

和紙とうだつのまち

美濃市における地域事情について



<第15回政策討論会資料>

平成20年5月27日
岐阜県の将来構想研究会
研究員 三輪 康典

◆美濃市の地域事情について

～人口減少下における地域の課題と方向性～

I. 美濃市の概況

II. 美濃市の人口の推移

III. フィールドワーク

- § 1. 「まちなか」の現状・課題・展望
- § 2. 美濃市の観光の現状・課題・展望
- § 3. 美濃手漉き和紙等の現状・課題・展望
- § 4. 美濃市における農業の現状・課題・展望

IV. まとめ

I. 美濃市の概況

◆ 沿革

S29年4月1日、1町6村(美濃町、洲原村、下牧村、上牧村、大矢田村、藍見村、中有知村)が合併。

◆ 人口(H17国調)

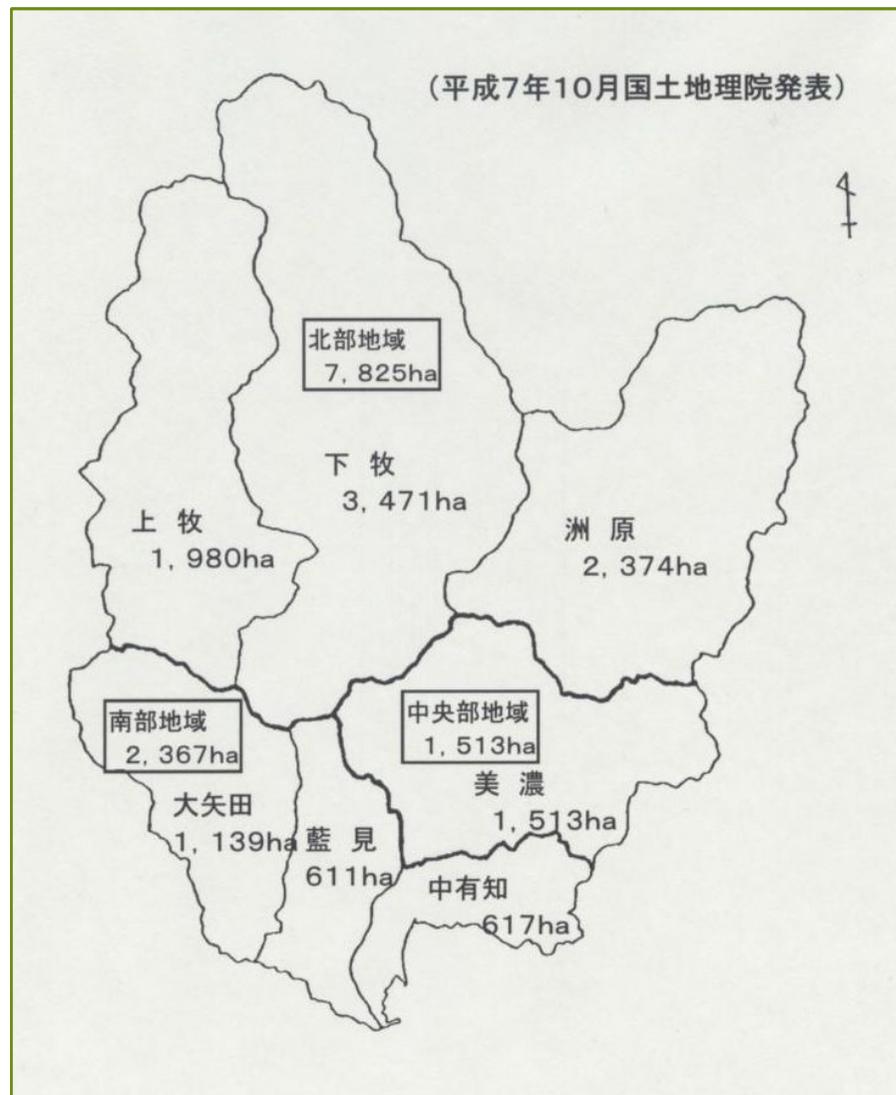
- ・総数 23,390人
- ・65歳以上 5,866人(25.1%)

◆ 市町村内総生産(H17市町村民経済計算)

- ・第1次産業 462百万円(0.5%)
- ・第2次産業 53,731百万円(58.5%)
- ・第3次産業 39,572百万円(43.1%)

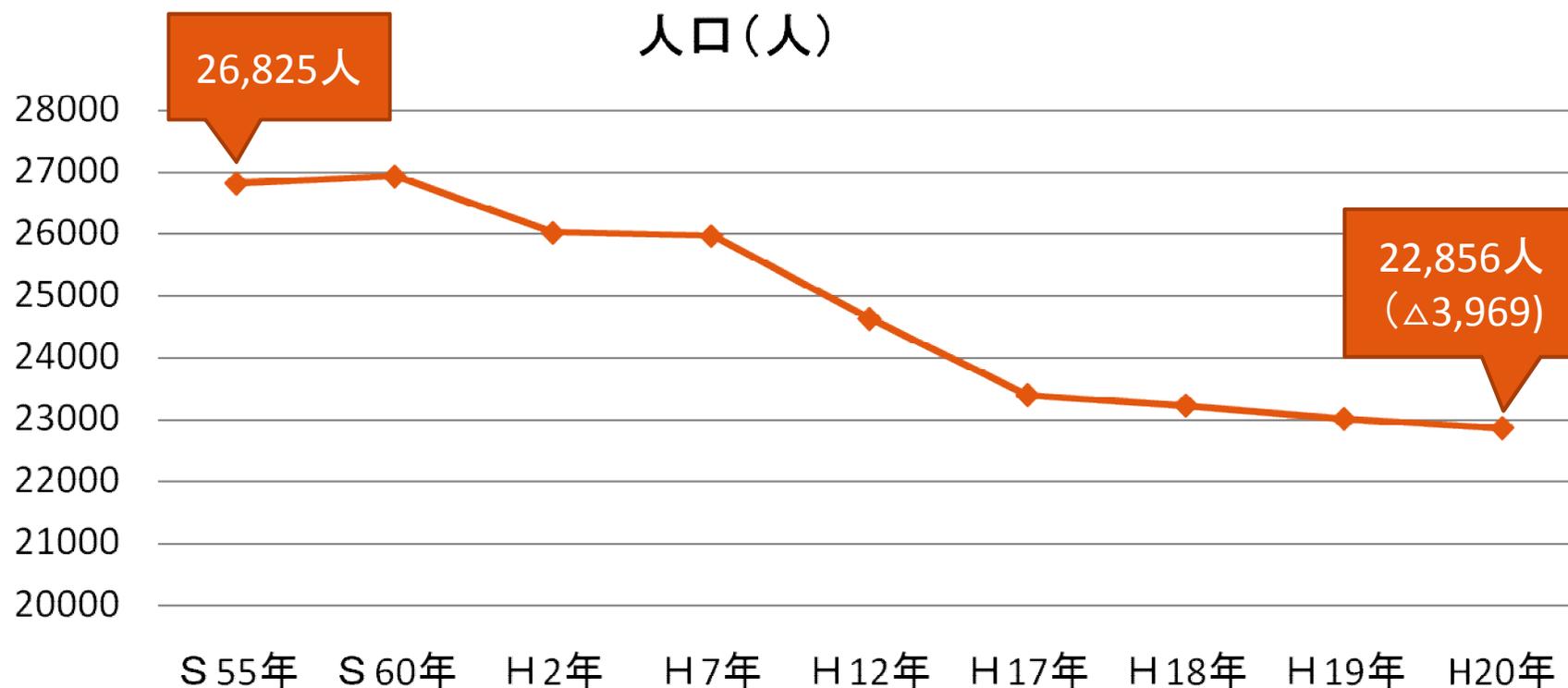
◆ 財政状況(H20一般会計)

- ・総額 88億3千3百万円
- ・歳入 自主財源:約54%(うち市税:約37%)
地方交付税:約25%
- ・歳出 人件、扶助、公債費、繰出金で約62%



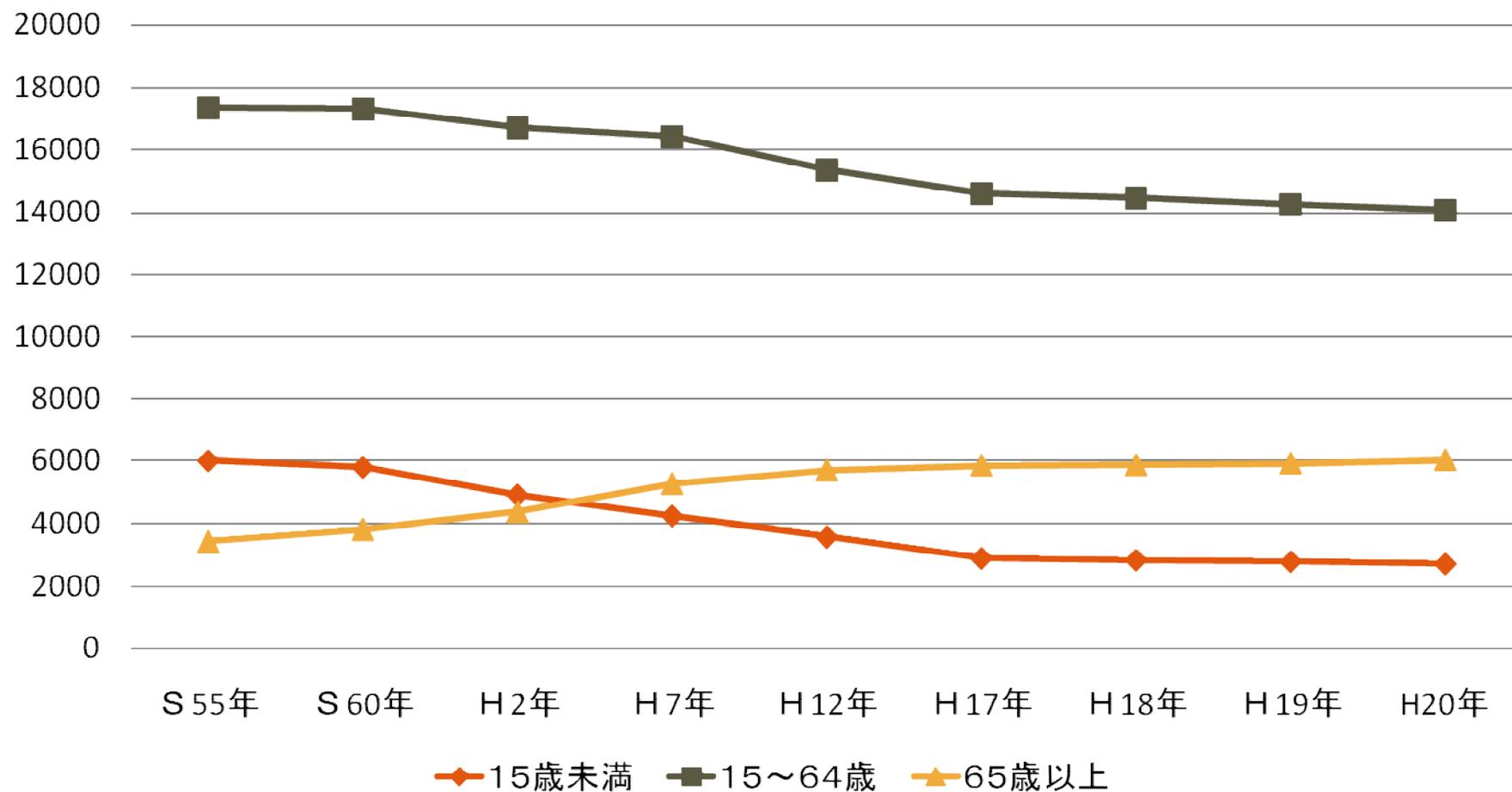
Ⅱ. 美濃市の人口の推移

S55年～H17年:国勢調査
H18～20年:人口動態調査(4月1日現在)



- ◆S61年 東海北陸自動車道 岐阜各務原IC～美濃IC 開通
- ◆H 4年 美濃テクノパーク 第1期分譲 完了
- ◆H 6年 東海北陸自動車道 美濃IC～美並IC 開通
- ◆同 美濃和紙あかりアート展 開始
- ◆H11年 名鉄美濃町線美濃・新関間の路線廃止(3月)
- ◆同 うだつの上がる町並み 国重要伝統的建築物群保存地区指定(5月31日)
- ◆H17年 美濃テクノパーク 第2期分譲 完了 → 全11社が進出
- ◆同 東海環状自動車道 豊田東JCT～美濃・関JCT 開通

Ⅱ. 美濃市の人口の推移(年齢3区分)



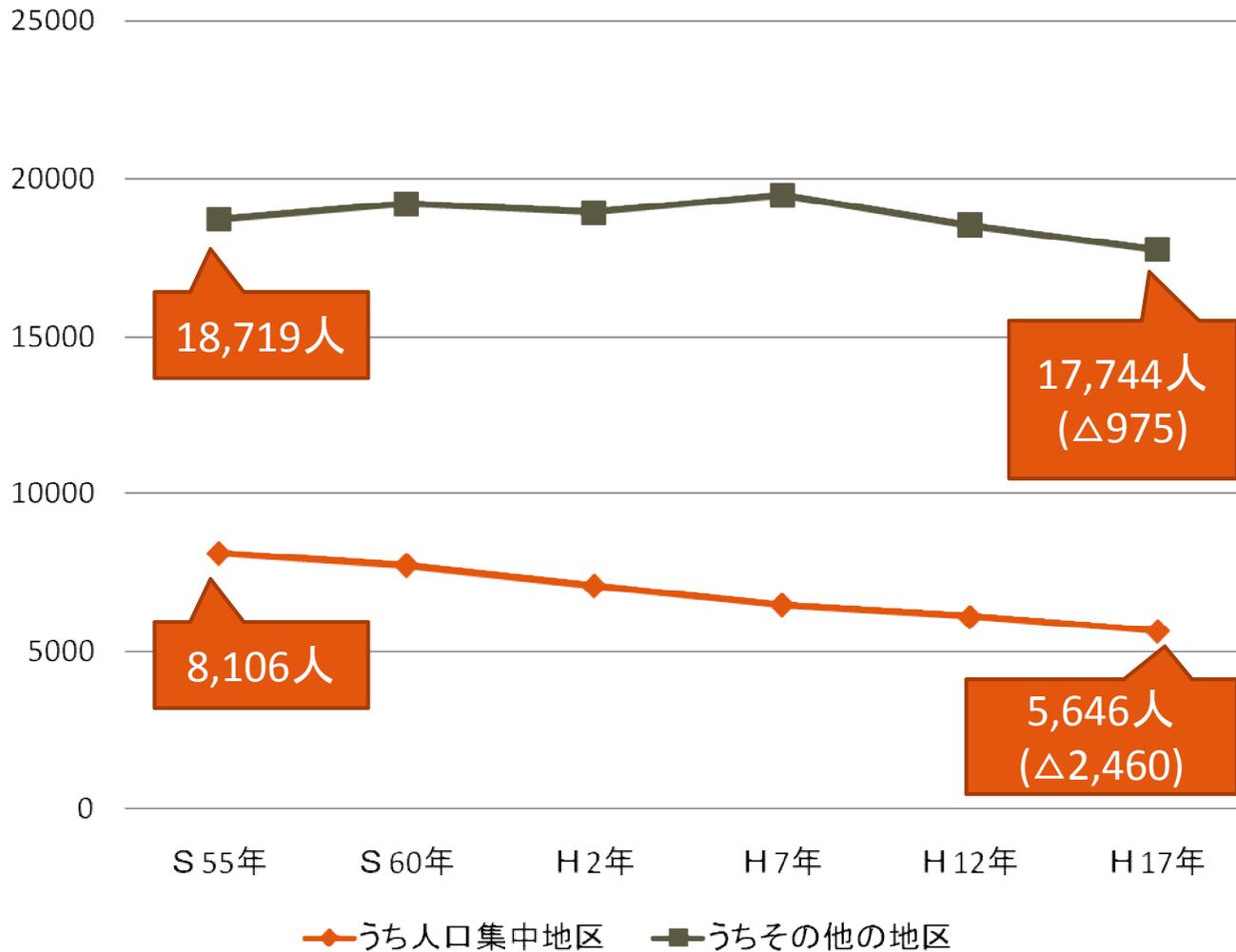
◆内訳

➤15歳未満	6,011人	→	2,745人	△3,266人
➤15~64歳	17,359人	→	14,076人	△3,283人
➤65歳以上	3,455人	→	5,961人	+2,580人

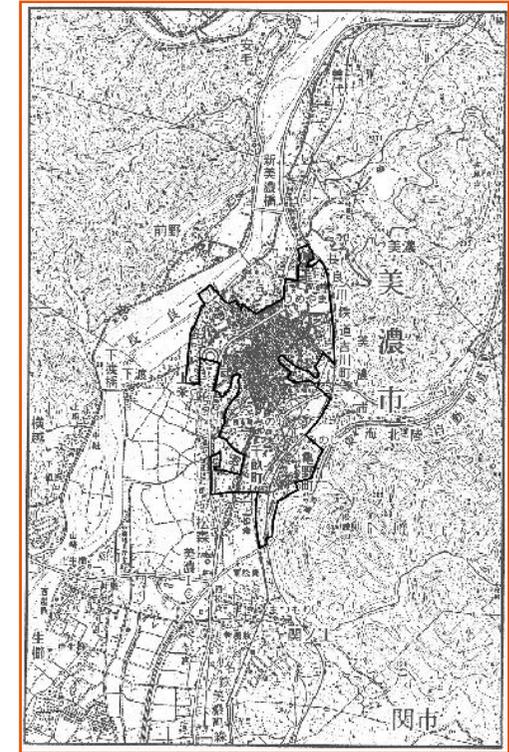
S55年~H17年:国勢調査

H18~20年:人口動態調査(4月1日現在)

Ⅱ. 美濃市の人口の推移(地域別)

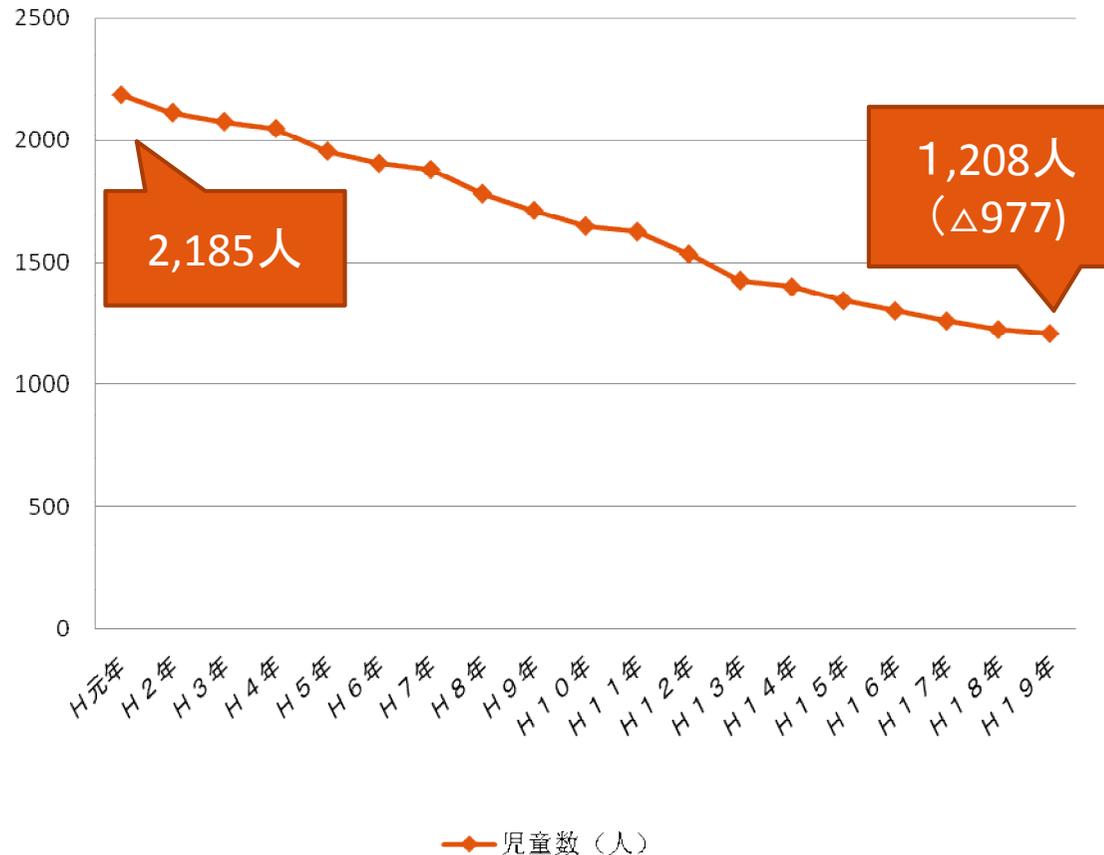


S55年～H17年:国勢調査



人口集中地区面積
 1.33Km²(H17国勢調査)

美濃市の児童数・小学校数



○H15年度～
11校→8校 △3校
長瀬、片知、蕨生、神洞
→下牧

○H17年度～
8校 → 6校 △2校
美濃、洲原、立花
→美濃

○H21年度(予定)～
6校 → 5校 △1校
下牧、上牧
→○○(未定)

学校基本調査

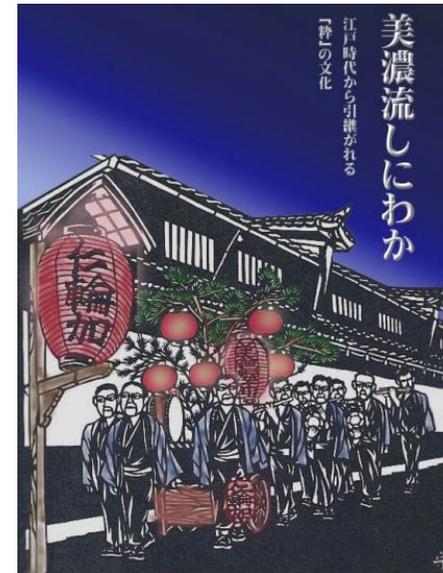
§ 1. 「まちなか」の課題・展望



- 美濃市俵町自治会長
- 美濃市連合自治会長
- NPO美濃のすまいづくり
- 美濃市(都市整備課)

◆課題 地域行事の維持

- ◆「美濃まつり」(八幡神社の例祭で美濃市を代表する伝統行事)
 - 例年 4月の第2土日に開催 ※H20年は4月12日(土)～13日(日)
 - 観光客数は、例年約6万人
 - 京花紙を桜色に染めて作った「花みこし」が乱舞し、「山車、練り物」が厳かに町を進み、「流し仁輪加」の爆笑が響き、夜遅くまで賑わう。
 - 各自治会が「花みこし」「山車か練り物」「仁輪加」を出すのがならわし。



◆人口・戸数・子供の減少により、維持の困難さが顕在化

- ◆俵町自治会は「練り物」として「亀(浦島太郎)」を出すのが習わし。
- ◆「亀」の先駆けに「浦島太郎」や「魚」等に扮した子供が歩くこととされている。
- ◆その役目の子供が8人必要。



○子供が2～3人しかおらず、親戚の子供を集めるなどして対応。
☆昔、子供が多い頃は、小学6年までの間に1回でも「練り物」の役者が勤められれば御の字だった!!

- ◆「花みこし」も各自治会が作成し、担ぐのが習わし。
- ◆担ぎ手は、大人の男約50人が必要(交替要員も含めると約70人が必要)。
- ◆「みこし」一基につき「しない」約360本。「しない」一本につき「花」最低200個。



◆担ぎ手

約70人中、約50人は応援部隊(美濃市出身者で余所に出て行っている方や、親戚・娘婿・友人など)

◆作り手(俵町自治会の場合)

- ・戸数の減少 約10年前:約110戸 → 現在:74戸
- ・一戸当たりの割り当ての増大(「しない」約5~6本、「花」約1,000個)
- ・高齢者世帯等の負担が大

◆「作り手」の問題が「担ぎ手」以上に深刻！

地域行事の担い手は

◆ 実感するまちなかの人口の減

- 現在、俵町は74戸。70歳代が約40人おり、独居もかなりいる。空き家は11軒あり、空き家の予備軍と見られるものも2軒程度ある。約10年前には約110戸はあったが、私が自治会長に就任した時に78戸で、自治会長を勤めている2年間に4戸減り、74戸になった。
- 子供も減った。私が子供の頃、自治会の子供会の行事といえば、バスを2台連ねて出かけたものだが、現在、自治会内の小学生は、H19年度でたった2人、H20年度は3人に過ぎない。
- 「美濃まつり」では、自治会から「花みこし」と「練り物」、そして「流し仁輪加」を出すこととなっているが、子供の減少は「練り物」に影響するし、人口の減少は「花みこし」にも影響する。「花みこし」については、差し当たって「担ぎ手」よりも「作り手」の問題が深刻。

◆ 若者の働き場所が望み

- 祭りやイベントでの地域の活性化など望むべくもないように思う。祭りの期間中、地元の商店街や飲食店がどれくらい潤っているかと言って、傍目に見ても実感はない。観光客の滞在時間はせいぜい2～3時間なので、やむを得ないだろう。
- やはり、東海環状自動車道が出来たことで関市にも企業が来たが、美濃市に近く、大変いいこと。県や市にも頑張っていたいただき、若い人達が生まれた地元で働けるようにしてもらうのが一番の望みだ。

(俵町自治会長)

◆課題 「安全・安心」の確保

**美濃市で全焼の
空き家から出火
残り火か**

三十一日午前八時十分ごろ、美濃市新町の木造二階建ての空き家から出火。火は間もなく消え、

延焼やけが人はなかった。空き家は二十九日深夜に発生した火災で全焼したばかりだった。関署などの調べでは、二十九日午前零時半ごろ発生した火災で、出火元に隣接する空き家が全焼

していた。三十一日朝、近所の男性が、柱材などが残っている空き家の二階部分から煙が出ているのに気付き、一一九番通報した。同署は残り火から出火したとみて調べている。

**美濃市
空き家2棟全焼
「うだつの町並み」近く**

二十九日午前零時半ごろ、美濃市新町の空き家一時間五十分後に消えから出火、隣接する空き家。けが人はなかった。

現場は同市中心部の住宅密集地。約五十戸ほど東側に国の重要伝統的建造物群保存地区「うだつの上がる町並み」があるが、火災当時は風もなく、延焼は免れた。

関署の調べでは、二軒とも木造二階建てで、延べ約百平方メートルと延べ約二百平方メートル。数年前から人が住んでいなかったという。近所に住む男性が火の手に気付き、一一九番通報した。同署で、建物の所有者や詳しい出火原因などを調べている。

現場は同市中心部の住宅密集地。約五十戸ほど東側に国の重要伝統的建造物群保存地区「うだつの上がる町並み」があるが、火災当時は風もなく、延焼は免れた。

H19/3/29(木) 岐阜(夕)↑

←H19/3/31(土)岐阜(夕)

- ◆私は、町中で生まれ育ち、今も暮らしているが、最近の町中の空洞化、空屋の増加を非常に心配していた。
- ◆特に昨年、目の前の空屋で2件の火事があり、安心して暮らすためにも、少しでも空屋を減らさなければ、と思っていた。

(美濃市連合自治会長)

～定住対策の現場の取組み～ NPO美濃のすまいづくり



○成立年月日
H19年1月9日

○事務所
美濃市2926番地4
(旧名鉄美濃町駅前すぐ)

○理事長
梅村一夫さん(市連合自治会長)

- H19年度、市が中心部の伝建地区の定住人口増加対策として空屋を賃貸する場合の改修費の助成制度を立ち上げ。
- 市から市連合自治会長に対し「助成制度だけではどうにもならないため、住みたい側と受入れる側の橋渡しに協力してもらえないか」という趣旨の要請。
- 市内の全自治会長の協力を得、定住促進をサポートするNPOを設立。
- 中心市街地だけでなく郊外の空屋対策、定住促進にも取り組んでいる。

～定住対策の現場の取組み～ NPO美濃のすまいづくり

美濃市(都市整備課)

○目的

- ・定住促進、子育て世帯支援
- ・美濃市らしい伝統的建築物保存

○制度

美濃市らしい住まいづくり
改修工事費補助金

- ・補助率1/2
- ・上限200万円



美濃市中心部(伝建地区住宅地等)において、空き家を所有するオーナーが子育て世帯に対して空き家を賃貸する場合、住宅の改修費用を助成

協働

NPO -特定非営利活動法人-

美濃のすまいづくり

今、美濃市では・・・

- 空き家が増えて町並みがそろってないなあ・・・
- 老朽化した空き家があるんですけど・・・
- 美濃市に住む人が減って活気がなくなってきてないかなあ・・・
- 空き家が増えると防災・防犯に影響がないかなあ・・・

設立

NPO法人 美濃のすまいづくり

主な活動

- すまいづくりを通じて…**
 - 美濃市らしい町並みを保全する
 - 新しいすまい手呼び込む
 - 地域の経済活力を呼び起こす
 - 安心安全の地域をつくる
- 空き家に関する活動**
 - ★空き家についての相談及び企画
 - ★空き家の活用調査
 - 空き家所有者に活用方法などの相談にのります。
- 地域の情報発信**
 - ★ホームページの運営
 - 地域のすまいの情報を提供し地域のコミュニティ形成を目指します。
- すまいに関する活動**
 - ★住生活の支援
 - 美濃市のすまいに関する相談を受け付けます。
- 居住者を呼びこむ活動**
 - ★美濃市居住を望むすまい手からの相談及び企画
 - 美濃市居住を望む方、新しく居住する方へ住まい方のサポートをします。

連絡先：
美濃市加治屋町1959-1-2
Tel 0575-33-3501
NPO美濃のすまいづくり
理事長 梅村一夫

活動と成果

- ◆活動 ○空屋情報の把握(各自治会の協力)
 - ・市中心部に約140軒、蕨生地区に約50軒 etc.
- 居住希望者への支援
 - ・電話・面談による相談等 木～日曜(13:00～16:00)
 - ・H18～19年度の面談は約20件で、うち県外が6件。
- 空屋所有者への支援・情報提供、相談等
- ◆成果 ○これまでに1世帯の子育て世代の定住が実現。
- その他、3世帯の案件が進行中(H20年2月末現在)

課題

- ◆課題
 - 空屋は把握できるが、貸すかどうかの所有者の意思確認までは困難。
 - 居住希望者の電話・訪問等を受け、各自治会長等と連携し、希望に合う物件を個別に検討するが、「空屋」＝「貸せる」とはならない現状。

➤空屋はあっても、貸し手がなかなかいないのが現実。紙漉きで有名な郊外の蕨生(わらび)地区には、空屋が約50軒あるが「仏壇があって盆と正月には帰るので、ちょっと貸すわけにはいかない」ということになる。

➤町中の空屋にしても、かつて商家として一財をなした家柄で、所有者の気持ちとして「先祖代々の屋敷を貸すほど落ちぶれとらん」という気持ちというか、プライドがあるように見受けられる。そういった気持ちは、どちらも私もよく判るだけに、悩ましい。

➤NPOを作り、HPで「相談にのります」とPRしておいて、いざ現場に足を運んで貰いながら「実はちょっとご希望に添える空家がないんです」という結果になることもあり、ちょっとつらい。先方(居住希望者)にすれば「美濃市は来て貰いたいのに、来て貰いたくないの、どっちなの？」ということにもなる。
(NPO美濃のすまいづくり理事長)

実際に美濃市に移住した方々は

◆ 「豊かな自然」、「人の温かさ」にひかれた

- 自然がいい。緑の山、綺麗な川があり、人がゆったりと暮らしている。本当に素敵な場所で「岐阜の人はどうしてこんないい所から出て行くの？」と不思議に思う。
(手漉き和紙工房勤務、デザイナー:女性)
- 美濃には、ちょうどいい「ヒューマン・スケール」があり、そのサイズが自分にフィットしている。また、東京に行って「美濃に住んでいる」という話をすると「あかりアート展」の知名度よりは、むしろ「あー、美濃和紙や川がきれいな美濃ね」というのが大方の反応。

◆ 「住みたい人」への「バックアップ」を

- 美濃には若い人も引き付ける魅力があり、私自身、カヌー仲間の3組から「美濃に住みたい」という相談を受けているが、なかなか住まいの紹介のしようがないのが現状。
- 行政には「美濃に住みたい」というニーズに対する「バックアップ」を期待したい。ニーズは「古い町並み」や「郊外の川沿い」に住みたい、というところにあり、「アパート」に住みたいわけではないので、そのあたりしっかり認識して対応して欲しい。
- 私自身は古い町並みの近くの2階をお借りすることができた。この時は意を決して家主さんに直談判し、幸い、いい方で、お借りできてラッキーだった。
(デザイナー、あかりアート展実行委員:女性)

定住促進に取り組む担当者は

◆ 「住みたい側」と「受け入れる側」の「マッチング・システム」が鍵

- 中心市街地の空洞化が進む一方、知名度、風情があり、都会から移り住みたいという若者もあり、知る限り2~3人は定住している。ただ、中心市街地での土地・建物の購入、賃借がなかなか難しい。古い町だけあり所有者にもそれなりの方が多く、簡単に売る、貸すという感じではない。
- 貸す側にすれば勿論「誰でもいいから住んでくれ」ではない。家賃を滞納されては困るし、自治会など地域とも上手くやってもらわないと、大家の立場にも関わってくる。定住人口増、中心市街地活性化のためには「住みたい側」と「受け入れる側」の「マッチング」「お見合い」の仕組みが必要だが、非常に悩ましい問題。
(美濃市観光課)
- NPOには、美濃に来たい人と、空家のオーナー、地域住民を繋ぐコーディネーターとして汗をかいていただいている。定住促進対策で最も重要なのは、ハード整備ではなく徹底的にコミュニケーションを取ることは。

◆ 「ワンストップサービス窓口」の設置が後押しにならないか

- 行政もワンストップサービスの窓口を整備する必要があると感じている。上下水道・ゴミ・教育・保険・健康診断・児童手当など、色々な相談や手続きがひとつの窓口で対応できるだけでも大きな後押しになるのでは。
(美濃市都市整備課)

取り組みの方向性

○居住希望者をより受容する地域づくり

◆意識の変化

行政だけでなく、地域住民一人一人に「地域社会の維持・発展に対する強い思い」と、それに裏付けられた「意識の変化」が不可欠。まさに「これからの地域をどうするか」という課題を行政、地域社会の構成員が広く共有することが重要。

◆仕組みづくり

- 新たなコミュニティの調整役の育成(ノウハウ蓄積)
- 居住希望者へのワンストップサービス窓口 など

↓

- ◇ 空屋所有者の不安・警戒感の払拭
- ◇ 新たな居住者を受け入れる地域づくり

○知名度・魅力の再認識と一層のアピール

◆以外な居住の動機、高い地域の知名度

- きれいな川の近くに住みたい
- 空気がきれいなところで子供を育てたい
- 「美濃」というイメージがいい

§ 2. 美濃市の観光の現状・課題・展望



- 美濃市観光協会
- 美濃市(観光課)
- 美濃和紙あかりアート展実行委員会

◆現状 有利な条件

➤ 豊富な観光資

- 自然 長良川、大矢田もみじ谷、小倉公園(さくら)、湯の洞温泉
- 建物 うだつのあがる町並み、美濃橋、長良川発電所
- 工芸 美濃手漉き和紙、美濃和紙の里会館 等々
- 催事 美濃まつり、ひんこまつり

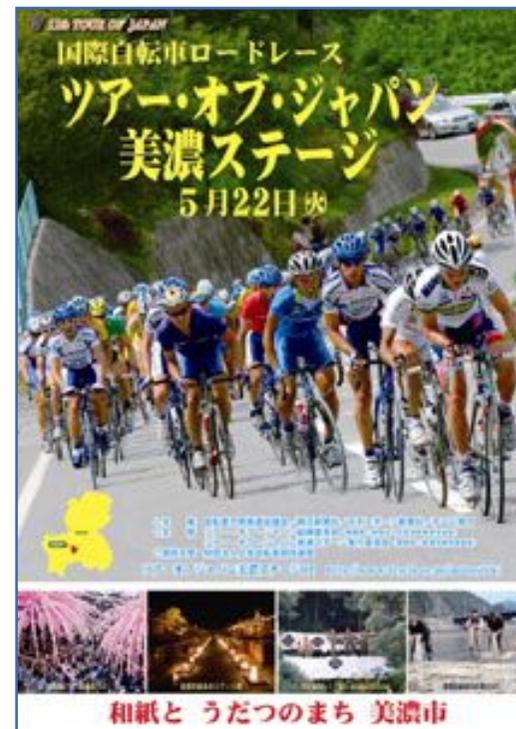
➤ 高い知名度

- 美濃和紙あかりアート展
— H14年 第6回全国イベント大賞 (財)地域活性化センター
- ツアー・オブ・ジャパン
国際自転車競技連合(U. C. I)公認ステージレース
(全7St. 大阪、奈良、美濃、南信州、富士山、伊豆、東京)

➤ 恵まれた道路交通網

- 東海北陸自動車道、東海環状自動車道の結節点
- 長良川鉄道 : 美濃太田(美濃太田)～北濃(郡上市)

➤年間観光客数(H元年～) 61万人(H12年)～43万人(H6年)



大矢田ひんこまつり(4月・11月)
国選択無形民俗文化財(H11年指定)

◆ 課題 実感の薄い経済効果

➤美濃市にはイベントが多く、イベントである以上「人づくり」もさることながら、経済効果を生まないといけない、と考えているが、お金を落とす所も限られており、なかなか経済効果が実感できない。 (観光協会関係者)

➤4~10月には「雛飾り・節句飾り・写生大会・花火大会・美濃町家回廊(ガラス作家と、美濃和紙の短冊で作った美濃風琴)あかりアート展・街角コンサート」など様々なイベントが続く。この期間と比べ、イベントのない11~3月の間は、観光客数が減るのが実感。感覚としては10分の1以下になるのではないか。 (観光協会関係者)

- お金を落とす場所が限られている → 観光客数に経済効果が連動しない。
- 11~3月は観光客が激減 → 通年で商売ができず、生活基盤になり難い。
- 年間観光客数が40~60万人に対し、宿泊客数は1万5~6千人 → 薄い経済効果



➤うだつの上がる町並み

いいものは持っているが、観光客の滞在時間が、町並みを1周する約1時間程度で、それ以上になりにくい。

➤大矢田もみじ谷
もみじシーズンを中心に年間観光客数は約5万人。
一方、土産物屋は2~3軒で、経済効果は駐車場料程度か。



新人観光連盟職員は

◆ 「リピータ」の確保、「広域的な魅力づくり」も課題

- 協会で観光案内に従事する中で、必ず「また来たいですか？」と問いかけているが「いい町で、人もいいが、1回来たらもういい」という声が多く、「どうすればリピーターが付くのか」が課題。結局「人づくり」に尽きるのではないか。
- 例えば、「あかりアート展」と同日開催の関の「刃物祭」と連携し、昼は「刃物祭」、夜は「あかりアート展」というように、「中濃」という地域という視点で連携してはどうか。「刃物祭」＝「買う祭り」、「あかりアート」＝「見る祭り」と、それぞれ強みと弱みを持っている。連携して互いを生かすことで1+1=3にならないか、模索したい。

◆ 魅力が拡大している部分も

- 「うだつの上がる町並み、祭、和紙文化」など「日本らしさ」が残っている。外国人が見たい「日本」がある。今、こういう町は、なかなかなく、そうした「強み」をもっと生かすべきでは。
- 美濃市の魅力は、お店は勿論、地域の人々も暖かいこと。お店や地域の人との触れ合いをゆっくりと楽しんで貰いたい。最近面白いお店も増えて、魅力が拡大している。

観光地における事業展開(例) ～観光連盟職員がお客さんに紹介する店～

米屋藤山(こめやおやま)



- 三代続いた「米屋」さん。
- H11年の伝建指定を契機に土産物屋に徐々に変身。
- 「うだつの上がる町並み」から少し離れており、「知る人ぞ知る」という穴場の存在。

観光地における事業展開(例) ～観光連盟職員がお客さんに紹介する店～

本と美濃手漉き和紙の店

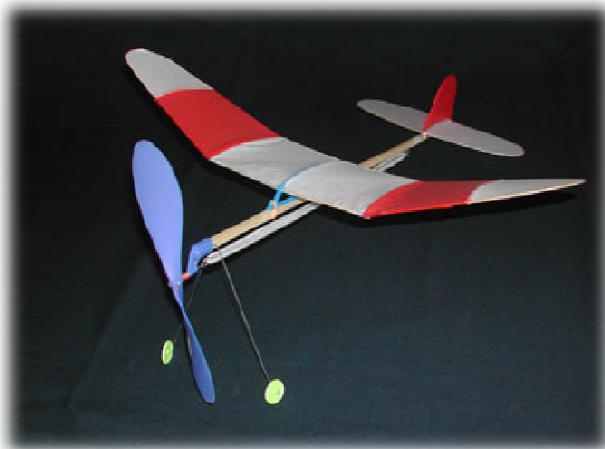
日進堂書店(にしんどうしょてん)



- 創業「明治43年」の本屋さん。
- 「うだつの上がる町並み」沿いの立地を生かし、ここ約10年の間に和紙等の土産を中心とした店に変身。

観光地における事業展開(例) ～観光連盟職員がお客さんに紹介する店～

フリープレーンの(株)ヨシダ



← レッドイーグル



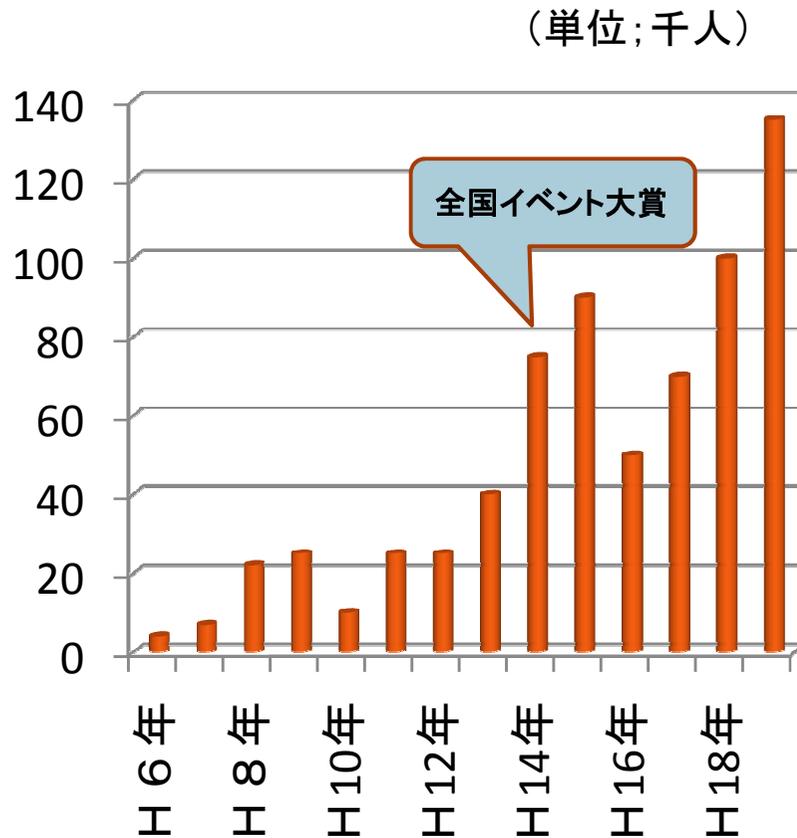
↑ グランプリ

- 模型飛行機の製造・卸・小売業。
- 美濃和紙の行商を行っていた先代が製造・卸を手がけはじめ、現在2代目。
- 2年前「うだつの上がる町並み」に小売店を開設(もともとは工場のみ)。
- 実は、今や国内で唯一のメーカー。

- 先代の頃から翼に美濃和紙を使っている。美濃では、昔「鉄ペン」でひっかく印刷原紙を製造していた。その「芯」となる薄くて丈夫な「雁皮紙(がんびし)」が模型飛行機の翼に適していたため。
- そういう意味で、美濃だからこそ今のウチの商売がある。
- 来店者の殆どが、中高年(40～70代)男性。客単価は高く、数千円の商品も結構出る。
- 実は、海外の模型飛行機の翼などに用いる紙の殆どは日本の和紙。製品の表示を見れば判る(表示上は「ジャパンニーズ・ペーパー」ではなく「ジャパンニーズ・ティッシュ」が一般的)。明確な統計は勿論ないが、業界の感覚として、そのうちのかなりの部分がこの辺り(美濃)の和紙であることは間違いない。(代表取締役)

事例から見たイベントの現状・課題

～美濃和紙あかりアート展～



- 1300年の伝統を誇る「美濃和紙」と「うだつの上がる町並み」を融合させた、あかりオブジェの公募イベント。
- 住民中心の実行委員会が実施し、延約500人の市民ボランティアが協力。

現状

- 増加する観光客 第1回(H6年)延約4千人→第14回(H19年)延約13万5千人
- 全国レベルの高い評価 第6回(H14年)全国イベント大賞 (財)地域活性化センター

◆出展者、観光客等との「ふれあい」の希薄化

▶イベント立上げ当初は、出展者等と実行委員とが無料休憩所で朝まで語り明かすなどの「ふれあい」があり、根強い支持につながった。今、出展者の中には、美濃まではるばる作品を持ってきて、寂しく誰とも話さず、自分の作品を置き、他人の作品を眺め、帰って行く人もいのではないかと。私は、そういうものでないと思っている。それでは今後に繋がらない。
(実行委員:男性)

▶以前は、赤い毛氈を曳いた縁台に座りゆっくり「あかり」を見ることができたイベントだったが「ふるさと大賞」を取ってから一気に来場者が多くなり、以前の良さがなくなった。
(実行委員:女性)

(「あかりアート展」の経済効果が見えにくい?)そうは思うが、それ程急いで経済効果を求めなければいけないのか?確かに、言葉は悪いが、美濃には「餌(えさ)」がなく「あかりアート展」に来てくれたお客さんがお金を落とし難い。しかし、経済効果を急ぐあまりテーマパークのような町になるのはどうか。大切なのは「美濃市らしさ」を守りつつ「人間力」をアップすること。それは息の長い取り組み。
(実行委員:男性)

◆業務の飛躍的拡大に伴う現場の悩み

▶イベントが大きくなる、観光客が増える、業務が増える、お金は減る、という環境の中、警備や案内を警備員に委託するが、警備員さんに美濃のことがそう判るはずもなく、行き届いた対応はなかなかできない。一方、実行委員は、駐車場やシャトルバス、トラブル対応が大変。
(実行委員:女性)

▶年々出展数も増え、質も上がり、全国区イベントとなった。表彰も受け、放っておいてもマスコミの取材があり、端目順風満帆に見えるかも知れないが、こう大規模になるとボランティアで運営している実行委員にもそろそろ重荷になって来ている。

▶長くイベントが続くと、行政からは資金面・運営面で「自立」ということを言われるが、逆ではないのか。美濃の顔のイベントということなら、大きくなればそれだけ行政のサポートも必要では。実情は、アップアップといった感じ。

▶結局、心遣いが人を惹き付けると思っている。しかし、出展者や来場者への心遣いが行き届かなくなっている状況と、現場の人間が少し疲れている状況に、今後の不安を感じている。
(実行委員:男性)



課

▶イベントの急激な大規模化に伴う課題の顕在化

- ・イベント本来の価値の減衰 = 本来の魅力(ふれあい)の希薄化
- ・実働部隊の疲弊、不安(このままいつまで続けられるのか?など)

題

▶行政への投げかけ

- ・「成功・継続」=「自立促進」ばかりではないのではないか?
- ・イベントの実情に応じた支援が必要では?

◆イベント(交流産業の核)への行政の関与のあり方について問題提起

◆ 一律、無戦略な関与になっていないか。

- 例えば、新規に立ち上がったイベントは財政的に支援するが、3年経ったら一律に支援しない、といったような「カルチャー」はないか。

※少なくとも自分自身を振り返った時、漫然と対応していたと思う。
「3年(5年)経てば自立」というフレーズで整理していなかったか。



◆ 地域での役割、現場の実情を把握し、相応しい関与のあり方を検討すべき。

➤ イベントの地域での役割(例)

- ①地域における交流産業の牽引役
- ②合併後の市町村の一体感の醸成
- ③合併前の旧市町村区域のアイデンティティの維持 など

➤ 関与のあり方(例)

- ①補助金
- ②マンパワー
- ③知恵(ノウハウ)
- ④広域的な(面としての)観点からのPR など



➤ これらを踏まえ、県としては？

市町村・現場の実情・ニーズを踏まえ体系的・戦略的な視点を持って支援を展開すべき。

「うだつの上がる町並み」整備を担当した市職員は

◆ どちらかと言うと行政主体で変わって来た「町並み」

- 市ではH11年に町並みが伝建(重要伝統的建造物群保存地区)に指定されたのを契機に電線地中化や路面整備を一気に進めた。投資金額はざっと11~12億程度。通常は20年ぐらいかけてるところを5~6年で急激に整備。短期間に整備したので「お金の使い方を間違えているのではないか」との批判を受けたことも事実。
- このように、町並みはどちらかというに住民主体というより行政主体で変わって来た経緯もあって、住民の意識が後追いになっている部分もあるかも知れない。

◆ ここに来て市民の「誇り」として定着してきた手応え

- 一方「やっと市民も誇れる財産を手に入れたのではないか」と感じている。
- 10年前、市民は美濃市に来てくれた人に、どこに案内するといって、困っていたのではないか。うだつの上がる町並みも、特に整備されておらず、古い町、という程度の印象だった。
- 今や、うだつの上がる町並みは、胸を張って案内できる場所になった。あかりアート展などもあり、知名度は全国区といい。折角、誇れるものをここまで守ってきた、手に入れたのだから、これを生かすべき。
- 最近、市民にも「折角いいものがあるんだから活用していくべき」という雰囲気広がって来たように思われ、遅まきながらも手応えを感じている。

取り組みの方向性は？

○地域間の連携強化(点から面へ)

- ◆広域的な視点で観光資源を結び付け、相乗効果を生む。
- ◆東海北陸・東海環状自動車道の沿線上にあって、その価値(日本的なもの、自然、町並み、伝統工芸、人情など)を際立たせる。

○これまで残し、守ってきた魅力を活用する時期へ

- ◆遂に獲得した(この時代まで守って来た)価値の活用を考える。
- ◆個々の資源に宿る「ストーリー」を掘り起こし、整理・提示し、観光客に「ここ」でなければ成り立たなかった物語を感じてもらうとともに、地域住民の「自信・誇り」を復活。

○通年型観光地、お金の落ちる観光地への脱皮

- ◆イベントの戦略化、年間を通じて観光客を引き付ける仕組み作り。
- ◆「ストーリー」に裏打ちされた「土産物」や、地域ならではの「食」など、地域にお金が落ちる(動員数=経済効果となり得る)仕組み作り。

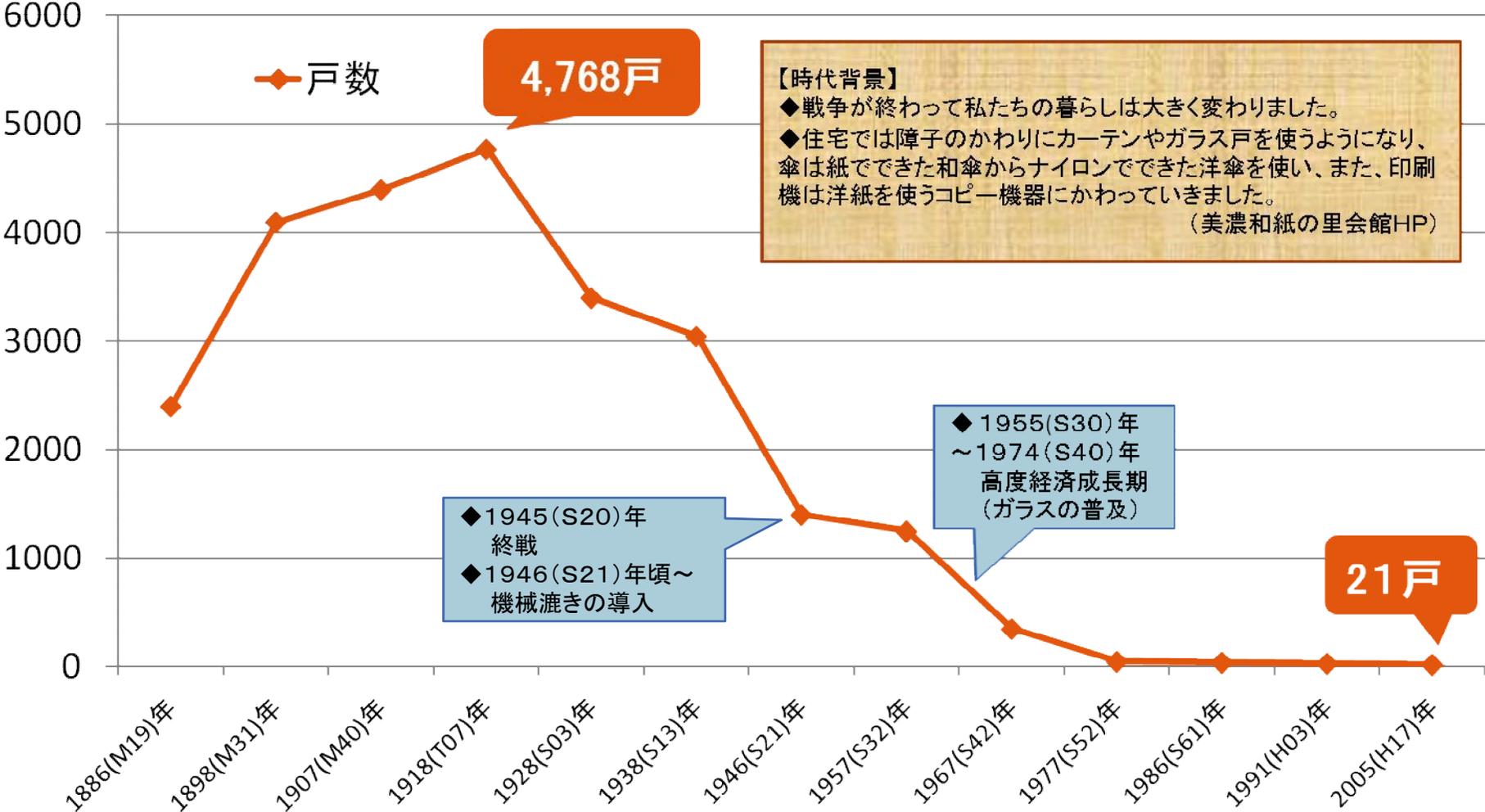
§ 3. 「美濃手漉き和紙」等の現状・課題・展望



- 若手の手漉き和紙漉き職人
- 美濃和紙の里会館
- 岐阜県紙業連合会

岐阜県の手漉き和紙生産者(戸数)の推移

県紙業連合会調



▶岐阜県には手漉き和紙職人の家が最盛期には5千戸弱あり、漉き手が一戸に2人として約1万人職人がいたことになるが、殆どはこの辺りだったのではないか。下牧(しもまき)、蕨生(わらび)地区は、S20年頃は手漉き和紙職人の家ばかりだった。
 ▶S40年代、この一帯の紙漉き職人の家が、どんどん転業した。転業先は、プラスチック・縫製・金属加工といったところ。
 ▶今、手漉き和紙職人は20人程度。大半は高齢者(70代)で、若手は5～6人。若手で、なんとか儲かっているのは1～2人ではないか。その人達にしても、最近まで紙漉きの傍ら、学習塾をやっていた。
 (業界関係者)

美濃和紙の出来るまで



1. 剥皮(はくひ)



2. 晒し(さらし)



3. 煮熟(しゃじゆく)



4. 塵取り(ちりとり)



5. 叩解(こうかい)



6. 紙すき

美濃和紙の出来るまで



7. 圧搾(あっさく)



8. 乾燥



9. 選別



10. 裁断



11. 製品



◆なぜ、美濃の下牧や蕨生に1300年以上昔から手漉き和紙があったのか？

- 山と川の挟間の痩せた狭い土地で作物が十分取れない。
- そのため、楮を植え、豊富な水を利用し、農業の傍ら和紙を漉き、生活を支えた。
- 今や「手漉き和紙」は「伝統工芸」のイメージだがそもそも「百姓の副業」で殆どが半農半工だった。



◆後継者育成・技術継承等対策(美濃市)

- 手漉き和紙後継者育成制度(H6年度～)
5万円/月×2年間＝総額120万円/人
- 「美濃和紙の里会館の整備」(H6年度～)
展示室、図書室、紙漉き実演・体験コーナー等



◆なぜ、代々の職人が減ったのか？(業界関係者)

- これは、統計上どうこうという話ではないが、美濃では「蕨生や下牧などの紙漉きの家の子弟は頭がいい人が多い」ということで通っている。つまり、高学歴で社会的地位が高く、いわゆる出世している人が多いということ。医者、弁護士の方もいる。
- なぜか。紙漉きは非常な重労働で、実入り(収入)も少ないため「子供には継がせたくない」と考え、苦しい生活の中でも教育に熱心だったこと。子供自身もそういう生活を見て「別の仕事を」ということでよく勉強したと言われている。

◆なぜ、新しい職人がいないのか？(若手の手漉き和紙職人)※市外より移住し独立工房を主宰

- 手漉き和紙の単価は高く、1枚何千円になる。一見して機械漉き和紙とさして変わらないため「何で和紙1枚にそんな金を」ということにもなる。
- 手漉きの美濃和紙の品質・安全性には高い価値があるが、所詮は素材に過ぎず、それだけで売れるものではない。
- 現にこれまでも売れてこなかった。素材を売るのは非常に難しく「紙そのまま」では受入れられない。
- 現状の中で、何人純粋な「紙漉き職人」を養成したところで、食べて行けず、いずれは離職する。

課題

- **職人の経済基盤の弱さ(生活の基盤になり難い現状)**
 - ・「素材」商品の割に価格が高く、売れ難い
 - ・重労働、手間の割に収入が少ない
 - ・手漉き和紙稼業だけで生活できるのは僅か(2~3人)ではないか
- **後継者不足(近い将来、技術の継承も課題となる可能性)**
 - ・代々の職人の後継者がいない
 - ・職人を目差し県・市外から来た若者らの定着も困難
 - ・現状のままなら技術継承者は5年後には数人(5~6人)か

現場は

◆ **加価値を高め売れる商品を** (若手の手漉き和紙職人)

- 売るためには「付加価値」を付けなければならず、私の場合は「すかし」といったデザインや、天然染めの技法を生かした和紙を漉くことが中心。
- 美濃手漉き和紙の将来のためには、デザインに関わる人材育成や商品開発を支援するべき。

◆ **「手漉き和紙」文化の価値を生かす** (手漉き和紙工房の従事者) ※東京から移住。デザイナー業も。

- 紙漉きの知識がないところから関わって、楮(こうぞ)畑の土造りに始まり、肥やり、雑草取り、虫取り、楮が成長したら刈取り、皮を剥き、洗い、煮て、細かいゴミを取り除き、叩き、漉く。こういう工程に従事する中「紙漉きは、まさに農業の延長」という実感を深く持った。夏に畑の手入れを十分しないと、不作で刈り取っても使えず、このあたり「まさに農業そのもの」という感じ。
- そういう意味で「手漉き和紙の文化」は、東京などの「都市文化」の対極にある。私自身東京にいたのでそう思うが、実は、こういうものが都市の人間が一番求めているものだと思う。
- 私は、手漉き和紙が出来るプロセスを、この土地で、参加型で体験してもらうようなことが出来ると思う。

「パルプ・紙・紙加工品製造業」(美濃市)の推移

- ◆ 製造品出荷額等 H元年 14億7百万円 → H17年 11億7千5百万円(△20%)
- ◆ 事業所数 H元年 106 → H17年 52 (△51%)
- ◆ 従業者数 H元年 991 → H17年 599 (△40%)

◆ 厳しい今後の展望

➢ ここ約10年の間にトイレtpーパーが主力の会社が減った。約10年前は10社があったが今は4社しかなく、今後も厳しい状況が続くと思う。

◆ 活路は、特殊技術・ブランド力・品質

➢ まだ今後の展望がある企業は、「機械漉き和紙」や「特殊紙」を主力としている企業。

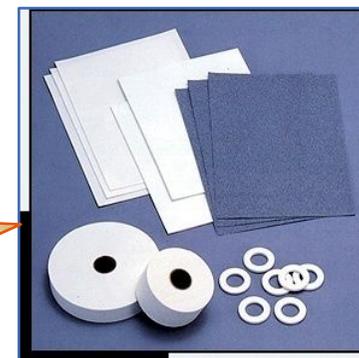
➢ 「機械漉き和紙」は「障子紙」や「壁紙」に使われており市内4社で全国シェアの約60%は占めていると思われる。

➢ 美濃の「機械漉き和紙」の障子紙等が、東京では「美濃和紙」というブランド力で売れている。

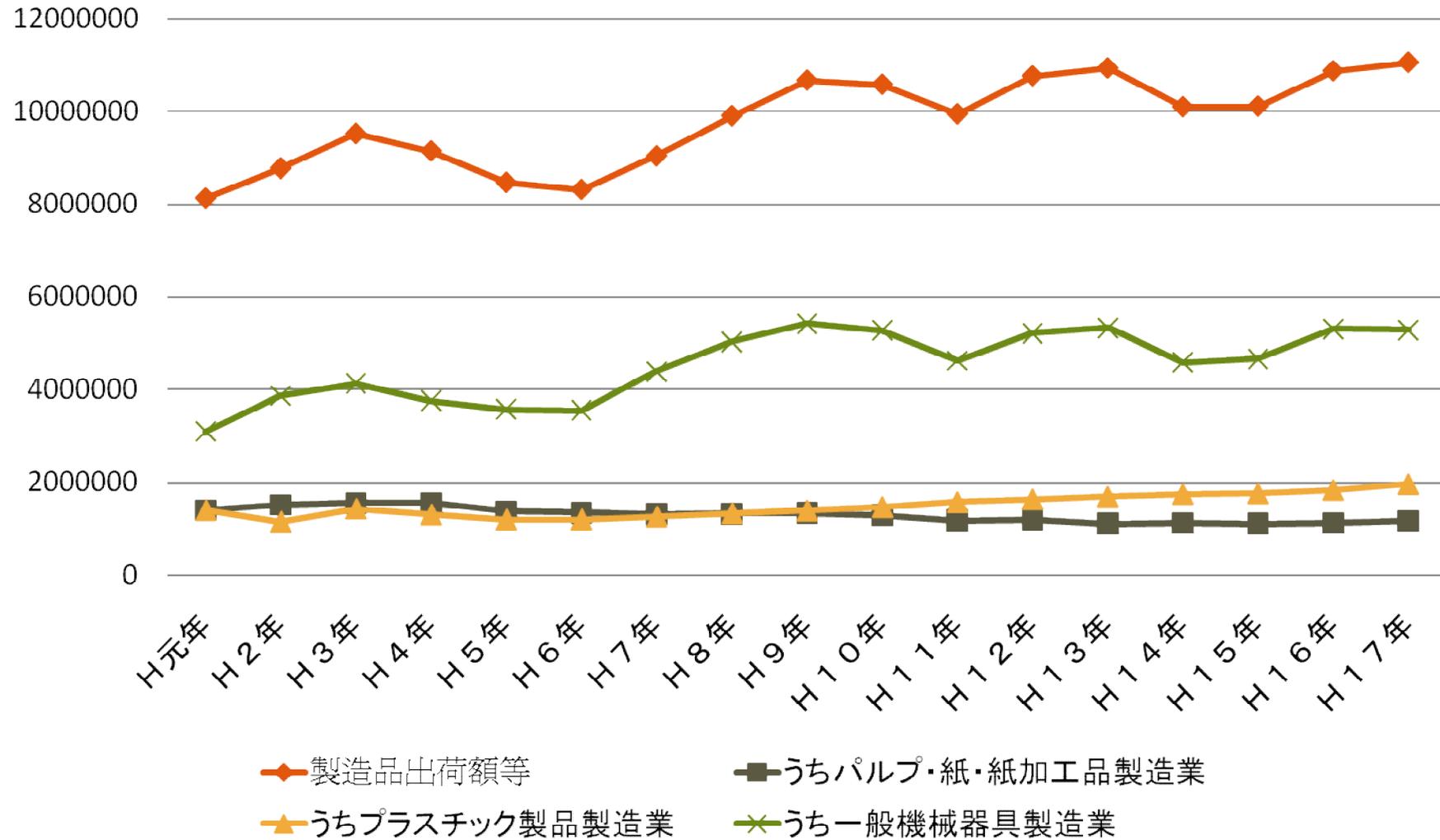
➢ 「機械漉き和紙」も、価格的には鳥取、愛媛で漉いた商品の方が安い。それでも美濃和紙が売れているのは、やはり「美濃和紙」というブランド力。歴史と伝統の力は大きいと言わざるを得ない。

【参考】田中製紙工業株式会社の特殊紙の例

セラミック焼成用セパレートシート(PAT)、スタンパブルシート、高性能合成木材、導電シート、断熱シート、電磁波遮蔽シート、セラミックフィルターシート(岐阜県紙業連合会HPより)

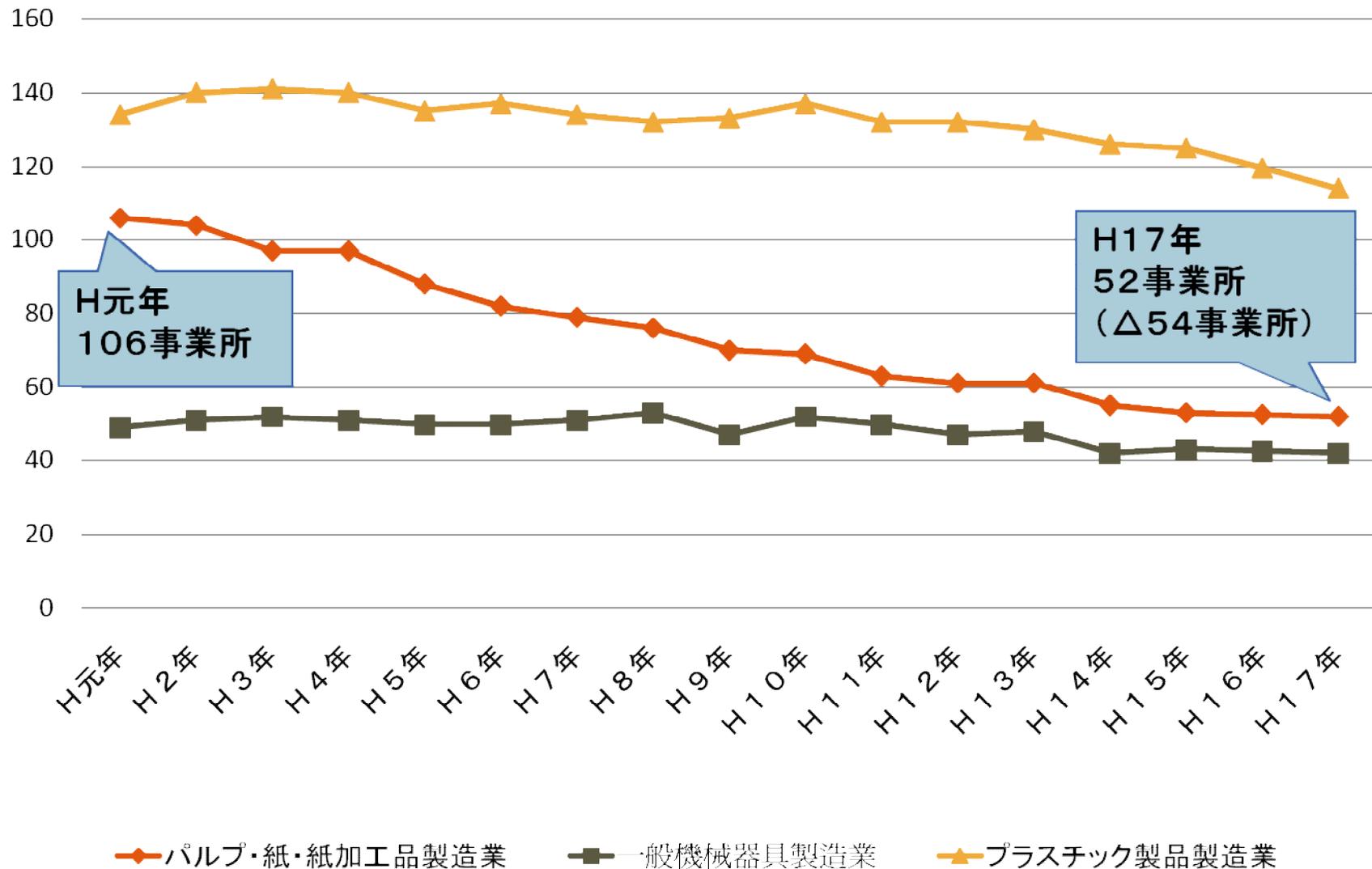


◆製造品出荷額等の推移(美濃市)



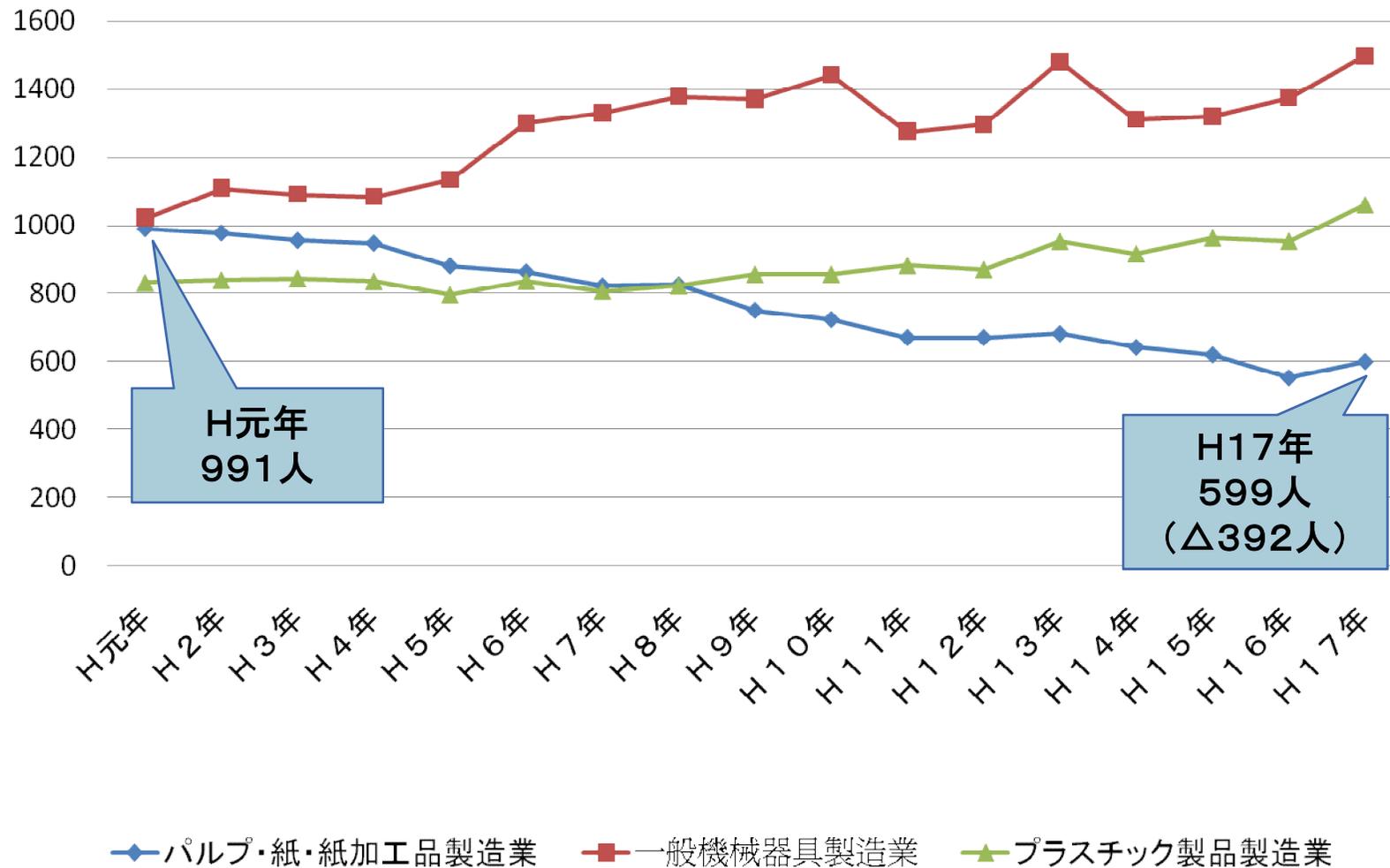
資料:工業統計

◆事業所数の推移(美濃市)



資料:工業統計

◆従業者数の推移(美濃市)



資料:工業統計

美濃和紙ブランド共同組合

◆新たな取り組み

- 今日この時代において、なお威力を発揮している「美濃和紙」のブランド力は、極めて貴重。
- それを守り生かして行くため、H19年8月「美濃和紙ブランド共同組合」を設立した。地域団体商標「美濃和紙」の登録や共同販売促進事業を行なうこととしている。
- 設立にあたっての現場の率直な感覚は「攻め」というよりは「守り」。「美濃和紙」というブランド登録をすることで、何とか今後も「美濃和紙」の価値と売れ行きを守って行こうというもの。
(業界関係者)



- ◆ 目的 1300年の伝統を誇る「美濃和紙」を地域ブランドとして確立する。
- ◆ 事務局 美濃市蕨生1851番地3
(美濃和紙の里会館内、県紙業連合会内)
- ◆ 活動 ・地域団体商標登録の特許庁への出願・登録
・販路拡大のための見本市への出展 等

○強い「美濃和紙」ブランド

【新聞記事】

日本一の和紙をすく
案内人と決める「日本一は？」
(回答総数18,400人)

1位	美濃和紙(岐阜)	7,172人
2位	江戸からかみ(東京)	3,390人
3位	越前和紙(福井)	3,064人
	↓	
10位	土佐和紙(高知)	1,307人

【H20.1.29 朝日 夕刊】

取組みの方向性は？

○「素材」からの脱却(デザイン力・商品開発力を)

- 素材の良さを生かし、付加価値を高め、売れる商品を開発。
- 日本の伝統文化・工芸に関心のある層を狙う(国内外の富裕層等)

【取組例】

- ☆透かし和紙・天然染め和紙
- ☆ランプシェード、手造り提灯(らんたん)
- ☆オリジナル商品、水団扇

○内在する価値の発揮(再評価・ブランド化・発信・活用を)

- 植物繊維で作られた「安全・安心」な素材
- 地球環境に優しい素材(持続、再生可能な資源)

【事例】

- ☆文化財保存業務における美濃和紙の高い評価

- 「農業の延長」「自然との共生」という特徴を生かした体験・滞在型交流人口の拡大
- 耕作放棄地の活用、農地の多面的機能の維持

素材からの脱却(取組例)

透かし和紙・天然染め和紙【保木工房】



透かし:七宝と梅鉢



天然染め:藍

手造り提灯
【らんたんや】



ランプシェード
【美濃発條(有)内
工房夢羽】



オリジナル商品
和紙テディ・ベア
【米屋藤山】

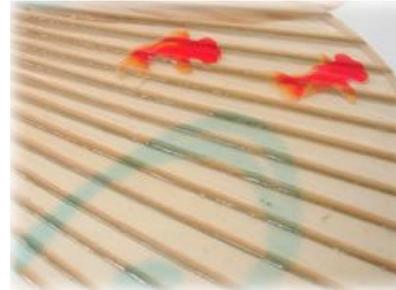


「うだつ上がる町並み」添いの店内で、女性職人の幅英香さんが一つ一つ手造りで提灯を作る。オーダーメイドも可。

(家田紙工株式会社HP・美濃発地域コミュニティ情報誌&ブログ「マメナカナ?」より)

素材からの脱却（取組例） ～水団扇～

その透明な美しさは、原料の手漉き
紙の薄さと強さにかかっています。



➤家田紙工のオリジナル水うちわは、手漉き和紙問屋だからこそ、美濃手漉き和紙（雁皮紙）にひたすらこだわり、100%天然素材を使用した、すべて手作りの極上、「水うちわ」です。ちょっとお値段も高くなりますが、本物の良さ、美しさを味わっていただければと思います。

➤水うちわとは、うちわの骨（竹）に、雁皮紙（がんびし）という非常に薄い紙を貼り、専用のニスを塗って仕上げているのが大きな特徴です。ニスを塗る事により、透明感が出て、涼しげなうちわに仕上がります。

➤見た目が透けているのと、昔は水につけて気化熱で涼むという方法で涼をとったことから、「水うちわ」と呼ばれているという説や、透明な水のように、というところからその名がついた、という説もありますが、いずれも、美濃の手漉き和紙、そして豊富な竹林、長良川の鵜飼を始めとした岐阜ならではの川文化から生まれたものです。

（家田紙工株式会社HPより）

➤最近の成功例として特に大きいのは「水団扇」。「雁皮紙」を貼る必要があり、家田紙工さんを通じてお話をいただいた時、どうしても手間が係り価格が高くなるのが心配だった。

➤最終的に、敢えて7千円で売ることになり「売れるはずがない」と思ったが、これが売れている。提案の仕方によって「高い物でも売れる」ということが実感でき、大きな自信になった。
（若手の手漉き和紙職人）

内在する価値の発揮(事例)

新選三つ星 飛騨美濃の逸品 **1300年 国宝守る耐久性 ◆美濃和紙◆** (2008年01月09日 朝日新聞)

奈良・正倉院に、年代が分かる文書資料のうち最古の紙がある。約1300年前の美濃国戸籍だ。

その伝統を受け継ぐ美濃和紙は、今も国宝級の掛け軸や経典、ふすま絵を修復する技術者たちに欠かせない。京都の桂離宮や二条城の障壁画にとどまらず、海を渡ってボストン美術館、大英博物館の至宝の数々にも使われている。

美濃市の板取川沿いに並ぶ和紙工房。高度成長期に紙生産の機械化が進むと、手すきはコストに見合わなくなり、大半が廃業した。

多くの工房は、作業効率を上げようと、アルカリ性の強いカセイソーダを使い、コウゾの繊維のあく抜きをした。薬品でちりを溶かすことで生産時間を縮められる半面、繊維を傷めやすく変色も早まってしまう。

美濃市蕨生の和紙職人だった故古田行三さんは、効率優先と違う方法で伝統的な美濃和紙の生き残りを目指した。

刺激の少ないソーダ灰(炭酸ナトリウム)であく抜きし、漂白剤も避ける。繊維に残るちりは、昔ながらの手作業で取り除いた。乾燥機もやめて天日干し。仕上がったのは、自然な黄なりを帯び、年月を経るごとに白さを増す紙だった。

客の要望にも細かに応じた。それまで5、6種類だった紙の厚みを、13段階に細分化した。

主力サイズの縦63センチ、横92センチの紙なら0.1匁(0.375グラム)の刻みで厚さを変えたところ、展示会などで修復技術者の目にとまった。

ほかの職人と設立した「本美濃紙保存会」は、69年に国重要無形文化財「本美濃紙」の保持団体に指定された。

石川県文化財保存修復工房(金沢市)の技術責任者、川口法男さん(55)も美濃和紙を愛用する。

南北朝時代に作られて一部焼失した大般若経600巻のうちの90巻(石川県指定文化財)も、美濃和紙を使い13年かけて修復した。

「薄くて丈夫、コンが柔らかい。修復後に長く残るからこそ、強い薬品を使った紙は避けたい」

古田さんは94年に亡くなり、弟子の長谷川聡さん(43)が工房を引き継いだ。

最盛期には1日50~300枚を作る。主力サイズの紙は重さ6.75~11.25グラムに厚みを分け、要望に応じて規格外も。価格も1枚千円前後から5千円台まである。

取引先のほとんどが修復技術者だけに、こだわりのある要望に応える新製法への挑戦も続く。

紙に粘りを与える植物トロロアオイはカビが生えやすいため、クレゾールせっけん液に漬けるのが一般的だが、紙にかすかに残る薬品臭が「気になる」と指摘された。

冬季は、トロロアオイを天日干しで保存しながら、春までに使い切る方法を試みた。ただ、以前より紙の耐久性が高まったかどうかは、年月がたたなければ分からない。

今日も試行錯誤を重ねて「次世代への和紙」を模索する。(高木文子)



◆美濃和紙 美濃約1300年前に地方では和紙が生産され、室町時代には現在の美濃市大矢田に市場が開かれて全国に流通した。コウゾなどを溶かした液を前後左右に揺らす「流しすき」が特徴で、繊維を絡めて紙を強くする。最盛期に約5千戸あった工房は、現在は約30戸に減少した。

国際性 ★★★ 将来性 ★★ 不朽性 ★★★

§ 3. 美濃市における農業の現状・課題・展望



- (株)美濃にわか茶屋
- 地域特産品直売所「みちくさ館」
- めぐみの農業協同組合(営農指導課)
- 美濃市(農業委員会、産業課)

現
状

◆販売農家、自給的農家共に減少

- 販売農家 H2年:456戸 → H17年:266戸(△190戸、△41.6%)
- 自給的農家 H2年:580戸 → H17年:106戸(△134戸、△23.1%)

◆連動して増大する耕作放棄地(特に中山間地)

販売農家・自給的農家・土地持ち非農家の推移

農林業センサス

(注)「土地持ち非農家」は2005センサスより。

区分	H2年	H7年		H12年		H17年		対H2年増減		
			対前年増減		対前年増減		対前年増減	数	率	
美濃市	農家(戸)	1,036	861	△175	701	△160	712	11	△324	-31.3%
	販売農家	456	436	△20	361	△75	266	△95	△190	-41.7%
	自給的農家	580	425	△155	340	△85	446	106	△134	-23.1%
	土地持ち非農家(世帯)						1,056	1,056	1,056	皆増
	合計	1,036	861	△175	701	△160	1,768	1,067	732	70.7%
岐阜県	農家(戸)	99,394	91,435	△7,959	84,764	24,649	78,459	△6,305	△20,935	-21.1%
	販売農家	68,074	62,076	△5,998	55,340	△6,736	44,815	△10,525	△23,259	-34.2%
	自給的農家	31,320	29,359	△1,961	29,424	31,385	33,644	4,220	2,324	7.4%
	土地持ち非農家(世帯)	17,210	19,640	2,430	24,622	22,192	28,180	3,558	10,970	63.7%
	合計	116,604	111,075	△5,529	109,386	46,841	106,639	△2,747	△9,965	-8.5%

◆なぜ、農家が減るのか？

(注)1反=約10アール=約1,000m²

➤余程大規模に経営しないと、採算に乗せるのが難しく、従来規模の農業では生活基盤になり難い。

- ・米： 約8俵／反、約1万円弱／俵 → 約8万円
- ・小麦： 約6俵／反、約300円／俵 → 約1,800円 ※中濃の小麦は大体2等品
- ・大豆： 約2俵／反、2～3千円／俵 → 約6千円

◆なぜ、耕作放棄地が増えるのか？(美濃市産業課)

➤美濃市では郊外の川沿いの洞の農地が耕作放棄地になっており、背景として①高齡化(長期的課題)、②鳥獣被害(当面の課題)が考えられる。

➤昔、山間部の農家は猫額の土地も耕せる場所は耕し、作物を作った。売るためではなく、自ら食うための農業。作物が取れない場所では楮(こうぞ)を栽培し、副業に和紙を漉いて収入を得た。経済情勢が大きく変わった今、こうした土地が耕作放棄地になっていく。

➤平成に入り土地改良事業を行った区域は殆ど耕作されている。感覚的には土地改良事業を行った区域の耕作率は90%程度。農振地域では種子米を栽培。食用米の2倍の価格で販売(県下第2位の産地)。一方、山間部の農地は多くが耕作放棄地となっている。

➤今、農業は大きく①「産業としての農業」、②「家族の冷蔵庫代わりとしての農業」の2種類に分かれる。美濃市では多くが②に移行し、更に人口が減り、担い手が高齡化し、農産物も買った方が「楽で安い」ということから、耕作放棄地の増加要因となっている。

対策

◆農家所得の拡大対策 : 地元産の農産物の直売所の運営(JA、自治体(三セク)、組合 等)

◆耕作放棄地の解消対策 : 農業者による集約、集落営農組織の運営(JA)

◆それでも減らない中山間地の耕作放棄地(めぐみの農業協同組合)

- 例えば、関市の中心部で、若手の農家2名が、まとまりのいい農地を一手に引き受け、効率よく営農している例がある。まとまった農地の場合、トラクターで1時間に5反(5千㎡)ぐらひは楽に耕せ、集約・大規模化も進みやすい。
- 一方、例えば上之保あたりの1枚5~6畝(50~60㎡)の田が散らばった地域だと、1日かけても4反(4千㎡)もおこせない。道も狭く、そもそも機械が入れない場所があり、若手農家等も手を出さず、所有者が高齢化し、跡取りもいないということで、耕作放棄地になって行く。
- 農協も、H18年3月に集落営農組織を立ち上げ、2年経ったが、実は経営状況は芳しくない。経営環境というか、農地の動きの実態は、条件のいい農地はやる気のある若手農家等と地主の間で耕作の請負の話が進み、残るのは山間部の小さい散在した農地ばかり。そういうところに車に機械を積んで出かけて行って耕作しても、赤字が目に見えていて、なかなか手を出すのは難しい。

課題

◆中山間地に狭隘な農地が散在するという不利な条件の克服

- 農地の集約化、効率的な耕作が困難
- 農業者による集約から取り残され、集落営農組織も採算面から二の足を踏む。

◆農家の意欲を引き出す農産物直売所(美濃市の直売所に出店する農家:女性)

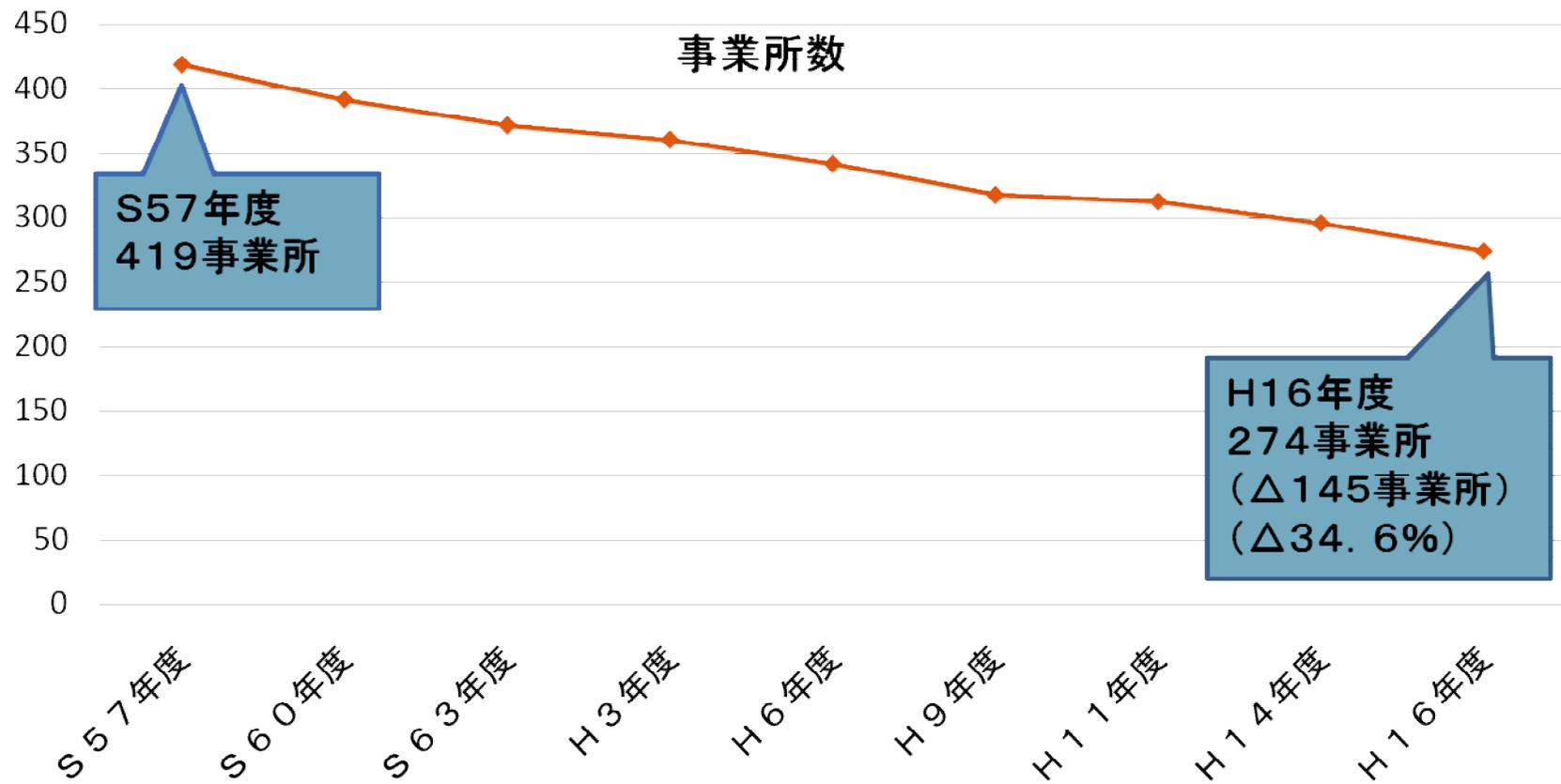
- 昔、西松森(にしまつもり)に市場があり、姑が農産物を出していた。徐々に市場での売れ行きが芳しくなくなり、今、市場自体無くなった。昔は地元に八百屋があり、市場の商品を八百屋が買うため、まあまあ売れた。最近は大手スーパーばかりで、八百屋が無くなり、地元に購買力がなくなったためだと思う。
- 子育てが終わり、姑から農業を引き継ぐと、売るところが欲しくて直売所に登録し、農産物を出すようになった。
- 作物を売る場所が有ると無いとでは大違い。無いと、収穫した作物も、結局、家族で食べるか、ご近所に上げるかしかない。そうなると、もう張り合いがなく、農業は続けられるものではない。

成果

◆農家所得の拡大に一定の成果

- 「困難な規模拡大」、「身近な市場の縮小」等に伴う農家の経済基盤弱体化を補う働き

○美濃市の小売事業所数の推移



【参考】岐阜県

S57年度 30,030 → H16年度 22,346事業所
($\Delta 7,684$ 事業所、 $\Delta 25.6\%$)

資料:工業統計

農産物販売所(例)
地域特産物直売所「みちくさ館」



オープン: H5年4月

◆美濃特産物管理組合「みちくさ館」

◆住所: 美濃市曾代1409-2

- 直売所として地域の農業者の活性化に貢献。
- H18年度「第35回 日本農業賞」の「集団組織の部」の岐阜県代表として「JAぎふ中央会」より表彰受賞。
- 利用者との交流を図りながら要望に応え、四季折々の農産物を提供していることが認められた。



農産物販売所(例)
道の駅「美濃にわか茶屋」

- ◆株式会社 美濃にわか茶屋
- ◆資本金 3,000万円
- ◆出資：美濃市・中濃森林組合・めぐみの農業協同組合・長良川中央漁業組合・美濃商工会議所
- ◆住所：美濃市曾代214



オープン：H19年9月



◆相次ぐ農産物直売所の開設



◆出店登録者

- みちくさ館：約80名
 - にわか茶屋：約150名
- (相当数が重複、幽霊化・高齢化も進行)

◆「とれった広場」(可児店)

- 「JAめぐみの」としての第1号店
- 売上げ
 - ・約200万円/日
 - ・約7億円/年
- H22年度を目処に関・美濃地区で設置の構想も(場所未定)

JAめぐみの
ファーマーズマーケット
とれったひろば

第1号店：可児市坂戸59番地

平成28年
7月14日(日) オープン!!



◆「おんさい広場」(岐阜市)

- 「JAぎふ」
- 岐阜市下土居地内
- H20年5月2日オープン
- 出店登録者：約710人
- 年間売上げ目標：約7億円

◆「地元農産物」の供給元が危ない(農産物直売所の運営責任者:女性)

➤(農産物直売所が増えることはプラスになるか?)作る人を育てないで、売るところばかり増やしてどうする、というのが率直な感想。地元産の農産物が売りの施設だが、農産物を出す人の殆どが高齢者で「あと5年、10年経ったら出す人がいなくなるのではないかと心配。約80人の出店登録者中、高齢化もあり約10%が幽霊化。

➤(団塊世代の農業を始める傾向は?)お客さんには地元の団塊世代のお父さん方も多いが、お聞きする限り再就職する人ばかりで農業をやる人はいない。思うに、再就職すれば時給1,000円はいかないまでも800円として、1日で5~6千円、月約10万円にはなる。「みちくさ館」の出店者の場合かなり頑張る人で月7~8万円稼ぐ程度。そうすると、このお金の要る時代、再就職の先があるうちはまずはそこで働き、いよいよ年を取って再就職先もなくなって初めて農業、ということでは。

◆個性を失えば、支持も失う

➤(今後の農産物直売所の方向性は?)小さな直売所は地元の作物だけで運営できる。その特徴を徹底して生かし、PRすること。

➤大規模な直売所は、常に「品揃え」と「量」を確保する必要があり、地元産以外の農産物も並べざるを得なくなる。最前線には地元産を置けても、ちょっと奥には他県産を置いたりする。消費者は敏感で、そういう品揃えなら、直売所でなく、スーパーで買おう、その方が、野菜だけでなく、肉も魚も調味料も一度に揃って便利、ということになる。

課題

◆一定の成果の半面、課題も内包

➤揺らぐ足元(高齢化、後継者不足に伴う地元の農産物の出店者の減少)

➤類似施設の開設が相次ぐ中での特徴の堅持(スーパー等との差別化、消費者の支持獲得)

取り組みの方向性は？

○地域密着型農業、小口農業(リテール)農業の展開

(注)リテール【retail】小売り。小口取引。個人取引。

○地域に密着し、身近な消費者の支持を獲得できる農業

- ・「安全・安心」を売る
- ・生産者と消費者の互いの顔の見える関係の構築



- ・地域内消費の徹底喚起(個人～福祉・教育・職場など)
- ・生活基盤の下支えになる農業
- ・高齢者の生きがい形成、耕作放棄地の解消

○食料供給以外の農業の持つ意義を生かす

○中山間地に立地する農地の特性を利用し、食料供給以外の農業の持つ意義を評価し、活用する。

- ・自然との共生(教育分野)
- ・多面的機能の保持(都市住民との交流、二地域居住など)

まとめ ～ 取り組みの方向性と県の役割は ～

◆この時代まで守り育ててきた地域の「魅力」(本物の良さ)を上手く説明し、更なる付加価値の上乗せを。(対外)

- 「ストーリー」の掘り起こし、とPR、商品開発力・デザイン力の養成
- 県は、国内外に通用する実力養成を支援

◆地域の持つ価値に「自信」を持ち、次世代に伝える。(対内)

- 心の「うだつ」を上げよう(石川市長弁)
- 県は、実は世界に誇れるものばかりであることを大声でPRし人々を鼓舞

◆「住みたいまち、訪れたいまち」から「住みたい人を受け入れ、訪れる人が楽しめるまちづくり」へ。

- 知名度は獲得した。
- 県は、実効ある仕組みが構築できるよう支援(ノウハウの収集、提供等)

◆生産した物が「売れる」仕組みづくり(地域内、地域外)

- 当然のことだが、後継者・担い手の育成以上に重要(売れば育つ)
- 県は、特に広域的な視点で仕組みづくりを支援
Ex. 売れ筋のリサーチ、販売のプロ(百貨店など流通業界)とのコラボの橋渡し

住む人が生き生きと暮らし、新たな人々も集う地域へ(活性化)

もし、質疑の後に時間がいただければ「あとがき」に代えて・・・

先にご紹介した「ランプシェード」です。

作者は、(有)美濃発條の神谷栄一さん。

紙は勿論「美濃和紙」を使っていますが、骨組みは「金属」で出来ています。

お許しを得ていますので、少し神谷さんのお話をしたいと思います。

☆☆☆

会社は名称(発條=バネ)からも判るように、金属加工業で、お父さんの代からのものです。

かつては、関市の刃物会社が主な取引先で、アメリカ輸出用の鉄製のバーベキュー串なども納めていました。H成7年頃から中国が台頭し、安い単価で同じような商品を作り始めた影響もあり、今はかなり縮小しています。

神谷さんは「美濃和紙あかりアート展」に第1回から実行委員として携わり、奥さんとは「あかりアート展」を通じて知り合われました。奥さんは、九州出身。京都でデザインを勉強し、関西の電気機器会社で照明器具のデザインを担当しておられました。神谷さんとは「美濃和紙」と「あかりアート展」に惹かれ、作品の出展をきっかけに、会場で知り合われたそうです。

美濃での奥さんは「第17回日本和紙画展大賞」を受賞されるなど「美濃和紙」に深く関わる活動をされる傍ら、自らの照明デザイン力と、神谷さんの金属加工技術を合体させ、若手の手漉き和紙職人と一緒に、新築一戸建てに納品する美濃和紙照明器具の受注生産にも取り組まれるなど、充実した日々を送っておられたとのことでした。

☆☆☆

残念ですが、奥さんは、昨年、病でお亡くなりになりました。今、神谷さんのお手元には、美濃をこよなく愛した奥さんが残された照明デザインの赤いスケッチブックが残されています。

今、金属加工業の傍ら、スケッチブックも参考に、ランプシェードの製造・販売を手がけておられます。今後の飛躍を祈らずにはいらっしゃらず、このことに限らず、何とか地域の皆様の役に立ちたいと感じた次第です。



地域の特性を生かした「食」(取組例)

リポート岐阜ワイド 美濃の酒 新時代 2008年05月20日 朝日新聞

日本酒の市場は長期低迷が続いている。ビールや発泡酒、ワインに焼酎。アルコールの好みが多様化したためだ。県内でも酒造メーカーは減り続け、地域の食文化でもある酒造りの衰退に歯止めがかからない。多くの酒蔵が経営目標を失って迷走しているが、地に隠れた名酒あり。「うまい酒を造って地域の人たちに楽しんでもらう」という、酒造りの原点に立ち返ろうとする動きが、美濃地方の小規模な造り酒屋を中心に胎動している。良質の米と水が欠かせない酒造りは、疲弊する地域の農業を活性化し、水や土壌を守る環境保全型の産業とも言える。美濃地方では今、日本酒ルネサンスが始まろうとしている。(松田昌也)

◆美濃・小坂酒造場

「味がしっかりしていて、キレもある。辛口の良い酒に仕上がった」。

3月上旬、小坂酒造場(美濃市)の利き酒会に集まった約20人が、薄暗い酒蔵から出してきたばかりのしぼり立ての新酒を、早春の青空の下でうまそうに飲み干した。

国内でも有数の歴史を誇る同社の創業は、江戸時代中期の1772(安永元)年。その酒蔵は「うだつの上がる町並み」として知られる美濃市中心部にあり、国の重要文化財にも指定されている。

98年、消費者と農業を結ぶ活動をしていた隣の関市の町づくりグループが、無農薬の有機農法で生産した米「みのにしき」を使って酒を造ろうと発案。収穫した約840キロを同社へ持ち込んだ。日本でもスローフードに関心が集まり始めており、地産地消の考え方に賛同した同社は純米酒として仕込んだ。

出来上がった酒は、地元の祭りのかけ声にちなんで「さんやほう(山野豊)」と命名された。

その後、町づくりグループのメンバーらが酒造りサポーターとなって、原料米を生産し、出来上がった酒を優先的に買い取っている。

同社の主力ブランド「百春」が年間6万リットル生産されるのに対し、今年で10年目を迎えた「さんやほう」の生産量は、原酒で1400リットル足らず。一升瓶で800本にしかない。

しかしプレミアムを付けて東京や名古屋に出荷するわけではなく、販売先を地元の小売店や飲食店に限っているため、とても割に合う商品にはならない。

それでも小坂善紀副社長(43)は利益を度外視し「さんやほう」にこだわる思いをこう語る。

「故郷の農業や田園風景を守ろうとしている心意気に動かされた。他産地の米を使って増産するつもりはない」。

