

中山間地域における経済活性化に関する考察

—奈良県吉野郡吉野町の取組み—

河 藤 佳 彦

A Study on Economic Vitalization in Hilly and Mountainous Areas

— The Challenge of Yoshino Town, Yoshino County in Nara Prefecture —

Yoshihiko KAWATO

要 旨

本稿は、中山間地域における経済活性化について、製材業を中心として発展してきた奈良県吉野郡吉野町を事例として検討することを目的とする。

吉野町では人口減少が進み、伝統的な主要産業である林業、製材業、製箸業、手漉き和紙業も厳しい状況にある。吉野町の経済活性化のためには、伝統的な主要産業について市場ニーズの変化に則した新たな展開を推進すること、産業資源と併せて豊かな自然や歴史・文化など幅広い地域資源を総合的に関連づけて地域ブランドを形成することが重要である。また、地域経済活性化を主導する役割は、地域経済において重要な役割を担ってきた伝統的な主要産業が、他の地域産業と連携して支えている吉野町商工会に期待される。

地域経済活性化の主導役の必要性は他の主要産業をもつ中山間地域についても言えるが、その担い手は、地域の産業特性や歴史的経過によって異なる。

キーワード：民間が主導する地域経済活性化、吉野町商工会、国栖の里観光協会

Summary

The object of this paper is to study economic vitalization in hilly and mountainous areas through the case of Yoshino Town, Yoshino County in Nara Prefecture, of which development has been mainly led by the lumbering industry.

A population decline is accelerating in Yoshino Town, and the traditional main industries, such as forestry, lumbering, chopstick manufacturing and handmade Japanese paper manufacturing, are in difficult situation. Economic vitalization in Yoshino Town requires promotion of new development in traditional main industries to answer changes in market needs and also creation of the regional brands comprehensively related to industrial resources and a wide variety of regional resources such as the bountiful nature, history and culture. In addition, the Yoshino Town Association of Commerce and Industry is expected to play a leading role in vitalization of the regional economy with the support of traditional main industries which have been playing an important roll in the regional economy working together with other regional industries.

Hilly and mountainous areas have their main industries, thus the leader in the regional economics varies depending on the industrial characteristics and historical process.

Key word: vitalization of local economy led by private sector, the Yoshino Town Association of Commerce and Industry, Kuzunosato Tourist Association

1. 目的と背景

中山間地域¹⁾の経済は、主な地域産業である林業や農業などの衰退化傾向を受けて厳しい状況にある。こうした地域の経済発展のためには、本来の主要産業である林業や農業などの発展が重要である。しかし、従来のように素材としての材木や農産物を従来どおりの方法で販売することだけに頼っているのは、多様化・個性化が進む市場のニーズに対応していくことは難しい。

そのためまず、本来の主要産業において市場ニーズを重視した新たな展開が求められる。そのうえで、主要産業の技術とノウハウを活かした新たな地場産業の創出や、歴史・文化・自然など、地域の様々な資源を掘り起こして有効利用し、それらを有機的に結びつけていくことによって、新たな地域ブランド²⁾を形成していくことが求められる。

本稿では、中山間地域のなかでも林業と製材・木工業（「製材・木工業」については、以下「製材業」とする。）を主要産業としてきた地域に焦点を当てる。なかでも、製材業を中心として発展してきた奈良県吉野郡吉野町（以下、「吉野町」とする。）を事例としてとりあげ、その地域経済の再生と新たな発展のための方策について考察する。

2. 林業・製材業による地域振興の視点

近年、林業とその加工を担う製材業が沈滞している。その大きな要因としては、建築市場において外材が大きなシェアを占め、国内材の販売を圧迫していることが挙げられる。こうした現状への具体的な認識や、林業・製材業が地域産業の基盤を担っている地域の経済活性化への取組みの方向性などについて考察する視点を獲得するため、先行研究をもとに若干の検討を加えたい。

(1) 国内材の需要不振の要因

国内の建築市場において外材が大きなシェアを占め、国内材の販売を圧迫している要因としては、新たな建築技術の普及や人々のライフスタイルの西欧化などにより、住宅の建築方法が木造軸組工法を主体とした在来工法からプレハブ工法など集成材を用いた工法へと大きくシフトしたことが挙げられるが、さらに基本的な要因として、外国材の輸入自由化が進んだ結果、相対的に高価な国内材への需要低下と輸入材の需要増加が進んだことによるところが大きい。

その経過について西野（2008）は、次のように指摘している。「わが国の木材自給率は、1968（昭和43）年までは高い自給率を維持し、同年の木材自給率は53.3%と木材市場の約半分を国産材が占めていたが、翌1969年に50%を割り込み、以降、1980年代後半に一時自給率ももち直す時期があったものの減少の一途をたどった。加えて、1985（昭和60）年のプラザ合意を契機とした円高の進行は、さらに外材輸入を促進し、1992（平成4）年には木材自給率は25%となり、2001（平成13）年には18.4%にまで低下している」（p165）。また、同著書において西野は、国内林業不振の要因について次のように述べている。「戦中、戦後の乱伐跡地への再造林は国土復興という点において重要であったが、問題は、その後の拡大造林政策が、外材輸入の本格化も相まって、結果として今日の日本林業の問題を形成していることである。すなわち、都市への人口流入がもたらした住宅需要の増大期における日本林業の素材供給力の低下と木材価格の高騰は、結果として外材輸入の自由化を促進し、今日、拡大造林によって造林された林分が伐期を迎えているにもかかわらず、何ら具体的な林業政策が打ち出されず、木材自給率が低下の一途をたどっているのである」（pp.164-165）。

内材不振の要因については、柳沢・駒村（2007）も次のように同様の指摘をしている。「現在のわが国は、国内需要に対応できるだけの十分な量の森林資源を保有しつつも、あえて海外から木材を購入している状況にあるといえる。この主な原因は、輸入材の圧倒的な価格競争力にある」、「近年、木材の国内市場価格が下落傾向にあり、林家の経営が貧窮すると同時に、国内の森林資源が利用されないまま放置されている。このような状況が続く中で、国産材の需要を拡大し、利用の促進を図ることは、国内林業において重要な課題である」。

このように、国内の木材需要に対応できる国内材のストックがあるにも拘わらず、外国材に国内市場が席巻されている状況、そして国内材の需要拡大のための具体的な政策がとられて来なかったことが、国内材の需要不振を招いている大きな要因であると言える。

(2) 国内材の需要拡大のための政策展開

我が国の林業や製材業の振興を図るためには、上記（1）の状況を踏まえ国内材の需要拡大のための政策展開が求められる。その具体的な方策について、菊間（1994）は、戸建て住宅においても安全で負担しうる価格という国民的な住宅要求に応えられる木造軸組工法（在来工法）を発展させるための条件として、その担い手である大工・工務店の経営と技術を守り発展させ、後継者不足問題を根本的に解決することや、住宅産業の工業化、商品化、営利化を推し進めているわが国の大

手住宅メーカーに対し、中小建設業者の事業分野の確保（町場仕事の確保）、公共住宅建設事業の優先発注等を内容とする民主的な経済的規制を実行することの必要性を指摘している（p133）。相対的に価格の高い国内材の需要拡大は容易なことではない。菊間の指摘するように、国内材の需要促進のためには後継者の確保と育成が不可欠な要件となるが、経済的規制の実施には限界がある。競争市場を前提とした、競争力のある製品やその供給体制の確立ということで解決を図っていくべきであろう。

一方で菊間は、プレハブ工法などを中心とする大手住宅メーカーにリードされた住宅商品の生産と供給のシステムに基づく政府の戦後持ち家政策を批判するが、国内材の需要を喚起し地域における大工・工務店の在来工法技術が発揮できる戸建て住宅については肯定する。この趣旨による戸建て住宅の推進については、国内材の需要拡大と林業従事者の育成という観点からすると、やはり必要なことだと考えられる。

また、柳沢・駒村（2007）は、国産材の需要拡大に向けた先進的な活動事例として次の3つの取り組みを紹介している。①京都府：「京都府地球温暖化防止活動推進センター」³⁾と協力し、素材生産から加工・流通まで一貫して「取扱事業体」が扱った府内産材のみを「認証材」として、府内産材のトレーサビリティを確保し、木材の輸送過程で排出される二酸化炭素の削減効果を証明する「ウッドマイレージCO₂認証制度」という仕組みを導入して府内産材の利用を促進、②森の町内会：国内の森林の間伐促進を目的とし、企業が共同してオフィス古紙のリサイクルに取り組む活動を継続している環境NPO「オフィス町内会」が事務局となり、間伐材から製造された紙を企業や団体に適正価格で購入してもらう活動を実施、③ログウェル⁴⁾：国産の間伐材の有効活用を目的として、国際環境NGO FoE Japanの「森のプレゼント」事業を活用し、国産の間伐材や未利用材を材料とした木製パレットの生産を促進。

柳沢・駒村は同時に、「大規模な国産材需要拡大を図るためには、以前から課題と言われてきた国産材の安定供給やコスト削減といった問題を避けることはできない」とし、さらに「早期に日本の林業構造を抜本的に見直し、輸入材に対抗できる国産材の供給体制を構築していくため、この分野の取り組みをさらに強化すべきである」と主張する。またそのためには、「構造変化に向けた過渡期である現在、林業以外の事業を営んでいる企業を巻き込んだ施策を進めていくことは、ダイレクトに大規模な国産材需要拡大につながる施策として期待できる取り組みといえるだろう」としている。柳沢・駒村が主張するように、国内材の需要拡大のためには、多様な主体との連携が不可欠であると言える。

（3）新分野への展開

林業・製材業地域において、これら本来の主要産業を振興することは重要なことである。しかし、多様化・個性化の進む市場ニーズに適応して地域産業の発展を図るためには、本来の主要産業分野の素材や技術、人材など蓄積された資源を活かしつつも、地域の特性に適した新たな商品・サービス分野を拡大していく必要がある。

こうした新分野展開の必要性については、特定農山村法研究会（1995）は、次のように指摘している。「農林業を核とし、幅広く各種の産業部門を含めて中山間地域で展開されるにふさわしい事業の活性化を図り、地域全体の安定的な就業・所得機会の確保及び増大を期することが必要である」（p10）。また、次のようにも述べている。「農林業をはじめ中山間地域で展開するにふさわしい事業を地域が独自に選択し、その活性化を図ることが重要である。その際、展開する事業については、近隣地域との関係において画一的にならないよう、その地域の置かれている条件や歴史、賦存する有形無形の資源、技術を生かす工夫が必要となってくる。また、大規模リゾート開発は、農林業の振興を核とした地域の活性化の方向とは必ずしも相いれないことがある。中山間地域という地域にふさわしい事業でなければ、地域に根付いた発展を期することが難しいことを十分念頭に置くことが重要である」（p11）。この指摘は、的を射たものと言える。中山間地域は、自らの個性と優位性をしっかりと見極め、それを十分に活かし切ることができる事業の開拓を図っていくことが求められる。また、事業規模について、地域自らがマネジメント可能な適正なものとすることも重要となる。

以上概観してきたように、林業・製材業地域の振興のためには、主要産業の活性化を図ると同時に、関連する産業・事業との連携による新展開や新分野の創出などを推進していくことが求められる。本稿では、地域経済の再生を目指し産業振興に力を注いでいる吉野町について、その現状と取組みについて概観したうえで将来への展望を試みる。

なお、本研究に当たっては、吉野町の産業の実態について知るため、2009年2月23日～24日に実地調査（以下、「実地調査」とする。）を実施した。2月23日に吉野町観光商工課、国栖の里観光協会、2月24日に吉野町商工会を対象としてヒアリング調査を実施させていただいた。また、国栖の里観光協会への訪問の際には、その周辺で経営されているものづくり工房2件も訪問させていただいた。本稿では、この実地調査の結果を中心とし、関係する資料や文献を活用して考察を進めていきたい。

3. 吉野町の沿革と現状

吉野町は、奈良県の中央部に位置する面積95.65km²、人口9,984人（2005年国勢調査）の中山間地域の町である。1956年に旧吉野町、上市町、中荘村、中龍門村、国樺村、龍門村の6町村が合併して誕生した。町の中央部を東から西に吉野川が流れ、町域の一部は吉野熊野国立公園、県立吉野川津風呂自然公園に指定されている。また、吉野山の桜でも有名で、2004年に世界遺産に登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」の一部を構成している⁵⁾。

人口については、1995年に12,427人（1995年国勢調査）であったものが、10年後の2005年には9,984人（2005年国勢調査）と2割近く減少している。また、2005年における年齢別人口を見ると、高齢者人口が約34%（2005年国勢調査）と、人口減少と高齢化が進んでいる⁶⁾。一方、2007年度普通会計決算の状況を見ると、財政力指数は0.29と厳しい状況にあり、歳入に占

める町税の割合も 19.1% と小さい。2007 年度の一般会計の歳出規模は約 45 億円である⁷⁾。

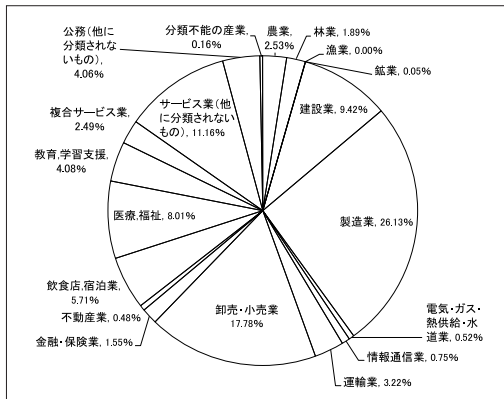
地理的条件を見ると、大阪の中心部からは 60 キロ圏内にある。都市の中心部からの距離からすると、地理的条件は悪いとは言えないが、人口減少が続いている要因として考えられることは、大企業がないことに加え、交通の便が悪いことである。交通条件については、吉野町には鉄道として近鉄線が入っているが、途中の橿原神宮前からは単線になっており、このため大阪市内の通勤には 1 時間半～2 時間かかる状況である⁸⁾。

産業従事者（就業者）の比率を見ると、第 1 次産業が 4.4%、第 2 次産業が 35.6%、第 3 次産業が 59.8% となっている（2005 年国勢調査）。就業者数を基準とする産業構造は（図 1）、これを基にした特化係数は（図 2）に示すようになっている。これにより、吉野町の産業構造の特徴として次のような点を挙げるができる。①中山間地域ではあるが、産業間の構成バランスは比較的よい、②「林業」が卓越した特化度を示している（特化係数 25.0）ほか、「複合サービス業」⁹⁾、「製造業」が高い特化度を示している（同各々 2.3、1.5）。

ただし、「林業」と「複合サービス業」は、特化度が高いが産業全体に占める割合（就業者比率）は各々約 1.9%、2.5% と小さい。したがって、特化度が高く産業全体に占める割合が約 26.1% と大きな「製造業」の構造が吉野町の産業の特徴を知るうえで重要となる。そこで、「製造業」の構造を、従業者数を基準として示して見ると、（図 3）に示すようになっている。「木材・木製品製造業」（既述の「製材業」に該当）が大きな割合を占めており、このことから、この分野が吉野町の産業を強く特徴づけていると言える（写真 1）。

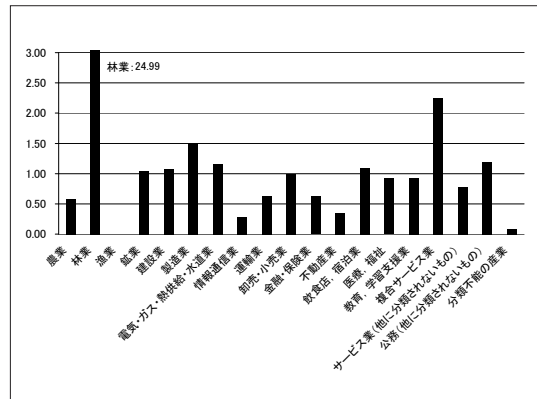
農家は少なく、2005 年の総農家数は 460、販売農家数は 95 で、うち兼業農家が 76、専業農家が 19 と兼業農家が多い¹⁰⁾。耕地面積も年々減っており、耕作放棄地が増えていることも悩みの種となっているという。木材に関連する産業分野については、吉野町で主となる産業は製材業である。林業が主となるのは、近くの川上村や上北山村などである。吉野町は元来、木材の集散地であ

（図 1）吉野町の産業構造（就業者数構成）



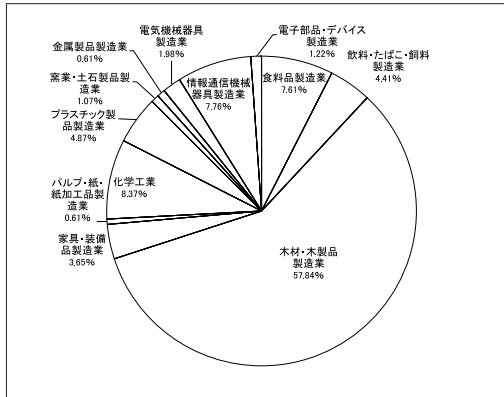
出典：国勢調査（2005 年）より作成。

（図 2）吉野町の産業の特化係数（就業者数基準）



出典：国勢調査（2005 年）より作成。

(図3) 吉野町製造業の構造 (従業者数構成)



注：数値は従業者数4人以上の事業所のものである。
 出典：『奈良県統計年鑑（2007年度）』より作成
 （2006年12月31日現在）。
 出所：奈良県統計課「工業統計調査結果報告書」

(写真1) 吉野川沿いの土場 (木材集散場)



撮影：筆者（2009年2月23日）

り、木材市場や製材所などがある¹¹⁾。吉野町のこの特徴を、『吉野町史下巻』（吉野町史編集委員会，1972）は次のように的確に紹介している。「当地を訪れて、先ず上市に降りた時の印象は、普通われわれが想像する山間地帯とは凡そ異なった非常に活気に溢れた姿に驚かされる。〔中略〕旧上市を中心に商業の発達、旧吉野を中心に、川上村、東吉野村等奥地に発達した先進吉野林業地帯からの木材を主とする林産物の集散、製材業の発達、交通の上から吉野川流域の玄関口である点等に由来する結果が、この様な印象を与えるのであろう」（pp.46-47, 平田善文）。

そして、近年における観光を含む吉野町の産業の状況は次のように概観される¹²⁾。

吉野町の林業や製材業は1970年代のオイルショック以降かなり落ち込んでいった。生活様式が西洋化し建築材として集成材が多く使われるようになったことや、新たな建築様式に対応する木材として輸入材が増えたことなどが大きな要因となっている。林業の従事者も高齢化しており、若い者でも概ね50歳台という状況で、70～80歳台も少なくない。厳しい労働条件を敬遠して若手の働き手がないのが実情である。企業誘致もアクセス条件が悪いことなどから難しい。このため、吉野町の地域経済は全体として沈滞化している。

その他の産業としては、観光が有力である。代表的な観光地は吉野山であり、「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録された2004年には、年間の観光客が100万人を超えた。それ以外の年でも70万人～80万人の観光客がある。しかし、観光客は桜の季節の4月とハイキングや紅葉の秋に集中し、冬はほとんど訪れないという問題がある。

最近注目される観光地として吉野川がある。鮎釣りがさかんであったが、最近は大阪周辺からの川遊びを目的としたレジャー客が増えている。吉野川の上流には、宮滝という景勝地があり、万葉ゆかり地である吉野離宮跡もある。また、奈良県内で初めての遊覧船が就航した津風呂湖（人造湖）もある。

4. 吉野町における産業振興への取組み

前述のとおり、吉野町では人口の減少が進んでいる。伝統的な主要産業としては林業、製材業、製箸業、手漉き和紙業があるが、いずれも厳しい状況にある。新たな企業立地も進まない。企業誘致が困難となっている要因として交通アクセスの不便さのほか、自然公園が大きなウェイトを占めていることもある。吉野熊野国立公園があり（1936年に指定）、吉野川の川筋と津風呂湖は県立の自然公園になっている（1972年に指定）ことから建物規制が厳しく、工場立地にとってこれが障害になっているのである¹³⁾。

しかし吉野町では、地域経済再生のために、民間を主体とした様々な取組みが進められている。総務省の「頑張る地方応援プログラム」¹⁴⁾に位置づけられた吉野町の14のプロジェクト（2008年度現在）の中にも、地域産業の振興に関連が深い4つのプロジェクトがある（表1）。以下、地域産業振興のための主な取組みについて、現状と課題、今後の展望という視点から見ていくことにする。

（1）林業・製材業

伝統的な主要産業のなかでも中心的な分野である、林業・製材業について検討する¹⁵⁾。林業と製材業はともに木を対象とした産業であるが、林業は山で木を育てて伐採して原木を取り出す第1次産業であり、製材業は原木を加工して製品にする第2次産業という点で異なる。吉野町は杉と松の集散地であり、中心的な産業は製材業である。

中山間地域の経済状況は全般的に厳しいが、製材業においては、平成に入る1990年前後までは経済状況に対する危機感はそれほど差し迫ったものではなかったという。吉野町の製材業は、木材市場から原木を買い付け製造した建築材を問屋に卸すという事業形態であることから、消費市場の動向変化の直接的な影響が小さかった。また、工場から近いところに木材市場があるという恵まれた立地条件にあり、流通に関するコストやリスクも抑えることができたため、結果として市場構造の変化への認識に遅れを招いた。

建築市場においては、ハウスメーカーが昭和40年代（1960年代半ば以降）から集成材を使用したプレハブ工法を取り入れ、広く支持を受けるようになった。これにより主に在来工法である軸組工法に使用される国内材に対する需要は縮小していったが、吉野町の木材はその後出荷量を減らしつつも致命的ではなかったことから、先述のとおり危機的状況の把握が遅れた。

こうした危機的状況に直面して1990年代後半頃から、製材業とその関連事業者が、他産業の事業者と共に主要な構成メンバーとなっている吉野町商工会は、市場の変化に対処することと吉野材の木質の良さを知ってもらうための対応策を検討するようになった。

これからの製材業にとって重要なことは、製品に新しい価値を付加して市場に出していくことであるという。そのために、吉野ブランドを形成することが求められる。心に訴え手に取ってもらうことによって潜在的な需要を掘り起こし、実需につなげていくのである。吉野材にいま求められることは、自然材に特化し弱みを強みに変えていくことである。一方で、在来工法による吉野材にこ

だわる事業者もいる。木材を乾燥させ、健康をコンセプトとして吉野材を求める消費者をターゲットとして売り込んでいく。また、「ねじれ」や「そり」など木材の癖を最小限にするといった、木材の品質を高めるための新たな技術の向上に取り組んでいる事業者もいる。

(表1) 吉野町の「頑張る地方応援プログラム」(地域産業振興関連)

プロジェクト名	目的・概要	事業概要	期間
吉野ブランド全国展開プロジェクト	地域の主産業である林業・製材・製箸や行政及び商工会そして奈良県立吉野高校等の学校関係者が互いに連携して吉野の地場産業の振興を図り、「吉野ブランド」について全国的に宣伝やアピールを展開していく。	吉野山灯り事業：吉野杉・桧・手漉き和紙・割箸等、吉野を代表する素材を用いて灯りづくりを行う。産・官・学が連携した事業。吉野山灯り塾及びコンテスト展の開催。 吉野割箸振興事業：製箸業の振興を支援し、割箸についてPR活動等をおこなう。 手漉き和紙振興事業：手漉き和紙業の振興を支援し、手漉き和紙業についてPR活動をおこなう。	2007年度～2011年度
ものづくりの里「くにす」プロジェクト	国栖地区は、昔から手漉き和紙・割箸など家内工業が盛んな地域であったが、近年安価な中国製品等の影響を受けて衰退しており、また深刻な過疎化にさらされている。そこで、職人が多く住むものづくりの里として生産と観光の両面から地域振興を図る。	廃校利用型体験工房：廃校の教室を利用して、いろいろな体験工房(木工、手漉き和紙・陶芸・ガラス製品等)を整備する。	2007年度～2011年度
木材一貫プロジェクト	林産・製材が主産業の当町において、木材を生産するだけでなく加工(プレカット)や住宅、構造物の築造まで、木材に関して生産、製品加工、施工という工程を一貫してこの地域で行えるシステムを構築する。	木材一貫計画推進会議：木材一貫計画推進会議を設立して、木材一貫のシステム構築を図る。	2007年度～2011年度
観光振興プロジェクト	古より先人が守り育んできた吉野の魅力を後世に伝えていくこと、まだまだ眠っている観光資源を掘り起こすことにより交流が生まれ、それによって観光振興を図っていく。	さくらAID事業：世界遺産・吉野山の桜を守るための新たな仕組みづくりを行う。 観光拠点整備事業：新たな観光ルートや拠点の掘り起こし・再生を行うことにより、地域の振興を図る。	2008年度～2012年度

出典：総務省 (<http://www.soumu.go.jp/ganbaru/project/pdf/294411.pdf>, 2009年6月13日取得) より作成。

いずれにしても、消費者と直接つながりのある事業者と共同して取り組むことによって、消費者に訴えかけていくといった取り組みが必要となる。次節で述べる「ジャパンプランド育成支援事業」も、そのための新たな挑戦の一つである。

(2) 地域資源活用事業

吉野町では、従来の主要産業としての林業や製材業だけでなく、それらの産業が創り出してきた様々な蓄積も活用して、地域経済活性化のために次のような新たな取組みが進められている¹⁶⁾ (括弧内の年度は事業開始時期を示す)。

1) 吉野山灯り事業 (1998 年度)

①目的：吉野の地場産業である木材・製材品・割箸・和紙という素材を、「灯り」をテーマに全国に紹介し、その良さや温もりを見てもらい知ってもらい、そして吉野のファン・応援団を増やす。

②事業内容：吉野杉・桧・手漉き和紙・割箸等、吉野を代表する素材をもちいて灯りづくりを行う。産・官・学が連携した事業であり、吉野山灯り塾及びコンテスト展を開催している(表1)。

[実行委員会参加団体(2008年度)] 吉野町・吉野町教育委員会、吉野町商工会、吉野中央森林組合、奈良県立吉野高等学校、吉野製材工業協同組合、吉野製箸工業協同組合、吉野手すき和紙組合、吉野山観光協会、上市商店会、株式会社飛行船スタイル(実行委員会事務局：吉野町商工会)

③事業の経緯¹⁷⁾：吉野山灯り事業(以下、「山灯り事業」とする。)のきっかけは、「山灯り」をテーマとして取り組んではどうかという提案を、一人のデザイナーから受けたことにある。この方はアトリエも吉野に置いた。事業は1998年度に立ち上げられ、吉野町商工会が事務局となり関係団体が協力して始まった。当初は事業提案者の作品が中心だったが、一般の方にも参加を求めためコンテストを始めた。また、より多くの人たちに「ものづくり」を体験してもらうため、「吉野山灯り塾」を開催した。その参加者には、吉野のことを知ってもらうため、まず手漉き和紙・割箸・製材工場の作業所を見学していただき、吉野のイメージを持ってもらうことなどの工夫もした。

吉野町には、建築や林業に関する学科をもつ奈良県立吉野高等学校があり、そこには旋盤などの工具が揃っている。高校側も地域に貢献・還元したい、ふれ合い学習をしたいという思いがあり、山灯り塾への協力が得られた。できあがった作品は、伊勢街道沿いに数日間展示された。作品の商品化が期待されたが、芸術化しそれに伴って大型化したために、商品には不向きとなり実現はしていない。

事業が始まった当初は、地元からの参加者がほとんどなかった。地元のよさを地元の人に理解してもらうためには、歳の若い人を対象とすることが効果的であるとの考えから、2002年度からは地元吉野中学校の教育現場のプログラムに事業をとり入れてもらい、「Jr山灯り塾」、「Jr山灯りコンテスト展」を実施している。これが、生徒の家族をはじめ地元の人々に吉野のよさを再確認してもらう機会となり、また中学校にも好評だった。

山灯り事業は、2008年度で10回になる。それを機に2008年9月にフォーラムが実施された。これが一つの区切りとなり、2009年度はいったん休止とし今後の方向性について検討されているという¹⁸⁾。

2) 地域振興活性化事業 (2003 年度)

①目的：地域の活性化のソフト事業を促進する。(国と町それぞれ2分の1の補助事業)

②事業内容：バーチャル山灯りコンテスト…インターネットの web 上で照明器具の投票を行い、照明器具の商品化の可能性を探る。吉野モノづくり館…吉野の地域資源を使って、本業以外のクラフトや新たなデザイン、方向性をもった商品を募集・展示し、見学者のアンケートで市場性を測る。産学連携プロジェクト…大学の学生が、吉野材や和紙を使った新たな商品のプレゼンテーションを行い、町内事業所と一緒に商品化の可能性を検討する。

③事業の経緯¹⁹⁾：この事業は、「発想」を大事にしようというものである。商品としての磨きをかけ、展示作品をキットにして販売したりすることなども目指したが、作品は芸術性が高いものが多く、産業として発展するところまでには及ばなかった。

3) ジャパンブランド育成支援事業（2004 年度）

① 目的（事業制度の目的）：地域の中小企業ならではの価値（伝統・技術・技能）を進化させていくことで、現代の生活や国内外の市場で通用する商品やサービスを実現させ、地域のブランドの確立によって、自らの経営基盤の強化、更に地域経済の活性化への貢献をめざす。

② 事業内容：吉野材を使った新たな壁材開発…吉野材をスケルトン（柱などの構造材）ではなく、インフィル（内装材）に特化した「SPACE × WOOD」を開発。吉野材（杉・桧）を自然系塗料で着色してカラーバリエーションを拡げた。現代空間にも調和した空間イメージを提案することで消費者による選択の自由度を高め、それによって、これまで和風建築のみだった市場をマンションやモダン住宅・店舗・オフィスなど多方面に拡大を図った。吉野の素材を使った新たな生活小物の開発…自然と共生すると同時に質の高い暮らし方を「YOSHINO STYLE」として提案する。そして、その実現を目指して、自然共生素材を用い、吉野の自然の心地よさを伝える商品として、パーティション・照明器具・テーブル小物などを開発する。

③ 事業の経緯²⁰⁾：これまでは、吉野材による「在来工法」による住宅建築を目指してきたが、近年では和洋折衷の生活様式が普及し、床の間のある家が少なくなり和室も一間だけといった状況になってきた。そのため、床の間や和室への需要に代わる、住空間を彩る商品の開発が重要となる。

吉野の林業のルーツは樽丸（酒樽に用いる木材）林業であり、目が込んでいて木質がよい。この特色を生かし、快適な住まいを創造することを目的として、スケルトンではなくインフィル（内装材）の市場の方に商品開発を向けることにした。住宅の様式が木造から鉄筋コンクリートに変わってきており、その供給者は分譲マンション業者やハウスメーカーが大部分を占める。そして多くが大壁工法を採用しており、石膏ボードやコンクリートパネルにクロスなどの壁材が張られている。その壁材に吉野材を使うのである。さらに、最近のマンションには少ない収納スペースを確保できる、壁と家具が一体となった商品や、さらにそのレイアウトをライフステージによって変えることを可能にする商品を開発することにした。また、建材メーカーと同じように全て製材所で加工して市場に出すことによってコストを削減することを目標として取り組むことにした。

4) 全国展開支援事業（2006 年度）

①目的（事業制度の目的）：地域の小規模事業者による全国規模の市場に向けた事業展開を推し進

めるため、商工会や商工会議所が小規模事業者と協力して事業をおこなう事業であり、比較的観光開発が多い。

②事業内容：吉野 ECOMO 商品…「吉野の恵みを余すことなく使う」：織る・折り曲げる・重ねる・編む・貼る・縫う・擦ることを考え、さらに異なる素材を組み合わせることで、目的の商品に相応しい素材開発をおこない、素材の徹底活用に繋げることで、吉野素材の新たな魅力を引き出すことを素材開発の目標とする。「吉野スタイルの深耕化と持続化」：吉野スタイルの商品は二次的な加工手法による商品開発であったが、さらにユーザーの要求に応じていくために、使用目的に合致する新たな加工技術やデザインを加える。「新たな連携・ネットワーク」：地域の伝統や歴史を踏まえつつ、時代の先端分野も融合させながら新領域の開拓や新商品の開発を進めるために、専門技術力を有する企業と連携する。

また、2007 年度には、地域資源を活用した商品またはサービスの販路開拓を目的として、市場調査・研究開発・試作・評価・展示会への出展を目的とする「地域資源活用新事業展開支援事業」を始めた。さらに 2008 年度には、個々の事業所の要望に応じて、奈良県商工会連合会のコーディネーターを通じて派遣される専門家が支援する「地域力連携拠点事業」を始めた。その支援の内容は、デザイナーによる新たな商品開発や商品改良のアドバイス、弁理士による特許・実用新案や商標登録の相談などである。

5. 国栖地区の取組み

吉野町の国栖地区は、既述のとおり「頑張る地方応援プログラム」において、ものづくりの里「くにす」プロジェクトに取り組んでいる（表 1）。さらに、この地域に活動拠点をもち各工房の集まりである国栖の里観光協会が、地域の主産業の所管である吉野製箸工業協同組合や吉野手すき和紙組合、自治会や県・町といった行政、地域外の観光協会などと連携しながら、2008 年度から、国の「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業²¹⁾の採択を受けた「ものづくりの里レボリューション事業」を実施している。そこで、地場産業を中心とした地域活性化を積極的に進めている国栖地区の取組みについて、この「ものづくりの里レボリューション事業」を中心に見ていく。

(1) 地域の沿革と事業の内容

1) 沿革

国栖地区は、吉野町の東の端に位置する山間地域である。風光明媚であり、歴史においても、『古事記』や『日本書紀』に記述があり、『万葉集』にも歌われ²²⁾、近年では谷崎潤一郎の小説『吉野葛』の舞台にもなっている。山間の急峻な地形で耕地がほとんどないため、この地域の産業は、手漉き和紙をはじめ製箸・木工などの家内制の手工業が盛んであった。しかし、近年の生活様式の変化に伴う割箸や和紙の需要の減少や、誤った理解による割箸バッシングなどの影響により、これらの産業が衰退し後継者もほとんどいない状況にある。住民も最盛期の約 3 千 2 百人から約 1 千 2 百人

となり、高齢化率も約40%と高くなっている。また、空き家も増加し地域のコミュニティの存続そのものが危機的な状況にあるという²³⁾。

一方で、国栖地区には紙漉き見学と体験ができる和紙工房や製箸所、多様なものづくり工房など、ものづくりを営んでいる工房が20件ほどある。紙漉きと製箸以外の工房の制作品を見ると、木工品、陶器、ガラス製品、書画、吉野の自然木と和紙を使っの行灯づくり、エッチングとなっている²⁴⁾。

2) ものづくりの里レボリューション事業

「ものづくりの里レボリューション事業」は、訪れた人々に地域の自然環境や歴史的史跡について知ってもらふと共に、独自の伝統的な「ものづくり」を体験してもらふ「体験型観光地」を目指すものである。また、地域内で増加している空き家については、観光客の宿泊施設や、定住を希望するものづくり人の工房として斡旋し有効に活用する。2008～2010年度の事業計画は(表2)に示すとおりである。

こうした事業を実施し、将来的にも、ものづくり体験イベントは「フェスタ」=新たな「祭り」として継続することにより、この地域が多くの工房が集まる「ものづくりの里」としての知名度を上げる効果が期待されている。また、外部からの定住と産業の再興による人口流出の食い止め、住民のコミュニティの再生と「国栖人」として地域への愛着を取り戻し、伝統文化の継承を目指すものである²⁵⁾。

(表2) ものづくりの里レボリューション事業計画 (2008～2010年度)

[2008年度] (事業提案)

- ・地域資源の調査及び地域活性化の検討
- ・ウォーキングコースの検討
- ・ホームページの作成
- ・地域づくりサポーターの募集と登録
- ・ものづくり体験イベントの実施

[2009～2010年度] (今後の事業計画)

- ・「夏のフェスタ」: 夏休みの子供を対象に木工、陶芸、ガラス細工、和紙等のものづくりと川遊びをテーマにしたイベントを開催 (2009年度)
- ・ウォーキングコースの整備およびマップ作成 (2009年度)
- ・空き家を利用した短期の滞在型宿泊施設や別荘の斡旋 (町と連携) (2009～2010年度)
- ・ホームページの運営 (2009～2010年度)
- ・吉野山や津風呂湖を訪れる修学旅行の研修コースとして企画、試行 (吉野山観光協会、津風呂湖観光協会、旅行会社との連携) (2009年度)
- ・空き家の利用として新たな工房の募集や定住、二地域居住の斡旋 (町と連携) (2010年度)
- ・平城遷都1300年記念事業に併せた、ものづくり工房街道イベントを開催 (奈良県と連携) (2010年度)
- ・ウォーキングコースの整備充実 (歴史の語り部を招きコース設定する) (2010年度)
- ・ものづくり体験ツアーの企画、試行 (旅行会社と連携) (2010年度)

出典: 2008年度「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業」提案書より作成。

(2) 事業の経緯²⁶⁾

国栖地区はもともと和紙の里であり、和紙工房が多かった。しかし、和紙より箸の方が多くの収入が得られるようになり製箸工房が増えていった。『吉野町史下巻』（吉野町史編集委員会，1972 p92）によると、木箸の本場である隣町の下市から技術を習得したのは戦前であり、本格的な発展を見るのは戦後である。けれども最近では、製箸業を営む事業者が激減して後継者も育たない状況にあり、空き屋が増えている。一方で、大阪など都市部からガラス細工の工房などを営む人々が自然発生的に増えてきたという。

国栖地区を「ものづくり」を活用した観光によって振興するため、吉野製箸工業協同組合・吉野手すき和紙組合などが中心的な構成メンバーとなって、2005年に「国栖の里観光協会」が立ち上げられた。そして、ものづくりの体験フェスタや講演会の実施、ホームページの作成など、積極的な取り組みが進められている。しかし、宿泊施設と食事をする場所が少ないことが課題になっている。

宿泊施設は、多くが吉野山にある。吉野山からは車で30～40分ほど要することから、現在のところ国栖の里観光協会と吉野山旅館組合に組織的な連携はできていないが、連携のための取り組みが始められている。また国栖の里観光協会により、近接の黒滝村・天川村との連携による体験型観光なども検討されている。観光振興にはこのような他地域との連携により、各々の地域がもつ観光資源を互いに活用し合って相乗効果を得ることも必要である。また、地場産品についても工夫がされている。箸については、六角、五角、右肩上がり、マイ箸などが考案されており、和紙についても、時計、帽子、グローブなどが考案されている。

こうした取り組みは国栖地区が主体的に取り組んでいるものであり、行政が特別な支援をしているわけではないことに注目する必要があるだろう。

6. 地域産業振興における商工会の主導的役割

吉野町では、産業振興の主導的役割を行政ではなく吉野町商工会が担っており、そのリーダーシップを中心として地域の諸主体が連携した取り組みを進めているという認識は、吉野町と吉野町商工会へのヒアリング調査において共通していた。

地域の諸主体が参加して実施された代表的な事業である山灯り事業の協働体制については、吉野町商工会へのヒアリングを踏まえ、次のように言える。

割箸は資源の無駄使いという運動が広がっていった頃の1998年に山灯り事業を立ち上げた。木の素晴らしさ、木のよさを人の五感に訴える、則ちものづくりをしながらそのよさを分かってもらおうという取組みとして、関係者の合意を得ながら、また行政や様々な団体と連携しながら事業を進めてきた。吉野町商工会が中心となってこの事業を進めることができた理由としては、次のようなことが言える。当時、吉野町商工会は、厳しい経済状況を乗り切っていくために他の団体との連携の必要性を実感していた。吉野町商工会は、その役員に主要産業である製材、製箸、和紙などの業界団体の役員が就任する機会が多いことなど、以前から業界団体との連携があり、業界団体との

意思疎通は円滑であった。

しかし、林業を営む事業者による森林組合との関係は少し異なる。素材である木材を高値で販売したい林業者と、これを安価に購入したい製材業者の立場は基本的に利害が相反することもあり、これまでは十分な連携関係があったとは言えない。しかし、山灯り事業をきっかけに、吉野の森の循環を作ることが重要であり、そのために林業と製材業が協力して木材を市場に出すことを共通の目的として認識するようになり、連携できるようになった。両者に利害対立があったのは、むしろ木材の売れ行きが好調であったことによるもので、市場状況が厳しくなった現在では共同して取り組んでいかざるを得なくなってきたと言える。

吉野町観光商工課によると、「頑張る地方応援プログラム」にある「木材一貫プロジェクト」(表1)については、大局的な見地から立ち取り組む必要があるという認識はあるが、事業の進捗度は高いとは言えないという。地域経済を基盤において支える製材関連産業の再生は、地域活性化において重要な役割を担うものであるから、この事業の積極的な推進が望まれる。

このように、産業振興事業は各々の事業によって経過や進捗には違いがあるが、その推進に関する吉野町としての基本的な考え方を、ヒアリング調査に基づいて総括すると次のように言える。産業振興事業は、吉野町商工会が中心となり国の補助事業などを活用して事業を展開することが基本である。町からの事業補助金は少なく、運営補助金も出さないことが原則である。町としては事務的ノウハウなどについては支援していくが、行政として直接に事業を主導することはしない。

7. 観光振興への取組み

観光振興については、吉野町観光商工課へのヒアリング調査を踏まえると、次のように言える。

吉野山は、春の桜の季節には特段の誘客対策をしなくても観光客が来てくれる。吉野町役場にも1日140～150件くらいの問い合わせがある。しかし、それ以外の時期には観光客が十分に来てくれているとは言えない。その原因は、吉野町の情報がうまく伝わらないことにあると考えられる。すなわち、PRが苦手だということである。吉野のPRの媒体は、近鉄の駅広告、地元新聞社、情報紙が中心だが、全国的には十分にとり上げてもらえていない。吉野の観光地としての知名度は、関西圏より関東圏に強い。また、名古屋・中京圏は伸びている。こうした状況を踏まえ、関東圏にもっとPRしたいのだが、その情報伝達がうまくいっていないという。交通の不便さも原因となっている。近鉄線の吉野駅までは急行が来ているが、吉野駅から25kmほど手前の橿原神宮から単線で各駅停車となるために時間がかかり、特に若い人に敬遠される。

この状況を打開していくためには、桜の観光を基軸としながらも、他の観光資源の発掘・創出を進めていく必要がある。吉野町においては、様々な取組みが始まっている。「山灯り事業」、国栖の里における「ものづくりの里レボリューション事業」などである。また、これらの事業と吉野山旅館組合との連携を図ることによる滞在型観光の開拓や、周辺他地域との連携による広域視点からの観光振興を推進していくことなども有望である。このように、吉野町がもつ地域資源を最大限に活

用した地域ブランド戦略が、吉野町の観光振興のために今求められていると言える。

8. 地域経済活性化への更なる取組み²⁷⁾

吉野町では、地域産業振興のための直接的な事業のほかにも、地域経済の活性化をより積極的に推進するための様々な取組みが展開されている。以下は、その主なものである。

(1) 吉野町出身者によるふるさと応援の促進

吉野町では「ふるさと納税」の制度を活用して、吉野町出身者に吉野町の地産品に親しみをもってもらい、周囲の人々にもそれを広めてもらう取り組みを進めている。

具体的には、ふるさと納税について、税控除の対象外となる5千円を超えて6千円以上の納税をする人に対して地域の特産品を記念品として進呈するものである。そのために、吉野町の地産品である米、柿の葉ずし、葛食品、地酒など様々な商品が活用されている。2008年度から始めたところ、多くの方々から申し込みがあったという。

また、2008年度から「吉野人ネットワーク事業」を実施している。これは、還暦を迎えた吉野町出身者の小学校同窓会の支援を町が行うものである。町は、案内状の発送や会場の手配、当日のプログラム、名簿の作成などを支援として行い、その代わりに懇親会は地元で開催してもらう。その会場に町長が出向いて、ふるさと納税や吉野町の応援団になってもらうことを依頼する。各々が持つ技能・技術などで吉野町に貢献してもらうこと、できればUターンを期待している。

(2) 桜の保全

吉野山の土地は、国有地、県有地、そして「財団法人吉野山保勝会」が所有している。約53ヘクタールに約3万本の桜が植わっている。ほとんどが白山桜であり、宗教信仰によりご神木として寄贈されてきた。しかし、根の踏みつけ、密植状態、病気などにより弊害が出てきている。最近では、若木にも影響が出てきた。その状況を改善するために、吉野山の桜の保全運動が展開されている。読売新聞社を中心とした支援のもとに「吉野の桜を守る会」が2008年9月に設立され、フォーラムの開催などによる啓発活動、チャリティー・コンサートや募金活動などが全国的に進められている。

また、桜のシーズンにおける交通渋滞緩和のための取組みを行っている。郊外に駐車場を設置し、パークアンドライドを実施し、そのためにシャトルバスを運行してきたが、それにより生じる赤字を町と地元で分担してきた。そこで、「地域公共交通活性化・再生総合事業」(国土交通省の補助事業)も活用して対応策を講じた。来訪者にゴミ処理やトイレ清掃などの経費を負担してもらうこととし、協力金として駐車料金に上乗せした。また、観光バスを予約制にしたが、これらの取組みは成功した。このような桜の保全や桜観光には、地域の関係者が協働して取り組んでいく方式をとっており、実行委員会形式をとることが多い。

9. 吉野町の地域経済活性化方策に関する総括的考察

これまで、中山間地域のなかでも製材業とそれに関連する産業を中心として発展してきた地域である吉野町について、その現状と課題、地域経済活性化への取組みについて見てきた。ここでは、それらの調査と検討の結果を総括して、吉野町の地域経済活性化にとって重要な要素について改めて確認し、考察を深めたい。

(1) 民間が主導する地域経済活性化

吉野町の地域経済は、製材業をはじめ、林業、製箸業、手漉き紙業といった伝統的な主要産業により発展してきたことから、これらの産業界が地域経済においてリーダーシップを取ってきた。地域の商工振興の役割を担う吉野町商工会は、主要産業の業界団体との人的交流が密接であることから両者の連携関係は強固なものとなっており、地域経済活性化への新たな取組みにおいても吉野町商工会が主導的な役割を担うことができたものと考えられる。そして、自治体である吉野町の地域産業振興における役割は、人的サポートや関係団体間のコーディネーターとしての役割に止まっている。

地域の産業振興政策の主たる担い手が、行政ではなく民間事業者を構成員とする商工会であることは、地域経済の自立的な発展の重要性という視点からすると望ましいことであると言える。このような協働体制があるからこそ、実質的な実行力を持った団体である商工会が中心となり、地域の様々な団体や市民と連携して山灯り事業のような総合的な取組みが可能になったと言える。

地域経済の活性化における業界団体の役割の重要性は、国栖地区という町内地域の活性化事業における業界団体の役割についても当てはまる。すなわち、国栖地区の活性化事業である「ものづくりの里「くにす」プロジェクト」は、業界団体である吉野製箸工業協同組合と吉野手すき和紙組合が、ものづくり工房の経営者と共に支える「国栖の里観光協会」を中心に進められている事業である。

吉野町観光商工課によると、ボランティアガイドも吉野町観光協会が実施しているという。町には、他の自治体では実施されている融資制度もない。基本的に産業振興事業については、町以外の主体に実施をお願いしているといい、吉野町の産業政策に対する姿勢は一貫している。

(2) 主要産業の新展開

吉野町の地域産業の基盤を担ってきたのは製材業をはじめとする伝統的な主要産業である。時代の大きな変化のなかで地域経済を支える力が低下してきたことは否定できないが、吉野町が誇る地域優位産業であることに変わりはない。この優位産業について、時代の変化に則した新たな展開を図っていくことも重要である。

その方向性の一つが、吉野材の内装材としての活用である。近年の建物は、軸材の使用による在来工法から集成材を使ったプレハブ工法や鉄骨を使ったコンクリート工法などに大きくシフトし、吉野材が建物の骨組みとして使用される機会は少なくなってきたという。しかし、日本人の生活のなかでは、木材がもつ温もりや重厚感などが求められることには変わりはない。したがって本稿において検討してきたように、需要の多い新たな建築工法の普及を前提とした吉野材の有効活用

の方法を開拓し、その需要の拡大を図っていくことが求められる。

また、2007年度に採択された吉野町の「頑張る地方応援プログラム」では「木材一貫プロジェクト」(表1)が提示されている。このプロジェクトは現時点での進捗度は低いということであるが、地域の基幹産業の振興の重要性を踏まえると、その役割が期待される。このプロジェクトの重要な意義は、建築市場ニーズに即応できる総合的な吉野材の供給体制の確立ということになるだろう。林業と製材業とは利害の一致を図ることが難しいという基本的な問題点はあるが、市場の多様なニーズへの迅速かつ柔軟な対応が生産において厳しく求められる今日においては、互いの利害を超えた共通の課題に協力して立ち向かっていくことが重要となる。

具体的には、吉野材のサプライ・チェーンを構築することである。流通過程において可能な限り市場に近いところまで一貫した供給システムを、吉野町の地元において確立することが重要である。そうすることによって、市場ニーズに的確に応えることができるようになることは勿論であるが、市場に対する吉野材の提案力を強化することにもつながり、付加価値の向上が期待できる。

(3) 観光の振興

吉野町の地域経済活性化のために期待できるもう一つの産業が観光である。観光は複合産業としての位置づけができることから²⁸⁾、その振興は、吉野町の多様な産業分野に波及効果が期待できる。吉野町が吉野山の桜で大きな集客力を持つことは、この地域の優位性であり地域ブランド形成の重要な核となる。

この重要な観光資源である桜を保全し、一層有効活用していくことがまず求められる。そのためのお取組みについては既に紹介したが、桜の季節は限定的であることから、この知名度を活かして、埋もれた他の観光資源を有効活用していくことが、今後は重要になっていくものと考えられる。「頑張る地方応援プロジェクト」には「観光振興プロジェクト」(表1)があり、これはまさに桜観光の活性化と新たな観光資源の掘り起こしを目指すものであるが、併せて「吉野ブランド全国展開プロジェクト」、「ものづくりの里「くにす」プロジェクト」との連携を緊密にして、吉野町が有する地域資源を総動員して吉野ブランドの強化に取り組むことが重要となる。

おわりに

吉野町の地域経済活性化に関して考察してきた。それを通して言えることは、中山間地域の経済活性化において重要なことは、伝統的な地場産業について市場ニーズの変化に則した新たな展開を推進すること、そしてこうした産業資源と併せて豊かな自然や歴史・文化など幅広い地域資源を総合的に関連づけて地域ブランドを形成することである。

重要なもうひとつのことは、これを主導する役割は、地域経済において重要な役割を担ってきた伝統的な主要産業が他の地域産業と連携して支える、公的団体としての商工会や商工会議所などに期待されるということである。なぜなら、その地域の経済発展をリードしてきた経験とリーダーシップを新たな発展にも活かすことができるからである。吉野町においては、それは伝統的な主要産業

と密接な人的関係をもつ吉野町商工会である。

ただし、こうした役割を担える主体は、農村地域においては地域に拠点を置く農業協同組合の場合もあり、各々の地域の産業の特色によって異なる。また、各々の地域の歴史的経過によっても規定される。今後は、地域経済活性化の方策について、産業特性や地域産業形成の歴史的な経過が異なる諸地域についても、そのリーダーシップの担い手と役割の重要性に留意しながら考察していきたい。

(かわとう よしひこ・高崎経済大学地域政策学部准教授)

注

- 1) 中山間地域とは、農林統計において、全市町村を都市的地域、平地農業地域、中間農業地域、山間農業地域の四つの地域に区分したうちの中間農業地域と山間農業地域を合わせた地域である。 出典：特定農山村法研究会、1995年、p5
- 2) 地域ブランドとは、「地域の魅力と、地域の商品が互いに好影響をもたらしながら、よいイメージ、評価を形成している場合」をいう。 出典：独立行政法人 中小企業基盤整備機構、2005年、p3
- 3) 「京都府地球温暖化防止活動推進センター」は、「特定非営利活動法人 京都地球温暖化防止府民会議」が2003年10月に京都府知事からその指定を受けたものである。 出典：京都府地球温暖化防止活動推進センター (<http://www.kcfca.or.jp>、2009年7月18日取得)
- 4) ログウェルの正式名称は、「株式会社ログウェル日本」である。「森のプレゼント」事業の「物流用パレット」プロジェクトでは、間伐・森林整備業の協力事業者として位置づけられている。 出典：森林プログラム (<http://www.foejapan.org/forest/moripre/pallet/kyoryoku.html>、2009年7月18日取得)
- 5) 「紀伊山地の霊場と参詣道」について、2004年7月1日、中国の蘇州で開催された第28回世界遺産委員会において世界遺産登録が決定された。出典：吉野町「世界遺産「吉野・大峯」(紀伊山地の霊場と参詣道) (<http://www.town.yoshino.nara.jp/sekaiisan/index.htm>、2009年6月28日取得)
- 6) 吉野町 (<http://www.town.yoshino.nara.jp/gaiyou/top.htm>、2009年6月7日) より引用。
- 7) 吉野町 (<http://www.town.yoshino.nara.jp>、2009年6月8日取得) からの各種資料：市町村財政比較分析表(2007年度普通会計決算)、財政状況等一覧表(2007年度)、2007年度一般会計決算の概要
- 8) 吉野町観光商工課へのヒアリング調査(2009年2月23日)、及びその際に提供していただいた資料による。
- 9) 複合サービス業とは、郵便局(一部を除く)と協同組合(農林水産業協同組合、事業協同組合)(一部を除く)である。 出典：日本標準産業分類(2007年11月改訂)
- 10) 前掲8)
- 11) 前掲8)
- 12) 前掲8)
- 13) 前掲8)
- 14) 「頑張る地方応援プログラム」とは、やる気のある地方が自由に独自の施策を展開することにより、「魅力ある地方」に生まれ変わるよう、地方独自のプロジェクトを自ら考え、前向きに取り組む地方公共団体に対し、地方交付税等の支援措置を講じるものである。 出典：頑張る地方の応援プログラムについて(2007年1月 全国都道府県総務部長会議資料) (<http://www.soumu.go.jp/ganbaru/index.html>、2009年7月1日取得)
- 15) 吉野町商工会へのヒアリング調査(2009年2月24日)、及びその際に提供していただいた資料による。
- 16) 本項の各事業に関する「目的」および「事業内容」については、ヒアリング調査の際に吉野町観光商工課および吉野町商工会から提供していただいた資料「吉野町の地域資源活用事業」による。
- 17) 前掲8)
- 18) 2009年度の「山灯り事業」休止については、Eメールにより2009年6月に確認した。ただし、「Jr山灯り事業」は地元中学校の授業の一環として取り組んできたものであり、実施されるという。
- 19) 前掲15)
- 20) 前掲15)
- 21) 本事業は、官民の多様な主体が協働し、伝統・文化等の埋もれゆく地域資源を活用してコミュニティを創生しようとする活動についての提案を広く募集し、モデル的に実施することにより、「新たな公」の担い手の拡大を通じた地域づくりの新しい道筋をつけ、全国に展開することをねらいとするものである。「新たな公」とは、行政だけでなく多様な民間主体を地域づくりの担い手と位置づけ、その協働によって、地域のニーズに応じた社会サービスの提供等を行おうとする考え方である。社会貢献による参加者の自己実現や地域経済の活性化、社会的コストの軽減効果など、多面的意義がある。 出典：国土交通省 (<http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/aratana-kou/page17.html>、2009年7月1日取得)
- 22) 「国樫らが 春菜摘むらむ 司馬の野の しばしば君を 思うこのごろ」万葉集(巻第十 一九一九)

- 23) 前掲 8)
- 24) 国栖の里観光協会「ものづくりの里くにす」(パンフレット、2009年2月23日取得)による。
- 25) 前掲 8)。ここでは特に、「2008年度「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業」提案書」を参考にした。
- 26) 前掲 8)
- 27) 前掲 8)
- 28) 観光産業は、旅行業、運輸交通業、宿泊業、飲食店、土産品業、観光施設業など、多様な産業分野に関連をもつ複合産業である。 出典：河藤（2008）

参考文献

- 河藤佳彦「地域ブランドと観光：産業視点を中心として」津久井良充・原田寛明（編集代表）、高崎経済大学附属地域政策研究センター（編集協力）『観光政策へのアプローチ』鷹書房弓プレス、2008年。
- 菊間 満『地域住宅市場の研究：在来工法住宅と日本林業』日本林業調査会、1994年。
- 特定農山村法研究会編著『特定農山村法の解説』大成出版社、1995年。
- 独立行政法人 中小企業基盤整備機構『地域ブランドマニュアル』2005年。
- 西野寿章『現代山村地域振興論』原書房、2008年。
- 柳沢樹里、駒村和彦「中山間地域の地域活性化を目指した林業分野の新たな取り組み：企業を巻き込んだ国産材の利用促進に向けた取り組み」『NRI パブリックマネジメントレビュー』November 2007 vol.52、pp.1-6
- 吉野町史編集委員会『吉野町史下巻』吉野町役場、1972年。

〔謝辞〕本研究においては、吉野町観光商工課、吉野町商工会、国栖の里観光協会のスタッフの方々が、ヒアリング調査へのご協力と関係資料の提供を快くお引き受けくださいました。また、国栖の里観光協会への訪問の際には、国栖の里でもものづくり工房を営んでいる経営者の方々が工房を見せてくださり、事業に関する話をお聴かせくださいました。深く感謝いたします。

〔付記〕本研究は、「平成20年度高崎経済大学特別研究奨励金」により実施したものである。