

名を知る、地を知る、南伊勢 ～交流・仕事の政策パッケージ～

法政大学法学部政治学科 廣瀬・土山ゼミナール

指導教員 廣瀬 克哉 土山 希美枝

代表者 内田 遥香

発表者 藤田 大聖 八畝 杏実 八代 まり絵 伊藤 颯汰 矢吹 岳大

参加者 河井 悠希 長尾 千春 成川 萩都 平川 昂之介 増田 航也 溝口 真央
箕浦 佑介 山下 芽久 市川 友理恵 鈴木 聖奈 田中 誓良 増田 美優
松岡 慎太郎

目次

梗概

第1章 南伊勢町の現状

1節 人口や産業について

2節 産業の構造

第2章 南伊勢町の産業の課題と提案

1節 南伊勢町における第一次産業の現状・課題

2節 政策提案にあたって

第3章 事業提案

1節 提案概要

2節 ターゲット

3節 「食べてって！南伊勢」とは

4節 補助的事業

1項 南伊勢町復業協同組合の設立

2項 バックアップ体制の改善

第4章 運営の仕掛けと持続可能性について

1節 「食べてって！南伊勢」運営の仕組み

2節 「食べてって！南伊勢」の持続可能性について

3節 南伊勢町復業協同組合の持続可能性について

第5章 資金調達の方法

総括

梗概

私たち廣瀬・土山ゼミナールの提案は、南伊勢町を知ってもらうところから、南伊勢町内への移住と就職をしてもらうまでの流れをひとまとめにした政策パッケージである。この提案のターゲットは、東海地方の地方部出身で家族を持つ30代男性と、南伊勢町に土地勘のある単身者である。

政策パッケージの中身は「食べてって！南伊勢」の開催と補助的事業の展開だ。「食べてって！南伊勢」は南伊勢町の食材を使ったバーベキューイベントである。参加者が観光も兼ねて南伊勢町の各事業者を訪問し、そこでバーベキューの食材を調達するという内容を想定している。本イベントは食を通じた南伊勢町の魅力の発見と関係人口の創出を目的としている。また、南伊勢町の住民が自分たちの町の魅力を再確認する狙いもある。

更に、関係人口となった人々を移住へと促す「南伊勢町複業協同組合」の設立と、移住者へのバックアップ体制の改善の実施をまとめた補助的事業を展開する。「南伊勢町複業協同組合」は南伊勢町の産業の担い手となる人材育成が主な目的であるとともに、マルチワーカーの雇用による地域の産業の活性化も期待できる。バックアップ体制の改善は移住希望者が抱く可能性のある南伊勢町で生活する上での不安を解消することが主な目的である。これに伴いSNS上での高頻度の情報発信や1対1の相談窓口の設置を行うなどオンライン上での対応を活発にしたいと考えている。この事業を行うことで南伊勢町での生活のビジョンを明確にしてもらいたい。

これらの提案を通じて関係人口の創出と移住の促進がなされ、南伊勢町の産業に新たな風をもたらすことができる。これによってまさに「地域の活力につながる産業の活性化」を行うことができる。

第1章 南伊勢町の現状

1節 人口や産業について

まず初めに、今回の対象地域である、南伊勢町の概略を説明する。南伊勢町は中部地方近畿地方に属する三重県度会郡にある町であり、美しいリアス式海岸をもつ山と海に囲まれた美しい自然美と、温暖な気候が特徴的な漁村文化が栄えている町である。2022年10月20日現在、人口11,330人が暮らしている。平成28年3月に策定された『南伊勢町人口ビジョン』¹によると一貫して増加していた南伊勢町の人口は1960年をピークに減少し続けており、現状では1,1330人、そして2060年には3,372人まで減少すると推定されている。南伊勢町も日本全体でみられる少子高齢化の影響を強く受けており、年少人口と生産人口はそれぞれ1980年から2010年の間に50%以上減少している。また釣りスポットとしても有名であるため観光客数は上昇しているが、宿泊客数は減少している。

¹ 南伊勢町人口ビジョン <https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/025.pdf> 2
頁,3頁
10月31日最終アクセス

また南伊勢町の産業についてであるが、主に有名になっているのは県下一の水揚げ量を誇る優良な漁場を中心とした漁業であり、その中心となっているのは、三重県内でトップの陸揚げ量を誇る奈屋浦である。一般的な漁業に加えて近年では養殖業にも取り組んでおり、ブランド化も順調に進んでいる。農業においては柑橘類の栽培が有名なものとなっており、主に温州ミカンがそれに該当する。年間の内でも多くの期間で柑橘類は収穫されており安定したものになっている。まちの木に指定されているのがみかんの木であることから、みかんが南伊勢町のシンボルの1つとなっていることが理解できる。

2節 産業の構造

先ほども述べたように南伊勢町では農業、漁業といった第一次産業が盛んである。しかし、現在この第一次産業において問題の一つとして挙げられているのが、人口減少による生産人口の減少、およびそれに伴う担い手不足である。実際に県内一の水揚げ量を誇っているにもかかわらず、漁業に就職する希望者の確保は難しくなっている。

第2章 南伊勢町の産業の課題と提案

1節 南伊勢町における第一次産業の現状・課題

前章で述べたように、南伊勢町における第一次産業は、山と海に囲まれた地形ゆえに漁業・農業の双方が町および三重県を支える事業として特化している。しかし、年々南伊勢町全体の人口減少と少子高齢化が進んでいることから、南伊勢町の農業・漁業従事者の数は急速に減少している。2013年の漁業就業者は20年前の半数以下になり、そしてその従事者の半数以上が60代以上になっている²。また、2017年時点で南伊勢町の漁業経営体の約97%が個人経営³であり、後継者が見つからないまま技術継承ができずに漁業をやめざるをえないことが課題として挙げられる。更に、1985年には第三次産業と同程度だった第一次産業就業者は2013年には第三次産業の半分以上⁴となっており、第一次産業就業者の増加には南伊勢町全体の人口増加のみならず、第一次産業への就業を推進する政策も求められている。

これまで南伊勢町では、これらの問題に対して、空き家バンク制度やインターンシップ補助金制度を作り、並行して南伊勢町で育つ小・中学生を対象とした「ふるさと教育」、南伊勢町に移住し就業する予定のある若者向けの「若者チャレンジ応援事業」といった政策に取り組むことにより、解決を図ってきた。また、移住政策を進める中で町内に住むことのできる人間、その確保の必要性を確認するような事象も発生した。

上記の現状を踏まえ、私たちのゼミは南伊勢町の第一次産業をより活性化するために、南伊勢町を知るところから移住、そして第一次産業就職までをまとめた政策パッケージを提案する。

² 「数字で見る南伊勢町」8頁 10月29日最終アクセス

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/1/R2suujidemiru.pdf>

³ 「みえDATABOX」2018年漁業センサス 10月29日最終アクセス

https://www.pref.mie.lg.jp/DATABOX/51898003228_00001.htm

そのうち市町・漁業地区別統計の経営組織別経営体数を参考

⁴ 前掲 5頁

2節 政策提案にあたって

まず移住前に南伊勢で暮らしていけるかを知ってもらうために、移住を考えている人あるいは家族は移住先での生活が今の生活とどう変化するのかなど、気軽に何でも相談できるような仕組みの設置が必要であると考えた。

また、南伊勢町では国内でコロナウイルスの感染が広がるまで観光客数が年々増加⁵していた。南伊勢町のホームページや広報活動の内容からも観光業が盛んに行なわれていることが分かる。そこで、まずは気軽に南伊勢町を訪れてもらい、その存在を知ってもらうイベントの開催を検討した。町の魅力を十分に感じてもらうために、南伊勢町の食を味わえるイベントと宿泊をセットにしたツアーを計画した。南伊勢町を知ってもらうことを通じて、関係人口を増やし第一次産業へ興味を持ってもらうことを目的としたこのイベントは、後述する2種類のターゲットのどちらにも対応する。また、宿泊客減少⁶の現状も考慮すると、南伊勢町の食材を味わえる民宿での宿泊をセットにすることで、南伊勢町の宿泊施設の維持に繋がるのが期待できる。

そして、このようなイベントを経て南伊勢町に関心をもった人々に実際に移住を検討してもらうためには、南伊勢町に移住の受け皿を用意し移住に関する不安を払拭する必要がある。したがって、第2段階として「空き家バンク」によって十分に確保されている住居だけでなく、農業や漁業を始める、またはそのような事業に就く前に派遣社員のように短期で様々な職場で働ける機会を提供するシステムを作るべきと考えた。このようなシステムは、移住者に仕事を確保するとともに今後どの職場で働いていくか慎重に考える機会を与えることにも繋がる。移住と就職におけるミスマッチを防ぐためにも、南伊勢町で生活を始めるまでの手厚いサポートを提供することが重要であると考えた。

第3章 事業提案

1節 提案概要

前章で述べた課題を踏まえ、私たち廣瀬・土山ゼミナールが提案するのは、「食べてって！南伊勢」というイベント型事業と、「食べてって南伊勢」で南伊勢に興味を持った子育て世帯の働き口の候補となり、職に関する不安を軽減する、「南伊勢町複業協同組合」の設立である。さらに、この2つにくわえて、移住に関するバックアップ体制の改善を含めた補助的事業を提案する。この2つの事業を行う目標は、それぞれ下記のようなものである。第1に、「食べてって！南伊勢」を通して、南伊勢町に興味・関心を持つ人口を増やすと同時に、町内での消費を促すこと。第2に、補助的事業を通じて、消費から生産へ、宿泊から生活へと南伊勢町への関わり方をより一層深いものにする。南伊勢町に興味を持った人々に移住してもらうだけでなく、現地での第一次産業体験を経て、南伊勢町における第一次産業の担い手増加を図るのが、私たちの目的である。

⁵ 同上 11頁

⁶ 同上 11頁

2節 ターゲット

前節で述べた2つの事業を提案するにあたり、私たちはパーソナマーケティングと呼ばれる手法を用いた。パーソナマーケティングとは、属性によって分類されたターゲット層から、居住地や年齢、家族構成、性格など、さらに具体的な個人の人物像を設定することで、ユーザー視点に立った製品やサービスを提供するための手法である。私たちは政策のターゲットとして、2つの人物像を設定した。

人物像①は、「東海地方の地方部出身で家族を持つ30代男性」だ。年齢は夫婦ともに30代前半で子供がおり、現在は愛知県の都市部に居を構えている。幼少期を山間部で過ごし、休日はBBQや釣りを趣味として行っている。簡単な経歴としては、愛知県内の大学を卒業後、やりがいを重視し都市部の企業に就職したが、子供の誕生をきっかけに「我が子にも自分が育ったような環境でのびのびと育てたい」と考え始めた、というものである。以前から都会の喧騒や表層的な人間関係、仕事に対し正当に評価されないことなどに関して不満を抱いていたため、これを機会に地方への移住を検討している。

人物像②は、「南伊勢町に土地勘のある単身者」だ。年齢は30代前半、出身は南伊勢町を除く、三重県内の海辺である。現在は都市部に居住しており、釣りや旅行を趣味としている。幼少期は海が身近にあったため、普段から釣りをし、その経験から学生時代の職業体験では漁業を選択した。三重県内の大学を卒業後、最新技術を持つ将来性に惹かれ、名古屋市を拠点とするIT企業に就職したが、働き始めてから数年後に訪れたコロナウイルスの流行と共に、テレワーク体制へ移行。都会の喧騒に嫌気が差していた人物像②は、今後の働き方を見直すことにした。そこで、地元がある三重県内に絞って移住先を調べていると、昔、釣りに訪れた経験がある南伊勢町を見つけたため、一度訪問することにした。そこで、移住してきた同年代の人々が、地域のコミュニティや産業に積極的に参入し、生活している姿を目の当たりにしたことから、そのような生き方に憧れを持ち、移住を検討し始めた。

上記が2つの事業を創案する上で、それぞれのターゲットとして設定した人物像である。3・4節では、この2つの人物像に当てはまる人々を南伊勢町に呼び込み、最終的に第一次産業に従事してもらえるような仕組み作りを提案する。

3節 「食べてって！南伊勢」とは

3節では、人物像①をターゲットの中心として設定し、1泊2日のバーベキューツアー入り宿泊セットプランを提案する。本提案の目標は、地域に消費をもたらすと同時に、新たな関係人口を作り出すことである。

プラン自体の流れとしては、まず1日目の午前中に観光も兼ねて南伊勢町の各地を回り、各種事業者さんのもとを訪れていただき、南伊勢町の事業者と直接触れ合う機会を作る。訪問先それぞれにバーベキューの食材を配備し、宝探しゲームのような感覚で食材集めに取り組んでもらうことによって、子供たちを飽きさせず、楽しく取り組んでもらうことが可能となる。バーベキューの材料として、マルモ製炭所さん特製の炭を用いたり、みかんをソースにして鶏肉や豚肉のたれにするなど、海産資源以外の南伊勢町ならではの食材も使う。ガイド役は地域おこし協力隊の制度を利用して移り住んできた方に担当してもらおう。会場となるキャンプ場はネットワークリゾートなんせいを想定している。また日帰りプランではなく現地の民宿に宿泊してもらうことによって、民間単位での南伊勢町の良さも体験してもらおう。

更に、この当日の様態を参加者にInstagramなどのSNSで発信してもらい、協力してくれた方には特典として南伊勢町内でのみ利用可能な割引クーポンを配布することで、オンラインの場での新規顧客層の開拓が可能である。イベントの告知場所としては東海圏のアウトドア用品店やホームセンター、スーパーなどの、アウトドアの趣味を持つ方や子供を持つ方が日常的に訪れる場所が適していると考ええる。

4節 補助的事業

4節では、「食べてって！南伊勢」で関係人口を増やしたのち、移住を促進させるものとして制度面以外で彼らを定着させるための2つの取り組みを提示する。1つは南伊勢町複業協同組合の設立。もう1つは元移住民らを中心としたバックアップ体制の改善である。「食べてって！南伊勢」では消費者として南伊勢町と関わりを持ってもらったが、この2つの取り組みを通じて南伊勢町での生活のビジョンをより明確にしてもらうことが本節に挙げる補助的事業の目標である。

1項 南伊勢町複業協同組合の設立

本事業の目標は、移住を検討し始めた人に、通年通して雇用があるという安心を与えること、また、南伊勢町における働き方の選択肢の一つとしてマルチワーカーを提示できるようにすることである。

当組合は、労働者を複数事業所に通年で派遣する機構である。派遣先には一次産業から三次産業までのあらゆる産業の事業所が含まれる。組合側で労働者を雇用し、労働需要に応じて各事業所に派遣することによって、マルチワーカーという形で地域の担い手を確保することが可能となる。また、当組合の方向性として、労働力を供給する役割を担うだけでなく、将来南伊勢町で第一次産業の担い手となるような人材を育成する場としても機能させる。

大まかな設立の流れとしては下記のようなものを想定する。まず組合設立初年度の参加組合員の規模感は、島根県安来市の特定地域づくり協同組合⁷を参考とし、参加事業所は6事業所を、マルチワーカーは3名程度を募集する。私たちの提案する組合はマルチワーカーの人材育成の場としての側面が強いため、活動初期は比較的小さめの規模感で始めたいと考えたことから、上記のような設定とした。また、マルチワーカーは毎年2名のペースで増やしていくことを想定している。

当組合を南伊勢町に設立することによる期待効果として下記のもの挙げられる。まず、南伊勢町の産業は時期によってそれぞれ労働需要が異なることから、断続的な人手不足が課題として存在していたが、この組合を設置することによって過不足なく人材を提供することが可能となる。特に、人手が必要な繁忙期などにおいては、従来よりも効率的な人員確保を可能にする。また労働者、特に移住検討者に関しては、南伊勢町での生活の開始、あるいは継続を後押しする効果が期待できる。具体的には、実務を通して南伊勢町の様々な産業を学ぶ中で、マルチワーカーの方々に働き方に関して多くの選択肢を提供できると考える。例えば、マルチワーカーとして多くの現場に

⁷ 安来市特定づくり事業協同組合 <https://www.yasugi-multi-work.com>
10月31日最終アクセス

⁸ 特定地域づくり事業協同組合の設立に関する 先行事例調査概要版 https://www.soumu.go.jp/main_content/000747196.pdf 10月31日最終アクセス

対応できる人材になるといった選択や、働く中で自分のやりたいことを見つけ、その産業に従事するといった選択である。また、南伊勢町でやりたいことが明確に決まっている場合、次の段階に進むまでの当座の働き口としてこの組合を利用することもできる。このように、当組合はマルチワーカーの多くのニーズに対応することが可能であり、同時に南伊勢町の産業の活性化も期待できる。

2項 バックアップ体制の改善

本事業の目標は、移住を検討し始めた人が抱く可能性のある南伊勢町で生活する上での不安を解消することである。現在存在する南伊勢町公式アカウントは積極的に景観などの観光情報の発信を行っている。しかし、「実際の生活はどのような感じなのか」「長く住むうえで障害になることは」といった不安・疑問の受け皿にはなれていない。勿論、町の公式サイトには多種多様な方々の移住体験記が掲載されているが、「ここはいつでも自分たちを受け入れる準備ができています」という印象を持たせるためには、いくつかのプラットフォームでの継続的な情報発信を行う必要がある。したがって、バックアップ体制の改善は必須であると言えよう。

次に活動の流れを提案する。運営主体には元移住民の方、特に元地域おこし協力隊の方を中心に依頼する。主な活動内容は最低でも2、3日に一度南伊勢町での生活に関する情報を発信し、常時ダイレクトメッセージで移住に関する質問を受け付けるというものである。

本取り組みの期待効果は2つ存在する。1つは移住に関する質問を気軽に行ってもらうことによって、地域参入の心理的障害を最大限排除すること。もう1つは、直接接することによるものだけではなく、オンラインの場においても「この人がいたからこそ移住できた」という存在を作り出し、信頼関係を生じさせることである。

第4章 運営の仕掛けと持続可能性について

1節 「食べてって！南伊勢」運営の仕組み

「食べてって！南伊勢」を行うことで、3章で述べた人物像に対して魅力あふれる南伊勢町を知ってもらうことができる。私たちは「食べてって！南伊勢」を毎年行い南伊勢町の恒例行事にすることで、より多くの人々に南伊勢に足を運んでもらいたいと考えている。そのためには、地域住民によるイベントの成功を考えるための仕組みづくりが必要である。そこで私たちは、地域住民から構成される「食べてって！南伊勢 運営委員会」の設立と「食べてって！南伊勢 デザインワークショップ」の開催を提案する。

この運営委員会のメンバーは、周辺地域での声掛けと公募によって集まった計8名程度に加えて、当イベントに参加して頂く事業者で構成する。当イベントは南伊勢町の食に関する企画であるため、食に携わる事業者が運営に参加することは必須であると考えている。

また、公募を行うターゲットは特に南伊勢町の中高生に強くアプローチを行う。その理由は、地元の中高生に南伊勢町の魅力について考える機会を作りたいからだ。中高生が運営委員会のメンバーとなった際には、地元を盛り上げる企画や提案を地域の大人たちと考えることが想定される。その中で地元を盛り上げるやりがいや、喜びを知ることで、自分のキャリア観の中に南伊勢町を盛り上げるための活動をするという選択を持ってもらいたい。

2節「食べてって！南伊勢」の持続可能性について

運営委員会のメンバー確定後にメンバーを対象とした全5回の「食べてって！南伊勢 デザインワークショップ」を開催したいと考えている。本デザインワークショップの初年度には以下の2つの目標を達成したい。

- ①運営委員会のメンバー、南伊勢町の事業者、地域住民などの話し合いによってイベントの詳細（イベント当日の街めぐりのルート作成や日程など）を決定する。
- ②他地域でイベント運営に携わっている外部人材を講師として招き、イベント運営のノウハウを学ぶプチセミナーの開催。

初年度にこれらの目標を達成した後に2年目以降からは、1年目で得られたノウハウを活かしながら本ワークショップを継続させていきたい。

このように、運営委員会の設立とデザインワークショップを開催することで「食べてって！南伊勢」を開催する度に、南伊勢町の住人が主体的に運営に携わることが可能となる。また、その年から新たに携わるメンバーへの継承も円滑に行われるだろう。ここで生まれた好循環を継続させていくことで「食べてって！南伊勢」が毎年の恒例イベントとして南伊勢町内で定着することを最終的な目標としたい。

3節 南伊勢町複業協同組合の持続可能性について

私たちは南伊勢町複業協同組合設立に向けて南伊勢町役場と海士町複業協同組合に取材を行い、課題の洗い出しを行った。その調査の中で人材の確保が持続可能性を生み出す上で最も重要な要素であると結論づけた。組合設立には下記の3者の確保が必須となる。

- A. 組合の立ち上げ人となる発起人(4名の事業者)
- B. 派遣職員の派遣先となる事業所
- C. 組合に所属するマルチワーカー

A.発起人は、組合設立による恩恵の大きい人が担うケースが多い。そこで、南伊勢町で元々産業を担っていた事業者に加え、南伊勢町で新たに事業を起こした地域おこし協力隊のOB、OGに発起人になって頂くことを提案する。地域おこし協力隊の任期を終え、事業を立ち上げた地域おこし協力隊の方々には人的資源が乏しく、通年人を雇う金銭的余裕もないことが想定される。組合が設立されれば1ヵ月ごとのシフト制であるため、通年人を雇用する必要はなく、繁忙期だけ安定的に人を雇用することができる。上記から南伊勢町で独立した地域おこし協力隊のOB、OGが組合に参加する恩恵が大きい。また、南伊勢町外から地域おこし協力隊で南伊勢町にやってきたという経緯をもつため「移住者としての視点」を持ち合わせている。この視点をもつ人物が組織にいないこと、南伊勢に移住しマルチワーカーとして組合に参加する人にとって心強い存在になるのではないかと考える。

B.組合を設立するためには、組合員として参加し雇用先を生み出す事業者が必要となる。そこで、南伊勢町の4事業者(アサヒ農園、友栄水産、マルモ製炭所、農事組合法人土実樹)に組合に関する簡単な説明とアンケートを行った。アンケート結果は下記の図1のようになった。

図1、複業協同組合のニーズに関するアンケート調査(敬称略)

	現在、人手不足か否か	組合への加盟希望について	加盟を希望する理由
アサヒ農園	足りているとは言えない	加盟を検討する	<ul style="list-style-type: none"> ・今雇っているパートさんたちの高齢化 ・収穫時などの特に忙しい時期に雇いたい
友栄水産	足りてはいるが、事業拡大時には足りていないといえる	加盟したい	<ul style="list-style-type: none"> ・加盟することによって活性化することを期待している ・外部から入ってくる人材のスキルを利用したい
マルモ製炭所	どちらかと言えば足りていない	加盟を検討すると思う	組合員・派遣職員互いにとっていいと思う
土実樹	現状では足りている	おそらく加盟を検討する	高齢化に伴い若い力ほしい

取材に応じて下さった4事業者は組合が設立されたら組合員として加盟することを検討すると仰って頂いた。南伊勢町には同じ課題を抱える事業者が存在すると考えられ、マルチワーカーのニーズが確かに存在すると言える。

C.マルチワーカーの人物像は移住者、地元住人、任期を終えた地域おこし協力隊という3つが想定される。移住者に関しては、「食べてって！南伊勢」で南伊勢町の魅力を発信し、南伊勢町の関係人口を増やす。その中で移住を検討してくれる方の数が増えていくと考えられる。また、移住スカウトサービスの「SMOUT」⁹の活用が効果的で鹿児島県知名町の「えらぶ島づくり事業協同組合」では、他の求人サイトと合わせて約100人の応募につながったという前例もある。¹⁰この「SMOUT」は結び目 Co-working さんがすでに活用されているので、従来から行なっているこのような広報活動も継続して実施していきたい。

地元住人に対しては、他地域の特定地域づくり事業協同組合のマルチワーカーは主にハローワークや求人サイトなどで募集している。ここで、地元出身の若者へのアプローチとして「南三重就活ナビ」¹¹などのUターンの若者用就活サイトを利用する。

これに加えて、南伊勢町複業協同組合は地域おこし協力隊の任期を終えた方の受け皿としての効果も期待できる。南伊勢町の町役場の調査によると、地域おこし協力隊として委嘱された26名のうち7名が同地域に委嘱後定住している。活動地と同一市町村内に定住した隊員の全国平均が53.1%¹²に対して南伊勢町は約26%であるため地域おこし協力隊の定住率が低いことが調査によってわかった。この原因は南伊勢町に雇用先が不足していることが考えられる。そのため複業協同組合によって新たな雇用先が創出されることで、地域おこし協力隊の委嘱後の定住率の増加にも大きな期待が持てる。

また、上記3つの人物像のマルチワーカーの雇用にあたっては、3章で述べたようなバックアップ体制の改善により、組合と定住希望者双方のミスマッチを防ぐための仕組みを作る必要がある。そのための施策として、マルチワーカーとして働くための定住希望者へのサポートも充実させる。例えば、「南伊勢町複業協同組合」専用HPや相談窓口の開設、南伊勢町職員や組合事務局員との複数回の面接、むすび目 Co-working さんが開催している2泊3日の移住体験ツアー¹³への参加などがあげられる。これによって南伊勢で暮らす、働くというイメージを定住希望者に明確にしてもらうことで、実際に南伊勢でマルチワーカーとして働いた時に生じるギャップをなくす工夫を行う。

南伊勢町複業協同組合でマルチワーカーとしてスタートし、いずれは新しく事業を始めようと自立する人材も出てくる。しかし、自立したてでは人手や金銭に余裕がないことが想定される。そこで複業協同組合に今度は組合員として参加することにより、通年ではなく繁忙期だけ雇うということも可能になる。その結果、自立したての事業者は金銭的負担を減らして人手不足を補えるようになる。そして南伊勢町全体においても、新たなマルチワーカーを受け入れることができるようになる。このように、「マルチワーカーとしてスタートし新たに事業を始めた人が、今度は組合員として複業協同組合に参加しマルチワーカーを雇用する」という良い循環が生まれる。

⁹ 移住スカウトサービス「SMOUT」、10月29日最終アクセス、<https://smout.jp/>。

¹⁰ 農林水産業の現場における人口急減地域特定地域づくり推進法の活用に向けて、17頁、10月29日最終アクセス、<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tokutei-chiiki-dukuri/attach/pdf/index-3.pdf>。

¹¹ 南三重就活ナビ、10月29日最終アクセス、<https://minamimie-shukatsu.com/>。

¹² 総務省、「令和3年度 地域おこし協力隊の隊員数等について」、10月29日最終アクセス、https://www.soumu.go.jp/main_content/000799461.pdf。

¹³ 【体験参加者募集】2泊3日おためし地域おこし協力隊！、10月29日最終アクセス、<https://note.com/minamiise/n/n8886c38d2344>。

南伊勢町複業協同組合



上記のような3者の人材の確保を行い、南伊勢町複業協同組合の持続可能性を高めることで、南伊勢町の産業に新たな働き手が創出される。同時に、産業の担い手となる人材を育てることができる。

第5章 資金調達の方法

本章では、上記の事業の運営に必要な資金量やその内訳を記述する。また、各事業の実現のために必要な資金の調達方法や活用できる制度についても述べる。

まず「食べてって！南伊勢」について、実施費用は①「地域外」への支出、②「人・活動」にかかる支出、③「もの」にかかる支出に分類した。①はポスターなどの広告費、②はワークショップの謝礼や当日の案内人への報酬など、③はバーベキュー備品購入費などを想定し見積もった。本事業の運営・実施にかかる費用は下記の表のとおりである。

概要	金額
①ポスター制作 B3サイズ×50枚	¥88,000
②イベント案内人の人件費 時給1000円×8人×8時間	¥64,000
②イベント協力事業者報酬 食材2000円×8組×4事業者	¥64,000
②ワークショップ講師報酬 (一回分報酬+交通費+宿泊費)×5回	¥225,950
③会場利用料 5500円×8組	¥44,000
③用具一式 一式×8組	¥138,400
合計	¥624,350

なお、広告費については町内の中高生にポスター・チラシのデザインを募集することでさらなる削減を狙うこともできると考える。

事業の資金源について、私たちは一般財団法人地域活性化センターの「移住・定住・交流推進支援事業」¹⁴の助成金の適用を提案する。事業概要から、「食べてって！南伊勢」はこの助成対象に当てはまると考えられる。この助成金の交付上限金額は200万円のため、事業費全額を賄うことができる。

次に「南伊勢町複業協同組合」について、総務省の「特定地域づくり事業協同組合」の資料¹⁵をもとに必要費用を見積もった。事業収入は①利用料金②消費税③組合員からの賦課金に分かれ、合計額は6,396,000円となる。収入の内訳に関しては下記の表の通りである。

概要		金額
利用料金	1,000円×8h×20日×12月×3人	¥5,760,000
消費税	利用料金×10%	¥576,000
組合員からの賦課金	1,000円×6組	¥60,000
合計		¥6,396,000

支出についても同様に金額を見積もった。支出は①マルチワーカー人件費②事務局運営費③支払い消費税に分かれ、これらの合計支出は13,884,000円となる。従って合計支出と収入額の差額、7,488,000円が市町村負担分となる。

なお、本事業の導入においては、「特定地域づくり事業推進交付金」の適用が可能であり、派遣職員一人当たりに対して100万円の交付金と、事務局運営費に対して150万円の交付金を利用することができる¹⁶。また、上記の交付金適用後の残高に対して、特別交付税措置が適用可能であり、合計すると5,994,000円の交付金を得ることができる。そして市町村の実質負担分は1,494,000円まで引き下げ可能である。支出内訳と交付金の合計金額は下記の表の通りである。

概要		小計
①マルチワーカー人件費	(2,760,000円×社会保険料・労働保険事業主負担約16%)×3人	¥9,605,000
②事務局職員人件費	(2,760,000円×社会保険料・労働保険事業主負担約16%)×0.5人(他事業者との兼務)	¥1,601,000
②物品費		¥742,000

¹⁴ 地域活性化センター、「移住・定住・交流推進支援事業実施要綱」、10月29日最終アクセス
<https://www.jcrd.jp/support/af385672a9dd949497a71fd46623769268ea18d0.pdf>。

¹⁵ 総務省、「特定地域づくり事業協同組合制度について」、10月27日最終アクセス
https://www.soumu.go.jp/main_content/000734004.pdf。

¹⁶ 総務省、「特定地域づくり推進交付金交付要綱」、10月29日最終アクセス
https://www.soumu.go.jp/main_content/000736106.pdf。

②広告・募集経費		¥500,000
②研修費		¥150,000
②光熱水費		¥120,000
②消耗品費		¥50,000
②通信運搬費		¥60,000
②賃借費		¥480,000
③支払消費税		¥576,000
合計		¥13,884,000
収支差額		¥7,488,000

交付金	交付金額計算	交付額
特定地域づくり事業推進交付金 人件費	派遣職員数×1,000,000円	¥3,000,000
特定地域づくり事業推進交付金 組合運営費	1組合につき運営費1,500,000円交 付	¥1,500,000
特別交付税措置	措置率0.5 2,988,000×0.5	¥1,494,000
合計交付金額		¥5,994,000

南伊勢町複業協同組合の導入初期においては上記した補助金によるサポートが必要だと考えられる。しかし、マルチワーカーの人数、組合員の増加により本組合が定着してきた頃には、補助金制度を用いずとも組合の運営が可能になることが期待される。

総括

南伊勢町に私たちが訪れて感じたことは、「チャレンジの土壌」と「人の温かみ」である。取材の中で、地域の活力ある団体や事業者の方、自治体の職員の方々に会うことができた。また、民宿や取材先などでは、私たちよそ者に対しても変わらず発揮される、「人の温かみ」を感じる事ができた。

今回の提案は私たちの感じ取った「チャレンジの土壌」+「人の温かみ」からなる南伊勢町にしかない雰囲気や、豊かな自然・第一次産業と組み合わせ、前面に押し出したものである。論文タイトルの「名を知る」では、「食べてって！南伊勢」を通じ、南伊勢という土地と産業、そこに住まう人などの「名(な)」にあたる部分を伝え、続く「地を知る」では、SNSを利用した補助事業と「南伊勢町複

業協同組合」により、南伊勢町での仕事、暮らしの「地(ち)」と人の温かさなどの「地(じ)」の部分を伝える。この二つの事業には、何よりも地域の方々による「名」と「地」の実体化が欠かせないため、ワークショップを開催する。私たちは本提案のすべてが南伊勢町に新たな交流を生み出し、第一次産業のみならず地域全体の活性化にもつながる取り組みであると信じて疑わない。