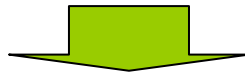


成功へのメッセージ ～ 活力ある農山漁村から学ぶべきこと～

農林水産業を核とした、自律的で経営感覚豊かな農山漁村づくりの先駆的事例を「立ち上がる農山漁村」として選定した



農山漁村づくりの先駆的事例において「成功要因はなにか」、そして「地域活性化に必要なポイント」について調査をおこなった



調査の結果、今後の地域活性化に向けて、4つの成功要因メッセージが抽出された

1. 調査の目的

平成16年6月14日、首相官邸大会議室において開催された「立ち上がる農山漁村」有識者会議において選定された、全国の活力ある農山漁村における先駆的事例を調査し、先駆的地域から学ぶべき点について検討を加え分析を行うことを目的とする。

農山漁村においては、人口の減少や高齢化の進行等による地域活力の低下等の問題を抱える中で、近年、地域資源を活かし、地域住民・組織が主体となって自律的で経営感覚豊かな活動を行なうことにより地域の活性化・再生に結びついている先駆的な事例が各地で見受けられる。

今後、こうした活動が幅広く展開され、農山漁村地域における地域再生が進展していくためには、先駆的な事例での成功要因を明らかにしてそのポイントを体系化し、広く情報提供していくことが必要である。

このため、今回の調査では、各地で見られる様々な先駆的取り組みの中で、農山

漁村の活性化のためのヒントとなるような先駆的な事例について、それらの特徴、地域経済への波及効果等を調査し、その成功要因を明らかにするとともに、事例横断的な成功のポイントについて体系化することにより、今後の各地域における取り組みの参考に資するものとする。

2. 調査の内容

「立ち上がる農山漁村」に選定された地域は、農林水産業を核とした、自律的で経営感覚豊かな取り組みを行っている先駆的な事例である。

その対象分野は、以下の5分野となっている。

「食」

おいしく、安全・安心の食材供給

「バイオマス、リサイクル」

環境に優しい地域資源利用

「IT導入」

高度情報化による経営革新

「農林水産物の輸出」

守りから攻めへ

「都市と農山漁村の交流」

ゆとりとやすらぎ・食育の場の提供

また、選定の視点として、以下の4つがある。

農山漁村振興へ力強い情熱と独自の経営感覚を有している事例。

農山漁村の地域資源を最大限に活用している事例。

既成概念や枠組みにとらわれない革新的な地域戦略を有している事例。

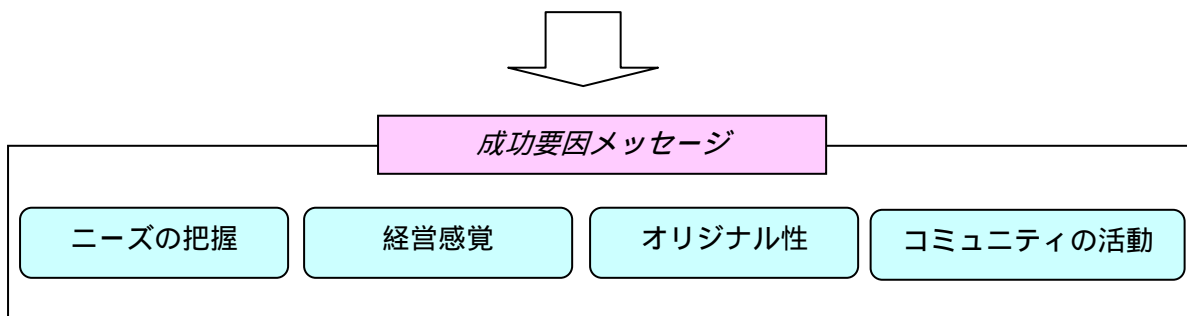
農山漁村の経済活性化や雇用創造に貢献している事例。

こうして選定された「立ち上がる農山漁村」30事例について、活動期間、収益、事業規模、参加者数など定量的なデータの把握を目的としたアンケート調査を行うとともに、事例に関する定性的な特徴の把握を目的とした現地関係者へのヒアリング調査を実施した。

両調査の結果を基に、活動の特徴や地域経済への波及効果等を分析し、その成功要因を明らかにするとともに、各事例から抽出された成功のポイントについて体系化を行い、農山漁村地域における自律的な活性化の要因について分析を行った。

3.まとめ

各事例における「成功要因」、「地域活性化に必要なポイント」についての調査を実施し、これを分析した結果、成功要因として以下の4つのメッセージが浮かび上がってきた。



以下、4つのメッセージについて、それを構成する成功要素を具体例とともに説明する。

ニーズの把握

・日本米であることをダイレクトに伝えるため、城や桜などのイラストを取り入れることにより、日本ブランドとして的高级イメージをアピール。台湾における高所得者層への販路の開拓に成功した。(島根県益田市)

海外に存在する日本ブランドの高級イメージを利用した販売戦略

・JA 西いわみでは、台湾への販路拡大の可能性を探るため、平成15年2月から台湾で事前調査を実施した。米が主食でない台湾では、積極的な試食会の開催と食べ方の提案も含めた、商品の良さを最大限に引き出す工夫を行っている。2年間で9回と、定期的で継続的な試食会を実施し、商品の差別化を図っている。

(島根県益田市)

継続的で対象を明確化したPR活動



・インポーターや販売店に対する試食会や産地情報・生産情報の配信にも取り組んでいる。
(島根県益田市)

ITの活用などによる消費者とのパートナーシップの構築

・年中安定した食味を維持することで味に対する信頼性を獲得している。
(島根県益田市)

品質管理による消費者の信頼確保

・「からり」は、内子産にこだわり、内子の農家が生産したものだけを販売しながら、消費者と会員がともに楽しむイベントを開催し、地域農業振興に貢献するほか、女性の経済的・社会的自立、高齢者の生きがい創出にもつながっている。

(愛媛県内子町)

消費者とのパートナーシップ



・出荷者の農業情報連絡システムと直売所のPOSを結びつけた「からりネット」の導入により、生産者がリアルタイムで売り上げデータを把握し、出荷することが可能となっている。
(愛媛県内子町)

適切な品揃えによる消費者の信頼確保

・顧客との会話をヒントに、新たな商品の発掘、迅速なクレーム処理を行なうなど、ニーズの把握、消費者の信頼獲得に努めている。
(愛媛県内子町)

消費者とのコミュニケーション

迅速なクレーム処理による消費者の信頼確保

・既存の生花用花木生産技術と山の資源の活用、女性にもでき、事業化できる特産物を模索し、高級料亭を自分で歩き、徹底して消費者の話を聞いた。

(徳島県上勝町)

適切な問題意識を持った市場調査

・海外研修で訪れたオランダの花市場で、観葉植物のフェニックス・ロベレニーが国内価格の5～10倍で販売されていることを知り、輸出を始めた。現在、年間5,000鉢程度の輸出を行う。
(東京都八丈町)

適切な問題意識を持った市場調査



- ・ ITの活用や組織づくりによる消費者とのパートナーシップの構築
- ・ 直販所等における消費者とのコミュニケーションの促進
- ・ 品質管理、迅速なクレーム処理による消費者の信頼確保
- ・ 継続的で対象を明確化したPR・マーケティング活動
- ・ 海外における日本ブランドの高級イメージを利用した販売戦略
- ・ 適切な問題意識を持った市場調査

経営感覚

・町の防災行政無線システムを活用し、ファックスによる商品の受発注システムを構築。消費者のニーズに即した効率的な出荷・販売を可能にし、地元農業者の所得上昇や雇用創出へ効果を及ぼしている。
(徳島県上勝町)

立ち上げ段階での行政によるサポート

・地域の昔ながらの食べ物を伝えていくことに情熱を持った女性達が、「手づくり、本物、地場産」をモットーに、地元生産組合や農業者等と契約し、良質な原材料を確保し、女性の感性を生かした商品性の高い商品づくりと新商品の開発に取り組んでいる。
(富山県立山町)

女性・高齢者等の地域内に存在する人的資源の有効活用

・「谷口がっこそば」を開業するにあたり、そばの専門家を招いて指導を受けた。そばの品質、保存方法にこだわった運営方法により、来客数が増加し、交流人口増加に大きく貢献している。
(山形県金山町)

経営力を高めるためのアドバイザーによるサポート

・妻良地区では、観光協会が漁協と協力し、小中学生を対象とした漁村体験学習を行うことにより、地区全体で約3,000万円の収入を得ている。

(静岡県南伊豆町)

商品化・観光化を目的とした地域資源の有効活用

・地域の特産品である完熟トマトの市場出荷規格外品を「もったいない」、何とか活用しようとケチャップ作りに取り組んだ。加工の工程と味の研究に数年を費やしたが、明宝ならではのトマトケチャップ製造技術を確立した。

(岐阜県郡上市)

商品化・観光化を目的とした地域資源の有効活用



・高齢者でも容易に使えるよう入力方法を改良したパソコンを導入し、生産者、営業組織、物流拠点及び市場をイントラネットで結ぶことにより、生産者自らが商品開発などに取り組み、また、多品種少量出荷の商品をきめ細かく管理することが出来るようになった。

(徳島県上勝町)

参加者の経営への参画意識の醸成

・出店者一人ひとりがそれぞれ経営感覚を持って、顧客のメリットを第一に考えている。「からり」全体の売上げが伸びれば、自分たちの売上げも伸びることを出店者同士が理解し、また、技術的なノウハウについても情報交換を行なっている。

(愛媛県内子町)

生産者同士のパートナーシップの構築

参加者の経営への参画意識の醸成

- ・経営感覚を持ったリーダーの確保・育成
- ・経営力を高めるためのアドバイザーによるサポート
- ・参加者の経営への参画意識の醸成
- ・商品化、観光化を目的とした地域資源の有効活用
- ・立ち上げ段階での行政によるサポート
- ・女性・高齢者等の地域内に存在する人的資源の有効活用

オリジナル性

・地域の特産品である完熟トマトの市場出荷規格外品を「もったいない」、何とか活用しようとケチャップ作りに取り組み、加工の工程と味の研究に数年を費やし、名宝ならではのトマトケチャップ製造技術を確立した。 (岐阜県郡上市)

地域の特性に着目した商品の差別化

・牛一頭一頭の顔を見分けられるほどの愛情を注ぎ、毎日4時間掛けて牛のベッドを掃除するなど、牛の健康を第一に考えた飼育環境を整備し、アニマルウェルフェアを実践している。 (北海道中札内村)

徹底した品質管理・生産管理による商品の差別化

・牛のベッドの掃除から無菌室でのビン詰まで、徹底した衛生管理が、不可能と言われた日本で唯一の殺菌する必要のない“無殺菌牛乳”「想いやり牛乳」を実現した。 (北海道中札内村)

独自の視点と工夫による商品の差別化

・京阪神の高級料亭の盛り付けに野山の枝葉が珍重されていることに着目し、野山の花や枝葉を料理の「つまもの」として商品化し、売り上げを伸ばしている。 (徳島県上勝町)

地域の特性を活かした商品の差別化

・民間研究所に土壌診断を依頼し、土づくりを見なおした栽培手法を導入。道の駅などでミネラル野菜として販売し、1,000万円以上の売上を上げている。 (福島県西会津町)

企業・大学との連携による開発コストの削減

・「食彩工房たてやま」は、県内初の女性による農事組合法人を設立し、地域の昔ながらの食べ物を、「手作り」、「本物」、「地場産」をモットーに商品化してきている。 (富山県立山町)

地域の特性に着目した商品の差別化

・「かんもち紙風船」は非常に独創的なアイデアなので、特許を取るため手続きをしようと思ったが、新聞に掲載して公表してしまっていたので出来なかったことから、知的財産権保護の重要性が今後の課題となる。 (富山県立山町)

独自のアイデアを守るための特許取得

・かんもちや漬物などのふるさとの味を、全国にアピールするため、県のデザインセンターでパッケージのデザインを行った。 (富山県立山町)

地域の特徴を表すデザイン開発



- ・企業・大学との連携による開発コストの削減
- ・ITの活用による独自のシステム開発
- ・地域の特性に着目した商品の開発と差別化
- ・徹底した品質管理・生産管理による商品の差別化
- ・地域の特徴を表すデザイン開発
- ・独自のアイデアを守るための特許、商標登録などの知的財産権保護

コミュニティの活動

・明治用水周辺の都市化の進展と用水のパイプライン化に伴い、用水が地域住民から忘れられないようにと農村公園「水の駅」や水辺環境施設を整備している。

(愛知県安城市)

住民が参加したくなるコミュニティ活動の「舞台」の創造

・土地改良区が、「水の駅」で地域の環境保全グループ等と連携しての子供たちの農業体験、ピオトープ作りを行っている。

(愛知県安城市)

・熱心な自治公民館長が、小さな町の取り組みから日本を変えていこう、という意気込みで地域おこしに取り組んでいる。

(鹿児島県串良町)

活動の核となる人材の確保や体制作り

・地元高校生の力と遊休農地を借りたから芋栽培、集落民の労働奉仕による自前の運動遊園や歴史資料館の建設、集落の高齢者の力を統合した生ごみや畜産ふん尿の発酵処理用土着菌作りなど、さまざまな活動を通じて集落のつながりを再生し、また家畜糞尿の悪臭公害抑制など地域の問題を解決してきている。(鹿児島県串良町)

住民が参加したくなるコミュニティ形成活動の「舞台」の創造

- ・地域の小学校と連携して農業水利を環境学習に活用する「せせらぎサミット」を開催している。（愛知県安城市）



- ・計画づくりの段階から住民を巻き込んだ熱心な討議を重ねるとともに、住民出資による第3セクターを設立した。（広島県三次市）

住民の参加意識を高めるための仕掛け作り

- ・地元の農産物を使用した農家レストラン「オーガニック農園」では、地域の婦人による地元食のメニューを提供し、好評を博すなど、地産地消を実践している。

（大分県大山町）

地産地消など地域内で循環させる仕組みづくり

- ・活動の核となる人材（リーダー）の確保や体制づくり
- ・住民の参加意識を高めるための仕掛けづくり
- ・継続的な取り組みを経済的に支えるためのコミュニティビジネスの形成
- ・住民が参加したくなるコミュニティ形成活動の「舞台」の創造
- ・地産地消などの地域内で循環させるための仕組みづくり

(2) 各事例における成功要素を再整理すると、4つの成功要因メッセージに分類される

ニーズの把握

- ・ ITの活用や組織づくりによる消費者とのパートナーシップの構築
- ・ 直販所等における消費者とのコミュニケーションの促進
- ・ 品質管理、迅速なクレーム処理による消費者の信頼確保
- ・ 継続的で対象を明確化したPR・マーケティング活動
- ・ 海外における日本ブランドの高級イメージを利用した販売戦略
- ・ 適切な問題意識を持った市場調査

経営感覚

- ・ 経営感覚を持ったリーダーの確保・育成
- ・ 経営力を高めるためのアドバイザーによるサポート
- ・ 参加者の経営への参画意識の醸成
- ・ 商品化、観光化を目的とした地域資源の有効活用
- ・ 立ち上げ段階での行政によるサポート
- ・ 女性・高齢者等の地域内に存在する人的資源の有効活用
- ・ 生産者同士のパートナーシップの構築

オリジナル性

- ・ 企業・大学との連携による開発コストの削減
- ・ ITの活用による独自のシステム開発
- ・ 地域の特性に着目した商品の開発と差別化
- ・ 徹底した品質管理・生産管理による商品の差別化
- ・ 地域の特色を表すデザイン開発
- ・ 独自のアイデアを守るための特許、商標登録などの知的財産権保護

コミュニティの活動

- ・ 活動の核となる人材（リーダー）の確保や体制づくり
- ・ 住民の参加意識を高めるための仕掛けづくり
- ・ 継続的な取り組みを経済的に支えるためのコミュニティビジネスの形成
- ・ 住民が参加したくなるコミュニティ形成活動の「舞台」の創造
- ・ 地産地消など地域内で循環させるための仕組みづくり