

公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢

報告書・論文集

開催日：令和4年11月19日(土)・20日(日)

主催：公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢実行委員会
(日本公共政策学会・南伊勢町)

はじめに

「公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢」は、令和4年11月19日（土）及び20日（日）の2日間にわたり、「地域の活力につながる産業の活性化」というテーマで開催しました。今回のフォーラムは3年ぶりに対面開催となり、初日に大学生による政策コンペ「予選会」を行い、2日目に大学生による政策コンペ「決勝戦」という構成で行いました。全国11大学11チーム、108名の大学生が政策提案を行いました。予選会では会場を2つに分け審査を行い、各会場上位2チーム、計4チームを選考し、2日目に予選会を突破した4チームから決勝戦として再度発表してもらい審査をしました。決勝戦に進出した4チームには、最優秀賞となる日本公共政策学会会長賞をはじめ、南伊勢町長賞、南伊勢町議会議長賞、公共政策フォーラム2022in南伊勢実行委員会賞の4つの賞をそれぞれ授与しました。若者ならではの自由で柔軟な発想や視点のもと様々な提案がなされ、会場は熱気に包まれました。

2日目は、大学生による政策コンペ決勝戦のほかに、「人口減少下の地域と地域教育」の演題で日本公共政策学会中川会長による基調講演が行われました。今回のフォーラムは、新型コロナウイルス感染症対策のため一般公開を行わず、大会参加者や学会、町関係者のみの傍聴としていたため、決勝戦はYouTubeにてライブ配信を行い、多くの方に大学生による政策提案を視聴していただきました。

南伊勢町は少子高齢化が著しく人口減少の一途をたどっており、産業人口も減少しています。このままでは産業の衰退とともに、町の活力が失われていくことが免れません。今回、若者である大学生のみなさんから学生ならではの新しい切り口による提案をいただいたことで「地域の活力につながる産業の活性化」につながる政策に向けた取り組みを考えるきっかけになると考えております。

最後に、フォーラムを開催するにあたり、多大なご尽力を賜りました日本公共政策学会、事前調査でご協力いただいた町民の皆様、ご参加いただきました多くの方々に厚く御礼申し上げます。

令和5年1月

公共政策フォーラム2022in南伊勢実行委員会
実行委員長 広田 真理子
(南伊勢町副町長)

目 次

大学生による政策コンペ テーマ	3
公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢 開催要領	4
会場分けと発表順序	7
政策コンペ審査員配置表	8
大学生による政策コンペ 審査基準	9
プログラム	10
大学生による政策コンペ 予選会発表スケジュール	11
大学生による政策コンペ 決勝戦発表スケジュール	13
大学生による政策コンペ 審査結果	14
「公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢」の様子	15
公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢 実施体制	19
公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢 準備状況	19
公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢 2日目ライブ配信	20
学会長記念講演	21
論文集	25

大学生による政策コンペ テーマ

『地域の活力につながる産業の活性化』

(背景)

南伊勢町は、熊野灘の黒潮に洗われる複雑で美しい海岸線と、紀伊山地に連なる緑濃く深き山々に囲まれる自然豊かな美しい町です。海は、様々な魚介類の水揚げににぎわい、秋には山の斜面を彩るミカンをみんなでほおぼる、私たち町民はこの自然から多くの恵みを一身に受け、恵みを誇り生活してきました。

一方、南伊勢町は、いま少子高齢化や人口減少、経済不振など大きな課題を抱えています。私たちは、これまで額に汗して働いてきた人たちや厳しい世情の中、今、まさに歯を食いしばって頑張っている人たちへの「敬意」と「感謝」の気持ちを持ち、「オール南伊勢」を合言葉に、南伊勢町の内・外、まさしくすべての力を結集して、みんなで「元気」を実現し、町を輝かせていきたい強く思っています。

(コンセプト)

南伊勢町には、豊かな海と山、温暖な気候など自然の恵みがあります。特に漁業は、日本屈指の水揚げを誇り、人々の生活を支えてきました。農業も、温暖な気候を活かした、品質の良い作物が強みとなっています。

町民はこれら自然の恵みを糧として、なりわいとし、豊かな自然から多くの恩恵を受け、先人たちから様々な技術を受け継ぎ、地域コミュニティの中で、それを磨いてきました。

また、町内には漁村集落や農村集落があり、集落それぞれに生活様式や地場産業の特徴があります。そのなかで町民は常に寄り添い、助けあい、工夫しながらたくましく地域コミュニティを築いてきました。集落には、漁村、農村集落などを社会背景に、それぞれ継承してきた文化や伝統があり、そこで暮らす人々のつながりを強め、今では自主防災組織の結成など、地域の貢献に役立っています。

産業面では、漁業、農業など、それぞれに課題を抱え、高齢化が進んで後継者不足に陥っています。今後は、これからの時代に再び地域の活力とするべく一次産業の再生に取組み、一次産業を稼げる産業へ、子どもへ継がせたい産業へと立て直していくことが必要です。より多くの若者世代が担っていけるようにするために、この自然の恵みから新しい業務、職業、事業などの機会を創造し、産業を再生させていくことが、これからのまちの営みには欠かせません。

そのためには、産業を再生するとともに、次世代の南伊勢町を担う人材の育成も大切です。南伊勢町では、幼児期の英語教育、小中学校でのふるさと教育、『南伊勢町本気塾』等と通じた未来の大人応援事業、移住定住コーディネーター等が進める交流の場づくりなど、様々な年代や多方面から人材育成にとり組んでいます。

今回、学生のみなさんには南伊勢を訪れ、現地調査・分析をいただき、町の外から見た若いみなさんの感じる南伊勢の魅力や特徴を活かした産業の活性化や、我々がデメリットとして感じている過疎地域、少子高齢化、担い手不足というものをメリットとして生かせるような新たな視点での論文を期待します。

「公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢」開催要領

(1) 開催方法

- ・新型コロナウイルス感染症対策のため一般公開は行わず、参加学生、指導教員、審査員、町関係者、学会関係者のみの傍聴としています。
- ・開催日両日とも、町広報や町内向けのケーブルテレビ及び YouTube チャンネルで放送するため撮影を行いますので、著作権への配慮をお願いします。また 20 日の決勝はインターネットによる Live 配信を行う予定です。Live 配信の URL は後日連絡します。
- ・論文の配布は行いませんので、次のグーグルドライブに一括掲載します。また、論文修正の正誤表が提出された場合についても同フォルダに掲載いたします。

https://drive.google.com/drive/folders/1mi-N4kF4-UxrWcZYPaagekWAyWXr_cK?usp=sharing

(2) 開催日時 令和 4 年 11 月 19 日 (土)・20 日 (日)

(3) 会場 南伊勢町町民文化会館 三重県度会郡南伊勢町五ヶ所浦 3917

(4) 開催内容 学生による政策コンペ テーマ「地域の活力につながる産業の活性化」

(5) 開催日程について

《1 日目 (11/19) の日程》

内 容	時 間	備 考
受付	12:00 ~	代表者は受付をして下さい
開会式	13:30 ~ 13:50	大ホール
政策コンペ予選会	14:00 ~ 16:35	第 1 会場：大ホール 第 2 会場：大・小会議室
審査・町紹介ビデオ放映	16:35 ~ 17:00	3 F 和室・大ホール
審査結果発表・講評	17:00 ~ 17:20	大ホール

《2 日目 (11/20) の日程》

内 容	時 間	備 考
受付	8:30 ~	代表者は受付をして下さい
政策コンペ決勝戦	9:30 ~ 11:15	大ホール (審査は小会議室)
審査・学会長記念講演	11:15 ~ 11:55	
結果発表・表彰・講評	11:55 ~ 12:10	
閉会式	12:10 ~ 12:15	

(6) 学生による政策コンペの実施方法

- ① 1日目は、参加チームを2会場に分け予選として審査
- ② 審査により各会場上位2チーム（全4チーム）を選考
- ③ 2日目に、選考された4チームに決勝戦として再度プレゼンを実施
- ④ 決勝戦のプレゼンを審査し各賞を決定

(7) 会場分けと発表順序について

別紙A「会場分けと発表順序」を参照ください。

(8) 発表時間

- ・ 1チームの発表時間は15分を予定しています。
- ・ 発表後、審査員との質疑応答を5分程度予定しています。
- ・ 発表と質疑応答で1チーム20分を予定していますが、発表にかかる準備・撤収の時間（5分間）は含みません。

(9) 発表方法

- ・ マイクロソフト社のパワーポイントを使い、プロジェクターでスクリーンへ投影して行うものとします。
 - ・ パソコン・プロジェクター・スクリーンは事務局で用意します。事前に送付いただいたデータは使用パソコンに保存いたします。（送付いただいた日以降にデータ修正を行う場合は、USBにデータを入れ、当日使用するパソコンにデータを移動してください。）
- ※パソコン仕様：Windows10、Microsoft PowerPoint 2019 内蔵パソコン
- ・ ご自身のパソコンを持参し、発表前の準備時間（5分間）に付け替えて発表いただくことも可能ですが、動作保証はいたしかねます。（パソコンを持参し発表する場合は、事務局までご連絡をお願いします。）
 - ・ プロジェクターはHDMI端子で接続しますので、パソコンを持参する場合はHDMI端子を接続できるものに限りします。

(10) リハーサルについて

- ・ 事前確認は19日12時から可能とします。貸切バスは12時30分頃会場に到着しますので、バス到着後は譲り合って事前確認をお願いします。
- ・ 各会場とも開会式まではパワーポイントの動作確認やパソコンの接続確認を行っていただけますので、各大学とも5分間を目安とし事前確認をお願いします。
- ・ 本番会場での事前のリハーサルはできません。会場3階のフロアスペースは打ち合わせ場所等のフリースペースにしますのでご自由にお使いください。

(1 1) 審査員

別紙Bの「審査員配置表」をご参照ください。

(1 2) 審査基準

別紙Cの「審査基準」をご参照ください。

(1 3) 表彰

- 日本公共政策学会長賞（最優秀賞）
- 南伊勢町長賞
- 南伊勢町議会議長賞
- 公共政策フォーラム 2022in 南伊勢実行委員会賞

(1 4) 問い合わせ先

公共政策フォーラム2022 in南伊勢実行委員会事務局
南伊勢町役場まちづくり推進課 担当：小山、北畠
〒516-0194 三重県度会郡南伊勢町五ヶ所浦3057番地
TEL：0599-66-1366 FAX：0599-66-1846
E-Mail：machi@town.minamiise.lg.jp

※メールでの問い合わせの場合は、件名を「【公共政策フォーラム】+件名」としてください。

会場分けと発表順序

【予選(11月19日)】

内容	No	開始	終了	第1会場(大ホール)	第2会場(大・小会議室)
				チーム名	チーム名
政策発表	1	14:00	14:20	愛知学院大学 小林明夫ゼミナール	愛知大学 入江ゼミナール
	2	14:25	14:45	愛媛大学 福井ゼミナール	静岡文化芸術大学 片山ゼミナール
	3	14:50	15:10	関西大学 永田ゼミナール	東海大学 岡本三彦ゼミナール
休憩		15:10	15:25		
政策発表	4	15:25	15:45	慶應義塾大学 篠原研究会	長野県立大学 野口暢子ゼミナール
	5	15:50	16:10	日本大学 中川ゼミナール	明治大学 木寺ゼミナール
	6	16:15	16:35	法政大学 廣瀬・土山ゼミナール	

【決勝戦(11月20日)】

内容	No	開始	終了	会場(大ホール)
				チーム名
政策発表	1	9:40	10:00	1チーム目
	2	10:05	10:25	2チーム目
	3	10:30	10:50	3チーム目
	4	10:55	11:15	4チーム目

政策コンペ審査員配置表

【審査員】

氏名	所属等	19日		20日
		予選		決勝 (大ホール)
		第1会場 (大ホール)	第2会場 (大・小会議室)	
広田 真理子	南伊勢町副町長 (公共政策フォーラム 2022in 南伊勢実 行委員会委員長)		●	●
河村 和徳	日本公共政策学会 副会長 (東北大学)		●	●
焦 従勉	日本公共政策学会 副会長 (京都産業大学)	●		●
田口 一博	日本公共政策学会 理事 (新潟県立大学) (2022年度公共政策フォーラム委員長)		●	●
田村 秀	日本公共政策学会 会員 (長野県立大学) (2023年度公共政策フォーラム委員長)	●		●
掛橋 靖	南伊勢町議会議長			●
城 勝司	南伊勢町水産農林課長	●		●
島田 将秀	南伊勢町観光商工課長		●	●
山本 成規	南伊勢町教育委員会事務局長	●		

大学生による政策コンペ審査基準

1. 審査対象

小論文及び発表内容

2. 審査基準

以下の6項目について、各5点ずつ配点し30点満点で採点します。

NO.	審査項目	配点
I	テーマ及び課題の把握が的確かどうか。	5
II	論点の明晰さ	5
III	表現の適切さ	5
IV	具体性・実現性	5
V	独創性	5
VI	発表時間の適切さ（※下記3.参照）	5
採点合計		30

3. 口頭発表時間の減点方法

上記2「審査基準」の中の、「VI：発表時間の適切さ」については、発表時間15分に対して発表時間の長短で減点を行います。また、審査委員の質問時間を5分程度予定しています。

実際の発表時間		減点数
	5分未満	-3
5分以上	10分未満	-2
10分以上	13分未満	-1
13分以上	15分以内	0
15分以上	16分以内	-1
16分以上	17分以内	-2
17分以上	18分以内	-3
18分超		-4

※発表時間が18分を超えた場合は、その時点で発表を打ち切らせていただきますので、あらかじめご承知おきください。

プログラム

【第1日】

日にち：令和4年11月19日（土）

会場：南伊勢町町民文化会館大ホール、大・小会議室

内容：大学生による政策コンペ予選会

12:00～	受付
13:30～13:50	開会式
14:00～16:35	政策コンペ予選会 発表及び質疑応答
16:35～17:00	審査・町紹介ビデオ放映
17:00～17:20	審査結果発表・講評

【第2日】

日にち：令和4年11月20日（日）

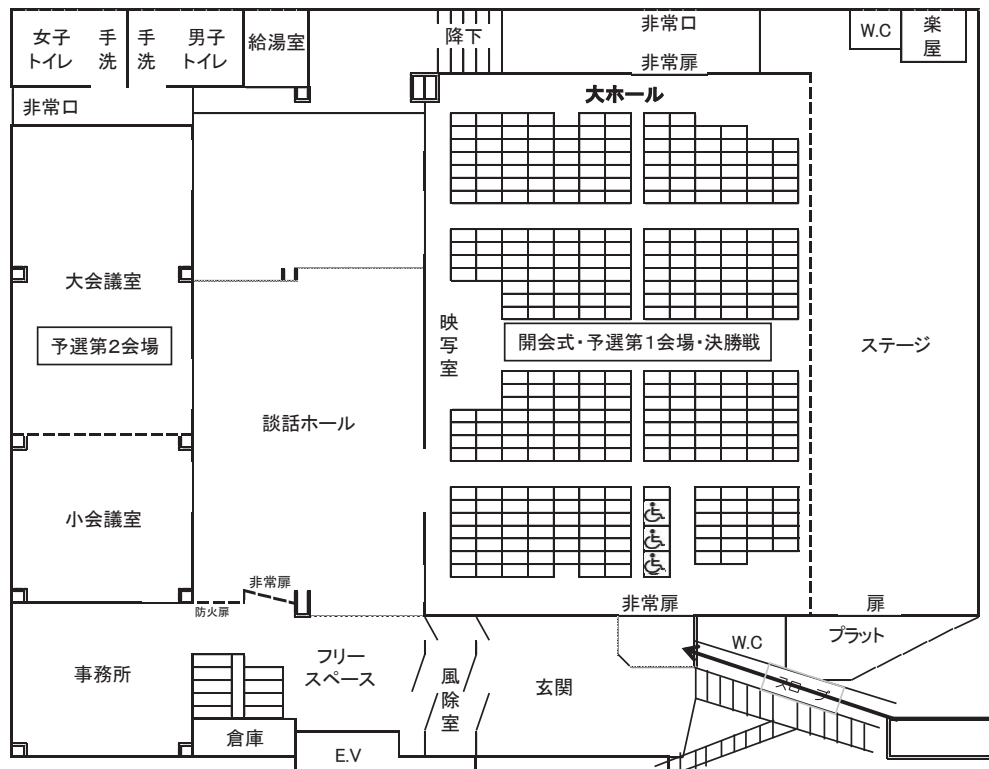
会場：南伊勢町町民文化会館大ホール

内容：大学生による政策コンペ決勝戦・講演

8:30～	受付
9:30～11:15	政策コンペ決勝戦
11:15～11:55	審査・学会長記念講演
11:55～12:10	審査結果発表・表彰・講評
12:10～12:15	閉会式

会場案内図

< 2 F >



大学生による政策コンペ予選会発表スケジュール

《第1会場：南伊勢町町民文化会館大ホール》

時間		大学名	発表テーマ
1	14:00 ～ 14:20	愛知学院大学 小林ゼミ	イイ波来てるね！南伊勢！ ～空き家リノベーションコンテストを活用した水産業の振興～
2	14:25 ～ 14:45	愛媛大学 福井ゼミ	女性目線で考える、観光産業を活かしたキャンプ事業
3	14:50 ～ 15:10	関西大学 永田ゼミ	炭を用いた産業の活性化事業案 ～お炭付きタウン南伊勢～
休憩(15:10～15:25)			
4	15:25 ～ 15:45	慶應義塾大学 篠原研究会	南伊勢レイディシップ Ladyship -女性が創出する南伊勢の未来-
5	15:50 ～ 16:10	日本大学 中川ゼミ	人口減少時代の産業発展を目指す 「スマートローカル産業、スマート地方政府の創出」
6	16:15 ～ 16:35	法政大学 廣瀬・土山 ゼミ	名を知る、地を知る、南伊勢 ～交流・仕事の政策パッケージ～



《第2会場:南伊勢町町民文化会館2F会議室》

時間		大学名	発表テーマ
1	14:00 ～ 14:20	愛知大学 入江ゼミ	Delivery みなみいせ ～南伊勢が誇る水産物で地域経済の活性化～
2	14:25 ～ 14:45	静岡文化芸術大学 片山ゼミ	交流を重視した創造の場づくり ～豊かな自然の中でいきいきと暮らせるまちへ～
3	14:50 ～ 15:10	東海大学 岡本ゼミ	6次産業化と地域資源を活かす「共同加工場」の可能性 ー持続可能な町内産業を目指してー
休憩(15:10～15:25)			
4	15:25 ～ 15:45	長野県立大学 野口ゼミ	犬にひかれて南伊勢
5	15:50 ～ 16:10	明治大学 木寺ゼミ	「Living ほはら」



決勝戦発表スケジュール

《南伊勢町町民文化会館大ホール》

順番	大学名	発表テーマ
1	明治大学 木寺ゼミ	「Living ほはら」
2	関西大学 永田ゼミ	炭を用いた産業の活性化事業案 ～ お炭付きタウン南伊勢～
3	東海大学 岡本ゼミ	6次産業化と地域資源を活かす「共同加工場」の可能性 ー持続可能な町内産業を目指してー
4	法政大学 廣瀬・土山 ゼミ	名を知る、地を知る、南伊勢 ～交流・仕事の政策パッケージ～



大学生による政策コンペ 審査結果

◇日本公共政策学会長賞（最優秀賞）

明治大学 木寺ゼミナール

『「Living ほはら」』

◇南伊勢町長賞

法政大学 廣瀬・土山ゼミナール

『名を知る、地を知る、南伊勢～交流・仕事の政策パッケージ～』

◇南伊勢町議会議長賞

東海大学 岡本ゼミナール

『6次産業化と地域資源を活かす「共同加工場」の可能性－持続可能な町内産業を目指して－』

◇公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢実行委員会賞

関西大学 永田ゼミナール

『炭を用いた産業の活性化事業案～お炭付きタウン南伊勢～』

「公共政策フォーラム 2022in 南伊勢」の様子

《11月19日（土）》

【開会式（中川会長挨拶）】



【開会式（上村町長挨拶）】



【開会式】



【開会式】



【予選第1会場（愛知学院大学）】



【予選第1会場（愛媛大学）】



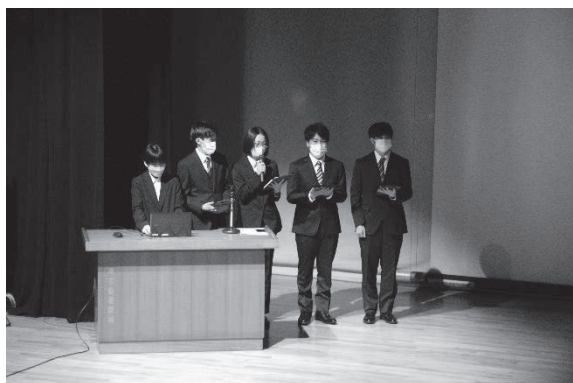
【予選第1会場（関西大学）】



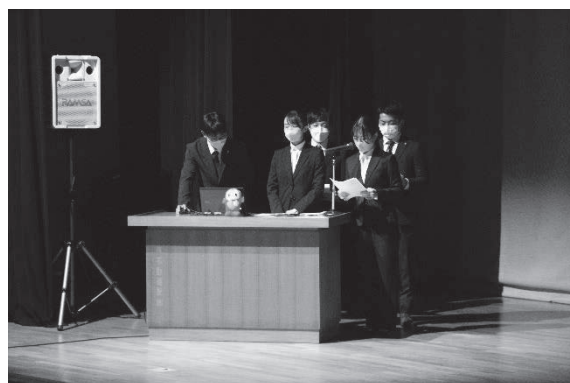
【予選第1会場（慶應義塾大学）】



【予選第1会場（日本大学）】



【予選第1会場（法政大学）】



【予選第2会場（愛知大学）】



【予選第2会場（静岡文化芸術大学）】



【予選第2会場（東海大学）】



【予選第2会場（長野県立大学）】



【予選第2会場（明治大学）】



【予選会講評（焦副会長）】



【予選会講評（河村副会長）】



《11月20日（日）》

【決勝戦（明治大学）】



【決勝戦（関西大学）】



【決勝戦（東海大学）】



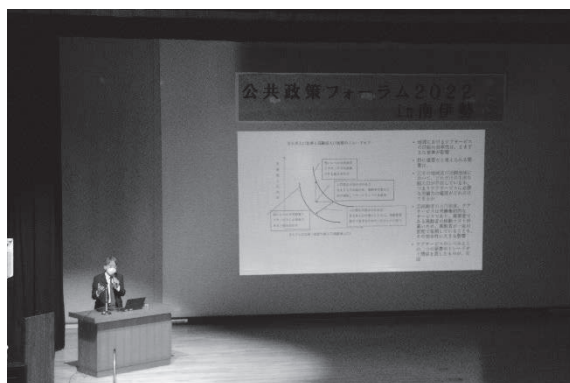
【決勝戦（法政大学）】



【中川会長記念講演】



【中川会長記念講演】



【表彰式（関西大学）実行委員会賞】



【表彰式（東海大学）町議会議長賞】



【表彰式（法政大学）町長賞】



【表彰式（明治大学）会長賞】



【講評（河村副会長）】



【閉会挨拶（上村町長）】



【閉会挨拶（中川会長）】



公共政策フォーラム 2022in 南伊勢 実施体制

【公共政策フォーラム 2022in 南伊勢実行委員会】

役 職	所 属	役 職	氏 名
委員長	南伊勢町	副町長	広田 真理子
副委員長	日本公共政策学会	2022年度公共政策フォーラム委員長	田口 一博
委員	南伊勢町総務課	課 長	生野 憲一
委員	南伊勢町まちづくり推進課	課 長	弓場 悟
監事	南伊勢町会計課	課 長	湊川 むつみ

公共政策フォーラム 2022in 南伊勢 準備状況

- 令和4年 5月 16日 開催要領を公表、参加申込み受付開始
令和4年 6月 3日 参加申込締切
令和4年 6月 6日 公共政策フォーラム 2022in 南伊勢実行委員会の設立
令和4年 6月 27日 現地調査事前質問調査票締切
令和4年 10月 31日 小論文提出締切
令和4年 11月 14日 発表データ提出締切
令和4年 11月 19日 公共政策フォーラム 2022in 南伊勢第1日目（政策コンペ予選会）
令和4年 11月 20日 公共政策フォーラム 2022in 南伊勢第2日目（政策コンペ決勝戦）

【公共政策フォーラム 2022in 南伊勢 2 日目ライブ配信】

公共政策フォーラム 2022in 南伊勢 2 日目の様子は南伊勢町公式 YouTube 「～南伊勢ええとこ～南伊勢町行政チャンネル」よりご覧になれます。

《内容》

政策コンペ決勝戦、学会長記念講演、審査結果発表・表彰・講評



<https://youtu.be/J3w9ymeuu4Mz>

《動画目次》

- 9:05 開会
- 14:16 明治大学《政策コンペ決勝戦》
- 36:59 関西大学《政策コンペ決勝戦》
- 1:00:37 東海大学《政策コンペ決勝戦》
- 1:21:14 法政大学《政策コンペ決勝戦》
- 1:59:06 会長記念講演
- 2:39:44 結果発表・表彰
- 2:59:10 講評
- 3:09:48 町長挨拶
- 3:13:53 会長挨拶

【論文集】

論文集は南伊勢町ホームページ及びグーグルドライブにも掲載しています。

《南伊勢町ホームページ》

https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/shoshiki/machizukuri/gy_sonotaoshirase/5464.html

《グーグルドライブ》

https://drive.google.com/drive/folders/1mi-N4kF4-UxrWcZYPaagekWAyWXR_cK-?usp=sharing



【学会長記念講演】

人口減少下の地域と地域教育

日本公共政策学会
会長 中川雅之

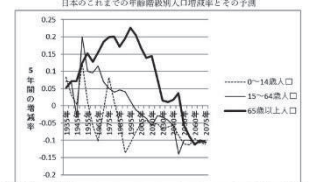
1

(確実に訪れる)日本が、日本の地域が抱える二大課題

- ・成長率が低下した中で迎える
- ・人口減少社会・少子高齢化



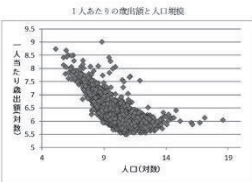
(注) 国民経済計算(内閣府)より算出。1998年までは1990年基準の実質経済成長率、それ以降は2011年基準の実質経済成長率。



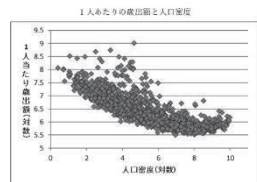
(注) 総務省統計局資料(https://www.stat.go.jp/data/nihon/02.html)より作成(「国勢調査」(総務省統計局)、「日本の将来人口(2018年推計)」(国立社会保障人口問題研究所))。

2

- ・左図によれば、公共サービスをコストを抑えて効率的に提供できる都市の最小最適規模といわれる水準は10~100万人程度
- ・右図によれば、少なくとも1,100人/km²程度の人口密度が必要(鹿児島市や新潟市に該当)



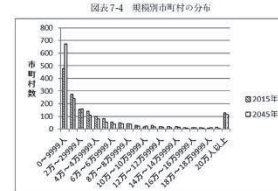
(注) 総務省「平成27年市町村別統計状況調査」、総務省「平成27年国勢調査」をもとに筆者作成。



(注) 総務省「平成27年市町村別統計状況調査」、総務省「平成27年国勢調査」をもとに筆者作成。

3

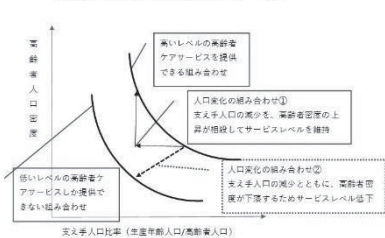
- ・現在都市の最小最適規模を、はるかに下回る都市が多数存在
- ・人口減少社会では、より多くの都市で最適規模を下回るようになる
- ・日本では既に人口減少局面→十分な規模の市町村が既に形成されていけば、あるいは、総人口が減少してもより狭い地域に人口集積が進められていけば、公共財や公共サービスの効率性について心配する必要はないのかもしれない



図表7-4 集積別市町村の分布
(注) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市町村別将来推計人口(平成30年推計)」をもとに筆者作成。

4

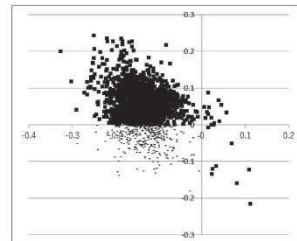
支え手人口比率と高齢者人口密度のトレードオフ



- ・地域におけるケアサービスの供給の効率性は、さまざまな要素が影響
- ・特に重要だと考えられる要素は、
 - ①その地域及び近隣地域において、どれだけの生産年齢人口が存在しているか、つまりケアサービスに必要な労働力の確保がどれだけできるか
 - ②高齢者の人口密度。ケアサービスは労働集約的なサービスであり、需要者である高齢者の移動コストが高いため、高齢者が一定の密度で集積していることも、その効率性に大きな影響
- ・ケアサービスのレベルとこの二つの要素のトレードオフ関係を表したものが、左図

5

支え手比率と人口密度の変化率(2015~2020年)



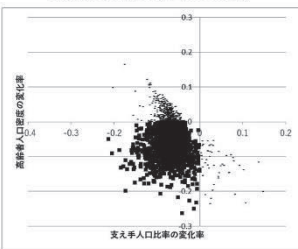
(注) 「日本の地域別将来人口(平成30年推計)」(国立社会保障・人口問題研究所)から作成。

- ・各地域において、地域のケアサービス供給の効率性に影響を与える二つの要素がどのように変化するか(すべての市町村の2015~2020年にかけての変化率)。
- ・現在は、大部分の市町村は高齢者人口密度が上昇して、支え手人口の比率が低下する領域(第II象限)。このような変化は(高いレベルの高齢者サービスを提供できる)曲線上の移動(図表中①のような人口変化の組み合わせ)。
- ・高齢者人口密度が低下し、高齢者密度も低下する第III象限にその市町村がない限り、人口減少・少子高齢化など心配な環境変化にもかかわらず、ほとんどの市町村においては高齢者のケアサービスの質を低下させることなく何とか対応することができるかもしれない。

- ・これは2000年代から人口減少が始まっているものの、その程度は大きなものではなく、高齢化の影響が大きいため、2020年ころまでは高齢者密度の上昇が多くの市町村で起こるため

6

支え手比率と人口密度の変化率(2040~2045年)



(注) 出典は図表9-7と同じ。

- ・左図では将来を描くものとして2040~2045年にかけての変化率をプロット
- ・2020年を過ぎると人口減少の影響が、小さな市町村ほど大きく作用
- ・支え手人口の比率と高齢者人口密度の同時低下という現象(図表9-6中②のような人口変化の組み合わせ)が多くの市町村で起こるようになる
- ・第III象限で示される、明らかに介護・医療・福祉サービスの供給体制が非効率的なものになり、ケアサービスの質の低下が心配される領域に属する市区町村が増加。
- ・このような人口変化を経験するであろう市町村を大きなドットで表していますが、このような市町村は全体の74%。

7

どのような取り組みが必要？

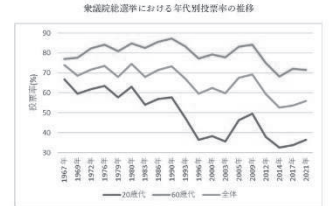
8

地域研究の果たす役割

17

地域、日本の在り方の決定への参加

- 若い世代の投票率は、いずれの選挙においても他の世代に比べて低く、しかもその差が拡大してきている
- 例えば衆議院総選挙における20歳代の投票率は全体の投票率に比べ、1970年代は10ポイントほど低かったものが、現在は20ポイントほどの差になっている

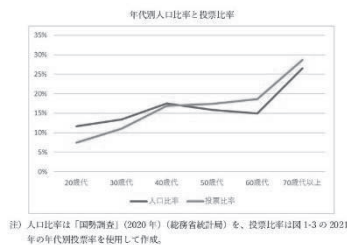


注) 総務省資料 (https://www.soumu.go.jp/main_content/000255967.pdf) より筆者作成

18

参加率の低さがもたらす影響

- もともと少子高齢化が進む日本では、20歳代の人口比率は11%にすぎない。一方60歳代の人口比率は15.0%、70歳以上の人口比率は26.6%
- 年代別投票率を求めて、年代別の投票比率を求めてみる
- 20歳代は7.4%、60歳代は18.6%、70歳代以上は28.6%になる
- 投票が集団的意思決定に関する発言力だと考えれば、若い世代の発言力は高齢世代の1/4~1/3程度しか発揮されていない



注) 人口比率は「国勢調査」(2020年)(総務省統計局)を、投票比率は図1-3の2021年の年代別投票率を使用して作成。

19

社会の在り方を自分ごととして決定

- このことには、若者の認知能力の特性が影響している可能性
- 人はそれぞれ「現在」と「将来」のことをどの程度考えて行動するかについて、差異が存在
- この差異は、「時間割引率」というものによって測られる。時間割引率が高い人は、「将来」よりも「現在」を大切にすると判断する。
- 近年発展が著しい行動経済学の研究では、若い世代と高齢世代は時間割引率が高いと言われる
- なぜ若者だけが集団的意思決定に参加しないのか?
- そもそも地域や日本のおかれている状況や将来について「十分な知識」がないということが影響している可能性
- 自分にとって合理的な選択を行うためには「十分な知識」が必要。長い間生きていれば、様々な経験を通じて、制度や財政運営が自分や周囲の現在のみならず、将来の自分や他人に与える影響が大きいことについての知識を身に付けることができる。しかし、若い世代は、テレビを通して日々の出来事を知り、それに対する様々な人の評論を聞く以上に、地域、日本の在り方について学習や考察を深める必要がある。

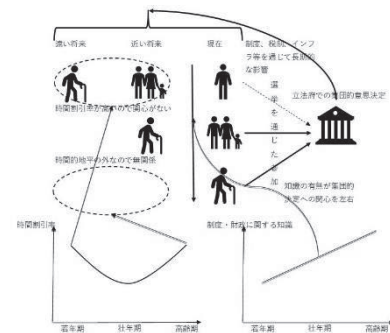
20

時間割引率とは？

- 将来のことをどの程度考えられるか→時間割引率
- AさんとBさんがいるとする。
- Aさんは、今の10000円と1年後の10500円を同じ価値だと考えている。
- Bさんは今の10000円と1年後の12000円を等価値だと考えている。
- →Aさんの時間割引率は5%、Bさんの時間割引率は20%
- →Aさんは金利が10%なら今の消費をがまんして貯蓄し、将来の消費を増やそうとしますが、Bさんはそれができない
- →時間割引率は、その値が低いほど将来のことを慎重に考えて高く評価することができるという嗜好を表す

21

集団的意思決定への参加



22

【論文集】

<第1会場>

※発表順

- ①イイ波来てるね！南伊勢！～空き家リノベーションコンテストを活用した水産業の振興～
(愛知学院大学小林ゼミ)・・・26
- ②女性目線で考える、観光産業を活かしたキャンプ事業(愛媛大学福井ゼミ)・・・37
- ③炭を用いた産業の活性化事業案～お炭付きタウン南伊勢～(関西大学永田ゼミ)・・・57
- ④南伊勢レイディシップ Ladyship -女性が創出する南伊勢の未来-
(慶應義塾大学篠原研究会)・・・71
- ⑤人口減少時代の産業発展を目指す「スマートローカル産業、スマート地方政府の創出」
(日本大学中川ゼミ)・・・88
- ⑥名を知る、地を知る、南伊勢～交流・仕事の政策パッケージ～
(法政大学廣瀬・土山ゼミ)・・・105

<第2会場>

※発表順

- ①Delivery みなみいせ～南伊勢が誇る水産物で地域経済の活性化～
(愛知大学入江ゼミ)・・・119
- ②交流を重視した創造の場づくり～豊かな自然の中でいきいきと暮らせるまちへ～
(静岡文化芸術大学片山ゼミ)・・・132
- ③6次産業化と地域資源を活かす「共同加工場」の可能性—持続可能な町内産業を目指して—
(東海大学岡本ゼミ)・・・142
- ④犬にひかれて南伊勢(長野県立大学野口ゼミ)・・・153
- ⑤「Living ほはら」(明治大学木寺ゼミ)・・・166

イイ波来てるね！南伊勢！

～空き家リノベーションコンテストを 活用した水産業の振興～

愛知学院大学法学部 小林明夫ゼミナール

代表者：田中利依

発表者・参加者：伊藤菜々美、大島晴留人、梶野歩夢、加藤まなか、川田早智子、
小瀬古樹己、後藤いあん、榊原萌、鈴木もえ、田中利依、辻朝日、
中山隼輔、成田彩乃、西佑太、二宮百可、不破啓貴、前多晴、
前田憲太朗、松村美咲、村枝拓郎、山田涼佳、吉田光宏

梗概

我が国の漁業就業者数は一貫して減少傾向にあり、2020年には前年から6.3%減少して13万5,660人となっている。漁業就業者の総数が減少する中で、近年の新規漁業就業者数はおおむね2,000人程度で推移していたが、2019年は1,729人、2020年は1,707人と2年連続で1,700人台となり、2018年の1,943人と比較しても1割減少している。

また、南伊勢町においても、1971年度の水産業就業人口が5,011人であったのに対し、2018年度には774人まで減少している。2018年における年齢構成別水産業者の割合をみると、60歳代と70歳代以上を合わせて約50%を占めており、15歳から39歳までの比較的若い世代の割合は全体の16.7%に留まり、後継者不足に陥っている。このことにより、町の活力が失われてしまうことが懸念される。

他方、南伊勢町の空き家の状況をみると、2015年の空き家総数が893件であったのに対し、2021年には1,761件と900件近くも増加している。また、空き家の大多数が漁村の中に存在していることもこの地域の特徴である。

このような課題を解決するために、私たちは、空き家リノベーションコンテストを活用した水産業後継者育成の場の設立を提案する。町が空き家リノベーションコンテストを主催し、過疎化によって生じた空き家をリノベーションする。そして、水産業全体を活性化させるために、水産業に関することを学べる場を設立し、その活動のためにリノベーションした空き家を活用する。これにより、過疎によって生じた空き家をメリットとして活かすことができるほか、水産業の担い手不足の解消につなげることができる。また、単に空き家の引き取り相手を募集するよりもコンテストを開催することで、多くの人に活用することのできる空き家の存在を知ってもらうことができる。

第1章 はじめに

私たちは、今回のテーマである「地域の活力につながる産業の活性化」を考えるに当たり、水産業に着目した。南伊勢町の伝統的な基幹産業である水産業の振興を目標に、次代を担う人材を育成することで、担い手不足という課題を解決し、地域の活力につなげていくことのできる政策提言を行う。第2章では、漁業就業者の全国的傾向と南伊勢町についての現状分析を行う。第3章では、基本的な考え方として少子高齢化による水産業の後継者不足をどのように解決していくのかを述べる。第4章では、基本的な考え方に基づく具体的な政策として、空き家リノベーションコンテストの開催と水産業後継者育成の場の設立について提言するとともに、後継者育成事業に関し参考となる取組として、京都府の例を紹介する。そのうえで、空き家対策と水産業振興とのつながりについて述べる。また、今回の提案によって得られるメリットと課題について検討する。まとめの第5章では、今回の提案からみた今後の展望について述べる。

第2章 現状分析

第1節 漁業就業者の全国的推移

我が国の漁業就業者は一貫して減少傾向にあり、2020年には前年から6.3%減少して13万5,660人となっている。漁業就業者の総数が減少する中で、近年の新規漁業就業者数はおおむね2,000人程度で推移していたが、2019年は1,729人、2020年は1,707人と2年連続で1,700人台となり、2018年の1,943人と比較しても1割の減少となっている。しかしながら、新規漁業就業者のうちおおむね7割程度が39歳以下であり、若い世代の参入が多くを占める傾向が続いている¹。

我が国の漁業経営体の大宗を占めるのは、家族を中心に漁業を営む漁家であり、このような漁家の後継者の主体となってきたのは漁家で生まれ育った子弟である。しかしながら、近年、生活や仕事に対する価値観の多様化により、漁家の子弟が必ずしも漁業に就業するとは限らなくなっている。他方、新規漁業就業者のうち、他の産業から新たに漁業に就業する人はおおむね7割を占めており、転職先として漁業に関心を持つ都市出身者も少なくない。こうした潜在的な就業希望者を後継者不足に悩む漁業経営体や地域とつなぎ、意欲のある漁業者を確保し担い手として育成していくことは、水産物の安定供給のみならず、漁業・漁村の多面的機能の発揮や地域の活性化の観点からも重要となる。

第2節 南伊勢町の現状

次に、南伊勢町の人口構造の変化と水産業就業人口、空き家バンクの利用件数についてみていきたい。

三重県の度会郡に位置する南伊勢町は、豊かな海と山、温暖な気候等の自然の恵みがあり、漁業では日本屈指の水揚げ量を誇り、人々の生活を支えてきた。

しかしながら、1965年に31,592人であった同町の人口は、2015年には12,788人、2020年には10,989人まで減少しており、過疎化が進んでいる²。その背景には年少人口（15歳

¹ 水産庁「令和3年度水産白書」（水産庁、2021年）
(<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/R3/attach/pdf/220603-11.pdf>)（閲覧日2022年9月16日）

² 南伊勢町「数字でみる南伊勢町」（南伊勢町、2019年）及び総務省統計局「令和2年国勢調査」

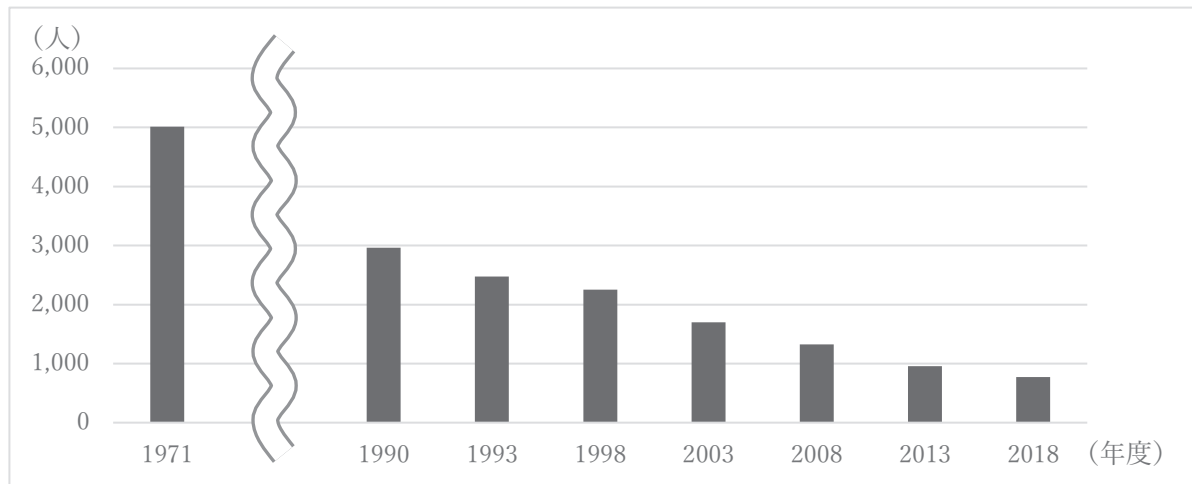
未満)の低下と老年人口(65歳以上)の増加がある。1980年に5,072人であった年少人口は2020年には648人に激減し、老年人口は3,393人から5,867人へと増加している。その結果、1980年に14.2%であった高齢化率は2020年には53.6%まで上昇した。53.6%という数値は、2020年の高齢化率の全国平均である28.8%を著しく上回り、限界集落に該当する高齢化率50%をすでに超えている³。そのため、生産年齢人口が減少し、水産業にも大きく影響が表れている。

水産業就業人口では、1971年度の実業人口が5,011人であったのに対し、2018年度には774人まで減少している⁴(図1参照)。2018年における年齢構成別水産業者の割合をみると、60歳代と70歳代以上を合わせて約50%を占めており、15歳から39歳までの比較的若い世代の割合は全体の16.7%に留まっている⁵(図2参照)。

また、過疎によって増え続ける空き家を有効活用するために、空き家の売却又は賃貸等を希望する所有者等から申込みを受けた情報を、空き家の利用を希望する者に対し紹介する空き家バンク制度が南伊勢町にも存在している。しかし、実際の運用実績をみると、空き家バンクの2015年度から2021年度までの登録件数が125件あったのに対し、成約件数は76件と約60%しか使われていない⁶。また、2015年の空き家総数が893件であったのに対し、2021年には1,761件と900件近くも増加しているのに対して、空き家の登録件数は約100件しか増加していないため、積極的に活用されているとは言えない⁷。

なお、南伊勢町は住宅地のほとんどが漁村にあることから、空き家の大多数は漁村の中に存在しているという現状にある。

(図1) 南伊勢町の水産業就業人口の変化



(出典:「南伊勢町の現状」)

³ 内閣府ホームページ内「令和3年版高齢社会白書」(内閣府、2021年)
(https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2021/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf) (閲覧日 2022年9月16日)

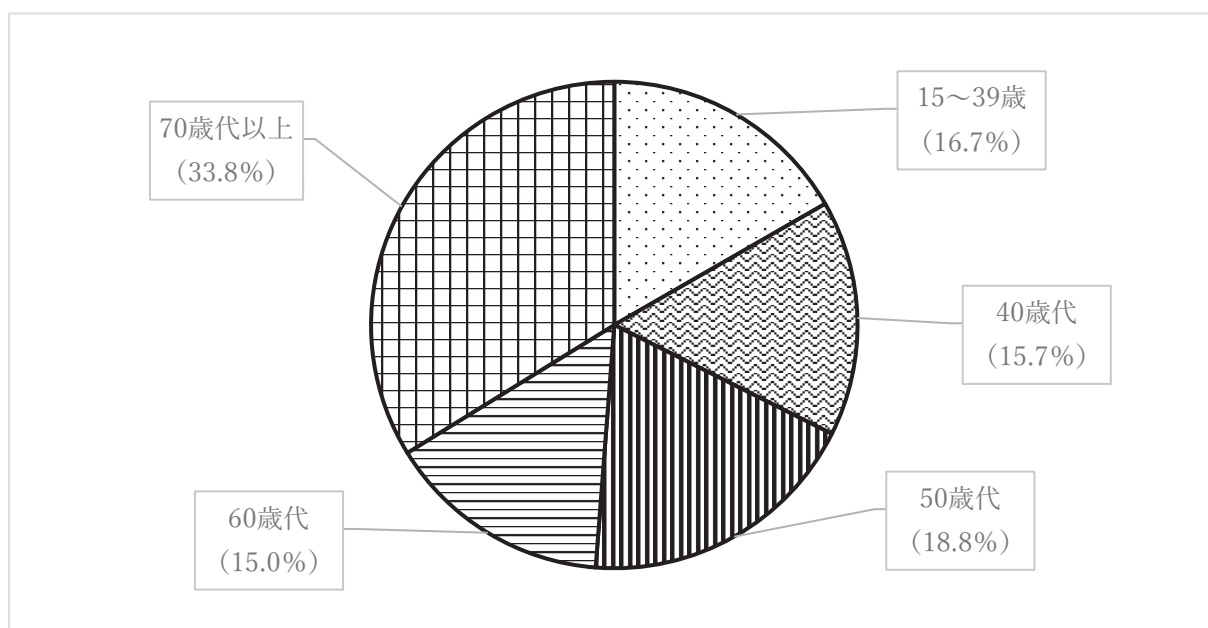
⁴ 南伊勢町「南伊勢町の現状」(南伊勢町、2021年)

⁵ 農林水産省ホームページ内「2018年漁業センサス報告書」(農林水産省、2018年)
(<https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0001858639>) (閲覧日 10月27日)

⁶ 伊勢新聞 2021年10月18日

⁷ 南伊勢町 「空き家バンク登録・利用件数(R04.6.30現在)」

(図 2) 南伊勢町の年齢構成別水産業者の割合 (2018 年)



(出典：「漁業センサス」より作成)

第 3 章 基本的な考え方

後継者不足に悩む水産業を活性化するためには、どうしたら良いだろうか。ここで私たちは、「今そこにあるもの」を活用する、マイナス要素をプラス要素に転換する「逆転の発想」に立つこととした。

南伊勢町には、恵まれた水産資源とそれを活かした、熟練した技術を有する水産業者の方々がいる。これらの方々には、高齢化の波にのみ込まれつつも、この技術を後世に伝えることができる力がまだ十分にある。

また、近年漁村の中で増加している空き家も比較的状态の良いものを選べば、十分活用の余地がある。私たちはこの2つを有機的に結び付けた施策が考えられないかという観点から検討を行った。

第2章の現状分析で見たとおり、南伊勢町の高齢化率は非常に高くなっており、水産業の後継者も著しく減少していることがわかる。そこで、空き家をリノベーションした施設を後継者育成のために活用し、経験豊富な高齢者の方々に指導者となってもらうことで、超高齢社会をもプラス要素として活かす。このような新たな人材育成により、水産業の後継者不足の解決にも寄与することができる。

以上のような考え方に立って、具体的な政策提言を行うこととする。

第 4 章 具体的な政策提言

第 1 節 提案

(1) 空き家リノベーションコンテストの開催

現在、過疎化により南伊勢町の空き家件数が増加し、問題となっている。また、南伊勢町の一大産業である水産業においても就業人口はピーク時に比べ大きく減少していることから、担い手不足という問題が生じている。そこで、同町が空き家リノベーションコンテストを主催し、過疎化によって生じた空き家をリノベーションする。そして、水産業全般

を活性化させるために、リノベーションした空き家を水産業に関することを学べる拠点とし、様々な形で活用する。これにより、過疎によって生じた空き家をメリットとして活かすことができるほか、水産業の担い手不足の解消につなげることができる。また、単に空き家の引き取り相手を募集するよりもコンテストを開催することで、多くの人に空き家問題や活用することのできる空き家の存在を知ってもらうことができる。

私たちが構想する空き家リノベーションコンテストは、南伊勢町が主催するコンテストである。一定の目的をもった活動拠点というテーマに沿って建築系の学生と設計会社に共同でリノベーションのアイデアを出し合ってもらおう。

募集したアイデアの中から最優秀賞を決定し、受賞したチームの空き家リノベーション案を元に、一定の目的を持った活動拠点として空き家のリノベーション施工を行う。リノベーションの費用については、既存の空き家バンクリフォーム補助金（南伊勢町）を活用する。

学生や設計会社の募集は、同町ホームページに募集サイトの開設、「AKICHIATLAS.com」への掲載、SNS等を利用した宣伝などにより行う。

（２）「やい気ととキャンパス」の設立

「やい気ととキャンパス」（愛称「ととキャン」）とは、漁師になることを目的とした単なる漁師塾とは異なり、水産業に関わる様々な分野について学ぶことのできる総合的な研修の場である（「やい気」とは、伊勢志摩地域の言葉で「やる気」を意味する。）。「漁師コース」、「養殖コース」、「水産加工コース」、「料理コース」の４つのコースに分かれ、数か月以上の期間、リノベーション済みの空き家を利用して活動する。

指導者として、水産業に携わる現役の方々だけでなく、引退された方々にもご協力いただくことで、研修生は水産業について深く学ぶことができ、超高齢社会をプラス要素として活かすこともできる。研修生は、授業料を支払うが、その後に定住し、かつ水産業に従事する人は、半額返金されるシステムとする。

また、期間中は、空き家において生活するため、物件探しや家賃支払などの負担も軽減される。さらに、研修生は実地研修を行うため、水産業者は、労働力を確保することができる。「やい気ととキャンパス」の日程や場所、応募資格、授業料、募集人数等の詳細は町や後述の「TRITON PROJECT」のホームページに掲載する。SNS等を通じて宣伝し、入校者を募集する。ここで４つのコースを紹介する。

１つ目は、「漁師コース」である。漁師コースでは、漁業者としての基本的なスキルを学ぶ。主な研修内容として、県内水産業の概要、水産生物、漁業制度、海難防止、関係法令の講義や、漁業現場でのまき網、定置網の実習などを行う。加えて、一級・二級小型船舶操縦免許や漁業無線免許といった免許取得の応援を行うなど、漁業者になるための基礎的な知識や漁業技術を学ぶカリキュラムとする。このように、漁師コースを設立することで、研修生が技術や知識を身に付け、次代の担い手となることが期待される。また、授業の一環として実際の漁船に乗ることができれば、研修生は漁師の仕事を肌で感じるだけでなく、漁師の方も労働力を確保することができる。

２つ目は、「養殖コース」である。養殖コースでは、養殖者としての基本的なスキルを学ぶ。主な研修内容として、県内水産業の概要、養殖技術、関係法令の講義や、養殖現場での実習を行うなど、養殖者になるための基礎的な知識や技術を学ぶカリキュラムとする。

このように、養殖コースを設立することで、鯛、アワビ等の養殖の担い手を確保することができ、ブランド養殖魚の取扱拡大につなげることができる。

3つ目は、「水産加工コース」である。水産加工コースでは、加工についての基本的なスキルを学ぶ。主な研修内容として、県内水産業の概要、水産加工の流れ、加工技術や魚のさばき方、関係法令の講義や、仕入れ作業、近隣の水産加工会社との協力による実習を行うなど、加工職になるための基礎的な知識や技術を学ぶカリキュラムとする。このように、水産加工コースを設立することで、南伊勢ブランドであるかつお生節や骨なし串ひものなどを守り続けることができる。また、ブランド養殖魚の加工品開発にもつなげることができると考えられる。

4つ目は、「料理コース」である。料理コースでは、水産物を使用した料理についての基本的なスキルを学ぶ。主な研修内容として、レストラン開業のための資金調達方法や資格・届出、経営戦略の講義や、地場の食材を使った料理のレシピを作り、調理して腕をあげるほか、魚の下処理やさばき方の実習を行うなど、料理人になるための基礎的な知識や技術を学ぶカリキュラムとする。さらに、月に何度か食事会を行い、住民の方々に味わっていただくことで、自分の料理技術の進歩を確かめることができる。このように、料理コースを設立することで、地場の品、新鮮な魚介類を食べることができるレストランが増え、南伊勢町の魚介の魅力が再発見できる郷土料理店として、県内外からの観光客が見込め、水産業がさらに盛り上がることを期待できる。

以上の4つのコースの他にも「やい気ととキャンパス」特別プログラムとして、漁村地域に馴染めるよう、地元行事への参加や、地元の水産業者との意見交換を行うことで、南伊勢町への定住、水産業関係への就業を後押しすることができる。水産業の担い手の方々や地元企業、漁業協同組合の方々の協力を得ながら講義を進めることで次代の担い手を町全体で育て上げることができ、南伊勢町の水産業の盛り上がりにつなげることができる考える。

なお、南伊勢町では水産業の活性化や担い手育成に取り組む一般社団法人「フィッシャーマン・ジャパン」（宮城県）、漁船IoTベンチャー企業「ライトハウス」（福岡県）と連携し、水産業の担い手育成事業「TRITON PROJECT」をスタートさせている。このプロジェクトでは、1泊2日の短期研修と、就職につながる1カ月から2年程度の長期研修がある。この「TRITON PROJECT」と比較すると、私たちの提案は水産業者になるかどうかを考える場とすることができるという点が特長である。「TRITON PROJECT」の短期研修は、気軽に体験することができる一方で、長期研修は、本気で漁師になろうという人向けである。これに対し、「やい気ととキャンパス」は、水産関連産業全体への就職を考える場として、使うことができる。すでに、「TRITON PROJECT」では、町内の事業者に対し、「新規受け入れ先」を募集していることなどから、私たちの提案する「やい気ととキャンパス」とつなげることで、より水産業が発展していくのではないかと考える。

（3）京都府の「海の民学舎」

ここで、参考事例として、京都府の「海の民学舎」を紹介する。

京都府は、水産業の担い手の減少や高齢化、水産加工業の衰退等が顕著となっており、漁村の集落機能が低下していることから、平成25年度に水産業経営を支える新たな人材育成や漁村における新たなビジネスの起業を進めるために「海の民人育成プラン」が策定

された。この「海の民人育成プラン」の施策として、京都府の水産業の振興と北部地域の活性化に向けて、新たな個人水産業者や水産業経営体の育成、若手水産業者の経営力向上、加工等の漁村ビジネスおこしのリーダーを育成することを目的とした「海の民学舎」が設立された。

「海の民学舎」では、「新規就業者講座」と「経営力向上講座」の2講座を設けている。

「新規就業者講座」では、新規就業者が2年間の研修期間を経て、水産業者としての基本的なスキルを学ぶもので、水産業協同組合などの水産業団体をはじめ、京都府と地元市町が、研修から就業・漁村への定住までをバックアップするカリキュラムである。主な研修内容として、1年目には、基礎研修として水産業の基礎的な知識と技術を習得するために、小型船舶免許や漁業無線免許といった免許の取得、水産業や水産研究のエキスパートによる水産一般、資源管理型水産業、水産生物、水産業制度、海難防止などの講義や水産業現場での定置網、底びき網、トリガイ・イワガキ養殖等の実習を行っている。2年目には、実際に漁村に定住しながら、個別の研修先での現地研修を1年間継続することで、水産業技術の向上に努め、漁村定住の留意事項などを学習する集合研修などに参加し、漁業者になるための更なる知識や漁業技術などを学習するカリキュラムとなっている。

「経営力向上講座」では、若手・中堅水産業者が経営力を高めるために、経営の基本知識を習得するもので、外部から税理士や経営指導員を講師に迎え、適正な申告に向けた帳簿付けの基本や経営計画の作成方法などを学ぶことに加えて、府や漁協の職員とともに、数名のグループで他府県の現場に赴き優良事例を学ぶ先進地事例研修を行っている。

この「海の民学舎」と私たちが提案する「やい気ととキャンパス」との相違点は、私たちの提案の場合、新規水産業者を育成し、水産業経営力を高めるだけでなく、コース別に分けて各々で水産業とその関連産業全般についても学ぶことができることである。

(4) 空き家対策と「やい気ととキャンパス」とのつながり

なぜ、空き家対策と水産業振興を結びつけるべきなのだろうか。

先に述べたとおり、南伊勢町の場合、空き家の大多数は漁村の中にあるという現状にある。それらの空き家を活用するという事は、そこに住む人の生活まで考えることを意味する。生活を考える場合、その人の生活を支える収入が必要となる。漁村の中で収入を得ることを考える場合、水産業やその関連産業が有力な候補となることはいうまでもない。また、空き家リノベーションコンテストと水産業振興の双方からみても両者を合わせて行うことによる積極的価値が認められる。

具体的にいうと、空き家リノベーションコンテストを「やい気ととキャンパス」と合わせて行う積極的価値は、問題となっている空き家の利用が進むという点である。使用目的のはっきりした空き家の活用事業は、PR効果も高く、空き家をリノベーションして使いたいという人を広く呼び込むことができる。

また、「やい気ととキャンパス」を空き家リノベーションコンテストと合わせて行う積極的価値は、過疎地域への移住成功に必要なといわれる住まい・仕事・コミュニティを得られるという点である。空き家を活用することで、まず、生活基盤としての住まいを得ることができる。その上で、水産業に就業するための基礎的な知識・技術を身に付けることができ、漁村のコミュニティの一員として水産業に従事することで、漁業権を有する漁業協同組合の組合員となる道も拓ける。

このように、空き家リノベーションコンテストと「やい気ととキャンパス」の両方を結びつけることで、それぞれの事業の効果がより高まることが期待できる。

具体的に両者の事業を結びつける方法として、現行の空き家バンクリフォーム補助金制度に加え、条件付きの融資制度を設けることが考えられる。空き家をリノベーションするには、多額の資金がかかる。そこで、空き家を、「やい気ととキャンパス」をはじめとする水産業の振興に寄与する形で使用することを前提としてリノベーション代金を地元の金融機関が低利で融資を行う。低利融資の原資として、公費で基金を造成し、バックアップを行う。仮に、水産業の振興目的以外で空き家を使用した場合には、債務者が、利息の差額分を一括返金するという条件も付けておく。

なお、今回は、主に水産業について提案したが、この提案は水産業だけでなく、農業など他の第一次産業への応用も可能である。さらに、移住体験施設等をつくることで第三次産業の活性化も図ることが可能だと考えている。

第2節 政策のメリット

(1) 空き家リノベーションコンテスト参加者にとってのメリット

第一に、建築系学生側のメリットとして学生の期間に実務経験を積むことができる。設計会社の方と共同で案を作成していくため、プロの観点からアドバイスを頂きながら、地域の風土や暮らしに根ざした案を作成することができ、普段の学習では得難い実務的な体験ができると考える。加えて、学生はその設計会社とつながりを持つことができるなど、人脈を広げることができる。また、他校の人の作品から自分では思いつかないインスピレーションを得るなど様々な視点を持つことができ、学生にとって新たな刺激を得ることができると思う。

第二に、設計会社側のメリットとして空き家リノベーションコンテストを通して自身の会社の広告ができるとともに知名度向上につなげることができる。最優秀賞を受賞した場合、実際に作成した案で空き家がリノベーションされるため広告として大きな効果をもたらすと考える。仮に受賞できなかった場合でも、町のホームページ等で作成案と会社名を掲示することにより、知名度向上につなげることができると思う。また、若者の育成につなげることができるというメリットもある。今後、建築業界で活躍していく若者に対して、実際に働く側として考え方や経験を伝えることで将来を担う若者の育成につなげることができるのではないかと考える。

第三に、コンテストを通してSDGsへの取り組みにつなげることができる。例えば、使われなくなった空き家のリノベーション事業は12番の「つくる責任 つかう責任」に該当するなどコンテストを通して会社としてSDGsへの取り組みに寄与できるのではないかと考える。

(2) 「やい気ととキャンパス」参加者にとってのメリット

「やい気ととキャンパス」への参加は水産業に携わりたいと考えている人のきっかけになる。例えば、漁師になる人は身近な人が漁業に携わっている場合がほとんどである。今回提案する漁師コースではそれ以外の人にも漁師という道に入ることを容易にするであろう。また、漁師を目指す人は漁師に弟子入りをすることが一般的であるが、自分一人で漁師に弟子入りを申し出るとは勇気がいることであり、また弟子入りはいつ独り立ちすることができるのかという不安もあることが考えられる。しかしながら、この制度は漁師に

なりたいという気持ちさえあれば、「やい気ととキャンパス」に通うことが可能であり、また行政が関与する就労支援ということで安心できるのではないだろうか。「やい気ととキャンパス」という一定のプログラムの下で行われているため、知識がなく、教えてくれる水産業者が身近にいないとしても漁師を目指すことが可能である。

(3) 地域にとってのメリット

第一に、「やい気ととキャンパス」という水産業について学べる場を設けることで、担い手不足を解消することができる。担い手不足は少子高齢化が進む日本にとって避けて通ることのできない深刻な問題である。特に、水産業就業者は全国的にみても著しく減少しており、南伊勢町の水産業に携わる人の数も大幅に減少している。しかしながら、水産業に興味関心を持つ者は少なからず存在する。今回提案する施策によって、その人たちに水産業に触れる機会を実際に与えることで、興味があるだけで終わってしまっていた人を実際に就業までサポートすることができるのではないかと考える。

第二に、過疎化を緩和することができる。都市圏への人口流出によって多くの地方では人口減少による過疎化が進んでいる。過疎化は働き口の減少や耕作放棄地の増大、住宅の老朽化、空き家の増加など様々な問題発生の原因になる。今回提案した施策は全国初の試みであるため、南伊勢町の知名度が飛躍的に上がるのではないかと考えられる。知名度が上がることによって南伊勢町に興味を持ち、南伊勢町に観光に来ていただけるのではないだろうか。他県から観光客が来ることによって南伊勢町の観光収入が増え、その収入をより住みやすく、より観光しやすくすることに使うことで地域を活性化することに繋がるのではないかと考える。

第三に、税収が増加することにより住民サービスを拡充することができる。これは現在南伊勢町で暮らしており、支えてもらっている住民の方々へのわかりやすい効果であろう。仮に南伊勢町に興味を持ち移住を検討している人がいたとしても、そこで行われている住民サービスが十分なものでなければ移住を断念されてしまう可能性もある。そうした懸念を払拭するためにも、よりよい住民サービスの提供が可能になるようにしていく必要がある。この政策がそのための財源となるのではないかと考えられる。

第四に、住民同士の絆の形成に役立つことである。現在は水産業の衰退が大きいと考えられるため、「やい気ととキャンパス」を提案したが、その時々状況に応じた南伊勢町の方々が欲しているものを作ることで住民にとってより住みやすい町を作ることができるであろう。例えば、住民が交流できるようなスペースを作り出すこともできる。少子高齢化や核家族化の進行など社会環境の変化に伴う生活様式の多様化や地域に対する考え方の違いなどにより、地域活動に参加しない人や地域の関わりを持とうとしない人が多くなっており、住民同士の連帯感や繋がり希薄化が多くみられている。しかしながら、南海トラフ地震などの災害の発生があるといわれている現在、災害時の助け合いや、子どもや高齢者の見守りなどには地域の人々の繋がりが重要ではないだろうか。そのために、地域住民が互いに信頼関係を生み出せるような交流スペースを作ることも可能であると考えられる。

第3節 政策を進めていく上での課題と対応策

(1) 空き家リノベーションコンテストに参加してくれる学生がいるか

まず、空き家コンテストに参加してくれる建築系学生がいるかという課題がある。

この点については、既に鹿児島県等、他の自治体が開催しており、そこには実際に参加する学生がいる。このことからわかるように、南伊勢町による空き家リノベーションコンテストも成り立つのではないかと考える。しかし、参加してもらうにはそもそも人に知ってもらわなければならないため、前提として十分な宣伝が必要である。

(2) 「やい気ととキャンパス」に入校してくれる人がいるか

次に、「やい気ととキャンパス」に入校してくれる人がいるかという課題がある。

この点については、空き家リノベーションコンテストとセットで行うため、一定の広告・宣伝効果があると考えられる。「やい気ととキャンパス」に活用することを目的とした空き家リノベーションコンテストの開催を、ホームページやSNS等で宣伝することで、「やい気ととキャンパス」という事業の存在を知ってもらう手段にもなり得、そこから南伊勢町の魅力を知ることになれば、さらに外部から人を集めることができると考える。加えて、元から水産業に関心がある人だけでなく、より多くの人に広く知ってもらうこともできる。

(3) 本当に南伊勢町の高齢者の方々に指導者となっていたただけるか

空き家リノベーションコンテストによって水産業の振興のための活動拠点を作ったのはいいものの南伊勢町の高齢者の方々が本当に指導者となって水産業活性化のために力を貸していただけるかという課題もある。

この点については、水産業担い手育成事業「TRITON PROJECT」をスタートさせ、実際に受け入れ、指導を行っている方々を中心として力をお貸しいただくことができると考える。そうすることで、さらなる水産業の活性化に繋がり、そして2次・3次と連鎖的な産業の活性化も期待できると考える。

第5章 おわりに

今回の提案は、産業の活性化という問題をすぐに解決できるような効果が出るものではないが、長期的にみれば「やい気ととキャンパス」を通じて後継者不足という側面を解消でき、ひいては水産業の活性化につながるものである。

いうまでもなく、南伊勢町にとって水産業はなくてはならない産業であり、実際に、町では担い手育成事業をスタートさせている。しかし、現在の流通経路では、市場に水揚げされた魚は鮮魚のまま買われて南伊勢町から離れていってしまうことがほとんどであるため、水産加工や消費なども含めた6次産業化も必要になってくると考える。

さらに、「やい気ととキャンパス」を通じて、町の経済の循環を絶やさないために、どのように水産業を発展させていくのか、南伊勢町の水産業のあり方を外部からの新たな人材と元々の住民とで地域一丸となって模索していくことのできる関係を築く。そうすることで、南伊勢町に「イイ波」を呼び込み、町のさらなる発展につながるものと考えている。

〈参考文献〉

伊勢新聞 2021年10月18日

水産庁「令和3年度水産白書」(水産庁、2021年)

(<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/R3/attach/pdf/220603-11.pdf>) (閲覧日 2022年9月16日)

総務省統計局「令和2年国勢調査」

内閣府ホームページ内「令和3年版高齢社会白書」(内閣府、2021年)

(https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2021/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf) (閲覧日 2022年9月16日)

農林水産省東海農政局「東海農林水産統計年報」

(<https://www.maff.go.jp/tokai/tokei/nenpo/index.html>) (閲覧日 2022年9月16日)

農林水産省ホームページ内「2018年漁業センサス報告書」(農林水産省、2018年)

(<https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0001858639>) (閲覧日 10月27日)

南伊勢町「空き家バンク登録・利用件数 (R04.6.30現在)」

南伊勢町「南伊勢町の現状」(南伊勢町、2021年)

南伊勢町ホームページ内「数字でみる南伊勢町」(南伊勢町、2019年)

女性目線で考える、観光産業を活かしたキャンプ事業

愛媛大学法文学部人文社会学科福井ゼミナール(指導教員 福井秀樹)

代表者:竹内真衣

発表者:石井友華、竹内真衣、西山明里

参加者:石井友華、竹内真衣、西山明里

梗概

「地域の活力につながる産業の活性化」というテーマに基づき、私たちが提案するのは「女性目線で考える、観光産業を活かしたキャンプ事業」である。

南伊勢町は、町域の約6割が伊勢志摩国立公園に指定されている海に面した自然豊かなまちである。その一方で、全国で少子高齢化が問題となっているように、南伊勢町も例外ではない。南伊勢町では、0～14歳の年少人口の減少だけでなく、20歳～44歳の親にあたる若者世代の男女ともに、全国平均や三重県平均より未婚率が高くなっており、晩婚化、未婚化の傾向が進んでいる。そのため、特に親にあたる若者世代の女性を呼び込むことが課題である。

また、若者の流出の一つの要因として、交通や生活の不便さが挙げられる。そこで、私たちは、そのような「不便」を楽しむことができるのは「キャンパー」であると考え、地域資源に恵まれた南伊勢町はキャンプに最適な地であると共に、新型コロナウイルスの影響でキャンプ需要がますます高まっているという現状を活かし、政策を提案する。フィールドワークとヒアリングの2つのアプローチを踏まえ、南伊勢町の豊かな地域資源を最大限に生かすことが出来る政策を提案する。さらに、発表者全員が女性であることを活かし、女性が気軽に訪れたいと思えるようなキャンプ事業を提案することを強調したい。

まず第1章では、南伊勢町の現状と課題を分析し、観光業との位置付けを考える。第2章では、先行研究とフィールドワーク、ヒアリングの結果をもとに、南伊勢町のキャンプ場についての現状と課題を記述する。第3章では、分析や現地調査を踏まえて、南伊勢町の課題に沿った具体的な観光政策を提案する。

第一章 南伊勢町の現状と課題

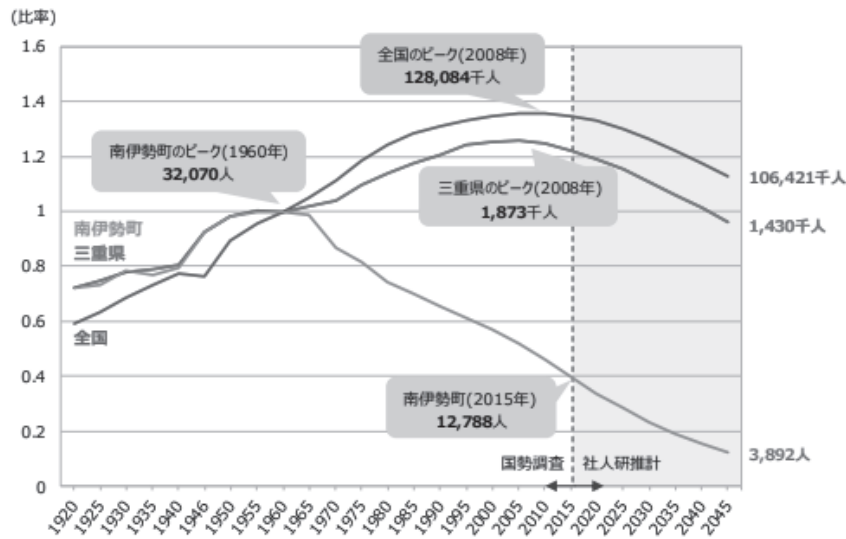
1-1 南伊勢町の現状分析

南伊勢町は、三重県の南部に位置し、奥志摩として親しまれている。美しいリアス式の海岸や伊勢神宮の自然林から続く豊かな森、温暖な気候などにより、豊かな農林漁業や食文化などが魅力で農村と漁村が共存する独自の文化が特徴である。山の緑と海岸が織りなす調和の取れた自然は豊かで美しく恵に溢れ、「伊勢の南玄関」として知られている。町の主要な産業のひとつが漁業であり、国内5番目、県内では最も多い漁獲量を誇る。最近では鯛の養殖が盛んである。

また、農業においては温州みかんをはじめとした柑橘類の栽培が盛んであり、一部はブランドみかんとして流通が行われている。さらに、南伊勢ブランド認定事業として、南伊勢の豊かな自然、独自の資源および伝統的な加工技術などを活かした本物の南伊勢ものにこだわった魅力ある産品等を認定し、広めている。

観光業においては、自然を活かしたマリンレジャーや農業体験をすることが出来る場所が多くある。また、2015年に恋人の聖地としても認定された見江島展望台をはじめとするいくつかの展望台があり、南伊勢町の花、山、空、漁村など美しい景観を一望することが出来る。昼には夕日、夜には澄んだ空気のもとで満天の星空を一望することが可能である。そして、近年では映画やドラマ等のロケ地になり、ロケ地巡りに訪れる観光客もいる。地元グルメも豊富であり、南伊勢の新鮮な海の幸や、果物を堪能することができる。

しかしながら、産業全体の就業者数は減少の一途を辿っている。そこには、南伊勢町の人口減少と少子高齢化の影響が深く関わる。南伊勢町の人口は、2015年の国勢調査によると、12,788人だ。南伊勢町の人口のピークは1960年の32,070人であり、全国並びに三重県の平均よりも約50年早いピークを迎え、減少し続けている。2015年の人口における年代別の割合は0～14歳（年少人口）で6.7%、15～64歳（生産年齢人口）で44.1%、65歳以上（高齢者人口）で49.1%と、総人口の約半数以上が高齢者となっている。また、2015年の国勢調査を基にした将来推計人口では、30年後の2045年には人口が約70%減少し、年少人口比率は約2.9%、生産年齢人口比率は約25.9%、高齢人口比率は約71.2%になると推計されている。今後、人口減少の加速化と同時に少子高齢化が急激に進行すると、将来自力でのまちづくりが困難になるとともに、南伊勢町消滅の危機に直面することも考えられる。このことから、将来に向けた早急な対応が必要となっている。2019年に策定された南伊勢町総合計画では、南伊勢町V字回復戦略が掲げられ、30年後の目指す姿の実現に向けた10年ごとの戦略の節目を想定した人口減少に対する戦略計画が立てられている。



出典：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所推計

図1 全国・三重県・南伊勢町の総人口の推移(1960年を1とする)

(出典：南伊勢町総合計画)

1-2 南伊勢町の課題

南伊勢町へのアクセスは、車を利用した場合、大阪から3時間、京都から2時間半、名古屋から2時間、伊勢から30分である。また、公共交通を利用すると、伊勢市駅から三重交通バスで1時間程度である。町内には鉄道がないことから、車で移動することが推奨される。実際に町民のほとんどが車で移動しており、車に乗らず民間路線バス、町営バスなどの公共交通機関を利用する町民は大きく分けて、運転免許を持っていない小中学生、高校生、運転することができない高齢者となっている。通勤、通学、通院、買い物等の交通の不便さが人口流出の要因の一つと考えられる。南伊勢町の人口動態について、転出では、男女ともに15～24歳の間に多く転出しており、進学・就職による転出であると考えられる。また、転入については、男女ともに20～44歳の間が多く、就職、転職などの仕事の都合や親族との同居のための転入となっているが、転入者数は転出者数と比べ約30%と低い割合になっている。さらに、20～44歳の親となる世代の女性に焦点を当てると、やはり、同世代の女性の転出数が転入数を大幅に上回っており、特に2010年と2015年の国勢調査を比較すると、2015年は、転入者の倍以上の転出者がおり、さらに転入者の減少が顕著になっている。

また、南伊勢町では、安心安全なまちづくりのため、地震、津波の対策として「南伊勢町地震強靱化計画」や「南伊勢町地域防災計画」策定している。しかし、依然として津波被害が懸念される地域もあり、地震、津波対策は南伊勢町の「暮らしやすさ」のために非常に重要な課題であろう。

1-3 テーマの概要

私たちは、南伊勢町の人口増加を目指すにあたり、最初に交流人口を増やすことが重要

であると考えた。観光を通じた交流人口の増加を図り、南伊勢町の魅力に触れてもらうことで、リピーターの増加を目指す。その後、移住・定住人口の増加を図る。

そこで私たちは、「女性目線で考える、観光産業を活かしたキャンプ事業」について提案する。新型コロナウイルスの影響でキャンプがブームとなったことで、「ソロキャンプ」は流行し、男性キャンパーだけでなく、女性キャンパーも増加した。「オートキャンプ白書 2022」から、2021年のオートキャンプ参加人口は前年比 23%増の 750 万人だったことが分かる。さらに、デザイン性の高いキャンプグッズが製作され、多くの女性キャンパーが SNS や書籍で美味しいご飯やおしゃれなキャンプ服といったキャンプ事情を発信している。一方で、南伊勢町のキャンプ場に調査に伺った際に、利用客の男女比を見ると、男性の方が明らかに多いことが分かった。これらのことから、今回の提案では、女性が訪れたいと思う南伊勢町の魅力、特徴を生かしたキャンプ事業、キャンプイベントを展開することで、女性、ひいては若年層の男女や子供を連れた家族の観光客の増加を図る。

また、オートキャンプとはホテルなどを使わずテントや簡易宿泊施設を利用して景観を楽しみながら旅行をするものであるため、キャンパーはテントや寝袋、料理道具等、様々なものを運ぶ必要があり、比較的車を持っている人が多い。何でも揃っているうえに便利で快適なホテルに宿泊するのではなく、キャンプをする理由の一部として、「不便を楽しむ」「人混みを避ける」「静けさを楽しむ」「孤独を楽しむ」ことが挙げられる。前述した通り、南伊勢町の課題の 1 つとして交通面での不便性が挙げられるが、キャンプ事業ではその点を活用することが出来る。

そして、「キャンプ白書 2021」によると、キャンプをする理由として、「自然の中でのびのびと過ごすことが出来る」「非日常の生活を楽しむことが出来る」「子どもの成長のため」といったものが挙げられる。南伊勢町では、豊かな山と海の両方があり、その恩恵を受ける美味しい地元の食材も堪能することができる。日常から解放され、ゆったりと穏やかな時間を過ごすことができ、非日常を体験することが出来るだろう。また、子どもの成長や家族の時間をつくることを目的とする人も多いことから、若者や女性の観光客の増加も期待できる。

第二章 日本及び南伊勢のキャンプの現状

2-1 キャンプの参加人口とその内訳

南伊勢町の「地域の活力につながる産業の活性化」を目標にするうえで、私たちはキャンプ事業を提案した。この章では、キャンプの日本における具体的な現状について見ていきたい。

図 1 は、日本における「キャンプの参加人口の推移」である。2016 年にキャンプに参加した人口は約 730 万人で、10 年前 2006 年に比べると 108 万人程度増加していた。日本におけるキャンプは増加傾向にあるとみてよいだろう。

キャンプ参加人口の推移

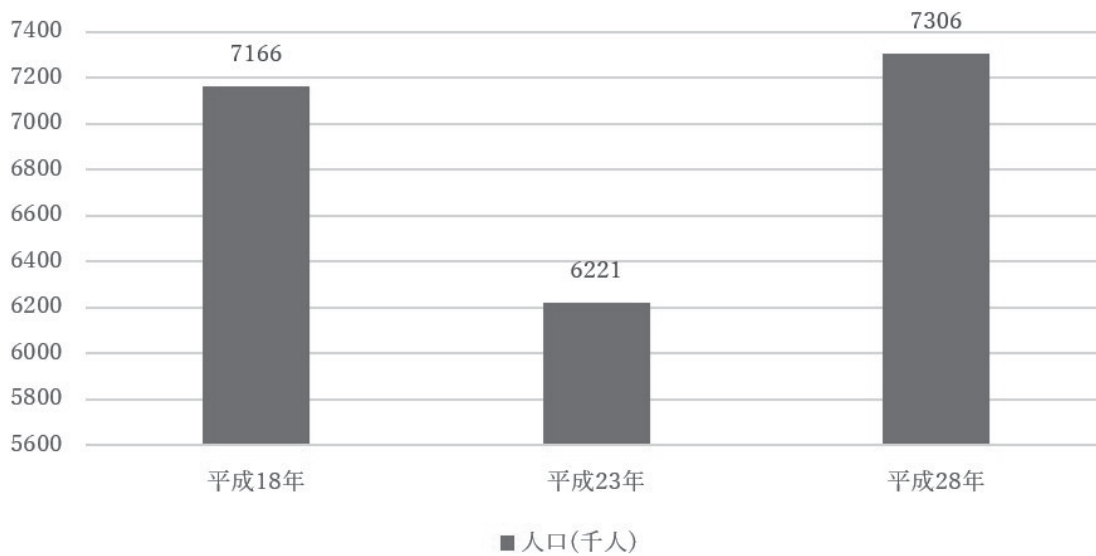


図1 キャンプ参加人口の推移

出典) キャンプ白書 2021 総務省統計局「平成18年度社会生活基本調査」「平成23年度社会生活基本調査」「平成28年社会生活基本調査」

そして、図2「キャンプの同行者」を見ると、2019年のキャンプ同行者で最も多いのが、「子供連れ」であり、半数以上の57.2%となった。続いて「他の家族と」23.9%、「夫婦だけ」18.1%、「1人(ソロキャンプ)」9.4%である。一方、「女性グループ」1.3%と非常に少ない。また、近年の傾向としてソロキャンプが増加している。

キャンプの同行者

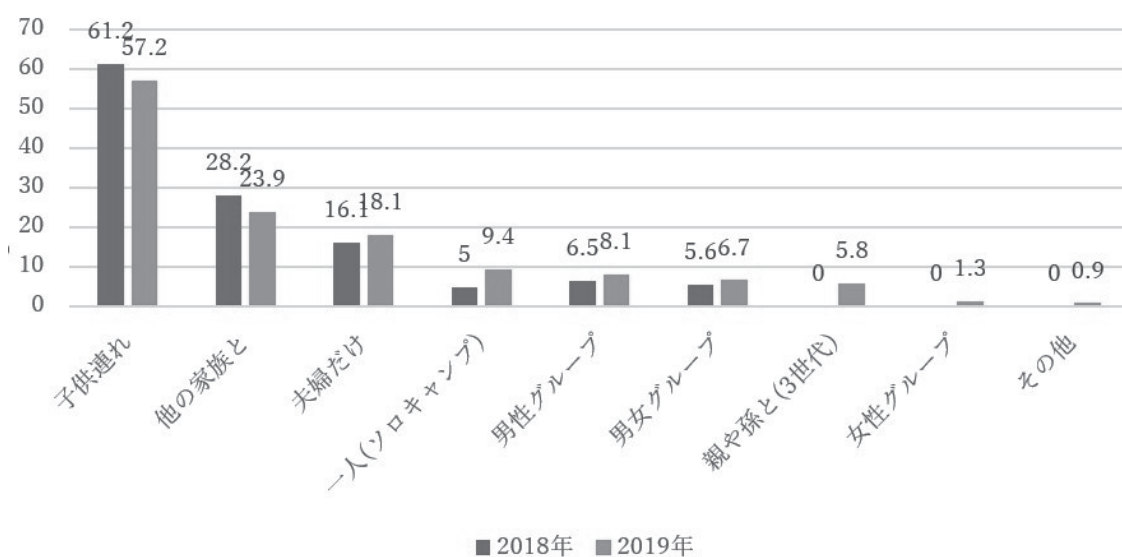


図2 キャンプの同行者

出典) 一般社団法人日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書 2020」

2-2 キャンプの活動内容

図3から「キャンプ場での好きな過ごし方」は、「バーベキューや野外料理を楽しむ」が67.2%と最も多く、「焚火をする」49.6%、「家族だけで団欒を楽しむ」47.0%である。2009年のデータと比較すると、「焚火をする」の項目について大幅に増加している。

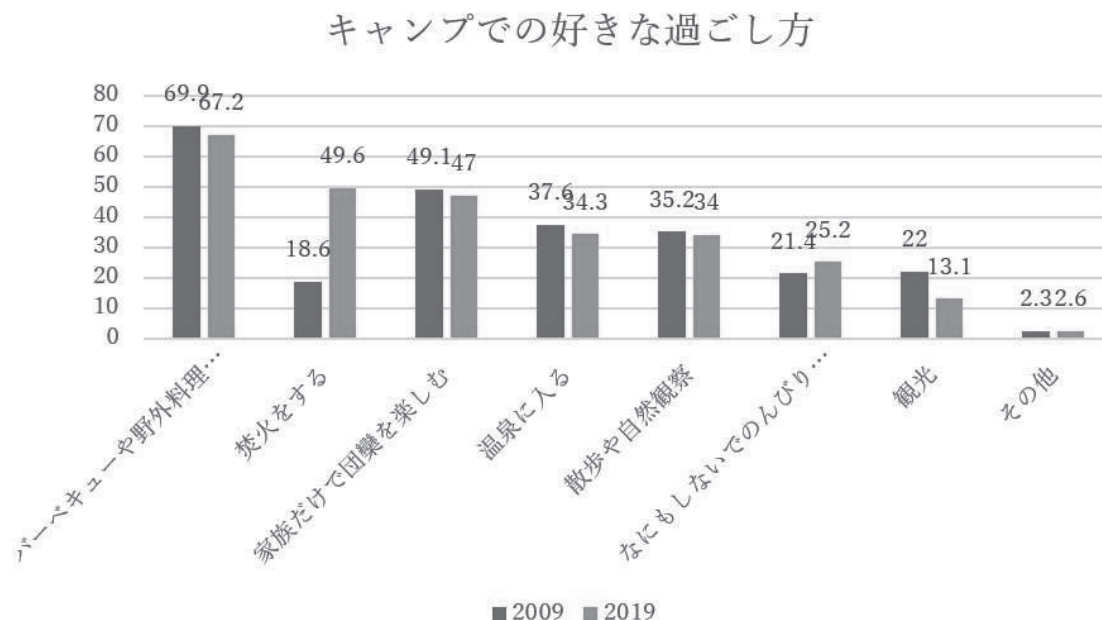


図3 キャンプでの好きな過ごし方

出典) 一般社団法人日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書 2020」

図4での「キャンプの魅力を感じる点」に関して、2019年は「家族との団欒」40.8%と最も多く、続いて「自然のふれあい」36.6%、「解放感(のんびりできる)」32.8%となっている。10年前の2009年に比べ、「家族との団欒」「自然とのふれあい」「経済的なレジャー」が大幅に低下している。このことから、キャンプにおいて人それぞれの楽しみ方ができ、キャンプの魅力が多様化していると考えられる。

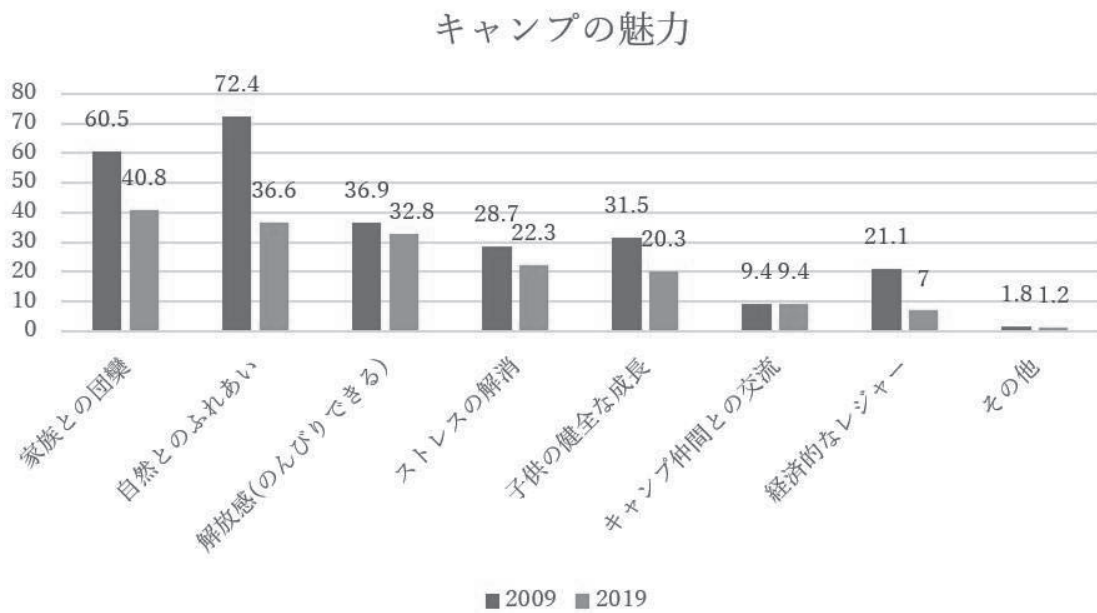


図4 キャンプの魅力

出典) 一般社会法人日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書2020」

2-3 キャンプを実施する時期

2019年の1年間にキャンプを実施した月は、9月が60.5%と最も多く、続いて8月49.0%、5月45.2%、10月32.2%で、涼しい秋や、夏休み、ゴールデンウィークなどの長期休みがある月が多いことがわかった。しかし、2018年と比較すると、7月と8月を除くすべての月で2019年が前年を上回っており、キャンプのシーズンが広がっている傾向がある。また、近年注目されている冬キャンプの効果も現れている。

年間でキャンプを実施した月

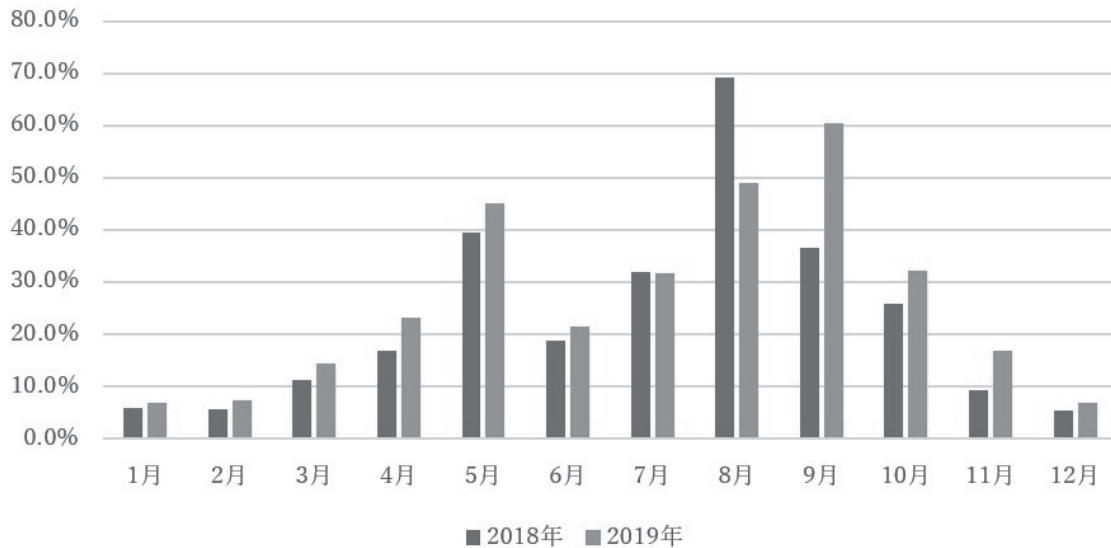


図5 年間でキャンプを実施した月

出典) 一般社団法人日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書 2020」(令和2年7月)

2-3 南伊勢町におけるキャンプの現状

南伊勢町においては、様々な形のキャンプ場が経営されている。私たち福井ゼミナールは、南伊勢町に構えているキャンプ場の関係者様にお話を聞く機会をいただいた。

今回調査を行ったキャンプ場は、2four Camp 様、田曾白浜リゾート様、浮島パークなんとう様である。場所は右の図の通りである。

今回南伊勢町の3つのキャンプ場で現地調査・ヒアリングを行った。日程は次の通りである。

2022年9月24日 2four camp 様 ヒアリング

2022年9月27日 2four camp 様 田曾白浜リゾート様 現地調査・ヒアリング

2022年9月27日~28日 浮島パークなんとう様 現地調査・ヒアリング



図5 キャンプ場の位置 (出典: Google map)

2four Camp：会員制オートキャンプ場

2022年9月24日に2 four Campの運営をされている翔大さんに、zoomでお話を伺った。また、9月27日には実際にキャンプ場に足を運び、視察を行った。お話から学んだことは以下の通りである。伊勢市、鳥羽市がキャンプ事業で栄えている一方で、南伊勢町は交通の便が不便であるため、あまりキャンプ事業は行われておらず、競合は少ない傾向である。



図6 2 four Camp 様

キャンプの立地に関して、海に近いキャンプは存在するが、海に面しているキャンプ場は、伊勢志摩には少ない傾向にある。

南伊勢町全体では、山でのキャンプ場が比較的に多い。

キャンプの繁忙期としては、夏が増加傾向にある。伊勢志摩はリアス式海岸であり、南伊勢町は特に入り組んでいる。夏の訪問者は海水浴等、外で遊ぶ、バーベキューを行うといったアクティビティをするが、一方で冬には、焚火を楽しみにキャンプを訪れる。また、長期休暇などが無い月の場合、キャンプ利用者は土日休日に訪れることが多い。

訪れるキャンパーは、伊勢市から北の三重県内の方が多い。県外の利用者は、愛知県、静岡県、京都府、大阪府といった高速道路を使用し、1～2時間でアクセス可能である場所であるようだ。オートキャンプ場においては、ソロキャンパーが多く、女性は少ない。インスタグラム等、SNSによるキャンプ場宣伝では、反応の70%は男性であることをうかがえた。

現地調査を行い、2 four Camp様は、キャンプ上級者向けのキャンプ場であるという印象を受けた。また、近くには海と山があり、自然豊かな空間でゆったりと落ち着いたキャンプを行うことが可能であると感じた。

田曾白浜リゾート様：TASO FOREST CAMP, TASO FOREST MARINA, TASO BEACH HOUSE, 田曾白浜オートキャンプ場 海や山といった自然を生かした融合キャンプ場

2022年9月27日に田曾白浜リゾート様で現地調査を行った。TASO FOREST CAMP、TASO FOREST MARINAでは、若者向け若年層、子供を連れた家族が多い。田曾白浜オートキャンプ場に関しては、女性も訪れるが、男性のソロキャンプの方が多い傾向にある。愛知



図7 TASO FOREST CAMP 様

県、奈良県、大阪府といった三重県近辺の人が訪れる。

キャンプ場繁忙期は、7月～9月前半であり、1日に従業員をおよそ全員導入してするが、一方で、冬の閑散期に入れば従業員は約半分で業務に携わる。

グランピング×スカイダイビング×マリンスポーツと陸海空どれにも対応しており、またアクティビティが多く、様々な年齢層の方が楽しむ。

現地調査を行った印象としては、比較的自由にキャンプを楽しむことができ、オートキャンプ場だけでなく、コテージなどの宿泊施設、食事が出るカフェなどもあるため、初心者の方でも利用しやすい印象を受けた。



図8 FOREST MARINA から見た海

浮島パークなんとう様：コテージ、オートキャンプ場

2022年9月27日から28日にかけて、実際に浮島パークなんとう様に宿泊をし、ヒアリングや現地調査を行った。浮島パークなんとう様は、繁忙期はゴールデンウィークやお正月、7月末～8月であり、非常に立派なコテージには、家族で訪れる方が多い。一方で、オートキャンプ場では、家族で訪れる人もいれば、若年層のソロキャンパーも訪れるようだ。主なアクティビティ



図9 浮島パークなんとう様

として、魚を釣るという目的の方が多いいことを伺った。また、大阪府、愛知県名古屋市といった高速道路でアクセス可能な場所からの利用者もいる。

実際に現地調査を行い、コテージに宿泊することで、調べるだけでは分からなかった施設の雰囲気を知ることが出来た。施設が管理人の方によってきちんと整備された環境であるということや、豊かな自然に囲まれ、落ち着いた環境の中で過ごすことが出来るということが分かった。

上記のキャンプ場の特徴を表にまとめた。

キャンプ場名	主な施設・アクティビティ	キャンプ可能なグループ数(推定)・区画サイト数	特徴
2 four Camp	<ul style="list-style-type: none"> ・男女別トイレ ・炊事場・流し台 ・飲料販売 ・薪販売 ・海産物 ・冷蔵庫 1 台 ・グッズ販売 ・シーカヤック ・ライフジャケット等 	6 区画	比較的キャンプに慣れた人、ソロキャンパー、静かに楽しみたい人向け。内海・静かな海に面している。SUP などに適していると考えられる。
田曾白浜リゾート	<ul style="list-style-type: none"> ○ TАСO FOREST MARINA (森のヨット型グランピング) ○TASO FOREST CAMP (ベルテントで過ごすグラマラスなキャンプ場) ○TASO BEACH HOUSE (海を目の前にしたサウナ付き絶景コテージ) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ TАСO FOREST MARINA 3つ ○ TАСO FOREST CAMP 3つ ○ TАСO BEACH HOUSE 3つ 	キャンプ初めての方でもまったく問題ない。どちらかと言えばグループで楽しみたい方向け。アクティビティの豊富さと海岸風景は絶品。外海・広い砂浜に面している。
浮島パークなるとう	<ul style="list-style-type: none"> ○コテージ ・トイレ ・お風呂 ・冷暖房(コイン式) ・キッチン 等 ○オートキャンプ場 ○炊事棟 ○BBQ ハウス 	<ul style="list-style-type: none"> ○コテージ 4 名用 3 棟、6 名用 2 棟 ○オートキャンプ場 9 区画 	キャンプに慣れた方、初めての方のいずれも問題なく楽しめる。立派なコテージ、研修施設、大浴場もあるため、イベント開催にも適している。内陸に位置し山に面している。

このように全てのキャンプ場にそれぞれの色があり、利用客の年齢や男女比、利用する目的など、様々な違いがあることや、南伊勢町には多様なニーズに応えることのできるキャンプ場が多くあることが分かった。

また、今回はヒアリングを行うことが出来た 3 カ所のキャンプ場をもとに政策を考えたが、その他にも南伊勢町には多くのキャンプ場があるため、政策を行っていくうえでさら

に範囲を拡大し、町全体を盛り上げていきたいと考えている。

2-4 南伊勢町のキャンプ事業の課題

ヒアリング調査を終え、主に大きく3つの点を課題とした。

① オートキャンプの女性キャンパーが少ない事

南伊勢町だけでなく、全国的にみてもキャンプ場において女性客は少ない。特にオートキャンプ場においては、女性一人で行うにはハードルが高いこともあり、さらに女性客が少ないのではないかと考えた。また、いずれのキャンプ場においても現時点では女性限定のイベントは考えていない。

② 人材の調整

休日や繁忙期は利用者が増加するため従業員が多く必要であり、全従業員が出勤するといった体制が取られる。繁忙期は人材不足とみられる一方で、閑散期は従業員の半分程度が出勤すればよいといった、人材には余裕を持たせており、人材の調整が非常に困難である。平日も同様に利用者は少なくなり、従業員を持て余すといった状態になるだろう。

③ 各キャンプ場が独立している

南伊勢町にあるキャンプ場は、ターゲットそれぞれ異なっている印象が強かった。他の地方の人に「南伊勢町はキャンプ事業が活発」と認知してもらうためには、各キャンプ場が個性を発揮しながら互いに協力し合うことで何か新しいことが展開できる可能性がある。

私たちは、南伊勢町の人口増加を目指すにあたり、まずは観光を通して南伊勢町の魅力に触れてもらうことで、交流人口を増やし、さらにリピーターの増加を目指す。その後、移住・定住人口の増加を図る。また、今回の現地調査・ヒアリングを通して、利用客の男女比を見ると、男性の方が明らかに多いことが分かった。そのため、今回女性が訪れたいと思うキャンプ事業を展開することで、女性の観光客の増加を図ることを狙いとする。

第3章 提案

3-1 政策概要

これらの現状を踏まえたうえで、私たちは女性目線で、キャンプ事業を通じた地域活性化に繋がる政策を考えた。

前述した通り、全国のキャンプ場や南伊勢町のキャンプ場において女性向けのキャンプ場やイベントはまだまだ少ないため、満たされていない需要にアプローチしていく。

政策を考える上で、既存のキャンプ場を貸していただいてイベント等を行うことを提案する。

3-2 政策提案 I

南伊勢町の課題の1つである少子化や若者の転出というところに焦点を当てたキャンプイベントを大きく3つ提案する。

① 親子で学ぶ防災キャンプイベント

1つ目は、地震や災害が起こった際の停電を想定して、キャンプの道具を活かしてどのように対応するのかを親子で学ぶキャンプ体験イベントを提案する。最近では、「防災」の

面からキャンプ道具を購入する方も増えている傾向であるため、南伊勢町の課題の1つである地震・津波対策とも関連付けることで、いざという時に対応する力を身に付けることができ、町民の危機管理意識を高め、知識を身に付けることが出来る。また、キャンプと絡めることで、親子で参加しやすくなり、親子共に交流することができる場になると考える。

参加者については、地元の方だけでなく、遠方の方も対象にする。遠方の方には、実際に被災したという前提で、自動車で来て頂き、防災キャンプを行う。

【例】親子で楽しめる！キャンプ道具を使用した「防災キャンプ」

被災した状況を想定したワークショップである。最初は火のおこし方から始まり、焚火を使用した電気なしでの暖かいご飯の炊き方、野草の見分け方、調理方法、川や雨水を飲料水へ変化させる浄化方法といった災害時に役に立つスキルを身に付けていく。親子で行うことにより、更に親子間でのコミュニケーションが増えるだけでなく、キャンプ道具を使用した非常時の対策を親子で把握し、学び、今後の対策に繋げる。

場所は、子どもがいるということから、浮島パークなんとう様で行うことが望ましいと考える。家族連れでの宿泊が多いことや、子どもが転んでも怪我をしにくい芝生であること、9区画のオートキャンプ場は見晴らしがよく、講師の人を見やすいということなどが理由として挙げられる。

② 出会いを求めるキャンプイベント

2つ目は、南伊勢町での女性人口の増加や、出会いの場所づくり、出生率の向上に目を向けたイベントとして、共通の趣味を持っている人が集まるキャンプイベントを提案する。

【例】映画鑑賞が趣味の人を集めたキャンプイベント

同じ趣味を持っているということで、会話も弾み、普段生活しては出会わない人と出会うことが出来る。夜にはアウトドアシアターを行い、南伊勢町の美しい星空の下で映画を観る。このようなイベントを通して、南伊勢町に交流の場を設けることで、交流人口の増加に繋がると考える。さらに、南伊勢町を思い出の場とすることで、リピーターの増加にもつながるのではないかと考える。

他にも、正月やクリスマス、ハロウィーン、七夕など季節の行事を活かしたイベントを開催し、定期的に町全体を盛り上げていく。イベントでは、宣伝としてSNSをうまく活用し、大きなハッシュタグをたくさん使用する。例えば「クリスマス」はInstagramであれば1038万件(2022年10月現在)、「七夕」であれば175万件(2022年10月現在)というように多くの人々が投稿しているため、キャンプイベントは更に周知されやすくなるだろう。さらに言えば、日本国内だけでなく、海外に南伊勢町をアピールする機会にもなる。参考として、Instagram内の「#christmas」は1.7億件(2022年10月現在)もの投稿がある。

【例】クリスマスキャンプ

南伊勢町や三重県内の男性6人、女性6人を集め、キャンプを行う。クリスマスキャンプは12月24日、12月25日の二日間行われ、自然観察、アウトドアクッキング、ゲーム、焚火、星空観察といった様々なアクティビティを体験することが可能である。男女の様々な資格や経験があるスタッフがサポートし、また積極的に男女が話すことができる機会が

得られるように、例えば男女2人1組でのアウトドアクッキングを行う等、工夫する。

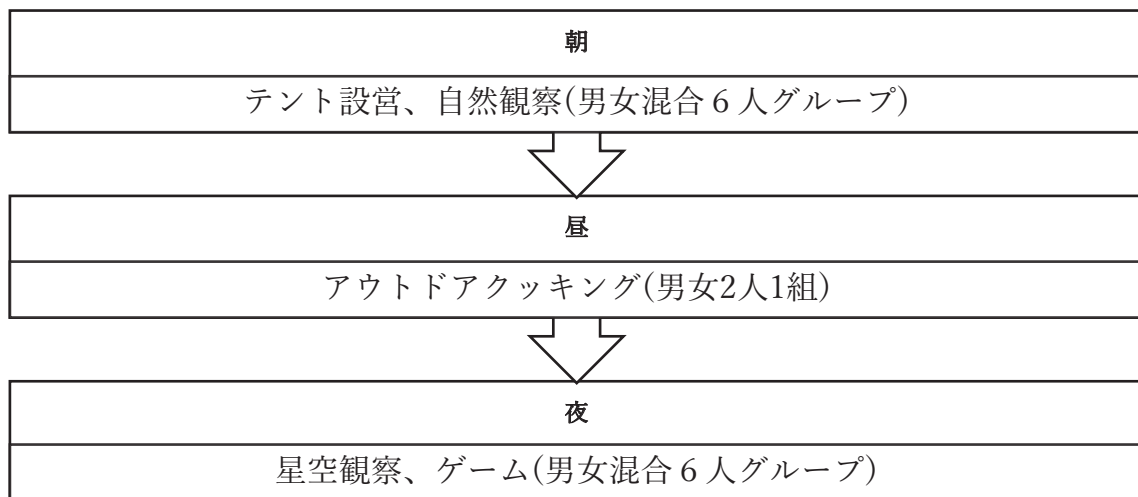


図 10 クリスマスキャンプ 12月24日の様子

場所は、参加人数が多い場合は、面積が広く、さまざまなイベントに対応しやすいことや、海やライトなど全体の雰囲気を考えて、田曾白浜リゾート様で行うことが望ましい。また、参加人数が少人数のイベントの場合は、静かで落ち着いた雰囲気のある 2 four Camp 様で行うことが望ましいと考える。

③ THE TAIMI HOUSE～女性に向けたキャンプ場～

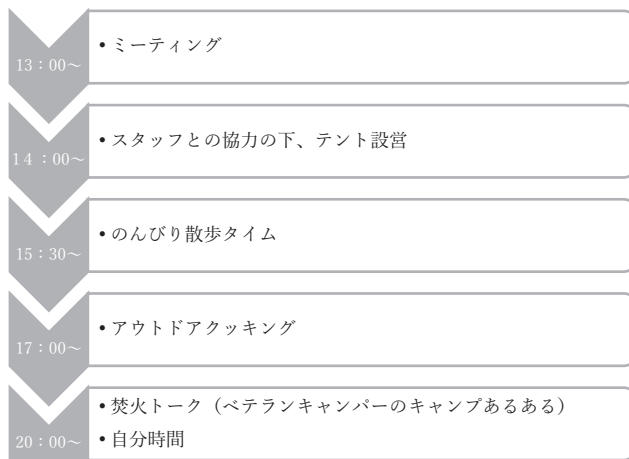
3つ目の提案として、全国のキャンプ場や南伊勢町のキャンプ場において、女性向けのキャンプ場やイベントは少ないという現状に目を向けて、女性限定のキャンプイベントや、女性キャンプ DAY をつくるのが効果的であると考えた。前述したとおり、南伊勢町にあるどのオートキャンプ場においても、男性ソロキャンパーが多く、女性は少ない傾向にある。私たちは、「THE TAIMI HOUSE」というキャンプ場の創設を提案する。これは浮島パークなんとう様を月に2回、女性キャンプだけの日とし、その日だけ名前が「浮島パークなんとう→THE TAIMI HOUSE」



図 11 たいみー(出典：南伊勢町ホームページ)

に変えるというシステムとなっている。名前の由来としては、「キャンプをしてみたいが、やり方が分からない、道具を用意するは大変で困難である」という女性を「たいみー女子」と名付け、「やってみたい」「してみたい」の「タイ」と南伊勢町のゆるキャラである「たいみー」を掛け合わせ、印象に残りやすいような名前になるように工夫した。女性限定にすることで参加しやすくなり、初心者でも、友人同士、母子、また1人での参加もしやすい。また、2ヶ月に1回程度イベントを開催する。狙いは、キャンプに興味があるがなかなか一歩踏み出せない人や、やってみたいけど不安があるといった人々が気軽に参加できるようにし、より地域を盛り上げることである。

【例】女性のためのキャンプイベント



女性もしくは男性のベテランキャンパーが訪れ、テント設営のアドバイスやキャンプ道具の相談を行う。ベテランキャンパーは、防犯面からもサポーターとして動く。イベントの中でも、ワークショップ、アウトドアクッキング、キャンプ飯作り等、様々なことが行われる。

3-2 政策提案Ⅱ

図 12 女性向けイベントの 1 日

次に、一度だけでなく、何度も南伊勢町のキャンプ場を訪れたいと思ってもらえるための方法や、キャンプ事業をバックアップする方法を 4 つ提案する。

① 南伊勢町キャンプパスポート

内容は、南伊勢町にあるキャンプ場に訪れた際、キャンプ場受付に設置された QR コードをスマートフォンで読み取ると、たいみーのスタンプがゲットでき、5 個貯まるごとに、特典がもらえるというシステムである。特典は、南伊勢町の特産品とする。また、20 個貯まるごとに少し値段の高い特産品の中から好きなものを一つ選んでもらうというようにすると、より一層の効果が出るだろう。キャンプパスポートは、独立した南伊勢町のキャンプ場の連携を深めるだけでなく、南伊勢町全体を盛り上げると共に、交流人口やリピーターの増加が大いに期待できる。また、たいみーのスタンプは 1 月であれば着物のたいみー、5 月であれば鯉のぼりを持ったたいみーなど、季節などに合わせて数種類用意しておくことで、スタンプを集める楽しみにもなる。スマートフォンを使用する理由は、新型コロナウイルス対策として接触不要なことや、新たなスタンプを更新しやすいこと、無くしたりしてスタンプを収集することが面倒になることが減少することなどが挙げられる。

② THE TAIMI HOUSE の SNS 運営

現代の技術を活用し、SNS での周知にも力を入れていく。Instagram や Facebook、Twitter だけでなく、TikTok や YouTube など活用することで、若者の目に留まりやすい形にする。具体的には、期間限定で「#キャンペーン」というものを行う。「#キャンペーン」とは、若者の利用率が多い Instagram と TikTok を活用し、宿泊していただいた利用者の中で、Instagram と TikTok で「#南伊勢日和」と投稿していただいた方に、次回南伊勢町のキャンプ場で使える割引券またはお食事券をプレゼントする。リピーターの増加だけでなく、多くの人への周知が期待できる。若者をターゲットにして、若者の活用することの多い SNS での拡散をするべきであると考えている。

③ ワイン作り体験

南伊勢町でワイン作りを体験してもらい、作ったワインは熟成のため、持って帰らずに、町内で保存する。キャンプや観光で南伊勢町を訪れる度にお客様は自分が作ったワインを飲み、その都度味わいの変化を楽しむことができる。これまで町のリピーターだった

人はさらに楽しみができ、新規のお客様も、自分のワインを飲むために何度も町を訪れる可能性が大きくなる。

地域活性化を図り、南伊勢町でワイン用ブドウを栽培して南伊勢ワインを作っている特定非営利活動法人南伊勢ワイナリーの会の協力を得ることや、みかんの生産が大変盛んなことから、みかん農家と連携し、規格外で売れないみかんなどをワインにすることも方法として考えられる。

④ キャンプする課

南伊勢町のキャンプ場全体の統括や SNS 運用、キャンプパスポートのスタンプやホームページ作成など、キャンプに特化した部署を南伊勢町役場につくことを提案する。その名も「キャンプする課」で、「よし、キャンプするか」といったように、みんなが南伊勢町で気軽にキャンプをしてほしいという願いからこの名称にした。町役場に少し変わったネーミングの部署があると、話題づくりや周知が期待できる。

第4章 総括

南伊勢町における産業人口の減少の要因には、南伊勢町全体の人口減少と少子高齢化が挙げられる。特に、若年層の男女が多く転出しており、20～44歳の親世代にあたる女性は、転出数が転入数を大幅に上回っている。また、南伊勢町の各々のキャンプ場でのヒアリング調査を通して、女性キャンパーはやはり少数であることがうかがえた。

上記のことから、私たち福井ゼミナールは、若年層、特に女性に着目し、交流人口の増加、後に移住・定住人口の増加を図ることが可能である事業、すなわち、「女性目線で考える、観光産業を活かしたキャンプ事業」を提案した。若者の流出の一つの要因であるアクセスの悪さを逆手に取り、長所として活かしたキャンプは、地域資源に恵まれた南伊勢町では最適であると共に、町の特徴や魅力を引き出せる。私たちが提案するキャンプイベント、そしてキャンプ場は、観光産業を地域の活力に繋げ、活性化させる事業になるだろう。

ヒアリングご協力

- ・ 2 four Camp 翔大様
- ・ 田曾白浜リゾート 南伊勢町木谷区長 村田保様、柴原寿彦様
- ・ 浮島パークなんとう 南正孝様
- ・ 南伊勢町観光商工課 観光交流係 西村恭祐様 山本誠樹様

参考文献

【1】オートキャンプ白書 2022、参加人口 23%増の 750 万人 キャンプ場建設の参入相次ぐ (閲覧日：2022.10.31)

<https://www.ryoko-net.co.jp/?p=108660>

【2】南伊勢町の地震災害対策 (閲覧日：2022.10.31)

[https://www.cbr.mlit.go.jp/kensei/machi_seibika/pdf/0451_shiryoku4\(6\)minamiisecho.pdf](https://www.cbr.mlit.go.jp/kensei/machi_seibika/pdf/0451_shiryoku4(6)minamiisecho.pdf)

【3】キャンプ女子株式会社、JR 博多シティにて防災キャンプのワークショップを開催！

【2022年1月8日(土)9日(日)】 (閲覧日：2022.10.31)

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000090.000046252.html>

【4】ゆるふわキャンプ 一般社団法人宮城県キャンプ協会様のチラシより(閲覧日: 2022.10.31)

https://camping.or.jp/wp/wp-content/uploads/2022/08/20221015_miyagi_Yurufuwa-Camp.pdf

【5】2022年今すぐ参加できるスマホスタンプラリー5選(閲覧日: 2022.10.31)

<https://www.qkamura.or.jp/travelmagazine/detail.asp?id=197>

【6】2021年度事業報告書等(閲覧日: 2022.10.31)

<https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/document/024001028/hokoku/201970/2019年度事業報告書等.pdf>

【7】南伊勢町総合計画(新絆プラン)(閲覧日: 2022.10.31)

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/21/sinkuzunaplan.pdf>

【8】南伊勢町ホームページ たいみーの部屋(閲覧日: 2022.10.31)

<https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/kankoujouhou/taimi/index.html>

【9】ヒロシ(2022).『大人のソロキャンプ入門』. SBクリエイティブ

【10】寺田真輝(2022). るるぶゆるキャン△キャンプBOOK. JTBパブリッシング

【11】こいしゆうか(2022). ゆるっと始めるキャンプ読本. KADOKAWA

【12】キャンプ白書2022 2022年3月31日発行 公益財団法人日本キャンプ協会 55周年事業 キャンプ白書編集タスクチーム編集

現地調査の様子

【南伊勢町役場様】



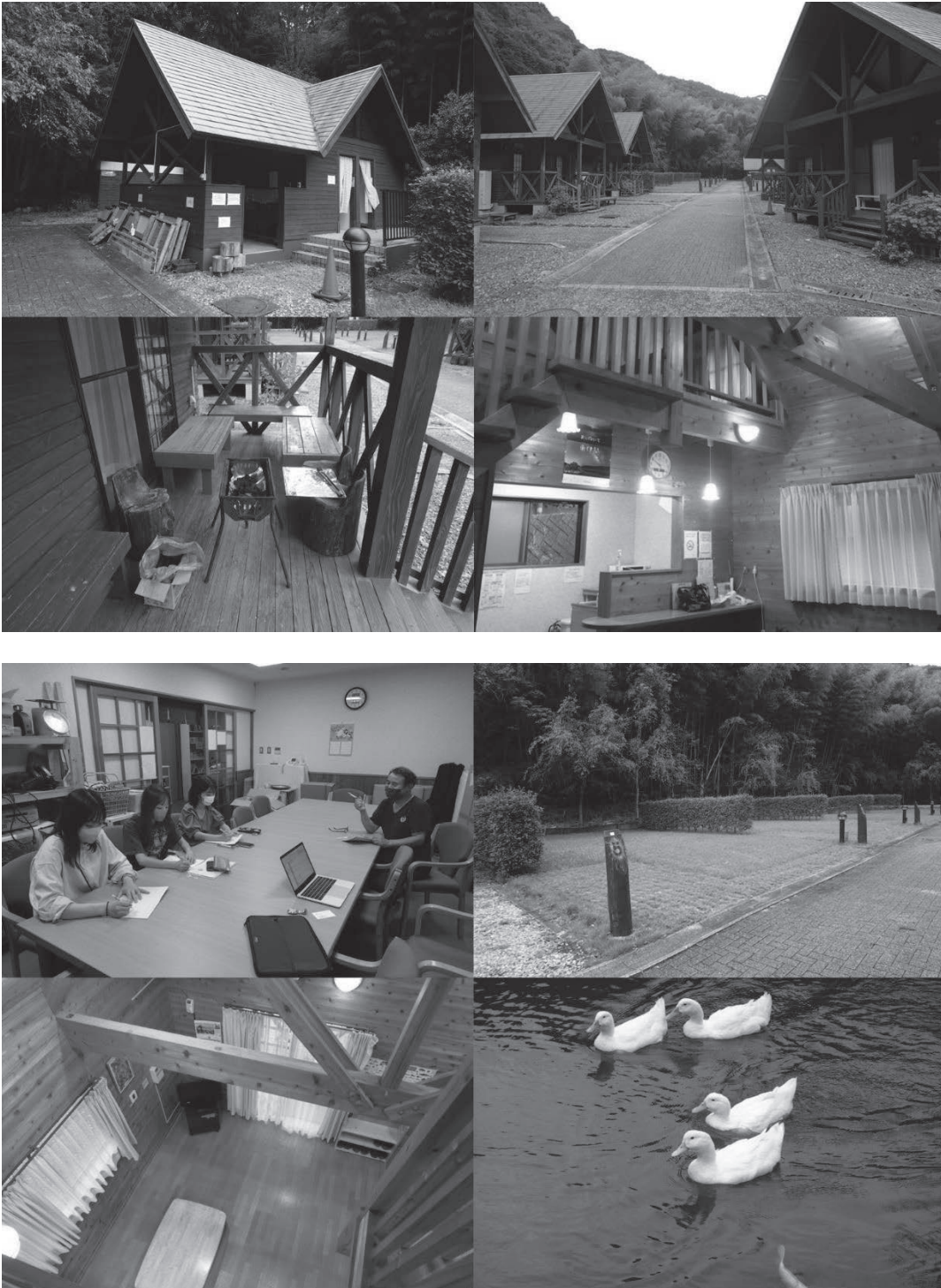
【 2 four Camp 様】



【田舎白浜リゾート様】



【浮島パークなんとう様】



炭を用いた産業の活性化事業案 ～お炭付きタウン南伊勢～

関西大学 社会安全学部

永田ゼミナール（永田尚三）

代表者氏名：塚本優吾

発表者：青木千佳, 黒田紳悟, 塚本優吾, 兵働龍馬

参加者：石井耀太郎, 入江直翔, 田中輝登, 中嶋乃愛, 西川栞汰, 前麗菜, 山下翔飛, 山本倅輝

梗概

「地域の活力につながる産業の活性化」というテーマに基づき、私たち関西大学永田ゼミナール（以下、本ゼミ）が提案するのは、「お炭付きタウン南伊勢」である。南伊勢町は深刻な少子高齢化と人口減少に悩まされている。それは南伊勢町の平均年収が日本の平均年収と比べて低いために労働人口が町外へ流出し、後継者不足に陥っていることが原因だと考える。そこで、南伊勢町の主要産業である漁業と農業を活性化し、収入を増加させることで人口減少に歯止めをかけることができると考えた。漁業と農業を活性化する方法として、他地域の商品との差別化を図り、稼げる漁業、農業を創り出す政策を考えた。大きな枠組みとしては、南伊勢町を「お炭付きタウン」を名乗り、「炭の町」として南伊勢町の炭を使った漁業、農業を売り出すことで認知度の向上に加え、商品のブランド力向上と消費拡大につなげる。

しかし、南伊勢町での数回のフィールドワークとヒアリング調査を通じて「お炭付きタウン」を実現するためには炭の原料調達、炭の生産量の増加、担い手の育成の課題があることが判明した。

原料の調達問題は、森林が放置され、資源はたくさんあるにもかかわらずうまく活用されていないことである。この課題に対する解決施策として、資源活用の具体的な案を3つ出した。1つ目は現在行われている炭の原料の調達方法を南伊勢町が仲介する方法である。2つ目は個人の山を行政が管理し間伐材を炭の原料として製炭者に安価で販売する方法である。3つ目は山林の土地区画整理事業を行う方法である。これにより資源を活用できる土台ができる。

また、炭を漁業や農業に活用するためには生産量も炭の種類も足りない生産量の課題もある。そこで、製炭者が南伊勢町で起業または既存企業が移転してきやすい制度を設ける。

さらに、南伊勢町に住む若者をはじめとした町民や、南伊勢町で仕事を見つけない人に対して、製炭者育成のための人材育成プランを提案する。

これらの事業によって炭を南伊勢町で作って、南伊勢町で形を変えて消費し、主要産業も活性化する循環が生まれる。本政策案とそれを支える事業案は、南伊勢町の産業を活性化し新たな雇用も創出するものである。それにより、人口減少に歯止めをかけ、地域の活力につながる。

第1章 南伊勢町の現状分析

1節 人口減少の問題

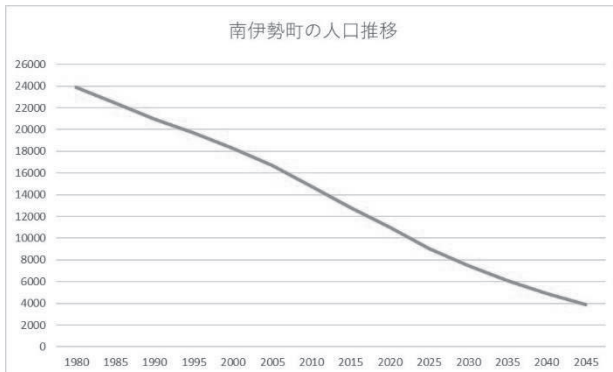


図1 南伊勢町の人口推移 (国勢調査、地域別将来推計人口をもとに作成)

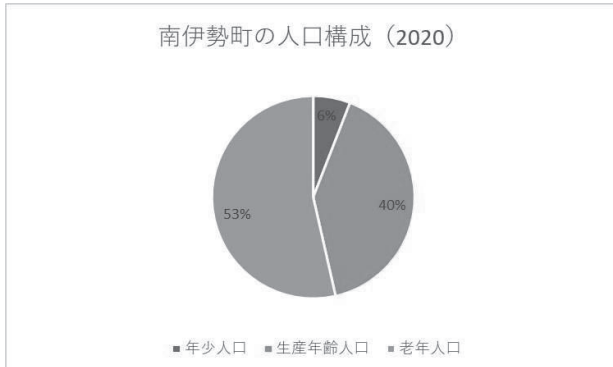


図2 南伊勢町の人口構成 (2020) (地域別将来推計人口をもとに作成)

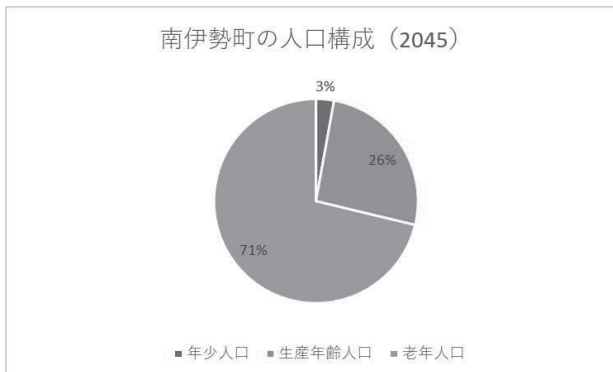


図3 南伊勢町の人口構成 (2045) (地域別将来推計人口をもとに作成)

この章では、南伊勢町の現状について簡単に述べる。南伊勢町が現在抱えている深刻な問題として少子高齢化による人口減少が挙げられる。図1で示したように南伊勢町の人口は年々減少しており、2045年には3892人と現在の3割程度にまで減少すると想定されている。また図2で示したように南伊勢町の人口の過半数を65歳以上が占めており、この割合は2045年には7割以上になると想定されている(図3)。このように少子高齢化による人口減少は深刻な問題となっており、2014年に日本創生会議が公表した将来消滅する可能性がある都市、「消滅可能性都市」にも指定されている。人口減少が原因で生じている問題として①生徒数不足による小・中学校、高校の存続危機、②商店等の撤退による買い物難民の増加、③空き家・遊休施設の増加、④限界集落の増加、⑤伝統文化の衰退、⑥公共交通サービスの低下などが指摘されており、南伊勢町の再興には人口減少問題の解決が必要不可欠であると言える。

また、若者の町外への流出は進学と就職時に集中している^[1]。南伊勢町の平均年収は約272万円である^[2]。日本の平均年収の433万円^[3]比べて南伊勢町の平均年収が低い

ことが若者の就職時の流出に関係していると推察する。

2節 漁業の諸問題

次に南伊勢町の漁業についての諸問題について述べる。南伊勢町は水揚げ量が三重県内でもっとも多く、まき網漁業、大型定置網漁業、養殖漁業など様々な漁業が行われている漁業が盛んな町である。しかし、近年は海水温の上昇、濁水、磯焼け、赤潮といった海の環境変化や燃料・餌の価格高騰、魚価の低迷、漁業従事者の高齢化といった多くの課題を抱えており^[4]、離職や廃業に追い込まれるケースも少なくなく、就業者数は年々減少している(図4)。このままでは2025年には284人の就業者が高齢を理由に離職すると推計されており、

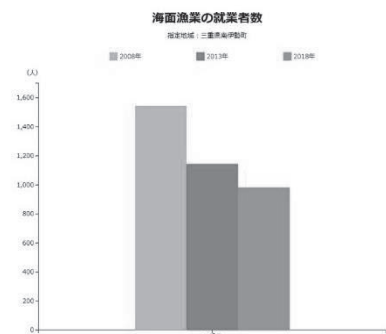


図4 海面漁業の就業者数 出典) 地域経済分析システム (RESAS)

次節で取り上げる農業と同様に若い後継者、新規就業者の確保が大きな課題となっている。

3 節 農業の諸問題

また、南伊勢町における農業の諸問題についてであるが、農業就業者数の減少と栽培面積の減少、生産量の低下、後継者不足などが挙げられる。農業就業者数減少の要因には獣害による営農意欲の低下や高齢化、などがある。南伊勢町の農業就業者の7割が高齢者であり（図5）、平均年齢も年々高くなっていることがわかる（図6）。このままでは2025年には112人ものが就業者が高齢を理由に離職すると推計されており、農地の荒廃や農業用水の維持が困難になるといった懸念がある。また、就業者の減少に伴って栽培面積も減少傾向にある（図7）。さらに南伊勢町の農地は急傾斜地が多く作業効率が悪いことが、主力である柑橘類の生産量の低下につながっていることが指摘されている。就業者減少を食い止めるためにも若い新規就業者を確保する必要があり大きな課題となっている。

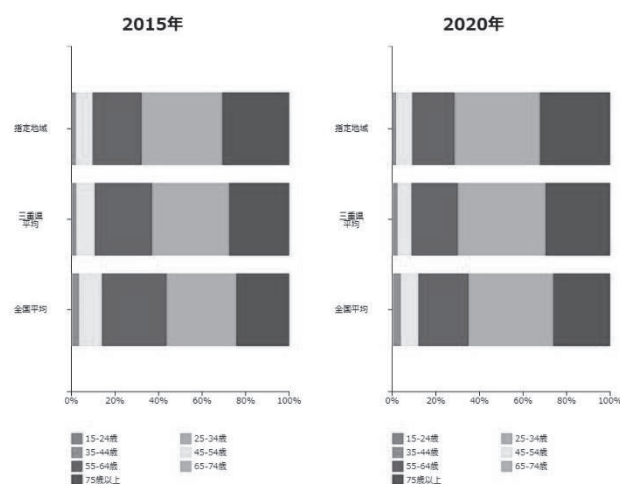


図5 農業就業者の年齢構成 出典) 地域経済分析システム (RESAS)

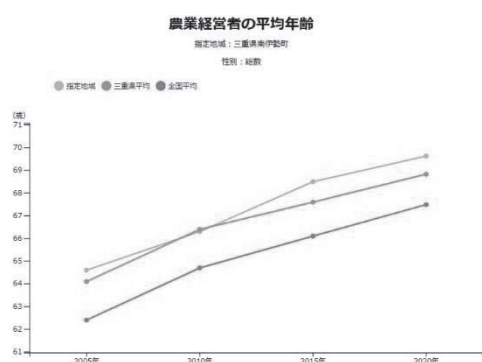


図6 農業経営者の平均年齢 出典) 地域経済分析システム (RESAS)

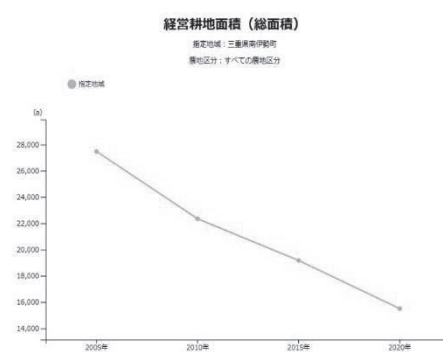


図7 経営耕地面積 出典) 地域経済分析システム (RESAS)

4 節 林業の諸問題

南伊勢町における林業は近年成長状態にある。具体的には、林業就業者数が2005年の16人から2015年には27人と11人増加したほか林業経営体も2005年には0経営体だったのが2015年には5経営体に増加している。さらに図9・図10で示したように林産物販売

金額は 2020 年には 2000 万円と 5 年間で 10 倍に、林業作業請負収入も 2020 年には 2500 万円と 5 年間で 5 倍にそれぞれ増加している。このような成長は備長炭の製造や菌床シイタケ用の広葉樹の活用といった取り組みによるものだが、南伊勢町の林業を取り巻く環境は依然として厳しいものがある。森林所有者の森林への関心の低さに起因する不適切な森林管理や森林の所有者や境界が不明確なために森林管理に支障をきたしているケースも発生しており、気候変動対策や災害対策といった観点からも森林の適切な維持管理が大きな課題となっている。

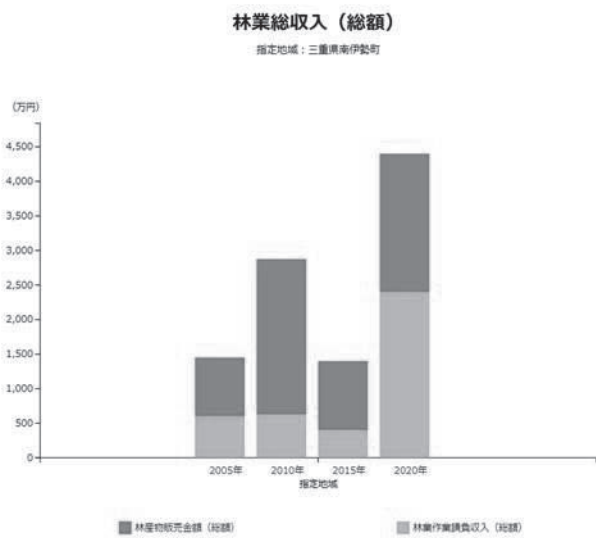


図 8 林業総収入 出典) 地域経済分析システム

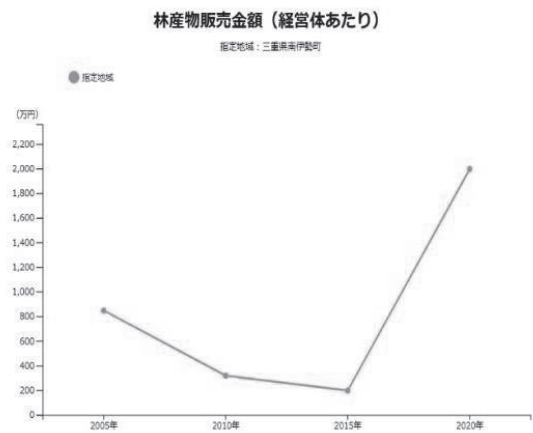


図 9 林産物販売金額 出典) 地域経済分析システム (RESAS)

5 節 町民意識調査より

南伊勢町が 20 歳から 40 歳を対象にして行った「令和 3 年度まちづくり町民意識調査アンケート結果」では、住民の満足度が低く、今後の政策を行ううえで重要度が高い重点改善分野に位置づけられた、「若者定住・移住の促進」と「雇用の創出」、「治山」も注目すべき課題として挙げられている。

第 2 章 炭の活用と可能性

1 節 なぜ炭なのか

「新絆プラン」等を読み解くと、テーマである「地域の活力につながる産業の活性化」は人口減少に歯止めをかけるための手段であると本ゼミでは考えた。また、公共政策フォーラム 2022 では漁業や農業の活性化による労働者の収入増加、つまり稼げる仕事と新たな雇用の創出ができる政策案を求められていると読み取れる。

南伊勢町の町民の生活を支えるのは、主に漁業や、農業である。漁業や農業等、第一次産業の産品は他地域との差別化ができず、買い手をつけることは難しい。現状として、稼げる仕事となっておらず後継者不足に陥っていると考えられる。しかし、第一次産業で差別化を実現できれば、私たちの事業の目的である稼げる仕事と雇用の創出が可能となり、南伊勢町の産業の活性化につながると考える。

そこで私たちが着目したのは「炭」である。「炭の町」として南伊勢町の認知度を高めることが、新たに稼げる仕事と雇用を創出すると考える。炭に着目した理由は、①「炭の町」

を掲げた競合他者が全国にいない、②南伊勢町には炭の原料となる資源が豊富にある、③製炭のノウハウを持つ方が南伊勢町にいる、④南伊勢町の第一次産業の活性化に炭を活用することができるためである。②③については3節で、④に関する炭を用いた漁業については4節で、炭を用いた農業に関しては5節で解説する。

2節 「お炭付きタウン南伊勢」

地域の「イメージや認知度」と「地域の産業やブランディング」には相互作用がある^[5]。また、シティプロモーションを行うことで認知度の高まりと、農畜産物の評価の高まりが見られ^[6]、ブランド力が向上したと言える。実際、群馬県の『「すき焼き応援県」宣言』は認知度の向上と、群馬県産の食材への評価の高まりが見られた。群馬県の事例で特徴的なのは、全国に300以上ある牛肉ブランドの中で群馬県のブランド牛である上州和牛の認知度を上げる事は、競合他者が多く難しいと判断し、競合不在のすき焼きに着目し、第一人者を狙ったことである。南伊勢町の主とする産業の漁業、農業も競合他者が多い。そこで、南伊勢町を競合不在の炭の町として認知度を高め、漁業、農業のブランド力向上と消費拡大につなげていきたい。

大分県の「かぼすブリ」はブランド力向上により差別的価格を獲得した例である。通常の養殖ブリに比べて100円/kgから200円/kgほど高値になっている^[7]。このように「炭を使った～」で南伊勢町の水産物や農作物が差別的価値を得られるようにしたい。

3節 製炭のための資源

南伊勢町は町域の85%が森林である。面積に直すと20430haが森林であり、そのうち植林されたスギやヒノキは6321ha、ナラ・クヌギ・カシ等、広葉樹の天然林は13541ha、竹林等の天然林は568haである^[8]。そのうち町有林の広葉樹の天然林は89.16haであり、そのうち間伐予定は合計で37.88ha程度ある^[9]。また、竹林等の天然林の中で実際に伐採できる竹林を少なく見積もって2割^[10]と考えても、100ha以上は利用可能な竹林がある。南伊勢町屈指の備長炭の生産量を誇るマルモ製炭所の森前さんにヒアリング調査を行ったところ、「一回の製炭で0.05ha伐採し、年に20回ほど製炭を行うので、年間の伐採面積は1haです」との回答をいただいた。また、南伊勢町の海岸沿いの山林には備長炭の原料となるウバメガシが生息しており、すぐに尽きる量ではないと言う。そのため製炭のための資源は使いきれないほどあると考える。しかし、南伊勢町では林業は盛んでなく、手付かずの自然が残っている^[11]ため、製炭のための資源は豊富であるがうまく活用されていない。

4節 炭の漁業への活用

南伊勢町は日本屈指の漁獲量を誇り、町民の生活を支えている。漁業の活性化は地域の活力につながる産業の活性化には欠かせない。

環境の変化にも炭は有効である。濁水の改善については林業と深いかわりがあるため6節にて触れる。赤潮を防ぐには水中の窒素およびリンの発生を抑制することが必要である。和歌山県の岩谷水産では、飼料に紀州備長炭の粉末を添加した飼料を平成24年に開発した。備長炭の特性を活かし、魚の品質向上に加え、養殖漁場の水質保全を図るという他に類を見ない新しい取り組みを開始している。岩谷水産が和歌山県水産試験場に、飼料の

詳細な試験を委託した結果、身質が向上し、赤潮の原因として危惧されるリン・窒素の排泄を抑えるという事が実証された^[12]。つまり、炭によって赤潮の発生を抑えることができる。また、南伊勢町内には竹炭を飼料に配合した「お炭付き鯛」を養殖している南勢水産がある。南勢水産によると炭には脂肪分を抑え、身の変色を遅らせ、鮮度を保持する効果もあると言いき、環境だけでなく魚自体にも良い効果がある。

磯焼けに対しても炭を活用することは効果的である。藻場は多くの水生生物の生活を支え、産卵や幼稚仔魚に成育の場を提供する以外にも、水中の有機物を分解し、栄養塩類や炭酸ガスを吸収し、酸素を供給するなど海水の浄化に大きな役割を果たしている。しかし、南伊勢町の藻場は現在減少傾向にある。南伊勢町が水産資源の豊富な漁場であるためには藻場の再生が必要である。藻場の再生には鉄分が採水に溶け出すことが必要である。製鋼スラグと竹炭を併せて使用することによって、製鋼スラグから鉄分が溶出するのを促進し藻場の再生に効果があることが示されており^[13]、全国各地で藻場の再生のために炭は使われている。同様に、鉄と炭を用いて牡蠣の養殖に成功した事例^[14]があり牡蠣の増産にも期待ができる。さらに、山口県立水産高校では、アオサを使った実験で、鉄炭団子を投入した結果、成長の速度が2倍になったと事例^[15]がある。色が濃く、香りが高い品として評価されている南伊勢町のアオサも、鉄炭団子を利用した増産が期待できる。

炭を用いた水産物は他との差別化が図ることができ、2節で述べたようにブランド力向上と消費拡大に期待が持てる。

5節 炭の農業への活用

炭の農業への活用は南伊勢町が国からの支援を受けている南伊勢町バイオマス産業都市構想とも合致する。

炭を使った農業への活用方法としてバイオ炭がある。バイオ炭は、木炭や竹炭などが該当し、具体的な定義としては、「燃焼しない水準に管理された酸素濃度の下、350℃超の温度でバイオマスを加熱して作られる固形物」^[15]とされている。

バイオ炭の中の炭素は、難分解性であり、農地へ使用すると炭素が土壌中に貯留するとともに、土壌の透水性、保水性、通気性の改善など好ましい効果があり、収穫量増加にも寄与するため、土壌改良資材として昔から使用されてきた。またバイオ炭の原料となる木材や竹等に含まれる炭素は、そのままにしておく微生物の活動等により分解され、二酸化炭素として大気中に放出されてしまう。しかし、木材や竹などを炭化し、バイオ炭として土壌に施用することで、その炭素を土壌に閉じ込め、大気中への放出を減らすことが可能になる。農地へのバイオ炭の使用は、2019年度に国際的な排出・吸収量報告における温室効果ガスを吸収する取組の1項目として認められた^[16]。つまり、農家の方々は、土壌改良資材としてバイオ炭を使用することで、地力が向上するのみならず、温室効果ガスを削減し、気候変動対策に貢献できる。

さらに、J-クレジット制度¹⁾(**図 10**)が承認されたことでバイオ炭への需要も年々高まると予想される。また、バイオ炭の市場は2021年の11億米ドルから2028年には20億米ドルまで成長する^[17]との見方など、各専門誌にてバイオ炭の市場の成長が予測されている。南伊勢町内でバイオ炭を使用することにこだわらず、日本全国や海外への販売も視野に入れていきたい。

さらに、木炭を作る際に出る木酸液や竹炭を作る際に出る竹酸液を木炭や竹炭、バイオ炭と混合し土壌に散布すると、微生物の住処となる炭の効果を上向きさせる^[18]ため、南伊勢町土壌をより豊かなものに変える可能性を秘めている。

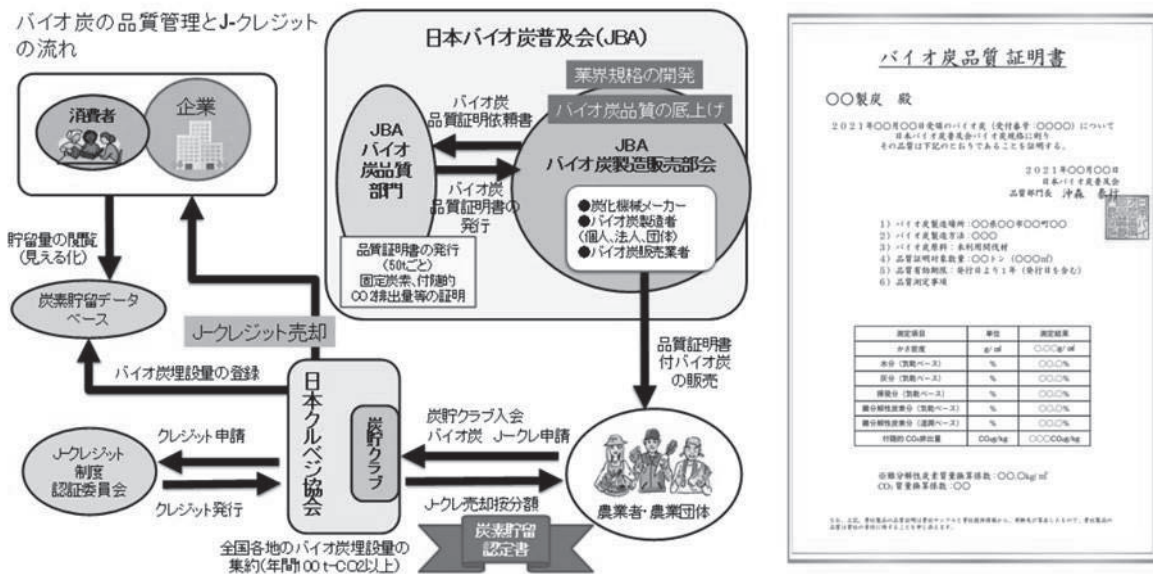


図 10 バイオ炭の品質管理とJ-クレジットの流れ 出典) 農林水産省

6 節 林業の活性化

森林の機能は多岐にわたる。機能の代表としては CO₂ の削減機能である。それだけではなく、水量の調節を行う水源涵養機能、土砂災害防止機能、大気を浄化し、養分を川や海へ流し、豊かな生態系、美しい景観を作り出すといった地球環境保全機能や生物多様性保全機能などがある。しかし、放置され、伸びきった樹木が増え続けると、森林の機能が正常に働かない問題が発生する。

放置され、茂り過ぎた森林が増えることで、地表には太陽の光が届かない現象が起こる。これにより土地が痩せ、地盤が緩くなり、崖崩れや土砂災害といった原因にもなりうる。また、樹木は光合成により空気中の二酸化炭素を吸収し、酸素を排出する。しかし、樹齢とともに光合成の効率は低下していく。樹齢 11~40 年までの青年期がもっとも光合成の効率がよく樹齢と共に光合成の効率は低下していく。成長が終了した樹木は、ほとんど光合成は行わずに呼吸活動が続けるため、二酸化炭素排出量が多くなり吸収効率が低くなる。カーボンニュートラル²⁾のためには森林の適切な管理が必要である。また、森林が荒れることで土砂災害防止機能が働かずに土砂が流出し海の濁水が発生する。これは漁業によって町民の生活を支えている南伊勢町にとって問題である。森林の適切な管理によって濁水が発生しにくくなることを見込まれる。その他、私たちが恩恵を受ける森林の機能を十分に発揮させるには、間伐などの適切な森林整備が必要である。しかし、森林資源は使われなければ整備を行う必要性がなく放置されてしまう。そこで、炭の原料として需要を発生させることで治山と林業の活性化につながると考える。

7 節 炭の可能性

炭には上記の漁業、農業への活用、林業の活性化以外にも新たな販路拡大や事業展開、雇用創出の可能性を秘めている。

例えば、炭の脱臭効果を活用したインテリアや、浄化作用を活用した水のろ過装置、デトックス効果が期待されるチャコールドリンクなど、炭を燃やすこと、肥料にすること、飼料にすること以外にも事業展開の可能性を大いに秘めている。

また、防災の観点から災害時など非常用の防災備蓄炭として活用することも考えられる。

第3章 本政策の事業案

ここまでで、どのようにして漁業や農業に炭を活用し「お炭付きタウン」を実現することができるのかについて、「お炭付きタウン」を実現することで稼げる仕事が創り出せることを説明した。しかし、現地で調査を進めていくと「お炭付きタウン」の実現には、炭の原料調達、炭の生産量の増加、担い手の育成の課題に直面した。この章ではこれらの課題に対する事業案を提示する。

1 節 原料調達問題の解決

1 項 問題の所在

備長炭の原料であるウバメガシの調達は私有林や区有林から行なっている^[19]が、山の所有者が町内に居ない場合や、山の所有者は分かっているが境界線がどこか分からないという問題がある^[20]。境界線が明確でないと権利問題のリスクがあるため、私有林から木を切ることができない。マルモ製炭所の森前氏からは「土地の所有者がはっきりしていれば、原木の調達がしやすい」との声をいただいた。また、山の所有者としても山を持つことを負担と感じ、負の遺産化している面もある。

そうした調達問題の解決案を以下に示す。

2 項 解決案 1

1 つ目は、南伊勢町の自治区が保有している共有林について、区長を通して行政区内の森林を管理するという名目で木を伐採する権利を得る方法である。現在南伊勢町では 38 の行政地区を有しており、それぞれの地区で共有林を保有している。南伊勢町からそれらの地区に対して、アプローチを行う。森林が適切に管理されなければ災害時に危険であるという管理必要性和、行政や森林組合による手入れの持続可能性を説明した上で、伐採権を得る。この方法の展望は、はじめから全部という話ではなく最初は 1 つの行政区から許可を得るところから始まり、徐々に複数、更に多くの行政区に理解を得る事で、まち全体で炭を 1 つの産業として育てていく事を我々は考えている。

3 項 解決案 2

2 つ目は、山の所有者を明確にし、山の管理を市町村が請け負い、間伐材を製炭所に販売し原料の調達をしやすい方法である。方法としては、森林経営管理法に基づいて、手入れの行き届いていない森林について市町村が森林所有者から経営委託を受け、林業経営者に再委託、または公的に管理する制度がある。さらに共有者不明森林及び所有者不明森林において必要な経営管理を実施するため、以下の特例措置が講じられている。市町村

は、経営管理が行われていない森林等について、必要かつ適当と認められる場合には、森林経営管理法に基づいて経営管理権集積計画を定め、森林所有者から委託を受けて、市町村が主体となって適切な経営管理を図ることができる（図 11）。行政が山の管理を行う際に出る間伐材を製炭者に安価に販売することで調達問題の解決を図る。

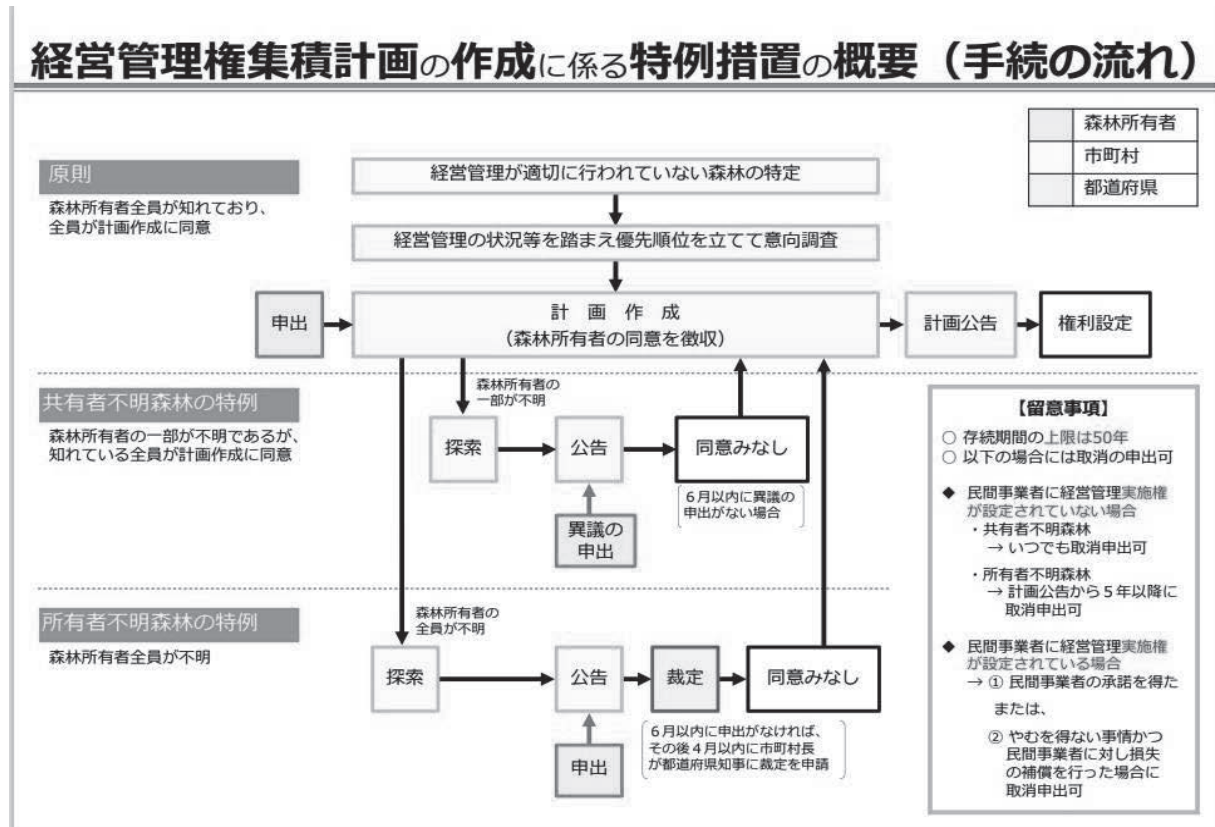


図 11 経営管理権集積計画の作成に係る特例措置の概要 出典) 林野庁

4 項 解決案 3

3 つ目は山の境界を明確にする方法である。山の境界を明確にする事業として、山林がある地域の森林組合や民間業者に区画整理事業を依頼することが挙げられる。現地では書類の情報を参考にしつつ、植生する樹木の成長具合や手入れ状態などから境界を見つける。個人で行うこともできるが、測量に詳しい人や、隣接する土地の所有者の立ち合いも自力で手配する必要があるため、境界線が曖昧な山林は、地元の森林組合や民間業者に調査を依頼するべきだと考える。民間業者に依頼する場合は、土地家屋調査士に測量から登記までの区画整理事業を任せることができる。

2 節 南伊勢で起業しやすい制度の確立

炭の町を謳うには、炭の生産量を増やすことは必須である。南伊勢町内唯一の製炭所であるマルモ製炭所は需要に対して供給が追い付いていない^[21]現状がある。本事業案の炭を使った漁業、農業、その他の活用のためには生産量と生産する炭の種類を増やす必要がある。そのためには、製炭者が南伊勢町で起業または移転してきやすい制度を設けなければならないと考える。

活用が期待されるのは、南伊勢町による雇用創出計画支援補助金（以下「補助金」という）制度である。これは平成 28 年から始まった制度で、南伊勢町内で新たな働く場を創出する事業計画を支援することでその計画を実現し、町内の産業活性化と働く場の拡大を図ることを目的としている^[22]。設備投資費の補助率は 50% であるため、実際にかかった金額の半分は南伊勢町が負担してくれるのである。また、1 年以上の継続利用も可能である。しかし、この制度をそのまま継続するだけでは製炭者が入って来てくれるとは限らない。そこで、補助金制度に加えて町有林の伐採権を与える保証をつけることである程度ターゲットが絞れる。また、高知県室戸市の「室戸市土佐備長炭製炭窯整備事業費補助金交付制度」や、岩手県久慈市の「木炭製炭施設整備事業補助金制度」のように製炭者にターゲットを絞ってしまうのも一つの手である。

さらにはクラウドファンディングの活用も積極的に行い新規参入への手厚い補助を行う。炭焼き窯に関するクラウドファンディングで石川県珠洲市の大野製炭工場では約 170 万円^[23]、愛知県豊田市の杉野さんは約 117 万円の資金調達に成功している^[24]。自治体によるクラウドファンディングは成功事例が多数ある。備長炭やバイオ炭などをリターンとすれば、PR にも使える。

3 節 人材育成

1 項 地元の学生へのアプローチ

地域愛着は高校生の U ターン意識に影響する^[25]。また、地域愛着は文化・産業が影響しており、森らは、小中学生時代に地域の産業を学ぶ機会が高校生になってからの定住意識に影響していると推察している^[26]。よって南伊勢町の若者の流出を防ぐには、産業体験が必要であると考えた。加えて、政府が提唱している新しい学習指導要領でも、「何ができるようになるのか」という観点から、「知識及び技能」「思考力・判断力・表現力など」「学びに向かう力、人間性など」の 3 つの柱からなる「資質・能力」を総合的にバランスよく育てていくことを目指している^[27]。この 3 つを効率的に達成するためにも体験学習は非常に適しているといえる。そこで、小中高校の学校教育の中でも比較的自由度が高い総合的な学習の時間を使い、炭焼き体験や養殖の餌やり体験、森林環境教育などを行う。

2 項 町民へのアプローチ

「お炭付きタウン」を実現していくには、南伊勢町民の協力は不可欠である。炭への理解を深める環境作りや住民と炭の距離感を詰めることは必要である。そこで本ゼミが提案するのは、炭焼き講習会の定期開催である。炭焼きの魅力を発見してもらい、「お炭付きタウン」に理解を得るとともに、地域の産業への貢献もできるんだという町民の充実感や活力につなげる。

3 項 町外に対してのアプローチ

町内に対してだけでなく、町外からの人材も呼び込みたい。そこで注目したのが「南伊勢町インターンシップ事業補助金」である。これはその名の通り南伊勢町内で実働 3 日以上インターンシップ受け入れを行う事業者およびそれらインターンシップの参加者を対象とした補助金制度である。事業者に対しては、インターンシップ受け入れに際して生

じた消耗品費・保険費・クリーニング費等の経費を、一日当たり一人 5000 円を上限に補助するという制度である。参加者には、参加時に南伊勢町内の宿を利用した場合の宿泊費（一泊当たり 2000 円が上限）、居住地から事業所までの交通費（1 年度当たり 20000 円が上限）を補助するという制度である^[28]。町内だけでなく町外からの人材育成費に充て、南伊勢町の後継者不足を解消していきたい。

第 4 章 実現可能性

「お炭付きタウン」を実現するにあたって、炭の漁業や農業への活用は不可欠である。炭の効果は科学的に証明されていることもあり、生産者にとって炭の活用はメリットが多い。よって、炭の生産量が十分になれば導入はスムーズに進むと考えられ、実現可能性は高いと考える。特に養殖業においては、南勢水産の舌古さんが「南伊勢町として炭を推していけるのであればそのノウハウを提供したい」とおっしゃっており、炭を活用した養殖業はすぐに広まると考える。

調達問題に対する解決案 1 は、実際に民間ながらも南伊勢町唯一の製炭所であるマルモ製炭所が伊勢路区から期限付きで伐採権を得たという事例がある。自治体から説明を行えば、個人が話を持ち掛けるより公益性に説得力が出る。

解決案 2 は、時間はかかるが、所有者が手入れをしなければ上限 50 年で森林の管理権を自治体を得るので解決案 1、3 よりも持続可能性がある。

解決案 3 はコストがかかる。そこで、区画整理事業を行うための資金源として私たちが考えているのは、2024 年度から国内に住所のある個人に対して課税される国税の森林環境税である。2019 年度から前倒して譲与されており、三重県には 1 億 4 千万円以上が交付されている。この森林環境税をもとに自治体による森林の経営管理や区画整理事業に着手することが可能であると考えられる。また、森林環境税は森林整備だけでなく、人材育成・確保や木材利用・普及啓発などの取り組みにも活用することができる税である。

解決案 1、2、3 に関しては森林の土地所有者と管理に関わるため、水産農林課が行う。

第 4 章 2 節とで述べた事業案はそれぞれ前例があり実現可能性は高い。この事業を行うのは雇用創出への支援補助金を行っている観光商工課が担うのが良いと考える。また、こうした制度を認知してもらえるような広報活動も必要である。

第 4 章 3 節で述べた人材育成案は、マルモ製炭所の森前さんを講師として実施することを考えており、森前さんにも承諾を得ている。事業費はみえ森と緑の県民税を活用する。実際にこの県民税を活用して南伊勢町では町内の小学校に対して森林環境教育事業を実施している^[29]。体験学習の実施場所は、南伊勢町内にある廃校を活用し、新たに炭窯を作ることを計画している。実際に兵庫県宍粟市では廃校を利用して炭焼き体験を開催している。マルモ製炭所代表の森前さんによると、炭焼きの窯など事業開始時の初期投資は約 300 万円程度である。この費用はクラウドファンディングで集める。

第 5 章 まとめ

まとめるにあたってテーマをもう一度確認する。今回のテーマは「地域の活力につながる産業の活性化」である。南伊勢町の産業を活性化するには差別化を図ることが必要だと考

え、炭を使った漁業、農業を売り出す「お炭付きタウン」を提案した。しかし、その実現にはいくつもの課題がある。本ゼミはそれらの課題を1つ1つ解決していける事業案を提案した。課題を解決し、「お炭付きタウン」が実現することができれば、南伊勢産の水産物、農産物の認知度やブランド力向上と消費の拡大ができ、南伊勢町で稼げる仕事ができる。産業の活性化が人口減少に歯止めをかけ、地域の活力につながると私たちは確信する。

注

1) J-クレジット制度

温室効果ガスの排出削減量や吸収量をクレジットとして国が認証する制度。認証されたクレジットは売買可能で、環境への貢献 PR、企業や製品の差別化、ブランディング等に利用可能。

2) カーボンニュートラル

温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。

[1]南伊勢町総合計画「新絆プラン」 <https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/21/sinkuzunaplan.pdf> (2022年10月30日確認)

[2]総務省「令和3年度課税標準額段階別所得割額等に関する調」より算出 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/ichiran09_21.html (2022年10月30日確認)

[3]国税庁「令和2年分民間給与実態調査」 <https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzeicho/minkan2020/pdf/000.pdf> (2022年10月30日確認)

[4]南伊勢町漁村活性化グループ これまでとこれから <https://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000939849.pdf> (2022年10月30日確認)

[5]松谷真紀(2013). 地域の認知度による地域特産品のイメージへの影響. 観光学. 8. 35-44

[6]小野関智洋. (2021). 農畜産物を活用したシティプロモーションの取組みに関する考察—群馬県の「すき焼き応援県宣言」を事例に—. 日本地域政策研究, 26, 108-113.

[7]鳥居享司. (2018). 養殖魚のブランド化に果たす行政・漁協の役割—大分県「かぼすブリ」を事例に—. 島嶼研究, 19(1), 15-31.

[8]いせしま森林組合による調査資料

[9]南伊勢町「特定間伐等計画」より町有林の面積と立木材積と間伐材積の比率から本ゼミが算出 <https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/14/tokuteikannbatu.pdf> (2022年10月30日確認)

[10]いせしま森林組合 西岡氏へのメールでの質疑応答 2022年10月16日

[11]南伊勢町 水産農林課へのヒアリング調査 2022年8月25日実施

[12]岩谷水産 HP こだわり <http://www.iwatani-suisan.jp/formality.php> (2022年10月30日確認)

[13]山本光夫, 南克哉, 劉丹. (2017). 製鋼スラグを利用した藻場再生技術における鉄溶出促進に寄与する有機物特性の検討. 化学工学論文集, 43(4), 245-251.

- [14]小島昭,藤重昌生.(2012).炭素は地球を救う(8)炭と鉄でカキを養殖する.化学経済,59(11),84-89.
- [15]裏方思考.(2019).裏方思考の散歩のみち(第11回)磯焼けの話(11)溶解性鉄で海を再生できるか!(1)磯焼け沿岸部における溶解鉄の供給実験から学ぶ.環境施設= Journal of water & solid waste management, (158), 74-78.
- [16]農林水産省 バイオ炭の施用量上限の目安について <https://www.maff.go.jp/j/seisan/kankyondanka/biochar01.html> (2022年10月30日確認)
- [17] Global Industry Analysts, Inc..世界のバイオ炭市場.2022
- [18]日本木酸液協会 木酸液、竹酸液の農業への利用の可能性について <https://www.nihonmokusaku.jp/youto-gutairei/riyo-kanousei/> (2022年10月30日確認)
- [19]マルモ製炭所 森前氏へのヒアリング調査 2022年10月14日実施
- [20]いせしま森林組合 玉串氏、西川氏へのヒアリング調査 2022年10月14日実施
- [21]マルモ製炭所 森前氏へのヒアリング調査 2022年10月14日実施
- [22]南伊勢町 HP 令和4年度南伊勢町雇用創出計画支援補助金(2次募集) <https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/shoshiki/kankoushoukou/sangyou/563.html> (2022年10月30日確認)
- [23]CAMPFIRE 【第2弾】炭やき4号窯を大修繕&炭やき職人を育てたい! <https://camp-fire.jp/projects/564840/activities#menu> (2022年10月30日確認)
- [24]CAMPFIRE 多様性のある森を目指して。伝統文化としての炭やきを残したい! <https://camp-fire.jp/projects/view/390072> (2022年10月30日確認)
- [25]藪谷祐介,阿久井康平.(2021).高校生の通学時における地域接触が地域愛着形成に与える影響 富山県小矢部市内の高校に通学する高校生を対象として.都市計画論文集,56(3),772-779.
- [26]森豪大,藪谷祐介,宋俊煥.(2022).高校生のシビックプライドの醸成要因と将来の定住意識に与える影響 富山県高岡市に居住する高校生を対象として.都市計画論文集,57(3),933-940.
- [27]政府広報オンライン 2020年度、子供の学びが進化します！新しい学習指導要領、スタート! <https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201903/2.html> (2022年10月30日確認)
- [28]南伊勢町 HP 南伊勢町インターンシップ事業補助金について <https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/shoshiki/kankoushoukou/shigoto/2059.html> (2022年10月30日確認)
- [29]南伊勢町 HP みえ森と緑の県民税について 「令和3年度県民税事業」 <https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/14/R3kenmin.pdf> (2022年10月30日確認)

参考文献

- (1)国立社会保障・人口問題研究所 『日本の地域別将来推計人口－平成27(2015)～57(2045)年－(平成30年推計)』 <https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson18/6houkoku/houkoku.pdf> (2022年10月30日確認)

- (2) ～資源をつなぎ、ひとがつながり、次世代へつなげる～南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略 <https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/030.pdf> (2022年10月30日確認)
- (3) 総務省統計局 令和2年国勢調査 <https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/index.html> (2022年10月30日確認)
- (4) 令和3年度「知事と市町長の1対1対談」(南伊勢町) 概要 <https://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000979562.pdf> (2022年10月30日確認)
- (5) 水産庁 藻場の働きと現状 https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/tamenteki/kaisetu/moba/moba_genjou/ (2022年10月30日確認)
- (6) 農林水産省 J-クレジット制度における「バイオ炭の農地施用」の方法論について [biochar-2.pdf](https://www.affrc.go.jp/biochar-2.pdf) (maff.go.jp) (2022年10月30日確認)
- (7) The Insight Partners バイオ炭の正解市場予測(2028まで): COVID-19の影響、減量別、用途別の分析 <https://www.gii.co.jp/report/tip1070744-biochar-market-forecast-covid-impact-global.html> (2022年10月30日確認)
- (8) 林野庁 森林の有する多面的機能 <https://www.rinya.maff.go.jp/j/keikaku/tamenteki/> (2022年10月30日確認)
- (9) 林野庁 木材を使うと森が育つ https://www.rinya.maff.go.jp/j/riyou/kidukai/con_2_1.html (2022年10月30日確認)
- (10) ふれあいの森より広がる地域との絆 一段戸国有林 漁民の森林づくり活動 https://www.rinya.maff.go.jp/chubu/gijyutu/pdf/pdf/h23_067.pdf (2022年10月30日確認)
- (11) 林野庁 森林経営管理制度(森林経営管理法)について <https://www.rinya.maff.go.jp/j/keikaku/keieikanri/sinrinkeieikanriseido.html> (2022年10月30日確認)
- (12) 林野庁 森林環境税及び森林環境贈与税 https://www.rinya.maff.go.jp/j/keikaku/kankyousei/kankyousei_jouyouzei.html (2022年10月30日確認)
- (13) 室戸市土佐備長炭製炭窯整備事業費補助金交付要綱 https://www.city.muroto.kochi.jp/reiki_int/reiki_honbun/o303RG00001092.html (2022年10月30日確認)
- (14) 木炭製炭施設整備事業補助金交付要綱 https://www.city.kuji.iwate.jp/site/new_reiki/reiki_honbun/r239RG00000718.html (2022年10月30日確認)
- (15) 文部科学省 新学習指導要領について https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shisetu/044/shiryu/_icsFiles/afieldfile/2018/07/09/1405957_003.pdf (2022年10月30日確認)
- (16) 文部科学省 平成29・30・31年改訂学習指導要領(本文、解説) https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/1384661.htm (2022年10月30日確認)
- (17) 宍粟市 3月15日: たたらに繋がる炭焼き体験 <https://www.city.shiso.lg.jp/photo/old/reiwa3nendo/14616.html> (2022年10月30日確認)

公共政策フォーラム2022 in 南伊勢 政策提言

南伊勢レイディシップ Ladyship

-女性が創出する南伊勢の未来-

慶應義塾大学 総合政策学部 篠原研究会(担当教員：篠原舟吾)

代表者

市川 裕也

発表者

幸地 南海 市川 裕也 陳 柔妍

参加者

工藤 長閑 谷本 結音 佐々木菜緒 柴垣 貴也

梗概

南伊勢町-三重県南部に位置するリアス式海岸が美しいこの町は、高齢化・人口減少が進む日本の将来像の縮図でもある。人口比率や就業率、産業構成などの事前の調査から、私たちは「南伊勢町の産業の活性化」には女性の活躍がカギを握るのではないかと仮説を立てた。仮説に基づき7つの産業分野にまたがる17名の町民に、各産業の現状と女性の役割についてインタビューを実施した。インタビューの内容分析から、人口減少・価値観・女性の活躍・対外という南伊勢町の現状を形作る4つの特徴を見いだすことができた。その背景にあるのは、属性が異なる人々の交流の少なさである。世代間、地域間、町外との交流の不足が、南伊勢町のコミュニティを硬直化させ、女性や若い世代の積極的な活動を阻んでいると分析した。こうした「しがらみ」を解消し、南伊勢町のコミュニティを女性が活躍する場に変革していくことが、南伊勢町の産業の活性化の第一歩になると私たちは考えた。そこで提案するのが、「南伊勢レイディシップ Ladyship」である。本提言は、クチコミなどを活用した情報の流通とコミュニティの充実を図り、町内のネットワークを改善することで南伊勢町に存在する「しがらみ」を解きほぐすことを目的とする。具体的には、一定の研修を受け、情報発信能力を得た女性を町が「南伊勢レイディ」として認定する。南伊勢レイディは口コミなどによる情報流通と町民との交流、つまりネットワークの形成を行う。積極的に活動する南伊勢レイディの存在は、町に少しでも貢献したいと思う女性を後押しするだろう。本提言は、町内の価値観交流とロールモデルの提供を通じて、女性が活躍する場を南伊勢に創出するものである。「南伊勢レイディシップ」が地域の人々を活性化し、南伊勢の人々が守りたいと願い、私たちも残したいと感じた南伊勢の美しい自然や伝統、文化を未来に伝えていく一助となることを期待する。

はじめに

南伊勢町は、総人口数11402人（うち男性46.7%、女性53.3%）（令和2年度国勢調査）の海沿いの町である。人口減少率14.15%（令和2年度国勢調査）と県内ワーストであり、人口減少、人口流出、超高齢化などの課題を抱えており、それに伴って町全体の産業における事業継承にも滞りが出ている。また、平成27年度の厚生労働省の調査によると、南伊勢町における就業率は男性56.4%、女性35.9%であり、全国就業率の男性62.6%、女性45.4%と比較すると低いことがわかる（平成27年度国勢調査）。これらのデータから、南伊勢町の産業活性化には更なる女性の活躍が必要になると仮定した。

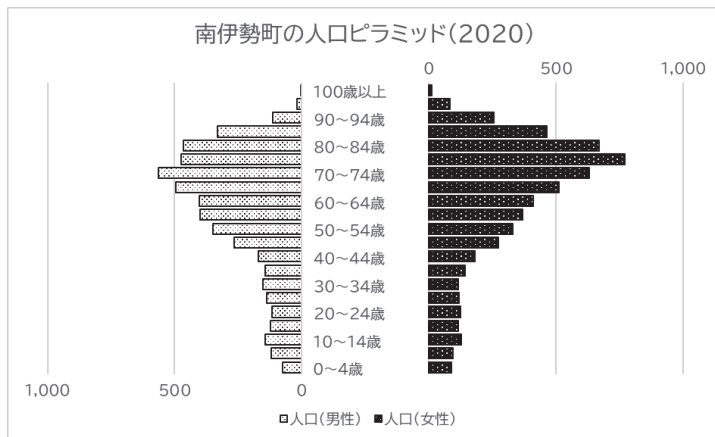


図1. 南伊勢町の人口ピラミッドⁱ

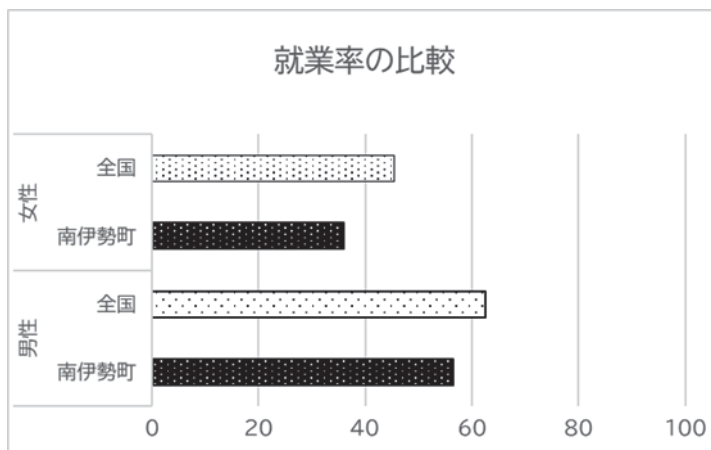


図2. 南伊勢町と全国の就業率比較ⁱⁱ

南伊勢町についての事前調査と現地でのインタビュー調査を踏まえ、南伊勢町の抱える課題のうち特に若い女性の流出に着目した。子供を産む女性が地方からいなくなってしまうことで、少子化が進行するのは明らかである。そのため、その地域で子供を産んだ後も住み続けたいと思ってもらえる場所を目指すことが、南伊勢町の課題解決につながると考えた。現在の南伊勢町は、子育て支援や女性副町長、女性議員の誕生など女性の社会進出を促す風潮が確立され始めている段階である。また、インタビューなどのフ

ィールドワークを通じて、南伊勢町には地域特有の慣習やコミュニティの在り方があり、それらの概念が世代間や地域間の不調和につながっている可能性があると感じた。一方で実際に南伊勢町を訪れてみて、自然豊かで落ち着ける空気感や、少しすれ違っただけでも挨拶などのコミュニケーションから温かさが伝わってくる町民の方々に魅力を感じた。何より、町民の方が「守りたい」と考えるもの、そして少しでもよい未来を作るために夢や希望を語る町民の方に触れたことで、全く新しいものを提案するのではなく、南伊勢町が持つ豊かな資源やコミュニティ独自の雰囲気を活用し、課題解決に向けた提案を行いたいと考えた。私たちは、インタビューの内容分析を通じて、南伊勢町の課題を4つ（人口減少、女性の活躍、価値観、対外関係）抽出した。そして、その背景として町内の情報流通と硬直化したコミュニティがあると考えた。若い女性に住み続けてもらえる南伊勢町を目指す上で、南伊勢町にも残る伝統的な性別役割分業観や我が国全体での女性活躍推進策についても検討した。

性別役割分業はいつから日本の社会構造の根幹たる概念になったのか。「男は外、女は内」という概念から妻のことを“家内”と呼ぶようになったのは有名な説だが、このような家庭の形はいつから日本のスタンダードとされてきたのか。古来、日本では女性と男性は平等に労働活動に従事し、卑弥呼の時代より女性がコミュニティをまとめるのは珍しいことではなかったことが歴史的書物や遺跡からわかっている。日本の歴史上、社会における男女の役割がこれほど明確に分断されたのは意外にも明治維新以降のことである。大日本帝国憲法下では男尊女卑が法律で正当化され、女性の自由に労働に従事する権利が剥奪された。つまり、女性が性別役割分業のもと自由な労働から遠ざけられる状況は、日本の伝統的な慣習ではなく、近代になって生まれた新しい固定概念である。そして、現代では今一度女性と男性の平等性を重視し、社会全体が従来からの性別役割分業をサポートしつつ、女性の社会進出を後押ししている（国立民俗歴史博物館 2021）。

こうした多様な背景を踏まえ、私たちは「南伊勢レイディシップ Ladyship」を提言する。これは、一定の研修を受けた町の現役世代の女性を「南伊勢レイディ」に任命し、南伊勢レイディによるクチコミや町民との交流を通じて町の政策や町内での先進的取り組み、外部からの情報を町民に伝えるものである。南伊勢レイディシップを通じて、町内のコミュニティに対する概念について、町内に起きていること、町外で起きていることについての情報に町民が触れることで、産業における女性の役割について現代の風潮や社会の流れを南伊勢町との概念と比較し、取り込むことにより女性の社会進出を促進させる。コミュニティ内での情報共有を行うことで、女性が働きやすい労働環境に関するロールモデルの拡散などを踏まえて働きたい女性を後押しし、その活動を広げていく。このようにして特に女性をエンパワーメントするネットワークを作ることが、南伊勢町の産業活性化につながる。

ⁱ 統計ダッシュボード (<https://dashboard.e-stat.go.jp/>) をもとに作成

ⁱⁱ 三重県戦略企画部統計課. 「2019 統計でみる三重のすがた」より加工して作成

I. 分析手法

本研究では、南伊勢町を女性がより活躍しやすい環境にするためにどういった変化が必要なのかを考えるため、探索的な研究手法を採用した。この手法を用いることにより、できるだけ南伊勢町特有の状況をもれなく把握し、より広い視野を持って「南伊勢町の活性化」について考えようと試みた。具体的には、まず町外からも入手可能な南伊勢町に関する情報（南伊勢町が公表している町に関するデータや統計など）を集め、南伊勢町の現状及び町が直面する大きな課題を肌感覚で理解することを試みた。しかし、データを分析するだけでは南伊勢町を知ることはできない。さらに理解を掘り下げるため、私たちは町の主要産業に注目し、それらを熟知していると思われる方々に対して各1時間程度のインタビューを行った。

産業カテゴリ	インタビュー対象者
行政	役場職員（5名）
立法	町議会議員（1名）
農業	伊勢農業協同組合職員（2名）
漁業	伊勢外湾漁業協同組合職員（2名）
商業等	南伊勢町商工会（3名）
教育	教師等（3名）
観光	宿泊施設（1名）

表1. インタビュー対象者一覧

私たちは、現地で以上7つのインタビューをそれぞれにつき質問票を事前に準備した上で行った。インタビュー手法には半構造化インタビューを用いた。これにより、質問内容を研究テーマに沿った形で一貫性を維持しつつも、インタビュー対象者により自由に話してもらうことを試みた。この柔軟性を保つことにより、想定外の有用な情報にも触れることができるようにした。

インタビューは全て録音し、終了後に文字起こしを行った。そして、文字起こしを基にオープンコーディングという分析手法を用いて、重要だと思われる内容を抽出した。オープンコーディングの作業は、各インタビューにつき一人が担当したため、それらをゼミのメンバーが相互に確認し合い、各分析の信頼性を確保した。抽出した内容から南伊勢町の現状や課題、将来の可能性などをツリーチャートという形で構造的に可視化した。最終的に、それぞれのツリーチャートの共通項を統合し、一つのツリーチャートにまとめた。以下がその図である。

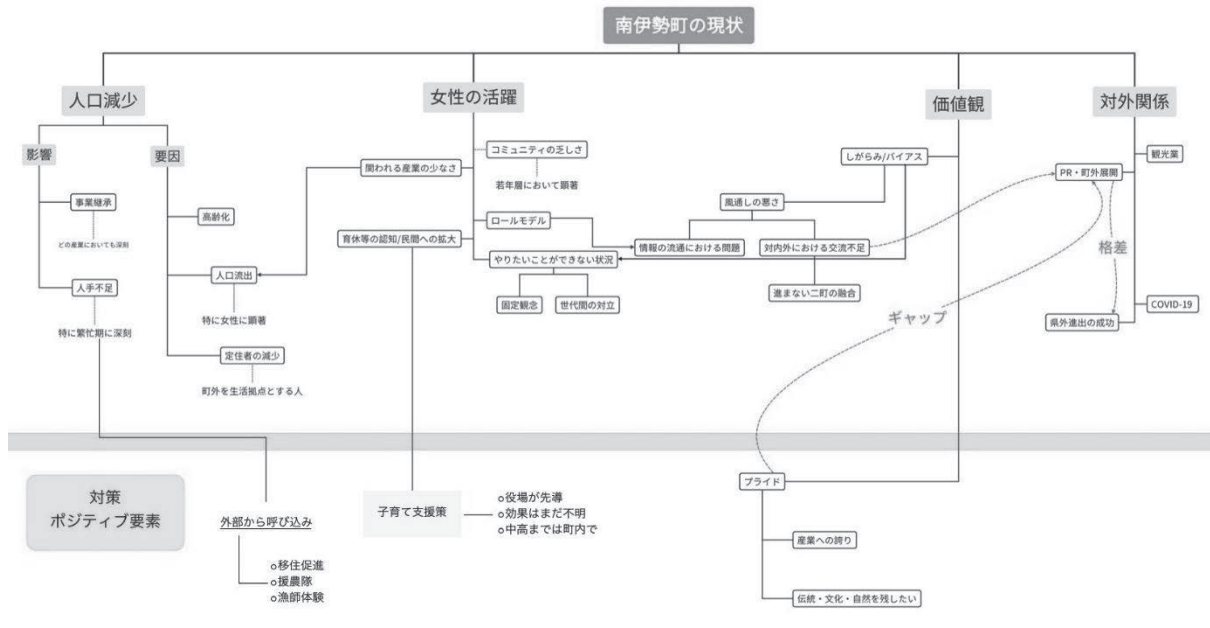


図3. ツリーチャート

Ⅱ. 分析結果

1. 課題の特定

全てのインタビュー対象者が何らかの形で言及していたように、人口減少は南伊勢町の最大の課題である。人口の自然減は全国共通の課題であるが、南伊勢町で特に深刻なのは人口の社会減、すなわち町外への転出である。その背景としては、女性が従事できる産業が少ない（特に第三次産業の選択肢が乏しい）こと、また若年層にとって居心地の良いコミュニティが乏しいことが挙げられる。人口減少は、各産業の後継者問題や、人手不足による産業の縮退（特に繁忙期に多くの人手を要する農業等で顕著である）、またコミュニティの縮小・活動低下の根底の要因となっている。対策として、移住定住の促進や援農隊等による外部からの人の呼び込み、子育て支援策などが行われている。

南伊勢町民の「価値観」も現状に大きな影響を与えている。ポジティブな側面としては、町へのプライドの高さがある。農産物や水産物の質の高さ、豊かな自然、あるいは歴史や伝統（野口雨情の「五ヶ所小唄」や愛洲氏）への誇りとそれらを守り残す意思の強さはインタビューから強く窺えた。一方で、南伊勢町にある固定観念は「しがらみ」として世代間対立を生み、女性の積極的な社会進出を阻むなど産業の活性化を停滞させている。若年層や女性が「やりたいことができない」「そもそもやりたいと思えない」状況になっているのだ。実際、インタビューから高齢世代の反対のため若い世代がやろうとしたことがうまく進まなかった例、また責任ある立場を務めることをそもそも想定しない女性の例等があることがわかった。「しがらみ」の背景には、世代間、地域間、町外との交流の不足により、町内の風通しが悪くなっており、新たな価値観が浸透しにくくなっていることがある。

女性の活躍の観点では、現状の南伊勢町は現役世代の女性が活躍しにくい環境である。南伊勢町では、子育て支援策を積極的に展開しているが、直近の取組が多いこともありその成果はまだ見えていない。また、役場においては育児休暇などの導入が積極的に行われているが、民間事業者においても十分な意識づけがなされているとは言い難い。なお、こうした子育て支援の制度に関する情報はクチコミで広がっているのが一つの特徴である。

最後の対外関係については、町内でも大きな格差が発生しているのが特徴である。積極的に県外への売り込みを図り、大手百貨店に食材を卸すことに成功した経営者や、直販により農産物を販売する農家もある。外部の人とともにSDGsに関する勉強会を開催する等、積極的に町外と交流を図る団体も存在する。一方で、「自信がない」等の理由で対外展開や外部との交流に消極的な人もいるのも事実である。

各インタビューの共通項を統合して南伊勢町の現状を整理したところ、人口減少、女性の活躍、価値観、対外関係の4つのトピックが南伊勢町の現状の大枠を形作っていること、またそれぞれの要因が複雑に絡み合っていることがわかった。もちろん、南伊勢町でも男女共同参画は着実に進んでいる。2021年には女性の副町長が誕生しており、町役場には二人の女性課長がいる。また、教育・福祉の分野で活躍する女性は大勢おり、企業経営者にも活躍している女性たちはいる。この事実は、インタビューを通して実感した。

しかし、より多くの南伊勢町の女性が活躍するのを阻んでいるものは何か。インタビュー結果を統合して見えてきたのは、「異なる属性」の人たちとの交流が少ないということだ。「属性」というのも、主に「世代」と「地域」ⁱⁱⁱである。南伊勢では、同世代及び同じ地域内でのコミュニケーションは活発だ。私たちが南伊勢町に滞在した数日間中も、すれ違ふと挨拶をしてくれる人はたくさんいた。これは、地域内のコミュニケーションが強い現れだと言える。しかし、「属性」間の交流は極めて少ない。これは、南伊勢町の産業形態から見ても自然なことである。南伊勢町の主要産業は第一次及び第二次産業であり、最も人の交流が促進される第三次産業は活発ではない。しかし、人や社会が変化していくためには、「新しいもの」や「外」のものに触れることが必要だ。そうしなければ、変化のきっかけすらつかむことができない。

冒頭で述べた4つのトピックも全て「属性間の交流が少ない」ことを中心に互いに関係している。人口減少は、若者という新しい風を吹き込む力を弱らせ、既存の価値観を硬直化させる。それは、対外関係を深く持たなくても良い産業形態によって強化され、女性の活躍を阻んでいると分析した。

2. 課題の分析

第1節での分析を踏まえ、南伊勢町の情報伝達及びコミュニティ、すなわちネットワークの問題に着目し、その解決を通じて「南伊勢町の良い伝統を残し」「少しずつでも南伊勢町を変えていくことにつながる」「実現可能な策」を提案したいと考えた。

情報の流通は、南伊勢町における大きな課題である。第一に、トップからボトムへの情報や価値権の伝達がうまくいっていない。育休その他の子育て支援策の存在についてクチコミを通じて初めて知る市民がいることは、役場による情報発信が住民や事業者に十分届いていないことを意味する^{iv}。「広報みなみいせ」の情報もすべての町民に届いているわけではないことは、インタビューの結果からも明らかである。第二に、横のつながりによる情報の流通が不足している。町内で先進的な取組を行い成功した女性がいる（＝ロールモデルが存在する）にも関わらず、それに続こうとする人は少ない。各産業の先進的な取組も、他の町民には十分伝わっていないと推測される。縦横双方の情報流通に問題があるのが、南伊勢町の情報流通における大きな課題である。

コミュニティの問題も大きい。南伊勢町の既存コミュニティは「強いネットワーク」であり、内部の交流が充実している一方で、新たな考えを導入しコミュニティ自体のあり方を変えていくことは不得手である。そのため、南伊勢町ではコミュニティが硬直化し、女性や若手が活躍しやすくなるような新たな価値観が浸透しにくいものと考えられる。コミュニティの維持の観点でも大きな課題がある。高齢化が進む中で既存のコミュニティの活動は縮小を余儀なくされている。人口が少ないため、若い世代や女性に向けたコミュニティも不足している。世代間の対立が生じた例もある。南伊勢町のコミュニティは、硬直化と量的縮小という2つの課題に向き合う必要性がある。

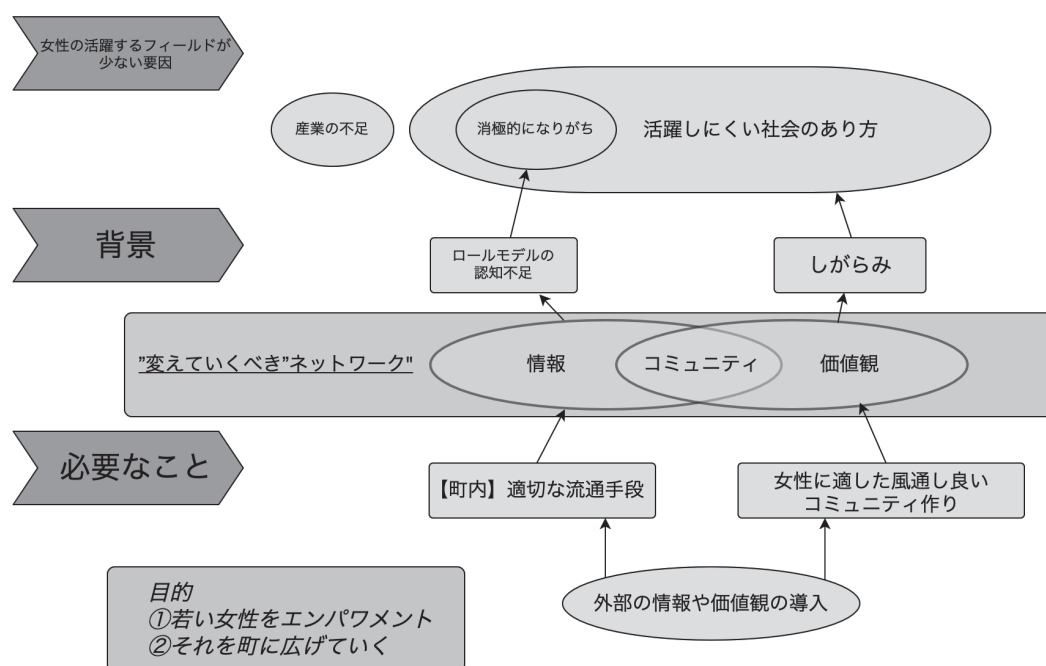


図4. 課題の背景と必要な対策

現在の南伊勢町には、女性が活躍するフィールドが少ない。なぜなら、社会の「しがらみ」（＝近代以降に確立した性別役割分業観）のため女性の積極的な活動が阻まれ、その結果女性が活躍するロールモデルが周囲に少ないことで、そのほかの女性も町内での自身の活躍について消極的になるからだ。南伊勢町に女性が活躍するフィールドを創出するには、この背景にあるネットワークの特徴、つまり多様な情報が共有されにくく伝統的な価値観が強いコミュニティを変えていくことが必要なのだ。外部からの情報や価値観を積極的に取り入れた上で、それらが共有・理解されるような、風通しの良いコミュニティを作ることが求められる。南伊勢町のコミュニティを「若い女性をエンパワメントする」ものに変えていくことができれば、それは他の女性、そして町全体に広がっていき、伝統を重んじつつも活力のある地域を作っていくことができるだろう。

ⁱⁱⁱ 旧南勢町と南島町では産業構造が異なり距離もあるため、交流が乏しい。



Ⅲ. 提言

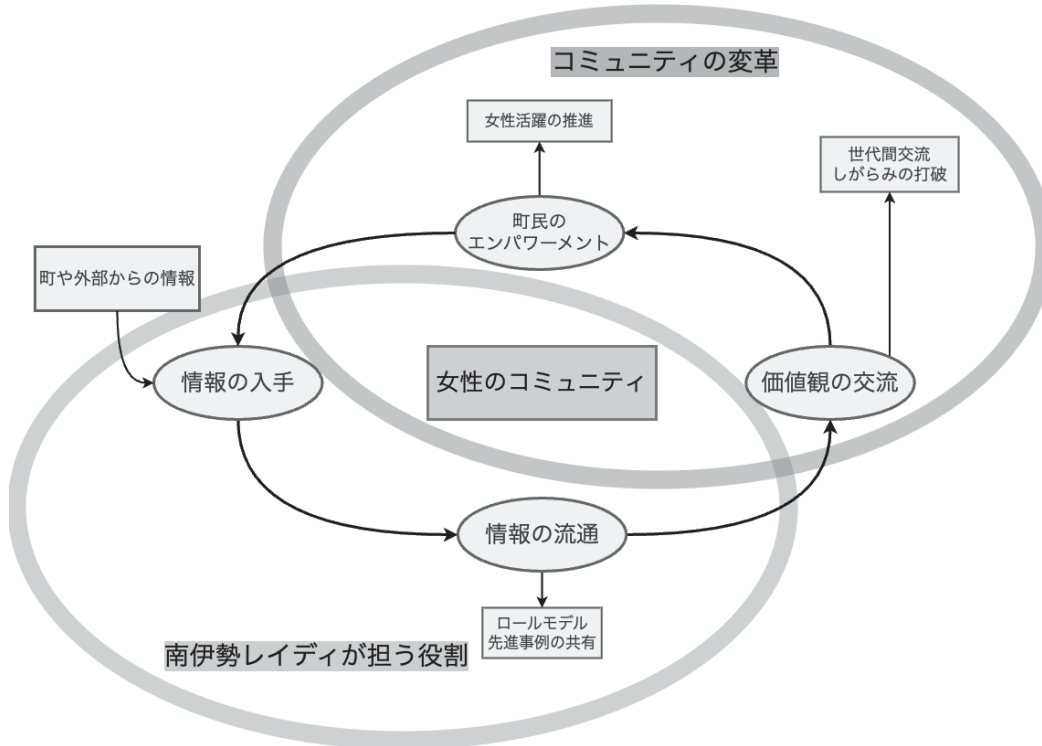


図5. 本提言が想定する効果

南伊勢町のコミュニティを「若い女性をエンパワーメントする」ものに変えていくことが、南伊勢町の活性化には不可欠である。そこで、私たちは「南伊勢レイディシップ Ladyship-女性が創出する南伊勢の未来-」を提言する。これは、一定の研修を受けた南伊勢町の女性を「南伊勢レイディ」に任命し、南伊勢町の情報を収集、クチコミや「井戸端会議」等の多様な手段で町民に情報を発信・共有するものである。

1. 背景

南伊勢町の産業の活性化には「多様な情報が共有されにくく、しがらみが存在するコミュニティ」を「多様な情報や価値観が共有される、風通しがよく女性が集いやすいもの」へと変革し、女性が活躍できるフィールドを増加させることが必要である。そして、私たちは情報の流通とコミュニティの改善に着目した。

インタビュー結果から、南伊勢町における「情報の流通」のカギを握るのは「クチコミ」であることを認識した。クチコミは世代に関係なく情報を共有する手段として有効である反面、その情報の量や質は一般に保障されない。「クチコミを通じて町の取り組みなどを知る例がある」と伺ったことから、私たちは特にクチコミの量と質の改善を図ることが、既存のネットワークを活用する観点からも南伊勢町における情報の流通の改善として効果的であると考えた。

コミュニティの改善の観点では、まずはアクティブな女性のさらなる活躍を促し、それを通じてロールモデルを多くの町民に提供、結果として町全体を緩やかに変えていくアプローチが有効だと考えた。南伊勢町の人々の新たなことに取り組むモチベーションは千差万別である。その中で、女性をエンパワーメントするコミュニティを作るという視点に立った時、まずはモチベーションの高い人を刺激し、新たなネットワークを形成、その波及効果や新たな価値観を広く町民に提供することを狙うこととした。

主題のLadyshipは、英語で「貴婦人」を意味する、高貴な雰囲気のある単語である。また、その響きはLeadershipを連想させる。このことから、女性が南伊勢町の社会で尊重され、重要な役割を担っていくことを目指す本提言にふさわしいと考えた。副題については、本施策が女性をエンパワーメントする社会を作り、南伊勢の未来を明るくしていくことを願いつけたものである。

	町	南伊勢レイディ
すること	南伊勢レイディの研修と認定 南伊勢レイディへの情報提供 南伊勢レイディの居場所の維持	情報の入手・取材 情報の発信 町民との交流「井戸端会議」
コスト	南伊勢レイディの活動上生じた経費の手当 研修実施に伴う費用 井戸端会議施設管理費用	時間 労力
インセンティブ	町の施策の効果的告知 女性の活躍を通じた町全体のモチベーションアップ 住民サービスの補完	スキルアップと自己実現 女性向けコミュニティ

表2. 町及び南伊勢レイディの取り組みの概要

2. 町が実施すること

町は①南伊勢レイディの研修と認定、②南伊勢レイディへの情報提供、③南伊勢レイディの居場所となる「井戸端会議」開催場所の維持の3つを行う。

①の研修と認定では、町内のモチベーションが高い女性に対して南伊勢町の概況や町の政策、主要な事業者の取り組み、女性が活躍できる社会に必要なこと、効果的な情報の収集と拡散の手法などを伝える。町外の人を講師とするのも有効だろう。そして研修を終えた女性を、南伊勢町が「南伊勢レイディ」に任命する。なお、最初の南伊勢レイディ（5名程度）の任命にあたっては、既存のコミュニティを活用し円滑なキックオフを図る観点から、アクティブな女性が多い商工会女性部などに所属する女性にオファーを行う。

②南伊勢レイディへの情報提供では、継続的に研修を行い技能の維持向上を図るのはもちろん、町の施策や町内の事業所の取り組みなどを南伊勢レイディに伝達する。これにより、南伊勢レイディは継続的に活動を行い、南伊勢町に新たな情報を共有しつづけることができるだろう。

③「井戸端会議」の場所としては、町内の空き店舗（や、定休日の店舗）を活用することを想定する。南伊勢町民にとって「守りたい」場所を残し活用する点においても有効である。

行政はこれらの取り組みを行うにあたって、次のコストを負担する。

- 研修の実施にかかる費用
- 南伊勢レイディの活動に対する手当て
- 取材にかかる費用や、施設滞在時相当の給料など。
 - 施設滞在時の給料は、時給1100円×3時間を想定。
- 「井戸端会議」の場の維持費用

南伊勢町が本施策を行う最大のメリットは、女性の活躍を通じて町全体のモチベーションアップを図っていけることにある。女性が活躍するフィールドの存在は、女性人口の流出を抑制するだろう。モチベーションにあふれた町民のロールモデルが町内で広く共有されることにより、町全体で新たなことに取り組む風土が生まれ、産業の活性化につながる。そのほか、町の施策や情報を安価かつ効果的に住民に伝えることができる点も町にとっては魅力となるだろう。

3. 南伊勢レイディが実施すること

南伊勢レイディは、①情報の入手・取材、②情報の発信を主な活動とする。その中で、③町民との交流を図っていく。

①情報の入手・取材に関しては、町から提供された情報や、自分で発見した事柄に基づき、南伊勢町で積極的に活動をしている事業者や個人に対して取材を行う。なお、取材の際の手法などについては、南伊勢レイディ研修で学んだものを活用する。

②情報の発信に関しては、①で得た情報を主にクチコミで広げていく。取材したコンテンツについては町が収集し、場合によっては広報誌や動画などでのPRにも利用するなど、さまざまな手段を通じて正しい形で情報が町内に広がるよう伝え方を工夫する。知人を通じた町外への広報の役割も担えるだろう。

③町民との交流を図り、「クチコミ」を着実に機能させるため、南伊勢レイディは週1回数時間程度、町内の空き施設に滞在し「井戸端会議」を行う。様々な世代の町民が集い交流できる井戸端会議において、南伊勢レイディは積極的に情報を発信し、南伊勢町のコミュニティに新たな情報や価値観を伝達していく。また、町民からの声を聞いたり

質問に答えたりする役割も期待できる。これにより町役場の役割を一部補佐できるだろう。

南伊勢レイディとしての活動は、南伊勢レイディの女性に多くのメリットをもたらす。第一に、女性は研修や南伊勢レイディでの活動を通じてスキルアップを図るとともに、自身の能力を町のために生かすことを通じて自己実現につなげていくことができる。活動の中で町民に感謝される、あるいは議論などに参加する機会も増えるものと想定され、その結果、南伊勢レイディの女性は「自らが地域において（男性と同じように）重要な役割を担う人材である」という認識と自信を持つだろう。また、モチベーションの高い女性が集う南伊勢レイディのコミュニティは、特に現在町内のコミュニティが不足している現役世代の女性にとって居心地のよいものとなるだろう。

4. 期待される効果と将来像

本施策による南伊勢町における情報流通のネットワーク、特にクチコミの質と量の改善は、町や事業者の先進的取り組み、及び新たな価値観の町内への共有を促進し、コミュニティの風通しをよくすることにつながる。南伊勢レイディの女性は自分自身が「活躍する女性」のロールモデルとなるほか、女性をエンパワーメントする取り組み、また先進的な女性活躍のロールモデルを町全体に共有することで、町のコミュニティに「女性が活躍する」価値観を浸透させていくこともできるだろう。南伊勢レイディを務める女性が増えることも考えられる。南伊勢レイディの経験から自信をつけた女性が、他の分野でも活躍して町内のリーダー的役割を担うようになれば最善である。また、南伊勢レイディが作り出したネットワークを通じて、町民間で異なる価値観の交換が行われることも期待できる。伝統的に存在する世代間・性別ごとの価値観の相違に起因する「しがらみ」を解きほぐし、世代間の対立の緩和にも貢献するだろう。

加えて副次的効果として、南伊勢レイディ経由の情報提供を通じて、町の住民サービスを補完する役割を担えることが挙げられる。財政難の中で支所を削減することになったとしても、住民のサポートは南伊勢レイディによりある程度行えるだろう。南伊勢レイディは自ら南伊勢町の様々な面に触れ、その魅力を再発見することにより町への誇りや自信を高めるだろう。そしてその誇りや自信は、南伊勢レイディを見た他の町民にも広まっていくだろう。

おわりに

私たちは、「南伊勢町の産業の活性化」に向き合うに当たって、事前の調査に基づき女性の活躍がカギを握るのではないかと仮説を立てた。仮説に基づき現地で行ったインタビューからは、人口減少・価値観・女性の活躍・対外という南伊勢町の現状を形作る4つの特徴を見いだすことができた。その背景にあるのは、属性が異なる人々の交流が少ないことであった。私たちは、この問題に対してクチコミなどを活用した情報の流通とコミュニティの充実を図り、町内のネットワークを改善することで南伊勢町に存在する「しがらみ」を解きほぐすため、「南伊勢レイディシップ Ladyship」を提案した。南伊勢レイディは、クチコミなどによる町民との交流、すなわちネットワークの形成を通じて、女性をエンパワーメントする社会を南伊勢に作っていくだろう。私たちの提言は、直ちに南伊勢の産業を活性化するものではない。しかし着実に南伊勢の女性の活躍を促し、その波及効果により南伊勢町全体に活力をもたらすものである。この提言が南伊勢の人々が守りたいと思うものを守ること、そして南伊勢の人々の積極的な取り組みの促進に貢献することを期待したい。

参考文献

井上 岳一 ” 地域づくり、まずは「女性目線」から～男性優位の地方創生は機能不全～” 日本総研 2020年3月1日 <https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=36715> (最終アクセス：2022年10月31日)。

国立歴史民俗博物館 監修 「性差の日本史」展示プロジェクト 編 (2021) 『新書版 性差の日本史』集英社インターナショナル。

NHK ” 東京へ移る女性その理由は？ “地方への潮流” カギは女性に” 2022年2月25日 <https://www.nhk.or.jp/politics/articles/feature/78130.html> (最終アクセス：2022年10月31日)。

総務省統計局. 令和2年国勢調査。

総務省統計局. 平成27年国勢調査。

三重県.” 令和2年国勢調査 人口速報集計結果(三重県分) ” 令和2年10月1日. <http://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000962996.pdf> (最終アクセス：2022年10月31日)。

三重県戦略企画部統計課 ” 2019 統計でみる三重のすがた” 平成31年3月。

<http://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000887250.pdf>(最終アクセス：2022年10月31日)。

南伊勢町.” 男女別行政区別人口” 令和4年8月2日。

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/23/20220731.pdf> (最終アクセス：2022年10月31日リンク切れ)。

南伊勢町” 南伊勢町における女性職員の活躍の推進に関する特定事業主行動計画” . 令和3年4月 https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/2/joseikatuyakusuisinn_R3.pdf (最終アクセス：2022年10月31日)。

南伊勢町” 南伊勢町の給与・定員管理などについて”

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/20/21kyuyo.pdf>(最終アクセス：2022年10月31日)。

人口減少時代の産業発展を目指す

「スマートローカル産業、スマート地方政府の創出」

日本大学 経済学部 中川ゼミナール

指導教員 中川雅之

代表者 雙木歩

発表者

篠塚幸汰 川原佳穂 関飛翔 吉田桜至郎

参加者

河野大翔 岩上晃宝 森田倫代 西尾泰輔 山下裕貴 田邊温都 三輪晟大 内山芳徳

金丸龍ノ介 大河原千聖

梗概

わが国において社会問題となっているのは少子高齢化である。特に都市部に人口が集積し、郊外や地方においては少子高齢化問題がより顕著である。減少している若年層をどのようにして地方部に集めるか。そして、高齢者と共に生活をしていくかが必要になってくる。また地域の主要産業を理解し次世代に継承していくことで産業発展や地域振興につながる。

第1章では、南伊勢町の人口問題、観光レクリエーション入込客数と主要産業における就労者数を提示し、若年層がどういう地域に集積するのかという、この論文の基本となる視点を提供する。

次に第2章においては、観光として若年層を呼び、地域の魅力を伝えることが可能なのかについて考察する。関係人口という視点で農業やお試し移住プランを挙げ若年層に興味や関心を持ってもらい、移住や定住のきっかけを作っていくことが必要であるという観点から提案を行う。

この論文の一貫したテーマとして、主要産業が地域を支える中で、情報化技術を活用することに関する提案を行う。第3章では南伊勢町の主要産業である農漁業にドローンやITを用いたデジタル化を導入することで合理化を図り、産業発展につながるのではないかと提案を行う。デジタルに強い若年層の強みをうまく発揮でき、不足している担い手になってもらえることと考える。また従来の避難訓練の仕方を見直し、地域コミュニティの強さを活かした訓練方法やデジタル化を地域住民の防災にも導入し、大きな災害に備えることで安全性が増し、スマート化を兼ね備えた地方自治体になると考える。

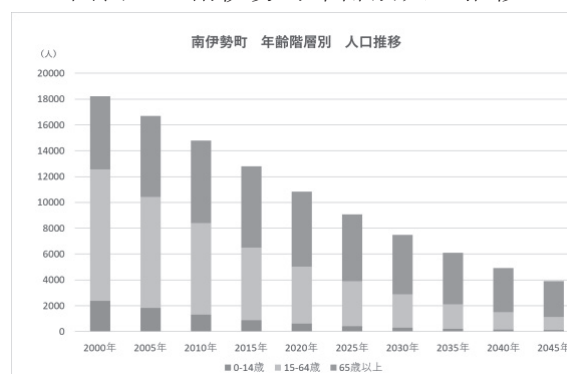
第1章 南伊勢町の現状と課題

1-1 人口動向

現在、南伊勢町では人口減少や少子高齢化が深刻な問題としてあげられる。

図表1は、厚生労働省、国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口により、推計された人口推移を、年齢階層別に分けたグラフである。南伊勢町における2020年の人口を年齢別に分けると、0-14歳が648人、15-64歳が4452人、64歳以上が5889人となり、計10989人である。また2045年は人口が3892人（64.6%減）になると予測されている。加えて、年齢別構成は過半を65歳以上の高齢者が占め、年少人口が極めて少なくなることが予測されている。これらのことから、この先、南伊勢町の維持可能性が著しく低下することは容易に想像できるだろう。

図表1 南伊勢町年齢別人口推移

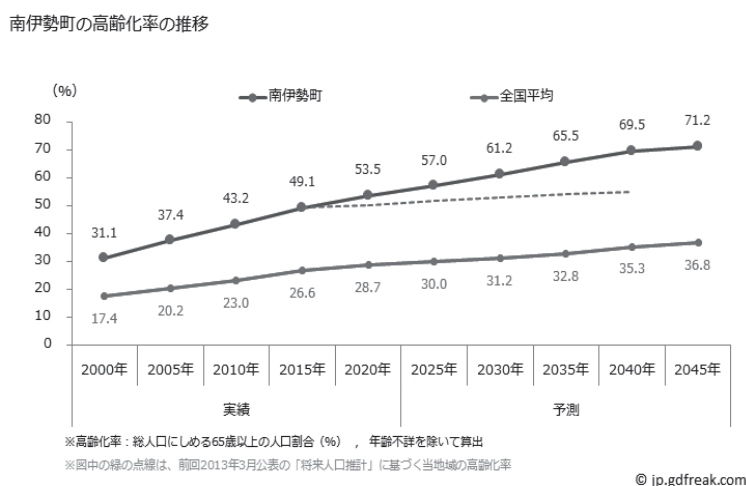


(出典：GD Freak! を参考に作成)

(<https://jp.gdfreak.com/public/detail/jp010050000001024472/1>)

図表 2 は、南伊勢町の高齢化率の推移を表している。2020 年の総人口に占める 65 歳以上の割合（青色）は 53.5%である。一方、全国平均（赤色）は 28.7%であり、南伊勢町は全国平均より 28.7%も高い高齢化率となっている。また、2045 年には、高齢化率は 70%を超えると予測されている。南伊勢町では、地域維持の役割を担う者がいなくなってしまうという極めて深刻な問題が存在する。

図表 2 南伊勢町高齢化率推移



(出典：GD Freak!)

1-2 南伊勢町の産業

図表 3 南伊勢町就業者数推移



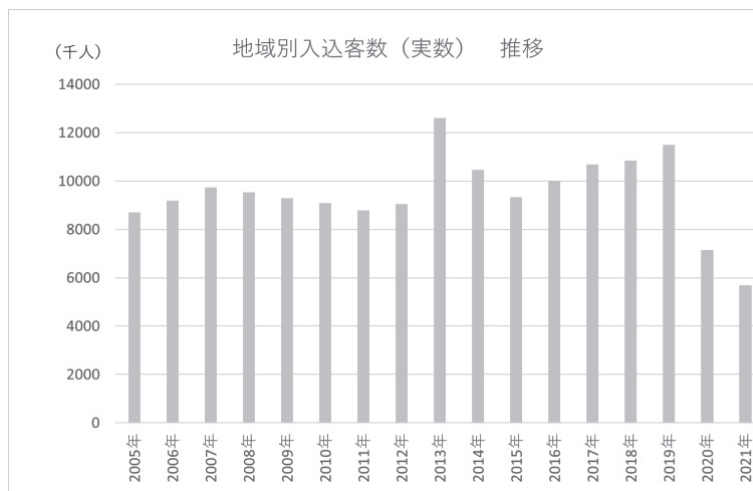
(出典：e-Stat 勤労状態等基本統計を参考に作成)

図表 3 から読み取れるよう、南伊勢町では、第一次産業に占める農業・漁業就業者数が概ね減少傾向にある。これは、生産年齢人口といわれる 15 歳-64 歳の人口が減少しており、将来産業の担い手が不足となっていることによると考えられる。また、グラフから見て分

かるように2010年までは、両産業ともに就業者数の推移に変化があまり見られないが、その後、2020年にかけて大幅な減少傾向にある。この傾向が続くとすれば地域を支える産業基盤を将来失ってしまう可能性さえあり、担い手不足は取り組むべき最も重要な問題であるだろう。当然、これら産業従事者が減少傾向にあるならば、商品生産を行う人手も、同様に減少するということである。よって、担い手不足という問題を解決しなければ、地域全体が沈み込んでしまうことは容易に想像できるだろう。

1-3 南伊勢町の観光客数

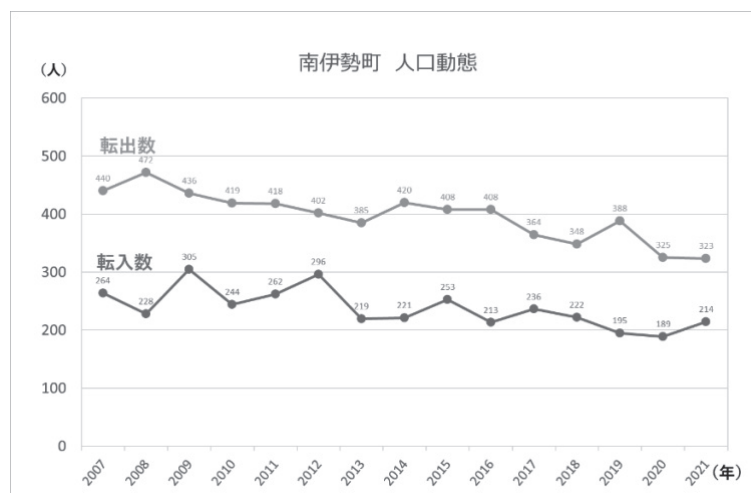
図表4 観光レクリエーション入込客数推移（伊勢志摩地域）



（出典：三重県 観光客実態調査報告書を参考に作成）

図表4は、三重県を地域別に分けたうち、伊勢志摩地域の観光レクリエーション入込客数を表したものである。この伊勢志摩地域とは、南伊勢町を含む6つの市町村が該当している。観光レクリエーション入込客とは、移動距離の長短に関係なく、主として旅行、レクリエーション等の目的で観光地に入り込んだ者の数を示している。この伊勢志摩地域では、年間平均950万人もの観光客が訪れている。近年は、新型コロナウイルスの影響もあり、観光客数が減少傾向にあるものの、2021年には約569万人もの観光客が訪れている。

図表5 南伊勢町人口動態



(出典：e-Stat 住民基本台帳を参考に作成)

図表5は、南伊勢町の転出・転入数の推移を表すグラフである。このグラフから見て分かるよう、南伊勢町では長期にわたり、転出数が転入数に比べ、約1.69倍の割合で推移している。すなわち、南伊勢町では進学や就職による転出数が、結婚等による南伊勢町への転入数に比べて多く、産業の担い手にふさわしい15歳-29歳といった若年層の人口減少が問題として挙げられてきた。この点を鑑みて、南伊勢町の観光客に、南伊勢町の魅力を知ってもらうことが若者定着へつながり、その結果、産業の担い手不足の解消へと繋がるのではないだろうか。

1-4 南伊勢町の現状と問題のまとめ

南伊勢町では人口減少・少子高齢化が進んでおり、農業・漁業就労者数の推移もわずかな期間（2010～2020年）で大幅な減少をみた。また、15-29歳といった将来産業を継ぐ世代では、就職等で県外への転出数が増加している。こうした人口推移の問題が生じることで、この先、農業や漁業の働き手の減少、産業の衰退、加えて、少子高齢化により増加する高齢者の生活における、安心安全の確保といった問題が表面化していくと思われる。

これらの解決策として、南伊勢町への若者定着、産業環境の充実や、生活環境の改善などがあげられるだろう。この論文では、従来の南伊勢町が行ってきた取り組みに加え、関係人口による将来産業の担い手確保、持続的な地域づくりや高齢者を震災から守るための生活環境の改善を提案する。

1-5 若者はどういう地域に住むのか？

ここまでの南伊勢町の現状を踏まえて、地域と若者との密接な関係性を示したい。現在の日本社会では少子高齢化という問題の中で、社会生活の維持や地域産業の発展をするためにどのようなことが必要なのか。

筆者たちの回りの若者に居住地に関する意見を聞くと、若年層は賃金の高い都市部で働く方に魅力を感じており、第一次産業には関心を示さない者が多かった。このような傾向が一般的であれば、第一次産業は若年層の担い手不足となり労働人口の高齢化が否めない。次に示す分析では若年層（15歳～29歳）がどう言った地域に集まる傾向があるのかを市区町村別に検討した。このことによって、現在、なぜ地方の若年層比率が低下しているのを明らかにすることができると思う。以下に示したモデルで、重回帰分析を用いた実証分析を行う。

若年層比率= $x+a \times$ 第一次産業比率 $+b \times$ 実収入 $+c \times$ 高齢者比率 $+d \times$ 人口密度 $+e \times$ 大都市ダミー

- 若年層比率：全人口に占める15歳～29歳の割合
- 第一次産業比率：全就労者数に占める第一次産業就労者数
- 実収入：1ヶ月あたりの実収入
- 高齢者比率：全人口に占める65歳以上の割合

- 人口密度：市区町村人口/市区町村面積
- 大都市ダミー：政令指定都市（行政区ごと）と特別区を大都市とする

図表 6 に結果を示した。重回帰分析の結果から補正 R2 の値が 0.734 と 7 割弱の精度と取れる。説明変数の t 値に注目すると大都市ダミー以外の変数の絶対値が 2 以上であり、統計的に有意な影響があることがわかる。特に第一次産業比率と高齢者比率は値が大きいため影響度が高い。そして第一次産業比率と高齢者比率が負の係数のため第一次産業の就労者数と高齢者の割合が高い地域では若年層が少なくなることがわかる。逆に実収入や人口密度は正の係数のため、それが低いと同じ現象が起こるといえる。

若年層比率と高齢者比率は裏表の関係にあるため、ここでは他の変数に注目しよう。特に重要な変数は実収入である。南伊勢町の特徴を考慮し、比較優位を生かしながら住民の実収入を上げるためには、第一次産業の高付加価値の上昇を目指すべきと考える。そのため、農業や漁業に IT やドローンのようなテクノロジーの導入によって若年齢層が扱いやすく馴染みのある技術で生産性を高めると第一次産業に若年層が集まり、産業発展していくきっかけになるだろう。

図表 6 実証分析結果

概要

回帰統計	
重相関 R	0.85721292
重決定 R2	0.73481399
補正 R2	0.7341368
標準誤差	0.01488271
観測数	1964

分散分析表

	自由度	変動	分散	測された分散	有意 F
回帰	5	1.20172118	0.24034424	1085.09929	0
残差	1958	0.43368751	0.0002215		
合計	1963	1.63540869			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	-0.0470226	0.06078862	-0.7735429	0.43929454	-0.1662398	0.0721946	-0.1662398	0.0721946
第一次産業比率	-0.0323543	0.00447021	-7.2377595	6.5209E-13	-0.0411212	-0.0235874	-0.0411212	-0.0235874
高齢者比率	-0.002655	5.4523E-05	-48.695127	0	-0.0027619	-0.0025481	-0.0027619	-0.0025481
人口密度	7.1565E-07	1.4514E-07	4.93089131	8.8756E-07	4.3101E-07	1.0003E-06	4.3101E-07	1.0003E-06
大都市ダミー	0.00195414	0.00141833	1.37777141	0.16843132	-0.0008275	0.00473574	-0.0008275	0.00473574
実収入(月)	0.01989105	0.00468507	4.2456254	2.2818E-05	0.0107028	0.0290793	0.0107028	0.0290793

(出典：2022 年国勢調査 人口基本集計 & 就業状態等基本集計)

第 2 章 関係人口による担い手の確保

2-1 農業体験が関係人口を増やす

前述の課題に対し、南伊勢町の農業、観光事業のそれぞれの分野において、関係人口による担い手不足の解決策を以下で述べる。

「関係人口」とは、総務省によると、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流

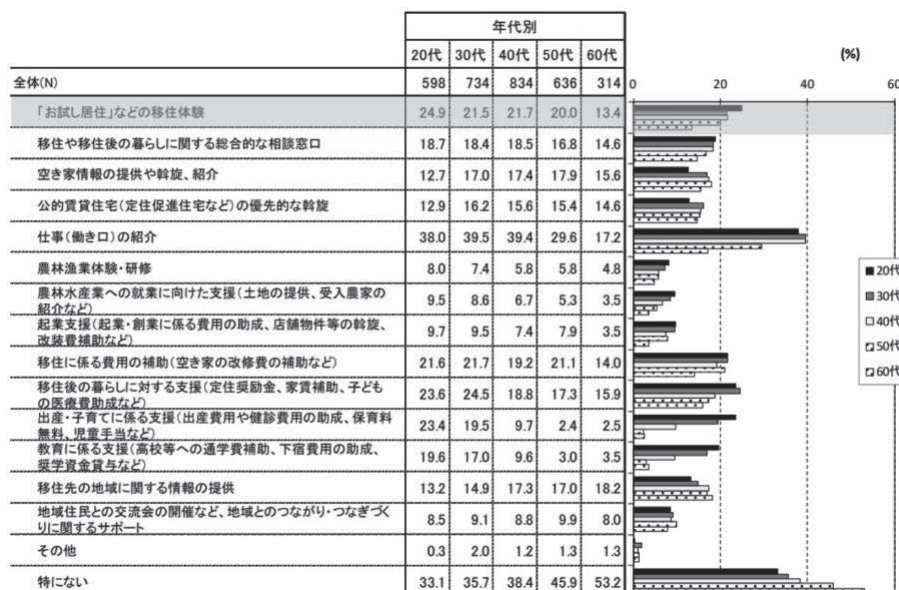
人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉であり、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されているとある。南伊勢町においても新たな取り組みを導入することで、南伊勢町に外部の若者の移住・定住を図り、持続的な地域作りができると考えた。

まず観光と連携した農業における担い手不足に対する解決策について述べる。南伊勢町の現状の課題として、8月29日に実施した南伊勢町水産農林課に対する事前のヒアリングから、南伊勢町で盛んなみかん栽培では、高齢化により収穫時期に人手が不足することを把握した。この課題に対する解決策として、現在実施している「みかん狩り体験」をさらに展開させ、収穫時期に農業体験として外部から訪れた人々を対象に、民泊の格安提供や、観光業と連携した格安観光プランの提供といった町の暮らしを体験する機会を設け、地域外に関係人口を創出する案を提示する。

この解決策の目的は、期間を限定した農作業体験と、それに付随した観光サービスを提供することを通して、農業だけでなく南伊勢町にも興味関心を集め、昨今の田園回帰の潮流にのり、町の持続可能性を実現することである。特に、農作業体験と同時に町の暮らしを体験する機会を提供することによって、観光客に移住体験をしてもらうことが狙いである。

総務省によると、近年、若い世代を中心に都市部から過疎地域等の農山漁村へ移住しようとする「田園回帰」の潮流が高まっているという。東京都特別区及び政令市に居住する20歳から64歳までの方を対象に同省が実施した「都市部の住民の農山漁村地域に対する関心の高まり」を把握する意識調査結果によると、都市部住民の約3割が農山漁村地域への移住に前向きであると回答をした。さらに、都市部住民に対して、「農山漁村地域の自治体がどのような施策を行っていれば、農山漁村地域への移住に対する不安や懸念が解消され、移住してみたいと思うようになるか」という調査では、「お試し居住」などの移住体験」と回答した割合が2番目に高く、移住後の生活を事前に体験したいと考えている人々がいることが伺える。

図表 7



この調査結果から、実際に農山漁村地域への移住を促すためには、移住に伴う不安や懸念を事前に払拭する移住体験が重要であるといえる。そこで、南伊勢町においても、農作業体験と観光サービスを融合させた取り組みを実施することにより、実際に町へ足を運んで貰う機会を提供し、さらに農作業や町自体への関心を高めることで、地域の暮らしへの関心を高め、田園回帰を促進していきたい。

このような農業体験と観光、移住の連携を進めること自体は様々な地域でも取り組まれている。このため、我々は農業体験の中でも地域維持活動に重要な役割を果たすものについては、より一層の支援を行うプランを提案することとする。

2-2 地域維持活動体験が関係人口を増やす（試しちゃう？南伊勢）

お試し移住のプラン提案として、南伊勢町にある、37人の集落「道行竈」を挙げる。道行竈では高齢化率が90%を超えていることから、耕作放棄地が増えており、その状況を止めるべく、伊勢市の皇學館大学と地域住民が一体となり、耕作放棄地の復田が開始された。町の住民や大学生、市の職員を始めとした「チーム道行竈」は、始めに田んぼを復活させ、お米を作り、それを日本酒として売り出すことに成功している。現在、日本酒のブランド化と、こしひかりの生産に力を入れている。こうした活動は既に関係人口を構築しているといえるが、更なる拡大として、これらの取り組みをベースにお試し移住の人たちも加えるというものである。お試し移住に来た人々は、実際にお米の収穫や日本酒制作手伝い、農業とはどのようなものかを体験し、町の雰囲気を実感してもらう。農家の方は、お礼として食事と宿泊場所を提供するというものである。そのほかにも宿泊場所として、空き家などを無料で貸し出し、宿泊することで実際に住んでいる感じをより味わえるのではないかと考える。

2-3 恒久的な関係人口

更に、恒久的な関係を維持する試みとして、石川県加賀市の電子市民の政策が挙げられる。加賀市では、スマートシティ化を図り、新たな関係人口である「e-加賀市民」といった電子市民を取り入れ、将来的な移住・定住につなげることを検討している。このような「e-加賀市民」を仮想市民とし、多拠点居住のベースにして加賀市に時々来訪する人々に対し、町内への移住や企業進出、若者のU・Iターン支援等を積極的に行っている。そのほかにも、電子市民に対し「滞在日数に応じた宿泊費の支援」や「移住体験のプログラムの優先提供」などが取り入れられている。

この加賀市の取り組みを活用して、南伊勢町においても実践できるのではないかと。つまり、「e-南伊勢町民」を提案する。

電子市民における、滞在日数に応じた宿泊費の支援や体験プログラムの優先提供などは、お試し移住と相性が良く、電子市民に向けてお試し移住や収穫体験等の告知を行うことにより、希望者の増加と収穫時期における人手不足の解決が見込まれる。特に、「試しちゃう南伊勢」のように地域維持活動への貢献度が高い者に対しては、ふるさと納税の返礼品のような地域の特産物等の特典をつけるなどの一層の支援を行うことが考えられる。また、電子町民として南伊勢町の関係人口となることで観光以上定住未満の近い関係性から事

業体験への興味関心は高く、南伊勢町への移住・定住につながっていくのではないか。

第3章 テクノロジーの導入

3-1 ドローンが農業の生産性を上げる

(1) スマート農業

南伊勢町は第一次産業に比較優位がある。しかし、他産業に比べて農業は収益率が低いので担い手不足になっている。そのため、テクノロジーを第一次産業に導入して、高付加価値化を図るとともに、若者にスキルの活用を図る。

我々は南伊勢町においてスマート農業分野であるドローンを本格的に導入することを提案する。「スマート農業」とは、ロボット、AI、IoTなど先端技術を活用する農業のことである。農業現場では、依然として人手に頼る作業や熟練者でなければできない作業が多く、省力化、人手の確保、負担の軽減が喫緊の重要な課題だ。農業におけるドローンの利用分野は、農薬散布、肥料散布、播種、受粉、農産物等運搬、ほ場センシング、鳥獣被害対策など多岐に渡って活用が期待されている。

(2) ドローンの現状

長野県小谷村役場観光地域振興課に行ったヒアリングによると農業用ドローンは使用時期が限られており年間の稼働率が低い。そのため農業単体での運用では費用対効果を回収することはできない。またドローンを操縦するには免許が必要であり、高齢化が進んだ地域においては難しいとの意見がある。しかし、ドローンを農業に活用できれば農業にかかる時間を大幅に削減できる。その他にもリアルタイムで映像や位置を複数台の端末でどこからでも確認できる。これにより情報が誰でも閲覧が可能になることで見落としも減る。

(3) 必要な時に誰でも利用できるドローン

ドローンの利用法は農業分野に限ったものではない。例えば、ドローンで空撮されたダイナミックな画像・映像はシティプロモーションとして活用できる。災害時には被害状況確認や被災者の捜索活動に使用できる。そこで我々はドローンの使用分野を一括して受け持つ団体が必要だと考えた。

図9 ドローンによる鳥獣調査の様子



ウサギ

(出所：長野県小谷村役場観光地域振興課)

3-2 IT化が漁業の生産性を上げる

(1) 南伊勢町の漁業の現状

現在、南伊勢町の大きな問題として人材不足が挙げられている。その中でも”漁業”の人材不足は今後顕著になっていくであろう。南伊勢町の漁業従事者の平均年齢は70歳と言われており、将来を考えると、漁業の後継者問題が挙げられるのは当然である。今後、若者の漁業就業、そして定着を促進させるためには、漁業自体の付加価値を向上させるのは不可欠ではないだろうか。

では南伊勢町の主要産業である”漁業”の付加価値を高めるにはどうすれば良いのか。その1つの手段として、南伊勢町の質の高い魚を買い手に届け、買い手の層を厚くしていく必要があると我々は考える。

2022年8月29日に実施した、南伊勢町水産農林課へのヒアリングでは、南伊勢町の魚は品質が高いことが改めて明らかになった。海面漁業で取れる鯖や鰯は脂が乗って人気であり、養殖漁業でもまだいやマグロはブランド化していることでかなり質が高く、実際に記事等でも取り上げられている。

図表10 南伊勢町のブランド魚の記事

金さば
2017年6月15日 東京都東京都品川区

南伊勢の衝撃！「とんでもない鯛」がいた！三重県南伊勢町：奈屋漁漁港はサバの水揚げが豊富。ブランド化されていないけれど注目していた南伊勢のサバ。さんざん各地のサバを食べてきましたが、サバニスト会長と一口食べた途端、絶叫。「トリッ、トリッ、ジワッ」。しっかりした食感！えっ。三重といえば伊勢うどんですが、こちらは、さぬきうどんのよう！エッジの立った歯ごたえ。そのあと松坂牛を食べたような、パツパツの上質な脂の。そして、「伊勢志摩国立公園」のリアス入り江のさざなみのようにひるむ旨みいっぱい。地元では身近すぎて注目度がまったくないサバ。これは宝石！っていうか美味ですよ！三重の魅力を見つけた。さばらしいサバ！

「とよや勘兵衛」で、いま、南伊勢グルメとして開発中の「鯖しゃぶしゃぶ」をはじめとする「南伊勢サバ尽くしコース」をいただきました！サッと出汁にくぐらせたサバは、トロリとさややかで「わんこサバ」状態！地元の八潮を使ったシメサバは、優しい旨みで白ワインにぴったり。「小さばの天ぷら」は、ほっこりフレッシュウサダと三重の「サバの竜巻」は、極上のコースのよう。これ、珍味好きは絶対に！鯖のすり身に赤味噌や薬味を入れて焼いた「鯖だんご」はこの塩辛と卵であえて、日本酒醸造のおつまみに！そして！「鯛の塩煮」。鯛を塩水で漬けただけ。なんでこんなにおいしいの(涙) 鯖は「逆サバライスサンド」。みてみて、揚げたサバを旨みたれにつけて、「サバで米をサンド」！南伊勢のサバもすばらしいけれど、お料理していただいたお娘さんも天才！朝後の「小さばの干物」ももはやどうしていいかわかりません。(涙)

南伊勢といえば、昨年、昨年にも出店された「山藤商店」の「さばの串もの」。社長の本物正さんしきじきに焼いていたいた干物は、ギョッと旨みが凝縮。ほどよい塩気でビール10杯飲めそうなほど！「三重外海漁船」の「鯛一ガツ」も、高級品のサバを使って高松さんの奥さんが組み出した。豆蔵などを加えたこだわりのしっとりパチパチ、オリジナルのパンズとの組み合わせが最高！商業のあまりありませんでしたが、「本気でサバを掘りたい」サバ好きなら、まだまだ知られていない認知度としては「インディーズ」の「南伊勢のサバ」を食べたい！「さば」！そして、南伊勢の絶景からリアス海岸の風景のなかで、「とんでもない鯛」を盛り上げる「サバパズル」がおすすめです！

小川さん。すてきなサバを作ってくださいありがとうございます！お世話

南伊勢ブランドに養殖魚2品 「あなたに逢い鯛。」と「なだまぐる」 三重

9/1(木) 8:00 配信

伊勢新聞

【度会部】三重県南伊勢町はこのほど、町役場南勢庁舎で南伊勢ブランド認定書授与式を開き、釣り堀などを運営する「はさま」（同町迫間浦）の養殖マダイ「あなたに逢い鯛（たい）」と、清洋水産（同町奈屋浦）の養殖マグロ「なだまぐる」を新たに認定した。

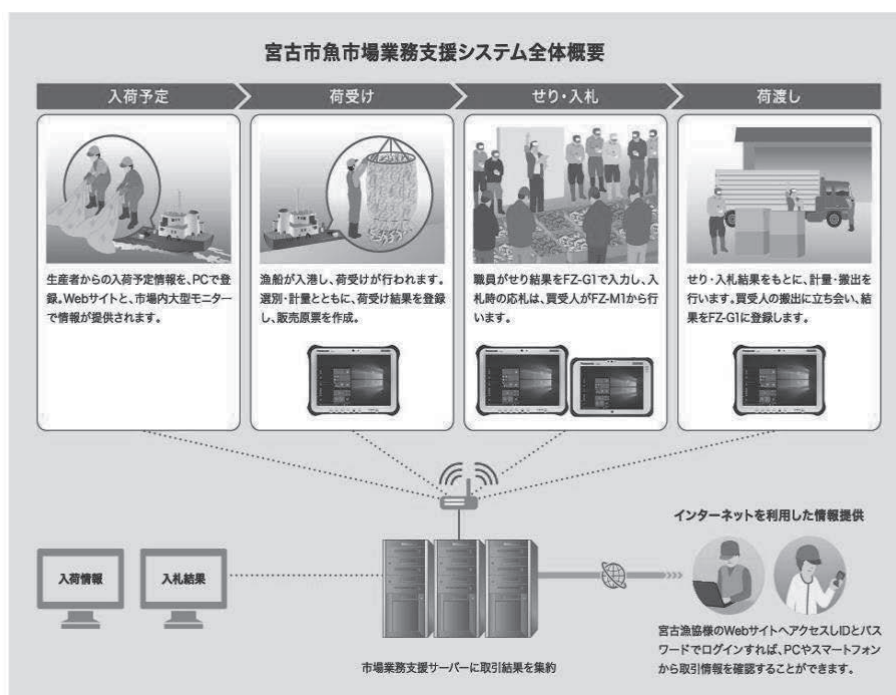
地域経済の活性化を目的に町の豊かな自然や独自の資源、伝統的な加工技術などを生かした魅力ある町産品を同ブランドに認定し、今回で27品となる。

「あなたに逢い鯛。」は、色つやが良くきれいな体色が特徴で、1-1.2キロサイズの

(2)せりの IT 化

南伊勢町も宮古市のように漁業就業者不足の問題が挙げられており、さらには今後海洋環境や水産資源の変化への対応も急がれることになるであろう。今後は、漁業の取引において、安心して取引が行えるような環境作りが必要になってくる。その環境づくりの一貫としてせりの IT 化を提案したい。水産物の最新情報を明確にし、広域の買い手に伝えることができれば、市場参加する安心でき、国内だけでなく海外の買い手も市場参加ができるようになる。そして高付加価値化の実現が可能になるだろう。

図表 11 せりの IT 化を実現する業務システム



- 導入メリット 1 : 取引業務の電子化により、職員の作業コストを 1/5 に削減
- 導入メリット 2 : 作業時間短縮により、鮮度の高い魚を、広域に出荷可能に
- 導入メリット 3 : 取引の公平性が向上し、世代・立場を超えて活躍できる環境に

(3)ブランドの海外輸出事業

南伊勢には上記の記事にも取り上げられていたブランド魚がいる。このブランド魚を海外の買い手に届けることが可能になればさらなる付加価値化を体現できると我々は考えている。

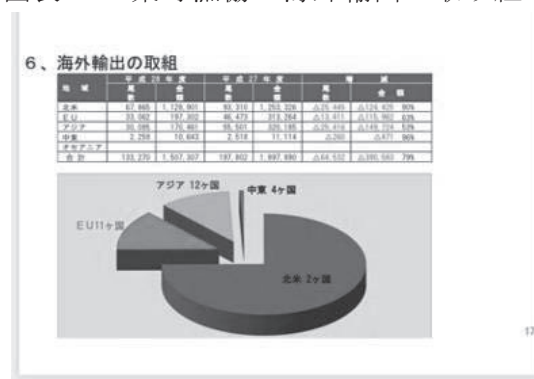
ブランド化を推進し、海外への輸出を可能にした事例として、南伊勢と同じような人口でともに1次産業が根幹となっている鹿児島県にある東町漁協が挙げられる。この漁協は鰯の養殖世界一を誇っている鰯王をブランドとしている。この鰯王では東町漁協が養殖魚で「安全、おいしさ」で海外輸出に成功しており、年間で100億円を超える売上高を誇っている。主に東町漁協が取り組んでいる海外輸出先としてはアジアやヨーロッパ、そして1番売れている北米などが中心になっている。新鮮なブランド魚を生魚文化の長けている

日本が輸出することによって、海外においてその需要は拡大している。

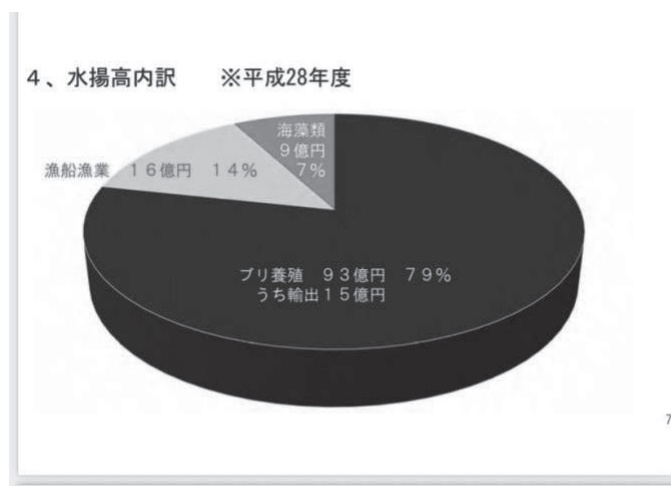
図表 12 東町漁協の主な取引先



図表 13 東町漁協の海外輸出の取り組み



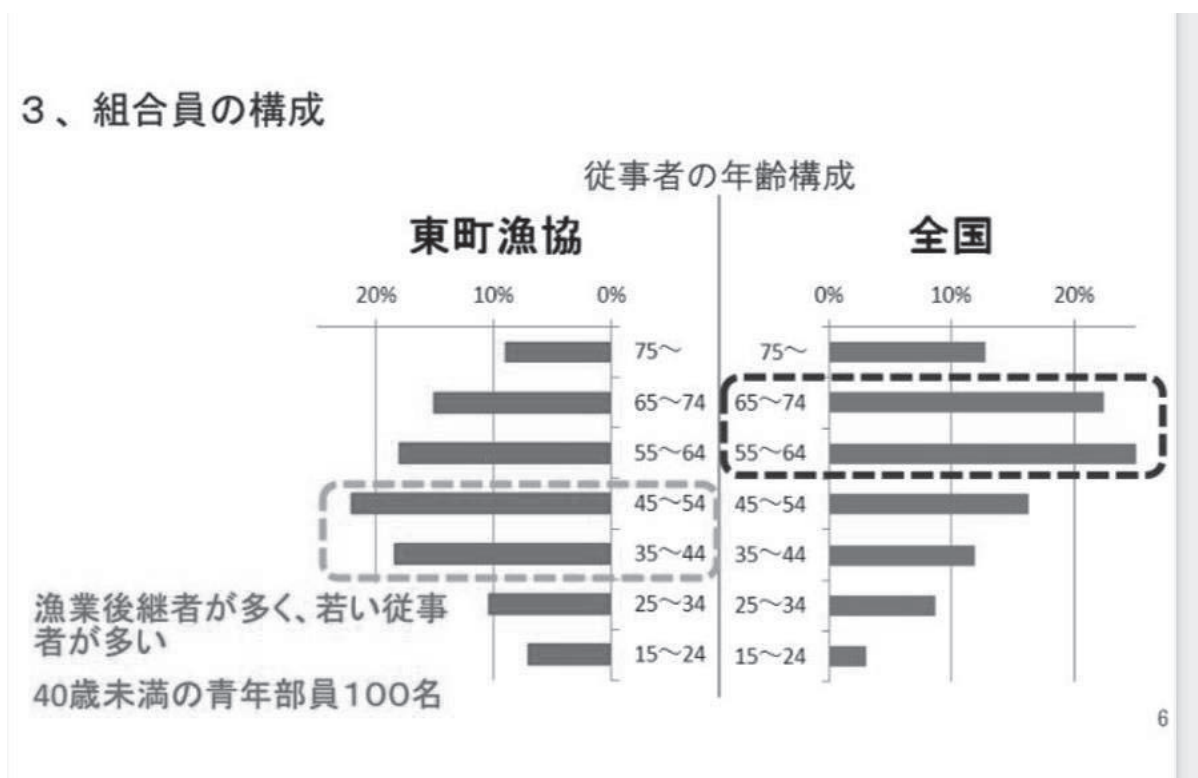
図表 14 東町漁協の水揚げ高の内訳



東町漁協は株式会社 JFA という会社と多くの事業を展開している。その中で特に長嶋大陸市場食堂は平成 29 年度実績としては売上高 5,290 万円（前年比 136%）来客数 21,000 人（前年比 228%）という数字を出している。そして東町漁協の組合員の構成としては下の図にもある通り漁業後継者が多く、若い従事者が多い事がわかる。全国の平均と比較した時、東町漁協の方が明らかに年齢が低いことが挙げられる。この結果からは、ブランドの海外輸出事業により、漁業の高付加価値化を実現したことで、若い漁業従事者の参画が

見込めたと考えられる。

図表 15 東町漁港の従事者の年齢構成と全国平均



この一例を踏まえると、南伊勢町もクオリティの高い養殖ブランド魚を広域に展開していく必要があると考えている。例えば、南伊勢町の場合、養殖で有名なブランドまぐろは、まぐろの輸入の多い台湾、中国、韓国などが効果的な輸出先になるかもしれない。国内だけではなく、海外にターゲットの視点を向けるのは、南伊勢町の試みとして新しく、効果的だと考える。

これまで述べてきた、せりのIT化とブランド魚の海外輸出を結びつけることで、シナジー効果が得られるものとする。つまり、ITせりの参加者に海外のバイヤーの参加を許容することで、より広い市場開拓が可能になるであろう。その結果、地域活性化により、漁業後継者の増加へと繋がっていくと考える。

3-3 IT化と地域コミュニティを活かし町民を守る

(1) 南伊勢町の防災対策の現状

今後30年以内に70～80%の確率で発生するという南海トラフ巨大地震であるが、南伊勢町でも、最大震度7、津波被害も町の全38地区のうち、32地区の浸水被害が予測されている。それに伴い、南伊勢町では毎年9月（今年は11月に行う）に町主体の避難訓練が行われている。主な訓練内容は、防災無線を使用し、訓練の警報を鳴らし、町民は一時避難場所まで避難するというもので、毎年同じように行われる。全体の参加者は町民の約3割程度で、町民の52%が65歳以上の高齢者であることから、若者の参加が少ない状況である。

(2) 防災面での課題

A) 要支援者の対応

8月29日に行った、南伊勢町役場防災課へのヒアリングによると、寝たきりや、車椅子など要支援者は訓練参加に消極的であるという実態が垣間見えた。現状、被害時の要支援者対応は地区の強みを活かし、元気な人(若者なら尚良い)が要支援者の対応にあたる方法をとっている。

では、実際に地震が発生し、事前に決まった、救助者が町にいない場合、要支援者対応は誰が行うのだろうか。ヒアリングからも、町ないし、地区ごとの人々の結びつきは非常に強いものであると分かる。このため、地域コミュニティの強みを活かした、要支援者対応の更なる改善策が提案できると考える。

B) 避難訓練の方法

町全体で行う避難訓練は年1回のみで、参加率も良いとは言えず、大事な若者参加も非常に少ない。この現状は、避難訓練の内容固定化が原因であると考えられる。また、今年の9月に防災フェスタという、災害について考えるイベントを行なっているが、町民の防災意識は未だ低い現状である。防災意識を向上するためにも、避難訓練の高度化と、若者含め、町民全体を巻き込んだ訓練方法を提案する。

(3) 防災のIT化が地域の安全性を高める

A) デジタルサイネージの導入

「スマート街路灯」を提案する。通常時は、街路灯として使用されるが、非常時には、備え付けのカメラによって、現地映像や浸水予測を送り、デジタルサイネージで人々に素早く情報提供をすることが可能である。地震発生から津波到達までは、最短8分と予想されており、町民の安全は、いち早く情報を受け取り、行動をとれるかが鍵となる。ディスプレイ内では、要支援者の情報を流し、元気な人に救助を呼びかけることで、要支援者の命を守ることを目指す。

図表 16 スマート街路灯の仕組み



スマート街路灯(左)とデジタルサイネージ(右) (出所: 枚方市)

B) 避難訓練の高度化

①夜間訓練

夜間訓練では、地震が夜に発生する場合を想定し、暗い中での避難経路の再確認や、それに伴う避難路の街灯整備を行うことができる。

図表 17



住民等による夜間を想定した避難訓練
(東京都羽村市)



住民等による夜間を想定した避難誘導訓練
(東京都羽村市)

②地域コミュニティ計画

地域のコミュニティの強さを活かした、若者が高齢者を助ける役割分担の義務化を提案する。事前に避難訓練などの際に、誰(若者)が誰(高齢者)を助けるかの役割分担を義務化し、高齢者を助ける若者には、町内の飲食店や、地域バス、施設使用料などの割引券を付与し、救助のお礼サービスを提供するというシステムの構築を提案する。この制度によって、若者や、要支援者の積極的な訓練参加を促すことができると考える。

4章 おわりに

南伊勢町では少子高齢化によって主要産業の担い手不足や若年齢層の都市部居住による農業漁業への関心低下といった課題を挙げてきた。少ない若年齢層に対してどのようにして主要産業へ興味を持ってもらうか、また担い手不足を解消するか。昨今、デジタル技術を活用した便利な世の中になっているため、南伊勢町の主要産業に高付加価値をつけ若年齢層が慣れ親しんでいる技術によって興味を持ってもらおうという考えである。関係人口という観点で農業や漁業を体験するところから町や産業に対しイメージをもってもらい、魅力を感じてもらうことで若年齢層の興味を惹けるのではないだろうか。

地域防災では地震被害を最小限にするということに重きを置かれる。住民のつながりの強さを活かした役割分担をし、高齢者と若者が共存しやすいコミュニティを作り上げる必要がある。また、「スマート街路灯」を駆使することで通常時は街路灯として緊急時にはカメラから住民に浸水予測等の被害情報を発信し、被害を少なくすることが有効である。

上記のような多方面からのデジタル化を促進するためにNPO法人の設立をすべきである。私たちは法人名を「みーと(MI-T)」と考える。由来としては南伊勢に出会うこととデジタル技術

の導入で人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させることを英語で掛け合わせたものである (Minami Ise-Transformation)。そして、観光や防災の観点で若者を受け入れる体制をとることに意味を込めている (meet)。町、農協や漁協が協力して NPO 法人に出資をすることで農家や漁師の方からのニーズを受託でき、テクノロジー事業を一括して実施できる。農業における農薬散布、漁業のセリの IT 化、e-南伊勢町民とスマート街路灯の委託を受け活動収益をもらい、町の産業維持が可能となる。「みーと」に e-南伊勢町民や若者を集め、新たに雇用も生み出す事ができると考える。そして農業は「試しちゃう南伊勢」で漁業ではセリの IT 化で主要産業の担い手不足を解消する手がかりになるだろう。

スマート化によって南伊勢町の魅力をもっとたくさんの人に知ってもらい、地域の活力を上げることで産業の活性化につながり、次世代の担い手へと継承され町の活気が維持されるだろう。

参考文献

- ・ GD Freak! : 「国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口、総務省住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」
- ・ e-Stat : 「国勢調査、就労状態等基本統計 (主な内容: 労働力状態、就労者の産業・職業、教育など)」
- ・ 三重県 : 「観光レクリエーション入込客数推計書、観光者実態調査報告書、令和 3 年」
- ・ 総務省. 関係人口ポータルサイト : 「関係人口とは」
- ・ 総務省. 地域力創造グループ過疎対策室 : 「田園回帰に関する調査研究報告書」
- ・ 日経 BP 新・公民連携最前線～加賀市の電子市民制度、2021 年度中にスタート～
- ・ 朝日新聞デジタル : 「【関係人口】で地域活性化 観光以上、定住未満の存在とは」
- ・ 内閣府 NPO HP : 「チーム道行竈」
- ・ PRTIMES : 「【石川県加賀市】日本初・e-加賀市民制度 (加賀版 e-Residency) の提供へ」
- ・ 農林水産省 : 「スマート農業の展開について」
- ・ 情報処理学会報告書 : 「スマート農業におけるドローン活用の現状と課題」
- ・ 日本機械学会誌 : 「農業分野でのドローン活用 (<特集> 空の産業革命—「飛行ロボット」としての次世代ドローン—)」
- ・ 農林水産省「令和 3 年度農業分野におけるドローンの活用状況」
- ・ JA レーク滋賀 : 「農業現場におけるドローン活用の現状について」
- ・ かながわ鳥獣被害対策支援センター : 「ドローンを活用した鳥獣被害対策の負担軽減」
- ・ 南伊勢町 : 「南伊勢町総合計画 (新絆プラン)」
- ・ 東町漁港 HP
- ・ 全さば連記事 (<https://www.facebook.com/mackerel.cava/posts/812125518945905/>)
- ・ 南伊勢ブランド : 「YAHOO ニュース」
- ・ 宮古漁業組合導入記事 (<https://connect.panasonic.com/jp-ja/case-studies/jfmiyako>)
- ・ 水産庁 : 「水産物貿易動向」
- ・ 南伊勢町漁村活性化グループ これまでとこれから

- ・南伊勢町地域防災計画：「地震・津波対策編」
- ・南伊勢町：「津波浸水深 30cm 到達予測時間分布図」
- ・夜間を想定した実践的な訓練（東京都の実施事例）
- ・ソリューション・サービス - NEC Corporation：「スマート街路灯」
- ・デジタルサイネージは防災や災害時も活躍する！
- ・枚方市：「スマート街路灯が取得した通行人数と属性データを一部公開」

名を知る、地を知る、南伊勢 ～交流・仕事の政策パッケージ～

法政大学法学部政治学科 廣瀬・土山ゼミナール

指導教員 廣瀬 克哉 土山 希美枝

代表者 内田 遥香

発表者 藤田 大聖 八鍬 杏実 八代 まり絵 伊藤 颯汰 矢吹 岳大

参加者 河井 悠希 長尾 千春 成川 菫都 平川 昂之介 増田 航也 溝口 真央
箕浦 佑介 山下 芽久 市川 友理恵 鈴木 聖奈 田中 誓良 増田 美優
松岡 慎太郎

目次

梗概

第1章 南伊勢町の現状

1節 人口や産業について

2節 産業の構造

第2章 南伊勢町の産業の課題と提案

1節 南伊勢町における第一次産業の現状・課題

2節 政策提案にあたって

第3章 事業提案

1節 提案概要

2節 ターゲット

3節 「食べてって！南伊勢」とは

4節 補助的事業

1項 南伊勢町復業協同組合の設立

2項 バックアップ体制の改善

第4章 運営の仕掛けと持続可能性について

1節 「食べてって！南伊勢」運営の仕組み

2節 「食べてって！南伊勢」の持続可能性について

3節 南伊勢町復業協同組合の持続可能性について

第5章 資金調達の方法

総括

梗概

私たち廣瀬・土山ゼミナールの提案は、南伊勢町を知ってもらうところから、南伊勢町内への移住と就職をしてもらうまでの流れをひとまとめにした政策パッケージである。この提案のターゲットは、東海地方の地方部出身で家族を持つ30代男性と、南伊勢町に土地勘のある単身者である。

政策パッケージの中身は「食べてって！南伊勢」の開催と補助的事業の展開だ。「食べてって！南伊勢」は南伊勢町の食材を使ったバーベキューイベントである。参加者が観光も兼ねて南伊勢町の各事業者を訪問し、そこでバーベキューの食材を調達するという内容を想定している。本イベントは食を通じた南伊勢町の魅力の発見と関係人口の創出を目的としている。また、南伊勢町の住民が自分たちの町の魅力を再確認する狙いもある。

更に、関係人口となった人々を移住へと促す「南伊勢町複業協同組合」の設立と、移住者へのバックアップ体制の改善の実施をまとめた補助的事業を展開する。「南伊勢町複業協同組合」は南伊勢町の産業の担い手となる人材育成が主な目的であるとともに、マルチワーカーの雇用による地域の産業の活性化も期待できる。バックアップ体制の改善は移住希望者が抱く可能性のある南伊勢町で生活する上での不安を解消することが主な目的である。これに伴いSNS上での高頻度の情報発信や1対1の相談窓口の設置を行うなどオンライン上での対応を活発にしたいと考えている。この事業を行うことで南伊勢町での生活のビジョンを明確にしてもらいたい。

これらの提案を通じて関係人口の創出と移住の促進がなされ、南伊勢町の産業に新たな風をもたらすことができる。これによってまさに「地域の活力につながる産業の活性化」を行うことができる。

第1章 南伊勢町の現状

1節 人口や産業について

まず初めに、今回の対象地域である、南伊勢町の概略を説明する。南伊勢町は中部地方近畿地方に属する三重県度会郡にある町であり、美しいリアス式海岸をもつ山と海に囲まれた美しい自然美と、温暖な気候が特徴的な漁村文化が栄えている町である。2022年10月20日現在、人口11,330人が暮らしている。平成28年3月に策定された『南伊勢町人口ビジョン』によると一貫して増加していた南伊勢町の人口は1960年をピークに減少し続けており、現状では1,1330人、そして2060年には3,372人まで減少すると推定されている。南伊勢町も日本全体でみられる少子高齢化の影響を強く受けており、年少人口と生産人口はそれぞれ1980年から2010年の間に50%以上減少している。また釣りスポットとしても有名であるため観光客数は上昇しているが、宿泊客数は減少している。

¹ 南伊勢町人口ビジョン <https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/025.pdf> 2
頁,3頁
10月31日最終アクセス

また南伊勢町の産業についてであるが、主に有名になっているのは県下一の水揚げ量を誇る優良な漁場を中心とした漁業であり、その中心となっているのは、三重県内でトップの陸揚げ量を誇る奈屋浦である。一般的な漁業に加えて近年では養殖業にも取り組んでおり、ブランド化も順調に進んでいる。農業においては柑橘類の栽培が有名なものとなっており、主に温州ミカンがそれに該当する。年間の内でも多くの期間で柑橘類は収穫されており安定したものになっている。まちの木に指定されているのがみかんの木であることから、みかんが南伊勢町のシンボルの1つとなっていることが理解できる。

2節 産業の構造

先ほども述べたように南伊勢町では農業、漁業といった第一次産業が盛んである。しかし、現在この第一次産業において問題の一つとして挙げられているのが、人口減少による生産人口の減少、およびそれに伴う担い手不足である。実際に県内一の水揚げ量を誇っているにもかかわらず、漁業に就職する希望者の確保は難しくなっている。

第2章 南伊勢町の産業の課題と提案

1節 南伊勢町における第一次産業の現状・課題

前章で述べたように、南伊勢町における第一次産業は、山と海に囲まれた地形ゆえに漁業・農業の双方が町および三重県を支える事業として特化している。しかし、年々南伊勢町全体の人口減少と少子高齢化が進んでいることから、南伊勢町の農業・漁業従事者の数は急速に減少している。2013年の漁業就業者は20年前の半数以下になり、そしてその従事者の半数以上が60代以上になっている²。また、2017年時点で南伊勢町の漁業経営体の約97%が個人経営³であり、後継者が見つからないまま技術継承ができずに漁業をやめざるをえないことが課題として挙げられる。更に、1985年には第三次産業と同程度だった第一次産業就業者は2013年には第三次産業の半分以下⁴となっており、第一次産業就業者の増加には南伊勢町全体の人口増加のみならず、第一次産業への就業を推進する政策も求められている。

これまで南伊勢町では、これらの問題に対して、空き家バンク制度やインターンシップ補助金制度を作り、並行して南伊勢町で育つ小・中学生を対象とした「ふるさと教育」、南伊勢町に移住し就業する予定のある若者向けの「若者チャレンジ応援事業」といった政策に取り組むことにより、解決を図ってきた。また、移住政策を進める中で町内に住むことのできる人間、その確保の必要性を確認するような事象も発生した。

上記の現状を踏まえ、私たちのゼミは南伊勢町の第一次産業をより活性化するために、南伊勢町を知るところから移住、そして第一次産業就職までをまとめた政策パッケージを提案する。

² 「数字で見る南伊勢町」8頁 10月29日最終アクセス

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/1/R2suujidemiru.pdf>

³ 「みえDATABOX」2018年漁業センサス 10月29日最終アクセス

https://www.pref.mie.lg.jp/DATABOX/51898003228_00001.htm

そのうち市町・漁業地区別統計の経営組織別経営体数を参考

⁴ 前掲 5頁

2節 政策提案にあたって

まず移住前に南伊勢で暮らしていけるかを知ってもらうために、移住を考えている人あるいは家族は移住先での生活が今の生活とどう変化するのかなど、気軽に何でも相談できるような仕組みの設置が必要であると考えた。

また、南伊勢町では国内でコロナウイルスの感染が広がるまで観光客数が年々増加⁵していた。南伊勢町のホームページや広報活動の内容からも観光業が盛んに行なわれていることが分かる。そこで、まずは気軽に南伊勢町を訪れてもらい、その存在を知ってもらうイベントの開催を検討した。町の魅力を十分に感じてもらうために、南伊勢町の食を味わえるイベントと宿泊をセットにしたツアーを計画した。南伊勢町を知ってもらうことを通じて、関係人口を増やし第一次産業へ興味を持ってもらうことを目的としたこのイベントは、後述する2種類のターゲットのどちらにも対応する。また、宿泊客減少⁶の現状も考慮すると、南伊勢町の食材を味わえる民宿での宿泊をセットにすることで、南伊勢町の宿泊施設の維持に繋がるのが期待できる。

そして、このようなイベントを経て南伊勢町に関心をもった人々に実際に移住を検討してもらうためには、南伊勢町に移住の受け皿を用意し移住に関する不安を払拭する必要がある。したがって、第2段階として「空き家バンク」によって十分に確保されている住居だけでなく、農業や漁業を始める、またはそのような事業に就く前に派遣社員のように短期で様々な職場で働ける機会を提供するシステムを作るべきと考えた。このようなシステムは、移住者に仕事を確保するとともに今後どの職場で働いていくか慎重に考える機会を与えることにも繋がる。移住と就職におけるミスマッチングを防ぐためにも、南伊勢町で生活を始めるまでの手厚いサポートを提供することが重要であると考えた。

第3章 事業提案

1節 提案概要

前章で述べた課題を踏まえ、私たち廣瀬・土山ゼミナールが提案するのは、「食べてって！南伊勢」というイベント型事業と、「食べてって南伊勢」で南伊勢に興味を持った子育て世帯の働き口の候補となり、職に関する不安を軽減する、「南伊勢町複業協同組合」の設立である。さらに、この2つにくわえて、移住に関するバックアップ体制の改善を含めた補助的事業を提案する。この2つの事業を行う目標は、それぞれ下記のようなものである。第1に、「食べてって！南伊勢」を通して、南伊勢町に興味・関心を持つ人口を増やすと同時に、町内での消費を促すこと。第2に、補助的事業を通じて、消費から生産へ、宿泊から生活へと南伊勢町への関わり方をより一層深いものにする。南伊勢町に興味を持った人々に移住してもらうだけでなく、現地での第一次産業体験を経て、南伊勢町における第一次産業の担い手増加を図るのが、私たちの目的である。

⁵ 同上 11頁

⁶ 同上 11頁

2節 ターゲット

前節で述べた2つの事業を提案するにあたり、私たちはよペルソナマーケティングと呼ばれる手法を用いた。ペルソナマーケティングとは、属性によって分類されたターゲット層から、居住地や年齢、家族構成、性格など、さらに具体的な個人の人物像を設定することで、ユーザー視点に立った製品やサービスを提供するための手法である。私たちは政策のターゲットとして、2つの人物像を設定した。

人物像①は、「東海地方の地方部出身で家族を持つ30代男性」だ。年齢は夫婦ともに30代前半で子供がおり、現在は愛知県の都市部に居を構えている。幼少期を山間部で過ごし、休日はBBQや釣りを趣味として行っている。簡単な経歴としては、愛知県内の大学を卒業後、やりがい重視し都市部の企業に就職したが、子供の誕生をきっかけに「我が子にも自分が育ったような環境でのびのびと育て欲しい」と考え始めた、というものである。以前から都会の喧騒や表層的な人間関係、仕事に対し正当に評価されないことなどに関して不満を抱いていたため、これを機会に地方への移住を検討している。

人物像②は、「南伊勢町に土地勘のある単身者」だ。年齢は30代前半、出身は南伊勢町を除く、三重県内の海辺である。現在は都市部に居住しており、釣りや旅行を趣味としている。幼少期は海が身近にあったため、普段から釣りを言い、その経験から学生時代の職業体験では漁業を選択した。三重県内の大学を卒業後、最新技術が持つ将来性に惹かれ、名古屋市を拠点とするIT企業に就職したが、働き始めてから数年後に訪れたコロナウィルスの流行と共に、テレワーク体制へ移行。都会の喧騒に嫌気が差していた人物像②は、今後の働き方を見直すことにした。そこで、地元がある三重県内に絞って移住先を調べていると、昔、釣りに訪れた経験がある南伊勢町を見つけたため、一度訪問することにした。そこで、移住してきた同年代の人々が、地域のコミュニティや産業に積極的に参入し、生活している姿を目の当たりにしたことから、そのような生き方に憧れを持ち、移住を検討し始めた。

上記が2つの事業を創案する上で、それぞれのターゲットとして設定した人物像である。3・4節では、この2つの人物像に当てはまる人々を南伊勢町に呼び込み、最終的に第一次産業に従事してもらえるような仕組み作りを提案する。

3節 「食べてって！南伊勢」とは

3節では、人物像①をターゲットの中心として設定し、1泊2日のバーベキューツアー入り宿泊セットプランを提案する。本提案の目標は、地域に消費をもたらすと同時に、新たな関係人口を作り出すことである。

プラン自体の流れとしては、まず1日目の午前中に観光も兼ねて南伊勢町の各地を回り、各種事業者さんのもとを訪れていただき、南伊勢町の事業者と直接触れ合う機会を作る。訪問先それぞれにバーベキューの食材を配備し、宝探しゲームのような感覚で食材集めに取り組んでもらうことによって、子供たちを飽きさせず、楽しく取り組んでもらうことが可能となる。バーベキューの材料として、マルモ製炭所さん特製の炭を用いたり、みかんをソースにして鶏肉や豚肉のたれにするなど、海産資源以外の南伊勢町ならではの食材も使う。ガイド役は地域おこし協力隊の制度を利用して移り住んできた方に担当してもらおう。会場となるキャンプ場はネットワークリゾートなんせいを想定している。また日帰りプランではなく現地の民宿に宿泊してもらおうことによって、民間単位での南伊勢町の良さも体験してもらおう。

更に、この当日の様様を参加者にインスタグラムなどのSNSで発信してもらい、協力してくれた方には特典として南伊勢町内でのみ利用可能な割引クーポンを配布することで、オンラインの場での新規顧客層の開拓が可能である。イベントの告知場所としては東海圏のアウトドア用品店やホームセンター、スーパーなどの、アウトドアの趣味を持つ方や子供を持つ方が日常的に訪れる場所が適していると考ええる。

4節 補助的事業

4節では、「食べてって！南伊勢」で関係人口を増やしたのち、移住を促進させるものとして制度面以外で彼らを定着させるための2つの取り組みを提示する。1つは南伊勢町複業協同組合の設立。もう1つは元移住民らを中心としたバックアップ体制の改善である。「食べてって！南伊勢」では消費者として南伊勢町と関わりを持ってもらったが、この2つの取り組みを通じて南伊勢町での生活のビジョンをより明確にってもらうことが本節に挙げる補助的事業の目標である。

1項 南伊勢町複業協同組合の設立

本事業の目標は、移住を検討し始めた人に、通年通して雇用があるという安心を与えること、また、南伊勢町における働き方の選択肢の一つとしてマルチワーカーを提示できるようにすることである。

当組合は、労働者を複数事業所に通年で派遣する機構である。派遣先には一次産業から三次産業までのあらゆる産業の事業所が含まれる。組合側で労働者を雇用し、労働需要に応じて各事業所に派遣することによって、マルチワーカーという形で地域の担い手を確保することが可能となる。また、当組合の方向性として、労働力を供給する役割を担うだけでなく、将来南伊勢町で第一次産業の担い手となるような人材を育成する場としても機能させる。

大まかな設立の流れとしては下記のようなものを想定する。まず組合設立初年度の参加組合員の規模感は、島根県安来市の特定地域づくり協同組合⁷を参考とし、参加事業所は6事業所を、マルチワーカーは3名程度を募集する。私たちの提案する組合はマルチワーカーの人材育成の場としての側面が強いため、活動初期は比較的小さめの規模感で始めたいと考えたことから、上記のような設定とした。また、マルチワーカーは毎年2名のペースで増やしていくことを想定している。

当組合を南伊勢町に設立することによる期待効果として下記のもの挙げられる。まず、南伊勢町の産業は時期によってそれぞれ労働需要が異なることから、断続的な人手不足が課題として存在していたが、この組合を設置することによって過不足なく人材を提供することが可能となる。特に、人手が必要な繁忙期などにおいては、従来よりも効率的な人員確保を可能にする。また労働者、特に移住検討者に関しては、南伊勢町での生活の開始、あるいは継続を後押しする効果が期待できる。具体的には、実務を通して南伊勢町の様々な産業を学ぶ中で、マルチワーカーの方々に関心を持って多くの選択肢を提供できると考える。例えば、マルチワーカーとして多くの現場に

⁷ 安来市特定づくり事業協同組合 <https://www.yasugi-multi-work.com>
10月31日最終アクセス

⁸ 特定地域づくり事業協同組合の設立に関する 先行事例調査概要版 https://www.soumu.go.jp/main_content/000747196.pdf 10月31日最終アクセス

対応できる人材になるといった選択や、働く中で自分のやりたいことを見つけ、その産業に従事するといった選択である。また、南伊勢町でやりたいことが明確に決まっている場合、次の段階に進むまでの当座の働き口としてこの組合を利用することもできる。このように、当組合はマルチワーカーの多くのニーズに対応することが可能であり、同時に南伊勢町の産業の活性化も期待できる。

2項 バックアップ体制の改善

本事業の目標は、移住を検討し始めた人が抱く可能性のある南伊勢町で生活する上での不安を解消することである。現在存在する南伊勢町公式アカウントは積極的に景観などの観光情報の発信を行っている。しかし、「実際の生活はどのような感じなのか」「長く住むうえで障害になることは」といった不安・疑問の受け皿にはなれていない。勿論、町の公式サイトには多種多様な方々の移住体験記が掲載されているが、「ここはいつでも自分たちを受け入れる準備ができています」という印象を持たせるためには、いくつかのプラットフォームでの継続的な情報発信を行う必要がある。したがって、バックアップ体制の改善は必須であると言えよう。

次に活動の流れを提案する。運営主体には元移住民の方、特に元地域おこし協力隊の方を中心に依頼する。主な活動内容は最低でも2、3日に一度南伊勢町での生活に関する情報を発信し、常時ダイレクトメッセージで移住に関する質問を受け付けるというものである。

本取り組みの期待効果は2つ存在する。1つは移住に関する質問を気軽にってもらうことによって、地域参入の心理的障害を最大限排除すること。もう1つは、直接接することによるものだけではなく、オンラインの場においても「この人がいたからこそ移住できた」という存在を作り出し、信頼関係を生じさせることである。

第4章 運営の仕掛けと持続可能性について

1節 「食べてって！南伊勢」運営の仕組み

「食べてって！南伊勢」を行うことで、3章で述べた人物像に対して魅力あふれる南伊勢町を知ってもらうことができる。私たちは「食べてって！南伊勢」を毎年行い南伊勢町の恒例行事にすることで、より多くの人々に南伊勢に足を運んでもらいたいと考えている。そのためには、地域住民によるイベントの成功を考えるための仕組みづくりが必要である。そこで私たちは、地域住民から構成される「食べてって！南伊勢 運営委員会」の設立と「食べてって！南伊勢 デザインワークショップ」の開催を提案する。

この運営委員会のメンバーは、周辺地域での声掛けと公募によって集まった計8名程度に加えて、当イベントに参加して頂く事業者で構成する。当イベントは南伊勢町の食に関する企画であるため、食に携わる事業者が運営に参加することは必須であると考えている。

また、公募を行うターゲットは特に南伊勢町の中高生に強くアプローチを行う。その理由は、地元の中高生に南伊勢町の魅力について考える機会を作りたいからだ。中高生が運営委員会のメンバーとなった際には、地元を盛り上げる企画や提案を地域の大人たちと考えることが想定される。その中で地元を盛り上げるやりがいや、喜びを知ることで、自分のキャリア観の中に南伊勢町を盛り上げるための活動をするという選択を持ってもらいたい。

2節「食べてって！南伊勢」の持続可能性について

運営委員会のメンバー確定後にメンバーを対象とした全5回の「食べてって！南伊勢 デザインワークショップ」を開催したいと考えている。本デザインワークショップの初年度には以下の2つの目標を達成したい。

- ①運営委員会のメンバー、南伊勢町の事業者、地域住民などの話し合いによってイベントの詳細（イベント当日の街めぐりのルート作成や日程など）を決定する。
- ②他地域でイベント運営に携わっている外部人材を講師として招き、イベント運営のノウハウを学ぶプチセミナーの開催。

初年度にこれらの目標を達成した後に2年目以降からは、1年目で得られたノウハウを活かしながら本ワークショップを継続させていきたい。

このように、運営委員会の設立とデザインワークショップを開催することで「食べてって！南伊勢」を開催する度に、南伊勢町の住人が主体的に運営に携わることが可能となる。また、その年から新たに携わるメンバーへの継承も円滑に行われるだろう。ここで生まれた好循環を継続させていくことで「食べてって！南伊勢」が毎年の恒例イベントとして南伊勢町内で定着することを最終的な目標としたい。

3節 南伊勢町複業協同組合の持続可能性について

私たちは南伊勢町複業協同組合設立に向けて南伊勢町役場と海士町複業協同組合に取材を行い、課題の洗い出しを行った。その調査の中で人材の確保が持続可能性を生み出す上で最も重要な要素であると結論づけた。組合設立には下記の3者の確保が必須となる。

- A. 組合の立ち上げ人となる発起人(4名の事業者)
- B. 派遣職員の派遣先となる事業所
- C. 組合に所属するマルチワーカー

A.発起人は、組合設立による恩恵の大きい人が担うケースが多い。そこで、南伊勢町で元々産業を担っていた事業者に加え、南伊勢町で新たに事業を起こした地域おこし協力隊のOB、OGに発起人になって頂くことを提案する。地域おこし協力隊の任期を終え、事業を立ち上げた地域おこし協力隊の方々には人的資源が乏しく、通年人を雇う金銭的余裕もないことが想定される。組合が設立されれば1ヵ月ごとのシフト制であるため、通年人を雇用する必要はなく、繁忙期だけ安定的に人を雇用することができる。上記から南伊勢町で独立した地域おこし協力隊のOB、OGが組合に参加する恩恵が大きい。また、南伊勢町外から地域おこし協力隊で南伊勢町にやってきたという経緯をもつため「移住者としての視点」を持ち合わせている。この視点をもつ人物が組織にすることで、南伊勢に移住しマルチワーカーとして組合に参加する人にとって心強い存在になるのではないかと考える。

B.組合を設立するためには、組合員として参加し雇用先を生み出す事業者が必要となる。そこで、南伊勢町の4事業者(アサヒ農園、友栄水産、マルモ製炭所、農事組合法人土実樹)に組合に関する簡単な説明とアンケートを行った。アンケート結果は下記の図1のようになった。

図1、複業協同組合のニーズに関するアンケート調査(敬称略)

	現在、人手不足か否か	組合への加盟希望について	加盟を希望する理由
アサヒ農園	足りているとは言えない	加盟を検討する	<ul style="list-style-type: none"> ・今雇っているパートさんたちの高齢化 ・収穫時などの特に忙しい時期に雇いたい
友栄水産	足りてはいるが、事業拡大時には足りていないといえる	加盟したい	<ul style="list-style-type: none"> ・加盟することによって活性化することを期待している ・外部から入ってくる人材のスキルを利用したい
マルモ製炭所	どちらかと言えば足りていない	加盟を検討すると思う	組合員・派遣職員互いにとっていいと思う
土実樹	現状では足りている	おそらく加盟を検討する	高齢化に伴い若い力ほしい

取材に応じて下さった4事業者は組合が設立されたら組合員として加盟することを検討すると仰って頂いた。南伊勢町には同じ課題を抱える事業者が存在すると考えられ、マルチワーカーのニーズが確かに存在すると言える。

C.マルチワーカーの人物像は移住者、地元住人、任期を終えた地域おこし協力隊という3つが想定される。移住者に関しては、「食べてって！南伊勢」で南伊勢町の魅力を発信し、南伊勢町の関係人口を増やす。その中で移住を検討してくれる方の数が増えていくと考えられる。また、移住スカウトサービスの「SMOUT」⁹の活用が効果的で鹿児島県知名町の「えらぶ島づくり事業協同組合」では、他の求人サイトと合わせて約100人の応募につながったという前例もある。¹⁰この「SMOUT」は結び目 Co-working さんがすでに活用されているので、従来から行なっているこのような広報活動も継続して実施していきたい。

地元住人に対しては、他地域の特定地域づくり事業協同組合のマルチワーカーは主にハローワークや求人サイトなどで募集している。ここで、地元出身の若者へのアプローチとして「南三重就活ナビ」¹¹などのUターンの若者用就活サイトを利用する。

これに加えて、南伊勢町複業協同組合は地域おこし協力隊の任期を終えた方の受け皿としての効果も期待できる。南伊勢町の町役場の調査によると、地域おこし協力隊として委嘱された26名の内7名が同地域に委嘱後定住している。活動地と同一市町村内に定住した隊員の全国平均が53.1%¹²に対して南伊勢町は約26%であるため地域おこし協力隊の定住率が低いことが調査によってわかった。この原因は南伊勢町に雇用先が不足していることが考えられる。そのため複業協同組合によって新たな雇用先が創出されることで、地域おこし協力隊の委嘱後の定住率の増加にも大きな期待が持てる。

また、上記3つの人物像のマルチワーカーの雇用にあたっては、3章で述べたようなバックアップ体制の改善により、組合と定住希望者双方のミスマッチを防ぐための仕組みを作る必要がある。そのための施策として、マルチワーカーとして働くための定住希望者へのサポートも充実させる。例えば、「南伊勢町複業協同組合」専用HPや相談窓口の開設、南伊勢町職員や組合事務局員との複数回の面接、むすび目 Co-working さんが開催している2泊3日の移住体験ツアー¹³への参加などがあげられる。これによって南伊勢で暮らす、働くというイメージを定住希望者に明確にしてもらうことで、実際に南伊勢でマルチワーカーとして働いた時に生じるギャップをなくす工夫を行う。

南伊勢町複業協同組合でマルチワーカーとしてスタートし、いずれは新しく事業を始めようと自立する人材も出てくる。しかし、自立したてでは人手や金銭に余裕がないことが想定される。そこで複業協同組合に今度は組合員として参加することにより、通年ではなく繁忙期だけ雇うということも可能になる。その結果、自立したての事業者は金銭的負担を減らして人手不足を補えるようになる。そして南伊勢町全体においても、新たなマルチワーカーを受け入れることができるようになる。このように、「マルチワーカーとしてスタートし新たに事業を始めた人が、今度は組合員として複業協同組合に参加しマルチワーカーを雇用する」という良い循環が生まれる。

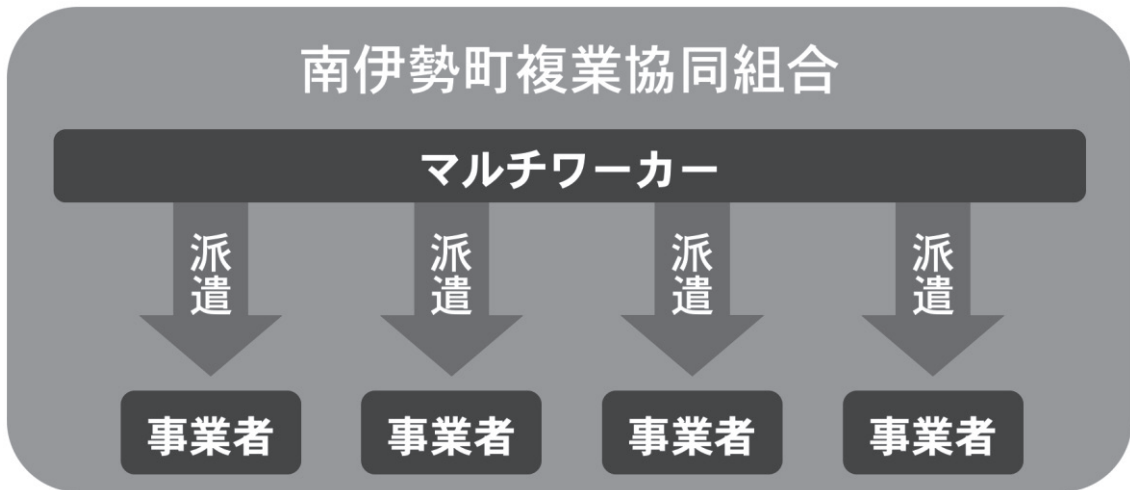
⁹ 移住スカウトサービス「SMOUT」、10月29日最終アクセス、<https://smout.jp/>。

¹⁰ 農林水産業の現場における人口急減地域特定地域づくり推進法の活用に向けて、17頁、10月29日最終アクセス、<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tokutei-chiiki-dukuri/attach/pdf/index-3.pdf>。

¹¹ 南三重就活ナビ、10月29日最終アクセス、<https://minamimie-shukatsu.com/>。

¹² 総務省、「令和3年度 地域おこし協力隊の隊員数等について」、10月29日最終アクセス、https://www.soumu.go.jp/main_content/000799461.pdf。

¹³ 「【体験参加者募集】2泊3日おためし地域おこし協力隊！」、10月29日最終アクセス、<https://note.com/minamiise/n/n8886c38d2344>。



上記のような3者の人材の確保を行い、南伊勢町複業協同組合の持続可能性を高めることで、南伊勢町の産業に新たな働き手が創出される。同時に、産業の担い手となる人材を育てることができる。

第5章 資金調達の方法

本章では、上記の事業の運営に必要となる資金量やその内訳を記述する。また、各事業の実現のために必要な資金の調達方法や活用できる制度についても述べる。

まず「食べてって！南伊勢」について、実施費用は①「地域外」への支出、②「人・活動」にかかる支出、③「もの」にかかる支出に分類した。①はポスターなどの広告費、②はワークショップの謝礼や当日の案内人への報酬など、③はバーベキュー備品購入費などを想定し見積もった。本事業の運営・実施にかかる費用は下記の表のとおりである。

概要	金額
①ポスター制作 B3サイズ×50枚	¥88,000
②イベント案内人の人件費 時給1000円×8人×8時間	¥64,000
②イベント協力事業者報酬 食材2000円×8組×4事業者	¥64,000
②ワークショップ講師報酬 (一回分報酬+交通費+宿泊費)×5回	¥225,950
③会場利用料 5500円×8組	¥44,000
③用具一式 一式×8組	¥138,400
合計	¥624,350

なお、広告費については町内の中高生にポスター・チラシのデザインを募集することでさらなる削減を狙うこともできると考える。

事業の資金源について、私たちは一般財団法人地域活性化センターの「移住・定住・交流推進支援事業」¹⁴の助成金の適用を提案する。事業概要から、「食べてって！南伊勢」はこの助成対象に当てはまると考えられる。この助成金の交付上限金額は200万円のため、事業費全額を賄うことができる。

次に「南伊勢町複業協同組合」について、総務省の「特定地域づくり事業協同組合」の資料¹⁵をもとに必要費用を見積もった。事業収入は①利用料金②消費税③組合員からの賦課金に分かれ、合計額は6,396,000円となる。収入の内訳に関しては下記の表の通りである。

概要		金額
利用料金	1,000円×8h×20日×12月×3人	¥5,760,000
消費税	利用料金×10%	¥576,000
組合員からの賦課金	1,000円×6組	¥60,000
合計		¥6,396,000

支出についても同様に金額を見積もった。支出は①マルチワーカー人件費②事務局運営費③支払い消費税に分かれ、これらの合計支出は13,884,000円となる。従って合計支出と収入額の差額、7,488,000円が市町村負担分となる。

なお、本事業の導入においては、「特定地域づくり事業推進交付金」の適用が可能であり、派遣職員一人当たりに対して100万円の交付金と、事務局運営費に対して150万円の交付金を利用することができる¹⁶。また、上記の交付金適用後の残高に対して、特別交付税措置が適用可能であり、合計すると5,994,000円の交付金を得ることができる。そして市町村の実質負担分は1,494,000円まで引き下げ可能である。支出内訳と交付金の合計金額は下記の表の通りである。

概要		小計
①マルチワーカー人件費	(2,760,000円×社会保険料・労働保険事業主負担約16%)×3人	¥9,605,000
②事務局職員人件費	(2,760,000円×社会保険料・労働保険事業主負担約16%)×0.5人(他事業者との兼務)	¥1,601,000
②物品費		¥742,000

¹⁴ 地域活性化センター、「移住・定住・交流推進支援事業実施要綱」、10月29日最終アクセス
<https://www.jcrd.jp/support/af385672a9dd949497a71fd46623769268ea18d0.pdf>。

¹⁵ 総務省、「特定地域づくり事業協同組合制度について」、10月27日最終アクセス
https://www.soumu.go.jp/main_content/000734004.pdf。

¹⁶ 総務省、「特定地域づくり推進交付金交付要綱」、10月29日最終アクセス
https://www.soumu.go.jp/main_content/000736106.pdf。

②広告・募集経費		¥500,000
②研修費		¥150,000
②光熱水費		¥120,000
②消耗品費		¥50,000
②通信運搬費		¥60,000
②賃借費		¥480,000
③支払消費税		¥576,000
合計		¥13,884,000
収支差額		¥7,488,000

交付金	交付金額計算	交付額
特定地域づくり事業推進交付金 人件費	派遣職員数×1,000,000円	¥3,000,000
特定地域づくり事業推進交付金 組合運営費	1組合につき運営費1,500,000円交付	¥1,500,000
特別交付税措置	措置率0.5 2,988,000×0.5	¥1,494,000
合計交付金額		¥5,994,000

南伊勢町複業協同組合の導入初期においては上記した補助金によるサポートが必要だと考えられる。しかし、マルチワーカーの人数、組合員の増加により本組合が定着してきた頃には、補助金制度を用いずとも組合の運営が可能になることが期待される。

総括

南伊勢町に私たちが訪れて感じたことは、「チャレンジの土壌」と「人の温かみ」である。取材の中で、地域の活力ある団体や事業者の方、自治体の職員の方々に会うことができた。また、民宿や取材先などでは、私たちよそ者に対しても変わらず發揮される、「人の温かみ」を感じることもできた。

今回の提案は私たちの感じ取った「チャレンジの土壌」+「人の温かみ」からなる南伊勢町にしかない雰囲気を、豊かな自然・第一次産業と組み合わせ、前面に押し出したものである。論文タイトルの「名を知る」では、「食べてって！南伊勢」を通じ、南伊勢という土地と産業、そこに住まう人などの「名(な)」にあたる部分を伝え、続く「地を知る」では、SNSを利用した補助事業と「南伊勢町複

業協同組合」により、南伊勢町での仕事、暮らしの「地(ち)」と人の温かさなどの「地(じ)」の部分を伝える。この二つの事業には、何よりも地域の方々による「名」と「地」の実体化が欠かせないため、ワークショップを開催する。私たちは本提案のすべてが南伊勢町に新たな交流を生み出し、第一次産業のみならず地域全体の活性化にもつながる取り組みであると信じて疑わない。

Delivery みなみいせ

～南伊勢が誇る水産物で地域経済の活性化～

愛知大学法学部 入江ゼミ(入江容子)

代表者 小木曾光

発表者 小木曾光

田中鈴奈

田中友梨

鍋島諒

山本凌輔

梗概

本論の目的は、食材宅配事業に焦点を当て、三重県南伊勢町の6次産業の活性化について考察していくことである。また、食材宅配事業による南伊勢町の6次産業の活性化に与える具体的な効果等を把握し、行政の役割についても本論で考察・検証していく。

現在、我が国では、多くの地方自治体が人口減少や高齢化等の大きな問題を抱えている。産業分野全般において、高度経済成長に端を発する就労構造の変化によって、若者は産業を離れ、65歳を超える高齢者が産業の担い手となるなど、全国的に深刻な問題として表れている。この課題の解決法として現在、6次産業化が注目されている。6次産業化とは、1次産業としての農林漁業、2次産業としての製造業、3次産業としての流通販売の統合的な経営を目指し、それにより農林漁業者の所得を向上していくことである。

三重県南伊勢町においても、人口減少や高齢化による担い手不足により、産業の衰退が懸念されている。南伊勢町は第1次産業の中でも、水産業が特に活発に行われており、三重県の水産業をリードしている。

しかし、町内における2次産業としての加工業、3次産業としての小売業等の事業規模が小さいことから、町の特産物の対外的な知名度が低いようだ。加えて、担い手の大半が高齢者であることから、水産業の存続が危ぶまれることが予測される。また、集落がリアス式海岸特有の地形に点在するため、狭い道路が多く、地域内から地域外への輸送に時間がかかることも推察される。

このような状況を踏まえ、南伊勢町において、6次産業化の方法を模索し、進めていくことで、水産業の活性化に寄与できるのではないかと考える。本論では、手法の一つとして、食材宅配企業との連携協定を提案したい。

以下、本論は、南伊勢町の現状を把握することで、仮説を明確にし、食材宅配企業と連携協定を結ぶことが可能か否かという点に加え、もし連携協定を結ぶことが可能であれば、行政にどのような役割が求められるかを詳しく検証・考察していく。そして、新たな流通システムの一つである食材宅配企業との連携協定が水産業活性化にどのように繋がるのか、現地調査等を踏まえ、検討していきたいと考える。

第1章 現状把握・問題提起

1-1 我が国の第1次産業の現状と課題

現在、我が国では、少子高齢化という大きな問題に直面している。この課題に対し、政府は一体となって、各地域がそれぞれの特徴を活かした自立的で持続的な社会の創生を目標としており、将来にわたり、持続的な成長力を確保することが必要とされている¹。そこで、産業の中でも特に第1次産業について着目した。第1次産業は食料確保などにおいて非常に重要性の高い産業である。しかし、時代が進むにつれて、第2次産業や第3次産業が第1次産業を上回るほど発展していった。さらに、少子高齢化社会に伴い、第1次産業は衰退しつつある。南伊勢町も例外ではなく、1960年の32,070人をピークに徐々に総人口が減少しており、2010年では、14,791人、2060年には、3,372人と予想されている。それに伴い、南伊勢町の第1次産業の就業者数についても1990年には3,182人ほどいたが、2010年には、1,317人ほどにまで減少していった²。この

¹ 内閣官房・内閣府総合サイト「地方創生 まち・ひと・しごと創生『長期ビジョン』『総合戦略』『基本方針』」

www.chisou.go.jp（最終閲覧日：2022年10月31日）

² 南伊勢町「南伊勢町人口ビジョン」平成28年3月 2頁、25頁

ように南伊勢町においても第1次産業の衰退や少子高齢化社会の影響を少なからず受けている。しかしながら、第1次産業は直接の食料や生活必需品を生みだしているなど非常に重要な産業である。そこで、南伊勢町では、南伊勢町の産業を6次産業化へ発展させ、食品宅配事業による知名度の向上、販路拡大、安定した収入を確保したうえで、南伊勢町における持続可能性について検討していく。

1-2 6次産業化について

水産白書によると、6次産業化は「農林水産業・農山漁村と2次産業・3次産業を融合・連携させることにより、農林水産物を始めとする「資源」を利活用し、新たな付加価値を生み出す地域ビジネスや新産業を創出すること」とされ、具体例として加工・直売、レストラン、民宿、体験漁業等が示されている。重要なのは、舞台は農山漁村であることと、融合・連携によって産業の多角化、複合化を進めることであり、漁業者や農業者が誰とどのように連携し、どのような多角化・複合化で新しい事業を創出するかということである。

6次産業化を進めることのメリットとして、第1次産業従事者にとって、生産物の販売以外に収入源ができること、生産物をブランド化して価値を上げ、販売額をより高くできることが挙げられる。しかし、6次産業化の成功事例として捉えられている事例であっても、経営資源や市場は常に変化するものであるため、その変化に対応しながら商品開発と販路開拓を柔軟かつ効率的に進めていくことは常に課題であり、新商品を開発した後の販路開拓は継続的に事業を維持するために重要であると考えられている³。

1-3 南伊勢町の産業と食品宅配事業との協力に関して

次に、南伊勢町で6次産業化を持続させるために食材宅配事業の参入が必要だと考える。6次産業化を進めるうえで、必要なことは、地域や自治体の看板商品となれるものを見つけ、ブランド力を高め、販路を拡大させることである。実際に生協では、全国各地に宅配事業を提供しており、さらに山間部、離島など、日常生活物資の購入先が少ない地域の住民の生活において一定の役割を果たし、実績は十分にあることから南伊勢町の立地を考慮しても他地域への宅配事業は不可能ではないと考える。

1-4 南伊勢町の産業について

南伊勢町の産業は第1次産業が経済の中心を担っていると言えるほど活発であるという点が特徴であり、特に漁業が盛んである。南伊勢町はリアス式海岸が特徴ということもあり、三重県下一の水揚げ量を誇っている。しかし、地域の水産資源がうまく活用されておらず、町の財政が潤っていないと考える。このような状況を踏まえ、南伊勢町では「南伊勢町過疎地域持続的発展計画」や「南伊勢町総合計画(新絆プラン)」を掲げ、人口減少の克服・地方創生の目的を達成するための政策に取り組んでいる。さらに、南伊勢町においても6次産業としての取り組みを進めていくことで、特産物の価値や需要が高まり、地域が活性化し、ひいては、水産物の販路拡大、知名度の向上が見込める可能性があるかと推察する。南伊勢町は元より養殖まぐろなどでブランド力を積み上げている。しかし、特産物であるまぐろの知名度の低さや南伊勢町までの交通の便の悪

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/025.pdf> (最終閲覧日：2022年10月31日)

³ 櫻庭 英悦「6次産業化とバリューチェーン」フードシステム研究第21巻2号 (2014年) 47-52頁 (最終閲覧日：2022年10月31日)

さ、さらには近年の新型コロナウイルスの影響から、養殖まぐろが食べられる店舗への集客、販路拡大が現時点では十分になされていないと考えられる。そこで私たちは、新鮮なまぐろや加工品等の南伊勢ブランドに認定されている特産品が食材宅配事業に参入することで、南伊勢町に対し、相対的な大きなメリットをもたらすと考える。具体的なメリットとしては、南伊勢町と南伊勢町の特に水産物の知名度が向上し、販路拡大に繋がり、安定した収入を確保することができるのではないか、さらには、これらを元に食材宅配事業との協力による水産物の持続可能性に繋がるのではないかと考える。

第2章 仮説

漁業は我が国にとって重要な産業の一つである。しかしその生産活動はかつての輝きを失い、就業者も減少を続けている。現在、就業している人たちも高齢化が進み産業の持続性が危ぶまれている。さらに、漁業の衰退と表裏一体で漁村の疲弊も顕在化しており、漁港背後地で生産を続ける水産加工業も人手不足に悩まされている。

南伊勢町においても、1960年から一貫して人口が減り続けており、国立社会保障・人口問題研究所の公表によると、2040年には6430人に半減し、2060年には3372人まで減少すると予測されている。また、高齢化率については、1980年以降、急激に上昇しており、2020年には50%を超え、2040年には55%まで上昇すると考えられている⁴。すなわち、人口のほぼ2人に1人が65歳以上の高齢者となり、町の中心産業である水産業を維持できない状態に追い込まれているのである。

本来、このような局面においては、漁業が人材を確保できるよう、賃金や休日などの労働条件を向上させるとともに、漁村の生活環境を改善させることが望まれる。しかし、南伊勢町においては、年間一人当たりの付加価値額が538万、所得295万円、支出23.6%であり、地域内の住民、企業等が稼ぐ所得より、地域の産業が分配する所得が少ない状況にある。これでは、漁業における労働条件等を向上させることは極めて困難だと考える。

加えて所得からの支出のうち、282億円が域外へ漏出しており、地域内に魅力的な財やサービスが提供できていないのだ。このような現状から、南伊勢町では強みである漁業を十分に活用できていないと推察される。

ただ、このような状況に対して国が全くの無策かといえばそうではない。沖合・遠洋漁業については、水産庁を中心に水産教育機関での漁船海技士養成の取り組みが始動している。政府も目下、漁船漁業や養殖業を対象に、外国人技能実習生の長期活用を認めるとともに、新たな在留資格「特定技能」を創出し、漁業における労働力の導入拡大に力を入れているのだ。

ただし、近年はコロナウイルスの拡大によって、どれだけの人材を確保できるかが未知数であることも考慮すると正しい選択だとはいえないだろう。

それでは、第1次産業の再生を図るために、どのようなアクションを起こせばよいのだろうか。

2-1 第1次産業の再生に向けて

6次産業化を南伊勢町で進めていくにはどうすればよいのかを考えるには、まず水産業の基本的な流通システムを知る必要がある。水産業界の流通システムは、通常、最終消費者の元へ魚が届くまでにおよそ6つの工程を踏んでいる。まず、漁業者が水産物の候補を捕獲し、港で水産物が

⁴南伊勢町(2016年3月)「～資源をつなぎ、ひとがつながり、次世代へつなげる～南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略」

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/030.pdf> (最終閲覧日:2022年10月31日)

産地市場に水揚げされ、それを仲買人が購入して消費地市場に向けて出荷している。そこで、スーパーや水産会社が買い付けを行い、モノによっては加工を行うことで、最終消費者である私たちの手元に水産物が届くのだ。この伝統的卸売市場流通を我が国では採用しており、南伊勢町についても基本システムとして取り入れているのである⁵。しかしこのシステムは大きな問題を抱えている。それは、誰とどのように連携するかに加え、リスクとコストをどのように分担するかという問題である。農水省の食品流通段階別価格形成調査（平成 29 年度）で水産物の経費を見ると、産地出荷業者が 23.5%、小売り経費が 31.4%となっている⁶。この部分に相当するコストとリスクをどう分担するか、あるいは軽減するかが新たなビジネスモデルを構築する上で考慮すべき点であると推察する。

私たちは、従来の漁業経営が産地市場・消費地市場という二つの卸売市場を基柱とする流通の仕組みに基づいていることを踏まえ、「生産から販売に至るすべての仕組みを組み変えて、新たな流通システムを作ることが南伊勢町の漁業の 6 次産業化を進めることにつながるのではないだろうか」と仮説を立てた。

2-2 新たな流通システムについて⁷

漁村に拠点を置く漁業者や漁協が新たな流通を展開していくといっても、漁業者や漁協だけで新たに構築するには、財源的にも人間的にも限度がある。そこで、漁業以外の経済主体と連携することが必要だと考える。しかし、漁業者や漁協が漁業以外の経済主体と連携の仕方を間違えれば、新しいビジネスモデルによって生じる付加価値が彼らに帰属する保証はない。つまり、法律や事務に乏しい漁業関係者が軽率に業務提携を結ぶことは、漁村を破滅に近づける行為そのものである。

そこで、南伊勢町における漁業者や漁業関係産業が漁業以外の経済主体と連携を取る際には、行政がハブとなり、互いの理に合うようにする必要があると考える。行政が間に入ることで、一定の安全性が担保され、金銭的トラブルに発展しにくくなるのではないだろうか。しかし、この場合、行政はどのようにして公平性・安全性を担保するのだろうか。一部の業者に対して優遇措置を取る場合、他の業者から不公平に思われても仕方ないと思う。調査によって、行政がハブとなった場合について、公平性の観点から明らかにしていく。

以上のことを踏まえ、「行政（南伊勢町役場）が漁業関係者と漁業以外の経済主体と連携をする際に、どのような援助が求められているのか」を検証・考察する。

2-3 食材宅配事業の成長

矢野経済研究所によると、2020 年度の国内食品宅配市場（主要 8 分野合計値）が前年度比 110%

⁵ 水産庁「水産物の一般的な流通経路」

https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_2_6.html（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

⁶ 農林水産省（2017）「食品流通段階別価格形成調査報告」

https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/syokuhin_kakaku/（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

⁷ 南伊勢町（2016 年 3 月）「～資源をつなぎ、ひとがつながり、次世代へつなげる～南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略」

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/030.pdf>

（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

の 2 兆 4969 億円と推計発表している⁸。同市場は少子高齢化の進行で国内の食関連市場が縮小傾向にある中でも成長を続けており、2016 年度に 2 兆円を超え、今もなお大きな伸びを見せている。

2020 年度の同市場は新型コロナウイルス感染の拡大を危ぶむ緊急事態宣言によって、宅配需要が急拡大し、近年まれにみる 2 桁成長を記録しているのである。これまでも少子高齢化や女性の社会進出といった社会的要請を受けて、食品宅配サービスは年々その重要性を増してきていたが、新型コロナウイルスといった災害が同市場規模の拡大を加速させたのではないかと考える。

このような同市場の成長から「南伊勢町が食材宅配サービスを行う企業と連携協定を結ぶことが新たな流通システムを生み出し、6 次産業化に寄与する」のではないかと考える。実際、2018 年に茨城県がミールキット等の食品宅配を展開するオイシックスドット大地株式会社と連携協定を締結している⁹。これは、農業従事者の安定した所得の創出を狙っているものであり、官民連携により、県内の生産者のスキルアップの支援、農産品物流の効率化等も期待できると推察される。

また、当該動きは静岡県においてもあり、今年度から付加価値の高い食品の宅配事業を手掛ける企業に向けて、積極的に誘致しているのである¹⁰。具体的に、市場が拡大している EC 分野での県産品の販路拡大を進めるために、委託限度額を総額 540 万円と設定し、静岡県産農林水産品やその加工品について、近年、ニーズが増加している農林水産品の単品販売や、詰め合わせ商品、ミールキット等を開発・販売し、消費者に宅配するサービスを対象に、マーケットニーズに沿った県産品の掘り起こしと消費者に魅力が伝わる商品の開発を行い、県内生産者の販路開拓支援につなげていこうとしているのだ。

以上のような行政の動きを踏まえ、「新たな流通システムの一つである宅配事業を手掛ける企業との連携協定が、南伊勢町の水産業の活性化に寄与できるのではないかと考える。

ただし、行政と食材宅配事業を手掛ける企業との連携協定を結べたのは、人材や資金が豊かな県だからだと考えられなくもない。南伊勢町は、総人口が約 10 万人にしかおらず、その半分が高齢者であるため、当該企業等と連携協定を結ぶことが出来るのだろうか。紀伊半島沿岸東部に位置し、リアス海岸に沿って東西に長い町であるため、仮に連携協定を結べたとしても、配送等に関しても難があるのではないだろうか。南伊勢町に当該企業の支部を置くことが可能なのかを含め、宅配事業が南伊勢町の水産業の活性化に寄与するのかを検討していく。

第 3 章 調査結果

3-1 販路拡大について

南伊勢町には、南伊勢ブランド認定委員会と呼ばれる、地域経済の活性化や観光、食に精通し

⁸株式会社矢野経済研究所「食品宅配市場規模（主要 8 分野合計値）推移・予測」（2021 年 8 月 31 日）

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2800（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

⁹「Oisix ra daichi HP」

https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/180530_ibaraki/（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

¹⁰ふじのくに 静岡県公式ホームページ(2022 年 8 月 4 日)「令和 4 年度食品宅配サービスを活用した県産品の販路開拓業務委託公募型企画提案募集」

<https://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/r4-syokuhin-takuhai2.html>（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

た有識者で構成されている機関が存在する。南伊勢ブランドは、コンセプト、独自性主体性、信頼性、市場性、将来性の5つの認定基準に照らして審査をされる。この南伊勢ブランド認定事業は、南伊勢町の特産物を認定し、南伊勢ブランドとして情報発信することにより、南伊勢全体のイメージを高めるとともに、南伊勢産物の普及向上を図り、地域経済の活性化とさらなる発展を図ることを目的とした事業である。三重まぐろや伊勢まぐろなどの養殖魚、鯉くんせいや骨なし串ひものといった加工品等を含め、現在では農産物を含めた27品目が認定を受けている。この取り組みを実施することで、特産物の付加価値を高め、消費者からの信頼を得ることが出来、そこから地域活性化に繋げる狙いがある。

さらに、より多くの特産物の販路開拓・PRすることを目的として、「三重県フェア」に出品をしている企業が南伊勢町には存在する。県内外のイオンモール等のショッピングモールや百貨店にて、販売会の機会を提供して各事業者の売上拡大につながる足掛かりとしている。中でも、有限会社山藤は、県外の特産品フェアや全国規模のシーフードショーに出展をし、積極的に活動を行っている。

このように、南伊勢町では各個人の会社がブランド認定や特産物の出展を行うことで販路拡大に繋げている。しかし南伊勢町役場自体は、各企業や組合に対し、補助金での支援を行っているのみで、各企業の販路拡大に向けての実施内容や現状から考えられる課題などを把握できていない等の問題がある。

3-2 水産物流通構造について

南伊勢町の水産物の流通構造は、一般的な日本の水産物の流通構造と同様で主に2種類の方法によって成り立っている。一般的に、漁師が水揚げした水産物は産地市場で集荷され、仲卸業者や小売業者等から消費者に届けられる。これは従来の水産物の流通方法である。一方で、近年は漁業者による小売店又は外食チェーン等との直接取引が増加している。そうすることで流通コストの削減や流通時間の短縮等のメリットが考えられる。南伊勢町はこの2種類の方法を実際に利用し、水産物の販売を行っている。上記の流通の仕組みを通して、南伊勢町の水産物は主に三重県内での消費で完結しているのがほとんどであり、その他地域での消費量は愛知県や大阪府が比較的多い。

3-3 オイシックス・ラ・大地と茨城県の連携協定について

食品宅配事業の一つとして、オイシックス・ラ・大地株式会社がある(以下、オイシックスと称する)。オイシックスは、ウェブサイトやカタログによる一般消費者への有機野菜、特別栽培農産物、無添加加工食品等、安全性に配慮した食品・食材の販売を行う¹¹食品宅配事業会社だ。このオイシックスと茨城県は2018年に連携協定を締結した。茨城県が食材宅配企業と協定を結ぶのは初めてである。なぜオイシックスが茨城県と連携協定を結ぶ流れとなったのか。それは茨城県の農産物は、良い特産物があるのにも関わらず認知度が低いことや販路などの課題がクリアできず、必ずしも正当な評価を受けていないという面があったため、オイシックスのノウハウやプラットフォームを活用し、県産農林水産物のイメージアップや販売促進を図っていくために連携協定を締結したのである。他にも、生産者のスキルアップの支援、農産品物流の効率化なども視野に入れて連携を進めている。

¹¹ 「Oisix ra daichi HP」

https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/180530_ibaraki/ (最終閲覧日：2022年10月31日)

他方、オイシックスは、直接企業側と協議をし、手数料や販売する価格を決定している。それは近年の円安による食料価格の高騰が主な要因であり、流通分野で改善の検討を行わなければならないとしている。

第4章 検証・考察

この章では、2章で述べた仮説が実際に有効であるかどうかを検証する。

4-1 水産業と企業の連携に必要な第三者の存在

第2章仮説2-1でも述べられているように、南伊勢町の水産業が6次産業化を進めるためには生産から販売に至る全ての仕組みを組み替えて新たな流通システムを作る必要があり、そのためには水産業以外の経済主体（企業）との連携が重要になってくると仮説を立てている。そこで、水産業が水産業以外の企業と連携する際に考えられる懸念点として、水産業者や漁協の方が企業よりも不利になりやすいということである。具体的に、水産業関係者の弱みとして、財政難であること、人員が足りていないこと、法律の知識や事務経験に乏しいこと、消費者ニーズの対応、加工や販売のノウハウ、経営力が低いことなどがあげられる。一方で、企業側の弱みとしては水産業に関する知識が水産業関係者に比べて劣るだけであり、圧倒的に企業側が有利になる可能性が高いといえる。これらを公平・安全にコントロールするためには第三者の存在が必要不可欠である。この場合、第三者の役割を果たすべき機関として行政（南伊勢町役場）があげられる。行政の役割として最も重要視しなければならないことは、「水産業と企業が連携する際、企業側に主導権を握らせないように管理をし、水産業と企業双方にとって十分な利益が得られる仕組みを作ること」である。

4-2 水産業関係者と水産業以外の経済主体と連携をする際に行政（南伊勢町役場）に求められること

水産業、企業側からの視点として、行政に第三者の役割を担ってもらうときに連携の仕組みを全て行政に任せてはならないということに注意しなければならないと考える。行政はあくまでも水産業、企業間の公平かつ安全な管理が役割であり、行政が主体となってビジネスを進めるのではなく、水産業と企業間のビジネスを具体的にどのような仕組みで双方にとってメリットがあるものにするか、そして、両者をサポートすることで行政にとってどのような利益が得られるのか、水産業・企業・行政の三者が損をしないことを考えていかなければならないのである。具体的に行政が考えなければならないこととして、「水産業・企業・行政の三者間でのルール」、「コスト・リスクの管理」、「問題が生じたときの責任」があげられる。一つの事例として、沖縄県勝連漁協の六次産業化と連携ビジネスモデルを取り上げる¹²。この事例では、水産業の6次産業化が進まない原因として様々な制約がかかっていることが述べられており、その中でも水産業の「経営力の低さ」が本論でも重要になってくると考えられる。具体的には、当該事例によると、水産業関係者が事業領域を拡大する際の消費者ニーズ対応、加工・販売ノウハウの取得、経営マネジメント能力、経営するための資金調達や労働力、施設などの経営資源の確保が必要になってくるが、漁協の組織規模が小さいほどこれらのような「経営力」による制約に悩まされることになるのである。

そこで、本論では当該事例には関わりのなかった行政が新たにビジネスモデルに参入できないか

¹²婁小波(2017年3月31日)『漁業の六次産業化と連携のビジネスモデル：沖縄県勝連漁協「肝高のむずく餃子」を事例として』

<https://core.ac.uk/download/pdf/199446817.pdf> (最終閲覧日：2022年10月31日)

と考える。主に行政を中心に水産業関係者と企業間との話し合いの場を何度も設け、三者間の緊密な関係が構築されるようなサプライチェーンを構成する役割を担う必要があると考える。例えば、水産業者（生産者）は「水産物の捕獲」、漁協は「生産者からの仕入れ」、「貯蔵」、企業は「漁協から購入して販売」、「資金援助」、行政は「水産業・企業間のまとめ役」、「経営資源の援助」というような役割が想定できる。この行政がまとめ役として関わることで、企業が漁協から仕入れた水産物を安く購入して販売するなどというように防止することができ、綿密な話し合いの場を行政が作ることで、仕入れ値、購入額、販売額それぞれの価格は消費者を第一に考え、最終的に販売する際に手に取ってもらえることを前提とし、かつ、三者が利益を確保できる価格設定を定めることができるようになるのではないかと考える。さらに、想定できるリスクとして、「漁獲量が安定するかどうか」、「水産物の価格の高騰」、「消費者からのクレーム」などがあげられ、問題が生じた際の責任は誰がどこまで負うのかということが問われる。一つの例として、本論で扱う漁協や行政の規模が小さいため、単体で責任を背負うことは荷が重すぎると思え、本論としては、想定されるリスクや責任をどのようにして三者でカバーし合えるかというような会議が必要となってくると考える。

以上のように、行政が関わることで公平かつ安全な関係を築くことが可能となるのではないかと考察する。

4-3 宅配事業を手掛ける企業が南伊勢町と連携協定を結ぶ可能性

第2章2-2でも述べられているように、南伊勢町は、総人口101,375人、そのうちの半分以上が高齢者であること、リアス式海岸に沿った町であること、企業の支部を置くことは可能なのかということが懸念点としてあげられる。企業側としては、連携協定を結ぶ際、第一に考えることは利益が得られるかどうかである。一般的に民間企業であれば営利を目的に経済活動を行うため、本論での連携協定は、「南伊勢町にどれほどの可能性があり、どれだけの利益が見込めるのか」ということが求められてくると考える。

第2章2-2で述べたように、2018年にオイシックスドット大地株式会社は茨城県と連携協定を結び、茨城県農産品のブランディング・販売促進を開始しており、当該連携協定の成果としては2021年販売実績人気No.1に輝き、完売による販売終了が続いている。この先進事例によると、メロンの生産量が33,500トンで全国1位（令和2年）、農業産出額が112億円で全国1位（令和2年）であり、単にブランド品として全国的に認知されていないだけであってポテンシャルが十分にあることが最低条件だということが分かる。そこで、南伊勢町が強みにできることとしては県下一の水揚げ量を誇っていることであり、その中でも代表的な水産物が南伊勢ブランドに3種類のクロマグロがあげられる。三重県でのクロマグロの養殖は、生産量が734トンで全国6位（平成28年）となっており、そのうち、南伊勢では約7割を占める518トン（平成28年）を生産している。茨城県のメロンほどの輝かしい順位ではないが、「伊勢まぐろ」、「みえまぐろ」、「なだまぐろ」ともに恵まれた環境、稚魚のうちから漁師による管理の徹底、独自に開発している飼料、釣上げ後の徹底管理など、細部にわたりこだわっているため全国的に認知されてもおかしくないと考える。現状、オイシックスドット大地株式会社の通販ではまぐろは4種類しかないため、食材宅配企業との連携に参入しても南伊勢産のまぐろとして認知されやすいと考える。食材宅配企業との連携協定を結ぶことによって南伊勢ブランドの認知を広めることに成功すれば、水産業者の収入安定や人員の増加などまではほど遠いが、水産業の再生に向けた基盤づくりができるのではないかと考える。

4-4 宅配事業を手掛ける企業と連携協定をする際の懸念点

4-3で述べたように、仮に南伊勢町の水産物に連携協定するだけの価値を見出すことができたとしてもリスクがいくつか想定される。具体的に考えられるリスクとして、まず一つ目に、宅配事業を手掛ける企業に毎回宅配を依頼するほどの漁獲量が確保できるかということ、さらに、その水産物が南伊勢ブランドであることが求められてるという点である。当然、宅配事業以外にもこれまで通り取引する相手が存在しており、生産者がその取引を全て宅配事業に回すことはできないため、少なくともこれ以上漁獲量が減ることは許されないと考える。

二つ目は、生産者はこれまで通りの保存方法で漁獲した水産物の鮮度を保つことができるかということである。加えて、物流センターは品質を落とさないよう入荷、倉庫入れ・在庫管理、棚入れ、箱詰め、出荷をしなければならないということも大きな課題である。

最後に三つ目は、南伊勢町に当該企業の支部を配置することができるのかということである。現地に企業の活動場所がなければ事業を進めていくことは難しい。さらに、物流システムでトラブルが生じてしまった場合にかなりの損害を被ってしまうということも念頭に置いておかなければならない。実際に、2022年1月下旬、オイシックスが新たに開設した海老名ステーションで物流トラブルによって空箱が届くことや、注文したものが全て欠品だったということもあり、約11万人の顧客に注文キャンセル、遅配、欠品などの影響を及ぼす出来事があった¹³。このようなトラブルに巻き込まれてしまうと、漁獲量を確保し、徹底した保存を行ったとしても最適なタイミングで消費者に届くことは難しくなり、最悪の場合、消費者に商品が届くことすらできないということになってしまうのである。南伊勢町に当該企業の支部を配置することで宅配事業を進めていく上で効率化を図ることができ、さらに、このような物流トラブルが生じてしまった場合に迅速な対応を実現することができると思うが、南伊勢町に支部を配置するとなると、人員をどのように確保するのが問題となる。

4-5 水産物の分配について

漁獲した水産物の中から宅配事業に分配するためには今まで以上に漁獲量を増やすか、現在ある販路を少し狭めて譲ってもらうか、もしくは量は少なくなるが市場で価値のつきづらい混獲魚を譲ってもらうか、ということが考えられる。日本全国で混獲魚を回避するような取り組みが行われているが、水産業は自然を相手にしているため、必然的に混獲魚を漁獲してしまうというのが現状であり、南伊勢町も例外ではない。これまで混獲魚を獲ってしまった場合、市場ではあまり価値がつかないことから廃棄するというケースもあった。そこで、一つの事例として、山口県の水産会社「萩大島船団丸」では獲れる魚種の5%にあたる混獲魚を箱詰めしてネットで直販するという取り組みがある¹⁴。この取り組みにより、水産業に魅力を感じた若者が移住してくるという動きにも繋がっている。南伊勢町においても当該事業を模倣することで、現状の魚の出荷の動きには触れることなく、仲介業者やスーパー等とトラブルを未然に回避することが可能ではないだろうか。加えて、南伊勢町のこれまでの経験を最大限に活かした魚の扱い方をまずは周知してもらい、その後、仲介業者等や漁業組合と交渉を重ねることで、少しでも多くの南伊勢ブラン

¹³外菌 祐理子(2022年2月25日)『11万人に影響が出た「Oisix」物流トラブルの真相、自動化が裏目に』日経 XTECH

<https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/01157/022400055/> (最終閲覧日:2022年10月31日)

¹⁴NHK 地域づくりアーカイブス (2017年4月4日)「vol.14 新しい工夫で漁業再生」

<https://www.nhk.or.jp/chiiki/closeup/detail/14.html> (最終閲覧日:2022年10月31日)

ドに認定されている水産物を市場から食材宅配企業に移行できないかと考える。

4-6 水産物の保存方法について

水産物が宅配事業により他県に渡る際、現状の保存方法で鮮度を保ち続けられるのかということが懸念される。南伊勢町の地形上宅配することが困難なイメージはあるが、ヤマト運輸南勢伊勢路営業所が設置されており、宅配手段はあることが分かる。そうすると、見直す必要があるのは水産物をどこの地域に輸送しても鮮度が保たれた状態で消費者に届けられる保存方法であると考え。日本海水学会誌によると、「冷凍による高品質化を図るには、漁獲後、できるだけ高鮮度のうちに凍結処理を行うことに加え、対象となる水産物に応じた凍結速度やシステムを選択し、また保存時の温度も十分な低温を保つことが重要であると考えられる。適正な凍結保存により水産物の鮮度を高く維持することができれば、地域特産の魚や旬の水産物を時期間わずに日本各地・世界各国へと流通させることが可能となる¹⁵⁾」とされており、クロマグロのような赤身魚肉であれば-40℃での保存をすることが最適であり、マガキのような水産物であれば凍結速度を変える必要がある。このようなデータを元に、譲り受けた混獲魚の特性に合わせてその都度保存温度・凍結速度を調節することが重要であると考え。しかし、冷凍する温度にこだわるためには今以上に資金が必要となるため、資金繰りについても考えていく必要があるということも念頭に置いておかなければならない。

4-7 宅配事業を手掛ける企業の支部の配置について

当該企業の支部を設置することは事業を進めていくためには欠かせない。そのことが分かる事例として、福井県小浜市の鯖復活養殖効率化プロジェクトがあげられる。この事例によると、地元住民らが発起人となって設立した田鳥水産株式会社に事業を移譲し、民間が主体、かつ、地元本位の事業としてさらなる拡大が見込まれている¹⁶⁾。これを参考にすると、南伊勢町に宅配事業を手掛ける企業の支部を設置し、南伊勢町の住民に求人を募り、経験豊富な社員に対して、期間を設けて南伊勢町の支部の監督をしてもらうことで地元住民が主体となる支部の実現が可能となり、働き口を増やすことができると考える。

このように、宅配事業を手掛ける企業と連携してビジネスを行うことで水産業の再生に加えて当該企業の支部が配置され、南伊勢町の若者の働ける場所を地元で作ることができる。この事業を継続させていけるかどうかまでは想定できないが、当該事業を通して南伊勢町の水産業の活性化に寄与する可能性は十分にあると考察する。

おわりに

本論では、宅配事業を手掛ける企業との連携協定の動きが消費者の期待に応えられる魅力的な商品をさらに増加させることができ、県内の生産者の活性化に寄与できるのではないかという仮説に基づき、調査、考察を行った。さらに、流通の観点で、南伊勢町の水産業が6次産業化を進めるためには生産から販売に至る全ての仕組みを組み替えて新たな流通システムを作る必要があ

¹⁵⁾高瀬清美 (2021) 「水産物の高付加価値化による地域活性化」日本海水学会誌
https://www.jstage.jst.go.jp/article/swsj/75/3/75_135/_pdf/-char/ja (最終閲覧日：2022年10月31日)

¹⁶⁾KDDI (2019) 『福井県小浜市「鯖、復活」養殖効率化プロジェクトの今』
<https://www.kddi.com/corporate/sustainability/regional-initiative/case-study/case23/>
(最終閲覧日：10月31日)

り、そのためには水産業以外の経済主体（企業）との連携が重要になると仮説を立て、調査、考察を行った。

南伊勢町は、県下一の水揚げ量を誇り、南伊勢ブランドと呼ばれる町独自のブランド認定により、水産物では「みえまぐろ」「伊勢まぐろ」「なだまぐろ」がブランド化をしている。これらの水産物を取り扱う企業が食材宅配企業に参入することが出来れば、全国的知名度を上げることはもちろんのこと、生産者一人当たりの付加価値を高めることができ、水産業の6次産業化をも活性化することができる考えた。

しかし、食材宅配企業との連携協定を結ぶにあたっては、安定的な漁獲量の確保、水産物の鮮度維持、宅配企業の支部の配置に加えて人員の確保等が懸念点として挙げられた。さらに、南伊勢町に新たな流通システムを取り入れる際には、企業と水産業者の権力関係、企業と水産業間の行政の役割が懸念点として挙げられた。そのため、行政には企業側だけが優勢の立場に立つことがないよう公平性の観点からの中立的な関りやチェック機能管理が必要であり、流通システムにおいては水産物の扱い方を見直す必要がある。

従って、南伊勢町が新たなる水産物流通システムである食品宅配事業に参入することで、特産物の付加価値が高まり、6次産業化推進や水産業関係者等の生活の安定などが効果として予想されるが、企業や水産業者に対する行政の立ち位置や水産物の漁獲量や鮮度維持等の課題が残る。

参考文献

- ・勝川俊雄（2020）『図解入門業界研究 最新漁業の動向とカラクリがよ〜くわかる本』秀和システム
- ・勝川俊雄（2012）『漁業という日本の問題』NTT出版
- ・片野歩（2019）『日本の水産資源管理：漁業衰退の真因と復活への道を探る』慶応義塾大学出版会
- ・小松正之（2021）『日本漁業・水産業の復活戦略』雄山閣
- ・小松正之（2015）『漁師と水産業 漁業・養殖・流通の秘密』実業之日本社
- ・佐野雅昭（2015）『日本人が知らない漁業の大問題』新潮社
- ・高杉昇（2017）『図解 知識ゼロからの現代漁業入門』一般社団法人家の光協会
- ・濱田武士（2014）『日本漁業の真実』筑摩書房

参考資料

- ・石井裕明・外川拓・井上一郎（2018）「地方自治体におけるマーケティング志向の浸透—流山市—」マーケティングケース—シリーズ 130
[ja \(jst.go.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・婁小波（2009）「生鮮水産物流通システムの変化とサプライチェーンの構築」フードシステム研究第 16 巻 2 号
[0FS-40-2-本文-3rd.indd \(jst.go.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・黒川智紀「過疎地域の買い物弱者対策における採算性及び継続性の研究」
[15595.pdf \(toyo.ac.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・国土交通白書（2015）「人口減少等我が国を取り巻く状況」
[np101200.pdf \(mlit.go.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・竹ノ内徳人・山尾政博「新しい地域漁業の姿を提案する」地域漁業研究第 56 巻第 3 号
[地域漁業研究 第 56 巻 第 3 号 \(jst.go.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・農林水産省（2019）「食品流通段階別価格形成調査報告」
[食品流通段階別価格形成調査：農林水産省 \(maff.go.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・日高健（2018）「漁業の 6 次産業化とビジネスモデル」フードシステム研究第 24 巻 4 号
[ja \(jst.go.jp\)](#) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）

交流を重視した創造の場づくり

～豊かな自然の中でいきいきと暮らせるまちへ～

静岡文化芸術大学 文化政策学部 片山ゼミナール（指導教員：片山泰輔）

代表者：大澤清香

発表者：雨宮瑠里、大澤清香、甲斐千尋、住友花南、鳥居郁見、中村美香子、伴優月、堀池佑菜

参加者氏名：雨宮瑠里、大澤清香、甲斐千尋、住友花南、鳥居郁見、中村美香子、伴優月、堀池佑菜

梗概

南伊勢町は、三重県内市町の中でも少子化が著しく、それに伴う高齢化、人口減少という大きな課題を抱えている。さらに、若者世代の他地域への流出が労働人口を減少させ、産業の衰退の大きな要因となっている。これらの課題を解決するために、本稿では産業の活性化を「南伊勢町で働きたいと思う人を増やすこと」と定義し、誰もが「刺激を受けながらいきいきと働く自分の将来像をイメージできる」まちをつくること、南伊勢町を目指すべき姿であるとした。そして、目指すべき姿を実現するためには、創造都市論において重要視されている、文化と産業に富み地域社会の課題解決を行える「創造の場」を作ることが重要である。

このような視点から、本稿では、「1. 多様で個性的な能力を持ち、外部への発信力があるアーティスト、リモートワーカーを呼び込むこと」「2. 空き家を活用し、アーティスト、リモートワーカーと地域住民が地元の食や文化を介して交流できる場を作ること」を提案する。アーティスト・イン・レジデンスで滞在するアーティストと地域住民が交流し、彼らの創造的な視点を通して地域の魅力を再発見することで、地域住民の町・職に対する愛着・自信が向上する。さらに、アートという地域の新しい魅力を創出することや、アーティスト・イン・レジデンスの運営を通して、移住者を受け入れる体制が向上されることなどが期待できる。また、リモートワーカーの受け入れを強化することによって、外部から新しい産業や職業が持ち込まれ、住民との交流から新たな取り組みに発展することも期待できるとともに、南伊勢町内でリモートワークができる環境が整えられ、若者の転出防止にも寄与する。

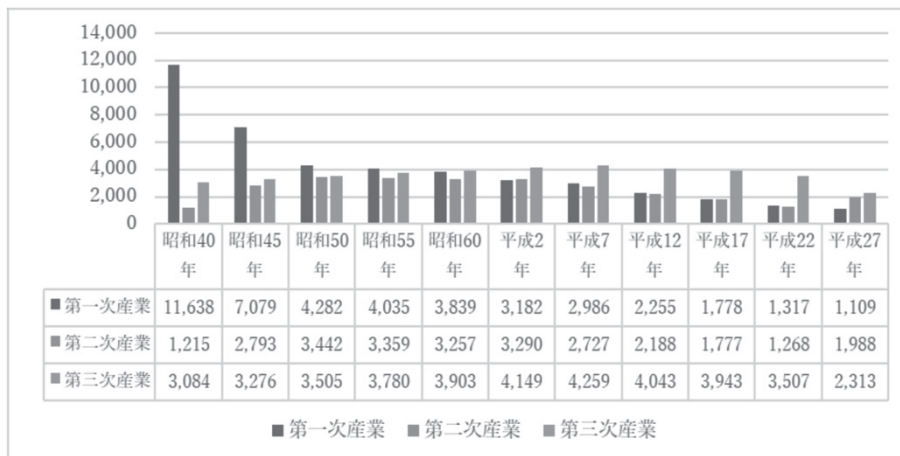
そして、空き家を活用してアートセンターやコワーキングスペース等を設立して、アーティスト、リモートワーカー、地域住民が南伊勢町の食や文化を介して交流できるようにすることで、アーティストやリモートワーカーは南伊勢町の魅力を知ることができ、住民はアウトサイダーである彼らの新しい視点に刺激を受け、いきいきと暮らすことができる。これらのことが叶えば、南伊勢町に住む人や訪れた人が「住み続けたい」「ここで働きたい」と感じるようになり、人口減少や産業の衰退などの地域課題の解決につながる。

1章 現状分析

近年日本は人口減少・超高齢化という大きな問題に直面しているが、南伊勢町も例外ではない。南伊勢町の高齢化率は三重県内市町で最も高く、少子化の進展によって、人口減少は避けては通れない議題となっている。現在総人口はピーク時の3分の1まで減少しており、中でも年少人口（0-14歳）と町を支える生産年齢人口（15-64歳）の減少が顕著であり、これらは若い世代の他地域への転出超過と、広い世代で見られる他地域からの転入の減少という社会減による影響が大きいと考えられる。

若者世代を中心とした他地域への流出・人口減少という問題は、産業の衰退という面でも影響を及ぼしている。国勢調査のデータによると、南伊勢町の基幹産業として発展してきた第一次産業の就業人口は減少の一途を辿っており、昭和40年から平成27年で約10分の1となっていることが分かる（図1）。第一次産業だけでなく、第二次産業と第三次産業の就業人口も近年は減少傾向にある。第二次産業の就業人口は平成22年から平成27年にかけて約57%増加しているが、就業人口がグラフ中最多である昭和50年の値には届いていない。

図1 産業別人口の推移



出典：数字で見る南伊勢町
南伊勢町統計資料
令和元年度版

南伊勢町は人口減少に対して、転出対策として子育て世代への補助金や助成金といった未来を担う次世代への支援を行っている。一方で移住・定住を促進するために空き家バンク制度を設置し、空き家の情報提供や空き家バンクリフォーム補助金など、空き家を活用した外からの移住者受け入れに積極的に取り組んでいる。

産業面では、6次産業化の推進や付加価値の高い農林水産物の開発、漁港・漁場など生産基盤の整備促進及び就業者の高齢化への対応のための人材育成、他産業と連携した体験観光の充実などを行うことを目標に掲げ、問題の解決に取り組んでいる。

しかし、「南伊勢町人口ビジョン」の調査によると「南伊勢町に将来も住みたいか」という問いに対し「ずっと住みたい」「できれば住みたい」と答えた若者世代はわずか3割にとどまっているのが現状である。

2章 「産業の活性化」の定義と将来像について

2-1. 「産業の活性化」の定義

南伊勢町における「地域の活力につながる産業の活性化」のための提言を行うにあたって、まず本稿における「産業の活性化」の定義を明確化する。

1章で示したように、南伊勢町は若者世代を中心とした他地域への流出に伴う就業人口の減少が課題となっている。このまま南伊勢町で働く人が少なくなっていくと、地元にある産業の後継者が不足し、新たな産業や事業が生まれる機会も減少してしまうと考えられる。したがって、本稿では「南伊勢町に住み続けたい、南伊勢町で働きたいと思う人を増やす」ことを産業の活性化として定義する。

「産業の活性化」の方向性としては、他にも南伊勢町の商品が多く売れるようにする、ブランド力を付けることで価格を高くしても売れるようにするといったことも考えられる。しかし本稿では南伊勢町で働きたいと思う人を増やすことに焦点を当てた取り組みを行うことで、人口減少という、より根本的で重要な課題にも同時にアプローチすることを重視する。それによって南伊勢町を持続的に発展するまちにしていくことが可能になるからである。

以下では、現状を変え、南伊勢町に住む人・訪れた人が「住み続けたい」「ここで働きたい」と思えるようにするためのまちの姿や取り組みを提案する。

2-2. 提言によって目指す地域像

南伊勢町に住む人、訪れた人が「住み続けたい、ここで働きたい」と思うためには、ただ単に仕事や働く場所があるだけでは十分ではない。どのような仕事の人でも「刺激を受けながらいきいきと働く自分の将来像をイメージできる」ようにすることが、豊かな人生への展望を明確にし、「住み続けたい、ここで働きたい」という意識を生む。

したがって、南伊勢町に住む人・訪れた人がこのように思えるようなまちとなることが、本提言が目指す地域像である。

2-3. 産業と文化に富んだ地域の可能性について

次に、南伊勢町が将来性のある地域を目指すうえで何が鍵となるかを、創造都市論において研究されてきた論点を基に検討していく。

創造都市は「文化芸術と産業経済との創造性に富んだ都市」とされ、21世紀にふさわしい都市のモデルの1つとして登場した。20世紀後半、産業空洞化や地域の荒廃を問題視する欧米都市において、1985年に始まる「欧州文化首都」事業などの「芸術文化の創造性を活かした都市再生」が試みられた。欧米諸国での成功事例を背景に、国際連合教育科学文化機関(UNESCO)は2004年から「創造都市ネットワーク」事業を開始し、創造都市と認定された地域同士の交流を推し進めている。日本でも、神戸市や名古屋市、金沢市など10都市が創造都市ネットワークに加盟している。

佐々木(2012)は、創造都市に見られる、文化と産業に富み地域社会の問題解決を行えるような「創造の場」を生み出すことは、大都市だけでなく、地方都市や農村においても可能

であるとして、群馬県桐生市を事例に挙げている。繊維産業が盛んな桐生市は古くから織物の町として名を馳せてきた。しかし、1980年代は円高や輸出の不振により7割の事業所が廃業を考えるほど、桐生市の繊維産業は低迷した。そこで、公益財団法人「桐生地域地場産業振興センター」は新進気鋭のデザイナーと協働し、桐生産の素材を使ったテキスタイル・ショーやコンペティションを開催した。素材から最終製品までを桐生市内で一貫生産し、デザイナーの感性と産地の技術が融合したことで、従来にはない創造的な作品が生み出された。完成された作品を見て最も刺激を受けたのは、桐生市の繊維業界の人たちであったという。センターの専務理事を務めていた森山亨氏は「どこの産地にも長い歴史に培われた優れた技術と文化が存在しますが、その価値を認めようとしなのが当の産地の業者たちです。自信のなさが経営革新の意欲を阻害してしまうので、こうした偏見を取り除き、自信を回復させるために、デザイナーの協力を得て、産地一貫生産に挑戦したのです」と述べている¹。以来、世界的に有名なデザイナーへの素材提供を行うなど、桐生市の繊維業は創造的な発展を遂げている。現在「桐生市第六次総合計画」では想像力や感性豊かな人材がまちづくりに必要であるとして、将来像を「感性育み 未来織りなす 粋なまち桐生」とし、独自の文化と産業を生かした人材育成に取り組んでいる。

佐々木(2012)は「創造の場」においては、芸術家や科学者に限らず労働者や職人、住民全員が自身の能力を発揮できる必要があるとし、このように「誰もが創造的に生き、仕事ができる」地域を「創造的地域」と説明している。「創造的地域」こそが、本稿が目指す南伊勢町の理想像である。また、佐々木は、桐生市などの事例を踏まえ、農村部では「大都市の芸術家との協同作業や海外の異文化との交流によって、従来にない創造的な文化や産業が生まれる可能性が広がる」と述べている²。創造的な活動をすべてアーティストや地域外の人に任せて住み分けをしてしまうのではなく、アーティストと住民の協同作業や交流を促し、異業種の視点を交えた内発的な創造活動が生まれるコミュニティを作ることが、「創造的地域」への一歩である。

3章 提言

3-1. 提言の概要

本稿では、南伊勢町を誰もが刺激を受けながらいきいきと暮らしていける、創造の場に富んだ町にするために

- 1 多様で個性的な能力を持ち、外部への発信力があるアーティスト、リモートワーカーを呼び込むこと
- 2 空き家を活用し、アーティスト、リモートワーカーと地域住民が地元の食や文化を介して交流できる場をつくること

を提案する。

(注)

¹ 佐々木雅幸(2012)『創造都市への挑戦 産業と文化の息づく街へ』岩波書店, 224-225頁

² 同上, 236-237頁

3-2-1. アーティストと AIR

アーティストを南伊勢町に呼び込む方法として提案するのが、アーティスト・イン・レジデンス（以下 AIR）である。AIR とは、アーティストが一定期間ある地域に滞在して制作活動を行うプログラムのことで、日本でも近年地方自治体が担い手となり取り組むケースが増えている事業である。AIR は、アーティストが普段と異なる環境や文化の中で過ごすことで、彼らの創作活動に新たな展開を切り拓く機会を提供するとともに、地域住民がアウトサイダーであるアーティストと交流することで、新しい視点に刺激を受け創造性を発揮する機会にもつながり、地域が創造的発展をしていく上でも重要な役割を果たす。それでは、実際に南伊勢町で AIR を行ったとき、住民や産業にどのような創造的発展が期待できるのだろうか。以下では、新潟県越後妻有地域で開催されている先進的な取り組みである「大地の芸術祭」の事例を検討し、南伊勢町に対する提言につなげていく。

新潟県越後妻有地域で3年に一度開催される「大地の芸術祭」は、国内外から多数の訪問者が訪れる、日本有数の芸術祭である。芸術祭の作品を制作するアーティストは、過疎化や少子高齢化など、妻有地域が抱える社会問題や風土を踏まえ、地域住民と協働して作品制作を行う。2015年8月にオーストラリアのスナッフ・パペッツというアーティスト集団が行った「越後妻有の巨大パペッツ」（2015）というプロジェクトでは、アーティストが地域調査や民話の聞き取りを行い、住民と議論しながら作品を制作し、8月16日に松代地区の農舞台でアーティストと住民がパフォーマンスを行った。アウトサイダーであるアーティストが住民と交流することで、地域住民が特別視していなかった自然環境や生活様式が作品に生まれ変わった。このことは、住民にとって自分達の生活の持つ魅力を改めて認識したり、気づいていなかった新しい価値を発見したりするきっかけとなった。大地の芸術祭でアーティストとこのようなやりとりを重ねるうちに、地域住民は自信を持ち、訪問者に作品までの道のりの途中で水や野菜をすすんで提供するなどの行動をとるようになった。

南伊勢町も妻有地域同様、豊かな自然や食に恵まれた地域である。地域住民がアーティストと交流する事で、アーティストの創造的な視点を通して共に地域の魅力を再発見し、地域に自信をもつというメリットは、南伊勢町でも期待できると考えられる。また、アーティストが地域に溶け込み活躍することは地域に開放的な空気をもたらし、外部から人を呼び込むための基盤となり得る。

これらのメリットを踏まえ、南伊勢町で実際にどのように AIR を取り入れていくべきか、次項で具体的に提示する。

3-2-2. 南伊勢町での AIR の提案

南伊勢町で AIR を行う上で、より多くのアーティストと住民が出会い、交流する機会を創出するためには、町のアート拠点である「南伊勢アートセンター」をつくる必要がある。

○アートセンターとは

近年、日本ではアートセンターと呼ばれる文化施設が増えつつあるが、その定義は必ずしも明確ではない。南伊勢町での展開を検討するうえでの参考事例として、以下では静岡

県浜松市の鴨江アートセンターを紹介する。

浜松市鴨江アートセンターは、歴史的建造物を活用し2013年に開館した、創造都市・浜松の拠点的役割を担う公立文化施設である。鴨江アートセンターのミッションで重視されていることは、AIRの取り組みと、ワークショップやトークイベントを通しての人々の交流である。「創造都市・浜松の開かれたアート拠点」として、年間を通して50回以上、アーティストによる展示やイベント、市民向けワークショップなどを企画・開催している。また、センター内にある部屋をアーティストに貸し出しており、様々なジャンルのアーティストやクリエイター達の表現活動を支援すると同時に、彼らの制作プロセスを公開することで、市民の創造力を喚起し地域社会の発展を目指している。

○南伊勢町の開かれたアート拠点「南伊勢アートセンター」

次に、鴨江アートセンターをモデルとし、南伊勢町において想定されるアートセンターの位置づけと、その役割を提示する。

南伊勢アートセンターは、南伊勢町で行われるAIRなどの芸術文化活動全般を統括・支援する専門機関として開館する。施設の管理運営は、地域住民とアーティストを繋ぐコーディネーターが担う。町全体の芸術文化活動に関する情報を整理し、それぞれの活動をより多くの地域住民、アーティストに発信・共有するとともに、ワークショップやAIRプロジェクトの地域内外に向けた広報、募集要項やプラットフォームの作成などを行う。

また、アートセンターは公共施設として運営し、住民、アーティストが自由に訪れることのできる地域に開かれた出会いの場となるようにする。アートセンター内にワークショップや展示ができるスペース、簡単な創作活動ができるスペースをつくり、人々のより創造的な交流を促進する。これにより、アーティストと地域住民の双方向的な働きかけが可能となり、レジデントアーティストが閉塞的になることを防ぐ。

また、鴨江アートセンターが地域の歴史的建造物を改修して利用したように、南伊勢町でも地域の資源を活用したアートセンターを開館することを目指す。具体的には、町の空き家を改装する、宿泊施設である海ぼうずなど既存する施設の中に新たな機能としてアートセンターを設置するなど、方法には様々な可能性がある。

○空き家を活用したAIRプロジェクト

南伊勢町で行うAIRについては、前述のアートセンターでの実施に加え、空き家を活用したプロジェクトも提案する。

一点目に挙げるのは、「空き家を地域住民とともにリフォームする」プロジェクトである。空き家自体をアートの素材とし、地域住民とアーティストが意見交換をしながら共同で作業を進めていくAIRである。空き家をアーティストが改装したことで活用できるようになった例は、京都・西陣のAIRでも見られる。西陣ではバブル崩壊後、主要な呉服問屋が相次いで倒産し、京風の町屋が次々と空き家と化した。この状況に目を向けたアーティスト達は、西陣の町屋や倉庫に移り住むようになり、増加していく空き家を改装するプロジェクトを始める。彼らの活動は内部の大改装ではなく、インテリアや家具の配置を工夫するものだ。これにより室内も玄関も雰囲気のがらりと変わった。このように移住したアーティストは自らの創造活動を行う一方、空き家の保存・修理、加えて町内会への参加を通じ

て、地域の活性化に大きな役割を果たしている。

西陣の例を参考に、南伊勢町では、アーティストによる空き家の改装に住民も共同で参加し、アートセンターやコミュニティスペースなど、空き家が地域内外の人々の交流を促進する場、産業活性化の場になるようなリフォームを行う。

二点目に挙げるのは、「空き家をアーティストに貸し出し、自由に作品制作をしてもらう」プロジェクトである。これはアーティストの宿泊場所、制作場所として南伊勢町の空き家を貸し出し、自由に創作活動をしてもらう AIR である。この活動を推進していく上で重要なのは、アーティストが南伊勢町の住民と交流した上で、そこで得たアイデアや刺激をもとに南伊勢町だからこそでできる作品制作をすることである。

そのため、アーティストには、南伊勢町の自然環境や高齢化、産業の衰退等の地域問題を、実際に町に入り住民と様々な交流の機会を通じて学んでもらう。受け入れるアーティストについては、地元の人との交流、共同制作などの取り組みが主となることに理解がある人、南伊勢町の自然環境、産業に関心のある人、南伊勢町の自然・空き家などの資源・食・産業を交えた制作を行える人など、南伊勢町における AIR に共感を持てる人であることが重要である。

アーティストには、美術、演劇、音楽など様々な部門を専門とする人々がいる。「南伊勢町の第一次産業×アート」として、アーティストとコラボした南伊勢町の一次産品のパッケージの制作を行う、マルシェを開催する、「南伊勢町×演劇」として、南伊勢町の劇場でアーティストと住民と一緒に演劇をつくるなど、それぞれのアーティストのもつ新しい視点と、南伊勢町の自然や産業が合わさることで、地域住民にとっては日常的なものである町の自然や産業に光が当てられる。それが作品へと生まれ変わることで、住民は今まで気づかなかった南伊勢町の魅力を知る機会となり、地域や自身の職への愛着、自信が向上する。また、様々なアーティストの多様な視点は、住民の創造性を刺激し、住民一人ひとりがいきいきと生活することにも繋がると考えられる。

3-3-1. リモートワーカー受け入れの取り組み

リモートワーカーを受け入れることは、単なる関係人口の増加を狙うものではなく、これまで南伊勢町になかった新しい仕事が持ち込まれることに注目するためである。新たな種類の仕事が南伊勢町で行われていることも「創造的地域」の要素の一つである。加えて、外から来たリモートワーカーやアーティストと地域の住民が関わることで化学反応が起こり、新しい取り組みが生まれる可能性も期待できる。

このような取り組みの先進事例として注目されるのは徳島県の山村、神山町である。

3-3-2. 徳島県神山町の先進事例

徳島県が 2011 年のテレビ放送の地上デジタル化を見越し、県民がケーブルテレビによるデジタル放送を視聴できるよう「全県 CATV 網構想」を打ち出した。神山町のような山間部に至るまでケーブルテレビが整備され、同時に高速・大容量・常時接続のブロードバンド環境が県全体に行きわたることとなった。

東日本大震災後、県下全域にインターネット環境が整備された徳島県は IT 企業に注目されることとなり、2012 年に官民協働で「とくしまサテライトオフィスプロジェクト」

がスタートし、古民家の再利用、豊かな自然、インターネット環境の良さをPRし企業誘致へつなげていった。

AIRに取り組む山村としても知られる神山町では、コワーキングスペースはサテライトオフィス進出企業や、地元企業・住民が交流できる場として活用され、様々な人材のマッチングを通して、ビジネスの創出や地域課題の解決などに取り組んでいる。コワーキングスペースの具体例として、神山バレー・サテライトオフィス・コンプレックス(NPOグリーンバレー)と、WEEK 神山(株式会社神山神領)が挙げられる。

古民家を改修したWEEK 神山は、宿泊施設が本来の姿だが、「STAY&WORK」をコンセプトとしており部屋のデスクや共有ラウンジで作業をすることが可能となっている。道を挟んで隣に神山バレー・サテライトオフィス・コンプレックスがあり、コワーキングを通して人が交流するのに適した空間となっている。

NPO グリーンバレーの理事長・大南氏は神山町の地域振興のポイントを「創造的過疎」と名付けている。創造的過疎とは「多様な働き方を実現するようなビジネスとして場の価値を高めて、農林業だけに頼らないバランスの取れた、持続可能な地域を目指すこと」である。サテライトオフィスの誘致は、神山町で育った子どもたちがその企業で働けるような状況を生み出し、地域内の世代循環を取り戻すことが期待されている。

3-3-3. 南伊勢町へのリモートワーカー誘致の提案

南伊勢町におけるリモートワーカー受け入れの取り組みは、神山町の先進事例と、前述の創造都市の考えを踏まえ、コワーキングスペースをただの場所貸しに留まらせるのではなく、南伊勢町に活気をもたらせるために、交流の場としての機能も持たせることが重要である。

南伊勢町には、コワーキングスペース「しごとば油屋Ⅱ」が既に運営されているが、現状のものよりさらに異業種交流の拠点性を高めることが有効である。そのため施設の利用は、外から来たリモートワーカーはもちろんのこと、地元の人にも作業に集中できる場として提供する。仕事場と交流の場の両立を図るために、静かに仕事ができる場所と、会議ができる部屋、雑談もできるようなカフェスペースを設けることが望ましい。このコワーキングスペースが、仕事場としても、交流の場としても賑わいを見せ、リモートワークが南伊勢町で根付くことで、若者世代が、ここに住みながらでも自分のやりたい仕事はできるのではないかと思えるようになり、職を求めての人口流出の食い止めに寄与することが期待される。

また、仕事場以外にも魅力的な好条件を設けることで、さらなるリモートワーカーの誘致が期待できる。そこで、様々な興味深い体験や交流が可能な場を複数設けることも併せて提案する。

コワーキングスペースだけでなく、レストランなどの食事処も交流の場である。食を共にすることで人々の関係はさらに深まっていくと考えられる。例えばAIRにて綺麗に改装された空き家を活用したレストランで、地元の特産物を使った美味しい料理を提供する。外から来たリモートワーカーやアーティスト、地元の人が気軽に立ち寄れるような場所をつくることで、その料理に使われた食材の生産に関わった人と話ができる。そこから新しい取り組みが生まれる可能性に期待ができる。レストランをはじめとして劇場やギャラリー

一、既存のホールなど、もともと存在する地域資源を活用しながら、創造の場を点々と作っていくことが望まれる。

海も山もある自然が豊かな中で癒されながら、コワーキングスペースなどで仕事をし、食事では南伊勢町の恵まれた美味しい食材を味わえるレストランがある。そこでは他のリモートワーカーや地元住民、アーティストなど地域内外からの様々な人との交流を楽しむことができる。加えて南伊勢町には漁業体験やミカン狩りなど自然が豊かだからこそできるコンテンツもある。これはリモートワーカーがワーケーションをする理想のものだと考えられる。充実したワーケーション生活を求めている人は、コロナ禍を経てリモートワークが取り入れられた現在では少なくない。最近の働く世代はインスタグラムやツイッターなどの SNS や YouTube、個人のブログなどで情報を集めることが多く、実際に体験した人の、SNS での感想やレビューの投稿や動画、ブログ記事は、ワーケーションを調べている人たちにダイレクトに届くような情報拡散の効果が見込める。

南伊勢町にとっても、彼らの情報拡散により自分たちの住む地域や自分たちが作った食材や料理などが注目され話題となれば、地域の人々の自信の向上にも寄与すると考えられる。

3-4. 創造の場の公共性について

前章までで提案した、地域の「創造の場」となるアートセンターとコワーキングスペースは営利目的の施設ではなく、公共施設でなければならない。佐々木（2012）によると「創造の場」は人と人が繋がり広がったネットワークの結び目に生まれるため、人々の結びつきが重要な要素となると述べている。「創造の場」においては、地域住民や外部から来た人々を結びつける仲介人としてのコーディネーターの存在が必要不可欠であるが、可能な限り多くの地域住民の参画を促し、多様なネットワークを築くためにはコーディネーターは非営利的でなければならないとされる。つまり、「創造の場」をつくりあげる上では、すべての人が平等に利用でき、様々なネットワークを自由に築けるよう、アートセンターとコワーキングスペースは非排他的で公共性を帯びたものであるのが必須となる。公共施設としてアートセンターやコワーキングスペースを広く開放することで、最も多くの人々が交流の機会を得ることができ、その結果「創造の場」が数多く生まれ、いきいきとした南伊勢町を実現できる。

4章 終わりに

本研究では、南伊勢町が目指す「産業の活性化」を実現する為に、公共性のもとに運営されるアートセンターやコワーキングスペースを設けること、またそれらを活用したアーティストやリモートワーカー、地域住民同士の交流を重視したアーティスト・イン・レジデンス(AIR)などの活動を行うことを提案した。

これらを実現させるには、費用面や人材面での問題について課題が存在していることも事実である。

しかし、南伊勢町の発展のために、長期的な目線を持って「南伊勢町に住み続けたい、南伊勢町で働きたいと思う人を増やす」ことや、「刺激を受けながらいきいきと働く自分の

将来像をイメージできる」まちをつくることには大きな意義がある。アーティスト、リモートワーカーと地域住民の交流から、地域住民の自信の醸成や新たな取り組みの誕生など、多くのメリットが期待される本稿の提案が、南伊勢町の課題を解決すると確信する。

参考文献

- ・南伊勢町(2020)「数字で見る南伊勢町 南伊勢町統計資料 令和元年度版」
- ・南伊勢町(2016)「南伊勢町人口ビジョン」平成28年3月策定
- ・創造都市ネットワーク日本「創造都市とは？」(<https://ccn-j.net/creative-city/>) (参照：2022-10-27)
- ・文部科学省「ユネスコ・クリエイティブシティーズネットワーク（ユネスコ創造都市ネットワーク）について」(<https://www.mext.go.jp/unesco/006/1357231.htm>) (参照：2022-10-27)
- ・佐々木雅幸(2012)『創造都市への挑戦 産業と文化の息づく街へ』岩波書店
- ・桐生市(2012)「桐生市第六次総合計画」
- ・ForbsJAPAN(2018)「『大地の芸術祭』が取り戻した越後誇り」Forbs Japan 2018年6月13日、<https://forbesjapan.com/articles/detail/21499/2/1/1>
- ・八幡さくら(2022)「アーティスト・イン・レジデンスがもたらす土地・アーティスト・アート・地域住民の循環-イギリスと日本の比較研究の観点から」『国際哲学研究・11巻』
- ・徳島ってどんなところ？ | 徳島サテライトオフィスプロモーションサイト <https://www.tokushima-workingstyles.com/tokushima/> (参照：2022-8-22)
- ・大和ハウス工業株式会社「神山町に見る地域再生の秘訣【前編】～田舎を働く場に人材が集まる仕掛けとは～ | サステナブルジャーニー |」
https://www.daiwahouse.co.jp/sustainable/sustainable_journey/smartecotowns/007/ (参照：2022-8-22)
- ・庄司智昭(2014)HUFFPOST「神山プロジェクトの20年の軌跡から学ぶ、まちづくりに重要な4つの視点」HUFFPOST 2014年12月30日
(https://www.huffingtonpost.jp/shojitomoaki/communitydevelopment_b_6065030.html) (参照：2022-8-23)
- ・町家倶楽部ネットワーク <https://www.machiya.or.jp/>町家回覧板/西陣の特徴・職住一体 /

6次産業化と地域資源を活かす「共同加工場」の可能性

－持続可能な町内産業を目指して－

東海大学 政治経済学部政治学科 岡本ゼミナール(指導教員：岡本三彦)

代表者：水津颯

発表者(参加者)氏名：石垣綾香・金山大誠・竹蓋健太・蛭田舞美・宮崎理彩

《目次》

梗概

第1章 南伊勢町の産業構造と地域ブランド

1. 南伊勢町の産業構造
2. 地域ブランドとその課題

第2章 南伊勢町における「6次産業化」の可能性

1. 「6次産業化」－南伊勢町の持つポテンシャルの高さ－
2. 「加工」支援の持つ可能性 －山形県遊佐町の事例から－

第3章 6次産業化と「共同加工場」がもたらす持続可能な町内産業

1. 既存の施設を活かした「共同加工場」
2. 現行政策との相乗効果

おわりに

謝辞

参考文献

梗概

南伊勢町は、漁業や農業を中心とした第一次産業が盛んな地域で、地域ブランドである「南伊勢ブランド」に認定される商品をはじめとした多くの特産品を見ることができる。そうした農林水産業の豊かさの一方、南伊勢町が実施した「まちづくり町民意識調査」や南伊勢町議会による「若者定住対策推進への提言書」においては、第一次産業中心という産業構造に起因する雇用の減少や先行きの不透明さ、住民の町外流出の増加が指摘され、未来の町内産業を担う若者を中心とした担い手が不足しつつある現状に大きな改善は見られていないようである。また、地域ブランドに係る政策が近隣自治体においても活発さを見せている点からは、「南伊勢ブランド」の取り組みも他の取り組みの中で埋没してしまう危うさがある。

以上のような課題に対して、第一次産業中心という南伊勢町の産業構造に着目し、その可能性を活かした6次産業化の推進政策、とりわけ中小の事業者への「加工」支援に焦点を当てた政策を本論文では提案する。

第1章では、南伊勢町の産業構造やこれまでの地域ブランドに関する取り組みを中心に取り上げることで、南伊勢町の産業の現状、「南伊勢ブランド」を中心とした周辺地域の地

域ブランドの政策動向について整理した。第2章では、前章を踏まえた上で、本論文での産業の6次産業化政策の提案理由と南伊勢町のもつ産業の6次産業化に向けた強みに関して、選考事例となりうる自治体を交えて考察した。第3章では、6次産業化の推進やその充実のための取り組み「共同加工場」に関して提案内容を具体的に説明する。また、現行政策との関係の中で考えられる相乗効果についても整理した。

第1章 南伊勢町の産業構造と地域ブランド

1. 南伊勢町の産業構造

「地域の活力につながる産業の活性化」を目指す政策提案を行うにあたって、総合計画である「新絆プラン」や南伊勢町議会による「若者定住対策推進への提言書」、統計資料などを用いて南伊勢町の産業構造を考察する。

南伊勢町は、沿岸部に熊野灘に面したリアス海岸が広がり、内陸では温暖な気候を活かした柑橘栽培が行われており、漁村と農村が融合した自然的・地理的条件を有する。産業構造の特徴としては、町内総生産に占める第一次産業の構成比が28.4%と極めて高い。これは、伊勢地域の各自治体と比較しても特筆したものがある。(図表1)とりわけ漁業分野では、全国6位である三重県の海面漁業漁獲量の内40%以上のシェア(2018年)をもっており、大きなポテンシャルと言えよう。(図表2)

図表1 伊勢地域の各市町における産業分野ごと対総生産の構成比(%)

区分	南伊勢町	鳥羽市	志摩市	伊勢市	玉城町	度会町	大紀町
第一次産業	28.4	5.9	2.5	1.0	2.0	5.1	7.0
第二次産業	15.6	9.7	11.3	27.9	72.1	26.4	29.0
第三次産業	55.7	84.1	85.9	70.8	25.6	68.2	63.7

(出典：三重県市町要覧(令和4年度版) 市町の概要から筆者作成)

図表2 海面漁業漁獲量の三重県順位と三重県内の市町順位

(単位：100 t)

都道府県	値	順位
全国	31,914	—
北海道	9,104	1
茨城	2,994	2
静岡	2,438	3
長崎	2,427	4
宮城	1,615	5
三重	1,072	6
千葉	1,054	7
宮崎	1,010	8
島根	889	9
鳥取	822	10

(単位：t)

市町	値	順位
南伊勢町	53,997	1
鳥羽市	19,378	2
紀北町	15,275	3
志摩市	9,898	4
尾鷲市	8,287	5
伊勢市	6,463	6
津市	6,270	7
鈴鹿市	6,234	8
四日市市	2,145	9
熊野市	1,614	10

(出典：農林水産省「海面漁業生産統計調査」から筆者作成¹⁾)

¹⁾ 都道府県順位は2021年調査、県内市町順位は2018年調査を参照。なお、2018年以降「海面漁生産統計調査」の市町村集計は行われていない。

これらのことから、南伊勢町では、第一次産業が町を支える要であり、他の自治体と比較した際の特徴であるともいえる。一方で、第一次産業には、天候や時期によって漁獲量・収穫量・市場価格に波があるため安定性の確保が難しいという課題がある。また、高齢化や人口減少²によって町内産業の担い手が減少傾向にあることも懸念材料である。

2. 地域ブランドとその課題

南伊勢町における、産業構造を活かした取り組みの中で着目したのが「南伊勢ブランド」認定事業である。この事業は、南伊勢町が誕生した翌年の2006年から約16年間続く長期事業であり、伊勢地域内での地域ブランドの先駆けとなった産業活性化事業でもある。

南伊勢町の伝統的で魅力ある産品などを認定し、情報発信することで、地域経済の活性化と南伊勢町の発展を図ることが目的とされた。認定の対象は、南伊勢町内で生産または製造された産品で、町内に事業所を有する事業者等が自ら申し込み、審査を受ける申請型の地域ブランドである。南伊勢ブランドに認定された産品は、認定を受けたことを表示することが可能となるほか、町章を基本としたブランドマークを商品に付すことが出来る。(図表3)現在、南伊勢ブ

ランドに認定されている特産品は「大伊勢海老」や「デコタン」をはじめとした約30品目で、今年はいまだに「あなたに逢い鯛。」と「なだまぐろ」が新たに認定された。

伊勢地域において、南伊勢町などが先駆けとなって展開されてきた地域ブランドの取り組み展開は、他市町村にも広がりを見せており、各自治体によってさまざまな目的や体制を見ることができる。図表4に示したのは、三重県および伊勢地域において展開される地域ブランドの比較である。特に多くの認定品を有するのは伊勢市の「伊勢ブランド」であり、2020年から始動した地域ブランドであるものの第2回認定式(2022年4月)が行われた現時点で50品目に及ぶ産品が認定されている。

近年、地域ブランドに係る政策の動向が活発であることは、図表4から見る事ができる。実際、南伊勢町における「南伊勢ブランド」の取り組みは、市場に参入することにより一定のハードルがある中小事業者の商品を取りまとめ、「認定」という一種のお墨付きを行政が与えた上で、市場参入を図るという点に政策の有効性があるといえる。しかしながら、地域ブランドに登録される産品の多くは、一次産品や取り組みが始まる以前に既に製品化されていたものであることが多い。これらより地域ブランドの取り組みが地域産業の「活性化」を促す存在として十分な成果を発揮してきたかに疑問が残る。また、伊勢市・鳥羽市・志摩市といった多数の観光地を持つ自治体が隣接する、南伊勢町のような自治体では、

図表3 ブランドマーク



(出典：「南伊勢ブランド認定表示取扱基準」から)

² 年少人口割合：5.9%(県内最低)、老年人口割合：53.6%(県内最高)、生産年齢人口割合：40.5%(県内最低)、人口増減率(2019～2020年)：-(マイナス)29.6%(県内29自治体中27位)

取り組みや登録産品自体が埋没してしまう可能性がある。

多様な地域ブランドが展開され、政策動向が活発化する中では、他の地域ブランドと比較した際に、認定品目数や認定を目指す事業者が得るメリットなどの点で差別化を図るほか、既存の産業・特産品を追随し登録するだけの取り組みに留まらない、新たな特産品の開発促進を進める必要がある。行政に求められる役割は、事業者が実際に特産品を開発し、製造する動きを進めやすくなるための支援体制を整備することではないだろうか。

図表 4 三重県および伊勢地域の地域ブランドの比較

自治体	ブランド名称	認定数	取組開始年	目的	認定による利点
南伊勢町	南伊勢ブランド	29	2006年	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済の活性化 ・町の発展 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・ブランドマークの使用 ・二次利用 ・補助金制度(認定品1点につき15万円/年)
志摩市	志摩ブランド	26	2012年	<ul style="list-style-type: none"> ・販売支援 ・観光客の誘致 ・地域経済の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・ブランドマークの使用 ・販売手数料/費用等の一部補助 ・販売戦略 ・PR方法などの勉強会実施
伊勢市	伊勢ブランド	47	2020年	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済活性化 ・イメージ向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・認定シールの使用 ・認定証と認定楯 ・産業振興会HP掲載 ・市と観光協会主催の物産展で販売
玉城町	玉城ブランド Taste of Tamaki	6	2021年	<ul style="list-style-type: none"> ・町と産品の知名度向上 ・地位経済の活性化 ・移住・定住 ・関係人口づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・のぼり旗での宣伝 ・認定ロゴマークの使用 ・認定証 ・二次利用 ・イベントなどでのPR
大紀町	大紀ブランド	30	2014年	<ul style="list-style-type: none"> ・町の全国PR促進 ・地域経済の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・認定書
三重県	三重ブランド	20	2001年	<ul style="list-style-type: none"> ・「本物づくり」の支援 ・県のイメージアップ ・観光誘客の促進 ・生産者の意欲向上 ・地域経済の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信(専用HP開設) ・シンボルマークやロゴの使用 ・二次利用 ・キャンペーン実施

(出典：各自治体Web-site等から筆者作成³)

³ 図表における情報は、原則として各自治体の公表する最新の情報に基づく。なお、周辺自治体のうち鳥羽市および度会町は、地域ブランドの取り組みを行っていない。

第2章 南伊勢町における「6次産業化⁴」の可能性

1. 「6次産業化」－南伊勢町の持つポテンシャルの高さ－

地域産業の活性化を目指す中では、地域産業全体を「安定した産業」、「さらに稼げる産業」、「付加価値のある産業」といった持続可能性のある産業へ転換していく必要がある。人口流失による過疎化、少子高齢化が加速度的に進行する南伊勢町において若者の定住が進まない理由は、こうした町内産業の弱さを若者が実感しているからであると考えられる。令和4年3月に南伊勢町議会が公表した「若者定住対策推進への提言書」の中でも抽出された問題(現状)と課題として、産業安定性の欠如、偏りの有る産業構造に起因する先行きの不透明さなどが真っ先に挙げられていた。こうした状況にある中で、南伊勢町に求められる取り組みは、6次産業化の推進やその充実のための取り組み「共同加工場」の整備である。

農林水産省「6次産業化とは」において産業の6次産業化の取り組みは、以下のように定義された。

「一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組」

この産業の6次産業化の取り組みの中で最も重要な点は、あらゆる産業体がまとまりとなって事業を推進し「付加価値」を生み出すという点だ。町内総生産に占める第一次産業の構成比が極めて高いほか、県内トップシェアを持つ漁業を有する南伊勢町の6次産業化の進展に向けたポテンシャルには、大きなものがあると感じる。近年、加工済みや下処理済みの魚に対する需要が簡便さを求める事業者や家庭に広がっている。コンビニエンスストア大手のローソンが刺身に加工した冷凍真鯛の販売を始めたことから消費者のニーズを感じることができる。また、新型コロナウイルスの流行に伴う^{うちしょく}内食や^{なかしょく}中食の増加も加工済みや下処理済みの商品などを求める消費者の動きを更なるものとした。

「加工」という取り組みは、付加価値の付与による製品単価の向上のほか、消費者の需要に合わせて製品を出荷できるようになるという特徴を持つ。この特徴からは、農林水産物の日々の市場価格の変化などに左右されにくい安定的な収入源をもたらすことが期待できる。また、定質・定量・定時・定価格で生産物を供給できる特性を持つ魚類の養殖業が盛んであることも南伊勢町で6次産業化を進める上で他にはない強みとなるだろう。6次産業化の進展によって事業者の収入源が多角化することは、天候や時期によって漁獲量・収穫量・市場価格に波があるために安定性の確保が難しいという第一次産業特有の課題を補い、地域産業全体を「安定した産業」、「さらに稼げる産業」、「付加価値のある産業」といった持続可能性のある産業へと変化させるきっかけになると考える。

⁴ 農林水産省は、各産業分野が連携・一体化する表現として $1 \times 2 \times 3 = 6$ (次産業)の表現を用いているため本稿においても「6次産業化」については、算用数字を用いた表記とした。

2. 「加工」支援の持つ可能性 —山形県遊佐町の事例から—

もちろん南伊勢町において、地域産業の活性化を目指す政策の展開がこれまで全く行われてこなかったわけではない。「南伊勢ブランド」の取り組みや地域商社「みなみいせ商会」の設立などによる町外への販路拡大を目指す動き、南伊勢町の地域特性を活かした特産品の開発に取り組む個人・法人などに向けた、使途や上限額に制限のある補助金制度（「地域特産品開発事業補助金」）もこうした試みの1つである。しかし、個人経営体による経営が大部分を占める⁵農林水産業において、事業者が加工施設を自ら整備・維持し、第二次産業にあたる製造業に挑戦することは、未だハードルが高い。これが「加工」への参入事業者を狭めている要因である。

この課題を踏まえ提案するのが、町内の事業者が使用できる「共同加工場」の整備を行うことだ。自ら一次産品を加工する施設や設備を持つことの厳しい事業者に対して行政が中心となって施設を整備する。この「共同加工場」の整備によって、個人経営体や中小事業者など独自の加工場を持つことができない人たちも積極的に加工した商品の製造や販売に乗り出すことが可能となると考える。

この「共同加工場」の取り組みに関して、先行事例となりうる市町村として山形県遊佐町を取り上げる。（図表6）遊佐町では、町内の地域資源を活用した産業振興および6次産業化の推進、特産品開発支援を図るため、遊佐町地域活性化拠点施設加工場（以下、「加工場」）を整備してきた。貸工房2室と共同加工室2室、包装室や食品庫などを有するこの「加工場」には、レトルト釜や業務用オーブン、調理器具の乾燥・殺菌機などが備え付けられ、小ロットの加工品の製造には、十分な設備が揃う。（図表7）

遊佐町における事例からは、個人経営体や中小事業者の加工に対する挑戦が低リスクかつ低費用負担で可能になるよう、行政が支援することで町内における新たな製品の開発・販売や地域課題の解決などが進む「好循環」が芽生え始める様子を見ることができた。

「加工場」は、ご当地カレーである「遊佐カレー」の生産拠点となるほか、地域おこし協力隊の隊員が荒廃する竹林の保護を目指して伐採した幼竹を使った「遊佐メンマ」、町内で多く生産されるパプリカを使用したブルガリア伝統の野菜ペースト調味料の「リュテニツァ」の開発・生産の拠点ともなってきた。こうした商品は、「加工場」から車で10分ほどのところにある国道沿いの道の駅「鳥海ふらっと」や遊佐駅、アンテナショップへ出品されるなど、小さなサイクルながらも6次産業化の取り組みが実りつつある。

図表6 南伊勢町と遊佐町の比較データ

	南伊勢町	遊佐町
人口	11375人(令和4年8月末)	12852人(令和4年9月末)
面積	241.89k㎡(令和元年)	208.39k㎡(平成26年)
町内総生産に占める 第1次産業構成比	28.4%(平成30年度)	9.9%(平成30年度)
一般会計予算額	約107億円(令和4年度)	約85億円(令和4年度)

(出典：南伊勢町および遊佐町の町政要覧等から筆者作成)

⁵南伊勢町における漁業経営組織の内、約97%が個人経営体。三重県においても全域の漁業経営組織の内、約96%が個人経営体である。

図表 7 遊佐町地域活性化拠点施設加工場の概要

名称	遊佐町地域活性化拠点施設加工場
住所	遊佐町比子字青塚 3 1 番地の 3 8
有する施設	貸工房 1・2 (いずれも貸出中のため空室無し)
	共同加工室 1・2
	共同包装室
	共同食品庫
	更衣室等
施設利用時間	平日 午前 9 時～午後 4 時 ※貸工房はこの限りでない
利用対象者	素材を製造加工し、付加価値を付けて販売することで新規に事業の展開又は事業規模の拡大を図ろうとする個人、団体、企業等その他町長が適当と認める者
整備・維持にかかる費用	施設整備に係る費用：約 5000 万円 施設維持に係る費用：約 1000 万円(年額) ※利用料等による収入：約 200 万円(年額)
施設の沿革	町内に工場がある企業が 2012 年に整備。店舗等が入居していたが 2017 年に閉鎖。町が施設を借り上げ、地域活性化の拠点として整備を実施。「加工場」は、2020 年より供用開始。

施設区分	使用料／単位
貸工房 1	26000 円／1 か月
貸工房 2	13000 円／1 か月
共同加工室 1	400 円／1 時間
共同加工室 2	300 円／1 時間
共同包装室	100 円／1 時間
共同食品庫	100 円／1 時間

(出典：「遊佐町地域活性化拠点施設加工場管理運営要綱」および現地調査から筆者作成)

第 3 章 6 次産業化と「共同加工場」がもたらす持続可能な町内産業

1. 既存の施設を活かした「共同加工場」

前章で見てきたように、本論文においては 6 次産業化の推進やその充実のための取り組み「共同加工場」の整備を提案する。遊佐町における施設の供用開始までの経緯を見ると調理や加工を行うためではない施設を「加工場」へ整備したため、施設整備に係る費用として約 5000 万円を要したが、既存の施設を活用した取り組みのため新設と比べ費用を圧縮することができた。南伊勢町においても、既存の施設を活用することで、費用を抑えて「共同加工場」を整備することが可能となるのではないか。「みなみいせ商会」が加工場として使用している廃校の給食調理室を町内の個人経営体や中小事業者などが使用できるよう整備を行い、有効活用することが望ましい。施設整備に係る費用を抑え、「共同加工場」の取り組みをスタートさせることで、施設を利用する個人経営体や中小事業者の使用料などの負担も軽減させることができる。

遊佐町において聞き取り調査を行う中では、「加工場」の政策は、まだ取り組みの途上であるため「成功事例」と言い切ることができないということであったが、金銭的なものに留まらない「利益」への政策効果を役場として実感しているという声があった。具体的には、「加工場」の整備によってもたらされた事業者同士や住民同士の関係性、地域の食文化

の維持・発展、前章でも取り上げた「遊佐メンマ」の生産に関連した荒廃する竹林の保護活動など地域課題の解決などにも及ぶ効果である。「共同加工場」の整備という今回の提案における大きなポイントは、その名の通り町民が「共同」で利用するという点である。漁業や農業の豊かさやそれによって育まれてきた漁村、農村の地域コミュニティそのものも文化の1つである。施設を行政が整備し、町内のさまざまな個人経営体や事業者が、「共同加工場」を利活用するようになると、その利用者間での新たな関係構築が望める。商品の販売数や売り上げの増加などに留まらない利益も「共同加工場」は、もたらすであろう。

そうして生み出された利用者同士の関係による、新たな特産品の誕生も期待できるのではないか。町内における新たな特産品の誕生や南伊勢ブランド認定商品の拡大は、他の地域ブランドと比較した際の南伊勢ブランドの差別化にも効果を発揮すると思われる。「共同加工場」によってもたらされた特産品の展開が軌道に乗れば、大規模小売店や外食チェーンなどとの大口取引の確立といった新たな展望も出てくるだろう。南伊勢町のもつ第一次産業の豊かさは、こうした可能性にも対応できるポテンシャルがある。

また、「共同加工場」の利用をきっかけとして一次産品の加工に乗り出した結果、独自に加工商品の製造や販売に乗り出す事業者が出てくる可能性もある。そうした動きがもたらされれば、町内における新たな雇用の創出も実現できるのではないだろうか。

「共同加工場」によってもたらされる具体的製品の一例として、私たちは「鯛のカルパッチョセット」を提案する。南伊勢町で生産が盛んな養殖真鯛と柑橘類の2つの特産品を合わせた商品である。養殖真鯛を家庭でも食べやすいよう刺身に加工し、柑橘を使用したソースと合わせてパッケージングする。定質・定量・定時・定価格という魚類の養殖業が持つ特徴に加え、近年、飛躍的に向上している冷凍技術も活用することで顧客の希望に合わせて数量や時期を調整して出荷することもできる。

2. 現行政策との相乗効果

これまでの提案と現行政策との関わりで生み出される相乗効果としては、第1に、近年地方自治体における財源の1つとして重要視されつつある「ふるさと納税(ふるさと南伊勢町応援寄附金)」における返礼品ラインナップの向上効果も期待できる。南伊勢町のふるさと納税に関する情報を紹介する各種サイトには、新鮮な海の幸が多数掲載され、こうした海の幸が好評であることは寄附件数や寄附金額が増加傾向にあることから見て取れる。加工済みの特産品の持つ消費者の需要を取り込むことが出来れば、新たな寄附希望者の取り込みなどのきっかけとなる。

第2に、移住・定住など新たな住民層の取り込みに関する政策との相乗効果である。地方移住を考える若年層は、空き家・空き店舗といったモノ、天然資源・景観・地場産業といったコトなどの「そこにしかない資源」に価値を見いだしている⁶という指摘がある。こうした「共同加工場」の整備は、既存の事業者への支援であると同時に、低リスクかつ低負担で事業に参入できる可能性があると考えられる新たな住民層の呼び水ともなりうるのでは

⁶ 立山徳子「(私見卓見)一過性でない若年層の地方移住」、『日本経済新聞』2022年6月24日、朝刊、33頁

ないだろうか。南伊勢町がすでに展開している「空き家バンク制度」や「新築及び中古住宅取得支援補助金」を始めとした移住・定住の支援策との相乗効果も期待できる。

他方で、実際の政策実施に際しては、保健所や食品衛生協会など多方面との調整・協力が求められる点に留意する必要がある。なぜなら、食品加工を行う施設を複数事業者が共同で使用することは、通常想定されていないからだ。また、責任者の設け方や責任の所在、衛生管理の方法、利用者負担(使用料等)の程度などについて運用前に明確にすることで、運用後のトラブルを未然に防ぐ必要もある。

おわりに

「地域の活力につながる産業の活性化」というテーマに対して、本論文では、6次産業化の推進やその充実のための取り組みである「共同加工場」の整備について提案してきた。これは、南伊勢町のもつ農林水産業の豊かさを活かした取り組みこそが南伊勢町における「地域の活力」につながると考えられるからである。そうした中で行政には、事業者の挑戦が容易かつ低負担で可能となるよう支援する役割が求められる。「共同加工場」の取り組みによって事業者が新たな産業の可能性に挑戦し、町を支える第1次産業が「安定した産業」、「さらに稼げる産業」、「付加価値のある産業」へ変化していく先には、活力あふれる持続可能な町内産業がもたらされるだろう。

第4次南伊勢町総合計画基本構想案には、今後目指すまちの姿として『町民の元気』で輝き続けるまち」とある。本論文の提案は、町内産業に安定性をもたらす新たな政策や6次産業化の進展、南伊勢ブランドの取り組み強化に関して新たな視点をもたらし、南伊勢町が目指す、活力ある「輝き続けるまち」に貢献できるのではないか。

(追記)

本論文では、テーマに対する「行政」の役割を考えてきた。しかしながら、国内におけるこれまでの取り組みに目を向けると、事業者間の取り組みによって商品のブランド化や加工施設の共同利用を図る事例も見られる。宮城県石巻市の「石巻うまいもの株式会社」は、東日本大震災を機に被災した食にまつわる地元企業10社からなる会社である。10社を1つの工場と見立て、それぞれの会社で扱う食材を生かし、石巻ならではの本物の味をつくろうと、加工機器やノウハウの共有によって、統一ブランド「石巻金華」を生み出した。事業者同士のネットワークによって各事業者の加工設備を共同利用している点からは、本論文における提案の参考事例ともなろう。

謝辞

現地調査の実施にあたっては、南伊勢町役場観光商工課・まちづくり推進課、遊佐町役場産業課・遊佐ブランド推進協議会をはじめとする多くの皆様からのご協力を頂きました。新型コロナウイルスの影響が依然として社会に及ぶ中で、現地調査やそれに係る対応等でお力添えを頂いたことに、この場を借りて深く感謝申し上げます。ありがとうございました。また、「公共政策フォーラム2022in南伊勢」開催に際して、審査員の方々から頂きました視点などにつき精査を行い、開催後の修正期間にて一部加筆させていただきました。

審査員の先生方、南伊勢町役場の皆様から政策の具体性や実務面に関して、さまざまな視点をいただきましたこと合わせて感謝申し上げます。ありがとうございました。

参考文献

○書籍および論文等

- ・田中道雄・白石善章・濱田恵三編著『地域ブランド論』同文館出版、2012年
- ・羽田裕・渡邊明「地域デザインによる持続可能な地域活性化モデルの考察ー自律・分散・協調型の南伊勢ブランドー」『福山市立大学都市経営学部紀要』、2013年

○資料および統計調査等

- ・水産庁「令和2年度水産白書」2020年、3頁～40頁(特集マーケットインの発想で水産業の成長産業化を目指す)
- ・日本政策金融公庫「6次産業化で農業経営の7割強が所得向上を実感、今後の事業拡大に意欲 課題はブランド化や人材確保(平成23年度 農業の6次産業化に関する調査)」2011年12月2日
- ・農林水産省「2018年漁業センサス報告書(確報)」(第3巻海面漁業に関する統計(市区町村編))、2020年3月13日
- ・農林水産省「2018年海面漁業生産統計調査(確報)」(平成30年産市町村別データ)、2020年3月19日
- ・農林水産省「2021年海面漁業生産統計調査(第1報)」(都道府県別漁獲量)、2022年5月27日
- ・農林水産省「6次産業化とは」(<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/index-1.pdf>) 2022年10月22日閲覧
- ・三重県「2020統計でみる三重のすがた」2020年(令和2年)5月、31頁～32頁
- ・三重県「2022統計でみる三重のすがた」2022年(令和4年)5月、31頁～32頁
- ・三重県「三重県市町要覧(令和4年度版)」I市町の概況(南伊勢町・鳥羽市・志摩市・伊勢市・玉城町・度会町・大紀町)
- ・南伊勢町「南伊勢町総合計画(新絆プラン)」2019年9月
- ・南伊勢町「第4次南伊勢町総合計画 基本構想(たたき台)」2022年2月
- ・南伊勢町議会「若者定住対策推進への提言書」2022年3月
- ・南伊勢町「南伊勢町まちづくり町民意識調査」(<https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/shoshiki/machizukuri/shisaku/615.html>) 2022年10月22日閲覧
- ・遊佐町「遊佐町地域活性化拠点施設加工場管理運営要綱」2020年3月4日
- ・遊佐町・遊佐ブランド推進協議会「遊佐町地域活性化拠点施設加工場 共同加工場利用ガイド」2020年4月1日
- ・遊佐町「町勢要覧 資料編 2022 遊佐町の統計」
- ・遊佐町「加工場配置図及び設備機器リーフレット」

○現地調査記録

- ・「南伊勢町内の視察および南伊勢町役場観光商工課への聞き取り調査」2022年9月12日～13日
- ・「遊佐町地域活性化拠点施設加工場の視察および遊佐町役場産業課、遊佐ブランド推進協議会への聞き取り調査」2022年9月15日

○Web-site

- ・伊勢市産業振興会ホームページ(<https://www.ise-sangyo.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・志摩ブランドホームページ(<https://www.city.shima.mie.jp/index.html>)2022年10月29日閲覧
- ・総務省ホームページ(ふるさと納税ポータルサイト) (https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/archive/index.html)2022年10月22日閲覧
- ・大紀町地域活性化協議会ホームページ(<https://taiki-okuisse.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・玉城町ホームページ(<https://kizuna.town.tamaki.mie.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・三重ブランドホームページ(<https://www.miebrand.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・南伊勢町ホームページ(<https://www.town.minamiise.lg.jp/>)2022年10月22日閲覧
- ・遊佐町ホームページ(<http://www.town.yuza.yamagata.jp/>)2022年10月22日閲覧

○新聞

- ・立山徳子「(私見卓見)一過性でない若年層の地方移住」、『日本経済新聞』2022年6月24日、朝刊、33頁
- ・「愛媛の水産加工会社、海外開拓へ設備投資、養殖業者は魚種多様化」、『日本経済新聞』2022年1月28日、朝刊(四国地方版)、12頁
- ・「愛媛養殖魚、需要の波乗り切れ、海外にもマダイ、柔軟に魚種転換、加工商品増やす」、『日経産業新聞』2022年4月5日、11頁
- ・「冷凍刺し身、流水10分で解凍、ローソン、まず鮮魚2種、肉系も」、『日経産業新聞』2022年4月6日、11頁
- ・「冷凍刺し身、食卓を豊かに、処理・包装の技術が進化、ローソン販売／外食にも広がる」、『日経MJ(流通新聞)』2022年4月25日、12頁
- ・「山形ラーメンに山形のメンマいかが 遊佐の協力隊員、今秋にも出荷」、『河北新報』2022年6月16日
- ・「南伊勢で『漁師塾』、参加者募集 水産業発展へ、町などが共同事業」、『朝日新聞社』2022年9月27日、朝刊(三重全県版)、23頁

犬にひかれて南伊勢

梗概

私たちは、南伊勢町の活性化として「犬旅」を提案する。江戸時代、多くの人が伊勢神宮へお参りに行くおかげ参りという現象が起き、それに伴い、主人の代わりに参詣するおかげ犬も存在していた。この地域は昔から犬と関わりがある。

近年、犬は番犬・愛玩動物という考えから家族の一員という考えに変化している。ペット関連総市場規模も増加傾向にあり、国内でもペット可マンションや公設ドッグランの整備も進んでいる。

日本よりも早く犬旅が発達したヨーロッパでは、犬を家族の構成員と考えており、一緒に旅行に行くのは当然である。公共交通機関や宿泊施設もペットに関して制限がない場所も多く、気軽に利用できる。

南伊勢町には豊かな自然や海産物がある。人も犬も楽しむことができる犬旅は町の活性化につながるであろう。

昔から伊勢地域と縁のある「おかげ犬」、ペット需要の高まりとペットツーリズムや犬産業、国内外のペットツーリズムの成功事例を紹介したうえで、南伊勢町活性化のための「犬旅」について提案する。

長野県立大学

グローバルマネジメント学部

野口暢子ゼミナール

発表者：里吉凜香・土屋凜

登壇者：河本芽生・遠藤優大

キュウブンシン

参加者：上條将輝・グエンドック・

ホウトウヨウチャールズ・

吉澤僚真

はじめに

南伊勢町の活性化を考えるにあたって、まず、私たちは、現在の町の産業を調べた。その結果、漁業、沖釣りのレンタル船の貸し出し、珍しい柑橘類の栽培など、1次産業と観光業が重要な産業であることがわかった。手厚い子育て支援やGIGAスクール構想の導入なども魅力的だと感じた。反面、現在の問題点として、深刻な少子高齢化問題に伴う耕作放棄地や空き家の増加が気になった。

これらの調査結果を基に、耕作放棄地や空き家の活用、自然を活かしたエネルギー産業など、新たな産業創出の可能性を考察した。犬が愛玩動物から家族の一員に昇華しており、犬に関する産業が活性化している。そこで、南伊勢町は「犬」に焦点をあてた産業振興が可能であるという意見でまとめ、 「犬」をキーワードに南伊勢町を活性化する方策を考察することにした。

かつて、「おかげ犬」という伊勢参りをする犬がいた。犬に関する産業が南伊勢町の活性化につながれば、町にとって、犬は、現代の「おかげ犬」となるであろう。「牛にひかれて善光寺」のまちの学生として、「犬にひかれて南伊勢」という政策を発表する。

1. おかげ犬

1. 1 おかげ犬とは

江戸時代、伊勢神宮にお参りに行くというのは人々の夢であった¹。そんな中、多くの人がご利益を求め、一斉に伊勢神宮に参拝する現象が起きた²。江戸から伊勢までは、片道400kmを超え、徒歩で1カ月ほどかかる。そのため、伊勢参りに行きたくても行けない人が大勢いた。そのような主人の代わりに伊勢神宮を参詣したのが「おかげ犬」だ³。

「おかげ犬」は、首に賽銭や「お伊勢参りがしたい」といった書状をかけて送り出され、一緒に行く伊勢参りの人や沿道の人に可愛がられながら、伊勢までたどり着いて、お札を携えて帰ってきた⁴。当時の人々は「おかげ犬」にエサを与えたり、宿泊させてあげたりすることで、徳を積めると考えていたようだ⁵。

歌川広重は、いくつかの作品に「おかげ犬」を描いている。伊勢市の「神宮の博物館」に展示されている「伊勢参宮宮川渡しの図」もその例である。

福島県須賀川の十念寺には、おかげ犬「シロ」にまつわる犬塚がある。シロは、主人が病に倒れ、毎年恒例の伊勢参りができない状態になったことで代参し、2か月後には戻っ

¹ PetSmile 「「おかげ犬」って何？伊勢神宮に代理でお参りしてくれた実在の忠犬」
<https://psnews.jp/dog/p/29874/>（最終閲覧日：2022年9月25日）

² 伊勢に住む人々は旅人を温かく迎えた。旅人はその「おかげ」から無事にお参りできたため、いつしか「おかげ参り」と呼ばれるようになった。

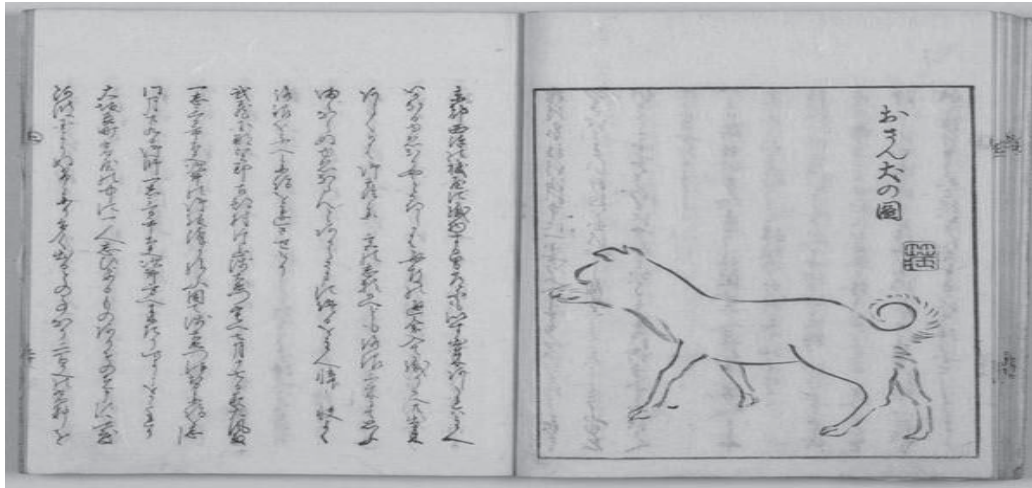
³ おかげ横丁「ようこそおかげ横丁へ」
<https://okageyokocho.com/main/about/>（最終閲覧日：2022年10月9日）

⁴ 伊勢市観光協会「【おかげ横丁】おかげ犬体験」
<https://ise-kanko.jp/okageinu/>（最終閲覧日：2022年10月9日）

⁵ 安田亘宏・中村忠司・吉口克利『犬旅元年—ペットツーリズムの実態と展望』教育評論社、2008年、199頁

てきた⁶。三重県津市にある「三重県総合博物館」に展示されている「御陰参宮文政神異記」にも、「おかげ犬」の記述がある⁷。

図1 阿波国から参宮したおさん犬



< 出所 > 三重県総合博物館 <https://www.bunka.pref.mie.lg.jp/MieMu/82867046554.htm>

1. 2 おかげ犬の現在

現在、「おかげ犬」は、伊勢神宮周辺地域のお土産になっている。

例1 三重県 伊勢市 おかげ犬みくじ⁸



< 出所 > じゃらんニュース <https://www.jalan.net/news/article/237734/2/>

⁶ TABIZINE 「「おかげ犬」って知ってる？ご主人の代わりに伊勢神宮を参詣した忠犬たち」
<https://tabizine.jp/2018/12/08/221216/>（最終閲覧日:2022年10月9日）

⁷ 同上

⁸ 裏返して赤い紐を引っ張ると、おみくじがでてくる。白、黒、黄色の3種類。高さは約5cmである。じゃらんニュース「【伊勢】おかげ横丁のおすすめ土産9選！おかげ犬グッズにお菓子・雑貨も」<https://www.jalan.net/news/article/237734/>（最終閲覧日:2022年9月25日）

例2 三重県伊勢市 もめんや藍 藍染ぬいぐるみ⁹



<出所> じゃらんニュース <https://www.jalan.net/news/article/237734/2/>

また、おかげ横丁ではおかげ犬体験ができるアクティビティも行っている¹⁰。

2. 犬旅の流行

近年、首都圏における新規分譲マンションの約9割がペットと一緒に暮らせるものになり、公園にも相次いでドッグランの整備が進められている¹¹。

東海林克彦は、ペットツーリズムを「飼い主とペットと一緒に、日帰りや宿泊の如何を問わず、非日常的な圏域や環境において、飼い主とペットの双方にとって余暇を楽しむためのレクリエーション行動」¹²と定義している。近年、ドッグランや犬カフェなど、ペットの中でも犬と楽しむことができる場所は増えている。

2. 1 ペット需要の高まりと変化

2. 1. 1 ペット・ブーム

日本では1980年代後半から、1990年代初頭にかけて第1次ペット・ブームが起こった。ブームを牽引したのはゴールデンレトリバーである。この頃、温和で人懐こい性格の犬を飼う人が増え、犬は番犬という考え方から、犬は家族という考え方に変化した。

1990年代後半から、第2次ペット・ブームが始まる。ブームの中心となったのは、ミニチュアダックスフンドやチワワなどの小型犬である。この時期に犬に癒しを求める飼い主が増えた¹³。

⁹ 安価で丈夫、通気性と保湿に優れた松阪もめんは、古来より重宝されてきたという。このぬいぐるみは松阪もめんで作られている。

¹⁰ しめ縄首輪を購入することでおかげ横丁を愛犬とともに散歩でき、クーポンや木札引換券などの特典をもらうことができる。

¹¹ 公益社団法人愛玩動物協会「ペットツーリズム」<https://www.jpca.or.jp/pet-tourism/>(最終閲覧日：2022年9月10日)

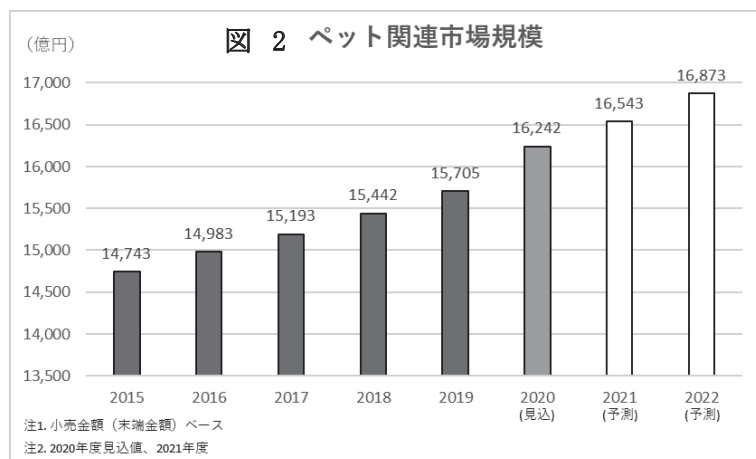
¹² 東海林克彦「ペット・ツーリズムの適正推進方策に関する考察」『観光学研究』14号、2015年3月、39頁

¹³ 「ペットビジネスの最新事情を知る」『日本経済新聞』2014年10月20日

ペット需要は現在も続いている。2020年の新規の飼育頭数は犬が46.2万頭（前年比14%増）、猫が48.3万頭（同16%増）と増加傾向にある¹⁴。

2. 1. 2 ペット関連の支出の変化

ペット関連総市場規模も増加傾向だ。図2は、（株）矢野経済研究所が国内のペットビジネス市場を調査したものである。ペット関連総市場規模は年々増加しており、今後も増加すると考えられている。



< 出所 > （株）矢野経済研究所「ペット関連総市場規模推移と予測」より作成

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2649

2019年度のペット関連総市場規模は、前年比101.7%であった¹⁵。コロナウイルス感染拡大による外出自粛で、ペット用品の需要が高まった。コロナウイルスは現在も流行しており、ペットを連れて遠出しようとする人は少ない。加えて、外出できない分在宅時間を一層充実させる必要があり、家庭内のペット用品の需要の高まりはつづくだろう。

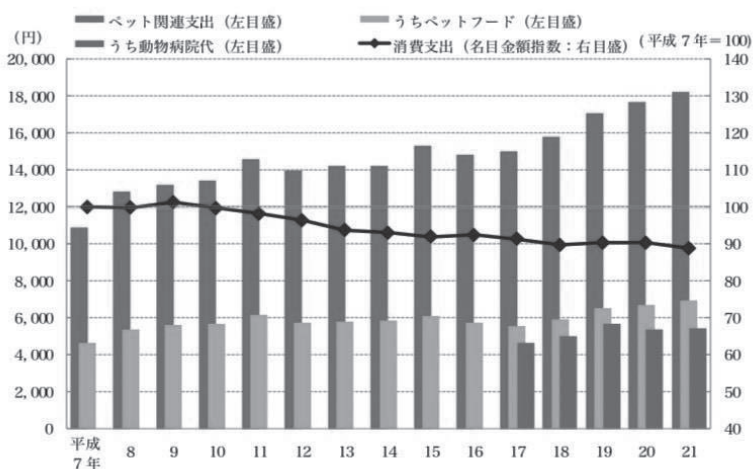
図3は、ペット関連の支出調査の結果である。2人以上の世帯の一世帯あたり年間支出額は1995（平成7）年から2009（平成21）年に1.7倍になっている。

また、ペットフードや病院代も年々増している。これは、ペットは家族という考え方に深く関係があると考えられる。家族だからおいしいものを食べてほしい、長生きしてほしいと思い、ペットに関連する支出も大きくなるといえる。

¹⁴ 「ペット」業界がコロナ後も強いといえるワケ」東洋経済ONLINE、2021年9月4日
<https://toyokeizai.net/articles/-/452427>（最終閲覧日：2022年9月20日）

¹⁵ 愛犬と伊豆高原で初詣するなら「神祇大社」！ワンちゃん連れにおすすめの理由とは？ - 愛犬との旅行ならイヌトミイ https://www.inutome.jp/c/column_2-323-27647.html（最終閲覧日：2022年10月30日）

図3 ペット関連の支出



< 出所 > 総務省 https://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/22_9.pdf

2. 3 ペットツーリズムの事例

2. 3. 1 ペットツーリズムの現状

東海林克彦の調査によると、小型犬飼育者では56.1%、中型犬飼育者では41.9%、大型犬飼育者では47.1%がペットツーリズムを体験しており、体験者の94.8%がまた行きたいと答えている。また、未体験者でも過半数の53.2%が行きたいと回答している。多くの飼い主がペットツーリズムを経験し、リピーター率や非経験者でも参加希望率が高い状況にある¹⁶ という。

2. 3. 2 事例

① 栃木県那須町 ワンコネット那須

日本に犬連れ専用の地図がなかった2004年、那須の犬連れ宿が数軒集まり、「ワンちゃんとお出かけマップ」を作成した¹⁷。

首都圏からの利便性の良さ、山頂まで犬がロープウェイに乗っていけるようにケージが用意されている国立公園、ゴンドラにそのまま犬を乗せることができるスキー場、自然と地域の人々の温かな対応から、「日本一犬に優しいリゾート」、「日本一ドッグフレンドリーなリゾート」と公式サイトに記載されている¹⁸。

¹⁶ 東海林克彦「ペット・ツーリズムの適正推進方策に関する考察」『観光学研究』14号、2015年3月、40頁

¹⁷ ワンコネット那須「ワンコネット那須とは」<https://www.nasu-wanko.net/about/>(最終閲覧日：2022年9月20日)

¹⁸ 同上

②長野県軽井沢町 新幹線の利用「わん！ケーション」¹⁹

JR東日本グループは、日本初の新幹線ペット専用列車の運用実験と軽井沢でのツーリズム企画を2022年5月21日から1泊2日で実施した。列車内でも愛犬とのリラックスした時間を一緒に過ごしたいという顧客の要望に応える「ペットとの共存」を目指すために企画された。

通常、愛犬との列車移動はケージに入れる必要があるが、往路の新幹線乗車後約40分間を「ファミリータイム」とし、愛犬をケージから出してもよい時間を設けた。膝の上やカバーをかけた座席シートの上で一緒に旅行を楽しむことができるのが特徴である。

また、実証実験では、PETOKOTO（JR東日本スタートアッププログラム2021の採択企業）が持つノウハウや獣医療知識に基づいた清掃方法を実施した。ツーリズムに使用する車両は貸し切り列車とし、被毛対策の徹底、終了後は、アレルギー対策として獣医師の指導に基づいた特別清掃が行われた。

③静岡県伊東市 伊豆高原

伊豆高原のわんわんパラダイスホテルは愛犬同伴者に人気のホテルである。客室内で犬が自由にでき、ドッグラン、ドッグガーデンが併設され、屋上にある犬専用の温水プールなどペットと楽しむことを目的として宿泊できる²⁰。

また、2022年4月より、「ホテルアンビエント伊豆高原本館・コテージ」では、全室が犬と泊まれるようになり、「伊豆高原わんわんパラダイス ホテル&コテージ」として規模を拡大した。それに伴い、犬と一緒に楽しめる「海の見える芝生広場」やドッグラン、コミュニケーションの場、屋内プレイスペースなど、思い出作りも楽しむことができる施設も新規オープンした²¹。

伊豆高原にはわんわんパラダイスに加えて、さまざまなペットと楽しむことができる施設がある。その中心が2016年に誕生した「愛犬ととことん遊べる総合ドライブイン愛犬の駅 伊豆高原」である。

屋内、室内で楽しむことができるドッグラン、ドッグカフェがある。また、愛犬の肉球模様を入れたプレートやフードボウルなどを作る陶芸体験、愛犬と一緒に楽しめるBBQ施設もあり、移動する必要がなく一カ所で楽しむことができることが魅力である²²。

伊東市役所観光課の斎藤さんの話によれば、「伊豆高原の犬旅は年々盛り上がっている」、「新型コロナウイルスの影響により観光客が減ってしまったが、それでも犬と泊まれる宿は、他の宿よりもよく稼働していた印象を受ける」とのことである。

¹⁹ JR東日本スタートアップ株式会社、PR TIMES、2022年4月26日「日本初！新幹線を利用したペットツーリズム「わん！ケーション」」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000167.000034286.html>（最終閲覧日：2022年9月20日）

²⁰ 安田亘宏・中村忠司・吉口克利、前掲書、60・61頁

²¹ 伊豆高原わんわんパラダイスホテル&コテージ「伊豆高原わんわんパラダイスホテル&コテージのおもてなし」

<https://www.wanpara.jp/izu-hotelandcottage/>（最終閲覧日：2022年10月9日）

²² 愛犬の駅・伊豆高原 <https://www.izufull.com/aiken>（最終閲覧日：2022年10月16日）

犬と泊まれる宿、犬と遊べる場所がそろえば、犬を飼っている人を観光客として呼び込むことができる。南伊勢町には、海や山などの景観だけでなく、海鮮料理、海遊びなどを楽しむことができる点で、伊東市と非常に類似している。南伊勢町は、犬旅で町を活性化することができる最適の地である。

2. 4 海外での「犬旅」

海外、とりわけヨーロッパ諸国での犬旅は日本よりも発達している。ヨーロッパ諸国では犬を含むペットを「家族の構成員」として考えているため、旅と一緒に行くのは当然である。

2. 4. 1 各国の状況

ヨーロッパにおける犬旅において、最も一般的な交通手段は自動車である。例えば、イギリスの高速道路のサービスエリアや自然公園には犬用の水飲み場が準備されている。宿泊施設も広く犬の受け入れ体勢が整っていることから、ストレスなく犬旅ができる。

イタリアやオーストラリアなどでは、海・山のような自然がある地域に向かう犬旅が人気だ。

カナダの公園のような公共のエリアや宿泊施設においては、時間や場所によって犬の立ち入りが厳格に定められている。反面、リードなしでも犬を連れ歩けるエリアも存在するため、旅をする際に犬と行ける場所が明確で、わかりやすい。

海外でこれほどまでに犬が許容されている理由として、安価なしつけ教室や活発な動物愛護団体の存在が挙げられる。150年以上の歴史を持つイギリスのドッグショー、ケネルクラブが主催するしつけ教室や、オーストラリアでの動物愛護団体の活動により、マナーの良い犬が多い。このような背景により、犬は日本よりも高い水準で市民権を得ているのである。

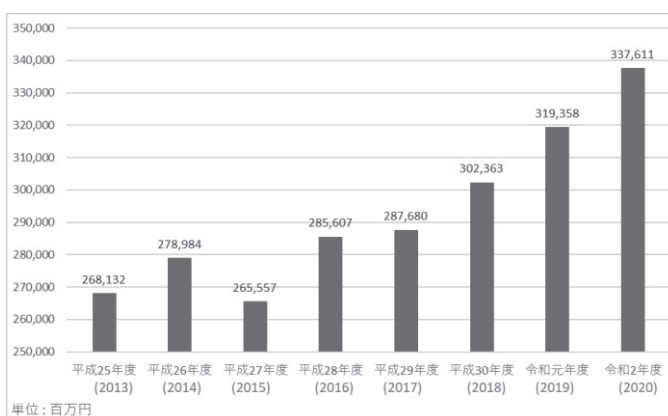
3. ペット産業

3. 1 ペットフード

ペット産業は主に、ペットフード、ペット用品、生体・サービス分野、ペット医療の4つの市場に分けられる²³。その中でもペットフードが占める割合は大きく、図4を見ると、2015年で一度減少したものの、それ以降は順調に規模が拡大していることがわかる。

²³ PEDGE「ペット産業の動向～市場規模、競争環境、主要プレイヤー」
<https://pedge.jp/reports/outline/>（最終閲覧日：2022年10月9日）

図4 ペットフード市場規模推移



<出所> 一般社団法人ペットフード協会
 「ペットフード流通量調査結果」より作成
<https://petfood.or.jp/data/chart2008/ryutu.html>

主食としてのペットフードは「総合栄養食」と言い、ペットフードと水を与えていれば必要とされる栄養素が摂取できるように作られている。「間食」は、栄養素補給としては必要ないが、ペットのしつけや運動、ご褒美として与えるなど限られた量を与えることが意図されているペットフードである。

目的別では、「総合栄養食」「間食」「療法食」、そのいずれにも該当しない「その他の目的食」に分けられる²⁴。

ペットフードにはさまざまな種類があるが、その中でも、人気なのはプレミアムペットフード²⁵である。

ペットを家族の一員として捉える飼い主は、より高品質で信用性のある製品をペットフードに求めるようになってきているのである。

3. 2 生体・サービス分野

日本での大きな懸念事項は、犬は社会においてまだまだ動物でしかない点である。当然、飼い主や犬好きの人からは家族以上に大切にされていることは間違いないが、公共の空間に動物が入ることに対して嫌悪感を覚える人も少なくない²⁶。

実際、前述の伊東市でも犬が海水浴場にいてもよいのか、という問い合わせが稀にあるらしい。ペットツーリズムをこれまで以上に発展させるためには、犬を飼っていない人からも理解を得ることが必要不可欠だ。

3. 2. 1 国内で犬旅を行う難しさ

ペットと旅行する際の問題の一つは、移動方法だ。犬の情報サイト、わんちゃんホンポが実施したアンケート調査によると、愛犬を旅行に連れていかない理由として最も多かったのは、移動が心配（車酔い・公共交通機関での移動が不安）であった²⁷。

公共交通機関でも犬旅に対応しているが、ペットにやさしいとは言いがたい。

電車利用の例としてJR西日本や日本近畿日本鉄道では、縦・横・高さの合計が120cm以内の動物専用のケースに入れたもの、また、ケースと動物を合わせた重さが10kg以内のもの

²⁴ 一般社団法人 ペットフード協会「ペットフードの種類」

<https://petfood.or.jp/knowledge/kind/>（最終閲覧日：2022年10月9日）

²⁵ プレミアムペットフードとは、明確な定めはないが、従来の安価なペットフードと違い栄養価や安全性等に配慮した高付加価値・高価格帯のペットフードのことを指す。インタビューサイトPEDGEによると、「家族化」、「高齢化」、「健康志向」という3つのペット産業のトレンドを背景に、プレミアムペットフードの市場規模は拡大しているという。

²⁶ 2003年に行われた、内閣府による「動物愛護法に関する世論調査」より

²⁷ わんちゃんホンポ「犬と暮らす方への旅行に関する意識調査」

<https://wanchan.jp/enq/finish/247>（最終閲覧日：2022年10月9日）

のとしている。また、駅や車内でケースから出すことは禁止されており、手回り品料金として1個につき290円かかる²⁸。

このように各公共交通機関には規定がある。大型犬の持ち込みが不可であることが多いこと、他人に迷惑になるかもしれないなど、飼い主がペットとの旅行をする際には心配することが多い。そのため、ペット同伴旅行は、自家用車の利用が圧倒的に多い。旅の販促研究所が2007年に実施した犬旅で利用した交通機関という調査結果によると、自家用車の利用は92.2%にもものぼる²⁹。

ペットも生き物であるため、排泄や食事などの生理現象に対応する飼い主の用意も重要になる。十分なしつけを行う必要もある。直近の大都市である大阪や名古屋から南伊勢までの電車やバスにおいて、ペットを同伴することについての実証実験を行うのがよいであろう。

日本の伝統的な宿泊施設である旅館とペットは相性が悪い。障子や襖は爪で破れやすいだけでなく、匂いも吸着しやすい。縄張り意識の強い犬も多いため、他の犬の匂いが気になってリラックスできない犬もいる。これについては旅館やホテルの設備をペット対応にし、ペット専用の宿泊施設を充実させる必要がある。

4. 南伊勢における犬産業の可能性

自然豊かな南伊勢町では、その自然を生かした犬旅ができる。これまで述べてきたように近年のペット産業の盛り上がり、さまざまな地域でのペットビジネスの成功から、南伊勢全体としての「犬産業振興計画」の策定とペット同伴の旅行「犬旅」政策の推進を提案する。すでに、南伊勢町の海で、カヤックなどのマリンアクティビティを犬も一緒にできるようにしている施設も存在する。それらの施設の充実、類似施設を増やすことが考えられる。他に、切原白滝や東宮・不動の滝といった滝の名所や花の名所を犬と一緒に巡るハイキングコースをつくることも考えられる。宿泊に関しても、すでにいくつかの施設で犬と一緒に泊まれる。既存の宿泊施設を犬旅ができるホテルや旅館・キャンプ場などとして改装することで、「南伊勢町と言えば、犬旅」となり、より多くの人を南伊勢町に呼び込める。

4. 1 ドッグラン

事前調査では、漁業集落には家屋が密集しており広い土地はないが、農業集落には比較的広い土地があるとの回答を得た³⁰。南伊勢町は、登記上、南伊勢町農業委員会により管理されている田畑のうち3割程度が耕作放棄地である³¹。耕作放棄地の利活用の方法とし

²⁸ JRおでかけネット「持ち込める荷物」

https://www.jr-odekake.net/railroad/ticket/guide/other_tickets/baggage02.html(最終閲覧日：2022年10月9日)

近畿日本鉄道「きっぷの情報」

<https://www.kintetsu.co.jp/gyoumu/kippu/nyuujouken/nyuujouken.html>(最終閲覧日：2022年10月9日)

²⁹ 安田亘宏・中村忠司・吉口克利、前掲書、99頁

³⁰ 「公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢 現地調査事前質問調査票」回答より

³¹ 同上

て、ドッグランを挙げる。多くの運動量を必要とする犬種は、散歩だけではエネルギーの発散が不十分な可能性もあるといい、サービスエリアやショッピングモールに併設されたものも増えている。

耕作放棄地にドッグランを作るためには、農地転用などの申請、地目や所有者の変更を行う必要がある。また、犬の大きさで分ける必要もある。ドッグランとするために必要な基本の設備は、飛び越えられない・すり抜けられない柵と扉、足への負担を軽くするための舗装材である。そのため、簡単に整備できる施設である。

4. 2 宿泊施設・飲食店・ドッグカフェ

ペットとともに宿泊のできる犬連れ宿は日本各地に増加している。南伊勢町においても、TASO BEACHハウスやニューはまぐち屋など、犬とともに宿泊できる施設ができています。

小型犬・大型犬の違いや犬種、年齢の違いにより求められるものも変わるため、サービスの種類を潤沢に用意する必要があるが、細分化したビジネスが多く展開できるともいえる。訪れる人の家族、「お客様」として丁寧に対応することが近年の犬旅には求められている。つまり、「ペット可」であるだけでなく、食事や温泉などの館内施設の利用も犬と一緒にできるサービスが必要である。

近年ドッグカフェでは、地場産品を使った、犬も人間も食べられる食事が人気となっている。南伊勢町では、魚介類だけでなく、柑橘類などの農作物も収穫できる。犬の形に魚介類を盛り付けたり、かわいいスイーツを作ったりすることもできるであろう。

そして、湾岸部に南伊勢町の豊かな海を活かした小規模多機能型ドッグウォーターパークを建設することを提案する。こちらも入り口を犬の犬種・大きさで分けるなど、犬の滞在が快適なものとなるようにする。

山間部のドッグランと湾岸部をつなぐ形で「南伊勢 いぬの道」として、ドッグカフェのみならずトリミング・ペットサロン、ペット写真館や譲渡会を行うスペースまで、さまざまなペット産業が集まるまちにできる。

しかし、いずれも住民の協力が不可欠となるため、犬を連れて歩くにあたってのルール作りやそれを広く知らせることが重要となる。

4. 3 ペットフード

(株)ゲイトは、もともとは居酒屋を主業としている会社である。2016年から三重県尾鷲市で漁業の取り組みを開始し、その後、魚と水産加工のノウハウをいかし、魚だけを材料に使う「完全無添加」のペットフードの販売を行うようになった。広告費は一切使用していないが、内閣府の政府広報番組やNHKの番組などでその取り組みが紹介され、その商品が口コミで売れるようになっていく。親子で漁とペットフード作りを体験でき、ペットと一緒に宿泊することができるツアーも行っている。このように、漁業とペットフードを組み合わせた取り組みを南伊勢町で行うことも「犬」に関する産業となる。

ペットは家族という考え方から、ペットフードの需要はこれからより一層高まるだろう。漁業が盛んな南伊勢町独自のブランドの無添加ペットフードを作れば大きな反響が期待できる。マグロやおおさを使うことが考えられる。さらに、小さくて販売できない魚を使え

ばフードロスの解消にも繋がる。肉系をベースにしたペットフードではなく、カルシウムが豊富で低カロリーの海産物からできたペットフードは、需要があるはずだ。また、ペットと泊まれる宿と協力して親子でのペットフード作りのツアーを行えば、新たな観光客も集めることができる³²。

4. 4 ペットの成育に直接関係しないビジネス

ペットの家族化に伴い、関連ビジネスも市場を広げている。多くの関連ビジネスが今後盛り返りを見せると考えられる。

4. 4. 1 お参り

静岡県伊東市にはペットと一緒に参りできる神祇大社がある。神主にインタビューしたところ、「もともと新宿に建てられていた神社で、犬を散歩しながら訪れる人が多かった。1999（平成11）年頃に伊東市に移転してからも境内を犬と散歩可能とし、犬も家族だから幸せになってほしい、そして家族みんなが幸せになってほしいという願いから、ペット用のお守りの販売も始めた。現在はペット用の絵馬、お札の販売も行っている。近年、ペットとともに訪れる人が増加している」とのことであった。

南伊勢町にも趣のある神社がたくさんある。伊勢神宮では、ペットはお参りの前に預けることになる。ペットとお参りできる神社、ペットと一緒に幸せになれる神社が南伊勢町にあれば、需要はある。

4. 4. 2 ペット供養

「ペット供養」は、ペットを失ったことにより引き起こされるペットオーナーの身体的・精神的疾患「ペットロス症候群」を、十分に「お別れ」することで防ぐ・軽減する方法の一つである³³。ペット供養ビジネスはペット葬、ペット霊園、一緒に入ることのできるお墓や骨壺、墓石、位牌、仏壇まで広く展開されている。

ペットと一緒に旅行に来た南伊勢の地で、ペット葬を行い、気持ちに区切りをつけたいと考えるペットオーナーはたくさんいるのではないだろうか。ペット葬祭業は都市計画法上、施設の建設が可能であることが確認できれば、特に許可を必要とせずに開業することができ、火葬場を併設したペット霊園は比較的容易に参入できるという³⁴。また、ペットのお墓参りに訪れることが南伊勢町に定期的に訪れてもらうことにつながるという点でも期待のできるビジネスである。

そして、犬ビジネスのうち、犬の高齢化・平均寿命の延びに伴い近年広がっているのが、老犬ホームである。犬も人間と同様に、徘徊や夜鳴き、痴呆、寝たきりで介護が必要にな

³² 「居酒屋からペットフード屋へ 事業転換を支えたもう一つの挑戦」 Forbes JAPAN、2022年6月8日

熊野灘でとれたお魚ごはん <https://store.gateinc.jp/>（最終閲覧日：2022年10月29日）

³³ 安田亘宏・中村忠司・吉口克利、前掲書、38-45頁

³⁴ 中小企業基盤整備機構 J-Net21 「業種別開業ガイド ペット葬祭業」
<https://j-net21.smrj.go.jp/startup/guide/service/service03.html>（最終閲覧日：2022年10月24日）

る場合も多いが、犬と人間の「老老介護」や、犬の介護には知識が必要である等の理由から、入居頭数は徐々に増加している。

他市町村の既存の施設も、自然環境の豊かさを売りにしているところが多い。他の施設同様、南伊勢町の自然環境を活かすことができ、元気な犬、介護が必要な犬、犬種などに合わせたさまざまなサービスの展開が重要となる。

まとめ

本稿では、伊勢地域の歴史であるおかげ犬から始まり、現在成功している国内外のペットツーリズムの事例の紹介、ペット市場やペット産業について分析したうえで、南伊勢町で実現可能性が高い犬旅をはじめとする犬に関する産業について提案してきた。事例や市場の動向からもわかるとおり、ペットツーリズムは需要が高い割にまだ発達しきっていない観光産業であり、たくさんの観光客を呼び込む強い武器となるだろう。

南伊勢町は自然が豊かで、おいしい海産物もそろっている。しかしながら、移動手段や宿泊施設といった受け入れ体勢の整備、町民から理解を得ることなど実現のために達成しなければならない課題はいくつもある。公共交通機関でのペットの同乗、特に大型犬の扱いについては、大きな変革が必要であるが、事業者と連携し、資本投資する価値は十分にあるだろう。

コロナ禍の影響で新しく家族としてペットを迎え入れたオーナーも多く、新築のマンションでもペット可の物件が増えている。ペット市場がこれからも拡大していくことは間違いない。同時に現在既に高まっているペットツーリズムの需要がさらに上昇していくだろう。今から手を打てば、南伊勢町は犬旅のメッカとなる。国内の成功事例や海外の状況、ペットオーナー達の話を参考にしながら、南伊勢町らしい犬に関する産業を振興することが今後の南伊勢町の活性化につながることは間違いない。

以 上

「Living ほはら」

明治大学政治経済学部木寺ゼミナール（担当教員 木寺元）

代表者：福森敦

発表者：芦野真琴、岩本梨奈、小野原健人、小松紗貴、新保景土、
高橋陽乃、永野真子、原田茉依、平林勇人

参加者：他木寺ゼミナール 15名



梗概

「地域の活力につながる産業の活性化」というテーマに基づき、私たち明治大学木寺ゼミナールが提案するのは、廃校を共創・地域内経済循環の拠点へと再生させる「Living ほはら」である。人口減少や担い手不足の問題を抱える南伊勢町では、地域おこし協力隊の活動や移住・定住支援が行われているが、町の財政基盤を支える第一次産業の就業者数は減少傾向だ。豊かな自然資源を有する一方で、地域経済循環率が全国と比較して低く、産業と地域がバランスを取ることが求められる。つまり、南伊勢町の活力とその産業の発展には、町民全員が一丸となってまちづくりに取り組むことが肝要である。

しかし、ヒアリング調査を通して多くの町民が、南伊勢町の産業や町の将来に対して「諦め」の感情を抱いていることが判明した。南伊勢町の豊富な自然資源は町を躍動させる可能性が秘められており、それらを生かさない手はない。だからこそ、町民の「諦め」の感情を打破し、南伊勢町総合計画（以下新絆プランとする）にもある、「総働のまちづくり」を体現することが急務である。

そこで私たちは、廃校を拠点に町民が食と農を通して共創する政策を提案する。本プランで展開する「ふらっとキッチン」「ふらっとファーム」は町民が「ふらっと」訪れ、まちづくりに対して平等に「フラット」な目線で取り組む政策である。共創による成功体験を積み重ねることで「総働のまちづくり」を実現する。多様なステークホルダーを巻き込むまちづくりは、都市計画における「プレイスメイキング」の手法を参考にしている。

最後に、提案する「Living ほはら」の由来について述べる。「ほはら」の名の通り、本プラン実行の舞台には旧穂原小学校を選定した。旧穂原小学校は町の中央部に位置し、長寿を花言葉とする大イチョウが校庭に聳えている。校庭にはスケートパークが設置され、町内外のスケートボーダーが数多く訪れている。この地において、町の活力の根源たる子どもたちが集い、スケートボードに興ずる姿は町の再興を予感させる。

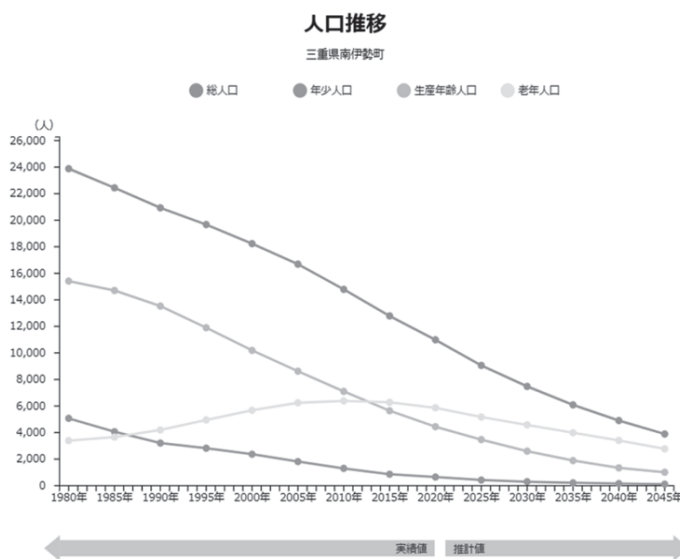
加えて、「Living」という命名は、町民の居間、即ち居場所としての「リビング」と、「生きる・活気」という二重の含意がある。南伊勢町の産業と町民が手を取り合い、共創の成功体験によって町民の「諦め」を打破し、「生き生きとした」地域の姿を実現させたいという願いを込めた。

第1章 南伊勢町の課題及びテーマの定義づけ

1節 南伊勢町の現状分析

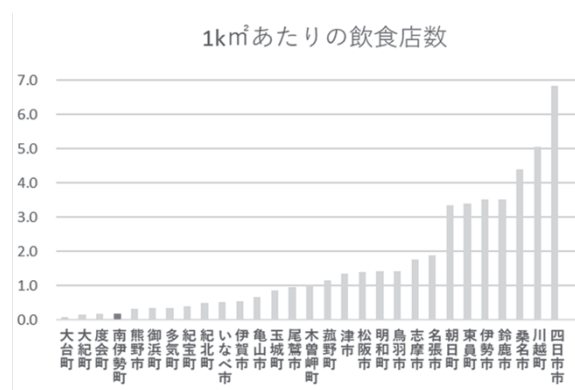
南伊勢町は紀伊半島沿岸東部および度会郡の南端に位置している。本町は平成17年10月に南勢町と南島町が合併し誕生した町であり、現在は38の集落で形成されている。町の85%を山林が占めており、リアス式海岸や伊勢志摩国立公園をはじめ自然が溢れる町だ。

次に人口に注目する。1995年と2020年の各人口構成を比較すると、生産年齢人口は11,899人から4,442人に、年少人口は5,072人から648人とそれぞれ減少した。一方で老年人口は4,953人から5,867人へ増加している。その上、全国平均の28.7%（2020年）と比較しても高い割合である。国勢調査の推計によると、2020年に53.9%である高齢化率は、2045年には71.2%にまで上がることが予測されている。人口推計からも南伊勢町の総人口は今後、減少の一途を辿ると見込まれている。（図1）



【図1】 出典 総務省「国勢調査」、国立社会保証・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

次に産業に注目する。南伊勢町では、県内一の水揚げ量を誇る奈屋浦をはじめ第一次産業が盛んだ。しかし、2015年の国勢調査によると、農林漁業従事者の60%が60歳以上の高齢者であることが示されており、深刻な担い手不足が懸念されている。また、現地調査を通して第三次産業であるサービス業の不足、特に飲食店の少なさを実感した。町内で飲食店を経営されている西岡奈保子様は「南伊勢町には美味しい食べ物があるのにも関わらず、それらを食べられる場所がない」と飲食店の必要性を述べている。実際に私たちは総務省統計局のデータをもとに、三重県内市町村別の1km²あたりの飲食店数を算出した。すると、南伊勢町は三重県内下位4位であることが判明した。（図2）



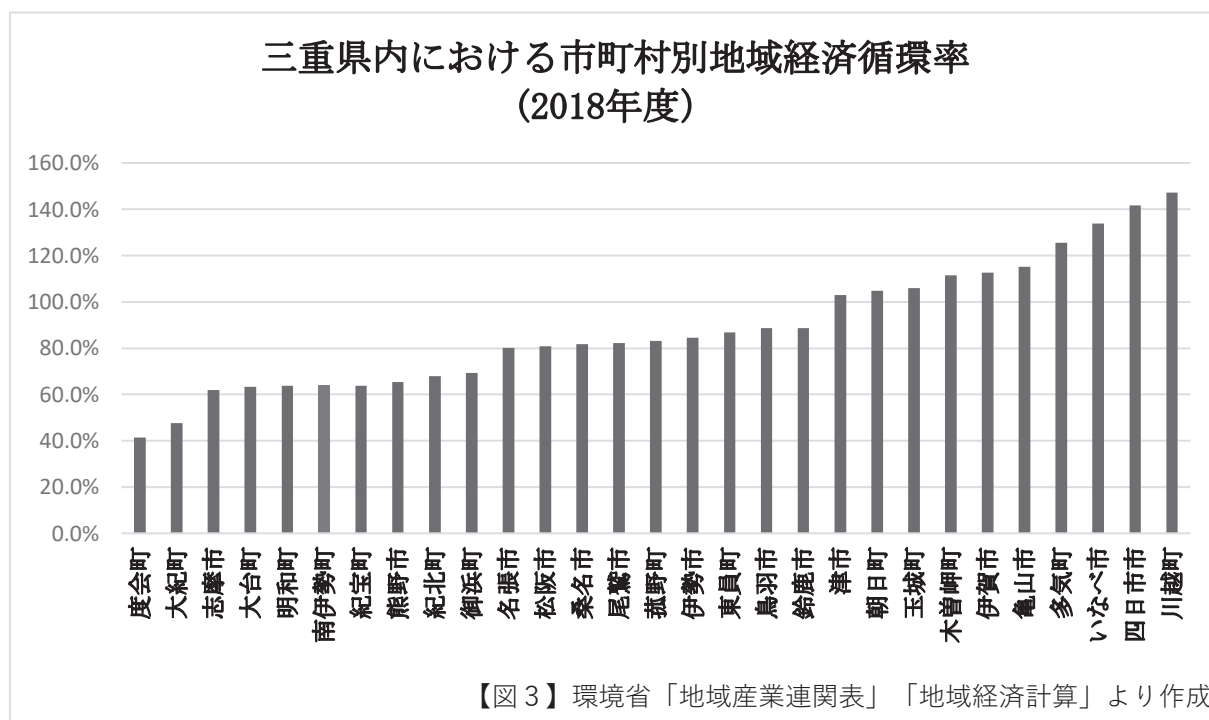
【図2】 総務省統計局ダッシュボードより作成

実際に私たちは総務省統計局のデータをもとに、三重県内市町村別の1km²あたりの飲食店数を算出した。すると、南伊勢町は三重県内下位4位であることが判明した。（図2）

2節 南伊勢町の課題

私たち木寺ゼミナールは南伊勢町に山積する様々な課題の根源を、産業ひいては町に対する町民の「諦め」だと考える。これは町内の区長の方々や第一次産業従事者、さらに町内の小学生に対してのヒアリング調査によって明らかになった。特に、町内の大人からは「子どもたちには町外で働いてほしい」という声が多くあった。一方で町内の小学生へのアンケート調査から、「将来町外で働きたい」と希望する割合が61.4%であることが明らかになった。つまり大人の抱く「諦め」が子どもたちに伝播している可能性が考えられる。

また三重外湾漁業協同組合へのヒアリング調査では、漁師たちの多くが町内で水産物を売ることに希望を持っていないという事が分かった。これは過疎地で産物を売ることに對しての費用対効果の低さから生じる「諦め」の感情である。このような感情が町内の産業の成長を妨げている要因の一つであり、南伊勢町の地域経済循環率に影響を及ぼしていると考えられる。地域経済循環率とは『生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値で、地域内経済の自立度』であり、循環率が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高いことを示している。南伊勢町の地域経済循環率は63.8%と三重県内で下位6位となっており、全国の中央値75.0%と比較してみても低い水準である。（図3）



この「諦め」は役場が掲げる課題とも深く関わり合っている。役場の掲げる人口減少・担い手不足の課題解消のためには町の財政が潤沢となり、インフラ等の生活に関わるサービスを充実させていく必要がある。そのようなサービスの充実のためには、町内消費の促進・地域経済循環率の向上が必要だ。

3節 テーマの定義と狙い

私たち木寺ゼミナールが考える「地域の活力につながる産業の活性化」とは、多世代の共創により、地域内経済循環を促進するランドマーク（＝拠点）を形成し、地域復興の光明を見出すことである。

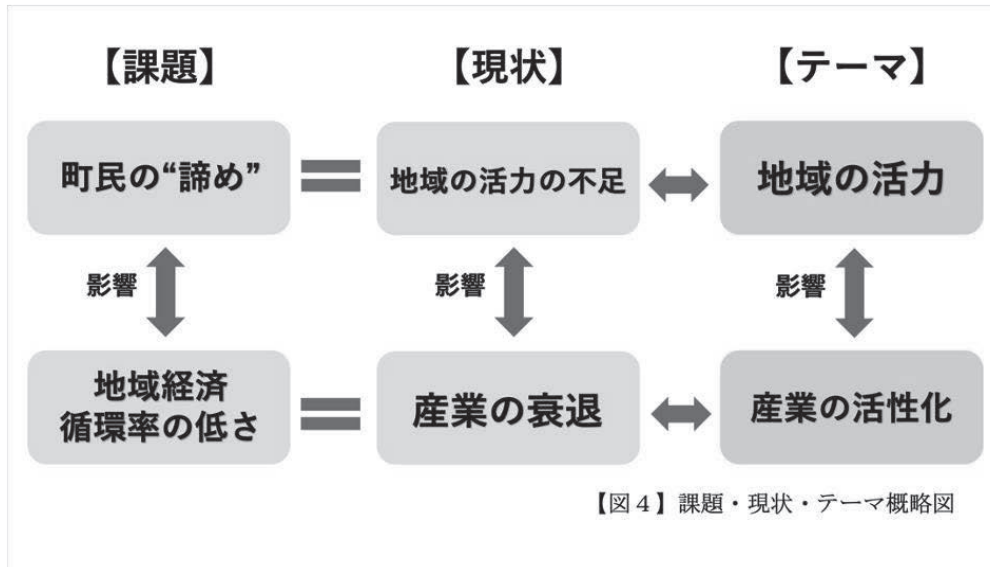


図4は、私たちが考えたテーマの把握を図式化したものだ。「地域の活力につながる産業の活性化」を「地域の活力」と「産業の活性化」に二分化し、はじめに「地域の活力」から考える。地域の活力の不足が産業の衰退を引き起こしていると仮定した時、地域の活力不足の根源にあるものを、私たちは町民の「諦め」であると考えた。この感情は、第一次産業の産品を南伊勢町内に積極的に販売しないと現状の一因となっており、結果として地域経済循環率の低さに繋がっている。この地域経済循環率の低さが産業の衰退を引き起こしていると考えられるため、「地域の活力」と「産業の活性化」には因果関係があると推測できる。よって「地域の活力につながる産業の活性化」を成し遂げるには、二分化した際にその両方に影響を与えている町民の「諦め」の打破が有効策であると結論づけた。その第一歩として、廃校の再生によって地域内経済循環の拠点、ひいては食と農でつながる多世代交流共創の場を創出する。そして、この成功のロールモデルを構築することによって町民の町への「諦め」を「希望」に変えることが本プランの狙いだ。

第2章 「廃校を活用した共創・地域内経済循環の場」

1節 「プラン概要」

私たちが提案するプランは、「Living ほはら」である。本プランの狙いは、人々が集う廃校の場を町民のリビングに見立て、共創・地域内経済循環の拠点を形成することだ。実行の舞台には、町を横断する国道沿いの好立地と敷地内のスケートパークの十分な集客力から、旧穂原小学校を選定した。廃校増加に伴う校区拡大により、学友と集う機会が減少しつつある昨今、子どもたちが集い滑走するかつての学舎の存在は大変貴重なものだ。

また、廃校敷地内には大イチョウが高く聳える。この大木は400年もの間、町の趨勢を見守ってきた。イチョウの木は生命力が強く、その花言葉は「長寿」だ。木漏れ日の下、子どもたちがスケートボードに興じ躍動する姿は、町の生まれ変わりを予感させる。

この地より地域再生の第一歩を踏み出すべく当プラン内で実施するのは、町内の地域スポーツクラブや事業者らを運営主体に設定した「ふらっとファーム」「ふらっとキッチン」である。

「ふらっとファーム」は、共同農園を多世代共創の場とし、共同体を再生するとともに、小さな成功体験を積み重ねることを目的とする。働く場としての地域への自信を回復し郷土愛を育むことが狙いだ。

「ふらっとキッチン」は、地元事業者が卸す南伊勢町産食品に加え農園にて栽培した野菜を調理・提供することで、当該地区の飲食に関する利便性向上の足掛かりにするとともに、地域内経済循環促進のモデルケースにすることを狙う。

このような「リビング」における価値ある体験と培われた絆により醸成された愛郷心は、若者流出を抑止する一助となる。また、Uターン率向上も期待できるものであることから、新絆プランに示された町の方針にも沿うプランとなっている。

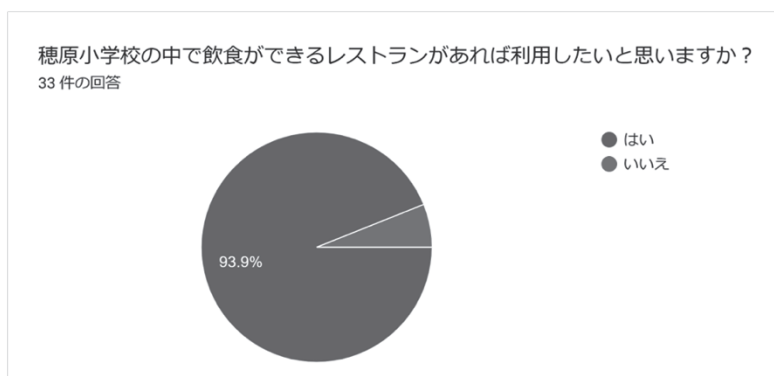
2節 ターゲット

本プランのターゲットを3つ設定する。第一に南伊勢町の小学生、第二に穂原スケートパークを訪れるスケートボーダー、そして第三は町内の高齢者である。新絆プランで掲げられている「総働のまちづくり」の契機となるコミュニティの再生がターゲット選定の背景にある。これは、様々なステークホルダーを巻き込みつつ、まちづくりを行なっていく必要があることを示している。

まず始めに南伊勢町の小学生をターゲットとした背景には、2019年に打ち出された南伊勢町V字回復戦略がある。2036年から2045年を「年少人口が増加に傾き、当初の子ども世代が親世代となってまちづくりを継承していく」期間とし、これを回復期と位置付けている。そこで回復期に親世代となる小学生に対し郷土愛の醸成を図ることで、短期的には地域に活気を取り戻すことを目指す。さらに中長期的には、子どもたちが南伊勢で結婚・子育てをすることで少子高齢化に少しでも歯止めをかけ、次世代の発展を担うことを展望としている。実際に栃木県足利市、千葉県習志野市、三重県伊賀市等のシティプロモーション方針内でも郷土愛の醸成が定住人口の増加に効果があると言及している。よって本プランのターゲットとして小学生を設定したことは人口減少問題に対して効果があるといえる。

私たちが町の小学生を対象に行ったアンケート調査の回答では、「人と交流できる場所がほしい」という声が多く上がっており、小学生のニーズも高いといえる。また、町民からのヒアリング調査で「子どもの笑顔、喜んでいる姿」が地域の活力に繋がるという声が多く聞こえたことも選定の大きな要因となった。

次に、穂原スケートパークを訪れるスケートボーダーをターゲットとした背景についてだ。穂原スケートパークは、町内外のスケートボーダーをはじめ、多世代が定期的集まる貴重な場所だ。毎週土曜日に開催されるスケートボード教室では、約80人が来場し、人々の集う場所になっている。さらに、スケートパークを利用する方々にヒアリング調査を行っ



たところ、「飲食スペースがほしい」という声は9割を超えた。(図5) そのため、本プランの「ふらっとキッチン」を展開することでこのニーズを満たすことができる。

「ふらっとキッチン」で南伊勢町の食材を使用した飲食の場を提供する事は、地域内経済循環を生むことができるだけでなく、南伊勢町の「食」の魅力を地域内外の人々に再発信することができる。ここで僅かながらでも地産地消により利益を生むことは、産業の活性化への第一歩となると考えている。

最後に南伊勢町の高齢者をターゲットとして選定した理由だ。第一には、南伊勢町が60歳以上に行ったアンケート調査で、いずれかの地域活動に取り組みたいと答えた割合が51.2%であったことである。本プランにて、地域活動に参加できる場を設けることで高齢者の社会活動を後押しすることができる。第二に、高齢者が農作業・多世代交流をすることによる健康促進効果が研究から示されているからだ。南伊勢町の人口の約半数を占めており、今後さらにその割合が増える高齢者が若々しくいられることは活力溢れる南伊勢町を目指す上で欠かせない要素であると考えた。

一見ターゲットが煩雑に思える。しかし、共創の場を創出するには様々なステークホルダーを巻き込む必要がある。よって、これら3つのターゲットに向けたプランを展開することができれば、私たちが考える「地域の活力に繋がる産業の活性化」を達成できると考える。

3節 プラン内容

3節-1 提案背景

豊かな自然資源を活かした水産業・農業が盛んな南伊勢町において、その産業の躍進・地域の発展のためには町民が手を取り合い、まちづくりに携わらなければならない。しかし町内のイベントが減少し、多世代交流の場が失われつつある。

このような課題を解決するために私たちが提案するプランは、廃校を循環・共創のランドマークとして再生させる「Living ほはら」である。本プランは旧穂原小学校を循環の拠点とし、食と農でつながる多世代交流の場を創出するものである。これにより町民の「諦め」を打破し、全世代が南伊勢町に対する「希望」を抱くことを目的とする。

この地域内経済循環と町の人々の交流の拠点として旧穂原小学校を選定した理由は、旧穂原小学校において若年層と高齢者の人流が既に確保されているためだ。

若年層は、グラウンドに常設の「穂原スケートパーク」を目的に訪れる。南伊勢スケートボード連盟が主催するスケートボード教室は毎週末行われ、小学生をはじめ約80人が町内外から参加している。高齢者は、体育館で行われている「元気シニア健康教室」に参加している。みなみいせ元気ネットが主催するこの教室には、高齢者を中心とした町民が定期的に集まっている。

旧穂原小学校は、人流はある一方で高齢者と若年層同士の定常的な関わりはまばらであり、多世代間の交流が乏しい。私たちは、旧穂原小学校の人流と、そこに集う町民同士の交流の希薄さに着目した。定常的に多世代が交流する場を提供し、共創による小さな成功体験を積み重ねる。

また、文部科学省は、廃校施設は地方公共団体にとって貴重な財産であることから、地域の実情やニーズを踏まえながら有効活用していくことを求めている。

以上の背景から、旧穂原小学校に地域内経済循環と町の人々の交流の拠点を形成することがふさわしいと考える。

3節-2 「ふらっとファーム・ふらっとキッチン」

私たちが提案する「Living ほはら」では小学校のプールの利活用による「ふらっとファーム」（共同農園）、そしてグラウンドの有効活用にあたる「ふらっとキッチン」（キッチンカーの開業）の2つを展開する。以下でこれらの詳細について述べる。

「ふらっとファーム」とは、小学校のプールを利活用して有機野菜の栽培・収穫を多世代で行う共同農園である。これは一般社団法人が運営する「みんなのうえん」を参考にしたものである。

「みんなのうえん」は、農業を通して参加者同士がつながる機会を創出している。利用者の大半は「みんなのうえん」がある大阪市北加賀屋駅周辺の住民であり、月間平均約 100 人が集う。未就学児から高齢者まで、幅広い年代が「みんなのうえん」に足を運び、世代を超えたつながりを作っている。私たちは「みんなのうえん」から着想を得て、旧穂原小学校で幅広い年代が関わる場所を模索した。そこで、現在利用されていないプールを改修し、共同農園として利活用できないか考えた。

プールを農園にした実例として東京都中央区月島第一小学校が挙げられる。月島第一小学校では、地域の方々の呼びかけから校舎移転前のプールを農園として活用しており、旧穂原小学校での実現も可能であると考えた。旧穂原小学校の人流を活かし、新たなコミュニティ創出の場として、「ふらっとファーム」を提案する。

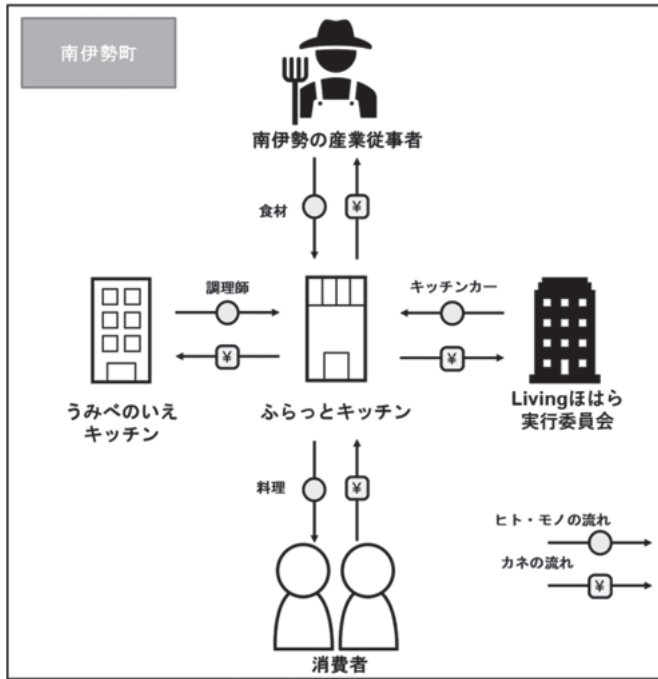
ふらっとファームの詳細を説明する。はじめに、ふらっとファームの関係者について述べる。ふらっとファームは南伊勢町の小学生・高齢者・地元農家が主体となって栽培・収穫を行う。

ふらっとファームの参加者は、町の小学生と高齢者だ。小学生は、南伊勢町教育委員会の協力のもと、町にある3つの小学校から公募で児童を集め、高齢者は南伊勢元気シニアクラブの所属者から募る。参加者は週1回、毎週土曜日に有機野菜の栽培を行い、これまで関わりが希薄だった小学生と高齢者が野菜を栽培する過程で交流を深める。なお、初年度に栽培する野菜は荳胡麻と呼ばれるシソ科の一年草を予定している。作物の選定理由としては栽培の容易さ、獣害の少なさ、コストの低さが挙げられる。

次に管理体制について述べる。共同農園以外での野菜の管理は南伊勢元気シニアクラブとせこファームの交代制で行う。収穫した野菜は共同農園の参加者が持ち帰り、余剰分は後述のふらっとキッチンの食材となる。

「ふらっとキッチン」について説明する。「ふらっとキッチン」とは、町内で採れた作物を使用した料理の販売を、キッチンカーにて行うものである。町内の第一次産業従事者が卸す産物だけでなく、ふらっとファームで採れた荳胡麻等の野菜を調理し、販売する。職業の垣根を越えた南伊勢町の人々の共創により、地域内経済循環のロールモデルを創出することが狙いだ。

また、穂原スケートパークを訪れたスケートボーダー33人を対象としたアンケート調査から「飲食ができる場が欲しい」という声が、全体の93.9%であったこと、来場者が増加する週末は近隣のコンビニが営業していないことから、十分なニーズがあると考えている。



【図6】「ふらっとキッチン」ビジネスモデル

「ふらっとキッチン」の運営体制と販売形態を説明する。はじめに、ふらっとキッチンの運営体制について説明する。(図6)のように、キッチンカーを用いた調理はうみべのいえキッチンに協力を依頼し、食材の提供は、友栄水産、せこファーム、アサヒ農園等に依頼する。

次に販売形態について説明する。販売時間は毎週土曜日と日曜日の11時～14時と設定する。土曜日には共同農園が、日曜日にはスケートボード教室が行われるためだ。

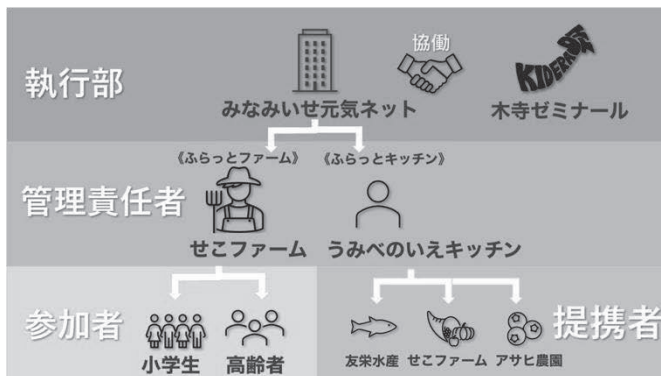
また、「ふらっとファーム」と「ふらっとキッチン」をつなぐワークショップを定期的で開催する。ワークショップでは共同農園で収穫した野菜の加工・調理等を予定している。この活動

で食と農でつながる多世代交流の意味はさらに強固なものとなり、地域内経済循環の場に「ふらっと」立ち寄り、より町民同士が「フラット」な目線で町の共創に取り組めると考える。

第3章 運営方法

1節 実施体制

Livingほはら実行委員会



【図7】Livingほはら 実施体制

まず、本プランにおいて「Livingほはら実行委員会」を設立する。(図7) Livingほはら実行委員会は、執行部、ふらっとファーム及びふらっとキッチンの管理責任者、参加者、提携者で構成される。Livingほはら実行委員会は町民で構成されるため、町おこしを促し、南伊勢町のまちづくりの基本理念である「町民起点のまちづくり」への実現に貢献する。具体的な運営方法は以下の通りである。

全体の統括を担当する執行部は、穂原スケートパークを管理するNPO法人みなみいせ元気ネットと、木寺ゼミナールが共同で担当する。「ふらっとファーム」と「ふらっとキッチン」の連携や、定期的に行われるワークショップの開催、全体の財源管理は、みなみいせ元気ネットが行う。木寺ゼミナールは、町内外の人々をつなぎ、事業拡大を担う。

次に、「ふらっとファーム」の実施体制について述べる。「ふらっとファーム」は、Livingほはら実行委員会の中の「ふらっとファーム管理責任者・参加者」が主体となり運営する。管理責任者

は、せこファームが担当し、栽培の指導、農産物の全体的な管理を行う。参加者である小学生と南伊勢元気シニアクラブは週に1度集まり、農産物の管理を行う。

「ふらっとキッチン」の実施体制は、Living ほはら実行委員会の「ふらっとキッチン管理責任者、提携者」によって運営される。「ふらっとキッチン」の管理責任者はうみべのいえキッチンが担当し、キッチンカーで販売するメニュー選定、食材の調理、キッチンカーでの販売を行う。提携者は、「ふらっとキッチン」を提供先とし、食材を卸してもらい。友栄水産、アサヒ農園、せこファーム等、南伊勢町内で食材を生産している事業者を提携者に選定する。

2節 中・長期計画

	Livingプロジェクト	ふらっとファーム	ふらっとキッチン
3年後	Livingほはらへの参加者増加	参加者や栽培農作物の種類増加	キッチンカー事業の提携者増加
5年後	南伊勢のランドマークへ補助金なしでも自走できる状態	収穫した農作物が南伊勢ブランドに認定	買い物困難者の多い地区への出店
10年後	南伊勢町全体で展開	南伊勢町内の遊休農地を利活用したふらっとファームを展開	キッチンカー台数の増加 飲食店が少ないというイメージの改善

【図8】本プランの中長期計画

本プランの展望は、「ふらっとファーム」、「ふらっとキッチン」、「Livingプロジェクト」それぞれが、南伊勢町内での循環を促す事業として発展することである。(図8)

Livingプロジェクトに関しては、3年後の本プロジェクトへの参加者・提携者の増加を展望とする。この段階では旧穂原小学校内で展開する企画への参加者・提携者の増加を目的としており、5年後南伊勢町のランドマークとして多くの人々に訪れてもらうための基盤を構築する。また、関係人口を増加させ補助金なしでも自走可能な水準になることを見込んでいる。そして、本プロジェクトは旧穂原小学校内での広がりを見せていくだけでなく、10年後には古和浦地区に位置するふるさと公園等、他の集落でも展開していくことで町の各所で変化を起し町全体のイノベーションへと繋げていくことができると考えている。

「ふらっとファーム」は、収穫物を南伊勢町のブランドとして町内に根付かせ、町全域に拡大することを展望とする。3年後には、「ふらっとファーム」の規模を拡大させる。参加者数の増加により、「ふらっとファーム」内でのさらなる交流が生まれる。また、荳胡麻以外の農産物にも挑戦し農産物の多様化や新たな南伊勢町の産物に挑戦しやすい環境を整備する。5年後には、「ふらっとファーム」で収穫された農産物のブランド化を試みる。地域ブランドである「南伊勢ブランド」に、ふらっとファームの荳胡麻を中心とした農産物及び加工品が認定され、地域に根づくブランド化を目指す。10年後には旧穂原小学校だけでなく、町内にある耕作の見込みがない「遊休農地」を利活用する。南伊勢農業委員会が目標とする「遊休農地ゼロ」に向けて、2018年時点で8.7%存在する遊休農地で「ふらっとファーム」を展開する。本プランで「ふらっとファーム」を増加させ、地域内での交流をさらに活発化させるとともに、活用・転用が難しい遊休農地を有効活用す

ることができる。と考える。

「ふらっとキッチン」の展望は「地産地消」を掲げ、南伊勢町の産物を扱うキッチンカーとして町全体に展開することだ。3年後には、キッチンカーに納品する提携者を増やす。提携者側には、地方に納品する流通コスト削減や新たな販路の拡大というメリットがあり、地域経済循環率向上に貢献する。5年後には、高齢者等移動困難者の多い地区や古和浦地区等商業機能が芳しくない地域に赴き、生活サービスの拡充を目指す。古和浦区長浦和真次郎様へのヒアリング調査から、実際に古和浦地区では、唯一のスーパーが昨年閉店し、JAによる週2回の移動販売に多くの人が集まっていることが判明した。したがって、上記のような地区に出店することで、買い物困難者のニーズに応えられると考える。10年後には、買い物困難者へのサービス支援という側面のみならず、南伊勢町内の飲食サービスの充実に向けて展開する。キッチンカーによって南伊勢町内での「食」に対する選択肢を増やすことで、「飲食店がない」という住民のイメージを払拭する。そして、新しいサービスの提供の場としての機能をもたらすことを見込む。

第4章 実現可能性と効果について

1節 経済的実現可能性について

「Living ほはら」を実現させるために必要な費用として下図を記載する。(図9) 初期費用は、プール改修費5万円、キッチンカー購入費150万円。1年間の維持費として、苗代440円、水道光熱費60万円。各費用を合わせると、初年度に掛かる費用は910万440円となる。それらのうち、土・苗代、水道代・光熱費代を合わせた755万440円を山村活性化支援交付金から拠出、キッチンカー購入費は小規模事業者持続化補助金により改修費50万円を拠出する。初期段階でプール改修費及びキッチンカー購入費を捻出することは厳しいため、これらにかかる費用105万円は「ふらっとキッチン」売上から運営費として1割徴収することで追って捻出する。当プランのオープンの順番として、まず初めに「ふらっとキッチン」が旧穂原小学校の給食室でスタートする。次に、5万円を捻出したのちプールの改修・農園の整備を行い「ふらっとファーム」をオープンさせる。ここで「Living ほはら」は一旦完成し、さらに100万円の捻出後にはキッチンカーを購入し、次の展望である移動販売にも対応可能な「Living ほはら」への進化を遂げる。

当プランは初期費用以外での支出が非常に少なく、プランとして自走可能であり実現可能性が高いといえる。

収入		支出	
概要	小計	概要	小計
キッチンカー売上 110人(スケボパーク来場者70人+農園来場者40人)×1000円(1食)×48回(土曜日年間) 70人(スケボパーク来場者)×1000(1食)×48回(日曜日年間)	¥8,640,000	プール改修費	¥50,000
農園教室の参加費 (2000円×40人)	¥80,000	土費用	¥6,950,000
山村活性化支援交付金(土・苗費+水道・光熱費)	¥7,550,440	苗代(年間)	¥440
小規模事業者持続化補助金 (キッチンカー改修費)	¥500,000	水道・光熱費(月額¥50,000)×12か月	¥600,000
		キッチンカー購入代	¥1,500,000
合計	¥16,770,440	合計	¥9,100,440

【図9】 Living ほはら予算案

2節 経済効果について

みなみいせ元気ネットの玉山寿美様へのヒアリング調査によると、穂原スケートパークの来場者数は、土日平均 50～80 人であることが判明した。旧穂原小学校のグラウンドを利用した「ふらっとキッチン」のキッチンカーは、土曜日に 110 人、日曜日に 70 人の 1 週間で合計 180 人が来ると仮定する。土曜日の来場者数の内訳は、スケートパーク来場者数の 9 割に当たる 70 人と「ふらっとファーム」に携わる南伊勢元気シニアクラブと南伊勢町の小学生 40 人である。日曜日の来場者数の内訳はスケートパーク来場者数の約 9 割に当たる 70 人である。キッチンカーで提供する料理を一食 1000 円に設定すると、その収益は 1 年間で 864 万円となる。第 2 章 2 節でも先述したように、スケートボードパーク来場者の飲食サービスの需要は既に 9 割を超えており、「ふらっとキッチン」での安定的な売上が見込めるといえる。

また、「ふらっとファーム」に参加する小学生と高齢者（計 40 人）からは、農業体験費用とワークショップ教室の参加費用として、年会費 2000 円を徴収する。栽培された野菜は、「ふらっとファーム」参加者、ワークショップ、キッチンカーの 3 点に分配される。これら「Living ほはら」で見込まれる経済効果の合計は 872 万円である。

3節 サーベイ実験による政策効果の検証

本プランにおいて地場産品の消費促進にどれほどの効果が期待できるかを測定するために、町内の小学生を対象にアンケートを実施しサーベイ実験を実施した。具体的には、南勢小学校・南島西小学校・南島東小学校の生徒 77 人を対象にしたサーベイ実験を行い、本プランの内容の説明を含めたアンケートの回答 40 枚（実験群）と含まないアンケートの回答 37 枚（コントロール群）を回収し、カイ二乗検定を行った。結果は P 値の結果が 0.000926015 となり、有意水準の 0.05 を大きく下回ったため、本プランは地場産品消費促進に効果があることが強く示唆された。

Q. 実行された場合プランに参加したいか			
<実測値>			
	はい	いいえ	合計
コントロール群	11	26	37
実験群	27	13	40
合計	38	39	77
<期待値>			
	はい	いいえ	合計
コントロール群	18.25974026	18.74025974	37
実験群	19.74025974	20.25974026	40
合計	38	39	77
p=0.000926015			
【図10】サーベイ実験による、南伊勢町の小学4,5,6年生への独自アンケートにより実施			

4節 政策効果

本プランの政策効果について述べる。まずは「ふらっとファーム」の政策効果についてだ。ここでは子ども、高齢者に対して 2 つの効果が挙げられる。

農林水産省は子どもが農林漁業体験をすることで、社会参加が多くなることや地域の結束が強くなると発表している。これは共創を目指す本プランにおいて重要な効果を産むものとなる。NTT データ経営研究所や農村医学会も、高齢者において市民農園・家庭菜園等で農作業に従事する人はそうでない人に比べて健康であるというデータを示している。これらの結果により社会保障費

が抑えられる等の様々な相乗効果も期待できる。また高齢者も若々しくいられるという点で南伊勢町が掲げる「常若のまち」の達成に大いに貢献するものと考えた。

次に「ふらっとキッチン」の政策効果についてだ。先述のサーベイ実験からも地場製品の消費促進に十分な効果があることがわかるため、地域経済循環率の向上の手立てとなる。一見小さな経済効果のように思えるかもしれないが、このような一步を積み上げていくことが南伊勢町内に蔓延する「諦め」を解消することに繋がると私たちは考えている。

これらの政策効果は単に私たちが掲げる課題だけでなく、町として掲げる人口減少や担い手不足といった課題とも親和性が高く、南伊勢町 V 字回復戦略に沿ってプランを展開することができる。

第5章 統括

南伊勢町の町政開始から早 17 年。それ以降の町による産業従事者への支援などにより、若く強い個が生まれつつある。一方で、3 度に渡り実施した現地調査によって、様々な方法・形態をとった町の再興に向けた取り組みが完全には奏功せず、依然課題が残存する現状が明らかとなった。

私たちはこれまでの調査を通して、町を覆う「諦め」の空気により、現状維持による産業の後退と若者の流出が進んでいることに着目した。地域の活力につながる産業の活性化のためには、持続的成長が可能な環境を整え、町の未来に希望が持てるようにすることが肝要である。

そこで私たち木寺ゼミナールが提案したのは、スケートパークを中心に人々が集う廃校の場を活かした共創・地域内経済循環の拠点形成のプランである。食と農を通じた多世代交流の促進は、子どもの笑顔が大人の挑戦を喚起し、大人の努力の為せる業とその成果物が域内における子どもの夢の実現を後押しする循環を形成する。また、前述の拠点内に町内産物消費の拠点を設けることで生産者・消費者双方にメリットを提示する。これを地域外の産物消費による資金流出緩和の糸口とするとともに、町内事業者に対し輸送費軽減による利益率向上等の利点を示し地域内経済循環の促進を図る。この拠点における体験は、次世代を担う子どもの郷土愛醸成に繋がっていく。

一方で、町の地形的条件から、1 拠点では町域全体を対象としきれないという課題が存在する。そこで我々は、小規模ながらも確実な効果を期待できる旧穂原小学校での事例をロールモデルとして、廃校や公園を活用し、地区ごとの現状に即した形で展開していくことを構想する。これは公園の利活用促進を図る町政の方針にも適合する。

これら一連のプロジェクトの実施による多世代共創の実現は、郷土愛の醸成および地域経済循環率の改善を通じて活力が不足する現状を打破する。そして町民の「諦め」を「希望」へと変え、挑戦への土壌を耕すことこそが「地域の活力につながる産業の活性化」へと結びつくと私たちは確信している。

<参考文献>

オンライン上の資料は全て 2022 年 10 月 31 日確認

南伊勢町役場 まちづくり推進課（南勢庁舎）「南伊勢町の概要」

(<https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/shoshiki/machizukuri/shoukai/611.html>)

RESAS 「三重県南伊勢町の人口推移」

(<https://resas.go.jp/populationcomposition/#/transition/24/24472/2020/2/0.0/9.118941072723509/34.3520593/136.7036498/->)

総務省統計局（2019 年、2020 年）-9 月 15 日現在「人口推計 年齢 3 区分別人口及び割合」

(<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1261.html>)

南伊勢町 2019 年 9 月「南伊勢町総合計画（新絆プラン）」

(<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/21/sinkuzunaplan.pdf#page=6>)

総務省統計局「統計ダッシュボード」より作成

(<https://dashboard.e-stat.go.jp/>)

環境省「経年変化版地域経済循環率分析自動作成ツール」より作成

(<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/21/sinkuzunaplan.pdf#page=6>)

株式会社価値総合研究所『地域の「稼ぐチカラ」向上に向けた域経済循環分析事業 地域経済循環図および指標の解説と 施策の考え方』

([https://www.city.fukuroi.shizuoka.jp/material/files/group/16/Fukuroi2013B.pdf#pag\)e=6](https://www.city.fukuroi.shizuoka.jp/material/files/group/16/Fukuroi2013B.pdf#pag)e=6))

南伊勢町平成 28 年 3 月「南伊勢町人口ビジョン」

(<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/025.pdf#page=53>)

中央区立月島第一小学校 月一園

(<https://www.chuo-kyo.ed.jp/~tsukil-es/index.cfm/1,0,17,html>)

一般社団法人 日本エゴマ協会

(<https://www.egomajapan.com/%E3%82%A8%E3%82%B4%E3%83%9E%E3%81%AE%E6%A0%BD%E5%9F%B9/>)

農林水産省 消費安全局消費者行政・食育課「食育の推進に役立つエビデンス」

(<https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/evidence/togo/html/part4-4.html>)

南伊勢町農業委員会 平成 30 年「南伊勢町農業委員会「農地等の利用の最適化の推進に関する指針」

(<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/14/saitekikasisinn.pdf>)

日本農業新聞 2021 年 「農作業で健康長寿 効果周知し農福連携を」

(<https://www.agrinews.co.jp/opinion/index/36089>)

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ 経営研究所 平成 24 年度 「農作業と健康についてのエビデンス把握手法等調査 報告書」

(https://www.maff.go.jp/j/study/syoku_vision/kenko/pdf/houkoku.pdf)

伊賀市役所 企画振興部地域創生課 2022 年 「伊賀市シティプロモーション」

(<https://www.city.iga.lg.jp/0000004728.html>)

足利市役所 地域創生課 2019 年 「これからの足利シティプロモーション 2019 について」

(<https://www.city.ashikaga.tochigi.jp/uploaded/attachment/35108.pdf>)

習志野市役所 広報課 2019 年 「習志野市シティセールスコンセプト Book2nd」

(https://www.toshi.or.jp/app-def/wp/wp-content/uploads/2019/03/report180_3_1.pdf)

一般社団法人グッドラック 2022 年「みんなのうえん」

(<https://minnanouen.jp/>)

南伊勢町役場 子育て・福祉課 岡本様 公共政策フォーラム 2022in 南伊勢 現地調査事前質問
回答

『公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢 報告書・論文集』

発行：令和5年1月

公共政策フォーラム 2022 in 南伊勢実行委員会事務局

(南伊勢町まちづくり推進課内)

〒516-0194 三重県度会郡南伊勢町五ヶ所浦 3057 番地

TEL : 0599-66-1366 (直通) FAX : 0599-66-1846

E-mail : machi@town.minamiise.lg.jp