

< 共同研究 > 「自然環境を活かした広域レベルの地域活性化モデル」

目 次

序章 - 広域市町村連携と水プロジェクト -	P.3
1. 広域市町村連携の背景	
2. 広域市町村連携の意義	
3. テーマ設定理由	
4. 研究目的・研究方法	
第1章 内発的發展と広域連携	P.5
1. 内発的發展による地域活性化	
2. 地域間連携	
3. 「地域力」を高め、「地域づくり」をする	
第2章 地場産業	P.8
1. 地場産業とは	
2. 地場産業の重要性	
3. 会津の地場産業～漆器～	
4. 現状と課題～福島県を例にして～	
第3章 環境産業	P.11
1. ポスト工業化時代の環境再生	
2. 環境ビジネス	
3. ネットワークの重要性	
4. 質の高い自然体験の自然観光に向けて	
5. 「水」は21世紀でもっとも大切な資源	
6. 農業と環境	
第4章 アメニティと地域活性化	P.16
1. アメニティの定義	
2. アメニティの一般的性格	
3. 地域とアメニティ	
4. 景観の価値と環境創造	
5. 生態系と農村の再生	
6. 地域におけるアメニティの持続可能性	
第5章 地域づくりと地方文化	P.17
1. 文化とは	
2. 地方文化とは	
3. 地域づくりと地方文化との関係について	
4. 地方文化による地域づくりの方法	
第6章 地域経済と観光	P.19
1. 観光の定義	
2. 地域財政と観光	
3. 21世紀のリーディングインダストリー	
4. 観光の種類	
第7章 綾町の事例から学ぶこと	P.21
1. 概要	
2. 綾町の観光	
3. 有機農産物	

4.	綾町の農業	
5.	産業別就業人口の推移	
6.	物づくりの「一戸一品運動」	
7.	綾町のグリーン・ツーリズム	
8.	綾町から学ぶこと	
第8章	会津3地域の住民意識調査	P.24
1.	「環境資源を活かした地域活性化と広域連携についてのアンケート」調査概要	
2.	単純集計分析	
3.	主成分分析	
第9章	水プロジェクトについての戦略的提案	P.47
1.	ブランドマーケティング	
2.	水プロジェクトにおけるブランドマーケティング	
終章		P.49
1.	広域市町村連携予備調査から	
2.	宮城県綾町の事例から	
3.	環境資源を活かした地域活性化と広域連携についてのアンケートから	
4.	提案	

序章 - 広域市町村連携と水プロジェクト -

1. 広域市町村連携の背景

自力で地域を活性化化する試みは今、日本列島全体を覆い始めたと言っても過言ではない。その一つの例として「地域連携軸」という新しい概念が生まれてきた。これまでの縦割りの分業構造を超え活動分野間の連携、複合化を図ろうとする総合概念であり、日本が新しい社会に向けて軟着陸するための道具だともいえる。このように、地域連携が求められる社会的背景を考えてみると、地域連携の必然性として、次のような要因が挙げられる。

第一の要因は、将来の人口問題である。人口は、2005年前後にピークを迎え、その後は減少すると予想されている。例えば、日本の都市を大きく「三大都市(東京都区部、大阪市、名古屋市)」「その周辺都市」「地方中核都市」「地方小都市」および「農山村」に分けて最近の人口の伸びを概観すると、「三大都市」で横這いしないし減少、「三大都市周辺」および「地方中核都市」で増加、「地方小都市」および「農山村」で大幅減少となる。したがって、人口減少地域の活性化のためには個別市町村が自己完結的に地域づくりをするのではなく、お互いに連携していく必要がある。

第二の要因は市町村合併の遅れにある。ここで会津若松市の現状を例に挙げてみると、一昨年(2004年)11月1日に平成の合併として県内初となる北会津村との合併が実現し「新生会津若松市」としてスタートした。この合併は、阿賀川を包含した地域の一体化により、両地域の魅力と豊かな資源を融合させ、相乗効果を図りながら活力に満ちた「新生会津若松市」の創造を目指したものであり、将来の目標とする姿である「会津は一つ」の実現に向けて、大きな一歩であった。また、昨年10月には会津高田町と会津本郷町、新鶴村の3町村が合併し、「会津美里町」になったほか、同年11月には河東町と会津若松市が合併した。今年1月には喜多方、塩川、山都、熱塩加納、高郷の5市町村が合併し、新市名「喜多方市」となったほか、3月に田島町と館岩村、伊南村、南郷村が合併し「南会津町」になる。さらに、合併を検討している市町村の多くが、平成18年3月末までの県への申請を目指しており、福島県内に90あった市町村数は60市町村前後に再編されるとみられている。しかし、これらは全国の合併進行状況と比べまだまだ遅いため、広域連携によって地域活性化を図っていく必要があると考えられる。

第三の要因は、近年の目覚ましいメディア革命である。どこにいても、誰でも情報が自由に得られる条件ができてきた。それは、都市の経営のあり方だけでなく、医療や福祉、教育、行政の各分野に大きな影響を与えるものである。メディア革命によって、小集団による活動が全世界的にネットワークされる時代になりつつあるために、また距離を超えた情報交流が活発になり、情報ラインさえ確保されれば農山村地域でも交流できる可能性が現実のものとなりつつある。要するにネットワーク社会の実現が現実のものとなってきており、必然的に地域連携が生じてくる状況になりつつある。

第四の要因に地球時代の到来が挙げられる。これまでの国土計画は日本国内の地図だけで作られていたが、世界地図を利用しなければ作られない時代になってきた。すなわち、韓国やシンガポールの空港や港は日本に大きな影響を与えるようになってきた。また、日本の産業は海外に移り、国際的な役割分担がさらに重要な課題になってきた。しかし、環境問題での国際的制約も高まりつつある。つまり、国際レベルでの地域連携が必要になってきた。したがって、日本での地域連携はその小さなモデルである。

第五の要因は、交通体系の整備充実である。これによって、地域間の時間距離が飛躍的に縮まってきた。人の移動と交流を支える施設について、一つの市町村とか、一つの圏域¹だとか、一つの県だけで考えるのは時代遅れでもあり、お互いが支え合い補完補充関係に立つ政策が求められるようになってきた。

2. 広域市町村連携の意義

次に、地域連携について、その意義を考えてみたい。地域連携を行うことによって、何を実現しようとするのだろうか。その意義を整理してみる。

- 1) 困った問題の共同解決のため・・・清掃施設や火葬場など、世に言う迷惑施設の共同建設など
- 2) 無駄を排除する・・・お互いの施設を利用し合い、無駄や二重投資を避けるため
- 3) お互いの不足を補い合う・・・お互いに不足している労力や施設を補完し合うため
- 4) 利便性追求や効率化のため・・・お互いの施設を相互に利用し合い、利便性を高めるため

¹ 生活圏・通勤圏など圏としてくられた内部の地域

- 5) 規模拡大、質向上のため・・・協力して高付加価値型の施設をつくるため
- 6) 経済活動の活性化のため・・・経済的活性化を目指して
- 7) 非常時に対応するため・・・地震、水害、火事などに対する危機管理のため
- 8) 共存共生を目指して・・・環境保全、自然保護、資源保護などを目指して

また、地域連携が話題になって以来、随所で首長同士の勉強会が生まれつつあり、中には合併の必要性を唱える人も多い。平成の市町村大合併が進む中、この5年間で800以上の市町村が圧縮された。2004年度内申請、2005年度内実施までの市町村は特例法(税制など)の優遇措置対象となり、本年度中に更に約500市町村が圧縮される予定である。また、これに間に合わなかった自治体に対しても新合併法により合併推進の措置が続けられることになり、市町村合併はまだまだ続くことになるが、まず県同士の交流と連携を活発にし、県境の弊害を乗り越えなければならない。今後、地域連携施策を推進していくプロセスで、新たな合併の必要性も認識されるだろう。

3. テーマ設定理由

20世紀は工業化が進み、生活は豊かになったが、自然環境を汚染し、生態系を乱すこととなった。そのため、現在環境問題の解決が重要となっている。21世紀は、環境の保全が中心的なテーマになると考える。

今回、会津のNPO団体や福島県生活環境部から「おいしい水のプロジェクト」についての調査依頼があった。これは、環境資源である水を活用して、水や水を取り巻く環境の保全に寄与する具体的なビジネスモデルを構築することによって地域振興を目指すものである。会津地方の広域連携を考えたときに、オール会津に共通する自然環境を活用した、新しい切り口からの地域活性化ができるのではないかと考えた。そこで、自然環境を活かした地域活性化モデルを今年の研究テーマとした。

4. 研究目的

脱工業化時代における産業として、自然環境を活かしたタイプが求められている。また、広域レベルで事業に取り組むことは、地域全体に良い効果をもたらしていくと考える。

そこで、自然環境を守ると同時に、地域活性化を実現するためにはどのような取り組みが必要であるかについて明らかにすることを目的に研究を行った。

5. 研究方法

研究の手順

< 1年次 >

・地域活性化に関する文献研究

< 2年次 >

・会津・喜多方・田島の市役所で聞き取り調査(6,7月)

・3大学合同ゼミ合宿の準備と中間発表(4,5,6,7,8月)

・土湯での水プロジェクト案の準備と発表(10,11月)

・住民意識調査用アンケート作成(11月)

・アンケートの配布・回収(12月)

・アンケート集計・統計分析(2006年1月)

・卒業研究発表、水プロジェクト案発表(2月)

調査方法 ・住民意識調査アンケート 補足資料7頁参照

分析方法 ・単純集計分析 ・主成分分析

第1章 内発的發展と広域連携

1. 内発的發展による地域活性化

地域活性化の方法として、これまでは企業誘致やリゾート開発など、外部資本に依存する「外発的發展」が主であった。しかし、この「外発的發展」はバブル崩壊と共に崩壊した。これからの地域活性化は地域内の人と資源に依存し、それを活用する「内発的發展」でなければならない。

1) 「外来型開発(外発的發展)」の定義と欠点

外来型開発とは、外来の資本(国の補助金を含む)、技術や理論に依存して開発する方法のことである。そのため、外来型開発はその地域とそこに暮らす住民の生活を向上させ得ない本来的な欠点を持っている。

欠点を持つ理由

行政が大規模な先行投資をしても、企業の進出と撤退の意思決定者は企業であるため、進出しない場合や採算が合わず閉鎖・撤退してしまう場合がある。

企業が進出して利益を上げても、利益は本社、親会社に回収されてしまい、その地域で投資されるケースは少ない。

企業は利潤動機で行動するため、コストとなる公害・環境対策費を最小にきりつめる。これによって公害や環境問題を発生させがちとなる。

2) 「内発的發展」の定義と内容

環境・生態系の保全及び社会の維持可能な発展を政策の枠組みとしつつ、人権の擁護、人間の発達、生活の質的向上を図る総合的な社会発展を目標とする。

地域にある資源、技術、産業、人材、文化、ネットワークなどのハードとソフトの資源を活用する。地域経済振興においては、多様な経済活動と多種類の職業構成を重視し、地域内の様々な産業活動の結びつきを拡大させる発展方式をとる。

地域の自律的な意思に基づく政策形成を行う。住民参加、分権と住民自治の徹底による地域自治の確立を重視する。それと同時に、地域の実態に合った事業実施主体の形成を図る。

3) 内発的發展のポイント

内発的發展を進める上で、いくつかのチェックポイントがある。

完成度の高いランドデザイン²

地域開発事業が成果をあげるためには、単品としての事業ではなく、しっかりしたランドデザインがあり、明確な地域発展の総合戦略の中に位置づけられていることが大切である。内発的發展のためには、一つの事業から他の事業へと発展・展開するような事業の関連性が必要である。そのためには、当該地域の将来像が明確にされ、その実現過程の中に個別事業とその実践が明確に位置づけられていることが大切である。

地域住民の理解

内発的發展の重要なポイントは、住民の参加による地方の自己決定権である。住民が地域を知り、そこに参加して、自然と人間、人間と人間の関係を高めていくことが、地域振興の手段だけではなく目標に位置付けられることになる。地方公務員、地域団体職員(農協、森林組合、漁協、商工会などの職員)だけではなく、住民みんなが参加し、考え、提案し、理解し、共に行動することが大切である。

リーダーの存在

地方、とくに過疎化地域では、技術、情報が過疎になっている。林業や農業の技術も、それからの加工関連技術や流通管理技術も昔のままで市場のニーズに適合させていくことは困難であり、新しい技術の発展なり導入が必要である。商工業でも同じである。新しい技術の発展や導入をする上で、市町村全体を見渡すリーダーの存在が欠かせなくなる。

運営資金

公共施設の建設事業費等は、起債によって見通しがつくとしても、運営資金まで用意できないでいるケースもある。また財政資金調達以外にも、都市の自治体の投資と協力で地域振興を進めることもできる。

² 大規模な事業などの、全体にわたる壮大な計画・構想。

4) 地域づくりの目標

地域社会づくりの目標として、長期的な「時間」の要素と、そこに住む人々の「生活の質」の要素を重視する必要がある。

「持続可能な社会」の実現

かつての農山村では、農耕地の保全や自然生態系との共生が当然の前提であり、それが数百年にわたる社会の維持、存続を可能としてきた。このことを考えると、長期的な「時間」の要素を思考方法の中に取り入れる意義は大きい。

「生活の質」の重視

生活は経済社会から文化、精神生活にわたる奥行きを持っている。年齢や性別など多様な地域住民の生活に質的な充実をもたらすためには、必然的に総合的な施策が要求される。そのため、「生活の質」を目標にすると、地域づくりが総合的な目標を持つことになる。

5) 地域社会の主体

地域経済の「自律」には、「地域の自己決定権」が係わる。この「地域の自己決定権」を実質化させていくためには、正確・迅速な情報の伝達を前提にして、住民の誰もが参加して議論と決定ができる場が必要である。それを担う組織として、自治公民館や農家組合の活動が有効な役割を果たすことが期待される。事業主体の決まった法則はなく、重要なのは、どのような事業主体であっても、その中心となるリーダーの存在である。

6) 地域づくり施策推進のポイント

開かれた社会づくり

人的交流の拡大によって、お互いに触発され新しい発想が湧く。

特技、持ち味の発揮

個人も地域も団体も、持ち味を発揮して、できるだけ大勢が関わるようにする。これにより、地域づくりに多様性が生まれる。

女性の参加

女性の感性が活かされ、女性が活躍する地域には活力が生まれる。地域の活性化(特に観光事業を主とした地域の活性化)を進めていくためには、女性の豊かな感性や明るさによるおもてなしの心(相手の立場や目線で考え、常に「何かできることはありますか」の気持ち)が必要となる。

広域連携

近隣、遠隔地、外国とも特技を持ち寄り連携する。ここでも内発的に他地域と連携を構築することが必要になる。「内発的に」とは、地域の発展方向や条件を考慮して、地域の意思により自律的に連携を推進することである。

複合化、融合化、総合化

新しい発想で組み合わせを考え、活力を生み出す。例として、既存の産業を伸ばし、異業種交流や知識の融合化によって必要な産業を育て、地域内の様々な産業活動の結びつきを強化することが挙げられる。

情報発信とイメージアップ

地域の魅力を外に向けて情報発信することによって、地域にとって新しい世界が開かれる。例えば、情報発信やイメージアップにより、その地域を訪れる人々が増えることは、そこに住む住民の自信に繋がり、また、その地域に住む誇りが生まれる。

美と感性

感性に訴える美しさが地域の魅力を格段にアップする。感性に訴える美しさの一つとして、伝統・伝承文化が挙げられる。地域の伝統・伝承文化を知ることにより、その「かたち」をつくりだしていった先祖の信仰意識を感じることができると。また、日本文化の中では、姿を消した「伝統」は甦りにくいと考えられている。そのため、今では伝統・伝承文化が残されている地域が珍しくなっている。この珍しい伝統・伝承文化がその地域の魅力を大きくさせる役割はますます重要になっている。

2. 地域間連携

1) 地域間連携

地域活性化という観点から見て、地域間の連携はまだそれほど進んでいない。都道府県でも、県庁所在地が置かれている都市としてのセンター機能だけが孤立している。これからの市町村が生き残っていくためには、県庁所在都市のセンター機能だけに頼ってはいけぬ。例えば、昨年行われた JR6³による会津若松市でのデスティネーションキャンペーンのようなものや、イベントなどのチャンスをうまく利用しながら特色のある地域間で連携していく必要がある。

地域間連携が進まない理由

地域の個性や特徴、強みなどを各地域が主張しすぎ、地域間の共通点を見落とし、地元主導権のことばかり主張するあまり、地域間の共通点を見落としている。そのため、結局地域間連携が進まないのである。したがって、他の地域の良さや共通点を見出し、地域間連携を推進する必要がある。

現状

広域行政とは本来、住民の社会・経済生活圏の広がり等から、自治体の区域を超える広域的処理が必要と考えられる行政的事務を意味する。現在、全国の地域において消防や介護認定など、生活に密着した分野で地域間連携はある程度のレベルまで達している。しかし、将来を見据えた長期的で経済的な取り組みは少なく、行政効率優先の連携にとどまっている。経済的な地域間連携なくしては、地域雇用は増大せず地域活性化はなされないのである。これからは、地域雇用増大にむけての連携の方へシフトする必要があるだろう。

また観光面からの地域間連携の例として、会津ではDC(デスティネーションキャンペーン)で広域観光を軸としての地域間連携が進んでいる。しかし、この観光での地域間連携は全国的にみられるものではない。なぜなら観光をする上で、歴史的資源がそれ程ないなど観光資源に恵まれない地域ではこのような取り組みが困難であるからである。

したがって、独自の、魅力ある特色を活かせる地域は、一層地域間連携を推進する必要がある。

2) 連携スキーム(枠組)の多様化

各市町村の行政や各種団体は、個別的の組織同志としては連携しているが、それらが総合力となって発揮されていない。こうした中で、一部の都道府県や市町村では「連携スキーム」が次々に打ち出されており、他の地域でも連携スキームの創設が急務と思われる。

行政

姉妹都市ならぬ姉妹県や市などを作り、行政単位で地域間連携を深める必要がある。

商工会議所・商工会

県や国への陳情活動を共同で行う以外にも、経済的な連携による活性化に取り組むべきである。

農協(JA)

他の市町村の農協ともスキームを創設する必要がある。

文化サークル

市町村の枠を超えた交流が必要である。

観光協会

地域活性化をするにあたって、観光は重要である。ある一定の地域だけの観光だけではなく、観光ルートなどを作り、他の地域や隣の地域と協力することにより新たな観光を開拓することができる。

教育委員会

お祭りの際の踊り手として、小学生や中学生などに参加してもらうためには、地域の学校と協力する必要がある。祭りは、夏休みや、土日、祝日が多いため、教育委員会との連携が必要である。

NPO

NPO 法人同士の連携が必要である。

公民館

市町村の中で町ごとに設置されている公民館の間での相互連携が必要である。

³ JR 北海道・JR 東日本・JR 東海・JR 西日本・JR 四国・JR 九州

3. 「地域力」を高め、「地域づくり」をする

地域力とは、地域住民が居住地で抱える生活問題に対して、共同で解決しようとする行動力のことをいう。地域づくりとは、「地域力をもつ運動」として包括的にとらえるべきである。地域力の構成要素は次の3つである。

1) 地域の関心力

地域の生活問題への解決にあたっては、そもそも住民一人ひとりの関心が地域社会に向けられていなければならない。個々の住民の地域への関心は、自治能力の潜在的エネルギーともいえ、これを関心力と呼ぶ。地域への関心力には、住民が日常生活の中で、隣近所や地域社会とどのように関わっているかという側面と、個々の家庭を越えた中間領域(地域の生活環境)に対して共通の生活問題をとらえる意識の側面とがある。

2) 地域資源の蓄積力

地域資源には、地域や居住地の環境を構成する公共施設(道路、公園、下水道など)や公益施設(学校、集会所、病院、商店など)、居住施設(住宅の形態や規模)などのハードな状況と、コミュニティーの活性化に一定の役割を果たしている自治会、婦人会、子供会などの住民組織の存在が、ソフトな意味で地域の魅力を形づくる面がある。ハードな資源とソフトな資源が、どの程度地域に蓄積されているかは、地域力の重要な構成要素となる。

3) 地域の自治能力

地域住民の個々が関心として持っている事柄や、地域に根差す問題を私的解決に委ねるのではなく、住民の共通する問題としてとらえ、それを地域の組織的対応(住民の連帯の中)で解決するという意識と行動を自治能力と呼ぶ。地域の自治能力は、地域組織そのものの主体的活動状況と、地域組織が行う様々なイベントに対する住民の参加状況の2つの側面がある。

第2章 地場産業

1. 地場産業とは

主として地元の資本による中小企業群が、一定の地域に集積して、技術、労働力、原材料、技能(伝統を含む)などの経営資源を活用し、生産、販売活動をしているものとされている。

わが国では、「地場産業」と呼ばれる製造業を中心とした中小企業群が地域の経済的特性や歴史的背景のもとに、さまざまな形をとりつつ全国各地に広く集積している。地場産業とは、いわゆる「地場性」を有する産業のことを指すが、より具体的には、地元資本による中小企業群がその地方の経営資源(原材料、技術、人材、販売力等)を活用して、生産、販売活動を行っている産業ということができる。

2. 地場産業の重要性

地場産業の出荷額比率が高い業種を「地場産業問題調査」によってみると、主として地元資源に依存しているもの(木材・木製品、食料品)、地元資源と技術力に依存しているもの(家具・装備品、窯業・土石製品)、主として地元の技術力と販売力に依存しているもの(繊維関係、機械関係、雑貨等)など多岐にわたるが、いずれにしても、地元の経営資源を、程度の差はあれ、総合的に活用しつつ存在しているといえよう。

こうした地場産業は地域の経済社会の発展を支えるうえで大きな役割を果たしている。

1) 地場産業それ自体が地域経済の中核的担い手であるばかりでなく、産業連関的に他の製造業だけでなく第1次産業や第3次産業まで経済的波及効果をもたらすことである。

2) 地場産業は地域の雇用機会を単に当該産業だけでなく、波及的に拡大していることである。

3) 地場産業に蓄積された経営や生産面の技術、ノウハウが、当該産業の発展だけでなく新規の産業を生み出す源泉となることである。

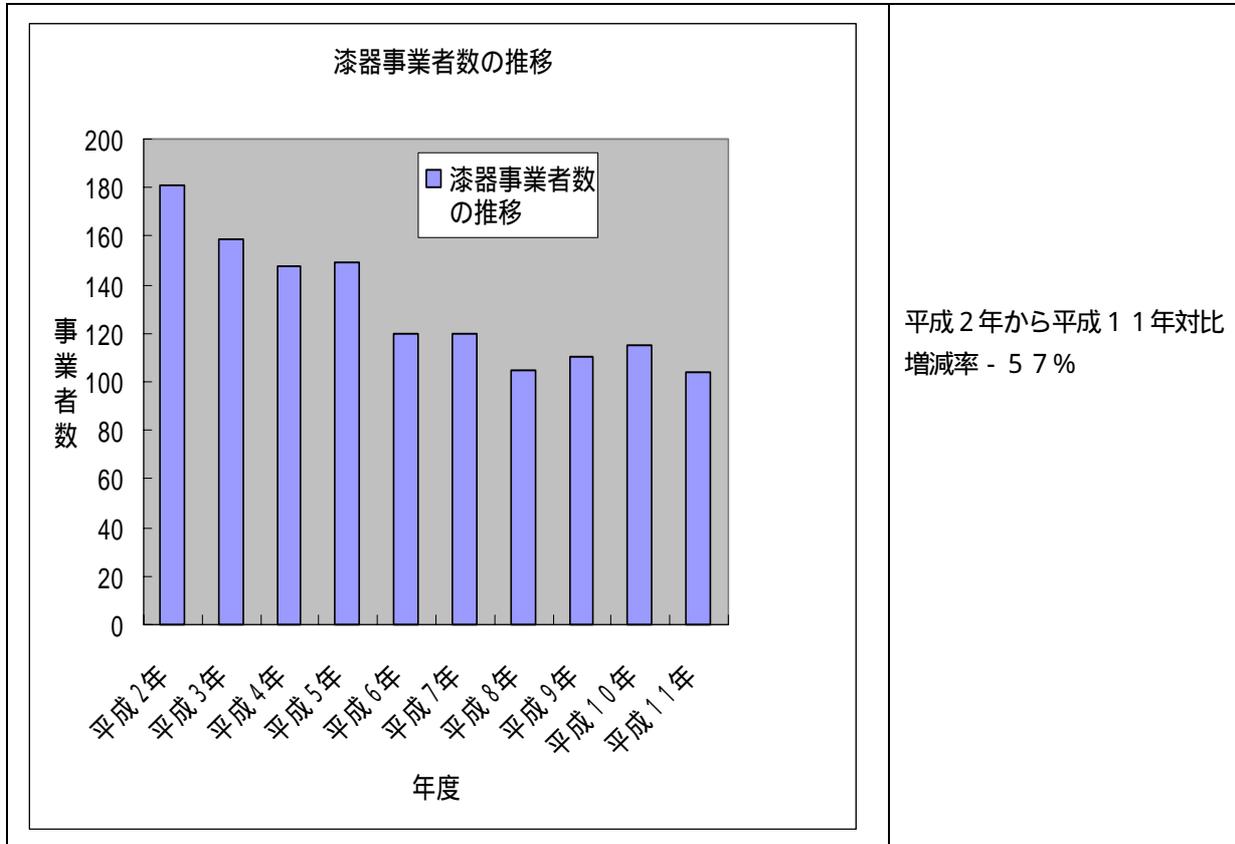
4) 地場産業において投入される原材料、産出される付加価値等の地域内循環が比較的大きいことである。

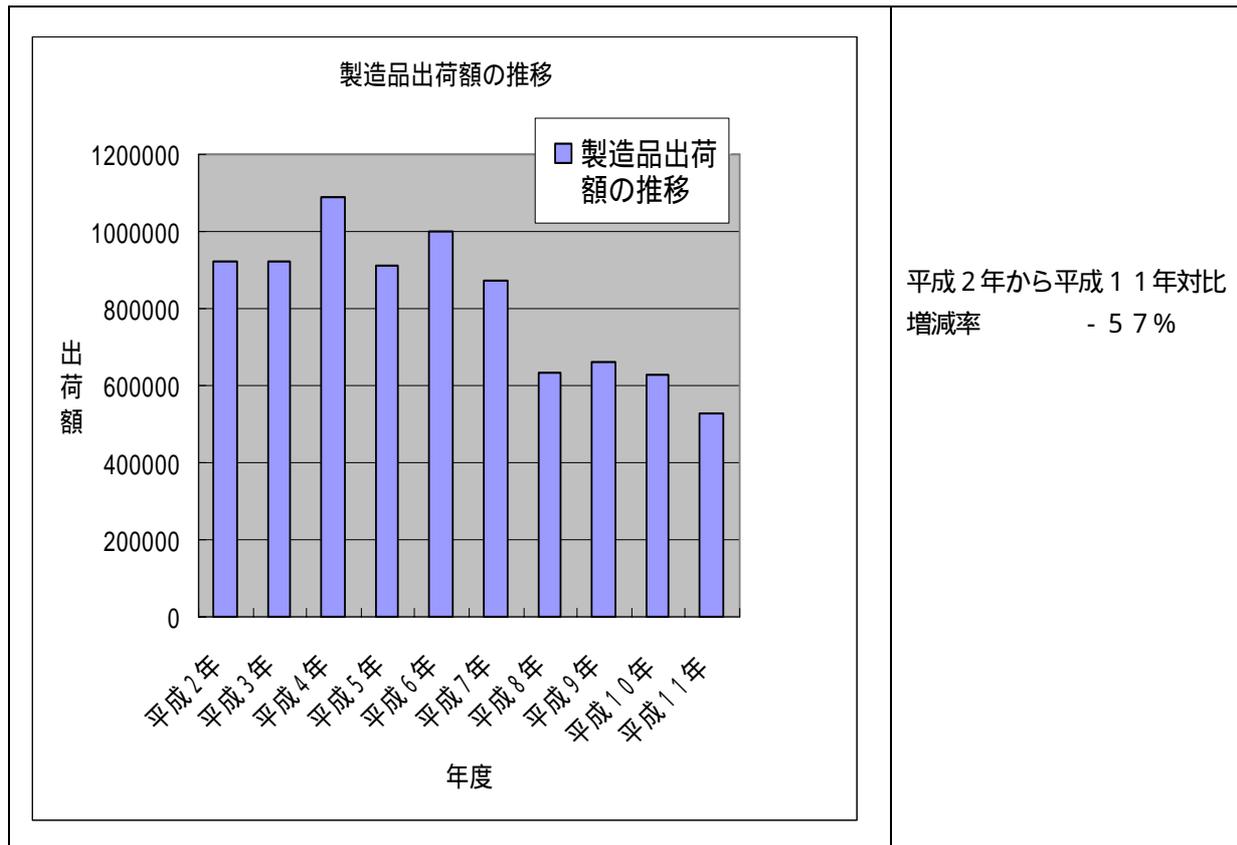
3. 会津の地場産業～漆器～

会津漆器産地は、山中(石川県)、輪島(石川県)、紀州(和歌山県)とともに、四大漆器産地の1つに数えられている。昭和50年、伝統的技法によって製造される木製漆器は、「会津塗」として、「伝統的工芸品産業の振

興に関する法律」(伝産法)に基づく指定品目となった。現在、「会津塗」として伝産法により指定されている製品も含めて、木製漆器の製造品出荷額比率は約40%である。販売先は、東北地及び関東向けが多く、製品は、食卓用漆器(椀、重箱、盆等)が全体の8割近くを占め、比較的低価格の「大衆品」中心の生産が行われている。

福島県の漆器製造業(資料:県工業統計調査)





4. 現状と課題～福島県を例にして～

現状と課題 地場中小企業及び事業協同組合等は、厳しい環境変化に柔軟に対応するため、経営者と従業員が一体となり、次のような取り組みをしている。

1) 新商品(独自製品)開発

地場産業が生き残っていくには、製品企画力、製品開発力、デザイン力、製造技術力などの点において、他社、他産地のみならず、他国にない強みを持ち、独自製品で差別化を図り、競争力を強めることが効果的である。そのために市場ニーズを的確に把握することは、生産ステップであり、企業にとって、新商品開発戦略や新たな事業分野への展開の方向性を決めるために最も重要である。また自社の強みや弱みの分析をすることにより、事業コンセプトを明確化し、「だれが」「どんな時に」「どこで」「どんな場合に」といった買い手、使い手発想をベースに、より川下志向の商品開発を進めることが必要である。

2) 技術の高度化

最近のメカトロニクス技術の進展等、技術の高度化は、なお一層の省力化・自動化を可能にしており、今後とも厳しさを増す産地間競争や小ロット注文に対応するためには、生産性の向上による価格競争力の強化、品質の向上、生産体制の整備が必要である。また、雇用の障害となっている重労働や不快作業を改善する技術の導入を図る必要がある。

3) 販路開拓

国内市場の成熟化に加え、海外からの輸入品の増加により価格競争が激化、さらには、流通面でも新しい流通形態が出てきていることから、製品の特性やターゲットとする顧客層等に応じ、産地への顧客の誘導等を含め、今後どのように安定的な販路を確保していくかが、大きな課題となっていることを示している。ブランド化を図ることで顧客に認知してもらい、徹底して市場に浸透させるブランド化の方法がある。また、「地産地消」の理念の下、地域資源の活用や他産業分野の地元企業との連携を図り、地元の固定客や観光客を主な市場として着実な事業発展を目指す地域密着型コンセプトも重要である。地域内では生産と消費の場が近接するメリットを生かし、顧客の多様な要求に細かく対応する仕組みを構築することが大切である。

4) 人材の確保・育成

製品の高付加価値化を図るためには、より高度な技術力が必要であり、それを担う従業員の意欲を高める努力も必要と考えられる。熟練技術者の高齢化は、多くの産地で半数以上の企業が問題としており、後継者難についても、問題である。産地内における伝統的な技術や技能を伝承・発展させるため、産地内にある産地内にある空き工場等を活用し、内外の人材を受け入れて企業化を促進する等、後継者育成・定着を側面から支援することも有効な施策と考えられる。

また、従業員の労働観がゆとり、自己実現等の方向に変化していることを考慮し、

労働条件の改善（賃金水準、時間短縮等）

労働環境の改善（工場内の改装等）

福利厚生施設・制度の充実（従業員の処遇等）

雇用システムの整備（適切な能力評価と処遇等）

を図る必要がある。さらに、企業の将来像や今後の展開方向を明示徹底することにより、従業員主体的に企業活動に参加していることを実感してもらう等、前者一体感を醸成し、魅力ある職場を創造していくことが必要である。

5) 経営の合理化

厳しい競争を勝ち抜き、地場産業が持続的に発展するためには、優れた製品、サービスを提供し、将来を見据えた長期的な視点からの企業経営が必要である。このため、企業経営の品質（市場・顧客の求める価値を創出し、経営革新を実現し続ける経営全体の体質）向上と活性化のため、表彰制度などへの支援も有効な施策と考える。また、地場産業においてはOA機器、特にコンピュータを使いこなせる人材が不足しており、情報ネットワークに加入している企業も系列的なネットワークに参加しているものであることが多い。しかしながら、コンピュータの活用やインターネットの利用は、今後もますます増大することが予想されることから、企業の維持発展のためには、コンピュータや情報ネットワークに主体に対応できる人材、組織を備えることが必要である。

6) 事業の共同化

地場産業にこれからの様々な環境変化に、的確に対応していくためには、個々の企業では限界があり、共同事業として取り組んでいかなければならないことが多い。

すでに、原材料や包装資材の確保、共同受注など一部実施されている業界もあるが、一般的でなく、企業の独自性を阻害するとの懸念から共同事業の推進には消極的な業界も多い。しかし、現在の高度情報化時代において、地場産業は情報の収集・活用をはじめ間接部門、ソフト機能を充実させる必要は十分に認知していても、対応が困難な場合が多い。そのためには、組合等業界の共同組織を親睦団体の域から発展展開を図り、個別企業の独自性を維持しつつその能力不足を補完することができる組織に改編していく必要がある。

第3章 環境産業

1. ポスト⁴工業化時代の環境再生

20世紀終盤から先進資本主義国では、工業化・都市化の成長サイクルによる社会経済システムが再編期を迎えている。すなわち地域環境を回復し、荒廃した工場跡地を蘇生させ、環境改善に連動する新しい産業を育て、都市の活力を取り戻そうという「環境再生」の動向が各地で見られ始めている。

環境再生とは

(狭義)・・・環境の修復・復元

(広義)・・・サステイナブル・ソサエティ(持続可能な社会)に向けた地域システムの形成プロセス

1993年に「環境基本法」、2000年に「循環型社会形成推進基本法」が制定された。21世紀は「環境の時代」といわれ本格的に環境問題に着手し始めた。環境問題は市場と非市場のネットワーク化に関わっている。「ネットワーク」という形で市場としての経済をコントロールし、非市場としての自然環境と「均衡・調整」ないし「共生」させて、「循環・再循

⁴ 他の語の上に付いて、「それ以後」「その次」の意を添える。この場合は、脱工業化時代を意味する。

環」型の社会へ推し進めていく必要がある。また「環境」を軸とした「ネットワーク」化を通して「地域社会」に大きな貢献を果たす活動が求められる。

2. 環境ビジネス

産業育成の新たなターゲットとしての環境分野は、これまで市場以外の機構（行政や地域社会など）によって担われてきた。現在、リサイクルをビジネスとして成立させるために、廃棄物の移動は市町村や都道府県を越えて広域化している。地域における環境ビジネスの育成は産業集積やクラスター⁵の形成が重要な意味を持つ。

3. ネットワークの重要性

エコタウン⁶を中心としたリサイクル産業の集積をネットワーク化することで、様々なリサイクルが事業化されている。このリサイクル事業をつなぎ合わせることによって、効率的なリサイクルシステムが形成されやすくなる。環境産業のクラスターを形成するには、単にリサイクル企業を誘致するだけでなく、地域的特色をもった広範囲または密なリンクを構成する必要がある。

4. 質の高い自然体験の自然観光に向けて

自然観光の対象となる自然環境や動植物が有する情報は、極めて多彩であるので、それらを観光客に伝達するインタープリテーション⁷活動は、自然観光における重要なソフトウェアである。

すなわち、自然観光の目的地として脚光を浴びると、知識の乏しい「自称ガイド」や環境保全に対する意識の低い新規業者の参入などの問題が生じてしまう。そのため、自然環境保全の面からも、訪問者に質の高い観光体験を提供する面からも、インタープリターの確保や養成に対して十分な予算措置を講じることや、信頼に値する旅行業者の登録制度を実施することなどの対策が必要となる。

日本は、自然を楽しむマナーや楽しみ方をきちんと教える施設が不足している。自然に関する知恵や技能の知的財産を次代に受け継ぐ機会提供の場として、自然観光の役割は今後ますます重要性を増していくと考えられる。

5. 「水」は21世紀でもっとも大切な資源

20世紀は工業化が進み生活は豊かになったが、同時に環境破壊の世紀でもあった。21世紀は、環境を修復し保護する世紀でなければならない。また、環境の保全と経済の活性化を一体化させるための取り組みを進めることが重要である。ビジネスにすることで、大勢の人に情報を広めることが可能となり、自然保護に関心を持つ機会となる。これからは、環境に多くの負荷を与えてきたライフスタイルや事業活動を変革し、「持続可能な循環型社会」を共生という理念の基に構築していくべきである。環境保全と経済発展を同時に実現するような社会、すなわち「環境保護と経済の好循環」の実現を目指していかなければならない。まずは、地域の環境資源である「水」と水を取り巻く環境の重要性を認識する必要がある。美しい自然がなければ、おいしい水を確保することはできない。そのため、水の価値を知ることによって、森の大切さがわかる。

● 会津のNPO活動の事例「水ビジネスモデル案」

1) 事業目的	福島県の特徴的な環境資源である水を活用して、水や水を取り巻く環境の保全に寄与する具体的なコミュニティ・ビジネスモデルを構築することによって地域振興を目指す。
2) 商品コンセプトの統一	「あいづの美しい自然によって育まれた名水」
3) 顧客ターゲット	a. 観光客(都会生活者へのアピール) b. 料飲店(喫茶店、レストラン、料亭、ホテル、旅館) c. 市民

⁵ ブドウの房のような企業・機関のネットワーク。その新しい組み合わせ。

⁶ 資源循環型の産業社会の形成を地方自治体が推進する事業、通産省(現経済産業省)と厚生省(現在は環境省の所管)によって、1997年(平成9)に創設、北九州エコタウン事業など。

⁷ 解釈、理解、通訳；(自己の解釈による)演出、演奏。

	d. 会議参加者(会合では極力地元産ミネラル・ウォーターの使用を奨励)
4) 製品構成	a. 500mL(観光客、会議参加者) b. 2L(料飲店、市民)
5) 流通	a. 物流・・・会津鉄道の協力、トラック運送、リタイヤメント・パワー(中高年層)の協力による労働力確保
	b. 販売拠点確保・・・鉄道・バス、まちづくり運動組織との連携、広域市町村圏連絡協議会、道の駅
	c. 販売方法・・・専用自動販売機、一般自動販売機、店頭販売
6) 販売促進、情報伝達	名水マップ、名水紹介パンフレット作成、商品ラベルデザインの改良
7) 販売価格	事業者の設定価格とするが、販売動向から価格帯の絞り込みを行う。
8) 製品の確保と拡大	名水提供者の拡大を図る。特に南会津地域の製品と会津鉄道の輸送ルートとの結合を図る。

6. 農業と環境

1) 日本の地域政策

日本の農業人口の減少は、当然のように農村人口の減少とイコールとみなされ、中小都市には不安定な雇用が多いために、若者は大都市へと多く流出したのである。すなわち、農業構造政策は存在したが、地域構造政策は弱く、巨大都市のみが肥大したことで、過疎・過密問題を増幅させてきた。

2) 人間と家畜・作物

近代の人間は、「育てる 殺す 食べる」ことの意味の自覚に欠けている。平然として飽食の中に生き、大量消費、大量破棄し、その結果自然環境を汚染して地球環境を危機に陥れ、同時に人間の危機をもたらしている。私たちが、日常的な生活世界の中で自然との関係をどう回復していくかが問われている。人間と自然の関係性の再構築こそ現代社会の大きな課題といえる。

3) 食料と農業

農林水産業から生態環境への負荷圧力は、21世紀においてますます加わることが予想される。そのもっとも重い要因が人口増加と食生活の変化である。高度工業化社会では、食生活と農業は 穀物消費から肉類消費へ、大量生産・大量消費・大量廃棄の現象をもたらす。今後予想されるのは、環境問題をはじめとして、人類がどう自らの生活様式への自覚と自制をなしえるかという問題に直面するだろう。

4) 地球環境の悪化

農業や化学肥料の多用、河川や水路のコンクリート化によって、河川や水田などに棲息するトンボ、メダカ、タニシ、蛭など数多くの種が姿を消しつつある。このことは生物の多様性を損ない、生態系の破壊へと連なる。また、人類の食料などを確保する上からは、貴重な遺伝資源の喪失を意味する。

5) 地球温暖化問題と食料生産

代表的な温室効果ガスである二酸化炭素の排出量が依然増加を続けている。このような状況が続けば、2100年までの間に地球の平均地上気温が1.4～5.8 上昇し、食料生産など広範囲な分野に大きな影響が及ぶと警告されている。

温暖化が進行した場合、作物などに次のような影響が生じる。

環境の変化	環境の変化によって起きる現象やその影響
大気中の炭酸ガス濃度の上昇	・光合成活動が活発になり、炭酸ガスの収量が上がるため、耕地がよく整備され、肥料も農業も十分に利用できる先進国は増産になる

<p>気温(地温・水温)の上昇</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・作物の栽培帯が北の方へ、またより標高の高い地域に移動する ・熱帯や亜熱帯では気温が高くなりすぎて、作物に高温障害が発生する ・土中での微生物および化学反応が活発になり土中の有機物の分解が促進される。このため、大気を中心とした炭素のバランスが乱れ、炭酸ガス濃度の上昇が著しく促進される ・降水量が増加し、豪雨性の雨が多くなるため、土壌浸食がひどくなる ・海洋の水位が上昇するため、低湿地は水没し、排水が難しくなる ・海洋水が地下水に混入する、河川をさかのぼってくる ・病害虫などの生息地域の変化や拡大・作物病害の拡大するため、防除に多くの農薬が必要となる
---------------------	---

このように温暖化による環境の変化が生物圏や食糧生産に影響を与えることになる。

地球温暖化の食料安全保障に及ぼす影響は、影響を受ける国がその時点で到達している発展段階によって異なってくる。気候の変動によって悪影響を受けるとみられる現在の発展途上国が、今後も長期にわたって依然として貧困と栄養不良が蔓延し、かつ農業への依存度が高い発展途上国のままであれば、これらの国の食料安全保障への悪影響は深刻なものとなる。しかし、もしこれらの国が、そのときまでに高い発展段階に達していれば、食料生産の変動への抵抗力は高まることになる。気候変動の農業への影響が世界的規模で破局的なものとならない限り、拡大した貿易の世界的環境の下で、自らの経済力により、食料安全保障を確保することのできる状況になることも考えられる。

6) 生態環境保全の役割

工業は主として自然の無機物を加工・利用するが、その結果として生ずる煤煙やゴミなどの副産物(産業廃棄物)によって水、土、大気を汚染し、動植物や人間に被害をもたらす。したがって工業の場合は、生態環境の負荷をどこまでゼロに近づけるかが課題となる。しかし農林水産業は、動植物そのものを利用する生物生産であり、生産過程において広範な水や土、大気の問題が入り込んでくる。つまり、自然に負荷を与えると同時に、他方で水を貯水、浄化し、洪水を防止する。農林水産業の持続性を保つためには、生態環境への負荷を絶えず生産過程内で処理しなければならない。その結果が、自然を保全し、かつ下流域の自然や住民生活の社会的文化的側面にもプラスの外部効果⁸をもたらす。

食料の安全保障・・・一定の国内自給を含む国民食料の量的・質的安定供給

国土保全・・・森林と水田による保水能力によってダム役割を果たす機能(洪水防止)など

環境保全・・・農林業は光合成する植物の育成利用を通じて、大気中の二酸化炭素を吸収し、酸素を放出して大気を浄化する(大気浄化機能)など

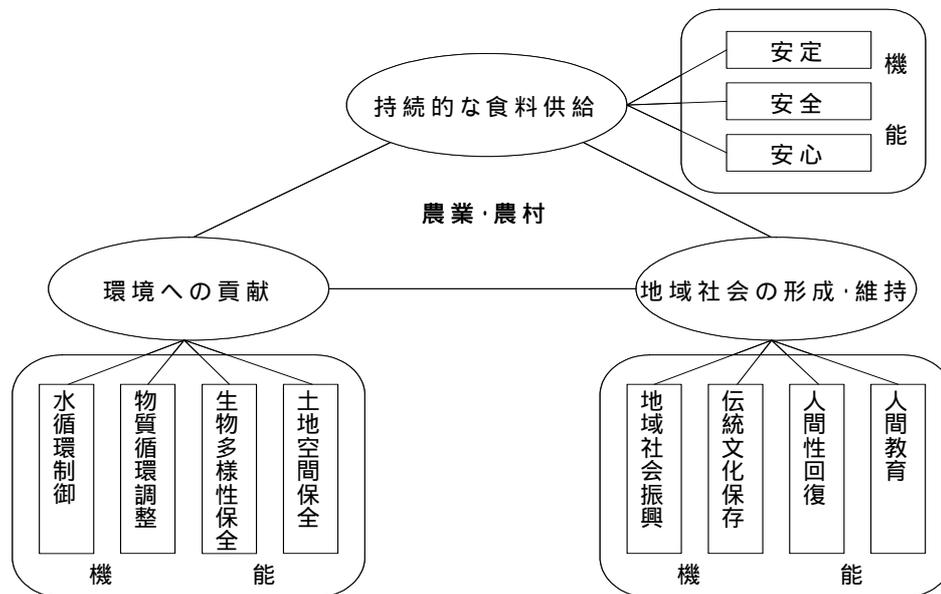
国民の保健休養・・・景観美、国民に対する各種の保健休養機能

生物多様性の保全・・・遺伝子、種、生態系などの各レベルで、多様な生物が存在することを生物多様性と呼ぶ

社会的文化的側面・・・農業・農村の歴史と伝統に根ざした地域の伝統文化の保持、多くの国民の自然とのふれあいによる教育機会の提供

⁸ 外部経済と外部不経済は、合わせて外部性(外部効果)と呼ばれる。外部性とは、ある経済主体の行動が、他の経済主体に影響を及ぼすこと。他の経済主体にプラスの影響を与えるとき、それは外部経済と呼ばれ、マイナスの影響を与えるとき、それは外部不経済と呼ばれる。

【図】農業の多面的役割と多面的機能



7) 環境保全型農業

環境保全型農業は「農業の持つ物質循環機能を生かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業」と定義される。具体的には、有機農業を含めた無農薬農業、無化学肥料農業、減農薬農業、減化学肥料農業を指す。しかし、環境保全型農業の実践により、これ以上の地球環境の悪化が回避される保証はない。現状においては、農業による環境に対する影響の収支をプラスにし、農業以外の人間活動からなる環境悪化をもたらさない方策を確立しなければならない。

8) 持続可能な食料生産

持続可能な食料生産のためには、食料生産、流通、消費の全過程を通じて、養分の循環を図るとともに、農地への環境負荷を最小化しなければならない。農業が人々の生活のための職業として営まれていた時代には、土地生産力を持続的に維持し、さらには増進させようとしてあらゆる努力が払われてきたのである。

「近代化」農業とは投入材集約的、あるいはエネルギー集約的な農業であり、生産コストから見れば効率的であるが、エネルギー収支や窒素などの物質から見た場合には効率が悪い。地球環境悪化の根源は、近代工業と同様に、近代的集約農業のエネルギーの大量消費にある。地球環境の悪化を食い止め、保全するためには、化学肥料の大量消費を基礎とする近代農法の規準の転換が求められている。

現代の農業は圧倒的にエネルギーの集約的な環境負荷型の近代農法に依存しており、発展途上国の農業もその方向を強めている。その意味で食料生産は今後もマイナスの環境への影響を持っている。今世紀における人類の食料生産の戦略は、環境に対する有害な短期的影響を低下させる目標と持続的かつ環境に健全な資源利用へと長期間かけて変容させるという二重の目標を課せられている。

9) 産消提携と産直

産消提携や産直は、農業生産者と消費者の信頼関係を重視する。産消提携とは生産者と消費者の取引が市場外で行われることである。有機農産物は、栽培履歴や品質などの使用価値を重視し、かつその使用価値を認識する買い手が必要になる。このため、有機農業の実践場面では、産消提携という用語を使用することが特に多い。

産消提携が従来の流通方式と異なる理由として、8つの点が挙げられる。

- 生産者と消費者が協同で社会的矛盾を克服する運動形態をとっていること
- 提携品目が多様でかつ数年にわたっていること
- 栽培作物の品目と数量の選択及び価格決定において生産者の意志が尊重されていること
- 活発な学習活動が行われていること

- 不特定な生産者と消費者の取引ではないこと
- 連携を続ける中で他の様々な運動が展開していくこと
- 生産者と消費者の間に共存共栄の関係をみることができると
- 「相互委託システム」といえる新しい社会関係を創造しつつあること

今後、環境保全型農業を拡大していくためには、産消提携による取引と、消費者の環境保全型農業に対する理解が必要となる。

10) 都市と農村との新たな結合関係

現在の私たちの文明化された生活状況の中では、単に経済的な満足だけでは人は生存し得ない。つまり、自然がいかに美しく、また環境に恵まれていても、それだけでは人は住むことはできない。さらに経済的に恵まれ、自然に恵まれても、人は相互のコミュニケーションを持ち、社会的文化的な生活上の諸欲求を満たさなければ、そこに住むことはできない。欲求の多様化した現代においては、農業活性化によって地域が活性化するという面はもちろんあるが、むしろ地域全体の経済的・文化的活性化によって農業の活性化が可能になるという側面を重視していくべきだろう。持続的農村の形成には都市と農村の結合が必要不可欠となる。それだけでなく、現代社会においては都市住民にとっても、都市と農村の適切な結合なくして、総合的価値の実現はないと考えられる。

私たちの暮らしの場は、生産の場であり生態環境の場であり生活の場である。つまり、経済価値、生態環境価値、生活価値の同時的、調和的実現の場である。これは、経済的に豊かな村、美しく健康な村、楽しい村の形成ということになるだろう。長い人生を送るに値するトータルな生の場として形成されなければならない。それを満たす基盤整備、環境創造が必要である。そのためには、各省庁の縦割りの機能を超えた連携と具体化の条件を整えることが不可欠である。また、地域内連携の強化も必要となる。都市住民も農村住民もそれぞれに、都市住民は農村の魅力、農村住民は都市の魅力を楽しむ、両者の適切な結合を求めている。都市と農村が全く均質化する必要はなく、それぞれの特質を活かしつつも相互の結合を志向していくことが重要である。都市と農村の結合は、農業と工業、人と自然、人と人を結び、総合的価値の実現を保證する生活空間形成の条件と考えることができる。

第4章 アメニティと地域活性化

1. アメニティの定義

アメニティ…「自然、歴史的文化的財、街並み、風景、地域文化、コミュニティの連帯、人情、地域の公共サービス(教育、医療、福祉、犯罪防止など)、交通の便利さなど市場価格では評価できないものを含む生活環境の快適さ」を意味する。人為的に作り出された居住空間の魅力を的確に表現する。そこでの人々の営みが歴史的に蓄積する過程で生まれる歴史的文化的ストックが、アメニティを生み出す。すなわち、地域固有の素材と、そこに住む人々の知恵や生活文化との相互作用の中で醸成される住み心地のよさ、生活の質のことである。その良さや質の高さは、地域固有のもので魅力そのものである。抽象的な自然や文化の概念ではなく、生活概念あるいは地域概念である。

2. アメニティの一般的性格

- 1) アメニティは土地とその上での人々の営みとの相互作用の中から形成されるものであり、土地と固着性がある。景観や街並み等に典型的にみられるように、代替することのできない地域固有の特徴を持っている。ある地域空間の環境は、形成されてくる過程で、その地域固有の文化性と相互に規定し合う関係にある。
- 2) アメニティは、総合的なものであり、その要素ごとに分割することは不可能である。アメニティを構成する各個別要素ごとの価値を測定することは抜本的に難しいところがある。
- 3) アメニティは共同消費の性格がある。同じコミュニティに住む者は、アメニティを共同で利用している。つまり、アメニティを供給する主体は公共部門とは限らず、多くの私的主体が供給している。
- 4) アメニティは供給が固定的であり、その不可逆の性格にも留意しておかなければならない。アメニティは歴史的ストックを含んでおり、需要が増えたからといって他の商品のように他から購入し、供給を増やすことはできないものが多い。

3. 地域とアメニティ

アメニティは通常、都市計画を考える場合に持ち出される言葉であるが、地域の発展を考える場合にもアメニティを向上させるという考え方が必要である。地域独自の歴史的文化的ストックを有効に利用することで、快適な空間を創り続けることが求められる。また、自然を保護し利用形態を計画的に考えることで、自然環境を整えていく必要がある。しかし、自然環境を維持しながら、生活環境も整えていくことに難しさがある。

4. 景観の価値と環境創造

美しい景観、好ましい景観というのは誰がみるかによって評価が異なる。景観のような主観性の高い問題を扱うとき、行政が一方的な価値観を押しつけるのではなく、国民がある価値観を共有するに至るまで待とうということが重要である。そこで、国民的な資産として国民が今後とも持続することを望んでいるという判断ができるまで、合意形成のための努力を十分行ったかどうかが問題となる。棚田等の景観を維持するためには、農家の景観維持に対して直接所得払いで報いるという方法がある。しかし、直接所得払いを国民が容認するための合意形成の努力が十分だったとはいえない。景観の未来を考えると、土地の持つ公共性に目を向け、景観も地域の共有財産であるという考えに立つ意識改革が重要な課題である。

5. 生態系と農村の再生

景観と並んで、農村を中心に生態系の再生が大きな話題となっている。機能向上一点張りであった農村基盤整備において失われた生態系の回復を図ることは、わざとらしい風景を創造することではない。環境整備を行った結果としての風景は、むしろ環境整備を行わない前の風景に近いものでなければならない。「あるべきものがある」というアメニティの本来の意味を考えると、わざとらしさを排除して、機能強化が図られつつも、周辺の環境と一体となったごく普通の風景を再現することが求められる。そのため、農村整備による生態系の保全は、農村の持つ多面的価値の向上に役立つだろう。田園自然は、人の手によって長い間育まれてきたものである。農村整備における生態系保全の目標を、単に生態系の健全さの回復に留めるのではなく、地域住民を含めた農村そのものの健全さの回復に繋げるためには、生態系保全と結びつけた地域活性化方策の展開が重要になると考えられる。現在各地の農村で進められているグリーン・ツーリズムにおいてもっとも重要な地域資源として考えられるのが、農村生態系の健全さがもたらす農村らしい魅力的な風景と、そこに生息する動植物の豊かさである。そのため、農村環境整備では、もっとも効果的に生態系の豊かさを体験できるコースの設定といった工夫も必要となる。

6. 地域におけるアメニティの持続可能性

アメニティの有する環境価値や文化価値は、地域の景観や歴史的建築物等のなかにあるだけでなく、そうしたストックに触発されて創り出される消費財や地域産業のネットワークのなかに入り込み、新たなストックを生みだしている。そして、こうした循環を持続可能なものにするためには、世代間公平とともに現世代内の公平や、多様性の持続が必要である。それは、寛容性や文化的多様性、社会結合という概念として反映されている。

第5章 地域づくりと地方文化

1. 文化とは

人間が自然に手を加えて形成してきた物心両面の成果。衣食住をはじめ技術・学問・芸術・道徳・宗教・政治など地域の生活形成の様式と内容とを含む。

2. 地方文化とは

1つの地域において、人々が形成してきた特色のある様々な成果の全体のことと、私達は定義づける。

3. 地域づくりと地方文化との関係について

地方文化を構成する要素として、祭り・神社・お寺・方言などがあげられる。また文化には3側面考えられ、第1の側面

は、人間と自然との関わりようである。第2の側面は、1つの社会には、異なる性格、異なるスケールの社会組織が同時に存在しており、そのようなさまざまな組織の組み合わせり方である。第3の側面は、価値観である。個人主義的か集団主義的か、物質生産を最優先するかそれとも自然的持続性を最優先のかなどの論点に現れる自然との関わり方など、価値観には多元性がある。

以上、3つの側面が組み合わさった姿に即して、なんらかの文化類型が認識される。問題は、その意味での文化を地域づくりにどう取り入れていくかである。地域を活性化させるということは、同時に産業おこしを実現させることにつながる。そこで、産業おこしにおいて成功している地域を調査してみると、マスコミの影響が大きい。産業おこし自体の登場も、高度情報化社会の産物である。また人々の口コミ、人々とのつながりで成長している産業おこしはイベントである。地域の雰囲気を変化させていくには、みんなが参加できるイベントやお祭りの効果が大きい。

4. 地方文化による地域づくりの方法

昔から、日本人は祭り事が好きだといわれている。最近のお祭りは、社会経済的な変化により、以前とは少し異なったいろいろな意味を持つようになった。1つは地域振興であり、もう1つは観光事業としてであり、その両者が結びついている。

地域振興というのは、お祭りを通じて「地域住民のコミュニケーション、広範囲の人たちとの交流をはかり」、「地域にうずもれていた歴史や伝統を生かし」、「地域内外に地域イメージを高め、自慢できる地域づくりをめざし」、「地域の住民の自主性、自立性を育てよう」というものである。兼業化や核家族化が進んで、地域内の人々の交流の場が少なくなってきた。地域には、いろいろの方面で活躍し、すぐれた技術を持っている人が少ない。交流によって住民の啓蒙思想が進み、地域の自立性が確立されてくる。例えば、「雪まつり」というのは、いやな雪を逆手にとった素晴らしいお祭りであるし、「相馬野馬追い」や須賀川の「松明あかし」などは歴史を生かしたお祭りであって、地域の個性、地域の独自性を確立する1つの運動でもある。

観光振興というのは、温泉、史跡、神社、景観に恵まれた熱海、京都、日光、鎌倉、箱根、松島といったものとは異なって、地域づくりと関連して登場したものである。

会津地方では、南会津の田島町において、毎年7月下旬に「祇園祭」が開催される。訪れる客数は7万人～9万人にまで達する。江戸と会津を結ぶ街道の宿場として賑わった田島は城下町、陣屋の町、宿場の町の3つの顔を持っている。800余年の歴史を秘めた田島祇園祭は、お党屋制度によって保存されており、現在12組のお党屋組が1年神主の党本の家を支えて祭事を担当する。13年目に巡ってくる当番お党屋を中心に、前年のお党屋組「渡し」と、翌年のお党屋組の3組が繰り広げる祇園祭は1年がかりの大行事である。伝統の民俗を守り続けて昭和56年、国の重要無形民族文化財に指定された。7月23日早朝に行われる古式床しい七行器(ななほかい)行列がクライマックスで別名花嫁行列とも呼ばれる。田の神の祭りが起源とされるこの祭りは、やがて疫病よけの祇園信仰の夏祭りとしても賑わい、京都の祇園祭と並び日本三大祇園のひとつに数えられている。

また、平成11年から、会津の絵ろうそくまつりも開催されている。会津伝統工芸品の1つである会津絵ろうそくは、1本1本に菊、牡丹、藤などの季節の草花が色鮮やかに描かれている。

御薬園は「静」の世界、鶴ヶ城は「動」の世界、とそれぞれ異なった楽しみを体験できる。御薬園では、琴と横笛の生演奏による音色が流れる中、竹筒で心字の池を取り囲み、幽玄・幻想の世界を演出。鶴ヶ城では、会津本郷焼の瓦燈や会津塗り燭台で会津絵ろうそくを灯す。天守閣から見る風景は、地上で見るのとはまた違った感じを受ける事ができる。

各地のお祭りへの取り組みの中で、次のようなことが分かってきた。

- 1) 地域を掘り下げてみる
- 2) 他のものと関連させてみる
- 3) 形に表してみる
- 4) 運動としてみる
- 5) 広い視野からみる

さらに、お祭りの評価 = 波及効果には収支勘定だけでなく、組織がどれだけつくられ、どのように強まったか、地域の雰囲気がどのように変化したが、どのような人とのつながりができ、楽しくやる気のある人がどれだけ育ったか、

地域がどのように変わり、変えるべきかを考えるようになったか、というように総合的にみる必要がある。

地域のお祭りを全国情報にのせる仕掛けを行うと、観光面のみならず、地域のイメージの向上等において大きな効果がある。

第6章 地域経済と観光

1. 観光の定義

日本での公的な定義(1995年制定)は、「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」である。検討にあたっては、余暇時間か、労働時間か、休息时间かという時間的側面と日常生活圏で行うか、非日常生活圏で行うかという空間的側面、触れ合い、学びを自主的に行うか、義務的に行うかという目的側面である。この3つが考慮され、これら3つが交わる場所に観光が位置するとされた。

2. 地域財政と観光

地域財政の現状は、財政危機となっている。そのため、公共事業を行うなどといった多額の資金を投資することは難しくなっている。このことから、地方が活性化を行うための手段は限られており、少ない資金で活性化することのできる取り組みとして、観光が挙げられる。

1) 観光振興の意義(観光基本法1963年制定)

国際親善の増進 地域経済の発展 地域での生活安定・向上の3つがあげられる。

1) 経済的効果

所得創出

観光客は観光地に行ってから、交通料、入場料(見学料)、飲食料、土産代などを消費する。このような観光地域に落とされたお金は、地域企業の利益となり、従業員の給料になる。これにより、地元の農業、工業、サービスの振興、従業員が地元の店で買い物をするによる商業振興などに繋がる。

雇用創出効果

観光事業は接客業務を伴う部分が多いため、かなりの雇用創出効果が認められる。内容は未熟練、単純労働、低賃金との批判もあるが、長期の展望を持ちながら、計画的に人材を育成すれば、観光事業も地元の人材で担うことは可能であると考えられる。そのために、観光振興のための高校や大学における観光学科の設置が必要である。

税収効果

観光振興は地元自治体に固定資産税等の税収効果をもたらす。しかし、アメリカでは一般的だが、日本では「観光税」の制度が定着していない。 例)京都市...古都税をめぐる問題

3. 21世紀のリーディングインダストリー

高度成長期が終わり低成長期へと移行した現在、工業が産業をリードする時代ではなくなった。これからは、第三次産業がリードする時代である。第三次産業の中でも、情報産業は需要が多い都会型の産業であり、地域を活性化させることのできる産業は限られている。したがって、地域にある、自然、歴史、住民、少ない資金などの経営資源を使って挑戦できる第三次産業は観光である。

観光旅行は自由時間の中でも人気が高く、癒しにも生きがいにも結びつく活動である。バブル崩壊等の傷が癒されるに伴い、必ずや観光旅行需要が増加し、観光業が21世紀のリーディングインダストリー産業になると予測される。

リーディングインダストリー産業になると予測されている観光業に対する期待は、国内外ともに極めて大きくなっており、国内的には人口が減少に向かう中で、過疎地などで高まっている。その背景として、交流の喜びの享受、文化的な発展、情報の受発信等、プラス面をより伸ばしたい側面と、定住人口の減少による賑わいの喪失や市場の縮小に伴う地場産業のマイナスをカバーしたいという側面がある。地域の活性化策として、観光振興を前面に出す地域が多くなってきている。

4. 観光の種類

1) 文化・歴史観光

交通、情報通信技術の発展から、地球規模での交流が飛躍的に拡大し、固定的な社会の境界(ボーダー)が薄れ、ボーダレス化とグローバル化が進んでいる。また、インターネットの普及や海外旅行の増加などによって、既存の社会の境界を越えた文化の享受が展開されている。都市では今や消滅してしまったものの発見と地方色の豊かさを売りにしたものであり、文化を動機とする観光活動の形態を指す。これには、学習、芸術鑑賞、祝祭・文化イベント、遺跡訪問などが該当する。

2) グリーン・ツーリズム

農山村における自然や環境、景観、暮らし、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動と定義される。しかし、単なる農山村滞在型の休暇ではない。生産や加工、直売、生産工程の体験、地域の文化、風土にふれることなど、農業・農村の多次元産業化⁹を図ることにより新たな所得を生み、農山村の活気を生み出すことができる。

都市が求めるグリーン・ツーリズム

物質主義的な満足よりも、心の豊かさを求めることへの変化が動き始めている。都市などの人口密集地域に住む人々は、緑や自然といった、人間が本来必要とするものや「ゆとり」「心の豊かさ」といったものを求めている。このことは、余暇活動、旅行、レクリエーションにおいて大きな変化をもたらす。のんびり、ゆったり、体験、自然を満喫、地域の人と交流するなど、農山村はこれらを満たすことのできる場所である。都市住民は余暇を農山村で過ごし、安らぎを得て、明日への活力を養うことを求めている。

グリーン・ツーリズムがもたらす諸効果

a. 農山村の経済活性化効果

人口の過疎化・高齢化により、既存の地場産業が低迷する農山村の中で、グリーン・ツーリズムによる宿泊・レストラン・直売事業(農林畜産物の加工、販売)の新しいサービス産業や、観光農園・市民農園・体験ふれあい型農林漁業・朝市・直売等の交流型農林漁業を振興し、地元での農林水産物の流通を活性化させ、農林漁村と農林漁業の経済活性化効果が生じる。

b. 農山村の社会活性化効果

グリーン・ツーリズムに関わる農山村住民同士、農山村住民と都市住民との交流を活発にするのみならず、地域によっては交流人口を定住人口に転化させる社会活性化効果も生み出す。さらに、農山村にある自然、景観、農林水産業暮らし、歴史、文化などの地域資源をむらづくり、まちづくりとリンクさせることによって、さらなる社会活性化効果をもたらす。

c. 農山村環境の保全効果

中山間地域¹⁰における人口の過疎化・高齢化により、農地や里山での作業が放棄され、農村固有の伝統的自然形態が今まさに失われようとしている。このことから、環境保全が重要な課題となっている。また、農林業の条件が厳しい棚田や里山、草地の実現・実態についてグリーン・ツーリズムを通じて都市住民が学ぶことは、生きた環境教育や環境学習にもつながる。さらに、農村における豊かな自然、美しい景観、清らかでおいしい空気と水は、グリーン・ツーリズムのもっとも貴重な資源であり、グリーン・ツーリズムの推進は、中山間地域のような農業条件の不利地域での自然環境や農山村景観の保全、農山村下水道の普及などの快適な生活空間や環境空間づくりにも寄与することになる。

消費者、つまり観光客の「食」に対するニーズがますます高度化あるいは多様化してきている中で、「食」は重要な観光資源となる。つまり、「安全・安心」な食を提供するグリーン・ツーリズムは質の高い観光を実現することによって、より一層地域活性化に貢献できるといえる。

⁹ 第一次、第二次、第三次産業などの複合化をさす。

¹⁰ 国土の骨格部分に位置し、全国土の7割程度の面積を占め、総人口の約14%が居住する地域。

第7章 綾町の事例から学ぶこと

1. 概要

場所：宮崎県のほぼ中央部に位置し、県都宮崎市から西北へ23kmと車で約40分の距離である。

気象：温暖多雨で積雪はほとんど見られない。

町面積：9,521ヘクタールで、このうち80%が山林で農用地は8%程度である。

人口：昭和55年の7,206人を最低に、平成7年には、7,419人とほぼ横倍であるが、高齢化と少子化の進行により、その年令構成は大きく変わりつつある。

照葉樹林都市：町の西北部には、照葉樹(常緑広葉樹)林(2,455ha)が太古のまま残っている。この国内最大規模の照葉樹林は、そのうっ蒼と生い茂った植生が優れていることから、昭和57年5月、「九州中央国定園」として指定されている。照葉樹林に降った雨は、木々葉を洗い枝を流れ、厚く積もった落葉層をぬって地下水となり、そして、山懐から湧き出る清水は、溪谷を走り「名水百選」にも選ばれた綾南、綾北川の流れに連なっている。また、春には若鮎が群れなし、秋には落ち鮎のくだる清流は町のシンボルとなっている。

2. 綾町の観光

1) 綾手作りほんものセンター

綾町では、有機農業¹¹を提唱している。恵み豊かな南九州の太陽と清涼な水、有機農業を生かした肥沃な土壌作りから収穫される栄養豊富な本来の美味しさそのままの作物、素材の良さを生かした加工品の数々、本当に農業に生きる喜びが、無農薬の手間暇かかる物づくりを可能にしている。

このセンターでは、約200戸の農家が一戸一品、すなわち他と異なる加工品を出している。またこのセンターの売上は、一日平均110万円以上となっている。7割は地元の町民が買って行く。このように、地元の人々も利用でき、また観光客も利用できることが大切である。

2) 農村と都市との交流共生

綾町ならではの自然資源や地域資源を活用した「農村と都市との交流共生」(都市住民が農村の自然・文化・生活を味わい理解してもらう旅、グリーン・ツーリズム)を推進している。すなわち交流人口を増加させることにより自然豊かな本町の価値を再確認し、総合的な産業の振興と教育・文化の振興を図っている。

自然との共生をテーマにさまざまな施設の整備やイベントを開催し、年間の観光客が100万人を超えるまでになった。今後もこの路線を進めることになるが、照葉樹林の保全と活用・有機農業の振興・手づくり工芸の振興等、今より更に観光客や消費者に信頼を得られる施策の展開を目指している。

2) 宿泊施設

綾町は人口約7,500人と小さい町であるが、公共の宿泊施設が4つもある。宿泊施設では、綾町で採れた新鮮な野菜や川魚のおいしい料理を堪能できる。

3) 綾国際クラフトの城

綾町には日本一の規模を誇る原生の照葉樹林が今なお残っている。町では森林が育んだ文化を永い歳月を経て大切に守ってきた。その一つが伝統工芸作りである。使う人の身になって製作される心のこもった絹織物、碁盤などの木製品、竹細工、陶器など多くの工芸品が工芸者の手によって作り継がれ、現在全国に大きな話題を提供している。

また、綾国際クラフトの城では、陶芸教室、染色教室、織物教室と体験実習館もあり、買うだけでなく、体験しながら物作りをすることにより観光客に喜ばれている。

3. 有機農産物

有機農産物とは、化学的に合成された肥料及び農薬の使用を避けることを基本として、播種又は植え付け前2年以上(多年生作物にあっては、最初の収穫前3年以上)の間、堆肥等による土づくりで行った圃場において生産された農

¹¹ 有機栽培で行う農業。原則として化学合成農薬、化学肥料や化学合成資材を使わないで、3年以上を経過し、堆肥などによる土づくりを行った圃場で行う農業のこと。

作物をいう。

昭和40年代後半から一坪菜園運動を展開中であり、この農法が有機農業に類似していたことから、これにより農業の振興を図ることにした。こうして、町をあげて取り組んできた有機農業はブランド化している。

昭和63年には、日本初の「自然生態系農業の推進に関する条例」を設定、平成元年には、農家に対して農地・生産の管理を指導し、販路を開拓する「有機農業開発センター」を設置、さらに強力に有機農業を推進する。この結果、今では全国の生協や流通業者と大きな取引ができるまでに成長し、綾町農業の大きな柱となっている。また、有機農法は環境に負担をかけない自然を活かしたものであり、綾町の大自然とともに観光と農業を結びつけられるものである。

4. 綾町の農業

本来機能すべき土の自然生態系をとりもどし、化学肥料や農薬などの化学合成物質の利用を排除し、健康保持、遺伝毒性を除去する農法で、食の安全と消費者に信頼され愛される農業を確立し長期安定的発展を図るため、昭和63年7月に「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定し、自然生態系農業の町づくりに生産者・農協・町が一体となって取り組んでいる。また、平成13年11月からは日本農林規格に基づく「有機JAS登録認定機関」として、有機農産物を生産する農業者などの認定業務も行っている。

有機農産物等の販路は、生協などの産直提携を中心に行われている一方で、地元で生産された農産物は地元で消費しようという「地産地消運動」の高まりから、学校給食を始め町内の公共施設では食材のほとんどを町内で生産される安全・安心な農産物により供給できる体制を整えている。

	宮崎県	宮崎県綾町
総人口	1,170,007 人	7,596 人
農業人口	210,500 人	2,191 人
農業人口率	18%	29%
農業就業率	37%	42.80%
農業産出額	3,129 億円	454 千万円
農業人口一人あたり農業産出額	約 1,486,460 円	約 2,072,113 円

農業人口：農業に携わる人口。就労者のみならず家族を含む。

農業就業率：農業就業人口/農業人口

農業就業人口：農家のうち16歳以上でわずかでも農業に従事した者。

宮崎県綾町の農業人口率は、宮崎県全体の農業人口率を10%以上も上回っている。このことから、綾町がいかに農業に力を入れているかがわかる。また、一人あたり産出額をみると宮崎県と比較すると約二倍近い産出額を出していることがわかる。

5. 産業別就業人口の推移

(単位:人、%)

年	総数	第一次産業		第二次産業		第三次産業	
		従事者	割合	従事者	割合	従業者	割合
昭 45	4,020	2,237	55.6	652	16.2	1,131	28.2
昭 50	3,677	1,691	45.0	785	21.3	1,200	32.7
昭 55	3,768	1,411	37.5	1,067	28.3	1,290	34.2
昭 60	3,730	1,334	35.8	1,053	28.2	1,343	36.0
平 2	3,881	1,167	30.1	1,275	32.8	1,439	37.1
平 7	3,994	1,087	27.2	1,164	29.1	1,743	43.7
平 12	3,883	972	25.0	1,087	28.0	1,824	47.0

第一次産業、第二次産業では農産加工や物づくり、第三次産業では観光やグリーン・ツーリズムで町を活性化して

いる。交流の場として農水産業を楽しむというグリーン・ツーリズムの発想はこれからの町づくりの核になる考え方である。

6. 物づくりの「一戸一品運動」

一戸一品運動というのは、全ての町民が自分の家庭で「自分はこういうものができるよ」、あるいは「こんなものをつくってみたい」という形で実際に物をつくり出す。一家に伝わる生活技術でも趣味でも何でもいい、と物づくりに全員参加してもらおうということである。

しかし、こういうことは掛け声だけではなかなか実行できないのである。そこで綾町では二十二ある町の集落で、集落の自治公民館運動として一年に一回、各家庭でつくったものを持ち寄って、文化祭を開くようにした。つくるものは何でもよい。竹とんぼでも水鉄砲でも漬物やその他保存食でも、花でも野菜でも趣味の絵画でも織物でも、うまい下手はまったく関係ない。

また、つくったものを人に認めてもらうことも楽しみの一つである。そのためには欲しい人がいたら、売ろうということで、売る場所として設置したのが「手づくりほんものセンター」である。町の中心部に設けた同センターでは、綾の町民なら誰がつくった品物でも預かり、売っている。文化祭で出品されるような「一戸一品運動」の品物のようなものや、有機農産物、手づくり加工食品、工芸品など町内でつくられるさまざまな品物が置いてあるが、すべてが町民のオリジナル商品であり、よその店頭で手に入るようなものは一つもないのである。そのためには自分がつくったものでも、普通の小売店に卸すような商品は「売っては駄目」ということにしている。

この考えの中には、未来の文化交流のまちづくり、日本中でどこの町よりも自然を大切に、その中で物づくりを楽しんでいる景色を、文化を、口伝えに日本中に広げていきたいということを眼目にしているのである。

7. 綾町のグリーン・ツーリズム

グリーン・ツーリズムの発想で、都市との交流等大きな網を張ったことが成功の要因である。都市から多くの人たちが農村に来るようになり、羊の毛を刈ったり紡いだり、牛乳を搾ったり、チーズやバターをつくったり、ソーセージをつくったり、乗馬や釣りなどを都会の人たちと一緒に楽しむ。その文化交流は都会と農村の新しい関係を創造している。

綾町では、市民生協と連携し、地域産品を購入する消費者を招待するというグリーン・ツーリズムを実施している。つくり手の顔が見える場として意義のあるものになっている。

8. 綾町から学ぶこと

1) 環境保護と農業振興の結合

綾町では、照葉樹林を守るために吊橋をかけるなど自然を守り、環境を活かした町づくりを行っている。特に、有機農業産品はブランド化し、環境保護と農業振興を結合させている。

2) 地場産業振興

豊富な木材を活用する仕組みとして木製品・竹細工・陶器などの工房が50近くもあり、体験などもできるため直接観光客にアピールすることができる。

3) 観光施設の整備

観光地として、競馬、乗馬クラブ、綾城などがある。また、4つの宿泊施設がある。

4) 地産地消の推進

綾手作りほんものセンターでは、一戸一品運動などで200戸の農家が出品するなど町民参加のまちづくりが行われている。まちづくりの基本は、住民一人ひとりの生活である。綾町のように町民が積極的にまちづくりに参加していくことが大切である。

5) 第一次産業・第二次産業・第三次産業の地域内連携

第一・第二次産業では味噌などの農産加工や物づくり、第一・第三次産業では観光やグリーン・ツーリズムの発想がこれからのまちづくりの中心となる。

6) まちおこしの先駆的モデル

「照葉樹林都市」、「有機農業の町」、「一戸一品運動の町」として知られる綾町には、数多くの観光客が訪れるだけでなく、町民参加のまちづくりを実現し環境を守りながら活用する、まちおこしの先駆的モデルとして学びに訪れる

人が後を断たない。

【表】綾町への入り込み客数と主な施設設置年度

年	入込み客数	主な施設設置	年	入込み客数	主な施設設置
	(千人)			(千人)	
昭和 55	210		平成 4	476	
56	220		5	418	
57	245	九州中央山地国定公園 指定	6	508	
58	251		7	723	
59	452	綾の照葉大吊橋	8	1,140	綾ワイナリー
60	500	綾城	9	1,151	杜の麦酒工房
61	360	綾国際クラフトの城	10	1,121	
62	378		11	1,113	
63	383		12	1,112	
平成 元	395	手づくり本物センター・ 水の郷綾酒泉の杜	13	1,056	
2	452	式部谷ふれあい広場・ 花時計	14	1,023	
3	467		15	1,010	

このように、綾町には年間百万人以上もの観光客が訪れている。「照葉樹林都市」「有機農業の町」「一戸一品運動の町」として知られる綾町には、観光客はもとより、町民全員参加の町づくりを実現し環境を守りまた活かす、村おこし・町おこしの先駆的モデルとして学びに訪れる人が後を断たないのである。

第8章 会津3地域の住民意識調査

1. 「環境資源を活かした地域活性化と広域連携についてのアンケート」 調査概要

1) 調査実施日

2005年12月1～4日

2) 調査地域

会津若松市、喜多方市、旧塩川町、田島町

3) アンケート配布対象

市役所(町役場)・広域消防・広域市町村圏連絡協議会・商工会議所(商工会)・JA・森林組合・商店街

4) アンケート回収方法

留め置き法と郵送法の併用

5) 調査対象選定理由

- 広域連携をテーマとしたため調査範囲を広くとった
- 広い調査範囲の中で、調査の能率を上げるために一般家庭を除き、職場単位と商店街に配布した
- 市役所や広域市町村圏連絡協議会及び商店経営者など、地域活性化に関心が高い人々を対象にした

6) 回収率

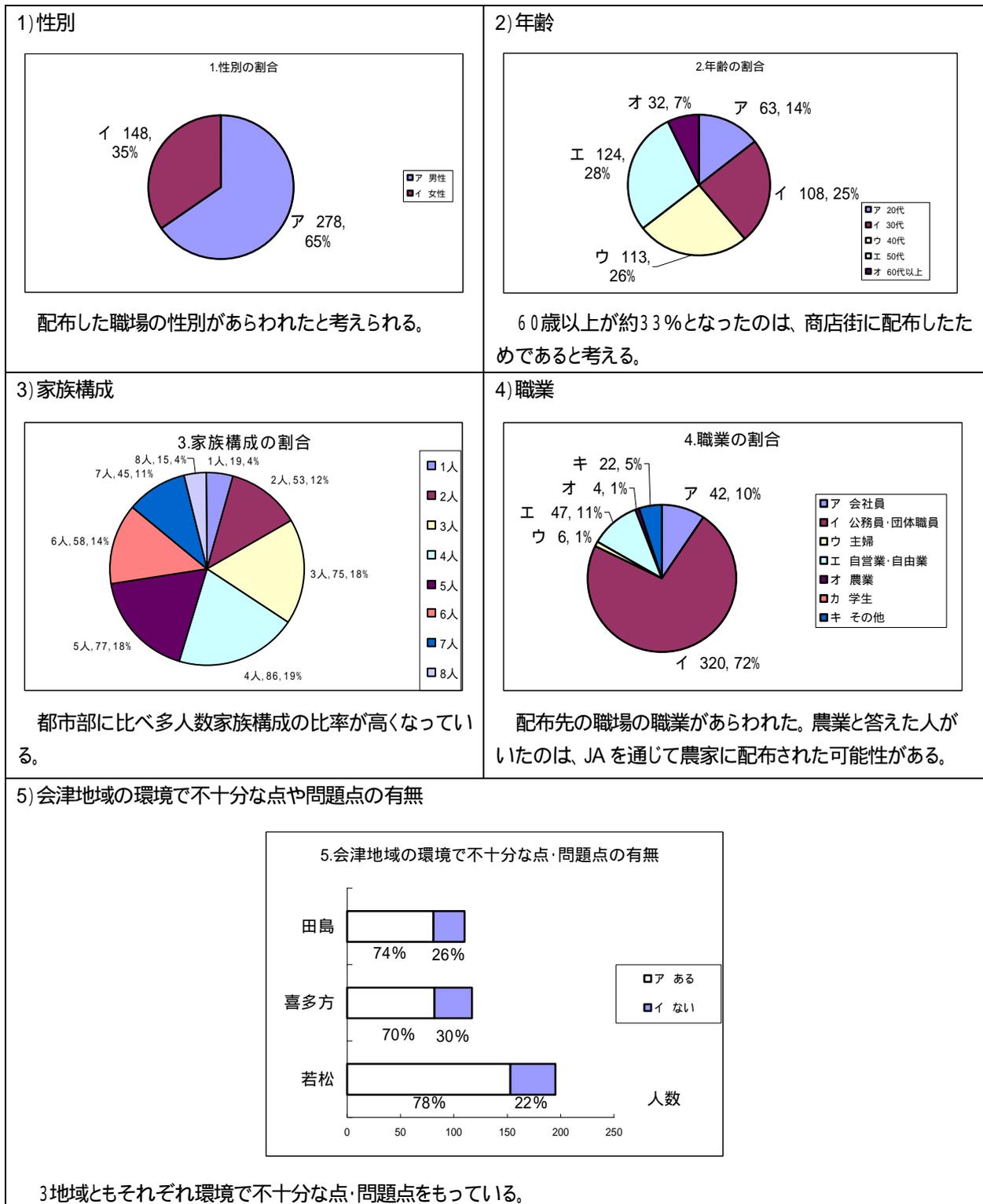
配布枚数 930枚 回収枚数 448枚 回収率 48.2%

回収率が予想より高くなった理由

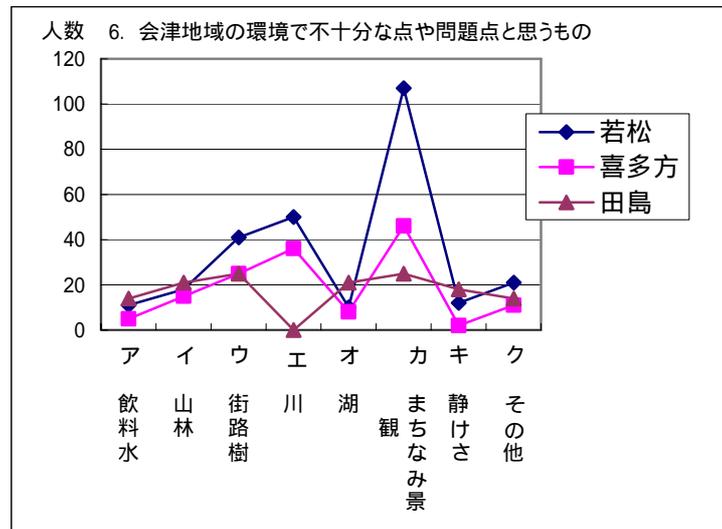
- 地域問題に意識の高い人を中心に配布したため

- 予備調査で訪問した所や、先輩方の研究にご協力をいただいた方々がアンケート配布対象の中に含まれていたため

2. 単純集計分析



6) 会津地域の環境で不十分な点や問題点があると思う項目



その他の意見

若松

遊園地など子供の遊ぶ場所

自然公園が少ない

田畑が減り、マンション。アパートが増えたこと。

道路

中心市街地の賑わい

道路などに捨ててあるゴミ

工場排水

遊休農地

駅前地区の鳥の糞

喜多方

秋のわら焼き(大気汚染)

農地以外の緑地整備

水道の整備

側溝清掃

サービス精神

田島

道路整備

農地の荒廃

にぎやかさ、活気がない。交通網、道路整備

川鷄による川の食害

湿原

生産工場の省エネ対策

産廃・不法投棄

ゴミ

都市的環境への整備

下水道整備

リサイクル

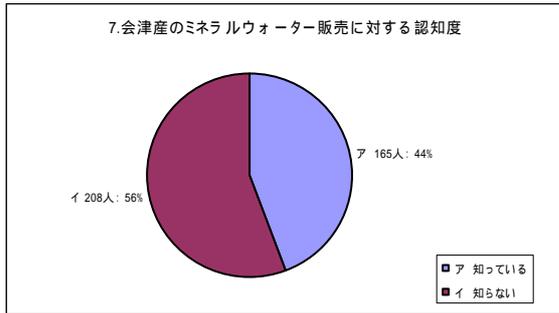
不法投棄対策

山の動物、川の魚が少なくなった。

自然と都市的要素のバランスが悪い。雪対策が不十分

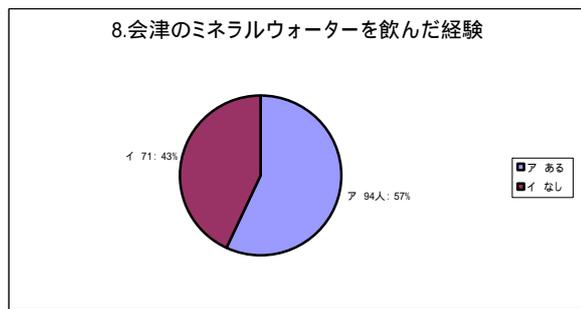
田島を除く地域で最も高い比率を表わしたのは、まちなみ景観である。若松、喜多方の商店街や駅を見るとわかるが、道路沿いに街路樹が少なく、景観が悪い。若松や喜多方は、自動車を優先的に考えているため街路樹が少ないと考えられる。街路樹は、歩行者に快適な空間を提供する。歩行者ではなく自動車を優先的に考えたまちづくりでは、店に立ち寄ることなく、ただそこを通り過ぎていくだけである。歩行者を優先的に考えなければ中心市街地は発展しないと考える。

7) 会津産のミネラルウォーター販売に対する認知度



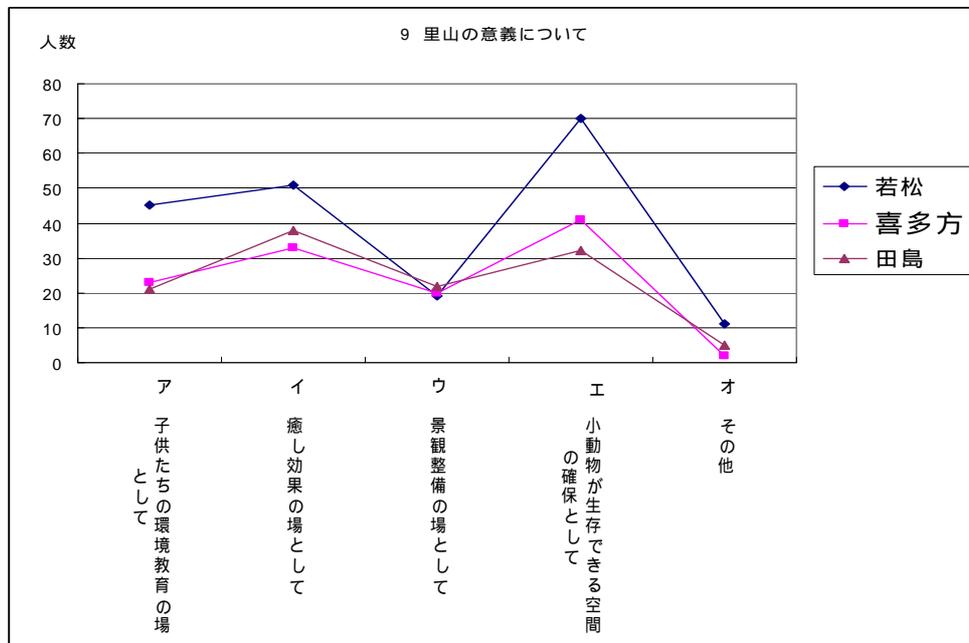
ご覧のとおりです。

8) 会津産のミネラルウォーターを飲んだ経験



知っている人の約6割は飲んだ経験がある。また、上の2つのグラフから市民の4人に1人しか飲んだ経験がないことがわかる。

9) 里山整備の意義



その他の意見

若松

アからエすべてに該当すると思う(2人)

治水、子供遊びの場、治山

日本人の昔からの生活の中に地域環境保護の姿がみられる

二酸化炭素の削減効果

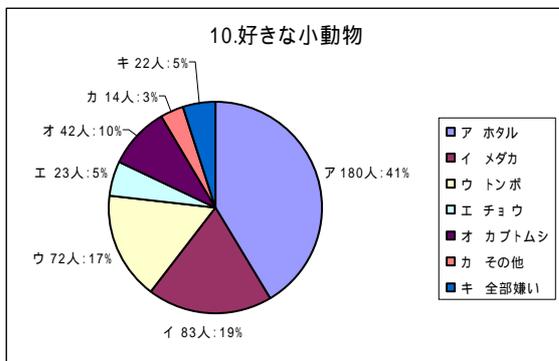
必要なし
 山林の保存
 人間の手を加えることによる生態系の影響もあり、意義に関しては疑問
 喜多方

アからエすべてに該当すると思う

田島

地球のため
 熊や猿などが里に降りてこないよう緩衝地帯として必要
 50年後～100年後の子供たちのために
 都市近郊のみ必要
 3地域とも、景観整備の場として里山整備を考えていないのは、里山はありふれた景色であるからだ。

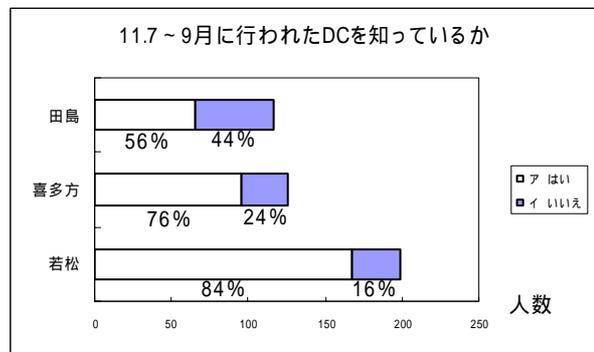
10) 最も好きな小動物



3地域ともに、4割近くの人がホタルを好きと答えた。ホタルは幻想的で綺麗であり、また水辺環境の良いところにしかみられないため選ばれたと考えられる。これはメダカも同様である。トンボは、季節を感じられるものであり季節の風物詩という面から選ばれたと考えられる。

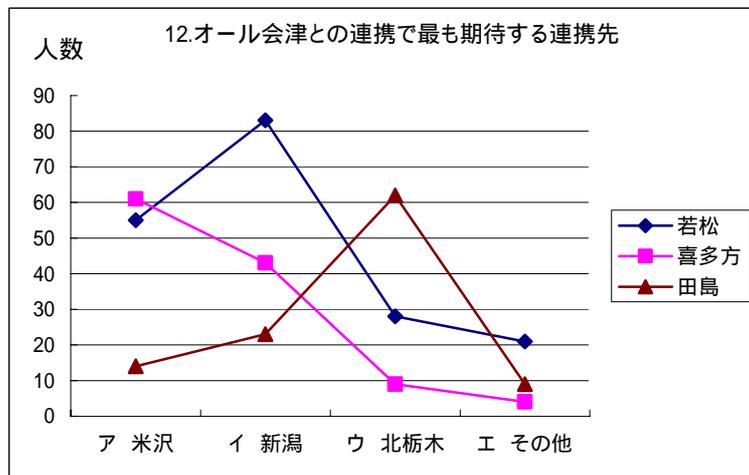
小動物は自然環境保全のバロメーターという大切な役割を担っている。

11) 7月～9月に行われたデスティネーション・キャンペーン(DC)に対する認知度



DCは会津地域全体のキャンペーンであるにも関わらず、田島、喜多方では若松に比べ、認知度が低かった。また、田島地域では、今回のDCは会津全体のものとは感じられないという意見もいくつかあった。

12) オール会津と他地域との連携先で、最も期待する連携先



その他の意見

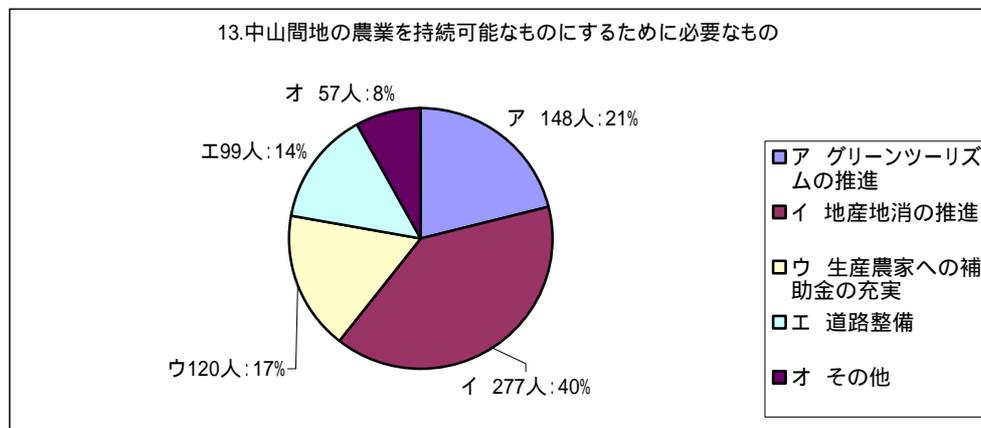
若松

喜多方

- | | |
|--------------|-------------|
| 中通り地区(4人) | 県内 |
| 宮城県(3人) | 青森 |
| 横須賀(3人) | 仙台市 |
| 日光、那須、塩原(2人) | |
| 福島県全域(2人) | 田島 |
| 関東地区(2) | 首都圏(東京)(3人) |
| 首都圏(東京)(2人) | 相双 |
| いわき | 関東全体 |
| 川越市 | 台東区 |
| 郡山から東京 | |
| 鳴門 | |
| 北関東 | |

若松では新潟、喜多方では米沢、田島では北栃木、と地域によって分かれた。3地域とも近い地域との連携を最も期待していることがわかる。

13) 中山間地の農業を持続可能なものにするために必要なもの



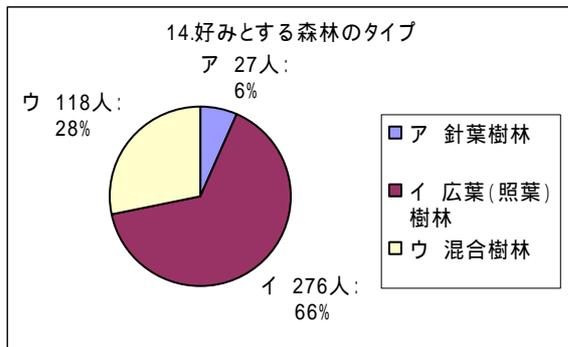
その他の意見

- ・後継者育成(7人)
- ・農業の会社化(7人)
- ・農産物の特産化、ブランド化をはかって他地域から収益をあげること。よそからお金を引っ張ってこないと維持できないと考えます(3人)
- ・経営規模拡大、農業者の意識改革(3人)
- ・新規農家の育成(2人)
- ・地域内生産活動の充実(2人)
- ・営農意欲の高い企業の特区設定及び参入基準の引き下げ(2人)
- ・特産品の生産(2人)
- ・環境整備への助成(2人)
- ・観光、産業、福祉と結びつく何か
- ・人材育成と儲かるアイデアづくり規制・撤廃
- ・販売ルートづくり
- ・ターンなど外部資源の活用
- ・通勤圏での職場
- ・農業で残れるための指導と支援
- ・労働力の集約
- ・働く場所
- ・地域居住
- ・売れるものの販売強化
- ・商工観光への補助金等のサポートをし販路の拡大を考えJAを通さないで生産者の収入を増やす。
- ・農作物の価格向上
- ・農産物の輸入制限
- ・食育の推進
- ・農地の集約化
- ・イメージの改善
- ・農家の所得確保

3地域ともに、4割の人が地産地消の推進を挙げていた。地域産品を利用することで、地元を活性化したいという気

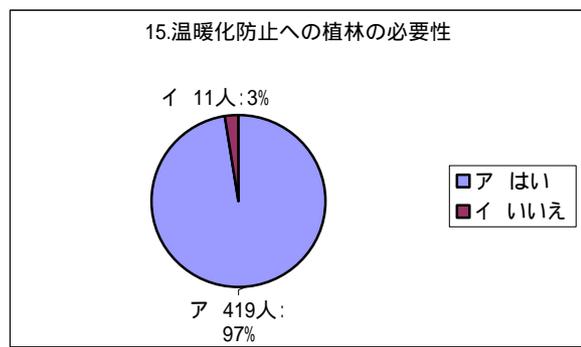
持ちが表れている。

14) 好みとする森林のタイプ



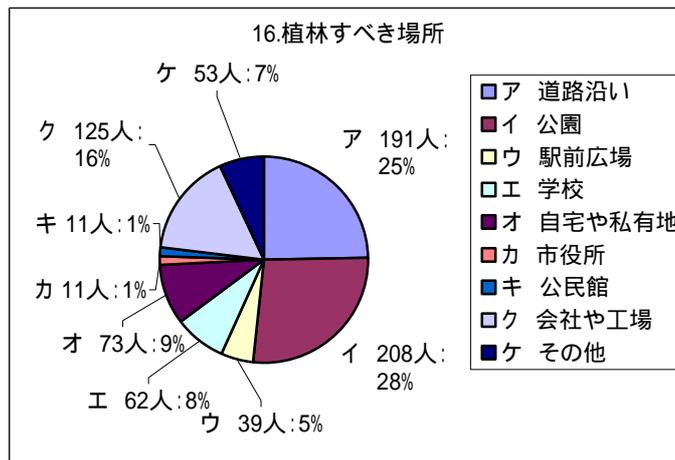
3地域ともに、6割以上の人々が広葉樹林を選んでいました。広葉樹は新緑、紅葉の美しさや木漏れ日による快適な空間が作り出されるため高い支持を受けている。

15) 地球温暖化防止への植林の必要性



予想通り、3地域ともに9割以上の人々が必要であると答えた。

16) 植林すべき場所

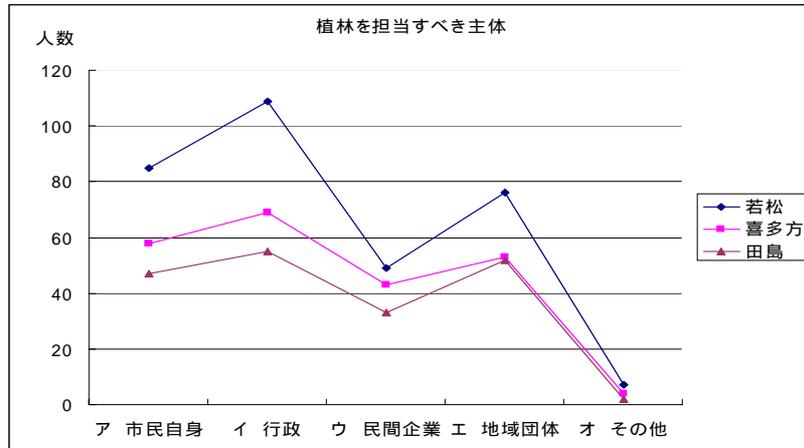


その他の意見

- 山(11人)
- 荒れ地(2人)
- 川岸沿い
- 公有私有林の整備
- 空地
- 休耕田
- まとまった森林
- それぞれの施設等で維持する

3地域ともに、道路沿いと公園に植林すべきだと答えた人が多くなっていた。しかし、道路は行政が管理しているものが多く、市民や地域団体が簡単に植林をすることは難しい。このため、私有地を中心に植林をすべきと考える。

17) 植林を担当すべき主体

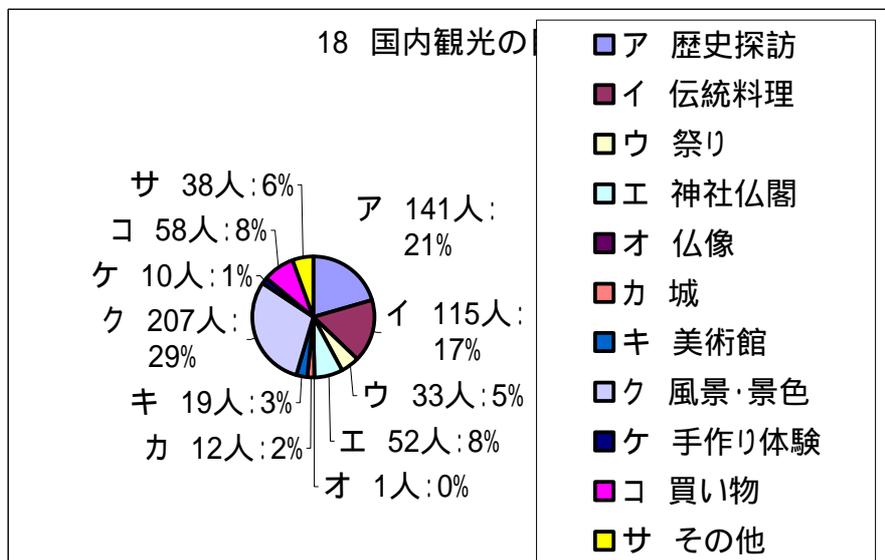


その他の意見

若松	喜多方	田島
生徒(2人)	担当というものではない	一概に言えない
PTA(2人)	各主体	全ての人
	国	
	ボランティア	

若松では行政に依存していることがわかる。また、市民自身や地域団体が担当すべきという意見が少ない。

18) 国内観光の目的



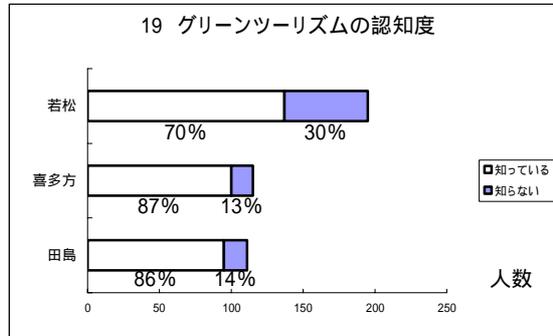
その他の意見

- ・温泉(10人)
- ・料理(伝統料理にこだわらない)、食べ物(特産品など)(7人)
- ・癒し(6人)
- ・雰囲気・イメージ、歴史的背景(3人)
- ・非日常(2人)
- ・自然探訪
- ・スポーツ、レジャー
- ・テーマパーク
- ・地酒(2人)
- ・文化
- ・町づくり
- ・名所、旧跡

- ・ドライブ
- ・人情
- ・ランドマーク
- ・施設

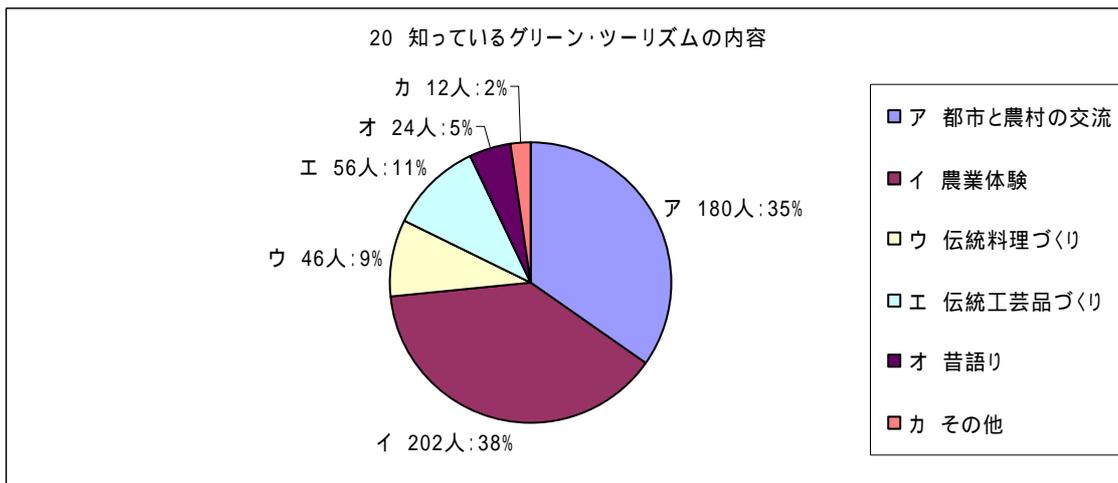
景観・景色、歴史探訪、伝統料理の順に多かった。しかし、景観・景色だけでは、満足、喜び、楽しさを全て味わうことはできない。歴史探訪やその土地ならではのものを使った伝統料理などを楽しむことにより満足が生まれ、また非日常性を体験することができる。つまり、この3つが揃うことにより強力な観光資源が生まれる。

19) グリーン・ツーリズムの認知度



若松市内では、グリーン・ツーリズムがあまり行われていないため、喜多方や田島に比べて、認知度があまり高くなかった。

20) 知っているグリーン・ツーリズムの内容



その他の意見

- ・都市の住民が地方に長期滞在すること(3)
- ・農家民宿(2)
- ・加工(大豆から豆腐、そば、もち)
- ・観光
- ・環境保全理解
- ・山道、山林整備
- ・森林セラピー
- ・短期滞在型生活によるストレス解消生活
- ・後継者の育成

都市と農村の交流、農業体験といった代表的な内容を知っている人は多いが、その他の項目についてはあまり知られていない。

21) 景観・自然・環境の面から印象に残っている旅行地

飛騨高山	32	会津若松	2	八幡平	1	輪島	1
北海道	23	軽井沢	2	城崎	1	水戸偕楽園	1
仙台市	17	磐梯山	2	瀬波温泉	1	瀬波温泉	1
金沢	17	釧路湿原	2	高千穂	1	能登半島	1
上高地	16	駒止湿原	2	竹富島	1	八幡平	1
沖縄県	15	長崎	2	只見	1	姫路市	1
裏磐梯	14	箱根	2	知覧	1	塔のへつり	1
大内宿	12	盛岡	2	別府	1	栃木県北部	1
角館	12	山形	2	松江	1	富山(朝日)	1
尾瀬	10	檜原湖付近	2	三島	1	水上温泉	1
倉敷	10	長浜市	2	水戸	1	諏訪湖	1
五色沼	10	新潟市	2	宮古島	1	瀬戸内海	1
黒部	10	能登	2	宮崎市	1	仙台 広瀬川	1
奥入瀬	10	伊勢	2	門司区	1	層雲峡	1
長野県小布施	9	阿蘇	2	八重山諸島	1	だいぐらスキー場	1
小樽	8	広島	2	山形県置賜地方	1	高畑スキー場山頂	1
鎌倉	7	那須	2	山口	1	出羽三山	1
奈良	6	秋	2	読売谷	1	天栄村	1
津和野	6	尾道	2	志津川	1	中山風穴	1
札幌	5	長野市	2	徳之島	1	南紀熊野	1
佐渡	5	北海道 道東	2	月山	1	金華山	1
川越	5	長野県(飯田、飯山)	2	金山町	1	銀山温泉	1
神戸	5	北海道美瑛町	1	北会津町	1	塩原町	1
松島	5	山形(舟形)	1	奄美大島	1	静岡県旧細江町	1
東京	5	長床	1	奥会津	1	岩国市(錦川)	1
知床	5	新潟県村上市	1	国営ひたち海浜公園	1	うさぎの森	1
猪苗代	4	飯豊連峰	1	柳津	1	鬼押出し	1
伊豆	4	飯箱村	1	島原	1	岐阜県輪之内町	1
ディズニールランド・シー	4	七日町通り	1	羅臼	1	草津温泉	1
横浜	4	岩手県龍泉洞	1	宇奈月	1	大伏塔	1
日光	4	愛媛県内子町	1	北九州 門司区	1	十和田湖町	1
白川郷	4	石巻	1	吉祥寺	1	山形県(金山町)	1
松山(道後温泉)	4	静岡	1	銀山温泉	1	田島(舟鼻峠)	1
馬籠宿・妻籠宿	4	会津の山々	1	草津(群馬)	1	田島町	1
函館	3	秋吉台	1	九十九里	1	館岩村(前沢地区)	1
蔵王	3	芦屋	1	群上八幡	1	函館山	1
北アルプス	3	安曇野	1	高天神(静岡)	1	はさみ山	1
富良野	3	巖美溪	1	高野山	1	彦根市	1
福島県(昭和村)	3	甲府市	1	五島列島	1	秋田県寒風山	1
福岡	3	利尻島	1	湖南港	1	秋田県乳頭温泉	1
湯布院	3	北海道(礼文島)	1	門真市駅前	1	秋田市	1
遠野	3	松島	1	陸前高田	1	秋田県大瀧村	1
下郷町	3	鳥取砂丘	1	鳴子	1	秋田県 男鹿半島	1
石垣島	3	トドワラ(北海道)	1	屋久島	1		
雄国沼	3	中津川溪谷	1	長野県霧ヶ嶺	1		
津軽・弘前	3	鬼怒川	1	北海道 二セコ	1		

お気に入り観光地選択理由

ア ゴミがなく清潔感にあふれている	116
イ 緑や紅葉の美しさ	168
ウ 昆虫や小動物の豊かさ	16
エ 昔ながらの自然と暮らしが維持されている	155
オ 自然景観を散策しやすい整備がなされている	186
カ 観察型や体験型の施設が整備されている	49
キ その他	64

その他の意見

- ・まちなみ、景観、景色(13人)
- ・自然(5人)
- ・景観などに対して町民が維持・推進に関心が高く、実際に現れてきている(4人)
- ・都市イメージ、生活イメージ(3人)
- ・町の中にゴミがない(2人)
- ・スケールの大きさ(2人)

- ・色鮮やか
- ・首長のリーダーシップ
- ・各観光商店が毎日掃除をしている
- ・足湯などの施設設備
- ・古きものとの調和
- ・家の周りの道路がきれいである
- ・市街地に緑が多かった。
- ・整然
- ・異国ムード
- ・グレートバリアリーフ
- ・リンゴ園のすばらしさ
- ・空が大きい
- ・バリアフリーの充実
- ・人間の生活圏と自然との調和が上手く取れている
- ・歴史
- ・お城や武家屋敷、日新館など見所が多い
- ・ブドウ棚の広がり

22) 悪い印象に残っている地名とその理由

地名

東京(38人)	日光(4人)	飛騨高山(2人)	小樽(2人)
飯盛山(5人)	会津(3人)	東山温泉(2人)	仙台(2人)
大阪(5人)	若松(3人)	熱海(2人)	
猪苗代(4人)	大内宿(3人)	沖縄(2人)	

理由

- ・環境が悪い(ゴミ等で不衛生)(42人)
- ・人・車・建物が多すぎる(10人)
- ・自然整備が悪い・環境が悪化している(8人)
- ・自然破壊と町並みのアンバランス(6人)
- ・騒音(4人)
- ・町並みが俗化しすぎ(3人)
- ・客引きが多い(3人)
- ・観光地化されすぎている(3人)
- ・建物の整備がされていない。(3人)
- ・人が造ったものがあふれ、自然から季節があまり感じられない(2人)
- ・川の汚れ(2人)
- ・自然景観の観光化による破壊(2人)
- ・運転のマナーが悪かった
- ・繁華街がビラでうっとうしい
- ・落葉対策がされていない
- ・交通が不便(6人)
- ・空気が悪い(3人)
- ・町全体が暗い、寂しい感じ(3人)
- ・治安が悪い(3人)
- ・観光地での売店の客引き(2人)
- ・景色がいまいちの所は印象が薄い(2人)
- ・代金の不当請求をされた
- ・町づくりに対する国際感覚や歴史認識がうすい
- ・楽しむべきところが見つからなかった

23) 会津地域で、環境という面から自慢に思う場所

地名	人数						
猪苗代	50	田島	4	北会津	2	天鏡台	1
裏磐梯	46	背あぶり山	3	旧滝沢峠	1	沼沢湖	1
尾瀬	26	奥会津	3	観城寺	1	檜枝岐村	1
鶴ヶ城	24	長床	3	大峠	1	昭和村	1
磐梯山	21	只見	3	人が少ない	1	湯川	1
下郷	14	柳津	2	地震に強い	1	大町通り	1
大内宿	13	飯盛山	2	盆地	1	北塩原	1
五色沼	11	金山町	2	青田と黄金色の秋の風景	1	赤井谷地	1
檜原湖	18	歴史を感じられる場所	2	奥会津	1	地場の食べ物	1
山	6	水	2	喜多方の蔵	1	中央通り	1
七日町通り	6	雄国岳	2	松長団地	1	東山ダム	1
駒止湿原	6	伊南川	2	水辺	1	本丸	1
田園風景	5	館岩	2	芦の牧	1		
飯豊	7	若松	2	天恵村	1		
御薬園	4	塔のへつり	2	大川	1		

24) 広域連携事業で、新たに取り組むべきプロジェクトについての意見

- ・観光地としての整備の充実(15人)
- ・滞在型観光を促進するようなイベント(12人)
- ・本当の会津の良さや、ふるさととしてのイメージづくり(景観整備)(8人)
- ・地元人の意識改革(特に若者)(8人)
- ・環境保全、景観整備による住みやすい地域づくり(7人)
- ・民間人が多く参加できる、多くの人が参加しようとするプログラム(市民レベルの実践)(5人)
- ・郷土色の食べれる店(5人)
- ・伝統産業や地場産業の連携によるものづくりプロジェクト(5人)
- ・食と農を連携させた料理づくり企画(子供向けも含めて)(4人)
- ・ツアー企画(冬景色体験ツアー、日帰り温泉はしごツアー)(4人)
- ・会津祭りの全国的な広報(4人)
- ・名物となる食べ物の開発(会津米のブランド)(3人)
- ・地産地消の推進(3人)
- ・臨時営業の物産店(3人)
- ・住民への保険や福祉サービスに観光客も参加できるような仕組み作り(2人)
- ・ITを利用した展開(2人)
- ・若者が興味を示すような場所作り(2人)
- ・会津地域一円で年間を通したイベントにより連携する(2人)
- ・DCを継続し、さらに新しい企画を取り入れて発展させる(2人)
- ・交通手段(2人)
- ・森との交流推進策(2人)
- ・TVCM、雑誌の広告など、全国的に会津をアピールする(郷土色や現役の平成の偉人のPR)
- ・会津のアンテナショップの開業
- ・食文化、食文財
- ・鶴ヶ城の本格的整備
- ・救急医療機構
- ・会津まるごと弁当の広域化、駅カフェ増店
- ・広域事業連携を拡大した他県との連携事業
- ・無理につくりだしたものはすぐ消える
- ・ニーズにあった多様性のあるプロジェクト
- ・DCでの仏都会津をもっと深く広域的にマップや歴史について

- ・会津若松市と喜多方市のまちづくり
- ・現プロジェクトの見直しが必要
- ・あまりキャンペーンなどをしてほしくない
- ・神明通りの整備
- ・団塊の世代をUターンさせる住環境整備
- ・もっと東京へアピール、冬もアピールする
- ・耶麻・両沼・南会津ごとの観光ツアーの開催、テーマごとの広域観光ルートを紹介するマップ等の作成など
- ・地域間交流事業で交流人口の増加を促す
- ・町村の連携をもっと強力にできたらよい
- ・若松中心の事業ではなく他の町内が中心となる事業
- ・R121を使い栃木との連携
- ・体験型プロジェクトと住民との交流
- ・会津エリア(特に奥会津など)に観光誘致
- ・空き家(店)再生
- ・あまり公金を遣わずにできるもの
- ・会津の動物生体(熊・狸・狐等、めだか・ほたる等)
- ・単なるイベントや物産品の販売だけではなく、雇用の創出につなげる施策が必要
- ・会津ブランドの開発、景観条例の制定、サイン計画の実施
- ・道の駅増設
- ・今回のDCは会津全体のものとは感じられないので、「会津は一つ」でのもの

25) オール会津内で最も期待する連携先

若松	喜多方	田島
喜多方市(39人)	会津若松市(28人)	会津若松(20人)
猪苗代町(20人)	北塩原村(12人)	下郷(11人)
会津美里町(6人)	猪苗代町(3人)	猪苗代
下郷(5人)	会津坂下町(3人)	喜多方
南会津(4人)	西会津町(2人)	昭和
北塩原村(3人)	柳津町	坂下
磐梯町(3人)	西会津方面	只見
美里町(3人)	下郷町	南会津地域
会津坂下町(2人)	塩川町	若松市以外
旧河東町(2人)	会津若松市以外	
田島(2人)		
檜枝岐村(2人)		
奥会津地方		
北会津		
西会津町		
南会津町		
柳津		
館岩村		
三島町		

26) 今後のグリーン・ツーリズムへの要望

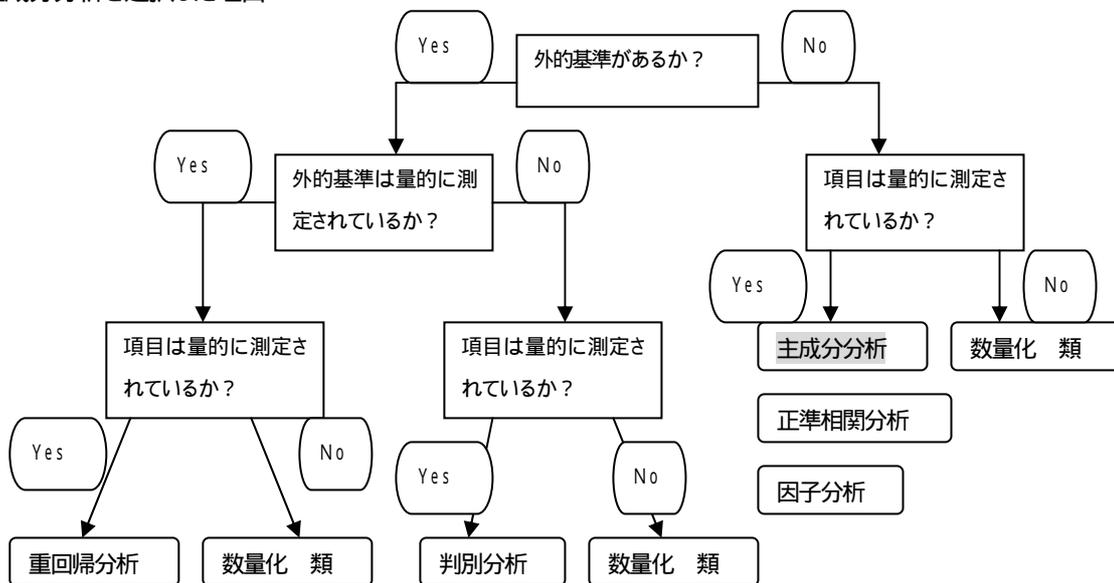
- ・農家民宿を進め、滞在型を目指す。それには農業体験を始めとする魅力ある地域づくり(18人)

- ・1回限りの参加(農業体験等)でなく、通年または季節ごとに来てみたいとなるようなものを(10人)
- ・農業後継者増加に結びつける活動(職のない人に農業の良さを理解してもらい、若い方の育成等)が必要(8人)
- ・農業にこだわらずに森林・漆器・酒などの伝統産業との融合と温泉などを組み合わせた産業ツーリズムや健康ツーリズムなどへの発展(7人)
- ・1~2ヶ月の長期滞在、また農家の手伝いをかねた農業体験のグリーンツーリズム(6人)
- ・特に受け入れ側である農村の所得向上に結びつくものでなければ長続きしない。単に都会の人たちをもてなすだけのものでは、やめた方がよい現在のグリーンツーリズムは都市部の人々が主導なので、農村の人々の思いはどこに行ってしまったのか(5人)
- ・農業、そば打ち・うどん作り体験などが気軽に参加できる活動などの、リピーターが定着するような魅力ある体験型のしくみづくり(4人)
- ・グリーンツーリズムは、一部の人たちの活動になっている。学校や市民に広く呼びかけ多くの参加が必要だと思う。「グリーン・ツーリズム」の言葉の定義を確立し、理解してもらうために広く新聞・テレビとうで告知すべき(4人)
- ・週末に手軽に楽しめる体験プログラムの構築、インストラクターの養成(3人)
- ・都心の人々(サラリーマン家庭等)、農業体験のない人々に、山、農業、自然の素晴らしさや大切さを知ってもらい、意識を変える(3人)
- ・地元の人々が積極的に取り組む意欲、気軽に参加できる仕組み、雰囲気(3人)
- ・若者が地元に戻ってこれるような働きかけや、定住定着を念頭に置いた活動(3人)
- ・会津地域全体を網羅する紹介窓口を設置し、都市部の人を対象にする(3人)
- ・現状は体験農業しかできないので、農業者が、坪単位で年間貸し出しできる様にしてほしい(3人)
- ・農業資源を先代からの遺産としてではなく、次世代からの借り物であると認識することで、常に次世代を意識した活動が必要(3人)
- ・都市部の人たちとの交流活動(特に定年を迎えた人を対象して)(3人)
- ・都市と農村の交流(定着型等)を図る上で、今以上に積極交流を行い、都市部の人々にもっと農業を知ってもらう(2人)
- ・農業および森林とのタイアップ、森林沿い、セラピー、ハイキング(2人)
- ・地域の職につながるもの、都会人に農地と林地を貸し出してその管理を受託するビジネスの確立などのお金になる活動(2人)
- ・農業が日本の食を支えていることを感覚として実感し、守っていこうという意識を持ってもらえるような活動(2人)
- ・都市など、他地域団体との交流・新しい情報の取り入れ(2人)
- ・家族が楽しめる活動(山・河川・農地を活かして)(2人)
- ・交流を通じ都市から農村へ永住できるような体制づくり(2人)
- ・伝統料理づくり、こだわり食材の育成、食農教育(2人)
- ・都会人が身近に感じるような、また郷里のように思える体験を広めたいと思う
- ・市民一人一人が自然文化を知ること
- ・会津の生態系や環境状態の正確なデータ把握により科学的に裏付けのある説明や体験が重要
- ・クラブツーリズム
- ・地方の大切さや意義をもっと理解していただき、尊重してもらいたい
- ・ヨーロッパで発展したグリーンツーリズムが本来の姿であって、現在日本で行われている形はグリーンツーリズムとは言えず、またヨーロッパ型では日本には根付かない
- ・食の安全確保のエコファーマ農家の育成
- ・都市に会津内での植林をお願いする
- ・民宿から宅配サービスやアンテナショップへの展開
- ・里山復活への手助け等の作業助力、未婚及び老人農家への援助の拡大
- ・行政一体の取り組み、特に県組織の対応が必要
- ・生産物の消費拡大につながる活動

- ・雄国山登山をカリキュラムに入れ、会津盆地の景観を楽しむ。そばなどの種をまき、収穫して食べてもらう
- ・ネットワークの確立、集落営農との関わり方
- ・自然と共生できる環境作り
- ・中期的、長期的滞在型で束縛型でない、癒しの場の提供
- ・都市圏への出店

2. 主成分分析

1) 主成分分析を選択した理由



2) 主成分分析とは

主成分分析は、多数の変量の間での相関関係に着目して、これらの変量に共通する要素を抽出するための分析モデルである。

3) 主成分分析の活用

例: 主成分分析とは、ものごとを比較する際に、複数の要素(変数)を個別に見るのはわかりづらいので、ある別の言葉(新たな変数)でまとめて見ていこう、という考え方である。一番わかりやすい例として、「理系」「文系」という言葉について考えてみる。例えば、あるクラスの4人のテストの点が次のようなものだったとする。

	国語	数学	理科	社会	英語
A君	75	68	45	92	87
B君	66	46	55	70	90
C君	53	32	25	40	36
D君	63	91	87	85	71

この表を見ながら、D君は数学が得意だ、A君は社会が得意だ、などと読み取ることができる。4人を比べる見方の一つとして、国語と社会と英語ができる人かどうか、すなわち「文系」かどうかや、逆に「理系」かどうかを基準に見ることができる。4つの評価軸が2本に減って、比較がしやすくなった。このような考え方が、主成分分析である。

図1 主成分分析

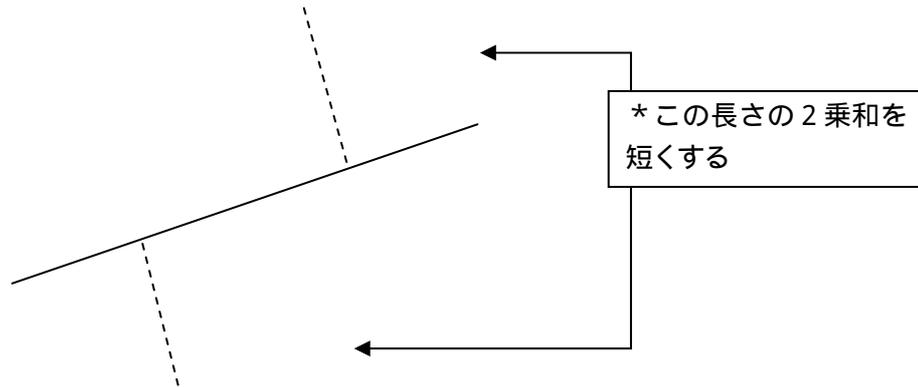
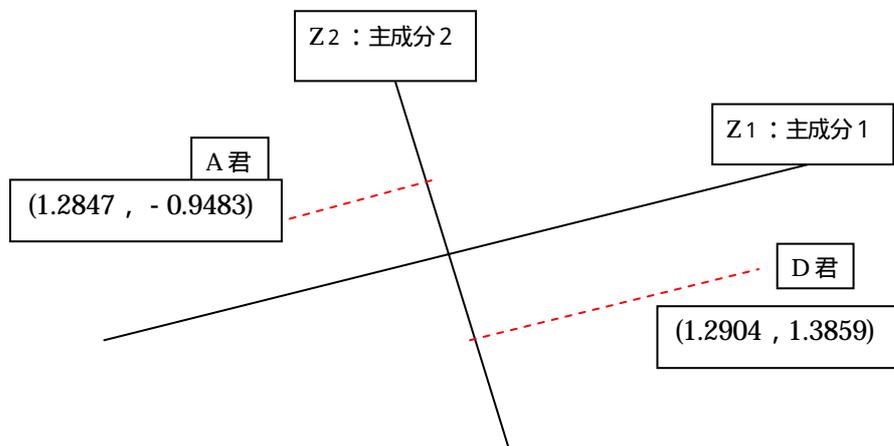
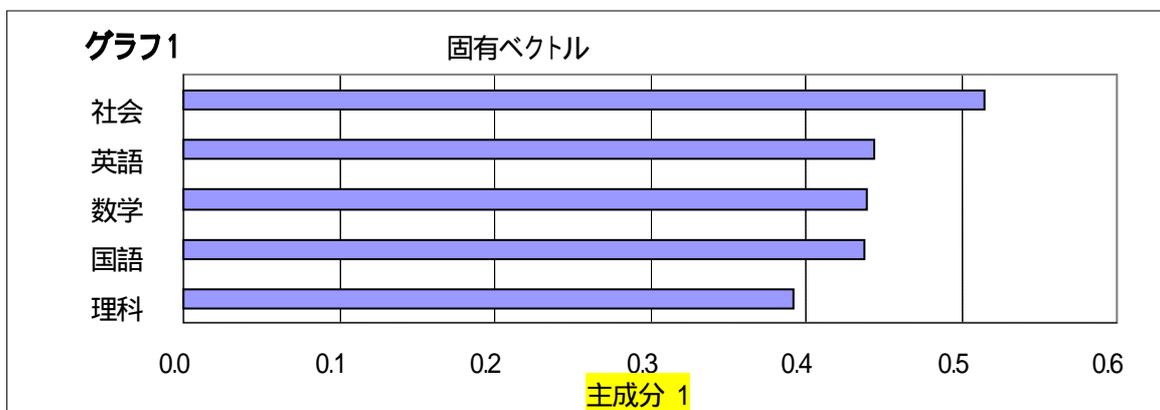
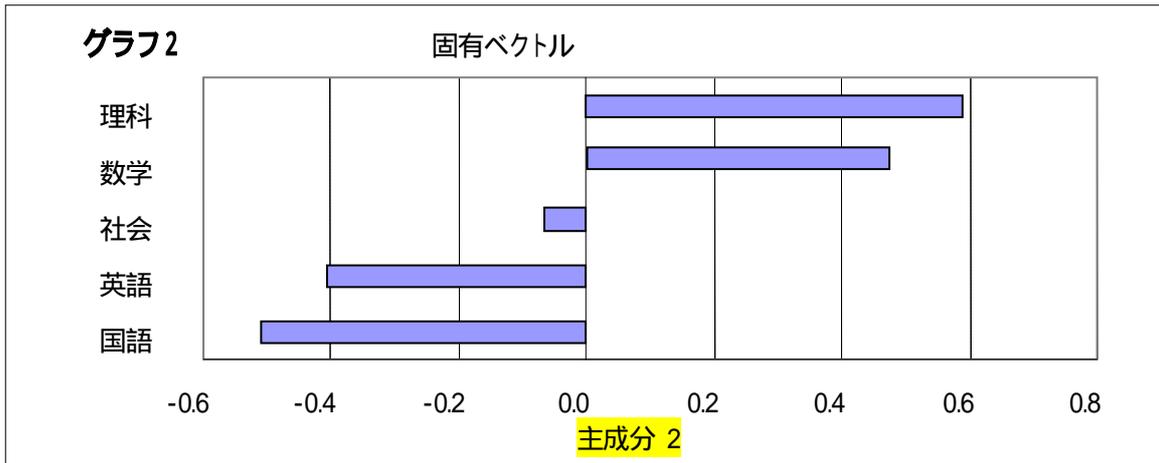


図2 A君とD君の成績評価



固有値				固有ベクトル		
主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)		主成分 1	主成分 2
1	3.67	73.33	73.33	国語	0.4375	-0.5096
2	1.07	21.40	94.73	数学	0.4400	0.4726
				理科	0.3915	0.5888
				社会	0.5146	-0.0677
				英語	0.4438	-0.4071





4) 主な用語の説明

固有値…各主成分の価値をあらわしているものである。値が大きければ大きいほどその主成分には価値があるといえる。固有値が1を超えない主成分は無視してもよい。なお固有値の最大値は、分析に用いた変数の個数である。

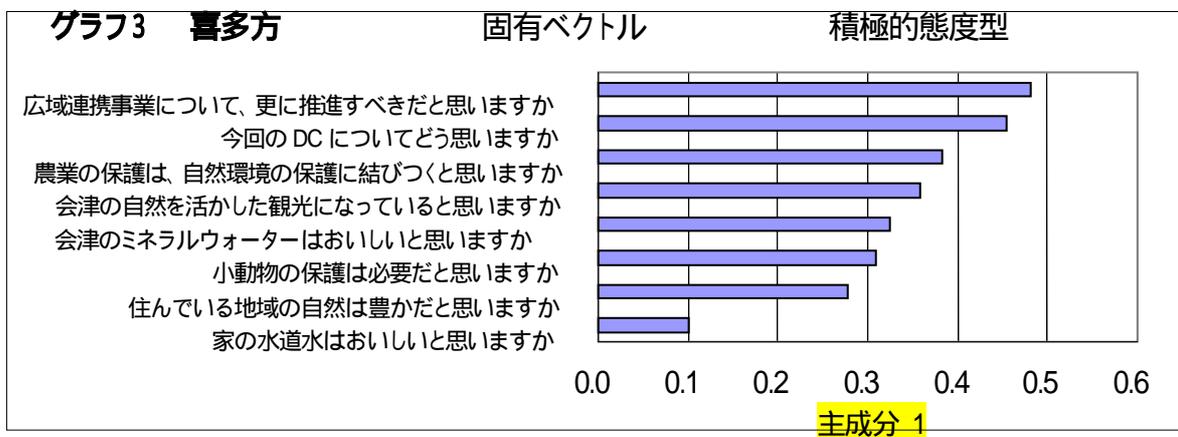
寄与率…「主成分分析の対象となったデータがもっていた情報を、その主成分はどのくらい集約しているのか」を示すものである。

累積寄与率…累積のこと。寄与率を足の合計。

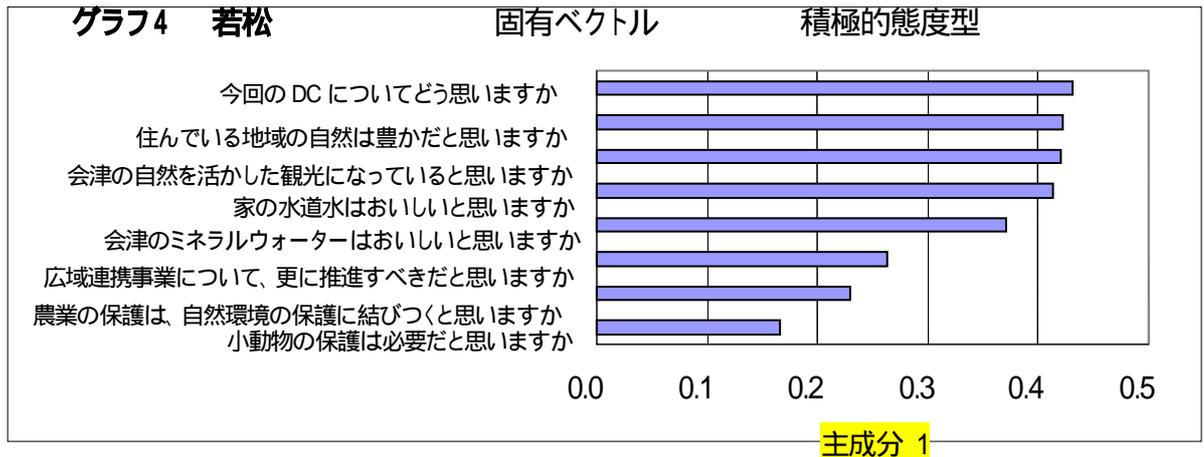
固有ベクトル…各主成分における係数のこと。

5) 8項目における地域別の主成分分析

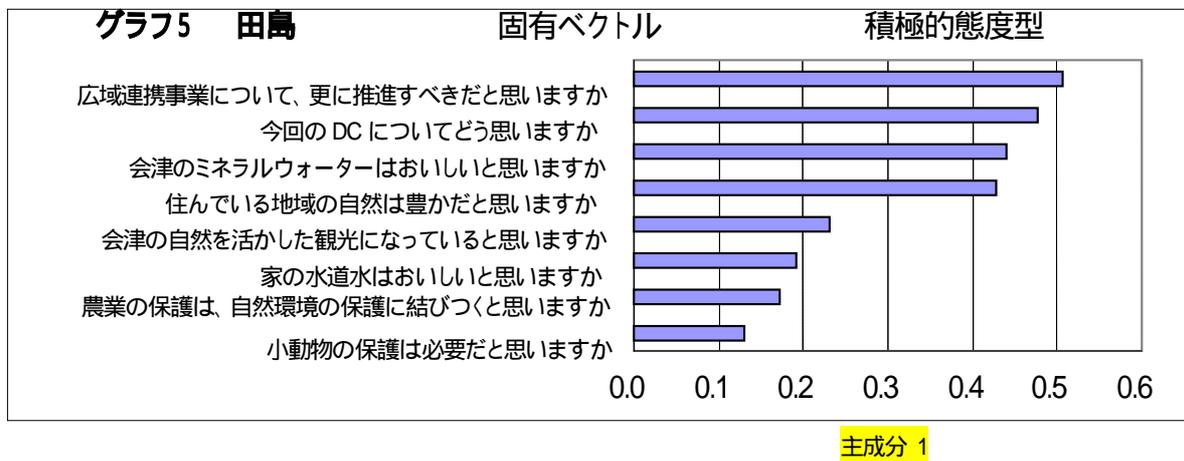
喜多方



若松



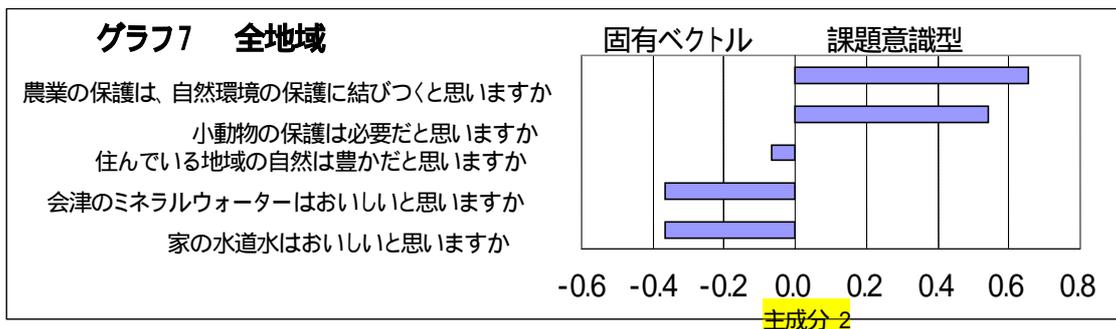
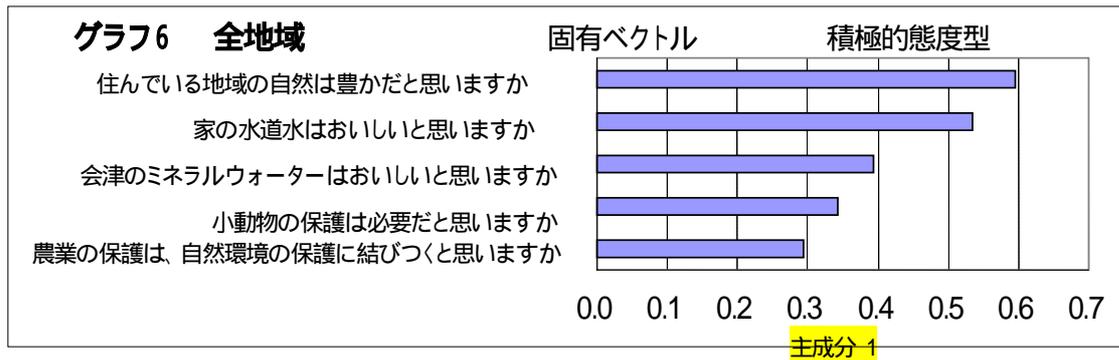
田島



6) 自然に関する5項目における主成分分析

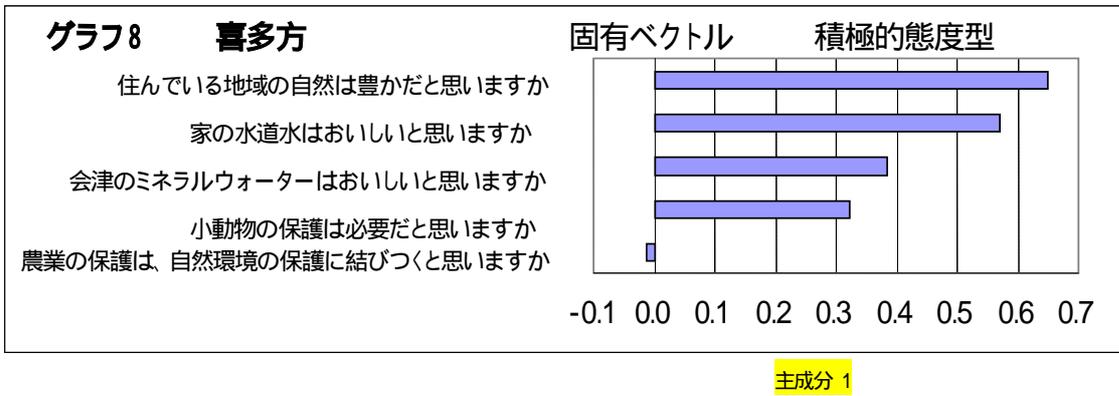
全地域

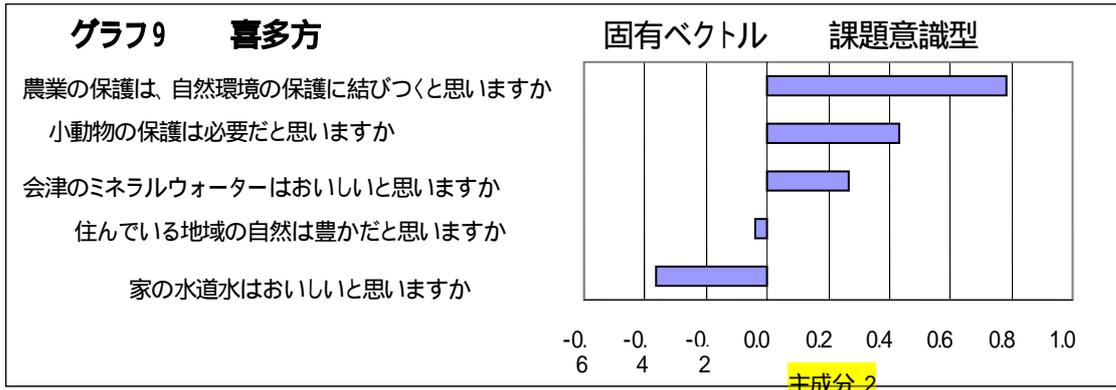
固有値				固有ベクトル	
主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)	主成分 1	主成分 2
1	1.68	33.62	33.62	0.5962	-0.0649
2	1.15	23.03	56.65	0.5344	-0.3667
				0.3942	-0.3666
				0.3426	0.5441
				0.2937	0.6564



喜多方

固有値				固有ベクトル	
主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)	主成分 1	主成分 2
1	1.69	33.80	33.80	0.6502	-0.0380
2	1.28	25.60	59.40	0.5712	-0.3610
				0.3840	0.2679
				0.3215	0.4321
				-0.0139	0.7808

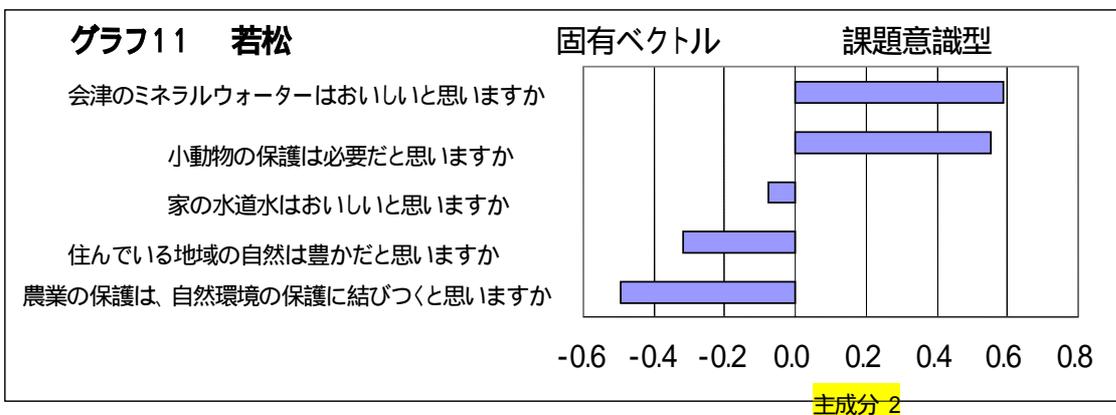
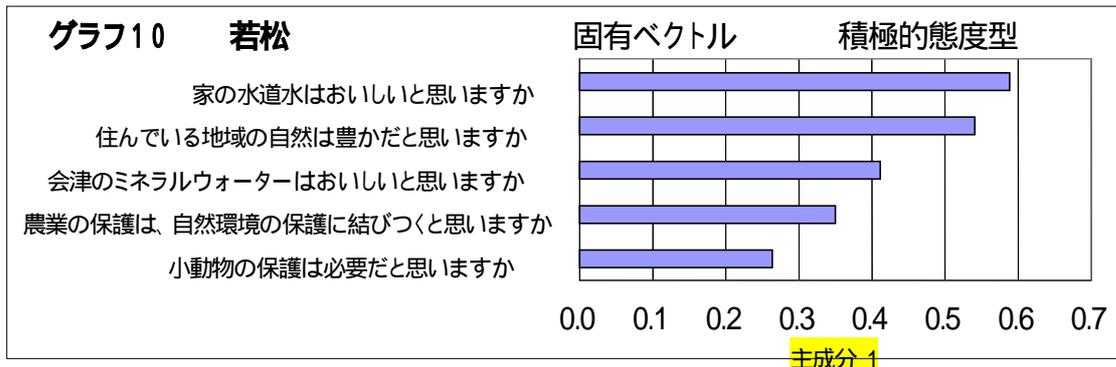




若松

主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)
1	1.72	34.37	34.37
2	1.06	21.26	55.63

	主成分1	主成分2
住んでいる地域の自然は豊かだと思いますか	0.5409	-0.3162
家の水道水はおいしいと思いますか	0.5892	-0.0738
会津のミネラルウォーターはおいしいと思いますか	0.4102	0.5888
小動物の保護は必要だと思いますか	0.2634	0.5523
農業の保護は、自然環境の保護に結びつくと思いますか	0.3501	-0.4927



田島

固有値

主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)
1	1.71	34.18	34.18
2	1.41	28.17	62.35

固有ベクトル

	主成分 1	主成分 2
住んでいる地域の自然は豊かだと思いますか	0.5674	0.3217
家の水道水はおいしいと思いますか	0.1276	0.6547
会津のミネラルウォーターはおいしいと思いますか	-0.0513	0.6192
小動物の保護は必要だと思いますか	0.5367	-0.2177
農業の保護は、自然環境の保護に結びつくと思いますか	0.6092	-0.1928

グラフ12 田島

農業の保護は、自然環境の保護に結びつくと思いますか

住んでいる地域の自然は豊かだと思いますか

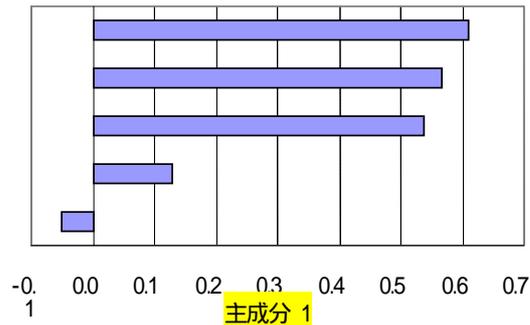
小動物の保護は必要だと思いますか

家の水道水はおいしいと思いますか

会津のミネラルウォーターはおいしいと思いますか

固有ベクトル

積極的態度型



グラフ13 田島

家の水道水はおいしいと思いますか

会津のミネラルウォーターはおいしいと思いますか

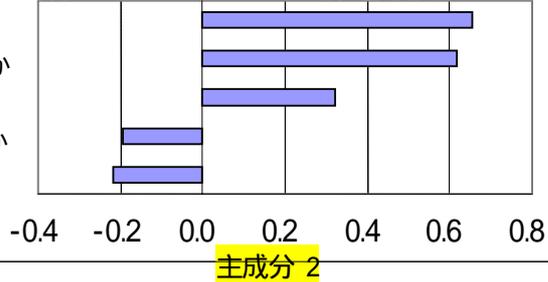
住んでいる地域の自然は豊かだと思いますか

農業の保護は、自然環境の保護に結びつくと思いますか

小動物の保護は必要だと思いますか

固有ベクトル

課題意識型



7) 広域・観光に関する3項目における主成分分析

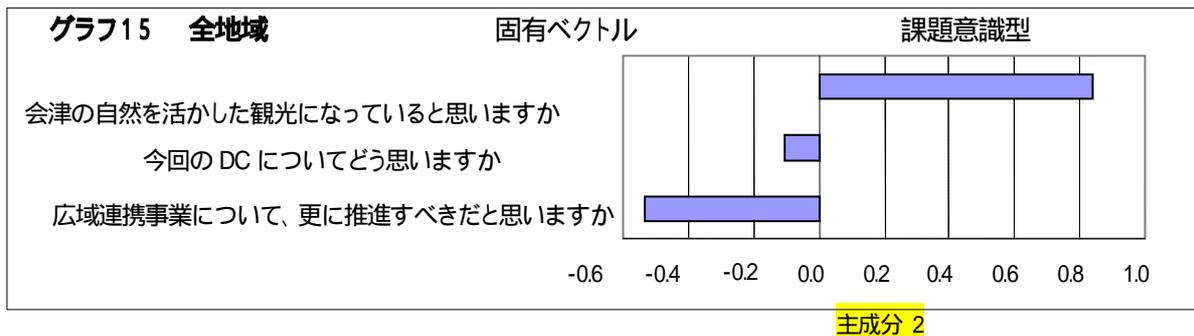
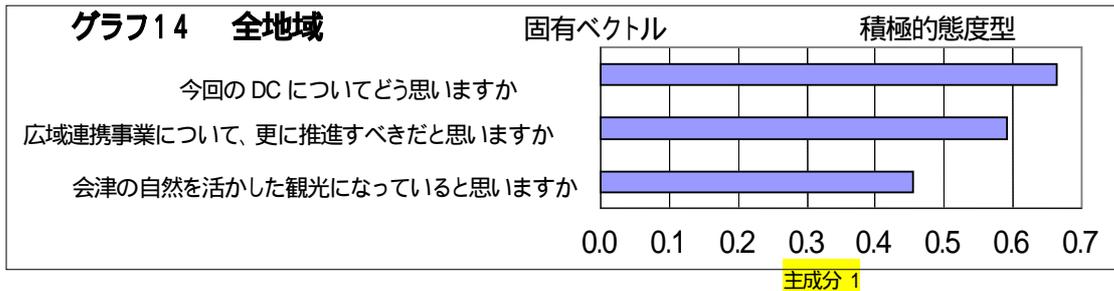
全地域

固有値

主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)
1	1.63	54.17	54.17
2	0.88	29.25	83.42

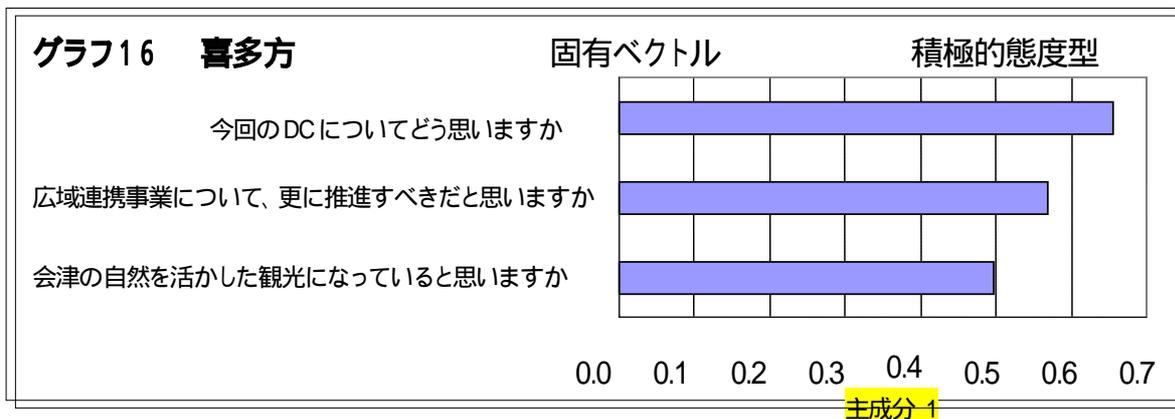
固有ベクトル

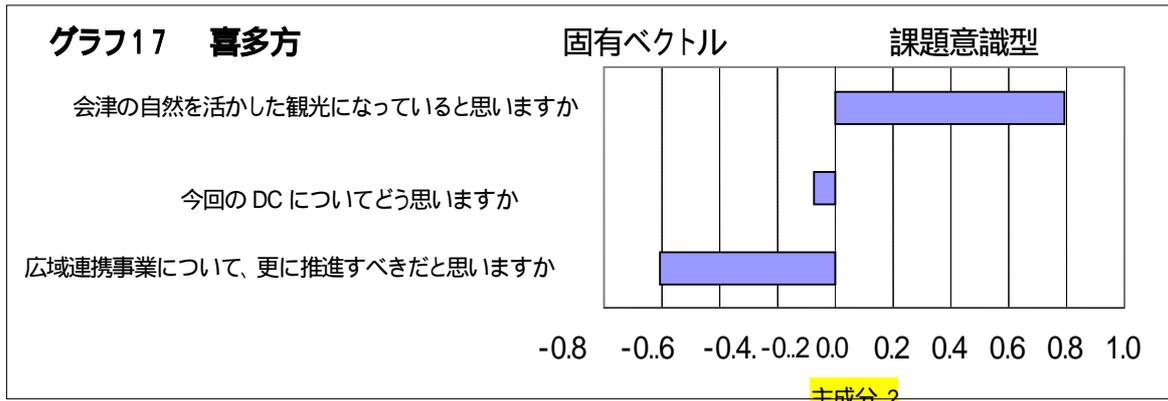
	主成分 1	主成分 2
今回のDCについてどう思いますか	0.6649	-0.1034
広域連携事業について、更に推進すべきだと思いますか	0.5924	-0.5302
会津の自然を活かした観光になっていると思いますか	0.4550	0.8415



喜多方

固有値				固有ベクトル	
主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)	主成分1	主成分2
1	1.64	54.77	54.77	0.6554	-0.0745
2	0.84	28.14	82.91	0.5685	-0.6065

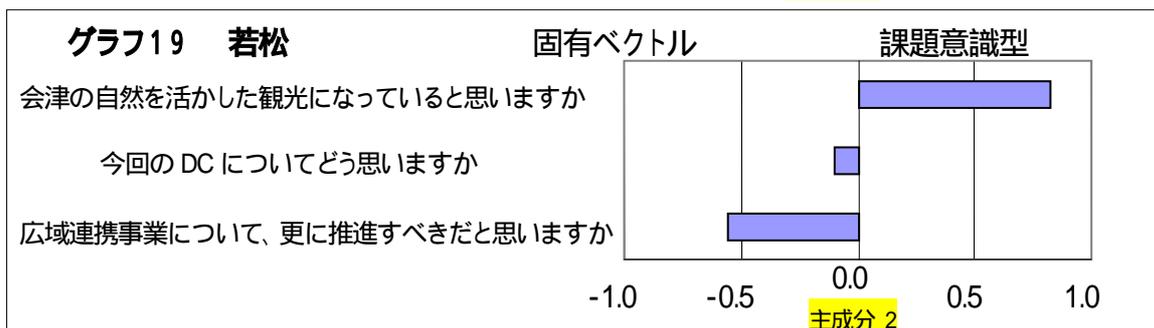
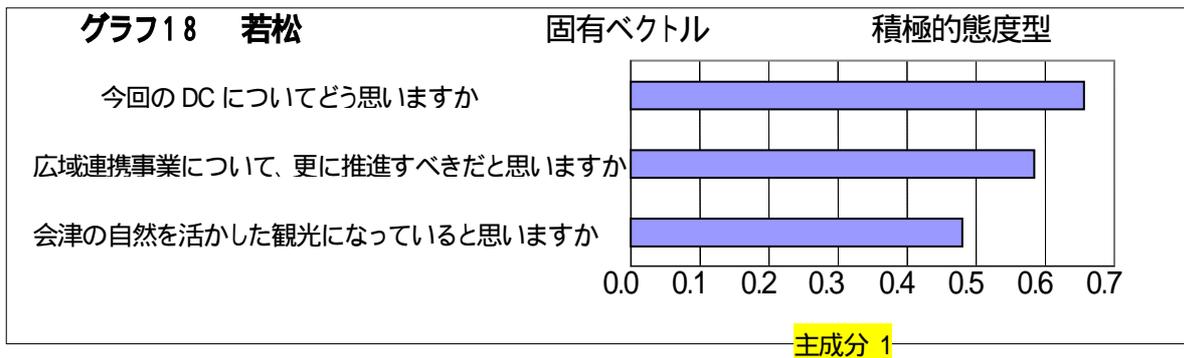




若松

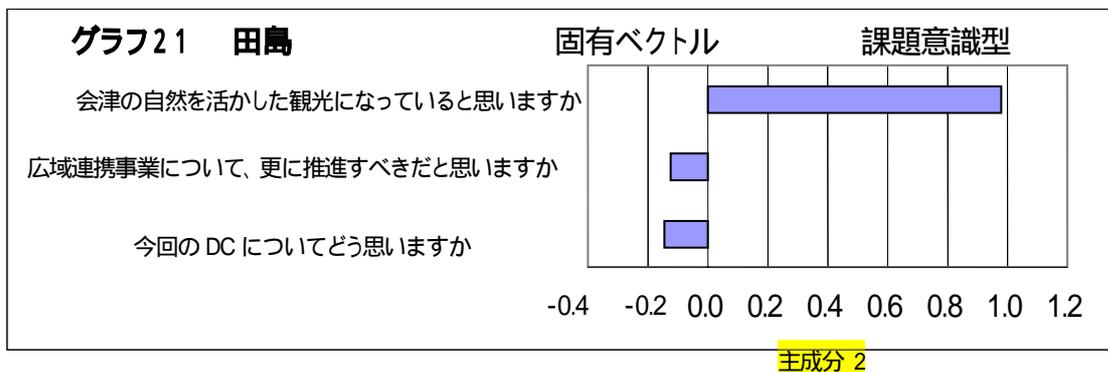
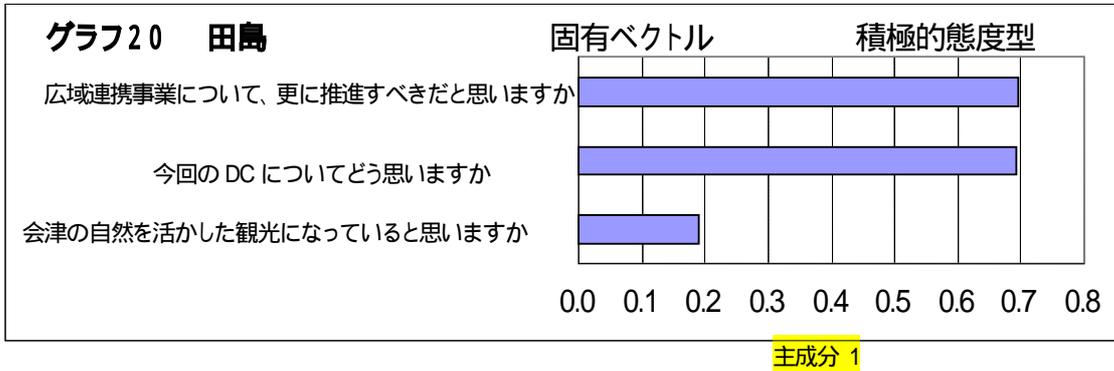
主成分No.	固有値	寄与率(%)	累積(%)
1	1.69	56.39	56.39
2	0.84	27.95	84.34

	主成分 1	主成分 2
今回のDCについてどう思いますか	0.6563	-0.1042
広域連携事業について、更に推進すべきだと思いますか	0.5827	-0.5591
会津の自然を活かした観光になっていると思いますか	0.4793	0.8225



田島

固有値				固有ベクトル		
主成分No	固有値	寄与率(%)	累積(%)		主成分1	主成分2
1	1.56	51.97	51.97	今回のDCについてどう思いますか	0.6932	-0.1464
2	0.98	32.65	84.62	広域連携事業について、更に推進すべきだと思いますか	0.6955	-0.1209
				会津の自然を活かした観光になっていると思いますか	0.1890	0.9818



自然環境に関する質問5項目と、広域連携事業、DCに関する質問3項目について主成分分析を行った結果、自然環境や広域連携事業、DCに対して様々な考えを持った人達がいることがわかった。その中でも、全地域において、自然環境や広域連携に積極的に取り組むべきだという考えの人が一番多かった。しかし一方で、それらについて部分的には賛成であるが、それ以外では否定的であるという意見を持つ人も一定数存在している。それらの意見の組み合わせのパターンは地域ごとに異なっており、それぞれの地域の現状を反映していると考えられる。

自然環境において、ミネラルウォーターは、地域の水として販売されているが、飲む機会の多い地域とそうでない地域の差が極端である。もっと機会を意識的に増やし、まずは地域内で認知されていくことが必要である。

広域連携においては、会津全体のイベントでは、特定地域に偏ることなく、会津地域全体が中心となって取り組んでいく必要がある。また、他県との連携と同時に、地域内の連携が必要である。

第9章 水プロジェクトについての戦略的提案

1. ブランドマーケティング

1) ブランドとはなにか

ブランドは企業と顧客の両方が一緒になって作っていくものである。企業が事業や製品を今後どうしたいのかという戦略やビジョンを背景に、今後顧客にどう思われたいかという目標を設定し、従業員と顧客と一緒に作っていくのである。そのため、企業がブランドを通じて、何を約束するかを明確にする必要がある。さらに、ブランドに対して顧客が期待することを理解し、応え続けることが必要である。その結果企業と顧客との間の長期間に揺るぎない精神的な関係(絆)が創られたものが強いブランドといえる。

2) ブランド価値の本質

ブランド価値は次の4つによって構成され、これらの価値を取り入れたブランド構築が必要である。

基本価値	製品がカテゴリーそのものとして存在するためにはなくてはならない価値である。
便宜価値	消費者が当該製品を便利に楽しく、容易に購買し消費する価値である。
感覚価値	製品サービスの感覚価値とは、製品サービスの購買や消費にあたって、消費者に楽しさを与える価値や、消費者の五感に訴求する価値である。これらは、広告や販促活動とも連動している。
観念価値	意味論や解釈論の世界での製品価値である。

3) 商品ブランドの選択方法

消費者は極めて単純に商品ブランドを選択する。なぜならば、競争ブランドについて価格以外に新たな情報が存在しない限り、過去の満足経験にもとづいて情報処理の簡便化を図る。そのため、ブランド依存型の購買・消費行動を採用するからである。

しかし、日本では、水を買って飲むということは最近になってからの行動であり、過去の満足経験にもとづいて商品ブランドを選択することはできない。そのため、都会向けに水をPRするためには、会津のイメージを売りにして、また会津向けにPRする場合には、郷土を大切にしたい気持ちに響くような宣伝をする必要がある。

2. 水プロジェクトにおけるブランドマーケティング

1) ターゲットの設定(顧客の設定)

都会からの観光客やホテル、旅館、料亭、喫茶店などの飲食店がターゲットの中心となる。

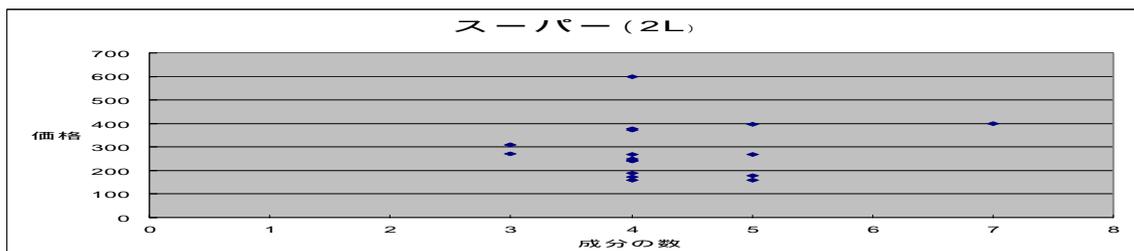
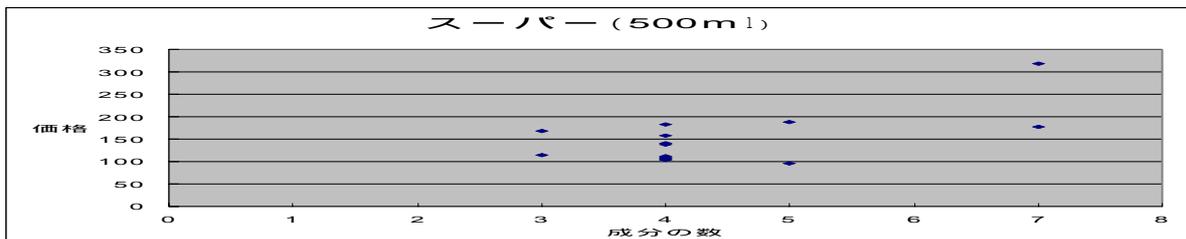
2) ブランド戦略

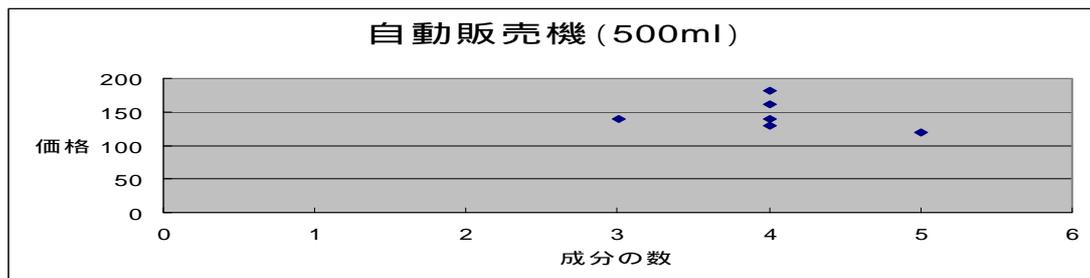
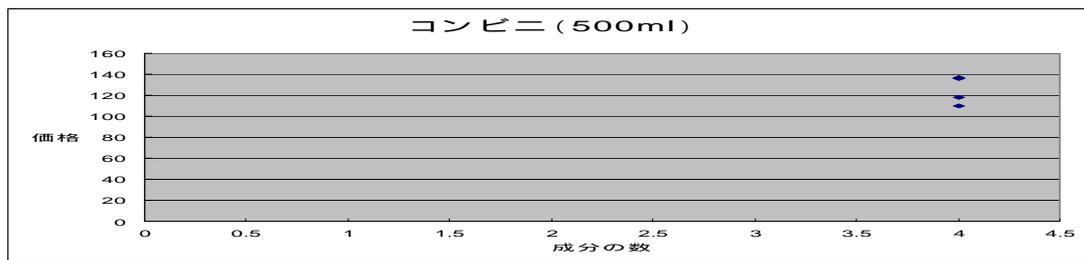
水をブランドとして強めていくには、その地域の特性を出していく必要がある。したがって、水を地域ブランドとして育てていくことが重要である。ブランド力を強めるには、組織統合度を高めていかななくてはならない。例えば、オール会津での地域間連携である。しかし、信頼及びブランドパワーの源泉は、あくまでも商品の品質にあるため、不断の品質向上努力や、PRが不可欠である。

また、地域ブランドとして売り出していくには、地域イメージと商品価値との一致が必要である。つまり、地域イメージの引き上げとブランド価値の向上を同調させることである。したがって、経済的消費としてだけでなく、「地方文化の消費」としても訴求するべきである。

3) 価格戦略

会津若松市で販売されている飲料水の価格と成分





成分の種類: ナトリウム、カルシウム、マグネシウム、カリウム、ヨウ素、リン、セレン、バナジウム、サルフェート 等

私達の調査の結果、価格においては、成分の種類が多さに価格が比例するわけではないことが分かった。消費者は成分の数で水を選ぶわけではなく、安さやおいしさを重視している。また、消費者はある特定の水に馴染んでしまうと、他の種類の水にスイッチしにくいいため、リピーターが多くなる。そのリピーターを確保するためには、できるだけ低価格でおいしい水を販売することが重要である。

4) チャンネル戦略

スーパーでは、ある程度取り扱われているが、自動販売機市場においては、未開拓である。自動販売機に入っているとしても、観光地などの特定の場所に限定される。観光客だけでなく、地元の人にも広く知ってもらうために、自動販売機チャンネルの拡大が必要であると考えます。

5) 販売促進戦略

まずは、地元の水を地元の人々で消費していく必要がある。例えば、会議などの場で用意する機会を多くすれば、自ずと知られていく。また、地元の水の存在を知ることによって地元を誇りを持ち、郷土の自然環境を大切にしたい気持ちが高まるのである。

終章

1. 広域市町村連携予備調査から

各地域の関係機関に聞き取り調査に行った際、DC について熱心な説明を受けた。先頭に立っているリーダーの熱意と組織全体がやる気に満ちているのだと感じる。また、独自のアイデアを出しながら連携に取り組んでいた。広域連携は、意欲のある地域同士でなければ計画倒れに終わり、実行に移すことが難しい。また、各地域が主導権を求めたがる傾向があるため、意欲があるだけでは連携をすることは困難である。現状では、行政主導型の広域連携が中心である。今後の課題は住民レベルの連携も強化するべきである。

2. 宮崎県綾町の事例から

綾町の研究では、小さな田舎町に多数の訪問者が来る理由について研究した。綾町では有機農業や照葉樹林の中にある吊橋が有名である。綾町で栽培されている野菜は、有機農法で作られる。そのため、安全性・美味しさが慣行

栽培¹²とは大きな違い、人気と魅力がある。綾手作りほんものセンターでは、地元の農産物・加工品を販売することによって、地産地消が推進されている。また、綾町で栽培された有機農産物を北九州市の生協を通じて販売し、綾町がその生協組合員を招待するというグリーン・ツーリズムを行っている。これにより、リピーターの維持と販売ルートの拡大が達成されている。グリーン・ツーリズムとは、都市と農村の住民レベルでの連携である。都市住民アメニティに満ちた農村生活を体験することによって、地域住民の自信が深まるという効果がある。

綾町で地産地消に参加する農家や一般市民が多数いることを知り、地域の活性化は少数の力では不可能であることを知った。

3. 環境資源を活かした地域活性化と広域連携についてのアンケートから

環境に問題点があると答えた人が、約70%を超えている。その理由の中で、もっとも多かったのがまちなみ景観の悪さである。まちなみ景観に力を入れ始めたため、道路整備などが行われつつあるが、駅前に通じる中心市街地は整った景観とはいえないだろう。また、まちなみ景観は交通網・道路整備だけではなく、歩行者を大切にすることもなければならない。歩行者に快適な空間を提供しなければ店に立ち寄ることもなく、中心市街地は衰退していつてしまう。歩行者にとっての快適な空間づくりとして、街路樹の充実が挙げられ、調査結果からも重要視されていることがわかった。

会津産のミネラルウォーターに対する認知度では、地元の水ながら知っていると答えた人は半数に満たなかった。また、飲料経験は、そのうちの半数と低い結果になった。地元産のミネラルウォーターは、大手企業を通して製造・流通させるわけではないので、大量生産や大量流通には適さない。そのため、スーパーやコンビニを通しての販売も困難であり、全国展開していくことは難しい。近年、世界各国や、日本各地の有名なミネラルウォーターが様々なところで安価で購入できる。それらの水と競争しながら販売していかなければならない。したがって、地元に来た観光客や地元の住民に多く利用できるように、観光地の自販機やおみやげ店、飲食店、地元自営業店などに協力してもらい、販売していかなければならない。

地下水は、森林から長い歳月をかけて湧き出すものである。ミネラルを豊富に含んだ美味しい水を確保するには、良い自然環境が重要であり、森林を守っていくことが大切である。温暖化防止への植林の必要性を大多数の人が認識していた。実際に植林を担当すべき主体として、行政に期待する意見が多かった。しかしながら、自然環境の保護をするには、そこに住む市民自身、地域団体が中心になって行動していかなければならない。地域住民の積極的な活動が大切であると考えられる。

グリーン・ツーリズムについては、自然環境を実際に体験してもらい、都市と農村との交流をしていきたいという意見が多かった。しかし、農業体験といった一般的な内容を知っている人は多いが、その他の項目についてはあまり知られていない。また、地産地消の推進はグリーン・ツーリズムの推進よりも支持率が高かった。

一方、昨年行われた DC を、会津若松市を中心に行ったためか、その他の地域は認知度が低くなっていた。これら会津以外の市町村は、誘客が不足することが多いので、DC のように広域連携で行う観光スタイルはこれから重要になっていくと考える。

4. 提案

1) 広域連携について

地域によって、広域連携に対する取り組みの度合いや地域資源が異なる。多様な地域資源を活用することで魅力ある地域活性化が可能となる。自然環境についても地域差があり、会津地域の中でも自然環境の現状は異なる。したがって、各地域の独自性ある自然環境を活かすとともに、地域の温度差を乗り越えて、連携を推進していくべきである。

2) 隣接県との広域連携について

地域差を活かした活性化をするために、さらに他地域や隣接県との広域連携を強める必要がある。会津地域だけでは類似した観光資源が競合している。隣接県とは季節感が違い、また自然資源や特産品なども異なる。このように、県境を越えた連携をすることによって、一層広い範囲での地域活性化が可能となる。

¹²化学肥料や農薬を用いる通常の農法での栽培。

3)水モデルの提案について

私たちはこれまで、特に水を意識することはなかった。しかし、改めて調査したことで、私達の地域には素晴らしい豊富な自然資源や水源があるということを再確認した。この水プロジェクトを機会に水の大切さと会津の水をもっと知ってもらいたい。地域産のミネラルウォーターを有効活用すれば、地域経済活性化と内発的発展に繋がる。そのためには、地域内消費と地域外消費に分けて活用方法を考える必要がある。まず、地域内消費の活発化である。地域で生産し、また、消費する地産地消という地域内経済循環の中に組み込むことによって、雇用も増大し関連業界への波及効果が増大する。地域外消費の拡大の可能性は、広域連携のネットワークの活用が有効である。広域連携先としては、隣接県だけでなく、会津と歴史的交流があった地域も含まれる。水も会津の地域力を高めていくためのステップとなる大切な地域資源である。

5. 参考文献・参考資料

参考文献

- (1) 平間久雄 『地域活性化の戦略』 日本地域社会研究所 1999年
 - (2) 保母武彦 『内発的発展論と日本の農山村』 岩波書店 1999年
 - (3) 関満博 他 『市町村合併の時代 / 中山間地域の産業振興』 新評論 2003年
 - (4) 下平尾勲 『地域づくり～発想と政策』 新評論 1995年
 - (5) 矢田俊文 『地域構造論の軌跡と展望』 ミネルヴァ書房 2005年
 - (6) 五十嵐富英 『地域活性化の発想』 学陽書房 1992年
 - (7) 田中栄治 『地域連携の技法』 今井書店 1996年
 - (8) 前田勇 『21世紀の観光学』 学文社 2003年
 - (9) 仲村政文 『地域ルネッサンスとネットワーク』 ミネルヴァ書房 2005年
 - (10) 植田和弘 他 『都市のアメニティとエコロジー』 岩波書店 2005年
 - (11) 宮西悠司 『都市計画』 社団法人日本都市計画学会 2004年
 - (12) 植田和弘 他 『都市のシステムと経営』 岩波書店 2005年
 - (13) 古川彰 他 『観光と環境の社会学』 新曜社 2003年
 - (14) 岡本伸之 『観光学入門』 有斐閣 2002年
 - (15) 社団法人日本観光協会
『新世紀の観光地域づくりの手法』 丸井工文社 2003年
 - (16) 福島県地場産業振興新ビジョン
 - (17) 武内和彦 他 『環境学序説』 岩波書店 2003年
 - (18) 祖田修 『農学原論』 岩波書店 2000年
 - (19) (株)博報堂ブランドコンサルティング 『ブランドマーケティング』
日本能率協会マネジメントセンター 2001年
 - (20) 石井淳蔵 他 『マーケティング入門』 日本経済新聞社 2004年
 - (21) 郷田實 他 『結いの心 子孫に遺す町づくりへの挑戦』 評言社 2005年
 - (22) 東京農工大学「われら共有の農業」編集委員会
『われら共有の農業 持続可能な農業の確立に向けて』 古今書院 2002年
 - (23) 大賀 圭治 『シリーズ 環境学入門 7 食料と農業』 岩波書店 2004年
 - (24) 内田治 他 『アドインによる多変量解析』 東京図書 2003年
 - (25) 菅民郎 『ホントにやさしい多変量統計分析』 現代数学社 1983年
 - (26) 本多正久 『経営のための多変量解析法』 産業能率大学出版部刊 1996年
 - (27) 菅民郎 『多変量解析の実践 上』 現代数学社 1998年
 - (28) 垂水共之 他 『統計解析ハンドブック多変量解析』 共立出版株式会社 1998年
- 参考資料
- (1) <http://www.aizu.com/erousoku/support.html>

- (2) <http://www.jreast.co.jp/>
- (3) <http://www.hk-mayors.gr.jp/news/ment/data/29toshimondai/kichou/kichou.html>
- (4) <http://www.meti.go.jp/>
- (5) <http://www.env.go.jp/>
- (6) http://www.kigyoguide-aizu.jp/hiroda_chiiki/
- (7) <http://www.keiei.gr.jp/hint/himai/himai3.html>
- (8) <http://www.mie-syokokai.or.jp/kouiki/html/renmei.html>
- (9) <http://www.meti.go.jp/hakusho/chusyo/S56/01-02-03.html>
- (10) http://www.pref.fukushima.jp/industry/downloadfile/jiba/shishin_04.pdf
- (11) <http://www.pref.niigata.jp/sougouseisaku/shinsaifukkoushien/fukkou-vison/konwakai/konwakai-2/kai2-3-2.pdf>
- (12) <http://www.toukei.maff.go.jp/shityoson/index.html>
- (13) <http://www.town.aya.miyazaki.jp/ayatown/index.html>
- (14) 綾町プロフィール
- (15) 会津ブランドの施策展開について
- (16) http://www.panmedia.co.jp/koyukai/gaiyou_3/gakubu02.htm
- (17) <http://www.yama.info.waseda.ac.jp/~john/wiki/wiki.cgi?page=%BC%E7%C0%AE%CA%AC%CA%AC%C0%CF>