

2013 年度
川上村地域づくりインターン
報告書

静岡文化芸術大学
文化政策学部 2 年
下村涼真

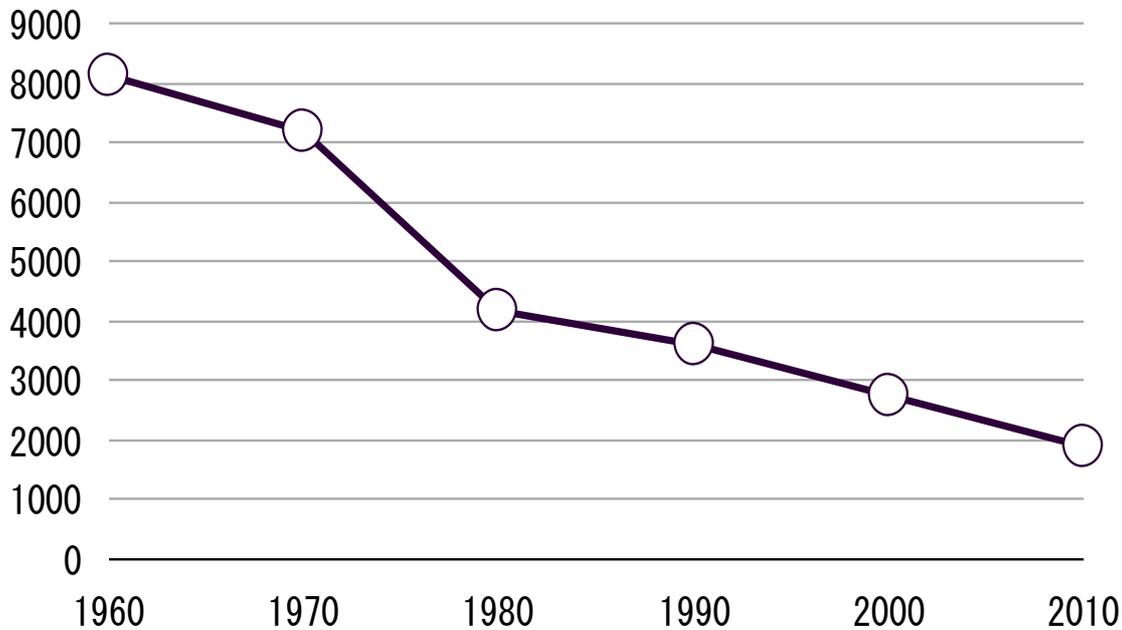
はじめに

私が今回この川上村のインターン事業に参加した動機について述べさせてもらう。私はもともと、過疎化した地域に興味がある程度の認識しかなく、その問題についての専門的な知識やフィールドワークの経験等はこれまで無かった。ゼミの先生にゼミを取る上で必要な経験であるから行ってみたいかどうか、と勧められて初めてこのインターン事業と川上村の存在を知りました。これまでに無い経験であるし、自分の興味のある分野の勉強にもなると思い、このインターン事業に参加しました。

インターンでの体験内容

体験日	体験内容	備考
1日目	インターン事業説明 村長挨拶	担当の長谷さんと米田さんと顔合わせ、説明を聞く。 村長のお話。
2日目	村内散策 樽丸づくりについて	上多固川や丹生川上神社、高原という集落を散策。 樽丸づくりについては春増さんに話を伺いにいきました。
3日目	環境基本計画について 下多固集落調査	基本計画について、生活環境課の杉村さんにお話を聞きました。 下多固集落の調査は大阪経済大生と一緒に調査しました。
4日目	森と水の源流館見学 水源地の村づくりについて	尾上さんに案内をしてもらいました。 大阪経済大生と混ざり質問しました。この日は他にも東谷製作所の方のお話も聞きに訪問しました。
5日目	達ちゃんクラブイベント手伝い	「スペシャル流し素麺」という達ちゃんクラブのイベントの準備と運営の手伝いをしました。
6日目	自由行動	この自由行動はもう一度春増さんに訪問して、林業の話を伺いました。
7日目	水源地の森見学	森と水の源流館に木村さんに、川上村が保有する天然林である「水源地の森」を案内してもらいました。
8日目	自由行動	東辻さんに林業の話を聞き、午後からは大滝ダムの見学に行きました。

○川上村人口推移（住民基本台帳しらべ）



体験日	体験内容	備考
9日目	北和田盆踊り手伝い	地域おこし協力隊の皆さんとともに、盆踊り開催の手伝いをしました。
10日目	下多固村有林見学 東川盆踊り	地域振興課の森口さんに樹齢400年超えの最古の人口杉「歴史の証人」を見学にいきました。
11日目	報告書作成	最終日に向けての報告書の準備にあてました。
12日目	かみせ祭り手伝い	商工会と役場の皆様と、かみせ祭りの準備と後片付けをしました。
13日目	報告会準備	報告会のためのパワーポイントの作成
14日目	報告会	パワポを使って個人発表を行いました。

川上村の現状

川上村は奈良県の東南部に位置し、周囲は西側に山上ヶ岳を主峰とする大峰山系と、東から南にかけて大台ヶ原山系に連なる台高山山脈がのびており、大台ヶ原山系から流れる吉野川は、川上村の中央部を背骨のように北西に貫通し、和歌山県の紀ノ川まで流れている。村の面積の約95%を山林が占めているという特徴的な地形に位置しています。

上記のグラフの通り、川上村に人口は昭和30年代の頃には8000人を超えていたものが、当時発生した伊勢湾台風を受けて以降、農業用水確保を目的で建設された大迫ダムと洪水調整機能を持つダムとして建設された大滝ダムの二つの大型ダム建設に伴う水没者の村外移住や、若年層の都市部への流出が反映し現在では2000人未満にまで減少している。

若年層の流出により児童数も減少の一途を辿り、高齢化は加速する一方である。これによる川上村の高齢化率は50%を超えるまでに至っている。この若年層の流出の主な原因は先述したダムの影響に加えて川上村の主な産業である林業の衰退、低迷が考えられる。林業が雇用先として安定しない、という事実が若者の林業従事者の人口を年々減らし、それと相まって村外に若年層が流出していくのである。私はこの川上村の間

題の中で人口減少による高齢化、主に若年層の流出の問題と、それに深く関係する林業そのものの問題点に対してこのインターンの間着目した。それに対する意見や提案をこの報告書で取り上げたいと思う。

林業の問題点

川上村の産業の根幹を担っているのが 500 年の歴史を持つ吉野林業である。川上村の林業の特徴は 1ha あた 8000~10000 本植林するという極端な密植と間伐を繰り返し行い、70~180 年かけて太くなった木を伐採する長伐期施業である。これによって吉野杉の特徴である年輪が細かく均一で、木の元から末まで太さがほとんど変わらない（本末同大）。さらに密植によって日の光が差し込みにくく、細い枝は勝手に落ちてしまうので枝を切り落とす必要がなく木は芯は真円に近い状態になり節の無いまっすぐな材木という特徴が吉野杉には存在する。この特徴の数々が強みとなっていた時代はもう過ぎてしまい、今では安い外材に押され価格低下も相まって売れても利益が少ないという問題や木目の綺麗さ・節の無さが重視されず、集成材の需要が高まっていることも問題だ。また輸送の大きなコストにがっかり、これが赤字の原因になること、収入が職業上安定せず、若い人が入ってきづらいという雇用の問題も孕んでいる。また川上村は山林の 90% が民有林という特徴をもっていて、それにより山々の所有権が零細化しており、多くの所有者が村内外に散在していることで大規模な林道の設置等が難しい（所有者一人一人に許可をとる必要があるため）という問題がある。私はこれら数ある問題・課題のなかでも特に、吉野杉の特徴からなる需要などの問題、運搬ルートの問題、零細化した山の所有者、またそれらの形態の現状について、意見や提案を述べる。

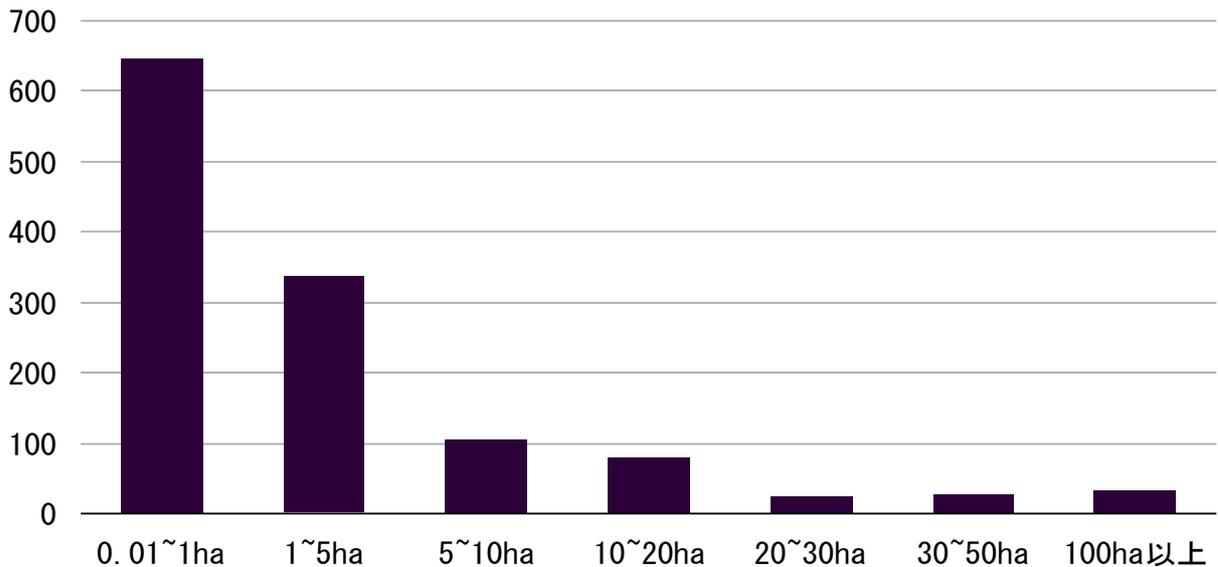
意見・提案

先述した通り吉野杉が持つ問題は木目が綺麗だとか年輪が細かく節が無いと言った特徴が、現代社会にはあまり求められなくなったということだ。和風建築から洋風建築への移り変わりによってむき出しの材木の使い方をせず隠してしまうので、それならば安い外材や集成材で構わないという人が増えてきたのである。わざわざ建築材に吉野杉を使う必要性が無くなってきているというだ。また、吉野杉といえば高級材のようなイメージが定着しており富裕層でも無い限り消費者が手を出しにくい、ないし興味が湧きづらいと言う点も問題と言える。要するに吉野杉の課題の一つは高級材の様なイメージの定着と現代の需要とのミスマッチである。また、原木出荷では輸送コスト等考慮すると利益が出にくく木を切れば切る程赤字になってしまう可能性がある。ここで、原木出荷以外の吉野杉の使用法、及び需要について考えたい。

原木出荷以外と考えると、やはり製品化した商品が好ましい。吉野杉で作った製品に付加価値を付けて売り出すということだ。近年、木製の小物、道具（スプーンや皿、その他雑貨）が木独特の優しい手触りや木目の感じが新鮮だ、ということで注目を集めている。しかし、個人が吉野杉を使ってハンドメイドで小物を作ってもそれだけでは採算を取る事は難しい。かといって企業に委託して吉野杉を使ってもらい大規模に使用できることが最善だが、販路を拡大するために PR や、企業に吉野杉の良いところを理解してもらうように努力が必要であり長い目で見なければならぬ。加えて大企業がわざわざ吉野杉を使うとも限らず、それこそ外材の方が安いから選ばれてしまうことも考慮せねばならない。吉野杉特有の木目の美しさや年輪の細かさは大量生産では度外視されるかもしれないからだ。ここで木製家具の生産を吉野杉のブランド力を活かして出来ないだろうか。これならば製品に使う木の量は小物の比ではないし、吉野杉の特徴が生きてくるデザインの家等が考えられる。ここでの問題は、やはり全て吉野杉で家具を作ろうとすると、かなり値が張ってしまうので狙う客層は高級志向を持った人や富裕層に絞らざるを得ないこと。販路、知名度を上げるためのイベントの開催や参加を行う必要があること。イベントの開催・参加については栃木県の鹿沼市で行われている「青空市」が参考になる（参考③）。これは木工団地祭として開催され木製の家具の販売やチャリティでの入札セール等を行っている。このようなイベントの参加や開催により、木製用品を扱いたい人や企業との繋がりが生まれる事は十分考えられるし開催すれば PR にもなる。これらの大きな課題はすぐに効果が上げられる物ではないということ。森林組合が中心となってイベントを開催、ないし参加を積極的に行うことが重要だ。

次に着目するのは林業の問題点の中でも零細化した山の所有と、運搬の問題についてである。川上村の林業の特徴として、地形が急峻なため輸送手段にヘリが用いられコストがかかってしまうという点がある。そこで林道を作れば多少の効率化とコスト削減が出来るのではないだろうかと考えるが、ここで問題になるものが山の所有権が零細化していることである。先述したように川上村の山は 90% が民有林であり、その内

■山の保有規模別林家数



山の所有者保有面積別に見た林業家の数の推移が下のグラフである。縦軸が林業家数、横が面積をヘクタールで示してある（参考②）

このグラフから分かるように、保有している山の面積が少ない人が多くの割合をしめており、大規模に山を所有している林業家は少ない。また、大規模な所有者のほとんどが村外に移住しているという問題があり、これでは林道を設置しようと多くの所有者に許可を得る事に大きなコストがかかる。大規模な所有者に許可をえないことには大きな林道は設置出来ないし、加えて林道が完成しても小規模所有者だけで山をフル稼働出来るのか、という点も課題である。しかし、これから担い手が減っていく事を考えれば村外の山の所有者に許可を取れるように、情報、連絡手段を整えておく事は重要だ。若い所有者は自分の山を手放したいと考えている人も少なくない。そして山を使って何か行いたい、林業の規模を広げたいと考えている企業や人物は全国的に見れば居るはずである。そういった需要に応えられるようになる足掛けという側面でも山の所有者の所在確認等は役場と森林組合が中心となって調べる事が求められる。これには多くのコストがかかるので、それを解決するために補助金という形での行政の関わりが必要である。希望する企業に、手放す許可がでた山を役場を通して売り、企業誘致が行えるシステムの確立が実現出来れば、雇用も生まれ、川上村に定住する人も増えていくことも十分に考えられる。

高齢化・若年層流出による人口減少の問題点

先述した通り川上村の高齢化は深刻である。課題・問題点を私なりにまとめてみると、雇用先が少なく、若者が村外に流出してしまう。高校がないという点もここに関わってくる。そして村外に出た人はそのまま村外に定住して、川上村に定住しない人が多いということも挙げられる。また主たる産業である林業の衰退も、雇用先が若者にとって少ないという原因の一つだ。企業を誘致出来れば多少、雇用先の幅も広がるのだが、村の立地的に大きな工場や農場等が作りにくいという問題がある。また、外部の人を呼び込もうにも村の魅力を伝えようとするPRが弱い感じも、このインターン中に感じた。

意見・提案

今挙げた高齢化等の問題は川上村特有の問題も含まれているが、多くは今日本に数ある過疎地域に共通する問題と言える。これらの問題を解決に導く様な画期的なアイデアを生み出す事は難しいように感じる。雇用を川上村に定着することが出来れば若い人が雇用先に行くために川上村に定住するかもしれない。よって企業の誘致により雇用を生み出し、定住者の増加を計れば改善していくのであるが簡単に企業誘致が出来る様な場所なら過疎化は進行していない。企業誘致を狙うのであれば、川上村に適した企業に川上村の存在を知ってもらうためのPR等の施策が必要である。また企業が村で過ごしやすい、活動しやすい様に環境を整えることも重要だ。加えて川上村は「住まいるネット」など、新しい居住者が村に入って来やすくなる様な施策は行い始めているが、やはり知名度が低い事がネックになってなかなか新しい定住者が入ってこない事が現状だ。川上村は村の至る所で様々なイベントを行っていることや、多くの施設があるという長所も知名度の低さとPRの少なさがマイナスに働いている。勿論、PRを高めても簡単に人が来たり、定住者が増え

るとは思わない。しかし、川上村はもっと村のことを「水源地の村」としてだけでなく、別のアプローチでのPR・宣伝を行っても良いのではないだろうか。

まず企業の誘致に関して、地理的に大企業が難しいのならIT系の企業ならどうだろうか。オフィスとパソコンだけで仕事が可能なら、通信環境さえ整えれば川上村でも十分可能だ。都会の狭苦しい環境の中で仕事をするよりも川上村のような自然が豊かな環境の中で仕事がしたい、と考えている人は多いはず。当然、この提案は問題点を多く抱えている。ネット、及び通信環境を整えるためには基地局設置の費用が莫大なものになる可能性があり、設置のための立地条件を加味する必要も出てくる。どれほどの範囲を企業が注目するレベルまで通信環境を整えるのか、そしてそれが可能なのかの検証も行わなければならない。そしてもし、これらが実現した暁には村の長所の一つとして企業への売り込みや大々的なPRが必要なってくる。

これらの提案に関連して、川上村をより知ってもらうためのPRが必要であるとのインターンで感じたので、PR案をここで提案したい。PRをしたところで改善に大きく繋がるとは考え難いが、それでも川上村には知名度を少しでも挙げていく施策は必要であると考え。知られていない、と言う事は存在していない事と同義になってしまうからである。しかしPRといってもただ冊子を配る、とか凝ったデザインのパンフレットを作ることでインパクトに欠けるように感じるし、ゆるキャラで人気を取るには一歩で遅れた感じがある。そこで私はスマートフォン向けのアプリを使ったPR方法を提案したいと思う。

スマートフォンが若者を中心に幅広く浸透している現代に、誰もが持っている端末を通して宣伝する事は効率的であるし、効果も期待出来る。アプリを制作するなら単に宣伝用留まらず徹底的に作る。言葉は悪いが、川上村の特徴や名産品などをネタにする勢いでキャラクターとしてアプリ内に登場させる位突き抜けてないと話題性に欠けインパクトも薄い。「ぐんまのやぼう」というアプリが参考になる(参考④)。基本的には無料で提供し、アプリ内では川上村に訪れたと着に施設等で利用出来るクーポンや川上村の広告、公式サイトへのリンクも張っておく。アプリ市場はかなり自由市場なので、人の目に付く可能性は十分にある。ネット等で話題になれば多くの場所で取り上げられるはず。このPRの狙いはこれである。

勿論コスト及び課題はある。アプリの制作には相応の専門知識が必要とされるので、専門の業者に委託したりする費用がかかる事。この点については、専門の大学生や専門高生に制作してもらうのも良いかもしれない。またアプリを作ったとしても結局ダウンロードされないと意味が無いと言う点も課題の一つだ。同時にダウンロードしても村に来るとは限らないと言う事も挙げられる。アプリのダウンロードの概要も記載した川上村のパンフレットを、まずは県内の駅においておく事も対策として考えられる。このPRの目的は川上村の存在を知ってもらう足がかりを作る事であるので、新しい広告形態として制作してみてもどうだろうか。

インターンを終えて

少し川上村のことはインターンに参加する前に勉強はしたが、実際に様々な方からお話を聞いていく中で地域の問題に対する自分の考えの甘さを再認識した。すこし知識があるくらいで解決策が出せる様なものではなく、聞けば聞く程根深い問題であることを感じた。祭りやイベントの手伝いを通して、また様々な人からお話を聞かせて頂き多くの人にお世話になった。綺麗な自然の中で過ごしたこの2週間は自分にとって想像以上に勉強になった2週間であった。お世話になった役場の方々やお話を聞かせていただいた方々にはここで謝礼を述べさせていただきます。本当にありがとうございました。

おわりに・今後の展望

川上村のメインの問題は若い人の雇用が定し辛いことであり、それが若年層の人口流出を促進させ高齢化を進めている。主産業の林業については零細化した所有権や仕事の不安定さが最もネックになっている。それらの改善策としての提案としてIT企業誘致や林道の設置のための山の村外所有者を調べ上げる事等を提案したが、勉強不足で具体的な提案を行えなかった。PRについても、このPRだけで何かが解決するという物ではないことは理解できる。今回のインターンで問題点を聞いてそれについて改善策を考えるが、様々な知識が自分に欠けていることが分かっただけで、浅い考えしか浮かばなかった。自分の勉強不足と地域の問題の根深さが身に染みて痛感させられた。この気持ちを忘れずに、もっと勉強してこのような問題に取り組んでいきたい。

参考

①吉野川源流物語～第二幕～ 第4次川上村総合計画

②奈良県林業統計（19年度）

③鹿沼市公式サイト カヌマ「青空市」 <http://www.city.kanuma.tochigi.jp/events/detail.12.20016.html>

④ぐんまのやぼう RUCYGAMES CO LTD