

# 地域活性化の仕組みづくりと地域金融機関（1）

－「まちてん」の参加者（千葉県いすみ市）の事例から－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

吉田 哲朗

（キーワード）地域経済の活性化、供給側の論理、人とのつながり、市民と移住希望者の参加

（視 点）

現状、地域活性化は愁眉の課題であり、地域金融機関は、様々な取組みを検討し、実行している。本論は、実務を担う地方自治体に焦点を当て、地方自治体の施策と彼らが求める地域金融機関の役割を考察する。ただし、地方自治体の施策の失敗が供給側の論理を押し付けたことにあるとの議論を受け、需要側にある地域住民等の要望に適合した施策を行う地方自治体を取り上げる。このような地方自治体の施策の特徴を把握し、地域金融機関の関わり方を考察する。具体的には、地域活性化を行う様々な団体の交流会「まちてん」に参加した地方自治体の中から当該施策を行う地方自治体を抽出し、千葉県いすみ市とその施策をケーススタディとして取り上げている。

（要 旨）

- 地域活性化を「人口移動による人口増加あるいは人口減少の歯止めを意識し、地域経済の活性化を目的に含む様々な試み」と規定すると、地域活性化の成功には、地方自治体が、供給側の論理ではなく、需要側の地域住民等に受容される施策を行うことが肝要とされる。
- 本論は、このような地域活性化の施策を提案する地方自治体をケーススタディとして、その具体的な特徴を把握すると同時に、地域金融機関の関わり方を考察することを目的とする。そのため、当該施策を行う地方自治体の参加が期待される交流会「まちてん」に参加した地方自治体をランダムに調査し、千葉県いすみ市をケーススタディとして取り上げる。
- いすみ市の施策は、市民所得の向上と人口増による地域経済の活性化を目的としている。その具体的施策は、同市の主力産業である第一次産業の生産物が持つ潜在的な価値の具現化や地域創業者への支援等を軸に、「人とのつながり」によって需要側と供給側の双方の要望を把握し、かつ整合させる手段を用意するだけでなく、双方ともに街の担い手の仲間として受容される環境を整えることで、地域活性化に自主的な参加をするよう促すものである。
- いすみ市役所の担当者は自らの役割を「市民が活躍する舞台の整備」と捉えている。彼らの立場から見た地域金融機関への要望は、創業者支援や農家の事業継続のための運転資金等、金額的に容易でも通常の融資方法での対応が難しいものが多い。市役所、地域金融機関や専門機関等との「人とのつながり」による資金提供の仕組みを工夫する必要があると考える。

## はじめに—地域活性化の考え方

現在、地域経済を活性化し、地方の人口減少を阻止しようとする試みは、地域おこし、地域再生、地域活性化、第2次以降の安倍内閣では地方創生と様々な名称で呼ばれている。本論ではこのような試みを地域活性化と呼称する。

市川（2013）は、人口減少が続く地域や一時的にせよ人口減少に歯止めのかかった地域が混在する愛媛県の事例から、地域経済の活性化の根幹が産業振興にあるとした上で、産業振興が雇用の増加を通じて人口の定着を促し、さらに人口移動（流入）による人口増加あるいは人口減少の歯止めにつながると主張し、人口増加を地域経済の活性化の指標にすることを提案している。飯田他（2016）は「地域再生にとって地域経済の活性化が第一の、そして最重要課題」と述べ、補助金に頼らない地域経済の活性化を地域活性化の目的とすべきと主張する。彼は、「全国的な人口減少が進む以上、ほとんどの地域での人口維持は不可能なのに行政はかなり広域での人口維持を前提としている」と行政の方向性を批判する。彼らは、一人当たり行政コストが最小となる20～30万人の人口規模を最適都市規模として、人口移動による人口の集中・集積が起きると想定する。彼らは「集積地以外ではよりいっそうの人口減少を容認しなければならない」、「これからの日本経済は再び

大移住の時代を迎えることになるかもしれない。その中で生き残るのは、損得・収支という視点を明確にした自治体であり、商店街であり、地主・事業主でしょう」と述べている。彼らが、地域間で競争原理が働き、人口移動によって最適都市規模に移行する地域と限界集落<sup>(注1)</sup>に陥る地域が生じると想定し、かつそれを容認すべきと提唱しているとわかる。

両論の主旨は異なるが、共に地域活性化の要諦を「地域経済の活性化」として、それが人口移動（流入）に影響すると捉える点で共通する。よって、本論は、「人口移動による人口増加あるいは人口減少の歯止めを意識し、地域経済の活性化を目的に含む様々な試み」を地域活性化と規定する。

## 1. 地域活性化とその問題点

さて、市川（2013）も飯田他（2016）も補助金や予算を前提にした地方自治体の地域活性化の施策を批判的に捉えており、当該施策によって開発されたゆるキャラ、B級グルメあるいは特産品等の事業についても同様である。市川は「産業振興と雇用あっての、B級グルメであり、観光振興であり、ゆるキャラであり、特産品（地域ブランド）開発なのだ…（以下略）」と述べ、これらの事業が産業振興とは別物と示唆している。飯田他（2016）もこれらの事業は「投資回収が出来ない事業」と批判している。そもそも市川は、地方自治体が主導し、地域活性化に成功

(注) 1. 65歳以上の高齢者が集落生活者の半数を占め、次第に社会的な共同生活の維持が困難になっていく集落のこと。詳細は大野（2008）を参照

したと喧伝される事例を懐疑的に捉え、客観的な指標である人口推移で評価すべきと批判している。飯田他は、地方自治体が補助金や予算ありきで地域経済の活性化の施策を行うと、地元の需要を無視したハコモノや採算を無視した事業が提供されて赤字化する場合が多く、維持費用等が自治体の財政を圧迫し、地域活性化に悪影響を与える結果となる旨を述べている。

このような施策がまかり通る原因について、飯田他は、多くの人が漠然と上手くいかないと感じているにもかかわらず、最良シナリオにしたがって計画が進められる点にあると述べている。木下（2016）は特産品開発の事例から、開発の初期段階で生産者、加工者、公務員を中心とする「作り手の勝手な都合」で商品設計や価格設定が行われるため、消費地の販売者や消費者に受容されず、最終的に「全く売れない」どころか「仕入れてももらえない」状況に陥ると分析する。久繁（2010）は、地域経済の活性化策を策定する過程で「土建工学者<sup>(注2)</sup>が成功事例を探して推奨し、地方自治体は前例踏襲や権威ばかりを重んじる」ために「両者は相思相愛の関係になる」が、このような施策は「市民のニーズや価値観」とは異なるために失敗するとの旨を述べている。彼は、提供側が露骨な下心を持って「市民が先に街を愛して欲しい」、「街中の商店街で消費して欲しい」と市民に強要しても受容されないと述べ、行政等が成功と紹介している街づくりやハコモノの事例

を懐疑的に捉えるのであり、当該議論は今までの議論と整合する。よって、地方自治体による地域活性化が失敗する原因は、地域経済の活性化の施策が、予算や補助金を前提にした供給側の論理で提供され、需要側のニーズを無視した最良のシナリオで策定されることにあるといえる。逆説的に言えば、地域活性化を成功させるには、地方自治体が需要側の地域住民のニーズに適合する地域経済の活性化の施策を提案し、地域住民に受容されることにあると想定する。

## 2. 本論の目的

飯田他は、地域経済の活性化のためには、「仕事したい人が仕事できるようにする」そして「民間のやる気のある人が動けるようにする」環境を整備することが肝要と主張し、地方自治体が規制緩和や許認可手続きのサポート等の施策を行うよう求める。久繁は、地域経済の活性化には、地方都市が住民の交流需要を満たし、消費する場所となり、住民の居場所となることが肝要と主張し、質のよい飲食店の出店の促進、交通機関の待ち時間等空いた時間に利用できる「ハコモノ」の提供あるいは人が座って休める街路等の整備等の施策を求める。両者とも住民が自主的に地域経済の活性化に参加し、その地域での生活を選好する施策を提案するよう地方自治体に求めているとわかる。当該提案であれば需要側の住民に受容され、人口の定着や人口移動（流入）の効果も期待されよう。地域活性化

(注)2. 久繁（2010）は土木、建築、都市計画、都市工学の技術分野の学者の総称と規定している。

の主体が地方自治体から地方で暮らす住民へと移行するならば、地域金融機関もより積極的な役割を担うことができると想定されよう。

本論は、地域住民が受容して自主的に参加し、その地域での生活を選好するような地域経済の活性化の施策を提案する地方自治体をケーススタディとして、その施策の特徴を把握すると同時に地域金融機関の関わり方を考察することを目的とする。

### 3. 「まちてん」<sup>(注3)</sup>と参加する地方自治体

本論は、ケーススタディとなる地方自治体を調査するため、地域創生まちづくりフォーラム「まちてん」に出展した地方自治体に着目する。「まちてん」とは、「まち」づくりの「展」覧会を意味する造語で、年1回12月初旬の2日間、渋谷駅に直結する高層複合施設「渋谷ヒカリエ」の9階ヒカリエホールで開催される地域活性化に関わる様々な団体を一堂に集めた交流会のことを示している。同交流会は「全国各地で地域活性化に取り組む自治体、企業、大学、社会企業家などが一堂に集まり、地域が抱える様々な課題を共有し、解決のための連携・協業ビジネスを生み出す新しい地方創生モデル」と位置づけられている。実行委員長は第2回より(株)伊藤園の常務執行役員CSR推進部長の笹谷秀光氏(図表1)、事務局は国際見本市等のイベントを主催する「メサゴ・メッセフランクフルト株式会社」が請負う。第3回目の交流会は、

図表1 「まちてん」 笹谷実行委員長



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

2017年12月8～9日に開催され、基調講演を行うオープニング(図表2)、自治体を中心とする出展者の代表がプレゼンを行うカンファレンス、自治体・企業・その他(NPO等)の組み合わせで討論するトークセッション、出展者が自らの取組みを展示し、他の出展者や来場者と対話するブース、全参加者が自由に交流するレセプションで構成される。内閣府、復興庁、総務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、

図表2 オープニング風景



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注)3. この節の内容は、2017年11月に(株)伊藤園本社応接室において、同社常務執行役員CSR推進部長の笹谷秀光氏の取材の内容及び取材時にいただいた資料のうち、笹谷秀光『説明資料』及びまちてん2017実行委員会『開催のご案内』の内容をベースにしている。

文部科学省、全国知事会、全国市長会、全国市町村会等が後援し、出展102社・団体、来場者2,103名を記録している。出展者の活動内容は、事前にFacebookで紹介されるため、来場者は効率的に展示ブースに訪問し、あるいはセッションに参加できる。参加費用は、セッション登壇・ブース展示・実行委員会参画・レセプション参加及びロゴ掲載で200万円、その内セッション登壇を除くと100万円、展示ブースとレセプション参加のみで地方自治体は20万円（企業は30万円）になる。

地方自治体の「まちてん」への出展とは、相応の金額を支払い、自らの施策についての情報提供（PR）を行うことに他ならない。彼らが魅力のある情報を提供し、来場者や他の出展者と対話することで、情報の共有や新しいアイデアが生まれ、企業とのコラボも期待できる。笹谷実行委員長は「『まちてん』は、地方自治体に解決手段を模索するための『学びの場』を提供することも目的の1つとするが、その機会を生かすには、彼らが出展者あるいは来場者として参加し、実際に地域に根ざした独自性のある施策を行う地方自治体と交流し、対話を行うといった自主性・自律性が求められる」と述べている。

笹谷実行委員長の「地域に根ざした独自性のある施策」は、上述の「地域住民が受容して自主的に参加し、その地域での生活を選好するような地域経済の活性化の施策」と同じ文脈で捉えられるため、本論は「まちてん」の出展者の中に、本論で想定する施策を行う

地方自治体が存在すると想定する。よって、ランダムな展示ブースへの訪問（5自治体）と各セッションのプレゼン傍聴（3自治体）から、①補助金に依拠したハコモノや特産品等に頼るのではなく、②地域住民が受容して自主的に参加し、その地域での生活を選好するよう促す施策が提案され、③人口増加を意識するという3条件を満たす施策を行う地方自治体の候補を抽出している。今回は、抽出された自治体の内、千葉県いすみ市の取組みを俯瞰し、金融機関の関わり方を考察する。

#### 4. 千葉県いすみ市について

千葉県いすみ市は、いすみ市HP<sup>(注4)</sup>と移住・創業支援室（2018）によれば、2005年12月に当時の夷隅町、大原町及び岬町の3町が合併して誕生した地方都市であり、千葉県南東部に位置する（図表3）。人口39,189人（2017.4.1現在）、面積157.5km<sup>2</sup>を有し、暖流（黒潮）の影響を受けて気候は温暖である。玄関口となるJR大原駅からJR東京駅迄は特

図表3 いすみ市の位置



(出典) いすみ市HP

(注) 4. いすみ市HP : <http://www.city.isumi.lg.jp/> (2018.1.24参照)

急利用で約70分、住民の約1%にあたる400人程度が東京に通勤する。

主力産業は第1次産業で、農産物（米、梨、菜の花等）、海産物（伊勢えび、たこ、あわび、さざえ、ヒラメ、イナダ、真鯛等）、畜産物（鶏・豚）に加え、加工品も乳酸物（牛乳、チーズ、ジェラート）や日本酒等々と多岐にわたる（以下、これらをまとめて「生産物」という）。その他、全国有数の釣り船（50隻）を有し、日本のサーフィンの発祥の地の1つとしても有名である。

## 5. いすみ市の課題と基本方針<sup>(注5)</sup>

### (1) 全体像

地方自治体としてのいすみ市において、地域活性化の中心的な役割を担ういすみ市役所内の水産商工課の担当者<sup>(注6)</sup>（以下、担当者）によれば、同市が地域活性化に舵を切った最大の理由は、人口減少に対する

危機感にあったとされる（図表4）。2005年の合併当初から、人口の自然減（死亡＞出生）が指摘され、地域経済の低迷、市民活力の低下、コミュニティの存続危機及び市の財政基盤の脆弱化等が懸念されたのである。2006年には商工会青年部が中心となり、市の補助金を利用してまちづくりのための勉強会を立ち上げ、2008年5月にはNPO法人「いすみライフスタイル研究所」を設立している。市当局も2007年4月に総務部地域プロモーション室を設置している。2009年7月には官民が連携し、「いすみ市定住促進協議会」を設立するに至る。担当者は、地域の人口減対応としては千葉県内では早かったと述べる。2011年度から、外国人住民も住民登録の対象に加えた2012年度を除き、人口の自然減に加えて社会減（転出＞転入）も見られるようになる。担当者は、同市には高校が1校、近隣

図表4 いすみ市の人口動態

（単位：人）

年度	人口	自然動態			社会動態			増減合計
		出生	死亡	増減	転入	転出	増減	
2006年度	43,201	263	508	△245	1,226	1,222	4	△241
2007年度	42,786	230	574	△344	1,159	1,230	△71	△415
2008年度	42,488	243	551	△308	1,222	1,212	10	△298
2009年度	42,170	267	574	△307	1,111	1,122	△11	△318
2010年度	41,856	225	576	△351	1,198	1,161	37	△314
2011年度	41,309	235	630	△395	1,106	1,258	△152	△547
2012年度	41,275	214	625	△411	1,623	1,246	377	△34
2013年度	40,809	221	648	△427	1,131	1,170	△39	△466
2014年度	40,365	204	627	△423	1,178	1,199	△21	△444
2015年度	39,762	202	609	△407	1,073	1,269	△196	△603
2016年度	39,189	174	688	△514	1,136	1,195	△59	△573

（出典）移住・創業支援室（2018）より著者作成

（注）5. この節及び次節の内容は、2017年2月にいすみ市役所内会議室において、同市の水産商工課課長補佐、水産商工班班長、移住・創業支援室室長及び班長4名による取材内容及び取材時にいただいた資料（太田：2018；移住・創業支援室：2018）に基づく。

6. 同じテーマにつき、他の担当者が補足する内容もあるため、特に必要のない限り（注5）の4名の方を区別せずに担当者と呼称する。

の大学・専門学校や就職先もほとんどないため、家業等に魅力を感じない就業可能な青年層が都市部に流出したと分析している。

太田市長（2018）は、「人口流出を食い止めるためには、『まち（地域）』の活性化が不可欠であり、地域で租税力のある『ひと（人材）』を育て、家族と暮らせる『仕事（雇用）』との好循環が重要」として、2016～2020年度のいすみ市の基本目標を「いすみ市の特性に改めて目を向け、経済の好循環、市民所得の向上、魅力アップ、人口対策などに繋がる施策の実行」と述べている。

## (2) 具体的課題と基本方針

担当者は、当初、外部の料理人から同市の生産物に競争力があると気づかされたこと述べ、いすみ市の地域活性化の礎が、同市の主力産業である第一次産業に係る生産物（海産物、農作物及び加工品）の潜在的な価値の具現化による地域経済の活性化にあると認識している。一方、人口の自然減は習熟した生産者の減少、社会減はその後継者の喪失を意味するため、このまま放置すれば生産者不足で同市の主力産業が立ち行かなくなり、街の衰退が進むと危惧する。よって、担当者は、生産物の潜在的な価値を具現化して生産者の所得を向上し、市民がいすみ市内で生活する魅力を高めることで人口の社会減を緩和する施策を工夫する

ことが必要だと主張する。同時にいすみ市で「一緒に仕事がしたい」と思う人に移住していただくことで、人口の自然減の影響が大きい農業従事者の減少に歯止めをかけ、創業者を呼び込んで市内の経済活動を活性化し、市民所得の増加、雇用創出、人口の社会増の好循環を可能にすることが地域経済の活性化に肝要と捉えている。さらに、市民所得や雇用増も含めた街の魅力が高まれば、Uターンによる就労層の回帰も望めると述べている。

担当者は、これらの施策における市役所の基本方針を「行政が主体になると、色々角を削ってしまうから面白くなくなり、民間だけだと連携はしにくいいため、市がバックアップすることで連携を強くすることが肝要」と強調し、「あくまでも市役所は市民の皆さんに演じてもらうための舞台を整えるのが役割」と言い切る。よって、大規模な商業施設の誘致や無理な企業誘致等を想定していないと述べる。

## 6. いすみ市の具体的施策<sup>(注7)</sup>

### (1) 大原漁港「港の朝市」

「港の朝市」は2013年に毎月1回開催で始まり、現在は毎週日曜日の8:00～12:00に大原漁港（**図表5**）内にある荷捌所または駐車場で開催される（**図表6**）。この催しは、当初、いすみ市の主要な幹線道路である国道128号が休日になると東金から勝

(注)7. この節は(注5)に加え、2018年2月の「港の朝市」、「いすみCLUB RED RESTAURANT Special」への取材、「いすみ市×CLUB RED 食の魅力体験セミナー」の取材を基にしている。

図表5 大原漁港（内側）



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表6 朝市風景（荷捌所）



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

浦や鴨川方面に向かう車で混み合うものの、同市がトンネルのように素通りされることに危機感を持ち、いすみ市の宣伝と地域活性化を目的に企画されたという。

担当者は、市民が無理なく参加でき、継続的に参加したいと思う環境を作るには、可能な限り手間や経費をかけないことが肝要と考え、国道128号付近にあり、駐車場が完備され、雨天でも屋根のある荷捌所がある漁港内での朝市が最適と考案されたという。この催しは、いすみ市商工会内の「港の朝市運営委員会」が主催し、出店を

商工会の会員と新規に創業したいすみ市民等に限定しており、同市の魅力を広める目的と合致している。市役所は、漁協とともに後援に徹している。

朝市では、水産物、農産物、加工品や軽食等の販売の他、無料で利用できるバーベキュー施設や食事用テーブルも用意されている。バーベキュー施設は、紙食器や調味料が常備され、炭火も常に起きた状態にあるため、来場者は購入した商品をすぐにその場で調理して食べられる。季節によって、いすみ市の特産であるイセエビやマダコを使った簡単なイベントも開催される。来場者は、年平均で一回2,000人程度、閑散期で1,000～1,500人、イセエビまつりの時期は約4,000人に上り、年商1億円を売り上げるといふ。担当者は、「年商1億円の企業を無理に誘致するより、週1日4時間、地元の皆さんの協力と簡単な施設（バーベキュー用コンロ、簡易テーブルやテント等）で市内の生産物を消費してもらおう朝市の方が、ずっと安価で地域経済への波及効果も高い」と胸を張る。

港の朝市は、いすみ市の海産物の知名度や価格向上にも寄与する。担当者は、大原漁港の近くには黒潮と親潮が交差する器械根漁場があり、上質の海産物が水揚げされるにも拘らず、その評価は高くなかったと述べ、その理由として、生産者が「産地仲買人に出荷して終わり」と考えていたため、自らの獲った海産物の潜在的価値に無頓着であった旨を述べている。実際に、後



述する市民向け講座において<sup>(注8)</sup>、漁師は「鯛が疲労骨折をおこすのは、潮の強い明石と大原の鯛だけ」と述べ、その質の高さを認識しているが、同講座の講師で著名な関西の料理人は「最初に港の朝市で真鯛を見たとき、関西で売れば利益が出ると思った」と大原漁港で水揚げされる真鯛の質の高さに価格競争力があると示唆している。

担当者は、料理人等が港の朝市で産地仲介人から海産物を購入し、その良さを理解したことで直接取引の要望が広まり、市役所も産地仲買人を紹介する窓口になったと述べる。前出の料理人は、同講座で生産者も料理人等と交流する中で彼らの需要を理解し、長期保存が可能でうまみ成分が増す「活<sup>いけじめ</sup>メ」の鮮魚を流通させるようになり、地元の鮮魚の需要が増加したことから浜値（漁師→産地仲買人の買取価格）も以前より上昇した旨を述べている。

## (2) いすみブランド認定と工夫

このように、海産物を含め、いすみ市産生産物の潜在的価値の具現化をより進めた施策が、生産者の申請によって、食や生産物に関する有識者を備えたブランド認定委員会が認定する「いすみブランド（図表7）」である。担当者は、いすみブランドは、市役所主導で無理に特産品を作るという性格のものではなく、今ある生産物の潜在的な魅力を具現化することに主眼をおく旨を述

図表7 いすみブランドのロゴ



(出典) いすみ市HP

べている。例えば、いすみブランドに認定された「器械根イセエビ」、「器械根アワビ」、「器械根サザエ」と「いすみの沖だこ」は、地元漁協の協力のもとで、潮の流れがより速い器械根漁場で、一定の緯度経度より沖合の方で獲れた、形、色、大きさに優れた海産物を一定の基準で選別したものである。太田（2018）は、いすみブランド認定年度の2016年度から2018年度<sup>(注9)</sup>迄の3年間、沖合で獲れたイセエビの1kg当たり単価（年度平均）は5,405円、6,269円、6,256円、サザエは1,082円、1,335円、1,221円となり、双方ともブランド設定年度より単価が上昇していると述べる。特にたこはブランド認定したことで取り扱い業者が増え、1kg当たり単価は設定年度の2016年度の659円から2017年度の1,437円へと大幅に上昇したと述べる（2018年度は記載なし）。同ブランドに認定された「純米アfus生」は、地元酒造会社がワインのような飲み口が現代人に支持されると考え

(注)8. 「いすみ市× CLUB RED 食の魅力体験セミナー」の講演内容より

9. ここでの年度とは、前年8/1～7/30のことをいう。2018年度は期中の数字。

て2001年に復活させたもの<sup>(注10)</sup>を申請したものである。いすみブランドが、同市の生産物が持つ潜在的価値を具現化することで料理人や消費者に品質を訴求し、生産者（製造者）の所得向上を狙っているとわかる。

いすみブランドは生産者（製造者）の申請をベースにする点で市民主体といえるが、唯一性格を異にするのが、市役所主導のうえ、農作物の認定第一号となった農薬・化学肥料不使用の有機無農薬米「いすみっこ（図表8）」である。担当者は、いすみ市の農家は兼業が主体で主な収入源が他にある上、高齢化が進んでおり、高収益が見込まれる有機栽培や後継者育成<sup>(注11)</sup>に手が回らないとの問題があると述べる。また、いすみ市の農産物の質自体は良いが他の地域との差別化が難しく、特に米はすでに確立された産地ブランド米と勝負するのは厳しい上、農家も漁師と同様に「出荷したらおしまい」

という意識が強かったという。よって、農産物の高品質化は、市役所が主導し、付加価値を加味してブランド化し、最終的に生産者の所得向上を図ろうとしたのである。いすみ市は、その一環として「いすみっこ」を学校給食に採用し、子供たちの健康と食育に貢献すると同時に農家の参加を促す施策を推進している。その結果、同米の生産量は徐々に増加し、同市は2017年10月に全国初となる学校給食の全量有機無農薬米使用を達成している。担当者は、この実績が認知度向上の柱となり、大手小売店の販路開拓に成功したと述べている。

さらに、いすみ市は、将来の負担と価格競争力を考慮し、低コストによる有機農法に成功した鹿児島県鹿屋市串良町柳谷地区（やねだん）で開発された「土着菌農法」を採用している。同市は、循環型農業に取り組み、野菜や果樹の栽培により生産者の所得と雇用の増加につなげるため、2017年12月に国の地方創生拠点整備交付金（2,530万円）を利用した土着菌完熟堆肥センターを建設し、市が有機肥料の生産を請け負うとしている。担当者は、同市の里山で市民が集めた落葉等を買取り、肥料を作成し、今後1～2年は農家に無償配布すると述べる。

図表8 農産物の認定第一号となる有機無農薬米いすみっこ



(出典) いすみ市HP

(注) 10. 注8における五代目蔵元兼杜氏の講演より。詳細は木戸泉酒造HPを参照  
木戸泉酒造HP： <http://www.kidoizumi.jp/products/as/> (2018.2.18参照)

11. 後述するように農業従事者を移住者によって確保しようとしている。

### (3) いすみ市の美食の街化とサンセバスチャン化計画

担当者は、海産物をはじめとする生産物が外部の料理人の目に留まり始めたことを契機に、その生産物を生かした料理を提供することでいすみ市を「美食の街」として売り出すことの重要性を感じたと言う。生産者が、自分たちの提供した生産物が多く、料理人に認められ、提供される料理のために多くの人にいすみ市に足を運ぶことを実感することで、従来の「生産して出荷すれば終わり」という意識から「良い物であれば高くても売れる」という意識へと改革してもらった。自らその意識を持つことによつて、所得の向上に結びつく工夫が生まれ、さらに市民全体が街の魅力に気づき、街の活性化に参加する気風が生まれると考えたからである。

その具体的な施策が2016年3月から始まった「いすみCLUB REDプロジェクト」である。CLUB REDとは、35歳以下の料理人のコンテストRED U-35で優秀な成績を収めた料理人とRED U-35の審査員が所属する組織である。同プロジェクトは、CLUB REDの料理人、いすみ市の若手料理人と生産者が協働し、いすみ市の食の発展に取り組もうとする試みである。いすみ市は、この施策を実行する中で、2016年8月に地方創生推進交付金を受けて「美食の街いすみ～サンセバスチャン化計画～」を進める（3年間の総事業費1.1億円）。食で観光客を呼び込むため、地域ぐるみで食の

レベルを上げる取組みを行い、サンセバスチャン市（レストランガイドブックの人口一人あたり星付きレストランの密度が世界一となったスペイン北部のバスク地方にある美食で有名な街）のように、食文化の育成を通じていすみ市を「美食の街」として確立し、地方創生の柱とするものである。同市は当該事業計画が「最終的には地域経済循環の拡大により、雇用の創出、地域所得の向上、地域の魅力向上を図る」もので「本事業は民間の力で自立して継続可能である」と言い切っている。

「いすみCLUB REDプロジェクト」の中心的な活動に2017年2月より半年に1回いすみ市で開催されてきた「いすみCLUB RED RESTAURANT Special」がある。これは、いすみ市の若手料理人とCLUB REDの料理人が協力しあい、同市の食材を使い、食材の生産者等が給仕を行う一日限りのレストランである。この催しは、いすみ市に良い食材とおいしい料理があることを広く宣伝し、特に市外の人にいすみ市に来て体験していただくことに加え、生産者が自分たちの生産物が食材としてどのように調理され、お客様に喜ばれているかを体感し、意識の変革を図るという主旨に添うものである。3回目は2018年2月に市内の老舗割烹で開かれたが、50名（参加費1名8,000円）の予約が3時間足らずで完売したという（図表9）。

その翌日には、水産商工班の担当者が新たな試みとして強く期待を込めた市民向け

図表9 いすみCLUB RED RESTAURANT  
Specialの当日風景(上)と料理の例(下)



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

の講座「いすみ市×CLUB RED いすみの食の魅力体験セミナー」が、市の施設である大原文化センター内の調理室で開催されている。このセミナーはCLUB REDの料理人、いすみ市の若手料理人と生産者が登壇し、市民にいすみ市産食材の品質の高さやその食し方について、その場で調理し、試食を交えながら解説するものである。同講座は、まずは市民全体が同市の品質の良い食材を再認識し、食材を通じて街の魅力に気づいてもらうことで、街の気風を変革しようとする施策と位置づけられている。全3講座で1講座500円と有料であったが、3講座とも予約で満員、当日は立見も出る盛況となっている(図表10)。

これらの施策に続き、今度は、いすみ市の若手料理人が中心となり、CLUB REDの料理人が協力し、いすみ市の若手料理人

図表10 市民向け講座当日の風景(上)と試食の例(下)



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

が経営する料理店9店舗で同市の食材を利用した限定メニューを披露する「いすみCLUB RED RESTAURANT」を2018年2月後半にかけて行う等様々な取組みを行っている。地元の若手料理人に評価を得ているCLUB REDの料理人が協力することで、「美食の街化」を進め、地域の住民に地元の魅力を理解してもらうことを目指していることがわかる。

#### (4) 移住・創業促進

移住・創業支援室の担当者は、同市が移住・創業を地域経済の活性化と不可分と考えているとの旨を述べ、「市民と一緒に仕事をしたい人で、市民もこの人と一緒に仕事をしたいと思うような人に移住して欲しい」と話す。この考え方は同支援室が、地域経済の活性化を担う水産商工課内の組織であ

ることからも窺える。

担当者は、当初は試行錯誤で「最初に作ったパンフレットも催行したツアーも観光案内と変わらず、移住希望者が求めるものではなかった」と苦笑する。彼は、その反省から、既に移住していた市民にお願いして徹底的にヒアリングを行い、「(我々と一緒に仕事をしてくれる) 移住希望者が求め、移住を決断する最も重要な要素は『人とのつながり』であるとわかった」と述べる。彼は「人とのつながり」について「農家、漁師、創業者や移住者等の様々な顔を持つ市民との交流人口を増やし、いすみ市の良い点も悪い点も全てつまびらかにすることで、移住希望者が新しく街を作る仲間としての想いを共有すること、移住前に人間関係を構築することが移住決断の決定的な要因になる」と述べ、「要は、(移住希望者が)『〇〇さん達と××したい』と思えるかということです」と笑う。

よって、いすみ市の移住・創業者向けの体験交流プログラムは、この方針に添ったものになっている。同市の体験交流プログラムは、定住促進協議会を通じて、「移住希望者といすみ市の課題に取り組む市民との交流」、「移住・就労希望者と法人組織で農業、ITあるいはその両方に取り組む市民との交流」、あるいは「移住・定住希望者を対象としたお試し居住や空き家見学会」などを実施している。また、新規就農希望

者に向けた1泊2日の農業研修、勉強会及び就農者（稲作、畑作、酪農）や直売店との交流等、同市の重要課題である農業従事者の増加に向けて、様々な体験と交流の場を用意している。さらに創業希望者に対する支援として同市の創業者との交流の場づくり（セミナー、学校、交流会）にも力を入れている。その他、移住・創業者向けの補助金も用意している<sup>(注12)</sup>。

また、同市は2017年5月に簡単なコミュニティオフィスとして創業支援の場「hinode」を用意している（図表11）。同施設は2016年7月に総務省の公共施設オープン・リノベーション推進事業のコンペで採択され、閉鎖した市営プールと管理棟を改修（事業費用3,000万円）したものであり、大原駅から徒歩15分、国道128号に面した大原漁港の近くに位置し、利用客は半年で1,000人を超える。同市は、移住相談窓口を平日は市役所内、日曜日は交通至便な「hinode」(2017年度より<sup>(注13)</sup>) と「港の朝

図表11 「hinode」外観（正面玄関）



(出典) いすみ市HPより

(注) 12. なお、同市は転入者（市外で働く方）にも定住を促進するための通勤者用補助金を用意して定住にも配慮している。

13. それまでは岬庁舎（旧岬町役場、JR大原駅から車で15分程度）で行っていた。

図表12 朝市内のブース



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

市」のブース（図表12）で開いている。

担当者は、転入者の中からU・Iターンなどの移住者の増加を正確に把握することは難しいが、移住相談窓口や体験交流プログラム、空き家バンク等の施策を通じて移住した市民のことは全て把握しており、手ごたえを感じている旨を述べている。実際に、2017年度の相談者数は2018年3月6日時点で過去3年間を大幅に上回る377件（メールや電話等の相談を含む）、移住者も同年1月10日時点で過去3年間の年間移住者数を上回る31組66名とのことである<sup>(注14)</sup>。

## 7. 検証結果

本論は、いすみ市役所（図表13）の担当者、生産者、漁協やJA関係者、一般市民、市内外の料理人や消費者そして移住希望者等のいすみ市に関係し、供給側と需要側の当事者が含まれる人的な交流を「人とのつながり」と呼称する。

図表13 いすみ市役所全景



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

いすみ市産の生産物の潜在的価値を具現化する施策は、同市の担当者と供給側の生産者が、市外の著名な料理人等、需要側からの上質な生産物への要望（鮮魚の活<sup>いけじめ</sup>めや有機無農薬の農作物等）を「人とのつながり」の中で理解したことを礎としている。同市の担当者は「人とのつながり」から、生産者が質の高い生産物を供給する体制の整備には、彼らの所得向上に直接結びつく方法（朝市等の支援、産地仲買人の紹介、いすみブランド設定、有機無農薬米の学校給食採用等）を提示するだけでなく、生産者（特に農家）の高齢化によって労働量も意欲も低下している点を考慮し、手間のかかる有機肥料の施設建設と無償提供や就農希望者の移住等で労働量を調整すると共に、「いすみCLUB REDプロジェクト」等への参加を通じて、生産者が「人とのつながり」の中で街の活性化の担い手であると体感し、誇りを持つよう促すことで対応している。特に「いすみCLUB REDプロ

(注) 14. 担当者によれば、2014年度の相談者・移住者数は各々168件・19組27名、2015年度242件・29組52名、2016年度219件・30組55名とのことである（2018年4月2日確認）。

ジェクト」は「人とのつながり」のなかで、供給側である市内の若手料理人の技術向上と所得増加を可能にするだけでなく、彼らが生産者と共に街の活性化の担い手として参加していることを体感してもらうものであり、需要側のいすみ市民は同市の魅力を再認識し、同市での生活を選好してもらうことが期待され、来訪者とともに市内での消費による地域経済の向上に直接寄与する施策となる。

いすみ市の移住政策は、駐車場料金や特急利用補助等を含め、全ての移住者に門戸を開いているが、街の活性化の担い手として期待される就農希望者と創業希望者の移住に重点を置き、需要側の市の要望が色濃く出ている。よって、供給側の移住希望者を誘引する魅力がなければ絵に描いた餅になる可能性がある。同市は、低コストで高付加価値の有機無農薬米「いすみっこ」の開発や有機肥料の無償提供等によって、所得の向上が期待できる仕組みを用意している。そして、地域の農家や農業関係者との交流需要を増やして「人とのつながり」を創ることで、就農希望者が「一緒に仕事をしたい」と感じ、移住したくなる環境を整える施策を提供することでこの問題を解消している。創業希望者に対しても同様で、いすみ市内の創業状況の説明、創業を支援する座学、空き店舗等の改修費用の助成、融資金利子補給の制度、コワーキングスペースや創業支援機能を備えた施設建設（改修）等によって創業の方法論やコスト低減策を用意している。さらに、同市内の创业者の講演、创业者訪問や交流会等の「人とのつな

がり」を作ることで、创业者がいすみ市で創業したいと感じる施策を提供している。移住希望者に向けて、地域課題に取り組む活動を見学するツアーやお試し居住等のプログラムを提供することで、同市の利点や欠点を理解してもらうと同時に一緒に課題解決を担う仲間として「人とのつながり」を創ろうとする施策も提供している。

以上の議論から、いすみ市の施策は、「人とのつながり」によって需要側と供給側の当事者の要望を把握し、その実現手段を用意するだけでなく、これらの当事者を含む全ての関係者のモチベーションを向上する環境を整えていることがわかる。

## 8. 結論と地域金融機関の対応

いすみ市は、①補助金に依拠したハコモノや特産品等に頼るのではなく、②地域住民が受容して自主的に参加し、その地域での生活を選好するよう促す施策が提案され、③人口増加を意識する施策を行う3条件を満たすため、本論で対象とする地方自治体といえる。同市の施策は、需要側の要望と供給側の要望を「人とのつながり」の中で調整させるものであり、需要側と供給側の市民の参加と連携を促す仕組みと環境を整える特徴を持つと論結される。よって、同市の施策は、笹谷の「地域に根ざした独自性のある施策」にほかならず、今後の成果が期待されよう。実際に、①港の朝市は年商1億円を売上げ、海産物の浜値も上がっていること、②料理人との直接取引が27年度は16件であったが29年度は

43件となったこと（太田：2018）、③初めて行った市民向けの講座が満員で立見が出ていること、④移住相談者が急増し、移住者も1月までに過去3年の年間移住者数を上回ったこと等の一定の効果が見え始めている。

このような環境を考えれば、地域金融機関にも将来の優良な融資先を開拓する余地があるといえよう。例えば、いすみ市では、高齢化した農家の代わりに就農希望者が事業継続を行う場合が増えており、そこには相応の運転資金が必要となる。移住者が賃貸の空き家をリノベーションするため、あるいは創業者が空き家を店舗として改築するための資金需要がある。また、いすみ市の創業者は年間200万円以上の売上があれば本業で生活できるとされる（磯木：2017）ことから、同市

の創業者には売上規模に見合う小口の資金需要があると想定される。創業者には創業資金等の融資を受けたもののそれ以降は連絡がなく、経営相談が受けられないという悩みもあるとのことである。一方、供給者の金融機関から見れば、担保のない小作人への融資、オーナーではない賃貸者への融資あるいは事業計画のみの融資となり、通常の方法では融資が難しいと言う事情や人的な限界もある。双方の要望を一致させるためには、市役所等が調整役となり、「人とのつながり」によって、両者の要望を調整する仕組みを創ることが求められるものと考えられる。よって、今回はこれらの要望を調整し、地域金融機関の機能を十二分に発揮できる仕組みを事例として取り上げてみたい。

## 謝辞・著者注

「まちてん」に係る取材と掲載をご快諾いただいた「まちてん」実行委員長で伊藤園の常務執行役員CSR推進部長の笹谷秀光氏のご厚意に心から感謝申し上げます。また、いすみ市の地域活性化に係る取材と掲載をご快諾いただいたいすみ市役所の皆様のご厚情に深謝申し上げます。特に水産商工課の課長補佐、水産商工班長、移住・創業支援室長、移住・創業支援室班長の各担当者の皆様には、色々のご配慮いただきました。そして、わざわざ取材中の会議室に来ていただき、ご挨拶をいただいた早川卓也副市長、水産商工課長そして取材地でお声掛けいただいた太田洋市長に御礼申し上げます。「CLUB RED」に係る内容は、いすみ市役所の担当者より「CLUB RED」に確認していただき、先方より掲載許可をいただいたと確認しております（2018.4.2電話にて）。改めて同市の担当者と「CLUB RED」関係者の皆様のご厚情に感謝いたします。本論で使用した図表（写真・データ等）につきましても、まちてん関係は笹谷実行委員長、いすみ市関係につきましても全ていすみ市役所の下承を得ております。

なお、参考文献のうち、いすみ市取材時にいただいた配布資料に発行年月日の記載がなかったため、筆者が受領した2018年2月6日を発行日とみなしています。



## 〈参考文献〉

- ・飯田泰之・木下斉・川崎一泰・入江章栄・林直樹・熊谷俊人『地域再生の失敗学』光文社新書（2016年4月）
- ・移住・創業支援室『市民と協働の移住・定住推進事業 住みたい、選ばれるまちをめざして』千葉県いすみ市 水産商工課、2018.2.6 取材時資料（2018年2月）
- ・磯木淳寛『「小商い」で自由に暮らす一房総いすみのDIYな働き方』イカロス出版（2017年1月）
- ・市川虎彦『「地域活性化」再考—人口と雇用の観点から—』『松山大学論集』第25 巻第5号,松山大学学術研究会,45-67（2013年12月）
- ・太田洋『いすみ市の目指す地域づくり～いすみ市が勝ち残るために～』2018.2.6 取材時資料（2018年2月）
- ・大野晃『限界集落と地域再生』信濃毎日新聞社（2008年11月）
- ・木下斉『地方創生大全』東洋経済新報社（2016年10月）
- ・笹谷秀光『説明資料』2017.11.17取材時資料（2017年11月）
- ・久繁哲之介『地域再生の罨』ちくま新書（2010年7月）
- ・まちてん2017実行委員会『開催のご案内』まちてん2017実行委員会（2017年11月）