

# 「ひょうご地域再生大作戦」の効果と政策的課題

杉山 武志\*・栗本 遙加\*\*・三宅 康成\*

\*社会環境部門, \*\*倉敷市役所

## Efficacy and Policy Issues of ‘Hyogo Community Revitalization Grand Strategy’

Takeshi SUGIYAMA\*, Haruka KURIMOTO\*\*, Yasunari MIYAKE\*

School of Human Science and Environment,  
University of Hyogo

1-1-12 Shinzaike-honcho, Himeji, 670-0092 Japan

**Abstract:** In Hyogo Prefecture, ‘*The Hyogo Chiiki Saisei Daisakusen*’ (Community Revitalization Grand Strategy) is being carried out aimed at nature-abundant communities whose vigor is declining. This paper reveals the results of that, examining the direction that the ‘Hyogo Community Revitalization Grand Strategy’ has taken, its progress, and the activities undertaken by the participating districts, and makes suggestions for the policy position that is necessary for the future in order to enhance nature-abundant communities in Hyogo Prefecture.

**Keywords:** community business, ‘Community Revitalization Grand Strategy’, Hyogo Prefecture

### 1. はじめに

兵庫県では、活力の低下している多自然地域を対象に「ひょうご地域再生大作戦（以下「地域再生大作戦」）が実施されている。多自然地域とは、兵庫県でしばしば使用される用語で、「都市計画法に基づく『市街化区域』および緑豊かな地域環境の形成に関する条例に基づく『まちの区域（第 4 号区域）』などを除く県下全ての地域」を指す（兵庫県地域再生課 2014）<sup>1)</sup>。農山漁村部だけを指した言葉ではないが、本稿での対象は主に農山漁村部の多自然地域となる。特に本稿が対象とするのは、「地域再生大作戦」の支援を受けて進められている、多自然地域におけるコミュニティビジネスにある。

「地域再生大作戦」は、高齢化、人口減少、廃校、空き家、獣害といった多自然地域で起こる課題の解決に向けて、地域活性化に取り組む住民を支援する施策として実行されている（兵庫県地域再生課 2014）。近年は、コミュニティビジネス形態の事業に対する支援も行われている<sup>2)</sup>。こうしたなか 2008 年から開始された「地域再

生大作戦」については、これまで学界の立場から現状を認識し、評価した研究がなされていない。そこで本稿では、「地域再生大作戦」のこれまでの歩み、進捗状況、支援を受けている各地区の事例を検討したうえで、その効果や課題の抽出を試みる。その際、県外において、ビジネスの観点から取り組まれている農山漁村地域の活性化との定量的な比較を行う点に本稿のオリジナリティがある。本稿では、県外との比較を通じて、「地域再生大作戦」の現時点での位置を明確にしたうえで、今後の政策的な方向性を示唆することを目的とした。

本稿の構成は以下の通りである。第 2 章では、兵庫県企画県民部地域振興課からの話に基づいて、「地域再生大作戦」の経緯や現状を概観する。2014 年 6 月 26 日に地域振興課長（当時）から聞き取った話を中心に確認する。第 3 章では、「地域再生大作戦」のうち、県内 8 地区の事例への調査結果を整理して、成功点と課題点を抽出する。調査は、2014 年 8 月～9 月にかけて各地区を訪問のうえ聞き取り調査を実施した<sup>3)</sup>。第 2 章と第 3 章の記載

内容に関しては、2015 年 3 月に地域振興課へ、後述する表 1 の記載内容に関しては 2015 年 2 月～3 月にかけて各地区の担い手に補完的な確認作業を実施した<sup>4)</sup>。第 4 章では、「地域再生大作戦」と県外の事例との定量的な比較を行い、「地域再生大作戦」の位置づけを明確にする。そのうえで分析結果をまとめるなかから政策的な示唆を述べる。最後に第 5 章では、本稿での結論を述べる。

## 2. 「ひょうご地域再生大作戦」

### 2.1. 概要、活動の背景、目標

まず、「地域再生大作戦」が開始された経緯を確認しよう。「地域再生大作戦」は、2008 年から開始された。「限界集落」(大野 2008)という言葉が出始めた頃に、兵庫県内の集落を何とかしようという想いで始まった施策である。「地域再生大作戦」は、集落の人たちが誇りを取り戻すプロセス、弱くなってきた「人の絆」を強くすることによる地域の維持、持続力を高める取り組みとされる。最終的に、当該地域に引き続き住み続けたいと言う人を多く生み出したいとする期待が込められている。

兵庫県が多自然地域で「地域再生大作戦」をはじめたきっかけは、養父市岩崎地区との関係で、神戸のアドバイザーとつながりを持ったことにある。当該アドバイザーが、神戸の長田や灘での地域づくり、新しい組織づくりを進めた経験をもっていた人であった。このときに、村と都市を結ぶ経験ができたという。たとえば年間 2 回程度、神戸市東灘区住吉呉田や神戸市の須磨へ、集落住民が普段「自分たち用」として栽培していた農薬を使用していない野菜を持っていき販売した。その結果、都市の消費者に多数販売できたうえ、消費者の喜ぶ様子が集落の人たちにとっての励みとなることを発見したという。

活動の背景には、いくつかの理由が挙げられていた。まず、少子高齢化、人口減少、人口偏在である。人の空洞化、土地の空洞化、村の空洞化で生活が難しくなって、最後には誇りの空洞化となり、誰も住みたいと思わなくなってしまう状況は是が非でも避けたいという気持ちがあるという。次に、水源涵養、生態系保全、獣害対策、災害対策の必要性である。たとえば、イノシシ、サルなどに作物をとられてしまうことを防ぐことも求められている。さらには、耕作放棄地、森林荒廃、経済雇用格差、空き家の問題も挙げられている。こうした集落の機能の低下を避ける狙いが背景にある。

地域振興課は、かつての集落が実行できていた冠婚葬

祭すら実施できなくなっている事実を危惧していた。そのようななか、2006 年から小学校単位で進められてきた「県民交流広場」事業<sup>5)</sup>による支援の結果、冠婚葬祭を復活させる地域がかなり出てきたことに着目した。祭りの復活は、集落のまとまりができるものとして意義が大きいという。「地域再生大作戦」では、「地域の宝探しをしよう」と呼びかけられている。まずはイベント的に何かを実施すること呼びかけられる。何かを実施するときには、たとえば廃校や未利用地活用が提案される。こうした「何かを実施する」村づくりの組織に対する政策的な支援が進められてきたのである。

### 2.2. 「地域再生大作戦」の全体像

次に、「地域再生大作戦」の全体像を把握したい(図 1)。兵庫県では、2008 年から「小規模集落元気作戦」が開始されている。2009 年からは、小学校区単位での「ふるさと自立計画推進モデル事業」も開始された。後者の事業は、上述の「県民交流広場」事業の流れがある。当該事業を通じて、たとえば丹波市、篠山市、朝来市、養父市の各地区が自治会組織を協議会組織に発展させている。

また、2010 年度からは「地域再生応援事業」を、2011 年からは「むらの将来検討支援事業」により、村の将来を検討する取り組みもはじめられている。2012 年からは、「ひょうご地域再生塾」が開始された。「ひょうご地域再生塾」は、モデル事業を実施する地域や周辺で、市町と連絡を取りあえる人たちを対象に実践的な知識を修得してもらう学習の機会として位置づけられている。参加者たちを中心に地域間のつながりが形成されつつある。

2013 年からは、「大学連携による地域力向上事業」も開始されている。この支援によって「学生が来るだけでうれしい」と感じる集落の人たちが増加している。学生が村に来ることは、「祭りと一緒に」とされる。集落の高齢者が「来る学生たちに何を食べさせてあげようか」と思って畑に何かを植え、道も掃除するようになることは、地域の元気につながる要因という。

一方で、都市部での販路拡大の支援にも乗り出しており、神戸元町に「元町マルシェ」が設置されている(図 2)。初年の 2013 年は土曜日みの開店であったが、2014 年 6 月 22 日からは月曜日以外、開店させている。「元町マルシェ」では、「地域再生大作戦」の支援を受けている小規模集落などの野菜や加工品が出品されている。

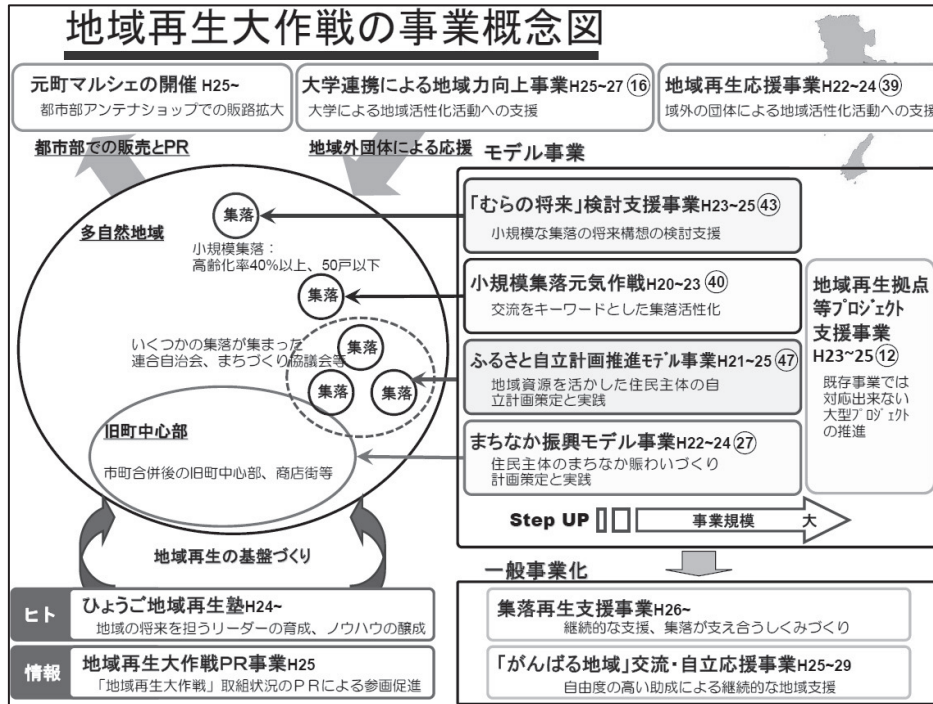


図1 「ひょうご地域再生大作戦」全体像  
 Fig.1 Whole of the Hyogo 'Community Revitalization Grand Strategy'  
 (出所) 兵庫県提供資料



図2 「元町マルシェ」概観  
 Fig.2 'Motomachi Marché'  
 (出所) 筆者撮影 (2014年9月23日)

2.3. 兵庫県がみる「地域再生大作戦」の成果

「地域再生大作戦」の特徴は、都市との相互補完にあるという。「地域再生大作戦」のよい点としては、集落以外の人たちからの目線で集落をみてもらえる機会の生成が挙げられていた。アドバイザーなどが他地域や集落のことを話すと、「話に出た集落より自分たちの集落のほうが上ではないか」「自分たちの集落のほうが課題をもっていかもしれない」と言いながら話すようになるという。これは、集落の担い手に誇りがある証拠であり、それゆ

え集落以外の人たちからの目線で眺めてもらうことが大事になると感じているという。若者、よそ者、一所懸命に取り組む人たちがいると、うまく事が進んでいくことも多いとの認識が示されていた。

「地域再生大作戦」の成果には、「にぎわいづくり」「コミュニティ再生」「人材・資源の掘り起こし」「ふるさと意識の醸成」が挙げられている。本稿の主な議論の対象となる、集落でのビジネスも増えてきている。たとえば、コミュニティ喫茶、コミュニティレストランも上手いきつつあるという。元々、集落には喫茶店があったが、近年になってなくなってきている集落も多い。喫茶店がなくなるということは、集落の人たちの集える場所がなくなるという点で危惧されている。そのなかでコミュニティ喫茶やレストランを実施すると、人が大勢集まるようになる点から注目しているという。さらに、「食」をキーワードとした活動も広がりを見せてきている。食育、特産品づくり、レシピ本まで出来てきている。

一方、人手不足などの課題もあるという。特に地域再生の活動では、事業を進める人材育成も求められる。その際に、「リーダー」だけでなく、細かい事務を手がける「サブリーダー」の存在も鍵を握る。これからも「地域再生大作戦」を通じて、人の連携と誇りの再生を目指し



表1 「地域再生大作戦」の支援を受ける8地区への調査結果

Table1 Results of research to eight districts supporting the Hyogo 'Community Revitalization Grand Strategy'

グループ名	御火浦村おこしグループ	うみがみ元氣村	そばカフェ生田村	農業活性化委員会
調査年月日	2014年8月5日(火)	2014年8月5日(火)	2014年8月8日(金)	2014年8月19日(火)
インタビュー応対者	代表 Y氏 事務局 M氏 他2名	海上区長 O氏 新温泉町議会議員 ・営農組合組合長 U氏	事務局長 T氏	委員長 K氏 事務局長 H氏 ほか3名
所在(町名地区名まで)	兵庫県新温泉町三尾	兵庫県新温泉町海上	兵庫県淡路市生田畑	兵庫県宍粟市千種町鹿島
地区の概要	人口197人、61世帯。 高齢化率32% 空き家14軒 基幹産業:漁業	人口134人、43世帯。 高齢化率46% 基幹産業:農業(特に米)	人口424人、144世帯 高齢化率39.2% (生田地区(生田畑、生田田尻、生田大坪)) 基幹産業:農業	人口275人、81世帯 ・空き家数が少なく、現在1軒のみ 高齢化率33% 基幹産業:農業、そうめん製造業
取り組み開始時期	2011年開始	2009年開始	2007年 「3農水会」「生田地域活性協議会」結成。 2010年「生田村そば作業所」完成 2011年「そばカフェ生田村」オープン 2012年 水車完成 2013年 第二の拠点「ホテルカフェ」完成オープン	2011年開始。現在4年目。
きっかけ	漁師の低迷、後継者不足、専業漁業者の減少 一昔の三尾の浜の賑わいを取り戻したい、三尾ならではの伝統食を次世代につなげたい想いから集落の女性が決起。 →ジオパーク認定も契機。	兵庫県「小規模集落元氣作戦」のモデル事業への選定。 自分たちが楽しみながら取り組める特産品加工所がほしいと思っていたときに選定され、時機を得た。	・水車を作るための補助事業探しから、2007年農地水環境向上対策に着目、農水会結成へ →2008年、中山間直接支払制度に加わる →これらの資金を活用して活性化を目指す。(そば栽培とそば花祭り開催と水車復元) →2009年、小規模集落元氣作戦(現地域再生大作戦)に参加、様々な取組(水車復元含む)を展開、そばのイベントでの舞台販売始める →生田村交流広場→県の県民交流広場事業を活用、地域のコミュニティを守るだけでなく、都市住民との交流、地域活性化を願い「そばカフェ生田村」へ併設	・138年にわたる千種東小学校。 →2010年度末に閉校。 ・県民交流広場事業。
活動の概要	[手作りや天然物にこだわった特産品づくり] ・天然・冷凍生わかめの商品化と販売 ・伝統的保存食の商品化。 ①いかの樽寿司 ②鯖の樽寿司 ③ハタハタの樽寿司 ・商品開発能力向上研修や料理研究会実施 [その他] ・ジオパークガイドの養成	・営農組合によるブランド米の生産と販売 ・集落の憩いの場、訪問者との交流拠点「うみがみ元氣村」運営 ・うみがみ元氣村での食堂運営(水・土・日、5人以上でそれ以外でもオープン) ・加工品の生産・販売	[交流拠点、そば栽培・販売] ・ソバの花による景観形成。 ・そばの花祭り=これまで7回実施。 ・生田村交流ひろば。 →ふれあい喫茶、パソコン教室、そば打ち、フランス、100歳体操、習字教室等運営 ・生田村水車公園の整備。 ・「ホテルカフェ」運営。 →産地直売所兼農業倉庫 ・「生田村探訪マップ」作成。	[5つのプロジェクトチーム] ・施設運営チーム →千種東小学校跡の宿泊施設の運営。 ・ブランド米茶葉草茶チーム →農業ブランド米の生産・加工・販売。 →ドクダミ茶の加工・販売。 ・ふれあい食堂チーム →食堂運営。 ・炭焼きチーム →炭焼き釜づくり。 ・椋山山頂開発チーム →標高795m星見広場づくり。
活動の目標	①生きがいをもって暮らしたい ②豊かな資源を生かしたい ③郷土料理を若い人に伝えたい	・年をとっても農業が続けられるようにしたい ・村全体で取り組む	・自分たちの地域に自信を持つようになること ・地域全体がよくなること。 →「みんなでやる」 ・地域のよいところ(資源)に早く気づくこと	ア 小学校跡地の活用を 地域の活性化につなげたい。 イ 収入や仕事を増やしたい。 ウ 田畑や山林の活用をすすめてい。 エ 地域を元気に活性化したい。 オ 人口減少に歯止めをかけ、人口を増やしたい。 カ みんなで楽しく元気に過ごしたい。 キ 生活知識や伝統を若手に伝えたい。 ク 安心して老いられる環境をつくりたい。
地域の担い手	・26名で構成。 うち男女13名ずつ。 50歳代2名、60歳代15名、70歳代9名。	・営農組合 ・食堂スタッフ4名 ・加工品については、生産時に集落にもって来てほしいと呼びかけて、集落の男性が山で採れた食材をもってくる。 →次の日、集落の女性がさむ、にこむ →加工。	・協議会(地区3町会、3老人会、3農水会、スポーツ21、五尺節保存会、PTA、子ども会)が参加。 ・そば栽培 →地区約140世帯総出。 ・そばカフェ生田村 →スタッフ17名。 →卵かけごはんの卵を生産する30代の移住者との連携。 ・ホテルカフェ →東京から移住してきた夫婦へ委託。	◆農業活性化委員会(施設運営チーム3名/ブランド米チーム3名/茶葉草茶チーム2名/ふれあい食堂チーム6名/炭焼きチーム3名/椋山山頂開発チーム3名) ・自治会とも共働 →農業も関係している ・地域の有志 ※現役世代が多い。 →フリーで働けるのは、現時点で事務局長と数名。
報酬の状況(ボランティア活動の場合) 買金の状況(雇用の場合)	・ボランティア。 ・400円/hを報酬として支払っている。	・ボランティア。 ・食堂メンバー7人で回す。 ・報酬は、50円→100円→150円→200円。 ・年々アップはしている。	・そばカフェ生田村 →地元の人を中心としたスタッフ17名。 現在の買金780円/h(当初は報酬400円)。 5.5〜7h勤務。40代も2名いる。	・ボランティア。 ・食堂スタッフ数名
主な商品・サービス	[加工品] ・天然・冷凍生わかめ ・いかの樽寿司 ・鯖の樽寿司 ・ハタハタの樽寿司 ・わかめの佃煮 ・あらめの佃煮 [その他] ・海上タクシーの運営(2013年度)	[ブランド米] ・「海上掘田米うみやーな」の生産・販売 [食堂] ・うみがみ元氣村の食堂運営 →但馬牛うどん定食 →ばっこ丼など [加工品] ・手製の芝桜みそ ・山ぶきのうみやー煮 ・野菜茶	[そば販売] ・生田そば他6種類 ・卵かけごはん →移住者30代の青年が生産する鶏の卵を使用している。 ・現在(2015年3月時点)では近隣地域との連携から、合鴨農法のカモ肉、自然薯を加えたメニューもそばメニューに加えた。 ・スイーツ →そば饅頭、そば湯ゼリー、ヤギミルクプリンなど5種。 [ホテルカフェ] ・ランチメニューなど	[宿泊サービス] ・千種東小学校跡への宿泊。 [ブランド米] ・無農薬にこだわった「農業ブランド米」。 [加工品] ・ドクダミ茶、木炭。 [食堂] ・スタッフのアイデアによる地元食材を使った食事の提供。

(出所) 調査結果に基づき筆者作成

あこがれ千町の会	沼島創成プロジェクト	柚子加工グループ	里山工房くもべ
2014年8月19日(火) 会長 H氏 副会長 T氏 T氏ほか1名	2014年8月21日(木) 南あわじ市市長公室 政策係 係長 H氏 沼島地域おこし協力隊 A氏	2014年8月22日(金) 神河町地域振興課 課長補佐 M氏	2014年9月8日(月) 合同会社里山工房くもべ 業務執行社員 K氏 代表社員 I氏 プラス合同会社 Y氏
兵庫県東粟粟市一宮町千町(せんちょう)	兵庫県南あわじ市沼島	兵庫県神河町根字野	篠山市雲部
人口50人、18世帯 高齢化率42% 基幹産業:農業、そうめん製造業	人口806人、224世帯 高齢化率42% 基幹産業:漁業(約8割)	人口414人、120世帯 高齢化率34% 基幹産業:農業	人口961人 高齢化率39% 基幹産業:農業
2008年開始(小規模集落元気作戦)。千町の会は2010年設立。現在5年目。	・2007年 観光ボランティアガイド「ぬぼこの会」設立。 ・2011年 「沼島創成プロジェクト」開始。	・2011年 集落の課題と解決のための検討を開始。 ・2012年 「柚子加工グループ」設立。	・2013年8月 里山工房くもべ設立 ・2013年11月 旧雲部小学校にコミュニティカフェオープン
・高齢化。若者がいない。 一最年少は中学2年。 ・8ha農地の7割が休耕田・耕作放棄地であることへの危機意識。 ・集落活性化に向けてイベント(「雲の上のコスモスフェア」)に取り組んだこともあるが、その後一過性イベントよりも「継続的な活性化対策」を模索してきて。 ・都市部で農業等に興味をもっている人を探す団体(NPOひょうご農業クラブなど)とのパートナー化もきっかけ。	[ぬぼこの会] ・観光バス路線の維持。 一沼島汽船の利用者を増やすこと。 [沼島創成プロジェクト] ・基幹産業である漁業をなんとかしないといけないという危機意識。	元々ゆずの加工は、JAで行われてきた(現在も行われている)が、地域再生を考える上で、この地域最大の特産物の活用なくしては考えられない。そこでJAに任せきりではなく、自分たちも工夫をして産業となるような取組みをしたい。	城東地区の日置小、後川小、雲部小が統合され、城東小が開校するにあたり、旧雲部小学校が開校したこと。
・休耕田と一部水田を利用した野菜、米、そば、山菜の生産・販売 一年間のべ14年度実績(～15年1月末) 1,670人(集落1,079人、集落外591人)。 ・集落生活環境維持の共同作業「天役」参加。 ・夏祭りの主催 ・一宮ふるさとまつり出店 ・伝統行事参加 ・神戸のアンテナショップでの店頭販売協力 ・域外会員が集落会員から農業技術や千町の地域特性に基づく農事暦による農作業の指導、春の山菜料理方法の指導を受けたり、逆に域外会員が千町の歴史風土や民俗文化・自然風物を外部へ紹介するなど、様々な機会を通して相互交流に努力している。	[ぬぼこの会] ・観光ボランティアガイド運営。 [一本釣産直部] ・鮮魚加工場の運営。 [沼島おのころクルーズ] [沼島総合観光案内所「吉甚」] ・ぬぼこの会の事務所機能の設置。 ・地域おこし協力隊の活動拠点。 ・鳥伝統菓子の製造拠点。 ・喫茶スペース。 ・土産品販売 一沼島漁業共同組合による干物。 →手作り芸芸。	・柚子製品の加工・販売 ※昭和40年代から取り組んできた柚子一年間60～80t収穫される。 うちの60tはJAに委託、加工されてきた。 一現在、グループでは3～4tを加工。 4t程度は直売	・旧雲部小学校跡地の活用と運営 ①地元食材を使用したコミュニティカフェ ②地元野菜、パン、弁当の販売所 ③篠山近郊の手仕事品 ④軽トラ市 ・定住促進コミュニティスペースの運営
・無農薬・有機肥料等による安全・安心な野菜づくりと供給を通じて都市と農村の交流を図り、千町の活性化を目指す。 ・「あこがれ」の由来→都市に住む住民があこがれて千町に訪ねてくるような場所にしたい。地元のみなさんと交流と協働作業を通じて「元気な千町」を実現したいという趣旨が込められている。 ・学校給食センターへ安全・安心な食材を提供し、児童・生徒(一宮・波賀地域で1,250名)を通じて地域との絆を大切にしている。 ・活動全体の継続性と、組織を経営的に成り立たせることを重視しており、6つの経営目標(1)計画性、(2)生産性、(3)市場性、(4)効率性、(5)協働性、(6)透明性を掲げ、この目標の下に集落内外の会員の協働作業を通じて活動に取り組む。	・島外からの観光・交流人口の増大を目指している。 [ぬぼこの会] ・神宮寺の住職を中心とした7名のガイド。 [沼島創成プロジェクト] ・鮮魚加工場…漁師 ・おのころクルーズ…漁師15名 ・土産品の干物…漁協 ・土産品の手芸品…島民 ・吉甚運営…地域おこし協力隊4名 ・5地区の町内会 ・沼島地区あわじ環境未来島構想推進協議会 ※44歳の次世代リーダー候補が存在。	ゆず加工を産業として成立させて、雇用を創出し、高齢化・人口減少といった集落の課題を解決していくこと。	閉校時、雲部の住民の皆さんにアンケートをとり、その結果、学校を残して雲部の活性化につながるように利用すればという多くの方々の意見があった。 ・意見を集約するなか、利活用の方向で検討することになった。利活用するには事業を起し、雲部の活性化につながるべしと考えた。
・集落内全世帯 ・千町自治会との協働	[ぬぼこの会] ・おのころクルーズ…漁師15名 ・土産品の干物…漁協 ・土産品の手芸品…島民 ・吉甚運営…地域おこし協力隊4名 ・5地区の町内会 ・沼島地区あわじ環境未来島構想推進協議会 ※44歳の次世代リーダー候補が存在。	・区長およびグループの12名の女性たち。 →65～75歳の人たちで構成。 ・柚子農家35軒が入る「ゆず生産組合」。	・業務執行役員4人(うち代表社員1名) ・パート(カフェ4名、厨房0～9名) ・くもべまちづくり協議会 (里山工房くもべは協議会の構成団体)
・ボランティア。 ・活動に伴う報酬はなし 一ただし、当面の目標として域外会員への交通費補助は片道分、宿泊費引替補助を行っている。	[吉甚] ・地域おこし協力隊4名 →交代で店番をしている。 …自治体嘱託職員としての雇用。	・収穫時期である11月から1か月間程度 →週3～4日勤務。 ・8月は週1日程度。 ※1日あたり半日程度勤務。 ※賞金は一人あたり800～900円/h。	・ボランティア。 一人300円/h+交通費を報酬として支払う。
・無農薬・有機肥料野菜 →14年度実績でのベスト5は①ミニトマト、②おかわかめ、③ほうれん草、④レタス類、⑤大根 →一般の消費者を対象に日常で使う基本野菜を中心に栽培しているが、他に都市部でのニーズをくみ取り、メティ、シャンツァイ(香菜)、千町甘ネギなどを栽培して販売している。 ※栽培計画委員会にて栽培計画を立案。 一年3～5回。 →域外会員も入る。 →神戸での売れ筋などもサーチ。	[ぬぼこの会] ・観光ボランティアガイド。 [沼島おのころクルーズ] ・おのころクルーズの実施。 [吉甚] ・喫茶事業。 ・あげまんじゅうなどの販売。 ・加工品、土産品販売。 ・おのころクルーズの受付・案内。	・柚子しぼり ・柚子シロップ ・柚子ジャム [新商品] ・柚子ペースト ・柚子ピューレ ※その他 ・ゆず原料のお菓子づくりを行っている。 一町内4軒のお店で販売。 うち1軒は、移住者が開業したお店。	[コミュニティカフェ] ・くもべ定食 ・お野菜カレー ・コーヒー ・手作りジンジャーエール など ・雲部の野菜、パンの販売 ・篠山の手仕事品の販売

表1 「地域再生大作戦」の支援を受ける8地区への調査結果(続き)

Table1 Results of research to eight districts supporting the Hyogo 'Community Revitalization Grand Strategy'

グループ名	御火浦村おこしグループ	うみがみ元氣村	そばカフェ生田村	鷹巣活性化委員会
営業・販路	<p>[事務局長の営業活動]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅</li> <li>ひだか、但馬まほろば、かんなべ、和田山</li> <li>旅館</li> <li>城崎西村屋、神錦のブルーリッジホテル</li> <li>わりもの製造会社・森基商店等とのコラボレーション「天然生わかめちくわ」</li> <li>神戸市内</li> <li>イナカフェ、元町マルシェ</li> </ul> <p>[イベント]マラン大会、自動車道開通記念イベント、但馬まるごち感動市などへの出店</p> <p>[PR]但馬の情報誌、兵庫インターネット放送局、新聞での紹介、ブログで情報発信</p>	<p>[ブランド米]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新温泉町内への販売が多い。約80%。</li> <li>→町内レストラン「なごみ」50~60袋。</li> <li>・茨城県、群馬県など遠方からの受注もある。</li> <li>・神戸市内</li> <li>イナカフェ、元町マルシェ</li> </ul> <p>[加工品]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・元氣村での販売</li> <li>・ふきは、組合長が営業を行い、地元の旅館やお土産屋6軒に出している。</li> <li>・神戸市内</li> <li>イナカフェ、元町マルシェ</li> </ul>	<p>インターネット。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・口コミ。</li> <li>・兵庫県の関係の情報発信</li> <li>・新聞記者を集めた試食会の開催。</li> <li>→5~6社参集。</li> <li>→資料提供と記事化による情報発信。</li> <li>・サービスエリアへののぼり6万円宣伝費。</li> <li>・テレビ「人生の楽園」放映。</li> </ul>	<p>[宿泊サービス]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県民局のガイドブックでの告知。</li> <li>※簡易宿泊所の許可を受ける準備中。</li> </ul> <p>[ブランド米]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブログやFacebook</li> <li>→成長記録の情報発信を通じた口コミ。</li> </ul>
売上等実績	<p>[総収入]</p> <p>2011年 71万円 2012年 141万円 2013年 291万円</p>	<p>[ブランド米]</p> <p>30kg/袋=1万円販売。 308袋生産 総生産高約9t</p> <p>[食堂]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年間稼働日数174日</li> <li>・利用者数のべ2,341人</li> <li>(6割が地元の人)</li> </ul> <p>[加工品]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・160円/kg</li> </ul> <p>※トータルで売上は増加傾向</p>	<p>[そば花祭り]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・集客</li> <li>→過去最大で4,500人、通常は2,000~2,500人</li> </ul> <p>[そばカフェ生田村]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1,000万円弱。</li> <li>→そばカフェ利用者</li> <li>地区内4,000人(100円カフェ等利用者)</li> <li>地区外10,000人</li> </ul>	<p>[宿泊サービス]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今年度16グループ予約。</li> <li>→一人一泊1,500円~2,300円/グループで提供。</li> </ul> <p>[ブランド米]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年度5反で40袋生産。</li> <li>→1万円/袋販売。</li> </ul> <p>[加工品]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ドクダミ茶</li> <li>→150kg生産・販売。</li> </ul> <p>[食堂]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年10回オープン</li> </ul>
出資金の状況	<p>一口1万円。3口まで。 なお、26人のメンバー中、5人は、出資のみ。</p>	<p>一口1千円。 集落みんなでお出し合せて計207口。 ※1万円を限度。 集落からも補てんしている。</p>	<p>ホテルカフェ設立時 →ホテルカフェ地元負担金300万円。</p>	<p>自治会から年間20万円。</p>
外部資金の活用	<p>[拠点の旧保育所の改装]</p> <p>兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」</p> <p>[大型の冷蔵庫・保冷車]</p> <p>国の補助金2013年</p>	<p>兵庫県「小規模集落元氣作戦」</p> <p>兵庫県から500万円。 一自己資金とあわせて計1,000万円でお交流拠点の建物を改装。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農地水環境向上対策中山間事業 約3,000万円/年。</li> <li>→一部を地域活性化へ</li> <li>(そば脱粒機整備に100万円、共同倉庫兼用の作業所建設に380万円活用など)</li> <li>[生田村交流ひろば]</li> <li>・県民交流広場事業 1,300万円</li> <li>(施設整備1,000万円+活動費300万円)</li> <li>[生田村水車公園]</li> <li>・兵庫県「小規模集落元氣作戦」300万円</li> <li>+市のあわじ環境未来島100万円</li> <li>+中山間事業450万円</li> <li>[ホテルカフェ]</li> <li>・兵庫県600万円、淡路市300万円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県民交流広場事業</li> <li>・兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」</li> </ul>
域外人材との関係	<p>[加工品開発]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・兵庫県但馬水産技術センター、</li> <li>・兵庫県6次産業化プランナー、専門技術員</li> <li>・兵庫県立大学経営学部佐竹研究室</li> <li>・浜坂漁協</li> <li>・美方部生活改善協議会</li> </ul> <p>[旧保育所の改装]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・兵庫県地域再生課</li> <li>・新温泉町の指導</li> <li>・新温泉農業改良普及センター</li> </ul> <p>[冷蔵庫・保冷車]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・豊岡健康福祉事務所</li> </ul> <p>[PR活動]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・神戸親和女子大学</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・兵庫県庁のT氏。</li> <li>→施設計画時に13~14回来村。</li> <li>・K設計株式会社(アドバイザー)</li> <li>・新温泉町役場</li> <li>・新温泉農業改良普及センター</li> <li>・県民局</li> </ul>	<p>[そばカフェ生田村]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・そば打ちを学ぶ際に、プロの指導を受ける。</li> <li>・職の提供</li> <li>→洲本の合鴨農家と連携</li> <li>・スイーツの提供に向けて、料理研究者からの指導を受ける。</li> <li>・地域おこし協力隊</li> <li>→週3日、3人のうち1人が来ている。</li> <li>経理を一部担当。</li> </ul>	<p>兵庫県、宍粟市からの支援</p>
都市・農村交流人口		<p>イベント時に集落外から人が集まる。</p>	<p>約10,000人/年</p> <p>→そばカフェの顧客+そばの花まつり</p>	
活動の課題	<p>①さらなる商品開発</p> <p>②さらなる販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・兵庫県認証食品の取得</li> <li>・地元旅館・民宿の土産物販売</li> <li>・ネット販売の拡大</li> </ul> <p>③ジオツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・レストラン、宿泊施設づくり</li> </ul> <p>④時給アップ</p>	<p>①担い手不足。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→お米をつくる人たちが減ってきている。</li> <li>※移住者は青森から1名いる。</li> </ul> <p>②もっと加工品を出したいが背伸びできない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・NPO法人設立を模索中。</li> <li>→経営委託化。</li> <li>地域活性化第1期事業完了後を見据えている。</li> <li>・T氏以外のリーダー育成。</li> <li>→今年から元県職員が手伝いでついでに。</li> <li>後継者育成。</li> </ul>	<p>[宿泊サービス]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・簡易宿泊所の許可を受ける。</li> <li>・体育館の改装。</li> <li>・バーベキューハウス設置。</li> <li>・家具備品の充実。</li> </ul> <p>[ブランド米+加工品]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特産品化、販路拡大。</li> </ul> <p>&lt;全体&gt;</p> <p>資本金の確保、宣伝、収益増加、従業員確保。</p>
今後の方向性	<p>次世代が地域にもどってくる、振り向いてくれるような活動につなげていく。</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化による過疎化が進行して、条件の悪い棚田・耕作放棄地が増加しているの</li> <li>で、交通体系など新たな事業展開を行い、土地改良事業・棚田オーナー制度などを早急</li> <li>に</li> <li>検討していく。</li> <li>後継者育成に力を注ぐ。</li> </ul>	<p>学校跡地を地元の活動に使いながら、宍粟市内外、都市部の団体に利用していただくことにより、地域の活性化、グリーンツーリズム・エコツーリズムの推進に資する。</p>

(出所) 調査結果に基づき筆者作成



あこがれ千町の会	沼島創成プロジェクト	柚子加工グループ	里山工房くもべ
<p>・兵庫県一宮波賀学校給食センター →会長のネットワーク。給食メニュー、野菜栽培状況、他の生産者間との調整等を経て納入。 ・神戸北野坂「西播磨ふるさと特産館」 →木曜日以外の週5日にていど。 →兵庫県を通じて、山崎集荷中継地への持込出荷。 ・神戸市内「元町マルシェ」 →木曜日、日曜日。 →一宮市民局へ持ち込み出荷 ・食彩館「伊和の里」 →一宮三方Aコープ「サンパティオ」 ※上記中継地および直接持ち込みなどへ手数料15～17%支払。</p>	<p>[ぬほこの会] ・旅行会社と連携して観光PRを行う。 [吉甚] ・店頭販売 ・地域おこし協力隊による情報発信。 雑誌等媒体でのPR。 [加工品について] ・最近では、大阪難波の飲食店へも営業。 ※その他、市の広報誌等。</p>	<p>[神戸市内の各施設] ・寺前駅前の観光案内所 ・銀の馬車道 ・ラベンダーパークなど。 ・Aコープ ・イオン ・おたふく青空市 など ・神戸市内「元町マルシェ」 ※元町マルシェにも出品しているが、基本的には、神戸町へ来た人へ販売。 →地元で売っていくスタンス。</p>	<p>・雑誌媒体などによる情報発信 ・県の雑誌での情報発信 ※最近では、リポーターが増えている。</p>
<p>[販売実績] 15年度実績(～2月)1,741千円(手数料含む) 265回 12,040口数 (ただし給食センターを除く) [宿泊] ・500円/日×138泊＝69,000円 ※ただし、宿泊延べ人数は298人日(14年4月～15年2月の実績)で、一人当たり年間24泊までは有料、25泊以上超過した分は免除としている。なお宿泊施設は地域再生拠点等プロジェクト支援事業によって整備した。</p>	<p>[吉甚での販売] ・60万円/年。 [おのころクルーズ] ・吉甚での受付分 →3名以上1,000円/人 2名以上5,000円/人 →利用者250～300人/年 ＝約100万円。 ※吉甚に手数料として5～10%支払。</p>	<p>・当初は30万円。 ・現在は100万円超。 ・当面、200万円が目標。 ※つくってもつくっても売れる状況。 ※生産が追いついていない。 →問題は、担い手不足。 ・ゆずの引き取り単価を高めることにも注力。 →一時期80円/kgだった価格を180円/kgにまで回復。200円/kgへの回復が目標。 ※上記の売上は柚子製品のみ。 ※元町マルシェでは、他に神戸町内で取れた野菜や自然薯、コンニャクなどの加工品も販売している。</p>	<p>[コミュニカフェ] 平成25年度 約241万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 [弁当] 平成25年度 約87万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 [直売所] 平成25年度 約51万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 [軽トラ市] 平成25年度 約9万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 ★合計：約390万円(11月～3月) →年換算：約936万円。</p>
<p>・域外会員の年会費3,000円/年×27人＝81,000円 ・発足時に43名から、総計93万円の出資を仰ぎ、農業資材や獣畜防止用の鉄柵整備の一部などへ投資した。この出資は「債務」として、現在徐々に償還している。</p>	<p>現在、地元負担なし。</p>	<p>ゆず生産組合から「ゆず」を譲り受けているため、材料費がかかっている。 一部、補助金が補填している部分はある。</p>	<p>・出資者約150名→10,000円/名。 ・まちづくり協議会より約176万円</p>
<p>・兵庫県「小規模企業集落元気作戦」 ・兵庫県「地域再生拠点等プロジェクト支援事業」</p>	<p>・兵庫県「小規模集落自立支援事業」 ・兵庫県「地域再生拠点等プロジェクト支援事業」 ・兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」 ・地域活性化総合特区「あわじ環境未来島構想」の一部。</p>	<p>兵庫県「小規模集落元気作戦」 ・糖度計やさく汁機など60万円投資</p>	<p>・兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」</p>
<p>[当初] NPOひょうご農業クラブと共同生産を行い、NPOが生産物を買上げていた。 [現在] ・その後「あこがれ千町の会」は独立して活動している。 ・域外住民の参加一集落外会員約30名。 うち8割は現役を退いた人(伊丹市、神戸市、三木市、姫路市、たつの市など) ※一日平均2名(集落含めると平均3名) ※域外会員であっても会の経営的な事務処理、パソコン活用、栽培計画作成、データ管理、外部への情報発信、神戸のアンテナショップでの市場調査・連絡調整などを支援している。</p>	<p>・南あわじ市職員。 ・地域おこし協力隊4名。 ・一時期、神戸親和女子大学のゼミ。 ・淡路市のNPO法人ここからつながるスポーツ地球家族。 →今後コラボレーションの予定。</p>	<p>・姫路農業改良普及センターの指導。 →生産方針をともに検討している。 ・保全試験 →県の技術センターの指導を受ける。 ・神戸町職員 一職員も地区に入り、生産以外の部分(ピンヤラベルなどの資料確保、財源確保、販路確保、製品化等)を精力的に手伝う。</p>	<p>・丹波健康福祉事務所からの指導 ・尼崎岡田北地域との都市と農村フェアを通じた交流。 ・尼崎市猪名寺と連携(畜部ふるさとまつり) ・丹波地域ネットワーク会議等との連携。 ・篠山市 篠山市エリアマネジメント業務に入っていた、ブラッグ合同会社の吉成氏。</p>
<p>15年実績(～1月末)約1,240人 ※域外会員、夏祭りへの参加者など含む。</p>	<p>4,000人/年。</p>	<p>[神戸町全体として] 観光交流人口70万人。 目標は+30万人。</p>	<p>来館者数 ひと月あたり約900人。</p>
<p>[野菜等の生産] 域外会員の定常的な活動の確保、計画的な栽培システム確立、域外会員拡大と世代更新など、千町らしいブランド野菜の確立(かつてはたけなす王国と呼ばれた)。 [販路拡大] 販路情報収集、集荷中継地への輸送員確保、鮮度の確保、消費者ニーズなど。 [その他] 労務資金、生産性向上、多品種少量生産と少品種大量生産のバランス、多様なボランティア活動の保障。 ・小規模ながらも「農業ビジネス」として経営が成り立つような仕組み(基礎)づくり。 ・現在補助事業制度等によって流通コストの低減が図られており、小規模集落元気アップ作戦にどうして、このような事業制度の継続保証が不可欠。 ・千町ニュース、メールによる現地報告、ブログなどを通して都市側への情報発信を継続すること。</p>	<p>・金銭的地元負担がなく、助成金が無くなった段階でどうするか課題。 →一解決策として、沼島地区あわじ環境未来島構想推進協議会をベースにNPO法人を設立(済)。 →メンバー12～13人。 →若手中心の団体。 ・当面、改修済みの坪内家住宅での自然食品や料理教室を行う事業を進めていくこと。</p>	<p>・グループの担い手の固定化。 ・生産計画、役割分担があまりない。 →「今日やるか」程度 ・次の担い手がいない。 →若い人でやる気のある人材の育成。 ・事務方がいない。 ・補助金がなくなったらどうするか。</p>	<p>・人件費の問題。 →報酬を最低賃金程度まで高めたい。 →人材募集の難しさ。 ・担い手をどうつくるか。 →一次世代を含めて。 ・資金繰りの大変さ。 ・個人経営との違いと難しさ。 ・里山工房くもべ内の施設に入居して、工作教室事業や美術館、パン工房を営みたいという人が出てきている。 →移住希望者との関係をどう強化していくかという点も課題。</p>
<p>・加工品を手がけたことがあるが、継続できていない。 →人手、保管の問題など。 ・集落各家庭で特徴のある漬物を活かした加工品開発など、ノウハウを活かしたい。</p>	<p>・NPO法人による活動へのゆるやかな移行。 ・NPO活動の財源の確保を模索中。 ・沼島ブランドの確立</p>	<p>・計画的な生産体制の確立。 ・販路拡大のための営業(計画的な活動)。 ・柚子加工を産業として成立させること。 ・銀の馬車道周辺でのまちづくりの動きなど、他のまちづくりと連動した活動の展開など。</p>	<p>・定住促進サポーターとの連携、など。</p>

た取り組みを支援していきたいとしている。

### 3. 「地域再生大作戦」の具体的事例とその評価

ここで問題となるのは、具体的にどのような事業が「地域再生大作戦」の支援のもとで進められているのか把握することにある。本章では、「地域再生大作戦」のなかから一定の成果が出ている事例を詳しく検討し、調査結果を踏まえて成功点と課題点を抽出する。2014 年 8 月～9 月にかけて、各地区のうち 8 地区を対象に聞き取り調査を実施した。その結果をまとめたものが表 1 である。表 1 を踏まえて本文では、各事例の成功点と課題点の要点を整理したい。

まず、表 1 の 1～2 頁目を確認しよう。8 地区の事例では、高齢化率が兵庫県の農村地域にみる高齢化率 27.1% (2010～2015 年)<sup>⑧</sup>と比較して、いずれも割合が高い。各取り組みでは、少子化、人口減少の対策を講じたいとする意識が共有されており、生活や生業の維持が難しくなりつつある危機意識をきっかけに活動を開始した事例が多い。活動の目標は、生きがい、若い世代への伝承、生業維持、誇りの回復、安心安全、都市・農村交流等交流人口の増加、ツーリズム、雇用創出、閉校された校舎の利活用といった、地区のコミュニティの維持にかかわるものとなっている。取り組み開始時期は、最も早くからの事例でも「そばカフェ生田村」と「沼島創成プロジェクト」の 2007 年であり、比較的新しい取り組みが多い。全体的に萌芽的であり、2010 年代に入って本格化する活動がほとんどとなっている。これは、「地域再生大作戦」の開始が一つの契機になっていると考えてよい。

活動内容や主な生産・販売商品は、地域の歴史性、文化的経緯、基幹産業、特産品、担い手たちの想いなどに起因するもので、各地区において独自性がある。他方で、「あこがれ千町の会」のように、集落外や都市部での消費者のニーズや情報収集を踏まえた野菜の品種を栽培しているケースも確認される。担い手は、高齢者世代が全体的に多いが、30 歳代の移住者との協働や 40 歳代スタッフの参加（そばカフェ生田村）、多数の現役世代の参加（鷹巣活性化委員会）、若い世代の女性の参加（里山工房くもべ）、地域おこし協力隊の参加（沼島創成プロジェクト）も確認される。各取り組みにおける参加形態は、ボランティア形態 5 事例、雇用形態 3 事例となっている。ボランティア形態では、報酬額が少ない点が散見される

が、雇用形態を採用している事例では、最低賃金をクリアできている。

次に、表 1 の 3～4 頁目を確認してみよう。営業・販路は、事業内容にもよるが全体として集落や地域内での直売、レストラン経営とあわせて、地域外や都市部への販売促進を手がけている事例が多い。都市部での販売では、地域振興課が支援する「元町マルシェ」といったアンテナショップへの出品が大きな役割を果たしている。さらには、「うみがみ元気村」のように、茨城県や群馬県など県外から受注しているケースもあるし、「そばカフェ生田村」「里山工房くもべ」のように、メディアを活用した積極的な情報発信に努めている事例もある。

他方で年間の売上が 1,000 万円をこえる事例は調査の時点で確認されない。もちろん、先述の通り兵庫県の事例は開始後まもない事例が多いうえ、売上高を上げることが活動の目標ではないことは筆者らも認識している。ただ、集落の生活や生業の維持を考えれば、「柚子加工グループ」が指摘したように、「加工の取り組みを産業として成立させて高齢化・人口減少といった集落の課題を解決していこう」とする方向性は必要と思われる。

続いて出資金や外部資金の活用の状況であるが、集落からの地元負担によって運営されている取り組みが多い。地元負担がない場合は、材料費がかからないなどのケースとなっている。ただ、現時点で地元負担がなくとも、今後の財源確保を課題の中心にあげている事例もあり、最終的にはいずれの事例も地元負担のもと運営されていくことが期待される。他方で、スタートアップ時や事業の過程で効率的に行政からの助成金を受けている様子も確認される。助成金と地元負担を組み合わせながら、目標達成に向けて資金繰りをやり繰りすることが望まれている。

地域外の人材や組織との連携であるが、これはいずれの事例においても活発な連携が確認される。技術者、コーディネーター、移住者、大学、NPO、自治体などとの連携が確認される。また、「あこがれ千町の会」では、都市在住で現役を退いた人たちが定期的に千町へ赴き、事務的な作業も含めて事業に参加している。「里山工房くもべ」においても、尼崎市におけるイベントをきっかけとした交流が進められている。都市・農村交流の好例を知ることができる意味において、「地域再生大作戦」は有効な支援と捉えられる。



他方で活動の課題も、各地区の担い手において認識されている。たとえば、ボランティア形態の事例では、報酬をアップして雇用形態に代えていくことがあげられている。また、助成金に関する問題意識、加工品を手がけたい意向、販路拡大、消費者ニーズとのつきあい方、個人経営とは異なる難しさなどの課題もある。さらには、担い手不足や後継者育成といった人材面を課題に挙げる事例も多い。人材育成が、今後の活動を発展させていく鍵を握る可能性が理解される。

簡潔にまとめると、各地区の取り組みのポイントは、①萌芽的とはいえ、少しずつ多自然地域のコミュニティビジネスを進めていく体制や環境が形成されつつあること、②兵庫県の農山漁村部と都市部の交流の推進、③順調に売上が推移している事例では営業・販売促進に熱心で、地区や地域外への情報発信や市場展開も取り入れていること、④都市部での市場展開として地域振興課が運営する「元町マルシェ」といったアンテナショップの果たす役割も大きいこと、が挙げられよう。もちろん、個々の事例におけるそれぞれの魅力は、上述した通りである。

他方で課題点は、①ボランティア活動の状況をどう雇用の状況に発展させていくか、②ボランティアの場合の報酬面での課題があること、③担い手不足や次世代の人材育成など取り組む必要のある課題、④さらなる販路拡大も散見される。これらの諸課題をどう克服していくか、さらに政策的に支援を進めていく必要があるのか、次章での検討を通じて考察を深めてみたい。

#### 4. 「地域再生大作戦」の分析

##### 4.1. 県内と県外の比較

本章では、「地域再生大作戦」と県外の事例との比較を定量的に行う。比較にあたっては、先行する文献で紹介されている県外の事例のデータベース化を試みた。データについて、兵庫県に関しては、「地域再生大作戦」のうち様々な事業のなかからコミュニティビジネスも展開する54事例を対象とした(兵庫県地域再生課 2014) 7)。県外に関しては、文献から高知県68事例、県外62事例を対象とした。データ化にあたっての県内外の件数は兵庫県54事例にあわせて、概ね50-70の範囲に収めた。高知県を特にピックアップした理由は、第2章で確認の通り、社会学者の大野晃が高知県を対象に表現した「限界集落」(大野 2008)という言葉を地域振興課が意識したこと起因する。他方で高知県では、旺盛な多自然地

域でのビジネスが進められることで活力ある集落が存在しているともされる(関 2014a)。したがって、関(2014a)での高知県の事例から、小規模集落におけるビジネスのあり方と「地域再生大作戦」の今後の方向性に示唆を与えられる可能性を想定して選定した。県外は、多自然地域でのビジネスに関する先行研究のうち、各都道府県の事例が比較的網羅され、主に農山漁村での地域活性化を目標に産業やビジネスを進める事例が紹介されている文献として関・松永(2009)、関(2011)、関・酒本(2011)、関(2014b)を選定した。そのうえで、前章で検討した「地域再生大作戦」の支援を受ける8地区の事例を踏まえ、指標として重要と考えられる(1)担い手、(2)組織形態、(3)支援機関、(4)事業内容、(5)販路の5つに大別して傾向の抽出に努めた。

はじめに、図3の担い手からみてみよう。まず、兵庫県内では、シニア層を中心に事業が進められ、高知県、県外ではミドル層、若年層も比較的多く参加したうえでシニアとミドル・若者との協働により事業が進められる傾向がある。ここでのシニア層は、65歳以上の人たちが該当する。学生・教員など教育機関の参加は県内において割合が高い。女性の参加は、県内の参加割合が高いものの、女性リーダーに限ると高知県、県外での割合が高い。また、県内では多自然地域に定住していない都市在住交流者が多自然地域において事業に参加している様子も確認される。これは、兵庫県においては阪神間の都市部と多自然地域が近接しており、県外の多自然地域をめぐる地理的環境は異なる特色を有していることに起因しよう。また、近年において重要性が議論されつつあ

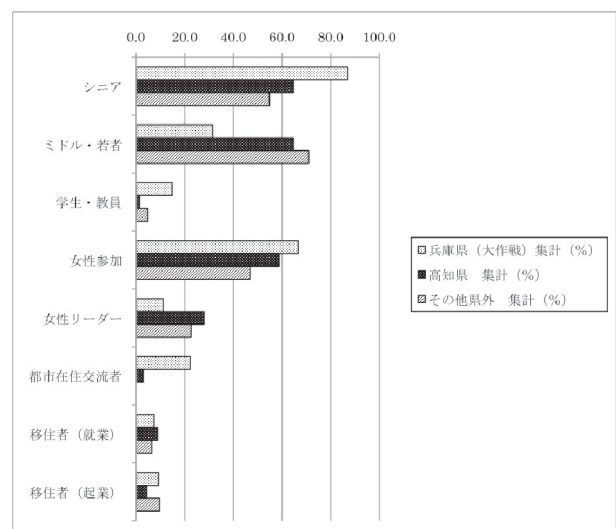


図3 多自然地域のビジネスの担い手

Fig.3 Breadwinner

(出所) 筆者作成

る移住者および移住者による起業や就業は、県内・県外ともに現状として割合が低い。これは、移住者による起業や就業の研究が萌芽的なことも関係していよう。若い世代の移住者による起業や就業はホットな話題であり(筒井・佐久間・嵩 2014 ; 小田切 2014)、今後のさらなる議論の進展が求められる。

次にどのような組織形態によりビジネスが推進されているのか確認してみよう(図 4)。「組合」には、たとえば農事組合法人(営農組合)など JA や漁協以外の組合組織を該当させている。また、「各種団体・グループ」には、任意団体、女性グループ、財団法人など NPO 法人以外の団体組織を該当させている。これらの組織を細分化してしまうと傾向把握が困難になるため、一括してグループ化している。

さて、県内では、地域やまちづくりといった協議会・委員会の割合が特に高く、各種団体・グループ、組合、NPO、地区会、自治会・町内会が続く。一方、高知県では、各種団体・グループ、地場の民間企業、組合、個人によるビジネスが続いている。また、県外では、地場の民間企業が最も多く、各種団体・グループ、組合が続いている。もちろん、県外もコミュニティを見すえた事業であることには変わりはない。他方、県内・県外ともに自治体や JA が中心に事業を進めるケースは少ない。

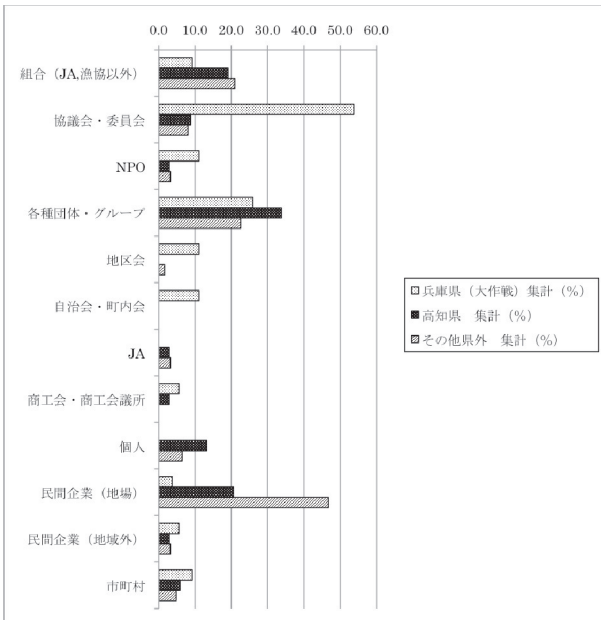


図 4 多自然地域のビジネスにおける組織形態  
Fig.4 Organization for the business in community  
(出所) 筆者作成

続いて支援機関をみてみよう(図 5)。図 5 についても図 4 のように、傾向把握のための項目のグループ化を行った。県内に関しては、基礎資料が兵庫県の資料という

こともあり単純比較はできないが、最も多い連携機関は自治体となっている。ただ、高知県、県外とも自治体と連携している割合は高く、支援機関として自治体の役割が重要と認識できる。そのうえで県外の特徴的な点は、多様なアクターによる取り組みへの参加と連携にある。JA や漁協、地元農家、民間企業、NPO・各種団体、職能団体・研究所、商工会・商工会議所との連携や支援の割合が高くなっている。JA・漁協、民間企業、NPO・団体との連携が多い点が特徴的といえる。ただし、地元農家については、資料の関係で、兵庫県内の事例として十分にピックアップできていない可能性もある。実態としては、県内も地元農家の支援のなかで事業が進められていることは、聞き取り調査の際の各地区の様子から認識することができる。また、割合として低いものの、県内ではコーディネーター、デザイナー・クリエイターとの連携が県外よりも高い。

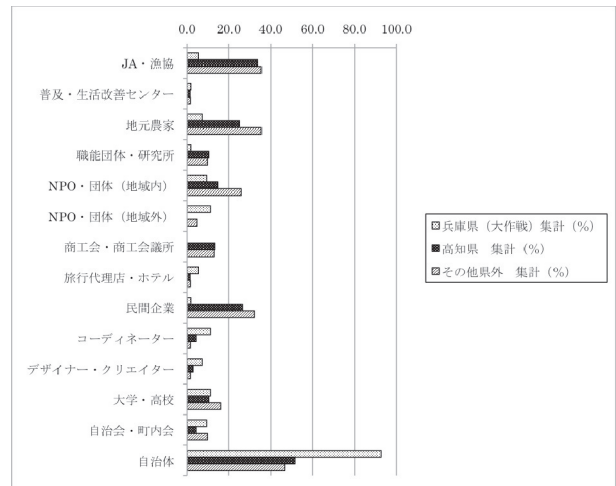


図 5 多自然地域のビジネスにおける連携・支援機関  
Fig.5 Supporter for the business in community  
(出所) 筆者作成

最後に、事業内容と販路を同時に確認する。事業内容(図 6)は、高知県、県外において 1 次産品、6 次化等による加工品販売、移住者等新規就農などの農業支援、学校・教育の割合が高くなっている。レストラン・喫茶、観光、交流拠点の整備に力を注いでいるのは、県内外いずれの事例においても割合が比較的高めになっている。他方で県内は、1 次産品、加工品販売の割合も比較的高いが、祭り・イベント、体験教室、アート・芸術、まちづくり・まちあるきといったカテゴリーも高く、幅広い。基礎資料の関係もあるので一概に言い切れないが、サービス(産業)分野に取り組む割合が比較的高いと取ることできる。これは、第 2 章での地域振興課の想いや事業の方向性とも関連していよう。高知県では、まちづく

り関連、ICT、空き家仲介といった事業は、今回使用した文献をみる限りでは確認されなかった。その一方で、移動販売、森林保全・環境、宿泊など、兵庫県と県外と比較して高い項目も確認される。

もちろん文献上の記載がないだけで、実際にはまちづくり、ICT、空き家仲介などの事業も出てきている可能性はある。県外において祭り・イベント、アート・芸術に関するデータがあがらないのは、産業やビジネスに特化した文献が多いことも要因かもしれない。上述のデータは、あくまで傾向という点に留意する必要がある。

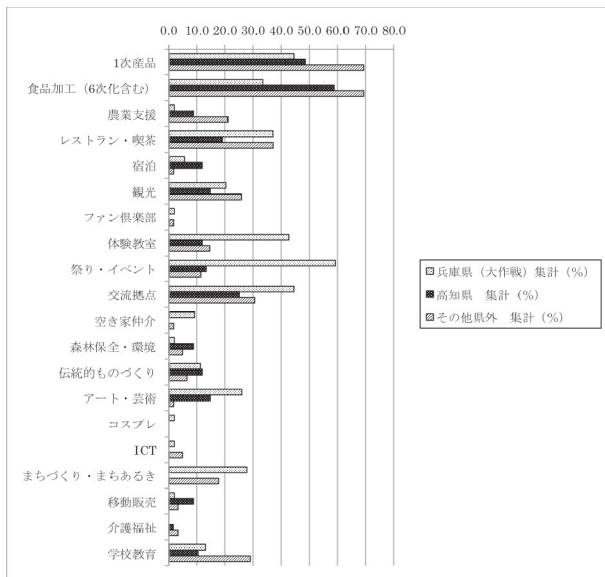


図6 多自然地域における事業内容

Fig.6 Contents of the business in community (出所) 筆者作成

そのうえで販路 (図7) を確認してみよう。販路データは、販売を展開する事例のみを対象とした。集計数は、県内 (n=39/54, 72.2%)、高知県 (n=66/68, 97.0%)、県外 (n=58/62, 93.5%) である。ここで図7の集計方法を確認しておきたい。まず、集落外 (A 地域) にも都市部 (B 都市) にも販路を拡大させているような事例では、「集落外」と「都市部」への複数のカウントを行っている。これは、図3~図6と同様のカウント方法である。しかし、「集落外のC 地域=都市部のC 都市」という場合、「集落外」「都市部」両方の項目への重複カウントは行っていない。集落外の特定の場所へ販路をもつ事例が、同時にそれ以外の都市部へも販路をもつことが全体的に多く、一見すれば重複してみえてしまう点に留意されたい。他方で「都市部」には、東京、大阪、名古屋といった「三大都市」のカウント分も含めてある。これは、「都市部」のうち、三大都市への販路とそれ以外の都市部への販路の割合を把握するための措置である。

さて、兵庫県、高知県、その他の県外ともに、集落内

での直売・レストラン (喫茶事業も含む) が最も多い。しかし県外では、集落外や東京、大阪、名古屋、さらに高知市など地方の拠点都市への販路拡大、インターネット・通販・ロコミによる販路拡大に努めている事例の割合も高い。また、県外では、海外への販路拡大に向けた事例も確認されることから、集落・地域外に販路を求めている状況が顕著といえる。特に、高知県を含む県外の事例では、集落内と集落外・都市部等での販売の両方を手がけていることが理解される。すなわち、地域内外のバランスある経済循環を目指している様子を伺い知ることができる。前節で検討した兵庫県内の8地区の事例においても、集落外、都市部への販路拡大、情報発信も手がけていることを踏まえるならば、県内の取り組みにおいて集落外や都市部への販路拡大策を一層、進めていくことも望まれよう。

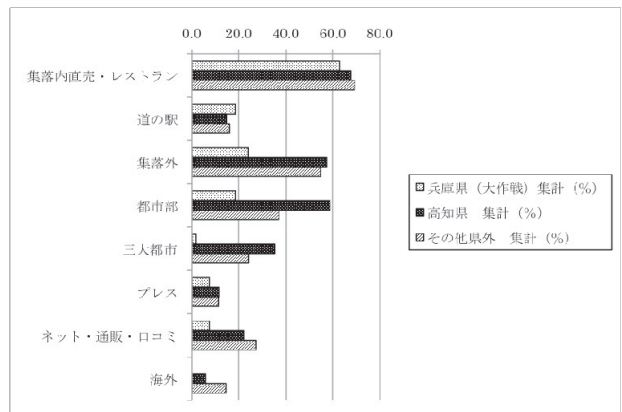


図7 多自然地域におけるビジネスの販路

Fig.7 Markets of the business for community (出所) 筆者作成

#### 4.2. 分析結果のまとめ

以上を踏まえて、分析結果を簡潔にまとめながら、今後の政策的な示唆を述べたい。

まず、担い手について、兵庫県ではシニア層の参加の割合が高い。他方で高知県と県外では、ミドル層や若年層、女性リーダーの参加も顕著となっている。また、組織形態について、県内では協議会、組合、NPO、地区会、自治会・町内会といったコミュニティの担い手が参加する集団的なビジネスが多い。県外においても、各種団体・グループや組合など集団的なビジネスが行われているが、民間企業や個人が担う形態も多く個別の傾向が確認される。さらに担い手と組織形態との相関を検討してみた結果 (図8、図9)、ミドル層・若年層、女性リーダーが手がけるビジネスが多い県外ほど、たとえば地場の民間企業が手がけるコミュニティをみずえた個別のビジネス形態も多い傾向にある。「地域再生大作戦」の今後において、集団的なビジネス (コミュニティビジネスと個別的



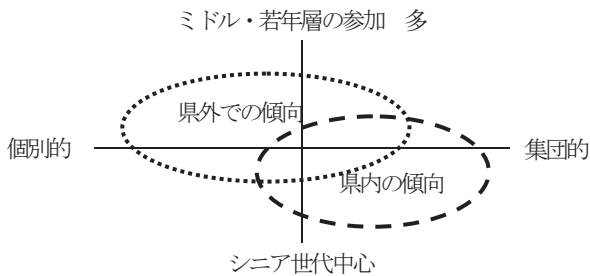


図8 多自然地域におけるビジネスの担い手と組織形態の相関  
Fig.8 Correlative between breadwinner and organization  
(出所) 筆者作成

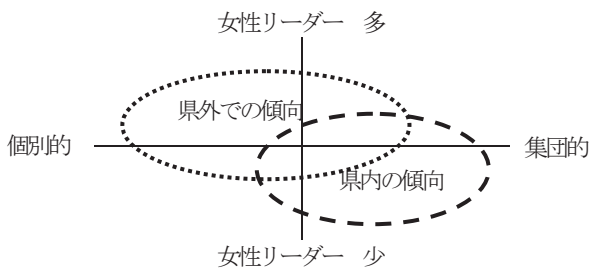


図9 多自然地域におけるビジネスの女性参加と組織形態の相関  
Fig.9 Correlative between participation of woman and organization  
(出所) 筆者作成

なビジネス（企業等による地域づくりを視野に入れたビジネス）の双方についてバランスよく検討していくことも必要と捉えられる。

次に、支援機関については、県内外ともに支援機関としての自治体の重要性が高いことが明らかになっている。ただし、個別の事例を確認する限り、地方自治体の役割は側面的支援にあることも理解される。自治体が前面に出てイニシアチブをとる事例が少ないことは、図4の通りである。いずれの事例も主役は、集落や地域の人たちといえる。兵庫県の取り組み方や第3章で確認した8地区の事例を勘案すれば、自治体に求められる役割は「調整役」といってよからう。さらに県内では、デザイナー、クリエイターとの関係構築が進んでいることも理解される。他方で高知県・県外では、県内以上に多様なアクターによる支援が確認される。特に、JA・漁協、民間企業、NPO・団体との連携が多いことに特徴がある。県外では、多様なアクターが支援している様子も確認されることから、より多くの支援機関との連携を模索する必要もあろう。県内ではコーディネーターやクリエイターとの連携が県外より多い傾向が示されているが、商工会・商工会議所や民間企業との連携が少ないことは、ビジネスの視点から考えると支援の検討の余地が残されているといえる。続いて事業内容に関して、県内では、サービス分野

やイベント・祭りに取り組む事例が多いことが分かる。一方で県外では、1次産品や加工品の生産・販売に力点が置かれている。そのようななか、交流拠点や観光といった事業が多い点は、県内外で共通している。もちろん、集計した各事例をみる限り、県内外すべての事例がコミュニティを前提としたビジネスを展開している点で共通している。そのようななか県内のサービス分野やイベント・祭りへの取り組み、すなわち、コミュニティを見ずえた活動がはっきりしている点は評価される必要がある。もちろん、県内の活動は、1次産品の生産・販売や農家レストランの取り組みが少ないわけではなくバランスはとれている。他方、県内の取り組みにおける課題点は、コミュニティの維持に向けてより一層、売上や報酬を向上させなければならない実情にある。加工品などを手がける機会を増やしたり、集落内直売を中心に捉えるだけでなく都市部・集落外での販売促進へのさらなる注力など両立を図る支援も求められる。

最後に販路だが、県内では傾向として、集落内直売の占める割合が大きいことが明らかになっている。他方で県外では、都市部・地域外と集落内直売等との両立傾向が確認される。2.3.で確認したように、地域再生大作戦も都市との相互補完を目指しているが、県外のような販路のスタンスはより一層、目指される方向性といえよう。特に県外の事例では、東京や大阪など大都市、海外への販路拡大も確認される。兵庫県の多自然地域は、神戸や姫路など阪神間の都市部と近接した地理的環境にあるため、たとえば高知県との状況とは異なる。東京や海外への販路拡大を是とするわけではないが、考察結果から少なくとも県内と県外へのバランスある販路拡大策の検討はあってもよいと捉えられよう。

## 5. おわりに

本稿では、「地域再生大作戦」のこれまでの歩み、進捗状況、支援を受けている各地区の事例を検討し、その効果や課題を抽出した。そのうえで県外との定量的な比較も行い、「地域再生大作戦」の現時点での位置づけや課題を明らかにしてきた。「地域再生大作戦」の支援を受けるコミュニティビジネスは、高知県や県外の諸事例と比較して、開始から間もない取り組みが多く萌芽的でもある。確かに県外の事例と比較すると、ビジネス形態、販路の問題に代表されるように課題も多くある。しかし、萌芽

的な状況のなかで「地域再生大作戦」が一定の成果をあげていることは事実として認められるであろう。一步一步ステップを踏んでいる現状において、県外と比較したうえで評価することはやや厳しい見方に映ってしまうかもしれない。しかし、兵庫県の多自然地域の生活や産業の維持を図っていくためには、県内各地区の経済的循環を高めるための取り組みにおいて、今後どのような方向性をもって政策的支援を進めていく必要があるのか理解することも求められる。その点で本稿は、学界がこれまで十分に行っていない「地域再生大作戦」の評価を県外との比較から実施した点において、新たな示唆を与えられたものといえる。

もちろん、本稿は今後の「地域再生大作戦」への政策的提言を行うものではなく、あくまで現状の分析と今後の方向性を示唆することに役割がある。より具体的な支援策の提言には、「地域再生大作戦」をめぐる分析だけでは限界があろう。特に「地域再生大作戦」においても指向されているように、経済やビジネスの視点を踏まえた多自然地域の魅力づくりをめぐる研究の蓄積は急務といえる。多自然地域の魅力を高めていくための政策提言は、本稿の執筆のきっかけともなっている、ひょうご震災記念21世紀研究機構研究調査本部「人口減少下の多自然地域の魅力づくりの研究」において予定している<sup>8)</sup>。

#### 謝辞

快く調査にご協力いただいた兵庫県内の8地区の方々に、この場をお借りして心よりお礼申し上げます。また、日頃よりお世話になっている兵庫県企画県民部地域振興課と兵庫県企画県民部ビジョン局の皆さんにも感謝申し上げます。なお本稿は、平成27年度～平成28年度に実施された、ひょうご震災記念21世紀研究機構研究調査本部「人口減少下の多自然地域の魅力づくり研究会」で担当した論考の一部を再構成のうえ発表するものである。

#### 注

- 1) 「兵庫県企画県民部“地域振興課”」という呼称は2014年4月以降のもので、2014年3月までは“地域再生課”という呼称であったことに留意されたい。
- 2) 筆者らの調査結果による。調査概要は、後述する本章での記載を参照のこと。
- 3) 詳細な訪問日は、後述の表1にまとめて記載している。

- 4) したがって本稿の記載は、2015年3月時点の結果に基づいている。刻一刻と状況が変化している点に留意されたい。
- 5) 「県民交流広場」とは、「身近なコミュニティ施設などを活用して整備される活動の場と、そこで営まれる住民の皆さんによる手づくりの活動を総称」としている。兵庫県では、「第7期の法人県民税超過課税(税收期間:平成17年度から22年度までの5年間)を活用し、市町と連携しながら、県民交流広場のための整備費や活動費への助成などを行い、地域を舞台とした子育て、防犯・環境・緑化、生涯学習、文化、まちづくりなど多彩な分野の活動を通じた元気と安心のコミュニティづくり」が進められている。「県民交流広場」ホームページ (<http://www.hyogo.kouryu-hiroba.jp>, 2015年9月18日閲覧)。
- 6) 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25年3月推計)』。
- 7) なお、各地区の取り組みについてのホームページを開設している場合は、サイトも補完的に閲覧した。
- 8) 2016年3月に発行される予定。

#### 参考文献

- ・大野晃『限界集落と地域再生』京都新聞企画事業(2008)
- ・小田切徳美『農山村は消滅しない』岩波新書(2014)
- ・関満博・松永桂子編『農商工連携の地域ブランド戦略』新評論(2009)
- ・関満博『地域産業の「現場」を行く第5集』新評論(2011)
- ・関満博・酒本宏『道の駅—地域産業振興と交流の拠点』新評論(2011)
- ・関満博『6次産業化と中山間地域—日本の未来を先取る高知地域産業の挑戦』新評論(2014a)
- ・関満博『地域産業の「現場」を行く第7集』新評論(2014b)
- ・筒井一伸・佐久間康富・高和雄『移住者の地域起業による農山村再生』筑摩書房(2014)
- ・兵庫県地域再生課『ひょうごの元気ムラ—地域再生大作戦の歩み』(2014)
- ・ひょうご震災記念21世紀研究機構研究調査本部編『人口減少下の多自然地域の魅力づくりの研究—シニア世代を活用した新たなビジネスの展開(研究調査平成26年度末報告書)』(2015)。

(平成27年9月28日受付)