

「立ち上がる農山漁村」選定案概要書

取組分野：【食】【女性・若者の力】

1. 都道府県、市町村	新潟県山北町 <sup>さんぼくまち</sup>
2. 事業者名	さんぼく生業の里企業組合
3. 取組みの名称	さんぼく生業の里
4. 取組概要等	

概要

「さんぼく生業の里」は、山北町で最も山深い「山熊田」集落にある。人口71人、世帯数22戸の小さな集落で、地元の女性4名が中心となり、特産品の製造販売、郷土料理の提供、生業体験等を行っている。小さいならではのまとまりと団結力がある集落で、古くから受け継がれてきた国の伝統工芸品「しな織り」や、伝統的なマタギの暮らしなどが今も生活の中に息づいている。

このような、地域の伝統文化などの”生業”にこだわり、山菜、餅加工品の提供や加工品の製造体験、そして「しな織り」の製造販売を実施している。

地域産品にこだわった提供方法で、都市部での物産展参加や産物の宅配サービスなどを実施している。消費者に対し製造者である自分たちの顔が見えるように、写真入りのパッケージで商品の販売や対面販売を積極的に行ない、商品の卸売りをしないようにし、消費ニーズの把握に努めている。また、地域伝統農法「焼畑」で栽培する「赤かぶ」を活かし、焼畑作業から種まき、そして摘み取りから漬け込みまで体験できるイベントをはじめとした生業イベントを、他団体とタイアップして開催している。その様な集落の魅力をアピールする取組で、年間6,000人が訪れている。

直売、イベントなどで自らが製造した商品が売れること、そして、集落の伝統産物による売上等により、組合員に地域に対する自信と誇りが醸成されてきている。また、しな布原材料、食の材料も地元から仕入れることにより集落に対する経済効果はもとより、住民全体が集落に対し改めて誇りを持ち始めている。

商品に対し、あくまでも素朴さと伝統を大切にし、そして作り手の顔が見える販売方法にこだわり各産物を提供することで昨年では約2,000万円の売上げがあり、地域経済に対する大きな効果を上げている。

活動の規模

項目	H13	H14	H15	H16	H17
売り上げ			18,680	23,473	20,689
解説	単位：千円 しな布販売が売上の7割を占め、その他加工品、郷土料理等				
来客数	1,676	3,794	6,642	3,437	4,374
解説	単位：人 9～11月が最も多く、中高年層が中心				
イベント回数	15	15	15	15	16
解説	単位：回 赤かぶ摘み体験ツアーを中心に、山北町体験メニューを開催。				
イベント参加者	204	419	597	373	533
解説	単位：人 赤かぶ摘み体験ツアー参加者				
体験者数	179	105	403	117	92
解説	単位：人 しな織り、アク笹巻き体験など(赤かぶ摘み体験以外)				
郷土料理提供者数	849	1,170	1,488	656	893
解説	単位：人 春の山菜時期、秋のキノコ山菜時期に集中する				

## 活用している地域資源

### 衣食文化

- ・日本三大古代織りのひとつである「しなの木」の皮からできる糸で織り上げる織物で、国の伝統工芸品に指定された「羽越しな布」
- ・灰の文化として代々受け継がれてきた「焼畑」技術と焼畑で栽培した「赤かぶ」
- ・木灰を活かして作るチマキ「アク笹巻き」

### 伝統行事、風習

- ・神楽
- ・マタギの生活

## 地域活性化のポイント

地域の資源を活かし、地元産にこだわった産物の提供、来訪者の受入を実践している。地域独自の伝統文化を崩さぬように、来訪者に媚びるのではなく、当地の生活文化に共鳴した方々を迎え入れ、等身大の付き合いをしている。

また、地元産にこだわり、産品を提供していることで、集落で産出する山菜、野菜、しな布原料などを一手に受け入れている。そのことによる集落に対する経済効果はかなり大きい。さらに、当組合と集落住民とのつながりが、産物を介したつながりから、地域行事などでも集いの場として施設が活用されるなど、中心的な存在となってきた。

このような活動による地域に対する精神的、経済的な効果は非常に大きなものである。

## 事業の今後の展開方向

昨年9月にしな布が「羽越しな布」として国の伝統工芸品に指定され、知名度が高まり、全国的に広く知られる所となった。今後、新たな販路拡大、ニーズへの対応が見込まれる。

しかし、現状として作り手の後継者不足に問題がある。「しな布」を織る「織り手」は、現在平均年齢60歳以上で、唯一30歳代の女性が一人いるものの、後継者問題の解消にはなっていない。

数年前、しな織り後継者育成を目的に「しな織り織姫」の募集を、町外の人を対象に町とタイアップして実施したが、予算等の関係で現在継続はされていない。過疎化が進行した町、集落で、地元こだわらず、集落の魅力を常に発信し、外からも後継者を呼び込む手段を講じていきたい。

また、町内の地域づくりグループとの連携により、町全体として来訪者を呼び込む仕組みを確立していき、地域のファンづくりを進めていく。

