調査

復興へのみち
～県北中山間地域の現在（いま）

震災の被害が大きかった県北地域（注）は、社会インフラの復旧が進捗する一方で、農畜水産業や観光業では風評被害の影響が続いており、人口減少や高齢化など、震災前からの課題も相俟って、引き続き厳しい状況にある。こうした中で、行政・企業・地域住民が復旧・復興に向けて活動し、次第に明るい兆しも見えてきている。

本調査では、県北中山間地域を中心に、復旧・復興の進捗状況と、様々な課題の解決に向けた地域の取り組みについて調査する。まず、各種統計データから震災から2年が経過した地域の現状を整理する。次に、行政や事業者などへのヒアリングにより復旧・復興の進捗状況などを確認する。これらや県外事例を踏まえ、震災がもたらした課題と震災前からの中長期的課題を検証し、展望について考えてみたい。

（注）1．本調査では、行政区分上の県北地域（9市町）のうち、山間部が主要な地形であり、震災による風評被害の影響が大きいとみられる5市町（常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、大子町）を対象とした。
2．本文中では、便宜的に県北中山間地域を「県北地域」と呼ぶ。
3．13年3月22日現在入手可能なデータを利用する。

1．はじめに～これまでの県北地域関連調査を振り返る

常陽アークは、これまでも県北地域を対象とした調査を実施してきた。当地域が抱えている過疎化や高齢化などの問題に対する行政や民間の取り組みを紹介し、解決への方向性を提示してきた。

本調査を始めるにあたって、2000年以降の県北地域全体を主な対象とした調査を振り返ろう。

（1）グリーンふるさとの地域資源 ～常陸秋そばの郷づくり～

（2001年8月号）

県北地域のうち、常陸太田市を中心とした里川地域における「常陸秋そばの郷づくり」を紹介しつつ、地域資源の再発見と資産化について考えている。

まとめでは、里川地域に内在する生命力を掘り起こし、衆知を集めて地域を調整していくことが重要と結論付けている。

（2）新しいライフスタイルと県北振興

（2006年5月号）

田舎暮らしを選択・希望する都市生活者や、自然派ライフスタイル志向の高まりを新しいライフスタイルの流れと捉え、これを取り込もうとする様々な交流事業を調査している。

まとめでは、県北地域の地域力を高める活性化方策のヒントとして、「地域の人材活用と交流促進による活性化」、「県外・首都圏以外（県南地域・県北地域内・北関東地域）との交流の促進」、「外部の人材との連携」、「交流のコーディネーターの必要性」などを挙げている。

（3）持続可能な地域社会を目指す地域区分調査 第1回　常陸大宮圏域

（2007年11月号）

茨城県を13の圏域と５つの市町に分け、地域の特性や実態、課題を探る地域区分調査を実施した。第

１回として、常陸大宮圏域（常陸太田市、常陸大宮市、大子町）を取り上げた。

まとめでは、「（限界）集落の存続に向けた検討」、「若年層・子育て世代の定着」、「住民による生活基盤確保と起業」を課題に挙げている。

（4）既往調査のまとめ

これまでの調査では、県北地域の振興には、地域の特性を活かした生活の質への方向転換が重要であることを示してきた。自然や文化など恵まれた地域資源を評価し、上手に活用すれば、人口減少や高齢化などの課題をもつ県北地域でも豊かな暮らしが可能である、という認識に立っている。この認識のもとで幾つかの視点を挙げ、県北地域が抱えている中長期的な課題に向けた方向性を提示した。

しかし、県北地域関連調査を行った08年以降は、景気の悪化が続き、東日本大震災が発生するなど、地域活性化を進めるにあたって厳しい状況が続いている。

2．県北中山間地域の現状

本章では、県北地域の人口、産業などに関する基礎的な統計データの推移を概観する。また、市町へのヒアリングをふまえ、震災、風評被害の影響について県北地域の現状をまとめる。

（1）基礎的データの整理

ここでは、地勢、人口、産業に関する基礎データから、県北地域（本調査では常陸太田市、北茨城市、高萩市、常陸大宮市、大子町の５市町）の特性や、過去５年程度の各指標の変化についてみてみよう（図表１）。

図表１　県北地域の基礎データ

（単位：㎢、人、％、事業所）

		基準年/最新年	茨城県			県北地域			シェア	対人口比
			基準年	最新年	増減率	基準年	最新年	増減率		
総面積		12年	－	6,095.72	－	－	1,426.37	－	23.4	304.9
可住地面積		12年	－	3,981.73	－	－	420.48	－	10.6	145.0
林野面積		12年	－	1,892.61	－	－	1,005.89	－	53.1	676.8
人口集中地区面積		12年	－	242.23	－	－	5.20	－	2.1	15.6
人口総数（常住人口調査・1月1日現在）		07年⇒12年	2,972,773	2,954,126	▲ 0.6	209,165	195,961	▲ 6.3	6.6	100.0
14歳以下人口（常住人口調査・1月1日現在）		07年⇒12年	417,154	391,910	▲ 6.1	26,581	22,130	▲ 16.7	5.6	85.1
15～64歳以下人口（常住人口調査・1月1日現在）		07年⇒12年	1,953,372	1,871,006	▲ 4.2	126,535	116,628	▲ 7.8	6.2	94.0
65歳以上人口（常住人口調査・1月1日現在）		07年⇒12年	600,424	677,848	12.9	56,013	57,019	1.8	8.4	126.8
高齢化率（常住人口調査・1月1日現在）		07年⇒12年	20.2	22.9	2.7	26.8	29.1	2.3	－	－
出生児数（常住人口調査）		06年⇒11年	25,491	23,535	▲ 7.7	1,282	1,112	▲ 13.3	4.7	71.2
死亡者数（常住人口調査）		06年⇒11年	26,216	29,988	14.4	2,453	2,809	14.5	9.4	141.2
転入者数（常住人口調査）		06年⇒11年	126,888	112,567	▲ 11.3	5,152	4,287	▲ 16.8	3.8	57.4
転出者数（常住人口調査）		06年⇒11年	129,398	120,558	▲ 6.8	6,604	5,623	▲ 14.9	4.7	70.3
総所得金額（年度・百万円）		05年⇒10年	3,897,756	3,799,685	▲ 2.5	231,650	215,435	▲ 7.0	5.7	85.5
第1次産業	農家数（販売農家）	05年⇒10年	84,845	70,884	▲ 16.5	9,699	8,106	▲ 16.4	11.4	172.4
	農業産出額（千万円）	01年⇒06年	39,769	39,884	0.3	2,083	2,171	4.2	5.4	82.1
第2次産業	事業所数（事業所統計）	04年⇒06年	42,037	28,936	▲ 31.2	2,901	2,378	▲ 18.0	8.2	123.9
	民営事業所数（経済センサス）	09年⇒12年	29,524	27,807	▲ 5.8	2,257	2,113	▲ 6.4	7.6	114.6
	製造品出荷額（百万円）※従業者4人以上	05年⇒10年	10,798,152	10,845,754	0.4	533,663	507,910	▲ 4.8	4.7	70.6
第3次産業	事業所数（事業所統計）	04年⇒06年	92,503	95,996	3.8	7,689	6,855	▲ 10.8	7.1	107.6
	民営事業所数（経済センサス）	09年⇒12年	96,738	89,681	▲ 7.3	6,406	5,800	▲ 9.5	6.5	97.5
	商業販売額（百万円）	02年⇒07年	6,574,412	6,869,837	4.5	247,059	227,141	▲ 8.1	3.3	49.8

（注）対人口比：茨城県全体の１人当たりの値に対して県北地域１人当たりの値が何倍かを示す値。
例えば、対人口比50％とは、県全体の１人当たりの値100のとき、県北地域１人当たりの合算値が50であることを示す。
高齢化率の増減率は基準年と最新年の差を表す。
出所：表に記載以外は全て茨城県社会生活統計指標（12年3月）、人口総数は年齢不詳を含む。

①地勢

県北地域の面積は1,233㎢で、県内の20.2%を占める。一方で、可住地面積は9.6%に止まっている。典型的な中山間地域であり、林野面積は県北地域全体の７割近くを占める。

②人口

2012年１月１日現在の人口は195,961人で、県人口の6.6%となっている。07年からの減少率は6.3%で、県全体の減少率(0.6%)を大きく上回っている。

③産業

10年の農家数は、05年と比較して16.4%減少（茨城県：16.5%減少）している。一方、農業産出額は4.2%増加している。

第２次産業･第３次産業では、(民営）事業所数、製造品出荷額とも減少傾向にある。特に、製造品出荷額(05年～10年)と商業販売額(02年～07年)は、県全体では増加しているのに対し、県北地域は減少している。

また、対人口比（図表１脚注参照）でみると、農業産出額、製造品出荷額、商業販売額のいずれも県全体の１人当たりの値（100）を下回っており、特に１人あたりの商業販売額は49.8と半分以下である。

以下では、市町別の人口、年齢別人口構成、人口動態(自然増･社会増)について詳しくみてみよう。

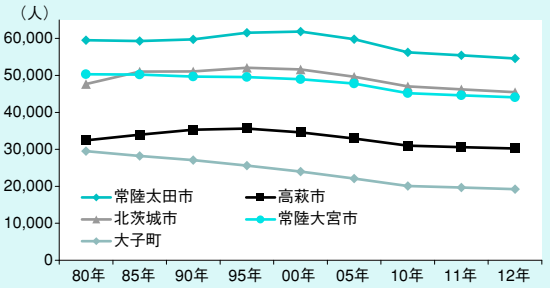
市町別人口の推移

1980年以降の５市町の人口推移をみると、いずれの市町も減少傾向にある（図表2)。常陸大宮市と大子町は80年から人口が漸減している。高萩市と北茨城市では95年、常陸太田市では00年をピークに人口減少が始まっている。

人口ピラミッド

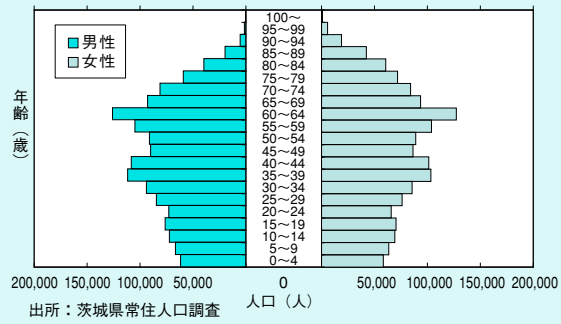
人口構造を示す人口ピラミッド（12年）をみると、少子高齢化により、県全体、県北地域ともに60歳以上の層が厚い（図表3-1、3-2)。一方で、県北地域は、県全体と比較して20～39歳の層が薄い。

図表2　県北地域の人口の推移



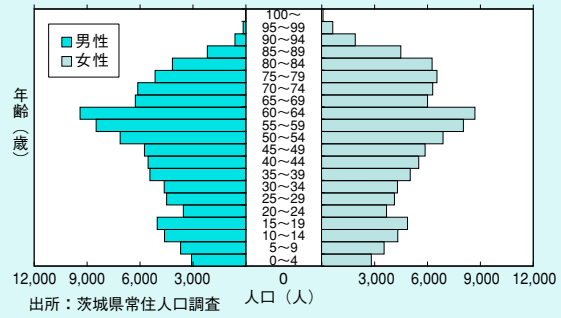
出所：国勢調査、茨城県常住人口調査（12年は四半期速報、全て10月1日現在）

図表3－1　人口ピラミッド（茨城県・2012年）



出所：茨城県常住人口調査

図表3－2　人口ピラミッド（県北地域・2012年）



出所：茨城県常住人口調査

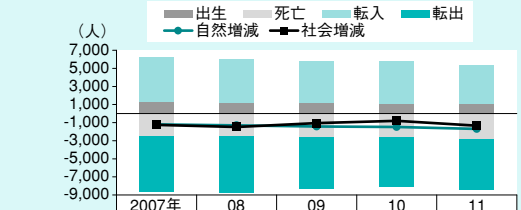
自然増減・社会増減の推移

県北地域の07年以降の自然増減（出生数－死亡数）の推移をみると、死亡数が出生数を上回る自然減が続いている。また、自然減は緩やかな拡大傾向にある（図表4)。

社会増減（転入者数－転出者数）の推移も、転出者数が転入者数を上回る社会減が続いている。詳しくみると、転出者数は減少しているが、それを上

回って転入者数は減少している。なお、直近の数値について、住民基本台帳人口移動報告（外国人登録者数が含まれない）をみると、12年も引き続き転出超過が続いている。

図表4　自然増減・社会増減（県北地域）

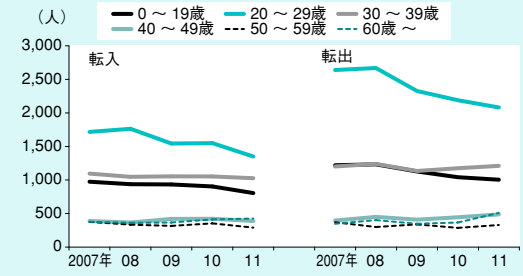


	2007年	08	09	10	11
転出	6,175	6,293	5,684	5,503	5,623
転入	4,928	4,810	4,634	4,693	4,287
死亡	2,452	2,532	2,571	2,615	2,809
出生	1,251	1,226	1,149	1,131	1,112
社会増減	-1,247	-1,483	-1,050	-810	-1,336
自然増減	-1,201	-1,306	-1,422	-1,484	-1,697

出所：茨城県常住人口調査

転入・転出者数の年齢別の推移をみると、特に20代の若年層が他の年代と比べ、転出者数が大きいことがわかる（図表5）。

図表5　転入・転出者数の推移（年齢別・県北地域）



出所：茨城県常住人口調査

（2）震災・風評被害の影響等

次に、各市町村へのヒアリングや公表データをもとに、震災及び原発事故の被害・影響について整理してみよう。

物理的被害の概況

北茨城市では、津波による被害が最も大きく、平野部の磯原地区では液状化現象も発生した。

常陸太田市では、地震の被害は市の南部に集中した。常陸大宮市の場合、南東部の被害が大きく、山間部である美和地区の被害は比較的小さかった。大子町は震災直後のライフライン寸断を除き、目立った被害はなかった。

社会インフラの復旧

常陸太田市では、インフラの復旧は殆ど完了している。高萩市では山間部の市道の一部で復旧作業が続いている。常陸大宮市は、被害の大きかった消防庁舎の修繕が終了し、道路の復旧も概ね完了している。

住宅への被害

県北地域で被害があった住宅（非住家除く）は、合計23,123棟、うち全壊棟・半壊棟合計は4,121棟である（13年2月28日現在）（図表6）。11、12年の新設住宅着工戸数合計と比較すると、着工戸数は1,921戸で全壊棟・半壊棟合計を下回っており、被災住宅の再建は、必ずしも順調には進んでいない状況も窺える。

図表6　住宅の被害状況（13年2月28日現在）

（単位：棟）

市町村	住宅被害						（参考）非住家被害	
	全壊棟	半壊棟	一部破損棟	床上浸水	床下浸水	合計	公共建物	その他
常陸太田市	106	1,232	4,411	0	0	5,749	-	-
高萩市	140	1,035	3,840	10	18	5,043	10	551
北茨城市	188	1,325	4,729	567	165	6,974	-	2,357
常陸大宮市	11	82	4,510	0	0	4,603	89	1,012
大子町	1	1	752	0	0	754	-	15
県北地域計	446	3,675	18,242	577	183	23,123	99	3,935
茨城県合計	2,623	24,178	183,617	1,798	779	212,995	1,635	17,974

出所：茨城県HP

（参考）新設住宅着工戸数（県北地域計）　（単位：戸）

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	11＋12年
持家	583	498	560	651	695	1,346
貸家	285	207	199	186	299	485
給与	1	5	2	53	1	54
分譲	6	5	10	25	11	36
合計	875	715	771	915	1,006	1,921

出所：茨城県住宅課

農畜産業の被害（出荷制限の状況）

13年3月6日現在、国の出荷制限指示、県の出荷・販売の自粛要請に該当する品目は、原木しいたけなどの特用林産物、農畜産物（茶・イノシシ肉）である（図表7）。

図表7　県北地域における出荷制限指示等の状況（特用林産物）

＜13年3月6日現在＞

	国指示	県要請
原木しいたけ	常陸大宮市★	高萩市
タケノコ	北茨城市	
こしあぶら（野生）	常陸太田市、常陸大宮市	
野生きのこ		高萩市※
乾しいたけ		常陸太田市、常陸大宮市

★：露地栽培のみ出荷制限等を行っている産地
※：高萩市で発生するチチタケ等の菌根性きのこ類について、接種及び出荷の自粛を要請
出所：茨城県HP

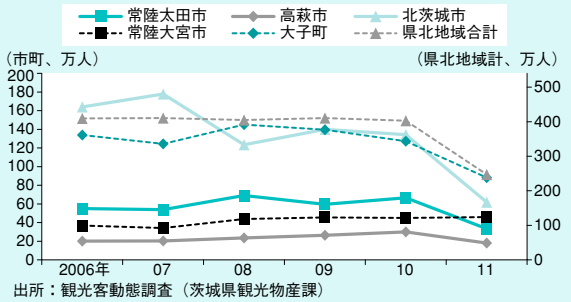
常陸太田市：西山荘、竜神大吊橋など4か所の12年計399,611人（11年比130.1%、10年比66.4%）

常陸大宮市：美和ささの湯、四季彩館など11か所（イベント含む）の12年計493,100人（11年比107.1%、比較可能な7か所で10年比94.4%）

観光・サービス業への被害

県北地域の観光入込客数の推移をみると、06年以降は400万人程度で推移していたが、11年は247万人（前年比38.6%減）に減少した（図表8）。市町別では、ほぼ横這いであった常陸大宮市を除き大幅に減少し、特に海水浴場が海開きできなかった北茨城市の入込客数はほぼ半減した。

図表8　観光客数の推移



出所：観光客動態調査（茨城県観光物産課）

なお、12年の観光入込客数について、回答があった市ではいずれも震災前の水準には回復していない。

除染作業の進捗状況

図表9　除染の進捗状況

市町村名		常陸太田市	高萩市	北茨城市
除染実施計画　策定時期		2012年5月		
学校・保育園等	予定		21	2
	発注		21	2
	実績		21（2）	2
	進捗率（%）		100	100
公園・スポーツ施設	予定	1	66	21
	発注	1	26	20
	実績	0	9（1）	20（14）
	進捗率（%）	0	14	95
住宅	予定		8	
	発注		0	
	実績		0	
	進捗率（%）		0	
公共・民有施設	予定	1	21	1
	発注	1	0	0
	実績	1（1）	0	0
	進捗率（%）	100	0	0
道路（m）	予定	4,720	31,000	
	発注	1,920	0	
	実績	800（800）	0	
	進捗率（%）	17	0	
森林（生活圏隣接・㎡）	予定	21,330		
	発注	21,330		
	実績	0		
	進捗率（%）	0		

（注）常陸大宮市、大子町は汚染状況重点調査地域区域外。実績数の（）内の数字は除染不要。
出所：環境省HP

トピックスⅠ　県北地域の漁業の被害状況、復旧・復興の動き

本文では触れていない、震災による県北地域の漁業への被害状況などについて簡単にまとめた。

港湾の被害：茨城県水産振興課によると、震災や津波による、県内の漁港・漁網などの被害額合計は約616億円である。このうち、大津漁港が約210億円、平潟漁港が約25億円を占め、被害が甚大であったことがわかる。県は復旧を進めているが、大津漁港の完工目標は15年度末であり、震災前の状況への完全復旧にはまだ時間がかかる。

魚介類の出荷制限：13年3月6日現在、県北地域で国の出荷制限指示、県の出荷・販売の自粛要請を受けている魚介類は、ヒラメやシロメバルなど9品目である。さらに、アイナメなど漁協等が自主的に出荷自粛している魚種も6品目ある。

漁業再開の動きなど：休漁が続いたシラス漁は、12年8月より、大津を含む県北部の三漁協で試験的に再開された。コウナゴは、出荷自粛は12年6月に解除されており、13年2月にはサンプル摂取が始まった。北茨城市では茨城漁業環境研究会が発足し、全魚放射能検査による安全な魚の提供の取り組みを始めている。

国の放射性物質汚染対策特別措置法に基づき「汚染状況重点調査地域」として指定を受けた市町村は、汚染の状況について調査測定を実施し、除染実施計画を策定、この計画に基づき指定から２年の間に除染を実施する。

県北地域では、常陸太田市、高萩市、北茨城市の３市で、計画に基づき除染作業が行われている。進捗率をみると、県北地域全体では学校・保育園等が100％である一方、公園・スポーツ施設は33.0％、道路は2.2％、さらに森林（生活圏隣接）は０％となっている（図表9）。

復興計画・復興関連予算状況

最後に、県北地域の各市町へのヒアリング及び公表資料に基づき、復興計画の概要、復興関連予算の動向を確認しておこう。

県北地域５市町のうち、常陸太田市と高萩市、北茨城市が復興計画を策定している（図表10）。

計画期間をみると、常陸太田市では11～13年度の３年間であるのに対し、高萩市と北茨城市は11～15年度の５年間と長期に渡る。また、常陸太田市の場合、12年度までを復旧期、13年度までを復興・再生期とし、北茨城市では、13年度までを復旧期、15年度までを再生期、16年度以降を発展期としている。

３市の計画の骨子は類似しているが、北茨城市は震災復興重点プランとして、市内沿岸部の３地区のまちづくりに向けての課題と方針を示している。

（3）県北地域の現状のまとめ

ここまでみてきたことを整理すると、震災後を含めた県北地域の現況は以下の通りである。

基礎的データのまとめ

・人口の減少率は県全体を上回り、産業規模は総じて縮小傾向にある。

・人口動態では、自然減・社会減が進んでいる。特に、社会減については20代の若年層の転出超過が主な要因となっている。

震災・風評被害のまとめ

・社会インフラの復旧は、市町間、地区間で格差

図表10　県北地域の復興計画の概要及び予算状況

（単位：百万円）

			常陸太田市	高萩市	北茨城市	常陸大宮市	大子町
復興計画	復興計画の有無		あり	あり	あり	なし	なし
	復興計画の策定時期		2011年11月	2012年3月	2012年3月		
	計画期間		11年度～13年度（3年）	11年度～15年度（5年）	11年度～15年度（5年）		
	計画の主な施策		1．市民生活の再生 （1）住宅再建支援、生活支援 （2）生活社会基盤（インフラ）の復旧（公共施設等災害復旧事業） （3）こころと体の健康づくり （4）地域コミュニティの強化 2．産業・経済・交流・地域文化の再建 （1）農商工の再生・復興支援 （2）市民交流・観光交流の復興、情報発信 （3）地域文化・歴史資源の復興 3．防災のまちづくり （1）防災体制の強化、生活基盤の強化 （2）放射性物質対策	1．安全・安心な暮らしを支える生活基盤づくり （1）市民生活の再建支援 （2）健康で安心して暮らせる環境づくり （3）まちの安全化の強化 （4）持続可能な基盤づくり 2．明日への活力を生み出す産業基盤づくり （1）地域産業・経済の再生 （2）雇用の創出 3．官民連携による災害に強い都市づくり （1）災害時に助け合える基盤づくり （2）災害時の対応力強化 （3）防災体験の次世代への継承	1．市民生活の再生 （1）住宅再建・生活支援 （2）社会生活基盤の復旧 （3）保健・医療・福祉の充実 （4）地域コミュニティの強化 2．地域経済の再生 （1）地域産業・経済の再建 （2）観光産業の復興と発展 （3）雇用機会の創出 3．市民の安全・安心 （1）防災基盤の整備 （2）防災体制の強化 （3）震災記録の有効活用 （4）計画の進行管理 4．震災復興重点プラン 磯原・大津・平潟地区復興のまちづくり		
予算	11年度決算	歳入	29,250	15,525	21,027	23,946	9,881
		歳出	27,769	14,264	19,992	22,049	9,168
	12年度（当初予算）		23,956	12,100	16,180	22,076（最終補正額）	8,310
	13年度（当初予算）		23,132	12,120	17,510	20,700	8,885
	うち復興関連予算		435	算定せず	2,849	10	なし（防災対策関係で対処）
	復興関連予算のうち国費等の割合		国30.3％、県20.2％、市49.5％	-	国75.1％、県5.7％、市19.2％	-	-

出所：各市町HP及びヒアリングをもとにARC作成。予算は一般会計（百万円未満切り捨て）、各市町の申告に基づく数字。復興関連予算の内訳は市町により異なる。

があるものの、北茨城市の沿岸地域を除けば概ね一段落している。

・農畜産物では未だ出荷制限の品目がある。

・足もとの観光客数は大幅な悪化から回復するも、震災前の水準には戻っていない。

・３市で復興計画が立てられており、復旧は未だ続く。

トピックスⅡ　県北地域に移住し、陶芸生活を送る　～大子町の布施夫妻

県北地域での市町による定住関連事業（主なもの）

	常陸太田市	常陸大宮市	大子町
施策	● **新婚家庭家賃助成金** ・婚姻届出日現在で夫婦いずれも満50歳以下等の条件 ・1世帯当たり月額2万円（家賃が2万円未満の場合その額）等、最大36月間 ● **定住促進助成金の交付** ・子育て世帯等が対象 ・対象住宅の取得時に併せ、一括して 新築住宅（築1年未満）20万円 築後1年以上10年未満の住宅15万円 築後10年以上の住宅10万円 ● **民間賃貸住宅建築促進助成** ・平成25年1月2日から平成28年1月1日までの3年間に建築され、条件を満たす集合賃貸住宅 ・新婚世帯または子育て世帯の入居率が50%以上　固定資産税額の50%相当額（建物のみ） ・新婚世帯または子育て世帯の入居率が50%以上　固定資産税額の30%相当額（建物のみ） ● **空き家活用支援事業** ・借り手支援　改修費用の1/2を補助（50万円を限度） ・貸し手支援　整備費用の1/2を補助（10万円を限度） ● **新規就農支援事業** ・市内在住の新規就農者（55 歳未満の者）等 ・研修支援：月額5万円、営農支援（独身者月額5万円、既婚者 月額8万円）、2年を限度	● **新規就農支援事業** 対象者：他産業から新たに就農する市内在住で、年齢が18歳以上45歳未満の者。 研修生及び受け入れ農家に対し助成する。 研修に対する助成金 研修生助成額　月額3万円 受入農家助成額　月額3万円 2年を限度とする。 農業経営安定のための助成金 ・就農3年未満の者を、経営安定のために3年を限度として助成する。 就農者経営助成額　月額5万円 ● **空き家対策事業** ・満20歳以上満65歳未満で、世帯人数が2人以上など ・１世帯につき10万円 ※13年度からは、新たに新婚3年以内、40歳以下の夫婦を対象に、家賃補助を行う。	● **都市部からの移住・二地域居住の整備** ・山田ふるさと農園 ● **若者の定住に向けた雇用・就業環境づくり** ・既存企業の支援 ・求人情報の収集および提供 ・起業家の支援 ・田舎暮らしアドバイザー制度 ● **空き家対策事業** ・補助金（入居支度金）：1世帯20万円
（若者）定住促進関連施策の実績（移住者数累計）	・新婚家庭家賃助成金（10年度～ 13年度2月末現在）　118人（市外からの移住者） ・定住促進助成金（13年度～）　84世帯（市外から市内）	・新規就農支援事業（06年度～）　17人 ・常陸大宮市空き家対策事業　入居者数30人（13年3月1日現在）	農園14世帯 空き家対策事業（08 ～ 12年度）31件

出所：各市町総合計画、ヒアリングをもとにARC作成

人口減少、若者の流出を食い止めるために、定住人口推進は重要な施策である。県北地域の市町は、市外から移住した新婚家庭への家賃補助、新規就農者への助成金支給など様々な施策を行っている。

大子町では、町の定住促進を図るため、町が保有している土地を20年間無償で貸与する「山田ふるさと農園事業」を行っている。

布施久芳氏、典子氏は、この制度を利用し、10年５月に千葉県市川市から大子町に移住してきた夫婦だ。

現役時代は、夫婦ともに会社員として精一杯仕事をしてきた。定年後は、田舎で趣味の陶芸をしながらゆっくり過ごせる場所を探していた。

妻の実家が福島県須賀川市にあったため、大子町にはよく訪れていた。定年後、古民家を探すために町役場に連絡した際に当制度を知り、町の雰囲気も気に入ったため抽選に応募した。移住後は、町内で「陶芸ギャラリー古里一番亭」、「奥久慈工房典芳窯」を開いている。

布施久芳氏、典子氏

布施夫妻は、「大子町の自然や文化に満足している。町の人たちも非常に親切。買い物する場所や役場は近くにあり不便はない。」という。ただ、病院が少ないことを唯一心配している。

12年４月には、町民を対象とした陶芸教室を開設した。布施夫妻は、周囲の方への感謝の気持ちを忘れずに、大子町が活気ある町となることに協力していきたいと考えている。

3. 復興と中長期的課題解決に向けた取り組み

前章では、未だ続く同地域の震災・風評被害の状況と、震災復旧だけでは解決できない人口・産業規模の縮小の状況を整理した。本章では、県北地域の復興への取り組みと、地域の活力低下という中長期的課題解決に向けた取り組みを紹介する。さらに、若年層の社会減の解決への糸口を探るため、高知県安芸郡馬路村と徳島県名西郡神山町の事例を取り上げる。

（1）原発事故（風評被害）からの復興

風評被害払拭のためPR活動を進め、顧客層の拡大を目指す

黒田りんご園（大子町）
黒田　巳記憲（みきのり）氏

奥久慈りんご発祥のりんご園

黒田りんご園は、奥久慈りんご発祥のりんご園です。当園の最初のりんごは、初代園主である曾祖父が戦時中に購入したりんご苗でした。その後、祖父や父が栽培技術を習得し、本格的なりんご栽培を行うようになりました。大子町は寒暖の差が激しく、りんごに適した気候条件です。周辺にりんご農家が増えたことで、奥久慈はりんごの産地として知られるようになりました。

現在の売上高は震災前の90％まで回復

震災後は、千葉県、埼玉県、東京都など県外からのお客様が大幅に減少しました。震災前は北茨城の観光地を周遊するバスツアー客が多かったため、バスツアーの中止が響きました。原発事故当年は特に子ども連れのお客様が減少しました。贈答用に送ったりんごが送り先から受取拒否されたという話も聞きます。こうしたことから、2011年度の売上高は、前年度の75%に落ち込みました。

風評被害払拭のために、大子町観光協会とJA茨城みどり大子町りんご部会が連携し、積極的なPR活動を行ってきました。りんご部会が観光宣伝費を拠出し、県内直売所などでパンフレットの配布やりんごの無料配布を実施しました。また、11年度からは千葉や埼玉の地方テレビで大子町観光協会によるCMが放送されています。これらの効果もあって、12年度は震災前の90%まで回復しています。

新たな「りんご好き」の開拓

当園の固定客も次第に高齢化しています。今後は、消費者に喜ばれる美味しいりんごを作る栽培技術をもっと向上させ、「りんご好き」の客層をより一層広げていく必要があります。

対応策の一つとしてHPのリニューアルを検討しています。写真などビジュアルを増やし、まずは「行ってみたい」と思わせるコンテンツの充実を目指します。また、地方新聞社が厳選した商品をインターネットや新聞で紹介する「47club」は、宣伝効果が高く、今後も活用していきます。

奥久慈りんごの味を守る技術の承継

美味しいりんごをつくるには剪定の技術が必要で、一人前になるまで10年以上はかかります。しかし、高齢化に伴う廃業などにより、大子町のりんご農家は60軒程度に止まります。

奥久慈りんごの産地を将来的にどのように維持

存続していくのかというのも、今後の課題です。

JA茨城みどりの青年部では、栽培技術の習得に努めており、２代目や３代目の跡継ぎも増えていくことを期待しています。

新商品開発を売上回復のきっかけに

大子製菓協業組合（大子町）
代表理事　菊池　寛一氏

奥久慈の原料を使った商品を提供

大子製菓協業組合では、看板商品であるチーズケーキや、特産品である常陸大黒を使った蒸し羊羹、ロールケーキなどを製造販売しています。

売上高の60％が直営店舗である「お菓子の麻呂宇土（まろうど）」とインターネットでの販売で、残り40％が首都圏への出荷です。「お菓子の麻呂宇土」へは県内だけでなく、首都圏や福島県などの県外の方の来店もあります。口コミに加え、これまでの百貨店等での販促活動の成果だと思います。

当組合の強みは商品開発力です。これまで開発した商品は、季節限定商品も含めるとおよそ130種に上ります。巷で人気のお菓子を研究し、原材料メーカーからの情報も参考に、商品開発を行っています。地元食材を使用することに拘っています。

震災後、観光客需要が減少

震災の直後はおよそ１週間操業が停止し、完全復旧に10日間かかりました。電気が４日間止まり、冷蔵商品の一部は町の皆さんに無償で提供しました。また、放射能濃度が基準値を超えたため、牛乳が出荷停止になり、チーズケーキは一時製造停止となりました。

購買客数は、震災前は年間約７万人でしたが、風評被害などの影響で11年度は５万人にまで減少しました。地元のお客様はそれほど減っていないものの、観光バスが一台も来なくなり、県外客が大きく減少しました。12年度は観光バスも戻っており、６万人まで回復するとみています。

健康志向のチーズケーキを新たに開発

売上高を震災前の水準に戻すことが当面の課題です。まずは、得意とする新商品の開発をきっかけに、首都圏からの客を取り戻す考えです。現在、ネット向けに低カロリー･健康志向のチーズケーキを開発中です。

一方、観光客頼みの経営では今後に不安があるため、他県の観光地のお菓子の製造を受託し、工場稼働率を上げることも検討しています。

震災後、大子町では有志が集まり、地場産品の安全性をPRするため「奥久慈の郷応援隊」が結成されました。物産協会や観光協会のイベント、さらに昨年の水郡線SL運行時にも活動しており、当組合でも応援していきたいと思います。

業績悪化を食い止めた関係者の支援

農事組合法人奥久慈しゃも生産組合（大子町）
代表理事　益子　実津雄氏（左）
理事　　高安　正博氏（右）

全国的な知名度を得た奥久慈しゃも

当組合は、85年に奥久慈地域の生産者13名により設立されました。生産農家へのひなの供給や配合飼料の提供、飼育のアドバイスなど、生産から出荷まで一貫した管理を行っています。

大子町では、新たな農業振興が模索されていた70

年代に、旧茨城県養鶏試験場（現茨城県畜産センター養鶏研究室）の品種改良によって、奥久慈しゃもが誕生しました。

奥久慈しゃもの飼育には、独自の配合飼料を使用し、普通の地鶏の２倍の時間をかけています。88年に全国的な品評会で優勝し、知名度が上がりました。さらに、都内にある焼き鳥の名店バードランドで奥久慈しゃもを使ってもらえるようになったことで、その評価が高まりました。

売上減少により、ひなの生産調整を実施

全国的な知名度を得た奥久慈しゃもですが、風評被害の影響を受けました。特に、観光客向けの売上が落ち込みました。大子町は福島県母畑温泉への観光客が立ち寄る場所でもあったため、同地の観光客が激減した影響もあります。

放射性物質の検査は町役場を通じて毎月実施し、安全性をPRしています。それでも震災後の需要の減少は想定以上であったため、ひなの供給を調整し、飼育数をピーク時の５万羽から４万羽に減らしました。

組合の売上高は11年度が前年度のおよそ90％、12年度は回復傾向にありますが、現在のところ震災前の水準には至っていません。

焼き鳥店バードランドと県の支援

幸いだったのは、日立市出身であったバードランドの和田氏が、奥久慈しゃもの品質や安全性を信じて、震災後も引き続き使ってくれたことです。店の信用が加わることで、お客様も風評被害に惑わされず安心して食べて頂けたと考えています。

また、茨城県農産物販売推進東京本部の担当者は、都内の飲食店を回って、店のオーナーや料理人に奥久慈しゃもの宣伝を行ってくれました。このおかげで、新たな取引先も生まれました。

観光客依存に課題、料理店の販路開拓を進める

組合にとって現在最も大きな課題は、売上高の本格的な回復です。昨年の秋頃から需要が回復してきたため、しゃもの飼育数は４万２千羽まで増やす方針です。

もっとも、震災後の経験から観光客に依存しすぎた経営は不安定だとも感じています。料理店など、年間を通して安定して出荷できる販売先をもっと確保したいと考えています。高級食材としてのブランドを維持したうえで、評価してくれるファンを着実に増やすつもりです。

未だ深刻な美和しいたけへの被害

道の駅みわ（常陸大宮市）
駅長　堀江　克己氏（左）
藤井　結子氏（右）

国道沿いに立地、直売所が人気

「道の駅みわ」は、農商工観光事業の振興と地域活性化を目的に、旧美和村により95年に開設されました。野菜などの直売所に加え、そば打ちが出来る体験棟、絵画などを展示できるギャラリーがあります。

国道293号沿いにあるため、県内をはじめ栃木県や首都圏などからもお客様が訪れます。

直売所では、地域の農家が作った野菜や果物、加工品などを提供しています。直売所の人気が定着し、新鮮な野菜目当てに訪れる固定客も増えています。

出荷者は登録制で現在の登録者は120名程度です。自分が作った野菜が売れることに生きがいを感じ、80歳近くになっても出荷を続ける元気な方もいます。

深刻な美和しいたけの被害

美和地区は地盤が固いことから、震災による道路や建物への被害は比較的小さかったようです。当駅も軒下を使って震災の翌日から営業を再開しまし

た。しかし、その後は震災の影響で立ち寄る観光バスが大幅に減少し、12年度の来客数は、10年度の83%に止まっています。

農産物のうち、最も被害が大きいのはしいたけです。肉厚で大きい美和のしいたけは、地元の名産品として知られ、直売所の売上高の約15%を占めていました。

しかし、12年11月からはハウス栽培のしいたけまで店頭から姿を消してしまいました。お客様からは「やっぱり美和のしいたけが欲しい」という声をよく聞きます。

常陸大宮市は昨秋に原木除染機を導入するなど支援を行っており、農家も早期の出荷再開を目指しています。

当駅では、出荷者の責任で野菜などの放射線量の検査をお願いするとともに、その数値を店頭で開示しています。

地域を元気にしていくために

農家の高齢化や若者の農業離れは、直売所の地元野菜の品揃えにも影響を与えつつあります。地元農家の方と助け合っていくことは、当駅の将来にとっても重要で、農業資材の助成や売上高の一部を還付するなどの方法で、農家の方への支援を行っています。

また、地元の方と連携した各種イベントや、ギャラリーでの絵画展や写真展などを開催しています。多くの方に楽しんで頂くことで、地域が元気を取り戻すための一助になれば幸いです。

昨年には、直売所などの大規模な改修・リニューアルも実施しました。従業員一同、新たな気持ちでお客様へのサービスに励んでいきたいと考えています。

地域観光の回復に期待するどぶろく特区の農家民宿

濁酒と農家民宿やまがた（北茨城市）
山形　克己氏

特区制度を活用したどぶろく民宿

00年に入り、規制緩和により構造改革特区制度が創設され、岩手県などでどぶろくを作る市町村が増えました。私の本業はコメ農家ですが、この報道を見て北茨城市でもどぶろく作りができないかと思いました。かつてはこの地にもどぶろくを作る風習があったからです。

飲食店や民宿であることが認定条件のため、私は農家民宿を始めることとし、「そば道場さくら野」「増渕魚園」とともに、04年に製造認定を受けました。当時、関東地方では初となる認定でした。

どぶろくは保存がきかず作り置きができないため、作るのは民宿の利用客が来るときだけです。認定されている３か所は、使うコメの品種が違うため、異なる味のどぶろくを楽しめます。

私の民宿では、農業体験を楽しむこともできます。自分で精米したコメを味わえる「もみの皮すり体験」や、ヒノキを切る林業体験、わら細工体験は、首都圏からの若い家族連れ客などに、大変好評でした。

宿泊客は戻らず、復興イベントに参加

震災前には、月に２、３組の宿泊客がいました。しかし、震災直後に予約客をお断りして以降、利用客はありません。電話で申し込みをしてきた方に、北茨城市が福島県に近いことを伝えると取りやめてしまう状況です。線量計を準備し、「北茨城版るるぶ」にも掲載していただきましたが、状況は変わっていません。風評被害の問題は根深いと感じます。

一方、特産品フェアなどのイベントに声をかけられる機会は増えたため、地域復興のためにも精力的に参加しています。最近では、宇都宮にある北茨城市のアンテナショップでの特産市、３月に開催され

た県北うまかっぺ祭りに「花園才丸農作物研究会」の一員としてどぶろくを出品しました。

宿泊客の回復と若い人たちの活躍に期待

北茨城市には、山菜などを使った田舎料理や四季折々の豊かな自然など、様々な魅力があります。どぶろくだけでなく、そうした魅力も是非知ってほしいという思いがあります。原発問題が落ち着き、再び観光客が戻ってきてくれればと思います。

当地域では高齢化が進み、民泊に協力してくれる世帯も少なくなっています。また、地元の若い人は、農業だけでは生計が立てられず、平日は会社勤めの日曜百姓が殆どです。しかし、私が協力する「華川営農組合」のメンバーを始め、若い農家は本当によく頑張っています。引退が視野に入る年齢ですが、営農指導などで若い人たちを応援するとともに、民泊に協力してくれる世帯が少しでも増えることを願っています。

リピーターなどに支えられ、利用者は震災前の水準に回復見通し

大子広域公園オートキャンプ場グリンヴィラ（大子町）
副支配人　伊藤　久氏

五つ星評価のキャンプ場

当キャンプ場は、国の都市公園事業の補助を活用し、02年に県により大子広域公園内に開設されました（大子町が指定管理者）。

開設当初から、首都圏からのアクセスの良さや高規格な設備、多彩なイベントなどが評判を呼び、03年に専門誌のランキングで1位に選ばれ、06年には（社）日本オート・キャンプ協会のキャンプ場評価基準で五つ星に認定されました。五つ星認定は、全国に1,300あるオートキャンプ場のうち、10施設しかありません。10年度には首都圏を中心に３万５千人の方が当キャンプ場を訪れています。

つながりや交流を求めるキャンプ利用者

利用者は子供連れの家族が約８割を占め、残りが学生や社会人の団体です。また、テント・道具などの性能向上により、キャンピングカーのお客様以外でも冬のキャンプを希望する方が増えています。

最近の傾向として、特に都市部からの方で、利用者同士のつながりや触れ合いを求めるお客様が数年前よりも目立ちます。

当キャンプ場は全面が平地のため、他のキャンプ場よりも隣の方と顔を合わせる機会が多くなります。また、クラフト（ものつくり体験）や自然観察会など、様々な体験の場を通じて、利用者間の交流が生まれます。キャンプでの交流が利用者同士のネットワークに発展し、お客様同士が連絡を取り合い再びキャンプ場に来場されるケースも少なくありません。

利用客数は12年度中に震災前の水準に回復見込

震災で建物に大きな損傷はありませんでしたが、震災発生から４日近く電気が通らず、施設内の受水槽ポンプを動かせませんでした。給湯器が故障し、宿泊棟の壁などにも被害がありました。

設備などの安全確認を終え、営業を再開したのは11年４月23日です。当日は多くのリピーター客が駆けつけてくれました。また、後からわかったのですが、激励のメールも数多く頂きました。

11年度は、震災時の休業やスポーツクラブ・幼稚園などの団体客のキャンセルなどにより、利用客は前年度のおよそ80%でした。しかし、今まで予約を取れなかったとみられる個人客からの申し込みが順調で、12年度は10年度の水準に戻る見込みです。

キャンプ場の集客を地域に還元

利用者は、キャンプ場や公園内の施設だけでなく、地元民も知らないような面白い店やおいしい店を探し当てて楽しんでいます。

また、キャンプ場では「丘の上のマルシェ」やマラソン大会など、大子町で開催されるイベントや催事に、場所や景品を提供しています。町に多くの人が来ることが復興につながると考えています。そのために、当キャンプ場がお役に立てれば幸いです。

（2）震災前からの中長期的課題の解決に向けた取り組み

地域振興券を活用した地域活性化プロジェクト「木の駅プロジェクト美和」

森と地域の調和を考える会（常陸大宮市）
代表　龍﨑　眞一氏（株式会社龍﨑工務店　代表取締役社長）

将来への危機感から「考える会」を発足

12年４月に地元有志数名により「森と地域の調和を考える会」を発足しました。会の基本構想は「地域主体による自然保護保全と地域振興活性化構想」であり、構想実現キーワードは5K（環境、経済、雇用、観光、健康）です。この地域の特性（豊かな自然、豊富な森林資源、歴史的価値など）を最大限活かした独創的且つ効果的な事業を確実に実行し効果をあげていくことが重要であると考えます。

「考える会」を始めた理由は、森林の荒廃と産業の衰退という美和地区の現状に対する私自身の強い危機感でした。新しいことに取組むにはリスクがあります。しかし、リスクを恐れて何もしなければ、将来訪れる地域全体の衰退という大きなリスクを回避することはできません。誰かがやるのを待つのではなく、勇気を持って動き出すことが重要であると決意しました。

木の駅プロジェクト美和の仕組み

考える会では、構想実現第一弾として「木の駅プロジェクト美和」を実施しました（第１期：12年６～８月、第２期：同10～12月）。

事業の仕組みは、まず山に放置されている林地残材を１㎥につき4～5,000円で買取ります。その時現金ではなく地元限定通貨「モリ券」を発行し、美和地域登録店舗で使ってもらいます。地域活性化と森林荒廃対策に同時に効果がある一石二鳥の取組みです。買取った間伐材は、全て美和木材協同組合で「オガ粉製造」として3,000円／㎥で引取ってもらい、農家や畜産業者などに販売します。

この事業のポイントは、第一に受取った材が全てオガ粉製造に回せる為、確実な収入源が確保でき収支予測が可能であることです。第二に、材の品質を問わず全て受入可能となり確実な森林整備促進を年間を通して実行可能であることです。

予想を上回った間伐材回収

第１期社会実験を行う際には、地元の人たち（出荷者、商店主）を集め合同説明会を行いました。説明会の中では「50㎥も集まらないだろう」という声もありましたが、実際には目標（100㎥）の約2.8倍（277㎥）の間伐材を集めることができ、第２期も245㎥以上集めています。

また「モリ券」の発行枚数は第１期は1,347枚（約140万円）、第２期は659枚（約60万円）となり、資金を地元の商業に確実に流通させることが出来ました。

間伐作業では、汗だくの笑顔で参加する定年退職者の姿がありました。この取り組みが定年後の生きがい創出や健康促進にもつながることを発見できたことは、予想外の収穫でした。

プロジェクトの課題への対応

一方、社会実験を通じて明らかとなった課題もあります。まず、出荷者の安全対策（事故リスク低減）です。出荷者の中には、伐採活動に不慣れで、基礎的な作業知識が十分でない方もいます。そこで、知識及び技能講習会を開催し、修了者のみ出荷を許可することにしました。

次に、収支改善の問題です。出荷者からの買い取り価格と売り渡し価格の差額（逆ザヤ）をどう埋めるかが、プロジェクト継続の鍵です。買取り価格を安易に引下げれば経済波及効果を弱めることになりますから、会では様々なアイデアや取組みを試行錯誤しながら対策を講じました。

第２期では、山主の許可を得て、プロジェクトのメンバーと出荷者が協力し林地残材を集める活動、また多方面から寄付材を募る取組みなどを実施しました。多数の方にご協力いただいたおかげで、第２期では収支はほぼ均衡する水準に改善しました。

その他、林道から離れた場所の材の搬出については、搬出方法の技術向上と工夫、安価な特殊器具を使用した対応を検討しています。

きっかけを作れば地域も動く

「木の駅プロジェクト美和」は新聞などメディアにも多く取り上げられ、考える会の認知度が高まりました。今後は地域・学・官の連携を図っていきたいと考えています。

また、林地残材を活用した「薪製造･販売事業」、地域の魅力や歴史的価値を発掘・発信する「美和地区お宝マップ作製事業」、「高部館跡整備事業」、「街並み保存修復事業」など、様々なプロジェクトの実現も進めています。

活動を通じて実感したのは、「よい動機（地域の益を願う）で行えば、地域の人たちは協力してくれる」ということです。我々が目指すものは「地域の自立」であり、その実現の方法は上杉鷹山の「自助･共助・互助」が基本であると考えます。まず自助努力をし（自助）、地域の人たちが互いに助け合い（共助）、その動きを心ある人たちに応援して頂く（互助）。始められた取組みが契機となり、地域主体（地域の力）による地域振興活性化を実現させ、この地域が物心両面にわたり「豊かで魅力ある町」になることを願います。

四半世紀以上続く民間企業の植林事業

ピジョン株式会社
執行役員　経営企画本部長　　松永　勉氏（左）
経営企画本部　経営企画室兼IR・広報室チーフマネージャー
山口　善三氏（右）

育児と育樹は同じ

当社では、1987年より社会貢献の一環として、「ピジョン赤ちゃん誕生記念育樹キャンペーン」植樹事業を、常陸大宮市美和地区で行っています。

植樹活動のきっかけは、「育児と育樹はどちらも愛情に支えられて成長していく点で同じ」という当時の社長の発案でした。数か所の候補地から、縁あって美和地区としました。

当初は、国有林への植樹であったため、国の定めにより、杉および檜の植樹を行っていました。2007年からは、元ゴルフ場建設予定地（約90ha）を新たに購入し、「ピジョン美和の森」として、クヌギやナラなど広葉樹の植樹を始めました。

キャンペーンでは、インターネットや店頭のパンフレットなどで植樹を希望される方を募集します。応募資格は、直近の一年間に赤ちゃんが生まれた家族で、植樹・維持経費は当社が負担します。全国から応募があり、最近は年間5,000本の苗木を植樹しています。

毎年５月には植樹祭を開催し、植樹を希望される

50名の家族を抽選で選び、植樹祭に招待しています。当日は、道の駅での食事や温泉も楽しめます。参加者からは「現地に行って良かった」といった声が数多く寄せられています。

植林事業を続ける意味とは

この事業の費用は、森林の維持管理を含めると決して安くはありません。しかし、この事業は当社の企業理念である「愛」と深く関わっており、続けることの意義が全ての社員に浸透しています。

また、植樹に関する実務は、地元の美和木材協同組合に委託しています。組合の方は家族ぐるみで支援してくれており、地元の方の協力なくしてこの事業を継続することは出来ませんでした。

育児用品メーカーのお客様は乳幼児を育てる親世代が主で、企業とお客様とは一時的な関係に止まるのが普通です。植樹を始めた理由には、赤ちゃん自身が親になる20数年後まで良好な関係を続けたいとの考えがあったと聞いています。

事業開始から四半世紀が経過し、実際に初期に参加してくれた赤ちゃんが成人して子どもを持ち、植樹に参加してくれています。継続してきたことの答えがそこにあります。

県北地域振興の新たな地域資源として期待されるジオパーク

茨城県北ジオパーク推進協議会
運営委員長　天野　一男氏（茨城大学理学部教授）

豊かな自然を観光資源として活用するジオパーク構想

ジオパークとは、日本語で「大地の公園」という意味です。海外ではユネスコの支援で2004年に設立された世界ジオパークネットワーク（GGN）が、国内では09年に設立された日本ジオパークネットワーク（JGN）が、推進活動を行っています。

ジオパークを推進する目的は、地域の地形や地質といった豊かな自然の保全にその地域の歴史や文化遺産を加えて観光資源として活用し、地域の活性化や科学教育に寄与することにあります。日本では東日本大震災を経て、ジオパークに自然災害の跡地を加え、防災教育に生かそうという動きもあります。

JGNにより日本ジオパークに認定された地域は13年３月現在で25か所、このうち５か所はGGNにより世界ジオパークに認定されています。

県北10市町村が日本ジオパークに認定

茨城県北部地域は、阿武隈山地、久慈山地、八溝山地といった美しい山並、久慈川の河川、五浦海岸に代表される海岸線など豊かな自然が広がっています。地質学的には、これらの地域から過去５億年の地球の歴史を読み取ることができます。

そこで、茨城大学を起点として、10年に県北地域10市町村などが、茨城県北ジオパーク推進協議会を設立し、ジオパーク認定に向けた準備を進めました。11年にJGNに認定され、現在は山陰海岸ジオパークに次いで全国２番目に広いジオパークとなっています。

知的観光旅行としてジオパークツアーを開催

ユネスコは、ジオパークとして成立するためのガイドラインとして、遺産の保全などのほかに、ジオツーリズムと呼ばれる知的観光旅行を地域の活性化に活用することを重要なポイントとしてあげています。

茨城県北ジオパークの場合、学生による地域参画プロジェクトの一環として、「地質情報活用プロジェクト」のメンバーが案内を務め、花貫渓谷、袋田の滝、平磯海岸、千波湖などでジオツアーを行っ

ています。参加者が10名前後から50名を超えるものまで、様々な形態でツアーを実施しています。

また、茨城大学では、現地で遺産を紹介するガイド（インタープリター）の育成を支援しています。これまで行った「インタープリター講座」は延べ115名の方が受講し、ツアーの案内のために必要な知識を学んでいます。この受講者のレベルを高めるブラッシュアップ講習も実施しています。

なお、各ジオサイトの案内書である「地質観光まっぷ」は、プロジェクトの学生の手によって作られています。

ジオパークを県北地域活性化の起爆剤に

地域の大きな特徴である豊かな自然環境をうまく活用し、地域の振興に寄与できる活動の一つとして、茨城県北ジオパークは大きな可能性を秘めています。特に、東日本大震災における津波や原発事故の影響が続く県北地域の観光振興の一翼を担うことが、茨城県北ジオパークの大きな役割だと考えています。

将来的には、福島県南部などのジオパークと連携し、世界ジオパークに認定されることを目指しています。茨城空港を利用したアジアからの多数の観光客の召致を目指したいと考えています。

そのため、観光客の受け入れ態勢の整備が今後の課題です。案内の看板設置や危険個所の改修、道路の整備に加え、公衆無線LANを設け、スマートフォンなどに情報を無料配信する仕組みなど、観光客が楽しめる仕組みづくりも必要でしょう。

自然の成り立ちを知り、そこに営まれる暮らしを深く考えることから真に豊かな暮らしが見えてきます。県北地域の振興のヒントも実はそこにあります。私自身も、茨城県北ジオパークの活動を通じて、関係者とともに地域の振興に力を尽くしていきたいと思います。

地域を支援するファシリテーターとしての取り組み

トライポッド・デザイン株式会社（東京都千代田区）
代表取締役　中川　聰氏（東京大学大学院特任教授、いばらき大使）

人間重視のデザインを社会に提供

当社は東京、NY、アジアを中心に活動するデザインコンサルティング会社です。アートだけでなく、マーケティングやエンジニアリング、設計工学も駆使し、一人一人の人間を大切にしたデザイン（ユニバーサルデザイン）を研究し、提供するのが仕事です。

私自身が常陸太田市出身ということもあり、いばらき大使やいばらきデザインセレクションの審査委員など、県の活動に協力しています。６年ほど前からは、県北地域の農業や林業の振興、豊かな風土の上に成り立っている伝統工芸に注目し、様々な活動を始めています。

地域の課題解決を考えるワークショップ

「デザインインキュベーター（デザインの孵化器）」は、地域振興を通して、次世代を担うデザイナーの育成をする活動です。トヨタグループなどの協力を得て、東京大学などの学生によるワークショップを実施しています。学生たちのチームは、高萩市や北茨城市を何度も訪れ、それぞれが抱える地域の問題を解決するための「本当に必要な」暮らしのデザインを考えます。約半年間のワークショップを経て、地元の人も交えた最終プレゼンテーションが行われます。学生は現場の経験と地域の方々とのコミュニケーションを通じて、デザインの感性や能力を伸ばすことが期待されます。地域も若者の視点からみた地域振興のアイデアを得て、役立ててもらえればと

思います。

子どもたちの復興への希望を世界に発信

11年５月、㈱ベネッセコーポレーションと共同企画し、NYで「WE ARE HERE～被災地からの小さなメッセージ展」を開催しました。

震災から間もない時期でしたが、悲惨な光景ではなく、子どもたちの現状や思いをメッセージによって伝えたいと考え、岩手県山田町の保育所、宮城県女川町の小学校、茨城県高萩市立東小学校にご協力をお願いしました。

常陸大宮市の西ノ内和紙に描かれた400以上の絵やメッセージは、展示会を訪れた人に驚きや共感を与え、現地の新聞やテレビでも報道されるなど、大きな反響がありました。

新たな漁業の基盤づくりを目指す研究会

茨城漁業環境研究会は、復旧・復興を越えた新たな地方産業としての基盤づくりを目指し、活動を行なっている研究会です。12年５月に大津漁港の小型船主11人が立ち上げ、私も副委員長として協力しています。会では、漁師の女性たちが震災で破損した漁網で作ったバッグや巾着などを、「aminet」というブランドで販売しています。巾着やボトルキャリーは、底引き網の最も負荷のかかる部分で作られ、復興支援の意義と実用的な強度を兼ね備えており、高い評価を得ています。

研究会では、以下の三つを柱に、安全と安心の提供を目標としています。「全魚検査による安心して食べられる魚の供給システム」では、魚を出荷箱に入れたままで検査できる装置の開発により、全量検査を目指しています。「おいしさと新鮮さを売りにした新しい水産物のブランドデザイン」では、安全面だけでなく、おいしさや新鮮さを前面に押し出した食品ブランドを開発し、風評被害の払拭を目指しています。「情報システムを利用した安全な操業に向けた取り組み」では、ICT技術の活用、非常用リストバンドの開発により、漁師や漁業関係者の作業の安全の向上を進めていきます。

環境教育を行う「リバースミスの学校」

環境という地域資源を守るためには、教育も大切です。12年より常陸太田市で「リバースミス（川の番人）の学校」を開催しています。

常陸太田市内には、浅川や山田川、里川といった清流が自然に近い形で残されています。しかし、これらの川は汚れ、水本来の力を失いつつあります。「リバースミスの学校」では、子どもたちや一般の方、企業の研修者を集め、川の浄化作業や観察路の整備、自然とのふれあいなどを通じて、水辺の環境教育を行っています。

講師は実際に地域に暮らす方々にお願いしています。私たちは、講師の方が川の環境と自然について教えるためのテキストを作成し、自らも参加することで、この活動をサポートしています。

地域を支援するファシリテーターとして

私たちの活動の背景には、県北地域には素晴らしい自然や伝統工芸の優れた技術や知恵が存在するものの、地元の人はその価値を十分に生かしきれていない、というもどかしさがあります。

自然環境や伝統技術を遺産として再評価し、新たな創造を加え、都市型社会に発信していくことが県北地域の活性化にとって不可欠です。

また、地域活性化の主体は地域の方々です。まずは自分たちで何とかしていくよう努力していかなければなりません。ただし、その努力を持続可能な仕組みに仕上げるためには、舵取り役を果たすファシリテーターの存在も重要です。私たちはその役割を果たしていきたいと考えています。そして、私たちの取り組みをきっかけに、地元の若者が地域を支えるコーディネーターへと育っていくことを強く望んでいます。

コミュニティ創造により商店街の「意味」を見出す

鯨ヶ丘商店街（常陸太田市）
鯨ヶ丘商店会長　渡辺　彰氏（「喜久屋」店主）（右）
睦美氏（左）

商店街は時代の流れと共に衰退

鯨ヶ丘商店街は、常陸太田市の中心商店街として長い歴史を持っています。旧常陸太田市はかつて佐竹氏の城下町として栄え、なかでも鯨ヶ丘は大変な賑わいをみせていました。

しかし、時代の流れと共に、商業の中心地はバイパス沿いに移り、鯨ヶ丘の商業は翳りをみせていきました。変化していく社会の中で、商店街はどう変わればよいのか、商店会では「夢見る会」と名付けた勉強会の中で議論を重ねました。

コミュニティ活動に活路を見出す

94年に東通り商店街から鯨ヶ丘商店街に名前を変え、コミュニティ活動を事業の中心に据えました。大型店との価格競争に巻き込まれたくないという思いから、商店街にあって大型店にはないことを重視しようとしました。それは買い物だけでなく住民同士がふれあう「縁」をもつ、コミュニティの場であると考えたのです。

最初に手掛けたのは95年の「くじらハウス」の開店でした。空き店舗を借り上げ、市民や商店会員が多目的に使える拠点としました。「くじらハウス」は02年に移転し、現在の「くじら屋」となりました。鯨ヶ丘地区の名物「くじら焼き」のお店です。03年には焼き芋と子ども向けの駄菓子を販売する「いも屋」を開きました。また、大型衣料店であった設備を改修し、当地オリジナルヒップポップ系ダンス「久自楽舞」のレッスンスタジオも開設しました。いずれも地域の人々が集まるコミュニティの場として一役買っています。

「創業」ではなく「想業」

こうした取り組みがマスコミに取り上げられるとともに、歴史的な風景を求めて散策に訪れる方も目立つようになり、商店街への出店を希望する方が増えました。

その中でも、08年に新しくオープンした子育て支援を目的としたコミュニティカフェ「café結＋１」、アンティークギャラリー「花てまり」、若者向けの居酒屋「わたる屋」の３店舗から、私たちは「単に利益を追求するのではなくそれぞれの想いを実現するためのお店づくり」という新しい商業者の心を学びました。それを「想業（想いを仕事とする）」と表現し、既存店も、自分のお店に対する「想い」を再考しています。

「和暦」（旧暦）のまちづくり

08年からは「スロータウン鯨ヶ丘～和暦の時間が流れる街～」を掲げています。季節のイベントや風習を和暦に合わせて行い、和暦の意味、季節感が感じられるまちづくりに取り組んでいます。

現在はほとんど使われませんが、日本の和暦は季節の行事や風習の中に生き続けており、そこには様々な物語（意味）があります。旧暦の十五夜～十三夜、ひな祭りにイベントを開催し、そこに訪れた方と各店の店主らが会話を交わし、ゆったりとした時間を過ごすことで、コミュニティの良さを理解してもらえればと思います。

日常の再生へ

商店街を中心としたまちづくりやイベントにより、鯨ヶ丘地区への来街者は着実に増えてきました。若者向けの店舗や設備が増えたことで、カップルやニューファミリー層など新たな客層が拡がっています。

このように、「縁」、「想業」、「和暦」をキーワー

ドに行ってきた私たちの活動は、商店街に「意味」を持たせることであったと思います。今後の目指す方向として、「日常（ケ）の再生」を考えています。非日常（ハレ）であるイベントに人が集まるのも、日常（ケ）である地域のコミュニティが充実していればこそです。１日にお客様が10人増え、それが365日続けば一過性のイベントに負けない大きな効果が得られます。地域住民とのつながりを大切にした、地に足がついた活動を進めていきたいと思います。

（3）若者を呼び込む地域の取り組み（県外事例）

柚子製品による地域活性化

馬路（うまじ）村農業協同組合（高知県安芸郡馬路村）
営農販売課販売係兼広報係　長野　桃太氏

村との協力のもと柚子の製品を製造

当組合は、1948年に設立されました。地域資源である柚子を利用した商品の製造販売により、山村に雇用を確保し、行政と連携しながら村の活性化に努めています。売れ筋商品の一つである「ぽん酢しょうゆ・ゆずの村」は、優れた地域特産物を表彰する「日本の101村展」で最優秀賞を受賞するなど、高い評価を得ています。

柚子を新たな産業に

かつて、馬路村では林業が盛んに行われ、多くの雇用を生み出していました。そのため組合の信用事業や共済事業も順調でした。しかし、昭和初期から林業が衰退すると、これらの事業は立ち行かなくなりました。村の面積の96%は山であり、元々農業生産は盛んでなく、組合の関心も農業には向いていませんでした。しかし、信用事業、共済事業が不振となったため、農産物の販売などの経済事業に取り組む必要が出てきました。

そこで、63年に販売を見据えた柚子の栽培を始めました。村には、800年前から柚子が伝わり、自家消費用の柚子の木々があったためです。

高知県全体が柚子の産地であったため、市場は大きく、大手食品メーカーなど販売先は十分確保できました。

新商品を開発し、付加価値を高める

栽培農家は、林業との兼業が多く、柚子に多くの手間をかけられません。しかも、村は日照時間が少ないため見栄えの良い柚子を作ることが難しく、栽培技術の高い他の産地と比較しても不利でした。また、大豊作の年には、値崩れを起こします。原料提供だけでは安定した収益を確保することが難しいという現実がありました。

この状況を打ち破るため、80年頃から柚子を活用した商品開発に取り組みました。見た目が不格好でも、安定した収益を得られるよう、加工して付加価値を高めるという取り組みです。86年には「ぽん酢しょうゆ・ゆずの村」、88年には柚子のジュース「ごっくん馬路村」を開発しました。加工を前提とした栽培であるため、見た目を重視する必要がありません。そのため農薬を使用せず、安全・安心な柚子という優位性を備えています。

商品とともに「馬路村」を売り出す

販路を拡大するために、県外の催事に積極的に参加しました。後日、購入希望のお問い合わせをくださった方には、電話や郵便で注文を伺い、直接販売を行いました。しかし、当初は採算割れの状況が続きました。

原価の高さや、物流コストの関係から、卸売はせず、お客様に「馬路村」のファンになって、直接商品を購入してもらうことを目標としました。通信販売で全国のお客様に商品を発送する際には、村の情報を掲載したチラシを同梱し、地道に村の雰囲気や魅力を発信し続けました。

また、県内に向けたＣＭを放映したことで知名度が向上しました。今では、顧客は20万人に増え、年間30億円の売上を達成しています。現在は、新規顧客を獲得するための具体的な営業は行っていませんが、贈答品などを通じて自然発生的にファンが増加しています。

馬路村の発展のために

柚子製品の成功は、地域経済の活性化や、産業、雇用の創出をもたらしました。また、馬路村全体を売り出す方法は、交流人口の増加につながりました。当組合も観光客が工場を見学できるよう、改築を行っています。

現在、当組合では90名ほどの従業員が働いています。また、今までは全くいなかった、Iターンで村に移り住む若者が増加しました。

今後は種を使った化粧品の製品化など、柚子を余すことなく利用し、これまで以上の売上増加を図ります。また、そうした事業を自ら行うことで、馬路村の活力を高めていきたいと思います。

間伐材を活用した商品開発

株式会社エコアス馬路村（高知県安芸郡馬路村）
総務企画課係長　山田　佳行氏

森を育てながら事業を進める

馬路村は、高知県東部の1,000m級の山々に囲まれた山間に位置し、森林面積が村の96%を占めます。良質の杉材の産地であり、かつて村には２箇所の営林署がありました。しかし、材木の価格の下落を背景に、林業は次第に衰退していきました。平成に入ると、営林署が事務所に降格しました。林業に従事する人も減少し、村の活力も失われつつありました。

そこで、2000年に村内の「森の後継者」を守るため、新しい林業体制を担う第３セクターの会社、株式会社エコアス馬路村を設立しました。「森を育てる」、「森を集める」、「森を加工する」、「森を販売する」、これらをまるごと循環させることを目指しています。

当社は、事業課、加工課、企画総務課が連携して事業を推進します。事業課は造林・育林・間伐に関する仕事をしています。加工課は間伐材の商品化を行っています。企画総務課は森や商品のPRを行っています。

間伐材を利用した製品開発

当初は、間伐材を薄くスライスして、食品用トレイをつくる事業などを行いました。製品を全量買い入れてもらえる契約であったものの、これが頓挫し、従業員や設備に余剰が生じました。急遽自社で食品トレイ以外の商品も開発・販売を行っていく必要が生じました。そこで、間伐材を使ったお皿・うちわの製造を始めました。

これらの商品は、東京の武蔵野市にあるアンテナショップに卸していました。それを高知県出身のデザイナー島村卓実氏が見かけたことから、新たな商品開発に結びつきました。それが「モナッカ」シリーズです。自然の木目を生かしたバッグや座ぶとん、電卓などを提供しています。

04年に販売を開始してから、優れたデザインが好評を博しました。翌年には海外の主要な都市の展示会にも出展し、評判となっています。会社全体ではおよそ２億円の売上を計上し、23人の雇用に繋がっています。

森の保全のために

森の保全を担当する事業課では、村内の林業保全の事業を受注していきたいと考えています。そのような事業は入札でしかとれません。村内にあるという地の利を活かして、実績を積重ねていきます。

また、加工課でも、今まで以上の売り上げを確保していくために、新商品を開発していきます。今後も馬路村の林業を保護していくために、様々な活動を行っていきます。

永遠の森をつくり上げるために

私たちの最大の狙いは、循環型林業を実現する「永遠の森」構想です。その実現に向けて「千年の森」基金を創設し、売上の一部を積み立てています。使い道については、今後、時間を掛けて検討していきます。

「森の仕事・資源をまるごと販売」していくという村独自の林業振興を行っていくためには、森林の保持が必要です。地域資源を活用した製品を開発、生産、販売するだけでなく、「永遠の森」構想のような大きな目標を据えて進んでいくことが必要だと考えています。このような森林が循環していくシステムの構築は、地域・事業者・団体等が生き残っていくために、大事な考え方なのではないでしょうか。

創造的過疎の実現のために

特定非営利法人グリーンバレー（徳島県名西郡神山町）
理事長　大南　信也氏

移住者と地域をつなぐ法人

当法人は、神山町で「日本の田舎をステキに変える！」というコンセプトのもと2004年に設立されました。空き家再生やアーティストの滞在支援、人材育成、道路清掃など様々な活動を行っています。

神山町は1955年に５つの村が合併してできました。当時21,000人であった人口は、過疎化の進行とともに6,300人程度にまで減少していました。しかし、現在では様々な移住施策の成果から約170世帯が移住を希望し、順番待ちをしている状況です。

国際交流から移住支援へ

グリーンバレーの始まりは、1991年にさかのぼります。1927年に、アメリカから日米親善の為に12,739体の人形が日本各地に贈られました。その多くは「敵国人形」として太平洋戦争中に処分されていましたが、「人形に罪はない」と一人の女性教師が用務員室の押入れに隠したものが神山町神領小学校に残っていました。そこで有志が協力して、この人形をアメリカに里帰りさせる運動を行いました。

この時に中心となって活動してくれた方は、今も当法人で活動しています。この時の成功体験を共有できたことが、現在の活動につながっているのだと思います。

その後、徳島県が97年からの10年計画で「国際文化村プロジェクト」を始めることを知りました。国際交流に関するノウハウを持っている私たちは、将来自分たちが運営する時代が来るだろうと予見し、住民が考えた企画を県に提案することにしました。

この事業では、アートの力で国際交流を推進するために「アートインレジデンス」に取り組みました。町民が芸術家の世話をし、芸術家は町民との交流のもとで作品を作るという活動です。その活動ではアーティストの移住サポートなどの支援も積み重ねました。

このプロジェクトを成功に導いた実績などが認められ、現在、神山町移住交流支援センターの運営を委託を受けて住民の立場から移住交流に関する様々な支援活動を行っています。

「創造的過疎」を実現

当法人では、移住支援を「創造的過疎」を実現するための手段と位置づけています。創造的過疎とは、過疎化の現状を正しく理解し、的確に対策をとることです。日本の総人口が減少しているという状況を受け止めたうえで、地域の機能を持続可能な形に変えるのです。そして、町を理想の形にするために、何をすべきかを逆算して布石を打っていきます。

例えば、高齢者に偏った町の人口構成を改善するためには、若者世帯の移住が必要です。ある大学の教授に試算をお願いしたところ、子どもを２人もつ若者世帯が、毎年５世帯移住してくることが必要ということでした。そこで、若年層の移住をうながします。しかし、雇用の場がなければ若年層の移住は見込めません。このとき、誰でもいいから来てください、ということはしません。神山町に必要な働き手や企業は何かを考え、それに該当する人や企業を逆指名して公募するのです。これを「ワークインレジデンス」という新しい形の移住策により実現しています。

ワークインレジデンスでは、所有者から委託された家・土地の貸与を条件に公募し、子供を連れた若者夫婦や起業家を優先して入居させています。これにより、神山町で必要としている職業の人材を確保できると共に、移住を希望する人は神山町での仕事と住まいを確保できます。こうして手に職を持つ人材を集めることで、若者移住の可能性を切り開きました。移住してきた若者は、町内の商店で買い物をしたり、新たな商売を始めたりします。それが、商店街の再生にもつながっています。

サテライトオフィスが増加

移住事業開始当初は予期していませんでしたが、IT企業のサテライトオフィスを中心に、神山町に拠点を設ける企業が増えています。徳島県では、県内全域に光回線を整備しているため、町内の全住戸が優良なネット環境を有しています。また、生活費の安さや、徳島市内から40 ～ 50分圏内で利便性も悪くないという点が支持されているようです。

しかし、定住者が増える理由は、それだけではありません。神山町を選ぶ理由として、「神山に行けば、なにか面白いことがあるのではないか」と夢を重ねていらっしゃる方が多いようです。私たちは、やりたいことがあれば、その時に必要な人を斡旋することができます。私たちは、新しいものをいち早く取り入れるイノベーターと、それらを比較的早くから受け入れて他の人たちに影響を与えるアーリーアダプターが神山町に来ることをお待ちしています。そのような人たちが作った空気が各地に波及して、また他の人たちを呼びこむことになります。次第に複数の要素が結びつき、それが町に循環していけばよいと考えています。

神山をよりステキにしていくために

町がステキになるために必要なのは、可能性を排除せずに取り組んでいくことだと思います。「地域に何があるのか」ではなく「地域にどんな人が集まるのか」という視点を大事にしています。モノは陳腐化していきますが、人が集まれば新たなものが作り出されます。これからも人材を誘致し、その人たちを引き合わせるための役割を担っていきたいと考えています。

4. まとめ～県北中山間地域の復興のために

本章では、これまでみてきたデータやヒアリングをまとめ、県北地域の震災からの復旧・復興、さらに将来に向けた課題について考えてみたい。

（1）震災からの復旧・復興のステージの総括

物理的被害は概ね復旧したものの、実害が残る

社会インフラの復旧は、中山間地域においては概ね完了したといっていいだろう。

一方、産業分野に目を向けると、農畜産業では一部の産品で未だ出荷停止の品目があり、福島第一原発事故に起因した「実害」が今も残る。

風評被害は回復に向かうものの、影響は未だ残る

今回のヒアリング先では、風評被害の影響は、観光需要に回復の兆しがみられる、という声が多く聞かれた。

放射能問題に関する人々の不安が和らいだことに加え、行政や団体、民間が一体となってPR活動をおこなってきた成果もあろう。

しかし、首都圏からの観光客、特にファミリー層の需要回復が遅れ、農畜産業、観光・サービス分野の12年（度）の売上高や来客数は、全体としては震災前の水準までは戻っていない。

県北地域は、震災前より首都圏からの集客に力を入れていた。観光・サービス業者だけでなく、地場素材を使った食品製造業者も、観光客の売上への依存度が高かった。このため、観光需要の悪化の影響は地域全体に波及したとみられる。

（2）中長期的課題に対する地域の取り組み

足元の観光客数などが本格的に回復すれば、復旧への道筋もみえてくる。ただし、地域全体が復興の段階へ進むには、地域活性化などの中長期的な課題解決が必要だ。

例えば、震災を機に廃業した美和地区のしいたけ農家は、高齢化や後継者難の問題も抱えていた。風評被害の払拭だけではこれらの問題は解決できない。

では、どのように中長期的課題の解決を目指しているのだろうか。取材から確認できた、県北地域における地域活性化の様々な取り組みを改めて整理してみよう。

交流人口拡大に取り組む様々な動き

大子町のグリンヴィラは、行き届いた設備とサービスを持つ。全国有数のオートキャンプ場として、震災後の悪化から早期に回復し、首都圏からの高い集客力を維持している。

ピジョンは、四半世紀以上に亘り、常陸大宮市美和地区での赤ちゃん誕生記念植樹を続け、地道ながら交流人口の増加に寄与している。

トライポッド・デザインが企画するワークショップは、大手企業の連携により、都内の学生と地元との交流を図っている。観光客以外の人を地域に呼び込む新たな動きといえる。

現状では苦戦している農家民宿だが、農業体験をはじめ、都会の人が期待する楽しみを提供できる強みがある。県北地域では、宿泊施設が不足する一方、施設の増加も望みにくいことから、農家民宿の価値を再評価し活用していくべきだろう。

定住人口の維持拡大とコミュニティの充実

各市町では、定住人口増加のために様々な取り組みが行われている。だが、定住人口を維持するという観点からは、生活の基盤となるコミュニティの充実も忘れてはならない。

鯨ヶ丘商店街は、大型店の進出に対抗するため、コミュニティという価値を提供した。様々な賑わいの場が創られ、世代を超えた交流も促進されている。また、事業への想いを重視した個性的な店が起

業した。通常では商店街を利用することの少ない若者たちが鯨ヶ丘商店街を訪れるようになっている。

地域に貢献する地元人材の育成

「木の駅プロジェクト美和」は、地域振興券を活用した地域活性化プロジェクトである。林業と商業をともに活性化させる意欲的な試みであると同時に、地元の人々を実際の行動へと動かす仕組みを構築した点が光る。

トライポッド・デザインの環境学校は、外部の目から、地域の人間が気づかない地域資源の掘り起こしを行っている。さらに、自分たちはノウハウの提供などサポート役に徹し、住民が主体となった持続的な活動を促している。

地域資源の掘り起こし・活用は進んでいる

県北地域では、奥久慈りんごや奥久慈しゃもなど、食のブランド化に成功している。各商品は、長年培われた経験と技術によってブランド力を高め、県内外に広く知られる存在となった。

また県北中山間地域が誇る自然や景観の価値を高めようとする動きも起こっている。茨城県北ジオパークは、自然や景観を活かした新たな観光資源として今後大いに期待できる。

(3) 若者を地域の産業へ：雇用の場の創出・確保

このように、県北地域では、様々な地域振興策が具体的に進んでおり、成果もみられる。

それでも、若者の流出については歯止めがかかっていない。若者の流出を食い止めるには、若者を意識した雇用の場の創出・確保が欠かせない。

過疎地域ながら、新たな産業を育成し、若者の雇用維持に結び付けている高知県馬路村と徳島県神山町の取り組みを振り返ってみよう。

特産品開発で若者雇用の場を確保した馬路村

馬路村では、林業の衰退のなかで地域の雇用を維持するために、地域資源を活用した新商品開発が行われた。関係者の苦労の末、「ぽん酢しょうゆ・ゆずの村」や「モナッカ」は、いずれも全国的な特産品となった。これにより、各種商品の製造や新たな商品企画・開発などの仕事が生まれ、若者のIターンもみられるようになってきた。

馬路村では、地域資源を活用した産業を創出し、若者の雇用確保に結び付けた。つまり、ただの資源が対価を生む資産に成長した数少ない例である。地域資源を資産にまで発展させた関係者の努力、村を売り出すという手法でファンを増やしたPR活動、外部のデザイナーの活用などは、県北地域でも参考となるだろう。

定住優遇で若者の雇用を増やす神山町

一方、神山町では、地域に必要な働き手や起業家を優遇し、産業が増えることで、移住者が地元で生計が立てられる町にする、という試みを進めている。自然やネット環境に注目したIT企業がオフィスを開き、都市部の若者が移住するなどの思わぬ効果が現れている。

また、神山町には、お遍路さんの地らしく、人を受け入れ、もてなす風土がある。若手起業家などにとっては、自分がやりたいことを町が後押ししてくれるという魅力もあるようだ。

神山町の事例から学ぶべき点は、若者が地域で働くことに魅力を感じ、将来の夢を与えてくれるような地域づくりだろう。一朝一夕にはいかないが、県北地域でも地域で働きたいという風土の醸成を目指していくことが望まれる。

おわりに

今回取材した先は、それぞれが抱える課題に真摯に取り組み、復興に向かって前進している。また、震災を機に、地域の将来に危機感を持った住民が、活性化に向けた活動を進めている。こうした地域を愛する住民がまちを元気にしていく活動を積み重ねていくことで、まちの魅力は高まっていくだろう。

（佐藤・荒澤）

先月号において東日本旅客鉄道(株)を「創業：1949年」と表記いたしましたが、同社の設立は1987年です。