平成２０年度マスターセンター補助事業

農業・観光等の地域資源を活用した
中山間地の活性化の可能性
調 査 研 究 報 告 書

～尾瀬・片品の四季の風を全国へ発信～

平成２１年１月

社団法人 中小企業診断協会　群馬県支部

は　じ　め　に

ＮＰＯ法人（特定非営利活動法人）広報駆け込み寺（東京都港区）が 12 月 17 日発表した「日本に関するアンケート」によると、日本が今後注力すべき産業は農業・林業・水産業が 68%でトップとなっている。頻発する食の安全への揺らぎや食料自給率の低さを反映し、第１次産業の重要性が再認識される結果を示している。

全国石油商業組合連合会（全石連）は 12 月 18 日、人口減に伴う経営難などでガソリンスタンドが減少した結果、県内の上野、六合、南牧、高山の四村を含む 32 都道府県の 153 町村が、今後、スタンドがなくなる恐れがある“スタンド過疎地”になっている、との調査結果を発表した。県内四村は自動車が生活に欠かせない山間地であり、日常生活に支障が出る可能性があると警告している。

以上の報道からわかるように日本国内の第一次産業に対する国民の期待は高まりを見せる一方、その一翼を担う中山間地ではガソリンスタンドの過疎化が深刻な問題となっている。

中山間地に住む人々は農林業を生業とし、冷涼地に産する農産物、加工品を生産するとともに首都圏の水源林を守る役割をも担ってきた。地球温暖化対策として、森林の持つ二酸化炭素の吸収源として改めて、その価値が見直されている。

少子高齢化が進むわが国は観光、特に海外からの旅行客を誘致する「観光立国」を目指しており観光を重要な産業と位置づけている。近年では中国、韓国、台湾以外にもオーストラリアからも観光客が増加している。

中山間地には海外に知られていない数多くの観光資源、観光業があり、今後の発展が期待できる。しかしながら中山間地の観光業の現状は厳しく、後継者問題など数多くの問題を抱えている。

以上のような認識から、今年度の㈳中小企業診断協会群馬県支部マスターセンター補助調査研究事業の研究対象として、中山間地の活性化の課題について調査・研究を行うこととした。

片品村は尾瀬国立公園などの観光資源、冷涼な気候と清冽な湧き水などの資源や首都圏に近接するといった立地条件に恵まれ、観光、農業の高いポテンシャルを有している。村内には資源とこれらを活かした数々の事業があり、地域の特性を活かした先駆的な取組みも見られる。

今回の研究成果は、片品村、農協の先進的な取組みの活動状況等を纏めたものであり、片品村を初めとした中山間地の活性化が前進する一助となれば幸いである。

おわりに、多忙の折にもかかわらず多大なご協力を賜った片品村役場、商工会、片品村農協、並びに各農業者、民宿・ホテル、商工業関係者等の皆様方に衷心より感謝申上げたい。

平成２１年１月

社団法人　中小企業診断協会群馬県支部

支部長　丸橋　正幸

目　次

頁
はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

サマリー・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

第１章　調査の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6

第２章　片品村農林業の現状と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
　１．統計資料に見る農林業の実態・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7

　２．農林業者に対するアンケート調査 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ １０

第３章　片品村観光業の現状と課題 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ２４
　１．統計資料に見る観光業の実態 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ２４

　２．民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査 ・・・・・・・・・・・・・ ２６

第４章　片品村の資源及び活性化の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３８
　１．民間および農業協同組合に学ぶ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３８
　（１）尾瀬岩鞍リゾートホテル・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４２
　（２）旅館みやま・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４６
　（３）弘化の庄かしや・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４６
　（４）尾瀬ドーフ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４８
　（５）片品村農業協同組合・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５０

　２．片品村及び商工会の取組と今後の方向性 ・・・・・・・・・・・・・・・・ ５４
　（１）片品村役場 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５４
　（２）片品村商工会 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５５

第５章　片品村の地域資源を活かした農商工連携、地域活性化の提言 ・・・・・・・・・ ５６
１．農商工連携、地域活性化の施策 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５７
（１）農商工等連携促進法 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５７
（２）中小企業地域資源活用促進法 ・・・・ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５９

２．全国の農商工連携、地域活性化の事例 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６０
（１）他の地域や企業との連携事例
（２）差別化サービス提携事例
（３）新商品開発事例

３．片品村の地域資源を活用したプロジェクト案 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・６１
（１）農林業資源 ・・・・・・・・・・・・・・ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・６１
（２）観光資源 ・・・・・・・・・・・・・・ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・６６
（３）エネルギー資源 ・・・・・・・・・・・・・ ・・・・・・・・・・・・・・・・・６９
（４）片品村活性化の運営主体（ＶＭＯ） ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７５
（５）アンテナショップで尾瀬・片品の風を首都圏に発信 ・・・・・・・・・・・・・７６

【参考資料】 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７８
１．片品村農林業者に対するアンケート調査票 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・７９
２．同　集計結果 ・・・・・・・・・・・・・・ ・・・・・・・・・・・・・・・・・８５
３．片品村民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査票・・・・・・・・・・・ ９０
４．同　集計結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・９６
５．事例に学ぶ村づくりの進め方 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ １００
６．片品村・尾瀬周辺地図 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ １１０

おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１１

サマリー

片品村農業の現状と課題

片品村農業の実態

・総農家数 477 戸、自給的農家 5 割、専業農家と第 1 種兼業農家計約 100 戸、農業所得が少ない農家ほど農業を止める傾向
・大半は畑作、野菜が全体の約 6 割、野菜の農業算出額は農業産出額の 8 割
・出荷量上位は、大根(県内 1 位)、トマト(10 位)、レタス(4 位)、トウモロコシ(6 位)
・耕作放棄地率は 40.4%で、県全体の 20.9%を大幅に上回る

農林業アンケート結果

・経営課題は、価格低迷、資材高騰、高齢化、後継者難、害獣被害等
・経営改善の方向は、生産技術向上、新商品・高付加価値化への取組み、共同直売所(直売所の集約)の設置、加工・販売等の多角化、共同化・集落営農等
・重点的取組内容は、有機肥料投入、害獣被害対策、輪作による土壌改良、生産技術の向上による収量増加、尾瀬ブランド認定取得、消費者の好む品種導入、減農薬・無農薬栽培、インターネットを使った直販等
・農商工連携により地域資源(農産物・害獣・雪山・尾瀬等)の全利用に取組み、魅力溢れる村づくり実現を望む

片品村農業の方向

・新商品・高付加価値化への取組み、有機肥料投入、減農薬・無農薬栽培、輪作による土壌保全、生産技術向上、共同直売所設置、加工・販売等の多角化、共同化・集落営農、ＩＴ活用直販等
・農商工連携による地域資源の全利用、尾瀬ブランドの認定取得
・農林業者と村役場、農協、商工会、民宿・旅館等、地域の商工業等が連携し農業と観光業を中心とした魅力溢れる村づくり

片品村観光業の現状と課題

片品村観光業の実態

・観光資源は、尾瀬国立公園・丸沼高原リゾート・武尊山周辺の３大自然エリア、7 つのスキー場と 9 つの温泉、近年の人気スポットは、尾瀬岩鞍ゆり園、花咲の湯、天空の足湯など
・旅館、民宿、ホテル、ペンション・ロッジ、山小屋、合計 267 件の宿泊施設、
・テニスコート約 100 ヶ所、その他、フットサルコートが整備されている
・平成 19 年片品村を訪れた観光客数は 226.9 万人で、日帰り客が 185.1 万人、宿泊客が 41.7 万人
・平成 4 年以降観光客は減少を続けており、宿泊客は平成 2 年の約半分、日帰り客は平成 4 年と比べ約 100 万人減少、尾瀬も年々減少
・片品村スキー場入込客数は、80 年代のスキーブーム、90 年代のスノーボードブームが去り、また地球温暖化による雪不足などが影響し、スキー客は減少の一途を辿っている

民宿・旅館アンケート結果

・主な経営課題は、冬場の客数減、通年での集客の確保、高齢化の進展、料金の低迷、資材の高騰、適正利益の確保
・経営改善の方向は、新サービス・高付加価値化への取組、地産地消、共同利用の推進、接客技術の向上、ＩＴの活用、営業力の強化、マーケティングや経営管理の強化
・グリーンツーリズムへの取組み強化
・地区内・地区間・同業者・異業種・官民等の連携により村を挙げて村おこし的取組を実践すべき

片品村観光業の方向

・冬季スキー客依存から脱却し通年での集客
・グリーンツーリズムを中心とした新サービス・高付加価値化の取組み、地産地消、共同利用、接客技術向上、ＩＴの活用、営業力強化、マーケティングや経営管理の強化
・地区内・地区間・同業者・異業種・官民・地区外等の連携による村を挙げた新たな取組

地域資源のトータル活用

片品村農業・観光業の現状と課題

農協の取組

・組合員に民宿経営農家も多く、組合員の経営を農業・観光面からサポート
・保有する農産物加工開発センターで大白大豆を使った「尾瀬の大粒納豆」「大白大豆味噌」「尾瀬蒜餃子」「尾瀬トマト果汁」「花豆の缶詰」等を開発
・農業観光部を設置し民宿等を支援、グリーンツーリズムへの取組みとして「わくわく体験郷（むら）体験館」を建設
・地域資源のコラボレートを通じて農商工連携を行っており、民宿、レストラン、ラーメン店、東京の喫茶店等へ加工品を販売
・ショッピングサイト「尾瀬わくわくネット」を農協のホームページ内に開設
・農家や民宿農家の経営診断・指導体制作りのため経営データ蓄積と分析手法確立に向けた取組みに着手

商工会の取組

・片品村は３つの谷で別れているが、片品村の活性化は３地域の連携が鍵
・「ふれあいバザール」のイベントが行なわれているが、村全体が参加するお祭りとは言い切れない
・商工業者の取組みは個々の活性化策のため総合力に欠ける、商工業全体を見渡した活性化の提言、施策を商工会で確立し実行することが問われている
・民宿等の経営能力が脆弱であり、商工会の小規模融資等で支援する
・商工会の「つながり力」を活かして民宿等の後継者問題を支援する

役場の取組

・観光客誘致の村の取組みは、パンフレット作成、ＦＭ尾瀬や東京、埼玉などへの広報、尾瀬大使任命等
・尾瀬ブランドは２年余りで１１認定されたが、選定基準が曖昧だったりブランド商品が農産加工品に偏っているなどの問題があるため今後は外部専門家を委員として基準作りの整備などを行いブランドの確立を支援する
・地域資源の一つである湧水は平成の名水百選に認定された
・平成 17 年に尾瀬の郷・片品村どぶろく特区に認定され、現在、平成 18 年に策定した片品村第三次総合計画「片品村・尾瀬の郷構想」を推進中だが、これを進めるため地域で影響力ある企業、法人、個人との自由な意見交換の場を設定しブラッシュアップしていく

村民全体の連携

提言

１．地区内・地区間・異業種・官民・地区外等の人々の連携強化
２．農商工連携・地域資源活用プログラム等の施策活用
３．地域資源を活用したプロジェクトの提案

(1)メタボリックシンドロームさよならツアー
・メタボリックシンドロームの中高年者を集めて１週間程度ペンションに宿泊し、トレッキングなどを通じて健康体を回復してもらう

(2)森林体験ツアー
・小中学生と父兄を対象に、専門的指導者の指導で、野営、渓流釣り、サバイバル体験などを体験してもらう

(３)片品歴史ツアー
・片品村と桧枝岐村を結ぶ会津街道を実際に歩き、重要だった会津街道古道を偲ぶロマン溢れるツアーを体験してもらう

(4)食品リサイクル＆有機農業導入によるエコ郷づくり
・民宿等から出る野菜等の残渣から製造した肥料や堆肥で農家が有機農業を行い、村内で地産地消する

(5)ジビエ料理提供による新名物づくり
・増え続ける鳥獣被害に対処するため、捕殺を含めた『被害防止計画』を策定し村の新名物として鳥獣肉料理をブランド化し民宿や農家レストランで提供する

(6)スキー場等急斜面を利用したマイクロ水力発電
・国の新エネルギー等の支援策を活用し、豊富に産する湧水、渓流を利用し発電し施設に活用

(7)冷暖房用エネルギー源としての地中熱ヒートポンプ
・気候風土が片品村に類似するカナダの山間地で冷暖房用エネルギー源として活用されている

(8)森林資源を利用したバイオマス燃料の精製と活用
・山林整備事業と協同し間伐材等を原料としたバイオマス燃料の精製と活用を行う

４．片品村活性化の運営主体（ＶＭＯ）
・村づくりの司令塔としてＶＭＯ（Village Management Organization）を組織する
・ＶＭＯが行う村づくりの役割
　・村づくり全体の役・司令塔（パイオニア）
　・村・各種団体や村民・事業者等との総合調整（コーディネーター）
　・村・各種団体の包括的活動の補完・補佐（サポーター）
　・村民や事業者が行う地域整備への積極的な参画（ディベロッパー）
　・各種公的機関との連携により地域環境の適正な管理・運営（マネージャー）
　・ヴイレッジ・マネージャーMURAOSA を就任させる

５．アンテナショップで尾瀬・片品の風を首都圏に発信
・首都圏の人々に「片品の全て」を知ってもらい、片品の産品を買ってもらう、片品の交流人口になってもらう、片品に移住してもらうなどを目指す
・公的アンテナショップ又は自前施設で以下を実施する
　・「食」を中心にした飲食、惣菜等の販売
　・尾瀬・片品の紹介とグリーンツーリズムの勧誘
　・移住や新規就農の勧誘

～尾瀬・片品の四季の風を全国へ発信～

第１章　調査の概要

１．調査内容

（社）中小企業診断協会群馬県支部では、平成２０年度マスターセンター補助事業として、片品村農協、片品村役場、片品村商工会等の協力の下、農業・観光等の地域資源を活用した中山間地の活性化の可能性に関する調査研究事業を実施することにした。

２．調査方法

（１）既存統計資料等の分析

・資料出所：尾瀬の郷かたしな物語、2003 農林漁業体験民宿経営 10 選、民宿運営、H20 年度群馬の農業、農業新聞(2008/6/20)、ぐんま文化観光社、尾瀬ブランド、片品村の概要及び農業、村勢要覧 2008、片品村づくりアンケート

（２）片品村農林業者に対するアンケート調査　計 67 名

片品村民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査　計 33 名

（３）片品村農協　組合長　金子桂介　氏　に対するヒヤリング調査

（４）片品村農協　婦人部長　星野すみ子　氏　〃

（５）尾瀬岩鞍リゾートホテル社長　星野　寛　氏　〃

（６）尾瀬岩鞍リゾートホテル常務　星野裕子　氏　〃

（７）旅館みやま　先代女将　星野秀子　氏　〃

（８）弘化の庄かしや　女将　入沢真理呼　氏　〃

（９）尾瀬ドーフ　社長　千明市旺　氏　〃

(10) 片品村役場　農林建設課、むらづくり観光課　〃

(11) 片品村商工会　経営指導員　〃

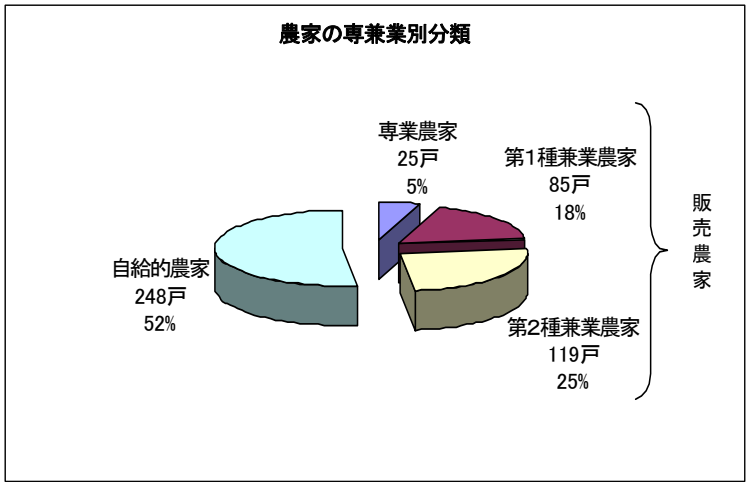
第２章　片品村農林業の現状と課題

１．統計資料に見る片品村農林業の実態

（１）農家専兼業の内訳と推移

片品村の総農家数は 477 戸(村総世帯 1,716 世帯に占める割合は 28%)だが、自給的農家(経営耕地面積 30ａ未満､農産物販売額 50 万円未満)が 52%である。

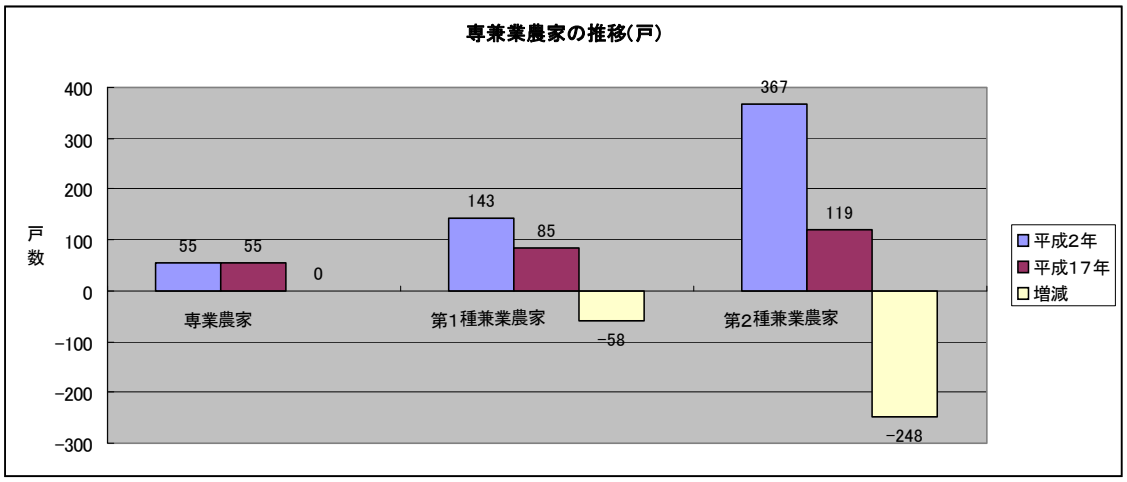
夏秋野菜の出荷時期に村内で日々活動している専業農家と農業所得を主とする第１種兼業農家を足しても 100 戸程度となっている。



※第 54 次群馬農林水産統計年報(平成 18 年～平成 19 年)データをグラフ化

また､｢農業センサス｣より平成２年と平成 17 年を比較すると､農家戸数は 81 戸の減少、減少率は 14.3%。同様に専兼業農家戸数をそれぞれ比較すると、専業農家は増減がゼロであるのに対し第１種兼業農家は 58 戸減少、減少率は 40.6%と高い。また、第２種兼業農家戸数を同様に比較すると 248 戸の減少、減少率 67.6%と激減している。

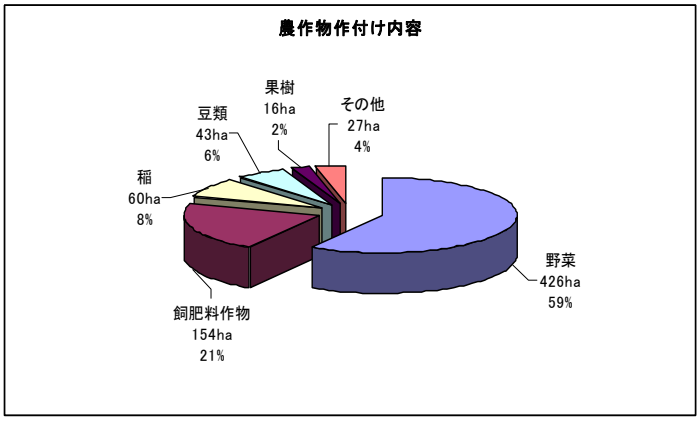
このことから、片品村の農業は限られた戸数の専業農家が中心となって維持している一方で、農業所得が少ない農家ほど農業をやめる傾向にあることが窺える。



※農業センサスデータをグラフ化

（２）作物別作付け延べ面積

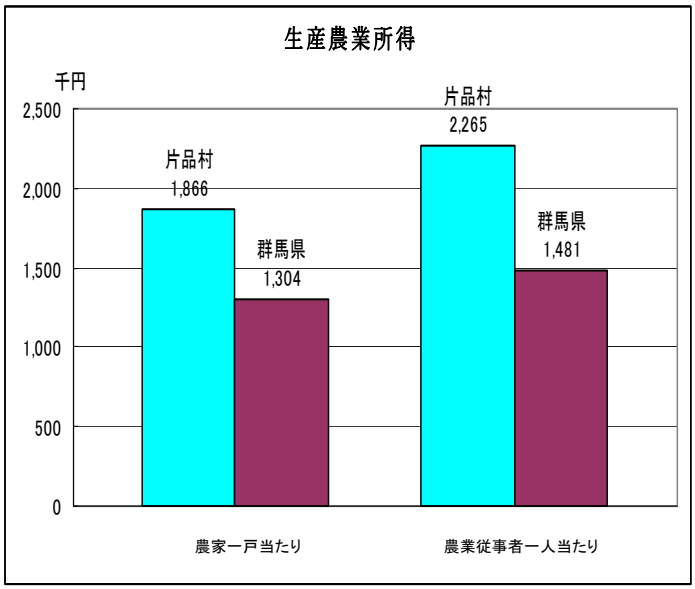
作付け延べ面積 726ha の大半は畑作であり、野菜が全体の約 6 割を占める。また、耕地利用率は 94.7%と県平均 91.8%を上回る。



※第 54 次群馬農林水産統計年報(平成 18 年～平成 19 年)データグラフ化

（３）生産農業所得

片品村と群馬県全体の生産農業所得を比較すると、農家一戸当たり、農業従事者一人当たりとも片品村が上回る。これは、片品村が県内の他市町村に比べて生産性の高い野菜生産農家の割合が高く、生産性の低い水田の割合が極端に少ないことに起因している。第 54 次群馬県農林水産統計年報によれば、片品村における野菜の農業算出額は 143 百万円であり、村全体の農業産出額 177 百万円の 81%を占める。



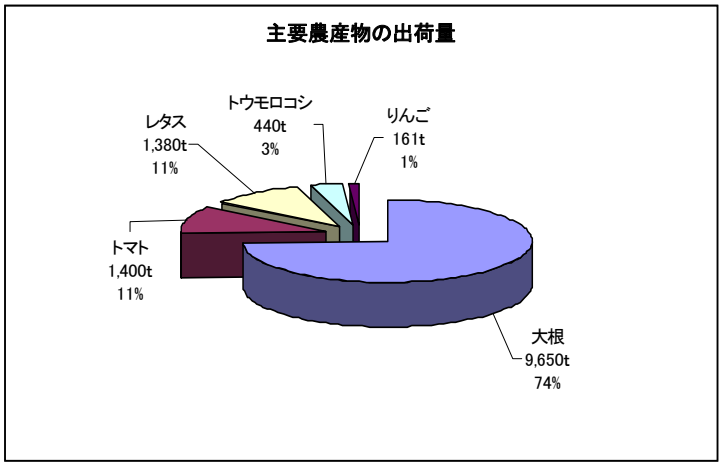
※第 54 次群馬農林水産統計年報(平成 18 年～平成 19 年)データをグラフ化

（４）主要農産物

片品村農産物の出荷量における上位５品目は、大根、トマト、レタス、トウモロコシ、りんごの順となり、特に５品目出荷量合計の 74%を占める大根は、県内市町村別順位で第１位の座にあり国の指定産地の指定も受け片品村の特産物となっている。

レタスは第４位であるが朝採り野菜として出荷シーズンには地域の雇用を創出している。また、近年トマトの生産が増えている。

一方、販売のための作付けはほとんどないが、昔から栽培されている大白大豆は味噌や豆腐、納豆などに加工されている。



※第 54 次群馬農林水産統計年報(平成 18 年～平成 19 年)データをグラフ化

主要農産物出荷量の県内（市町村別）順位

品　目	出荷量順位（県内市町村）
大　根	第１位
レタス	第４位
トウモロコシ	第６位
りんご	第９位
トマト	第 10 位

※第 54 次群馬農林水産統計年報(平成 18 年～平成 19 年)

（５）耕作放棄地率

「2005 年農林業センサス」によれば、片品村の耕作放棄地面積は 271ｈａ、同放棄地率は 40.4%であり、群馬県全体の 20.9%を大幅に上回る。しかし統計上、山林との境目となる土地が耕地としてカウントされていることも考えられるため、放棄地率が実態より高く算出されている可能性がある。

（６）林　業

林野面積は 35,983ｈａで、村の総面積の 92%を占める。所有構造は国有林 26%、会社林 62%、個人有林等 12%となっている。特産品として９戸ほどで舞茸を栽培している。

２．片品村内の農林業者に対するアンケート調査

◆片品村内の農林業者に対するアンケート調査のポイント

１．農業経営の課題は、(農産物)価格の低迷、資材の高騰、高齢化、後継者難、害獣被害等である。

２．経営改善の方向では、生産技術向上、新商品・高付加価値化への取組、共同直売所(直売所の集約)の設置、加工・販売等の多角化、共同化・集落営農等である

３．重点的取組み内容では、有機肥料投入、害獣被害対策、輪作による土壌改良、生産技術の向上による収量増加、尾瀬ブランド認定取得、消費者の好む品種導入、減農薬・無農薬栽培、インターネットを使った直販等である

４．農商工連携により地域資源(農産物・雪山・害獣・尾瀬等)をトータルで利用することにより、農業と観光業の融合を図り、魅力溢れる村づくりを実現する

（１）アンケート調査の目的及び調査の対象・方法

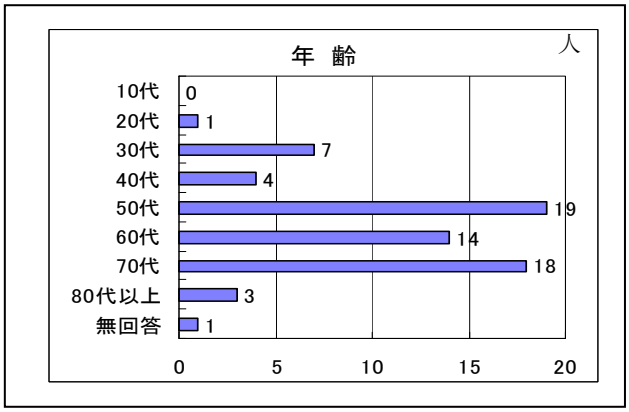
片品村に所在する農林業の実態を把握すべく郵送によりアンケート調査票329票を送付し67票の回答を得た（回収率20.4%)。残念ながら回収率が芳しくなかったため、この集計結果をもって片品村農林業の全体像とするには聊か問題もあるが、傾向の一端を推し量ることは可能と思われる。

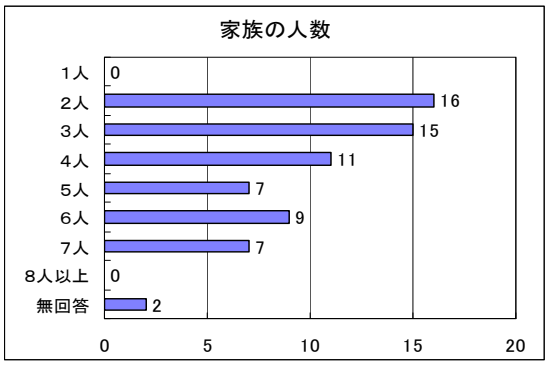
（２）属性（農林業者の概要）

①経営者の年齢・性別・家族人数

50代19人、70代18人、60代14人、40代４人、30代７人と、50代以上が７割を占め、男性が58人と８割強を占めている。

４～７人家族が50.6%と過半数を占める。２人家族が16人で23.9%、３人家族が15人22.4%%と小人数の家族構成である。

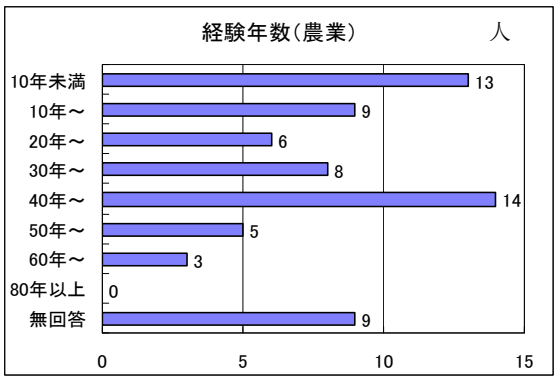


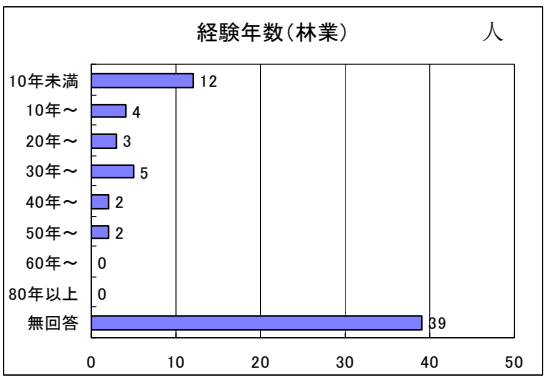


②経験年数（農業および林業）

農業で特に多いのは、40年～50年未満の１４人で20.9%、10年未満は13人で19.4%であり二極分化の傾向にある。

林業については、無回答が 39 人の 58.2%と多かったが、これは林業を兼業していない割合と推定できる。次に多かったのは 10 年未満で 12 人の 17.9%である。

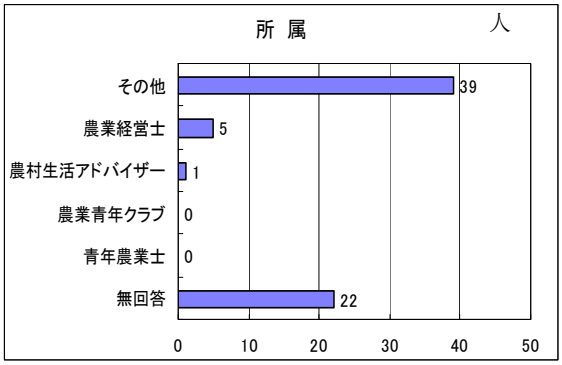


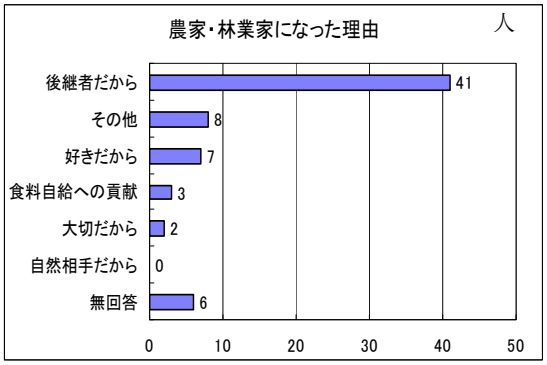


③所属および農家・林業家になった理由

所属は、その他が 39 人で 58.2%と最も多く、運転手、寺院住職などである。次は農業経営士で５名の 7.5%である。

就業の理由は、後継者が 41 人で 61.2%と過半数を占める。農業が好きで農家になった人は７人の 10.4%と少ない。



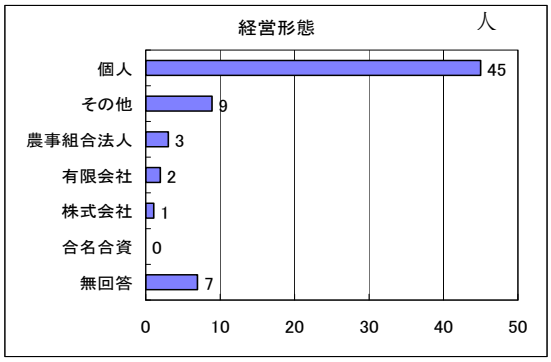


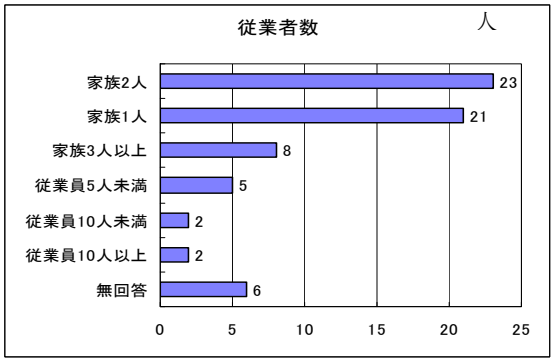
④経営形態・従業員数

個人経営が 45 人で 67.2%と圧倒的に多い。法人は６人で９％ある。

従業者数は家族２人が 23 人で 34.8%､家族１人が 20 人で 30.3%と両者を合わせると 65.1%を占める。

従業員を雇用しているのは９人で 13.5%である。





⑤経営の実態・経営実態の満足度・農業以外の職業

農業収入５割未満が 45 人の 67.2%、農業収入５割以上が９人の 13.4%、農業収入のみは４人で 6.0%の順である。

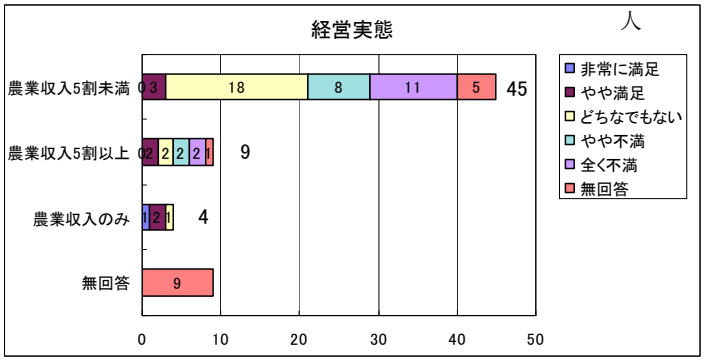
農業収入のみの４人のうち「やや満足」と回答したのは２人で 50%、「非常に満足」と回答した１名を入れると３人で 75%となり満足度は高い。

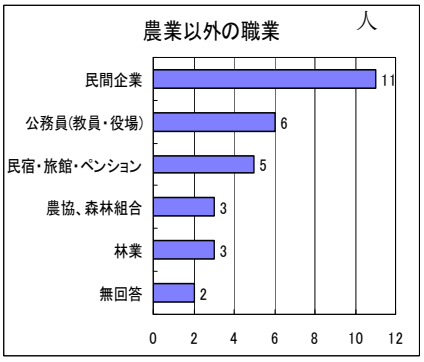
農業収入５割以上の９人のうち「やや満足」と回答したのは２人の 22.2%で満足度は低い。「やや不満」「全く不満」の合計は４人 44.4%と不満足度は４割を超えている。

農業収入５割未満の 45 人のうち「やや満足」と回答したのは３人の 6.7%で満足度は更に低くなった。「やや不満」「全く不満」の合計は 19 人の 42.2%と不満足度は４割を超え農業収入５割以上と同じ傾向となった。しかし、「どちらでもない」が 18 人の 40.0%と最多を占めている。

満足度は農業収入のみが最も高く、不満足度は農業収入５割以上で最も高く、農業収入５割未満ではない。現状を肯定も否定もしないのは農業収入５割未満である。

農業収入が５割未満の方で農業以外の職業について尋ねたところ、その他が 15 人で 33.3%と最も多く、内訳は自営業とスキー場が各２人、飲食業等であった。民間企業勤務は 11 人で 24.4%、公務員（教員、役場）が６人で 13.3%、民宿・旅館・ペンションが５人の 11.1%である。

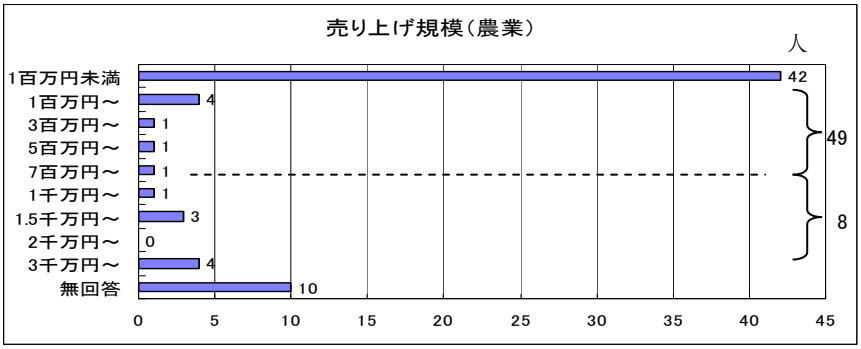




⑥農業の売上規模

100 万円未満が 42 人の 62.7%と圧倒的に多い。1000 万円未満は 49 人で 73.2%である。

比較的規模の大きい 1000 万円以上は８人で 12.0％である。



⑦主な生産物と規模（複数回答）

野菜が 39 人で 58.2％、米が 19 人で 28.4％、林地（杉以外）が６人で９％、花きが５人で 7.5％、林地（杉）が４人で６％、果樹が２人で３％である。

野菜の耕作面積は 10ａ未満が 15 人の 22.4％と最も多く、１ｈａ以上と 10ａ～20ａ未満が８人で 11.9％である。

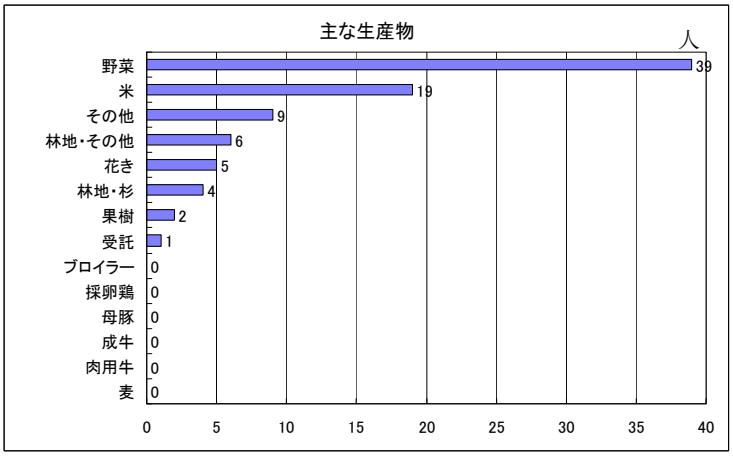
米の耕作面積は１ｈａ未満が 14 人で 73.7％と圧倒的に多い。果樹の耕作面積は 30ａ～50ａ未満と 50ａ～１ｈａ未満が２人で各 50％である。

花きの耕作面積は 10ａ～20ａ未満と 20ａ～30ａ未満が２人で各 40％である。

30ａ～50ａ未満が１人で 20％である。

林地（杉）は１ｈａ～５ｈａ未満が３人で 75％である。

林地（杉以外）は１ｈａ～５ｈａ未満が３人で 60％、である。１ｈａ未満と５ｈａ～10ｈａ未満が１人で各 20％である。



⑧野菜の主な作物と栽培方法（複数回答）

主な作物で多かったのはトウモロコシ、トマト、大根、花豆、大豆、レタスの順位である。

大根は６人で全員が露地栽培、肥料の使用について有機栽培は２人の 33.3%である。

花豆は６人で全員が露地栽培、肥料の使用について有機栽培は２人の 33.3%である。農薬の使用について無農薬栽培は２人で 33.3%、減農薬栽培は１人 16.6%である。

大豆は５人で全員が露地栽培、肥料の使用について有機栽培は２人の 40%である。農薬の使用について無農薬栽培は０人で０％、減農薬栽培は１人で 20%である。大豆は花豆に比べ害虫が多く無農薬栽培は難しいと推定される。

トマトは８人で露地栽培と施設栽培が各４人の 50%である。肥料の使用について有機栽培は２人の 25%である。農薬の使用について無農薬栽培は１人で 12.5%、農薬栽培は２人で 25%である。

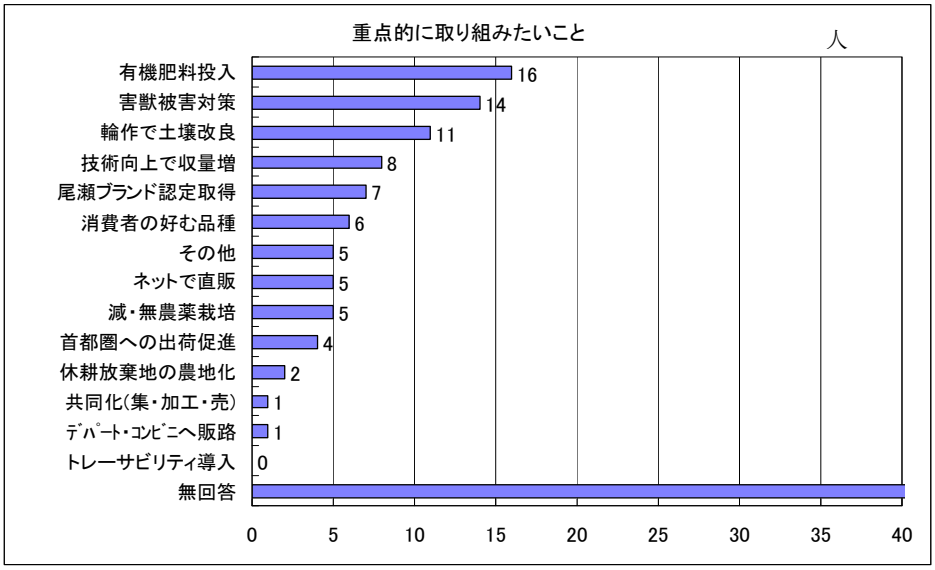
トウモロコシは 12 人で全員が露地栽培、肥料の使用について有機栽培は４人の 33.3%である。農薬の使用について無農薬栽培は２人で 16.6%、減農薬栽培は４人で 33.3%である。

レタスは２人で全員が露地栽培、肥料の使用について有機栽培は１人の 50%である。農薬の使用について無農薬栽培は０人で０％、減農薬栽培は２人で 100%である。

⑨経営の重点的取組み（複数回答）

経営で重点的に取組みたいことは有機肥料投入が 16 人、害獣被害対策が 14 人、輪作で土壌改良が 11 人、技術向上で収量増８人、尾瀬ブランド認定取得は７人、消費者の好む品種が６人、減・無農薬栽培、ネットで直販が５人などである。

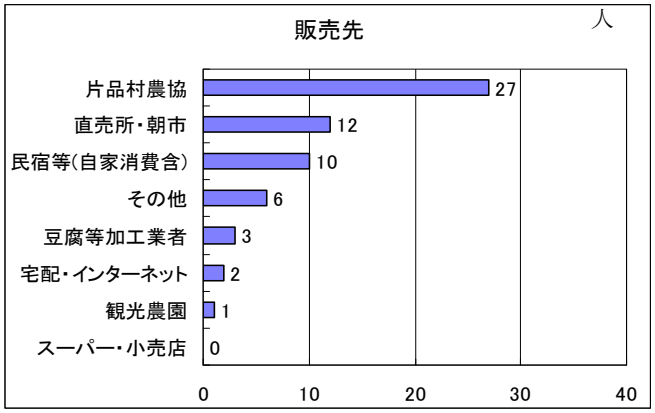
やはり土地の地力向上、土壌改良が大部分であるが、中山間地に特有な猪、鹿などの害獣被害の深刻さが窺える。



（３）販売の実態

①販売先（複数回答）

片品村農協が 27 人、直売所・朝市が 12 人、民宿等（自家消費含む）が 10 人、その他が６人で市場、自家用、豆腐等加工業者が３人、宅配・ネット販売が２人、観光農園が１人である。



②販売先別の生産品

片品村農協向けにはトウモロコシとレタスが２人、トマト、アスパラ、大根、大豆、茗荷、花豆各１人である。

直売所・朝市向けにはトウモロコシが２人、リンゴ、舞茸が各１人である。

民宿等（自家消費含む）向けにはトウモロコシが３人、大豆、野菜が各２人、茄子、大根、トマト、小豆、レタス、米が各１人である。

観光農園向けには茸が１人である。

豆腐等加工業者向けは大豆２人である。

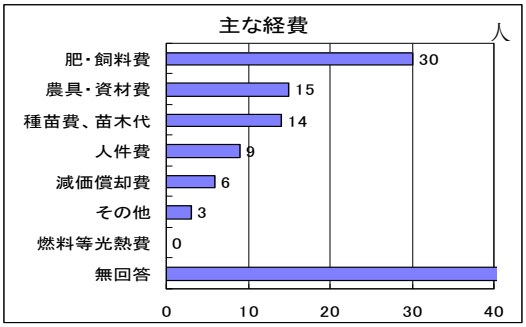
③直売所・朝市に販売している人の抱える経営課題

販売額減少の対策、売れ残り品対策、野菜の期間限定対策が各３人、特徴ある加工品作り、品揃えの強化が１人である。

（４）経営状況

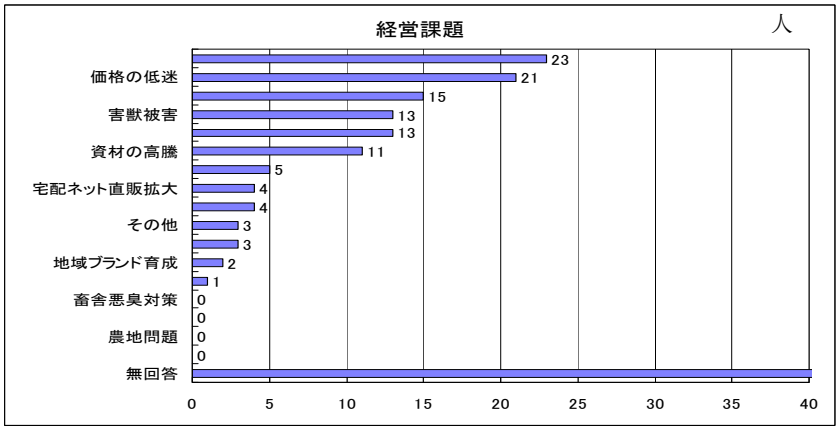
①主な経費（複数回答）・投資額・減価償却額・借入金有無

経費の主なものは、肥・飼料費が 39.0%、農具資材費が 19.5%、種苗費、苗木代が 18.2%、人件費 11.7%の順である。



②主な経営課題（複数回答）

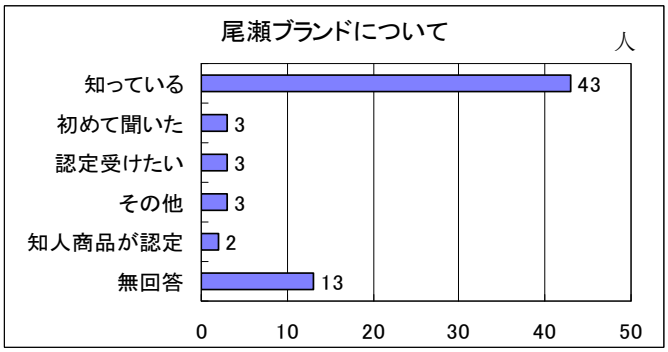
「高齢化」19.5%、「価格の低迷」17.8%、「後継者」12.7%、「利益確保」11.0%、「害獣被害」11.0%、「資材の高騰」9.7%となっている。



（５）尾瀬ブランド

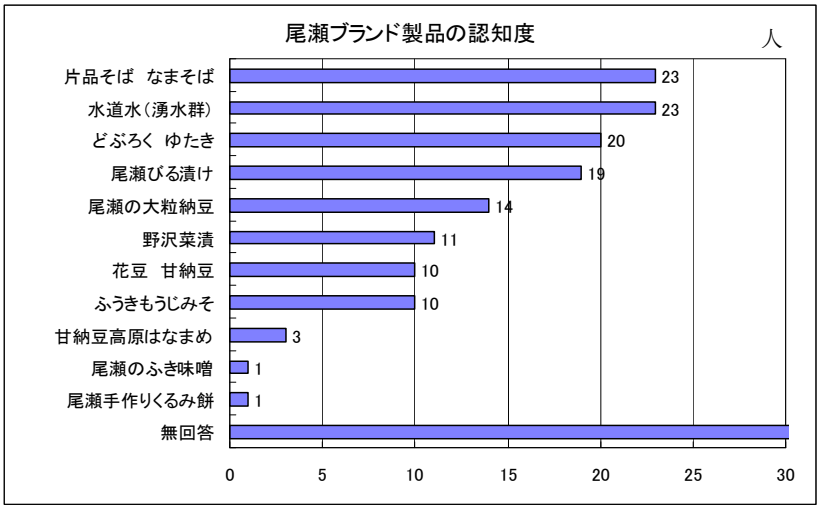
①ブランドの認知度

「知っている」64.2%が「初めて聞いた」4.5%を大きく上回っている。



②具体的な製品の認知度

「水道水（湧水群）」と「片品そば　なまそば」17.0%、「どぶろく　ゆたき」14.8%、「尾瀬びる漬け」14.1%、「尾瀬の大粒納豆」10.4%である。

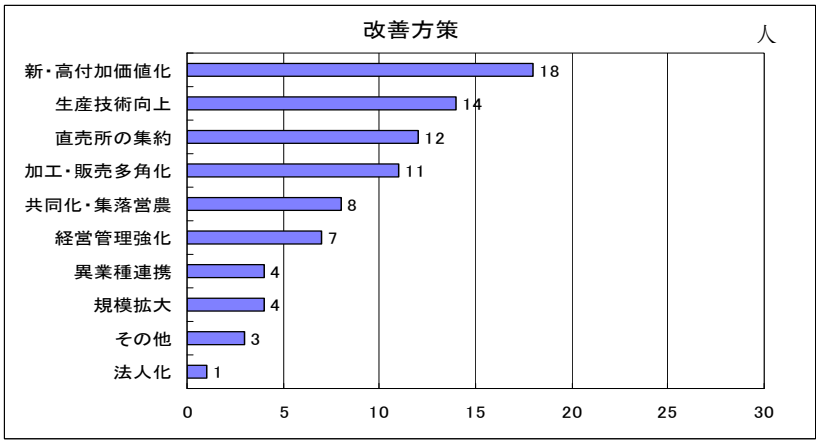


③自分の商品も認定を受けたいと回答した理由

「全国に知られた尾瀬の知名度が生かせる」「農産物を加工して付加価値を上げたい」とも 33.3%である。

（6）改善方策

「新商品・高付加価値化の取組」26.9%、「生産技術向上」20.9%、「共同直売所（直売所の集約）」17.9%、「加工・販売等の多角化」16.4%、「共同化・集落営農」11.9%の順である。



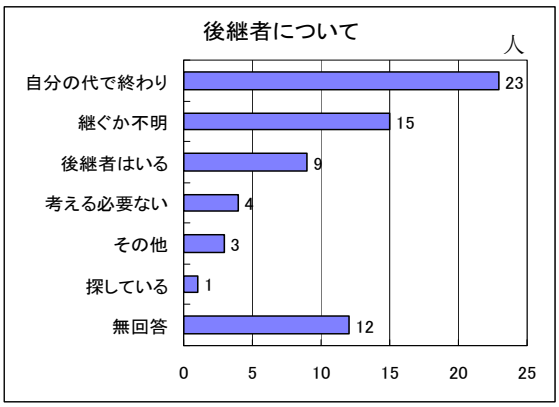
（7）今後の経営

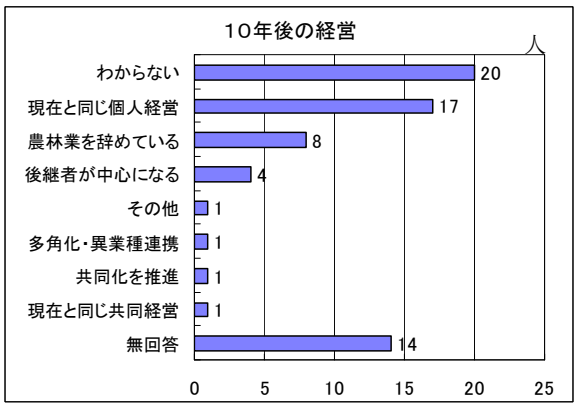
①後継者

「自分の代で終わり」34.3%、「後継者は居るが継ぐか不明」22.4%、「後継者は居る」13.4%、の順となっている。「自分の代で終わり」と答えた比率が最も多かった。その理由については「収入が低くて勧められない」65.2%、「体力的にきつくてとても勧められない」13%の順である。

②10 年後の見通し

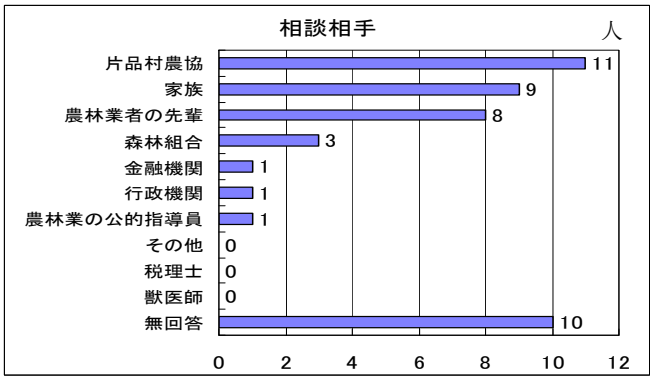
「わからない」29.9%、「現在と同じ個人経営」25.4%、「農林業を辞めている」11.9%の順である。「その他」に「農なし」という意見があったが農林業の将来に展望が見えないことを象徴的に表している。





③経営の相談相手

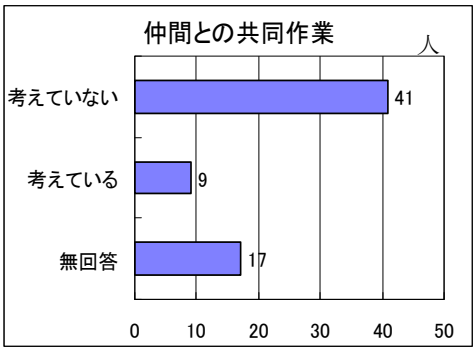
「相談相手居る」22 名である。(相談相手は「農協」11 名、「家族」9 名、「農林業者の先輩」８名、「森林組合」３名、「農林業の公的指導員」・「行政機関」「金融機関各１名)、「相談相手無し」29 名（その理由は「経営センスを持つ知合いが居ない」７名、「信頼できる知合いが居ない」６名）

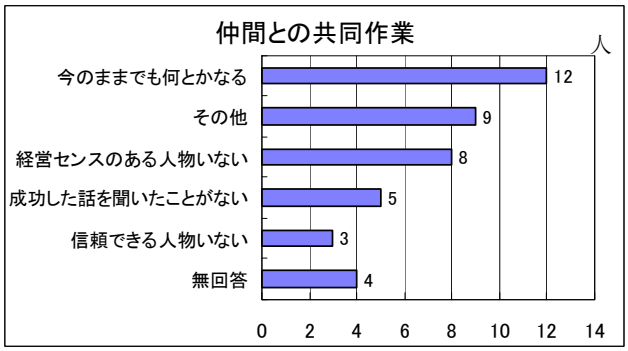


④仲間との連携

「付加価値を上げるため仲間と協同でやることを考えている」９名、その事業は「勉強会実施」3 名、「集配・出荷」「販路開拓」「加工所経営」「直売所経営」「研究機関と共同研究」各１名などが理由である。

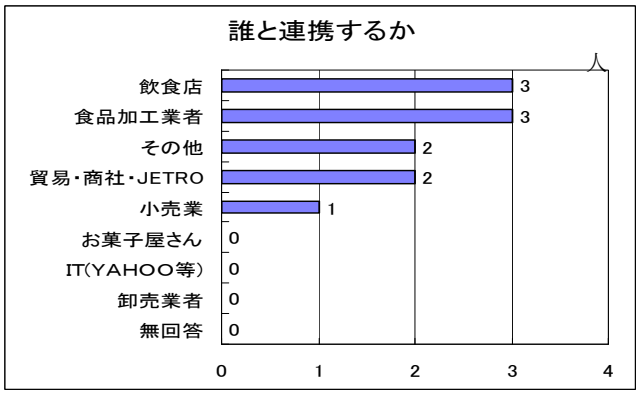
「付加価値を上げるため仲間と協同でやることを考えていない」４１名、その理由は「今のままでも何とかなるので必要性を感じない」12 名、「身近に経営センスを持つ知合いが居ない」８名、「成功した話を聞いたことがない」5 名、「身近に信頼できる知合いが居ない」３名。





⑥他業種との連携

「他の業種との連携を考えている」11 名である。（連携相手は「食品加工業者」「飲食店」3 名、「貿易・商社・JETRO」２名、「小売業」１名）、「連携は考えていない」36 名）



（８）国、県、村、農協等への期待や自由意見

・雑木林を増やしていく。休耕田、畑を無料で貸す。

・農林業に係る仕事をしていません。

・寺院檀徒の方と相談してよい林になるように諮っていくつもりです。山林１０町歩位ある。

・動物の被害が多すぎるのでその対策をし欲しい。

・農林業はやっていません。（サラリーマンです）

・生かさず殺さずはやめてもらいたい。自分の生産物を自分で決められるようにしたい。（値段）

・国で安定した小売業をして欲しい。

・国の農業予算を増やす。現状では農業は更に衰退する。食料自給率の向上は国の大胆な施策なくして達成は無理。

・日本の食育活動をもっと広め国内農産物の消費を拡充させる。

・生産者個々各自が安全安心な農産物の供給に努める。

・産地ブランドの農産物を生産できるよう生産者全体で取組む。

・国→輸入の制限。

・県→件の特産品の開発、県レベルのアピール、設備費の補償。

・村、農協、森林組合→栽培マニュアルの作成配布。

・有料栽培者、経営者のスタイルの情報を知りたい。

・山間地、小規模でも経営できるような支援を。

・現在のＪＡは農家のためのＪＡではない。

・商品を見た目で決められているのが現状。

・農林業やっていません。

・林の間伐をしたいが自力では無理。

・何か良い方法はないか。（今は放置状態です）

・私は農家ではないのでわかりません。

・農林業に従事していませんので、ほとんどの項目について回答できません。

（９）所見

この「片品村農林業に関するアンケート」調査票は、片品村農協の協力により組合員（正・准組合員）を対象に郵送した。

片品村の農家戸数は統計資料に見られるように 477 戸であるが、25 戸の専業農家を中心に野菜(大根、トマト、レタス、トウモロコシ等)や果樹(りんご等)を栽培し、農業所得以外に比重を移している 204 戸の兼業農家(第 1 種・第 2 種)が副業的に農産物を栽培し、残りの 248 戸の農家は農地を維持し何らかの農産物を栽培している小規模の自給的農家である。

経営実態に対する質問で「農業収入のみ」6%と、「農業収入 5 割以上」13.4%を合計しても 19.4%と低い。

この割合を村内総農家戸数 477 戸に乗じると 92 戸となり、専業農家と第 1 種兼業農家の合計戸数 100 戸に近い数値になる。また、売上規模に対する質問で「1,000 万円以上」と回答した人を合計すると 10.5%となり、村内総農家戸数 477 戸にこの割合を乗じると 50 戸となり、専業農家 25 戸と第 1 種兼業農家 85 戸の内約 3 割を合計した戸数となる。

今回のアンケート調査は回収率が 20.4%と低い水準となったが、農家の経営実態(農業収入)や売上規模に関するアンケート集計結果を元に類推した農家戸数と、統計資料による農家戸数と比べても誤差が少ないことが窺える。

また、農業収入が 5 割未満と答えた人の職業では、「民間企業」24.4%、「公務員」13.3%、「民宿・旅館・ペンション」11.1%であり、合計すると 48.8%となりアンケートの設問に対して無回答の割合が高くなった。統計上、村内農家の 52%が自給的農家であるので、村内の農家実態と比べてアンケート集計結果に誤差が少ないことが窺える。

農業経営者の年齢は 50 代以上が 7 割を占め高齢化しているものの、経験年数は 40～50 年未満が 20.9%、10 年未満も 19.4%となり、30～40 代の後継者も存在することが窺える。

経営形態は個人経営が 67.2%と圧倒的に多くなっているが、従業員を雇用している農業法人等も 13.5%と僅かだが存在する。

農業収入では 5 割未満が 67.2%、5 割以上が 13.4%、農業収入のみが 6%となるが、満足度では農業収入のみが最も高く、やや満足と非常に満足を合計すると 75%となる。農業収入が 5 割以上と 5 割未満では不満の割合が高いが、農業収入 5 割以上の方が不満の割合が高い。

売上規模では、100 万円未満が 62.7%と圧倒的に多くなっているが、1,000 万円以上も 12%、2,000 万円以上 3,000 万円未満の高収入を得ている農業者も 6%存在する。

主な生産物では野菜が 58.2%、米が 28.4%、林地・その他９%、花き 7.5%、果樹６%の順となり、耕作面積では全体的に米、果樹の順に規模が大きくなっているが、野菜では小規模から大規模まで分かれている。

野菜の栽培方法では、トマトを除いて路地栽培がほとんどである。各作物とも多くの農業者が有機栽培に取組んでおり、減農薬、無農薬で栽培している様子も窺える。

経営の重点的取組みでは、有機肥料投入、害獣被害対策、輪作で土壌改良、技術向上で収量増やす、尾瀬ブランド認定取得、消費者の好む品種、減・無農薬栽培、ネットで直販などが挙げられている。

販売先では農協が圧倒的に多くなっているが、次いで直売所(朝市)、民宿等となる。

経営課題では高齢化、価格の低迷、後継者、利益確保、害獣被害、資材の高騰等となっている。

尾瀬ブランドについては 64.2%が認知しているものの、具体的な製品の認知度は 10.4%～17.0%と低い。

農業の改善方策では、新商品・高付加価値化の取組、生産技術向上、共同直売所(直売所の集約)、加工・販売等の多角化、共同化・集落営農等があげられている。

後継者については、「自分の代で終わり」と答えた人が 34.3%と最も多く、「後継者は居るが継ぐか不明」が 22.4%、一方「後継者は居る」と回答したのは 13.4%に止まっている。

林業は片品村役場資料によれば個人有林等が約 1 割であり、アンケート集計結果では林業の経験年数に対する質問で「経験あり」と回答した割合は約 4 割となる。自由意見でも「林の間伐をしたいが自力では無理」「何か良い方法はないか。今は放置状態」等の声が寄せられており、農業問題と同様に深刻な状態にあることが窺える。

（１０）アンケートから判断できる今後の農林業経営の課題

① 片品村農林業の主な経営課題

農産物価格の低迷により農家所得は厳しい経営環境にあるが、昨年は更に資材・肥料の急激な高騰も加わり、政策的な対応に委ねなければならない状況に陥った。現在、資材等の高騰はやや落ち着きを取り戻しつつあるが、かつての価格水準にもどるのは難しい情勢にある。また、構造的に高齢化が進み、所得水準の悪化等から後継者難も解消できない現状にあることが窺える。害獣による被害も急増しており対策が求められている。

② 経営改善の方向

生産技術の向上、新商品・高付加価値化への取組み、共同直売所（直売所の集約）の設置、加工・販売等の多角化、共同化・集落営農等が考えられるが、これらの対応を進めるには村役場ＪＡ等による組織的な支援体制が必要となる。

③ 重点的取組内容

有機肥料投入、減農薬・無農薬栽培、輪作による土壌改良、生産技術の向上による収量の増加等が回答されているが、これらへの取組みを農家単位で行うことは大変難しいと思われる。

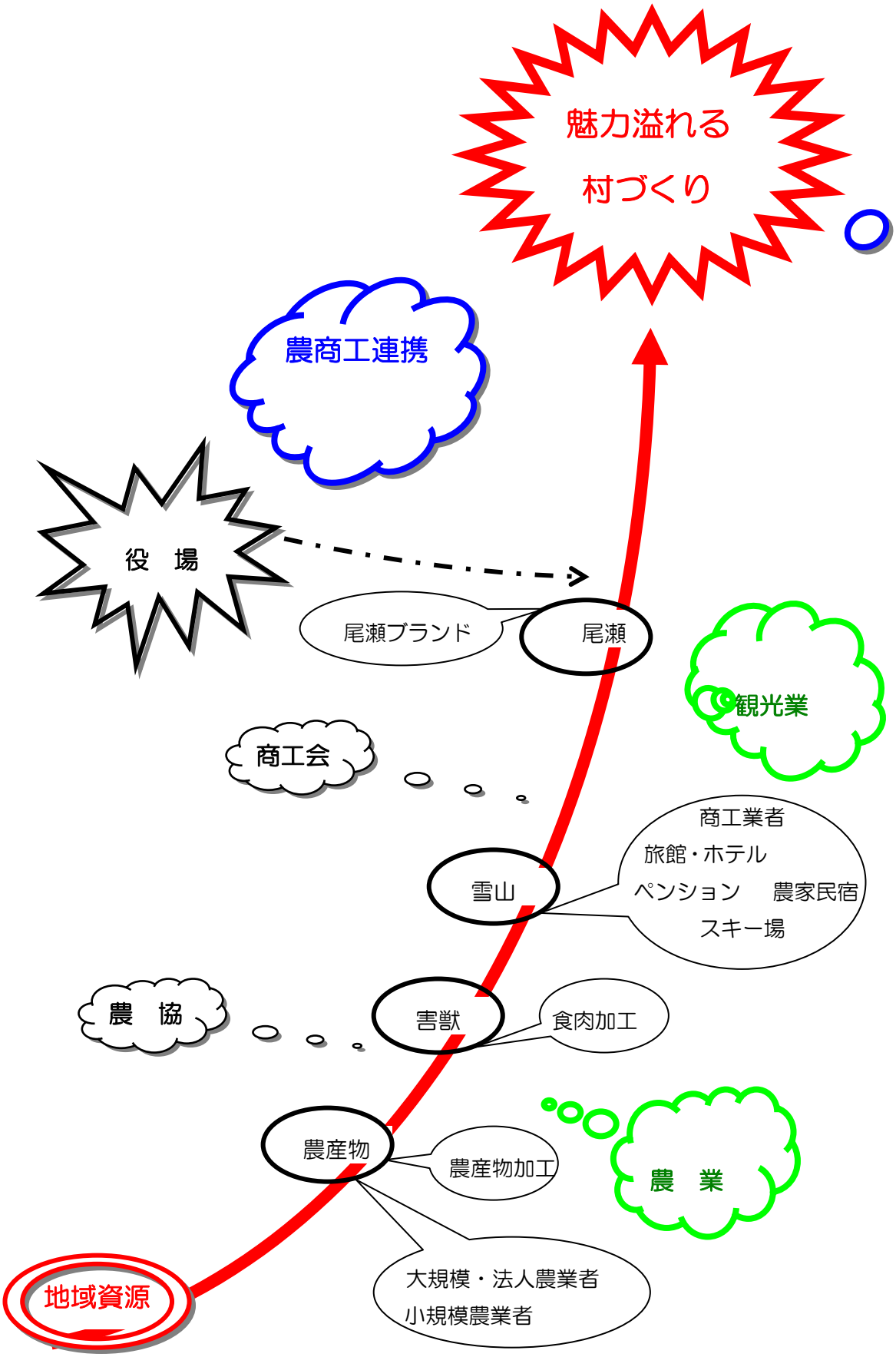
すでにＪＡ等で取組んでいるものもあるが、有機肥料の投入では、農水省が 2008 年度に始めた「地域有機農業推進事業」（有機農業モデルタウン）などを活用して村役場やＪＡ、農家等が連携して取組み、消費者の理解を得ることにより地域ぐるみの運動とすることが大切である。

また、回答の中には村役場が中心となって取組んでいる「尾瀬ブランドの認定取得」があるが、農商工連携等連携促進法の活用等により一層の取組み強化が期待される。さらに、「インターネットを使った直販等」も回答され、すでに農協でも実施しているところだが、一層の充実・強化が望まれる。

④ 農商工連携により地域資源の全利用に取組み魅力溢れる村づくりを実現

片品村は中山間地域にあたるが、大規模・法人農業者では首都圏に向けた販促上の有利性を活かすことができ、また兼業農家や民宿農家等では村内において地産地消の実践を通じて食の循環に貢献できる。また、農産物の加工だけでなく農家が困っている害獣を食肉として加工することも可能と考えるので、尾瀬ブランドづくりの一環として取組むことも課題である。

多様な農林業者と村役場、農協、商工会、民宿・旅館・ペンション・ホテル、地域の商工業等が連携することにより、農業と観光業を中心とした魅力溢れる村づくりが実現されることを期待したいものである。


魅力溢れる
村づくり
農商工連携
役　場
尾瀬ブランド
尾瀬
観光業
商工会
商工業者
旅館・ホテル
ペンション　農家民宿
スキー場
雪山
農　協
害獣
食肉加工
農産物
農産物加工
農　業
大規模・法人農業者
小規模農業者
地域資源

第３章　片品村観光業の現状と課題

１．統計資料等に見る片品村観光業の実態

（１）観光資源

片品村内には、尾瀬国立公園を初め、日光金精峠から続く日本ロマンチック街道の丸沼高原リゾートと武尊山周辺の、３つの大自然エリアがある。そのエリアに７つのスキー場と３つの温泉があり、スキー、ハイキング、登山等の観光客が訪れる。

近年の人気スポットとしては、ゲレンデが夏の間だけ広大なゆり園になる「尾瀬岩倉ゆり園」、平成 10 年にオープンした「花の駅・片品」内の日帰り温泉「花咲の湯」、白根山山頂標高 2,000m にある「天空の足湯」などが挙げられる。

スキー客の多い片品村では、多くの農家が冬場に民宿や旅館を営んでいる。夏場の観光客を呼ぶためのグリーンツーリズム企画他、農家への転業・移住を計画している都会人へ田舎暮らしの支援をする「農家民宿縁組制度」を、片品村農協と一体となって行っている。

また、片品村には古くから京都・関東と奥州を結ぶ会津街道が通っており、それに関わる伝承や史跡がある。

「尾瀬ケ原」

「尾瀬岩倉ゆり園」

花の駅「花咲の湯」

白根山頂「天空の足湯」

（２）観光業の件数

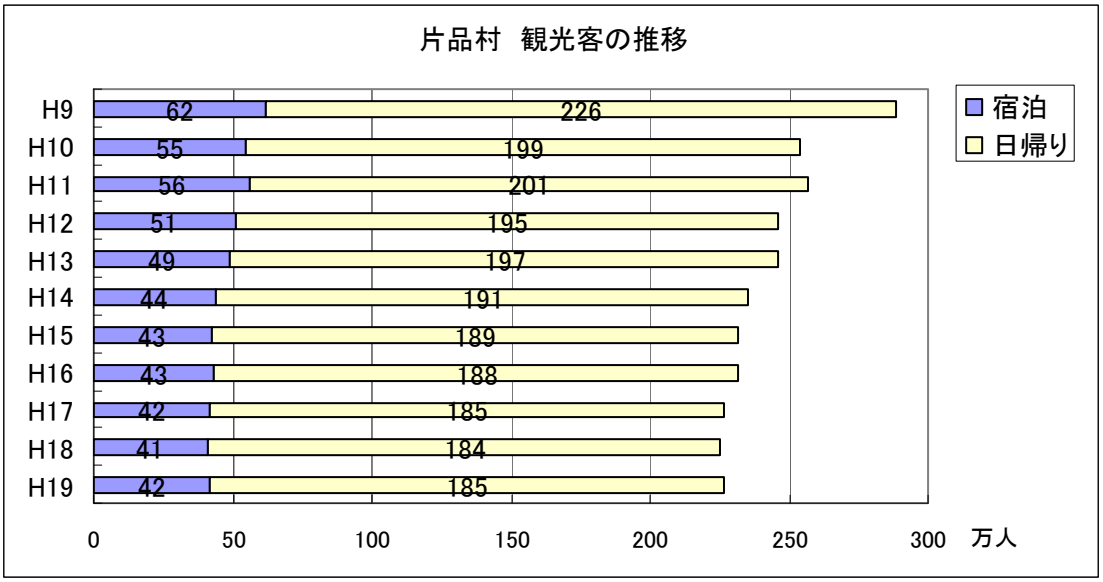
片品村内には、旅館、民宿、ホテル、ペンション・ロッジ、山小屋、合計 267 軒の宿泊施設がある。「農協民宿」には 81 軒が加入し、内 23 軒は農業体験民宿である。また民宿・ペンション直営のテニスコート約 100 面、フットサルコートが整備されている。

観光客収容能力　　出典：片品村観光協会（平成 20 年 1 月 1 日現在）（単位：軒、人）

区分	旅館	民宿	ホテル	ペンション・ロッジ	山小屋	計	内 温泉付き
軒数	45	82	14	112	14	267	92
収容人数	2,704	3,402	1,622	4,018	1,302	13,048	5,026

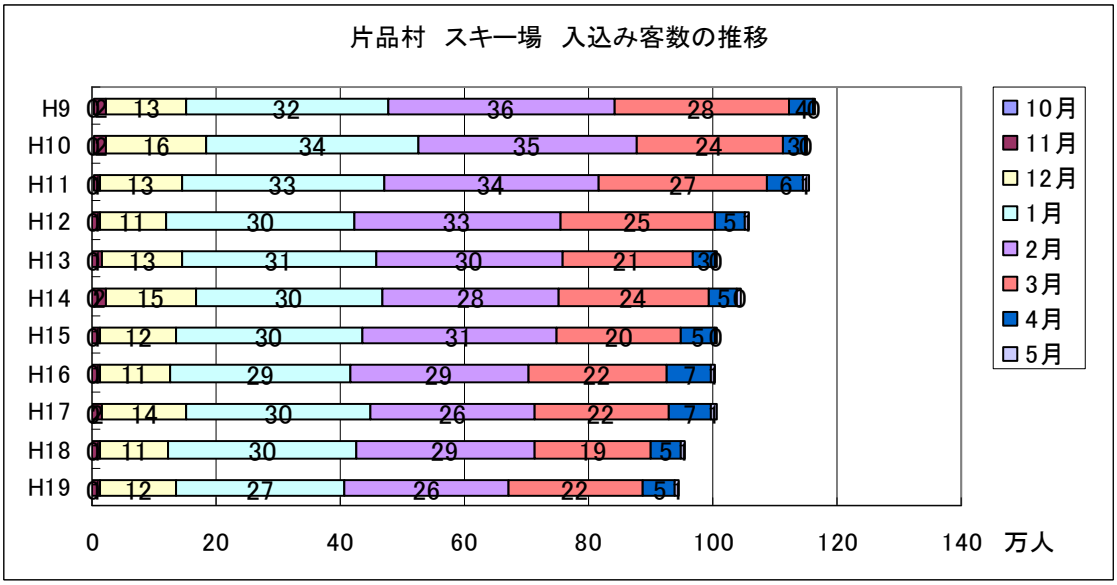
（３）片品村観光客の推移

平成 19 年片品村を訪れた観光客数は 226.9 万人で、日帰り客が 185.1 万人、宿泊客が 41.7 万人である。平成 4 年以降観光客は減少を続けており、宿泊客は平成 2 年の約半分、日帰り客は平成 4 年と比べ約 100 万人減少している。尾瀬も平成 17 年度は 31.7 万人と年々減少している。



（４）片品村スキー場入込客数の推移

80 年代のスキーブーム、90 年代のスノーボードブームが去り、また地球温暖化による雪不足などが影響し、スキー客は減少の一途を辿っている。



２．片品村内の民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査

◆片品村内の民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査のポイント

１．主な経営課題は、冬場の客数減、通年での集客、高齢化、料金低迷、資材高騰、適正利益確保

２．経営改善の方向は、新サービス・高付加価値化の取組、地産地消、共同利用、接客技術向上、ＩＴの活用、営業力強化、マーケティングや経営管理の強化

３．グリーンツーリズムへの取組を強化

４．地区内・地区間・同業者・異業種・官民等の連携により村を挙げて村おこし的取組を実践

（１）アンケート調査の目的及び調査の対象・方法

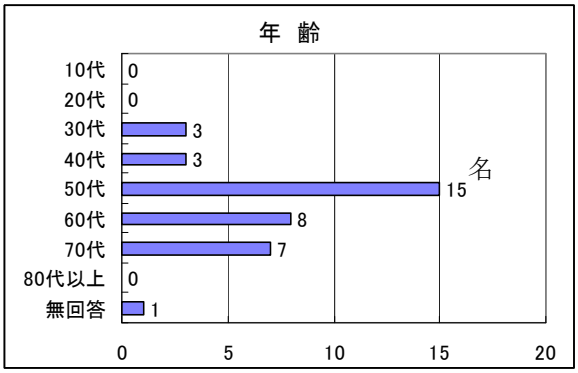
片品村に所在する民宿・旅館など宿泊業の実態を把握すべく郵送によりアンケート調査票 226 票を送付し 37 票の回答を得た（回収率 16.4%）。残念ながら回収率が芳しくなかったため、この集計結果をもって片品村宿泊業の全体像とするには聊か問題もあるが、傾向の一端を推し量ることは可能と思われる。

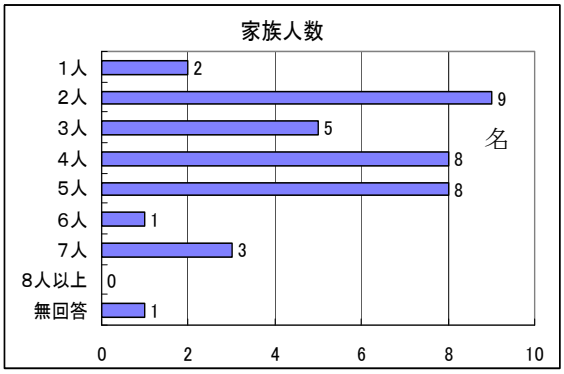
（２）属性（宿泊業事業者の概要）

①経営者の年齢・性別・家族人数

50 代 15 名、60 代 8 名、70 代 7 名、40 代・30 代各 6 名と、50 代以上が 8 割近くを占め、男性が 31 名と 8 割強を占めている。

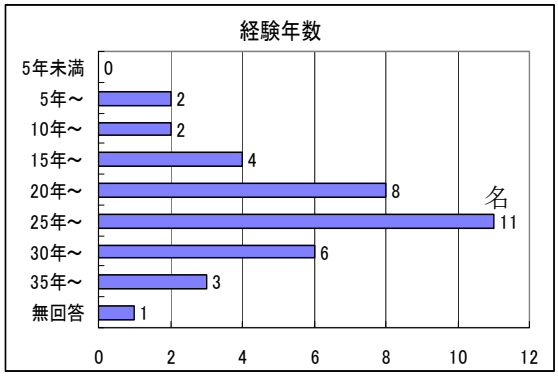
4～7 人家族が 54.1%と多いが、1～3 人家族も 43.2%と相当な割合となっている。

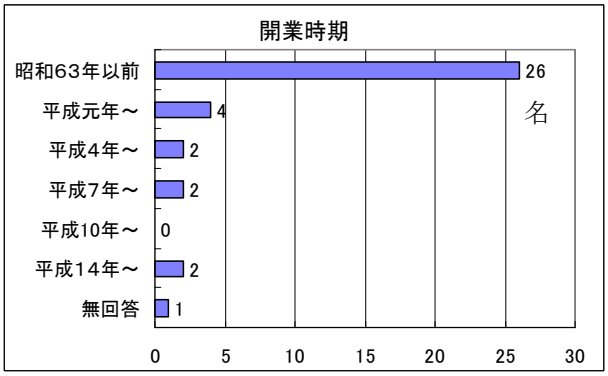




②経験年数・開業時期

開業が昭和 63 年以前、経験 20 年以上が 8 割近くで、それ未満の平成になってからの開業は 2 割程度。大半はスキーブームの昭和 50 年代の開業と思われる。

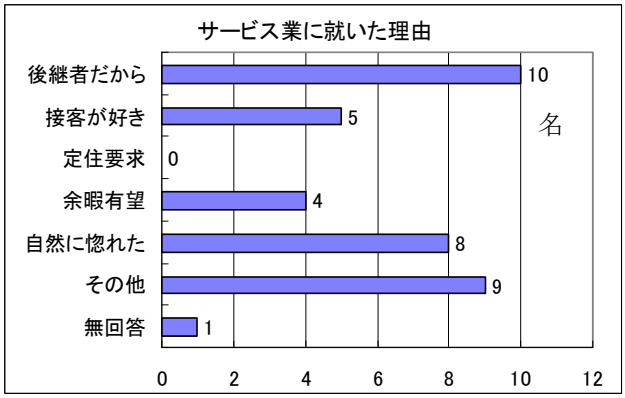


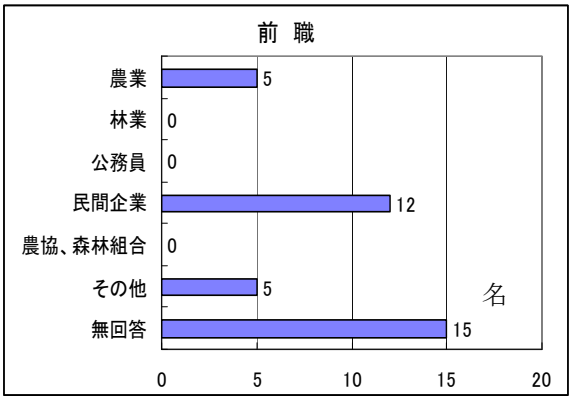


③宿泊業に就いた理由等

「後継者だから」が 10 名で最も多いが、「自然に惚れこんだから」が 8 名、「接客が好きだから」が 5 名、「余暇時代に有望だから」が 4 名と、初代経営者らしい就業理由が多い。

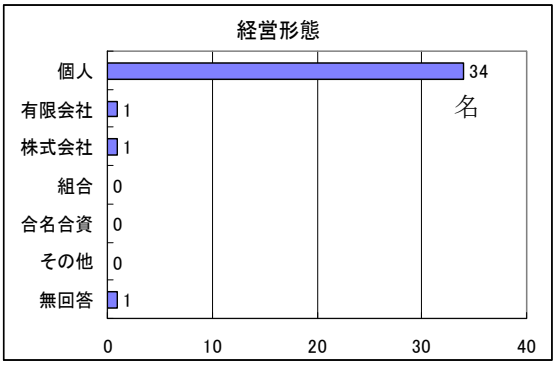
経営者の大半は初代、つまり、かつての新規開業者と思われるが、宿泊業開業以前の職業は民間企業 12 名、農業 5 名、その他 5 名となっている。

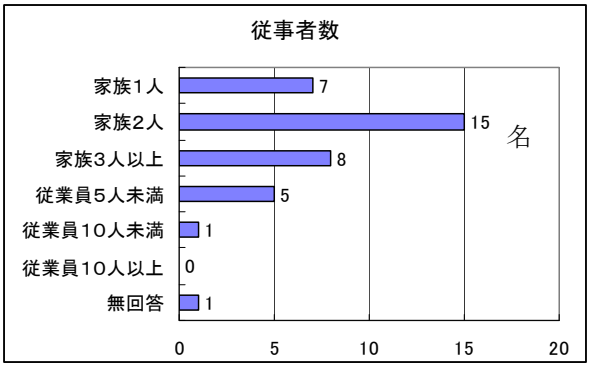




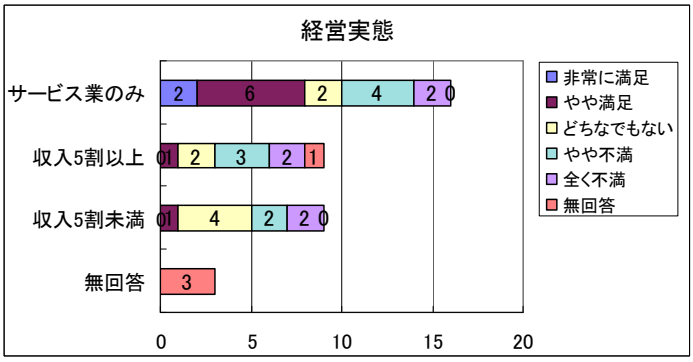
④経営形態・従事者数等

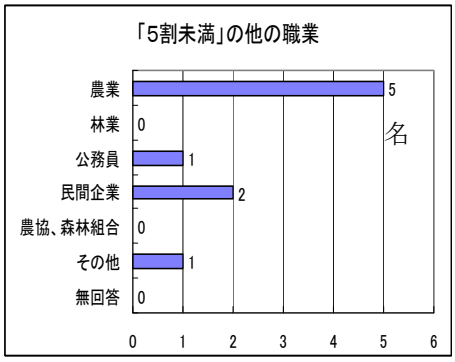
個人経営が 9 割、法人が 2 社。家族経営が 81.1%、従業者数 5 人未満が 13.5%である。





宿泊業専業が 43.2%、兼業だが宿泊業収入 5 割以上が 24.3%、5 割未満が 24.3%。また、専業者の経営満足度は比較的高いが、兼業者の満足度は低い傾向にある。なお、宿泊業収入 5 割未満の兼業者が従事する他の職種は、農業 5、民間 2、公務員・その他 2 の順である。

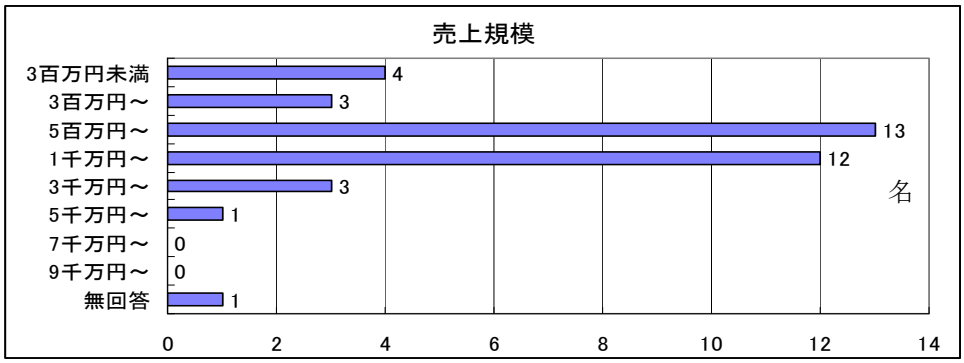




⑤売上規模

「500 万円～1,000 万円未満」が最も多く 13 名、次いで「1,000 万円～3,000 万円未満」が 12 名

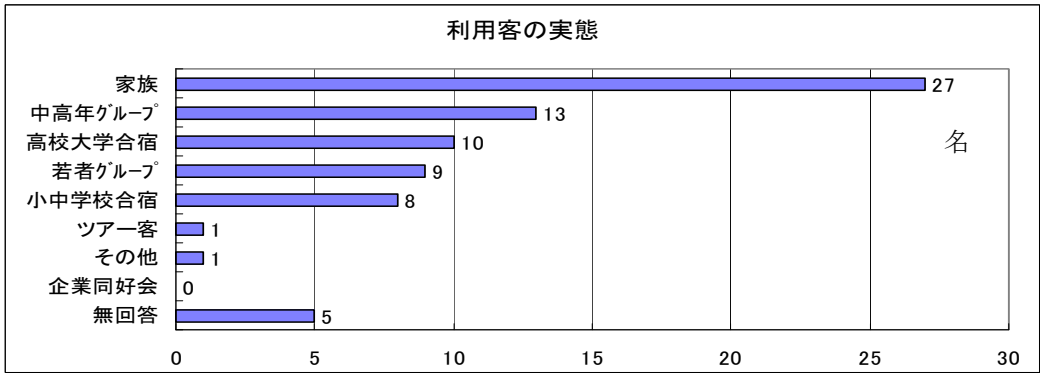
と、この辺りが平均的水準と思われ、「3,000 万円以上」が 3 名存在する反面、「300 万円～500 万円未満」が 3 名、「300 万円未満」が 4 名存在する。



（３）利用客の実態

①客層と主な地域（いずれも複数回答）

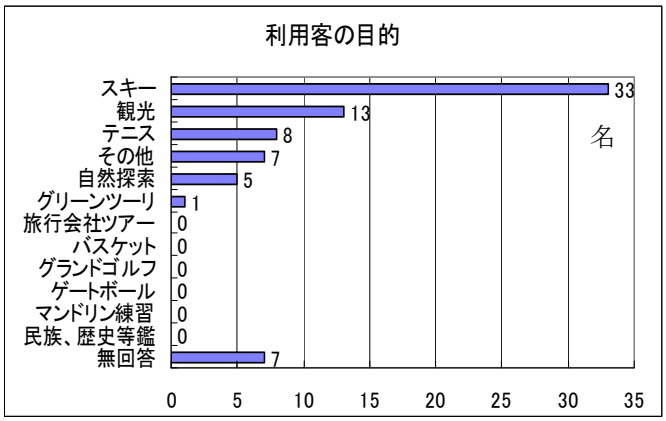
家族連れが 36.5%、中高年グループが 17.6%、高校大学合宿が 13.5%、若者グループが 12.2%、小中学校合宿が 10.8%の順で、それらの殆どが関東地方の客である。

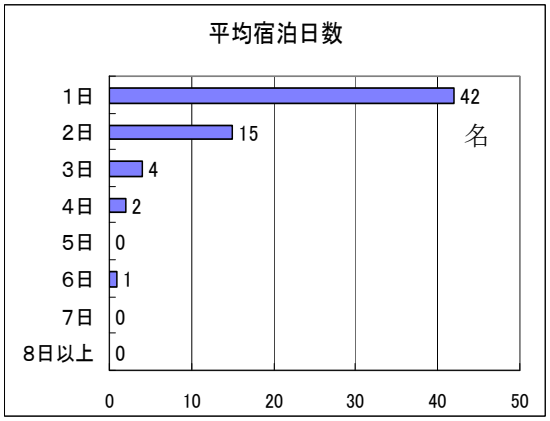


②利用目的と平均宿泊日数

主な利用目的(複数回答)で最も多いのは今なおスキーで 89.2%、次いで観光 35.1%、テニス 21.6%（その他のスポーツ等合宿を含めると 35.1%）、自然探索 13.5%の順だが、グリーンツーリズムと答えたのは 2.7%と極めて少なくなっている。

平均宿泊日数は、いずれの利用目的とも 1～2 日が大半となっている。





（4）経営状況

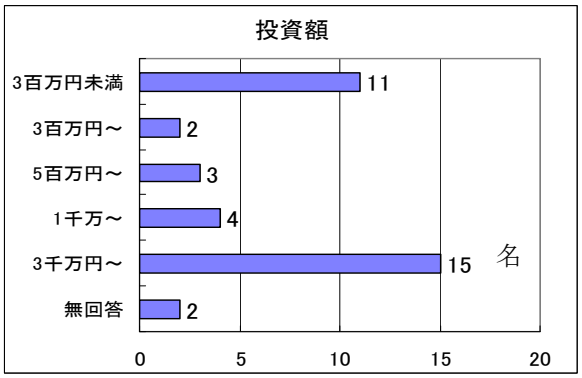
①主な経費（複数回答）・投資額・減価償却額・借入金有無

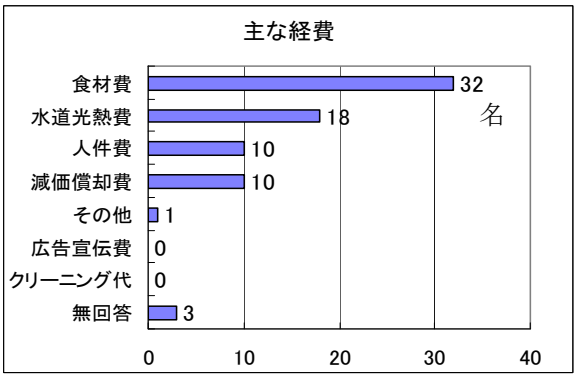
経費の主なものは、37 名の内、食材費に 86.5%、水道光熱費に 48.6%、減価償却費に 27.0%、人件費に 27.0%が回答している。

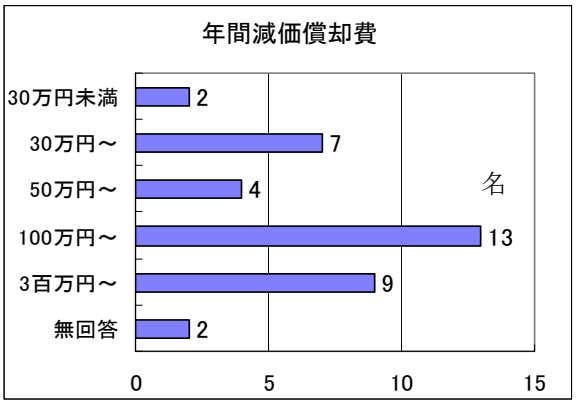
投資額は、3,000 万円以上が 40.5%、1,000 万円以上が 10.8%、300 万円～1,000 万円未満が 13.5%、300 万円未満が 29.7%である。

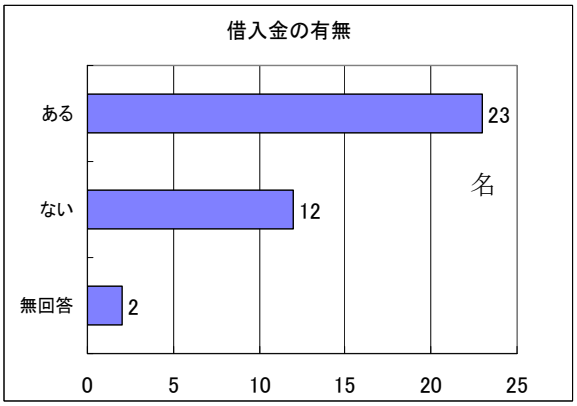
年間減価償却額は、100 万円～300 万円未満が 35.1%、300 万円以上が 24.3%、50 万円～100 万円未満が 10.8%、50 万円未満が 24.3%である。

借入金は過半数の企業が抱えている（62.2%）。



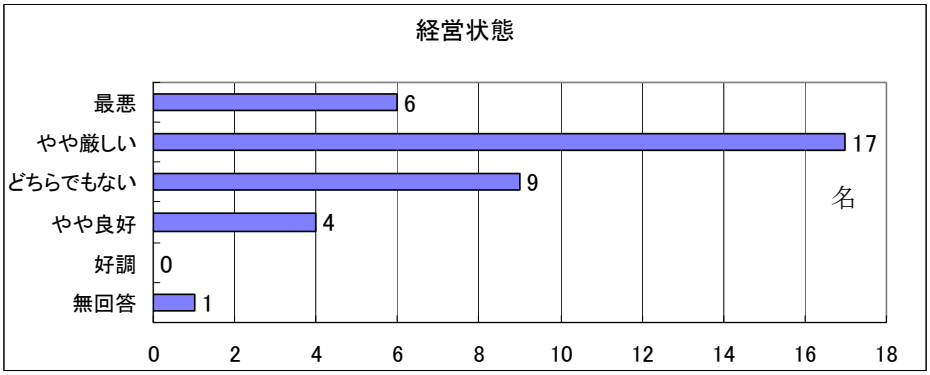






②経営状態

「最悪」6 名、「やや厳しい」17 名と約 6 割の企業が経営の厳しさを訴えており、「やや良好と答えたのは 10.8%に止まっている。



（5）経営課題と改善方策

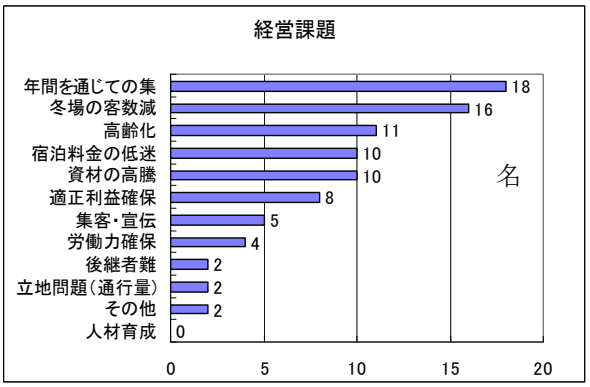
①主な経営課題（複数回答）

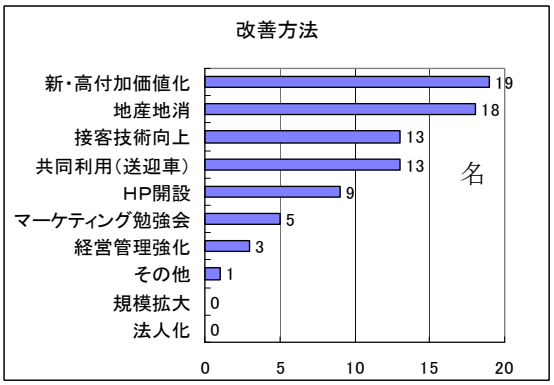
「通年での集客」16.2%、「冬場の客数減」14.4%、「高齢化」9.9%、「料金低迷」9.0%、「資材高騰」9.0%、「適正利益確保」7.2%などとなっている。

②改善方策（複数回答）

「新サービス・高付加価値化の取組」17.1%、「地産地消」16.2%、「共同利用」11.7%、「接客技術向上」11.7%、「インターネットのホームページ開設」8.1%、「専門家を講師としたマーケティング勉強」4.5%、「経営管理体制強化」2.7%の順。

なお、冬場の客数減への対策としては、「雪を生かしたイベントの実施」、「地元でしか味わえない冬向き商材開発」、「クリスマス・正月の楽しい企画」の順で挙げられ、その他では「クーポン発行」、「共通リフト券」などが挙げられている。



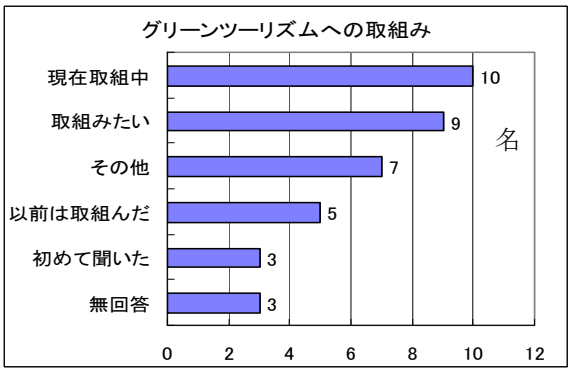


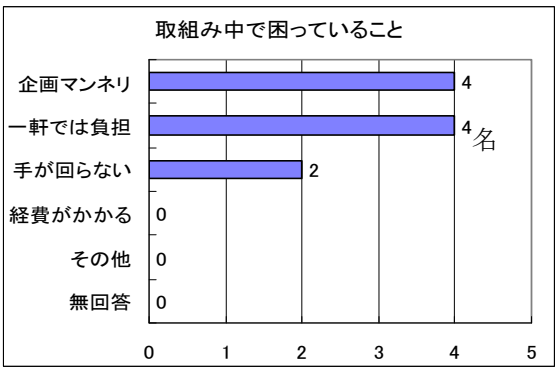
③グリーンツーリズムへの取組

「現在取組中」27.0%、「自分でもやりたい」24.3%、「以前取組んでいたが今はやっていない」13.5%。中には初耳という者も若干名存在している。

現在取組中で困っていることは、「企画がマンネリ化」4 名、「１軒だけでは負担」4 名、「多忙で手が回らない」2 名となっている。

取組をやめた理由は、「専門スタッフ不在」2 名、「行政・観光協会の支援がない」1 名である。

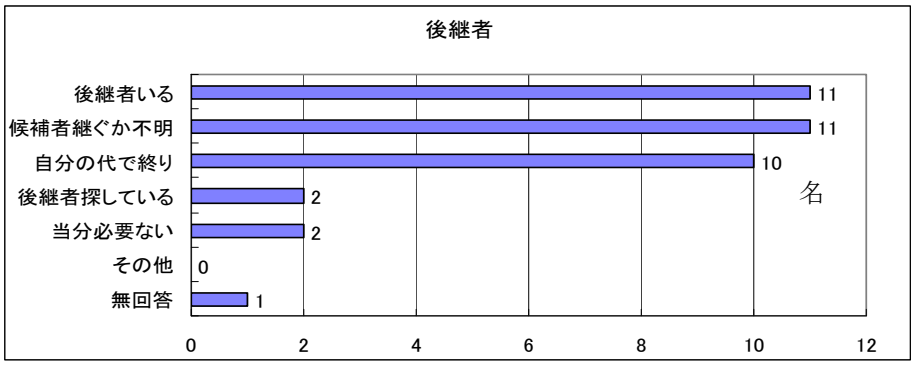




（６）今後の経営

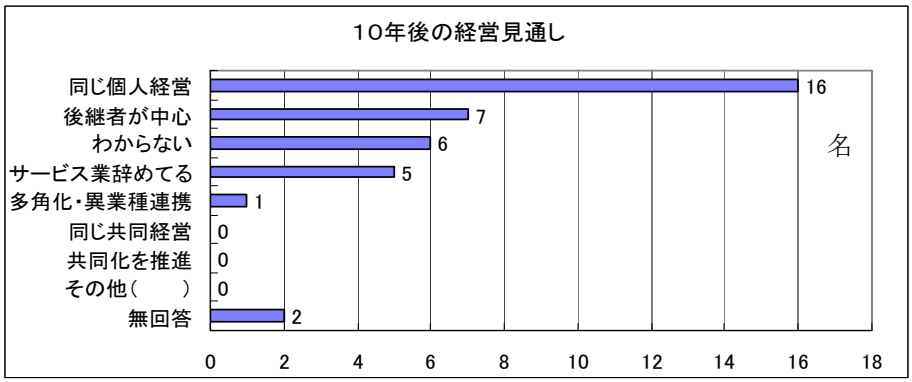
①後継者

「後継者有」11 名（候補者は家族・親戚）、「後継者候補はいるが継ぐかどうかわからない」11 名、「自分の代で終わり」10 名（その内「収入が低くて勧められない」5 名、「スキーブームが去り魅力を感じない」2 名などがその理由）、「後継者を探している」2 名、「当分必要ない」2 名である。



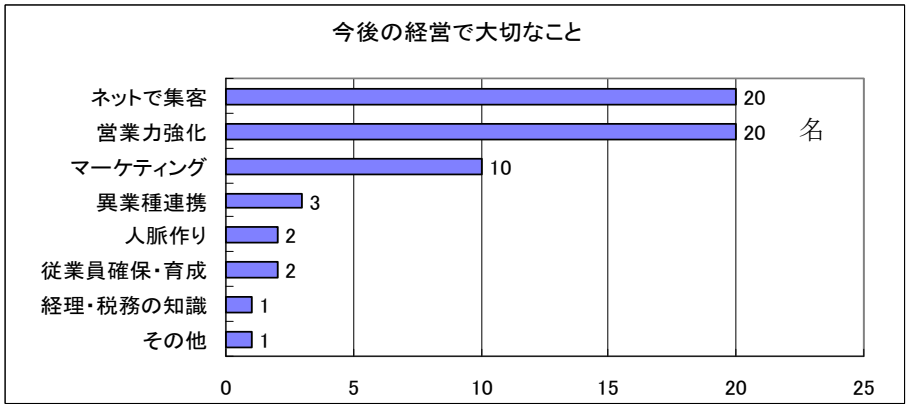
②10 年後の経営見通し

「今と同じ個人経営」16 名、「後継者中心で経営」7 名、「多角化・異業種連携」1 名。「辞めている」5 名、「わからない」6 名である。



③今後の経営で大切なこと（複数回答）

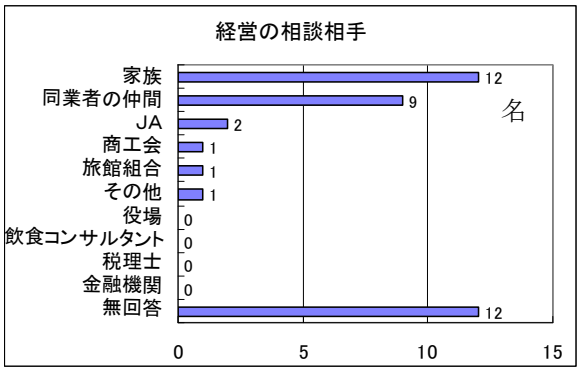
「ネット活用で客数増」20 名、「営業力強化」20 名、「マーケティング知識修得」10 名、「異業種連携」3 名、「人脈づくり」・「労働力確保・人材教育」各 2 名、「経理・税務知識」1 名である。

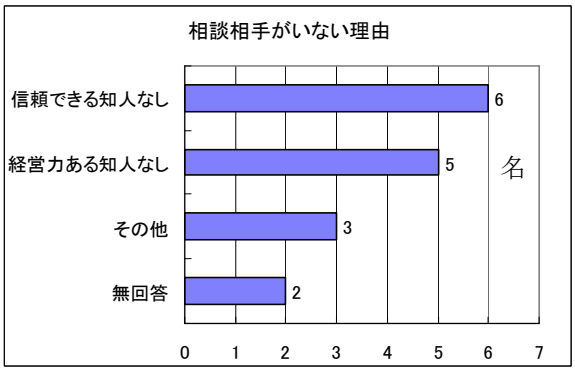


④経営の相談相手

「相談相手有」19 名（相談相手は「家族」12 名、「同業者仲間」9 名、「農協」2 名、「商工会」・

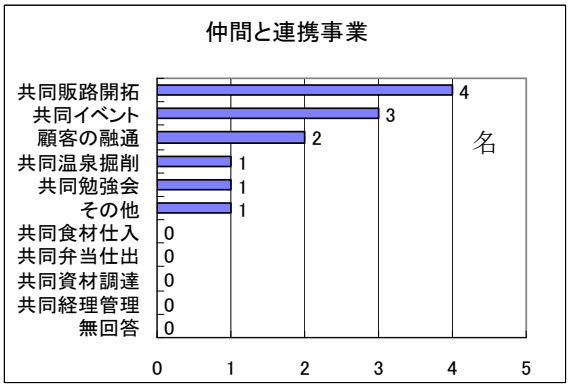
「旅館組合」各 1 名、※複数回答)、「相談相手無」16 名（その理由は「信頼できる知合いがいない」6 名、「経営センスを持つ知合いがいない」5 名）である。

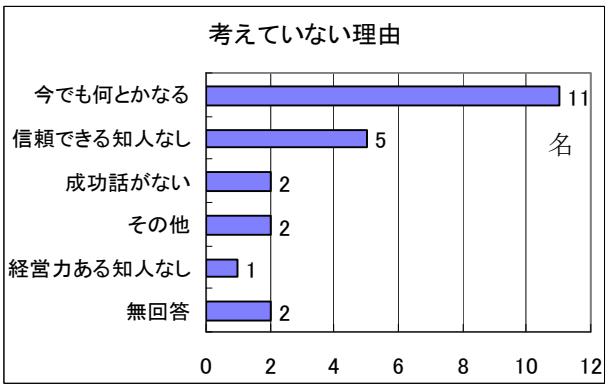




⑤仲間との連携

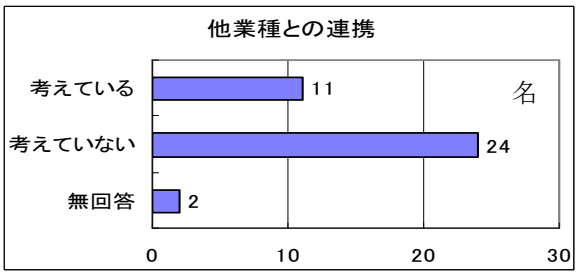
「仲間との連携を考えている」12 名（連携する事業は「東京等に共同販路開拓」4 名、「共同イベント」3 名、「客の融通しあい」2 名、「共同温泉掘削」・「共同勉強会」各 1 名)、「連携は考えていない」23 名（「必要を感じない」11 名、「信頼できる知合いがいない」5 名、「成功話を聞いたことが無い」2 名などが理由）であるむ。

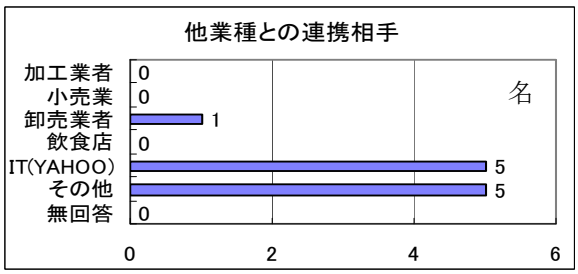




⑥他業種との連携

「他の業種との連携を考えている」11 名（連携相手は「ＩＴ関係」5 名、「卸売業者」1 名、「その他」5 名)、「連携は考えていない」24 名である。





（7）村・農協等への期待や自由意見

・豊かな自然と人情を備えた片品の旅館・民宿は全国に誇れる観光資源。

・個人経営や兼業多く投資意欲出ず資金調達厳しいので村等の金融支援策を充実させ魅力増せば後継者も増える。

・高齢になり借入もできず、宿泊業に将来期待ができない。

・互いにライバル同士。

・スキー・スノボの客が年々減り客の取り合いをしている

・同じ協会の中で新たに２組織つくり営業に一体的に取組んでいない

・首都に近い特性を活かしもっと国際化（外来人誘致）を図るべき

・国内だけでは少子高齢化が進み需要の先細りは必然

・村全体が一つになり観光でも農業でも他地域には無い差別化した個性を持った村おこし的方向性が必要

・一つ一つ意識を持って始めなければ人口減少・若者流出、老人のみの村へ向かっている現状からは抜けられない

・個人の努力の限界を感じる、纏まらない村民性を感じる

・村内の温泉のＰＲ、湧水の取れる場所を設置、固定資産税の軽減

・自分で始めたことなので懸命にやるしかない、頑張って来客に親切にすることが大切

・廃屋、廃墟、空き家など行政で何とかして欲しい、散歩するお客様からもよく言われる。自然との調和

・現状はかなり厳しく特に冬季は年々集客数が減り、冬季の活性化策を模索しているがなかなか思い浮かばない

・片品村としての個性を前面に出した企画等を期待する

・全国的にスキー客が低迷しており、代替となる集客案が急務

（8）所見

片品村の旅館・民宿・ペンション等宿泊業の大半はスキーブーム時代の開業で、経験 20 年以上が 8 割近く、経営者の年齢は 50 代以上が 8 割近くと高齢化が進行中で、個人経営が 9 割、家族経営が 8 割、宿泊業専業が 5 割弱、売上規模は 500～3,000 万円未満が 7 割で平均的と思われるが、300 万円未満も 1 割近く存在、約 6 割の企業が経営の厳しさを訴えており、やや良好と答えたのは 1 割強に止まっている。専業者の経営満足度は比較的高いが、兼業者の満足度は低い傾向である。

客層は、家族連れが 7 割強で最多、次いで、中高年グループ、高校大学グループ、小中学校グループ、若者グループの順で、それらの殆どが関東地方の客、主な利用目的で最も多いのは今なおスキーで 9 割近く、次いで観光、テニスその他のスポーツ合宿等、自然探索の順で、平均宿泊日数は

いずれの利用目的とも1～2日が大半。グリーンツーリズムと答えた者は極めて少ない。

主な経営課題は、冬場の客数減、通年での集客、高齢化、料金低迷、資材高騰、適正利益確保で、その改善方策は、新サービス・高付加価値化の取組み、地産地消、共同利用、接客技術向上、インターネットのホームページ開設、専門家を講師としたマーケティング勉強、経営管理体制強化である。

グリーンツーリズムへの取組みは、現在取組中と自分でもやりたいを合せると6割近く、以前取組んでいたが今はやっていないが1割弱。現在グリーンツーリズムに取組中で困っていることは、企画がマンネリ化と1軒だけでは負担など。グリーンツーリズム取組をやめた理由は、専門スタッフ不在や行政・観光協会の支援がないなどがある。

今後の経営で大切なことは、ネット活用で客数増と営業力強化が共に5割強、マーケティング知識修得が3割強、残りは、異業種連携、人脈づくり、労働力確保・人材教育、経理・税務知識等があった。

経営の相談相手有は6割だが、その相談相手は家族、同業者仲間に止まっており、本来経営指導を主たる役割としている農協、商工会、旅館組合を相談相手とする者は少ない

仲間との連携や他業種との連携を考えている者はそれぞれ３分の１に止まっており、大半は他者との連携を考えていない。

村・農協等の支援に大きな期待を寄せる声は少なかったが、自由意見として、冬季スキー客依存から脱却し、豊かな自然と人情を片品の全国に誇れる観光資源と捉え、首都に近い特性を活かしつつ村全体が一つになり観光でも農業でも他地域には無い差別化した個性を前面に出した村おこし的方向性が必要との前向きな意見も少なからず寄せられた。

（９）アンケートから判断できる今後の宿泊業経営の課題

①片品村宿泊業の主な経営課題

冬場の客数減、通年での集客、高齢化、料金低迷、資材高騰、適正利益確保。

②経営改善の方向

新サービス・高付加価値化の取組、地産地消、共同利用、接客技術向上、ＩＴの活用、営業力強化、マーケティングや経営管理の強化が考えられる。

③グリーンツーリズムへの取組

経営改善の方向の中でも特に重要なのは、新サービス・高付加価値化の取組で、この中心となるのは、片品村の豊かな自然と人情を備えた片品の旅館・民宿・ペンションを全国に誇れる観光資源と捉え、首都圏に近いという特性を活かしつつ、他地域には無い差別化した片品村としての個性を

前面に出したグリーンツーリズムへの取組を更に一層強化すべきであろう。

④地区内・地区間・同業者・異業種・官民等の連携による村を挙げた新たな取組

片品村が冬場のスキー客依存から脱却し、グリーンツーリズムを中心とした通年での集客を図っていくためには、村全体が一つになり、村民、農林業者、観光業者、商工業者、行政、農協、商工会等がそれぞれの役割を果たすとともに、地区内・地区間・同業者・異業種・官民等の間の連携を一層強化し、片品村のあらゆる人や物の総合力を都会の人々に売り込んでいくといった、村おこし的取組みを実践すべきである。

第４章　片品村の資源及び活性化の方向性

１．民間及び農業協同組合の事例に学ぶ

◆民間及び農業協同組合の事例に学ぶポイント

１．片品村は、地域の自然環境、田畑、農林水産物、景観、文化、人情等々地域資源の全てを活かし、農商工連携、地域資源活用プログラム等の方法によってコラボレートした多角的「地域経営」が必要

２．民宿・旅館・ペンション・ホテル等利用者の多くが集中し、比較的近距離にある首都圏をマーケットの中心とし、この近さというアドバンテージを最大限に活かして片品村の全てを売込む

３．食、健康、福祉、自然、環境、体験などをキーワードに、大白大豆を使った「尾瀬の大粒納豆」「大白大豆味噌」「尾瀬蒜餃子」「尾瀬トマト果汁」「花豆の缶詰」等に加え、今後は更に農産物やその加工品に力を入れるとともに、民宿・旅館・ペンション・ホテル、飲食店、農産物直売所、朝市、農家レストランなどを通じて提供

４．食・農業・工芸・自然体験などの田舎体験を中心にしたグリーンツーリズムに村を挙げて一層力を入れて提供

５．地域住民、農林業者、民宿・旅館・ペンション・ホテル業者、商工業者、役場、農協、商工会等、地域の人々全体が参加協力連携するとともに、村外の人々とも連携を強化

６．全村民が参加する地域コミュニティーを復活させ、地産地消により全村民が健康になり、老若男女が仕事に携わり、心と生活が豊かになる途を選ぶ

７．地域経営をマネジメントする司令塔体制を設置するとともに、「地域経営」のマネージャー役を設ける

８．商工業の経営指導に加え、農林業、観光業等の経営を支援する経営指導体制を整備

（１）尾瀬岩鞍リゾートホテル

①スキー場、ゆり園、リゾートホテル、旅行・バス事業、健康部門、環境部門等の多角経営。

②今後、食用のゆりを導入してゆり根や茎、花を活用した料理やアイスクリームをホテルのレストランの名物にする企画や香水作りも計画。

③医療機関とも連携し長期滞在型宿泊設備と自然環境を背景にヘルスツーリズムを手掛けて行く。

④磁化水を、飲料水、温泉の殺菌と高質の人口雪の開発に活用を研究。片品村全域で出る廃油を、婦人会を通して回収、精製しバイオディーゼル燃料として自社の観光バスへの活用を進める。

（２）旅館みやま

①自家産食材を中心にした安全・新鮮な料理、田畑を活用した農業体験の提供が特色。

②主な客層は、若年カップル・家族連れ・熟年夫婦等個人・グループ客、小中学校等団体客などで、リピーターが多い。

③グリーンツーリズムへの取組みと福祉への取組みを強化している。

④今後は、地域の人々全体が参加協力連携し、地域の自然環境、地域の産物、地域の文化等々の全てを活かして「地域を経営」していくグリーンツーリズムの実践を目指していく。

（３）弘化の庄かしや

①弘化４年（1847 年）に建立と、現代的な和風の趣の寛ぎの宿。

②夏季には、自前でテニスコート１１面を持つため、大学・高校生のスポーツ合宿が多い。

③代表者は片品への来訪者の受入れを介し、村民が地域の人材や資源の発掘と育成開発を促進し、創造豊かな村づくりを目指す目的で活動する『ぐんま文化観光社・片品』の代表も務める。

④「ぐんま文化観光社・片品」「エンジョイネットワーク」など地域住民や同業民宿経営者と連携し地域の活性化の活動を進めているが、連携を更に強化し村全体の地域活動により、村外の人が魅力を感ずる片品に創り上げることが今後の方向。

（４）尾瀬ドーフ

①平成７年、酪農事業から豆腐製造小売業へ転換し開業。

②材料を輸入大豆から国産大豆 100%に変えると同時に、かつて地元で盛んに栽培され味に高い定評のある「大白大豆」を自家農園で栽培開始、近隣農家にも栽培を広め、平成 18 年から大白大豆を使用した豆腐を販売開始、「こだわりの豆腐店」としてマスコミの話題を呼んでいる。

③片品村独自の農作物の栽培を増やし休耕地を減らし田園風景を保ち観光地としての価値を高める、価値ある農作物を使った加工品を村内の事業者やグループが製造・販売し、村内の学校・病院・村民・観光客が消費することで、片品村全体の産業と生活文化が活性化することを目指すなど、自社のみの利益より片品村全体の活性化を目指す。

④「食」をキーワードに農商工業者と全村民が参加する「地域コミュニティー」を復活させて、価値ある商品の地産地消により全村民が健康になり、老若男女が仕事に携わり心と生活が豊かになるよう行政・農協・民間事業者・村民・村外の協力者が連携し実行する必要を訴える。

（５）片品村農業協同組合

１）農協活動

①中山間地における農業と観光を強力にサポートする片品村農協。

② 組合員は、農業だけでなく７つのスキー場や尾瀬国立公園を背景に民宿等を経営する農家も多く、組合員の経営を農業・観光面からサポートするなど、一般の農協とは異なる事業構造。

③平成 11 年度に農産物加工開発センターを建設し、村内で栽培される大白大豆を使った「尾瀬の大粒納豆」「大白大豆味噌」を初め、「尾瀬蒜餃子」「尾瀬トマト果汁」「花豆の缶詰」等を開発している。

④20 年程前に「農業観光部」を設置、環境資源を活用した民宿等を支援する一方、学校授業での体験学習等の受入れも活発、これらの取組みが評価されて昨年、政府の「こども農山漁村交流プロジェクト」のモデルに選定された。また、グリーンツーリズムへの取組みの一環として、平成 17 年度に一般の消費者が田舎体験（食・農業・工芸・自然体験）できる「わくわく体験郷（むら）体験館」を建設し、19 年度には 8,600 人の利用実績を挙げた。

⑤農産物出荷時に使用する箱代の一部を「消費拡大資金」として出荷者が負担、この資金はＰＲ用に作るシャツやネクタイピンのほか、ラジオコマーシャル等にかかる経費に充てている。

⑥農業従事者の高齢化、農家戸数の減少、スキー場入込み客数の減少、観光客の減少、資材、肥・飼料、燃料等の高騰や農産物価格の低迷等の課題に加え、一村一農協、小規模農協として金融制度に適応するためのコストは増大し経営上の大きな障壁となるため、近隣農協との合併が避けられない状況。

⑦地域の中で生産して余った農産物を他地域に販売することが基本。生活に密着して出来た農産物は結果として安全な物を消費者に提供できる。

⑦地域資源のコラボレートを通じて農商工連携を行っており、民宿農家はもちろん村内スキー場のレストランや近隣のラーメン店、さらに東京の喫茶店等へ加工品を販売している。

⑧農産物の多様な販売窓口を農家に提供するため、インターネットを利用したショッピングサイト「尾瀬わくわくネット」を農協のホームページ内に開設している。

⑨これまで農家や民宿農家の青色申告指導を行ってきているが、申告データを基にして踏み込んだ経営指導が必要だと考え、経営データの蓄積と分析手法の確立に向けた取組みに着手しているが、経営の在り方を診断・指導できる体制作りが求められる。

２）農協婦人部による農産物直売所運営

①農協婦人部は 72 名の組合員を擁し、農産物販売は、太田市のＪＡスーパーや下仁田町・浦和のスーパーへの出荷と直売所の運営。スーパーへの販売のきっかけは農協の役員の人脈による。

②直売所は土・日曜日だけ開いており５～６年の実績を持つ。販売員は婦人部員がローティションを組み交代で運営している。

③売上高は、２～３万円／日で手数料として 15%を農協に還元する。

④直売所に出荷するのは専業の人は少なく、会社を退職した人が野菜作り等を初めてする人が多い。

⑤朝採り野菜出荷組合でシーズン中に最も多く売上げる人で 100 万円位である。

⑥販売する農産物の種類はトウモロコシ、豆類、トマト等だが、最近獣害が多く、特にトウモロコシの被害は大きい。

⑦ 現在のロケーションは対面の山の崩壊が懸念され、又、車両で通行する消費者からは直売所として認識しにくい暫定的なプレハブ小屋となっている。

⑧課題は、直売所が暫定的、営業力が人脈に頼っている、対象が農産物のみ、販売員の高齢化。

⑨今後の対策としては、現在は農産物のみの販売であるが将来的には加工品も加える、他県事例のように、農家レストラン等があれば販売の展開が図れる、直売所の整備を行い拡大すれば若い部員も参加して農産物の品揃えも豊富になり消費者に対して片品村の魅力を訴求することができ、夏野菜のシーズンには毎日営業することも可能、既存の直売所経営者との調整もあると思われるので役場や農協との連携が必要、シーズンによっては朝市の開催も可能などが考えられる。

尾瀬開発株式会社（尾瀬岩鞍リゾートホテル）

スキー客の減少に対し地域資源を活用した経営の多角化による年間観光客の増加で活性化を目指す

住　　所	〒378-0412 群馬県利根郡片品村土出 2609		
電話番号	0278-58-7131	F A X	0278-58-7385
U R L	http://www.oze-iwakura.co.jp	メ ー ル	yuko@oze-iwakura.co.jp
設　　立	昭和 49 年	資 本 金	20 百万円
従業員数	34 名	代表者名	星野寛（53 才）

１．経営の特徴（沿革含む）

・尾瀬岩鞍リゾートホテルは昭和 59 年 12 月にオープンし今年で 24 年目。四季の森ホワイトワールド尾瀬岩鞍スキー場の敷地内に位置し、36 室 200 人の収容能力を持つ。ホテル以外に岩鞍ハウス 40 室（オールツイン）80 人収容を保有。現在年間で 20,000 人収容している。

・尾瀬岩鞍ゆり園は 4 年前にスタート。現在 50 種類 50 万株を保有し 7 月～8 月の夏のシーズンの観光の目玉。元々原生の柳ランが繁殖していた地域で柳ラン祭り等を以前から実施していたが、本格的にゆり園を開始したのは群馬県では最初。

・本ゆり園はスキーリゾートの夏シーズンの観光活性化のためにスタートした。スローガンの「冬期のスキーだけでなく四季を楽しむ」「海外観光から国内観光へ」を掲げて地域活動と連携をとって冬期のスキー客の減少対策として開始した。

２．経営の課題

・本業のスキー場の方は 1990 年代からスキー客が減少し始め 1997 年の冬季の長野オリンピックでスキー客が長野に流れ、減少に拍車がかかった。また地球温暖化の影響によるものかは分からないが、最近の雪の降り方が従来と変わって来ており従来の安定シーズンである 2, 3 月に大雨が続き、3 月下旬や 4 月にドカ雪が降ったりして雪質もパウダースノウから水分の多い雪に変わって来ている。

・従って尾瀬開発株式会社も冬期のスキーリゾートとしてスキー客だけに頼った経営から四季を通して観光客を呼べる経営への転換が必要となった。

３．経営の方向性

・経営の課題の所で記述したように、冬期のスキー客だけに頼った経営から四季を通して観光客を呼べる経営への転換として、オフシーズンのゲレンデを活用した夏期のゆり園事業、旅行、バス事業、健康事業、観光事業など事業の多角化を推進している。

・経営の多角化の一つとしてのゆり園事業において、百合の育成はアウトソーシングしている。今

後北海道から食用の百合を導入して百合の根や茎、花を活用した料理やアイスクリームを作り同ホテルのレストランの名物にすることを企画している。また、百合の香りを活用した香水作りも計画している。

・旅行・バス事業（尾瀬紀行）はスキー客のＪＲ沼田駅や上越新幹線の上毛高原駅の送迎から始まり、現在は中型バス５台、運転手８人で経営。冬期だけでなく年間を通して 14～15 件の観光ツアーを企画している。これからは廃油を回収精製したものをバスの燃料として使用するエコバスも考えている。

・健康事業では、岩鞍ハウスを活用して３泊以上の長期滞在型の宿泊客の確保。食用の百合を育成し、それを活用した料理やアイスクリームを同ホテルの名物にすることを仕掛けている。これらを組み合わせ、医療機関とも連携して長期滞在型宿泊設備と自然環境をフィールドとした「ヘルスツーリズム」を手掛けて行くことを考えている。

・環境事業では、飲料水（天然水）、温泉の殺菌用として塩素の代わりに磁気を付加した磁化水を活用、ＰＲしている。またこの磁化水を使用した高質の人口雪の開発も研究している。更に自社の出す廃油だけでなく片品村全域で出る廃油を、婦人会を通して回収、精製しバイオディーゼル燃料として自社の観光バスに活用することを進めている。（エコバス）

４．地域活性化活動

・1997 年の長野オリンピック時、スキー客の年々の減少傾向と相まって片品村のスキーリゾート観光の先行きに危機感を持った片品村の民宿や旅館、ホテルの経営者、又従事している 30 代の女性 13 人が集まりエンジョイネットワークを 16 年前に立ち上げ、現在もそのときのメンバーが中心となり活動している。エンジョイネットワークでは「花いっぱい運動」「宝探しINかたしなふれあいバザール」自宅の庭を活性化しオープンにする「花の谷構想」等の自主活動を通して行政に提言して行く活動を行っている。特にふれあいバザールは 16 年間継続しており、今回インタビューに対応していただいた尾瀬開発株式会社取締役常務の星野裕子さん（同株式会社社長の妻）も最初からのメンバーで、今も中心で活躍中である。

民宿事例紹介

旅館　みやま

心ふれあう民宿風旅館、四季折々スポーツ・グリーンツーリズムで自然を満喫

住　　所	〒378-0408 利根郡片品村花咲 731		
電話番号	0278-58-3512	FAX	0278-58-2777
創　業	昭和 51 年（53 年民宿開業）	資本金	個人
従業者数	8 名	代表者名	星野文次郎（73）、大女将　星野秀子（70）、女将　星野恵美子（49）

事業概要

■民宿経験年数：30 年

■民宿を始めた理由：スキー客の増加（その後、スキー客の減少でグリーンツーリズムに取組む）

■経営形態：個人

■旅館従事者：家族 2 名、アルバイト 6 名　計 8 名

■特色：自家産食材を中心にした安全・新鮮な料理、田畑を活用した農業体験の提供など農林家のメリットを発揮した宿のイメージアップと営業面での積極性が売り

■宿泊料金：1 泊 2 食　7,000 円～

■収容人数：定員 70 名、客室 20 室（和室 15、洋室 4、大広間特別室 1）、1 室当たり平均定員 3 名

■施設：農業体験できる畑、グランド、宴会場、送迎車、ピアノ、会議室、乾燥室、駐車場 22 台

■温泉：24 時間入浴可

■宿泊者数：約 3,000 人／年

■売上高：1,000 万円～3,000 万円未満（休養部門 97%、飲食部門 3%）

■主な客層：個人客・グループ客 70%（若年カップル、家族連れ、熟年夫婦）
団体客 30%（小中学校の団体、会社の集まり）

■後継者：代表者の長女で現女将の星野恵美子氏

１．経営の特徴（沿革も含む）

元々この地で農業を営んでいた現女将星野恵美子氏の両親が、昭和 50 年代以降当地にスキー客が増加したことから大衆食堂を開業していたが、昭和 53 に至り民宿に転換することとした。

東京の大学を出て 12 年間中学校の体育教師をしていた長女恵美子氏が両親が経営する民宿の経営に参加したのが 15 年前、これを契機に「みやま」は最大 70 人収容できる「農家旅館」に改装され、近隣の宿と共同で温泉も採掘した。折りしも 90 年代、グリーンツーリズムのブームが起こり、冬のスキー客が減少する中「みやま」には、春は山菜採り、夏はスポーツ合宿、秋は紅葉狩りときのこ狩りと、四季を通じてリピーター客を中心に宿泊客が後を絶たない。

(2) グリーンツーリズムへの取組み

平成 6 年から花咲地区内に建設が決まった総合交流ターミナル施設の活用方法を検討する場をきっかけに、民宿経営者等によるグリーンツーリズムの取組みに関する会合が始まった。この活動は「冬季・スキー客」依存から脱却しフルシーズン集客できる行き方として熱心に取組まれたが、この会合の中でも星野氏は中心的な役割を果たしている。

平成 10 年、花咲地区内に農林水産省補助事業による総合交流ターミナル施設「花の駅・片品花咲の湯」がオープン、外来客や住民に温泉、食事、買物、集会やイベントの場を提供している。

こうした活動体験を基に星野氏は、グリーンツーリズムの講師として群馬県内、新潟、長野、東京、大島にまで呼ばれる他、平成 16～19 年度には群馬県教育委員会委員の要職をも務めた。

(3) 福祉への取組み

平成 13 年の片品農協主催バリアフリー研修旅行への参加をきっかけに、車椅子で利用できるトイレの設置、風呂と宿泊棟、玄関と食堂のスロープ化など、全館バリアフリー化の推進にも取組み、片品農協主催福祉イベントへの協力、福祉・介護旅行の受入れ等、福祉活動にも積極的に取組んでいる。

２．経営の課題

民宿経営を「自己実現の場」と捉え、日々充実した活躍を続ける星野氏の今後の課題は、個々の民宿経営が成り立つことは勿論だが、今後は、民宿経営者、農家、その他地域の人々全体が参加協力し、地域の自然環境、地域の産物、地域の文化等々の全てを活かして「地域を経営」していく活動を続けていくことであろう。

３．経営の方向性

星野恵美子氏は季節を問わず地域を訪れる外来客に当地を楽しんでもらうためには、当館だけでなく地域の民宿経営者や地域住民の協力が欠かせないと考えている。今後は地域の人々全体が参加協力し「地域の経営」を意識したグリーンツーリズムの実践を目指していく方針である。

【旅館みやま　外観】

【女将星野恵美子氏(前列左)と応援スタッフなど】

民宿事例紹介

弘化の庄　かしや

癒しの村に旅館民宿のホットする湯の宿

住　所	〒378-0413　　群馬県利根郡片品村越本 1693		
電話番号	0278－58－2425	FAX	0278－58－3805
URL	http://www8.wind.ne.jp/kashiya/	メール	kashiya@po.wind.ne.jp
設　立	弘化４年建立	資本金	個人
従事者数	５名	代表者	代表者 入澤　誠　女将 入澤真理呼

１．経営の特徴（沿革も含む）

弘化４年（1847）に建立、と、現代的な和風の趣の寛ぎの宿である。現在経営者は 15 代目、今まで林業・養蚕業を続けてきたが、祖父が 1973 年開業、1997 年改装し、150 年の時代を超えてきた母屋の古民家を利用した新旧建物が混在し、懐かしさと新奇さが絶妙な一体感をかもしてくれる民宿である。

客数は、昔は１月頃に１日 70～100 名であったが近年では１日 30～40 名である。利用目的は、大学・高校生のスポーツ合宿が多い。現在は片品村＝スポーツ村になっている。片品村には多くの野球・テニスなどのスポーツ施設がある。弘化の庄　かしやは自前でテニスコート１１面持っている。合宿は７～８月に集中して受け入れている。

衝撃の少ないクレーコート 11 面

代表者入澤　誠が代表を務める『ぐんま文化観光社・片品』では、片品村を訪れる人々の受け入れを介して、村民が多彩な取組を行うことにより、地域の人材や資源の発掘と育成開発を促進し、創造豊かな村つくりを目指す目的で活動している。この活動の中で、ユニークなアイデアとして『こころの住民票』がある。これは片品村に訪れた人々に発行され『あなたは遙かなる花の谷片品のこころの住民であることをここに証します。』と書かれている。

こころの住民

また、真理呼が代表を務めるコアーメンバーがリンクしているネットワークで平成５年５月に立ち上がった「エンジョイネットワーク」がある。片品村は三つの谷に分かれており自分たちが楽しんでエンジョイしていれば間接的にいつかは三つの谷が繋がっていくと言うことで、「宝さがし in 片品ふれあいバザール」を毎年開催している。これは片品村内のみなら

ず村外の人も参加し一緒に活性化を図っている。変わった活動では、「弘化の庄かしや」とお客様のプチボランティアで平成１６年２月にプルネット（空き缶のプルトップを集めて介護用品を購入する）に登録し福祉への活動もされている。

２．経営の課題

昭和６０年から平成４年を境にスキー客を初めとする観光客が逓減してきた、その対策として夏場の観光客の誘致等で学生のスポーツ合宿などを始めたが、まだまだ昔の客数には至っていない。

『ぐんま文化観光社・片品』で創造性豊かな村づくりや『エンジョイネットワーク』での連携を目指しているものの、昔ながらの片品特有の『三つの谷』が障害になり一体感のある活動が思うように進んでいないため集客まで至っていない。

３．経営の方向性

女将 入澤真理呼の言葉

たくましく養われた：自力

お互い様の協働作業：えい（結い）

お金の経済効果　　：請負

健全な地域社会に必要な３大要素

それが当たり前に、はぐくまれているところ

それが森の国・尾瀬片品

「ぐんま文化観光社・片品」「エンジョイネットワーク」など地域住民や同業民宿経営者と連携し地域の活性化の活動を進めているが、さらに村役場・商工会との連携を更に強化し村全体の地域活動により、村外の人が魅力を感ずる片品に創り上げることが今後の方向である。

外観（新館）

本館囲炉裏

民間企業　事例紹介

（有）尾瀬ドーフ

片品村全体の産業と生活文化の活性化を目指す

住　所	〒378-0404　群馬県利根郡片品村築地 123		
電話番号	0278-58-3480	FAX	0278-58-3409
URL	http://www.ozwdo-fu.com	メール	info@ ozwdo-fu.com
設　立	平成７年２月	資本金	２０千円
従事者数	１２名	代表者名	千明市旺（６１歳）

１．経営の特徴（沿革も含む）

(1) 沿革

平成７年、酪農事業から豆腐製造小売業へ転換し開業した。翌年「ざる豆腐」を開発し販売した所人気商品となり、村内の８００戸に配達した。平成１１年から差別化商品の開発に目覚め、材料を輸入大豆１００％から国産大豆１００％に替えると同時に、昭和３０年代に地元で盛んに栽培され味に高い定評のあった「大白大豆」の栽培を自家農園で開始した。近隣の農家にも大白大豆の栽培を広め、平成１８年から大白大豆を使用した豆腐を販売開始した所、「こだわりの豆腐店」としてマスコミに取り上げられ話題を呼んでいる。

(2) 自社のみの利益より片品村全体の活性化を目指す

酪農事業からの転換で苦労した千明社長を救ったのは常連客となった片品村民であった。その感謝の気持ちから、片品村全体の産業活性化への思いは強い。

商品価値がありブランド化の可能性が高い「大白大豆」を初め、片品独自の農作物の栽培を増やし休耕地を減らす。それにより田園風景を保ち観光地としての価値を高める事で、観光業者が活性化する。また価値ある農作物を使った加工品を村内の事業者やグループが製造・販売し、村内の学校・病院・村民・観光客が消費する事で、片品村全体の産業と生活文化が活性化する事を目指している。

大白大豆の作付け・刈り取り時には、ボランティアアルバイトの他県の若者を雇用し、片品村に短期間でも滞在させることで、農業の重要性と片品の魅力を若者に伝えている。大白大豆の品種改良には、県立勢多農林高等学校の教授と学生が携わる等、村外の理解者・協力者は確実に増えており、地域連携・自然環境保護・教育文化を視野に入れた事業を展開している。

２．経営の課題

村内１２０件の大白大豆生産農家から、輸入大豆の数倍の値段で大白大豆を仕入れ、農家の生計を支えている。そのため、商品価格を高くするか粗利を低くせざるを得ない。大豆生産技術の向上、廃棄物（おから）を出さない商品の開発、ブランド化による高付加価値商品の全国販売等により、確実な利益確保が必要である。

３．経営の方向性

「食」をキーワードに農商工業者と全村民が参加する「地域コミュニティー」を復活させる。価値ある商品の地産地消により全村民が健康になり、老若男女が「仕事」に携わり心と生活が豊かになる。行政・農協・民間事業者・村民・村外の協力者が連携し実行する必要がある。

「源流である片品の、自然環境保護と豊かな暮らしのための交流づくりに貢献する」、「大白大豆を通して、おいしさと健康とおもいやりと安心安全な価値ある商品を提供する」、「従業員の自主性・創造性を重んじ、働きながら成長する場を提供する」を経営理念に掲げ、事業継続に努める。

農協　事例紹介

片品村農業協同組合

中山間地における農業と観光業を強力にサポート

住　所	〒378-0415　群馬県利根郡片品村大字鎌田 4052 番地 1		
電話番号	0278-58-2321	ＦＡＸ	0278-58-3610
ＵＲＬ	http://www.katashinamuranoukyou.or.jp/		
設　立	昭和 23 年 6 月 12 日	資本金	756 百万円
従事者数	63 名（内常用的臨時雇用者 16 名）	代表者名	金子桂介（56 歳）
組合員数	1,124 名（正組合員 678 名、准組合員数 446 名）	役員数	理事 10 名（常勤 3 名、非常勤 7 名）、監事 4 名

１．農協経営の特徴

（１）　村内農家で構成される組合員は、農業だけでなく 7 つのスキー場や尾瀬国立公園を背景に民宿等を経営する農家も多く、農協は組合員の経営を農業・観光の両面からサポートしている。また、こうした環境下で農家は、夏秋野菜の集出荷時における季節労働力をスキー場の従業員等で賄う一方、スキー場はスキーシーズンに農家から労働力を確保できるなど、村内において労働力を相互に補完し合える好循環が生まれている。

（２）　平成 19 年度の農協購販売事業は、農家に対する生産資材の供給に加え、スキー場や農家民宿に密着した資材供給等により購買実績（14 億円）が販売実績（11 億円）を上回り、一般の農協とは異なる事業構造にある。

（３）　農協は平成 11 年度に農産物加工開発センターを建設し、村内で栽培される大白大豆を使った「尾瀬の大粒納豆」「大白大豆味噌」を初め、「尾瀬蒜餃子」「尾瀬トマト果汁」「花豆の缶詰」等を開発している。平成 19 年度販売実績は 48 百万円。

（４）　農協は 20 年程前に「農業観光部」を設置して、環境資源を活用した民宿等を支援する一方、学校授業での体験学習等の受入れも活発であり、これらの取組みが評価されて昨年、政府の「こども農山漁村交流プロジェクト」のモデルに選定された。

　また、グリーンツーリズムへの取組みの一環として、平成 17 年度に一般の消費者が田舎体験（食・農業・工芸・自然体験）できる「わくわく体験郷（むら）体験館」を建設し、19 年度には 8,600 人の利用実績を挙げた。平成 19 年度の観光事業取扱実績は 188 百万円である。

（５）　農協は片品村が首都圏に近いというアドバンテージを持つことから、販促活動の必要性を組

合員と共有化することにより、農産物出荷時に使用する箱代の一部を「消費拡大資金」として出荷者に負担してもらっている。この資金はＰＲ用として作るシャツやネクタイピンの他、ラジオコマーシャル等にかかる経費に充てている。

２．農協の経営課題

（１） 農業従事者の高齢化、農家戸数の減少、スキー場入込み客数の減少、観光客の減少等に加え、最近の農業資材、肥・飼料、燃料等の高騰や農産物価格の低迷等により村内における農家の経営は厳しい環境にある。

（２） 農協は信用（金融）事業を行っているため、他の金融機関と同様の金融制度を適用される。一村一農協、小規模農協として金融制度に適応するためのコストは増大し、経営上の大きな障壁となるため近隣農協との合併が避けられない状況にある。

３．農協経営の方向性

（１） 金子組合長は村の農業の在り方として、地域の中で生産して余った農産物を他地域に販売することを基本に考えている。生活に密着して出来た農産物（派生品）に嘘はないため、結果として安全なものを消費者に提供できるという原点に立つ。

現在は開催されていないが朝市のあり方についても、農家が集まって品揃えを行い、地元の民宿や旅館等に食材の仕入れ先として利用してもらうことを基本とし、そのうえで観光客にも農産物等を買ってもらうという確固とした考えをもっている。

（２） 農協は農産物加工開発センターを持ち、これ迄「尾瀬ブランド」（村が運営する尾瀬ブランド委員会）に認定された「尾瀬の大粒納豆」などを開発している。金子組合長の基本的な考えを基に、他所で売れているものを真似て大量に加工品を作るのではなく、輪作の一環で栽培するものや作付けを休ませる畑に栽培するものなど、生産量の限られた農産物等を素材とする地道な開発スタンスをとっている。

また、地域資源のコラボレートを通じて農商工連携を行っており、民宿農家はもちろん村内スキー場のレストランや近隣のラーメン店、さらに東京の喫茶店等へ加工品を販売している。

（３） 農協は農産物の多様な販売窓口を農家に提供するため、インターネットを利用したショッピングサイト「尾瀬わくわくネット」を農協のホームページ内に開設している。 農家・民宿はサイトに商品等を出展すればブログの枠をもらえる。すでにブログで「トマト母ちゃんのよもやま話」が開設されており、村内の素朴な日常と農村風景が伝わる内容となっている。また、

農協のホームページ内に金子組合長個人のブログも掲載されている。

本格的に農業に取り組んでいる農家は忙しいので、自らブログに書き込みするのは大変かもしれないが、食に対する安全・安心への関心が高まっている昨今、消費者ニーズに応えられるものに進化させることが期待される。

（4） 農家民宿への入込み客数は、すでにスキーシーズンより夏場の方が多い状況にあるが、民宿経営者の高齢化や後継者問題もあって、こうした構造変化に対応できる民宿とそうでない民宿に分化する傾向にある。

農協はこれ迄農家や民宿農家の青色申告指導を行ってきているが、金子組合長は申告データを基にして踏み込んだ経営指導が必要だと考えている。農協グループとしても農業経営指導に対応するために、経営データの蓄積と分析手法の確立に向けた取組みに着手しているが、民宿農家の場合は農業経営だけでなく民宿経営を含めて経営のあり方を診断・指導できる体制作りが求められる。この分野では、外部の専門家（中小企業診断士等）の活用が有効であると思われる。

農業観光部事務所

わくわく体験郷体験館

4．農協婦人部による農産物直売所運営の現状と課題（星野すみ子農協婦人部長ヒアリング）

村内の国道沿線はトウモロコシ街道と呼ばれ、個人の小規模な農産物直売所が散在しており、特に果樹栽培農家は市場出荷に頼らず直売所や自家売りを中心に販売している。このため、金子組合長のヒアリングとは別に、同農協が農協婦人部に運営を委託している農産物直売所において、農協婦人部長から運営内容について話しを聞き、課題と対策を整理した。

（1） 農協婦人部は 72 名の組合員を擁している。

（2） 婦人部で担当している農産物販売は、太田市のＪＡスーパーや下仁田町・浦和のスーパーへの出荷（受付等も当番で担当）と直売所の運営であり、この時期はスーパーの出荷で忙しいので直売所に出荷する量が少なくなる。スーパーへの販売のきっかけは農協の役員の人脈による。

（３） 直売所は土・日曜日（AM10：00～PM5：00）だけ開いており５～６年の実績を持つ。販売員は、婦人部員がローティションを組み交代で運営（特に年配者が多い）している。

（４） 売上高は、２～３万円／日で手数料として 15%を農協に還元する。

（５） 直売所に出荷するのは専業の人は少なく、会社を退職した人が野菜作りを始めて出荷するケースが多い。

（６） 朝採り野菜出荷組合でシーズン中に最も多く売上げる人で 100 万円位である。

（７） 販売する農産物の種類は、トウモロコシ、豆類、トマト（小規模ハウス栽培）等だが、最近、狸、猿、熊、鹿、ハクビシン等による獣害が増えており、特にトウモロコシの被害は大きい。また、ニガウリ、ズッキーニ等は他地区で大量に栽培しているので片品村ではあまり作られていない。

（８） 現在のロケーションは対面の山の崩壊が懸念され、又、車両で通行する消費者からは直売所として認識しにくい暫定的なプレハブ小屋となっている。

以上がヒアリング内容だが、現状の直売所における課題と今後の方向性を纏めた。

■直売所における課題

① 直売所が暫定的
② 営業力が人脈に頼っている
③ 対象が農産物のみ
④ 販売員の高齢化

■今後の方向性

① 現在は農産物のみの販売であるが、将来的には加工品も加える。他県では漁協が運営するレストランや農家レストラン等があり販売の展開が図れる。

② 直売所の整備を行い拡大すれば若い部員も参加するようになり、農産物の品揃えも豊富になって、消費者に対して片品村の魅力を訴求できる。また、夏秋野菜のシーズンには毎日営業することも可能と考えられる。

③ 直売所の拡大や新設を検討する場合は、既存の直売所経営者との調整も必要と思われるので、役場や農協が中心となって取組むことが期待される。

④ 金子組合長のヒアリングにもあったが、片品村の特徴として農業と観光が主要産業であることから、通年開催できる朝市の開設も考えられるので、直売所の在り方と並行して幅広い議論が必要と考える。

２．片品村及び商工会の取組と今後の方向性

（１）片品村役場

①片品村役場の取組

・片品村では自主、自立の村づくりを目指して取り組んできた。

・平成 17 年 11 月にラムサール条約に尾瀬が登録されたが丸沼、菅沼、武尊山の大自然と７つのスキー場、９つの温泉など恵まれた観光資源を保有、平成 19 年８月に尾瀬は単独の国立公園になった。尾瀬の年間来客数は 30 万人であるがピーク時 60 万人から半減した。

・スキー場の年間利用人数は 100 万人でピーク時 170 万人から激減した。

・観光客数も宿泊客、日帰り客とも減少傾向にあり片品村の観光業の再興が待たれている。

・このような環境下、観光客誘致のために村では様々なパンフレット作成、ＦＭ尾瀬や東京、埼玉などへの広報、尾瀬大使任命などの取組を実施している。

・平成 10 年 10 月に都市農村交流施設「花の駅・片品」花咲の湯がオープン、第３セクターが運営、年間 16～17 万人が利用している。

・片品村の恵まれた地域資源の一つである湧水については平成の名水百選に認定された。尾瀬ブランドは活性化策の一つとして二年余り経過し 11 が認定発表された。

・観光業と村を支える一方の柱である農業は大根、レタス、トウモロコシを中心とした野菜が中心で年間売上高は 15.6 億円、その他りんごなどの果実の生産、直売が盛んである。

・大根の連作障害のためトマト、大豆（方品特産の大白大豆など）、花豆の生産出荷が増加している。

・平成 17 年に尾瀬の郷・片品村どぶろく特区に認定された。現在、平成 18 に策定した片品村第三次総合計画「片品村・尾瀬の郷構想」を推進している。

②片品村役場の今後の方向性

１．第三次総合計画「片品村・尾瀬の郷構想」の進捗状況と効果の検証が十分とは言えないので地域で影響力ある企業、法人、個人との自由な意見交換の場を設定してブラッシュアップすることが考えられる。

２．尾瀬ブランドが１１認定されたが、選定基準、例えば農産物の減農薬、有機栽培といった消費者が求めている尺度があいまいであったりブランド商品が農産加工品に偏っていて農産品、水産品などの選出が少ないなどの問題がある。今後は中小企業診断士やデザイナーなどの外部専門家を委員として招致し、基準作りの整備などを行いブランドの確立を支援する。

３．頻発する食の安全への揺らぎや食料自給率の低さを反映し、第１次産業の重要性が再認識され農林水産業が柱の片品村にはチャンス到来である。

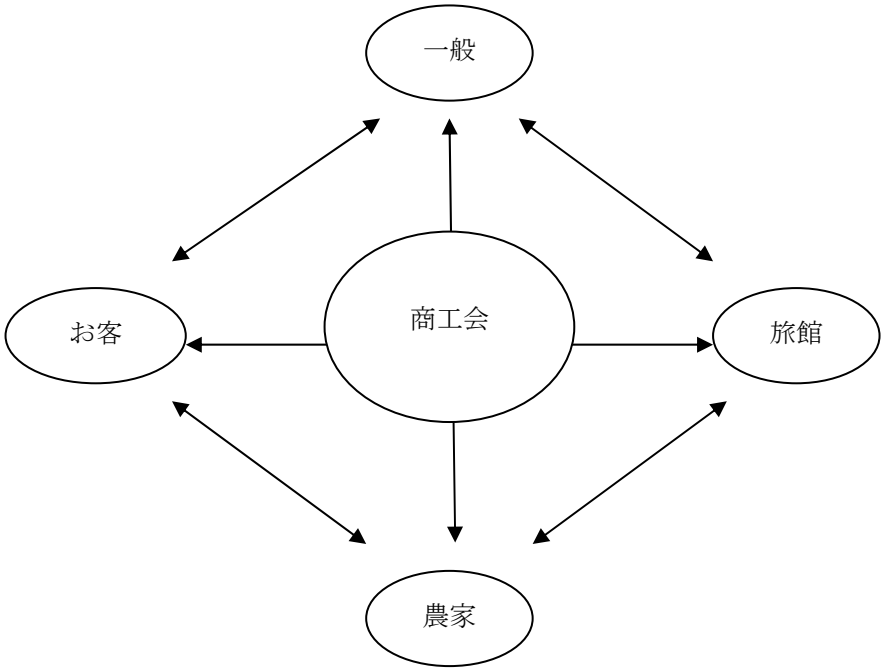
（２）片品村商工会

片品村の資源の一つとして民宿がある。冬季はスキー客であるが夏場の観光には来ない客である。夏季は尾瀬ハイカーが多いが、関東圏では飽きが来て減少している。関西・九州圏が多くなったが鬼怒川温泉・草津温泉泊まりが多くなり、片品村の宿泊客まで至っていない。反面学生の合宿が多くなってきている。花咲地区では夏がサッカー、秋になると野球の合宿が行なわれている。

また、住み込み移転してきた住人が丸沼地区・花咲地区でペンション経営を行なっている。花咲ペンションではサッカー大会、丸沼ペンションでは釣り・スキーなどに使用されている。

民宿の売上が 200 万円を切ると赤字経営になる。（経費：100 万円、人件費・修繕費：100 万円）後継者は昭和 50 年後半から昭和 60 年頃はいたが、最近は後継者がいない状況である。中途半端な民宿は厳しい経営が強いられる。

片品村は三つの谷で別れている。片品村の活性化は三地域の連携が鍵である。片品村でエンジョイネットワークが立ち上げた「ふれあいバザール」のイベントが行なわれているが、村全体が参加するお祭りとは言い切れない。また、イベントによってどのような利益が得られているか検証はされていない。



課題

１．商工業者の取組みは個々の活性化策のため、総合力に欠ける。商工業全体を見渡した活性化の提言、施策を商工会サイドで確立し、実行することが問われている。

２．民宿等の経営能力が脆弱的であり、商工会の小規模融資等で支援する。

３．商工会の「つながり力」を活かして民宿等の後継者問題を支援する。

４．個々の活性化策の為、総合力に欠け村全体の効果が期待できる。

第５章　片品村の地域資源を活かした地域活性化、農商工連携の提言

◆提言の骨子

１．地区内・地区間・異業種・官民・地区外等の人々との連携を強化する

２．農商工連携や地域資源活用プログラム等の施策を有効に活用する

３．全国の農商工連携、地域活性化の事例から学ぶ

４．地域資源を活用したプロジェクトの提案

（１）メタボリックシンドロームさよならツアー

・メタボリックシンドロームの中高年者を集めて１週間程度ペンションに宿泊してもらい、大自然を満喫しながら食事療法、野外散策、トレッキングなどを通じて健康体を回復してもらう

（２）森林体験ツアー

・小中学生と父兄を対象に、専門的指導者の指導で、野営、渓流釣り、サバイバル体験、動植物の名称や生態系学習、火おこし、竹馬づくり，山菜の料理などを体験してもらう本格的体験ツアー

（３）片品歴史ツアー

・片品村と桧枝岐村を結ぶ会津街道を実際に歩き、源義家や安倍宗任を偲んだり、戊辰戦争の遺跡を訪ねたり、黒保根村の安倍氏家臣団と連絡をとるなど重要だった会津街道古道を偲ぶロマン溢れるツアー企画

（４）食品リサイクル＆有機農業導入によるエコ郷づくり

・民宿、学校、スーパー等から出る野菜等の残渣から製造した肥料や堆肥を農家が使用して有機農業を行い、これを村内で地産地消するリサイクルシステムを構築

（５）ジビエ料理提供による新名物づくり

・増え続ける鳥獣被害に対処するため、捕殺を含めた『被害防止計画』を策定し捕殺に対する財政上の措置を講じ、村の新名物として鳥獣肉料理をブランド化し民宿や農家レストランで提供する

（６）スキー場等山間部の急斜面を利用したマイクロ水力発電

・国の新エネルギー等の支援策を活用し、豊富に産する湧水、渓流を利用し発電し施設に活用

（７）冷暖房用エネルギー源としての地中熱ヒートポンプ

・気候風土が片品村に類似するカナダの山間地で冷暖房用エネルギー源として活用されている

（８）森林資源を利用したバイオマス燃料の精製と活用

・山林整備事業と協同し間伐材等を原料としたバイオマス燃料の精製と活用を行う

５．片品村活性化の運営主体（ＶＭＯ）

（１）村づくりの司令塔としてＶＭＯ（Village Management Organization）を組織する

（２）ＶＭＯが行う村づくりの役割

・村づくり全体の役・司令塔（パイオニア）
・村・各種団体や市民・事業者等との総合調整（コーディネーター）
・村・各種団体の包括的活動の補完・補佐（サポーター）
・村民や事業者が行う地域整備への積極的な参画（ディベロッパー）
・各種公的機関との連携により村の市街地環境の適正管理・運営（マネージャー）
・ヴィレッジ・マネージャーＭＵＲＡＯＳＡ（むらおさ）の就任

６．アンテナショップで尾瀬・片品の風を首都圏に発信

（１）首都圏の人々に

①「片品の全て」を知ってもらい、②片品の産品を買ってもらう、
③片品の交流人口になってもらう、④片品に移住してもらう　などを目指す

（２）公的アンテナショップ又は自前施設で以下を実施する

・「食」を中心にした飲食、農産物・加工品・惣菜、その他の物販
・尾瀬・片品の紹介とグリーンツーリズムを中心とした観光への勧誘
・移住や新規就農への勧誘

１．農商工連携、地域活性化の施策

（１）農商工等連携促進法

平成 20 年７月に施行されたこの法律は、農林漁業者と中小企業が共同で行なう商品やサービスの開発等に関わる計画について国が認定した場合、補助金やその他の優遇を受けられる制度で、認定を受けるのは中小企業と農林漁業者、連携参加者の連携体である。

施行されて日が浅いが、既に認定された事業は農林漁業者の産品を中小製造業者やサービス業者が付加価値化する事例が多い。

例えば家庭廃棄物を発酵させて液肥を作る機械メーカーと片品村の果樹農家が連携して、安全で味の濃い果実を販売するなどが考えられる。

政府は日本の農業が抱える多くの問題を解決するべく、多くの多分野に亘る対策を講じているが、それとは別に農業同様沢山の問題を抱えている中小企業に対しても沢山の対策も講じている。こうした中小企業対策の中にいくつか農業の活性化に有効と思われる対策があり、既にこの政策に応募した事業の中に片品村の活性化の参考になると思われる事例があるので、ここに紹介しておきたい。

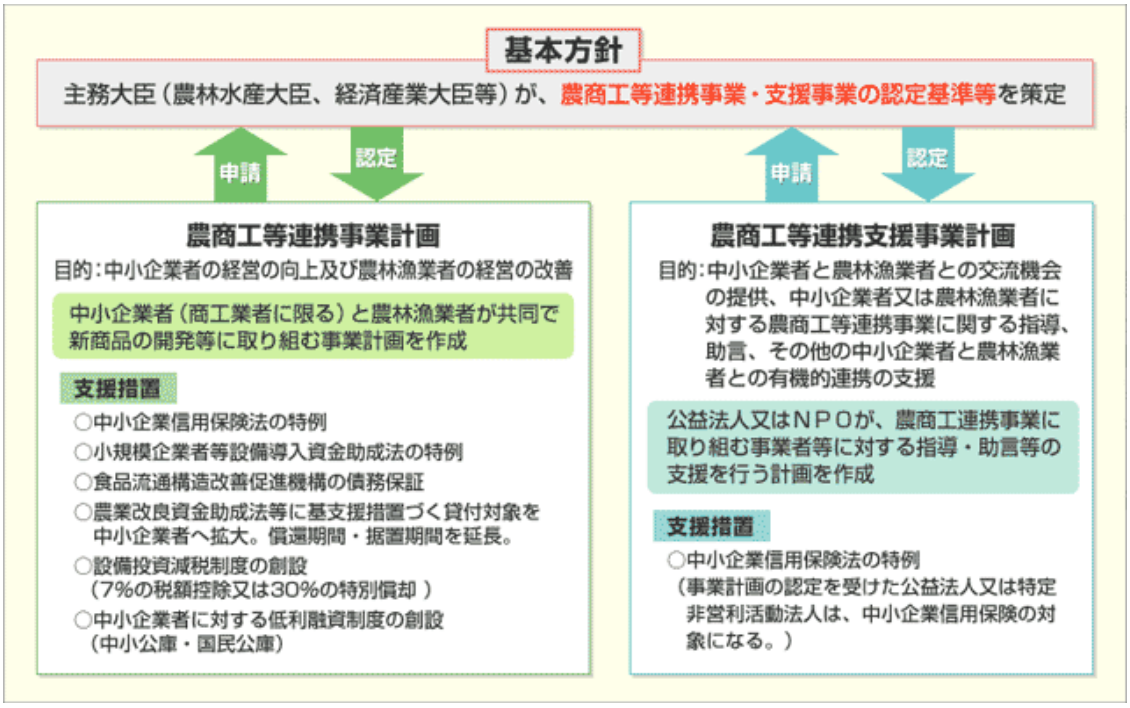
なお認定条件にもよるが、国による支援は総費用の３分の２の額の他、多くの優遇策が予定されている。

農商工連携88選で選出された農商工連携の例

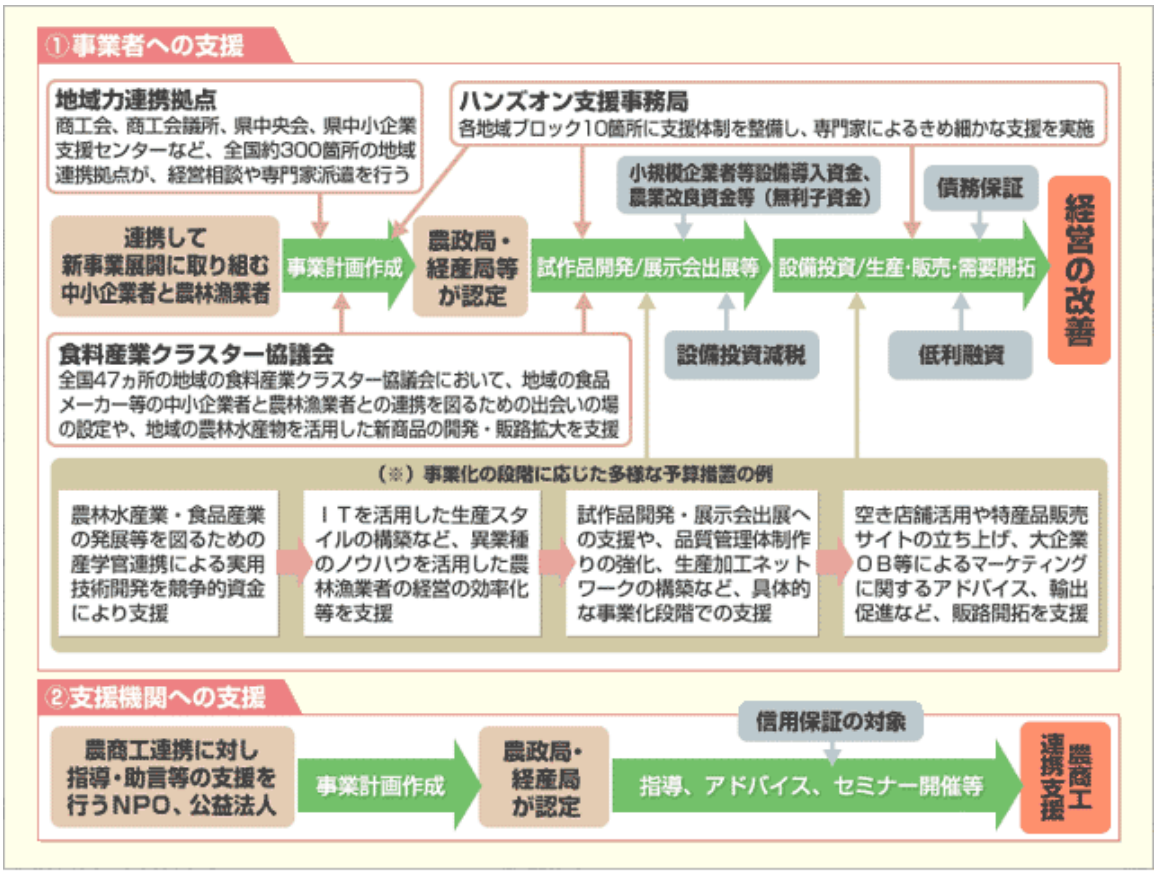
新サービスの提供

グラノ 24K（福岡県岡垣町）は、旅館と地元農家の連携で新たなサービスの提供を始めた。地元農家が作った減農薬栽培農産物を活用したジャムなどの加工品を販売したり、自然食レストランで新メニューを考案したり、ウエディング事業などにも反映している。年間 30 万人の観光客が訪れるこの地域では、地元農家の旅館業者への売り上げだけで月 50 万～100 万円程度。若者が将来に希望をもって農家を継ごうという機運で盛り立っているという。

■農商工等連携促進法が支援する二つの事業スキーム



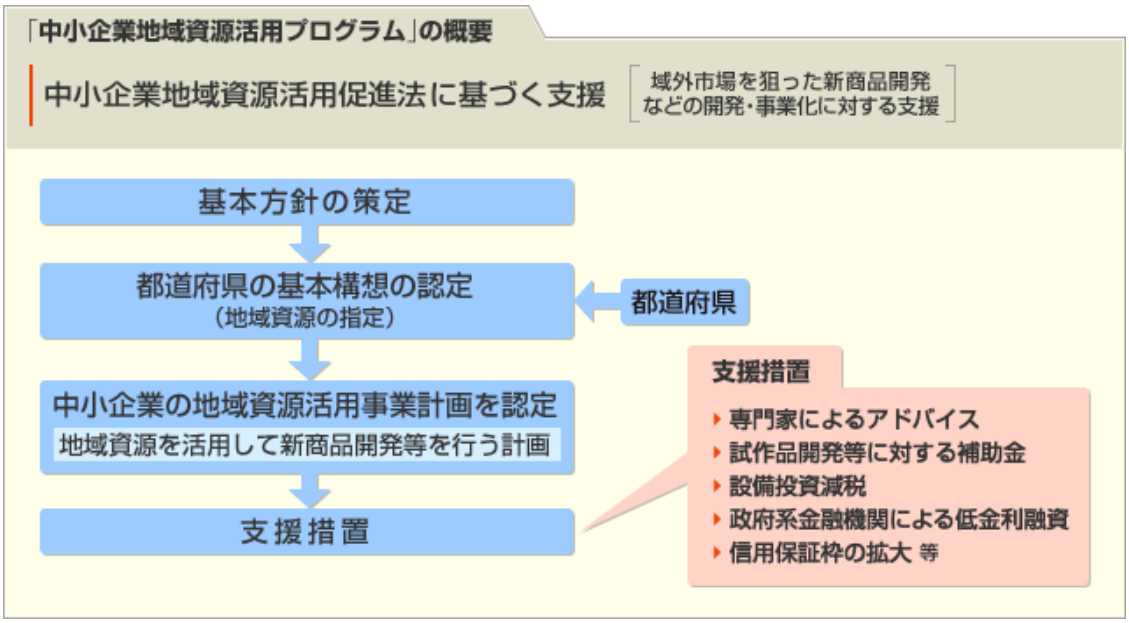
■農商工連携促進法における支援の流れ

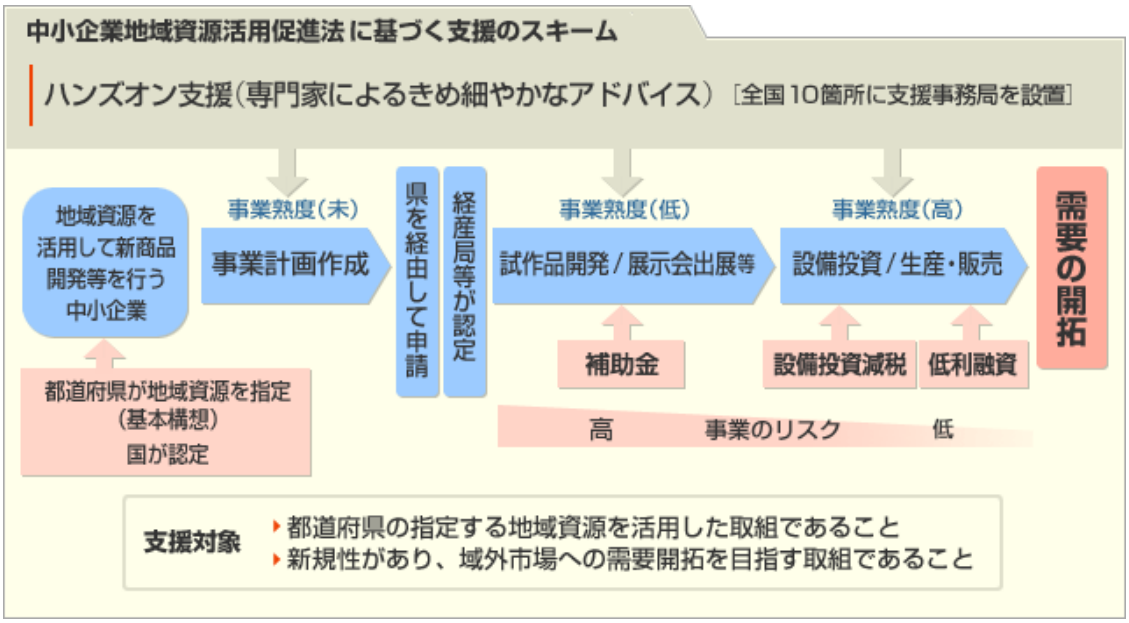


（２）中小企業地域資源活用促進法

平成 19 年に施行されたこの法律は、中小企業が地域の製造、農林漁業、観光に関する技術や資源を活かした商品開発、生産、開拓、及び新サービスの開発、需要開拓などを行なう事業に対して、国が補助金や融資や優遇税制や開発指導を行なって中小企業の活性化を図ることを目的とした法律で、５年間で千件の新事業を創出することを目指している。

片品村もこの法律を活用して活性化を図ることは充分可能と考える。





２．全国の農商工連携、地域活性化の事例

中小企業地域資源活用促進法で今まで採択された案件の中から、片品村が本法を利用して活性化計画を策定する場合に参考になると思われる事例を紹介しておく。

（１）他の地域や企業との連携事例

・陶磁器産地の陶器と地酒業者の連携

・温泉セラピストの指導と薬膳料理とトレッキングを提供する温泉旅館

・木工指導専門家と林業者が連携した木工教室

・温泉と寺院の八十八箇所巡りを組合せた体と心の癒しツアー

・セラピストの指導と棚田作業を連携させたグリンツーリズム

（２）差別化サービス提供事例

・地域ぐるみグルメ祭の開催

・薬膳おせち料理の開発配送

・安全安心の乗馬プログラムによる観光乗馬

（３）新商品開発事例

・有機栽培による桑茶開発販売

・桑葉粉末混餃子開発販売

・青臭さを取除いた大豆加工飲料の開発

・間伐材にベントナイト加工した空気浄化作用のある照明器具の開発

・おからアイスクリームの開発

・胡麻豆腐製造技術を使った惣菜豆腐の開発

・地元産大豆小豆ブルーベリー等を使った「ほろ酔いリカー」開発

・竹の消臭、抗菌、強度特性を活かした竹綿の開発

・地産杉材から抽出したエッセンシャルオイルの開発

・白樺の樹液と葉から採取した化粧水、芳香蒸留水の開発

・カボチャによる冷凍惣菜の開発

・米と大豆を使った生理機能を持つサプリメントの開発

・乳酸菌によるキャベツの発酵食品開発

・野菜ソースを活かした和調串料理（ピンチョス）の開発

・杉材に石油系熱可塑剤を添加したウッドプラスティックの開発

・葛から抽出したカッコンエキスによる自然派化粧品開発

３．片品村の地域資源を活用したプロジェクト案

（１）農林業資源

①プロジェクト起案のフローチャート

資源	活動主体（誰が）	活動内容（何をする）
農業資源 農産物（大白大豆、花豆、トウコモロコシ、蕎麦、トマト、大根、人参、ブルーベリー） ジビエ（猪、鹿、熊） 山女、岩魚	土木業 肥料開発業者 農業者、農業法人、帰農者 狩猟人 林業者 片品村森林組合 炭人 木材加工業者、家具製造業、家具職人、雑貨作家	民宿等から出る食品残渣をリサイクルして有機堆肥を作り地産地消のエコ郷づくり
林業資源 木材（杉､)、竹 炭		

⇩

加工品 料理 加工品 店舗 住宅	料理好きの地元女性､フードコーディネーター、食品加工業者 マーケッター､都心の食品メーカー、都心の大手小売店 地主 金融業者、役場 建築デザイナー、建築業	増え続ける鳥獣被害を防ぐ為、捕獲を行い鳥獣肉料理のブランド化とその料理を提供するレストランの展開。顧客はスキー客や観光客とする

⇩

提供場所 レストラン 直売所、小売店、土産店、旅館/民宿/ホテル/ペンション 通販	店舗運営者 ホームページ制作業者	尾瀬片品の新名物「ジビエ料理」の全国への発信

⇩

ＰＲ方法 ファンの組織化、 ＴＶ、メジャー雑誌、		片品村出身者や片品村こころの住民を組織化し、情報発信

②具体的なプロジェクト提案

プロジェクト名	食品リサイクル＆有機農業導入によるエコ郷づくり
背景・主旨 顧客ターゲット等	今回実施した農林業者アンケート調査によれば、村内の農業者は有機農業や減・無農薬栽培に関心が高い。また、村内には農家民宿やペンション、温泉旅館等が多数営業しており、野菜等の食品残渣を一定量、安定的に確保できる。 08 年 12 月に施行された改正食品リサイクル法や農水省が 08 年度から始めた有機農業モデルタウン事業などの活用が考えられる。 食に対する安全・安心志向が消費者の間に急速に浸透してきており、自然を地域資源とする片品村のイメージにマッチする。
活用資源	片品村の野菜を中心とした農産物、食品残渣
実施者	【主体】片品村役場、片品村農協、商工会 【協力者】農家、農業法人、民宿、ペンション、ホテル、堆肥製造業者、運送業者、スーパー等食品関連業者、ＮＰＯ法人、有機栽培技術指導者、小・中学校、高校
実施内容	野菜等の食品残さを加工できる技術を持つ製造業者や農協等に委託して肥料や堆肥を製造し、製造したものを農家に利用してもらう。 農家は有機農業を指導できる技術者や県内で有機農業を実践している農業者から指導を受ける。 まずは身近な小中学校で地産地消の一環として利用してもらう。 協力者の輪を段階的に拡大し、有機農業により生産された農産物で地産地消を地産全消できるように推進する。

【肥料化に関する関連機関】

■独立行政法人肥飼料検査所(本部)

〒330-9733 埼玉県さいたま市北袋町 1-21-2

Tel: 048-601-1174

■財団法人日本土壌協会

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1-58

パピロス・ビル 6 階

Tel: 03-3292-7281

■各都道府県の農林水産部等の肥料担当部課

【飼料化に関する関連機関】

■独立行政法人肥飼料検査所(本部)

■協同組合日本肥飼料工業会

〒330-9733 埼玉県さいたま市北袋町 1-21-2

Tel：048-601-1174

■全国農業協同組合連合会

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-8-3

Tel：03-3245-7191

■各都道府県の農林水産部等の飼料担当部課

〒106-0041 東京都港区麻布台 2-2-1 飼料会館

Tel：03-3583-8031

■社団法人日本科学飼料協会

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台 1-2
馬事畜産会館

Tel：03-3291-9521

【油脂及び油脂製品化に関する関連機関】

■全国油脂事業協同組合連合会

〒101-0024 東京都千代田区神田和泉町 1-8-14

Tel：03-5833-5121

■社団法人日本畜産副産物協会

〒106-0041 東京都港区麻布台 1-7-3
神谷町スクエアビル４F

Tel：03-3505-8668

■社団法人日本フィシュ・ミール協会

〒683-0801 鳥取県米子市新開 2-11-36

Tel：0859-34-5707

【メタン化に関する関連機関】

■各都道府県の廃棄物対策課等

【食品リサイクル法について】（農林水産省関連他）

■農林水産省 総合食料局食品産業企画課
食品環境対策室

〒100-8950 東京都千代田区霞が関 1-2-1

Tel：03-3502-8111(代表)

■関東農政局 企画調整部 食品課

〒330-9722 埼玉県さいたま市北袋町 1-21-2
さいたま新都心合同庁舎 2 号館

Tel：048-600-0600(代表)

■東海農政局 企画調整部 食品課

〒460-8516 愛知県名古屋市中区三の丸 1-2-2

Tel：052-201-7271(代表)

■東北農政局 企画調整部 食品課

〒980-0014 宮城県仙台市青葉区本町 3-3-1
仙台合同庁舎

Tel：022-263-1111(代表)

■北陸農政局 企画調整部 食品課

〒920-8566 石川県金沢市広坂2-2-60金沢広坂合同庁舎

Tel：076-263-2161(代表)

■近畿農政局 企画調整部 食品課

〒602-8054 京都市上京区西洞院通り下長者町
下ル丁子風呂町

Tel：075-451-9161(代表)

■中国四国農政局 企画調整部 食品課

〒700-8532 岡山市下石井 1-4-1 岡山第二合同庁舎

Tel: 086-224-4511(代表)

■内閣府沖縄総合事務局 農林水産部 農政課

〒900-8530 沖縄県那覇市前島 2-21-7

Tel: 098-866-0031(代表)

■九州農政局 企画調整部 食品課

〒860-8527 熊本県熊本市二の丸 1-2 熊本合同庁舎

Tel: 096-353-3561(代表)

■財団法人食品産業センター環境・普及部

〒107-00520 東京都港区赤坂 1-9-13 三会ビル 7 階

Tel: 03-3224-2389(代表)

出典：「食品リサイクルハンドブック」（日報アイ・ビー刊）

プロジェクト名	ジビエ料理提供による新名物づくり
背景・主旨 顧客ターゲット等	増え続ける鳥獣被害を防ぐ為、捕獲を行い鳥獣肉料理のブランド化とその料理を提供するレストランの展開。顧客はスキー客や観光客。
活用資源	片品村に出現する熊・猪・鹿
実施者	【主体】農協が取り纏めとなり、猟師の登録や加工施設の設営と民宿や農家が主体でレストラン経営する。 【協力者】鳥獣被害防止特措法に従い役場が被害防止計画に基づき助成する。
実施内容	捕殺（現在不採択）を含める『被害防止計画』を策定、捕殺に対する財政上の措置を講じ、片品村の新名物としてブランド化。農協が全面バックアップしプロの猟師登録・加工施設設営・料理研究会等の実施と民宿や農家レストランの運営を推進する。

プロジェクト名	東洋のスイスを目指す放牧酪農で乳製品産業を村内に誘致
背景・主旨 顧客ターゲット等	シーズンオフ（夏～秋）のスキー場のゲレンデを使って牛を放牧し、冬～春は麓の畜舎で温泉の熱源を利用して育成する仕組を作っていくことで首都圏からの家族連れ観光客を誘致する。
活用資源	山間部の斜面、シーズンオフ（夏～秋）のスキー場のゲレンデ 乳牛、牧草、湧水、温泉
実施者	【主体】スキー場、酪農希望者、乳製品製造メーカー（個人） 【協力者】片品村農協、県畜産試験場
実施内容	スイスの夏は山間部の斜面で牛を放牧し、冬は麓の畜舎で飼育する移動式酪農を片品に導入し、得られた牛乳を使ってチーズやバター等の乳製品を作る産業を村内に誘致する。できればスイスやニュージーランドから技術及びブランドを導入する。

（２）観光資源

①プロジェクト起案のフローチャート

資源	活動主体（誰が）	活動内容（何をする）
観光資源 尾瀬国立公園 菅沼、丸沼 ７つのスキー場 ９つの温泉 会津街道・歴史 日光、川場、沼田、水上	・(財)尾瀬保護財団 ・片品村スキー場連絡協議会 ・片品村民宿旅館組合連合会	森林湿原のツアー

⇩

レジャー企画・運営 季節の企画（例：夏のスキー場を百合園に）	・片品村観光協会、 ・片品村総合観光イベント委員会、 ・片品村ゴルフクラブ、 ・レジャー企画者、旅行代理店、 ・マーケッター	会津街道探索ツアート銘打って、片品村と桧枝岐村を結ぶ会津街道を実際に歩き、源義家や安倍宗任を偲んだり、戊辰戦争の遺跡を訪ねたり、できれば黒保根村の安倍氏家臣団と連絡をとるなど重要だった会津街道古道を偲ぶロマン溢れるツアー
・広域アウトドア（尾瀬、会津檜枝岐（ヒノエ）、日光、沼田、川場、水上） ・会津街道・歴史 ・昔の習慣体験 ・自然学習・講座	・観光案内人、 ・尾瀬ガイドネットワーク、 ・片品山岳ガイド協会、 ・片品村農協農業観光部、 ・川場村観光協会（蒟蒻づくり体験）、 ・尾瀬檜枝岐温泉観光協会（檜枝岐歌舞伎４月、マウンテンバイクレース）	
健康・治療	健康アドバイザー、 セラピスト、医学者	片品村のペンションに１週間程度滞在してもらい、群馬大学、地元医師、保健士などがトレッキングや雑穀食などのプログラムに従って健康を回復するツアー
宿泊企画	レジャー企画者、 マーケッター 旅館/民宿/ホテル/ペンション 片品村民宿旅館組合連合会	

⇩

ＰＲ場所・ＰＲ方法 ＨＰ ＴＶ旅番組、旅の雑誌 ファンの組織化、 旅行代理店	ホームページ制作業者 親善大使	片品村出身者や片品村こころの住民を組織化し、情報発信

②具体的なプロジェクト提案

プロジェクト名	メタボリックシンドロームさよならツアー
背景・主旨 顧客ターゲット等	メタボリックシンドローム人口が激増しているため、厚生労働省は健康診断を義務づけているが、こうした人たちを病院でなく片品村のペンションに１週間程度滞在してもらい、群馬大学、地元医師、保健士などがトレッキングや雑穀食などのプログラムに従って健康を回復してもらうツアーとする。
活用資源	片品村の森林原野、温泉、ペンション群、雑穀
実施者	【主体】ペンション経営者の有志 【協力者】群馬大学、地元医師、栄養士、保健士、医学療養士、森林インストラクター、製薬会社、健康機器メーカー、生命保険会社、健康保険組合
実施内容	健康保険組合などを通じてメタボリックシンドロームと「判定された中高年者を集めて１週間程度ペンションに宿泊してもらい、大自然を満喫しながら食事療法、野外散策、トレッキングなどを通じて健康体を回復してもらう。費用は個人負担のほか、健康保険組合にも負担してもらうよう交渉する。

プロジェクト名	片品歴史ツアー
背景・主旨 顧客ターゲット等	片品村は奥日光や尾瀬との関係で有名だが、古くから上方と東北を結ぶ重要な会津街道の宿場町だったため、隠れた史実や史跡があるので、これらを発掘して探訪するツアー企画とする。
活用資源	旧街道、牛に因んだ地名（湿原の交通は牛だった）、戊辰戦争顕彰碑
実施者	【主体】ペンション経営者有志（片品、檜枝岐） 【協力者】郷土史家、教育委員会
実施内容	会津街道探索ツアート銘打って、片品村と桧枝岐村を結ぶ会津街道を実際に歩き、源義家や安倍宗任を偲んだり、戊辰戦争の遺跡を訪ねたり、できれば黒保根村の安倍氏家臣団と連絡をとるなど重要だった会津街道古道を偲ぶロマン溢れるツアー企画とする。

プロジェクト名	森林体験ツアー
背景・主旨 顧客ターゲット等	現代人は原野や森林でのサバイバル体験が少ない。このことが若者の創造力や忍耐力を弱めているので、専門的なインストラクターの指導による自然体験をしてもらうツアーとする。
活用資源	尾瀬、奥日光、武尊の森林原野、渓流、宝庫と言われる昆虫、高山植物、山菜など
実施者	【主体】ペンション経営者有志、ペンション組合 【協力者】（社）全国森林レクリエーション協会（前橋支部は前橋市岩上町４－１７－３林野弘済会内）など公的機関が認定した森林環境教育リーダーや森林インストラクター。首都圏小中学校、文部科学省
実施内容	小中学校とその父兄を対象に本格的な森林体験をしてもらう。専門的な指導者の指導で、野営、渓流釣、サバイバル体験、動植物の名称や生態系学習、火おこし、竹馬づくり，山菜の最終料理などを体験してもらうツアーとする。

（３）エネルギー資源

①プロジェクト起案のフローチャート

資源	活動主体（誰が）	活動内容（何をする）
エネルギー資源 渓流、湧水、地中熱、太陽光（熱）、雪の冷熱	・片品村森林組合 ・（財）尾瀬保護財団 ・片品村スキー場連絡協議会 ・尾瀬株式会社	・マイクロ水力発電所 ・地中熱ヒートポンプ ・太陽光（熱）発電所 ※政府、地方自治体等の各種省エネ、ＣＯ2 削減活動支援事業を活用 ・冬季積雪を貯蔵、夏場の冷房に活用
バイオマス資源 森林選定枝、間伐材、野菜・食品残渣、廃食油	・片品村森林組合 ・（財）尾瀬保護財団 ・片品村スキー場連絡協議会 ・尾瀬株式会社 ・片品農協 ・片品村役場 ・小、中、高等学校	・バイオマス燃料精製会社を誘致、設立 ・森林の下枝、野菜残渣等をバイオマスとして資源回収、供給

⇩

活用法 マイクロ水力発電所 【添付図Ⅰ】	観光施設、学校、役場等の電力に活用する	片品村全体でクリーンエネルギー活用やＣＯ2 削減に努力していることを村のブランドとして全国にＰＲする ※群馬県支援資金省エネ枠の活用 【添付図Ⅲ】
地中熱ヒートポンプ 【添付図Ⅱ】	夏場の冷房、冬場の暖房補助に活用	
太陽光発電	公共施設、学校等の照明用電力に活用	
貯蔵雪利用の冷房	公共施設、学校等の夏場の冷房に活用	
バイオマス燃料 ①ＢＤＦ	観光バス、ゴミ回収車等の燃料や公共施設、学校等の暖房用燃料に活用	
②木質系ペレット燃料	観光施設、スキー場、民宿、ペンション等のストーブ燃料に活用	

②具体的なプロジェクト提案

プロジェクト名	スキー場等山間部の急斜面を利用したマイクロ水力発電
背景・主旨 顧客ターゲット等	2007 年度から新エネルギーの法的定義の中にマイクロ水力発電が加わり国や地方自治体の支援制度が充実した。片品村は山間部で多数のスキー場等急斜面を保有し、湧水や渓流も豊富なのでマイクロ水力発電に適しており、スキー場施設用動力、ホテルやペンションの照明及び冷暖房用としての需要がある。
活用資源	湧水、渓流、急斜面
実施者	【主体】 スキー場、ホテルやペンションの経営者又は組合、片品村役場 【協力者】 東京発電株式会社「Aquaμ」、（財）群馬県産業支援機構
実施内容	国の新エネルギー設備導入支援資金や地方自治体の省エネや CO2 削減の支援資金を活用してマイクロ発電所を建設し、そこで発電した電力をスキー場のリフト等施設用動力源やホテル、ペンションの照明や冷暖房用の電源に活用し、余剰分は東京電力に売却する。これにより片品村は地球環境に優しいクリーンエネルギー活用し､省エネと CO2 削減に貢献していることを尾瀬ブランドの 1 つとして PR する。

プロジェクト名	冷暖房用エネルギー源としての地中熱ヒートポンプ
背景・主旨 顧客ターゲット等	気候、風土が片品村と類似しているスイスやカナダの山間の寒冷地で冷暖房用（特に暖房用）のエネルギー源として発達し活用されている地中熱ヒートポンプを、新エネルギーや省エネの支援資金を活用して導入し、ホテルやペンション、学校、役場等の冷暖房用に使用する。
活用資源	地中熱、地下水、渓流、温泉
実施者	【主体】 スキー場、ホテルやペンション、学校、役場、農協等。 【協力者】 地中熱利用促進協会、（財）群馬県産業支援機構
実施内容	地中に基礎杭を打ち込み常時 15℃の地中熱や地下水を活用しヒートポンプにより少ないエネルギーで高効率の冷暖房を実現。そしてこれは外部に廃熱、CO2 を全く出さないクリーエネルギーなので、ホテルやペンション、学校、役場等の冷暖房に使用して、省エネと CO2 削減を図る。

プロジェクト名	森林資源を利用したバイオマス燃料の精製と活用
背景・主旨 顧客ターゲット等	尾瀬の水源を保護する為には水の供給源である山林の整備、特に山林の下枝や間伐材の除去等が必要である。この時に発生した下枝や間伐材をバイオマス燃料の資源として活用する。
活用資源	山林の下枝、間伐材
実施者	【主体】 片品村森林組合、片品村役場 【協力者】 （財）尾瀬保護財団、片品村の小、中、高等学校
実施内容	山林保護整備事業と協業して山林の下枝や間伐材を収集し、それを原料にしたバイオマス燃料を精製する施設を片品村に誘致又は地元で建設する。そして観光バスや、公共機関の車両の燃料、学校や公共施設の暖房用燃料に使用する。又、環境保護教育の一環として片品村の小、中、高の生徒にも山林の整備とバイオマス燃料資源の収集活動を教育実習に取り入れ参画させる。

【添付図Ｉ】

水力，太陽光および風力等は，純国産の枯渇しない環境に優しい自然エネルギーですが，経済性が低く，自立して開発は進められずに，公的補助に頼っている。

太陽光・風力	『新エネルギー』として法的定義されており，優遇された支援制度を受けて開発
水力	新エネルギーとして定義されず，優遇支援制度なしで開発

２００７年度から新エネルギーの法的定義の中に小水力発電が加わり，支援制度が拡充

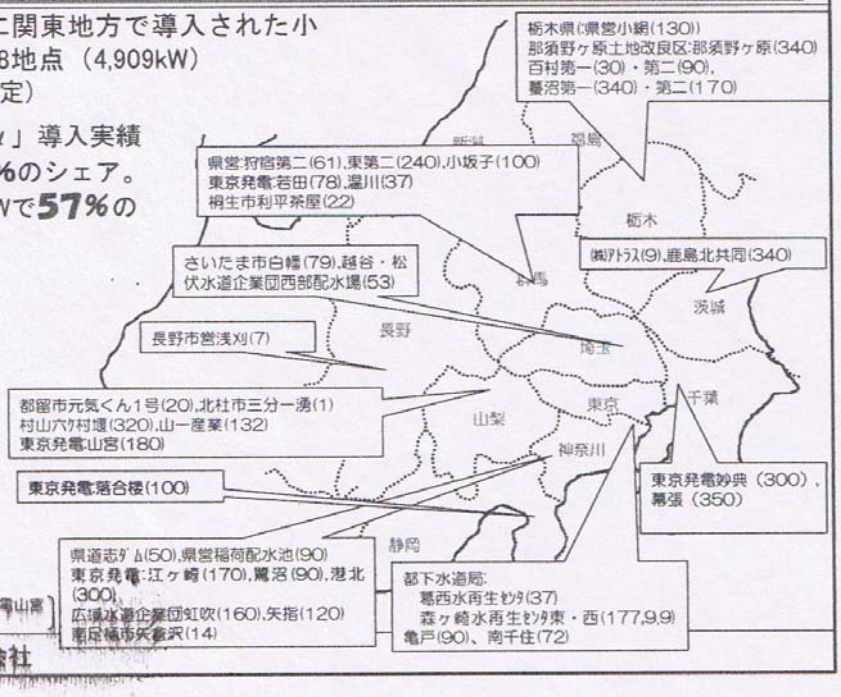
All Rights Reserved Copyright © 2007 July. TEGI

東京電力グループ

５．「Aqua μ」導入実績と関東地方での小水力発電所の導入状況(H16年以降)

平成16年度以降に関東地方で導入された小水力発電は現在38地点（4,909kW）
(3地点は2009年予定)

そのうち「Aqua μ」導入実績は18地点で、**47%**のシェア。発電出力は2,821kWで**57%**のシェア



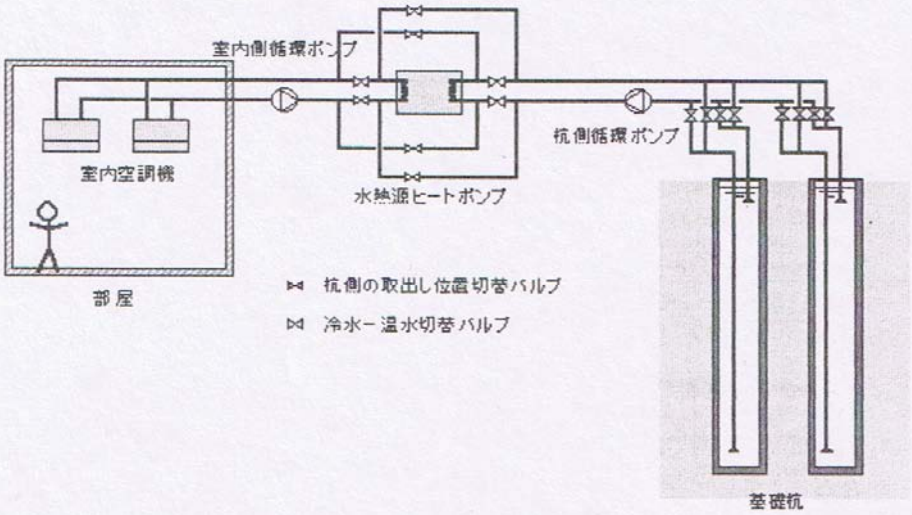
青字:「Aqua μ」にて東京発電が所有
緑字:「Aqua μ」のハードもしくはソフト面のみ利用　お客様が所有、東京発電は建設・運転・保守や技術的アドバイスを実施）

（※蓼沼第一・第二，東京発電山宮は　2009年予定）

TEG 東京発電株式会社

【添付図Ⅱ】

地中熱利用ヒートポンプシステムの種類　その2



基礎杭利用による地中熱空調システム

http://www.fklab.fukui.fukui.jp/yk/snow-method/pip_air_con/pile-air-cont.htm

地中熱ヒートポンプによる冷暖房システムの特徴

① 日本中いたる所で利用可能

② 最終熱量は使用した電力の3.5倍以上 → 省エネとCO_2排出量抑制可能

③ エアコンが利用できない外気温－15℃以下の環境でも利用可能

④ 放熱用室外機がなく，稼働時騒音が非常に小さい

⑤ 地中熱交換器は密閉式なので，環境汚染の心配がない

⑥ 冷暖房に熱を屋外に放出しないため，ヒートアイランド現象の元になりにくい

【添付図Ⅲ】

■環境ＧＳ企業エコ改修資金

省エネルギー、新エネルギー設備の導入、改修等に必要な資金を融資します。

○対象者　環境ＧＳ事業者として認定を受けている中小企業者
○限度額　１億円（省エネ率１０％以上の改修工事、新エネルギー設備の設置・改修工事の場合等）
○利　率　１．９％以内（信用保証付きは０．４％軽減）
○期　間　１０年以内（うち据置１年以内）

■ものづくり技術振興事業（「省エネ枠」）

エネルギー使用の低減につながる製品や生産技術の研究開発を支援するための補助金です。（(財)群馬県産業支援機構が実施）

○対 象 者　中小企業者等
○対象経費　原材料費、機械装置、外注加工費など試作に要する経費
○限度額等　２００万円以内（補助率２／３）
※省エネ枠（総枠１，０００万円）は本年度新設、募集期間９／１６～１０／３１

（4）片品村活性化の運営主体

これまでの行政および農協に頼った運営から、民間を主体とした組織が行う事を提案いたします。市街地の活性化にＴＭＯ（Town Management Organization：街づくり運営管理組織）が作られたように、山間地にはVMO（Village Management Organization）が必要です。

①ＶＭＯが行う村づくりの役割

・村づくり全体の役（パイオニア）

・村・各種団体や市民・事業者等との総合調整（コーディネーター）

・村・各種団体の包括的活動の補完・補佐（サポーター）

・村民や事業者が行う地域整備への積極的な参画（ディベロッパー）

・各種公的機関との連携により市街地環境の適正な管理・運営（マネージャー）

②ＶＭＯの財源確保方法

ＶＭＯが行う事業資金は，国・県・村や各種団体，商業者及び村民等からの出資または助成（補助），さらには自主的な事業を行うことにより，その財源を確保していくことになります。

③ＶＭＯの地域への利益還元

ＶＭＯは，民間資金や国からの補助金などを活用した各種の事業を行うとともに，村内整備により生じた収入を基に，その資金を地域内整備へ再投資することで，効果的な村づくりの推進を図ることになります。　＜　㈱都市構造研究センターHPの引用　＞

④外から集めたい人材

・ヴィレッジ・マネージャー（ＭＵＲＡＯＳＡ（むらおさ））

片品出身者あるいは片品に関心のある人物で、大規模小売業などでマーケティング業務の経験がある人物等にヴィレッジ・マネージャーに就任してもらいます。

村内で既に活動している各種団体と連携をとりながら、片品村の強みを活かし、一層強化する方策の立案と実践活動の総取締役となります。柚子で有名な馬路村は、ＪＡ馬路村の販売戦略に携わった㈱アークデザイン研究所の専務取締役　松崎了三氏が牽引役となった。

・余所（よそ）者の専門家

肥料開発業者、フードコーディネーター、マーケッター、建築デザイナー、

木工作家、家具職人、レジャー企画者、セラピスト、健康アドバイザー、医学者　など

（５）アンテナショップで尾瀬・片品の風を首都圏に発信

①主な狙い

片品の産品を首都圏の人々に知ってもらい評価してもらうことを狙うのは勿論だが、最大の狙いは、時間距離２時間程度の近距離にあり、現に片品の民宿等宿泊客の大半がいる首都圏の人々に「片品の全て」を知ってもらい、その良さを肌で感じてもらうこと。

その結果として、a,片品の産品を買ってもらう、b,片品の交流人口になってもらう、c,片品に移住してもらう、等々を期待する。

②アンテナショップのイメージ

A,自前でアンテナショップを設置する場合

・夜間人口、昼間人口の両方が期待できるエリアの商店街内に立地

・片品らしさを表現した店舗

・「食」を中心にした飲食、農産物・加工品・惣菜、その他の物販

・尾瀬片品の紹介とグリーンツーリズムを中心とした観光への勧誘

・移住や新規就農の勧誘

B, 商店街の空き店舗を活用する場合

・ある程度の立地条件があれば、空き店舗活用でも可能と思われる

・片品ファンにゆかりのある場所が望ましい

C,公的アンテナショップを活用する場合

1)中小機構　テストマーケティング・ショップ「Ｒｉｎ」　表参道

〒107-0061　東京都港区北青山 3-6-26

・地域企業化力向上支援事業･市場調査支援施設（テストマーケティングショップ）

首都圏での販路開拓のきっかけづくりやテストマーケティングとしての活用を図るため、首都圏に市場調査支援施設を設置し、地域発信の事業の全国展開や需要の拡大に向けた支援を行う。

・1F　Shop & Gallery　(TEL：03-6418-7020)

古くから受け継がれる伝統技術・デザイン、文化とその味わいなどを反映した、日本全国各地の地域資源を活用したインテリア・雑貨・家具などの商品をギャラリー形式で展示、販売。

新旧の日本の暮らしを融合させた、『新しい都会の暮らし』をご提案。

・2F　Dining cafe　(TEL：03-6418-7022)

食の体験コーナーとしてカフェ＆ダイニングスペースを設置。全国から集めたその時折の旬の野菜や、海産物など、地域の特産物をベースに『ほっ』とする日本をふるさとの味とゆったりとし

たくつろぎの時間を提供。

また、カフェ内にフード・テイクアウト・コーナーを設け、全国各地の素材を生かした安心安全な食品を販売。

・3F　Space & Office　（TEL：03-6418-7024）

情報発信やコミュニケーションの場として、期間限定の季節のイベントや、地域資源活用促進事業に携わる関連団体との提携イベントの催しなど、様々な地域資源関連イベントを開催。

2)全国商工会連合会　「むらからまちから館 」　有楽町

〒100-0006　千代田区有楽町 2-10-1　東京交通会館 1 階

・販路開拓支援の拠点として、地域の特産品の需要動向の実態把握など、アンテナショップとして活用できる。

3)群馬県庁　ぐんま総合情報センター「ぐんまちゃん家」　銀座

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-13-19　デュープレックス銀座タワ-5/13　１・２階

運営：群馬県観光国際協会

・設立の背景

コンセプトは「東京から見た群馬の距離を短くする」。草津、伊香保、水上等、有名な温泉地を抱え、尾瀬や谷川岳などの美しい自然を有する当県だが、県の知名度が低いのが現状。農産品についても、生産額トップ５に入る産物が２３品目もあり、世界遺産の登録が待たれる富岡製糸場、SUBARU で有名な富士重工業など、歴史・文化を背景にした近代産業も大いに発展している。このような群馬県の魅力を、総合的に PR するために設立された。

・特徴・詳細

・常設の物産販売だけでなく、イベントスペースを常設。

・群馬県の魅力をあらゆる切り口で PR。

・群馬県への企業誘致を推進。

・店舗名のとおり、都内の方、県民を初め、マスコミ、エージェントの方にもに親しまれるような交流型の拠点を目指す。

【参考資料】

１．片品村農林業者に対するアンケート調査票

２．同　集計結果

３．片品村民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査票

４．同　集計結果

５．事例に学ぶ村づくりの進め方

６．片品村・尾瀬周辺地図

１．片品村農林業者に対するアンケート調査票

片品村農林業に関するアンケート

対象番号	

実施機関：(社)中小企業診断協会群馬県支部
協力機関：片品村農協、片品村役場農林建設課

この調査は、食の安全性や食料自給率に対する国民的関心の高まりの中、農産物の輸入攻勢や高齢化過疎化・担い手不足による労働力の低下など、厳しい経営環境に直面している片品村農林業の実態を調査分析し、現状における課題及び将来の展望を検討するための資料とすることを目的として、社団法人中小企業診断協会群馬県支部が実施するものです。

調査はここからスタートとなります。お忙しいところ恐縮ですがご協力お願いいたします

Q1-1 あなたの年齢のあてはまる番号に○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
１０代	1	５０代	5
２０代	2	６０代	6
３０代	3	７０代	7
４０代	4	８０代以上	8

Q1-2 あなたの性別を教えてください。あてはまる番号に○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
男性	1	女性	2

Q1-3 あなたの家族の人数を教えてください。あてはまる番号に○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
１人	1	5人	5
2人	2	６人	6
３人	3	７人	7
４人	4	８人以上	8

Q1-4 農・林業の経験年数を教えてください。
農業、林業ともやっている方はそれぞれの年数のあてはまる番号に○をつけてください。

		回答欄		回答欄
農業経験年数	１０年未満	1	４０年～５０年未満	5
	１０年～２０年未満	2	５０年～６０年未満	6
	２０年～３０年未満	3	６０年～７０年未満	7
	３０年～４０年未満	4	８０年以上	8

		回答欄		回答欄
林業経験年数	１０年未満	1	４０年～５０年未満	5
	１０年～２０年未満	2	５０年～６０年未満	6
	２０年～３０年未満	3	６０年～７０年未満	7
	３０年～４０年未満	4	８０年以上	8

Q1-5 あなたの所属があてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄		回答欄
農村生活アドバイザー	1	農業青年クラブ	4
農業経営士	2	その他（　　）	5
青年農業士	3		

Q1-6 農家、林業家になった理由は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄		回答欄
後継者だから	1	自然相手の仕事だから	4
好きだから	2	食料自給に貢献できる	5
人々にとって大切だから	3	その他（　　）	6

Q1-7 経営形態は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
個人	1	株式会社	4
農事組合法人	2	合名合資	5
有限会社	3	その他	6

Q1-8 従事者（経営者本人も含めて）は何人ですか。あてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄		回答欄
家族１人	1	従業員5人未満	4
家族2人	2	従業員１０人未満	5
家族３人以上	3	従業員１０人以上	6

Q1-9 あなたの経営実態を教えてください。どれか一つに○をつけてください。
満足度のあてはまる番号○をつけてください。

	回答欄	満　足　度				
		非常に満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	全く不満
農業収入のみ	1	5	4	3	2	1
農業収入５割以上	2					
農業収入５割未満	3					

Q1-10 Q1-９で農業収入が5割未満と答えた方にのみお伺いします。
農業以外にどんな職業をなさっていますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄		回答欄
林業	1	民間企業	4
民宿・旅館・ペンション	2	農協、森林組合	5
公務員（教員、役場）	3	その他（　　）	6

Q1-11 農業の売上規模はどのくらいですか。あてはまる番号に○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
100万円未満	1	１000～1500万円未満	6
100～300万円未満	2	１500～2000万円未満	7
300～500万円未満	3	2000～3000万円未満	8
500～700万円未満	4	３０００万円以上	9
700～1000万円未満	5	（　　）	

Q2-1 主な生産物は主に何ですか。当てはまる番号に○をつけてください。

	回答欄		回答欄
米	1		9
麦	2	採卵鶏	10
野菜	3	ﾌﾞﾛｲﾗｰ	11
果樹	4	受託	12
花き	5	林地・杉	13
肉用牛	6	林地・その他	14
成牛	7	その他	15
母豚	8	（　　）	16

Q2-2 Q２-１で選んだ生産物の耕作面積・飼育頭数、林地面積はどのくらいですか。
下記の生産物（例えば米とか）のあてはまる番号に○をつけてください。

「1」の「米」と答えた方
○は１つだけ

	回答欄
1ha未満	1
1ha～2ha未満	2
2ha以上	3

「２」の「麦」と答えた方
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
0.5ha未満	1	3ha～5ha未満	4
0.5ha～1ha未満	2	5ha以上	5
1ha～3ha未満	3		

「3」の「野菜」と答えた方
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
10a未満	1	30a～50a未満	4
10a～20a未満	2	50a～1ha未満	5
20a～30a未満	3	1ha以上	

「4」の「果樹」と答えた方
○は１つだけ

	回答欄		回答欄
10a未満	1	50a～1ha未満	5
10a～20a未満	2	1ha～1.5ha	6
30a～50a未満	3	1.5ha～2ha未満	7
50a～1ha未満	4	2ha以上	8

「５」の「花き」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
10a未満	1	30a～50a未満	
10a～20a未満	2	50a～1ha未満	4
20a～30a未満	3	1ha以上	5

「６」の「肉用牛」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄
50頭未満	1
５０～100頭未満	2
100頭以上	3

「７」の「成牛」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄
30頭未満	1
３０～50頭未満	2
50頭以上	3

「８」の「母豚」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄
50頭未満	1
５０～100頭未満	2
100頭以上	3

「９」の「採卵鶏」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄
10千羽未満	1
１０千羽～50千羽未満	2
５０千羽以上	3

「10」の「ブロイラー」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄
10万羽未満	1
１０万羽～30万羽未満	2
３０万羽以上	3

「11」の「受託」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄
1ha未満	1
1ha～2ha未満	2
2ha以上	3

「12」の「林地・杉」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
1ha未満	1	10ha～20ha未満	4
1ha～5ha未満	2	20ha～50ha未満	5
5ha～10ha未満	3	50ha以上	6

「13」の「林地・その他」と答えた方

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
1ha未満	1	10ha～20ha未満	4
1ha～5ha未満	2	20ha～50ha未満	5
5ha～10ha未満	3	50ha以上	6

Q2-2 Ｑ２-１で「野菜」と回答し、主な作物に大根、大豆（尾白）、大豆（尾白以外）、トウモロコシ、トマト、レタスと書かれた方にお聞きします。主な作物にあてはまるものに○をつけてください。
露地・施設栽培の別、有機・無農薬・減農薬の別を○、×で記入ください。

	回答欄	○か×を記入				
		露地	施設	有機	無農薬	減農薬
大根	1					
花豆	2					
大豆（大白）	3					
大豆（大白以外）	4					
トマト	5					
トウモロコシ	6					
レタス	7					

Q2-3 今後の経営で特に重点的に取り組みたいことは何ですか。
当てはまるものに○をつけてください。

	回答欄		回答欄
有機肥料投入	1	尾瀬ブランド認定取得	8
輪作による土壌改良	2	トレーサビリティ導入	9
減農薬・無農薬栽培	3	遊休地、耕作放棄地の農地化	10
生産技術の向上による収量増加	4	デパート、コンビニへの販路開拓	11
消費者の好む品種導入	5	共同化（集配、加工、販売）	12
首都圏への出荷促進	6	害獣（イノシシなど）被害対策	13
インターネットを使った直販	7	その他（　　）	14

Q3-1 生産品の販売先と主な品目は何ですか。
主な販売先に○を２つまでおつけください。主な品目は生産物名をお書きください。

販売先	回答欄	主な品目	販売先	回答欄	主な品目
片品村農協			スーパー・小売店		
直売所・朝市			観光農園		
宅配・ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ			豆腐等加工業者		
民宿等（自家消費含）			その他（　　）		

Q3-2 Q３-１で「直売所、朝市」とと書かれた方にお聞きします。
現在の経営課題は何ですか。当てはまるものに○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄
出荷、販売額が減少対策	1
売れ残り品対策	2
曜日・季節の出荷の変動対策	3
出荷野菜の期間限定対策	4
特徴ある農産加工品づくり	5
品揃えの強化	6
その他（　　）	7

Q4-1 経費はどのような割合ですか。主なものは何ですか。
主な経費に○を２つまでおつけください。経費の主なものをお書きください。

経費	回答欄	主なもの	経費	回答欄	主なもの
人件費			農具・資材代		
減価償却費			燃料等光熱費		
種苗費、苗木代					
肥・飼料費			その他（　　）		

Q5-1 経営課題は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。
○は３つまで

	回答欄		回答欄
高齢化	1	商社やスーパーを含めた取引先販路の拡大	10
後継者難	2	宅配・インターネットなどにより直販を拡大	11
労働力確保	3	食品製造業などと組み付加価値をあげる	12
消費者が支持する品種、品質、味の追求	4	農地問題（耕作難、農地拡大）	13
利益確保	5	消費者が支持する農畜産物の安全安心の取組（減農薬、無農薬、トレーサビリティ）	14
価格の低迷	6		
資材の高騰	7	宅地化に伴う畜舎の悪臭などの環境対策	15
地域のブランド育成（尾瀬ブランド含）	8	害獣（イノシシ、シカなど）被害	16
海外農林産物に対抗できる低コスト化	9	その他（　　）	17

Q5-2 尾瀬ブランドについてお聞きします。あてはまる番号に○をつけてください。
○は１つだけ

	回答欄
尾瀬ブランドの認定品を知っている	1
今まで聞いたことがなく初めて聞いた	2
関心あり自分の生産物も認定を受けたい	3
知り合いの商品が認定されている	4
その他（　　）	5

Q5-3 Q5-2で「名前は知っている」とお答えになった方にお伺いします。
それは何ですか。番号に○をつけてください。

		回答欄			回答欄
水道水（片品湧水群	役場建設課	1	花豆　甘納豆	ありす館	7
どぶろく　ゆたき	そば道場ゆたき	2	尾瀬の大粒納豆	片品村農協	8
ふうきもうじみそ	サザンウッド	3	尾瀬手作りくるみ餅	きらく庵	9
尾瀬びる漬け	みゆき寿司	4	尾瀬のふき味噌	片品村振興公社	10
片品そば　なまそば	横坂生麺	5	甘納豆高原はなまめ	花の駅農産物直売所	11
野沢菜漬	尾瀬食品	6			

Q5-4 Q5-2で「関心あり自分の生産物も認定を受けたい」とお答えになった方にお伺いします。
その主な理由は何ですか。
○は１つだけ

	回答欄
全国に知られた尾瀬の知名度が生かせる	1
農産物を加工して付加価値（利益）を上げたい	2
減農薬・無農薬・有機の特色を生かせる	3
加工品だけでなく農・林産物も加えたい	4
その他（　　）	5

Q6-1 農業・林業の改善方策はなんですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は3つまで

	回答欄		回答欄
生産技術向上	1	法人化	6
新商品・高付加価値化の取組	2	加工・販売等の多角化	7
経営管理体制強化	3	異業種と協力・連携	8
規模拡大	4	共同直売所（直売所の集約）の設置	9
共同化・集落営農	5	その他（　　）	10

Q7-1 後継者についてお聞きします。あてはまる番号に○をつけてください。

○は1つだけ

	回答欄		回答欄
後継者はいる	1	当分、考える必要はない	4
候補はいるが継ぐか不明	2	自分の代で終わり	5
後継者を探している	3	その他（　　）	6

Q7-2 Q7-1で「後継者はいる」とお答えになった方にお伺いします。
それは誰ですか。

○は1つだけ

	回答欄
家族・親族	1
その他（　　）	2

Q7-3 Q7-1で「自分の代で終わり」とお答えになった方にお伺いします。
その主な理由は何ですか。

○は1つだけ

	回答欄		回答欄
収入が低くて、とても薦められない	1	生産技術向上のスピードについていけない	5
体力的にきつくて、とても薦められない	2	害獣（イノシシなど）被害がひどいので	6
農地問題（耕作難、農地拡大）のため	3	宅地化に伴う畜舎の悪臭などの苦情	7
消費者の安全安心志向（減農薬、無農	4	鳥インフルエンザ、狂牛病等の対策費	8
トレーサビリティ）への対応が難しいから		その他（　　）	9

Q8-1 １０年後のあなたの経営はどのようになっていると思いますか。

○は1つだけ

	回答欄
現在と同じ個人経営	1
現在と同じ共同経営	2
後継者が中心となって経営	3
共同化を推進	4
多角化・異業種連携が進行	5
農林業を辞めている	6
わからない	7
その他（　　）	8

Q9-1 農林業経営の上で経営状態や今後の進め方について相談する相手がいますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は1つだけ

	回答欄		回答欄
いる	1	いない	2

Q9-2 Q9-1で「いる」とお答えになった方にお伺いします。
それは誰ですか。

○は2つまで

	回答欄		回答欄
農林業の公的指導員	1	農林業者の先輩・仲間	6
行政機関	2	片品村農協	7
獣医師	3	金融機関	8
税理士	4	森林組合	9
家族	5	その他（　　）	10

Q9-3 Q9-1で「いない」とお答えになった方にお伺いします。
それは誰ですか。
その主な理由は何ですか。

○は1つだけ

	回答欄
身近に経営センスを持つ知り合いがいない	1
身近に信頼できる知り合いがいない	2
その他（　　）	3

Q10-1 農林業の付加価値をあげるため仲間と協同でやることを考えていますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
考えている	1	考えていない	2

Q10-2 Q10-1で「考えている」とお答えになった方にお伺いします。
それは何ですか。番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
協同で集配・出荷	1	協同で飲食店経営	6
協同で東京等に販路開拓	2	研究機関と共同研究	7
協同で加工所経営	3	協同で補助金申請	8
協同で見本市出展	4	協同で勉強会実施	9
協同で直売所経営	5	その他（　　）	10

Q10-3 Q10-1で「考えていない」とお答えになった方にお伺いします。
その理由は何ですか。番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄
身近に経営センスを持つ知り合いがいない	1
身近に信頼できる知り合いがいない	2
今のままでも何とかなるので必要性を感じない	3
成功した話を聞いたことがないので不安	4
その他（　　）	5

Q11-1 農家、林業以外の人と連携して組むことを考えていますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
考えている	1	考えていない	2

Q11-2 Q11-1で「考えている」とお答えになった方にお伺いします。
どういう相手ですか。番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
食品加工業者	1	IT（yahoo、楽天など）	6
小売業	2	貿易業、商社、JETRO	7
卸売業者	3	お菓子屋さん	8
飲食店	4	その他（　　）	9

Q12-1 国、県、市町村、片品村農協、森林組合の支援策の期待や農林業のあり方などについて、
ご自由にお書きください

これで調査は終了です。ご協力誠にありがとうございました。

２．片品村農林業者に対するアンケート調査　集計結果

農林業者アンケート結果

1. 農林業者の概要

①年齢

20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代～	NA	合計
1	7	4	19	14	18	3	1	67
	10.4	6	28.4	20.9	26.9	4.5	1.5	100

②性別

男	女	NA	合計
58	7	2	67
86.6	10.4	3	100

③家族人数

1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	NA	合計
0	16	15	11	7	9	7	2	67
0	23.9	22.4	16.4	10.4	13.4	10.4	3	100

④農業経験年数

10年未満	10年～	20年～	30年～	40年～	50年～	60年以上	NA	合計
13	9	6	8	14	5	3	9	67
19.4	13.4	9	11.9	20.9	7.5	4.5	13.4	100

⑤林業経験年数

10年未満	10年～	20年～	30年～	40年～	50年～	60年以上	NA	合計
12	4	3	5	2	2	0	39	67
17.9	6	4.5	7.5	3	3	0	58.2	100

⑥所属

農業経営士	農村アドバイザー	青年クラブ	青年農業士	その他	NA	合計
5	1	0	0	39	22	67
7.5	1.5	0	0	58.2	32.8	100

⑦農業家・林業家になった理由

後継者	好きだから	大切だから	自然相手だから	食糧自給への貢献	その他	NA	合計
41	7	2	0	3	8	6	67
61.2	10.4	3	0	4.5	11.9	9	100

⑧経営形態

個人	その他	農業組合法人	有限会社	株式会社	NA	合計
45	9	3	2	1	7	67
67.2	13.4	4.5	3	1.5	10.4	100

⑨従業者数

家族1人	家族2人	家族3人以上	従業員5人未満	従業員10人未満	従業員10人以上	NA	合計
21	23	8	5	2	2	6	67
31.3	34.3	11.9	7.5	3	3	9	100

⑩経営実態

	非常に満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	全く不満	NA	合計
農業収入のみ	1	2	1	0	0	0	4
農業収入5割以上	0	2	2	2	2	1	9
農業収入5割未満	0	3	18	8	11	5	45
NA							9
合計	1	7	21	10	13	6	67

⑪農業収入が5割未満の方の農業以外の職業

その他	民間企業	公務員	民宿・旅館	農協・森林組合	林業	NA	合計
15	11	6	5	3	3	2	45

⑫売上規模

1百万未満	1百万～	3百万～	5百万～	7百万～	1千万～	1.5千万～	3千万～	NA	合計
42	4	1	1	1	1	3	4	10	67
62.7	6	1.5	1.5	1.5	1.5	4.5	6	14.9	100

⑬主な生産物

野菜	米	その他	林地(他)	花き	林地(杉)	果樹	受託	全体
39	19	9	6	5	4	2	1	67
58.2	28.4	13.4	9	7.5	6	3	1.5	100

⑭生産物の耕作面積(MA)

	野菜	米	林地(他)	花き	林地(杉)	果樹	受託	合計
10a未満	15							15
10a～	8			2				10
20a～	2			2				4
30a～	3			1		1		5
50a～	1					1		2
1ha未満		14	1		1		1	17
1ha～	8	4	3		3			18
2ha～		1						1
5ha～			1					1
NA	2		1					3
	39	19	6	5	4	2	1	76

⑮野菜の主な作物と栽培方法

	大根	花豆	大豆(大白)	大豆(他)	トマト	ﾄｳﾓﾛｺｼ	レタス	合計
露地	6	6	5	1	4	12	2	36
施設					4			4

	大根	花豆	大豆(大白)	大豆(他)	トマト	ﾄｳﾓﾛｺｼ	レタス	合計
有機	2	2	2	1	2	4	1	14
無農薬		2			1	2		5
減農薬		1	1		2	4	2	10

⑯経営の重点的取組み

有機肥料	害獣害対策	輪作土改良	技術向上	尾瀬ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ認	消費者好み	全体
16	14	11	8	7	6	67
23.9	20.9	16.4	11.9	10.4	9	100

ネット直販	減無農薬	首都圏出荷	休耕地減	共同化	ﾃﾞﾊﾟｰﾄへ販路	全体
5	5	4	2	1	1	67
7.5	7.5	6	3	1.5	1.5	100

2. 販売の実態

①販売先(MA)

片品農協	直売所・朝市	民宿等	その他	加工業者	宅配・ネット	観光農園	ｽｰﾊﾟｰ等	全体
27	12	10	6	3	2	1	0	67
40.3	17.9	14.9	9	4.5	3	1.5	0	100

↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓

≪販売先別生産品≫

トウモロコシ2、レタス2、トマト1、アスパラ1、大根1、大豆1、ミョウガ1、花豆1	トウモロコシ2、リンゴ1、マイタケ1	トウモロコシ3、大豆2、野菜2、ナス1、大根1、トマト1、小豆1、レタス1、米1	キノコ1	大豆2			

②直売所・朝市に販売している人の抱える経営課題(MA)

販売額減	売れ残り策	期限定野菜	特徴加工品	品揃え強化	曜日季節策	その他	合計
3	3	3	1	1	0	0	12
25	25	25	8.3	8.3	0	0	100

3. 経営状況

①主な経費

肥・飼料費	農具・資材費	種苗費、苗木代	人件費	減価償却費	その他	燃料費等	合計
30	15	14	9	6	3	0	67
44.8	22.4	20.9	13.4	9	4.5	0	100

③主な経営課題（MA）

高齢化	23	34.3
価格低迷	21	31.3
後継者難	15	22.4
害獣被害	13	19.4
利益確保	13	19.4
資材高騰	11	16.4
労働力確保	5	7.5
宅配ネット	4	6
ｽｰﾊﾟｰ拡販	4	6
その他	3	4.5
消費者支持	3	4.5
地域ブラン	2	3
食品製造業	1	1.5
畜舎悪臭対	0	0
安心安全の	0	0
全体	67	100

4. 尾瀬ブランド

①認知度

知っている	43	64.2
初めて聞いた	3	4.5
認定受けたい	3	4.5
知人が認定	2	3
その他	3	4.5
NA	13	19.4
全体	67	100

≪認定受けたい理由≫
尾瀬の知名度
農産加工品の付加価値化

≪知っている尾瀬ブランド（MA）≫

水道水（湧水群）	23
片品そば　なまそば	23
どぶろく　ゆたき	20
尾瀬びる漬け	19
尾瀬の大粒納豆	14
野沢菜漬	11
ふうきもうじみそ	10
花豆　甘納豆	10
甘納豆高原はなまめ	3
尾瀬手作りくるみ餅	1
尾瀬のふき味噌	1

5. 農林業の改善方策

新・高付加価値化	18	26.9
生産技術向上	14	20.9
直売所の集約	12	17.9
加工・販売多角化	11	16.4
共同化・集落営農	8	11.9
経営管理強化	7	10.4
規模拡大	4	6
異業種連携	4	6
その他	3	4.5
法人化	1	1.5
合計	67	100

6. 今後の経営

①後継者の有無

自分の代で終り	23	34.3
継ぐかどうか不明	15	22.4
後継者有	9	13.4
当分考える必要ない	4	6
その他	3	4.5
後継者を探している	1	1.5
NA	12	17.9
合計	67	100

≪理由≫
収入が低くて勧められない
体力的にきつくて勧められない

②10年後の経営見通し

わからない	20	29.9
今と同じ個人経営	17	25.4
農林業を辞めている	8	11.9
後継者が中心になる	4	6
その他	1	1.5
多角化・異業種連携	1	1.5
共同化推進	1	1.5
今と同じ共同経営	1	1.5
NA	14	20.9
合計	67	100

③経営の相談相手

有	無	NA	合計
22	29	16	67
32.8	43.3	6.3	100

理由 ＝ 経営センスある知合いない7　信頼できる知合いない6　その他12　NA4

相談相手 ＝ 農協11　家族9　農林業の先輩8　森林組合3　金融機関1　行政機関1　農林業の公的指導員1

④仲間との連携

考えている	考えていない	NA	合計
9	41	17	67
34.4	59.4	6.3	100

≪連携事業≫

共同で勉強会	3
研究機関と共同研究	1
共同で直売所経営	1
共同で加工所ケ系	1
共同で販路開拓	1
共同で集配。出荷	1

≪連携しない理由≫

今でも何とかなる	12
その他	9
経営センスある知合いない	8
成功話を聞いたことない	5
信頼できる知合いない	3
NA	4

⑤他業種との連携

考えている	考えていない	NA	合計
11	36	20	67
31.3	62.5	6.3	100

≪連携する他業種≫

飲食店	3
食品加工業者	3
その他	2
貿易商社・JETRO	2
小売業	1
お菓子屋さん	0
IT（YAHOO等）	0
卸売業者	0

7. 国、県、村、農協等への期待、自由意見

・雑木林を増やしていく。休耕田、畑を無料で貸す。
・農林業に係る仕事をしていません。
・寺院檀徒の方と相談してよい林になるように諮っていくつもりです。山林10町歩位ある。
・動物の被害が多すぎるのでその対策をしほしい。
・農林業はやっていません。（サラリーマンです）
・生かさず殺さずはやめてもらいたい。自分の生産物を自分で決められるようにしたい。（値段）
・国で安定した小売業をしてほしい。
・国の予算でもっと農業の予算を増やす。現状では農業はもっと衰退する。
　食料自給率の向上は国の大胆な施策なくして達成は無理。
　日本の食育活動をもっと広め国内農産物の消費を拡充させる。
　生産者個々各自が安全安心な農産物の供給に努める。
　産地ブランドの農産物を生産できるよう生産者全体で取り組む。
・国→輸入の制限。
　県→件の特産品の開発、県レベルのアピール、設備費の補償。
　村、農協、森林組合→栽培マニュアルの作成配布。
　有料栽培者、経営者のスタイルの情報を知りたい。
・山間地、小規模でも経営できるような支援を。
・現在JAが農家のためのJAではない。商品を見た目で決められているのが現状。
・農林業やっていません。
・林の間伐をしたいが自力では無理。何かいい方法はないか。（今は放置状態です）
・私は農家ではないのでわかりません。
・農林業に従事していませんので、ほとんどの項目について回答できません。

片品村民宿・旅館・ペンションに関するアンケート

対象番号	

実施機関：(社)中小企業診断協会群馬県支部
協力機関：片品村商工会、片品村役場

この調査は、余暇や健康・自然に対する国民的関心の高まりの中、余暇の多様化などによるスキー客減少や経営者の高齢化、地域の過疎化による労働力の低下など、厳しい経営環境に直面している片品村の民宿旅館、ペンションの実態を調査分析し、現状における課題及び将来の展望を検討するための資料とすることを目的として、社団法人中小企業診断協会群馬県支部が実施するものです。

調査はここからスタートとなります。お忙しいところ恐縮ですがご協力お願いいたします

Q1-1 **あなたの年齢のあてはまる番号に○をつけてください。**

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
１０代	1	５０代	5
２０代	2	６０代	6
３０代	3	７０代	7
４０代	4	８０代以上	8

Q1-2 **あなたの性別を教えてください。あてはまる番号に○をつけてください。**

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
男性	1	女性	2

Q1-3 **あなたの家族の人数を教えてください。あてはまる番号に○をつけてください。**

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
１人	1	5人	5
2人	2	６人	6
３人	3	７人	7
４人	4	８人以上	8

Q1-4 **サービス業の経験年数を教えてください。※民宿・旅館・ペンションの総称をサービス業と呼ぶ**

５年未満	1	２０年～２５年未満	5
５年～１０年未満	2	２５年～３０年未満	6
１０年～１５年未満	3	３０年～３５年未満	7
１５年～２０年未満	4	３５年以上	8

Q1-5 **開業時期を教えてください。あてはまる番号に○をつけてください。**

	回答欄		回答欄
昭和６３年以前	1	平成７年～平成９年	4
平成元年～平成３年	2	平成10年～平成１３年	5
平成４年～平成６年	3	平成１４年以降	6

Q1-6 **サービス業になった理由は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。**

	回答欄		回答欄
後継者だから	1	余暇時代に有望だから	4
接客が好きだから	2	自然に惚れこんだから	5
リピーターから定住希望	3	その他（　　）	6

Q1-7 **新規開業者にお尋ねします。**
前職は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
農業	1	民間企業	4
林業	2	農協、森林組合	5
公務員（教員、役場）	3	その他（　　）	6

Q1-8　経営形態は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
個人	1	組合	4
有限会社	2	合名合資	5
株式会社	3	その他	6

Q1-9　従事者（経営者本人も含めて）は何人ですか。あてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄		回答欄
家族１人	1	従業員5人未満	4
家族2人	2	従業員１０人未満	5
家族３人以上	3	従業員１０人以上	6

Q1-10　あなたの経営実態を教えてください。どれか一つに○をつけてください。
満足度のあてはまる番号○をつけてください。

	回答欄	満　足　度				
		非常に満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	全く不満
サービス業収入のみ	1	5	4	3	2	1
収入５割以上	2					
収入５割未満	3					

Q1-11　Q1-10でサービス業が5割未満と答えた方にのみお伺いします。
サービス業以外にどんな職業をなさっていますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
農業	1	民間企業	4
林業	2	農協、森林組合	5
公務員（教員、役場）	3	その他（　　）	6

Q1-12　売上規模はどのくらいですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
３00万円未満	1	3000～5000万円未満	5
３00～５00万円未満	2	5000～7000万円未満	6
５00～１000万円未満	3	7000～9000万円未満	7
１000～３000万円未満	4	９０００万円以上	8

Q２-１　利用客の割合と主な地域はどこですか。
主な客層に○を２つまでおつけください。

客層	○記入	主な地域の番号	客層	○記入	主な地域の番号
家族			小中学校の合宿		
中高年グループ			高校大学の合宿		
若者グループ			旅行会社のツアー客		
企業の同好会			その他（　　）		

Q２-２　利用客の主な地域を下記から選びあてはまる番号を記入したください。

	回答欄		回答欄
群馬県内	1	県外・関西	7
県外・北海道	2	県外・中国	8
県外・東北	3	県外・四国	9
県外・関東	4	県外・九州、沖縄	10
県外・北陸	5	海外（　　）	11
県外・中部	6		

Q２-３　利用客の目的と平均宿泊日数どのくらいですか。
主な利用目的に○を２つまでおつけください。

利用目的	○記入	平均宿泊日数	利用目的	○記入	平均宿泊日数
観光			ゲートボール		
旅行会社ツアー			グリーンツーリズム		
スキー			マンドリン練習		
テニス			自然探索		
バスケット			民俗、歴史等鑑賞		
グランドゴルフ			その他（　　）		

Q2-4　利用客の平均宿泊日数を下記から選びあてはまる番号を記入したください。

	回答欄		回答欄
１日	1	５日	7
２日	2	６日	8
３日	3	７日	9
４日	4	８日以上	10

Q3-1　経費はどのような割合ですか。主なものは何ですか。
主な経費に○を２つまでおつけください。経費の主なものをお書きください。

経費	回答欄	主なもの	経費	回答欄	主なもの
人件費			クリーニング代		
減価償却費			水道光熱費		
広告宣伝費			その他		
食材費			（　　）		

Q4-1　宿泊施設の現状をお聞きします。数字をご記入ください。
平均投資額はどのくらいですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
３00万円未満	1	１000～３000万円未満	4
３00～５00万円未満	2	３０００万円以上	5
５00～１000万円未満	3		

Q4-2　年平均減価償却費はどのくらいですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
３0万円未満	1	１00～３00万円未満	4
３0～５0万円未満	2	３００万円以上	5
５0～１00万円未満	3		

Q5-1　経営状態はいかがですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

回答欄	回答欄	回答欄	回答欄	回答欄
好調	やや良い	どちらでもない	やや厳しい	最悪
5	4	3	2	1

Q6-1　借入金はありますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
ある	1	ない	2

Q7-1　経営課題は何ですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は３つまで

	回答欄		回答欄
高齢化	1	資材の高騰	7
後継者難	2	冬場の客数減	8
労働力確保	3	立地問題（通行量減少等）	9
人材育成	4	集客・宣伝	10
適正利益確保	5	年間通じての集客対策	11
宿泊料金の低迷	6	その他（　　）	12

Q7-2　Q7-１で「夏場の客数減」とお答えになった方にお伺いします。
どのようにしたら改善できると思いますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄
尾瀬、丸沼、菅沼などのスタンプラリー	1
尾瀬・片品学で「通」を発掘する。ex:京都学	2
尾瀬片品湧水群を回る「水」巡り	3
中高年向けのシルバー登山、ハイキング	4
地元しか味わえない夏向き商材の開発	5
その他（　　）	6

Q7-3　Q7-１で「冬場の客数減」とお答えになった方にお伺いします。
どのようにしたら改善できると思いますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

	回答欄
雪を生かしたイベント（尾瀬雪祭りとか）	1
地元の古老から民話を聞く取組	2
クリスマス、正月の催事向けの楽しい企画	4
スキー客に食堂、民宿など利用時にｸｰﾎﾟﾝ発行	5
地元しか味わえない冬向き商材(ﾗｰﾒﾝ)開発	6
その他（　　）	7

Q8-1　サービス業の改善方策はなんですか。あてはまる番号に○をつけてください。

○は３つまで

	回答欄		回答欄
接客技術向上	1	法人化	6
新サービス・高付加価値化の取組	2	地産地消（片品の農畜産物を食材に提供	7
経営管理体制強化	3	インターネットのホームページ開設	8
規模拡大	4	専門家を講師としたマーケティング勉強	9
共同利用（送迎車、温泉源泉利用）	5	その他（　　）	10

Q9-1　グリーンツーリズムについてお聞きします。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄
現在取り組んでいる	1
以前取り組んだが今はやっていない	2
今まで聞いたことがなく初めて聞いた	3
関心あり自分の民宿等でもやりたい	4
その他（　　）	5

Q9-2　Q9-１で「現在取り組んでいる」とお答えになった方にお伺いします。
困っていることはありますか

○は１つだけ

忙しくて手がなかなか回らない	回答欄
企画がマンネリになりがち	1
一軒だけでやるのは負担が大きい	2
経費がかかりすぎる	3
その他（　　）	4

Q9-3　Q9-１で「以前取り組んだが今はやっていない」とお答えになった方にお伺いします。
その主な理由は何ですか。

○は１つだけ

専門のスタッフがいないので手が回らない	回答欄
毎年来る人には企画がマンネリで飽きられる	1
知名度がないので集客に結びつかない	2
行政や観光協会の支援がなかった	3
その他（　　）	4

Q10-1　後継者についてお聞きします。あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
後継者はいる	1	当分、考える必要はない	4
候補はいるが継ぐか不明	2	自分の代で終わり	5
後継者を探している	3	その他（　　）	6

Q10-2　Q10-１で「後継者はいる」とお答えになった方にお伺いします。
それは誰ですか。

○は１つだけ

	回答欄
家族・親族	1
その他（　　）	2

Q10-3　Q10-１で「自分の代で終わり」とお答えになった方にお伺いします。
その主な理由は何ですか。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
収入が低くて、とても薦められない	1	借入金も返済し終えたので	6
体力的にきつくて、とても薦められない	2	スキーブームが去り商売に魅力を感じな	7
立地問題（通行量減少等）のため	3	兼業の方が忙しくなったから	8
消費者の低価格志向への対応が難しい	4	その他（　　）	9
業界のスピードについていけない	5		

Q11-1 １０年後のあなたの経営はどのようになっていると思いますか。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
現在と同じ個人経営	1	多角化・異業種連携が進行	5
現在と同じ共同経営	2	サービス業を辞めている	6
後継者が中心となって経営	3	わからない	7
共同化を推進	4	その他（　　）	8

Q12-1 今後の経営にとってもっとも大切と考えていることは何ですか。

○は２つまで

	回答欄		回答欄
経営者のマーケティング知識修得	1	営業力の強化	5
経営者の人脈作り	2	経理、税務の知識	6
従業員の確保、人材育成	3	異業種との連携	7
インターネットを使った客数アップ	4	その他（　　）	8

Q13-1 経営状態や今後の進め方について相談する相手がいますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
いる	1	いない	2

Q13-2 Q13-１で「いる」とお答えになった方にお伺いします。
それは誰ですか。

○は２つまで

	回答欄		回答欄
役場	1	同業者の仲間	6
商工会	2	JA	7
飲食コンサルタント	3	金融機関	8
税理士	4	旅館組合	9
家族	5	その他（　　）	10

Q13-3 Q13-１で「いない」とお答えになった方にお伺いします。
それは誰ですか。
その主な理由は何ですか。

○は１つだけ

	回答欄
身近に経営センスを持つ知り合いがいない	1
身近に信頼できる知り合いがいない	2
その他（　　）	3

Q14-1 ご自分の商売や商売以外について、仲間と組んでやることを考えていますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
考えている	1	考えていない	2

Q14-2 Q14-１で「考えている」とお答えになった方にお伺いします。
それは何ですか。番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
共同で温泉掘削引込み	1	共同で東京等に販路開拓	6
お客さんの融通し合い	2	共同で資材調達	7
共同でイベント実施	3	共同で経費・経理管理	8
共同で食材仕入れ	4	共同で勉強会実施	9
共同で弁当等の仕出し	5	その他（　　）	10

Q14-3 Q14-１で「考えていない」とお答えになった方にお伺いします。
その理由は何ですか。番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄
身近に経営センスを持つ知り合いがいない	1
身近に信頼できる知り合いがいない	2
今のままでも何とかなるので必要性を感じない	3
成功した話を聞いたことがないので不安	4
その他（　　）	5

Q15-1　サービス業以外の人と連携して組んでやることを考えていますか。
あてはまる番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
考えている	1	考えていない	2

Q15-2　Q15-１で「考えている」とお答えになった方にお伺いします。
どういう相手ですか。番号に○をつけてください。

○は１つだけ

	回答欄		回答欄
加工業者	1	飲食店	4
小売業	2	IT（yahoo、楽天など）	5
卸売業者	3	その他（　　）	6

Q16-1　国、県、村、商工会の支援策の期待やサービス業のあり方などについて、
ご自由にお書きください

これで調査は終了です。ご協力誠にありがとうございました。

提出期日　１１月２４日に届きますよう返信用封筒にてご返送くださいませ。

４．片品村民宿、旅館、ペンションに対するアンケート調査　集計結果

民宿・旅館アンケート結果

1．宿泊事業者の概要

①年齢

20代	30代	40代	50代	60代	70代～	NA	合計
0	3	3	15	8	7	1	37
	8.1	8.1	40.5	21.6	18.9	2.7	100

②性別

男	女	NA	合計
31	5	1	37
83.8	13.5	2.7	100

③家族人数

1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人～	NA	合計
2	9	5	8	8	1	3	1	37
5.4	24.3	13.5	21.6	21.6	2.7	8.1	2.7	100

④経験年数

5年～	10年～	15年～	20年～	25年～	30年～	35年～	NA	合計
2	2	4	8	11	6	3	1	37
5.4	5.4	10.8	21.6	29.7	16.2	8.1	2.7	100

⑤開業時期

S63年以前	H元年～	H4年～	H7年～	H14年～	NA	合計
26	4	2	2	2	1	37
70.3	10.8	5.4	5.4	5.4	2.7	100

⑥就業理由

後継者	接客好き	余暇時代に有望	自然に惚れ込み	その他（自宅改造後脱サラ、他）	NA	合計
10	5	4	8	9	1	37
27	13.5	10.8	21.6	24.3	2.7	100

⑦新規開業者の前職

農業	民間企業	その他	NA	合計
5	12	5	15	37

⑧経営形態

個人	有限会社	株式会社	NA	合計
34	1	1	1	37
91.9	2.7	2.7	2.7	100

⑨従業者数

家族1人	家族2人	家族3人以上	従業員5人未満	従業員10人未満	NA	合計
7	15	8	5	1	1	37
18.9	40.5	21.6	13.5	2.7	2.7	100

⑩経営実態

	非常に満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	全く不満	NA	合計
サービス業のみ	2	6	2	4	2	0	16
サービス業収入5割以上	0	1	2	3	2	1	9
サービス業収入5割未満	0	1	4	2	2	0	9
NA							3
合計	2	8	8	9	6	1	37

⑪サービス業収入5割未満の者の他の職業

農業	公務員	民間企業	その他	合計
5	1	2	1	9

⑫売上規模

3百万未満	3百万～	5百万～	1千万～	3千万～	5千万～	NA	合計
4	3	13	12	3	1	1	37
10.8	8.1	35.1	32.4324324	8.1	2.7	2.7	100

2. 利用客

①客層（MA）

家族	中高年	若者	小中学校	高校大学	ツアー客	NA	全体
27	13	9	8	10	1	5	37
73	35.1	24.3	21.6	27	2.7	13.5	100

②主な地域（MA）

	家族	中高年	若者	小中学校	高校大学	ツアー客	その他
関東	25	10	8	8	8	1	1
県内	2	2	1	0	1	0	0
その他	0	0	0	0	1	0	0

③利用目的（MA）

スキー	観光	テニス	自然探索	ｸﾞﾘｰﾝﾂｰﾘｽﾞﾑ	その他	全体
33	13	8	5	1	7	37
89.2	35.1	21.6	13.5	2.7	18.9	100

④平均宿泊日数

	スキー	観光	テニス	自然探索	ｸﾞﾘｰﾝﾂｰﾘｽﾞﾑ	その他
1日	22	13	2	4		1
2日	8	1	2	1		3
3日	1		2			1
4日			1			1
6日					1	

3. 主な経費（MA）

食材費	水道光熱費	減価償却費	人件費	その他	NA	全体
32	18	10	10	1	3	37
86.5	48.6	27.0	27.0	2.7	8.1	100

4. ①平均投資額

3百万未満	3百万～	5百万～	1千万～	3千万～	NA	合計
11	2	3	4	15	2	37
29.7	5.4	8.1	10.8	40.5	5.4	100

4. ②年間減価償却額

30万未満	30万～	50万～	100万～	300万～	NA	合計
2	7	4	13	9	2	37
5.4	18.9	10.8108108	35.1	24.3	5.4	100

5. 経営状態

最悪	やや厳しい	どちらでもない	やや良好	NA	合計
6	17	9	4	1	37
16.2	45.9	24.3	10.8	2.7	100

6. 借入金

有	無	NA	合計
23	12	2	37
62.2	32.4	5.4	100

7. ①主な経営課題（MA）

通年集客	18	48.6
冬場の客数減	16	43.2
高齢化	11	29.7
料金低迷	10	27
資材高騰	10	27
適正利益確保	8	21.6
宣伝	5	13.5
労働力確保	4	10.8
立地	2	5.4
後継者難	2	5.4
その他	2	5.4
全体	37	100

7.②冬場の客数減対策（MA）

雪を生かしたイベント	4	12.5
地元しか味わえない商材開発	3	9.4
クリスマス･正月の企画	2	6.3
クーポン券発行	1	3.1
その他	3	9.4
NA	20	62.5
全体	32	100

8. 経営改善方策（MA）

新サービス・高付加価値	19	51.4
地産地消	18	48.6
共同利用	13	35.1
接客技術向上	13	35.1
ホームページ開設	9	24.3
マーケティング勉強	5	13.5
経営管理強化	3	8.1
その他	1	2.7
全体	37	100

9. グリーンツーリズムへの取組

現在取組中	10	27
自分でもやりたい	9	24.3
以前取組んだが今はやっていない	5	13.5
初めて聞いた	3	8.1
その他	7	18.9
NA	3	8.1
合計	37	100

≪取組で困っていること≫

企画マンネリ化	4
1軒だけでは負担	4
多忙で手が回らない	2

≪取組をやめた理由≫

専門スタッフ不在	2
行政・観光協会の支援無し	2
知名度・集客なし	1

10.後継者の有無

後継者有	11	29.7
継ぐかどうか不明	11	29.7
自分の代で終り	10	27
後継者を探している	2	5.4
当分必要ない	2	5.4
NA	1	2.7
合計	37	100

後継者は　家族・親戚　10

≪理由≫

収入が低くて勧められない	4
スキーブームが去り魅力感じない	2
借金を返済したので	1

11.10年後の経営見通し

今と同じ個人経営	16	43.2
後継者中心で経営	7	18.9
多角化・異業種連携	1	2.7
やめている	5	13.5
わからない	6	16.2
NA	2	5.4
合計	37	100

12.今後大切なこと（MA）

ネット活用で客数増	20	54.1
営業力強化	20	54.1
マーケティング知識修得	10	27
異業種連携	3	6.3
人脈づくり	2	3.1
労働力確保・人材育成	2	3.1
経理・税務知識	1	3.1
その他	1	3.1
全体	37	100

13.経営の相談相手

有	無	NA	合計
19	16	2	37
51.4	43.2	6.3	100

理由　＝ 信頼できる知合いない6　経営センスある知合いない5　その他3　NA2

相談相手　＝ 家族12　同業者仲間9　農協2　商工会1　旅館組合1　その他1

14. 仲間との連携

考えている	考えていない	NA	合計
12	23	2	37
34.4	59.4	6.3	100

≪連携事業≫

共同販路開拓	4
共同イベント	3
客の融通し合い	2
共同温泉掘削	1
共同勉強会	1
その他	1

≪連携しない理由≫

今でも何とかなる	11
信頼できる知合いない	5
成功話を聞いたことない	2
経営センスある知合いない	1
その他	2
NA	2

15.他業種との連携

考えている	考えていない	NA	合計
11	24	2	37
31.3	62.5	6.3	100

↓

連携する他業種

IT関係	5
卸売業者	1
その他（YAHOO等）	5

16. 村・農協等への期待、自由意見

豊かな自然と人情を備えた片品の旅館・民宿は全国に誇れる観光資源。
個人経営や兼業多く投資意欲出ず資金調達厳しいので村等の金融支援策を充実させ魅力増せば後継者も増える
高齢になり借入もできず、宿泊業に将来期待ができない。
互いにライバル同士
スキー・スノボの客が年々減り客の取り合いをしている
同じ協会の中で新たに2組織つくり営業に一体的に取組んでいない
首都に近い特性を活かしもっと国際化（外来人誘致）を図るべき
国内だけでは少子高齢化が進み需要の先細りは必然
村全体が一つになり観光でも農業でも他地域には無い差別化した個性を持った村おこし的方向性が必要
一つ一つ意識を持って始めなければ人口減少・若者流出、老人のみの村へ向かっている現状からは抜けられない
個人の努力の限界を感じる、まとまらない村民性を感じる
村内の温泉のPR、湧水の取れる場所を設置、固定資産税の軽減
自分で始めたことなので懸命にやるしかない、頑張って来客に親切にすることが大切
廃屋、廃墟、空き家など行政で何とかしてほしい、散歩するお客様からもよく言われる。自然との調和
現状はかなり厳しく特に冬季は年々集客数が減り、冬季の活性化策を模索しているがなかなか思い浮かばない
片品村としての個性を前面に出した企画等を期待する
全国的にスキー客が低迷しており、代替となる集客案が急務

５．事例に学ぶ村づくりの進め方

＜事例１．地域資源を活用し観光で生きる町：兵庫県出石町＞

１．出石町における地域活性化

出石町は京阪地区から城崎や天橋立へ向かう途中に位置し、江戸時代には城下町として栄えたが、明治以降鉄道敷設拒否で衰退の一途。今なお落ち着いた町並みが残っており、城下町のたたずまいや出石皿そばの魅力により、現在では年間 100 万人の観光客が訪れる地域。

街づくりへの取組みが本格スタートしたのは昭和 43 年、住民寄付による出石城隅櫓の復元がきっかけ。当時の出石町は地場産業のちりめん産業やかばん産業が衰退の一途をたどり、地域経済再生のための新たな産業を必要としていた。そこで期待されたのが「観光」。当時は城崎や天橋立への観光客は通過するばかりで当町に滞在する観光客は皆無。しかし、住民たちは観光による地域経済再生を目指し隅櫓の復元に動いた。住民の寄付金及び HOPE 計画、街並み環境整備事業等国の施策を活用しながら町並み全体の整備を進める一方、観光協会が特産品販売や皿そば店経営、プロモーション活動等ソフト事業を展開することで街づくりが進んだ。その努力の結果、見事に観光客の誘致に成功、以後、同町での街づくりは勢いがつく。

出石町特有の街づくりに対する町民の連帯感は、この「皆でカネを出して城を再生したら観光客が来るようになった」という成功体験に拠る所が大きい。

昭和 48 年には観光協会が組織を改組（町民を会員に取込み会費増を実現）、直営の皿そば店オープン、観光案内所整備、特産品販売、観光ガイド設置等次々と観光地としてのハード・ソフト整備を実現。現在、出石名物として有名な「皿そば」は当時の取組みの成果。

一方、住民は勉強会を通じて、「出石の魅力は、昔の城下町や街並みの雰囲気にある」と自覚、昭和 63 年には「出石城下町を活かす会」を設立、町屋の保全、町並みと開発を共存させる動きも生まれ、現在も住民は観光政策を中心とした街づくりに極めて協力的。

昭和 40 年代から街づくりの中心だった観光協会は、自らが特産物の販売や皿そば店の経営に乗出し、事業利益を役場に全額寄付、役場は寄付全額を町の観光振興に使用するという形を長くとっていたが、平成 10 年 7 月に第三セクター「出石まちづくり公社」を設立、同協会の収益部門を移管し、街づくりへの取組みを更に強化することとした。

※出石まちづくり公社の概要

出資者：町 500 株(50%、内 300 株は観光協会寄付が財源)、残りは町内住民・企業出資者 169 名

事業：観光センター直営店・そば茶店、観光ガイド、集合貸店舗、町立武家長屋資料館、・ハーブショップ・喫茶店・レンタサイクル

公社は、昭和 40～50 年代に最も収益を上げた事業は、団体客を収容できる直営皿そば店だったが、現在は民間店舗がいくつか生まれてきていることもあり、土産品販売が一番収益を上げている。

２．出石町の皿そばによる地域活性化

皿そばの「そば」は、城主仙石氏が信州上田から入場した際そば職人を連れてきたことがルーツ。皿そばの「皿」は、藩が陶器の産業振興に努め、肥前有田から陶芸職人を招聘して始めたことに由来。

とはいえ、昭和 40 年の出石町にはそば店はたった 2 店。又、現在のように通年営業していた訳ではなく、11 月に採れた新そばを晩秋から冬にかけて食べるという季節限定の営業だった。当時、観光協会は観光案内所の維持と職員の給料支払いのためにも何としてでも特産品を販売し利益を出していく必要があり、そのための素材として「小皿に盛って食べる」という独特の食べ方の皿そばはうってつけだった。昭和 48 年、観光協会は団体客向け直営そば店「石城閣」を城跡に整備、味だけでなく実演やそば打ち体験を楽しませることで観光客に「出石の皿そば」をＰＲするとこれが大ヒット、皿そばの知名度は一気に上がり客数が急増した。もちろん当時は増加客に対応できるほど店数がなかったためそば店は常に行列、これが地元住民に「そば店は儲かる」というイメージを与え、新規参入を促したことも、そば店集積の要因のひとつ。

観光による街づくりで必ず議論が分かれる「通過型」か「滞在型」かという点では当地は、そば店が昼間営業のみで十分売上確保できること等の理由で 18 時頃に閉店してしまう。当地は敢えて滞在型観光地を目指さず、通過型観光地と割り切り、近隣観光地と役割分担している。

４．ポイント

(1)住民主導で整備した城下町の町並みと皿蕎麦を集客核に、「景観」と「食」というスタンダードな観光基盤をしっかりと整備し、マスコミやキャンペーンに乗ることで出石の観光は確立された。

(2)天橋立と城崎温泉の中間の立寄り観光地として名物の皿蕎麦で昼食需要を捉え、「立寄り型観光地開発」に徹することで、身の丈に合った街づくりを実現している。

(3)ゾーニングにより住民生活区域と観光区域を分離し、観光客と住民との軋轢を回避している。

(4)ソフト面

①質とブランド力を重視し、他地域との差別化に努めている

②住民主導型のハード整備を経験し、観光協会への出資や寄付金を出して街のシンボルを再生した経験があるため、住民が地域に目を向け観光地としてのホスピタリティも養われている

③観光地として売込むためにマスコミへのプレスリリースを積極的に行い、取材記者を意識して丁寧に迎え入れ、土産も十分持たせることで、できるだけ良い印象を与えて、できるだけ大きな記事にしてもらうよう努めるなど、マスコミを積極的に活用している。

＜事例２．農家レストラン：千葉県長柄町都市農村交流センター「里の味」＞

１．長柄町都市農村交流センターの概要

長柄町都市農村交流センターは東京都心より電車で約 2 時間、房総半島のほぼ中心に位置する長柄ダムのほとりにあり、農特産物直売所やレストラン、食品加工場、宿泊所やレジャー施設などの複合的施設で、その中心である総合交流ターミナルは農特産物直売所（運営；ファーマーズマート運営組合）とレストラン「里の味」（運営；(有)長柄さくらの郷）及び情報提供コーナーからなる。

※資金調達方法：国（農業構造改善事業）

当施設では地域の人を対象とした地産地消のみならず、都市から町を訪れるお客様に特産物である四季折々の農産物や味噌、惣菜といった加工品の販売、レストランでの飲食を通して農特産物の PR を行い、地域情報コーナーで長柄町や特産物の紹介をすることにより農業と地域振興につなげている。

２．飲食部門各施設運営状況

(1)長柄町都市農村交流センター

農林水産省の農業構造改善事業の一環として、「都市と農村の交流を深めるための観光農業開発と地域資源を活かした拠点施設」という目的で平成１２年度に建設され、町が管理している。

当センターには地元生産者が朝持ち込む地元農産物、味噌や漬物などの加工品、惣菜、その他手工芸品などの特産物を販売している「直売所」部門と、味噌を製造する「味噌」部門、惣菜や弁当を製造する「惣菜部門」、自然薯を栽培、生産する「自然薯部門」、地元産品を用いた手料理を振舞う「レストラン」の 5 つの部門がある。

＜運営組織＞	＜部門＞	＜人員＞
・(有)長柄さくらの郷	味噌、惣菜、自然薯、レストラン	34 名
・ファーマーズマーケット運営組合	直売所	95 名

平成 13 年のオープン以来、利用者目標数を 5 万人とし、平成 13 年度に 2.7 万人、14 年度に 3.6 万人、アウトレットが開業した平成 15 年度には 6 万人と 3 年目に大きく目標を上回っている。

売上高でも平成 14 年度から 15 年度までに対前年比で「味噌部門」116%、「惣菜部門」108%、「レストラン部門」139%、「直売所部門」204%と大幅アップしている。地域一体への来訪者の増加とともに新鮮な食材、手作り料理が評判となっている結果である。

(2)レストラン「里の味」((有)長柄さくらの郷)

「里の味」は長柄都市・農村交流センターの一角に設けられた席数２８のレストラン。木目調のぬくもりある店内にはススキなど季節の植物なども飾られ、どこか落ち着いた田舎調の雰囲気を持つ。

「里の味」は地域の 34 人の主婦ら女性が出資して設立した「(有) 長柄さくらの郷」に運営委託されている。元々生活改善クラブや運営を委託されていた長柄町農林産物加工組合に所属していたメン

バーが多く、ふるさとの産品を開発するために勉強会などを通し技術を学び、味噌、惣菜、漬物といった加工食品、手打ちうどんや自然薯を活用した料理などの開発を行い、直売所、レストランで提供している。「里の味」では長柄町都市・農村交流センターの役割を踏まえ、地域の産物を用い手作りの料理による「ここにこなければ味わえないもの」の提供を目指している。

４．その他（食にかかわるソフト事業）

(1)イベント

独自イベントの「たけのこ堀り」「秋祭り」などをほぼ月に一度開催している。隣接するアウトレットコンサート長柄のイベントなどによる集客効果も高い。

(2)チラシ

交流センターと味の里のパンフレットを用意し、チラシは、イベント時などに発行している。また、マスコミなどの取材なども受けており、それが結果的にチラシの効果をもたらしている。

５．長柄町都市農村交流センター繁盛のポイント

(1)好立地、目的が明確な施設、豊富な農特産物、女性の創意工夫がキーワード

地域の観光資源としてのダムや、農家から持ち込まれる恵まれた農産物を活かし、用地、建物を行政が用意し、その運営を民間の(有)長柄さくらの郷に委託している。

(2)ハード面

長柄ダム一帯は観光・レジャー・商業施設・農業振興という目的の元、行政がその開発に力を入れ、複合的に施設が整備されている地域。平成 16 年度オープンしたアウトレットは大きな観覧車もあるなど話題性があることから高い集客力があり、立地は非常に恵まれている。

(3)ソフト面

①女性の創意工夫と柔軟な運用

(有)さくらの郷のスタッフはすべて女性で、「里の味」では、例えば店内の装飾や手作り料理の家庭的な味の演出など、女性ならではのセンスが活きている。スタッフは「楽しむこと」をベースに置いており、「やりがい」が何よりの報酬であると考え、個々の利益に固執せず、仲間同士の創意工夫を活かしながら明るく取組んでいる。

＜事例３．熊本県小国郷が都会につくったアンテナショップ：郷おぐに＞

１．郷おぐにの概要

熊本県小国郷（小国町と南小国町）の地域振興を目的とした地域住民による民間ベンチャーが経営する福岡市上川端商店街内アンテナショップ。店舗は 1 階が小国郷の朝摘み農作物や加工品の物販と、化学調味料無添加の惣菜などの飲食コーナーと厨房、2 階が客席となっている。

２．郷おぐににおける飲食機能

(1)コンセプト

郷おぐにの目的は地域振興のための地域の認知度向上、産業発展のための間口づくり、小国郷への観光客や就農希望者の誘導で、「小国郷の安全、安心、新鮮な食品の提供」の役割を担い、小国の地場産品を通して「消費者の健康を実現させていく」ことを掲げている。

メインターゲットは地域のお客様と小国のファンのお客様、主力商品は新鮮な青果や乳製品、精肉やパン・菓子、惣菜といった加工食品であり、価格はどちらかというと高めに設定している。

当初はアンテナショップとして広範囲のターゲットを想定し、デパ地下のような店作りを目指していたが、運営するうちに「デパートの客層とは違う下町である」「地域の高齢者が来店客層の多くを占め、品質のよい商品のみならず交流を求めて頻繁に来店している」ことがわかったため、下町に住み「交流を求めている」一人暮らしや夫婦等少人数高齢者世帯をメインターゲットとして、現在では「おばあちゃんのコンビニ」をコンセプトに掲げている。特徴は、1)商品を少量・小分けにし、2)「一対一」の接客に力を入れる、3)開店 1 年後にはお客様同士の交流ができるよう飲食スペースを設ける、4)地域への宅配サービスを業者と提携して実施するなどである。

(2)設置目的・経緯

森林組合関係者、農協関係者、酪農者、旅館の女将等地域住民と、彼らに見込まれたデパート出身者が、地域振興と小国ブランドの売込み拠点（アンテナショップ）として平成 14 年に開店した。

(3)運営状況

①当店が立地する上川端商店街は衣料品や雑貨など買回品店が多く、食料品店は少ない。

小国郷と福岡市は距離的にも近く、人口が多い福岡市の集客力ある商店街での出店は功を奏した。

②安全性や信頼性は勿論、お客様に提供すべき価値として「鮮度」を重視、青果や一部の加工食品、天然水等は毎朝小国の生産者から仕入れ自社便で店舗まで輸送。

③小国の生産者であれば集荷所に作物・商品を持参すれば取引しており、現在では 200 弱の生産者との取引がある。トレーサビリティは充実しているなど、品質と鮮度にこだわる商品仕入の方法

④阿蘇山麓に広がる牧場からの新鮮なジャージー牛乳、気候条件や水質の良さなど、恵まれた環境

からとれる農作物、天然水、味噌、醤油、漬物、パン、乳製品、精肉、菓子、惣菜等、小国郷の観光客から定評のある地場産品を主に取扱っている。商品には生産者名を表示、お客様からファンができる生産者もおり、生産者にも生産のやりがいを与える効果を上げている。

⑤店舗運営ではお客様のためにお客様から学ぶことを重視、マンツーマンの接客から吸い上げられてくるお客様の声はすぐに可能な限り品揃え等に反映、お客様に喜んで頂けるようにしている。

(4)飲食コーナー

その場で作られた惣菜や料理、定食を腰掛けて食べられ、食材は小国で生産された米、野菜、味噌などが使われ、ダシも天然だし、水は毎日運んでいる天然水、塩や糖にまでとことんこだわる。

商店街内に飲食店が少ないため、ターゲットは高年齢層のみならず、サラリーマンや OL の利用も多い。昼時はいつも 14 時ぐらいまでは混雑。

また、商店街にも影響を与えている。元来、飲食店がほとんどなかった商店街に、郷おぐにをきっかけとして近年飲食店の開店が続き増加している。

３．郷おぐに繁盛のポイント

(1)戦略構築の妙

「小国郷産」「安心、安全、品質」への徹底的なこだわりと、出店地域に浸透するための「おばあちゃんのコンビニ」というコンセプトの確立でブランド化を促進、地域に根付くための戦略が一貫性をもった軸のぶれないメッセージ性の強い運営と、郷おぐに、小国郷産のブランド化を促進している。

(2)ハード面

①アーケードつき、なおかつ通行量の多い商店街とあって立地条件がよい。

②元来、飲食店が少なかった上川端商店街に消費者が求める業種・業態を提供し、掘り起こした。

③アットホームな店舗レイアウト

(3)ソフト面

①自分たちだけで出資し、出資者を募り、人材を発掘していくなどの情熱と実行力

②役員人材スキルの能力の集約と活用

③店舗の生命線である高品質商品の売り込み

④生産者の意識の向上と取引増加

⑤一対一の接客、お客様との交流、少量からの販売、飲食スペースの設置など、ターゲットの心のよりどころとなるための施策

＜事例４．自然や農業に関心を持つ新規就農移住者の促進：高崎市倉渕町＞

１．（財）群馬県農業公社　現地就農アドバイザー　深澤　順　氏（談）

(1)新規就農者について

県内外から非農家で有機栽培を希望しての新規就農者で、10 数年間企業に勤務し高学歴、妻帯就農者、年齢は 30～40 代が多い。就農に当って、1)生活資金、就農資金確保が不十分、2)農業経験、知識、技術が無い、3)知人、親戚、等は近くにいない、等不利な条件にあるが、新規就農者は信念を持ってきているので辞めないし、何れ中核農家になり得る者である。

(2)新規就農者の作物・栽培法について

標高 400～900ｍの範囲に栽培圃場が点在。冬期は降雪が多く栽培が限られているが自然を生かした有機栽培に適している。一筆の面積が狭い傾斜地の圃場が殆んど。

小松菜、チンゲンサイ、ホウレン草、レタス類の葉菜類、胡瓜、ピーマン、茄子、ヅッキーニ、インゲン等の果菜類等数多く（30 種類程度）の野菜類を有機栽培で行っている。

(3)住宅について

当面は借家住居。高崎市（倉淵町）の制度で 1 年間の研修のための受入住居 4 戸用意してある。新規就農者は先ず、住居を探し、次いで耕作地・作業場を手当しなければならない。

(4)課題

1)販売先の開拓が最も重要、収穫野菜の種類・時期により過剰になる場合もある、2)品質の向上、商品化率のアップ、栽培技術が未熟なためロス率が多い、3)当面は低所得、その中で生活、資材等を賄い中心となる作物を育成、4)10 年以上経過した者は既存農家より多くの収入を上げる例が多々見られる。

２．くらぶち草の会　代表　佐藤　茂　氏（談）

(1)出荷グループ「くらぶち草の会」設立まで

昭和 60 年に後を継いだがそれ迄の農業では生活していけないと感じ、自分で価格を決められる宅配を志向。宅配顧客から「大地を守る会」と「らでぃっしゅぼーや」を紹介され納入することに。当時、仲間 3 人と無農薬・無化学肥料栽培に取り組み出荷グループを結成していた。

「安全・安心」が叫ばれるようになり、有機栽培で大幅に売上が増加。積極的に周囲に声をかけ仲間が増えてきた。県内食品スーパーの「フレッセイ」との取引も始まり拡大。販売ルートさえ確保すれば新規就農者でも上手くいくと言うことで、異業種からの新規就農者を毎年 1～2 名受け入れ始めた。平成 8 年出荷グループを「くらぶち草の会」と命名した。

(2)現在の取引先・グループ

株式会社大地、らでぃっしゅぼーや、フレッセイ、パルシステム（生協)、東都生協、等。会員 35 世帯、(準会員を含めると 45 世帯で約 1／2 が新規就農者）平均耕作面積は 1.7ha。グループ全体の売上は 45 世帯で 2.4 億円。平成 10 年から就農希望研修生受入を開始した。

(3)有機栽培を始めたきっかけ

倉淵はホウレンソウ栽培が主で手のある人は夏の高値時期に売上を確保出来るが手の無い人は通年でやらざるを得なく売上も少ない。堆肥での栽培で連作障害も減。手の無い若手が 3 人で始めた。

(4)課題

契約販売のため数量確保で契約数量の 1.3 倍ほどの作付けが必要。売場を埋めるために栽培品種が多くなる。有機栽培の最適耕作規模は 3ｈａ、パート 1～2 人、売上 2 千万円。それ以上になると大型機械導入、増員等が必要で経営管理手法を要する。

３．新規就農者「くらぶち草の会メンバー2 人」についてのヒアリング内容

	佐藤氏（男性）	木村氏（男性）
年齢・家族構成	43 歳・妻、子供 2 人	34 歳・独身
出身地	群馬県高崎市	神奈川県川崎市
前職	学習塾講師（理数系）	石油精製専門会社エンジニア
農業経験年数・所属	6 年・愛農会	2 年弱・愛農会
就農の理由	農業が好き・第一次産業が好き	農業が好き・アウトドアが好き
農業従事者	家族 2 名	本人 1 名
農業の売上規模	500～700 万円	300 万円以下
生産の状況	１ha・有機・ズッキーニ、蕪、ホウレン草、胡瓜等	0.6ha・有機・大根、ズッキーニ、ピーマン、ホウレン草、等
販売の現状	草の会 100%	草の会 100%
経費の現状	人件費 50%、農具・資材費 40%、その他 10%	減価償却費 40%、農具・資材費 40%動力等光熱費 10%、その他 10%
農業経営の課題	労働力確保	流通・販売、農地拡張難
農業経営の改善方策	生産技術向上、加工・販売等多角化	生産技術向上、農地の集約
新規就農時の苦労	就農資金が全然無かった	苦労は無い、技術
現在の課題	技術取得	技術取得

＜事例５．タウンマネージャーが街をマネジメント：米子の街づくり＞

１．米子市の街づくり

「地域の経営には何が必要か」といった観点から、片品とは環境も今後の行き方も異なるが、参考事例として地方中心都市である米子市を採り上げる。

人口 149 千人の米子市は鳥取県第二の都市で古くから中心都市として栄えてきたが、全国の地方都市の例に漏れず、近年では多数の郊外大型店の進出により中心部の商店街は消費者の買物場所の主役からは程遠い状況となっている。長く続く老朽化したアーケード街は日中でも薄暗く、歩行者はまばら、自転車が猛スピードで通り抜け、最早、機能的には雨天時の通行路と化している。

こうした状況を改善し、再び街中に賑わいを取り戻すべく、現在、中心市街地活性化に官民挙げて取組んでいるところである。

２．米子市中心市街地活性化事業の概要

米子市中心市街地活性化の狙いは、「賑わいトライアングルの構築による”にぎわい拠点ゾーン”の形成」で、その中の主なプロジェクトは以下の通りである。

(1)寄り道通り三連蔵ショップ＆ギャラリー事業及び商業環境整備事業

既存三連蔵を活用し物販、ギャラリーを誘致する事業。連携してアーケード撤去による商業環境整備を行い、法勝寺町～元町通り商店街の活性化を図り、“にぎわい拠点ゾーン”の一角を形成する。

(2)KIHACHI プロジェクト

商店街の空き店舗を活用し、故岡本喜八監督の精神をコンセプトにした、コミュニティ FM スタジオ、ギャラリー＆フリースペース、物販、レストラン等で構成する複合文化商業スペースの開発。観光客や市民が交流でき、多様な連携により商店街の賑わい再生と“にぎわい拠点ゾーン”の一角を形成。

(3)今井書店本通店再活用プロジェクト

大型空き店舗である今井書店本通店土地・建物を取得し、商業活性化のモデルとなる物販飲食サービス複合商業施設を開発。周辺商業活性化への波及や新たな事業を誘発促進する。

３．米子市中心市街地活性化事業の特徴

最早、少々のことでは復活再生は望めないほど疲弊し切ったアーケード街を修復しようと大型商業核を設置しようとの行き方とは異なり、今街中にあるものを利用し、今街中にある「点」としての人々の動きを発見し捉え、これを「点を線に、線を面に」育てながら、中心部エリアに賑わいゾーンを形成して行こうとするアプローチが米子の街づくりの特徴。

米子の中心アーケード街は疲弊しているため不動産価格は下落しマイホーム購入資金程度の金額で元は立派な建物が購入可能なため、若くて意欲はあるが金が無い駆け出しの商業者でも何とか手直しして新たな、しかもハイセンスな商売に乗り出すことが可能。こうした面々が、街中には 45 人も居り

「四日市」と称する一団を形成、そこここで今は「点」としての活動を続けている。

４．学ぶべきポイント

(1)街づくり推進体制

新ＴＭＯとも言うべき、市役所、商工会議所、商業者、地元金融機関、ＮＰＯ、その他市民等で構成される米子市中心市街地活性化協議会が街づくり推進主体で、事務局は市役所からの出向者、商工会議所職員、タウンマネージャーなどが務め、いずれも極めて熱心にその任に当たっている。

(2)タウンマネージャー

タウンマネージャーの杉谷氏は、米子市中心街の出身で、ナショナルチェーンの大型店に長く勤務し商業施設の開発～運営の経験・知識は豊富な上、生まれ育った米子の中心部に何とか賑わいを取り戻そうという熱意は人一倍。杉谷氏の活動は、街中を歩き回り、若手商業者が生甲斐とビジネスチャンスを求めて新たな事業に取組みつつある小さな「点」としての動きを捉え、又、ＮＰＯの市民グループが空き店舗を活用したコミュニティ活動を捉えて、それらの相談に乗り、育て、街づくりに有効なプロジェクトとしてブラッシュアップし事業の実行を支援している。

(3)片品村への応用

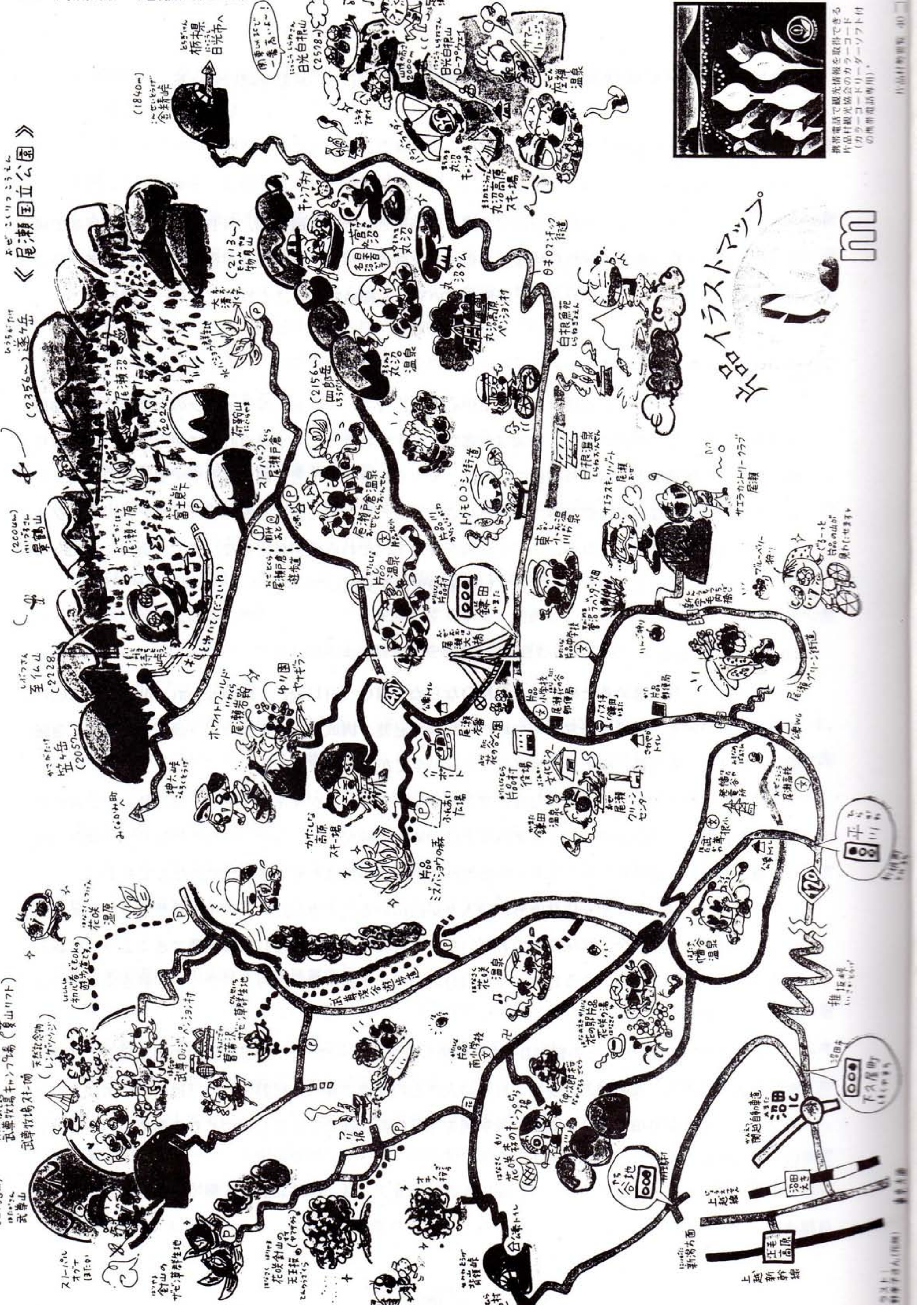
片品の村づくりを進めるためには、ＴＭＯならぬＶＭＯ（Village　Management　Organization）といった村の経営・地域の経営の司令塔たる組織が必要。構成メンバーは役場、商工会、農協、金融機関、農林業、観光業、商工業、ＮＰＯなど村民全てが対象。

ＶＭＯには米子の杉谷氏のような専任マネージャー（ビレッジマネージャー、ＭＵＲＡＯＳＡ）が是非とも必要。片品の出身で長く大型店などに勤めた経験があり、商売のやり方に通じた人物がいたら最適。勿論、片品出身でなくとも、片品の自然や人情が気に入って移住してきた人でもよい。

今、大都会では、働く所も住む所も無い人々が沢山いる。そうした人々の中に自然豊かな片品が気に入り、農業や食の安全に興味をもつ者がいたら、倉渕のように移住し新規就農できるような仕組みを作ったどうであろうか。こうした人々も自分達の生活基盤が整ったら、村づくり活動を支える有力メンバーに育つであろう。

いずれにしても、人と人との繋がり、連携が最も重要なキーワード、同じ地区内の同業者との連携、別の地区との連携、異業種との連携、村外の人々との連携、等々、村おこしに「連携」は欠かすことができない最重要事項であり、既述の各事例を片品に置き換えて応用し村づくりを進めていって欲しいと願うものである。

6．片品村・尾瀬周辺地図



《尾瀬国立公園》
片品イラストマップ
尾瀬ヶ原
至仏山
笠ヶ岳
燧ヶ岳
日光白根山
金精峠
鎌田
戸倉
丸沼
菅沼
武尊山
沼田IC
関越自動車道

お わ り に

本調査研究事業を担当した(社)中小企業診断協会 群馬県支部「地域活性化研究会」は平成１９年６月に７人で発足した「食と農の研究会」のメンバー４人と新メンバー３人を加えて平成２０年６月に発足した。

その後、群馬県内の中山間地の現状や地域資源活用事業や農商工連携分野に関する基礎的な勉強をしながら事業の進め方を話し合った。７月中旬に片品村農協金子組合長と尾瀬岩鞍リゾートホテルで事業の趣旨説明とヒヤリング調査への協力を要請、アポイントを取って頂いた。９月初旬には旅館、民宿、ホテルを訪問しヒヤリング調査を行い様々なアドバイスを頂いた。

調査研究を進め、民宿の創業者や若い後継者、先進的な農業協同組合の代表者などと接するうちに、世界的な観光資源の尾瀬を初めとした当地域の豊かさと可能性を感じ取ることとなった。

９月中旬過ぎに片品村役場、商工会を訪問し、取り組みの現状と課題について意見交換を行い、アンケート調査協力を依頼した。更に商工業者を訪問し、ヒヤリング調査を行い様々な創造的な取組に学ぶことができた。１１月初旬に片品村役場、商工会、片品村農協の協力でアンケートを発送した。

ヒヤリング調査やアンケート調査結果を分析する中で現在、全国で取り組まれている地域資源活用事業や農商工連携のモデルにも勝るとも劣らない実践事例を知ることができ、中小企業診断士の専門知識を生かして片品村で展開できるであろうアイデアを提言としてまとめた。

本提言が片品村活性化の一助となり、また、我々中小企業診断士が、地域資源活用事業や農商工連携分野で貢献するための参考書となることを、確信しております。

平成２１年１月

社団法人　中小企業診断協会群馬県支部

調査研究員　阿久澤　豊

調査研究員　福島　　久

調査研究員　川村　明正

調査研究員　木暮　昌弘

調査研究員　鴻上まつよ

調査研究員　森山　　亨

調査研究員　加藤　　洋