



北海道における地域での起業

北海道の人口は、1998年の570万人をピークに全国よりも約10年早く人口減少局面に入り、その後も全国を上回るペースで人口減少が続いています。特に、地方の町村では、若年者の進学や就職に伴う都市部への転出などにより、様々な産業で人手不足が深刻化し、地域経済の縮小等の影響が懸念されています。

こうした中、北海道の自治体では、新規就農などの相談窓口を設けるとともに、研修プログラムや農場取得のための融資等により、新たな担い手を支援しているところもあります。さらに、国からは地方への人の流れを創出する、「地域おこし協力隊」が創設され、都市部の若者等が過疎地域等へ1~3年間移住し、集落活性化や観光振興などの地域おこし事業に従事しています。北海道でも約150の自治体で800人以上の隊員が活動しており、期間が終わっても、約7割以上の方が地方で起業したり、地方企業に就職し、地域の担い手として活躍しています。

他地域の出身者や協力隊など外部からの移住者が、地域の課題に対応した新事業を立ち上げることは、地域全体の活性化や安心して暮らし続ける地域社会の実現に役立つものです。

北海道開発協会では、地方に関心を持つ幅広い方々への参考となるよう、これまでに地域で 起業して活躍されている方々の体験や、市町村等の新規就農を手助けする制度、近年注目され ている、若者を中心とした田園回帰の傾向について取りまとめました。

本誌に登場する方々は、いずれも自らの事業への熱い思いを語っており、そこには、これから地方で起業を目指す女性や若者へのエールが込められています。本誌がきっかけとなり、一人でも多くの方が、地方での起業、就業に踏み出してくれることを願っています。

北海道における地域での起業

目次

【士幌町】町民に必要とされる道の駅を目指して
【新 篠津村】新しい市場を開拓し、就業の場を作る 8 (有)大塚ファーム 取締役副社長 大塚 早苗
【津別町】前向きに、元気で、ご機嫌に
【弟子屈町】都会から報じるより、直接関わって応援したい ···· 20 合同会社BASECAMP TESHIKAGA 代表 弟子屈町地域おこし協力隊 川上 椋輔
【JA浜中町】就農への夢をとことん応援!
【下川町】下川町における起業支援の取り組みについて 33 下川町政策推進課 主幹 樋口 知志
田園回帰と若者移住・起業の可能性

地域を活かす、北海道の創生人。

士幌町

町民に必要とされる道の駅を目指して

株式会社at LOCAL 代表取締役 堀田悠希さん

現在、道の駅ピア21しほろの運営会社を経営 している堀田さん。

十年前に農家に嫁ぎ、自分にできることを 模索しながら農業の可能性を

広げてきました。

十勝の農村風景に似合う牛舎風の外観。 中に入ると温かみのある



居心地の良い館内には カフェスペースやレストランも。 「地元の皆さんからいだだく課題を 解決していった結果が今の道の駅ですね。 皆さんに返していける商品作りを していきたいです」。

二的地域的価値と 無力を、この地域に 住む人が楽しむ。 きっとんはをに 共成する。

農家の嫁、母、経営者と さまざまな顔を持つ堀田さんにとって、 家族の協力が欠かせなかったそう。 「今では"悠希にしかできない仕事" と言ってくれています」。

中まも見た目もこだわりぬいて

地元の方が「イモと牛しかない」と言う士幌町の 特産品にあえてこだわり、地元産のジャガイモと



多彩な商品であふれる店内。 地元産の魅力を伝える 展示方法の工夫やパッケージデザイン への思いも感じられます。



町外からインターンシップでやってきた大学生と共に 町民と関わりながら商店街を取材。

各店舗を紹介する ショップカードと冊子に まとめて紹介しています。 「これから若者たちにボールを パスしていくために自分たちが やってきたことを伝えたい」。



はじめに

「地方創生」「まちづくり」「過疎化」今後、地 方が抱える課題は国や地方自治体に任せるので はなく、私たち住民が「自分ごと」として担っ ていく必要があると感じています。

私は、十勝士幌町にある「道の駅ピア21 しほろ」の運営会社を経営しています。会社を 起こしたのは6年前、当時28歳でした。道の駅 を運営するビジネスモデルではありますが、今 後の士幌町のまちづくりを担っていける会社で もありたいと起業当時より思い描き、オープン から5年間経った今もひた走り続けています。

起業する前は夫とともに農業に従事していた、言わば「農家の嫁」。そんな私が、現在会社を経営し、まちづくりの一端を担っている取り組みを紹介します。



写真-1 道の駅ピア21 しほろ

農家に嫁ぐとキャリアがゼロに!? 生涯続けられる農業を模索して

10年前、士幌町の農家に嫁ぎました。 農業の現場について全く知識がない。右も左も わからない分、余計に農業について大きな希望 を感じた1年目。しかし、最初は体力的にも、 住む環境が変わったことも、辛い。そして、私 に求められるのは、義母が今まで守り続けてき た仕事と同じ仕事。前職で培ってきたキャリア (事務経理、接客販売、営業)とは無縁の農業 の世界。この仕事は一生続けられないかも・・・とも思いました。それでも、限られた環境の中、いかに自分の強みを活かし、生きがいにしていくかを本気で考えました。

そして私は、"どんな土地で、どんな人が、 どんな想いで農業をしているのか"を伝えるこ とに興味を持ち、野菜類の個別販売事業をスタ ートさせました。札幌・首都圏へ何度も足を運 び、バイヤーや飲食店と商談。栽培から収穫、 事務経理、営業活動までを一人で行いました。 今思うと大変な日々でしたが、自分で始めた農 業の仕事が楽しくて、楽しくて仕方がなかった のです。10年経った現在の売上は農場全体の1 割を占め、私が現場から離れた今も農場スタッ フを中心に継続しています。

個別販売事業の確立により、ようやく「農家のお嫁さん」から、新しい形の「農家」になれた気がしたのです。女性の農業者のキャリアを農業経営へと高めていくのはまだまだハードルが高いかもしれません。義両親や夫との関係の構築と互いの思いへの理解、介護や子育てのタイミング、女性農業者の30代のライフステージは目まぐるしいのです。そんな中でも10年後、20年後、自分はどうありたいのか、を見失わずに日々の農業に向き合う必要があると思います。

2. 女性農業者が地域の道の駅の運営会社 を設立

この地域に住んで知った士幌町の魅力。それは、地域の住民がこの地域の面白味を創り続けていることだと感じています。「地区慰安」というイベントでは、年に一回地域住民が会館に集い、しほろ牛を囲み、青年部が様々な料理を振舞い、余興にゲーム、士幌高校の加工品の販売などで、会場は大盛り上がりとなります。

まちの一大イベント、「7,000人の祭」は町民 の実行委員が主体となり、どうやったら老若男



女が集い、楽しんでもらえるかを考え尽くした お祭り。多くの町民が集まり、それに共感する 町外のお客さんも多い。

私はここに「士幌らしさ」を感じています。 地域の絆を大切にし、一生懸命この地で自分の 仕事と使命に向き合い、一生懸命地域で楽しい ことを考える。そんな我が町、士幌町がどんど ん好きになっていきました。

そして、2016(平成28)年3月「道の駅ピア21 しほろ」の移転リニューアルによる運営会社の民間委託のために「株式会社at LOCAL」を設立しました。道の駅の運営についてもこの「士幌らしさ」を取り入れていきたかったからです。

まず、誰のための道の駅か。それは、観光客のためではなく士幌町民のための道の駅でなく てはいけません。

- 指定管理者の商工会と連携し、地域の魅力を 理解している事業者が運営すること
- 農家の家庭菜園の野菜たちを、おすそ分け野菜としてお客さんに楽しんでもらう
- 町の特産品である「しほろ牛」と「じゃがいも」に特化した商品が並ぶ
- 来町してくれた方を商店街へ誘導
- 地元ミュージシャンや作家さんが表現する場
- ・士幌高校の加工品が並んだり、生徒たちがインターンシップで職場体験
- etc

町民に必要とされる道の駅だからこそ、観光 客が共感する。そんな道の駅を目指しました。 これからのローカルビジネスの本質だと思いま す。

3. オープンと同時に押し寄せるクレーム の嵐

2017 (平成29) 年4月23日。希望と志を胸に移転リニューアルオープンを果たしました。たくさんの町民の方に協力してもらい準備を進め、オープニングスタッフが揃い、なるべく既製品を使わず手作りで。今できる限りを尽くしました。

しかし、オープンから想像以上のお客様がご来場。オープンの時は、道の駅の前の国道が3キロ渋滞したほどでした。準備していた商品がなくなり、スタッフも足りない、食器も足りない、日々終わらない仕込み。私も含めてスタッフの限界はすぐに訪れます。この時初めて、社長はお客さまよりも一緒に働く従業員を一番に大切にしなければならない、という社長としての確固たる信念ができました。「ボロボロになってしまった会社をもう一度一緒に立て直したい。もう一度私についてきて欲しい」と社員にお願いし、私の作った会社はもう一度奮起しました。



写真-2 「道の駅ピア21しほろ」のスタッフ

まずは、来場者の胃袋を満たせるよう、今まで手作りで行っていた、ハンバーグやコロッケ、メンチカツ、ハンバーガーのパティを手作りと同じレシピで委託生産することにしました。そうすることで、ソフトクリームしか置いていなかったテイクアウトコーナーでは、メンチカツ

やコロッケなどのホットスナックも提供できるようになったのです。

さらに、毎日社員が膝をつめて話し合えるよう夕礼を設けました。どんなに仕込みが忙しくても、着席して、その日あったクレーム、各セクションの売上、気づきを全社員毎日30分以上かけて共有する時間を作ったのです。それを数ヶ月繰り返すと自然とクレームが減っていきました。そして、最後の最後までに残り続けたクレームが、「建物が新しいだけで買いたいと思える商品がない」でした。

4. 士幌町の価値と魅力を詰め込んだ商品 開発

「買いたいと思える商品がない」なら、作れ ばいい。私自身、商品開発の経験はありません が、士幌町の魅力や価値はいくらでも語れます。 十幌町を訪れた人が、十幌町の特産や情景を思 い浮かべ、誰かにプレゼントしたくなるような、 そして、この町に住む人が誰かに自慢したくな るような、そんな商品を作りたいと思いスター トさせました。町民に"士幌町と言えば?"と 聞くと、皆さん口を揃えて、「いもと牛しかない」 と言います。それもそのはず。士幌町の肉牛飼 育頭数は約5万頭と日本有数の産地。じゃがいも は、士幌馬鈴薯施設運営協議会(JA士幌町・ JAおとふけ・JA鹿追町・JA上士幌町・J A木野)の作付け面積も日本一なのです。この[い もと牛しかない |を逆手にとって、"いも"と"牛" に徹底的にこだわった商品作りを目指しまし た。じゃがいもを使った、じゃがいも大福やチ ーズポテトボール・じゃがべこコロッケ・しほ ろスタイルフライドポテト。しほろ牛を使っ た、メンチカツや肉まん・シュウマイ・ビーフ ジャーキー・ソーセージコンビーフ。さらには、 町内唯一の果樹園で栽培された果樹を使った、 ハスカップのかりんとうやシーベリーのおまん じゅう・木苺のシュークリームなど・・・。この 5年間、自社で手掛けた商品は50アイテムを超えます。私たちが商品を開発し、手にとったお客様が喜んでくれる瞬間、とてもやりがいを感じるのです。商品が増え、売り場が潤い、見応えが出てくると、道の駅に対して好印象のお言葉を多くいただくようになりました。



写真-3 地元の果樹を使った開発商品

さらに2020(令和2)年のコロナ禍、お野菜を出荷している農家さんから、「かぼちゃに傷が入って、売り物にならなくなってしまった」と相談を受けました。その数1,200kg。全で弊社で買取り、一次加工を施して冷凍保存しました。それを使って、地元単独で商品開発ができないかと考え、地域おこし協力隊とまちづくり会社、士幌高校(農業高校)に相談を持ちかけ、プロジェクトチームを発足。士幌高校の"志lab"という有志のグループに所属している生徒たちと共に商品開発プロジェクトをスタートさせたのです。

今回は、プロジェクトの目的を3つ掲げました。1つ目は、高校生に商品開発の面白さを経験してもらいたい、ということ。高校の授業では、仕入れや原価などの生身のお金のことは学べない、失敗を経験することもあまりない。失敗するから商品開発は面白いし、仕事は楽しいのです。2つ目は、高校生にもっと士幌町を感じてもらいたいということ。丘の上にある



士幌高校は、町民と接する機会が少ないのです。在校している間に、たくさんの町民と触れ合い、士幌町を知り、士幌町で就職する選択もあることを知ってもらいたかったのです。3つ目は「高校生×農家×行政×民間会社」の4者で力を合わせて一つの商品を作ること。今回のプロジェクトは、地域おこし協力隊や株式会社CheerS、地元デザイナー、資材屋、加工業者がアイデアを結集し、取り組みました。企画や進行は弊社と株式会社CheerSに当時勤めていた士幌高校の卒業生〇B・〇Gが担当することとなり、若い彼らにとっても、実務的に学べる貴重な機会となったのです。



写真-4 士幌高校商品開発プロジェクトチーム

そうして、高校生たちのアイデアを結集させ、 士幌産かぼちゃを使った「かぽちゃのピューレ」 という商品が誕生したのです。その後も、この 町のたくさんの人に携わってもらいながら新し い特産品を作り上げていくことにとても幸せを 感じています。

5. 自分にできる「まちづくり」を

移転リニューアル当初より、新しい道の駅を 拠点とした、士幌町の観光発信を意識し、この 町の魅力や商品「らしさ」を発信することに尽 力してきました。その背景には、自分たちのし ている事業をまちづくりに繋げていきたいとい う思いがあります。

では、まちづくりとは一体なんなのでしょう。きっとこの解釈には、それぞれの立場や見方によって違ってくるのかもしれません。だからこそ、私は軽はずみに「まちづくり」という言葉を口にするのは避けてきました。というよりも、自分のしている仕事と自分の思う「まちづくり」という言葉がうまくリンクしない時期があったのです。

私の仕事は、"地域の魅力・特産品を商品・ サービスを通して、お客さまに提供し、経済的 効果に結びつけること"だと思っています。新 型コロナが広がるまでは、士幌町の魅力を町外 に発信することがまちづくりに繋がるのでは、 と考えてきました。しかし、コロナ禍で来客者 が激減し、改めて道の駅運営を見返した時、ど れだけ私は士幌町のことを知っているだろう? 士幌町は私にとって、魅力の宝庫だと思ってい るけれど、その魅力は氷山の一角なのではない だろうか。そんなことを思うとどんどん視点が 内へ内へと向いていきました。どれだけの町民 が「ピア21 しほろ」にきたことがあるだろ う?町民自身がこの町のことを「もう少しだけ」 知ることは、自分たちが住む町を誇りに思うこ とへと繋がるのではないだろうか。

そんなことを思いながら、2020(令和2)年秋、 士幌町と縁もゆかりもないインターンの大学生 2名を迎えました。この学生2名は士幌町で4 ヶ月~8ヶ月間滞在する間に、私と共に商店街 25店舗を取材したのです。そうすることで、士 幌町を知り、町民の方たちと交わり、どんどん 士幌町の魅力にのめり込んでいきました。取材 を進める中で、私も入ったことのなかった商店 にお邪魔して、店主からお店の歴史や町への思 いをたくさん聞きました。そして、その取材を 元に、「ピア21 しほろ」の公式ホームページ で各店舗を紹介する記事を作成。さらに、25店 舗全てのショップカードと商店街マップを地元 のデザイナーやカメラマン、ドット道東と共に 制作しました。この試みは道の駅にきてくれた 観光客の方にも、商店街に足を踏み込んでもら うきっかけとなりました。



写真-5 商店街取材の一コマ

さらに、今年は士幌中央中学校の3年生を対象に「ふるさと探究学習」で道の駅を運営する立場になってもらい、彼らのアイデアや意見をワークショップで練り、それらを実際に道の駅で実行する授業を担当。彼らに伝えたかったのは、まちづくりは行政に任せるのではなく、住んでいる自分たちが考え、実行し、我がまちは自分たちでつくることの意識づくりです。



写真-6 士幌中央中学校での授業

6. 日本一町民に必要とされる道の駅を目指して

新型コロナウイルスによる来場者の激減、さらに不特定多数が訪れる道の駅を営業している こと自体に、眉をひそめられる時期がありまし た。弊社では、道の駅の運営に国や自治体から の補助金を受けることなく行っています。です から、公共施設だからといって、休業すること は経営的に判断できなかったのです。何が正し いかわからない、何をやっても色々と言われて しまう。そんな混沌としたコロナのピーク期で した。

創業間もない私たちのような小さなローカル 企業が生き残る方法はなんだろう。そう思いな がらコロナ禍でできた時間を商店街プロジェク トや中学校の授業に充てたりしました。その中 で、小さな町だからこそ、行政や商工会、農協 と手を取り合い、この町がどうしたら豊かにな るのかを共に考え、行動し、協力し合えるのだ と感じました。

この町が必要としていることを一生懸命やろう。目先の売上や利益も大事だけど。この先、私たちのようなローカル企業が生き残るためには、すぐに芽は出なくとも、未来に向けて種を蒔くことが必要なのではないか。そんな姿を応援してくれる町民の方たちがコロナ禍でたくさんできたのです。その思いに報いるためにも"日本一町民に必要とされる道の駅"をこれからも目指していきます。

掲載の写真提供は株式会社 at LOCAL



地域を活かす、北海道の創生人。

新篠津村

新しい市場を開拓し、就業の場を作る

(有) 大塚ファーム 取締役副社長 大塚早苗さん

自営業は毎日、判断の連続。 理想と現実がかみ合って いるかが大事でする

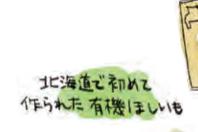




札幌や新千歳空港にも近い新篠津村で、ハウス栽培を中心に おいしくて良質な有機野菜を生産しています。

農家の4代目、大塚裕樹さんと結婚し、 会社員から夫婦で農業を営むことになった大塚早苗さん。 農場経営の問題点を女性目線と社会人経験で改善。 加工品開発や販売の面で経営を支え、 6次産業化の力となりました。

農業分野で活躍する全国の農業者とも交流があります。





規格外野菜がもったいない! という思いから生まれた「有機ほしいも」。 試行錯誤を重ね、自家製の有機栽培甘薯だけを使った 高品質の干し芋は大塚ファームの人気商品です。 自社工場で加工商品を作ることにより、 通年で従業員を雇い続けられるようになりました。

9年業なスタッフを雇用し、 人木オを育てていく

男性の力仕事のイメージが強い農作業ですが、 ミニトマト栽培など繊細な手作業が求められる 作業では女性が活躍しています。 また、加工品生産などの仕事の幅が広がることで 多様なスタッフの雇用と人材育成につながっています。

現在、大塚さんの三人の息子さんたちはそれぞれ 農場経営のための勉強に励んでいます。 このロゴマークには後継者を育成し、 孫やひ孫の代まで有機農産物を 生産できるようにという思いが はじまって100年 込められています。 そして200年へ。



はじまって100年。そして200年へ、



はじめに

(有)大塚ファームがある新篠津村は、石狩平野の中央に位置し、平坦な土地が広がる農業に向いたところです。1896(明治29)年に隣町である江別市篠津地区から分村してできた村です。札幌中心部や新千歳空港へ車でほぼ1時間の便利な立地でもあり、私たちはそのような土地や立地を生かした経営を行っています。

大塚ファームは2022 (令和4) 年で入植109年目となり、現在の社長(私の夫)が4代目です。 土地面積は18haと北海道の平均的な耕作面積より小さめですが、61棟のビニールハウスでミニトマトやハーブなどの高収益野菜を有機栽培し、直接取引で全国へ流通させています。現在は春から秋まで22品目ほどの有機野菜を生産しています。

本稿では、大塚ファームの取り組みと人材育成についてご紹介いたします。

1. 大塚早苗について

筆者である私、大塚早苗の自己紹介をさせて いただきます。

私は1970 (昭和45) 年札幌市に生まれました。 幼いころ育った家はお隣がリンゴ園でした。当 時は札幌の地下鉄圏内でも農業を営むお宅が見 られました。小さなころの私は、お隣さんが栽 培している野菜を、「ざる」を持って買いに行 ったものです。そのように、とれたての野菜の おいしさを知り、作物が身近で育つ様子を見て きたことは、将来農家に嫁ぐ私のルーツになっ たように思います。

学校を卒業して会社員となった私は、何度か 転職をしましたが、最後に働いていたのはトヨ タ系の会社で、フォルクスワーゲンやアウディ の車を販売している会社でした。仕事は楽しか ったしうまくいっていたのですが、20代後半に なって周りの友人がどんどん変化していきまし た。転職をする人、海外へ留学をしていく人、 結婚して出産をする人・・そんな周りの人の変化を見ながら「私は結婚をして出産をしたい。」 そう思うようになりました。

子育てをするなら田舎で!そう思い立った私は、田舎でいい人を探すべく、フリーペーパーで募集があった「新篠津村の農業体験と出会いのツアー」に参加をしたのです。そこで出会ったのが夫です。

30歳の誕生日に結婚をして、3人の息子に恵まれました。やんちゃで大変だったけど、健康な息子たちはすくすく育ち、現在はそれぞれに将来大塚ファームを担うための勉強をしています。

楽しみは海外旅行に行くこと。毎年農閑期に は家族や友人と、時には一人で海外に行ってい ましたが、コロナになって3年間、旅行はお預 け。

2. 2008年ごろの悩み

会社員から、念願の田舎での子育てに華麗に (?) 転身した私ですが、2008(平成20)年ご ろ悩みがありました。子供たちが5歳、3歳、 1歳のやんちゃな盛りです。

当時は農場から離れた村営住宅に暮らし、子育でに専念していた主婦の私ですが、農場では毎日規格外の野菜が大量に廃棄されていたのです。時には大根100kg!ミニトマト数十kg!会社員出身の私には、その量にただただ驚き、もったいないと思う気持ちから友人宅に配り歩いたこともありました。

もう一つの悩みは、季節雇用の従業員が2・3年でどんどん変わってしまうこと。

当時の大塚ファームでは、冬期間の仕事がなく春から秋まで雇用した従業員は冬の間それぞれ除雪や灯油の配送など、臨時的な仕事をしていました。しかし、そのような暮らしは生活が安定せず、せっかく農業の道を目指してやってきた人たちがほかの業種に転職していくことも



しばしばあります。農場では、従業員が辞めていくたびにまた新しい人に、一から仕事を教えていかなければなりません。そんな様子を見ながら「これではいつまでたっても家族が楽にならない」そう思っていました。



3. 2008年有機野菜のプリン

規格外の有機野菜を使ったプリンを販売する ことを思いついた夫がプリンの手作り工房に依 頼して作ってもらった「有機野菜のプリン」は 無添加でとてもおいしいものでした。

しかし大きな問題もありました。それは安定した取引先がなかったことです。売り先よりも先に商品ができたために、地元の温泉の売店や直売所に置いてもらうものの、売れなければ一円にもならないのが"委託販売"の悲しいところ。たった6日しか賞味期限のないプリンは、どんどん賞味期限が切れてロスになります。夫はそれを従業員や隣近所にどんどんあげていました。

そんな様子を見ていてだんだんと我慢ができなくなった私、「もうあなたには任せられない。」と賞味期限間近のプリンを、地元の役場や農協、小中学校などを歩いて販売しました。最初のころは、皆さんお付き合いで買ってくださいましたが、ロスのプリンはどんどん増えていき、私の直接販売もだんだんと続かなくなりました。「毎回ちゃんと買い取ってくれる取引先を見つけないとこれは続かない。」これが自分で商談

会に足を運び、取引先を探すようになったきっかけでした。

その後、商談会で買い取り先も数社見つかりましたが、プリンは賞味期限が短く冷蔵品である扱いの難しさから、5年間くらいで販売を休止しました。限られた時間の中で、新しいことを始めるとき、何かをやめないとどんどん忙殺されていきます。

しかし、プリンの販売をきっかけに商談会に行くなどして、自分で販路を開拓するようになったことは、私の大塚ファームでのセールス担当としてのスタートとなりました。

4. 2009年ほしいも加工スタート

さつまいもは、農業体験や自家用のために以 前から栽培しており、北海道でも大きくておい しいさつまいもが採れることはわかっていまし た。私は子供たちに安全なおやつを食べさせた いという思いから、自家製のほしいもを作って いました。自家製ほしいもは、買ってきたほし いもよりもずっとおいしく、家族みんな大好き でした。

2009(平成21)年に、農商工連携で私たちの 農場でも加工品を作ろうということになりまし た。思いついたのが、まだ北海道ではだれも作 っていなかった「ほしいも」の生産です。まだ インターネットから得られる情報も乏しかった 時代のこと。ほしいもの本場、茨城県のほしい も加工業者さんにご教示いただき、ほしいもの 生産がスタートしました。

はじめはさつまいもの保存温度帯がわからなくて、大量にさつまいもを腐らせてしまったり、 乾燥させすぎてカチカチのほしいもができてしまったりと試行錯誤の連続。それでも2シーズン作ったころには、とてもおいしいほしいもが作れるようになりました。

ほしいもの加工3年目に入る2011(平成23) 年には、築40年の古い納屋を改築して自社で加 工場を持つことになりました。6次産業化の始まりです。その加工場でほしいもを量産できるようになり、冬期間も従業員を雇用できるようになったのです。

そのことで農場の雇用の体制は大きく変わりました。社会保険・厚生年金を整え、少ないですが賞与も払い、社員として通年で雇用することができるようになりました。そうすることで、若い人が就職先の一つとして選んでもらえる農業法人となったのです。

働く方は、一年中安定して働ける職場を求めています。会社として「安定した職場づくり」が必須でした。それができるようになったことは、大きな前進でした。

北海道で初めて、しかも全国的にもごくわずかしか作られていない「有機ほしいも」はメディアに取り上げられたことがきっかけで大人気になりました。自社のネット販売、札幌駅や地下街、空港のお店でも取り扱っていただき、販売も順調でした。ほしいものヒットがきっかけで、大塚ファームは「6次産業化のトップランナー」と言われるようになりました。



5. 6次産業化の苦労と問題点

ほしいもの加工で、従業員の通年の仕事と給料を支払うための収入が得られるようになった

大塚ファームですが、私は6次産業化を誰にで もお勧めするわけではありません。理由はいく つかあります。

- 6次産業化により、売り上げは伸びるが利益 率は、平均3年間減少。4年目からは、統計 上利益は上昇する傾向。よって、もともと利 益が出ている農家でなければ難しい
- 何のために6次産業化をするのかが、明確ではない事業者も散見される
- ・普段から自分の野菜を自分で売っていない農家は、販売で苦労する。収益化への考え方が 甘い
- 生産だけではなく、加工や販売まで自分でやるには、多くの時間と能力が必要で、法人経営でスタッフが複数いなければ難しい
- 6次産業化商品は、市販品よりもどうしても 売価が高くなってしまうので、それに見合う 価値を訴求するのが難しい

大塚ファームの場合は、農作物が作れない期間の従業員の雇用を維持することや、普段有機野菜を購入しないお客様に「有機農家大塚ファーム」の存在を知っていただく広告塔の役割をしていることなども含めて取り組みました。総合的には「赤字じゃなければ良い」くらいのスタンスで取り組めれば、気持ちは楽になるかも知れませんが、確実に黒字にしていくことは意外に難しいのです。

6. 2016年ごろの悩み

私たちは、有機野菜を契約栽培で販売していますが契約量よりも野菜が多く採れるときもあれば、少ない時もあります。少ない時はどうしようもありませんが、問題は多い時です。当時、それを解決する方法は、委託販売の直売所などに野菜を出荷することでした。しかし委託販売では、資材費や人件費をかけて生産した野菜が一円にもならないことも多くあり、それが負担でした。



もう一つは、送料の高騰です。そのころ、大 手配送各社では宅配便の値上げに踏み切り、サ イズによっては送料が2倍以上になりました。 クール便でしか送れないものは、商品の野菜よ りも送料のほうが高くなることもありました。

「何とかして北海道内で、しかも "買い取り" で野菜を買ってくれるところを見つけたい。」 それがそのころの課題でした。そんな時に、道 内の大手量販店さんからお取引の話がありました。その量販店さんは、有機野菜をたくさん仕入れる先を探しており、私たちのようにいろいろな種類の有機野菜を大量に作っている農家を求めていたのだと思います。

大手量販店さんは、大塚ファームでその時に 採れている野菜を自由に組み合わせて、セット にして直接物流センターに持ち込んでくれれば よいと提案してくれました。この話は、私たち にとっても渡りに船。野菜のロス問題、送料の 高騰問題、おまけに折り畳みコンテナ(リース) を使うことで、段ボール箱の高騰問題まで解決 しました。

この取引で、中間流通コストを非常に少なく することで、お手ごろな価格で有機野菜をお客 様に提供することができ、私たちの有機野菜が 一気に北海道中の店頭に並びました。

7. 農福連携の取り組み

農業の人手不足と福祉分野の就業機会の確保を連携することで、双方がwin-winの関係となる農福連携の取り組みを、大塚ファームでは20年以上前から続けていました。

その取り組みが本格化したのが、奇しくも2020(令和2)年の「コロナ問題」でした。新型コロナウイルス感染対策によって、大塚ファームに来るはずだった、タイ人の留学生や中国人の技能実習生が合計7人も入国できず、その年の営農ができるのか?と不安がいっぱいの春でした。

同じように打撃を受けたのが、観光業界で、観光の会社からの援農、そして農福連携、その両方の取り組みで、その年の人員不足を乗り越えました。その後、福祉分野との連携は、なくてはならないものとなり、施設の利用者が毎日のように10~20人くらい農場に働きに来てくれています。

福祉分野との連携に取り組むことで、今まで "カン"と"コツ"でやってきた農作業を、誰 もが理解できるようにマニュアル化することに つながりました。作業の標準化は、農業界では まったく当たり前になっていないことの一つで す。それができたことは大きな前進になったと 思います。

8. 経営に必要だと思うこと

会社を経営するにあたって必要だと思うこと、それは「持続可能であるか」ということだと思っています。コロナ問題では、労力を海外人材に頼ることのリスクを痛感しました。そのあとに訪れた「円安」では、農業資材を海外から購入していた人が、その価格高騰に苦しんでいます。

ここ数年、自然災害でも過去類を見ない甚大 な災害が多発しています。今や大きな自然災害 は、誰でも被害者になる可能性があり、いつ自 分の身に降りかかったとしても揺るがない、覚 悟が必要だと言えます。

特に農業は自然の影響を受けやすく、日ごろの備えが必要です。大塚ファームでは「BCP事業継続計画」を作り、災害や不測の事態が起きた時のためのチェックリストで備えています。

それでも災害に合ってしまうことは避けることができず、そのようなときのためには園芸共済や収入保険に入っておくことも必要です。

私たちが意識しているリスク分散は4つあり ます。

1)ヒト

社員・パート・外国人・障がい者・異業種と の連携・家族など、多様な属性の人が働くこと によって、農場で働く人が誰もいなくなるよう なことがない。

②作物(20~30品目)

多品目を栽培することで、シーズンを通しているいろな野菜を出荷できる。種類が多いことで取引先との取引額を大きくできる。1つの作物が不作になっても、ほかの作物でカバーできる。農繁期のピークを分散させることができる、などのメリットがあります。

③取引先(約70社)

取引額の大半を限られた数社に頼っていては、何かトラブルがあってその取引先との取引 がなくなってしまうと経営の存続を揺るがす減収につながる。多くの会社とお取引することでリスクを分散させている。

4 収入保険

上記3つのリスク分散でも回避できない被害を受けた時の最後の砦。収入保険に入っておくことにより、何があっても会社が倒れるということはなくなる。

9. 大塚ファームがやってきたこと

ここまで私たちの取り組みを紹介してきましたが、それを一言で言えば、これまでほかの人がやってこなかったことに挑戦し続けてきたということ。それは例えば

- 有機農業は小規模農家が多かった中で、大規 模化により売り上げが20年で7倍に伸びた。
- ・北海道で初めての干し芋を作った。
- ・夫が作って、妻が売るというビジネスモデル。

今までほかの人がやっていなかったことに挑 戦することは、前例がなく誰も教えてくれる人 がいない「いばらの道」と言えます。

しかし、その先にはライバルが誰もいないブルーオーシャンが広がっているように思えま

す。

モノを売るときに、差別化をはかる、付加価値をつけるとはよく言われる言葉です。農業界での付加価値・差別化とは、突出して味が良い、たくさんの量を安定して供給できる、安価で供給できる、他より鮮度がいいなどが考えられます。大塚ファームの付加価値は日本国内で0.2%しかない有機野菜を、北海道という場所で、たくさんの種類を大量に作っていることだと思います。その強みを持つことにより、決まった価格での販売ができ、売り上げを伸ばすことができました。

おわりに~これからの大塚ファーム

現在、我が家の3人の息子は、将来農場を担うためにそれぞれ勉強に励んでいます。これからの農業法人は経営を多角化することが重要で、作物を育てることだけではなく、経営やマネジメント、食品加工技術、農業機械のこと、ITの知識など、会社を伸ばすためにはたくさんの学びが必要です。

これらを一人の経営者が行うのは難しいことで、私たちはそれを息子たち3人で分担して学び、それぞれの得意分野で自分たちのやりたいようにこの農場を広げていってほしいと願っています。

我が家では年末には家族が集まり、息子たち それぞれの状況、これから目指しているものを しっかり共有しあっています。

夫と私は、家族経営だった農家を法人経営にして売り上げ規模を息子たち3人が引き継いで行ける経営規模にすることが目標でした。現在、その目標はほぼ達成され、必要な設備投資も一通り行いました。これからは借入金を増やさずに、子供たちに迷惑をかけないように、地盤を盤石にすることが私の使命です。

写真提供 예大塚ファーム

地域を活かす、北海道の創生人。

津別町

前向きに、元気で、ご機嫌に

合同会社 川瀬牧場 (ぎゅぎゅ~っとテラス) ものづくりマイスター 川瀬保子さん

オッと自分うい にはなどだい と思いました。 と思いました。

津別町育ちの川瀬さん。 結婚を機に無縁だった農業に 従事することに。

当時「農家の嫁」は労働力であり、 子育てや家事にも追われる毎日。

> しかし、農協婦人部への参加を きっかけに女性農業者や さまざまな挑戦を知って 世界が広がります。

6次産業化などの取り組みを通じて得た経験はかつて川瀬さんが影響を受けたように、農業高校の出前授業などでシェアされて繋がっています。

平成の初め頃から「津別町グリーンツーリズム運営協議会」の 発足メンバーに。

道外からの宿泊体験を受け入れるようになり、都会から来る学生さんたちの感想を聞いて地元の魅力を再発見します。

祖父、父の世代が築き上げてきた牧場。 今もサイロが川瀬さんたちの活動の側に 立っています。先代への思いを込めつつ 「何か父たちの世代とは違う、自分たち らしいカタチを作れたら」と、6次産業 化に川瀬さんご夫婦は挑戦しました。

「オホーツクには良いものが たくさんあるのに地元の人が 食べていない」という思いもあり、 津別産の野菜や小麦、自らが 美味しい肉牛に育てた交雑種の お肉(ぎゅぎゅっとビーフ)を 使ったメニューを作りました。

小洋东北方

自家製パンで挟んだ ローストビーフや牛肉フランク。 交雑種のお肉も加工に適した 部位を使うことでお手頃に。 より身近に牛肉の美味しさを 楽しめるよう工夫されています。



川瀬さんの夫・伸一さんの お父さんの時代に始まった和牛肥育。 網走らしい名前「流氷」を銘柄にしました。 「流氷牛」は伸一さんの時代にブランド化。 津別の自然の中で育つ希少な黒毛和牛として 老舗すき焼き店などでも扱われています。



「GYUGYU-TTO terrace」をオープン。 津別の空の下でいただくホットドッグは格別です。

1. 合同会社 川瀬牧場

明治30年頃、福井県からの入植で津別町に住みはじめたことが北海道一代目の始まりで、二代目は農業に関わることがありませんでしたが、三代目である夫の父が土地を広げて牛を飼い、川瀬牧場としての経営が始まりました。畜産の始まりは、1982(昭和57)年に畜産基地建設事業の採択により、牛舎の新設と機械導入を得てホルスタイン去勢牛の肥育事業を展開させていきました。

その当時は、廃業農家から畑を買い取りして 規模拡大をしていたので寝る間も惜しんで働い ていました。そんな中「牛肉の輸入自由化」が 決まり、危機を感じた三代目が友人2人を誘っ て和牛肥育を始めました。

当時は、北海道での和牛肥育は、ホクレンや 津別農協でも取り扱いがなく、義父は、仲間と 共に鹿児島まで行き黒毛和牛の肥育技術を習 い、黒毛和牛の肥育事業を展開していきました。 しかし、鹿児島と北海道では気候が全く異なり 鹿児島の肥育技術をそのまま導入することには ならず、飼料の配合から肥育技術まで仲間と研 究しながら飼料会社と協力して独自の肥育技術 を作り上げていきました。そうして育て上げた 和牛をいよいよ東京食肉市場へ出荷することに なりましたが、当時は「網走郡津別町生産」と 名乗っても認知度が低く、わかってもらえるよ うに網走の特徴が一番わかる「流氷」を銘柄名 にしようと仲間と共に「流氷ファーム」を結成 し銘柄を『流氷牛』としたのです。その後、義 父から牧場を受け継いだ夫が流氷ファームに加 わり『流氷牛』を商標登録しブランド化しまし た。夫の経営になり和牛肥育に専念できるよう に畑の大半は借地として近隣の農業法人などに 貸し、デントコーン栽培と牧草生産のみになり ました。

個人事業主で経営していましたが、次女がU

ターンして手伝い始めたことから、労働管理体制を整えようと2020(令和2)年12月に法人化し合同会社川瀬牧場になりました。現在は、黒毛和牛肥育を中心に交雑種雌、初生牛、育成牛を合計200頭前後飼育しています。



写真-1 川瀬牧場の牧草畑 提供 北海道つべつまちづくり㈱

2. 私たちの6次産業化の取り組み

2.1 私の思い

私が暮らす津別町は北海道オホーツク地方の 南側に位置し、町面積の8割が森林で、その山 から流れてくる豊富なお水はとても美味しく町 の自慢の一つです。

私は、この緑豊かな津別町で育ち、1986(昭和61)年3月に結婚して農業に従事することになりました。

それまでは、農業とは無縁の生活をしてきたので慣れるまでには、相当の時間が必要でした。その頃の農業の嫁と言えば、労働力としての役割が極めて高く、子育てをしながら畑や牛舎の仕事をこなし、家事を完璧にこなし(こなしてはいませんでしたが…)、経営のことには口を挟んではいけない。そんな風習がまだまだありました。

そんな毎日を悶々と過ごしていた中で子供の成長と共に、農協の「婦人部 若妻会」(現在のJA女性組織 フレッシュミズ) に参加した



ことで世界が広がっていきました。また、農業 新聞や農業関連の雑誌などから活き活きと頑張 っている女性農業者が居ることを知り、町内に も色々なことに挑戦している先輩農業者との交 流もあり、いつか私もそうなりたいと思うよう になりました。

何を始めたらよいかの方向性を見つけるまでは、ハーブの勉強やアロマテラピーの資格を取ってみたりしましたが、時と共に本業の占める割合が多くなったりで、どれも起業するまでにはいきませんでした。

結婚して間もなくから、公務員の宿泊を伴っ た農家体験の受け入れをしており、その経験が 私にとっては新鮮で楽しく、抵抗がなかったの で、1989 (平成元) 年に始まった津別町と千葉 県船橋市で毎年交代で子供たちを受け入れる 「青少年交流事業」では、ホストファミリーと なることでより一層、宿泊体験の受け入れが楽 しみになりました。そのようなこともあり、北 海道で一次産業をまるごと体験できる「津別町 グリーンツーリズム運営協議会 | の発足メンバ ーとなり、簡易宿泊施設の許可を取って、大阪 や横浜からの体験宿泊研修の受け入れを行って きました。都会から来る学生さんや生徒さん は、「道路が広く真っ直ぐなこと」や「お水が 美味しいこと」「星空が奇麗に観えること」、「家 族みんなで夕飯を食べたり、畑でお弁当を広げ て食べること」など、私たちにとってありきた りの日常が、実はとても幸せで誇れるものなの だということを教えてもらいました。生まれて から住み続けてきたこの町が自慢できる場所に 変っていきました。

楽しく子供たちの受け入れを行ってきたのですが、運営協議会が小規模なこともあって、受け入れる学校や人数が大きく増えることがなかったので、次第に私は"もっと何か違うことがしたい!!"と思うようになりました。

2.2 6次産業化へ

そして、数年たったある日のこと、夫が突然「うちの牛肉を使った加工品を販売してみたい。」と、言い出したのです。これは!!願ってもないことだと思い、同じころ東京農業大学オホーツクキャンパスで募集していた「オホーツクものづくりビジネス地域創成塾の第3期生」の広告が目に留まり、夫に「一緒に通って販売できるようになろうよ。」と、誘ったのですが、夫は「牛や畑の作業があるのでなかなか二人で通うことは出来ないからお母さんが行ってきて。」と、私に任せてくれたのです。

創成塾第3期生の中間発表会では、現在の取り組みと今後の展望をプレゼンしなくてはならなくなり(入塾したときにはそのような大それたことが有るとは知りませんでした)大いに慌ててしまい、通い出した理由でもある「牛肉の加工品を販売する直売所を作ること」をテーマにし、発表させてもらったのでした。

修了時には、結果を出さないといけないとい うことだったので、中間発表後には、加工品の 試作やら、直売所の建設などバタバタと進めて いくことになり、経験のない私は、ラベルデザ インや裏ラベル、販売許可の取得や営業許可と いった販売に必要なことを四苦八苦しながら進 めていきました。直売所の建設には夫と意見が 合わず衝突もしました。夫の構想にはなかった 「自家製のパンを焼いて加工品であるソーセー ジをはさめたホットドッグの販売をすること | が目標になっていた私との間で、直売所の大き さなど意見が合わなかったのです。その頃は、 補助金など当てにすることもなく自己資金のみ での建設ということもあり、最初から大げさな 建物を建てられる余裕もなく小さな販売所とし て、その他にもお互いに主張と妥協をしながら オープンにこぎつけました。

そして、さらに創成塾第5期も受講、無事終

了することで「MBAものづくりマイスター」¹ の称号を得ることができました。

その頃には、直売所で販売するにあたって、 春先の足場の悪さや秋のハエ、そして、冬場の 寒さなど種々の解決しなければならない問題が 発生していました。私は、お客さんを戸外でお 待たせするのではなく飲食する場所があれば良 いのに…と思い始めていました。また、パンを 焼いたり、ホットドッグを作ったりする調理場 はとても手狭で、冬の寒さや夏の暑さの対策も できない建物だったので何とかならないだろう かと、思いあぐねていました。

そして、直売所オープンから2年後、ついにチャンス到来です。夫が、家をリフォームすると言い出したので、咄嗟に私は、それならおうちカフェのように、お客さんが休める場所を作ってほしいと提案をし、更に小規模事業者持続化補助金が採択になり、機器を揃えることができ週末カフェ『GYUGYU-TTO terrace』が誕生しました。ここでも夫との意見の食い違いなどは当然のように起こりましたが、何とか歩み寄って今の形になったのです。



写真 - **2** カフェ**店内** 提供 川瀬牧場

カフェを開業して、より高度な経営管理能力 の必要性を感じ、それらを学び、身に着けるた め、本別町にある「北海道立農業大学校」で一 般向けに募集していた農業経営コースを受講することになったのです。(本当は、当時後継者候補だった次女に受講を勧めたのですが、断られてしまったため私が受講することになったのです)

一期生では最高齢者だったようですが、同期の仲間の皆さんが優しく接してくれたので、楽しく学ぶことが出来ました。ああ、いくつになっても青春ってあるんですね~!!

あれよあれよという間に細々とではありますが私たちの6次産業化が形になっていき、周りの方々のあたたかいサポートもあり、この間に私は、北海道が主催する「女性・高齢者チャレンジ表彰」の最優秀賞を頂くことが出来ました。有難く嬉しい出来事でした。さらに、2022(令和4)年2月には「わが村は美しく-北海道」運動 網走ブロックで審査員特別賞を頂くことができました。

3. よき出会いと導き

私が憧れている先輩方からは、「今が1番若い!!」「毎日ご機嫌で!」「自分の機嫌は自分で取る!!」など、いつもなるほど~!と思われる、良きアドバイスを頂いています。この横の繋がりがあって、私はどれ程元気をもらったかわかりません。JA女性部やオホーツク女性ネットワークでの活動をしてきましたが、現在は北海道女性農業士の集い「マンマのネットワーク」に加入してから色々教えていただくことも多く、研修旅行のほか、たまの情報交換など、心強い仲間です。やはり、仲間は大切だと感じています。

これから、起業を目標にしている方には、1 日でも若いうちに準備を始めてほしいと伝えた いです。私が目標を定めてから早10年が経ちま

¹ 東京農業大学では、近年増加している農業の6次化に向け、経営戦略を学べる機会を提供し、貢献している



した。本当にあっと言う間に時が過ぎました。 今、思うことはもっと若いうちにはじめていれ ばなと…でも、子育てなどが落ち着いたから出 来るときが来ることも事実なのですが。くじけ ないで、あきらめないで、前に進んでいってほ しいと思います。感銘を受けた言葉に「できな い理由ではなく、どうしたら出来るか考えよう」 が、あります。ついついあきらめることを考え がちですが、必ず道は拓けることを信じて行動 していれば前に進むことができると教えていた だきました。

これからも"前向き"に"元気"に"ご機嫌" で過ごしていきたいと思います。

4. 『GYUGYU-TTO terrace』について

夫が牛肉の加工品を作って販売してみたいと言ってくれたことで6次産業化へ進むことになりました。北海道では、豚肉や鶏肉を使うことが多く、牛肉は特別感がありまだまだ食卓にのぼる機会が少ないので、地域の人に美味しい牛肉をたべてもらいたい、もっと牛肉を食卓に上げてもらいたい。そんな思いがあり、スローガンには「もっと牛肉を食卓へ」を掲げました。地域で愛される牛肉の提供が目標です。そのため、普段使いができる牛肉を提供しようと始めたのが交雑種の雌牛の提供です。

交雑種は当牧場では、繁殖用に飼育しているのですが、元々は肉用牛であり、和牛に化けるといわれた時代もあったほどです。そのような美味しいお肉なのに繁殖牛として一生を終わらせることに疑問があり、繁殖を終えた後に肥育して肉牛として出荷していましたが、それでは美味しさに欠けるので直売開始1年後から、1,2産した後に肥育して、美味しい牛肉に育て上げ、肉牛としてその一生を全うさせることにしました。そうすることで、牛肉としても美味しく、和牛と比べて安価になるため買いやすく、



写真 - 3 交雑種牛肉 提供 川瀬牧場

普段の食卓にも登場する回数が増えるのではないかと考えたのです。交雑種には、二刀流で頑張ってもらっています。

そうして出来た牛肉ですが、牛肉として提供するには難しい部位もあり、加工品に向く部位で、"牛肉のみのソーセージ"を委託製造してもらっています。その他の加工品には、もも肉などでローストビーフやビーフジャーキー、コーンドビーフなどを製造しています。



写真 - 4 交雑種牛肉の加工品 提供 川瀬牧場

週末カフェ「GYUGYU-TTO terrace」では、 地元でとれた小麦粉 "ツベツノカオリ" (津別 町産キタノカオリ)を "とかち野酵母"で発酵 させ、白胡麻油、砂糖、塩のシンプルな原料を オリジナルレシピで焼き上げたドッグパンを基 本にしています。

ドッグパンに、地元産の野菜などを豊富にトッピングして挟んだ、牛肉フランクのホットドッグをはじめ、地元産のじゃが芋を使い、ポテトサラダとローストビーフを一緒に挟んだローストビーフドッグ、焼き肉ドッグ、ステーキドッグなど牛肉や加工品を使ったメニューを提供しています。

購入して下さるお客様は、リピーターの方をはじめ、道内各地や遠く本州からの旅の途中に寄ってくださる方も増えています。雑誌やSNSで知って「一度はきてみたかった」といわれると、とても嬉しく、やってきて良かったと思える瞬間です。

法人化して合同会社になっています。当時は、後継者として次女も働いていましたので今後のことを考えると、法人化して経営した方が働きやすい環境になるのではないかと思ってのことでしたが、次女は昨年、結婚して引っ越してしまい夫婦二人の経営になりました。無理は出来ませんが、これからも「流氷牛」の販売、そして、地域への美味しい牛肉提供を続けるための交雑種利用の2本立てで、牛肉を生産し『GYUGYU-TTO terrace』での新たなメニューの開発をして、皆さまに提供できたらと思います。





写真 - 5 上)牛肉フランクのホットドッグ 下)ローストビーフドッグ 提供 川瀬牧場

5. 今後の事業展開について

直売所開始から、皆さんに支えてもらいなが ら早くも十年近くが経ちました。

川瀬牧場は、2020(令和2)年12月28日に、

川瀬牧場 ぎゅぎゅ~っとテラス GYUGYU-tto terrace

営業のご案内

自家産牛を使ったビッグなフランクフルトのホットドッグが1番人気です。 お近くにお越しの際はぜひお立ち寄り下さい。

所在地▶網走郡津別町字豊永214番地2

TEL ▶ 0152-76-2596

URL ▶https://www.facebook.com/ Kawasebokujyou/about



地域を活かす、北海道の創生人。

弟子屈町

都会から報じるより、直接関わって応援したい

合同会社BASECAMP TESHIKAGA 代表 弟子屈町地域おこし協力隊 **川 ト椋輔**さん



道東の弟子屈町は面積の65%が阿寒摩周国立公園。 摩周湖、屈斜路湖の名前は北海道の観光地として 知られているのに、これらがある町が 弟子屈(てしかが)とは知られていません。 ただ、今この町に移住する若者は増えています。

今までの行政チャンネルとはちょっと違う、 町内外の人が楽しめる、みんなで作るチャンネルを目指しています。

アナウンサーを辞めて地域おこし協力隊へ。 決して夢のある良いイメージだけではなく、 ブラックな印象を持たれがちな地域おこし協力隊。 「うまく活用すれば素晴らしい制度なんです」と話す川上さん。 動画制作という明確な目的、最初から起業も視野に入れていたこと、 常に俯瞰して地域の持つ魅力や特性に気づけることなど、 彼らの事例は移住や起業を検討する人はもちろん、 地域の人々それぞれに響くヒントがありそうです。



学ないよい学なが、 地方には散りばめられている。 十七スと可能性に あふれていると思います。



弟子屈町の情報発信拠点「弟子屈 JIMBA」

2022年にオープンした川上さんたちの拠点。町の皆さんと一緒に空家を改装。

動画制作のスタジオを作り上げました。

拠点づくりの資金はクラウドファウンディングを利用。 地元の子どもも大人も一緒に参加して作り上げた施設は 現在、スタジオ、フリースペース、仕事場、

夜にはバーとなって 利用されています。

ワークスペース、カフェ、BAR、 訪れて、集、て、何かが生まれる場 弟子屈丁IMBAをオープン。



Table Stribillin WeBFLt"

道東発信のバラエティ配信番組「道東テレビ」のアナウンサーも勤める川上さん。 今、道東発信のメディアは 地域の若者を中心に様々な動きを起こし、 注目されています。

1. 夢だったアナウンサーを辞めるという 決断

世の中に大きな変革をもたらしたコロナ禍。 将来的には地方創生の最前線で活動したいと思っていた私は、コロナ禍がもたらす地域への影響や可能性に大きな関心を抱いていました。そして、新型コロナの影響が取材活動にも及び、アナウンサーの行動が制限されることが決定的になった瞬間に、私は退職を決意しました。テレビ局に退職を申し出たのが、日本中がコロナ渦にあった2020(令和2)年の6月上旬でした。当初は、一度北海道を離れ、関東で地方創生や地域おこしに関する勉強をする予定でいました。

退職の日が近づく中でこれまでを振り返った時に、わずか2年半ではありましたが、マスメディアの先頭で活動する中で、北海道でできた、多くの大義、ご縁がたくさんあったことにも気づきました。

また、現在私が住んでいる道東・オホーツク エリアでは「一般社団法人 ドット道東」さん など、若い方々を中心に様々なムーブメントが 起こっていました。

企業や肩書きの関係なしに、様々な思いを持った個人が「居場所」を形成し、仲間を増やし続けている。

当事者の皆さんには、きっとそう簡単にいかないことばかりで唇をかみしめる事もたくさんあったのだと思いますが、僕にはそうしたムーブメントの渦の中にいる皆さんが本当にまぶしく見えました。

「北海道を離れる」決断をしようとして、北 海道を俯瞰してみた時、改めて北海道が持つ魅 力や未来の可能性が再認識できたのです。

「このまま北海道を離れたら、一生後悔する...」

この気持ち以外の何物でもありませんでし

た。気づいた時には私は道東にある弟子屈町の 「地域おこし協力隊」のエントリーシートを郵 送していました。





弟子屈の自然

2. 地域おこし協力隊とは

前職での経験を生かした『地域の情報発信』を託され、就任した弟子屈町の地域おこし協力隊。着任当初は、いわゆる準公務員的な立ち位置である会計年度任用職員として活動がスタートしました。

地域おこし協力隊制度とは、総務省が所管する制度で首都圏から地方への移住を促進する制



度です。地方へ移住した後の3年間は国からの 活動支援金を得ながら地域への定着を図るよう な制度となっており、業務内容もその地域によって様々です。

総務省としてもまだまだ拡大フェーズにある制度で、現在全国に6,000人ほどいる協力隊ですが、これを2026(令和8)年までに1万人に増やす目標を掲げています。こうした意識の表れとして、現在協力隊に対する支援制度もどんどん拡大しています。

例えば、年間活動費の増額(470万円→480万円)、特別交付税による定住に向けた空き家の改修費の50%補助、コロナの影響を加味した協力隊活動期間の延長措置、協力隊卒業前後に使用できる企業補助金(100万円)などがあります。

具体的な私自身の活動は、町の公式YouTube チャンネルの運用を任され、地域を縦横無尽に駆け巡り、たくさん取材活動を行い、連日町内のニュースを公式チャンネルで放送することです。

今では人口6,700人の町ながらチャンネル登録者数が4,000人以上となり、毎月10本以上の地域ニュースを発信する、日本屈指の自治体運営チャンネルとなりました。

しかし、会計年度任用職員として働く中では、 行政内でのルールや報告事項、年間で活用でき る活動予算の使い道で、資産となるものを購入 できなかったり、情報を発信する上での土・日 の取材や夜間の編集作業が自由にできない就業 形態など、どうしても乗り越えなければならな い行政内のルールがたくさんありました。

こうした中で、当時の担当職員の方とどうやればお互いの活動がうまくできるのかを話し合い。着任から半年後には、個人事業主形態に契約形態を変更し、町の公式チャンネルの運用を事業として町から委託を受ける形に変更しました。

個人事業主形態になることが全て"正解"かと言われると、さまざまな得失はありますが、私の場合は、動画制作という明確な成果物があったこと。いずれ独立や起業を視野に入れていたこと。この2つが揺るぎない判断材料としてあったので、迷わず個人事業主形態としての契約形態の変更に踏み切らせていただきました。役場職員としてのルールや規制などもなくなり、毎月の成果物を提出しながら、多岐にわたる活動に個人事業主として携わりながら1年間を過ごしました。



弟子屈町公式チャンネル https://www.youtube.com/@user-tm1sc9hv6m/about

3. 移住して1年半で法人の設立

さまざまな経験を積みながら、仲間も増えて 個人事業の方でも取り組む事業が大きくなっ て、行政と民間の中間として、活動することも 多くなりました。一方で、個人事業主として活 動し続けることの限界にもぶち当たる機会が増 えてきました。

地域おこし協力隊に着任して1年半、これらの状況を踏まえた中で法人の設立に至りました。もちろん地域おこし協力隊の活動は現在も継続中です。今の自分の立ち位置は『個人事業主として地域おこし協力隊の活動を続けながら、それ以外の分野は会社の代表として事業を展開させています。』

本当は会社の業務の中の一つに地域おこし協力隊の活動を組み込みたいところですが、あくまで国(総務省)の予算を使わせていただいていますので、この予算を一つの民間企業に投入するなんてことは出来ません。

従って、個人事業として地域おこし協力隊の 活動を継続しながらも、それ以外の事業に関し ては法人の方で拡大をさせているという状況に なります。

個人的には、今の法人の活動がいずれは地域 おこし協力隊を卒業してからの私の稼ぎの柱に なるわけで、協力隊の活動期間中から卒業後を 見越した事業展開に取り組めると言う意味では 本当にありがたい限りです。

具体的な法人の事業内容としては、映像制作 事業と空き家の運用による不動産収入、移住定 住に向けた支援業務。ほかにも、空き施設を活 用した店舗運営や町内外の民間事業者と連携を した様々な国の補助事業に対する伴走支援など があります。

毎月ある程度の保証された給与をもらいながら自分の事業拡大にも取り組める。そんな恵まれた状況は冷静に考えると有り得ない話です。さらには地域で挑戦する上で『地域おこし協力隊』という肩書きがあることは、町の人からの見られ方を考えてもメリットでしかないと思います。

地域の取材という名目でたくさんの人や文

化、課題などに触れた1年目を経て、2年目からは法人としても事業としてそれぞれの課題に向き合うことができています。これらの事業展開は全て、地域おこし協力隊として続けている地域の取材活動が基盤となっているものです。

4. 官と民との潤滑油として

地域おこし協力隊は、『個人として行政と民間の中間で潤滑油のような存在として活動すること』が多いです。

そうした意味で『行政と民間の中間として潤 滑油のような存在として活動のできる法人』の 存在意義と価値は間違いなくあると思います。

行政だけでは手が届かないところ。でも民間だけでも手が届かなかったり、後回しにしがちな分野。こうした分野に片っぱしから突入しているのが私たちの法人(合同会社BASECAMP TESHIKAGA)です。

今現在、自分たちの事業に対し、社会的な意義を強く感じていますし、もっともっと地盤を 固めることができれば、もっともっと爆速的に 地域のためになるビジネスを拡大させていける 自信があります。

『あ~、もっと仲間がいれば・・・もっと時間があれば・・・』という悩みに襲われる毎日です。 見方を変えれば、それだけ地域はチャンスと可能性にあふれていることを身に染みて感じるということです。

『地域おこし協力隊』というワードで検索すると『ブラック』や『やばい』といったワードが入った結果がたくさん出てきていますが・・・個人的には、うまく活用すれば間違いなく『ホワイト』で素晴らしい制度だと思います。そうした意味でも自分自身の発信力をもっとつけて、地域おこし協力隊制度の成功事例として全国的にも取り上げていただけるような活躍や成果を上げていきたいと思います。

	1	道東テレビ	町外事業 生配信			
民	プロモーション事業	雇用促進動面制作	I TICIA			
同企業連携		ウェディングフォト [GIFT				
-		動画 スチール撮影				
36	国の補助事業	プログラム造成 第2ふるさとPI プロモーション撮影事業 商工会、観光協会、民間企業				
100						
-		企画立案	第子記スタイル、町内企業 旅行業界、テレワーク、ワーケーション			
事業	町内アテンド	町外企業窓口業務 新規プロジェクト開発	TT・アンターフ・ソーケーション アートサウナ、開発事業			
-			旅行プログラム造成			
	タレント事業	個人YOUTUBE	毎日助画更新	46-7-00 (TMDA 町民参加型		
				弟子屈JIMBA チャンネル	新たな町内タレントの形成	
					僕たち自身の記録残し	
弟			町民向け情報共有	雇用債報、新た	な動き	
2		アパレル部門	オリジナルグッズ開発	baseにて販売		
子服		コワーキングスペース	会員制	町民交流・関係人口づくり 地方での仕事づくり		
J.			0.000	地方での仕事づ		
1			一日利用	町民交流・関係人口づくり		
ú			週末営業	コミュニティ形成の場		
В	店舗運営	BAR	貨切営業	軟送迎会・誕生会		
	6.7.20		其似出来	ブライベート空間		
- "		100000	カフェ	町民トライアルショップ		
		貸しスペース	エステサロン	事業挑戦の場 賃貸収入 町更交流の場		
			2 -2 1 . L 10 AV			
			イベント開催		後雄問頭無法	
	A	空き家買取	空き家買取 (4軒)	家賃賃貸収入	不穷陈得。不動産運用	
	住む場所問題	空き家情報	移住者への情報提供	住まい不足問題		
移	203001562	宅建事業取得 準備	宅理業としての本格運用準備			
住		宿泊施設の運営	中長期滞在が可能な移住体験が	長期滞在が可能な移住体験施設として弟子屈木ステル美里の運営に携わる		
世		雇用情報の把握と 見える化	インターン、 アルバイト情報の整理	お試し移住への		
4	Name of Street			律いで過ごせる:	ことの見える化 新しい働き方の接点づくり	
定住促	地方のしごと問題				独戦者の町民との関係性構築支援	
進			新規事業 情報	仕事の紹介	新たな動きへの巻き込み、見える化	
			町内企業からの情報提供	既存の町内産業の		
- 1	関係人口関連事業	大学生受け入れ事業	1ヶ月住んでみた企画			
100	行政委託 連携事業	移住体験住宅管理運営	移住体験住宅 (いずみ)	移住相談対応		
				スムーズな移住	までの寄り添い	
		移住体験住宅の増加				
		移住ポータルサイト制作 ドット道東(現在連携準備中) イベント司会業				
311	アナウンサー業 講演事業	正版放送局との災害、緊急事態時の連携				
E		話し方・ブレゼン連座				
源		地域おこし、まちづくり				
輔		キャリア形成				
100		自治体向け				

合同会社BASECAMP TESHIKAGAの事業展開

5. 人口6,700人の町で起業した20代が 感じること

私は今、これまでの人生の中で断トツで人口 が少ない町に住んでいます。

でも不思議なことに。

人生で断トツに多くの人と出会い。人に支え られ。人と向き合いながら。

この地で豊かに生きています。

新型コロナウイルスが私たちの日常を奪い、 人と触れ合うことを制限され、"我慢"や"自 粛"という2文字が正義を振りかざし続けてい る中、多くの人が生きています。 でも不思議なことに。

私は今、これまでの人生で一番多くの挑戦と 発見に包まれた時間を過ごしています。

"最多感染者数更新""統一教会""国葬""ワクチン接種"など、

これまで、ずっと住んでいた「アスファルト 王国」で起こっている出来事が、どこか遠くの 物語のような感覚にも襲われています。

『地方には競合がいない』という世界線¹があります。

これはピラミッド型の社会で生きてきた自分にとっては、根底から全てが覆された事実でし

¹ 世界線:流行りの言葉 別の世界的なニュアンスがある

た。

どこの地域でも、多くの若者は勉強や就職のために都市へ移動していることもあり、地方における20~35歳というのは、圧倒的に不足しています。だからこそ、この世代で地域で挑戦しようとする人は本当に少なくなる構造にあります。

個人的にはこの世代は何をしようが、そもそもそこで『生きているだけでありがとう』の世界線。町の経済、未来を考える上でもこの世代の僕たちが明るく元気に今をこの地で生きているだけで『地域の希望』になりうることを身にしみて感じています。

競走やライバルの存在は自己成長する上で、 とても大切だし切磋琢磨し合えるからこそ新た に生まれるサービスや価値はたくさんあると思 います。

ただ個人的には、そういった環境での学び以上の学びや人間が大切にしたいものが地方には 散りばめられている気がしています。

これはどちらが良い、悪いの話ではなく、ど ちらかというと適材適所の話であり、結果や成 果が第一主義の世界線にどこか疑問符を感じて いる人とかは、間違いなくこっちの世界線を若 い時期に体験するべきだと感じているのです。

6. 自分自身の中での課題感

最近、現場(地域)の疲弊感を感じることが 増えてきました。

ネガティブな表現になってしまいますが、や はりここは否めないのです。

完全に事業の拡大期に入っているからこそ、 うれしい悲鳴ではあるのですが、

やりたいこと。やるべきこと。

どちらの局面から見ても最終的にぶち当たる。 圧倒的な人的リソースの不足。

いまだに『地方でやりたいことができるのか

い?』みたいな質問を受けることがありますが、蓋を開けてみれば、若い世代だからできること。

若い世代だから、頼られること。期待をして もらえることに溢れています。

ただ、日々こうした状況下で、到底一人では何もできない。もっともっと多くの力を借りたいという思いが、日に日に強まってきているのも事実です。

これは自分にとっても大きなターニングポイントで、これまではどうしても自分だけでやろうとしてきてしまうことが多くありました。

自分一人では限界が来ることも頭ではわかっていても自分で動き出してしまう。そんな自分 自身との脱却の時がいよいよきているような感 覚です。

重要なことは、ちゃんと人を信じて、託すこと。

7. 私が感じる地域の課題

この2年間、一メディアとして『弟子屈町』 という文字に関わるたくさんの人や場所に顔を 出してきた自信があります。

組織や所属に囚われず、自由に活動し、多くの方と話をさせてもらう中でも、薄く広くという意味では、多くの情報に触れさせてもらっています。

だからこそ、細分化する地域の課題や現状を 前に呆然と立ち尽くしてしまうこともありま す。

自分が触れる世界や関わる人々、産業が増え れば増えるほど、改めて政治というものの難し さを痛感する毎日です。

Aというコミュニティで過ごす時間が増えれば増えるほど、Aが提案する魅力を感じて実践へという気持ちが強くなるが、Bというコミュニティの皆さんの意見を聞けばBの提案という



アイデアの魅力も感じる。

AもBもどちらも間違った意見でもないし両者とも魅力はあれど、どちらとも組み込もうとすれば何ともパッとしない折衷案であるC案みたいなものが生まれていたりもする。

色々な意見や考えがあれど、最終的には決定 権を持つ人間がしっかりと方向性を定め実践す る。

色々な分野で活動する人たちに触れ合い、自 分も当事者として活動させてもらう中で、強い て課題感を挙げるのであれば、

『町の現状がほとんどの町民に届いていない。』

ここに突き当たります。

これは僕の視点から見て届いていない。という見方もあれば、もう一方、町に住んでいる住 民の皆さんの立場から見ても、町や行政に届い ていない。という見方もできます。

町や自分が住んでいるコミュニティへの未来に全く価値を見出していない人に出会う機会は結構多くあります。そうした方々は、弟子屈町へのふるさと納税寄付額(年間60億を超え道内4位であること)を知らなかったり、このコロナ禍で弟子屈町に移住をしてくる人がいることすら知らなかったりします。

町のポジティブな要素もしっかり認知した上で、でもやっぱりネガティブにならざるを得ないなら仕方がないと思います。でも、私がこれまで触れ合ってきた方々を総合的に判断すると。圧倒的に情報が届いていない。ポジティブになれるきっかけがあるのかも知れないが、そもそもそこに触れる機会がない。

こういう時が、一番もどかしく、情報発信を している身としても不甲斐なさを感じることが あります。

きちんと知ってもらうこと。しっかりとお互 いの置かれている現状を知ること。 その上で、議論のテーブルにつかなければ、 そもそも議論も成り立たず、ただの否定と文句 のぶつけ合いになってしまい、そこからは何も 生まれません。

1人1人の意見に耳を傾けることは、突き詰めれば不可能だし、傾け始めたら何も埒があかない。そんなことは言われなくてもわかっています。

ただ、今の自分にはここと向き合い続ける時間と立場があると思っています。

情報を発信する立場になればなるほど、実は 意外と見える世界が狭くなってきていて、誰の ための発信なのかも曖昧になることがありま す。

だからこそ、27歳を迎えた今。

今一度自分の現在地を俯瞰しながら

今この地で生活をする人々の見えない声と向 き合い続けたい。



8. 「20代の自分に今できること」

菅新政権の発足に伴い、多くの大臣からも「地 方創生」という言葉が飛び交っていた。テレビ やメディアでもここ最近、取り上げられること も更に増えてきました。

地方に移住し、まさに地方創生に関わる者と しても、今まで以上にこの言葉と向き合い、多 くの方とこの言葉について話したり意見を交換 したりしてきました。

人口が増える事、お金が町に落ちてくること、 観光地としてのブランディングが進むこと、域 内交流が増える事、交流人口が増える事、人口 が増えなくても住んでいる私たちの満足度が上 がること。などなど。

その地域によって置かれている状況も違う し、目指す姿も異なっています。

財源も違えば、気候も違う、持っている資源 も違う、もっと言えば、住んでいる人も違いま す。

そうして実際にいくつかの町を見てきた中で、やはり自分が住む町に対しての誇り、プライド、当事者意識を持てる人々が多い町は活気にあふれていた。誰もやらされているわけでもない。

みんな「目の前のピンチをチャンスにする」 というより「目の前のピンチをクイズとして捉 えて楽しんでいた。」

そうした皆さんの目は輝いていました。

「美しい景色は一度でも良いかもしれないけ ど、人にはもう一度会いたくなる。」

そう思わせてくれるような人がたくさんいました。

地方で活動する者として、私がとても大切に している、東日本大震災で被災した港町の、と ある男性の言葉を引用して締めくくりたいと思 います。

「町はそこに住む人がそれでいいと思った町

にしかならないよ。」

この言葉がずっと胸に残っています。

今はもう、答えを導き出す力よりも自分が出 した答えを答えにする力が求められているよう な気がします。

経験もなければ人脈もお金もまだない20代の若造が、まずは明るく元気に、生き生きとこの地で生きていくこと。こうした自分であり続けることが、地域にとっての希望であり、地域に住む人々の『自己地域肯定感』が少しでも上がるきっかけになると感じています。

『一燈照隅、万燈照国』

一つの小さな灯火は、まずは隅を照らし、そうした灯火が全国各地に広がった先に、いつしかは国をも照らす希望となる。

まずは私自身が一つの小さな灯火として、身の回りを明るく照らし続けられるようこれからも活躍し続けたいと思います。

掲載の写真・表は川上椋輔 提供

弟子屈JIMBA



〒088-3211

北海道川上郡弟子屈町中央3丁目8-3

E-Mail ▶ teshikagajimba@gmail.com

URL ▶ https://teshikaga-jimba.studio.site/

地域を活かす、北海道の創生人。

泛中町

就農への夢をとことん応援!

浜中町農業協同組合 西島 宏さん

就農に必要なお金のこと、地域のこと、 酪農家としてのノウハウなど、興味を持った方の 第一歩からJA浜中町が相談に応えています。 「新規就農者や後継者が、

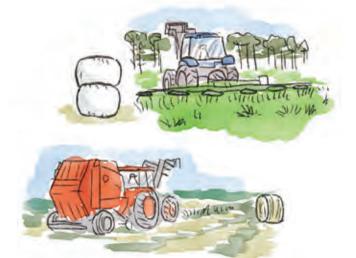
しっかりと農家を継いでいける。 地域を維持するためのシステムがあります」。



町民よりも牛の頭数の方が多い酪農王国浜中町。 ハーゲンダッツアイスクリームの原材料の産地としても 知られています。この町では新規就農を目指す方への 就農支援システムがあり、酪農経験がなくても まずは体験からはじめられます。



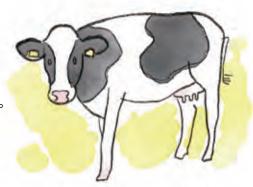
新規就農を支える浜中町就農者研修牧場では 牛の飼育、牧草の管理、経営についてなど、 酪農家として必要なことを学んでいきます。



無理せずはじめられました。 浜中町で就農によかたです 研修牧場を経て熱機に **未規末 昭則さん・真実さんご夫妻**

離農された農場を引き継ぎ、2021年の春から就農。 浜中町ではお二人のように研修牧場で経験を積む間に 離農される方をJAから紹介してもらっているそう。 多額な借り入れが無く、経営の中でやりくりできる 浜中町独自のシステムにより経営基盤が 作りやすくなっています。

30代で二人のお子さんがいる槻木さん夫妻は 40頭ほどのホルスタインを飼育。 草地の管理も二人でこなしています。 「無理せず就農できて、時間のやりくりもしやすい。 今のペースで暮らせていけるといいですね。 わからないことも相談しやすい環境です」。



1. 浜中町について

浜中町は北海道東部釧路エリアにあり根室市に隣接する酪農業と漁業を基幹産業とする町です。東西に横断するJR花咲線の線路を境に、南側は森林地帯や湿原、そして太平洋に面する一帯は漁業地帯、線路の北側は15,000haの広大な牧草地に、157戸の酪農家が乳牛約24,000頭を飼養し年間約10万tの生乳を生産する、まさに「酪農王国」です。

浜中町では1983(昭和58)年より新規就農¹を積極的に受け入れており、現在までに新規就農された方は48戸、全体の3割を占めるまでになりました。町内のすべての農村集落に新規就農の実績があり、地域によっては半数近くが新規就農者というところもあるなど、酪農地域の一員として新規就農者が大いに活躍されています。ちなみにJA浜中町の現組合長も新規就農者の1人です。

表-1 浜中町での新規就農実績



印は、研修牧場の研修生から就農、それ以外の方は、農家の実習生やヘルバー出身者このほか、法人での新規参入が平成25年に1件 あります

【町内で研修中の新規就員希望者】(R4 4 現在) 千雲・大阪・北海道・東京・神奈川出身の20~30代 夫婦・単身者

2. 浜中町就農者研修牧場について

浜中町で新規就農を推進する核となっているのが、浜中町就農者研修牧場です。新規就農者の育成を目的に、1991(平成3)年に浜中町とJA浜中町により開設されました。

酪農の研修牧場として、新規参入者を育成する取り組みは全国初でしたが、すでに町内に新規就農者が定着していたこともあり、研修牧場開設に対する町内での理解を得ることが出来ました。当時はJA浜中町の一部門として運営されていましたが、2004(平成16)年に町とJAの出資による「有限会社浜中町就農者研修牧場」と法人化し、さらに多様な就農パターンに対応できるようになりました。

現在本場は、100頭のフリーストール牛舎²や 6頭ダブルヘリンボーンミルキングパーラー³ の他、育成牛舎、乾乳牛舎、分娩疾病牛・哺育 牛舎、倉庫 3 棟、バンガーサイロ⁴ 4 基や糞尿 処理施設を有し、約200頭の乳牛を飼養しています。また、つなぎ牛舎の飼養体系の研修と夫婦での実践的トレーニングなどを目的として、本場の近隣に茶内西分場を運営しています。



写真-1 浜中町就農者研修牧場

- 1 本稿での「新規就農」とは、非農家、区域外の出身者が新たに独立して農業(酪農)を営むことをいう
- 2 フリーストール牛舎:牛をつながずに、自由に歩き回れるスペースを持った牛舎
- 3 ヘリンボーンミルキングパーラー:搾乳者から見て、牛を斜めに並ばせて搾乳する方法
- 4 バンカーサイロ:牛の餌(サイレージ)を作るためのコの字型の飼料貯蔵庫



3. 研修牧場での研修について

研修生は研修1日目から実際の作業に加わっ ていきます。酪農家として食べていくために、 日々の酪農作業の中で飼養管理技術を身体で覚 えていきます。例えば、搾乳をしていて乳房や 乳汁に異常を見つけたら、その牛の体温や健康 状態を確認し、病気にかかっていないかのチェ ックが必要です。また、牛群をよく観察して牛 の状態を確認し、必要であれば人工授精師や獣 医師を呼ぶ必要があります。分娩の兆候なども しっかり捉えることで仔牛と母牛に安全な分娩 ができます。こうしたことは、すべて就農して 自身の酪農経営を行う上で必要なことで、当た り前にできるようにならなければいけません。 乳牛は生き物ですし、農業は自然環境の中で行 われますから、1日として全く同じ状況はあり ません。およそ3年間の研修は、酪農家として の基礎を作るうえで、十分な経験を積むことが 出来ます。

表-2 研修牧場での研修内容

年次	医分	異体的な内容
	実習	研修牧場での作業実習
1年目		顔別農家での作業実習
	理論研修	作業マニュアルの理解
744		普及センターのゼミに参加
		粗飼料の生産技術
		農業情報の処理(浜中町の概要その他情報の収集
	実質	研修牧場での作業実習
		鶴別農家での作業実習
		作業全体の管理
		牧場経営去経営固から見る実習《帳簿記載》
2年目		牧草収穫作業の実習
2#8		ほ場管理作業の実習 (施肥、養尿敷布ほか)
	理論	は場管埋
		酪農マニュアルの理解
	研修	農業簿記の記載
		営農計画の作成
		研修牧場での作業実習(乳牛管埋)
		個別農家での作業実習 (乳牛管埋)
		牧場全体の管理
	実習	営農計画の作成
-		牧草収穫、ほ場管塩作業の実管
3年目		個別酷農家での実習(総合)
1		必要に応じた部門別の実習
	理論	営農計画の作成(長期計画)
		農業簿記の記載
		税申告 (青色申告書の作成)
		筋膜マニュアルの埋解

酪農家は乳牛の飼養管理の他、飼料生産として牧草収穫や施肥など草地管理も行います。研修牧場では約100haの草地で年2回、研修生が

収穫作業を実施します。就農後は、牧草収穫を 外部委託せず自分で行いたいと考える就農者も 多く、こうした草地管理の経験はとても重要で す。

このほか、酪農経営に関してや、浜中町の酪農家支援の仕組み、乳牛の体や繁殖の仕組みなど、農業改良普及員や獣医師、町職員、JA職員など地域の酪農関係者が講師となり、「浜中町農業担い手養成講座」として全20回ほどの座学を行っています。ほかにも酪農家同志の勉強会などにも積極的に参加し、こうした機会を通



図-1 浜中町の支援システム

	浜中町農業技	担い手養成講座
10日日	- xarte	
1.01	月に1、2個を目安に行う	
梅内里	and the second second second	
		活動、車件車場について研修し、またと称。や
	を通されたはりまで必要な時で、 ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	
	the second second second second second second	all a de transmissioners
-	1 紀 成	
30	有數位	
	前後末の日本	
	可能未受益率 適業改良普及センター 制御支配支	
	選集業共済組合ひがし総括センラー	
		网络莱斯艾尔
HER	中的就是者研修技术	MMERCAN
HER		TAR TAR
HER	中町就員者延修牧事 修内容 計修内容	
HER	中的就是有证师牧事 條內容(予定)	30
HER	中的紅星者語傳故導 修內容 一時作內容 一時作其漢漢 (秦之學語活動)	漢物 総合長
HER	中町創展者研修体等 修内容 (予定) 研修内容 総合長調査 (集と単語活動) 系の町とはどんな面か	漢形 総合長 台灣 重林間
HER	中町前島市研修牧事 修内容 団修内容 助作内容 助作内容 取作方面末 (順と単述活動) 爪の町とほどんな町か 無責を支援する側距	漢型 総合長 投海 素材理 人 繁殖原
HER	中的紅魚者医師枚体 修内容 団体内容 助作長頂頂 (際と単述法的) 近の町とはどんな町か 無数を支援する制造 具の町の生見、全体物の両者	漢即 総合長 业滞 素料理 止 常道原 小 新元階
HER	中的経典者医療技術 様内様 (予定) 研修内質 研修内質 減少断を支援する制度 減少断を支援する制度 調心断の主見、生産物の指導 締約の見方について 気中の体・慎直について えんがのの用方法	漢即 総合序 位海 遊林理 入営資序 小販売店 力食品原
HER	中的紅魚を延伸枚準 博内官 (予定) 財体内容 財体内調査 (施と単語活動) 減の町とはどんな町か 無多を支援する単独 減の町とはどんな町か 無多を支援する単独 減の町の生乳、生成物の図過 解動の形式について 条子の作。機遇にアンいて	減額 総合長 経常 単林間 入室復厚 小事先提 上官後 (1054)
HER	中的紅魚を延伸枚準 博内保 (予定) 田様内保護 (固と単述活動) 浜の町とはどんな町か 断量を支援する・輸 乗の前の見方について 糸中の作。供通について ミルヴスの適用方法 芝展権間について 土地・施肥について	漢即 総合長 业満、素材理 人・製造原 人・製売標 人・製売標 MSAI 人・製造原
HER	中的経典者医療教练 様内容 研修内容 助作長度(大人な可か) 無要を支援する機能物の混淆 通の前の主見、生活を制 動動の見方について 気中のは、領道について 気中ので、領道について 気を選手を記述していて 大連、発展について 大連、発展について 大連、発展について	漢即 総合序 位海 重料理 以實施度 从至度度 从宣傳 40581 从常直度 以珍詢供
7 製品 「子をもちらっきり山」	中的部員者延伸枚準 博作項(予定) 財務内閣(第一条 を	議師 総合長 日常 単林間 入意復厚 小 新元郎 地(55) 以 常意原 山 古徳原 を表現
7 製品 「子をもちらっきり山」	中的経典者医療教练 様内容 研修内容 助作長度(大人な可か) 無要を支援する機能物の混淆 通の前の主見、生活を制 動動の見方について 気中のは、領道について 気中ので、領道について 気を選手を記述していて 大連、発展について 大連、発展について 大連、発展について	講師 総合長 业満 単本理 小 製売標 小 製売標 地 大 製 機
7 製品 「子をもちらっきり山」	中的部員者延伸枚準 博作項(予定) 財務内閣(第一条 を	議師 総合を 政権 単純額 以後 直接 小事先提 小事先提 小者を選係 が354 人名を選係 者をセンター 者及センター 者及センター
7 無明 「工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工	中的紅魚を延伸枚準 博力等ので 一部ので 一ので 一ので 一ので 一ので 一ので 一ので 一ので 一	議節 総合長 出席 北京 北京 北京 北京 は 北京 は は は は は は は は は は は は は

図-2 浜中町担い手養成講座カリキュラム

して、地域の酪農に関わる様々な人と出会い、 地域の行事などにも積極的に参加することで、 地域とのつながりを深めていきます。

研修中は牧場に隣接する研修住宅で暮らします。2021(令和3)年に補助事業を活用しオール電化住宅を新設しました。家族用の2LDKの住戸が6戸あり、都会から移住してきて北国の寒さに慣れない研修生も、安心して暮らすことが出来る住環境を整備しています。また生活支援として、夫婦で330,800円(単身184,900円)の給与を毎月支給し、各種社会保険を完備することで、研修中の生活に不安を抱えることなく、就農に向け研修に集中できるようにしています。



写真-2 研修住宅

4. 新規就農への流れ

こうした研修により、酪農家としての基本的な技術を習得したのち、就農となります。

町内の酪農家が離農するにあたり、同じ地域内の酪農家の合意を得たうえで、その牧場を新規就農者が継承していくことになります。そのため研修前に就農地が決まっている状況はほぼなく、研修中に就農候補地が決まるという流れになるため、浜中では就農先を選べるという状況はありません。研修期間に関してはおおむね3年間としていますが、状況により前後する場合があります。研修生は、研修を開始したらいつでも就農する意気込みをもって取り組んでい

ただく必要があります。

新規就農の基本的な流れとしては、離農した 牧場を一度JA浜中町が取得するとともに、必 要な改修や機械の取得を行い、新規就農者にリ ースします。北海道農業公社が実施する同様の 農場リース事業を活用する場合もあります。リ ース期間は5年間で、この間のリース料の半額 が、浜中町新規就農者誘致条例に基づき町より 助成されます。リース期間後に新規就農者は国 の制度資金などを活用して買取り、さらに5年 間町より固定資産税相当額の助成が受けられま す。新規就農者はこうした町やJAの支援を受 けて、酪農経営の基盤となる乳牛、施設、機械、 農地をまとめて取得することが出来ます。



図-3 就農までの流れ

5. 新規就農者を目指す方へ

就農希望者の募集は、主に東京や大阪などで開催される、新・農業人フェアなどの就農相談イベントや、NPO法人ふるさと回帰支援センターが行う移住相談イベントで行います。このほか釧路農業協同組合連合会で行う就農相談会でも積極的に募集するとともに、地域間での情報共有も行っています。



新規就農を考える方にとって、相談イベントの機会は「第一歩目」となることから、JA浜中町ではこうした相談会には積極的に参加するほか、Zoomによるオンラインで相談を行う「酪農で暮らす!Web相談」などで、まずは対面での聞き取り相談を行います。相談では、皆さんの家族構成やどういった酪農暮らしを考え、どうしたいのかを詳しく聞き取りしたうえで、浜中の酪農や新規就農するための環境、支援体制など詳しく説明します。相談対応は、町や酪農へルパー組合とも連携し、相談に来られる方が浜中の新規就農に対する取り組みの雰囲気を感じ取っていただけるよう取り組んでいます。



図-4 相談イベント出展情報

その次には、実際に現地に足を運んでもらい体験研修を行います。この際、往復旅費の半額助成や研修住宅への無料宿泊など、家族でも気軽に体験研修に参加できるよう配慮しています。

体験研修では、酪農作業を実際に体験してもらう他、先輩の新規就農者や研修生と実際に話したり、町内の住環境を見てもらうことで、酪農経営や研修についてだけでなく、浜中町での生活や子育てなど「酪農暮らし」にかかる様々

な点について、実際に見て聞いて、体験しても らうことが目的です。

図-5 体験研修について

「酪農暮らし」は酪農を仕事にするだけでなく、その地域で酪農と共に暮らしていくということですから、地域の気候、雰囲気、人などの要因だけでなく、買い物や病院、学校などの生活環境についても、本人だけでなく家族も納得できるかがとても重要です。浜中での酪農暮らしを決めるための検討材料を提供し、じっくりと考えてもらうために相談や体験を行い、自分たちで理解し納得したうえでの決断が必要です。人生に関わる大きな決断ですから、簡単に決められることではありません。焦らずじっくり考えることがとても大事です。

浜中町は「大自然の中で牛飼いになれる町」として、町とJA浜中町の手厚い支援によって、全国から新規就農をこれからも受け入れていきます。まずは相談イベントへの参加やWeb相談、そして実際の体験研修へと、"浜中での酪農暮らし"へ歩き始めてみませんか。

掲載の写真・図・表の提供はJA浜中町

お問い合わせ

JA浜中町営農課

Tel ▶ 0153-65-2141

Mail ▶ dairyman@ja-hamanaka.or.jp

浜中町役場農林課

Tel ▶ 0153-65-2186

Mail ▶ hama-nou@town.hamanaka.lg.jp

地域を活かす、北海道の創生人。

下川町における起業支援の取り組みについて

下川町政策推進課 主幹 樋口 知志

1. 下川町の概要

下川町は、北海道の北部に位置し、町の総面積の約90%が森林で覆われた自然豊かな町です。気候は、夏はプラス30℃以上、冬はマイナス30℃を記録するなど、道内でも特に寒暖差の大きな地域です。降雪は11月から4月中旬頃まで続き、年間降雪量は7mを超える年もあり、自然環境が大変厳しい地域です。

こうした気候条件もありスキージャンプが大変盛んで、レジェンド葛西紀明選手をはじめ7名のオリンピック選手を輩出しており、北京2022冬季期オリンピックでは、下川町出身の伊東大貴選手と伊藤有希選手の2人が日本代表選手として選出されています。

町の歴史は、1901 (明治34) 年に岐阜県高鷲村 (現・郡上市) から24戸の入植に始まり、農業や林業・林産業、鉱業を基幹産業として発展、開拓から60年後の1960 (昭和35) 年には、1万5.555人の人口を有しました。

その後、基幹産業である農・林・鉱業の衰退などにより人口減少が進み、1980(昭和55)年の国勢調査では、人口減少率が全道1位、全国4位となり、地域の活力は著しく失われました。そのような急激な人口減少の中、地域消滅の危機感から官民挙げての地域活性化活動が盛んに行われるようになり、手づくり観光日本一を目指し、2000(平成12)年には2,000メートルを達成した万里長城の築城や冬の寒さを逆手に取ったアイスキャンドルなど、マイナスをプラスに変える発想から、知恵・工夫・行動により挑戦しつづける「しもかわイズム」で、人口減少が緩和しました。

また、地域資源であり、町の基本財産でもあ

る森林を持続的に活用しながら、過疎化や少子 高齢化、そして地域産業の衰退という問題を解 決する取り組みにも着手し、2001(平成13)年 には産業クラスター研究会により「森林共生の グランドデザイン」を策定、経済・環境・社会 の調和によるまちづくりなど森林資源を余すと ころなく使うまちづくりを進め、今日に至って います。

2. 森林資源を余すところなく使うまちづ くり

本町のまちづくりの基盤となる「森林のまちづくり」は、1953 (昭和28) 年に、国から1,221haの国有林の払い下げを受けたことが一つの契機でした。以来、地域の雇用安定化と木材の安定供給に向けて、「伐ったら必ず植える」という持続可能な林業の実践を基本理念として、森林の伐期を60年と捉え、毎年約50haの伐採と植林が可能な森林基盤を確保し「循環型森林経営」を続けています。

また、林業におけるコスト削減と高付加価値 化を図り、道内初となるFSC森林認証の取得、 公共施設への木質バイオマスボイラーの導入な ど、森林の総合的利活用に向けた様々な取り組 みも展開しています。具体的には、高性能林業 機械の導入や高密度路網整備による施業効率の 向上、ICTによる森林管理コストの削減などが 挙げられます。

2021(令和3)年度末で10基の木質バイオマスボイラーから30の公共施設に熱エネルギーを供給しており、木質バイオマスボイラー導入前の化石燃料と比較した削減効果分の約1,900万円を町の基金に積み立て、半分はボイラーの更



新費用として、半分は中学生までの医療費の無 償化、学校給食の助成など、地域における子育 て支援施策に活用しています。木質バイオマス ボイラーの燃料は、従来伐採現場に残されてい た林地残材などを原料として使用しており、未 利用資源の有効活用を図っています。

さらには、森林資源を余すことなく活用する ため、炭、チップ、木工品やエッセンシャルオ イルの生産など、林産業の充実も進め「森林の カスケード利用」を促進しています。

また、未就学児から高校生まで15年一貫の「森林環境教育」を行い、各年齢層に合わせたカリキュラムによる森林の学びも実践しています。



写真-1 下川町有林 令和3年度末現在4,721ha(国有分収林含む)の町有 林を保有している 提供 下川町



写真-2 木質バイオマスボイラー 10基の木質バイオマスボイラーから、30の公共施設に 熱エネルギーを供給している 提供 下川町

3. 一の橋集落における集落創生の取り組み

木質バイオマスエネルギーを核として超高齢 化社会に対応する集落を具現化している取り組 みとして、コンパクトタウン「一の橋バイオビ レッジ」をご紹介します。

一の橋集落は、かつて林業を基幹産業として栄えた地域で、1960(昭和35)年には人口2,058人を有していましたが、林業の衰退、営林署の統廃合、JR名寄本線の廃止などにより、急速な人口減少を辿りました。基幹産業である林業の衰退により、人口が流出し、商店や学校も無くなり、高齢化率は50%を越え、買い物や除雪の課題、住宅の老朽化や地域コミュニティの維持に関する課題が顕著でした。

そこで、町内でも特に過疎化と高齢化が進んだ一の橋集落に対して、ハード面では、熱エネルギー自給システムを核とした高性能な集住化住宅や菌床椎茸栽培を行う特用林産物栽培研究所を整備し、ソフト面では、総務省の「地域おこし協力隊制度」を導入し、一の橋集落の活性化に取り組みました。その結果、この集落に、新たな起業家や若者などによる集落の担い手が育っており、新たな人の流れが生まれています。2010(平成22)年ではおよそ50%だった高齢化率は、2021(令和3)年3月末現在では、およそ25%まで低下しています。



写真-3 一の橋バイオビレッジ

一の橋バイオビレッジ内にある集住化住宅。幅広い世帯が生活出来るよう、1LDKから3LDKまで28戸(宿泊施設2戸含む)ある

提供 下川町

4. SDGsを取り入れたまちづくり

これまでの取り組みが評価され、2017(平成29)年12月、下川町は第1回ジャパン SDGsアワードでSDGs推進本部長(内閣総理大臣)賞を受賞しました。

SDGsは、経済・社会・環境の三つの側面から統合的に課題解決を目指すなど、本町が約20年に亘り進めてきた取り組みと非常に親和性の高いものであり、森林保全や農業、エネルギー、健康、教育など、SDGsに掲げられているゴールの多くは、本町が重要課題と位置付ける分野と関連が強く、今後、下川町が目指すべき方向性に対するヒントとなり得るものです。

本町が進めてきたこれまでの取り組みに、SDGsを取り入れることで、「SDGsの17の目標から、地域を見つめ直すことに役立ち、新たな課題の発見や気づきに繋がる」、「未来から現在

を見て、その実現のための手を打って考えていくバックキャスティング的視点のまちづくり」、「様々な人々との連携による新たなまちづくり」、「本町の魅力や将来性を国内外に発信し、ブランド力などを高め、移住者や関係人口などの呼び込み」などのメリットがあると考えています。

バックキャスティングの視点でのまちづくりでは、「2030年における下川町のありたい姿(下川版SDGs)」(以下、ありたい姿)を町民が中心になり、約半年間の議論を経て策定、7つのゴールを定めました。この「ありたい姿」は、町民が策定したということにとどまらず、町の最上位計画に当たる第6期下川町総合計画の将来像にも「ありたい姿」を位置づけ、実現に向けた取り組みを進めています。



図-1 ありたい姿

町民が主体となって策定した「2030年における下川町のありたい姿(下川版SDGs)」。町の最上位計画である総合計画の将来像に位置付けている 提供 下川町



5. 産業連携による地域活性化と雇用創出 の取り組み

5.1 産業クラスターの取り組み

豊富な森林資源を基盤とした一連の取り組み、そしてこれまでのまちづくりでの多くの成果は、1995(平成7)年に北海道経済連合会が提唱した「北海道における産業クラスター創造」を実践したものです。

産業クラスターとは、地域で競争力のある産業を基軸に、関連する産業を「産・学・官」の連携により「ぶどう1個の実」が「大きな房」のように形成すること、言い換えれば地域の特性にあった産業の群れ(クラスター)を形成することを意味します。本町では、1998(平成10)年に道内で3番目の森林資源を活用した産業クラスター研究会を発足させました。

森林資源を核としながら異業種によるプロジェクトを組織し、町が資金や人材支援をしながら森林・林業をはじめ、農業、商工業の関係者により、地域経済のシステムづくりを目指す活動が続きました。

2002 (平成14) 年には、新たな産業づくりを 目指すため、第三セクターである「下川町ふる さと開発振興公社」内に「クラスター推進部」 を設置し、町の職員を派遣するなど体制の充 実・強化を図り、事業実施につとめてきたとこ ろです。

このクラスター推進部のコーディネートにより、建設業の農業への参入や地域材住宅の普及活動、地域資源に付加価値を高めるための新商品開発、特産品の販売促進などの取り組みが生まれるなど、町内外の企業との連携により、地域活性化に資する多くの成果をあげてきました。

2020(令和2)年度末をもってクラスター推 進部を閉鎖し、一定の区切りをつけてきたとこ ろですが、こうした産業クラスターの思想のも と、資源循環活用型産業への転換を図るため、 情報や技術、資金、人材などをつなぎ合わせ、 産業間の連携により地域の経済発展を目指して います。

5.2 中小企業・起業化支援

こうした取り組みを進める一方で、人口減少による事業の後継者や担い手不足、高齢化を起因とする廃業など地域経済を取り巻く環境は一段と厳しさを増しています。また、隣接市への大型店出店による消費流出など、地域における活力の減退を招いている状況もあります。

本町の就業者別の産業構造は、飲食・宿泊・ 小売業・サービス業等の第3次産業が最も高く 55.6%となり、次いで建設業・製造業等の第2 次産業が18.4%、農業・林業等の第1次産業が 26.0%(図-2参照)となっています。



図-2 産業別就業者数

出典:令和2年国勢調査より作成

町内企業者の約9割を占める中小企業者(卸小売・飲食業・サービス業・建設業等)の就業者数も2005(平成17)年には1,932人でしたが、2020(令和2)年には1,541人と391人減少しています。

本町の地域経済の中核は中小企業であり、地域経済の浮き沈みは住民生活に直結するとともに、地域経済の活力を左右する大きな課題であります。

表—1	在举引 计学主数	(令和2年国勢調查)
7V — I	作表川机表有权	カ州と井野労前日/

	区 分	平成17年	平成 22 年	平成 27 年	令和2年
53.3	展業	356	353	336	339
第1次	林皇・狩猟皇	40	84	63	62
13m-14m	7) at	296	437	399	401
	総業	2	3	-1-	-1-
第2次	建設業	236	356 353 33 40 84 63 296 437 399 2 3 1 236 194 23 205 184 185 443 381 410 220 181 155 17 18 14 1 3 3 42 58 35 11 9 6 660 576 600 142 144 12 093 989 93	231	142
度集	製造業	205		182	141
	4 M	443	381	414	284
	節・小売業	220	181	152	138
	金融・保険業	17	353 336 84 63 437 399 3 1 194 231 184 182 381 414 181 152 18 14 3 3 3 58 35 9 6 576 602 144 124 989 936	14	14
	不動産業	1	3	336 63 399 1 231 182 414 152 14 3 35 6 6 602 174 936	4
第3次	道輪・適信業	42	84 63 437 399 3 1 194 231 184 182 381 414 181 152 18 14 3 3 3 58 35 9 6 576 602 144 124 989 936	43	
産業	電気・ガス業	11 9 6	6	7	
	サービス業		602	515	
	公西	142	144	124	135
	0 7t	1, 093	989	936	856
	合 計	1, 932	1, 807	1,749	1,541

こうした課題に迅速かつ適切に対応していく ため、町では、地域の暮らしに必要不可欠な業 種の維持・確保を図るため、「下川町中小企業 振興基本条例」を制定し、商工会などと連携し ながら中小企業等の経営基盤の強化や起業など の支援を行っています。

今後においても、中小企業振興基本条例の改正や起業化、事業承継、事業サポート体制の強化など、中小企業関連制度や仕組みを再構築しつつ、中小企業者の自主的な経営努力を助長しながら社会ニーズに応じた中小企業振興施策を展開していく考えです。

5.3 全産業連携による地域経済活性化と雇用創出

下川町では、下川町総合計画及び下川町総合 戦略に「全産業連携による地域産業の活性化と 雇用の維持創出」を位置づけ、働き手の確保と いった課題に重点的に取り組むため、地域の産 業振興関係7団体(町、商工会、(一財)下川 町ふるさと開発振興公社、JA北はるか、森林 組合、建設業協会、観光協会、林産協同組合) により「下川町産業活性化支援機構」を2016(平 成28)年度に設立しました。

そして、この取り組みの一環として、機構内 に事業の推進母体となる「下川町産業活性化支 援機構タウンプロモーション推進部」を創設し、 ①総合移住促進機能 ②起業塾 ③地域人財バンクの3つの取り組みを事業の柱として、役場職員と移住コーディネータなど移住経験のある人材が中心となり、官民連携により人を呼び込み、さらなる地域経済の活性化と雇用の創出に向けて取り組みを進めています。

「タウンプロモーション推進部」の取り組みにより、創設6年間で120名ほどの新規移住者の受け入れが実現しており、人が人を呼ぶ循環で、徐々に移住者が集まり、町に新たな魅力が生まれつつあります。

5.3.1 総合移住促進

各産業における生産者(供給)となり、消費者(需要)にもなり得る人口を維持するため、移住希望者の仕事や住まい、子育て、コミュニティへの参加などをサポートし、総合的に移住・定住を促進しています。

町の取り組みや町内企業が求める人物像をイメージしながらPRイベントや各種メディアへの露出を行い、移住に関心・興味のある多くの方々との接点を生み出す取り組みを行っています。また、住まいや仕事さらにはライフプランまで総合的にサポートを行うことで、地域づくりに参画する移住者や関係人口の拡大を図っています。

また、住民と移住者等が交流することを目的として、月1回「タノシモカフェ」という交流会の場を設け、町民との情報共有やネットワークづくりなど広く機能するコミュニティの形成に向けた取り組みも行っています。

5.3.2 起業塾

地域に新たな産業を創造するため、新規事業 の立ち上げを目指す起業家の卵を呼び込み、町 内での新規事業化を支援する「起業塾」の取り 組みを進めています。

総務省の「地域おこし協力隊制度」を活用し、 起業をミッションとする地域おこし協力隊「シモ



カワベアーズ(起業家)」として任用し、町全体がワクワクするような事業の実現を目指します。

シモカワベアーズでは、移住者の創業計画の 作成から起業まで、町内の企業経営者や経営ア ドバイザーがきめ細やかな伴走支援を行ってい ます。また、シモカワベアーズ任用後も経営者 や専門家が半年間、メンター(相談相手)とな り月1回創業準備のミーティング、週1回のタ ウンプロモーション推進部スタッフによる壁打 ちミーティングなど、町全体でバックアップす る体制が構築されています。

2017 (平成29) 年からこれまでに6人のシモカワベアーズが東京や道内の他の地域から移住し、事業化に向けた取り組みを展開するなど、地域産業との連携や地域経済との相乗効果を生み出しています。



写真-4 ベアーズメンバー

- ▶塚本あずささん(2019年着任:1番左) アロマセラピー、漢方を使った健康ケア事業を展開
- ▶大石陽介さん(2020年着任:左から2番目) 町内ガイド、おもてなし宿による下川魅力発信事業 を展開
- ▶安部晋平さん(2021年着任:右から2番目) 町に映画文化を根付かせ映画館を作る事業を展開
- ▶中村隆史さん(2022年着任:1番右) マイクロブルワリー事業を展開 提供 下川町

5.3.3 下川人財バンク

各産業における人財の確保を図るため、地元 企業の求人者と求職者のマッチングを行う「人 財バンク」の取り組みを行っています。

働き手を求める地元事業者と求職者をマッチングするための「地域特化型の求人サイト」で、

気になる企業に対してwebサイト上からエントリーができるなど、情報収集から就職までを一元でサポートできる仕組みとなっています。2018 (平成30) 年度より厚生労働省から無料職業紹介事業の許可を受け、あっせんなどの職業紹介が可能となりました。

登録事業者は34件(令和4年11月現在)あり、町民のみならず移住希望者もこの「下川人財バンク」を活用し就職されており、移住促進にもつながっています。



図 - 3 下川人財バンクフロー 提供 下川町

6. 終わりに

本町は、先述のとおり、これまでに人口減少や産業の衰退など、幾多の困難に立ち向かい、 果敢に挑戦し続けてきた歴史があります。最近では、新型コロナウイルス感染症により、社会の変化が起こり、その変化が新たな常態として定着しつつあります。

地域社会と地域経済を守り抜くためには、農業や林業・林産業といった基幹産業の担い手対策が急務でありますが、SDGsをキーワードに、GX(グリーントランスフォーメーション)、ゼロカーボン(脱炭素)、DX(デジタルトランスフォーメーション)など、新たな社会潮流や技術などを取り入れていくことが求められています。地域内外の個人・企業・団体と協力しながら、自主自立に向けた足腰の強い産業の構築を目指して、引き続き経済・社会・環境の三つの側面から統合的に課題解決を図りつつ、持続可能な地域としてさらなる発展をし続けられるよう、取り組みを加速化していきます。

地域を活かす、北海道の創生人。

田園回帰と若者移住・起業の可能性

北海学園大学 経済学部 准教授 大貝 健二

はじめに

2014年から展開されている「地方創生」では、東京への過度の人口の集中を是正するとともに、地方の側で魅力ある地域社会、人材、仕事の創出をするための方策を「地方版総合戦略」として求めている。その一方で、「田園回帰」とも呼べる若者層を中心とした人たちの都市部から農村部への移住、さらには地域で起業する動きが進んでいる。こうした動きをどのように捉えるか、一つの方向性を導き出すことを、本稿は目的としている。

若者を中心とした、田舎への移住の背景に は、価値観の多様化に加えて、自己実現の場と して農村部の可能性を見出していることがあ る。以下「1.経済のグローバル化と東京一極 集中」では、「地方創生」、まち・ひと・しごと 総合戦略が政策的に提起されるようになった 背景を、批判的に俯瞰する。「2.農山村への 移住の歴史 | では、地方部での人口減少の動向 を把握した上で、都市部から地方へ移住する人 たちは、時代的なトレンドを持ちながらも存在 していたこと、さらに2010年以降は、若者層を 中心に田舎へ関心を持ち出していることを確認 する。「3. 移住者を受け入れる地域のあり方」 では、田舎での仕事を「なりわい」として把握 し、地域の持続性につなげていくことの必要性、 それを地域住民と移住者との連携によって実現 させることの重要性を指摘する。「4.四国で の具体的実践事例」では、愛媛県内子町、高知 県四万十町での取り組みを、限定的ではあるが 紹介してみたい。

1. 経済のグローバル化と東京一極集中

最初に、日本の高度経済成長期からの歴史的な流れを俯瞰して、なぜ「地方創生」と言われるようになったのかを確認しておこう。そもそも地方創生は、「出生率の低下によって引き起こされる人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持することを目的」とした政策体系である¹。この文言にあるように、日本国内での人口の偏在、換言すれば東京への一極集中が問題視されている。

では、いつから人口の偏在が生じるようになったのだろうか。日本経済の歴史を簡単に振り返ってみたい。日本に資本主義が確立してから都市部へ人口が集中する傾向はみられていた。しかし、戦間期の1940(昭和15)年でさえ、市部人口は2,757万7,539人(37.7%)に過ぎなかった²。

人口集中がより顕著に進んだのは戦後、とりわけ高度経済成長期に突入してからである。政策的に太平洋ベルト地帯が形成され、石油化学工業や鉄鋼業、合成繊維、造船、自動車産業などが高度成長をけん引した。このような産業配置政策もあって、農村地域から都市部への人口移動が進んだ。他方で、高度経済成長はエネルギー革命によってももたらされた。従来の水力、石炭、木炭エネルギーから石油へと転換した。その結果、福岡県の筑豊や北海道の石狩といった炭田地帯が構造不況地域と化した。そのほか、家庭の燃料源も薪炭から電気やガスに替わっ

¹ まち・ひと・しごと創生本部「第2期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』」2019年、1頁

² 総務省「国勢調査」より



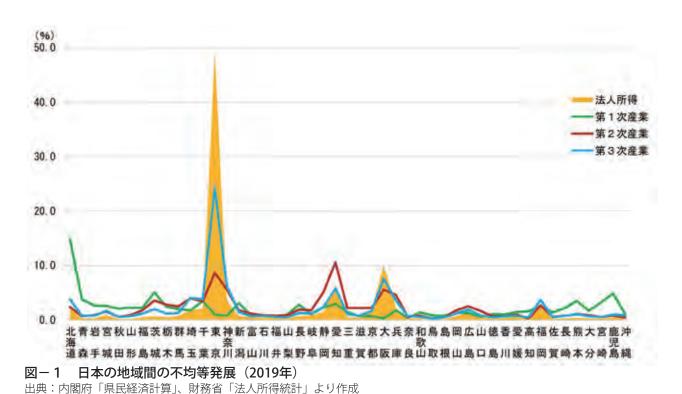
た。薪炭は、山村地域の主要な副業だったため、 薪炭需要の急減は山村経済を動揺させ、若年人 口の都市部への流出を引き起こした。こうし た動きは中国地方の中山間地域を中心に生じ、 "過疎"という言葉が生み出されたのである³。

人口の偏在、とりわけ東京一極集中が決定的になるのは、経済のグローバル化が本格的に進行する1980年代半ばからである。プラザ合意(1985.9)を契機とする円高誘導、貿易赤字と財政赤字という「双子の赤字」に苦しんでいたアメリカからの市場開放要求を契機として、「前川リポート⁴」が打ち出され、産業の構造調整、規制緩和による内需拡大、農産物輸入の促進が推し進められた。円高の急進やアメリカとの貿易摩擦の激化によって、製造業の海外直接投資が急増した。この海外直接投資は、1970年代に地方分散が進んだ分、工場を閉鎖し、生産拠点を東アジアなどにシフトさせる形で展開された。そのため、地方経済では「産業の空洞化」が生じ、雇用喪失が問題視される事態となった。

他方で、国内市場の開放は、規制緩和と伴う構 造改革として進められ、本社機能が東京へ集積 するなど、東京のグローバル都市化が進んだ。 海外現地法人を有する企業の多くも東京に本社 があるため、海外直接投資による収益も本社に 還流、東京への蓄積が進んだ。加えて、産業の 構造調整や農産物輸入の促進は、対米貿易関係 のなかでスケープゴートにした結果と捉えても 良いだろう。特に、炭鉱の政策的閉山は、その 典型例であろう。炭鉱業、農業と日本の農山村 地域の基幹産業の基礎が掘り崩されていったの である。その結果、農山村地域を中心に地域の 産業が喪失した一方で、東京へは投資収益が還 流する構図が出来上がったのである(図-1)。 政策的に東京一極集中が創り出されてきたとも 見えるだろう。

2. 農山村への移住の歴史

では、実際に地方での人口減少はどの程度だろうか。時間軸を中心にしながら確認してみよ



3 岡田知弘ほか『国際化時代の地域経済学 第4版』有斐閣、2018年、71頁

^{4 1986}年4月、内閣総理大臣の私的諮問機関「国際協調のための経済構造調整研究会」が纏めた報告書

う。(表-1)。1920年に開始された国勢調査を基に、人口の減少県数をみると、①1935-40年の戦時下での生産拡充期、②1955-70年の高度経済成長期、③1985年から現在に至る経済のグローバル化期で人口減少県が増加している⁵。これらの時期は、大都市圏を中心とした景気拡大期であり、地方からの大都市圏への人口移動が労働力不足を補っていた⁶。他方で、2度のオイルショックによって経済が翻弄された1970年代に見られるような景気後退期では、大都市圏での雇用吸引力が弱まるため、人口減少県数が大きく減少する。このように、人口移動と景

表-1 人口減少県の推移

	比較調査年	人口增加率	減少県数
-	1920-25年	6. 6	2
	1925-30年	7.7	0
	1930-35年	7.3	3
1	1935-40年	3.8	22
	1940-47年	5.9	3
	1947-50年	10.7	1
	1950-55年	7.1	7
	1955-60年	4.6	26
2	1960-65年	5.1	25
	1965-70年	5. 4	20
	1970-75年	6.8	5
	1975-80年	4.5	0
	1980-85年	3.4	1
	1985-90年	2.1	18
	1990-95年	1.6	13
	1995-2000年	1.1	24
(3)	2000-05年	0.7	32
	2005-10年	0.2	38
	2010-15年	-0.7	39
	2015-20年	-0.7	38

出典:岡田知弘『地域づくりの経済学入門増補改訂版』自治体研究社、2020年、47頁、及び、国勢調査各年版より作成。

気循環は連動したものであった。

しかし、バブル経済が崩壊した1991年以降は、 上記のような人口移動のパターンは消失することになる。不況期であっても人口減少県の数が減らず、むしろ増加していくのである。経済のグローバル化によって、地域の産業構造が大きく変容した結果である。2010年以降は人口減少局面に突入し、2020年国勢調査で人口が増えているのは、南関東(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)、愛知県、滋賀県、福岡県、沖縄県のみである。

他方で、農山漁村部への人の移動に着目すると、その数自体は決して大きくはないものの、1970年代以降から見られるようになってきている⁷。70年代には三大都市圏から農山村地域への「Uターン」現象が生じた。景気低迷に伴い、都市で生活することの魅力が失われたことや、生活環境の悪化に起因しているほか、高度経済成長期に確立した大量生産、大量消費社会へのアンチテーゼによるものである。

1980-90年代には、「Iターン」という70年代とは異なった移住の動きが表れた。これは、田舎に縁がない都市部で生まれ育った人たちが、自己実現の場として農山漁村部を選び、移り住んでいく、"憧れの田舎暮らし"が目的化した動きである。またこの時期にはリゾート法(総合保養地域整備法)によって、スキー場などのリゾート開発が進んだ。倶知安町・ヒラフ地区でも見られたように、脱サラしてペンション経営に乗り出す移住者が見られた。

次いで、1990年代後半からは、「帰農」をキーワードにした移住の傾向がみられるようになる。この時期の中心的な存在は、新規就農に関心を寄せる60歳以上の退職者であった。さら

⁵ 岡田知弘『地域づくりの経済学入門 増補改訂版』自治体研究社、2020年、46-47頁

^{6 1985}年以降に関して、1985-90年はバブル景気である

⁷ 以下の記述は、嵩和雄「農山村への移住の歴史」小田切徳美・筒井一伸編著『田園回帰の過去・現在・未来』農 文協、2016年、86-96頁を参考にしている



に、2000年代に入ると、国土交通省が「二地域 居住」を提唱し、特に定年退職者をターゲット に、季節によって居住地を変えるライフスタイ ルが目指された。

こうした移住に関する傾向は、2008(平成 20) 年に生じたリーマン・ショック、さらには 2011 (平成23) 年の東日本大震災を契機として 大きく変化する。都市部での就職難から、農村 部での一次産業に仕事を求める動きが見られた ほか、2009 (平成21) 年には「地域おこし協力隊 | といった若者を地域に送り出す仕組みが政策的 に整備されてきた。目的意識としては、積極的 なもの、消極的なものが入り混じっているもの の、若者が地方を目指すようになってきたので ある。また、東日本大震災後は、大都市に過度 に集中することのリスク、自然災害への脆弱性 を目の当たりにして、自分たちのライフスタイ ルを熟考し、安心して子育てができる地域を探 すファミリー層が増えてきているという。実際 に、田舎への移住相談を行っている「ふるさと

回帰支援センター」によると、図-2のように2013 (平成25) 年度から増加しており、2021 (令和3) 年度には5万件を上回る相談、面談が行われている。このように、時代の変化とともに、田舎へ関心を持つ人たちが現れている。これらの動きは、単なる一過性のブームとしてみるよりも、都市と農村の新しい関係が創り出されてきていると捉える方が良いのではないだろうか。

3. 移住者を受け入れる地域のあり方

2010(平成22)年以降、田舎への移住に関心を持つ層が増えてきており、若者、ファミリー層を中心に実際に移住する人たちも増えている。同様に、受け入れ地域の側も、かつて「消滅可能性自治体」と名指しされた自治体のみならず、積極的に移住支援を展開している。興味深いのは、移住者が集まる地域が偏在していることである。どのような地域に移住者が集まるのかといえば、小田切が指摘するように、「地



図-2 ふるさと回帰支援センター(東京)の相談等の件数推移

出典:認定NPO法人ふるさと回帰支援センター「2021年度年次報告書」、2022年6頁

⁸ 小田切徳美・筒井一伸編著、前掲書、17頁

域づくり」の取り組みで知られている地域である⁸。これらの地域で実践している、移住者の受け入れ体制や、支援・サポートのあり方を学んでいく必要があるように思われる。つまり、単に都会から田舎へ、若者を中心とした移住者が来さえすれば、勝手に何か新しい動きが始まるわけではない。

若者の移住が増えれば、地域で「しごと」を見つける、あるいは創り出すことが必要になる⁹。若者の田舎への移住が進む中で、価値観の多様化も進む。仕事に求めるものも、生計の維持に加えて、自己実現を目指すライフスタイルとしての「働き(方)」という視点が加味される。さらに地域との関係性(地域資源の活用、コミュニティとの関わりなど)を盛り込んだ「なりわい」として捉えていくことが必要である。そうすることによって、「仕事や働き(方)といった個人テーマ(個人の就労問題)に矮小化せず、農村を持続させていくための次世代の地域テーマ」としての視点を持ち合わせていくこ

とが求められる¹⁰。図-3は、移住者の"起業、継業"へのサポートのあり方を、バトンリレーとして捉えたものである。「継業」とは、農山村地域での後継者不足によってお店をたたむなどの動きに対して、移住者が地域での仕事を引き継いでいくことを示している。この場合には、単に仕事を引き継ぐだけではなく、農村ならではの地域とのつながりを意識しながら生業を継ぐことが意識されている¹¹。

いずれにせよ、なりわいを興す、あるいは継ぐことにおいて、①最初のステップ、②経営が軌道に乗るまでのステップ、③日常の運営までのステップに対応して、国や自治体の制度的な関わり方、地域住民の関わり方などが変わっていくことを示している。しかし、重要なことは、移住者をサポートする多様な主体のネットワーク(受け皿)が構成されていることであり、そのネットワークがいかにかかわりあっているかを把握することである。

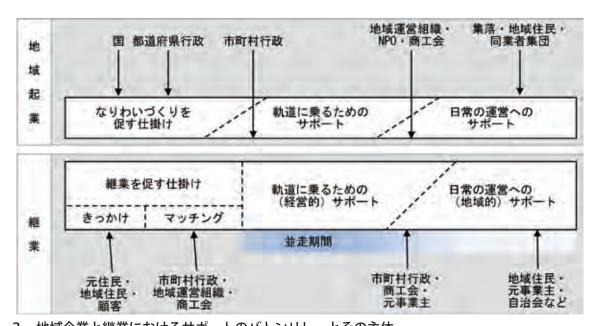


図-3 地域企業と継業におけるサポートのバトンリレーとその主体 出典:小田切徳美編『新しい地域をつくる一持続的農村発展論―』岩波書店、2022年、48頁

⁹ まち・ひと・しごと創生法の第2条第5項においても、「地域の特性を生かした創業の促進や事業活動の活発化により、魅力ある就業の機会の創出を図ること」が基本理念に盛り込まれている

¹⁰ 小田切徳美編『新しい地域をつくる―持続的農村発展論』岩波書店、2022年、44頁

¹¹ 小田切徳美編、前掲書、49-50頁



4. 四国での実践事例

愛媛県内子町の山あいにある「御祓地区」では、2012(平成24)年に地域唯一の小学校が廃校になった。小学校は地域住民にとって拠り所でもある。廃校当初は、地域の住民が廃校を活用して、コミュニティスペースの運用を試みたが、思うようにいかなかった。そこへ、「地域おこし協力隊」として、Mさんが埼玉県からやってきた。彼女に与えられたミッションは、「みそぎ小学校」を活用して何かしてほしい、ということだった。

彼女は、小学校のリノベーションに取り組み、 未利用だった2,3階の教室をワーキングスペースへと変えていった。その結果、内子町が和紙の原料である楮の産地でもあることから、みそぎ地区に移住するとともに和紙の製造を開始した人もいれば、松山市から移住し、趣味の古道具収集と珈琲で「ぽたり珈琲」として起業した人、「ゆるやか文庫」というまちなかで展開していた私設図書館を小学校に移設して運営する人もいる、ユニークな空間になっている。

こうした空間のリノベーションにより、注目 を集める機会が増え、小学校が地域内・外の人 たちを結ぶ、交流拠点となっている。小学校が 活用され、外から訪れる人たちが増えることが、 地域住民の「誇り」につながっているのである。

このみそぎの里の展開を、前述の支援体制の バトンリレーに当てはめようと思ってもすんな りとはいかない。地域おこし協力隊への行政的 な支援サポートが、地域住民との関わり合いの 中で小学校のリノベーションの方向性を決め、 小学校に自己実現の場所を見つけた人たちが移 住し、起業したという流れである。

高知県四万十町では、Jターン移住者が、都会といなかをつなぐことを目的とした「一般社団法人いなかパイプ」を立ち上げ、精力的に活動を展開している。いなか暮らし、いなかでの仕事を29泊30日で体験する「いなかインターン

シップ」は、いなかで参加者自身のやりたいことや興味関心を基に、地域の自然や人と関わり合うなかで、都会といなかの違いを理解し、実際にいなかで仕事をする仕組みである。

具体的な仕事の一つとして、農作業のお手伝いがある。高齢化した農家さんの手伝いを通じて、農業を体験していくことがメインである。四万十町での農業規模は北海道ほど大規模なものではない。しかし、農産物の繁忙期が重なるため、収穫時間を細切れにして作業と作業をつないでいる。これにより、インターン研修生と地域の農家さんとの接点が多くなり、関わりあう機会が増えるという利点もあるし、不足している人手を補える側面もある。

こうしたインターンシップには、2022(令和4)年9月までに延べ400人が経験している。そのうち、インターンシップを経験した後そのままいなかにとどまった人たちが53人、少し時間は空くものの、インターンシップを契機として、その後いなかに移住した人たちは96名にのぼる。自己実現のみならず地域に入ることの意味を理解し、実際にコミュニケーションを取りながらいなか生活を体験できることが、移住に結実していると思われる。

おわりに

本稿では、田園回帰にいたる流れとともに近年の移住者の特徴、移住を受け入れる地域の側の支援体制などに言及してきた。四国の2つの例のように受け入れ体制のあり方は地域によって異なる。しかし、多様な主体のネットワークによって相互に関わり合っていくことが若者を中心とした移住者の増加、多様な地域起業や継業につながっていくのではないだろうか。

北海道における地域での起業

令和5年3月

一般財団法人 北海道開発協会 〒001-0011 札幌市北区北11条西2丁目 セントラル札幌北ビル (代表) 011-709-5211

冊子の作成には、ライラック基金を活用しています

※冊子内のイラストや画像の他、テキストの無断転載・無断使用を禁じます





