

2023—2024年度

龍谷大学法学部

法政アクティブリサーチ

堀クラス成果報告書

「香りとまちづくり」

川根本町ゆずと地域創生

指導担当：堀清史（龍谷大学法学部）			
川根本町ゆずと地域創生	小野 創己	六車 悠	
	松岡 龍希	福浦 大夢	



目次

はじめに

第1章：川根本町ゆずと地域創生

I：NPOと地方創生

- (1) NPOについて
- (2) 特定営利活動法人（NPO法人）とは
- (3) 認定特定非営利活動法人
- (4) NPO組織の行動モデルによる分類
- (5) 行政活動
- (6) NPOとまちづくり
- (7) 地方創生
- (8) 交付金

II：六次産業化

- (1) 概要
- (2) 六次産業化に関連する法律
- (3) 六次産業のメリット
- (4) 六次産業のデメリット
- (5) 六次産業化成功の具体例
- (6) 六次産業化アワードとは
- (7) 企業の例

III：川根本町について

- (1) 概要
- (2) 「日本で最も美しい村」連合とは
- (3) 人と自然とのふれあい

- (4) 景観
- (5) 土地利用
- (6) 地形・地質
- (7) 位置・面積
- (8) 町のあゆみ
- (9) ゆずと気候

Ⅳ：特定非営利活動法人 かわね来風について

- (1) 概要
- (2) 経緯
- (3) 具体的な事業内容

Ⅴ：特定非営利活動法人かわね来風／株式会社 KAWANE SENSE へのヒアリング

第2章：「香りとまちづくり」 香りを活かしたまちづくりの提案

おわりに

はじめに

我々堀クラスは「香りとまちづくり」のテーマから調査を行った。香りという観点から静岡県にある川根本町の柚子（ゆず）について着目しヒアリング調査を行った。この報告書において、最初に客観的な情報を事前調査についてまとめた。次に現地でのヒアリング調査の内容をまとめ、最後に我々が考えた川根本町の香りを活かしたまちづくりを提案する。

第1章：川根本町ゆずと地域創生

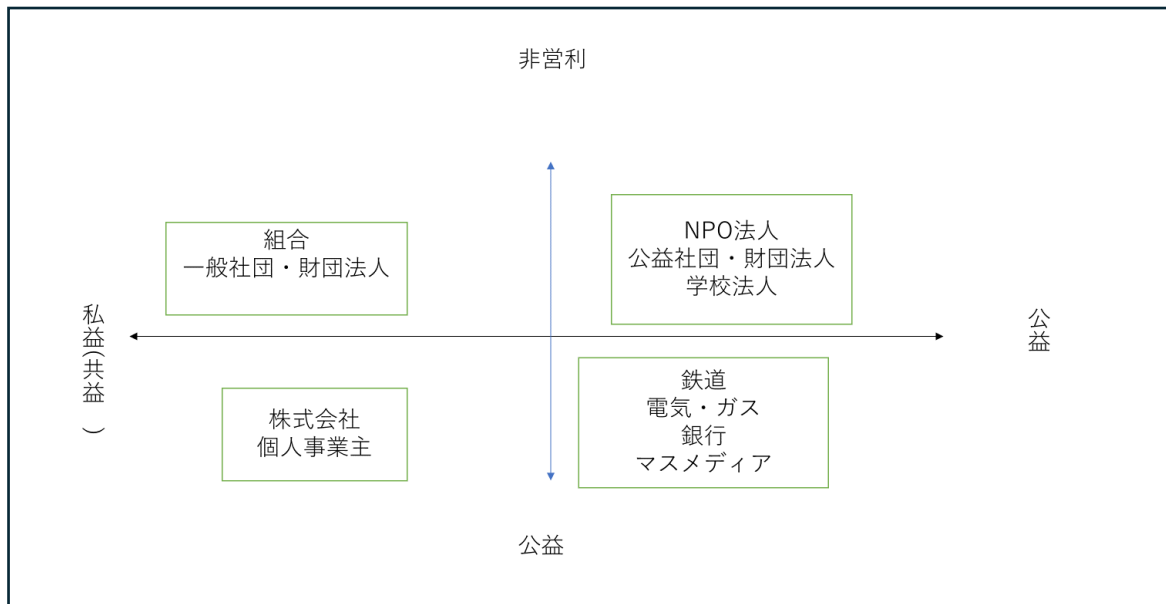
I：NPOと地方創生

まちづくりの基本はそこに住んでいる人、或いはその町の出身者が故郷に対しての思いやこだわりを持つようにしなければ、その町に魅力を持たないし、懐かしさも感じられなくなる。その町に住んでいる人々と町のたたずまい、全体としての雰囲気や懐かしさが故郷の魅力である¹。

(1) NPOについて

「NPO」とは Nonprofit Organization の略であり、日本語訳にすると「民間非営利組織」である。民間の営利目的ではない組織の NPO 法人を想像する人もいるが、それは狭義の NPO である。実際は営利企業や行政組織でもなく、民間の組織でありながら共益的・公益的活動を行っている組織全般を表す言葉である。

NPO 法人は、他の公益法人などと比べても新しい制度で、設立に関する手続きも簡素である。そのため、どのような活動をするかが自由で、自発的で自律的な活動をしやすいので、新たな地域づくりの担い手として注目されている。



組織の種類に関して²

¹『町づくり 疲弊する地方都市本当の地方再生とは何か』 山崎秀男 風詠社 2018 年

²『日本の明るい未来を切り開く人材を養成 地域創生への招待』 大正大学 地域創生学部 大正大学出版会 2020 年

(2) 特定非営利活動法人(NPO 法人)とは

特定非営利活動法人(以下、NPO 法人という)とは、特定非営利活動促進法に基づき法人格を取得した団体である。法人格を持つと、法人の名の下に取引等を行うことができるようになり、団体名義での契約締結や土地の登記などができるようになる「権利能力の主体」となる³。

NPO 法人を設立するためには、所轄庁に申請をして設立の「認証」を受けることが必要である。認証後、登記することにより法人として成立する。

NPO 法人の「営利目的としない」とは、収益活動を禁止されているやお金をもらってはいけないと誤認される場合がある。あくまで目的が共益的・公益的ということなので、収益を得ることは認められている点に注意しなければならない。利益が出ても、団体の構成員に対して、収益を分配することは禁止されている。

(3) 認定特定非営利活動法人

NPO 法人のうち実績判定期間(直前の2事業年度)において一定の基準を満たすものとして所轄庁の「認定」を受けた法人は、認定特定非営利活動法人(以下、認定NPO法人という)となる。認定NPO法人になると、税制上の優遇措置を受けることができる⁴。

(4) NPO 組織の行動モデルによる分類⁵

①活動型 NPO

ミッションを達成しようとするための理念を全面的に押し出しているので共感性が高い。ボランティアの参画を得ながら事業を進めているのが特徴である。寄付を多く集められるのはこのタイプのNPOだ。財政規模が小規模な組織が多いが、ボランティアで関わる人たちの社会関係資本は強い。ボランティア団体と呼ばれる組織や社会的弱者・社会的危機、不正に対応するNPOが含まれる。

②事業型 NPO

ミッションを達成するために組織経営や事業の安定・継続性を重視している。マーケットに存在している機会を活用することで事業規模を拡大していく志向をもつNPOである。行動モデルはより企業に近い。そして財政規模が大きくなりやすい。地域産業の発展や地域おこしなどを目的とする団体、ベンチャー的な非営利組織などが含まれる。

③地縁型 NPO

地域の活性化をミッションとすると、その地域に関係する様々な立場の人達と向き合うことが必要である。その複雑な関係性の中で利害関係を考慮しつつ、摩擦をできる限り抑えて事業を遂行することが求められる。

³内閣府 NPO ホームページ <https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/npoiroha>

(最終閲覧日4月26日)

⁴前脚注 <https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/npoiroha> (最終閲覧日5月1日)

⁵『日本の明るい未来を切り開く人材を養成 地域創生への招待』 大正大学 地域創生学部 大正大学出版会 2020 年

前提として、地域に存在する伝統的な共同体へのルールに対しての配慮が必要である。慣習的に守られているものもあるため一見して分かりにくい場合がある。また、人間関係や性別・世代による役割の違いなどがあるので、読み間違えると亀裂が生じるデリケートな事情がある。

しかし、郷土愛や同郷愛を同じ価値観にできたら、信頼関係も深まり運営基盤を築きやすいというメリットもある。

コミュニティ組織や住民有志によるまちづくり団体などがこのタイプのNPOに含まれる。

(5) 行政活動

公益事業の例として行政の活動が挙げられる。行政活動は税金から成り立っているため、共益的なことが求められる。また、公平・平等なことや確実性も同時に求められる。

まちづくりに関しては行政だけの仕事ではない。自治体の計画は行政が策定するが、実際に生活している人たちが「自分たちのまちは自分でつくる」という考えの下にまちづくりの計画を策定することが加速している。

行政に財力が少ない時代には、地域に住んでいる富裕層がお金を出し合って、道路や橋のような生活に必要な公共インフラを整える時代があった。近年でも砂利やコンクリートなどの材料費だけ行政が支給し、住民らが建設や修復をする取組があり、注目された。建設・修復費用を抑えることができるだけでなく、この活動で住民同士が関わるため、絆が強まり、地域コミュニティの活性化が促される二次的効果も生まれている。

公益は行政・民間だけでは成り立たないので、それぞれの適切な役割分担して連携する必要がある。

(6) NPO とまちづくり

NPOの資源になるのはお金より人である。NPOでは、理念・ミッションを中心に人々が集まっている。その理念・ミッションに対する共感を拡大することによって、経営資源を獲得できるだろう。NPOにとって組織や事業は、獲得資源を使って社会を変えるために必要な仕組みだ。共感を中心に組織を立ち上げて、事業を行い、成果につなげることが重要である。この一連の行動を「共感のマネジメント」と呼ばれている。

NPOの行動原理は、社会や地域における人々の信頼関係・結びつきに大きく役立てる。この信頼関係・結びつきは「ソーシャルキャピタル」と呼ばれている。まちづくりには経済活動の活性化が必ず必要である。また、共感に基づいたソーシャルキャピタルの形成があることで、経済活動による効果やそれに関係する人々の幸福感はより高まることが期待できるだろう。良い人間関係がある地域に暮らすことが住民の安心感・幸福感に繋がるだろう。

NPOの行動原則を持つ組織が活動する地域だと、共感に基づいた人間関係が築かれやすく、地域創生の原動力となる。

(7) 地方創生

日本は高度経済成長を経験し、農村部から若者たちが首都圏に集中した。都市圏への一極集中は都市の過密と地方の過疎化が進み、都市圏の一方的な発展が進む。

地方を発展させるために、全国総合開発計画(1962年)の下で、重化学工業を地方に分散する新産業都市建設促進法が施行された。このような工場を地方に分散させる政策は、高速道路などのインフラ整備と一緒に進められた。

財産支援を受けて行われた開発計画は、地方で新規の産業や雇用を生み出した。しかし、環境汚染や自然破壊など影響もみられた。また、企業のグローバル化に伴って地域産業の空洞化が起きて、地域経済は多大な影響を受けた。

1980年代になり、大分県で始まった一村一品運動は新しい動きとして注目的になった。地域住民の自発的な取り組みで、一地域で1つ以上の特産品を生み出すという運動である。

由布院温泉の活動は有名な例である。温泉旅館の経営者らが当時の西ドイツの保養温泉地構想に出会い、温泉観光協会が中心となりまちづくりを始めた。建物の高さや景観保全を行い、料理に関しては地元の食材を使うなど、このような観光業がまちづくりや地域産業を支援する活動が認められて、1981年には環境庁の国民保健温泉地に指定された。

これらの活動を見ると、まちづくりには、その地域で活動している人たちが中心となり、より良い地域にしたいという同じ思いを基に動くことが重要だと分かる。

（８） 交付金

2015年に内閣府で「まち・ひと・しごと創生本部」が設立され、5ヵ年計画に基づいて、地方創生特別交付金が交付されることになった。全国の自治体に人口ビジョンと地方版総合戦略の作成を要請して、これに基づき交付金を支出する制度だ。すべての都道府県と1738市区町村で策定され、2014年に地方創生先行型交付金1700億円、2015年に地方創生加速交付金1000億円、2016年に地方創生推進交付金1000億円、2017年も900億円交付されている。

地方創生交付金が始まってからも東京都市圏への一極集中と人口減少は進んでいる。だが、近年は地8域に注目を寄せる動きが加速している。農業などの第一次産業がコミュニティの維持や自然の保全に役立つ。また、自然資源の活用の価値が上がったことが挙げられる。再生可能エネルギー・インバウンド観光・体験型観光・在宅勤務などの増加が地域回帰に注目された要因だろう。

Ⅱ：六次産業化

(1) 概要

産業の種類として、一から三の産業がある。一次産業とは農業・林業・水産業など、自然から資源を採取する産業のことを指す。二次産業とは一次産業が自然から採取した資源を、加工・生産すること。鉱工業や製造業、建設業などが属しており、それらに従事する工場労働者の多くが青い作業服を着ていたことから、ブルーカラーとも呼ばれる。

三次産業とは流通・販売など目に見えないサービスや情報の生産を行う産業。金融、保険、卸売り、小売、サービス業、情報通信業などが属する。三次産業の労働者はシャツとスーツを着用しているため、ブルーカラーに対してホワイトカラーと呼ばれている。

これらの産業を組み合わせた六次産業という形態がある。

「一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組」

$$1 \text{ (一次産業)} \times 2 \text{ (二次産業)} \times 3 \text{ (三次産業)} = 6 \text{ (六次産業)}$$

(2) 六次産業化に関連する法律

地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律（六次産業化法）は、農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の「六次産業化」）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する施策（「地産地消等」）を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指している。

(3) 六次産業のメリット

1. 所得が向上し、経営が安定する

六次産業を行うことによって農産物などにブランド化や品質の向上を行い、付加価値を付けることが出来るため所得の向上を見込むことが出来る。

2. 地域の活性化につながる

その土地ならではの農作物のブランドを作ることでその土地に付加価値をつけることができる。そして農家民宿を通して観光客が増えることによって、地域の資金が潤沢になり地域の活性化が見込める。

また、地域ならではの伝統文化や風土を世間に広めることができ伝統の保全にも繋がる。

3. 雇用が拡大する

六次産業の活性化によって、農作物の生産・加工調理・販売と工程が増え業務を拡大するため雇用数も増加する。そのため地方の就職難を解消することに繋がる。

4. 新規雇用の創出

自然を相手にする農林漁業者は、農閑期などが発生することもあるが、その間を加工業務に当てられるため、労働の均一化を図ることができ、雇用創出にもつながる。

(4) 六次産業のデメリット

1. 多額の初期投資がかかってしまう

加工するための調理器具、加工食品を保管しておく場所、食品のパッケージデザイン、衛生管理、販売する設備の費用など、また事業拡大によって人件費もかかってしまうため、あらかじめ費用を算出しておかないと多額な費用がかかってしまう。

2. 厳しい衛生管理が必要

衛生管理者としての資格を取らないと食品の加工ができない場合がある、また衛生管理を怠り食品事故を起こしてしまうと事業を存続知ることが出来なくなってしまい、消費者からの信用を失ってしまう。

3. 専門的な知識が必要

消費者に広く受け入れられるためには、食品加工はもとより、流通、販売、マーケティングなど多岐にわたる専門知識が必要となる。

(5) 六次産業化成功の具体例

ここからは六次産業化に成功した具体例を挙げていく。以下の成功例は農林水産省が発表している、六次産業化アワードで表彰されたものである。

(6) 六次産業化アワードとは

六次産業化・農商工連携の更なる推進に向け、全国から募集した取組のうち、地域活性化や新規性・発展性等の観点で特に優れたものを表彰する

(7) 企業の例

事例	詳細
尾鷲物産株式会社	年間でブリ 60 万尾と真鯛 8 万尾の養殖を行っている。また延縄漁船二隻による漁でビンナガマグロ 250 トンを水揚げしている。これらの魚を加工しスーパーや回転寿司チェーンに販売している。また直売店や食堂を経営しており、オリジナル商品なども開発、販売している。
とみおか繭工房	国産の繭を生産活用し養蚕の継承を行っている。また地元企業とコラボレーションした製品を作っている。
松幸農産	スポーツクラブ等を経営など行っていた企業だったが農業に新規参入した。水田の規模を拡大しつつ、自ら生産した農産物を使った雑穀米飯やスイーツ等の製造・販売、収穫体験が可能なぶどう園の開設、及び外食事業を展開している。
小野養豚	「萩はぎむつみ豚」のブランド戦略により、自社で生産した豚肉を原材料とする加工品（冷凍豚まん）の生産・加工・販売を一体的に実施。また飼料の 6 割に地場産の米ぬか等を配合したエコフィードを使う傍ら、豚糞由来の堆肥は、その米ぬかを提供する地元の農事組合法人が利用することで、地域資源循環型の農業を実現している。
くしまアオイファーム	自社及び契約農家で栽培した小ぶりのサツマイモを本格的に輸出し、日本のサツマイモ輸出額の三割を占めている。 またサツマイモの規格外品を大学芋、ペースト、冷やし焼き芋等に加工し、キッチンカー、道の駅及び自社 E C サイトで販売している。

参考文献

愛知県 六次産業化 <https://www.pref.aichi.jp/soshiki/shokuiku/aichi6jisangyo.html>

(最終閲覧日 2024 年 5 月 6 日)

職業における 6 次産業化とは？メリット・デメリットから歴史までをわかりやすく解説！

<https://www.tosho-trading.co.jp/career/6jisangyo/> (最終閲覧日:2024 年 5 月 6 日)

Ⅲ：川根本町について

(1) 概要⁶

川根本町は静岡県の中央部に位置し、東は静岡市、南は島田市、西は浜松市に隣接するほか、北は長野県との県境となっている。

町域は大井川に沿った東西約23km、南北約40kmの南北に細長い形で、面積は496.72km²（県全体の6.4%）、このうちの約90%を森林が占めている。

集落の範囲は東西15km、南北20kmで2023年12月1日現在の人口は約5,929人である。



・川根本町章

「水と森の番人が創る癒しの里 川根本町」

上部には“森”、中間には“水”、下部には“癒しの里”を配置されている。



おもに調査の対象となった地域の地図⁷

川根本町の人口・世帯数（2023年12月1日現在）⁸

総人口	5,929人	〔前月比18人減〕
男性人口	2,888人	〔前月比6人減〕
女性人口	3,041人	〔前月比12人減〕
世帯数	2,702世帯	〔前月比5世帯減〕

⁶概要/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanehonshizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/10508.html>（最終閲覧日：2023年12月13日）

⁷ Google社「Googleマップ」より引用

⁸ 川根本町の人口・世帯数(2023年12月1日現在)/川根本町公式ホームページ

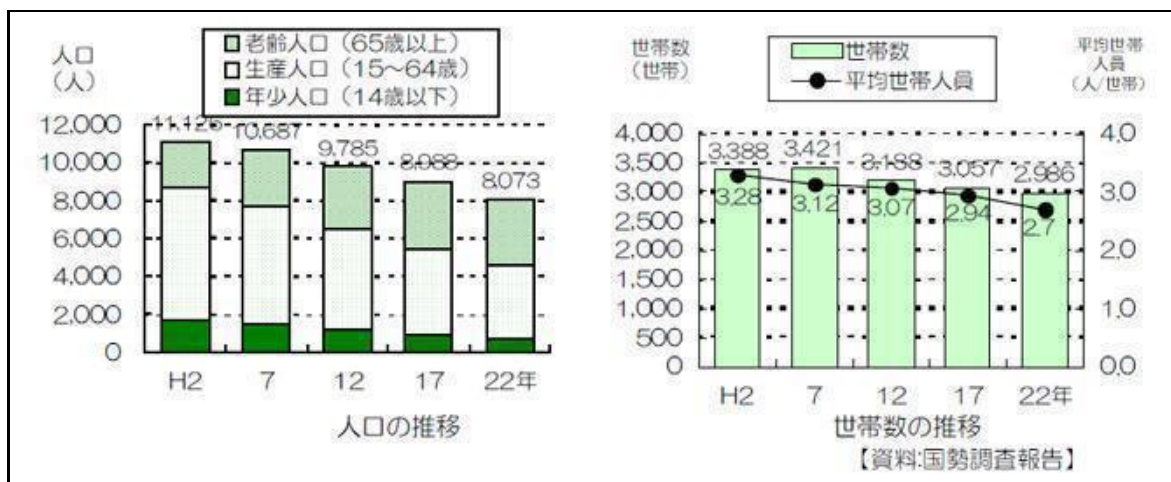
<https://www.town.kawanehonshizuoka.jp/chosei/14/9/13556.html>（最終閲覧日：2023年12月1日）

人口・世帯数⁹

人口の減少や高齢化が進んでおり、高齢化率は県内で最も高くなっている。

平成22年1月1日現在の本町の人口は8,642人、世帯数は3,072世帯、平均世帯人員は2.81人/世帯で、人口及び平均世帯人員は年々、減少傾向にある。住民基本台帳（外国人を含まない）によると、年齢階級別人口は年少人口が8.7%、生産人口が50.5%、高齢人口が40.8%で、年々少子高齢化が進んでおり、高齢化率40.8%（高齢人口）は県内で最も高くなっている。

「第1次川根本町総合計画」の推計によれば、今後も人口の減少は続き、平成28年には人口が7,118～7,325人（コーホート推計法、トレンド推計法）まで減少し、さらに高齢化が進むと予測されている。



（注釈1）平成2年～平成17年は国勢調査報告（外国人を含む）のデータを使用。

（注釈2）平成22年は1月1日現在のデータ。ただし、年齢別人口（年少人口、生産人口、高齢人口）のみ住民基本台帳（外国人を含まない）のデータを使用。

（川根本町は「日本で最も美しい村」連合に加盟しています/川根本町公式ホームページ

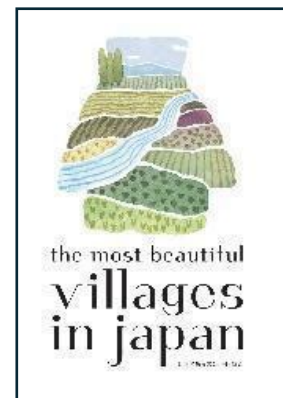
<https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chousei/tyouseinituite/12/8/11603.html> より引用)

⁹人口・世帯数/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chousei/tyouseinituite/12/9/10359.html>（最終

(2) 「日本で最も美しい村」連合とは¹⁰

特定非営利活動法人「日本で最も美しい村」連合は、フランスの「最も美しい村運動」をモデルとして、2005年10月に7つの自治体が集まって発足した。

「日本で最も美しい村」連合は、すばらしい地域資源を持ちながら過疎にある美しい町村や地区が、自ら「日本で最も美しい村」であることを宣言し、以下のことに取り組んでいくための組織である。



- ・自らの地域に誇りを持ち、将来にわたって美しい地域づくりを行うこと。
- ・住民によるまちづくり活動を展開することで地域の活性化を図り、地域の自立を推進すること。
- ・生活の営みにより作られてきた景観・環境を守り、これらを活用することで観光的付加価値を高め、地域の資源の保護と地域経済の発展に寄与すること。

2022年5月現在、北海道から沖縄県まで、61の町村・地域が加盟している。

右の画像は「川根本町は「日本で最も美しい村」連合に加盟しています/川根本町公式ホームページ

<https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/8/11603.html>」より引用

加盟の条件

1. 人口が、概ね1万人以下であること。
2. 地域資源が2つ以上あること。
 - ・景観
 - ・生活の営みにより作られた景観（伝統的なまちなみや里山・里海）
 - ・文化
 - ・昔ながらの祭りや芸能、郷土文化など
3. 連合が評価する地域資源を活かす活動があること。
 - ・美しい景観に配慮したまちづくりを行っている。
 - ・住民による工夫した地域活動を行っている。
 - ・地域特有の工芸品や生活様式を頑なに守っている。

「川根本町の地域資源」

川根本町は、以下の2つの地域資源が評価され、2015年10月に加盟が認められた。

- ・「銘茶川根茶」の茶園景観
- ・国指定重要無形民俗文化財「徳山の盆踊」

¹⁰ 川根本町は「日本で最も美しい村」連合に加盟しています/川根本町公式ホームページ

<https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/8/11603.html>（最終閲覧日：2022年9月13日）

茶畑の風景



(3) 人と自然とのふれあい¹¹

本町は大井川、キャンプ場や水とのふれあい、自然観察のできるハイキングコース、紅葉スポットなど、自然とふれあえる場所に恵まれている。

本町は大井川や周辺の山々など、豊かな自然に恵まれていることから、自然とのふれあいの場が多くある。大井川の本支流には数多くのキャンプ場が整備されており、川ではカヌーや釣り、水遊びなどを楽しむことができる。2003年の調査結果によると、大井川ダム管理所管内（長島ダム～塩郷堰堤）の年間河川入川者数は9,763人（キャンプ2,631人、水泳769人、魚釣り539人、その他5,824人）だった。また、塩郷堰堤、レインボーブリッジ、寸又峡・夢の吊橋は「静岡県のみずべ100選」に選ばれているほか、寸又峡温泉、接岨峡温泉、白沢温泉などの温泉にも恵まれている。周辺の山岳を巡るハイキングコースなどでは、自然観察を楽しむことができ、「なかかわね三ツ星天文台」や「資料館やまびこ」など、ふれあい施設なども充実している。さらに、「牧之原・川根路のお茶」が「かおり風景100選（環境省）」、「大井川鐵道のSL」が「残したい日本の音風景百選（環境省）」に選定されるなど、香りや音など五感で楽しめるような要素もある。また、紅葉やアカヤシオ、シロヤシオなどの植物を鑑賞するスポットも数多く、花の開花時や紅葉シーズンには、全国から多くの観光客が訪れる。

大井川とキャンプ場



¹¹ 概要/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanehonshizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/8/10433.html>（最終閲覧

(4) 景観¹²

茶畑、鉄道、大井川・寸又川、背景としての山岳・森林などは本町を代表する景観要素である。荒廃森林、放棄・遊休農地などが増え、また、老朽化して景観にそぐわない看板や建物も増加している。

本町は奥大井県立自然公園、本州唯一の原生自然環境保全地域を有し、雄大な溪谷や山岳によって創り出された美しい景観が特徴的である。

景観資源としては、数多くの河成段丘や接岨峡、寸又峡、大井川などの穿入蛇行河川、茶畑景観、SLやアプト式鉄道の景観などがある。また、眺望点として蕎麦粒山、大札山、光岳、沢口山などの頂上をはじめ、智者の丘公園などの展望台がある。特に茶畑、鉄道、大井川・寸又川、背景としての山岳・森林などは本町を代表する景観要素である。また、2009年1月には、大井川の河川景観、川根茶の香る茶畑、FSC森林認証の取得などによる環境に配慮したまちづくりが評価されて、本町が「にほんの里100選」に選定された。

静岡県が2008年3月にまとめた『静岡県戦略課題研究「大井川・伊豆」研究報告書』によると、本町の森林に囲まれた山間地集落は、海外来訪者にとっても有効な景観資源になりうるということが指摘されている。また、車窓景観における茶園の出現頻度は、県内の代表的な中山間茶産地である安倍川流域や天竜川流域などと比べて高く、茶園景観の評価としては、山間部の景観、丘陵から見下ろせる景観の評価が高くなった。

しかし、少子高齢化や担い手不足などの影響により、荒廃森林、放棄・遊休農地などが増え、また、老朽化して景観にそぐわない看板や建物も増加している。前述の報告書によれば、電線電柱、住宅建造物、ガードレール、鉄塔などが特に好ましくない景観構成要素としてあげられている。

周囲が山岳・森林に囲まれている。



¹² 景観/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/8/10435.html>

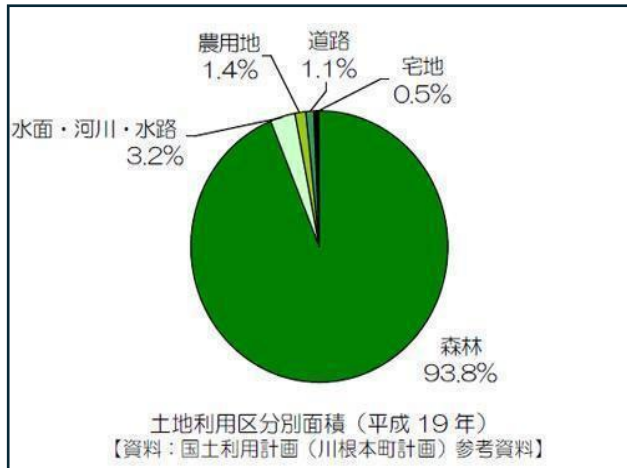
(5) 土地利用¹³

土地利用では森林の占める面積が約94%となっている。

平成19年の土地利用区分別面積をみると、森林（93.8%）が最も多く、農用地や宅地などは、いずれも1%前後とわずかである。

下の画像は「土地利用/川根本町公式ホームページ

<https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/10/10410.html>」より引用。



(6) 地形・地質¹⁴

8割以上が大起伏山地であり、中起伏山地、小起伏山地を含めた山地が97%を占める。

本町の標高差は2,400メートル以上あり、最高地点は光岳の2,592メートルである。

本町の地形は、大部分が大起伏山地（82.5%）、で、中起伏山地（12.7%）、小起伏山地（1.4%）を含めた山地が97%を占めている。

北部は大井川本流及び寸又川流域にある赤石山地南部にあたり、川は峡谷と曲流をなし、森林美と溪谷美をもっているが、山地崩壊も多く見られる。千頭付近はやや川幅が広くなり、低地と段丘・高位平坦面に集落は立地している。旧河道や環流丘陵¹⁵も特色がある。南部は大井川の東側が下泉河内川流域山地、西側が榛原川・長尾川・境川流域山地となり、川底の浸食が進んで崩壊地も多く分布している。徳山・上長尾・下長尾地区は河岸段丘、旧河道、小扇状地、河谷低地など多彩な地形が見られる。

¹³ 土地利用/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/10/10410.html>（最終閲覧日：2021年9月2日）

¹⁴ 地形・地質/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanehon.shizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/10/10411.html>（最終閲覧日：2021年9月2日）

¹⁵ 現在流れている河川の流路と、かつて流れていた河川の流路に囲まれてできた丘陵

なお、国土地理院の「日本の典型地形」によると、本町では接岨峡（峡谷、穿入蛇行）、寸又峡（峡谷）、大井川中流（穿入蛇行¹⁶）、大間の還流丘陵（還流丘陵）、大井川中流の段丘（河岸段丘及び段丘崖）の5箇所・6項目が選定されている。

本町の地質は、「四万十帯」と呼ばれる中生代後期白亜紀（約8,000万年前）から新生代古第三紀（約5,000万年前）にかけての堆積岩からなる。砂岩泥岩の互層で褶曲を受けて割れ目が発達し、さらに標高が高く気温差が大きいことから風化浸食が顕著である。また、降水量が多いことから崩壊地の拡大が大きく、生産された土砂は山腹や川床に堆積し、下流へ流出している。

北部は緑色岩や赤色チャートを含む泥岩・砂岩からなる「白根層群」、砂岩を主とする「寸又川層群」、砂岩泥岩互層の「犬居層群」「三倉層群」が北東―南西の走向で帯状に配列している。風化作用や構造運動による破砕作用が進んで山地崩壊が多い地域でもある。

南部は砂岩泥岩互層となる「寸又川層群」や「犬居層群」、泥岩、砂岩、乱雑層からなる「三倉層群」の地層が分布している。北東南西方向の帯状配列と構造をもち、蛇紋岩も点在している。

なお、表層地質は礫岩、砂岩、泥岩、砂岩泥岩互層、緑色岩などのほとんどが固結堆積物（95.0%）であり、未固結堆積物（2.8%）はわずかである。



¹⁶ 隆起ないし浸食面の低下のため、曲流していた川が下方浸食を復活し、曲流を保ちながら河床を基盤岩中に深く掘り込んで生じる。



山岳・森林・茶畑の写真

(7) 位置・面積¹⁷

南アルプス南部の山麓と前衛の山々が織り成す四季折々の美しい景観の中に「美女づくりの湯」と呼ばれる寸又峡温泉、「若返りの湯」と呼ばれる接岨峡温泉などが点在する温泉の町でもあり、日本唯一のアプト式鉄道を有する南アルプスあぶとライン、SLが毎日走る大井川鐵道、徳山のしだれ桜、南赤石林道周辺のアカヤシオ・シロヤシオなど観光資源に恵まれる一方、大井川を挟むように茶園が広がる、銘茶「川根茶」のふるさとである。2003年静岡国体のカヌー競技会場で、「カヌーの町」として、カヌー教室やカヌー大会を定期的に開催している。

町域のほとんどを森林が占めており、約94%が森林である。地形は変化と起伏に富んでおり、地域内の標高差は2,400メートル以上に及ぶ。最高地点である光岳の南西側は本州唯一の自然環境保全地域に指定され、太平洋岸におけるブナ帯からハイマツ帯に至る典型的な垂直分布が見られる。

また、「鵜山の七曲がり」を始めとして山岳地帯の河川に見られる「嵌入蛇行」の典型例が見られる。

¹⁷ 位置・面積/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanohonsshizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/10/10413.html>（最終



「鵜山の七曲がり」航空写真¹⁸

(8) 町のあゆみ¹⁹

かつては稲作や木材・木炭製造、椎茸栽培などが行われてきたが、近年は川根茶の栽培や観光などが盛んである。

川根本町の歴史は古く、田代地区「ヌタブラ遺跡」では石器を作るときに台にした「台石」と石器をたたき割るハンマーがみつかり、その付近から石器の材料となった石片がたくさん出てきたことから、ここで石器を作っていたことが明らかになった。この石器は旧石器時代、今から3万年ないし4万年前のものという大変古いもので、静岡県内最古のものではないかと言われている。そのほかにも町内では縄文時代（約1万年～2,500年前）の遺跡が数多く発見されている。

江戸時代以前には大井川右岸は遠江国「山香庄」の一部「河根郷」に属し、左岸は駿河国「大津庄」の一部「徳山郷」と称していた。1871年の廃藩置県により、右岸（遠江国榛原郡）が浜松県、左岸（駿河国志太郡）が静岡県の管下となり、1876年の浜松県廃止まで、志太榛原の両郡は県を異にしていた。

1889年に町村制が施行されて、中川根町の基となる榛原郡中川根村と志太郡徳山村、本川根町の基となる榛原郡上川根村と志太郡東川根村が誕生した。

かつては稲作や木材・木炭製造、椎茸栽培などが行われてきたが、近世初期から茶の栽培が始まり、明治時代以降は輸出産業として高い評価を受けてきた。

明治時代末からダム建設が始まり、大正・昭和時代には次々と発電所が建設された。1931年12月には大井川鐵道が全線開通した。お茶と林業とダムに加え、高度成長期には工場誘致と寸又峡温泉などを中心とした観光振興の取り組みが進められてきた。特に基幹産業である茶業では、農林水産大臣賞などの輝かしい賞を数多く受賞するなど、先人の努力によって品質向上が図られ、上質な煎茶として「川根茶」の名声は全国に知られるようになった。

¹⁸ 前掲・位置・面積/川根本町公式ホームページ

¹⁹ 町のあゆみ/川根本町公式ホームページ <https://www.town.kawanahonshizuoka.jp/chosei/tyouseinituite/12/17/10424.html>（最終閲覧日：2021年9月2日）

1907年頃から、道路や橋、教育・文化施設、医療・福祉施設、町営住宅などを順次整備しながら、『ウッドハウスおろくぼ』、『フォーレなかかわね茶茗館』、『奥大井音戯の郷』、『白沢温泉「もりのいずみ」』などの観光拠点の整備も進めてきた。

(9) ゆずと気候



ゆずの木とその近接写真。硬く鋭い棘が生えている。

「ゆずは、耐寒性の強い柑橘であるが -9°C では樹が枯死し、 -7°C では三年生以下の幼木が枯死している。そのため、最低気温の極温が -7°C で、それ以下に下がらないところが経済栽培の可能地であると考えられる。 -5°C 以下では葉は凍傷を受けて落葉するので、気温の高いところほどよい。しかし、果実の品質は気温が低く、降水量の多いところほどよい。降水量の多い方が果実の発育がよく大玉になる。土壌は弱酸性で礫を含み腐食に富んで排水性の高い土壌がよい。²⁰⁾

→高品質なゆずを作るには、極温を下回らない範囲で低く、降水量が多いほど良い。

「この川根本町でゆずの栽培が始まったのは約40年前。山間の環境がゆずに適していると考え、数軒の茶農家がゆずの研究を始めました。すると、標高200～600mという高地ならではの厳しい寒暖差、比較的長い日照時間、大井川の川霧、そして南アルプスから吹く風…川根本町の自然環境はゆずの栽培に向いているだけでなく、極めて高い品質のゆずを生産できることがわかってきたのです。

²¹⁾

→寒暖差、長い日照時間、風があると良い。

²⁰⁾ 農林水産省 主要園芸作物標準技術体系 2005 (果樹・特産編) 抜粋 12

ゆず 露地栽培主要園芸作物標準技術体系 2005 (果樹・特産編) : 農林水産省
https://www.maff.go.jp/j/seisan/kankyo/hozen_type/h_sechi_kizyun/gif07.html

²¹⁾ 川根本町ゆずとは <https://yuzu.shizuoka.jp/about>

農林水産省の「各種果樹の栽培に適した自然的条件の目安」によると年平均気温が13℃以上であることがゆずの栽培に適した条件とされている。²²

気候データ抜粋²³（気象庁・1991～2020年の平年値）上3つはゆず産地。

地名	降水量	平均気温	日最高気温	日最低気温	平均風速	日照時間
単位	mm	℃	℃	℃	m/s	時間
安芸(高知県)※1	2099.5	17.4	21.6	13.7	1.8	2260.9
木頭(徳島県)	3391.3	13.6	19.9	9.0	0.9	1972.7
川根本町	3103.4	14.0	20.6	9.0	0.8	1993.9
以下参考※2						
屋久島(鹿児島)	4651.7	19.6	22.9	16.6	5.1	1515.8
大館(秋田県)	1741.0	10.2	15.5	5.7	1.0	1541.5
常呂(北海道)	710.6	6.3	10.9	1.4	3.1	1805.9

※1 安芸の年間降水量は地区によって4000mmを超える²⁴。

※2 屋久島は降水量トップである。常呂は日本の中でも降水量は非常に少ない。大館は日本の降水量の平均値及び中央値的な値である²⁵。

実際の気候データを見ると、川根本町では降水量が比較的に多い。降水量の多さは果実の品質を向上させる。また、年平均気温が13℃以上でありゆずの栽培に適した気温となっていることがわかる。よって、降水量の面と年平均気温の面では川根本町はゆず栽培に向いていると言えるだろう。

²² 日本果樹種苗協会「各種果樹の栽培に適した自然的条件の目安」<http://www.kasyukyo.or.jp/wp-content/uploads/2015/06/saibaitekichi.pdf>

²³ 気象庁 | 過去の気象データ検索

https://www.data.jma.go.jp/obd/stats/etrn/index.php?prec_no=&block_no=&year=&month=&day=&view=p1

²⁴ 高知県馬路村／地域資源を生かした村の活性化～村をまるごと売り込む～ <https://www.zck.or.jp/site/forum/18828.html>

（最終閲覧日：5月15日）

²⁵ 水害対策を考える 3-1-1 世界平均の2倍、日本の降水量 国土交通省

https://www.mlit.go.jp/river/pamphlet_jirei/bousai/saigai/kiroku/suigai/suigai_3-1-1.html#

年降水量（平年値）ランキング <https://weather.time-j.net/Precipitation>（最終閲覧日：5月15日）

Ⅳ：特定非営利活動法人 かわね来風について

(1) 概要

かわね来風は、川根本町において継続的なまちづくりを行うために設立され、「この町に住み続けるために“今”私たちができること」をテーマとして様々な取り組み²⁶を行っているNPO法人である。「川根本町を中心とした地域住民に対して、生活向上、地域持続のための事業を行い、地域社会の発展と社会全体の利益の増進に寄与すること²⁷」を目的とし、その達成のため、特定非営利活動促進法2条及び同別表に定められている活動分野のうち、以下の活動を行っている²⁸。

- (1) まちづくりの推進を図る活動
- (2) 学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
- (3) 観光の振興を図る活動
- (4) 農山漁村又は中山間地域の振興を図る活動
- (5) 環境の保全を図る活動
- (6) 地域安全活動
- (7) 子どもの健全育成を図る活動
- (8) 経済活動の活性化を図る活動
- (9) 前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡助言又は援助の活動

また、特定非営利活動に係る事業として、以下の事業を行っている²⁹。

- ① 各種イベント事業
- ② 地域スポーツ振興事業
- ③ 環境保全事業
- ④ キャンプ場運営事業
- ⑤ 農村観光推進事業
- ⑥ 旅行サービス手配業
- ⑦ 高齢者宅配サービス事業
- ⑧ 地域産物活性化事業
- ⑨ その他、この法人の目的を達成するための事業

²⁶ この取り組みが評価され、2017年に農林水産大臣賞を受賞している。

²⁷ 定款第3条に基づく。

²⁸ 定款第4条に基づく。

²⁹ 定款第5条に基づく。

(2) 経緯

川根本町は川根茶が有名で、農家のおよそ95%がお茶を生産している。しかしながら、核家族化による「お茶の間」の環境変化やペットボトル飲料の普及により茶葉の相場が15年で半分まで下落し、茶業が衰退してきた。そこで目を付けたのがゆずである。1981年に「中川根町農業経営振興会ゆず部会」という生産者組合を形成してゆずの木3000本を植栽したのを発端に組合の規模は大きくなり、2009年までに「川根本町ゆず組合」へと発展した。この頃から「6次産業化」にも取り組み始め、2011年にゆずポン酢、2013年にゆずジュースを生産している。そして法人組織「ふじのくに川根本町ゆず協同組合」が設立され、現在は県内トップのゆずの生産量を誇っている。2020年にはゆず商品の開発、製造販売を中心とする株式会社「KAWANE SENSE」が設立された³⁰。

浜谷友子氏は、田中尚輝氏の『NPOビジネスで起業する!』（学陽書房、2004）という書籍を読んだこと等をきっかけに、仕事としてまちづくり推進活動をすることを決心し、2008年5月に「かわね来風」を提案し、同年10月28日に設立された。NPO法人として上記の会社や組合、その他の団体と連携してゆずの6次産業化に取り組み、また、観光や地域住民に関する事業なども行うなど、川根本町におけるおおよそその活動の中核を担っている。

(3) 具体的な事業内容

①ゆずの6次産業化に関する事業

ゆずの生産に関しては「JAおおいがわ」や「ふじのくに川根本町ゆず協同組合」などと連携しており、JAおおいがわの運営するファーマーズマーケットに効率的に運ぶため「川根農産物直送便」の仕組み作りを行った。川根本町はJAおおいがわ管内の中でも北部に位置しており、ファーマーズマーケットまで35km以上離れていたことから利用が困難であったが、この直送便によって運搬の利便性が向上した。

商品開発や販売に関しては株式会社「KAWANE SENSE」などと連携している。KAWANE SENSEは2021年にホームページを作成し、川根本町の店だけでなくオンラインでの販売も行っている。ゆずの実を丸ごと使った「ゆずの実スイート」や「ゆず粉」など様々な種類の商品を取り揃えており、業務用やお試しサイズの商品も販売しているので買い求めやすくなっている。（URL：<https://www.yuzukawane.com/>）

最近ではクラウドファンディングも行っており、その支援金でゆずクラフトビールを飲める拠点の拡充などを行ったりしている。

②観光に関する事業

「三ツ星村」は野菜の直売や加工品、地域の特産品の販売や飲食の提供を通じ、地域の女性たちの活躍の場となっている。ここでは名物である「大根そば」や「こんにゃく様」を食べることができ、好評を博している。「三ツ星オートキャンプ場」（写真2）は子供と一緒に楽しめるファミリーキャンプ場で、年間1万人を超える人が訪



³⁰ この会社の設立によって、農家が良質な農作物を作り、農家でない者がそれを活かした商品を作って販売するという流れが確立された。

れている。オンライン予約は 24 時間受付なので予約しやすく、ワークショップや「三ツ星祭り・春」などイベントも豊富である。

農家民宿といったグリーンツーリズム³²の推進や旅行手配については一般社団法人「エコティかわね」「川根本町まちづくり観光協会」「川根路農泊推進協議会」などと連携しており、奥大井ゆめぐりチケットキャンペーンの実施など国内旅行の強化を図っている。また、海外からの旅行客の受け入れ³³にも積極的で、大井川鉄道の乗車と一緒に給食を食べる等の町内の学校との交流などが好評を博している。



③地域住民に関する事業

総合型地域スポーツクラブ「かわねライフスポーツクラブ」の運営や町内 2 か所の放課後児童クラブ運営、生活支援サービス「ちょいサポ³⁴」の実施、ケアラズカフェ³⁵の手伝いと送迎、そして移住相談業務や空き家に関する事業などを行っている。

子育て中のママたちが子どもと一緒に高齢者にお弁当や日用品を届ける「ママ宅」事業はこの町独自の公共的課題解決モデルで、住友生命保険相互会社が主催する子育て支援活動の表彰において「スミセイ未来賞」を受賞しているほか、一部の地域の教科書にも掲載されている。その他に、「川根本町高齢者宅配サービス推進協議会」「川根本町商工会」「子育てサークルスマイル」と連携し、「ママ宅³⁶」と呼ばれる活動を行っている。

³¹ かき氷やポップコーン、ピザ作り、やまめのつかみ取り等のイベントを無料で行っている。

³² 都市住民が農山漁村に滞在し、地域の自然や文化、人々との交流を楽しむ余暇活動のこと。

³³ 2023 年 4 月時点で台湾、中国、韓国、カンボジア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア等の国の人々を受け入れている。

³⁴ 券をお礼として、地域で困りごとを助け合えるよう生活面で支援するという仕組みである。

³⁵ 家族の介護に携わる人の息抜きや情報交換などの場として運営されているカフェのこと。

³⁶ 物々交換や講師を招いてのワークショップなどを行っている。

V：NPO 法人かわね来風／

株式会社 KAWANE SENSE へのヒアリング

ヒアリング調査実施日 2024 年 3 月 11 日

実施場所 NPO 法人かわね来風／株式会社 KAWANE SENSE

対象 浜谷友子様（NPO 法人かわね来風理事・事務局長、株式会社 KAWANE SENSE 代表取締役）

（質問 1）「ゆずクラフトビール」について、現在酒販売の整備がなされているのでしょうか？またオンライン販売についてどのように考えていますか。

＜回答＞ゆずクラフトビールは元々国のローカルフードプロジェクトの一環として作られたものでゆず農家の収入の増加を目的としています。オンライン販売についてはクラフトビールの賞味期限や保存が難しいため川根本町に来てくれた人にふるまう事を目的としているのでオンライン販売については考えていません。

（質問 2）川根本町の柚子単体のブランド化についてお伺いしてもよいでしょうか。

＜回答＞「川根本町ゆず」がブランド名となっています。交付金と三ツ星キャンプ場の収入からゆず事業を立ち上げています。交付金に関して、普通であれば県を通して支給されるが、かわね来風は国から直で貰っています。1つ目の理由としては、川根本町のお金を使いたくない。2つ目は、いろいろな行政が入ってくれば色々な手続きを作ってくれるかもしれないが、遅くなる点です。川根農産物のシールやデザインなどのブランド化、川根農産物直送便は交付金が支給されます。とはいえ私達だけで事務を行うとなると領収書の順番などがかなり面倒で、1円でも合わないといけない。だけど自分たちのその本当のやりたいことを反映するためにはこれらは不可避であって、事務などをボランティアでするわけにはいかないのです。

川根本町からファーマーズマーケットまで1時間以上かかるが、運送やブランド化を農家がしている暇がないし、農家の人たちから直送便がほしいという声がありました。そして、川根本町ものが売れるためにはここに置いても売れなく、農家の人たちの収益に寄与したいと思ったので、大井川農協の運営する「まんさいかん」というファーマーズマーケットに持っていき直送便の仕組みも作りました。事業の立ち上げはかわね来風が行い、車のリースの支払いなどその後のことは農業法人の人に一任する旨の約束をしました。現在は事業として行っていません。

（質問 3）商品開発を行い始めた頃に苦労したことは何でしょうか。

＜回答＞一つ目として、ゆず商品に関しては、食品の品質管理が重要となってきます。例えば、ゆずを丸ごと冷凍して解凍すると実がぐちゃぐちゃになってしまいます。それを回避するために、収穫後に全部皮をむいて種を抜いてから冷凍するようにしました。

二つ目に、初めから農薬不使用のゆずを商品に利用することとしていましたが、農家の理解が得られない場合があります。実際には防虫や肥料の工夫が必要となり農家の負担となるからです。しかし、事業を継続していくことで農家の態度も変わり農薬不使用のゆずなら買い取るという指針を理解してもらえるようになりました。

三つ目に、ゆず事業を行うにあたっては金銭的なリスクがありました。かわね来風だけで進めた場合、かわね来風の事業を継続できなくなる可能性があったのです。そのために KAWANE SENSE や KAWANE ホールディングスを設立して、かわね来風の事業を守る仕組みを作りました。

（質問 4）消費者の方たちの声を聞いて開発した商品はありますか。

＜回答＞声を聞いて、初めから開発したっていう商品はないが試食会などで「サイズが小さいものが欲しい」などの声があった場合は参考にしています。

（質問5）かわね来風がどのような団体や企業と、どのような取り組みをしていますか。

（回答）KAWANE SENSE の場合はかわね来風と同じ事務所でありかわね来風が潰れないように作った会社で経理が違うだけで目的はかわね来風と一緒にです。

エコティ川根の場合は元々行政の組織だったものを一般法人化したもので観光の側面を担っています。

エナジーファームはゆずの生産者の団体で、エナジーファームからゆずを買い取っています。

（質問6）非営利活動から営利活動に転換するにあたっての課題や困難だったことはありますか

＜回答＞非営利活動ではあるが、営利活動を行っています。

会社が非営利団体にお金を出し、非営利の団体の人たちが預かったお金でその人たちの代わりに非営利の社会貢献事業をするとすると、その会社の意見も聞かないといけません。

補助金をもらって自分たちで利益を生める活動をしたかったのです。

（質問7）様々な方からの意見からどのようなサービスを始めましたか。

＜回答＞実際に地域の人の、こんなものを作ってほしいという声を参考にママ宅というサービスを作りました。

そのサービス立ち上げの背景としては、役場が高齢者への弁当配達事業に対して補助金を出すことが決まっていたことです。役場からの補助を受けるべくママ宅サービス開始の支度をして役場に言いました。結果的に、補助を受けられることになりました。

このサービス開始に伴って事故が起きないかという不安の声が寄せられました。しかし、川根本町の広報に6ページものママ宅の紹介を載せて読んでもらうことによって、安心してもらえるようにしました。

（質問8） ゆず産業で具体的にどのような仕事があるのでしょうか、また、特に若者が活躍できる場所はありましたか。

＜回答＞ゆずの生産ができます。初めからゆず農家1本は難しいかもしれないが、農家民宿やカフェ、普通に勤めると兼業するなど仕事ができます。

また、かわね来風の職員は色々なことを行っており、ゆずの加工の時期は11月ぐらいで、毎日来てもらわないといけないうらい忙しいです。冷蔵庫もありますが、なるべく新鮮なうちに切りたいです。腐ってしまう前に切りたいので、そういうときにはパートさんを集める必要があります。

高い給料ではないが、それに代わるものがあります。そういう生活を望む人たちには協力できます。

（質問9） NPO法人や株式会社を設立するにあたって、周りから反対意見はありましたか。

＜回答＞まずはやってみるべきと考えていました。そしてやりたいと考えている人たちで集まっているので反対意見はありませんでした。

（質問10） 川根本町以外の市町村やその住民、地域団体との交流はありますか。

＜回答＞活動していると事例発表などで遠くも行くことがあって、他の団体とかがいろいろ質問したいとか視察に行きたいとか言ってくれる時があります。農家民宿やママ宅の視察など、いろんな視察が来ます。県内や岐阜など近場の県外からが特に多いです。視察に来てくれると、お土産を購入してくれたり、ごはんを食べてくれたりするからお金になります。経済を回してくれるから非常に大切に

す。講演に呼ばれていく場所として東京が多く、新潟や大島などの島の方に行くこともありました。

（質問１１）行政と連携する場合、事務が煩雑になるのでしょうか。

＜回答＞ 連携すること自体は、難しくありません。しかし、交付金や補助金をもらうとなると大変になります。例えば、しっかりとした領収証を出してもらうこと、用途をはっきりさせておくことが必要になります。税金を使う以上は、煩雑な事務も必要だと思っています。ただ、非常に多くの事務があると、自分が本来やりたい仕事ができなくなり、私は何をやっているのだろうと思うことはありました。また、分からない言葉だらけで苦労したこともあります。

（質問１１b）分からないことはどのように解決してきましたか。

＜回答＞母に習ったことなのですが、とにかくわからないことがある場合は聞くことで問題を解決してきました。

（質問１２）補助金を受け取るには、予算申請、決算報告が必要になると思われるが、どれほど大変なのでしょうか。また、どのように対応していましたか。

＜回答＞大変といってもやればできる範囲ですが、高い事務水準が求められます。特に会計検査院はどこかしら駄目なところを指摘されます。しかし、それが向こうのお仕事なので、とにかく誠実に対応するように心がけていました。

（質問１２b）役場にはどのような対応を求めていますか。

＜回答＞役場はお金の使い方アドバイス、良い補助金を教えてくれると嬉しいです。現場で動いてくれないという人がいますが、役場は現場で働く仕事じゃないと考えています。なぜなら、やりたい人が現場でやれることが公平だからです。

第2章：「香りとまちづくり」 香りを活かしたまちづくりの提案

事前調査やヒアリング調査の結果、次のような課題がわかった。

年々若者が減少しているのに対して高齢者が増加している。これは、統計上も明確に分かっていることであり、さらにヒアリング調査でも子供が少なくなっている現状について言及があった。

川根本町とゆずの認知度のさらなる向上が必要であること。認知してもらわないことには川根本町に行こうと思ってもらうことはできない。よって認知度の向上も重要な課題となる。

認知度について、認知度を向上させるだけでは観光客を呼び込むことができない。特に地域活性化のためには現地に足を運んでもらうことが重要である。認知度の向上においてネット販売は大きな武器となるが、そのままでは観光客を呼び込むことはできない。

以上の課題への対策を我々なりに検討し、提案してみたい。

1. 温泉地とのコラボ(ゆず風呂など)

日本には多くの温泉地が存在している。そのなかでも、静岡県には熱海温泉、伊東温泉、といった温泉地が多く存在している。温泉地は人気の観光地なので、沢山の人が観光に来ることから、川根本町を知ってもらうためにも、川根本町ゆずをアピールする。

静岡県内の温泉（熱海温泉、伊東温泉など）と川根本町ゆずでコラボする。コラボ内容としては、川根本町ゆずを使って、すべての湯舟ではなく、一ヶ所だけをゆず風呂とする（ゆずアレルギーを持っている人や柑橘系が苦手な人もいるかもしれないので）。お風呂に入れる時間の経過とともにゆずが散らばることを防止するために、ネットの中にゆずを入れて、そのネットをお風呂のなかに置いておく。ゆずのエキスが太陽にあたると肌が痒くなる可能性もあるため、しっかり洗い流してからあがってもらうように、その趣旨を書いてある張り紙や看板を設置する。ゆず風呂以外にも、コラボの日に、川根本町のゆずを使用した商品の販売ブースを設置する。また、ゆずの実スイーツなどの試食会を開催する。また、商品を購入すると、川根本町で使えるクーポンを渡す。

コラボの効果として、温泉地に来た観光客に川根本町ゆずを知ってもらえる。そして、川根本町ゆずを使用した商品の販売ブースを設置することで、川根本町ゆずを認知され、温泉観光のついでに商品を購入してもらえる可能性がある。川根本町ゆずから川根本町を知ってもらって、静岡観光の続きで川根本町へ足を運んでもらえるようになるかもしれない。

2. 大学との連携

川根本町では若者の都市流出が課題とされている。その要因の一つには若者同士のコミュニティが挙げられる。若者が少ないと、交流は少なくなり、若者向けの店が衰退する。住みにくく感じると同時に都市部へのあこがれが強くなり、その結果、都市流出につながるのではないだろうか。そうとすれば、若者が川根本町にいるということが大事になってくる。

大学と連携することによるメリットは大きく2つある。

1つ目は、地域の発展や課題解決に資する取り組みを共同して行うことが出来ることである。その地域について誰よりも詳しい地域の住民と、大学生の柔軟なアイデアを組み合わせることで、今までにないソリューションビジネスをすることが出来る。

2つ目は、大学の広報によってより多くの人に認知されることである。大学生が川根本町でプロジェクトを実行しているという事実と、その結果による効果は大学内のみならず世間に広く認知される。また、場合によっては、マスメディアによる取材で全国に広報されることも期待できる。

連携して行う事業の種類として、農業的なネットワークの面と、地域創生の面が考えられる。農業的な部分については、農学部などと連携し、耕作放棄地の再生や利活用のような農業に関する取り組みを行う。地方創生に関しては、たとえば静岡大学の地域創造学環といった組織と連携し、町の広報や特産品のマーケティングなど、どのような取り組みによって若者が訪れ、地域が活性化するかを企画・提案する。

取り組みの一例として、兵庫県洲本市では、龍谷大学政策学部を中心としてその他一部の大学とともに「域学連携地域活力創出モデル実証事業」（総務省 2013 年度採択事業）を行い、地元住民と連携して地域活性化を目指す新たな事業モデルの構築に取り組んでいるというものがある。

2013 年 8 月には政策学部の学生約 100 名が約 1 カ月間、洲本市に滞在するフィールドワーク合宿を開催し、現地で地域が抱える課題や知られざる魅力を調査する中で、学生らは住民の人柄や、洲本市の日常の暮らしそのものが魅力的な観光資源になることに着目。これらの魅力を広く発信するとともに、人口減少といった課題を解決するために若者定着にもつながるサポーター的な集客の増加が必要であると結論付けた。そして、地域の自然・文化・農漁業の魅力と同時に再生可能エネルギーを取り入れた住民の暮らしを滞在型観光で体験してもらうグリーン・ツーリズムによる観光モデルを推進した。

このように、大学と連携することで新たな視点で観ることができ、若者が活動することによって地域の活性化も見込める。連携先が見つかれば大学と共同して事業を行ってもよいのではないだろうか。

3. 商品の開発

現在川根本町にはゆずを使った商品が数多くあるが新規の顧客や企業、団体の規模を大きくするためには新しい商品を開発することが必要となる。また新しい商品を開発することで川根本町自体も知ってもらうことができる。以下、新しい商品の案である。

食品

ゆずの商品と言われると、まずゆずを加工した食品が思い浮かぶ、以下ゆずを使った食品の案である。

- ・静岡の名物である浜松餃子に川根本町でとれた川根本町ゆずを入れたもの
- ・ゆずを使ったドライフルーツ
- ・ゆずワイン、ゆずの果実酒
- ・静岡の日本酒とゆず果汁のカクテル
- ・ゆずラーメン
- ・ゆずを使ったレトルトカレーまた上にトッピングとしてゆずを使う
- ・ゆずスープ
- ・はちみつとゆずを使った商品

美容品

ゆずは美肌効果が高い果実と言われているため、ゆずを使った美容商品を開発することで女性層などに川根本町のゆずに認知してもらうことが出来る。しかしこれによってアレルギーなどの症状が起こる可能性があることに注意しなければならない。

- ・ゆずの果実が入っているバスボム
- ・ゆず石鹸

4. ネット販売における観光客誘致

ここでは、ネット販売を利用した観光客誘致について考察する。特産品のネット販売は、地域の魅力を全国に発信する有効な手段であるが、それだけでは観光客の増加に直結しない。購入者が商品に興味を持っている状態であるのは確かであっても、そこから現地に誘導するためには何らかの仕掛けが必要となる。

【施策の比較検討】

施策として、チラシ、クーポン、スクラッチ、応募企画を比較検討してみる。以下のメリットとデメリットは、あくまでも相対的なものであり、傾向である。

チラシ……「特産品の香りが生まれた背景を、現地に訪れて体験してみませんか？」というようなメッセージを載せることで、消費者の好奇心を刺激し、現地への来訪意欲を喚起することができる。

メリット	デメリット
・低コストである。 ・現地への関心を高められる。 ・デザイン次第で印象に残りやすい。	・大きな動機付けにはならない。 ・配布範囲が限定的になる。 ・効果測定が難しい。

クーポン……ネット販売の香り商品に現地で使えるクーポンを同封することで、消費者の来訪意欲を高めることができる。例えば、キャンプ場や現地で使える買い物券といった特典を提供することで、現地への誘客効果が期待できる。

メリット	デメリット
・チラシよりも来訪意欲を高められる可能性がある。 ・効果測定がしやすい。	・クーポン利用によって収益が減る。 ・クーポン管理のコストがかかる。 ・条件の設定が難しい。

スクラッチ……クーポンにスクラッチ要素を加えることで、消費者の興味を引き付けることができる。当たりが出れば現地での得点が得られるといった仕組みにすることで、来訪意欲を喚起できる可能性がある。

メリット	デメリット
・消費者の興味を引きやすい ・当たった場合、消費者の来訪意欲が高まる。	・商品本来の魅力が損なわれる可能性がある。 ・外れた場合、消費者の来訪意欲が低下する。

応募企画……ネット販売の商品パッケージにシリアルナンバーとQRコードを貼り付ける。それを読み取ってネットで応募できる企画を実施する。プレゼントとして、現地での特別な体験プログラムへの参加権を用意する。消費者が参加する形をとるため、スクラッチよりも来訪意欲を喚起できる可能性は高くなる。

メリット	デメリット
・当たった場合、消費者の来訪意欲が高まる。 ・応募者の情報を収集できる。	・応募者数が限られる可能性がある。 ・当選者の選定及びフォローアップにコストがかかる。 ・個人情報の取扱いに注意が必要になる。

【施策の選択】

以上の比較検討を踏まえ、最終的にはチラシを選択することが最も適切だと考える。その理由は以下の通りである。

1. コストパフォーマンスの高さ

チラシは、他の施策と比べて制作コストが低く、大量に配布することができる。これにより、予算が限られている中で効果を得ることが可能である。特に、NPO 法人や中小企業にとって、コストは重要な意思決定要因となる。

2. 紙媒体である利点

QR コードではスマートフォンを開いて読み込むというプロセスを要するが、紙媒体ではそのようなプロセスは不要であるため、情報が目に触れる機会が多くなる。また、スマートフォンの画面とは異なり、読みやすいという利点もある。

3. 現地への関心を高める効果

チラシに「特産品の香りが生まれた背景を、現地に訪れて体験してみませんか？」といったメッセージを載せることで、消費者の好奇心を刺激し、現地への関心を高めることができる。この効果は他の施策でも期待できるが、チラシはそれに付随する様々な情報を載せやすいというメリットがある。

4. デザインの自由度と印象に残りやすさ

チラシは、その大きさからデザインの自由度が高く、印象に残りやすいものを作りやすい。写真やイラストを効果的に使用し、現地の魅力を視覚的に訴求することで、消費者の記憶に残りやすくなる。

5. 他の施策との併用可能性

チラシは、他の施策と併用することで、より大きな効果を得ることができる。例えば、チラシにクーポンを添付したり、応募企画の告知を載せたりすることで、チラシの効果を補強することができる。

6. 効果測定の難しさへの対応

チラシは、効果測定が難しいというデメリットがあるが、工夫次第でこの問題に対応することができる。例えば、チラシに QR コードを載せ、特設サイトへの誘導を図ることで、一定の効果測定が可能になる。

以上の理由から、まずはチラシを選択することが適切だと考える。チラシは、コストパフォーマンスが高く、現地への関心を高める効果が期待でき、デザインの自由度が高く、他の施策と併用できるというメリットがある。また、効果測定の難しさへの対応策もある。

したがって、チラシを中心に据えつつ、状況に応じて他の施策を組み合わせることが望ましいと考える。チラシに工夫を凝らし、現地の魅力を十分に伝えることで、ネット通販における購入者の来訪意欲を効果的に喚起することができるだろう。

おわりに

本報告では、Ⅰで地方創生について、Ⅱで六次産業化について、Ⅲで川根本町について、ⅣでNPO法人かわね来風について紹介し、Ⅴではかわね来風に対して実施したヒアリングをまとめた。農村部の過疎化抑止を図るには、①認知してもらうこと、②実際に訪れてもらうこと、③そのまま住み続けることが重要であり、かわね来風は川根本町産ゆずの六次産業化に注力して地域活性化に努めた。事業内容はキャンプ場運営やゆずビールの開発など、主に②に関するものであったが、我々はまず知ってもらうことが必要だと考え、第2章に述べている旨提案した。都市部への人口流出が懸念される中、若者が働ける場所を提供し、町を活性化することは過疎化対策において必要不可欠であろう。