

農林水産大臣賞受賞

自然・夢の架け橋ふるさとづくり
星とホテルと人が輝く郷、遊子川

受賞者 ゆすかわちいきかっせいか
遊子川地域活性化プロジェクトチーム

ゆすかわ たい
「遊子川もりあげ隊」

(愛媛県^{せいよし}西予市)

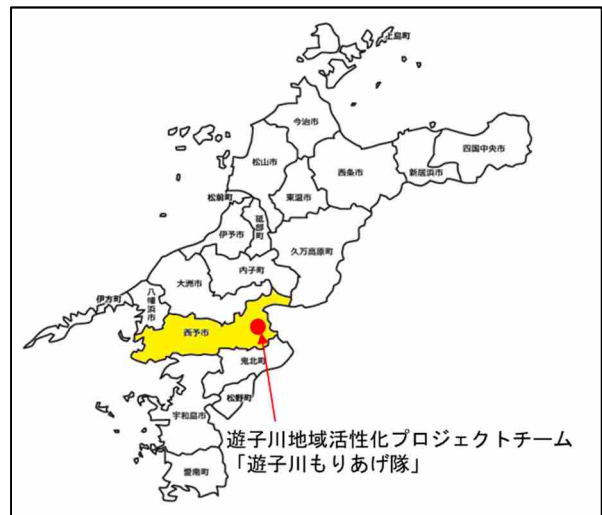
■ 地域の沿革と概要

西予市は、愛媛県の南西に位置しており、総面積は 514 k m²、人口は 36,500 人である。

市の最大の特徴は、標高差 1,400m を舞台とした多彩な自然環境であり、東はカルスト台地の高知県境の山々と接し、西はリアス式海岸の宇和海に臨む。

基幹産業は農林水産業であり、農業産出額は 168 億円である。農業分野では、海岸部の温暖な気候を利用した柑橘栽培（温州みかん、ポンカンなどの中晩柑類）、山間盆地での水田農業（水稻、麦、大豆）・いちご・ぶどう・茶栽培、中山間地域での畜産（乳用牛、肉用牛、豚、鶏）や野菜（きゅうり、トマトなど）・果樹（ゆず・栗）と水稻の複合経営など多種多様な農業が営まれており、四国随一の多品目産地である。

第 1 図 位置図



■ むらづくりの概要

1. 地区の特色

遊子川地区は、県都松山市から約 80 km、西予市の中心部から 30 km に位置し、東側は高知県梶原町と四国山地の分水嶺をもって接している。周囲は美しい山並みに囲まれ、標高は約 100m～1,100m と急峻な地形で、全般に起伏の多い峡谷型、自然の多様性に富んだ地域である。

地区の人口は280人、世帯数は134戸。平均年齢は64.1歳で、高齢化が進んでいる。人口が減少し、集落の運営、伝統文化の存続、生活インフラ等の環境整備など様々なところに支障をきたすことが懸念されている。

基幹産業は農林業であり、トマト、水稲、ゆず、栗が主要作物である。中でも、トマトの販売額は年間約4,800万円に達している。山際や棚田などで栽培される水稲は、出荷農家は減少しているものの、良質米が収穫できる。

地域面積の90%は山林で、林業が営まれており、乾燥しいたけや木材加工品の販売も行っている。

第1表 地区の概要

事 項	内 容	
地区の規模	集落単位の集団等	
地区の性格	機能的な集団等	
農 家 率 (内訳)		54.5%
	総世帯数	134戸
	総農家数	73戸
専兼別農家数 (内訳)	専業農家	17戸
	1種兼業農家	3戸
	2種兼業農家	30戸
農用地の状況 (内訳)	総土地面積	2,329ha
	耕地面積	42ha
	田	27ha
	畑	15ha
	耕地率	1.8%
	農家一戸当たり耕地面積	0.6ha

注：四捨五入のため、計と内訳が一致しない場合がある。

2. むらづくりの基本的特徴

(1) むらづくりの動機、背景

遊子川地区は、介護、後継者不足、公共交通機関、道路や農林地の維持管理、冠婚葬祭や地域伝統文化の保存伝承等にさまざまな問題を抱えていた。

「遊子川を考える」をテーマに、住民による意見交換等が行われ、地域の将来に対する危機感が高まり、自らが主体的に行動し、安心して暮らせる地域づくりに取り組まなければ、この極めて厳しい現状を乗り越えることはできないと意識を募らせた。

遊子川公民館運営審議委員会では、こうした住民の抱く強い危機意識を重く受け止め、協議を重ねた結果、遊子川地域活性化プロジェクトチーム（以下「プロジェクトチーム」という）を設置し、人、モノ、カネ全てにおいて限られた資源の中ではあるが、住民全員が最大限の力を発揮して取り組む地域づくりを推進することとなった。

プロジェクトチームは、平成22年8月に設立し活動を開始した。



写真1 遊子川地区

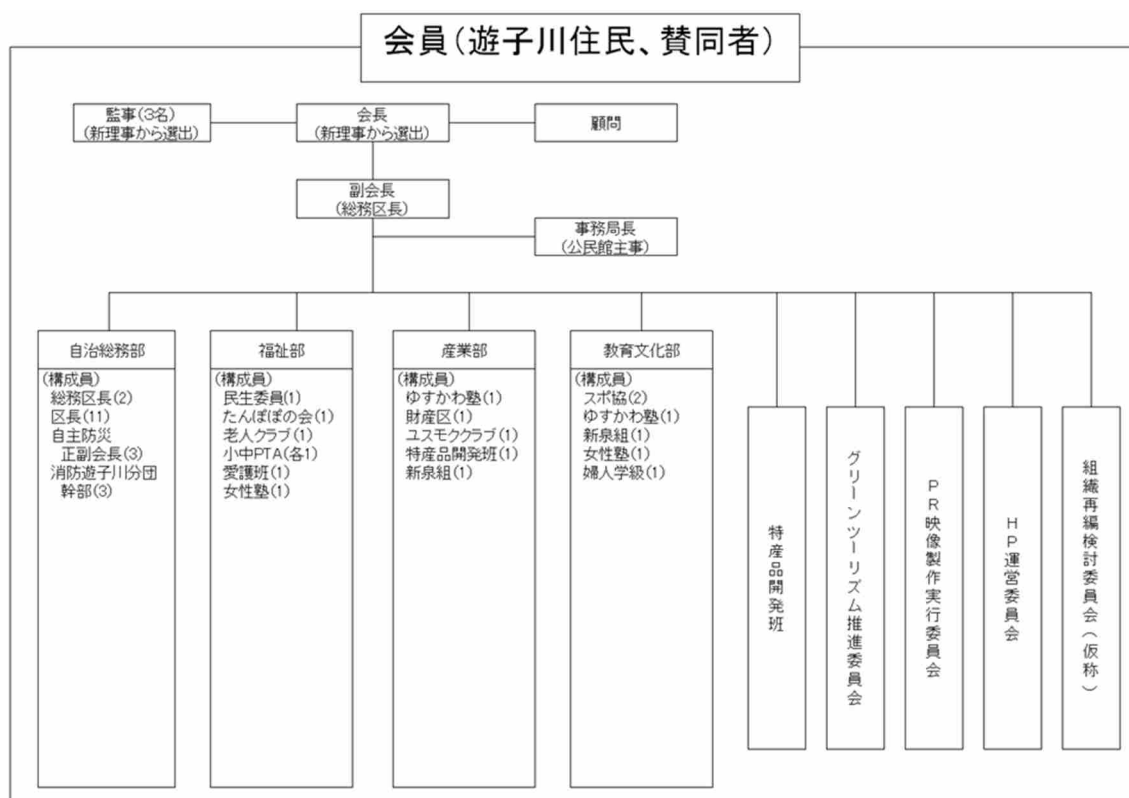


写真2 元公民館長からの問題提起

(2) むらづくりの推進体制

プロジェクトチームは遊子川地区全住民を会員とし、役員は各組織の代表者等で組織され、幸せに暮らせる地域を作っていくために、介護、後継者、公共交通、道路や農林地の維持管理、冠婚葬祭や地域伝統文化の保存伝承など地区の様々な課題に取り組んでいる。

第2図 むらづくり推進体制図



■ むらづくりの特色と優秀性

1. むらづくりの性格

プロジェクトチームの活動は、5年毎に「遊子川集落づくり計画書」を策定し、その計画書は10年間の集落ビジョンを描き、地域の課題解決に取り組んでいる。「この遊子川地区で、自分たちが安心して暮らせるために！」がモットーとなっており、住民達の現状を良くしようというアイデアから活動が生まれている。

地域特産品トマトを使った商品開発や農家レストランの取組みは、女性たちの視点でアイデアを出し合い地域農業者の収益確保や雇用の場、交流人口の拡大、知名度アップ、後継者確保・育成、地域経済の活性化につながっている。

また、「なんでも屋ゆすかわ」や「デマンドタクシーの運行」は、高齢者からの声をもとに始まり、今では無くてはならない活動になっている。

2. 農業生産面における特徴

(1) 地域特産品「トマト」を活用した特産品開発の展開

トマトの生産量の1割ほどが傷や形などによって規格外品として廃棄され、生産者は心苦しさやもったいないという思いを抱えていた。この規格外トマトを活用できればその思いは解消され、収益性の向上も期待できるのではないかと平成23年に特産品開発を開始した。

特産品開発のアドバイザーとして関わっていた地域再生マネージャーから、トマト酢であれば類似商品が少なく、さらに、昨今の健康志向の高まりにより酢に注目が集まってきているということで、トマトを酢酸発酵させてできる「トマト酢」を開発した。

平成25年にはトマト農家女性を中心に16人が「遊子川特産品開発班」を発足し、トマト酢とトマトに次ぐ農産物ゆずを使った「トマトユズポン」を完成させた。この他「トマトケチャップ」などのシリーズ商品を次々に生み出している。

また、愛媛県6次産業化チャレンジ総合支援事業を活用し、新商品の開発にも力を入れている。

さらに、戦略的な販売活動として、いずれの加工品も、地域のアイデアや各家庭で培った手作りの技を活かした味の良さと、ストーリー性の豊かさを売り出して販売活動を展開し、松山市内のお土産店や食品スーパー、生活協同組合コープえひめ、首都圏の東急ストアなどでも取り扱われている。令和元年度からはホームページを作成しネット販売も開始。日本全国のみならず海外からも発注が届くこともある。



写真3 トマトを活用した商品開発

(2) 「食堂ゆすかわ」を核とした地域コミュニティの展開

平成26年、JAの空き施設を利用した加工所を整備し、農家レストラン「食堂ゆすかわ」をオープン。毎週水曜日と第4日曜日に地域のトマトや野菜をふんだんに使ったメニューを提供している。来店者のおよそ7割の方は地域外から足を運んでもらっており、リピーターも多く交流



写真4 食堂ゆすかわ

人口の拡大がなされている。

また、この食堂の一角を交流や休憩に利用できる空間として解放しており、地域コミュニティの役割も担っている。

こうした食堂の人気や開発した特産品の好調な売り上げを受け、一層の事業成長や販路拡大へ向け、特産品開発班は平成 28 年に「企業組合遊子川ザ・リコピンズ」として法人化。組合員 22 人（うちトマト農家 9 人）で構成し、地域農業者の収益確保や雇用の場となっている。

コロナ禍では、令和 2 年 5 月より毎週木曜日に弁当宅配サービスを開始し、普段食堂に来られない高齢者の方にも好評を得ている。

また、海外輸出や中南米日系女性農業者との交流も行い、国際交流にも努め、さらなる関係人口の拡大や次のステップアップへ向けて進んでいる。

（3）「遊子川トマトオーナー制度」等による交流人口の拡大

トマト農家の高齢化や後継者不足の問題を解決するために、平成 26 年から農林水産省の都市農村共生・対流総合対策交付金を活用し、「遊子川トマトオーナー制度」に取り組み始めた。

トマトオーナー制度は、1 口 5 株のトマト苗を購入し、農家に育ててもらおう仕組み。毎年 50 口募集を行っており直ぐに満杯になるほどの人気を誇っている。

定植体験や収穫体験時には、多くの家族連れのオーナーが集い、トマトを使った料理を提供して楽しんでもらっている。それらを通して、農家との交流やオーナー同士の交流を図ることができ、交流人口の創出に寄与している。

また、移住体験ツアーの受け入れも行っている。令和 2 年度はコロナ禍のため、オンラインによる農作業体験ツアーに参画し、動画配信によりトマト収穫や加工活動を PR し、リモートによる意見交換も行った。

こういった取組みによって、交流人口の拡大、農家の後継者の確保や育成、地域経済の活性化に繋がっている。



写真 5 トマトオーナーによる定植



写真 6 トマトオーナー制度による都市住民との交流

（4）自主制作映画「食堂ゆすかわ」による魅力発信

地域コミュニティの活性化と効果的なPRに映像を活用する方法を活かせないかと考え、住民参加の映画の制作に取り組んだ。

地区の風景と、地域に生きる人々の姿を映し出した内容となっており、「少女とトマトと恋の物語」と称して、遊子川の自然の美しさや、地域外の人々から見た魅力と、地域を愛する住民の美しさが詰まった映画となった。

松山市のほか東京都や島根県などでも上映され、取材や問い合わせが増え、中には作品のロケ地巡りとして訪れる人も出てくるなど、遊子川の知名度を大きく引き上げた。

映画を通して地域の魅力を再確認する機会となり、地域住民が一丸となった持続可能で発展的な地域づくり活動を展開する大きな動機付けとなった。



写真7 自主制作映画の撮影風景

3. 生活・環境整備面における特徴

(1) 互助活動で住みやすい地域づくり

遊子川地区では従来、生活する上での困難を抱えている住民に対しては、地区、近隣の住民が相互に助け合いながら、お互いの生活を維持していくことが当たり前のこととして実行されてきた。しかしながら、無償でのサービス提供は、利用者側が遠慮や気詰まりを抱きがちになることも考えられるため、逆に有料でサービスを提供することの方が、気軽に利用していた



写真8 「なんでも屋ゆすかわ」による草刈り作業

ただきやすいのではないかと考え、平成25年に住民有志で組織する「なんでも屋ゆすかわ」を発足した。有償サービスを提供することで、仕事を依頼する方も受ける方も心地よくいられる仕組みを築き上げた。

平成25年の発足以来、主に草刈り作業の依頼を中心に、今も年間200時間を超える依頼が寄せられるなど、継続した活動を続けている。

こうした活動を通じて、会員同士はもちろん、住民らとのコミュニティの場となり、また、作業で体を動かすことにより、心身の健康保持や高齢者の生きがいがいづくりにも寄与している。

(2) デマンドタクシー運行に向けて

過疎化により生じる問題として、買い物や通院などの交通に困難を抱える住民がいるという問題もあった。その対策を協議するため、「デマンドタクシー検討委員会」が設立された。

協議の結果、デマンドタクシーの運営主体であった西予市とプロジェクトチームにより、平成 24 年 10 月から、デマンドタクシーの運行が始まった。

路線バスは年間約 200 人程度の利用であったが、デマンドタクシーは年間 1,000 人を超える住民に利用されており、地域の実情に合わせた運行形態を執りながら、買い物や通院などの足として地域交通の要となっている。



写真 9 デマンドタクシー

(3) 「^{あまつみやま}雨包山、春満喫ツアー」の開催

毎年 4 月に雨包山で愛媛県環境マイスターの講師を迎え、動植物などの自然観察会や、山菜を摘み、山頂で天ぷらやピザなどに調理して食べる「雨包山、春満喫ツアー」を開催している。

すぐに参加者が満員になるなど、年 1 回、約 40 人のツアー客が訪れる人気のツアーとなっており、交流人口の拡大が図られ、地域の活性化へと繋がっている。



写真 10 ツアーでのおもてなし

(4) 移住・定住の促進活動

トマト農家の後継者不足や遊子川ザ・リコピンズの組合員も高齢化などの問題が出てきており、それらの担い手をどのように確保していくかという新たな課題に対応していくために、平成 29 年から地域おこし協力隊制度を活用した人材の募集や、都市部で開催される移住・定住フェアや農業人フェアでの PR や就農相談、ホームページや SNS を活用し、幅広く人材を求めた。

また、移住希望者が遊子川での暮らしをイメージしやすくするために、3 分間のショートムービーの製作を行った。

そんな中、移住フェアがきっかけで地域おこし協力隊として着任した青年の定住に繋がった。



写真 11 四国コンテンツ映像フェスタ
表彰式



写真 12 トマト農家を目指す
地域おこし協力隊

(5) 地域の環境美化活動

毎年12月に地区の各団体や住民など多くの参加者を募り、遊子川の主要道である県道沿いの空き缶やゴミ拾いを中心とした環境美化活動に取り組んでいる。加えて、同日に三世代の集いを行い、地域住民の人間関係の充実を目指すと共に、郷土の生活文化の伝承を行い心豊かなふるさとづくりを目指している。



写真 13 住民総出の「クリーン大作戦」

作業終了後には、つくたての餅や、女性グループによる豚汁などが振舞われ、労を労い、普段あまり交流がない人との世代間交流の場となっている。

(6) 「ユスモク・クラブ」設立による木材資源の活用

山林の手入れが行き届いていない多くの放置林があったため、木製クラブを通じた地域コミュニティ再生事業に取り組んでいる。

役目を終えた保育所が工房となり、統合で使われなくなった中学校にあった木工機械を活用し、閉校となった小学校で、支障竹林を活用した竹キャンドルのイベントを開催するなど、不要となったものもアイデア次第で様々な活用方法を見出している。



写真 14 木作品展示会

(7) その他（祭り、会報の発行等）

祭り・伝統文化の「天満神社秋祭り」での「遊子谷の七鹿踊り」や「浦安の舞」など伝統行事を継承していくことで、将来を担う青年や子どもたちの世代間交流や、遊子川に対する関心を深めていくことに繋がっている。

PR活動としては、会報を年2回発行し、会員に配布し交流を図っている。活動を幅広くPRするために、ホームページを開設し運営を行っている。



写真 15 七鹿おどり



写真 16 「もりあげ隊通信」