

中山間地域の産業振興策について
～福島県奥会津地域・三島町をモデル地域として～

平成 16 年 6 月



日本政策投資銀行
Development Bank of Japan

東北支店

三島町は、古くから日本一良質な会津桐の産地として有名であり、全国の桐加工産地に原木出荷を行っていました。現在でも初夏の只見川流域は薄紫の桐の花で染まり美しい風景が広がります。三島町では「桐の里」会津三島町と称し、地域のシンボルとして桐の花を大切にしています。本レポートのカラーは、そのような桐の花をイメージさせるものとししました。

中山間地域の産業振興策について
～福島県奥会津地域・三島町をモデル地域として～

日本政策投資銀行 東北支店
企画調査課 佐藤 賢志
(現北海道支店)

中山間地域の産業振興策について
～福島県奥会津地域・三島町をモデル地域として～

【要旨】

1．中山間地域においては殆どの地域が、過疎、すなわち著しい人口減少や地域産業の不振といった問題を抱えている。これまで、中山間地域は国等からの補助金をテコに地域振興を図ろうと意図してきた。しかしながら、国の財政が危機的水準にある現在、国はむしろ地方の自助努力を促す政策に舵を切ろうとしている。

本稿では、中山間地域における地域産業活性化において一定の成功を収めたと思われる事例から示唆を得た上で、福島県三島町をモデル地域として取り上げ、同地域の地域産業振興のための戦略に関する分析・提言を行うスタイルを取ることで、中山間地域の産業振興策について何らかの示唆を得ることを目的としている。

2．福島県三島町は、「さいの神」「虫送り」といった現在では珍しくなった伝統行事や「奥会津編み組細工」(平成15年9月に国の伝統的工芸品に指定)などの生活工芸品、桐製品、会津地鶏・山菜などの食材、温泉や只見川に沿った豊かな自然景観など、比較的地域資源に恵まれた地域である。古くから「ふるさと運動」や「有機農業運動」といった地域振興策に取り組んできた歴史があり、最近では「てわっさの里みやした」「みしま工人郷」といった取組みが高い評価を得て、脚光を浴びつつある。一方で、知名度・認知度という面では今一歩という段階にあり、さらなる地域活性化を図るにはより一層の工夫が必要である。

3．全国には条件不利地でありながらも地域資源を有効に活用して、地域産業活性化に成功した地域がある。本稿では、それぞれの切り口から5つの事例を取り上げた。地域住民の参加を促して地域活性化に成功した徳島県上勝町、ゆずを中心に「村を丸ごとブランド化」することによって地域活性化に成功した高知県馬路村、先人の知恵を生かす住民の行動、地域文化の発掘・継承、高齢者の参加などにより地域活性化に成功した愛知県足助町、利益最優先の独立採算の第三セクターが奏功して地域活性化に成功した岐阜県旧明宝村(現岐阜県郡上市明宝地区)、地域資源の徹底的な活用による新商品の継続的な開発によって地域活性化に成功した岩手県川井村、である。

4．上記ケーススタディから、中山間地域の産業振興への示唆として以下の4点を抽出した。地域は千差万別であり、それぞれの地域で地域資源の徹底的な洗い出しと選択、地域文化の発掘・伝承がなされていること、地域を広く知ってもらうよう広告宣伝戦略・継続的な話題づくり、地域丸ごとのブランド化などがなされていること、地域内で事業が軌道に乗ったら継続性を持たせることがで

きるように好サイクルを循環させていること、利益を上げることを至上命題とした独立採算制の地域産業振興会社の運営を行い人事など体制面でも工夫をこらしていること、である。

5. 地域産業振興のモデル地域として取り上げた福島県三島町について、SWOT分析の手法を用いて地域の内部資源の持つ「強み」、「弱み」、地域を取り巻く外部環境における「機会」、「脅威」を整理した上で、地域産業振興のための戦略の方向性について考察した。

同地域の「強み」としては、伝統的工芸品の生産が受け継がれていること、観光振興に寄与する地域資源が豊富であること、近隣に著名な観光地・観光資源があること、古くから地域振興に熱心に取り組んできた歴史があり、地域に人材がいること、の結果、レベルの高い支援人材を得ており、域外とのネットワークを有すること、の結果、地域に外部からの注目が集まり始めていること、地域の伝統文化が発掘・継承されていること、首都圏から電車や車でアクセス可能なこと、がある。一方、「弱み」としては、人口減少、高齢化が進行していること、地域の認知度・知名度がまだ低いこと、観光面で「食」の誘引力が不足していること、観光面で多様な宿泊施設や地域内での公共交通手段が不足していること、官民協働の機運の盛り上がりはまだ十分でないこと、地域振興への住民の参加が十分ではないこと、首都圏からの時間距離が長いこと、に整理された。これに対して外部環境の「機会」(ライフスタイルの見直し、食の安全志向やスローフードに関する関心の高まり、エコツーリズム、グリーンツーリズムに対する関心の高まり、など)、脅威(潜在的なデフレ圧力の存在、日本経済の成長率の低下、高齢化の進行、地方交付税の削減などによる地域格差の拡大、など)を考え合わせて、以下の戦略を導出した。

SO戦略(強みを生かして機会を最大限に活用する)としては、三島町が推進する「三島町エコ・ミュージアム構想」を一層推進して首都圏等からの来訪者を増やすこと、近隣の観光地の来訪者を奥会津にも呼び込むための仕掛けを強化すること、国や県の地域再生への支援強化を活用して地域産業振興策を強化すること、が考えられる。次に、WO戦略(機会や強みを最大限に活用して弱みを克服する)としては、奥会津地域を丸ごとブランド化すること、新たな「食」の目玉を開発すること、来訪者へのワンストップサービスを行うツーリズム組織を作ること、奥会津地域の地域産業振興への住民参加を促進すること、工芸品の職人などの移住を促進し、人口の社会増を目指すこと、郡山等から奥会津直行バスの運行を誘致すること、などがある。ST戦略(強みで脅威を最小限にする)としては、既述のSO戦略、WO戦略などで、奥会津地域の伝統や地域資源・地域産業を発掘・継承・育成することで、奥会津らしさを守りながら地域住民が誇りを持って生活できる地域、憧れを持って域外から移住してくる人のいる地域、産業が振興され雇用や税収が確保できる地域としての持続性を高めること、が考えられる。

6. そのような地域産業振興の戦略を実行に移すための仕組みについて、事例研究から抽出した示唆を参考にした上で、2点提言してみたい。地域の住民、地域の行政、企業、各種団体等の構成員がそれぞれ個人の資格で参加し、域外の専門家も交えてまちづくり・産業振興に関する議論を行うよう

な場(たとえば「まちづくり勉強会」)を設け、議論を継続することによって、住民を中心として地域全体でまちづくりの方向性についての共通認識を醸成する。小さな規模からでも「コミュニティ・ビジネス」を確実に立ち上げていくとともに、例えば町村合併後において、これらの事業の更なる発展のために各事業に共通するプラットフォーム的な部分あるいは隙間的な部分で新しい事業を立ち上げたり、全体的な視点で各事業主体の連携をコーディネートしたりする「奥会津振興公社」(仮称)のような組織を立ち上げる。

将来的には、これらの取組みを継続することによって、奥会津の知名度・認知度の向上、さらに進んで「奥会津地域の地域ブランド化」まで実現することができれば、様々な事業にまで波及・相乗効果が達して地域全体の産業振興につなげることが期待できよう。

7. 事例でみてきた中山間地域では、そのような地域ブランドがある程度構築され、様々な分野にそのメリットが波及しており、子供たちを含めて地域の構成員全体が自分達の地域に誇り・自信を持つまでになっている。そのような地域づくりを目指すには、地域住民の間である程度共通するビジョンを醸成する努力を積み重ね、規模は小さくともビジネスの成功を積み重ねながら、「地域ブランド」の構築を図りつつ、地域全体の大きな成功、持続的な成功に繋げていこうとする姿勢が大事であるように思われる。

【担当：東北支店 佐藤 賢志(現北海道支店)】

【目次】

中山間地域の産業振興策について

～福島県奥会津地域・三島町をモデル地域として～

要旨

はじめに	1
第1章 過疎問題について	2
1節 中山間地域の産業振興の成功とは何か	2
2節 中山間地域振興の意義と成功事例	3
第2章 福島県三島町について～中山間地域において産業振興の可能性を持つ モデル地域としての視点から～	4
1節 福島県三島町の概要	4
2節 福島県三島町に関するデータ	5
第3章 地域活性化の成功事例	11
1節 上勝町～地域住民の参加を促し地域活性化に成功	11
(1) 上勝町の概要	11
(2) 地域活性化への振興策	12
2節 馬路村～ゆずを中心に「村をまるごとブランド化」すること によって地域活性化に成功～	14
(1) 馬路村の概要	14
(2) 地域活性化への振興策	15
3節 足助町～先人の知恵を生かす住民の行動、地域文化の発掘・ 継承、高齢者の参加などにより地域活性化に成功～	17
(1) 足助町の概要	17
(2) 地域活性化への振興策	18
4節 明宝村（現郡上市明宝地区）～独立採算の第三セクターが 奏功して地域活性化に成功～	20
(1) 明宝村（現郡上市明宝地区）の概要	20
(2) 地域活性化への振興策	21

5 節 岩手県川井村～地域資源の徹底的な活用による新商品の継続的 な開発によって地域活性化に成功～	2 4
(1) 川井村の概要および地域振興策	2 4
第 4 章 中山間地域振興へのインプリケーション～ケース・スタディから得ら れる示唆～	2 6
1 節 地域は千差万別～地域資源の徹底的な洗い出しと選択、地域文化 の発掘・伝承など～	2 6
2 節 地域を知ってもらうこと～広告宣伝戦略・継続的な話題づくり、 地域丸ごとのブランド化～	2 6
3 節 地域内で好サイクルを循環させること、持続的・継続的な取組の 重要性	2 7
4 節 独立採算制による地域産業振興会社の運営	2 7
第 5 章 中山間地域における産業振興のモデル地域としての視点からみた福島県 三島町の課題・戦略	2 9
1 節 強み	2 9
2 節 弱み	3 2
3 節 三島町及び周辺地区の地域振興に向けた戦略	3 4
4 節 三島町が地域産業振興の戦略を実行する際の仕組みについての 提言	3 8
参考文献・参考URL	4 4

はじめに

一般的に中山間地域に対しては、過疎地域であるというマイナスのイメージを伴うことが多いと思われる。具体的には、著しい人口減少や高齢化の進展、地域産業の不振、といったことである。

確かに中山間地域の大半が長い期間にわたって地域振興策に必死に取り組みつつも、人口減少に歯止めをかけることができないなど苦戦してきたことは事実である。だからこそ国も各種の政策を通じて中山間地域の振興を図ろうとしてきたのである。これまで、多くの中山間地域は国からの補助金等をテコに地域振興を図ろうと意図してきた。しかし、国の財政状態自体が危機的な水準にある現在では、国からの手厚い資金的支援は期待し難く、今後、国はむしろ地方に地域振興の裁量をある程度委ねて自助努力を促す方向に政策の舵を切ろうとしていると思われる。

現在でも中山間地域において、地域振興策が比較的うまくいっている地域とそうでない地域に明暗が分かれてしまっているように見えるが、果たして現在、成功したといわれている地域が最初から有利な条件をもって当然の成功を収めたのであろうか。それとも、何らかの創意工夫があつてこそその成功であったのであろうか。中山間地域において地域産業振興等に取り組んでいる人たちは、当該地域の地域資源やその活かし方などについて戦略を持ち行動し続けながらも、もう一段何らかの工夫・努力を要するのではないかとの思いもあるのではないだろうか。

このような問題意識から本稿は、伝統工芸品など比較的豊富な地域資源を有している福島県三島町をモデル地域として同地域の地域産業振興へ向けた分析や提言を行うことを通じて、中山間地域の産業振興策について何らかの示唆を得ることを目的としたものである。手法としては、中山間地域における産業振興の取組みの中から、福島県三島町と同じように、あるいはそれ以上に当初条件不利と言われながらも地域産業振興に成功したと高い評価を得ている5つの地域事例を選択し、これらから地域産業振興において成功に至るまでの経緯などから、各事例に共通する、あるいは独自性のある取組みからいくつかの示唆を得るという方法をとった。また、SWOT分析の手法を用いて地域産業振興のための戦略を導出した。

なお、本調査の実施に際しては日本政策投資銀行地域政策研究センターから種々協力を頂いた。また、事例として取り上げることに快くご了承頂き、ヒアリング、資料提供等を頂いた、徳島県上勝町の第三セクター「株式会社いろどり」、高知県馬路村の馬路村農業協同組合、愛知県足助町役場、岐阜県旧明宝村役場（現郡上市名宝地区）、岩手県川井村役場の方々、並びにモデル地域として取り上げた福島県三島町の町役場をはじめとする多くの関係者の方々に、この場をお借りして厚く御礼申し上げたい。

第1章 過疎問題について

1. 中山間地域の産業振興の成功とは何か

中山間地域の振興策の評価については、経済の活性化の度合いを測る意味で人口を指標にして減少に歯止めをかけられたかどうかで判断される場合が多い。確かに従来のように、経済成長が継続した時代では、うまくやれば人口増加を期待することも可能であったが、現在のように日本の総人口が減少に転換しようとする中では、人口増加を期待することはかなり困難である。そのため、中山間地域では最近では「交流人口」（観光客入り込み数等）の増加で評価しようという考え方にシフトしてきている。

しかし、交流人口の増加といっても一過性のブーム等で観光客入り込み数が増加したとしても結局は長続きせず終わったりするなど継続性には難しい側面がある。

人口指標はもちろん重要な指標ではあるが、人口指標のみにこだわるべきではなく、また同様に交流人口の増加を図る方策についても考え方を考える必要があるのではないだろうか。そのためには、これまで見過ごされてきたこと、例えば、地域自体の生活全体の質的な向上を目指すことなどが重要である。すなわち、地域住民の地域生活に対する満足度の向上である。住民にとって魅力的な地域は外部の人たちにとってもやはり魅力的であり、同様にその地域がヒトを引きつける力を持つことを意味するのである。

これまでは、どちらかという中山間地域において、都会におもねるような振興策に傾き過ぎていたきらいがある。その結果として、何かの振興策がヒットすれば、それを真似て似たような施設・政策を採用して当該地域の独自性・ビジョンの観点が欠落した観光施設等を乱立させてしまうようなことになってしまい、結局、地域住民からも外部のヒトからもすぐに飽きられてしまうという結果を招きがちであったのである。

これからは中山間地域が、国や県などの政策をそのまま一律に適用するのではなく、地域の実状に合わせて応用することが重要であり、それができるならば中山間地域が地域活性化の活路を見いだすことができる可能性があると考えられる。

中山間地域の経済・財政状態には厳しいものがあり、すべての中山間地域の市町村が振興策を成させられるとは言えないと言わざるを得ない。中山間地域の住民がこれからの地域間競争に生き残ろうと志向するならば、現在よりさらに一層、積極的な地域における自主的な取組が求められよう。

少子高齢化社会の到来は、地域社会の構造変化に予想以上の強いインパクトを与える可能性がある。補助金依存の構造は限界に達している。交付金、補助金の見直しの議論にも左右されるが、自発的な地域振興策が求められている。

多くの中山間地域では十分に地域社会存続の危機を自覚しているが、実際の地域振興策において具体的に何を実施していくのが最適かという問題で困窮している状況であると思われる。国の支援策のメニューは手厚かったが、画一的な政策では地域への適用がうまくいかない場合が多いように思われる。ここで、地域での振興策における一段の工夫が求められているのではないだろうか。

2. 中山間地域振興の意義と成功事例

中山間地域の振興は、都市再生とともに言われる「地域再生」において重要な柱となる政策である。地域再生もその最も細部である中山間地域の再生なくしては、難しいものと思われる。大都市圏の再生とともに、一方で中山間地域を活性化することが日本経済全体の底上げを図ることにつながるからである。

また、ライフスタイルの多様化の流れから、都市と地域が連携し、地域が都市の受け皿となる必要がある。ライフスタイルを多様化し、中山間地域が都市圏住民の活動の場になればお互いにとって利益がある。都市住民にとっては、精神的な憩いにつながり得るし、中山間地域にとっては地域振興につながる絶好の機会でもある。

本稿で取り上げた事例については、中山間地域にあり当初は条件不利であったにも関わらず、地域住民やキーパーソンの尽力と地域資源を有効に活用した結果として、今日の地域産業活性化の成功につながったことから、福島県三島町のようにこれから地域産業振興策に積極的に取り組もうとしている地域にとって示唆に富むであろうと筆者が判断したものである。

第2章 福島県三島町について～中山間地域において産業振興の可能性を持つモデル地域としての視点から～

1. 福島県三島町の概要

三島町は、福島県北西部、尾瀬に源を発する只見川の流域に位置し、観光地として名高い会津地方の中心地である会津若松市からJR只見線を利用して1時間30分程度、総面積 **90.83k m²** の **87%** を山林が占めている、典型的な中山間地域である。三島町は、季節感あふれる風光明媚な土地柄であり、春には「カタクリの群生地」、初夏には「桐の花」が咲き誇り見頃を迎える。晩秋には只見川沿いの紅葉が見事である。冬期になると、かなりの積雪があるため人々の暮らしは不便になるが、山里の伝統的な暮らしを守り工夫しながらその時期を乗り越えてきた歴史がある。町はいくつかの集落から構成されているが、特に只見線会津宮下駅近くの宮下地区に町役場等の行政機関や工人の店舗が集積しており、その中心的機能を果たしている。

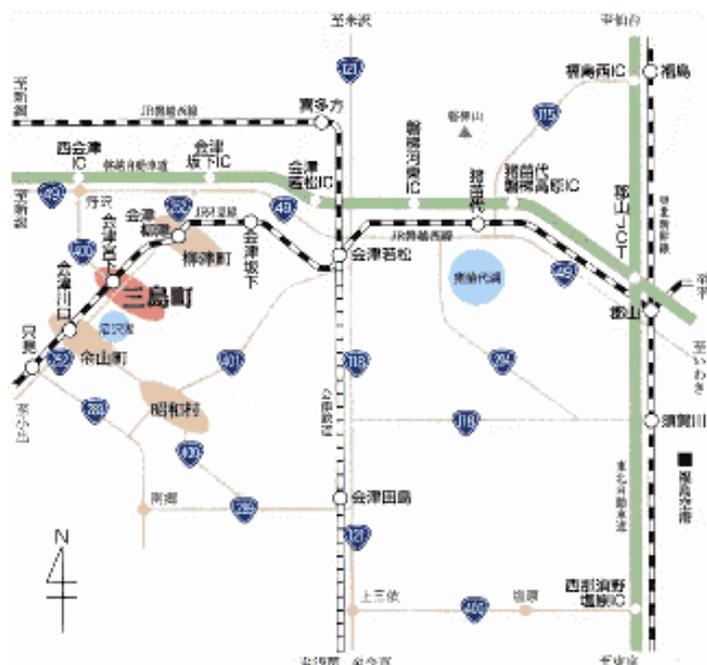
かつて主産業であった林業が盛んであった昭和30年代には、人口7,800人を数えた人口も、林業の衰退により現在では2,300人と大幅に減少しており、減少に歯止めはかかっていない。

なお、三島町は両沼5町村（会津坂下町、柳津町、三島町、金山町、昭和村）で合併協議会を設置しており、合併特例期間中の合併実現に向け協議中である。

また、三島町は伝統工芸品等の特産品類も豊富に有しており、良質な「会津桐」を産するため、桐ダンスや育児支援家具に加工されているほか、伝統工芸品では、ヒロロ細工、山葡萄細工、マタタビ細工が「奥会津編み組細工」として平成15年9月に国指定伝統的工芸品に指定されるなど高い評価を得ている。農業では、山菜を豊富に産しており、町の農産物加工場で製品化・直販されている。畜産では、会津地鶏の飼育が行われており、将来の地域資源有効活用が期待される場所である。また、町内には宮下温泉と早戸温泉があり、特に早戸温泉「つるの湯」は全国屈指の薬湯として有名である。

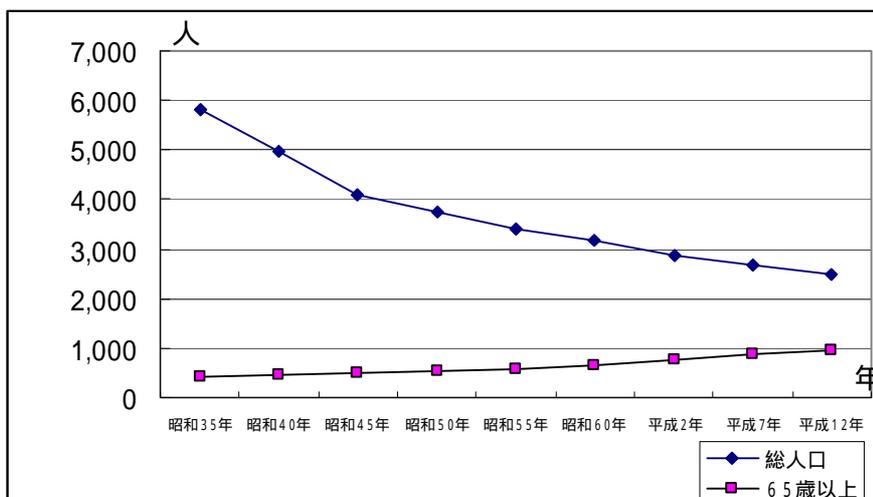
このように福島県三島町は地域資源に非常に恵まれた地域である。しかしながら、全国的な知名度・交流人口数では必ずしも十分な水準にあるとは言えず、今一段の活性化が期待される場所であり、工夫次第では十分に地域振興に成功できる要素を持った地域であると言える。

図1: 福島県三島町の位置

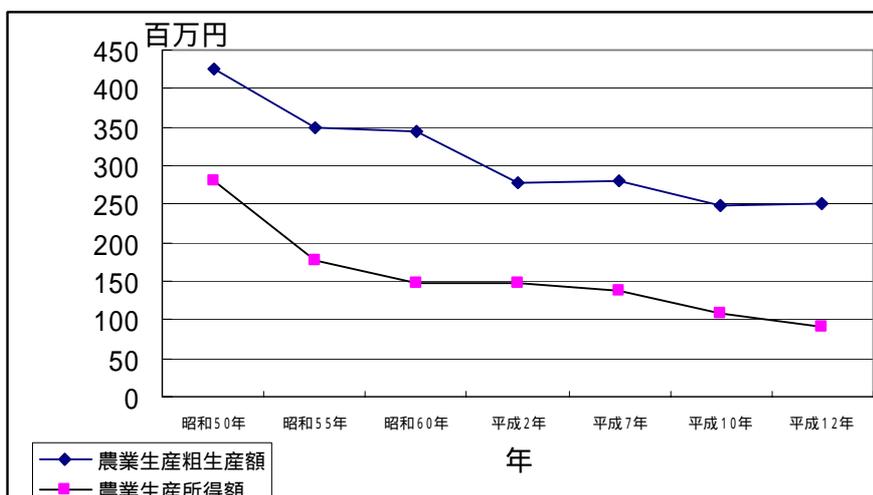


2. 福島県三島町に関するデータ

1. 人口推移（国勢調査）

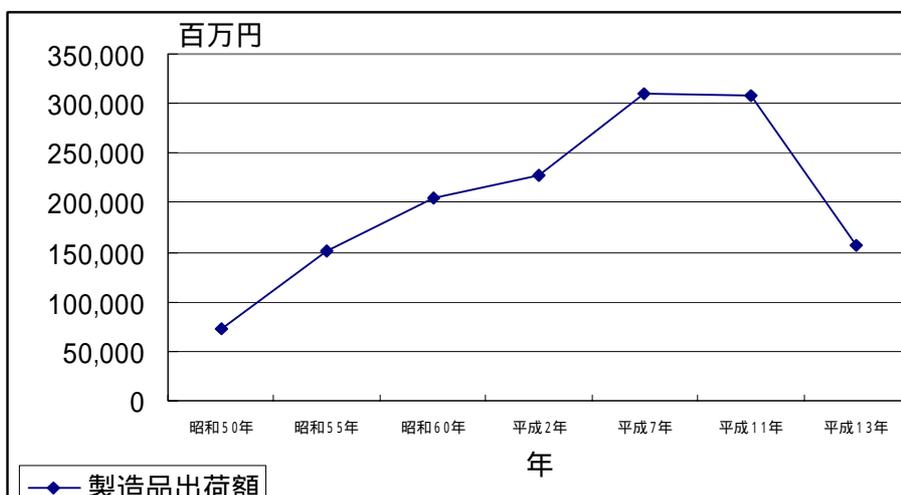


2. 農業粗生産額・農業生産所得額（農林水産統計年報）

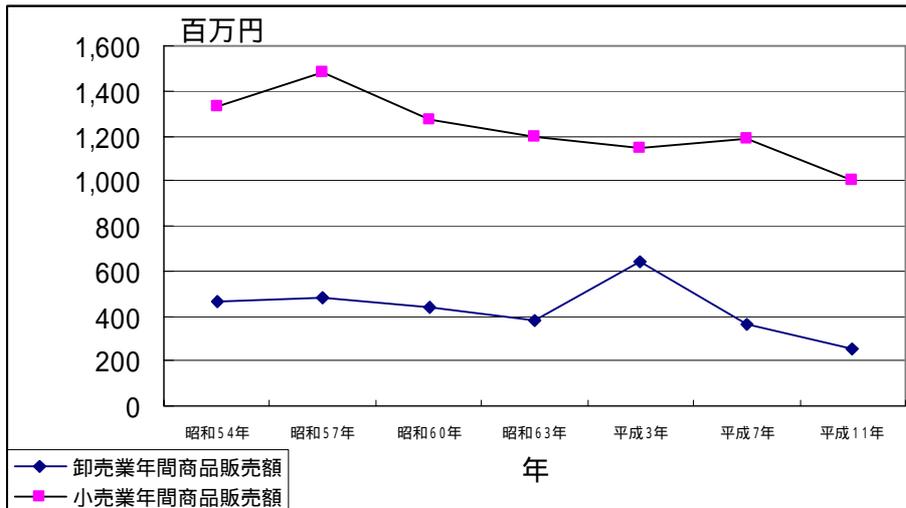


3. 製造業事業所数・従業員数・製品出荷額（工業統計調査）

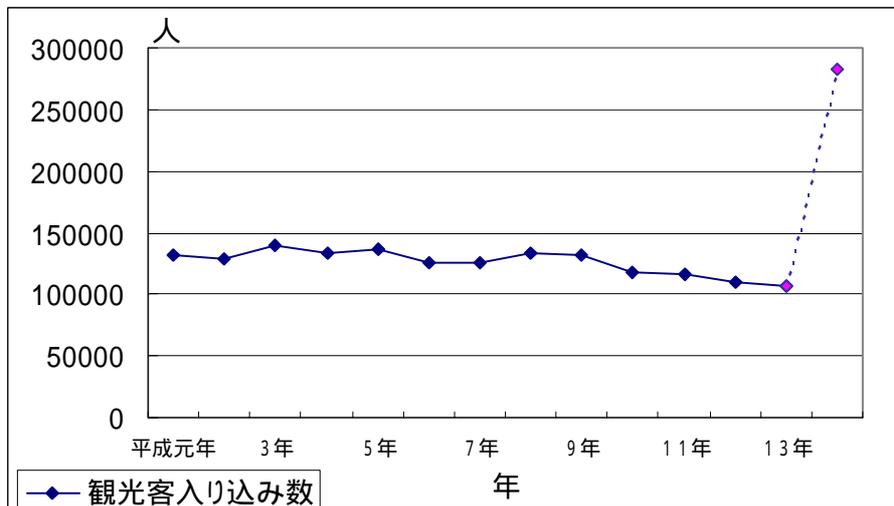
	昭和50年	昭和55年	昭和60年	平成2年	平成7年	平成11年	平成13年
事業所数	24	24	12	15	16	13	10
従業員数（人）	145	219	282	289	247	228	159



4. 卸売・小売年間商品販売額（商業統計調査）



5. 観光客入り込み数推移（三島町資料）



注：平成14年には「尾瀬街道みしま宿」のオープンによる同施設への立ち寄り客のカウント等により
28万人となっている。

6. 主な民間企業等（平成15年4月現在、業種は日本標準産業分類による）

（単位：人）

会社名	業種	従業員数
滝谷建設工業株式会社	一般土木建築工事業	86
三島エース株式会社	自動車・同附属品製造業	53
株式会社近藤組	一般土木建築工事業	52
佐久間建設工業株式会社	一般土木建築工事業	40
タキヤコンクリート株式会社	とび・土木・コンクリート工事業	38
J Aみどり三島総合支店	農林水産業協同組合	18
社団法人ふるさと振興公社	他に分類されないサービス業	15
会津桐タンス株式会社	製材業・木製品製造業	15

【三島町の観光・産業施設、イベント等】

（1）生活工芸品関連

○「生活工芸館」

現地の指導員のもと、編み組細工、木工、陶芸等を体験できる施設となっている。毎年6月第二日曜日に「ふるさと会津工人まつり」や3月に「生活工芸品展」等のイベントを開催している。地元工人達と都市住民との交流や奥会津地区のものづくりへの理解を深めてもらい、奥会津地区の伝統文化継承を目的とする中核施設である。

○「みしま工人郷」

「生活工芸運動」を展開してきた三島町が、平成 14 年から本格的なものづくりの郷として新たなスタートを切るべく「みしま工人郷」構想を開始。個人住宅の一部を公開して作品の展示や販売を行っており、現在では約 30 軒程度が参加している。特に三島町の宮下地区には 14 軒が集積しており「てわっさの里みやした」としてマスコミからも取り上げられ、近年注目を浴びつつある。

○「会津桐タンス(株)」

奥会津の厳しい自然条件の中で育まれた会津桐は、光沢があり木目が明瞭であるなど高い品質を誇る。この会津桐を加工して産業振興を図ろうと町の第三セクターとして平成 9 年に設立された。資本金は 7,300 万円で、従業員数は 14 名。最近では、主力の会津桐タンスに加えて「育児支援家具」¹の生産・販売にも力を入れている。

（2）特産品等展示・販売関連

○「交流センターやまびこ」

多目的に専門性を持った本格的な文化娯楽施設を目指して開設された。各種の展示会を行うギャラリーや、イベントホール、食事処（「食彩房」、そば等を提供）を併設する。ギャラリーでは、毎月三島町や奥会津地区に関連のある芸術家の作品展や文化展などが開催されている。

○「尾瀬街道みしま宿」

国道 252 号線沿いに平成 14 年にオープンした「尾瀬街道みしま宿」では、三島町をはじめ只見川流域町村の情報案内を行うなどの機能に加えて、町の地場製品の展示・販売、レストランでの地鶏料理（会津地鶏丼など）等の提供を行っており、三島町観光の情報発信基地としての機能を担っている。

○「物産館」

昭和 60 年に開設された会津桐タンスをはじめ、桐工芸品、木工芸品、マタタビザルやヒロロバック、陶芸品など三島町の工人たちの手作り作品を一堂に展示・販売している施設である。

○「山菜加工場」（即売所を含む）

三島町営で開設された地場農産物の加工・販売を目的とした施設である。加工場の開設により地場

¹ クレイドルチェア（揺りかご、ロッキングチェアとしても使用可能）、ベビーベット、ベビーダンスなど。町田ひろ子アカデミー（株）アイシーワークス）との共同開発。

農産物の栽培促進が図られている。

(3) 温泉・宿泊関連

○生涯学習センター「森の校舎カタクリ」

廃校になった小学校を再利用して開設された「体験型宿泊施設」。ここをベースにして木工、陶芸、郷土料理の実習、登山、乗馬、農業体験などを行ってもらうことを目的とするグリーン・ツーリズムのための中核施設。宿泊能力は、定員／80名で客室は、洋室8室56名収容、和室2室24名収容、他に会議室等を併設する。

○桐の里倶楽部

町営の日帰り温泉施設（宮下温泉）とレストランで、只見川を眺めながら食事等を楽しむことが出来る。

○早戸温泉、宮下温泉

温泉旅館、町営施設などで温泉が楽しめる。特に最近では、全国屈指の薬湯として誉れの高い早戸温泉「つるの湯」²が平成16年4月にオープンするなど、温泉を利用した観光客入り込み増が期待されている。

(4) 歴史・地域文化関連

○「さいの神」、「虫送り」をはじめとする地域の伝統行事

三島町内には貴重な伝統行事が現在に至るまで地域住民達の手により大切に継承されてきた。「さいの神」は三島町の集落ごとに豊作・無病息災を祈願して毎年1月中旬頃に行われる行事で、冬の夜空に舞い上がる火柱は荘厳である。また、「虫送り」は害虫を追い払うことを願って毎年6月頃に行われる行事であり、子供達が虫籠を持って町内を練り歩くものである。

○西隆寺三十三観音

木造の聖徳太子立像は町指定文化財。5月3日～5月5日に行われる鬼子母神例大祭は子供の健康を願う意味が込められている。境内には女性石工師が彫った乙女三十三観音が点在しており、そのひとつひとつに先住（職）の故遠藤太禅氏の作った詩が添えられている。先住の著作（詩集「観世音声を限りに」ほか）から西隆寺を知り、遠くから訪れる人もいる。

(5) 食関連

○会津地鶏、そば、山菜など

会津地鶏は国内において会津地方にのみ存在する原種で、一説には約400年前から奥会津地方に生息していたと言われている。恵まれた自然環境の中、町内の事業者（有限会社みしま農産）により放し飼いや山から引いた清水・地元で取れた野菜を与えるなど独自の飼育方法で育成されている。現在

²従来からあった湯治棟と今回新築された日帰り温泉施設（露天風呂付）とから成る。泉質は塩化物泉で効能は多岐に亘るが、特に外傷、手術後（傷の回復）に対する効能は絶大とされている。

では町内の各施設で会津地鶏を活用して「地鶏塩焼き」、「地鶏セイロ」、「地鶏鍋」、「地鶏丼」、「会津地鶏ラーメン」などとして提供されている。これに加えて、古くから「そば」や「山菜」を利用した郷土料理もある。

(6) 自然など

○美坂高原

標高 **600m** の場所に美しい高原風景が広がっている。ふるさと振興公社が管理・運営するハーブ農園・売店・レストハウス、バーベキューガーデン、そば打ち体験施設、釣り場、サイクリングロードなどがあり、高原の自然を堪能できる憩いの場となっている。また、イベントとして、7月に「ラベンダーフェスティバル」、7月下旬から8月にかけて「サマーフェスティバル」、10月の第一日曜日に「牛肉まつり」なども行われる。

○大林ふるさとの山

山の中の静かなキャンプ場で、自然散策遊歩道も整備されている。春には可憐なうす紫色のカタクリの花、初夏には桐の花に彩られる。

○只見川にかかる鉄橋、大橋など（若葉・紅葉・積雪シーズンには絶好の写真撮影スポット）

町内で只見川にかかる鉄橋には、只見川第一・第二・第三鉄橋があり、このほか高清水大橋、三島大橋、歳時記橋、新宮下橋がある。いずれも只見川の風景にマッチした美しい橋であり、絶好の写真撮影スポットとしてファンも多い。

○只見川ライン下り

運行期間は4月から10月までで、只見川に沿って広がる森や奇岩などの景観を楽しむことができる。

図2：三島町内各施設等の位置



(参考) 三島町周辺の主要な観光施設など

(1) 生活工芸品関連

からむし織の里（本州唯一³のからむしの生産地である昭和村にある。からむし工芸博物館、織姫交流館、郷土食が楽しめる苧麻庵（ちよまあん）等からなる。からむし織は通気性の良さと滑らかな肌触りが特長。施設では、からむし製品を展示・販売しているほか、織物などの体験学習もできる。また、昭和村では「織姫」と呼ばれるからむし織の研修生（研修期間は1年）を11年間にわたり毎年数名ずつ受け入れており、歴代の織姫のうち10名の方が地元に残っているとのこと。）

(2) 温泉など

柳津温泉（柳津町）、玉梨・八町温泉（金山町）、大塩温泉（金山町）、只見温泉（只見町）など

(3) 歴史・文化

圓蔵寺・福満虚空蔵尊（柳津町。1200年もの歴史を持つ会津の名刹。本尊の福満虚空蔵尊は、茨城県東海村の大満虚空蔵尊、千葉県天津小湊町の能満虚空蔵尊と共に日本三大虚空蔵尊の一つに数えられ、年間80万人の参拝客が訪れている。本堂の菊光堂は只見川を望む断崖に立ち、景観の素晴らしさも特筆できる。門前商店街の食の名物は粟まんじゅう。）

(4) 食

玉梨とうふ茶屋（金山町。地元産の大豆と100年かかってしみ出てくると言われる地下水を用いて作られる、枝豆の風味が残る「青ばと豆腐」やその「生揚げ」、半豆乳状の「寄せ豆腐」、青ばと豆腐のおからで作ったドーナツ、豆乳で作ったソフトクリームなどが名物。料亭を含め全国から注文が来る。）

柳津そば街道（柳津町。そばは会津地域全体でよく食べられ、名物ともなっているが、柳津町では「そば街道マップ」などを作り誘客を促進している。）

(5) 自然

沼沢湖（金山町。約5600年前に出来たといわれる、ブナ・ミズナラの森に抱かれた神秘的な二重式のカルデラ湖。古来より大蛇退治伝説が残っている。）

(6) 鉄道関係

トロッコ列車（風っこ会津只見号）・SL只見号（会津若松駅～只見駅）

（その他）

井村君江・妖精美術館（金山町。世界中の妖精を描いた絵画、絵本、文学の資料、人形等が展示されている。金山町周辺で継がれる民話との関連で、金山町が「妖精の里・フェアリービレッジ」を掲げ、そのシンボリックな施設として明星大学の井村君江教授（比較文学）のコレクションを中心に展示する施設として平成5年にオープンしたもの。）

³ 日本では、昭和村のほかに宮古島（沖縄県）で生産されている。

第3章 地域活性化の成功事例

1. 上勝町～地域住民の参加を促し地域活性化に成功～

(1) 上勝町の概要

上勝町は徳島市から南西に 40 km、徳島県中央南東部の勝浦川上流に位置している。北部、西部を標高 1,000m級の山岳に囲まれ、南部は 1,000mから 400mまでの標高差がある。南北 12 km、東西 19 km、総面積 109.68 km²の山村地域である。上勝町の地形は標高 600m以上の地域が全体の 65%を占めており、急峻で複雑な地形をなしており、この間を勝浦川及びその支流が流れている。気候は、紀伊水道に流入する黒潮の影響から温暖であり、多雨地帯でもある。交通アクセス上は、道路が改良されており徳島市から車（県道 16 号線経由）で約 50 分と比較的短時間で県庁所在都市へのアクセスが可能な圏域にある都市近郊型の農村である。人口は、昭和 25 年に 1,190 世帯、6,356 人であったが、林業の衰退等により昭和 30 年代以降長期減少傾向を辿り、平成 12 年には 794 世帯、2,124 人にまで大幅に減少している。

かつては、ミカンと木材の産地として発展し、裕福な時代を経験したが、木材景気の終焉に加えて、昭和 56 年に当地が異常寒波に見舞われ、主産の温州ミカンが枯死、全滅してしまったことで上勝町の農林業は壊滅的な打撃を受けたが、この危機が地域活性化策を盛んにさせる要因につながった。

上勝町の耕作可能地は少なく棚田が活用されてきた。棚田は、洪水防止、水源のかん養、多様な動植物や貴重な植物の生息空間や美しい景観の提供などの様々な役割を果たしているが、平成 11 年農林水産省がわが国における代表的な棚田を「日本の棚田百選」として認定、当地、「檜原の棚田」が選定されている。上勝町の棚田枚数は多く、かなり分散しているのが特徴である。

図3：徳島県上勝町の位置



(2) 地域活性化への振興策

上勝町は65才以上の高齢者の総人口に占める比率が40%を超えているが、上勝町の高齢者は生き生きと生活しており、現在、寝たきり老人が殆どいないのが自慢である。上勝町では、環境問題に早くから取り組み、ゴミのリサイクルについての取組が進んでいる。また、道路のガードレールをボランティアが磨く活動をするなど「意識が高い」地域になっている。そもそも山村地域というのは自慢できるものがないという意識に縛られていて、山村独特の風土、ペースが根付いており、その意識を変える難しさがある。これに対する対応策として上勝町では、高齢者を含む地域住民に「情報を取り入れ、理解する力」をつけてあげることが大事であるという考え方を取り入れた。それには、地域住民に対してきめの細かい対応を行い、「もうける」ことの楽しさを教えてあげること、これがひいては地域経済（コミュニティ・ビジネス）に繋がるという。上勝町では、このために地域住民が「トレーニング」できる仕組みづくりに独自の取組を行ってきた。

現在では全国的に地域産業振興の代表例といえるまで有名になった株式会社いもどりの事業である。「いもどり」のビジネス成功ストーリーの根本に流れる思想は、まず「人は誰でも主役になれる」ということである。また、「地域資源」はすべて特産品に変えることができるという考えにたっている。田舎の悪条件は、人を批判ばかりするなどいろいろあるが、地域住民には必ず出番がある、という信念がベースにあるのである。「彩」事業とは、日本料理の季節感を演出する「つまもの」で上勝町産品のブランド総称である。そもそも、従来、板場で行われていた作業を請け負い、女性や高齢者に生産主体になってもらうことで新しいビジネスを創出している。商品の特徴としては、①行事、イベントにより注文が変動するので、②短納期、即日発送、③多品種・少量生産、等が挙げられる。生産者への受注情報の連絡は、町の防災無線システムを利用（タダ）して、百人を超える生産者に同時に情報を流し、その後は注文に応えられる生産者が「いもどり」に電話をかけてきて早い者勝ちで受注者が決まるシステムになっている。また、個別の受発注記録などを管理するために情報システムを構築しており、これは高齢者にも使いやすいように普通のパソコン機器ではなく、画面をわかりやすくしたり、入力装置（キーボード、マウス）を使い勝手の良い仕様にしてある（簡単操作）。「彩」専用ブラウザでは、市況情報や個人管理情報が簡単に見られ、ちょっとした工夫として個人の売上高ランキングを行うなどして「おもしろみ」を持たせている。こういった工夫により、活発な生産者の利用が継続されている。高齢者でも「情報を読み取り、考える力」は、道具の工夫とトレーニングで身に付くし、何よりもそれが高齢者の「生き甲斐」になり、「元気な高齢者」につながるのである。

ここで、上勝町の事例から学べることは、地域を活性化させるには、①地域活性化につながる事業で高齢者、女性の力をたくみに引き出すこと、②従来型のトップダウンから、地域リーダーが地域住民に、上手に説明を行い、住民の意識を変革するボトムアップが大事だということ、③一度、自慢できるもの（「葵のご紋」）ができれば地域に自信が持てるので、悪い話は控えめに、良い話は増える、つまり良い話の歯車を回すことができる。この好サイクルをつくり、回転させること、である。これらは町が小さいがゆえにやりやすいという側面を積極的に活かすべきである。

【上勝町の5つの第三セクター】

上勝町では、(株)いろどりを含めて町が主体となって5つの第三セクターを設立している。これら全てが単年度黒字を確保しており、町の雇用創出の大きな力となっている。

○(株)上勝バイオ

平成3年4月に設立され、資本金は上勝町、東とくしま農協等が出資構成員で約262百万円。社員数は58人（パート含む：H14/12現在）で売上高（H13年度）は約528百万円。事業内容は、椎茸人工ホダ生産販売（120万本/年）、菌床椎茸の生産販売を行っている。菌床椎茸のホダ木を生産して各農家へ納入し同時に生産指導も行っている。上勝町の椎茸生産の中核施設で上勝バイオ自体で生椎茸の生産販売にも取り組んでいる。椎茸生産施設を町が建設・リースすることでIターン者の受け入れ先ともなっている。

○(株)かみかついきゅう

平成3年11月に設立され、資本金は上勝町、一般住民等が出資構成員で30百万円。社員数は59人（パート含む）で売上高（H13年度）は約339百万円。事業内容は、主として都市農村交流センター「つきがたに交流センター」（月ヶ谷温泉）の管理運営を行っており、この施設は、宿泊、食堂、入浴施設、多目的室を備えているが都市と農村の交流拠点の主目的である。他に滞在型農林業体験実習拠点施設としてのキャンプ場、「自然の宿 あさひ」を管理運営している。このうち、月ヶ谷温泉の食堂では彩や椎茸を使用した地域食材の提供を行って高い評価を得ており、全施設での年間利用客数は22万人に達する。

○(株)ウインズ

平成8年4月に設立され、資本金は上勝町、一般住民等が出資構成員で36百万円。社員数は11人で売上高（H13年度）は約108百万円。事業内容は、主として国土調査業務の受託事業や森林事業に伴う測量・設計・管理業務の受託事業である。また、まちづくりコンサルタント業務なども幅広く実施している。

○(株)もくさん

平成8年7月に設立され、資本金は上勝町、徳島中央森林組合等が出資構成員で約1億円。社員数は14人（パート含む）で売上高（H13年度）は約160百万円。事業内容は、主として国産材を主とした建築工事の請負並びに企画・設計・管理、コンサルティング業務、KKパネル住宅、ログハウス等の加工・販売及び請負である。

○(株)いろどり

平成11年4月に設立され、資本金は上勝町、(株)上勝バイオが出資構成員で10百万円。社員数は1人で売上高（H13年度）は約18百万円。JAの営農指導員として長く「彩」事業に携わってきた横石知二氏が専務を務める。事業内容は、主として農産物の販売に関する業務、情報通信システムのソフトウェア開発並びに販売等である。具体的には町の防災無線システムを利用した「彩」受発注システムやオリジナルのパソコン周辺機器の開発などに取り組んで大きな成果を上げてきた。

2. 馬路村～ゆずを中心に「村をまるごとブランド化」することによって地域活性化に成功～

(1) 馬路村の概要

馬路村は、高知県の東部、安芸郡の中北部に位置しており、馬路地区は安田川水系に魚梁瀬地区は奈半利川水系に属している。徳島県境と隣接市町村とはいずれも標高 **1,000m**級の山岳によって隔てられた地域で、南北 **17.9 km**、東西 **13.2 km**、総面積 **165.2 km²**の山村地域である。馬路村の地形は概ね急峻で多雨地帯でもある。総面積の **96%**を山林が占めており、そのうち **75%**が国有林である。かつては村内に馬路、魚梁瀬の二つの営林署があり国有林の管理が行われてきた林業の村であった。交通アクセス上は不利な立地にあり、バスや車を利用しても高知市内から2時間近くかかる。明治 **22**年に馬路・魚梁瀬の二つの村に分かれていたが明治 **22**年に合併して馬路村となり現在に至っている。人口は昭和 **40**年に **872**世帯・**2,774**人であったが、林業の衰退とともに人口は減少の一途を辿り平成 **12**年には **516**世帯・**1,195**人にまで大幅に減少している。

かつては、国有林管理事業と森林組合を中心とした林業及び製造業が賑わう、かなり裕福な時代が続いたが、国有林野事業の経営合理化による営林署統合等が影響して地域経済の衰退を余儀なくされた。自然環境としては、魚梁瀬地区に美林として名高い天然杉林「やなせ杉」が残っている千本山がある。「やなせ杉」は、古くから朝廷奉納や幕府献上用として手厚く保護されており、土佐を代表する銘木として全国に名を知られていた。とりわけ魚梁瀬千本杉の杉林は日本でも数少ない天然林であり、秋田、吉野と並び日本三大美林のひとつとして「21世紀に残したい日本の自然100選」にも選定されている。馬路村内には、魚梁瀬地区の魚梁瀬ダム湖畔に「やなせ温泉」が、馬路地区の安田川沿いに「馬路温泉」が湧出しており、リウマチ性疾患等に効果があるとされ人気が高い。

村内を流れる清流安田川では春から初夏にかけて（6月1日解禁）鮎つりが楽しめる。四国には四万十川をはじめとして清流が多いが安田川の鮎は平成10年の四国「利きアユ大会」で一位となるなど、評判が高い。

図4：高知県馬路村の位置



(2) 地域活性化への振興策

馬路村の産業は林業と農業が二本柱である。村では平成 12 年に㈱ECOASU馬路村（第三セクター）を設立した。現在、従業員は25名で組織体制は事業班・加工班・販売班などがある。村長がリーダーシップを取り林業の新たな振興策を図ろうというのが趣旨であった。これはもちろん、面積の75%を国有林が占めるという地域の特性からも総合的に「木」を売り出す必要があるという認識があつてのことである。現在は、間伐材を利用した木工芸品を加工・販売しており、1億円前後の売上があるが林業振興との兼ね合いからもう一段の底上げを模索している段階にある。また、平成 13 年には、高知市内にアンテナショップ「森の情報館」を作り、主として魚梁瀬杉を利用した住宅建築相談業務等（設計段階から個別に対応）を行っている。

馬路村の振興策の経緯を述べる上で欠くことができない存在が「馬路村農業協同組合」である。馬路村は面積の太宗を国有林が占めており、かつて馬路営林署、魚梁瀬営林署の2つの営林署があり、伐採した材木を運搬する森林鉄道などがありかなり裕福な時代が続いたが、林業の衰退で不便な山間地に過ぎなくなり村に存続への強い危機感が生じた。そこで、わずかばかりの耕地に柚子（適作物が柚子と唐辛子くらいしかない）を植えたのが昭和40年頃だが、生産される柚子はかなり見てくれも悪く、最初から加工品とするしか道がなかった。すなわち、柚子の加工＝村の存続という状況に追い込まれていたのである。馬路村農協に「東谷専務」（当時課長）という人がいて、柚子での成功はこの人の尽力が大きい。当初は条件不利地であり、販路の開拓等でも大変悩んでいた。しかし、このキーパーソンを中心に粘り強く首都圏等で販路の開拓に努めることを継続していくうちに、昭和 63 年にポン酢しょうゆ「ゆずの村」が池袋西武の101村展で最優秀賞を受賞したのがきっかけで首都圏で柚子商品がブレイクした。ここで安心せず馬路村ではやはり昭和 63 年頃から、デザインを販売戦略の一つとして取り上げようとした。理念は「村をまるごと売り出す」である。村に関するものはすべてキャラクターデザインを統一した。デザイナーは高知市内のデザイナー松崎氏の紹介による田上氏であるが独特な画風が評判を呼び大ヒットとなった。馬路村を一気に有名にしたのは、この広告デザイン戦略である。

一方で商品販売に関しては地の利がないので産直通販を中心に据えた。戦略としては、まずは販売戦略の立案が先で、商品開発は後でということ、であった。販売する戦略に対する努力を商品化より前に行うことが大事だと考えたのである。関連製品の研究は主力製品の販売拡大の後からすれば良いとした。TVCMなどは農協と村が折半するなどして積極的に展開し、これも評判を呼んだ。

現在では通販を通じて得た顧客は名簿上35万人に達しており、この名簿を利用してタイミングを捉えてDM、電子メール、新聞やたよりを送付している。とにかく新鮮な情報を継続して発信することが必要だと考えており、DM一つとっても封筒を開けて見てもらえるような工夫をしている（統一デザインキャラクターを封筒に印刷）。また、商品の品質の差なども丁寧に説明してあげることが大事だと考えており、これが口コミで消費者間で伝播することを意識した戦略としている。

【馬路村の観光・産業施設、イベント等】

○「馬路村農業協同組合」

馬路村農業協同組合は、昭和23年の設立。当初はヤナセ杉の加工等を手がけていたが、林業の衰退により、これに変わる産品として昭和50年以降、「柚子」の加工・販売に取り組む。全国に向けた産地直送事業を手がけ、試行錯誤の末完成した主力商品「ごっくん馬路村」がヒットし、現在農協全体の年間売上高は29億円に達し、通信販売を中心とした顧客35万人を抱え、地域産業振興の中核的存在である。

○コミュニティセンターうまじ「うまじ温泉」

清流安田川沿いに昭和54年8月に開設。国土庁の補助金を利用して建設された。平成6年に宿泊棟（別館：30名収容、洋室6、和室6）、バンガロー（3棟）が完成している。

メニュー豊富（地元の産品：猪料理、鮎料理、柚料理）なレストランを併設しているほか、会議室もあり村のコミュニティセンターとして機能している。最近では年間宿泊者数7～8千人で各種施設の利用者数年間合計は約6万人に達する（H13年度）。

○馬路村ふるさとセンター「まかいちよって家」

村の活性化のための情報発信中核施設として平成8年に完成。村の商工会、観光協会、森林組合、農協が協力して村が主管して運営されている。村の柚加工品、木工芸品、温泉施設の顧客・利用者、各種イベントの参加者をコンピュータ管理。リストをもとに年賀状、暑中見舞い、DMを発送しており、村を丸ごと売り出す情報発信基地として機能している。

○「森林鉄道」

林業隆盛の頃、明治44年に馬路村田野町間に木材の運搬方法として導入された。全盛期には村内至る場所に路線が敷かれ、総延長は250kmに達したというが、昭和30年代には姿を消した。観光立村を掲げる当時の村長が復元活動を展開、その情熱が実を結び、平成3年に魚梁瀬森林鉄道が、平成6年に馬路森林鉄道が完成し、馬路村のシンボルとして森林鉄道OBを中心に運営されている。

○「ECOASU馬路村」

馬路村は平成12年、新しい林業のシステムづくりを担うべく第3セクターの株式会社エコアス馬路村を設立した。社名の由来は「明日はきっとエコロジー、いつか生態系循環の永遠の森につながるように」というポリシーからである。「森を育てる」「森を集める」「森を加工する」「森を販売する」を理念として、間伐材の商品化に取り組み、間伐材のおさらやうちわ、かなば（薄くスライスされた木片）等を製造している。高知市内にアンテナショップ「森の情報館・ECOASU馬路村」もある。

○イベント「おらが村・心臓やぶりフルマラソン」

「過疎に悩む村を元気づけるイベントがしたい」という村の若者の声から有志が結集して平成3年に実現された。開催時期は9月。平成10年に馬路のフルマラソンは専門誌「ランナーズ」で全国フルマラソン投票で第4位、前夜祭の部で1位にランクされるなど高い評価を受けた。ユニークな文言の完走証が人気を集めているなど有志の村外の人達を引きつけるアイディア・気配りが継続に繋がっている。

3. 足助町～先人の知恵を生かす住民の行動、地域文化の発掘・継承、高齢者の参加などにより地域活性化に成功～

(1) 足助町の概要

足助町は、愛知県の北東部、名古屋から1時間30分程度の位置にあり、トヨタの本拠地で有名な豊田市に隣接する都市近郊型の農山村地域である。人口は昭和30年には17,000人を数えたが主産業の林業の衰退により平成16年3月現在で9,700人にまで減少している。面積は193平方キロメートルと広大であるが、そのうち87%が山地で占められている。足助町は現在、合併特例法期間内の合併を目指し、豊田市を中心とする7市町村で合併協議中である。

足助は歴史的に、古く戦国時代に美濃街道と信州街道が交差する交通の要衝にあり、漆や綿が取引される場所として、また三河地方沿岸から信州へ塩を運ぶ路（中馬街道と呼ばれた）として重要であった。江戸時代には宿場町として栄えていたが、明治40年のJR中央本線の全面開通を機会に交通の要衝としての役割を終えた。しかしながら、その蔵作りの町並みが現在に至るまでよく伝えられてきており、往時の繁栄を偲ぶことができる。

足助町の歴史的観光名所の一つに、杉木立ともみじにおおわれた「香積寺」がある。当寺は飯盛山（はんせいざん）と号し、曹洞宗の古刹であって、応永34年（1427）、飯盛城の城主足助氏の居館跡に創建された。開基は関白二条良基と成瀬三吉丸、開山は白峰祥瑞禅師である。参道の石畳と苔・本堂・穴のあいた板木のかかる禅堂など、もの静かなわびしいたたずまいの中にあるが、かつて、常に数十名の雲水が、修行に励んだ学林としての面影をしのぶことができる寺である。

足助町の町づくりの基礎は、江戸時代初期の飯盛山にある、この「香積寺」の三栄和尚が近江で見た紅葉に感銘を覚えて当地の巴川沿いに紅葉を一本ずつ植えていったことに始まると言われる。

大正末期にもこの言い伝えに感銘した住民達の手によって植林事業が行われ、これが現在の紅葉の観光名所「香嵐渓」につながっている。

図5：愛知県足助町の位置



（２）地域活性化への振興策

足助町は、地域振興に携わる人達の間では知らない人はいないであろうというほど有名である。有名な「町並み保存運動」・「三州足助屋敷」・「百年草」を仕掛けたのは何れも小沢元町長である。

町おこしといっても切り口は、その地域で色々と考えられるが一つ言えるのは結果を短期間で求めるのは困難であるということである。地域の中に入ってしまうとなかなか地域の問題が見えにくいという点がある。幸いなことに足助町には地域の先人に先見性のある人達がいた。かつて宿場町（中馬街道：塩を信州に運ぶ路）として生きてきた気質というものがある、ソトの人達を受け入れるという土壌はあったのである。

まず、足助町のまちづくりは現在では紅葉の名所となった景勝地「香嵐溪」に始まる。香積寺の三栄和尚が400年も前に近江で見た紅葉に感銘して巴川沿いに紅葉を植えていったという言い伝えである。この言い伝えにまた感銘を覚えた大正末期から昭和始めにかけての地元の青年団体等が、自分たちのためにも美しい郷土を作りたいという一心から一大森林公園を作るべく奉仕活動で、当時高価であった杉・ひのきを伐採してまで、飯盛山全体にもみじを植林したのである。

基幹産業であった林業の衰退、交通の要衝としての地位の低下から、隣接する豊田市依存の経済構造に変わり、人口も減少し続けた。昭和45年に過疎地の指定を受けたことが大きな衝撃となった。足助のまちづくりを問い直す契機となったのである。しかしながら、過疎脱却を志向してもリゾート開発等に走るのは、無理があると思ひ、むしろ地域にある資源を活かしたまちづくりを行う方針とした。当時のまちづくりのキーワードが「保全を開発と信じる町・足助」である。ここから、昭和50年に民間と行政が協力して「足助の町並みを守る会」が発足した。昭和53年に第1回全国町並みゼミを開催して、住民達のまちづくりに対する機運は一気に高まった。これが、次に展開される「三州足助屋敷」開設の動きにつながっていく契機となった。

かねて民俗資料館建設の機運はあったのだが、人工観光化したありきたりの施設では、都会に迎合しているだけである、生きた民俗資料館にできないか、と当時考えた。また、三州足助屋敷のヒントとして香嵐溪内にある民芸料理店「一の谷」がある。創業者が「観光とは地域文化の創造である」（町役場：小沢元町長の言葉）という理念の下に、足助らしさにこだわった山里料理を提供し成功を収めた例があったのである。「三州足助屋敷」は、明治期の庄屋屋敷をモデルに工法から足助の伝統にこだわった。地元の材、地元の大工職人が奮闘し、建設現場はさながら途絶えかけていた伝統文化を蘇らせる場となった。昭和55年に足助屋敷は開設され、炭焼き、機織り、紙漉き、等を高齢者に実践してもらおう場となった。もちろん、入館料だけでは維持できないので宿泊・飲食部門も併設し、独立採算制をとっており黒字を確保している。

福祉センター「百年草」は、観光型福祉施設であり、高齢者・女性の活躍の場となっている。男性高齢者によるハム作り工房「ZiZi 工房」、女性高齢者によるパン作り工房「バーバラはうす」もちょっとおもしろさをもたせたネーミングである。地域興しは「女・老・外」という言葉があると町の職員はいう。女性・高齢者・外の人材を活用せよ、という意味である。

地域振興は地域に生きる人々の「志」が大事で、それは連綿と受け継がれるという信念を足助町で

は持ち続けることができているようである。

【足助町の観光施設等の概要】

○「香嵐溪」

足助町のまちづくりの原点となった紅葉の名所。香嵐溪の紅葉のはじまりは、香積寺の三栄和尚が寛永 11 年（1634 年）に植えたことに始まると言われる。この言い伝えに感銘して大正末期から昭和のはじめにかけて当時の青年団・婦人会が森林公園を作ろうと植林作業が行われた。「香嵐溪」と名付けられたのは昭和 5 年。香積寺の「香」、巴川の凜とした嵐気から「嵐」をとったという。現在では東海地方随一の紅葉の名所として名高くなり年間推計で 150 万人の人々が訪れるという。

○「三州足助屋敷」

三州足助屋敷は、昭和 54 年度農林水産省の山村振興法に基づく補助を受け、昭和 55 年に当地域が育んできた山村文化を継承するという理念の下、開館した。山村文化の「生きた」継承を行うために保存だけを目的とした資料館ではなく、機織りの体験施設、炭焼き、番傘づくり等の手仕事を公開し、山里の生きた暮らしを再現する民俗資料館であることが特徴である。年間平均入場者数は約 14 万人。経営主体は足助町緑の村協会（理事長は町長）。

○「百年草」

町制 100 周年を記念して平成 2 年に完成。足助にある山野・野草を慈しみ、お互い福祉の心を持って、元気に 100 歳まで生きよう、というのがネーミングの由来である。建設にあたって、「観光は福祉である」という理念の下、福祉型観光施設を目指した。現在では観光宿泊拠点に加え、町民福祉施設として、デイサービス、リハビリ教室等の施設が揃う拠点となっている。また、「高齢者が生涯現役で」という町の理念を体現する施設「足助ハム ZiZi 工房」（ハムづくり）、「Bakery バーバラはうす」（パンづくり）が併設されている。

○「城跡公園足助城」

平成 2 年に町制 100 周年を機として、かつて戦国時代に足助地方で勢力を誇っていた鈴木氏の居城足助城を再建するという計画が持ち上がった。住民代表や寄り合いなどで話し合いが持たれ本格的山城の復元構想が固まった。ふるさと創生資金等を利用して事業化され平成 5 年に開設された。工法にも足助大工が往時の技術を再現した工法で本物に対するこだわりを持たせた。現在では、シルバー人材センターから派遣された高齢者がガイドを行うなどして好評である

○A T 21 倶楽部

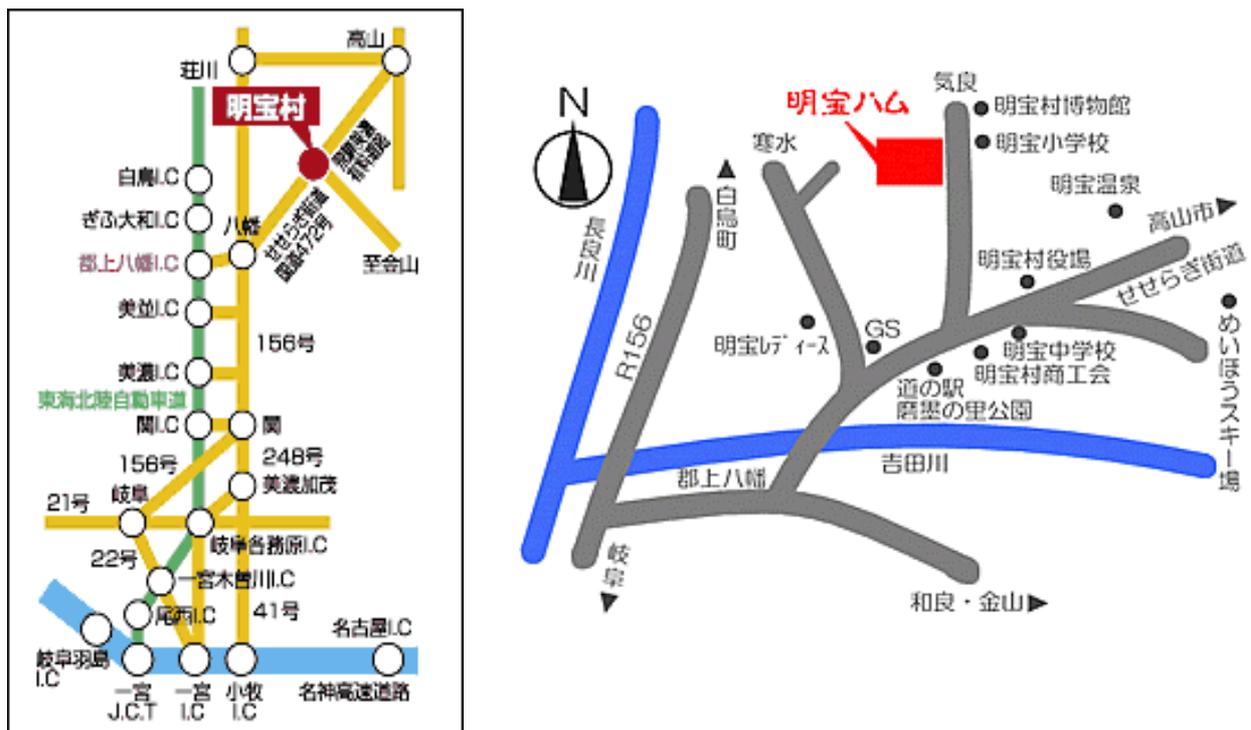
「Asuke Tourism 21 世紀倶楽部」の略称。平成 5 年に将来の足助のまちづくり・観光の将来像等を話し合う任意の団体として、主として町内の新しい観光とまちづくりをめざす若手経営者を中心に立ち上げられた会である。月 1 回程度例会を開催し、足助町内の民話、文化財、史跡等の資源をどう活用していくか検討している。この中から現在では、足助町の春のビックイベントとなった「中馬のおひなさん」（足助町の古い町並みに古くから保存されていたおひなさん約 2000 体を飾る）等が生まれている。

4. 明宝村（現郡上市明宝地区）～独立採算の三セクターが奏功して地域活性化に成功～

（1）明宝村（現郡上市明宝地区）の概要

岐阜県郡上市旧明宝村は、岐阜県のほぼ中央部、郡上市の最北部で美濃と飛騨の境に位置する。明宝村は和良山脈に囲まれた地域で、標高は約 380m から 1,625m で、総面積 154.86 km²である。明宝村は、長良川支流の吉田川、木曾川支流の弓掛川により溪谷が形成されており、総面積の 94%を山林が占める山村である。なお、旧明宝村は、平成 16 年 3 月 1 日に郡上市 7 町村が合併したため、郡上市明宝となっている。交通アクセス上は、岐阜市内より東海北陸自動車道（各務原 I.C～郡上八幡 I.C）国道 472 号線（せせらぎ街道）経由、車で 1 時間 30 分、名古屋市内より東海北陸自動車道（一宮木曾川 I.C～郡上八幡 I.C～国道 472 号線（せせらぎ街道））経由、車で 1 時間 40 分、関西方面より名神高速道路（一宮 J.C.T～東海北陸自動車道（郡上八幡 I.C～国道 472 号線（せせらぎ街道）））経由、車で 3 時間 20 分、である。明宝地区の昭和 50 年代までの産業は、豊かな森林資源を活かした素材生産と、水稲・畜産・養蚕の複合経営であった。人口は、昭和 35 年の 3,723 人から平成 15 年現在で 2,193 人にまで減少している。自然環境としては、「国田家のお花畑」があり、せせらぎ街道より吉田川をはさんで眺望できるこの花畑には、毎年 4 月下旬頃より一面に芝桜が咲き誇る。平成 8 年には「内閣総理大臣賞」をも受賞している見事なお花畑である。また、明宝村の花は「ミズバショウ」であるが、めいほう高原から荘川村へと続く山中峠の郡境に、岐阜県天然記念物の指定を受ける「ミズバショウの群生地」がある。自生の群生地としては日本最南限で、毎年 5 月上旬頃が見頃となり、湿地一面にその純白の花を咲かせる。

図 6：旧明宝村及び主要施設の位置



(2) 地域活性化への振興策

村の経済が衰退傾向を辿る中で、昭和 60 年に故高田三郎前村長が就任し、第 2 次総合計画を策定して、これまでの一次産業中心の産業構造を転換し、新たな地域産業おこし計画をスタートさせることとなった。まず、昭和 50 年代から検討されてきたスキー場計画を地域おこしの核として再検討することとした。そして、スキー場を集客の核として整備する一方で、より高い波及効果を期待して①観光施設開発、②特産品開発、③特産品宣伝・販売、をセットで推進する方針を固めた。

中核となるべきスキー場の整備は、当初村直営方式が念頭にあった。しかしながら、スキー場開発には約 50 億円が必要と試算され、厳しい村の財政事情を考慮して村単独での整備は断念せざるを得なくなった。代替案として、当時としては珍しい、村を含めた第三セクター方式を検討することとした。スキー場の経営には企業感覚、すなわち利益追求を第一とする必要があり、できうる限り民間のノウハウ活用を図りたいという考えがあった。

スキー場を第三セクターで整備するにあたり、大手デベロッパーと交渉を行ったが、当時はバブル期にあたっており、企業側との交渉は比較的スムーズに運んだ（土地は賃貸、村の保証はなし等）。ただし、ここで留意したのは企業側のペースに一方的にはまらないために第三セクターの出資者に近隣の町村を巻き込んだことである。自治体が複数入ることにより企業の意向だけに振り回されるという懸念を払拭したのである。

幸いなことにスキー場経営は、当初から順調な入り込み客数を確保しており、現在は年間約 30 万人程度で推移していて、採算ベースにきちんとのっている。

次に着手したのが、「特産品づくり」である。ここで第一に候補に挙がったのが昭和 28 年頃から地元で農協が主体となって生産していたハムづくりであった。ただし、農協側は増産にあたって生産施設を明宝村から移設するという方針を打ち出してきたため、村単独での特産品づくりを行う必要に迫られた。結局、ハムづくりのために村が第三セクターを設立した。人材は村内及び近隣町村からハムづくりに携わっていたことのある人達に協力を仰いだ。ハム自体は添加物等を使用しない安全・健康的な製品であることを PR したが、当時の健康食ブームにもものった一方、官民挙げて県のビックイベント等で積極的に販促を行ったこともあり、当初から順調にスタートを切った。村民達もお歳暮や中元等で利用するなど愛着をもってくれたので、次第に村を代表する特産品としての地位を確立していった。

また観光・販売促進施設として、昭和 63 年に村の入り口付近に磨墨の里公園を整備、シンボルとして建立した「名馬磨墨の像」が大きな反響を呼んだことから、平成元年スキー場の開設に合わせて、観光案内所、休憩施設、特産品販売所等の機能を持った施設の運営を開始し、これも順調な入り込みをもってスタートを切ることができ、平成 5 年には道の駅の指定を受けるに至った。

当初の村興し計画のセット事業が順調に運んだので、さらに観光立村として通年型の観光地となることを目的に、温泉の開発に着手した。平成 2 年に温泉が湧出したため村が村営で無料露天風呂として 3 年間解放した後、村が温泉施設を建設して観光施設「湯星館」として開設、現在では黒字確保までこぎつけている

さらに、村には昭和 40 年から 50 年ごろにかけて女性の生活改善グループ（農協婦人部）が存在したが、婦人部が実施していたスキー場での売店、青空市場の活動が期待以上の成果を上げたため、村の活性化にさらに寄与させることを目的に第三セクターを平成 4 年に設立した。村興しに女性の力を活用し、また話題性を出すためにこの会社は女性だけで構成することとしたが、主力商品である「トマトケチャップ」がTV番組で紹介されたことも手伝って大ヒットとなり、製造開始以来大幅に生産を伸ばしてきている。

旧明宝村は、かつて「明方村」といい、観光立村のイメージ戦略として「村名変更」を行うこととした。スキー場を核とした地域興しに始まり、各施設は順調に滑り出していたが、今一段の発展を目指すには村のイメージ戦略が欠かせないとの判断が村にはあった。「磨墨の里」「めいほう」をイメージづくりの核として、村名自体を文字に明るいイメージのある「明宝」に変更したのである。これと合わせて、「めいほう高原音楽祭」等のイベントを仕掛けて、村名のイメージづくりにも注力したのである。

総じて、明宝村の村おこしは自治体主導の第三セクター設立によってなされ、黒字を確保し成功をおさめてきたといえる。雇用面での成果をはじめ、何より過疎地の村民の自信に繋がる結果となった。村が主導的役割を果たす事が出来たのは、故高田前村長の存在・指導力が大きいとされる。村興しのスタート時に、前村長は村の職員に対して明確に明宝村のあるべき方向性・ビジョンを示し、それを言葉で繰り返し語ったという。「経済基盤の確立が、福祉・文化事業へ波及することを信念として、もうけよ、ひとを集めよ」。その言葉に対し、自治体職員は明確かつ具体的な目標を持ちながら、事業に取り組むことが出来たと語る。前村長は事業が成功を取めたのを見届け、病床で最後にこう言葉を残して逝去したという。「花は咲いた。」

【旧明宝村の第三セクター等】

旧明宝村は自治体が主導して第三セクターを複数設立しており、地域振興の中核施設となっているのは、後発ながら現在では東海地方随一といわれる規模を誇る「めいほうスキー場」を運営する「めいほう高原開発㈱」である。

○めいほう高原開発㈱

昭和 63 年 3 月設立で、出資者は名鉄住商工業 (33%)、明宝村 (33%)、名古屋鉄道 (16%)、八幡町 (5%) 等となっている。施設規模は、ゲレンデ 4 面、クワッドリフト 4 基、ペアリフト 2 基、コース総延長 16,120m と、後発ながら東海地方随一といわれるまでになっている。年間入り込み客数は毎年度 30 万人前後で推移しており、順調な経営となっている。雇用人員は 21 名。

○明宝特産物加工㈱

・昭和 63 年 1 月設立で、出資者は明宝村 (94.0%)、地区消費組合 (2.5%) 等となっている。明宝ハムは昭和 28 年に農山村の食生活改善と畜産振興を目的に製造が開始され、食品添加物の使用を極力抑え、良質な国産豚を原料に手作業で生産されている。生産実績は、ハム類は年間 77 万本 (H3 年度) → 171 万本 (H14 年度)、ソーセージ類は年間 20 万本 (H3 年度) → 35 万本 (H14 年度) と順調に増加している。

○㈱明宝レディース

・平成 4 年 7 月設立で出資者は、明宝村 (33.0%)、明宝特産物加工㈱ (25.0%)、㈱明宝マスターズ (20.0%) 等となっている。地元の生活改善の女性グループが主体となったため、女性だけの会社ということで話題を集めた。事業内容としては主として「トマトケチャップ」の製造を行い、当商品がヒット (7 万本/H11 年度 → 20 万本/H14 年度) し、順調な経営を続けている。

5. 岩手県川井村～地域資源の徹底的な活用による新商品の継続的な開発によって地域活性化に成功

～

(1) 川井村の概要および地域振興策

岩手県川井村は、岩手県の東部を横断する北上山系の中心部に位置し、東西 35 km、南北 31 km で総面積 563.07 km² の山村地帯である。集落、農耕地は地域を横断する小国側、閉伊川沿いに散在しており、標高は 110m から 740m にまでわたる。産業の中心は、葉たばこ、紫蘇、リンドウ、高冷地野菜、短角牛及び林業の複合経営であるが、高齢化と過疎化対策に苦慮してきた。

昭和 61 年 3 月に、このような状況に対処するため、村内における未利用資源、休耕地及び労働力を活用した商品開発・販売及び生産拡大を図ることで、雇用機会の拡大等を実現しようと地域活性化の拠点として設立されたのが社団法人「川井村産業開発公社」である。

岩手県の第三セクターに社団法人形式が多いのは、元々地域の中核であった第三セクターの多くが社団法人形式を取っており、「公社協議会」という場を設けて商品開発等で情報交換等を行っているためである。

川井村産業開発公社は、「ビーフビレッジ区界」（平成 5 年に道の駅指定）、「ペリーラ工場」「キムチ工場」「紫蘇塩蔵工場」の 3 特産品加工施設と「やまびこ産直館」（施設の管理は公社、産直部分の運営は「やまびこ産直組合」が行う）の施設を有している。

川井村産業開発公社は、紫蘇ジュース、友情キムチ、と継続的に商品開発を続けてきたが、新商品開発のため、3 施設からメンバー 7 名を募り期間限定で新規企画委員会を設立した。ここで「黒平豆」を利用した商品開発が企画され、「黒平豆きんつば」を考案した。商品化にあたっては、自前では設備・許可等の問題があったため、取引先に委託して商品化までこぎつけることに成功した。販売を直営店で実施、取引先での販売セールスも積極的に実施したが、当初は類似商品と競合するなどして苦戦した。しかしながら、販売から約 1 年経過すると購入者からの口コミが徐々に浸透して百貨店関係からの引き合いが始まり、平成 15 年 12 月には約 2,000 個を出荷するなど予想を大きく超える反響があった。社員にとっては自身で考案した商品のヒットが大きな自信に繋がる結果となった。

なお、公社では最初に開発した製品（紫蘇ジュース）においても、最初は委託生産し、事業規模が大きくなってから自前で生産設備を持つ戦略を取っている。

今後の商品についても商品の質を落とさないため出荷量等を無理せずに調整していく方針であり、今後も第二、第三のヒットを生み出していこうという社員の志気高揚に繋がっている。現在は新商品「しそっぷる」（紫蘇とリンゴを組み合わせたジュース）を軌道に乗せるべく注力しているところである。川井村では、村や有志が主催して各種イベントを開催しており、そこで商品の手応えを得て、その商品の事業展開や次の商品開発のヒントを得るべく努力している。これが継続的・持続的な商品開発に繋がっている。平成 11 年度からは道の駅などを会場として地元製品の PR を目的に「大根まつり」、「山菜まつり」等のイベントを季節毎に次々と実施しており、施設の集客にも一定の効果を挙げている結果となっている。また、川井村は村の面積の半分近くを占める国有林をはじめ、その 94% が山林で占められているため、かつてさかんであった林業に関して、新しい林業振興策に取り組んでいる。

第三セクター「ウッティかわい」（平成 4 年設立）は、間伐材を利用して近年見直されつつある木材住宅用建材を製造しており、大手住宅メーカーへの販路も開拓し順調な経営を続けている。

第4章 中山間地域振興へのインプリケーション～ケース・スタディから得られる示唆～

1. 地域は千差万別～地域資源の徹底的な洗い出しと選択、地域文化の発掘・伝承など～

地域資源（ここでは、地域が有するあらゆる資源を指すこととする）は、ある意味でかなり曖昧で分かりにくいという性質がある。特に地域に住んでいる住民達には、当たり前存在であって特別な価値を見いだすことができないている場合が多い。そこで、まずは従来からの中心産業である資源を含めて未利用である資源までを徹底的に洗い出すという作業が必要となる。ケース・スタディで見てきた地域においても、最初から売り出していきべきターゲットが決定していたという事例は少ない。むしろ、考えあぐねて困窮していたというケースが多い。中山間地域においては過疎の進展・高齢化による地域存続の危機感に発して地域活性化の策として何らかの具体的な策を講じなければならなくなったという状況に追い込まれたのである。良く「危機バネ」と言われるが、地域振興に成功した事例はこれがよくあてはまると思われる。事例でとりあげた馬路村においてもそうであるが、「この地域には何もない」と考えてそのまま無策であれば、今日の馬路村は存続し得なかったであろう。

日本全体の人口が減少に向かおうとしている中で、人口指標等の動きだけからは地域産業振興が過疎の歯止めとして効果があったかどうかの判断は難しい。しかし、地域は明らかにその前後では活性化の度合い、住民達の地域への自信などで大きく変化しているのである。

地域資源は、未利用資源まで含めるとかなり幅広く、多数を発見できるので、多くの自治体では地域資源の多くは既に把握しているが、その活用方法で行き詰まっているとも思われる。

地域内で価値を見いだせない勝手に判断してしまっている場合などを含めて、まずは①まちづくりや地域産業興しに興味・関心のある団体（官民）や個人が任意団体を構成して地域資源の見直しを行うべきである。その際に「TN法」（注：TN法については、門間敏幸編著（1996）「TN法－むらづくり支援システム－実践事例集」に詳しい）などを活用するのも一法であろう。そこから、②話し合いの積み重ね・継続から「知恵」を生み出していくことにより、地域資源の最適な組合せと選択を自分達で行うことが可能になるだろう。

愛知県足助町の「三州足助屋敷」の事例でみられたように、地域文化の発掘・伝承は非常に重要であるが、三島町でも「奥会津書房」などの任意団体が地域文化の発掘・継承に対して熱心な取組みを行っており、これらを活用していくことが地域資源の発掘・伝承、またその活用の鍵になると思われる。

2. 地域を知ってもらうこと～広告宣伝戦略・継続的な話題づくり、地域丸ごとのブランド化～

次のステップとして「地域を知ってもらうこと」がある。いくら玄人や限られたファン層にとって価値があるとしても多くの消費者に知ってもらい、実際に購入してもらうことこそが重要なのであり、ブランド力のあるビジネスを構築するには、戦略的な宣伝・広告戦略が必要である。もちろん、長期間の取組みによってもなかなか芽がでない、という事例は多い。しかし、ケース・スタディで見てきた事例では全て、最初は「小さな」取組みであっても、戦略的な広告・宣伝や継続的な話題づくりには

長期的にわたって注力してきているのである。馬路村のように村のイメージを効果的に宣伝するため、農協や村など、村に関わる宣伝に用いるキャラクター・デザインを全て統一したのは消費者に非常に大きなインパクト・驚きをもって受け止められた。また、第三セクターで独立採算性をとっている明宝村などでも広報・宣伝に関しては事業の滑り出しには非常に重要であるとの認識から資金面で積極的に協力を行っている。明宝村の明宝レディース㈱も「女性だけで構成する会社」として戦略的な話題づくりを行ったのである。そうした長期間にわたる取組の結果として、「消費者に知ってもらうこと」ができたのである。しかも良いイメージを持った商品、地域として知ってもらうことが出来た、いわば商品や地域のブランド化に成功したわけである。

一度、知名度が浸透すると今度は一過性のブームに終わらせないための努力も必要となる。それが「継続的な話題づくり」である。馬路村では、DMにも工夫を凝らしており、通常DMは開封されないことが多いので、何とか開封してもらうように封筒のキャラクターと文言に興味を引きそうなデザインを使用した。統一されたデザインで機会を捉えてDMを送付することで、一種のストーリー性を持たせて、「馬路村の世界」にうまく消費者を取り込んでいるのである。

また、岩手県川井村では、継続的な商品開発に非常に力を入れ、次々とヒット商品を生み出している。このように、地域振興の次のステップでは、「戦略的な広告・宣伝→継続的な話題づくり」とつなげていくことで、知名度・関心を消費者から離さないという努力が求められているのである。

3. 地域内で好サイクルを循環させること、持続的・継続的な取組の重要性

最後のステップとして、一旦確立した好循環を上手く回転させ続けるということがある。各地の事例に共通していたのは、地域の住民（特に高齢者や女性）をうまく地域振興に取り込み、地域内で良いサイクルを回転させているということである。上勝町では、地域の住民「全員が主役」という着眼して良い話題を材料に→「上勝町ブランドの構築」し、→地域住民の所得が向上するというインセンティブが奇与して、「知恵を生む」ことにつながり→また地域住民が自信を得て「全員が主役」という意を強くする、という好循環を生んでいる。

また、馬路村や川井村では、いったんブレイクした商品に依存するのではなく、このヒットを契機に新たな商品開発のヒットに繋げていくという好サイクルを生んでいる。どちらの事例でも、あまり無理な背伸びはせず、地域の住民あるいは第三セクターの社員が十分に市場での反応等を検討をしてから商品化を行っており、無理のないサイクルの維持に繋げている。

このサイクルはどの地域にも適用可能なのではないかと思われる。ともすれば、暗い話題が多いという中山間地域の悪循環を断って、地域振興につなげる好循環を回していくという発想が大事なのである。

4. 独立採算制による地域産業振興会社の運営

地域振興の核として第三セクターを据えるケースは多い（ケース・スタディでは明宝村）が、これを地域活性化に繋げるためには、やはり組織の体制に工夫をこらしている。たぶんに第三セクターの

組織体制として、まず職員の構成をみても役場など官の関与を大きくしている例が多い。当然ながら、第三セクターを含めて事業会社の経営では滑り出しが非常に重要であるので、ある程度の相場感を持つ優秀な人材を加えることは必要である。しかしながら、よく言われる第三セクターの弊害として官に依存してしまう傾向があり、失敗しても、結局、官が後始末をしてくれるという一種の「甘え」の構造を内包してしまうのである。

ケース・スタディでみた明宝村の場合は、第三セクター発足当時に村の職員を派遣したが、職員の身分は村の職員としてではなく、完全に第三セクターの職員とする方法をとることにした。これは、一つには役場の職員という保障を失わせることによって、「事業会社の職員である」、という自覚を強く促すという効果を期待したこと、また第三セクターにとっては役場の意向に左右されることなく比較的、自らの裁量で経営判断を行うことができるという経営の自由を確保せんとするものであった。明宝村のケースでは、もちろん滑り出しにおいて村は特に広告・宣伝では協力を惜しまなかったが、経営はほぼ完全に第三セクターの判断に委ねた。結局、明宝村ではこの方法が効を奏して職員の懸命な経営努力を生み、第三セクターが成功することに繋がったと思われる。また、村の福祉・文化の向上のために、人を集め利益を上げることが最優先すべきという前村長の信念が事業会社の職員に浸透していたことも重要なポイントであろう。

第5章 中山間地域における産業振興のモデル地域としての視点からみた福島県三島町の課題・戦略

これまで、中山間地域において産業振興に成功した事例について共通したステップ、インプリケーションをまとめてきた。本稿で中山間地域における産業振興のモデル地域として取り上げている福島県三島町が地域産業振興を図る際の課題や戦略の方向性について、ここでは東北大学経済学部の安田一彦教授が地域産業の競争戦略の分析フレームワークとしてSWOT分析を用いていることに倣い、同手法を用いて整理を行うこととする（総括表を参照：40 ページ表1）。

図表 SWOT分析における4つの戦略

	強み(S)	弱み(W)
機会(O)	SO戦略 (強みを活かして機会を最大限に活用する)	WO戦略 (機会や強みを最大限に活用して弱みを克服する)
脅威(T)	ST戦略 (強みで脅威を最小限にする)	WT戦略 (弱みを最小限にして脅威を回避する)

1. 強み

中山間地域における産業振興を目指す際に福島県三島町の持つ強みとして、以下の点が挙げられる。

- ①伝統的工芸品の生産が受け継がれていること
- ②観光振興に寄与しうる地域資源が豊富であること
- ③近隣に著名な観光地・観光資源があること
- ④古くから地域振興に熱心に取り組んできた歴史があり、地域に人材がいること
- ⑤④の結果、レベルの高い支援人材を得ており、域外とのネットワークを有すること
- ⑥④の結果、地域に外部からの注目が集まり始めていること
- ⑦地域の伝統文化が発掘・継承されていること
- ⑧首都圏から電車や車でアクセス可能なこと

①伝統的工芸品の生産が受け継がれていること

古くから奥会津地方では、冬期間の屋内作業として山ぶどうのつるやひろろ（みやまかんすげ）、マタビなどを利用した編み組細工が行われてきていたが、昭和 56 年に第一次三島町振興計画において「文化の香り高い工芸の町づくり」が提唱され、「生活工芸運動」を展開、伝統的工芸品の見直し・継承活動が継続されてきた。現在でも町内の高齢者を中心に編み組細工の生産が受け継がれてきており、平成 15 年 9 月には、「奥会津編み組細工」が「国指定伝統工芸品」⁴に指定されるなど内外での

⁴ 経済産業省の指定する伝統工芸品は全部で205品目あるが、その中で“副業としてのものづくり”や“山村のものづくり文化”にあたるものは、奥会津編み組細工の指定が初めてのものになる。

評価が高まってきている。

②観光振興に寄与しうる地域資源が豊富であること

三島町及びその周辺地区には、今後の地域振興の一つの柱となるべき観光面で、地域資源がかなり豊富にあると見ることができる。まず、古くから温泉（宮下温泉、早戸温泉など）資源に恵まれており、最近では日帰り・湯治入浴客の入り込み増加を見込んで、平成16年4月に早戸温泉「つるの湯」⁵を開設している。

また、町内にある西隆寺という古刹には「乙女三十三観音」という女性石工師による手彫りの石像があり、そのひとつひとつに先住（職）の故遠藤太禅氏の作った詩が添えられている。先住の著作（詩集「観世音声を限りに」ほか）から西隆寺を知り、遠方から訪れる人もいる。風情のある隠れた名所となっている。

食の面では、会津地鶏を活用した「会津地鶏まつり」（毎年5・9月）が行われているほか、町内の各所で会津地鶏の料理（地鶏塩焼き、地鶏セイロ、地鶏鍋、地鶏丼、地鶏ラーメンなど）を提供している。

なお、奥会津地方を貫くJR只見線はその風光明媚な沿線景観から鉄道ファンには有名であり、現在でも季節限定でSL運行、トロッコ列車の運行などがなされているが、平成17年度には観光鉄道として商品化される見込みにあり、観光入り込み増の呼び水効果が期待されている。

③近隣に著名な観光地・観光資源があること

会津地域には国内でも有数の観光地である会津若松市、ラーメンや蔵で有名になった喜多方市があることに加え、近隣には柳津町に日本三大虚空蔵尊の一つである福満虚空蔵尊を本尊とする圓蔵寺があり、また少し離れるが湯川村に国宝（薬師如来坐像、日光菩薩立像、月光菩薩立像）や数々の国指定重要文化財を有する勝常寺⁶など、空海、最澄と宗教論争を繰り広げたことで有名な「徳一」ゆかりの寺もある。近隣に著名な観光地があるということは、工夫次第でそこからの誘客も図れるという強みであり、積極的に活用していくべきであろう。

④古くから地域振興に取り組んできた歴史があり、地域に人材がいること

昭和49年に全国に先駆けて行った「ふるさと運動」や「生活工芸運動」「有機農業運動」など三島町は地域振興策の取組みに長く取り組んできた歴史がある。その系譜が現在の「てわっさの里みやした」や「みしま工人郷」などの地域振興策につながっているのである。古くから地域振興に取り組ん

⁵従来からあった湯治棟と今回新築された日帰り温泉施設（露天風呂付）とから成る。泉質は塩化物泉で効能は多岐に亘るが、特に外傷、手術後（傷の回復）に対する効能は絶大とされている。

⁶境内には、太平洋戦争中にハーバード大学附属美術館の東洋部長であったウォーナー博士（米国「戦争地域における美術及び歴史遺蹟の保護救済に関する委員会」（通称ロバート委員会）の委員）の記念碑であるウォーナー碑があり、そこには“太平洋戦争中に米軍の爆撃から日本文化上価値の高い勝常寺を守った”とある。

できた蓄積から、行政・林業・農業などのそれぞれの分野で地域づくりに熱心な人材が育成されている。

これまでは、どちらかという行政主導の印象が強い地域振興策が多かったが、民間でも三島町産の会津地鶏の養鶏事業や地鶏料理の提供、特産品の販売事業などで地域の振興に熱心に取り組んでいる人材を有している。

⑤④の結果、レベルの高い支援人材を得ており、域外とのネットワークを有すること

古くから地域振興策に取り組んできた結果、外部とのネットワークは着実に形成されてきている。特に行政分野では、三島町と同様な中山間地域の行政担当者などとの人的繋がりが形成されており、情報交換なども密である。また、外部の地域振興に関する専門家との繋がりもあって、適宜地域振興策の計画・実施にあたり助言を仰ぐ体制づくりにも注力してきている。(これまでの域外とのネットワークづくりに加え、これからは特に域内、すなわち会津地域内でのネットワーク形成にもさらに力を入れるべきであろう。会津地域には大学・企業など相応の蓄積があり、これらと有機的に結合していくことで、新たな地域振興の展開を模索すべき時期に来ているのではないだろうか。)

⑥④の結果、地域に外部からの注目が集まり始めていること

古くから地域振興に取り組んできた結果、近年では三島町の地域振興策に外部からの注目が集まり始めてきている。最近の取り組みである「てわっさの里みやした」や「みしま工人郷」などは、一定以上の成果を収めつつあり、これらの活動により「2003年度 毎日・地方自治大賞」(毎日新聞主催・総務省後援)の全国最優秀賞に、三島町の「桐の里みしま工人郷の取り組み」が選ばれている。

また、「生活工芸運動」の中心をなす「奥会津編み組細工」が平成15年9月に国指定伝統工芸品に指定され、全国伝統工芸品展などの場で注目を集めるに至っている。これらは三島町が持つ地域資源の中でも最も優位にあるものといえ、この機運を逃さずにこれらを前面に出して積極的にPRし、地域振興につなげていくことが必要である。

⑦地域の伝統文化が発掘・継承されていること

三島町には、奥会津地域に古くから伝わる伝統行事が有志の手によって現在に至るまで大切に継承されており、貴重な地域資源となっている。このこと自体は地域産業の振興や観光振興に対して直接的な形で大きく寄与するものではないが、地域住民にとっては生活工芸など他の地域資源とともに心の拠り所・誇りになっているとともに、外から見たときに地域の個性や魅力となっている。代表的な行事としては、毎年1月に豊作・無病息災を祈願して町内の集落毎に行われる「さいの神」、毎年6、7月に害虫を追い払うという意味を込めて地域の子供達が町内を練り歩く「虫送り」といったものがあり、近年、子供達への教育面での効果も高いとして見直されつつある。また、奥会津地方に古くから伝わる民話を口上で聞かせてくれる「民話語り部」の存在も貴重である(CD-ROMで販売もされている)。特に、これらの貴重な地域資源の発掘・伝承に努めているのが、地域の有志によって出版事

業を営む「奥会津書房」である。規模こそ小さいが地域文化を伝えようとの高い志⁷を持って奥会津地方に関わるテーマで出版事業を継続しており、奥会津地方の伝統文化を現在・後世に継承していこうとする書籍の内容のレベルは高く、もっと注目、評価が集まっても良い。

⑧首都圏から車や電車で行けること

これからの地域振興策を考える際に、大消費地・大量の観光客動員が見込まれる「首都圏」は最大のターゲットである。この首都圏から車や電車で行けることのメリットは大きい。九州や四国などの中山間地域と比べるとマーケットに恵まれていると言えるだろう。その点を十分に活用し、首都圏を中心とする都市住民を受け入れる体制づくりを同時に行っていけば、交流人口の増加が期待できる。

2. 弱み

三島町は、地域産業振興を図る上で既述のとおり「強み」を持つ一方で、以下のとおりの「弱み」も抱えていると考えられる。

①人口減少、高齢化が進行していること

長きにわたる三島町の地域振興策によるてこ入れにも関わらず、三島町の人口は長期減少傾向を辿っており、人口減少に歯止めがかかっていない。また、高齢者人口比率も40%近くに達しており、他の中山間地域と同様ではあるが相当高い水準にある。人口の減少や高齢化が、ただちにとはいかないまでも、これまで三島町の貴重な財産であった伝統行事や文化の継承にとって阻害要因になる懸念もないわけではない。

②地域の認知度・知名度がまだ低いこと

最近では既述のとおり生活工芸などの取組みで評価が高まってきてはいるが、全国的な知名度という点からみると、まだまだ浸透していないと言わざるを得ない。これまでの伝統的工芸品や工人郷などの取組みに加え、会津地鶏などの「食」の資源や観光鉄道などをうまく使って、知名度の向上を図っていくことが必要と思われる。

③観光面で「食」の誘引力が不足していること

観光面で消費者に地域への関心を高めてもらうには、「食」の誘引力を活用する手がある。食材とし

⁷ 奥会津書房の書籍の裏表紙には、奥会津書房設立趣旨から取った次のような一文が載せてある。「本当のものが見えにくくなった今 何を私たちは為すべきだろうか 調和のなかにあった幼き魂は どこへ行こうとしているのか まだ、きっと間に合う 失った時の彼方に 子どもたちが歩く遠い未来に 変わらぬ確かなあかりがあると信じる たくさんの願いと、たくさんの力強い手で 切り立つ崖を歩こうとする子どもたちの その足元を照らそう」

(設立趣旨等は、奥会津書房ホームページ <http://kyoritsu.co.jp/Okuaizu-syobou/> 参照)

ては「会津地鶏」や「山菜」、「そば」など魅力的な素材を有しているが、その活用という面では未だ三島町及び周辺地区ならでは、と言えるまでには至っておらず、一段の工夫を要する分野であると言えよう。

④観光面で多様な宿泊施設や地域内での公共交通手段が不足していること

三島町及び周辺地区では、比較的文化・観光施設は整備されているといえる。一方で、これまで大きな宿泊需要がなかったことから、宿泊施設の面では十分な受け入れ体制が整っているとはいえない状況にある。

また、近隣の著名観光地などからのアクセス手段としての公共交通が貧弱であり、会津地域内での観光連携を難しくしている。

⑤官民協働の機運の盛り上がりはまだ十分ではないこと、及び⑥地域振興への住民の参加が十分ではないこと

既述のとおり民間活動が盛んである一方で、これまでどちらかと言うと行政主導で地域振興策が計画・実施されてきた経緯を反映してか、地域振興に成功した他の地域と比較すると、官民協働で地域振興に取り組むという機運がまだ不足している面がある。既存の団体・個人が個々に有益な活動を行っているものの、地域全体の振興に向けて地域の住民や組織が一体感を持って取り組むというような状況には至っておらず、概して有機的に連携し切れていないという側面がある（「みしま工人郷」はこの面での成功事例であろう）。

⑦首都圏からの時間距離が長いこと

既述のとおり、首都圏から車や電車でアクセス可能ではあるものの、「首都圏」からの誘客を図る際に事実上の問題となる時間的距離が長いということが一つのネックとなっている。

3. 三島町及び周辺地区の地域振興に向けた戦略

三島町が地域産業振興に向けて抱える内部資源の「強み」と「弱み」は既述のとおりであるが、これに加えて、外部環境における「機会」と「脅威」を考え合わせて以下のとおり、SO戦略、ST戦略、WT戦略をまとめる。

三島町の地域産業振興を図る際の、外部環境における機会と脅威

○外部環境における機会

- O-1 ライフスタイルの見直し（スローライフ運動、職人志向の高まりなど）
- O-2 食の安全志向やスローフードに対する関心の高まり
- O-3 エコツーリズム、グリーンツーリズムに対する関心の高まり
- O-4 地域の伝統文化に対する関心の高まり
- O-5 国や県の地域再生への支援強化

○外部環境における脅威

- S-1 デフレの進行、日本経済の成長率の低下
- S-2 高齢化の進行（日本全体）
- S-3 地方交付税の削減などによる地域格差の拡大

(1) SO戦略（強みを生かして機会を最大限に活用する）

SO-1：三島町エコ・ミュージアム構想を一層推進し（奥会津全体への地理的範囲の拡大を含む）、首都圏等からの来訪者を増やすこと

既に地域振興策の方向性（「三島町エコ・ミュージアム構想」など）はまとまっているので、これをより一層力強く推進していくことが第一である。そのためには、市町村合併の機会を捉えて、この構想を奥会津地域全体へ波及させるものとしていくことも必要であろう。

地域の伝統文化の継承や観光資源には、十分に恵まれていることに加えて、スローライフ・スローフードといった地域にとって追い風となりうる考え方も広まりつつあると考えられるので、これを来訪者の増加につなげていくことが大事である。特にまず、首都圏で奥会津地域を認知させることが重要である。

SO-2：近隣の観光地の来訪者を奥会津にも呼び込むための仕掛けを強化すること

近隣の著名な観光地である会津若松市や喜多方市には既に多数の観光客が訪れているが、これを奥会津地域まで足を運んでもらう仕掛け作りが必要である。会津若松市（歴史・文化・温泉）や喜多方市（蔵とラーメン）と奥会津地域（自然景観・体験、伝統文化など）とでは、それぞれの持つ観光資源の性質が異なるので、うまく観光資源をパッケージして商品化できれば両地域からの延長線上での誘客を図ることも可能になってくると思われる。

SO-3：国や県の地域再生への支援強化を活用して地域産業振興策を強化すること

国では、「地域再生計画」、県では「地域産業の育成」などといった観点から新たな地域振興支援政策をとりつつあり、これらに既存の地域振興策をアレンジ・適用して、うまく国や県の政策を活用していくという姿勢が大事である。国や県では広報にも力を入れているため、これらは地域の知名度向上にも有効であろう。「奥会津編み組細工」や「みしま工人郷」などは、苦勞して築き上げてきた地域振興の土台であるから、利用できる政策はすべて利用してさらに成功させていこうとする姿勢も重要であろう。

(2) WO戦略（機会や強みを最大限に活用して弱みを克服する）

WO-1：奥会津地域を丸ごとブランド化すること

奥会津地域の弱みの一つが知名度・認知度不足である。魅力的な地域資源を有していて情報発信等を行っても、結果として、消費者から幅広い認知が得られなければ地域産業振興には繋がり難い。幸い三島町及び周辺地区の奥会津地域は文化・歴史を共有しており、連携しやすい土壌はある。これまでどちらかと言うと個々の町村が個性を競っていた感はあるが、これからの地域間競争を勝ち抜くためには、ある程度広域での「地域ブランド」の形成が必要不可欠と考えられるので、是非実現したい課題である。そのために近隣の金山町、昭和村、柳津町、会津坂下町との町村合併を一つの機会と捉えて、新市名に工夫を凝らすこと、IT活用の観点からの地域ポータルサイトの充実、広報媒体のデザイン統一などが検討課題であろう。

WO-2：新たな「食」の目玉を開発すること

奥会津地域には、「会津地鶏」や「山菜料理」、「そば」など食資源が豊富である。これらは自然志向で製造されており、昨今の食の安全志向に合致している素材である。しかしながら、素材は優れたものであるものの、首都圏住民などから広く認知されるような商品化には成功していない。食製品は、消費者にとってもなじみやすい対象であり、生産者にとっても消費者のターゲットが幅広いので、いったんヒットすれば、継続的な利用が期待できる分野である。このような地域食資源を利用して新たな「食」の目玉を開発することで、地域産業振興に対する飛躍的な効果が出てくる可能性がある。

WO-3：来訪者へのワンストップサービスを行うツーリズム組織を作ること

エコツーリズム、グリーンツーリズムへの消費者の関心が都市住民を中心に高まってきている。奥会津地域は、東京、仙台など都市圏に距離的に近く、自然に恵まれており、地域にエコツーリズムを実践できる人材もいるので、絶好の機会と捉えるべきである。ここでも、個人での実践者はいても、都市住民にとってわかりやすいワンストップサービスを提供でき、かつ都市住民の需要を確実に把握するための受け皿的な組織が必要であると思われる。また、そのような組織では、三島町周辺地域の公共交通網の弱さをカバーするような事業者間の連携をサポートしたり、手ごろなパッケージ料金での観光タクシーサービスをプロデュースすることも考えられる。

WO-4：奥会津地域の地域産業振興への住民参加を促進すること

新たな地域産業振興にとっては、成功事例からも示唆を得たように地域の住民の参加を促進していくような仕組みを作ることが大事である。特に地域全体を活性化させていく意味で高齢者や女性をうまく地域振興の枠組みに取り込むことが鍵となる。手をつけやすい小さなプロジェクトで良いので、成功の秘訣である利益優先の独立採算制とすることや参加者のイニシアティブを重視した組織を作り、行政は宣伝・広告など事業の滑り出し段階でのフォローに徹し、一方で側面支援となる地域ブランドづくりに継続的に注力するという方法が良いと考えられる。

WO-5：工芸品の職人などの移住を促進し、人口の社会増を目指すこと

都市住民を中心としたライフスタイル見直しの傾向は、奥会津地域にとって追い風である。既に「みしま工人郷」という明確なビジョンで、ライフスタイルの提言をしているのであるから、今後、職人達の移住が継続的になされるように努めるべきであろう。そうすることによって職人のみにとどまらず、ビジョンに共感する人々もまた移住を検討するようになると考えられる。人口の自然減はやむを得ないにしても、長期的にみて人口の社会増が実現できるような道筋をつけておくことが重要である。

WO-6：郡山等から奥会津直通バスの運行を誘致すること

既述のとおり、奥会津地域への公共交通のアクセスが良くないことは地域振興上のネックである。勿論、もう一段の交流人口の拡大を図り需要をある程度確保した上ではあるが、郡山等の近隣都市との公共交通の手段を確保し、アクセス向上を図っていくこともさらなる奥会津地域への入り込み増を図る上で重要な課題の一つである。

(3) ST戦略（強みで脅威を最小限にする）

ST-1：既述SO・WO戦略などで、奥会津地域の伝統や地域資源・地域産業を発掘・継承・育成することで、奥会津らしさを守りながら地域住民が誇りを持って生活できる地域、憧れを持って域外から移住してくる人のいる地域、産業が振興され雇用や税収が確保できる地域としての持続性を高めること

これまで、SO戦略やWO戦略で既述してきた戦略など総合的に用いて、奥会津地域の持つ強みによって外部環境の脅威を最小限にとどめていこうとする戦略である。外部環境による脅威としては、①デフレの進行や長期的な日本経済の成長率の低下懸念、②日本全体の社会的な問題としての少子高齢化の進行、③国の財政状況の問題からの地方交付税の削減や、その結果としての地域格差の拡大の懸念、がある。いずれも日本社会全体が直面する問題であって、地方だけで対処するには大き過ぎる問題であるが、中山間地域が地域間競争に勝ち残ろうと志向するのであれば、何らかの対処をせざるを得ない問題である。

できる対処としては、持っている地域資源を最大限に活用し、かつ地域間競争に勝ち残ろうと志向し続けることである。奥会津地域には、既述のとおり豊富な地域資源、地域産業、伝統行事があり、

これらをこれまでどおり継続的に発掘・継承・育成していくことと、また新たな地域産業を興していく努力を継続していくこと、すなわち奥会津の伝統・文化を大切に継承・育成しながら、地域住民が地域に自信と誇りを持って生活できる環境づくりや、外部の人達からみて奥会津が憧れを持って来訪・移住してくるような地域としていくことが必要である。そうすることによって、新たな地域振興事業の展望が開けてくるものと思われるし、雇用や税収が確保される環境が形成・持続されていく可能性が出てくるものと思われる。

4. 三島町が地域産業振興の戦略を実行する際の仕組みについての提言

ここまで、三島町の地域産業振興のための課題や戦略の方向性について **SWOT** 分析により整理してきたが、最後にこれらの戦略を実行に移す際の仕組みについて提言してみたい。(42 ページ表2参照)。

1. 例えば「まちづくり勉強会」の継続的な開催

これまで見たいくつかの成功事例において重要な役割を果たしたのが、地域の行政、住民、事業者等が参加してのまちづくりのための継続的な議論の場であった。議論の参加者・議論の形態は地域によって様々ではあるが、そのような場では本音で徹底的な議論が継続的になされてきた点が重要である。財政的な制約をはじめ様々な制約条件の下で地域振興を図ろうとすると、当然ながら戦略の優先順位をつけておかねばならないし、大事に守りぬかねばならないものやある程度は犠牲にしなければならないものについて、ある程度のコンセンサスを得ていく必要がある。議論を継続していくことによって、そのようなことが見えてくるのではないだろうか。

三島町では、これまでどちらかと言うと行政主導でのまちづくりが行われてきており、一方で民間の各分野でも個別の団体や個人が熱心な活動を行って、一定以上の成果を収めてきているが、まちづくりの輪を広げ一層の地域振興を図っていくためには、行政・住民・企業・個別団体という立場の垣根を越えて、まちづくりの議論を本音で行える場を作ることが必要ではないだろうか。「まちをより良くしたい」との思いは地域に関わる人であれば程度の差こそあれ共通のものであるから、公式な立場にとらわれず個人参加を前提にした勉強会とすれば、比較的多くの参加者を得て本音に近い議論ができるのではないかと考える。

そこで、例えば「まちづくり勉強会」というような形で、地域の住民や行政・各種団体・事業者の構成員が個人の資格で参加し、域外の専門家も交えて継続的に議論を行っていく場を設けることを提言したい。そこでの議論はあくまでも個人としての意見であって所属する組織としての正式な見解ではないことをはっきりさせた上で議論することで、より自由で深い議論が出来、地域住民の間でのまちづくりに対する共通認識を醸成する成果が期待できる。

2. 小さくとも実現可能なコミュニティ・ビジネスの順次立ち上げと町村合併後の奥会津地域振興公社(仮称)の創設

まちづくりの議論を行うのと同時並行的に、小さな規模からでも「コミュニティ・ビジネス」の種を育成していくことが大事である。三島町で現在取り組まれたり、これから展開されそうなコミュニティ・ビジネスの例としては、「食(会津地鶏など)」、「エコ・ツーリズム」、「新住民定着運動(工人の移住など)」、「会津桐(タンスや育児支援家具など)」、「生活工芸品(「奥会津編み組細工など)」などが挙げられよう。これらは現在、それぞれの分野で各団体や個人が取り組んでいる状況であるが、個々のビジネスを確実に立ち上げていくとともに、町村合併後はこれらの事業の更なる発展のために各事業に共通するプラットフォーム的な部分あるいは隙間的な部分で新しい事業を立ち上げたり、全体的な視点で各事業主体の連携をコーディネートしたりする「奥会津振興公社」(仮称)のような組織

を立ち上げることを提言したい。

それぞれのビジネスについては、純粋な民間事業者でも三セクでも個々の事業会社で進めればいいが、奥会津地域全体の産業振興の観点でビジネスを行う組織が必要である。事業としては、例えば、「奥会津ブランド」の構築を目指しつつ、①ITを活用して地域ポータル・サイトの運営を行う、②町村合併後の自治体のサポートを得ながら戦略的な広告・宣伝活動を行う、あるいは③地域の高齢者、女性を活用するビジネスを仕掛ける、などが考えられる。「奥会津振興公社（仮称）」自体も事業会社であり利益を上げていくことが必須であるが、こうした仕組みを設けることで各事業が個別に活動する以上に有効な相乗効果が期待できる。

この組織については、域外の専門家、民間企業、国・県、地元大学などからの支援を得ておくこと、つまり、域外ネットワークを構築しておくことが大事である。

将来的には、1. 2. で提言した取組みを継続することによって、奥会津の知名度・認知度の向上、さらに進んで「奥会津地域の地域ブランド化」まで実現することができれば、様々な事業にまで波及・相乗効果が達して地域全体の産業振興につなげることが期待できる。

成功事例として取り上げた地域は既にこの段階に達しており、ここまでくれば一応の成功を収めたといって良いであろう。事例でみてきた地域では、この段階にまで達しさらにそれを継続することによって、子供たちを含めて地域の構成員全体が自分達の地域に誇り・自信を持つまでになっている。地域住民の間である程度共通するビジョンを持った上で、小さくともビジネスの成功を積み重ねながら、「奥会津ブランド」の構築により地域全体の大きな成功、持続的な成功に繋げていこうとする姿勢が大事であるように思われる。

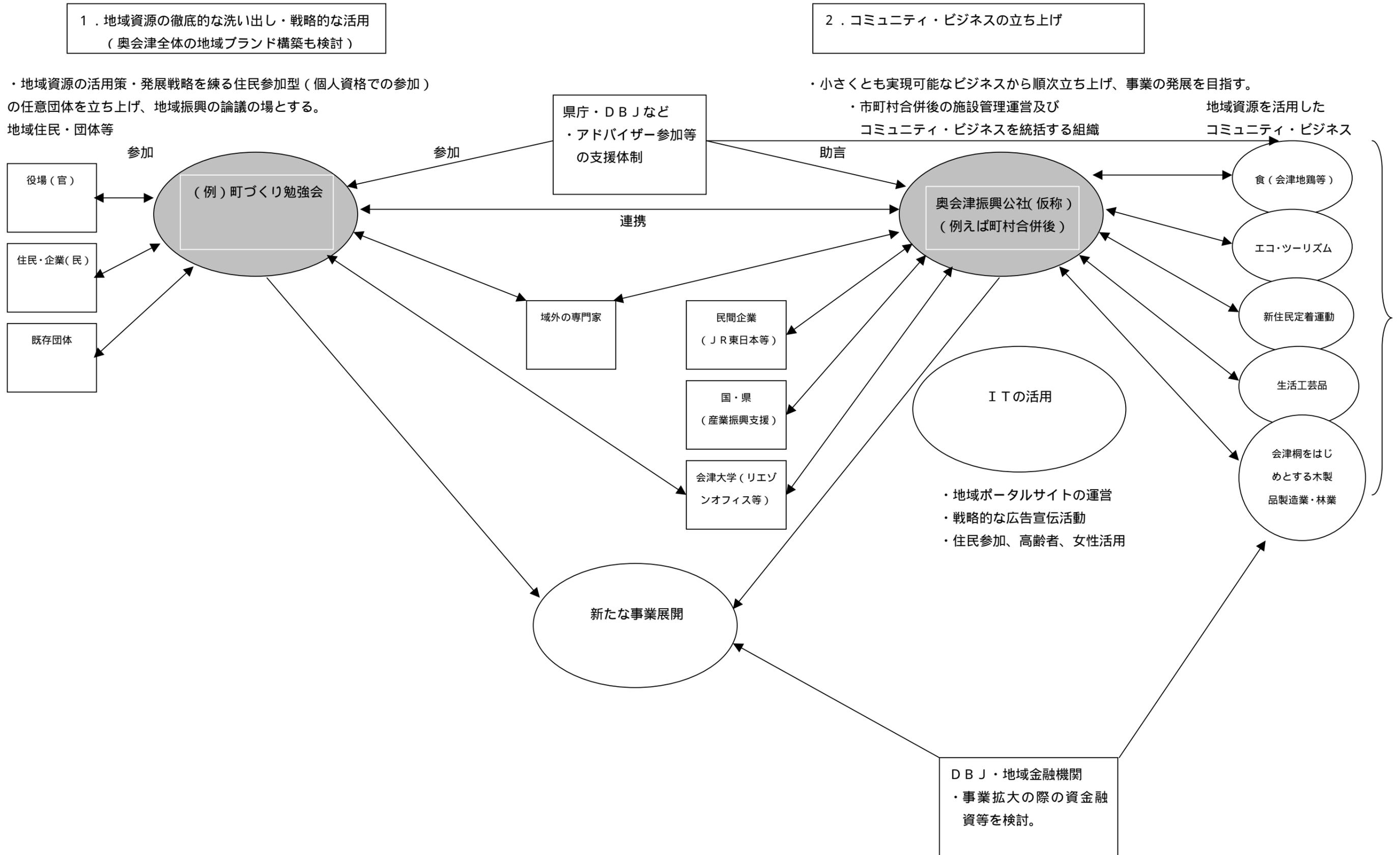
表1:三島を中心とする奥会津地域の産業振興(観光振興を含む)のための競争戦略

ー強み・弱み・機会・脅威(SWOT)分析の適用ー
(東北大学経済学部安田一彦教授の分析フレームワークによる)

<p>内部資源</p> <p>外部環境</p>	<p>強み(S)</p> <p>S-1 伝統的工芸品の生産が受け継がれていること(奥会津編み組細工、桐の里工人郷、三島町生活工芸品展(3月)、ふるさと会津工人まつり(6月)、桐箆笥など桐製品、昭和村からむし織など)</p> <p>S-2 観光振興に寄与しうる地域資源が豊富(S-1に加え、早戸温泉つるの湯など古くからの温泉の存在、西隆寺の乙女三十三観音、荒屋敷遺跡、会津地鶏まつり(5・9月)、美坂高原サマーフェスティバル(7・8月)、美坂高原牛肉まつり(10月)、只見線のトロッコ列車・SL運行、17年度からの只見線の観光鉄道化など)</p> <p>S-3 近隣に著名な観光地・観光資源がある(会津若松、喜多方、湯川村の勝常寺(薬師如来坐像、日光菩薩立像、月光菩薩立像の3つの国宝)、柳津町の福満虚空蔵尊(圓蔵寺、日本三大虚空蔵尊の一つ)など)</p> <p>S-4 古くから地域振興に熱心に取り組んできた歴史があり(昭和49年に他に先駆けて始めたふるさと運動など)、地域に人材がいる(行政、林業、農業(三島地鶏の養鶏を含む)、観光分野など)</p> <p>S-5 S-4の結果、レベルの高い支援人材を得ており、域外とのネットワークを有する</p> <p>S-6 S-4の結果、地域に外部からの注目が集まり始めていること(2003年度の編み組細工の伝統的工芸品指定や毎日新聞の地方自治大賞・最優秀賞)</p> <p>S-7 地域の伝統文化が発掘・継承されていること(奥会津書房の存在、さいの神(1月)、虫送り(6・7月)・虫供養(10月)、民話語り部、そば口上など)</p> <p>S-8 首都圏から電車や車で行ける</p>	<p>弱み(W)</p> <p>W-1 人口減少、高齢化が進行している</p> <p>W-2 地域の認知度・知名度がまだ低い</p> <p>W-3 観光面で「食」の誘引力が不足している</p> <p>W-4 観光面で多様な宿泊施設や地域内の公共交通手段が不足している</p> <p>W-5 官民協働の気運の盛り上がりはまだ十分ではない</p> <p>W-6 地域振興への住民の参加がまだ十分ではない(工人郷は成功)</p> <p>W-7 首都圏からの時間距離が長い</p>
<p>機会(O)</p> <p>O-1 ライフスタイルの見直し(スローライフ運動、職人志向の高まりなど)</p> <p>O-2 食の安全志向やスローフードに対する関心の高まり</p> <p>O-3 エコツーリズム、グリーンツーリズムに対する関心の高まり</p> <p>O-4 地域の伝統文化に対する関心の高まり</p> <p>O-5 国や県の地域再生への支援強化</p>	<p>SO戦略(強みを生かして機会を最大限に活用する)</p> <p>SO-1 三島町エコ・ミュージアム構想を一層推進し(奥会津全体への地理的範囲の拡大を含む)、首都圏等からの来訪者を増やす(S-1,2,7やO-1,3,4等を活用)</p> <p>SO-2 近隣の観光地への来訪者を奥会津にも呼び込むための仕掛けを強化する(S-3やO-1,3,4等を活用)</p> <p>SO-3 国や県の地域再生への支援強化を活用して地域産業振興策を強化する(S-4,5,6やO-5を活用)</p>	<p>WO戦略(機会や強みを最大限に活用して弱みを克服する)</p> <p>WO-1 奥会津地域をまるごとブランド化する(新市町名の工夫、ポータルサイトの活用、広報媒体のデザインの統一などを支援人材のサポートも得ながら行う)(O-1,3,4やS-1,2,7を活用してW-2をカバー)</p> <p>WO-2 新たな「食」の目玉を開発する(会津地鶏、そば、山菜などを使った名物料理、特産品など)(O-2などを活用してW-3をカバー)・・・地元の需要が大</p> <p>WO-3 来訪者へのワンストップサービスを行うツーリズム組織を作る(宿泊施設・交通サービスなどの不足をネットワークでカバー)(O-3,4を活用してW-4をカバー)</p> <p>WO-4 奥会津の地域産業振興へ住民参加を促進する(プロジェクト毎にグループや独立採算の組織を作り、参加者のイニシアチブを尊重。女性、老人の参加も促進する仕掛けも作る。行政は地域全体のブランド力向上や特産品の宣伝等を通じ民間ビジネスのバックアップを強化する。)(S-4,6などを活用し、W-5,6をカバー)</p> <p>WO-5 工芸品の職人などの移住を促進し、人口の社会増を目指す(O-1,4やS-1などを活用してW-1をカバー)</p> <p>WO-6 郡山等から奥会津への直通バスの運行を誘致する(O-3,4などを活用してW-7をカバー)</p>
<p>脅威(T)</p> <p>T-1 潜在的なデフレ圧力、日本経済の成長率の低下</p> <p>T-2 高齢化の進行(日本全体)</p> <p>T-3 地方交付税の削減などによる地域格差の拡大</p>	<p>ST戦略(強みで脅威を最小限にする)</p> <p>ST-1 上記SO・WO戦略などで、奥会津の伝統や地域資源・地域産業を発掘・継承・育成することで、奥会津らしさを守りながら地域住民が誇りを持って生活できる地域、憧れを持って域外から移住してくる人のいる地域、産業が振興され雇用や税収が確保出来る地域としての持続性を高める(S1,2,4,5,6,7等を総合的に活用し、T-3をカバー。奥会津らしさを守りながら地域間競争に生き残る戦略)</p>	<p>WT戦略(弱みを最小限にして脅威を回避する)</p>

表2：三島町の発展戦略（発展の段階と各機関・個人の関与）

～三島町などの取組みと各機関・個人の関与～



【参考文献】

- 足助町観光協会（1986）「足助 観光 30 年のあゆみ」
- 足助町観光協会（1998）「あすけ・ひと・まち 足助まちづくりガイド」
- 足助町観光協会（1996）「新・三州足助」
- 足助町緑の村協会（1988）「あすけロマンのまちづくり」
- 馬路村農業協同組合（2001）「みんなあのおかげです」
- 遠藤キヨ著（2003）「ごめんあそばせ」奥会津書房
- 遠藤太禅（1978）「観世音 声を限りに」西隆寺
- 大歳昌彦著（1998）「ごっくん馬路村の村おこし」
- 奥会津書房（1999）「 - 奥会津 森に育まれた手仕事」
- 奥会津書房（2004）「伝言」
- 後藤春彦研究室編著（2000）「まちづくり批評」
- 関満博・小川正博編著（2000）「21 世紀の地域産業振興戦略」
- 関満博・長崎利幸編著（2003）「市町村合併の時代 / 中山間地域の産業振興」
- 総務省自治行政局過疎対策室（2002）「わがまち・わがむらの産業おこし」
- 徳島県上勝町（2003）「いっきゅうと彩の里・かみかつ」
- 日本政策投資銀行地域企画チーム編著（2002）「錦おりなす自立する地域」
- 目瀬守男（2002）「新・いっきゅうと彩の里・かみかつ」
- 門間敏幸編著（1996）「TN 法 - むらづくり支援システム - 実践事例集」

【参考 URL】

- 馬路村：<http://www.inforiyoma.or.jp/umaji/>
- 馬路村農業協同組合：<http://www.yuzu.or.jp/>
- 上勝町：<http://www.kamikatsu.jp/>
- 奥会津書房：<http://kyoritsu.co.jp/Okuaizu-syobou/>
- 川井村産業開発公社：<http://www.rnac.ne.jp/~kawai-co/>
- 三島町：<http://www.town.mishima.fukushima.jp/>
- 明宝八ム：<http://www.meihoham.co.jp/>
- 明宝村：<http://www.vill.meiho.gifu.jp/>

【東北支店レポート バックナンバー】

- ・ 東北エコビジネスのポテンシャルを探る 2000年 7月
 - 鉱山技術が開く新たな環境産業 -

- ・ 東北地域設備投資の長期推移分析 2000年 8月
 - 設備投資から見た地域経済の姿 -

- ・ 東北地域における新形態SCの可能性 2001年 8月

- ・ 東北地域における外国人観光客誘致の取り組みと今後の展開 2002年 1月
 - 本格化に向けて求められる広域・公民連携と民間のチャレンジ精神 -

- ・ 東北地域における電気機械産業の縮小と今後の展開 2002年 3月

- ・ 「食」を活用した観光振興 2003年 3月
 - 東北地域の産業振興戦略の一つの方向性について -

- ・ 仙台市周辺地域における「電気機械・精密機械産業クラスター」形成
に向けての地域戦略の方向性について 2003年 12月
 - 「地域の技術革新と起業家精神に関する調査」 仙台・宮城地域 -

- ・ 米沢電気機械クラスターの現状と有機エレクトロニクスバレーの可能性 2003年 12月
 - 「地域の技術革新と起業家精神に関する調査」 米沢地域 -

日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課
〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町 2-1-2 仙台長和ビル 7階
Tel: 022-227-8182 Fax: 022-227-6709
e-mail: tohoku@dbj.go.jp
<http://www.dbj.go.jp/tohoku/>