

6次産業化と地域資源を活かす「共同加工場」の可能性

－持続可能な町内産業を目指して－

東海大学 政治経済学部政治学科 岡本ゼミナール(指導教員：岡本三彦)

代表者：水津颯

発表者(参加者)氏名：石垣綾香・金山大誠・竹蓋健太・蛭田舞美・宮崎理彩

《目次》

梗概

第1章 南伊勢町の産業構造と地域ブランド

1. 南伊勢町の産業構造
2. 地域ブランドとその課題

第2章 南伊勢町における「6次産業化」の可能性

1. 「6次産業化」－南伊勢町の持つポテンシャルの高さ－
2. 「加工」支援の持つ可能性 －山形県遊佐町の事例から－

第3章 6次産業化と「共同加工場」がもたらす持続可能な町内産業

1. 既存の施設を活かした「共同加工場」
2. 現行政策との相乗効果

おわりに

謝辞

参考文献

梗概

南伊勢町は、漁業や農業を中心とした第一次産業が盛んな地域で、地域ブランドである「南伊勢ブランド」に認定される商品をはじめとした多くの特産品を見ることができる。そうした農林水産業の豊かさの一方、南伊勢町が実施した「まちづくり町民意識調査」や南伊勢町議会による「若者定住対策推進への提言書」においては、第一次産業中心という産業構造に起因する雇用の減少や先行きの不透明さ、住民の町外流出の増加が指摘され、未来の町内産業を担う若者を中心とした担い手が不足しつつある現状に大きな改善は見られていないようである。また、地域ブランドに係る政策が近隣自治体においても活発さを見せている点からは、「南伊勢ブランド」の取り組みも他の取り組みの中で埋没してしまう危うさがある。

以上のような課題に対して、第一次産業中心という南伊勢町の産業構造に着目し、その可能性を活かした6次産業化の推進政策、とりわけ中小の事業者への「加工」支援に焦点を当てた政策を本論文では提案する。

第1章では、南伊勢町の産業構造やこれまでの地域ブランドに関する取り組みを中心に取り上げることで、南伊勢町の産業の現状、「南伊勢ブランド」を中心とした周辺地域の地

域ブランドの政策動向について整理した。第2章では、前章を踏まえた上で、本論文での産業の6次産業化政策の提案理由と南伊勢町のもつ産業の6次産業化に向けた強みに関して、選考事例となりうる自治体を交えて考察した。第3章では、6次産業化の推進やその充実のための取り組み「共同加工場」に関して提案内容を具体的に説明する。また、現行政策との関係の中で考えられる相乗効果についても整理した。

第1章 南伊勢町の産業構造と地域ブランド

1. 南伊勢町の産業構造

「地域の活力につながる産業の活性化」を目指す政策提案を行うにあたって、総合計画である「新絆プラン」や南伊勢町議会による「若者定住対策推進への提言書」、統計資料などを用いて南伊勢町の産業構造を考察する。

南伊勢町は、沿岸部に熊野灘に面したリアス海岸が広がり、内陸では温暖な気候を活かした柑橘栽培が行われており、漁村と農村が融合した自然的・地理的条件を有する。産業構造の特徴としては、町内総生産に占める第一次産業の構成比が28.4%と極めて高い。これは、伊勢地域の各自治体と比較しても特筆したものがある。(図表1)とりわけ漁業分野では、全国6位である三重県の海面漁業漁獲量の内40%以上のシェア(2018年)をもっており、大きなポテンシャルと言えよう。(図表2)

図表1 伊勢地域の各市町における産業分野ごと対総生産の構成比(%)

| 区分 | 南伊勢町 | 鳥羽市 | 志摩市 | 伊勢市 | 玉城町 | 度会町 | 大紀町 |
|-------|-------------|------|------|------|------|------|------|
| 第一次産業 | 28.4 | 5.9 | 2.5 | 1.0 | 2.0 | 5.1 | 7.0 |
| 第二次産業 | 15.6 | 9.7 | 11.3 | 27.9 | 72.1 | 26.4 | 29.0 |
| 第三次産業 | 55.7 | 84.1 | 85.9 | 70.8 | 25.6 | 68.2 | 63.7 |

(出典：三重県市町要覧(令和4年度版) 市町の概要から筆者作成)

図表2 海面漁業漁獲量の三重県順位と三重県内の市町順位

(単位：100 t)

| 都道府県 | 値 | 順位 |
|-----------|--------------|----------|
| 全国 | 31,914 | — |
| 北海道 | 9,104 | 1 |
| 茨城 | 2,994 | 2 |
| 静岡 | 2,438 | 3 |
| 長崎 | 2,427 | 4 |
| 宮城 | 1,615 | 5 |
| 三重 | 1,072 | 6 |
| 千葉 | 1,054 | 7 |
| 宮崎 | 1,010 | 8 |
| 島根 | 889 | 9 |
| 鳥取 | 822 | 10 |

(単位：t)

| 市町 | 値 | 順位 |
|-------------|---------------|----------|
| 南伊勢町 | 53,997 | 1 |
| 鳥羽市 | 19,378 | 2 |
| 紀北町 | 15,275 | 3 |
| 志摩市 | 9,898 | 4 |
| 尾鷲市 | 8,287 | 5 |
| 伊勢市 | 6,463 | 6 |
| 津市 | 6,270 | 7 |
| 鈴鹿市 | 6,234 | 8 |
| 四日市市 | 2,145 | 9 |
| 熊野市 | 1,614 | 10 |

(出典：農林水産省「海面漁業生産統計調査」から筆者作成¹⁾)

¹⁾ 都道府県順位は2021年調査、県内市町順位は2018年調査を参照。なお、2018年以降「海面漁生産統計調査」の市町村集計は行われていない。

これらのことから、南伊勢町では、第一次産業が町を支える要であり、他の自治体と比較した際の特徴であるともいえる。一方で、第一次産業には、天候や時期によって漁獲量・収穫量・市場価格に波があるため安定性の確保が難しいという課題がある。また、高齢化や人口減少²によって町内産業の担い手が減少傾向にあることも懸念材料である。

2. 地域ブランドとその課題

南伊勢町における、産業構造を活かした取り組みの中で着目したのが「南伊勢ブランド」認定事業である。この事業は、南伊勢町が誕生した翌年の2006年から約16年間続く長期事業であり、伊勢地域内での地域ブランドの先駆けとなった産業活性化事業でもある。

南伊勢町の伝統的で魅力ある産品などを認定し、情報発信することで、地域経済の活性化と南伊勢町の発展を図ることが目的とされた。認定の対象は、南伊勢町内で生産または製造された産品で、町内に事業所を有する事業者等が自ら申し込み、審査を受ける申請型の地域ブランドである。南伊勢ブランドに認定された産品は、認定を受けたことを表示することが可能となるほか、町章を基本としたブランドマークを商品に付すことが出来る。(図表3)現在、南伊勢ブ

ランドに認定されている特産品は「大伊勢海老」や「デコタン」をはじめとした約30品目で、今年はいまだに「あなたに逢い鯛。」と「なだまぐろ」が新たに認定された。

伊勢地域において、南伊勢町などが先駆けとなって展開されてきた地域ブランドの取り組み展開は、他市町村にも広がりを見せており、各自治体によってさまざまな目的や体制を見ることが出来る。図表4に示したのは、三重県および伊勢地域において展開される地域ブランドの比較である。特に多くの認定品を有するのは伊勢市の「伊勢ブランド」であり、2020年から始動した地域ブランドであるものの第2回認定式(2022年4月)が行われた現時点で50品目に及ぶ産品が認定されている。

近年、地域ブランドに係る政策の動向が活発であることは、図表4から見る事が出来る。実際、南伊勢町における「南伊勢ブランド」の取り組みは、市場に参入することにより一定のハードルがある中小事業者の商品を取りまとめ、「認定」という一種のお墨付きを行政が与えた上で、市場参入を図るという点に政策の有効性があるといえる。しかしながら、地域ブランドに登録される産品の多くは、一次産品や取り組みが始まる以前に既に製品化されていたものであることが多い。これらより地域ブランドの取り組みが地域産業の「活性化」を促す存在として十分な成果を発揮してきたかに疑問が残る。また、伊勢市・鳥羽市・志摩市といった多数の観光地を持つ自治体が隣接する、南伊勢町のような自治体では、

図表3 ブランドマーク



(出典：「南伊勢ブランド認定表示取扱基準」から)

² 年少人口割合：5.9%(県内最低)、老年人口割合：53.6%(県内最高)、生産年齢人口割合：40.5%(県内最低)、人口増減率(2019～2020年)：-(マイナス)29.6%(県内29自治体中27位)

取り組みや登録産品自体が埋没してしまう可能性がある。

多様な地域ブランドが展開され、政策動向が活発化する中では、他の地域ブランドと比較した際に、認定品目数や認定を目指す事業者が得るメリットなどの点で差別化を図るほか、既存の産業・特産品を追随し登録するだけの取り組みに留まらない、新たな特産品の開発促進を進める必要がある。行政に求められる役割は、事業者が実際に特産品を開発し、製造する動きを進めやすくなるための支援体制を整備することではないだろうか。

図表 4 三重県および伊勢地域の地域ブランドの比較

| 自治体 | ブランド名称 | 認定数 | 取組開始年 | 目的 | 認定による利点 |
|------|---------------------------|-----|-------|---|---|
| 南伊勢町 | 南伊勢ブランド | 29 | 2006年 | <ul style="list-style-type: none"> ・地域経済の活性化 ・町の発展 | <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・ブランドマークの使用 ・二次利用 ・補助金制度(認定品1点につき15万円/年) |
| 志摩市 | 志摩ブランド | 26 | 2012年 | <ul style="list-style-type: none"> ・販売支援 ・観光客の誘致 ・地域経済の活性化 | <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・ブランドマークの使用 ・販売手数料/費用等の一部補助 ・販売戦略 ・PR方法などの勉強会実施 |
| 伊勢市 | 伊勢ブランド | 47 | 2020年 | <ul style="list-style-type: none"> ・地域経済活性化 ・イメージ向上 | <ul style="list-style-type: none"> ・認定シールの使用 ・認定証と認定楯 ・産業振興会HP掲載 ・市と観光協会主催の物産展で販売 |
| 玉城町 | 玉城ブランド Taste of Tamaki | 6 | 2021年 | <ul style="list-style-type: none"> ・町と産品の知名度向上 ・地位経済の活性化 ・移住・定住 ・関係人口づくり | <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・のぼり旗での宣伝 ・認定ロゴマークの使用 ・認定証 ・二次利用 ・イベントなどでのPR |
| 大紀町 | 大紀ブランド | 30 | 2014年 | <ul style="list-style-type: none"> ・町の全国PR促進 ・地域経済の活性化 | <ul style="list-style-type: none"> ・認定書 |
| 三重県 | 三重ブランド | 20 | 2001年 | <ul style="list-style-type: none"> ・「本物づくり」の支援 ・県のイメージアップ ・観光誘客の促進 ・生産者の意欲向上 ・地域経済の活性化 | <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信(専用HP開設) ・シンボルマークやロゴの使用 ・二次利用 ・キャンペーン実施 |

(出典：各自治体Web-site等から筆者作成³)

³ 図表における情報は、原則として各自治体の公表する最新の情報に基づく。なお、周辺自治体のうち鳥羽市および度会町は、地域ブランドの取り組みを行っていない。

第2章 南伊勢町における「6次産業化⁴」の可能性

1. 「6次産業化」－南伊勢町の持つポテンシャルの高さ－

地域産業の活性化を目指す中では、地域産業全体を「安定した産業」、「さらに稼げる産業」、「付加価値のある産業」といった持続可能性のある産業へ転換していく必要がある。人口流失による過疎化、少子高齢化が加速度的に進行する南伊勢町において若者の定住が進まない理由は、こうした町内産業の弱さを若者が実感しているからであると考えられる。令和4年3月に南伊勢町議会が公表した「若者定住対策推進への提言書」の中でも抽出された問題(現状)と課題として、産業安定性の欠如、偏りの有る産業構造に起因する先行きの不透明さなどが真っ先に挙げられていた。こうした状況にある中で、南伊勢町に求められる取り組みは、6次産業化の推進やその充実のための取り組み「共同加工場」の整備である。

農林水産省「6次産業化とは」において産業の6次産業化の取り組みは、以下のように定義された。

「一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組」

この産業の6次産業化の取り組みの中で最も重要な点は、あらゆる産業体がまとまりとなって事業を推進し「付加価値」を生み出すという点だ。町内総生産に占める第一次産業の構成比が極めて高いほか、県内トップシェアを持つ漁業を有する南伊勢町の6次産業化の進展に向けたポテンシャルには、大きなものがあると感じる。近年、加工済みや下処理済みの魚に対する需要が簡便さを求める事業者や家庭に広がっている。コンビニエンスストア大手のローソンが刺身に加工した冷凍真鯛の販売を始めたことから消費者のニーズを感じることができる。また、新型コロナウイルスの流行に伴う^{うちしょく}内食や^{なかしょく}中食の増加も加工済みや下処理済みの商品などを求める消費者の動きを更なるものとした。

「加工」という取り組みは、付加価値の付与による製品単価の向上のほか、消費者の需要に合わせて製品を出荷できるようになるという特徴を持つ。この特徴からは、農林水産物の日々の市場価格の変化などに左右されにくい安定的な収入源をもたらすことが期待できる。また、定質・定量・定時・定価格で生産物を供給できる特性を持つ魚類の養殖業が盛んであることも南伊勢町で6次産業化を進める上で他にはない強みとなるだろう。6次産業化の進展によって事業者の収入源が多角化することは、天候や時期によって漁獲量・収穫量・市場価格に波があるために安定性の確保が難しいという第一次産業特有の課題を補い、地域産業全体を「安定した産業」、「さらに稼げる産業」、「付加価値のある産業」といった持続可能性のある産業へと変化させるきっかけになると考える。

⁴ 農林水産省は、各産業分野が連携・一体化する表現として $1 \times 2 \times 3 = 6$ (次産業)の表現を用いているため本稿においても「6次産業化」については、算用数字を用いた表記とした。

2. 「加工」支援の持つ可能性 —山形県遊佐町の事例から—

もちろん南伊勢町において、地域産業の活性化を目指す政策の展開がこれまで全く行われてこなかったわけではない。「南伊勢ブランド」の取り組みや地域商社「みなみいせ商会」の設立などによる町外への販路拡大を目指す動き、南伊勢町の地域特性を活かした特産品の開発に取り組む個人・法人などに向けた、使途や上限額に制限のある補助金制度（「地域特産品開発事業補助金」）もこうした試みの1つである。しかし、個人経営体による経営が大部分を占める⁵農林水産業において、事業者が加工施設を自ら整備・維持し、第二次産業にあたる製造業に挑戦することは、未だハードルが高い。これが「加工」への参入事業者を狭めている要因である。

この課題を踏まえ提案するのが、町内の事業者が使用できる「共同加工場」の整備を行うことだ。自ら一次産品を加工する施設や設備を持つことの厳しい事業者に対して行政が中心となって施設を整備する。この「共同加工場」の整備によって、個人経営体や中小事業者など独自の加工場を持つことができない人たちも積極的に加工した商品の製造や販売に乗り出すことが可能となると考える。

この「共同加工場」の取り組みに関して、先行事例となりうる市町村として山形県遊佐町を取り上げる。（図表6）遊佐町では、町内の地域資源を活用した産業振興および6次産業化の推進、特産品開発支援を図るため、遊佐町地域活性化拠点施設加工場（以下、「加工場」）を整備してきた。貸工房2室と共同加工室2室、包装室や食品庫などを有するこの「加工場」には、レトルト釜や業務用オーブン、調理器具の乾燥・殺菌機などが備え付けられ、小ロットの加工品の製造には、十分な設備が揃う。（図表7）

遊佐町における事例からは、個人経営体や中小事業者の加工に対する挑戦が低リスクかつ低費用負担で可能になるよう、行政が支援することで町内における新たな製品の開発・販売や地域課題の解決などが進む「好循環」が芽生え始める様子を見ることができた。

「加工場」は、ご当地カレーである「遊佐カレー」の生産拠点となるほか、地域おこし協力隊の隊員が荒廃する竹林の保護を目指して伐採した幼竹を使った「遊佐メンマ」、町内で多く生産されるパプリカを使用したブルガリア伝統の野菜ペースト調味料の「リュテニツァ」の開発・生産の拠点ともなってきた。こうした商品は、「加工場」から車で10分ほどのところにある国道沿いの道の駅「鳥海ふらっと」や遊佐駅、アンテナショップへ出品されるなど、小さなサイクルながらも6次産業化の取り組みが実りつつある。

図表6 南伊勢町と遊佐町の比較データ

| | 南伊勢町 | 遊佐町 |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 人口 | 11375人(令和4年8月末) | 12852人(令和4年9月末) |
| 面積 | 241.89 k m ² (令和元年) | 208.39k m ² (平成26年) |
| 町内総生産に占める 第1次産業構成比 | 28.4%(平成30年度) | 9.9%(平成30年度) |
| 一般会計予算額 | 約107億円(令和4年度) | 約85億円(令和4年度) |

(出典：南伊勢町および遊佐町の町政要覧等から筆者作成)

⁵南伊勢町における漁業経営組織の内、約97%が個人経営体。三重県においても全域の漁業経営組織の内、約96%が個人経営体である。

図表 7 遊佐町地域活性化拠点施設加工場の概要

| | |
|-------------|---|
| 名称 | 遊佐町地域活性化拠点施設加工場 |
| 住所 | 遊佐町比子字青塚 3 1 番地の 3 8 |
| 有する施設 | 貸工房 1・2 (いずれも貸出中のため空室無し) |
| | 共同加工室 1・2 |
| | 共同包装室 |
| | 共同食品庫 |
| | 更衣室等 |
| 施設利用時間 | 平日 午前 9 時～午後 4 時 ※貸工房はこの限りでない |
| 利用対象者 | 素材を製造加工し、付加価値を付けて販売することで新規に事業の展開又は事業規模の拡大を図ろうとする個人、団体、企業等その他町長が適当と認める者 |
| 整備・維持にかかる費用 | 施設整備に係る費用：約 5000 万円 施設維持に係る費用：約 1000 万円(年額) ※利用料等による収入：約 200 万円(年額) |
| 施設の沿革 | 町内に工場がある企業が 2012 年に整備。店舗等が入居していたが 2017 年に閉鎖。町が施設を借り上げ、地域活性化の拠点として整備を実施。「加工場」は、2020 年より供用開始。 |

| 施設区分 | 使用料／単位 |
|---------|--------------|
| 貸工房 1 | 26000 円／1 か月 |
| 貸工房 2 | 13000 円／1 か月 |
| 共同加工室 1 | 400 円／1 時間 |
| 共同加工室 2 | 300 円／1 時間 |
| 共同包装室 | 100 円／1 時間 |
| 共同食品庫 | 100 円／1 時間 |

(出典：「遊佐町地域活性化拠点施設加工場管理運営要綱」および現地調査から筆者作成)

第 3 章 6 次産業化と「共同加工場」がもたらす持続可能な町内産業

1. 既存の施設を活かした「共同加工場」

前章で見てきたように、本論文においては 6 次産業化の推進やその充実のための取り組み「共同加工場」の整備を提案する。遊佐町における施設の供用開始までの経緯を見ると調理や加工を行うためではない施設を「加工場」へ整備したため、施設整備に係る費用として約 5000 万円を要したが、既存の施設を活用した取り組みのため新設と比べ費用を圧縮することができた。南伊勢町においても、既存の施設を活用することで、費用を抑えて「共同加工場」を整備することが可能となるのではないか。「みなみいせ商会」が加工場として使用している廃校の給食調理室を町内の個人経営体や中小事業者などが使用できるよう整備を行い、有効活用することが望ましい。施設整備に係る費用を抑え、「共同加工場」の取り組みをスタートさせることで、施設を利用する個人経営体や中小事業者の使用料などの負担も軽減させることができる。

遊佐町において聞き取り調査を行う中では、「加工場」の政策は、まだ取り組みの途上であるため「成功事例」と言い切ることはできないということであったが、金銭的なものに留まらない「利益」への政策効果を役場として実感しているという声があった。具体的には、「加工場」の整備によってもたらされた事業者同士や住民同士の関係性、地域の食文化

の維持・発展、前章でも取り上げた「遊佐メンマ」の生産に関連した荒廃する竹林の保護活動など地域課題の解決などにも及ぶ効果である。「共同加工場」の整備という今回の提案における大きなポイントは、その名の通り町民が「共同」で利用するという点である。漁業や農業の豊かさやそれによって育まれてきた漁村、農村の地域コミュニティそのものも文化の1つである。施設を行政が整備し、町内のさまざまな個人経営体や事業者が、「共同加工場」を利活用するようになると、その利用者間での新たな関係構築が望める。商品の販売数や売り上げの増加などに留まらない利益も「共同加工場」は、もたらすであろう。

そうして生み出された利用者同士の関係による、新たな特産品の誕生も期待できるのではないか。町内における新たな特産品の誕生や南伊勢ブランド認定商品の拡大は、他の地域ブランドと比較した際の南伊勢ブランドの差別化にも効果を発揮すると思われる。「共同加工場」によってもたらされた特産品の展開が軌道に乗れば、大規模小売店や外食チェーンなどとの大口取引の確立といった新たな展望も出てくるだろう。南伊勢町のもつ第一次産業の豊かさは、こうした可能性にも対応できるポテンシャルがある。

また、「共同加工場」の利用をきっかけとして一次産品の加工に乗り出した結果、独自に加工商品の製造や販売に乗り出す事業者が出てくる可能性もある。そうした動きがもたらされれば、町内における新たな雇用の創出も実現できるのではないだろうか。

「共同加工場」によってもたらされる具体的製品の一例として、私たちは「鯛のカルパッチョセット」を提案する。南伊勢町で生産が盛んな養殖真鯛と柑橘類の2つの特産品を合わせた商品である。養殖真鯛を家庭でも食べやすいよう刺身に加工し、柑橘を使用したソースと合わせてパッケージングする。定質・定量・定時・定価格という魚類の養殖業が持つ特徴に加え、近年、飛躍的に向上している冷凍技術も活用することで顧客の希望に合わせて数量や時期を調整して出荷することもできる。

2. 現行政策との相乗効果

これまでの提案と現行政策との関わりで生み出される相乗効果としては、第1に、近年地方自治体における財源の1つとして重要視されつつある「ふるさと納税(ふるさと南伊勢町応援寄附金)」における返礼品ラインナップの向上効果も期待できる。南伊勢町のふるさと納税に関する情報を紹介する各種サイトには、新鮮な海の幸が多数掲載され、こうした海の幸が好評であることは寄附件数や寄附金額が増加傾向にあることから見て取れる。加工済みの特産品の持つ消費者の需要を取り込むことが出来れば、新たな寄附希望者の取り込みなどのきっかけとなる。

第2に、移住・定住など新たな住民層の取り込みに関する政策との相乗効果である。地方移住を考える若年層は、空き家・空き店舗といったモノ、天然資源・景観・地場産業といったコトなどの「そこにしかない資源」に価値を見いだしている⁶という指摘がある。こうした「共同加工場」の整備は、既存の事業者への支援であると同時に、低リスクかつ低負担で事業に参入できる可能性があると考えられる新たな住民層の呼び水ともなりうるのでは

⁶ 立山徳子「(私見卓見)一過性でない若年層の地方移住」、『日本経済新聞』2022年6月24日、朝刊、33頁

ないだろうか。南伊勢町がすでに展開している「空き家バンク制度」や「新築及び中古住宅取得支援補助金」を始めとした移住・定住の支援策との相乗効果も期待できる。

他方で、実際の政策実施に際しては、保健所や食品衛生協会など多方面との調整・協力が求められる点に留意する必要がある。なぜなら、食品加工を行う施設を複数事業者が共同で使用することは、通常想定されていないからだ。また、責任者の設け方や責任の所在、衛生管理の方法、利用者負担(使用料等)の程度などについて運用前に明確にすることで、運用後のトラブルを未然に防ぐ必要もある。

おわりに

「地域の活力につながる産業の活性化」というテーマに対して、本論文では、6次産業化の推進やその充実のための取り組みである「共同加工場」の整備について提案してきた。これは、南伊勢町のもつ農林水産業の豊かさを活かした取り組みこそが南伊勢町における「地域の活力」につながると考えられるからである。そうした中で行政には、事業者の挑戦が容易かつ低負担で可能となるよう支援する役割が求められる。「共同加工場」の取り組みによって事業者が新たな産業の可能性に挑戦し、町を支える第1次産業が「安定した産業」、「さらに稼げる産業」、「付加価値のある産業」へ変化していく先には、活力あふれる持続可能な町内産業がもたらされるだろう。

第4次南伊勢町総合計画基本構想案には、今後目指すまちの姿として『町民の元気』で輝き続けるまち」とある。本論文の提案は、町内産業に安定性をもたらす新たな政策や6次産業化の進展、南伊勢ブランドの取り組み強化に関して新たな視点をもたらし、南伊勢町が目指す、活力ある「輝き続けるまち」に貢献できるのではないかと。

(追記)

本論文では、テーマに対する「行政」の役割を考えてきた。しかしながら、国内におけるこれまでの取り組みに目を向けると、事業者間の取り組みによって商品のブランド化や加工施設の共同利用を図る事例も見られる。宮城県石巻市の「石巻うまいもの株式会社」は、東日本大震災を機に被災した食にまつわる地元企業10社からなる会社である。10社を1つの工場と見立て、それぞれの会社で扱う食材を生かし、石巻ならではの本物の味をつくろうと、加工機器やノウハウの共有によって、統一ブランド「石巻金華」を生み出した。事業者同士のネットワークによって各事業者の加工設備を共同利用している点からは、本論文における提案の参考事例ともなろう。

謝辞

現地調査の実施にあたっては、南伊勢町役場観光商工課・まちづくり推進課、遊佐町役場産業課・遊佐ブランド推進協議会をはじめとする多くの皆様からのご協力を頂きました。新型コロナウイルスの影響が依然として社会に及ぶ中で、現地調査やそれに係る対応等でお力添えを頂いたことに、この場を借りて深く感謝申し上げます。ありがとうございました。また、「公共政策フォーラム2022in南伊勢」開催に際して、審査員の方々から頂きました視点などにつき精査を行い、開催後の修正期間にて一部加筆させていただきました。

審査員の先生方、南伊勢町役場の皆様から政策の具体性や実務面に関して、さまざまな視点をいただきましたこと合わせて感謝申し上げます。ありがとうございました。

参考文献

○書籍および論文等

- ・田中道雄・白石善章・濱田恵三編著『地域ブランド論』同文館出版、2012年
- ・羽田裕・渡邊明「地域デザインによる持続可能な地域活性化モデルの考察ー自律・分散・協調型の南伊勢ブランドー」『福山市立大学都市経営学部紀要』、2013年

○資料および統計調査等

- ・水産庁「令和2年度水産白書」2020年、3頁～40頁(特集マーケットインの発想で水産業の成長産業化を目指す)
- ・日本政策金融公庫「6次産業化で農業経営の7割強が所得向上を実感、今後の事業拡大に意欲 課題はブランド化や人材確保(平成23年度 農業の6次産業化に関する調査)」2011年12月2日
- ・農林水産省「2018年漁業センサス報告書(確報)」(第3巻海面漁業に関する統計(市区町村編))、2020年3月13日
- ・農林水産省「2018年海面漁業生産統計調査(確報)」(平成30年産市町村別データ)、2020年3月19日
- ・農林水産省「2021年海面漁業生産統計調査(第1報)」(都道府県別漁獲量)、2022年5月27日
- ・農林水産省「6次産業化とは」(<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/index-1.pdf>) 2022年10月22日閲覧
- ・三重県「2020統計でみる三重のすがた」2020年(令和2年)5月、31頁～32頁
- ・三重県「2022統計でみる三重のすがた」2022年(令和4年)5月、31頁～32頁
- ・三重県「三重県市町要覧(令和4年度版)」I市町の概況(南伊勢町・鳥羽市・志摩市・伊勢市・玉城町・度会町・大紀町)
- ・南伊勢町「南伊勢町総合計画(新絆プラン)」2019年9月
- ・南伊勢町「第4次南伊勢町総合計画 基本構想(たたき台)」2022年2月
- ・南伊勢町議会「若者定住対策推進への提言書」2022年3月
- ・南伊勢町「南伊勢町まちづくり町民意識調査」(<https://www.town.minamiise.lg.jp/admin/shoshiki/machizukuri/shisaku/615.html>) 2022年10月22日閲覧
- ・遊佐町「遊佐町地域活性化拠点施設加工場管理運営要綱」2020年3月4日
- ・遊佐町・遊佐ブランド推進協議会「遊佐町地域活性化拠点施設加工場 共同加工場利用ガイド」2020年4月1日
- ・遊佐町「町勢要覧 資料編 2022 遊佐町の統計」
- ・遊佐町「加工場配置図及び設備機器リーフレット」

○現地調査記録

- ・「南伊勢町内の視察および南伊勢町役場観光商工課への聞き取り調査」2022年9月12日～13日
- ・「遊佐町地域活性化拠点施設加工場の視察および遊佐町役場産業課、遊佐ブランド推進協議会への聞き取り調査」2022年9月15日

○Web-site

- ・伊勢市産業振興会ホームページ(<https://www.ise-sangyo.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・志摩ブランドホームページ(<https://www.city.shima.mie.jp/index.html>)2022年10月29日閲覧
- ・総務省ホームページ(ふるさと納税ポータルサイト) (https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/archive/index.html)2022年10月22日閲覧
- ・大紀町地域活性化協議会ホームページ(<https://taiki-okuisse.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・玉城町ホームページ(<https://kizuna.town.tamaki.mie.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・三重ブランドホームページ(<https://www.miebrand.jp/>)2022年10月29日閲覧
- ・南伊勢町ホームページ(<https://www.town.minamiise.lg.jp/>)2022年10月22日閲覧
- ・遊佐町ホームページ(<http://www.town.yuza.yamagata.jp/>)2022年10月22日閲覧

○新聞

- ・立山徳子「(私見卓見)一過性でない若年層の地方移住」、『日本経済新聞』2022年6月24日、朝刊、33頁
- ・「愛媛の水産加工会社、海外開拓へ設備投資、養殖業者は魚種多様化」、『日本経済新聞』2022年1月28日、朝刊(四国地方版)、12頁
- ・「愛媛養殖魚、需要の波乗り切れ、海外にもマダイ、柔軟に魚種転換、加工商品増やす」、『日経産業新聞』2022年4月5日、11頁
- ・「冷凍刺し身、流水10分で解凍、ローソン、まず鮮魚2種、肉系も」、『日経産業新聞』2022年4月6日、11頁
- ・「冷凍刺し身、食卓を豊かに、処理・包装の技術が進化、ローソン販売／外食にも広がる」、『日経MJ(流通新聞)』2022年4月25日、12頁
- ・「山形ラーメンに山形のメンマいかが 遊佐の協力隊員、今秋にも出荷」、『河北新報』2022年6月16日
- ・「南伊勢で『漁師塾』、参加者募集 水産業発展へ、町などが共同事業」、『朝日新聞社』2022年9月27日、朝刊(三重全県版)、23頁