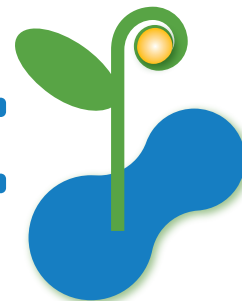


知をつなぎ、地を活かす

東北活性化研



特集 地方創生の取組み ～東北圏各県の光る施策を紹介～



Vol.31
2018 春季号

公益財団法人 東北活性化研究センター

目次

Contents

巻頭言

- ◆「明るく元気ないわき市」を目指して ～魅力あふれる“ひと”“まち”“しごと”の実現～ 2
清水 敏男 いわき市長

特集

- ◆地方創生の取組み ～東北圏各県の光る施策を紹介～ 4

活動紹介

- ◆2017年度 東北圏社会経済白書 36
◆「地方創生における職と住のあり方調査」報告書 44
◆平成29年度 東北活性研フォーラム「『東北 society5.0』を考える」開催報告 48
◆「地域コミュニティ中間支援組織の運営に関する調査研究」について 52
◆「G-Census プレゼンテーション資料作成コンテスト」で最優秀賞を受賞 54

研究ノート

- ◆統計データから見る東北③ー小学校の推移 56
木村 政希 調査研究部 主任研究員

取材ノート

- ◆地域の連携から生まれる生活の足ー山形市の公共交通施策 58
木村 政希 調査研究部 主任研究員
◆五所川原農林高等学校の国際的な森林認証 FSC の取得について 64
佐藤 寛 公益財団法人東北活性化研究センター アドバイザー

会員企業だより

- ◆みやぎ工業会 最近のトピックス 66
竹渕 裕樹 一般社団法人みやぎ工業会 理事長

コラム

- ◆7回目の3.11が過ぎて 68
木村 研一 公益財団法人東北活性化研究センター 常務理事・事務局長

事務局より

- ◆ビジネスチャンス・ナビ2020 ～中小企業の受注機会の拡大を目的としたサイト～ 70
◆平成29年度 第5回理事会 開催 71

「明るく元気ないわき市」を目指して ～魅力あふれる“ひと”“まち”“しごと”の実現～

いわき市長 清水 敏男 氏



東日本大震災から7年の歳月が過ぎました。

当市は、これまで国内外からの多くの支援に支えられ、様々な方々と連携しながら、復旧・復興の歩みを進めてきております。

災害公営住宅については、平成27年度までに1,513戸を整備したほか、津波被災地域における「震災復興土地地区画整理事業」では、本年6月までに全838区画の宅地の引き渡しが完了する見込みとなりました。

また、原子力災害への対応として、除染に伴う除去土壌等につきましては、現場保管施設から仮置場への集約が3年後には全て完了する見込みであり、さらには、仮置場から中間貯蔵施設への今年度の搬出量についても、国から見通しが示されるなど、復興の総仕上げに向けた各種の事業が着実に進ちょくしているところであります。

本年度は、10年間の復興期間の後期5か年である復興・創生期間の3年目に当たりますが、引き続き、復興と創生に全力で取り組んで参ります。

まず、震災からの復興・再生についてであります。津波被災地域の新しいまちづくりとコミュニティの再生を着実に推進し、復興が進むにつれて顕在化する新たな課題にも適切に対応

しながら、震災前にも増して、安全・安心で、快適な生活環境の実現に向けて取り組んで参ります。

具体的には、津波防災公園や震災メモリアル中核拠点施設の整備、さらには新たな防潮堤等を活用した総延長約53kmのサイクリングロードの整備に着手していくこととしております。加えて、被災者の心身のケアや生きがいづくりなどへの取り組みを進めるほか、コミュニティ形成を推進する活動等を積極的に支援して参ります。

また、魅力あふれるいわきの創生に向けましては、まちづくりの様々な分野で活躍する市民の皆様をはじめ、団体、学校、企業など、あらゆる主体と地域課題や思いを共有し、持てる知恵と資源を結集しながら課題の解決と新たな時代の創造に取り組むことが重要であります。

このことから、共に創る「共創」の考えをまちづくりの原動力として、市民の皆様からも市外の方々からも選ばれるまちをつくるため、“ひと”が輝き、“まち”が魅力に溢れ、多様な“しごと”が豊かな生活を支えるまちの実現に取り組むことを基本的な考え方に据え、「いわき新時代」を切り拓き、築き上げ、確かに引き継いでいくための様々な政策課題に全力で取り組んで参

ります。

まず、「“ひと”が輝くまち」の実現に向けては、いわきで生まれ、いわきで学び、いわきで働くことを念頭に、妊娠期から子育て期にわたる切れ目のないサポート体制を構築し、安心して子育てができる環境を目指します。また、多様な教育により、地域への誇りと愛着心を醸成し、将来にわたっていわきで活躍する人財の育成に取り組めます。

次に「魅力あふれる“まち”」の実現に向けては、防犯灯のLED化を進めるほか、深刻化する空き家化への対応、さらには、地域医療の充実など、全ての市民が安全・安心に暮らせるまちづくりを進めるとともに、中山間地域の交通確保などの交通システムの整備に取り組んで参ります。



そして「多様な“しごと”が豊かな生活を支えるまち」の実現に向けては、バッテリー産業、次世代エネルギー産業など、いわきから世界へ発信できる新たな産業の創出と集積を目指します。それに伴い、地元の中小企業の活性化・強化のための支援体制を構築し、市民が生き生きと働き、若者がいわきに戻り働きたくなる仕組みづくりを進めて参ります。

さて、本年は当市で国内外の大規模な会議やイベントが開催されます。5月の第8回太平洋・島サミットを皮切りに、6月には第47回全国林業後継者大会が、8月には第61回オールスター競輪が、そして11月には第10回世界水族館会議が予定されております。国内外から多くの方々が本市を訪れますことから、これまでの御支援に対する感謝の気持ちを伝えるとともに、当市が復興していく姿を全世界に向けて発信していきたいと思ひます。

また、目線を少し先に向けますと、来年は、天皇陛下の退位と新天皇の即位が行われ、「平成」から新元号に改元されることとなるほか、消費税率の引き上げが予定されており、また、再来年には待望の東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されるなど、社会経済状況の目まぐるしい変動が見込まれます。当市が将来に向けて持続的に発展する都市であり続けるためには、時代の潮流をしっかりと見定めるとともに、国内外の動向を的確に捉え、将来を俯瞰した上で、効果的な施策を努力を惜しまず実施することが、なお一層重要になるものと考えております。

今後におきましても、市民の皆様誰もが「住んで良かった、住み続けたい」、市外の方々が「住んでみたい」と思えるまちづくりを進めるため、復興の着実な推進と、「魅力あふれるひと・まち・しごと」の実現に向け、「共創のまちづくり」を推し進めながら、明るく元気ないわき市を目指し、全身全霊をかけて取り組んで参ります。

地方創生の取組み

～東北圏各県の光る施策を紹介～

調査研究部

はじめに

地域の魅力とは何か。それは自らが自らの地を誇りと自信を持って紹介できることにあるのではないだろうか。今回は、県民と地域のため地方創生に努めている各県に取材し、その中でキラリと光る施策を、ご紹介するものである。

1 地方創生戦略

2014年に日本創成会議・人口減少問題検討分科会（座長：増田寛也氏）が発表した日本の地域別将来推計人口に基づく「ストップ少子化・地方元気戦略」提言の中の「消滅可能性都市」の公表は衝撃的で、すぐに安倍内閣の「まち・ひと・しごと創生本部」の設置と地方創生関連法の成立へとつながった。

国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」および東北6県と新潟県の総合戦略の概要は、当センター機関誌の2017新春号等に纏めた通りである。

2017年度は地方創生総合戦略の中間の3年目にあたり、政府が途中経過の報告を行っている。最大の課題である「人口減少」については、減少ペースの若干の緩和はあるものの大勢は変わっていない。むしろ戦後最長をうかがう景気回復局面を背景に、首都圏への人口集中が再び

加速し始めている。

一方、若い世代の田園回帰志向の高まりが、地方の市町村への移住・定住や就職の希望となって現れている。また各自治体の特長を生かした「農林水産品の販売拡大」や「6次産業化」「観光振興による交流人口の拡大」などの施策が奏功しているケースも多く、自治体の活動に息を吹き込んでいる。

「経済活動」と「地方での生活を希求する心理」とは別次元の話ではあるが、人口減少等により惹起される「地方の疲弊」は日本の根っこを弱らせ国が危うくなるほどの問題である。そこで地方の成功事例に目を向ける意義が出てくる。

成功事例の多くの場合、地域の特長・特質を生かした施策内容と手法に拠っている。それが各県の計画・施策に、独自の色を添え光を放つ源泉となっている。

2 東北圏7県の総合戦略の特長

各県の総合戦略は、骨格部分の構成に対し内閣府の「地方版総合戦略策定のための手引き」に基づいており、その要素や構成に大きな違いは出ていない。しかし、各県の状況やそれまでの「基本計画」の内容と歴史的変遷により、重点の置き方や個別施策の内容等には、明確な相違

と特長が出ており、その中にこそ興味深い点が垣間見られる。

これらの詳細は各県の最新の報告や点検結果・解説に譲るが、今回は以下の傾向を指摘しておきたい。

(1) 各県の各種計画との関係

各県ともこれまで「基本計画」を作成してきた経緯があり、「基本計画」の中に「総合戦略」を上手に取込んで重複感を避けながら計画体系を構築している。また、これまではあまり直接的には説明してこなかった「人口対策」が、具体的な「施策」との関連で触れられている例が見られる。

(2) 地域資源の尊重と育成

各県とも地理・歴史・文化・風土・物産など、「地域の特長」を「地域資源」と捉え、大切に育て活用している。

(3) 太平洋岸の「総合戦略」の特長

福島県・宮城県・岩手県の太平洋岸3県は何

よりも「震災復興」が最優先であり、これを優先する形となっている。

(4) 北・南・西の県の特徴

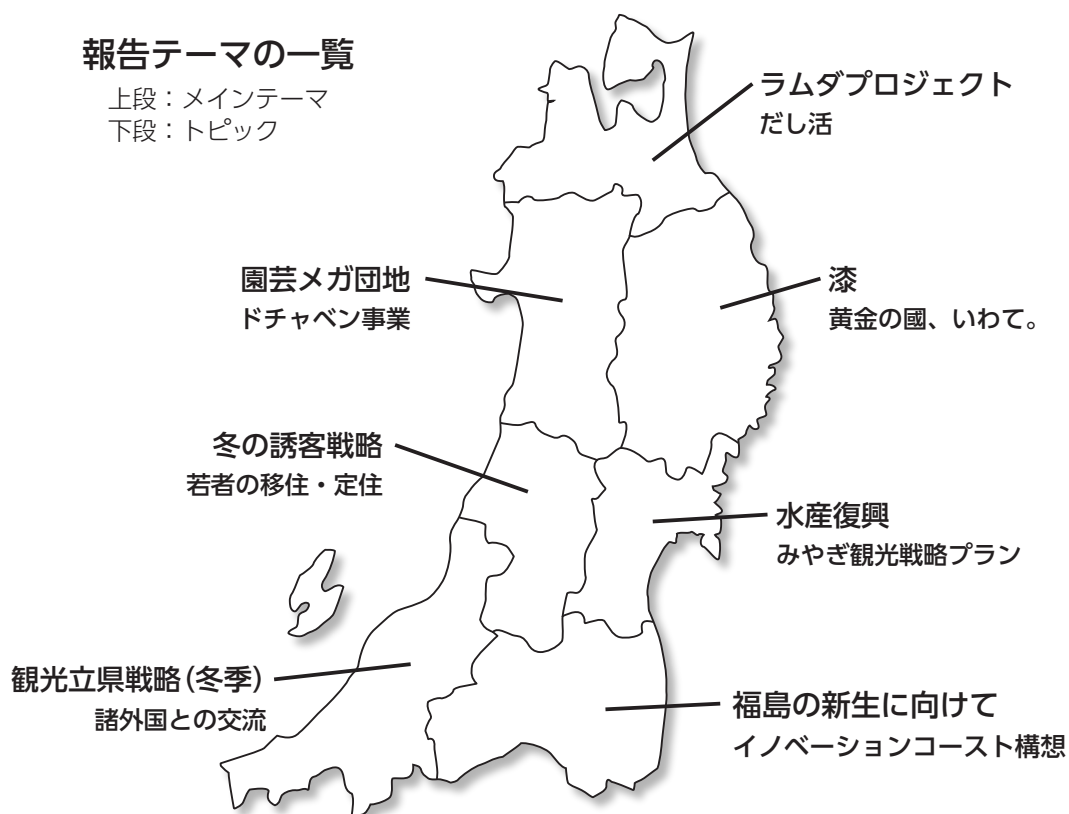
北・南・西に位置する県は、東北圏外との連携を志向する度合いが大きいように思われる。

①青森県：北海道との連携（特に道南との連携・北海道新幹線開業後の動向）②福島県：関東圏との連携（特に関東からの誘客・北関東との連携（FIT 構想））③新潟県：首都圏・関西圏・北陸・日本海沿岸との連携 など

これらの連携は、東北圏全体への良い波及効果を及ぼしてきたし、今後も地域全体へ好影響をもたらすと期待される。

3 各県の光る施策の紹介

ここで、各県の特長ある施策や魅力ある取り組みを、具体的にメインテーマとトピックで一つずつ紹介することとしたい。



津軽海峡は連携の海 ～津軽海峡交流圏の形成に向けて～

青森県

はじめに

青森県は2014～2018年度を計画期間とする「青森県基本計画・未来を変える挑戦」を2013年12月に策定し、「強みをとことん、課題をチャンスに」を基本コンセプトに、知事が先頭になって取組んできた。特に「地域で経済を回す」視点を重視し、「攻めの農林水産業」を始めとして地域資源を活用した新たな産業の創出、創業・起業の推進や交流人口の拡大などにより、多様な雇用の場づくりに取組むとともに、県出身大学生や高校生など、若者に対する青森県の「しごと」や「暮らし」の情報発信、UIJターンの促進、子どもを産み育てやすい環境づくりなどに力を入れてきたところである。

2015年8月に策定した「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」は、上記基本計画の人口減少対策に係るアクションプランと位置づけられており、社会減対策の1つとして、「戦略的な青森ならではのツーリズムの推進」による交流人口の拡大を掲げている。

「観光」「交流人口の拡大」に関し、青森県は「立体観光の推進」を掲げ、航空機・軌道(JRの新幹線・在来線や私鉄・三セク)・船・バス等の多様な交通手段を活用して、津軽海峡を障壁と捉えずに移動自体を楽しむ観光資源として、周遊観光をプロモートしてきた。これまでの取組みにより、2017年の外国人延べ宿泊数が初めて東北1位となるなど、成果が具体的な数字になって現れてきている。

今回は「交流人口の拡大」に向けた大変ユニークな取組として、道南地域と青森県を一つの圏域として「交流」、「観光」、「経済」の面から津軽海峡交流圏の形成を目指す「λ(ラムダ)プロジェクト」を紹介する

1 λ(ラムダ)プロジェクト

1.1 λ(ラムダ)プロジェクトの目的

λ(ラムダ)プロジェクトは、津軽海峡を挟んだ青森県と北海道道南地域の圏域内外の交流を盛んにし、経済発展につなげようという取組みのこと。λ(ラムダ)というギリシャ文字は漢字の「入」という字に似ているが、新函館北斗駅から新青森駅を通り八戸駅へ抜ける新幹線ルートと新青森駅から弘前駅へ向かう奥羽本線ルートの2本の線路に見立てたことに由来している。2016年3月の北海道新幹線新青森～新函館北斗駅の開業を期に、青森県と道南の交流を促進しようと2013年3月にスタートした。

新幹線開業後も交流拡大の活動を継続しようと青森県側からの働きかけを契機に盛り上がり、道南との交流が拡大している。交流分野は、観光・経済・医療・教育・文化などで、ほとんど制限を設けていないが、実際の活動は観光・交通・イベントが主となっている。こう言うと行政主体のお堅いイメージが浮かぶが実際はそうではなく、かなり自由な運営で自主的で活発な

活動が自然発生的に生まれるよう工夫が凝らされていると見える。

1.2 津軽海峡交流圏ラムダ作戦会議

というのも、λ(ラムダ)プロジェクトにはアイデアを出したり議論したりする会議はあるが、厳密に管理したり統制したりすることはない。会議は「津軽海峡交流圏ラムダ作戦会議」と称する。現在の委員は25名・アドバイザー3名で、三村知事の委嘱を受けてはいるが、委員の「掟」は以下の通りで窮屈さはない。①津軽海峡交流圏を元気にしたい熱い思いがある ②前向きである ③面白いことが好きである ④自ら汗をかく ⑤交流圏形成の頭脳であるというもの。大変楽しそうで自由に意見を言い行動に移している姿が目に見える。

弘前バル街でのどこでもユキちゃん&マギュロウ



マギュロウは2017年度県内外に約60回出動・海外デビューも近い

1.3 ラムダ作戦会議委員等からの提案

ラムダ作戦会議は、2016年度までで92の提案を行い、2017年度にはさらに11を上乗せした。提案した委員自らが汗をかき実現しているものも多い。これだけ多いとなかなか全体像は分らないが、大きな成果が上がっている、ほんの一部を以下に紹介してみる。

- ・津軽海峡マグロ女子会による「マグ女の青函博覧会」など

マグロ女子会の面々が青森と道南の魅力を楽しむプログラムを企画・実施するというもの(女性の30代の就業率が下がるM字カーブが青森県は緩い。青森県には女性が活躍する素地があるのだろう)

- ・江差町・佐井村・五所川原市の伝統芸能の交流

- ・サイクリングツアーによる誘客

台湾や航空便のある国内都市のサイクル団体を招いて津軽周遊ツアーを造成するもの

- ・函青(感性)を活かした海峡ブランド商品づくり

- ・青森ひばのブランド化と販売促進各種

- ・津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド

- ・台湾を主軸とした下北インバウンド促進事業(行政枠)

- ・世界遺産になる前に「北海道・北東北縄文遺跡群」の観光コースをつくろう(2017提案)

2 ラムダプロジェクトの大きな成果

ラムダプロジェクトの成果の多くは数量では把握していないしできないと思うが、成果を挙げていると確信できる理由は、活動に参加した人達の実感によるものである。例えば、北海道新幹線開業以降は減ると予想していたフェリー(青森～函館、大間～函館)の乗客の増加は、うれしい誤算であった。何にも増して両地域の親近感が強まり協力の活動が蓄積され、津軽海峡交流圏が一体であるという意識が醸成されているのが心強い。

3 今後の課題と方向性

今の成果は一朝一夕に成ったものではない。青函インターブロック交流圏計画は青函トンネル開通後の1989年に成立し、青函圏交流・連携推進協議会へと移行し、北海道61団体・青森県71団体 計132の会員団体が加入している。長い歴史の上に立っているのである。

しかし、全てに成果が出ているわけではない。津軽鉄道や弘南鉄道は客数が伸び悩んでいるし、蟹田～脇野沢のフェリーと青森～佐井の旅客船は乗客が減っており厳しい。函館を訪れた観光客は2016年度に前年比+13.3%と大きく伸びた後、2017年度上期は前年同期比▲7.7%となり¹、2016年3月開業の北海道新幹線の誘客効果は少し落ち着き始めたと見える。

道南に観光客が流れる可能性が指摘されていたが、対岸の青森県側も健闘している。特に外国人の周遊などでは青森県に好影響が出ている。地域が繋がるように全ての活動分野も関連しているから、観光は言うに及ばず物流と商売全般で道南と青森の関係が深まっている。長期的視点で足元の活動を持続して、協力・連携することが鍵となる。

津軽海峡交流圏は、新石器の時代から北日本の交流の大舞台であった。縄文遺跡の分布域が、正に世界史的な意味を持つ交流圏を形成しているので、世界の人々を呼び込むにもふさわしい。岩木山や下北のジオパークは内外の人の目を喜ばし、八甲田の温泉は安らぎを与える。「りんごと言えば青森」と言われ、特に東南アジアで

のブランドは確立している。シードルの生産や弘前のりんごを使ったワインと函館ワインのコラボも予定されていると聞く。

青森県の立体観光のコンセプトは画期的なので、交通機関を繋ぐように多様な地域の財産を繋いでいけば、津軽海峡交流は立体観光の主軸の役割を果たすことになると思う。2015年度青森港へのクルーズ船の寄港は過去最高の21件東北1位で²、青森港埠頭の改修も行っている。立体観光は厚みを増すことになろう。

今は首都圏が主だが誘客の働きかけの対象は中京地区以西にも広がる。さらに長期的視野に立てば、北海道と一緒にロシアや環日本海地域や国々との交流が視野に入ってくるだろう。

津軽海峡交流圏はあらゆる資源の宝庫である。宝を掘り起すλ(ラムダ)プロジェクトのさらなる貢献を期待したい。

1 2017年度上期 来函観光入込客数推計 函館市観光部観光企画課

2 国土交通省資料 東北地方港湾におけるクルーズ船寄港実績

(トピック)「だし活」の取り組み

青森県の食塩摂取量の平均値¹は男性11.3g/日、女性9.7g/日と、国の目標量²のいずれも約1.4倍の量となっている。青森県では、生活習慣から来る循環器疾患(心疾患、脳血管疾患)が全死亡数の24%を占めている³。その要因は、動脈硬化に繋がる高血圧であり、過剰な塩分の摂取量が一因であることから、減塩を心かけた食生活の改善、特に子供の頃からの塩分を控えた食習慣が求められている。

青森県はこの課題の克服に向けて、2014年度から、減塩対策として「だし活」に取り組んでいる。これは、単に減塩の啓発、指導による押し付けではなく、積極的に減塩の食事を取り入れる料理法として、「だし」の活用を提案するものである。「だし」は、食べて美味しいと感じる「うま味」と「香り」が溶け出た料理の基本となるもので、減塩を進める上で重要な役割を担っている。

具体的には、青森県内の農林水産物を主原料とするだし商品を事業者等とともに開発し、「できるだし」として県内スーパー・大型小売店の減塩普及活動と共に販売(11商品)しているほか、学校給食用(9商品)にも供し、県内のだし活用を着実に進めている。一方では、「だし活伝道師」を育成し各家庭、飲食店、学校給食等に「だし」活用レシピの提案を行っている。「できるだし」の開発販売は、県産の野菜、煮干し、焼き干し、さめ、ホタテなどを活用することから、

農林水産業の高付加価値化、所得の向上も期待できる活動になっている。

「だし活」のPRは、歌やダンスによるパフォーマンスが県内各地で行われるほか、DVDによるPRなどにより、家庭や子供達への浸透が図られており、市町村の健康寿命延伸の取り組みや、大学の研究活動にも取り入れられるなど、着実に活動が拡大している。また、全国的にも、農林水産省や厚生労働省のアワードや、国立循環器病研究センターの賞も受賞するなど高い評価を得ている。

県内では、「だし活」を中心に産学官の人的ネットワーク体制が出来ており、今後、中食である惣菜への減塩に取り組むことで、家庭内での「無意識の減塩」環境づくりにつながる活動を、大学との連携により科学的根拠に基づき進めることとしている。

「だし活」は、より美味しい豊かな食事の提案であり、県民の健康志向につながり、県産の豊富な農林水産品の活用拡大を併せて図る、青森県の「おいしい」取り組みとなっている。

子どもにも「だし活で減塩」をダンスPRする三村知事



1 「平成28年国民健康・栄養調査結果の概要」

2 「日本人の食事摂取基準(2015)策定検討会」報告

3 「平成28年青森県人口動態統計(確定数)の概要」

漆の伝統を絶やさず新たな展開 ～縄文時代から続く歴史的な文化遺産を守り育てるために～ 岩手県

はじめに

岩手県は2009年度から2018年度の10年間に期間とした「いわて県民計画」を基本計画とし、2015年10月に制定した「岩手ふるさと振興総合戦略」（計画期間は2015～2019年度）はその中に含まれるという構成をとる。これとは別に「岩手県東日本大震災津波復興計画」を2011年8月に制定しているが、「県民計画」第3期アクションプランも「復興計画」も2018年度が最終年度となっており、以降は一本化されることとなる。現在「岩手県総合計画審議会」で新たな「県民計画」策定のための審議を行っている。

岩手県が「震災復興」を最優先に取り組んでいるのは他の東北の太平洋岸2県と同様であるが、復興計画第3期の「将来に向かって持続可能な新しい三陸の創造に向けた展開」の仕上げるの時期となっている。

漆産業の振興は、「県民計画」第3期アクションプランの政策項目 No.4「地場産業の振興」の中で重要な位置を占める。山の環境・林業・漆掻き・伝統工芸の継承と職人の確保・文化財保護・地元雇用・UIJ ターン（地域おこし協力隊含む）・観光への寄与・製造販売輸出など、地域の活性化に対し極めて幅広い好循環をもたらすであろう「漆」について、今回ご紹介する。

1 文化庁の通達と課題

2015年2月文化庁は各都道府県教育委員会に対し、国宝や重要文化財の建造物を修繕する場合、原則として国産の漆を使用するよう通知した。粗悪な輸入漆の使用が原因で、数年で漆が剥げる支障をきたしたからだという。既に日光東照宮では10年程前から国産漆に切り替えている。しかし高品質な国産漆を増産するのは大変な困難を伴う。

国産漆の生産量は、2009年に約1.9t あったものが2016年に約1.2t に減少している¹（このうち岩手県は2016年で約75%を生産）。長く安価（約1/5）な外国産漆に押され生産量が減り続け、2013・2014年には生産調整を余儀なくされていた。そのような中での国産漆を使用するようにとの通達だったので、既に在庫は底をついている状況であった。文化庁の試算では文化財修復だけで年平均で約2.2t 必要であり、量が全く足りないのである。

これに対して増産は容易ではない。苗木の生産が容易でない上に、苗木から使える木に育てるまでに10年～15年かかる。加えて、漆掻き職人は高齢で人数が足りない（かつては200人以上いた漆掻きは今26人で半数が60歳以上）し、漆にかぶれる心配があり、漆掻き職人を目指す人が少ない。漆を掻く技術を習得するにも

1 林野庁 特用林産物の生産動向について

時間はかかり、年に半年の季節労働で実入りが少なく後継者難なのだ。そして漆畑の荒廃が予想以上に進んでおり、適当な漆の本数自体が少ないことも明らかになっている。

浄法寺塗



2 漆の魅力

漆器は英語の普通名詞になっているようで、辞書によっては japan = 漆器として載っている。日本の漆器の美しさに魅せられたヨーロッパ人が「漆器は日本を代表する」という意味合いで japan と言い慣わしたのだろう。

「漆」の魅力は色あせていない。実際、漆掻きになりたい・漆器職人になりたいという若い人が出てきているのだ。

例えば、①地域おこし協力隊制度を利用して漆掻き職人になろうとする人が、2016年度3名・2017年度にも2名応募してきた ②安代漆工技術研究センターには塗師(ぬし)育成コースがあり2016年までで64名を育てた ③二戸市浄法寺にある滴正舎では市の非常勤職員として塗師4名が製作に従事している ④漆だけではなく木地も重要で岩手県洋野町で木地師の養成を開始したこと などである。

3 多くの困難・越えるべきハードル

それでもまだまだ問題が多いのは事実である。若い人達の情熱に任せきりにしたり昔からの職人さんに苦勞を負わせたままでは立ち行かなくなる。現場任せではなく、是非関係機関と関係者が、現場の意を汲んで、さらなるサポートの手を差し伸べる必要があると思われる。

これまで述べた課題に加えて、①漆の種は直播では発芽しないので、特殊な処理をした後に植えないと実生の苗ができない。漆の苗木職人は現在岩手に1名しかいない ②これまでも漆のブームはあったが短期に終わって増産努力と意欲が持続しなかった ③漆掻き職人のオフシーズンの仕事をどう確保するか ④特に若い地域おこし協力隊の人たちの任期明けの後の生活が立ち行くために何が必要か ⑤国産漆の取合いになって高品質の漆の品不足と値上がりも気になるし、漆の品質の低下も同様 である。

これらは個人の力と一企業・組織の力では如何ともしがたい面もあるので、さらにある程度の公的な援助があってもよいのではないかと考える。

4 漆の波及効果

以上、様々な幅広い問題があるが、それは「漆産業」の裾野が広いことの反映でもある。関係者が長期的な視野を持って手を携え、漆産業の振興に努めて行けば道は開けると思う。

試みに「漆の波及効果の行く先」を挙げれば、産業的な成功は言うに及ばず、①林業の振興になる ②漆掻き・塗師・木地師等という伝統ある仕事を守ることになる ③日本の文化財と伝統工芸を守れるし ④若い人達を初めとして生

きがある雇用を提供し ⑤山の環境にも良く
⑥歴史教育の一環になり ⑦観光への好循環も
ある など、である。

何にも増して、漆は歴史に裏打ちされた美し
さを持つ「本物」である。昔のヨーロッパ人を
魅了したように、世界の本物を愛する人・見る
目を持った人が漆器の価値を再発見することに
繋がるかもしれない。

5 今後の発展に向けて

最近の動きを踏まえて、少しアイデアを出
してみよう。

NHK などの文化番組で漆が取り上げられる
ことが多くなり、日光東照宮の塗師のドキュメ
ンタリーも放送された。それ以前に中尊寺が世
界遺産に指定されたことで、漆への関心が大き
く高まった。

また最新の調査によると、世界最古級と言わ
れる土器の他、縄文時代には、集落の周辺に漆
畑が営まれ漆製品の製造が始まっていたよう
で、杭として使われた丸太に漆掻きの痕が残っ
ているそうだ。縄文時代からの漆にまつわる壮
大な物語さえ描けるように思う。

この素材を利用して、短期的な動向に流され
ない地に足のついた長期的な対策が望まれる。

- ・多くの分野での行政の協働

文化庁・農林水産省・林野庁・総務省・経済産
業省、県・市町村と教育委員会等の間の調整

- ・先に言及した漆掻き職人・木地職人・塗師と
生産組合が、過度の経済的な変動に巻き込ま
れないための配慮や制度

- ・後継者を維持するための地元の子どもたちへ
の地域文化の教育

- ・そしてこれらの施策の背景に、伝統文化とそ

れを維持する人々の尊重

- ・漆文化を引継いできた産地間(特に東北の産
地間)の連携 も必要になると思われる。

「漆」製品は、「いわてまるごと売込み推進」
の重要品目ともなっている。

また、JAL と浄法寺漆産業(株)で共同開発した
製品が JAL グループの機内誌 SKYWARD で
紹介され販売が開始された。ガラスや金属に漆
を乗せたグラスが人気を集め、国内外のデザイ
ナーや販売会社からの引合いも多くなっている
と聞く。

漆製品は、ヨーロッパはもとよりアジアの中
でも人気が高い(台湾や沖縄に本格的な漆器産
業を根付かせる手助けをしたのは日本人で東北
出身の人々も大いに活躍したとのこと)。昔の
ように日本を代表する品目の一つになるかも知
れない。

国産漆の75%が岩手県産(特に浄法寺地区)
である。岩手の役割は大きく、可能性が広がっ
ている。

漆の林



(トピック)

統一イメージ「黄金の國、いわて。」による对外情報発信

岩手県では、「黄金の國、いわて。」を国内外での売込み活動において県全体を象徴する所謂「コーポレートブランド」として活用している。県が行う様々な活動のキャッチコピーと併用することで、岩手県の統一イメージを確保しながら個々の事業を効果的にPRするものである。

黄金は豊かさの象徴、そして変わらぬ価値、信頼の象徴であり、「黄金の國、いわて。」は、平泉をはじめとする岩手の誇る歴史や文化、素晴らしい自然、高品質で安全・安心な農林水産物、各地で伝承される伝統芸能や伝統工芸、実直で勤勉な人材など岩手全体の豊かさと信頼を表現している。

この「黄金の國、いわて。」は、2007年度に県外向け情報発信キャッチコピーとして採用され、2015年度に対外的売込み活動を部局横断的に推進するため「いわてまるごと売込み推進本部」を設置した際、統一イメージとして決定し、県産品の販路拡大や観光客の誘客拡大、企業誘致、定住交流の促進等あらゆる機会に使用してきた。

具体的には、県が各種プロモーション活動をする際に、黄金カラーのユニフォームを着用し統一感のある売込み活動を展開、また、FDA（フジドリームエアラインズ）の黄金カラーの機体を「黄金の國、いわて。」号と命名（ネーミングライツを取得）しプロモーションを展開したほか、岩手県オリジナル水稻品種「金色の風」を開発・販売するなど、黄金のイメージ戦略を展開してきている。

2017年度は、更なる海外展開を図るため、「いわて国際戦略ビジョン」により国際関連施策を一体的、戦略的に推進しており、その際「黄金の國、いわて。」の英語版や中国語版（簡体字、繁体字）を統一イメージとして使用してきたところである。今後は、被災地で唯一釜石市で開催されるラグビーワールドカップ2019™や東京2020オリンピック・パラリンピックを、世界に岩手を売込む絶好の機会と捉え、「黄金の國、いわて。」を通じて岩手の様々な魅力をまるごと発信していくこととしている。

黄金カラーは、ユニフォームやポスターなど見た目にも目立つことから他県との差別化が容易であり、その色を用いた統一イメージ「黄金の國、いわて。」は、岩手県を印象づける優れた情報発信、ブランドの訴求として、「いわてまるごと売込み」の成果が今後も続いていくものと期待される。

「黄金の國、いわて。」号 命名式
(手前の女性を含めて右から4人目が達増知事)



海と山からの水産復興

～伝統と新技術による未来への展開～ 宮城県

はじめに

宮城県は2007年に県政運営の基本方針「宮城の将来ビジョン」を策定(2017年3月改定・期間延長し復興計画と最終年度2020が合致)、2011年10月には「宮城県震災復興計画」、2015年10月には「宮城県地方創生総合戦略」(2015-2019年度)が策定された。現在宮城県は「震災復興」を最優先に取り組んでおり、「宮城の将来ビジョン」と「復興計画」に整合するよう「地方創生総合戦略」を制定し位置づけている。

「富県宮城」は「宮城の将来ビジョン」の中で「政策推進の基本方向」の第一番目とされ、水産業はその大きな柱の一つとなっている。また「食材王国みやぎ」のキャッチフレーズがなじみ深い、水産品はこの「食材」の中でも重要な位置を占める。

東日本大震災では宮城県沿岸の養殖施設は壊滅的な打撃を受けた。以来、水産業の復活は宮城の震災復興のシンボリック存在となった。その好事例として今回は「みやぎサーモン」と「伊達いわな」を紹介したい。

1 みやぎサーモン

「みやぎサーモン」はブランド名で、魚種名は「ギンザケ」である。美しいサーモンピンクの色合いと甘み・旨み豊かな身で知られる。2016年の全国養殖ギンザケの9割以上12,200tが宮城県産である。今や「国産ギンザケといえば宮城県産養殖ギンザケ」と言われ、活け締めや神

経締めを施した「みやぎサーモン」は高品質・高鮮度なブランドとして確立している。

生産から出荷までの全工程を「生産者」が管理しトレースが可能、生産者の顔が見える安全・安心な体制が整備されている。生鮮のまま流通が可能で、生餌を一切使わず高品質のEP(Extruded Pellet:100%人工配合)飼料にこだわり、肉質と色味の良さ等の高い品質を維持している。

ギンザケ養殖の歴史を振り返ると以下の通り。ギンザケ養殖は1975年志津川湾で始まった。以来養殖拡大と品質向上に努め市場での評価を高め、1996年頃からは活け締めによる鮮度維持の技術向上などにより「生食用」の市場を開拓した。しかし2011年3月東日本大震災により養殖施設は全て流出、当初復活は遠い将来と考えられた。

幸いにしてギンザケ稚魚を育てる養魚場は山の中にあり稚魚は被害を免れたことから、県をはじめとする自治体と生産者等関係者の懸命の努力により施設を早期に復旧させ、養殖を再開した。震災翌年の2012年には出荷が始まり、ゼロからの再出発を成し遂げた。宮城県の沿岸部復興の最良のモデルである。

しかし復興が平坦な道である訳は無く、震災直後は風評被害や海外からの大量輸入による価格の低下を経験した。その後「みやぎサーモン」ブランド復活のため、国内の水産品としては3品目という速さで2017年5月に地理的表示(GI)登録を果たした。国の「がんばる養殖復興支援事業」が生産者の経営を支え、2017年に

は1994年以来の販売高80億円突破を果たした。

また県が中心となって、EP 給餌の段取りの改善を促すとともに遠隔操作が可能な「自動給餌システム」等の開発を進めている。これによって給餌作業の省力化とコスト低減に加え、身質向上と供給の安定・増産にも寄与することが期待されている。

「みやぎサーモン」は前述のとおりサーモンピンクの身が美しく、甘み・旨み豊かで生食用として市場の評判も高まっている。これらの優れた特質をアピールポイントにして、みやぎ銀ざけ振興協議会を中心に、今も販路拡大の努力が続いている。

2 伊達いわな

「伊達いわな」は「三倍体イワナ」。三倍体とは染色体が3組あることである。普通のイワナの卵から三倍体イワナを作る技術を2002年に宮城県内水面水産試験場が初めて確立した。三倍体イワナは通常のイワナより大きく成長するという特長を持つ。量産化の技術開発を経て、2013年「伊達いわな」と命名、「伊達いわな振興協議会」が組織され、翌年には出荷を開始し、2016年に商標登録した。ここに「伊達いわな」生産販売のための基本的な枠組みが出来上がった。

そもそも宮城県栗原市は、日本で初めて（通常の）イワナが養殖された土地柄である。人財と技術と設備、そして高い意欲があったことは想像するに難くない。ここでも県を初めとする自治体と内水面生産者等関係者の連携と協力により、大きな展望が開かれつつある。

ここで伊達いわなの特長を説明する。

- ・体重800g以上を伊達いわなと称する（通常100-150g） 体長50cm以上に成長する
- ・産卵にエネルギーが費消されず肉質が変わらない
- ・粗蛋白が1.2倍、粗脂肪2倍、旨み成分が多いなど栄養価が高く美味しい
- ・身が締まり、程よく脂が乗りクセがなく、刺身はもとより和洋中の料理に合う

特に「大きく成長する」という特徴を活かして、これまで塩焼き程度しか料理法がなかったイワナが、刺身や寿司などにも利用できるようになり、販路拡大のチャンスが大きく広がっている。

現在「伊達いわな」は、「振興協議会」所属の生産者8経営体により年間10tほど生産されている。しかし生産は緒についたばかり。宮城県は「伊達いわな販路拡大・生産体制強化事業」によって、「伊達いわな」の生産基盤を強化し「伊達いわな」の認知度を向上させるため試食会やキャンペーンを打ち・情報誌やウェブでPRするなど、大変ではあるがやりがいのある仕事に取り組んでいる。

料亭での評判もいいと聞く。「伊達いわな」の優れた特長を考えれば期待は大きい。「伊達いわな」も「みやぎサーモン」に次いで宮城を代表するブランドに育ってもらいたいものである。

夢は広がるのだが、空輸による「活け締めのみやぎサーモン」「伊達いわなの活魚輸送」による海外への輸出もあるかもしれない。

メモ：宮城県では毎月第3水曜日を「みやぎ水産の日」とし、水産品地産地消の県民運動を展開している。

3 今後の課題と方向性

震災以降、沿岸の水産加工場の復興はまだ道半ばである。特に震災で離れた顧客が戻らないことが、販売額が元に戻らない大きな要因となっている（水産加工業で売上が8割以上回復した業者は宮城県で約54%¹⁾）。沿岸部は観光客入込みも少ない（2016年石巻・気仙沼圏域で震災前の68.5%²⁾）。多くの施策を動員して沿岸部を盛り立てていくことが課題である。

ここで、宮城の水産業の中でも「みやぎサーモン」という古くからのブランドが復活したことと「伊達いわな」という新しいブランドが勃興したことは、宮城県全体にとって大きな希望である。イワナのほとんどは「陸封型」で「サケ科」の魚であるという。いわば「みやぎサーモン」と「伊達いわな」は海と山に住み分けた親戚同士である。海と山から「サーモン」と「イワナ」が宮城の水産業の復興の柱になってくれるのは好ましいし頼もしいことと思う。

また、これらの健全な生産を担保する環境を守り、山と森と川と海の産業が共に関連し合って発展していくことが、宮城の将来をも担保する。育まれた県土それ自身が「魅力」であるとともに生業（なりわい）が作り出され、「移住・定住の促進」や「交流人口の拡大」に貢献し、現在の地方の最大の課題である「人口減少」を緩和・好転させることに繋がっていくのではないかと思う。

「森は海の恋人」という言葉がある。南三陸町では宮城県漁業協同組合志津川支所戸倉出張所がカキ養殖でASCを、歌津総合支所がFSCプロジェクト認証を取得した（共に日本初）。

今回の「みやぎサーモン」と「伊達いわな」は、山と海の恵みの他に、意外に広い裾野を持つように思う。山と森と川と海が繋がっているように、全ての営みと産業が繋がっている。



ASC：水産養殖管理協議会の認証制度

海の自然資源を守って獲られた持続可能な水産物を認証しエコラベルをつける取組み、その養殖版「海のエコラベル」

FSC プロジェクト認証：適切に管理された森林を認証する「森林認証」の一部で、認証した木材を使用した「プロジェクト」を認証

1 2018年3月水産庁発表 水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート

2 2016年宮城県観光統計概要 石巻・気仙沼圏域

(トピック) 交流人口の拡大に向けて 「第4期みやぎ観光戦略プラン」

宮城県は、本年3月に「第4期みやぎ観光戦略プラン」を策定した。

2014年に「第3期みやぎ観光戦略プラン」を策定、実施してきており、2016年で観光客入込数が震災前とほぼ同程度の6,084万人に回復、宿泊観光客数や外国人観光客宿泊数については目標を越える実績に達しているなど拡大を続けている¹。更に、「観光の再生から未来につながる新たなステージへ」を基本理念とする「第4期みやぎ観光戦略プラン」では、①東北が一体となった広域観光の充実と誘客プロモーション、②観光産業の連携強化と成長促進、③外国人観光客の誘客加速化、④沿岸部のにぎわい創出の4つの戦略プロジェクトに取り組み、2020年の観光客入込数を7,000万人とする目標を掲げている。また、外国人観光客宿泊者数は2016年の約3倍である50万人を目指している²。

プロジェクトの具体的な取り組みとして、東北の広域観光周遊ルートの確立、仙台空港の活用等による東北の周遊促進、DMO³等による観光地域づくり、ニューツーリズムや体験型観光など新たなコンテンツづくり、農林水産業との連携などを進めていくこととしている。また、沿岸部においては、魅力ある観光資源の磨き上げと正確な情報発信、観光施設の再建と受け入れ体制整備強化に取り組むこととしている。

広域観光では、東北全体の国内旅行延べ宿泊者数が、震災前の82%に留まるなど⁴、厳しい状況が続いてきていることから、東北が一体となって広域観光の充実を図り、また、宮城県が東北のゲートウェイとして多くの観光客を迎える地域となることが期待される。

2016年、仙台空港は国管理空港として初めて民営化を実現し、我が国の国内空港民営化の動きの先駆的事例となっている。民営化後、地元官民一体となったエアポートセールスを実施した結果、LCC（格安航空会社）の新規就航等により、国際線・国内線ともに航空路線の拡充が図られ、現在、海外4路線21往復／週、国内10路線54往復／日になっている⁵。こうした路線拡充により、民営化後の2017年度の空港利用者数は、民営化以前の2015年度の311万人より約30万人多い340万人を上回る見込みとなっている⁶。

また、空港民営化以降、仙台空港と東北各地を結ぶ高速バスが5路線開設されるなど二次交通が充実してきており、東北全体の交流人口の更なる拡大が期待されるところである。

（仙台空港の路線数は2018年3月26日時点）

2016年7月から民間運営が開始された仙台空港



1、2、4 「第4期みやぎ観光戦略プラン」

3 DMO（Destination Marketing / Management Organization）とは、地域内の幅広い関係者との合意形成のもと、観光地の総合的なマネジメントを担う能力・組織のこと。（「東北活性研」Vol. 24『観光まちづくりとDMO』から要約）

5、6 仙台空港民営化について（平成30年2月23日）
宮城県土木部空港臨空地域課情報提供

園芸メガ団地 ～大規模園芸拠点の全県展開で 複合型生産構造への転換を加速～ 秋田県

はじめに

秋田県は「ふるさと秋田元気創造プラン」の第3期プラン（2018-2021年度）を策定した。これは県の全ての計画の基本となるもので、2015-2019年度計画期間の「あきた未来総合戦略」を包含している。

秋田県の「元気創造プラン」では農業施策が柱の一つで、重点施策の一つに「新時代を勝ち抜く攻めの農林水産戦略」を挙げている。この中で「複合型生産構造への転換」を標榜、「大規模園芸拠点の展開」（＝園芸メガ団地）を最大の施策としている。

秋田県の2016年の農業産出額は1,745億円と東北6県のうち最下位、一歩の割合は54.1%とトップとなっている¹。秋田は農業県と言われるが、米に依存した脆弱な構造であるため、「園芸作物」の生産拡大が最大かつ喫緊の課題となっているのである。

1 園芸メガ団地とは何か

園芸メガ団地育成事業とは、園芸振興の支援にもかかわらず販売額が伸び悩んだため、園芸施策の起爆剤的な取組みによって米偏重の農業生産構造を改善するため、秋田県が2013年度から開始した最重点事業である。

秋田県では積極的にJAや農業法人等に働き

かけて、手厚い補助スキームで農地等を集約し団地化を図り、園芸作物の大規模栽培の実現に向けて取り組んでいる。

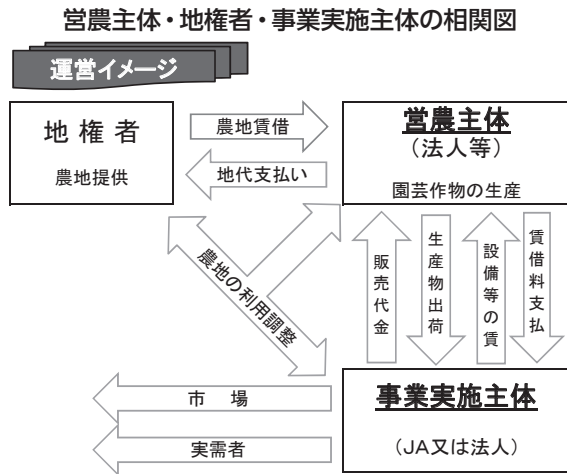
何故「園芸メガ団地」に取り組んだか、その背景は次の通りである。①国の新たな農政改革への対応（米の生産数量目標の配分の廃止、米の直接支払い交付金の廃止等）により、米作県の秋田が最も苦しい状況 → ②秋田県農業の構造改革が必須との危機感があり米以外の取組みが急務 → ③国の補助金事業・県独自の基金・市町村の支援制度等を総動員した施策展開に活路 → ④従来の手法に捉われない「起爆剤」的な施策と知恵 → ⑤園芸作物の大規模生産による生産額増大の実現 を目論んだものである。

このため、「園芸メガ団地」は ①1団地当たり最低販売額を1億円に設定 ②品目を絞込み施設・機械を集中整備 ③原則として一箇所に団地化 ④周年農業で年間雇用を創出 などを条件とし、この条件を満たす園芸メガ団地整備計画に対し、手厚い助成支援を実施したのである。

その内容は、①事業費に対し県が1/2を補助、市町村が1/4補助（これにより事業主体（JA等）は1/4負担（国庫事業がある場合は更に負担は減少））②機械・施設等はJAが取得し営農主体へリースする方式（JAは地域の牽引的役割を果たし、営農主体の初期投資を軽減）③県やJAが技術や経営管理の指導で営農主体をサポートといったところである。

1 東北農政局 農林水産統計 2016年農業産出額及び生産農業所得（東北）

なおメガ団地構想では、事業実施主体・地権者等への根回し・折衝などにも、県が積極的に関わっている。



この結果、2013年度に7地区から手が挙がって、2014年度から順次整備が始まり、2017年度には10地区に拡大した。

なお事業計画の策定を地域プロジェクトチーム（PT：県の地域振興局が事務局を担当し県・市町村・JA等で構成）が支援しており、生産・販売・収支・資金調達・資金繰り・雇用労働力確保等から構成される計画を作成する。施設・機械等の整備期間は着手してから最長3年間。営農についてはPTがフォローアップを行っている。

2 園芸メガ団地事業の具体的な展開

後図（P.35 参照）の通り、2013-2017年度まで様々な栽培作物を、全県で展開した。

3 園芸メガ団地の新たな一手

さらに現場の声を反映し、新たな一手として2016年度に「ネットワーク型園芸拠点育成事業」を創出した。これは販売額1億円超の団地

の普及・拡大を図ることを目的に、対象品目の拡充を図ったほか、新たに「ネットワーク型（複数団地が連携）」「サテライト型（核となるメガ団地と連携）」「メガ・プラス型（面的に既存のメガ団地を拡大）」「果樹特認型（果樹の品種や栽培で連携）」の4タイプを創設したもの。このネットワーク型事業により、2017年度まで10地区（鷹巣地区・五里合地区・河戸川地区・黒川地区・新成地区など）が着手、園芸メガ団地と合せて合計20地区で事業を実施している。

4 園芸メガ団地等の成果・効果

当初は野菜や花きの重点品目を中心に園芸の販売額増加を目指していたが、予想を超えた効果も上がっている。

例えば、①最先端の機械化一貫体制の導入や資材の一括購入による生産コスト低減 ②栽培方法の統一や収穫・調整作業等の共同による効率化 ③周年農業による安定的雇用の創出 ④定時・定量・定質・定価格による契約栽培への対応 ⑤生産規模の拡大による販路開拓 ⑥スケールメリットによる市場訴求力の向上など 多くの効果が現れている。

そして、園芸メガ団地等に参画する農家が切磋琢磨するなど「意欲の向上」が見られることが大きい。加えて、営農主体または法人への雇用就農等により、20～30代を中心とした新規就農者が40人を超えるなど、若い担い手の確保にもつながっている。

以上のように、秋田県の園芸メガ団地等は新規就農者や地域雇用の受け皿となり、Uターン等の事例も見られる。

また、地域雇用の確保のためには周年営業の確立も重要であることから、2017年度からは

冬季品目の収入源である「しいたけ」の団地化も図っている。「メガ団地化」を契機に秋田産しいたけの販売がさらに伸びていくことが期待されている。加えて、地域でブランド化が図られている轟地区のねぎや鳥海地区のリンドウなどは、園芸メガ団地の取組みにより認知度を高め、市場への有利販売を図っている。

以上、県と関係機関と一体となって推進してきたことにより、主要園芸17品目の秋田県内JA扱い高は、園芸メガ団地等の増加に伴い顕著に増加している。

また農林水産省所管で2015年度補正予算で開始された「産地パワーアップ事業」という補助事業があるが、これは高収益作物への転換を促進することで販売額の増加やコスト低減に焦点を当てる取組みである。秋田県の試みが一部に活かされているように見える。

他県から園芸メガ団地等への視察も多く、近年東北各地で大規模園芸団地の取組みが広がっている。

5 今後の課題と方向性

このように大きな成果を挙げている園芸メガ団地事業であるが、まだまだ課題も多い。

園芸メガ団地等の事業化には、大きく3つのハードルがある。①資金 ②農地の確保・集積 ③担い手の確保 である。現在、園芸メガ団地等の成功で取組みの機運が高まってきているが、②については、従来からハードルの高い問題である。

農地の確保・集積については、圃場整備の仕組みや農地中間管理機構等の活用により進めているが、地権者の思いや法制度・手続き等の煩

わしさから集積が進まない傾向がある。今後秋田県では、農地を大規模に確保する手法として、圃場整備事業・農地中間管理事業・園芸メガ団地事業が三位一体となって大規模園芸拠点の推進を図り、複合型生産構造への転換に向け、さらにアイデアを絞っていく考えである。(ちなみに秋田県は「担い手農家への農地集積が全国トップクラス」)

また園芸メガ団地等の推進のためには、地域のプレーヤーの状況と立場を的確に反映して計画を策定することが重要である。大規模農家のみならず農村の基盤を支える中小規模の農家による取組みを視野に入れて、圃場整備や農地中間管理機構の活用などを地域で話し合いながら、プレーヤー間の協力・連携関係を強め、地域全体で活性化させる関係を築くのが理想である。

端緒についたばかりだが、本事業を推し進めて米への依存を低下させ秋田県の農業を構造改革するという大目標に向け、秋田県の役割はますます大きくなる。園芸メガ団地等の事業は、雇用・就農・労働環境・移住定住等・若者の引止め等、現代の人口減少社会に伴う様々な問題を改善する好循環を生んでいる。この勢いを維持発展させるため、秋田県の農業構造改革のさらなる取組みに期待したい。

また園芸メガ団地の成功には、「早期に成功体験を積んで自信を持たせ成功モデルを県内で発展させる」「時間が限られるのでスピード感を持って推進する」ことも大事だった。この点でも秋田県のノウハウと力が期待されている。

(トピック)「移住起業家育成(ドチャベン)事業

人口減少率の高い秋田県では、「移住情報の発信」「受入体制の充実」「移住体験・交流の推進」及び「市町村支援」を4つの柱と位置づけ、県外からの移住促進策を展開しており、2015年からはその一環として、地域でローカルベンチャーを立ち上げる起業移住者の誘致に取り組んでいる。

これは、「ドチャベン事業」と呼ばれ、地方をチャレンジの場として捉える首都圏の移住希望者等を対象に、秋田にある地域資源や地域課題を活用した「起業による移住」というスタイルを提案し、その実現に向けた支援をすることで、地域に新たな事業を創出し地域の活性化を図ると共に、移住・定住人口を増やしていくという新たな取り組みである。

「ドチャベン(土着したベンチャー)」は、もともと秋田県内で生まれた「地域に根ざしたローカルベンチャー」を表す造語であり、この事業は、①首都圏で開催する講座や現地プログラムによる起業アイデアの創出とブラッシュアップ、②ビジネスプランコンテストによる優秀プランの選抜、③各優秀プランの実現を支援するメンターチームによる個別具体支援という3つのフェーズにより構成され、移住・起業までを一体的にサポートすることが大きな特徴となっている。

事業初年度の2015年は、横手市、五城目町をフィールドとしてビジネスプランの提案募集を行い、優秀プラン6チームを選抜、2016年は、フィールドを鹿角市、湯沢市に移し提案募集を行ない、優秀プラン4チームを選抜した。いず

れのチームにも、実現に向けたメンターチーム(分野専門家、支援機関、金融機関、起業経験者等)の支援と移住サポートを実施し、10プランのうち、これまでに5プラン7人が実際に起業したほか、優秀プランには選抜されなかったものの、1プラン1人が起業を果している。この他、本事業参加者のうち5人が、秋田県内に移住している。

2017年は「教育シェア宣言」として、秋田県の強みの一つである「教育」を起業テーマとして掲げ、「秋田の豊かな教育資産を世界にシェアする」革新的な事業アイデアの募集を行い、鹿角市、北秋田市及び五城目町をフィールドとする優秀4プランを選抜した。これらプランは現在、2018年4月以降の事業展開に向けた準備を進めているところである。

今後も引き続き、移住者の視点を生かし、地域に活力・インパクトを与える人材の誘致に取り組むこととしている。

佐竹知事によるドチャベンPR



冬の誘客戦略 ～深い歴史と雪の山形へ～

はじめに

山形県の基本計画は、2010年3月に制定された「第3次山形県総合発展計画」であり、概ね10カ年の長期構想と4カ年の短期アクションプランからなる。現在は3期目の「短期アクションプラン（2017-2020年度）」の中途にあり、2015年10月に策定された「やまがた創生総合戦略」と一体的に各般の施策を展開している。

3期目の短期アクションプランでは「観光立県山形」の確立に向け、観光分野を新たな政策の柱に据えるなど、観光に特に注力している。

山形県は、他の季節に比べ冬季の観光客の落ち込みが大きいと、雪を活用した冬のイベントの実施等により、年間を通した観光客の平準化と増加を目指す意図が見られる。今回はこの山形県の冬のユニークな活動を紹介したい。

1 豊かな雪を利用して

山形県の観光客は夏6～8月に年間の33.5%、12～2月の冬季は16.7%と大きく落ち込む¹。

「雪」は厄介者だが、発想を逆転させ「雪を利用し」「楽しんで」、観光振興の鍵にしようという算段がある。

山形県と西村山郡1市4町で3年前から山形県内の雪祭りのオープニングイベントとして

「やまがた雪フェスティバル」を寒河江市「最上川ふるさと総合公園」で大々的に開催。今シーズンで3回目を数え、年々参加者も増えている。この他山形県各地で雪祭りを実施、「山形日和」（冬こそ、やまがた）のキャッチフレーズの下、冬の統一的な観光キャンペーンとなっており、この中には、蔵王樹氷まつり（山形市）出羽古道月山志津温泉雪旅籠の灯り（西川町）新庄雪まつり（新庄市）月山朝日雪まつり（鶴岡市）上杉雪灯籠まつり（米沢市）など、多くのユニークで魅力的な祭りが含まれる。月山志津温泉の雪旅籠はSNSで情報が飛び交い外国客に大人気だという。

2014年のJRグループのデスティネーションキャンペーン（DC）の効果も見逃せない。ここで生まれた「きてけろくん」キャラクターは、今も頑張っている。2019年の開催が決定した新潟・庄内DCでも引続き力を貸してくれるだろう。

今シーズン2月1日～4日に「雪と文化」をテーマにした「国連世界観光会議」が、山形県・国連世界観光機関（UNWTO）等の主催で開催された。約30の国と地域から、観光関係者・メディア・政府関係者など約300人が山形県を訪れ、世界に向けて雪国文化の多様性や「雪と文化」を活かした新しいツーリズムの可能性を発信したことは、山形と東北圏のインバウンドの拡大に大きく寄与したものと考えられる。

1 山形県観光文化スポーツ部 2016年度山形県観光者数調査 月別観光者数の動向

雪の効用は他にもある。食料の貯蔵にも役に立ち、雪によって熟成された野菜は甘みが増すそうメディアにも度々取り上げられ人気になっている。「食文化」の分野でも、山形の豊かさのバリエーションが広がっている。

月山志津温泉の雪旅籠の灯り



2 おもてなし条例・おもてなし計画

山形県は2014年4月「おもてなし山形県観光条例」を施行、2015年に「おもてなし山形県観光計画」を策定して体系的に観光振興施策を組立て実施してきた。「観光立県山形の実現」のためのしっかりした枠組みである。

本計画の基本施策は、①魅力ある地域づくりの推進（魅力の認識・おもてなし推進・地域づくり）②戦略的な誘客施策の推進（魅力の発信等）③観光産業の振興による地域活性化 ④外国人の来訪促進や近隣県との連携などによる交流人口の拡大（近隣県等との連携・外国人の来訪促進・学会等の誘致）の4本の柱から成っている。

山形のおもてなしは徹底していて、山形県内の旅館の女将が「やまがた女将会」を結成して

活発に活動しているし、米沢の「かまくら」からはラーメンの出前が頼めるそうである。

3 成果

これらの多くの努力の結果、当初計画では観光消費額目標を2,100億円に設定していたが、目標額に近づいたため2016年に、2019年の目標を2,500億円へ上方修正した。

また、外国人観光客の増加も目立っている。2017年の外国人延べ宿泊数は約11万7千人泊（前年比+33.6%）となり²、地域経済を潤して、好循環を実現している。外国人の誘客促進の施策は「雪」を機軸とした誘客展開を意図しており、「雪と文化の世界観光会議」の成功と合わせて大きな成果であるし、将来に向けて大きな発展が期待できるものとなった。

4 課題

このように今後の展開が期待される山形の「冬の観光客誘致」だが、課題も多い。観光庁宿泊旅行統計調査によると、2017年の延べ宿泊者数は全国30位（東北4位）で、外国人延べ宿泊者数は（東北全体が低位なのだが）東北で第4位全国では40位に止まる²。「観光資源の宝庫」にもかかわらず、まだまだそれを活かし切れていないのである。

山形県は前述した「おもてなし山形県観光計画」で、5つのメインテーマを掲げている。

①精神文化ツーリズムの推進（出羽三山・山寺・慈恩寺など）②食・温泉ツーリズム ③山岳・森林ツーリズム（鳥海山・月山・蔵王山など）④

産業ツーリズム ⑤スポーツツーリズム である。

全ての施策は関連・影響するのだが、冬の観光客誘致に即効性のある順で言うと、③②①が挙げられるであろう。この3つのメインテーマを関連付けて考えてみよう。

4.1 課題：物語の創出

「雪」は外国人観光客に対する訴求力が高い。特に雪の少ない「台湾・タイ」等が狙い目である。先に紹介した雪のイベント、加えて雪が育んだ山形の「自然」「食」「歴史・文化」を発信していけばいいと思う。素材は豊富なことから、山形の冬「雪を背景にした物語」が多様に展開でき、山形県の伸び代は大きい。

例えば、樹氷とスキーの「蔵王」、雪に育まれた「雪下野菜」「山菜」と「酒」、日本の奥深い精神文化を担う「出羽三山」「山寺」「慈恩寺」がある。「温泉」と「滝」、外国人に人気の「おしんと最上川」「銀山温泉」「人気の戦国武将」もある。これらを組み合わせれば、山形の冬の可能性は大きく広がっていく。

4.2 課題：交流連携の拡大

昨年11月、東北中央自動車道の福島大笹生―米沢北間が開通し、栗子峠を越える通行が格段に早く安全になるなど、「交流人口の拡大」に向けた基盤が大きく整ってきた。今後は福島・米沢・白石・仙台・山形と、蔵王山の周りの観光連携と経済連携も考えに入れる必要があると思う。

視野を広げれば、日本の三大樹氷(蔵王・八甲田・森吉山)の連携・日本海側では北前船の寄港地間・新潟や北陸との連携もある。これらで観光客を呼び込めば山形空港・庄内空港の利用増にもつながり、国外との定期便・外国人客のインバウンドの拡大に弾みがつくだろう。

4.3 課題：情報発信

以上の全てに係るのが、「いかに山形の冬の魅力を情報発信するか」である。

若者向けには雪山とスキー、熟年向きには歴史と文化、外国人にはスキーと雪に育まれた奥深い(ディープな)日本の魅力であろうか。これらを相手に合せて効果的に発信するのが肝要で、最近山形県はSNSや動画によるPRに力を入れている。

しかし、そもそも住んでいる人が地域の魅力を知り自信を持って語れなければ意味がない。この点、山形県が条例の中で「県民が地域の魅力を学び再認識する学習の機会を充実し…」としているのは心強いし、誘客の際に忘れがちな本質を突いているように思う。また、県外や国外から迎えることに力を入れるだけでなく、「出る」ことも忘れないで欲しいものである。

5 今後への期待

「山のむこうのもう一つの日本」(＝ディープジャパン)山形をアピールするため、吉村知事は最近、冬季の観光誘客策を東北6県が連携して探る「東北観光会議(仮称)」を呼びかける方針を明らかにした。外国人観光客をターゲットにした「雪」の「東北ブランド」創りであり、「雪と文化の世界会議」で議論された論点の具体的な展開である。

連携に「境」はないので東北に限定する必要はない。新潟県さらに「日本海で繋がって」いる「誼み」で、北陸との連携にも手が伸びるであろう。

雪の恵みを利用した「豊かで魅力ある山形」の観光戦略が奏功することを期待している。

(トピック) 若者の移住・定住促進に向けた取り組み

山形県の人口は、2010年から2015年までの5年間で約4万5千人が減少、直近2016年、2017年は前年比約1万人が減少している¹。また、社会減少で毎年3千人以上の転出超過が続いている²。一方で、東京在住者の4割(関東圏以外出身者では5割)が地方への移住を予定又は検討したいと思っているとの調査結果もある³。

このような中で、山形県は、若者の移住定住促進に向けて、山形の魅力の効果的な発信から、受入れ体制の整備まで、市町村と連携し幅広く移住施策を展開している。

具体的には、県の移住交流ポータルサイト「すまいる山形暮らし情報館」において、首都圏の若者等をターゲットに、移住にかかる支援策や空家バンクなど各種情報のほか、冬の山形暮らしに関することなど、きめ細やかな情報提供を行っている。また、このポータルサイトは、移住への関心が高まっている若者が、スマートフォンにより県や市町村の移住に関する情報を容易に入手できるようにするとともに、SNSでより旬な情報を届けられるようリニューアルしている。

やまがた暮らしインターンシップ事業

仕事体験



山形におけるりんご農家での仕事体験

交流体験



地域住民との交流

住まいの体験



お試し体験住宅

また、東京の「ふるさと回帰支援センター」内に、首都圏における移住促進の拠点として「山形ハッピーライフ情報センター」を開設(2015年4月)、移住コンシェルジュを配置し、Uターン促進部門と連携し、移住と就職に関する相談にワンストップで対応している。移住コンシェルジュは、仕事や住まい、子育てなどに関する県及び市町村の支援策の紹介をはじめ、市町村や関係機関をつなぐなど、相談者の具体的なニーズに基づき情報提供等を行っている。

今年度は、新たに、若者移住に向けた「住宅」「食」「職」を組み合わせた山形らしい移住促進策の一体的な展開を図る。具体的には、県外からの若者の移住拡大に向け、移住の基盤となる「賃貸住宅」の整備や県産米・味噌・醤油を提供する「食」への支援、就農や創業等の仕事に関する支援など、山形らしい移住促進策を市町村と連携して進めることとしている。

さらに、県と市町村、首都圏の大学等と連携し、県とUIターン就職促進協定を締結している大学の学生等を対象に、山形の暮らしや仕事の体験、先輩移住者等との交流などを行うインターンシップ事業を展開する予定である。

1 「山形県の人口と世帯数(推計)(平成30年2月1日現在)」

2 「平成28年山形県の人口と世帯数」

3 「東京在住者の今後の移住に関する意識調査の結果概要について」

新潟県の観光立県戦略 ～冬季観光の展開と成果～

はじめに

新潟県では、最上位の行政計画である新・総合計画「にいがた未来創造プラン」(2017-2024年度)が2018年1月に策定され、全ての新潟県の施策は「にいがた未来創造プラン」に基づいて進められるという体系になっている。

その中で、「観光施策」は政策の柱の一つとして明記されており、「多様な地域資源を活かした観光振興と交流人口の拡大」に向け、①国内外に通用する魅力ある観光地づくり および ②魅力ある観光地のPRと国内外からの観光客誘致の推進 の2項目を掲げて、観光振興の取り組みを進めていくこととしている。

冬季における新潟の観光施策は大きな成功を収めており、今回はその実例および課題と今後の方向性についてご紹介する。

1 新潟の冬季の観光客の状況

新潟県は2008年度には観光局を立上げて組織的基盤をつくり、2009年には全国で6番目の観光推進条例となる「新潟県観光立県推進条例」を定めた。さらに、この条例に基づき「新潟県観光立県推進計画」(現在は第三期目:2017-2020年度)を策定し、取組を進めている。

東北と新潟県の7県の中で新潟県は、観光に関する主要な指標で第一位を占めており

(2016年観光入込客 延べ入込客数74,172千人・2017年外国人延べ宿泊者数278,620人泊)、早期に観光振興に着手したことで相俟って、東北各県からは頭一つ抜き出る成績を上げている。

一方全国と比較すると、延べ宿泊者数で14位・外国人延べ宿泊者数で30位¹となっており、まだまだ伸びる余地を残している。特に外国人関係は全国での伸びを大きく下回っており、誘客の取組みが一層求められる課題となっている。

新潟県の2016年度(12～3月)スキー場利用客数は4,779千人²、その内76.4%は魚沼地域で、湯沢町や南魚沼市などの上越新幹線沿線地域にある大きなスキー場の存在が寄与している。

南方の国の外国人には「雪」は珍しく十分な誘客の魅力になっており、最近では豪州のスキー客が混雑する北海道を避けて、新潟のパウダースノーを楽しみに来ることも多い。

2 冬の誘客施策の現状

新潟県で日本初の本格的なスキー指導を行ったオーストリア＝ハンガリー帝国軍人「レルヒ少佐」にちなみ、新潟県は「レルヒさん」を新潟県観光キャラクターに採用している。日本のスキー発祥100年を機に誕生したキャラクターだが、各地の雪祭りやイベントに度々出没して

1 観光庁観光統計 宿泊旅行統計調査

2 「スキー場利用客入込状況」(新潟県)

広く親しまれている。新潟県は他県と比べてスキー場が多く、魚沼地域を中心に冬の観光の立役者となっている。

新潟県の冬季観光のもう一つの主役が雪祭りで、県内各地で開催されている。現代雪祭りの発祥と言われる「十日町の雪祭り」は昭和天皇のお言葉が発端となったと言われており、今シーズン2017-2018で69回を数える。新潟の雪祭りは大規模なものも多く、十日町の他にも、「おぢや風船一揆」「長岡雪しか祭り」「津南雪まつり」「古志の火まつり」等が親しまれている。雪祭りは観光客の拡大に加え、スキー場から町の中への誘導にも貢献していると考えられる。

3 多様な新潟の冬の観光資源

冬の新潟県には多種多様な観光資源がある。スキー場や雪祭りの他にも「山」や「温泉」、雪解け水が育てる「酒」「米」と「発酵文化」がある。また、冬の日本海の魚介類はこの上なく美味しい。

八海山の麓に最近オープンした観光施設では、雪の冷熱が野菜を「保存」し「熟成」させる「雪室(ゆきむろ)」を紹介している。また、津南町などで作られる雪の下で冬を越す「雪下にんじん」は、その旨みで有名である。

錦鯉発祥の地は山古志村(現長岡市)と小千谷市であるが、天からの恵みの雪解け水を利用して「棚池」で錦鯉を養殖したという。こうして育った錦鯉は「泳ぐ宝石」とも呼ばれ、最近は外国人に大変な人気である。2009年にユネスコ無形文化遺産に登録された越後上布は、雪に反射する紫外線を利用して漂白するのだという。

4 今後の課題

このように多くの資源があるにもかかわらず、新潟県の観光客の伸びは低く推移している。知恵を絞り観光資源をうまく繋ぎ合わせる必要がある。

「新潟県観光立県推進計画」の中のキーワードに「観光客の満足度の向上」「おもてなしと魅力の向上」「広域連携」がある。これらを総合すると、「連携」し「物語性のある」観光を提案し、リピーターになっていただける「魅力的な地域」をつくる、と理解できる。

そのために ①地域資源を観光ルートでつないで「ストーリー」を作ること ②関西圏・北陸圏・東北等との「面的な広がり」を作り出すこと ③効果的に「発信」すること が必要である。

第一の、「ストーリー」については、国内も国外も団体客が減少して個人客が多くなり関心の行方も区々となっているので、「歴史」「自然」「文化・風土」など様々な切り口から提供する必要がある。2019年秋に「日本海美食旅(ガストロノミー)」をメインキャッチコピーに「新潟県・庄内エリア ディスティネーションキャンペーン(DC)」が開催されるが、地域の強みである「食」の魅力とその背景、それを生み出した文化を体感できる機会となれば、国内はもとより海外からのお客さまにとっても貴重なストーリーとなる。

第二に挙げた、「面的な広がりを持つ」ために、新潟県では「首都圏」や「関西圏」からの誘客と連携を図ってきた。現在、首都圏とは「広域関東周遊ルート『東京圏大回廊』」のルート形成が課題となっている。また例えば、佐渡航路や第3セクターの鉄道など多様な交通手段を利用した旅行も得がたい体験になる。

京都市などは外国人観光客の混雑がひどいと言われるので、これを「Deep Japan」新潟に誘客し受け皿になれば一石二鳥であろう。

2018年4月には、新潟駅での新幹線・在来線の同一ホーム乗換が実現し、山形県庄内地方との周遊促進が期待できることに加え、「新潟県・庄内エリア DC」に向けた様々な取組が行われる。また、福島県の会津地方と新潟とは、街道で繋がり歴史的関係が深く、例えば新潟－会津－米沢と上杉氏の歴史の道を辿ることもできるだろう。長野県や北陸地方とは新幹線等を利用した多様な旅行商品が生まれている。石川県の加賀市には「雪は天から送られた手紙である」という言葉で有名な「雪」研究の第一人者中谷宇吉郎氏の「雪の科学館」がある。目を海に向け北前船の寄港地を結べば日本海の船運をたどる旅となるし、日本海側各県および北東アジアとの連携や交流の可能性も広がる。

第三の、魅力の「発信」についても、新潟県の施策は多種多様である。外国人向けインバウンドに関するに限ってみても、「SNS での情報発信」「多言語ホームページ (EnjoyNiigata 5言語)」「外国語パンフレットの整備」「二次交通の整備」「FIT (個人手配観光旅行) への対応強化」等がある。観光客の感想や反応が SNS 等で発信されて、新らしく生まれた印象的な旅の情報が国内外の人々に共有されれば、誘客の好循環が生まれるだろう。

さらに、「冬」に来た人が「夏」にリピーターとなり、「夏」が「冬」のリピーターになってもらう効果的な手法があればいい。多くの地域資源の組合せから、いいアイデアが見出せると思う。実際、2000年に十日町市と津南町をメインに初めて開催された「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」は、以降3年毎に

開かれ、前回 (2015) は51万人の来場者を記録し、最近は冬季の雪上花火などを加えて通年開催にも取り組んでいる。今年は「アートトリエンナーレ2018」の年に当たっている。

新潟県は、こういった施策を効果的に実施していくための大切な財産を持っている。「観光地満足度調査」や「首都圏・関西圏を対象とした本県観光意識調査」を実施し、詳細な「観光に関する調査データ」を蓄積しているのである。

東北6県と新潟県の中で、新潟県は「観光先進県」と言え、多くの課題に真っ先に取り組んでいる。その意味で新潟は観光に関するショーウィンドーであり、参考になることも多い。また新潟県は、関東や北陸・日本海に開かれた窓でもあり、東北6県と連携する意味も大きいと思われる。

佐渡金銀山が世界遺産に登録されれば、新潟の「宝」の一つに新たな光が当てられることになる。新潟県の「冬」と「雪」と「インバウンド」を中心とした観光施策に注目している。

レルヒさん



(トピック) 諸外国との人的交流・経済交流の 推進について

新潟県は、本州の日本海側で唯一、中国、韓国、ロシアの3カ国の総領事館が設置されており、長年の対岸諸国との交流を通じて培われた人的ネットワーク、航路・空路等交通インフラを持つ強みを活かし、北東アジア地域を中心に人的交流・経済的交流を進めている。また、経済成長著しい東南アジア等との交流にも取り組んでいる。

新潟県の外国人留学生数は、2015年は対前年比116.3%、2016年同110.2%¹と増加傾向で推移しており、外国人宿泊数についても、2015年は前年比193.7%、2016年同101.7%²と増加している。

今後、人口減少・少子化に伴う国内需要の縮小が懸念される中、新潟県は、海外との交流を一層拡大し、海外の活力を積極的に取り込んでいくこととしており、そのため、海外観光客と外国人留学生の増加、活用についても積極的に進め、情報発信、グローバル人材の育成と人的交流の促進、及び海外との経済交流の促進を図っている。

具体的には、県内への外国人留学生数を増加させるため、今年度から、北東アジア等からの受入人数枠を拡大する。また、外国人留学生の地域での国際交流活動への積極的参画と、海外に向けた地域情報の発信活動についても支援を行っていく。

日本人留学生については、海外への留学拡大

を図るため、高等教育機関、経済界等と連携し、留学未経験者を対象に留学促進プログラムを実施するほか、留学経験者の就職活動における時期の不利益を解消するため、経済界の協力の下、就職説明会を実施する。留学の経験を活かす県内での就職をサポートすることで、県内企業の海外展開を支えるグローバル人材の育成が期待できる。

また、県民の海外(特に北東アジア)への関心を高めるため、中国、韓国、ロシアの総領事館等と協力し、各国と日本の青少年による交流・意見交換をする機会を設ける共同事業を実施することとしている。

一方、経済交流では、今年度、県内企業の海外展開をより効果的かつ効率的に支援するためジェトロ新潟に「新潟県海外ビジネスサポートデスク」を設置し、支援体制を整備する。

これらの政策に取り組むことで、北東アジア等海外との人的交流・経済的交流が一層促進し、ヒト・モノ・情報が活発に行き交わる新潟県の実現が期待される。

平成29年度県費留学生受入決定通知書交付式



1、2 「にいがた未来創造プラン」

福島的新生に向けて ～風評払拭と交流人口拡大のために全ての力を結集～

はじめに

福島県は2011年8月に「復興ビジョン」を策定し、同12月に「復興計画(第1次)」、2012年12月に「復興計画(第2次)」に改定、現在は2015年12月に策定した「復興計画(第3次)」の推進過程にある。「福島県総合計画」は県政全体の基本的方針を示す最上位計画で、「復興計画」の重点プロジェクトを「総合計画」の重点プロジェクトとしても位置づけ、一体的な取り組みとしている。現在の総合計画「ふくしま新生プラン」と「復興ビジョン」の計画期間は、同じ2020年度までとなっている。

これらに加えて2015年12月に策定された「ふくしま創生総合戦略」(2019年度までの5年間)があるが、上記「復興計画」「新生プラン」と整合を図り「地域創生関連施策に特化した実行計画」と位置づけている。

これら3つの計画を総合して言えるのは、福島の場合は東日本大震災の被害の他に原子力災害の影響が大きいという点で、他県に増して「復興」を優先させた内容ということである。落ち込んだ「人の流れを取り戻す」ことが第一(復興の糸口＝「観光客の回復」「交流人口の拡大」)と捉え、施策の中でも特に観光に力を入れている。まずは観光で人の流れを作り福島を直に見て安全と魅力を感じてもらいたいとの願いの表れと考えられる。以下、その具体的な事例ならびに関係

者の取り組みと成果をご紹介します。

1 福島県の観光復興への努力

1.1 福島県のインバウンドを復興

福島県の観光資源は多く、特に外国人に人気の「裏磐梯・只見・尾瀬」、歴史の「会津」そして「雪」と「温泉」など素材は十分である。

しかしインバウンド客の回復は全国と比較して遅く、昨年初めて震災前を上回った¹。

このため福島県は、東南アジアを対象としたプロモーションを重視し、ベトナム・台湾・タイ等でPR活動を精力的に実施している。

また「ダイヤモンドルート」(東京～茨城～福島～栃木)という広域連携事業に取り組んでいる。これは東京ー福島間で多様な魅力を持つ4都県を結び新たな観光ルートを提案するもので、外国人向けにユーチューブで動画の提供を始めた。

尾瀬の風景



1 観光庁観光統計 宿泊旅行統計調査

会津は外国人に人気の日光と東武鉄道や会津鉄道で繋がっているの、観光客を県内の周遊へ誘導することも期待できる。また福島県を初め関係者の努力により復旧(2021年再開予定)が決まったJR只見線は、奥会津の魅力を遺憾なくお見せすることになろう。地理的近さから新潟県や群馬県との連携も期待される。

1.2 FIT 構想等の発展

福島県は東北の南に位置し首都圏に近いという優位性を早くから活用してきた。1987年に福島・茨城・栃木の3県知事がFIT構想(F:福島県 I:茨城県 T:栃木県)を合意、現在は3県の13市16町7村等もメンバーに加えている。福島県と関東圏の垣根を低くし観光客の流れを引込めるので、東北全体にとっても大変有意義な枠組みである。また歴史的に3県は交流が盛んなので「観光周遊ルート」を描き易い。観光に境はなく、特に外国人に県境の意識はない。「会津を介した新潟県」「東北中央自動車道の一部開通で繋がった山形県の置賜地方」「福島・米沢・白石・仙台・山形の蔵王山周りの観光連携」も視野に入れる必要がある。

1.3 JRグループのDCキャンペーン

2015年4月から3カ月間開催された「ふくしまデスティネーションキャンペーン」(キャッチコピー:福が満開、福のしま。)は復興支援の意味を持ち、福島県の地域資源の発掘・磨き上げにも大いに役立った。それは「福島の桃源郷花見山」を全国区の名所として復活させたことにも現れている。福島DCのプレとアフターを入れれば足掛け3年に及ぶ大型DCとなり、福島応援の大きな実績をあげた。

1.4 教育旅行の再生

福島県は教育旅行の行先として人気がある。特に会津は歴史の宝庫であるから、歴史教育の一環の意味合いで選択されてきた。震災前の2009年度には福島県全体で年間延べ宿泊数70万人泊を超えていたが、東日本大震災と原子力事故により2011年度には13万人泊に減少、2016年度でも6割程度(約43.5万人泊61.3%)²に止まり、大きな影響を観光業界等に与えている。

この状況は一刻も早い改善が望まれる。というのも教育旅行は現在の問題だけではなく、生徒達が大人になったときの選択=将来の旅行やイメージ形成に影響を及ぼすからである。

福島県は、保護者説明会等での粘り強い情報発信・教育旅行パンフレットの作成・モニター旅行・アンケートの実施・バス経費の一部補助などの努力を積上げてきた。その結果が今の6割の数字となっている。

1.5 福島のPR

福島県は、アンテナショップ日本橋ふくしま館を2014年に新たに開館した。大阪にも事務所があり、福島県の観光情報や県産品のPRを行っている。加えて、ウェブでのPRや動画の配信など、あらゆる媒体を通じ、福島県を国内外に発信している。

2 今後の課題と方向性

2.1 風評被害等の根深さ

このような福島県と市町村および関係者の努力により、着実に震災前の状況に向け回復しているが、風評などの影響の払拭は一筋縄ではない

かず、例えば ①モモの価格は震災前と比べて全国との差が拡大したままである ②ふるさと回帰支援センターの移住希望地ランキングによると震災以前は福島県が首位の時もあったが順位を落としている³ ③また、福島県は2017年の人口の「転出超過」が都道府県の中で最多であった⁴。

2.2 地域資源の発掘・磨き上げ

しかし、先に述べたように福島の地域資源の豊富さには目を見張るものがある。県民自身が気づいていないことも多いので、福島県は「地域資源」を発掘して磨き上げ、地域の魅力とする活動を進めている。

「ふるさと名物応援宣言」の制度を利用して、福島県の4市が宣言を実施した。「福島市の花見山」「ニットの町伊達市」「白河市の城下町ツーリズム」「喜多方市の日本酒と蔵」である。

また「ふくしまプライド。」という福島県産の農林水産品などを販売促進するホームページがあるが、福島県の酒は金賞受賞数で全国一位を5年連続して取得し、そのシンボリック的存在になっている。

フルーツ王国福島の代表的な果物「桃」の東南アジアへの輸出は福島県産が2年連続トップになった。2015年に「日本ジオパーク」に認定された磐梯山と周辺地域をさらに「世界ジオパーク」に加盟させる取組みも進めている。

2.3 交流の進展

福島県は、遅く復興する姿を国内外にお見せするための「ホープツーリズム」を2017年度に開始した。Jビレッジは本年7月に一部施設の営業再開を予定し、2019年4月の全面再開を目指している。オリンピック・パラリンピッ

クなど復興のアピールに最適な舞台も用意されるだろう。

福島の将来を支えるインフラ＝交通体系の整備も目覚しく進み、被害の大きかった沿岸部へ「人の流れをつくる」基盤が出来つつある。

2015年3月の常磐自動車道の全線再開、2017年末に米沢北一福島大笹生間が繋がり相馬までの延伸工事が進む東北中央自動車道、2019年度末までの全線再開を目指すJR常磐線、阿武隈山地を網の目のように巡って中通りと浜通りを繋ぐ福島復興再生道路は、平成30年代前半の完成を目指し急ピッチで工事が進み、道の駅等も整備されている。

さらに、イノベーションコースト構想は、沿岸部の復興への希望となって姿を現している。

以上の多くの施策が相乗効果を生んで、「人の流れをつくる」好循環を産み、観光を突破口にして、福島県各地が多くの分野で、復興と発展を実現することを期待している。

裏磐梯



3 ふるさと回帰支援センター 2017年移住希望地域ランキング

4 総務省統計局 住民基本台帳人口移動報告 2017年結果

(トピック)「福島イノベーションコースト構想」の実現

「福島イノベーション・コースト構想(以下「構想」という。)」は、東日本大震災及び原子力災害によって失われた浜通り地域等の産業を回復するため、当該地域の新たな産業基盤の構築を目指すものであり、廃炉、ロボット、エネルギー、農林水産等の分野におけるプロジェクトの具体化を進めるとともに、産業集積や人材育成、交流人口の拡大等に取り組むものである。

2014年6月の構想とりまとめから3年後の2017年5月、福島復興再生特別措置法(以下「福島特措法」という。)の改正により構想が法定化され、名実ともに国家プロジェクトとして新たなステージに移行し、同年7月には総理出席の下、関係閣僚会議が開催、11月には法定の推進分科会が創設された。福島県においても、5月に知事を本部長とする「福島イノベーション・コースト構想推進本部」を設置、7月には構想推進の中核的な機能を担う「一般財団法人福島イノベーション・コースト構想推進機構」を設立し、構想の推進体制が整備・強化されたところである。

また、県では、改正福島特措法に基づく重点推進計画を作成し、福島国際研究産業都市区域(浜通り地域等15市町村)において進める取り組みの方向性として「拠点の整備及び研究開発の推進」、「産業集積の促進及び未来を担う教育・人材育成」、「生活環境の整備促進」、「来訪者の増大による地域への交流人口の拡大」、「多様な主体相互間の連携強化」の5つを掲げ、取り組むこととしている。

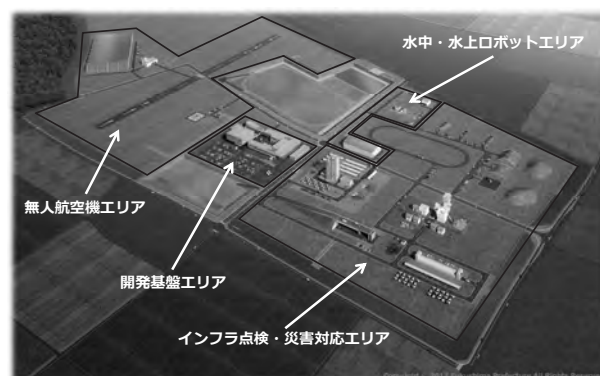
中でもロボット関連産業については、南相馬

市及び浪江町に2019年度内の全面開所を目指し「福島ロボットテストフィールド」を整備中であり、物流やインフラ点検、大規模災害などに対応する陸・海・空のロボット・ドローンの研究開発、実証試験、性能評価、操縦訓練を行うための世界に類を見ない一大研究開発拠点とすることとしている。昨年11月にはNEDOと県でロボット・ドローンの実証に関する協力協定を締結、福島ロボットテストフィールド活用に向け連携の強化を図っているほか、同施設では、2020年8月にロボットの国際競技大会「World Robot Summit」の一部競技が開催され、県内企業の持つロボット技術を世界に向けて発信していくこととしている。

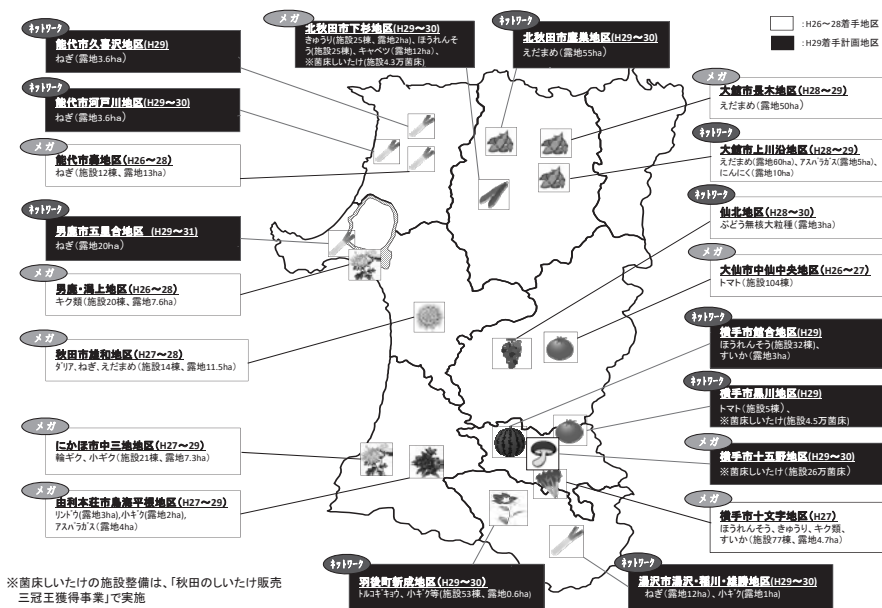
この施設を活用しながら、関連産業集積を進め、「ロボット産業革命の地ふくしま」の実現を目指している。

甚大な被害を受けた福島県だからこそできる世界に先駆けた取組に積極的にチャレンジし、世界に誇れる福島の復興・創生の実現を目指し、構想の推進に取り組んでいる。

福島ロボットテストフィールド全景



P.19の説明図 秋田県 第2図 園芸メガ団地等の全県展開について



【まとめ】

以上、各県それぞれに特長ある優れた施策の例をご紹介した。この他にも多くの施策が成果を上げている。関係者の皆さんの努力に心からの敬意を表したい。

また最後に、東京と地方の問題について、以下の点を指摘しておきたい。

東京は一つしかなく東京的なものを求めるならば選択肢はあまりない。一方田舎の数は多く、無数の選択肢を提供できる。東北各県と新潟県に大きな都市はあるものの、全体として考えれば中小規模の都市と田舎の重層的な集合体と言っていいであろう。

各自治体は画一的な発展を望むより、自らの地理・歴史・文化・風土・物産などの特長を大切に育て活用する工夫を凝らすよう勧めたい。

「それぞれの特長」を活かし育て、自らの地に誇りを持って語ることで、魅力ある地域だと人々の目に映り耳に聞こえることになる。

しかし田舎は日本に数多くあるから、人と物の流れの受け皿や選択先となるには、「差別化」が必要になるだろう。ここに各自治体の独自の工夫が大事な所以がある。

多様性という言葉がある。「地域の多様性」が「地域の魅力」になり「選択肢の多さ」につながる。自らを良く見せたり大きく見せる必要はない。田舎の等身大の特長を発信して、「観光」「販売」「産業振興」「移住定住」等に結果的にいい影響が現れるよう結びつけることが重要であろう。その努力の蓄積が「差別化」にもつながる。

こういった脈絡の中で、今回の「地方創生総合戦略」をチャンスと捉え利用する位の大胆さを発揮してもいい。「人口減少」という国の危機感を背景に、施策を選択・実施し地方の振興の一助にすれば、したたかで自立的な「田舎の力」を発揮したことになるのだと思う。

本稿は、メインテーマの執筆を東北活性化研究センター専任部長の山岸裕一、トピックをアドバイザーの佐藤寛が担当した。各県の計画部門や担当部門の方々に取材したものであるが、全ての文責は執筆者にあることを申し添える。

謝辞

取材や資料提供等でご協力をいただいた東北と新潟各県の皆様に心より感謝申し上げます。

※すべての写真・図は、各県よりご提供いただきました。

2017年度 東北圏社会経済白書



当センターでは2013年度より東北圏内の社会経済調査および分析を取りまとめた「東北圏社会経済白書」を刊行しております。このほど2017年度版を刊行いたしましたので、その概要についてご紹介いたします。

【作成趣旨】

2012年12月の第2次安倍内閣発足から5年。この間日経平均株価が2倍となるなど、アベノミクスの成果が現れてきつつある。

一方、東北圏では東日本大震災から7年が経過し、政府の復興施策も「復興・創生期間」へ入るなど、新しい時代へと入りつつある。

本白書はこうした新しい時代において、地域活性化に向けた取組みを行う自治体等の政策立案者や大学等の研究機関、経済団体、ならびに社会経済の活性化に取り組む諸組織の参考に供すべく作成を行った。

【作成体制】

作成には6名の委員からなるアドバイザリー会議を組織するとともに、第Ⅱ部のテーマに併せ2名の有識者が専門委員として参画した。委員には7・9・11・1月に開催した4回の会議を通して様々な角度から貴重な意見を頂戴し、白書の内容に反映させた。また、委員の一部からは知見に基づいたコラムも執筆していただいている。

アドバイザリー会議委員（敬称略・50音順）

折橋伸哉（東北学院大学教授）

木下幸雄（岩手大学准教授）

西井英正（弘進ゴム株式会社取締役社長）

福島路（東北大学教授）

三宅諭（岩手大学准教授）

吉田浩（東北大学教授）

専門委員（敬称略・50音順）

河村和徳（東北大学准教授）

佐藤和志（前 山形大学COC推進室チーフ・コーディネーター）

（事務局）東北活性研

【構成】

本白書は例年同様3部から構成されている。毎年特定の分野（テーマ）を選定して考察を行う第Ⅱ部では「東北圏の魅力発信」を取り上げた。

表1：白書の構成

パート	主な内容
第Ⅰ部 東北圏における社会 経済の現状と今年の変 化	・東北圏の社会経済の現状 ・2016～2017年の東北圏 ・東北圏における「ふるさと納税」 を用いた地域活性化の可能性
第Ⅱ部 東北圏の魅力発信	・東北圏の特徴と指標の検討 ・地域の魅力、移住・定住に関する アンケート調査 ・まとめにかえて
第Ⅲ部 資料編	・東北の社会・経済の現状を示す人 口、県民経済計算等の10分野か らデータを掲載

【白書の主な内容】

第Ⅰ部

東北圏の社会経済の概要について、2015年に実施された国勢調査を含めた各種の統計資料を用いて東北の概観を明らかにするとともに、この1年の変化、そして東北圏におけるふるさと納税の現状と地域活性化に向けた活用策について図表を中心にまとめている。

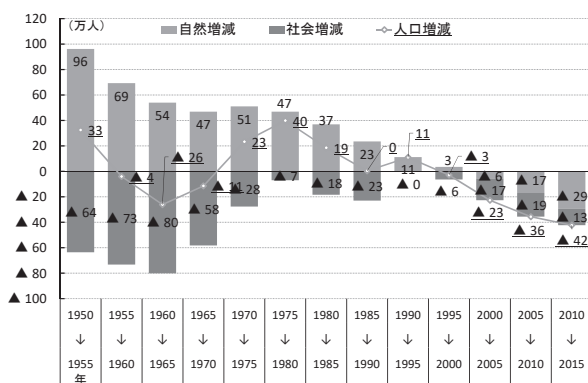
第1章 東北圏の社会経済の現状

環境、人口構造、産業構造、主要産業の動向、文化・教育の5つのセクションに分け、東北の現状を概観している。

東北圏の人口動態

東北圏全体の長期的な人口動態を要因別にみると、まず社会動態は戦後一貫して減少傾向にある。また、自然動態は2000年までは出生者が死亡者を上回る自然増であったが、高齢化・少子化が進展し、2000年以降は自然減となっている。

図1：東北圏の人口動態（1950～2015年）

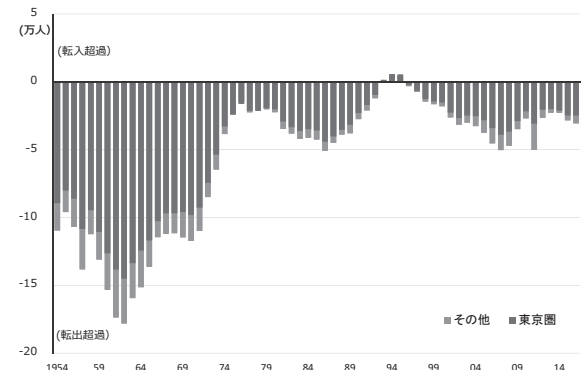


資料：総務省「国勢調査」・「住民基本台帳人口要覧」、厚生労働省「人口動態調査」

社会移動の主な流出先は東京圏であり、特に1950～1960年代の高度経済成長期にはその

傾向が顕著であった。2016年においても東京圏への転出超過数は総数の8割を占めている。

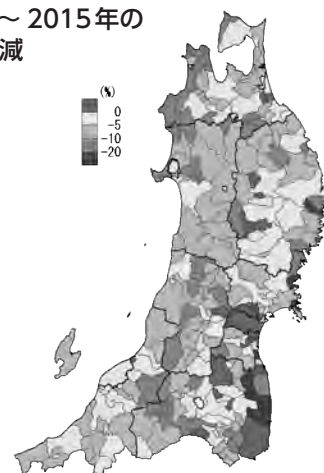
図2：東北圏の社会移動



資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告」

また、この5年間の圏内257市町村の人口動態を見ると、人口が増加したのは仙台市、福島市、いわき市¹などの23市町村であり、その他234市町村の人口は減少している。人口が減少している市町村のほとんどは社会減かつ自然減であり、東北圏は深刻な人口減少局面を迎えているといえる。

図3：2010～2015年の人口増減



資料：総務省「国勢調査」

第2章 2016～2017年の東北圏

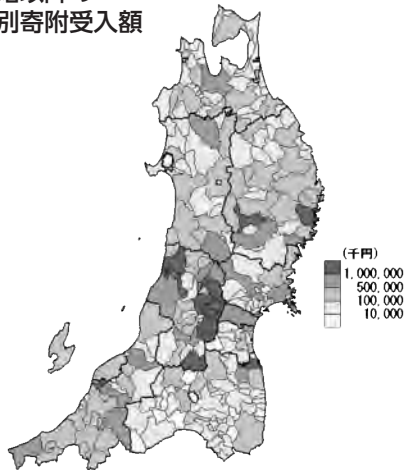
この1年における変化を、人口、経済、投資、雇用・消費活動等の6つのセクションに分けてグラフを基に説明している。

1 白書では仙台市・新潟市・盛岡市とありますが、正しくは仙台市・福島市・いわき市になります。この場を借りて訂正させていただきます。

とに加え、寄附者への返礼品が充実してきたことなどにより、急速にその市場が拡大している。2016年において東北圏で約1,300万件・374億円の寄附受入がなされている。

市町村別にその傾向を見ると山形県の自治体が特に多くの取り組みがなされている。

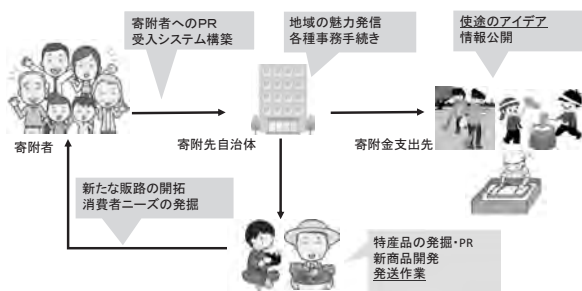
図7：制度開始以降の市町村別寄附受入額



資料：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」

ふるさと納税には受入金額の多寡・返礼品の内容ばかりが注目されているが、プロセスごとにさまざまなチャンスが隠れており、その機会を活用することで地域活性化につなげることが期待される。

図8：ふるさと納税が持つ主な地域活性化シーズ例



本章ではそうしたシーズを活用している自治体等に対し、ヒアリング調査を行った。

岩手県陸前高田市では市長が掲げる「ノーマライゼーションという言葉のいないまちづく

り」に向け、返礼品の発送作業に社会的弱者の方を活用しているほか、北上市では地域小規模事業者の「全国デビュー」を図るため、積極的にマーケティング支援や商品開発提案などを行っている。



陸前高田市における返礼品発送作業の様子

ふるさと納税は自治体にとって新しい知識が必要な部分も多く、都市部の事業者はその業務を任せている自治体も多い。また、寄附者も返礼品の内容にばかり目が行き、肝心の使途の部分まで関心が届いていないというのが現状である。

ふるさと納税の歴史はまだ浅く、成長余地も十分ある。そのため、本格的に取り組んでいない自治体にも十分制度活用の可能性は残されている。

ふるさと納税を自らの地域を知ってもらう入り口とし、寄附者と積極的なコミュニケーションを行うことで交流人口の拡大を図るとともに、地域の活性化につなげていくことを期待して本章をまとめている。

第Ⅱ部 東北圏の魅力発信^{2,3}

少子高齢化が全国に先駆けて先行する東北圏において、他地域からの移住・定住者の増加は、東北圏の最も重要な課題であるといえる。

そこで、今年度の第Ⅱ部では、地域の魅力を効果的に伝えるための前提条件として、既存の幸福度調査に着目して東北圏における幸福度の体系を設定し、客観的なデータを収集して他地域との比較を行うとともに、移住には当事者の主観的要素も重要となってくることから、首都圏と東北圏の生活者を対象にインターネットを活用したアンケート調査を実施した。

第Ⅱ部の構成は以下のとおりである。

第1章 東北圏の特徴と指標の検討

- (1) 既存の幸福度指標の概要
- (2) 東北圏の強みと課題
- (3) 地域間比較のための指標の設定

第2章 地域の魅力、移住・定住に関するアンケート調査

- (1) アンケート回答者の属性
- (2) アンケート結果の首都圏・東北圏比較分析
- (3) 東北圏のイメージ（首都圏のみ）
- (4) 東北圏の居住経験の有無別の首都圏居住者の傾向分析

- (5) 東北居住者の東北圏への評価
- (6) アンケートのまとめ

第3章 まとめにかえて

- (1) 客観的指標とアンケート調査から見える東北圏の強みと課題

- (2) 強みの再認識・磨き上げによる地域の魅力向上に向けて

第1章 東北圏の特徴と指標の検討

東北圏がもつ魅力を整理し、把握することが移住・定住を促進する上でまず必要であることを踏まえ、既存の幸福度調査に着目し、客観的指標を基に整理を行うこととした。

まずは当センターを含め既存の15機関が行っている幸福度指標をレビューするとともに、有識者意見等を踏まえて8分野・70項目からなる幸福度指標を設定した。なお、8分野の具体的な分類は以下のとおりである。

表2：指標分野の概要

分野	中分類
①経済	所得と富、雇用と収入、仕事と家庭のバランス、地産地消等
②環境	住宅、環境、インフラ
③安心・安全	
④健康	身体・健康、心の健康、健康のための環境
⑤教育	教育水準、教育問題、教育環境
⑥コミュニティ・関係性	家族等のつながり、社会とのつながり
⑦ガバナンス	投票率、社会的関与
⑧文化	イベント・祭事、文化・教養、娯楽、国際

なお、70項目の中で当センターが今回独自に設定した項目は10で、以下のとおりである。

- ・消費支出（生活コスト）
- ・通勤時間
- ・公害苦情件数
- ・交通事故死傷者数

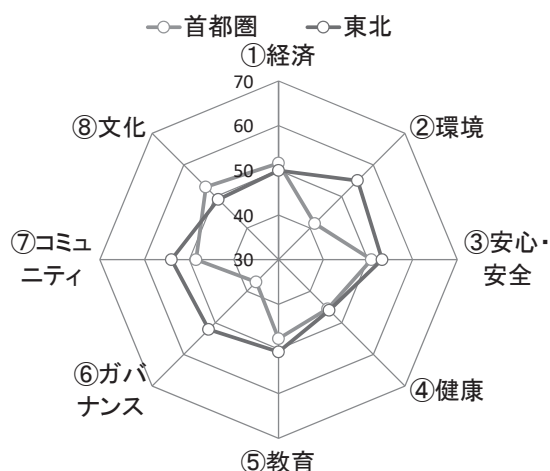
2 本誌の特集記事では、執筆者個人の見解に基づいて地域の魅力について定義し各県の施策を選定・紹介している。そのため、当センターおよび調査研究部の見解を示すものではないことを予めご理解いただきたい。

3 機関誌前号において紹介した各県 KPI の分類に基づく各県の施策の特徴については、誌面の関係上記載を省略させていただきました。この場を借りてお詫び申し上げます。

- ・1 農業集落当たり寄合の開催回数
- ・祭り、イベントの数
- ・祭り、イベントの参加者数
- ・美術館数
- ・芸術文化行動者率
- ・テーマパーク等施設数

既存の調査では統計指標を基に各県別のランキングを算出するケースも多いが、当センターでは「順位」による比較では地域の実情を正しく評価することが出来ないと考え、各県ごとの実際の数値に着目して、偏差値を算出したうえで首都圏をはじめとする他地域と地域間比較を行った。その結果が図9である。

図9：東北圏と首都圏の比較



このように東北圏は文化・経済面で首都圏と差があるものの、環境面で大きく勝っていることが明らかとなった。

一方、東北圏と他の地域とを比較したところ、東北圏は他の地域と比較して大きく劣っているところはなく、遜色がない地域であるということもこの比較から明らかとなった。

第2章 地域の魅力、移住・定住に関するアンケート調査

第1章で設定した指標を踏まえ、生活者が実際にはどのような事柄を重視し、地域にどういった魅力や不満を感じているか明らかにするために、東北圏と首都圏在住の生活者にアンケート調査を実施した。概要は表3のとおりである。

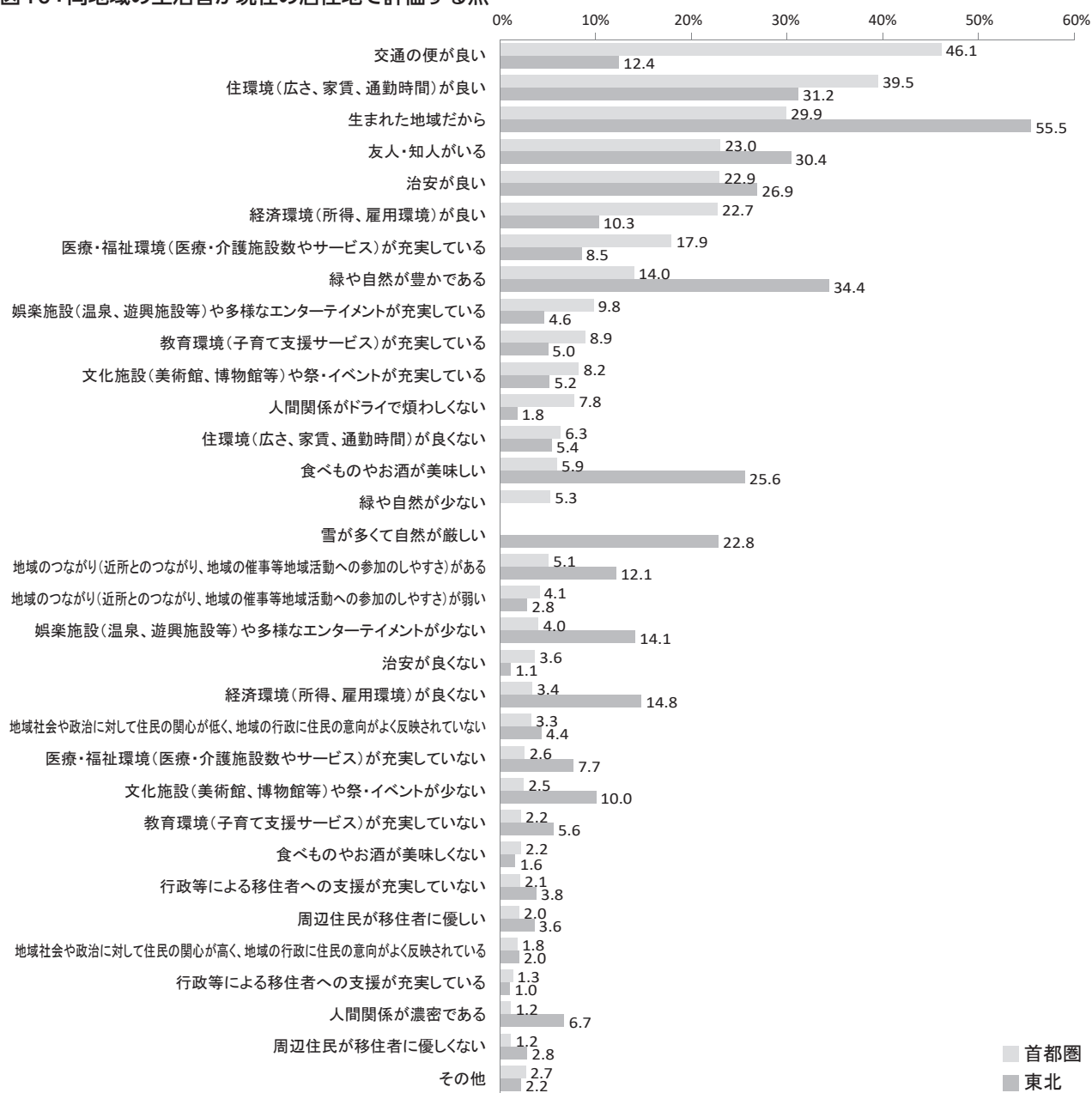
表3：アンケートの概要

対象	・東北圏（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県） ・首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）
年代	・25歳～65歳までの就労者 （東北圏に移住が可能な一定の所得がある若年層）
サンプル	・首都圏のサンプル数：1,043 ・東北圏のサンプル数：1,056 （対象地域は、人口構成比で按分する）
アンケートの視点	①現在の居住地に決めた背景と居住地の満足度について ②地域での暮らしにおいて重要と考える点とその満足度について ③移住・定住を考える場合に必要となる条件、不足していると考えられる点

調査結果から現状の居住地に対する満足度は両地域とも高く、その理由として首都圏は利便性、東北は地元への愛着があげられている。

東北圏の居住地選択の理由として、自然の豊かさ、食べ物・お酒の美味しさ、地域のつながりといった項目が挙げられており、客観指標の結果が訴求力ある地域の魅力につながっていることが伺われた。（図10）

図10：両地域の生活者が現在の居住地で評価する点



居住経験別にみた東北のイメージにおいて、東北圏に居住経験のある層が住環境、治安の良さを高く評価しており、居住してはじめて分かる魅力となっていることが伺われた。

今回の調査では、前述の幸福度指標の8分野の中分類(表2参照)に対応する各項目ごとに、重要度・満足度を尋ねるとともに両者の差を「ニーズ度」と定義し、地域に求められるものについて分析を行った。その結果を表4に示す。

この表から首都圏では所得・ワークライフバランス・雇用環境に関するニーズが高く、東北圏では所得、雇用環境、インフラなどのニーズが高くなっていることがわかる。

移住希望者は両地域とも2割程度。首都圏は若年層の男性、東北は高齢の女性が高い傾向。首都圏の移住希望者の特徴的な理由としては、自然環境、地元食材の不足が挙げられている。

移住に際しての心配事としては、就業環境に

次いで地域のコミュニティに入っていけるかの不安が挙げられた。一方東北は複数項目で地域のつながり、催事等への参加のしやすさが挙げられている。

第3章 まとめにかえて

客観的データと主観的データから読み取れる東北圏はバランスの取れた地域であり、多くの魅力が存在していることが今回の調査で明らかとなった。

しかし、東北圏は全国的に見ても転出超過の動きが際立っており、まずは地域の持つ魅力について、地域内から伝えていくことが重要である。

全国各地で積極的に移住・定住に向けた取り組みが行われている今日では、地域の持つ強みをさらに磨き上げ、より強固なものにしていくことが求められる。

個人の価値観が多様化する中において、各地域が「オンリーワン」となる強みはどの自治体でも必ず存在している。まずはその1点に絞って他の自治体との差別化を図っていく必要があるのではないだろうか。

当センターでは今回の調査を踏まえ、今後も東北圏の魅力についての調査を行っていく予定である。

表4：重要度・満足度・ニーズ度

(首都圏)	重要度	満足度	ニーズ度	(東北)	重要度	満足度	ニーズ度	ニーズ度の差
①所得の多さ	4.212	2.901	1.311	①所得の多さ	4.136	2.582	1.554	-0.243
②仕事のやりがい	4.093	3.270	0.823	②仕事のやりがい	4.082	3.213	0.869	-0.047
③雇用環境	4.236	3.374	0.862	③雇用環境	4.283	3.031	1.252	-0.390
④ワークライフバランス	4.313	3.383	0.930	④ワークライフバランス	4.242	3.195	1.047	-0.117
⑤住環境 (広さ、安さ、通勤時間)	4.314	3.509	0.804	⑤住環境 (広さ、安さ、通勤時間)	4.218	3.635	0.582	0.222
⑥自然環境 (空気のきれいさ等)	3.987	3.357	0.630	⑥自然環境 (空気のきれいさ等)	4.168	4.035	0.133	0.497
⑦インフラ (公共交通機関や道路整備など)	4.332	3.805	0.526	⑦インフラ (公共交通機関や道路整備など)	4.170	2.988	1.182	-0.655
⑧ネット環境	3.982	3.865	0.117	⑧ネット環境	3.907	3.550	0.357	-0.240
⑨安全、治安	4.484	3.849	0.635	⑨安全、治安	4.507	3.960	0.546	0.088
⑩健康維持のための施設 (スポーツクラブ) や医療施設の充実	3.571	3.447	0.125	⑩健康維持のための施設 (スポーツクラブ) や医療施設の充実	3.666	3.186	0.480	-0.355
⑪教育環境 (有名大学の有無、学力水準の高さ等)	3.080	3.267	-0.187	⑪教育環境 (有名大学の有無、学力水準の高さ等)	3.223	2.887	0.335	-0.522
⑫子育て環境 (保育所施設数の充実やサービスの質)	3.336	3.238	0.098	⑫子育て環境 (保育所施設数の充実やサービスの質)	3.751	3.141	0.610	-0.512
⑬地域のつながり (近所とのつながり、地域の催事等地域活動への参加のしやすさ)	3.125	3.268	-0.144	⑬地域のつながり (近所とのつながり、地域の催事等地域活動への参加のしやすさ)	3.409	3.296	0.113	-0.257
⑭地域社会や政治への関心、行政への住民の意向の反映	3.249	3.150	0.100	⑭地域社会や政治への関心、行政への住民の意向の反映	3.503	3.107	0.396	-0.296
⑮地元の食材、郷土料理	3.234	3.030	0.204	⑮地元の食材、郷土料理	3.822	3.778	0.044	0.161
⑯お祭り、イベント	3.015	3.139	-0.124	⑯お祭り、イベント	3.427	3.321	0.106	-0.230
⑰文化施設 (美術館、博物館等)	3.129	3.201	-0.072	⑰文化施設 (美術館、博物館等)	3.360	3.004	0.356	-0.428
⑱娯楽施設 (温泉、遊興施設等)	3.267	3.205	0.062	⑱娯楽施設 (温泉、遊興施設等)	3.617	2.937	0.681	-0.619

「地方創生における職と住のあり方調査」報告書

はじめに

当センターでは過年度より移住・定住促進に関わる調査事業を行っている。本調査事業では空き家に着目し、移住・定住促進に関わる活用の他に地域の資源としての活用や民泊の可能性について調査し報告書として取りまとめた。本稿ではその概要を紹介する。

1 構成

本報告書は概要編と事例分析編、資料編から構成されている。目次は以下のとおりである。

目次
概要編
第1章 はじめにー目的・調査の視点等
第2章 空き家に関する現状と本報告書における 区分、調査・提案の概要
事例分析編
第3章 空き家を活用した事例と分析
1. 移住・定住を促進する活用
2. 地域の共有財産としての活用
3. 民泊利用の可能性
第4章 空き家を活用した東北の創生に向けた提案
資料編
第5章 空き家の現状と課題に関する統計的整理
第6章 就業・転入出の概況
第7章 空き家に関連する法制度等

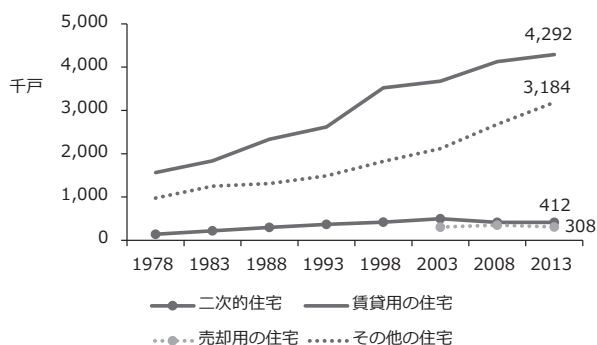
2 背景および目的

過年度の調査等により、移住・定住促進には住居と生きがいを感じられる、あるいは挑戦しがいのある仕事の両立が重要であると結論付けた。本調査事業では空き家に注目し、移住・定住を促進する住居としての空き家活用の他に、空き家を公益的な活用や収益源となるような活用ができないかということを念頭に東北の活性化に資する提案を行うことを目的とした。

3 空き家の状況

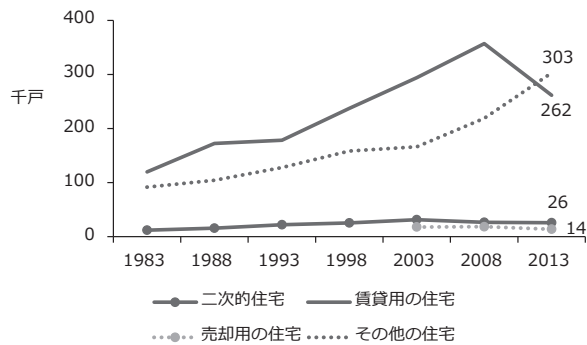
総務省によると、空き家は「二次的住宅」（「別荘」や普段の住宅とは別にたまに寝泊りする「その他」から構成）と「賃貸用の住宅」、「売却用の住宅」、「その他の住宅」に分類される。その数は全国（2013年）で819万戸以上（空家率13.5%）、新潟を含む東北地域は58万戸以上

図1 全国の空き家の内訳（2013年）



1 本調査事業報告書については当センターホームページを参照いただきたい。
<http://www.kasseiken.jp/pdf/library/guide/29fy-chosa-02.pdf>

図2 東北の空き家の内訳 (2013年)



資料：総務省「住宅・土地統計調査」

(12.1%)となっている。その内訳を表したのが図1と図2である。2013年の全国の数値からは空き家は「賃貸用の住宅」が最も多いことが分かるが、2008年比でみると賃貸用の住宅が16万5,000戸の増加に対し、「その他の住宅」が50万2,500戸の増加となっている。東北の場合は全国と同様に「その他の住宅」は過去最も多くなっているが、東日本大震災の被災者が移り住んだ影響で、賃貸用の住宅は減少している。

4 本書における空き家の活用区分

本書では空き家活用を3つの方針に区分し、関わる事例を取り上げた。

①移住・定住を促進する活用

過年度の調査から特にIターン者にとっては住居の確保が不可欠であるとの結論が得られたことから、居宅を低廉で確保できる空き家活用に注目した。また、関連して空き家を未然に防ぐ方策と仕事の確保を同時に行う「継業」に関わる事例も取り上げた。

②地域の共有財産としての活用

地域を活性化させる資源として所有者との合意の下で、地域住民(地域における活動主体)等による管理と活用を行っている事例について取

り上げた。

③民泊利用の可能性

最後に、経済効果は5,000億円以上(Airbnb社による2015年の試算)と言われる民泊について、2018年度には民泊に関わる法整備もされることから、その取り巻く状況について整理した。その上で古民家等の関わる部分を検討した。

5 調査結果の抜粋

①移住・定住を促進する活用で取り上げた3事例を中心に簡単に紹介する。

1) 空き家(空き店舗)発生を防ぐ継業による移住支援(秋田県由利本荘市)

由利本荘市では2015年度より由利本荘まるごと営業本部仕事づくり課が手厚い就業支援等による移住・定住支援を行っている。そのなかで、市内の高齢夫妻による老舗パン屋さんを移住者に継いでもらうという取組みを成功させ

図3 募集チラシ(表面)



た。募集チラシ(図3)も担当職員が作成し好評を得た。この取組みが成功したことによって市内の別の飲食店も同様の継業募集を開始し、他業種の経営者からも当課に問合せがある等の波及効果がみられた。この取組みは地域の賑わいを喪失させず(空き店舗発生を未然に防ぎ)、場合によっては前経営者の技術(味)を継承し、さらに移住者も獲得できる(店舗兼住宅という構造であれば住居も確保できる)という複合的なメリットが得られる取組みであると考えられる。

2) 古民家リフォーム塾による移住・定住促進 (岐阜県恵那市)

岐阜県恵那市串原地区ではNPO法人奥矢作森林塾が移住者の居宅となる空き家をユニークな方法で改修している。それは「古民家リフォーム塾」という移住希望者の居宅を地域内外の参加者(受講料3,000円)が数回に分けて改修作業等を行い完成を目指すという取組みである。2008年から開催され、年に1~3軒ほどを改修している。これまでリフォーム塾に参加したことがある人の内66名(24世帯)が地域に移住しており、古民家リフォーム塾の参加者が新たな移住者になるという好循環を生んでいる。

同NPO法人は空き家を交流機会の創出と移住者の居宅確保のために活用している。毎回募集枠を超える人数が参加しており、移住者のために地域内外の人たちが交流する機会を創出し地域側の受入れ機運も高めている。空き家というハード面を整備する活動ではあるものの、機運醸成等のソフト面に働きかける取組みであるとも考えられる。

3) 機能する空き家バンク制度(島根県雲南市)

島根県雲南市ではすでに2005年から移住者

数を把握する等、早くから移住・定住支援を行っている。市が支援して移住した世帯の7割以上が空き家を居宅としており、これは自治体が空き家斡旋を行う「空き家バンク制度」が機能しているからだと考えられる。

特に特徴的な取組みとして農地付き空き家制度があげられる。雲南市には「農ある暮らし」を求める移住希望者も多い。実際、中山間地域には庭先に小さな農地のある空き家が多数存在しており、所有者も希望者も空き家と同時に農地も売買したいという希望が多かった。しかし、農地は本来、数10a単位でなければ権利移転ができないため、庭先の小さな農地はその対象とならなかった。そこで雲南市では手順を踏むことで1aから農地の売買を可能としたのである。

雲南市では移住支援担当課が農業委員会と連携し、所有者、移住者双方の目線に立って、農業参入プラスUIターン促進といったより良い農地の利用方法を生み出したと考えられる。

4) その他に取り上げた事例

②地域の共有財産としての活用区分では、専門集団のNPOによる空き家問題解決活動(文献調査)について「NPO法人つるおかランド・バンク」(山形県鶴岡市)を、外部人材による空き家活用と地域づくり活動との関連について「LLPモダンタイムス」と「NPO法人中山街づくりセンター」(宮城県仙台市)を、空き家の新たなマッチングとそのコンセプト(文献調査)について「山形R不動産」(山形県山形市)を取り上げた。

③民泊利用の可能性については民泊を取り巻く状況について整理し、古民家を活用した民泊「シェアビレッジ」について「ハバタク株式会社」(秋田県五城目町)を、民泊のプラット

フォームの事例について「株式会社百戦錬磨」(宮城県仙台市)を取り上げた。

6 提案の要約

これらの調査から主に空き家活用によって地

方創生に資する提案を行った。その要約が表1である。実現性については地域の置かれた状況、取組み具合により様々であるが、幅広く提案したもので、関係各位の政策の一助に資すれば幸甚である。

表1 提案の要約

区分	概要	提案
移住・定住促進	地域の実情に即した空き家の活用と就業支援(移住者の獲得、地域の賑わい) ・移住・定住促進のためには住居としての空き家活用が密接に関係している ・空き家バンク制度を機能させている自治体が成果を上げている ・手厚い就業支援に効果がみられる	・優良事例を参考にしつつ、各自治体の特性を活かした独自の使い勝手の良い空き家バンク制度を運用する ・無料職業紹介所での代理検索や移住希望者の資格やキャリアを活かせる企業の掘り起こし、及び(空き店舗防止にもなる)継業による就業支援を行う
地域の共有財産	共有財産として活用し地域の魅力アップ(交流人口増加や地域住民のやりがい増進にも) ・空き家(空き地)に関して問題意識がある地域は空き家を共有財産と認識し取組みを行っている ・地域の主体だけでは取組めない場合は、民間や外部人材の知恵も地域の活動に活かされるような連携がされている	・空き家が道路の拡張等を通じて地域の価値を上げる場合があるので、関係者の合意の下、その機会を活用する ・地域づくりのなかに空き家活用を位置付け、地域住民だけではなく外部人材との連携も視野にいれる ・空き家の価値に「新たな意味」を加える等、空き家仲介の際の工夫をする
民泊の可能性	適正化される民泊と古民家活用の可能性 ・訪日観光客向けに民泊が注目されている ・Airbnb社によれば同社の日本民泊による2015年の経済効果は5,207億円に及ぶ ・法的にグレーであった状態も民泊法によって解消され2018年は一定の方向性が示される	・民泊に可能性を見出している地域では集客に関わる観光資源の検討を行う ・古民家への宿泊は仕組み次第で需要が見込めるので、古民家がある地域ではその民泊活用の可能性について検討を行う

平成29年度 東北活性研フォーラム

「『東北 society5.0』を考える」開催報告

当センターでは、産業力向上・地域活性化の観点から東北地域のニーズや時宜にあったテーマを選定し、有識者や専門家あるいは企業関係者などの講師を招いてフォーラムを開催しています。

本フォーラムは、昨今話題の「第4次産業革命」を主導する先端技術の開発動向の中で

society5.0を紹介し、こうしたイノベーションの進展によって、地域の経済や社会がどのように変容していくのかについて考え、そのポテンシャルを東北の輝かしい未来創出に向けて積極的に活用する機会とする目的で開催しました。当日は約110名の聴講者を集めました。

開催概要

日 時 平成30年2月22日(木) 14:00～17:20

会 場 T K P ガーデンシティ仙台(アエル21階)」

【プログラム】

1. 開会・主催者代表挨拶

公益財団法人東北活性化研究センター 会長 海輪 誠

2. 基調講演

①「人工知能の社会実装と Society5.0 ～東北版 Society5.0の可能性を探る～」

国立研究開発法人産業技術総合研究所 人工知能研究センター長 辻井 潤一 氏

②「近未来技術による地方創生～次世代移動体システム～」

東北大学未来科学技術共同研究センター長 長谷川 史彦 氏

③「デジタルが拓く持続可能な都市づくり」

日本電気株式会社 未来都市づくり推進本部シニアマネージャー 高木 秀和 氏

3. ディスカッション

東北活性研・木村常務理事(ファシリテータ)＋パネラー講師(3名)

4. 閉会挨拶

国立大学法人東北大学 理事 矢島 敬雅 氏

<主催>

公益財団法人東北活性化研究センター、国立研究開発法人産業技術総合研究所東北センター、
国立大学法人東北大学

<後援>

経済産業省東北経済産業局、宮城県、(一社)東北経済連合会、(公財)みやぎ産業振興機構、
(一社)みやぎ工業会、(公財)仙台市産業振興事業団

開会・主催者代表挨拶

東北活性化研究センター 会長 海輪 誠

本フォーラムでは、「東北 society 5.0を考える」をテーマと致しました。「Society 5.0」は、わが国が目指す新しい社会のあり方を表すキーワードとして今日では広く用いられています。

この概念はただ単に、国や行政が“お題目”としてあげているものではなく、この動きが、東北の産業経済や地域社会まで大きく影響するものと見て間違いありません。本フォーラムを通じて皆様の連携の輪を広げていただき、2018年が「東北 society5.0」実現に向かって



(挨拶：海輪 誠 会長)

のスタートの年になること祈念します。

講演1.「近未来技術の社会実装と Society5.0～東北版 Society5.0の可能性を探る～」

国立研究開発法人産業技術総合研究所 人工知能研究センター長 辻井 潤一 氏

スマートフォンに掃除ロボット、自動運転等々、社会のあらゆる場面に人工知能 (AI) が組み込まれていく動きが加速しています。これまではいわば研究者による研究開発の取組みにすぎませんでしたが、いよいよ人工知能 (AI) が社会実装される時がやってきました。

今日 AI 開発は、「人間に迫る人工知能」(会話ロボット、コンピュータ将棋・碁、深層学習、言語理解 等)と、「人間を越える人工知能」(ビッグデータ、データサイエンス)の2つの流れが統合しながら進展しています。

この動きがこれから本格化すると、見る・聞く、考える、動くという機能が三位一体化し、人間と協働して様々な課題を解決しながら社会全体を最適化していくことになります。AI等の先端技術の社会実装については、様々な分野の方々と一緒に取り組んでいくべきだと思います。



(講師：辻井 潤一 氏)

す。

＜ AI に関わる最近の研究開発事例＞

- ・データのセンシングと認定
- ・動き回るロボット
- ・消費者セグメントと行動理解
- ・匠の技の伝承
- ・国内外の大学や研究機関、産業界、ベンチャー企業との連携推進

講演2.「近未来技術による地方創生～次世代移動体システム～」

国立大学法人東北大学未来科学技術共同研究センター長 長谷川 史彦 氏

未来科学技術共同研究センター (NiChe) は大学の知的資源をもとに、社会の要請に応える新しい技術・製品の実用化並びに新しい産業の創出を社会へ提案することを目指しています。(※青葉山キャンパス他の実証実験、分野融合

による先端技術開発の取組みについて紹介)

＜東北大学の先端技術開発事例＞

- ・東北大が製作した各種改造EV車両
- ・青葉山キャンパス、泉パークタウンでの実証実験

- ・仮想交通実験環境による実証・評価検証
- ・特区を活用した無人走行システムの自動走行実験
- ・ドローンによる橋梁点検の実現
- ・安全かつ高信頼性のリチウムイオン二次電池の革新的量産技術開発



(講師：長谷川 史彦 氏)

講演3. 「デジタルが拓く持続可能な都市づくり」

日本電気株式会社 未来都市づくり推進本部 高木 秀和 氏

日本は世界のどこよりも早く深刻な社会課題に直面します。本格的な人口減少・少子高齢化時代に突入した日本では、これまでの経済循環モデルは通用しません。高度成長期から続く従来の社会基盤の変革が求められています。「Society 5.0」を主導する技術革新の動きは、この変革を進めるうえで重要な鍵を握ります。

日本が直面する課題は、いずれ世界中が直面することになる課題でもあります。データ活用型の「柔軟い社会基盤」によるパラダイムシフトを推進し、自律的な経済循環モデルで全体最適化を図っていく新しい都市づくりは、これから世界のモデルとなります。

日本電気㈱では、ハードウェアに依存する従来の社会基盤から、産官学民の垣根を越えた



(講師：高木 秀和 氏)

データ活用型の「柔軟い社会基盤」実現を通じて、「持続可能な都市づくり」に取り組んでいます。今後は、なお一層地域社会において様々な課題に取り組まれている皆さまとの連携を積極的に進め、新しい社会モデルを一緒に実現してまいりたいと考えています。

ディスカッション

ファシリテータ：東北活性化研究センター 常務理事・事務局長 木村 研一

パネラー：基調講演者3名

イノベーションの動きを如何にして地域に根付かせ、地域が抱える社会課題の解決と地域発展に結びつけていくのか、その社会実装に向けた課題や人材育成等について、3名の講演者とパネルディスカッションを行った。

パネラーからは、「AI化すること自体が目的ではない。むしろAI等の技術によって地域が抱えている課題を解決するという目的を明確にしながら取り組むことが大切だ」、「実際に課題を抱える地域の人々と十分意思疎通し、課題を



(ファシリテータ：木村 研一)

“見える化”することが重要」、「東日本大震災によって本当に必要なものは何かを知る経験したことが東北の人々の強みだ。社会が真に必要なことが何なのかを考えて取り組めるのは東北だと思う」等の発言があったほか、「変化の激しい時代においては、自ら課題を見出し、解決策を提案し、様々な関係者と連携しながら実際



(ディスカッション風景)

にやってみるといった、主体性のある自律的な人材が求められている」といった指摘が聞かれた。

ディスカッション後には、会場内の聴講者からも活発な質疑があり、今後の地域に向けての活動、高齢化社会に向けた地域に根差したシステムの開発などについて話し合われた。



(ディスカッション風景)

閉会挨拶

東北大学 理事 矢島 敬雅 氏

今回のテーマが具体的に地場企業ないし、支援機関や教育機関の方々の理解の深化につながることを期待したいと思います。“課題先進圏”である東北の置かれている状況をチャンスと捉え、地域の産学官金が互いに連携し合いながら、AI等新技術の社会実装を通じ、東北から世界に新しい社会モデルを発信していけるよう取り組んでいきたいと考えています。



(挨拶：矢島 敬雅 氏)

～アンケートでお寄せいただいた声～

- ・最近、話題になっている AI などの先端技術だが、自分にとって少し遠い存在のように感じていた。本日のフォーラムで、地域の未来を創造していく上で、互いに連携し合うことの重要性がよく理解できた。これから仕事を進めていく上でも参考になった。(50代、会社員)
- ・「Society 5.0」に関連する技術革新は、ビジネスのみならず地域社会の観点からも今後ますます重要になってくるだろう。社会実装を速やかに具現化する意味からも、このテーマについて継続的に実施していただければ良いと思う。(40代、会社経営)
- ・何といっても新鮮な情報に触れるよい機会になりました。全体的なイメージと具体的事例が紹介され、新たな社会基盤を支える重要な技術となることなど、本日のフォーラム内容は大変メリハリがありました。(60代、会社員)
- ・AI や IoT など聞いたことのあるキーワードについては漠然と理解していたつもりだったが、今回のお話を聞いて、より具体的にイメージできるようになった。(50代、会社員)

「地域コミュニティ中間支援組織の運営に関する調査研究」について

当センターは2016年12月に『地域コミュニティ経営ガイド～NPO法人「きらりよしまネットワーク」の設立と運営』を刊行し（非売品、HPでも開示）、全国的にもトップクラスの地域運営組織の事例（山形県川西町吉島地区）を初めて詳細に紹介した。

2017年度は地域コミュニティ（地域運営組織）そのものでなく、地域コミュニティと行政の間に立って中立的な立場から地域コミュニティを支援する「中間支援組織」に焦点を当てた調査を実施した。それは地域コミュニティが行政と対等に協働するためには、この「中間支

援」が重要とされているからである。

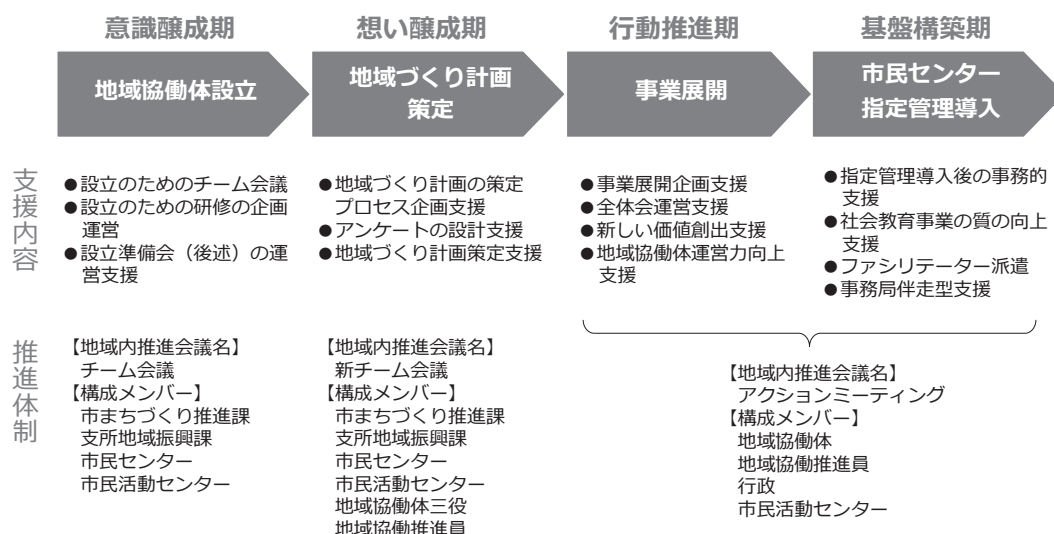
本報告書（2018年3月発刊）では中間支援組織の優良事例と言われる「いちのせき市民活動センター」（岩手県一関市）の運営と、全県的な地域コミュニティ支援の試みである山形県の「地域づくり支援プラットフォーム事業」を紹介した。（注：報告書の作成に当たっては、いちのせき市民活動センター、NPO法人いわてNPO－NETサポート、ならびに、おきたまネットワークサポートセンターの協力を得た。）

以下、報告書より、両事例を最も端的に表わす図解を1枚ずつ紹介する。

■内容見本

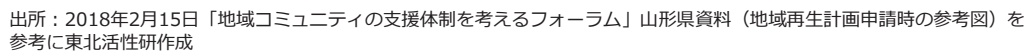
「いちのせき市民活動センター」の地域協働体（＝地域運営組織）への支援の全体像

一関市では、地域コミュニティの状況を4つのフェーズ（意識醸成期、想い醸成期、行動推進期、基盤構築期）に分け、それぞれの地域の実情に合わせた段階的な支援を行う。



出所：いちのせき市民活動センター事業紹介を東北活性研修正

4地域それぞれに、総合支庁、中間支援組織、市町村から成る「地域づくり支援プラットフォーム」を構築し地域コミュニティを支援。県本庁は縦割り政策の総合調整・パッケージ化に努力。以上を地域再生計画として継続的・重点的に推進。



当センターは2月15日(木)、本調査研究の内容を紹介するため、東北学院大学地域共生推進機構と共同で「地域コミュニティの支援体制を考えるフォーラム」を東北学院大学ホーイ記念館(仙台市)にて開催した。上述の2つの事例を当事者から紹介していただいたあと、この分野の権威である高崎経済大学の櫻井常矢教授より講演していただいた。市町村の地域コミュニティ支援関係者を中心に70名の出席を得た。なお、本報告書に櫻井氏の講演録を掲載した。

各地で、移住・定住(人口維持)、地域包括ケア、高齢者の買い物・移動支援などさまざまな地域課題対策が必要とされる。また、六次産業化や地域観光といった発展策も試みられている。これらを進めていくための共通基盤が「地域コミュニティ」である。

東北活性研 Vol. 31 (2018 春季号) | 53

「G-Census プレゼンテーション資料作成コンテスト」で最優秀賞を受賞

はじめに

当センターでは実践に直結したシンクタンクを目指して活動を行っているが、そのひとつに「東北圏社会経済白書」を活用した「地域の見える化」教育があげられる。

今回、そのツールとして GIS（地理情報システム）ソフトの活用に向けた検討の一環として公益財団法人統計情報研究開発センター（以下 Sinfonica という）主催の G-Census プレゼンテーション資料作成コンテストに応募した。

その結果、当センター調査研究部主任研究員の木村が応募した作品が最優秀賞を受賞いたしましたのでご報告いたします。

G-Census（ジーセンサス）とは¹

G-Census とは統計情報を地図上で表現できる GIS ソフトで、2000年に Sinfonica が開発したものである。

このソフトには国勢調査などをはじめとした基本的な統計データがあらかじめ収録され、都道府県や市区町村別等の統計情報を基にした統計地図（色分け地図）の作成や、人口ピラミッドなどを簡単に地図上に表示することが出来る。

全国の教育機関などに寄贈されており、統計教育用ツールとして活用されている。

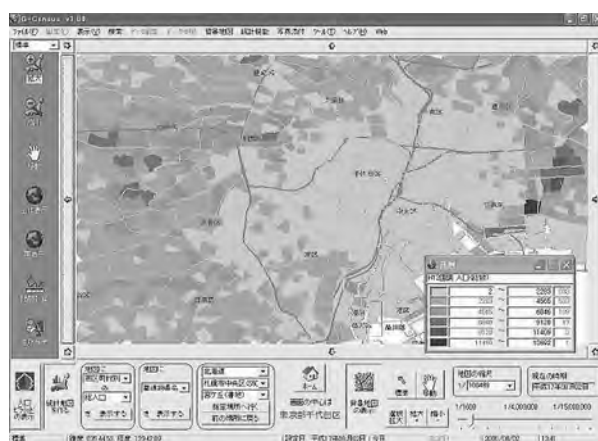


図1：G-Census を活用したグラフの例
資料：G-Census ホームページ

コンテスト概要

(1) 主催

公益財団法人 統計情報研究開発センター

統計の活用に関する調査研究や統計情報の普及啓発事業等を行っており、各種セミナーの開催、「統計グラフ全国コンクール」等を主催している。

(2) 目的など

地理情報システムと統計情報の一体的利用について普及を促進するため実施されている。

G-Census などを用いて、地域の現状を明らかにするとともに、各地域の課題解決等に向けたプレゼンテーション内容を競うというもの。

1 詳細は G-Census のホームページを参照 (<http://www.g-census.jp/>)

2014年度より毎年開催され、今回で4回目。

(3) 審査内容

プレゼンテーション資料の企画内容を審査する第一次審査と、審査通過者に貸与されるG-Censusを利用してプレゼンテーションを作成し、その内容を審査するという2段階での審査により受賞が決定される。

応募内容について

作品名：「東北圏における『ふるさと納税』を用いた地域活性化の可能性」

内容：前述の「2017年度東北圏社会経済白書」の第Ⅰ部第3章の内容を基に、圏内のふるさと納税の現状について、自治体別に塗り分けた地図を用いて分析を行うとともに、地域活性化の可能性について事例を踏まえてプレゼンテーション資料形式でまとめたもの。

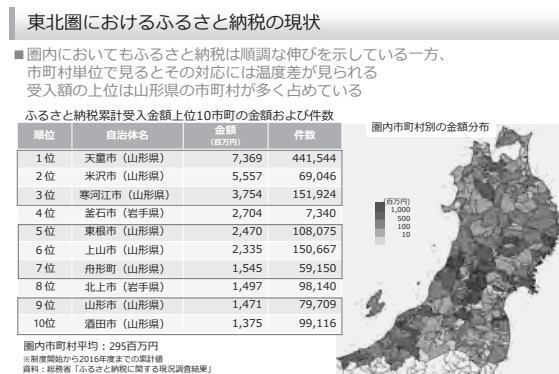


図2：応募作品の一部

統計データを用いて「ふるさと納税」の現状と意義を説明するなど、「ふるさと納税」について丁寧にわかりやすく説明されている点が高く評価され、今回の受賞につながった。なお、表彰式はSinfonicaが主催する「統計情報セミナー」の冒頭で行われ、その後木村からセミナー

参加者に対して作品概要の説明を行った。



表彰式の様子

今後に向けて

教育分野に限らず、「地域見える化」に向けた課題として、「①適切なデータを見つけること」「②データを入手して分析すること」「③結果を明確に表現すること」という3つのハードルがあると考えられるが、事前にソフトに搭載されている統計情報に加え、詳細な分析手法を掲載したマニュアルを有するG-Censusを利用することで②・③の部分についてはかなりハードルが下がるのではないかという感想を持った。

今年度も「東北圏社会経済白書」にかかる事業の一環として「地域見える化」教育に関する取組みは継続して実施していくが、今年度はこのG-Censusの活用も含めた形で展開できるよう大学等関係機関と模索していく予定である。

この「地域見える化」教育について関心のある方は当センターまでご連絡いただきたい。

統計データから見る東北③ー小学校の推移

調査研究部 主任研究員 木村 政希

はじめに

本欄では「東北圏社会経済白書（以下「白書」という）」第Ⅲ部において掲載している時系列データからひとつを選び、ここ30年に亘る東北の変化などについて概観しているが、今回は学校基本調査から少子化の影響を直接受けている小学校に関するデータについて見ていくことにする。

学校基本調査は文部科学省が1948年から毎年実施している学校教育に関する最も重要な調査で、全国すべての学校¹を対象に、5月1日時点における学校・学級数、在学者数、教職員数、卒業後の状況、施設、経費等の基本的事項についてだけでなく調査するものである。小学校に関するデータとしては学校数をはじめ、児童数、教員数、へき地指定学校数など26のデータが掲載されている（2017年度）。

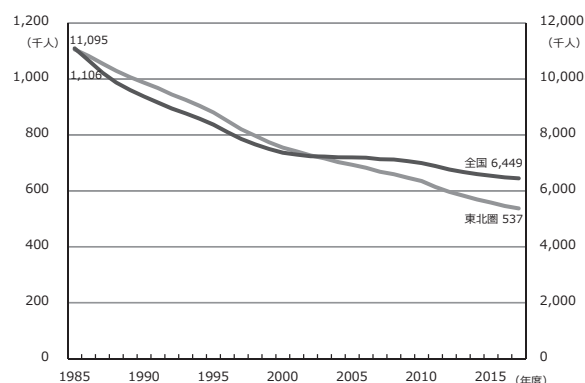
白書ではその中から小学校・中学校・高等学校・中等教育学校の学校数、児童・生徒数、教員数の3つのデータを掲載している²。

東北圏における児童数と小学校数の推移

それではまず児童数の推移からみていくことにする。東北圏内の児童数は1985年度の1,106

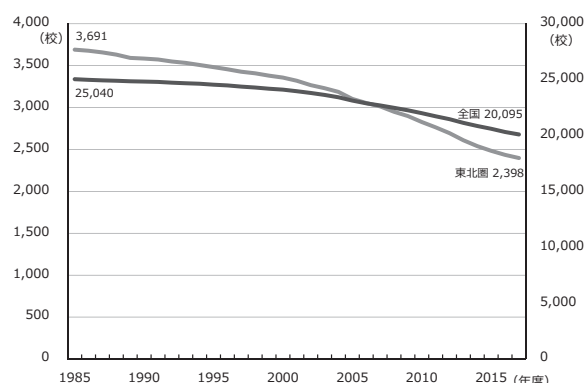
千人から一貫して減少し続け、2017年度では537千人と30数年間を通じてほぼ半減している。全国では2000年前後からその減少度合いがやや緩和されているものの東北圏においてはそのような傾向は見られない。

図1：全国・東北圏における児童数の推移³



同様の傾向は小学校数からも伺える。圏内の小学校は1985年度の3,691校から2017年度の2,398校と約30年の間に35%減少している。

図2：全国・東北圏における小学校数の推移



1 幼稚園、幼保連携型認定こども園、小学校、中学校、義務教育学校、高等学校、中等教育学校、特別支援学校、大学、短期大学、高等専門学校、専修学校及び各種学校等が対象である。

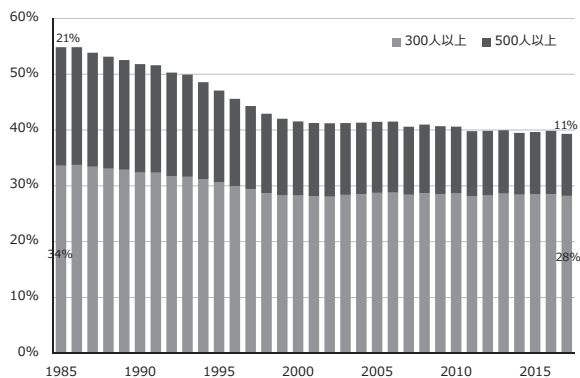
2 白書第Ⅰ部では大学進学率などのデータも学校基本調査のデータを基に掲載している。

3 図はすべて、文部科学省「学校基本調査」を基に筆者作成

全国では、20%の減少(児童数は42%の減少)となっていることを見ると東北圏の小学校の減少率が大きいことがわかる。

それでは、小学校一校あたりの児童数はどうであろうか。学校基本調査では「都道府県別児童数別学校数」というデータで規模別の学校数を明らかにしている。概ね全学年で複数クラスが設置可能(クラス替えが可能)⁴な300人以上の学校数と3クラス以上設置可能な500人以上の学校数の占める割合を統計表から見ると、30数年で300人以上の学校が6%、500人以上の学校が10%減少している。児童数1,000人を超すレベルの学校数は1985年度では各県合わせて186校あったが、2017年度では宮城県の5校のみとなっている。

図3：東北圏の児童数300・500人以上の小学校の比率

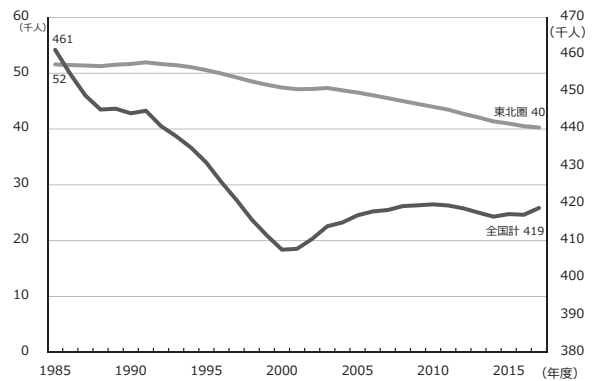


教員数の状況

最後に教員数⁵の状況についてみることにする。教員数については全国と東北で明らかな差異が見られる。全国では2001年の407,598人を底に増加基調となっているものの東北では減少基調が続いている。また、その内訳において

も講師の比率が1985年度には全国が3.0%、東北圏が2.2%であったのに対し、2017年度においては全国の6.7%に対し東北圏は7.5%と比率が逆転している。

図4：教員数の推移



おわりに

本稿では東北圏における小学校の推移について見てきた。少子化に伴い圏内の小学校は児童・学校数とも大きく減少するとともに、指導を担う教員の数も減少が続いている。

しかし、小学校は地域コミュニティの核であり、地域社会を支えるインフラでもある。それは明治時代⁶から現在まで脈々と続いている。

これからも小学校は単なる学び舎に留まらず、地域とともに歩む存在として機能を発揮していくことを期待したい。

【参考・引用文献】

京都市ホームページ「京都市情報館」
(<http://www2.city.kyoto.lg.jp/somu/rekishi/fm/nenpyou/htmlsheet/toshi26.html>)
(2018年4月3日最終閲覧)

4 1クラスあたりの人数については「公立義務教育諸学校の学級編制及び教職員定数の標準に関する法律」によって小学校は原則40人(1年生は35人)と定められている。

5 白書では「職名別教員数(本務者)」をもとにした教員数を採用している。

6 学制発布前の1869年に京都で設立された64の番組小学校には、学校のみならず町会所、府の出先機関など総合庁舎としての機能を果たしていた。

地域の連携から生まれる生活の足 ー山形市の公共交通施策

調査研究部 主任研究員 木村 政希

■はじめに

2016年度版の東北圏社会経済白書（以下「白書」という）では、東北圏における生活交通のあり方について取り上げ、住民主体で生活の足を守る取り組みについて紹介してきた。

前述の活動紹介にて報告させていただいた2017年度版白書における東北圏の住民に対するアンケートからも、東北圏における交通をはじめとするインフラについてのニーズが非常に高いことが明らかとなっている。

そこで本稿では、2016年度版白書にて取り上げたスマイルグリーン号をはじめとする山形市の生活交通にかかる取り組みについて、新たな動きを含めて紹介することとする。

■バス路線廃止からはじまる 新たな取り組み

まずは白書でも紹介した「スマイルグリーン号」の事例から振り返ってみることとしたい。

スマイルグリーン号とは大郷明治交通サービス運営協議会が運行するデマンド型乗合タクシーである。デマンド型乗合タクシーとは、事前に予約のあった場所を結んで運行する相乗り型のタクシーのことで、通常の路線バスとは異なり予約がない場合、ミーティングポイントと呼ばれる停留所には停車せず、予約がまったく無い場合はその便の運行は中止されるというものである。

スマイルグリーン号が走る明治・大郷地区は山形市の北西部に位置した農村地帯で、地域にはスーパーやコンビニ、医療機関などは立地しておらず、生活には何かしらの交通手段が必要となっている地区である。

この地域においても利用者の低迷に伴って1999年に路線バスが廃止され、代わりに山形市による65歳以上向けの無料の「高齢者福祉バス¹」が週1日（2往復）運行されることになった。

しかし、運行頻度が少なくマイカーを持たない利用者のニーズを満たすことができないため、地域の声として運行直後から増便の要望が多く出されていた。

こうした地域の要望に対し、2007年11月より地域住民と学識経験者・行政当局を加えた勉強会が組織され、地域における新しい交通サービスの導入に向けた検討が始まった。勉強会ではグループヒアリングや移動実態調査などを通して地域に合った形の新サービス導入に向けた検討が行われた。

行政の負担額を地域交流バスの運行経費と同等の水準に維持しながら運行日数を増加させる仕組みを検討した結果、小型車両を用いたデマンド型乗合タクシーの仕組みを採用することを決定し、町内会を主体に担い手となる大郷明治交通サービス運営協議会（以下「協議会」という）が立ち上げられた。こうして地域自らが運営主体として責任を負う形で地域運営型の交通サービスが2009年から行われることとなった。

1 後に年齢制限のない有料の「地域交流バス」に変更

運行開始時のサービス概要は下表のとおりである。

運営主体：協議会 (山交ハイヤーに運行を委託)
利用方法：事前に会員登録の上、乗車前日の午後7時までに専用ダイヤルに予約 (新たな運行システムは導入せず)
運行：週2日(水曜日5便・金曜日4便)
運賃：500円 (5枚つづり回数券は1,500円で販売)

行政と住民の役割分担として、行政は運行に係る経費から収入を差し引いた部分を対象に協議会に補助金を支出し支援する一方、協議会は補助上限額の範囲内に収まるように収入の確保に努めることとした。

また、運行開始に当たっては地域から親しみを持って利用してもらうため、関係者の手によるさまざまな工夫がなされている。

ミーティングポイントについては地域ごとにナンバリングを行い、わかりやすさに配慮した。また、「スマイルグリーン号」の名称は地域の明治小学校の児童から募集して決めるとともに、車両に貼付するマーク(マグネット製)や回数券の図案についても、小学生の意見を採用している。

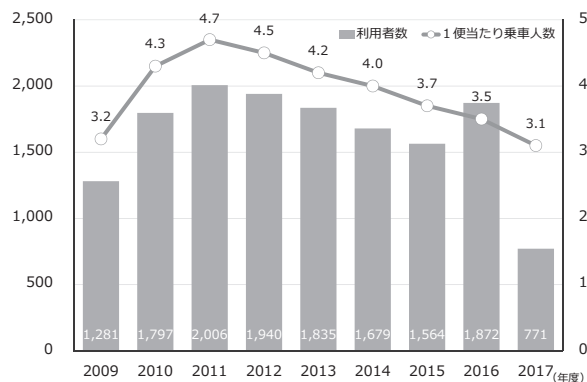
また、事業者サイドでも運転に従事するドライバーを固定するようにし、地域に密着した路線となるよう心がけている。



スマイルグリーン号

運行開始後数年は利用者も増加傾向で推移したものの、時間の経過とともに転居等に伴う利用者の伸び悩みが見られるようになった。

図1：スマイルグリーン号の利用者数の推移²



資料：山形市資料を基に筆者作成

一般的なケースであればここで本数削減などコスト削減に向かうところ、スマイルグリーン号では異なる対応を取った。それは路線延伸によるサービス向上である。

協議会では利用者の通院先のニーズの変化や広域的な公共交通ネットワークの充実化を図るため、2016年10月より山形市と隣接する中山町ヘエリアを拡大して運行することとした。それに併せて運行日もこれまでの週2日から月曜日も加えた週3日に増加させ、さらに1日あたりの便数を全日9便としている。

運行本数増加に伴い、さらなる利用者開拓の試みも始まった。協議会事務局が中心となり、毎月26日に中山町にある温泉施設にスマイルグリーン号で向かい入浴を楽しむツアーや、山形市内の催事に行くなどの企画が実施されている。こうした企画はスマイルグリーン号の利用促進のみならず地域での新たな交流にも寄与している。

このような取組みの結果、利用者数も上向きとなり、サービス向上の効果が現れてきている。

表1：中山町延伸前後の利用状況²

年度	運行日数	利用者数	一日あたり利用者
2016	延伸前	56	828
	延伸後	63	1044
2017	98	1564	15.96

資料：山形市資料を基に筆者作成

2 2017年度は7月までの値

今後地域移動ニーズに応えることで利用率向上に努めるとともに、同様の問題を抱える地域に協議会役員を派遣して問題の共有を図るなど、先進地域としての自覚を持ち積極的な取り組みが行われている。

■市内中心部での取り組み

続いて取りあげるのが市内中心部における取り組みである。中心市街地でも複数の用途先を回ることは高齢者などの交通弱者にはたとえ近接していても非常に困難である。また、買い物などで重い荷物を持って何箇所も周遊することは交通弱者でなくとも難しい。

山形市内中心部では、商店街の活性化を目的に駅と中心商店街を10分間隔で運行する「中心街100円循環バス」が商工会議所により2000年から運行されていた。

しかし、運行当初50万人いた利用者は年々減少、30万人レベルに落ち込み、運営する商工会議所にとっても、運行する交通事業者にとっても大きな負担となっていた。

一方、2013年から市では西部の交通不便地域³を対象にコミュニティバスの運行を始めた。このバスは2014年に現在の小型バス導入に合わせて愛称が公募され、「ベニちゃんバス・西くるりん（以下「西くるりん」という）」という名称となった。

さらに、2016年3月に制定された山形市地域公共交通網形成計画において、東部地区においてもコミュニティバスの運行が計画されていたことから、この機会にあわせ、市内中心部のバス路線のリニューアルを行うこととなった。

リニューアル内容は東部の交通不便地域に対し循環バス（西くるりんに対し「東くるりん」という）の運行を開始するとともに、東くるりん・西くるりんの市内中心部における経路を中心街100円循環バスと同じルートにすることで中心

街100円循環バスを廃止。西くるりん・東くるりんをウィークデーのみの運行から元日を除く毎日運行とするものである。

リニューアルの実施に際しては利用者への「わかりやすさ」を重視して取り組んだ。まずはバスの色を路線・方向別に4色（青・ピンク・オレンジ・緑）に塗り分けるとともに、同様のカラーリングをバス停に施し、利用者に対して視覚で認識できるように変更した。バス停にはそれぞれナンバリングも行われている。

また、運行ダイヤについても路線ごとに統一。毎時同じ時間にバス停に来るパターンダイヤを採用した。

中心街100円循環バスは時刻表なしの約10分間隔での運行であったものの、渋滞等の影響もあり等間隔に来ることは難しかった。しかし、リニューアル後は15分間隔と時間は空いたものの、毎時00・15・30・45分という区切りのよい時間に山形駅前を出発するスケジュールとなり、「待つ」ことに対する心理的な障壁を低くした。また、すべての路線が山形駅前で運行時間の調整を実施することで、遅延の少ない安定した運行に心がけている。

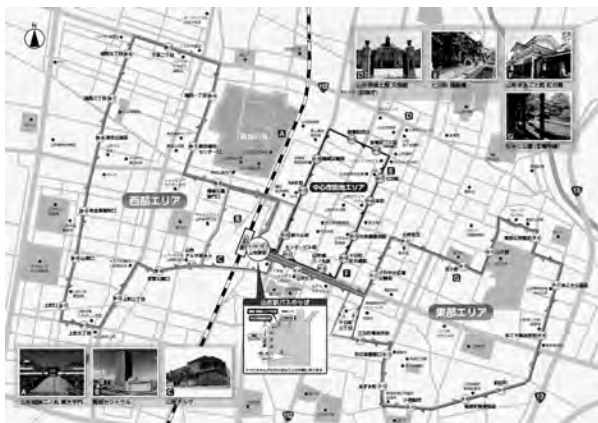
運賃についても東部地区・西部地区・中心部の運賃をそれぞれ100円とし、エリアを跨いで乗車する場合には200円というシンプルな運賃体系とした。なお、子育て世代と高齢者に対する優遇措置⁴はそれぞれ継続して行われている。

効率運行に努めることで運行本数が増加したものの、必要車両台数・ドライバー数は以前と変わらない体制で運行されている。

リニューアルに際してはイニシャルコストの削減にも心がけた。東くるりん・西くるりんで使用される車両は、市が購入して事業者に貸与する「公有民営方式」を採用しているが、既存の補助金に加え環境省が進める地球温暖化防止の国民運動「COOL CHOICE」キャンペーンの

3 いわゆる「交通空白地」ではない

4 子育て世代は母子健康手帳を提示して、高齢者はシルバー3ヶ月定期券を提示して市役所で手続きを行うことで無料になる乗車票が支給される

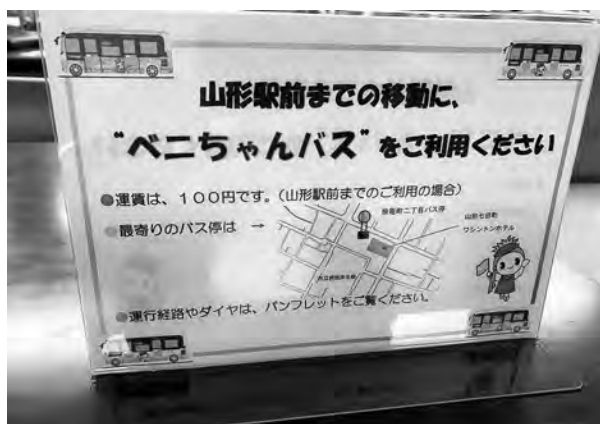


リニューアル後のベニちゃんバス路線図
資料：山形市

補助金を活用。「スマートムーブ」を進めるためのラッピングをバスに施したほか、パンフレットや回数券の印刷にも活用され、コスト軽減に寄与している。

リニューアルによるサービス拡充に併せ、市では運行前から計画的に利用者確保に向けた取り組みを積極的に行っている。

新規に路線が開設されるエリアについては5回にわたる町内会単位での説明会を開催したほか、新車両の見学・試乗会の開催を行った。また中心市街地でも、利用者が見込める病院やホテルと連携し、パンフレットやバスマップなどを配架してもらい、気軽に手に取ってもらえるように心がける一方、コンベンションビューローが発行する印刷物などに路線図を掲示。市外からの訪問客に対してもバスの利用を促すよう協力をいただいた。



ホテルのフロントに置かれたバス利用案内
資料：山形市

さらに、地域のメディアに対しても積極的に

広報活動を展開。多くの媒体で取り上げられるとともに市の広報紙でも毎号情報が掲載され、市民に広く周知が行われた。

こうした綿密な準備により2017年7月3日から新たな運行が開始された。

その結果、運行開始後3ヶ月間で10万人を超す利用があり東北一の利用者を誇るコミュニティバスとなった。従来の西くるりんと比較するとこれまでの利用者1便当たり9人から23.5人となるなど大幅な伸びを示している。

また、コストもリニューアル前から運行日数が年244日から364日と1.5倍（路線倍増で実質3倍）に増加したにもかかわらずコストは2倍で納まるなどコストも圧縮されている。

運行開始後も利用者獲得に向けた活動は続いており、山形駅前での利用者の案内・誘導や、市のマスコットキャラクターを活用したサプライズイベントの開催などさまざまな取り組みがなされている。



イベント光景
資料：山形市

マイカー移動がメインの都市においても仕掛け次第では中心市街地の交通網を活性化できるモデルケースといえるのではないだろうか。

■新たな動き

これまで農村地区と市内中心部における取り組みについてそれぞれ紹介してきたが、現在山形市では新しい生活の足をめぐる動きが起こりつつある。それが「交通と福祉の融合」である。

その舞台となる南沼原地区は、山形市の南西

部に位置している。以前は「南沼原村」であったが、1954年に山形市に合併した。市街地に近い立地条件を生かし、急速に都市化が進み、現在では山形市の外縁市街地を形成。人口も合併前の2,900人から現在は18,000人弱となっている。

地区にはバス路線も運行されているものの、最寄りのバス停が遠い住民やそもそもバスがどこを走っているのかわからない人も多く、バスの利用は低調である。

この地区に2016年4月新たに地域包括支援センターが開設された。開設にあたり地域が抱える問題に対して住民に聞き取り調査を行ったところ、日常の移動に関する問題が多く存在することが明らかとなった。

そのため、地域包括支援センターと社会福祉協議会（以下「地区の福祉担当者」という）が中心となり、地域全体の実態把握を行うべく町内全域を対象にアンケート調査を実施することとなった。

しかし、取り組みの温度差もあったことから地域によってアンケート調査の回収率にばらつきが見られるなど地域全体の十分なニーズ把握を行うまでには至らなかった。

しかし、調査を支援した山形大学人文社会科学部の尻無濱^{しりなしはま}先生の分析により、74歳までは自分の車・バイクでの移動を行う人の割合が最も多いものの、それ以上となると激減し、他人の車やタクシーを利用する割合が増加していることを始め、バスの利用は75～79歳の年代では増加するものの、それ以上の年代は減少するなどといったことが明らかとなった。

こうした結果を踏まえ、より地域の正確なデータを収集すべく、2017年度に改めてアンケート調査を実施することとなった。

2回目のアンケート調査の実施に当たってはより正確なデータを得る事ができるよう、尻無濱先生の参画はもちろんのこと、地区社会福祉協議会の会長から町内会長への趣旨説明会の開催、町内会内部での趣意書の伝達等が綿密に行われ、アンケートの重要性を周知した上で地区在住の75歳以上の高齢者2,030人を対象に

2017年の夏から秋にかけて調査を実施した。

その結果、今回は82.6%という非常に高い回収率となり、中には回収率100%の地区もあった。

この調査では近隣・総合病院への通院手段や買い物の交通手段などの質問がなされたが、近隣の病院への交通手段について複数回答でたずねたところ、「自分の運転する車」がトップで39.8%、続いて「自分以外が運転する車」が36.9%、その後「徒歩」、「タクシー」がそれぞれ19.4%、13.6%で続いている。また、地区から離れた総合病院への通院手段では「自分以外が運転する車」が42.5%となり、続いて、「自分の運転する車」が40.1%、タクシーが20.7%、バスが11.9%の順となった。

また、「買い物に行くか」という質問に対し、16.4%の人が「買い物に行っていない」と回答し、その理由として「1人で行けない」という人が34.4%も存在しているという深刻な問題も明らかとなった。

また、クロス集計によれば自分で車を運転する率が85歳以下では53.5%であるのに対し、その年齢を超えると13.4%と大きく落ち込んでおり運転のする／しないは85歳で大きな落差が生じていることが明らかとなった。

一方自由回答欄では運転免許を返納した際の不安や地域でのデマンド交通の導入に対する要望、大型小売店による循環バスの運行協力を求める声などが寄せられた。

こうした調査結果は2018年3月に町内で開催された「ネットワーク連絡会」で公表された。

「ネットワーク連絡会」では町内外からの多数の参加者を前にアンケート結果の報告のほか、市の担当者より交通施策に関する説明や地区の福祉担当者より課題解決のために必要な心構え、そして地域で一緒に取り組んでいける内容などが提示された。

その後、町内会単位でアンケートの集計結果を交えた意見交換会が行われ、ノンステップバスでないと高齢者には乗降が難しいとか、バスを利用することで新たなライフスタイルが確立出来るなどといった意見が多くあげられ、生活

の足に関する高い問題意識が感じられた。



「ネットワーク連絡会」の様子
資料：「南沼原高齢者の生活に役立つ情報」Facebook ページ

地区の福祉担当者はアンケート調査のみならず、既存の社会資源の活用を行うことで地域の移動手段の多様化を増やす取り組みを行っている。

具体的な例としては地域を運行している「西くるりん」を活用したバスの乗り方教室である。これは「バス乗り方が分からない」という声が地域にあることを踏まえ、実際に「西くるりん」に町内から乗車して中心部へ向かい、そこで懇談をして楽しんだ後に市内を自由に散策したりするというものである。参加者にも大変好評で、「これからぜひバスを活用していきたい」という声が聞かれたことに加え、この取り組みを聞いた他地域でも、ぜひバスの乗り方教室を開催して欲しいという声も上がっており、この取り組



バスの乗り方教室の様子
資料：「南沼原高齢者の生活に役立つ情報」Facebook ページ

みが地域内で拡大されていくことが期待される。

このように行政の組織では「福祉」と「交通」という部署は異なる領域においても、担当者間で連携を行い、知恵を出し合うことで地域が抱える問題の解決につながる取り組みが山形市では行われている。

これまで山形市における生活交通における多様な取り組みについてまとめてきた。これらの取り組みすべてに言えることは、地域の人々がさまざまな人たちと連携し、協力し合うことで新たな問題解決の手段を手に入れているということである。これは、交通に限らずすべての施策で同様のことが言えるのではないだろうか。

人と人とのつながりを軸により暮らしやすい地域へ変化していくことを期待したい。

【謝辞】

本稿の執筆にあたり、山形市役所企画政策部企画調整課後藤好邦課長補佐（交通企画担当）兼交通企画係長ならびに佐竹洋介主査（現 上下水道部経営企画課主査）、山形大学人文社会科学部尻無濱芳崇准教授、南沼原地域包括支援センター東海林かおりセンター長、山形市社会福祉協議会多田祥子生活支援コーディネーターから貴重なお話を伺うとともに資料の提供を頂きました。この場を借りてお礼申し上げます。

【参考文献】

平成29年度南沼原地域包括支援センター事業計画書
南沼原地区コミュニティセンター HP
<http://www.yamagata-community.jp/~minaminumahara/top.html>
（2018年3月12日最終閲覧）
「南沼原高齢者の生活に役立つ情報」Facebook ページ
https://www.facebook.com/profile.php?id=1693979734259620&ref=br_rs（2018年3月23日最終閲覧）

五所川原農林高等学校の 国際的な森林認証 FSC の取得について

公益財団法人東北活性化研究センター

アドバイザー 佐藤 寛

昨年当センター機関誌 Vol. 29 (2017 秋季号)「知をつなぎ、地を活かす」にご寄稿いただいた「青森県立五所川原農林高等学校(以下、五農高という。)」が高等学校として世界で初めて、自ら管理する実習林で国際的な森林認証を取得したので、ここで紹介したい。

五農高は、2年前(2015年12月)日本の高校として初めて農業の安全にかかるGLOBAL G. A.P. 認証を取得しているが、それに続き、2018年1月29日に、国際的機関FSCの森林認証を取得した。

本認証は国際的な森林認証機関であるFSC (Forest Stewardship Council: 森林管理協議会)が運営する認証制度であり、FSCが認定する認証機関の審査により認められる国際認証である。

五農高では、管理する実習林でFSC認証を取得するにあたり、森林科学科の全員が関わり審査準備等を行ったが、実際の審査は学科の中に縦割りで構成するFSCチーム(9人)をつくり対応した。審査を受けるに当り、管理項目が網羅されたチェックシートに基づき、五農高独自の森林管理マニュアルを作成する必要があった。マニュアルには、審査基準に従い森林経営計画や森林の状況、自然環境を記載する必要があり、事前に実習林の調査を行った。調査に当たった生徒達は、対象となる実習林に何度も入

り、木の樹齢、種類、直径等を調べ、森林の状況を数値化し、森林管理マニュアルを完成させて審査に望んだ。審査は学校校舎で書類審査を生徒が受け、実習林で生徒による間伐作業の安全性の確認等の現地審査が延べ2日間で行われ、その結果、見事認証を取得した。

五農高山口前校長(認定当時校長)は、この認定に係る取り組みの中で

『FSCの精神でいう森林管理とは、マネジメントではなくスチュワード、すなわち、自然を預かり受けて管理させていただくこと。従って、生態系をそのまま残し、計画的伐採を行う。その中で、これは何年後に伐採するとか、この木の枝が広がりすぎて下に生えている木に光が来ないから早く切るなど、選択して伐採する択伐を行う、そういう管理を行うこと。』であるという。また、

『森林管理のポイントは3つあり、生態系を守る「自然保護」、地域の人を求める「社会的な価値を守る」、「経済活動をちゃんと行う」これが持続可能な林業であり、そういう観点に立った森林の管理点を、生徒が国際認証に挑戦することで学んで体験することにより、卒業後、日本の生態系を守り林業を持続可能にして行く、そういう姿勢をもった人材になる。』という。

五農高では、高等学校の人材育成で国際認証を取得することのメリットを、2015年の

GLOBAL G.A.P. 認証取得による生徒の成長と活躍から経験している。山口前校長は言う。

『GLOBAL G.A.P. 認証に関わる教育を通して、ものすごく教育効果が高いことが分かった。それまで行ってきた座学や教科書で教えて農場で実習しての繰り返しでは得られない、国際水準を身に付け、それを第三者認証で国際的に評価されるというモチベーション、知識、経験、規範意識が生徒の中に形成されヒトが変わる。そういうことに携わった生徒の成長が著しい。また、そういう経験を踏まえて、生徒達の地域の農業へのコンサル派遣が始まっている。次に、越境eコマースもやろうと思っている。果敢にそういうものに挑戦していく農業人をつくっていければと思っている。』

また、地域に対する経済効果も有ると言う。

『GLOBAL G.A.P. 認証の米が、ANA ファーストクラスで提供されたり、大手製菓会社の岩塚製菓の煎餅原材料になるなどして、五農高の活動が知られるようになったことから、全国から視察等で昨年度だけで250団体、約600人が五所川原に来ている。五所川原市内のホテル、飲食店等、地域経済への波及効果も大きいと思う。』

県内唯一の森林科学科がある五農高から、国際的な視野に立ち持続可能な森林経営や安全管

理、自然環境保全を主体的に行える新たな経営人材、地域を支える人材が輩出して行く、そういう未来の自然環境に資する高校であることを目指して、今回の国際森林認証取得への取り組みが行われている。実際、今回 FSC 認証チームに参加した生徒は、例えば、弘前公園の桜を守る樹木匠を、林野庁で林業の指導を、森林組合で FSC の普及をと、それぞれ目標を持って頑張っている。

最後に、山口前校長は、今後の抱負について、こう話された。

『まず、公開審査（認定は認定機関による5年毎の審査と1年に1回の監査により認証を保持）をやろうと思う。そこで、森林組合の方、行政の方、それから教育関係者など全国から来ていただいて、実際の FSC 認定審査というものを理解していただく。その中でいろいろな出会いがあり、高校生がその方々を指導するという場面も出来れば良いと思う。』

五農高の挑戦が、これからの日本の農業・林業を支える人材の輩出につながることを強く期待したい。

【取材・インタビュー】

青森県立五所川原農林高等学校山口章校長(当時)
(2018年2月22日)

書類審査(審査員の質問に生徒だけで回答する)



現地審査(間伐採の玉切り)



みやぎ工業会 最近のトピックス

一般社団法人 みやぎ工業会
理事長 竹渕 裕樹 氏



一般社団法人みやぎ工業会は昭和61年に設立された団体で、一昨年30周年を迎えました。現在の会員数は、約350社となっています。設立当時はものづくり企業が約9割を占めていましたが、現在はその比率が約6割まで減り、その分、建設業や販売業、食品加工、商社、広告代理店など多様な業種の企業に参加していただいています。

委員会活動の一つとして、毎年、技術交流委員会が主催する県内および県外の企業見学会があります。

県内企業見学会は昨年の夏に実施し、株式会社ジャムコエアロマニュファクチャリング、国立研究開発法人 宇宙航空開発機構角田宇宙センター、独立行政法人国立高等専門学校機構仙台高等専門学校 名取キャンパスを見学させていただきました。見学先から最先端技術や製造工程について説明していただいたほか、仙台高等専門学校では研究室の見学の後に教員と参加者とで生徒さんの就職に関する意見交換もおこないました。

県外企業見学会は、今年2月に福島で実施しました。NEC プラットフォームズ(株)福島事業所はNECグループのハードウェア事業の9割を担っている企業で、携帯電話の無線基地局やデジタルTV送信機などを開発、設計から製造、販売、保守まで一手におこなっています。製造

工程の見学では、独自のIoTシステムによる組み立てラインの作業効率を改善している様子を見学することができ、参加者からたいへん好評でした。

郡山にある「ふくしま医療機器開発支援センター」の見学会には、医療機器分野への進出を検討する企業などに参加して頂きました。医療機器の安全性を評価するだけあって高精度の測定器を備えているほか、皮膚の下にセンサーを埋め込む機器の安全性を評価するために実験用豚を使った埋植試験もおこなっているとのことでした。

ところで、現在、多くの企業にとって人材確保が最大の課題となっています。その理由の一つとして、県内の高校生や親が地元企業について十分な知識がなく、就職先の候補とりにくいといったこと言われています。

そこで4月から学校と企業をそれぞれ担当するコーディネーターを設置し、県と共に双方のニーズを把握して就職しやすい環境を整え、地元への就職を促進することになりました。

このうち、みやぎ工業会では仙台・仙南地域、北部、東部の3つの地域に企業サイドのコーディネーターを設置し、情報収集だけでなく、生徒の要望に応えるために労働環境改善のアドバイスも行う予定としています。

また現在、県から2つの事業を受託しています。一つは県内の優れた工業製品を「みやぎ優れ MONO」として認定し、県内外に発信する「みやぎ優れ MONO 発信事業」です。

当初はなかなか知名度が上がらず苦勞されたと聞いていますが、10年目を迎え、応募件数も年々増えてきています。

応募された製品は品質、独自技術、安全安心、環境経営など10項目について審査されます。当初の認定品は警報装置や検査装置、空調機器などの企業向け製品がメインでしたが、年々、製品の業種も増え、最近ではエレキギターや高耐久性漆器、高性能 DJ 機器など一般向けの機器も増えてきています。

認定企業も今年で54社になり、少しずつではありますが知名度も高まっているとの手応えを感じています。これまでに受賞した会員企業の中には、今年度のものづくり日本大賞の経済産業大臣賞や東北ニュービジネス大賞、富県宮城グランプリを受賞した企業などもあり、さらなる活躍が期待されます。

もう一つの受託事業は平成27年11月から内閣府が主導し、全国で展開しているプロフェッショナル人材戦略拠点事業です。

この事業は県内の中小企業を訪問させていただき、気づきを喚起して経営課題の解決に必要なプロフェッショナル人材の獲得支援をおこなうものです。

お話をさせていただくのは基本的に社長さんとしているため、なかなか時間を取っていただくのが難しいのですが、これまでに425社を訪問し、約100件の実績を挙げることができました。

みやぎ工業会の活動の一つに交流の場の提供がありますが、女性会員の交流の場として平成26年1月に女性経営者の会を発足しました。

会の名前は伊達政宗の長女五郎八姫にちなんで「いろはの会」とし、企業のほかに行政や支援団体などからも参加していただいています。細かい規則や会費はなく、会員企業の見学会やセミナー、そして交流会で女性経営者同士の親交を深めています。

以前、会員企業を訪問した際に若い専務さんから、「若手の経営者と交流する場があると良いのだが」と言われたことがありました。そこで工業会の中に若手経営者の会を設立できないか委員会で協議を重ねた結果、年齢の制限や会員・非会員の限定をなくして、次世代の事業創出に意欲のある経営者および経営幹部の方を対象にした部会を設立することになりました。

昨年10月に開催した設立総会には、県内から製造業、流通業、コンサルタントなど24名の方に参加していただくことができました。こちらの名称も、伊達家にちなんで「梵天会」と名付けました。参加者の皆さんに今後の期待を伺ったところ、異業種の方々との交流や経営について議論したいという意見が多く寄せられ、様々な企画が検討されています。

来年は、この「梵天会」のメンバーが主催する第55回大都市青年経営者交流研究大会が仙台で開催される予定となっています。この会は大阪や横浜、名古屋など、全国の8都市の青年経営者が一堂に会する研究大会で、約200名の青年経営者が来仙する見込みです。梵天会からも、多くの青年経営者に参加してもらいたいと考えています。

みやぎ工業会はこれからも様々な活動を通して、地域企業の発展に貢献したいと考えております。

7回目の3.11が過ぎて

公益財団法人東北活性化研究センター
常務理事・事務局長 木村 研一

今年も3.11が過ぎていった。あれから7年目を迎える。震災で犠牲になった多くの方々に、心からご冥福をお祈りすると共に、震災からの復興に果敢に立ち向かっている全ての人々、惜しまぬ支援をいただいている全ての方々に、心からの敬意と感謝の意を表したい。

3.11の新聞、一面の見出しには、「日常取り戻すまで、避難生活者なお7.3万人」、「震災7年決断の時、一人一人の復興へ」、「古里再生へ前進」など、より早い復興を願う気持ちや、被災者へのエール、これまでの取り組みへの評価やこれからも自信を持って前に進んでいこうといった、被災者を、そして東北を応援する文字が並んでいた。

集中復興期間5年、復興・創生期間5年と位置付けられた復興期間も残すところ3年となったが、今なお残る様々な課題に真摯に向き合い、あきらめることなく前に進んでいくことが大切な事だと思う。3.11を風化させないよう、我々も継続的な情報の発信に命を使っていかなければならない(使命)との思いを新たにしたい。

復興の課題の一つは、街づくりに現れている。少子高齢化が進む中、震災により人口減少に一

層の拍車がかかっている状況の中、町村においては、きれいに造成された土地に空き地が目立ち、虫食い状況になってしまっている。高台整備などに時間がかかってしまって、街を離れざるをえなかった多くの人々がいたことに加え、2,000件を超えた12年、14年、16年の東北の休廃業、解散企業が17年も高水準で推移していることがその要因と考えられている。東京商工リサーチ東北支社がまとめた17年の休廃業、解散企業件数は、同年倒産件数(323件)の6.1倍、1,969件に上っている。仮設店舗での営業終了を期に、後継者問題などで廃業を余儀なくされるケースも多い。よりコンパクトに利便性の高い街をいかに形成していくかが重要な課題となっている。

また、災害公営住宅については、昨年度末までで、宮城県では計画の97%、岩手県では89%が完成する見通しとなっているなど、復興事業が進展する一方で、地域のコミュニティが希薄になっているとの声が聞こえてくる。仮設住宅のときは、住まいは手狭であっても自治体やボランティアあるいは自らが各種イベントや交流を通じて様々な時間を過ごすことが出来た

が、災害公営住宅に移してみたら、友達がいない。集まる場も無いなど、地域のつながりを取り戻した実感が無い人が多くいる。コミュニティの創生、維持には住民自らの取組みが不可欠ではあるが、高齢化率の高い災害公営住宅のコミュニティの創生、維持に自治体等の息の長い支援が必要だと思う。

東北地域の経済は、鉱工業生産指数で見るとマクロでは震災前の水準に到達しているが、東北経済産業局が実施したグループ補助金交付先アンケート調査によると、売上が震災前の水準以上まで回復したと回答した企業は45%にとどまっている。24年4月の時点では、売上が震災前の水準以上まで回復した企業の割合は29.9%だったので、年々徐々に割合は高くなってきてはいるが、まだ半数に満たないのが現状であり、ここ2、3年は頭打ちの傾向が見てとれる。

業種や地域でも、ばらつきが見られるが、建設業(75.3%)、運送業(56.8%)での割合が高かったのに対し、沿岸地域の基幹産業である水産・食品加工業(29.3%)や旅館・ホテル業(35.1%)では回復が依然遅れている状況である。

グループ補助金は、最大で復旧費用の3/4の費用を国と県から受けることの出来る仕組みで、残りの1/4の自己負担分についても融資制度があり、その返済が、本年度から本格化することになっている。販路が戻らず、過大投資などで苦境に立たされる企業の増加が予想されことから、金融面での支援が不可欠である。

特に水産加工業は、震災以前からの魚介消費量の減少に加え、震災による既存の販路喪失に

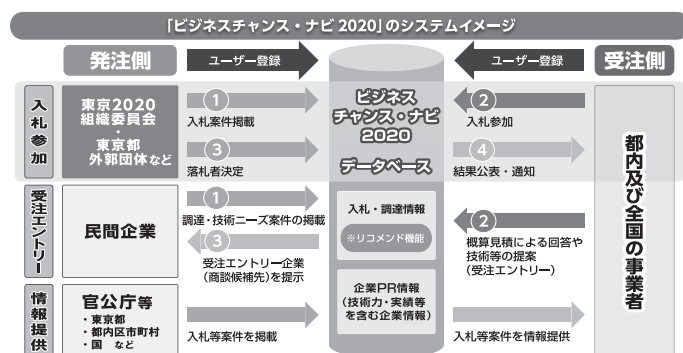
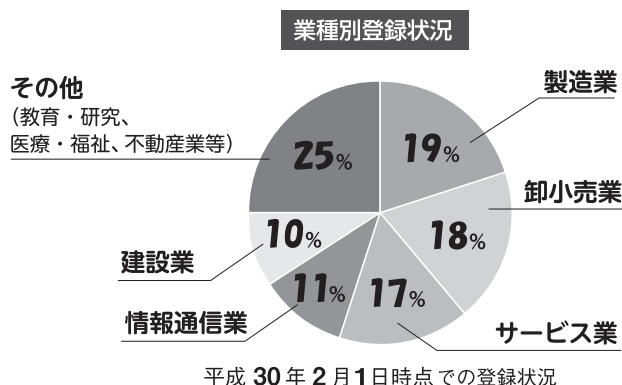
より厳しい状況から脱しきれていない状況にある。しかしながら、水産加工業は、沿岸被災地域の雇用を担う基幹産業であり、世界三大漁場として高い付加価値を生む産業となりうるポテンシャルを有している。さらに、東北の観光資源としても魅力的であることから、沿岸被災地域の水産加工業の復興、発展は、東北の復興の重要な要素であるといえる。復興庁をはじめ、様々な支援が行われているが、魅力ある商品・ブランドの創出による国内外の新規販路拡大に向け果敢に取り組んでいる事業者や関係者の皆様に心からのエールを送りたい。

福島については、避難指示解除区域が拡大し、帰還困難区域の再生に向けた動きがスタートし、農産物の輸出の拡大や観光地の賑わいの回復など明るいニュースがある一方で、今もなお5万人近い人々が避難生活を続けている。被災者の生活再建、避難地域の復興再生、福島第一原発の廃炉対策、産業再生、風評、風化の問題、急激な人口減少など重い課題は数多い。

被災し、復興の過程で生じているさまざまな経験を次にどう活かしていくのか、ひとりひとりが考えていくとともに、国や県、市町村と一体となって、政府をあげて取り組むことで、東日本大震災の経験が無駄にはならないと何度も思う。

「ビジネスチャンス・ナビ2020」とは

「ビジネスチャンス・ナビ2020」は、東京2020大会等を契機とする官民の入札・調達情報を一元的に集約した受発注取引のプラットフォームです。中小企業の受注機会の拡大を目的としたサイトで、日本全国の事業者が無料で利用できます。利用に際しては、発注企業・受注企業ともに登録が必要ですが、インターネットからユーザー登録を行うことができます。3月現在、登録企業数は2万5,000件を超えています。



ビジネスチャンス・ナビ2020の主な特徴

(1) 東京2020組織委員会の電子入札に参加することが可能

昨年4月以降3月までに計62件の案件が東京2020組織委員会から掲載されました。東京2020組織委員会が発注する案件では、各競技会場や選手村、セレモニー等で使用する機器、備品、サービスなどの案件が掲載されており、今後も様々な案件の掲載が見込まれています。

(2) 民間企業同士のマッチングの機会を提供

サイトにおいては、豊富な発注案件が掲載されています。これまでに「記念ノベルティグッズの制作」「オリジナルLEDの製作」など400件以上が掲載され、うち約150件の成約実績があります。

(3) 企業情報のデータベースとしての活用

登録企業はサイト上に自社PRページを作成でき、自社の技術や事業実績などをPRすることができます。チャンスナビは2万5,000件を超える企業のデータベースとしての側面も持ち合わせており、取引先として日本全国の企業を検索することもできます。

問い合わせ先

ビジネスチャンス・ナビ2020運営事務局

電話：0570-009-777

(受付：土・日・祝日・年末年始を除く 9:00～17:00)

メール：sme-webmaster@sekai2020.jp

「中小企業世界発信プロジェクト推進協議会」


 東京都 東京都商工会議所 東京都商工会議所連合会 東京都商工会連合会 東京都中小企業団体中央会 東京都中小企業振興公社

※「中小企業世界発信プロジェクト2020」は、東京2020大会等を契機とする中長期のビジネスチャンスを都内はもとより日本全国の中小企業に波及させ、優れた製品等を世界に発信するプロジェクトです。「中小企業世界発信プロジェクト推進協議会」は、本プロジェクトを実行するため、上記の中小企業支援機関が連携して立ち上げたものです。

平成29年度 第5回理事会 開催

平成30年3月7日(水)、理事8名(定員は13名)、監事2名が出席し、平成29年度第5回理事会を仙台市内で開催しました。

当日は、「平成30年度事業計画」および「平



成30年度収支予算」などが審議され、全ての議題が承認されました。また、「平成29年度事業経過報告」などを行い、全ての報告事項が了承されました。



平成30年度事業計画について

今回の理事会で承認された「平成30年度事業計画書」および「平成30年度収支予算書」については、当センターのホームページでご確認いただけます。

なお、事業計画の概要は、以下のとおりです。

<事業計画の作成にあたって>

東北活性化研究センターは、「知をつなぎ、地を活かす」を活動理念として、東北6県と新潟県を含む東北圏の地域・産業活性化に寄与していくことを目指し、調査・研究活動や地域のプロジェクト支援、人材育成事業などに取り組んでいる。

東北圏においては、未曾有の災害をもたらした東日本大震災から7年を経てもなお、復興はいまだ道半ばである。復興庁の掲げる「『復興・

創生期間』における東日本大震災からの復興の基本方針」にあるように、国は継続して「復興・創生期間」後も前面に立って取り組んで頂くことと併せ、東北圏では、被災地ばかりでなく人口減少・高齢化が加速度的に進む中での「新しい東北」づくりに向けた自立的な施策の展開が焦眉の急となっている。

こうした中、当センターは、平成30年度事業計画の作成にあたり、昨年度実施した東北の魅力度調査で得られた知見と課題をもとに、「新しい東北」づくりへの強みにつながるような活動を展開してまいりたい。

具体的には『調査研究事業』では、「東北圏社会経済白書」を継続して作成・発刊するとともに、地方創生の観点から実施している若者の移住定住における現状や課題を深掘りすることに加え、市町村など基礎自治体の有する公共設備

の在り方などにも分析を深めてまいりたい。

『プロジェクト支援事業』は、従来の「オンリーワン企業」の見直しを図りながら、東北の優れた中小企業による雇用創出・イノベーションにつながるような検討を進めてまいりたい。

『人財育成事業』については、東北の次世代を担う若者（小・中・高校生）に対し、仕事の意義や地域を知ってもらうことを意識しながら、地元企業との繋がりにも中期的に取り組んでまいりたい。

『情報発信等』においては、復興の状況や新たな産業の潮流など、時宜に応じて機関誌やフォーラムなどで発信・訴求してまいりたい。

以上、事業の実施にあたっては、常に「産学官金」を意識した関係機関との連携に努め、絶えずPDCAに基づく事業活動の評価・峻別も進めていくこととする。

＜主な事業＞

I. 調査研究事業

1. 自主事業

- (1) 東北圏社会経済白書の作成
- (2) 移住促進政策の現状と課題
- (3) 人口減少下における地方公共施設等のあり方
- (4) 都市部地域コミュニティの事例調査

2. 受託事業

- (1) 景気ウォッチャー調査（東北地域）

II. プロジェクト支援事業

1. 自主事業

- (1) 「東北・新潟のオンリーワン企業（仮称）」の発信事業
- (2) 地域活性化に関するプロジェクト支援
- (3) 「東北・新潟のこだわり特産品ガイド」の作成による地域支援事業

III. 人財育成支援事業

1. 自主事業

- (1) TOHOKU わくわくスクール
- (2) 東北地域における女性起業家ネットワーク構築支援事業

2. 共益事業

- (1) 「ニュービジネスアライアンス講座」の開催

IV. 情報発信、情報や資料の収集及び提供

1. 自主事業

- (1) 機関誌「東北活性研」等の発行
- (2) 東北活性研フォーラムの開催
- (3) ホームページ等による情報提供

(今後の主な予定)

平成30年 5月23日(水)	平成30年度第1回理事会	仙台市
6月 8日(金)	平成30年度評議員会 (平成30年度第2回理事会の書面決議開催を含む)	仙台市
8月29日(水)	平成30年度第3回理事会	仙台市
10月30日(火)	平成30年度参与会	仙台市
12月 6日(木)	平成30年度第4回理事会	仙台市
平成31年 2月22日(金)	平成30年度第5回理事会	仙台市

※ 当センターのホームページでも情報は随時更新しております。

東北活性研

発行月：平成30年4月

発行人：渡辺 泰宏

発行所：公益財団法人 東北活性化研究センター

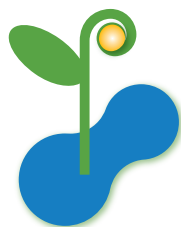
住 所：〒980-0021

仙台市青葉区中央2丁目9番10号（セントレ東北9階）

電 話：022－225－1426

F A X：022－225－0082

U R L：http://www.kasseiken.jp



公益財団法人 東北活性化研究センター

〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9番10号(セントレ東北9階)
Tel.022-225-1426(代) Fax.022-225-0082
ホームページ <http://www.kasseiken.jp>

