

上勝町は過疎化・高齢化の流れを止めているか ～葉っぱビジネスを事例とした地域再生活動の課題～

矢野 正高
YANO Masataka

1. はじめに

日本各地で急速に進んでいる過疎化⁽¹⁾・高齢化⁽²⁾問題に取り組む地域再生活動⁽³⁾について考察する。具体的には、徳島県上勝町にて展開されている葉っぱビジネスをはじめとした地域再生活動と、統計データを元に、過疎化・高齢化問題の調査を行った。

全国的な少子高齢化問題⁽⁴⁾に先立ち、地方では過疎化・高齢化が深刻な問題となっている。全国の地方自治体は、この過疎化・高齢化の流れを食い止めるべく、さまざまな地域再生活動に取りくんでいる。しかし、平成の市町村合併など、近年の政策により、特に山間部や離島など交通が不便である地域はますます衰退しているのが実情である。このような地域は、下りエスカレーターに乗ったかのように緩やかであるものの、確実に衰退の一途を辿り、果ては消滅する恐れがある限界集落⁽⁵⁾となる可能性を持つ。

徳島県上勝町は、このような厳しい情勢の中、後述する葉っぱビジネスの成功で有名になった。上勝町は、徳島の山間部に位置し、高い山と深い谷に囲まれた小さな町である。人口は、昭和30年の6,265人を境に減少し続け、平成23年3月31日現在1,904名となっている。65歳以上の高齢者比率は49.7%となっており、全国平均23.1%を大幅に上回っている。このように、上勝町では、過疎化と高齢化が同時に進行している。

しかし、平均年齢70歳のおばあちゃん⁽⁶⁾たちが山に落ちている葉っぱを集めて販売するという葉っぱビジネスを展開し、2011年現在、葉っぱビジネス全体としての売上高は約2.6億円に達している。なかには月収200万円、年収1,000万にも達するという、驚くべきおばあちゃんもいる。このため、過疎地域の地域再生活動のユニークな成功事例として全国から注目されている。

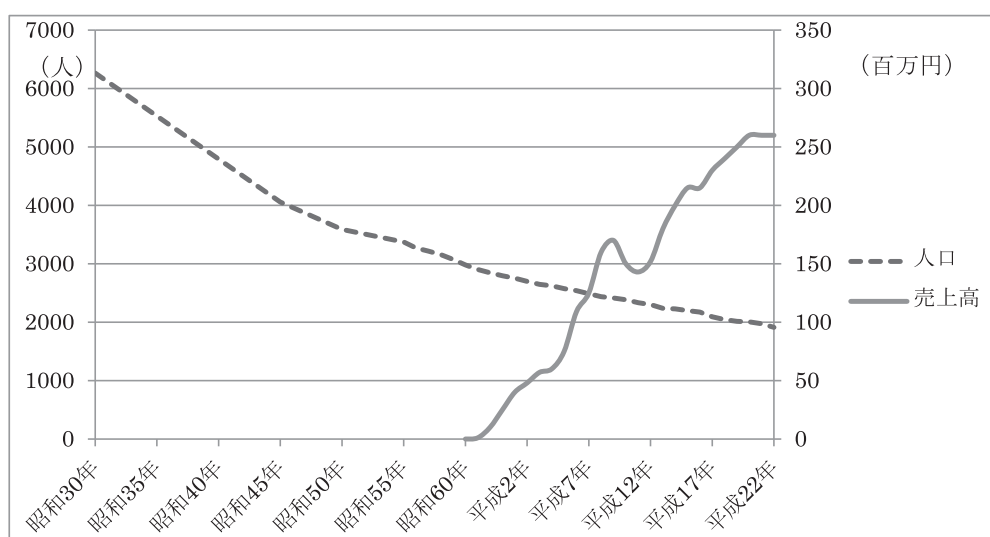
その夢のような地域再生活動を展開している地域でさえ、過疎化・高齢化の流れを止めることが難しいことがわかった。上勝町の地域再生活動のどこに課題があるのかその考察を行った。

2. 葉っぱビジネスは、過疎化の流れを止めているか

(1) 葉っぱビジネスの売上推移と上勝町の人口推移

図-1に、上勝町の人口と葉っぱビジネスの売上の推移を示す。人口が緩やかに減少して、過疎化が進んでいることを示している。これに対し、葉っぱビジネスの売上は堅実に上昇を続けており、地域再生の優良事業であることを裏付けている。葉っぱビジネスがスタートした昭和61年以降、この2つのデータの相関関係は、逆比例の関係にある。葉っぱビジネスの売上が増加していることは、さながら過疎化の下りエスカレーターを駆け上がっているかのようである。

図-1 葉っぱビジネスの売上と上勝町の人口統計推移



出典：上勝町役場人口統計、国勢調査、いんどり事業報告

3. 葉っぱビジネスとは

(1) なぜ葉っぱが売れるのか

山の葉っぱが売れるのは、高級料亭などで需要があるからである。高級料亭では、料理のかざりとして、笹・南天・モミジなどの小枝の“つまもの”が使われる。さらに節分にはひいらぎ、桃の節句には桃の花などといったように、料理だけでなく、“つまもの”も季節と共に変化する。四季折々の季節感をやや先取りし、楽しみながら心豊かに料理を楽しんでもらうため、“つまもの”は料理人によって厳しく選別される。しかし、条件のよい葉っぱを入手することは、現代の都会では極めて困難である。

(2) 高度な葉っぱビジネスのシステム

① 要求仕様

葉っぱビジネスとは、料理を飾る“つまもの”を供給するビジネスである。そして、季節の変化に応じ、色彩や形まで妥協を許さない料理職人を納得させなければならない。そのため季節の料理に応じた“つまもの”を、必要数、タイムリーに料理人にまで届けなければビジネスとして成り立たない。奥が深く、高い要求水準を満たさなければならない難しいビジネスである。現在、上勝町から全国に出荷されている葉っぱは、320種類に細分化されている。多くの種類の葉っぱからその日に必要な葉っぱを必要な時間までに、着実に届けるため、計画的に生産し集荷を行うシステムを構築しなければならない。

② 生産システム

320種もの葉っぱを取りそろえた生産を行うためには、多くのおばあちゃんの協力がなければ実現はできない。さらに、季節を先取りできるよう、一部の農家では野菜果物同様のハウス栽培を導入しただけでなく、多くの種類の“つまもの”を接ぎ木や芽かき、より早く芽を出させるノウハウや技術を駆使して栽培を行っている。当然ながら虫食いの穴や、傷があるものは出荷できず、しかも農薬は一切使えない。また、高く売れる葉っぱとは、高原レタス、高糖度トマト⁽⁷⁾ ももいちご⁽⁸⁾ などの高品位野菜と同様、高度な技術と手間隙かけて育てた木々から採取した立派な農作物である。誰にでもすぐにまねできるビジネスではない。

③ 集荷システム

おばあちゃんたちの自宅にはIT情報端末が設置されており、このIT情報端末に、前日、おばあちゃんたちが集荷した葉っぱの種類と量と取引価格が配信されるようになっている。このため、おばあちゃんたちは、配信された情報を元に、各地の市況結果から翌日集める自分の商品の時価を予測することができる。また、葉っぱビジネス参加者の中での自分の売上高成績も確認できる。

翌日、決まった時刻になると、横石代表取締役社長の“いろどり株式会社”がその日注文があった葉っぱの種類と量をおばあちゃん達のIT端末へ一斉に通知する。そして、おばあちゃん達は、注文情報に対して、早押しクイズのように先着順に出荷ボタンをクリックし出荷数量を確保する。その上で、必要な種類の葉っぱを必要な量だけ集め、集めた葉っぱを、“つまもの”パックに詰め、指定した時間にJA東とくしまの集荷場に持っていく。JA東とくしまは、物流通網を通じて全国42か所の青物市場に安定供給するというスキームを構築している。トヨタ自動車(株)が多くの部品を計画的に集め組み立てるために実施しているカンバン方式⁽⁹⁾に似た高度なスキームを採用している。

④ 葉っぱビジネスのキーファクター

葉っぱビジネスとは、もみじの葉を拾ってくればお金に変わるような安易なビジネス

スではない。おばあちゃんたちが、毎日定刻になると目の色を変えてクリックするスピードを競い受注数量を決する。連日、おばあちゃんたちに早押しクイズのようなことを繰り返すことにより、おばあちゃんたちに自主性とやりがいを引き出すことに成功した非常に高度なビジネスなのである。

この葉っぱビジネスから読み取れる地域再生化のキーファクターは、まず、地域にあったおばあちゃんと葉っぱを資源として有効活用したことである。また、高齢化問題に真に必要となるものは「出番」と「評価」の二つであること。葉っぱビジネスにおける「出番」とは、自分が社会の役立つという実感を引き出すことである。「評価」とは、自分の葉っぱの売り上げ成績であり、他のおばあちゃんとの競争であった。

(3) 葉っぱビジネスの構築を支えた IT 技術

これら一連の葉っぱビジネススキームは、初期段階では防災 FAX を活用して構築されてきた。しかし、近年は、操作が易しくシンプルないろどり専用パソコンの開発など、最新の IT 技術により構築されている。さらに 2011 年夏からは、タブレット型携帯情報端末（Docomo Galaxy Tab：通称いろどりちゃん）が一部運用されている。このため、上勝町にも、畑の中で画面をフリックタップしながら葉っぱを集めるモバイルおばあちゃんたちが登場している。このタブレット型携帯端末は、家の中で情報を待ってなくても、畑仕事をしながら情報を入手できるため、忙しく働く 70 歳を過ぎたおばあちゃんたちに大変好評のカイゼン⁽¹⁰⁾であった。

写真 1 Galaxy Tab を操作する針木ツネコさん 89 歳



(4) スキーム構築に要した時間と努力

これら一連の葉っぱビジネスのスキームの構築には、その商品開発を作るそのアイデアと、葉っぱを集めるコミュニティの団結力と、なによりこれら一連の葉っぱを売るスキームを実現し、上勝町の葉っぱを地域ブランディングとして国内で広く認知させた横石代表取締役社長の並々ならぬ努力があって実現できたものである。昭和 61 年に事業を始めてからこれまで実に約 25 年もの月日を要した。上勝町のシェアは、全国の 70% を占めており、競争相手である、秋田、山形、福島、愛知、大分県を大きく引き離している。他地域にて新規に模倣しようとしても黒字経営はもちろん、“つまもの”を出荷することさえ難しい。

(5) 新規参入障壁

葉っぱビジネスを町外から移住して来て始めた人は、これまでに5家族に過ぎない。この数字では、上勝町の人口総数に対して効果が小さく過疎化も高齢化も解決できているとは言い難い。

なぜ新規参入者が少ないか。それは、葉っぱビジネスは、長い年月をかけて、自然の中で土と共に生きて後、ようやく自然の恵みを手にすることができる農業という職業の一種であり、都心部の仕事とは大きく異なるためである。桃栗3年柿8年のとおり我慢と強い忍耐が必要な仕事であり、都会の生活に慣れた人にとっては、容易に転入できるビジネスではない。また、新規に葉っぱビジネスを始めようとしても、生産技術を学び、葉っぱを栽培する畑を入手することから始めなければならないなど、新規参入の障壁が高く、新規雇用を生み出すことは極めて難しいのが現実である。

(6) 家族の協力

葉っぱビジネスは、地域の資源を有効に活用したビジネスであり、上勝町の高齢者の協力の元、構築されたビジネスであるため、主役は高齢者、おばあちゃんたちである。ただし、採取した葉っぱをパッケージして箱詰めする作業や、集荷場までの配送、植樹、下草刈り作業など、すべての作業をひとりでこなせるわけではなくおじいちゃんやご家族の協力も必要である。

4. 葉っぱビジネスの波及効果

(1) おばあちゃんへの波及効用

上勝町は、過疎化と高齢化が同時に進み、全864世帯中、高齢者のみで構成される世帯数は186世帯に及ぶ。一般に限界集落と呼ばれている地域では、従来からある共同体としての村社会、祭りや助け合いの心が崩壊すると、その地域の高齢者は、都会の若者の引きこもりと同様、一日中家に引きこもってテレビを見ながら夕方になるのを待つというライフスタイルに陥り、最終的には孤独死などの不幸な事故に至ることが多い。しかし上勝町の高齢者の多くは元気であり、上勝町の統計資料によると1年以上寝たきりの高齢者は、平成16年はゼロ、平成23年4月時点でもゼロとなっている。また、多くの限界集落を抱える徳島県においても、上勝町の75歳以上の高齢化率は徳島県1位である。しかし、医療費は一人当たり約26万円と、徳島県内で50市町村中32位と低い。

上勝町のおばあちゃんたちには、葉っぱビジネスがあるため、社会との接点が絶えることはなく、毎日豊かな自然あふれる野外に出て働く事が生きがいとなり、これがいつまでも元気でいられる秘訣となっている。

このように、葉っぱビジネスは、過疎地における地域再生ビジネスとして注目を浴びているだけでなく、高齢者の生きがいづくりと健康増進の2点にも大きな波及効果がある。

(2) メディア報道による波及効果

平成2年に葉っぱビジネスが朝日農業賞を受賞した。この受賞をきっかけに、多くのメディアが、葉っぱビジネスを地域再生の成功事例としてマスコミラッシュとも言える程取り上げた。その葉っぱビジネスの注目度は、他の地域再生事例を圧倒している。たとえば、上勝町民の人口よりも遥かに多い年間4,500人以上のTV報道取材者や調査研究者や見学者が訪れた。新聞、週刊誌、専門誌、インターネットで取り上げられた数は、平成17年度単年では180回。ほぼ2日に1回の割合で、上勝町の名前が掲載されたことになる。これらを宣伝費換算したら莫大な費用となるだろう。葉っぱビジネスは、横石代表取締役社長の営業活動と相乗して、メディアを通じて上勝町のブランディングを全国に浸透させる大きなはずみとなった。

また、上勝町民の意識も変わった。上勝町が何度もメディアで紹介されるようになるにつれ、地元への郷土愛が芽生え、地域再生の意欲が湧いたという波及効果も生まれた。さらに平成24年からは、葉っぱビジネスの映画が全国上映されるため、より大きな地域再生効果を期待することができる。

5. 上勝町の過疎化・高齢化対策

(1) 上勝町の魅力づくり

いま、葉っぱビジネスは、多くのメディアに取り上げられ、上勝町にTV報道取材や調査研究に訪れる人が来ない日はないなどと言われている。山の奥に住む高齢者を、まるで葉っぱをお金に化かす日本昔ばなしのタヌキのようにメディアが作りあげていることや、取材に来た報道関係者の心を、株式会社いどりの横石知二代表取締役社長のユニークな発想力が掴んでいるからではないだろうか。葉っぱビジネスは、上勝町の魅力づくりとPRに大きく貢献したのである。他にも葉っぱビジネスだけでなく、上勝町の笠松和市町長が展開する、ごみを34種類にも分別する『ゼロ・ウェイスト活動』、リサイクル活動の『くるくるショップ』などエコ・環境活動や、小水力発電や木質バイオマスボイラーの設置など再生可能エネルギーなどにも熱心に力をいれており、小さな町によるモデル事例地としても先駆的である。

また、若者を呼び込む策として、NPO郷の元気主催の『棚田婚活』、『棚田オーナー制』、『上勝ヤッホー体験プログラム』、『上勝アートプロジェクト』など、多くの試みが生まれており、上勝町は魅力づくりに注力している。

(2) 上勝町の宣伝効果

全国どこにおいても、メディアの役割は大きい。その地域の特色やオリジナル性にアイデアを凝らしたご当地グルメや、地域の優れた特産品を取り上げる事による、地域再生の起爆効果は絶大である。平成18年7月、みのもんた主演の“さしのみ”という番組にて、上勝町の旧来からの名産品である上勝晩茶が報道された。上勝町の晩茶をいつも飲んでいるおばあちゃんたちは、免疫力が向上し、いつまでも元気であるとのTV報道内容であった。以降、全国から上勝晩茶の問い合わせにより役場の電話

は鳴り続け、生産農家からは予約生産数量が納期に間に合わないなどという嬉しい悲鳴が上がっている。また毎年のように、NHKなど各種メディアに、葉っぱビジネス以外の上勝町の話題が取り上げられている。上勝町のブランディングの背景には、これらメディアによる地域再生活動への応援報道が大きく作用している。

(3) 上勝町の視察者受入

上勝町の地域再生化の最大の優位点に、そのユニークな葉っぱビジネスに引き寄せられた応援報道が、他の過疎地と比べて桁違いに大きく、多くの反響が得られたことがあげられる。つまり、外から大勢のよそ者を呼び込むことに関して言えば、上勝町はメディアを通じて大成功を収めていると言える。

また、上勝町は、葉っぱビジネスが全国的に有名になればなるほど、報道関係者や視察者以外にも、多くの学生インターンや社会人、研究者が長期滞在することもある。その分野に興味を持つ視察者への対応として、カミカツツーリストという旅行代理店が視察者を受け入れ、視察者向けの新たな事業創出も実現している。上勝町で就職することを希望する熱心な若者も上勝町を訪れており、上勝町は、外部から多くのよそ者と若者を呼び込むことについては、大成功を収めている。

(4) U・Iターンの受入

全国各地から訪れる視察者の中でも、第3セクターや、町に2団体あるNPOにて手伝いや研修を受けることを希望する若者も多い。これらの元気な若者は、よそ者でありながら、「過疎化が進む町に人がとどまり、過疎化が進む町に外から人が集まるようにしよう」と必死に働き続けた横石知二代表取締役社長や笠松和市町長に共感して上勝町を訪れる人が多い。つまり、どうしたら過疎化・高齢化が進んだ町に活気が戻るのか、その夢を実現する手法を探りにやってくる、これから日本全国で進行する少子高齢化時代に先行し、地域再生活動などを実践しながら学ぶ貴重な人材を育成する場ともなっている。これらの若者は、上勝町に新しい風や活気を運んできている。

葉っぱビジネスの報道は、一面的なイメージを流布させることもある。そのため、U・Iターン希望者の中には葉っぱビジネスの苦勞も知らず、タダ同然の葉っぱを売って家が建つほど儲かる夢のような話であるなどと、勘違して上勝町に来る人もいる。上勝町に定住を希望する人にとってU・Iターンの受入があることは、上勝町を正しく知ってもらうための定住試用期間として機能している。

① 上勝町ワーキングホリデー

上勝町ワーキングホリデーとは、上勝町への定住希望者に対して、上勝町の農家に2泊3日で宿泊してもらいながら、農作業・里山作業の体験をしてもらう事業である。平成17年よりスタートし、平成21年までに延べ192人が参加している。参加希望者は、毎回募集する毎にほぼ受入可能数の倍以上の申し込みがある。また、参加者のうち上勝町に定住したのは3人であるが、家族が増えるなどして上勝町の人口は計6人増えている。今後の事業展開が期待される。

② 地域密着型インターンシップ

内閣府地域社会雇用創造事業 地域密着型インターンシップが、全国4地点にて実施している研修制度を、平成21年度から葉っぱビジネスを展開する株式会社いろどりが引き受けている。30日間、20名が上勝町で生活する。これまでに累積200名が参加しており、まだ開始されたばかりであるにもかかわらず、既に13名もの参加者が上勝町に就職しており、Iターン希望者獲得には、非常に高い効果があると思われる。しかし、定住したと言えるほどの期間はまだ経過しておらず、今後の経緯に注目すべきである。

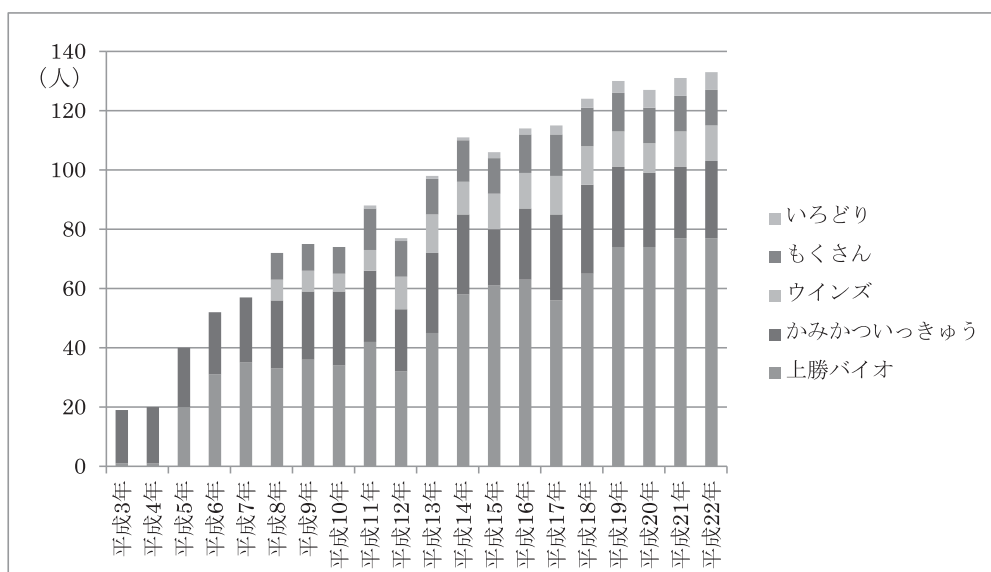
③ 重点分野雇用創造事業

平成21年度より、厚生労働省重点分野雇用創造事業が実施されている。これは、地方において新しく事業を始める企業、NPO、社会福祉法人に対して、国からの委託費用にて、人権費を含む事業費を充当し、雇用機会を創出する事業である。上勝町に年間約100人もの雇用を創出しており、葉っぱビジネスに続く新規事業が芽を出す途中である。ただし平成24年度以降の予算は、東日本大震災の影響があり事業継続未定となっている。

(5) 上勝町の産業育成・雇用促進

上勝町は、第3セクターとして平成11年に『株式会社いろどり』の立ち上げから積極的な支援をただけでなく、他にも平成3年に設立したしいたけのホダ木製造の『株式会社上勝バイオ』、キャンプ場や交流センター、スクールバスの管理などを行う『株式会社かみかついっきゅう』、平成8年には、木材の生産・加工・住宅建設までを一貫して行う、6次産業型の『株式会社もくさん』、国土調査などの測量建設コンサルを行

図-2 第3セクターの雇用総数の推移 正規雇用+臨時雇用 パート除く



出展 上勝町役場 産業課 (平成23年10月調査)

う『株式会社ウインズ』、などの会社を立ち上げている。現在、5つの第3セクターの会社が雇用促進の場として展開している。

第3セクターの雇用総数は、順調に増加している（図-2）。しかし、移住・定住を希望する人の受け皿としては、まだ十分ではない。5つの第3セクターのすべてが、葉っぱビジネスのように順調に事業を拡大できているわけではない。しかし、上勝町以外に居住し上勝町へ働きに来る人も多く、上勝町の人口統計上に現れない部分でも、上勝町の事業に貢献している。

上勝町では、『上勝ゼロ・ウエイストアカデミー』と、『郷の元気』という2つのNPOが活動している。NPO法人上勝ゼロ・ウエイストアカデミーは、上勝町民による有償ボランティア輸送事業を管理しており、登録している町民によりタクシーの運転免許を取得しなくても、乗り合いタクシー運行の特例が認められている。また、ごみゼロ運動の視察受入、講演依頼など、上勝町の活動紹介を行っている。郷の元気では、棚田、畑、果樹園などのオーナー制度や棚田米による酒造りなどを展開している。

さらに、民間においても、上勝町の旧来からの地場産業である晩茶生産も盛況となっている。また、びわの葉茶の開発、薬草栽培や、乾燥よもぎの葉など、高付加価値の商品開発も次々と展開している。

(6) 上勝町の住居の支援

一方、ライフスタイルの多様化も進んでおり、都会にも、自然と寄り添う生活ができる田舎暮らしを希望する人が多くいる。山に囲まれた上勝町には、都会にはない、澄んだ空気、ゆたかな土壌など、野菜作りの環境としては最高であり、野菜はすべて無農薬でとれたてでおいしいほか、家賃は安く、水道からは天然水、また無縁社会とは対極にある安心できるコミュニティがあるという心の豊かさを感じる生活がある。

サステナブル社会や環境に関心がある者であれば、薪ストーブを使い、石油エネルギーを使わない理想的な生活も可能である。都会の生活と違い、遠距離通勤から解放されて時間を有効に活用できる。上勝町に視察にやってきた人の何パーセントかは、田舎の豊かな生活を気に入る人も現れる。

しかし、田舎暮らしをいくら希望しても、雇用の問題、住居の問題などが障壁となり、簡単には実現できない。上勝町の現状は、元気な若いよそ者が、上勝町に定住できるように受入先を整備している途中であり、その数は上勝町から流出する人口減少を上回るまでには至っていない。雇用の問題は、さまざまな創意工夫によってその地域にある資源を有効活用し新規雇用促進を促すしかなく、葉っぱビジネス同様に長い月日と並々ならぬ努力が必要である。また、上勝町は、住居不足対策とし、これまでに小学校統廃合に伴って小学校を改装した落合複合住宅建設（平成13年）や、小学校跡地を利用した傍視複合住宅建設（平成15年）などを整備している。上勝町全体では、町営住宅に91戸170人も受け入れており、町営住宅に空きがほとんどない状態が続いている。今後は更なる受け皿として、上勝町に163軒ある空き家の活用促進を検討しているところである。しかし、空き家も傷みがあるなど改修費用が必要である場合、持ち主が上勝町に帰った時に泊まりたい、荷物が置いたままで整理できない場合もあるため、空き家の内12軒しか貸家を希望する人が現れていない。空き家利用の促

進は、上勝町の現時点での大きな課題となっている。

(7) 上勝町の現状の課題

葉っぱビジネスを始めとし、上勝町の地域再生活動は今後も拡大しようとしている。上勝町には連日報道陣がやってきて上勝町の地域ブランディングのPRに大きく役に立っている。そして、上勝町の地域再生活動に従事することを希望する人や、多くの研修生がやってきている。ここまでは成功と言ってよい。

しかし、上勝町は、U・Iターン希望者が増加しているのに対して、住居や雇用の場の整備が追いついていない。これこそが上勝町の次なる課題であった。上勝町だけではなく、どの地方自治体にとっても、雇用の問題、住居の問題の解決はとても困難である。

上勝町は、葉っぱビジネスなどで一躍有名にはなったが、依然として人口減少が続いている。現時点では、外から移住希望者を受け入れるための雇用の場や住居の整備の新しい芽が出たところであり、実りを目指す道半ばであることがわかった。

6. 過疎化・高齢化問題とは

過疎化・高齢化の問題解決策は、いかにして上勝町からの若者の流出を食い止め、外部からの若者に移住してもらうか知恵を絞ることであった。日本全体、1960年代からの高度経済成長に伴い、農山漁村地域から都市部に向けて若者を中心として大きな人口移動が起こった。都市部においては、人口の集中による過密問題が発生した。一方、農山漁村地域では、住民の減少により地域社会の基礎的生活条件の確保にも支障をきたす、いわゆる過疎化・高齢化問題が静かに進行してきている。特に、地方では、日本列島改造計画、プラザ合意以降の公共事業の拡大により、ダム、道路、工業団地、港湾整備など公共事業を推し進めるため、多くの人が建築業へ流出した。これらの社会的背景が大きく変動した結果、山間部、離島など所得の大半を林業、農業、漁業に大きく依存していた地域では、過疎化・高齢化問題の深刻度が増した。現在、どこの地方においても、後継者不足が大きな問題となっている。

そもそも、人は、収入を得られなければ生活を支えることが難しい。上勝町の林業、農業の代替となる新規事業を作り出すことがいかに難しいかが、上勝町の葉っぱビジネス以外に展開されている第3セクターの雇用数推移が示している。(図-2)

上勝町には不便なことが多い。地理的な条件により、買い物や高度な医療機関へのアクセスは悪い。教育については、上勝町生まれの子供たちも、小学校、中学校までは上勝町にいますが、高校生になると徳島市内に出ていかなければならない。また子供の教育に熱心であるほど、子供は都会の大学に行き、そして都会で就職し結婚する。都会から遠く離れた上勝町へは、お盆、正月以外に帰ってこなくなるという現実がある。子供の大多数が大学へ行く時代にあって、地方から都会へ子供を出すことは、地方に住む人にとってかなりの負担になっていることは紛れもない事実である。また医療については、上勝町には診療所しかないため、総合病院など、医療設備の整った病

院へのアクセスが悪い。もしものときには命取りともなりかねない。子供の教育も医療も同様に重大な関心事であり安心して生活できる環境を望む気持ちは、誰にも否定できるものではない。

一方で上勝町に留まっている人たちは、上勝町に誇りを持ち、郷土愛という「情」を支えに町を再生活活性化させようと頑張っている。

今後、都会と田舎の経済格差を埋めることは、非現実的であるため、差を特徴と捉えて、都会の暮らしと、田舎の暮らしとどちらかの長所を選択するトレードオフが必要となる。その結果、多くの若者は、社会に出る際に生活基盤のより魅力的な地域を選ぶ。便利な都市部へ向かって人が流れていくことは、これまで自然の成り行きではなかっただろうか。

つまり過疎化・高齢化問題は、田舎暮らしと都会暮らしにおける雇用や生活環境の差が拡大し続けていることに起因した問題であるため、日本全国どこにおいても、過疎化・高齢化の流れを止めることは大きな課題のひとつとなっている。

7. おわりに

全国から注目を集める葉っぱビジネスは、おばあちゃんたちのエンパワメントを高めること、上勝町の地域ブランディングを構築すること、元気な若いよそ者の注目を集めることに関しては大成功を収めている。それでもなお上勝町の人口減少は続いており、深刻な過疎化・高齢化問題を直ちに解決できるほどの即効性はなかった。

上勝町は、5つの第3セクターや2つのNPOを立ち上げるなど、一体となった地域再生活動や魅力作りを盛んに行っている。また上勝町は、多くのメディアを通じて注目を集めることによって、多くの視察者や、定住希望者、地域再生活動の現地研修の場としても利用されるようになり、外から人を呼び寄せる地域再生活動には成功している。その中で、上勝町の生活を気に入る、上勝町への定住を希望する人も多い。しかし、町外から定住して葉っぱビジネスへ参入できた人は、5家族に留まっている。また、葉っぱビジネス以外の上勝町内での雇用枠は、年々増加しているものの定住希望者数には追いついていない。

つまり上勝町は、徳島県内の過疎地域自立促進特別措置法⁽¹¹⁾に指定されている集落であるにもかかわらず、着実に産業の育成が進んでおり、過疎化のスピードを確実に減速できていると言える。しかしまだ、過疎化の流れを反転するまでには至っていない。その根本的な問題は、徳島県の山間部だけでなく、日本全国共通の課題である都会暮らしと田舎暮らしの格差に起因している。

全国から注目を集めた後の課題は、若者を定住化させるU・Iターンプロジェクトである。鹿児島県柳谷村でなく「集落」、島根県海士町では、既にU・Iターンプロジェクトに成功している事例がある。上勝町では、雇用枠の拡充、住居の整備などが必要となっているが、まだ活動を開始したばかりである。非常に高度なビジネスである葉っぱビジネスを成功させた上勝町は、町中自信に溢れており町の協力的体制は既に整っている。次なる課題もうまく軌道に乗せる確立は高いと言える。

つまり、上勝町は、「過疎化が進む町に人がとどまり、過疎化が進む町に外から人を呼び寄せよう」とする横石知二代代表取締役社長や笠松和市町長が描く夢の途上であった。

上勝町で出会ったおばあちゃんたちは、みな笑顔で明るくよく働き、上勝町の自慢を語ってくれる。そんな将来への期待が大きい山間の町であった。今後の活動に注目したい。

■注

- (1) 過疎化：人口減少のために一定の生活水準を維持することが困難になった状態。
- (2) 高齢化：65歳以上の老年人口が増大した状態。
- (3) 地域再生活動：地域が行う自主的・自立的な取り組みによる地域経済の活性化や地域における雇用機会の創出、その他の地域の活力の再生を推進する活動。
- (4) 少子高齢化社会：年金・医療・福祉など財政面などの問題が生じる社会。高齢化と少子化とは少子高齢化と同様の問題が発生するため一括りにすることが多い。
- (5) 限界集落：過疎化などで人口の50%以上が65歳以上の高齢者になって冠婚葬祭など社会的共同生活の維持が困難になった集落を指す。限界集落は、やがて住民の転居や死亡などで、住民の人口が0人となる消滅集落となる運命にあるとされている。
- (6) おばあちゃん：上勝町在住の葉っぱビジネスに主役として活躍している女性高齢者。
- (7) 高糖度トマト：高知県の名産の水を極力与えない農法で育成され、果実が小さく甘みの強いトマトのこと。フルーツトマトと呼ばれている。
- (8) ももいちご：徳島県佐那河内村の30数軒の農家のみで栽培される新品種のいちご。大粒で桃の形に似ているため、“ももいちご”と呼ばれている。
- (9) カンバン方式：トヨタ自動車を採用している極力在庫を持たず、必要なものを、必要な量だけ、必要な時に生産する方式。一般にはjust in time生産システムと言われている。
- (10) カイゼン：カイゼンは従事する作業者が自分で知恵を出して変えていく事が大きな特徴であり、多くの日本企業の間で採用されている活動である。また、カイゼンは一度行ったら終わりではなく次々とカイゼンを行っていく持続性、継続性が重視されている。
- (11) 過疎地域自立促進特別措置法：過疎地域への財政上の特別措置などさまざまな助成措置が記されている法律。

■参考文献

- 金丸弘美（2011）『地域ブランドを引き出す力』合同出版
- 特定非営利活動法人郷の元気（2011）『上勝町・遊休資源活用による持続的集落再生事業 成果報告書』国土交通省 平成22年度 長期優良住宅等推進環境整備事業
- 曾根英二（2010）『限界集落』日本経済新聞出版社
- 林直樹（2010）『撤退の農村計画—過疎地域からはじまる戦略的再編』学芸出版社
- 久繁哲之介（2010）『地域再生の罫なぜ市民と地方は豊かになれないのか？』筑摩書房
- 西野寿章（2010）「山間集落の現局面と山村政策への視点」『E-Journal GEO』（4）社団法人日本地理学会
- 横石知二（2009）『生涯現役社会の作り方』ソフトバンククリエイティブ
- 東直子（2008）『葉っぱで2億円稼ぐおばあちゃんたち』ピーバル地域活性化総合研究所
- 大和田順子（2008）『ロハスビジネス』朝日新聞社
- 笠松和市（2008）「究極のごみゼロ社会を目指して」『国際経営フォーラム』（19）神奈川大学
- 笠松和市（2008）『持続可能なまちは小さく、美しい』学芸出版社
- 笠松和市（2007）『山村の未来に挑む』自治体研究社

- 横石知二 (2007) 『そうだ、葉っぱを売ろう!』ソフトバンククリエイティブ
- 山内道雄 (2007) 『離島発生き残るための10の戦略』生活人新書
- 大野晃 (2005) 『山村環境社会学序論』農山漁村文化協会
- 山下惣一 (1993) 『脱サラ農民はなぜ元気』家の光協会
- 田井義人、松永公廣 (2009) 「福祉サービスとしての徳島県上勝町のいどり事業のイノベーション普及分析」『情報文化学会誌』(16) 情報文化学会
- 広報かみかつ <<http://www.kamikatsu.jp/zokusei/koho>> (2011.10.28 アクセス)
- 上勝町役場統計資料 <<http://www.kamikatsu.jp/docs/2011012800173/>> (2011.10.28 アクセス)