

# 中山間における持続的地域振興 ～奥三河地域を事例として～

— 中山間地域におけるまちづくり研究会報告書 —



2021年12月

公益財団法人 中部圏社会経済研究所

## はじめに

中山間地域における過疎化・高齢化は深刻さを増してきています。中部圏においても例外ではなく、その対策が求められています。

そこで、当財団では、2019年度から、まちづくり・地域振興等の有識者による研究会『中山間地域におけるまちづくり研究会』を組成し、愛知県東栄町のまちづくり・移住施策に加え、県・関係自治体・関係団体等の施策・取り組みやビューティー・ツーリズムなどの移住者等を惹きつける魅力を探るとともに、ライフスタイルモデルの変革、人と人のつながりやコンテンツ間の融合にも着目しながら、大都市圏の近傍に位置する中山間地域の産業振興やまちづくりについて、調査・研究を進めてきました。

2020年度からは、新型コロナウイルス感染症の拡大を踏まえ、コロナが中山間地域に与えた影響やwith・afterコロナにおける中山間地域の可能性について調査・研究を行いました。

本報告書はこれまでの研究成果を取りまとめたものです。

本調査研究を実施するにあたり、『中山間地域におけるまちづくり研究会』の委員の皆さま、そしてヒアリング等をお願いした方々に、多大なるご協力・ご支援を賜りましたことに心より感謝申し上げます。

2021年12月

公益財団法人 中部圏社会経済研究所



## 調査研究体制

本調査研究はまちづくり・地域振興等の有識者による研究会『中山間地域におけるまちづくり研究会』を組成し、検討を行いました。

### 中山間地域におけるまちづくり研究会

#### 【座長】

戸田 敏行 愛知大学 三遠南信地域連携研究センター長

#### 【委員】

加藤 栄司 一般社団法人地域問題研究所 研究理事兼首席研究員

加藤 千晶 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
政策研究事業本部 名古屋本部 研究開発部 研究員

高橋 大輔 公益社団法人東三河地域研究センター 調査研究室長

田村 太一 一般社団法人奥三河ビジョンフォーラム 専務理事

福島 茂 名城大学 都市情報学部 教授

(敬称略・50音順)

## 目 次

	執筆担当	頁
<b>I 奥三河の持つ空間的、時代的な位置づけ</b>	—	1
1. 奥三河地域の概況	—	1
<補論1>奥三河の農業の現状	—	5
2. (特別寄稿)「奥三河地域」の設定と地域特性	愛知大学名誉教授 藤田 佳久氏	7
<b>II 行政の政策と取り組み</b>	戸田 敏行座長	11
1. 国の諸計画の位置づけ		11
2. 愛知県の位置づけ		15
3. 広域地域における位置づけ		19
4. 行政政策の取組からのまとめ		25
<補論2>地域おこし協力隊調査分析		26
<b>III 東栄町におけるビューティー・ツーリズムの経験と開かれた内発的発展</b>	—	30
1. 東栄町のビューティー・ツーリズムの成り立ち—naori事業の立ち上げ	高橋 大輔委員	31
2. ツーリズムを通じた開かれた内発的発展とビューティフルライフ	田村 太一委員 加藤 千晶委員	35
3. 総括：「にぎやかな過疎」とビューティー・ツーリズム	福島 茂委員	46
<b>IV 奥三河地域における広域観光戦略：okumikawAwakeの取り組みを中心に</b>	—	49
1. 「okumikawAwake／メザメ奥三河」の成り立ち —ビューティー・ツーリズムの広域展開	田村 太一委員	50
2. 広域ツーリズム振興のプラットフォームとしての東三河レストランバス	高橋 大輔委員	54
3. ツーリズムと特産品の広域流通の両輪振興としての公共商社	田村 太一委員	65
4. 総括：テーマ性を有した広域観光振興とその戦略化	福島 茂委員	70
<b>V 受け継がれていく中山間地</b>	—	73
1. 受け継がれていく中山間地	田村 太一委員	73
2. 農業分野における持続可能な取り組み	—	81
<b>VI 新型コロナウイルス感染症の影響と都市を支える中山間地域の可能性</b>		83
1. 新型コロナウイルス感染症の影響	加藤 千晶委員 高橋 大輔委員 田村 太一委員	83
2. 都市を支える中山間地域の可能性		98
2-1. 都市を支える中山間地域の可能性	加藤 千晶委員	98
2-2. あいちの山里と都市・企業とのつながり	加藤 栄司委員	101
2-3. 賛助会員企業のテレワーク等の取組状況について	高橋 大輔委員	116
<b>おわりに</b>	戸田 敏行座長	122

# I 奥三河の持つ空間的、時代的な位置づけ

## 1. 奥三河の概況

### (1) 奥三河の基礎データ



奥三河地域（新城市，北設楽郡設楽町，東栄町，豊根村）は、愛知県北東部に位置し、その面積は愛知県の20%を占める。一方、人口は、約5万5千人と県人口の0.7%程度となっており、人口の対前年増加率は、いずれもマイナスとなっている。その中で、東栄町は社会増減率がプラスになっている。（図表1-1）

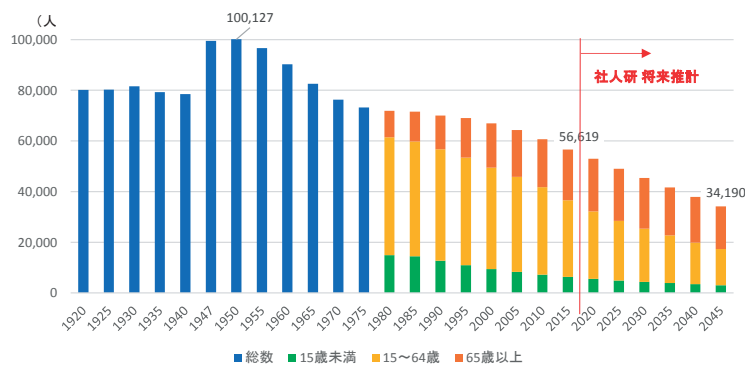
図表1-1) 奥三河の面積・人口・世帯数・人口動態

	新城市	設楽町	東栄町	豊根村	奥三河計
面積	499.23 km <sup>2</sup> (2)	273.94 km <sup>2</sup> (5)	123.38 km <sup>2</sup> (11)	155.88 km <sup>2</sup> (10)	1,052.43 km <sup>2</sup> <20.3%>
人口	46,029 人 (38)	4,727 人 (52)	3,134 人 (53)	1,090 人 (54)	54,980 人 <0.7%>
男	22,798 人	2,285 人	1,486 人	523 人	27,092 人
女	23,231 人	2,442 人	1,648 人	567 人	27,888 人
対前年増減数	▲ 732 人	▲ 111 人	▲ 80 人	▲ 29 人	▲ 952 人
対前年増減率	▲ 1.57 % (50)	▲ 2.29 % (51)	▲ 2.49 % (53)	▲ 2.59 % (54)	
世帯数	17,699 世帯	2,130 世帯	1,434 世帯	506 世帯	21,769 世帯
転入者数	1,405 人	113 人	88 人	27 人	1,633 人
転出者数	1,651 人	146 人	77 人	44 人	1,918 人
社会増減率	▲ 0.57 % (50)	▲ 0.70 % (52)	0.06 % (38)	▲ 0.89 % (53)	
出生者数	215 人	15 人	13 人	3 人	246 人
死亡者数	682 人	92 人	95 人	22 人	891 人
自然増減率	▲ 1.00 % (50)	▲ 1.59 % (52)	▲ 2.55 % (54)	▲ 1.70 % (53)	

※( )内は県内(全54自治体)順位。< >内は県内シェア。

出典) 全国都道府県市区町村別面積調。令和2年1月1日住民基本台帳人口・世帯数、令和元年(平成31年1月1日から令和元年12月31日まで)人口動態(市区町村別)

図表1-2) 奥三河の人口推移



出典) 国勢調査(1980~2015)  
 国立社会保障・人口問題研究所  
 「日本の地域別将来推計人口(2018年推計)」(2020~2045)

国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口(平成30(2018)年推計)」によると、奥三河の2045年人口は34,190人と2015年比で約4割程度減するという結果になっており、高齢者人口比率も35%から50%程度に上昇するとしている。(図表1-2)

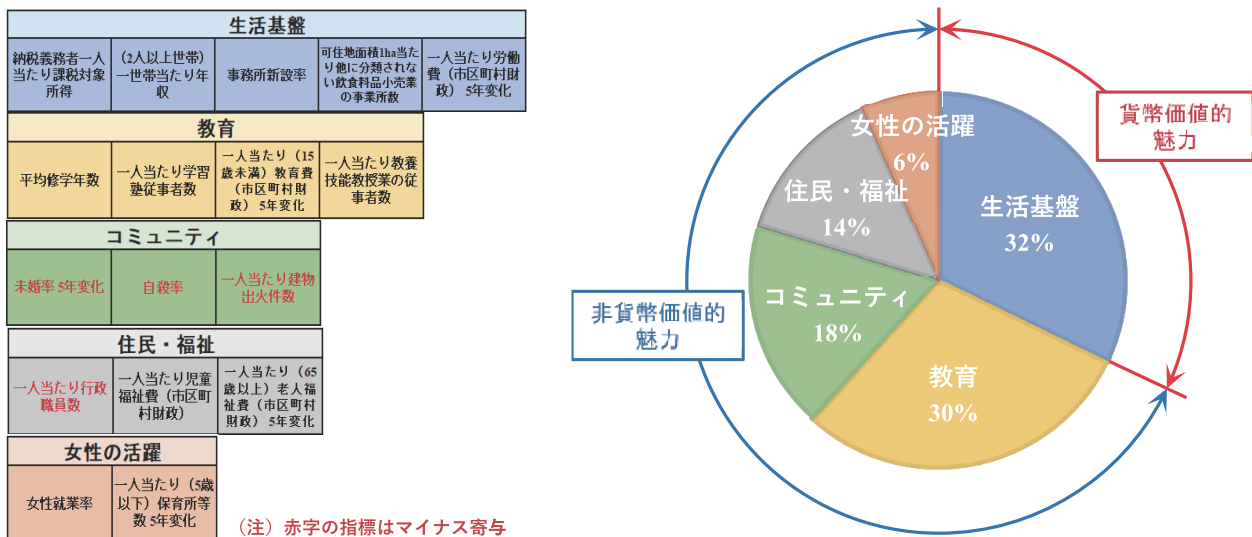
## (2)「地域力指標」からみた奥三河

中部圏社会経済研究所では、全国の1741の全基礎自治体を対象とし、人口変動との関係で地域の貨幣価値と非貨幣価値の双方から自治体の魅力を評価した「地域力フロー指標」と、地域経済の循環を支える側と支えられる側の人数構成から自治体の持続可能性を評価する「地域力ストック指標」からなる「地域力指標」を開発した。(2019年6月25日公表。)

### ①地域力フロー指標

地域力フロー指標は、117種類の統計データに機械学習(AI)の手法を応用し、推計されたパラメータによりウェイト付けして総合化することで自治体の魅力を試算したものである。推計の結果、117種類のデータのうち、人口移動の観点から自治体の魅力を示す指標は、「生活基盤」「教育」「コミュニティ」「住民・福祉」「女性の活躍」の5分野17指標が選択され、分野ごとの指標とウェイトは図表1-3のとおりである。

図表1-3) 地域力フロー指標に選択された指標とウェイト



奥三河の試算結果は図表1-4のとおりであり、愛知県内順位は54自治体中50~54位、全国順位は、1732自治体中643~1725位となっている。特に、貨幣価値的魅力の「生活基盤」指標である「納税義務者一人当たり課税対象所得」は図表1-5のとおり、東栄町が愛知県内最下位である。

図表1-4) 地域力フロー指標 (愛知県下抜粋)

順位		自治体	総得点
愛知県内	全国		
1	39	長久手市	72.29
4	73	名古屋市	68.08
20	257	豊田市	58.81
27	285	豊橋市	58.07
41	454	田原市	54.57
50	643	新城市	51.68
51	1336	設楽町	43.25
53	1591	東栄町	38.43
54	1725	豊根村	27.28

図表1-5) 納税義務者一人当たり課税対象所得 (2020年度)

順位		自治体	課税対象所得/所得割の納税義務者数(千円)
愛知県内	全国		
1	23	長久手市	4,437
4	44	名古屋市	4,076
8	81	豊田市	3,783
27	195	豊橋市	3,395
49	401	田原市	3,132
51	729	新城市	2,881
52	1005	設楽町	2,738
53	1086	豊根村	2,692
54	1422	東栄町	2,531

出典) 総務省「市町村税課税状況等の調」(2020年度)

## ②地域カストック指標

地域カストック指標は、自治体の持続可能性の観点から、「一人の高齢非就業者を年齢や性別に関わらず何人の就業者が支えているか」を表すものである。（なお当財団では、地域カストック指標が2.5を上回れば持続可能、1.5以上2.5未満であれば準持続可能、1.5未満であれば持続不可能な自治体と定義している。）

奥三河の試算結果は図表1-6のとおりであり、2015年断面の愛知県内順位は54自治体中48～54位、全国順位は、1682自治体中677～1632位となっている。この結果は、高齢者比率が高い（図表1-7）うえに、耕作適地に恵まれないため高齢者が比較的働きやすい第1次産業の就労者数が少ない（図表1-8）ことによるものと考えられる。

図表1-6）地域カストック指標（愛知県下抜粋）

順位(2015断面)		自治体	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045
愛知県内	全国								
1	15	長久手市	4.31	3.78	3.47	3.15	2.82	2.44	2.15
2	20	田原市	4.00	3.54	3.20	2.91	2.67	2.47	2.33
13	72	豊田市	3.18	2.73	2.51	2.34	2.17	1.98	1.84
18	155	豊橋市	2.89	2.54	2.33	2.17	2.03	1.86	1.74
30	289	名古屋市	2.62	2.39	2.28	2.16	2.02	1.84	1.71
48	677	新城市	2.22	1.89	1.66	1.49	1.36	1.26	1.19
52	1488	設楽町	1.50	1.36	1.26	1.16	1.08	1.04	1.03
53	1584	豊根村	1.35	1.21	1.10	0.98	0.88	0.82	0.82
54	1632	東栄町	1.22	1.12	1.03	0.98	0.94	0.92	0.92

図表1-7）高齢者人口比率

	2015				2045				参考)総人口指数	
	65歳以上		75歳以上		65歳以上		75歳以上		(2015年=100)	愛知県内順位
	%	愛知県内順位	%	愛知県内順位	%	愛知県内順位	%	愛知県内順位		
長久手市	15.5	1	6.4	1	26.5	1	13.7	2	122.7	1
田原市	25.7	39	12.9	44	38.7	43	23.5	44	76.6	44
豊田市	20.8	9	8.4	5	30.6	14	17.1	18	94.6	22
豊橋市	24.1	24	11.0	30	34.5	31	19.9	35	86.5	33
名古屋市	24.2	25	11.5	36	32.9	23	18.6	26	94.7	21
新城市	32.8	50	17.2	50	48.3	49	31.3	49	63.3	49
設楽町	47.4	52	29.3	52	55.9	53	39.6	53	45.5	53
豊根村	48.5	53	31.4	54	62.2	54	45.5	54	40.1	54
東栄町	48.8	54	30.8	53	55.8	52	38.3	52	45.8	52

出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（2018年推計）」

図表1-8）15歳以上労働力率と産業3部門別就業者割合

	15歳以上労働力率	第1次産業 就業者の割合				第2次産業 就業者の割合	第3次産業 就業者の割合
		農業	林業	漁業			
長久手市	65.1	0.8	(0.8)	(-)	(0.0)	23.7	75.5
田原市	71.4	30.8	(29.5)	(0.0)	(1.3)	28.1	41.1
豊田市	64.2	2.0	(1.8)	(0.1)	(0.0)	47.3	50.7
豊橋市	63.5	5.6	(5.6)	(0.0)	(0.0)	35.4	59.0
名古屋市	62.5	0.3	(0.3)	(0.0)	(0.0)	24.6	75.1
新城市	61.0	8.6	(8.1)	(0.5)	(0.0)	37.9	53.5
設楽町	54.8	21.6	(18.7)	(2.4)	(0.5)	21.3	57.1
豊根村	53.9	13.4	(8.1)	(4.8)	(0.5)	26.4	60.3
東栄町	50.7	8.4	(5.3)	(2.9)	(0.2)	29.5	62.2

出典) 国勢調査（2015）

本研究の対象とする奥三河地域は、こうした指標からは持続性が厳しいものと判断される。それだけに、山間地域の持続性確保を目的とした研究対象としては意味があり、今後人口減少が想定される全国的なモデルとしても有効なものと考えられる。

### ③東栄町における社会増減

2015年に実施された国勢調査の移動人口集計においても、東栄町は、転入351人、転出294人で、「転入超過」となっており、注目に値する。内訳を地域別で見ると豊川市・新城市への転出が多いが、関東や九州、国外からの転入が目立つ（図表1-9参照）。

また、年齢別・性別では若年層（15～24歳）や後期高齢者の転出が男女とも多くなっているが、働き盛り世代である25～34歳、35～44歳といった年齢層で、転入超過が見受けられ、特に男性の転入が多くなっている（図表1-10参照）。

図表1-9) 東栄町の転入・転出者（地域別）

	転入	転出	転入-転出
北海道・東北	3	1	2
関東	31	14	17
東京都	(9)	(7)	(2)
北陸	8	3	5
長野県	1	1	0
岐阜県	7	3	4
静岡県	23	24	▲1
浜松市	(16)	(20)	(▲4)
愛知県	216	236	▲20
名古屋市	(30)	(22)	(8)
尾張	(29)	(38)	(▲9)
西三河	(37)	(28)	(9)
豊橋市	(32)	(32)	(0)
豊川市	(18)	(40)	(▲22)
新城市	(22)	(56)	(▲34)
田原市	(4)	(2)	(2)
設楽町	(13)	(8)	(5)
豊根村	(31)	(10)	(21)
三重県	6	4	2
近畿	13	6	7
中国・四国	12	2	10
九州	18		18
国外	13		13
計	351	294	57

出典) 国勢調査 (2015)

図表1-10) 東栄町の転入・転出者（年齢別・性別）

	総数				男				女			
	転入	転出	社会増減	転入	転出	社会増減	転入	転出	社会増減			
0～14歳	279 (8.1%)	47 (13.4%)	20 (6.8%)	27	152 (9.3%)	26 (13.5%)	7 (5.3%)	19	127 (7.0%)	21 (13.2%)	13 (8.0%)	8
15～24歳	148 (4.3%)	17 (4.8%)	85 (28.9%)	▲68	75 (4.6%)	9 (4.7%)	39 (29.8%)	▲30	73 (4.0%)	8 (5.0%)	46 (28.2%)	▲38
25～34歳	192 (5.6%)	74 (21.1%)	50 (17.0%)	24	102 (6.3%)	37 (19.3%)	27 (20.6%)	10	90 (5.0%)	37 (23.3%)	23 (14.1%)	14
35～44歳	280 (8.1%)	79 (22.5%)	33 (11.2%)	46	152 (9.3%)	50 (26.0%)	17 (13.0%)	33	128 (7.1%)	29 (18.2%)	16 (9.8%)	13
45～54歳	329 (9.5%)	33 (9.4%)	13 (4.4%)	20	173 (10.6%)	22 (11.5%)	5 (3.8%)	17	156 (8.6%)	11 (6.9%)	8 (4.9%)	3
55～64歳	538 (15.6%)	46 (13.1%)	15 (5.1%)	31	277 (17.0%)	27 (14.1%)	7 (5.3%)	20	261 (14.4%)	19 (11.9%)	8 (4.9%)	11
65～74歳	617 (17.9%)	21 (6.0%)	13 (4.4%)	8	308 (18.9%)	16 (8.3%)	10 (7.6%)	6	309 (17.0%)	5 (3.1%)	3 (1.8%)	2
75歳以上	1,063 (30.8%)	34 (9.7%)	65 (22.1%)	▲31	393 (24.1%)	5 (2.6%)	19 (14.5%)	▲14	670 (36.9%)	29 (18.2%)	46 (28.2%)	▲17
計	3,446 (100.0%)	351 (100.0%)	294 (100.0%)	57	1,632 (100.0%)	192 (100.0%)	131 (100.0%)	61	1,814 (100.0%)	159 (100.0%)	163 (100.0%)	▲4

出典) 国勢調査 (2015)

## 【補論 1】奥三河の農業の現状

### (1) 奥三河の農業の概要

奥三河地域は県土の 5 分の 1 に当たる 1052.43km<sup>2</sup>を占めているが、そのうち約 9 割が森林となっているため、農地は 3.8%の 39.82km<sup>2</sup>であり、愛知県全体の農地 742km<sup>2</sup>に占める割合はわずか 5.4%である。

奥三河の総世帯数に占める農家の割合は 19.4%と、愛知県の平均 2.3%の約 8 倍であり、奥三河地域は農業に携わる世帯の比率が愛知県のほかの地域に比べて高く、この地域で農業が重要な役割を果たしていることが伺える。農家のうち販売農家（年間販売金額が 50 万円を超える農家）の割合は愛知県平均とほぼ同じ約半数であるものの、東栄町、豊根村では約 4 分の一となっている。

図表 1-11) 奥三河の農業の概要①

	愛知県計	奥三河計	新城市	設楽町	東栄町	豊根村
区域面積(平方km) (H29.10.1現在)	5,172.92	1,052.43	499.23	273.94	123.38	155.88
	↓ 14.3%	↓ 3.8%			↓ 1.9%	↓ 0.8%
農地面積(平方km) (H29.7.15)	742.00	39.82	28.30	8.00	2.32	1.20
		↓ 5.4%				
世帯数(世帯) (R1.10.1現在)	3,240,761	20,341	16,700	1,898	1,277	466
	↓ 2.3%	↓ 19.4%				
農家戸数(戸) (H27.2.1現在)	73,833	3,953	2,964	607	272	110
	↓ 47.4%	↓ 47.6%			↓ 23.2%	↓ 24.5%
販売農家戸数(戸) (H27.2.1現在)	35,068	1,880	1,512	278	63	27

出典) 愛知県新城設楽農林水産事務所概要2019

奥三河の農業生産額は 110 億円で、愛知県の農業生産額 3,115 億円の 3.6%に過ぎない。農業生産額の内訳は畜産が 63.4 億円 (57.6%) と高く、野菜が 18.2 億円 (16.5%) と低い。

図表 1-12) 奥三河の農業の概要②

	愛知県計	奥三河計	新城市	設楽町	東栄町	豊根村
経営耕地面積(ha)	48,185	1,927	1,557	300	35	15
うち水稲作付面積(ha)	27,500	1,225	961	242	14	8
農業産出額(億円)	3,115.0	110.1	79.5	26.4	3.6	0.6
うち水稲(億円)	296.0 (9.5%)	13.4 (12.1%)	10.5	2.6	0.2	0.1
うち野菜(億円)	1,125.0 (36.1%)	18.2 (16.5%)	12.3	5.2	0.4	0.3
うち畜産(億円)	866.0 (27.8%)	63.4 (57.6%)	44.9	16.1	2.4	-

出典) 農林水産省 農業センサス 2015

#### 〔奥三河の主な農産物〕

水 稲：食用米、牛用飼料として利用される WCS（水稲ホールクロップサイレージ）、酒米。

野 菜：夏秋トマト、施設栽培されるイチゴ、周年ハウレンソウ、サトイモ、ナス等。

ウメ、巨峰、花き等（シクラメンなどは県下有数の産地）

畜 産：ブランド和牛である鳳来牛（地域の宿泊施設や飲食店など年間 300 頭ほど出荷）

ブロイラー（鶏肉）（年間 100 万羽出荷を目標）。東栄チキンのブランドで販売される鶏肉加工品が人気。

その他：菌床シイタケ、お茶（愛知県の茶園面積の 2 割。新城市は愛知県最大の煎茶<sup>せんちゃ</sup>の産地）



## (2) 耕作放棄地の拡大と農業の担い手

中山間地域では鳥獣被害だけでなく、狭小で傾斜があるなど、農業生産に一定の制約があり、農業生産をあきらめ、耕作放棄地となる農地の割合も平坦地比べて多い傾向にある。奥三河でも、他の中山間地域と同様に、耕作放棄地は愛知県のほかの地域よりも多く、地域全体で32.1%と、愛知県の放棄地率のおよそ2倍となっている。特に東栄町と豊根村は耕作放棄地率が70%を越えており、さらに鳥獣被害の拡大を招くなど、重大な問題となっている。

図表 1-13) 奥三河地域の耕作放棄地

	経営耕地面積(ha)	耕作放棄地(ha)	耕作放棄地率(%)
愛知県全体	48,185	8,513	15.0
奥三河地域	1,927	911	32.1
新城市	1,577	660	29.5
設楽町	300	114	27.5
東栄町	35	102	74.5
豊根村	15	35	70.0

出典) 農林水産省 農業センサス2015

一般に、耕作放棄地拡大の主な原因は、農業の担い手の不足である。農業の担い手の高齢化が進んでいと言われており、農業センサス2015によれば全国の農業就業人口の平均年齢は66.4歳である。愛知県全体で農業就業人口の平均年齢は65.8歳と全国平均よりわずかに低いものの、奥三河地域では4市町村とも70歳を超えており、高齢化は深刻な状態になっている。後継者の有無について、新城市と設楽町ではおよそ6割の販売農家が「後継者がある」としたが、東栄町、豊根村では半数以下であった。両町村はもともと自給的農家が多いため、販売を目的とした、いわゆる食糧生産としての農業の担い手は、東栄町でわずか30軒、豊根村で10軒しかなく、この地域の農家だけで持続的な農業生産を続けていくのは非常に困難な状況にある。

図表 1-14) 奥三河地域の農家の平均年齢と後継者の状況

	平均年齢(歳)	総農家数(戸)	販売農家(戸)	販売農家の割合(%)	後継者有の農家(戸)	後継者有の割合(%)
愛知県全体	65.8	73,833	35,068	47.5	17,966	51.2
奥三河地域	-	3,953	1,880	47.6	1,068	56.8
新城市	70.2	2,964	1,512	51.0	867	57.3
設楽町	70.2	607	278	45.0	161	57.9
東栄町	72.3	272	63	23.2	30	47.6
豊根村	70.4	110	27	24.5	10	37.0

出典) 農林水産省 農業センサス2015

このような中で、奥三河地域の外から広域連携を図る動きも出てきている。野菜などの大規模生産に適した東三河地域では、担い手への更なる土地集約が難しく、経営面積の拡大を目指して奥三河地域に進出する企業も現れている。このように、他地域との連携を検討していく必要があると考える。



執筆：愛知大学名誉教授（地理学）

藤田 佳久

### 2. 「奥三河地域」の設定と地域特性

#### （1）はじめに—いわゆる「奥三河」をめぐる—

まず、「奥三河地域」という時の「奥三河」とはどこを指すのであろうか。三河の奥だ、といえばそれまでだが、では「表三河」という呼称はあるのかといえば、ない。南信濃に「遠山郷」と称される村という地域がある。では「近山郷」はあるのかといえば、これもない。ただし、「近江」に対して「遠江」はある。かつて宮人たちが、旅の情報から得た今日の琵琶湖と浜名湖を都からの距離の差で区別した呼称である。「遠山郷」を都からはるか離れた山々の郷として、ロマンの対象とした呼称で、現地へ行きもせずそこを勝手に異界の世界として認識しようとした。都からの視点の世界であった。明治時代からの「東京」も都から見れば東方の「京」であった。

このように、地名や地域名には、その土地の固有であり絶対的な呼称よりは、為政者による外側からの視点によって勝手に呼称されたものは多い。してみると「奥三河」の呼称もその類であり、地元の人々が率先して自称したものではない。もし自称したものであれば、自分たちを相対化することができた地元の人々は、きわめてすぐれた地理的認識を有していたとして評価されよう。

「奥三河」の呼称はそれを使用する人たちの頭になかに、「遠山郷」と同様に、三河の中で奥地にある山間の一帯だとする認識があるはずである。それを地図で見れば一目瞭然、三河の北部一帯のことであり、いわば「北三河」と表現すれば足りる。しかし、だれも「北三河」と称してきたことはない。それは単なる位置のみを示す場所的区分で、無機的世界の呼称になってしまうと受け取られるからだ。つまり、宮人達がかつて呼称した「遠山郷」のような、その呼称が持つ奥山のロマン、歴史、異文化といった総合的な情報を認識しようとしたいわば有機的な呼称の人文的魅力の呼称からは大きくかけ離れてしまうからである。

では「奥三河」という呼称はどのような有機的な呼称なのであろうかということになる。つまり、「奥三河」という地域が内部的構造的に持つ内実が、「奥三河」という呼称にどのように連動するのかということである。

以下、それにアクセスすることで、この章の「奥三河論」を示そうとする役割を果たしたい。

#### （2）「奥」への視点とロマン

三河にはもう一つ「奥」地名がある。それは「奥郡」と呼称された地名である。これは戦国時代から江戸時代を通じて呼称された渥美半島に対する地名である。古代以来、渥美半島は対岸の伊勢神宮と強いつながりがあり、「奥」というイメージはなかった。むしろその交流から先進地とさえ言えた。それが「奥」の冠をつけられたのは、呼称者が伊勢からの視点ではなく、渥美半島一体を「奥」とみなす視点の変換があったためといえる。それは戦国期から江戸時代の東海道を主軸とする体制化とそれをベースとする視点への変換であった。しかも渥美半島は江戸時代全域を支配するまとまった領主・領域がなく、それらもあって「奥」という冠が付加された一括名称に落ち着いたものと思われる。

そういう点では「奥」三河も同様の呼称で、吉田など東海道筋からの視点がその中心にある。しかし、それは単なる場所的呼称だけではなく、渥美半島では、「奥郡」の民俗風習の世界を描いた記録などからみても、それらがいかに珍しいものであるかを論じており、「遠山郷」に対する『遠山奇談』と同じ発想

がある。つまり「奥」三河も、吉田や東海道筋とは異なった、いわば秘境的異界の世界として認識しようとする平場の町や農村からみた山の彼方への視点である。

### (3) 「奥」をつなぐネットワーク

しかし、山の彼方の山の世界は、かつて縄文世界の先進的生活文化センターであり、弥生時代にも人々は気候変動の中で、焼畑などによる山地斜面に安定世界を築いていた。それが中世には「洞」と称した盆地状の窪地の水田開発をすすめて村々を広げ、次第に生産力を高めた。盆地と盆地をつなぐ道はすでに中央構造線などの自然の谷をつなぐ道として、古くは縄文時代から利用され、山の世界とまだ不安定であった平場や沿岸の世界をつなぎ、そこから毛細血管のように谷や峠をつないだ。中世には後南朝勢力ともつながるほど、人と物資の交流もみられるようになり、独自の山の勢力を築いた。あわせて密教系宗教も広がり、各村には真言系寺院が建立され、祭礼も行われるようになって、そこを拠点に山間地域に村落共同体が形成された。

戦国期が終わり、落ち着いた江戸時代になると、人と物資の移動は道路をつないで活発になり、やがて山間地域を北は飯田、南は吉田を拠点とする街道をベースにして組織的な流通ルートが形成された。山間農村の街道沿いの農民たちの農間稼ぎであった馬喰たちは周年にわたる専門化した「信州中馬」と称されるようになり、馬の飼育、宿駅、街道文化をシステム化した。ルートも多様化し、飯田街道（三州街道）、別所街道などを軸に支道もでき、山間地域は経済的に潤った。

### (4) 中核になる「花まつり」

そんな折、幕府が庶民に許した寺社詣に、この山間地域の村々の村人たちが伊勢神宮や善光寺などへの旅立ちを可能にした。特に伊勢参りへの参加者は、目的地の伊勢で全国から集まる参拝者からの広い情報も得る一方、伊勢音頭、神楽などの洗練された舞に魅せられ、帰村後、それまでの村の祭りに舞を積極的に取り入れ、それに演出も加え、祭りの盛り上げを図った。それがのちに各村々の「花まつり」として知られるようになった。「花まつり」は一種の太陽信仰で、冬、パワーが弱くなる太陽のパワーアップを祈る祭礼で、亡くなった人々もこの世へ再度戻したいという祈りと重なり、湯立てによる「うまれきよまり」の願いを込めた祭りとなり、鬼がサポートする。そのさい、祈りの中に多くの呪術的な印が結ばれる。山岳修験の影響だともされるが、江戸初期までこの山間の信仰が真言密教系であったことによる影響が大きかったものと思われる。今日では祭りが知られて観光化したところが多いが、元来は集落だけの民家を交代で舞台にした独自の祭りで、暗闇のなか、釜土の明かりだけで神と心を通わせる厳粛さがあった。その儀式の後、村人たちが幼年、少年、青年、中年と年齢段階別に舞を披露し、それがクライマックスとなり、舞の最後に神聖な釜湯を「清めの湯」として参加者にかけて安寧を祈る形に定まっているが、細かくは集落によってバリエーションがある。最後は釜の上で見守ってくれた全国から招いた神々を追い払うがごとく、もとの地への帰還を願い、そのあとは祭主（花大夫）が地元の神とだけ密室で舞い、地元の神にも帰ってもらふ。もとは数日間に及ぶ壮大な祭りになっている。

この「花まつり」は北設楽郡の村々が中心だが、若干は隣接地にもみられ、県を超えた前述の南信濃の「遠山郷」には、よく似ているが、より土着的な「霜月まつり」がある。三河の北設楽郡の村々にはそのほかにも獣や山の神、農耕、棒の手、そのほか多くの祭りがあり、民俗芸能の分布密度は全国的にも最高に近い。

こうした「花まつり」などは前述の諸街道の馬喰や旅人によって豊川（とよがわ）の交易拠点である豊橋や、より山よりの新城などに伝えられ、山を越えた「奥」には平場とは大きく異なる不思議な祭りが沢

山存在することが知られ、下流の人々に「神秘感」や「異界感」を抱かせ、「奥三河」の呼称が誕生したのであらうと思われる。

そしてその情報に接した民俗研究家の柳田国男や折口信夫が大正期にこの舞に接し、特に折口は神との交流に驚嘆した。この後、この祭りを東京で実演させ全国に広めた。一方、地元出身の早川孝太郎はこの花まつりを精緻に観察し、大著『花祭』をまとめ、全貌の解明に努めた。

最後に、改めて、ではこの「奥三河」は具体的にどの地域なのかという点である。

### (5)「奥三河」の範囲

ここでは「花まつり」を軸に取り上げたが、神秘的であり異界感が抱かれた地域は、核心としては「花まつり」ゾーンの北設楽郡が中心だが、前述したように、それと同様に多くの民俗芸能の分布地域をその外周部にまで広げ、南設楽郡まで広がる。厳密に言えば、天竜川流域の北設楽郡一带と豊川上流域の南設楽郡一带ではその基盤が異なるが、ここでは言及しない。またかつての焼畑農業、植林や木こり、木地屋、狩猟、傾斜地住居、筏流し、金山、山城、温泉、縄文・弥生遺跡、ほか平場では見られない生業文化なども「奥三河」の構成要素になる。

それらを勘案すると、①北設楽郡一带、②平成の合併時に北設楽郡から西三河の東加茂郡へ編入され、その後豊田市の一部となった旧稲武町域、③南設楽郡では旧作手村が最もふさわしく、次いで旧鳳来町。④新城市は町場ではあるが、これら地域、つまり「奥三河」の情報センターとしてこの地域のうつし鏡的存在として含めるのが妥当である（図1-15）。

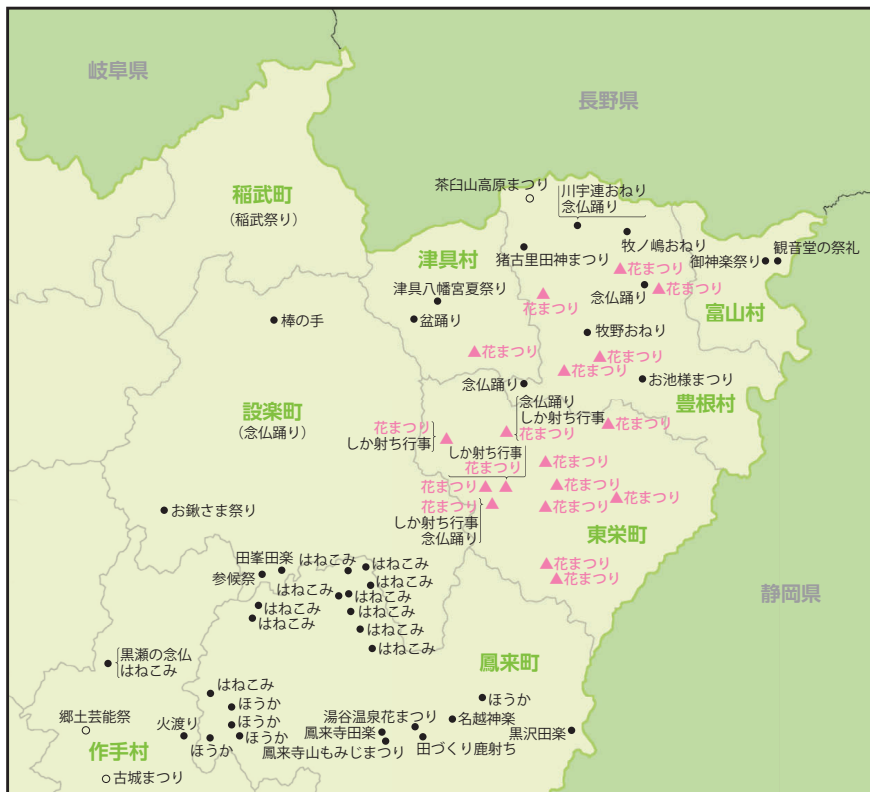


図1-15) 愛知県奥三河地方の祭りの種類別分布と「奥三河地域」

以上、歴史的、文化的、生態的側面から「奥三河」の「奥」たる所以を示してみた。特に、「花まつり」を核としてそれが「奥」呼称のベースにあると指摘した。この「花まつり」はまさに歴史的、文化的、生態的側面を持つ総合的な核心であり、ここから歴史上のみならず、現在にも及ぼす様々で多様な資源を引き出せる可能性を内包している。それはそのまま「奥三河」がまだ秘めている多様な価値の可能性だということができる。

**【関連文献】**

藤田佳久（1997）『『花祭論』をめぐって』、愛知大学総合郷土研究所編『花祭論』所収、149～177、岩田書院刊。

## II 行政の政策と取り組み

ここでは中山間地（奥三河地域）に関する行政政策を、①国の諸計画における位置づけ（国土形成計画、過疎対策）、②愛知県における位置づけ（あいち山村振興ビジョン）、③広域地域における位置づけ（三遠南信地域連携ビジョン、東三河振興ビジョン）から特徴を概観しておく。

### 1. 国の諸計画の位置づけ

#### （1）国土形成計画

現時点の国土計画は、2015年から概ね10年間の国土づくりの方向性を定めるものとして、2015年8月14日に閣議決定された第2期の国土形成計画で、国土の基本構想を①対流促進型国土の形成、②重層的かつ強靱な「コンパクト＋ネットワーク」、③東京一極集中の是正と東京圏の位置づけとしている。ここでいう「対流」とは、地域の個性と連携であり、「対流」自体が地域に活力とイノベーションを創出としている。

基本構想実現のための具体的方向性は、①ローカルに輝き、グローバルに羽ばたく国土、②安全・安心と経済成長を支える国土の管理と国土基盤、③国土づくりを支える参画と連携である。特に①ローカルに輝き、グローバルに羽ばたく国土では、個性ある地方の創生（小さな拠点の形成、コンパクトシティの形成、連携中枢都市圏の形成とコンパクト＆ネットワークの構造を展開）、活力ある大都市圏、グローバルな活躍の拡大と、都市圏を階層的にとらえており、農山村地域においては当該地域のみで完結するのではなく、人等の流動性が高まることを構想している（図2-1）。また、同計画のパフレットでは従来の都市規模による分類とは異なって「研究・教育地域」を明記しており、大学などが核となった地域形成を進めるとともに、農山村がそうした地域と連動した革新性を創造することへの志向性も読み取れる。

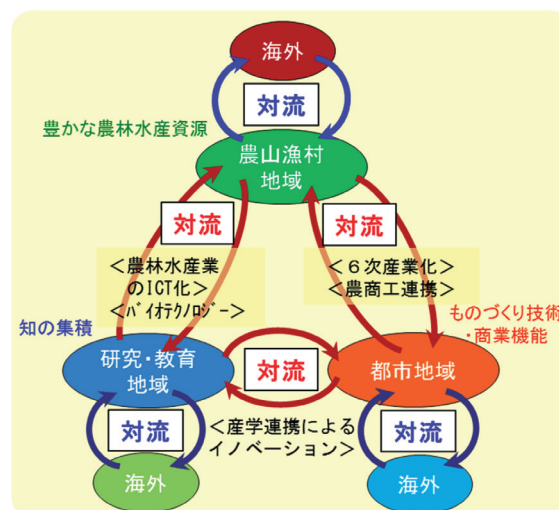


図2-1) 対流のイメージ

出典) 新たな国土形成計画パンフレット (国土交通省)

次に、グローバルな活躍の拡大では、リニア中央新幹線を基軸とするスーパー・メガリージョンの形成を打ち出しており、奥三河地域はスーパー・メガリージョンの形成による変化が想定されることから、こうした変化を活用する視点が重要であろう（図2-2）。





図2-2) スーパー・メガリージョン

出典) 新たな国土形成計画パンフレット (国土交通省)

## (2) 過疎対策

### ① 過疎法の流れ

過疎法の経緯を、図表2-3に示す。過疎法は、昭和45年の過疎地域対策緊急措置法にはじまり、昭和55年の過疎地域振興特別措置法、平成2年の過疎地域活性化特別措置法、平成12年の過疎地域自立促進特別措置法となり、令和3年制定の新過疎法に至る。平成12年策定法の延長を除いて、10年間の時限立法である。

現時点までの過疎法の流れについて、目的を比較してみると、昭和45年の「住民福祉の向上」、「地域格差の是正」は一貫しているが、一方で昭和55年の「振興」から平成2年の「活性化」、平成12年の「自立促進」と、全国的視野に立った過疎地域の新しい価値や個性に視点が変化している。これらを踏まえて「格差是正と内発的発展の二兎を追うのが、現行過疎対策の基本フレーム（小田切：ガバナンス2019.8 p14）」との視点がある。また、平成12年法以降、田園回帰傾向が進展しており、美しい風格ある国土の形成という解釈論的な価値認識から、「新しいビジネスやライフスタイルがすでに実践されている価値がある地域として位置づけ、『実践論的価値地域認識』化が必要（小田切：ガバナンス2019.8 p16）」と現実性への指摘がある。

### ② 過疎問題懇談会報告書の指摘

新過疎法の名称は「過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法」であるが、法制化に先立って総務省に過疎問題懇談会が設けられており、同報告書（令和2年4月）から、新過疎法への指摘をあげてみる。

同報告書では、提言部分を「今後の過疎対策のあり方・方向性」としており、a. 過疎地域の価値・役割と過疎対策の必要性、b. 新たな過疎対策の理念・目標・施策の視点等としている。

まず、過疎地域の価値・役割と過疎対策の必要性では、過疎地域への支援や対策に関する国民の必要性認識は認めつつも、短期的な経済効率を重視する考え方が強くなり、過疎地域の存続や個性を生かす取り組みに厳しい見方が強くなることが危惧されると、過疎地の相対的な価値観に対して楽観していな

い。

こうした前提を置いての過疎地域の必要性では、「我が国全体が人口減少となる中、過疎地域において、持続可能な社会・経済システムを全国に先駆けて構築していくことが有益である。」、「我が国全体が人口減少となる中、過疎地域は、より少ない人口で広大な空間を活用する、いわば『先進的な少数社会（多自然型低密度居住地域）』として、国土や地域の価値を発展させていく役割を担っている。」、「食、生活、芸能、文化などの多様性と支え合う仕組みを持つ過疎地域の集落を守ることは、途上国のこれからの地域づくりや、SDGs実現のロールモデルになりうる。」と、人口減少社会の先行モデルであることを強調している。

また、都市との関係では、「食料・水・エネルギーの供給、日本人の心のふるさと、多様な生態系の保全、都市とは異なる新しいライフスタイルが実現できる場など様々な価値・役割を有している」としている。人口減少など過疎地の厳しさを踏まえると、これらが実践され可視化されることが重要となる。

次に、新たな過疎対策の理念・目標・施策の視点では、新たな過疎対策の施策の視点に注目してみる。ここでは、「人材の育成・学校教育」、「人の流れと人と地域の繋がりの創出」、「働く場の創出」、「再生可能エネルギーの活用」、「革新的な技術の活用」、「地域運営組織と集落ネットワーク圏（小さな拠点）の推進」、「市町村間の広域連携と都道府県による補完」をあげている。

特徴的には、「人材の育成・学校教育」では、過疎地の人口の少なさから一人一人の役割の大きさ、個性の重要性に着目し、特に都道府県が運営する高等学校に着目している。「人の流れと人と地域の繋がりの創出」では内発力と地域おこし協力隊など外部人材や関係人口との繋がりに着目し、多能な「人材が『ごちゃまぜ』になって交流し、仲間になる」としている。「働く場の創出」では、若者にむけてスモールビジネス、経営の複合化、スマート化があげられ、地域商社や観光地域づくり法人（DMO）との連携が指摘される。「革新的な技術の活用」では、IoT・ICTやAI、ロボティクスなどの革新的な技術の実験の場としての活用、「地域運営組織と集落ネットワーク圏（小さな拠点）の推進」では、地域運営組織の形成、集落ネットワーク圏（小さな拠点）による複数の集落の広域連携による集落機能の確保、そのためのサポート人材、自主財源を確保するための収益事業等があげられる。

「市町村間の広域連携と都道府県による補完」では、市町村間の広域連携による産業振興、交通・情報通信、水道・下水道等の生活サービス、福祉・医療、教育など様々な分野の課題解決、都道府県による技術職員の確保等が示される。

図表 2 - 3) これまでの各過疎対策法の背景・考え方

法律名	過疎地域対策緊急措置法	過疎地域振興特別措置法	過疎地域活性化特別措置法	過疎地域自立促進特別措置法	
					(延長)
期間	昭和 45 年度～ 昭和 54 年度	昭和 55 年度～ 平成元年度	平成 2 年度～ 平成 11 年度	平成12年度～ 平成21年度	平成 22 年度～ 平成 32 年度
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口の過度の減少防止</li> <li>地域社会の基盤を強化</li> <li>住民福祉の向上</li> <li>地域格差の是正</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>過疎地域の振興</li> <li>住民福祉の向上</li> <li>雇用の増大</li> <li>地域格差の是正</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>過疎地域の活性化</li> <li>住民福祉の向上</li> <li>雇用の増大</li> <li>地域格差の是正</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>過疎地域の自立促進</li> <li>住民福祉の向上</li> <li>雇用の増大</li> <li>地域格差の是正</li> <li>美しく風格ある国土の形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>著しい高齢化の進行</li> <li>身近な生活交通の不足</li> <li>地域医療体制の弱体化</li> <li>各地域の地域資源や創意工夫を活かす柔軟な支援確立の要望</li> </ul>
考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>緊急の対策</li> <li>生活環境におけるナショナルミニマムの確保</li> <li>開発可能な地域に産業基盤等を整備</li> <li>人口の過度の減少、地域社会の崩壊、市町村財政の破綻防止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>過去における人口減少に起因した地域社会の機能低下、生活水準、生活機能の改善</li> <li>総合的かつ計画的な振興施策による住民福祉の向上、雇用の増大及び格差の是正</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「振興を図る」から「活性化を図る」へ</li> <li>地域の個性を活かして地域の主体性と創意工夫を基軸とした地域づくりを重視</li> <li>公共施設の整備のみならず、民間活力も含む総合的な地域の発展を重視</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国的視野に立った過疎地域の新しい価値、公益的機能</li> <li>「活性化」から「自立促進」</li> <li>個性を発揮して自立できる地域社会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>住民が将来にわたり安心・安全に暮らすことのできる地域社会の実現を図るため、ソフト事業拡充</li> </ul>

(総務省資料をもとに作成)



## 2. 愛知県の位置づけ

### (1) あいち山村振興ビジョン2025

#### ①計画の位置づけ

愛知県における山村振興ビジョンは、2009年3月に策定された「あいち山村振興ビジョン」、2016年2月に策定された「あいち山村振興ビジョン2020」に、続き2020年12月に策定された「あいち山村振興ビジョン2025」が現行の計画である。

先に述べた国土形成計画、過疎対策の動向を反映した計画であり、愛知県としては県の重点的な政策の方向性を定めた「あいちビジョン2030」に基づいた山村振興の個別計画である。

図表2-4) あいち山村振興ビジョンの概要

策定時期	振興指針の名称	計画期間
2009年 3月	あいち山村振興ビジョン ～緑が生きる豊かな山の暮らしの構築～	2009 年度から 2015 年度 (7 年間)
2016年 2月	あいち山村振興ビジョン 2020 ～「やま・ひと・なりわい」を継承し、未来を創る～	2016 年度から 2020 年度 (5 年間)
2020年12月	あいち山村振興ビジョン 2025 ～「くらし」・「ひと」・「しごと」を未来へつなぐ～	2021年度から2025年度 (5年間)

#### ②計画の対象地域

愛知県の地域計画は、流域単位で構成されており、概ね豊川流域の東三河地域、矢作川流域の西三河地域に区分されるが、山村振興ビジョンは図2-5に示すように、東三河地域の山村部分奥三河である新城市、設楽町、東栄町、豊根村と、平成の市町村合併によって山村部分に市域が広がった豊田市、岡崎市を含んでいる。中核市（人口20万人以上、平成26年までは30万人以上）の一部地域と、奥三河の市町村では特性が異なる。



図2-5) ビジョンの対象地域

### (2) 計画の背景となる将来展望

計画の背景となる将来展望を、5点に纏めている(図表2-6)。人口減少と関連して、高齢化・高齢者単身世帯、少子化・若者減少の課題をあげる。大規模プロジェクトとしては、リニア中央新幹線、三遠南信自動車道、設楽ダムをあげており、近接する都市部との連携を示している。また、コロナ禍の影響として、感染症リスクの増大、リモートワーク等の普及からテレワーク、ワーケーション普及、田舎暮らしの関心増大を想定している。

また、普通交付税の合併算定替適用期間の終了や自治体職員の人材獲得競争の激化、自治体職員の人材競争の激化も指摘されている。

図表 2 - 6) 計画の背景となる将来展望

<ul style="list-style-type: none"> <li>○災害・感染症リスクの増大や持続可能な行財政基盤の確立・運営</li> <li>・南海トラフ地震や台風・豪雨等災害対応への必要性の高まり</li> <li>・普通交付税の合併算定替適用期間の終了や自治体職員の人材獲得競争の激化</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○一層の高齢化・高齢者単身世帯の増加</li> <li>・高齢化による身体機能の低下による医療・介護や公共交通の需要増加</li> <li>・空き家・空き地の増加</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○一層の少子化・若者の減少</li> <li>・少子高齢化に伴う後継者不足による廃業の増加</li> <li>・伝統芸能や消防団等の地域の担い手不足</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ビッグプロジェクトの進展</li> <li>・地域に大きな影響を及ぼす設楽ダム、リニア中央新幹線による人の動きの変化</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○リモートワーク等の普及</li> <li>・デジタル技術等の急速な進展によるテレワークやワーケーションの普及</li> <li>・新型コロナウイルス感染症を契機とした、田舎暮らしへの関心の高まり</li> </ul>



出典) あいち山村振興ビジョン2025

### (3) 基本目標と取り組みの柱

将来展望を踏まえた基本目標は、「環境変化に柔軟に対応する元気で豊かなあいちの山里～安全安心な生活と活力の維持向上～」とコロナ禍を意識したものとなっている。

取り組みの5つの柱と重点的な施策を図表2-7に纏める。5つの柱は、「安全安心で持続可能な地域社会づくり」→「関係人口の創出・拡大と地元愛の醸成」→「なりわいを育てる」→「地域資源のさらなる磨き上げ」→「新たなライフスタイルへの対応」と展開することが意図されている。

基本目標ごとの重点施策に着目すると、「安全安心で持続可能な地域社会づくり」では感染症対策としての医療体制強化、市町村行財政基盤への支援、公共交通、5G等情報基盤整備が持続的な社会の基盤と考えられている。また、都市と異なる環境での学びや連携型中高一貫教育などの特性ある教育環境もあげられる。

次に「関係人口の創出・拡大と地元愛の醸成」では、外部人材の受け入れとして、起業活動への地域理解、「愛知県交流居住センター」を中心として「三河山間地域にある中小企業や小規模事業者の活性化、特に企画力・雇用力等の向上を図るため、兼業・副業・プロボノ人材の受け入れのために体験交流機会などを通じて、都市部在住者との関係づくり」、首都圏等での移住相談窓口の設置、三河山間地域の魅力を発信するビデオ会議システムなどをあげている。

「なりわいを育てる」では、テレワークやワーケーションが可能な施設を整備し、受入環境を整え、新しい人の動きを三河山間地域へ誘導するための拠点（サテライトオフィス）の設置をあげている。さらに起業や事業承継を行うための税務相談会や会計処理、事業プランの検討などを支援するための既存組織連携をとりあげている。

「地域資源のさらなる磨き上げ」では、愛知県に山間地域のイメージが薄いため、人やストーリーに着目した情報発信方法の強化・充実を図ることや、名古屋圏、首都圏、三遠南信地域を念頭に置いた市町村境・県境を越えた連携・周遊の促進、地域資源の着地型観光プログラム化の推進として、地域連携DMOである「一般社団法人奥三河観光協議会」への支援をあげている。

最後に、「新たなライフスタイルへの対応」では、都市部に近い三河山間地域ならではの特性を活かしたテレワークやワーケーションのあり方についての実証実験等で検証することによるテレワークやワーケーションの促進・誘致、空き家・空き地の流通促進を示している。

図表 2-7) あいち山村振興ビジョンの重点施策

①安全安心で持続可能な地域社会づくり	
<p>◎新型コロナウイルス感染症を始めとした感染症への備え【新規】</p> <p>◎持続可能な行財政基盤の確立【新規】</p> <p>◎地域の実情にあった公共交通の維持・確保への支援【新規】</p> <p>◎社会資本整備等に対する支援【新規】</p> <p>○5Gへの対応を含む情報通信基盤の拡充・活用</p> <p>○大規模災害への備え</p> <p>○広域交通基盤の整備・強化</p> <p>○森林・農地等の保全・整備</p> <p>○鳥獣害対策の推進</p> <p>○子育て支援の充実や教育環境の整備</p> <p>○住民の生活を支える質の高い医療を受けられる体制の確保</p> <p>○女性の活躍促進</p>	<p>進捗管理指標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公共交通の主な改善件数</li> <li>・道路供用延長</li> <li>・森林の保全整備面積</li> <li>・農地の保全整備面積</li> <li>・三河山間地域の人口</li> </ul>
②関係人口の創出・拡大と地元愛の醸成	
<p>○外部人材を受け入れることができる地域づくり</p> <p>◎首都圏等での移住相談窓口機能の設置【新規】</p> <p>○オンラインでの情報発信手法の強化・充実</p> <p>○将来的な地域の担い手・関係人口づくり</p> <p>○県立高校等学校の魅力化</p>	<p>進捗管理指標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部人材の交流支援数</li> <li>・移住者数</li> <li>・移住相談者数</li> <li>・地域協働を行う県立高校数</li> </ul>
③なりわいを育てる	
<p>◎なりわいを生み出す拠点（サテライトオフィス）の設置【新規】</p> <p>◎既存組織との連携によるなりわい支援の仕組みづくり【新規】</p> <p>○農林水産業の担い手確保・育成</p> <p>○農林水産業の競争力の向上</p> <p>○地域を超えた人材のネットワーク化</p> <p>○地域産業の事業支援や円滑な事業継承</p>	<p>進捗管理指標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・就業支援者数</li> <li>・新規就農者数</li> <li>・新規林業就業者数</li> <li>・サテライトオフィス整備支援数</li> </ul>
④地域資源のさらなる磨き上げ	
<p>◎人やストーリーに着目した情報発信方法の強化・充実【新規】</p> <p>○市町村境・県境を越えた連携・周遊の促進</p> <p>○地域資源の着地型観光プログラム化の推進</p> <p>○伝統文化の継承・発信</p> <p>○愛知産ジビエ等の利用推進</p> <p>○地域に密着したスポーツの普及・支援の推進</p> <p>○自然環境・生物多様性の保全・利用の推進</p>	<p>進捗管理指標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光レクリエーション利用者数</li> <li>・愛知産ジビエを活用した新商品数</li> <li>・スポーツ大会数</li> </ul>
⑤新たなライフスタイルへの対応	
<p>◎テレワークやワーケーションの促進・誘致【新規】</p> <p>◎空き家・空き地の流通促進【新規】</p> <p>○新たなモビリティサービスやドローンなどの新技術の導入支援</p>	<p>進捗管理指標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主なりリモートワーク可能施設数</li> <li>・リモートワーク実証実験数</li> <li>・空き家・空き地調査件数</li> </ul>



#### (4) 地区別の取り組み方向

あいち山村振興ビジョンでは、山間部を4地域に分けた方向性を提言している。本研究の対象となる奥三河地域は新城市と北設楽郡3町村に分けられており、新城市は高速道路による広域的なネットワーク拠点であり、北設楽郡3町村は事業承継や起業を広域的に行うとしており、相互のネットワーク化は意図されていない。

図表2-8) あいち山村振興ビジョンの4地域

◆額田地域	岡崎市中心部を始めとする産業の活力を地域経済や暮らしの豊かさに波及させながら都市部との結びつきの強化を活かした施策を展開。
◆豊田加茂地域	都市部との近接性を活かした二地域居住やUIJターン促進を行うとともに、リニア中央新幹線開業による新しい人の流れを取り込む施策を展開。
◆新城地域	新たに東名高速道路に計画されているスマートICなど、交通ネットワークの拡充や道の駅を核とした広域観光ネットワークを活かした施策を展開。
◆北設楽地域	事業承継や起業支援を行うとともに、リニア中央新幹線開業や三遠南信自動車道全線開通を見据えた他県や県内市町村との連携を含む広域的施策を展開。

### 3. 広域地域における位置づけ

奥三河地域を取り囲む広域連携を示したものが、図2-9である。奥三河地域からの広域連携としては豊川の流域圏である東三河地域、県境を越えては天竜川の流域圏となる静岡県遠州地域、長野県南信州地域と三遠南信地域を形成している。

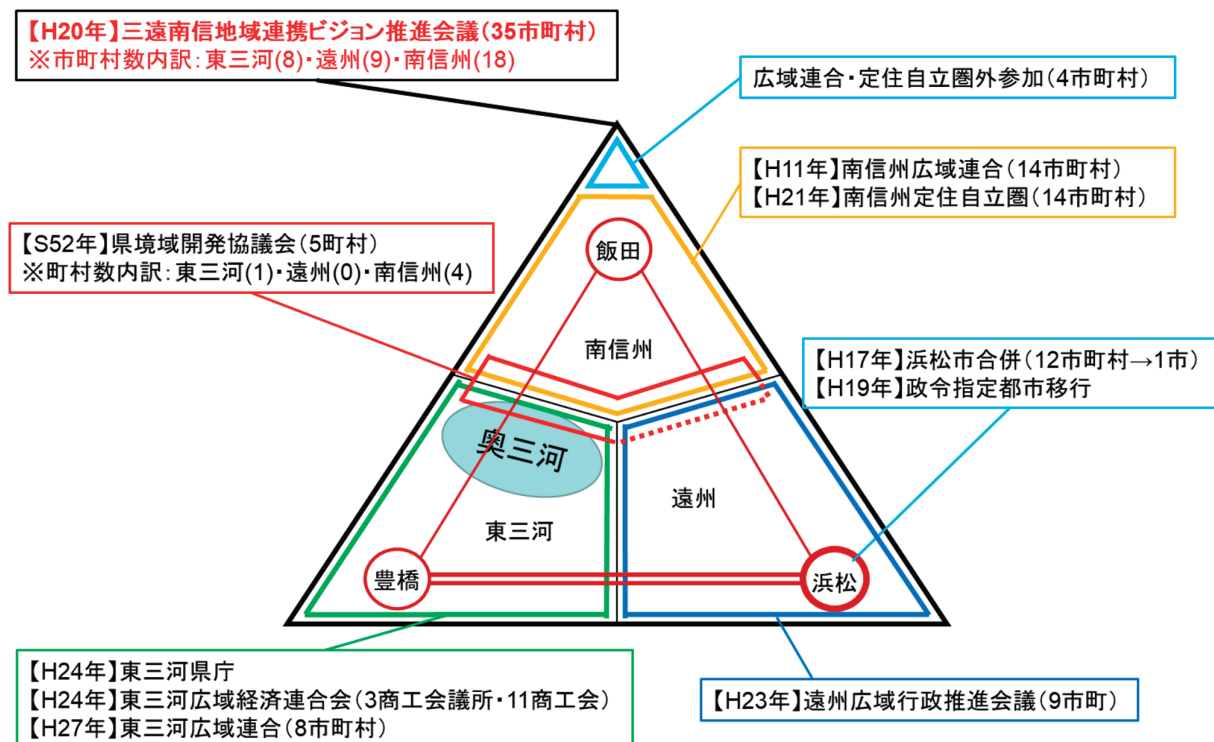


図2-9) 奥三河地域に関する広域連携

三遠南信地域については、国土総合開発法による特定地域総合開発計画における天竜・東三河特定地域総合開発計画（1952年）が広域連携の起点となるが、近年では三遠南信自動車道を主要プロジェクトとした地域連携が進展しており、1994年より三遠南信地域の自治体首長、経済団体長等による三遠南信サミットが開催され、2007年には三遠南信地域連携ビジョンの策定、2008年には常設事務局を持った三遠南信地域連携ビジョン推進会議を設立している。2019年には第2次三遠南信地域連携ビジョンを策定している。

県別にみると、静岡県遠州地域は浜松市を中心とする政令市型（現在は特別市を指向している）、長野県南信州地域は飯田市を中心とする広域連合型であり、いずれも市町村を主体とした広域連携が形成された。これら2地域とは異なって、東三河地域は県、市町村、経済団体が複合した広域連携の動きを見せている。具体的には、愛知県が東三河総局を中核に出先機関をネットワーク化する東三河県庁の設立（2012（平成24）年4月1日）、経済団体による東三河広域経済連合会の設立（2012（平成24）年4月25日）、そして市町村による東三河広域連合が設立（2015（平成27）年1月30日）されている。

以下に、三遠南信地域を対象とした第2次三遠南信地域連携ビジョン、東三河地域を対象とした東三河県庁のビジョンである東三河振興ビジョンの概要を示す。

## （1）第2次三遠南信地域連携ビジョン

### ①第2次三遠南信地域連携ビジョンの概要

ビジョンのテーマは、「三遠南信流域都市圏の創生～日本の県境連携モデル～」としており、豊川・天竜川の流域圏の繋がりと県境を越境することのモデル性を強調している。

目指すべき都市像としては、①大都市圏・世界と結ばれる広域連携都市圏の形成（スーパー・メガリージョンでの交通基盤の形成を狙い）、②中部圏での中核的都市圏の形成（名古屋圏大都市圏との一体化を狙い）、③流域循環圏の形成（上下流の多面的な連携を狙い）としている。

ビジョンの体系としては、「道」、「技」、「風土」、「住」、「人」の5つの基本方針をあげており、特に第2次のビジョンでは人口減少等を背景として「人」を追加している。

基本方針に沿って、推進方針をあげている（図表2-10）。

図表 2-10) 第2次三遠南信地域連携ビジョンの方針

基本方針	推進方針	
<b>1</b>  中部圏の中核的 都市圏となる 地域基盤の形成	I 人と物の交流促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 交流を促進する道路交通網の整備・活用</li> <li>● 交流を促進する鉄道交通網の整備・活用</li> </ul>
	II 情報の交流促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報通信技術の高度化に伴う基盤の整備</li> <li>● 県境を越えた情報共有の推進</li> </ul>
<b>2</b>  革新を取り込む 産業創造圏の形成	I 既存産業の活力増進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 人材・労働力の育成・確保</li> <li>● 広域的な産業連携の促進</li> <li>● 流域自然資源の広域的な有効利用</li> </ul>
	II 産業創造力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業誘致と特徴ある産業クラスターの形成</li> <li>● 技術革新に対応した新産業の創出</li> <li>● ソーシャルビジネスの育成と起業支援</li> </ul>
<b>3</b>  流域文化創造圏 の形成	I 多様な地域資源を活かした 広域観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 広域観光プロモーションの推進</li> <li>● 広域観光を推進するネットワークづくり</li> </ul>
	II 地域固有の文化財や 自然環境の保存と継承	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文化財の保存・活用</li> <li>● 環境保全活動の推進</li> <li>● 流域文化の普及と人材の育成・確保</li> </ul>
<b>4</b>  安全安心な 広域生活圏の形成	I 地域住民の 安全安心の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 広域的な医療や福祉の連携</li> <li>● 広域的な健康づくり事業の推進</li> <li>● 広域防災体制の充実</li> </ul>
	II 定住推進モデルの形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 移住・定住事業の広域連携の推進</li> <li>● 未利用施設などの広域的な有効利用</li> </ul>
<b>5</b>  地域の 持続的発展に向けた 人材集積地の形成	I 次世代を担う 人材の育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域を担う人材の育成</li> <li>● 持続的発展を支える人材の確保</li> <li>● 人材交流の促進</li> </ul>
	II だれもが 輝く地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多文化共生の基盤づくり</li> <li>● 女性や高齢者の社会参画の促進</li> </ul>

出典) 三遠南信地域連携ビジョン報告書

## ②重点プロジェクトと奥三河地域との関係性

重点プロジェクトは、7分野28プロジェクトからなっている。図表2-11が全体であり、奥三河地域との関係があるものを太字で示す。特徴的なものとしては、3. 地域の稼ぐ力強化プロジェクトにおける「③軽トラビジネスなど地域の特徴を活かしたソーシャルビジネスの促進」、5. 中山間地域が輝くプロジェクトにおける「②地域おこし協力隊等のネットワーク化支援」、6. 住むなら三遠南信プロジェクトの「②地域連携による婚活事業や移住・定住支援事業の実施」があり、比較的小規模な事業と外部

人材の活用、人生の転機を活用した視点が示されている。

三遠南信地域連携ビジョンは、拘束性の強くないビジョンではあるが、豊橋・浜松などの下流都市圏と奥三河地域との合意された広域連携として、奥三河地域から積極的に戦略を形成発信することが望ましい。

図表 2-11) 第 2 次三遠南信地域連携ビジョンの重点プロジェクト

<b>1 三遠南信交通ネットワーク形成プロジェクト</b>
①交通ネットワークの主軸となる主要道路の整備促進や効果的な利用方法の検討
②リニア中央新幹線と既存交通網との効果的な接続の推進
③三遠地域を牽引する道路網の整備の促進
④三河港・御前崎港の整備・利用促進
⑤リニア中央新幹線開業後の東海道新幹線の利用促進
<b>2 三遠南信圏民の一体感醸成プロジェクト</b>
①メディアや広報紙、SNSを活用した地域内情報の発信・共有
②三遠南信スポーツ交流事業の実施
③地域に関する歴史や文化の共有・発信
<b>3 地域の稼ぐ力強化プロジェクト</b>
①食農産業クラスターの形成や農林水産物の販路拡大
②新技術の利活用や新産業の創出・集積
<b>③軽トラビジネスなど地域の特徴を活かしたソーシャルビジネスの促進</b>
④産業連携の促進
<b>4 三遠南信探訪プロジェクト</b>
①道の駅、サービスエリア・パーキングエリア (SA・PA) を活用した地域の観光情報の発信
②地域内の食文化を用いた観光振興
③自然資源や文化遺産を活用した観光客誘致
<b>④鉄道を活用した観光振興</b>
⑤サイクルツーリズムの推進
<b>5 中山間地域が輝くプロジェクト</b>
<b>①県境地域での観光振興や交流連携事業の推進</b>
<b>②地域おこし協力隊等のネットワーク化支援</b>
<b>③中山間地域の移動手段確保</b>
<b>④中山間地域の森林の保全や森林資源の活用の促進</b>
<b>6 住むなら三遠南信プロジェクト</b>
①市町村を越えた防災連携体制の維持・強化
<b>②地域連携による婚活事業や移住・定住支援事業の実施</b>
③女性や高齢者が暮らしやすく、働きやすい地域づくりの推進
<b>④県境を越えた住民交流機会の創出</b>
<b>7 人生100年時代プロジェクト</b>
①児童・生徒・学生、社会人の交流機会の創出・拡大
②三遠南信に関する地域教育の促進
③人材の育成・定着化の推進



## (2) 東三河振興ビジョン

### ①東三河振興ビジョンの背景

東三河県庁は、総合出先機関（地方自治法155条）である東三河総局を中心として、愛知県の出先機関のネットワーク組織である。特徴は、常勤的な副知事を設け、活動方針となる東三河振興ビジョンを有する点にある。また、同ビジョン協議会のメンバーが、東三河地域の市町村長、経済団体、大学等の代表からなるように、官民連携の特性を持つ。

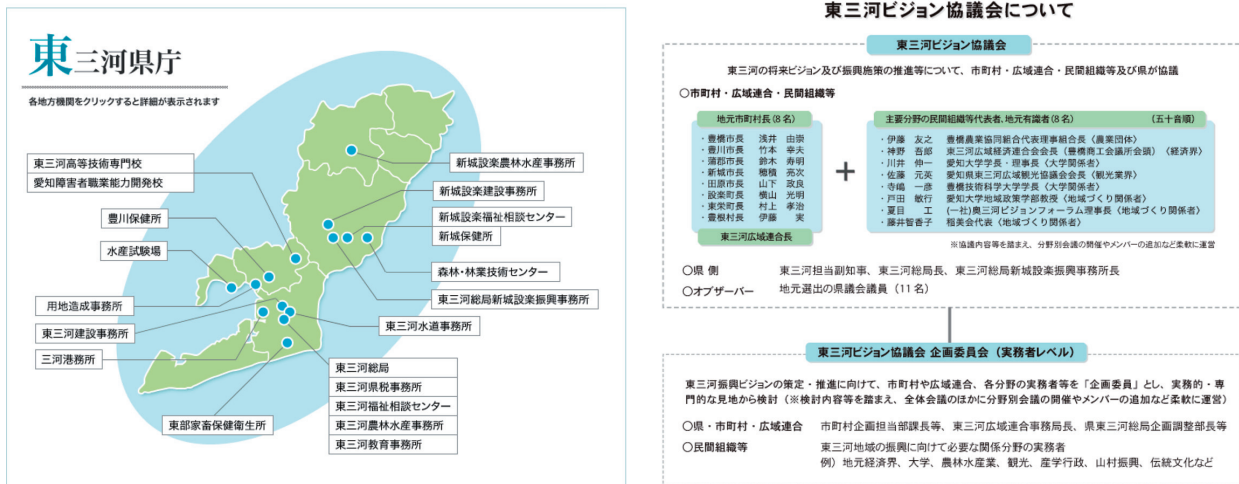


図2-12) 東三河県庁の特性

出典) 東三河県庁ホームページ

### ②東三河振興ビジョンの概要

東三河振興ビジョンの構成は、第1期は、将来ビジョン(2013~2023)と3年間の主要プロジェクト推進プランから構成されている(図2-13)。主要プロジェクト推進プランは、目標、方針と取り組み、推進体制、先導事業からなり、奥三河地域が特出される内容を抽出すると、以下ようになる。奥三河地域の取り上げは、各分野に広がりを持つが個別事業に限定されている。

#### 「地域産業の革新展開(2014~2016)」

- ・奥三河の豊富な地域資源を活用した魅力ある特産品の開発
- ・三河材を中心とした県産木材の利用拡大の取組の推進
- ・新東名高速道路新城ICの開業効果を活かした奥三河の特産品の魅力の発信

#### 「再生可能エネルギーの導入推進(2014~2016)」

- ・間伐材等を活用した木質バイオマス発電事業の検討(奥三河木質バイオマス発電勉強会)

#### 「スポーツ大会を活かした地域振興(2015~2017)」

- ・新たなスポーツ大会の開催(自転車長距離ツーリングイベント)
- ・奥三河地域の地形を活かしたトレイルランニングの開催

#### 「地域連携事業の戦略展開(2015~2017)」

- ・東三河ジオパーク構想(とりまとめ新都市)

#### 「地方創生事業の広域展開(2016~2019)」

- ・「地域おこし協力隊」をはじめとする外部人材との協働を通じて「なりわいづくり」推進、雇用の

場及び人材を確保

「新東名インパクトを活かした地域振興～広域観光の新展開～（2017～2019）」

- ・新東名開通効果検証（先導事業：データ分析）

「人が輝き活躍する東三河（2018～2020）」

- ・奥三河魅力発展プログラム（先導事業：バスツアー）

「交通基盤の整備と利便性向上に向けた地域連携の推進（2019～2021）」

- ・主要道路の段階整備（北設井桁幹線軸）
- ・リニア中間駅の利活用に向けた検討

「地域連携による地方創生事業のさらなる推進（2020～2023）」

- ・東三河スポーツ・ツーリズム構想（サイクリング、トレッキング）
- ・山村地域への移住定住等促進プロジェクト（情報発信）

「地域活性化に向けた戦略的展開～「食」、「健康」、「ローカル鉄道」の新展開（2021～2023）」

- ・（飯田線活用）

「大都市企業（社員）に向けた東三河関係人口、移住・定住の創出プロジェクト（2021～2023）」

- ・過疎地域への支援事業（ふるさと回帰支援センター活用、ワーケーション等のマーケティング事業、ワーケーションの基盤づくりに向けた施設的环境整備）

図表 2-13) 東三河振興ビジョンの構成

計画期間 策定年度	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023						
【将来ビジョン】 2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 10年後の東三河の目指すべき姿 豊かさが実感できる 輝く「ほの国」東三河</li> <li>○ 地域特性を活かし重点的に取り組むべき施策の方向性               <table border="0"> <tr> <td>1. 東三河の魅力の創造・発信</td> <td>4. 安全・安心な地域づくり</td> </tr> <tr> <td>2. 豊かな自然の保全・再生</td> <td>5. 誰もが活躍できる地域づくり</td> </tr> <tr> <td>3. 地域産業の革新展開</td> <td>6. 地域を支える社会基盤の整備</td> </tr> </table> </li> <li>○ 7. 地域力・連携力の発揮</li> <li>○ 目標年次：2023年度</li> </ul>											1. 東三河の魅力の創造・発信	4. 安全・安心な地域づくり	2. 豊かな自然の保全・再生	5. 誰もが活躍できる地域づくり	3. 地域産業の革新展開	6. 地域を支える社会基盤の整備
1. 東三河の魅力の創造・発信	4. 安全・安心な地域づくり																
2. 豊かな自然の保全・再生	5. 誰もが活躍できる地域づくり																
3. 地域産業の革新展開	6. 地域を支える社会基盤の整備																
【主要プロジェクト推進プラン】 2012	<p style="text-align: center;"><b>広域観光の推進</b></p>																
2013	<p style="text-align: center;"><b>地域産業の革新展開</b></p> <p style="text-align: center;"><b>再生可能エネルギーの導入推進</b></p>																
2014	<p style="text-align: center;"><b>スポーツ大会を活かした地域振興</b></p> <p>① 地域連携によるスポーツ大会の新展開 ② 世界・全国レベルのスポーツ大会の招致 ③ スポーツ大会による地域振興</p> <p style="text-align: center;"><b>地域連携事業の戦略展開</b></p> <p>① アンテナショップ等を拠点とした地域ブランドの強化と販路拡大 ② 戦略的な加工食品開発による海外輸出の本格化 ③ 東三河ジョアパーク構想の推進</p>																
2015	<p style="text-align: center;"><b>地方創生事業の広域展開</b></p> <p>① 「ほの国」東三河ブランド戦略の推進 ② 産学官連携による産業人材の育成・確保</p>																
2016	<p style="text-align: center;"><b>新東名インパクトを活かした地域振興～広域観光の新展開～</b></p> <p>① 新東名インパクトの検証と活用 ② 観光に関わる基盤の整備と活用</p>																
2017	<p style="text-align: center;"><b>「人が輝き活躍する東三河」の実現</b></p> <p>① 誰もが能力を最大限に発揮できる環境づくりの推進 ② 人材の育成・確保</p> <p style="text-align: center;"><b>世界・全国レベルのスポーツ大会等を活かした地域連携</b></p> <p>① 世界・全国レベルのスポーツ大会等を活かして地域をもっと盛り上げる ② 「極上のスポーツフィールド・東三河」のイメージを拡散する</p>																
2018	<p style="text-align: center;"><b>交通基盤の整備と利便性向上に向けた地域連携の推進</b></p> <p>① 計画的な道路網整備 ② 地域公共交通の維持・確保 ③ リニア開業を見据えた豊橋駅利便性向上と中間駅の利活用</p>																
2019	<p style="text-align: center;"><b>地域連携による地方創生事業のさらなる推進</b></p> <p>① 交流人口の拡大、関係人口の創出・拡大 ② グローバル化に対応した環境整備 ③ 先進技術等を活用した東三河の地域力の向上</p>																

出典) 東三河県庁資料

#### 4. 行政政策の取組からのまとめ

最後に、国の諸計画の位置づけ、愛知県の位置づけ、広域地域における位置づけから行政政策のキーワードを纏めておきたい。

##### ①国の諸計画の位置づけ

- ・対流、スーパー・メガリージョン
- ・全国的視野に立った過疎地域の新しい価値観や個性（先進的な少数社会）
- ・SDGs実現のロールモデルの可視化
- ・個人の重要性＋外部人材
- ・スモールビジネス、自主財源確保
- ・革新技術の実験場
- ・県による技術職員確保

##### ②愛知県の位置づけ

- ・「安全安心で持続可能な地域社会づくり」→「関係人口の創出・拡大と地元愛の醸成」→「なりわいを育てる」→「地域資源のさらなる磨き上げ」→「新たなライフスタイルへの対応」の展開
- ・兼業・副業・プロボノ
- ・都市部近郊でのテレワーク、ワーケーション拠点（サテライト）
- ・奥三河観光協議会
- ・自治体職員の人材確保

##### ③広域地域における位置づけ

- ・県境を越える三遠南信地域連携ビジョン、東三河県庁の東三河振興ビジョン
- ・県境を越えたソーシャルビジネス、外部人材等への広域連携
- ・東三河地域において広域諸事業は計画されているが、奥三河地域としての総合化と対外的な戦略化が必要、奥三河地域全体としての活動主体に関する位置づけがなされていない

## 【補論 2】 地域おこし協力隊調査分析

### 1. 概要

ここでは、外部人材の代表的な例である地域おこし協力隊の状況について触れておきたい。地域おこし協力隊は、2009年度から総務省事業として行われており、2019年で隊員数5,503名、1,071団体となっている。実施主体は地方公共団体、活動期間は1～3年、経費については、特別交付税・普通交付税措置がなされている。2024年度には、8,000名を目標とする発展的の事業である。

以下に、2019年9月に愛知大学三遠南信地域連携研究センターが実施した、奥三河地域を含む三遠南信地域を対象とした地域おこし協力隊調査から、実態を俯瞰しておく。2019年7月時点では、三遠南信地域の地域おこし協力隊の総数は128名である。地域別では、奥三河地域は13名、遠州地域9名、南信州地域106名と圧倒的に長野県側が多いが、地域状況が似通った奥三河地域にとって参考となる点が多いと考えられる。なお回収は75名、回収率は58.6%である。

### 2. 隊員の属性

性別では男性6割、女性4割で、女性も半数に近い。年齢では20・30・40代が3割ずつであるので若年から壮年である。移住の大きな要因である家族関係では、単身・独身が6割強あるが、既婚が3割、そのうち半数が子供を持っている。様々な家族形態であり、受け入れ側の条件設定が重要となるだろう。赴任前居住地は、首都圏・名古屋圏・大阪圏の大都市圏で、東京都が最も多いが次いで愛知県である。奥三河地域では愛知県が最も多く、近接性が重視されている。なお、定住する予定は5割を超えている。全国調査では6割が定住するという結果と符合している。未定を含めると、更に高い比率になるとも思え、定住をかなり見込んだ外部人材の活動である。また、任期終了後の職業としては起業・継業を目指すものが半数を超えており、その後の職のあり方についても地域としてビジョンを持つことが重要である（図2-14）。

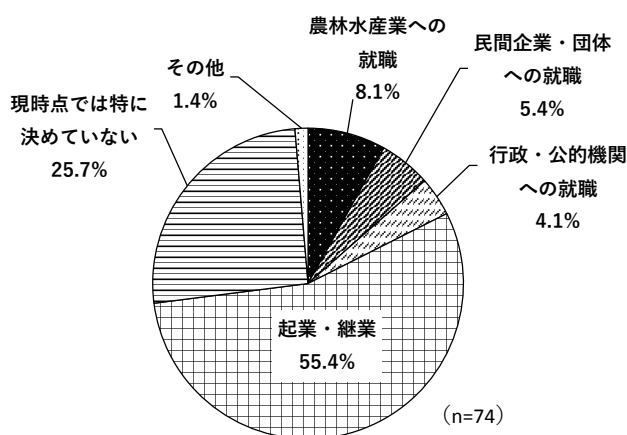


図2-14) 任期終了後の職業

### 3. 応募動機と選択理由

次に応募動機では、都市から押し出すPUSH要因である「都会の生活に希望が持てない」、「都会の仕事に展望が見いだせない」よりも、地域が引き付けるPULL要因が強く出ている。PULL要因では、「田舎・地方暮らしへのあこがれ」等の田園回帰や「能力や経験を活かしたい」という地域貢献よりも、「新しい経験や能力の習得」という将来展望に関する要素が強く出ていることに留意する必要がある（図2-15）。

次に、赴任地選択理由では、活動内容や事業期間が最大であることは当然であるが、「良い地域イメージ」が高く、地域全体でのイメージづくり戦略が問われている。また、「自治体担当者の好感」という人的要素も高く評価されている。移住という人生の決断において仲介する人の役割は大きく、仲介者のスキルが重要になるだろう（図2-16）。

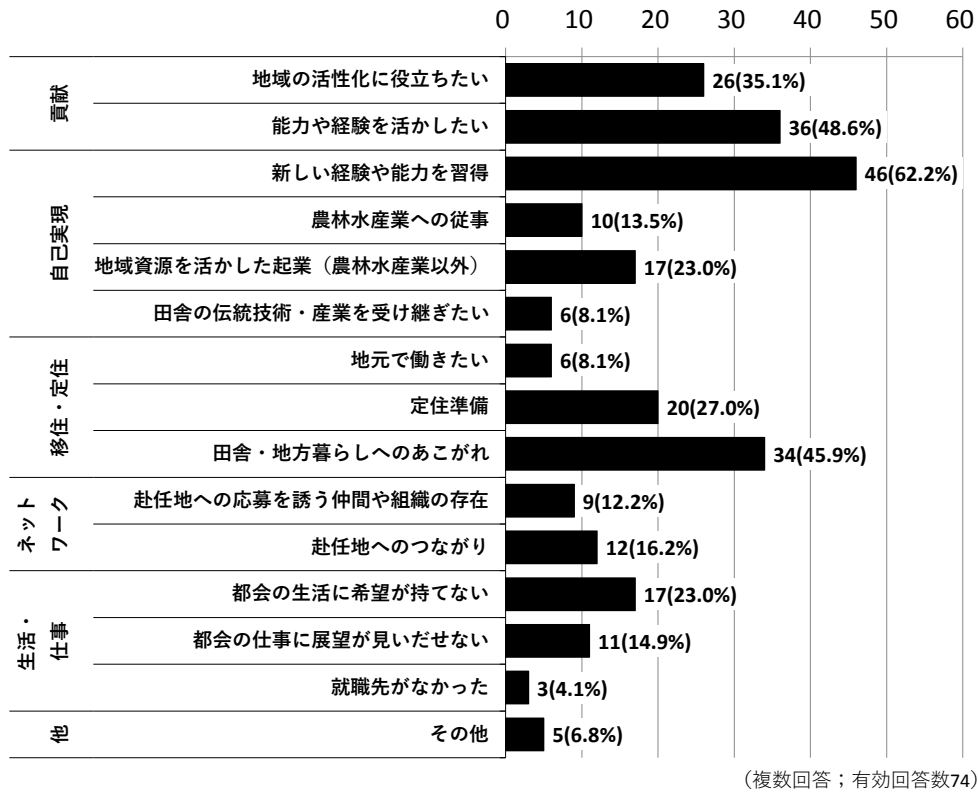


図2-15) 応募動機

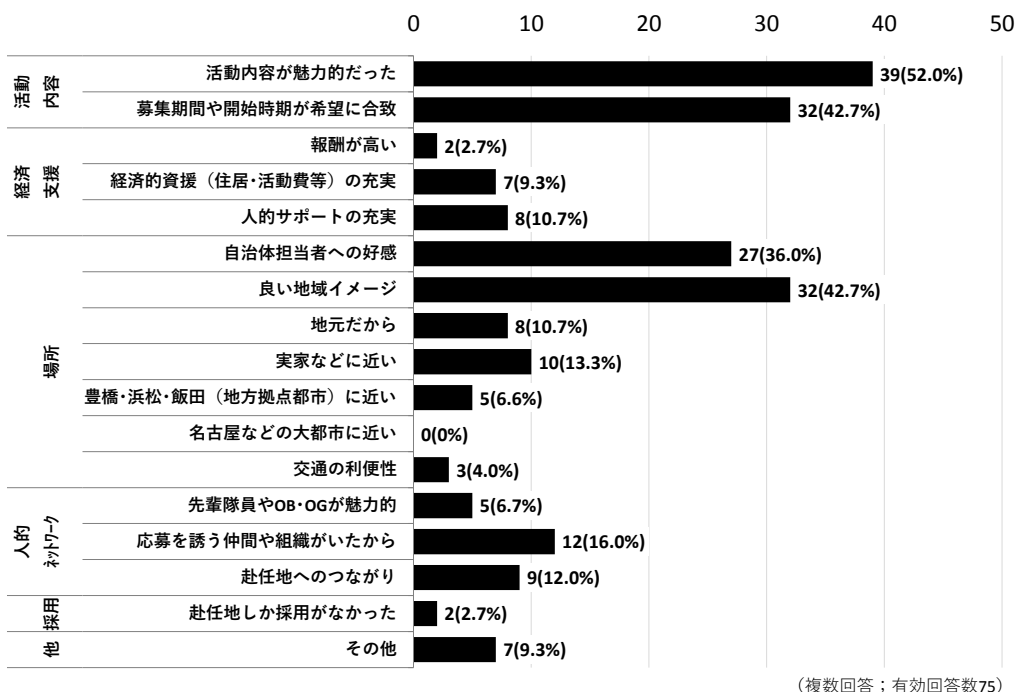


図2-16) 赴任地選択理由

#### 4. 活動内容と初期活動

活動分野では、観光関連、地域資源の活用、地域コミュニティ活動に広がりを持っているが、活動内容ではイベント等の事業実施と企画が多い傾向にある（図2-17）。先にあげた将来展望とどの様な結びつきとなるのかは、検討することが必要であろう。また、赴任時の初期活動では、「行政と協議して行った活動」、「行政が用意した活動」が多く、行政の主導性が認められる。少数ながら「持ち込んだ活動」が16%程度あり、発想自体を持ち込むタイプも新たな取り組みと言える。

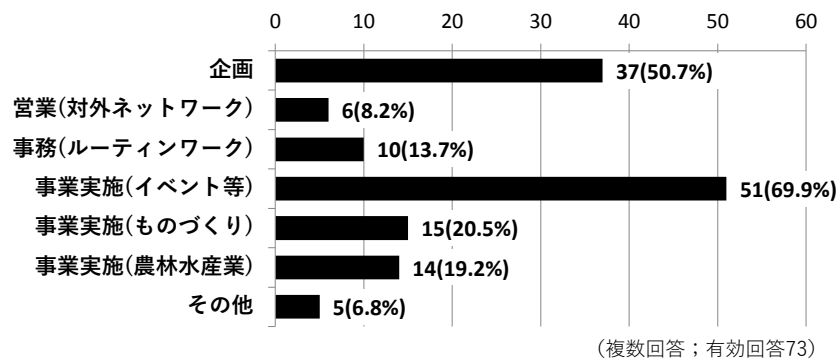


図2-17) 活動内容

#### 5. 人的信頼

まず、各関係者との信頼関係である。悩み相談の相手としてみると、制度の成り立ちからみても「行政職員」への信頼が強く出ている。次いで「同じ市町村の協力隊員」であり、ここまでが「家族・友人」を上回っている。更には「地域住民」も高い比率にある。これに比べて「企業関係者」はかなり低いものとなっている。地域おこし協力隊終了後の展開として、企業活動を志向する際に必ずしも良好といえる状況にはない（図2-18）。

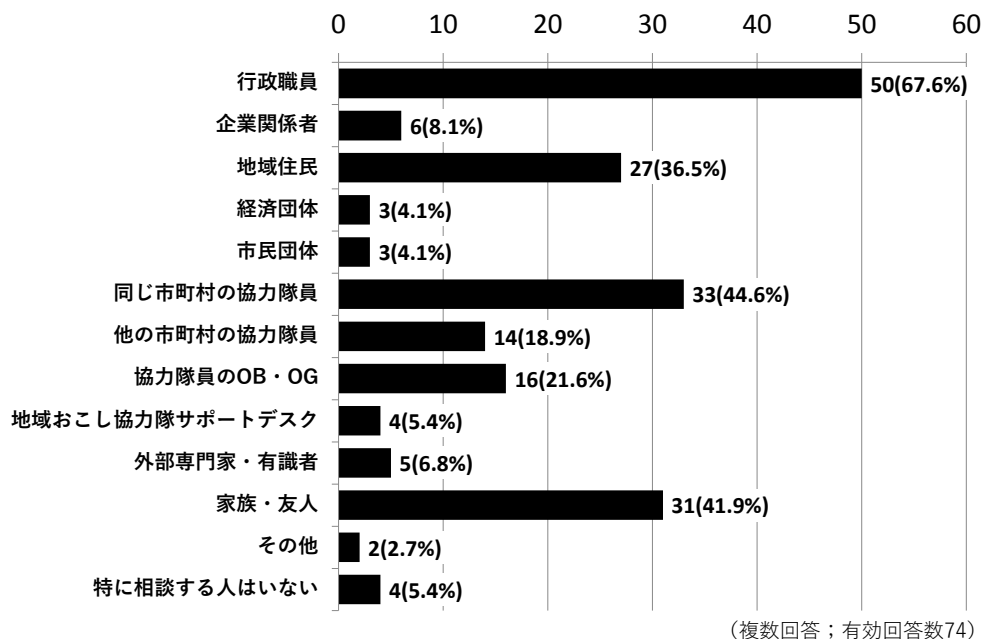


図2-18) 課題悩みの相談相手

## 6. 副業

隊員の将来展望について、副業という面からみておきたい。「兼業・副業をしている」、「兼業・副業をしたいと思って探している」の合計は7割であり、「したいと思っているができない」を加えると9割近くになる（図2-19）。その理由としては、「収入を増やすため」が多いことは想定できるが、「終了後の起業のステップアップ」が6割を超えていることは重要であろう（図2-20）。事業終了後の主要な展開である「起業・継業」に向かって副業がデザインされていると見受けられる。

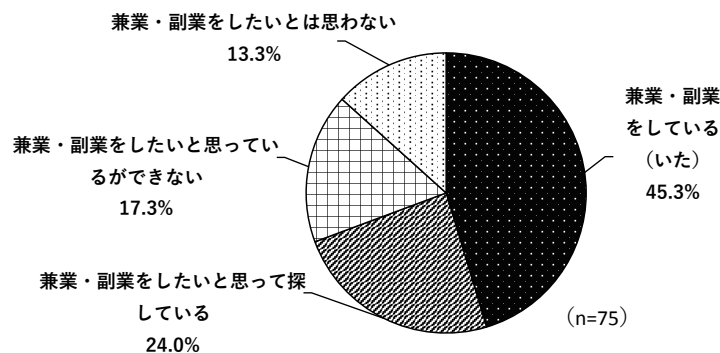


図2-19) 兼業・副業

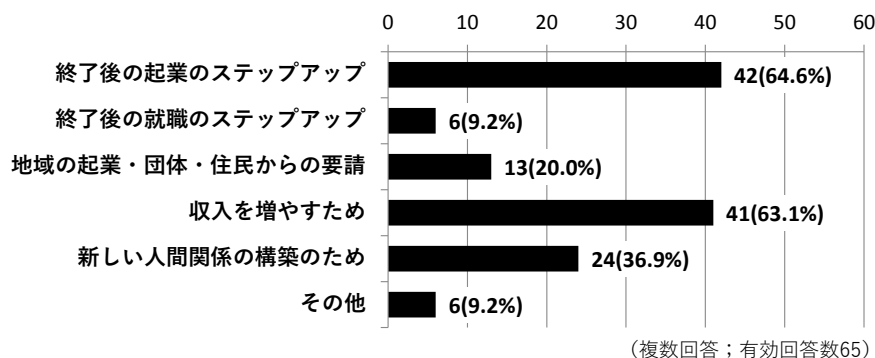


図2-20) 兼業・副業の理由

## 7. 事業への評価

最後に、事業内容の評価をみておきたい。「とても満足」、「まあまあ満足」を足した値が良好な評価としてみると、「地域住民との関わり」、「居住環境」が7割を超えており、「仕事内容」、「家族との関係」が6割程度、協働者が5割強である。これに対して、「任期終了後の支援」は3割を切っている。

調査結果全体を概観していると、「地域おこし協力隊の長期的な定着と地域維持への参画を考えた場合の起業や継業など経済活動面への協働体制が課題」と言えるだろう。



### Ⅲ 東栄町におけるビューティー・ツーリズムの経験と開かれた内発的発展

本章では、東栄町におけるビューティー・ツーリズムの経験と開かれた内発的発展の可能性について論じる。1節では東栄町が実施しているビューティー・ツーリズムの成り立ちと展開を概観するとともに、その成果と課題について検討する。東栄町のビューティー・ツーリズムは、移住者と地域事業者・資源との出会いと密接に関わっている。2節では、地域の自然・社会に根差して自己実現を図る移住者の暮らし方を「ビューティフルライフ」として捉え、中山間地域における暮らし方・生業や開かれた内発的発展の可能性を探るとともに、東栄町の移住支援政策の経験からその政策のあり方や課題について検討する。3節では、これまでの議論を踏まえて東栄町のビューティー・ツーリズムの経験を総括し、持続可能な中山間地域づくりにむけての政策的含意について論じる。ここでは、「にぎやかな過疎」としての東栄町の成立要因やビューティー・ツーリズムとの関係を明らかにするとともに、ツーリズムとビューティフルライフを通じた開かれた内発的発展の可能性と課題、「にぎやかな過疎」を支える包摂性について総括した。



## 1. 東栄町のビューティー・ツーリズムの成り立ち－naori事業の立ち上げ

### (1) naori事業の立ち上げ経緯

東栄町はセリサイト（絹雲母）という鉱物が日本で唯一採掘されている地域であるが、そのことはあまり知られていない。東栄町にはこのセリサイトを活用して美の地産地消を目指すビューティー・ツーリズム「naori-なおり\*」に取り組む人たちがいる。

このnaori事業は、ミネラルファンデーション作り体験（手作りコスメ）を中心とするビューティー・ツーリズムの観光体験コンテンツの一つである。同町でセリサイト採掘・精製業を営む「三信鉱工株式会社」社長の三崎順一氏と地域おこし協力隊として東栄町に着任していた大岡千紘氏によって2015年6月に始められた手作りコスメ体験事業をきっかけにnaori事業がスタートした。



図3-1) 東栄町 鳶の淵



図3-2) 三信鉱工の鉱山入口（日向坑）

(東栄町観光まちづくり協会 提供)

大岡氏は、学生時代より神楽に魅了されて全国各地を訪れていた。同時に、地域おこし協力隊になることも決めていた。赴任地は神楽などの祭りがある町に行きたいと考えていた。東栄町の花祭を見学に訪れた時、地元住民のフレンドリーさが印象に残っていたと言う。東京で地域おこし協力隊の説明会に参加した際に一番初めに声をかけてきたのが東栄町職員で、その後、町長からの熱心な誘いを受け、いくつかの赴任候補地の中から、フレンドリーさや人の温かさに惹かれて、赴任地に東栄町を志願して、採用されるに至った。

赴任1年目は、山菜の栽培・加工や摘み取り体験などを通じて山菜を活かしたまちおこしを進めている「山菜王国研究会」の事業支援を活動の中心とした。しかし、山菜を植えて収穫するまでには3年の期間を要することが判明し、任期中に事業を成り立たせることは時間的に難しいことが分かった。2年目に入り改めてミッションを考えることとなった。

大岡氏と三崎社長の最初の出会いは奥三河ビジョンフォーラムの会合であった。三崎社長は地域おこし協力隊のことはそれまで知らず、大岡氏も東栄町の鉱山でセリサイトが取れることはまだ知らなかった。三崎社長はセリサイトを活用して地域おこしに取り組みたいとの気持ちを持ち続けていた。協力隊員と連携して地域おこしを本格的に開始したいと考えが固まり、三崎社長は当時赴任していた協力隊員に声をかけた。

※naori（なおり）：「なおり」は鉱山用語。鉱脈の特に品位の高いところのことを指す。鉱脈の交差部分や、傾斜が変わるところなどに形成されていることが多い。この意味合いから、naoriは「誇りを持って人と人が交わり、そして変わっていくこと」を願いこの名称とされた。

三崎社長は大岡氏ら協力隊員に「セリサイトを使ってまちおこしがしたい、その方法として手作りコスメ体験を考えている。どのように実現できるだろうか。」と相談を持ち掛けた。その話を聞いた大岡氏は、セリサイトが一番生かされるのはコスメの中でもファンデーションであり、女性の関心が高いファンデーションを自分の手で作ることができれば面白い取り組みになると思い、三崎社長とともに体験プログラムを企画していこうとなった。

2015年6月に「美の地産地消」をコンセプトとして事業が開始された。2016年3月、協力隊としての任期を満了した後も、そのまま同町の住民として奥三河地域に暮らす人々の協力を得ながら本事業の本格的な展開が始まった。

事業の1年目は1泊2日のビューティーツアーを企画した。東栄町内に宿泊してnaori、星空観察、ノルディックウォーキングなどを体験して美しくなろうという趣旨の企画である。ツアー代金32,000円で販売し、メディアにも取り上げられたが、参加者は集まらなかった。naoriもセリサイトも手づくりコスメも知名度がない状況であったことや1泊2日のツアー代金がやや高額であったことが原因にあげられた。

地域おこし協力隊の任期が終了した年に、naori事業は、手作りファンデーションの体験メニューに重きを置いた事業に変更された。東栄町で採取される世界的にも高純度のセリサイトを使った手作りファンデーション体験は、この東栄町に来ないとできない、という希少性を売りにして、手作りファンデーション体験に特化したプロモーションを行ったことで、naori事業の注目度がさらに高まり、現在の発展につながっていった。



図3-3) セリサイトとセリサイトを使ったファンデーション

(三信鉱工株式会社・株式会社もと 提供)

## (2) naori事業の成果

naori のコンセプトは、『「Find your inner beauty」-内なる自分の美を見つける』。見た目、表向きの外観だけではなく、参加者の内面や感性に訴えるために、体験プログラムはまず始めに材料の話からスタートする。ファンデーションという体に触れるものの安全や環境まで意識することが本当の美であること、それを意識付けしてもらうことを意図している。

体験プログラムの年間参加人数は、事業立ち上げ1年目の2015年度（2015年6月～2016年3月）は約300人、2016年度は約1,000人、2017年度は約1,300人、2018年度は約1,400人へと増加していった。2019年度は参加人数は1,000人弱であった。2019年度において大岡氏はいったん講師から離れ、協力隊員1名の講師体制となったため、参加受入のキャパシティは限られていた。1回当たりの受入人数に限りがあるため、参加者数をこれ以上拡大させるには、コロナ禍も勘案して実施方法や受入体制をさらに検討する必要はあ

るが、一人当たりの売り上げ単価は伸びてきていると言う。

参加者は、友達同士、家族連れが多く、年代は40～50代の時間に余裕がある女性が多い。初めて参加した母親世代が次に来る際に娘を連れてきたり、若い女性も増えてきている。参加エリアは名古屋方面が一番多く、次いで豊橋、豊川、岡崎近辺のほか、最近では浜松からの参加も増えてきている。浜松から呼び込むのが課題であったが、口コミなどで認知度が高くなってきている。リピーターは2割程度である。テレビ番組で取り上げられることも増え、体験（1回あたり8名）は予約いっぱい状況となっている。手作りコスメ体験とセットになった三信鋳工の鋳山見学ツアーも大変人気の企画である。2020年度はコロナ感染拡大防止対策のため、約4カ月の事業中止、受け入れ人数や回数の制限を余儀なくされた。コロナ禍により活動に制約を受ける中ではあったが大きく参加人数は落ち込むことなく1,000人近くの参加があった。

2016年に地域おこし協力隊を卒業した大岡氏は東栄町観光まちづくり協会の職員として協会の業務に携わりつつ、後進で着任してくる隊員の指導やサポートを行いながらnaori事業全般のマネジメントを担当した。大岡氏には、naori事業を自分の事業として今後も進めるのではなく、東栄町の観光資源として育てていきたいという思いがあった。東栄町の地域おこしに関わる人たちでこの事業を発展させていくため、naori事業は、のき山学校に事務所を置く同協会の一事業とした。

東栄町役場では、四季の景色、美味しい食材や料理、健康・スポーツなど、町には「美」に繋がる魅力が溢れていることを売りにして、naori事業を地域おこしの強力なコンテンツと位置づけ、「naori」と「ビューティー・ツーリズム」を商標登録した。

大岡氏と三崎社長の当初からの構想は、naori体験 に来る人を増やすことに終わらず、naori をきっかけに東栄町を知り、まちの「美」に関心を持ってもらうことで、まちのファンを増やし、ゆくゆくは東栄町への滞在や移住・定住する人を増やしていくことである。それがnaoriを含めた東栄町の「ビューティー・ツーリズム」構想であり、入り口となる美の魅力の一つとしてnaori事業があった。

2020年4月以降のnaoriの事業展開については、大岡氏は東栄町観光まちづくり協会を退職し、個人事業主として観光協会からnaori講師とnaori事業のマネジメントの委託を受けて活動をしていた。

2021年に入ってから新たな事業が展開されている。その中核になるものにnaoriの運営体制の変更がある。naori事業の運営組織としてセリサイトを採掘している三信鋳工(株)と共に「株式会社もと」が2021年7月に設立された。社名は、素材、シンプルな意味合いを持ち、セリサイトの原料から着想を得たという。新会社の役員は代表取締役社長に大岡氏、三信鋳工の三崎社長等が役員に就任したとのことである。この会社では、手作りコスメ体験naoriと化粧品の開発・販売、素材に重点を置いたモノやコトが取り扱われる予定である。

なお、東栄町では、「ビューティー・ツーリズム」構想の具体化の取組の一つとして、2020年11月に「BEAUTY TOURISM WEEK」を実施した。これは、5日間にわたりビューティー・ツーリズムをテーマに食、文化、自然等の様々な体験メニューを提供する観光体験商品である。料金は1万円から13,000円の観光プログラムが販売された。募集定員に達するプログラムが多くあり好評を得たことから、今後も単発イベントや3日間イベントなど様々なプログラムが継続的に展開できるような検討がなされている。

この観光プログラムは、地域づくりの観点からは、東栄町の事業者が美に関心や意識を持ってもらいたいという意図もある。東栄町や同協会が「ビューティー・ツーリズム」を推進しようとしても、推進の担い手である町内事業者に関心がなければ事業展開は難しい。こうした企画を通じて事業者が「ビューティー・ツーリズム」の意識を高めたり、事業に新しく取り組むきっかけになったり、事業者が連携して観光メニュー開発を進めていけるようなきっかけづくりになっていくことが期待される。この「BEAUTY TOURISM



WEEK」事業は東栄町役場が国の交付金の採択を受け、町は同協会に事業委託して進めた。新しい試みや既存事業の深化を図るためには、町単独予算では難しいことが考えられるが、国や県の事業メニューを活用して、新しい試みを進めているという点においても重要な取り組みと言える。



naoriの体験の様子



手作りコスメ体験ができる『のき山学校』

図3-4) naori体験

(株式会社もと 提供)

## 2. ツーリズムを通じた開かれた内発的發展とビューティフルライフ

### (1) はじめに

東栄町は、愛知県の東北部に位置する人口 2,990人、1,412 世帯（住民基本台帳：2021年（令和3年）4月1日現在）の町であり、高齢化率は48.8%（2015年国勢調査）と県内で最も高い。

一方、近年では移住の動きが活発化しており、総務省地域力創造グループ過疎対策室「平成29年度現地ヒアリング調査」（2018年）によると、2015年の国勢調査では、2010年からの人口動態が転入超過となり、社会増減ランキングは全国11位（5.3%）、世代別の転入状況では2010年から2015年のコーホート純移動率は幅広い世代で転入超過となっており、特に25～29歳では、41.9%増加している。

また、同調査によると移住者のうち、都市部からの移住者の割合は、2000年の41.9%から2010年には68.8%、2015年には67.2%と7割近くを占めるまで上昇している。

本項では、ビューティフルライフ（「美しく自然豊かな環境の中で、地域に根差して自己実現を図る暮らし方」と定義）の実現可能性が移住先選定の際の重要な要素となるという仮説のもと、東栄町への移住起業家に対して実施した、移住の動機や現在の暮らし等に関するインタビュー（2020年11月実施）等から、東栄町での暮らしの魅力について整理するとともに、東栄町役場への移住関連施策に関するヒアリング（2020年11月実施）等から、移住施策のあり方・課題についても整理する。

### (2) 東栄町におけるビューティフルライフ（移住者の事例）

東栄町への移住起業家7名に対し、移住のきっかけや現在の暮らし等についてインタビューを行った。

#### ① A氏（ゲストハウス等オーナー）

##### 【プロフィール】

沖縄県出身

2012年 「あいちの山里で暮らそう80日間チャレンジ」（愛知県事業）にて東栄町へ

2013年 東栄町地域おこし協力隊 第1期生（～2015年3月まで）

2015年 体験型ゲストハウス「danon」開業

2019年 シェアハウス「yamatoya」開業、キッチンカー販売（「キッチンだのん」）開始

##### ■移住のきっかけ

愛知県が実施する事業の一環で、東栄町で暮らすことになったことをきっかけに、東栄町の地域おこし協力隊として活動を開始。はじめから田舎に暮らしたいという意識があったわけでもなく、また、地域おこしに取り組みたかったわけでもなかったが、地域おこし協力隊の任期終了後も東栄町に住み続けるために自分ができることを考えた際、ゲストハウスを開業することが思い浮かび、開業に至った。

##### ■地域との関係性

ゲストハウスの開設を決めた当時、地元住民はゲストハウスがどのようなものかを知らない人が多かったが、開設に反対せず、草刈りや壁塗り、障子張りの協力、未使用の布団を持ってきてくれる等、協力してもらった。こうした直接的な支援のみならず、活動を見守ってくれるという目には見えない支援もあった。

## ■東栄町での暮らし・実際の生計状況

環境面では、四季がはっきりしているところが良いところだと思っている。また、移住者や地域の仲間の活動が繋がっていくネットワークがあり、つながりがまた新たなつながりを生むところも魅力である。

生計については、ゲストハウス等自らの事業収入で暮らすことができている。食材は近所からもらうことも多く、食費がほとんどかからないことも東栄町の暮らしの特徴である。町に出るまで遠いため、出かけるときは交通費がかかるという欠点はある。

## ■東栄町役場の移住施策との関わり

東栄町の移住ソムリエ第1号（移住ソムリエの詳細は後述）であり、danonに訪れた移住に関心がある人等に対し、A氏の感覚で合いそうだと思う地域の人を無理せず自然なかたちで紹介している。

## ■新型コロナウイルス感染症流行の影響

リモートワークの導入や休みの増加により、週末に集中していた宿泊需要が平準化された。稼働率は上がったものの、全体の宿泊数自体は増えていないため、労力的には増加している。

客層の変化としては、家族連れが大きく減少し、合宿利用もなくなった一方、個人旅行者、リピート客の来訪は確保できている。

ワーケーションについて、名古屋からの宿泊者がワーケーション利用したこともあった。ただし、danonでは通信環境は特に問題ないが、同時に大量のデータを使用するとなると通信に不安な面もあるため、仕事をする場としては向いていないかもしれない。

政府によるGo To トラベルキャンペーンは、宿泊料金の安いdanonでは割引額が小さく、お得感が少ないため、あまり恩恵を受けていない。

新型コロナウイルス感染症流行前は、danonで地元の人が集まる交流会も実施していたが、開催できていない。

## ②B氏・C氏（飲食店オーナー夫妻）

### 【プロフィール】

B氏（夫）愛知県名古屋市出身

C氏（妻）アメリカ合衆国出身

2017年 「三河の山里サポートデスク なりわい実践者」（愛知県事業）に参加

2017年7月 名古屋市から東栄町に移住

2017年11月 東栄町内に飲食店「古民家ダイナー 月猿虎」オープン

## ■移住のきっかけ

奥三河全域で移住先を探しており、住むのみであれば東栄町よりも奥地でも良かったが、飲食店開業も考えていたこともあり、立地も重要視していた。また、名古屋市内で飲食店を経営しており、名古屋と往復する必要もあったことから、奥地ではなく東栄町に住むこととした。東栄町は、もともと花祭りが好きだったことや、山や音楽イベント、チェーンソーアート大会等、自分たちの趣味との接点も多かったため、奥三河の中でも最初から優先順位は高かった。

東栄町内の会社に知り合いがおり、訪問した際に東栄町役場に連れて行ってもらい、とんとん拍子で移住が決まった。東栄町の移住支援（空き家バンク）や東栄町商工会の起業支援など、移住支援策が手厚かったことも移住の決め手となった。



## ■移住にあたり不安だったこと

一番の不安は、地域の人に受け入れてもらえるかということであった。また、病院が遠く、食材の仕入れも遠い等、不安な点は挙げればきりが無いが、移住を決めた以上乗り越えるしかないと考えていた。

## ■移住後の暮らしの変化

移住後は体調も良く、元気になった。静かな場所であることや、自分たちで行わなければならないことが多いので、社会の雑音からは縁遠い暮らしである。

また、取り組みたいことに取り組める環境にあり、近所の人も協力的な雰囲気がある。名古屋市に住んでいた頃は近所の人のことを誰も知らなかったが、東栄町では花祭や葬儀の手伝い、組の付き合い等があり、お互いがお互いのことを知っている。学校や仕事以外のつながり・コミュニティ、困ったら助け合うという皆で取り組む雰囲気があり、こういった繋がりを求めている。

## ■実際の生計状況

東栄町内で経営する飲食店の営業日は、木曜日から日曜日の週末のみであり、月曜日から水曜日は名古屋で経営している飲食店に行くことが多い。しばらくは、東栄町と名古屋市を行き来する生活が続くと思われる。なお、月曜日から水曜日は、名古屋市内での飲食店の仕事の他、東栄町の住居では畑仕事を行うこともある。東栄町の飲食店で使う食材の半分ほどは自家栽培している。

東栄町の飲食店の商圈は愛知県内というよりも浜松であり、夜は居酒屋として経営しているため、地元の方の利用が中心である。開業から3年が経過（2020年11月時点）し、固定客もついた。

## ■地域との関係性

地域の人たちは最初から温かく、フレンドリーであり、引っ越し準備時から何かと気にかけてもらった。飲食店は、食事やお酒を飲む場であるため、地域の人達とのコミュニケーションはとりやすい。商売でいえばまだまだであるが、困ったと思っているときに、地元の人が使ってくれることもあり、気にかけてもらっている。

## ■移住者同士のつながり

友人家族も東栄町内に移住してきており、今は工場に勤めているが、元々の職業である庭師として働きたいという思いを持っている。B氏・C氏の飲食店で地元のお客さんと繋がり、庭師の仕事依頼があったこともある。

## ③D氏（雑貨・ワークショップ店オーナー）

### 【プロフィール】

愛知県知多市出身

2018年 東栄町に移住

2019年 「三河の山里サポートデスク なりわい実践者」（愛知県事業）に参加

2019年11月 雑貨・ワークショップ店「maru-kai」開業

## ■移住のきっかけ

長らく名古屋市に住んでいたが、田舎暮らしを望み、全国を対象に移住先を探していた。元々友人であったB氏・C氏夫妻（前述）が東栄町に移住したことをきっかけに、B氏・C氏夫妻が営む飲食店の手伝いや、花祭などの写真を撮るために何度か東栄町へ通ううちに土地や人の雰囲気に魅力を感じ、移住意向が芽生えた。

東栄町役場の方からも、そんなに東栄町に来るのであれば東栄町に住んだらどうかと勧められ、町役

場近くの家が空く予定であるとの情報も得て、移住が具体化した。当時は車の運転ができなかったため、役場の近くであればバスでも移動できると思い、移住を決めた。

### ■移住にあたり不安だったこと

旅慣れており、海外に移住しても良いと思っていたくらいであるため、すぐに名古屋に帰ることができる場所にある東栄町へ移住することへの不安はあまりなかった。強いて言えば、車の運転が不安だったくらいである。友人であるB氏・C氏夫妻が先に移住していたことも心強く、不安な気持ちが生まれにくかった。

### ■移住後の暮らしの変化

自然の中で暮らすことは長らく希望していたことであり、それが実現した。朝起きると、空気がきれいで、鳥が鳴いており、夜は星がきれいである。食べ物が美味しく、自然のものを食べることができる。体も丈夫になり、風邪をひかなくなった。

名古屋在住時は社会の課題にも取り組んではいたが、自分のことだけに取り組んでいる感覚が強かった。一方、東栄町では自分のことよりもまちのことや地域のことに取り組むようになり、自分が選んだ人や仕事上の人ではなく、地域の人との付き合いが増えた。一番変わったことは人付き合いであると感じる。

### ■実際の生計状況

元々、フリーランスで翻訳業を担っており、パソコンがあればどこでも仕事はできるため、移住後も翻訳業は続けるつもりであった。移住後は東栄町でも仕事を作っていきたいと考え、2019年11月に役場所有の東栄駅前の建物で店舗を開設（自己資金で空き家を改装）し、東栄町を中心とした特産品やハンドメイド雑貨を販売している。花祭や古い神事、民俗文化などの地域文化の発信の場も兼ねている。

店舗開設にあたっては、店作りというより場所作りに重きを置いて考えており、物を売ることに固執せず、コミュニケーションや情報発信の場とすることを重視した。その結果、東栄町観光まちづくり協会から地域の情報発信等の仕事も担うようになった。

店舗は赤字ではない程度で運営しており、翻訳業や東栄町観光まちづくり協会の情報発信の仕事等を行いながら生計を立てている。

#### （参考）インタビュー後の変化

引き続き東栄町観光まちづくり協会の仕事を担っており、季刊のフリーペーパー「東栄町のじかん」の企画・編集・取材・撮影・原稿作成を担当している。地元目線での季節の観光情報の他、町内で取材・編集するからこそ可能なリアルな暮らしの情報も発信している。2021年8月現在は、染料・草木染めの仕事・準備に割く時間を確保するため、翻訳業の仕事を減らして調整している。

### ■地域との関係性

移住して2年半が経過（2020年11月時点）したが、地域に馴染もうとしている段階である。翻訳業は家の中にいることが多いため、家から一步も出ないことがあると、近所の人が心配して声をかけてくれる。店を開いたことで地域の方にも覚えてもらえ、屋号で“maru-kaiさん”と呼んでもらえるようになり、一気に交流が広がった。

### ■新型コロナウイルス感染症流行の影響

新型コロナウイルス感染症流行前は、店舗で地域内外の講師を呼びワークショップを開催していたが、現状開催できていない。店舗営業日はもともと少なかったが、コロナ流行後の2020年春から夏にかけてさらに少なくなった。

### (参考) インタビュー後の変化

2021年春頃までは、ワークショップ開催を控えていたが、2021年8月現在は、自身が主催する草木染めワークショップを行っている。店舗営業日は店舗前の屋外スペースにて少人数で行っている他、出張形式で外部でも開催している。コロナの状況に関わらず、申し込みが続いており、今後は、草木染め／自然染料を店舗とは別の独立事業として行っていきたいと考え、下準備を進めている。

### ④ E氏 (naori事業主 ※naori事業の詳細はⅢ章1-1.を参照)

#### 【プロフィール】

和歌山県出身

2013年 東栄町地域おこし協力隊 第1期生 (～2016年3月まで)

2015年 naori 事業 立ち上げ

2016年 東栄町役場 臨時職員

2017年 東栄町観光まちづくり協会 職員

2020年 独立し個人事業主に

2021年 株式会社もと 設立

#### ■移住のきっかけ

もともと大学卒業後に地域おこし協力隊になろうと決めており、後は場所を選ぶだけという状態であった。その際、一番大事にしていたのは“祭”であり、祭がある場所に行こうと決めていた。東栄町の花祭も大学時代に訪れたことがあり、他の地域と比較して地元の人が優しく、数多く話しかけてくれ、フレンドリーで人懐っこい印象が残っていた。

その後、東京で開催された地域おこし協力隊の説明会において、偶然、東栄町役場の方に一番はじめに声をかけられた。花祭で地元の人から声をかけられた時と同様、気さくな雰囲気であったため東栄町も候補の一つとなった。他の市町村の協力隊にも応募していたが、選考プロセスの中での町役場の人の人間臭さや温かさに惹かれ、このような地域であれば受け入れてもらえそうと感じ、東栄町の地域おこし協力隊となることを決めた。

#### ■地域との関係性

地方はヨソ者に排他的なイメージがあったが、東栄町ではそのようなことは一切感じたことがなく、良好な関係を築くことができている。これは、花祭の日にヨソ者を受け入れてきた慣習も大きいかと思うが、これまでの移住者が地域の人との関係性を構築してきた賜物であるとも感じている。

#### ■定住のきっかけ

奥三河ビジョンフォーラムの例会で三信鉦工の社長と出会ったことがきっかけとなり、協力隊3年目当時naori事業を開始した。

立ち上げ当初は本当になりわいとして続けていけるのか分からず、悩むこともあったが、体験のみで終わらせるのではなく、まちの観光情報を発信する拠点も必要だと思ったことや、ここで辞めてしまうと終わってしまうという思いから続けることにした。

同じ頃、町役場で観光協会の設立の話があり、協力隊任期終了後にnaori事業を行いながら役場の臨時職員として観光協会を立ち上げる業務を任されることになり、東栄町に引き続き住むこととなった。

観光協会立ち上げの年と時期を同じくしてnaori事業がヒットし、年間1,000人の利用があり、なりわいとなる可能性が出てきたため、観光協会の仕事を行いながら、naori事業も継続することとした。そ

の後、naori事業を担当する協力隊を新たに2名採用し本格的に事業が進んでいくことになった他、結婚することになったこともあり定住に繋がった。

#### ⑤ F氏（養鶏場代表）

##### 【プロフィール】

豊川市出身

2009年 名古屋市から東栄町に移住し、町内の養鶏場へ入社

2014年 養鶏場を事業継承し、同代表に就任

##### ■移住のきっかけ

もともと畜産業に従事したいという夢を持っていたが、別の仕事に就いており、東栄町との関りもなかったが、たまたま現在代表に就任している養鶏場が後継者を探していることを知り、東栄町を知った。

名古屋在住時、養鶏場が取引している加工場が近くにあったため、加工場の人も相談しながら入社するかどうかを考えていた。養鶏場に入社すると決めた後は、週末に東栄町で養鶏の手伝いをしていた。出身地である東三河に帰ってきたいという思いもあり、実家も近かったため移住を決めた。

##### ■移住にあたり不安だったこと

周囲からは、もっと慎重に、地域のことをよく調べてからに移住した方が良いと言われたが、自身は移住への不安は全くなく、養鶏場で働けることへの希望に満ちていた。

##### ■実際の生計状況

事業継承した（承継には5年程要した）養鶏場を営んでおり、前経営者の頃から生産方法やパン・生産数等を自分なりにかなり変えて経営している。現状、養鶏場の所有者は前経営者であり、施設賃貸料を支払っている。取引先は前経営者時のまま継続しており、それに加えて新たな取引先の開拓も考えている。

##### ■移住後の暮らしの変化

名古屋に住んでいた頃と比べ、消防団や花祭等、地域の人付き合いが多くあり、移住したばかりの頃は慣れないこともあったが、根本的に祭好きであり、徐々に仲間や友達ができると楽しく感じるようになった。良い意味でも悪い意味でも、周囲の人が自分の行動を見ており、心配してくれることもある。

##### ■地域との関係性

地域とつながる場合は、消防団や祭であり、移住したばかりの頃は消防団の人が家に招き入れてくれ度々アドバイスをもらった。

移住の際の住居探しにあたっては、町役場に探してもらった空き家は養鶏場から遠い等、丁度良いところがなかったが、前経営者の伝手で貸してもらうことができた。（現在は町営住宅に居住。当時に住んでいた家はF氏の両親が移住して居住。）

##### ■移住者同士のつながり

以前はdanonで移住者と話すこともあったが、移住後すぐに消防団に入り、地元の人と付き合うことが多く、地域にも慣れたので、最近交流する機会は減っている。

同じく移住者であるB氏・C氏夫妻（前述）が営む飲食店にも肉を卸している。

##### ■新型コロナウイルス感染症流行の影響

取引先である加工場の販売先は約6割が外食産業であるため、半年ほど影響を受けた。新型コロナウイルス感染症発生後しばらくは鶏舎にいる鳥はすべて出荷できていたが、取引先の在庫が多いという理

由で生産数を2割から4割減らし、この状況がいまだに続いている。ただし、鶏舎内の鳥全てを一斉に出荷する方式の通常の鶏舎では、出荷調整がかかると、新たに鳥を仕入れられず、鶏舎に鳥がない期間が長くなるのに対し、F氏の養鶏場は一括出荷ではなく、毎月仕入れて毎月出荷する方式であるため調整がしやすく、影響は比較的抑えられた。

## ⑥ G氏（東栄町観光まちづくり協会職員）

### 【プロフィール】

東栄町出身

2016年 「三河の山里サポートデスク なりわい実践者」（愛知県事業）へ参加、東栄町へUターン

2017年 NPO法人てほへ「のき山学校」スタッフ ほか

2018年 集落支援員

2019年 東栄町観光まちづくり協会 職員

### ■移住（Uターン）のきっかけ

大学進学時に名古屋へ転居したが、帰省時に、廃校になった校庭の荒れた姿が町の行く末とも重なって印象に残り、自分で何かできないかと考えた。当時は東栄町に戻ることは考えていなかったが、大学の授業で地元の観光振興を考えた際に、ありきたりのアイデアしか出ず、何もできないことを実感し、もっと勉強したいと思い、石川県の能登地域で、まちづくりを行っている会社のインターンに参加した。

インターンには春休みを利用して参加するつもりであったが、本気で地域のために取り組みたいのであればしっかり勉強した方が良いと言われ、休学した。半年後、タイミング良く愛知県のなりわい実践者事業の募集があり、当事業に参加するため東栄町に戻った。（大学は休学後、通信制に転入し、東栄町で働きながら通っていた。）

移住しようと思ったタイミングが特にあったわけではなく、Uターンしたという意識もない。実験的な気分で仕事をするうちに、いつの間にか、東栄町で仕事をしているという感覚である。

### ■移住（Uターン）にあたり不安だったこと

実家があったため住居等で困ることはなかった。

### ■実際の生計状況

半年間取り組んだ愛知県の起業実践事業では起業することができなかったが、その半年間に、地元の人や事業者からお願いされることが増え多業となった。お茶の刈り取りや養鶏など、業種を問わず季節に合わせて働いた。

また、NPO法人てほへが運営する、のきやま学校のスタッフとしても採用され、東栄町観光まちづくり協会の設立準備に関わり、現在は東栄町観光まちづくり協会職員としても働いている。

さらに、集落支援員として役場とともに地域の人とワークショップなども行う他、役場の地域支援課の空き家調査も手伝った。その際、良い空き家に出会い、地域の拠点として使いたいと思ったことから、借りて住むこととなり、結果的にシェアハウス運営に繋がった。（当シェアハウスは所有者に返却することとなったため、現在、別の物件を探している。）

### ■地域とのつながり

G氏が空き家を探している地区では、空き家バンクに登録されている物件がないため、自分たちで空き家所有者と交渉・改修して移住者を受け入れることを考えているが、地域の人が物件を探して紹介してくれる等協力してもらったこともある。



## ■東栄町役場の移住施策との関わり

G氏個人として東栄町の移住ソムリエとなっている他、所属している東栄町観光まちづくり協会も団体として移住ソムリエに登録されている。東栄町という小さなまちでは観光で多くの人を呼ぶというよりは、まちづくりのため観光を活用していく方が、まちと観光の関係性として合っており、観光と移住は密接に繋がっている。

## ■新型コロナウイルス感染症流行の影響

地域の皆で集まって準備を行う花祭という存在があったことで、集落を維持できていた側面もあるかと思うが、地域皆で集まることができなくなってしまった。現在は、役職の人のみや、集まれる人だけで準備しているが、これは本来の祭とは異なる。今年は仕方がないが、来年以降どのようにしていくのが重要となる。

また、集落支援員として活動していた際に結成した「足込のこれからを考える会」では、廃校を地域の人や出身の人が集まる場として活用していたが、現在はコロナで動きが止まってしまっている。

### (3) 東栄町による移住施策

東栄町役場では、移住促進のため、主に次の6つの施策を実施している。

#### ①空き家バンク制度

2006年から制度に取り組んでおり、仕組みは他の自治体で行っているものと同じである。町役場は不動産資格がないため、仲介はできず、マッチングのみを担っている。

現状、町内には約300件の空き家があり、登録件数は年度当初の25件から減少し、10件程度となっている。利用登録者数はコロナの関係もあり増えているが、数値は日々変わるため、正確な数値は把握していない。

制度開始当初は、制度を創設したのみで積極的に活用されていなかった。人口減少に対する危機感も低く、空き家を居住選択の1つの選択肢程度としか考えられておらず、登録件数、利用登録者数ともに少なかった。しかし、地域支援課が創設（2016年）されて以降は本格的に移住定住施策に取り組み、空き家バンクの利用も進んだ、2020年11月現在で19件のマッチングが成立している。（既に住み始めている数ではなく成立件数であり、数年後の移住予定者も含む）

最近の空き家バンク利用の傾向として、町営住宅から空き家への移住、賃貸から空き家物件の購入等、町内移住が増えている。空き家バンクの利用増加が単純に移住増を示すわけではない。

課題としては、大家は売却希望であるが、移住者は資産を持ちたくないため賃貸を希望するというミスマッチが発生している。

町内には企業が少ないため起業者が多く（雑貨屋、家具職人、翻訳業、マッサージ、居酒屋、パン屋など）、空き家を活用して起業を検討する移住希望者もいる。

#### ②定住促進空き家活用住宅整備事業

空き家バンクの登録件数が伸びない理由として、家屋のリフォームや不用品の片付等の課題があったため、空き家を活用するために空き家バンクと並行して本事業を企画・実施した。具体的な内容としては、町役場が空き家所有者と10年契約で賃貸借契約を結び、役場がリフォームを行い、入居者も役場が探すことで所有者から安く借りる仕組みになっている。役場が地域と連携しながら、入居希望者の見学



会、募集、面談、決定まで行っており、面接の際には、必ず地域の方も同席している。町が欲しい人材は子育て世帯であるため、対象としている物件も家族向けの間取りが広いものが多い。

所有者と利用者の賃貸借契約期間も10年であり、入居者は町へ家賃を支払う。町は、家賃からリフォーム代の町費負担分を10年間で月割りした額を差し引き、所有者へ賃貸料を支払っている。

家賃については、床面積に応じて3段階（28,000円～35,000円）に設定しており、中学生以下の子供がいる世帯は2割減額している。所有者へは町規程の算定式に基づきおおよそ10,000円～30,000円の範囲内で支払い、中学生以下の世帯の減額分も、所有者への支払いに反映している。

当事業を活用することによる所有者のメリットは、リフォームされることで資産価値が上がることにある。また、固定資産税分は町が負担しているため、その分もお得感がある。入居者のメリットとしては、リフォーム後の住居に低額で入居できることにある。役場と地域のメリットは、欲しい人材（子育て世帯）を募集できることであり、関係者それぞれメリットがある。

空き家所有者は、ほぼ町外在住者であるため、空き家バンクの登録情報や地域の人からの情報から、役場が所有者を訪問し、空き家活用を依頼している。

2012年から3年間、総務省の補助金及び過疎債、一般財源を用いて、年3戸ずつ整備。2015年は、国の補助制度が使えなくなったため、県の補助金を活用し1戸を整備。平成29年に3戸整備し、計13戸。内1戸は自然災害により使用不可になっている。

これまでの実績として、県内から10組、県外から2組が入居しており、遠くは奈良県から、近くは豊根村から移住しているが、主には名古屋・尾張地方からの移住者が多い。婚姻時に、町外から来た配偶者が世帯主となり利用されたケースもある。これまでに2組が退去したが、町内に別に住居を購入し在住している。新たな入居者もあり、現在も満室である。

整備にかかる費用は、当初は3件で1,500万円程度であったが、2017年には1件あたり1,000万円以上かかる家もあった。提供される空き家も減少し、整備する空き家の地域性も考慮する必要が生じてきた。本事業により、東栄町の移住定住施策がたびたびメディアに取り上げられ、町のイメージも上がり移住者が増えた。一方、整備には相当のコストがかかり、国の補助金もいつまでももらえず、町が一般財源で整備していくことは困難である。

### ③空き家活用支援補助金

空き家のリフォームを役場ではなく所有者もしくは入居者が自ら行うための補助を2016年より実施している。具体的な補助額については、一般財源を活用し、当初は1/2補助で上限を50万円とした。利用件数が増えたことと財政状況から、2020年4月より基本額の上限を30万に減額した。その代わりに町がもつめる人材に対し加算措置を設けており、「中学生以下の子供がいる世帯」、「町内業者によるリフォーム」、「町内での起業もしくは就業」、「家屋を取得」、というこれらの条件に則した場合には各条件を満たすごとに5万円を加算し、加算後の上限を50万円としている。

### ④移住ソムリエ

移住を考えている人が移住者に相談に乗ってもらったり、地域の人を紹介してもらったりする動きがまちのいたるところで起きており、実際に移住をする人が出てきている状況を見て、役場だけが移住者の受け入れを担っているのではないと気づき、こういった動きを仕組み化して、まち全体で移住者を受け入れようと移住ソムリエの制度というソフト事業を作った。人口を増やすことが目的ではなく、地域と一緒に暮らす仲間を、行政だけでなく皆で増やしていくことを目的としている。移住ソムリエだから

とって特別に何かしなくてはいけないわけではなく、皆で仲間を増やしていこうという理念を広げることを目標としていた。移住ソムリエは現在、100人以上いる。色々な移住ソムリエのエピソードや地域の人・イベントを知ってもらった上で移住してもらおうと、移住者・地域双方にとって楽になる。

#### ⑤暮らしのカラフルパッケージ

これまでは人口を増やすことを目的とした制度を創設していたが、それらは移住者のための制度であり、このまちで既に暮らしている人の為の制度ではなかったことから、これまで取り組んできたことを、このまちで暮らし続けたいと思う人を増やしていくという視点でブラッシュアップし、4つの補助制度を暮らしのカラフルパッケージとしてパッケージ化した。(4つの補助制度の具体内容は以下の通り)

図表3-5) 暮らしのカラフルパッケージ

##### 「住宅新築祝い金」

- ・町内に定住するため新築住宅を建設した人へ30万円の祝い金を贈呈。対象は移住者に限らず、既に暮らしている人も含まれ、暮らし続けるという点では移住者も既に住んでいる人も同じように取り扱うべきという思いから、移住者に限る条件を撤廃。
- ・当初予算では5件分用意していたが、2020年度既に利用者が8件あり、内Uターン者が4件、Iターンでしばらく町内に住んだ後に新築する人が4件あった。

##### 「空き家活用支援補助金」

- ・町内の空き家に居住するにあたってのリフォーム
- ・片付け費用の一部を負担。
- ・対象経費の2分の1補助、基本金額の上限を30万円。(上限20万円の加算措置あり)当初は基本金額上限50万円であったが、30万円に減らし、その代わりに暮らし続けられるまちにするために、町が欲しい人材に対して加算措置を設けることとした。(詳細は上記③参照)

##### 「移住者通勤支援補助金」

- ・40歳以下のU・Iターン者で町外通勤をする人に対し距離に応じて通勤補助を実施。(2016年～)
- ・UIターンの若者らは三遠南信道などインフラの整備により、町内だけでなく浜松市や新城市での就業も可能になるため、それに対して町がサポートし、暮らしの選択肢を広げられるようにした。

##### 「若者定住支援補助金」

- ・40歳以下のU・Iターン者、ふるさと就労者に2万円分の町内消費拡大券(商品券)を進呈。
- ・移住すれば誰もが5万円を貰え、町外に移住した場合は返金してもらおう制度として2008年頃から実施していたが、町外に移住した人から回収できていなかったため、移住後1年経過時に、2万円分の町内消費拡大券(商品券)を進呈するように変更した。

#### ⑥地域おこし協力隊制度

2013年から地域おこし協力隊制度に取り組んでおり、現在は、naori事業の関係で1名が活動中である。2019年までは非常勤の嘱託職員として受け入れていたが、2020年度から会計年度任用制度が始まるため、そちらへ切り替えることが一般的であるが、副業禁止、勤務時間拘束など、その制度では自由がなく、東栄町には適していないと考え、東栄町では民間へ業務委託する形とした。

これまでの協力隊員10名のうち、8名が東栄町に定住しており、起業や就業をして暮らしている。

移住定住施策を進める中で、不動産業の必要性が生じ、当事者同士の契約で、過去にトラブルも発生していたため、不動産事業を担当する協力隊員を募集し、2019年6月～2020年5月末まで1年間採用した。隊員は浜松から移住し、1年目から起業、宅建の資格は未取得であるため取引はできないが、管理

業を行っている。2020年10月に、東栄町出身者が町内に民間の不動産業者を設立したため、東栄町役場としては、官民連携によって現状の仕組みを活かした新たな仕組みを検討する予定である。

#### (4) 東栄町における内発的發展

東栄町における移住者受け入れにあたり、ゲストハウスdanonが果たしている役割は大きく、ゲストハウスで東栄町の暮らしを体験できるのみならず、danonで開催される交流会の場で地域住民や移住者とのネットワークを持つことが可能である。また、danonは、移住希望者と地域の交流の他、地域住民と移住者、移住者同士の交流の場にもなっており、移住前および移住後のケアにも繋がっているといえる。さらには、(一社)奥三河ビジョンフォーラム等による地域の横のつながりにより、移住後のなりわい作り・発展にもつながっている。

東栄町役場による移住ソムリエ制度の創設も、もともとこうした移住希望者と地域住民・移住者をつなぐ動きがdanonで行われていたことや、移住者が一定程度生まれることで、自身の移住経験を語るができる人が増えたことにより生まれたものであり、今後、danonで担っている機能を移住ソムリエでも担うことで、町全体としての移住者の受入体制が強化されることが期待できる。

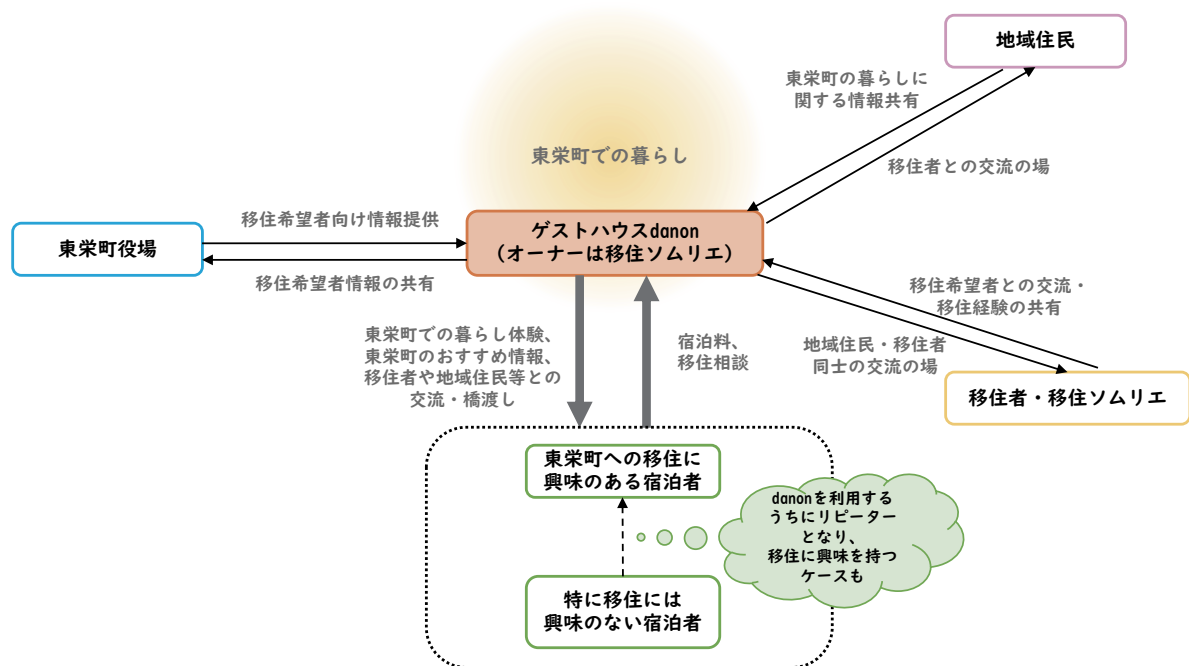


図3-6) 移住者受け入れにあたりdanonが果たしている機能

### 3. 総括：「にぎやかな過疎」とビューティー・ツーリズム

#### (1) 「にぎやかな過疎」としての奥三河・東栄町

田園回帰のなかで多様な人材が移住を含めて農山村地域に関りをもちはじめた。小田切徳美（2019）は過疎化に悩む中山間地域の再生の鍵として、「にぎやかな過疎」を提唱している。人口動態としては過疎でも、都市住民の田園回帰を契機に地域内で様々な活動や人々の交流が始まり、何かにぎやかになってきた地域が生まれ始めたとする。本調査が対象とする東栄町は過疎に悩む中山間地域でありながらも、近年移住者を受け入れて社会増に転じ（Ⅲ－2（1）参照）、「にぎやかな過疎」地域、あるいは田園回帰のホットスポットの一つとして位置付けられている。小田切はこの「にぎやかな過疎」の本質を「地域住民、移住者、関係人口、企業など多様なプレーヤーが交錯し、農山村・多自然地域の環境や資源を活かしつつ、新しいコミュニティ、ライフスタイル、ビジネスモデルを生み出し、人が人を呼び、仕事が仕事をつくる状況」であると捉え、「都市住民と共有化できる農山村の価値と役割を発揮する場」とする。もともと山村は広大な多自然空間を少数の住民が生業を立てながら管理運営してきた場である。移住者が少数でも加わり、山村空間をどのように使えば、そこに次の世代にも支持される暮らしが生み出されうるかを追求することが問われており（宮口侗廸, 1988）、「にぎやかな過疎」のアプローチはこの問題意識に対応するものであるとみる（小田切徳美, 2014）。

では、東栄町はいかにして移住者を増し、「にぎやかな過疎」の状況を創出することになったのであろうか。そこには、第一に、地域の豊かな社会文化・自然環境と開かれたコミュニティの存在が挙げられる。花祭りなどの地域文化、自然と一体となった山村風景の美しさとともに、外部者に対して開かれたコミュニティがあり、定着を支援してくれると多くの移住者が指摘する。第二に、東栄町の効果的な移住支援政策と担当職員の高い当事者意識がある。移住支援策には、これまでに①空き家バンク制度、②定住促進空き家活用住宅整備事業、③空き家活用支援補助金、④移住ソムリエ、⑤暮らしのカラフルパッケージなど多彩な制度・事業が導入されてきた（Ⅲ－2（3）参照）。多くの自治体でも空き家バンク制度などが導入されているが、そのマッチングが難しく機能していないことが多い。東栄町では、それを機能させるために定住促進空き家活用住宅整備事業を導入し、初動期の移住促進をもたらした。第三に、関係人口構築の窓口、移住者コミュニティの交流の場としてのゲストハウス「danon」の存在がある。ゲストハウスという施設機能から、農山村や多自然地域に関心のある人々を地域に関係づける窓口になっている。オーナー自身が移住者であり、移住ソムリエ第1号として、移住者のコミュニティづくりや移住希望者の相談にのるなど、スムーズな移住・定住に貢献している（Ⅲ－2（4）参照）。第四に、国・県の地域活性化・移住促支援プラットフォームがある。移住者の中には、地域おこし協力隊のOB/OGも少なくない。東栄町が積極的に地域おこし協力隊を受け入れ、隊員は任期終了後も東栄町にとどまり定住している。また、愛知県の三河の山里サポートデスク事業を介して、地域と関わるきっかけを得て、起業する人も少なくない。この事業は、三河山間地域と都市部との関係構築を通じて、移住・起業・就業などを支援するものである。県は優れたビジネスプランを持ち、当該地域で事業活動を実践できる「なりわい実践者」を地元市町村、関係団体などと連携して支援している。奥三河での地域おこし協力隊任期終了後に、この事業の支援を受けて起業しているOB/OGもみられる。その募集にあたっては、①農林水産業の6次産業化を見据えた第一次産業、②飲食業、観光サービス、雑貨の製造販売、③クリエイティブ、IT関連、建築などの分野で起業を目指す人を重視している。支援期間中は、新城市湯谷温泉エリアに設置された「三河の山里サポートデスク（起業・移住・定住等の支援を行う現地拠点）」の運営スタッフとして就業機会が与えられる。サポートデスク業務に従事しながら三河山間地域での関係者との交流・関係づくりや、専門家



によるセミナーやワークショップなどへの参加を通じて、起業等に向けた準備ができる。

## (2) 「にぎやかな過疎」とビューティー・ツーリズム

東栄町のビューティー・ツーリズムもこうした動きのなかで生まれ、一つのストーリーをもった「にぎやかな過疎」を支える基盤となりつつある。手作りファンデーション体験プログラムを運営するnaoriは、地域おこし協力隊時代の大岡氏と高級ファンデーションの原料となるセリサイトを採掘・精製している地元企業との協働のなかで生まれた。そこから東栄町・観光まちづくり協会のビューティー・ツーリズムに発展していく（Ⅲ－1参照）。東栄町のビューティー・ツーリズムの狙いは、①このプログラムを通じて東栄町の美（ココロ・モノ・コト）を広め、関係人口・移住を増やしていくこと、②ビューティー・ツーリズムに触発され、地元の資源やネットワークを活かした起業が創発されること、③新しい生業が持続できるようにツーリズム振興を通じて支援すること、④地域のなかで自己実現を図る人々の生き生きとしたワーク＆ライフが地元の若い人々のロールモデルとなり、その定着につながることである。naoriプログラムに関わった地域おこし協力隊OGが新しい石鹸づくり事業を起業している。地域の食・文化・自然体験をパッケージ化した関連ツーリズムイベントの企画運営を通じて、事業者・地域関係者との連携も始まった。ビューティー・ツーリズムを軸にしたビジネスの萌芽やネットワークが生み出されつつある。東栄町のビューティー・ツーリズムは、ビジネスプラットフォームとしてだけでなく、そのコンセプトに共感した人材を地域に呼び込む可能性を有している。

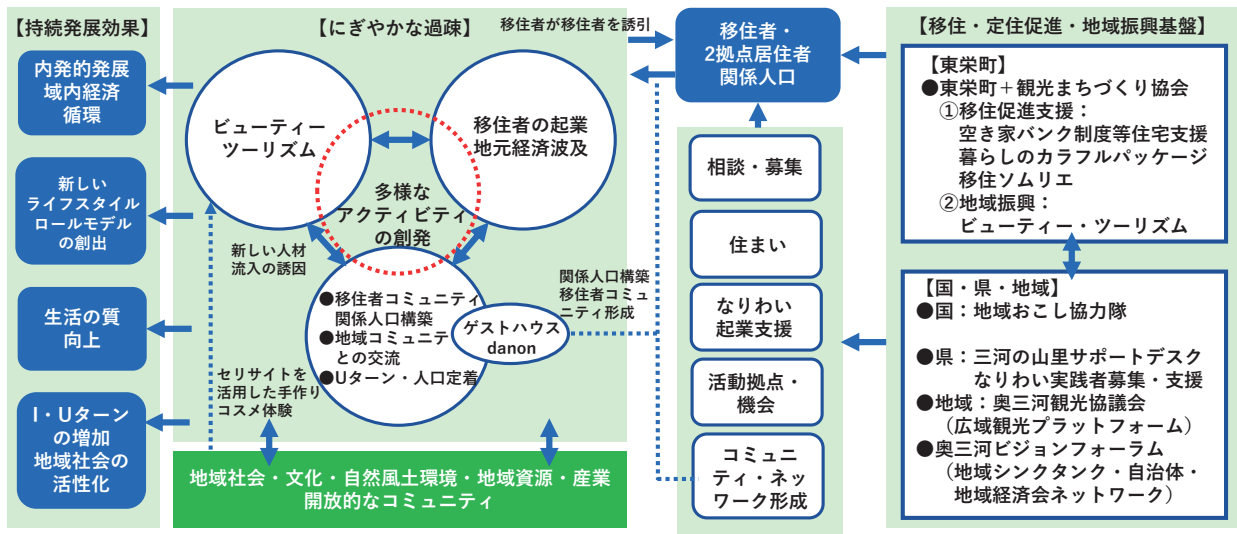


図3-7) 東栄町における「にぎやかな過疎」「ビューティー・ツーリズム」と持続的発展

## (3) ツーリズムを通じた開かれた内発的発展とビューティフルライフ

開かれた内発的発展とは、地域の人材・資源・ネットワークを用いた発展アプローチに加えて、外部から地域の担い手を誘致・定着させることや、都市や外部の関係人口との交流により地域を活性化することを指す。東栄町のビューティー・ツーリズムでは、地元の観光・宿泊・飲食業だけでなく、地域おこし協力隊OB/OGや外部からの企業家が地域の資源を創造的に活かして魅力的なブランドを立ちあげている例も少なくない（Ⅲ－2参照）。自然豊かな美しい環境のなかで、地域に根差して自己実現を図るクリエイター（アート&クラフト、農業・農林産品加工品ブランド、レストラン・ホテルサービスなど幅広い意味での）のライフスタイルに焦点を当てて、地域をブランディングすることは、新たな担い手誘致や地元

の若者の地域定着を促すだけでなく、そうした担い手が生み出す商品・サービスのストーリーづくりにも有益である。

#### (4) 「にぎやかな過疎」を支える地域の包摂性：多様な働き方とワークライフバランス

「にぎやかな過疎」は、価値観の多様化のもとで農山村に自己実現を求める移住者によってもたらされる。ツーリズムはその移住者の生業を生みだし、支える機能を有する。「にぎやかな過疎」を支えるツーリズムを構想する際には、多様な働き方とワークライフバランスをどのように生み出し、それが地域の包摂性の向上にどう結び付けられるかを考えることが大切である。東栄町におけるビューティー・ツーリズムの担い手は、任期付き雇用、兼業、多業を経て生業を立て、起業している。そうした機会を生み出す制度的工夫、場づくり、支援をデザインすることが求められる。東栄町では、兼業を認める地域づくり協力隊制度、のきやま学校（起業空間、指定管理者業務委託）、観光まちづくり協会での雇用・業務発注などを通じて、担い手の定着・生業・起業を支えている。また、地域の包摂性を高めるためには、自営的な起業環境だけでなく、ツーリズムのコンセプトに合った働き甲斐のある雇用を生み出す企業や地域との産業・資源連関を有する企業を誘致すること、自営的な起業家を中小企業に育てることも併せて求められる。

#### 【参考・引用文献】

- 小田切徳美（2014）：「農山村は消滅しない」岩波新書1519
- 小田切徳美（2019）：「「にぎやかな過疎」をつくる－農山漁村の地方創生」全国町村会  
<https://www.zck.or.jp/site/column-article/16740.html>（2021.4.5アクセス）
- 宮口侗迪（1988）：「地域を活かす」大明堂



## IV 奥三河地域における広域観光戦略：okumikawAwakeの取り組みを中心に

本章では、奥三河観光協議会が新城市・東栄町・設楽町・豊根村とともに推進している広域観光振興策「okumikawAwake（メザメ奥三河 - 心の美と健康が目覚める新しい旅の目的地）」に焦点を当て、観光地域づくり法人（DMO）を中心としたテーマ性を有した広域観光振興とその戦略化のあり方について検討する。

1節ではokumikawAwakeの成り立ちと展開を概観するとともに、その成果と課題について論じる。2節では、2020年に実施された東三河レストランバスの成果と経験から、広域ツーリズムを振興するプラットフォームとしてのレストランバスの可能性と課題について検討する。また、ツーリズムを安定的かつ幅広い地域経済振興に結び付けるためには、特産品の開発と流通が求められる。3節では、奥三河における特産品の販売状況の実態を明らかにするとともに、特産品の広域流通手段としての「地域商社」に着目し、新城市の「公共商社」設立の動向について概観する。4節では、これまでの議論を踏まえて広域観光振興策okumikawAwakeの経験やツーリズム振興戦略を総括し、その政策的含意について論じる。

## 1. 「okumikawAwake／メザメ奥三河」の成り立ち - ビューティー・ツーリズムの広域展開

### (1) 「okumikawAwake／メザメ奥三河」の立ち上げ経緯

「okumikawAwake／メザメ奥三河」は、一般社団法人奥三河観光協議会（会長・新城市長）が行っているプロモーション事業である。奥三河観光協議会は、奥三河の4市町村（新城市・設楽町・東栄町・豊根村）と公共交通機関や商工会などにより構成され、2014年に法人化された組織である。「道の駅もっくる新城」の敷地内にある新城市が管理する観光案内施設に事務所をおいている。企画運営の中心となっているのは、奥三河観光協議会、奥三河4市町村の観光振興担当課及び観光協会、県新城設楽振興事務所の各職員からなるワーキング・グループ（WG）である。

2018年3月に、愛知県内初のDMO（デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーション）の認定を受けており、地域の稼ぐ力を育てる具体的な事業の柱の1つとして、美と健康に着目したツーリズム「okumikawAwake／メザメ奥三河」を立ち上げている。



図4-1) 奥三河観光案内所

(奥三河観光協議会 提供)

立ち上げのきっかけは、民間出身である初代愛知県観光局長が、東栄町にてnaori事業を体験したことから、ビューティー・ツーリズムを奥三河としてもっとプロモーションすべきであると奥三河観光協議会に進言したことによる。

ビューティー・ツーリズムは、東栄町が発案し展開している事業であり、商標登録もしているため、奥三河観光協議会は東栄町役場と協議の上、名称使用の了承を得た。

立ち上げ時には、コンセプトメイクやプログラム作成に関して愛知県新城設楽山村振興事務所の助言を得ており、同事務所は、その後も理事会等への出席を通じて、同事業への助言を行っている。また、東栄町ビューティー・ツーリズムの柱であるnaoriのブランディングを手掛けている「kondo-maher design」（京都府京都市）の近藤茂雄氏にブランディングを依頼し、ブランドイメージの統一を図っている。

「okumikawAwake／メザメ奥三河」のコンセプトは、「愛知・奥三河。心の美と健康が目覚める、新

しい旅の目的地」である。ブランド名である「okumikawAwake／メザメ奥三河」は、「okumikawa（奥三河）」と「awake（目が覚める）」の2つの言葉を組み合わせている。ブランディングを担当する近藤氏が、自身が京都から奥三河を訪問するたびに感じるすがすがしい気分を、「目覚め」という言葉で表現している。



愛知・奥三河。心の美と健康が目覚める、  
新しい旅の目的地。

The destination to awaken your inner beauty  
and well-being, Okumikawa, Aichi, Japan

図4-2) okumikawAwakeのロゴ

出典) okumikawAwake ホームページ

## (2) 「okumikawAwake／メザメ奥三河」の成果

「okumikawAwake／メザメ奥三河」では、「美」の概念を幅広く定義し、事業領域をコスメ分野だけでなく食品や宿泊、体験サービス等、「心の美と健康」に関するものを包括する地域ブランド連合体として展開している。

2018年の立ち上げ当初には5事業所が参画している。このうち、JA愛知東女性部の中の助け合い組織である「つくしんぼうの会」（新城市）では、既存商品のサイズやパッケージデザインを一新することで、新たな販路の開拓を行っている。ターゲットをミレニアル世代（※Goldman Sachs：1980年から2000年に生まれた世代）と位置づけ、旅先で自分のために買うお土産として新たにプロデュースした。同商品により、「マリオットアソシアホテル名古屋」（名古屋市）との取引が始まっている。

2019年には、東京都新宿区の創作料理店「馳走こんどう」の料理長に、「okumikawAwake／メザメ奥三河」の商品を使った家庭料理のレシピ開発を依頼している。同商品の日常的な利用促進を図るためである。また、「アス飯」で知られる料理研究家の山瀬理恵子氏からは、「okumikawAwake／メザメ奥三河」の商品に用いられている食材の効果について助言を得ている。同ブランドで取り扱っている「ジビエ（鹿肉）」と「ブルーベリージャム」の組み合わせによる疲労回復の効能などが取り上げられている。奥三河地域で、スポーツ・ツーリズムを振興していることから、「健康」と「スポーツ」をつなげた新たな販路開拓を検討している。

2020年2月～3月に運行された「東三河レストランバス」では、そのツアーコースとして奥三河を巡る2コースが造成され、「okumikawAwake／メザメ奥三河」の参画事業者への訪問、体験及び商品や食材の提供などが行われた。同ツアーコースへの参加者約150人の満足度は95%と、非常に高い結果を残している。

今後は、奥三河で実施されている体験プログラムと地域外の企業活動とのマッチングを企画検討している。展開事例として、スポーツ・ツーリズムを手掛ける「Da MONDE」（新城市）がアテンドするトレイルランニングをしながらの商談や、森林アスレチック施設である「フォレストアドベンチャー・新城」（新城市）での体験を通じたチームビルディングなどを想定している。同事業は、2019年より検討してい

たが、2020年に入ってから新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、「Bleisure（出張旅行＋観光旅行）」や「Workation（休暇も仕事も一緒に楽しみ）」に対する関心が高まっていることから、今後の需要拡大が見込まれる。また、奥三河地域にある宿泊施設も新たに連携メンバーとなったことから、着地型観光のさらなる広がりが期待される。



図4-3) okumikawAwakeの商品を使ったレシピ

出典) okumikawAwake ホームページ

### (3) 「okumikawAwake／メザメ奥三河」の課題

「okumikawAwake／メザメ奥三河」のブランディングは、主に愛知県からの地方創生交付金事業を受託して進められている。しかしながら、同交付金事業は令和3年度（2021年度）が最終年度となるため、受託事業以外の収益構造を構築する必要性が生じている。奥三河DMOのマーケティング責任者である奥三河観光協議会の安彦誠一事務局長は、「DMO事業をさらに増やしていきたいが、現状は正職員が2名しかいないため体制的に厳しい」と課題を提示している。現在、同協議会は、奥三河の観光案内業務も担っているが、そこから得られる情報が「okumikawAwake／メザメ奥三河」の事業展開においても非常に重要であるため、観光案内業務とDMO事業を明確に区分けして進めることは難しい。

また、現在は連携メンバーから販売手数料や仲介料を徴収していない。立ち上げのため、参画事業者を増やし品ぞろえを充実させることと事業者との信頼関係を構築することを優先しているためである。受託事業終了後には、独自の収益構造をもつ必要があるが、奥三河には小規模事業者が多く、参画事業者への負担を求めたり他の事業者からの出資を求めたりすることが難しい。

「okumikawAwake／メザメ奥三河」の商品と体験プログラムと宿泊をつなげることで、滞在時間を延ばし地域内での消費額を増やす取り組みを始めているが、同商品を各体験プログラムの施設にて販売するまでにはいたっていない。体験プログラム運営事業者が誘致した顧客の奥三河地内の他の施設への誘引も十分図れておらず、それらの要因には双方の人員不足があげられる。

「okumikawAwake／メザメ奥三河」には新たな事業展開の可能性と必要性があり、地域からも多くの期待が寄せられているが、それら一つひとつを実現していくためには、協議会運営に対する公的資金による継続的支援とともに、地域の他の事業団体等との連携を深め、実行体制の強化を図ることが求められている。



#### (4) 奥三河におけるビューティー・ツーリズムの整理

東栄町にて立ち上がったビューティー・ツーリズムに着目し、奥三河全域にて「美と健康」をテーマにしたツーリズムを展開しているのが、奥三河観光協議会による「okumikawaAwake／メザメ奥三河」である。当初は、商標権を有する東栄町の下承のもと、奥三河ビューティー・ツーリズムという名称を使用していたが、同じ地域内に2つのビューティー・ツーリズムが存在することによる混乱を防ぎ、それぞれの取り組みの独自性を担保するために、現在は「美と健康に着目したツーリズム」の名称に変更している。

実態としては、東栄町はビューティー・ツーリズムを最初に提唱した自治体であり、それを中核に運営するのに対し、新城市・設楽町・豊根村はそれぞれのツーリズム振興策を「美と健康」に結び付けて、相乗効果を高めようとしている。新城市ではサイクリング・トレイルなどを含むスポーツ・ツーリズムを振興している。それは、「okumikawaAwake／メザメ奥三河」の「美と健康に着目したツーリズム」にも沿うものであり、「okumikawaAwake／メザメ奥三河」のコンテンツとして位置付けられている。また、設楽町では、文化・歴史・自然に触れるツーリズム「したらんトレイル」のもとで、山遊びとnaoriの手作りコスメ体験を連動させた、美と健康に着目したツーリズムイベントを展開し始めた。東栄町のビューティー・ツーリズムは社会的な活性化を重視する傾向にあるが、「okumikawaAwake／メザメ奥三河」はツーリズム振興を通じた地域経済の活性化に重きを置いている。奥三河観光協議会はビューティー・ツーリズムのテーマに即した美と健康、食品、体験（トレイルランニング、フォレストアドベンチャー）に焦点を当てつつ、地域のなかで前向きに事業を展開しようとしている事業者を支援している。

## 2. 広域ツーリズム振興のプラットフォームとしての東三河レストランバス

### (1) はじめに

#### ①食・観光・人をつなげる「走るレストラン」

レストランバスは、2階建てのオープントップバスで、上階は25名が着席できるゆったりした対面テーブル席をしつらえ、1階は調理用のキッチンが備わっている。シェフがキッチンで調理した料理を楽しみながら移動する「走るレストラン」である。

乗客は観光名所を巡りながら、新鮮な食材による料理を楽しむ。2階建てならではの眺望から変化する風景を楽しむことができ、天気の良い日は屋根を開放したオープンバスとなる。このレストランバスはWILLER株式会社が開発した。2016年に新潟県内で運行を始めて以来、北海道、東京、京都、島根、熊本、沖縄など日本各地で運行されている。



図4-4) 東三河レストランバス パンフレット

出典) 東三河レストランバス実行委員会資料

### ②東三河地域での運行

#### a. 経緯

東三河レストランバスの第1回目の運行は、2019年2月～3月に渥美半島で実施された（以下、「東三河レストランバス2019」）。これは東海地方初の運行で、大変好評を得た。続けて2020年2月～3月に第2回目の運行が実施された。初回の渥美半島コースに、本稿で取り上げる奥三河方面や蒲郡・豊川方面を新たに加え、東三河8市町村を巡る全6コースが企画された（以下、「東三河レストランバス2020」）。

東三河レストランバスの導入は東三河地域の経済界で企画された。2016年9月に東三河広域経済連合会が豊岡市を視察した際に、レストランバスを所有しているWILLER社と連携することになった。その後、東三河地域研究センターとWILLER社が協議を重ね構想が立案された。その構想をもとに東三



河レストランバス実行委員会が立ち上がり、各事業者が参画、事業計画が構築された。実行委員会の事務局は東三河地域研究センターが担っている。

## b. 東三河レストランバスのコンセプトとビジョン

コンセプトは、東三河地域でしか体験出来ない『“ここにしかない”美しい時間を求めてー』である。間近に生産地を感じ、生産者しか知らない、その瞬間の旨みを体感できる旅をプロデュースする。それを体現するのが、東三河の美しい風景、生産者たちとの出会い、完熟採れたての食材、素材の良さを知り尽くして料理するシェフであり、それらを一つの物語に仕立てて感動を届けるのがレストランバスである。

このコンセプトを基にしたビジョンは次の通りである。

### ○地域ブランディングの推進

この地域を訪れるための目的づくり（魅力的なコンテンツ）と感動体験（エモーション）を発掘・創造し、自らの地域の魅力や強みをブランド化することで価値を共有する。

### ○国内外へ地域の魅力を、東三河の強みである「一次産業」を軸に発信する

個人客や外国人観光客をターゲットにした観光に特化した交通を提供し、インターネットやSNSを活用して世界中へ地域の情報を拡散し、「行ってみたい」と思わせる魅力を発信する。

### ○「一次産業（花・食）」、「観光産業」の販路・売上拡大

東三河レストランバスに関わる生産者（農家・花き・畜産等）、観光事業者等の販路の開拓、売上拡大につなげる。

### ○地域の人材育成とチームワークの醸成

農家、シェフ、観光従業者の方々を地域のキーマンとして育成し、ブランディング開発・担い手のキーパーソンのネットワークを形成し、魅力づくりを循環させる。

これらのビジョンからは、レストランバスをツールとして東三河の交流人口増加、生産品の販路・売上拡大、産業活性化、人材育成といった地域の新しい付加価値の創造を目指すものであるということがわかる。

そこで、本稿では、2020年に実施された「東三河レストランバス2020」の事業を概観し、奥三河コースの運行実績と地域への効果、それらから見てきた奥三河地域の可能性や期待について考察していく。

## (2) 東三河レストランバスの事業内容

### ①コースの企画・造成

「東三河レストランバス2020」は東三河8市町村を運行地域として計6コースが造成された。運行期間は2020年2月1日（土）～3月29日（日）のうち木曜日～日曜日の全34日間（1日1本運行）である。

コースは、2019年に運行した渥美半島を巡る2コース（三河湾コース、太平洋コース）が18日間、豊川市と蒲郡市を巡る2コース（稲荷・海産物コース、神社・海産物コース）が8日間、奥三河4市町村を巡る2コース（東栄・豊根コース、新城・設楽コース）が8日間である。料金は全コース1万7500円（税込み）である。

いずれのコースも豊橋駅前のホテルが発着である。運行時間はコースによって出発・到着時間に違いはあるものの、午前10時～11時に出発し、18時～20時に帰着する。

このうち、奥三河4市町村を巡る2コース「奥三河～東栄・豊根コース～（参加者：85名）」、「奥三河～新城・設楽コース～（参加者：65名）」のルートや立ち寄り先は以下の通りである。

図表4-5) 東三河レストランバス ルート「奥三河～東栄・豊根コース～」

「奥三河～東栄・豊根コース～」	
運行日	3月26日～29日
参加者	85名
テーマ	レストランバスの常識を超えた神秘の旅。生まれ清まりを根本思想とする「花祭」発祥の地・東栄町、愛知県最深部の豊根村。希少でありながらも究極の「美」の在り方を存分に堪能していただきます。
行程	10:00 ホテルアークリッシュ豊橋発 → 花祭会館 → naori 体験 → チョウザメの生産地 → グリーンポート宮島 → 20:00 ホテルアークリッシュ豊橋着
立ち寄り先	見どころ
【ホテルアークリッシュ豊橋発】	愛知県の最深部を目指し出発。街の喧騒から離れ、奥三河の緑豊かな森林に囲まれながら、地域の伝統、文化、食材などをご紹介します。魅惑の旅が始まります。
【花祭会館】	到着すると、東栄町を拠点として活動するプロ和太鼓集団「志多ら」が、当地伝統のお祭り「花祭」の要素を取り入れた「志多らの舞」でお出迎え。バスに戻ると、目でも愉しめるオードブルをお召し上がりいただきます。
【naori 体験】	とうえい温泉へ移動し、東栄町産ハチミツと炭酸ガスで、お肌がしっとり潤うバスボム（入浴剤）作り体験を行います。バスに戻ると、現地の生産者から受け取った「原木シイタケ」から出汁をとった、絶品スープをお愉しみ頂きます。
【道の駅豊根グリーンポート宮島】	現地の方々による「とちもち」の餅つきを行い、ご試食頂きます。またこちらでは、奥三河の物産品をお買い求め頂けます。
【チョウザメの生産地】	村の人口を超えた、ロイヤルフィッシュこと「チョウザメ」。完全養殖に成功したチョウザメを、豊根町のPRポスターさながらの迫力で受け取り、ご試食頂きます。
【柿平】	最高のロケーションで沈みゆく夕日を眺めながら、特別な演出で生産者のこだわりを感じるメインディッシュをお愉しみ頂きます。
【豊橋到着】	東三河の魅力を感じながら、人・食・土地と触れ合えるレストランバス。旅の余韻に浸りながら、幸せな時間を感じて下さい。

5  
course  
奥三河  
東栄・豊根コース

**料理・ドリンク** 奥三河 まるごとフルコース 定員 23名  
**ワインペアリング**

**料金** ¥17,500(税込)

**行程** 10:00 ホテルアークリッシュ豊橋→花祭会館→naori体験  
→豊根グリーンポート宮島→チョウザメの生産地  
→20:00 ホテルアークリッシュ着

**出発日** 3/26(木)、3/27(金)、3/28(土)、3/29(日)  
最小催行人員15名

生まれ清まりを根本思想とする「花祭」発祥の東栄町、愛知県最深部の豊根村。レストランバスの常識を超えた神秘の旅。希少でありながらも究極の「美」の在り方を存分に堪能していただきます。



**東三河レストランバス**  
**奥三河コースの紹介パンフレット**  
出典) 東三河レストランバス実行委員会資料

図表4-6) 東三河レストランバス ルート「奥三河 ～新城・設楽コース～」

「奥三河 ～新城・設楽コース～」	
運行日	2020年3月19日～22日
参加者	65名
テーマ	豊川、矢作川の水源である段戸山。圧倒的に上質な水がこの地の財産です。奥三河の歴史と文化とともに、その「美」の理由を追求しながら、夕映えの山村を眺め旅を締めくくります。
行程	10:00 ホテルアークリッシュ豊橋発 → 医王寺 or 長篠城跡 → kamomilla → 関谷酒造 → 田峯観音 → 奥三河蒸留所 → 長篠設楽原PA → 19:30 ホテルアークリッシュ豊橋着
立ち寄り先	見どころ
【ホテルアークリッシュ豊橋発】	愛知県の最深部を目指し出発。街の喧騒から離れ、奥三河の緑豊かな森林に囲まれながら、地域の伝統、文化、食材などをご紹介します。魅惑の旅が始まります。
【医王寺 or 長篠城跡】	地域の伝統と文化を大切に守りながら、豊かな自然とともに過ごす奥三河。これから始まる「旅」に期待を膨らませながらバスは進みます。
【kamomilla】	古民家の一角をリノベーション。イタリアでモザイクアート作家として活躍するご夫妻（奥様はイタリア出身）が、設楽町清崎の古民家を気に入りイタリアから移住して始めたモザイクアートのお店です。
【関谷酒造】	高品質の酒造りと日本酒文化の発信に努める奥三河の酒蔵。「蓬莱泉」生原酒の量り売り。蔵元ならではの生酒をお好きなびんにその場で詰めてもらえます。
【田峯観音】	三河三観音のひとつ。境内の梵鐘は、文明13年に作られた古い物です。江戸時代にあったとされる、村人の願いにより真夏に雪を降らせたというご霊験は有名。名物の“べらべら餅”は知る人ぞ知る名物です。設楽町の田峯の茶畑を前に「山の搾油所」が製造するスキンケアオイルの体験も。
【奥三河蒸留所】	2019年にOPENしたカフェとショップを併設した体験型蒸留施設。ヒノキやスギ等、奥三河産の森林資源の蒸留を行い、最高級のエッセンシャルオイル、蒸留水、エキスを作っています。
【長篠設楽原PA】	奥三河の自然に囲まれた町が見渡せる絶景ポイントでは、この地域が凝縮されたメインディッシュをお届けします。
【豊橋到着】	東三河の魅力を感じながら、人・食・土地と触れ合えるレストランバス。旅の余韻に浸りながら、幸せな時間を感じて下さい。

## 6 course 奥三河 新城・設楽コース

定員 23名

**料理・ドリンク** 奥三河 まるごとフルコース ワインペアリング

**料金** ¥17,500 (税込)

**行程** 10:00 ホテルアークリッシュ豊橋発 → 医王寺 or 長篠城跡 → kamomilla → 関谷酒造 → 田峯観音 → 奥三河蒸留所 → 長篠設楽原PA → 19:30 ホテルアークリッシュ豊橋着

**出発日** 3/19(木)、3/20(金)、3/21(土)、3/22(日)  
最小催行人員15名

豊川、矢作川の水源地である段戸山。圧倒的に上質な水がこの地の財産です。奥三河の歴史と文化とともに、その「美」の理由を追求しながら、夕映えの山村を眺め旅を締めくくります。



東三河レストランバス 奥三河コースの紹介パンフレット  
出典) 東三河レストランバス実行委員会資料



## ②料理メニューの開発

料理メニューは全てホテルアークリッシュ豊橋が企画・調理・提供を行った。奥三河コースのメニューは、「東栄町産の鶏肉」を使ったコンソメスープ、設楽町産のブランド魚品種の一つである「絹姫サーモン」のミキユイ、豊根村で養殖に成功した「ロイヤルフィッシュ（チョウザメ）」のポワソン、奥三河で捕れた「鹿のジビエ料理」、奥三河の「段戸山で育った肉牛」と「原木しいたけ」に地元酒蔵の「蓬莱泉」をあわせたソース添え、デザートには「豊根村のブルーベリームース」や製茶店の「和紅茶」など、バスが訪問する先々で生産されている地元産の農水産物にこだわったフレンチコースが提供された。

料理メニュー一覧とそれぞれの料理メニューの特徴を紹介する。

図表 4-7) 奥三河 2 コースの料理メニューの掲載

メニュー	解説
アミューズ：東栄チキンのコンソメスープ/トマトと菜の花のキッシュ/刺身コンニャク/野菜スティック & チップス	奥三河東栄町の美味しい空気ときれいな水で育った東栄チキンから抽出したコンソメスープに、刺身コンニャクを添えて。
オードブル：設楽町 絹姫サーモンのミキユイ/柚子ドレッシングとスモーククリーム	奥三河の清流で育った絹姫サーモンをミキユイで。柚子ドレッシングとスモーククリームをアクセントに。
ポワソン：豊根村 ロイヤルフィッシュのロールキャベツ/ つくしんぼうの会さんの柚子胡椒と白ワインのソース	豊根村の天然水の源流で育ったチョウザメ「ロイヤルフィッシュ」を惜しげもなく使用した一品。白ワインソースから香る柚子胡椒の風味が食欲をかき立てる。
パスタ：金トビ志賀さんのうどん/新城産シカのボロネーズソース	奥三河の雄大な自然で育った新城のシカは、脂肪が少なく旨味が詰まった肉質。低カロリーでヘルシーな鹿肉を、臭みを感じることなく食べられる。
メインディッシュ：段戸高原 たけうち牧場の段戸牛のロティ 菜の花と原木しいたけ/蓬莱泉“可”のソース 新城産自然薯とろろご飯とともに	奥三河の段戸山で育った段戸牛。肉厚な原木しいたけと、関谷酒造の蓬莱泉をあわせたソースが華を添える。新城で採れた自然薯は香り、ねばりが良く食べ応えがある。
デザート：ART 特製 豊根村 ブルーベリーのムース 新城産 和紅茶のアイスクリーム	豊根村で採れたブルーベリーのムースに、新城の鈴木製茶の和紅茶のアイスクリームの華やかな香りがマッチ。
ミニアルディーズ：鈴木製茶さんの和紅茶とお菓子	新城の鈴木製茶が作る和紅茶で、密度のある華やかな香り。新城産ほうじ茶クッキーとプロモンテファームさんのイチゴのガトーショコラ。



図4-8) 東三河レストランバスの提供料理 (イメージ)

出典) 東三河レストランバス実行委員会資料



### (3) 東三河レストランバス（奥三河コース）の特徴と乗客の評価

#### ①コース、料理の特徴

奥三河コースの内容と提供された料理から東三河レストランバスの特徴を考察する。奥三河コースは、「生まれ清まりー美しくなるレストランバス」をテーマに掲げ、「和太鼓集団・志多ら」の演奏、700年以上の伝統神事が続く「花祭」の鑑賞、絹雲母を原料とするコスメ体験「naori」、天然水源流で育てられているチョウザメ「ロイヤルフィッシュ」の見学、奥三河産の杉やヒノキ等の森林資源から抽出したエッセンシャルオイルの製造現場「奥三河蒸留所」見学など、希少でありながらも奥三河の自然、伝統文化、食材、地場産業を組み合わせ、このレストランバスでしか体験できない「美」を追求する旅の仕立てとなっている。

料理メニューは、地元にとっては当たり前の存在であった食材・おかずが、フレンチシェフの手が加わりレストランバスのしつらえによって、フレンチコース料理にかわっていく。

エピソードを一つ紹介すると、設楽町の田峯地区の住民が新城設楽コースのお客様を喜ばせるために現場で採ってきた「野蒜」という山菜を現地で紹介したところ、レストランバスのシェフの目にとまり、田峯から野蒜を仕入れて、次の東栄豊根コースのメイン料理の「たけうち牧場の段戸牛のロティ」に添えて出すなど、現場での即興のおもてなしや新しい食材の発掘がお客様に喜ばれた。

生産者自身も、こんな食べ方があるのか、こんな見せ方があるのか、こんな味付けになるのか、と驚き、食事を楽しむ乗客の反応をみるだけでも、生産者はさらに自分が育てている農水産物に自信と誇りが芽生えてくる。レストランバスは、奥三河の食の可能性を発掘し、新鮮で旬の食材とシェフが持つ調理技術の掛け合わせで新しいメニューを生み出すことで、奥三河の食材の付加価値化を実現している。

東三河レストランバス2020終了後も、ホテルアークリッシュ豊橋では、奥三河の食材をレストランメニューとして取り扱っている。奥三河の食材の東三河への新たな販路開拓が生まれている。さらに、2020年度に奥三河観光協議会が愛知県と実施している奥三河アウェイク「メザメ奥三河」の事業では、ホテルアークリッシュ豊橋のシェフが設楽町のジビエや新城市産の梅を使ったポン酢などを使用したアスリート向けのレシピ開発を進めている。奥三河地域にはトレイルランナーやサイクリストなどスポーツ・ツーリズムを楽しむ来訪者が増加している。こうしたアスリートに向けたレシピ開発のコラボレーションへと発展している。

#### ②乗客の評価

東三河レストランバス実行委員会が実施した乗客アンケートによると、東栄・豊根コース、新城・設楽コースの総合評価の満足度（「満足」と「ほぼ満足」以下、同）は両コースともに95%以上であり、大変高い評価を得ている。また、食事、現地との交流や見学、体験、スタッフサービスなどいずれの項目についても満足度が高い。

「レストランバスに乗ること」「食事」というレストランバスそのものを楽しみとするだけでなく、奥三河地域の訪問先の人とのふれあいや、景色に満足する声が多いことが読み取れる。今回の旅行代金は1万7500円（税込み）と一般的な日帰り観光バス旅行の代金との比較では割高とを感じるが、価格に合った価値、魅力、おもてなしが評価されていると言える。

レストランバスへの今後の乗車希望は「ツアー内容によってはまた乗ってみたい」との回答が東栄・豊根コースでは88%、新城・設楽コースでは98%と、リピートの可能性は高く、次回もレストランバス運行に対して高い期待が寄せられている。

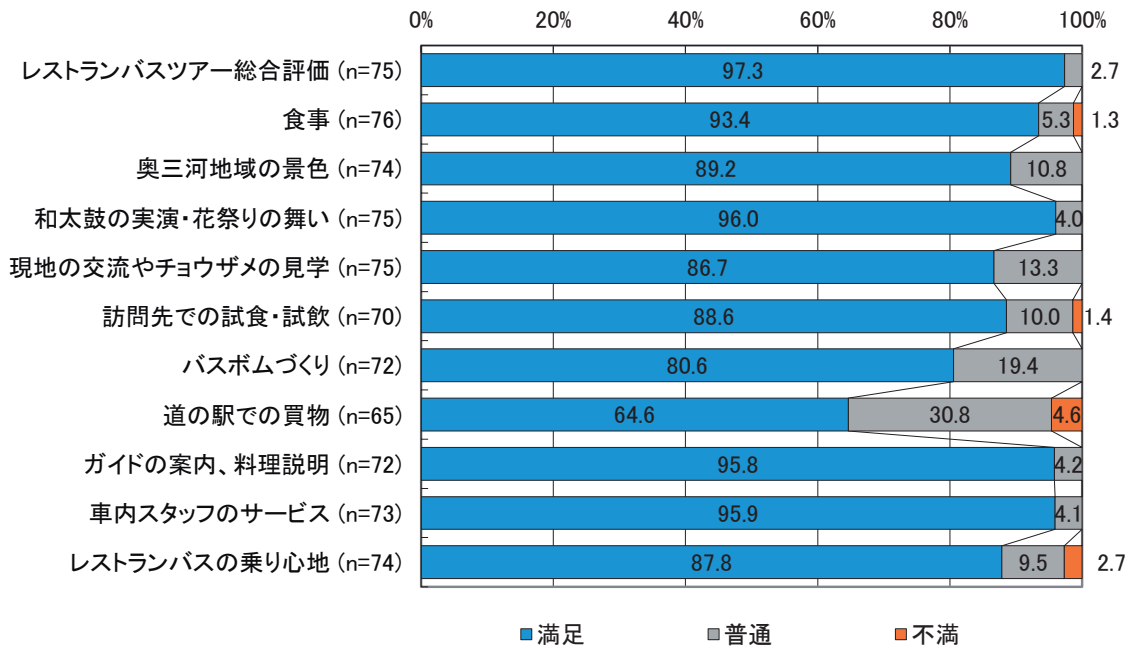


図4-9) 東栄・豊根コースの乗客評価

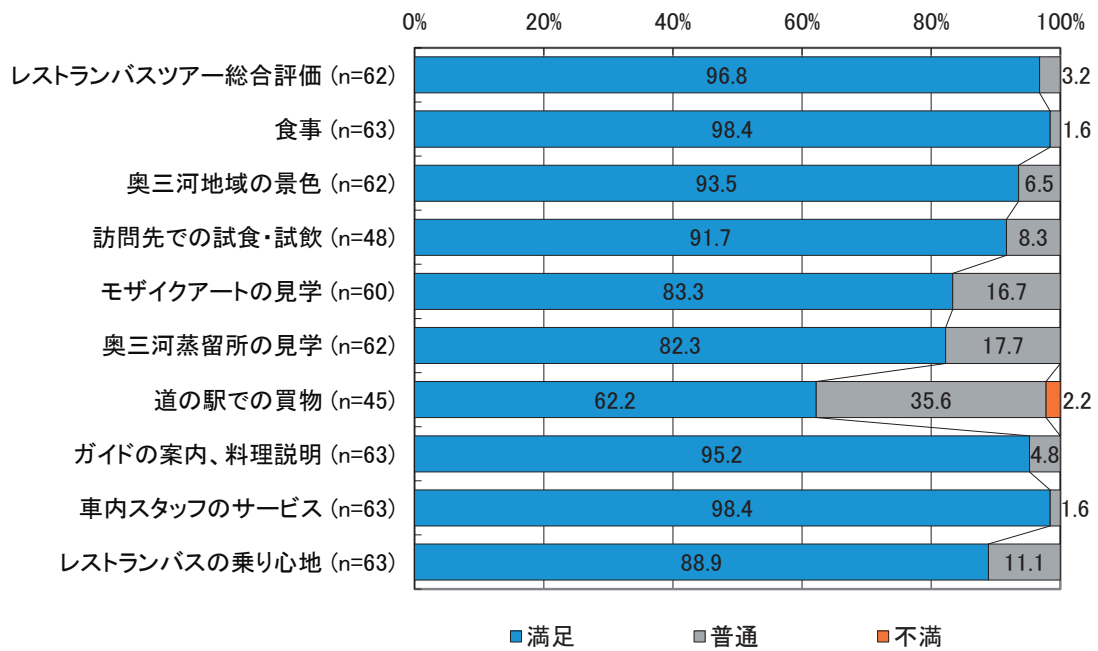


図4-10) 新城・設楽コースの乗客評価

出典)「東三河レストランバス乗客アンケート調査の結果」東三河レストランバス実行委員会資料

#### (4) 東三河レストランバスと奥三河地域の連携の可能性

##### ①奥三河コースを成功に導いた事業推進体制

東三河レストランバスは、ツアー造成・運行に関わる観光事業者、民間企業、経済団体、観光団体、公益団体、行政で構成する「東三河レストランバス実行委員会」（2018年12月設立。以下、委員会）によって進められている。

委員会の委員長は、東三河広域観光協議会の会長が就任し、委員会は1回目の「東三河レストランバス2019」では、東三河の広域団体や観光事業者のほか、田原市（渥美半島）に関連する団体の参画でスタートした。そして、東三河全域に展開した2回目の「東三河レストランバス2020」では、奥三河地域、蒲郡・豊川を含む東三河全域の観光団体が構成員となり地域を越えたネットワーク組織として発展した。実務面では、ツアー造成・運行を円滑に推進するため、実行委員会の下部組織に7つのプロジェクトチームが組織されている。

中でも、レストランバスの売りである料理の作り手は、「生産者の想いが詰まった食材の美味しさを存分に味わってほしい」をコンセプトに、豊橋のホテル・レストランの総料理長が担った。地産地消にこだわり、生産者と向き合うここだけの料理を提供した。奥三河コースの料理メニューについても、徹底したプロの経験や知識をもとに一流の料理メニューが提供され、乗客から高い評価を得た。

さらにレストランバス車内での乗客へのサービス・料理提供は、ホテルやレストランでの経験が豊富で、ソムリエ資格やホテルサービスアワードも有するサービサーが複数人携わった。プロのホテルサービサーが乗車し、最上のホスピタリティで乗客に対応するサービスを徹底したことで、レストランそのものが移動するという「走るレストラン」というコンセプトを実現した。

乗客を案内するガイド（MC）は主に奥三河広域観光協議会が務めた。奥三河の風景に触れながら、地域の歴史、文化、農業や観光といった地場産業などの地域の特性について、観光の実務プロフェッショナルだからこそ語れる内容をリアリティある物語として乗客に伝えたことがツアー評価に繋がっている。

東三河レストランバスへの高い評価は直接運行に携わった組織や担当の役割だけではない。レストランバスの運行を円滑に行うことができた背景には、地元自治体の観光担当者や各観光協会の存在がある。ツアー内容の検討段階、運行中において、こうした地元機関の動きは欠かせない。地元生産者や訪問先との日程調整や体験メニューの実施内容、さらには運行先の駐車スペースの確保、乗客の動線、会場の設置・運営など、個々の現場の細かな調整には、地域に声が届けられること、地域に目が行き届くこと、地域に配慮ができることなど、地域との対話による理解や協力関係の構築が重要である。この委員会は、任意の官民連携団体であるが、地域と対話できる地元の観光団体とともに事業推進体制を構築したことがレストランバスを成功に導いたと言える。

##### ②コロナ禍でも販売好調であった奥三河コースの運行

一方で、2020年1月以降に拡大したコロナ感染症はレストランバスの運行にも影響を及ぼした。運行の後半の3月に入るとコロナ感染が全国的に広がり始めたタイミングと重なった。2月後半まで順調に進んできた集客・販売活動は、3月以降は団体貸切・個人客の申し込みキャンセルが相次いだ。その結果、東三河レストランバス2020の乗客数は計515名となった。この数字は、東三河レストランバス2019の実績874名をもとにして当初予測していた850名から約4割減となった。乗客数が僅かで運行取りやめとなった日もあれば、採算度外視の10名以下で運行する日もあった。

しかしながら、奥三河の運行日に限ってみると、2020年3月19日～22日の新城・設楽コース4日間の1日平均乗車数は16.2人、同じく3月26日～29日の東栄・豊根コース4日間の1日平均乗車数は21.2人

であった。これと比較して、3月5日～8日の豊川・蒲郡コース4日間と3月12日～15日の渥美半島コース4日間の計8日間の1日平均乗車数が10.1人であったことを考えると、コロナウイルス感染拡大によりツアー参加を見送った客はあるものの、奥三河コースが人気であったことが見てとれる。

実際のところ、2020年5月の緊急事態制限解除後の奥三河地域は、都市観光を避けて山や川など自然を求める来訪者が増加している。こうしたことを考えると、コロナ禍で人々が3密を避ける動機に合致する訪問先として、奥三河地域はウィズ／アフターコロナ時代のニーズや需要を満たす有力な選択地域となってくると思われる。レストランバスにおいては、奥三河地域を舞台とした次の運行を楽しみに待たれている声がある。次回の運行に際しては、感染防止の対策を取ったうえで、安心・安全なレストランバスツアーを実施することは当然ながら、受入の地元地域に対しても観光公害への対応も含めて、ウィズ／アフターコロナ時代に合わせたレストランバスの望ましい運行形態を検討していくことが求められる。

### ③ レストランバスのビジネスモデルのあり方の検討

奥三河地域を訪問先としたレストランバスツアーは、多くの参加者があり、満足度の高さから好評を得ていると言える。しかし、この事業のビジネスモデルの視点からみると、レストランバス運行は旅行業としての民間企業の受益者負担が原則にありつつも、協賛企業からのスポンサー収入、地元企業・組織の人的・物的支援等が求められる事業である。そのため、採算性を確保するためには安定的な集客による旅行代金の確保とともにスポンサー等の支援も得ることが必要である。そのためには奥三河地域の民間企業からの支援に留まらず東三河全体での官民の支援が期待される。

一方で、レストランバス運行の地域効果には、新たな交流人口の増加、運行に関係する企業・組織への収益（金額の多い少ないは問わず）もあった。レストランバスが奥三河地域を走ることで、新聞、テレビ等の報道により地域の情報が発信され、農水産物生産者や生産現場、歴史・伝統文化・地場産業の担い手、移住者による新規ビジネスの認知拡大といった、奥三河のポテンシャルや新しい動きを発信する機会にもつながっている。このように、レストランバスの運行は、奥三河の暮らし、生活、産業をリアルに掘り起こして見える化し、人々の誇りや自信といった感情の醸成とともに、奥三河と東三河の人・もの・サービスを結ぶ新しいビジネスづくりに貢献した事業であったと言える。

東三河レストランバス事業は、民間企業による収益性を目指したビジネスとしての展開も重要であるが、民間企業の収益性だけに頼らない事業モデルも探ることが求められる。「レストランバスが走ることによって、地域へも直接的・間接的に波及効果が期待できる」という目には見えにくい地域への効果に対して理解を広げていくことが求められる。

### ④ 共同販促プラットフォームの構築

奥三河地域の活性化には、地域を訪れる交流人口のマーケットを広げていかなければならない。そのためには、奥三河の各地域の連携により魅力ある資源を繋ぎ、これまでにない切り口や着想をもとに地元密着で魅力を発信するプログラムをうっていく必要がある。

今回のレストランバス事業は、実務面では観光バス事業者による運行、観光事業者による販売・集客管理、ホテル・レストランによるメニュー開発・調理、観光協会による地元コーディネートといった、それぞれの実務部隊が担い手となった。旅行プログラム造成に加えて、全国の旅行エージェントやテレビ局等のマスコミとの連携、スポンサーや応援者の獲得など、これらのプログラム全体を進捗管理しコーディネートして仕切る実行委員会とともに協働するプラットフォームの構築が必要である。

現地で受入先となる事業者との連携や事業者相互のネットワークを構築するには、リーダーシップを発揮するけん引役とマグネット機能が必要である。地域のキーパーソンや組織をつなげ、官民のパートナーシップが構築できる組織として、奥三河を俯瞰して全体を采配できる奥三河観光協議会が地域連携DMOとして役割を発揮することが期待される。

ウィズ／アフターコロナ時代において、奥三河の農業や地場産業に付加価値をもたらす仕掛けやツーリズムのスタイルをどう作るか、奥三河産品の新しい販売先やマーケット創造にどのようにつなげるのか、これらをともに進める担い手をどのように育成していくのか。このような新しい課題に対して、奥三河観光協議会は、次の時代の奥三河ツーリズム戦略を描いていくことが期待される。



### 3. ツーリズムと特産品の広域流通の両輪振興としての公共商社

#### (1) はじめに

##### ①地域商社について

国は、「民の力を活かした地方創生推進の手引」（令和元年12月 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 内閣府地方創生推進事務局）において、地域商社を「特に、農産品、工芸品など地域に眠る魅力ある産品やサービスを発掘し、生産者に代わって販路・市場の開拓を行い、交渉力をもって流通と調整することにより、価値に見合った価格での販売を行い、市場から従来以上の収益を生産者にもたらず担い手」として挙げている。

背景には、「日本の各地域には、まだ十分知られていない農産品等の魅力あふれる地域資源が数多く眠っている。その地域にしかない唯一無二の優れた地域資源を磨き上げ、消費者への訴求力を高めることで、海外市場を含めた販路開拓を進め、地域に付加価値をもたらすことが重要である」との見解があり、「行政のみではノウハウ・リソース等が不足」しているため、官民協働で進める必要性を説いている。

##### ②奥三河地域商社

一般社団法人奥三河ビジョンフォーラムは、2019年1月に開催した新春懇談会において、奥三河地域商社の必要性を提言している。東栄町から始まったビューティー・ツーリズムや新城市を中心に活発化しているスポーツ・ツーリズムが、市町村の境を超えた広がりつつなかりを生みだそうとしていることから、奥三河地域全体でのブランディングを図ることで、さらなる集客効果を生み出すことが重要であるとしている。また、奥三河地域にて、移住者等による起業や、地域外事業者による地域資源を活用した新規事業が増えていることから、新規事業者の販路開拓支援や専門的人材とのマッチング支援を行うことで商品・サービスの付加価値を高め、地域に経済的効果をもたらす必要性を掲げている。

#### (2) 新城市の公共商社の取り組み

##### ①きっかけ

「新城公共商社」は、2017年10月に行われた新城市長選挙において、穂積亮次氏（前新城市長）の第4期マニフェストにて初めて掲げられた。人口減少、少子高齢化、社会保障不安、大災害リスク、地方消滅の可能性など、待ち構える厳しい局面に対して、新城市民が一丸となって「支え合う力」と「稼ぐ出す力」とを組み合わせ、まちの未来を創造するための推進役となる新たな4つの機構の1つとして、「新城公共商社」の創設が提唱されている。

【新城・希望都市 第4期マニフェスト】（新城市ホームページより引用したものを加工して作成）  
「共につくろう！まち・ひと・しごと」～「チームしんしろ」でまちづくりの躍進を！

4. 「新城公共商社」を創設し、新城産品の新たな販路と市場を開拓。

商品力を高め、まちの稼ぐ力を徹底強化します。

市内で産出、製造、供給されるありとあらゆる物品、サービス、観光資源はもちろん、未利用資源や遊休地にいたるまでをリストアップ、データベース化して、官民共同出資による「地域総合商社」を設立。全国、全世界に販路を開拓します。

## ②設立に向けた動き

新城市では第4期マニフェストに基づき、2020年5月に有識者及び市民、事業者による新城公共商社準備会を設立し、2021年3月に新城公共商社基本計画を策定した。

新城公共商社の目的を、「新城のいいモノを次世代へ継承する」とし、コロナ禍による新しい生活様式への対応も踏まえ、市内の消費を維持するとともに市外への販売を拡大し、市内事業者の存続及び事業の承継を図ることを目指している。計画期間は2030年まで。

2021年度から、市内で産出、製造、供給される物品等のデータベースの作成を開始し、新城産品の関連情報を一元化することで、販路拡大や商品開発、事業承継等を検討する際の基礎資料として活用する。また、産業界、市、大学、金融機関からなる「新城公共商社設立審議会」を設置し、年度中に新城公共商社を設立することを目指している。審議会構成員が所属する愛知大学と愛知銀行は、新城市と「包括連携協力に関する協定」を締結しており、新城公共商社の立ち上げに向けた調査研究事業を実施することとなっている。

## (3) 新城公共商社への期待

### ①商品開発

新城市は、高速道路網の整備により都市部からのアクセスが良好となり、身近な自然環境を求めて来訪者が増加している。また、近年、奥三河地域では移住者による新しいツーリズム（ビューティー・ツーリズム、スポーツ・ツーリズムなど）の動きが活発化しており、これらのツーリズムと連携した商品の開発が求められている。

しかし、奥三河地域には地域の特色を活かした商品の品揃えが少なく、また、都市住民に対する訴求力が弱い。その要因として、奥三河地域の生産者は小規模事業者が多く、自ら市場調査や商品開発をする人的な余力がないことが挙げられる。商品自体は、小規模事業者が手間暇を惜しまずに生産しているため品質は高く、一度手にした消費者からの評価も高い。そこで、事業者に代わって市場調査等を行い、より付加価値の高い商品を開発し、少量生産でも対応できるような商品開発の支援をしていくことが必要であると考えられる。

奥三河地域では、奥三河観光協議会が企画運営する「愛知県の星空の聖地奥三河PR事業」と連携した商品開発の事例がある。このように、複数の事業者が連携して進めることは、地域全体にとっても望ましい形である。

### 【事例紹介】「星☆干ブレンドティー」

「愛知県の星空の聖地奥三河PR事業」とは、それまで閑散期であった冬季の誘客を図るために、2018年に愛知県が立ち上げた奥三河DMO事業の1つで、現在奥三河観光協議会が引き継ぎ、専門WEBページ「奥三河星空観察案内サイト」を運営する他、地域内外の星空案内人と協力し、星空観察会などのイベントや星空ガイドの養成講座などを実施している。

奥三河地域は、街の明かりや排気ガスが届きにくい高原地域であり、海から遠く空気中の水蒸気も少なく、クリアな星空が見られることから「愛知県の星空の聖地」として人気を博している。

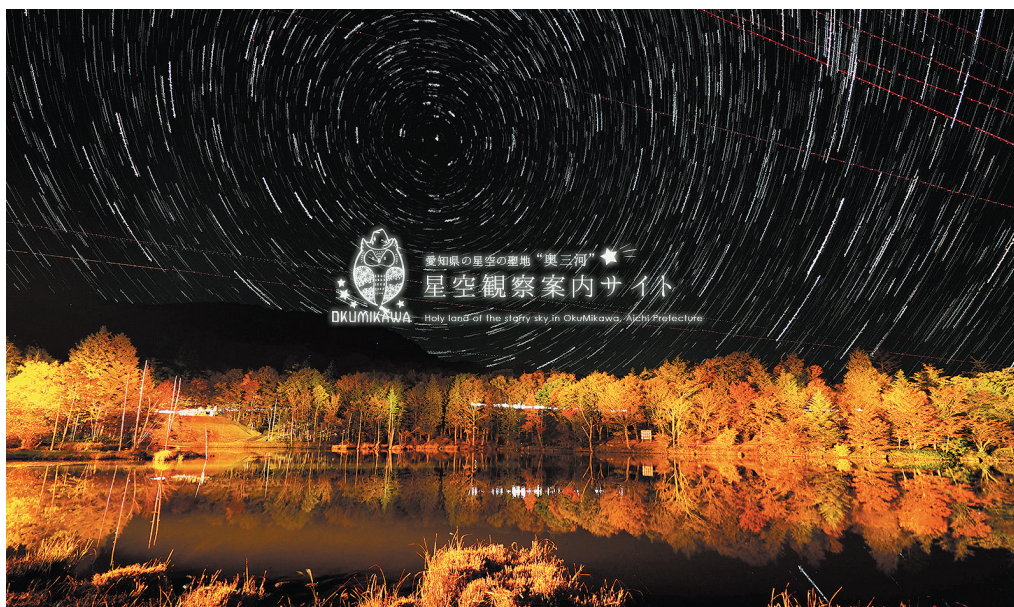


図 4-11) 星空観察案内サイト

出典) 奥三河観光協議会 ホームページ

「奥三河の星☆干」とは、星空と地域産品である乾物を紹介するために開発されたブランドである。地域内で開催される星空観察会への来場者や、地域住民から、「地域を代表する手土産が欲しい」との声があり、奥三河観光協議会の事務局員である鈴木真由子氏が、新商品の開発を手掛けることとなった。地域産品を調査した結果、地域に生産者が多いことが判明した乾物に着目し、夜空の「星」と乾物の「干し」を掛け合わせた商品を開発することを発案。「奥三河の星☆干」のブランド名とロゴ、ラベルを作成。原則、原材料は奥三河の農産物をドライ乾燥したものを使用することをブランドの認定基準と定め、認定商品には共通ラベルを使用している。

その中の、「星☆干ブレンドティー」は、奥三河観光協議会と新城市にある学童農園山びこの丘とが共同開発した、奥三河産のドライフルーツと鳳来和紅茶とオーガニックハーブをブレンドしたフレーバーティーである。地域内の乾物取り扱い事業者と連携し、若年層にも選んでいただけるお洒落な二次加工商品の開発を山びこの丘の大石奈保氏が提案。鈴木氏が生産者との交渉役を務め、大石氏が、生産者から提供された素材を組み合わせ、ブレンドティーを開発した。パッケージについても奥三河星空案内人の星の豆知識を取り入れる等、星のお土産として工夫が施されている。現在山びこの丘のフロントの他、各種イベント等で販売している。今後、同ブランドのラインナップが増えていくことが期待されている。



図 4-12) 星☆干ブレンドティー

出典) 奥三河観光協議会 ホームページ



## ②販路開拓

新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年6月に、奥三河観光協議会が「奥三河お取り寄せエール」を企画した。観光客数の減少により観光関連業者を支援するため、奥三河の観光物産を取り扱うネットショップやECサイト、郵送対応店の情報をまとめて紹介するページを作成している。現在、27店が掲載されているが、ECサイトがなく電話やFAXでの注文のみ受け付けている事業者もある。インターネットや電子決済に対する知識やノウハウの不足が要因である。

コロナ禍により、新たにオンライン販売を始めた事業者もあるが、経験やノウハウの不足から課題もみつかっている。例えば、食料品を梱包する箱が使いまわしのものであったとか、送り主の記載がないまま商品が届き、受取人が不審に思ったなどのクレームが寄せられている。また、オンライン販売はサイトへの誘導方法や掲載商品の魅せ方など新たなスキルとセンスが必要であり、在庫管理や発送管理など新たな管理業務も発生することから、対応に苦慮している事業者も多い。

新城公共商社準備会では、当初、自社でECサイトを構築できない小規模事業者のために、代わって公共のECサイトを立ち上げる話が進んだが、地域の事業者の実状から、いったん保留となっている。生産量が限られていたり、安定供給が困難など、ECサイトへ登録可能な事業者の数が多く見込めないことからの判断である。また、生産量も多く、安定供給できる事業者は、いずれも自社ECサイトをすでに備えており、公共ECサイトで支援する意義が見出しにくい。

2020年3月に運行された「東三河レストランバス」の奥三河コースにて、ホテルアークリッシュ豊橋の今里料理長により、奥三河の食材を用いたコース料理が提供された。これを機として、今里氏は奥三河観光協議会に対し、「okumikawAwake／メザメ奥三河」の認定商品を用いたレシピ『身体の内側から、美しくなるための特撰レシピ』を提供している。また、認定商品以外にも着目し、「okumikawAwake／メザメ奥三河」の連携事業者である「つくしんぼうの会」が生産する柚子胡椒を、ホテルアークリッシュ豊橋のレストランメニューにて使用するなどの連携が生まれている。

「アス飯」で知られる料理研究家の山瀬理恵子氏は、2019年に奥三河地域にて、アスリートのための栄養管理を取り入れた料理メニューについて講演している。奥三河地域にてスポーツ・ツーリズムが活性化していることから、奥三河観光協議会が企画した。この講演会を機に、山瀬氏は「okumikawAwake／メザメ



図4-13) 奥三河お取り寄せエール

出典) 奥三河観光協議会 ホームページ

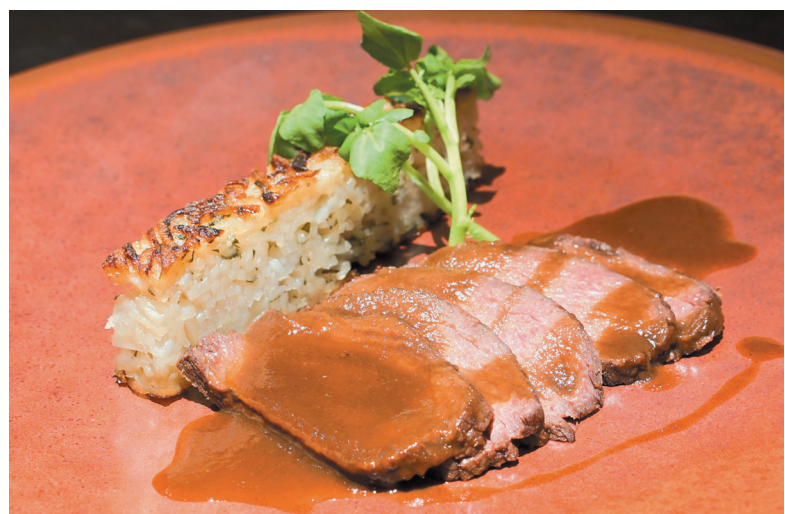


図4-14) 身体の内側から、美しくなるための特撰レシピ

出典) okumikawAwakeホームページ

奥三河」の連携事業者である「奥三河高原ジビエの森」から、コンディショニング食材として鹿肉と猪肉を購入するなどの連携が生まれている。

小規模事業者の多い奥三河地域では、事業者自身が単独で市場を開拓するよりも、地域内で活性化しているツーリズムと連携しながら、新たな販路を開拓していくことが効果的である。また、情報発信力の高い地域外の事業者と連携することで、自身の商品や生産物への訴求力を高めていくことが必要である。

#### （４）新城公共商社の展望

愛知県は、東三河振興ビジョン主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）にて、「地域活性化に向けた戦略的展開～「食」、「健康」、「ローカル鉄道」の新展開～」を掲げている。心身の健康づくりメニューの作成や健康志向に合わせた商品開発が計画されており、心の美と健康をブランド展開する「okumikaw Awake／メザメ奥三河」の担う役割が大きくなることが期待される。

2021年5月16日開催の「Da MONDE TRAIL 2021 in Spring」には、ホテルアークリッシュ豊橋が初出店する予定であった。残念ながら、新型コロナウイルスの感染拡大により中止となってしまったが、出店の意図は、同ホテルの今里料理長が「okumikaw Awake／メザメ奥三河」の商品を使ったレシピをアスリート向けに考案したことから、「Da MONDE TRAIL」に参加するアスリートの声を聴き、今後のレシピ開発に活かすことになった。

また、2021年11月に豊橋駅前大通にオープンする複合施設「emCAMPUS（エムキャンパス）」の1階には、東三河フードバレー構想に基づき、厳選された地元食材の販売を行うマーケットや独立を志す料理人等が腕をふるうフードホールなどが入る。「okumikaw Awake／メザメ奥三河」を始めとする奥三河地域の製品の新たな販路の1つとなることが期待される。

このように、社会的ニーズの高まりから、ビューティー・ツーリズムやスポーツ・ツーリズムの新たな展開の機会が広がっており、期待も高い。しかし、その展開の中核を担う奥三河観光協議会は、現在パートも含め4名体制のため、新たな活動に着手することや事業の専任者を配置することが困難な状況にある。2021年度中に設立が計画される新城公共商社が、奥三河観光協議会と連携することで推進体制を強化し、奥三河地域の各種ツーリズムとブラッシュアップした地域産品とを連動させることで、地域の付加価値がより高まっていくことを期待する。



#### 4. 総括：テーマ性を有した広域観光振興とその戦略化

##### (1) テーマに基づく広域観光振興：「okumikawAwake：メザメ奥三河」

東栄町のビューティー・ツーリズムと並行・連動して、奥三河観光協議会による「okumikawAwake：メザメ奥三河」の取り組みが始まっている（IV-1参照）。okumikawAwakeのアプローチには、①コンセプト「メザメ奥三河：心の美と健康が目覚める新しい旅の目的地」にもとづく地域ブランド連合体、②視覚化・言語化・体験化による地域ブランディング、③専門家や参画事業者との協働による商品・サービス開発、④共通コンセプトのもとでの地域の創造的で意欲的なブランド群の共同販促など、ツーリズムによる地域振興方策として学ぶべき点が多い。okumikawAwake事務局は参加事業者の開拓を進めている。現在、okumikawAwakeのコンセプトとの親和性が高い起業家を含む14事業者がこのプロジェクトに参加している。コンセプトの視覚化・言語化による情報発信を行うとともに、参加事業者を取り込んだモデルコースが作成されている。また、奥三河レストランバスや豊橋鉄道と連携して企画されたグループ旅行商品「奥三河再発見ツアー」では、okumikawAwake参加事業者のコンテンツ（訪問・体験・食事）をパッケージ化して提供し、高い評価を得ている。体験化による地域ブランディングや共同販促の試みが徐々に展開され始めた。事業参加者のなかにもBtoBからBtoCへの事業展開や新規商品開発を始めるなど、新しい動きが生まれている。ただし、参加事業者の商品・サービス開発支援や共同販促体制の整備はまだ十分にできていない。協議会では愛知県振興機構豊橋よろず相談員（バイヤー紹介・6次産業化の専門家）と連携し、事業者へのヒアリング調査や助言を行っている。今後は、BtoCの商品開発を行う事業者とバイヤーとのマッチングなどをスタートさせたいとする。

okumikawAwakeの取り組みは開始間もないことからその評価は時期尚早である。一方で構造的な課題も見えてきた。第一に、東栄町のビューティー・ツーリズムとokumikawAwake双方の発展的関係をどのように確立させるかである。okumikawAwakeの発想は、もともと東栄町のビューティー・ツーリズムに触発されて生み出されたものであり、両者のコンセプトには類似性も多い。一方、「ビューティー・ツーリズム」は東栄町により登録された商標であり、このことが奥三河観光協議会が「ビューティー・ツーリズム」を前面に出してokumikawAwakeを推進していくことを難しくしている（「ビューティー・ツーリズム」は、語感的に「美」に関する広範なコンセプトを内包でき、かつ訴求力をもつ名称である。）。旅行者は行政域を意識せずに魅力ある多彩な観光資源やプログラムを楽しもうとする。ビューティー・ツーリズムの核心としての東栄町と奥三河地域の多彩な美と健康のツーリズム振興のプラットフォームであるokumikawAwakeがwin-winの関係で持続的に発展していく枠組みの確立が求められている。第二は、okumikawAwakeの事務局を務める奥三河観光協議会の基盤が財政的にも組織的にも脆弱である点である。okumikawAwakeは県などの事業委託に依存しており、活動の持続性が担保されていない。ツーリズム商品の企画運営や参加事業者からの会費収入によって事業採算をとることは容易でない。長期的な取り組みが必要なツーリズム振興のためには、県・自治体による長期的な財政支援とその費用対効果のモニタリング・評価が求められている。

##### (2) 地域ツーリズムの戦略化

###### ① マネジメントされた地域ツーリズムと持続可能な発展

社会的活性化（移住者・関係人口の増大、地元の若者に対するロールモデルの生成、地域に対する誇りの醸成）、経済（ツーリズム・地域資源を生かした製品・サービス開発）、美しい自然環境、との好循環を生み出しつつ、生活の質を高めるアプローチが求められる。よく管理されたツーリズムは地域環境

の保全、地域経済への波及、地域に対する誇りの醸成との親和性が高く、多自然地域の持続的発展には欠かせない。

ツーリズムの受入に関して、それぞれの地域は社会環境的容量を有する。多自然地域の持続可能な発展を見据えた場合、地域の環境容量を踏まえつつ、ツーリズム需要を適切にマネジメントする必要がある。とりわけ、中山間地域は宿泊者数の受入容量も限られ、大型バスの通行が難しい地域も多い。訪問客の誘致数を目標とするより、サービスの質を上げることで消費単価を増やすという東栄町のツーリズム振興の方針は評価できる。

## ②ツーリズムのブランド構築を促す学びのプラットフォーム

内発的発展の鍵を握るのは、地域や担い手の学びへの姿勢であり、交流・連携する場の存在である。okumikawAwakeがその目的を達成するためには、ブランドを守るためのデザイン・品質のスタンダードをもち、担い手を育て、サービス・製品の品質向上、事業者間の連携によるツーリズム商品の開発が求められる。専門家との協働や参画事業者との共同開発のための連携プラットフォームをもつことが重要である。地域の首長、企業人が集まる奥三河ビジョンフォーラムや三河の山里サポートデスクもそうした場の一つである。既存の組織・活動と連携しながら、okumikawAwakeでも独自の学びと共創機能をもつ定常的なアリーナづくりが求められる。ツーリズムのブランド形成につながるエコ・システムの構築が課題となっている。

## ③SDGsへの貢献を模索する企業との連携

近年、企業のSDGsへの貢献意識が高まっている。農山村には食料確保・環境・文化などの多面的価値があり、都市を支える基盤ともなっている。すなわち、農山村を支えることはSDGsの多くを支援することにつながる。ツーリズムを軸とした農山村振興がどのようにSDGsと関連するかを企業にアピールし、どのような連携が可能かについて企業と対話していくことが求められよう。例えば、農山村のテレワークセンターの整備・誘致と社会貢献プログラムの企画を合わせて行うことも考えられる。また、okumikawAwakeでは、「出張も商談も奥三河で」をキャッチフレーズに、Bleisure（出張旅行＋観光旅行）、Sweatworking（運動をしながら商談）、Workation（休暇も仕事も一緒に楽しむ）など、新しいツーリズムを模索している。地域振興に役立つこうした取り組みをSDGs関連事業として位置付けてプロモーションすることも望まれる。

## ④ツーリズム高度化手段としての「東三河レストランバス」

東三河レストランバスは、①地域ブランディングの推進、②国内外への情報発信、③1次産業・観光産業の販路・売り上げ拡大、④地域の人材育成とチームワークの醸成という4つの目標を掲げて実施された（IV-2参照）。この事業の意義は、第一に、多彩な地域資源の付加価値化を図り、パッケージとして提供することで地域ツーリズムのブランド価値を高めたことにある。第二に、そのプロセスにおける関係者の協力ネットワークと相互の学びの機会を生み出したことである。持続的な効果としては、第二の意義が大きいように思える。レストランバス事業自体で採算をとることが難しいだけに、これをどのように継続するか、レストランバスの体験をどのように販売促進（通販・店舗販売・再訪問）につなげていくかが課題になっている。

#### ⑤ ツーリズムと特産品の広域流通の両輪振興

地域経済をより安定的なものにするためには、ツーリズムだけに依存するにはリスクが高い。ツーリズムの魅力要素の一つである特産品の広域流通が拡充される必要がある。okumikawAwakeでは、物語性のあるツーリズムを通じて特産品が知られ、魅力ある特産品を通じて地域への関心が高まる相乗効果を狙っている。特産品の広域流通には、その流通チャンネルが必要であり、地域の商社機能の拡充が求められる。新城市では地域公共商社を創設することが検討され、新城産品の販路・市場を開拓しようとしている（IV-3参照）。また、愛知県では、「三河の山里サポートデスク事業」の一環で、「あいちの山里Entre Store（アントレストア）」を名古屋市の星が丘テラスにて2か月間にわたり運営している。三河山間地域の素材で作った商品の販売やワークショップを通して、山里の魅力や暮らしぶりを発信した。こうした都市イベントの試みもツーリズム振興と商品の販路開拓に資するものとして評価される。

## V 受け継がれていく中山間地

執筆：田村 太一 委員

### 1. 受け継がれていく中山間地

#### (1) はじめに

いま、日本の多くの中山間地が抱える人口減少や高齢化の問題は、奥三河地域では1970年代にすでに顕在化していた。地域の活性化を阻害する要因として、産業構造と道路網の脆弱さが挙げられ、玄関口である新城市（現：新城市新城地区）の工業化と南北設楽郡（現：新城市鳳来地区、作手地区、設楽町、東栄町、豊根村）での林業の再興、および周辺都市とつながる高速道路網（新東名高速道路・三遠南信自動車道）の開通、幹線道路である国道151号線の整備に大きな期待が寄せられた。

その後、新城市では工業団地の開発が進み、奥三河地域には3つのIC（三遠南信自動車道鳳来峡IC、東栄IC・新東名高速道路新城IC）が整備された。林業では、公益財団法人豊川水源基金やNPO法人穂の国森づくりの会などが設立され、官民・上下流が一体となって水源地の保全活動を推進してきた。

しかしながら、奥三河地域では、依然、人口減少と高齢化が進展しており、それに伴い地域事業者の存続が大きな課題となっている。一方、Ⅲ章に示したように、東栄町では移住者による起業・定住の動きがゆるやかに広がりつつあり、それは奥三河地域の他の3市町村でも同様に広がっている。

このV章では、人口減少と高齢化が進む中山間地において、地域内外の事業者が受け継がれてきた地域資源を活用して新たな事業を起こし、地域を受け継いでいく取り組みについて検討する。

#### (2) 奥三河地域の事業者の現況

##### ① 地域事業者の減少

愛知県統計年鑑によれば、奥三河地域の事業所数は2009年から2018年の7年間で708社減少しており、特に卸売業小売業（151社減）、教育・学習支援業（97社減）、建設業（67社減）、製造業（49社減）、生活関連サービス（47社減）などの減少数が多い。地域別では、豊根村の減少率（36.9%）が高い。

新城市の工業化の進展と奥三河地域の道路網の整備により、地域の雇用環境は改善されてきたが、従業員数5人以下の事業所が70%以上を占める当地域では、地域事業者の承継が新たな課題となっている。

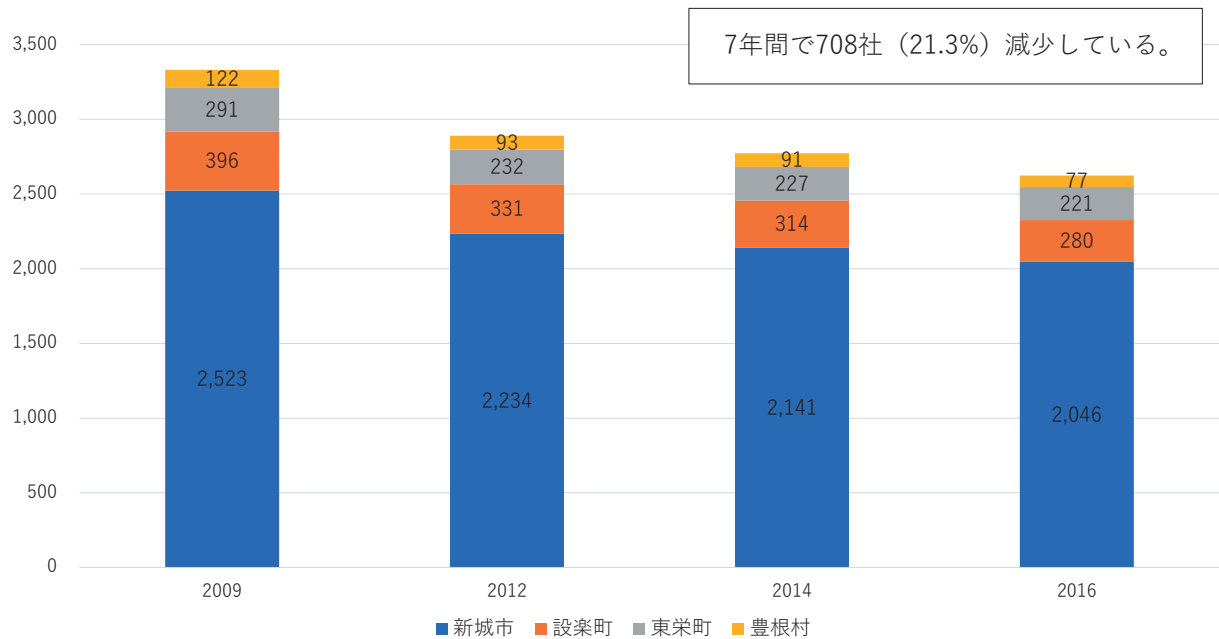


図 5 - 1) 奥三河地域の事業所数の推移

(愛知県統計年鑑 第 5 章統計表 5 - 5 表「市区町村・産業(大分類)別事業所数及び従業員数」を加工して作成)

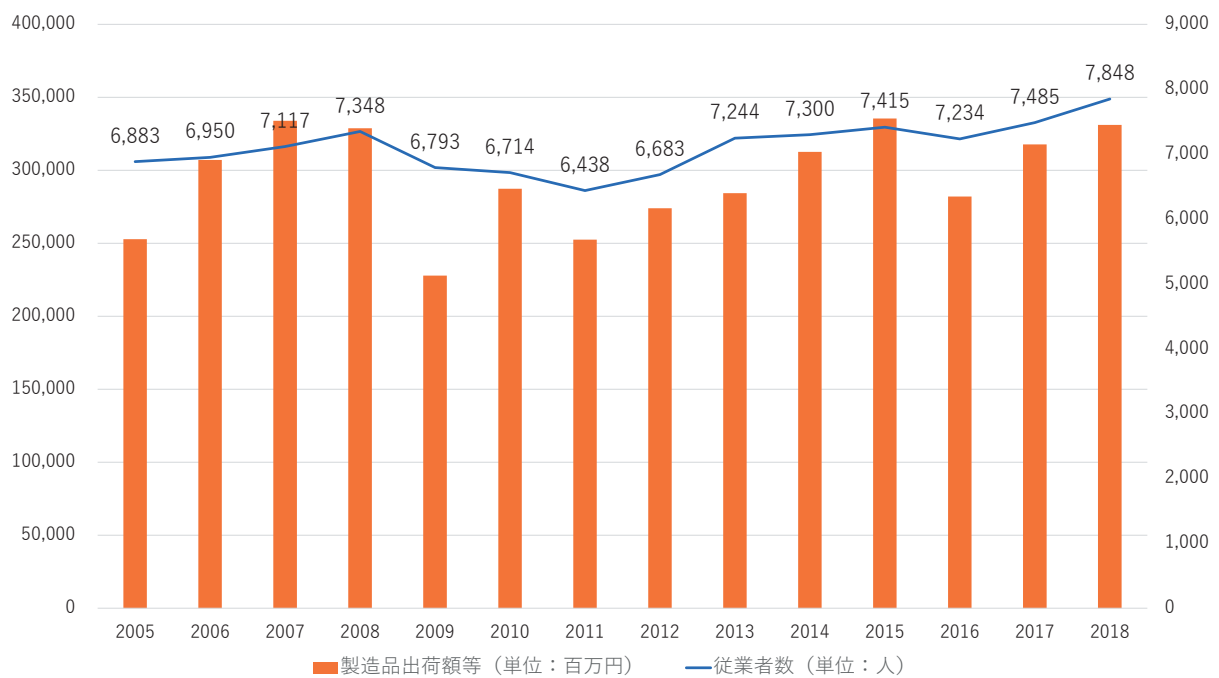


図 5 - 2) 新城市の工業統計の推移

(経済産業省 - 工業統計調査 (2005~2018) / 経済センサス-活動調査 (2011・2015) を加工して作成)

## ②事業承継の予定

新城市商工会は、2021年1月に「事業承継」に関する会員アンケート(回答数393件・回答率35.9%)を行っている。回答者の30.8%(121社)が「現在の事業を継続するつもりはない(自分の代での廃業を予定している)」と答えており、後継者がいない事業所は全体の43.8%(172社)となっている。

業種別では、小売業、飲食業の半数以上が後継者難であり、事業歴では、創業50年以上の事業所の37.



2%（51社）が、後継者がいないと回答している。

なお、後継者難と回答している事業所172社の内、半数以上（95社）が、代表者の年齢が65歳以上であり、奥三河地域の事業承継は喫緊の課題となっている。

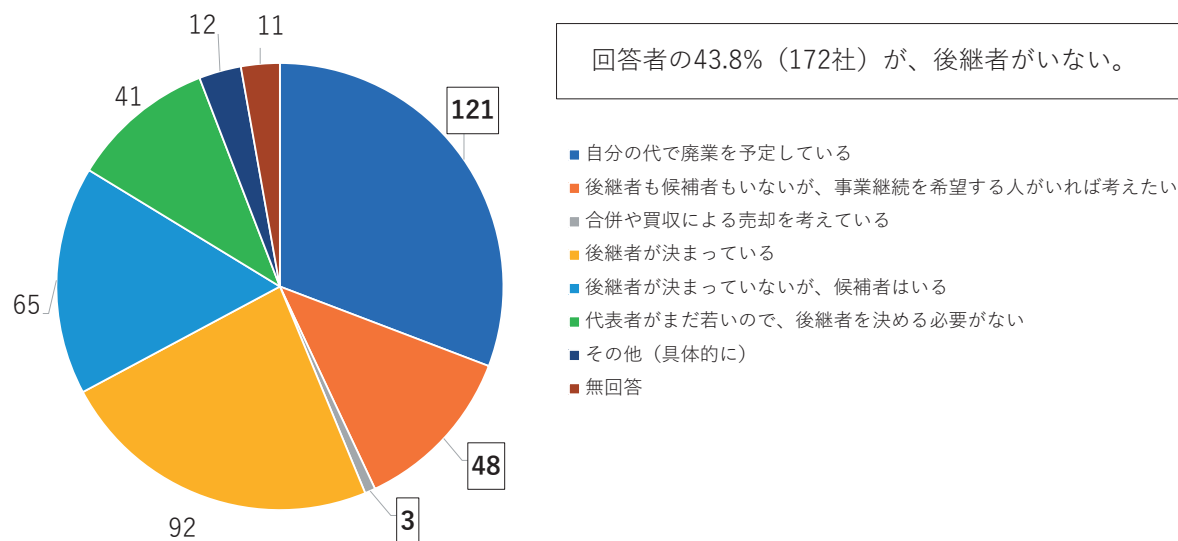


図5-3) 事業承継の予定

（会員アンケート（新城市商工会）を加工して作成）

### ③奥三河地域の第三者による事業承継

奥三河地域では、これまで親族間での事業承継の事例が多く、親族に後継者がいない場合は廃業するケースが多かった。しかし近年は、親族以外への事業承継の事例が増え始めており、件数は少ないがM&Aの事例もある。ただし、地域と縁がない、あるいは事業者同士が面識のないマッチングではなく、双方ともに相手のことをよく知る「顔の見えるM&A」であるのが特徴である。地域内の同業者同士のM&A（保険代理店、小売業など）や、同地域内の企業と取引先のM&A（製造業と小売店）などである。

今後、地域に必要とされる事業の存続を図る上で、地域事業者同士をつなぐ仲介役の存在が必要であり、各商工会や新城公共商社（IV-3参照）がその役割を担うことが期待される。

### （3）奥三河地域の起業・新規事業

次に、近年の奥三河地域での起業・新規事業の事例をみている。大きく3パターンに分けられ、1つ目は地域外からの移住者によるスモールビジネスの起業、2つ目は地域外の事業者による新規事業の展開、3つ目は地域内の事業者による起業及び新規事業である。

これらの事例に共通するのは、いずれもこれまで未利用であった地域資源に着目し、そこに、これまでとは異なる価値を見出すことでビジネス化していることである。

#### ①移住者による起業

移住者による起業は、2015年以降に増えている。その一因は「地域おこし協力隊」の受入にある。奥三河地域では、2009年度に豊根村、2013年度に東栄町、2014年度に新城市、設楽町が受入を始めた。2019年度までに、33名が隊員として赴任している。東栄町のビューティー・ツーリズムや新城市のスポー

ツ・ツーリズム、豊根村のチョウザメ養殖事業のように、各市町村で展開する施策の推進のために隊員を受け入れ、起業・定住を図る取り組みが成果をあげている。

また、愛知県では、2016年から「三河の山里サポートデスク」として、三河山間地域での移住・起業・就業などのサポート事業を行っている。特に起業を支援する、なりわい実践者事業では、2020年度までの5年間で計45名を受け入れており、その内、奥三河地域では22名が起業に挑戦している。

こうした移住者による起業事例は、宿泊業、小売業、サービス業、不動産業など多岐にわたる。上記の制度を活用した事業者としては、地域の森林を活用してオリエンテーリングイベントなどを手掛ける「コライフ」（設楽町）、放置された茶畑からスキンケアオイルを製造販売する「山の搾油所」（設楽町）、地元企業と連携してコスメ商品を開発する「Simple+」（東栄町）、古民家需要が増していることから、それまで町内には1件もなかった不動産業を新たに始めた「さいじょう不動産」（東栄町）などの事例がある。

図表 5-4) 地域おこし協力隊からの起業事例

事業者	所在地	事業内容
danon	東栄町	2012年に沖縄県から移住し、2015年から「暮らすように遊ぶ」をコンセプトに、築150年の古民家にて「体験型ゲストハウスdanon」を運営。シェアハウスやキッチンカーも展開。
naori	東栄町	2013年に和歌山県から移住し、2015年から地元企業とのコラボにより、鉱山探検+ファンデーションづくり体験ツアー「naori」を開催。ビューティー・ツーリズムの旗頭。
一社 Da MONDE	新城市	2014年に新城市にUターンし、2015年から仲間と楽しむフェスのようなトレイルレースを開催。2019年から、空き店舗を活用したスポーツを中心とした交流カフェも運営。
TAKAHOUSE	新城市	2014年に豊田市から移住し、2017年に「田舎暮らし体験ができる古民家宿泊施設」を開設。新城市の若者議会の創設メンバーとして、(一社)若者議会連盟を立ち上げた。
山の搾油所	設楽町	2015年に知多市から移住し、2018年から設楽町産の茶種子から搾ったスキンケアオイル「設楽茶油」を製造販売。耕作放棄地となっている地域の茶畑の新たな活用法となっている。
フォレストエネルギー新城	新城市	新城市と京都府の2箇所を拠点（主は新城市）としながら、2019年から新城市の湯谷温泉に導入された木質バイオマスボイラーへ燃料となる薪の提供を行っている。
ほしの雫	東栄町	岡崎市から移住し、ビューティー・ツーリズム事業に従事した後、2019年から自然素材を使った出張型の手作りコスメ教室『ほしの雫』を運営。現在は岡崎市に拠点を移している。
個人事業主	豊根村	2016年に名古屋市から移住し、2020年から廃業していた釣り堀を改修し、アマゴやアユ、チョウザメの養殖を開始。数年後に収穫できるキャビアの販売を目指している。
Simple+	東栄町	2017年に東京都から移住し、2020年に東栄町唯一の酒蔵・森山酒造の純米酒を使った化粧石鹸「蜂籠盃 純米酒石鹸」を製造販売。2021年に店舗兼ラボをオープン。
さいじょう不動産	東栄町	2019年に静岡県から移住し、それまで町内に1件もなかった不動産業を設立。東栄町出身の浜松の人気レストランオーナーと、東栄町内で「いろいろBAR燈」も経営。
コライフ	設楽町	2019年に千葉県から夫婦で移住し、オリエンテーリングイベントや森林体験事業を開催。「森林サービス産業」の推進地域である設楽町の中心核。

## ②地域外事業者による新規事業

地域外事業者による新規事業では、地域の88%の面積を占める森林資源を活用し、従来の木材生産ではなく、森林空間を使ったサービスの提供や樹木の成分を使った商品開発などの事例がある。広告やマーケティングを手掛けるエバイス（名古屋市）は、2018年から新城市の県営公園内の森林を使い、フランス発祥のアウトドアパーク「フォレストアドベンチャー・新城」（新城市）を運営している。コロナ禍により屋外施設への需要が高まる中、名古屋・尾張方面から多くの人を訪れる人気施設となっている。成分利用では、アロマやハーブなどコスメ事業を手掛けるランド（安城市）が、新城市内の遊休施設を利用して「奥三河蒸留所」を2019年に開設。地元の杉・檜を使ったエッセンシャルオイルを製造販売している。また、放置された柚子を地域内外の有志と収穫し、つくしんぼうの会（新城市）とともに商品開発したり、同地区で発見された日本古来の原種であるハッカ（能登瀬ハッカ）を住民とともに栽培して商品化するなど、積極的に地域資源を活用している。

地域外事業者が従業員ごと移住して新規事業を展開しているケースもある。鉄工所を営んでいる「モ

トムラ」(みよし市)は、2014年に創業者が東栄町に移住したのを機に、新規事業所を東栄町に開設。従業員家族6世帯も移住した。近隣に飲食店がないため従業員用に食堂を整備したところ、近所の方々も立ち寄るようになり「東宝苑」として一般に開放。隣接する、従業員の余暇のために整備したカラオケルームも、いまでは近隣の方々の憩いの場となっている。また、九州の実家から原木を仕入れ、しいたけ栽培に着手。観光農園(しいたけ狩り)と6次産業化(乾燥しいたけ製造販売)に取り組んでいる。2017年には、山から湧き出る清らかな水を使って、メダカやベタの繁殖・販売を手掛ける「ブリーダーズショップライフ」を設立(現在は一時休業中)。2020年には、肉の直売を行う「やまのお肉屋さん」を、2021年には、空き家の利活用促進のため古物商「なんでんや」を立ち上げるなど、精力的に地域で事業を展開している。今後も、キャンプ場の開設、獣害対策事業の共同経営などの新規事業が計画されている。

### ③地域内事業者による起業・新規事業

地域内での起業・新規事業は、地域課題の解決から始まった事例が多い。豊根村では、新たな産業創出を検討する中、豊かで清らかな水資源を利用したチョウザメ養殖のアイデアが出た。そこで、村内で運送業を営んでいた事業主が事業を始め、2019年に「(株)トヨネフィッシュファーマーズ」を設立。これまでに地域おこし協力隊員3名を受け入れ、内1名は任期終了後に独立し、村内で養殖業を行っている。村では、元小学校の寮の食堂を改修して加工場を整備し、チョウザメから採れるキャビアの製造販売の準備を進めている。

蔵元である「関谷醸造」(設楽町)は、担い手の高齢化により耕作困難になった圃場を借り受け、自社で使用する酒米の栽培を行っている(参照IV-2(1))。自動車関連部品の製造会社である「カワイ製作所」(新城市)は、地域の森林の利活用を促進するため「カクナカ」(新城市)を設立し、山林用苗木生産と山林売買を手掛けている。「奥三河つぐ高原ツーリズム推進協議会」(設楽町)は、地域の獣害対策とジビエ食材の提供による地域活性化を図るため、「奥三河高原ジビエの森」を設立している。

図表5-5) 新規事業の事例

事業者	所在地	事業内容
トヨネフィッシュファーマーズ	豊根村	2012年から清らかな水資源を生かしてチョウザメ養殖を開始。現在、10人の村民により約4000匹を養殖中。村内4店舗でチョウザメ料理を提供。まもなくキャビアを販売予定。
奥三河高原ジビエの森	設楽町	2015年に、ジビエを通して獣害対策と地域の食文化のPRをはかるために解体処理施設を開設。併設する直売所で猪肉・鹿肉のスライスやブロック肉、燻製やハム等も購入できる。
森と街をつなぐnoix	設楽町	2016年に設楽町「千年の森」加藤博俊氏との出会いをきっかけに、森の大切さを街の人に知ってもらうため起業。奥三河の優れた商材を発掘し販路を開拓する、森と街をつなぐディレクターとして活躍。
古民家ダイナー月虎猿	東栄町	2017年に、東栄町内の古民家を改装してダイナーをオープン。名古屋での飲食店経営も続けながら夫婦で二拠点居住する。奥さんの出身はアメリカ合衆国ミネソタ州。
Kamomilla (カモミラ)	設楽町	2017年に、京都生まれの夫とイタリア人の妻による雑貨とモザイクアートの店をオープン。「子供たちにちゃんとした教育を」と考え、イタリアから設楽町の古民家に移住。
フォレストアドベンチャー新城	新城市	2018年に、新城総合公園内にオープンした、フランス生まれの自然共生型アウトドアパーク。愛知県の民間活力導入施策の一つ。運営はエバイス(名古屋市)。
maru-kai	東栄町	2018年に、友人の移住をきっかけに東栄町へ移住。2019年にJR東栄駅前の空き家に手づくり雑貨とワークショップの店を開業。フリーランスの日英翻訳家としても活躍する。
奥三河蒸留所	新城市	2019年から市所有の空き施設にて、奥三河の杉・桧を用いて化粧品等の原料の生産を開始。奥三河4市町村と安城市により設立した森林蒸留組合が同社に原材料を販売。
満ちる屋	設楽町	2019年に、明治時代に建てられた古民家とキッチンカーを利用した飲食と雑貨店を開業。地元食材を使った安全安心な食事やドリンク、衣料品などを販売。
ゆたかわ	東栄町	2019年から東栄町の遊休農地を利用して有機野菜の栽培を始める。東三河内の標高差や気候の違いを活かして、田原市と東栄町の二拠点で生産を行っている。
いろりBAR燈	東栄町	浜松市内でピストロを営む東栄町出身のシェフと地域おこし協力隊員として不動産事業を担当する店長による古民家BAR。営業時間は25:00までと奥三河地内で最も遅い。

#### (4) 地域を受け継ぐためのサポート機能

中山間地には、地域で守り続けてきた様々な資源が数多く残っている。それを、新たな視点で活用する移住起業家や新規事業者が増え、地域の暮らしを支える一助となることで、中山間地が次世代へと受け継がれていくことが期待される。ここでは、そのために必要な官民のサポート機能について記す。

##### ①「情報」－事業者情報及び地域資源情報の集約

新たな事業を起こす際に必要なのが、地域情報である。そこで、地域情報が一元化され、ワンストップで情報が得られる仕組みを構築することが必要であるとする。

森林資源情報については、NPO法人穂の国森づくりの会（豊橋市）が、「森林情報センター」の設立を提唱している。森林に関するあらゆる情報を一元化することで、森林資源の保全と利活用を促進させ、上下流が一体となって流域循環型社会を構築する構想である。構想から20年経ったが、国のスマート林業の推進や森林経営管理制度による森林所有者への意向調査により、森林情報は整備されつつある。

しかし、これらの情報は、まだ一元的に管理されていない。資源情報は県、所有者情報は市町村がそれぞれ管理しており、各担当部局のみが情報を有している。先述のように、新規事業者によるビジネスモデルは、これまでの木材生産以外に広がり、教育、福祉、健康、レクリエーションなど様々な分野において森林資源活用の需要が高まっている。そのため、集積されたあらゆる森林情報を一元化し、よりオープンに幅広く活用できる仕組みが必要であるとする。

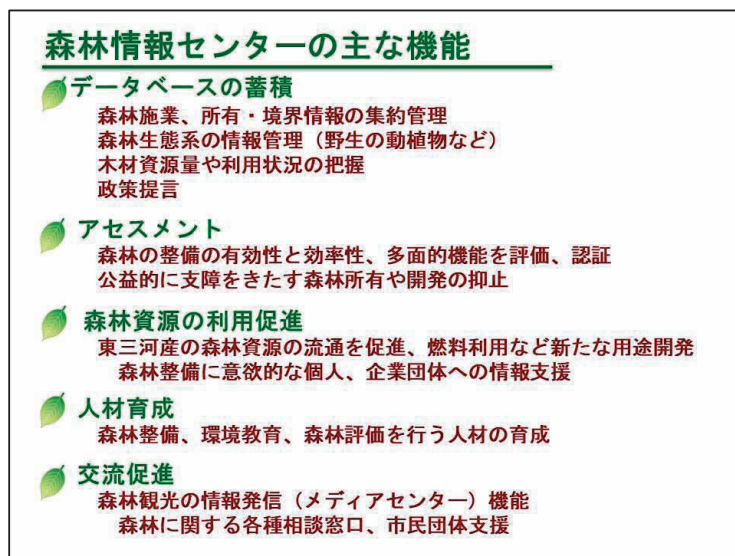


図5-6) 森林情報センター概要

出典) NPO穂の国森づくりの会

##### ②「拠点」－人と人、人と資源をつなぐ拠点

移住起業家や地域外の新規事業者が、その地域で事業を始めることや移住することを考えるには、そのきっかけを生む場の存在が必要である。また、地域の情報を得たり地域の関係者とのネットワークを築くことのできる場が必要である。

東栄町でその役割を担っているのが「体験型ゲストハウスdanon」である（Ⅲ-2参照）。同様に新城市では、「ダモンデ」（新城市）がその役割を担っている。2019年に、市庁舎近くの空き店舗にスポーツを中心とした交流カフェ「ヤングキャッスル」を開設。代表者が、地域おこし協力隊出身でありサイ



クリストでもあることから、自転車関係者をはじめ、スポーツ、観光、移住定住、まちづくりなど様々な分野の関係者が集まる拠点となっている。穴場の観光情報の受発信や、スポーツ関連事業の商談、行政関係者との意見交換など様々な使われ方がされている。



図5-7) ヤングキャッスル

(ダモンテ 提供)

#### (5) まとめ

ここまでみてきたように、いま、奥三河地域では様々な新しい動きが起きている。しかしながら、これら一つひとつの事業規模は小さく、地域が抱える人口減少や高齢化の問題に対する直接的な解決策となっているわけではない。だが、2014年に奥三河地域の4市町村のいずれもが消滅可能性都市と指摘され、地域住民の間に諦めの感情が広がりそうになったときに、地域おこし協力隊員をはじめとする移住者らによる一連の動きは、地域に再び希望の光を感じさせることとなったと推察する。

近年、自然災害への懸念による工場の沿岸部から内陸部への移転や、新型コロナウイルス感染症の発生による密ではない空間への人の流れなど、中山間地の価値が見直され始めている。SDGsやカーボンニュートラルへの関心の高まりも、森林資源をはじめ手つかずの地域資源を多く有する中山間地に着目するきっかけとなっている。今後、個人事業主によるスモールビジネスだけでなく、大手企業による新規事業進出の可能性もみえる。

現時点で奥三河地域は、地域力を示す各種指標が劇的に改善・向上しているわけではないが、以前のような諦めムードは払拭され、様々な可能性が感じられるようになってきている。新しい考え方や価値観に基づく新しい暮らし方や働き方が広がることにより、中山間地の可能性はさらに高まるものと考えられる。これまでの指標とは異なる中山間地の価値を示す新たな指標を設けることにより、人々の意識に変化が生まれ、中山間地が次世代へと受け継がれていくことを期待する。





## 2. 農業分野における持続可能な取り組み

### (1) 関谷醸造株式会社の取り組み

2006年に株式会社による農業生産特区の制度が始まったことを契機に、耕作放棄地や離農する土地を借り受け、酒造用米の生産を始めた。0.6haからスタートした酒米生産は2021年には34.5haに拡大、現在は借り受けた水田約250筆を、主に3名の従業員とパート2名で管理している。昨年からはスマートホンで水田の状態を管理できる、水位センサーを導入し、今年は100か所設置、合わせて自動水門の活用や、さらにはドローンの導入なども検討中とのこと。今後も高齢化により離農が進むことが予測されることから、生産規模は増加する見込みで、酒造・農業の繁閑による労働力の融通のほか、アグリ事業部で職員の採用を検討している。

関谷醸造株式会社は認定農業者の指定も受けており、コンバインやトラック、乾燥機も自社所有し、清酒製造規模3,400石の原料の約22%を自社生産米で賄っている。また、原料米の約55%は、JAを通じて設楽町、新城市、豊田市の農家から、夢山水、チョコシキ、夢吟香等の酒造好適品種を調達している。原料の2/3程度は地元産を使用している。



図5-8) 関谷醸造自社農場

(関谷醸造株式会社 提供)

#### < 関谷醸造株式会社 >

関谷醸造株式会社は元治元年（1864年）に設楽町田口に創業して以来、150年もの間、地元で根差した酒造りを行っている。「蓬莱泉」などの銘柄で知られ、伝統の技と革新的な技術を用いて高品質の酒造りを行っており、国内のみならず、海外約20か国にも輸出、人気を博している。

至近では、吟醸工房（豊田市）や道の駅したら（設楽町）内に開設した酒ラボ等で、酒造り見学や酒造り体験も行い、インバウンドの取り込みをはかっている。



図5-9) 道の駅したら「酒ラボ」

出典) 関谷醸造 ホームページ



## (2)「農業法人 株式会社ゆたかわ」の取り組み

株式会社ゆたかわ（本社：田原市）の代表石川 卓哉氏は2019年に「三河のなりわい実践者」となり、東栄町に約2haの農地を借り受け、なす、ピーマン、オクラ、きゅうり、かぼちゃなどの夏野菜を中心に生産している。「ゆたかわ」は、毎週土曜日に名古屋栄のオアシス21で開催されているファーマーズマーケットに野菜などを出荷するほか、消費者への直販により、季節の旬な農産物を届けている。

「ゆたかわ」は、社名に込めた思いとして、「流域連携」を掲げる。下流で農業に取り組む生産者が、豊かな農業用水の源としての河川の上流地域と協力し、農業生産を通じて水資源を守っていこうという取り組みである。

東栄町には専業農家がないため、農地の担い手への集約化が進んでいない。「ゆたかわ」はこうした農地を借り受け、東栄町の農場を管理するために従業員1名を専従させ日々の管理を行なっている。石川代表が2日／週程度、栽培の進捗確認、出荷作業等のため訪れるほか、農繁期には田原から従業員のほか地元の高齢者の応援も得て対応している。



繁忙期は地元の高齢者も応援

図5-10) ゆたかわファーム東栄

(株式会社ゆたかわ提供)

### <株式会社ゆたかわ>

愛知県田原市で2009年に「石川農園」として開園。

豊川用水の上流に当たる奥三河と、下流の渥美半島<sup>\*</sup>で、2つの直営ファームを運営。涼しい山と、温暖な海。それぞれの気候や土質を生かし、オーガニックにこだわり、年間を通じて豊富な品目を栽培している。

#### ※ゆたかわ渥美ファーム

豊川用水を引く7haほどの田んぼで、コシヒカリを中心に栽培。畑では、キャベツ、ブロッコリーなどの冬野菜をはじめ、玉ねぎやさつまいも、温室ではアールスメロンや大玉トマトを栽培

## VI 新型コロナウイルス感染症の影響と都市を支える中山間地域の可能性

### 1. 新型コロナウイルス感染症の影響

執筆：加藤 千晶 委員

#### (1) 新型コロナウイルス感染症の拡大による観光業への影響、観光マーケットの変化（広域的（全国・東海地方）な動向）

##### ①はじめに

新型コロナウイルス感染症の流行は不要不急の外出自粛や県を跨ぐ移動自粛等、人々の行動変容をもたらしており、移動を伴う観光産業は特に大きな影響を受けている。

第一回緊急事態宣言解除後、第二回緊急事態宣言発令までの期間（概ね2020年6月～12月\*）など、感染拡大緩和期では、“新たな生活様式”の中で観光も楽しまれており、交通機関や宿泊・観光施設等の旅行関係業界の業界団体等から成る旅行連絡会が国土交通省・観光庁の協力のもと「新しい旅のエチケット」を作成・周知する等、安全で安心な新たな観光スタイルの確立による観光活性化に向けた取り組みが進められている。



図6-1) 新しい旅のエチケット (全体編)

出典) 一般社団法人日本旅行業協会ウェブサイト

また、自宅から1時間～2時間程度の近場への旅行を表す“マイクロツーリズム”という言葉も現れるなど、少人数で近隣への旅行を楽しむ動きも見られる、新型コロナウイルス感染症対策が十分に行われている安全・安心な場所が求められる、密を避けられるイメージのあるアウトドアレジャーへの注目が高まる等、人々の観光ニーズも変化しており、観光地や観光事業者も新たな観光ニーズに対応する取り組みが求められている。

本項では、新型コロナウイルス感染症による観光産業への影響や人々の観光に対する意識の変化等について整理した。

\*愛知県では、第一回緊急事態宣言解除後の感染拡大を受け、例年、集客を確保できるお盆期間を含む8月6日～8月24日の19日間を対象に県独自の緊急事態宣言を発表し、不要不急の行動や県をまたぐ移動の自粛を求めたことから、一部期間は除く。

## ②新型コロナウイルス感染症の観光産業への影響

### a. 日本人国内旅行者数

日本人の国内旅行の状況を見ると、2020年の国内宿泊旅行者数、国内日帰り旅行者数ともに前年比約5割減と大きく減少しており、新型コロナウイルス感染症拡大による移動制限・活動自粛の影響を大きく受けたと見られる。

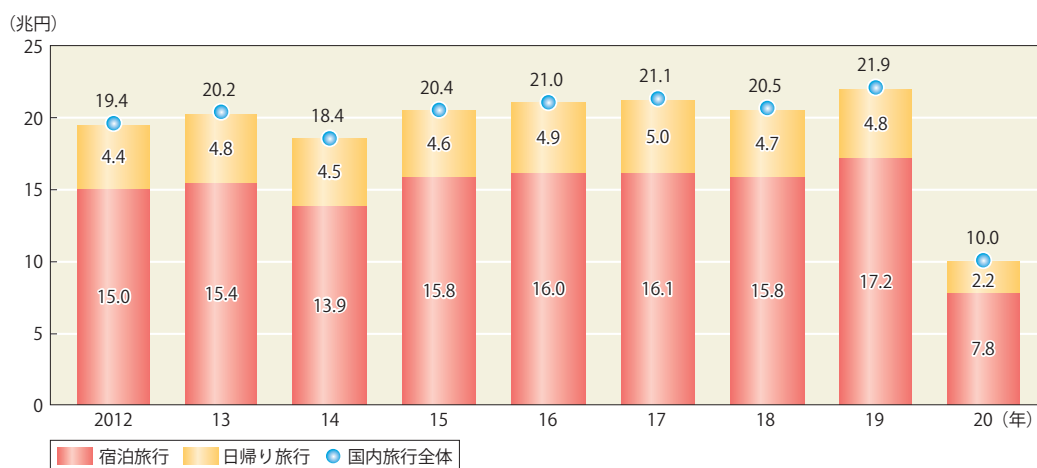
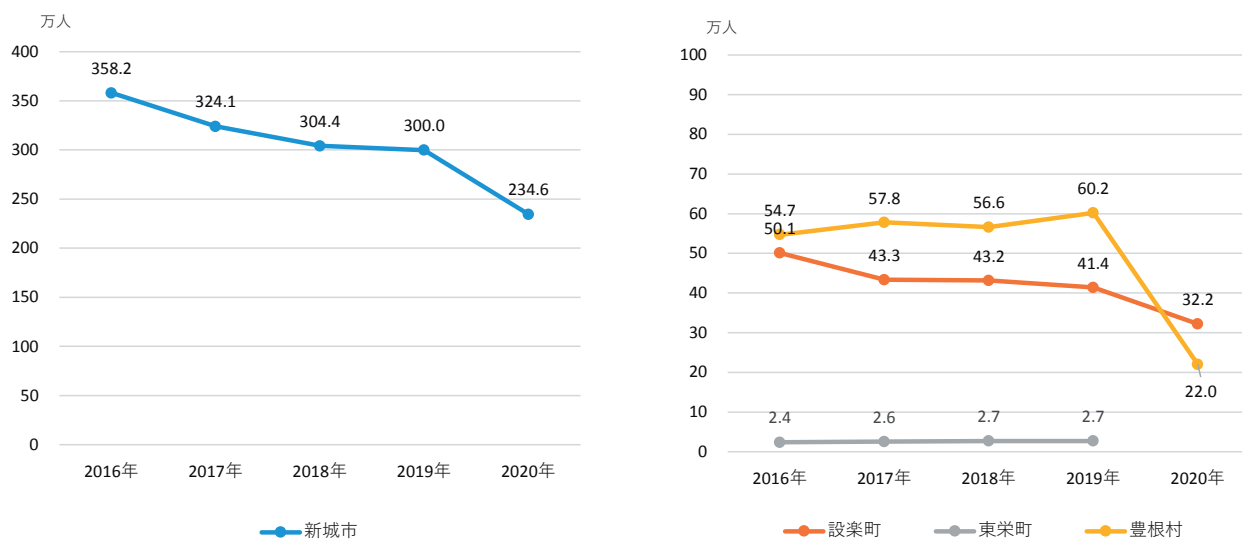


図6-2) 年別・日本人国内宿泊/日帰り旅行延べ人数推移

出典) 観光庁「令和3年版 観光白書」

奥三河においても、イベント中止等も影響し、2020年の観光入込客数はいずれの市町村も減少した。



(注) 東栄町は2020年のデータなし(調査地点である「東栄フェスティバル」「チェンソーアート競技大会」が開催中止であったため)  
(参考) 2015年3月にもつくる新城オープン

図6-3) 奥三河の観光入込客数推移

(愛知県観光コンベンション局「観光レクリエーション利用者統計」より作成)



b. 旅行会社予約人員・主要旅行業者総取扱額

国内の延べ宿泊者数は、2021年は約3億3,165万人泊で、前年比約4割減となり、前項の日本人国内旅行者数と同様、新型コロナウイルス感染症拡大による移動制限・活動自粛の影響を大きく受けたと見られる。特に、近年来訪が急増していた訪日外国人旅行者は、海外からの渡航制限により前年比約8割減と大きく減少した。

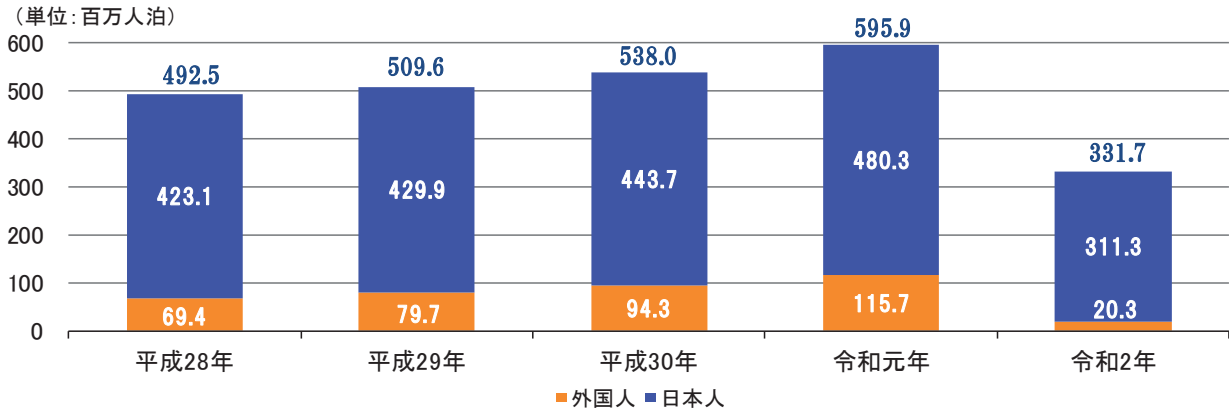


図6-4) 年別・延べ宿泊者数推移

出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」(令和2年・年間値(確定値))

c. 旅行会社予約人員・主要旅行業者総取扱額

旅行会社の予約人員は、新型コロナウイルス感染者数第2波が減少傾向となった9月や、Go Toトラベルキャンペーンが本格化\*した2020年10月以降、Go Toトラベルキャンペーンが停止した2020年12月までは、国内旅行において持ち直しが見られるものの、その他の期間では感染者数の増加による打撃を受けたと見られる。

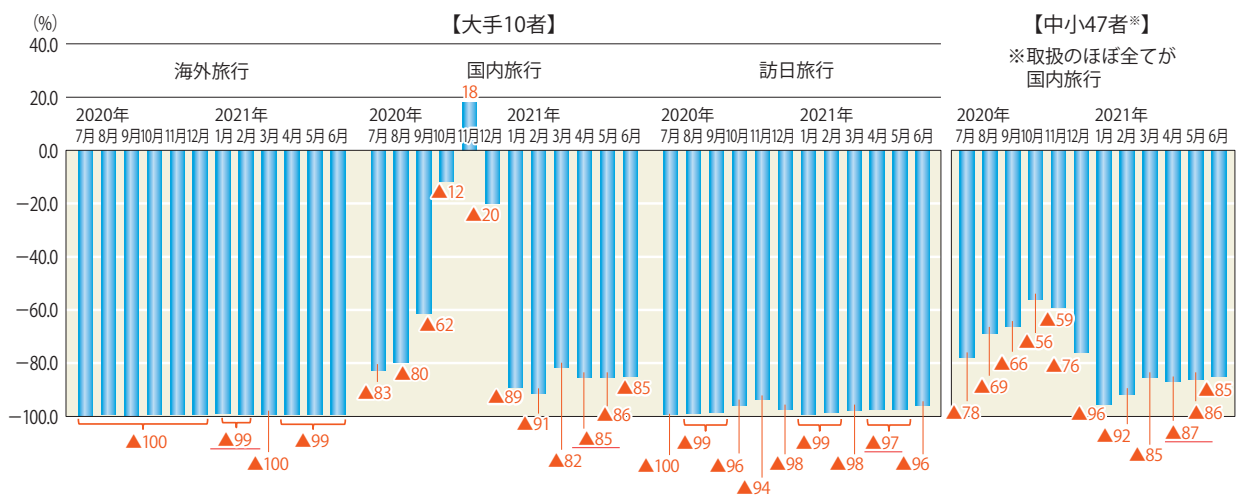


図6-5) 旅行会社の予約人員(2019年同月比)(2021年5月・6月は見込み)

出典) 観光庁「令和3年版 観光白書」

\*10月1日より地域共通クーポンの付与開始。Go Toトラベルキャンペーン自体は2020年7月末より東京都を除外して開始、9月中旬より東京都追加。

d. 日本人旅行消費額

新型コロナウイルス感染症により旅行者数が減少した2020年の日本人国内旅行消費額は、宿泊旅行消費額、日帰り旅行消費額ともに前年比約5割減となり、全体で見ても前年比約5割減の9兆9,738億円となり、大きく減少した。

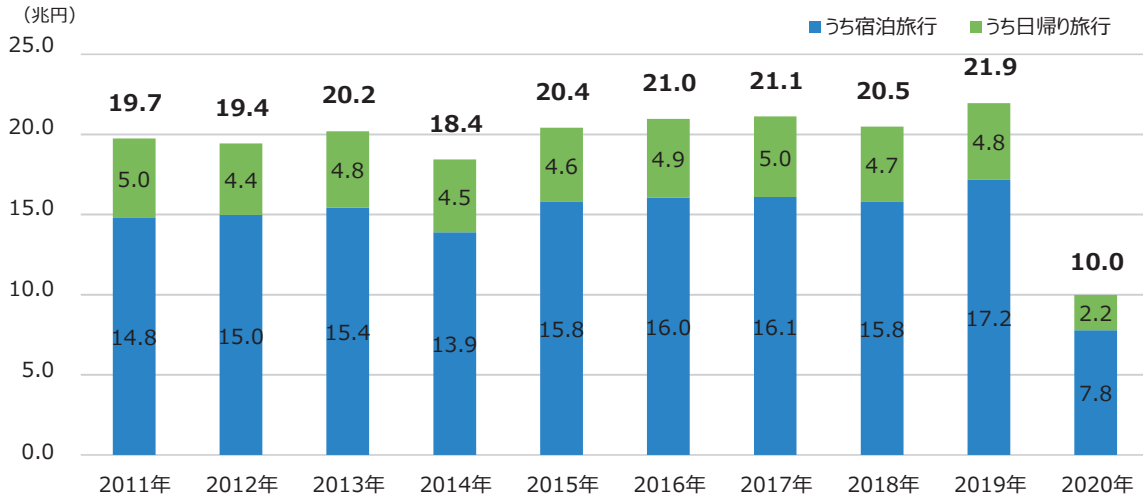


図6-6) 日本人旅行消費額の推移(経年)

出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査 2020年年間値(確報)」

③新型コロナウイルス感染症による観光マーケットの変化

【観光に対する意識変化】

2019年度をコロナショック前、2020年度をコロナショック後と設定し、コロナショック前後での旅行意欲の変化を尋ねたアンケート調査結果によると、コロナショック後に旅行意欲が減少(「下降」「大幅に下降」「ゼロになった」の合計)した人は、国内日帰り旅行、国内宿泊旅行ともに全体で約4割を占め、人々の旅行に対する意識変化が見られる。

特に、性別では女性、年代別では年齢層が上がるほど、旅行意欲が減少した層の割合が高い傾向にある。

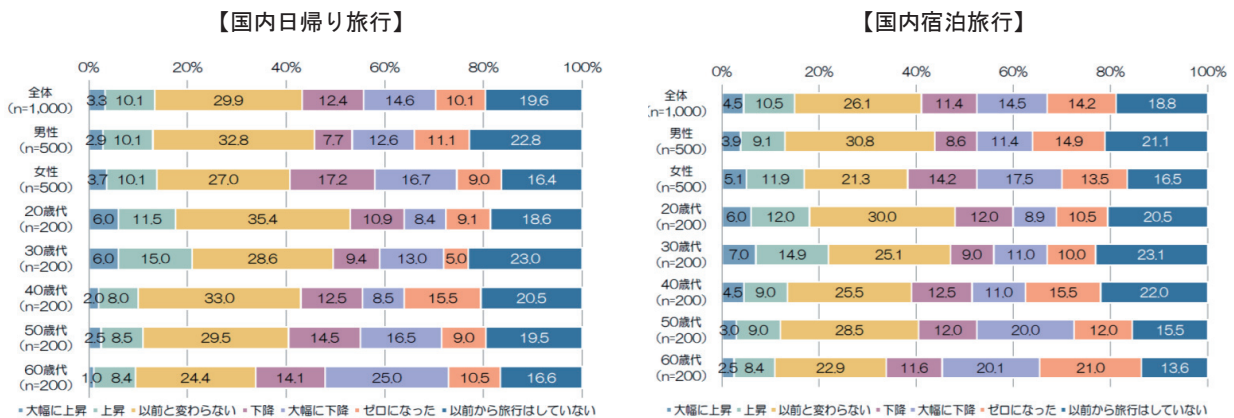


図6-7) コロナショック前後での旅行意欲の変化(%)

出典) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「新しい日常」における「新しい観光」の浸透状況について(2021年)

また、コロナショック後の旅行先検討の上で重視する要素として最も重視することとしては、「見学、体験する観光資源や宿泊施設等が魅力的である」が最も多く、次いで「旅行費用が安い」で、他の要素と比較して高い。「旅行先での感染症流行状況や訪問先での対策状況」は、旅先選択の上での重要な要素の一つである「食事が美味しい」を上回っており、安全・安心な旅行先が求められている。

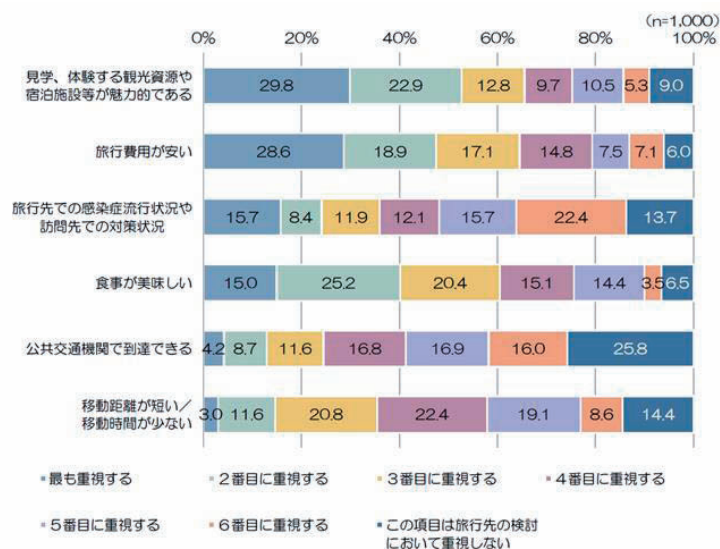
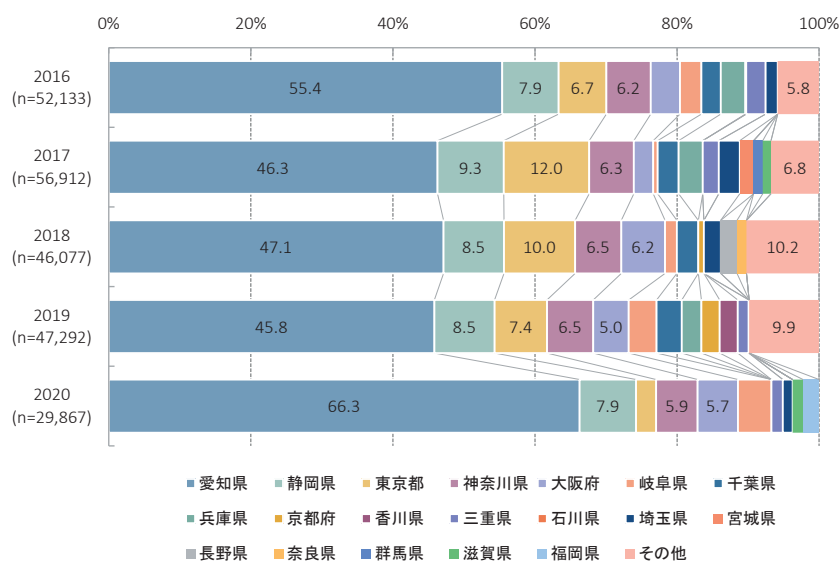


図6-8) コロナショック後の旅行先検討の上で重視する要素

出典) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング㈱「新しい日常」における「新しい観光」の浸透状況について(2021年)

#### ④客層の変化

奥三河地域の宿泊者の居住地は、近年「愛知県」が最も多く、特に新型コロナウイルス感染症による県をまたぐ移動自粛が要請された2020年は「愛知県」の割合が約7割となり、旅行先として近場が選ばれる傾向が伺える。

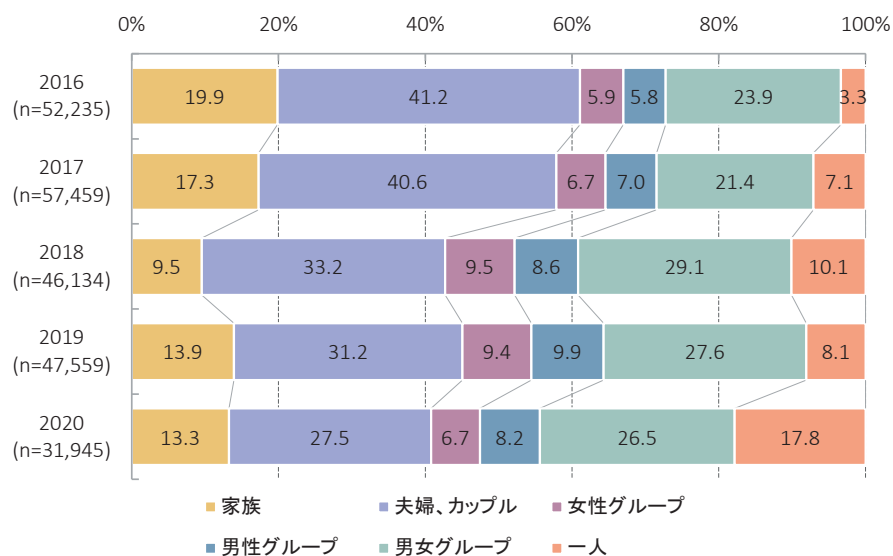


※設楽町、東栄町はデータなしのため含まない

図6-9) 奥三河\*の宿泊者の居住地別割合(年別推移)

(まち・ひと・しごと創生本部「地域経済分析システム-RESAS」より作成)

奥三河地域の宿泊者の同伴者は、2020年は「夫婦・カップル」、「男女グループ」が約3割と多く、「一人」が2019年と比較して増加した。



※設楽町、東栄町はデータなしのため含まない

図6-10) 奥三河\*の宿泊者の同伴者（年別推移）

（まち・ひと・しごと創生本部「地域経済分析システム-RESAS」より作成）



## (2) 新型コロナウイルス感染症の拡大による奥三河地域への影響と対応策

### ①はじめに

新型コロナウイルス感染症は観光産業に大きな打撃を与えている。奥三河地域においては、緊急事態宣言の期間を中心に、宿泊施設、飲食店、道の駅等で営業時間の短縮や休業等の営業自粛が行われた。観光業に携わる事業者は経営的に厳しい状況に立たされている。

本研究会では2020年7月20日に開催された第4回研究会において、一般社団法人奥三河観光協議会の安彦事務局長より奥三河地域の現状について講演をいただいた。本稿はその講演をもとに新型コロナウイルス感染症の拡大による奥三河地域への影響と対応策について取りまとめた。

### ②奥三河地域への影響（2020年）

#### a. イベント等の開催状況

日本三大軽トラ市の一つである「しんしろ軽トラ市ののんほいろット」は年間約26,000人の集客がある奥三河地域の主要イベントである。2020年3月に10周年となり、大々的なイベントを考えていたが中止となった。5月、6月は新城市民向けに「のんほい軽トラらんど」として開催をしたが、7月、8月と再び中止した。

2020年4月から5月に発出された1回目の緊急事態宣言の直前には、新城ラリー、新城さくらまつりなど地域を代表する春のイベントが予定されていたが、新城ラリーは無観客開催、さくらまつりは中止となった。

#### ○主なイベントの中止等

新城ラリー（3月14～15日）	・無観客開催
和太鼓「絆」交流プロジェクト（3月15日）	・中止
しんしろ軽トラ市 「のんほいろット」 （毎月第4日曜日）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3月以降中止</li> <li>・5－6月新城市民向けに「のんほい軽トラらんど」として開催</li> <li>・7－8月「のんほいろット」および「のんほい軽トラらんど」ともに中止</li> <li>・9月より再開予定（主催者発表を参照ください）</li> </ul>
新城さくらまつり（3月23日～4月9日）	・中止

#### b. 道の駅、宿泊施設、飲食店、体験施設への影響

奥三河にある6つの道の駅は1回目の緊急事態宣言期間中は休業、時短営業を余儀なくされた。宿泊施設は新城市のはづグループは予約客数を1／3に制限するなど密にならないような配慮がなされた。豊根村の休暇村茶臼山高原は日帰り温泉入浴を中止した。

飲食店は、愛知県より発出された営業時間短縮要請期間であった2020年4月17日から5月15日にかけて、地域のほとんどの飲食店が臨時休業や短縮営業などの営業自粛を余儀なくされた。地元住民に「なぜあなたの店は今でも営業しているの？」というようなことを言われて休業せざるをえなかった例もあったと言う。

また、フォレストアドベンチャー・新城、naori手作りコスメ体験、奥三河蒸留所といった体験施設

や体験イベントについても営業自粛となった。

### ○道の駅

もっくる新城（新城市）	4月16日～5月15日
つくで手作り村（新城市）	4月17日～5月15日、5月16～31日時短営業
豊根グリーンポート宮嶋（豊根村）	4月16日～5月22日
アグリステーションなぐら（設楽町）	4月20日～5月6日
つぐ高原グリーンパーク（設楽町）	4月11日～5月22日、キャンプ場は6月1日営業再開
鳳来三河三石（新城市）	4月18日～5月17日

### ○宿泊施設

はづグループ（新城市、蒲郡市）	予約数を1/3に制限し密にならないよう配慮 「未来予約ギフト券」を発行
休暇村茶臼山高原（豊根村）	日帰り入浴を中止

### ○飲食店（愛知県より営業時間短縮要請（4/17～5/15））

ベッケライミンデン（豊根村）	4月13日より臨時休業、6月5日通常営業再開
美術珈琲鳳来館（新城市）	4月25日～5月14日営業自粛

### ○体験施設

フォレストアドベンチャー・新城（新城市）	4月11日～5月22日営業自粛
naori手作りコスメ体験（東栄町）	3月10日～5月31日営業自粛
奥三河蒸留所 蒸留体験・足浴（新城市）	4月26日～6月5日営業自粛

### c. 緊急事態宣言（1回目）の解除後のオーバーツーリズム

2020年4月中旬から5月中旬まで、三密が起こらない自然豊かで空気がおいしくリフレッシュできる奥三河は混雑した。「鳳来寺山」、「四谷の千枚田」、「乳岩峡」、「きららの森」、「つくで手作り村」には、クルマ、バイクが押し寄せた。

昨年までは春シーズンに一度も満車になったことがない「鳳来寺山」の山頂駐車場（170台収容）は満車状態が続いた。トレッキングなどで有名になってきた「乳岩峡」は至近の駐車場は十数台しか置けず、車の擦れ違いができないため3～4時間の渋滞が発生した。「四谷の千枚田」では使い捨てマスクが田んぼの中に捨てられる事態になった。また、各地の道の駅が休業していたため、訪れる人はコンビニで購入した食料品などのごみを持ち帰ることをせずに、残念ながら道路沿いの田畑へのポイ捨てや休業中の道の駅などに放置する事態も起こった。

### ③対応策：奥三河観光協議会の応援事業

奥三河観光協議会は2020年3月から地元観光事業者への支援プログラムとして、「#奥三河エール飯」、「奥三河のお取り寄せエール」、「巡って応援！食べて応援！奥三河ぐるめラリー」の3事業を中心に、コロナ禍における奥三河地域の振興事業に取り組んでいる。

「#奥三河エール飯」では、当協議会の公式ホームページにおいて、奥三河地域内の店舗でテイクア

ウト等に取り組んでいる飲食店を紹介し、応援することを目的として店舗情報を公開している。登録店舗は約80店あり、インスタグラムとの連携では約300件の投稿があり、約5,000件のアクセスがみられた。その後、緊急事態宣言が解除され、テイクアウトはやや下火になりつつあるが、引き続き継続して掲載しており、アクセス数増加の相乗効果により実店舗の利用拡大が期待される。

「奥三河のお取り寄せエール特集」では、奥三河の観光物産を取り扱うネットショップやECサイト等の情報を紹介するホームページを作成した。奥三河の特産品である絹姫サーモン、段戸牛、鳳来牛、新城茶などの需要が落ち込んでいたため地元の観光協会の情報をいただきながら公開した。計25軒をホームページ上に紹介している。

「巡って応援！食べて応援！奥三河ぐるめラリー」では、愛知県商工会連合会新城設楽支部が中心となり、JA愛知東と連携して「奥三河ぐるめラリー」を7月1日からスタートした。参加店舗は奥三河地域111軒が参加し、キャンペーン期間中の2020年7月1日～2021年3月31日までに、対象の奥三河グルメを楽しみ、25軒、50軒のスタンプを集めると、先着でJA愛知東の商品券がもらえる特典が付いている。

このように、コロナ感染症の影響は、道の駅や飲食店、観光施設に対しては、休業・時間短縮、営業形態を変更など厳しい現実を突きつけたが、一方で、山や川など自然を求める来訪者が増加し、キャパシティに限界が生じて、駐車場不足や渋滞などのオーバーツーリズムやゴミ放置などのマナー問題も発生した。都会からコロナを持ち込まれる不安、営業自粛による経営の先行き不安、地元住民の憩いの場がなくなる不安が大きかった時期に、奥三河観光協議会では、様々な応援事業を実施し、地元の事業者の事業継続の支援を通じて、人々の絆づくりや気持ちが再び結ばれる方法を展開していった。

これらの「#奥三河エール飯」、「奥三河のお取り寄せエール」、「巡って応援！食べて応援！奥三河ぐるめラリー」に参加した飲食店は、お客の受入は予約制にして、消毒、マスク、検温等の感染予防対策をして実施した。その結果、奥三河の飲食店からのコロナ感染者は発生せず、予防対策の努力をした飲食店を中心に「Go To Travel」キャンペーンや共通クーポンを取り扱っている店の売り上げは伸びた。

#### ④2020年4月以降の奥三河地域の観光振興の状況について

緊急事態宣言時の2020年4月16日～5月15日の期間、道の駅もつくる新城は完全閉鎖となり、4月26日までは観光案内所も閉鎖していた。観光案内所の来場者数は2020年度（3月末集計）3.5万人となった。2019年度は6.6万人であったことから大きく減少した。但し、観光マップはコロナ禍で密を避けるために、手渡ししていたものを自由にお持ちくださいという形式にしたため、観光マップの配布数は増加した。

道の駅もつくる新城の収入実績は、2020年10月以降、前年比128%、11月103.9%、12月91.8%となった。道の駅への来場者自体は減少したが、「Go To Travel」キャンペーンや個々の店舗の販売促進の努力によって物販や飲食の売上は伸びる結果となった。

「Go To Travel」は飲食業や観光業等の需要喚起と地域経済を回すキャンペーンであり、利用者への特典と同時に宿泊・飲食業の売上アップが期待されている。一方で、観光地や飲食店で混雑が発生することでコロナ感染拡大を不安視する声もある。感染拡大の第二波、第三波の時には拡大を助長する様に言われ、奥三河においても観光事業は自重すべきとの意見が出たり、田舎にコロナを持ち込まれる怖さがあったとの指摘もなされた。このように「Go To Travel」は賛否両論あるが、現時点では、奥三河地域における「Go To Travel」や各種応援事業は成果が出ており、コロナ禍における観光振興策は総じて控えるべきという一律の捉え方は、奥三河地域の実情をきめ細かく見ていけば、当てはまらない

場合が多いのではないかとと思われる。

観光協議会ホームページ「きらっと奥三河観光ナビ」アクセスの状況を確認すると、2020年1月～12月までのHPアクセス数合計は103万ビューであった。2019年が74万ビューであったことから2020年は135%増進した。この状態が2020年秋以降もアクセス数の増加傾向は継続しており、2021年2月の直近でもまだ伸びている。

また、テレビメディアの取り上げも増えている。奥三河の番組を見たシニア層を中心に関心がさらに高まっている。コロナ禍により都市部のビッグイベントが開催できない反動もあり、マイクロツーリズムや自然がありコロナに影響を受けないような奥三河に注目が高まっていると思われる。

また特徴的な動きとしては、キャンプやバーベキュー人気が顕著にでている。「山びこの丘（新城市）」、「津具高原（設楽町）」、「三河オートビレッジ（東栄町）」等は来場者、売上が伸びてきている。訪問者の受け入れのため、ホームページの内容充実やきめ細かな情報発信を行う等の受け入れ態勢の充実が行われている。一方で、乳岩峡等の自然系のスポットは、来場者の管理等がしづらいため、適切な情報発信の仕組みが必要となっている。

コロナ禍における観光スポットとしてますます注目の高まる奥三河地域であるが、マイクロツーリズム的観点からも、東栄町のビューティー・ツーリズム、設楽町のトレッキングや今後オープンする道の駅やダム事業、豊根村の体験メニュー、奥三河蒸留所、レストランバスなど、奥三河ならではのテーマ性を持ったプログラム開発や情報発信手法が奥三河観光協議会の今後の重要な検討課題と言える。奥三河地域はこれまでありきたりであった日帰り温泉、一過性の祭りやイベント、大型観光バスによる観光振興策を一步進め、コロナ禍でも対応できるマイクロツーリズム的な新しい観光スタイルの確立が期待される。



図 6-11) 奥三河エール飯、奥三河のお取り寄せエール、奥三河ぐるめラリー

出典) 奥三河観光協議会 ホームページ



### ⑤体験プログラムの参加者数

一般社団法人奥三河観光協議会では、奥三河地域の15の観光施設（内1施設は休業中）にて提供されている体験プログラムの参加者に、アンケート調査を行っている。その調査結果によると、2020年度（2020年4月1日～2021年3月31日）の参加者の合計は37,288人であった。

2020年度から集計を開始した1施設（「フォレストアドベンチャー・新城」（新城市））と2020年度は集計を行わなかった1施設（「こんにゃく村」（設楽町））を除く各14施設を比較すると、延べ参加者数は2019年度と比較し2020年度は13,808人減少している。ただし、2020年4月16日～5月14日の期間は、愛知県に1回目の緊急事態宣言が発令されており、1施設が時短営業、他の13施設はすべて営業を自粛したため、その期間を除く6月1日～3月31日の10ヶ月間で比較すると、減少数は6,072人となる。

参加者数が減少している要因は、体験プログラムの開催数の減少と1回あたりの参加者数の減少である。新型コロナウイルス感染症の先行きが不透明であり開催を自粛したことと、蜜を避けるために1回あたりの受入人数を減らしたことによる。

2020年8月には、奥三河地域の各地で渋滞が発生した。この1ヶ月間の参加者数は、14施設合わせて13,905人であり、これは年間参加者数の37.2%にあたる。特に「茶臼山高原」（豊根村）では6,229人の参加者があり、年間参加者数の81.9%、前年と比較して2,449人の増加（60.6%増）となっている。

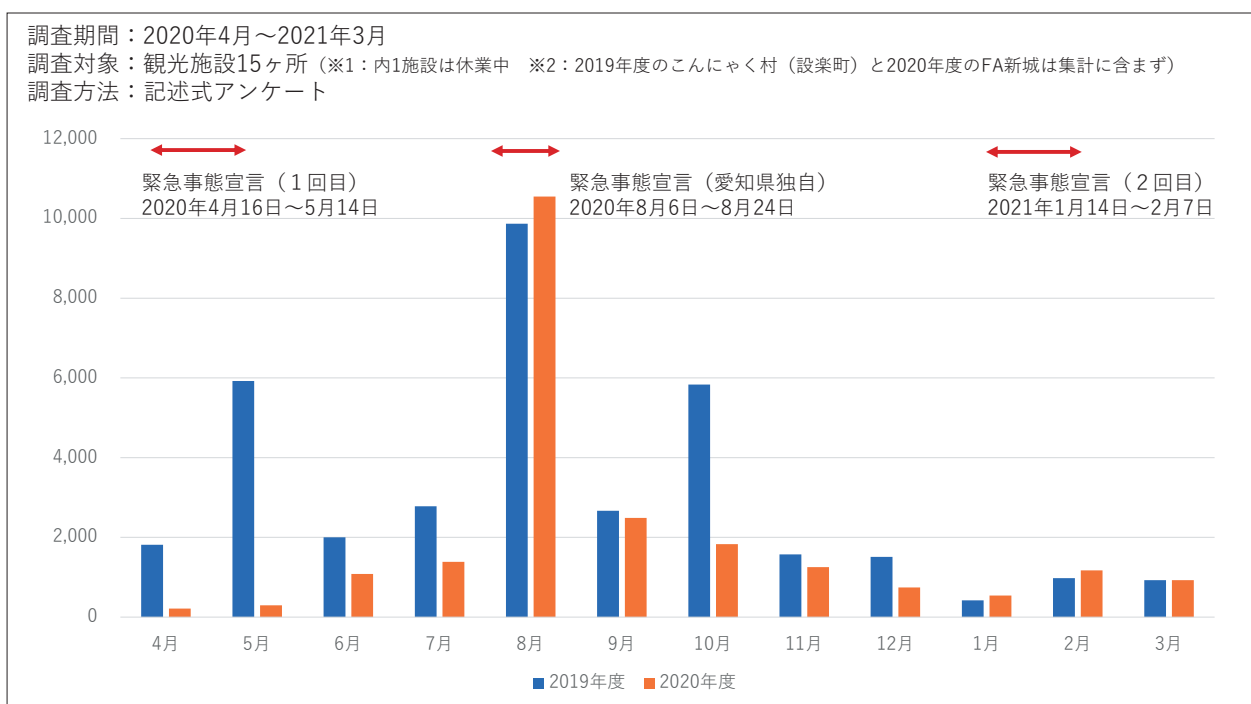


図6-12) 奥三河地域の観光施設が提供する体験プログラムへの参加者数

(体験プログラム参加者アンケート分析(一般社団法人奥三河観光協議会)を加工して作成)



図表 6-13) 奥三河地域の観光施設が提供する体験プログラムへの参加者数（前年度比較）

事業所NO	市町村名	事業所名	年度	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
				参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数	参加者数
001	新城市	県民の森	2020	0	0	62	2	68	24	3	100	47	0	0	21	327
			2019	65	183	89	0	52	78	81	105	58	0	0	20	731
			差	-65	-183	-27	2	16	-54	-78	-5	-11	0	0	1	-404
002		総合公園	2020	0	0	0	53	15	0	379	0	0	0	0	69	516
			2019	270	924	4	45	237	77	3,789	47	510	20	59	0	5,982
			差	-270	-924	-4	8	-222	-77	-3,410	-47	-510	-20	-59	69	-5,466
003		手づくり村	2020	207	297	705	615	2,639	1,295	462	635	208	126	341	258	7,788
			2019	476	1,585	803	866	2,082	1,270	532	680	154	1	198	412	9,059
			差	-269	-1,288	-98	-251	557	25	-70	-45	54	125	143	-154	-1,271
004		山びこ	2020	0	0	17	149	692	475	31	48	21	8	31	84	1,556
			2019	119	189	116	758	1,929	399	89	58	28	35	12	0	3,732
			差	-119	-189	-99	-609	-1,237	76	-58	-10	-7	-27	19	84	-2,176
005		蒸留所	2020	0	0	101	106	156	204	156	185	53	43	112	108	1,224
			2019	49	168	89	83	129	108	63	99	74	42	131	174	1,209
			差	-49	-168	12	23	27	96	93	86	-21	1	-19	-66	15
007	設楽町	したらん	2020	0	0	0	0	100	35	0	3	15	0	0	0	153
			2019	14	30	735	4	108	62	65	176	500	8	73	0	1,775
			差	-14	-30	-735	-4	-8	-27	-65	-173	-485	-8	-73	0	-1,622
008	東栄町	naori	2020	8	0	71	52	158	70	168	105	81	12	0	52	777
			2019	61	46	44	83	106	71	93	82	84	65	54	106	895
			差	-53	-46	27	-31	52	-1	75	23	-3	-53	-54	-54	-118
009		千代姫荘	2020	0	0	0	0	5	8	0	3	8	0	0	3	27
			2019	12	13	29	118	29	0	59	66	0	0	5	0	331
			差	-12	-13	-29	-118	-24	8	-59	-63	8	0	-5	3	-304
010		てほへ	2020	0	0	99	120	119	261	202	87	159	41	151	199	1,438
			2019	177	232	71	146	657	75	644	32	30	67	33	127	2,291
			差	-177	-232	28	-26	-538	186	-442	55	129	-26	118	72	-853
011		スターフォレスト	2020	0	0	8	23	267	81	72	68	66	16	0	46	647
			2019	95	151	14	92	509	143	93	166	72	9	57	62	1,463
			差	-95	-151	-6	-69	-242	-62	-21	-98	-6	7	-57	-16	-816
012	豊根村	大入の郷	2020	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			2019	12	9	7	7	59	45	8	44	0	0	0	0	191
			差	-12	-9	-7	-7	-59	-45	-8	-44	0	0	0	0	-191
013		茶白山高原	2020	0	0	0	62	6,229	35	325	0	86	294	509	63	7,603
			2019	420	2,318	0	191	3,780	106	304	0	0	161	312	24	7,616
			差	-420	-2,318	0	-129	2,449	-71	21	0	86	133	197	39	-13
014		G花の木	2020	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			2019	43	24	0	86	79	232	0	0	0	0	0	0	464
			差	-43	-24	0	-86	-79	-232	0	0	0	0	0	0	-464
015		あさがね	2020	0	0	18	203	100	0	31	20	0	0	27	24	423
			2019	0	51	0	302	111	0	12	17	0	11	44	0	548
			差	0	-51	18	-99	-11	0	19	3	0	-11	-17	24	-125
		合計	2020	430	594	2,144	2,567	20,996	4,976	3,627	2,488	1,488	1,080	2,315	1,830	22,479
			2019	1,813	5,929	2,019	2,857	9,892	2,666	5,979	1,691	1,510	419	978	925	36,287
			差	-1,383	-5,335	125	-290	11,104	2,310	-2,352	797	-22	661	1,337	905	-13,808

※参考

006	新城市	FA新城	2020	0	0	864	174	3,357	1,965	2,132	2,319	743	590	674	1,991	14,809
006	設楽町	こんにゃく村	2019	0	6	18	76	25	0	147	119	0	0	0	0	391

※網掛部は休業または営業自粛、時短対応期間

(体験プログラム参加者アンケート分析(一般社団法人奥三河観光協議会)を加工して作成)

新型コロナウイルス感染症の拡大により、密を避けるため人口が少なく自然環境が豊かな奥三河地域への来訪者が増加したが、受入施設が体験プログラムの開催自粛または受入人数を制限していたため、各施設の年間参加者数は減少した。

しかし、「奥三河蒸留所」(新城市)は、開催数を前年度より大幅に増やすことで(2019年242回開催/2020年476回開催)、参加者数が増加しており、「フォレストアドベンチャー・新城」は、月平均約1,500人の参加者がある。両施設はいずれも地域外の事業者が運営する施設であるが、コロナ禍でもPRや運

宮方法の改善によって参加者を獲得することができることが分かる。



図6-14) フォレストアドベンチャー・新城

出典) フォレストアドベンチャー ホームページ

#### ⑥ マイクロツーリズム

同アンケート調査結果によると、2020年度の参加者の内、86.2%が県内居住者である（有効回答数16,327人）。2019年度（有効回答数2,732人）も、県内居住者は83.3%と高い数値を示しているが、その内訳は、2019年度は奥三河及び東三河地域からが合わせて49.0%と、近郊からの参加者が半数を占めていたのに対し、2020年度は、同地域からは16.9%であり、名古屋市及び尾張地域からの参加者が約46.1%となっている。

2020年度から新たに、人気施設である「フォレストアドベンチャー・新城」を集計に加えたことにより、参加者数は各地域とも大きく増加している。しかし、隣接する静岡県浜松市からの参加者は、2019年度が全体の6.3%、2020年度が5.9%と大きな変化は見られない。同じく隣接する長野県も、2019年度が0.0%、2020年度が0.02%と同様である。

なお、国外居住者については、2019年度が1名、2020年度が0名となっている。奥三河地域は、インバウンドへの取り組みがあまり進んでいなかったため、コロナによる訪日外国人の影響は受けていない。

奥三河地域の観光施設への来訪者は、コロナ以前より愛知県内に居住する人が多数を占めていた。新城市の湯谷温泉の関係者の話によると、もともと宿泊者の内、8割近くが名古屋圏からの来訪客であった。2020年度は、コロナ禍による県外への移動自粛制限の要請もあり、人口が集中する県内西部から、県を跨がずに自然を身近に感じられる県内東部の奥三河地域への来訪者が大きく増加したものと考えられる。

また、メディアにて奥三河各地のスポットが紹介されると、翌日から一気に人が押し寄せる現象がおきた。特にローカル局の情報番組での放映後は、平日に高齢者層の姿が多く見られた。若年層を中心にSNSの活用が広がっているが、既存メディアであるテレビの影響はまだまだ大きいことが分かる。隣接する静岡県や長野県はテレビの放送網が異なることから、県外移動自粛制限の要因以外に、奥三河地域の情報が十分に届いていない一面もあるのではないかと推察する。

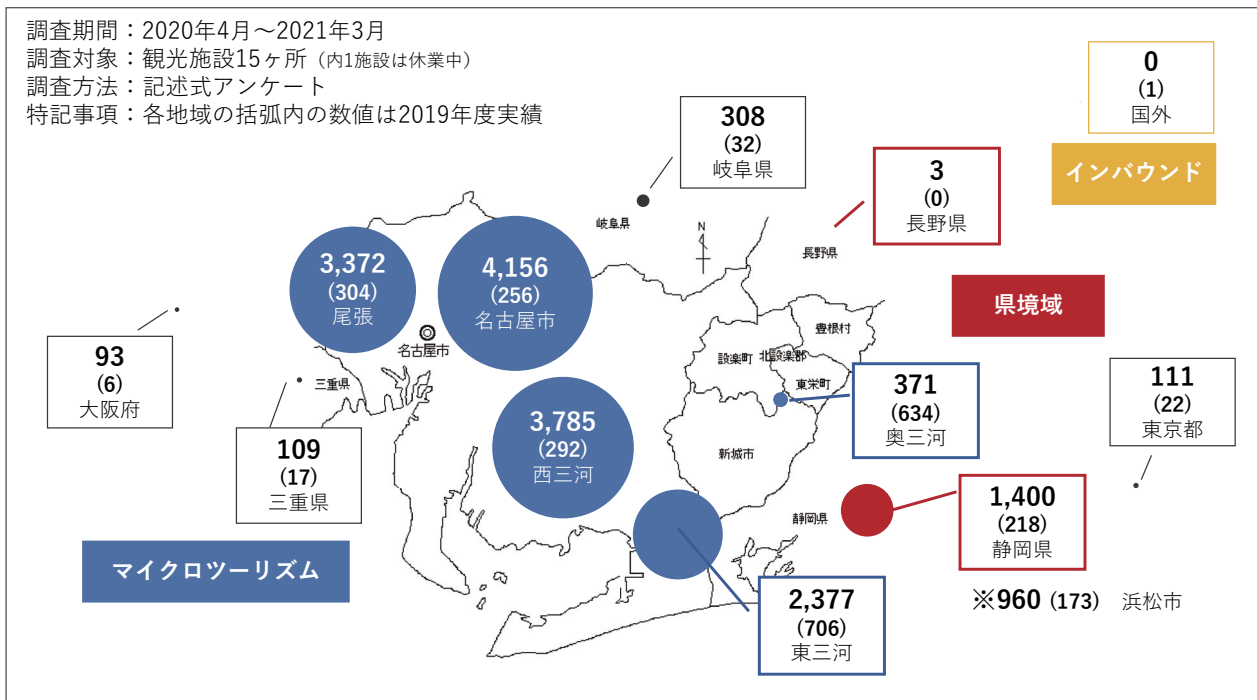


図6-15) 奥三河地域の観光施設が提供する体験プログラムへの参加者の居住地

(体験プログラム参加者アンケート分析(一般社団法人奥三河観光協議会)を加工して作成)

### ⑦観光サイトへのアクセス

奥三河観光協議会が運営する奥三河の観光情報サイトである「キラッと奥三河観光ナビ」へのアクセス数は、2020年8月に飛躍的に上がった。前年同月と比較すると145.1%の増加である。また、9月以降も対前年同月と比較し、約42.0%の増加率で推移している。

ページビュー数は、「愛知県の星空の聖地“奥三河”星空観察案内サイト おすすめスポット」が最も多く、次いで「乳岩・乳岩峡」「鳳来寺山」「湯谷園地(美谷駐車場・宇連川ヤナ)」など、自然豊かな観光スポットが上位を占めている。

サイトへの訪問の地域性をみると、愛知県が最も多く(481,830回)、次いで、大阪府(109,921回)、東京都(87,972回)となっている。4番目の神奈川県(75,761回)は、対前年比128.17%の増加となっており、そのうち同県横浜市からの訪問が91.6%(69,397回)を占めている。前述の「体験プログラム参加者アンケート分析」では、神奈川県からの参加者は29人であり、サイトへのアクセス数が直接的に参加数に結び付いていない。

コロナ禍により、密ではない自然豊かな中山間地への関心が高まる一方、度重なる県外への移動自粛制限の要請等により、2020年度は、県外からの大きな集客にはつながらなかったと考えられる。コロナ禍においては、まだしばらくはマイクロツーリズムが中心になるであろう。しかし、2027年以降にはリニア中央新幹線の東京-名古屋間の開通が予定されており、それに伴い長野県飯田市に新駅ができると、豊根村が関東、関西からの奥三河及び東三河地域への北の玄関口としての役割を担うこととなる。インバウンドの再開と合わせて、いまいる県内外あるいは海外の潜在顧客との関係性をいかに今後も持続していくか、また、昨夏に発生したオーバーツーリズムをいかに回避していくか、情報発信力の強化や地域での受け入れ態勢の構築により、持続可能な奥三河の観光産業が確立されていくことを期待する。



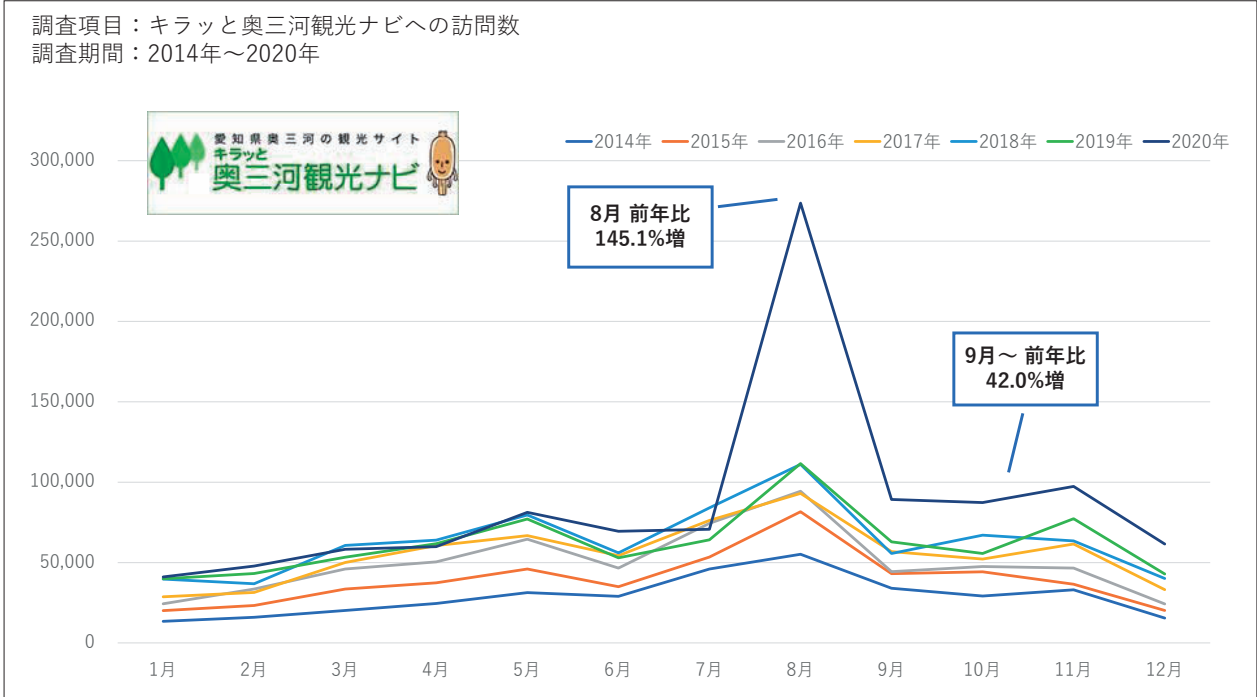


図 6-16) 奥三河地域の観光サイトへのアクセス数

(キラッと奥三河観光ナビ Google Analytics (一般社団法人奥三河観光協議会) を加工して作成)



図 6-17) 乳岩・乳岩峡

出典) 奥三河観光協議会 ホームページ

## 2. 都市を支える中山間地域の可能性

執筆：加藤 千晶 委員

### 2-1. 都市を支える中山間地域の可能性

#### (1) はじめに

中山間地域は、農林水産物の供給機能や水源涵養機能、洪水防止機能等の多面的機能等により、都市住民の暮らしを支える機能を有している他、余暇の場としても都市住民が訪れている。

昨今では、新型コロナウイルス感染症流行によってテレワークの浸透が進んだことや、働き方改革の観点から、リゾート地や温泉地等、普段とは異なる場所で余暇を楽しみながら仕事を行う“ワーケーション”（WorkとVacationを組み合わせた造語）への注目が高まっており、余暇に加えて仕事<sup>\*</sup>の場としても利用してもらうことで、新たな人の流れを取り込もうとする取り組みが各地で見られている。

観光庁では、ワーケーションやブレッジャー等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行を、働き方改革とも合致した「新たな旅のスタイル」と位置づけ、より多くの旅行機会の創出と旅行需要の平準化に向けて普及を促進しており、従来の日本の旅行スタイルである一斉休暇による観光地の混雑が要因の一つにもなっているオーバーツーリズムの解消にも期待している。

愛知県も、奥三河を含む三河山間地域を対象とした「あいち山村振興ビジョン2025」において、今後の取組の一つとして、“テレワークやワーケーションが可能な施設を整備し、受入環境を整えることで、新しい人の動きを三河山間地域へ誘導”することを掲げている。

本項では、ワーケーションの動向や課題を整理することで、奥三河でのワーケーション受け入れ可能性を考える上でのヒントとしたい。

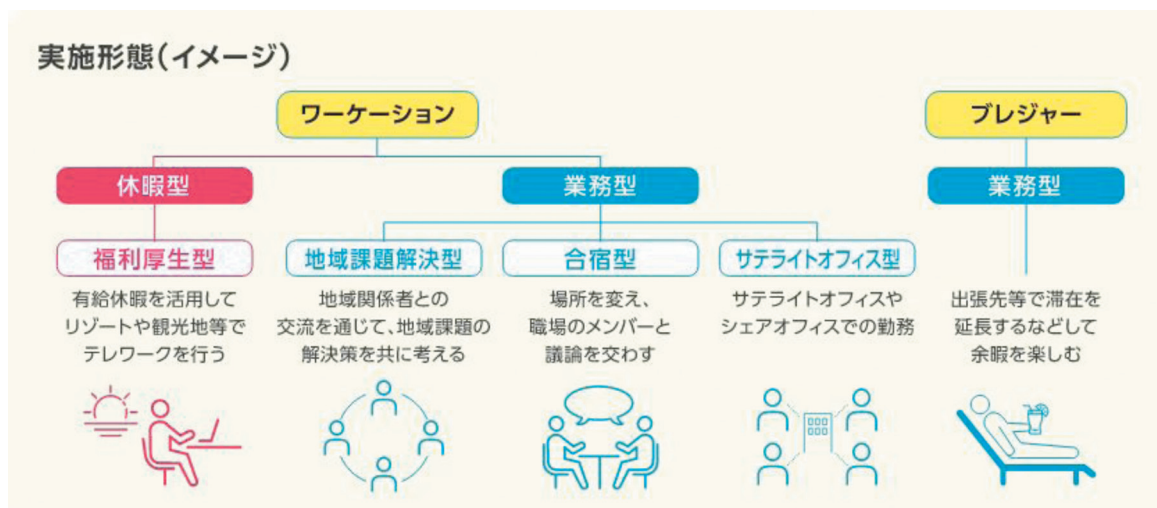


図6-18) ワーケーション・ブレッジャーの類型

出典) 観光庁ウェブサイト「新たな旅のスタイル」ワーケーション&ブレッジャー

#### (2) ワーケーションに期待されていること・課題

観光庁をはじめとする各省庁や各地でワーケーション実施や受入に関する取組が進められているが、取組の背景にあるワーケーション実施・受入によるメリットとして期待されていることとして、「地域」「働く人」「企業」の3つの視点で整理すると、「地域」としては、平日の旅行需要創出やそれによる雇用創出、

<sup>\*</sup>ワーケーションと合わせ、出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむ“ブレッジャー”（BusinessとLeisureを組み合わせた造語）への注目も高まっている。



長期滞在やリピート滞在による関係人口の増加等、「働く人」としては、旅先で仕事ができるようになることで、長期休暇がとりやすくなること、普段とは異なる場所で仕事を行うことによって新たなアイデアを生み出すこと等、「企業」としては、有給休暇の促進や社員満足度向上、さらには地域での新たなビジネス創出等といった点で期待されている。

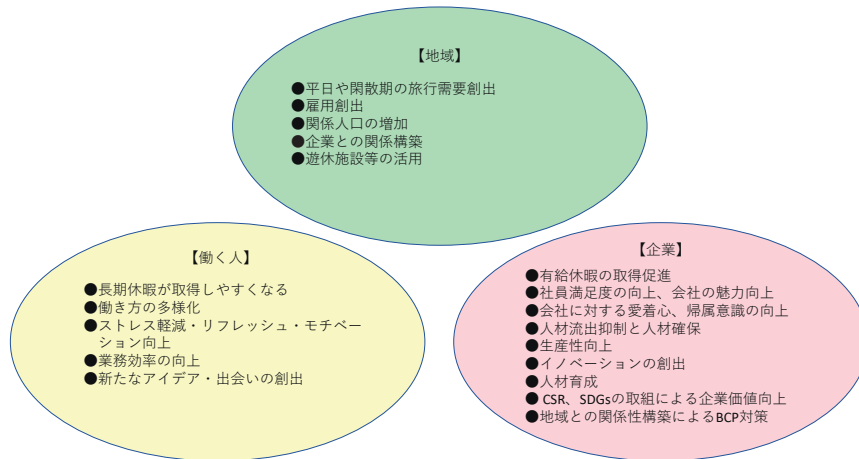


図6-19) ワークेशन実施・受入によるメリットとして期待されること

(観光庁ウェブサイト「新たな旅のスタイル」ワークेशन&プレジャー」等をもとに筆者作成)

一方、ワークेशन実施・受入にあたっては課題もあり、特に、「働く人」が個人としてワークेशनを希望しても、「企業」の制度上テレワーク・ワークेशनが不可能な場合もある。「企業」としては、労務管理やマネジメント、情報セキュリティ等の懸念も挙げられる。このため、ワークेशन推進にあたっては、業務型ワークेशनとして実施してもらえよう企業向けにアプローチすることも一つの手段として考えられる。

また、「地域」としては、オンライン会議等に対応可能な通信環境やワークスペースの確保といった環境整備に加え、仕事の狭間に楽しめる滞在プランの提案・コーディネート等が求められる。特に、ワークेशन利用者を関係人口につなげる場合には、いかに地域との接点づくりを行うかを考える必要があるだろう。

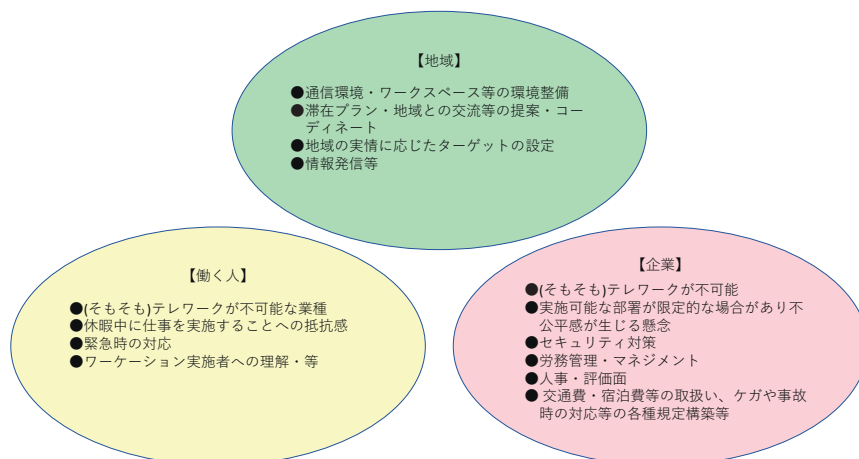


図6-20) ワークेशन受け入れにあたる課題

(観光庁「実態調査」(2020年度)等をもとに筆者作成)

### (3) 今後の展望・留意点

様々な地域でワーケーションに関する取組が進められているが、取組を進める前に、ワーケーション推進によって達成したいこと（地域の目標）を確認し、目標達成に向けてワーケーションという手法が有効かどうかを確認する必要があると思われる。ワーケーションは、テレワークの浸透をきっかけとした新しい観光地での過ごし方の一つであり、ワーケーションの他にも、テレワークの機能を利用しながら、仕事を持ち込んで副業・兼業をする、ボランティア活動をする、ゼミ活動・サークル活動をする等の過ごし方も考えられる。ワーケーションを地域での多様な過ごし方の一つとして捉え、自地域には何が合っているか、何をしていきたいかを考える必要があるだろう。

また、ワーケーションには様々な類型があるため、地域の宿泊事業者特徴・意向等を踏まえながら、個人利用を狙うか、企業利用を狙うのか、個人利用の場合は同伴者（一人、夫婦・カップル、家族連れ等）、企業利用の場合は業種等、ターゲットのイメージを選定しながら、情報発信をおこなっていくことが求められるだろう。

奥三河においては、奥三河観光協議会が2018年9月に“okumikawAwake／メザメ奥三河”ブランドを立ち上げ、美と健康に結びつくお土産品やスポーツ体験、体験プログラム等をラインナップし、地元企業や団体、大学等に提案しており、その一環として、新型コロナウイルス感染症流行以前からワーケーションの受入についても推進している。名古屋圏からの近さを活かしながら、ワーケーションを含む多様な滞在イメージを発信することで、新たな交流を創出することが期待される。

## 2-2. あいちの山里と都市・企業とのつながり

### (1) はじめに

奥三河を含む三河山間地域（奥三河4市町村＋岡崎市の旧額田町＋豊田市の山間地域（旧旭町、旧足助町、旧稲武町、旧小原村、旧下山村、旧藤岡町）は、愛知県土面積の3割超を占め、その内の86%を森林地域が占めている。その面積は、愛知県の森林面積の7割以上にのぼる。しかしながら木材価格の低迷などによる林業の採算性の悪化等により、素材生産量、林業産出額の双方とも年々減少しており、林業は衰退の一途を余儀なくされている。また、2009（平成21）年4月から導入された「あいち森と緑づくり税」を財源とした間伐事業が積極的に進められているものの、手入れが行き届かない人工林が依然として多くを占めているのが実情である。そして、こうした間伐の遅れを起因として土砂災害防止や土壌保全、水源涵養といった森林の持つ公益的機能が低下し、防災面・環境面から県民生活に大きな影響を及ぼすことが懸念されている。

県土の3割超もの面積を占める三河山間地域の居住人口は愛知県全体の僅か1.4%にも満たない。この僅かな人口で広大な森林地域を持続的に保全していくことは難しい。元来、山村地域と都市地域は不可分の関係にあり、物質的循環や人的循環の中で都市は成立し、山村地域が維持されてきた歴史がある。名古屋市をはじめとした大都市と近接した“東海型過疎＝大都市近郊型地域”であるという立地特性を活かし、都市部に居住する人たちとの交流・連携や都市部に立地する企業との新たな関係性の構築によってこそ、持続可能な三河山間地域、ひいては持続可能な圏域・県土が形成されていくのではないだろうか。

このような問題意識から、本稿では、まずは、奥三河と都市部に立地する企業とのかかわりの歴史の一端を概観した上で、昨今のSDGsや働き方改革の動向を見据えつつ、これからの奥三河地域と企業との関係性を示唆する“兆し”や働き方改革の地としての状況を豊田市の山里における事例にも触れながら整理することを通じて、新たな時代における奥三河の可能性を展望したい。

### (2) 奥三河地域と都市・企業とのかかわり

#### ①東三河地域の発展を支えてきた奥三河の恵み「豊川用水」

本項の冒頭で「元来、山村地域と都市地域は不可分の関係」と述べたが、その象徴が豊川用水であるといっても過言ではない。2019年には宮崎県都城市に全国1位の座を譲ってしまったが、2018年まで5年連続で農業産出額全国1位を誇る田原市の農業の発展を語る上で豊川用水は外せない。三河港や三河湾臨海工業地帯の発展も奥三河を水源とする豊川の水の恵みがあったからである。

水不足で苦勞していた東三河地域に、近藤寿市郎氏が豊川の水を引くという着想をしたのが1922（大正11）年。30年弱の時を経て食糧増産の潮流の中で終戦後の1949（昭和24）年によようやく工事着手され、1968（昭和43）年に全面通水開始。豊川用水は、以来、50数年経って今なお東三河地域経済と暮らしを下支えしている。  
（参考資料：豊川用水のあゆみ）

#### ②「森」をテーマに住民・経済界・行政をつなぐ「穂の国森づくりの会」

奥三河を含む東三河地域一帯は、大化の改新以前、「穂の国」と呼ばれていた。その名にちなんで命名された「穂の国森づくりの会」というNPOが1997（平成9）年の設立以来20数年にわたって流域住民・企業・行政のパートナーシップのもとで、東三河地域の森林の保全、育成、再生等を通じて循環型地域社会の実現を図る活動を展開している。

会の発足経緯は1995（平成7）年にさかのぼる。豊橋青年会議所（豊橋JC）が創立50周年事業で市

民アンケートを実施したところ、目指すべきまちづくりの方向として最も意見が多かったのが「水と緑にあふれたまち」であった。東三河地域は、豊川用水の通水開始以前は常に水問題に悩まされ、開通後も市民一人ひとりが水資源の大切さを実感していたことがアンケート結果に反映された結果となった。その後、豊橋J Cは54にのぼる環境系市民団体と意見交換を行い、さらにメンバー同士で勉強会を重ね、「豊川流域を一体に捉えた森林の保全・育成・再生を目指す」という活動方針を決定した。次いで、東三河地域の6つのJ C（当時：豊橋、豊川、蒲郡、田原、新城、奥三河）、商工会議所・商工会、行政機関のメンバーが参加して「コナラの会」を発足、1996（平成8）年12月に設立準備会を立ち上げ、1997（平成9）年4月に「穂の国森づくりの会」を設立した。

これまで、様々な事業を展開してきた。具体的には、下草刈り、間伐、枝打ちなど季節に応じた体験を経験しながら育林に協力する「体験林業」、段戸国有林裏谷地区にある原生林“きららの森”に隣接する人工林を原生林と同じ森林に復元する「穂の国みんなの森クラブ活動」、大学・研究機関等から講師を招き、穂の国の森や河川、流域に関わる様々な知識を学ぶ「穂の国森づくりセミナー」、森林の公益的機能や東三河の森林の様子などを広く子どもたちに知ってもらう「小学校への訪問授業」、東三河の自然の良さを再認識し上下流の交流を図る「自然観察会」などである。

これらの中でも特に注目すべき出来事は、「公益財団法人豊川水源基金」の設立とこの基金を財源とした「水源林保全流域協働事業」の実現（2005年）である。これは、東三河地域の上下流の8市町村が一体となって水道使用量1トンにつき1円の資金を森林整備のために拠出するという仕組みである。

「穂の国森づくりの会」の取組は、「森」というテーマで持続可能な社会の実現を目指した先駆的な取組のみならず、上・下流地域（山村・都市地域）の連携・協働と住民・企業・行政の連携・協働の2側面を有するパートナーシップの先駆的な取組の好例と位置づけられよう。また、ピーク時は200社を超える団体企業会員を擁し、会費負担という方法のみならず、協賛金の拠出や従業員のボランティア参加という形で数多くの企業のCSR・社会貢献活動の受け皿としての役割を果たしてきたといえよう。

### ③奥三河地域等をフィールドとした企業による社会貢献活動

ここでは、都市部に拠点を置く企業が社会貢献活動（CSR）の一環で奥三河地域の森林保全活動等にかかわっている事例を紹介する。

いずれの事例も、山村地域の課題（＝困った）と企業側の社会貢献（＝やりたい・やるべき）とがWin-Winの関係で結びつき、双方それぞれが抱える課題の解決につながっている好例として捉えることができる。

こうした関係性の構築をより一層水平展開していくことが持続可能な中山間地域の実現と同時に、持続可能な企業の経済活動の実現の糸口となり、ひいては世界共通の社会目標であるSDGsの実現につながっていくのではないだろうか。奥三河地域を含む三河山間地域には、そういう機会・場を提供していくポテンシャルがあるのではないか。

#### a. 三井物産の森（三井物産株式会社）

三井物産株式会社では、持続可能な循環社会に向けて、全国74か所に合計約44,000ヘクタールの社有林「三井物産の森」を保有し、適切に管理することで、林業の再生と環境保全の両立を進めている。そのうち、奥三河では2か所（東栄町東菌目、豊根村後山）、計220ヘクタールの社有林を保有している。

三井物産の森の歴史は古く、その始まりは明治時代にまでさかのぼる。パンフレット「三井物産の森」によると、「旧三井物産の木材の商いがきっかけとなりました。総合商社の商材として、木材の商い



(売買・輸出入) を積極的に行っていましたが、さらなる発展に向け、お客さまからの引き合いにいつでも応じられるように、自ら山林資産を所有し、林業経営による原木供給を行える体制づくりをめざしました。主要な木材輸出拠点であった北海道を中心に明治時代に山林の取得が始まり、時を経て、今日の「三井物産の森」となりました。」とある。

#### **b. 愛知県「企業の森」(鹿島建設株式会社中部支店)**

愛知県では、企業が社会貢献活動として行う森林整備を県有林で受け入れる「企業の森づくり」を進めている。2021(令和3)年4月1日現在、13社の企業と協定を結んでおり、このうち奥三河地域では、新城市門谷字鳳来寺の愛知県民の森地内の3.1haの広葉樹人工林で鹿島建設株式会社中部支店が2009(平成21)年から県と協定を締結し、森林環境調査(植生調査)や森林整備活動(下刈り、除伐等)、環境美化活動(歩道の清掃活動)などを進めている。このほか、三河山間地域では、豊田市下山地区の県有林でトヨタ車体株式会社をはじめとした7社が森林保全活動を展開している。

#### **c. 鳳来寺つげ野の森の保全活動(株式会社エステム)**

「水処理」の事業を軸に、プラント・設備の設計・施工から運転管理、水質分析までワンストップのサービスを手がけている株式会社エステムでは、2002年から年2回春と秋に東三河新城市(旧:鳳来町)つげ野の森の植林活動に参加している。

#### **d. サーラの森プロジェクト(株式会社サーラコーポレーション)**

株式会社サーラコーポレーショングループ会社であるガステックサービス(株)は、2001年8月に、創立40周年記念事業として設楽町東納庫にある約5haの山林を購入し、サーラの森プロジェクトを展開している。このプロジェクトは、サーラグループの基盤地域である東三河地域の環境保全に貢献するため、社員参加型の森林経営を行い、その実践を通じて社員・取引先・地域社会に森林環境の重要性についての認識を高める環境教育の場とすることを目的としている。NPO法人穂の国森づくりの会の協力のもと、植樹・下草刈り・遊歩道の整備など従業員参加型の森林経営を行ない、森林保全の重要性についての認識を高める環境教育の場として活用している。

購入当初はヒノキ林を伐採したまま放置され荒れていた人工林の山は、自然植生に近いブナ・ミズナラ・ケヤキ・サクラ・クリなど落葉広葉樹が繁殖する森に生まれ変わり、紅葉が美しく、木の実、キノコや山菜が採れ、多様な昆虫や小動物が生息する、子どもも高齢者の方も、1年を通じて楽しむことができる場として親しまれている。

#### **e. 新城市四谷千枚田の保全活動(アストラゼネカ株式会社)**

医療用医薬品の開発、製造および販売を行っているアストラゼネカ株式会社(本社:大阪市)は、「C-day(Contribution day)」(高齢化する村を応援するプロジェクト)と題して、年に1度秋の平日を全社一斉休業し、全社員約3,000人が全国55ヶ所の棚田のある過疎化・高齢化が進む地域を訪問し、地域で必要とされている様々な農作業等の支援や地域のお年寄りとの親睦・交流を行う活動をNPO法人棚田ネットワークの協力のもとで2006年から2010年にかけて展開した。

愛知県内では、四谷千枚田(新城市)において棚田保全活動を展開。10月に営業所のある岡崎市内から大型バス3台で約120名の従業員が訪れ、農作業やこれまでに植栽したアジサイ・ツツジの管理・補植等を行った。農作業等に必要な道具などは基本的に地元で用意してもらい、地元の人に技術指導を受

けながら農作業を手伝方法で実施したもので、食事や作業中などで若い従業員と交流もあり、それが高齢者の喜びにもつながった。

### (3) 中山間地域と企業活動との新たなカタチ ～双方の課題解決と共通価値の創造～

#### ① 「三河山間地域と企業等の連携・交流に関するアンケート」より

2010年度に愛知県が「三河の山里サポートデスク等社会実験事業」の一環で実施した「三河山間地域と企業等の連携・交流に関するアンケート」の結果をレビューしてみる。なお、「三河の山里サポートデスク等社会実験事業」は2010年度と2011年度の2か年度にわたって愛知県の委託により（一社）地域問題研究所が実施した事業である。その成果は、2016年度からスタートし、今も続けられている「三河の山里なりわい実践者事業」（P76、80参照）やおいでん・さんそんセンターのとよたの山村と都市部の企業をつなぐ「都市と山村のマッチング・コーディネート事業」（後述）の誕生に間接的につながっている。

このアンケートは、三河地域の主要都市（豊橋市、豊川市、蒲郡市、岡崎市、豊田市）に立地している企業を対象に、社会貢献活動（CSR活動）や三河山間地域をフィールドや対象とした事業活動等の実態や今後の意向、三河山間地域の地域住民や自治体等との連携・交流の可能性、企業等による三河山間地域を対象にした社会貢献活動や交流活動等を推進していく上で必要な条件などを把握することを目的で実施したもので、242社から回答が得られている。

10年前の古いデータではあるが、これからの三河山間地域と都市部の企業との関係性のあり方とその可能性を示唆する興味深い結果が得られている。具体的には、社会貢献活動（CSR活動）や事業・営業活動の一環として、農山村地域をフィールドにした活動に対して関心がある企業は62.8%とかなりの割合を占めている。そして、興味のある活動として2割以上の企業が、「森林保全活動（植林、間伐、育林）」や「農山村地域が実施する交流イベント等への共同参加」、「農山村地域の特産品を活用した商品開発」や「農山村地域の特産品を活用した商

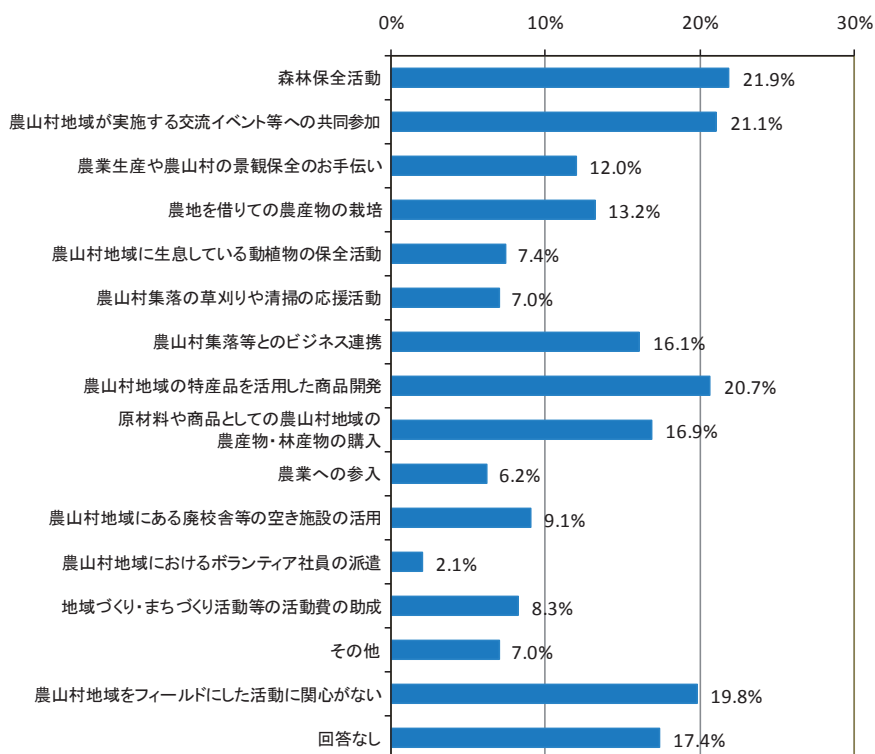


図6-21) 関心のある農山村地域をフィールドにした社会貢献活動（CSR活動）や事業・営業活動

品開発」をあげている（図6-21）。

三河山間地域で展開してもよいと思う社会貢献活動や事業・営業活動となると、その割合は低下するものの、「農山村地域が実施する交流イベント等への共同参加」の16.5%を筆頭に、「農山村地域の特産品を活用した商品開発」（14.9%）や「農山村集落等とのビジネス連携（市民農園・貸農園の運営や農山村ツアー、子どもを対象にした農山村体験・環境学習ビジネス等の企画・運営など）」（14.5%）、「森林保全活動」（13.6%）、「原材料や商品としての農山村地域の農産物・林産物の購入（社員食堂の食材の購入、原材料の調達、販売のための農産加工品の調達など）」（11.2%）が上位にあがっている（図6-22）。

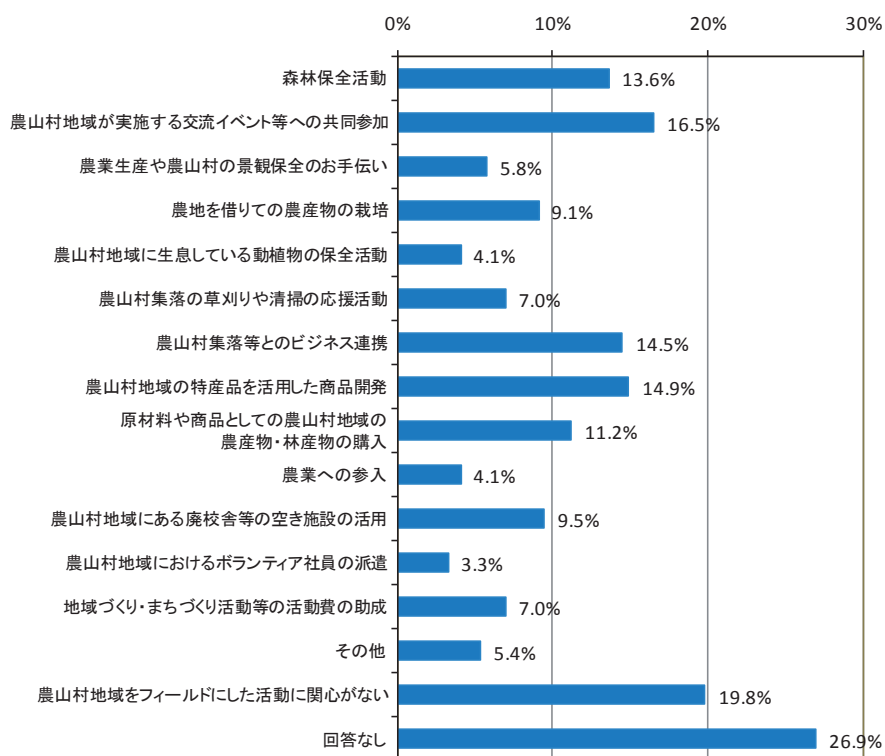


図6-22) 三河山間地域で展開してもよいと思われる社会貢献活動（CSR活動）や事業・営業活動

## ②企業と山村の価値を育む交流・マッチング事業（おいでん・さんそんセンター）

ここでは、前述したおいでん・さんそんセンター（以下、OSC）によるとよたの山村と都市部の企業をつなぐ「都市と山村のマッチング・コーディネート事業」について述べる。

その前にOSCの設立の背景や組織・運営上の特徴などを概観した上で、本題である「都市と山村のマッチング・コーディネート事業」の成果の一端を紹介したい。

### a. OSC設立の背景

豊田市といえば、世界に冠たる自動車メーカーを擁する「クルマのまち」、「工業が盛んな都市」というイメージであり、過疎とは無縁という印象を持つ人が少なくないであろう。ところが、2005（平成17）年4月に過疎地域を含む4町2村との合併により、森林面積が7割を占める日本の縮図ともいえる広大な農山村部を包含する県内最大の市域を有する自治体となった。豊田市では、合併後、「都市と農山村の共生」を重点テーマの1つに掲げ、道路整備や公共バスの整備など交通政策や観光・産業振興、定住政策など様々な農山村地域振興や過疎対策を重点的・集中的に進めてきた。ところが、合併以前よりも過疎が加速化する結果になった。

そこで、第7次豊田市総合計画後期実践計画（2013（平成25）年度～2017（平成29）年度）では、都市と山村の双方が持つ強みを生かし支え合うことを通じて、持続可能で多様な暮らしが選択できる「暮らし満足都市」を重点戦略プログラムとして位置づけた（図6-23）。そして、その1つの施策として、都市と山村の様々な支え合い（協働的交流）をコーディネートする中間支援組織OSCを2013（平成25）年8月に豊田市の山村部（足助支所）に開設した。

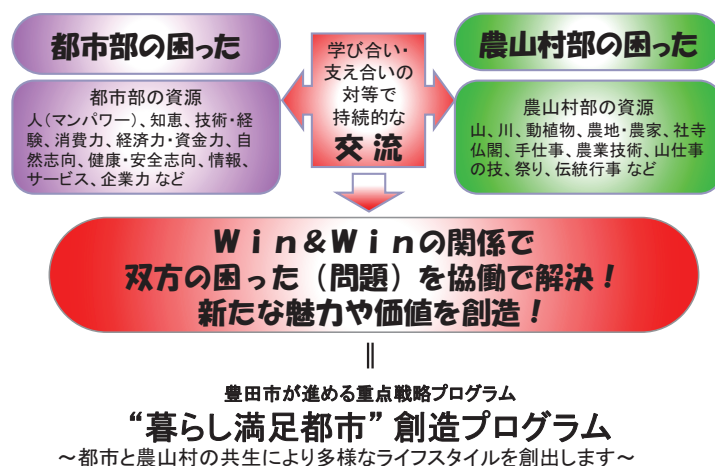


図6-23)「暮らし満足都市」の創造（概念図）

（筆者作成）

## b. OSCの組織・運営の特徴

OSCは、豊田市の山村振興を行う部署（当時は総合企画部企画課）の直轄組織として開設され、豊田市の特別再任用（定年退職者）の職員（センター長）1名と常勤の契約社員スタッフ2名の事務局体制でスタートした。「数年間で民営化する」ことを市長が条件として示していたことから、設立当初から柔軟な運営という民間の良さを導入するため、運営は業務委託によって行われた。したがって、センター長以外の職員は運営業務受託者が雇用者となっていた。

その後、地域おこし協力隊がスタッフとして加わり、また、事業拡大に合わせて適宜スタッフを拡充し、2017(平成29)年2月に「一般社団法人おいでん・さんそん」を設立し、完全民営化が図られた。

OSCの運営上の特徴は、設立以来（正確に言うと設立準備段階から）、「プラットフォーム会議」がOSCの運営や事業実施の協議を行い、物事を実質的に決定していることにある。この会議は、「住民（都市住民、山村地域に居住している従来からの住民・Uターン者・Iターン者など）」や「企業」、「市民活動団体・NPO」、「大学教授等の研究者」、「行政関係者」などで構成されている。会議は、オブザーバー参加OKの常にオープンな形で毎月開催している。メンバーはいずれも、山村部に軸足を置いた活動や山村部にコミットした活動などに何等か携わっており、テーマに応じた活動を企画・実践する「専門部会」にも所属している。

注1) 委託業務のプロポーザルを経た上で、筆者が所属する（一社）地域問題研究所が平成25～28年度までの間、運営業務を受託した。また、その一環で一般社団法人化（（一社）おいでん・さんそん）を図った。なお、法人化と同時にセンター長と地域おこし協力隊も法人の社員に移行した。現在、パートタイム（シェアリング）スタッフを含む計10名体制で事務局運営にあたっている。

注2) 法人化に際しては、「プラットフォーム会議」の主要メンバーが発起人になり、その後、理事に就任している。理事会も毎月開かれる「プラットフォーム会議」と同日に毎月開催している。

注3) 「専門部会」は、「プラットフォーム会議」の下部組織・実践組織的な位置づけの組織。山村地域の活性化や生活課題の解消などに向けた取組を企画・実践する役割がある。「移住定住」、「スモールビジネス研究」、「次世代育成」、「食と農」、「森林」、「セカンドスクール」、「ネットワーク拡大」の7つの専門部会がある（平成29年度実績）。メンバーによる発意を重視しており、一般社団法人化された現在では、理事会の決定により新たなテーマの専門部会を設けることができる。



これにより、それぞれが持つ専門性を生かしながら、市民主導による様々な協働的交流等の取組の迅速かつ柔軟で、広範な活動の展開が可能になっている。また、こうした様々な取組の過程で明らかになった事項を豊田市が政策反映しており、「空き地バンク」や「空き家片付け補助」等の制度化の他、具体的な事業展開にもつながっている。すなわち、協働的交流をコーディネートする中間支援組織としての役割に加え、OSCは、シンク＆ドットタンクとしての役割を發揮しているといえる。

### c. OSCの事業概要

OSCの主な事業を列記すると図表6-24のとおりである。

図表6-24) OSCの事業の枠組み (2020年度)

事業名	概要
1. 総合窓口の運営	交流・連携に関する相談、受付、取次ぎ、調査等
2. 都市と山村のコーディネート	交流に関する都市と山村の地域・企業・団体等との交渉・調整・マッチング・実施支援
3. 集落活動応援隊事業の運営	地域の草刈りなど共同作業の実施が困難な小規模高齢化集落にボランティアを派遣し、交流しながら集落活動を応援
4. 都市山村交流促進に向けた情報発信(コーディネート事業等のみ見える化)	様々な媒体を活用し、センター及びセンターでつながる活動主体の取組をPR(「おいでん・さんそんSHOW」の月1回発行。ホームページでの情報発信、インターネット・ソーシャルネットワークでの情報発信)
5. いなか暮らし総合窓口の運営	市の定住支援策を一元的に紹介、コーディネートを行うとともに、民間活動団体等との連携により、生業や暮らしを支援
6. 山村地域移住プロモーション	山村地域への移住促進のため、移住者を受け入れの気運づくり(PR動画作成[「空き家にあかりを!プロジェクト2」や「家主さんの悩みを解決!空き家活用のススメ」]、「とよたでつながるローカルメディア縁側の運営」、「いなか暮らし博覧会の開催」など)
7. フォーラムや交流イベントの開催	OSCのPR、いなかとまちの交流事業(「いなかとまちのくるま座ミーティング」や「いなかとまちの文化祭〜こころを耕すくらしのマルシェ〜」などの開催)
8. 人材育成事業	豊森なりわい塾やミライの職業訓練校の開催
9. 施設の指定管理	豊田市里山くらし体験館 管理運営(令和元年4月より)
10. 専門部会 <sup>注3)</sup> の運営支援	様々な組織・企業・団体とともに課題解決の方策等について検討・行動

(一社)おいでん・さんそん資料をもとに筆者作成)

### d. 都市と山村の交流コーディネート事業

図表6-24で示した各種事業のうち「都市と山村のコーディネート事業」は、都市部の企業や市民団体等からの相談や山村部の地域や事業者等からの相談を起点として交流マッチングをコーディネートするものであり、コロナ禍にあった2020(令和2)年度であっても図表6-25のような実績をあげている。

「都市と山村のコーディネート事業」の中でもOSCでは設立以来、企業等のCSRや研修等のニーズと山村地域の資源・抱えている課題とを相互に結びつけ、双方の課題解決や“共通価値の創造”につなげる事業に注力してきた(図6-26)。

その結果、前述の「サーラの森」や「新城市四谷千枚田の保全活動」など同様の企業のCSR活動の一環としての森林再生活動「住友ゴムGENKIの森」（住友ゴム株式会社×旭地区東萩平町内会）や耕作放棄地の保全活動（大和ハウス工業株式会社×稲武地区桑原棚田の景観を守る会）の他にも多様な取組が展開されている。

その成果の詳細についてはおいでん・さんそんセンターが作成したPR冊子「企業と山村の価値を育む交流事例Book」を参照されたいが、代表2事例を要約して紹介すると以下のとおりである。

#### ■Man to Man株式会社「元気ファーム」－企業の社員研修の場としての中山間地域

「受け身な姿勢が蔓延する社内の雰囲気を開き、社員の積極性を要請したい」というMan to Man株式会社（人材紹介・人材派遣会社）の思いと、「過疎化・高齢化に伴って増えている耕作放棄された農地を無くしたい」という伊熊宮農組合（旭地区伊熊町）の思いが結びつき、耕作放棄地を自社ファームとして活用し、農作物を栽培・収穫する農業研修で自発性の高い人材育成を行う「元気ファーム」の取組が生まれた。

#### ■株式会社ワイズ「社員向け農業研修をきっかけに各種商品開発へ発展」－企業のCSVの場としての中山間地域

豊田市内でカレーハウスCOCO壺番屋をフランチャイズ営業する「株式会社ワイズ」は、獣害対策を進めるために地元住民が中心になって起業した獣肉処理加工会社「山恵」と「足助高校」との三者協働により、2017年に「とよた里山猪肉キーマカレー」、2018年に「鹿肉和風カレー」を商品化。高校生が販売促進に関わり、3万食近く売れるヒット商品となり、社会課題の解決に貢献する先進事例として内閣官房・農水省による第5回「ディスカバー農山漁村の宝」に選定されるに至っている。また、コロナ禍で打撃を救おうと、2020年には「鹿肉欧風カレー」を開発している。

この取組は、「社員は飲食店で働いていても食材がどのようにつくられているのかわからない。その現場を実体験で味わえる機会を設けたい」という思いから旭地区の耕作放棄地で米や野菜をつくる地域貢献を兼ねた従業員のための農業研修を始めたことがきっかけとなっている。この農業研修の中で獣害を目のあたりにしたことで生まれた「株式会社ワイズ」の問題意識が、獣害を何とかしなくてはならないという「山恵」の思いや、生きた学びの場を求めていた「足助高校」の思いが結びついたプロジェクトであるといえよう。また、社会的な問題を企業の責任として捉えたCSR活動から進化し、企業の本業＝事業活動として展開しつつ社会的共有価値を生むCSV活動の好例として位置づけることができる事例である。

また、「株式会社ワイズ」の耕作放棄地を活用した農業研修の取組は、そこで収穫したコメを原料にした日本酒の加工販売、さらには酒粕から醸造酢を開発し、その酢を使った野菜ピクルスの加工・地元マルシェでの出品といったように、事業者間交流や6次産業化への展開も図られつつある。

図表 6-25) 2020年度の主なマッチング実績

分類	マッチング名	地域	概要 (合計 27 件 1,581 人)	交流人数
企業・労組	㈱ワイズ×㈱山恵、足助高校、その他関係者	足助	「とよた里山鹿肉欧風カレー」商品開発	377
	トヨタ自動車労組×桑原棚田の景観を守る会、桑原棚田を再生する会	稲武	棚田の景観整備 (草刈り応援)	58
	㈱ナルセコーポレーション×稲武木の駅プロジェクト実行委員会	稲武	間伐材の搬出ボランティア	5
	<b>他 3 件含む 計 464 人</b>			
大学・研究機関	東京農大 OB 太田光明氏 他×つくラッセル	旭	動物セラピー研究拠点の開設	3
	<b>他 3 件含む 計 10 人</b>			
農林・環境体験	トヨタ生協、JA あいち豊田×どんぐりの里いなぶ、出荷農家	稲武	【コロナ禍支援】道の駅閉鎖に伴い販路を失った野菜の柳津販売協力。	10
	スーパーやまのぶ×徳八農園、KINOファーム	足助、下山	【コロナ禍支援】行き場を失った農家の野菜の仕入れ販売。	6
	文化振興財団互助会×つくば元気クラブ	旭	【コロナ禍支援】利用施設の休業で販路を失った米の受注販売。	34
	朝日丘コミュニティ×つくば元気クラブ	旭	同上	163
	<b>他 5 件含む 計 275 人</b>			
まつり・イベント・その他	参加者×芳友町	石野	万灯祭りの参加者募集と当日対応	46
	JA あいち豊田×㈱とよた山里 HD、いなぶ観光協会、出展者、来場者	稲武	山里マルシェの開催支援	843
	<b>他 4 件含む 計 932 人</b>			

出典) (一社) おいでん・さんそん 2020年度事業報告書



図 6-26) 企業と山村の価値を育む交流・マッチング事業の仕組み

出典) (一社) おいでん・さんそん 企業と山村の価値を育む交流事例Book

### ③企業と山村の価値を高める一その取組の兆し

②で紹介した、とよたの山里で次々と創出されているような“企業と山村の価値を育み、高めていく取組の兆し・先駆け”(以下、“兆し”)は、三河山間地域にも自然発生的にも見られるようになっていく。IV. 2で高橋氏が報告した「東三河レストランバス」(奥三河4市町村を巡る2コース)についても「東三河地域経済界×奥三河」という意味において“兆し”であるといえる。また、『中部圏研究 No.

210 (2020年3月発行)』の調査レポートで報告されている「奥三河蒸留所」や「フォレストアドベンチャー・新城」も“兆し”であろう。

「奥三河蒸留所」は、ヒノキの葉やゆずなど未利用森林資源を原材料としたエッセンシャルオイルを生産・販売するのみならず、蒸留過程の見学や様々な香りコスメの制作体験（蒸留体験）、ヒノキの葉の足浴体験等ができる、カフェ併設の奥三河地域の新たな体験型観光拠点である。そして、okumikawAwakeの一翼を担う新たな価値を来訪者に提案・提供する観光資源としても機能している。また、「奥三河蒸留所・奥三河柚子プロジェクト・ゆず収穫隊」と称したイベントを通じて愛知県内で最も過疎化が深刻化している旧富山村にコミットし、山村地域と都市の交流や関係人口の創出にもつながっており、地域経済の活性化のみならず過疎化で弱体化している地域社会の活性化にも少なからず貢献している点も注目に値する。

一方、「フォレストアドベンチャー・新城」は、森を開発するのではなく、間伐をして林床に光を取り入れ森と共存し森と遊びながら自然を学んでいく自然を利用したアウトドアパークであり、民間活力（企業の力）を活用した森林の保全活用の新たな価値創造を奥三河地域に刻み込んだ事例といえる。また、森林資源を活用したこれまで奥三河にはなかった新たな保養・スポーツの場、環境教育や社員研修の場として評価できる。そして、子どもたちに森の大切さと楽しさを実感してもらう機会を創出すると同時に、新都市を始めとする奥三河のスポーツ・ツーリズムの活性化につながる公民連携事業として期待されるものである。

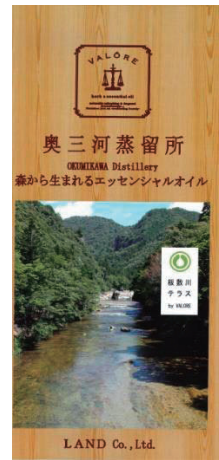
奥三河地域が抱えている地域課題が都市部にある企業のCSR活動やCSV活動と結びついて、良き化学反応を起こすことによって、これからの時代にふさわしい新たな価値が生み出されるのではないだろうか。地域側のみならず企業側のWinにつながるような共有価値の創造につながる未来が、前述したような奥三河地域の“兆し”の中から見えてこよう。

奥三河地域の地域課題は負としてだけとらえるのではなく、これからの企業活動のあり方の一方向を示唆する“原材料・商品”になり得るのではないか。奥三河地域の地域課題に関心を持ち、共感・共有する都市部の企業とのコラボ。そうした関係性づくり、マッチングにこそ、奥三河地域の持続可能な未来とSDGs時代にふさわしい企業活動の未来を見出していく糸口があるのではないかと思われる。



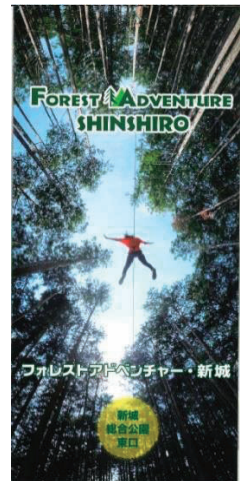
### 奥三河蒸留所（新城市：旧鳳来町）

- 安城市の株式会社ランド（代表取締役社長 阿部 晃 氏）が、顧客の求めに応じ、自社でヒノキオイルの抽出をするため、愛知県内で一番抽出に適していた奥三河のヒノキの葉の産地に近いことから開設。
- 開設にあたって新城市から観光も可能な施設にして欲しいとの要請があり、体験施設や、自転車・トレイル等のスポーツ・ツーリズムに対応できるよう食事もできるカフェも併設。
- ヒノキのほか、ゆずや三ケ日のミカンなど様々なものを蒸留しており、そのうち製品化されているものは8種類程度。
- ゆずは、担い手の高齢化のため収穫されずに放置されていた旧富山村の特産品であったゆずを活用。「奥三河蒸留所・奥三河柚子プロジェクト・ゆず収穫隊」と題したイベントで収穫ボランティアを200名ほど募集し収穫し、ゆずオイルを精製・販売。
- 奥三河の中でも最も奥に位置し、合併前は“日本一のミニ村”と呼ばれ、合併後はさらに過疎化が進行してしまっている旧富山村の交流人口・関係人口の増加にも一役買っている。
- 阿部社長は、奥三河の森林産業を構築していきたい、地元貢献していきたい、との思いを持たれており、現在輸入に頼っているものを国産化すること等により産業をつくることで、地元へ活力をつけ、人口減少に歯止めをかけたいと意気込まれている。



### フォレストアドベンチャー・新城（新城市）

- 愛知県営新城総合公園の民間活力事業の公募に応じたエバイス株式会社（本社：名古屋市，代表取締役 杉浦 正明 氏）によって、2018年3月に開設。
- 2018年は三河地方の方を中心に17,000人ほどの来場者があった。
- フォレストアドベンチャーは、もともとはフランスの発祥で、木の上での危機管理、リーダーシップ、チーム理論等を養う企業研修施設として作られたものであるが、13年前に日本に入ってきたときに遊びの要素が加わり『自然共生型アウトドアパーク』として運営されている。そのため、土日祝は一般の方がほとんどだが、平日は校外学習や企業の職員研修での需要もあるという。
- 全国で32か所あり、そのうち3分の1ほどが株式会社フォレストアドベンチャー（本社：山梨県）によって直営で運営されており、新城も含め残りのパークはフランチャイズで運営されている。
- 至近では、2019年3月に三重県の菰野町に「フォレストアドベンチャー湯の山」がオープンしたが、湯の山でフォレストアドベンチャーに好印象を持たれた方が新城にも来場され、相乗効果になっている。
- フォレストアドベンチャー・新城は、奥三河蒸留所やはづグループ（湯谷温泉）との三者でコラボレーションし、奥三河の体験・リラクゼーション観光としてPRされている。



出典）中部圏研究No.210 『『中山間地域におけるまちづくり研究会』事例調査について』

#### (4) 働き方改革・多様な働き方の実現の場として中山間地域

##### ①働き方改革の背景と動向

我が国の生産年齢人口は1995年をピークに減少に転じ、想定以上のペースで減少し続けている。こうした状況が大きな背景となり働き方改革関連法を制定するなど、国では働き方改革・多様な働き方の実現に乗り出した。また、こうした流れに呼応する形で柔軟な働き方としての副業・兼業に取り組む企業も増加しつつある。

総務省「就業構造基本調査」によれば、副業者は横ばい推移にとどまっているものの、副業希望者数は年々増加しており、多様な働き方を望む個人が増えてきている（図6-27）。

一方、企業側に目を向けると、株式会社リクルートが実施した調査（兼業・副業に関する動向調査データ集2020）によれば、従業員の兼業・副業を認める人事制度が「ある」と回答した人（企業の人事担当者）は49.5%と半数を占めている。その導入時期については、3年以内が72.7%を占めており、兼業・副業を認める人事制度の導入が、ここ数年で進んでいる状況がわかる。また、「ない」と回答した人のうち「制度の導入を検討している」と回答した企業は4割近くを占めており、近い将来、兼業・副業を認める企業がさらに増加することが予想される（図6-28）。

さらに、新型コロナウイルスの拡大により、経済活動全体が大きな変化を迫られており、テレワークの拡大と相まって多くの企業において真の意味での働き方改革が求められるようになっており、その動きは加速化することが予想される。現に日本を代表する企業であるトヨタ自動車においてもコロナ禍で在宅勤務の恒久化が進められており、職場から遠く離れた地域に住みながらも仕事と育児や介護の両立が可能になるリモートワークを原則とした遠隔地勤務を後押しする新制度を導入したところである。

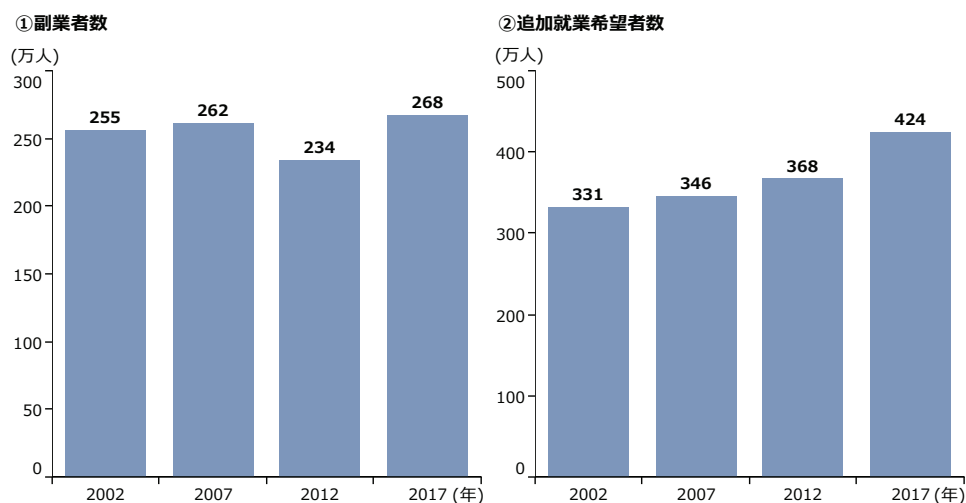


図6-27) 副業者数と追加就業希望者数（副業希望者数）

出典) 2021年版「中小企業白書」

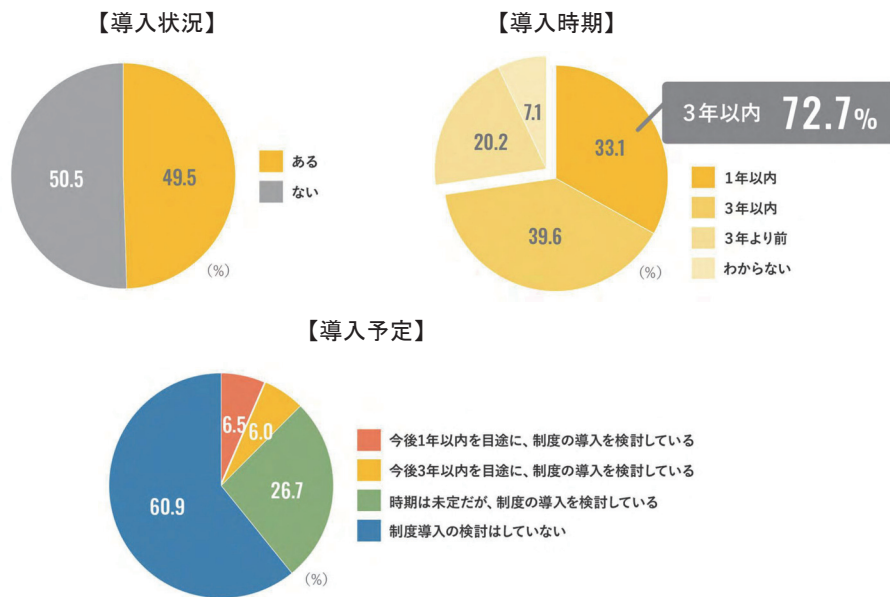


図6-28) 兼業・副業を認める人事制度の導入状況・導入時期・導入予定

出典) 兼業・副業に関する動向調査データ集2020：株式会社リクルート

## ②中山間地域に移住する人の働き方をめぐる雑感～山村地域は「働き方改革」の実現の場～

筆者は、2008年の設立以来愛知県交流居住センターの事務局長として三河山間地域への交流を糸口とした移住定住を微力ながら支援してきた。その経験から感じることは、2008年当時の田舎暮らしといえば、リタイアメント層が多かったということである。しかも、長年のサラリーマン生活からやっと解放されるのを契機に自然豊かな田舎暮らしに憧れるお父さんが、都市地域での暮らしを豊かな友人関係の中で満喫しており、「田舎暮らしなんてまっぴら御免！」という嫌がる奥さんを無理矢理説得して田舎暮らしを始めようとする人が多かったように思う。

ところが、東日本大震災が起きた2011年で大きく潮目が変わった。その頃から年齢層が低下し、20歳代後半から40歳代前半の若者層、子育て世代層の移住希望者が増えた。しかも、都市での暮らしに危うさを感じた女性が安全で安心できる食と住を求め、嫌がらない理解のある夫をつれて田舎暮らしを目指す。安心して子どもを産み育てることができる地を求めて。これは筆者だけが実感しているのではなく、筆者のように田舎暮らしを応援しているような方の多くも同じような潮目の変化を感じ取っているようだ。

加えて、昨今は「過度なまで便利になった都会の暮らしに不安・危うさを感じる、命や気持ちを削るような働き方からは脱却したい……。だから、田舎に移住する。」というような動機、すなわち、“移住する場所が先に決まり、仕事（生業）が後からついてくる移住”にシフトしてきているといわれている。働き方、暮らし方のみならず、生き方そのもの自体を変えたいということで田舎に飛び込んでいる若者が増えている状況にある。

2009年度に制度がスタートした地域おこし協力隊の様子を見ても明らかである。当初、僅か89名であった地域おこし協力隊員数が2018年度には5千人を大きく上回っている。そして、国はこの隊員数を2024年度に8,000人に増やすという強気な目標を掲げているが、こうした田舎に飛び込む若者の動向がその背景になっていると思われる。

前述したOSCでは、設立当初の事業の一つとしてスモールビジネス研究会（SB研）を立ちあげた。その目的は、「田舎暮らしを進めるには生業としての仕事が必要。だけど、田舎には都市と比べて働く

場が圧倒的に少ない。かといって企業誘致という前近代的な方法で働く場を設けるのもおかしい。振り返ってみれば、かつての農山村も単一の職業だけで生計が成り立っていたわけでない。農繁期には農業をやり、農閑期には林業や炭焼き、木地仕事、わら仕事など「多業」で生計を立てていたのである。であるならば、“3万円ビジネス”ではないけど、現代的な多業につながるようなスモールビジネス（小さな仕事（稼ぎ））を掘り起こしてそれらを見える化する。これによって若者を呼び込む。」というところにあった。

ところがS B研を開催しているうちに、どうもそうではないことに研究会のメンバーが気が付き始めた。「稼ぎ」と「仕事」は違うということ。そして、田舎で暮らしていくということは、「仕事」と「稼ぎ」の両方が必要なこと。「稼ぎ」というのは、自分と家族が生きていくためにすることで、「仕事」というのは、集落を維持し持続させるために、直接自分の収入に結びつくことがなくても、やらねばならない作業のことである。「結い」や「普請」、「祭りの役」などの共同作業がこれに当たる。

移住して田舎暮らしをするということは、「仕事」を通じて地域の人達との関係をつくることである。そして、信頼を得ると自ずと小さな「稼ぎ」は生まれてくる。なので、「稼ぎ」をリスト化して用意するのではなく、地域の関係づくりの機会・場を用意して「稼ぎ」を共に模索していくことが大切。そういう経緯から、S B研のメンバーが中心になって「ミライの職業訓練校」を立ち上げるに至った。

失業中・休職中の方の再就職に役立つスキルを提供するのが通常の職業訓練校である。それに対して、「ミライの職業訓練校」は、「豊田市の山里をフィールドに、今の働き方の中で感じる“モヤモヤ”を深め、自分がやりたいことを見つけ、仲間とともに切磋琢磨しながら、カラダとココロが喜ぶ『あなたの天職』を探すための学校」である。法人格もない実行委員会方式で開講している職業訓練校である。「過度なまで便利になった都会の暮らしを続けてよいのだろうか？ 命や気持ちを削るような働き方を続けてよいのだろうか？……」。そんな“モヤモヤ”を聴き合う場をプログラムの中心に据えたこの学校への参加を通じて、自分らしい働き方、生き方を見つけ、山村地域での起業や転職（天職）に結実した若者が生まれている。

「三河の山里サポートデスクなりわい実践者事業」を通じて多くの人達が三河山間地域をフィールドに起業している状況（P76、80参照）をみてもそうであるが、これまでの働き方を変えたい、起業したいという多くの若者のチャレンジの場、実現の場となっているのが三河山間地域である。そのポテンシャルはまだ底が見えていない。

### ③「INABU BASE PROJECT」～山あいの稲武の地に拠を置く企業が先導する「働き方改革」～

豊田市の北東に位置し、長野県・岐阜県と県境を接する稲武地区（旧稲武町）。この地に独自の働き方改革に挑戦し、10年間途絶えていた新卒採用を実現している企業がある。自動車の内装用シートカバーの製造を手掛けているトヨタケ工業株式会社である。同社本社が位置する豊田市稲武地区は山間部で少子高齢化が深刻であり、地元での新卒採用は難しい状況であった。このため、働きやすさや山間部の魅力を伝えることで、地区外から若い人材を呼び込もうと、愛知県内の自転車愛好家ら有志とともに立ち上げた地域活性化プロジェクトが「INABU BASE PROJECT」である。

このプロジェクトは、山林の中にマウンテンバイク専用トレイルコースを造成してツアー客を呼び込む一方で、マウンテンバイク・ツアーガイドとして同社で従業員を採用。平日週3日は工場で働き、土日は同地区でトレッキングやマウンテンバイク等の山岳ツアーガイド業をするなどして、残りの平日2日間を休むという『3日2日』の兼業型の就労スタイルを実現させて雇用を創出していこうというものである（図6-29）。



都会に立地する企業への新卒採用の内々定を辞退してトヨタケ工業に就職し、稲武地区にIターンをして『3日2日』の働き方を実現するなど、数名の若者が稲武地区に移り住み、トヨタケ工業で働く暮らしを満喫している（図6-30）。

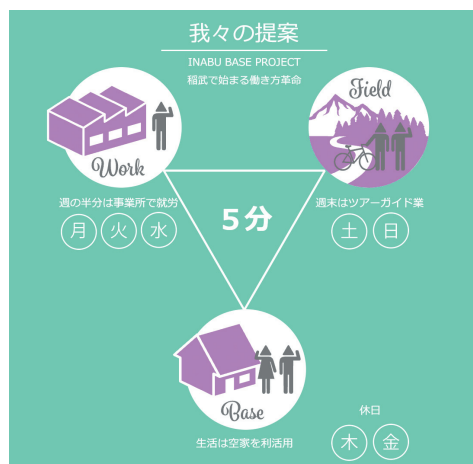


図6-29) トヨタケ工業株式会社が推進する新しい働き方の概念図

出典) INABU BASE PROJECTホームページ



図6-30) トヨタケ工業株式会社が推進する新しい働き方の様子

出典) とよたてつながるローカルメディア「縁側」

### (5) まとめ

奥三河地域を含む三河山間地域は、過疎化・高齢化を背景に様々な地域課題を抱えている。しかしながら、“山間地域が困っているから都市・企業に助けてほしい・つながりを持ちたいというものではない”ことは本稿を通じてご理解いただけたと思う。むしろ、CSRやCSV、SDGs、働き方改革や人材確保・養成といった企業が抱える課題解決につながるフィールド・資源が中山間地域には豊富にある。また同時に、働き方や生き方に悩み“モヤモヤ”としている多くの若者たちのシフトチェンジの場・機会と21世紀型の暮らし方・生き方に挑戦する受容力を中山間地域は有しているのである。

奥三河地域の持続可能な未来とSDGs時代にふさわしい持続可能な経済活動の未来、そして、自分らしくやりがいを持って働ける起業・兼業・副業を含めた多様な働き方の未来を、多くの企業、若者をはじめとした多くの皆さんと共に模索し、培っていける奥三河地域であることを期待したい。また、奥三河地域を含めたあいちの山里に関心を持ち、関係性を築いていくことを志向する企業や若者が益々増えていくことを願う次第である。



## 2-3. 賛助会員企業のテレワーク等の取組状況について

### (1) はじめに

新型コロナウイルスの流行により、大都市の過密リスクが認識され、国の旗振りのもとで企業はリモートワークを採用するなど感染リスクを減らす取り組みを進めている。同時に、新しい働き方が模索され、企業、個人双方の立場から、テレワークやサテライトオフィスの活用など、様々な取り組みが進められている。

日本計画行政学会中部支部アフターコロナ研究会（代表：福島茂名城大学教授、以下アフターコロナ研究会）では、2020年度より「アフター・コロナウイルス時代の働き方と地域活性化の可能性」をテーマに、テレワークに着目して勤労者の居住選択・ライフスタイル変化や地域社会活性化への影響を明らかにすることを目的に研究を行っている。

筆者はアフターコロナ研究会に参加し、『中山間地域におけるまちづくり研究会（以下、まちづくり研究会）』座長の戸田敏行教授とともに、当財団と共同で中部圏企業のテレワーク等の取組実態やメリット・デメリット、事業所の地方分散への関心等について調査を行った。本節ではこの調査結果を報告する。調査実施概要は次の通りである。

#### ①調査対象

- ・公益財団法人中部圏社会経済研究所の法人賛助会員企業。
- ・業種は製造業、建設業、サービス業、小売業、IT情報、ソフトウェア系企業等。

#### ②調査内容

- ・テレワーク・ワーケーションの実施状況、導入の課題や期待、今後の継続・拡大意向、コロナ禍を背景としたオフィス移転や事務スペース分散の検討状況、オフィス分散やワーケーション検討の際の中部圏地域選択の可能性や期待 等

#### ③調査期間

- ・2021年2月16日～3月5日

#### ④配付数と回収結果

- ・配布数：106社
- ・回収数：35票（回収率32%）

#### ⑤回答企業の属性等

- ・業種：製造業が24.2%、建設業が21.2%、情報通信業が15.2%、その他は金融・保険業、商社、エネルギー業など。
- ・資本金規模：10億円以上の大企業が67.7%を占める。
- ・従業員数規模：301人以上の大企業が80.6%を占める。

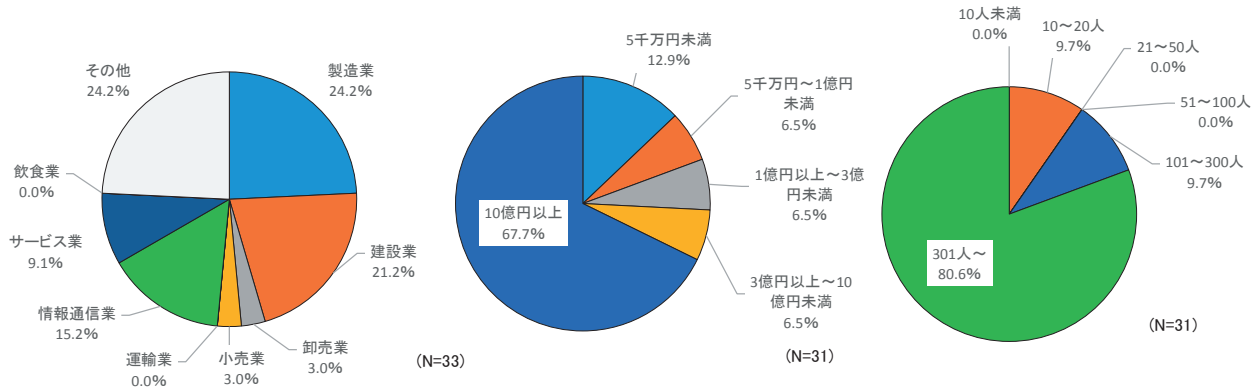


図6-31) 回答企業の属性等

## (2) テレワーク等の実施状況について

### ①テレワーク等の導入状況

回答企業の会社の経営方針（社内制度）としてのテレワークやワーケーションの導入割合は、テレワークの導入企業が33社の87.9%にあたる29社が導入している。今後導入予定の1社も含めるとほとんどの企業がテレワークを導入している。テレワークの形態は「在宅勤務」であり、「モバイルワーク」と「サテライトオフィス勤務」を認めている企業は全体の2～3割程度であった。

一方、ワーケーションについては、導入している企業は1社、今後導入予定の企業は2社と少なく、回答企業の多くはワーケーション導入には至っていない。

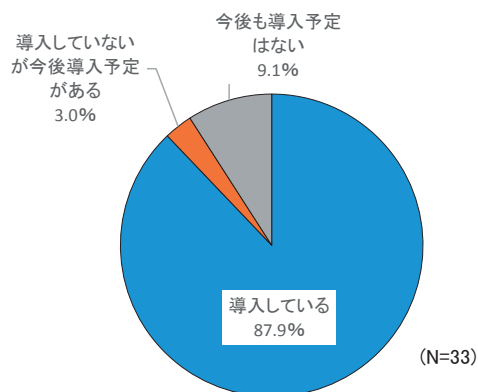


図6-32) テレワークの導入割合とテレワークの形態

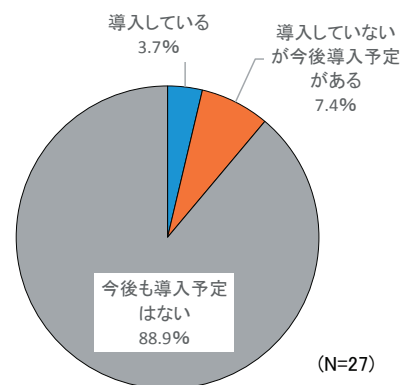


図6-33) ワケーションの導入割合

テレワークの導入の時期をみると、コロナ感染が拡大する2020年1月以前から実施している企業と感染拡大以降から実施した企業の割合は概ね半数ずつであったが、テレワークを実施している従業員の割合についてみると、コロナ感染拡大前は、多くの企業が1割程度であったのに対して、現時点では3～5割程度実施しているとの企業の回答が4割近くを占めたことから、テレワーク等の導入はコロナ感染拡大以降、拡大してきたと言える。

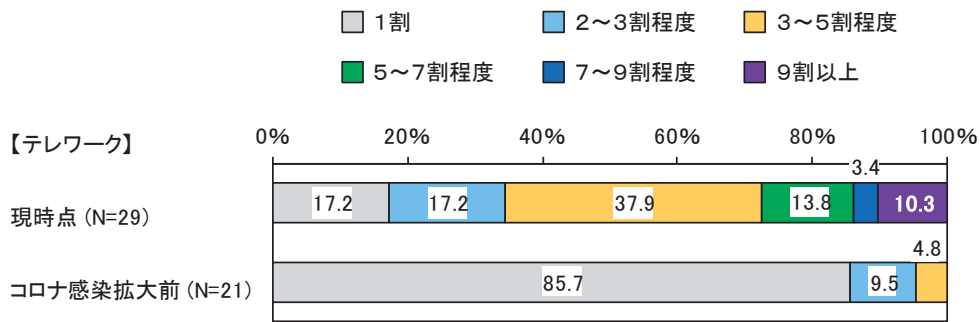


図6-34) テレワークの導入割合 (コロナ感染拡大前と現時点の比較)

## ②テレワーク導入の評価

テレワーク導入の評価について、会社経営に関連すると思われる12の項目に対して、テレワーク導入の際の重要度合いと現時点での効果を確認した。

図は12項目に対する重要度と効果の値の分布である。横軸は重要度の値として『大変重要視した』『ある程度重要視した』の回答率の合計値、縦軸は現時点の効果の値として『非常に効果的である』『ある程度効果的である』の回答率の合計値である。

これらの値をプロットした結果、12項目のなかで、「①感染症拡大予防」、「⑦移動時間短縮」、「⑩社員本人や介護育児等の家庭環境への対応」、「④ワークライフバランスの向上」は、図右上に分布しており、テレワーク実施の際に重要視されたとともに、テレワーク実施の結果、その効果が認められている。一方で、図左下に分布している項目のうち、省エネ、オフィスコスト削減、顧客満足度向上、業務の創造性向上、人材雇用の面では、重要度と効果ともに低かったと言える。

この結果から、テレワークは感染対策や通勤時間の開放のツールとして有効であったと言えるが、企業の創造性、顧客満足度、コストなど、企業経営に対してはテレワークが有効であるとは言い難いと思われる。

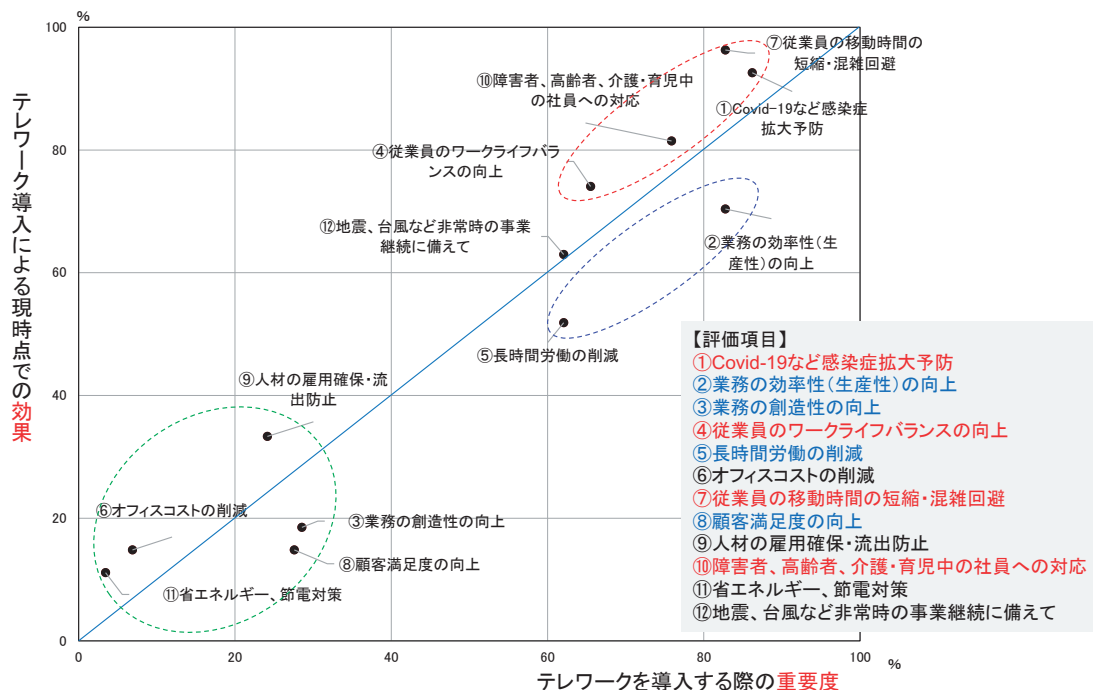


図6-35) テレワーク導入の評価

### ③テレワークの今後の取り組み意向

テレワークの今後の継続・拡大の意向は、「継続・拡大したい」は3割未満であり、7割近くの企業が継続はするものの拡大までは考えていない。

テレワーク等の普及拡大のために必要なことは、「社内手続きのデジタル化・簡素化」、「情報通信システムの強化や高機能化」、「情報セキュリティ強化」、「ITコミュニケーションツールの導入」、「労務管理の高度化」、「業務の適正化・見直し」などがあげられている。テレワークは、働き方改革のツールとして期待されているものの、チーム作業やブレインストーミング等の人が交わらないことによるコミュニケーション不足や従業員管理のしにくさが懸念として指摘されていると言える。

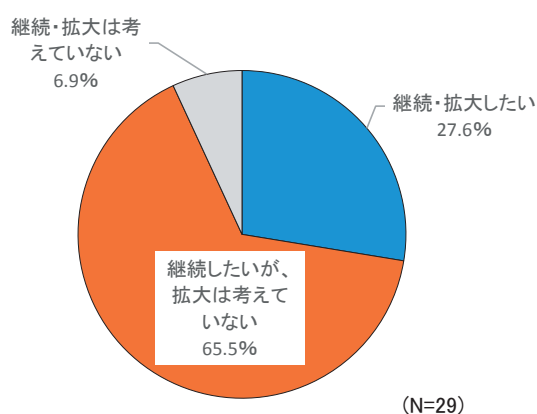


図6-36) テレワークの今後の継続・拡大の意向

### (3) コロナ感染拡大防止策としてのオフィス移転・事務スペース分散の検討

#### ①オフィス等のスペースの分散状況と今後の意向

現在のコロナ禍において、中部圏の事業所が立地する現在の場所で引き続き事業を行うかどうかについて確認したところ、オフィス移転や事務スペースは「現状維持」が8割近くを占めた。

この結果から、多くの企業は現在の場所で事業を続けるメリットの方が大きいいためオフィス移転や事務スペースの分散は必要ないとの認識を持っていると思われる。一部の企業では、既存事業所を活用して事務スペース分散を図る、サテライトオフィス新設やシェアオフィスを活用する例もあったが、多数の企業は在宅勤務を今後も活用することで、従業員の密を減らして働く場所の分散を図る意向である。

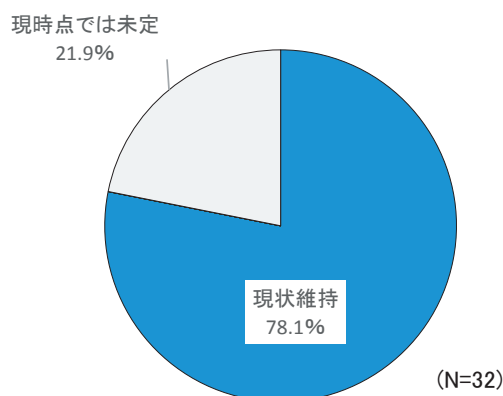


図6-37) オフィスの今後の移転・縮小・拡大の検討状況



## ② オフィス分散先の地域条件と分散先の候補地域

現在のコロナ禍で、中部圏の事業所や事務スペースを他の地域へ分散させる際、分散先の地域に求める条件は、「感染症や災害のリスクに対する安全・安心が確保されていること」、「道路、鉄道駅、空港、港湾などの交通・物流ネットワークが整備されていること」、「最新の情報通信ネットワークが整備されていること」、「有能な人材や求める人材の確保が容易なこと」が上位に選択されており、ビジネスを進める上でのリスク対策やインフラ基盤が整っていることが重視されている。また、「医療、教育、買い物などの住環境が充実していること」、「家族などの希望に合致する良質な住宅があること」のように、従業員にとっての住みやすさ、暮らしやすさに関する項目も重視されている。

オフィス移転や事務スペースの分散先の地域は、「場所の具体的な候補はないが、主要事業所から近接した地域」であり、具体的な場所にこだわらず、主要事業所に近接した場所を志向する回答が多かった。具体的な候補地には、「名古屋市内」、「名古屋近郊60分圏域」であり、回答企業が立地する現在のオフィスや事業所の近隣が選ばれている。

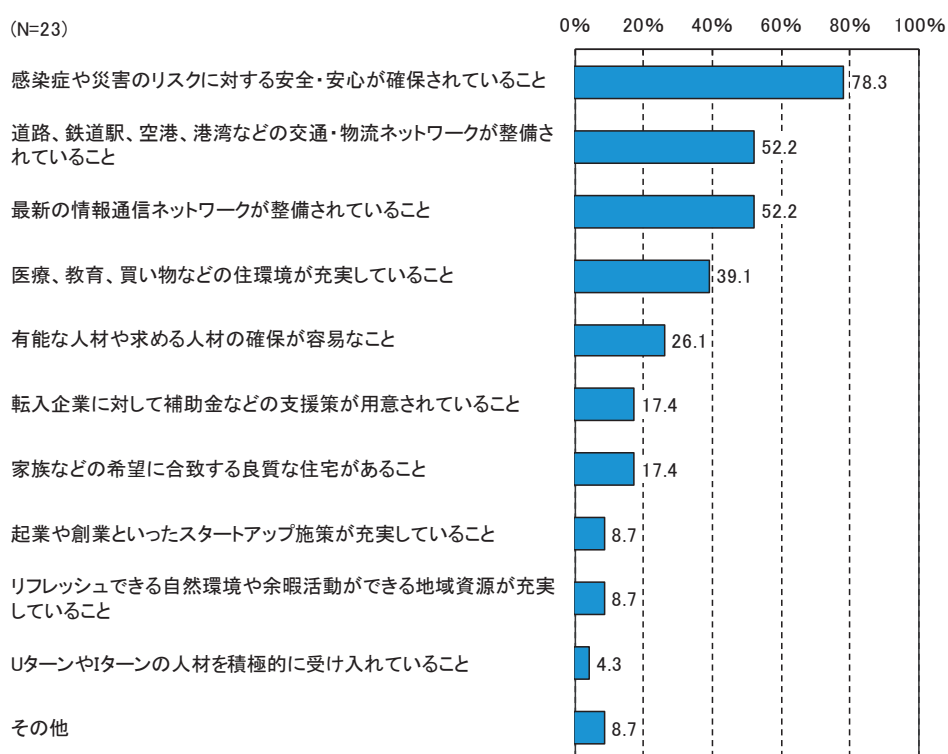


図6-38) オフィスの分散先となる地域に求める条件

## (4) 調査結果の考察

### ① テレワーク等の実施状況

回答企業の9割近くがテレワークを実施している。テレワーク形態は「在宅勤務」が中心で、「モバイルワーク」「サテライトオフィス勤務」の導入は全体の2～3割程度で少ない。テレワークの導入時期は2020年1月以降の企業が半数あり、コロナ拡大を契機に広がってきている。ワーケーションを導入している企業は僅かであった。

### ② テレワーク導入の評価と今後の拡大・継続意向、企業側に期待される対応

感染対策や通勤時間からの解放のツールとしてテレワーク（在宅勤務）は有効との評価がある一方、

創造性、顧客満足度、コスト、省エネ、人材雇用の面では期待も効果も低い結果であった。

テレワークを「継続・拡大したい」とする企業は3割未満であり、コロナが落ち着けば、出社して会社で仕事する従来の形に戻る事が想像できる。テレワークの定着・拡大には、第一段階は、ICT導入、セキュリティ等のハード的な課題を解決し、第二段階では、創造性、顧客満足度、コスト、人材確保など、企業経営の根幹に対してもテレワークが有効に機能するように、業務の仕組みや社内制度変革も同時に進めていくことが重要と思われる。

### ③ オフィス移転の動向と地域側に期待される対応

企業は、テレワークとともに、サテライトオフィスやシェアオフィスを活用する例もあるが、オフィス分散先の候補地は名古屋近郊程度の広がりであり、中部圏へ広く分散・移転することは考えづらい。移転先の地域に求める条件は、「安心・安全の確保」「交通アクセス」「情報インフラ整備」「住環境の充実」等を重視している。

行政による企業の地方拠点（サテライト・オフィス等）誘致の取り組みは、地域のインフラや住環境の整備が求められるが、企業へのアプローチは、役所内の部門縦割りや、自治体単独の対応では限界があるため、役所内の部門調整による施策の総合化や自治体間の施策連携が重要と思われる。

### 【追 記】

本アンケート調査の結果は2021年9月発行の調査季報『中部圏研究No.216』の調査研究レポートに所収されていますのでご参照ください。

## おわりに

全国的にみれば中山間地のイメージが少ない愛知県ではあるが、その中山間地域である奥三河地域は、中部社研の地域力ストック指数からみれば持続不可能な自治体に分類される。今回調査で着目した東栄町は、そうした中で転入人口が転出人口を上回る特徴的自治体である。その根源を解き明かそうとしたのが本研究である。

一方、歴史的には、奥三河は民俗芸能に代表される文化圏を形成しており、果たしてこれからの中山間地が、持続性をもってその地域の個性を形成しうるのだろうかという長期的な視点も問題意識には据えている。これらを示したのが、「Ⅰ 奥三河地域の持つ空間的、時代的な位置づけ」である。また、地域政策を下支えする行政政策として中山間地域は、如何に構想されているかという視点も同時に重要であろう。「Ⅱ 行政の政策と取り組み」では、これらを概観している。端的に言って、全国的な人口減少の下では、国土政策がとってきた過疎と過密の再配分という手法は機能せず、むしろ持続可能な社会システムの先端性を示すことが求められている。それは、確実に生きていこうとする小さな成功を探し求めていることとも言い換えることが出来よう。確かに、自治体レベルの広域連携も多様な枠組みを有している。しかし、これらを結着する中核モデル像が明確となっていない。勿論、一気にこの解に至れるとは言い切れないが、その端緒を見出し、試行を続けることが不可欠と思える。

こうした背景をもって、解かれたのが「Ⅲ 東栄町におけるビューティー・ツーリズムの経験と開かれた内発的発展」、「Ⅳ 奥三河地域における広域観光戦略：okumikawaAwakeの取り組みを中心に」である。そこには、「移住者と地域事業者・資源との出会い」、「地域の自然・社会に円座して自己実現を図る移住者の暮らし」があった。自らが生み出した仕組みが重なり合っており、詳しくは本編を再読いただきたい。さて、この主題の当初の着眼は、ビューティー・ツーリズムという極めて個性的な地域ブランドのビジネス展開を求めるものであった（少なくとも私自身は）。しかし、そこに現れてきたのは、自己の価値観を追う生き方であり、そうした外部人材を受け入れる地域の姿勢であった。こうした生き方を「ビューティフルライフ」と呼ぶことは、理にかなっている。そして、これらが織り上げられた奥三河地域新規事業展開の総括事業マップ（p80：「Ⅴ 受け継がれてゆく中山間地」）は壮観である。こうした取り組みは、奥三河のみならず中部圏の山間地域にとって応用可能な方向性であろう。また、そうした問題意識をお持ちになる地域間での交流が有益なものだと確信している。

さて、本研究がはじまって直面したのがコロナ禍である。そこから引き出される観光、テレワーク、ワーケーションについては、「Ⅵ 新型コロナウイルス感染症の影響と都市を支え

る中山間地域の可能性」で出来る限り現状をまとめており、withコロナ、postコロナへの参考となればと思う。また、本研究会は、中部圏の企業の組織である中部圏社会経済研究所の事業として行われている。そうした観点から、中部圏の主要企業が中山間地域に対してどのような認識を持つのが重要な視点である。そこで、コロナ禍でのテレワーク研究や中山間地と都市・企業との関係を最後に置いている。行政政策で記したように、人口減少社会における持続性モデルを見出すことは、都市部の、とりわけ中核的な企業にとって、自己の活動地域の維持という観点からも不可欠であろう。さらに、大きく変わりつつある産業環境の中で、新たなビジネスのあり方を見出す有効な機会と見る必要があるのではないだろうか。残念ながら今回の研究では、そうした企業の方々へのフィードバックを含めた結論とはなっていない。幸い、本研究会は継続が予定されており、むしろそれらはこれからの課題であると認識している。

コロナ禍で現地調査も拘束の多い中で行わざるを得なかったが、最後に研究にご協力いただいた奥三河地域の皆様方、研究実施に当たられた研究会委員、事務局の皆様方に篤く御礼申し上げます。

中山間地域におけるまちづくり研究会 座長 **戸田 敏行**

中山間における持続的地域振興  
～奥三河地域を事例として～  
－中山間地域におけるまちづくり研究会報告書－

---

2021年12月

制作発行 公益財団法人 中部圏社会経済研究所

---

本調査研究報告書の著作権は、当財団に帰属します。  
無断で複写・転載することをご遠慮ください。