

# 条件不利地域における地域づくりと グリーン・ツーリズム(2) —東宇和郡城川町の場合—

鈴木 茂

はじめに

- [I] 中山間地域の再生とグリーン・ツーリズム
  - 1.1 高度経済成長と基幹産業の衰退
  - 1.2 過疎化・高齢化と地域社会の衰退
  - 1.3 産業おこし・地域づくりとグリーン・ツーリズム
- [II] 「わがむらは美しく」
  - 2.1 「わがむらは美しくプラン 21」と花一杯運動
  - 2.2 農村景観保全と農林業振興政策
  - 2.3 農村景観創造とグリーン・ツーリズム (以上前号)
- [III] 農林業振興とグリーン・ツーリズム
  - 3.1 城川町の農林業振興政策
  - 3.2 宿泊保養施設の整備とグリーン・ツーリズム
  - 3.3 産業おこし事業と城川町産業開発公社
- [IV] 感性豊かな人材育成と文化政策
  - 4.1 町立美術館ギャラリーしろかわ
  - 4.2 全国「かまぼこ板の絵」展覧会
  - 4.3 入館者数の増大と地域経済効果
- [V] 「日本型グリーン・ツーリズム」の課題

## [III] 農林業振興とグリーン・ツーリズム

### 3.1 城川町の農林業振興政策

城川町の地域づくりの特徴は、単なる観光開発政策ではなく、農村景観保全事業と農林業振興とを統一して整備し、長期滞在型の保養基地を目指している

ことである。

すなわち、農林業振興の第1は、林業振興政策であり、林道・作業道(1ha当たり30m)を整備するとともに、森林管理会社(株)エフシー(第3セクター)を1995年5月に設立した。(株)エフシーは、城川町・森林組合及び町民が出資した第3セクターであり、出資者25人、資本金7105万円、従業員30人(うち現場職員29人)にのぼる。会社の主要な業務は、①森林の保全、②林産物の生産・加工・販売、③農林基盤整備、④農作業の受託、⑤農林業振興関連施設の受託管理等である。森林環境を保全するとともに、林産物資源の開発・加工、林業担い手の確保、農作業の受託・基盤整備を行い、過疎化・高齢化して管理が困難になった森林の管理や農作業の受託等を行って農林業を維持するとともに、農林業の担い手を育成しようとするものである。現在の主要な事業は伐採、搬出、枝打ち、下草刈りであるが、将来は農業・観光事業も行い、農村づくりに取り組む予定である<sup>18)</sup>

第2は、農業労働の生産性と農産物の付加価値を高めるために、圃場整備等の基盤整備を行うとともに、農産物加工事業に取り組んでいることである。城川町の農地は、中山間地域特有の狭い棚田が大半を占めており、生産性を高めるには圃場整備や農道の整備を避けることができない。また、経営規模が零細であり、特定の作物に特化した大規模単作型経営を追求することが難しいうえ、城川町は遠隔地にあり、輸送コストが相対的に高くならざるを得ない。遠隔地のハンディを克服し、農産物の付加価値を高めるには農産物を素材のまま出荷するのではなく、加工して付加価値を高めることを追求する必要がある。農産物の付加価値と雇用を拡大するために、農産物加工事業を推進していることである。

農産物加工事業の第1は、特産品加工センター(1986年)の開設である。農産物の加工事業によって付加価値を高めるとともに雇用機会を拡大しようとし

---

18) (株)エフシーの出資者は、城川町6200万円、JA190万円、森林組合420万円、一般及び財産区295万円である(城川町資料)。

たのである。また、観光客の増加は土産物に対するニーズを拡大し、それに対応するためにも加工事業の必要に迫られた。センターは、健康に焦点を合わせながら、地元で生産された農林産物や山菜を原料に、柚子酢、柚子しょうゆ、柚子ねり、干ししいたけ、減塩梅干、山菜水煮（ゼンマイ、ワラビ、山ブキ）、ラッキョウ漬、手づくりジャム、水煮筍、手づくりこんにゃく等、多様な加工品を生産している。また、センターは農林産物を農家から市場価格よりも出来るだけ高い価格で買い上げ、農家経営を支援している。例えば、最も加工量の多い栗は、町内生産 200 トンのうち加工センターは約 80 トンを市場価格より高い価格で買い上げて加工し、栗加工の売上高は 1200 万円にのぼっている。

農産物の加工事業の第 2 は、ハム加工事業である。ハム加工工場の整備は、畜産業が城川町農業の中核的地位を占めていることを考慮したものである。ハム工場は従業員 13 人（製造 7 人、販売 4 人、事務 2 人）、1 日処理能力 100 kg の小さなハム工場である。ハム製造技術はドイツからハム職人（マイスター）を招いて本場の加工技術を習得した。原料は地元生産の新鮮な豚肉を素材とし、冷凍ものを使わないこと、食品添加物を使わないことを基本方針にしている。添加物のない手作りのハムは「奥伊予のハム」のブランドで販売され、中元・歳暮の時期にはフル稼働でも生産が追いつかない状況であり、消費者の支持を着実に獲得している。しかし、食品添加物を使わないから長期間保存することができないため、生産能力を拡大することができない。ハム製造販売額は当初年間 3000 万円程度であったが、1998 年度には 1 億 2000 万円まで拡大した。

第 3 は、地域で生産された農産物や農産加工品の販売政策を重視していることである。直売店である特産品直売センター「きなはい屋」（1994 年）の開設や、アンテナショップを開設して販売力を強化していることである。多くの農山村では、農林産物加工事業を行っても、販売力がないために販売を大手商業資本に依存したり、販売の行き詰まりから加工事業そのものを中止するケースが少なくない。自前の販売チャンネルの開設は、新しい農産物や加工品の試験販売を可能にしたり、消費者ニーズに対応した新製品開発を可能にする。「きなはい

屋」は低農薬有機栽培の農産物やその加工品の販売を着実に拡大し、年間売上高は1億2000万円を超えている。また、アンテナショップは松山空港・八幡浜・大洲に開設している。

こうした直売事業によって高齢者や女性の営農意欲を刺激するとともに、農業経営のあり方にも影響を与えつつある。<sup>19)</sup> 直売店に農産物や特産品の販売を委託する農家は200戸にもものぼり、中には販売額が20万円(月)を超える農家も誕生している。なお、「きなはい屋」の委託手数料は10%である。また、宝泉坊温泉にも直売所が開設されている。

### 3.2 宿泊保養施設の整備とグリーン・ツーリズム

城川町における観光レクリエーション施設整備の第1の特徴は、観光レクリエーション施設の整備を産業おこし・地域づくりの政策体系の中にしっかりと位置づけて推進していることである。観光レクリエーション施設の整備は多くの地域でみられるが、観光開発ブームに乗って施設整備を優先し、地域固有の歴史文化や自然環境、さらには、地域産業との有機的連関を考慮しないまま推進されるケースが少なくない。城川町の場合は、「わがむらは美しく」を基本理念に地域づくり・産業おこしの政策体系全体の中に位置づけ、推進していることである。

第2の特徴は、域外資本の誘致による誘致外来型開発ではなく、地方自治体が政策立案から実施・運営に責任をもった内発型発展を追求していることである。多くの地域がバブル経済期に「リゾート法」(1987年)の指定を受けて域外資本を誘致して大規模リゾート基地を建設しようとしたのと対照的である。個々の事業規模は小さいが、「わがむらは美しく」を基本理念とするグリーン・

19) 特定作物の大量生産方式から直売に対応できるように多品種少量生産方式に転換する農家も出始めているという。特定作物の大量生産方式は価格変動によるリスクが大きいだけでなく、設備投資負担が大きいので、収益率が低くならざるを得ない。他方、多品種少量生産方式は価格変動によるリスクが分散されるだけでなく、設備投資負担が小さいから、収益性を高める効果がある。

ツーリズムの整備を目標としてきたことである。

第3の特徴は、地域固有の自然環境・景観を活かし、地域産業振興と結合させながら推進していることである。増田氏は、城川町の特徴は「田舎性」であり、田舎の良さを徹底的に売り込むことが事業の成功の秘訣であり、地域の景観とマッチしない「似非都会的施設」の整備を排除してきた。「奥伊予」を商標登録し、奥伊予を地域の農林産物の加工品の統一ブランドにしている。また、林業のまちであることを考慮して、ギャラリーしろかわはもちろん、ハム工場・宝泉坊ロッジ・三滝自然ロッジも木造建築である。

第4の特徴は、利用者が長期滞在できるように観光宿泊施設の料金設定を工夫していることである。ドイツの農家民宿を参考に、家族単位で長期滞在が可能なように、宝泉坊ロッジは1人1泊（朝食付き）2500円、4人家族1万円程度で宿泊できるように価格設定している。長期滞在によって地域経済に対する波及効果が高いと判断しているからである。その結果、宝泉坊ロッジの稼働率は70～80%に達している<sup>20)</sup>

こうした農村景観を重視した農村型リゾートの施設の整備によって観光客数は着実に増加している。同町の観光客数は1983年当時年間5000～6000人程度にすぎなかったが、98年度には28万人にまで増加し、宝泉坊ロッジの宿泊数は1万2327人、城川自然ロッジの宿泊数は5759人にのぼっている。しかも、県外客が着実に増加し、98年には全体の約15%、4万人を超えた。多くの自治体では観光宿泊施設を建設しても、利用者数が伸びず、財政負担を拡大しているケースが少なくない。農村景観の保全やギャラリーしろかわを中心とする地域文化活動が、都市との交流を拡大し、観光客を増大させているのである。また、1998年度には観光施設の売上高は3億6331万円にのぼった（表8、9、10参照）。

20) 城川自然ロッジの稼働率は50～60%にとどまっている。これは第三セクター方式に転換され、上層の客をターゲットにおいて1997年にリニューアルしたことが大きな要因であろう。

表8 城川町主要施設の利用者数の推移

(単位：人，%)

年度	城川自然ロッジ		宝泉坊ロッジ		地 質 館		滝沢緑地公園		ギャラリーしろかわ		宝泉坊温泉		合 計	
	人 数	伸び率	人 数	伸び率	人 数	伸び率	人 数	伸び率	人 数	伸び率	人 数	伸び率	人 数	伸び率
1986	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	9,900	—
1987	—	—	2,903	—	—	—	—	—	—	—	—	—	30,600	209.1
1988	—	—	8,795	—	—	—	—	—	—	—	—	—	49,800	62.7
1989	—	—	9,862	—	—	—	69,498	—	—	—	90,590	—	98,400	97.6
1990	2,605	—	10,491	6.4	—	—	60,813	-12.5	—	—	92,963	2.6	115,100	17.0
1991	5,383	106.6	10,901	3.9	—	—	48,626	-20.0	—	—	93,507	0.6	133,000	15.6
1992	6,523	21.2	11,098	1.8	4,522	—	33,534	-31.0	—	—	89,433	-4.4	134,500	1.1
1993	6,665	2.2	11,001	-0.9	18,264	303.9	29,793	-11.2	14,673	—	91,144	1.9	212,600	58.1
1994	6,850	2.8	10,375	-5.7	11,552	-36.7	24,259	-18.6	14,456	-1.5	94,540	3.7	134,600	-36.7
1995	6,609	-3.5	10,230	-1.4	9,030	-21.8	21,764	-10.3	25,969	79.6	96,168	1.7	140,600	4.5
1996	6,143	-7.1	11,290	10.4	8,385	-7.1	18,412	-15.4	34,711	33.7	91,714	-4.6	164,002	16.6
1997	5,087	-17.2	12,150	7.6	7,110	-15.2	16,004	-13.1	34,504	-0.6	101,718	10.9	186,832	13.9
1998	5,759	13.2	12,327	1.5	4,991	-29.8	16,452	2.8	35,053	1.6	99,197	-2.5	197,401	5.7
構成比	2.9	—	6.2	—	2.5	—	8.3	—	17.8	—	50.3	—	100.0	—

(出所) 城川町役場資料より作成。

表9 城川町の観光客数の推移と構成

(単位：人，%)

年度	観光客数				
		うち宿泊数	比 率	県外客数	比 率
1985	9,900	290	2.9	140	1.4
1986	30,600	340	1.1	130	0.4
1987	49,800	1,300	2.6	200	0.4
1988	98,400	9,480	9.6	1,270	1.3
1989	115,100	12,258	10.6	19,000	16.5
1990	133,000	14,018	10.5	19,500	14.7
1992	134,500	18,601	13.8	18,000	13.4
1993	121,600	19,713	16.2	11,300	9.3
1994	134,600	20,075	14.9	11,000	8.2
1995	140,600	18,953	13.5	12,000	8.5
1996	164,002	19,369	11.8	19,970	12.2
1997	186,832	20,355	10.9	23,959	12.8
1998	197,401	19,873	10.1	29,610	15.0
合計	1,516,335	174,625	11.5	166,079	11.0

(出所) 同上。

表10 観光施設別観光客・売上高

施設名	観光客数		売上高	
	人数	比率	金額	比率
滝沢寺緑地公園	15,859	4.3	834	0.4
ギャラリーしろかわ	34,015	9.2	10,130	4.5
どろんこ祭り保存館	150	0.0	43	0.0
城川町地質館	1,330	0.4	392	0.2
歴史民俗資料館	3,037	0.8	231	0.1
城川町視覚体験館	3,874	1.0	387	0.2
特産品センター	184,944	50.0	101,856	45.3
食肉加工センター	4,880	1.3	4,893	2.2
宝泉坊温泉	104,326	28.2	28,623	12.7
宝泉坊ロッジ	11,611	3.1	30,260	13.5
城川自然ロッジ	5,562	1.5	47,304	21.0
合 計	369,588	100.0	224,953	100.0

(出所) 同上。

### 3.3 産業おこし事業と城川町産業開発公社

城川町の基幹産業は農林業であり、農林業の振興政策を地域づくりの根幹に位置づけ、農林産物の加工事業に取り組んできたところに特徴がある。これら一次産物の加工によって付加価値を高めるとともに、就業機会の拡大を図り、県都松山市まで車で1時間半も要する中山間地域固有のハンデキャップを克服しようとしたのである。いわゆる1次産業の1.5次産業化を追求し、1986年に農産物加工センター(城川自然農場)、1991年に食肉加工センター(城川自然牧場)、1994年に特産品センター(「きなはい屋」)を整備し、町民の雇用場を確保するとともに、農家所得の向上を図った。

当初これらの事業は町直営事業として推進してきたが、消費者ニーズの多様化・高度化、価格破壊による産業構造の変革、輸入品の増大等の1.5次産業を取り巻く社会経済環境の変化に対応するために、1994年に城川町産業開発公社を設立して、独立採算制を導入した。同時に、栗加工事業を導入するとともに、特産品センターの設立によって販売力の強化を図った。また、独立採算制の導

入は効率的な運営を迫ることになり、公社の販売高も安定している（表10参照）。

産業開発公社の主要な事業は、①農産物加工（城川自然農場）、②ハム加工（城川自然農場）、③特産品センター（「きなはい屋」の経営）、④業務受託（宝泉坊温泉等の業務受託）であり、その他にアンテナ・ショップエルンテ大洲を経営している。公社の年間売上高は3億円、従業員数40人にもものぼり、過疎地において新たな雇用の場を創出している。

2000年度の売上高は前年度に比べて10%余り減少し、累積赤字が増える傾向にある（2000年度末現在2100万円）。しかし、一般財源の持ち出し（補助金）がピークの1100万円（1994年度）から215万円（2000年度）に減少している。多くの第三セクターが経営に失敗し、自治体財政の新たな負担をもたらしていること、城川町が条件不利地域であること、長期不況が深刻化している90年代後半の時期であることを考慮すれば、安定した経営を維持しているといえよう（表11参照）。

表11 城川町産業開発公社の業績推移

（単位：千円）

年度	売上高	経費	営業利益 (損益)	役場から の補助金	その他営 業外収益	税引前当 期利益 (損失)	当期利益	累積黒字 (赤字)	補助金を 除く利益 (損失)
1994	310,761	320,605	-9,843	11,000	238	473	248	248	-10,526
1995	337,599	348,018	-10,418	5,000	6,709	341	139	387	-4,658
1996	381,313	389,085	-7,772	2,301	8,431	633	329	716	-1,668
1997	369,823	389,208	-19,384	4,000	12,497	-4,483	-4,553	-3,837	-8,483
1998	381,452	406,243	-24,790	1,894	12,610	-12,629	-12,699	-16,537	-14,523
1999	374,365	382,050	-7,685	12,032	12,249	14,564	14,494	-2,042	2,532
2000	336,166	372,681	-36,514	2,151	16,924	-19,297	-19,367	-21,409	-21,449

（出所） 同上。

さらに、城川町は、「奥伊予ふるさと便」会員制度（正会員年会費2万円）を設けている。会員には町の特産品を年4回送るとともに、観光施設の利用や町



内で買い物や施設を利用すれば割引制度の特典がある。1999年12月の利用件数は1000件にのぼった。

## 〔IV〕 感性豊かな人材育成と文化政策

### 4.1 町立美術館ギャラリーしろかわ

城川町の存在を全国にアピールし、城川町のグリーン・ツーリズムを支えているのが町立美術館ギャラリーしろかわである。ギャラリーしろかわは増田氏が提唱した「わがむらは美しくプラン21」の総仕上げとしての性格をもっている。

ギャラリーしろかわは、1993年5月にオープンした「森の中の小さな美術館」である(総工事費3億8608万円)。人口5000人ほどの小さな町が美術館を建設することになった契機は、増田氏の「子供たちに本物に触れさせたい」という熱い思いがあった。すなわち、増田氏は感性豊かな子供を育てるには生活の中で芸術作品に触れる機会が必要であると考えた。既に1972年に総合センターを建設した際、各部屋に絵画を飾りたいとして、住民に寄付を呼びかけた。この呼びかけに町民が答え、寄付をしたり、絵画を寄付する人もあった。また、職員組合は給与の10%を寄付したほか、議員も協力した。役場庁舎が新築された時にも寄付を呼びかけ、その寄付金で絵画を購入し、地域の担い手となる子供達に本物を鑑賞する機会を与え、感性豊かな子供を育ててきたのである。

美術館の建設に対して議会や住民が全面的に賛成したわけではなかった。むしろ、「花よりだんご」といわれ、雇用や所得を直接もたらさない美術館の建設よりも、道路建設等の公共事業や地域産業振興に予算を配分することを求める声の方が多かったという。しかし、増田氏は、県都松山市やその周辺の子供達は容易に美術館に行き、本物の絵画を鑑賞することができるが、松山市まで車で1時間半を要する城川町の子供達が日常的に本物の絵画を鑑賞することは不可能であり、だからこそ美術館を建設する必要があると訴えた<sup>21)</sup>

したがって、ギャラリーしろかわは必ずしも十分な予算措置のもとで船出し

たわけではない。美術館の収蔵品は寄付金で購入した絵画や寄付された絵画であり、十分なコレクションをもって出発したわけではなかった。県内でも町立久万美術館は林業会社を営んでいた故井部栄冶氏のコレクションが寄贈されたものであり、玉川近代美術館は地元出身の実業家故徳生忠常氏<sup>22)</sup>の寄贈によって出発したのと対照的である。しかし、美術館の実質的な管理運営の責任を任された浅野幸江氏（現副館長）は、増田氏が提起した子供達に本物をという美術館建設の基本コンセプトを継承し、ギャラリーしろかわを運営している。美術館建設の基本理念は、「Kids Gallery（こどもギャラリー）」の開設によくあらわれている。美術館は「プロのアーティスト」の作品を展示するものという「常識」に対して、子供達の作品の展示室を設けている。

#### 4.2 全国「かまぼこ板の絵」展覧会

ギャラリーしろかわが全国的に注目を集めることになったのは、全国「かまぼこ板の絵」展覧会である。これは、「かまぼこ板の絵」の全国公募と全応募作品を展示する企画展である。「かまぼこ板の絵」の企画のきっかけは、ギャラリー開設1年後の1994年6月、ギャラリートーク「積み重ねられた絵の具にみせられて」において、講師の折笠勝之氏（洋画家）が「絵はなんにでも描けるんですよ」といって5枚のかまぼこ板の絵をプレゼントしたことである。これがヒントになって浅野氏は全国「かまぼこ板の絵」企画展を構想した。城川町は林業の町であり、隣接の宇和島市や八幡浜市は水産練製品の産地であり、「かまぼこ」の産地である。かまぼこを食べたあとは捨てられる運命にあるかまぼこ板にもう一度「生命」を吹き込み、よみがえらせる全国「かまぼこ板の絵」展覧

21) 美術館建設問題は増田氏が8期目の町長選挙に敗れた大きな要因であったといわれている。美術館の建設計画に対して、雇用や所得を直接もたらさない文化に金をかけるよりも、産業振興や生活環境を優先すべきであるという主張も少なからずあったという。すなわち、「花よりだんご」というわけである。

22) 徳生忠常氏は日本四大月賦百貨店(株)丸興の創業者である。玉川近代美術館は徳生氏が創立して町に寄贈したものであり、日本近代洋画史上の巨匠である黒田清輝・藤島武夫から現代絵画の菅井汲・荒川修作等の代表的な日本油彩画家の作品が収蔵されている。

会を企画した。<sup>23)</sup>

第1回全国「かまぼこ板の絵」展覧会の作品募集は、大きな反響を呼んだ。「『かまぼこ板』に絵を描いてみませんか。絵は誰でも、いつでも、何にでも描けます。絵は人間が一番最初に手にした心の表現です。奥伊予城川町では「わがむらは美しく」運動によるまちづくりの一つとして、自然と人とのかかわりあいの中で「木のぬくもり」にやすらぎを求めた、先人のやさしさと知恵、それから生まれた文化を見直し、改めて自然を大切にしたい、という思いから—100万人との出会い・1万人の美術展—『かまぼこ板の絵』展覧会を企画いたしました。……青い島四国、かまぼこの産地南予、森林浴の森の中の『木のぬくもりいっぱい』の町からの小さな文化発信です。『かまぼこ板の絵』でお返事下さい！」これは、1995年3月1日、第1回全国「かまぼこ板の絵」展覧会への応募を全国に呼びかけたメッセージである。応募者は北海道から沖縄に及び、さらに海外からの応募もあり、応募件数は1万891点(1万2100人)にものぼった。

この展覧会の特徴は、全国的に応募者が広がっているだけでなく、幼稚園児から小・中学生や高校性、さらに、高齢者まで、あらゆる年齢階層の人々に広がっていることである。応募作品は全て展示し、応募者全員に招待券が贈呈される。この企画展は既に7回を重ね、応募作品は全て合わせると9万点を上回る。

#### 4.3 入館者数の増大と地域経済効果

全国「かまぼこ板の絵」展覧会は、人口5000人余の小さな町のギャラリーしろかわの存在を全国的に知らせると同時に、入館者を着実に増大させている。一般に美術館の入館者は開館当初一定の入館者を確保することができるが、その後年とともに入館者が減少するのが一般的である。とりわけ、同美術館は松

23) 城川町『第5回全国「かまぼこ板の絵」展覧会・作品集』1999年、70ページ。

山市から車で1時間半の僻地にあり、周辺に人口集積のある大都市がない小さな美術館である。入館者を確保することは決して容易なことではない。ギャラリーしろかわの入館者は1993年度の1万4673人に対して翌94年度にはほぼ同数の1万4456人にのぼったが、93年度が7月開館であったことを考慮すると、実質的には3割の減少である。ところが、第1回全国「かまぼこ板の絵」展覧会が開催された95年度には2万5969人、前年度に比べて80%も増加した。月別入館者数をみると、全国「かまぼこ板の絵」展覧会開催中の7月から11月の間の入館者が95年度の入館者全体の4分の3を占めている。入館者数は着実に毎年増加しており、98年度には3万5055人、94年度の2.4倍を記録した。また、全国「かまぼこ板の絵」展覧会開催中の入館者は年間入館者全体の約8割を占めている。展覧会がギャラリーしろかわの全国的な知名度を高めていることがわかる。しかも、注目されることは、展覧会を開催していない12月から翌年の6月の半年間も入館者が増加傾向にある。全国「かまぼこ板の絵」展覧会がギャラリーしろかわの存在を全国的に広め、入館者を増大させていることがわかる(表12参照)<sup>24)</sup>

こうしたギャラリーしろかわの活動が、城川町に対する関心を高め、他の産

表12 全国「かまぼこ板の絵」展覧会応募点数等

(単位: 点, 人, 枚, %)

区 分	全国「かまぼこ板の絵」展覧会				入館者合計 (B)	(A)/(B)
	応募点数	応募者数	使用蒲鉾板枚数	入館者数(A)		
第1回(1995)	10,891	12,100	23,000	20,110	25,277	79.6
第2回(1996)	13,210	15,000	26,000	27,692	34,378	80.6
第3回(1997)	13,382	16,450	27,200	27,200	34,205	79.5
第4回(1998)	10,192	16,502	23,700	26,531	34,981	75.8
第5回(1999)	12,506	16,145	28,500	24,085	34,122	70.6
合 計	47,675	60,052	99,900	101,533	128,841	78.8

(出所) ギャラリーしろかわ資料より作成。

業振興政策や観光施設の利用者数を増加させ、観光客数が着実に増加している。同町の観光客数は1983年当時年間5000～6000人程度にすぎなかったが、98年度には約20万人まで増加した。また、宿泊者数も着実に増加し、宝泉坊ロジは1万2327人、城川自然ロジは5759人にのぼっている。

### 〔V〕「日本型グリーン・ツーリズム」の課題

城川町は典型的な中山間地域であり、条件不利地域である。高知県境にあり、県都松山市から車で1時間半、最寄の地方都市である宇和島市や八幡浜市まで約1時間の位置にある。森林が町全体の8割以上を占め、耕地面積が狭く、しかも農地の大半が棚田である。1950年には1万2000人にのぼった人口が今日では半分以下の約5000人に減少し、高齢化が進行している。

城川町は、こうした条件不利地域であるが、「わがむらは美しく」を基本理念に80年代初期からグリーン・ツーリズムの整備に取り組んできた。同町の地域づくりのモデルは、ヨーロッパで1970年代から取り組まれてきたグリーン・ツーリズム、とりわけ、ドイツにおいて推進されていた「わが村は美しく」運動や「農家で休暇を」運動であり、日本農村振興協会の視察団に参加した増田町長(当時)が果たした役割が大きい。「わがむらは美しく」をスローガンとする同町のグリーン・ツーリズムは、花一杯運動や農林業の振興による農村景観の保全、ギャラリーしろかわによる全国「かまぼこ板の絵」展覧会、公的宿泊施設の整備等によって全国的に評価されつつある<sup>25)</sup>

城川町が20年近くにわたって推進してきたグリーン・ツーリズムはドイツのそれをモデルとしているが、地域固有の自然的社会的諸条件の下で推進されたものであり、ドイツのそれと大きく異なる。日本特有の長時間労働、都市住民

24) 城川町『町政要覧』、城川町『第5回全国「かまぼこ板の絵」展覧会・作品集』1999年、町立美術館ギャラリーしろかわ資料、参照。

25) 例えば、城川町は(財)あしたの日本を創る協会などが主催する地域社会づくりの全国コンクール「2001年度ふるさとづくり賞」の市町村部門で大賞(内閣総理大臣賞)を受賞した。

の生活意識，とりわけ，農村に対する意識，交通費等の観光関連サービス価格が相対的に高いこと，80年代後半以降の急激な円高の進行を背景とする海外旅行の急増，グリーン・ツーリズムの担い手となる農家の経営規模の零細性，農民の高齢化等，グリーン・ツーリズムの普及を制約する要因が少なくない。このため，日本におけるグリーン・ツーリズムの多くは行政主導型であり，公的宿泊施設や保養施設を中心とする「日本型グリーン・ツーリズム」ともいうべき特徴を確認することができる。その意味で，城川町のグリーン・ツーリズムは「日本型グリーン・ツーリズム」の典型的事例であるといえる。

すなわち，城川町のグリーン・ツーリズムの特徴の第1は，行政主導型である。城川町のグリーン・ツーリズムは 増田氏の強力なリーダーシップによって開始されたものである。首長が提唱し，自治体職員が運動の担い手として住民に働きかけることによって地域づくり運動が開始されたことである。

第2に，同町のグリーン・ツーリズムの基本理念が明確であり，地域固有の自然環境や歴史文化を活かした内発的な地域づくりである。「わが村は美しく」を基本理念とするドイツ農村の地域づくりにヒントを得て，「わがむらは美しく」を基本理念とし，地域住民が誇りに思える地域をつくることを政策の基本に置いてきたことである。美しい農村景観を創造することが都市住民の共感を得ることを可能にし，グリーン・ツーリズムの条件を創造すると考えたのである。

第3は，政策体系の総合性である。「わがむらは美しく」は，「生活環境を美しく」，「農地環境を美しく」，「森林環境を美しく」の3つから構成されている。美しいむらは生活環境の整備だけでなく，手入れの行き届いた農地や森林と一体になってはじめて創造することができるとして，地域の基幹産業である農林業の振興と景観保全とを有機的に結合させて推進していることである。

第4は，政策の先見性であり，城川町は早くから長期滞在保養型のグリーン・ツーリズムを整備し，雇用機会と所得の拡大を図ってきたことである。基幹産業である農林業が衰退して過疎化が急速に進行している中山間地域において

は、国からの補助金や交付税に依存した財政構造から脱皮するには、農林業だけでなく、地域固有の自然環境や歴史文化を活用して新しい産業をおこして都市からの所得移転の仕組みを構築し、就業機会を確保することが重要な課題になる。日本において中山間地域の振興策としてグリーン・ツーリズムが注目されるようになるのは1990年代半ばになってからであるのに対して、城川町はドイツの「わが村は美しく」運動をモデルに80年代初期から観光・文化施設や宿泊保養施設を整備して観光客の増加を図ってきたことである。

第5は、グリーン・ツーリズムの推進に当たって学習と人材養成が重視されていることである。増田氏が「わがむらは美しく」を基本理念とする地域づくりに取り組む契機となったのは、日本農村振興協会主催のヨーロッパの農村視察であり、「わが村は美しく」を基本理念に取り組んでいるドイツ農村の地域づくり運動を学習したことである。増田氏は町職員を研修旅行に参加させ、人材養成に努めた。増田氏の「わがむらは美しく」を基本理念とするグリーン・ツーリズム構想は当初から住民によって支持されたものではなく、海外研修で「わが村は美しく」運動の意義を理解した町職員が支えてきたのである。

第6は、政策の有効性であり、農村文化の発信によって都市住民の共感を得つつあることである。観光客数は1980年代初期には年間5000～6000人程度であったが、最近では30万人近くに増大している。とりわけ、ギャラリーしろかわの全国「かまぼこ板の絵」企画展の応募者が年ごとに増え、入館者数が増大している。また、宿泊保養施設の整備や地域農産物の加工事業によって雇用機会や農家所得の一定の拡大を実現している。

もちろん、城川町のグリーン・ツーリズムは何ら問題を抱えていないわけではない。城川町が直面している課題を挙げるとすれば、次の4点を挙げることができよう。

第1は、地域づくりは行政主導で推進され、地域住民が主体となった地域づくりに必ずしも転換されていないことである。公的な宿泊保養施設が整備されているが、グリーン・ツーリズムの核となる農家民宿はほとんど整備されてい

ない。農家民宿が整備され、長期滞在型の宿泊者が増大して地域社会が自立的に存続できる状況には至っていない。日本の農業経営の零細性、農家住宅の狭隘性、農民の高齢化、農民のマネジメント能力等を考慮すると、農家民宿型の宿泊施設の整備よりも公的宿泊施設を整備する方が現実的な方向かもしれない。行政主導型の地域づくりや産業おこしから地域住民が主体となった地域づくりに転換し、住民が創意工夫をこらす仕組みをどのようにして構築するか問われている。

第2は、依然として過疎化・高齢化が進行していることである。輸入農産物の増大による農産物価格の低迷に加えて、農林業の担い手が高齢化し、地域産業の生産力が全体として縮小傾向にある。ハム工場等の農産物加工施設、観光保養施設、直売店の整備が若者や女性の雇用機会を拡大しているが、まだまだ過疎化の流れを転換できるほどには雇用機会を拡大できていない。

第3は、産業おこしの中核機関である産業開発公社等の自立的財政基盤を確立していないことである。城川町は産業開発公社、森林管理会社を第三セクター方式で運営しているが、独立採算制を確立するまでには至っていない。産業開発公社は、農産物加工によって雇用機会を拡大し、地域農産物の付加価値を高め、農家の収入を増大させている。しかし、城川町は地方都市からも遠隔地にあるため、売上高が伸び悩んでいる。城川自然ロッジも高級化路線を追求した結果、稼働率が低下している。森林管理会社は、もともと採算ベースに乗せることが困難な事業である。産業おこしを担う第三セクターの財政的自立性を確立することは容易なことではなからう。

第4は、都市との連携をどのように図るかである。城川町は農村景観を創造し、都市に情報発信することで都市住民の共感を拡大するとともに、名誉町民制度によって恒常的なネットワークの構築に取り組んでいる。ハム工場(城川自然牧場)、ギャラリーしろかわ、地質館、滝沢寺緑地公園、総合運動公園、城川自然ロッジ、宝泉坊ロッジ等の施設を有効に活用した交流によって、都市住民との交流が拡大している。しかしながら、都市住民が繰り返し訪れ、城川町に



長期滞在して保養し、都市文化と農村文化との相互交流が行われるまでには至っていない。内発的な地域づくりに取り組んでいる中山間地域の自治体相互の広域的な連携を図ると同時に、松山市や高知市等の地方都市との連携を図り、都市住民の農村文化や自然環境の学習欲求に対応した共生関係を構築することが今後の課題であろう。

付記 本稿は科研費基盤研究(B)(1)「長大橋建設の社会的経済的效果に関する総合的研究」による研究成果の一部である。