2024
12

地域づくり

本編

ISSN1340-8917

明日を開く、地域活性化のための情報誌



特集　農業イノベーションによる地域づくり

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです

地域づくり　2024-12

CONTENTS

1 巻頭エッセー／札幌の次なる100年の礎を築く　秋元克広（北海道札幌市長）

特集 農業イノベーションによる地域づくり

高齢化や人手不足、耕作放棄地の増加など農業が抱えている課題は多い。そんな中、農業の持続的発展に向け、地域資源の活用や新たな視点でイノベーションを起こし、地域活性化につなげている事例を紹介する。

2 基調論文 これからの地域創生の要は農業イノベーション　上岡美保（東京農業大学副学長）
6 三里浜オリーブ合同会社（福井県福井市）　地域をつなぐ「三里浜オリーブ」　村嶋哲郎
8 長崎県波佐見町　廃石膏再利用の肥料で米づくり　今里奎介
10 合同会社 AMAMI バリュープロデュース（鹿児島県奄美市）　ふるさと奄美でバニラ国産化にチャレンジ　林　晋太郎
12 副基調論文 農山漁村の多様な地域資源を生かした価値の創出　廣川正英（農林水産省農村振興局都市農村交流課 課長）

【特集編では基調論文、全10事例を全て掲載～特集編のみに掲載される事例は以下の通り】

●株式会社広野町振興公社（福島県広野町）　心の復興へバナナ栽培に挑戦　中津弘文
●栃木県真岡市　「日本一のいちご」で関係人口創出　小池知恵子
●株式会社南信州観光公社（長野県飯田市）　農業の「ほんもの体験」で地域振興　高橋　充
●富士の国乳業株式会社（静岡県富士宮市）　「子ども第一」の牛乳づくりに共感　惟村朋広
●一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会（和歌山県みなべ町）　都会からのワーケーションで梅収穫　島田由香
●馬路村農業協同組合（高知県馬路村）　「農業不可能」から挑んだゆず栽培　長野桃太
●株式会社沖縄UKAMI養蚕（沖縄県）　養蚕×科学で世界唯一のモノづくり　仲宗根豊一

レギュラーリポート

16 “がんばる地域”応援事業　埼玉県川越市
住民主体のまちづくりを目指して　大曽根千晶
18 地方創生実践塾　新潟県燕市
燕市役所まちあそび部の実験　木村紀彦
20 地域づくりは人づくり
「面白い人たち」が選ぶ石巻に　松村豪太
22 書籍紹介
ニッポンはおいしい！
24 首長の思い
未来を見据えた加賀市の挑戦　宮元　陸（石川県加賀市長）

グラビア
23 都道府県漫遊　【岐阜県】
手前みそですが…　【千葉県我孫子市】

表紙 元祖カピバラの露天風呂

伊豆シャボテン動物公園は、伊豆半島東部にある動植物園で、2024年に開園65周年を迎えました。伊豆シャボテン動物公園といえばカピバラをイメージする方も多いことでしょう。今や全国に波及し、海外でも人気を集めているカピバラがお風呂に入るイベントは、ここが発祥の地です。

1982年の冬、飼育員がお湯で展示場の掃除をしていると、お湯だまりにカピバラが集まって手足やおしりをつけて気持ちよさそうにしていました。そこで、お湯をためてみるとカピバラが喜んで入浴しはじめました。それ以来、毎年冬には「元祖カピバラの露天風呂」を開催しており、今や〝伊豆の冬の風物詩〟として多くの人々に親しまれています。

冬至の時期には、恒例の「ゆず湯」が始まります。ほんのりゆずが香るお風呂に浸かるカピバラたちの姿は、なんとも言えぬ癒やしの光景です。

（静岡県伊東市）

問い合わせ先＝伊豆シャボテン動物公園（0557・51・1111）

（写真提供＝伊豆シャボテン動物公園）



気持ちよさそうなカピバラたち

ESSAY

巻頭エッセー

札幌の次なる100年の礎を築く



北海道札幌市長 ● 秋元　克広

市制が施行されてから１００年を超えた札幌市は、日本で４番目の人口１９７万人を擁する大都市へと成長しました。１９５０年（昭和25年）に始まったさっぽろ雪まつりや１９９２年（平成４年）から開催されているＹＯＳＡＫＯＩソーラン祭り、２０１４年（平成26年）には札幌国際芸術祭２０１４が開催されるなど、近年では観光都市として世界中から注目を集めています。また、ビルや住宅が立ち並ぶ「都市」としての機能と、郊外に広がる「自然」という二つの要素を併せ持っており、この「都市と自然の調和」が、札幌市の特徴であり魅力です。

一方、都市の成熟化が進み、これまで増加が続いてきた人口は減少局面を迎えており、人口構造にも大きな変化が生じることが予想されています。

また、１９７２年（昭和47年）の第11回冬季オリンピック競技大会の開催を契機として、地下鉄や区役所などの公共施設が集中的に整備されたほか、都心を中心に民間ビルなどが多く建てられました。それから約50年が経過した現在、当時形成した都市基盤の更新時期を迎えており、都市のリニューアルを進めていく必要も生じています。

魅力的なこのまちを次の世代に引き継いでいくため、ＳＤＧｓの視点を踏まえ、持続可能なまちづくりを進めていくとともに、都市としての価値を創造し、高めていくことが必要です。そこで札幌市は、市の計画体系として最上位に位置する「第２次札幌市まちづくり戦略ビジョン」を２０２３年度（令和５年度）に策定いたしました。このビジョンでは、今後のまちづくりを進めるに当たり、市民・企業・行政などの多様な主体が共有する札幌市のまちの姿を「目指すべき都市像」として掲げるとともに、この都市像の実現に向けて、まちづくりを進めていく上での三つの重要概念（「まちづくりの重要概念」）を定めました。本稿では、この三つの重要概念に沿って、市が取り組む施策をご紹介いたします。

まず、一つ目は、「誰もが多様性を尊重し、互いに手を携え、心豊かにつながること。また、支える人と支えられる人という一方向の関係性を超え、双方向に支え合うこと」である「ユニバーサル（共生）」です。

この概念のもと、障壁（バリア）を取り除くとともに、全ての人の利便性の向上に向けた取り組みを進めるため、生活関連経路や主要公園等のバリアフリー化の推進、当事者の特性や困りごとに応じたサービスや制度の充実、子供の多様性を尊重した学びの提供などに取り組んでまいります。

二つ目は、「誰もが幸せを感じながら生活し、生涯現役として活躍できること。身体的・精神的・社会的に健康であること」である「ウェルネス（健康）」です。

この概念のもと、生涯を通じた健康づくりや社会参加の場の充実に向けた取り組みを推進するため、健康意識を高める施策の実施、都心における地上・地下の重層的な歩行ネットワークの整備や社会参加の機会の充実を図ってまいります。

三つ目は、「誰もが先端技術などの利点を享受でき、生活の快適性やまちの魅力が高まっていること。誰もが新たな価値や可能性の創出に向けて、挑戦できること」である「スマート（快適・先端）」です。

この概念のもと、スマートシティの推進と人材育成・産業競争力の強化のため、行政のデジタルワークスタイルの導入・推進、スマートシティの実装・展開に向けた実証実験、ＩＴ人材の育成・確保支援の拡充を行ってまいります。また、環境面においてはゼロカーボンの推進と冬季の生活を維持し、雪の積極的な利活用を推進するため、市民・企業への省エネルギー機器導入の促進、除排雪作業の効率化・省力化などに取り組んでまいります。

「目指すべき都市像」や「まちづくりの重要概念」など、このビジョンに込めたまちへの思いを、様々な方々と共有し、協働を進め、まちづくりを加速させていきたいと思っています。そして、豊かな暮らしが実現でき、それを支える人材・モノ・投資・情報が国内外から集まる、魅力的な「さっぽろのまち」を将来にわたって持続させていきます。

特集
基調論文

農業イノベーションによる地域づくり

これからの地域創生の要は農業イノベーション

東京農業大学副学長 ● 上岡 美保



地域創生に必要不可欠なもの

今年、人口戦略会議が分析した人口からみた地方自治体の持続可能性のレポートによると、2020～2050年までに1729自治体のうち744自治体に消滅可能性があると予測されている。

2014年12月、日本の人口減少、超高齢化という大きな課題を抱える中で、各地域がそれぞれの特徴を生かした自律的で持続的な社会を創生することを目指し、かつ、将来にわたって「活力ある日本社会」を維持することを目的に、「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定された。

長期ビジョンとしては①人口減少問題の克服（人口減少の歯止め、東京一極集中の是正）②成長力の確保――を視野に、総合戦略（2015～2019）としては、まずは、『「しごと」と『ひと』の好循環作り」、そして「好循環を支える、まちの活性化」に向けた基本目標（詳細は割愛）が掲げられた。

第2期（2019年12月～）では、第1期「総合戦略」に掲げる重要業績評価指標（KPI）の検証を下に、新たな基本目標として、①稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする②地方とのつながりを築き、地方への新しい人の流れをつくる③結婚・出産・子育ての希望をかなえる④ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる――の四つを掲げ、「多様な人材の活躍を推進する」と「新しい力の流れを活力にする」という二つの横断的な目標が追加された形で進められている（図）。

特に、地方においては、生活基盤として最も重要な「①稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする」ためには、地域の特色や強みを生かした製造業や農業、観光業などの産業振興が必要不可欠であり、この分野における新たなイノ

筆者プロフィール

上岡　美保氏
（かみおか・みほ）

東京農業大学農学研究科農業経済学専攻博士後期課程修了。博士（農業経済学）。2016年４月より東京農業大学国際食料情報学部教授、2021年４月より同大学副学長。専門は農業経済学、食料経済学。主な研究内容は、食料消費構造の変化の解析、食育の効果と社会学的意義、地産地消の在り方等、食と農に関する調査・研究を実施している。農林水産省食料・農業・農村政策審議会委員、内閣官房教育未来創造会議（第一次提言）構成員等を歴任。現在、農水省食育推進会議委員等を務める。

食育関係の著書には、上岡美保・大森良美『スーパーの生鮮食品がお店に並ぶまで図解』自由国民社（2007）、上岡美保『食生活と食育－農と環境へのアプローチ－』農林統計出版（2010）等がある。

ベーションが求められている。

第２期においても農林水産業の成長産業化は大きな課題として取り上げられており、農業所得の向上はもちろんのこと、物流の効率化、６次産業化や農泊などの複合的な経営を推進するとともに、生産性の向上、農作業の効率化・省力化に向けたスマート農業を推進するとしている。さらには、各地域には魅力的な農産品や工芸品、景観等の地域資源が潜在するとして、その地域にしかない唯一無二の優れた地域資源を磨き上げ、消費者への訴求力を高めることで、海外市場を含めた販路開拓を進め、地域に付加価値をもたらすことが重要としている。そのためのマーケティングやブランディング、販路開拓等への支援、ビジネスに取り組む人材育成の必要性がうたわれている。

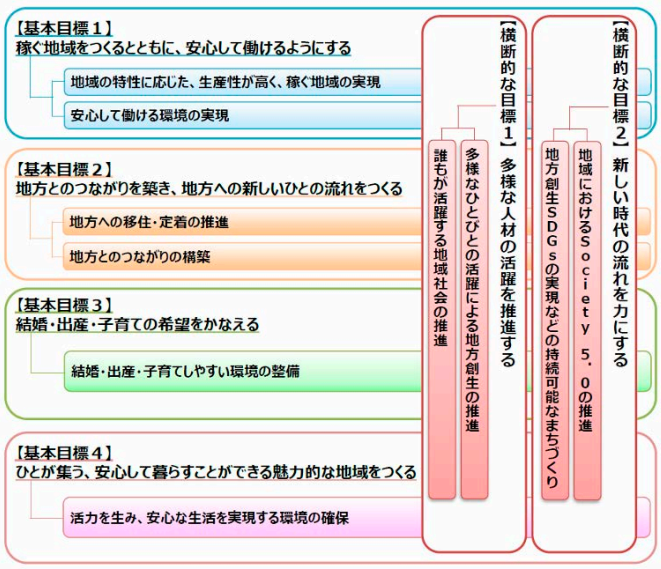


図　「まち・ひと・しごと創生総合戦略」第２期における施策の方向性
出典：内閣府（2019）「第２期『まち・ひと・しごと』創生総合戦略」23p より転載。

厳しさを増す食料安保確立と期待される改正基本法

わが国の人口減少と超高齢化、そして東京への人口一極集中もさることながら、最も深刻な状況にあるのはわが国の基幹的農業従事者の動向である。農林水産省によると、現在、基幹的農業従事者（15歳以上の世帯員のうち、ふだん仕事として主に自営農業に従事している者で、雇用者は含まない）は１１６万人であり、日本の人口の約１％の農業従事者でわが国の農業を支えていることになる。また、平均年齢は68・4歳（２０２２年）となっており、基幹的農業従事者数全体に占める割合は、70歳以上で58・7％、60～69歳で20・9％と60歳以上で約80％を占めている。つまり、20年後に基幹的農業従事者の中心となる層である50歳代以下の基幹的農業従事者は現状で約20％しかおらず、今後20年間で現在の約四分の一（30万人）にまで減少するとされている。

わが国の人口減少はあるにしても、食料自給率は現段階（２０２３年）でカロリーベース38％、生産額ベース61％と国産で賄える食料は充足していないのであるから、このまま何も対策を打たなければ、わが国の農業は確実に立ち消えになってしまう。食料安全保障の確立は、今以上に深刻な問題になるであろう。この深刻な状況を我々は消費者としても国民としても重く受け止めなければならない。

さて、農政の基本理念や政策の方向性を示す法律として、農家と非農家の所得格差の是正を主な目的としていた農業基本法が廃止され、１９９９年には国民生活の安定向上および国民経済の健全な発展を図ることを目的に、新たに食料・農業・農村基本法が制定された。制定から約20年が経過し、世界的な食料情勢の変化に伴う食料安全保障上のリスクの高まりや、地球環境問題への対応、海外の市場の拡大等、わが国の農業を取り巻く情勢が大きく変化してきたことから２０２４年６月に改正された（表）。

改正基本法は、新たな基本理念として、①食料

法律の概要

食料安全保障の確保

(1) 基本理念について、
①「食料安全保障の確保」を規定し、その定義を「良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態」とする。（第２条第１項関係）
②国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要であることに鑑み、国内への食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない旨を規定。（第２条第４項関係）
③食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者により その持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようにしなければならない旨を規定。（第２条第５項関係）
(2) 基本的施策として、
①食料の円滑な入手（食品アクセス）の確保（輸送手段の確保等）、農産物・農業資材の安定的な輸入の確保（輸入相手国の多様化、投資の促進等）（第19条及び第21条関係）
②収益性の向上に資する農産物の輸出の促進（輸出産地の育成、生産から販売までの関係者が組織する団体（品目団体）の取組促進、輸出の相手国における需要の開拓の支援等）（第22条関係）
③価格形成における費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進等 を規定。（第23条及び第39条関係）

環境と調和のとれた食料システムの確立

(1) 新たな基本理念として、食料システムについては、食料の供給の各段階において環境に負荷を与える側面があることに鑑み、その負荷の低減が図られることにより、環境との調和が図られなければならない旨を規定。（第３条関係）
(2) 基本的施策として、農業生産活動、食品産業の事業活動における環境への負荷の低減の促進等を規定。（第20条及び第32条関係）

農業の持続的な発展

(1) 基本理念において、生産性の向上・付加価値の向上により農業の持続的な発展が図られなければならない旨を追記。（第５条関係）
(2) 基本的施策として、効率的かつ安定的な農業経営以外の多様な農業者による農地の確保、農業法人の経営基盤の強化、農地の集団化・適正利用、農業生産の基盤の保全、先端的な技術（スマート技術）等を活用した生産性の向上、農産物の付加価値の向上（知財保護・活用等）、農業経営の支援を行う事業者（サービス事業体）の活動促進、家畜の伝染性疾病・有害動植物の発生予防、農業資材の価格変動への影響緩和等を規定。（第26条から第31条まで、第37条、第38条、第41条及び第42条関係）

農村の振興

(1) 基本理念において、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られなければならない旨を追記。（第６条関係）
(2) 基本的施策として、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動（農泊）の促進、障害者等の農業活動（農福連携）の環境整備、鳥獣害対策等を規定。（第43条から第49条まで関係）

表　食料・農業・農村基本法改正法の概要
出典：農林水産省（2024）「食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律の概要」より一部抜粋。

安全保障の確保②環境と調和のとれた食料システムの確立③農業の持続的な発展④農村の振興――の四つを掲げ、環境負荷への低減を促進しつつ、スマート技術等の先端的技術を活用した生産性の向上、付加価値の向上等により農業の持続的な発展を図るとともに、さらには、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動（農泊）の促進、障害者等の農業活動（農福連携）の環境整備等によって、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られるべきであるとしている。

以上のように、スマート農業等を活用した画期的な農業生産基盤の強化が重要であることは言うまでもないが、改正基本法においても、農業・農村の振興については、新たな関係人口の創出や地域資源活用をはじめとする新規事業等のイノベーションの必要性が強調される形となっている。

ところで、農林水産業に対する一般的な認識は、食料生産を主目的とした産業ということであるが、実は、農業・農村にはそれ以外の多くの機能、いわゆる多面的機能を有していることは、あまり認知されていない。農業・農村の多面的機能とは、食料生産以外の機能を指し、洪水防止機能、土砂崩壊防止機能、河川流況安定・地下水かん養機能、水質浄化機能、大気調節機能、有機性廃棄物分解機能、生物多様性保全機能、土地空間保全機能、伝統文化保存機能、地域社会振興機能、人間性回復機能、人間教育機能等を有しているとされる。

すなわち、農林水産業・農山漁村の維持は、地域の環境、生物多様性、防災、伝統文化、コミュニティ等の維持を意味しており、「地域」そのものを守る産業であるといえる。それ故に、前述したように、農業就業者の高齢化と就業者数の大幅減少によって、日本農業が縮小、衰退すれば、ややドラスティックな言い方をすれば、地域そのものが消滅することを意味することから、まずは、農林水産業を維持することが地域を守ることでもあり、食料安全保障の確立、さらにはＳＤＧｓ貢献への基本でもある。

むろん、戦後から高度経済成長を経て現在に至るまでに大量生産、大量消費の時代はわが国の経済発展の上で重要であったにせよ、我々は利便性の追求の中で、身近な資源を見失う、あるいは手放すことで便利を得たとも言えよう。しかし今、地域では様々な問題が顕在化している。さらにはＳＤＧｓからも理解できるように、世界でも環境問題や食料問題はより深刻になっている。新たなイノベーションは、いま一度、地域の身近な資源を見直し、さらには潜在的な資源を発掘し活用することで、起こせるのではないだろうか。

今、改めて見直してほしい農学教育の重要性

著者の所属する東京農業大学は、１８９１年に榎本武揚公によって創設された農学系総合大学である。榎本は日本が国際社会で競争力を持つためには、安定した農業生産力の発展が必要不可欠だと考え、近代農業の技術を各地に広めるリーダーを育成するという目的の下、本学を設立した。

本学の教育理念である「実学主義」は、「教育とは、理論と実践の二者が車の両輪のように並び行われることで、はじめて完全なものとなる」とする榎本の考え方によるものだが、本学育ての親であり初代学長の横井時敬もまた、「塩水撰種（せんしゅ）法」の発明等、理論と実践を重んじる近代農学の立役者であった。

現在、北海道オホーツク、世田谷、厚木の３キャンパスに６学部23学科を設置し、約１万４００人の学生・大学院生が、農学を核とした「総合農学」の学びを展開している。農学は極めて学際的な学問分野であり、今日、世界的にも多くの食、農、環境の課題に直面する中で、農×衣食住、農×健康・栄養、農×医薬、農×環境、農×エネルギー、農×観光、農×教育等、ＳＤＧｓへの貢献をはじめとする社会課題解決への農学の役割と可能性は非常に大きなものだと考える。

こうした実学の学びを経験した学生の中には、身近な環境の中から新たなイノベーションを起こしている者も多い。例えば、食品ロスや将来のタンパク質クライシスを懸念して、食品残渣（ざんさ）をエサにコオロギを育て、昆虫食を開発した学生、さらには訪れたベトナムでレピロニアという植物に出合い、海洋プラスティック問題を学ぶ中で、そこからヒントを得て、草ストローを商品化し、起業した学生、地域の放置竹林問題が深刻化する中で、竹を使ったオシャレな商品を作れば、問題解決に至るのではないかとの発想から竹歯ブラシを開発した学生、いずれも農学の学びからヒントを得て、身近な資源を活用して、社会課題の解決へとイノベーションを起こしている。

その意味で、農学教育とはいわないまでも、地域の資源や自然環境を活用した食育や食農教育を未就学児や学童期といった幼少期から教育の中に

取り入れていくことは、未来のイノベーションを起こせる人材育成につながる。例えば、児童・生徒が最も関わる学校給食に地場産や地域産を積極的に導入すること、それを活用して食育や食農教育を行うことは、子ども達の地域や地域産業の認知、地域愛の醸成につながる。学校給食への地場産・地域産の食材活用という事のみを取り上げても、そこには地域農業と連携した新たなイノベーションが期待できる。さらに、食育や食農教育は近年、教育の分野において重視されている探究学習やＳＴＥＡＭ教育としても活用できる。

温故知新のイノベーション

イノベーションは、一見、新たな技術と捉えられることが多い。しかし、それだけではない。「ひと」や「もの」や「こと」、当たり前のことを当たり前にできる体制整備や、地域の伝統や文化を見直すことで温故知新の中に見いだすこともできる。

例えば、日本の重要な調味料の一つに「醤油（しょうゆ）」がある。日本の醤油造りは４００年以上前にさかのぼる。伝統的な木桶による醤油造りから現在は効率的に大量生産できるステンレスタンク等での製造体制へと移ってきた。わが国では、和歌山県湯浅を醤油発祥の地として、千葉県野田、同銚子、兵庫県龍野、香川県小豆島が大産地として知られている。

現在、木桶仕込みの醤油は全体の約１％、醤油造りに利用されている木桶は全国に約３０００存在しているが、そのうちの約3分の１（１１５０本）が香川県小豆島に今もなお残っており、江戸・明治時代に造られた木桶によって醤油醸造が行われている（写真）。長年にわたって伝承されてきた伝統製法による木桶造りの醤油は近代化、工業化の中でもなお残存してきたもので、手間と時間をかけ、その蔵ごとにすむ微生物によって独特の味が醸し出される、今や大変希少で高価なものとなっている。

現在、醸造用木桶を製造する桶屋は全国１件しかなくなってしまったとのことで、２０１１年「小豆島　木桶職人復活プロジェクト」が立ち上がった。その発起人であるヤマロク醤油株式会社では、「木桶による発酵文化サミット」が毎年開催され、国内外から注目を集め、多くの人が小豆島に集まってくる。伝統技術や伝統文化、伝統食の継承、地域資源の活用、環境への取り組み、さらに観光としての要素等、そこには活発な「ひと」の交流、唯一無二の「もの」造り、そこから生まれる「こと」が存在している。

つまり、イノベーションは決して新たな技術だけではなく、身近な地域資源、伝統技術にも目を向け、そこから生まれる新たなアイデアや仕組み作り、価値創造、社会的意義が存在することも含まれるのである。地域行政の役割は、各地域に存在する「ひと・もの・こと」をいかに拾い上げ、地域住民と共に盛り上げながらその活動をサポートし、その価値を広く発信していくか、さらには関係人口にどうつなげていくかが重要なのではないだろうか。

農業・農村におけるイノベーションは無限の可能性を持っているのである。



100 年以上前から受け継がれるヤマロク醤油の木桶　　出典：筆者撮影

【参考文献】

人口戦略会議「令和６年・地方自治体『持続可能性』分析レポート―新たな地域別将来推計人口から分かる自治体の実情」２０２４年６月

内閣官房「第２期　まち・ひと・しごと創生総合戦略」２０１９年12月

農林水産省「食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律の概要」２０２４年６月

林玲子・天野雅敏『日本の味　醤油の歴史』吉川弘文館，２００５年

ヤマロク醤油公式ＨＰ「木桶職人復活プロジェクト」https://yama-roku.net/kioke，２０２４年８月21日閲覧

農業イノベーションによる地域づくり

地域をつなぐ「三里浜オリーブ」
―広がる企業・学校との連携の輪―

三里浜オリーブ合同会社
（福井県福井市）
三里浜オリーブ合同会社代表 ● 村嶋 哲郎



地域ブランド目指し植樹

「三里浜オリーブカルメリーナ」は、福井市北部の三里浜砂丘地に位置し、「三里浜オリーブ合同会社」が管理運営しているオリーブ農園です。

日本海沿いに位置する三里浜はもともと松林に囲まれた美しい丘陵地帯で、昔から開墾された圃場では「らっきょう」や「スイカ」「ミディトマト」「大根」などが盛んに栽培されていました。土壌の良さもあり、品質の高い野菜を生産する福井市の産地の一つとして評判のエリアでした。

しかしながら近年では、営農者の高齢化と若者の農業離れなど、いわゆる担い手不足により休耕地が徐々に増加する問題が生じてきました。また、美しい景観と防風林の役割を果たしてきた松の木も松くい虫の影響でほとんどが枯れてきたことから、強風による砂の堆積によって圃場の荒廃問題にも直面する状況となりました。

これらの問題解決を図るため、２０１７年、生産者やＪＡ、行政で「三里浜砂丘地園芸産地振興協議会」が設立され、「新たな地域ブランド品の開発」「防砂対策・休耕地の解消・景観の改善」として、「オリーブ」に着目し、地方創生推進交付金を活用して２５０本の植樹を行いました。

２０１８年７月には地元有志が集まり、次世代につなぐ産業化を目指すため、今の会社の前身となる「三里浜オリーブ生産組合」を設立。栽培本数も２０２３年度には２７５０本、今年10月に当初目標の３０００本に到達しました。

香りと鮮度に評価

地元の理解を得ながら徐々に生産規模を拡大する一方で、加工場の確保や搾油機の購入、また加工技術の習得など、オリーブ商品化までの道のりは険しいものでした。

加工場などの準備を進める中で、植樹して3年目となる２０２０年の秋、初めてまとまった数量が確保できる見込みがたち、オリーブオイルの試作にとりかかりました。

当時はまだ、搾油に必要な環境が整っていなかったため、同様にオリーブ栽培に取り組む京都府宮津市の「由良オリーブを育てる会」に搾油を協力してもらいました。

意外に知られていませんが、鮮度が命のオリーブオイルは、酸化などの影響を防ぐため、オリーブを収穫してから24時間以内、ベストは8時間以内に搾油することが推奨されています。試作日当日は、福井で朝に約１５０キロのオリーブを収穫し、そのまま自分たちの車で宮津市に運び、なんとか8時間以内での搾油にこぎつけました。搾油機にオリーブを入れてから1時間後、抽出口から出てきた黄金色のオイルを初めて目にしたときの感動と興奮は今でも鮮明に覚えています。

出来上がったオイルは地元の飲食店に試食用として配り、「香り」と「鮮度」を評価する声をい



香り高い三里浜産オリーブオイル

ただく結果となり、私たち組合員のオリーブに対する愛着・意欲もさらに高まりました。ほどなくして、加工場の新設・搾油機の購入など環境も整い、講師を招いては管理面や技術面など、お客様に喜ばれるオリーブオイル生産のためのスキル習得に切磋琢磨（せっさたくま）してきました。その一つの結果が、２０２３年に開催された国内オリーブオイルコンテストでの金賞受賞。応募７１０点の中から見事栄誉を勝ち取ることができ、組合員の自信にもつながりました。



オリーブの実



農園での収穫作業

◆◆◆ 地元産品同士で新たな価値

悪戦苦闘が続くオリーブ栽培ですが、そのオリーブを核に、福井市の地域商社「ふくいヒトモノデザイン株式会社」の協力を得ながら、地元の中学生や高校生、大学生、企業、地域など様々な団体との連携の輪も広がってきています。

例えば、三里浜オリーブの認知度向上や農業への理解醸成、次世代育成につなげるため、地元の市立棗（なつめ）中学校や県立福井農林高校と連携し、生徒を対象に三里浜の現状に関する学習会やオリーブの苗の育成・収穫体験などを実施しています。子どもたちとの交流は組合員にとっても励みとなり、とても楽しみにしている取り組みの一つです。

また、地元の大学生や企業と連携し、新しい発想・アイデアのもと、三里浜オリーブシリーズの新たな商品化も進めています。

その一つが、ミディトマトの赤とかわいらしいボトルのフォルムが印象的な「三里浜ドレッシング」。地元の福井県立大学、フク醤油株式会社と共同で開発した、三里浜産のオリーブをベースに、同じく三里浜で収穫したらっきょうやミディトマトなどを使用した商品です。オリーブの香り豊かな風味と、らっきょうのシャキっとした食感、ミディトマトの甘味が特徴の評判の良いドレッシングが出来上がりました。何より、地元の産品をつなぎ合わせて新たな商品＝価値を生み出したことは、地域の新たなビジネスモデルを創出する事例になったと実感しています。

ほかにも、環境に配慮したサステナブルな商品開発の観点から、地元の株式会社エルローズと連携。本来廃棄するオリーブの葉やオイル搾油時の搾りかすを有効利用し、抽出したエキスを使用した洗顔料やハンドソープ、バーム（軟こう）などコスメ関連の商品を展開していただいています。

また、三里浜オリーブオイルの普及活動として、地元を盛り上げるべく三里浜エリアに新しくできたふるさと茶屋「なつめカフェ」や農園レストラン「シャンジェレール」などの飲食施設では、三里浜オリーブオイルを使ったメニューの考案・販売などにも取り組んでいただいています。フレッシュなオイルを生かしたお料理はお客様にも大変好評だと聞いています。

◆◆◆ 観光農園の夢に向かって

当初は「担い手不足解消」、「休耕地活用」のためにスタートした三里浜オリーブの取り組み。紆余曲折（うよきょくせつ）ありながらも、地域の様々な方々との出会いを生み出し、新たな価値・ビジネスチャンスの創出につながる、可能性あふれる自慢の産品として成長しています。私たちも「生産組合」から「合同会社」に生まれ変わり、三里浜砂丘地一帯を観光農園にする大きな夢に向かって、地域の皆様の協力を引き出しながら、引き続き地域の起爆剤となり得るこのオリーブの取り組みに注力していきたいと考えています。

農業イノベーションによる地域づくり

廃石膏再利用の肥料で米づくり
―地域内循環目指す「やきもの」のまち―

長崎県波佐見町
波佐見町商工観光課
主査
今里　奎介



米産地としても県内有数

長崎県の中心部に位置する波佐見町は約４００年以上前から暮らしの中に生きるやきものを作り続け、日用食器の全国シェア17％を誇る「波佐見焼」の産地であるとともに、農耕文化の息づく〝半農半陶〟の暮らしを営んできた長崎県有数の米どころです。

波佐見町における「やきもの」生産は、日用食器として大量に生産するために分業制で行われてきた歴史があり、やきものの形を石膏で作る型屋、石膏の型へ原料を流し込み製品の原型を作る生地屋、生地に絵付けや焼成を施し製品の状態にする窯元、商品の出荷や販売を行う商社などが連携して地域産業を支えています。

従来、主に生地屋で使用される「石膏型」は波佐見焼の製造工程で１００回程度使用すると吸水性の低下や摩耗などにより、商品の均一性を保てなくなることから廃棄、埋め立て処分されてきました。



行き場を失った石膏型の山

このように廃棄処分されてきた石膏型（以下「廃石膏」）ですが、様々な背景や情勢から県内の最終処分場へ排出することができなくなり、町内外の中間処理場に堆積するようになります。

このままの状態が続くと、町の景観を損ねるばかりでなく、波佐見焼の産地として安定した生産体系が維持できなくなる恐れもあり、最終製品だけでなく、モノづくりの生産から廃棄までのプロセスをクリーンにし、これからも購買者にとって魅力ある産地でありたいとの思いで地域内循環の取り組みを実施するに至りました。

廃石膏リサイクルへ専門家招聘

産地全体の問題として廃石膏の処理を進めるにあたり、行政が主体となって活動を始めましたが、関係各所の知識不足や事業の必要性の認識の差など多くの壁にぶつかることになります。

そこで、専門的知見や推進力を求め、外部専門家を招聘し、廃石膏の安定的な排出先の確保、排出に係る費用の削減、事業者のリサイクル率の向上（現在95％以上がリサイクルを選択）や意識醸成などを推進してきました。

さらに、リサイクルの取り組みが波佐見町の地域ブランドの高付加価値化につながることを証明するためのモデルとして、お土産品（6次産業化商品）の開発・販売・ＰＲを実施することでエシカル消費へのアプローチも行い、アップサイクルの可能性の拡充など、廃石膏を中心とした独自の地域内循環の体系を構築しました。

農水省の肥料登録が実現

石膏の成分は硫酸カルシウム（$CaSO_4$）で、硫黄分とカルシウム分を多く含んでおり、これらの成分は肥料の6大成分に含まれています。この成分を活用した、石膏由来の肥料が既に市場で販売されていたことから、本町の廃石膏も肥料として利活用できないかということで専門機関や長崎県などと協力し、様々な実証・研究を行いました。

実証を行うにあたり地元農家への説明を行いましたが、当初は「神聖な農地に産業廃棄物をまく

のか！」など厳しい声が多く、理解を得るまで大変苦慮しました。

そのような状況下でも、官民一体となった交渉や農地に対しての安全性の担保などを地道に行ったことで、徐々に理解してくれる農家が現れ、令和5年3月には農林水産省への肥料登録が実現し、やきものの生産工程で出た廃石膏由来の石膏の副産肥料としては全国初の登録事例となりました。

そして、今となっては廃石膏散布に厳しく反発していた農家の一人が本事業の一番の理解者となっています。

また、廃石膏由来の肥料には「波佐見のめぐみ」という商標を取得し、散布した田んぼで収穫した主食用米には「八三三米」という名前を付け、ブランド化を目指しています。



廃石膏肥料の散布風景



「波佐見陶箱クッキー」の製造風景



農福連携商品の
「波佐見陶箱ポン菓子ショコラ」

お土産品も開発

地域内循環の形成に向けた体制整備を行う一方で、お土産品についても専門家の知見を頂き、開発に着手しました。

「波佐見陶箱クッキー」は町内の田んぼに廃石膏由来の肥料を散布し、収穫した米粉専用米を町内で米粉に製粉、町内の農産物加工所である鬼木加工センターで米粉クッキーを手作りして波佐見焼の丸形の陶箱に詰めて販売しています。

陶箱制作で使用した石膏型は役目を終えると肥料として農地に散布するという、まさに波佐見町が行っている地域内循環の取り組みを象徴するようなお土産品です。

毎週土曜日に限定70個を波佐見町観光協会が窓口とウェブショップ、ふるさと納税の返礼品としても販売していますが、サスティナブルな取り組みやかわいらしいデザインが評判となり、すぐに売り切れてしまう人気商品になりました。このような背景や取り組みを評価いただき、様々な賞も受賞することができています。

また、令和6年5月には、陶箱スイーツの第2弾となる農福連携商品「波佐見陶箱ポン菓子ショコラ」の販売も開始しました。

こちらは、廃石膏由来の肥料を散布した町内の田んぼで収穫された八三三米をポン菓子にした後、社会福祉法人でポン菓子ショコラに加工、鬼木加工センターで四角の陶箱に詰めて販売しています。

他にも窯元の組合が中心になって、八三三米とお茶碗、箸置きをセットにした「八三三米くらわんかセット」も開発しており、これらのお土産品は、地域の食とやきものを組み合わせ、石膏の再利用でつなぐ「地域内循環商品」として、農業、窯業、地域の事業者、行政、波佐見町観光協会、専門家などが協働で地域の課題を解決し、持続可能な地域社会を目指す取り組みにおける高付加価値化、ビジネス化のモデルケースとなっています。

これからの波佐見町

一企業がSDGsやサスティナブルな取り組みを行っているという事例はよく耳にしますが、やきものの産地全体として問題に取り組んでいるようなケースはまれであり、本事業をとおして、先進的に物事に取り組めているものと考えています。

一方で、「廃石膏を中心とした地域内循環の取り組み」については、外部から評価いただいている半面、インナーブランディングや地域内部での理解はまだまだ浸透しきっていないという課題も抱えています。一朝一夕で解決は図れないものの、地道に進めていくことで、事業の意味や効果が地域全体に波及することを期待しているところです。

特集

農業イノベーションによる地域づくり

ふるさと奄美でバニラ国産化にチャレンジ
―農業の新たな価値創造目指して―

合同会社AMAMIバリュープロデュース（鹿児島県奄美市）
合同会社AMAMIバリュープロデュース
代表社員
● 林　晋太郎



人生の転機が訪れたのはタンザニアへの赴任でした。２０１９年から3年ほど外交官として派遣された私は、同国への開発協力支援（ＯＤＡ）事業のマネジメントや国際交渉などに従事しました。

その際、偶然にも、現地のバニラ農家支援プロジェクトが実施されており、現場を訪れたところ、生まれ故郷である奄美大島にそっくりな風景が広がっていたことに大きな衝撃を受けました。その後、バニラについて調べていくと、亜熱帯植物で奄美でも栽培できる可能性があることや、国際価格が高く、ほぼ輸入１００％に頼る日本の製菓業界にとって、国産バニラができれば非常に付加価値の高い産業となり得ることなどが分かってきました。

その後、コロナ禍の中で、自分の今後の人生について考えた結果、「生まれ故郷である奄美で、新しいことにゼロから挑戦したい」という気持ちが強まり、２０２２年3月末に退職し、奄美にＵターン。奄美でのバニラ栽培に挑戦することとなりました。



タンザニアのバニラ農園

タンザニア赴任が転機

突然ですが、皆さんはバニラビーンズをご存じですか？　甘い濃厚な香りが特徴で、プリン等のスイーツの原材料となるスパイスの一種です。私は現在、ここ奄美大島でバニラビーンズの国産化に挑戦しています。

私はもともと生まれも育ちも奄美大島で、高校卒業までは島で生活をしていました。その後、大学進学と同時に島を離れ、２０１０年の春に農林水産省に入省しました。入省後は12年間の公務員生活を送りましたが、ありがたいことに半分の期間は北海道開発局や外務本省など、農水省とは別の組織で働く機会もいただきました。

また農水省では２０１６年から地方創生政策の担当部署に配属されました。その中で、農村で活躍する起業家や自治体職員の方々とのご縁をいただき、私も「いつかはふるさとに貢献したい」という想いを抱きました。

バニラ栽培への歩み

⑴農園開設まで

２０２２年3月末、奄美で新しい挑戦が始まりましたが、いきなり大きな問題が生じます。それは住む家と農地の確保です。

２０２１年に世界自然遺産に登録された奄美大島は移住希望者が多く、当時は住む家がなかなか見つからない状況で、人によっては1年たっても住む家が見つからないケースもあるとのことでした。私の場合はありがたいことに、親戚などの紹介もあり3カ月ほどで住む家を見つけることができ、また農地についても、役場に勤める同級生から紹介された農業者からお借りすることができました。

農地の確保以降はすぐに農園の整備作業が始まりました。お借りした農地は、数年ほど休耕地と

なっていたため、整備開始時点ではまさに「森」のような状態でした。そこを家族や友人たち、地域の農業者からの支援もいただきながら少しずつ切り拓いていき、最終的に１７００本ほどのバニラを植え付けることができました。

⑵特徴を踏まえた二つの戦略

農園の整備がある程度落ち着いた２０２２年の秋以降はバニラの特徴を踏まえた二つの戦略に着手することとなりました。

一つ目は販路開拓の先行です。バニラはコチョウラン科の植物で生育速度が遅いため、植え付けから収穫までは早くて２～３年の時間がかかります。そのため、奄美産バニラの販売開始までに顧客を見つけておく観点から、インドネシア産バニラの輸入販売を行っています。本来、途上国からの輸入はリスクも大きいものですが、タンザニア赴任中の経験を生かすことで、スムーズな輸入経路を確立することができました。



スイーツ作りに欠かせないバニラビーンス



奄美のバニラ農園の様子



奄美の食材とバニラがコンセプトのカフェ

二つ目は飲食店・加工所の展開です。バニラは本来農作物ということもあり、実の長さや見た目などの問題で、正規の値段で売れない規格外品がでる可能性があります。また、バニラの販売には、自分たち自身がその活用方法のノウハウや知見を持っておく必要があります。

そのため、２０２３年10月、奄美空港近くに、奄美の食材とバニラをコンセプトとした「ＡＭＡＭＩバニラファームカフェＰｏｌｅＰｏｌｅ」をオープンすることになりました。

飲食経験のない私にとって大変なことばかりでしたが、同じく飲食店を経営する弟や、大工の叔父等、ここでもたくさんのご縁に支えられ、本年10月には無事に１周年を迎えることができました。またその間、製菓製造業の許可も取得し、現在では自社で製造する商品を島の土産店や、ふるさと納税の返礼品などでも展開しています。

◆◆◆今後の課題

ここまで少しずつ歩みを進めてきましたが、今後の課題もあります。

一つ目は台風のリスクです。今年は強烈な台風が何度か到来し、島内で多くの被害がでました。幸いなことに、防風林に囲まれたバニラ農園は軽微な被害で済みましたが、それでも今後の栽培規模拡大においては場所選びや施設の対策が必要となってきます。

二つ目は、バニラは収穫してから特殊な加工が必要となる点です。バニラの香りは、収穫したバニラの実を「キュアリング」と呼ばれる加工工程を経て生成されます。そのため、マダガスカル等の主要生産地と同程度の品質に至るまでにはある程度の時間と研究が必要になると考えています。こちらはタンザニア赴任時代に得た学術機関とのご縁からの協力も得つつ、確実な加工技術の確立を図りたいと思います。

このように、バニラ生産に向けてはまだまだ多くの課題があります。しかし、生産体制を確立できれば、将来きっと奄美の農業や日本の製菓業界に新しい価値を生み出すことになると考えています。

また、これまでの私の歩みはたくさんのご縁に支えられてきたからこそと感じています。そういった方々への感謝の気持ちや、農水省時代から続く農村振興に向けた想いを忘れず、バニラの生産体制確立を通じた奄美での新しい価値創造に向けて引き続き頑張りたいと思います。

農業イノベーションによる地域づくり

農山漁村の多様な地域資源を生かした価値の創出



農林水産省農村振興局
都市農村交流課　課長
● 廣川　正英

はじめに

本年5月29日、農政の憲法とも言われる「食料・農業・農村基本法」の改正法が成立した。25年ぶりに改正された基本法では、国民一人一人の「食料安全保障」を柱に据え、「環境と調和のとれた食料システムの確立」を基本理念に位置付けるなどの見直しが行われたが、「農業の持続的な発展」の基盤たる役割を果たしている農村については、人口が減少する中でも地域社会が維持されるよう「農村の振興」が図られなければならないとし、新たに〝地域社会の維持〟という目的を明記したことがポイントである。とはいえ、これは真新しい視点ではなく、これまでも地域社会の維持を図るため、様々な取り組みが行われてきた。しかるに今般、〝地域社会の維持〟の観点が基本法に位置付けられたことは、農業が有する食料の安定供給機能および多面的機能を発揮させるだけでなく、社会的共通資本としての農村が、その役割を果たす上で不可欠な地域社会を維持しなければならない旨、都市住民も含めた国民全体の問題として明確化し、農村協働力を発揮させつつ、関連する施策をより一層推進する必要があることを示唆したものと言える。

地域社会を維持するためには、それを構成する人が何より重要であり、これまでも、所得と雇用機会を確保し、若者も定住できるような「しごと」づくりを推進してきた。しかし、日本の人口そのものが減少する中、人口移動できる人的資源は限られており、また、東京一極集中の是正を図ることは容易ではない。このため改正基本法では、移住者だけでなく、仕事で都市と農村を行き来する者、農村に親戚がいる等のルーツを持つ者、観光や農業体験のために農村を訪問する者といった農村との関わりを持つ者に着目し、広くこれらを農村における地域社会を形成する者として捉えることとした。これは、遠く離れていたとしても農村に心を寄せ、お気に入りの地域が長く元気であるよう、何かしら協働できるのではないかというDX時代ならではの期待を込めたものかもしれない。そしてその上で、総合的に推進すべき基本的施策の一つとして、「農村との関わりを持つ者の増加に資する産業の振興」を新たに明記したのである。

農村と関わりたいと思う者を増やすためには、それぞれの地域が独自性を生かし、工夫しながら魅力ある産業を興すことが重要となる。令和2年に閣議決定された食料・農業・農村基本計画では、農業を起点とする「6次産業化」を発展させた取り組みとして「農村発イノベーション」を打ち出したほか、農業以外の産業と連携した施策として「農泊」や「農福連携」を推進するとした。これらは、農林水産物以外の多様な地域資源も活用し、農林漁業者はもちろん、農外企業なども含めた多様な主体の参画・連携の下で付加価値を創出しようとするものであり、今後もこれらを推進する必要性は変わりない。改正基本法第45条、第46条、第49条でも、それぞれ6次産業化、農福連携、農泊に関する施策を講ずることが新たに明記されている。

ただし、こうした施策は、実態上、それらを組み合わせて取り組むことにより、相乗的な効果を上げているケースが多い。農村の振興は一朝一夕で成り立つものではなく、施策効果とリスクの発現プロセスを検証しながら、ハード・ソフトを組み合わせて総合的に推進することが重要である。国はその持続性に留意しながら、自立的な地域社会が実現するよう後押しすべきだが、ここでは、それぞれの施策の意義等を紹介しつつ、今後の展望について概観することとしたい。

新たな価値を創出する「シン6次化」

先にも述べたが、現行の基本計画では「農村発イノベーション」という取り組みが打ち出された。その後、広く「農山漁村発イノベーション」と呼ばれるようになったが、ここでいう「イノベーション」とは、新技術の発明といったことだけではなく、新しいアイデア、農村で言えば、地元に住んでいると気が付かない地域の特徴や特性を強みとして磨き上げ、新たな価値を創造することにより、地域に収益をもたらそうとする発想という意味で用いられている。ただ、イノベーションという言葉は紛らわしいといった声もあるため、ここでは、6次産業化を一歩進めた取り組みということで「シン6次化」と呼ぶ。

1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業を一体的に推進し、農林水産物の付加価値を高めようとする6次産業化で重要なのは、「農家所得の向上」「地域経済の活性化」「消費者との直接的なつながり」である。少し古い試算値だが、コンビニで1個105円で売られているツナマヨおにぎりの場合、その価格の大半は卸売・小売マージンや加工・流通経費であり、コメ農家の売上分はわずかに16円、所得に至っては約2円（1・6％）にすぎない。販売価格が同じだとすれば、直売所で加工、販売した方が、生産者や地域の所得が増えるのは自明だろう。また、物流コストが高まっている昨今、地域内でモノを流通させた方が経済的であり、地球にも優しい。さらに、地域に足を運んでくれる消費者とのつながりを築くことにより、消費者ニーズに合った商品開発を行うことも可能となる。

ここで、商品ではなく地域に足を運ばせるコンテンツ（コト）を開発するという視点に立てば、世界的に評価される伝統的な食文化、心安らぐ美しい農村風景、循環を基調とした豊かな農的空間など、農山漁村の多様な地域資源を活用しない手はない。



竹林景観を生かしたキャンプ事業の展開（宇都宮市の〈株〉ワカヤマファーム）

農林水産省では、こうした取り組みを推進するため、農林漁業者や農外企業などの多様な主体の連携を促しつつ、商品・サービス開発や施設整備等に対して幅広く支援している。また、農山漁村における新たなビジネスの創出を支援するため、起業促進プラットフォーム「INACOME（イナカム）」において、地域資源を活用したビジネスコンテストや起業支援セミナーの開催、地域の課題解決を望む地方公共団体と地域の発展に貢献したい企業とのマッチングに取り組んでいる。

地域が抱えている課題を前にただ悲観することなく、これまで関わりのなかった他の事業者等と接点を持つことにより、課題の解決だけでなく地域の発展に向けたアイデアが生まれるかもしれない。初期投資や運転資金の確保、専門知識の習得、人材の育成など、「シン6次化」を成功させるためには様々な課題をクリアする必要があるが、農林水産省としては官民共創も推進しつつ、一歩踏み出そうとする地域を応援していく。

地域の再評価にもつながる「農泊」

「農泊」とは、農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」のことを指す。改正基本法第49条では、〝国民の農業及び農村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりのある生活に資する〟ことを目的とした、余暇を利用した農村への滞在の機会を提供する事業活動と位置付けられているが、これは、都市と農村の交流という切り口で見た定義にすぎない。すなわち、



農家民宿における FIT 客との交流（〈一社〉仙北市農山村体験推進協議会）

観光施策としての側面を有するものの、農村の振興に関する施策としての農泊の狙いは、農山漁村への長時間の滞在と消費を促すことにより、そこでの「しごと」を創出し、安定的な収益の確保を通じて地域に雇用を生み出すとともに、農山漁村への移住・定住も見据えた関係人口創出のゲートウェイの役割を果たすものであることを強調しておきたい。したがって、「農泊」も「シン6次化」の一つの形である。

そこで、農泊をどのように始めたらいいのか、失敗しないためにはどうすればいいか、といった話になるが、農林水産省の補助事業を活用し、資金調達から地域コンテンツの開発、販売・プロモーション、体制強化等に至るまで、具体的な事例を交えながら網羅的に整理された「農泊手引き（令和6年3月改訂）」が無料で公開されているので、是非御覧いただき、活用されたい。

https://www.hyakuren.org/20240401o_news01/

強いて言えば、無理することなく、ありのままの地域の姿で勝負することが肝要といったところか。地域内の合意形成を図ることなく関係者の負担が増加し、農泊に対する抵抗感が生まれてしまっては元も子もない。

農林水産省では、インバウンド需要の取り込みを含む、こうした取り組みを推進するため、農泊地域の実施体制の整備や経営の強化、食や景観等の観光コンテンツとしての磨き上げ、国内外へのプロモーション、古民家を活用した滞在施設の整備等を一体的に支援している。そして、令和7年度目標「農泊地域での年間延べ宿泊者数700万人泊」および「訪日外国人旅行者の割合10％」の達成に向けて、観光庁等との連携を強化しつつ農山漁村への誘客を促進するとともに、観光資源の高付加価値化、富裕層に訴求するホスピタリティの向上等の推進を通じ、持続可能な農泊の実現を支援していく。

なお、近年、自然災害が頻発化・激甚化している実態を踏まえると、いざというときに地域住民の緊急避難所や工事関係者の宿泊先として農泊施設を活用することも考えられる。平時は所得や雇用機会を生み出す宿泊施設として、有事は地域社会を維持する防災施設として、既存施設の機能を効率的に発揮させる農泊の在り方も検討に値するのではないだろうか。本誌をご覧の自治体関係者におかれては、ぜひ、関心を持っていただき、ご意見いただければ幸いである。

未来に向けて地域の絆を広げる「農福連携」

「農福連携」は、農業と福祉が連携し、障害者の農業分野での活躍を通じて、農業経営の発展とともに、障害者の自信や生きがいを創出し、社会参画を実現する取り組みである。一般的には、人口減少や高齢化が進む農業分野で障害者の雇用や就労の形態をとるため、不足する農業労働力を障害者が補うもの、したがって「農福連携」は農業の持続的な発展に関する取り組みとみなされがちだが、障害者が地域で働くことを後押しし、「農村との関わりを持つ者」の一員として、労働から得られるやりがいを感じながら暮らしていける、地域共生社会の実現を目指したものでもあることから、その推進に当たっては、農業面のみにフォーカスすることなく、広く地域政策として捉えることが適当である。

とはいえ現実問題として、障害者に就労の機会を提供する就労継続支援事業所は、生産活動に係

る事業の収入から必要経費を控除した利益から、利用者（障害者）に対する賃金・工賃を支払う必要があり、その水準を高めるよう努力することが求められている。受託した労働を受託料の範囲で障害者に振り分け、作業・納品するといった仕組みでは賃金等の向上を図ることは難しいが、農業は、生産だけでなく6次産業化に取り組むことによってさらなる価値を生み出せるため、取り組み次第では利用者の賃金等を向上させることが可能



農業で誰もが活躍できる社会を目指す農福連携（前橋市の社会福祉法人ゆずりは会）

である。また、農作業を細分化・標準化し、障害の特性に適した作業を割り当てることにより、障害者が自信をもって楽しく業務に取り組めるとともに、生産工程管理が徹底されるため作業効率が高まるといったメリットも生じうる。さらに、品質の向上に努めつつ、「ノウフクＪＡＳ」を取得してブランディングを図ることにより、収益を高めることもできる。

令和5年度末時点で農福連携に取り組んでいる主体は７１７９件に及ぶが、その過半は障害者就労施設（A型、B型）であり、認定農業者となっている社会福祉法人もある。逆に障害者を雇用している農業経営体が、自ら障害者就労施設を開設するケースもある。このように農福連携は、それぞれの良いところを組み合わせてつなげていく広がりを持つものであり、これもまた「シン6次化」の一つの形と言えよう。

本年6月、内閣官房長官を議長とする「農福連携等推進会議」で決定された「農福連携等推進ビジョン（２０２４改訂版）」では、障害者だけでなく、高齢者、生活困窮者、ひきこもりの状態にある者、犯罪をした者にも支援対象を広げ、ユニバーサルな取り組みとして「農福連携等」を推進することとされた。農林水産省としては、厚生労働省等との連携を強化しつつ、「農福連携等に取り組む主体数を令和12年度末までに１万２千以上、地域協議会に参加する市町村数を２００以上」の達成に向けて、市町村等が参画する地域協議会の活動を後押しするとともに、「ノウフクの日（11月29日）」の制定等による国民的運動の展開、ノウフク・アワードを通じた優良事例の横展開、障害者等が作業に携わる生産施設等の整備に対する支援、都道府県と連携した専門人材のさらなる育成、ユニバーサル農園の導入促進等を通じ、官民を挙げた農福連携等を推進していく。関心を持たれた方は、農林水産省のホームページを参照されたい。

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/noufuku/pamphlet.html

おわりに

地域社会の維持・発展に向け、「しごと」づくりの観点から施策を推進するに当たっては、観光、福祉の分野にとどまらず、他産業との新たな連携も模索し、民間の資金やノウハウも活用した持続的な取り組みを促す必要がある。また、地域経済を活性化させるこうした取り組みは、地方自治体の支援があることが望ましく、情勢変化にも柔軟に対応できる体制の構築が重要となる。ツールとしては、ＣＳＡ（地域支援型農業）の導入、地域通貨の発行、クラウドファンディングや企業版ふるさと納税の活用といったことも考えられるが、何より重要なのは、地域が共に考え、行動を起こすことである。江戸時代後期、困窮した米沢藩を地場産業の振興によって再生させた藩主、上杉鷹山の言葉を最後に記す。

「為せば成る　為さねば成らぬ何事も
成らぬは人の　為さぬなりけり」

地方創生に向けて〝がんばる地域〟応援事業（埼玉県川越市）

住民主体のまちづくりを目指して
―「わくフェス」で新河岸の魅力発信―



川越市都市計画部新河岸駅周辺地区整備事務所
まちづくり推進担当
● 大曽根　千晶

はじめに

川越市は、埼玉県で初めて市制を施行した人口約35万人の中核都市です。川越は「小江戸」と呼ばれていますが、実はこの小江戸の由来は新河岸が大きく関わっています。新河岸は江戸時代から約３００年にわたり、川越と江戸とを結ぶ舟運による重要な輸送路として栄え、積み荷の積み下ろしを行う船頭や行き来する人たちで大いににぎわいを見せた新河岸川舟運の地です。江戸から運ばれてきたものは日用品だけでなく、様々な文化がいち早く伝わったことから、ここ新河岸は「小江戸川越」の産業を支えてきた重要な地で、現在も河岸場跡や舟問屋の舟運遺構が残されている歴史あるまちです。

行政と住民の思いが合致

新河岸のまちづくりへの機運が高まったきっかけは２０１７年、東武東上線新河岸駅のリニューアルや、駅前広場、駅前通りの整備です。市の狙いとして、ハード事業で終わるのではなく、いかに整備された駅周辺をまちづくりに活用していくか、ソフト事業との相乗効果を目指していたところ、地域住民から「せっかく駅周辺が整備されたのに、まちの元気につながっていない」との声が上がりました。行政と住民のまちの活性化への思いが合致し、ワークショップで議論を重ねた結果、２０２１年、新河岸駅中央商店会や自治会、学校および企業等が主体となり、ここで暮らす人、訪れる人、全ての人がわくわくするような取り組みを行い、活気あふれるまちを目指す「Ｓｈｉｎｇａｓｈｉめぐり・わくわくフェスティバル実行委員会」が設立されました。

３本柱で活性化

実行委員会では、地域住民主体によるまちづくりを目指して、３本の柱を軸に地域活性化事業を実施しています。昨年度に実施した内容は次の通りです。

①わくわくフェスティバル（通称：わくフェス）２０２３の開催

イベントを通じて、新河岸の魅力を市内外へ発信するとともに、参加した皆さんにわくわくする空間と時間を演出することを目的としています。２０２１年に始まったわくフェスは回を重ねるごとに成長し、基盤整備によって生まれ変わった幅員16メートルの駅前通りを歩行者天国にして、こどもたちによるダンスパフォーマンスやよさこいパレード、居囃子（いばやし）の披露などに加え、路上プロレスや地元出身のジャズピアニストによる野外ライブ等を行いました。小学校の校庭では、28店舗が出店した屋台村や企業等が参画した体験コーナーを設け、ステージでは、地元の県立川越初雁高校吹奏楽部による演奏やサンバカーニバルを会場の皆さんと一緒に踊り、おおいに盛り上がりました。また、未来の新河岸を描いた絵画コンテスト「みらいのしんがしってどんなまち?」受賞者の表彰式を行い、こどもたちが地域への関心を深めるきっかけづくりを進めてきました。さらに、こどもたちに大人気の「花植え体験イベント」や県立川越工業高校機械科による「ミニ電車乗車体験」、そして地域資源を活用した新河岸川乗船体験や史跡めぐりガイドツアーを実施しました。昨年度は４会場で延べ約２万人が来場し、地域最大の活性化イベントに成長させることができ、住民にとっては、イベントの成功体験がさらなる地域への愛着と今後の活動の原動力につながったと思います。

②民間まちづくり人材育成事業

実行委員会では、まちづくりの担い手の発掘と育成を目的に、ワークショップと視察研修会を毎年実施しています。ワークショップでは、自分のまちについて考える機会を設けることで、まちづくりへの関心を高めるきっかけを作っています。昨年度は、観光地としても人気がある蔵造りの町並みを支える川越一番街商業協同組合から講師を迎え、さらなる地域活性化の実現に向けての助言やインバウンド対応への苦慮等について実体験を交えた講演会を行うとともに、視察研修会では、市外のイベントを視察し、そこで得たノウハウをイベント運営の参考にしました。



整備された駅前通りで
地元中学生がよさこいパレードを披露



わくフェスのロゴ。
地元小学生による作品をデザイン化

③世代間交流事業

そして最も重要かつ難題なのが、生産年齢人口が減少する中でどうやって持続可能なまちづくりを実現するのかということです。これにはまず、これからを担う世代に暮らし続けてもらいたいわけですが、どうしたらこのまちが好きになるのか、ファンが増えるのか検討を重ね、昨年度からは世代間交流を通した地域活性化に取り組んでいます。地域のつながりを強め、生産年齢人口の流出抑制を図ることが狙いであり、ターゲットは地域のこどもたちです。実際にこどもたちと一緒に歴史に触れたり、駅前広場の花植え体験や定期的な水やりをしたりすることを通じて、潤いのあるまちづくりに取り組んでいます。また、ふれあいヨガでは、3世代の健康増進を図るなど、こどもたちとその親世代がまちの活動に参加する意識を向上させるきっかけとして、将来のまちづくり人材の育成にも寄与するものと期待しています。

広がる参加の輪

実行委員会の設立当初は駅周辺という小さなエリアでの活動でしたが、参画の輪は徐々に広がりをみせています。学校との連携をきっかけに、地域活性化に積極的に関わりたいと若い人たちが集まり、今までとは違う住民主体による企画・運営部会が発足しました。また、運営資金の面では当初、地域活性化センターの「地方創生に向けて〝がんばる地域〟応援事業」の助成金を活用してスタートしましたが、実行委員会のこれまでの取り組みが評価されたことや、わくフェスの認知度が向上したことで、企業等からも協賛の輪が徐々に広がり、行政に頼らない住民主体によるまちづくりの実現の兆しがみえてきました。

こどもたちと共に

今後も実行委員会の継続的な運営と地域活性化イベントの開催、民間まちづくり人材育成と世代間交流に取り組むことが重要であり、特に次世代のまちづくりの担い手であるこどもたちにいかにまちづくりに参加してもらうか、そして自分のまちに興味を持ってもらえるかがポイントであると考えています。こどもたちがわくフェスに遊びに来て楽しい時間を過ごし、中学生になってボランティアとしてイベントのお手伝いをし、社会人になったらイベントの企画、運営に携わるというサイクルを目指し、これからも、ここに住むこどもたちと共に新河岸の活性化に取り組んでいきたいと思います。



新河岸川乗船体験を楽しむこどもたち。
地域の歴史に触れることで、ふるさとへの誇りと愛着を醸成

地方創生実践塾　新潟県燕市

燕市役所まちあそび部の実験
―可能性志向で取り組む、ゆるいイノベーション―

慶應義塾大学政策・メディア研究科 ● 木村 紀彦

地域活性化センターでは、地方創生の担い手となる人材の養成を目的に「地方創生実践塾」を実施している。8月9、10の両日に新潟県燕市で実施した実践塾について、主任講師の木村紀彦氏にご報告いただいた。
（企画・人材育成グループ）

今回の実践塾の開催地である燕市は、越後平野のほぼ中央に位置する県下有数の工業地帯で、金属洋食器や金属キッチンツールの産地として知られるまちである。燕市は、若者が主体的にまちづくりに取り組むことを推進してきた。2013年にスタートした「つばめ若者会議」はその中心事業であり、これまで様々な活動を展開してきた。なかでも特に注目されているのが、高校生たちが取り組む「燕市役所まちあそび部」である。まちの資産を活用する「まちあそび」をメンバーたちが企画し、あそびを通じて燕市の新しい魅力を発見するプロジェクトだ。令和4年度にはふるさとづくり大賞（総務省主催）において「地方自治体表彰（総務大臣表彰）」を受賞している。

今回の実践塾では、若者が参画するまちづくりのあり方について学ぶことを目的に、まちあそび部のサポートをしてきた筆者（主任講師）による講義と、まちあそび体験、ディスカッションを行った。

可能性志向でまちに向き合う

実践塾1日目は、まちあそびの背景にある考え方、「ゆるいコミュニケーション」についての講義から始まった。

まちあそび部に参加しているのは、「これまでまちづくりなんかに興味なかったよ」という、〝ふつう〟の高校生たちである。そうしたメンバーと協働するための鍵になるのが「ゆるさ」である。大人から「まちづくりとはこうするもの」と、教える／教わる関係になってしまうと、メンバーは成果・正解志向になってしまい、「かたく」なってしまう。

まちあそび部が大切にしているのは、メンバーの日常感覚から生まれる素朴な疑問・好奇心・欲求から、「こういうのも、ありじゃない!?」と、可能性志向で取り組む姿勢である。関わる相手や活動に対して成果・正解を求めすぎずに臨むと、活動のプロセス自体が実験的で楽しいものになっていく。

そのような関係構築のあり方を、筆者たちは「ゆるいコミュニケーション」と呼んでいる（詳しくは若新雄純氏による『創造的脱力』（光文社、2015）を読んでいただきたい）。いかにも「会議」という雰囲気で、いい「意見」や「アイデア」を出そうとするのではなく、ちょっとした「思いつき」を言い合う「おしゃべり」を続けていくのが、ゆるいコミュニケーションの要である。

まちあそび部が発案し、メディアにも取り上げられ話題になった「背脂ラーメンおにぎり」は、メンバーの「腹減ったなあ、ラーメンも米も食べたい」という一言に始まり、地元ラーメン店との協働を通じて誕生した商品である。決して、「斬新なものをつくろう!」「ソウルフードである背脂ラーメンを活かそう!」と、力んで生まれたアイデアではなく、一高校生の食欲から生まれた思いつきなのだ。このようにゆるいアプローチから、結果的にイノベーションが生まれることを目指すのが、まちあそび部である。



集合写真

「話のネタ」がたくさんできる

講義後、まちあそび部メンバーの声を参加者たちに聞いてもらうために、筆者が司会となりメンバーたちとトークセッションを行った。トークの打ち合わせや準備は一切していないが、メンバーたちはまちあそびを通じて経験したことをもとに、とても示唆的なことを言ってくれる。私が印象に残ったキーワードを一つ紹介しよう。

それは、「話のネタ」である。メンバーたちはまちあそびを通じて、家と学校だけの生活ではできない体験をする。そのような新鮮な体験は、友達や家族に話したくなる。自分から語りたい、人にも聞いてほしい、

語りうる「話のネタ」がたくさんできることが、まちあそび部に参加していて楽しいことだと話してくれた。決して、初めから「まちに貢献したい」「まちの問題を解決しなければ」という思いで参加するわけではないのである。

まちあそびを通じて得た「話のネタ」はいずれ、本人たちにとって「燕市の思い出」になるだろう。それは、これからも燕市のまちづくりに主体的に関わっていきたいと思う、大きな原動力になる（実際に、まちあそび部を卒業後に、つばめ若者会議の他のチームに参加する子は多い）。

「話のネタ」は、若者がまちづくりに関わる動機を考えるうえで重要なキーワードだと、筆者は受け止めた。

ふとしたときに仲良しに

2日目は、燕市役所と慶應義塾大学SFC研究所との共同研究をもとに言語化した、「自治体職員がゆるいまちづくりに取り組むための実践知」を共有するワークを行った。そのインプットをもとに、まちあそび部メンバーが企画したまちあそびを体験してもらい、メンバーと交流することにチャレンジしてもらった。しかし、いざ「声をかけるぞ！」と意気込んだ結果、むしろぎこちなくなってしまったかもしれない。大人の側が身構えていると、高校生たちも身構えてしまう。高校生たちと仲良くなり自然と会話するのは、実は難しいことなのだ。

しかし、まちあそび体験後の昼食休憩時に、興味深いエピソードが生まれた。まちあそび部のあるメンバーが、「木村さん聞いてくださいよ、お昼おごってもらったんです！」とうれしそうに筆者に話しにきてくれた。聞いてみると、ある実践塾参加者と遭遇し、一緒にお昼を食べることになったそうだ。お昼を食べながらおしゃべりをした内容を、筆者に楽しそうに共有してくれた。きっと、そのときはお互いに「ゆるく」なれていたのだと思う。このエピソードは、最後に行った全体ディスカッションの際に共有し、メンバーと昼食を共にした本人たちからも、その時の様子を語ってもらった。ゆるいコミュニケーションがどのように生まれるのか、他の参加者の皆さんにも実感してもらえたのではないだろうか。

2日間を通じて、まちに向き合う「ゆるい」アプローチの面白さと、難しさや挑戦的な一面を、存分に感じてもらえる実践塾であった。



「まちあそび」を振り返るグループワーク



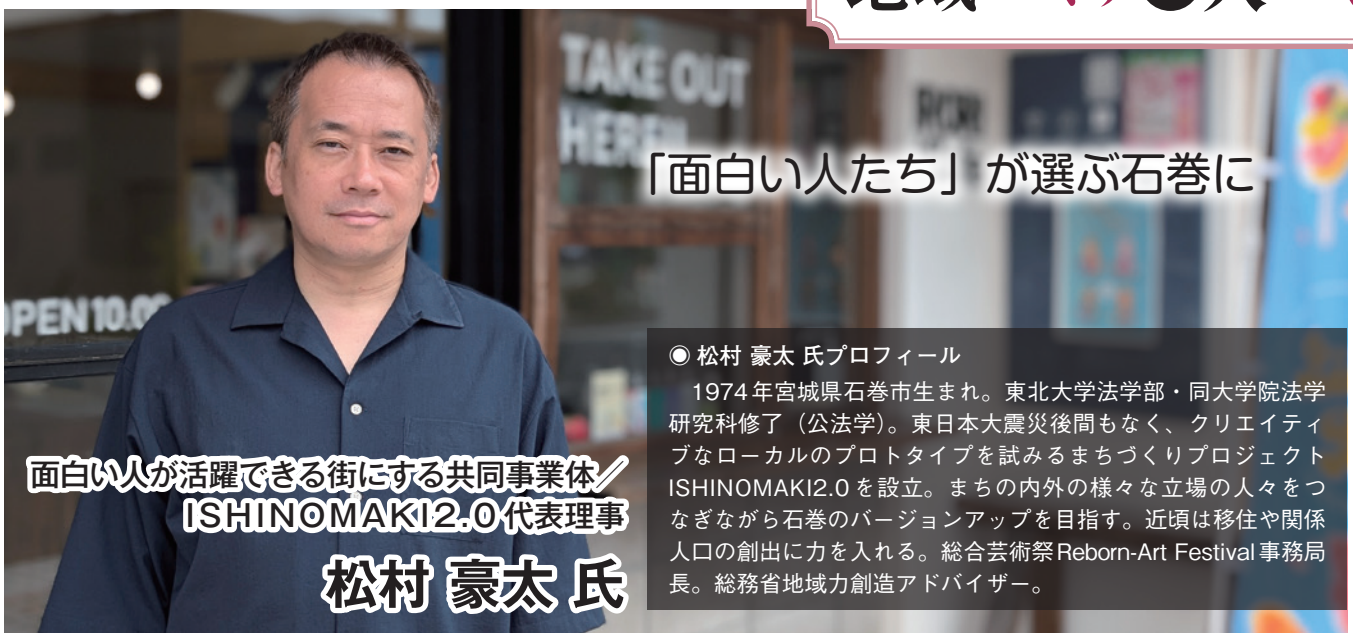
講義の様子

地方創生実践塾 ｉｎ 新潟県燕市の概要

テーマ：まちあそびイノベーション
～高校生が創る私たちのふるさと～

1日目　8月9日（金）
講義「まちあそびとは」
特別講師：木村　紀彦　氏
フィールドワーク
「高校生サミットアトラクション体験」
トークセッション
「高校生と関わる大人たち」

2日目　8月10日（土）
講義「若者と行政のゆるいコミュニケーション」
主任講師：木村　紀彦　氏
特別講師：青木　遥人　氏
フィールドワーク
「まちあそび部・燕ジョイ活動部のまちあそび体験」
グループワーク
「まちあそびを振り返り、自分の地域の課題にどう生かすか」



「面白い人たち」が選ぶ石巻に

面白い人が活躍できる街にする共同事業体／ISHINOMAKI2.0代表理事
松村 豪太 氏

◉ 松村 豪太 氏プロフィール

1974年宮城県石巻市生まれ。東北大学法学部・同大学院法学研究科修了（公法学）。東日本大震災後間もなく、クリエイティブなローカルのプロトタイプを試みるまちづくりプロジェクトISHINOMAKI2.0を設立。まちの内外の様々な立場の人々をつなぎながら石巻のバージョンアップを目指す。近頃は移住や関係人口の創出に力を入れる。総合芸術祭Reborn-Art Festival事務局長。総務省地域力創造アドバイザー。

「地域づくりは人づくり」では、本誌編集担当者が人材育成をテーマに全国のさまざまな方を取材し、その熱い思いや取り組みを紹介しています。今回は宮城県石巻市で、地域おこし協力隊員の受け入れサポートに取り組む「面白い人が活躍できる街にする共同事業体」の代表として活動されている松村豪太さんにお話を伺いました。

震災後に感じた街の可能性

―石巻市でまちづくりを始めたきっかけを教えてください。

きっかけは東日本大震災で被災した際に出会った「面白い人たち」でした。以前の私は、石巻は田舎で、閉鎖的・排他的だと感じていました。しかし、被災後にいろんな人と関わっていくうちに、この街には様々な可能性があると気づきました。また、ボランティアを通じてクリエイティブなバックグラウンドを持つ方々と出会い、意見交換をしていくうちに、今なら石巻を変えられると考え、意気投合した仲間とISHINOMAKI2・0を立ち上げ、バージョンアップした石巻を目指して活動を始めました。

―「面白い人が活躍できる街にする共同事業体」設立に至った経緯は。

活動を始めた当初から、地域課題を面白く解決できる人や、多様なネットワークやアイデアを持つ人など、「面白い人たち」に石巻を選んでほしいという理念を持っています。その理念に沿って、これまで移住定住やローカルベンチャーの推進などに取り組んできました。そして2024年度から石巻市による地域おこし協力隊員の受け入れやサポートに関する委託業務の募集があり、石巻で教育活動などに取り組む団体等とコンソーシアムを設立し、取り組みを始めました。

―面白い人が活躍できる街にする共同事業体の主な取り組みについて教えてください。

地域おこし協力隊員や、隊員を受け入れる事業者の、募集や活動の支援に取り組んでいます。

募集支援では活動を通して出会った面白い人たちにアプローチし、エントリーにつなげています。また、活動支援では、毎月行う活動報告会をインタラクティブな場にして、活発な情報共有を促すことや、現役隊員や卒業生のネットワークの構築に取り組んでいます。3カ月に1回は隊員と受け入れ事業者との三者面談を行い、状況把握を行いながら良好な関係を築くフォローをしています。

その他、研修ではコンソーシアムを構成する教育や若者の支援を行う団体「一般財団法人まちと人と」のノウハウを生かし、隊員が自分たちの活動をアウトプットし、キャリアビジョンを確認するプログラムを実施しています。地域おこし協力隊員の活動や魅力を地域の方に知ってもらうためのPRにも取り組んでいます。

隊員ファーストの姿勢で

―隊員のサポートで大切にしていることは何でしょうか。

私個人としては、隊員ファーストであるべきだと考えています。地域おこし協力隊はローカルで


お笑い芸人の協力隊員も


協力隊受け入れ事業者向けの研修



教育と若者の支援に取り組む団体の協力隊員


地域おこし協力隊員向け研修の様子

楽しくチャレンジして、地域にインパクトを創出し、そのまま移住して人口が増えることを意図したモデルだと思います。

それは、隊員が地域に入っていく経済的な障壁の軽減を国が支援することや、ミッションを用意することで、地域に入るきっかけを作り、障壁を小さくすることがポイントだと考えます。

しかし、現状は定住率を高めることが過度に注目されているように感じます。隊員の定住を過度に意識すると、隊員の活動が生み出すインパクトを正当に評価できず、活動が促進されない恐れがあります。そうなると、協力隊としての経験がネガティブなものとなり、そのイメージが広がるなどの危険性があると思います。

たとえ地域に残らなかったとしても、石巻での経験を自慢したり、その経験を他の地域で生かしたり、あるいは石巻と他の地域をつなぐことに価値を見いだしたりすることが大切です。

隊員が、その任期の中で充実した活動ができ、石巻で良い経験ができるようにフォローアップやサポートに取り組むことが重要だと考えています。

「とりあえずやってみる」ことが大切

―松村さんにとって「地域づくり」「ひとづくり」とは。

私は、地域での活動量やプレイヤーが増えることが大事だと思います。これは私が被災時に、いわゆる「災害ユートピア」と表現される状況を目の当たりにして感じたことです。その時は不合理なルールを飛ばして、みんなが生きるために本当に必要なことをとにかくやっていたり、いろんな人が肩書を気にせずに本音で対話できたりする状況でした。

このような災害時にできたことは、平時でも実現できると考えます。災害ユートピアの良いところである「とりあえずやってみる」ことや「変なルールに縛られずにチャレンジしていく」状況を平時から作ることが、私が取り組む地域づくりです。

地域での活動量やプレイヤーを増やすために、とりあえずやってみることをみんなで「良いね」と言えるオープンで寛容な雰囲気づくりや地域性を育むことが大切だと考えています。

―今後の課題や抱負は。

まずは、隊員たちの魅力や素晴らしさを多くの市民に伝えたいと考えています。移住者が増えることをよしとする方もいますが、中には地域のルールを守らないかもしれないから不安だとか、迷惑だと言う方もおられます。その考えを否定するつもりはありませんが、それが誤解のもとに生まれていることがもったいないと感じています。

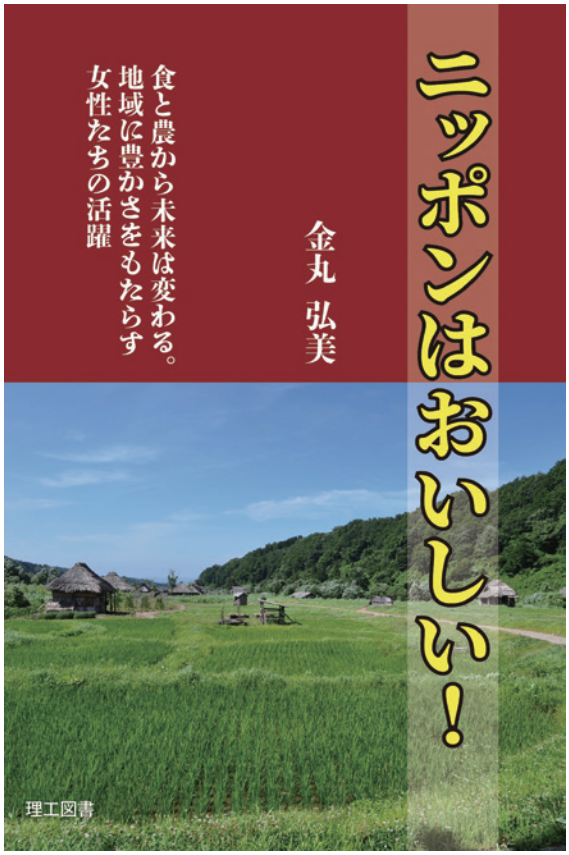
そのため、隊員の魅力を伝え、あるいは受け入れる地域の方たちが、しがらみにとらわれずに交流を持てる地域を実現したいと考えています。

もう一つは、復興のために応援してくれた社会に返していくことです。新しい前向きなウェルビーイングな世の中に向けて、たくさんの方たちの応援で生まれた石巻の新しいアイデアを形にし、他の地域の参考になるものにしていく、そうしたアイデアを実現に向けてフォローしていく、そして次のチャレンジャーを募っていくことが今後の抱負です。

地域活性化センター副参事
●永野 豪人（高知県より派遣）

書籍紹介

ニッポンはおいしい！
～食と農から未来は変わる。地域に豊かさをもたらす女性たちの活躍～



金丸　弘美　著
理工図書（2024年9月18日発行）
定価：1,900円＋税

農業というと男社会で高齢者が多いイメージがある。だが、農産物を直接消費地に届けたり、加工品の製造・販売、観光など6次産業化に取り組んだりする地域が増える中、「食」に敏感で消費者目線に立った女性の活躍の場が広がっている。

本書は、農業をはじめとした1次産業に新たな風を吹き込む12人の女性を紹介している。

名古屋市中心部で毎週開催されるオーガニック農産物の朝市運営を担う女性は「有機農業で新規就農する人はたくさんいるが、販路がないから根付かない」という話を聞き、20年前に新規就農者限定で朝市を開始。今では大勢の常連客で混み合う朝市は就農希望者の相談の場にもなり、ここから多くの有機栽培農家が生まれた。

山口県の周防大島で、季節の地場産果実などを使って180種類のジャムを製造販売する女性は、かつて外に出たいとしか思っていなかった故郷に「宝物のような果物」があることに気づいた。カフェを兼ね、海が見えるおしゃれな店舗は、センスを生かし自ら企画。週末には島に渡ってくる本土の客でにぎわう。

山形県米沢市で野菜を栽培する新規就農の女性は、子どもら食べる側の視点から料理やレシピを提案。写真をブログに上げて食べ方を伝え、生産者と消費者の距離を縮めている。

ほかにも、「おいしい食体験ができる宿」を紹介する旅行サイトを運営し、農村ツーリズムを後押しする起業家、レストランが求めるヨーロッパ野菜を農家に栽培してもらう仕組みをつくった中小企業診断士、「もっと牛と酪農のことを知ってほしい」と牧場内に地域の旬の食材を利用したジェラート店をオープンした酪農家らが登場。いずれの女性についても、その発想力と行動力には目を見張る。対象に寄り添った著者の綿密な取材も、彼女らの仕事への情熱、地域への思いを引き出している。

登場する女性に共通するのは、既成概念にとらわれず、消費者目線から事業を組み立てられるしなやかな思考。海外経験がある人も多く、異文化体験を事業に生かしているのも印象的だ。

折しも「地方創生」が改めて脚光を浴びている。地方創生を実現するには農林水産業の成長が不可欠だし、地域に女性が生き生きと活動できる場があることが条件となる。新たな価値を見つける目を持つ女性にチャンスを与えれば、農山漁村はもっと魅力的になるのではないか。地域振興のヒントが詰まった本書を読んで、そんな思いを強くした。

（地域創生・情報広報グループ）

飛騨小坂

～自然のめぐみを体験、滝めぐり、湯めぐり～

自然の恵みをめぐる旅、「飛騨小坂」

霊峰御嶽山の脈動が生み出した千姿万態の滝は、四季折々に訪れる者を魅了し、ここでしか味わえない景色や、様々な体験を提供してくれる。御嶽山がもたらしたもう一つの恵み、豊富な温泉もこのエリアならではの醍醐味。







NEXT GIFU HERITAGE ～岐阜未来遺産～

首長の思い
column



未来を見据えた加賀市の挑戦

石川県加賀市長　宮元　陸

加賀市は石川県の南西部に位置し、森や水に恵まれた地域であり、市内には山代温泉、山中温泉、片山津温泉という趣の違う三つの温泉地を有しています。また、藩政期には加賀藩の支藩・大聖寺藩十万石の城下町として栄えたことから、今でも多くの歴史的建造物が残されており、２０２１年には歴史まちづくり法に基づく「歴史都市」に認定されました。そのほか、かつては日本一の富豪村と言われ、日本遺産に認定された北前船の豪邸が立ち並ぶ橋立など、多様な伝統文化が息づく観光地として２０２３年には年間約１２０万人が訪れています。能登半島地震による打撃を受けたものの、２０２４年３月には北陸新幹線加賀温泉駅の開業によって観光客は増加傾向にあり、さらなる誘客へ期待を寄せているところです。

本市では、社会課題である少子高齢化や人口減少への課題に向けて、いち早く「先端技術の導入」と「人材育成」の２本柱を中心に取り組みを進めております。先端技術の導入においては、首都圏の大手企業やスタートアップなど多数の事業者と連携協定を結び、様々な実証を行ってまいりました。ドローンを活用した輸送やマイナンバーカードを活用した電子申請、公共施設での顔認証など多岐にわたります。これまでの取り組みが評価され、２０２２年には北陸で初めてとなる国家戦略特区として「デジタル田園健康特区」に認定されました。認定後には、空の産業集積のためのコンソーシアムの組成や、本年10月には約20カ国が参加する「ドローンエンジニア国際会議」が行われるなど、様々な企業や団体が本市をフィールドとし、好循環が生まれつつあります。スタートアップビザの緩和や開業ワンストップセンターの創設など、「世界一ビジネスしやすい街」を目指し、今後も国家戦略特区の枠組みを活用しながら、企業誘致や産業集積に向けて取り組んでまいります。

人材育成においては、これまでとは時代や産業構造が大きく異なり、求められる力、思考・発想が変わってきています。これからを生き抜くためにも、常識や前提にとらわれずに、ゼロからイチを生み出す力や、問題発見力、課題解決力、革新性などクリエイティブな発想や個性を生かすことが必要なことから、「Ｂｅ　ｔｈｅ　Ｐｌａｙｅｒ」をスローガンに、学校教育ビジョンの見直しを行いました。ウェルビーイング（Ｗｅｌｌ－ｂｅｉｎｇ）を実現する学びの改革として、「学びを変えるプロジェクト」「誰一人取り残さないプロジェクト」「未来は自分で創るプロジェクト」「地域と一緒にプロジェクト」の四つのプロジェクトを推進しています。

幼児教育においては、北イタリアの都市、レッジョ・エミリアの市立学校で採用されている教育アプローチからの学びを取り入れ、子どもたち一人ひとりの創造性を育む保育・教育を行い、学校教育ビジョンとの一体的な体制整備に取り組んでいます。

また、産業構造の変化への対応およびスマートシティの取り組みを推進するためには、新たな業務や職種に順応できるデジタル技術などの成長産業を支える人材の育成が急務であることから、リスキリングを市内全域で推進しています。企業向けセミナーやオンライン講座受講支援など、市内企業が積極的に取り組める体制づくりを行うことで、「日経リスキリングアワード２０２４」を市内企業が受賞するなど、少しずつその芽が出始めているところであります。

かつて長岡藩の小林虎三郎が唱えた、「百俵の米も、食えばたちまちなくなるが、教育にあてれば明日の一万、百万俵になる」という、米百俵の精神をもって今後も邁進（まいしん）していく所存です。

手前みそですが…

千葉県

我孫子市 310



■手賀大橋
水鳥の羽ばたきをイメージしたアーチ橋で、木村拓哉主演ドラマ「Believe　君にかける橋」のロケ地です

我孫子市は、都心から30キロ圏の千葉県北西部、北は利根川、南は都心から一番近い天然湖沼「手賀沼」に挟まれた人口約13万人の都市。かつては江戸と水戸を結ぶ宿場町として栄え、手賀沼で獲れたうなぎは評判が高く、その名残で、市内には多くのうなぎ屋が店を構えています。明治から大正時代にかけては、白樺派の志賀直哉や武者小路実篤といった文豪たちがこの地で暮らし、「暗夜行路」など代表作が生まれた文化薫る街。

現在、ＪＲ常磐線・成田線の２路線が乗り入れ、首都圏のベッドタウンとして発展。東京駅まで電車で約40分ながら、市のシンボル手賀沼を生かしたヨット・ボート・カヌーや手賀沼を望む高台でのキャンプなど、気軽に自然と触れ合う体験ができます。話題の映画「ミステリと言う勿れ」やドラマ「silent」のロケ地としても知られ、“聖地巡礼”に訪れる人も目立ちます。

昔も今も、この地で暮らす人たちが様々な物語を紡ぐ「物語の生まれるまち あびこ」です。



■桜ライトアップ
20 種約 600 本の桜を楽しめる手賀沼遊歩道の桜のライトアップ



■手賀沼花火大会
我孫子市の夏の風物詩で、手賀沼周辺は毎年 40 万人を超す観客でにぎわいます



■天神坂
文人らに愛された坂は、当時の息吹を今も伝え続けます



■志賀直哉邸跡書斎
志賀自身が設計に深く関わり、この書斎から多くの作品が生まれました



■旧井上家住宅２棟の蔵
手賀沼開墾に尽くした豪農の屋敷景観を今日にとどめる貴重な文化遺産。映画「ミステリと言う勿れ」のロケ地

物語の生まれるまち あびこ

■シティプロモーションロゴ
手賀沼の自然と我・孫・子３世代を配置したデザイン。水と緑に囲まれた豊かな暮らしをイメージしています

地域づくり 12 月号

2024 年 12 月 1 日発行　編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター
東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話03-5202-6131(代)
https://www.jcrd.jp/　印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します
落丁・乱丁はお取り替えします。編集室（03-5202-6139）E-mail：hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。

地域活性化センターからのメールマガジン登録はこちら

地域づくり12月号（通巻426号）　令和6年12月1日　一般財団法人　地域活性化センター発行


一輪車


宝くじ桜


子宮がん検診車

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。


救急普及啓発広報車


宝くじドリームジャンボ絵本


集会用テント


「健康手帳」（冊子）


ベンチ


リスザル展示施設

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、公園整備、
教育及び社会福祉施設の建設改修などに使われています。

あなたに夢を。街に元気を。
クーちゃん　宝くじ

一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
https://jla-takarakuji.or.jp/

2024
12
ISSN 1340-8917



農業イノベーションによる地域づくり

地域づくり
特集編

目 次　表紙裏 グラビア

2~5 基調論文／上岡美保
これからの地域創生の要は農業イノベーション

6~7 株式会社広野町振興公社（福島県広野町）／中津弘文
心の復興へバナナ栽培に挑戦

8~9 栃木県真岡市／小池知恵子
「日本一のいちご」で関係人口創出

10~11 三里浜オリーブ合同会社（福井県福井市）／村嶋哲郎
地域をつなぐ「三里浜オリーブ」

12~13 株式会社南信州観光公社（長野県飯田市）／高橋　充
農業の「ほんもの体験」で地域振興

14~15 富士の国乳業株式会社（静岡県富士宮市）／惟村朋広
「子ども第一」の牛乳づくりに共感

16~17 一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会（和歌山県みなべ町）／島田由香
都会からのワーケーションで梅収穫

18~19 馬路村農業協同組合（高知県馬路村）／長野桃太
「農業不可能」から挑んだゆず栽培

20~21 長崎県波佐見町／今里奎介
廃石膏再利用の肥料で米づくり

22~23 合同会社AMAMIバリュープロデュース（鹿児島県奄美市）／林　晋太郎
ふるさと奄美でバニラ国産化にチャレンジ

24~25 株式会社沖縄UKAMI養蚕（沖縄県）／仲宗根豊一
養蚕×科学で世界唯一のモノづくり

26~29 副基調論文／廣川正英
農山漁村の多様な地域資源を生かした価値の創出

2024 年 12 月 1 日発行　編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター　©2019 jcrd.jp
東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話 03-5202-6131（代）https://www.jcrd.jp/　印刷・製本／株式会社太平印刷社

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです

農業イノベーションによる地域づくり

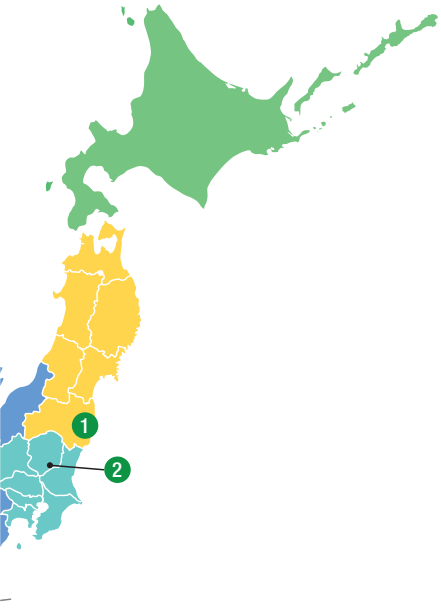
高齢化や人手不足、耕作放棄地の増加など農業が抱えている課題は多い。そんな中、農業の持続的発展に向け、地域資源の活用や新たな視点でイノベーションを起こし、地域活性化につなげている事例を紹介する。



❷ 栃木県真岡市（p8-9）
真岡市内の観光いちご園



❶ 株式会社広野町振興公社（福島県広野町）（p6-7）
ハウスで栽培されているバナナ





❸ 三里浜オリーブ合同会社（福井県福井市）（p10-11）
香り高い三里浜産オリーブオイル



❺ 富士の国乳業株式会社（静岡県富士宮市）（p14-15）
富士宮産100%の「ふじのくに富士山ミルク」



❹ 株式会社南信州観光公社（長野県飯田市）（p12-13）
農家民泊を楽しむ海外からの旅行客



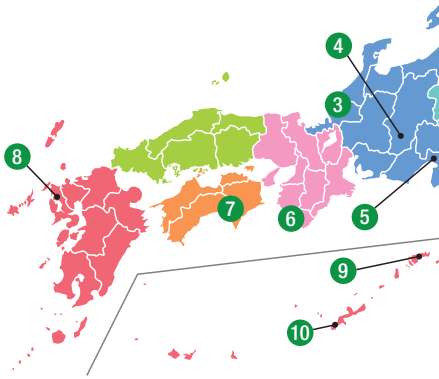
7 馬路村農業協同組合（高知県馬路村）（p18-19）
「村を丸ごとPR」するため、ポスターの主役は商品でなく子ども



6 一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会（和歌山県みなべ町）（p16-17）
梅の収穫作業をするワーケーション参加者



8 長崎県波佐見町（p20-21）
廃石膏肥料の散布風景





10 株式会社沖縄UKAMI養蚕（沖縄県）（p24-25）
エリ蚕のさなぎで栽培するUKAMI琉球夏草®（冬虫夏草）



9 合同会社AMAMIバリュープロデュース（鹿児島県奄美市）（p22-23）
奄美大島でバニラビーンズの国産化に挑戦

農業イノベーションによる地域づくり

これからの地域創生の要は農業イノベーション



東京農業大学副学長 ● 上岡 美保

地域創生に必要不可欠なもの

今年、人口戦略会議が分析した人口からみた地方自治体の持続可能性のレポートによると、2020～2050年までに1729自治体のうち744自治体に消滅可能性があると予測されている。

2014年12月、日本の人口減少、超高齢化という大きな課題を抱える中で、各地域がそれぞれの特徴を生かした自律的で持続的な社会を創生することを目指し、かつ、将来にわたって「活力ある日本社会」を維持することを目的に、「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定された。

長期ビジョンとしては①人口減少問題の克服（人口減少の歯止め、東京一極集中の是正）②成長力の確保――を視野に、総合戦略（2015～2019）としては、まずは、『しごと』と『ひと』の好循環作り」、そして「好循環を支える、まちの活性化」に向けた基本目標（詳細は割愛）が掲げられた。

第2期（2019年12月～）では、第1期「総合戦略」に掲げる重要業績評価指標（KPI）の検証を下に、新たな基本目標として、①稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする②地方とのつながりを築き、地方への新しい人の流れをつくる③結婚・出産・子育ての希望をかなえる④ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる――の四つを掲げ、「多様な人材の活躍を推進する」と「新しい力の流れを活力にする」という二つの横断的な目標が追加された形で進められている（図）。

特に、地方においては、生活基盤として最も重要な「①稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする」ためには、地域の特色や強みを生かした製造業や農業、観光業などの産業振興が必要不可欠であり、この分野における新たなイノ

筆者プロフィール

上岡　美保氏
（かみおか・みほ）

東京農業大学農学研究科農業経済学専攻博士後期課程修了。博士（農業経済学）。2016年４月より東京農業大学国際食料情報学部教授、2021年４月より同大学副学長。専門は農業経済学、食料経済学。主な研究内容は、食料消費構造の変化の解析、食育の効果と社会学的意義、地産地消の在り方等、食と農に関する調査・研究を実施している。農林水産省食料・農業・農村政策審議会委員、内閣官房教育未来創造会議（第一次提言）構成員等を歴任。現在、農水省食育推進会議委員等を務める。

食育関係の著書には、上岡美保・大森良美『スーパーの生鮮食品がお店に並ぶまで図解』自由国民社（2007）、上岡美保『食生活と食育－農と環境へのアプローチ－』農林統計出版（2010）等がある。

ベーションが求められている。

第２期においても農林水産業の成長産業化は大きな課題として取り上げられており、農業所得の向上はもちろんのこと、物流の効率化、６次産業化や農泊などの複合的な経営を推進するとともに、生産性の向上、農作業の効率化・省力化に向けたスマート農業を推進するとしている。さらには、各地域には魅力的な農産品や工芸品、景観等の地域資源が潜在するとして、その地域にしかない唯一無二の優れた地域資源を磨き上げ、消費者への訴求力を高めることで、海外市場を含めた販路開拓を進め、地域に付加価値をもたらすことが重要としている。そのためのマーケティングやブランディング、販路開拓等への支援、ビジネスに取り組む人材育成の必要性がうたわれている。

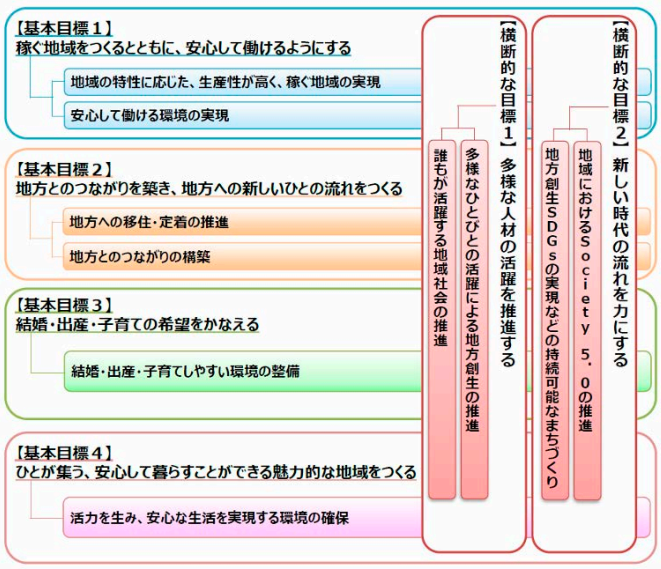


図　「まち・ひと・しごと創生総合戦略」第２期における施策の方向性
出典：内閣府（2019）「第２期『まち・ひと・しごと』創生総合戦略」23p より転載。

厳しさを増す食料安保確立と期待される改正基本法

わが国の人口減少と超高齢化、そして東京への人口一極集中もさることながら、最も深刻な状況にあるのはわが国の基幹的農業従事者の動向である。農林水産省によると、現在、基幹的農業従事者（15歳以上の世帯員のうち、ふだん仕事として主に自営農業に従事している者で、雇用者は含まない）は１１６万人であり、日本の人口の約１％の農業従事者でわが国の農業を支えていることになる。また、平均年齢は68・4歳（２０２２年）となっており、基幹的農業従事者数全体に占める割合は、70歳以上で58・7％、60～69歳で20・9％と60歳以上で約80％を占めている。つまり、20年後に基幹的農業従事者の中心となる層である50歳代以下の基幹的農業従事者は現状で約20％しかおらず、今後20年間で現在の約四分の一（30万人）にまで減少するとされている。

わが国の人口減少はあるにしても、食料自給率は現段階（２０２３年）でカロリーベース38％、生産額ベース61％と国産で賄える食料は充足していないのであるから、このまま何も対策を打たなければ、わが国の農業は確実に立ち消えになってしまう。食料安全保障の確立は、今以上に深刻な問題になるであろう。この深刻な状況を我々は消費者としても国民としても重く受け止めなければならない。

さて、農政の基本理念や政策の方向性を示す法律として、農家と非農家の所得格差の是正を主な目的としていた農業基本法が廃止され、１９９９年には国民生活の安定向上および国民経済の健全な発展を図ることを目的に、新たに食料・農業・農村基本法が制定された。制定から約20年が経過し、世界的な食料情勢の変化に伴う食料安全保障上のリスクの高まりや、地球環境問題への対応、海外の市場の拡大等、わが国の農業を取り巻く情勢が大きく変化してきたことから２０２４年６月に改正された（表）。

改正基本法は、新たな基本理念として、①食料

法律の概要

食料安全保障の確保

(1) 基本理念について、
①「食料安全保障の確保」を規定し、その定義を「良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態」とする。（第２条第１項関係）
②国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要であることに鑑み、国内の食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない旨を規定。（第２条第４項関係）
③食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者により その持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようにしなければならない旨を規定。（第２条第５項関係）
(2) 基本的施策として、
①食料の円滑な入手（食品アクセス）の確保（輸送手段の確保等）、農産物・農業資材の安定的な輸入の確保（輸入相手国の多様化、投資の促進等）（第19条及び第21条関係）
②収益性の向上に資する農産物の輸出の促進（輸出産地の育成、生産から販売までの関係者が組織する団体（品目団体）の取組促進、輸出の相手国における需要の開拓の支援等）（第22条関係）
③価格形成における費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進等 を規定。（第23条及び第39条関係）

環境と調和のとれた食料システムの確立

(1) 新たな基本理念として、食料システムについては、食料の供給の各段階において環境に負荷を与える側面があることに鑑み、その負荷の低減が図られることにより、環境との調和が図られなければならない旨を規定。（第３条関係）
(2) 基本的施策として、農業生産活動、食品産業の事業活動における環境への負荷の低減の促進等を規定。（第20条及び第32条関係）

農業の持続的な発展

(1) 基本理念において、生産性の向上・付加価値の向上により農業の持続的な発展が図られなければならない旨を追記。（第５条関係）
(2) 基本的施策として、効率的かつ安定的な農業経営以外の多様な農業者による農地の確保、農業法人の経営基盤の強化、農地の集団化・適正利用、農業生産の基盤の保全、先端的な技術（スマート技術）等を活用した生産性の向上、農産物の付加価値の向上（知財保護・活用等）、農業経営の支援を行う事業者（サービス事業体）の活動促進、家畜の伝染性疾病・有害動植物の発生予防、農業資材の価格変動への影響緩和等を規定。（第26条から第31条まで、第37条、第38条、第41条及び第42条関係）

農村の振興

(1) 基本理念において、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られなければならない旨を追記。（第６条関係）
(2) 基本的施策として、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動（農泊）の促進、障害者等の農業活動（農福連携）の環境整備、鳥獣害対策等を規定。（第43条から第49条まで関係）

表　食料・農業・農村基本法改正法の概要
出典：農林水産省（2024）「食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律の概要」より一部抜粋。

安全保障の確保②環境と調和のとれた食料システムの確立③農業の持続的な発展④農村の振興――の四つを掲げ、環境負荷への低減を促進しつつ、スマート技術等の先端的技術を活用した生産性の向上、付加価値の向上等により農業の持続的な発展を図るとともに、さらには、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動（農泊）の促進、障害者等の農業活動（農福連携）の環境整備等によって、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られるべきであるとしている。

以上のように、スマート農業等を活用した画期的な農業生産基盤の強化が重要であることは言うまでもないが、改正基本法においても、農業・農村の振興については、新たな関係人口の創出や地域資源活用をはじめとする新規事業等のイノベーションの必要性が強調される形となっている。

ところで、農林水産業に対する一般的な認識は、食料生産を主目的とした産業ということであるが、実は、農業・農村にはそれ以外の多くの機能、いわゆる多面的機能を有していることは、あまり認知されていない。農業・農村の多面的機能とは、食料生産以外の機能を指し、洪水防止機能、土砂崩壊防止機能、河川流況安定・地下水かん養機能、水質浄化機能、大気調節機能、有機性廃棄物分解機能、生物多様性保全機能、土地空間保全機能、伝統文化保存機能、地域社会振興機能、人間性回復機能、人間教育機能等を有しているとされる。

すなわち、農林水産業・農山漁村の維持は、地域の環境、生物多様性、防災、伝統文化、コミュニティ等の維持を意味しており、「地域」そのものを守る産業であるといえる。それ故に、前述したように、農業就業者の高齢化と就業者数の大幅減少によって、日本農業が縮小、衰退すれば、ややドラスティックな言い方をすれば、地域そのものが消滅することを意味することから、まずは、農林水産業を維持することが地域を守ることでもあり、食料安全保障の確立、さらにはＳＤＧｓ貢献への基本でもある。

むろん、戦後から高度経済成長を経て現在に至るまでに大量生産、大量消費の時代はわが国の経済発展の上で重要であったにせよ、我々は利便性の追求の中で、身近な資源を見失う、あるいは手放すことで便利を得たとも言えよう。しかし今、地域では様々な問題が顕在化している。さらにはＳＤＧｓからも理解できるように、世界でも環境問題や食料問題はより深刻になっている。新たなイノベーションは、いま一度、地域の身近な資源を見直し、さらには潜在的な資源を発掘し活用することで、起こせるのではないだろうか。

今、改めて見直してほしい農学教育の重要性

著者の所属する東京農業大学は、１８９１年に榎本武揚公によって創設された農学系総合大学である。榎本は日本が国際社会で競争力を持つためには、安定した農業生産力の発展が必要不可欠だと考え、近代農業の技術を各地に広めるリーダーを育成するという目的の下、本学を設立した。

本学の教育理念である「実学主義」は、「教育とは、理論と実践の二者が車の両輪のように並び行われることで、はじめて完全なものとなる」とする榎本の考え方によるものだが、本学育ての親であり初代学長の横井時敬もまた、「塩水撰種（せんしゅ）法」の発明等、理論と実践を重んじる近代農学の立役者であった。

現在、北海道オホーツク、世田谷、厚木の３キャンパスに６学部23学科を設置し、約１万４００人の学生・大学院生が、農学を核とした「総合農学」の学びを展開している。農学は極めて学際的な学問分野であり、今日、世界的にも多くの食、農、環境の課題に直面する中で、農×衣食住、農×健康・栄養、農×医薬、農×環境、農×エネルギー、農×観光、農×教育等、ＳＤＧｓへの貢献をはじめとする社会課題解決への農学の役割と可能性は非常に大きなものだと考える。

こうした実学の学びを経験した学生の中には、身近な環境の中から新たなイノベーションを起こしている者も多い。例えば、食品ロスや将来のタンパク質クライシスを懸念して、食品残渣（ざんさ）をエサにコオロギを育て、昆虫食を開発した学生、さらには訪れたベトナムでレピロニアという植物に出合い、海洋プラスティック問題を学ぶ中で、そこからヒントを得て、草ストローを商品化し、起業した学生、地域の放置竹林問題が深刻化する中で、竹を使ったオシャレな商品を作れば、問題解決に至るのではないかとの発想から竹歯ブラシを開発した学生、いずれも農学の学びからヒントを得て、身近な資源を活用して、社会課題の解決へとイノベーションを起こしている。

その意味で、農学教育とはいわないまでも、地域の資源や自然環境を活用した食育や食農教育を未就学児や学童期といった幼少期から教育の中に

取り入れていくことは、未来のイノベーションを起こせる人材育成につながる。例えば、児童・生徒が最も関わる学校給食に地場産や地域産を積極的に導入すること、それを活用して食育や食農教育を行うことは、子ども達の地域や地域産業の認知、地域愛の醸成につながる。学校給食への地場産・地域産の食材活用という事のみを取り上げても、そこには地域農業と連携した新たなイノベーションが期待できる。さらに、食育や食農教育は近年、教育の分野において重視されている探究学習やＳＴＥＡＭ教育としても活用できる。

温故知新のイノベーション

イノベーションは、一見、新たな技術と捉えられることが多い。しかし、それだけではない。「ひと」や「もの」や「こと」、当たり前のことを当たり前にできる体制整備や、地域の伝統や文化を見直すことで温故知新の中に見いだすこともできる。

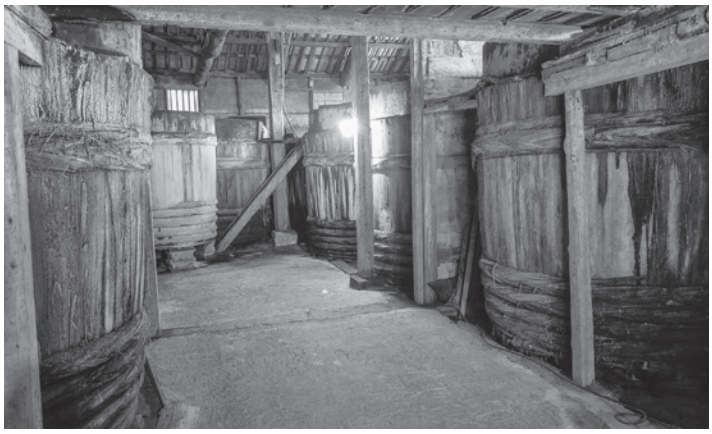
例えば、日本の重要な調味料の一つに「醤油（しょうゆ）」がある。日本の醤油造りは４００年以上前にさかのぼる。伝統的な木桶による醤油造りから現在は効率的に大量生産できるステンレスタンク等での製造体制へと移ってきた。わが国では、和歌山県湯浅を醤油発祥の地として、千葉県野田、同銚子、兵庫県龍野、香川県小豆島が大産地として知られている。

現在、木桶仕込みの醤油は全体の約１％、醤油造りに利用されている木桶は全国に約３０００存在しているが、そのうちの約3分の１（１１５０本）が香川県小豆島に今もなお残っており、江戸・明治時代に造られた木桶によって醤油醸造が行われている（写真）。長年にわたって伝承されてきた伝統製法による木桶造りの醤油は近代化、工業化の中でもなお残存してきたもので、手間と時間をかけ、その蔵ごとにすむ微生物によって独特の味が醸し出される、今や大変希少で高価なものとなっている。

現在、醸造用木桶を製造する桶屋は全国1件しかなくなってしまったとのことで、２０１１年「小豆島　木桶職人復活プロジェクト」が立ち上がった。その発起人であるヤマロク醤油株式会社では、「木桶による発酵文化サミット」が毎年開催され、国内外から注目を集め、多くの人が小豆島に集まってくる。伝統技術や伝統文化、伝統食の継承、地域資源の活用、環境への取り組み、さらに観光としての要素等、そこには活発な「ひと」の交流、唯一無二の「もの」造り、そこから生まれる「こと」が存在している。

つまり、イノベーションは決して新たな技術だけではなく、身近な地域資源、伝統技術にも目を向け、そこから生まれる新たなアイデアや仕組み作り、価値創造、社会的意義が存在することも含まれるのである。地域行政の役割は、各地域に存在する「ひと・もの・こと」をいかに拾い上げ、地域住民と共に盛り上げながらその活動をサポートし、その価値を広く発信していくか、さらには関係人口にどうつなげていくかが重要なのではないだろうか。

農業・農村におけるイノベーションは無限の可能性を持っているのである。



100 年以上前から受け継がれるヤマロク醤油の木桶　　出典：筆者撮影

【参考文献】

人口戦略会議「令和６年・地方自治体『持続可能性』分析レポート―新たな地域別将来推計人口から分かる自治体の実情」２０２４年６月

内閣官房「第２期　まち・ひと・しごと創生総合戦略」２０１９年12月

農林水産省「食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律の概要」２０２４年６月

林玲子・天野雅敏『日本の味　醤油の歴史』吉川弘文館，２００５年

ヤマロク醤油公式ＨＰ「木桶職人復活プロジェクト」https://yama-roku.net/kioke，２０２４年８月21日閲覧

農業イノベーションによる地域づくり

1 株式会社広野町振興公社（福島県広野町）

心の復興へバナナ栽培に挑戦

―観光客来訪で交流効果実感―



株式会社広野町振興公社代表取締役 ● 中津 弘文

◆◆◆ 原発事故で避難生活

広野町は福島県浜通り地方の南端に位置し、年間を通して温暖な地域であることから、町のキャッチフレーズを「東北に春を告げるまち」とした人口５０００人ほどの小さな自治体です。

２０１１年3月に発生した東日本大震災および東京電力福島第一原子力発電所事故では未曽有の被害に遭い、特に原発事故では1年間は町内での生活ができず、町外での避難生活を強いられました。２０２４年3月時点では約91％の住民が帰町し、日常生活を送っていますが、丸13年が経過しても帰町されていない方もいます。

◆◆◆ ふる里再生への思いを込めて

生活する上での環境は時間の経過とともに順調に復興したものの、震災・原発災害により負った「心の傷」は、今なお完全な回復には至っておらず、心の復興をどう成し得ていくかが課題として残っています。全ての地域に共通することですが、その地で生活する住民ひとり一人の力、ふる里に対する愛着・誇り・希望無くして、活力と魅力ある地域づくりを実現することはできません。

私は前職が広野町職員であり、うち7年間は復旧・復興・再生業務に従事し、さらに新たな行政課題となった「心の復興」施策立案にも主導的な立場で携わっていました。

そのうちの一つが、熱帯性植物である「バナナ」栽培に挑戦することだったのです。バナナを選定した理由は、行政が「自治体としての存続さえ危ぶまれたふる里を、幾多の困難を乗り越え、必ずや復活・再生させ未来につなぐ」という強い思いを、東北地方の福島県の気候風土では栽培が困難とされる「バナナ」栽培への挑戦と重ね、住民が自らふる里創生に向けた意識高揚の一助につなげたいと考えたからでした。

◆◆◆ 年1・5トン生産、採算は取れず

バナナ栽培は２０１８年9月、広野町の公有施設である農業体験施設のハウス3棟で、町１００％出資の広野町振興公社が担当して始まりました。当初約１５０本の定植でスタートし、翌年9月には無事初収穫を迎えることができました。現在まで毎年平均約1万２０００本（約1・5トン）の生産量となっています。

栽培にあたっては①全ての工程を可視化すること②農薬は使用しないこと③自然環境に負荷をかけないこと――を基本コンセプトとして臨んでいます。また、２０２１年1月にはＪＧＡＰ（安心できる農業生産工程管理）を取得したところです。

栽培原価は1本あたり７００円強で、売価を２００～３００円としていることから、採算性の取



ハウスで栽培されているバナナ

れた事業には全く至っていません。

冬季の育成では、ハウス栽培であっても室温を15度以上に保つための加温が必要となり、その燃料消費量がハウス3棟で年間約4万リットル、金額にして400万円強を要してしまうことが原価高の要因でもあります。このことは、事業コンセプトに掲げている自然環境に負荷をかけない栽培の面でも課題になってしまいました。

◆◆◆ 観光資源として定着

事業開始以降、当地の新たな観光資源として定着しつつあり、県内外から毎年約1・5万人の方に来訪いただいています。これにより、住民のふる里に対する評価が徐々に高まり、心の復興が着実に前進していると感じています。改めて外部の方（よそ者）の交流効果（見えない力）を実感したところでした。

しかし、「心の復興」を目指した事業であるものの、継続的な事業展開を図る上では、いずれ「総括的な面での費用対効果」のふるいにかけられ、事業休止の事態も招きかねません。

このため、改善策として以下の取り組みに着手し、経営的な視点での運営に努めることとしています。

(1)生産規模の拡大や販売単価を上げることは考慮していないため、バナナをフリーズドライ化し、加工品（菓子、スイーツ等）用としての販路を拡大する

※既に地元高校とのコラボによりスイーツ（クッキー、マドレーヌ、ドーナツ）を製作販売

(2)栽培残渣（葉、茎等）を堆肥としての利活用にとどめず、加工品として商品化（バナナ茶など）する

※既に茎を原料としたバナナ和紙を製作し、地元小学校の卒業証書台紙に活用、その実績を踏まえて商品化（ポストカード、クリアファイルなど）

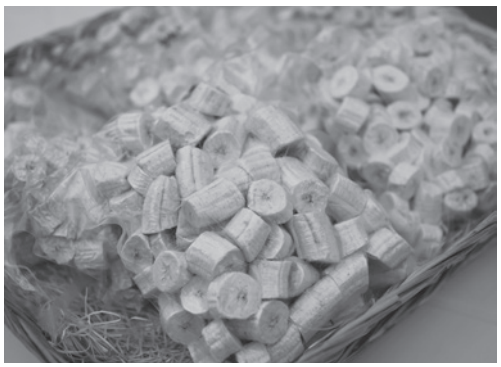
(3)地元国立高等専門学校（福島高専）とのコラボにより、バナナの花や茎等の微生物調査を実施し、パン、ワイン、ビールづくりに適した新株の酵母菌が発見されたので、企業と連携した地場産品づくりを展開

(4)ランニングコスト削減対策として、2021年から国立研究法人産業技術総合研究所との連携の下、一部施設において再生可能エネルギー（地中熱）活用の実証試験を実施。2022年から運用開始し、その効果として未導入との比較で燃料費を約50％削減、CO_2については約60％削減となり、自然環境への負荷低減にもつなげることを実現。今後、イニシャルコスト確保の課題はあるものの、事業の近代化に努めランニングコスト低減に注力

◆◆◆ 助言、指導が支えに

当事業は、私自身も含め知識や経験のないプロパー職員が現在でも日々試行錯誤の連続で、多くの方々からのご助言やご指導が大きな支えになっています。特に外部の方からの俯瞰（ふかん）的な意見やアイデア等の助言は大いに参考になり、事業遂行にあたって大きな力となっています。

引き続き、当事業を当地の新たな観光資源として多くの方にご認知いただき、それにより、活力と元気に満ちた地域づくりに貢献できる事業として成熟させたいと考えています。今回のご縁を契機にさらに広野町に関心を抱いていただき、多くの方々のご助言・指導をお待ちいたしています。



フリーズドライにしたバナナ



バナナを使ったスイーツ



福島高専の学生による細胞採取

農業イノベーションによる地域づくり

2 栃木県真岡市

「日本一のいちご」で関係人口創出
―デジタルマーケティングを活用―



真岡市総合政策部秘書広報課課長補佐 ● 小池 知恵子

◆◆◆ 取り組みのきっかけ

全国で最もいちごを生産している「いちご王国・栃木」の中でも真岡市は、作付面積は2位を大きく引き離して第1位、質や栽培技術を競う「いちご王国グランプリ」においても最高賞を最多受賞しているなど、質・量ともに日本一のいちごのまちです。

本市では、「いちご」を基本コンセプトにブランド力向上を図るため、２０１９年度にシティプロモーション係を配置し、県内・首都圏のイベントにおいて日本一のいちごのまちの認知度向上に取り組んできました。

しかし、新型コロナウイルス感染症のまん延により、イベント開催やシティプロモーション活動が難しい状況になり、今後のプロモーション活動をどうしていくべきか悩んでいましたが、栃木県主催のデジタルマーケティング研修の受講をきっかけに、デジタルマーケティングに取り組むことにしました。

◆◆◆ 「選ばれるまち」になるために

本市のシティプロモーションの目標は、地域のイメージや認知度を高め、愛着と誇り、そして地域への参画意欲を持った人たちを増やし、さらなるまちの魅力の創造、発信につなげ、その結果、本市が「選ばれるまち」になることです。

本市が「選ばれる」ためには、真岡市を知らない無関心層から、いかに関心層やファン層を増やし、移住層へつなげるかが重要となります。（図１）

そこで、本市が取り組んだのが、デジタルマーケティングの取り組みによる統一的ないちごプロモーションです。

ここで、本市の取り組み内容を紹介します。

①現状分析

市場、競合相手、自身のそれぞれの観点から検討する「３Ｃ分析」とこれまで取り組んできた施策を考えたときに、本市の魅力は「いちご」の他にＳＬや真岡木綿等の観光資源もありますが、本市はいちご生産量日本一であり、どう考えても「いちご」ではないか、という結論に至り「いちご」をマーケティングコンセプトとしました。

②シティプロモーション方針の決定

これまで「日本一のいちごのまち」「最高賞を最多受賞するほど品質が高い」という「理由」を「伝える」だけでは、無関心層を関係人口化へ態度変容させるまでには至りませんでした。

そこで、移住、観光、ふるさと納税などのすべての施策を統一的プロモーション（図２）で展開することで、市民に魅力を伝えやすくなるとともに、マーケティング効果を最大化することができると考えました。その象徴としてキャッチフレーズ「いちご王国栃木の首都もおか」を公式宣言するとともに、シティプロモーション指針を策定し庁内の機運醸成を図りました。

③マーケティング戦略の立案

本市では、ウェブサイトのほか、ＳＮＳ、検索連動型・インスタグラム広告等、様々なツールでデジタルマーケティングに取り組んでいますが、これはあくまで「手段」であって「目的」ではありません。伝えるべきは「真岡のいちご」を選んでもらう「理由」であることから、市内のいちご農家にインタビューを実施し、歴史、生産者の情熱、手間暇かけたこだわり等を発掘・言語化しました。そこから、ターゲットの選定、そのターゲットに適切なメディアを選定し、態度変容を促す

ような情報を発信しています。

④効果計測

デジタルマーケティングの実施では、結果を数値で計測する環境構築が重要です。そこで、デジタル上で保有するウェブサイト、ＳＮＳ、デジタル広告等で発信した情報の結果を集約・分析することができるダッシュボードを構築しました（図3）。このデータを基に、ターゲットに対しての「伝え方」を改善、ブラッシュアップしています。

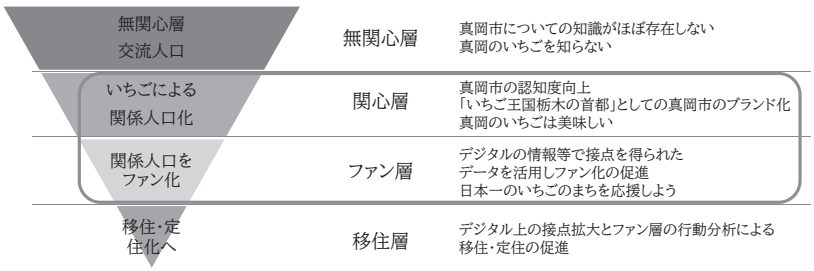


図1 新たな関係人口を生み出す取り組みイメージ

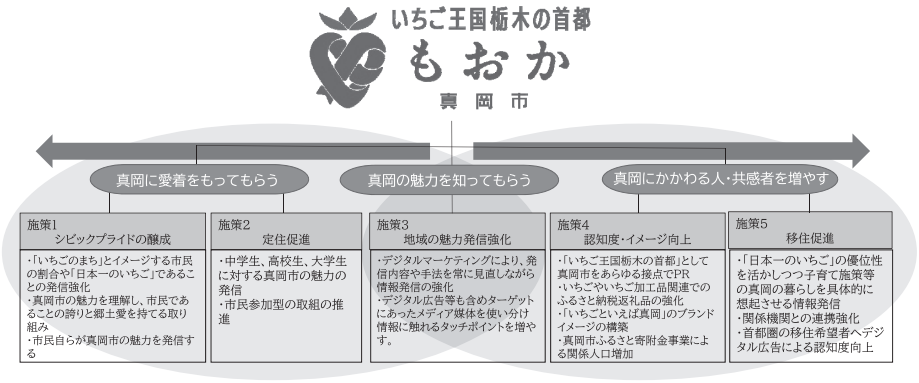


図2　いちごによる統一的プロモーション

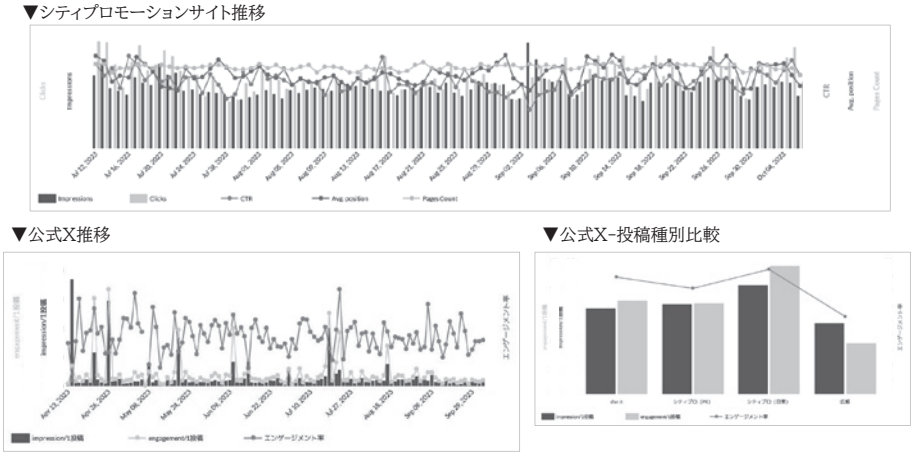


図3　ダッシュボードイメージ（一部）

◆◆◆デジタルでファンの創出へ

本市では、デジタルの情報発信に加え、ターゲットが「行ってみたい」「食べてみたい」と思ってもらうようマーケティング思考を取り入れることで、ターゲットに情報が「伝わる」ように取り組んでいます。一例として、本市のホームページは、約8割が検索サイトからの遷移です。

そこで、シティプロモーションサイトのリニューアルの際に、マーケティング的思考や利用者の態度変容の仮説、検索ワードやＳＥＯ対策を考慮した結果、「いちご」の検索での表示および訪問回数は、前年同月比で約3倍、ふるさと納税における「いちご」の申込件数は、前年度比で約20倍になりました。これは、いちごによる統一的プロモーション戦略を踏まえたデジタルによる情報発信を実施し、効果検証によりターゲットに態度変容を促すマーケティング思考による情報発信に取り組んだ成果と考えています。

◆◆◆今後のビジョンや展開

市政情報や観光・ふるさと納税・移住等の情報収集する際に利用されているのはデジタルツールであることからも、自治体の関係人口の取り組みにおいて、デジタルマーケティングは必要不可欠であり、今後、ますます重要になると考えています。

一方で、マーケティングの取り組みは、どのようなデジタルツールで発信するか、どのようなウェブサイトを作るか、どのような動画を作るか、といった検討に注力されがちですが、最も重視すべき点は、ターゲットを明確にし、そのターゲットに最も伝わりやすい手段を選択し、どのような強み・魅力を伝えるかです。

本市においては、今後もいちごによる統一的プロモーションとデジタルマーケティングにより真岡のいちごの認知度向上を図るとともに、日本一のいちごによる関係人口増加に取り組んでいきます。

農業イノベーションによる地域づくり

3 三里浜オリーブ合同会社（福井県福井市）

地域をつなぐ「三里浜オリーブ」

―広がる企業・学校との連携の輪―



三里浜オリーブ合同会社代表 ● 村嶋 哲郎

◆◆◆ 地域ブランド目指し植樹

「三里浜（さんりはま）オリーブカルメリーナ」は、福井市北部の三里浜砂丘地に位置し、「三里浜オリーブ合同会社」が管理運営しているオリーブ農園です。

日本海沿いに位置する三里浜はもともと松林に囲まれた美しい丘陵地帯で、昔から開墾された圃場（ほじょう）では「らっきょう」や「スイカ」「ミディトマト」「大根」などが盛んに栽培されていました。土壌の良さもあり、品質の高い野菜を生産する福井市の産地の一つとして評判のエリアでした。

しかしながら近年では、営農者の高齢化と若者の農業離れなど、いわゆる担い手不足により休耕地が徐々に増加する問題が生じてきました。また、美しい景観と防風林の役割を果たしてきた松の木も松くい虫の影響でほとんどが枯れてきたことから、強風による砂の堆積によって圃場の荒廃問題にも直面する状況となりました。

これらの問題解決を図るため、２０１７年、生産者やＪＡ、行政で「三里浜砂丘地園芸産地振興協議会」が設立され、「新たな地域ブランド品の開発」「防砂対策・休耕地の解消・景観の改善」として、「オリーブ」に着目し、地方創生推進交付金を活用して２５０本の植樹を行いました。

２０１８年７月には地元有志が集まり、次世代につなぐ産業化を目指すため、今の会社の前身となる「三里浜オリーブ生産組合」を設立。栽培本数も２０２３年度には２７５０本、今年10月に当初目標の３０００本に到達しました。

◆◆◆ 香りと鮮度に評価

地元の理解を得ながら徐々に生産規模を拡大する一方で、加工場の確保や搾油機の購入、また加工技術の習得など、オリーブ商品化までの道のりは険しいものでした。

加工場などの準備を進める中で、植樹して3年目となる２０２０年の秋、初めてまとまった数量が確保できる見込みがたち、オリーブオイルの試作にとりかかりました。

当時はまだ、搾油に必要な環境が整っていなかったため、同様にオリーブ栽培に取り組む京都府宮津市の「由良オリーブを育てる会」に搾油を協力してもらいました。

意外に知られていませんが、鮮度が命のオリーブオイルは、酸化などの影響を防ぐため、オリーブを収穫してから24時間以内、ベストは8時間以内に搾油することが推奨されています。試作日当日は、福井で朝に約１５０キロのオリーブを収穫し、そのまま自分たちの車で宮津市に運び、なんとか8時間以内での搾油にこぎつけました。搾油機にオリーブを入れてから1時間後、抽出口から出てきた黄金色のオイルを初めて目にしたときの感動と興奮は今でも鮮明に覚えています。

出来上がったオイルは地元の飲食店に試食用として配り、「香り」と「鮮度」を評価する声をいただき、「香り高い三里浜産オリーブオイル」として販売を開始しました。



香り高い三里浜産オリーブオイル

ただく結果となり、私たち組合員のオリーブに対する愛着・意欲もさらに高まりました。ほどなくして、加工場の新設・搾油機の購入など環境も整い、講師を招いては管理面や技術面など、お客様に喜ばれるオリーブオイル生産のためのスキル習得に切磋琢磨（せっさたくま）してきました。その一つの結果が、２０２３年に開催された国内オリーブオイルコンテストでの金賞受賞。応募７１０点の中から見事栄誉を勝ち取ることができ、組合員の自信にもつながりました。



オリーブの実



農園での収穫作業

◆◆◆ 地元産品同士で新たな価値

悪戦苦闘が続くオリーブ栽培ですが、そのオリーブを核に、福井市の地域商社「ふくいヒトモノデザイン株式会社」の協力を得ながら、地元の中学生や高校生、大学生、企業、地域など様々な団体との連携の輪も広がってきています。

例えば、三里浜オリーブの認知度向上や農業への理解醸成、次世代育成につなげるため、地元の市立棗（なつめ）中学校や県立福井農林高校と連携し、生徒を対象に三里浜の現状に関する学習会やオリーブの苗の育成・収穫体験などを実施しています。子どもたちとの交流は組合員にとっても励みとなり、とても楽しみにしている取り組みの一つです。

また、地元の大学生や企業と連携し、新しい発想・アイデアのもと、三里浜オリーブシリーズの新たな商品化も進めています。

その一つが、ミディトマトの赤とかわいらしいボトルのフォルムが印象的な「三里浜ドレッシング」。地元の福井県立大学、フク醤油株式会社と共同で開発した、三里浜産のオリーブをベースに、同じく三里浜で収穫したらっきょうやミディトマトなどを使用した商品です。オリーブの香り豊かな風味と、らっきょうのシャキっとした食感、ミディトマトの甘味が特徴の評判の良いドレッシングが出来上がりました。何より、地元の産品をつなぎ合わせて新たな商品＝価値を生み出したことは、地域の新たなビジネスモデルを創出する事例になったと実感しています。

ほかにも、環境に配慮したサステナブルな商品開発の観点から、地元の株式会社エルローズと連携。本来廃棄するオリーブの葉やオイル搾油時の搾りかすを有効利用し、抽出したエキスを使用した洗顔料やハンドソープ、バーム（軟こう）などコスメ関連の商品を展開していただいています。

また、三里浜オリーブオイルの普及活動として、地元を盛り上げるべく三里浜エリアに新しくできたふるさと茶屋「なつめカフェ」や農園レストラン「シャンジェレール」などの飲食施設では、三里浜オリーブオイルを使ったメニューの考案・販売などにも取り組んでいただいています。フレッシュなオイルを生かしたお料理はお客様にも大変好評だと聞いています。

◆◆◆ 観光農園の夢に向かって

当初は「担い手不足解消」、「休耕地活用」のためにスタートした三里浜オリーブの取り組み。紆余曲折（うよきょくせつ）ありながらも、地域の様々な方々との出会いを生み出し、新たな価値・ビジネスチャンスの創出につながる、可能性あふれる自慢の産品として成長しています。私たちも「生産組合」から「合同会社」に生まれ変わり、三里浜砂丘地一帯を観光農園にする大きな夢に向かって、地域の皆様の協力を引き出しながら、引き続き地域の起爆剤となり得るこのオリーブの取り組みに注力していきたいと考えています。

農業イノベーションによる地域づくり

4

農業の「ほんもの体験」で地域振興
―民泊絡め滞在型観光に転換―

株式会社南信州観光公社（長野県飯田市）
代表取締役社長
● 高橋　充



通過型から滞在型へ

飯田市の主な観光施設・名所として名前が挙げられるのは、名勝天龍峡、天竜川下り、天龍峡りんご狩り、元善光寺、水引などである。かつては各観光施設の営業努力により、中京圏からの日帰りバスツアー、関西方面からの中北信への宿泊ツアーの往復時の立ち寄りといった形でコースに組み入れられ、概ね1～2時間程度の滞在となるケースが多かった。それは、マスツーリズム全盛の頃にあっては大いに効果があり、各観光施設の旅行マーケットでの人脈形成の面においても貴重な取り組みだった。



南アルプスの風景

一方、観光行政においては、より経済波及効果の高い、宿泊を絡めた滞在型観光の目的地となる必要性を感じていた。そのためには、新たな魅力を創造することが不可欠なことであり、飯田市は平成7年に体験教育旅行誘致事業に乗り出すこととなった。事業推進にあたっては、体験型観光専門のコンサルタントの指導により事業コンセプトを明確にし、地域の人々が関わる「ほんもの体験」をキーワードにした体験プログラムをパンフレットにまとめて誘客活動に生かし、インストラクターの養成や、受け入れ窓口を飯田市商業観光課観光係が担うなどの整備を進め、本物志向の体験型観光の受け入れ地域を目指すこととなったのである。

体験型観光を推進する上で、下地となったものに、飯田市のまちづくりの基盤である「住んでよし、訪れてよし」という考え方がある。飯田市の公民館活動は全国的に有名であるが、その底流には大正デモクラシーや寺子屋の文化的な伝統があり、地域単位、集落単位で自ら課題解決しようとする指向性が定着していた。そうした地域特性に裏打ちされた、この地に暮らす人々の地域に対する愛着や、地域内の人的なつながりが体験型観光の取り組みの基盤となったのである。

農家の飾らぬ対応が好評

体験教育旅行誘致事業を推進する中で、平成8年に最初の学校が訪れた。実施後の生徒、教師からの評判は上々で、そのことをきっかけに、積極的に教育旅行マーケットに働きかけることで、飯田市を訪れる学校の数は年々増えて行った。

その後、平成9年に初めて修学旅行で飯田市を訪れた千葉県の中学校が、飯田市千代地区の農家の方々の協力のもと、五平餅作り体験を行い、その後の農家民泊の受け入れにつながった。農家の方々の飾らない人柄に生徒がすぐに打ち解けて、素晴らしい交流のひと時を過ごしたことに、引率した教師たちが感銘を受け、次年度は千代地区の農家の方々のお宅に泊まり、もっと交流できないかとの相談があり、翌平成10年に飯田市としては初めての農家民泊の受け入れにつながったのである。

その後、農家民泊は南信州での教育旅行の受け入れにおいてシンボル的なプログラムとなったのだが、受け入れの条件として、南信州地域の旅館・ホテルを民泊の前後いずれかの日程で1泊以上利用することとしたため、直接消費額や経済波及効果の一層の増大につながった。また、当地を視察で訪れたことを契機に、日本各地に民泊を絡めた体験型観光に本格的に取り組む地区が出始め、地域振興の手段の一つとして、全国的な広がりを持つことへの礎ともなったのである。

◆◆◆観光公社設立

体験教育旅行誘致事業から農家民泊の受け入れが始まり、年々飯田市を訪れる学校が増えて行く中で、これまで飯田市で担ってきた受け入れ窓口の在り方を見直す必要性が出てきた。

より多くの学校を受け入れるために、飯田市下伊那郡広域で受け入れ協力者を探すことが不可欠となり、行政の持つ信頼性や安心感を損なわずに、継続的に事業を推進するための新たな受け入れ組織の設立が求められた。飯田市により5年間にわたって続けられてきた体験教育旅行誘致事業は、飯田市下伊那郡広域での体験型観光による地域振興を図るためのコーディネート会社の設立へとかじが切られ、平成13年1月に第三セクター方式で株式会社南信州観光公社が設立された。

設立当初は、教育旅行団体の受け入れが事業のほぼ全てであったが、一般旅行団体向けの企画として、地域の「一本桜」に光を当て、地元の案内人が桜守と称して一本桜を案内する「桜守の旅」をはじめ、和菓子探訪の旅、スノーシュー、飯田線秘境駅ウォーク、フォトガイドなど、地域資源と旅人を地元の案内人がつなぐ、一般団体向けの素材提供型のプログラムの開発も手掛けてきた。

また、平成21年から、自社募集ツアーとして、南信州の農産物に焦点を当てた「南信州産地ツアー」を始め、平成28年より、地元の歴史、文化にも対象範囲を広げた「南信州こだわりの旅」にリニューアルし、年間30～40回ほどの企画を行っている。

◆◆◆コロナ禍をチャンスに

コロナ禍において、当地では緊急事態宣言が発せられた約1カ月後に全国の旅行会社に向けて、感染対策を施した上で、教育旅行の受け入れを行うことを宣言した。その後、農家民泊については、休止せざるを得なかったが、代わりに民泊受け入れ農家も含めて地域の様々な取り組みを行っている方々を訪ね、話を聞くこと、体験することなどを通じて、地域の課題について議論する「南信州ＳＤＧｓプログラム」を新たなプログラムとして提案し、多くの学校団体の獲得につながった。その数は3年間で33校４０００名を数えることとなった。文字通りピンチはチャンスとなったのである。

今こうして振り返ると、地域とともに取り組みを進めてきたことで、様々なネットワークが築かれ、局面を打開する新たな取り組みへとつながった。今後もインバウンド向けのプログラムへの応用をはじめ、新たな展開を見据えながら、地域とともに歩んでいく。



インバウンドも五平餅づくりを体験



農家民泊を楽しむ海外からの旅行客



循環型農業を考える SDGs プログラム

農業イノベーションによる地域づくり

5 富士の国乳業株式会社（静岡県富士宮市）

「子ども第一」の牛乳づくりに共感

―富士宮産100％、いつしかブランドに―



富士の国乳業株式会社
取締役工場長
● 惟村　朋広

◆◆◆ 地産地消へ酪農家が設立

富士宮市は、世界遺産である富士山の恵みや、雄大な森林、湧き水などの自然環境だけでなく、歴史や文化、美しい景観など、さまざまな面で自然環境と密接な関係性を持つまちです。また、市域内の高低差が日本一の3741メートルあるという特性から、気候や産業など地域ごとの多様性を持った地域でもあります。

その中でも標高700～1000メートルとされる市の北部地区は、牧場に適した高原の気候と牧草育成に適した土壌に恵まれ、自然を生かした酪農畜産業が盛んな地域として知られており、富士宮市の生乳生産量は、静岡県内の約半分を誇ります。間近に仰ぎ見る富士山と富士山西麓に広がる緑豊かな朝霧高原で草をはむ乳牛の姿は、観光資源としても定評があります。

ただ、酪農業が盛んな地域として高品質な生乳が生産されていたものの課題もありました。市内で生産された生乳は地元に牛乳の製造工場がないことで他地域に運ばれ、各地の生乳とブレンドされて牛乳になっていたのです。

そこで、富士宮市内で酪農業を営む酪農家が集まり、2016年6月に「酪農家がつくった牛乳プラント会社」を設立。地域での生産・加工・消費を目的とした富士宮産100％牛乳「ふじのくに富士山ミルク」としてブランド化を推進し、さらに学校給食牛乳の提供を可能とすることで、子どもたちの酪農業への関心を高め、食育を推進することにしました。



学校給食用生乳の指定牧場

◆◆◆ 酪農家がつくった学校給食牛乳

具体的な事業の取り組みとしては、富士宮で酪農業を営む農家が自分たちの牛乳を子どもたちに飲んで欲しいという思いから、富士宮市の新鮮で高品質な生乳を厳選し、現在市場で出回っている牛乳の95％以上に採用されている超高温瞬間殺菌（UHT）の牛乳ではなく、80度3分間（HTST）殺菌という国内でも珍しい製法を採用しました。自然本来の風味と安全性を兼ね備えた、地域の酪農家だからこそつくることができる牛乳として、富士地区（富士宮市、富士市）の小中学校へ提供しています。



安全でおいしい牛乳は児童にも好評

「当たり前」の作業に脚光

私は創業時から営業職でこちらの事業に携わってきましたが、当初の計画通りにはいかないことが多く、自分たちの飲んで欲しい牛乳と市場とのニーズが合わないことや、学校給食牛乳を主体とすることは、裏を返せば学校給食牛乳に依存した事業なため、牛乳離れや少子化問題、給食業界が抱える問題にも向き合わなければいけませんでした。

さらに昨今の社会情勢の変化やウイルス感染症による生産農家への影響は甚大で、飼料価格や燃料費・光熱費の上昇、子牛販売価格の下落は、これまで問題視されていた経営の継承問題や借入金の返済といった悩みを増すもので「離農」を選択する農家が増加するという現象が見られました。こういった問題は富士宮市だけではなく、２０２３年３月には、一般社団法人酪農中央会議により、国内の酪農家の85％が赤字経営で危機的状況に陥っているという驚くべき調査結果が公表されたように、深刻な問題として国内の酪農家にのし掛かっています。



富士宮の酪農家たち



富士宮産100％の「ふじのくに富士山ミルク」

富士宮市の国乳業にとっても、学校給食の休止や感染症予防による行動規制など、今後の地域の酪農業と事業の存続に悩まされる時期もありました。それでも、令和２年第59回農林水産祭内閣総理大臣賞を受賞したり、関東生乳品質改善共励会で優秀な成績を収めたりする契約農家が出たことは大きな喜びでした。

生産者の方々の努力と、土を耕し、草を育て、牛を愛するという一貫した酪農に対する姿勢が認められたことで、様々な角度から酪農家にフォーカスが合う結果となり、学校給食牛乳を主体とした子どもファーストの考えを持つ当社の取り組みは、次第に周囲から共感と応援を頂くようになっていきました。

新商品として開発した「ふじのくにＰＲＥＭＩＵＭヨーグルト」が皆様から好評をいただくと、地域のイベントやご当地食材とのコラボ商品化が決まり、この件を通じて〝当たり前〟とする作業や信念のその〝当たり前〟をどこに持っていくのかで商品の魅力はさらに磨きが掛かることを身に染みて知ることとなりました。

思い出の味になるように

富士宮市には田舎ならではの地域性と閑静な自然を求めて様々な地域の方が訪れるようになり、海外からも評価を得る観光業が賑わいを取り戻しています。しかし、都会のような人口密集地帯と比べ、人口は減少傾向で、地域ならではの少子高齢化が進むまちとしての一面があります。

学校給食牛乳を提供させていただく身として、児童生徒数の減少が、ここ５年で計約３５００人に及び、市販での売り上げを伸ばす一方で主体となる学校給食牛乳においては大きな課題とともにさびしい気持ちを抱いています。また、観光向け施設や大型商業施設などに比べ、駅前や商店街はシャッター街となってしまい、お世辞にも活気がある街並みとは言えません。富士の国乳業が今後も地域に密着した企業であるために担える役割は、地域と連動したグリーンツーリズムの考えのもと、地域の活性化を図り、より魅力的なまちづくりによって地元と他地域の人を結ぶことが自然や食材に対する恩返しだと考えます。

おいしい食事や豊かな自然のもと、文化に触れ、そこに住む方々との親交を深めることで、子どもたちが社会人となり、この地域を離れたときでも、富士宮の良さを再認識して「学校給食牛乳、おいしかったなぁ」と言ってもらえるよう頑張っていきたいと思います。

農業イノベーションによる地域づくり

6

都会からのワーケーションで梅収穫
―受け入れ農家側にもメリット―

一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会（和歌山県みなべ町）



一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会
代表理事
● 島田　由香

◆◆◆ 三つのキーワード

2022年6月、和歌山県みなべ町で一次産業をワーケーションで活性化するおそらく世界初の企画「梅収穫ワーケーション（通称＝梅ワー）」が始まった背景には「つながり」「アイデア」「前向きさ」という三つのキーワードが存在します。

私が生まれて初めて和歌山の地を踏んだのは5年前。ワーケーションの聖地・白浜町で、これからの働き方について登壇させていただいたことが最初のご縁でした。白浜の海の美しさと空の広さ、まちの雰囲気、自然の豊かさに一瞬で魅了されました。

日本の働き方をもっと楽しいものにする、気づきの宝庫である地域で真の人材育成をする、日本の「well-being」（ウェルビーイング＝心身共に健康で社会的にも良い状態の意味）の底上げをするというミッションとともに活動していた私に、「白浜だけでなくもっと広域でやるといい。すてきな場所や人は他にもたくさんあるよ」と、2021年12月に私をみなべ町に連れて行ってくれたつながりが「梅収穫ワーケーション」のアイデアの原点になりました。

初めて訪れたみなべ町でもすてきな新しいつながりができました。民宿での初めての飲み会で、地元のメンバー3人が、みなべの未来、世界農業遺産、梅産業の課題、人手不足といった梅農家の現状について熱く前向きに語ってくれました。3人は梅収穫ワーケーションのコアメンバーとして一緒に精力的に活動しています。

大変恥ずかしいことに、私はその時初めて世界農業遺産という言葉を聞きました。「梅システム」という次世代に継承すべき素晴らしい資源であり資産でもある仕組みがみなべ町にあることも、梅の収穫は6月ということも、その時初めて知りました。

コロナの影響もあり、梅の収穫時の人手不足は、人口減少、高齢化、後継者問題といった地域にある慢性的な共通の課題を超えて大きな問題であることを痛感すると同時に、あふれるほどにいる東京の人をみなべ町にワーケーションで呼んできて、梅収穫をする機会を設けてみたらいいのではないか、というシンプルなアイデアがすぐに思いつきました。



海を望みながらのテレワーク

素人が一次産業の作業に関わらせていただくことが本人にも農家にもメリットがあるということは、これまでの草取り・雑草取りを地域でやった経験から想像できましたし、和歌山県はワーケーションの聖地なので、この組み合わせが浮かんできたことは非常に自然な流れでした。

◆◆◆ 3年間で400名が参加

梅ワーは2022年のスタートから今年で3回目となりました。初年度の30日間（6月1～30日）から2年目以降は期間を70日（5月1日～7月9日）に拡大し、延べ約400名が参加して現在20軒の農家さんのところで作業をさせていただいています。

ワーケーションと一次産業を強力に関連させる背景には、ワーケーションが日本の未来を前向きに変える可能性を有する新しい働き方であり、企

業と地域双方で「真のワーケーション」を促進することで、参加者のみならず、受け入れ地域を含む関係者のウェルビーイングの向上による経済的効果が期待できるという強い考えがあります。

「真のワーケーション」とは、働くこと（ワーク）と休暇（バケーション）の両方ができること、特にバケーションはＶａｃａｔｅ（空にする・空になる）の名詞形であり、ワーケーションする人が空になる体験ができることを意味します。自分を空にする・空になることで、自分の内側にある本当の声や熱意、本気に気づきやすくなり、なぜこの仕事をしているのか、なぜ自分が存在するのかといったパーパス（大いなる目的）とつながりやすくなります。パーパスを知っている人材は成果を出しやすくなることがわかっており、この取り組みでは、都会から場所を変えて地域でワーケーションをする折に一次産業に関わることが「空になる体験」になると捉えており、「一次産業ワーケーション®」と命名しています。

日本の地域は、一次産業をはじめ、自然、歴史、人、たくさんの魅力にあふれています。そしてその作業に従事することで得られる「没入体験」がＶａｃａｔｅな状態へと私たちを誘います。自然の中で体を使って汗をかき、作業をしながら農家さんと交流を深めることでつながりが生まれ、収穫という目にみえる貢献が感謝される梅ワーはウェルビーイングの五つの条件を全て満たす活動でもあります。ですから参加者は自ら交通費・宿泊費を払って梅ワーに何度も参加し、また梅から始まって今では三重県は御浜町でのみかん、尾鷲市での甘夏、そして伊勢市での柿へと一次産業ワーケーション®の機会はどんどんと広がりを見せています。

結果として梅ワーは参加者のみならず、受け入れてくださる農家の方々のウェルビーイングも満たすことが明らかになっています。また、みなべ町の活性化にもつながっていることが認められ、今年、内閣府のＳＤＧｓ官民連携優良事例にも選ばれています。

◆◆◆ 梅ワーとみなべのこれから

みなべ町が隣接する田辺市とともに「梅システム」として世界農業遺産に認定されてから来年で10年。みなべ町が30％、田辺市が25％のシェアを占める梅の日本一の産地は、実は東京から2時間あれば移動できるという意外にも近い距離にあります。羽田から飛行機で和歌山に行けることを知らない人も多く、梅ワーを通じて和歌山の近さ、みなべ町という地域の魅力を多くの人に知っていただきたいと思っています。

3年目となった梅ワーでは「ファミリーワーケーション」「商店街活性化」の取り組みにも力を入れ、家族でみなべ町に来て梅作業やみなべの自然を体験いただけるよう工夫しました。「行きたいけれど子供が小さいから難しい」「学校を休ませられない」という声をたくさん聞いてきたので、お子さんと一緒に来ることができるように、お子さんをお預かりして海・山・川で一緒に遊ぶキッズスクールを実施し、加えてみなべの小中学校に体験入学できるよう役場・教育委員会・学校に協力をいただきました。また、梅ワー参加者は無料になる生搾りジュース店を梅ワー期間限定でオープンし、みなべ町の商店街に足を運ぶ人を増やす仕掛けを実行しました。

人手不足という現状は今も変わりませんが、梅ワーに参画してくださっている農家の皆さんの考え方と行動は確実に変化してきていることを感じます。ある方は農泊に挑戦しました。別の農家さんは和歌山の梅農家と三重のみかん・甘夏農家のコミュニティを結成しました。梅ワー参加者とのつながりが刺激と元気と勇気をくれた、と梅農家の方が笑顔で教えてくれました。距離を超え、地域を超え、産業を超えて、人と人とのつながりがもたらす未来は明るいことをつぶさに感じさせてもらっています。

一次産業ワーケーション®の魅力を、ぜひ体験しにいらしてください。来年6月、みなべでお待ちしています。



「梅ワー」参加者に収穫の手順を説明する梅農家



収穫作業をする参加者

7 馬路村農業協同組合（高知県馬路村）

「農業不可能」から挑んだゆず栽培
―村を丸ごとPRしブランド化―



馬路村農業協同組合
理事販売課長
● 長野　桃太

◆◆◆ 林業の衰退から新産業模索

高知県東部の山奥、徳島との県境に位置する馬路村は96％という高い森林率と年間４０００ミリ以上の豊富な降水量を誇り、その立地によって良質な杉生育の適地として土佐藩の時代から林業を産業の主体としてきました。かつての村の雇用でも林業従事者が大半を占めており、材木搬出用の森林鉄道の軌道沿いに人々が暮らし、へき地でありながらも最盛期には３５００人ほどが暮らす、豊かな山村の形がありました。

しかしながら、１９５０年代になると建築様式の変化や安価な輸入木材が出回るようになったことなどで国産材の需要が瞬く間に減少し、林業の村にも陰りが見えるようになります。森林率96％で林業以外の産業が成り立たない村の中で、林業に代わる新たな産業づくりが始まりました。

当時の村内の農協としては、当然ながら農産物を取り扱う販売事業はほぼ行っておらず、金融事業や共済事業、製材事業などで安定を図っていましたが、そちらも林業の衰退と人口流出等により維持が難しい状況となっており、販売事業に力を入れていくことが求められていました。しかしながら、村のわずか０・４％しかない畑面積、非効率な段々畑・傾斜地、へき地であるがための輸送便の問題など、農業を生業としていくには誰もが不可能と言わざるを得ない条件しかありませんでした。「村を何とかしたい」と農業者もいない中で、ゆず産業の口火を切っていくこととなります。

◆◆◆ 気づいた「都市に村が欠乏」

ゆず生産量日本一の高知県にゆずが入ってきたのは今から８００年ほど昔で、平家の落人が四国の山間地にゆずの種を持ち込んできたのが起源と言われています。

馬路村にも同時期にゆずが持ち込まれ、以来、山に自生していたり家の庭先に植えて自家消費用として扱われていたりと、なじみのある作物でした。高知県内ではすでに栽培が盛んに行われ、しぼった果汁などは一般家庭用や業務用として市場ができており、馬路村もその市場を狙い、１９６３年に10名ほどの農家と本格的なゆずの栽培を始めます。一定量を市場に乗せられたものの、県内他産地の生産量の拡大などによりすぐに県内が飽和状態になるだろうと、物産展などを通じて果汁を県外に売り込みはじめました。ただ、当時県外にゆず果汁を使う文化もない中で、なかなか軌道に乗せることができません。しかしそれを長年続けることで消費者と直接結びつく通信販売につながっていき、また都市部の人たちとの交流の中で「都市に村が欠乏している」ということに気づき始めます。

◆◆◆ 村民がセールスマン

田舎らしさに対する懐かしみや憧れを持つ都市部の人たちに〝馬路村〟を売り込んでいこうと、商品名やパッケージに村の名前を入れ込み、ポスターやテレビＣＭには村の子どもたちや農家の人たちに出てもらい、ゆず商品そのものの宣伝ではなく村を丸ごとＰＲしていく取り組みを１９８０年代後半から開始します。合わせてゆず果汁だけではなく、ぽん酢しょうゆやゆずドリンクなど一般消費者も使いやすい商品アイテムも充実させ、テレビＣＭと相まって馬路村とゆず商品の認知度が高知県内で徐々に上がっていきます。

馬路村を売り込み、県内や都市部の人々に受け入れられるようになると村民も田舎であることに自信が芽生え、のちの平成の大合併でも合併しな

い選択ができるようにもなりました。農協だけが主体ではなく、村民や村ぐるみでゆず産業の取り組みを進めることで、村民一体となった村づくりが実現し、かつては職員が2名しかいなかった販売事業で村が活性化していきます。

また、馬路村をPRすることで共感してくれる都市部の人たちが村に観光客として訪れ、うまじ温泉など観光施設もにぎわい、村を挙げたお祭り「ゆずはじまる祭」にも多くの来場者を迎えるようになりました。ゆずとお客様のつながりではなく、村とお客様がつながり、さまざまな面で村の中に波及効果が広がっていきます。

かつて不可能といわれたゆず産業も、ゆず生産者は190戸となり、農協職従業員数も90名を超え、村の中の大きな雇用の場につながり、林業に代わる大きな産業となってきています。



「村を丸ごとPR」するため、ポスターの主役は商品でなく子ども

農業に不向きな土地柄の中、恵まれない環境だからこそ、創意工夫し可能性を模索していく「強さ」が生まれるのだと今は感じています。〝不可能〟だから面白い、〝不可能〟だから強みに変わる、これからも不可能な農業が過疎の村で継続されていきます。

◆◆◆「ゆずの村」のこれから

〝オーガニック〟という文字をスーパーでも多く見かけるようになってきた昨今、国は「みどりの食料システム戦略」を掲げ、有機農業のさらなる推進が今、急速に進められています。全国の耕地面積に占める有機農業の取り組み面積が1％にも満たない中で、2050年までにそれを25％まで引き上げることを目標としており、全国の生産者・JAを巻き込んだ取り組みが求められてきます。

馬路村は2001年より有機栽培を始め、化学肥料や化学農薬を使用しない循環型ゆず農法を20年以上続けてきた結果、近年農林水産省が発表した田畑に占める有機取り組み面積割合が高い市町村のランキングでは81％という非常に高い数値で全国1位となっていました。

人が何か行動を起こす際、根幹となるのが「誰がために」という想いではないでしょうか。改めて村の有機農業の目的が、誰がためになのかを考えると〝お客様の安全安心〟というのはもちろんありますが、〝自分たちの暮らしのため〟ということも大きく、村の川のおいしい鮎がずっととれるように、山で育つおいしい山菜がずっと食べられるように、そうした村の豊かさを守るための有機栽培の存在なのだと感じています。

人口800人にも満たない馬路村を維持するためには、村外からの収益である「外貨」に頼らざるを得ませんが、「外貨」を稼ぐ経済に強く引っ張られすぎないよう、目的を見失わずに村の豊かさを築くことがこれからの村づくりで大事になってくる思考だと思います。ゆずが大きな産業となりましたが「ゆずの村」ではなく「馬路村」なのだと村民が胸を張って言える村であることが「ゆずの村のこれから」です。


山に囲まれた馬路村の風景


ゆずの収穫風景

農業イノベーションによる地域づくり

8 長崎県波佐見町

廃石膏再利用の肥料で米づくり
―地域内循環目指す「やきもの」のまち―



波佐見町商工観光課
主査
• 今里　奎介

◆◆◆ 米産地としても県内有数

長崎県の中心部に位置する波佐見町は約４００年以上前から暮らしの中に生きるやきものを作り続け、日用食器の全国シェア17％を誇る「波佐見焼」の産地であるとともに、農耕文化の息づく〝半農半陶〟の暮らしを営んできた長崎県有数の米どころです。

波佐見町における「やきもの」生産は、日用食器として大量に生産するために分業制で行われてきた歴史があり、やきものの形を石膏で作る型屋、石膏の型へ原料を流し込み製品の原型を作る生地屋、生地に絵付けや焼成を施し製品の状態にする窯元、商品の出荷や販売を行う商社などが連携して地域産業を支えています。

従来、主に生地屋で使用される「石膏型」は波佐見焼の製造工程で１００回程度使用すると吸水性の低下や摩耗などにより、商品の均一性を保てなくなることから廃棄、埋め立て処分されてきました。



行き場を失った石膏型の山

このように廃棄処分されてきた石膏型（以下「廃石膏」）ですが、様々な背景や情勢から県内の最終処分場へ排出することができなくなり、町内外の中間処理場に堆積するようになります。

このままの状態が続くと、町の景観を損ねるばかりでなく、波佐見焼の産地として安定した生産体系が維持できなくなる恐れもあり、最終製品だけでなく、モノづくりの生産から廃棄までのプロセスをクリーンにし、これからも購買者にとって魅力ある産地でありたいとの思いで地域内循環の取り組みを実施するに至りました。

◆◆◆ 廃石膏リサイクルへ専門家招聘

産地全体の問題として廃石膏の処理を進めるにあたり、行政が主体となって活動を始めましたが、関係各所の知識不足や事業の必要性の認識の差など多くの壁にぶつかることになります。

そこで、専門的知見や推進力を求め、外部専門家を招聘し、廃石膏の安定的な排出先の確保、排出に係る費用の削減、事業者のリサイクル率の向上（現在95％以上がリサイクルを選択）や意識醸成などを推進してきました。

さらに、リサイクルの取り組みが波佐見町の地域ブランドの高付加価値化につながることを証明するためのモデルとして、お土産品（6次産業化商品）の開発・販売・ＰＲを実施することでエシカル消費へのアプローチも行い、アップサイクルの可能性の拡充など、廃石膏を中心とした独自の地域内循環の体系を構築しました。

◆◆◆ 農水省の肥料登録が実現

石膏の成分は硫酸カルシウム（$CaSO_4$）で、硫黄分とカルシウム分を多く含んでおり、これらの成分は肥料の6大成分に含まれています。この成分を活用した、石膏由来の肥料が既に市場で販売されていたことから、本町の廃石膏も肥料として利活用できないかということで専門機関や長崎県などと協力し、様々な実証・研究を行いました。

実証を行うにあたり地元農家への説明を行いましたが、当初は「神聖な農地に産業廃棄物をまく

のか！」など厳しい声が多く、理解を得るまで大変苦慮しました。

そのような状況下でも、官民一体となった交渉や農地に対しての安全性の担保などを地道に行ったことで、徐々に理解してくれる農家が現れ、令和5年3月には農林水産省への肥料登録が実現し、やきものの生産工程で出た廃石膏由来の石膏の副産肥料としては全国初の登録事例となりました。

そして、今となっては廃石膏散布に厳しく反発していた農家の一人が本事業の一番の理解者となっています。

また、廃石膏由来の肥料には「波佐見のめぐみ」という商標を取得し、散布した田んぼで収穫した主食用米には「八三三米」という名前を付け、ブランド化を目指しています。



廃石膏肥料の散布風景

お土産品も開発

地域内循環の形成に向けた体制整備を行う一方で、お土産品についても専門家の知見を頂き、開発に着手しました。

「波佐見陶箱クッキー」は町内の田んぼに廃石膏由来の肥料を散布し、収穫した米粉専用米を町内で米粉に製粉、町内の農産物加工所である鬼木加工センターで米粉クッキーを手作りして波佐見焼の丸形の陶箱に詰めて販売しています。

陶箱制作で使用した石膏型は役目を終えると肥料として農地に散布するという、まさに波佐見町が行っている地域内循環の取り組みを象徴するようなお土産品です。



「波佐見陶箱クッキー」の製造風景

毎週土曜日に限定70個を波佐見町観光協会が窓口とウェブショップ、ふるさと納税の返礼品としても販売していますが、サスティナブルな取り組みやかわいらしいデザインが評判となり、すぐに売り切れてしまう人気商品になりました。このような背景や取り組みを評価いただき、様々な賞も受賞することができています。

また、令和6年5月には、陶箱スイーツの第2弾となる農福連携商品「波佐見陶箱ポン菓子ショコラ」の販売も開始しました。



農福連携商品の
「波佐見陶箱ポン菓子ショコラ」

こちらは、廃石膏由来の肥料を散布した町内の田んぼで収穫された八三三米をポン菓子にした後、社会福祉法人でポン菓子ショコラに加工、鬼木加工センターで四角の陶箱に詰めて販売しています。

他にも窯元の組合が中心になって、八三三米とお茶碗、箸置きをセットにした「八三三米くらわんかセット」も開発しており、これらのお土産品は、地域の食とやきものを組み合わせ、石膏の再利用でつなぐ「地域内循環商品」として、農業、窯業、地域の事業者、行政、波佐見町観光協会、専門家などが協働で地域の課題を解決し、持続可能な地域社会を目指す取り組みにおける高付加価値化、ビジネス化のモデルケースとなっています。

これからの波佐見町

一企業がSDGsやサスティナブルな取り組みを行っているという事例はよく耳にしますが、やきものの産地全体として問題に取り組んでいるようなケースはまれであり、本事業をとおして、先進的に物事に取り組めているものと考えています。

一方で、「廃石膏を中心とした地域内循環の取り組み」については、外部から評価いただいている半面、インナーブランディングや地域内部での理解はまだまだ浸透しきっていないという課題も抱えています。一朝一夕で解決は図れないものの、地道に進めていくことで、事業の意味や効果が地域全体に波及することを期待しているところです。

農業イノベーションによる地域づくり

9 合同会社AMAMIバリュープロデュース（鹿児島県奄美市）

ふるさと奄美でバニラ国産化にチャレンジ
―農業の新たな価値創造目指して―



合同会社AMAMIバリュープロデュース
代表社員
● 林　晋太郎

タンザニア赴任が転機

突然ですが、皆さんはバニラビーンズをご存じですか？　甘い濃厚な香りが特徴で、プリン等のスイーツの原材料となるスパイスの一種です。私は現在、ここ奄美大島でバニラビーンズの国産化に挑戦しています。

私はもともと生まれも育ちも奄美大島で、高校卒業までは島で生活をしていました。その後、大学進学と同時に島を離れ、２０１０年の春に農林水産省に入省しました。入省後は12年間の公務員生活を送りましたが、ありがたいことに半分の期間は北海道開発局や外務本省など、農水省とは別の組織で働く機会もいただきました。

また農水省では２０１６年から地方創生政策の担当部署に配属されました。その中で、農村で活躍する起業家や自治体職員の方々とのご縁をいただき、私も「いつかはふるさとに貢献したい」という想いを抱きました。

人生の転機が訪れたのはタンザニアへの赴任でした。２０１９年から3年ほど外交官として派遣された私は、同国への開発協力支援（ＯＤＡ）事業のマネジメントや国際交渉などに従事しました。

その際、偶然にも、現地のバニラ農家支援プロジェクトが実施されており、現場を訪れたところ、生まれ故郷である奄美大島にそっくりな風景が広がっていたことに大きな衝撃を受けました。その後、バニラについて調べていくと、亜熱帯植物で奄美でも栽培できる可能性があることや、国際価格が高く、ほぼ輸入１００％に頼る日本の製菓業界にとって、国産バニラができれば非常に付加価値の高い産業となり得ることなどが分かってきました。



タンザニアのバニラ農園

その後、コロナ禍の中で、自分の今後の人生について考えた結果、「生まれ故郷である奄美で、新しいことにゼロから挑戦したい」という気持ちが強まり、２０２２年3月末に退職し、奄美にＵターン。奄美でのバニラ栽培に挑戦することとなりました。

バニラ栽培への歩み

⑴農園開設まで

２０２２年3月末、奄美で新しい挑戦が始まりましたが、いきなり大きな問題が生じます。それは住む家と農地の確保です。

２０２１年に世界自然遺産に登録された奄美大島は移住希望者が多く、当時は住む家がなかなか見つからない状況で、人によっては1年たっても住む家が見つからないケースもあるとのことでした。私の場合はありがたいことに、親戚などの紹介もあり3カ月ほどで住む家を見つけることができ、また農地についても、役場に勤める同級生から紹介された農業者からお借りすることができました。

農地の確保以降はすぐに農園の整備作業が始まりました。お借りした農地は、数年ほど休耕地と

なっていたため、整備開始時点ではまさに「森」のような状態でした。そこを家族や友人たち、地域の農業者からの支援もいただきながら少しずつ切り拓いていき、最終的に１７００本ほどのバニラを植え付けることができました。

⑵特徴を踏まえた二つの戦略

農園の整備がある程度落ち着いた２０２２年の秋以降はバニラの特徴を踏まえた二つの戦略に着手することとなりました。

一つ目は販路開拓の先行です。バニラはコチョウラン科の植物で生育速度が遅いため、植え付けから収穫までは早くて２～３年の時間がかかります。そのため、奄美産バニラの販売開始までに顧客を見つけておく観点から、インドネシア産バニラの輸入販売を行っています。本来、途上国からの輸入はリスクも大きいものですが、タンザニア赴任中の経験を生かすことで、スムーズな輸入経路を確立することができました。



スイーツ作りに欠かせないバニラビーンス



奄美のバニラ農園の様子



奄美の食材とバニラがコンセプトのカフェ

二つ目は飲食店・加工所の展開です。バニラは本来農作物ということもあり、実の長さや見た目などの問題で、正規の値段で売れない規格外品がでる可能性があります。また、バニラの販売には、自分たち自身がその活用方法のノウハウや知見を持っておく必要があります。

そのため、２０２３年10月、奄美空港近くに、奄美の食材とバニラをコンセプトとした「ＡＭＡＭＩバニラファームカフェＰｏｌｅＰｏｌｅ」をオープンすることになりました。

飲食経験のない私にとって大変なことばかりでしたが、同じく飲食店を経営する弟や、大工の叔父等、ここでもたくさんのご縁に支えられ、本年10月には無事に１周年を迎えることができました。またその間、製菓製造業の許可も取得し、現在では自社で製造する商品を島の土産店や、ふるさと納税の返礼品などでも展開しています。

◆◆◆今後の課題

ここまで少しずつ歩みを進めてきましたが、今後の課題もあります。

一つ目は台風のリスクです。今年は強烈な台風が何度か到来し、島内で多くの被害がでました。幸いなことに、防風林に囲まれたバニラ農園は軽微な被害で済みましたが、それでも今後の栽培規模拡大においては場所選びや施設の対策が必要となってきます。

二つ目は、バニラは収穫してから特殊な加工が必要となる点です。バニラの香りは、収穫したバニラの実を「キュアリング」と呼ばれる加工工程を経て生成されます。そのため、マダガスカル等の主要生産地と同程度の品質に至るまでにはある程度の時間と研究が必要になると考えています。こちらはタンザニア赴任時代に得た学術機関とのご縁からの協力も得つつ、確実な加工技術の確立を図りたいと思います。

このように、バニラ生産に向けてはまだまだ多くの課題があります。しかし、生産体制を確立できれば、将来きっと奄美の農業や日本の製菓業界に新しい価値を生み出すことになると考えています。

また、これまでの私の歩みはたくさんのご縁に支えられてきたからこそと感じています。そういった方々への感謝の気持ちや、農水省時代から続く農村振興に向けた想いを忘れず、バニラの生産体制確立を通じた奄美での新しい価値創造に向けて引き続き頑張りたいと思います。

農業イノベーションによる地域づくり

10 株式会社沖縄ＵＫＡＭＩ養蚕（沖縄県）

養蚕×科学で世界唯一のモノづくり
―「エリ蚕」活用し新産業創出―



株式会社沖縄ＵＫＡＭＩ養蚕　代表取締役
● 仲宗根　豊一

・生物が持つ多様な機能、物質生産能力、動植物本来のエネルギー、生命力。
・山原の亜熱帯気候という地理的優位性、生まれ故郷山原の発展。
・子供の頃のようにワクワクする。

これらのキーワードをつなげてくれた「エリ蚕（さん）」と目的を共有する仲間とのモノづくりは、唯一無二への挑戦の扉を開いてくれた。

昆虫を活用した新たな産業の創出は、雇用の創出だけでなく、地域の稼ぐ力の向上や関係人口の創出・拡大、人材育成など地域産業活性化の貢献にもつながる。これから地球を救うのは昆虫かもしれないと考えている。

◆◆◆ 山原からの挑戦

山原（ヤンバル＝沖縄県北部地域）には、チョウやトンボなど多様な昆虫が生息している。ユニークな生態、色鮮やかで変わった姿かたちとさまざまな昆虫に出会うことができる。

山原で過ごした幼少期、人間には全く真似できない優れた機能や体の構造をもつ昆虫や小さな生物に興味をもった。なかでもクモが腹部から糸を出す姿に魅了された（これは余談だが、昆虫の足は6本。クモの足は8本である。したがって、クモは昆虫ではない）。なぜ糸が出てくるのか、どれだけの糸が出るのかと興味深く眺めていたのを今でもよく思い出す。この糸を出すクモをワクワクしながら仲間とともに眺めていた時間が、現在の私の企業活動の礎となっている。小さな世界を少しずつ広げ、やがて、動かないものから動くものにさらに興味の幅が広がり、現在の活動につながっている。

◆◆◆ 化粧品原料やワクチン開発も

弊社で養蚕しているエリ蚕は、一般的な桑を食し成長する蚕とは異なり、熱帯植物であるキャッサバを餌とすることから日本においては唯一沖縄が商業飼育（養蚕）に適している。エリ蚕は成長する過程において、卵→幼虫→さなぎ→蛾（が）と劇的な変身をとげる「完全変態昆虫」である。

この成長過程に着目してエリ蚕の繭は自社技術により粉末化し、化粧品原料として用い、自社ブランド「ＶＩＬＡＮＪＥ（ヴィランジェ）」を展開している。繭の収穫とあわせ、さなぎが副産物として採れることから、さなぎを用いた冬虫夏草（ＵＫＡＭＩ琉球夏草®）の栽培やさなぎのタンパク質を用いた動物用のワクチン開発に取り組んでいる。このようにエリ蚕を余すことなく用いたモノづくりとともに養蚕により地域の課題解決を効果的に解決する仕組みを備えたオンリーワンのモノづくりを展開している。





耕作放棄地を活用したキャッサバの植え付け作業

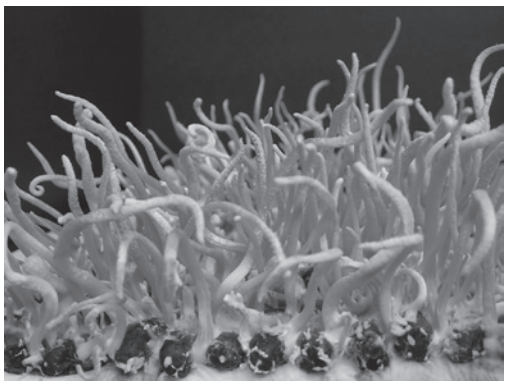
◆◆◆ 地域課題解決に貢献

多くの地域が抱える課題のひとつである「耕作

放棄地」は、エリ蚕のエサとなるキャッサバを栽培する圃場として活用し、遊休地解消に貢献している。養蚕の作業においても地域の抱える課題解決につなげている。機械化することが難しいアナログである養蚕の作業は、人材の確保が必要となる。弊社は、当初から「年齢や性別、健常者も障がいを持つ方も境目のないフラットな職場で皆が活躍しモノづくりを発信する」ことを目指しており、このことが「高齢者雇用」「農福連携」につながっている。

高齢者雇用により、耕作作業や植え付け作業等圃場の場において、植物を育てる達成感や充実感を分かち合い、これが健康な身体づくりにつながり、健康長寿への取り組みにもつながっている。また、障がいをもつ方も積極的に雇用しており、聴覚や精神に障がいをもつ方も圃場での耕作作業、エサの収穫やエリ蚕の飼育を担っている。さなぎと繭＝シルクを分別する作業も地域の就労支援B型事業所と連携して行っており、障がいをもつ方の活躍の場を広げ、所得向上へつなげている。

これらの取り組みは、人材の確保だけでなく、業務を見直し、最適化・効率化を図るきっかけとなるとともに多様性のある企業文化、組織作り、社会的責任を果たす企業としての価値創出・イメージアップへとつながっている。



エリ蚕のさなぎで栽培するUKAMI琉球夏草®（冬虫夏草）



地域の学生への出前授業（人材育成）



農福連携による作業風景

◆◆◆ 発見・発明・発売まで行う新しい農業

弊社のモノづくり（商品開発）は、単に農林水産物を収穫・生産するだけでなく、売るための工夫をし、付加価値を付けるための加工から流通・販売のルートを固め、地域の資源や強みを最大限に活用し、域外の需要（消費、投資）を取り込みつつ、域内で経済の好循環を生み出している。これらは、地方創生の切り札となる農林水産資源の活用、6次産業化の市場規模拡大、輸出促進につながっている。

◆◆◆ ワクワクする未来へ挑戦

地球上でもっとも繁栄している生物は、我々人間と答える人が多いと思うが、多くの種に分かれ、この地球上のあらゆる場所に生息し、数の上で圧倒的に優位にたっている生物は昆虫である。小さい頃から昆虫好きで、縁あって昆虫に関わる仕事をしている私は、昆虫（エリ蚕）の命を有効活用した商品の研究開発において、成長し続けるチームのリーダーを務めている。チームワークを考えた時、ひとりひとりが力を高めることはもちろん有効だが、メンバー同士が様々な角度から意見を出し合い、試行錯誤する中で学びながら進んでいくことで変化への対応力は1人の時よりもずっと増すと考えている。

昨今、先行きが読めず、急激なスピードで絶えず変化を続ける現代を「VUCA（ブーカ）時代」と表し、変化に素早く対応できなければ、ビジネスでも結果を出すことが難しくなってきている。「いつ、これまでのやり方が通用しなくなるかわからない」そんな状況の中で成果を出し続けるには、変化を柔軟に捉え、素早く判断し行動していく力が必要である。このことは多様性を持ったメンバーが集まることで、チームの思考力が高まり困難な状況を打破できると考えている。

私は、今後も社会の課題解決につながるモノづくりをするメンバーと共に成長し、喜びや感動を分かち合い、挑戦し続ける。また、エリ蚕で世界の扉を開き、山原の魅力、エリ蚕の持つ可能性を、ここ沖縄から発信し続けていきたい。

農業イノベーションによる地域づくり

農山漁村の多様な地域資源を生かした価値の創出



農林水産省農村振興局
都市農村交流課　課長
● 廣川　正英

はじめに

本年5月29日、農政の憲法とも言われる「食料・農業・農村基本法」の改正法が成立した。25年ぶりに改正された基本法では、国民一人一人の「食料安全保障」を柱に据え、「環境と調和のとれた食料システムの確立」を基本理念に位置付けるなどの見直しが行われたが、「農業の持続的な発展」の基盤たる役割を果たしている農村については、人口が減少する中でも地域社会が維持されるよう「農村の振興」が図られなければならないとし、新たに〝地域社会の維持〟という目的を明記したことがポイントである。とはいえ、これは真新しい視点ではなく、これまでも地域社会の維持を図るため、様々な取り組みが行われてきた。しかるに今般、〝地域社会の維持〟の観点が基本法に位置付けられたことは、農業が有する食料の安定供給機能および多面的機能を発揮させるだけでなく、社会的共通資本としての農村が、その役割を果たす上で不可欠な地域社会を維持しなければならない旨、都市住民も含めた国民全体の問題として明確化し、農村協働力を発揮させつつ、関連する施策をより一層推進する必要があることを示唆したものと言える。

地域社会を維持するためには、それを構成する人が何より重要であり、これまでも、所得と雇用機会を確保し、若者も定住できるような「しごと」づくりを推進してきた。しかし、日本の人口そのものが減少する中、人口移動できる人的資源は限られており、また、東京一極集中の是正を図ることは容易ではない。このため改正基本法では、移住者だけでなく、仕事で都市と農村を行き来する者、農村に親戚がいる等のルーツを持つ者、観光や農業体験のために農村を訪問する者といった農村との関わりを持つ者に着目し、広くこれらを農村における地域社会を形成する者として捉えることとした。これは、遠く離れていたとしても農村に心を寄せ、お気に入りの地域が長く元気であるよう、何かしら協働できるのではないかというDX時代ならではの期待を込めたものかもしれない。そしてその上で、総合的に推進すべき基本的施策の一つとして、「農村との関わりを持つ者の増加に資する産業の振興」を新たに明記したのである。

農村と関わりたいと思う者を増やすためには、それぞれの地域が独自性を生かし、工夫しながら魅力ある産業を興すことが重要となる。令和2年に閣議決定された食料・農業・農村基本計画では、農業を起点とする「6次産業化」を発展させた取り組みとして「農村発イノベーション」を打ち出したほか、農業以外の産業と連携した施策として「農泊」や「農福連携」を推進するとした。これらは、農林水産物以外の多様な地域資源も活用し、農林漁業者はもちろん、農外企業なども含めた多様な主体の参画・連携の下で付加価値を創出しようとするものであり、今後もこれらを推進する必要性は変わりない。改正基本法第45条、第46条、第49条でも、それぞれ6次産業化、農福連携、農泊に関する施策を講ずることが新たに明記されている。

ただし、こうした施策は、実態上、それらを組み合わせて取り組むことにより、相乗的な効果を上げているケースが多い。農村の振興は一朝一夕で成り立つものではなく、施策効果とリスクの発現プロセスを検証しながら、ハード・ソフトを組み合わせて総合的に推進することが重要である。国はその持続性に留意しながら、自立的な地域社会が実現するよう後押しすべきだが、ここでは、それぞれの施策の意義等を紹介しつつ、今後の展望について概観することとしたい。

新たな価値を創出する「シン6次化」

先にも述べたが、現行の基本計画では「農村発イノベーション」という取り組みが打ち出された。その後、広く「農山漁村発イノベーション」と呼ばれるようになったが、ここでいう「イノベーション」とは、新技術の発明といったことだけではなく、新しいアイデア、農村で言えば、地元に住んでいると気が付かない地域の特徴や特性を強みとして磨き上げ、新たな価値を創造することにより、地域に収益をもたらそうとする発想という意味で用いられている。ただ、イノベーションという言葉は紛らわしいといった声もあるため、ここでは、6次産業化を一歩進めた取り組みということで「シン6次化」と呼ぶ。

1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業を一体的に推進し、農林水産物の付加価値を高めようとする6次産業化で重要なのは、「農家所得の向上」「地域経済の活性化」「消費者との直接的なつながり」である。少し古い試算値だが、コンビニで1個105円で売られているツナマヨおにぎりの場合、その価格の大半は卸売・小売マージンや加工・流通経費であり、コメ農家の売上分はわずかに16円、所得に至っては約2円（1・6％）にすぎない。販売価格が同じだとすれば、直売所で加工、販売した方が、生産者や地域の所得が増えるのは自明だろう。また、物流コストが高まっている昨今、地域内でモノを流通させた方が経済的であり、地球にも優しい。さらに、地域に足を運んでくれる消費者とのつながりを築くことにより、消費者ニーズに合った商品開発を行うことも可能となる。

ここで、商品ではなく地域に足を運ばせるコンテンツ（コト）を開発するという視点に立てば、世界的に評価される伝統的な食文化、心安らぐ美しい農村風景、循環を基調とした豊かな農的空間など、農山漁村の多様な地域資源を活用しない手はない。



竹林景観を生かしたキャンプ事業の展開（宇都宮市の〈株〉ワカヤマファーム）

農林水産省では、こうした取り組みを推進するため、農林漁業者や農外企業などの多様な主体の連携を促しつつ、商品・サービス開発や施設整備等に対して幅広く支援している。また、農山漁村における新たなビジネスの創出を支援するため、起業促進プラットフォーム「INACOME（イナカム）」において、地域資源を活用したビジネスコンテストや起業支援セミナーの開催、地域の課題解決を望む地方公共団体と地域の発展に貢献したい企業とのマッチングに取り組んでいる。

地域が抱えている課題を前にただ悲観することなく、これまで関わりのなかった他の事業者等と接点を持つことにより、課題の解決だけでなく地域の発展に向けたアイデアが生まれるかもしれない。初期投資や運転資金の確保、専門知識の習得、人材の育成など、「シン6次化」を成功させるためには様々な課題をクリアする必要があるが、農林水産省としては官民共創も推進しつつ、一歩踏み出そうとする地域を応援していく。

地域の再評価にもつながる「農泊」

「農泊」とは、農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」のことを指す。改正基本法第49条では、〝国民の農業及び農村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりのある生活に資する〟ことを目的とした、余暇を利用した農村への滞在の機会を提供する事業活動と位置付けられているが、これは、都市と農村の交流という切り口で見た定義にすぎない。すなわち、

観光施策としての側面を有するものの、農村の振興に関する施策としての農泊の狙いは、農山漁村への長時間の滞在と消費を促すことにより、そこでの「しごと」を創出し、安定的な収益の確保を通じて地域に雇用を生み出すとともに、農山漁村への移住・定住も見据えた関係人口創出のゲートウェイの役割を果たすものであることを強調しておきたい。したがって、「農泊」も「シン6次化」の一つの形である。


農家民宿における FIT 客との交流（〈一社〉仙北市農山村体験推進協議会）

そこで、農泊をどのように始めたらいいのか、失敗しないためにはどうすればいいか、といった話になるが、農林水産省の補助事業を活用し、資金調達から地域コンテンツの開発、販売・プロモーション、体制強化等に至るまで、具体的な事例を交えながら網羅的に整理された「農泊手引き（令和6年3月改訂）」が無料で公開されているので、是非御覧いただき、活用されたい。

https://www.hyakuren.org/202404010_news01/

強いて言えば、無理することなく、ありのままの地域の姿で勝負することが肝要といったところか。地域内の合意形成を図ることなく関係者の負担が増加し、農泊に対する抵抗感が生まれてしまっては元も子もない。

農林水産省では、インバウンド需要の取り込みを含む、こうした取り組みを推進するため、農泊地域の実施体制の整備や経営の強化、食や景観等の観光コンテンツとしての磨き上げ、国内外へのプロモーション、古民家を活用した滞在施設の整備等を一体的に支援している。そして、令和7年度目標「農泊地域での年間延べ宿泊者数700万人泊」および「訪日外国人旅行者の割合10％」の達成に向けて、観光庁等との連携を強化しつつ農山漁村への誘客を促進するとともに、観光資源の高付加価値化、富裕層に訴求するホスピタリティの向上等の推進を通じ、持続可能な農泊の実現を支援していく。

なお、近年、自然災害が頻発化・激甚化している実態を踏まえると、いざというときに地域住民の緊急避難所や工事関係者の宿泊先として農泊施設を活用することも考えられる。平時は所得や雇用機会を生み出す宿泊施設として、有事は地域社会を維持する防災施設として、既存施設の機能を効率的に発揮させる農泊の在り方も検討に値するのではないだろうか。本誌をご覧の自治体関係者におかれては、ぜひ、関心を持っていただき、ご意見いただければ幸いである。

未来に向けて地域の絆を広げる「農福連携」

「農福連携」は、農業と福祉が連携し、障害者の農業分野での活躍を通じて、農業経営の発展とともに、障害者の自信や生きがいを創出し、社会参画を実現する取り組みである。一般的には、人口減少や高齢化が進む農業分野で障害者の雇用や就労の形態をとるため、不足する農業労働力を障害者が補うもの、したがって「農福連携」は農業の持続的な発展に関する取り組みとみなされがちだが、障害者が地域で働くことを後押しし、「農村との関わりを持つ者」の一員として、労働から得られるやりがいを感じながら暮らしていける、地域共生社会の実現を目指したものでもあることから、その推進に当たっては、農業面のみにフォーカスすることなく、広く地域政策として捉えることが適当である。

とはいえ現実問題として、障害者に就労の機会を提供する就労継続支援事業所は、生産活動に係

る事業の収入から必要経費を控除した利益から、利用者（障害者）に対する賃金・工賃を支払う必要があり、その水準を高めるよう努力することが求められている。受託した労働を受託料の範囲で障害者に振り分け、作業・納品するといった仕組みでは賃金等の向上を図ることは難しいが、農業は、生産だけでなく6次産業化に取り組むことによってさらなる価値を生み出せるため、取り組み次第では利用者の賃金等を向上させることが可能



農業で誰もが活躍できる社会を目指す農福連携（前橋市の社会福祉法人ゆずりは会）

である。また、農作業を細分化・標準化し、障害の特性に適した作業を割り当てることにより、障害者が自信をもって楽しく業務に取り組めるとともに、生産工程管理が徹底されるため作業効率が高まるといったメリットも生じうる。さらに、品質の向上に努めつつ、「ノウフクＪＡＳ」を取得してブランディングを図ることにより、収益を高めることもできる。

令和5年度末時点で農福連携に取り組んでいる主体は７１７９件に及ぶが、その過半は障害者就労施設（A型、B型）であり、認定農業者となっている社会福祉法人もある。逆に障害者を雇用している農業経営体が、自ら障害者就労施設を開設するケースもある。このように農福連携は、それぞれの良いところを組み合わせてつなげていく広がりを持つものであり、これもまた「シン6次化」の一つの形と言えよう。

本年6月、内閣官房長官を議長とする「農福連携等推進会議」で決定された「農福連携等推進ビジョン（２０２４改訂版）」では、障害者だけでなく、高齢者、生活困窮者、ひきこもりの状態にある者、犯罪をした者にも支援対象を広げ、ユニバーサルな取り組みとして「農福連携等」を推進することとされた。農林水産省としては、厚生労働省等との連携を強化しつつ、「農福連携等に取り組む主体数を令和12年度末までに１万２千以上、地域協議会に参加する市町村数を２００以上」の達成に向けて、市町村等が参画する地域協議会の活動を後押しするとともに、「ノウフクの日（11月29日）」の制定等による国民的運動の展開、ノウフク・アワードを通じた優良事例の横展開、障害者等が作業に携わる生産施設等の整備に対する支援、都道府県と連携した専門人材のさらなる育成、ユニバーサル農園の導入促進等を通じ、官民を挙げた農福連携等を推進していく。関心を持たれた方は、農林水産省のホームページを参照されたい。

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/noufuku/pamphlet.html

おわりに

地域社会の維持・発展に向け、「しごと」づくりの観点から施策を推進するに当たっては、観光、福祉の分野にとどまらず、他産業との新たな連携も模索し、民間の資金やノウハウも活用した持続的な取り組みを促す必要がある。また、地域経済を活性化させるこうした取り組みは、地方自治体の支援があることが望ましく、情勢変化にも柔軟に対応できる体制の構築が重要となる。ツールとしては、ＣＳＡ（地域支援型農業）の導入、地域通貨の発行、クラウドファンディングや企業版ふるさと納税の活用といったことも考えられるが、何より重要なのは、地域が共に考え、行動を起こすことである。江戸時代後期、困窮した米沢藩を地場産業の振興によって再生させた藩主、上杉鷹山の言葉を最後に記す。

「為せば成る　為さねば成らぬ何事も
成らぬは人の　為さぬなりけり」

地域づくり12月号 特集編（通巻426号） 農業イノベーションによる地域づくり 令和6年12月1日 一般財団法人 地域活性化センター発行


一輪車


宝くじ桜


子宮がん検診車

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。


救急普及啓発広報車


宝くじドリームジャンボ絵本


集会用テント


「健康手帳」（冊子）


ベンチ


リスザル展示施設

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、公園整備、
教育及び社会福祉施設の建設改修などに使われています。

あなたに夢を。街に元気を。 クーちゃん 宝くじ

一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
https://jla-takarakuji.or.jp/