

## クレジット:

UTokyo Online Education 東京大学朝日講座 2016 高野誠鮮

## ライセンス:

利用者は、本講義資料を、教育的な目的に限ってページ単位で利用することができます。特に記載のない限り、本講義資料はページ単位でクリエイティブ・コモンズ 表示-非営利-改変禁止 ライセンスの下に提供されています。

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

本講義資料内には、東京大学が第三者より許諾を得て利用している画像等や、各種ライセンスによって提供されている画像等が含まれています。個々の画像等を本講義資料から切り離して利用することはできません。個々の画像等の利用については、それぞれの権利者の定めるところに従ってください。



# 「ローマ法王に米を食べさせた男」

ー過疎集落からの脱却!!ー

【TBS ナポレオンの村の原案】

2016年Ver.

総務省地域力創造アドバイザー/氷見市地方創生アドバイザー/新潟経営大学特別客員教授/立正大学客員教授 高野誠鮮

限界集落の活性化は可能か？

みこはら

# 石川県羽咋市神子原地区とは？



市人口 市全体 23,427人  
(H24 4/1現在)

市面積 82Km<sup>2</sup>

神子原地区 459人(20年間で  
半減)・高齢化率 54% 豪雪

離村・離農率・耕作放棄増大

耕作面積110ha 遊休46ha

限界集落の活性化は可能か？

# 公務員の思考3パターン

- ・左脳の論理的思考(ロジカルシンキング)
- ・右脳の創造的思考(クリエイティブシンキング)
- ・経験と知識から得られる(システムシンキング)



- ①いてもいなくてもいい公務員
- ②いては困る公務員
- ③なくてはならない公務員

限界集落の活性化は可能か？

# いつだれが実践するのか？

- 人の意思が絡むことで書いた通りにはならない。
- 1000回論議してても変わらない
- やったことのない人間が語り判断する
- やったことのない人が計画書をつくる
- 「やってください」と言ってもしてくれない
- やってみせて、次にしてもらおう

# 聞いてはいけない人?!

- 失敗したときの事を真っ先に言い出す人
- 経験則もないのに知っているだけの人
- 栄達、お金だけが目的の人
- 論議だけの人
- 私心がある人
- 知を識にしていない人

# 表面だけで本質を変化させない!

- 優秀なら過疎の村にはなっていない
- 100年論議していても全く変化しない
- どんな計画書を作ってもそのとおりならない
- なぜやってみようと思わない
- 「預言者ですか?」と聞いたら怒鳴られた。
- 経験の無い人が判断する
- 会議や研修会で変われる?

# 役所思考はなぜ駄目なの？

- 誰も反対しない意見でまとめようとする
- 経験的知識が乏しく、誤判断する
- アントレプレナー精神がない
- 合議制によって責任所在がない
- 社会経験が少ない
- 石橋を叩いて壊す精神
- 基本理念が全く無い

# 課題を突きつけられどうするか？

## 考え方(思考方法)

- ・ ○改善できる可能性を模索(できない理由を挙げない)
- ・ ○現状・状況を構造的に見る(直線的に考えない)
- ・ ○根本的な原因に対して対応する(表面的な対策をしない)  
(例:大会・委員会・会議開催だけで終わる)
- ・ ○従来のルールを無視してみる(何故?従前の方法で解決できた?)
- ・ ○構成する基本単位で考えて見る(例:集落-人)
- ・ ○活性化ドラマとして考えてストーリーを考えてみる
- ・ ○自分以外を「条件」にしない(例:予算・住民・上司)
- ・ ○立場を変えて考えて見る(例:医者・プロデューサ他)
- ・ ○全て関係していると考え(地球規模で考える)

# 疲弊する原因と対策

Q どうして里山農村は過疎・高齢化するのか？

- 原因究明→農業所得が低い？
- 市場に左右される農業→流通業態の変革
- JA/役所の補助輪を外して「運転」できる？
- 何をしても「限界集落」は戻らないのか？

(徹底的な調査・根本原因を探る)→対応

# 対策の結果(H21年～)

- ①高齢化率の改善 54%→(47.5%)H21年
- ②所得の向上 月額30万円超の農家
- ③年間8,000万円超(平成21年)が集落に
- ④UJIターン現象(8名Uターン、若者移住)
- ⑤農家カフェの誕生(30代のUJIターン)
- ⑥夏と冬に大学生が集落合宿
- ⑦12家族35名が他県から移住  
(事務費:平成17年60万円、18年47万円、19年27万円、20年～0円)

限界集落の活性化は可能か？

# 神子原地区の課題と対策

空き農家農地情報  
烏帽子親農家制度  
農産物のブランド化  
棚田オーナー制度  
簡単就農特区  
お神酒特区  
国・県の支援  
海彦・山彦計画  
マエストロの村計画

- ・交流事業
- ・インターン事業
- ・バックアップ事業
- ・マーケティング調査  
事業等活用

対策

- ①人口の半減(20年で37%の減少)
- ②高齢化 54%(限界集落H17)
- ③農業後継者不足
- ④耕作不利(急傾斜)
- ⑤反収率65%~70%
- ⑥離村率の上昇
- ⑦豪雪・地滑り地帯他
- ⑧予算がない

プラス要因

- ・日経BP 96年11月  
美味しいお米ベスト  
10入り(3位)
- ・石川県最大の棚田
- ・慈姑生産量県一位
- ・自然が豊か?
- ・携帯通じない?

60万円の予算がある!

限界集落の活性化は可能か?

# プロデューサとしての関わり

- ・ 公務員は「企画-構成-演出」ができるのか？

内部要因： 庁内の理解者

外部要因： 集落住民全員が賛成ではない。

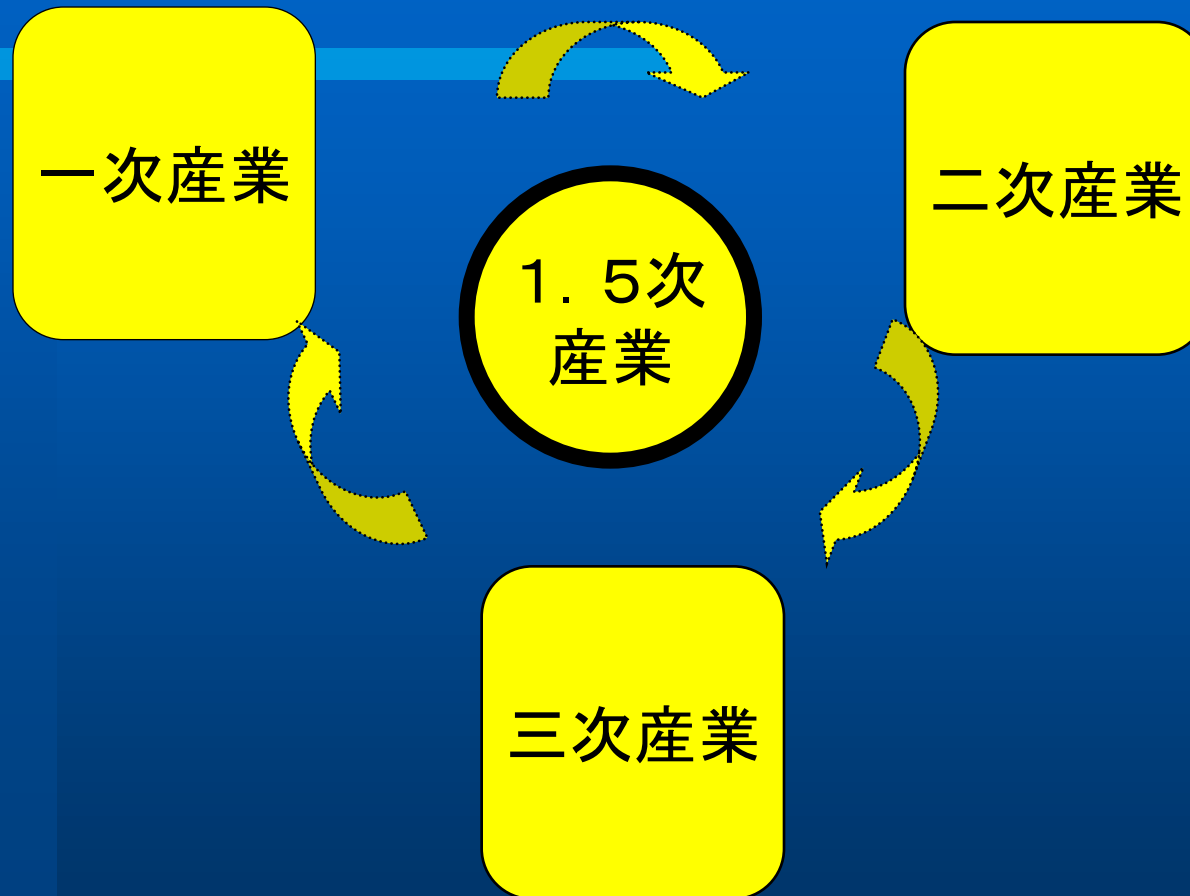
(賛成・反対・無関心)強い反対意見に屈しない。

- ・ ドラマをつくり、ストーリーを展開する

- ・ 行動資金

- ・ 主演 集落住民 企画・構成・脚本・演出(役所)

# 1.5次産業の創出



限界集落の活性化は可能か？

# プロジェクト推進と理念

- 基本的考え方の整理  
「理念」「戦略」と「実践」

- 実行システム力

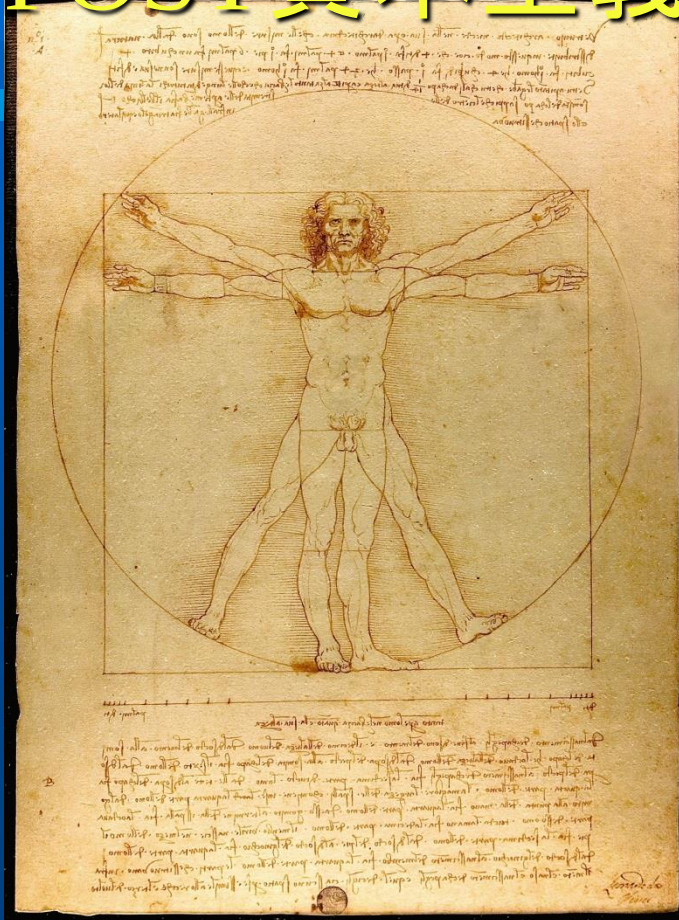


□ 実行・実現できない計画(印刷物)会議は必要ない

# 理 念

- 存在論    Ontology ⇒ 人・町・市・県・国
- 理想論    究極の在り方(人体政治経済)  
血液=貨幣、ホメオスタシス(行)
- 哲 学    philo+sophia (愛+智恵)  
物事を統一的に把握する理念
- 実 践    理念が基礎となり実践(行動)
- 視 観    地域・組織を1人の人間として

# POST資本主義を人体から(理想論)



人類が全体が一人の人体構造のように  
生きることができるのか？

人体経済学(血液・循環器系)

人体政治学(神経・伝達・命令系統)

人体組織学(骨格・部位・免疫)

1人の人間の身体で起こ  
ることは「集落」「社会」「世  
界」でも起こる。

ウィトルウィウスの人体図古代ギリシアの世界観における  
小宇宙 (en:microcosmos)のコスモグラフィア

限界集落の活性化は可能か？

# 治療方法とやる気

- やる気療法 「ここまで役所がするのか!」

- 根本治療

農業産物の流通形態→直売に  
(自分で希望小売価格を設定する)

- 対処療法

空家対策→「空き農家・農地情報バンク」

高齢化→若者の移住政策

# 3つの基本戦略

- 多くの人を動かす「メディア戦略」(集团的意識)
- (購買意欲をかきたてる「ブランド化戦略」)
- 多くの人を訪ねる「交流戦略」
- (オーナー制度、直売所、農家レストランなど)

# メディアと大衆心理

- 行 動 知 (情報)⇒情(心)⇒意(行動)
  - ビジビリティー(人はどうして靡くのか?)
  - 効 果 新聞・テレビの神通力? 2週間で消滅
  - GRP Gross Rating Point  
最低600GRP(100GRP で全員)
- ・「報道価値」を考えながら策を打つ
- Ex. CIA 大衆心理とメディアの活用  
「Robertson Panel Report」

# 情報発信能力がない!

- 近くに落とさない
- とにかく遠く投げる
- 国内のみならず世界に投げしてみる
- 報道価値があるのか?
- 発信能力は情報を飛ばす「力」である

# 情報収集能力がない!

- どこを調べるのか?
- コア情報を掴んでいるのか
- ソースは信頼性あるのか
- 世界中を調べたのか

# 課題と条件

- 理念:羽咋イズム「地域にあるものすべてを活かす。否定ではなく、活かす。」未利活用資源の発掘と活用(政策理念)
- 課題:①予算がない。頼る相手(業社)がない。  
(1.5次産業振興室全体で60万円/17年)  
②ブランド化の教科書がない。  
③試行錯誤の連続から…。思源作戦
- 条件 ①33haから500俵のコシヒカリを厳選。 ②広告宣伝費はない。  
③顧客数ゼロからの出発。④後発ブランドの確立

限界集落の活性化は可能か？

## ● 地域が連携しコンソーシアムを展開



限界集落の活性化は可能か？

# 対策① 空き農家・農地情報バンク

- 空き農家を逆手に⇒古民家
- 農家と農地がセット⇒羽咋方式
- 月額2万円の廉価
- 入居希望者の選択(囲炉裏・納屋等)
- 現在12家族が入居

全国農業会議所「農地情報システム」で採用



# 対策② 烏帽子親農家制度

- 農家民宿への経済的ハードルと規制
- 旅館業法適応外の制度
- 食品衛生法適応外の制度
- 建築基準法適応外の制度  
(古来伝統・風習に法律は適応されにくい)



親子の瞬間→

- 古来からの風習を活用



限界集落の活性化は可能か？

## 対策③ ストーリー性

- 農産物の特異性や利点を探す
- ストーリー性を探す(人・産物)
- 蘊蓄を創れる商品(農産物)・地域づくり
- 農家がメーカー(生産者)になる
- 消費者が納得する商品づくり
- 地域を舞台に(小説化「**マージナル**」角川)

## 対策④ 規制緩和と制度利用

□諸制度の活用・「対話と協調」(市長理念)

- 1 国・県が持つ機能・制度をフルに活用
- 2 交流によって常に刺激と変化を集落に
- 3 お神酒特区(H17)・簡単就農特区(H16)
- 4 2005年度「毎日・地方自治大賞」受賞
- 5 2007年 立ち上がる農山漁村選定
- 6 2008年 全国地産地消協会特別賞

# 対策⑤ 交流の推進

- 1 過疎化の村に大学生を呼び込む
- 2 各種オーナー制度の実施
- 3 烏帽子子づくり(法政大生等)
- 4 農家カフェの開店
- 5 マエストロの村づくり計画



イギリス領事館職員もオーナー

# 援農合宿 平成17年～



限界集落の活性化は可能か？

30

# 棚田に雛人形 1500名が見物

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた画像を削除しました。

新聞記事  
「棚田 三段ひな飾り  
羽咋・菅池 高さ2.5－3.5メートル」



# 農家がカフェに

## マエストロの村づくり

- ・高齢化の村にカフェ
- ・携帯電話不感地帯
- ・平均50名/客単価千円
- ・岐阜県からの移住
- ・「かぼちゃ」が化ける



著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

北國新聞 2008年9月7日  
「農村に期待の“ルーキー”」



限界集落の活性化は可能か？

## 対策⑥ 国際ブランド化戦略

- 想定競合製品 (目的:農家所得の倍増)
  - (魚沼にできて神子原にできない理由はない)
- 有利な点
  - 少量生産・地名の利点・食味・全国美味しいお米3位・人がいない工場排水、生活排水が入らない。
- 不利な点
  - 知名度が全くない、県内市場では一俵13,000円のコシヒカリ

# 衛星解析の導入(ATでマネジメント化)

手段として活用 美味しい米  
は高く!!

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

Digital Globe社の人工衛星  
Quick Bird の画像

◎赤外線の測定(可視光以外)

赤線・近赤外線の吸収反射比率

◎NDVIの数値化と補正

グランドトゥルースの実施

◎マッピング

図面・写真上への落とし込み

今回使用した**Digital Globe**社の衛星

限界集落の活性化は可能か?

# 衛星データ解析と選別(神選品)

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

Digital Globe社の人工衛星画像  
(羽咋市全域)

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

Digital Globe社の人工衛星画像  
(羽咋市吉前町の拡大)

羽咋市全域及び解析マップの貼り付け(羽咋市吉崎町の拡大部分)

限界集落の活性化は可能か?

35

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

北國新聞 2007年9月6日  
“コメの味 衛星で解析  
「羽咋市方式」新潟に売れた  
行政ビジネス第一号「神子原米」で実証“

# 行政ビジ ネス第一 号として

北國新聞  
平成19年9月6日付

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

北國新聞 2007年10月17日  
“コスト削減による成功例  
米作りに衛星利用”

## 社説

北國新聞

平成19年10月17日付

# 全国で「羽咋方式」衛星解析

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

南紀州新聞 2009年10月15日  
“「太田のコメはおいしい」  
那智勝浦町  
人工衛星のデータが証明”

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

山形新聞 2009年11月6日  
「人口衛星で“うまさ”証明  
あさひ 清流美人  
きょうから1500袋限定発売」

# ブランド戦略の要1

- ブランドと認める消費者
  - － 生産者の都合ではなく、消費者の心理分析
- 消費者ターゲット
  - － 超高級志向ロイヤル・インペリアルユーザー
- 流通体制の見直し
  - － 生産者(農家)がつける販売価格
  - － 消費者との直結(JA・経済連抜き・流通業者抜き)
  - － デパート地下食品売り場(大和、名鉄、高島屋)

# ブランド戦略の要2

- 商品の物語性
  - 消費者が買った商品を他者に語られるか？
  - 「エルメスデザイナーの先生で云々」「ローマ法王に云々」
- 商品マネジメント
  - 美味しいもののしか売らない。
  - 美味しいと言える証左(人工衛星解析)
  - 売らない(安売りしない)事。
  - 食の風景を読む(量・時間・質・雰囲気)

# ブランド戦略工程

- **ロンギング効果**(あこがれる人の持っている物、食べている物、使っている物への関心)
- 人的影響力(天皇陛下、ローマ教皇、大統領、首相など)
- **ロイヤル・インペリアルユーザー**の見極め(高級志向)
- **デザイン** 全国への呼びかけ CX「考える人」 ダウンタウン松本、小池栄子等の作品

# ローマ教皇献上米



カレンガ代理大使と橋中羽咋市長      宮内庁前田式武官と羽咋市長

「神子原は聖なる地名として教皇様も喜ばれる。」

「日本の小さな村と世界一小さな国との架け橋にしたい」

限界集落の活性化は可能か？

# 8年続けてローマ教皇に献上



カステッロ大使閣下

限界集落の活性化は可能か？

# 完成したお米と酒



- ロイヤルユーザー向けのスペシャル米 5kg 3,500円(700円/kg⇒780円/kg)
- スペシャル米を使った超高級日本酒「客人」 720ml 33,600円
- 日本一高い日本酒(「日本酒として絶品だ」田崎氏談 12/22 北國新聞)
- 輸出できる農産品づくりへ 赤と白どぶろく「神酔酒」侶聖 1,680円

# 掲出・露出の仕方

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

新聞記事  
“神酒「まろやか」神子原産を醸造  
外国人記者が試飲”

- 日本人は近い存在を過小評価する傾向にある。
- 外堀作戦 情報は外から内側に、できるだけ遠方
- AP AFP ロイター 等 16カ国に配信

# 農家だけで作った株式会社

- 鉄則 ①ご婦人が設計(店舗・加工所)  
②外観のお金をかけないプレハブ  
③質の悪いものは売らない



「年金よりもおおくなった」「もっとい  
い野菜を」「山奥でもみんなで力を  
合わせてやっていける」平成20年  
1/3 読売新聞「神子原 過疎に待っ  
た」(資本金300万円 169戸中131  
戸の出資 45回/年の会議)

(役所・JAからの自立・自活)

(株)神子の里 0767-26-3580

# 農家が自ら値段を付けて売る



7月7日開業流通改革  
農家のやる気に火が点く  
POS導入-  
-積極的介入の終了段階-  
(自活・自立を促す段階)



月額600万円超  
初年度予測2000万円  
8000万円強に修正  
月収30万円の農家  
131戸の出資農家  
→147戸資本金700万円

限界集落の活性化は可能か?

# その結果-2年連続

朝日新聞(全国版)H19秋号 読売新聞(全国版)H18

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

朝日新聞 2007年  
“神酒「まろやか」神子原産  
を醸造  
外国人記者が試飲”

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

読売新聞 2006年11月21日  
“ブランド米 味と品質  
産地の個性”

二年連続大新聞で選抜8箇所、5箇所

# 賑やかな過疎集落

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

朝日新聞 2010年1月7日  
“にぎやかな過疎へ  
神子原地区  
活性化 全国の例に”

2010年 1月7日 朝日新聞

「能登の風」

企業誘致より「人心誘致」

地域を舞台とした小説化

ドラマ化戦略も

# 巨匠アランデュカスグループも



Alain DUCASSE ジュラルール・マルジョン ソムリエ

フランスとどう関係がある？ ↓

植物の根のように考え、可能性を張り巡らしていく ↓

簡単に枯れない

2010年5月27日

The Tokyo BEIGE で  
お披露目会

# アランデュカスセレクション 酒



2010年

5月27日

The Tokyo  
BEIGE



フランス・パリと  
東京で同時デビ  
ュー

# 全国発信

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

北國新聞 2009年1月3日  
“「神子の里」ヒット商品続々  
こんにゃく、ブランド米  
県内外から客「やる気出る」”

山を高くして  
裾野を広げる

神子原米

客人

客人のおすそわけ

神酔酒

こんにゃく

(平成21年1/3付 共同通信全国47社配信)

# その結果

- 農家所得

- 1俵13,000円⇒42,000円 3倍(米は1ヶ月で完売)  
日本人サラリーマン平均440万円 (104俵で達成)  
「客人のおすそわけ」(酒粕)2時間で完売

- 農家の声「農業やってて(続けていて)良かった」

(H18 1/6 読売新聞) UJIターン現象

菅池:高齢化率57%(H17 4)→51.5%(H20 4)

ブランド米の維持

(ポリシーの確立とブランドマネジメント)

- 18年度 作付け技術の統一化
- 増産しない体制 直販所⇒「山彦計画」

# 腐らず枯れる野菜・穀類



腐らず枯れる穀  
類野菜・果実の  
作付けと誘客



限界集落の活性化は可能か？

# きゅうり実験開始後 2週間目



自然栽培   有機野菜   一般野菜



著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

南岳寺  
鉄竜海上人の写真



人も枯れる。トマトも枯れる。余計な物が  
入っていないから。今の社会、本来いらな  
いものが多く入りすぎている。だから腐る。

# 腐敗と発酵

## Natural Farming-AK Method



限界集落の活性化は可能か？

UTokyo Online Education 東京大学朝日講座 2016 高野誠鮮 [CC-BY-NC-ND](#)

# Japonic(自然栽培)を国策に



限界集落の活性化は可能か?

# 過疎の村が国を動かす!



総理公邸、地方創生大臣が  
来訪2015年12月5日、小泉  
先生が週刊誌で発言。



著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

「小泉進次郎のホンネ」  
『日刊SPA!』2015年12月1日号

# 自然栽培が学校給食に!!

著作権等の都合により、  
ここに挿入されていた  
画像を削除しました。

北國新聞 2016年1月29日  
“自然栽培学校給食に  
羽咋市全小中学校に米、野菜”

2016年1月29日  
(北國新聞より)

いいことなら理屈  
や理由なしに実施  
すればいい。賛成  
も同意も不要のよ  
うな気がする