

シリーズ調査「いばらきの創生を考える 2016～2017」
第3回は、常陸太田市、常陸大宮市、大子町の2市1町を取り上げる。

この3つの自治体は、日本創成会議の試算からは、いずれも「消滅可能性都市」※1や「消滅可能性が高い都市」と位置付けられたまちである。しかし改めてそのような指摘を受けるまでもなく、本県の県北山間地域は、長年にわたって人口の減少と若者の流出対策に取り組んできた、いわば「地方創生の先達」なのである。地方創生の中では、観光地経営のための日本版DMO (Destination Marketing / Management Organization)※2が一つの目玉とされているが、当地では30年以上前から全国の官民連携広域組織の嚆矢と言って良い「グリーンふるさと振興機構」が活動してきた。近年スポットが当たり始めた「地域おこし協力隊」にしても、当地での活動が全国の草分けであり、流行の廃校活用においても多彩な事例に事欠かない。半世紀も前に当地の廃校へと立地した企業が現在も元気に活躍している。しかし、それでも人の流れが大きく変わる訳ではなかった。この県北地域における地方創生とは何か。本調査では、この地域で行われてきた多くの先進的な取り組みの中に明日への課題を探ると共に、ある一つの視点からこの地域を見つめ直した。



それは「よそ者・若者・ばか者」※3の眼である。この三者が地域を元気にするとは、随分と使い古された表現ではある。しかし、言い古されたこの言葉が、今でも多くの人々の心に残るのは何故だろう。それは、彼らが実際に活躍できる場は極めて稀であり、地元が彼らを受け入れるのもそれほど簡単ではない事を多くの人々が実感しているからではないだろうか。では、はたして県北のこの地域には、彼らを受け入れ、活躍の場を用意する素地があるのだろうか？

これらの点を明らかにするために、本調査は彼らへのヒアリングを中心に実施した。

※1：「消滅可能性都市」は、2010から2040年までの間に「20～39歳の女性人口」が5割以下に減少する市町村であり、「消滅可能性が高い都市」は、そのうち2040年時点で人口1万人を切る市町村をいう

※2 DMO：観光地域づくりを持続的戦略的に推進し、牽引する専門性の高い組織機能

※3 「よそ者」：外部からの客観的なもの見方ができる人、「若者」：しがらみなくチャレンジできる人、「ばか者」：信念を持ち、活動に打ち込める人

地方創生へのヒント「異質な夢をそのままに包み込めば、山間にも真珠が育つ」

- 物語を伝える「編集力」を磨く～ 重要なのは、その地で大切にされるものを、こだわりをもって設置し、真に価値ある物語として伝えるための編集力(デザイン力)にある。
- 質の高い「共感の場」を創る～ 「本当に来て欲しい人」だけに足繁く来てもらうには、同じ価値観を共有できる質の高い共感の場づくりが大事になる。
- 生業を生み出す～ 地域おこし協力隊は、自らが手を挙げて移り住んできたその地域の「熱烈なファン」である。任期終了後もその地域に暮らし続けられるようにする仕組みづくりが必要である。
- よそ者・若者・ばか者を迎え入れる体制づくり～ ここに移り住もうとする人たちを、組織的に快く迎え入れる体制づくりが必要である。よそ者・若者・ばか者という、異質な「核」を地域に受入れ、貝殻である地域がそれにうまく反応した時、その核は異物でなく、地域にとって光り輝く真珠になる。

調査の視点とあらまし

本調査では、地方創生の先達たちに明日へのヒントを聞くとともに、地域づくりの担い手として期待される、いわゆる「よそ者、若者、ばか者」と呼ばれるような人たちにとって、この地域が具体的にどのように見えているのか、彼らが活躍できる場はあるのか、彼らを受け入れる素地とは何かに視点を置いている。

そのため、調査においては、現在、県北山間地域で様々な夢を育てている人たちに、実際にこの地をどう感じているか、彼らの夢と現実、そして明日への課題を中心に聞き出すことで、その答えを導き出すこととした。また、当地域と同じように地方再生の先達として、よそ者を迎える事で地域振興を図っている広島県安芸太田町と、オリーブとアートの島として再生され、毎年100人以上のIJターン移住者を迎える香川県小豆島町を訪ね、そこで育まれている夢を聞いた。

創生へのヒント1：県北山間で夢を育む人たち

現在、当地域内で様々な活動を行っている方々に、以下の趣旨でヒアリングを行った。

- (1) 今年3月に解散したグリーンふるさと振興機構の設立・運営に関わった野上公雄氏には、広域的な地域づくり政策からの教訓について
- (2) 地域おこし協力隊の草分けであり、今も常陸太田市里美地区に残って活躍を続ける長島由佳氏には、里美にこだわる理由について
- (3) 常陸太田の「里山ホテルときわ路」で働く若者4名には、里山の何が魅力なのかについて
- (4) 大子に移住して牛飼いを始めた若い高倉夫婦には、なぜ大子で牛飼いなのかについて
- (5) 地域おこし協力隊として帰郷し、実践型インターンシップの取り組みを支援する若松佑樹氏には、帰って来た地元での仕事への想いについて
- (6) 地元・大子町に帰郷してカフェを開き、まちの活性化に奔走する笠井英雄氏には、まちづくり

への夢と現実、明日への課題について

- (7) 地元・大子町に住み続け、若者が集う人気大型イベントを生み出した木村勝利氏には、イベントを仕掛けた想いと今後について
- (8) 奥久慈トレイルレースを人気レースに育てた和田幾久郎氏には、アウトドアから見た県北地域の魅力とこれからの可能性について
- (9) 旧御前山村に東京から会社を移転して47年になる高橋賢吾氏には、地元へのUターン者を中途採用でもウェルカムで迎えるその想いについて、それぞれ聞いた。

創生へのヒント2：瀬戸内地域で夢を育む人たち

県外における地方再生の先達として取材した安芸太田町観光協会（広島県）と小豆島町（香川県）の取り組みについて、以下の点に注目し、ヒアリングを行った。

- (1) 安芸太田町観光協会：高齢化率が50%近くになる^{やまあい}山間の町で、IJターン者を中心によそ者目線で、当たり前の地域素材を観光振興の目玉にしているその取り組みについて
- (2) 小豆島町：ここ数年、年間100人以上のIJターン者を受け入れており、地元素材の活用や瀬戸内国際芸術祭等、その背景となっている取り組みについて

なお、巻末には、県北山間地域の現状の整理として、人口推移・人口動態、生活行動、産業に関するデータから、県北山間地域の現状を整理するとともに、昨年策定した常陸太田市、常陸大宮市、大子町の人口ビジョンとまち・ひと・しごと創生総合戦略から地方創生の取組概要について、資料編としてまとめた。

第1章 創生へのヒント1「県北山間で夢を育む人たちへのヒアリング」



先達に学ぶ地域創生 ～グリーンふるさと振興機構からの教訓

常陸太田市

元グリーンふるさと振興機構
事務局長 野上 公雄 氏
(現いばらき蕎麦の会 幹事長)

今年3月、30年以上にわたり県北の地域振興の中心的役割を担っていた「グリーンふるさと振興機構」が解散した。全国初のDMOで、まさにこれから必要とされる組織であるにもかかわらず、何故今解散なのだろうか。グリーンふるさと振興機構設立に携わった野上公雄氏に伺った。

「顔となる人」を育てることができなかった

最近、地方創生策として、日本版DMOの設立がもてはやされているこの時期での解散は、非常に寂しく残念なものがあります。

当機構が思うように機能しなかった理由の一つに、人の継続性の問題があると思います。職員はみな優秀だったのですが、出向での受け入れのため2～3年で出向元に戻ってしまいます。その結果、施策に人的継続性がなくなっていました。

やはり、信念を持ち、長期間活動に打ち込んで成果を引き出す、いわゆる「ばか者」と言われるような顔となる人の育成が必要だったと思います。

よそ者の活動を受け入れる素地とは何か

商品づくりやプロモーションは、地域の外から厳しい確かな目を持った人を配置しないと難しいと思います。もちろん地元の人にもできる方々はいりますが、未だに舶来信仰があり、地元発のものは、地元からは受け入れてもらえないことも往々にしてあります。

一方、よそ者の代表例として、地域おこし協力隊がいますが、彼らの活動の意味をすんなりとは受け入れられない地元の人たちがいることも確かです。これからは、彼らがやりたいことに対して、地元が「よくは解らないけれど、まずはやってみなさいよ」と、新しい企画がもたらす地域の変化を期待して、温かく応援することが大切だと思っています。

リピーター（ファンづくり）が重要

広域的に地域振興を図ろうとすると、様々な関係機関に配慮せざるを得なくなります。そうなると、どうしても「より多くの人に来てもらう」ということが施策の目標になってしまいます。

その結果、例えば体験農業にしても、毎回同じ中身の企画を繰り返し、新鮮味が薄れていったように思います。これでは、地域に好感を持って、「次、また行こう」とは思いません。

これからは、本当に来て欲しい対象者を絞り込み、コアとなるリピーターを増やしていくことが重要だと思います。この地域のファンになって頂ける皆さんへのおもてなしを考えることで、人と人とのつながりができるような、連続性と「物語のある企画」が必要になるのではないのでしょうか。

「来たら必ず新しい発見がある」、「帰ってから友人に話したくなる」ようなことを繰り返し、中身の充実を図ることが大切だと思います。

これからの目標設定は量より質

地方創生計画の目標は、「量の拡大」に目が行きがちですが、社会経済環境から見れば、「質の充実」に重点を置くべき時期にきていると思います。

規模の小さな施策でも、関係している地元の人たちが、規模に応じた適正な利益や高い満足が得られるような、質の高い施策がいくつも出てくることが重要で、そのために、地域内外の知恵と力を幅広く結集していくことが必要だと思います。

グリーンふるさと振興機構

1985年設立、2016年3月解散。

県北地域（グリーンふるさと圏域）における地場産業の振興、都市と農山漁村住民との交流活動の重点的な推進等を図るため、地域情報の発信、教育旅行・体験ツアーの受入れ、田舎暮らし支援等を中心とする諸事業を実施した、茨城県、圏域市町及び民間出損による公益財団法人。



攻めるために守る、守るために攻める地域ファシリテーター

常陸太田市

合同会社 ポットラックフィールド里美
代表 フィールドディレクター 長島 由佳 氏

2011年4月、震災直後の常陸太田に第1期地域おこし協力隊として赴任した長島さんは、任期終了後もそのまま里美地区に残り、今年で6年目になる。地域づくりを推進する会社を立ち上げ、今や全国の地域おこし協力隊OGの顔ともなっているが、何が彼女にそうさせたのか。リノベーションされた里美の酒蔵「金波寒月」で、この5年間の長い話を伺った。

東京でのOL生活から震災直後の里美へ

私は、常陸太田市が募集した第1期地域おこし協力隊として、東日本大震災直後の2011年4月に赴任しました。地元は横浜で、大学卒業後は都内の大手旅行会社に就職し、バイエリアで働いていましたが、現場から遠く、自分のやりたい仕事とは違っていました。

次のステップのために転職を考えていた時、出身大学のフィールドワークの地であった常陸太田市で地域おこし協力隊（以下、「協力隊」）を立ち上げるので、大学側がOGを派遣したいという動きがあり、是非挑戦したいと応募しました。

採用が決まった後に震災が起こり、不安や家族の反対もありましたが、「地元は受け入れたい」ということで移住を決意しました。協力隊の第1期生3名は全員同じ大学のOGであり、里美地区担当として着任しました。

事前イメージとのギャップは大きかった

着任して里美に来た当初は、方言が全く聞き取れず、やっと理解できるようになるまで3ヶ月かかりました。失礼な言い方になってしまうかもしれませんが、風景や地元の言葉に対する私の理解度は、大学時代にフィールドワークで訪問した「フィリピン」に近いなというイメージでした。

また、着任前は「協力隊＝現場に専念」と思っていました。実際には庁内調整、事務仕事等も多く、行政の所管部署も協力隊の募集、事業案件、実際の運営がそれぞれ別である等、思い描いていたイメー

ジとは大きなギャップがあり、正直戸惑いました。

よそ者を受け入れる懐の深さに感謝

私たち協力隊はよそ者ですので、地元の方々に受け入れられないかもしれないという不安がありました。そんな中、地元の集会で自己紹介した時に、里川町内会の荷見元会長が一番初めに私に声をかけてくれて、不安を解消してくれました。また荷見元会長ばかりでなく、里美地区の皆さんは快く迎え入れて応援してくれました。入り口からよそ者を受け入れて応援してくれたのは、本当に有り難く感じました。

また、母校である清泉女子大学の卒業生中心のネットワーク「つなぐ会」の里美支部長である大森さんは、私が気兼ねなく悩みを相談できる貴重な相手です。本音で意見を言い合える方が地元にいるのは、大変有り難かったです。

外からの評価で目覚める「地域の誇り」

私が協力隊としてやりたかったことは、「地域の誇りの醸成」です。地域の誇りとは、住民の一人ひとりが「住んでいてよかった、住み続けたい」と感じることでと思っています。そのためには、住民が自分の住んでいる地域の真の価値や可能性に気づくことが必要だと思っています。

最近の活動のひとつに、金波寒月の酒蔵リノベーションがあります。約300年前に建てられ、50年前まで日本酒を醸造していた折橋地区の立派な酒蔵を、ゲストハウスや地域の学習・体験授業等の再利用ができるようにして、里美地区の財産として残していくという構想です。

この構想は協力隊1年目の時に地域の方の声から始まりましたが、具現化まで5年かかりました。地元の方に、その地域の真の価値を納得してもらうのは時



酒蔵・金波寒月でのワークショップに参加した留学生・大学生と受入地域の方々と

間にかかるものですが、地域の方々の地域に対する想いと、外からの人材の目線を掛け合わせ、共に行動に移していくということが大切だと思っています。地元の人たちは、地域の魅力や価値を外からの評価で初めて気づくことが多いので、外の人からの感想や感動を、地元の人に上手に伝えて理解してもらうことが、重要なのだとつくづく感じました。

“里美が好きだから”

3年間の協力隊の活動終了後も、里美に残った理由は、単純に“里美が好きだから”です。2年目が終了する時期には、任期後もここに残ると決めていました。通常、協力隊の3年目は、活動の「仕組み」を残そうとしますが、ここに残ると決めた後は、ここでの自分の役割を作る活動に、専念しました。

まずは自ら収入を得るため、市の観光物産協会と契約し、今年3月まで2年間農家民泊地域コーディネートをを行いました。現在は自分の活動を広めていきたいと思い、いわき市合併50周年サンシャイン博覧会や福島県棚倉町、群馬県下仁田町のアドバイザーも務めています。

求められる地域のファシリテート

これからは、これまでの経験を活かして、「地域と

共に行動するファシリテーター」になりたいと考えています。協力隊で活動している中で、最も必要だと感じたのは、「地域活動に多くの人が参画できるよう支援し、地域内外をつなぎながら共に行動するファシリテーター」の存在です。逆に自治体や地域の中にファシリテートのできる人材がいるまちでは、活発に多様な活動ができています。

「地域おこし」というよりは、「この美しい里美をそのまま残していく」が基本的な考えです。それに必要なことはどんなことでもやるつもりです。その活動のひとつとして、農産物の定期便をやりたいと考えています。フィールドワーク等を通じて縁があった人たちにも、里美を応援したいという人はたくさんいます。その人たちと里美の農家の方々と直接つないでいくことを、今年から試験的にやってみる予定です。

里美を愛する“水の人”として

私はここで生まれ育ったわけではないので、「土の人^{*}」にはなれないし、そうかと言って、この地域にもすでに慣れ親しんでいるので、「風の人」にもなれません。むしろ、外からきた「半よそ者」の目線を活かして、内の人とも近い関係の中で間を取り持つ立ち位置で、じわじわ土地に沁み込み、根付いていく「水の人」として、活動できたらいいと思っています。

- ※土の人：地域を支え、地に足をつけてコツコと耕し生命を生み出して育んでいくような土台的存在
- 風の人：珍しいもの、情報、人、意識等を外から運んできて、外へも発信する存在
- 水の人：些細なアイデアを面白がり、イベントや活動等に加わり、動きのきっかけをつくる存在



合同会社ポットラックフィールド里美

地域おこし協力隊時代からの仲間と共に2015年3月設立。茨城県常陸太田市里美地区を拠点として様々な地域づくり事業、情報発信を目的としたメディア事業、「地球市民を育むムラ」里美を目指した教育事業等を展開。



里山の魅力を伝えるメディアム（媒介）を目指す

常陸太田市

里山ホテル ときわ路

そだてる係：取締役CFO 堀田 誉氏

つなげる係：石川 明紗氏

てきか係：取締役CMO 藤野 龍一氏

とどける係：藤岡 みのり氏

常陸太田市に変わった取り組みを進めるホテルがある。「里山ホテル ときわ路」は、旧国民年金保養センターを活用し、2014年にリブランドをした、里山体験をテーマにしたホテルである。

取り組んでいるのは、地元根付いている者と各地から集まった者たち。集まってきた彼らにこの地域を選ばせた魅力とは何か、ここで何を成そうとしているのか。その想いや挑戦について話を聞いた。

里山の魅力を伝える「里山ホテル」とは

里山は日本人にとっての原風景、なのに現代においては縁遠い場所になってしまいました。それを変わらせたかと思っています。里山の風景や暮らしや、そこで作られる美味しい食材。里山ホテルは、そういった里山を体験するための装置にしたいのです。

最初に取り組んだのは、この地に住むホテルスタッフ自身が興味ある事、好きな事を共有する館内アクティビティでした。「星空案内人」の資格を持つスタッフによる「星空トーク」や、森から集めた材料を使って小物を作る「森のワークショップ」シリーズなど、その日体験できるアクティビティを、スタッフの発案でたくさん作りました。自身が好きな事ばかりなので、優先順位をつけるのが大変ですが、好きな事をお客様と共有できるのは、何物にも代えがたい喜びです。

種類豊富な食材や、豊かな自然を活かしたアウトドアなど、地域の核となる魅力への入り口を意識した提案も展開してきました。昨年完成した「プレミアムBBQ」や里山グランピング*「マッシュルームキャンプ」は、準備や片付けといった煩わしさや不安を取り除きつつ、「本格」を「手軽に」楽しんで頂く事を追及したサービスで、ありがたいことに好評を頂いています。

同様に人気なのは、薪を割ると利用料金がお値引きになる「薪割り割」。里山の燃料を作るという「暮らしの工程」に、楽しみながら参加いただくというものです。いずれも、その根底にあるのは、里山の暮らしそのものの



プレミアムBBQ施設



里山グランピング「マッシュルームキャンプ」



「森のワークショップ」会場となる中庭スペース

魅力を、多くの方に垣間見て頂きたいという想いです。

※グランピング：グラマラスとキャンピングの造語。ホテル等が提供する手ぶらでキャンプができる新しいキャンプの形。

ホテルは地域の魅力の案内人

今年は、食材が目の前でつくられているという暮らしの「豊かさ」を体験いただこうと、菜園を作りました。そこで採れる野菜やハーブは、レストランやBBQで提供するほか、菜園に入り、ちぎった野菜をその場で特製チョコソース等にディップして楽しむ食育体験「ベジフルディップ」をご用意しました。この取り組みも、施設の外、地域に飛び出していくことが前提にあります。

本当は、私たちが普段しているように、お客様が生産の現場を訪れ、生産者の声を生で聴くのが一番楽しいのではないのでしょうか。私たちは、その生き様や生産現場の機微を伝える代理人になれたらと思うのです。

その体験を通じて、野菜などの食材の見方が変わり、購買行動や旅行目的の志向に影響を与えることができれば、また、県北の魅力の楽しみ方を知り、次に訪れる計画を思い描いていただけたら、たとえ有名観光地ではない場所にも活路が生まれます。ホテルの先にある魅力を集め、体系的に案内をすることは、「観光地域」を確立する一助になると信じています。

協力を得るための努力と、理解者の存在

新たな取り組みや、外から来た人間によるプロジェクトが、全国各地で困難に直面しているように、私たちも新しい関係を築くのは容易ではないと覚悟はしていました。そして、実際の困難は想像以上でした。

「何をやっているのか分からない」、「どうせ数年したら帰ってしまうでしょう」といった声もありました。それでも努力を続けられるのは、地元根付きこの土地の魅力をよく知るスタッフと、先に移住し定着された先輩方の存在があります。

認めてもらい、話を聞いて頂くようになるきっかけの一つは、地域の方言を習得することです。会話ができるようになって、季節の話題があることに気づいて、畑仕事を始めて会話に積極的に入れるようになって。そうするうちに、長話してもらえるようになりました。また、様々な

取り組みを実際に進める事は、語る夢に説得力を増す事でもありました。これまでに努力を重ねて地域に根付いた先輩から叱咤激励を受け、ビジョンを伝え、ご理解を請いながらホテルを変える。その繰り返しです。

里山ホテル、今後の事業と展望は

今年、北茨城市出身の新たな料理長を迎え、7月には念願だったレストランのオープンが控えています。料理も、アクティビティも、その先には「個人の顔」が浮かぶ魅力づくりを進めていますが、私たちが一番伝えたいのは、ここでの暮らし振や生活の一端なのです。実際、ホテルだけで取り組みを進めていては、事業存続は困難です。だからこそ、地域の皆さまをより良く知り、ご協力を頂ける関係を築くことは最優先課題です。

そして、里山での暮らしを体験化するためには、着地型の観光ビジネスのプロともいえる、Destination Management Company (=DMC) 活動にも、将来的に取り組むつもりです。ここ茨城県北の魅力が伝わるような体験価値をデザインすることが、私たち里山ホテルの存在意義だと、ここに集まるみんなが考えています。



菜園に立つ4人のメンバー

	①出身地・お住まい ②前職 ③里山ホテル入社時期 ④きっかけ
堀田	①行方市出身・つくば市在住 ②空港管理会社 ③2013年7月入社 ④知人I氏から説明を受けた里山ホテルのコンセプトに感銘を受けて転職
藤岡	①三重県出身・常陸太田市在住 ②大学新卒 ③2015年4月 ④農と人をつなぐような仕事をしたくて
石川	①つくば市出身・常陸太田市在住 ②地域おこし協力隊 ③2014年4月 ④協力隊時代に地域の魅力に取りつかれて
藤野	①東京都出身・つくば市在住 ②大手リゾートホテルグループ ③2014年9月入社 ④地域に根差し、持続可能な社会の実現に寄与するホテルづくりのために

(各人のプロフィールは、写真左より記載)



夫婦で牛が大好き!大子町で新規就農

大子町

黒毛和種繁殖農家

高倉 崇彰氏

高倉 梓氏

大子町、猪鼻峠の麓で新たに牛飼いを始めた若い夫婦がいる。なぜ、今、大子で牛飼いなのか。

話を聞きに牛小屋を訪ねてみた。

牛に魅かれて大子まで

私は神奈川県川崎、妻は千葉県松戸の出身で農業とは無縁の家庭で育ちました。僕は都内の就農フェアから筑西の農業法人の実習にきて牛に目覚め、そこで茨城大学の大学院で牛の育児放棄の研究をしていた妻と出会いました。牛が結んでくれた縁です。

自分たちのやり方で牛が飼える場所を探して、大子のこの地にたどり着きました。いろいろと紆余曲折があつての移住ですが、最終的に大子に決めたのは、ここが環境が好きだったのと、就農講座の実地研修が大子で、顔見知りが多かったからです。

「花嫁行列」で一躍ローカルヒーロー・ヒロインに

商店街にある鄙ひなには珍しくオシャレな雰囲気の「ダイゴカフェ」で結婚式の打合せをしていた時、オーナーの笠井さんから、NPO設立の記念イベントで「花嫁行列」の企画をしていて「結婚予定のカップルを探しているのだけど」と聞き、すかさず手を挙げました。

「花嫁行列」は、昨年3月1日に商店街通りで行われましたが、効果は絶大でした。NHKのニュースでも朝昼晩放送してくれたし、「県外から大子に移住、新婚の若者、新規就農、牛飼い」と話題としては申し分なかったのでしょう。翌日からは、買い物に行った店でも、地元の人から「おめでとう」「頑張ってるね」と言葉をかけて頂いたことで、一気に地元で溶け込むことができました。

知られることの大事さ、頼れる守り人

田舎は「よそ者お断り」のイメージが強いので、外からきて孤立するのではないかと心配でした



花嫁行列の様子



大好きな牛と一緒に

が、少なくとも花嫁行列のおかげでその苦労はしなくて済みました。出身地から学校まで自分達の氏索性が知れ渡ったので、皆さんに安心してもらえたのではないのでしょうか。

今生活をしている高柴地区でも、牛の臭いで敬遠されると思っていましたが、むしろみんなが応援と心配をしてくれています。特にお世話になっている近所の鴨志田さんには、まるで僕たちの保護者のように地元との交渉までやって頂き、頼りっぱなしです。今では、大子にきて本当によかったと思っています。

牛に願いを込めて、いつか恩返しを

「牛にとって最良の環境で育てて、幸せに育った牛を売って自分たちも幸せになる」というのが牛飼としての理想の生活です。生活安定には牛20頭が必要と言われていますが、夢は大きく50頭を目標に頑張ります。

そして、いつかは自分たちが、希望を持って新規就農にくる若者を応援する側になり、お世話になった大子町の方々にも恩返しをしたいと思っています。



長期実践型インターンシップによる自律自走する地域を目指して

常陸太田市

えぼっく（茨城県地域おこし協力隊）
インターンコーディネーター・シナリオエポッカー
若松 佑樹氏

※えぼっく：茨城県地域おこし協力隊のチーム名で、由来は「今までとは異なる画期的な新しい時代」を意味する英語「epoch」。茨城県北（けんぼく）とも掛け合わせ命名。

若松氏は日立市の出身である。地元で貢献したいという想いで、2014年に茨城県の地域おこし隊として赴任し、長期の実践型インターンシップを通じて、大学生と地元企業の橋渡しを行っている。彼の仕事と地元への想いを伺った。

地元への貢献の強い想い

私は、元々環境問題に興味があり、大学では植物系バイオテクノロジーを研究していました。

食と農に関連するシンクタンクに勤務していた頃から、地域には担い手不足という課題が大きいことを実感し、いつかは地元に戻って、地域に貢献したいという希望を抱いていました。そしてやっと実現したのが、この茨城県での実践型インターンシップコーディネーターの仕事です。

実践型インターンシップの企画推進

えぼっく*が進めるインターンシップの特徴は、中・長期の実践型であり、学生が企業のプロジェクトに直接関わることができることです。

地元の中小企業は、学生の扱いに慣れていないことが多く、まずは私が企業の希望を聞きとって実践できるプロジェクト内容に落とし込みます。私が一番好きな仕事は、新しい企画を考えることなので、企業の経営者の方にインターンシッププロジェクトを提案して、「本当はこんなものがやりたかったんだ」と喜んでくれる時程うれしいことはありません。

学生と企業間の意識の相違をコーディネート

これまでのインターンシップ実績は21名であり、うち県外大学は10名となっています。県外学生の人気は、京都等の観光地に集中しやすく、茨城県に興味を持ってもらうため、プロジェクトの内容、アピール方法を工夫するようにしています。

一方、受け入れる企業側には、学生はパソコンスキルが高く、ホームページ等を簡単に開設できると思われることがあります。しかし、実際にはスマホの使用が多く、パソコンスキルはそれほど高くない学生が多くいます。企業の期待度は過剰でも過小でも困るので、自分がコーディネーターとしてコントロールしていくことが、両者のメリットと意味のある実践プロジェクトに育てるために、とても重要なのです。

より実践的なインターンシップを予定

今夏からは、より学生の実践度を高めるため、6ヶ月間の長期型を始める予定です。現在、受け入れ企業は4社決まっていますが、そのうち2社は6ヶ月間の受け入れを希望しており、結果がとても楽しみです。

また、今までは、インターンシップ後の学生への決まったフォローはしていませんでしたが、今後は、学生・企業のためにも、継続的な関係が続けられるような手法を導入していく必要があると考えています。

地域の伴走者の役割を担っていきたい

前例のないような変化が早いスピードで起きている今、常に「新しいこと」を創り出しながら、仮説と検証を繰り返し、この変化に適応していくことが求められると感じています。

しかし、新しい企画やプロジェクトを立ち上げ、その効果を最大化するためには、地域内外の人の力や、地域にある資源を繋げ、活用することが必要です。本プロジェクトを活用して「地域課題の解決、人を元気にする、地域愛を高める」ことによって、県北地域らしい取り組みを一つずつ増やしていきたいと思っています。



大子の再生に挑戦する地域クリエイティブディレクター

大子町

NPO法人まちの研究室
副理事長 笠井 英雄 氏

常陸大子駅前の商店街に築百年の呉服屋を改装したモダンなカフェがある。ここを経営する傍ら、FMだいでやNPO法人の副理事長として、まちの魅力づくりに奔走するのが笠井氏。彼の地元への想いとまちづくりの夢と明日について伺った。

「ふるさとのために」の想いから帰郷

高校進学で大子を出る時には、全く戻る気はありませんでした。しかし、人口も観光客も減少し、元気がなくなって衰退していく故郷の姿に耐え切れず、どうにかしたいと思って戻ってきました。

帰郷後、紆余曲折を経て常陸大子駅の駅前商店街の一角に「daigo café (ダイゴカフェ)」をオープンしました。このカフェは、30年間空き家となっていた呉服店を自分の手で改装し、古い家具や柱時計などを利用してノスタルジックな空間を演出しました。ここに町の人が集い、常陸国YOSAKOI祭り、百段階段ひな祭り、花嫁行列、商店街イベント、FMだいの運営など、大子を元気にするための夢を語り合っています。



daigo café (ダイゴカフェ) の店内

観光コンシェルジュ設置の試み

新しい企画としては、今年、「観光コンシェルジュ」のモデル事業を始めたいと考えています。

浅草の人力車の車夫のような、はつらつとした若い男性が、ツアーガイドとして地元の地域資源を丁寧に案内するというイメージです。大子町に

はクオリティが高い素材がたくさんあるので、これらを組み合わせたい体験ツアーや観光ツアーを考えています。この企画が事業として成功すれば、任期後も仕事として継続できるので、そのまま大子町に残ることができると思います。

新しい舞台「チャレンジショップ」

さらに、大子駅前に出店したいと考えている町外の事業希望者用に、中心街の空き店舗を利用したチャレンジショップを用意したいと思っています。これは、大子町の商店街に魅力を感じ、出店を考えているみなさんが、本格的出店の前にイベントを通して、腕試しできるような場を提供していくものです。

商店街を魅力あるものにするには、商店街のデザインコードや「ノスタルジックを感じる街並み」を守ることがとても大切なので、「来てくれるなら誰でも」というよりも、こうしたまちづくりに共感していただける事業者の皆さんとともに、街づくりを考えていければと思います。

移住者のためのハブ機能の創出

町への移住希望者は少なからずいるのですが、そうした方々が途方に暮れないように、受け入れの世話役となる方とのマッチングを図る窓口の一本化が必要だと思っています。このたび商店街内に新設されたシェアオフィスの運営は当NPO法人が行いますが、町外から来た人が「最初に飛び込む場所」として、街に入り込むきっかけづくりの役割を担えればと思います。

また、入ってきた皆さんが、街に溶け込むためのアフターフォローも行い、定住できる基礎作りのお手伝いしてまいりたいと考えます。

ここから、大子町が変わる、そんな空間を創出してまいります。

NPO法人まちの研究室

大子町の活性化、交流人口・定住人口の拡大に向けた企画・運営とその支援、及びこれらの活動を通じた次世代の人材育成等を目的に2014年に設立。



大子「丘の上のマルシェ」の仕掛け人

大子町

丘の上のマルシェ実行委員会
代表 木村 勝利氏

年に一度、大子町の丘の上（大子広域公園）がクラフト好きの人たちで一杯になる日がある。9月の第1日曜日、あるイベントを目標に1万人からの人が集まる。そのイベントの名は「丘の上のマルシェ」。

その仕掛け人、実行委員会代表の木村氏に、このイベントへの想いとこれからの夢を伺った。

大子の誇りになるものを創ろう

私は生まれも育ちも大子町。その大子町に、いままでに無かった新しい雰囲気イベントを根付かせ、地元若者の誇りになるような人気イベントをひとつ創ろうと思ったのが、「丘の上のマルシェ」を開催しようとしたきっかけです。

クラフトやアート等の各ジャンルから、120組程の作家さんやお店が出店するほか、フードエリアやワークショップ・音楽ライブなども行われ、来訪者はゆったりとした雰囲気の中で一日中楽しむことが出来ます。

今年で6年目、みんなで成長する「丘の上のマルシェ」

出店していただく作家さんとは、一対一の会話から始まります。5年をかけて近隣で開催しているイベントに足繁く出向き、作家さんたちとのコミュニケーションを取りながら、自分たちの目で選んだ茨城・栃木・福島を中心とした作家さんに、出店依頼

をしています。

第1回の開催から予想以上の反響がありましたが、年々開催の度に来場者が増加しており、昨年はずいぶん1万人に達しました。その前年の第4回目が5千人程度だったので、急に倍増したことになります。そのほとんどが口コミやSNSによるものです。

重要なのは「場のクオリティ」

イベントとして「高いクオリティ」を出すためには、集客の仕方にはこだわりました。そのため、宣伝のチラシのデザインにもこだわり、かつ自分たちや関わる人の選んだ「ここならば」というカフェや雑貨店にだけ置いて頂いています。

その結果、来場者もクラフト・フード・音楽にこだわりを持った人たちが集まってきます。それによって、「場のクオリティ」も自然と上がり、「自分たちは特別なマルシェに来ている」と来場者にも感じてもらうことができ、付加価値をつけることが出来るのです。

「この街は面白い」と思わせる仕掛けづくり

丘の上のマルシェに続く仕掛けとして、クラフト作家達が普段読んでいる本を、古本として販売する「創り手古本市」を、定期的に街中のイベントと一緒に開催しています。

その他、マルシェに出演したアーティストによる、街中のカフェでの音楽ライブや、マルシェに出店した花屋のワークショップを行うなど、「この街は面白いな」と思わせる質の良い仕掛けを続けていくことが、何より重要だと考えています。

これからもまだまだ丘の上のマルシェは、みんなと共に成長し続けます。



「丘の上のマルシェ」開催風景



県北地域をトレイルランニングの世界的メッカに！

水戸市

株式会社ナムチェバザール
代表取締役 和田 幾久郎 氏

県内アウトドア事業の草分けであるナムチェバザールは、「奥久慈トレイルレース」を立ち上げて今年8年目を迎える。日本のトップランナー達からも国内屈指の難コースとして人気を博し、今年5月の第8回大会は、日本に3つしかない世界選手権選考レースに育った。アウトドアの視点から見た県北地域の魅力と可能性について、和田社長に伺った。

奥久慈トレイルレースが人気の訳

奥久慈トレイルレースは、現在ではすぐ定員に達する人気大会となっていますが、最初から地元で理解されていた訳ではありません。当時は「トレイルランニング」*というものの自体を知らない人がほとんどでしたし、またトレイルレースは、山間を中心に走るのので、マラソンと異なり、「走っている姿がみえない」、「沿道で応援できない」等地域の支援を受けにくい側面があるのです。

奥久慈トレイルレースでは、当初から地元関係自治体にバックアップ頂いた事と、多くの地元住民の方々にボランティアに関わってもらい、老人会で独自に応援のエイドステーションを出してくれる等、レースを直に見てもらったことが大きいと思います。

ランナー達の懸命さと真面目さが伝わり、地域の歓迎と参加感は回数を重ねるにつれて大きくなり、皆さんが自分たちの大会として喜んでくれています。このことで、参加するランナー達からの評価も開催の度に高まってきたのです。

また、完走するのが難しいハードな大会なので、ランナー達にとっても完走した時の達成感が大きいのも人気の要因です。

次は県北横断の100マイルレースを

現在、県北地域を横断する100マイル（約160km）の新たなトレイルレース（ウルトラトレイル）を準備しています。地域の愛好家達と何度も試走を重ねて、

ようやく走破可能なコースを探し出しました。

スタートは大子広域公園、ゴールは日立市・久慈浜の海岸で、競技期間は3日間・制限時間は48時間の想定です。コースルート上には、主な県北の観光地が入っているので、観光PRにも役立ちます。

まだまだ構想の段階なので、これから様々なハードルが待ち受けていると思いますが、みんなで楽しみながら準備しています。

国内で100マイルのトレイルコースを設計しようとすると、ほとんどが複数県に跨ってしまいますが、「茨城県なら県北横断で完結できる」というのは、大きなメリットなのです。

世界から人が集うトレランのメッカに

100マイルの長距離レースは、世界中のトレイルランナーの憧れであり、日本で開催されている本格的な100マイルレースは、富士山を回る「ウルトラトレイル・マウントフジ」だけです。もし、県北でクオリティが高い大会が開催できれば、世界中のプロランナーが参加するので、県北地域が世界的に評価される絶好の機会となりますし、世界中のトレイルランナーにとって、「日本＝富士山と奥久慈」が二大ブランドとなります。

またコースが設定・整備されれば、大会だけでなく準備や試走の段階から、また日常的にも多くのランナーやトレkkerやハイカー等が訪れる事になります。国内ばかりでなく、トレイルランニングが盛んな台湾からの参加者も多いでしょうから、茨城空港の利用促進にも繋がります。家族用の応援バス等選手以外の人も楽しめる企画も必要となるでしょう。

このコースが常設になれば、トレッキングのロングルートとしての利用法も出てくるので、5日位かけて踏破するような使い方も可能です。

里山にある深山の味わいをブランドに

アウトドアの視点から見る県北地域の魅力は、身近な「里山」が同時に「深山」の味わいを持つところです。人里から近いにも関わらず、一步里山に入ると景色や音から人工物がスッと消えて、まるで深い山中まで分け入ったような感覚を味わえるのです。だからこそ、どこでも抜群の環境でアウトドアが楽しめます。

誰からでも人気がある場所ではなく、こうした県北のアウトドア環境に価値を共感する人たちの間での評価が高まり、ブランドとなる必要があるのであって、それこそが「地元の誇り」にもつながるものと考えます。

そんな価値を共感する人たちは、世界中に広がっています。

※トレイルランニング：舗装路以外の山野を走る長距離走の一種。クロスカンントリーと異なり、通常、専用の小型リュックサックに必要な装備を入れて走る。



里山に深山の味わいを持つ奥久慈フィールド

2016 茨城県生活行動圏調査報告書

茨城県内市町村の生活行動が明らかに！

「なに（買い物・余暇）をするために、どこ（特定場所）へ行ったか」という人の流れを市町村単位の吸収率・流出率で把握し、各市町村の住民の生活行動を明らかにしています。

発売中

◆ 特徴

- ・ 県内市町村の商圈、余暇圏を色別表示
- ・ 「まちづくり」等の地域振興施策やマーケティングの基礎資料として利用価値大

◆ 掲載内容

- ・ 買い物、余暇行動の全県的な特徴
- ・ 市町村別の商圈、余暇圏の動向
- ・ 小売業態別の買い物動向
- ・ 県外都市部への買い物動向

調査要領

- | | |
|--------|---------------------------|
| ○調査時点 | 2015年7月1日（前回は2012年7月1日実施） |
| ○調査対象 | 県内公立中学校第1学年生徒を子女に持つ世帯 |
| ○サンプル数 | 25,155世帯 |
| ○有効回答数 | 19,028票（有効回答率75.6%） |



< A4版 本体20,000円（税別） >
（報告書イメージ）

お問い合わせ、ご購入の申し込みは、下記までお願いします。

一般財団法人 常陽地域研究センター

〒310-0801 茨城県水戸市桜川2-2-35 茨城県産業会館2階
TEL 029-227-6181 FAX 029-231-0971 <http://www.arc.or.jp/ARC/> webmaster@arc.or.jp



御前山の地に根差した、高付加価値創造企業

常陸大宮市

御前山精密 株式会社
代表取締役社長 高橋 賢吾 氏

創業：1947年（会社設立1969年）
従業員：35名（2016年4月現在）

常陸大宮市の長倉地区、那珂川を望むのどかな場所に独自の精密技術を持つ老舗のプレス加工会社がある。東京から当地に移転して47年、御前山精密はその高い技術もさることながら、地元Uターン者の受け入れにも積極的である。高橋社長に、移転当時の苦労やこの地への想いを伺った。

独自技術を持つ老舗プレス加工業

当社は、先代社長（現社長の父）が、1947年（昭和22年）に東京葛飾区新小岩で金型工場を創業しましたので、今年で創業から69年目になります。当初は金型製作技術を活かして、カメラメーカーからの受注を増やしていきました。現在でもカメラ関連企業との取引が多いのも、創業以来の取引関係が続いているためです。

その後、金型の技術を活かして、精密プレス部品の金型設計製作、精密プレス加工、プラスチック加工等を手掛けるようになり、今では内視鏡等高品質な医療機器部品加工の分野では、独自の技術を持つものづくり企業であると自負しています。

47年前に旧御前山村へ移転

東京の工場が手狭になり、地方への移転を模索していたところ、当時の御前山村長が地元住民の雇用確保のために、廃校への誘致に積極的でした。当社としても、同じ常陸大宮市内にある大口納品先への利便性が高かったため、1969年に移転して現在の社名である御前山精密株式会社としました。

移転は当時社長の父親が決めました。生粋の江戸っ子である私には、あまりにも辺鄙なところだったので大変ショックだったのを覚えています。何より遊びに行く場所がなかった。当時はまだ20代でしたから…。しかし今では、精密機器を扱う取引先が、車で半径1時間内に数多く立地しており、当社の事業を行うにあたっては、大変環境がよい場所だと思っています。

地元住民を積極的に雇用

当社は、工場移転直後から地元の方々を積極的に採用しています。移転直後のころは、農繁期になると多くの従業員が欠勤して、納期に支障をきたす事もありました。そうした時は、臨時で社員を東京から呼んで対応しました。

地元の人は、機械も見たことがない、検査器具も使った事がない、図面も初めて見るという人ばかりなので、人材育成にはかなり力を入れてきました。その結果、それぞれが専門技術を持つ優秀な社員に育っています。また、退職された方が当社の応援団として人を紹介してくれたり、後輩の指導にあたる等、地方ならではの相乗効果も表れています。

地域に根差したものづくり・ひとづくり企業へ

当社に勤めている社員は、親の面倒をみるために帰郷してきた方が多いのが特徴です。前職で苦労されている方も多く、非常に我慢強く、まじめな方ばかりで、離職される方はほとんどいません。

また、社員から「御前山精密に勤めたおかげで子どもを大学まで進学させる事が出来た」と言われることもあり、その時は、本当にこの地に移転してきてよかったと思います。

当社は、これからも親の面倒をみるためにUターンしてきた地元の方たちを、積極的に採用してまいります。そして、地域社会の人達との交流を深めながら、地域に根差した企業であり続けたいと思っています。



第2章 創生へのヒント2 「瀬戸内地域で夢を育む人たちへのヒアリング」



町民にとって当たり前地域素材を観光振興の目玉に転換！

広島県安芸太田町

安芸太田町観光協会
事務局次長
小田 康俊 氏

総合プロモーションチーム チームリーダー
柏崎 真司 氏

広島県の北西部にある安芸太田町は、人口は県内で最も少ない7千人弱、高齢化率は45%超の町である。少子高齢化が進むこの町では、地元では当たり前の地域素材を活用して観光事業や商品開発等を企画し、町民の参加を促すことで、町を元気にする取り組みを進めている。仕掛け人は、安芸太田町観光協会のスタッフ達。よそ者、若者が多いこの協会スタッフに、施策の発想と取り組みについて伺った。



広島県安芸太田町の位置図

都市部と過疎地の住民を繋げる民泊体験事業

私（小田氏）が手掛けた民泊観光施策については、赴任以降に10ヵ月かけて、「地域の想い」を聞き回ることから始めました。まずは地域とどのように協働していけばいいのか、各地域の特徴や考え方を精査するところから始めたのです。

次に、実際に地元の方々と観光客とが、直接触れ合う機会をつくりました。町内には、フランスの権威ある旅行専門誌「ブルーガイド」で最高格付「三ツ星」を獲得した名勝地「三段峡」等、観光地は数

多くありますが、地元の方、特に高齢者と観光客とが触れ合うことは、それほど多くはないのです。

そこで、広島県内の中学校と交渉して、「教育旅行」と称する民泊モニターツアーを実施しました。ツアーの対象とした地域は、この地域と生活環境が異なる県内の沿岸都市です。



民泊体験の様子

地元の魅力の再発見による自信と誇りの醸成

沿岸都市部の中学生にとっては、山奥の農村は珍しいものばかりです。地元の高齢者達も、子ども達が目を輝かせて、驚いたり、喜んだりしているのを見ていくうちに、自分達の当たり前の日常生活に、自信と誇りを再発見したようです。

受け入れ団体数は、年々倍増で推移しており、全国のたくさんの修学旅行生の皆さんと交流し、感動を共有しています。

町民との小さな成功体験の共有・積み重ねが重要

協会では、町民にとって当たり前の地域素材を、逆転の発想で「人情田舎体験」という感動共有型交

流産業として展開しています。

例えば、本町は、日本最南端の豪雪地域と言われているのですが、それを逆手にとって地域交流型商品にした「雪かき体験ツアー」があります。

このツアーを企画した時は、町民からは、「まさか地域の困り事を、お金を払ってまで来ることはないだろう」という声が大半でしたが、申込期限前には定員（40名）が満員になり、ツアー参加者からは「来てよかった」との感想が多く聞かれました。このように、少しずつ小さな成功体験を積み重ね、喜びや想いを共有することが重要だと考えています。

ここにしかない地域素材・祇園坊柿に注目

本町には、祇園坊柿という、実が大きい渋柿があります。同じ広島原産の西条柿と比較しても、実が大きく、肉質が緻密であることが特徴です。また種無しであることや、気候的にこの地域にしか育たない地域素材でもあります。



「チョコちゃん」ーホワイトー

祇園坊柿

しかし、そのままでは既に全国的に知名度のある他県のブランド柿の半分程度の値段しかつきません。そこで、この柿の価値を高めるブランド化戦略を考えました。

多くの人を巻き込んだ「チョコちゃんプロジェクト」

この祇園坊柿を干し柿として活用した商品に「チョコちゃん」があります。当初は、地元のおばあちゃんたちが、採算度外視で、細々と作っていたものですが、その「チョコちゃん」を、町を代表するお土産にするプロジェクトを観光協会の呼びか

けで始めました。

祇園坊柿の生産農家、町内若手有志や事業者、地域おこし協力隊等の各分野のスペシャリストによるプロジェクトチームの結成、さらに、日本有数のパティシエを招いて味の改良や製造方法の合理化を進めました。

こうした取り組みを行った結果、国内最大級の地方産品コンテスト「おみやげグランプリ2015」で準グランプリを獲得するに至りました。

製造当初と比較し、商品単価は200円から540円に上がり、年間製造量は約150倍に当たる3万個に増加しました。その結果、祇園坊柿そのものの引き合いも格段に増加し、製造者・生産者にまで経済波及効果が浸透しました。また、経済効果のみならず、「チョコちゃん」を作っているおばあちゃん達や、柿生産者等町民の方々が、自信と誇りを取り戻せたことも大きな成果です。



「チョコちゃん」を創った地元のおばあちゃん達

クロスメディア戦略の展開

メディアへの露出が増えていくにつれて、町民の方々も徐々に積極的に出演してくれるようになりました。

この地域を知らない外部の人へのPRには、一貫したメッセージを各媒体のそれぞれの特性を活かしながら広告展開を行う、クロスメディア戦略が有効です。

そして、そこにしかないストーリー・感動交流体験を疑似体験出来るような、相互コミュニケーションを継続し関係を醸成していくことが、一番の広報戦略であると考えます。



子育て世代を中心に年間100人以上が移住する町

香川県小豆島町

企画振興部企画財政課

政策統括監兼課長 城 博史氏

課長補佐 相原 隆幸氏

香川県小豆島は、瀬戸内海で淡路島に次ぐ大きさを誇り、島全体の人口は約3万人を有する。この島に2つある自治体のうちの1つが、今回取材した小豆島町である。2010年以降、3年毎に開催される瀬戸内国際芸術祭の会場にもなっているこのアートの島に、小豆島町だけで、年間100人以上のIJターン者を迎えている。何故なのか、その理由等について伺った。



香川県小豆島町の位置図

IJターン移住者は右肩上がり増加

2015年度の当町への移住者の実績は、IJターンだけで116世帯148人となっています。2012年度からIJターン移住者は100人を超え、現在も右肩上がりです。また、年齢層は20～30歳代の子育て世代が約6割を占めています。

もちろん豊かな自然や美しい風景は、当町へ移住する魅力の最も重要な要素の一つであると思います。しかし、実際に移住するとすると、やはり、住居と仕事は重要ではないでしょうか。当町では、行政が中心となって、移住者の住居確保を全力でバックアップしております。

移住者達による移住促進NPO法人の発足

新たな施策として、今年4月に小豆島への移住

促進を目的とした「NPO法人Totie（トティエ、“土地”と“家”からの造語）」を発足させました。具体的な活動としては、移住体験施設の運営や空き家の情報収集に取り組みます。

「移住を希望する人達」の気持ちができるのは、やはり同じくこの島に移住してきた人達であろうと思いますので、当NPO法人の事務局長を地域おこし協力隊員の向井達也氏に任せ、事務スタッフについても、地場産業の経営経験者や移住者等を中心に構成しています。

なお、雇用面については、醤油、佃煮、オリーブ等の伝統がある基幹産業がありますので、雇用確保面においては他の同じような悩みを持っている地域よりは恵まれていると思います。

アートに身近に触れられる島

移住者にとって、この島の魅力の一つに、アートに身近に触れられることが挙げられるのではないのでしょうか。

2010年以降、3年毎に開催される瀬戸内国際芸術祭は、今年が3回目の開催となります。開催期間中は、島のいたるところに芸術作品を展示するため、島自体が美術館や美術館になったような雰囲気になります。

前回2013年開催時は、夏期間（1ヶ月半）に、20万人の観光客が来島しましたが、そのうち芸術祭関連の来島者は7万人と、約3分の1が芸術作品を見に来ることを目的にしています。

アーティストとの交流が盛んに

瀬戸内国際芸術祭の効果は、観光だけではありません。芸術祭を契機として、一定期間作品制作のためにこの島に滞在した若手のアーティストや

クリエイターは、様々なかたちで町民との交流が生まれます。

そして、芸術祭が終わってから、そのまま定住をする人、足繁く通う人、二地域居住をする方と、ライフスタイルは異なりますが、小豆島と何らかの関係を持たれる方が多いようです。

このように都会的生活か田舎暮らしかという二者択一を迫るのではなく、多様なライフスタイルに対してもウェルカムで受け入れるという考え方が、これからは必要であると考えています。

地域おこし協力隊にも若手アーティストが多数

芸術祭の効果は、地域おこし協力隊に、建築・絵画・写真・石材等のアーティストが複数いることにも表れています。

建築関係に携わってきた向井達也氏は、2013年芸術祭の参加作品として、馬木地区に「Umaki camp」を建築したことがきっかけで、同年に地域おこし協力隊員となりました。同作品は、今では地域内外の人々が集う交流拠点となっています。

前述のNPO法人の運営に奔走する一方で、町民との交流が密だったこともあって、定住を決意しており、既に地域の消防団員にもなっています。

また、同隊員には、同じ13年芸術祭において、小豆島の坂手港待合所壁面に「希望の島」をテー

マとした巨大壁画「小豆島縁起絵巻」を制作した岡村美紀氏があります。岡村氏は、今秋から始まる茨城県北芸術祭にも作品を出展するそうです。



岡村氏のカメラを使ったアートイベントの様子

よそ者をウェルカムで迎える素地がある地域

小豆島は、古来より瀬戸内交通の中心地であり、多くの入り江は、船が風待ちのための停泊地として利用されてきました。また島内に「八十八ヶ所霊場をめぐる島遍路」があるように、もともとよそ者をウェルカムで迎える素地があったと思います。この点も、この島に移住を決断される理由のひとつになっているのかもしれませんが。

一方、IJターンが順調に推移している中、我々の最重要課題は、大学進学のために一度島の外に出て行った若者に再び帰ってきてもらうことです。そのためには、行政としても郷土に対する誇りと自信を育てる施策を続けていくことが重要であろうと思っています。



地域交流施設「Umaki camp」と向井氏



島遍路の札所

Topics



国内オリーブ発祥の地としてトップワンを目指す

香川県小豆島町

企画振興部オリーブ課

課長 丸本 秀氏

主事 三木 彩氏

小豆島町は、一度衰退したオリーブ栽培の再生を果たし、再び「オリーブの島」として復興した。復興はどのようにしてなされたのか、その理由等について伺った。

日本で栽培に成功したオリーブの島

国内のオリーブの栽培は、日露戦争（1904～1905年）で獲得した北方漁場から獲れる魚介類の保存用油として使用するため、国策で始まりました。

1908年、香川県（小豆島）・三重県・鹿児島県の3県で試験栽培を始めましたが、栽培に成功したのは香川県（小豆島）だけでした。以来「日本のオリーブ栽培発祥の地」として有名になりました。

その後、栽培面積は拡大し続けましたが、1959年の輸入自由化による安価な外国産との価格競争や、農薬の使用禁止に伴う害虫被害等で減少していき、1969年頃にはピーク時の4分の1にまで衰退してしまったのです。

衰退したオリーブ栽培の復興へ

オリーブの復興を決断したのは、今から18年前の2000年頃です。当時の町長（旧内海町*）の肝いりでしたが、実際に矢面に立つ担当者は大変だったと思います。まずは町内（旧内海町）のオリーブの木を増やそうと考え、公費を入れて通常価格の4分の1で苗木を配布し、農地はもちろんのこと、各家庭の庭先に1本からでもオリーブの木を植えてもらうことから始めました。

オリーブ振興を掲げてしばらくして、幸いにも食品の安全面から国産が見直され、イタメシブームや健康食品ブームでオリーブオイルが脚光を浴びるという追い風が吹き始めました。そして2003年の小豆島・内海町オリーブ振興特区認定で、醤油や佃煮を手掛ける地元老舗企業が、オリーブ栽培に参入できるように

なったことで、栽培面積が大きく増加に転じ、今では、以前のピーク時の栽培面積を超えています。

※小豆島町は、2006年（平成18年）に内海町と池田町の対等合併により成立した。

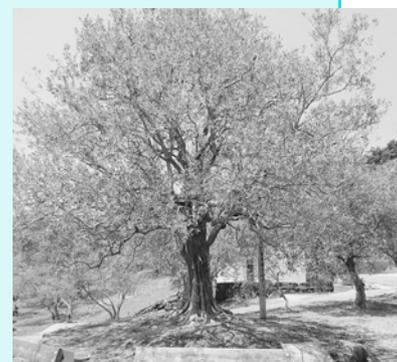


オリーブ公園からの風景

オンリーワンからトップワンを目指す取り組み

近年、他府県でもオリーブ栽培が始まり、今後国産オリーブも競争激化が予想されます。そのため、2011年から官民一体となり歴史あるオリーブ産地を守り育て、小豆島のブランド力を高めることを目標に、「小豆島トップワンプロジェクト」を、2012年からは、日常的にオリーブオイルを取り入れることで、健康・長寿の実現を目指す「オリーブを用いた健康長寿の島づくり」をそれぞれ開始しています。

このように、小豆島町にとってオリーブは最も大切な地域資産であることを内外に発信し続けていくことが、大切であると考えています。



島の至る所にオリーブが植えられている

第3章 やまあい 県北の山間に真珠を育む

物語を伝える「編集力」を磨く

地域の価値を「無いモノねだりから有るモノ探し」へと転換する中では、地域の宝の再発見に「よそ者」の眼を借りることは重要である。

ただ、思い違いをしてはならないのは、宝を見つけただけで、他の地域に真似ができないような新しい価値が生み出される訳ではないことだ。

ポットラックフィールド里美では、物置として50年間埋もれていた酒蔵を、地元や外の応援団の力を集め「酒蔵 金波寒月」というゲストハウスや地域の学習・体験事業に利用できようリノベーションを行った。

里山ホテルでは、作り手の顔と畑の見える食材に、目の前の菜園からお客様自ら採ってきたハーブを添える、薪を割る、星を見ながら夜を過ごすなど、顧客体験に新たな編集を加えることで、「ここでの暮らし振りや里山の生活の一端」を伝えるための様々な工夫（デザイン）を凝らしている。

安芸太田町観光協会では、地元では当たり前の「雪かき」や「干し柿」等の地域素材を、大切な価値あるものを伝える物語としてデザインすることで、多様なメディアを通じて外部に魅力あるものとして発信することに成功している。

重要なのは、その地で大切にされるものを、こだわりをもって^{しつら}設え、真に価値ある物語として伝えるための編集（デザイン）力なのである。

質の高い「共感の場」を創る

では、誰に向けて物語を編集すれば良いのか？

元グリーンふるさと振興機構の野上氏が振り返るように、誰でもいいから沢山来て欲しいという施策は、他地域との競争に巻き込まれるばかりである。本当に来て欲しい人だけに足繁く来ていただく仕掛けで地域のファンを増やし、連続性と物語のある企

画によって顔の見えるつながりを育てることが鍵を握るといふ。

丘の上のマルシェでは、5年をかけて出店してもらうクラフト作家を自ら選別し、呼び込む顧客も絞り込んでいる。そこに集まる人々すべてを選別することで、「自分達は、特別なマルシェに来ている」と感じてもらうことが、「場のクオリティ」を保つ必要条件のだと実行委員会代表の木村氏は語る。

ナムチェバザールでは、すでに国内のトレイルランナー達からは評価の高まった奥久慈を、今後は県北地域を横断する100マイルのウルトラトレイルレースによって、世界中のランナーが憧れる場所へ進化させようと準備を進めている。

集うのは、皆「マニア（〇〇馬鹿）」と呼ばれるほどに、こだわりを共有する人々である。大洗町のガルパンや小豆島の芸術祭、こだわりのある彼らを選んだ場所にこそ新しい価値が生まれる。

地方を創生するには、同じ価値観を共有できる質の高い「共感の場」が必要なのである。

地域のファンづくり

地域のファンと言えばその究極の一つが地域おこし協力隊だろう。県北山間地域では、震災年にあたる2011年に常陸太田市が県内で初めて、地域おこし協力隊を3名採用した。幸い任期後も全員が地域に残って活躍している。しかし他の地域を見ると、任期後の仕事や住まいが見つけれずに、思いを残しながらその地を去らざるを得ない人たちも少なくない。

地域おこしの主眼がイベントや広報に偏り、彼らがこの地で暮らし続けるための活動には、時間も費用もかけ難い状況にある。残念ながら、自分のやりたい仕事で「任期中に^{なりわい}生業を生み出す」というコンセプトにはなっていないようだ。彼らが暮らし続けるためには、ハードルの高い起業ばかりでなく、後

継に悩む地元事業の承継や地元企業への就活、さらには地域外への通勤なども含めた多様で柔軟な支援が必要である。

地域おこし協力隊は、自ら手を挙げ移り住んで活動するほどにその地域が大好きな「熱烈ファン」である。その彼らが、任期後には肩たたきにあったごとくに地域を出て行かなければならない境遇になれば、「熱烈ファン」が「熱烈アンチ」へと変わっても不思議はない。すべての人たちが地域に残る必要はないが、任期後も是非「地域の熱いファン」であり続けてもらいたい。

よそ者・若者・ばか者を迎え入れる体制づくり

では、誰が彼らを支える事ができるのだろうか。

残念ながら地元自治体への評判は、押し並べて芳しいものではなかった。それは自治体の体質や職員の資質ということではない。時間をかけて本気で夢を育んでいる人たちと、年ごとに変わってしまう担当者や政策や予算では、そもそもの時間軸が合わないのだ。

翻れば、長く諦めなかった夢だけが実現に向かっており、途中で途絶えた夢や出て行かざるを得なかった人たちも少なくないに違いない。彼らの夢を育てるには、地方創生の掛け声や目先の交付金などが途絶えた後も、息長く支えられる仕組みが不可欠なのである。

この地に移り住もうとする人たちは、一様に同じ不安を抱えている。それは、閉鎖的だと聞くこの土地で「地元の人たちに受け入れられるだろうか」という不安である。

では、誰が彼らの不安を解消してくれたのか？それは、彼らを理解する人と理解できないが応援する人たちである。

彼らの不安を最も良く理解できるのは「先に来て苦労した人」である。こうした人たちに、運良く出会えた人たちだけは僥倖ぎょうこうを得た。また、「よくは解んないけれど、まずはやってみな」という大人達がいる。「トレランなんて見たこともないけど若い人が頑張ってるから」「嫁、紹介すっから」「愚痴なら

聞けるから」「牧場借りてやっから」彼らの不安を取り除く魔法の言葉は、いつも、そんな「大人の振る舞い」から発せられたものだ。

個別には、この地域によそ者・若者・ばか者を迎え入れる素地があることは分かった。これから必要なことは、専任・先輩の移住相談員の設置や、NPOなどによる民間の支援や仲介、さらには各地区の自治会や老人会の中に里親役を探すなど、組織的に、彼らよそ者・若者・ばか者を快く迎え入れる体制づくりではないだろうか。

やまあい 山間で真珠を育てるように

もちろん、よそ者・若者・ばか者たちは地域にとっての異物である。それは彼らが、地元には理解されないような多くの夢を抱いているからだ。地元への同化を迫れば夢は消えるだろう。夢を認めなければ土地を離れるだろう。同化も迫らず排除もせず、地域の文化とは異なる彼らの夢を、そのままに包み込むことは可能なのだろうか？

真珠づくりは、貝の中に「核」となる異物を入れ込むことから始まるという。それらが吐き出されずに長い間体内に留まることで、その異物が核となり真珠が出来るのだ。しかもその異物が体内にあり続けるだけでは真珠にはならない。光輝く真珠が生まれるには、入り込んできた異物に貝そのものが反応して、自らの一部として包み込むことが必要となる。「地方創生」も同じである。よそ者・若者・ばか者という異質な「核」を地域に受け入れ、貝殻である地域がそれにうまく反応し得た時、初めて、その核は、異物ではなく、その地域にとって光り輝く真珠となるのである。

県北やまあいの山間には、本編で紹介した人たち以外にも、すでに多くの若者・よそ者・ばか者たちが活動している。この地が、彼らの夢を育み、無数の真珠を生み出す豊饒ほうじょうの海となるかは、この地の人を包み込む「大人の振る舞い」に委ねられている。

希望はもう、すでにそこにある。

(梶山・赤津・大和田)

資料 県北山間地域の現状と地方創生への取り組みの整理

資料1 県北山間地域の現状

1. 人口推移・人口動態

すべての市町で人口減少が進む

2015年10月現在、常陸太田市の人口（国勢調査・速報値）は52,326人（県内19位）となっている。1990～2000年頃には、住宅団地の造成等に伴い増加したものの、それ以降は減少傾向にある（図表1）。国立社会保障・人口問題研究所（以下、社人研）の予測によると、40年の人口は35,126人で、15年から17,200人（-32.9%）減少する見込みである（図表1）。

常陸大宮市の人口は42,587人（29位）で、1975年以降減少傾向にあり、社人研予測による40年の人口は29,424人で、15年から13,163人（-30.9%）減少する見込みである。

大子町の人口は18,144人（県内39位）で、常陸大宮市同様、1975年以降減少傾向にあり、社人研予測による40年の人口は10,327人で、15年から7,817人（-43.1%）と4割強減少する見込みである。

2040年には人口の約半数が65歳以上に

年齢3区分別の人口のうち、14歳以下と65歳以上の構成比率について、15年10月現在と40年の社人研予測で比較すると、常陸太田市は、14歳以下が15年9.4%→40年6.9%、65歳以上が15年33.7%→40年47.9%となっており、県平均（14歳以下が15年12.7%→40年10.1%、65歳以上が15年26.6%→40年36.4%）と比較しても、少子高齢化が進む姿が浮かび上がる（図表2）。

【図表1 人口の推移及び予測】

（単位：人・%）

年	常陸太田市	常陸大宮市	大子町	
1975	60,423	50,635	30,866	
1980	59,503	50,332	29,524	
1985	59,273	50,226	28,230	
1990	59,758	49,670	27,067	
1995	61,525	49,561	25,604	
2000	61,869	48,964	23,982	
2005	59,802	47,808	22,103	
2010	56,250	45,178	20,073	
2015	52,326	42,587	18,144	
2020	49,104	39,812	16,344	
2025	45,547	37,145	14,669	
2030	42,076	34,578	13,131	
2035	38,629	32,024	11,710	
2040	35,126	29,424	10,327	
2045	31,521	26,721	8,961	
2050	28,023	24,111	7,728	
2055	24,794	21,672	6,672	
2060	21,916	19,405	5,774	
05-15	増減数	-7,476	-5,221	-3,959
	増減率	-12.5	-10.9	-17.9
15-40	増減数	-17,200	-13,163	-7,817
	増減率	-32.9	-30.9	-43.1
15-60	増減数	-30,410	-23,182	-12,370
	増減率	-58.1	-54.4	-68.2

※1975～2015年：10月1日現在、2020年以降は将来推計
資料：国勢調査（～2015年）、国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口（2020～2040年）、地域経済分析システム「RESAS」（2045～2060年・社人研推計準拠）

【図表2 年齢3区分別人口の推移及び予測】

（単位：人、%）

年	常陸太田市						常陸大宮市						
	14歳以下		15～64歳		65歳以上		14歳以下		15～64歳		65歳以上		
	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率		
2005	7,952	13.3	35,959	60.1	15,891	26.6	6,237	13.0	28,612	59.8	12,959	27.1	
2010	6,301	11.2	33,229	59.1	16,684	29.7	5,340	11.8	26,476	58.7	13,321	29.5	
2015	4,940	9.4	29,950	56.9	17,754	33.7	4,477	10.5	23,978	56.4	14,032	33.0	
2020	3,982	8.1	26,446	53.9	18,676	38.0	3,722	9.3	21,393	53.7	14,697	36.9	
2025	3,382	7.4	23,111	50.7	19,054	41.8	3,224	8.7	19,104	51.4	14,817	39.9	
2030	2,957	7.0	20,271	48.2	18,848	44.8	2,830	8.2	17,275	50.0	14,473	41.9	
2035	2,670	6.9	18,034	46.7	17,925	46.4	2,539	7.9	15,516	48.5	13,969	43.6	
2040	2,420	6.9	15,883	45.2	16,823	47.9	2,296	7.8	13,709	46.6	13,419	45.6	
05-15	増減数	-3,012	-	-6,009	-	1,863	-	-1,760	-	-4,634	-	1,073	-
	増減率	-37.9	-	-16.7	-	11.7	-	-28.2	-	-16.2	-	8.3	-
15-40	増減数	-2,520	-	-14,067	-	-931	-	-2,181	-	-10,269	-	-613	-
	増減率	-51.0	-	-47.0	-	-5.2	-	-48.7	-	-42.8	-	-4.4	-
年	大子町						(参考)茨城県						
	14歳以下		15～64歳		65歳以上		14歳以下		15～64歳		65歳以上		
	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率	比率		
2005	2,381	10.8	12,157	55.0	7,565	34.2	422,913	14.2	1,974,159	66.4	576,272	19.4	
2010	1,853	9.2	10,859	54.1	7,347	36.6	399,638	13.5	1,891,701	64.0	665,065	22.5	
2015	1,448	8.0	9,426	52.0	7,267	40.1	370,025	12.7	1,775,582	60.8	776,283	26.6	
2020	1,164	7.1	7,832	47.9	7,348	45.0	335,432	11.8	1,673,112	58.7	844,003	29.6	
2025	975	6.6	6,535	44.5	7,159	48.8	303,336	11.0	1,598,731	57.8	862,048	31.2	
2030	836	6.4	5,620	42.8	6,675	50.8	275,271	10.3	1,524,146	57.3	861,677	32.4	
2035	737	6.3	4,913	42.0	6,060	51.8	257,036	10.1	1,426,076	56.0	863,047	33.9	
2040	648	6.3	4,325	41.9	5,354	51.8	243,602	10.1	1,297,420	53.6	881,722	36.4	
05-15	増減数	-933	-	-2,731	-	-298	-	-52,888	-	-198,577	-	200,011	-
	増減率	-39.2	-	-22.5	-	-3.9	-	-12.5	-	-10.1	-	34.7	-
15-40	増減数	-800	-	-5,101	-	-1,913	-	-126,423	-	-478,162	-	105,439	-
	増減率	-55.2	-	-54.1	-	-26.3	-	-34.2	-	-26.9	-	13.6	-

※1975～2010年：10月1日現在、2015年以降は将来推計

資料：国勢調査、茨城県常住人口調査、国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口

常陸大宮市は、14歳以下が15年10.5%→40年7.8%、65歳以上が15年33.0%→40年45.6%。大子町は、14歳以下が15年8.0%→6.3%、65歳以上が40.1%→51.8%となっており、常陸太田市同様65歳以上が高く、大子町に至っては高齢化率が5割超と予想されている。

社会増減では若者の転出超過が際立つ

05～14年における自然増減（出生者数－死亡者数）をみると、常陸太田市は4,777人、常陸大宮市は3,137人、大子町は2,559人の自然減少となっており、近年も歯止めがかかっている様子はない（図表3）。

【図表3 自然動態の推移（2005～2014年）】

（単位：人）

年	常陸太田市			常陸大宮市			大子町		
	総数	出生者数	死亡者数	総数	出生者数	死亡者数	総数	出生者数	死亡者数
2005	-425	297	722	-279	297	576	-217	112	329
2006	-361	313	674	-273	295	568	-238	92	330
2007	-368	277	645	-223	332	555	-245	102	347
2008	-471	262	733	-239	312	551	-248	95	343
2009	-449	259	708	-266	283	549	-258	90	348
2010	-464	253	717	-363	263	626	-251	98	349
2011	-596	225	821	-378	314	692	-243	93	336
2012	-551	255	806	-419	258	677	-310	88	398
2013	-548	253	801	-366	260	626	-284	71	355
2014	-544	258	802	-331	239	570	-265	71	336
計	-4,777	2,652	7,429	-3,137	2,853	5,990	-2,559	912	3,471

資料：茨城県常住人口調査

社会増減をみると、常陸太田市の社会増減（転入者数－転出者数の合計）は、2,642人の転出超過となっており、2006年以降、毎年250人前後が転出超過していることになる。なお、転出先は県内に比べ県外への転出が多い（図表4）。また、常陸大宮市は1,897人、大子町は1,719人の転出超過で、毎年

【図表4 社会動態の推移（2005～2014年）】

（単位：人）

年	常陸太田市			常陸大宮市			大子町		
	総数	県内	県外	総数	県内	県外	総数	県内	県外
2005	-39	68	-107	-173	-64	-109	-267	-202	-65
2006	-314	-112	-202	-187	-118	-69	-206	-148	-58
2007	-212	-76	-136	-296	-175	-121	-243	-206	-37
2008	-413	-200	-213	-235	-157	-78	-190	-146	-44
2009	-234	-69	-165	-191	-93	-98	-112	-72	-40
2010	-258	-136	-122	-214	-198	-16	-70	-35	-35
2011	-314	-189	-125	-124	-46	-78	-178	-129	-49
2012	-324	-139	-185	-103	-113	10	-130	-98	-32
2013	-269	-95	-174	-203	-115	-88	-169	-124	-45
2014	-265	-94	-171	-171	-116	-55	-154	-128	-26
計	-2,642	-1,042	-1,600	-1,897	-1,195	-702	-1,719	-1,288	-431

※県内・県外：転入者数－転出者数 ※国外・その他（住所不明又は帰化・国籍離脱）は除く。

資料：茨城県常住人口調査

200人近く転出超過となっている。

年齢別の社会増減をみると、常陸太田市は、15～29歳の若者の転出が際立っている。一方、0～9歳、60～64歳は100人超の転入超過となっている（図表5）。常陸大宮市は、常陸太田市に比べ若者の転出超過の年齢層が広く、15～39歳で転出超過が大きくなっている（図表6）。また、大子町は、常陸太田市と同様に15～29歳の転出超過が大きい（図表7）。3市町ともに15～29歳の若年層の転出超過が顕著であり、この転出超過の歯止めが課題と言える。

【図表5 常陸太田市の男女・年齢別社会動態（2005～2014年の合計）】

（単位：人・%）

年齢	総数	構成比		うち男性	構成比		
		構成比	うち女性		構成比	うち女性	
総数	-2,624	100.0		-1,208	100.0	-1,416	100.0
0～4歳	546	-20.8		296	-24.5	250	-17.7
5～9歳	182	-6.9		91	-7.5	91	-6.4
10～14歳	19	-0.7		11	-0.9	8	-0.6
15～19歳	-865	33.0		-526	43.5	-339	23.9
20～24歳	-1,671	63.7		-762	63.1	-909	64.2
25～29歳	-1,134	43.2		-555	45.9	-579	40.9
30～34歳	-18	0.7		3	-0.2	-21	1.5
35～39歳	5	-0.2		18	-1.5	-13	0.9
40～44歳	35	-1.3		52	-4.3	-17	1.2
45～49歳	-10	0.4		11	-0.9	-21	1.5
50～54歳	23	-0.9		15	-1.2	8	-0.6
55～59歳	59	-2.2		23	-1.9	36	-2.5
60～64歳	145	-5.5		89	-7.4	56	-4.0
65～69歳	18	-0.7		17	-1.4	1	-0.1
70～74歳	10	-0.4		14	-1.2	-4	0.3
75～79歳	18	-0.7		10	-0.8	8	-0.6
80～84歳	5	-0.2		-15	1.2	20	-1.4
85～89歳	10	-0.4		0	0.0	10	-0.7
90歳以上		0.0		0	0.0	0	0.1
不詳	0	0.0		0	0.0	0	0.0

茨城県常住人口調査からARC作成

【図表6 常陸大宮市の男女・年齢別社会動態（2005～2014年の合計）】

（単位：人・%）

年齢	総数	構成比		うち男性	構成比		
		構成比	うち女性		構成比	うち女性	
総数	-1,880	100.0		-645	100.0	-1,235	100.0
0～4歳	95	-5.1		69	-10.7	26	-2.1
5～9歳	27	-1.4		22	-3.4	5	-0.4
10～14歳	-6	0.3		13	-2.0	-19	1.5
15～19歳	-477	25.4		-283	43.9	-194	15.7
20～24歳	-825	43.9		-312	48.4	-513	41.5
25～29歳	-592	31.5		-222	34.4	-370	30.0
30～34歳	-397	21.1		-168	26.0	-229	18.5
35～39歳	-121	6.4		-57	8.8	-64	5.2
40～44歳	0	0.0		19	-2.9	-19	1.5
45～49歳	-18	1.0		10	-1.6	-28	2.3
50～54歳	35	-1.9		27	-4.2	8	-0.6
55～59歳	88	-4.7		69	-10.7	19	-1.5
60～64歳	109	-5.8		57	-8.8	52	-4.2
65～69歳	100	-5.3		61	-9.5	39	-3.2
70～74歳	40	-2.1		33	-5.1	7	-0.6
75～79歳	23	-1.2		10	-1.6	13	-1.1
80～84歳	12	-0.6		2	-0.3	10	-0.8
85～89歳	15	-0.8		0	0.2	16	-1.3
90歳以上	11	-0.6		6	-0.9	5	-0.4
不詳	1	-0.1		0	0.0	1	-0.1

茨城県常住人口調査からARC作成

【図表7 大子町の男女・年齢別社会動態 (2005～2014年の合計)】

(単位:人・%)

年齢	総数	うち男性		うち女性		
		構成比	構成比	構成比	構成比	
総数	-1,685	100.0	-713	100.0	-972	100.0
0～4歳	34	-2.0	15	-2.1	19	-2.0
5～9歳	14	-0.8	21	-2.9	-7	0.7
10～14歳	-35	2.1	-16	2.2	-19	2.0
15～19歳	-442	26.2	-277	38.8	-165	17.0
20～24歳	-654	38.8	-238	33.4	-416	42.8
25～29歳	-366	21.7	-209	29.3	-157	16.2
30～34歳	-41	2.4	14	-2.0	-55	5.7
35～39歳	-77	4.6	-25	3.5	-52	5.3
40～44歳	-20	1.2	-19	2.7		0.1
45～49歳	-27	1.6	1	-0.1	-28	2.9
50～54歳	11	-0.7	4	-0.6	7	-0.7
55～59歳	36	-2.1	27	-3.8	9	-0.9
60～64歳	12	-0.7	12	-1.7	0	0.0
65～69歳	1	-0.1	3	-0.4	-2	0.2
70～74歳	6	-0.4	7	-1.0		0.1
75～79歳	-37	2.2	-7	1.0	-30	3.1
80～84歳	-48	2.8	-10	1.4	-38	3.9
85～89歳	-41	2.4	-10	1.4	-31	3.2
90歳以上	-11	0.7	-6	0.8	-5	0.5
不詳	0	0.0	0	0.0	0	0.0

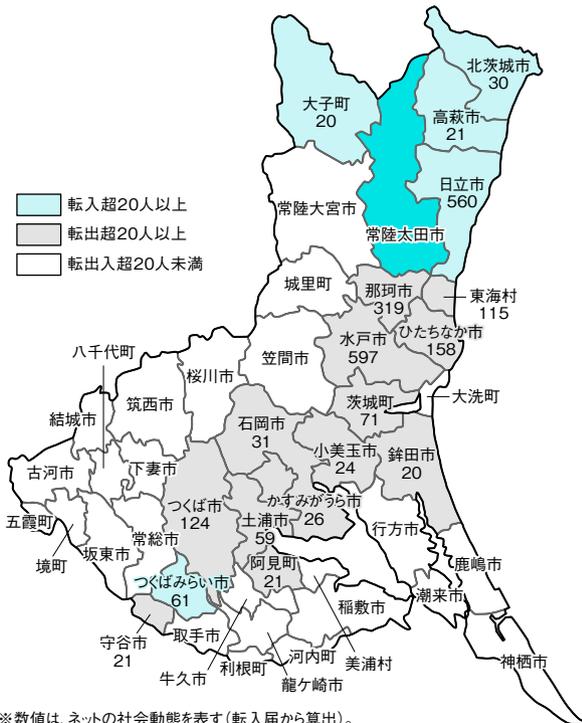
茨城県常住人口調査からARC作成

次に各市の05～14年の県内外との移動状況は、以下の通りである。

①常陸太田市 (図表8、9)

【県内】 県内は、全体で1,027人の転出超過となっている。水戸市の597人をはじめ、那珂市、ひたちなか市等28市町村に対して転出超過となっている。一方、日立市の560人等、県北臨海部からは転入超

【図表8 常陸太田市の県内社会動態(2005～2014年の合計)】



過となっている。

【県外】 県外も、全体で1,831人の転出超過となっている。転出超過先は、東京都の563人を筆頭に、神奈川県、千葉県、埼玉県等首都圏が際立っているほか、全部で37都道府県にのぼる。一方、転入超過先は福島県等6県となっている。

②常陸大宮市 (図表10、11)

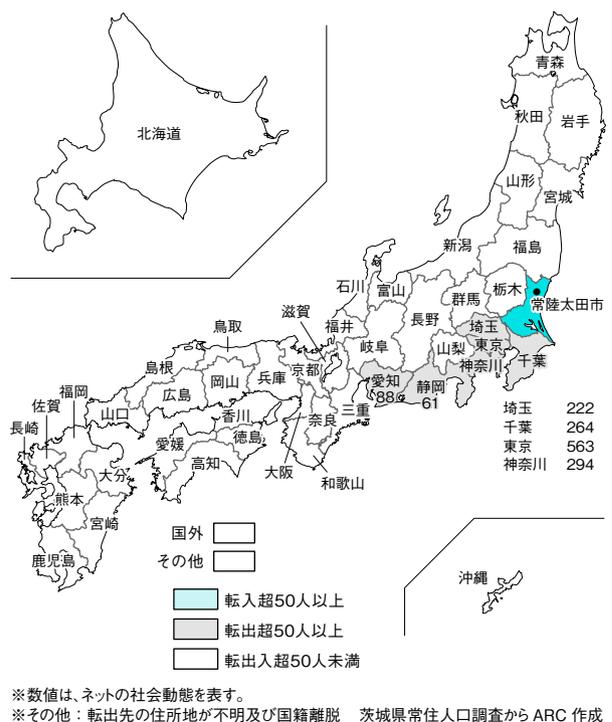
【県内】 県内は、全体で1,113人の転出超過となっている。転出超過先は、水戸市の634人を筆頭に、那珂市、つくば市等29市町村となっている。一方、大子町等11市町村からは、転入超過となっている。最も多いのは大子町の220人、次いで北茨城市43人、日立市25人となっている。

【県外】 県外は、全体で684人の転出超過となっている。転出超過先は、東京都の268人を筆頭に、神奈川県、栃木県等24都道府県にのぼる。一方、転入超過先は、福島県等17府県となっている。

③大子町 (図表12、13)

【県内】 県内は、全体で1,276人の転出超過となっている。転出超過先は、水戸市の406人を筆頭に、常

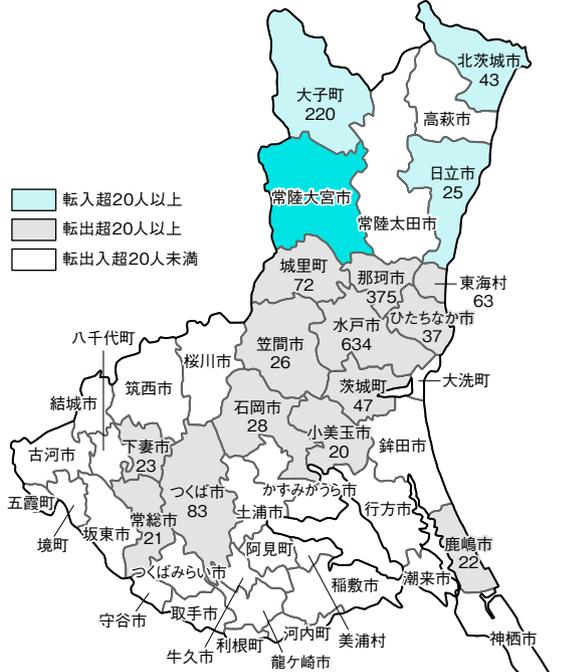
【図表9 常陸太田市の県外及び国外・その他の社会動態 (2005～2014年の合計)】



陸大宮市、那珂市等30市町村に及ぶ。一方、転入超過は筑西市等7市町村となっている。

【県外】 県外は、全体で394人の転出超過となって

【図表 10 常陸大宮市の県内社会動態(2005～2014年の合計)】



※数値は、ネットの社会動態を表す(転入届から算出)。茨城県常住人口調査から ARC 作成

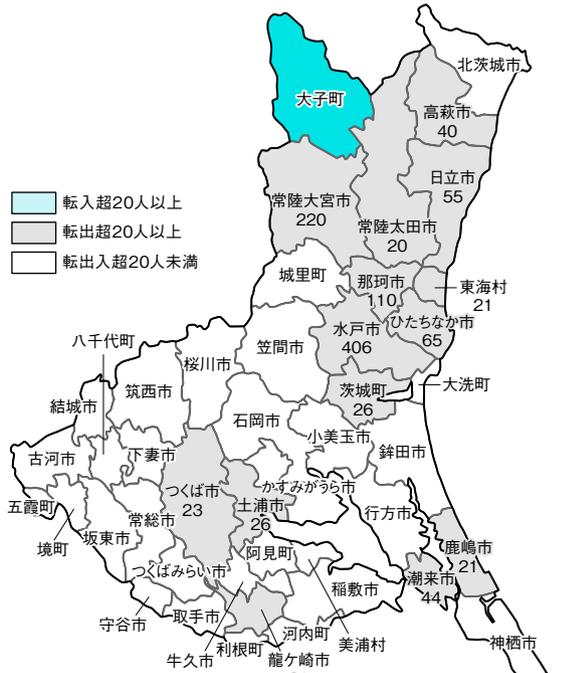
いる。転出超過先は、東京都の177人を筆頭に、栃木県、神奈川県等23都道府県となっている。一方、転入超過先は、福島県等15県となっている。

【図表 11 常陸大宮市の県外及び国外・その他の社会動態(2005～2014年の合計)】



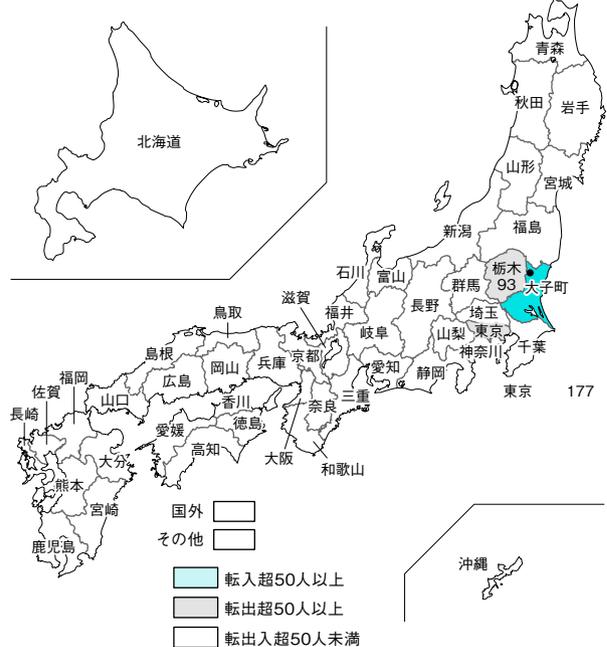
※数値は、ネットの社会動態を表す。※その他：転出先の住所地在不明及び国籍離脱 茨城県常住人口調査から ARC 作成

【図表 12 大子町の県内社会動態(2005～2014年の合計)】



※数値は、ネットの社会動態を表す(転入届から算出)。茨城県常住人口調査から ARC 作成

【図表 13 大子町の県外及び国外・その他の社会動態(2005～2014年の合計)】



※数値は、ネットの社会動態を表す。※その他：転出先の住所地在不明及び国籍離脱 茨城県常住人口調査から ARC 作成

2. 生活行動

(1) 通勤・通学行動

大子町は職住近接の傾向が最も強い

10年の各市町内常住者の主な通勤先のうち、自市町を通勤先とする割合は、常陸太田市が48.5%、常陸大宮市が62.9%、大子町が74.9%となっている。県全体（56.7%）に比べて、常陸大宮市と大子町が上回っており、特に大子町は職住近接の傾向が

強くなっている（図表14、15）。

各市町内常住者の主な通学先のうち、自市町を通学先とする割合は、常陸太田市が46.0%、常陸大宮市が28.2%、大子町が50.8%となっている。県全体（44.0%）に比べて、常陸大宮市が下回っており、同市は他市町村への通学者の割合が多いといえる（図表16、17）。

【図表 14 居住者の主な通勤先（2010年）】

（単位：人、当地に常住する就業者に対する割合）

都県名	合計：26,790 うち自市町村：12,998 (48.5%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	日立市	水戸市	ひたちなか市	常陸大宮市	那珂市	
12,700 47.4%	4,489 16.8%	2,309 8.6%	1,941 7.2%	1,281 4.8%	1,108 4.1%	
他都県	東京都	福島県	栃木県			
259 1.0%	102 0.4%	51 0.2%	36 0.1%			

都県名	合計：21,675 うち自市町村：13,623 (62.9%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	水戸市	那珂市	ひたちなか市	常陸太田市	日立市	
7,009 32.3%	2,269 10.5%	1,050 4.8%	936 4.3%	778 3.6%	492 2.3%	
他都県	栃木県	東京都	埼玉県			
703 3.2%	596 2.7%	35 0.2%	30 0.1%			

都県名	合計：9,610 うち自市町村：7,195 (74.9%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	常陸大宮市	水戸市	常陸太田市	那珂市	ひたちなか市	
1,681 17.5%	946 9.8%	257 2.7%	158 1.6%	83 0.9%	77 0.8%	
他都県	栃木県	福島県	東京都			
620 6.5%	307 3.2%	301 3.1%	6 0.1%			

資料：国勢調査

【図表 16 居住者の主な通学先（2010年）】

（単位：人、当地に常住する就業者に対する割合）

都県名	合計：2,802 うち自市町村：1,289 (46.0%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	水戸市	日立市	常陸大宮市	ひたちなか市	那珂市	
1,354 48.3%	744 26.6%	342 12.2%	82 2.9%	72 2.6%	55 2.0%	
他都県	東京都	栃木県	神奈川県	千葉県	神奈川県	
85 3.0%	36 1.3%	13 0.5%	10 0.4%	9 0.3%	7 0.2%	

都県名	合計：1,962 うち自市町村：554 (28.2%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	水戸市	常陸太田市	那珂市	日立市	ひたちなか市	
1,275 65.0%	726 37.0%	210 10.7%	164 8.4%	64 3.3%	58 3.0%	
他都県	栃木県	東京都	千葉県	埼玉県	神奈川県	
80 4.1%	52 2.7%	13 0.7%	6 0.3%	4 0.2%	3 0.2%	

都県名	合計：750 うち自市町村：381 (50.8%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	水戸市	常陸太田市	那珂市	日立市	常陸大宮市	
323 43.1%	225 30.0%	32 4.3%	29 3.9%	12 1.6%	11 1.5%	
他都県	栃木県	東京都	福島県	千葉県		
34 4.5%	17 2.3%	8 1.1%	4 0.5%	2 0.3%		

資料：国勢調査

【図表 15 通勤者の主な常住先（2010年）】

（単位：人、当地に常住する就業者に対する割合）

都県名	合計：18,120 うち自市町村：12,998 (71.7%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	日立市	那珂市	常陸大宮市	水戸市	ひたちなか市	
4,118 22.7%	910 5.0%	828 4.6%	778 4.3%	438 2.4%	427 2.4%	
他都県	福島県	栃木県	埼玉県	東京都	神奈川県	
171 0.9%	104 0.6%	17 0.1%	13 0.1%	11 0.1%	10 0.1%	

都県名	合計：19,908 うち自市町村：13,623 (68.4%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	常陸太田市	那珂市	大子町	水戸市	城里町	
5,673 28.5%	1,281 6.4%	1,154 5.8%	946 4.8%	783 3.9%	701 3.5%	
他都県	栃木県	福島県	東京都	埼玉県	千葉県	
272 1.4%	166 0.8%	32 0.2%	25 0.1%	18 0.1%	11 0.1%	

都県名	合計：8,485 うち自市町村：7,195 (84.8%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	常陸大宮市	常陸太田市	水戸市	那珂市	ひたちなか市	
669 7.9%	326 3.8%	111 1.3%	72 0.8%	53 0.6%	29 0.3%	
他都県	福島県	栃木県				
507 6.0%	401 4.7%	88 1.0%				

資料：国勢調査

【図表 17 通学者の主な常住先（2010年）】

（単位：人、当地に常住する就業者に対する割合）

都県名	合計：2,057 うち自市町村：1,289 (62.7%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	那珂市	常陸大宮市	日立市	大子町	城里町	
693 33.7%	261 12.7%	210 10.2%	127 6.2%	32 1.6%	22 1.1%	
他都県						
1 0.0%						

都県名	合計：858 うち自市町村：554 (64.6%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	那珂市	常陸太田市	城里町	ひたちなか市	大子町	
228 26.6%	84 9.8%	82 9.6%	21 2.4%	16 1.9%	11 1.3%	
他都県	栃木県					
23 2.7%	23 2.7%					

都県名	合計：485 うち自市町村：381 (78.6%)					
	市町村・都県名					
	1位	2位	3位	4位	5位	
茨城県	常陸大宮市	常陸太田市				
20 4.1%	13 2.7%	2 0.4%				
他都県	福島県	愛知県	埼玉県	千葉県	東京都	
72 14.8%	42 8.7%	4 0.8%	3 0.6%	3 0.6%	2 0.4%	

資料：国勢調査

(2) 買い物行動・余暇行動

各市町とも独立した商圈を有する

15年の買い物行動における市内流出率（地元吸収率）は、常陸太田市が69.2%、常陸大宮市が80.5%、太子町が66.9%となっており、いずれも県平均（64.6%）を上回っている（図表18）。

市外への流出率の上位を見ると、常陸太田市はひたちなか市・水戸市・那珂市、常陸大宮市は水戸市・ひたちなか市・那珂市、太子町は常陸大宮市・水戸市・栃木県の順となっている。

【図表 18 買い物行動の状況】

（上段：流出率 下段：流出人口）

	常陸太田市	常陸大宮市	太子町
1	常陸太田市内 69.2 36,145	常陸大宮市内 80.5 34,237	太子町内 66.9 12,077
2	ひたちなか市 55.8 29,164	水戸市 59.7 25,409	常陸大宮市 49.2 8,873
3	水戸市 47.6 24,879	ひたちなか市 36.7 15,621	水戸市 45.7 8,246
4	那珂市 28.7 14,987	那珂市 17.8 7,555	栃木県 32.9 5,938
5	常陸大宮市 27.3 14,244	栃木県 12.7 5,396	ひたちなか市 30.5 5,507
6	日立市 21.4 11,158	常陸太田市 7.2 3,064	那珂市 10.9 1,962
7	東海村 14.8 7,726	日立市 4.1 1,727	福島県 8.1 1,461

※2015年7月1日現在

資料：茨城県生活行動調査（常陽ARC）

余暇行動における市内流出率（地元吸収率）を見ると、常陸太田市が59.7%、常陸大宮市が70.1%、太子町が62.1%となっている（図表19）。

市外への流出率の上位は、常陸太田市はひたちなか市・水戸市・日立市、常陸大宮市は水戸市・ひたちなか市・栃木県、太子町は水戸市・常陸大宮市・栃木県の順となっている。

各市町ともに、県都水戸市や大型商業施設があるひたちなか市との高い関連性が窺える。また県外市町村内への買い物行動については、地域性から栃木県との相応の関連性も認められる（図表20）。

【図表 19 余暇行動の状況】

（上段：流出率 下段：流出人口）

	常陸太田市	常陸大宮市	太子町
1	常陸太田市内 59.7 31,157	常陸大宮市内 70.1 29,840	太子町内 62.1 11,202
2	ひたちなか市 42.8 22,351	水戸市 42.0 17,882	水戸市 35.8 6,456
3	水戸市 32.9 17,205	ひたちなか市 28.3 12,040	常陸大宮市 33.5 6,052
4	日立市 21.0 10,982	栃木県 16.7 7,123	栃木県 30.7 5,536
5	常陸大宮市 16.4 8,561	那珂市 10.7 4,569	ひたちなか市 24.3 4,386
6	那珂市 13.4 6,996	東京都 8.6 3,645	福島県 10.6 1,910
7	栃木県 9.9 5,149	常陸太田市 7.4 3,167	東京都 9.1 1,639

※2015年7月1日現在

資料：茨城県生活行動調査（常陽ARC）

【図表 20 県外市町村への買い物行動】

（単位：%）

	常陸太田市 (n=86)	常陸大宮市 (n=89)	太子町 (n=48)
1	宇都宮市 32.6	宇都宮市 57.3	大田原市 52.1
2	浦安市 26.7	那須塩原市 23.6	白河市 35.4
3	三郷市 18.6	浦安市 16.9	宇都宮市 29.2
4	いわき市 16.3	三郷市 14.6	棚倉町 27.1
5	佐野市 14.0	佐野市 10.1	那須塩原市 20.8
6	船橋市 11.6	いわき市 7.9	郡山市 6.3
7	那須塩原市 11.6	越谷市 7.9	浦安市 4.2

※2015年7月1日現在

資料：茨城県生活行動調査（常陽ARC）

(3) 昼夜間人口比率

昼夜間人口比率は県全体を下回る

10年の昼夜間人口比率（昼間人口÷夜間人口×100）は、常陸太田市83.2%、常陸大宮市93.5%、太子町93.1%となっており、県全体（97.2%）と比較すると、いずれの市町も昼間人口は夜間人口を下回っている。

5年とほぼ同様の傾向を示しており、当地域は市町外への通勤・通学する人が多い地域であるといえる（図表21）。

【図表 21 昼間人口・夜間人口・昼夜間人口比率の推移】

（単位：人・%）

	昼間人口		夜間人口		昼夜間人口比率	
	2005年	2010年	2005年	2010年	2005年	2010年
常陸太田市	49,850	46,778	59,802	56,250	83.4	83.2
常陸大宮市	44,074	42,260	47,808	45,178	92.2	93.5
太子町	20,375	18,694	22,103	20,073	92.2	93.1
(参考) 茨城県	2,885,594	2,886,651	2,973,344	2,969,770	97.0	97.2

資料：国勢調査

3. 産業

(1) 産業全般

市町内総生産は、県内において中位から下位

06～13年度における市町内総生産の合計は、常陸太田市が1兆296億円（県内31位）、常陸大宮市が1兆2,549億円（26位）、大子町が5,256億円（40位）となっている（図表22）。

産業別構成比をみると、県全体に比べ、第1次産業と第3次産業の割合が比較的高い地域といえる。

【図表 22 市町内総生産（実質・連鎖方式）
（2006～2013年度合計）】

（単位：億円・%）

	常陸太田市		常陸大宮市		大子町		（参考）茨城県	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
市内総生産	10,296	—	12,549	—	5,256	—	962,950	—
うち産業	7,761	100.0	10,538	100.0	4,259	100.0	848,490	100.0
農林水産業	333	4.3	349	3.3	255	6.0	20,740	2.4
鉱業	20	0.3	12	0.1	1	0.0	413	0.0
製造業	1,359	17.5	3,250	30.8	1,450	34.0	303,142	35.7
建設業	764	9.8	687	6.5	287	6.7	47,691	5.6
電気・ガス・水道業	206	2.7	191	1.8	76	1.8	24,793	2.9
卸売・小売業	686	8.8	999	9.5	289	6.8	83,708	9.9
金融・保険業	421	5.4	525	5.0	105	2.5	32,075	3.8
不動産業	1,881	24.2	1,814	17.2	774	18.2	110,790	13.1
運輸業	194	2.5	233	2.2	138	3.2	38,538	4.5
情報・通信業	73	0.9	553	5.2	23	0.5	28,878	3.4
サービス業	1,809	23.3	1,878	17.8	847	19.9	155,358	18.3
第1次産業	333	3.2	349	2.8	255	4.9	20,740	2.2
第2次産業	2,156	21.0	3,939	31.5	1,743	33.3	351,785	36.7
第3次産業	7,763	75.7	8,223	65.7	3,235	61.8	585,331	61.1

資料：市町村経済計算

民営事業所数・従業者数は各市町とも09年比減少

14年の民営事業所数を09年と比較すると、常陸太田市が1,864所（09年比－14.3%）、常陸大宮市が1,897所（同－11.0%）、大子町が1,038所（同－11.2%）となっており、いずれも二桁以上減少し

ている（図表23）。

【図表 23 民営事業所数の推移】

（単位：所、%）

	（参考）事業所・企業統計調査					経済センサス					
	2001年	2006年	県内順位	01-06年増減数	01-06年増減率	2009年	2012年	2014年	県内順位	09-14年増減数	09-14年増減率
常陸太田市	2,357	2,193	20	-164	-7.0	2,174	1,953	1,864	23	-310	-14.3
常陸大宮市	2,423	2,167	21	-256	-10.6	2,131	1,979	1,897	22	-234	-11.0
大子町	1,342	1,207	36	-135	-10.1	1,169	1,062	1,038	37	-131	-11.2
（参考）茨城県	130,536	122,258	—	-8,278	-6.3	127,252	118,063	119,168	—	-8,084	-6.4

資料：事業所・企業統計調査、経済センサス

従業者数は、常陸太田市が12,996人（09年比－8.6%）、常陸大宮市が16,287人（同－8.2%）、大子町が6,441人（同－12.0%）となっており、いずれも民営事業所数に併せて減少している（図表24）。

また、14年の主な業種別民営事業所の売上高をみると、製造業と卸売・小売業の売上高が大きい点は県と同じであるが、割合をみると県は製造業の占有率が50%強であるのに対して、当地域は40%弱となっている。また、大子町は宿泊業の割合が高く（占有率6.4%、県1.4%）、常陸太田市は、医療・福祉（同16.9%、県5.3%）の割合が高くなっている（図表25）。

【図表 24 民営事業所の従業者数の推移】

（単位：所、%）

	（参考）事業所・企業統計調査					経済センサス					
	2001年	2006年	県内順位	増減数	増減率	2009年	2012年	2014年	県内順位	09年比増減数	09年比増減率
常陸太田市	14,459	13,836	29	-623	-4.3	14,215	13,158	12,996	30	-1,219	-8.6
常陸大宮市	18,050	17,152	21	-898	-5.0	17,737	16,618	16,287	25	-1,450	-8.2
大子町	7,654	7,143	41	-511	-6.7	7,318	6,846	6,441	41	-877	-12.0
（参考）茨城県	1,180,873	1,176,545	—	-4,328	-0.4	1,278,830	1,216,659	1,229,335	—	-49,495	-3.9

資料：事業所・企業統計調査、経済センサス

【図表 25 主な業種別民営事業所の売上高（2014年）】

（単位：億円）

		農林漁業	製造業	情報通信業 （※1）	卸売業、 小売業	不動産業、 物品賃貸業	学術研究、 専門・技術 サービス業	宿泊業、 飲食サービス業	生活関連 サービス業、 娯楽業	教育、 学習支援業 （※2）	医療、福祉	サービス業 （※3）
		金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額
常陸太田市	金額	11	364	1	433	4	11	28	78	5	194	22
	占有率	1.0%	31.6%	0.1%	37.6%	0.4%	1.0%	2.4%	6.8%	0.5%	16.9%	1.9%
常陸大宮市	金額	61	678	—	664	10	5	29	105	8	149	16
	占有率	3.5%	39.3%	—	38.5%	0.6%	0.3%	1.7%	6.1%	0.5%	8.6%	1.0%
大子町	金額	15	159	—	157	2	27	29	16	3	43	11
	占有率	3.2%	34.4%	—	34.1%	0.4%	5.9%	6.4%	3.4%	0.6%	9.4%	2.3%
（参考） 茨城県	金額	1,145	115,919	1,562	67,568	2,981	6,432	3,169	5,812	454	11,749	4,946
	占有率	0.5%	52.3%	0.7%	30.5%	1.3%	2.9%	1.4%	2.6%	0.2%	5.3%	2.2%

※1情報通信業：情報サービス業、インターネット附随サービス業。 ※2教育、学習支援業：その他の教育、学習支援業。 ※3サービス業：政治・経済・文化団体、宗教を除く。 資料：経済センサス

(2) 産業別

1) 農林畜産業

農産物販売額が最も大きいのは肉用牛

15年の農家総数は、常陸太田市が4,531戸（00年比-31.5%）、常陸大宮市が3,781戸（同-30.6%）、大子町が2,006戸（同-29.1%）と、00年比いずれも減少している（図表26）。

【図表 26 農家数の推移】

（単位：戸）

	年	農家総数				
		専業	第1種兼業	第2種兼業	自給的農家	
常陸太田市	2000	6,618	915	272	3,328	2,103
	2005	5,962	947	159	2,581	2,275
	2010	5,471	1,015	94	2,042	2,320
	2015	4,531	914	150	1,463	2,004
常陸大宮市	2000	5,449	713	301	2,634	1,801
	2005	4,855	723	268	1,884	1,980
	2010	4,381	693	150	1,427	2,111
	2015	3,781	646	68	1,063	2,004
大子町	2000	2,829	285	170	1,313	1,061
	2005	2,567	283	235	904	1,145
	2010	2,373	308	137	745	1,183
	2015	2,006	313	72	546	1,075

資料：茨城県農業基本調査・世界農業センサス

10年の農産物販売金額（推計値）は、常陸太田市が34億円（県内22位）、常陸大宮市が70億円（17位）、大子町が24億円（30位）となっている（図表27）。

市町村別の主な農作物（5.0億円以上）を見ると、常陸太田市では稲作（15.4億円）、常陸大宮市では肉用牛（28.0億円）・養鶏（16.2億円）・稲作（8.2億円）、大子町では肉用牛（5.2億円）となっており、肉用牛の販売金額が全体の3割弱を占める。

【図表 27 主要農産物の販売金額（2010年・推計値）】

（単位：億円・%）

部 門	常陸太田市		常陸大宮市		大子町		（参考）茨城県	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
合 計	34.1	100.0	69.6	100.0	24.4	100.0	3,087.8	100.0
稲 作	15.4	45.1	8.2	11.7	2.2	9.1	492.7	16.0
工芸農作物	0.1	0.4	0.2	0.2	2.3	9.5	29.1	0.9
露地野菜	1.0	2.8	1.4	2.1	0.3	1.4	586.4	19.0
施設野菜	2.5	7.4	1.1	1.6	0.5	2.2	610.7	19.8
果樹類	3.4	10.0	0.4	0.5	3.8	15.8	68.3	2.2
酪 農	3.0	8.8	1.8	2.6	3.7	15.3	167.1	5.4
肉用牛	3.2	9.3	28.0	40.3	5.2	21.5	160.5	5.2
養 豚	2.0	5.9	4.4	6.3	2.8	11.3	227.0	7.4
養 鶏	0.0	0.0	16.2	23.2	2.0	8.4	261.4	8.5

※農産物の販売金額は、右式による推計値。

販売金額 = Σ（各階層中位数 × 各階層経営体数）

資料：RESAS（農業センサス再編加工）

耕作放棄地面積の増加

常陸太田市は1,008ha（県内6位）、常陸大宮市は1,506ha（県内1位）、大子町は818ha（県内11位）の耕作放棄地面積があり、いずれも県内市町村では上位を占めている（図表28）。

【図表 28 耕作放棄地面積（2015年）】

（単位：ha、%）

	合計	県内順位	農 家		非農家	
			販売農家	自給的農家		
常陸太田市	1,008	6	291	325	392	
2010年比	増減数	0	39	-22	-25	47
	増減率	0.0	39	-7.0	-7.1	13.6
常陸大宮市	1,506	1	379	507	620	
2010年比	増減数	130	6	-3	28	105
	増減率	9.4	25	-0.8	5.8	20.4
大子町	818	11	261	271	286	
2010年比	増減数	30	21	-13	-4	47
	増減率	3.8	31	-4.7	-1.5	19.7
（参考）茨城県	23,816	—	8,221	5,274	10,320	
2010年比	増減数	2,697	—	711	242	1,743
	増減率	12.8	—	9.5	4.8	20.3

※2月1日現在 ※県内順位：面積・増減数～多い順、増減率～高い順

資料：世界農業センサス

2) 工業

工業事業者数、従業員数ともに減少

14年の「工業事業所数」、「工業従業者数」について業種別に見てみる。

地域全体で工業事業所数が最も多い業種は、食料品の30事業所であり、続いて電気機械、木材・木製品の順となっている。

市町別でみると、常陸太田市は、生産用機械、電気機械、常陸大宮市は、電気機械、業務用機械、大子町は、食料品、木材・木製品が上位となっている（図表29）。

一方、地域全体で従業者数が最も多いのは、業務用機械であり、次いで食料品、電気機械が続く。

市町別でみると、常陸太田市は、電気機械が333人、常陸大宮市は、業務用機械が1,125人、大子町は、食料品が201人で最も多い。

05～14年にかけて、事業所数は97ヶ所、従業員数は1,752人減少している。金属製品の従業員数が297人、電子部品・デバイスが227人、電気機械が218人それぞれ減少する一方、輸送用機械で117人、食料品で52人増加している。

【図表 29 事業所及び従業者数（従業員 4 人以上の事業所）（2014 年）】
（単位：所・人）

業種	常陸太田市		常陸大宮市		大子町		合計			
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	2004 年比	従業者数	2004 年比
業務用機械	4	105	11	1,125	2	128	17	-	1,358	-
食料品	10	280	10	778	10	201	30	-8	1,259	52
電気機械	13	333	12	448	4	156	29	1	937	-218
輸送用機械	9	174	10	511	2	49	21	0	734	117
金属製品	9	163	6	177	4	131	19	-18	471	-297
プラスチック製品	7	77	8	282	1	47	16	-	406	15
生産用機械	14	156	8	181	2	11	24	-	348	-
木材・木製品	11	207	7	54	8	63	26	-18	324	-150
その他の製造業	2	60	4	153	2	44	8	-	257	-
電子部品・デバイス	0	0	5	216	2	30	7	-5	246	-227
飲料・たばこ・飼料	3	149	3	39	4	32	10	-4	220	-11
窯業・土石製品	8	93	6	68	3	21	17	-2	182	-
はん用機械	2	30	2	31	3	105	7	-	166	-
非鉄金属	3	23	4	101	0	0	7	1	124	-30
パルプ・紙・紙加工品	4	103	2	16	0	0	6	-	119	-
その他	10	129	12	263	4	56	26	-	448	-
合計	109	2,082	110	4,443	51	1,074	270	-	7,599	-
2004年比	-37	-811	-37	-508	-23	-433	-97	-	-1,752	-

資料：工業統計調査

3) 商業

商業は事業所数・従業員数ともに大幅減少

県北山間地域では、主要幹線沿いを中心に小売業事業所が立地しており、14年の小売業事業所数は924事業所（常陸太田市315事業所、常陸大宮市363事業所、大子町246事業所）となっている（図表30）。

06年と比較すると、全体で703事業所減少（減少率43.2%）となっており、本県の増減率33.7%減少と比べ減少率は高いと言える。

また、14年の地域全体の従業員数4,896人は、06年と比較すると2,386人減少（減少率32.8%）している。

一方、14年の県北山間地域の小売業年間商品販

【図表 30 小売業事業所数・従業者数・年間商品販売額・売場面積（2014 年）】

	事業所数	対県構成比 (%)		従業者数 (人)	対県構成比 (%)		年間商品販売額 (億円)	対県構成比 (%)		売場面積 (㎡)	対県構成比 (%)
		増減数	増減率		増減数	増減率		増減数	増減率		
常陸太田市	315	1.7	1,864	1.4	306	1.1	39,995	1.1			
2006 年比	増減数	-266	-	-860	-	-60	-	-8,462	-		
	増減率	-45.8	-	-31.6	-	-16.5	-	-17.5	-		
常陸大宮市	363	2.0	2,100	1.6	432	1.5	63,839	1.7			
2006 年比	増減数	-279	-	-992	-	-50	-	-3,368	-		
	増減率	-43.5	-	-32.1	-	-10.5	-	-5.0	-		
大子町	246	1.3	932	0.7	108	0.4	24,093	0.6			
2006 年比	増減数	-158	-	-534	-	-63	-	-11,509	-		
	増減率	-39.1	-	-36.4	-	-37.0	-	-32.3	-		
(参考) 茨城県	18,522	100.0	131,744	100.0	27,863	100.0	3,780,749	100.0			
2006 年比	増減数	-9,404	-	-46,780	-	-1,159	-	81,325	-		
	増減率	-33.7	-	-26.2	-	-4.0	-	2.2	-		

資料：商業統計調査

売額は846億円（常陸太田市306億円、常陸大宮市432億円、大子町108億円）で、07年比173億円減少（減少率17.0%）している。

4. まとめ

(1) 人口推移・住民行動

当地域は人口減少が顕著であり、特に15～29歳の若者世代の流出が際立っている。高校や大学進学時に地元を離れているケースや、就職や結婚等を機に域外に出ていくケースが多いと考えられることから、いかに若者の流出抑制と転入促進を進めていくかが課題となる。

一方、住民行動は、通勤・通学や買い物・余暇行動については、近隣市町村との関連性が深く、大子町等は、同地域内での還流が大きくなっている。これから、この地域に魅力がなければ人が流出してしまう懸念がある。

(2) 産業

1) 農林畜産業

山間部の狭隘な土地の活用によるものであるため、出荷額はそれほど大きくはなく、大規模運営は困難な地域である。その中であって、農家数は減少し、耕作放棄地面積は増加している現状にある。本産業の衰退に歯止めをかけるためには、いかに新規就農者を増やすか、あるいはどう高付加価値化を進めていくか等の課題を抱えている。

2) 工業

事業所数、従業者数、製造品出荷額数の推移をみると近年減少傾向にある。今後はいかに地域特性を活かして企業誘致や起業・創業支援等を行っていくかが課題と考えられる。

3) 商業

県内有数の豊かな自然資源に恵まれた地域であるため、観光を中心とした商業環境にある。

小売業事業所数や売り場面積、従業員数等も減少傾向にあることから、今後はいかに観光客の取り込み等を図っていくかが課題と考えられる。

資料2 地方創生への取り組み

本章では、公表されている県北地域3市町の人口ビジョンとまち・ひと・しごと創生総合戦略から、各市町が目指す地方創生の主な取り組みについて整理した。

1. 常陸太田市

人口ビジョン・創生総合戦略の概要

常陸太田市は、将来的に「持続可能なまち」となるような人口構造の構築を目指して、2060年の目標人口を36,000人に定めている。この目標人口は、社人研推計の21,916人に比べ、14,000人程度上回っている。

総合戦略では、以下の通り4つの基本目標、具体的な施策及び重要業績評価指標（KPI）等を定めている。（図表31）

【図表 31 常陸太田市創生総合戦略の概要】

基本目標・具体的施策・主なKPI項目	
1	<ul style="list-style-type: none"> ○本市の特性を活かした産業振興と安定した雇用の場を創出する <ul style="list-style-type: none"> ・新たな市街地開発の推進 ・市内起業・創業の促進と市内就業の拡大 ・中小企業の経営強化支援 ・農業の販売力・生産力向上 ・新規就農者の支援 ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・新たな市街地への進出決定企業数：2019年5企業 ・起業・創業者数：2014年6人→2015～19年累計25人（年間5人×5年） ・新規就農による農業後継者数：2014年3人→2015～19年累計10人（年間2人×5年）
2	<ul style="list-style-type: none"> ○本市への新しい人の流れをつくる <ul style="list-style-type: none"> ・賃貸住宅・住宅用地整備の推進 ・田舎暮らしの推進 ・観光振興による交流人口の拡大 ・若者等の定住促進 ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・助成事業等により整備した民間賃貸住宅への転入世帯数：2014年12世帯→2015～19年累計30世帯（年間6世帯×5年） ・空き家バンクを活用した移住世帯数：2015～19年累計10世帯（年間2世帯×5年） ・観光施設入込客数：2014年499,059人→2019年600,000人（東日本大震災前の数値へ回復）
3	<ul style="list-style-type: none"> ○若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる <ul style="list-style-type: none"> ・結婚・定住の推進 ・安心して出産できる環境づくり ・安心して子育てできる環境づくり ・子育て世帯等の居住環境づくり ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・結婚推進支援員により成婚して市内に定住した数：2016～19年累計20組（年間5組×4年） ・年間出生数：2014年262人→2019年300人 ・住宅取得助成等により市内に定住した新婚・子育て世帯数：2014年104世帯→2015～19年累計600世帯（年間120世帯×5年）
4	<ul style="list-style-type: none"> ○時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する <ul style="list-style-type: none"> ・便利で魅力あるまちづくり ・健康で安心して暮らせるまちづくり ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・市民バス年間利用者数：2014年32,014人→2019年33,000人 ・健康な65歳以上の割合：2014年62.6%→2019年80.0%

2. 常陸大宮市

人口ビジョン・創生総合戦略の概要

常陸大宮市は、60年の人口目標を22,200人に定めている。社人研推計の19,405人に比べ、2,800人程度上回る。

創生総合戦略では、「故郷常陸大宮市で育ち、ここで輝いて生きる人々、故郷を離れていても故郷を思い、故郷のために輝く人々とともに、常陸大宮市のまちづくりを進め、故郷常陸大宮市を、誇りを持って、次の世代に引き継いで行く」ことを理念とする郷育立市のまちづくりを進める。

総合戦略では、3つの基本目標、具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）を設定している（図表32）。

【図表 32 常陸大宮市創生総合戦略の概要】

基本目標・具体的な施策・主なKPI項目	
1	<ul style="list-style-type: none"> ○魅力あるまちづくり～住みたいまち、住みよいまちに～ <ul style="list-style-type: none"> ・魅力発見発信プロジェクト ・まちの魅力向上プロジェクト ・地域間交流プロジェクト ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・市外の「情報収集発信活動支援者」の登録数：2019年100人 ・市民の生活環境・住みやすさの満足度：2011年22%→19年22%以上 ・交流イベントの参加者数：2014年230人/年→2019年280人/年
2	<ul style="list-style-type: none"> ○結婚・出産・子育て～子どもを産み育てやすいまちに～ <ul style="list-style-type: none"> ・出会い結婚プロジェクト ・出産子育て応援プロジェクト ・輝く人づくりプロジェクト ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・婚姻率：2013年4.2→2019年5.0 ・子育て環境に対する満足度（小学生の保護者）：2013年13.5%→19年25.0% ・市内小中高校生の愛着度：2015年90%→19年90%以上を維持
3	<ul style="list-style-type: none"> ○雇用の創出・移住定住～働きたい仕事をつくり、移住定住につなげる～ <ul style="list-style-type: none"> ・しごと応援プロジェクト ・移住・定住促進プロジェクト ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド品販売事業者数：2015～2019年累計35事業者 ・結婚・子育て世代のUターン等による定住数：2015～2019年累計140件 ・若者の定住意向：2015年50%→19年55%

3. 大子町

人口ビジョン・創生総合戦略の概要

大子町は、出生率の上昇と転出の抑制・転入の促進により、2040年の目標人口を11,500人に定めている。この目標人口は、社人研推計の10,327人に比べ、1,200人程度上回っている。

また、総人口が減少していく中であっても、まちの活力と持続可能性を高めていく為に、バランスのとれた人口年齢構成を目指している。

総合戦略では、基本目標、基本施策、重要業績評価指標（KPI）等を設定している。目指すべき将来の方向性として、「若者が留まる、帰ってくる、入ってくる」ことによって人口減少に歯止めがかかり、経済が活性化し、まちが活気を取り戻すことで、さらに若者の流出抑制と転入促進につながるといった好循環への転換を目指している（図表33）。

【図表 33 大子町創生総合戦略の概要】

基本目標・基本施策・主なKPI項目	
1	<ul style="list-style-type: none"> ○安定した雇用を創出する <ul style="list-style-type: none"> ・地場産業（農林畜産業・観光業）の育成 ・新産業・新事業・新商品創出の支援 ・既存企業の育成と人材育成による地元就業促進 ・若者が魅力を感じる企業の誘致 ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・認定農業者数：基準値66名→2019年90名 ・観光ボランティアガイドの養成者数：基準値22人→2019年40人
2	<ul style="list-style-type: none"> ○新しい人の流れをつくる <ul style="list-style-type: none"> ・豊富な地域資源を活かした交流の促進 ・大学等の知恵を活かした新たな交流の創出 ・空き家等を活用した移住定住の受け皿の整備 ・まちの活性化につながる人材の誘致 ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・観光入込客数（袋田の滝）：基準値51万人→2019年80万人 ・農家民泊の年間受入人数：基準値89人→2019年200人 ・地域おこし協力隊事業受入人数：基準値5人→2019年10人
3	<ul style="list-style-type: none"> ○結婚・出産・子育ての希望をかなえる <ul style="list-style-type: none"> ・若い世代の希望がかなう結婚の支援 ・出産・子育て・教育に関する経済的・精神的負担の軽減 ・確かな学力の向上と特色ある教育の推進 ・高等学校との連携による地域の教育水準の向上 ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・制度活用による成婚組数：2019年5組 ・子育て住宅建設数：基準値34棟→2019年100棟 ・放課後児童クラブ事業受入人数：基準値60人→2019年147人
4	<ul style="list-style-type: none"> ○魅力ある地域をつくる <ul style="list-style-type: none"> ・地域の拠点及びネットワークの整備 ・町民の自主的・主体的な活動の支援 ・広域連携事業の推進 ○主なKPI項目 <ul style="list-style-type: none"> ・消防団員数：基準値501人→2019年540人 ・シルバー人材センターの会員数：基準値80人→2019年100人 ・八満山周辺定住自立圏における連携事業数：基準値42事業→2019年50事業

4. 地方創生加速化交付金対象事業について

2015年度国補正予算の地方創生加速化交付金の対象事業のうち、常陸太田市、常陸大宮市、大子町に関連するものについて、一覧表にまとめた（図表34）。

【図表 34 地方創生加速化交付金対象事業について】

市町名	事業名
常陸太田市	<ul style="list-style-type: none"> ○三市（ひたちなか市・日立市・常陸太田市）連携デジタルものづくり拠点化事業 ○公共交通や民間事業者等を活用した日常生活支援事業（常陸大宮市と連携） ○「竜神～袋田」広域連携によるDMO組成を目指した観光誘客推進事業（大子町と連携） ○公共交通を活用した貨客混載による農作物販路拡大事業
常陸大宮市	<ul style="list-style-type: none"> ○公共交通や民間事業者等を活用した日常生活支援事業（常陸太田市と連携） ○御前山・那珂川を活用した広域地域連携による観光強化・DMO設立事業（城里町と連携） ○常陸大宮市<ひたマルシェ>交流事業 ○常陸大宮市の魅力を活かすしごとづくり-茨城大学との協働による起業サポート事業-
大子町	<ul style="list-style-type: none"> ○第2のふるさと・いばらきプロジェクト推進事業（県・他市町と連携） ○「竜神～袋田」広域連携によるDMO組成を目指した観光誘客推進事業（常陸太田市と連携）

5. まとめ

各市町の60年の目標人口（大子町は40年）は、現在の人口は下回っているものの、いずれも社人研推計値を上回る設定となっている（社人研推計値+11～64%）。

総合戦略における基本目標等は、国の総合戦略に倣い策定しているが、各市町の特色もみられる。例えば、KPI項目では「新規就農による農業後継者数」や「結婚・子育て世代のUターン等による定住数」、「観光ボランティアガイドの養成者数」等である。また、常陸大宮市の「市民の生活環境・住みやすさの満足度」など、質的向上を目的とした目標設定もみられる。