地域イメージの向上に向けた担い手同士の連携

まずは ここから!!

農産物のブランド化

地域のイメージづくり

- そもそも姫路の北部とは?
- ■統一デザイン、ロゴ、キャッチコピー

担い手の連携が北部 イメージの向上につながる

コラボ商品の開発

- ●資源同士の活用ができていない
- ■姫路和牛、卵、ゆず、小豆、コラボメニューの 開発
- ■日本酒プロジェクト
- 今あるブランド・担い手同士の連携(生産から加工、販売までの体験)

地域外への 情報 発信 地域内での 情報 共有

- ●地域に来てもらう仕組みが必要
- ●地域の魅力として商品が PR できていない
- ■質を重視した情報発信
- ■地域内の情報キャッチボールの場づくり
- 農家 (こだわり農家・肥育) +加工場(企業・組合など) +売り場(飲食店等)
- ■活性化会議の開催
- ■「めっちゃうま」のような北部情報誌の作成
- ■インバウンド向け冊子

販路の確保・開拓

- ●売り先の確保が課題
- ●姫路の飲食店で地場産のものが入らない
- ●卸先に応えるだけの野菜が準備できない

農林業の担い手確保

この取組が担い手確保につながる

担い手の連携

- ●過疎化→少子高齢化
- ●地域と担い手の連携が不足
- ■町単位、校区単位での取組、営 農組合の設立
- ■地域ぐるみの農業の推進
- ●耕作放棄による集落行事離れ (水利、草刈、祭り等など)

書攜

●獣害がひどい

農地の活用

●耕作放棄地の増加

空き家・空き倉庫

- ●空き家の増加
- ●使わない農機具倉庫
- ■地域にある倉庫の有効活用

北部農山村の地域性

- ●安富町、夢前町に人を呼ぶにはどうしたらよいか。ここ にしかないものを発見する必要がある
- ●安富町・夢前町を客観視する必要がある
- ■夢前町、安富町の歴史、伝統文化からヒントを得る。
- ●自然を残した状態で開発したい
- ●有機、無農薬への取り組みにより、所得向上につながる素地がある

地域・ヒトのストーリーづくり

農家(ヒト)の特徴を伝えるツールづくり

活用

ただ農作物を伝えるだけじゃ つまらない!

農産物のブランド化

付加価値

- ■ブーケ用など、利用目的に合った野菜
- ■値段が高い野菜の生産
- ■他で作ってない野菜、料理人が使いやすい野菜(小さいものなど)
- ■ゆずに袋かけして育てたり…という一手間!



流诵

- ●流通・販路が確保できていない
- ◆全国に向けて情報発信するツールがない
- ●海外への販路開拓が課題(情報が不足している)
- 販路の確保が課題(ゆず)
- ■自社レストラン、スーパー、自然食品店、個人取 引など、直接取引を増やす

農林業の担い手確保

技術

- ●山の管理の知識・技術不足
- ■ゆずの品質の向上(生産技術をいかに教えていくか)
- ●技術を伝える機会はあるけど十分でない

人材

- ●若者の雇用(森林大学、林業科卒の確保)が課題
- ■女性の活躍できる場をアピールする
- ●農業・林業への希望、おもしろさを伝えたい
- ●土地利用型農家の新規の人が増えない (稲作と野菜では生産コストが違うのに補助の金額が一緒)
- ■小学生、中学生への職業体験
- ■生産から加工まで様々な担い手探し(ゆず)

バックアップ も必要!

ハード

- ●耕作放棄地が増える一方
- ●圃場ひとつひとつの面積が小さい
- 土地(農地・山)の所有者が不明

設備

- ●肥料堆肥センターがない
- ●機械、竹チップが高い

地域資源

- 空き家、古民家が借りられない
- ■古民家等の有効活用

森林

- 森林の放置
- 森林整備が進んでいない
- ■団地化による間伐の推進
- ■作業道の整備
- ■地積調査の完遂
- ●シカ、イノシシによる獣害

人づくり (拠点づくり)

世代間の交流・役割づくり

- ●世代間交流のあり方が課題
- ●どうやって若い人を巻き込むか!
- ●各世代の問題点が共有されていない
- ●高齢化により地域の担い手がいない
- ●地域内のコミュニティの希薄化(行事の参加に 消極的)
- ■意識変革(あきらめない!)
- ■顔の見えるコミュニティづくり
- ■若い世代に任せる
- ■子どもの参加を促進→親世代も参加する (まずは参加してもらうことで、意識を変える)
- 既存行事とのコラボイベント(町外組織との連携)
 - ※ただし一時の賑わいではだめ。継続した取組 が夢前を身近に感じてもらえる。



コーディネーターの活用

■地域内と地域外を結ぶコーディネーターの活用

移住するにも仕事が必要!

什事づくり

- ■農業拠点施設(農業をする若い人を育てる施設等が必要)
- I Tなどを活用した仕事であれば、居住地を選ばない。 (例えば、インターネットの使い方を教える講師の仕事など)
- ■スマート IC の活用

交流・定住人口の増加に向けた体制づくり

魅力ある教育・自然環境の活用

- ◎ 莇野小学校では、少人数でしっかりとした教育が行われている(それを強みに!)
- ◎豊かな自然環境が残されている
- ■全国的に課題は一緒。成功している行政の取り組みも参考に進めるべき!
 - →例えば、通学区域制度の弾力的運用をして いる養父市の小規模特認校制度
- ■豊かな自然を活かした取組
 - →最近の子ども達は自然と触れ合う機会が少 ない。
 - →夢前の自然が姫路の都市部の子どもを救う!という気概を持っても良いのでは?



――強みを活かす!

定住促進

- ●子育て世代の定住が鍵!
- ●空き家・休耕田の増加
- ●家・農地を売ることに対する抵抗感がある
- ■定住化に向けたメリットある支援
- ■空き家・農地を活用した移住支援

▶弱みを克服する!

安心して暮らせる環境づくり

- ●国道もない、鉄道もない
- ●バスの便数確保、バスに代わるものが必要
- 店(衣、食)がない
- ●高齢者の生活を守る
- ■道路の拡充整備
- ■駅前に駐車場を整備(→姫路までの通勤が容易となる)

情報発信

- ●構想・計画の周知が不足している
- ●議論だけで終わらない。次年度に継続、実行!
- ●市役所で活性化を担当する窓口がわからない
- ◆人が集い、情報を共有できる拠点がない
- ■動画によるPRの実施
- ■新しい魅力の創造

人づくり (拠点づくり)

農業

- ●農業の担い手が減少
- ●農地・地域を守れるか、将来が不安
- ■特徴ある農業の推進
- ■農業法人化(農地の集約、農地管理等)



担い手確保

住民

- ●高齢化が進行し、緊急時の共助体制に不安
- ●若者がいない
- 高齢化が進行し、若い地域のリーダーの育成が 求められる
- ■地域のリーダー(指導者)を育成

住まい(空き家)

地域産業振興

- ●空き家が増えている
- ■他市事例を参考に空き家対策に取組む

空き家を活用した 地域拠点

拠点

- ●住民の高齢化により行動範囲が縮小の一途
- ■コミュニティ施設(交流拠点)の設置

地域資源

- ●地域資源を活用できていない
- ●地域資源が発掘できていない
- ■富栖の森、富栖鉱山などの活用
- ■情報発信体制の構築(民間委託含む)

自然環境

- ●山が荒れている(手入れ×、獣害)
- ●河川の整備がうまくいっていない(治水×)
- 農山村の原風景の保存が課題
- ■鹿肉、猪肉の商品開発
- ■景観を守る条例の制定
- ■河川整備(県・市)、河川清掃の復活

交流・定住人口の増加に向けた体制づくり

仕事

- ●若者の働く場がない(店舗・工場が少ない)→若者が定着しない
- ●地元に企業がない

職住

セット

- ●市の中心部から1時間の距離(十分通勤圏であるのに定住に繋がらない)
- ■空き家等に住んで地区での生活を体験
- ■移住者向け説明会、見学会を開催



安心して働くには子育て支援も必要

教育・子育で

- ●子どもの数が減っている
- ■こども園はあるが待機幼児がいる
- ■安富北小学校での児童の受入(自然の中で過ごしたい児童の受け入れ、引きこもり児童の受け入れ)
- ■こども園の幼児受け入れ拡大

日常生活

- ●郊外店での消費が増え、地元での消費が流れている
- ●交通の便が悪い
- ■コミュニティバスの導入
- ■住民タクシーの導入

イベント

- ●行事への参加が減少(子供が少ない)
- 他地区との交流が無い
- ●イベント運営に関わる住民が高齢化
- ■地域資源(蛍、ダム湖)を活用したイベント (ハイキング等)の企画

地域の強みを活かす

まちづくり

- ■子育て世代の意見(意向)をくみ取り、計画に反映
- ■若者の意見を聞く機会をつくる
- ■地域のリーダー(指導者)を育成
- ■住民が主体となったまちづくり(行政に頼まなくてはできないことは頼む)
- ■地域住民の技術・ノウハウ・経験・スキルをまちづくりに生かす。