

2003 年度
国内実地研修報告書

—岐阜県加茂郡東白川村における村づくり計画の多面的調査—

Domestic Fieldwork Report 2003:

An Interdisciplinary Research on Rural Development
Planning in Higashishirakawa-Mura, Kamo-Gun, Gifu Prefecture

2004 年 3 月
March 2004

名古屋大学大学院国際開発研究科
Graduate School of International Development
Nagoya University

Domestic Fieldwork Report

An Interdisciplinary Research on Rural Development
Research in Interdisciplinary Studies (Kansai University)

各古語学 国文学部
Graduate School of Letters
Kansai University

はじめに

名古屋大学大学院国際開発研究科（GSID）は、1990年代に日本が開発途上国に対する政府開発援助（ODA）で世界のトップドナーになったことを受けて、国際開発・国際協力分野の人材育成を目的として1991年に設立された。本研究科の特色として「実践教育の重視」を設立当時から掲げており、カリキュラムにおいてもこの思想を取り入れて、海外実地研修（Overseas Field Work：OFW）が1992年から実施されている。同時に日本の開発事情を学ぶためのカリキュラムとして国内実地研修（Domestic Field Work：DFW）が1995年から取り入れられた。

国内実地研修（DFW）は身近に存在する日本の地域開発の実態を体験させる目的で立ち上げたもので、開発途上国の開発をテーマとする場合の現場感覚を習得させるための機会を提供するものとして位置づけられた。特にDFWは留学生にとって日本を知るよい機会となるだけでなく、日本人の学生にとっても日本の地域開発に触れる機会が少なくなっていることから、自国の開発の実態を学ぶよい研修となっている。

今回のDFWは10月29日から31日までの3日間、岐阜県加茂郡東白川村において実施した。本実地研修に当たっては本件研究科36人の学生の参加を見た。このうち留学生は16人と約半数を占め、男女比では女性19人と女性がやや多かった。また、引率教官、職員の8人を含め総勢44人の大チームとなった。調査に当たってはテーマに応じて5グループ分けをして実施した。テーマは村で中心となっている分野で選択し、問題分析に努めた。これらの課題別グループは①教育・文化、②産業・環境、③過疎化・福祉、④経済開発（英語）、⑤観光開発（英語）として形成された。

DFW実施に当たっては、事前に調査、検討を行い、日本で問題となっている「村」の開発を課題とし、農村地域の開発に焦点を当てた。従来は「1村1品運動」の事例となる村や「村おこし」で成功している地域を調査対象として来たが、今回は多くの情報を持たない、都市化の影響の少ないよりローカルな地域を選ぶことにした。幸いなことに岐阜県庁の職員から岐阜県東白川村を紹介して頂き、村の関係者の協力をいただいたことで本実地研修が実現した。事前調査を行う中で「つちの子」と「東白川村」との関係を知るほどの認識がなかった村で、中部地域に一般的に存在する村の姿であるとの考えから、この村から日本の村の現況を知ることが可能であろうとの理解に至ったのが選択の理由である。また、DFWの研修ではじめて調査にプロジェクト・マネージメント・サイクル（PCM）手法を取り入れ、村の問題を明らかにしようと試みた。したがって、学生にとっては共通の開発ツールをもって調査に臨んだことになった。

今回の東白川村での実習に当たっては、村長安江啓次氏をはじめ村役場の職員の方々

や商工会、農協、森林組合、保育園そして学生の宿舎となった第3セクターふるさと企画の「こもればの館」の関係者のお世話になり、あらためてここにお礼を申し上げたい。

本報告書は単なる統計、資料からの分析だけでなく学生自身の現地調査、グループ内討議から得られた結果であり、限られた条件での調査であったことから分析結果が必ずしも的確であるとは限らないが、今後の事業の参考となれば幸いであると思っている。また学生にとっては開発調査の第一歩となり、さらに深みのある調査が出来ることを望むものである。最後に DFW をご支持いただいた大学内外の関係者の皆様にお礼を申し述べる。

名古屋大学大学院国際開発研究科
2003 年度国内実地研修委員長
西村美彦

目次

Contents

はじめに	1
2003 年度国内実地研修の概要	4
目的と実績	4
プログラム内容	5
引率教官と参加学生のリスト	7
本書の構成	8
写真	9

東白川村の概要	11
Brief Overview of Higashi-Shirakawa Village	13
第1章 教育と文化—過疎地域における教育実践—	17
第2章 村おこしにおける特産物事業の実態—東白川村、「とまとのまんま」の事例より—	43
第3章 過疎化と福祉—住民の視点から—	65
第4章 Economic Development	91
(和文要約) 経済開発	107
第5章 Tourism Development: Do they need tourism?	109
(和文要約) 観光開発—東白川村は観光業を必要としているか?—	125

2003 年度 国内実地研修の概要

1. 目的と実績

名古屋大学大学院国際開発研究科は、1995 年以降、正規のカリキュラムの一環として国内実地研修 (Domestic Fieldwork、略称 DFW) を実施している。DFW は、1992 年以降本研究科で実施されている海外実地研修 (Overseas Fieldwork、略称 OFW) をモデルに考案されたもので、これら二つのプログラムは本研究科が重視する実践教育の支柱となっている。

DFW の主目的は、日本の地域開発をめぐる諸問題について現地調査を通じて学ぶことにある。これは、将来、国際開発・協力分野の実務や研究に携わる可能性の高い学生にとって、日本国内での開発事例を学ぶことが開発途上国における開発問題を考える際にも有益であるという認識に基づくものである。そうした学習活動を通して、参加学生が「開発現場」を知ることの重要性を実感すること、現地調査の基本的な方法や姿勢を習得すること、そして国際色豊かな構成員でのグループ活動の経験を積むことも、DFW の重要な目的となっている。

DFW の実施実績は、愛知県幡豆郡一色町 (1995、1996 年)、愛知県東加茂郡足助町 (1997、1998 年)、愛知県渥美郡渥美町 (1999 年)、愛知県南設楽郡鳳来町 (2001 年)、岐阜県郡上郡八幡町 (2002 年) となっている。本年度は岐阜県加茂郡東白川村を調査地とし、関係者の協力を得て、10 月 29 日～31 日に現地調査を実施した。DFW の参加学生数については、1999 年度の 36 名を最多としていたが、本年度はそれと同数の 36 名 (日本人学生 20 名、留学生 16 名) の参加があり、例年に比べて日本人学生の参加が多いことが特徴的であった。

■ DFW の実施実績

年度	研修場所	参加学生数 (内、留学生数)
1995 年	愛知県幡豆郡一色町	10 (4)
1996 年	愛知県幡豆郡一色町	13 (8)
1997 年	愛知県加茂郡足助町	19 (11)
1998 年	愛知県加茂郡足助町	25 (14)
1999 年	愛知県渥美郡渥美町	36 (25)
2001 年	愛知県南設楽郡鳳来町	23 (14)
2002 年	岐阜県郡上郡八幡町	26 (18)
2003 年	岐阜県加茂郡東白川村	36 (16)

(注) 2000 年度は研修場所の諸事情により実施されなかった。

2. プログラム内容

DFWのプログラムは、大きく分けて、事前研修、ワーキング・グループ（Working Group、略称WG）毎の調査準備、現地調査、結果報告会の4つの活動から構成される。本年度の実施内容は以下の通りである。

■ 事前研修

日時	講師	講義内容
7月16日(水) 17:00-18:00 <必須>	2003年度DFW委員長 西村美彦 教授	「東白川村の概要」
集中講義(2単位) 9月1日(月) - 5日(金) <選択>	国際協力銀行 技術顧問 鹿野和子 様	国内実地研修特論：「日本の地域開発経験の途上国への導入可能性」
9月10日(水) 17:00-18:00 <必須>	東白川村役場 産業振興課商工係 今井明德 様	「東白川村の現状と課題」

■ ワーキング・グループ毎の調査準備

本年度は、教育・文化、商工業、過疎化と福祉、経済開発、観光開発の5つのワーキング・グループが設けられた。最初の三つのグループは日本語を使用言語とし、残り二つのグループは英語を使用言語とし、それぞれ1名のティーチング・アシスタントがついて翻訳や通訳の補助を行った。参加学生は、それぞれの興味・関心に応じていずれかのグループに属し、6月11日(水)の全体での事前打ち合わせ以降、調査地についての資料や書籍、その他の情報をもとにグループ毎の準備作業を重ねた。その結果、各グループでの包括的な調査課題を以下のように定め、それに従って調査時の希望訪問先の選定、詳細な質問事項の作成や調査方法の検討作業を進めた。

グループ	調査分野	調査課題
WG1	教育・文化	東白川村における若者の同村への帰属意識と、若者の帰属意識を生み出す教育実践について、特に文化の保存・伝承の面に着目して調査する。
WG2	商工業	東白川村における第二次村おこし事業の評価とその効果」：東白川村の第三セクターふるさと企画が行った第二次村おこし事業を評価分析する。特産品の設定過程やその販路開拓事業を詳しく分析することで、同事業が村にどのような経済的、社会的インパクトを与えたのかを考察する。
WG3	過疎化と福祉	東白川村の過疎対策—住民の視点から—」：行政が行う過疎対策や福祉サービスの実態を調べ、それらに対する住民の意見を収集する。主な目的として、東白川村の過疎化と過疎対策についての住民の意見を元に、福祉政策と教育の視点から過疎対策の現状把握と問題点の整理を行う。
WG4 (英語)	経済開発	東白川村における産業振興—現状と展望—」：同村の産業振興の現状と問題点を、地方資源の有効活用の点に特に着目しながら、明らかにする。
WG5 (英語)	観光開発	観光産業の開発と次世代への贈り物」：東白川村における観光開発の実態について、地域資源の有効活用、自然との共生、地域経済の再興と人口減少に歯止めをかける手段という点に着目して調査を行う。

■ 現地調査

現地調査は10月29日～30日までの3日間、東白川村にて実施された。各グループの訪問先は以下の通りである。

	WG1	WG2	WG3	WG4	WG5
10月29日 (水) 10:00 -17:00	・東白川村役場ご挨拶				
	<ul style="list-style-type: none"> ・村役場教育委員会 ・みつば保育園 ・村民の方々との面談 	<ul style="list-style-type: none"> ・村役場産業振興課 ・商工会 ・商店など訪問 	<ul style="list-style-type: none"> ・村民の方々との面談 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店など訪問 	<ul style="list-style-type: none"> ・村役場総務課
10月30日 (木) 9:00 -17:00	<ul style="list-style-type: none"> ・東白川村小学校 ・東白川村中学校 				
	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと企画 ・めぐみの農協 ・東白川支店 ・トマト生産組合 	<ul style="list-style-type: none"> ・国保病院 ・村役場住民課 ・せせらぎ荘 ・村役場保健福祉課 ・東白川村中学校 ・エコトピア、エコトピア入村者との面談 	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと企画 ・東白川村木造建築協同組合 ・(有)新世紀工房 ・トマト生産組合 	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと企画 ・茶の里野菜村 ・村役場産業振興課 	
10月31日 (金) 9:00 -15:00	<ul style="list-style-type: none"> ・神田神社 ・白川プレカクト工場 ・村の散策 				
	<ul style="list-style-type: none"> ・白川茶屋 ・お茶農家 	<ul style="list-style-type: none"> ・白川茶屋 ・明清会 ・長寿会 	<ul style="list-style-type: none"> ・製材組合 ・岐阜部品(株) ・お茶農家 	<ul style="list-style-type: none"> ・白川茶屋 ・民間旅館 ・お茶農家 	

■ 結果報告会

現地調査を通して得たデータや情報の分析を経て、11月26日(水)14:40～18:30名古屋大学大学院国際開発研究科にて結果報告会が開かれた。グループ毎に20分間の発表の後、10分間の質疑応答が行われた。本報告書は、その結果報告会での意見交換の後に作成されたものである。

3. 引率教官と参加学生のリスト

本年度 DFW には計 36 名の学生が参加した。内訳をみると、男女比ではほぼ均等となっているが、国籍別では日本人 20 名、中国人 5 名、ベトナム人 3 名、カンボジア人 2 名、その他はそれぞれ異なる国々からの留学生で、例年通り国際色豊かな構成となっている。

グループ 引率教官	氏名	性別	専攻	学年	出身国
WG1 大名力助教授 (学生 9 名)	小林 ひかり**	女	DID	修士 1 年	日本
	水谷 さやか*	女	DID	修士 1 年	日本
	加藤 由香子	女	DICOM	修士 1 年	日本
	金 仙玉 (Chin Shanyu)	女	DICOM	修士 1 年	中国
	甲賀 健	男	DICOS	修士 1 年	日本
	佐々 知香	女	DICOM	修士 1 年	日本
	塩田 恵	女	DID	修士 1 年	日本
	樋口 創	男	DID	修士 1 年	日本
	Ngov Penghuy	男	DID	修士 1 年	カンボジア
WG2 西村美彦教授 (学生 8 名)	北村 隆幸**	男	DICOS	修士 1 年	日本
	大西 亜樹*	女	DICOS	修士 1 年	日本
	小仲 珠世	女	DICOM	修士 1 年	日本
	佐脇 奈都代	女	DICOS	修士 1 年	日本
	中野 健二	男	DID	修士 1 年	日本
	村井 陽介	男	DICOS	修士 1 年	日本
	山本 勇	男	DICOS	修士 1 年	日本
	劉 静 (Liu Jing)	女	DID	修士 1 年	中国
WG3 三輪千明助手 (学生 8 名)	吉富 佳奈**	女	DICOS	修士 1 年	日本
	川岡 美穂*	女	DICOS	修士 1 年	日本
	辻 卓馬	男	DICOS	修士 1 年	日本
	中村 彰	男	DICOS	修士 1 年	日本
	廣田 恵	女	DICOM	修士 1 年	日本
	藤本 真紀	女	DID	修士 1 年	日本
	Nguyen Nhat Hong	男	DICOM	修士 1 年	ベトナム
	王 坤 (Oh Kon)	女	DICOM	修士 3 年	中国
WG4 伊東早苗助教授 通訳 TA 新海英史 (学生 6 名)	李 佳 (Li Ka) **	女	DID	修士 1 年	中国
	Abdygulov Tolkunbek*	男	DID	修士 1 年	キルギスタン
	Le Anh Minh	男	DID	修士 1 年	ベトナム
	Nguyen Hang Thi Thu	女	DID	修士 1 年	ベトナム
	ルオ 林敏 (Ruo Linmin)	男	DID	修士 1 年	中国
	Jose D. Elvinia	男	DICOS	修士 1 年	フィリピン
WG5 伊東早苗助教授 通訳 TA 田中香織 (学生 5 名)	Lim Evelyn Meow Hoong**	女	DICOS	修士 1 年	マレーシア
	A.K.M. Mushfiqur Rahman*	男	DID	修士 1 年	バングラデシュ
	Dagva Tungalag	女	DID	修士 1 年	モンゴル
	Bedri Jebriil Mohammed	男	DICOS	修士 1 年	エチオピア
	Samreth Mammoun	男	DICOS	修士 1 年	カンボジア

(注) ** グループ・リーダー

* グループ・サブリーダー

DID : 国際開発専攻、DICOS : 国際協力専攻、DICOM : 国際コミュニケーション専攻

4. 本書の構成

従来 of DFW 報告書では、学生各自が選択したテーマについて個別に調査結果レポート（日本語または英語）を作成してきたが、2002 年度よりグループとしての調査作業を重視するため、また調査協力者への報告手段としての報告書の機能を高めるために、グループ単位でのレポート作成の形をとっている。WG 4、5 の学生には日本語を解さない留学生も多いため、英語での執筆となっているため、各担当 TA が日本語の要約を作成した。

本書の構成は以下の通りである。まず、本年度 DFW 委員長である西村美彦教授が、東白川村の概要を和文・英文でまとめる。引き続き、グループごとの報告書が順に続く。WG 4・5 については英文の原稿の後に和文要約が掲載されている。

なお、本報告書で示された見解、提言、批判などは、筆者である学生のものであり、本研究科または引率教官のものではない点、ご留意いただきたい。

東白川村での研修の様子



東白川村役場にて



白川茶屋にて



ワーキング・グループ別の調査

WG1



WG2



WG3



WG4



WG5



結果報告会



東白川村の概要

地理的、立地条件など

本村は岐阜県の東側に位置し、飛騨地方の一角をなし、裏木曾山系の山地の中にある渓谷型の山村である。村の中心には白川が流れ、溪谷をつくりこの川に沿って国道 256 号が走る。さらに山間の谷川に沿って道路が伸び、その周辺に 20 の集落が点在する典型的な中山間村地域である。したがって交通も車が唯一のもので、中津川か美濃加茂を通して名古屋への連絡が可能となるが、中央高速道を使っても 2.5 時間を要する。鉄道は J R 高山線「白川口駅」が一番近く村の中心地から駅まではバスによるアクセスがある。したがって大都市名古屋からは必ずしも近くはない。

村の標高は海拔 230m から 1,132m までと高低差があり、平地は河川にできた僅かな土地だけしかなく、居住地の多くは 300m から 400m に位置する。気候は太平洋型の内陸山地気候を示し、最低気温マイナス 15℃、最高気温 35℃で平均 13℃となっている。また、年間降水量は 2,258mm でやや多雨傾向にあり、積雪は 30 cm ほどになることもあるが、比較的少ない。村の総面積 87.11 km²で 4.5%が農地で、宅地 0.6%、山林・原野 90.9%、河川・その他が 4.0%となっている。平成 14 年現在で人口は 3,111 人（男子 1,498 人、女子 1,613 人）で世帯数は 897 戸になっており、人口の過疎化現象はこの村にも押し寄せているが、現在、微減状態を保っている。

村の産業

現在の村の大きな問題はどこの村でも見られる過疎化の問題である。特に行政からみた人口減少は村の活性化の減退を意味するもので、村の行政開発目標はここに集約されている。東白川村は山間の村として昔から林業を主産業としていた村である。終戦直後には村の中心が宿場町の様相を示した地区であり活性化を呈し、一時 6,000 人を超えるほどの人口になったが、その後減少し、3,000 人ほどで停滞している。村の状況はこの地域の第一次産業の変遷とも関係している。

山間の村では林業以外にたいした産業はない。昔から林業とそれを加工する木工業で成り立っていただけである。林業、炭焼き、木工業及び大工職がこの村の産業の基礎となっていた。これに桑の栽培が導入されると同時に茶の栽培も一部導入された。しかし、昭和 40 年代に入り養蚕業が低迷すると桑畑は切られ茶畑にシフトし「白川茶」の産地化が図られた。また、林業も低迷する中で農林水産省の政策により林業組合を通して林業の保護がなされた。一方、木材業は操業を続ける中で国内産木の占める割合は低下し 40%と低くなり、外国産の輸入材が半分以上を占めるまでになってしまった。現在、村では林業、茶、トマト、畜産が重要な農林産物となっているが、上記の歴史的背景の中で、加茂町、加子母村で栽培されていた夏秋トマトが東白川にも導入されトマト生産地を形成した。冬場の林業と夏の水稲栽培を組み合わせた村の典型的な農林産業形態が林業の低迷、政府減反政策などの産業政策転換の影響で、新たな換金作物の導入を図った結果、茶の栽培を村の標高の低い所で産地化し、高所では夏秋トマトを栽培するという現在の形態が出来上がっている。村おこしには歴史的産業形態の変遷を受けて多様化への方向へと動いている。

開発と住民

中山間地に位置する村の現在の重要な開発課題は過疎化対策に集約される。この課題は村の全ての開発に関係している。産業の育成、若者の定住、教育問題、住民の福利厚生、環境整備等の課題は「村が寂れていく」ことに歯止めをかけて、村の活性化を図る上で重要な要素となっている。東白川村の行政面からの開発は戦後間もなく「村民の健康作り」という課題で実績をあげていたが、昭和35年頃から「新農村計画」として活動を開始することで本格的に動き出したと言えよう。日本の経済高度成長の影響は中山間農村部にも及び、村で昭和50年に第1次総合計画が策定され、産業の強化、道路網の整備を中心とした産業基盤事業が導入された。昭和60年には第2次総合計画が策定され、村の将来の姿を求めた村民の生活を考慮した計画として進められた。また、村の活性化となる産業の可能性の面から生産体制が検討された。平成8年に第3次総合計画が策定され、現在この見直し計画が進んでいる。この開発計画のなかで最も重視されている村の活性化方針として4点を挙げている。①バランスの良い人口対策。②自然を守る環境対策。③地域資源を生かした産業対策。④健やかに生れ・育ち・老いる。これらから理解できるように村の活性化を人口、自然環境、産業、福祉と住民の身近な問題から総合的に開発を進めていこうとするものであり非常に興味を引くものである。特に過疎化対策が基本になっている点が注目に値する。またこれと同時に商工会を中心とした村おこし事業も進められている。第一次村おこし事業は生産において工夫をこらして新規の特産物の創設をおこなっている。そして第二次村おこし事業として第3セクターによる事業が促進された。そのひとつとして「ふるさと企画」が村長を代表取締役として約200人の村民株主を入れて株式会社として創設された。これは生産の可能性が確認できた次の段階としての販路拡大の可能性を図る試みとして取り入れられた。また、低迷する村内での消費の確保、拡大から3社を包括したスーパーマーケットの設立や、女性グループの運営する店、村経営の結婚式事業、民間企業の誘致など着実な開発が進められている。

また、しかしながら、市町村合併の波は当村にも押し寄せており村人の心配するところは、これら村独自の開発の発想、活動が継続できなくなるのではないかということである。今後の開発の方向を見守りたいと考える。

参考文献

1. 東白川村 1996 「輝く田舎ひがししらかわ構想」東白川村第三次総合計画
2. 東白川村 発行日不明「輝く田舎ひがししらかわ構想」東白川村第3次総合計画（基本計画の変更）
3. 東白川村商工会 2001 「東白川村商工会40年の歩み」
4. 東白川村役場 発行不明 「自然いきいき人のびのび、つちのこの里、岐阜県東白川村」（パンフレット）

（文責 西村美彦）

Brief Overview of Higashi-Shirakawa Village

Geographical Conditions

Higashi-Shirakawa Village is located in the eastern part of the Gifu Prefecture and is a part of Hida Region. This is a valley type village located in the mountainous part of Ura-Kiso Range. Shirakawa-River flows into the center of the village and forms a valley. Along with the river, National Road 256 runs through the village. The Road extends along the river in the mountainous district where 20 households are scattered in the vicinity. In this sense, it is a typical mountainous region. Given this geographical situation, the only available mode of transportation is car. The way to reach Nagoya by vehicle is via Nakatsugawa or Minokamo and it takes at least 2 hours and 30 minutes even when one uses Chuo Highway. As for the railway service, there is the Shirakawaguchi Station of JR Takahayama Line, accessible from the village center by the bus. So, the village is not particularly near the big city of Nagoya.

The altitude of the Village ranges from 230meters to 1132meters above sea level and the vertical interval is big. The flat land is only a small portion of sediments brought by the river. The majority of habitable area is located on 300meters to 400meters above sea level. The climate of the village demonstrates a continental characteristic. So the lowest temperature is minus 14°C while the highest temperature is plus 35°C. The average temperature is 13°C. As for the annual precipitation of the village, it is 2258mm and we consider this to be high. Although it sometimes reaches beyond 30 cm, the amount of snow is relatively small. The total area of the village is 87.11 square kilometer. 4.5 % of this area is agricultural land. 0.6% is used for residential purposes. Mountains and wilderness occupies 90.9% of the area and rivers make up the rest 4.0% of the area. As at 2002 (Heisei 14), the population of the village was 3111 made up of 1498 male and 1613 females. There are 897 households. Although depopulation trend confronts this village as well, the village maintains the slight decreasing trend of the population.

Village Industries

The biggest obstacle facing the village today is that of depopulation. This phenomenon also confronts most other local villages in Japan. The depopulation issue from the stand point of the administration means the declining re-vitalization activities and therefore it has become the focal point of policy intervention for the village council. Higashi-Shirakawa Village, for a long time, has been noted for forestry. Right after the end of the Second World War, the village center was an active commercial center with a post station outlook. The population of the village exceeded 6000 at that time. However, it eventually decreased to the level of 3000 and it has been fluctuating along

that line for a long time. The situation of village is related to the first industrial sector of the village.

In this mountainous village, there is no striking industry other than the forestry. For a long time in history, the village economy has been dependent on forestry and woods processing industries. Forestry, charcoal burner, wood working industry, carpenters constitute the industrial foundation of the village. In addition to these are Silkworm and Tea production. However, in the 1960s (Showa 40s), the village focused more on Tea production and this culminated in the production of Shirakawa Tea. This shift in focus to tea production consequently affected the Silkworm industries, which started to experience serious decline. As for the forestry, the ministry of Agriculture and Fishery introduced the protective measure against the ailing current of the forestry economy. In the village, the forestry association implemented the policy and protected the local forestry. As for the wood processing industries, we observed a trend that shows that the market share of domestic woods went below the 40% level and imported woods has become the dominant product. As at the time of this report, forestry, tea production, tomato production, and livestock industry are the significant agricultural resources found in the village. The Summer-Autumn Tomato production, which existed in Kamo Town and Kashimo Village, was also introduced to Higashi-Shirakawa Village. The typical village agricultural/forestry industrial format, namely, the Forestry in winter combined with the Rice production in summer, is longer effective at the time of worsened forestry economy. On top of these, due to the Government policy to decrease the amount of production, the village farmers introduced a new money-producing product. As a result, the current format, where the tea production is done in the lower ground while the tomato production is done in the higher ground, became predominant. Village promotion activities are becoming a lot more diversified due to the historical industrial changes.

Development and Residents

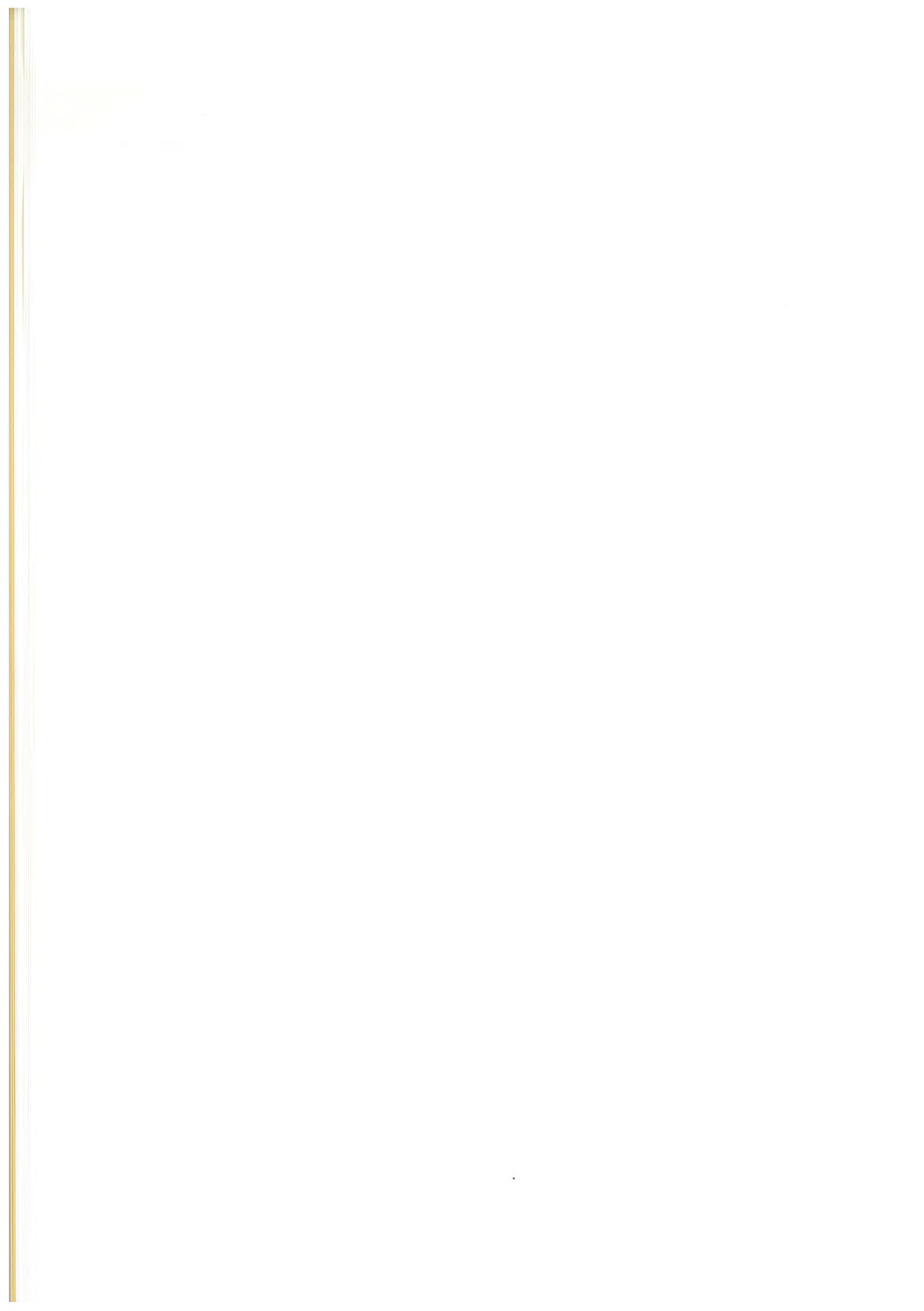
The current important developmental agenda that faces the village are as follows. The agendas have a lot to do with the development of the village as a whole. Industry promotion, settlement of younger generation, education problem, social wellbeing of residents, and the environmental management issues are important in the sense that they are expected to stop the village from dying and revitalize the village itself. Higashi-Shirakawa Village Council has already shown some remarkable performances in the sphere of Health Promotion around the end of the war. At the end of the 1950s (Showa 35), a new agricultural plan was initiated. Japanese economy at that time was at the height of its boom and its effect was felt in the villages located in the mountainous region. The Village Council initiated the second comprehensive development plan in the 1975 (Showa 50). As a result, the industrial policies that aimed at strengthening the village industries and the road system construction were introduced. In the 1985 (Showa 60), the village

council set up the second comprehensive development plan and initiated the policy that reflects the future needs of the village residents. The village council also studied the production system from the standpoint of the revitalization of local economy. In the 1996 (Heisei 8), the village council set up the third comprehensive development plan and the reform of the plan is currently going on. Under the development plan, the village council raised four points as a focal point of intervention for revitalization of village economy: (1) Balanced population management, (2) Environmental measures targeted at the protection of local natural resources, (3) Industrial policies utilizing the local resources, (4) Healthy Birth, Growth, and Aging. From these points, one can observe that the intention of the village council is to start from the immediate issues, such as population, environment, industry, and social wellbeing. This deserves a close attention. In particular, it is noteworthy that the focal point of intervention is in the depopulation issue. Along with this, the chamber of commerce and industry is proceeding with its own village promotion projects. In the first village promotion project, they made a distinctive invention in the production and succeeded in producing the new local specialty. In the second village promotion project, the third sector enterprise was set up and a new business venture was initiated. As a part of its activities, Furusato Kikaku Inc was established as a share holding company. The company made the village chief its president and the 200 shareholders are from among the village population. After the village could affirm the possibility of the production, the enterprise was established for expanding the sales routes which is the next stage of the development. In addition to these projects, the project of transforming the separate three small shops into the new supermarket was initiated for the purpose of protecting the consumer needs in the flagging village economy. Other activities included the operation of shops by women's association, organization of marriage ceremonies by the village council, the project of welcoming enterprise investments from elsewhere. These projects demonstrate the stable efforts by the village to initiate the development process. However, the current move of administrative merger is likely going to hit Higashi-Shirakawa as well as other villages involved. The concern of villagers under such circumstance is that the village initiated projects or development efforts are no longer tenable in the new context. It remains to be seen how this trend will culminate in the development of the village in the years to come.

References

- 1 Higashi-Shirakawa Village Council, Higashi-Shirakawa Village third comprehensive plan, "Lightening Higashi-Shirakawa Village: The idea for promotion " 1996
- 2 Higashi-Shirakawa Village Council, Higashi-Shirakawa Village third comprehensive plan, "Lightening Higashi-Shirakawa Village: The idea for promotion " revised version.

(by Prof. Yoshihiko Nishimura)



第 1 章

教育と文化

一過疎地域における教育実践一

1. はじめに
 2. 東白川村の教育の概観
 3. 学校における教育
 4. 地域における教育
 5. 村民の意識
 6. まとめと提言
- 注釈
参考文献

執筆者

(ワーキング・グループ1)

小林ひかり **	樋口創 *	加藤由香子
金仙玉	甲賀健	佐々知香
塩田恵	水谷さやか	Ngov Penghuy

指導教官

大名力

** グループ・リーダー * サブリーダー

1. はじめに

本報告書は2003年10月29日から31日にかけて岐阜県加茂郡東白川村で行われた名古屋大学大学院国際開発研究科国内実地研修における、ワーキング・グループ1（教育・文化班）の調査報告並びに東白川村の教育実践についての提言をまとめたものである。

今回の調査では、副題に定められているように「過疎地域における教育実践」に着眼し、以下をその調査目的とした。

1-1. 調査の目的

現在、日本の村落では過疎化の問題に悩んでいるところが多く、若者の都市への人口流出が深刻な社会問題の1つとなっている。東白川村もその例外ではないという印象を受ける。村の将来を担うべき若者が村から出て行ってしまうことは、村の存続にとって大きな懸念材料となるであろう。

今回、「教育・文化」の視点から調査を行うにあたって、この過疎という特徴をもつ地域における教育実践が、どのようにその現状に対応したものになっているのか、またどのような課題が残されているのか、という2点について大きな関心を抱いた。私たちは調査前の仮説として、東白川村の教育が過疎防止対策としてある程度位置づけられ、その役割を果たしているのではないかと考えた。若者が自分たちの生まれ育った故郷に愛着を感じ、その土地で生きていくことに価値を見出すために最も直接的に影響を与えるのは教育であるのではないだろうか。

以上のような推察のもと、本調査では、東白川村における地域理解教育および文化保存・伝承に関わる教育に焦点を当て、学校教育に限らず、村全体においてどのような教育実践が行われているのかについて、調査分析を行った。

1-2. 調査訪問先

3日間にわたって行われた現地調査での訪問先は以下の通りである。

<u>2003年10月29日（水）</u>	<u>10月30日（木）</u>	<u>10月31日（金）</u>
東白川村教育委員会	東白川小学校	神田神社
みつば保育園	東白川中学校	プレカット工場
歌舞伎保存会		路上インタビュー
青年団体連絡協議会		
ラグードリームクラブ		

1-3. 調査方法

上記の各訪問先では、東白川村役場より事前に頂いた資料をもとに設定した質問事項について、担当者へインタビューを行うとともに、いくつかの資料を頂いた。また、2日目の東白川小学校では2年生、4年生、6年生に、また東白川中学校では各学年1クラスずつ東白川村に関する意識調査として生徒へのアンケートを依頼した。さらに、3日目の村散策においては、住民に路上インタビューを行った。以上が今回の主な調査方法である。

2. 東白川村の教育の概観

2-1. 教育の特徴

東白川村の教育には主に2つの特徴がみられる。1つは、少人数制のクラス編成が可能であり、その特色を生かしたきめ細やかな教育・指導が実践できる状況にあることである。ここ23年間の村内の児童・生徒数の変遷を見てみると、少子化の現象が顕著である。昭和55年（1980年）に比べ現在では、小学校・中学校の生徒数はほぼ半減している（表1）。一方、教員数は、23年前に比べてほぼ変化のないことが分かる（表2）。単純計算をすれば、生徒9人に1人の割合で教員がついているということになる。

表1 児童・生徒数の変遷

児童・生徒数の変遷	小学校	中学校	合計
昭和55年度	341	191	532
平成15年度	168	116	284

表2 教員数の変遷

教員数の変遷	小学校	中学校	合計
昭和55年度	20	14	34
平成15年度	16	16	32

出所：教育委員会からの資料をもとに筆者作成

東白川村におけるもう1つの教育上の特徴として、中学卒業後の高校進学が挙げられる。高等学校進学率はここ数年100%となっているが、そのうち3分の1の生徒はバス通学の可能な白川高校へ進学する中、その他大半の生徒は美濃加茂、上飯田など、下宿生活の伴う高校へと進んでいるのが現状である¹。中学卒業後15歳という年齢で、多くの児童が親元を離れ下宿生活を強いられるという状況が、第2の特徴である。この現状が小学校・中学校での教育の重点事項に反映されていることも注目に値する。

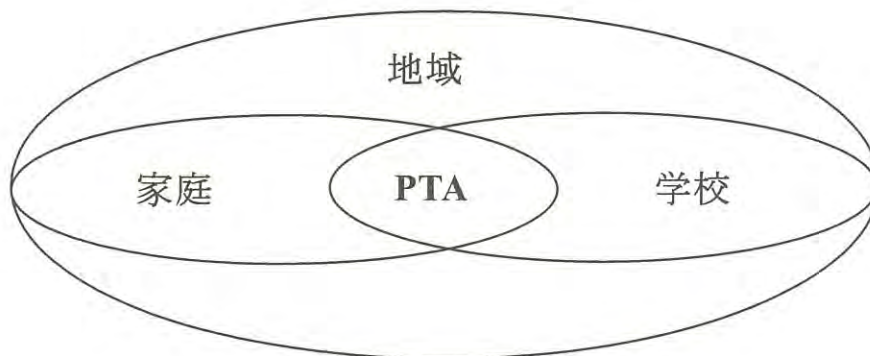
2-2. 教育目標・プラン

上で見た東白川村の教育の特徴に対して、東白川村における教育目標がどのように対応しているかを見てみる。教育目標は「村を愛し、よりよい社会を築くために、生涯を通して心豊かにたくましく生きる人間性の育成」²となっており、「たくましさ」を身につけることについては、小学校・中学校それぞれにおいて重視されている要素であることが分かった。これは高校進学のために多くの生徒が村を離れ、一人で生活していくことを余儀なくされる現状に対応している教育課題である。「村の子供たちは、素直で純朴である一方たくましさに欠ける」と多くの教師が口をそろえて懸念していることが、高校進学後の新しい環境の中で生きる生徒の様子において、さらにはっきりと表れてくるという声が聞かれた。

また、教育目標の中で「村を愛する」という点について言及されていることにも少し触れておきたい。2、3年前に掲げられた教育計画である「東白川村教育夢プラン」において「Create 東っ子」と題された、目指すべき村の子ども像が示された。その中の1つに「ふるさとを愛し、ふるさとを誇れる子ども」を育てていくことが提示されている。このことから郷土愛を育む教育が重視されていることが分かる。

さらに、この「東白川村教育夢プラン」の特徴は、「地域・家庭・学校」が三位一体となって教育に取り組むことが目標として掲げられている点である。図1はその構想を図式化したものである。

図1 東白川村教育夢プラン
「地域・家庭・学校の三位一体」



出所：東白川村教育委員会の資料をもとに筆者作成

本報告書では、この三位一体による教育の中でも、学校における教育および地域における教育実践に焦点を当てながら、それぞれどのような取り組みがなされ、役割が果たされているのかを検証していきたい。

3. 学校における教育

3-1. 東白川小学校

昨今、日本におけるそれぞれの学校で独自性が求められる風潮があるなか、東白川小学校でも地域性を活かした教育実践への取り組みが顕著に見られた。具体的には、住民参加型教育体制、地域理解教育の充実という形で実践されていたが、それは調査前に私たちが仮定していたのとは異なり、同校が地域理解教育を過疎化対策という認識のもとに行っているわけではなかった。

3-1-1. 基本データ

東白川小学校は、学校統合 24 年目を迎えた教職員数 21 名、全校児童数 172 名（うち女子 98 名）の一校一校の学校である。学級数及び児童数は表 3 のとおりである。

表 3 学校規模(児童数)

学年	1年	2年	3年	4年	5年	6年	特殊学級	合計
学級数	1	1	1	1	1	1	1	7
児童数	男	6	11	10	22	14	10	74
	女	18	15	12	16	16	21	98
	計	24	26	22	38	30	31	172

平成 15 年 10 月 28 日現在

出所：『東白川小学校教育計画』より抜粋 筆者作成

近年の児童の転出入に関しては、祖父母を訪ねて家族で入村し暮らし始めた児童が数名いる他は大きな動向がみられない。元々児童数が少人数でさらに転出入に大きな動向がないということから、学校内で人間関係が固定化する傾向にあるといえる。

東白川村は、村域の 90 パーセントが山林で東濃檜を中心とした人工林が広がっており、ほぼ中央部を横断する白川の本流から伸びた支流により深い洞が形成され、集落が点在している。校区は広く、6 割近くの生徒はスクールバスで登校している。このような地理的特徴により、放課後に児童同士と一緒に遊ぶことは難しい。このため、教職員は、児童にとって学校が共有の時間を過ごすための大事な場であるとの認識を強く持っている。

3-1-2. 学校教育方針

同校では、以下のようにレベル別に細部に亘って教育指針が掲げられている。

- 1) 学校課題
- 2) 教育理念『「自啓創造」4つの壁を開く』
- 3) 教育目標『せいっぱい きたえのびよう 東っ子：
考える子 助け合う子 元気な子』

4) 具体的な実践における指針等

特に、「4つの壁を開く実践」は、①個・小集団・学級など学習形態の使い分けの工夫にみられるような「人間の壁を開く」、②地域の自然・社会・人的物的素材の教材化などの「ものの壁を開く」、③教室にとらわれず諸活動において広く空間を活用するなど「空間の壁を開く」、そして、④総合的な学習の時間の弾力的運用と土日の生活時間を意識した問題解決型学習の展開など「時間の壁を開く」という内容で、東白川小学校の教育の特色となっている。もう1つの大きな特色、「地域に開かれた学校づくり」にも精を出しており、「保育園・小学校・中学校・家庭・地域との連携に重点が置かれた教育活動」を繰り返している。

年々の児童数減少により空間的な余裕ができたことも手伝って、「多様な学習形態が工夫できるよう配慮された施設作り」がなされている。教室はオープンスペース状となっていて、児童がのびのびと学習できる環境にあると言える。空間利用という点では、図書館とコンピュータ室が一体化された、図書・情報処理室も評価できる。この図書・情報処理室では、総合学習の際、調べ学習等で児童が自ら情報を収集する他、学年に準じて適宜機器の扱い方の訓練がなされている。実際の時間数は少ないが、算数などの教科学習でも活用されているとのことである。また、校地には学校田・学校茶園などが設けられていて、総合学習での農業体験の授業の中では、地元農家の指導を受けるなど、「東白川村ならではの体験的な学習の場」となっている。特別施設として、学年毎に洗口室が設けられ、個人の歯磨きスペースが確保されている点も特徴的といえる。

具体的実践としては、①教科的領域、②特別活動的領域、③道徳的領域がある。①教科的領域では、ティーム・ティーチングの導入や問題解決学習過程の工夫がなされている。②特別活動的領域では生活・保健安全指導にユニークな点が見られる。特に保健安全指導では、基本的習慣づくりとして、児童に手洗いうがい・食べ物を残さない・歯磨き・運動・姿勢の「5つの約束」を定着させる教育が徹底して行われている。歯磨き指導の充実ぶりは校内見学からも明らかだった。このように徹底した保健教育活動により、同校は過去に「健康優良すこやか賞」や「よい歯の学校大臣賞」を受賞し、県下で幾度も健康優良校として表彰されてきた。生活習慣の教育を家庭内教育のみに委任するのではなく、学校を挙げて取り組んだ結果であり、またこの事例から、同校の「家庭との協力体制」がうかがえる。③道徳的領域では、先述した挨拶の徹底など、周囲の人々に対する礼儀作法の定着に重点がおかれている。

3-1-3. 教員から見た児童像

東白川小学校の教員は、児童に対して、もともと「明るく素直であり、指示されたことには粘り強く取り組める生徒が多い」という共通認識を持っている。また近年では、「縦割り活動や他の学年との活動を通して連帯感や社会性が身につけてきた」、「集団の中で自己表現する力も以前に比べて伸びてきている」という評価もされてきている。教員の今後の課題として、基本的な生活習慣である挨拶を徹底させること、また児童の自主性や表現力を伸ばすことが掲げられている。背景には、外部からの刺激が少なく自主性がなかなか育ちにくい環境があり、教員からは、今後村外の学校との交流を積極的に行っていく必要があるとも指摘された。

3-1-4. 住民参加型教育体制

P T Aを中心として、地域住民が学校行事・学習環境整備等へ積極的に協力している。教員の大半は村外出身者であるため、赴任してきた教員自身が地域について理解する必要がある。このような背景のもと、同校は地域人材を積極的に活用してきた³⁾。いまや、ふれあい参観・全校登山・お話を聞く会・運動会など、様々な学校行事において住民が重要な役割を演じている。児童はもとより、先述のように教員にとっても地域理解のために意義深い体制であると評価できる。

表4は各学年・各教科における地域住民が参加することができる教科内容及び学校行事を明文化した東白川小学校の構内資料から抜粋したものである。このような資料を作成することにより、地域住民の参加領域が明確になることはもとより、新任の教師への引継ぎの際に有効に活用できるという利点もあるだろう。

表4 地域住民ボランティア参加領域

学年	教科	時期	内容		保健体	1月	性教育		
1・2	国語	3学期	人形劇観劇:地域のサークル	6	社会	4月	陰地遺跡		
	国語	通年	読み聞かせ			神付遺跡(地主)			
	体育	6月下・7月上	水泳教室:基本的な泳ぎ方			神付遺跡(鎌取集家等)			
2	生活科	5月中	サツマイモの植え方指導	4~6	社会	11月	租税教室		
		5月上	ミニトマトの植え方・芽かき・育て方指導			12月	廃仏毀釈		
	生活科		豆腐屋の見学			保健	7月	性教育:エイズ教育	
3	生活科		探検隊(郵便局・消防署・風花屋)	4~6	保健		薬物乱用:薬物の恐ろしさ		
	理科	5月上	トマトの植え方・芽かき・育て方指導			総合	3月	パンジー	
	社会	6月中	お茶工場の見学			委員会	福祉	夏休み	せせらぎ荘(養護老人ホーム)訪問・交流
	図工	10月上	絵手紙教室:絵の具の使い方等					5月下	お茶の摘み方の指導・茶摘ボランティアの募集
社会	9月	トマト工場見学	全校	社会	5月下	お茶の摘み方の指導・茶摘ボランティアの募集			
4	社会	3学期	昔の暮らし:古いもの館の見学	3~6	総合	5月上	全校登山に関わる様々な情報		
		6月中	浄水場見学			7月上	絵手紙教室		
		5月下	ゴミ処理			全校	秋	校舎周りなどの掃除	
	保健		親子で性教育・歯科教育			総合	通年	お茶の栽培など農業全般	
5	社会	7月上	消防署見学	3	総合	通年	野菜作り		
	総合	5月	田作り:代掻き・田植え・草取り・稲刈り・脱穀・水管理等			夏季	トマト作り		
	社会	10月	村の遺跡めぐり:4つ割の石・白川茶発祥の地・十三仏・処刑場			音楽	通年	ピアノ伴奏	
	社会		木材市場:プレカット工場				通年	学校周りの庭木の剪定	
	総合・社会	5月	産業体験:肉牛・カーネーション・小松菜・緑茶・神棚づくり・選果場(7月~10月)・プロイラー・森林組合・夏秋なす・夏秋トマト・あまごの養殖				社会見学	10月	美濃加茂商工会議所
		10月	枝打ち・山菜教室・手打ちうどん・炭焼き体験・五平餅づくり・細ない体験・パンづくり			通訳		中国語・スペイン語通訳	
		5月	ふるさとの昔話(体験学習時)					お茶の製品化・ライスセンター	
家庭科	父母参観時	裁縫:布の縫い方			トマト苗・稲苗				
			野草学		牛糞肥料				
			環境整備	通年	野草の権威(元大学教授)				
					通年	玄関前生け花			

出所:校内資料をもとに筆者作成

3-1-5. 地域理解教育

地域理解教育の授業の指針については、教師の自主性が重んじられている。指導計画のうち、1・2年次の生活科では探検や飼育、植物、祭り等で毎月地域に関連した事柄を学んでいる。3年次になると、社会科において村や商店、生産物などについて学ぶ機会がある。4年次では、地形、水質、魚や飼育など、社会科及び総合学習の時間に積極的に地域のことが学ばれる。5・6年次では、4年次よりは時間数が減少するとはいえ、総合学習の時間に米作りやテーマに基づく調査活動、歴史など、地域をトピックに自発的な学習を進めている。各学年とも年に10から13単元含まれており、年間通してほぼ毎月何らかの単元で地域のことを学ぶ計算になる。ちなみに、各学年の生活科・社会科・総合学習の時間のうち地域に関連する教育の占める割合は表5の示すとおりで、平均するとほぼ8割という結果が出た⁴。「地域の特徴を生かして教材化」した非常に特色ある教育実践の事例といえる。

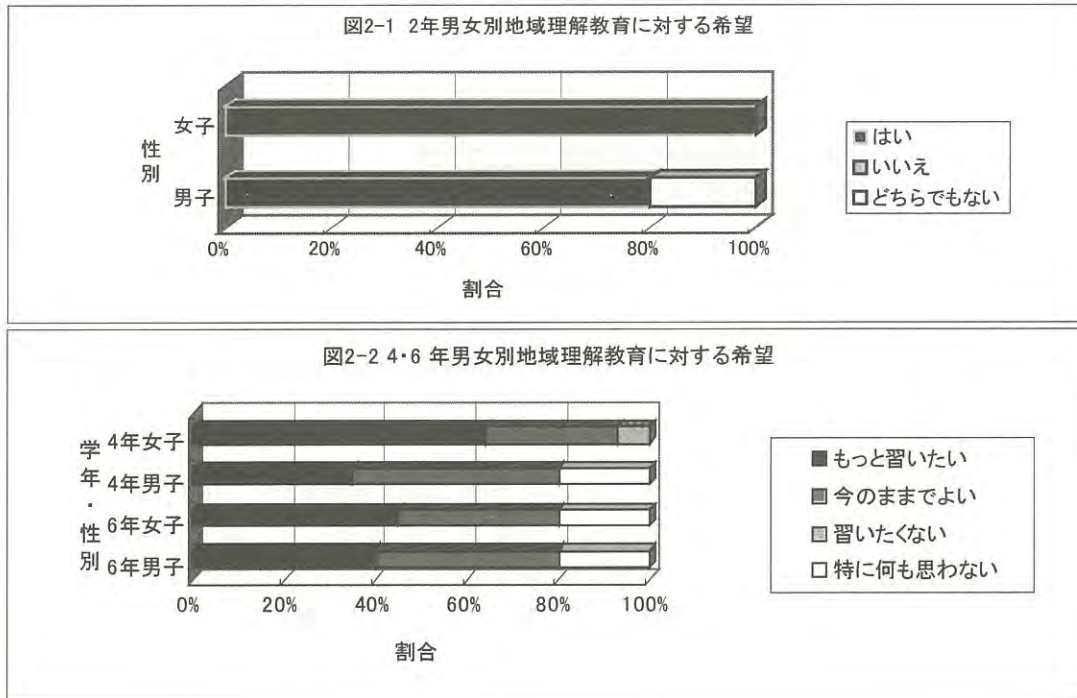
教師へのインタビューによれば、地域理解教育に対する親の反応も肯定的かつ協力的であり、また活動の時期等に関して親がアドバイスをする場合も見受けられる。

表5 地域関連単元名及び授業数

学年	教科	単元名	時間数								
1年	生活	学校を探検しよう	6	4年	社会	スーパーマーケット	3	5年	総合	発表準備	18
		種まきをしよう	3			村の生産物探し	2			かがやき発表	4
		アスレチックへ行こう	6			村の農家で作る物	3			お話を聞く会	2
		草花や虫と遊ぼう	3			火事が起きたら	7			合計	94(90%)
		花を育てよう	3			事件や事故が起きたら	6			全体	105
		生き物と仲良しになり教え合おう	6			安心して暮らせる町	5			米作り	
		種取をしよう	5			合計	52(74%)			田おこし	
		秋祭りをしよう	20			全体	70			田植え	
		お正月の遊びをしよう	7			火事が起きたら(導入2も含む)	9			昨講・ガス抜き	
		家の名人を探そう	3			事件や事故が起きたら	6			稲刈り	
		1年生を迎える用意をしよう	6			安心して暮らせる町	1			脱穀	
		合計	68(62%)			ごみの始末と利用(導入2も含む)	12			お米博士になろう	
		全体	102			水はどこから	10			合計	不明
		2年	生活			冒険・発見・村探検	19			6年	総合
生き物と友達	11			土地の様子(導入1も含む)	5	全校登山準備	2				
生き物を育てよう	4			海辺の暮らし	5	全校登山	5				
村となかよし	8			平地と水を生かす	5	茶摘	1				
みんなでつくろうフェスティバル	21			山地の暮らしと伝統工業	8	東白川の昔	2				
チャレンジページ	4			県の広がり暮らし	6	戦争体験を聞こう	7				
明日ヘジャンプ	28			合計	78(92%)	東白川調べの計画	7				
合計	95(90%)			全体	85	テーマに基づく調査活動	18				
全体	105			総合	オリエンテーション	6	調査活動のまとめ	6			
3年	社会			学校の周りの探検	5	川遊び計画、実施	20	発表会準備	8		
				学校の周りの様子	6	水質を調べよう	10	発表会	6		
				村の様子	8	魚の飼育をしよう	12	卒業する自分	8		
				村のガイドマップ作り	2	白川を大切にしよう	12	合計	72(65%)		
				平の商店街	5	山、川、海のつながり	10	全体	110		

出所：教科指導計画書をもとに筆者作成

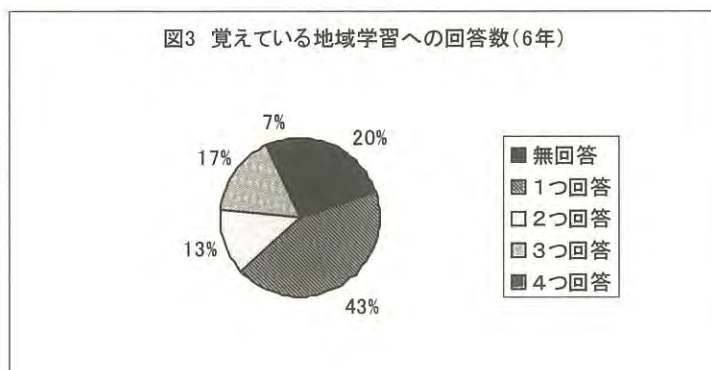
これら地域理解教育に対する児童の反応について、2・4・6年児童に対するアンケート結果より明らかになった点を述べる。「東白川村についてもっと習いたいか」との問いに関して図2-1・2-2のような結果が得られた⁵。



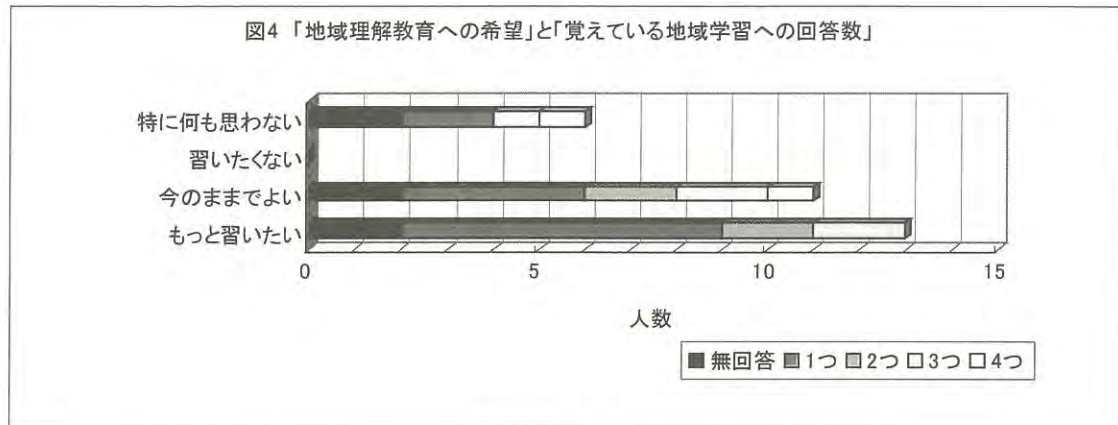
全学年を通して女子のモチベーションの方がやや高めという特徴が表れているが、全体的に現行の地域に関する授業に対して更に勉強したいという意欲が見られ、児童の関心度の高さを物語っているといえよう。

また、「東白川村についてこれまで学校で習ったことを思いっただけ挙げて」もらったところ、6年児童の回答は歴史が4割、産業・自然に関するものがそれぞれ3割だった。この結果と表5より、児童の志向は必ずしも授業の時間数に比例するものではないことがわかる。

同じ設問に対して、児童より挙げた回答の数の集計結果は、図3のとおりである。このデータは、直接的ではないにしろ児童による現行の地域理解教育の受容と理解の度合を表していると考えられる。



更に、6年児童の、地域理解教育に対する希望を問う設問における回答の背景を推察するため、以上の2つの質問に対する回答を併せて分析したところ、図4のような結果が得られた。



回答数については各グループにほぼ均等なばらつきが見られ、地域理解教育に対する意欲・希望、受容・理解の度合の組み合わせは、児童によって様々であることがわかる。例えば、地域理解教育への一層の学習意欲を示す児童の中でも、現行の教育の中では特に地域に関する授業を覚えてはいないが、地域について更に学習したいと感じている者から、現状から既に多くを学んでおり、更に学習を進めたいと思う者まで、授業実践に対する児童の受け取り方は様々であるということが見えてくる。

これらの結果より、児童の地域理解教育へ関心は強く、教員の重点的取り組みの成果と解することが出来る一方、その受容・理解については児童により様々であると指摘できる。

3-2. 東白川中学校

東白川中学校は、東白川村にある唯一の中学校で、学校目標は『豊かな心で 主体的に考え やり抜く生徒』である。

第2学年を除いて、学年に1つずつクラスが設置されている（第2学年は2クラス）、1年生の生徒は30名（男子19名、女子11名）、2年生は44名（男子24名、女子20名）、第3学年は男子37名（男子16名、女子21名）、特殊学級には5名（男子4名、女子1名）の計116人が在籍している。

また、教職員は校長、教頭、養護教諭、事務職員、非常勤講師、校務員が各1名と教諭9名の計15名から構成されている。

3-2-1. 東白川中学校における地域理解教育の現状

東白川中学校では、どのような場面で地域理解教育が行われているだろうか。第1に通常の教科教育での実践と部活動での実践という2つの可能性を述べていく。

①教頭先生・教師からのインタビューから

教頭先生へのインタビューによると、通常の教科教育の中で地域理解教育を含めるのは難しいのが現状ということである。それには2つの理由がある。1点目は高校入試である。東白川中学校の進学率はここ最近100%であるため、生徒全員が3年時に行われる高校入試に備えた学習を行う必要がある。2点目は総合学習の時間の導入による影響である。平成14年より導入された総合学習の時間により、他の教科の授業時間数が削減されており、規定のカリキュラムを網羅することに、教師が腐心しているのが現状のようである。このような状況下では、教科教育の中に地域理解教育的要素を取り入れるのは難しいようである⁶。

第2に、クラブ(部)活動など課外活動で行われている可能性が考えられるが、東白川中学において、同地域の文化の紹介、伝承活動に関連したクラブ(部)活動は行われていなかった⁷。

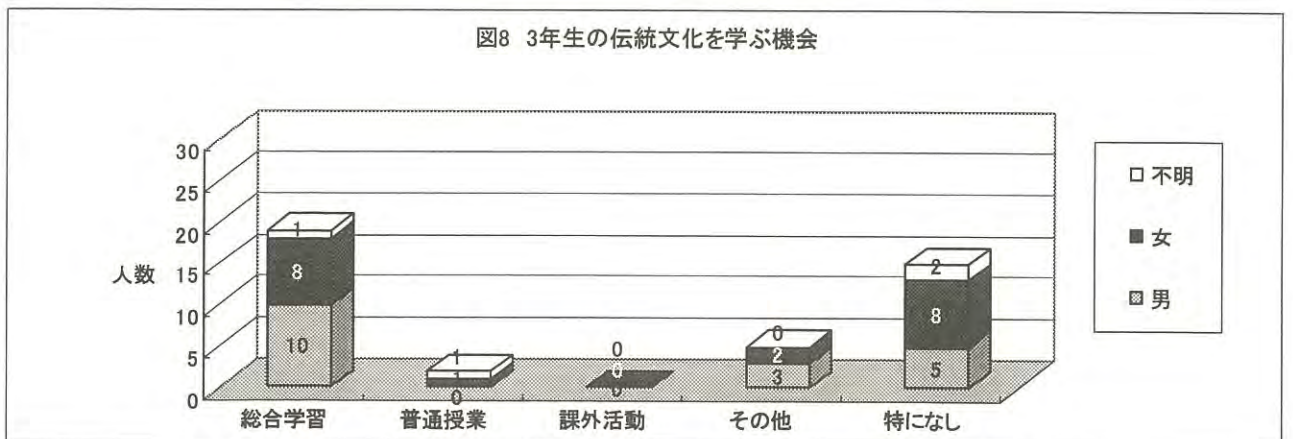
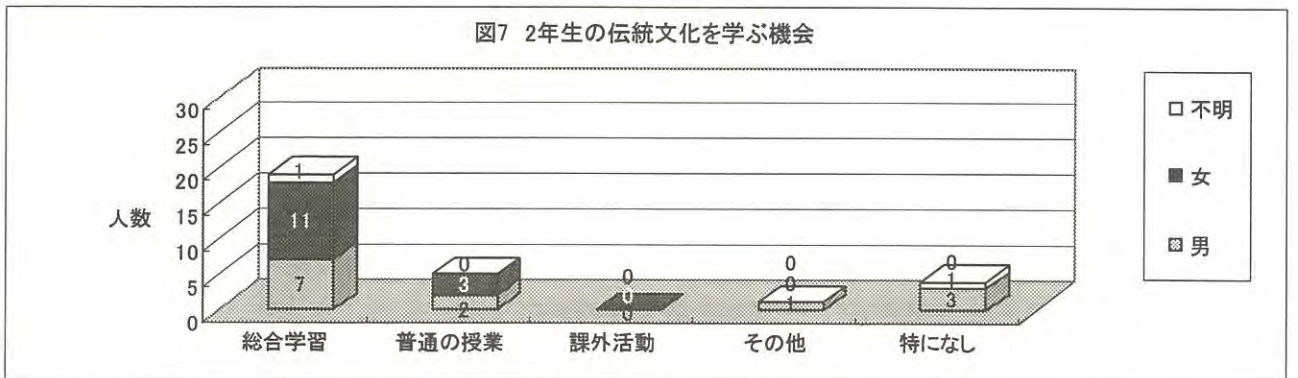
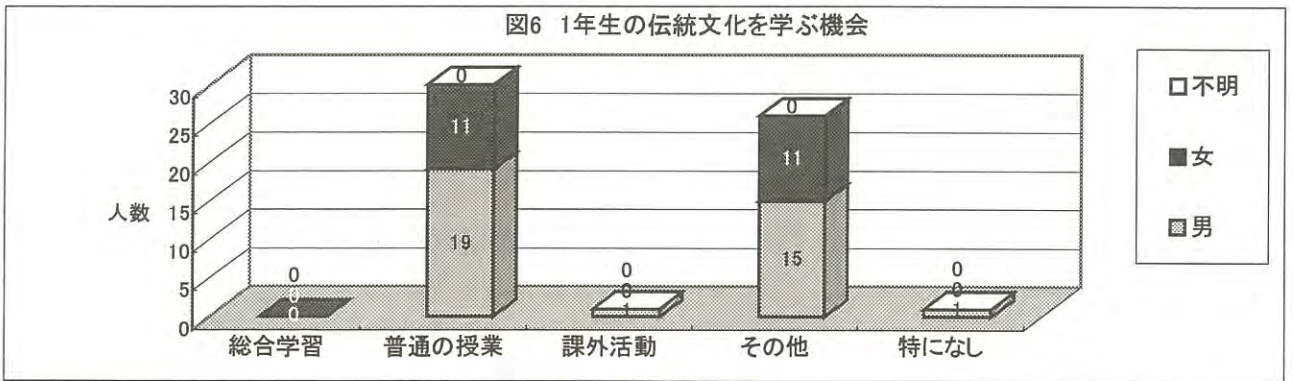
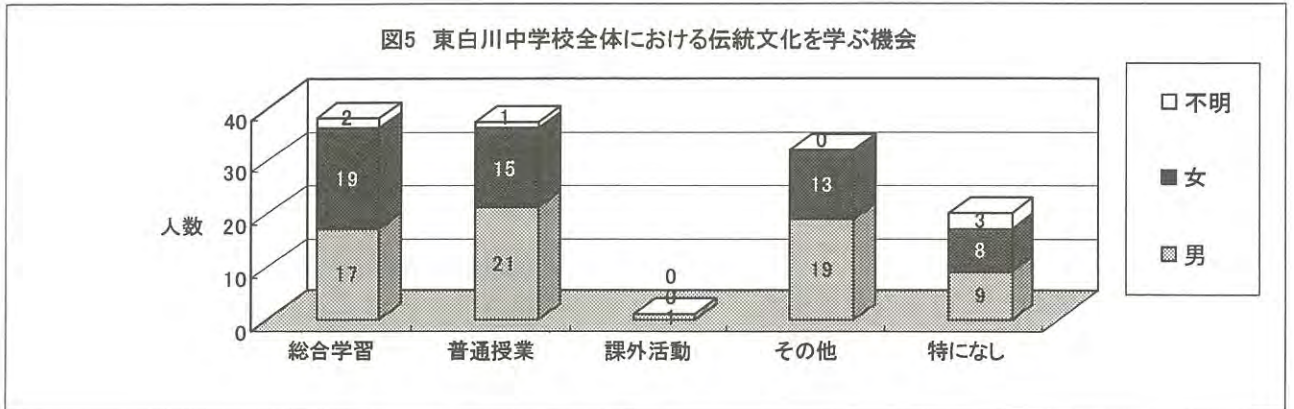
②生徒の所感

東白川村中学校では、どのような場面で地域の文化・伝統を学んでいるのだろうか。私達は、東白川中学校の生徒にアンケートを実施した⁸。図5~8がアンケートの集計結果である。

第1に、東白川中学校全体では、『総合学習の時間』、『普通授業』、『その他』という3つの回答数がほぼ同数であった。第2に、1年生の集計結果を見ると、総合学習の時間という回答数が皆無で、普通授業とその他という回答数が抜きん出て多いという結果を得た。第3に、2年生、3年生の回答数では、総合学習の時間と答えた生徒の割合が最も多かった。

東白川中学校全体での結果と、各学年の結果を合わせて考察すると、中学校における伝統文化を学ぶ機会ということに関して次のような傾向があることが言える。図5で普通授業またはその他と答えた生徒の大多数が1年生の回答数で占められている。裏を返すと、2、3年生の中には、このように答えた生徒が殆どいなかったという結果となっている。このことから、学年によってのばらつきは出たものの、少なくとも総合学習の時間は、生徒の所感として、伝統文化を学ぶ主要な場面の1つであると言う事ができるのではないだろうか。

ただしアンケート自体の限界についても留意する必要がある。このアンケートの設問では、設問の中に授業実践が行われた時期を特定しなかった。そのため、回答された選択がどの学年での経験であるかは特定できない。つまり、中学3年生が「総合学習の時間に東白川村の伝統文化について学ぶ機会があった」と答えても、それは3年生での総合学習の時間か、もしくは1、2年生で行われたか判別することが不可能であるという点だ。



3-2-2. 東白川中学校における総合学習の実践

総合学習の時間では、どのような授業が計画されているのだろうか。以下は『平成15年度学校教育計画』からの情報による。

総合的な学習の時間の目標は、『郷土を愛し、たくましく生きる生徒の育成』である。さらに同校は『「総合的な学習の時間」＝「ふるさと学習」』と定義し、その下位目標として、①生きる力を育てる、②学び方やものの考え方を身につける、③問題解決に向けての主体的、創造的な態度を育成する、④自己の生き方について考える、の4つを挙げている。

総合学習の時間は、主要5教科と同じ位の時間配分がされており、美術、音楽、保健体育、技術・家庭科など実技系の科目よりも時間配分が大きい。時間数に直すと1年間で総合学習の時間の時間数が105時間で、週単位に直すと3時間が割り当てられている（例えば、音楽は年間35時間、週単位では1時間の割り当てである）。このことから、総合学習は東白川中学の生徒の学習に重要な意味を持っているということができ、その学習内容は吟味される必要がある。

各学年の総合学習における特色を挙げる。1学年は「福祉・ボランティア」がテーマで、東白川村の老人介護などの様子を調べたり、ボランティアで老人との交流を図るといったような学習活動がなされている。加えて、林業体験学習という機会も設けられている。

2学年のテーマは「地域交流・地域理解」である。特徴的なのは、職業体験学習と一泊の宿泊を含めた名古屋研修である。前者は、村内の就労現場を訪問し、そこでその職業の特色、課題などを、インタビュー調査等を通じて学ぶ、調べ学習の1つである。また後者の学習内容としては、東白川の自然や環境状態を名古屋市のそれと比較し相違点を探ったり、東白川で生産された製品が名古屋市までどのように流通され、どのように販売されているか、調べたり、ということが行われている。

3学年のテーマは「国際理解教育」であり、2つの大きな行事に向けての学習が行われている。1つは、村議会参加であり、もう1つが、オーストラリア研修である。

オーストラリア研修は、いわゆる修学旅行として位置づけられている。この研修の中には生徒が現地住民の家に3日間ホームステイすることが含まれている。これは、東白川村の教育目標にもあったように、生徒のたくましさを育成を主眼においた実践であると考えられる。前述の通り、東白川中学の生徒は高校進学後親元を離れ下宿生活を送るものが多数表れるようになる現実への対応として存在しているのではないだろうか。

1、2、3年生の総合学習の時間における授業実践計画を概観してきたが、1、2年生の実践例で取り上げたように、総合学習の時間は、生徒が東白川村の中で、物を見、人々と話し、色々なものに触れながら学習している地域理解教育として学びの場という面がある。そして、3年生での実践例のように、生徒のたくましさを育成するための学びの場という2つの側面があることが理解できた。さらに、主要5教科と遜色がないほどに配分された総合的な学習の時間において、生徒は東白川の自然、文化、生活環境、産業などを学習する十分な時間数を確保されていると言える。この結果、アンケートで見られたように、文化伝承に関する学校活動という文脈の中で、生徒の総合学習に対する印象が強くなっているのではないだろうか。

3-2-3. 教師の目から見た東白川中学の生徒像

今回の調査では、東白川中学校教頭1名、教諭4名、非常勤講師1名の計6名の教員にインタビュー調査を行った。その中で、東白川の生徒について、他の地域の子どもよりも良いところ、そして良くないと思われるところを尋ねた。表6は、その回答の一覧表である。

東白川村の中学生の良い所を3点にまとめる。1点目は仲間意識が強く、相互扶助の精神が高いことである。2点目は生徒の間で苛烈な競争がないため、精神的にゆったり、のんびりとした気質であるということである。3点目は都市部のように外部からの抑圧（受験対策のための塾通いなど）が少なく、子どもの性格は素直でのびのびとしているということである。

また、良くない点を2点挙げる。1点目は、固定化された人間関係の中で過ごしているため、生徒間での競争意識が醸成されづらいことである。2点目は、絶えず同じ仲間と一緒に過ごしているため、身近な友人や周囲の人間に依存し、集団の中で常に同一性を保とうと腐心してしまうという傾向が生じることである。以上の2点の結果、東白川中学の生徒は、自己主張が弱く、自分を表現する能力に乏しいという結果に陥ってしまう。

表6 東白川中学生徒の良いところ、良くないところ

東白川中学校生徒の良い所	東白川中学校生徒の良くない所
<ul style="list-style-type: none"> ・素直 ・おっとりとしている ・切羽詰った感じが無い ・人なつこい ・仲間意識が強い ・頑張り屋さん 	<ul style="list-style-type: none"> ・自己主張が弱い ・自信が持てない ・自己形成が難しく、友達に引っ張られてしまう生徒が多い ・絶えず人の目を気にしている ・人と違うことに嫌悪感を抱く ・(自分の考えを)発表する、表現する力が足りない
<ul style="list-style-type: none"> ・不良がいない ・不登校をする生徒がいない 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争意識がない ・模試などの点数が他校に比べ良くない
	<ul style="list-style-type: none"> ・固定化された人間関係の中で生活している ・生徒の中で、人を見る目が固定化されている ・外部の人間に接触する機会が少ない ・人間関係で揉まれる機会が少ない
	<ul style="list-style-type: none"> ・村という狭いコミュニティという精神的なストレスから解放され、高校に入ってから反社会的な行動をとるものもいる

出所：教頭、教諭、非常勤講師へのインタビューから、筆者作成

3-2-4. まとめ

東白川中学校の調査結果では、主に東白川中学校における伝統文化伝承という切り口で、総合学習での実践と、教師の目から見た東白川中学の生徒像について述べた。東白川村の教育目標での2つの強調点である、郷土愛とたくましさの育成は、総合学習の時間の実践の中でも目標とされていた。以下、この郷土愛と生徒のたくましさの育成に焦点を当てながら本項をまとめていきたい。

東白川村では総合学習での教育実践を「郷土愛の醸成」と捉えており、地域に即した授業実践が総合学習の時間で多く行われていた。また、3年生になるとその後の進路も考慮に入れて、生徒のたくましさの育成を総合学習の中で行おうとする姿勢も確認することができた。このことか

ら、東白川中学校での総合学習の時間における教育実践は、郷土愛の醸成と生徒のたくましさの育成に向けた取り組みへの努力が見受けられた。

しかしながら、教員へのインタビュー結果を参照すると、生徒のたくましさの育成に関しては満足の行く結果は未だ得られてはいないのではないかと感じられる。今後必要なのは、高校生になって他の村外に出て行っても、自分の気持ちを表現でき、自分の価値観を持つことのできる力であろう。今後の教育実践においてはこの点が一層強化されるべきであろう。

東白川村は、平成17年度から近隣の市町村と合併される予定である。変革の渦中にある東白川村にあって、しっかりと自分の人生の舵取りができるたくましい東白川村の若者の育成が大切になってくるのではないだろうか。

3-3. みつば保育園

小学校・中学校教育へ移行する前段階として保育があり、東白川村の目指す「心豊かにたくましく生きる人間性」を育成するにあたって、保育期は、家庭と共にその土台を築く重要な位置を占めている。東白川村においては、幼稚園は存在しておらず、2つの村立保育園（みつば保育園、越原保育園）がある。本調査では、その1つである「みつば保育園」を訪問し、東白川村で行われている保育実践について調査を行った。

3-3-1. みつば保育園の概要

平成12年に五加保育園と合同保育となり、神土保育園より「みつば保育園」へ改名、園児受け入れの現在における定員は65名となっている。現時点での園児数は54名であり、園長、子育て支援室長の他、保育士は5名である。『豊かな人間性を育てる－思いやりのある子、意欲のある子、いきいきとした健康な子』を保育目標とし、年間目標としては「友達と元気に仲良く遊ぶ、地域のひととのふれあいを楽しむ、あいさつや返事をする」を掲げている。

3-3-2. 保育実践

地域の特徴を生かした保育として、東白川村の伝統文化に特化した保育実践は特に行われていないということであった。しかし、私達が非常に村独自の実践であると感じたのは、「つちのこフェスタ」の際に園児が踊る「つちのこ踊り」である。つちのこが目撃されたという平成元年から4年後、保育士が振り付けをし、「夢をください つちのこくん」という歌に合わせて踊るそうである。その他、園外保育等を通して村の自然に触れる機会があり、園内では年長児による野菜の栽培も行われている。

地域住民との交流は日頃から行われており、子ども達にとって身近なものとなっていると考えられる。例えば、付近に住むおじいさんが頻繁に保育園にやってきて、朝たき火をしてくれたり、園のすぐ近くを流れる白川で釣った魚を園児たちにふるまったりしている。また、芋煮会を実施して、地域住民、両親、祖父母が集まり、鍋を囲んで交流を深めている。

その他にも様々な年代との交流も行われている。例えば、園児が小学校を訪問し、逆に小学生を運動会へ招待するという小学生との相互交流がされている。また、中学校の職業体験の一環で

ある保育士体験が中学生と園児とのふれあいの機会となっている。さらに、村外からも名古屋女子大学の学生が保育実習に訪れている。

みつば保育園では「あいさつ」と「履物そろえ」が徹底されており、これは東白川村の小・中学校とも連携した活動である。

3-3-3. 「子育て支援室」

子育て支援室とは、村が推進する子育て支援の事業であり、さまざまな活動を行っている。子育て相談、地域訪問、園庭解放、子育て交流等の活動を通して、子どもたち、両親、地域住民の交流促進を図っている。地域訪問では、子育て支援室が各地域の集会場へ出向き、おやつづくりなどを行っている。また、助産施設である母子センター、子育て支援室、保育園を通して、各家庭に子どもが生まれる前からの連携が可能となっている。それにより、家庭環境に配慮したきめ細かい保育が実現されている。「子育てをするならここがいい」という声も村人へのインタビューの中で聞かれた。

3-3-4. まとめ

結論として、みつば保育園での調査により明らかになったことは以下の通りである。東白川村における保育の最大の特徴は、「地域ぐるみの保育」であると言える。過疎化を特に意識した保育は行われていないが、少人数であるが故に上記のような保育実践・連携が可能となっており、地域との密な交流を通して行われる非常にきめ細やかな保育が村の魅力の1つとなっていると考えられる。

4. 地域における教育

前節まで主に学校における教育実践を概観してきたが、次に「地域・家庭・学校の三位一体の教育」のうちの地域に焦点を当てて教育への取り組みについて述べていきたい。

4-1. 東白川村子ども応援団

2-2.で述べた『東白川村教育夢プラン』の中には、地域での教育目標を具現化するための実践として、「東白川村子ども応援団」が設置されている。これは、学校週5日制に対応して始められたものであるが、村ぐるみで意識的に子どもたちと関わりを持ちながら成長を見守っていくこと、そして村に誇りを持てる子どもたちを育てていくことを目標として、学校教育と社会教育の一体化が図られている。例えば、文化協会による取り組みとして、踊り、茶道、短歌、将棋・囲碁などの活動があり、それらを通して村民が子どもたちと積極的に関わっている。以下に応援団の例として歌舞伎保存会、神社での活動を挙げていきたい。

4-2. 歌舞伎保存会

4-2-1. 東白川村歌舞伎保存会概要

現在、東濃地方で栄えている郷土歌舞伎は、江戸時代の農村歌舞伎に由来する。東白川村では、明治時代から戦前にかけて、常設の芝居小屋で上演するほどの賑わいであった。しかし、時代の流れとともに歌舞伎芸能は廃れてしまう。昭和50年、歌舞伎を復活させ、継承していくことを目的とする「東白川村歌舞伎愛好会」が発足、山岡町の振付師、松本団升氏の指導の下、昭和52年9月に復活第1回公演が東白川中学校で行われた。その後、毎年敬老の日に公演が行われるようになるが、財政運営は困難を極めていた。こうした中、平成元年の立村100年を記念した村民アンケートでの要望に基づき設立された村の多目的ホールである文化会館「はなのき会館」が平成6年完成、それを契機に、組織の見直しが行われ、現在の「東白川村歌舞伎保存会」が発足した。

4-2-2. 子どもの教育と歌舞伎稽古

もともと歌舞伎の下題（演目）の内容は教訓的で、人々に道徳を教えるという役割をもっていた。現在、教育との関連で注目すべきは、小学校6年生の卒業記念公演という位置づけで「子ども歌舞伎」が公演プログラムに入っていることである。「子ども歌舞伎」の目的は伝統芸能の継承（後継者の育成）で、小学生出演者の募集も小学校を通して行うなど、学校との協力体制が形成されている。小学生募集人数は下題によって変動し、今年は9人、足りない分は5年生の希望者で補う。稽古期間は7月から9月の週末で、下題ごとに練習時間が決まっている。稽古の副産物として礼儀作法、挨拶が自然に身についていく。また、今年から下題の歴史的な背景を紹介する会を設けたところ、好評であったので、今後続行するように計画されている。

4-2-3. 運営上の問題点とその対策

現在、歌舞伎保存会が抱えている問題点として、運営予算の問題が挙げられる。例えば、今年の公演にかかった費用は260万円だが、市の助成金は交付されても十分ではないため、主な収入源は会費と観客からの「祝儀」となる。

出費の内訳の殆どが振付師先生、太夫さんへの謝金である。衣装保存にも費用がかかる。さらに賛助会員の世代交代による収入源の減少によっても将来の運営に関して懸念が生じている。

その対策として取り組まれている活動が、会員及び観客層の開拓だ。具体的な施策としては、「集落芝居」が行われている。「集落芝居」とは東白川村における5つの集落のうちいずれか1つの集落の住民が毎年持ち回りで行う芝居であり、前年演じた集落が翌年演じる集落を指名する。今まで歌舞伎と縁の薄かった人も役者あるいは役者の友達として関係してもらうことにより、観客層の開拓を目指している。この点については、「子ども歌舞伎」では既に毎回、保護者、親戚の動員に成功している。同じような成果が集落芝居によっても期待できると言えよう。

4-2-4. まとめ

指導者は振付師の松本団升氏から松本団女氏へと変わったが、歌舞伎保存会の伝統継承への姿

勢に変化はない。インタビューを通じて、保存会会員の方々は、後継者の育成と運営、そして歌舞伎に対し常に向上心をもって臨んでおられると感じた。学校教育機関との連携が良いのも双方による努力の成果の1つであろう。

4-3. 神田神社

4-3-1. 神道の村

東白川村には寺院が1つもない。これは、明治2年に行われた廃仏毀釈によって寺院や仏教に関わるすべてのものが破壊されて以来、仏教の復興を行わなかったためである。1万石程の小さな藩であった苗木藩（現在の東白川村）は、山間部という土地柄もあって貧しく、力もなかったため、廃仏毀釈をお上に言われるまま完全に実施したということのようだ。寺院を1つも再建しなかった理由もまた、仏教のお布施が高い、つまり仏教はお金がかかる、という点にあるようで、東白川村は結果的に神道を選び取ったかたちとなり、ここに神道の村、東白川村の誕生となった。

4-3-2. 神社の果たしてきた役割

神社が催す様々な祭りの由来は政（まつりごと）、つまり政治である。このことは、神社がもともとその地域の政治の中心であったことを示す。村で子どもが生まれれば、その両親はその子をお宮に連れて行き（初参り）、氏子札と呼ばれる、神社名や子どもの氏名等が記された木札をもらい、その子どもは参拝した神社の氏子となる。これは現在の戸籍のようなものであり、氏子札を持っていない者はよそ者として村に入れず、ということもあったようである。

神田神社の今井宮司によると、神主は歴史的に地域の中心的存在であり、政治のみならずその他様々な分野の知識を持ち、地域における教育に対して大きな役割を果たしていたようである。例えば、お宮で米の品評会を開いたり、米農家の情報交換の場を提供したり、実際に各農家に向いて農業技術指導を行うという現在の農業普及員や建築の知識を活かした技術指導を村人に対して行っていたようである。

また、神田神社では、神田座という歌舞伎の公演が行われていたが、宮司によれば歌舞伎とはそもそも何らかの教育的側面を持ったものであったようだ。例えば、観客である子どもたちに対しては、ストーリーを通じて親孝行の大切さを伝えるといったような具合である。この神田座を始めとする村にいくつかあった歌舞伎座は、現在の村の地歌舞伎の元となっているものであり、東白川村の誇る文化の1つである。

4-3-3. 現在の神社の位置づけと地域との関わり

ある氏子総代の役員が、「役員になって初めて初めて神道が宗教の1つとされているということ意識した」と言っているように、東白川村の人々にとって如何に神道（の精神）が宗教として意識されないほどに生活に根付いた、もしくは身体に染み付いたものであるかが推察される。その反面、「最近のお母さんは神社に関する基本的な事柄（例えば、神社への入り方等）を知らず、子どものしつけもきちんとできていないことが多いため、子どもたちに対してそのようなことに関して神道で指導している」と言う方もいた。

今回の調査では、神社の教育面における役割についての話を多く聞くことができたが、現在はどうかと言えば、村の大抵の神社では、祭典以外の活動はほとんど行なわれていないようである。ただし、神田神社においては、現在でも小学校4年生、中学校1年生の氏子全員に礼儀作法から始まる伝統的な舞姫の指導を行っている他、祭典の際に子どもたちの書道作品を神社に展示し、地域の人々に披露するといった活動を行っている。

4-3-4. まとめ

かつて神社が果たしてきた役割に比べれば、現代において神社が果たしている役割は、目に見えるかたちではかなり減ってきたと言えそうである。しかし、子どもたちの書いた作品を地域住民に披露する書道展や舞姫の指導の実践に見て取れるように、地域住民、特に子どもたちに神社が積極的に関わっていきこうという姿勢が見える。東白川村には、村ぐるみで子どもの成長を見守り、村の大人が意識的に子どもたちと接していきこうという理念に基づく「東白川村子ども応援団」の存在があり、神社もその応援団の一員とされている。「東白川村子ども応援団」には、「村を愛し、村に誇りを持てる子どもたちを育てていく」という目標がある。そのために神社ができることは、さらに地域と密接に関わっていくことであろう。そういう意味では、例えば祭典をさらに盛り上げ魅力的なものとするために、「若者の力をいかに活かせるか」といった可能性など、様々な事柄について「神社が地域と一緒にあって」考えていく必要があるのではないだろうか。

村のよさとは何かを考えたとき、自然であるという答えももちろんあるであろうが、やはりそこにいる人、穏やかで素朴で温かい人ではないだろうか。村のよさがその人間関係にあるとすれば、その根底を支える1つが神社の存在だろう。

5. 村民の意識

ここまで東白川村における学校内外の教育政策およびその実践について述べてきた。本項では、東白川村の教育の主要な担い手の1つである、地域住民に焦点を当てる。地域住民は過疎が進む村での生活を営む上でどのような意識を持って暮らしているのか。主に村民に対して行ったインタビューからの情報をもとに述べていく。

5-1. 村民の意識

本項は、1) ラガードリームクラブ(後述)の会員の方との懇親会を通じて得られた情報と2) 東白川村青年団体連絡協議会会員3名、路上インタビューによる村民10名から得られた情報をもとに構成されている。以下、東白川村へのUターン、Iターンの経験、東白川村への定住などについて焦点を定め、村民の意識についてまとめる。

5-2-1. ラガードリームクラブ

ラガードリームクラブは東白川村の青年層の組織（20代～30代前半）であり、平成7年3月に誕生した。ラガー（熟成する）とドリーム（夢）の言葉を合わせて「夢を熟成させる」という意味で「ラガードリームクラブ」と命名された。設立目的は、会員相互の連帯意識の高揚と、会員の自主性・創意工夫を重視した活動を促進し、地域振興に寄与するとともに、東白川村青年層の活性化、リーダーシップの育成を図ることである。

その活動は、過疎に悩む東白川村で、若者たちが集まる機会を創ることを根本としている。活動内容を最初から定めてしまうのではなく、人と人の関係を構築することが最も大切であり、そこから2次的に生み出されるものが財産となる、という活動のスタンスを取っている。固定観念にとらわれることなく、常に新しい活動を柔軟に取り入れられていることが見受けられた。

活動実績としては、バンドコンサート「EAST WOOD」の開催(H13～)、機関紙「サイプレス」の発行(H9～)、交流イベントの開催、視察研修、旅行の開催、講演会の開催、ホームページの作成(H13～)、ラガードリームグッズの作成、懇親会などである。また活動に際して、年間20万円の村からの補助がある。メンバーは27名（2003年現在）で、メンバーの約半数は村外出身である。

今回の調査において私たちのグループはラガードリームクラブの方々とは知り合い、さらに同会の定例ミーティングとその後の懇親会に出席させて頂く機会を得た。以下はその中で得られた情報である。

①Uターン、Iターンの経験に関して

今回お話しをうかがったメンバーの10名中7名が東白川村出身であり、3名が村外出身であった。

村出身の人たちの中では、大学卒業後両親が経営する企業を継ぐために帰ってきた方や大学で学んだ農業の知識を実践するために戻ってきた方、そして、都市部での就職難のために東白川村に戻ってきて就職をしたという方がいた。

また、村外の出身者の中には、林業に興味を持っていたため、東白川村の森林組合に就職したという方がいた。

②定住に関して

今後も村に住んでいきたいと希望している方とそうでない方の割合は、大体半分半分であった。今後も村に住みたいと答えた方の主な理由は、生まれ育った土地であり、仕事も上手くいっているからというものであった。一方将来的に村外に出たいと答えた方の主な理由は、知り合いが多くプライバシーを保つのが困難である、仕事が体力的に厳しいというものであった。

5-2-2. 村民へのインタビュー結果から

東白川村青年団体連絡協議会会員3名と路上でのインタビューで10名の村民からお話しをうかがった。村民へのインタビューのうちラガードリームクラブの会員2名が含まれていることを初めに留意する。

①Uターン、Iターンの経験に関して

13名中12名がUターン・Iターンの経験について答えている。その集計結果が表7である。

表7 Uターン・Iターンの経験について

年齢	性別	村内出身 村外出身	人数	東白川村で生活している主な理由
20代	女性	村内出身	4	高等教育機関卒業後、就職難のため東白川村に戻ってきたから
	男性	村外出身	2	東白川村で就職をしたから
30代	女性	村内出身	2	他の土地で生活していたが結婚を機に東白川村に戻ってきた
	男性	村内出身	1	他の土地で就職したが、仕事面で上手くいかず、村に帰ってきた
	女性	村外出身	1	東白川村で就職をしたから
40代	女性	村外出身	1	他の土地で生活していたが結婚を機に東白川村で暮らし始めた
	男性	村内出身	1	他の場所で就職したが東白川村で暮らしたいため戻ってきた

②東白川村において、愛着を覚えるところ

インタビューを行った13名のうち10名に「東白川村の好きなところはどこか」と質問した。以下はそのインタビュー結果をまとめたものである。

「東白川の自然」・・・	2名
「人間関係」・・・	2名
「神田神社の祭り」・・・	2名
「のんびりした生活」・・・	1名
「東白川村の平和な暮らし」・・・	1名
「都会でできない遊び（釣りなど）」・・・	1名
「昔からの伝統」・・・	1名

③東白川村への定住に関して

「東白川村に今後もずっと住み続けたいか、または自分の子供にもずっと住んでほしいと思うか」という質問に答えた村民は13名中12名である。うち「今後もずっと住み続けたい、または自分の子供にもずっと住んでほしい」と答えたのは4名で、「ずっと住み続けたくない、または自分の子供にはずっと住んでほしくない」と答えたのは8名である。「今後もずっと住み続けたい、または自分の子供にもずっと住んでほしい」の理由として、主に以下の4点が挙げられた。

「結婚したから」・・・	1名
「村の平和なところが好きだから」・・・	1名
「自分には田舎暮らしがもっと似合うから」・・・	1名
「仲間が多くて、楽しいから」・・・	1名

また、「ずっと住み続けたくない、または自分の子供にはずっと住んでほしくない」の理由としては、以下の点が挙げられた。

「知り合いが多すぎてプライバシーが保てないから」・・・	2名
「不便だから」・・・	2名
「たまには都市の空気に触れたいから」・・・	1名
「もっと広い世界を経験して欲しいから」・・・	1名
「噂がすごいところだから」・・・	1名
「店がないから」・・・	1名

5-2-3. まとめ

ラグードリームクラブの調査と村民へのインタビューを通じて、以下3点について把握することができた。

1点目は、東白川村には村外出身で、村内産業に従事する若者が意外に多かったという点である。例えば、現在東白川村の森林組合で働く30代以下の人は全て村外出身であり、ラグードリームクラブのメンバーの約半数も村外出身者であった。

第2に、東白川村の村民は基本的に村への愛着を持っていると感じた。その理由としては、インタビューした村民のほとんどは東白川村が好きであると答え、具体的には、村の自然や、村の中の人間関係、神社での祭りに対して好感を抱いていることが挙げられる。

3点目に、東白川村の村民は村に愛着を感じているにもかかわらず、彼らの多くは村に住み続ける意志を持っていないという点である。これは、インタビューに答えた村民の半数以上が村に住み続けたくないと答えたことから理解できる。さらに、村に帰ってきた村民の中には、外で就職先が見つからなかったことや、長男であること、結婚のために、などという消極的な理由で東白川村に住むことを決めた人が多いことも一因である。

最後に、この結論は、あくまでケーススタディとして取り上げられた事柄であり、一般化できないことを留意しておく。

6. まとめと提言

6-1. 東白川村の教育実践

東白川村での調査を通して、過疎村における教育施策では、過疎の現実を認識した上で如何にそれに伴うニーズに対応し、かつその地域ならではの強みを活かした特色ある教育を如何に実践していくかが重要であることがわかった。それを踏まえた上で東白川村の教育実践の特徴をまとめると、以下の2点に集約できる。

6-1-1. 地域ならではの強みを活かした子育て・教育の実践

まず目を引くのが、地域の豊かな自然や人材を活かした教育実践である。中学校では総合的な学習の時間を利用して、直接的に「地域理解教育」を謳った教育が行われているが、小学校では

それに加えて、生活科・社会科をはじめとする教科学習の過程でうまく地域にある素材を取り込んでいることが特徴であるように思われる。特に小学校での学習の中に取り込みやすい自然・産業などの素材が身近に豊富に存在すること、また地域の人々が非常に協力的であることから、文部科学省の掲げる方針でもある「体験的な学習」を推進しやすい環境がそろっており、かつそれが自然に「地域理解教育」に繋がっているのではないかと考えられる。

次に、少人数だからこそできる1人1人の子どもに対するきめ細やかな気配りと指導が、子育て支援室から保育園、小学校、中学校に至るまでの一連の流れの中で一貫して行われているということも特徴的であった。全教員が子どもの1人1人の家庭事情等も把握して、何か問題があれば学校を挙げて、場合によっては地域の人々の助けも借りてケアにあたれるとのことである。また1村1校制という現状も、過疎化のもたらした小学校統廃合の結果ではあるが、小中学校間の密な連携と情報の共有によるきめ細やかな教育の実践という観点から見れば、メリットも大きいのではないかとと思われる。

また、「地域・家庭・学校の三位一体」の教育というスローガンや「子ども応援団」の活動に代表されるように、「地域ぐるみ」の教育および子育てが実践されている。同村出身の教員が少ないためという背景もあるようだが、前述のような地域に根ざした教育実践を行うにあたっての地域の人々の様々な形での参加と協力は特筆すべきである。小学校の教頭先生の、「この村には子どもたちのためなら何でもしようという村民意識がある」という言葉が大変印象的であった。またそのような姿勢は学校の外においても見られ、実際に歌舞伎保存会や神社の方々のお話をうかがって、子どもたちの教育に積極的に関わっていきこうという姿勢を非常に強く感じた。

6-1-2. 過疎地の現状に対応した「たくましさ」を育む教育の重要性

教育委員会の掲げる東白川村の教育目標の中には子どもの「たくましさ」の育成が挙げられているが、この点に関しては聞き取りの中で、過疎地の抱える問題に対応した2つの意味が含まれているということが理解できた。

1つ目は、小規模集団の中での子どもの自己形成・社会化に関わる問題である。東白川村の子どもたちの特徴としてどこへ行っても聞かれたのが、多様な人間関係の中で揉まれながら自己形成をしていく経験に乏しいため、素直だけれど自己主張が弱い、競争心がない、人間関係が固定化されてしまっている、という点である。これに対して、小学校では多様な学習集団編制等を通じての対策が試みられていた。また中学校では、高校進学とそれに伴う村外の人間関係の中への子どもたちの送り出しを目前に控えて、そういった弱点の克服が重要な教育課題として掲げられていた。

次に挙げられるのが、中学卒業後の進学先が遠隔地にしか存在しないという問題である。中学卒業時というかなり早い段階でほとんどの子どもが親元を離れざるを得ないというこの地域特有の事情を反映して、自己判断力や生活力を含めた自立・自律力の育成が教育の中でも重視されている。

6-2. 提言

東白川村における教育ニーズと対応の実情を振り返って、今後に向けて我々に提案できることを集約すると、「外部との交流機会の拡大」および「外部者の視点を活かした地域理解」であり、具体的な施策としては以下の4点が挙げられる。実際今回の調査では学ばされたことがほとんどであり、その立場で提言というのはあまりにもおこがましいが、これをもって結びに代えたい。

6-2-1. 他地域小中学校との交流事業

多様な人間関係の中でのたくましさの育成は、重要な課題だと指摘されつつも具体的な実践として現れていないというのが現状である。これに関しては、他地域の小中学校との交流事業を提案したい。相互訪問や通信機器の利用を通して、例えば共通のテーマにもとづいての研究成果を発表しあうという活動を通して、多様な意見に触れる機会を得ることができ、小規模校では不足しがちな「集団のもつ教育力」「相互学習力」を活用できるとともに、外部に向けて自分の意見を発表するという貴重な体験にもなる。

6-2-2. 情報通信機器の活用

東白川村でも、情報化の波に乗って小中学校のIT化が進んでいる。これらの情報機器は現在すでに、特に調べ学習の際の情報収集などにも活用され始めているが、ここで忘れてならないのがインターネットのもつ「双方向性」である。情報の「受信」に留まらず、これらのメディアをいかに子どもたちの側から学習成果等の「発信」に利用していけるかが、今後の1つの鍵となってくるのではないだろうか。そういった意味で、東白川小学校の「HPクラブ」が今後どのような活動展開を見せていくのかは興味深いところである。将来的な期待としては、いくつかの先進地域のようにより同時双方向メディアを利用しての遠隔地交流校との同時授業なども行える環境を整えば、前述の他校との学習交流も一層の意義を帯びたものとなるであろう。

ただし、情報教育の推進についてはもちろん、昨今議論されているような情報教育の「影」の部分、すなわち人間関係の希薄化、体験活動の不足、プライバシーや著作権問題等に十分注意した上で進められなければならないという点に留意しておく必要がある。ITの活用が進んでも、現在の東白川村の教育の特長である地域の人々との交流と実際の体験を通じた学習は決してインターネットからの安易な情報収集に置き換えられてはならないし、上に述べたような他地域との交流事業においてもやはり、実際の人間の行き来を伴う交流の意義は決しておろそかにされてはならないだろう。

6-2-3. Iターン・Uターン者の経験の活用

地域理解教育については、地域の人材がうまく活用されていることが特長であったが、まだ村内に眠っている貴重な人材がいることを指摘したい。Iターン・Uターン者という、「外部者」の視点をもって東白川村について語ることでできる人材である。我々自身「外部者」として同村を訪問し、外部を知っている者だからこそ見えてくる同村のよいところは少なくないと感じている。

また、ラグードリームクラブとの懇親会においては、林業等の村内産業に惹かれて同村に転入してきた方や、いったんは都会で就職したものの村のよさを再認識して戻ってきた方など、村の魅力について語る何人もの若者と出会うことができた。年齢が比較的近いこともあり、特に中学生にとっては貴重なロールモデルともなりうる存在である。学校内外を問わず、彼らのような若者と子どもたちとの交流機会を増やすことが、地域の新たな魅力の発見および地域の将来を担う人材の育成に繋がっていくのではないだろうか。

6-2-4. 山村ホームステイ

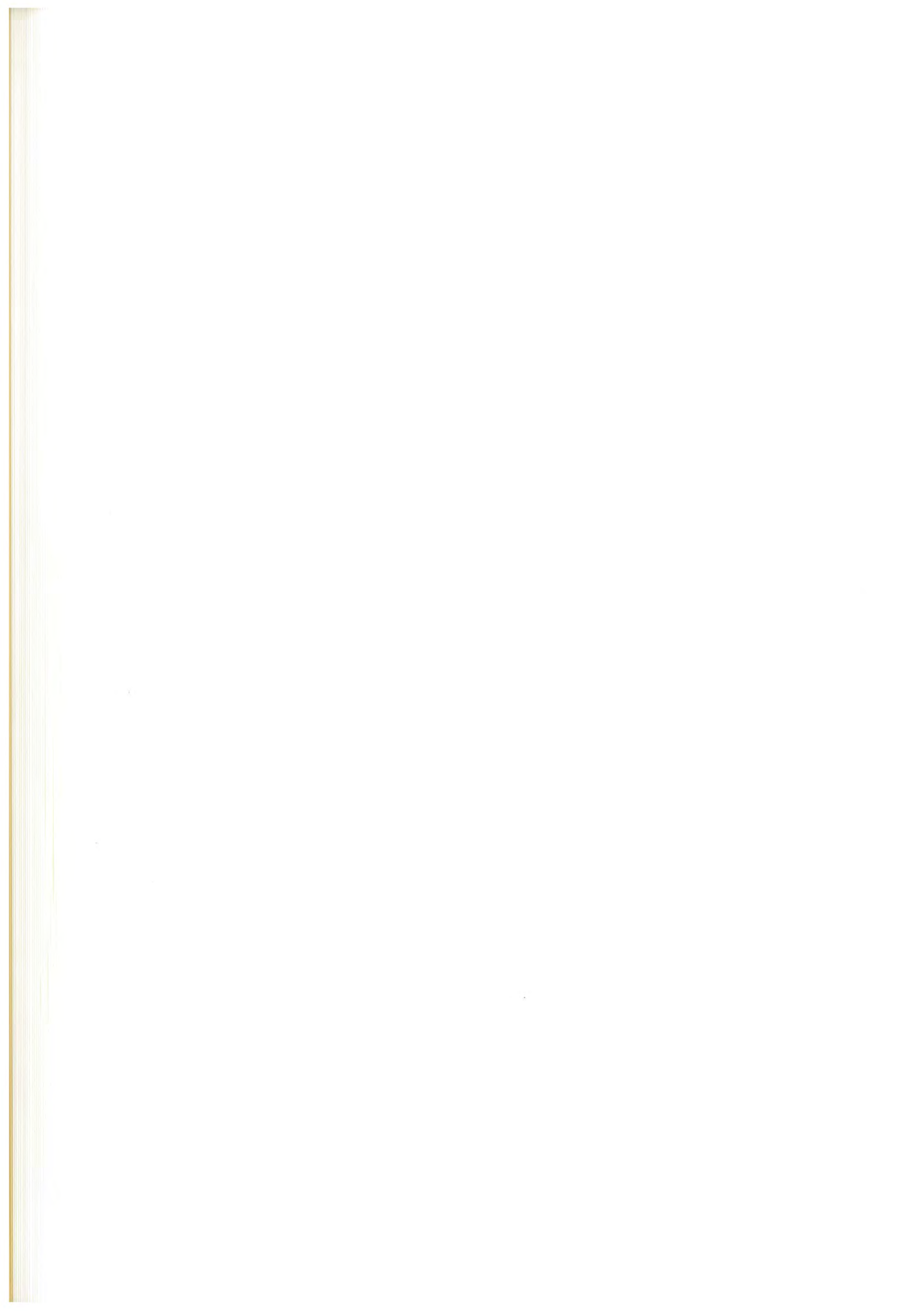
また、子どもたちに村のよさを実感してもらうためには、同世代の外部者の視点を活用することも有効であろう。前述の学校間交流事業の一環として行うことも可能であるが、山村ホームステイという形で都会の子どもたちに数日間村での生活を体験してもらい、村の子どもたちとの交流の機会を設けることで、外部との交流の機会となるのではないだろうか。さらに、同世代の外部の子どもたちの目を通して、東白川村の魅力を新たに発見する機会にもつながるものと考えられる。

注釈

- 1) 東白川村教育委員会でのインタビュー結果より
- 2) 『輝く田舎ひがししらかわ構想—東白川村第3次総合計画<基本計画の変更>』 p.42
- 3) 学校教育における住民参加領域について、「表4 地域住民ボランティア参加領域」を参照のこと。
- 4) 「表5 地域関連単元名及び授業数」を参照のこと。
- 5) 2学年には「東白川村のことについてもっと学校で習いたいと思いますか」という問いかけに対して、「はい・いいえ・どちらでもない」という3択の回答を用意した。また4、6年生は2年生の同じ質問内容に対して、「習いたい・今のままで良い・習いたくない・特に何も思わない」という4択の回答を用意した。
- 6) 教頭、教諭（2年生担任、国語科担当）からのインタビューより
- 7) 『平成15年度学校教育計画』 pp.73-75
- 8) 設問内容は「中学校では、東白川村の伝統的な文化について学ぶ機会がありますか。もしあれば、それはどんな機会ですか。下の選択肢から選んでください（複数回答可）。A. 総合学習の時間、B. 総合学習以外の普通の授業、C. 課外活動（クラブ活動）、部活の時間、D. その他、E. 特になし」であった。

参考文献

- 東白川村役場. 1996. 『輝く田舎ひがししらかわ構想—東白川村第三次総合計画—』. 東白川村
東白川中学校. 2003. 『平成15年度学校教育計画』



第 2 章

村おこしにおける特産物事業の実態 —東白川村、「とまとのまんま」の事例より—

はじめに

1. 研究概要
2. 東白川村概要
3. 村おこし事業の概要
4. 「とまとのまんま」事業のメカニズム
5. 「とまとのまんま」事業成功の要因
6. 「とまとのまんま」事業のインパクト
7. 今後の村おこし事業の課題
8. まとめ

おわりに

注釈

参考文献

執筆者

(ワーキング・グループ 2)

北村隆幸 **	大西亜樹 *	小仲珠世
佐脇奈都代	中野健二	村井陽介
山本勇	劉静	

指導教官

西村 美彦

** グループ・リーダー * サブリーダー

はじめに

地域開発、いわゆる「村おこし」、「地域おこし」は現在日本中の至るところで行われている。2001年の統計によると産業育成や観光振興、環境関連など多岐にわたる地域内活動が、全国で約4,800件実施されている¹。

こうした地域活動が全国に爆発的に広がったのは1980年代のことである。1970年代後半までの地域開発といえば、順調な経済成長を背景に中央主導によるインフラ整備や大企業の工場誘致による雇用創出などがほとんどであった。しかし、オイルショックをきっかけに経済成長のスピードが鈍化し、低成長の時代に入ると従来のような外部依存的な地域開発の継続が難しい状況となった。そこでこれまでのような画一的な地域開発ではなく、自らの住む地域を見直し地域発の独自で新しい地域振興策を実施していこうという内発型地域開発の動きが活性化していった。しかし当然のごとく都会に負けない魅力を兼ね備えた産業振興の道は険しく、多くの市町村が手探りで試行錯誤しながら開発に取り組むこととなった。その中で、1979年に平松守彦大分県知事により開始された一村一品運動が大きな注目を集めた。この一村一品運動は「地域の自立」、「住民の参加」、「下からの開発」、「地域のアイデンティティ」、「現実性」、「政策より運動」といったキーワードを内包しており、全国において地域内の特性を活かした「村おこし」活動のさきがけとなった。

こうした地域からの動きに後押しされる形で、国家レベルの政策で第三次全国総合開発計画の地方定住圏構想、第四次全国総合開発計画の交流ネットワーク構想が提起され、各地域の環境からなる人間居住の総合的な整備に向けて「中央から地方」から「地方から中央」への計画体系の転換が図られた。また、その政策転換の中で1988年に「自ら考え自ら行う地域づくり事業（ふるさと創生1億円事業）」が実施され、地域主義の流れが決定的となり、ますます地域主導による地域開発が増加していった。

しかし、宮崎県のリゾート施設シーガイア事業の破綻に見られるように村おこし事業の中には行政主導の非効率な経営や、根拠に乏しい業績見積もりによる経営の悪化により事業が破綻し、逆に地方の財政を苦しめるという結果を招いた例が近年目立っている。だがその一方で、村おこし事業が財政強化に大きく貢献し、新たな雇用を創出するといった効果を生むなど、村おこしに成功した自治体も少なからず存在する。

本調査で訪問した東白川村は、全国で展開された「村おこし」事業の中でも、独自商品の開発に成功し、女性の労働機会創出などの効果を生み、比較的成功的な例として注目を浴びている村である。では、なぜ東白川村は他の多くの市町村と違って村おこし事業を成功させることができたのだろうか。地域活動を成功させるためには通常、地元固有の経験や資源といった技術的な側面と独創的なアイデアや人材といったソフト的な側面が必要と言われている。本調査では、岐阜県東白川村の各機関へのインタビュー調査を通じて、東白川村の村おこし事業を分析し、その成功要因を明確にすることを目的としている。また、成功要因と同時に現状における問題点も明らかにし、改善に向けての提言も行いたいと考えている。

1. 研究概要

1-1. 研究目的

我々は、東白川村の村おこし事業において、特に、規格外トマト加工利用したトマトジュースの「とまとのまんま」事業に焦点を当てた。

東白川村では、これまでに「第一次村おこし事業（昭和62年度、平成元年度）」と「第二次村おこし事業（平成4年度、平成6年度）」が行われ、特産物創出と販路拡大が行われた。これらの事業を通して様々な特産物が作られてきたが、数多く試作された特産物の中で「とまとのまんま」が村の新たな特産物となり、「村おこし」の起爆剤となった。当グループは、この「とまとのまんま」をケーススタディとして、調査・分析することにより、新規の特産物の創出が、地域社会に対してどのようなインパクトを与えたのかを探る。

1-2. 研究方法

調査実施前にPCM (*Project Cycle Management*) 手法を用い、特産物事業の分析を行い、特産物事業がむらにどのようなインパクトを与えたのかについて仮説を立てた（次項参照）。その仮説を基に質問項目を立て、村の各アクターに平成15年10月29日から31日の3日間でインタビュー（対面式）を実施した。（インタビュー日程及び対象は表1のようにになっている。）そして、そのインタビュー結果を基に仮説について検証を行った。

表1 インタビュー日程及び対象

	午前	午後	
10月29日	10:00~12:00 村役場産業振興課	13:30~17:00 商工会	
10月30日	9:00~12:00 (株)ふるさと企画	13:30~15:00 めぐみの農協	15:30~17:00 トマト生産組合
10月31日	9:00~12:00 白川茶屋	午後 13:30~14:45 お茶農家	

出所：ワーキンググループ2作成

1-3. 仮説

当チームが立てた仮説は以下の2点である。

- ①「特産物事業は雇用の創出に寄与している。」

特産物事業をおこなうことにより、加工工場での雇用、販売するための雇用が、創出されているのではと考えた。そして、この雇用の創出が過疎対策の方策となっているのではと仮定した。

②「特産物事業は村及び村民の収入向上に寄与している。」

前述の雇用が創出されることで、一部村民の収入の向上効果が期待できると考えた。また、トマト農家も、廃棄していたトマトの買い手が確保できたことにより、収入が向上していると考えた。更に特産物事業の相乗効果により、村内の企業及び商店にも何らかの経済的効果（例えば特産物事業に関連した受注など）があったのではと考えた。

さらに、以上のような「雇用創出」「収入の向上」という二つのインパクトを村に与えることによって、若者の流出に歯止めがかかり、村おこしにおいて重要な課題である過疎化防止へよい影響を与えているのではと考えた。

2. 東白川村の概要

東白川村は岐阜県の中東部位置し、人口 3,097 人（2003 年 5 月末時点）で山林が村の総面積の 92%を占める典型的な山間農村である。気候は年間を通じての平均気温が 12.9 度と低く、最低気温は-15 度にまで達する時もある。

東白川村は、村の特徴として以下の 8 つを挙げている²。

- (1) お茶とひのきと清流の里（白川茶、東濃桜、白川（鮎釣り）などが有名）
- (2) 村全域公園化をめざした美しい村
- (3) 明治 22 年立村以来、合併も分割もせずに満 113 年の村
- (4) 廃仏毀釈の歴史を持ち、全国で唯一寺のない村（神道村）
- (5) 健康で長寿の村
- (6) 健康農産物の里
- (7) 槌の子（ツチノコ）の村
- (8) 村の木（ハナノキ）、村の花（ミツバツツジ）、村民の歌（みどりの歌）

主要農産物は米と起伏の多い地形と綺麗な水を利用したお茶で、主要産業は林業である。しかし、林業は年々縮小傾向にあり、現在では取扱っている木材の 6 割を輸入品に頼っている。その他に目立った産業はなく、雇用の大きな受け皿となるような大きな企業は 1986 年に村が施設を用意することで誘致したトヨタの部品工場³以外存在していない。そのような中、これまで合理化や品質改良によって行われてきた村内事業改革が、1991 年に第三セクター「(株)ふるさと企画」の設立を機に、村ぐるみで行う商業活動が開始されるようになった。その後、1995 年に農業婦人を中心に、村内農産物を利用した商品作りと女性の就労を目的としたグループである「美味作」が結成され、「白川茶屋」が誕生した。またその他に、宿泊施設の管理や農村体験事業を実施・管理する「こもれびの里」や、白川茶を加工販売する第三

セクター「(株) 新世紀工房」が設立され、村全体で取り組むスタイルの産業が積極的に展開されている。

しかし、日本全体で問題になっているように、東白川村でも少子高齢化が進み、若人が都会へ進出して行くため過疎化が激しく、農業や林業などは深刻な後継者不足問題を抱えている。そのため、必ずしもこうした村全体での村おこし事業が村の持続的発展に結びつくまで成功を収めているわけではない。

3. 村おこし事業の概要

3-1. 東白川村の村おこし事業

東白川村の村おこしは、「村づくり推進組織」が樹立された1981年から開始された。これまでに行われてきた村おこし事業を類別すると「外発型」と「内発型」の2つのタイプに分けられる。

「外発型」は、大企業の下請け企業を土地優遇や雇用の確保を条件に、村内に誘致するというものである。東白川村は土地管理を主業務とする第3セクター「(株) 東白川」を設立し、企業誘致に向けての動きを起こした。結果として、土地と建物の建設、そして雇用確保を約束することでトヨタ自動車の下請けとなる「岐阜部品」を誘致することに成功し、200人の労働機会を村民に提供した。しかしこうした方法は多額の費用がかかるのと同時に、現在のように生産拠点が次々と海外へ移転されている現状では、新たな企業誘致の実現可能性は極めて低い。

「内発型」は、村内で独自の事業を展開し新たな産業を創出するというものである。東白川村の村おこし事業では、その動きは第一次村おこしと第二次村おこしの2フェーズに分けることができる。現在、東白川村で実施されているイベントや販売されている「とまとのまんま」を始めとする特産品は、これらの事業を足掛かりに開発されたものである。以下で第一次、第二次村おこし事業の概略を述べる。

3-2. 第一次村おこし事業概要

第一次村おこしにおいて中心的な役割を果たしたのは、「商工会」である。商工会は、1987年に村の発展のためには「村民が変らなければならない！」という意識のもと、特産品の開発、観光の強化、地元内消費の促進を目標に掲げた村おこしを提案した。村役場との協議の結果、現在も続く結婚式奨励事業（幸せを招く会）や木造建築事業を拡大させる木造建築組合の設立、白川茶以外の特産品の開発が実施された。商品として定着してきたことで、商工会は1989年に販売規模の拡大を決定した。

しかしながら、村おこし事業の拡大に伴い、通常業務を抱える商工会が単独で事業を継続することが困難となった。そこで村役場との協議の末、事業のより一層の拡大と発展を目指し、いくつかの事業は役場が引き受け、その他の事業は第三セクター「(株)ふるさと企画」を設立することで対応することとした。

3-3. 第二次村おこし事業概要

第二次村おこしはこの「(株)ふるさと企画」を中心に実施された。規格外トマトの有効利用を目的に開発されたトマトジュース(とまとのまんま)が好評を呼ぶなど、第一次村おこしで開発された特産物の販路拡大がなされた。また、新たに観光協会を設立するなど、新たな視点が盛り込まれた。その後も、村おこし事業は途絶えることなく、農業婦人を中心とした団体(呼称「美味作(みみづく)」)が結成され、特産品の販売を行う店(白川茶屋)を開業したり、白川茶をペットボトル商品として製造・販売する第三セクター「(株)新世紀工房」などが設立されるなどして、現在に至っている。

このように現在も継続する村おこし事業のほとんどが、この第一次、第二次村おこしを起点としている。東白川村における村おこし事業が一時のものとして終わらず、継続し拡大を遂げたのはなぜか。そこには東白川村の村おこしが持つ、いくつかの特徴がある。それらをトマト事業を通じて検証してみた。

4. 「とまとのまんま」事業のメカニズム

トマト事業で大きな成功を収めたのがトマトジュース「とまとのまんま」事業である。この事業が村に与えたインパクトを分析するために、まず、事業の内容と主要アクターを明確にする。そして、その中心的な役割を担った(株)ふるさと企画について紹介する。

4-1-1. 「とまとのまんま」事業の経緯

トマトは米の転作用作物として導入され、東白川村の気候的特徴から高品質のトマトの生産に成功している。トマトは、単位面積あたりの収益性が高いことから急速に普及し、村の特産物のひとつになった。

そのような中で、トマトの増産に伴い1986年に農協の申し入れにより行政側が選果場を設立した。それまで各農家が手で規格トマトと規格外トマトを仕分けしていたが、この選果場により機械を使い多量のトマトを仕分けできるようになった。重量で5段階、品質で3段階、色で4段階に選別し、規格外トマトを効率的に商品外として選別する作業が可能となった。また、それまでは各農家で行っていた箱づめ作業も、選果場で一括して箱詰めを行えるようになった。これにより農家は生産に集中できることとなり、トマト栽培面積は拡大していっ

た。

第二次村おこしが始まった1993年には、トマト農家21戸、作付面積336aであったが、1999年には30戸、426aにまで拡大した。

作付面積の拡大とともに、廃棄される規格外トマトの量も増加していった。新規の特産物開発を検討していた村役場農務課（現 産業振興課）の職員が、この規格外トマトを利用してトマトジュースを作ることを思いついた。このトマトジュースが後に1993年から始まる第二次村おこし事業の主力商品「とまとのまんま」となる。

先の役場職員の着想を実施するにあたっては、「(株)ふるさと企画」が主導を取り段階的に進められた。まず試験的に婦人グループ「四季の会」に生産を委託し、3万本を生産した。この販売においては、村内をまずターゲットとした。行政機関も含めて、村外へ行くときの土産としてこれまでの白川茶ではなく、「とまとのまんま」を積極的に持っていく行動から始まった。この行動の根底には「村民がふるさと企画の社員」という村内における共通の認識の実行という意識があった。ジュースの味が良かったことが功を奏し、人々の好評を得て、口コミで「とまとのまんま」は村外に知られていくこととなった。

その後、通信販売による会員制度を設け、毎月「とまとのまんま」を購入する顧客には、村の情報誌をつけて「とまとのまんま」を発送するなど、村おこしも視野に入れた取り組みとなっていく。また、健康ブームの始まりと販売開始時期が重なっていたため、減農薬で生産されたトマトから作られていた「とまとのまんま」は、「体に良いものは少々高くても買う」という顧客の心をとらえた。またそれと並行して、商工会も東京で物産展を開催し、「とまとのまんま」を積極的にPRし、販路拡大に貢献した。

このように「とまとのまんま」は、基本的に捨てられていた規格外トマトを原料として製造されていたため、販路を確保できれば村に確実な収入をもたらした。そして当時ふるさと企画が行っていた第二次村おこし事業の中で、徐々に生産を増やしてきた。平均して年間約8万本を生産していたが、新機械導入により2004年から12万本生産可能な状態にまで至っている。

4-1-2. 「とまとのまんま」の生産工程

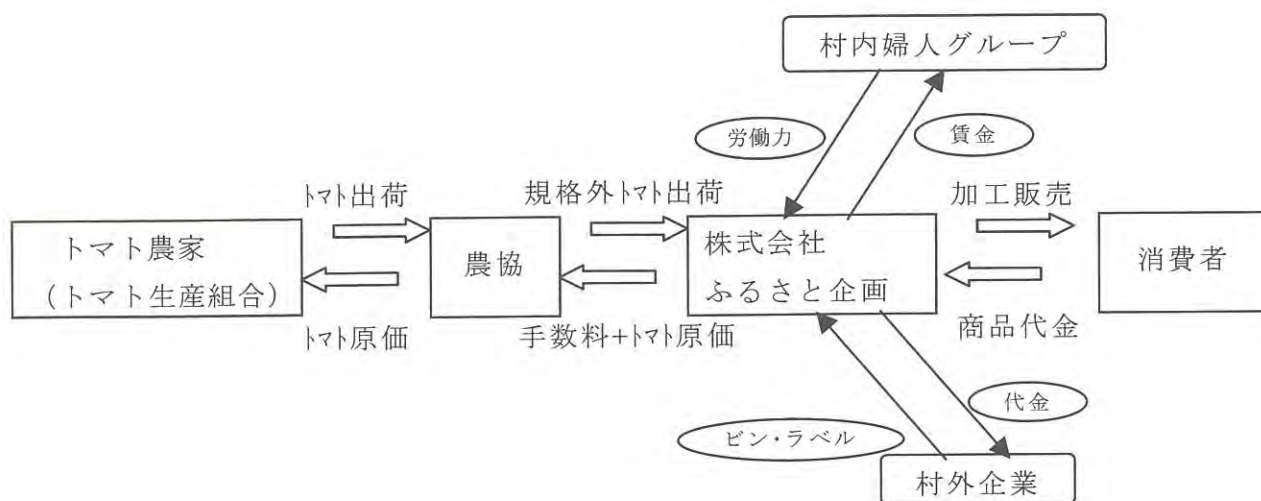
各農家から収穫されたトマトは、トマト生産組合を通して選果場に集められ、規格トマトと規格外トマトとに分けられる。各農家から収穫されたトマトが、トマト生産組合を通して集められる。各農家であらかじめある程度規格外トマトは分けられた状態になっており、選果場で集合的にさらに選別が行われる。その後、農協は規格外トマトを「(株)ふるさと企画」へ供給し、「(株)ふるさと企画」が雇用している婦人従業員たちの手によってジュースに加工され、「(株)ふるさと企画」主導で村内外へ販売される。「とまとのまんま」のビンやラベルは村外から購入している。(図1)

以上のようにビン・ラベルは村外から調達しているものの、商品価値の無かった原料を活用し、村内の人の手によって付加価値をつけて製品化し販売している。この一連の生産体系は、第二次村おこし事業の中で、「(株)ふるさと企画」において確立された。農協から行政

への選果場設立の働きかけ、行政の強力なバックアップ、第三セクターの中心的機能という、各アクターの連携が比較的うまくいった例と言える。

では次に、この事業において中心的な役割を果たした「(株)ふるさと企画」について見てみる。

図1 「とまとのまんま」事業のメカニズム



出所：ワーキンググループ2作成

4-2. 「(株)ふるさと企画」とは

「(株)ふるさと企画」は東白川村に存在する第三セクターの一つであり⁴、1991年4月に村の5000万円出資のもと、設立された。資本金は6325万円であり、1325万円は村民株によるものである。

社長は東白川村村長であり、専務が助役である。また村の商工会、森林組合、農協、建築組合、観光協会からそれぞれ取締役が役員を務めている。設立当初は職員3名でスタートしたが経営規模の拡大したため、現在は正社員、パートを合わせて計30名の従業員が働いている。

4-2-1. 設立目的

「(株)ふるさと企画」は、

- ・地域に愛され地域活性化の核となる。
- ・行政に風穴をあけ、発想の転換を図る。

という二点を目的に設立された（『自然いきいき 人のびのび つちのこの里 岐阜県東白川村』）。

具体的には「(株)ふるさと企画」は、以下9つの業務を担うことを期待されている。

- ①農産物、水産物の生産、加工、販売
- ②水産物の養殖、加工、販売
- ③菓子、惣菜、調味料の製造、販売
- ④不動産の売買、賃貸、仲介、宅地造成
- ⑤農産物加工場、宿泊体験施設の管理運営
- ⑥住宅の設計、施行、管理及び観光開発その他開発に関する設計、建設コンサルタント業務
- ⑦各催事の企画運営
- ⑧旅行斡旋業務
- ⑨前号に付帯する一切の業務

このような目的の下に設立された「(株)ふるさと企画」は、「村おこし」のための会社であり、村における「雇用拡大」、「経済活動の活性化」をその経営理念としている。

4-2-2. 事業内容

「(株)ふるさと企画」は、販売部門、製造部門、交流部門、本社部門の4部門から構成されている。(図2 参照)

販売部門を担うのは「つちのこ館」である。「つちのこ館」は東白川村の特産物販売所であり、季節感ある店頭催事も実施されている。特産物販売における「とまとのまんま」の売上は群を抜くものであり、昨年度(2002年度)の売上は85,000本に達した。

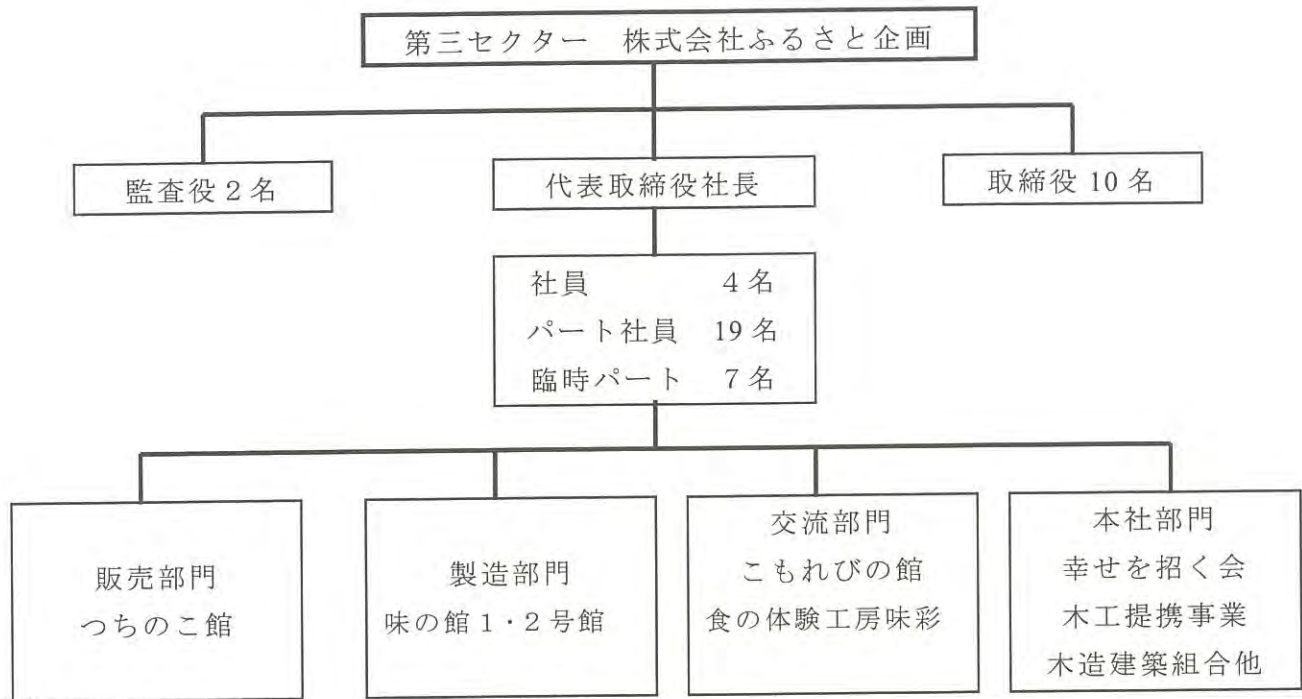
製造部門を担うのは「味の館1号館・2号館」である。味の館は村内で生産される農林産物を利用して加工食品を製造し村の特産品づくりの拠点である。主な加工品は「とまとのまんま」を筆頭に「しそしそばなし(2002年度売上 2,500本)」、「五介井(1,600箱)」、「トマトケチャップ(2,200本)」等である。

交流部門を担うのは「こもれびの館」、「食の体験工房 味彩」である。「こもれびの館」は人と人との交流、人と自然の交流、町と村の交流をテーマにした宿泊研修施設である。村内の旅館との競合を避けるため、「こもれびの館」の利用は10名以上の団体に限られている。一方、「味彩」は、パン作り等の体験ができる「パン工房」とバイキングが楽しめる「レストラン」から構成される。レストラン味彩は地元の人にも好評で昼時には満席になるほどであった。

「(株)ふるさと企画」は、これらの施設管理を行うとともに、高齢者生きがい事業、子ども会や学校行事の合宿、愛知県共済との共催事業「山村たいけん in 東白川村」等を開催している。

本社部門では地域産業と連携を図り事業展開をしている。具体的には、「幸せを招く会」、「木工提携事業」、「木造建築組合」等である。

図2 株式会社 ふるさと企画 組織図



出所：「輝く田舎ひがししらかわ構想 東白川村第三次総合計画のあらまし」より WG2 作成

4-2-3. 「(株) ふるさと企画」の特質

・ 第三セクターの利点活用

東白川村が「第三セクター手法」の「村おこし事業」を採用した背景には、「事業を柔軟にかつ大規模に実施するためには、第三セクターが行政・民間の両者の短所を補い、かつ長所を生かす」という相乗効果を望めたことがある。

一般的に地方に行けば行くほど行政の信用度は高く、一方で民間企業の活力が低いとされる。「一民間企業の社員では会ってもらえないような、大企業のトップと話ができただことは第三セクターの利点である。」という話をインタビューにおいても聞くことができた。すなわち「(株) ふるさと企画」は営業面において第三セクターとしての利点を最大限に生かしてきたといえる。

次に「(株) ふるさと企画」の経営手法を見ていきたい。バブル崩壊以降、多くの第三セクターが「どんぶり勘定」の経営のために行き詰まりをみせたとされている。それに対し、「(株) ふるさと企画」の経営は健全であり、累積赤字は残るものの平成 14 年度における経常利益は 435 万円であり、ここ数年は事業全体としては収益を出している。特にここ 4、5 年は村長が交替したこともあり「(株) ふるさと企画」の企業体質が強化されつつある。

具体的には、人事・多額な借入れに際しては社長である村長の決裁が必要となるために制限されてきた支配人・副支配人の権限が拡大されたことである。その結果として、これまでの赤字覚悟の情報発信から、営業収益重視、無駄な経費削減等民間的発想を多く取り入れ

た経営のもと、累積赤字改善に取り組んでいる最中である。

つまり「(株)ふるさと企画」は、第三セクターの信用度を営業面で活用しながら、そこに民間企業のような緻密な財務管理を加えていくことで実績をあげてきたのである。

「(株)ふるさと企画」は上述の第三セクターとしての利点を最大限に生かし、「とまとのまんま」事業を軌道にのせたと考える。

・村ぐるみ会社

「(株)ふるさと企画」が有する特徴の一つは、「村ぐるみ」の株式会社であるという点にある。「(株)ふるさと企画」の資本金 6,325 万円のうち、1,325 万円は東白川村の村民出資によるものである。株式は一株 5 万円であり、株主は、村、村民、村内団体・企業、東白川村と関わりが深い個人や企業をあわせて 165 名である。

配当金として株主には「(株)ふるさと企画」の商品券が配られている。しかし、株主である村民は利益を期待して投資したわけではなく、「村の発展につながるならと、寄付のつもりでお金を出した」との声を多く聞いた。

村ぐるみ会社である「(株)ふるさと企画」は村民自らの出資によって設立されたことから、村民一人ひとりが「社員」であり「販売員」であるとする意識が形成された。それにより、商品の広報に多額な費用をかけることなく口コミによって「とまとのまんま」をヒット商品に仕立て上げることに成功している。また、村民が率先して新製品を品評するなど消費者側のニーズを伝え商品の向上に寄与している。

したがって、村民が株主であることは「(株)ふるさと企画」が「村ぐるみ」の「村おこし会社」として大きな意味をもつものであり、住民の村おこしに対する「意識」を高めたという大きな成果を生んだともいえる。

・関係団体のつなぎ的役割

さらに、「(株)ふるさと企画」が村おこしにおける関係団体のつなぎ的役割も果たしている。「(株)ふるさと企画」の役員は、商工会、JA、森林組合、観光協会、建築組合等から構成されている。これにより、本来、活動が異なる団体を村おこしの文脈においては連携を促す場となった。

・行政からの支援

現在は行われていないが、設立後数年間は「(株)ふるさと企画」に対して村から財政面での支援も行われていた。現在に至っても採算がとりにくい交流施設への管理費支給、施設の無料貸し出し、固定資産税などの税優遇等、優遇措置が実施されている。また「(株)ふるさと企画」が管理運営するこれらの施設も、国や岐阜県の補助事業を活用して建設されたものである⁵。したがって「(株)ふるさと企画」の経営における行政からの支援は「(株)ふるさと企画」を軌道に乗せる上でかなり重要な役割を果たしたのではないだろうか。

5. トマト事業成功の要因

「とまとのまんま」事業の成功は、様々な要因が相乗効果を成した結果もたらされたものである。その決定的な要因として、「とまとのまんま」に備わった特質、(株)ふるさと企画の特質、そして東白川村の特質、といった3点が挙げられるが、それぞれの特質にはどのような要素が含まれていたのであろうか。

本章においては、これまでに見てきた「とまとのまんま」事業のプロセスから「とまとのまんま」事業を成功に導いた要因について分析する。

5-1. コスト削減

前述のように「とまとのまんま」は、これまでトマト農家によって近所に配られたり、山などへ廃棄されていたりした大量の規格外トマトを、原料としている。これにより、原料費の削減が実現され、採算性が確保できている。

また、規格外トマトの回収や保管にあたっては、JAと連携することによって、(株)ふるさと企画が独自に回収するよりも効率の良い回収作業が実施され、安定した原料の確保が可能となった。

5-2. 顧客の確保

健康志向が確実に高まりを見せる近年においては、商品開発の際に食品の安全・健康志向といったコンセプトが当然のものと受け止められている。しかしながら、「とまとのまんま」が開発された当時は、健康に対する消費者の関心が今日ほど強いものではなく、「無着色、無添加」を売りにした商品というのはかなり珍しいものであった。

もちろん、一般の人々の健康に対する関心が全く無かったわけではなく、特定の消費者の間では十分な需要が見込まれていた。したがって、「とまとのまんま」は当初、毎日口にする食品の安全面を重視する消費者を中心に愛飲されていた。

しかし、健康ブームが高まってくるとともに、従来の顧客に新たな顧客が加わる形となり、「とまとのまんま」の販路拡大が実現していく。「とまとのまんま」の成功は、健康志向という時代を先取りした商品開発によってもたらされた。

品質を重視する消費者を顧客(会員)として迎えることで、安定したリピーターの確保を実現し、口コミによる宣伝活動でさらなる顧客の獲得に努めている。そしてその重要な役割を担ってきたのが、村ぐるみ会社(株)ふるさと企画の「社員」であり「営業担当」である東白川村の村民なのである。

初年度は村外に向けた宣伝に加えて、村役場を中心に村民が贈答品(お中元、お歳暮)を「とまとのまんま」に切り替えるなど、村ぐるみで「とまとのまんま」を買い支えて3万本

を完売し、翌年から増産を実施した。村にあるものすべてを資源と考える（株）ふるさと企画の方針がここでも功を奏したのである。

5-3. 競合を避ける

トマトジュースを製造する他の企業、例えば世界的に有名なカゴメ、デルモンテといった大手企業と真っ向から競ったところで太刀打ちできるはずがないと考えた「（株）ふるさと企画」は、自分たちは自分たちのできる方法で事業に取り組んでいこうとする独自路線に方向性を見出した。すなわち製造や販売の面で差別化を図り、他社との衝突を避けようとする戦略を取り入れたのである。

その差別化は使用する容器にも表れている。「とまとのまんま」は720mlのビンを中心に使用しているが、それは①紙パックやペットボトルを使用してもその賞味期限が3ヶ月しかもたないこと、②これらの容器を使用した製造には大掛かりな機械設備が必要となることに起因している。また、ビンの使用により、商品の賞味期限を1~2年と長期間とすることができている。

確かに720mlサイズのビンは重みがあり、手土産として持ち帰るにはやや不便も感じるところであるが、逆にその重量感が商品の高級感を演出し、結果的には賢明な選択だったと評価することができる。

5-4. 大手ファースト・フード店との提携

食品の安心安全をテーマとして掲げ、こだわりの商品を提供することで定評のある大手ファースト・フード店との提携は、「とまとのまんま」の知名度及び品質への信頼性を高めただけではなく、日本全国への大きな広報効果ももたらすこととなった。また、東白川村の有機栽培による減農薬トマト⁶の知名度と品質の信頼性をも確固たるものとした。

しかしこの裏には、提携企業先から商品製造に向けての厳しい指摘を受けたという一面がある。それまでも、「（株）ふるさと企画」は、「とまとのまんま」の製造過程における衛生管理には万全の体制で努めてきたつもりであった。しかし、外部大手企業の視点からとらえると、その衛生に対する「（株）ふるさと企画」の取り組みは不十分であり、何よりもまず徹底した衛生管理の見直しが図られることとなった。

ところがこの指摘が、「（株）ふるさと企画」にさらなるメリットをもたらすことになった。外部からの声を聞き入れることにより、社員の間にはより質の高い加工食品を生産していこうとする意欲が高まった。「（株）ふるさと企画」は、外部企業からの衛生管理指導の下で、本格的に食品産業へ携わっていくために必要な知識を吸収するべく勉強を重ねていき、ついには厳格な品質管理20項目を迅速にクリアすることができた。その結果「とまとのまんま」の商品信用力はさらに向上した。

6. 「とまとのまんま」事業のインパクト

前述のように行政主導の第一次村おこし事業が、村民の村おこしに対する意識を向上させ、起業や特産物の開発をもたらした。その後の第二次村おこし事業は村民の村おこし事業に対する気運が高まった事業となる。その中において第二次村おこし事業を特徴付ける主要特産品「とまとのまんま」が生まれた。そこで本章においては、「とまとのまんま」事業がどのようなインパクトを東白川村に与えたのかを考察していきたい。

6-1. 所得の向上

トマト事業は村民の所得の向上にもインパクトを与えた。トマト農家はこれまで、規格外トマトは規格品同等の品質を持ちながら商品価値がなく安価で取引されるために山へ廃棄されていた。しかし、それらを「とまとのまんま」の原材料として有効に利用できるようになった。生果用に出荷するトマトの年間平均取引価格は約250円/kgであり、それに比べて「とまとのまんま」に出荷する規格外トマトは約30円/kgと、かなり安い値のため、トマト農家の所得の向上に大きなインパクトを与えたとはいえないが、ある程度の所得向上に役立ったことは間違いない。

6-2. 雇用の創出

トマト事業が村に与えたインパクトの一つとしてあげられるのが雇用の創出である。(株)ふるさと企画では、支配人、副支配人もUターン就職で地元に戻ってきた人である。正社員6名、パート19名、季節臨時職員7名、合計32名の雇用創出となった。「とまとのまんま」製造過程は、村民の雇用によって支えられている。支配人のインタビューより、村民の所得向上もさることながら、雇用創出が村おこし事業にとって重要であることが確認された。特に主婦の雇用が創出されたことは大きな意味を持っている。今までは、家にいることが多かった主婦が外に出て就労する機会をもつことによって、現金収入を得ることが可能になり、これは村内の経済活性化を促進することにもつながった。

6-3. 村民の精神面

トマト事業を行うにつれて、村民の村おこしへの意識が向上し、精神面に変化が現れた。村おこし事業に村民の積極的な参加が見られる。贈答品に村の物産を使用して、商品・村のPRに一役買っている。またそこから小さいながらも独力で事業を興すまでもなっている。ここにトマト事業の成功が村民の精神面に大きく寄与していることと判断できる。

6-4. 村のPR

「とまとのまんま」が世間に広まり、各種マスコミがこの村を訪れることにより、この成功例を県内外へ発信することができ、見学を問い合わせる団体が出てきた。そこからまた販売先を開拓することがあり、また情報から新しい事業展開も図れた（例：りんごジュース）。

「とまとのまんま」の成功はふるさと企画を宣伝することであり、東白川村へ訪れる人を増やすことになった。地方にとって外部との情報交換は新しいアイデアを取り入れ、また自ら情報を発信することができる。

6-5. その他

・商品開発と婦人会

「とまとのまんま」の成功は、その製造にかかわる婦人（従業員）らの活動にも影響を与えていると考える。彼女たちが参加している婦人会では、会で考案した商品をふるさと企画へ提案している。提案商品をふるさと企画が採用し、商品化の実現に向けて婦人会が役割を果たしていることが分かった。例えば、しそを原料にしたジュース、「しそしそはなし」である。これは「とまとのまんま」製造ノウハウを有効利用できるものである。ここで特筆したいことは、村内農家に原材料のしそ栽培を委託契約することである。このことは安定した収入を農家に与えることができる。これを買い取り、ふるさと企画のもつ製造機械を婦人会が利用して「しそしそはなし」を製造する。この完成商品をふるさと企画が全品購入、販売を行う。このアイデアの独創的なことはふるさと企画内でアウトソーシングを行っていることである。ふるさと企画外で発案されたものを商品化までいくプロセスを提供している点はすばらしいことである。これらは住民主導の村おこしのいい例である。「とまとのまんま」成功が直接的ではないにしてもその製造にかかわる人々へ相乗効果となり、新しい商品開発、増収へ導いたと考える。

・品質管理技術取得

大手ファーストフード店に「とまとのまんま」の品質と味が認められ、納品が採用される。納品の条件として品質管理技術をその会社から教わり、それを製造工程内に取り入れるというものであった。それは今までの彼らの管理方法とは格段上の技術であった。大手ファーストフード店との取引は村外への格好の宣伝となり、一層の商品競争力をつけることになった。またこの品質管理技術を取得することは、品質向上が可能となる。しかしこの品質管理技術は「とまとのまんま」生産だけに利用するだけに留まらず、次ぎの商品開発へとつなげることが可能である。

・「とまとのまんま」生産閑散期対応

「とまとのまんま」の生産時期（6月～10月）以外の冬季は、生産する商品がなかったため、

通年雇用を確保することが困難であった。しかし、「とまとのまんま」容器会社の情報から、支配人がりんごジュース加工の仕事の話を見つけ、製造委託業でりんごジュース生産を始めることとなった（長野県からりんごを仕入れてジュースに加工）。東白川村はりんご産地ではないが、加工技術を向上させたことにより、新しい事業展開を図り、年間を通して雇用を維持できるようにした。成功した「とまとのまんま」製造は大手企業のように年間を通じての製造はできない。製造機械の稼働率が大幅に下がり、また通年雇用もできなくなる。これではランニングコストが大きくなり、採算が悪くなってしまう。りんごの産地でない、東白川村でのりんごジュース製造はそれを解消することに貢献しているが分かる。販売製品の幅を広げ、雇用、製造機械の稼働率を上げたことは大きく評価できる点である。

7. 今後の村おこし事業の課題

7-1. 「とまとのまんま」事業の問題点

これまで見てきたように、東白川村における「とまとのまんま」事業は順調に成長してきた。しかし、今日、「とまとのまんま」は村おこし事業として、いくつかの制約が見えてきている。

具体的には、以下の三点があげられる。

- ① 「とまとのまんま」の増産余地
- ② 雇用の拡大
- ③ 収入向上への貢献度の低さ

7-1-1. 「とまとのまんま」の増産余地

「とまとのまんま」は1992年の初製造の3万本から口コミで評判が広がり、2003年現在で8万本を製造し、完売している。需要としてはまだまだあると見込まれるが、現状はこれ以上の増産が容易でない状況にある。

すでに前述したが「とまとのまんま」は材料として規格外のトマトを使っている。トマト農家は、規格外トマトは意図的に生産しているわけではなく、約10倍の収入を得ることができる本来の生果用トマトの生産性向上のための努力をすることは当然である。このように、材料の規格外トマトの供給面での限界が指摘できる。つまり、規格外トマトを原料にすることによって競争を勝ち抜いてきた「とまとのまんま」の増産を目指すことは将来的な危険性を伴うこととなるのである。現在、東白川村と同じように減農薬で栽培している加子母村、白川町からも規格外トマトを購入している。原材料の供給源として更に他のトマトの生産地との連携も想定できるのだが、トマトの品質にこだわるため、これ以外の地域から購入はしない予定であるとのことであった。

規格外トマトを原料として「とまとのまんま」は製造されてきたわけであるが、その規格外トマトが今後の品種改良や栽培農家の努力によって減少する可能性がある。また、これまではトマトの栽培面積は増加の傾向が見られたが、今後の栽培面積拡大の限界や後継者不足といった問題から、「とまとのまんま」の更なる増産には限界があると思われる。増産の可能性としては、原料の調達先を現在の東白川村・加子母村・白川町から、更に拡大することにより原料を確保することである。しかしながら、インタビューにおいて、原料となるトマトの品質へのこだわり及び原料の輸送費などから、この案の実施可能性は低いことが明らかとなっているため、「とまとのまんま」の増産は難しいと考えられる。

7-1-2. 雇用の拡大

ふるさと企画は、経営理念の一つとして、村民の雇用拡大をあげていた。「とまとのまんま」事業を始める前は、3名の職員のみであったが、「とまとのまんま」事業の成功により多方面に事業拡大することで、雇用数を伸ばし、現在では約30名の雇用がある。このように、「とまとのまんま」事業が起爆剤となり、ふるさと企画の雇用は増え、村の雇用拡大につながったように一見見える。しかし、雇用の形態に着目してみると、その大半がトマト加工場やこもればの館の交流体験事業などに勤めるパートの主婦である。つまり、家庭を支えることができる収入を得られるような、雇用先の供給とまでは至っておらず、雇用を創出することで、若者の流出を防ぎ、過疎化に歯止めをかけるという最大課題へ対処できていないことが推測できる。また、7-1-1で述べたように「とまとのまんま」の増産が困難な状況にあるため、現状以上のパートの雇用を創出できず、雇用拡大は限界にあると言える。

7-1-3. 収入向上への貢献度の低さ

トマト事業を行い、商品がヒットしたことで、村人の収入はあがったのだろうか。もちろんトマト事業によって働く場のできたパートの主婦層にはある程度の貢献はしたであろう。しかし、原料の規格外トマトを供給するトマト農家では30円/kgというただ同然の値段にしかならず、収入の向上に寄与しているとは考えられない。第6章において、「とまとのまんま」が成功した秘訣のひとつとして、原材料であるトマトが、非常に安い値段で手に入れることができることが上げた。これは、成功の秘訣である反面、農家の収入向上の面では現状維持である。あるトマト農家に聞くとところによると、「とまとのまんま」企画前と企画後での所得の変化はほとんどなく、収入向上としては「とまとのまんま」にあまり期待はしていないらしい。ただ、村おこし事業にトマトを供給することで、村おこしに貢献できたと感じており、収入よりも意欲の面で貢献している部分はあると感じた。

7-1-4. 競合相手の登場

第6章の成功の秘訣で挙げられているように、「とまとのまんま」は、大手が出す商品とちがった無添加、減農薬、瓶詰めといった、大手と競合しない商品を作ることによって成功できた。しかし、近年、「とまとのまんま」と趣向を同じとした商品が、同じく地域特産物として出て

きている。無添加、減農薬を売りにした、瓶詰めのトマトジュースは、岐阜だけでも、近隣の下呂町による、「飛騨下呂温泉トマトジュース」、上宝村の「奥飛騨天然しぼり高原トマトジュース」などは、無添加、減農薬を売りにしており、瓶詰めのトマトジュースがある。今後、増えると予測されるこのような競合相手とどのように競争優位をはかっていくのかが今後の課題である。

7-2. 自治体を巡る問題

7-2-1. 市町村合併

現在、地方自治体を巡る一番の課題として挙げられるのはやはり、市町村合併問題であろう。保母武彦によると、今日の市町村合併は、国の大号令の下、合併特例債や普通交付税合併算定替といった税制措置のアメと、特に合併をしない小規模市町村を対象にした普通交付税削減政策などのムチを使い、合併をせざるを得ない、「自主性を奪われた合併」となっている。自主財源が少なく、国からの交付税や、様々な補助金をうまく利用することで事業を行ってきた東白川村にとっても、合併に伴って起こる各種の問題は避けて通れないものとなっている。

現在東白川村は、美濃加茂市との合併をする方向で進んでいるが、合併するとなると、村おこし事業にとっても大きな問題が出てくる。これまで東白川村は、村おこしの第三セクターを手厚く補助してきた。合併することにより、第三セクターは東白川村役場が行ってきたような補助を受けることはできなくなるだろう。「(株)ふるさと企画」では、村からの補助金はもらっていないが、事務所は村から無償で借りている。合併後は事務所の家賃を払わなくてはいけなくなることは間違いない。

また、財政的に負担となっていたり、または合併することで存在意義が薄くなる第三セクターは整理統合が求められる。村役場の職員によると、今後、4つある第三セクターを統合して、最終的には2つにする予定だという。これまで、「(株)ふるさと企画」は東白川村の第三セクターであったため、東白川村に特化した事業を行ってきた。しかし、ふるさと企画にとっても、これまでは、東白川村の第三セクターであったため、東白川村に特化した事業をしてきたが、合併後は、美濃加茂市の第三セクターとなるため、美濃加茂市全域の地域おこしを考えなければならなくなるだろう。合併問題は、これまでの枠組みを変える根本的な問題である。合併後でも東白川の特徴を失わず、いかにアイデンティティーを保っていくかが今後の大きな課題であると考えている。

8. まとめ

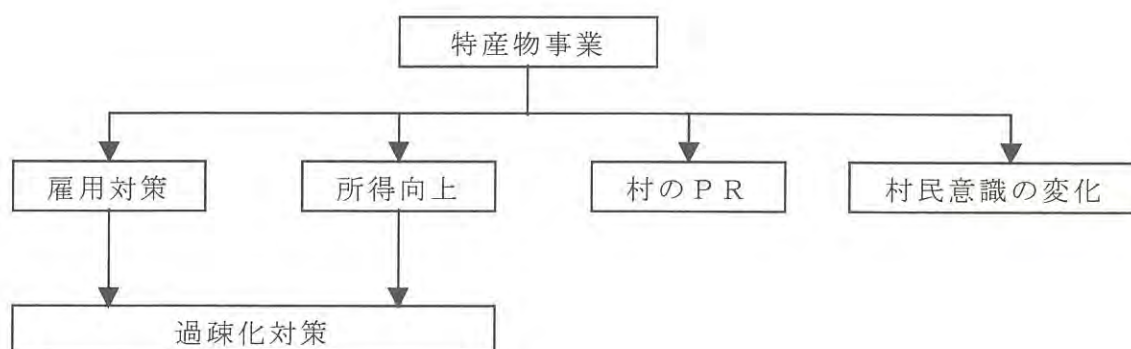
東白川村は、中央政府に依存しがちな地方政府の建て直しを図るべく、全国で展開する「村

おこし」のトレンドに乗って東白川村独自の事業に着手した。

まず、第一次村おこしでは村民の協力体制の下、商工会が中心となって特産品の開発や観光の強化、そして地元内消費の促進などを目標として掲げた事業が行なわれた。そして、続く第二次村おこしでは第三セクター、「(株)ふるさと企画」により開発された規格外トマト使用のトマトジュース「とまとのまんま」を即戦力とした事業が展開された。このように東白川村の村おこし事業は、第一次・第二次という二つの段階を経て達成されたものである。

東白川村は、現在も自然や健康を重視する消費者のニーズに着目しながら、地域の特性を生かした個性ある特産物を中心に村おこし事業に取り組んでいるが、今回の調査では、東白川村の村おこし事業がすでに初期の段階で成功していたことが明らかになった。

本章では、東白川村における成功の要因を明確にした上で、現地調査を実施する前に立てた仮説を検証していく。



8-1. 雇用の創出

東白川村の特産物事業を中心とした村おこし事業は、新しい商品を開発するだけでなく、雇用機会の創出をももたらした。これは仮説であった「特産物事業は雇用の創出に寄与している」という点で合致していた。ところがそれは、正社員の雇用といった実質的な就労機会につながるものではなく、パートやアルバイトといった雇用レベルに留まっており、量的にも質的にも安定した雇用機会が確保できたと断言することはできない。

この結果から、特産物事業は村の抱える問題の一部を解決したに過ぎず、過疎化のような深刻な問題に歯止めをかけようとするのであれば、さらなる事業展開を検討する必要がある。

8-2. 所得向上

「とまとのまんま」事業は、一部の住民の所得向上に貢献をした。しかし、それは主に主婦層、すなわちパートとして働く女性に限られており、トマト農家を含む村民全体の所得工場にはつながらなかった。また、トマトは栽培の時期が限られた農産品であり、安定した収入

につながらないので、仮説であった「特産物事業は村及び村民の収入向上に寄与している」かどうかを検証することはできなかった。

東白川村住民全体の所得を向上させようとするのであれば、さらなる特産物事業の推進が必要となってくる。今後も、東白川村独自の「廃棄されるものを有効に利用する」という特産物事業構想を維持しながら新たな商品開発・販売に取り組んでいくことにより、村民の将来的な所得向上が期待できるのではないかと思われる。

8-3. 村のPR

村のPR効果は、今回仮説を立てる段階で挙げられなかったものである。特産物事業を通じて開催された村のイベントが、村の知名度を高めたり、過疎化のイメージを軽減したりしてこの地域を活性化したことは大いに評価できよう。

自然との触れ合いを求めて東白川村を訪れた人々に、有意義な余暇を過ごしてもらえようという憩いの場を提供し、村の良さを体感してもらうことで東白川村の名はさらに広がっていくものと思われる。

また、東白川村を訪れた人々が村内の特産品を消費することにより、その商品の知名度が向上し、売り上げの拡大が見込まれることから、このような分野におけるさらなる村おこし事業の取り組みが期待できる。

8-4. 精神面

特産物事業の成功の要因としてまず挙げられるのは、積極的な住民参加である。「とまとのまんま」事業を全面的に打ち出した村おこしが村民に与えたインパクトは大きく、トマト関連商品の販売や広報活動にも積極的に関わろうとする住民の姿があった。

例えば、「とまとのまんま」を贈答品として村外の親戚に送るといった行動は、商品に対する村民の関心の高さを反映していると言えるだろう。村民の事業に対する理解が深まるにつれて、村おこし事業に対する意識が向上し、その結果、農業に従事する婦人たちによる白川茶屋の設立が実現されるまでに至ったのである。

特産物の製造から加工、販売までを手がけ、店の運営に積極的に携わる女性たちからは、精神的なゆとりと充足感が伝わってきた。このことから、特産品を通じた村おこし事業が村民の精神面に与えたインパクトの大きさを読み取ることができる。

おわりに

最大の課題である過疎化を克服するためには、まずより身近な課題、すなわち就業機会の

創出や交流人口の増加を促すべく、今後も様々な特産物事業を継続的に展開していくことが必要となってくるであろう。

住民が村の特産物事業に主体的に参加することで、自分の村に対して愛着が湧き、それが世代を越えて育まれていく。その愛着心が若い世代の流出に歯止めをきかすことができれば、過疎化の問題が少しずつ解消され、活気ある村の再生が始まる。そんな東白川村の将来がやってくることを期待してやまない。

注釈

1) 地域活性化センター、2002.『地域政策の動向』

2) 東白川村ホームページ <http://www.vill.higashishirakawa.gifu.jp/cont1.html>

3) 会社名「岐阜部品」雇用規模約 200 人

4) 東白川村には「(株)ふるさと企画」の他に以下三つの第三セクターが存在する。

①株式会社 東白川 (1986年9月設立)

誘致企業に対する不動産リース・一般賃貸住宅建設・産直住宅促進のための PR 事業

②有限会社 新世紀工房 (2000年設立)

農村総合交流ターミナル 道の駅「茶の里東白川」

③株式会社 エコトピア (2000年4月設立)

村が推進する人口対策事業「エコトピア東白川マイホーム大作戦」で住宅建設のハード部門を受け持つ

5) 松下政経塾、1994年7月号、『月刊地域から日本を変える』

<http://www.mskj.or.jp/chinika/9407cnk8human.html>

6) 岐阜県では「人と環境にやさしい農業」を「ぎふクリーン農業」と位置づけ、その生産振興と販売促進を図っている。化学肥料、化学合成農薬等の適正かつ効率的な使用及び各種代替技術等を用いて、化学肥料及び化学合成農薬の使用量を慣行栽培に対していずれも 30%以上削減することを目標としている。 <http://www.pref.gifu.jp/s11435/clean/syoukai/syoukai.html>

参考文献

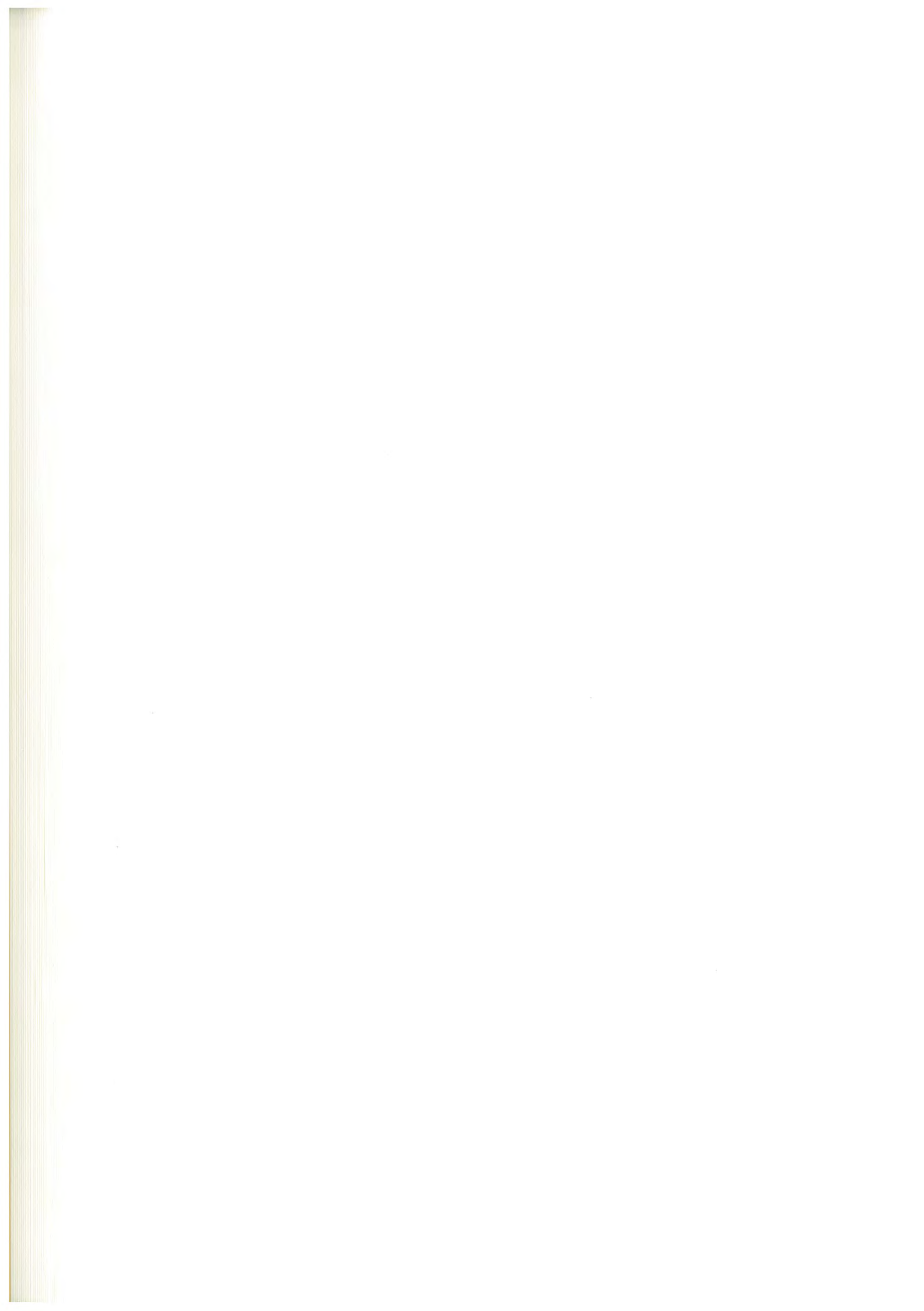
国際協力事業団、2003.『地域おこしの経験を世界へ 途上国に適用可能な地域活動』

坂田期雄、1996.『地域活性化・その戦略』. ぎょうせい

平松守彦、1991.『一村一品のすすめ』. ぎょうせい

松野弘・岡崎昌之・亀地宏、1991.『地域の自立と共生』. ぎょうせい

地域活性化センター、2002.『地域政策の動向』



第 3 章

過疎化と福祉

—住民の視点から—

序論

1. 住宅・雇用対策
2. 子育て環境について
3. 高齢者福祉政策について
4. 交通アクセスと過疎

結論

注釈

執筆者

(ワーキング・グループ 3)

王坤	川岡美穂 *	Nguyen Nhat Hong
辻卓馬	中村彰	廣田恵
藤本真紀	吉富佳奈 **	

指導教官

三輪千明

** グループ・リーダー * サブリーダー

序論

本稿では、住民の福祉の視点から東白川村の過疎対策の現状把握と問題の整理を行うことをその目的とする。

私たちは調査に先立ち東白川村役場が発行する資料を基に、PCM手法を用いて東白川村が抱える問題の分析を行った。その際情報を得たのは、村役場ホームページである。その結果、私たちは「東白川村の生活環境が整っていない」ということを仮説とした。そして、過疎を誘発するような「生活環境」とは、以下の4点から成ると考えた。

- ① 住宅・雇用環境
- ② 子育て環境
- ③ 高齢者福祉環境
- ④ 交通環境

事前の問題分析によって得た4つの環境について、私たちは調査を行った。具体的にはそれぞれの環境について、行政の取り組む事業やサービスの実態やそれらに対する住民の意見を把握しようと試みた。

調査で訪問したのは次表のとおりである。

訪問先	インタビュー 対象者	アンケート	調査領域との 関連
東白川村役場産業振興課			① ④
東白川村商工会			① ④
商工会に紹介していただいた住民の方	2名		① ② ③ ④
東白川村国保病院	1名		② ③ ④
東白川村役場住民課			② ③
せせらぎ荘	1名		③ ④
東白川村役場保健福祉課			② ③
東白川村中学校	教員1名	生徒39名	② ④
(株) エコトピア	2名		①
エコトピアを通じて入村した住民の方	2名		① ② ④
(株) 白川茶屋	1名		①
老人クラブ明清会			② ③ ④
老人クラブ長寿会			② ③ ④

以降いずれの訪問先でもインタビュー調査を行い、住民の方(商工会の紹介による2名、エコトピア事業利用者の2名、老人会の会員39名、計43名)へのインタビューは、同一の質問内容になるよう配慮して用意した質問表に沿って行った。東白川村中学校では教員に対するインタビューのほかに、中学3年生39名に対してアンケート調査を行った。

調査の結果、東白川村では村民と行政が積極的に過疎対策に取り組んでいることが明らかになった。同時に課題点も浮き彫りになった。このレポートでは、東白川村の生活環境を構成する4つの要素について順番に調査報告を行う。そして最後にそれらを統合し、東白川村の過疎対策の現状と課題点を整理して提示したい。

1. 住宅・雇用対策

中村彰・廣田恵

私たちは、東白川村の抱える過疎問題が、住宅環境と雇用環境に密接に関わっているとの仮説を基に、主に住宅整備と雇用対策の側面から東白川村の取り組みを調査した。住宅整備については、村外からの永住希望者向けに東白川村産業振興課住宅対策室(以下、住宅対策室)が中心に取り組む住宅販売事業が挙げられる。雇用対策については、東白川村産業振興課(以下、産業振興課)を中心として誘致した自動車部品工場の事例や、農業に携わる女性たちが設立した特産物販売店の事例など、過疎対策において様々な取り組みが実施されている。ここでは、これらの取り組みを住民の視点から評価することを目指し、東白川村での調査結果をまとめる。また東白川村の過疎対策が抱える課題についても言及を試みる。

1-1. 住宅対策

過疎化が進む東白川村では、「エコトピア東白川マイホーム大作戦」(以下、エコトピア事業)と題し、行政が主体となって独自の過疎対策事業に取り組んでいる。同事業は東白川村への永住希望者に対し、一定期間継続して居住することを条件に、土地を無償で提供することをその主な目的としている¹。1999年の事業開始以降、これまでに10世帯が同事業を利用して東白川村への移住をした。これにより、人口減少が続いていた傾向が2001年には初めて増加へと導くなど、その成果が今後も期待されている。ここでは、事業者である行政側と、利用者である移住者の双方の視点から、定住人口の増加に期待がかかるエコトピア事業の実態を調査し、同事業が過疎対策の一環としてどのように機能しているのかを検証する。

過疎対策に必要な施策には住宅対策と雇用対策の双方が連携されることが重要だと考え、これを基に現地調査を行った。エコトピア事業の優れている点は、希望者が移住先におい

て住宅用の土地を無償で手に入れることができるだけでなく、事業者である住宅対策室が地元企業への積極的な雇用斡旋を行っている点である。移住希望者の多くは移住先での就職に不安を抱えていたが、住宅対策室による支援もあり、移住者全員が地元企業での就職先を確保している。この点に関して移住者の評価は高く、聞き取り調査においては、就職先の斡旋が移住の決め手になった事例もみられた。主な就職斡旋先には、東白川村森林組合が挙げられ、木材加工業の盛んな地域性も反映されている。また、地元の木材を使用し、地元の建築業者によって建てられた質の高い住宅は移住者に好評である。

しかし、住宅対策と雇用対策の連携が図られている一方で、いくつかの課題面も残されている。それらの課題は主に住宅対策室で抱えるレベルと、住宅対策室では対処し難いレベルとに分けられる。前者について第一に、住宅対策室から斡旋される雇用は木材関連産業や建築業など、特定の業種に偏る傾向があり、移住希望者が職業を選択できる余地が限られている点である。また、移住者の収入が移住前と比べて大幅に減少する傾向もあり、エコトピア事業の応募者に周知徹底した説明が必要となっている。第二に、入居者審議が不十分かつ不明瞭になる可能性があることである。エコトピア事業開始当初は応募希望者が多く、村長や教育委員会委員長、住宅対策室の担当者等が中心となって組織される審査委員会によって移住希望者の審査が行われていた。しかし、現在では応募者の減少から随時募集という形式をとっており、同審査委員会は以前ほど活発ではない。住民へのインタビュー調査においては、多くの人々が新たに移住してくる人々を歓迎する一方、村の慣習や近所付き合い、地域活動への参加を積極的に行う移住者を望む傾向が明らかとなっており、移住希望者の選定においては慎重な審査が要すると考えられる。現状では、移住希望者に対する事前説明が事業開始時ほど詳細ではない可能性も否定できない。このことから上述した村の慣習や地域活動に理解のない移住者が入村してくることも考えられ、新たな移住者を隣人として受け入れることになる住民にとっては、不安要素となりかねない。

次に、住宅対策室では対処できない課題について取り上げる。それは、高等学校への進学に関わる点である。平成17年度をめぐりに通学可能距離に位置する高等学校が閉鎖されるため、進学を希望する中学生は卒業後に一人暮らしを強いられることになる。このため、小・中学生を子供に持つ家庭の家計における教育費用の負担増加は必至であり、比較的若い世代の移住者にとっては今後の生活設計にも影響を及ぼすものと考えられる。また、近年では高校等への進学時に村外へ転出した場合、そのほとんどは東白川村へUターンしないということ調査において明らかとなり、中学卒業後の進路選択が過疎化に影響を与える点も深刻な課題である。

1-2. 雇用対策

ここでは、住宅対策で行われていた雇用対策以外での、住民に対する雇用対策を見ていきたい。産業振興課は、住民に対して数々の就職対策に取り組んできたが、まずその事例として第三セクターを挙げる。第三セクター4社が設立された際には計50名の雇用が生み

出され、昭和 61 年に東白川村が誘致した岐阜部品(株)では、200 名の雇用が確保された²。しかも、岐阜部品(株)が設立された際には、(株)東白川が工場を設立し、村の職員が中心となって従業員を集め、これにより若者がリターンできたという効果もあった。しかし現在従業員は固定化し、新たな雇用の創出は難しい。東白川村の住民の中には、村内だけでなく、美濃加茂市など村外に勤めに出る人も多い。若い人の多くが進学や就職を機に村を出て行ってしまおうという。

次に東白川村の伝統産業の雇用について述べる。東白川村では地場産業として、東濃桜の産地がある。しかし、白川大工や神棚職人などの後継者が不足している事実と、その育成も遅れているという課題がある。職業訓練校は白川町にはあるが、東白川村内にはない。行政は、白川町の職業訓練校に補助金は出しているが、後継者育成事業としての対策は特に持っていない。職業研修は個々の会社に任せており、職人が研修を受けられるかどうかは、会社の余力にかかっている。職人の方に直接話をうかがう機会がなかったので、実態はわからないが、村の伝統職人の需要は本来多く存在するのであり、この方面の就職の需要が生かされていないと考えられる。行政も職人募集の広報などを積極的に行うなど、取り組むべき課題があるのではないかと見受けられる。

そこで私たちは、地元の農村の女性たちが自ら雇用を創出し、発展したという特殊な例として、白川茶屋に注目した。

白川茶屋が地元の特産品の販路や事業拡大の見込みがあり、将来の雇用拡大の可能性があるのでないかと考えたからである。

ここでまず、簡単に白川茶屋の概要を説明しておく。平成 7 年に設立された白川茶屋は、会員 50 人が出資金を 5000 円ずつ出し合い、交代で運営に携わっている農村女性中心の団体である。設立の際の方針として、「農村の女性の力を生かし、手作りの食品を通じて、就労と所得の向上を目指す」としている³。新鮮な手作りの特産品を扱っているため、口コミで販路も広がっているようだ。売上は年間約 3500 万以上を達成し、今後もそれ以上の期待がされる。農業に携わる女性たちが、空いた時間を有効活用し、手作りの特産品を販売して、わずかではあるが副収入を得られるようになったことは画期的であった。これは、地元の女性達の雇用と地域の活性化に寄与したといえる。

ところが白川茶屋の調査で、事業と雇用の拡大をするには大きな壁があり、私たちの想像とは異なることが分かった。白川茶屋で扱っている特産品は、すべて添加物不使用の手作りのため、大量生産できず、販売拡大に限界がある。販売方法は商品の新鮮さを保つため、直接店に来てもらうか、電話注文による宅配を主としている。インターネットの販売は年に 2、3 件あるのみで、殆ど行なわれていない。インターネット販売は信頼性にも問題があるからである。新鮮な手作りの味を落とすわけにはいかないので、大規模な販路拡大をするわけにもいかないという。過去にも、白川茶屋で働きたいという問い合わせがあったが、新しく従業員を雇う計画は今のところない。この結果、白川茶屋の会員はすべて現在の会員で固定化され、これ以上新たな雇用を創出することはできないのである。

白川茶屋の今後の課題として、就労と所得の向上を目指すためには、①手作りの商品の

品質を落とさずに販売量を増やすこと、②収益を上げ労働力を増やすこと、が考えられる。さらに、口コミだけではなく、村内を越えた広報活動も必要ではないだろうか。

1-3. 小括

今回の調査で、東白川村の過疎問題は住宅環境が整っていないことと、村内での雇用が少ないことが原因と考えた。

しかし住宅対策においては、私たちが予想していた以上の支援が行なわれていた。住宅対策室によるエコトピア事業で、村外からの移住者に対する住宅と就職の斡旋に、力を入れていることが明らかとなった。そして、移住先での就職先確保を心配する傾向にあった移住者にとって、雇用の斡旋を行うエコトピア事業の評判が高かった。この点で移住者側の意見を重視した行政対策として評価できる。課題面としては、移住者の収入が大幅に減少すること、エコトピア事業の広報や審査に改善点の残ること、将来高校が閉鎖され、子供の教育環境に影響することも明らかになった。しかし、これらの課題面以上に、これまでに同事業を利用した移住者が東白川村の自然に魅力を感じ、田舎暮らしに共感を得ている点において同事業の本意が問われるべきであろう。

一方、村内の雇用が少ないことが過疎化の一因になっているという仮説は明らかであった。行政による就職対策は既に過去に行ったものにとどまっており、伝統産業の育成対策には改善の余地がある。白川茶屋は行政の支援を受けながら運営しているが、雇用の拡大は期待できない。今後の雇用問題の解決策として、東白川村独自の魅力ある産業・職業の発展に期待したい。

今回の調査では、役所など行政関係の方のインタビューに偏り、しかも多くの方の意見が聞けなかったこと、白川茶屋等で働いている多くの方々の意見が聞けなかったことがあり、住民としての意見を反映させるのには十分ではなかった。

新しい住民にとって、福祉サービスの整った住みよい村であるためには、まだ大きな課題が残されている。その中でも、生活の糧である雇用創出は、今なお村の過疎対策の中でも切実な課題である。

2. 子育て環境

川岡美穂・Nguyen Nhat Hong・吉富佳奈

東白川村では過疎化により人口減少が生じ、児童数の減少が顕著である。例えば、平成15年現在中学校で学ぶ生徒は116名であるが、平成17年には100名を切る見込みである。

本節の主題は、東白川村における子育て環境が整っているか否かを検討することである。これを明らかにするために、以下の4点について調査を行った。第一に、子育てをする際

に受けられる支援の実態についてである。親にとって、子どもを育てる負担が軽減されているかどうか、という視点から検討する。第二に、子どもの教育環境についてである。子どもにとって成長過程で必要な教育環境が整っているかを検討する。第三に、地域と家庭の人間関係についてである。家庭や地域社会の中で、子育てをめぐって世代間にどのような考え方の違いがあるのかを調べた。第四に、村の生活における娯楽についてである。これは、子どもにとっての娯楽、親子で楽しめる娯楽のほかに、親自身にとっての楽しみという視点から考えていきたい。

2-1. 東白川村での子育て支援環境について

子育て環境について調査を行うにあたり、私たちは以下のような調査項目を設定した。

①行政による子育て支援対策の充実 ②地域での子育て環境の充実 ③福祉の充実についてである。以下にそれぞれの項目について調査から明らかになったことを述べる。

2-1-1. 行政による子育て支援対策の充実

過疎地域における子育て支援環境は、過疎対策に有効であるという立場から、行政による子育て支援対策の充実度の調査を行った。

東白川村には、行政による子育て支援対策として、「子育て支援室」が設置されている。保育園庭開放、機関紙発行、親子教室、母親教室、絵本貸し出し、子育てサークル支援などを行っている。親子教室（0歳、1歳、2歳児教室）では、栄養士が幼児の栄養を考え作成した献立をもとに、昼食を作り試食を行っている。子育てサークルは1、2歳児の親（母親）を中心に自主的な学習をすすめる場所を提供している。子育てサークルは親たちの中にリーダーを育てることや、親同士の横のつながりを持つ機会の設定が目的とされており、母親同士で運営や問題解決を行っている。さらに子育て支援室では毎月一回は電話や直接訪問による相談会を設け、母親や家族からの相談を受け付けている。その際に必要があれば支援室職員による家庭訪問も行われている。

保育園については、現在村には2つの保育園があり、延長保育や一時預かりなどのサービスも提供している。村役場の住民課、子育て支援室と協力し、母親教室やレクリエーションなどを積極的に行っている。

子育て支援サービスで住民から好評なものとして保育園での一時保育があげられた。例えば冠婚葬祭、旅行、仕事、参観日などに子どもを預けることができ、子育て支援室によると年々利用者が増えているという。

2-1-2. 地域での子育て環境

村役場住民課によると、地域での子育てに関する取り組みが住民レベルで行われているという。例として子ども会が挙げられるが、その活動は非常に活発だという。子ども会を中心に地域の祭りが行われたり、11名の子育てボランティアによって親子教室や子どもと

のレクリエーションが行われたりする。また、教育委員会を中心に運営される「子ども応援団」が地域のボランティアを組織し、週休2日制で導入された休日にレクリエーションやスポーツ、伝統文化の伝承などを行ったりしている。母親中心の子育てサークル「かくれんぼ」は保育園や小学校を訪問し、人形劇を行っている。この団体に対し、村では場所の提供や広報といった支援を提供している。

2-1-3. 福祉について

子育てを行う上での福祉として、病院と母子保健センターで調査を行った。東白川村の病院は国保病院のみである。ここでは週に2日小児科医による診療が行われている。毎日診療が行えないのは、病院の財政状況と過疎における医師不足が要因だという。インタビュー調査から、住民がこの点について不満を抱いていることが明らかになった。住民は緊急の場合や診療日以外には、村外の病院に通わなければならない。

母子センターでは出産に対する指導や協力、母子保健サービスを提供している。村役場保健福祉課によると、母子センターでは利用者に対する手厚いサービスの提供がなされ、村外からの利用者も多いという。離村者の里帰り出産にも対応し、東白川村では利用者の居住地にこだわらずサービス提供を行っていることがわかる。母子センターでは安全に出産可能な正常分娩のみを受け入れており、多医療機関のおよそ3分の2の費用で出産することが可能だという。産婦が滞在する病室や分娩室を見学したが、いずれも柔らかい色調の調度品が置かれ、明るい雰囲気であった。

東白川村の子育て支援状況は、次のようにいえる。まず幼児期における子育て支援サービスは充実している。特に保育園での一時預かりや、子育て支援室による母や子への指導は十分すぎるほど手厚いサービスであるといえよう。また地域ぐるみで子育てをサポートするという意識も高い。しかし、医療については十分でない。村外への通院や緊急の場合に不安を寄せる声が村民から挙がっていた。東白川村の子育て環境は、①行政による子育て支援および②地域での子育て環境については整っていると言えそうであるが、③福祉の充実は十分でなく、課題を抱えている。

2-2. 子どもの教育環境について

子どもの教育環境について調査を行うにあたり、私たちは次のような調査項目を設定した。①子どもの社会性を育てる同世代との交流 ②学習への取り組みと学力 ③高等教育へのアクセス ④地域社会との関わり ⑤学校以外の教育や習い事をする機会である。以下にそれぞれの項目について調査から明らかになったことを述べていきたい。

2-2-1. 子どもの社会性を育てる同世代との交流

子どもは同世代との交流の中で、社会性を身につけていくという。同級生が少ない環境

は、東白川村の子どもたちにどのように影響しているのだろうか。

東白川中学校の教員とのインタビューにより、次の事柄が明らかになった。子ども達が社会性を身につけるということに関して、現時点では特に問題は生じていない。それは子どもの数が減少しているとはいえ、1クラスで少なくとも20名以上の生徒が学んでいるからである。しかし幼い頃から常に同じ仲間と過ごすことにより、人間関係が固定されていることは危惧されるという。それは新しい人間関係を構築する機会が少ないことを意味する。さらに平成15年度の東白川中学校学校教育計画によれば、この「固定化された人間関係が、生活や学習に対して本来生徒の持っている意欲を阻んでいると考えられる」という見解が示されている。

2-2-2. 学力と学習への取り組み

東白川中学校教員の話によると、校外模試などで学力を測った場合、同校の生徒の学力は全国平均を下回るという。これは生徒の殆どが、学校での学習を主にした生活をしているためと考えられる。村には反復練習によって学力を身につけさせる「公文式」の教室や英会話教室などはあるものの、受験対策を行うような学習塾がない。そのため「受験学力」という観点からは、村の生徒の競争力は低くなる。

他方、村の学校では少人数であることを活かして、一人ひとりにきめ細かい指導が行なわれている。例えば、東白川中学校においては平成13年度から数学の授業をコース別に少人数指導している。同校の学校教育計画によると、「生徒たちは授業に対して非常にまじめに取り組む」という。生徒と教師の距離も近く、しっかりとしたコミュニケーションがとられている。また不登校もないという。

また保育園から中学校までの先生が集う東白川村教育研究会というものがある。これによって教育の各段階が互いに連携を図ることが可能となっている。

2-2-3. 高等教育へのアクセス

東白川村中学校教員の話によれば、現在生徒の卒業後の進路は100%が進学だという。東白川村には高等学校がない。現在村から通える高校は、白川町にある白川高校のみである（その白川高校も統廃合により平成17年には廃校される）。それもバスと電車を乗り継いでの通学となる。したがって東白川村の子どもも多くは高校進学と同時に村の外へ出て行き、下宿や寮生活を送りながら高等教育以上を受けることになる。高等教育機関へのアクセスが限られているという事実は、過疎化をすすめる要因のひとつにもなっている。何故なら、多くの生徒は進学と同時に村から出て行き、そのまま村の外で就職するからである。教育を修了し、村にUターンしてくる若者は各学年2、3名であるという。

十代の半ばで家族と離れて暮らす事に関しては、様々な意見がある。私達がインタビューした親の中には「心配だが、仕方がない。」という声もあれば、「成長の途中で一度村から離れて外の生活を知ること重要だ。」との声もあった。中学生へのインタビューでは、「不安だが、楽しみだ」と前向きな回答が多かった。家族と離れての生活に備え、家庭科

の授業での調理実習や家庭での指導も熱心だという。子どもの生活力を高めていくために積極的な対応がとられているのである。しかしながら高等教育を受けるには親元を離れる以外に選択肢がないというのは、早い時期に自立を強いられるという意味で子どもにとっては厳しいものではないかと思われる。

2-2-4. 地域社会との関わり

東白川村の教育環境は、地域社会からの多大な協力を受けて成り立っている。子どもたちは地域の大人たちから関心をもたれ、育っていく。私達がインタビューした住民のすべてが、近所の子どもたちのことを知っており、積極的に声かけや挨拶をすると回答していた。

学校教育においても、地域との強い連携が見受けられる。東白川中学校においては、授業のカリキュラムの中に地域理解が盛り込まれ、実習や地域の大人を講師に招いた授業が行われている。例えば、村の産業である林業に対する理解を深めるための林業実習や、郷土料理の作り方を学ぶ家庭科の授業がそれにあたる。また村の人の生き方を学ぶ目的で、全校による道徳学習の時間に村人による講演を行っている。学校運営にも地域の大人やPTAとの連携がみられる。例えば、中学校の部活動では、平日は学校の教師が顧問として指導にあたり、週末には「準部活動」として地域の大人が面倒をみているのである。

2-2-5. 学校以外の教育や習い事をする機会

東白川村では、郷土歌舞伎のサークルや集落ごとの神社の祭りで舞姫をつとめる機会など、地域性豊かな伝統芸能に接する機会がある。また子育てサークルが営む書道教室などの習い事もある。子ども会や地域の主催による自然とのふれあいの機会なども多い。子育て支援室のスタッフによれば、子どもが学んだり遊んだりできる機会は頻繁に設けられ、「子どもは忙しい」との声もあがるほどだという。

中学校3年生を対象にしたアンケートによれば、39名のうち、学習塾に通う生徒が11名、習い事に通う生徒が10名、両方に通う生徒が2名、いずれにも通っていない生徒が16名であることが明らかになった。半数近くの生徒が学習塾や習い事に通っていることになる。先に述べたように受験準備のための学習塾は村にはない。村で習うことができないが、習ってみたいものとしてバレエ、ダンス、音楽が挙げられていた。

中学生は週末を部活や友人と過ごすなどし、地域の活動には小学生ほど参加していないようだ。しかし、後述するように村の施設を利用したスポーツや文化活動など世代を超えた課外活動には参加していることが伺える。

子どもの教育環境としての東白川村の状況には、以下のような特徴がある。すなわち、①少人数という人間関係の固定化を生むものの、相互理解やきめ細かい指導を可能にしていること。②高等教育機関へのアクセスが悪い。③受験準備のための学力強化という点では不利であること。④豊かな自然や伝統文化を地域社会の中で学んでいけること。これら

のうち何を重視するかによって、村の教育環境に対する評価は決まる。高学歴を得ることを教育の目標に据えるならば、この村の教育環境は魅力的なものではない。しかしながら、人間として最も基本的な価値観が育まれていく幼い時期を過ごすには、この村の環境は素晴らしいものである。学力だけでない全人格発展につながっていくような地域に根ざした教育が実施されているからである。

2-3. 子育てをめぐる家庭や地域内の人間関係について

私たちが人間関係に注目したのは、私たちの経験や実感から、過疎地域やいわゆる田舎では、伝統的な考えや慣習が残っており、閉鎖的なコミュニティーになってしまうのではないかと考えたからである。そして、それは子育て環境に大きく影響を与えるのでは、という仮説を持った。

地域や家庭で、子育て経験者である年配者からアドバイスや手助けを得られることは、若い親にとって望ましいことであると思われる。しかし、古いしきたりや文化、新しいものに排他的な雰囲気は、のびのびと生活することが難しい環境を作り出すのかもしれない。新しいことがしにくい雰囲気、多様なことを望まない環境の中では、自由に子育てがしにくいのではないかと、若い親はそれを子育て環境としてふさわしくないと考えるのではないかと、この視点に立ち、調査を行った。以下の報告は、主に村の住民の方との面談で聞き取った情報に拠っている。現在子育て中の親4名（20代から40代まで、男女半々、うち3名は村外から移住してきた）と老人会のお年寄り17名（70代から90代）、中学生アンケート（39名）から情報を得た。具体的には、年配の方あるいは若者との意見の対立や戸惑いをおぼえることがあるかどうか、東白川村での子育て環境をどう思うかなどについて尋ねた。

この調査を通して、私たちの仮説の答えは出なかった。だが新しい視点を発見することができた。子育てをする親にとっての子育て環境と子どもにとっての成長環境である。私達が得た結論は次のようなものだ。親にとって、家庭や地域内での人間関係に対する評価は当事者の嗜好によって決まることであり、一概に述べられない。しかし子どもが育つ環境としては、多くの大人と多様な価値観を目の当たりにし成長できる環境は、望ましいのではないだろうか。以下、東白川村での家庭内での環境、地域での子育て環境について述べる。

まず、東白川村での家庭内での環境について考える。東白川村では、多世代同居の家庭が多い。今回調査を行った老人会や中学生のアンケートでほとんどの家庭が、多世代同居であることがわかった。現在、子育て中の比較的若い世代の人々は、皆特にジェネレーションギャップを感じることはないと回答した。他方、お年寄りの回答には、「躰や生活習慣に関して違和感をおぼえることがある」、「好みが違っても口うるさく言わないようにしている」、「孫の教育に関しては口を出さない」という3点が組み合わされたものが大半を占めていた。

若い世代の内3名は核家族形態で暮らしており、お年寄りのうち16名は子どもあるいは孫と同居しているという環境の違いがあるため、両者の回答傾向を単純に比較はできない。しかし当初の予想に反して、お年寄りの側に家族関係を円滑にしていく気遣いがみられた。

次に、東白川村での地域や近所づきあいについて考える。先述のように、東白川村では地域交流が大変活発である。地域の公式行事以外でも、私的な付き合いが多く、それに関して大学卒業後Uターンで村に戻り、村の女性と結婚した20代の男性に尋ねた。「都会では周りの人との付き合いにあまり気を使わなくていいが村ではそうではない。助け合いの精神を実感する。助け合いについて、迷惑とは感じないが、慣れるまでは戸惑うこともあるだろう」と述べていた。私達がインタビューした村外からの移住者は、「村の濃い人間関係が魅力だ、このような環境で子どもを育てるのは良い」と話していた。

では村で生まれ育った住民はどのように考えているのだろうか。今回の調査では、直接、村で生まれ育った住民に話を聞くことができなかった。そこで、住民課子育て支援室で、住民から寄せられる相談について尋ねた。住民課子育て支援室に寄せられる相談のうち、最も多いのは人間関係に関することだそうだ。特に熱心に訪れるのは結婚などで村外から入ってきた人だという。このことには、二つの理由が考えられるという。第一に、大人になって村外から来た人の方が村の中の人間関係に戸惑いやストレスを感じているのではないかということ。第二に、村で育った若者は相談役の人や役場の人を昔からよく知っており、親しいからこそ相談しにくいのではないかということだ。このことから人間関係に悩む人は多いが、それが表出するのは村外から来た人の場合で、村の中で育った人の場合その悩みの有無が表出しにくいことがわかる。皆が知り合いだから、悩みが相談しにくい、プライバシーの垣根が低い、という点が指摘できるだろう。

中学生に行ったアンケートでは、村のしきたりやジェネレーションギャップを原因にして、「将来村の外に出て生活したい。」という回答は皆無であった。

先述の通り、調査を終えて明らかになったのは、村の生活環境を子育て環境として快適と感じるか否かは、田舎の閉鎖性を世代の問題に単純化して原因を求められないということであった。周囲の人に関心を払い助け合いながら生活するという濃密な人間環境に価値を見出し適応するならば、この村はすばらしい資質を備えている。他方、そのような人間関係を快適と感じない人にとっては、この村の生活環境は好ましくないかもしれない。だとすれば、それは子育て環境としても不適切と判断されるだろう。

若い親にとっての子育て環境について私達が得た結論は以上である。調査を進めるにつれ、子どもの側から考えた東白川村の環境については少し異なる考えをもつに至った。子どもが育つ環境としての東白川村の環境について考えた。この村で育っていく子ども達に目を向けると、都会の核家族世帯に暮らす子どもたちよりも、多様な価値観をもつ大人の中で生活しているといえるかもしれない。それは、親以外の多くの大人と日常的に接することが多いからである。幼い子どもにとっては、日常生活が世界の全てであり、その日常の中に多様な大人が関与してくるということは、考えや生き方、文化の多様性を直接感じることができるのではないだろうか。その点では、多くの大人とふれあい多様な価値観を

知ることは子どもの成長過程において重要であると考えます。東白川村は、考え方の多様性を子どもが実感できるという点で、子育て環境としてふさわしいのではないだろうか。

2-4. 娯楽について

子育てに重要な要素として、娯楽があると私たちは考える。娯楽とは子どもと親、それぞれの生活に潤いを与えるものだ。日常のストレスを解消する場にもなりうる。それだけでなく家族や地域の人々とのコミュニケーションを促進する機会でもある。ここでは親子で楽しめる娯楽のほかに、子どもにとっての娯楽、親自身にとっての娯楽という観点から調査を行った。

親子で楽しめる娯楽として、東白川村には地域交流イベントがある。これらは都市の人々と東白川村の人々との交流を図り、村の活性化を促進するため村が主催して行うものである。山村の人々と都市の人々の交流がはかられている。イベントは年間を通じて7回ほどあり、東白川中部あまご釣り大会、つちのこフェスタ、ヒガシシラカワズカップ、ふるさと夏祭り、秋の清流ます釣り大会、東白川秋フェスタ、お松様祭などである。いずれも東白川村の特長や産物、伝統をアピールする内容のものである。これらのイベントでは、子ども会と村役場が協力して活動を行っている。

東白川村には様々なクラブ活動や文化保存会などが存在する。そこでは同世代同士あるいは世代を超えた住民同士で活動が行われている。例えば歌舞伎保存会や桧茶太鼓保存会、獅子保存会などを挙げるができる。

東白川村には、様々な公立施設がある。村の花の名を冠した「はなのき会館」では、文化祭などの各種発表会が行われる。また山の頂上にある「こもれびの里」では木工細工などの体験学習を行うことが可能である。広い総合グラウンドも整備されている。村の外からやってきた人々が宿泊可能な設備が整い、我々もそこに滞在した。その他にも美しい川べりに広々とした公園が築かれている。それらは上記した祭りの会場として利用されている。休日にはそれらの公園を親子で利用する、とのインタビュー回答を得た。中学生へのアンケートでは、休日に施設を利用してスポーツや友人と集うという回答も見られた。

子どもの娯楽としては、既に述べたように「子ども応援団」や子ども会の活動がある。中学生へのアンケートからは、部活や趣味や友人と楽しむ娯楽が明らかになった。

親の娯楽としては、各種のスポーツサークルがある。子育てサークルも親同士の趣味として行われており、楽しみながら子育てする親の交流の場となっている。若者の交流の場として、「ラガードリーム」というサークルがある。主なメンバーは独身者であるが、既婚者も参加している。情報誌の発行や自分達が演奏するコンサートなどのイベントを企画している。情報誌にはエッセイなどが掲載され、自分たちの考えや体験を広く村の人に知ってもらおうという意欲が感じられる。ラガードリームは近隣の市町村との交流も行い、村おこしに一役買っているという。

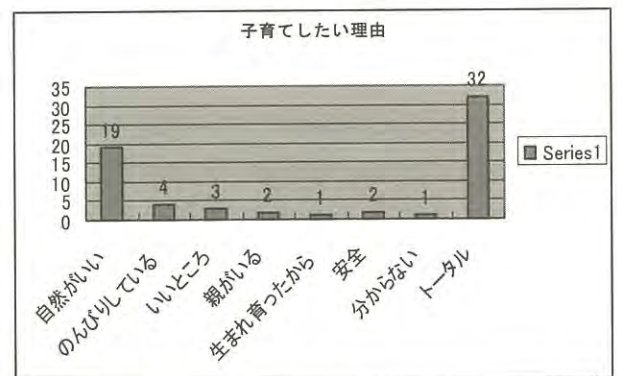
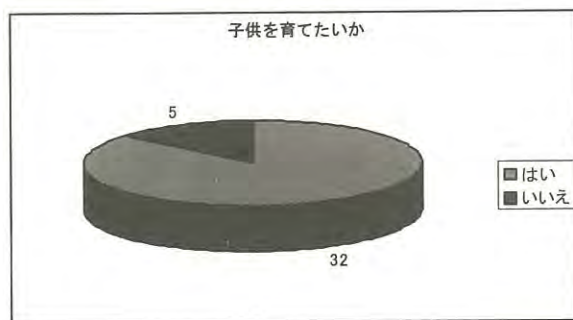
東白川村には映画館などの都市型の娯楽施設は無い。しかし公的な文化・スポーツ施設

があり、住民はそれらを利用していることがわかった。またその利用は、同世代同士に限らず、世代を超えた交流の場となる場合も多い。インタビュー調査からは「豊かな自然こそが娯楽である」との認識を持つ住民の存在が明らかになった。趣味や休日の過ごし方として、登山や散歩を挙げる住民もいた。特に外部から東白川村へ移り住んだ人々にはその傾向が強い。

2-5. 小括

ここでは、東白川村における子育て環境が整っているかどうかの検討を行った。東白川村の教育環境、子育て環境、子育てに関する意識格差、娯楽について調査をしたが、都市型の生活とは異なる、「田舎暮らし」のよさや、行政のサービスがあることがわかった。一方で高等教育、医療、福祉施設へのアクセスの悪さは大きな問題であると言えよう。さらに地域ぐるみで住民レベルの子育て環境を整えようと活動している点で、行政のサービスを住民が異なった側面から補完しているように見受けられる。村の自然や村の濃密な人間関係が活かされる形で、住民同士が支援し合い、協力しながら子育てが行われていることがわかった。

最後に中学へのアンケート結果を紹介して本節を締めくくりたい。中学3年生の殆どは、あと数ヶ月のうちに村を離れる、あるいは離れるかもしれないという心積もりで生活をしている。彼らに対して、「東白川村で子育てをしたいと考えるか」という旨の問いを投げかけたところ、得られた32の回答は以下のようなものであった。82%もの生徒がこの村で子育てしたいと回答し、その理由には、東白川村の豊かな自然、のんびりした雰囲気を挙げたのである。



調査に先立つ問題分析から、私たちは東白川村の子育て環境は整っていないとの仮説を持った。調査の結果いくつもの課題が明らかになり、必ずしも子育て環境が整っているとは言えなかった。それでもなお、東白川村には子育てに魅力的な要素が溢れている。

3. 高齢者福祉政策

王坤・藤本真紀

社会が過疎化する主な原因は、若年層の減少と高齢者層の増加、の二つが挙げられるが、社会の全体図を考えると、社会全体（特に全体人数の大半を占める高齢者）に適宜な生活保障を提供することが大変重要である。東白川村では、人口3,099人中65歳以上の人口が1,035人を占め、高齢化率は33.3%に上っており（平成15年9月）、高齢者福祉の維持と改善は大きな課題となっている。昭和26年に「健康な村宣言」を行って以来進められてきた福祉行政を基に、平成13年には「元気な長寿村」宣言をして老人介護問題へも積極的に取り組んできている。

今回の調査目的は、東白川村の高齢者福祉政策と福祉施設におけるサービス内容、利用者の意見を把握することを通じて、高齢者福祉の現状を分析し、将来の改善の可能性を検討することである。

3-1. 高齢者福祉サービスの現状

東白川村における高齢者人口は、国勢調査によると平成2年で774人（総人口の23.3%）、平成7年で855人（26.8%）、平成12年975人（32.7%）となっており、以後も、表1のように、高齢者人口が増えている。一般的に高齢社会といわれる14%を大きく超えているため、本村においては既に超高齢社会を迎えていることが分かる。今後この傾向が継続するものと予想されている。

表1 高齢者人口及び要介護認定者推移

	平成13年	平成14年	平成15年 (9月末)
総人口	3,124人	3,111人	3,099人
65歳～	1,053人	1,018人	1,035人
要介護認定者		115人	145人

出所：東白川村保健福祉課資料により作成

東白川村では保険福祉課の統括の下で、「高齢者保険福祉計画・介護保険事業計画」が策定され、社会福祉協議会と病院がそれぞれの役割を果たし、充実したサービスを提供している。以下、その成果をまとめる。

3-1-1. 福祉政策実施

東白川村では、介護保険制度の開始を機に、以前の保険福祉計画のうえに、5年間で1期とした3年ごとの「高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画」を作成しており、その都度高齢者の実態とニーズを調査やアンケートによって把握し(表1)、それに基づいて、修正を行っている。

要介護者に対して、村内全体で10名のケアマネージャーが、積極的に適宜な介護プランを計画している。要介護状態とならないための予防活動や生きがい作り、地域の相互扶助機能の再生なども、重要な課題として取り上げている。高齢者福祉サービスは、村の高齢者の状態によって大きく施設入所と在宅の二種類に分けられる。村唯一の入所施設であるせせらぎ荘はすでに満室状態であり、多くの施設入所者は村外の施設に入っている。

人間関係が相対的に濃密であることは、保健福祉課や関連機関の職員達が健康相談や健康確認を日常的に行うことを相対的に容易にしている。このようなコミュニケーションによって、村民たちの健康状態を随時把握することができている。利用者にとっても、身近で便利な環境になっている。

また、事業の持続性を考えて、ヘルパー等養成するための地域グループ支援も行っており、地域ボランティア、ヘルパー養成研修修了者等に対して、月1回、介護予防講習会が実施されている。

3-1-2. サービスの内容

ここで調査の中心となるのは、上に挙げた施設入所サービス以外の介護保険サービスと在宅福祉サービスの利用のしやすさである。(表2・3は東白川村で行った福祉サービス一覧表)。

まず、介護保険サービスについては、要介護認定者の127人の中に、居宅サービス利用者が89人で、88.1%となる(平成12年8月保健福祉課統計による)。訪問看護、訪問リハビリテーションの利用者数は平成14年より減少した一方で、デイサービス、訪問介護、通所介護、短期入所、福祉用具貸し出し及び購入費支給、住宅改修費支給といったサービスの利用者数は増加している。特に短期入所の利用者は平成14年に1,061人になり、計画当時の平成12年の714人を大幅に上回った。このような傾向に応じて、今年7月から病院側に療養型病室が新設され、短期入所がより便利になった。また、居宅介護支援(ケアプラン作成)が安定していることや、住宅改修費支給の利用が増えてきたことから、村における福祉サービスの認知度の高さと、住民による自分の福祉サービスへの高い関心を示していると言えるだろう。

表2 東白川村における介護保険サービスと利用件数

介護保険サービス	平成 12 年	平成 13 年	平成 14 年	平成 15 年 9 月
訪問介護	2,779 件	3,361 件	3,385 件	2,308 件
訪問看護	454 件	597 件	353 件	3 月実績 20 人
訪問リハビリテーション	220 件	253 件	42 件	3 月実績 9 人
通所介護	3,862 件	4,815 件	2,105 件	3,580 件
短期入所	714 件	1,430 件	1,061 件	3 月実績 25 人
福祉用具貸与	85 件	222 件	122 件	3 月実績 28 件
居宅療養管理指導	111 件	140 件	73 件	3 月実績 10 件
福祉用具購入費の支給（月）	22,522 円	24,293 円	25,514 円	
住宅改修費の支給（月）	82,208 円	109,114 円	190,852 円	
居宅介護支援	639 件	924 件	499 件	
痴呆対応型共同生活介護				2 人

出所：保健福祉課資料により作成

一方、在宅福祉サービスについては、主要な事業は民間事業者の社会福祉協議会を通じて運営されている。日常生活用具・介助機器給付貸し出しや有線放送電話など従来のサービスを充実させるほか、17戸の家庭に健康管理システムを導入し、在宅高齢者の健康状況（血圧、脈数など）を随時把握できるようになった。また、この村の一つの特徴として、地域交流が盛んであることがある。介護予防プランとして、地域交流会や老人クラブ、介護予防教室、家族介護教室や家族介護交流などの事業が確実に実施され、高齢者の健康維持に役割を果たしている。中学生に対して行ったアンケートの結果も、それを反映している（39名の中学3年生に対し、村在住の祖父母77名のうち、74名が自立で運動や日常生活ができ、健康であることと述べている）。

さらに、村では住民の要望に応じて在宅福祉サービス内容を充実させるために、新規事業も積極的に検討している。表3で示したように、東白川村における在宅福祉サービスの利用度はあらゆる面で増えている。また、新規事業として現在実施されているのは、平成13年からの配食サービスであり、公設民営の形で、業者に委託し、月一回実施している。

今年4月から9月の間で1,373食を配達した。また、濃飛バスの無料乗車券を配ることを継続しながら、平成14年10月から外出支援サービス（病院通院交通支援として、リフト付きワゴン車「わかあゆ号」を2台運行中である。）が実施された。それは住民にとって大変便利なサービスとなっている。住民の中でも好評となり、今年4月から9月の期間だけでも、利用者人数はすでに3,011人になっている。

表3 東白川村における在宅福祉サービスと利用件数

在宅福祉サービス	平成12年	平成13年
配食サービス		3059食
日常生活用具・介助機器給付貸出事業	91件	88件
有線放送電話助成事業	35件	35件
生きがい活動支援通所事業	529人	506人
地域交流会	809人	1,256人
軽度生活援助事業	580回	590回
生きがい対応デイサービス事業	1,003人	1,005人
介護予防教室（リハビリ教室）	112人	118人
高齢者等通院支援事業	2,540人	2,732人
家族介護教室	16人	30人
家族介護慰労（交流）事業	15人	24人

出所：保健福祉課資料により作成

そのほか、公設民営の拡大を目指して、民間業者の参与も積極的に招致している。例えば、一部の痴呆高齢者は今年から新たにできた民営のグループホームに入所した。それらの活動によって、生活サポーター派遣、生きがい対応デイサービス事業がますます利用されやすくなっている。

福祉改善に不可欠な条件の一つは、医療の整備である。周囲地域唯一の病院として、東白川村国保病院は存在感をアピールしている。「あるだけで安心」、「他の病院は車で40分もかかることから、近くの村にないことより良い」という住民の声がインタビューの中でよく聞かれた。赤字運営の厳しい環境のなか、手厚いサービスを提供するため、医療改革が行われている。病院担当者がいう「広く浅い」医療を確保しながら、医師の定着や夜間休日診療当番制度の完備を維持している。村の高齢者増加の傾向に合わせて、また、赤字改善策の一つとしても、介護保険適用型の療養医療に発展させ、住民の安心感を念頭に、より機動的な医療体制を整備することに力を入れている。

3-1-3. 高齢者に対するインタビュー

その結果から見ると、いずれの方も村で行っている福祉サービスについて高く評価していて、料金や対応に不便を感じていないようである。病院については、「あれば安心」という安心感を示し、特に、夜間・休日の診療体制や通院支援体制について利用しやすいと評価された。将来の介護については、「今のサービスなら」不安が少ないと表明した。新規事業については、「よく利用する」と高い支持が表れた。また高齢者に相応しい環境づくりの一環として、バリアフリーの住宅への改修・改築も挙げられる。アンケートやインタビューの結果から見ると、ほとんどの住宅には高齢者の行動を配慮した設備がある。多くの方々は支援金を利用して改築した場合や、または改築する予定がある。地域の特性が活かされ、高齢者の地域交流会や趣味の集まりに対する高い参加率が見られる（回答者一人あたり2～3のクラブや交流会に参加している）。つまり、村の福祉に対する住民の満足度が高いことを示している。

総じてみると、高齢化の進む東白川村における高齢者福祉サービスは、住民の需要に対応し、住民が利用しやすいように改善しつつある。特に、病院の改革に伴って、より積極的に保険福祉と連携する姿勢を見せ、将来、さらなる高質なサービスを提供することが期待できるだろう。

3-2. 高齢者福祉サービスの課題

高齢化に伴ったサービスの拡大において成果を上げてきた一方で、利用者の動向に合わせてサービス運営上の課題も見られるようになってきた。

3-2-1. 高齢者医療サービスの拡大

まず、近年強化されている高齢者医療対策のさらなる推進が挙げられる。東白川村の国民健康保険収支が黒字であり、村営の国民健康保険病院において平成9年から入院患者の減少に代わる慢性老人疾患患者の増加が見られるように、住民の健康状態が比較的良好であると考えられる。しかしながら、高齢者数の増加に対応して、新設されたりハビリテーション科と平成15年に整備された介護保険適用型の療養型病床の利用率は高く、さらなる拡大が求められている。インタビューからも分かったように、夜間・休日の診療体制並びに通院支援体制が利用しやすく整っていて、担当医師への信用度も高いことから、今後の発展が求められるであろう。

3-2-2. 介護サービスの拡大

一方、介護サービスでは、村営介護施設への短期入所・デイサービス、家庭への訪問介護などの利用者数の増加に合わせて、現在、待機人数を減らすために受け入れ人数の増大や、休日を含めた利用時間の拡大が予定されているところである。加えて、要介護認定者

のうち施設利用者よりも在宅介護サービス利用者の割合が大きいことや、独居老人による利用も多いことを考えると、日中に限られている訪問介護を夜間にも実施したり、現在は週1日だけ実施されている配食サービスを増やしたり、さらには、導入され始めた健康管理システムを今後有効的に利用していくなどの工夫も必要であろう。

3-2-3. 財政運営面の改善

こうしたサービスの充実を図るには、平成14年から村営病院が医療改革として取り組んできたような、会計・給食業務の外部委託や医薬分業、人件費削減による赤字運営の改善が重要である。一方、介護サービスにおける財政運営面の課題には、これまでに公設民営化のもとで行われてきている、訪問介護、配食サービス、福祉用具貸し出しサービスなどに加え、デイサービス、入所介護、生活サポーター派遣などの事業についても公設民営化が適用されることで財政面の改善とサービスの充実が見込まれるだろう。

3-2-4. 人材確保と維持

さらなる課題として、医師や看護師の高齢化の防止や、二交替制勤務の負担の軽減、利用患者の減少防止などが挙げられるが、そのためには、主治医の定着を促したり、医学生や看護学生の研修を受け入れるなど、他村の病院に頼りすぎない自立的な人材確保を進めていくことも重要である。また、介護に携わる人材の確保のためには、現在試みられている介護職員の増加や老若男女問わないボランティアの受け入れをさらに進め、近隣村との連携を通して介護を学ぶ学生の研修受け入れを定期的に行うことでも補えるのではないだろうか。家庭内介護者の高齢化に伴い介護者の負担が重くなっていることから、利用しやすいと評判のあるデイサービスや短期入所介護サービス、配食サービスを利用者の希望に合わせて提供できるように、雇用の増大やボランティアのさらなる動員を進める必要がある。また、健康な高齢者の生活支援として行われている地域交流会や生きがい事業、老人クラブの活動などへのさらなる支援によって、「元気な長寿村」宣言にふさわしい、住民の健康促進と介護予防に役立つと思う。

3-3. 小括

東白川村の高齢化対策から見た医療・介護サービスは、財政的問題を抱えながらも運営改革を積極的に行いながら、ニーズに合わせた施設整備の拡大やサービス内容の充実に努めているところである。その成果は、住民自身が、時間や料金、送迎など施設サービスが利用しやすいと評価していることにも表れている。また、遠隔地に住む高齢者にも対応できるような、在宅での健康管理や住宅改修、介護者派遣などの多様な支援が今後も引き続き行われると思われる。これまで、保健・福祉・医療の連携による住民の健康促進が効果的に行われてきたが、財政的理由から包括的なサービスの実施は困難とされ、重病患者や要介護高齢者への対処などは近隣村や民間との連携に拠るところが大きかった面がある。

村民の健康を支えてきた実績のあるサービスの効果をさらに高めるために、民間や住民との連携によるサービスの拡大と人材確保が行われ、住民の期待に応えることが求められるだろう。

4. 交通アクセスと過疎

辻 卓馬

調査に先立ち行った問題分析の過程において、居住・雇用環境、高齢者福祉、子育て環境のいずれにも関わる問題が挙げられた。それは東白川村内の交通アクセスの問題である。住民にとって生活物資の調達、医療や教育へのアクセスに直結する点で重要と考えた。

ここでは村内の交通整備が十分でないことを主要な問題と考え、その具体的な事象として自家用車以外の交通手段が少ないことと、道路の整備が十分でないことを想定した。ここでは調査結果と交通に関する住民の意見を分析し、東白川村訪問前の想定と比較検討する。

4-1. 東白川村の交通事情

東白川村の交通アクセスの問題では「自家用車以外の交通手段が少ない」と「道路の整備が十分でない」の2つを指摘することができる。

4-1-1. 交通手段について

村内のほぼ全ての世帯が自家用車を保有していることから、村内の移動はやはり自家用車が中心となる。しかし、自家用車を所有しない少数の人々のことを考えた施策が必要となる。地域の住みやすさや住民の満足度を高めることには、そういった人々がどれだけ自由に村内を移動できるかが重要である。

交通手段については、主として「バスの運行が少ない」、「タクシーのサービスが不十分である」という2つが問題として考えられた。村内を通る路線バスは事実、一日5本しか運行されていない上、そのダイヤは村外へ出る通学者に合わせたものになっている。また、バスの運行が少ない背景には利用者が少ないということが考えられる。一方中学生に行ったアンケートでは、バスの運行本数が少ないことや、高い運賃に対して不満があるという意見も聞かれる。需要に対してバス会社の供給が十分でないこと、バス会社の利用期待値よりも住民の利用が少ないため高い運賃を設定せざるを得ないことが、バスの運行本数減少、利用者の減少という悪循環を促していることが推測される。さらに村内にタクシー会社がなく、近隣町村からも乗り入れがないため当然タクシーの利用は極めて少ない。これが数少ないバス、自家用車への依存が高い要因の一つであり、自家用車が村民の足となっ

ているのが現状である。

他に国民保険病院、高齢者介護施設せせらぎ荘が共同で運営する「わかあゆ号」という福祉車両のシャトルサービスは、各地域を外来診療時間に合わせて火曜日から金曜日の午前中一日一往復、第2,4水曜日は午後というように運行されている。これによって病院、介護施設を利用する高齢者の多くは比較的容易に移動することができている。さらに病院側では、バスの利用者には運賃を補助する制度もある。

高齢者が集って活動している老人会は、各地区の近所同士での集まりが多いため、集会場所には徒歩、自転車、原付等を利用している。

また、村内の小中学校では通学バスの制度を導入している。小学校では半径4km外に住む児童が通学バスの利用が認められており、中学校では半径6km外に住む生徒である。それ以外の小学生は徒歩、中学生は自転車の利用が許可されている。

産業環境における交通手段の状況については、村内に存在する工場、企業が製品を出入荷する場合は専属の運輸会社等によって輸送されている。各企業が独自の輸送手段を保有しているので、村内に鉄道が存在しないこと等はたいした問題ではないが、場所によっては道路の幅がトラックに適していないところもあり、道路状態が十分に整備されていないという問題があるといえる。

4-1-2. 道路の整備状況について

自家用車での移動が主である村内の交通環境は、道路の整備状態が重視される。また道路は自動車、それを運転する者だけでなく、歩行者にも大きく関わってくるため、村民全体をカバーする問題として捉えることができる。

道路整備については、「道路の利用が安全でない」というのが問題となることが考えられ、主な原因として挙げられ、その理由として「道路が暗い」、「信号が少ない」、「標識が少ない」、「ガードレールが少ない」が挙げられた。

住民の方によると、国道256号を主とし、そこから派生する村内道路の多くには街灯が設置されていない。そのため夜間の徒歩による移動はほとんどなく、外出するときは自家用車を用いなければならない。また村内には信号が一機存在するだけで、渋滞もなく自動車による移動がスムーズであるが、一方で速度を上げる車も多く、歩行者が横断する場合や、歩道もしくは路肩を歩く場合に危険を感じる人が多いという意見があった。また、標識が少ないという点について、村外からの移住者へのインタビューによると、道を把握する上で難があることがわかった。中学生を対象に行ったアンケートでは31の回答が得られ、そのうち「道路の利用が危険だと感じるころはあるか」という質問に対して「道幅が狭い」という意見が10で3割以上を占めた。次いで「ガードレールがない」、「街灯がない」と言った意見がそれぞれ2割ずつ占めている。また「道路が舗装されていない」という意見も1割弱あった。こうした意見が出る地区は、東白川村東部の黒淵、西部の久須見、中部山間部の神付、中東部の下親田であることもアンケートから知ることができた。

このように、調査結果から主要道路の整備が進む一方で地方道路の整備に遅れがあると

ということが窺い知れる。歩道においてはガードレールの設置が不十分であるため、特に児童や高齢者の歩行にとって危険であり、運転者からの視点でも注意が必要である。

4-2. 村役場の対応、姿勢

交通機関、設備の管理運営は公益事業であり、国道、県道といった道路については村レベルで対応することはできない。さらに東白川村に乗り入れている路線バスも民間企業であるので、採算の取れない路線の運行は当然減少される。よって東白川村が直接対処できる交通に関する問題は非常に限定され、その中で村民のニーズを満たすことは非常に難しい。

しかし、国や県の政策によっていくらか村内の道路は整備され、村民にも喜ばれている事例がある。例えば、商工会前を通る道路は、以前1車線の狭い道路(県道)であったが、国道256線と連結することにより2車線へと拡大し、自動車の交通がスムーズになった。また村の北西、越原の白川にかかる橋は一年程で完成し、村内外共に移動が容易になる。また、国道256線と平行に走る南部の加茂東線は一部完成しており、平成16年以降に完成、開通する予定である。この道路により、村の主要部へ南東部の山間地からのアクセスが容易になり、各種交通サービス(通学バス、わかあゆ号)の効率性も向上することが期待できる。

一方、村が直接行う政策として、村の誘致によって移住してくる人々(主にエコトピア事業を通して)への交通に関する補助は基本的に行われていない。しかし、移住を決定する前には、田舎暮らしを求めるならば都会のような便利さは与えられないということを大前提とし、村側から運転免許の取得が東白川村役場から勧められる。また、村から助成を受けている白川茶屋においても駐車場は観光バスが2台、普通車なら10台は駐車できるよう比較的大きく設置されている。観光スポットとして多くの利用客を予測しているということもなく、品質を落とさないという経営方針からも、大量生産、大量輸送などは考えられていないため、交通アクセスへの対応は特になされていない。

4-3. 小括

これまで村内の交通アクセスについて、訪問前の問題分析で挙げた問題に沿って分析してきたが、それらをまとめると以下の通りである。

- ・交通手段については「村内の交通整備が十分でなく、自家用車以外の交通手段が少ない」と考えていた。調査結果から、バスの運行本数が少ない、タクシー会社が村内の存在していないことから住民の移動は自家用車に限定されるが、病院・介護施設利用者は施設独自のシャトルサービスを利用できることが分かった。

- ・道路整備については「村内の道路整備が十分でなく、安全に利用することができない」と考えていた。調査結果から、道路を利用する際、運転者・歩行者両方が危険だと感じる

要因として、街灯の設置が十分でない、ガードレールの設置が十分でない、カーブミラーの設置が十分でない、道路の舗装が十分でない、標識の設置が十分でないということが分かった。また、道幅が狭いため大型車両の通過時にはかなり注意が必要であることも判明した。中には運転する側、又は歩行者側が注意していれば心配ないという意見もあったが、注意を払っていないければ安全な利用ができないという時点で、道路整備に問題があるといえる。

結論として交通、特に道路に関しての問題は、国や県に主導権があり、東白川村で対応できるものではない。また、問題は以前より改善されているという状況から、特に不満があるという意見は聞かれることがなく、この問題が深刻であるという印象は受けなかった。

先にも述べたが、道路は公益事業であるが、国や県の政策の一環であることが多いため、東白川村が直接対応する機会は少ない。しかし、住民のニーズを知り、より広範囲な行政単位へそれを提言する努力は必要である。

結論

私たち過疎・福祉班は、東白川村の抱える問題点を①住宅・雇用環境、②子育て環境、③高齢者福祉環境、④交通環境に分類して調査を行った。その結果、東白川村では独自の過疎・福祉対策に取り組んでおり、一定の成果を挙げていることが明らかになった反面、各問題点の検証作業において課題面も見出された。以下に、提言とともにそれらの点をまとめてみたい。

①行政による住宅・雇用対策が連携していたものの、就職斡旋先や応募審査、高校等への進学の中で課題となることが明らかになった。そして、村内での雇用に限られる中で、農村女性が主体となって設立した白川茶屋は、過疎対策の一環としての、新たな試みとして評価できる。これらの点を踏まえ、以下のような提言を試みたい。第一に、エコトピア事業による移住者の選別を重視し、事業開始時と同程度の審査を継続することが必要と考えられる。第二に、現状では口コミでの評判が白川茶屋の認知度を高めていると考えられる。このため、今後は白川茶屋の広報を充実させるためにも「道の駅」等に出店をしていく必要があると思われる。第三に、雇用対策の一環として伝統産業職人を育成し、村内雇用を増やすことも考えるべきであろう。

②病院に小児科がないことや、高校がないことは子育て環境にとって不安要素である。しかし、密着した人間関係の中で、村民自らが村全体で工夫して子育てを行えるメリットがある。東白川村が抱える医療や高等教育へのアクセスの悪さといった課題は、村独自の努力によって克服することは困難である。そこで、提言としては現在の村が抱えている魅力（豊かな自然、きめ細かなケア、世代を超えた交流）を維持し、発展させていくこととしたい。

③村内の福祉サービスはまだ十分とは言えず、今後も高齢者医療・介護サービスの拡大をする必要があり、運営財政や人材確保にも問題がある。しかし、村民の介護保険サービスの利用率は高く、在宅福祉サービスの充実や、医療改革の推進がされていることが明らかになり、これらに対する利用者の高い評価が見て取れた。こうした成果をさらに活かす課題と提言は次の通りである。医療サービスでは、介護保険適用型の療養型病床の増設、夜間・休日診療体制と通院支援体制の維持が挙げられる。介護サービスでは、受け入れ人数の増大と利用時間の拡大に加え、訪問介護を夜間にも実施したり、配食サービスを週2～3日に増やすなどの工夫が必要である。財政運営面では、デイサービス、入所介護、生活サポーター派遣事業にも公設民営化が適用されると赤字運営の改善に有効であろう。また、人材を維持するために、ボランティアや研修の受け入れを増大すると良いだろう。

④村内の交通機関が発達していないことや、道路の整備が不十分など、村内のアクセスには問題が多い。しかし、住民ボランティアによる要介護者の送迎システムが開始されるなど、村民同士による助け合いが行なわれていた。私たちの予想よりも、村民が不満を感じていなかったのは意外な点であった。提言として第一に、村内の交通手段については、バス、タクシーの運行状況が改善されることが難しいと考えられるため、現在利用されている「わかあゆ号」のさらに効率的な運行を目指すことが必要である。また、他の地域では、住民ボランティアドライバーによる要介護者の送迎システムが開始し、大きな評価を得ている。こうしたシステムの導入は今後さらに必要となってくる。第二に村内の道路整備状況については、幹線道路が整備された一方、歩行者と自動車の安全性の確保が難しくなり、歩道の整備中心とした道路整備が必要となるであろう。

都市の生活に慣れた私たちにとって、東白川村では生活環境が整っていない点が問題だと思われた。しかしその一方で、以上①②③④の結果から、東白川村役場による過疎対策は、私たちの予想以上の取り組みが行われていたことが分かった。東白川村独自の過疎対策を知ることができた今回の調査は、日本の開発モデルの一例とした調査方法・手段を学ぶ上で、大きな糧となった。また、都市ではみられない行政と住民の深いつながりを見ることができ、私たちの大きな収穫とすることができた。

注釈

1) 東白川産業振興課住宅対策室(2003)『田舎暮らしのススメ: エコトピア東白川マイホーム大作戦』

<http://www.vill.higashishirakawa.gifu.jp/jutaku.html> Last Accessed: 2003/11/13

2) 東白川村は、第三セクターと連携して、村の活性化に取り組んでいる。「第三セクター4社」とは、「(株)東白川」・「(株)ふるさと企画」・「(有)新世紀工房」・「(株)エコトピア」である。昭和61年に設立した「(株)東白川」は、自動車部品製造の企業誘致の受け皿として村の産業発展と就業拡大に大きく貢献した。「(株)ふるさと企画」は、平成3年に設立され、村おこし

会社として、地域資源を活用した商品開発や、公共施設の関し官吏受託など、村の活性化対策の推進を行っている。「㈲新世紀工房」と「㈲エコトピア」は、平成12年度に設立された。「㈲新世紀工房」は、東白川茶の再製・加工・販売を行い、茶や地場農林産物等の販売拡大に努めている。「東白川村 第三次総合計画 一輝く田舎 東白川構想― 平成8年資料より抜粋」

3) 産業振興課での調査で、行政と白川茶屋が非常に密接な関係を築いていることも明らかになった。白川茶屋の建物には村が50%、残りの50%を国が出資した。販売されている特産品の開発は主に、産業振興課と㈲ふるさと企画が行っている。さらに、白川茶屋の備品の調達は行政を通じており、白川茶屋が村のイベントに参加する際も、行政は積極的にアピールを行っている。

第 4 章

Economic Development

1. Introduction
 2. Brief Look at the Situation of Industrial Development in the Village of Higashishirakawa
 3. Findings
 4. Concluding Remarks
- References
Annex

Written by:

(Working Group 4)

Li Jia **

Luo Linmin

Abdygulov Tolkunbek *

Nguyen Hang Thi Thu

Le Anh Minh

Jose D. Elvinia

Advisor

Prof. Sanae Ito

** Group leader * Subleader

1. Introduction

Higashishirakawa-village is located in the mountainous region of Gifu prefecture. It is famous for Shirakawa-green tea and Japanese cypress. It is a rare Shinto village in Japan that has no Buddhist temples, and it is also well known in Japan for the legend of Tsuchinoko.

The village is rich in natural resources and is especially proud of its clean water quality and large forested area (see table1).

Table 1: Area and Land Use, 2002

	Acreage (Hectare)	Percentage
Mountain Forest	7,920	90.9%
Paddy Field	163	1.9%
Tea Field	131	1.5%
General Field	60	0.7%
Others	33	0.4%
Housing Land, Roads, Rivers etc.	404	4.6%
Total	8,711	100%

Source: Higashishirakawa-village Pamphlet: *Shizenikiki Hitonobinobi, Tsuchinokonosato, Gifuken-higashishirakawa-mura*

At present, the village has 902 households with a population of 3,124. Similar to many other rural areas in Japan, the village is now facing the threat of an aging population as well as depopulation. On the one hand, the ratio of the elderly people (over 65 years old) in the village has surpassed 32 percent. On the other hand, the village population faced significant outflow of young people to the big cities before 1985 and then a natural decline. In more detail, the village population had been decreasing after the period of 1950s when it peaked at 5,171. This trend was curbed in 1986 due to the establishment of the Gifu Buhin Co., and also government policies against depopulation going into effect since 1999.

Along with the rapid city-town-village merging process in Japan, the village is also facing a possible merger with Minokamo city, Shirakawa town, Hichisou town, Yaotsu town, Kawabe town, Tomika town and Sakahogi town in the near future.

Confronted with such situations, most village industrial sectors are struggling against many difficulties in spite of the fact that the village has rich natural resources. The two main difficulties are: first, a lack of a younger generation to continue the businesses, especially in agriculture and forestry-related activities in the village; secondly, the inability of the village industries to compete with outsiders, and consequently the slow shrinking of markets for local specialty goods. What are the reasons that result in these two main difficulties? What is the relationship between them? What policies have the village council and the industrial associations taken to help the village industrial sectors fight against the difficulties?

1-1. Research Purpose

This research aims to reveal and present the current situation of industrial development in Higashishirakawa-village. In particular, we put emphasis on the relationship between utilization of local

resources and village industrial development. Through the study, we intend to gain an understanding of the role of the local government in rural industrial development in the case of Japan. Facing the difficulties mentioned above, how have local government and industrial sectors collaborated with each other to revitalize the local economy? Furthermore, we would try to analyze both the merits and demerits of the collaboration between public and private sectors.

1-2. Research Method

The methodology of our research is the empirical study. First, before we went to the village, we collected data from the website and the third master plan (1996) of the village. Based on the information that we obtained from those documents, we prepared the questionnaires on the places we planned to visit. Then during the fieldwork, while we interviewed in the places, we confirmed our doubts and assumptions based on our questionnaires. In addition, we also utilized the PCM (Project Cycle Management) method in the problem analysis step so as to generalize the difficulties facing the industrial sectors in the village.

1-3. Places Visited

During the Domestic Fieldwork, which was conducted from October 29 to 31, 2003, we visited nine places in all, including three village council-related places: the Department for Industrial Development of the Village Hall, Furusato Kikaku Co. and Shinseiki Kobo Ltd., among them, the latter two corporations belong to the third sector, four village Chamber of Commerce and Industry-related places, which are Chamber of Commerce, Wooden Building Association, Lumber Association and Gifu Buhin Co., and two JA-related places, which are Tomato Production Cooperative and a farmer household.

2. Brief look at the Situation of Industrial Development in Higashishirakawa

The majority of the industries in the village are small-scale with less than twenty workers, and many of the businesses are even managed at one or two workers' base. This implies that the village industrial sectors may face difficulties in lowering the production cost due to the inability to enlarge the production scale that consequently competes with external producers.

The gross production in the main industrial sectors in 2002 is presented in Table 2. It is obvious that the production in the agricultural sector accounts for only 7 percent of the total production in the village, although the main specialty goods of the village, green tea, summer/autumn tomatoes, beef cattle, and rice are all from agricultural sector.

The forest accounts for 90.9 percent of the total area in the village, within which, over 70 percent is replanted forest. Hence, the village has a lot of industries related to forest, such as lumber processing, woodwork and wooden-house building etc.

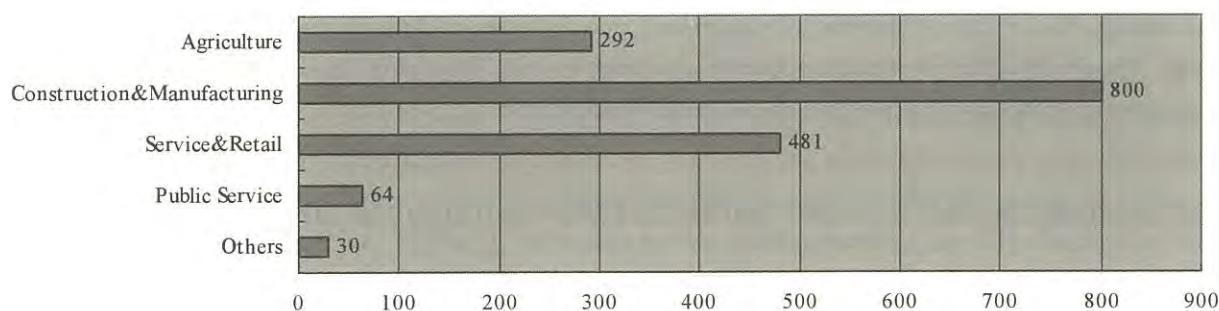
The manufacturing sector contributes as much as 22 percent to the total amount of production in the village; however, about 40 percent of it comes from the Gifu Buhin Co., an invited enterprise which produces cable wires for automobiles. This implies that the production in manufacturing sector is vulnerable to the changes in the businesses of a discrete company.

Table 2: Gross Production in the Main Industrial Sectors, 2002 (by Estimation)

	Amount (million yen)	Percentage
Agriculture (Green tea, beef cattle, rice, tomato etc.)	400	7%
Forestry (Lumber, mushroom etc.)	700	12%
Manufacturing (Lumber, woodwork, electronic components assembly, textiles, auto parts assembly)	1,300	22%
Construction (Civil engineering and wooden-house building)	900	16%
Wholesale and Retail (Foods, clothes and miscellaneous goods)	800	14%
Services (Including public services)	1,700	29%
Total	5,800	100%

Source: Higashishirakawa-village Pamphlet: *Shizenikiki Hitonobinobi, Tsuchinokonosato Gifukenhigashishirakawa-mura.*

The employment distribution between different industrial sectors in 2000 is shown in Figure 1. It is clear that the secondary industry employs the largest number of workers; in particular, the construction and manufacturing sectors solely account for 48 percent of the total working population. In contrast, the agricultural sector accounts for 18 percent while the service and retail sector 29 percent.

Figure 1: Employment Distribution by Industrial Sectors, 2000

Source: Higashishirakawa-village Pamphlet: *Shizenikiki Hitonobinobi, Tsuchinokonosato Gifukenhigashishirakawa-mura.*

3. Findings

From all our interviews and observations, we found that Higashishirakawa village is a very good example of the collaboration between the public and private sectors in the context of rural development. During the fieldwork, we were surprised with the close relationship between these two parties, and also with the coexistence of government-led development strategy and extensive participation from private companies and villagers.

The reason why they coexist and achieve harmony with each other can be found in the Third Village Promotion Master Plan, but no matter what plan the village council intends to initiate, they first of all take the villagers into consideration by creating new job opportunities, protecting the natural environment for cleaner, and a happier life for the villagers. In other words, the village council always starts from the point of the

village's future, which is the next generation's future. Hence, the village council gains the confidence of the villagers, and the villagers, in turn, are willing to participate in government initiated businesses and activities. In practice, In order to reach their goals, the local council has used a variety of instruments starting from direct intervention and ending with the establishment of third sector companies. Since the villagers also understand the attempts of the local government, they actively participate in all initiatives of the local government. In some cases, the government takes the initiative in organizing villagers to engage in desirable activities; in other cases, the government renders the right to villagers, and lets them take responsibility and initiative in concrete economic decision-making. Our findings in specific visit places are as follows:

3-1. Government Support: Department for Industrial Development of the Village Hall

The Department for Industrial Development of the village hall is taking charge of the government supporting activities in promoting village industrial development, composed of four divisions: the Agriculture and Forestry Division, the Commerce and Industry Division, the Third Sector Division, and the Housing Policy Division. The main function of the department is to revitalize the village through industrial development promotion. From this starting point, the department has made many efforts in curbing the trends in depopulation and aging population.

Together with the Marriage Promotion Office and the Child Raising Support Office in the village hall, three main strategies have been adopted by the department to promote a balanced population management: house-building, marriage promotion, and jobs creation. The former two policies have taken effect somehow since implementation. Since the private companies have no incentives to run house-building business in the village, the department takes over the job. They have built three storied western styled apartments for the young couples through a third sector corporation, called Ecotopia, in order to attract them settle down in the village. However, in case of jobs creation policies, although they have made efforts in encouraging village residents to find jobs in adjacent regions such as Gero town, Shirakawa town, providing the employment opportunities within the village such as jobs in Forest Association for young people, and also providing the opportunity for young people to study at carpenter center in Shirakawa town, it seems they are still not very successful up to now due to the prolonged economic recession in Japan, and tight employment environment due to the slowly shrinking construction sector. The department has put so much emphasis on population policy because: first, the village council believes that the declining population would undermine the vitality of the village. Second, tax revenues depend on the size of the village population.

The other primary activity of the department is to take charge of the management in the third sector companies. The third sector refers to the public-private joint ventures. In the village, there are four such joint ventures altogether, Furusato Kikaku Co., Shinseiki Kobo Ltd., Higashishirakawa Co. and Ecotopia Co. These companies are believed to have important roles in revitalization of the village industry and contributing to the second village promotion plan. On the one hand they can mix the advantages of the private and public sectors, since the villagers are stakeholders, every villager is the salesman, advocator of the products, and this means that the villagers should take full responsibility in the management of the companies. On the other hand, since these companies also have characteristics of a public sector enterprise, they do not only seek for economic profits but also work on utilizing local resources to revitalize the village economy.

The Higashishirakawa Co. was set up in 1987. It engages mainly in activities to attract private companies to come to the village and in renting real estate. The Ecotopia Co. was set up in 2000. It deals with house and apartment-building to attract people from the outside to settle down in the village. The business

situation of Furusato Kikaku Co. and Shinseiki Kobo Ltd. will be analyzed in detail later in this report.

Except for the activities mentioned above, the department also cooperates with other organizations to organize festivals and with the construction companies' employees to clean-up the mountains and water.

3-2. Third Sector Companies

The third sector is referred to the public-private joint venture companies. The purpose of the set-up of the third sector companies is to revitalize both the local economy and social conditions through utilizing local resources advantages. In the village, there are four third sector companies; that is, Furusato Kikaku Co., Shinseiki Kobo Ltd., Higashishirakawa Co. and Ecotopia Co. We visited Furusato Kikaku Co. and Shinseiki Kobo Ltd.. Among the four, the establishment of the Furusato Kikaku Co. has been considered to be one of the most direct and important results from the second village promotion plan.

3-2-1. Furusato Kikaku Co.

The Furusato Kikaku is a third sector (Daisan sector) share-holding company. The share-holders are the village council, the village Chamber of Commerce and Industry, the JA, and other individuals and organizations (more than 100 villagers). The company was built-up during the period of the second village promotion plan with the purpose of using local specialties to raise villagers' income and create new employment opportunities, and up to now, both of these two purposes have been achieved to a great extent.

The gross capital of the joint venture is 632,500,000 yen, including 500,000,000 yen from the village council (which represents the largest shareholder), and 132,500,000 yen from other shareholders. The head of the company is the mayor of the village. The company can receive government loans while implementing their activities. They had been receiving subsidies from the government for some years but not now.

The company constitutes four divisions: the company's office, the Production Division (in charge of making products, mainly, juices, jams, ketchup, noodles and pickles), the Marketing Division, and the Communication Division (which engages in providing services, hotel and restaurant to visitors and also is in charge of organizing the ceremonies and other events of the villages).

The joint venture is now recruiting thirty people, including four full-time workers, nineteen part-time workers and seven temporary (seasonal) workers. The total income for the company in the year 2002 was 120,000,000 yen, earned from juices, hotel, and restaurant services.

For the year 2002, as far as production was concerned, their main products were 100,000 bottles of tomato juice, and 50,000 bottles of apple juice and Shiso juices. And all the raw materials for the production of these products are from local supplying sources.

From June to November it is the harvest season of tomatoes, and there are enough jobs for all the workers. However, for the rest time of the year, in order to create jobs for laborers, the company has set up a new processing system that can continue production after the harvest season. In addition, while local materials are not available, the company also provides processing and packaging services for the products from other locals. This is considered as a new way of earning additional income during the free season.

As for restaurant and hotel activities, the main source of visitors comes from different associations who take their members to special training courses and study-tours. For example, one of the regular customers is a women's association, coming to the village to organize outdoor activities such as making pottery bowls, plates, and other decoration products.

The biggest difficulty for the joint venture, in the mean time, is that they have to face a dilemma. As a

company with public-private partnership, they have to make profit, and at the same time, they have to revitalize the village's economy; therefore, instead of getting cheap materials from the outside, they have to buy materials from different village shops at a higher price. Furthermore, a limited budget does not allow them to spend much money on advertisement; therefore, it is quite difficult to enlarge their market share and production activities accordingly.

3-2-2. Shinseiki Kobo Ltd.

Shiseiki Kobo Ltd. is a third Sector business unit engaging in tea and related businesses promotion for the Higashikawa village. It is basically financed by the central government and the village council, and composed of three departments: the Agricultural Environment Supporting Department, the Communication Department, and Tea Processing and Marketing Department. The head of the company is the mayor of the village.

The main product of this company is tea-related products using local tea-leaves from the local farmers, which can help promoting the tea production as well as the marketing of Higashikawa villagers. Recently, following the changes in the market, the company developed a new plastic bottle tea product using water from the deep sea and is now making efforts to promote the marketing of this new tea product. However, because of the limited raw material and production scale, its unit price (about 140 yen) is higher than other large-scale producers, such as from Coca-cola or Ito-en. The company has also made several efforts in contributing to the development of the village, such as lending agricultural equipment to farmers through relevant functioning department. They also have initiated activities in tourism promotion, elderly supporting, and roadside-station promotion.

With tea as one of the village main products, the company enjoys several advantages for development. First of all, since the company collects raw materials mainly from the village tea farmers, the company can procure a stable supply of high quality fresh tea leaves for developing its tea products with indigenous taste. The Village Tea Processing Center helps in this by monitoring through careful and organized farming, harvesting and processing procedures. Second, the establishment of a Roadside Station will undoubtedly provide the company with a new opportunity to promote both the sales of tea products and other local specialty goods to a certain extent, providing it can manage and coordinate its production and marketing affairs in an integrated and efficient way. Hence, it can be expected that through more market-oriented business activities, the products of the company would become more and more competitive.

However, the company is also now facing problems. First, due to the recession in the whole economy in Japan, the company is facing keener competition in marketing its tea-products as its production scale is small in comparison with those big companies. The big companies can lower their prices through mass production. Second, the village is expected to merge with the neighboring areas to form a new city in the near future. After the merger occurs, the subsidies from the government would presumably be greatly reduced, consequently, it will be very difficult for the company to continue running because it has been running in the red budget since its establishment. Finally, the village is located somewhat far from the main transportation artery. When taking the location of the newly built roadside station under consideration, it becomes a challenge to attract more visitors.

3-3. Village Chamber of Commerce and Industry-related places

3-3-1. Village Chamber of Commerce and Industry (CCI)

The CCI was founded with a view of guiding business activities for the development of the village, especially through promoting labor force and promoting consumption. Acting as an independent agency, the CCI is a consultant agency while the budget is partly provided by government subsidy.

According to the officers of CCI, the village now has more than 200 enterprises and most of them are small-scale businesses. The biggest one is now recruiting more than 100 people while many small-scale and individual businesses have only one or two laborers in employment. The main products of the village's industry are tea, tomatoes and fruit juice, lumber, wooden housing products, souvenirs and so forth. The primary market of those products is domestic, especially for the Tokai region. For example, tomato juice is provided to hotel and supermarkets in the surrounding area.

According to the officers of CCI, since Japan's economy has been facing a difficult period during the past ten years, these problems have caused direct and indirect impacts on the business activities of the village; first, since the government has to cope with financial difficulties, the subsidies to the village have been continuously decreasing during the recent years. As a result, many projects have been postponed, especially for infrastructure projects. Second, the economic recession has created a considerable fall in consumption. For instance, the fewer houses constructed results in less housing products consumed, and this has created many difficulties for the village housing production companies.

3-3-2. Village Wooden-Building Association

This association consists of eleven wooden building companies, and its basic function is to support the production and sales of its member companies, so as to improve the economic and welfare situation of the village. It is also dedicated to keeping and spreading the traditional Higashishirakawa housing style (hand-made cypress house), which is a part of the village's indigenous culture.

The traditional wooden house-building process depends mainly on the techniques of the carpenters, and the total number of the carpenters in all these companies is about forty. Usually, the carpenters work independently with their assistants (three to four assistants for one carpenter). Generally, the annual output of the 11 member companies is about 40 to 50 houses. On Average, it takes half a year for a carpenter, along with his assistants and workers, to build up a wooden house.

There is a carpenter training school in the neighboring Shirakawa town. The would-be carpenters have to attend the school and become certified as a precondition to be employed by one of the eleven member companies. A minimum 1400 hours in attendance is the requirement for gaining the certificate.

Recently, due to the economic recession, the member companies are facing some problems such as a limited capacity for commercial activities, high cost and time-consumed in building compared with the modern house style, and a lack of attraction to young apprentices.

First, the capacity of production is weak. Because the entire house and most of its accessories are handmade, its annual production output is low compared with the modern wholesale production style.

Secondly, most member companies are suffering from budget deficits because they have to contribute to the association fees, which is necessary for sales promotion activities. The member companies also need to spend a lot for maintenance on the houses.

Thirdly, there are less young people willing to stay in the village and continue this career.

Fourthly, after merging with neighboring areas, the subsidies provided by the central and local

governments will be reduced. Since the subsidies have played an important role in promoting and sustaining the wooden-building business, if that is the case, the association is not sure about the future of the business.

However, although facing these difficulties has resulted from the unfavorable macroeconomic environment and social situation, the people working in the association are still very optimistic for the future of wooden-building industry and for the traditional wooden Japanese houses. They believe that the era for wood building and traditional crafts would definitely come back in the future. Their spirit to preserve the indigenous culture and Japan's tradition is highly appreciated. This is the strongest impression we gained from the interview.

3-3-3. Village Lumber Association

Farmers who have forest on their lands established a Lumber Association in 1996. There are twenty-one members (farmers and small companies) in the association. Differing from ordinary notion of an association, the functions of the lumber association are not only to help and guide the production behavior of the member companies, but it also engages directly in lumber production. Although each member of the association also has its own business on manufacturing of lumber-related products, the association concentrates and specializes most of the cypress pillar production within the association.

The given association is a semi-governmental organization. Its equity capital has been generated by joint efforts of the member companies and the village council. Using the acquired capital, the association purchased the equipment for lumber processing. Since the production cost (both labor cost and raw materials—cypress lumber) is high, only in 2003 was the association able to gain some profit. However, we were still surprised to find that the association continues the activity without looking at the losses. As the representative of association explained during interview, this is possible due to the subsidies from the village council (the subsidies are on a grant basis and cover 75 percent from all operational expenses). Annually the association receives grants from the village council for operational expenditures, but the given money does not suffice for updating of the equipment; therefore, recently in connection with depreciation of the equipment, expenses on its maintenance have increased. Tables 3, 4 and 5 show the business situation in the past recent years of the association.

Workers of this association are inhabitants of the village; their average age is 50 years old. On average, the annual income of a factory worker is equal to 3,800,000 yen, which basically is not a big income. The representative of the association has explained that the workers of the given factories basically consist of men and their wives. In order to earn additional income, the association renders additional services such as sharpening of saws.

The main problems in the activity of the given association are:

First, the problem of successors, an aging population, and the youth is unwilling to continue to work in the village.

Secondly, the old equipment is requiring changes every few years, and new capital investment is necessary for this purpose.

However, despite the problems facing the lumber association, the idea of establishing the association can still be considered as one of the most successful examples on promoting industrial development in the village through utilization of the local natural resources. In particular, today in the era of globalization, what the village industrial sector faces is not only high cost caused by small production scale but also competition from the outside. Under this situation, the set-up of the association is an active measure in cooperation of the local authorities and private companies to realize mass production so as to lower production cost. We believe as long

as the association continues to go along the way to lower the production cost through enlarging production scale, finally the association would gain competitiveness in the market. In addition, in the last seven years, since its establishment, the association has contributed to generating new job opportunities for local people and has also tried to use an economy of scale in the production of Japanese cypress pillars. Therefore, as far as job creation and specialization on cypress pillar production is concerned, the purposes for establishing the association have been fulfilled successfully.

Table 3: Total Amount of Processed Lumber(Unit: m³)

Year	Japanese Cypress Lumber	Total
1998	5547	5554
1999	5867	5888
2000	6271	6282
2001	6400	6421
2002	6758	6765

Source: Higashishirakawa-village Lumber Association.

Table 4: Amount of Total Shipments in Lumber Association(Unit: m³)

Year	Japanese Cypress Lumber	Total
1998	3691	3831
1999	3889	4039
2000	4093	4367
2001	4026	4127
2002	4091	4255

Source: Higashishirakawa-village Lumber Association.

Table 5: Sales in Lumber Association

(Unit: 1000 yen)

Year	Total Sales of Cypress Pillars	Sales of Other Products	Polishing	Sharpening
1998	315	328	18	346
1999	345	362	18	380
2000	382	402	19	421
2001	330	347	16	363
2002	313	332	16	348

Source: Higashishirakawa-village Lumber Association.

3-3-4. Gifu Buhin Co.

The company is engaged in the production of cable wires for automakers. They supply auto-part product to the major car companies in Japan. The company has a total of five factories, and the Higashishirakawa factory is the main headquarter. It was set-up in 1986 during the bubble economy of Japan.

Recently, Due to the shrinking market for their cable wires products, the company has initiated a plan

to produce eco-friendly products (made from waste materials and from the non-emission of harmful chemicals) as new product lines. Three years ago, the just-in-time system (which originated in Toyota) has been introduced and installed in the production system.

The Higashishirakawa plant has 140 employees, of which roughly 60 percent come from the village and 40 percent from outside the village. Most of the employees are middle-aged female workers with 110 female workers and 30 male workers; 80 percent are full-time workers and 20 percent part-time workers.

Table 6: Age Distribution of Workers in Gifu Buhin Ltd.

Age Range	Number of Workers	Percentage
20-40s	42	30%
40s	42	30%
50s	56	40%

Source: Gifu Buhin Ltd.

In-house training (e.g. introductory training and training for installation of new system/technology) is given to workers, and only in exceptional cases does the company send staff outside for training.

Accordingly, “the nature of the work is suited for women and the company has safe place for them to work” (quoted during the interview). Lately, the company has employed foreign female workers (e.g. Filipinas) due to the declining numbers of the available local labor-force.

As a result of the economic recession in the Japanese economy during the last few years, the company has to lower prices to become competitive in the market. The trend towards overseas investment of many Japanese companies to countries where labor cost of doing business is cheap has driven them to lower prices. For this reason, competition has become stiff.

3-4. JA-related place

3-4-1. Tomato Production Cooperative

One of the main agricultural products of the Higashishirakawa village comes from growing tomatoes (see table 7). The reasons why farmers specialize in producing tomatoes are the geographical location of the village; climate, and the shortage of the land are suitable for tomato growing. The village is located 400 meters above the sea level; temperatures in this region vary from -25 C during the winter up to $+35\text{ C}$ during in the summer.

Thirty years ago the village had only one hectare of land in tomato production, but today the total area of cultivated land in tomato production is four hectares. Annually, farmers produce 215 tons of tomatoes.

The Tomato Production Cooperative was established with the purpose mainly to exchange information between farmers about tomato production, grafting new seedlings, and to represent the interests of the farmers in the market. Today there are sixty-five members in this cooperative, thirty-one of them from the village and thirty-four from the adjacent Shirakawa town.

Table 7: Production of Tomatoes in Higashishirakawa-village

Year	Number of Households	Total Amount (Ton)	Sales (1000 yen)
1991	21	226.5	87,999
1992	21	270.5	77,655
1993	23	225.6	96,053
1994	25	268.0	90,088
1995	24	231.2	81,504
1996	28	325.2	87,332
1997	27	248.1	92,764
1998	30	308.8	88,701
1999	27	287.6	96,436
2000	29	301.9	90,470
2001	28	265.3	78,791
2002	31	215.0	63,709

Source: Higashishirakawa-village Tomato Production Cooperative

The cooperative has facilities for grafting seedlings. Using these facilities, members of the cooperative raise seedlings of tomatoes for further planting in the fields. Every year farmers decide which sort of tomato they will plant in the year, and share information about new types that are more suitable for their climate and soil. Tomato growing is manual—this is an advantage and disadvantage at the same time. It is a disadvantage because today not many young people want to engage in the business connected with manual labor. The advantage is the lack of big companies, which work in the large scale but have no intention to enter this segment of agriculture, so farmers have a stable market niche. The cooperative also has warehouse and standards for tomato sorting and packing. After sorting and packing, tomatoes are sent to the market, the remaining part of the yield which cannot be sold in the market due to small size or bruising are sent to the Furusato Kikaku Co. for tomato juice production.

The Tomato Production Cooperative plays an active role in village economy. It promotes the production information exchange among tomato farmers both inside and outside the villages. Also, it helps farmers to learn and master advanced agricultural technology. Another very important function of the cooperative is that it manages the facilities for tomato selection which belongs to all members of the cooperative. So every member can share equally into using all the facilities and it is much cheaper because the cost is also shared. In this sense, the cooperative is an important actor in the village economy as an assistant and advisor of the tomato farmers. However, like all things in the world this cooperative is also not perfect and faces some problems.

The member farmers of the cooperative are now confronted with three main problems:

1. Aging farmers (refer to Table 8). The cooperative members try to solve this problem by increasing productivity, using new types of tomatoes and learning more from the farmers in the neighboring village (Kashimo).

2. Decreasing of the land fertility. In agriculture there is a term, crop rotation, which means that each year a farmer should change the crops he produces on his land. If the farmers do not follow this rule, year by year the fertility of their field will decrease. Farmers try to solve this problem by using natural and chemical fertilizers.

Table 8: Age Structure of Members of Tomato Production Cooperative

	Age Range	Number of households
1	20s	1
2	40s	2
3	50s	5
4	60s	23

Source: Higashishirakawa-village Tomato Production Cooperative.

3. Problems with successors (see Table 7). Only eleven household members in the cooperative have successors. From the point of view of the representatives of the cooperative, there is now no solution to this problem. The finding of a successor is very difficult, even children of farmers prefer to work and live in the cities. The only solution from the point of view of the farmers is to invite people who might really be interested in farming and might like to live in a village. In this village there is only one successful case, when one young man from the city settled down and is now engaged in tomato farming.

3-4-2. A Farmer Household

The area of the Higashishirakawa-village's farmland is 385 hectares, which is about 4.4 percent of gross area of the village. Since the 1960s, tea has been planted and has become one of the main agricultural products along with other products such as tomatoes, rice, and beef.

In order to gain more of an understanding about the farming situation in Higashishirakawa-village, interviews were conducted. According to the interviews, one farm's family has seven members. There are three members now working for the farm, one working for the tea processing center in the village and two working in the other city. On the farm, there are 18,000 square meters in tea (75.6 percent of total farmland), 1,800 square meters in tomato and 4,000 square meters of rice. In the busy time of the year, such as harvesting, there are about twenty-five to thirty part-time farmhands working for the farm. There are two tea harvests in a year, in May and July. The annual production in tea leaves is not high, about 15 tons, because of the geographical conditions of this area. The mountainous terrain and small farming scale has led to a low productivity on the farm. Tea-leaves, after harvesting, are processed at the processing center and sold at the "free market" or by mail order. The amount of sales in tea is about 40 percent of the farm's total products sales.

Nowadays, farmers have encountered many difficulties in tea farming. Since 1985 the price of tea-leaves has not changed. The increase in the cost of farming has led to less profit from tea farming, so the income from tea is actually low. As a matter of fact, 90 percent of the villagers have other sources of income. The younger generation of village is no more interested in farming. Young people tend to move to the big cities for studying and working. It is difficult for the older farmers to maintain the farming production. Also, because of low productivity and high costs, the tea product is losing its competitiveness. Imported tea products from developing countries with cheaper prices are gaining more and more of the market share. Today, Japanese people also are changing their habits of eating and drinking. Tea produced in plastic bottles is preferred. For the future of the tea farms, the village and government need to give more assistance to the farmers. The local council is considering shifting tea plant to some relatively flat places, introducing new farming methods, and creating the cooperation among farms to realize mass production. The village council has been giving grants to farmers for farming. The tea processing center was also set up to help farmers increase the value of tea product and is working as a market channel.

4. Concluding Remarks

As mentioned above, Higashishirakawa village is a very good example for the collaboration between the public and private sectors in the context of rural development. There are three policy implications what we can see from this village's case.

1. The partnership between the village council and villagers through the set-up of third sector companies is a good strategy to revitalize the local economy with an impact on employment creation, mobilizing local people's savings, making use of local resources with added value, widening the participation of stakeholders and so forth. In addition, this partnership promotes accountability and responsibility not just by the village council but includes the local people. This is anchored in the long-term development agenda of the village in general.

2. The strong leadership of the industrial development department in the village council with the representatives of the respective industrial sectors (such as lumber association, wooden building association, tomato cooperative, etc.) indicates development-orientation, accountability, responsibility and transparency in budget utilization of the village council.

3. The idea of utilizing local resources, even though sometimes it is not very viable and successful in the context of business, is still a good strategy to re-vitalize the local economy and stimulate the vigor of the village. This affirms the statement: "think globally, act locally."

However, despite the fact that we can learn a lot from the village's experiences on public-private cooperation in local industrial development, the local council's direct and strong intervention in the business activities itself is a two edge sword. On the one hand, we witnessed the consistence of government policy and business operations. On the other hand, because of the local council's over-protection toward the industrial sectors, the companies have lost their desire and motivation to take even normal commercial risks, to expand businesses. In other words, the companies have gotten used to relying on the subsidies from the village council.

Specific issues that should be addressed at the Higashishirakawa village are: the high cost of production both for agricultural farming (e.g. tea and tomato) and the processed products; lack of promotional activity and to some extent uniqueness of local product in comparison to other products in the market; limited sales channels and outlets; relatively high prices of final products; small scale of production (hence cannot achieve economies of scale); high dependency to government subsidies; production with the use of outside raw materials (which are already commercially priced). These issues are generalized in the problem tree by the PCM method (see Annex 1). Of course, beyond these issues, there are also problems with the aging workers; lack of successors, so the industrial sectors could not be treated without consideration on social environment, however, we think that, although some companies in the village, such as Gifu Buhin Co., have been active in tackling with the labor shortage and aging problem through recruiting foreign labors, this is not an issue we can discuss and solve at the village level, therefore, in this conclusion, we only deal with the issues of inefficiency and in-competitiveness of the local industrial sectors.

In response to these issues, the following actions are proposed:

1. The government, represented by the village council, should start contemplating changing direct intervention, embodied in direct subsidies transfer in the business operations, gradually to more indirect measures. In other words, the government should introduce an incentive mechanism while it renders subsidies to companies. For example, the local council could consider conditioning the subsidy on performance criteria, that is, make subsidies accessible as a reward for companies with good performance, regardless if they are third sector companies or private companies. The government could also consider changing the direct subsidies to

low-interest lending, consequently, forcing the companies to take some commercial risks to make profit.

All these measures are aimed at making local people (stakeholders) to be more business-oriented and less dependent on the government. It is anticipated that this will enable them to become more entrepreneurial and stimulate both public-private joint ventures and private companies to be more profit-oriented, as a result, to become more active in business activities such as expanding production scale and broadening sales channels.

2. In case of the sectors that have the potential to conduct mass production, the government should help unite the scattered producers together and realize concentrated production so as to reduce the production costs, and finally the product's price. The merit of this strategy has been shown by the lumber association somewhat. In contrast, in case of the sectors that have no potential to conduct mass production, the government should help them develop or improve products with distinct local characteristics or uniqueness, as well as to help promote and advertise the products through various ways, such as through village festivals.

Moreover, these issues and proposals are distinct from each firm/group that were interviewed and examined, they have implicit connections not just within the industrial sector but also in the other industries since in general they aim at increasing the economic activities of the village in order to tackle some of the social problems (i.e. de-population). The only path is to increase and sustain the competitiveness of the industrial sector. Though, it is easier said than done, this challenge will eventually induce appropriate strategies on how to attain a more vibrant economy and socially developed village.

References

Furusato Kikaku Co.: <http://www.furusatokikaku.com/>

Gifu Prefecture: http://www.pref.gifu.jp/index_e.htm

Higashishirakawa-village Pamphlet: *Shizenikiki Hitonobinobi, Tsuchinokonosato Gifukenhigashishirakawa -mura.*

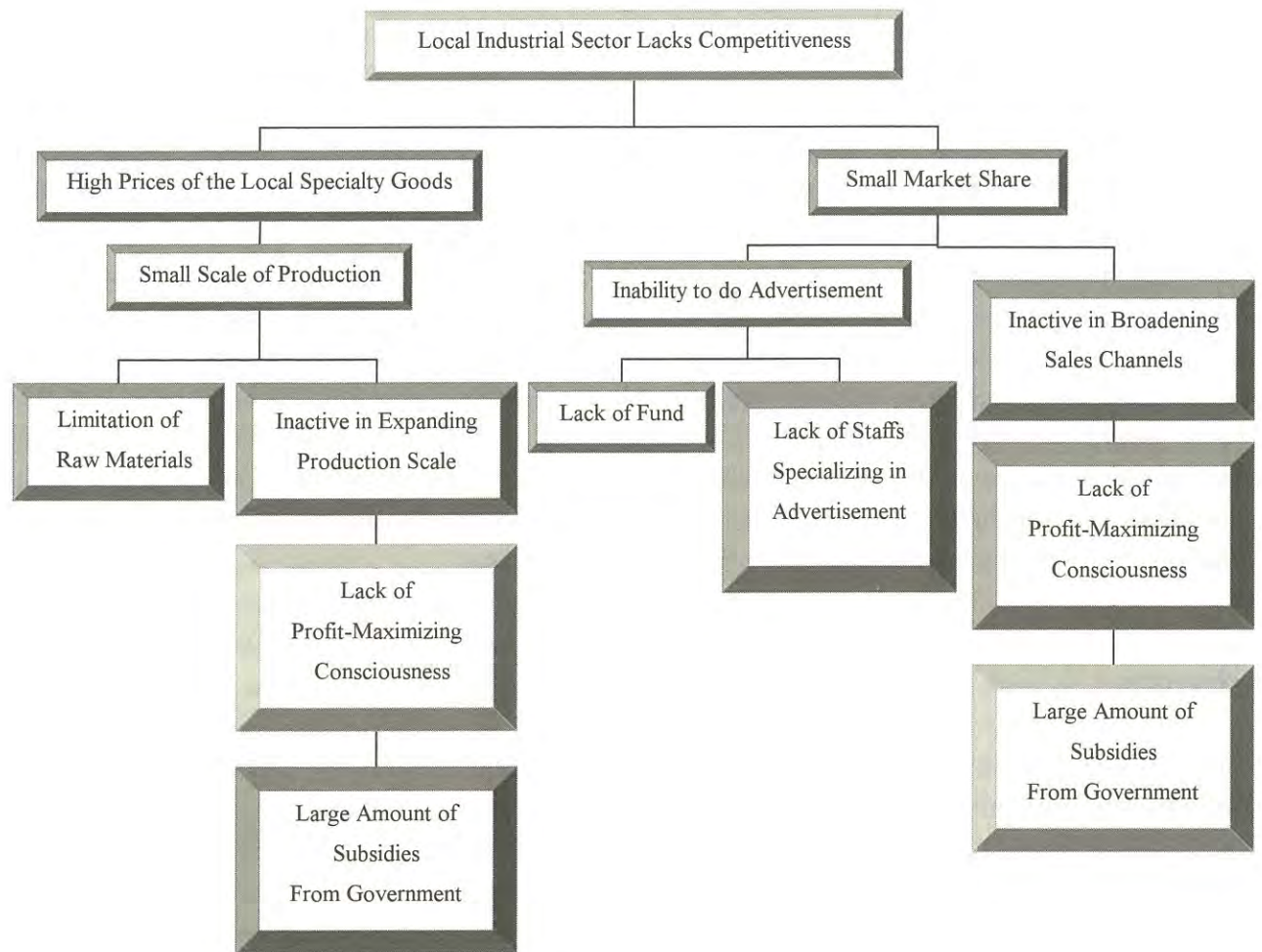
Higashishirakawa-village third Village Promotion Master Plan

Higashishirakawa-village Village Council: <http://www.vill.higashishirakawa.gifu.jp/>

Higashishirakawa-village Chamber of Commerce and Industry: <http://www.sho-ko-kai.com/>

Nagoya Chamber of Commerce and Industry: <http://www.nagoya-cci.or.jp/eng/>

Annex: Problem Tree of Industrial Sectors in Higashishirakawa-village



Source: Compiled by the authors based on PCM problem analysis method.

和文要約

第4章 経済開発

本報告書は2003年10月29日から31日にかけて行われた名古屋大学大学院国際開発研究科国内調査実地研修に参加した経済開発研究グループがまとめた調査報告結果である。我々の研究目的は岐阜県東白川村における産業振興の現状を明らかにすることにある。調査の意図は日本の地域開発における地方自治体が果たしうる役割を理解・評価することである。国内の他の地方村におけるケースにあるように、東白川村の産業セクターは現在問題を抱えている。主な問題としては、地域特産品の競争性が低いが故に、村の主要産業の発展が遅いこと。人口流出および高齢化問題に端を発した若年労働力不足によって安定した経営環境を築くことが出来ないことなどである。以上のような困難に直面し、村役場や商工業はは村の経済を立て直すためにどのような協力をおこなってきたのかを明らかにした。最終的には本報告では公共部門と私営部門の協力のメリットとデメリットについて明らかにし、村内の経済活動の管理執行をつかさどる村役場への助言をおこなった。

本調査を通じて、我々は人口問題に関して、産業振興課は婚姻振興室と子育て支援室とともに、三つの戦略（住宅建設、結婚振興、雇用創出）を掲げて、よりバランスのある人口管理をすすめるようとしていることを明らかにした。その上、会社レベルでは岐阜部品をはじめとしたいくつかの企業が労働力不足と高齢化の問題に対して、外国人労働力を導入するなどして、問題の解決を志向している。これらの施策を行っていること自体はポジティブなサインとして評価したいが、人口問題は村レベルだけでは解決できないことだと判断した。よって、本報告書においては東白川村における商工業が抱える競争性の問題に焦点をあてることとする。

村の商工業の発展速度が遅い問題についてであるが、実は東白川村は日本の地域開発における公共部門と私営部門との間の存在しうる協力関係を示すいい例だと考えている。村経済の再生のために、村役場はさまざまな取り組みを行ってきたことも確認できる。補助金の他の事業への転送、新たな第三セクター事業を設置しないことなどがあげられる。第三セクター事業設立などに見られる村役場と村人らの間のパートナーシップは村経済を活性化させるのに良い戦略であり、雇用の創出、人々の貯蓄の動員、付加価値のついた地域産物、ステークホルダーたちのより大きな参加などの効果を生み出すことを本報告書は確認した。その上、このパートナーシップは説明責任と責任意識を村役場だけではなく、村人たちの間に植え付けることに寄与したと思われる。

村の産業振興に第三セクターの存在がメリットとなりうることもあるが、そうではないケースもある。政府による強い介入、特に第三セクターの企業活動への直接的な補助金は諸刃の刃となりうる。一方では、政府の政策と商業活動の一貫性が観察された。しかし他

方では、依然として続く補助金の存在に現れているように、役場の商工業に対する過保護的な姿勢のせいで、会社はビジネスが拡大する上で普通に直面する商業上のリスクを犯すモチベーションを奪われている。つまり、補助金は暗黙のうちに会社の利益追求意識を害していたのではないかと思われる。この問題、つまり会社が補助金に頼りきっている現状を好転させる方法をあげておきたい。村役場のとりうる施策のひとつとしては、直接的補助金の存在に垣間見られるような直接的関与から次第に間接的関与にシフトしていくことがあげられる。たとえば、村役場は会社への補助金を与えつつも、インセンティブとなるような仕組みの導入を検討することができる。特に、村役場は補助金をパフォーマンス基準に応じて条件化をすることが可能である。つまり、第三セクターの会社であろうがなかろうが、補助金をパフォーマンスのよい会社への報酬として使うのである。そして、村役場もまた直接的な補助金付与ではなく、低金利融資の形にするべきであろう。これらの施策を導入した結果、会社はより利潤追求型になり、生産規模や販路が拡大し、経済活動は活性化すると考えられる。

さらには、高い頻度で小規模経営の商工業の存在を垣間見たことを述べておきたい。このことが意味しているのは、村の商工業部門は生産品目の価格と生産価格を用意に下げられないという事実である。それは生産規模の拡大が出来ないということであり、結果として外部の生産者との競争をするには困難をきたすのではないかと思われる。この問題に対して、我々は大規模生産が潜在的に可能である事業体については、村役場はばらばらになっている生産者たちを一緒にまとめ、集中化した生産を可能にするように助け、そうすることで最終的には生産コストを下げ、製品の値段を下げることを可能にするべきであると考え。この戦略のメリットはすでに森林組合によって示されている。対照的に、大量生産の可能性がないようなところでは、村役場は地域産業が地域に根ざした製品の開発・改善を行うように指導すべきであろう。そして村の製品の販売促進、村祭りなどさまざまな方法にて宣伝活動を行っていく必要があると思われる。

第 5 章

Tourism Development: *Do they need tourism?*

Introduction

1. Village Hall (General Affairs)
2. Furusato kikaku and Komorebi no sato
3. Chanosato yasaimura and Shirakawa chaya
4. Village Chamber of Commerce and Industry
5. Tea Farmer
6. Village Hall (Park Division)
7. Private Ryokan

Conclusion

Endnotes

Written by:

(Working Group 5)

Evelyn Lim **

Rahman A.K.M. Mushfiqur *

Dagva Tungalag

Mohammed Bedri Jebril

Mammoun Samreth

Advisor

Prof. Sanae Ito

** Group leader * Subleader

Introduction

Higashishirakawa-mura is a village in Gifu Prefecture. Our working group felt that this village has so much to offer. So steeped in tradition and culture teemed with beautiful natural surroundings make a fertile ground for tourism industry, especially eco-tourism. What was perceived as a potential development strategy and the reality of the existing barriers to tourism industry has reaffirm to us the need of stakeholders participation in a development project planning.

This village has in place existing system of inquiring into the needs of their village residents. The village hall is very responsive towards the needs of their residents. The villagers are not very keen on having tourism development project in their village. They do not think that tourism is the key to solving their problem of depopulation and the consequences of depopulation. They are trying to maintain if not increase their small and medium industries sector as well as the village retail and service sector. Below are the details of interview in various sectors in the village to gauge the general sentiments of the residents of the Higashishirakawa-mura.

1. Village Hall (General Affairs)

1-1. Village Hall

Village hall is the cardinal impetus for all socio-economic activities in the Higashishirakawa-mura. All the development efforts of the village hall targeted towards the enhancement of the natural glory have made the village as a place for nature lovers. People of this village perceive that human being is one part of the natural ecosystem. If human being wants to live a healthy life, they have to preserve all the feature of the ecosystem. The vision of the villagers is to grow up healthy and to grow old healthy. So the basic development policy of the village is targeted towards the improvement and preservation of nature.

Being situated at the center of the village, Higashishirakawa-mura village hall extends all sort of cooperation for the well being of each villager from one extremity to another. The village hall has 96 public officers (4 Graded posts, 71 general posts, 21 Medical posts). The village hall consists of 12 councilors and is headed by Village Chief. There are 20 community leaders in the village. Two community leaders are selected from each area. These community leaders meet four times a year to discuss the development and other welfare issues.

The major difficulty that the village is currently facing is depopulation. As the village is far from urban economic zone, people tend to leave the village for job and better opportunity. Beside this, young people leave the village for higher education and most of them do not return after completion of their study. As a result population of the village has been reducing day by day and the proportion of elderly people has been growing higher. Which in turn creates administrative and financial difficulty, reduction of tax revenue, decline of subsidies from central government, less consumption and market shrinkage, impairment of economy of the village etc.

Village hall has taken various policies to revitalize Higashishirakawa-mura. The key policies are:

- 1) Balanced Population Managements
- 2) Environmental Measures for Protection of Nature
- 3) Industrial Measures Utilizing Local resources

4) To grow up Healthy and To Grow Old Healthy

Balance Population Managements is one of the important policies for revitalization. Village hall has established three different sections to materialize this policy; 1) Marriage promotion office 2) Child Raising Support Office 3) Housing Measures office.

Village hall has set up Marriage promotion section with the intention to help the parents in finding partners for their progeny. This initiative is very successful. The number of marriage has remarkably increased recent years. This can be visualized from the table below:

Table 1: Trend of Marriage

Year	1996	1997	1998	1999	2000	2001
No of Marriage	6	5	5	9	24	12

Source: General Affair's division of Higashishirakawa-mura village hall

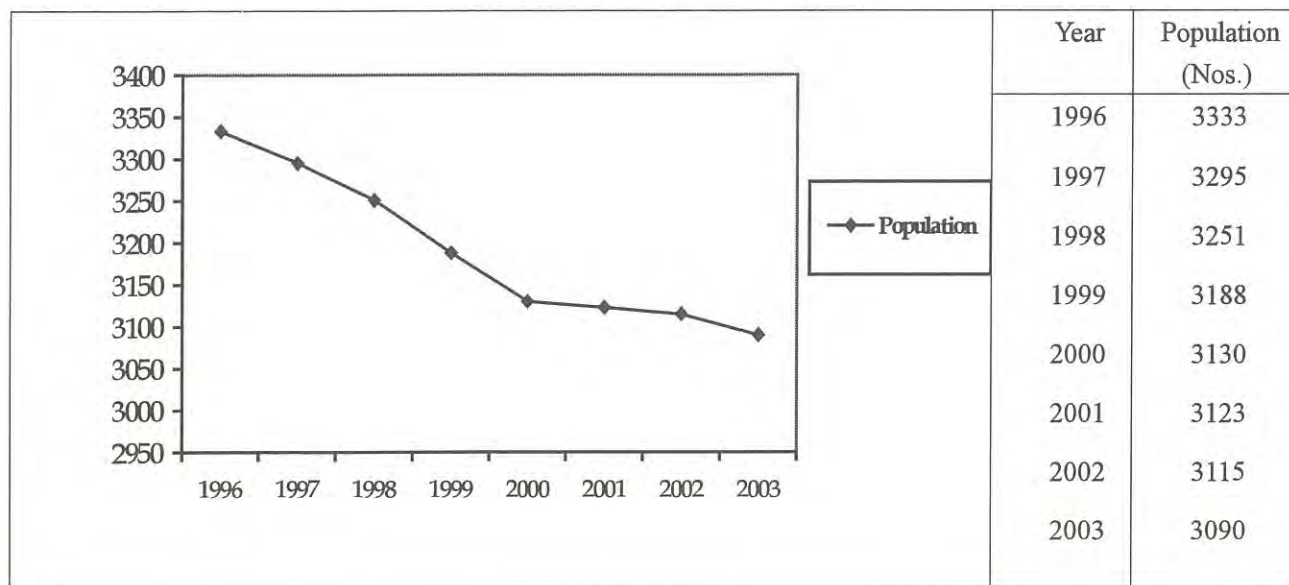
The village hall establish childcare center to support working parents. Now more couples desire to have child. Housing is another indispensable problem for the villagers. So village hall has also taken housing program for the villagers and a few new settlers has already got accommodation in some newly constructed houses.

The present village chief is a very dynamic and popular. He has taken various special initiatives to prevent the out flow of young people. The major initiatives are: Creation of new job opportunity, marriage promotion, provision for carpentry training, development of third sector (Private-public enterprise) projects, provision for decent housing etc.

As the economic activity within the village is very limited, it is very hard to get job within the village. So the village hall always helps new settlers in finding jobs in nearby villages and cities. Forest association also provides few jobs for the young villagers who want to settle in the village. Third sector development (Public-Private venture) is very successful. Furosato kikaku is one of their successful achievements in the third sector venture. One automobile parts company "Gifu-buhin-kabu" has started their operation in the village and village hall recruited original villagers to work at that company. The village is endowed with very valuable forest. Forest association is very active to use and preserve the forest as well as create employment for the young generation. There are 14 lumber processing industries in the village. Forest association tries to manage all these industries in to one and they also provide carpentry training for the young. Village hall always put great effort for the development of small & medium enterprise in the village. Birth of Mimizuku and the opening of Shirakawa chaya, and Chanosato Yasaimura are the conspicuous initiatives to support SME's by the village hall. Wood related industries are the main industry in the village. Village hall provide carpentry training and other advisory support to develop this industry. As a result of all these efforts the rate of depopulation has been reducing in recent years. The present rate of depopulation is 1.5% per year. Five years back it was 3.4%. This can be perceived from the figure 1.

In spite of lot of efforts to revitalize the economy of village and the remarkable accomplishment in overcoming their current depopulation and other problems, they have not yet achieved any self sustained growth. The village hall has been providing lot of financial as well as logistic support to different sectors of the village economy. Although it is very much uncertain what will be the consequence if the subsidies are withdrawn. In the present context the village administration should contemplate future strategy for their development action.

Figure 1: Trend of depopulation:



In recent years, rural tourism has been developing at a great rate in rural communities throughout Japan. Japanese agriculture is at a critical point nowadays, with the liberalization of the world trade in agricultural products. The traditional view of rural areas as the source of agricultural products is still of course predominant, but a new and different understanding of rural areas is emerging. Rural tourism has the potentiality to build social stability. Rural tourism implies the reevaluation of the countryside as a place for health recovery, and as a comfortable place where people can relax and get back a sense of calm and peace of mind. Furthermore, the rural people who operate rural tourism are contributing to the society by fostering those people who visit rural areas.

To develop rural tourism, diversification of farm activities (Farm Inns, Restaurants etc.) is the utmost important matter. This involves building facilities such as farm inns and restaurants, and also developing agricultural products and folk arts, which are specialties of the region. The farm inn is a private farmhouse, or an inn built on a farm, which provides visitors with room and board, and gives them the opportunity to participate in the day-to-day activities involved in running a farm, such as planting, harvesting, and fishing. It is strongly oriented towards urban visitors. They like to experience nature by living in the countryside for a while, and escape the burned-out feeling they get from life in a city. This "reinvigoration" is exactly what people living in cities need these days. Ties between various local industries are also very important. People visiting rural areas require accommodation. Which in turns require various stores to supply food for the guests. An increase in the number of visitors creates a need for souvenirs, and demand for more restaurants on a larger scale. The effect on the economy spreads throughout the area, creating a partnership of local businesses.

Higashishirakawa-mura is bestowed with amusing natural resources. The first resource is the living landscape of the village. Local attractions such as mountain, forest, woodlands, tea garden and beautiful scenery, which changes with the seasons are very attractive and which should be widely publicized. This is very pleasing to city people who are surrounded by concrete every day.

The second resource is the presence of animals, insects, fish and plants. City people generally love to come into contact with animals. They feel the warmth of life when they hold small animals in their arms. Children are fascinated by cows and calves, and love to feed them. The educational effect of coming into

contact with animals is widely felt, and recently it has also been found to have a therapeutic effect on people who are depressed.

Special products of the area, such as Shirakawa-cha, wild mushrooms, other edible wild plants, fresh water fish, special organic agricultural product, tomato juice and pickles are the third resources. Specialized regional cooking is another attraction that visitors look forward to. Food Hygiene Laws restricting the sale of dairy products, for example raw milk and ice cream, should probably be relaxed for farm sales.

Finally, there is also the traditional culture of a village. Historic wooden house, traditional agricultural tools, crafts and buildings, are part of a cultural heritage, which appeals deeply to visitors. Participation by visitors in regional festivals would be a wonderful experience. Another memorable moment would be when they listen to old tales and think of the old days in the village. Higashishirakawa-mura has the tradition to arrange 4 magnificent festivals for the villagers. These are: 1) Tsuchinoko Festival 2) Summer Festival 3) Autumn Festival & 4) New Year celebration. These are a splendid occasions where villagers share their delightful moment with each other even with the outsider who comes to participate in those occasions. The unique folk music performed at the festival also leaves a long lasting impression.

When promoting tourism, it is vital to avoid hasty destruction of the natural environment and the creation of commercially oriented resorts instead of the preservation of the natural environment and historical heritages. This is what is meant by sustainable tourism. One aspect of sustainable tourism is "green" tourism (tourism based on experiencing nature or trying out agriculture, forestry, or fisheries). This can make an important contribution in areas ranging from the promotion of human interaction between urban dwellers and people in rural and fishing communities to the revitalization of mountain villages. Higashishirakawa-mura Village hall is very successful in preserving the nature by improving the resident's consciousness on the environment. Village hall has taken various measures for the improvement and preservation of the environment. The most significant measures are: 1) Village-wide gardening 2) Enactment of Higashishirakawa-mura Nature Preservation Ordinances 3) Prevention of laying wastelands except forest development and farmland 4) Awareness build up and garbage separation guidance and 5) Growing organic vegetable and other agricultural product.

Although Village hall does not consider Higashishirakawa-mura as a very alluring place for tourism and they have not done any special thing to attract tourist, because they think that this village does not have enough tourist attractive spot, but the people who really love nature and who want to have village experience may come here and enjoy the beautiful nature of the village. Tourism plays a central role in community and regional revitalization. Regions are revitalized through the interaction that occurs in the course of presenting their unique features to visitors, and this in turn can be expected to provide residents with an incentive to develop pleasant communities and regions that they can be proud of. The expansion of an aged population with ample time and economic resources is expected to turn tourism into a growth industry in the twenty-first century. Tourism also allows people to get away from everyday life and put themselves into different worlds. From there they can take a fresh look at their own lives and the histories and cultures of their countries. The third sector venture project, Furosato kikaku can be a stimulus for the expansion of tourism activities in the Higashi Shirakawa-mura Village.

2. Furusato kikaku and Komorebi-no-sato

In an effort to find out what can be done to mitigate the problem of depopulation in the Higashishirakawa-mura, developing tourist industry is believed to play crucial role in the village and our group visited Furusato kikaku and Komorebi-no-sato where we stayed for three days in order to recognize the activities and the potential it has for tourist development. On October 30th we discussed with the manager and assistant manager of the company for about three hours. There were several questions prepared by our group, which were intended to identify the barriers they face to attract more tourists and the role they played or can play for tourist development in the village.

The Higashishirakawa-mura has seen significant depopulation problem. This problem is exacerbated by young people leaving the area towards the larger urban centers, hence. The challenge for the village office will be to maintain viable employment opportunity to retain the depopulation. The village hall is trying to solve this problem by conducting different activities; they are also introducing different types of incentives to attract the villagers back. They believed improving the level of employment in the village is crucial which would otherwise see moving away younger generation to urban centers.

The Furusato kikaku company, begun its operation in 1991 opening office inside the village hall. They started their operation by selling the village's popular products such as tomato and tea with the staff of only 2 persons. Currently, it has been expanding its business. It has four sections, namely,

- 1) Productions sections
- 2) Marketing section
- 3) Communication section
- 4) Company's office.

The numbers of employees who are currently working in the Furusato kikaku company are about 30 persons, of which

- 4 full times,
- 19 part time and
- 7 temporary employees.

Its capital is 63,000,000 yen, even though, large portion of the share, which is about 50,000,000 yen, is hold by the city hall, there are about 190 villagers who are shareholders in the company and few organizations. The head of the company is usually the mayor of the village office since large share of the company belongs to village hall. The company is administered by board, which consists of

- 1) Head of administration
- 2) Forestry association.
- 3) Chamber of commerce
- 4) JA

According to explanation by assistant manager, even though, the company as a business enterprise has to make profit, it has also public mission in making significant contribution to the revitalization of the village's economy, by utilizing the specialty of the village to earn income and providing employment opportunity for the villagers as well. Hence the company is performing its activities with close cooperation with higashishirakawa

village hall. The company used to get some subsidies at the first 6 to 7 years of its operation however, at present; they are receiving no subsidy at all.

Regarding its business activities, their main activities are performed in manufacturing sections. They produce

- 1) Tomato juice 150,000 bottles
- 2) Apple juice 150,000 bottles
- 3) Shiso juice 150,000 bottles.

They also produce ketchup. Concerning raw materials they buy raw material from the local people and will sell them after they processed. In addition to this, they bring in some products like vegetables and fruits, which are not in the village and process it into finished product. Its gross income for 2002 is 120,000 yen. The break down is as follows

Marketing income	55,000 yen
Accommodation income	50,000 yen
Main office	20,000 yen

They have struggled to find new markets and maintain income through tourists. Tourist attractions should include natural, human-made features, recreations and special events, which this village is lacking at present. However, There are some sorts of events, which are related to seasonal events. In spring, people go to forest to pick up some thing and eat, and experience rice planting. In summer, children play inside the river and catch fish, pick melon, they also organize rice cutting, chopping. In autumn. There is hiking, traditional hanamochi for celebrating New Year, making coal, most are family participants from another village.

As to assistant manager's explanation, the company provides a kind of training activities and visitors come to Furusato kikaku to learn how to cook, bread making and handcrafts. Many of the visitors of Furusato kikaku are women groups, who are not usually younger. The number of visitors varies according to the season; for instance, in summer, there are more visitors coming to Furusato kikaku than in wintertime. This may be because of the weather in wintertime. When he was asked about the kind of customers visiting the company, he answered; that many of the visitors are women especially house wives. Mostly after visiting the place and learn one of those above mentioned activities, they go back the same day.

Since the village is Shinto village, some couples prefer to make their wedding ceremonies in Higashishirakawa-mura. Then, the Furusato kikaku arrange this type of ceremonies. Annually they perform about ten marriages. There is association of Shinto type marriage, which facilitates the ceremony, which its office is located in Komorebi-no-sato. As we have been told most of those who get married in this type of ceremony are from inside the village, however, there are some from outside the village but originally these people were also from this village.

The company's strategy is to bring in more customers to maximize its profit, in terms of bread making, handcrafting, and cooking, their main target customers are women, however, it does not mean that they totally neglect other type of customers. They are trying to maximize the selling of their products. Concerning the visitors, they establish a good relationship with a women association in Nagoya, with some tour agents. They also distribute Pham plate, and through those who once visited the Furusato kikaku by maintaining relationship through e-mail. However, when people visit here, they don't stay even a night in Komorebi-no-sato, the number of persons that stay the night in average is only one person a night

Even if the Furusato kikaku is able to earn profit, they still have a problem with a market. They could

not sell their product as much as they could sell. This is because of budget constraints. The company does not have enough money to make advertisement; hence, the promotion activity is weaker. The other problem is, as vice manager stated, “since there is a rumor that Higashishirakawa-mura would be merged with another nearby village, we are working to maintain rather than expanding our business activities.”

Tourist attractions are like magnets that draw visitors to the destinations. According to vice manager of Furusato kikaku, to promote tourism industry in the village would be very difficult since there are no attractive places in the village except the nature. On the other hand, they have other problem not to expand their business and they only want to maintain since there is rumor of merging with other village, it also seems that the villagers are resistant to many tourists to come because of the resulting pollution. However, tourism sector should be given more focus since it is essentially important to development. Its growth is providing some hope for the alleviation of the situation faced by village. In this regard, the city hall has to work to increase the awareness of the importance of tourism among the population of the village and have to encourage about the benefit it will bring.

The development of tourism should not be left only for city hall in the village it is important that different organization continue to cooperate and communicate and enhance their understanding of tourism, even though the Furusato kikaku, provides some activities, Visitors also need to buy recognized goods of that particular areas. In this regard Chanosato Yasaimura shop contributes a significant role for tourist attraction.

3. Chanosato yasaimura and Shirakawa chaya

3-1. Chanosato yasaimura

The village development policy is targeted towards the preservation of nature under the vision of the villagers is to grow up healthy and to grow old healthy. Village hall has taken various measures for the preservation of the environment like growing organic vegetable and other agricultural product. Chanosato yasaimura is one of the shops, which is growing and selling organic vegetables.

Chanosato yasaimura – shop is owned by “Tentomushi garden kumiai” or “Ladybird garden association”. This association was established in 1999 with the purpose of creation of a workplace for the elderly people in the village. They requested some support from the Village hall to facilitate when they were starting business.

The main activity of this association is growing vegetables and selling their organic products. Their goal is to grow safe and high quality vegetables and to provide local people. The association has 50 members who are above 60 years old. Membership policy is a kind of welfare system that encourages not only elders living and working actively but also keeping money for hospital.

Chanosato yasaimura also has been providing their vegetables to school lunch program since November 2001. This kind of program is quite popular in Japan. It is a part of rural development projects producing and consuming locally like “One village-One product” project. Furthermore, the association sometimes organizes learning program which invites schoolchildren in the field which grow vegetables. Children can see how they grow potatoes and pick and buy some. They think this program has educational effects, which are giving experience of agricultural activities to the young generation.

However, they do not grow and sell a large amount of vegetables but they think it is good enough to sell vegetables with small quantity and high quality. Farmers determine a price of products, so it is set by a little

bit higher than other vegetable shops, which is related to the quality of vegetables. They get their customers via local networking and word of mouth. Sometimes there are articles about the shop published in the local newspapers. Customers come from the village and outside to the shop, about 100 people visit a day. Some customers come from Nagoya and Aichi prefecture.

Even though they do not get much income during the winter season because of low harvesting and gardening vegetable. Usually members involve working in forestry in which cultivation, cleaning and other activities during the winter because 91 percent of the entire land area in Higashishirakawa-mura is covered by forest. Farmers have their own land including forest area in the village. In terms of developing sustained "green" tourism in the village, farmers can use forest area and natural resources and provide new experiences and leisure activities such as planting, climbing, camping and picking vegetables and tea leaf, to visitors and nature lovers. Clean water, clean air and beautiful mountain can be tourist spots in the village. Villagers' hospitality is also important factor to come tourists.

3-2. Shirakawa Tea House

One of the tourists and customer's attraction of the village is definitely Shirakawa-cha. It can be one part of the village development history and related to the women's activities in the village and Shirakawa-chaya. Shirakawa Tea house is one of the important places of tourist attraction in the village.

Owner of Shirakawa Tea House or head of Mimuzuku Women's Association Mrs. Yasue got the idea to establish association when she was attending in training course because she thought the contributions of women within communities are important. Then some women of the Higashishirakawa-mura met and discussed what they do in the future, in what sort of activities women can engage, and how do they improve their living situation. Thus they established Mimuzuku Women's Association in 1995. Now Mimuzuku Women's Association has 50 members who are above 60 years old.

There are 3 sections, which are administration, marketing and processing. 37 people are employed in the marketing and processing sections and divided into 7 groups. Their responsibilities are finding materials, processing, making traditional dishes like sashimi, and sushi, picking leaves used in the dishes and distribution of the products.

Shirakawa Tea house is one of the main activities, which is involved by the Association. Village hall built this house for them. Last year total sales income of Shirakawa Tea house reached 36.3 million yen and they are expecting this year's will reach 40.0 million yen. However they do not make much profit because of the country economic situation. They do not have a large amount of capital. The only way to increase their capital is to expand the association's membership. The membership fee is 5000 yen.

Village hall's role is important in the activities of the association. Members also actively participate in events and training, which is organized by Village hall. Village hall's official said Shirakawa Tea house is making own contribution to village development and also increasing communication between villagers and outsiders. During the events held in the village they sell very small and cheap products but annual sales income reached 40 million yen.

Table 2: Total sales income of Shirakawa Tea House

Year	Sales income	Of which: (%)			
		Vegetables and hand making products	Processing	Production	Shirakawa tea house
1999	33,332,027	29.0	58.0	13.0	-
2000	33,001,406	19.0	66.0	15.0	-
2001	32,563,660	22.0	62.0	15.0	5.0
2002	36,301,939	19.0	59.0	12.0	10.0

Meanwhile, Shirakawa Tea house is located in the west part of the village whereas Rural-roadside station is located in the east. Location of this house is very important to create network of communication and develop tourism industry in the village. Furthermore, they have been involving many activities for increasing their market such ways like developing local network of family, friends and other people; home distribution system using post; and promoting brochure during the village events and festivals in the village.

They sell the products and advertise their activities and the administration section of the association organizes camping places to the outsiders during the festivals. Many people come from outside in the village during the big events like “Tsuchiniko” festival (in spring time) and “Autumn” festival (in November) which are organized by Tourist Association, Village hall, and Chamber of Commerce.

Active participation of local people and organizations can create new attraction and activities for developing tourism industry in Higashishirakawa-mura. Chamber of Commerce and Industry also plays an important role in the dissemination of information concerning government policies and programs and the promotion of local village project.

4. Village Chamber of Commerce and Industry

The first Chamber of Commerce and Industry in Japan¹ was established in March, 1878 in Tokyo. Chambers were later set up in other cities, and in 1892 fifteen chambers gathered together to form the Federation of Chambers of Commerce and Industry. This organization was changed to the Japan Chamber of Commerce and Industry (JCCI) in 1922.

Today, nearly all of Japan's major cities have a chamber of commerce. The 527 Chambers of Commerce form a large-scale nationwide organization boasting 1.6 million members as of May 2002. Chambers in Japan are designated as corporations with special status. They are created and operated under a special government law called the Chambers of Commerce and Industry Law. Japanese Chambers of Commerce and Industry have the following characteristics:

- They are regional, with one chamber for each city.
- They are composed of large and small companies in every industry.
- They are public, non-profit, and non-political.
- They are international, having the same structure as chambers in other countries.

The Higashishirakawa Chamber of Commerce and Industry is one of the organization to which all local members belong. As an opinion leader in economic circles, Higashishirakawa Chamber of Commerce and industry represents the local members by presenting their suggestions to the government and other bodies, and helping implement them. Higashishirakawa Chamber of Commerce and industry also plays an important role in the dissemination of information concerning government policies and programs and the promotion of local village projects².

Generally the duty of Higashishirakawa Chamber of Commerce and Industry is to enhance the labor force and make the villager to have more job opportunities. For adapting this task force the Higashishirakawa chamber of commerce and industry is encouraging the SMEs by given more subsidies to those SMEs. Another related policy of the Higashishirakawa chamber of commerce and industry is training villager in the field of carpentry. There are 7 lectures in the institution to train and give assistant to the villagers.

Concerning the condition of village industry, wood promotion is one of the most important policies for chamber of commerce (wood production and construction). Other than that GIFU Buhin, Tomato processing and tea planting is also a target for income generating. In addition, tomato juice and ketchup are well known all over Japan like Tokyo metropolitan.

Recently because of Japanese Economic problem, most of young villagers face difficult to find job. These hardships cause them to leave their hometown. The decline of the population is the core problem of the village. Unfortunately there are no specific policies from the chamber of commerce and industry; however, they do help the villagers like training³ and Ecotopia.

Related to tourism industry and it development, tourist Association is under the control of village council but financially supported by Chamber of commerce, for example, fishing competition and festivals. There are no specific spot for tourist development in the village (only nature like river, forest, fishing competition and festival). However the tourist association has conducted some policies like plant the maple tree “Hananoki”. This flower is the heritage of the village that could attract tourist from out side. Other than road roadside station, sightseeing spot and parks are strong concern from the local government. Since there is no barrier on tourist development movement, the chamber of commerce and industry, first thinks about infrastructure like parks, transportation, michino eki and sightseeing spot.

Concerning infrastructure like road construction and transportation, it is very important. In the past, there was nothing with transportation. The villagers need to walk one hour to go to national road and it is much difficult for mountain areas [Chamber of Commerce and Industry Officer]. But now the condition is far better because transportation is better connected all over Japan. It is one of the advantages for outsider to come and stay in the village. Even though there still remain many problems. For example, lack of capability building and lack of finance resources. In order to fulfill the village council and other related institution more subsidies are needed from the central government.

To develop rural tourism, diversification of farm activities like tea plantation (Farm Inns, Restaurants, Private Ryokan, etc.) is the utmost important matter. This also involves building facilities such as farm inns, Hotel, Ryokan, Park, teahouse and restaurants, and also developing agricultural products and folk arts, which are specialties of the region. Tea farming is one of the main economic activities in the village and this area is also a potential attraction to tourism.

5. Tea Farmer

Although the origin of tea in Japan is not clear, it is said that in the Nara/Heian era monks brought the custom of drinking tea from China, who also brought seeds of tea trees. As for the origin of tea trees, it is also said that there were native tea trees in Japan⁴. Among tea product in Japan Shirakawa-Cha is one of the famous and well known in the region.

In general, Japanese tea farmers plan the same type of tea however quality and quantity is different from place to place, tea processing, and method of cultivation. Normally the average age of tea farmer in the village is around 30 to 79 year old.

Mr. Murakumo Kohei is one of tea farmer in Higashishirakawa-mura. By interviewing about the situation and problem of tea production and tourism industry development, Mr. Murakumo stated that he had started tea planting since he was 30 year old. He also stated that the village tea is the best because of soil and weather condition. Currently, there are 300 households who plant tea in the village. They are picking up tealeaf one or twice per year and the rest spend for mountain climbing and forestry.

Normally tea farmer earn around 1,5-2 millions yen in 4 hectare by selling and transporting his product directly to the factory. Even though tea farmers don't have much problem on their product, they still need more income for their daily life. Mr. Murakumo said that he doesn't have much problem in selling his tea product, because he sells it directly to the factory. However there are some problems that still exist, for example, tea products are growth on ancient method base on organic planting. So insect is the main problem (they sell their product in cheap price). Another problem is very small market share/access because of other tea branches that compete with tea product in Higashishirakawa.

Base on these problems the chamber of commerce and industry has no specific assistance for Shirakawa cha and there is no strong support from local government⁵. However, tea farmer are associated for their interest.

Concerning the question, "what tea farmer can contribute to the file of tourism?"

In recent years, rural tourism has been developing at a great rate in rural communities throughout Japan. The tea farmer, who provides visitors the opportunity to participate in the day-to-day activities involved in running a farm, such as planting, harvesting, and processing tea. It is strongly oriented towards urban visitors.

More and more, city people are coming to appreciate life in rural areas. They like to experience nature by living in the countryside for a while, and escape the burned-out feeling they get from life in a city. This "reinvigoration" is exactly what people living in cities need these days. At the same time, "revitalization" is a critical need for rural areas in Japan. Nearly all of them suffer from problems such as depopulation, aging of the farm population, and stagnant income growth. Rural tourism is a powerful means of solving these problems⁶.

As mention above, when promoting tourism, it is vital to avoid hasty destruction of the natural environment and the creation of commercially oriented resorts instead of the preservation of the natural environment. This is what is meant by sustainable tourism and development, which is the need of Higashishirakawa-mura.

Although tea farmer, chamber of commerce and industry does not consider Higashishirakawa-mura as a very alluring place for tourism and they have not done any special thing to attract tourist, because they think that this village does not have enough tourist attractive spots or attractive events, but instead the people who really love nature and who want to have village experience may come to Higashishirakawa-mura and enjoy the

beautiful nature of the village.

6. Village Hall (Park Division)

Parks in this village has no direct economic effect except one, which has an auto-camp area, which is run by the Shirakawa chaya. The parks in this village are mainly built for the villagers' use. The local government subsidizes all park developments. The park division of the village hall is responsible for the identification and planning of the parks around the village. They advise that they found it difficult to make the whole village into a park as most of the land are private land. It is also difficult to spread the location of the parks evenly throughout the village.

There are 10 members on the Higashishirakawa Village Park Planning Committee, they consists of people from all walks of life in the village, including intellectuals, who are interested in this project. The committee conducted surveys on what type of parks do the villagers want in the village. The survey resulted in the identification of ten parks sites for development into parks with modern facilities. Out of which, currently six are fully operational.

The facilities available at the park depend on the natural surroundings of the sites. Each park site is different. The park sites are designed according to the natural physical structure of the area. Professionals not by the village people do the designing of the parks. The designing of the parks are based on the advice and instructions of the village council. The village council constructs the parks after they approve the designs.

The selection of the park sites is based on the natural attractions of the area. The villagers are against any artificial enhancement or any artificial structures to be built in and around the village. The dissent was so strong that the villagers turned down even a proposal for a golf park. They want to keep the beautiful nature and its natural surroundings and only ten areas were identified around the village.

Some parks are found on the Shirakawa river estuaries and others on the branches of the Shirakawa river. This is to promote clean water project and to maintain the park in good condition. Some parks have playground for children. One such park is the Nakagawarakasen Park. Most parks have staircase to the riverside, toilets, benches and *atsuma* houses. Some parks have barbeque areas that can accommodate 20 persons at a time. The incidental income from the parks come from the sales of charcoal for barbeque, the charge for the use of cooking stove pays for some of the expenses to maintain the park concerned.

The names of the parks are also dependent on the unique features of the area. One example, the Tsuchinoko Park is where the *tsuchinoko* (a mythical animal) was said to be seen in the surrounding area. Another example is the Gotsuke no Taki Park, which is said, that once there was a famous highway robber by the name of Gotsuke lived there and stashed his loot in the area. The Gotsuke no Taki Park has hiking trail for the adventurous visitors. The events held in the parks are mainly organized and supervised by the park management committee (*kanri inkai*). There are the sakura viewing (*hanami*) festival organized by the Hananoki Park management committee.

The villagers do not believe in exaggeration of the beauty of the village to attract tourism. They would like to maintain the calm natural surrounding, protect the natural environment for their enjoyment and for their future generation. They would rather the visitors to the village discover the place themselves and enjoy the place with appreciation of nature and the beautiful surroundings. The villagers themselves maintain the parks.

'One striking feature nowadays at the parks is that you are able to see out of town visitors interacting

with the villagers', says Mr. Higuchi of Village Hall Park Division. This is the significant changes in the village that the village hall noted after the parks were built. The parks present settings where villagers are able to interact with outsiders – people passing through their village or people who come here to enjoys the festivals held at the village or visitors who come here to enjoy the natural beauty of the village.

With the setting up of the park, the villagers are also motivated to keep the village clean at all times. The cleanliness of the parks are been kept by park management committee members who are mainly the residents residing closest to the park concerned. Since the park was built, there was only one case of graffiti. The culprit was caught and the concerned park management committee dealt appropriate punishment out accordingly.

The Higashishirakawa Village Tourism Association with membership from the hotels, inns and restaurants sector, construction sector as well as land and forestry sector amongst others, organizes activities such as Tsuchinoko fiesta and fishing festival in summer utilizing the parks. This association also organizes cleaning up activities to keep the parks and rivers clean. Other activities organized by the association are to organize activities to protect the forest and the mountains in the village.

The only promotion on the parks can be found on the public and private webpages of the villagers. They promote the parks through the publication of pamphlets and distribution by other village organs. There is an independent promotion on the parks in the village as the parks are mainly for the use of the villagers.

Some parks have feedback notebook (kansokaku noto) for visitors to the park to pen their thoughts and offer feedback to the village council or park management committee. So far, there are messages from outsiders and locals. There is no exact numbers being kept on how many outsiders utilize the parks as the parks are mainly for the use of the villagers.

There is potential for tourism but they are not going to actively exploit it as they feel that the effects of the exploitation would be difficult to control. The main attraction that they promote at the moment is the Tsuchinoko Festival, which is held at the Nakagawarakasen Park, which is the largest park in the area.

They have beautiful picnic spots to offer. There is also the firefly park still pending development. There are fireflies in the area and the number count of the fireflies (genji hotaru) is at its peak during June. The firefly population depends on the cleanliness of the water. To access this area at the moment is said to be dangerous as the roads are not developed to a safe standard yet. The development of this park depends on the funding from the local government. The private sector, Chambers of Commerce and Industry of the village is the main organizer for activities and festivals that utilizes the parks in the village. They contributed indirectly to the maintenance of the parks.

One other private sector in the village such as the ryokans or Japanese inns have significantly benefited from the building of the parks in the village. The parks have contributed as places of gathering for fishing competition and major festivals in the village. Despite the business opportunities offered such activities are not continuous but sporadic, the private ryokans try to exploit the opportunity to maintain their businesses in the current gloomy economic climate.

7. Private Ryokan

The Yoshimura-ya Ryokan has been in the Kurimoto family for more than 100 years. This ryokan was renovated 8 years ago and offer accommodation services and entertainment services in the village. They can accommodate up to 50 persons per night stay in 13 rooms and for entertainment up to 70 persons per occasion. As this is a private establishment, there is no support from the village hall in terms of subsidies and advice.

The ryokan is mainly managed by Mr. Kurimoto Tadayuki and his wife Sumiko. There are 6 full time staff at this ryokan including Mr. Kurimoto and his wife. They believe that the main attraction of their ryokan is the attentiveness of the staff and the beautiful setting of their ryokan.

This ryokan is mainly used by businessmen for overnight stays and locals use the ryokan for entertaining guests. During summer, they sometimes get fishing enthusiasts staying at their ryokan. 90% of their revenue from accommodations is generated from businessmen who frequent the area. The bulk of which comes from regular customers who frequent their establishment. The relatives of villagers do not stay in the ryokan when they come to visit. There are some foreign visitors but the numbers are insignificant.

The income from the accommodation services has declined due to the development of transport infrastructures such as highways. The economic slump exacerbated the situation. Public investment funds decreased causing less public officers stay in ryokan. Businessmen, especially those in their 30's and 40's find it cheaper to conduct day-trip business activities without scheduling stays in the ryokan.

Every year, winter season brings the least income for the accommodation services. In winter there are no fishing festivals. During the New Year season, there are even less customers for accommodation services. This is because in Japan, New Year celebration is a family affair. It is a time where families from all over get together in homes of relatives. They seldom entertain outside their homes during this season.

Their other income mainly comes from entertainment activities held at their establishment. Entertainment covers all occasions from birth, marriage to wake as well as year-end parties. These services are mainly used by the local villagers including the village hall and other village organizations. They cater mostly to year end party (bonenkai) of the companies and organizations in the village. This is their main income for the December every year.

The Kurimoto's feel that the economic slump is the major cause of the reduction in their revenue. They get their customers via local networking and word of mouth. Most of their business are from regular customers. They have intensified their advertising campaign through building of websites and via fishing competition festivals held by the Chambers of Commerce and Village Hall annually. They do feel that their current competitor is mainly from the Furusato Kikaku's Komorebi no Sato. For this reason, they are now aggressively trying to improve their services in their ryokan with the input from their son's hospitality experience gained while working with a large hotel in Osaka and studying in Australia.

Summer is the time when they aggressively advertise their services to the visitors that come to the area. The fishing enthusiasts come to the area for the fishing festival and the visitors who come to the area for the Tsuchinoko Fiesta organized by the Chamber of Commerce and Industry of the village. Besides the Chamber of Commerce and Industry, there is the Ryokan Kumiai or the innkeepers association but the activities of this association is not much and is not strong enough to influence the economic activity of the innkeepers in the area. The membership of this association is the four inns in the Shirakawa-cho and one from the surrounding area.

Conclusion

Higashishirakawa village is one of the typical Japanese villages. Like wise most of other villages, this village is confronting the problem of depopulation. Lack of job opportunity and lack of incentives in agriculture drive the villagers towards the city. City centered industrialization; opportunities and amusement also attract the village people to move to city for better life. So present major concern for the Japanese villages is how to stop this outflow of people. Higashishirakawa village hall has taken lot of measures against depopulation. They have succeeded in some measures but total self-dependency has not developed yet. Village hall has been fostering lot of activities for the socio- economic development of the villagers. But the matter of sustainability has not ensured. It is really difficult to say what if the subsidies from the government decline a lot or withdrawn.

The village is endowed with natural beauty. High Mountain, forest, clean river water, green tea garden, fresh environment glorify the coexistence of human and nature of this village. The special feature “Tsuchinoko village” let the villagers to dream and romance. Peoples of this village hope to live a long healthy life. This is also a rare Shinto village with out temple. So this village is a real place for nature lovers. But the village is not very successful to attract tourist. More over villagers do not consider Higashishirakawa village as a very alluring place for tourism. It does not have a lot of tourist spot. Villagers also do not want to build any man made infrastructure for tourist attraction. They want to preserve the natural environment. Village hall has not taken any special thing to attract tourist so far. They think that people who really love nature and who want to have village experience may come here and enjoy the beautiful nature of the village. The tourism association in the village hall is not active to attract tourist. Rather this association works for the preservation of nature and management of village festival, where villagers share their delightful moment with each other. Unlike the tourist association of other area, this association do not have member from different tourist interest group such as hotel, motel and entertainment related business group.

Although tourism may create job opportunity for the villagers, but the opportunity cost and the vision of the villagers do not justify the development of this sector. The commitment of the villagers to preserve the nature will be an astounding gift for the next generation.

Endnotes

- 1) <http://www.jcci.or.jp/home-e.html> Last visited 18 November, 2003
- 2) Industrial Promotion is conducted by Chamber of Commerce (their concern is about human resources)
- 3) This organization provide fund to support the product and industry development. They also give advices, lecture, give lesson on computer literacy and also help to advertise town's product through the webpage and newsletter.
- 4) <http://www.daisan.co.jp/chael.htm> and <http://www.inpursuitoftea.com/history.htm> Last visited 18 November, 2003
- 5) Shirakawa cha is SME, it does business in traditional way with local connection. The chamber of commerce is helping them with things like training (computer literacy, policy development). Chamber of commerce and industry and promotion division support directly to the tea association, ex: factory and study tour
- 6) Mr. Murakumo himself as an individual could participate in tourism industry development by creating an event for attracting tourist from out side the village. Such event is pick up tea left for experience by making tea leaf to tea and produce it to soft cream, etc.

和文要約

和文要約

和文要約

第5章 観光開発

—東白川村は観光業を必要としているか?—

はじめに

東白川村は豊かな自然資源を有している一方で、住人は観光開発が村にとって不可欠なものとは考えていない。以下で、村の各セクターにおけるインタビューを通して、住人の一般的な考えを読み取りたい。

1. 東白川村役場（総務課）

村が直面している主な問題は過疎化である。村役場は村の活性化のため、均衡ある人口運営、自然環境保護政策、健康に生き健康に老いる等の種々政策を採ってきており、現村長のイニシアチブは、雇用創出、結婚推進、木工訓練設備、第3セクターの開発、質の高い住宅供給等に向けられている。これらの努力の結果、人口減少率は低下してきたが、持続可能な成長は達成されていない。

近年、日本では農村部への観光が増えている。都市部住民を呼び込みながら、地域産業全体と結びついた観光業を進めていくことで、村全体への経済効果が期待でき、観光業は地方の活性化のために中心的な役割を果たしうる。

2. ふるさと企画・こもれびの里

観光業の一役を担うふるさと企画は1991年に村役場内にオフィスを設け始まった。利潤追求の一方で、第3セクターとして村全体の開発にも関心を払う必要があり、多様な活動を行う。また来たる町村合併のために事業の拡大には消極的であり、村住人も観光客による自然汚染を恐れているが、観光業は開発にとって大変重要なセクターであり、村役場は住民に観光業の重要性を伝え、観光業による利益を追求していくべきであろう。

3. 茶の里野菜村・白川茶屋

3. 1. 茶の里野菜村

村の開発政策の一つ「健康に生き健康に老いる」に基づいた活動の一つに、茶の里野菜村にお

ける老人組合による有機野菜の生産・販売が挙げられる。老人組合は村役場の援助を受けこの店を設置し、利潤追求よりも安全で高品質の野菜を地域住民に提供していくことを目指している。

3. 2. 白川茶屋

白川茶屋は村の観光名所の一つであり、村の開発史や女性運動を語る施設ともいえる。1995年に発足した村の女性団体が役場の支援を受けて運営を始めた。不況のため売上げは十分ではないが、村役場は、白川茶屋が村の開発に大きな貢献をしていると認識し、イベントの開催や訓練コースを通して団体を支援する。

4. 東白川村商工会

商工会は、住民の就労支援のため人材育成等の種々の活動を行っている一方で、過疎化対策はとくに採っていない。商工会は、役場内に設けられた観光組合に資金援助をし、観光組合は道の駅や公園の設置に取り組んでいる。観光開発は村の財源が少ないなど数々の問題に直面している。村役場や関連組織は、中央政府からより多額の補助金を得ることが必要である。

5. お茶農家

白川茶は日本でも有数の産品である。茶農家が抱える主な問題は、収入が十分でないこと、有機栽培のため害虫がでること、市場規模が小さいこと等である。これらに対して、商工会や村役場からの支援はない。観光との関連については、最近茶農家は、訪問者に茶栽培の仕事を体験学習する機会を提供している。

6. 東白川村役場（産業振興課：公園化構想担当）

公園の建設は村へ直接的な経済効果をもたらさしはしないが、住民生活の向上のために建設された。公園企画委員会により、10の公園の建設が企画され現在までに6つが建設された。公園のデザインや場所は自然環境に配慮して決定されており、公園の維持は住民自身が行う。公園の設置による大きな変化は、公園内における住民と村外者との交流の場面が見られるようになったことである。

7. 民間旅館

吉村屋旅館は老舗の旅館であり、スタッフの顧客に対する記憶力と設備の清潔さが売り物である。近年、交通網の発達や経済不況のために収益は減少している。旅館の競合相手はこもれびの

里であり、旅館はサービスの改善に意欲的に取り組んでいる。夏には村に多くの訪問客が訪れ、旅館の宣伝を行ういい時期である。

結論

村役場は数々の過疎化対策を行ってきたが、自立的な財政運営は達成されていず、中央政府からの補助金が途絶えた場合には大きな困難に直面するだろう。

村は多くの自然や歴史的資源を有しているが、観光客の誘致に成功していない。住民は村が十分な観光資源を有しているとは考えていず、また開発よりも自然保全を意識している。同様に村役場も観光組合も観光客誘致にあまり積極的でない。観光業は雇用機会をもたらしうるが、オポチュニティ・コスト（機会費用）と住民の以上のような認識を鑑みると、観光開発は妥当なものではない。むしろ住民の自然保全への取り組みが、次世代への素晴らしい贈り物となるだろう。

■ 国内実地研修ホームページ URL

<http://www.gsid.nagoya-u.ac.jp/project/fieldwork/Dfw/index-j.htm>



■ 国際開発研究科 国内実地研修報告書シリーズ

『平成6年度国内実地研修報告書－地域に根ざした開発事例の研究－』

『平成7年度国内実地研修報告書－愛知県幡豆群一色町をフィールドとして－』

『平成8年度国内実地研修報告書－愛知県幡豆群一色町における開発事例の多角的検討－』

『1997-98年度国内実地研修報告書－愛知県東加茂郡足助町における多角的検討－』

『1999年度国内実地研修報告書－愛知県渥美郡渥美町における多角的検討－』

『2001年度国内実地研修報告書－愛知県南設楽郡鳳来町における多角的検討－』

『2002年度国内実地研修報告書－岐阜県郡上郡八幡町における多角的検討－ Domestic

Fieldwork Report 2002: An Interdisciplinary Approach to Development Issues in Hachiman-Cho, Gujo-Gun, Gifu Prefecture』

2003年度国内実地研修報告書－岐阜県加茂郡東白川村における村づくり計画の多角的調査－
Domestic Fieldwork Report 2003: An Interdisciplinary Research on Rural Development
Planning in Higashishirakawa-Mura, Kamo-Gun, Gifu Prefecture

2004年3月発行

編集者 名古屋大学大学院国際開発研究科

編集委員 2003年度国内実地研修委員会
西村美彦、伊東早苗、大名力、三輪千明

発行所 〒464-8601 名古屋市千種区不老町
名古屋大学大学院国際開発研究科
ホームページ URL : <http://www.gsid.nagoya-u.ac.jp>
電話: 052-789-4952 FAX: 052-789-4951

印刷 (株) クイックス

