

いでかみのうち

## 出上農地・

みずほぜんかつどうそしき

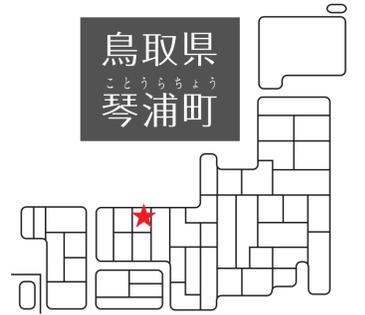
## 水保全活動組織

コミュニティ・  
地産地消部門

伝統の継承

教育機関との連携

食育・教育

鳥取県  
ことらちよう  
琴浦町

農村文化の伝承（田植え）



田んぼダム（せき板・のぼり設置）



軽トラ水族館（生き物観察）

## 概要

- ◆ 過去に幾度となく氾濫している勝田川が流れている本地区において、農業者の高齢化や水路など農業施設の老朽化が進む。過去に小作争議の舞台だったことから人と農地が重要な土地柄。
- ◆ 平成24年から多面的機能支払交付金を活用し、地域一帯での共同活動に取り組み、地域の持続性と活性化を目指し、活動している。また、流域治水対策として、令和3年から地区内の田んぼに自作の排水調整版(せき板)を設置し、雨水貯留機能の強化(田んぼダム)に取り組んでいる。

## 成果

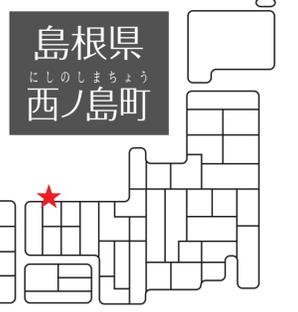
- ◆ 田んぼダムの取組は令和3年度から開始し、令和5年度には31haで実施。また、親子で用水路の生き物観察をする軽トラ水族館の開催、地元小学校と連携した田植え体験など農業体験や農業関連行事の伝承により、農村コミュニティの強化につながった。
- ◆ 当地区で毎月開催される「地域食堂」に野菜や米などを提供。「地域食堂」には、子どもから高齢者まで年齢を問わず、多くの地域住民が参加しており、食育活動を通じて、孤立や孤食を防ぎ、多世代が集う「みんなの居場所」に貢献。





なかがみ ひかり

# 中上光



個人部門

水産業

雇用

その他  
(地域資源の活用、所得雇用の増大)



隠岐のいわがき



クリーニング前の養殖イワガキ



中上氏

## 概要

- ◆ 故郷の海を活かした生活がしたいと考え、昭和 53 年にイタヤガイの養殖を始めたが、収入時期が限定的であるため、地元の海に生息していた大きな天然のイワガキに着目。
- ◆ 当初は人工的な種苗生産がうまくいかなかったが、島根県水産試験場（現水産技術センター）の協力もあり、平成4年に全国で初めてイワガキの完全養殖に成功。エサは隠岐海域の天然の植物プランクトンのみであり、海洋環境にも優しく、地域の資源を最大限に活用した産業となっている。

## 成果

- ◆ 養殖成功をきっかけに、隠岐4島にイワガキ養殖が広がり、「隠岐のいわがき」という名称でブランド化。全国的にも厳しい自主的な「衛生管理マニュアル」を策定し、生産者全員が統一した取組を行うことで、安全な生食用イワガキとして高い評価を受けている。
- ◆ イワガキ養殖業の普及により、所得向上と地域の雇用創出に大きく寄与。隠岐地域では令和5年には 31 経営体がイワガキ養殖業を営んでおり、水揚金額は全体で 1.8億円となった。

# よし えん ぎ む ら き よ う ぎ か い 古縁起村協議会



ビジネス・イノベーション部門

荒廃農地対策

地域のスマート化

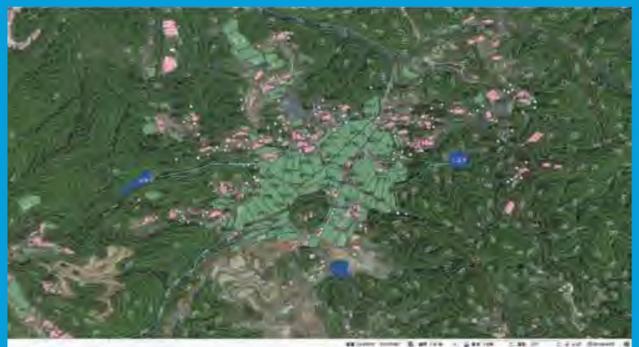
その他  
(中山間地域のデジタル化)



ショウガの契約栽培



無人キャッシュレスのスマートストア



QGIS デジタルマップで地域管理構想

## 概要

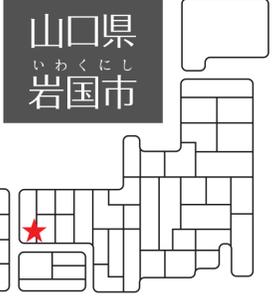
- ◆ 平成 26 年に地域の小学校廃校が決定。その後も郵便局や路線バスが廃止になるなど、地域の高齢化と相まって、地域活動が停滞。
- ◆ 村の有志による地域看板づくりから始まり、岡山県美作国創生公募提案事業の採択を皮切りに、農業者と非農業者が連携する農村 RMO を組織して、農産品、特産品の開発・販売による収益確保と生活支援に向けたデジタル技術を導入。

## 成果

- ◆ 耕作放棄地を中心に特産品（スイオウ・ショウガ等）や高付加価値のインディカ米種の栽培、加工品の開発。令和 2 年に拠点施設である有人店舗を開設し、令和 5 年度は 81 万円の売上。また、生活の質向上を目的とした無人キャッシュレス店舗の「スマート♥縁起村」を NTT 西日本と連携して令和 5 年 10 月に開店し、令和 5 年度は 15 万円の売上。
- ◆ デジタル技術の導入を推進しており、地籍図データ、農地台帳、中山間台帳、森林簿、空き家情報などを GIS に落とし込みデジタルマップを作成。紙ではなくデジタルマップを活用することで地域の計画に関する会議やワークショップの効率が向上。

かぶしきがいしゃしんとう

# 株式会社神東ファーム



ビジネス・イノベーション部門

地産地消

移住・定住

食育・教育



オレンジとレモン交配種 マイヤーレモン



レモンと家族団らんフォトコンテスト作品



R4.2.18 講師：神東ファーム 瀧山 進 様  
中学校で講話

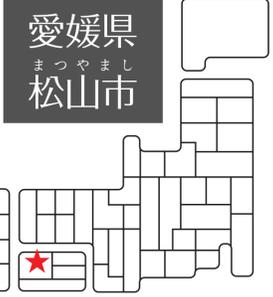
## 概要

- ◆ 人口減少・高齢化により農業が衰退し、耕作放棄地が増加。
- ◆ 平成30年8月、神東地域振興協議会が地域おこし隊の協力を得て、放棄地を再生して収益性の高い作物（マイヤーレモン）の栽培を構想。間引きレモンの商品化や地元の小中学校での農業学習や給食を通じての普及活動（郷土愛育成）に取り組む。産地である三重県に出向いて栽培方法を習得し、同協議会の部会として「レモンの会」を発足。その後、各種補助金の支援を受け「レモンの会」を法人化して（株）神東ファームを設立。

## 成果

- ◆ フォトコンテストの開催、料理研究家考案のオリジナルレシピの公開、摘果レモンを利用した果汁商品の売上を「赤い羽共同募金」へ寄付するなどの取組がテレビや新聞等に40件以上取り上げられ、認知度が向上、販売開始から3年目の令和5年度の売上は445万円に増加。
- ◆ 令和6年7月に学校給食の食材として地元岩国市内の小中学校・幼稚園の給食に採用。市内の栄養教諭が来所し、「子どもたちから大変好評であった」と絶賛。

# きりぬき



ビジネス・イノベーション部門

農業

企業との連携

学生・若者の活躍



地元の小学生にみかんの勉強会を定期開催



オリジナルミカンジュース



コラボ商品開発

## 概要

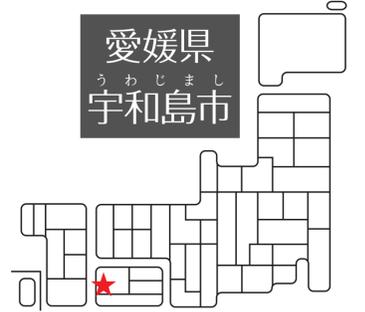
- ◆ みかん農家でアルバイトをしていた際、規格外品として非常に安く売られたり、山に廃棄されたりするみかんに違和感を覚えた。みかん農家が一生懸命作ったみかんが見た目にこだわりなく適正な価格で販売できるようにすることが課題。
- ◆ 最初は1人で規格外みかんの販売を行い、農家に売り上げを還元。『価値を再定義』というテーマの基、松山市内の柑橘農家から規格外柑橘を預かり、インターネット販売及びジュースへの加工、販売を通して柑橘農家全体の収益底上げを目標に活動。

## 成果

- ◆ 規格外の柑橘は通常より高値で買い取り、発送等の作業には地元の高齢者や大学生を雇用。依頼農家件数は令和元年度の事業開始から徐々に増加し、令和5年10月～令和6年6月の実績は、70軒の柑橘農家から25種類の規格外柑橘を合計300トン販売。
- ◆ 令和2年度から販売を開始したジュースは令和5年度には1万本を販売。また、令和5年度から地域の既存産業ともコラボをおこない、柑橘のリキュール開発や伊予柑のクラフトビールを開発。

えひめけんりつききたうわこうとうがっこう  
**愛媛県立北宇和高等学校**  
 みまぶんこうちいきじょうほう  
**三間分校地域情報ビジネス部**

愛媛県  
 うわしまし  
 宇和島市



コミュニティ・  
 地産地消部門

農業

地産地消

学生・若者の活躍



MIMA ライスバーガーを販売・PR



ライスバーガー、県外販売の打ち合わせ



プロジェクトのメンバーと商品づくり

## 概要

- ◆ 宇和島市三間町にある北宇和高等学校三間分校は、令和6年において全校生徒数 31 名であり、令和7年度より入学生の募集は停止され令和8年度末に閉校、少子高齢化が進行。
- ◆ 三間分校では閉校されるぎりぎりまで、地域の方々とともに三間町を盛り上げたいという思いから、地域情報ビジネス部を設立、本格的に地域と密着した活動を開始。みま米を使ったライスバーガーとスイーツの商品開発とPR活動、愛媛と高知をつなぐJR予土線圏域の学校を招いた活性化シンポジウムの開催など県を超えた交流を実施。

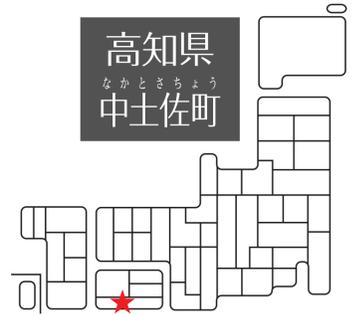
## 成果

- ◆ 宇和島市内を中心に MIMA ライスバーガーの販売・PR 活動を行い、令和5年度では 970 個販売。多くの方からの協力を得て販売ができ、市民からの関心が高まり、地域の活性化に貢献。また、地元企業と連携し、季節に合ったフルーツとみま米を使ったスイーツを開発。
- ◆ 圏域に暮らしている高校生など若い世代が、地域活性化に関する意見を持ち、地域に貢献していく気運が高まり、令和5年度にはマルシェや観光列車のおもてなし、シンポジウムなど 17 回の活性化活動を実施。

たいしょうまちいちばきょうどうくみあい

# 大正町市場協同組合

高知県  
なかとさちょう  
中土佐町



ビジネス・  
イノベーション部門

水産業

6次産業化

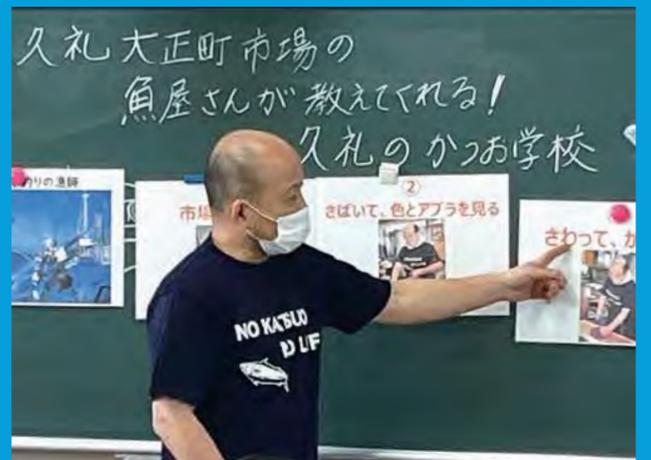
食育・教育



久礼大正町市場アーケード



阪神梅田本店フェアでのブース



小中学校での英才カツオ食育授業

## 概要

## 成果

- ◆ 90年代前半バブル崩壊で鰹が半値になり商店街客も減少。また、鰹は味の個体差があり、鮮魚店は安くしないと売れず漁師から安く買い叩く悪循環となる。「鰹文化を守ることがこの町を残すこと」を信念に、経済的発展以上に「400年続く鰹を中心とした食文化の継承」が課題。
- ◆ 商店街の田中鮮魚店が選別をし、品質保証する代わりに売値を高くし魚価を上げて漁師を守る戦略をとり、町と連携し久礼の「鰹乃國」をブランド化。一本釣りの鰹は生食、加工、他漁の餌、農業用の堆肥など、久礼の地域内での有効活用に取り組む。冷凍鰹の外商強化、鮮魚店による小中学生への鰹の英才教育による人材育成、「カツオ HANDBOOK」による情報発信なども行う。
- ◆ 漁獲、小売、加工までの地域ワンストップ施策、鰹食文化の維持向上、久礼鰹の魚価を1kg約200円から500円までに高め漁師の報酬を確保し、廃船を回避、人材確保に寄与。
- ◆ 明治時代に始まった「久礼大正町市場」では、ワンストップでの質の良い鰹の提供、「釣るプロ、売るプロ、食べるプロ」の三位一体による「土佐久礼かつお」のブランド力を強みに、高知龍馬空港に鰹のオブジェをクラウドファンディングで設置するなど県内外へPRし、現在では年間15万人以上が訪れる県内屈指の観光スポットとなった。