びが期待されます。その一方、滋賀県内でも山村地域は、他の地域同様、過疎化・高齢化が進展しており、地域の林業の担い手についても後継者の育成が大きな課題です。今後、この事業を展開していくうえでは、地域産木材の生産体制を強化していくことが重要です。林業から住宅産業までの垂直統合による効果を山村にも着実に還元し、若い世代が林業を担える状況をつくっていくことで、この地域の林業と山村社会を活性化していくことが望まれます。

● 小規模でも「木材をストックする」場と仕組みの確立

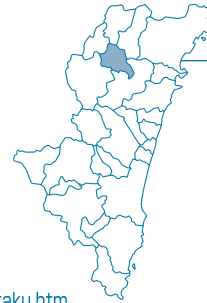
地域産木材の流通は、その規模が小さいほど、需要と供給を量的・時間的にマッチングすることが難しくなります。その一方で、必要な木材量の確保や納期の遵守など流通の安定化を図っていくことも重要です。そのため、一定量の木材をストックすることで、量的・時間的な需給のマッチングを行えるよう、木材ストックの場の確保と仕組みの確立が求められます。ただし、小さな事業者にとって、過大な施設負担は経営の柔軟性の点では制約にもなるため、規模については十分検討する必要があります。
(中尾 友一、小川 繁幸)

2-5-2 木材の生産・消費の関係づくり ～諸塚式産直住宅からエコツアー、カーボン・オフセットへ

諸塚村森林認証研究会

組織概要

- 設立年/平成15年
- 人数/19名
- 活動地域/宮崎県東臼杵郡諸塚村
- 連絡先/TEL 0982-65-0178 FAX 0982-65-0178
E-mail t.yabusa@morotsuka.jp
WEB <http://www.vill.morotsuka.miyazaki.jp/10jyutaku/10jyutaku.htm>



宮崎県東臼杵郡 諸塚村

活動地域の基礎データ

- 人口: 1,882人
- 世帯数: 719世帯
- 高齢化率: 35.3%
- 森林面積: 17,785ha
- 森林率: 94.8%
- 第一次産業就業者比率: 37.5%

1 取り組みの概要

【背景】

諸塚村は九州の屋根といわれる九州山脈の中に位置し、諸塚山を中心とする標高1,000m級の山岳に囲まれた人口約1,900人の山村です。村の95%を山林が占めており、林業をはじめとして、椎茸、茶、畜産などの複合経営により、生計を築いてきました。

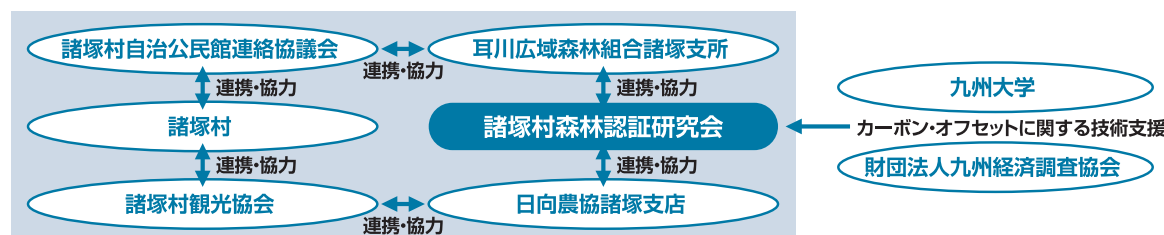
諸塚村では、木材の生産者と住まい手がお互いに顔の見える関係をつくることを重視した諸塚式産直住宅を開始しています。顔の見える関係をつくることで、木材の生産者は家をつくる現場の声を聞き、ニーズに見合う木材を的確に供給することができます。また、住まい手は、木材の流通や林業の様子を知ること、安心と満足を得ることができます。

諸塚村森林認証研究会をはじめとした地域関係者は、産直住宅事業における都市住民との交流をきっかけにして、都市住民のニーズに応え、山村資源を体験してもらうエコツアーを開始し、今日まで継続しています。さらに、産直住宅においては、木材の循環における二酸化炭素収支を見える化する「カーボン・オフセットの家づくり」を新たに開始しています。

【内容】

諸塚式産直住宅は、諸塚村と耳川広域森林組合諸塚木材加工センター、森林作業の第三セクター・ウッドピア諸塚の共同プロジェクトとして、平成8年度からスタートしました。全国各地に産直住宅が展開されていますが、諸塚式の特徴は、単なる木材流通に留まらずに、都市との交流を通じて、山村文化の見直しとそれに誇りを持つ住民の成長を促している点にあります。なお、諸塚村は諸塚式産直住宅の普及促進にむけて、産直住宅のほか、木材産地ツアーやエコツアーの実施、FSC森林認証の取得、カーボン・オフセットの活用などにも一体的に取り組んでいます。平成21年度山村再生プランにも選定され、カーボン・オフセットの活用の取り組みを進めています。

【体制】



諸塚村のモザイク林



こだわりの産直住宅



木材産地ツアー

【成果】

産直住宅の建築数は、九州地方の都市部を中心に平成9年度から平成21年度までの累積で225件になっています。木材産地ツアーの実施回数は60回、エコツアーは100回を超えました。こうした数字以上に、諸塚村の取り組みは多くの都市住民に知られるところとなり、諸塚ファンを着実に増やしています。また、木材関連産業はもとより、地域住民は都市住民との関係づくりを喜び、やりがいを感じています。こうした数字になりにくい効果こそ、計り知れなく大きいものです。

2 取り組みのポイント

ポイント1 都市との関係づくりへのこだわりと事業の波及性

諸塚村の産直住宅事業及び一連の関連事業は、森林や地域での体験と二酸化炭素排出量等の客観的なデータを提供することで、都市住民との信頼関係を高め、いくことを重視しています。また、大規模流通路線との差別化を徹底した戦略を実践しています。加えて、木材産地ツアーからエコツアーが立ち上がった、FSC認証取得の次にカーボン・オフセットの家づくりを立ち上げたりと、プロジェクトに継続と波及性がみられます。同じプロジェクトを10年以上も継続しつつ、さらに波及的に新たなプロジェクトを生み出し、またその過程で事業にかかわる主体の広がりも見られます。

さらに、諸塚村企画課長 兼 諸塚村産直住宅推進室事務局長の矢房孝広氏は、「住む人主役の家づくり」「参加型の家づくり」「長寿の家」「木の家づくり」「自然派住宅」「環境共生住宅」「ローテクの家づくり」「葉付自然乾燥の家」「適正なコスト」「ガラス張りのコスト」「バリアフリー住宅」をキーワードに掲げ、一連の事業は、「木材を売らんかなという仕掛けではない。都市の建て主にも、村の住民にも、みんなに幸せになってもらう家作りを目指すものだ」と言います。こだわりのある大きな理想があるからこそ、一連のプロジェクトの継続と波及があるといえます。

ポイント2 時代をつかむアンテナ

諸塚村の取り組みでは、時代に流れをつかみ、常に新たな取組みにチャレンジしてきています。FSCの認証取得しかり、平成21年度より本格検討を開始している「カーボン・オフセットの家づくり」しかりです。

今後に向けて

● 住宅のライフサイクル全体への関与、ライフスタイルの変革の提案

平成21年度に検討された「カーボン・オフセットの家づくり」における二酸化炭素収支は、家を建てるまでをバウンダリー(計測範囲)としていますが、住宅ではそこに住んでいる間に出す二酸化炭素排出量が大いでしょうし、家を壊すときの排出量もあります。建築主との関係性の継続を行うとしたら、家の住まい手における二酸化炭素排出量もフォローしてデータを取り続け、住宅のライフサイクル全体の二酸化炭素収支への把握に踏み出してもらいたいと思います。

これにより、諸塚の住宅を購入してもらえば終わりではなく、住宅への住まい手、また購入後の諸塚村への継続的なかわり方を提案し、建築主のライフスタイルの生涯サポート事業を展開する可能性も開けてきます。例えば、諸塚産品を継続的に購入してもらったり、新たな建築主の開拓にサポーターとして協力してもらったり、また建築主同士の交流会を行ったり、家の住まい手(エコライフ)をテーマにしたセミナーを開催したりすることで、諸塚村に縁を持った人々との絆がさらに深まり、広がりを見せることになるでしょう。

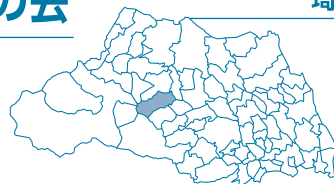
山村から、産直住宅の購入を通じて、都市を変えていく、そして都市が変わることで山村が豊かになるという大きな社会変革事業が求められます。その先導者に諸塚村がなってくれると期待しています。(白井 信雄)

2-5-3 ときがわの天然乾燥木材による シンプル族向け木の家を推進

特定非営利活動法人 木の家だいすきの会

組織概要

- 設立年/平成14年
- 人数/93名
- 活動地域/埼玉県ときがわ町
- 連絡先/TEL 04-2926-6045 FAX 04-2926-5743
E-mail office@kinoie.org
WEB http://www.kinoie.org/



埼玉県 ときがわ町

活動地域の基礎データ

- 人口: 12,421人
- 世帯数: 4,280世帯
- 高齢化率: 21.2%
- 森林面積: 3,922ha
- 森林率: 70.3%
- 第一次産業就業者比率: 4.8%

1 取り組みの概要

【背景】

これまで日本の森林は、人の手が入ることで維持されてきました。しかし、様々な要因により国産材が十分に使われなくなったために、手入れが行き届かず、放置された森林が増えています。また、近年シックハウス症候群や欠陥住宅の問題がテレビや新聞などで大きく報道され、住まいに関する市民の関心は高まっています。

特定非営利活動法人木の家だいすきの会はこの点に着目し、地域の天然乾燥材にこだわった木造住宅の普及・促進に取り組んでいます。



住宅見学会の様子

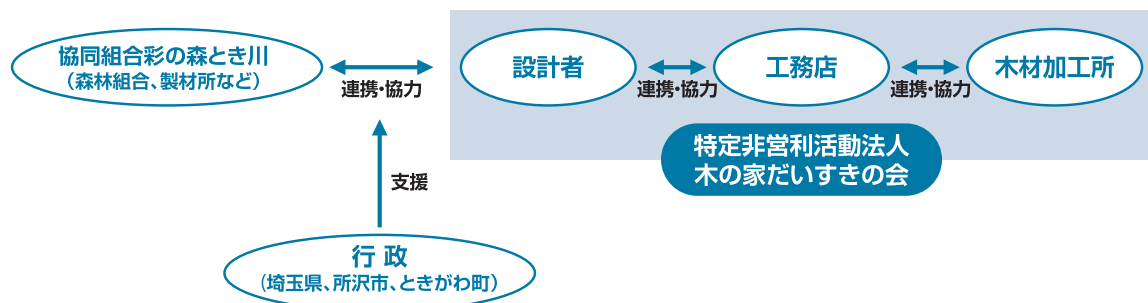
【内容】

「森に緑を、住まいに木を」を理念とし、ときがわの天然乾燥木材の販路を開拓すべく、各種取り組みを進めています。平成22年度山村再生プランにも選定。シンプル族【①自然・エコ志向が強く、②無駄なものにはお金をつかわない、③初めて持家を取得する一次需要層(団塊ジュニアより若く、子供が成長期の世代)】をターゲットに、住宅供給システムの構築(長寿命の住宅モデル、木材の一括供給、改修及び定期メンテナンスマニュアル、住宅履歴情報サービス及び広報ツールのパッケージ化)を進めています。また、山村地域の生活が成り立つことで森が守られるという考えから、林業を軸にして、都市との交流事業にも取り組んでいます。



伐採見学会の様子

【体制】



【成果】

シニア世代向けモデル住宅「武蔵野の現代民家」(平成21年度)と子育て世代向けモデル住宅「シンプル族の進化する家」(平成22年度)を開発するとともに、これまでに一般会員向けの木の家47棟を竣工及び建築中です。また、森と都市の交流にむけて、天然乾燥木材の乾燥・展示施設を埼玉県ときがわ町、埼玉県飯能市で開設を支援するとともに、森林ツアーや森林保全活動、住宅見学会も開催しています。



特定非営利活動法人所沢学童クラブの会との連携による森林保全活動

2 取り組みのポイント

ポイント1 木の家づくりを通じて山村と都市との交流を促進

地域の木を生かした家づくりを展開することや森林ツアー、各種セミナーの開催を通じて、山村と都市との連携が図られ、双方の交流が促進されることによって山村が活性化することが期待されます。特に地域の木がより良く活かされることにより、地域の基幹産業である林業を活性化し、地域社会が活力を取り戻すことをこの取り組みの重要な目的としています。

ポイント2 木の本来の良さが活かされた天然乾燥材を活用

この取り組みでは、性能や品質が安定した木材に対するニーズにこたえつつ、木にもともと備わっている個性や特質を活かすため、天然乾燥材の利用を進めており、木の良さが再認識される機会を広げる効果が期待されます。

ポイント3 ニーズを踏まえた商品開発の実施

「木の良さ」や「木の家の良さ」を単にアピールするのではなく、シンプル志向の強い消費者向けの住宅や子育て世代向けの住宅、シニア世代向けの住宅など、ターゲット層を明確にするとともにそれらのニーズを踏まえた商品開発に取り組むことで、需要の掘り起こしを図っています。

今後に向けて

● 地域に根差した木の家づくりの積極的なアピールが必要

大手ハウスメーカーやツーバイフォーメーカーが国産材の利用に意欲を見せ、地産地消をうたった営業活動に力を入れ始めています。そうした中で、地域に根差した木の家づくりの魅力を一般消費者に伝えるには、従来以上に情報発信やネットワーク構築に力を入れる必要があります。特にこの会の最大の特徴である「無垢の天然乾燥材」が暮らしにどのような潤いや心地良さをもたらすのかについて、積極的な広報活動が必要です。

● 同じ地区の取り組み同士の連携促進を

この取り組みの山村側の拠点となっているときがわ町や飯能市では、「近くの山の木を使う」や「山村暮らし」をキーワードとしたさまざまな取り組みが展開されています。都市側との交流を効果的に進めるには、そうした他の取り組みとの連携も積極的に進めて行くことが効果的です。例えば、これらの地域で行われるさまざまな交流行事を網羅的に掲載したポータルサイトの開設や、イベントカレンダーの作成配布などがなされれば、都市側の消費者にとって、参加の機会を広げることになります。

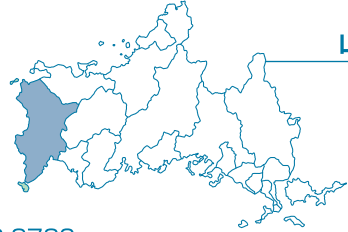
(赤堀 楠雄)

2-5-4 山の木材と町の古紙を生かす 環境共生住宅

株式会社 安成工務店

組織概要

- 設立年/昭和26年
- 人数/110名
- 活動地域/山口県下関市
- 連絡先/TEL 083-252-2419 FAX 083-252-2720
- E-mail yasunari@yasunari.co.jp
- WEB <http://www.yasunari-komuten.com/>



山口県 下関市

活動地域の基礎データ

- 人口: 280,987人
- 世帯数: 118,135世帯
- 高齢化率: 25.5%
- 森林面積: 47,033ha
- 森林率: 65.7%
- 第一次産業就業者比率: 5.8%

1 取り組みの概要

【背景】

かつて安成工務店は、地域のゼネコンとして官需を中心に事業を展開していましたが、昭和58年より、生き残りをかけ、一般建築の民間市場への参入を始め、平成元年からは環境共生をテーマとした住宅づくりの取り組みを進めてきました。

環境共生住宅への取り組みのきっかけは、平成元年にOMソーラーハウスのセミナーに参加し、東京芸大名誉教授の奥村昭雄氏に出会ったことです。太陽熱を有効に生かす設計手法を学び、住宅の温熱環境を試行する中で、セルロース・ファイバー断熱材の吹込み工法を標準採用し高断熱でかつ呼吸する家づくりを進めてきました。平成8年からはトライウッド(大分県上津江村(現、日田市))と組んで、林産地と連携した「呼吸する木の家」づくりを行っています。現在では、関連会社でセルロースファイバー断熱材「デコスドライ工法」を開発し、自社のみならず全国にむけて製造・販売を行っています。また、林産地連携のトライウッドでは、玉切りした丸太を1年間自然乾燥する「輪掛け乾燥」を開発し、新たな連携のビジネスモデルを作ろうとしています。



安成工務店設計の環境共生型住宅

【内容】

安成工務店は住宅事業において、様々なアイデアを組み合わせる総合力と実行力を活かし、新聞古紙を原料としたセルロース・ファイバーの使用・販売・自社製造を行っているほか、環境共生住宅として、パッシブソーラーとセルロース・ファイバー、国産材を使用する伝統的木造住宅の建設を実施しています。また、施主による提携先の山村体験、施工現場の見学なども行っており、これによって、山での感動や木材、木造住宅の良さを施主と共有しています。

なお、セルロース・ファイバーの原料は、地域の集団回収で集めた新聞紙を2割程度使っています。産直住宅により、山と町の循環を実現しているだけでなく、新聞古紙を使うことで町内の循環も形成しています。集団回収を行っているのは、特定非営利活動法人e小日本きくがわです。市町村合併にともない、資源分別の見直しがなされようとしていた時期に安成工務店と旧菊川町執行部が企画し、この新たなNPOが設立されたことで、合併前の細やかな分別習慣を継続することができ、菊川町民が行ってきた集団回収が存続し、回収した古紙の有効利用が継続されています。



セルロースファイバー断熱材工場

【体制】



【成果】

「地元の木で地元の家をつくる」活動は多いですが、安成工務店は年間130棟の産直住宅を建設しており、この規模は日本有数のものです。また、林産地と連携した「森林体験ツアー」やトライウッドの「輪掛け乾燥」などの取り組みが評価され、財団法人日本住宅・木材技術センター「2009年版 顔の見える木材の家づくりグループ30選」にも選ばれています。



森林体験ツアー



輪掛け乾燥

2 取り組みのポイント

ポイント1 時代の動きを捉えるアンテナとトライ

安成工務店の商品は、社長が常に時代の動きにアンテナをはり、俊敏にトライをしてきた結果です。様々な試行錯誤や失敗を経験しながらも、新規性のある事業を複数成功させ、整理された循環システムを作り上げてきました。

ポイント2 生産の見える化と消費者とのコミュニケーション

安成工務店では、自社グループでプレカット工場とセルロースファイバー断熱材工場を持っており、これらの工場では施主が木材や断熱材の製造現場を見ることができます。SGEC森林認証を取得しており、木材には生産者の顔や木材の品質情報が表示されているほか、木材の生産現場での体験もできます。こうした工程の開示が消費者に安心を与える付加価値となっています。

ポイント3 動脈と静脈の循環の組み合わせ

安成工務店の住宅事業が地域資源を活用していることはいうまでもありませんが、トライウッド(大分県上津江村(現、日田市))や地域内で集団回収を行うNPOといった供給側の関係を基盤に、林業体験などを通じて得た施主との関係を付加価値とすることで、安成工務店のビジネスが成り立っています。トライウッドでは「輪掛け乾燥」を大規模に実施しています。「輪掛け乾燥材」は伐採した杉材を皮付きのまま、山中の風通しがよく、日当たりの良い場所で井形に組み、1年間じっくりと天然乾燥させ、これをエコビルド(安成工務店のグループ会社)に持ち込みプレカット後にまた乾燥させています。プレカット工場では、積まれた木材の束に生産者の顔が表示されています。

一方、プレカットの残材(おがくず)については、現在は畜産業者が再利用製造された木質ペレットを下関市にある環境共生団地の地域集中冷暖房の燃料として利用しています。このような資源循環へのこだわりが安成工務店の環境共生型住宅の付加価値となっています。

今後に向けて

● 住宅産業から山村と都市の仲介産業へ

木材の調達をきっかけに、都市と山村との関係は多様に展開できます。例えば、カーボン・オフセットの仕組みの住宅購入者への提供などが考えられます。これを、住宅のアフターケアの一環として提供すれば、安成工務店は住宅のライフサイクル全体での二酸化炭素排出削減に貢献する企業として、アピールすることもできるでしょう。(白井 信雄)

地球温暖化問題は追い風ですか？

山村再生の研修では、山村マーケティングにおいてSWOT分析を実施することを推奨してきました。SとWは山村の内部環境である強み(Strengths)と弱み(Weaknesses)を調べることで、OとTは山村の外部環境である機会(Opportunities)と脅威(Threats)を調べることです。ここで、山村において活かすべき機会(捉えるべき追い風)としては、自然志向・健康の高まり、シルバー市場の拡大とともに、地球温暖化問題への対応が、全国どこであっても挙げられることでしょう。

確かに山村では、地球温暖化問題への対応を追い風にした取り組みが活発化しています。吸収源としての位置づけと環境目的での森林整備支援、バイオマス利用による化石燃料使用の代替・削減、カーボン・オフセット(J-VER)による資金調達などです。

しかし、こうした取り組みには危うさを感じます。切り捨て間伐、木質ペレットの廃、カーボン・オフセットによる地域還元の不足などをみるに、地球温暖化ブームと補助金に何となく乗った取り組みが多く、山村再生につながっているようには思えないのです。

ここで考えたいのは、森林・山村が地球温暖化防止に果たす本当の役割とは何かということです。都市で排出された二酸化炭素の吸収、相殺による後始末など、都市を補完することが山村の役割ではないと私は思うからです。

静岡県の浜松市で、山村と都市を結ぶというテーマで一般向けイベントを開催したときのことです。あるパネラーが、会場の質問用紙にあった「森林はなぜ地球温暖化につながるのですか」という質問への回答を求められました。その方は、「森林・山村は、時間的空間的に大きな循環の中に位置づけられるものであり、そうした大きな循環を取り戻すこと、そうした大きな循環の中にある小さな暮らしの場である山村を見直すこと、自然と直接対峙する、ゆったりとした暮らしを取り戻すことこそが大事である」と回答しました。

実は、その質問はイベント事務局である私がこっそりと仕込んだ意地悪質問でしたが、そのパネラーは見事に私の期待に応えてくれました。「森林は二酸化炭素を吸収する」とか、「バイオマスも燃やせば二酸化炭素を排出するが、光合成で固定された大気中の二酸化炭素を大気中に返すだけだからカーボンニュートラルです」とかなんとか、そんな回答ではその場の参加者には伝わらなかったでしょう。その場にとってわかりやすい表現で、もっと大きな意味での山村の重要性を表現してくれました。そのパネラーの機転の利いた答えに、心の中で拍手を送り、感動してしまいました。

では、地球温暖化問題への対応を追い風と捉えて、山村は何をすべきでしょうか。二酸化炭素吸収クレジットの切り売りではなく、山村本来の環境共生型の暮らしと生業を取り戻すことが地球温暖化防止につながることを、もっと考えてみる必要があります。そうした山村スタイルを国内に広げ、山村が主導する形で、低炭素社会を、そして持続可能な社会をリードすることが望まれる、私はそう考えています。

エコカーやエコ家電の普及支援、制度による規制、二酸化炭素に値段をつける市場の創出、コンパクトで集積度の高い都市基盤の整備など、低炭素社会の形成のために多くの施策が進められ、そこに多くの税金が投入されています。しかし、そうした技術や制度の限界もあるでしょう。技術や制度ではない、文化・文明のあり様の変革を先導する場、それが山村だと思います。

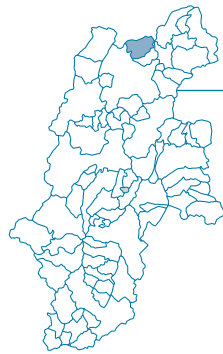
(白井 信雄)

2-6-1 都市部企業との長期的交流を通じた「癒しの森事業」の推進

長野県信濃町

組織概要

■設立年／－
 ■人数／－
 ■活動地域／長野県信濃町
 ■連絡先／TEL 026-255-3111 FAX 026-255-4470
 E-mail shinano@town.shinanomachi.nagano.jp
 WEB http://www.town.shinanomachi.nagano.jp



長野県 信濃町

活動地域の基礎データ

■人口：9,239人
 ■世帯数：3,237世帯
 ■高齢化率：30.2%
 ■森林面積：10,795ha
 ■森林率：72.3%
 ■第一次産業就業者比率：16.7%

1 取り組みの概要

【背景】

長野県の北部に位置する信濃町は、豊かな水をたたえる野尻湖や黒姫高原などの自然豊かな町です。冬場のスキー客や夏場の保養客など観光が主幹産業の一つになっています。平成9年度には140万人を超える観光客が訪れていましたが、スキー人口の減少や気候変動などの影響を受け、入り込み客数は減少が続ぎ、100万人を割り込んでいます。ペンションなどの観光業への影響も懸念される状況となっていました。

そこで平成15年度より、町をあげて「癒しの森事業」に着手。農林業、観光、医療・保健などの分野横断的な取り組みとし、宿泊施設や地元事業者、医療機関などとの連携を進めることで、森林セラピーなど、地域住民向けの健康増進メニューの提供や、健康と観光を融合した滞在メニューの提供を行っています。



癒しの森

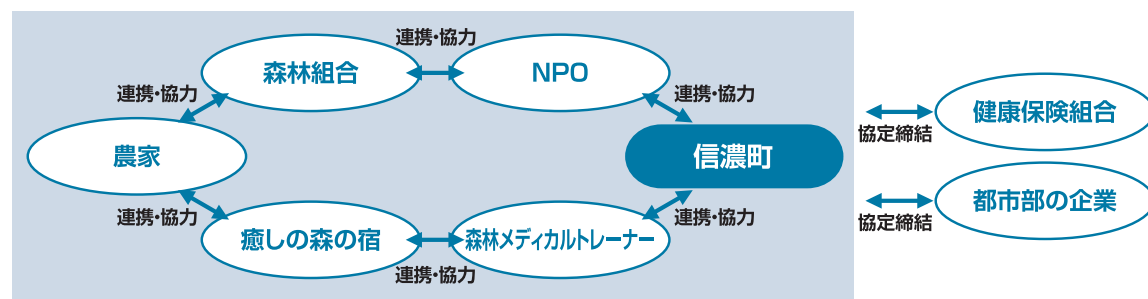
【内容】

これまでに「癒しの森事業」の一環として、森林セラピーなどのサービスの提供にかかわる地域の多様な担い手を「森林メディカルトレーナー」や「癒しの森の宿」として育成・認定。また、医療機関や農産物の生産や提供を行う農家などとの連携を深めることで、多様なメニューを提供するための基盤整備を行ってきました。さらには、都市部の企業や健康保険組合との協定締結を実現。協定締結企業が有する各種資源・インフラをそれらの企業間で共有しながら、新たな事業を試行するためのプラットフォーム「癒しのサロン」の確立や「癒しの森コンシェルジュ」の育成などを進めています。山村再生プランにも複数年度にわたり選定されています。



森林セラピーの様子

【体制】



【成果】

森林セラピー事業の立ち上げと個人や企業への誘客活動によって、町の宿泊客数は増加傾向にあります。観光入り込み客数は平成20年度に約85万人まで落ち込んでいる中で、森林セラピー事業では、平成21年度に事業開始以来最高の年間1,500泊の宿泊がありました。また、平成21年度までに、8社の企業と癒しの森企業協定を締結。研修などの受け入れによる企業関係者の宿泊数は、平成20年度50名、平成21年度2,000名(1,500泊)と急増しています。これによって、宿泊施設を中心に大きな経済効果が生まれています。



都市部企業による社有林整備体験の様子(薪割り)

また、協定の締結によって、企業との間で地元農産物の取引が新たに行われるようになっており、農家所得の向上にも貢献しています。さらに、イベントへの参加などを通じて社員と町民との人的交流が新たに生じており、町全体に活気が生じています。企業のCSR活動との連携により、町の外部からの人材や資金を投入することが可能となり、森林の保全・整備やJ-VERなどの促進にもつながっています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 地域ぐるみの取り組み体制を構築

「癒しの森」をキャッチフレーズとして「森林セラピー」を活用した新たな観光資源開発による地域づくりを推進しています。町役場が専門スタッフを配置するなど積極的な推進体制を敷き、ペンション経営者や農家、医療機関といった地域住民・コミュニティもそれに呼応して活発な動きを見せ、地域ぐるみの推進体制が構築されていることが特徴です。住民自身が町の魅力を再発見し、それが取り組みの推進力を増進させるといった効果も生まれています。

ポイント2 マーケティングの手法を地域づくりに活用

マーケティングの専門家の助言を得ながらターゲットの選定や他地域との差別化のための戦略を練り、企業の福利厚生担当者へのはたらきかけを行うなど、的確なマーケティング活動を展開し、成果を上げています。現在は、都市部の企業のみならず、それらの企業に勤務している社員の家族・親戚までをターゲットとしたはたらきかけを進めています。

ポイント3 森林セラピーのトップランナー

多様なメニュー開発と的確なマーケティング活動の結果、8社と法人契約を結ぶなど順調な成果が上がっており、森林セラピー関連の国内の取り組みとしてはトップランナーとして評価されています。

今後に向けて

● 景観デザインへのアプローチ

北信五岳や野尻湖といった信濃町が有する自然景観に加え、街並みや人家を含んだ景観デザインへのアプローチが図られることにも期待したいと思います。具体的には、例えば電線の地下埋設、改修補助(山形県・金山町に先例あり)などの取り組みが想定されます。

● 室内の滞在環境を上質化する

以前より下火になったとはいえ、シックハウス症候群に悩まされる人はいまだに存在します。そうした人は、自然の中にいる時だけでなく、室内にいる時にも癒される環境(化学物質による汚染の無い空気質の確保)を求めます。そのようなニーズにも応えられる滞在施設整備が進めば、さらなる差別化につながると思われます。

● サテライトオフィスの誘致

都市部の企業の社員が一時的に信濃町に滞在し、自然豊かな環境に癒されながら仕事を行えるような機会がもたらされれば、社員にとってとても魅力的なことですし、その企業のイメージアップにもなります。そうしたメニューづくりやインフラ整備も検討する価値があるのではないのでしょうか。滞在したスタッフの仕事の能率が上がり、業績の改善や向上につながれば、信濃町にとって新規顧客の開拓に弾みがつくはずです。

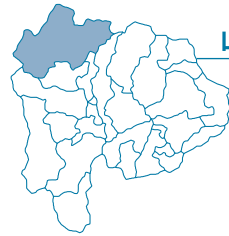
(赤堀 楠雄)

2-6-2 地域共生型の市民ネットワーク社会の構築に向けた「村・人・時代」づくり

特定非営利活動法人 えがおつなげて

組織概要

- 設立年／平成13年
- 人数／21名
- 活動地域／山梨県北杜市
- 連絡先／TEL 0551-42-2845 FAX 0551-42-3658
E-mail egao_info1-all@npo-egao.net
WEB http://www.npo-egao.net



山梨県 北杜市

活動地域の基礎データ

- 人口：46,872人
- 世帯数：18,247世帯
- 高齢化率：28.0%
- 森林面積：45,976ha
- 森林率：76.3%
- 第一次産業就業者比率：20.0%

1 取り組みの概要

【背景】

日本各地で山村の衰退が進む中、癒しや田舎暮らしに憧れを抱く都市住民は着実に増えており、また企業の関心も高まっています。えがおつなげては、このような状況に着目し、都市との交流を軸としながら、農を中心とした地域共生型の市民ネットワーク社会の構築に向け「村・人・時代」づくりを進めています。活動開始当初は、都市住民を対象とした農業体験プログラムや都市部からのボランティアの参加による遊休農地(約3ha)の開墾などを中心に活動してきましたが、現在ではこれらの事業を発展させ、地域経済の活性化にかかわる多様な事業を実施しています。



都市住民を対象とした体験プログラムの様子

【内容】

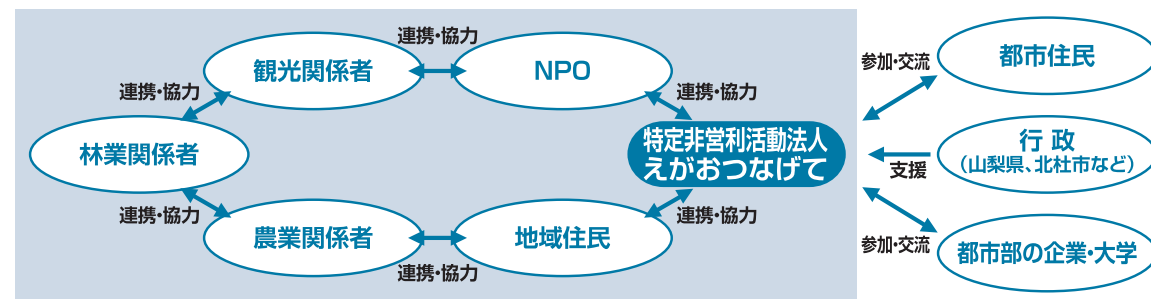
えがおつなげてでは、山梨県北杜市を中心に、「農業関連事業」「農商工連携事業」「ツーリズム事業」「食育事業」「自然エネルギー関連事業」「人材育成・教育事業」「アート文化事業」「ライフスタイル事業」「地域づくり事業」など多様な事業を展開しています。特に、都市住民の力を借りながら、遊休農地の再生や森林資源活用などに力を入れて取り組んでいます。地域資源の利活用にあたっては、都市のニーズと農山村の資源を的確に把握した人材を都市側にも農村側にも増やすことが必要であるとの考えから、都市農村交流コーディネーターの育成にも取り組んでいます。



間伐材や林地残材を用いた休憩小屋の作成①

このような多様な事業の軸となっているのは「都市と農山村の交流」であり、えがおつなげてでは、都市側のニーズを確実に把握するため、どの事業においても事前調査と分析を徹底しています。

【体制】



【成果】

農業分野ではこれまでに3.5haの農地を再生。農業体験プログラムには年間約1,700人が参加しています(平成21年度)。

また、森林・林業分野では、都市住民の森林体験として、企業(三菱地所株式会社、三菱地所ホーム株式会社)と連携したツアーを計3回開催し約120名を受け入れ。また、小学校(計2校)との連携により、120名の子供たちの受け入れも行っています。このほか、延べ70人が参加して、間伐材や林地残材を用いた休憩小屋の作成を実施。参加者は材の搬出、休憩小屋の床と壁の作成を行いました(いずれも平成22年度)。



間伐材や林地残材を用いた休憩小屋の作成②

2 取り組みのポイント

ポイント1 異なるニーズをつなぐ都市農村交流コーディネーター

えがおつなげての活動の軸になっているのは、都市の住民・企業と農山村をつなげるコーディネーターの活動です。都市と農山村の交流を進めるにあたって難しいのは、都市と農山村のニーズの違いです。都市側の人は農山村に癒しや自然とのふれあいを求めます。それに対して、農山村側の人は都市とのつながりで経済効果や移住などを求めます。また、都市の農山村へのかかわり方へのニーズも様々です。夏休みに一度だけ来る人もいれば、月に1回くらい来たい人、定期的に週末通いたい人、数か月滞在あるいは1年暮らしたいという人もいます。このように異なる考え方、ニーズを集め、組み合わせ、効果的なプログラムをつくるためには、コーディネーターの仕事が不可欠です。

ポイント2 農山村に対する企業の深いニーズを見極め、企業と地域の連携を実現

えがおつなげての活動の特徴は、企業との連携を進めている点です。えがおつなげてが企業との連携を次々と実現するのは、相手のニーズを深く理解し、効果的なプログラムを提案するからです。例えば、有機農産物を扱っている都会のスーパーでは、農家からの質の高い野菜を扱っているにも関わらず、若い販売員は農業の現場を知りません。そこに若手販売員の農業体験研修へのニーズがあります。都心の大手不動産会社には、「社員の農業体験」「販売するマンションの住民の農業体験」「所有ビルのテナント飲食店の質の高い野菜の仕入れ」といった様々なニーズがあります。企業のニーズを多面的に考え、より深く理解し、農山村資源を活用した様々なプログラムを提案してみる。そして一度でうまくいかずとも、先方の反応を見て、プログラムを改善し、提案し続けることが、企業との連携には求められます。

ポイント3 地域住民・事業者の関心あるテーマから参加を促すプロセス

都市と農山村の交流活動には都市側だけでなく、地域の幅広い住民の参画も不可欠です。地域の参画を促し、合意形成を進めるために、増富地域再生協議会が立ち上がっています(えがおつなげてもその構成メンバーの一つ)。再生協議会は、質は高いが来客が減っていることから、地元で問題となっている「温泉」の再生を活動の軸にしています。ただ、活動開始当初は地元関係者が熱心に取り組みに参加した訳ではありませんでした。そこで、再生協議会では「地産地消による養生食づくり」など、地元事業者にとってすぐに使えるノウハウを学べる勉強会を開催しています。勉強会への関心から地元の人が集まり、そこから新しい活動が生まれました。このように、地元参画を促すには、地元の関心が高く、かつ小さくても成果がでるテーマを設定し、徐々に参加を進めていくプロセスの設計が重要です。

今後に向けて

● これからの農山村を支える幅広い個人サポーターの拡充

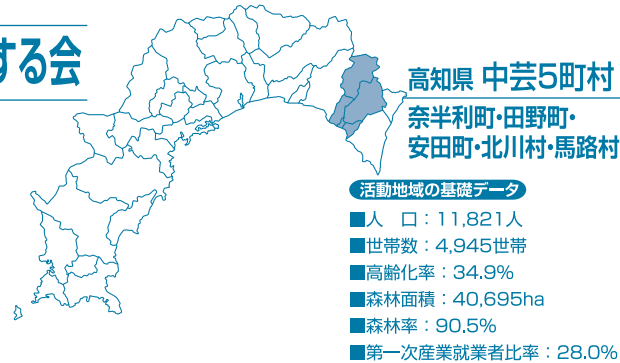
えがおつなげては、都市と農山村の交流に関心のある個人のつながりからNPOとして立ち上がりました。活動が自治体、政府、企業との連携に広がり、内容も拡充しました。えがおつなげての活動に様々な形で参加した経験をもつ人も増えています。これからの農山村や地域づくりには、個人のネットワークの力が極めて重要になっています。都市側、農山村側の両方が参加する個人サポーターの充実に取り組むことで、次世代の農山村づくりへのより大きな力となることが望まれます。(広石 拓司)

2-6-3 魚梁瀬森林鉄道遺産 活用ネットワークプロジェクト

中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会

組織概要

- 設立年/平成17年
- 人数/34名
- 活動地域/高知県中芸5町村
- 連絡先/TEL 0887-38-8555(中芸広域連合内)
FAX 0887-38-8555(中芸広域連合内)
E-mail chugei.rintetu@gmail.com
WEB http://rintetu.jp/



1 取り組みの概要

【背景】

明治44年に開通した魚梁瀬森林鉄道は、唯一の交通機関として木材などの物資や人、そして文化を運んだ、地域にとってなくてはならない存在でした。昭和38年に廃線となり撤去されましたが、トンネルや橋、石積みなどの森林鉄道遺産(遺構)は中芸地区一帯に残されていました。廃れていく思い出の遺構を保存していくため、昭和63年に馬路村で「森林鉄道を語る会」が開催されたこと、平成12~13年度にかけて高知県が県内の近代化遺産の調査を実施し森林鉄道遺産の価値付けがなされたことなどを受け、森林鉄道を歴史的資源として保存・活用しようとする機運が高まり、平成17年には地区住民を主体とした「中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会」が発足しました。その後も遺構の価値調査や活用方策の検討を進める中で、平成21年には遺構の一部が国の重要文化財に指定。遺構を地域の宝として後世に残すとともに、遺構を活用した地域づくりが進められています。



遺産見学会の様子

【内容】

遺構を地区の林業の足跡を示す歴史的資源と位置づけ、地域文化や誇り、(そま)人の精神などの継承を軸に、交流や森林保全の推進を図る計画づくりに取り組んでいます。また、地域住民、関連団体、地縁者(元林業従事者及び家族)などとのネットワークを構築し、地域遺産を活用した地域の再生(将来的には林業の再生)を目指しています。

平成20年度には山村再生プランの選定も受け、取り組みを推進。森林鉄道遺産活用プラン策定協議会及び専門部会の開催、現地視察及び座談会の開催、データベース基礎調査、重要文化財指定記念シンポジウム&遺



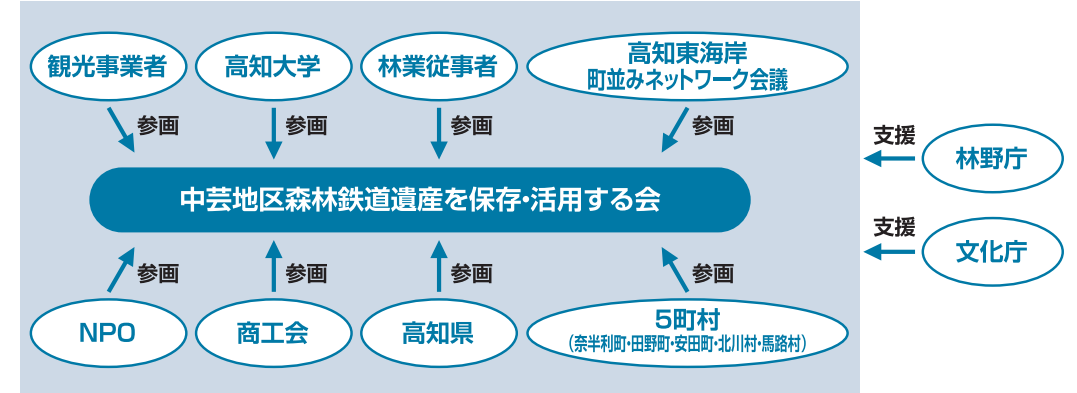
復元車両体験乗車



ツアーの様子

産見学会の実施、写真パネル作成など、各種会議や調査を実施するとともに、遺産の案内看板の設置、周辺の環境整備(線路が残っている支線の周辺整備)など、観光客を受け入れるための施設を整備しています。また、当時の関係者からの情報収集、写真などの資料のデータ化、Webミュージアム作成、シンボルマーク商品作成、ガイド研修会の実施、ガイドマニュアル、ガイド用ツールの作成、1泊2日モニターツアー実施、復元車両体験乗車、マップ印刷、木製乗車券作成など、森林鉄道遺産を地域資源として発信するための情報収集とPRを徹底しています。

【体制】



【成果】

これまでに森林鉄道遺産による地域づくりにむけて、積極的に活動を実施してきました。例えば、平成21年度には、当時の関係者への聞き取りや座談会を14件実施し、森林鉄道に関する記録をストックしたほか、遺産周辺の環境整備として遺産18件の案内看板と広域案内看板1件を設置。さらに、メインガイド3名とアシスタントガイド10数名を育成するとともに、平成21年度の半年間で計1,171名ものツアーを受け入れています。

2 取り組みのポイント

ポイント1 森林鉄道遺産の利活用モデルづくり

昭和中期まで全国各地で活躍した森林鉄道は、複数の地域(市町村)に跨る貴重な地域資源ですが、この点にいち早く着目し、地道な調査活動などを続けることにより重要文化財の指定を受けています。また、鉄道という、関係市町村の連携が自然発生する結節点を活かし、県、大学、地域組織などの関係機関が一体となって活動を継続しており、森林鉄道遺産の利活用モデルの原型となっているといえます。

ポイント2 「鉄道ブーム」を捉えた活動の実施

昨今の鉄道ブームは、「鉄っちゃん」「鉄ドル」などの呼称を生み、また、一種の社会現象となるなど、小規模ながらも確実な需要があることがわかってきています。首都圏などからの距離を考えれば地理的不利は否めませんが、これまで未開拓だった領域を対象とした取り組みであり、今後さらなる交流人口の増加が期待されます。

今後に向けて

● ガイドや伝承者の要請、「聞き書き」の開催

森林鉄道の存在をリアルタイムで知る者が限られており、また今後さらに減少するものと思われることから、幅広い年齢層のガイドや伝承者を早期に養成し、継続的なツアーの開催などにつなげる必要があります。また、この地域では森林・林業が以前より盛んに行われてきています。学生など若年層による「聞き書き」を実施することで、地域の知恵や文化を形式知化し、それらをツアーなどで活用することも有効だと思われます。

● 他の地域資源も併せてPR

JTBなどの旅行会社と連携し、地域資源を活かしたツアーメニューの洗練を進めることで、さらに地域のPRの幅が広がります。また体験型交流として、魚梁瀬スギを活用した木工体験などのセット販売も有効と思われます。

(尾木 浩典)

2-6-4

年金プラス50万円プロジェクト

一般社団法人 信州あなんトータルマーケティング

■活動地域／長野県阿南町
■連絡先／TEL 0260-31-1300 FAX 0260-22-2600
E-mail s-atm@mis.janis.or.jp
WEB http://www.s-atom.org/

取り組みの概要

阿南町の魅力を丸ごと活かしたマーケティング、新たな商品・サービスの開発

【背景】

南信州阿南町は南アルプスと中央アルプスに挟まれ、天竜川の右岸、信州の南端に位置する人口約5,500人の山間の町です。町内を流れる和知野川は長野県下一の“清水”の地として知られています。日本のふるさとらしい風景が残る地域ではありますが、過疎高齢化が進展し、主要産業である農林水産業の衰退も危惧されています。このような状況を打開すべく、平成20年に町長が「年金+50万円」プロジェクトの構想を打ち出し、その実現に向けて、翌年(平成21年)には行政と町民・民間を結ぶための中間支援組織として、信州あなんトータルマーケティングが設立されました。

消費者を掴むための本格的なニーズ調査を都市部で実施。阿南町の魅力がたっぷりつまった特産品ギフトセットの開発、テスト販売も進めています。



東京都内のアンテナショップ店頭でのニーズ調査



おあがりて連と共同開発した冬季ギフトセット

<主な関係者>

- ・阿南町
- ・祭り街道おあがりて連
- ・(株)エールバリュー

【内容】

信州あなんトータルマーケティングの主要事業である農業振興事業と観光・都市との交流事業を進めるべく、平成22年度山村再生プランに応募。選定を受け、地域の女性起業家グループ「祭り街道おあがりて連」などと連携して、確実に

取り組みのポイント

年金プラス50万円プロジェクト

●明確な活動コンセプト、現実性のある目標設定

「年金プラス50万円」「トータルマーケティング」など、活動のコンセプトや目標設定が明確であり、かつ、高齢者を意識し、実現可能性を考慮した設定となっています。これらは高齢化の進む地域において、参加者の動機付けに大きく寄与しています。

●山村および都市地域での連携協力者の獲得

活動拠点である山村地域では農業者、加工グループ、交流体験ツアー運営主体など、また、特産品の販売や交流事業のターゲットとなる都市地域では流通事業者や販売マーケティングの支援者など、山村と都市の両方の地域で連携者を確保。そのつながりを徐々に強くしながら、取り組みを進めています。

今後に向けて

●阿南ファンのストック・ネットワーク化、阿南ブランドの構築を

販路開拓や売れる商品づくりは簡単なものではありません。産物の品質を高めながら、阿南町の魅力を丸ごと活かすマーケティングや、都市との関係づくりを進めることを通じて、個別の商品だけではなく、地域のファンとなってくれる方のストック・ネットワーク化を進めるといいでしょう。

そのような試行錯誤を通じて、阿南町ならではのブランドを構築していくことも可能だと思われます。ブランドの構築が地域の誇りや取り組みの求心力を高めることでしょう。

(大石 卓史、小林 由紀)

思いの伝え方、提案書の書き方

山村再生プロジェクト関連の審査をしていて感じていることは、もう少し上手に山村の思いを伝えて欲しいということです。現場に行くと山村の皆さんの思いはひしひしと伝わってきます。しかし、助成金申請などの第一次審査は書面審査であることが多いのです。そこで、思いの伝え方を三つの観点から考えてみたいと思います。

一つ目は、『相手の共感を得ることのできるような伝え方をする』ことです。思いを伝えるためには、思いの伝え手側が受け手側の理解や共感を得なければなりません。そのためには「受け手の人たちの立場に立った言葉や思いの翻訳」が必要です。簡単に言えば、都市の人が受け手だったら、都市のニーズを把握し、都市の人たちにわかりやすく翻訳して思いを伝えようということです。

二つ目は、『計画性・具体性のある提案をする』ことです。審査する側の立場として重視することは、応募された取り組みが本当に山村再生につながるのかということであり、その評価は事業計画に具体性があるかで決まります。その取り組みを進めるにあたり、提案されたスケジュールで円滑に事業が進むのか、サポーターは本当に集まるのか、必要なお金は集まるのか、ということは常に大切にできています。

三つ目は、『みんなを幸せにできるのか』ということです。幸せとは、経済的な豊かさだけでなくお年寄りも子供も「心と身体なども含めた多面的な豊かさを実感できる」生活をしていくことだと思います。幸せを山村だけではなく都市の人々や企業なども分かち合えるかどうか、山村ビジネスで最も大切にしていきたいことです。

最後に基本的なことですが、提案書を書かれるときは応募要領などの関係書類を熟読し、提案書の書き方にしたがって、できる限り内容を埋めていただくことを心がけて欲しいと思います。書かれた方が一生懸命書かれていることは伝わってくるのですが、与えられた書式に基づいて書かれた美しい提案書づくりを心がけていただきたいと思います。

さあ、皆さんも「みんなと幸せを実感できる」提案書を書いてみませんか。

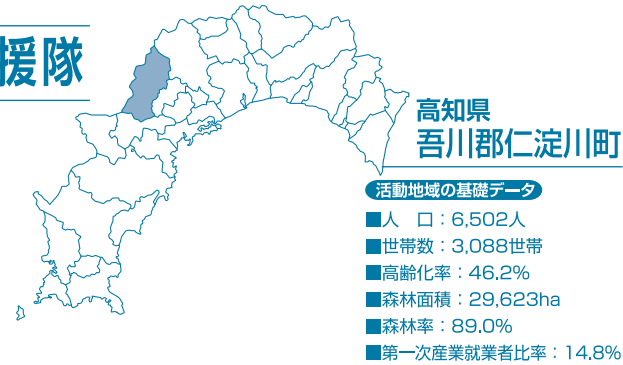
(平田 賢典)

2-7-1 地域に根ざした小規模林業システムの確立 ～C材で晩酌を

特定非営利活動法人 土佐の森・救援隊

組織概要

- 設立年／平成15年
- 人数／92名(会員)
- 活動地域／高知県吾川郡
- 連絡先／TEL 090-8973-5752



1 取り組みの概要

【背景】

今日、山村地域の過疎高齢化や木材価格の低迷などにより、十分な森林管理が行えず、森林が荒廃する事態が各地で生じています。このような問題に対応する際には、森林組合などによる一括集約型の林業が主流となっていますが、コスト面での課題もあり、十分機能できていないのが現状です。これに加え、現状の林業従事者の人口構造は大変いびつで、専門の企業体はきちんと存在するものの、自伐林家やその予備軍たる副業者（農家林家や季節林家含む）やアルバイトの層が非常に少ない状況になっています。

そこで、土佐の森・救援隊では自伐林家の支援による地域林業の再生を目指し、小規模林産収集システムの構築に取り組んでいます。



自伐林家の森



「土佐の森方式軽架線」による木材の搬出

【内容】

小規模林産収集システムとは、間伐作業において発生するC材（低質材）を個人林家やボランティアが、町のバイオマスプラントに収集・運搬し、その対価として「晩酌代」程度の報酬を得るというものです。なお、報酬は地域通貨である「モリ（森）券」によって支払われます。その結果、個人林家やボランティアは貴重な副収入を得ることができるとともに、地域通貨である「モリ（森）券」は地場産品と交換されるため、地域経済の循環も図られます。

なお、間伐作業においては低コストの作業を実現するため、「土佐の森方式」と呼ばれる独自の集材・搬出技術を開発するといった工夫も行われています。



軽トラで木材を運搬

【体制】



【成果】

活動開始時期は、稼働している自伐林家は6名程度しかいませんでしたが、現在では自伐林家は40名以上となり、約4,000トンの間伐材が地域から搬出されています。自伐林家の中には、月20数万円の収入を得る人もでてきています。

また、今ではこの小規模林産収集システムが岐阜県恵那市、鳥取県智頭町などへも広がっています。また、さらなる小規模林産収集システムの普及にむけて、土佐の森方式軽架線キット（20万円）の販売や副業型自伐林家養成塾の開催などにも取り組んでいます。

2 取り組みのポイント

ポイント1 多様な山の守り手、担い手を確保

林地残材の運搬・収集のボランティアとして、従来の搬出業者のみならず、様々な目的を持った主体を対象としており、多くの人が山の守り手として森林整備に寄与することが可能となっています。

ポイント2 他地域にも転用可能なモデルづくり(バイオマス、地域通貨などの活用も)

この取り組みでは、対象地域にて普及が進んでいるのみならず、他地域でも同様の取り組みの普及拡大が進んでいます。このように、特定の地域に限定されない普遍的なモデルを設計することは、同様の問題を抱えている他地域の手本となり、日本全国の森林整備に資するものとして高く評価されます。

今後に向けて

● 財源の確保に向けて民間との連携を

取り組みが普及するとともに、財源の確保が困難となる場合もできます。現在、仁淀川町では1トンあたり3,000円の環境支払制度の導入を行っており、今後ますます活動が活発化していくと、財源の確保が町にとって大きな負担となります。今後は環境CSRの目的で山村との交流を求めている都市部の企業と積極的に交流・連携する中で、安定的な活動資金の確保を行うための仕組みづくりを行うことも重要といえるでしょう。

(小川 繁幸)

2-7-2

「エコの森づくり」による 地域活性化事業 ～山と海を結ぶ 地場産業の活性化

取り組みの概要

海と山の豊かな資源を活かす、つながりをつくる

【背景】

秋田県男鹿市は海と山に囲まれた自然豊かな地域ですが、若者の人口流出や高齢化の進展が著しく、林業を生業とする者も皆無に近い状況にあります。森林や山村の資源の劣化が深く、静かに進行しているなかで、山とつながる豊かな海にも磯焼けや漁獲量の減少などの悪影響ができています。このような事態は男鹿の主要産業の1つである観光業にも影響を与えます。

そこで、荒れた山に光をあて、新たなビジネスの創出と若者の就業の場を確保すること目的に、地域の森林組合が中心となって「エコの森づくり」による地域活性化のための取り組みが開始されています。

【内容】

秋田を代表する食材である「ハタハタ」を育む森づくりを



なまはげ

キャッチフレーズに、地元男鹿市や秋田市などの市民を巻き込んで植樹などの保育体験活動（「ハタハタを育むエコの森づくり」イベント）を定期的に行っています。また、平成22年度山村再生プランの選定を受け、男鹿の山や海の資源を利用した新商品の開発（地場産「ハタハタ」の燻製、エコの森ブランドの木炭、きのこなど）や、観光業との連携にも取り組んでいます。

「ハタハタを育むエコの森づくり」イベントの様子



野外グリーンツアー



植樹体験

<主な関係者>

- ・秋田県（振興局、総合食品加工研究所、水産振興センターなど）
- ・男鹿市・男鹿市教育委員会・男鹿市商工会・男鹿市観光協会
- ・秋田県漁協船川総括支所・増川部落会・あきたエコマイスター県協議会
- ・特定非営利活動法人海の森づくり推進協議会

取り組みのポイント

「ハタハタ」を育む森づくりをキャッチフレーズに取り組みを推進

●森林整備に留まらず、広く地域社会の発展を視野に入れた取り組み

山村再生という林業の再生に主眼がおかれることが多いですが、男鹿森林組合では、全国的なブランド力がある特産品「ハタハタ」に着目し、「ハタハタを育むエコの森づくり」と称し、林業、農業、漁業、観光業などの地域産業にかかわる幅広い関係者との協力・連携のもとで、取り組みを進めています。「三方よし」のビジネスの好事例といえるでしょう。

●山村・都市の交流による活動の広がりへの挑戦

イベントなどの実施にあたっては、男鹿市内だけではなく秋田市などの周辺地域からも広く参加者を集めるよう工夫をしています。山村再生は、地域だけではなく周辺地域や都市部など、より多くの人たちの力を合わせて取り組むことが大切です。それにより、山村地域と都市部との交流の促進や山村再生に関するサポーターの裾野の拡大が期待できます。

今後に向けて

●ファンクラブの組織化

幅広い人々からの応援をもらうため、「エコの森づくり」のファンクラブやサポーター組織づくりをお勧めします。組織化によってリピーターの安定的確保、地域産品の購入者の拡大、また安定的なファン作りの実現が期待されます。

●手ごたえのおすそわけ

取り組みの持続性を高めるためには、「手ごたえ」感が大事です。例えば、植樹した木の写真を見たり、エコの森が育んだハタハタが豊漁だという知らせを聞けば、関係者は自ずと手ごたえを感じることができ、またぜひ行きたい、参加したい、という気持ちになるでしょう。このプロジェクトの手ごたえをより多くの関係者に対しておすそわけする（分かち合う）ことをお勧めします。

（平田 賢典）

男鹿森林組合

- 活動地域／秋田県男鹿市
- 連絡先／TEL 0185-23-3525
FAX 0185-23-3527

2-7-3

特殊伐採の技術を活用した 新サービスの開発

取り組みの概要

特殊伐採の技術を活用し、ニッチ市場に対応

【背景】

森林組合の広域合併が進む長野・南信州地域で森林整備を行っている飯伊森林組合。森林整備を通じて培ってきた、樹上作業（特殊伐採）の技術を活用し、工場緑地や神社での枝の剪定などのニッチ市場に対応すべく、技術の高度化やPRなどを進めています。

【内容】

樹上作業を山村の技術知としてより多くの人へアピールし、新たなサービスの提供を行うため、各種の準備作業に着手。平



特殊伐採の様子①

飯伊森林組合

- 活動地域／長野県飯田市
- 連絡先／TEL 0265-22-0604
FAX 0265-22-0612
E-mail sidou@hanishinrin.or.jp
WEB http://hanishinrin.or.jp/

成22年度山村再生プラン選定を受け、樹上作業を実施するための条件整備、都市（名古屋方面）および南信州地域をターゲットとした広報活動やニーズの検証、営業活動、手順書に従った樹上作業、営業方法および手順書などのマニュアルの検証などを実施しています。

土木・建築系の事業者ではなく、木の特性を熟知した森林組合だからこそできる、新たなサービスの開発を進めています。



特殊伐採の様子②

<主な関係者>

- ・飯田市

取り組みのポイント

国内の伝統技術と海外のノウハウの融合

●特殊伐採の技術を応用

樹上作業という、森林組合が有する特殊伐採技術を応用し、工場緑地や神社での伐採、枝の剪定などのニッチな需要に対応しようとする着眼点は、高く評価することができます。森林組合の森林整備は山の中での作業がほとんどであり、彼らの働く姿を一般の人が目にする機会はほとんどありませんでした。森から街へ、森林組合の活動エリアを広げる、という視点も重要でしょう。

●国際的な資格の取得、後進の指導

森林組合の作業担当者はツリークライミング®の国際的な資格を取得しており、国内での普及にも取り組んでいます。国内で受け継がれてきた特殊技術の技術と海外のノウハウの融合による技術の改善が期待されます。

今後に向けて

●特殊伐採の優位性の明確化、潜在顧客へのアピール

特殊伐採の効果、用途、リスクなどを明確化して提示することによって、（潜在）顧客へのアピールを進めることが重要です。ウェブサイトなどでの情報発信や、営業活動の本格実施を通じて、サービスの洗練化を図りましょう。

市民向けの情報発信の際には、森林組合ならではのノウハウを活かし、伐採される木の生長経過や伐採された後その木がどのように利用されて行くのか、などストーリー性をもったはたらきかけを行いましょう。このような工夫により、木と人の暮らしのかかわりが身近なものになります。

●地域内での新たな関係づくり

山村の中でも、世代交代などをきっかけに森林所有者（組合員）と森林組合の関係の希薄化がみられます。高所作業ができることは高い技術を持っていることの証でもあり、森林整備を依頼する組合員の信頼にもつながります。新しい技術を取り入れられる柔軟な発想を大事にしつつ、高所伐採を地域住民と新たな関係を築きかけとし、関係構築に継続的に取り組んでほしいと思います。

（井戸田 祐子、田村 典江）

山村を活かすか否かが、合併都市の命運を握る

私は平成の大合併により、旧市に編入された周辺町村の出身です。周辺町村では、市議会議員になったのは元町長だけで、地元の声が議会に届きにくいという声をよく聞きます。また、旧町役場は市役所の出先となっていて、職員はいますが、地元出身ではなく、一定期間でローテーションしてしまい、地域に根差した施策が実施されにくいという声も聞きます。

しかし、悪いことばかりではありません。私は合併した周辺町村に関心を持ち、そこに出向く機会を得ました。周辺町村が一斉に合併し、同じ市になることがなければ、周辺町村に関心を持つことはなかったでしょうから。

私の出身地以上に山間にあり、過疎化が著しい地域を訪ねました。母親のいとこが町長をしていたという町も初めて訪ねました。そういえば、父母はその町を正月などに訪ねていましたが、私には縁遠いところでした。風力発電施設を設置する計画があるその町では、風力発電に反対をしている人の話を聞きました。商工会では、昔成功したふるさと宅配便の復活を検討していますが、商工会の合併により、その町の商工会は支部になってしまい、支部だけでは意思決定ができなくなっているようです。

さらに上流の町をたずねると、元議員さんがやっているラーメン屋がありました。元議員さんは、NPOをつくって、廃校を借り、環境教育事業をやりたいと語っていました。その他、合併した町村には、ダムがあるまち、木材の川ながしの中継地として栄えた町など、それぞれが個性的で魅力的ではありますが、いずれも繁栄は遠い昔のことになりつつあります。そして、役場はもとより、森林組合、農協、商工会、学校など、なにもかもが合併や廃止の動きにあります。

さて、その政令市はどこか明かしてしまいます。合併してできあがった政令指定都市は、浜松市です。財政効率を優先する行政施策では、周辺町村の不満は消えることはないでしょう。しかし、新浜松市は、多彩な地域資源を持った山村地域があることを誇りにすべきです。同県内には、同様に市街地から山間部までの広大な面積を持つ静岡市がありますが、静岡市の山間部の多くはパルプ会社の社有地であり、登山客以外には縁遠い森林になっています。静岡市と浜松市の市街地を比べると、誰がみても静岡市の市街地の方がコンパクトかつ魅力的だと思うでしょうが、人の暮らしや地域資源の豊富さでは浜松市に軍配があがります。

私は、平成の大合併により、山間にある町村に関心を持ち、山村部の魅力を実感できたことは、ある意味でうれしいことだと思っています。そして、浜松市もまた、多彩で魅力的な山村地域を持つことをプラスと考えることで、地域の魅力の重奏感を高めることができるでしょう。浜松市はシティプロモーションにも力を入れていますが、自動車や楽器といった産業都市であることを主張するだけでなく、多彩な山村や地域資源をアピールすることで、他の大都市にない浜松の存在感を伝えることができるでしょう。

合併でできた大都市は日本全国にあります。山村を内包したことで魅力を高める都市と山村を切り捨て、名実とともに消滅させる都市の両方が出てくるのではないのでしょうか。山村を活かすかどうかで、その都市の“風格”のようなものが大きく異なるように思います。合併してできた都市が山村を活かしているかどうかを点検してみたいと思っています。

(白井 信雄)