

電気のふるさと

電源地域ニュース

● 特集 Pick Up!

森林の間伐材を有効利用して特産品づくり

「エコ+α」で世界を目指す

高知県 馬路村



森林の間伐材を有効利用して特産品づくり 「エコ+α」で世界を目指す

高知県馬路村は、土地のほとんどが森林という山奥の小さな山村。昔から良質の杉材を産出する林業の村として知られていましたが、安価な外国材の輸入により林業の衰退が深刻化してきました。このピンチを打開すべく進められたのが、森林の間伐材を利用した新商品の開発です。今回は、エコロジーの時代にマッチしたユニークな木製の商品で、市場を世界にまで広げてチャレンジする馬路村の取り組みをご紹介します。



杉の間伐材を薄くスライスし、6層でプレスすることで強度を高め、自然の木目を生かした美しい仕上がりのバッグ。軽くて丈夫なバッグは、ちょっとしたお出かけの時に便利な財布や携帯電話、ポーチが入るサイズから、B4版の書類が入るサイズまであります。内部には収納ポケットなどがあり機能的な作りになっています。商品についての詳細は→ <http://www.ecoasu.co.jp/index.html>

高知県 馬路村

うまじむら

History 1 馬路村の概要と林業の盛衰

杉材の名産地として昔から林業の盛んな村

高知県の東部、安芸郡の中北部に位置する馬路村は、周囲を千メートル級の山々に囲まれた人口約千百人の山村です。北部の魚梁瀬地区と南部の馬路地区に分けられ、最寄りの鉄道駅から馬路地区の中心部まで車で約三十分かかるなど、交通のアクセスが良いとは言えません。

約百六十六平方メートルある村の面積の九十六パーセントが山林で、その七十五パーセントを国有林が占めています。気候は山間部にみられる内陸性気候ですが、太平洋（黒潮）上の湿った気流が四国山地に吹き付ける影響で降水量が多いのが特徴。この豊富な雨と温暖な気候に育まれる良質の杉を利用して、昔から林業が村の基幹産業でした。特に魚梁瀬杉は、銘木として全国的に知られています。

農業ではユズが有名で、馬路村の名を全面に打ち出したユズの加工品は、全国ブランドになっています。村内には、電源開発株式会社の魚梁瀬水力発電所（三・六万キロワット）があり、電気を供給しています。

外国材の輸入で村がピンチに

かつて馬路村内には、魚梁瀬地区と馬路地区それぞれに営林署がありました。村は林業の最盛期に三千五百人を抱え、活気に溢れていました。しかし昭和六十年代前半から安い外国材が大量に輸入されるようになり、木材の価格が下がって林業は衰退の一途を辿ったのです。それとともに人口の減少と少子高齢化が進み、村には危機感が広がってきました。



ローカルブランドの時代がやって来た —食べる側に立った「使用価値の精髓」で共感を創ろう—

西武文理大学 サービス経営学部 教授
小山 周三

電源地域というと、都会、人里から離れ、自然環境がそのまま残されているローカルな地域というイメージがある。今日のローカルと言っても、心理的にはさほど遠いというイメージはあまりないが、「ローカル」という言葉の響きの中には、自然がいっぱい残されていて、風雪と土地が育んだ特有の味や匂いがあり、人間の体に良い、安全・安心できるものという良いイメージがある。

「ローカル」というキーワードは、食べ物で言うと、信頼できる、土地の生活文化が詰め込まれている、からだにいいなど、積極的に評価される価値の代名詞になりつつある。したがって、「ナショナルブランド」、「プライベートブランド」に次ぐ、第三のブランドとして「ローカルブランド」地域ブランドの時代が来ている、という言い方が出来る。しかし、これを本物にするためには、ローカルブランドが持つ価値の中心（わけ、理由）が消費者に伝

わらなくてはならない。伝えるだけでなく、「なるほど」という「納得」が得られなくては販路は作れない。どんなに良いものでも、こんなにもいいものがあつたのだという「納得」と「感動」と「共感」が得られないと、販路は拡大しない。

地域ブランドへの期待が高まっているとはいえ、買う側、使う側が納得できる使用価値にぴったり合う商品でないと、作る側、売る側が考えるいい商品論では通用しない。氏、素性、性格に関する情報を正直に伝え、こんな生活シーンにぴったりという「使い方提案」があれば、共鳴する消費者の心を動かすことが出来る。沢山売れるかが問題ではなく、ひとりでもいいから共感・共鳴してもらえ「使用価値の精髓」をしっかりと押さえることが重要である。ネーミングやパッケージも大事だが、それよりも仮に「パチ」でもいいから、共感がもたれるような使用価値に関するメッセージが送れるかが重要である。

2 人

ローカルブランドの時代がやって来た
小山 周三

3 Pick Up!

「エコ+α」で世界を目指す
高知県 馬路村

8 ふるさと応援団

官民一体で本別「豆」ブランド化へ
北海道 本別町

10 いきいき電源地域

全国豊かな海づくり大会
新潟県

石巻マンガ灯ろう祭り
宮城県 石巻市

12 センター掲示板

- ・平成20年度 研修のご案内
- ・相談窓口のご案内
- ・「中小企業総合展2008 in kansai」で企業立地支援制度をPRしました
- ・「電気のあるさと～電源地域ニュース～」読者アンケート結果
- ・Vol.11読者の声から
- ・人事往来
- ・読者プレゼント
- ・今号でご紹介した電源市町村の発電所データ

16 電気のふるさとと産品自慢

大馬越「しそづぶ物語」
鹿児島県 薩摩川内市入来町

今号の表紙



魚梁瀬発電所（電源開発株式会社）
総出力：3.6万kW
運転開始：昭和40年6月

写真提供：J-POWER（電源開発株式会社）

「さらに追い討ちをかけたのが、平成十一年に通達があった。営林署の再編・統合計画です。五年後の平成十六年に村内の営林署がなくなることになりました。これですらに働き口は減り、住民も減ってしまっています。それに加え、林業従事者で組織されている馬路村森林組合の平均年齢も六十を越え、いよいよピンチになりました」と語るのは、当時は村役場の総務課にあり、現在は産業建設課に勤務する木下彰二さん。ますます進行する村の空洞化を防ぐため、村全体で協議を重ねられました。

「五年後のために何かをしななければならぬ。やはり村の九十六パーセントを占める森林を活用しないと再生は難しいのではないかと。そんな思いの中で浮かび上がったのが、森林の保全を目的に行われる際に出る「間伐材」の利用です」

「さらには追い討ちをかけたのが、平成十一年に通達があった。営林署の再編・統合計画です。五年後の平成十六年に村内の営林署がなくなることになりました。これですらに働き口は減り、住民も減ってしまっています。それに加え、林業従事者で組織されている馬路村森林組合の平均年齢も六十を越え、いよいよピンチになりました」と語るのは、当時は村役場の総務課にあり、現在は産業建設課に勤務する木下彰二さん。ますます進行する村の空洞化を防ぐため、村全体で協議を重ねられました。



馬路村役場 産業建設課 木下 彰二さん

History 3 魅力ある商品づくりに向けて「マーケティング調査」の活用

外部の意見に耳を傾け、本音で議論

商品の販売方法を模索する中で、馬路村は平成十四年(財)電源地域振興センターのマーケティング調査事業に採択されました。木下さんは当時の事をこう話します。「馬路村の行う事業に、お金だけ出してくれるのかと思っただけだったので。しかし、実際には市場調査から販路開拓まで手がけるコンサルタントが入るといふやありませんか。それならコンサルタントに「報告書はいらぬから、売り先を探してほしい」と訴えたのです。しかし調査事業の担当者もさすがに引かず、まず木のトレイは、発泡スチロール製の代替品にすぎないから売れないと言われた



(株)エコアス馬路村 総務企画課 山田 佳行さん

エコアス馬路村の間伐材利用商品・うちわと「編む・かなば」



うちわ
うちわをキャンパス代わりに使ったり、また、切手を貼れば、木の香を添えた郵便物になります。

編む・かなば

サイズは4種類。コースターやブックカバー、インテリア雑貨など、編み方次第で七変化。



「まっすぐ立派な杉を育てる過程で、若い木に養分を行き渡らせ、陽当たりを良くするために、全体の約三割の木を間伐します。間伐とは伐材となります。これまでは小さなものは捨て、大きくて良質なものをだけを販売に回していました。でも間伐材には、たいした売値が付かない。そこで、これを加工して商品として販売できないものかと考えました」と木下さんは話します。

■(株)エコアス馬路村について

「明日はきっとエコロジー、いつか生態系循環の永遠の森につながるように」というポリシーが名前の由来。「森を育てる、森を集める、森を加工する、森を販売する」これらをまるごと循環させることで、「守る」から「攻める」姿勢に立ち、永遠の森づくりを目指しています。またエコアス馬路村では、馬路村役場が開設している「千年の森基金」に、間伐材製品の売上額の1パーセントを積み立てて森に還元し、森林の保全などに役立てています。

第三セクター

「(株)エコアス馬路村」を設立

「まっすぐ立派な杉を育てる過程で、若い木に養分を行き渡らせ、陽当たりを良くするために、全体の約三割の木を間伐します。間伐とは伐材となります。これまでは小さなものは捨て、大きくて良質なものをだけを販売に回していました。でも間伐材には、たいした売値が付かない。そこで、これを加工して商品として販売できないものかと考えました」と木下さんは話します。

「二年間、本気で意見を交わし合いました。議論が白熱しけんかになり、コンサルタントが部屋を出ていっちゃったこともありましたね(笑)。でも次の日にはまた本音で話し合えた。一年の実行計画が終わるころには、これで終わってしまうのはもったいない。なんとかして、翌年もマーケティング調査事業がしたくて、それこそ「命がけ」で取りにいきました」。

「暗礁に乗り上げた木のトレイ」

「作られたトレイは高知県内のスーパーなどでも使用され、『自然によい』『手触りがやさしい』と発泡スチロールより好評だったんです。しかし、実際に商品となると、価格で折り合いがつかず…。大量に作っても買い手がいないのです」と話すのは、(株)エコアス馬路村・総務企画課の山田佳行さん。

「それでもなんとか、他の商品と合わせて販路開拓に取り組みました。でも東京のデパートの催事におさらやうちわを出品しても、一週間で一万円ほどしか売れないんですよ。惨たんたるものでした(笑)。当時は消費者のニーズといたことが念頭になく、とにかく商品売るんだと必死でした」と木下さんも振り返ります。



高知出身のデザイナーから思わぬ提案

「そんな折、高知県出身で東京在住の工業デザイナー・島村卓実氏から、(株)エコアス馬路村に思わぬ新商品の提案がありました。それはなんと木のおさらを見て、アイデアが浮かんだという「木のバッグ」でした。

「二年間、本気で意見を交わし合いました。議論が白熱しけんかになり、コンサルタントが部屋を出ていっちゃったこともありましたね(笑)。でも次の日にはまた本音で話し合えた。一年の実行計画が終わるころには、これで終わってしまうのはもったいない。なんとかして、翌年もマーケティング調査事業がしたくて、それこそ「命がけ」で取りにいきました」。

「この斬新なデザインは必ず売



History 4 「モナッカ」を世界へ〜更なる飛躍を目指して〜

様々な販促活動で 商品を積極的にアピール

翌年、「モナッカ」のバッグは流行のグッズを扱う全国的な情報雑誌「ラビタ」で紹介されました。雑誌社が五十個を買取り、通信販売されたのです。さらに東京のインテリアショップ「アーノット」に置いてもらえることになり、並行してインターネット上でネット販売も開始しました。「もともと『モナッカ』の販売ターゲットは、高知県内ではなく首都圏でした。木の温もりを求めるのは都会の人で、地元で木の製品はいわば当たり前のもの。『アーノット』に出してから少しずつ売れてきたので、大きさや色・形などバッグのバリエーションも増やしました。バッグは買ったお客さんが持ち歩いてくれるので、自然と宣伝になるので、自然と山田さん。」

百貨店の催事に出品するなど、積極的にアピールを続けました。さらに販促活動は国内に止まらず、世界へと広がっていきます。

世界各国で高評価を獲得

平成十七年には、「モナッカ」をチューリッヒとミラノのデザイン展示会に出品しました。翌年からはパリ、ニューヨークなどフアッションの本場である欧米の展示会に出品。各国の雑誌などに掲載されるなど高い評価を獲得して、本格的に市場を世界に広げました。また国内では、平成十八年度のグッドデザイン賞を受賞し、昨年二月には「モナッカ」の海外進出がテレビ東京「ガイアの夜明け」で取り上げられるまでになりました。しかし海外でも国内でも、売り上げはまだまだと山田さんは話します。

「昨年は間伐材の加工商品全体の売り上げが六千万円。

うち「モナッカ」が四千万円（このうち五分の一は海外での売り上げ）です。年々伸びていますが、まだ十分ではありません。他の商品は単価が安いので、やはり『モナッカ』を主力商品として推進したい。とはいえ木目や色・質など木材はひとつひとつ違い、加工に時間がかかるため、大量生産できないジレンマもありま

す。国内・海外とも売り上げを伸ばしつつ無理のない生産システムを保持するために、従来どおり卸売業者を通さず直販のスタイルを継続していくつもりです。」

ユズの加工商品でも有名な馬路村

馬路村はポン酢しょうゆ「ゆずの村」や、ユズジュース「ごっくん馬路村」などのユズ加工商品で全国にその名を知られています。平地が少ない村では、安定した収入が得られる農産物として昭和40年頃から馬路村農業協同組合が本格的にユズ栽培に取り組みました。当初は青果として販売



商品パンフレットの抜粋



するも他との競争に勝てず、加工品としての販売を模索。「名前も知らない村の特産品は売れない」という考え方のもと、辿り着いたのが「村をまるごと売り込む」という販売戦略でした。商品デザインを田舎のイメージで統一し、ラベルやポスターのモデルに村の子供やお年寄りを前面に打ち出して差別化を図りました。

電気のふるさと紀行

「馬しか進めない山奥だから」「馬の背のような山々を越えなければならぬ」といふ、その名の由来はいろいろ。馬路村はまさに日本の典型的な山村という感じます。

村の施設やお店では、ユズ商品のパッケージでお馴染み田上泰昭氏のイラストと手書き文字があちこちに見られます。壁画、ポスター、チラシ、カレンダー、広報紙、各種の馬路村グッズなどなど。村の素朴で温かく、元氣いっばいな姿をよく伝えています。村を愛しているからこそ生まれるアピールの。人の心を引きつけるアピールの源はそこにあるのではと感じつつ、私も思わず馬路村特別村民の登録をしてみました。

（記）電気のふるさと編集部 清水珠子

に、今は地元の人たちも欲しいがるようになりました。この『モナッカ』を主力商品として、これから文房具や家具・インテリア商品など間伐材を利用した商品の可能性をもっと広げていきたいと思っています」と山田さんは熱く語ってくれました。

成功のポイント

二年間に渡るマーケティング調査事業が商品の販売促進パワーとなったのは、村が主体性を持って真剣に取り組めたからではないかと、村役場の木下さんは語ります。

「自分たちが何を望んでいるのかをしっかりと自覚したうえで、そのために何をしたらいいのかをはっきりと要請することが大切だと思います。コンサルタントがきたら、すべてうまくいくというのは錯覚です。すべて任せきりにしては、振り回されるだけ。外からの意見を柔軟に聞き入れることも大事ですが、地元主導型が成功のポイントではないでしょうか。地元のこと、地元の人が一番よく知っていますからね。」

History 5 馬路村の応援団が増え、いく〜尽きないユニークな取り組み〜

村を身近に感じてもらう 情報発信

馬路村では、役場が中心となって村を身近に感じてもらうような様々なユニークな取り組みを行っています。そのひとつが「特別村民」制度です。インターネットから無料で誰もが登録でき、馬路村

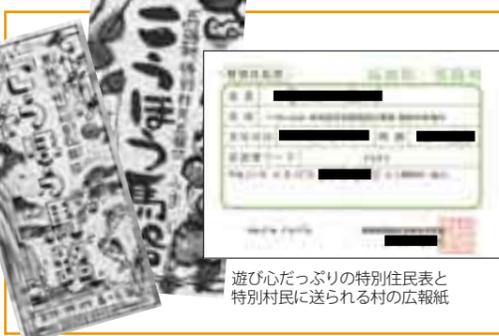
に訪れた際には村長室で村長と「ごっくん馬路村」が飲め、記念写真が撮れる他、村の温泉無料入浴券が付くという特典があります。「募集を始めて五年になります。現在二千六百人の特別村民がいます。これは村の人口の



宿泊施設もある馬路村温泉のパンフレットと特別村民になるともらえる応援員カード。

います。いつもなんか面白いことできんかなと考えています(笑)。」と木下さんは語ってくれました。

「村の良さを大切に守ってほしい、そういう馬路村を応援してもらえたらと思っっています。背伸びをせず、村民がいつまでも住みたい村づくりを目指しています。その方が長続きする活動を行っていくのではないのでしょうか。そのためには、他にはない面白さや発見がないといけない。やはり知恵と工夫が大切ですね」と木下さん。



遊び心たっぷりの特別住民表と特別村民に送られる村の広報紙

官民一体で 本別「豆」ブランド化へ

十勝平野の北に位置する本別町は、肥沃な大地と一日の寒暖差が大きい大陸性気候に恵まれ、農業に最適な条件が揃った町です。「十勝ブランド」と賞される十勝平野一体の農産物の中でも、質、味共にとりわけ評価が高い本別町の豆。町はこの豆を活用した地域ブランド化戦略として、十勝本別「キレイマメ」シリーズを誕生させ、販売開始から半年足らずで、札幌の老舗百貨店に常設販売されるという快挙を成し遂げました。本別ブランド「キレイマメ」を立ち上げた企画振興課・川本課長にお話をうかがいました。



本別町役場 企画振興課(十勝本別「キレイマメの会」事務局) 課長 川本 秀二さん

北海道 本別町

住所:北海道中川郡本別町北2-4-1
人口:約8,900人
面積:391.99km²



(聞き手 電気のふるさと編集部 清水珠子)

○「豆の町」を前面に出したPRを始めたのはいつ頃ですか？

川本課長…本別の豆は品質がいいと評価いただいているんですが、十勝産としてひとくりにされることが多い。本別が生き残っていくためには、単に生産・卸しだけでなく、商品化して売ることが必要と考え、平成十三年度の開町百年をきっかけに「日本の豆の町」として、豆の加工販売事業に力を入れたのはこの頃です。

○新しいことを始める時にはいろいろと苦労があったと思いますが。

川本課長…まず、JA本別町の女性部に声をかけ、「豆ではりきる母さんの会」を立ち上げ、安全と安心を第一に豆腐や煮豆などの生産・

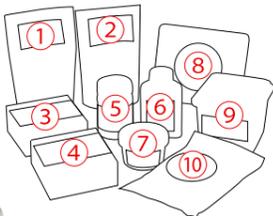
販売を始めました。しかし、商品を作ってお金をもらうというのは簡単なものではないんですよ。今では素晴らしい商品を作っているんだん販売していますが、当時は味にばらつきがあり、勉強会や議論をたくさんしましたね。

○農家の女性達の活動がベースとなり、「キレイマメ」誕生へ繋がっていきませんか？

川本課長…そのとおりです。催事に誘われれば、商品を持ってお母さんたちと一緒にどこでも出向きました。地道な活動を続けていくうちに、徐々に「豆の町・本別」としての知名度が上がっていききました。しかし、一方で「十勝」が壁となっていて立ちふさがり、十勝から脱却するには、独自ブランドが必要だと強く思うようになりました。そんな折、平成十八年に帯広開発建設部の「地域プロジェクト支援調査」事業に採択されたのです。武蔵野美術大学の教授と学生に本別町へ来ていただき、畑や加工工場、本別町の歴史などに触れていただいたうえで、新たな商品案、パッケージ案を提案いただくというもので

※1 国土交通省の事業実施機関として、十勝一帯の河川・道路・港湾・漁港・農業などの基盤整備を行っている。

「十勝本別キレイマメ」の商品



- ①黒豆ワイン煮 ②黒豆煮豆 ③黒豆豆腐味噌漬(田楽味噌) ④黒豆味噌漬カマンベール(田楽味噌) ⑤なんばん味噌 ⑥素焼黒豆 ⑦黒豆納豆 ⑧黒豆とうふ ⑨黒豆味噌 ⑩黒豆(生豆)
- 現在は③の豆腐と④のカマンベールのなんばん味噌漬けタイプが加わり、全12商品

といったイメージが強い黒豆のメッセージ性と、黒豆の健康機能を前面に押し出すことにしました。

商品やパッケージに改良を重ねつつ、平成十九年八月には地元企業五社が加入し、役場を事務局として「キレイマメの会」を発足させ、本格的な営業販売を始めました。その頃にはシリーズも十種類になっていましたね。

○地元企業が五社参加されていますが、難しさはなかったですか？

川本課長…なかったですね。「キレイマメ」に参加してほしいと言ったときも企業は二つ返事で賛成してくれました。「豆の町」として活動し始めた時から、催事に出かける際には、誘ったり、企業が都合付かない時は「豆商品を売ってくるよ」と声をかけたりして。その頃からの付き合いですが、もしかして信頼関係に繋がっていたのかもかもしれません。私は必ず現場に出向きます。相手を知りたいと思ったら、畑や工場など現場に行つて直接話してみないとわからないことがたくさんあるんですよ。商品開発は企業や農家の助けがないとできないですね。

○平成十九年十一月には(財)電源地域

振興センターがマーケティング事業の一環として行った百貨店との商品

相談・商談会に参加されていますね。

川本課長…「キレイマメ」に、参加している企業は良く知っているから、味は太鼓判押しすよ。一度催事でやってみる?!とバイヤーは即OKと言った感じでした。催事での売り上げも上々で、常設販売もすぐにOKができました。

○産品相談・商談会に参加して、その場で百貨店への出品が決まるのは、本当にレアケースです。多くは味や市場性などにアドバイスをもらうといった感じですか？

川本課長…そうみたいです。百貨店に並ぶ基準を満たすことは難しいようですね。我々がうまくいったのは、「豆にとことんこだわった商品をまじめに作り続ける」地元企業の長年の努力があったからこそです。現在はトントン拍子で進んでいます。ブランドは定着するまで少なくとも十年はかかると思っています。黙ってればすぐ消えますよ。後世に残るようになっています。これからは勝負です。

○商談会に参加して学んだことや、実行に移したことはありますか？

川本課長…バイヤーから地域ブランドの育て方を教えてもらいました。どこでもある商品というより、売り場を特定して、極論はお客さんが本別に買いに来るぐらいになるようにと。ホントそうだなと納得しました。だから、量販店には卸さずに、今は札幌の百貨店「丸井今井」と地元の百貨店「藤丸」で販売し、商品が一人歩きしないように「キレイマメの会」を販売元としています。また、バイヤーからは地元へ愛される商品にしなさいと。町内の人に贈答等で購入され、町外へ送ってもらえれば、全国に応援団が増えていくことになりました。さっそく、夏に向けてギフトセットも作りました。

○「キレイマメの会」の今後の活動を教えてください。

川本課長…そもその狙いは、本別産の豆を「十勝本別産」としてアピールし、本別産の豆全体の価格を底上げすること。今後は、黒シリーズ「キレイマメ」を筆頭に赤シリーズとして小豆を使った商品や、町にある菓子業者に働きかけて「キレイマメ」のスイーツや飲料の展開をやりたいと考えています。

石巻マンガ灯ろう祭り

北上川の河口に位置する宮崎県下第二の都市・石巻市のイベントを紹介します。

「ふるさとに灯りをともそう！人の光がまちを変える！！」を合言葉に、一人ひとりの作った小さな灯ろうを集めて街を明るく元気に照らす「石巻マンガ灯ろう祭り」は、今年も夏休み最後の8月23日（土）に開催されます。

もともとこのイベントは平成13年7月に「石/森萬画館※1」が開館する際、市民みんなで「石/森萬画館」の出発を応援しようという趣旨で始まりましたが、現在はこのイベントの実施を通して子どもたちが親とふれ合い、ふるさと石巻を知り、地域を愛する気持ちを育ててもらえることを祈って開催しており、北上川の中洲・中瀬公園を会場に2万人近くの市民が来場する大きなイベントになりました。

この灯ろう祭りでは、参加者たちはおのの紙などを材料にマンガを描いた小さな灯ろうを持ち寄り、その灯ろうを会場に並べます。集まった数千個の灯ろうにろうそくの灯りが灯ると、その光はまるで天空に浮かぶ天の川のような幻想的な光の流れをつくり、見るものに感動を与えます。また、団体や家族単位で参加する「創作灯ろう部門」では、毎年多くの作品が寄せられており、会場審査で選ばれた作品には賞金や賞品が贈られます。

さらに、当日は石巻のヒーロー「シージェットター海斗」の水上ショーをはじめ、地元石巻の食材を並べた屋台村で皆様をお迎えし、祭りの最後にはミニ花火大会等も開催する予定です。今年の夏休み最後を彩る「石巻マンガ灯ろう祭り」。皆さまも夏の思い出作りに、ぜひ一度ご家族と一緒に出かけ下さい。

※1：「石/森萬画館」は、マンガのもつ創造性、メディア性、そして国際性といった特性を通して、豊かな感性や創造性を育む場となることを基本目的として、また市民が集い、交流できる「マンガで結ばれる街ステーション」施設としての役割を担って、誕生しました。



手作りの灯ろうを並べてできる「光の流れ」。今では、石巻市の夏の風物詩となっています。



面積：約137km²
人口：約17万人
宮城県 石巻市

お問い合わせ先：
石巻マンガ灯ろう祭り実行委員会
(株式会社街づくりまんぼう内)
☎0225-23-2109



写真上：鬼太郎の灯ろう
写真左：石巻のヒーロー「シージェットター海斗」の水上ショー
©石森プロ/街づくりまんぼう

いきいき電源地域

地域振興に取り組んでいる電源地域の元気な姿を紹介します。



日本列島

全国豊かな海づくり大会

はじめに、中越大地震、新潟県中越沖地震の二度にわたる震災において、全国の皆様からの温かいご支援に感謝申し上げます。

さて、新潟の特産といえば、皆さんは何を想像するでしょうか。たぶん、コシヒカリや日本酒を想像する方が多いと思います。しかし、新潟で忘れてはならないのは、日本海の幸です。佐渡島や粟島を抱く新潟の海は、寒流と暖流が流れ込む豊かな漁場があり、多種多様な魚介類が獲れる豊かな海です。

面積：12,583km²
人口：約240万人

新潟県

お問い合わせ先：
全国豊かな海づくり大会推進室
☎025-280-5978

そこで、新潟県では日本海の絶品の幸を全国の皆様に味わってもらおうと「にいがたフード・ブランド化」事業の中で、南蛮エビ（ホッコクアカエビ）、佐渡寒ブリ、ヤナギムシガレイの3種の水産物についてブランド化を進めています。

そして、このような美味しい海の幸が獲れるのも豊かな海があってこそですが、新潟県では、豊かな海の大切さについてみんなで考えてもらう「全国豊かな海づくり大会」を開催します。これは、海のある都道府県で毎年開催され、例年、天皇皇后両陛下をお迎えしています。第28回となる新潟大会は、今年の9月に新潟市の朱鷺メッセにおいて、式典行事のほか、豊かな海について考えるさまざまな催しを行います。この大会を機に、新潟から豊かな海を次代へ継承していくためのメッセージを全国に伝えたいと考えています。

名称：第28回全国豊かな海づくり大会
期日：平成20年9月6日（土）・7日（日） 会場：朱鷺メッセ（新潟市中央区万代島）
大会テーマ：「生きている 生かされている この海に」
ホームページ：<http://www.wanoumi.net/>



南蛮エビ（ホッコクアカエビ）



佐渡寒ブリ



ヤナギムシガレイ



大会キャラクター
まもりん

IKIKIKI! IKIKIKI!

平成20年度 研修のご案内

(財)電源地域振興センターでは、平成二十年度も電源地域の振興を支援するため、電源市町村の職員、農協、漁協、商工会等の各種団体職員や住民の皆さまを対象にさまざまな研修を実施いたします。

本年度の研修は、これまでに受講された参加者のアンケートにおける要望や電源市町村を取り巻く社会状況の変化を的確にとらえ、「地域再生への支援」を全ての研修における共通のテーマとしています。これまでの研修内容の見直しを行い、電源地域の現場で活躍する実務担当者のお役に立つ、実践的な研修を予定しています。また、センター内での研修を中心としながらも、先進事例地での視察や交流を多く取り入れた体験カリキュラム型の現地研修を引き続き取り入れることで、研修の一層の充実を図り、電源地域の人材育成に寄与する研修を行います。当センターのホームページやお手元に届いた「平成20年度研修のご案内」をご確認の上、是非ご参加下さいませ。ようよろしくお願いいたします。

No.	研修テーマ	時期	日数	定員	負担金	備考
1	プランニング能力開発講座	H20.12	2	30	13,000	
2	プレゼンテーション能力開発講座	H20.6	2	30	13,000	
3	ファシリテーター能力開発講座	H20.12	2	30	13,000	
4	問題解決能力向上講座	H20.11	2	40	13,000	
5	市民との協働による循環型社会への挑戦	H20.8	2	40	10,000	
6	高齢化社会における地域づくりを学ぶ	H20.10	2	40	10,000	
7	少子化社会における地域づくりを学ぶ	H20.8	2	40	10,000	
8	地域コミュニティの維持と再生の方策を学ぶ	H20.11	2	40	10,000	
9	行政とNPO、コミュニティビジネスとの協働を学ぶ	H20.7	2	40	10,000	
10	安心安全な地域づくりを学ぶ～減災まちづくりを学ぶ～	H20.7	2	40	10,000	
11	都市農村交流におけるこれからの農村のあり方を学ぶ	H20.10	3	40	15,000	先進現地研修
12	農業再生の方策を学ぶ～所得向上と担い手対策～	H20.12	2	40	10,000	
13	都市との交流による漁村の所得向上策を学ぶ	H20.9	2	30	15,000	先進現地研修
14	中小企業振興による地域再生の方策を学ぶ	H20.9	2	40	10,000	
15	中心市街地の活性化による地域再生を学ぶ	H20.9	2	40	10,000	
16	地域資源を活用した観光振興を学ぶ～団塊世代を集客するには～	H20.11	3	40	15,000	先進現地研修
17	持続可能な自治体運営を学ぶ	H20.6	2	40	10,000	
18	地域特性を活かした特産品の開発・改良を考える（東京Ⅰ）	H20.7	2	40	10,000	
19	地域特性を活かした特産品の開発・改良を考える（東京Ⅱ）	H20.10	2	40	10,000	
20	地域特性を活かした特産品の開発・改良を考える（地方）	H21.2	2	40	15,000	先進現地研修
21	地域別二一ス研修Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ・Ⅳ	別途	別途	別途	別途	経済産業局別研修※1
24						
25	海外電源市町村トップセミナー / 海外一般セミナー	H20.8	8	◇	トップセミナー 300,000	ヨーロッパ
29					一般セミナー 200,000	

各研修の詳細については、開催の2～1ヶ月前までにお知らせします。

- (国内研修)
 注1 応募者が定員に満たない場合は、中止または開催時期等を変更することがあります。
 注2 負担金には、旅費（宿泊費、日当、車賃）は含まれません。
 注3 定員になり次第、締め切らせていただきますので、参加をお断りすることがあります。また、応募状況によっては、同一市町村からの参加者数を制限する場合があります。
 ※1 原則として、要望がある経済産業局単位で実施します。負担金は別途算定します。

- (海外研修)
 注1 応募者が定員に満たない場合、中止または開催時期等を変更することがあります。
 注2 国際情勢により、実施への影響が懸念される場合は、中止または開催時期を変更することがあります。
 注3 負担金には、地元～成田間の宿泊費、日当、車賃および渡航期間中の支度料、日当、昼食代は含まれません。
 注4 応募者が定員になり次第、締め切らせていただきますので、参加をお断りする事があります。
 注5 国内での「事前研修」「事後研修（一般セミナーのみ）」の受講が必要です。

■お問い合わせ先
 (財)電源地域振興センター 人材育成課
 電話：03・5405・8114
 e-mail:jinzai@dengen.or.jp #67

相談窓口のご案内

電源地域の皆様が地域活性化に取り組む上での課題・問題点などについてご相談、ご要望、ご質問にお応えするため、窓口業務を行っています。お気軽にお問い合わせ下さい。

■こんなご相談をいただいております。
 ・電源地域振興センターでは、どんな事業があるの？
 ・こんな事業を計画しているんだけど何か補助は受けれられないかな？
 ・漠然としたアイデアしかないけど何かヒントがもらえないかな？
 ・コンサルというほど大掛かりな事ではないんだけど・・・
 ・会議の際の添付資料にしたいが、こんな資料はないのかな？

■私どもでは次のような対応をさせていただきます。
 ・当センターで支援可能な最適なサービスメニューをご提案いたします。
 ・当センターで支援が難しい場合でも、他の様々な制度をご紹介します。
 ・必要な資料をできる限りご用意いたします。
 ・内容によっては、スタッフが出張対応いたします。

さらに

そこで

■お問い合わせ先
 (財)電源地域振興センター 振興業務課
 電話：03・5405・8115
 e-mail:youbou@dengen.or.jp #67

コンサルテイング強化事業

相談内容により、専門的な指導を要すると考えられる場合、テーマに適した専門家を派遣し指導・助言いたします。(ひとつの事業につき概ね三回まで)
 特に、過年度に当センターが実施した調査事業等の成果をもとに、さらに継続的な取組みをしたいという場合は「サポート活動」として専門家を派遣し指導・助言いたします。

相談コーナー（自治体コーナー）

当センター内に、市町村の皆様が利用できるスペースを用意しております。上京した際の連絡・調整の場としてご利用下さい。



「中小企業総合展2008 in Kansai」で企業立地支援制度をPRしました

去る五月二十八日(水)～三十日(金)の三日間、独立行政法人 中小企業基盤整備機構主催、経済産業省中小企業庁及び近畿経済産業局共催のもと、インテックス大阪にて「中小企業総合展2008 in Kansai」が開催されました。

中小企業総合展は、中小企業が自ら開発した優れた製品・技術、商品、サービス等を紹介し、市場創出・販路開拓、事業提携等のビジネスマッチングの機会を創出することを目的に例年開催されています。

今年も中小企業や支援機関によるブース出展(約三百ブース)や、講演会、無料経営相談が行われた他、起業に関する専門家や現役の経営者によるパネルディスカッションなどが行われました。また、三日間の開催期間中には、三万三千五百七十八の方が来場されました。

当センターは支援機関としてブースを出展し、来場者や出展企業等に対して、電源地域の各種立地支援制度を紹介しました。また、各企業の

ブースをまわって立地意識についての声を聞き、今後の電源地域への企業誘致活動に活用できる貴重なご意見を数多く得ることができました。さらには、全国には元気な企業が数多くあることを知り、電源地域へ誘致できる可能性を感じました。



企業立地支援などについてのお問い合わせ・ご相談はこちらまでご連絡下さい。

■お問い合わせ先
 (財)電源地域振興センター 企業誘致課
 電話：03・5405・8116
 e-mail:yuchu@dengen.or.jp #67

「電気ふるさと」電源地域ニュース」読者アンケート結果

お問い合わせ先
【財】電源地域振興センター 普及啓発課内
「電気ふるさと」編集部
電話：03-5405-8128
e-mail: fuky@den-gen.or.jp まで

「電気ふるさと」電源地域ニュース」編集部では、昨年度末に発行しましたV o l . 1 1において、平成十九年度末アンケートを実施しました。アンケートは九十八通の回答がありました。ご協力いただきました皆さまに御礼申し上げます。

参考になった記事
平成十九年度に取り上げた記事で、

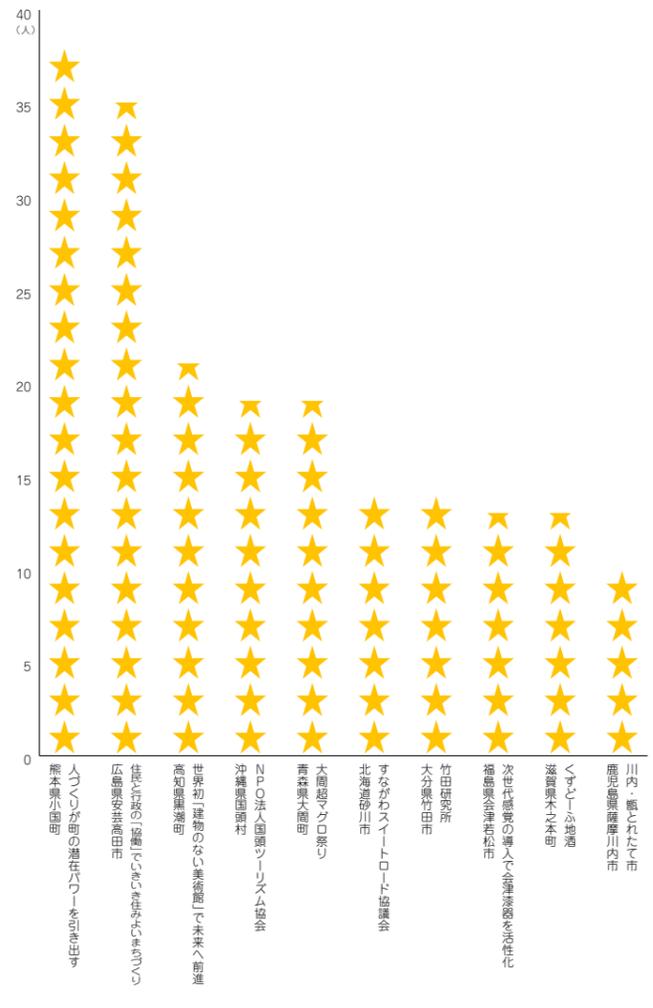
参考になったものを聞きました。結果は特集の熊本県小国町の事例が最も多く、次に広島県安芸高田市の事例と、ともにユニークな発想で、住民と行政が一体となって取り組んでいる事例でした。

今後取り上げて欲しいテーマ
「電気ふるさと」の誌面に今後取り上げて欲しいテーマを聞きました。結

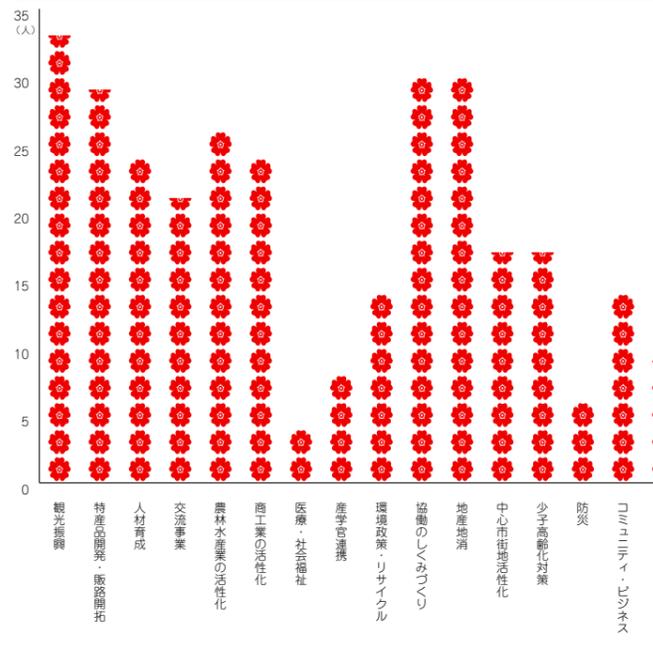
果は「観光振興」が最も多く、続いて「協働のしくみづくり」「地産地消」「特産品開発・販路開拓」となっており、電源地域では、観光をテーマに地域づくりを進めていく関心が高いことがわかりました。

「電気ふるさと」は、今年度も六月・九月・十二月・三月の四回の発行を予

参考になった記事



今後取り上げてほしいテーマ



【V o l . 1 1 読者の声から】

●特集で取り上げられた熊本県小国町が取り組む「九州ツーリズム大学」の人と知恵のネットワークを活用した地域づくりは、町が元気になるすばらしい手法だと思いました。
(福島県福島市 女性)

●私は原子力発電所の近くに住んでいますが、地域と発電所との関わりが深く、良い関係を持っていると思います。そのような発電所立地地点と地域との交流活動についての記事などが読みたいです。
(佐賀県玄海町 女性)

【読者プレゼント】

今号の特集「Pick Up」にご登場いただきました(株)エコアス馬路村のご厚意により、「モナッカ電卓」を五名様にプレゼントいたします。

とじ込みのアンケートハガキに本誌へのご意見、ご感想などをご記入の上、平成二十年七月二十日(消印有効)までにお送りください。なお、当選の発表は発送をもって代えさせていただきます。



【モナッカに関するお問い合わせ先】

(株)エコアス馬路村
<http://www.ecoasu.co.jp/>

【編集後記】

今年度最初の「電気ふるさと」はいかがでしたでしょうか？
まちづくり・まちおこしに活発な地域には、地域資源を活かす知恵や工夫など学ぶところがたくさんあり、地域を良くしていこうと取り組んでおられる方々からは底知れぬ「エネルギー」を感じます。それらを皆さまと共有し、今後の参考としていただけるよう、今後も誌面づくりに取り組んでまいります。
(S)

【今号で紹介した電源市町村の発電所データ】

- ◆特集(表紙) 高知県馬路村
表紙裏の目次欄を参照
- ◆ふるさと応援団 北海道本別町
足寄発電所(水力) 北海道本別町所在
最大出力：4万kW 事業者名：電源開発株式会社
- ◆いきいき電源地域 宮城県石巻市
女川原子力発電所 宮城県石巻市所在
最大出力：217,4万kW 事業者名：東北電力株式会社
- ◆電気ふるさと産品自慢
川内原子力発電所 鹿児島県薩摩川内市所在
最大出力：178万kW 事業者名：九州電力株式会社

【人事往来】

●電源立地都道府県知事(平成20年2月～4月選挙分)		
都道府県名	氏名	当選月日
熊本	蒲島 郁夫	3月23日

●電源地域市町村首長(平成20年2月～4月選挙分)		
市町村名	氏名	当選月日
東神楽町(北海道)	川野 恵子	2月3日
岩国市(山口県)	福田 良彦	2月10日
前橋市(群馬県)	高木 政夫	2月17日
本巢市(岐阜県)	藤原 勉	2月17日
飛騨市(岐阜県)	井上 久剛	2月17日
印南町(和歌山県)	玄素 彰人	2月24日
多賀町(滋賀県)	久保 久良	3月9日
国頭村(沖縄県)	宮城 馨	3月9日
松本市(長野県)	菅谷 昭	3月16日
笠置町(京都府)	松本 勇	3月16日
尾鷲市(三重県)	奥田 尚佳	3月23日
日向市(宮崎県)	黒木 健二	3月23日
飛鳥村(愛知県)	久野 時男	3月25日
郡上市(岐阜県)	日置 敏明	3月30日
上川町(北海道)	佐藤 芳治	4月1日
小諸市(長野県)	芹澤 勤	4月6日
御前崎市(静岡県)	石原 茂雄	4月6日
安芸高田市(広島県)	浜田 一義	4月6日
三次市(広島県)	村井 政也	4月6日
下松市(山口県)	井川 成正	4月6日
川内村(福島県)	遠藤 雄幸	4月8日
楯葉町(福島県)	草野 孝	4月13日
魚津市(富山県)	澤崎 義敬	4月13日
下呂市(岐阜県)	野村 誠	4月13日
南木曾町(長野県)	宮川 正光	4月13日
東御市(長野県)	花岡 利夫	4月13日
高砂市(兵庫県)	登 幸人	4月13日
四国中央市(愛媛県)	井原 巧	4月13日
南富良野町(北海道)	池部 彰	4月15日
木古内町(北海道)	大森 伊佐緒	4月20日
浦白町(北海道)	岸 泰夫	4月20日
栄村(長野県)	島田 茂樹	4月20日
中津川市(岐阜県)	大山 耕二	4月20日
伊豆市(静岡県)	菊地 豊	4月20日
碧南市(愛知県)	称宜田 政信	4月20日
西予市(愛媛県)	三好 幹二	4月20日
高浜町(福井県)	野瀬 豊	4月22日
茂原市(千葉県)	田中 豊彦	4月27日
京丹後市(京都府)	中山 泰	4月27日
美祢市(山口県)	村田 弘司	4月27日

■ 産品自慢 —— Vol.12 鹿児島県 薩摩川内市入来町

おおまごえ 大馬越「しそっぷ物語」

鹿児島県北西部に位置する薩摩川内市入来町では、約350世帯の小さな地区・大馬越地区がコミュニティ協議会を形成し、活気ある郷を目指して頑張っています。

そんな大馬越地区コミュニティ協議会は、平成18年度から地区の休耕田を利用したシソジュースづくりに取り組んでいます。平成19年には「しそっぷ物語」として、赤シソ・青シソ・ブレンドの3種類を製造し、本格的な販売を始めました。水やソーダ割り、かき氷のシロップとして宣伝し、販売したところ、地元直売所や口コミによる地方発送で、8月の終わりには用意した1500本が完売となりました。今年も協議会のシソ畑では、3月に蒔いた種が、5月に発芽し、青空の下で成長し始めています。

「しそっぷ物語」は、田起こしから整地・種まき・草取り・収穫・加工・ラベル張りまで、地区民の力と愛情によって誕生した100%大馬越産です。ミネラルウォーターとして定評のある入来の銘水を使い、シソの爽やかな香りとさっぱりした味が特徴です。昨年平成19年には、薩摩川内市ふるさと特産品コンクールで「特産品協会長賞」を受賞しました。

大馬越地区コミュニティ協議会の活動はさまざまところへ広がりを見せています。昨年は退職者グループが大豆の栽培を始めると、大豆の学習会が大馬越地区コミュニティ協議会内で始まり、豆腐づくりへと発展しました。まだ月2回、地元限定での販売ですが、今後は「まごえのおかべ（おかべとは豆腐の別名）」として本格的に販売する予定です。大馬越地区コミュニティ協議会では、安心して安全な素材にこだわった「しそっぷ物語」や豆腐などの取り組みを協議会のブログで随時発信・紹介しています。



和気あいあいとした連帯感の中、住民たちの知恵が光る。



しそっぷ物語

今後も団塊世代の退職者や高齢者が生きがいを持てる地域になるように。また、世代間を超えて子どもたちも一緒に楽しめるように。人の輪を広げる活動が注目されます。この物語の続きは、<http://www.oomago.com/comicen> まで(^^♪。

お問い合わせ先
大馬越地区コミュニティ協議会
TEL&FAX 0996-44-2773