

21世紀 WAKAYAMA

Wakayama Institute for
Social and Economic Development

Apr. 2025

109

Magazine

研究成果報告

- 01 カーボンニュートラルに向けた地方自治体の取り組み
- 02 研究報告・企画提案・広告媒体における伝わるデザインと見せ方について
- 03 住民主導による地域イベントの開催効果と持続的な運営

一般財団法人
和歌山社会経済研究所

講演会 (要旨)

02 | 地方の可能性を世界経済とつなぐ

株式会社SHONAI 代表取締役
山中 大介

寄稿

06 | 1 和歌山移住と起業と多業マルチワーク

きみの さいか亭
水島 千絵

11 | 2 地域と地域おこし協力隊制度

(一社) 地域おこし協力隊ネットワーク 代表理事
橋本 美奈

16 | 3 和歌山県内の地価動向

株式会社川端不動産研究所 代表取締役
不動産鑑定士
川端 一郎

インタビュー

21 | 農業・ジビエ・関係人口で
持続可能な地域創りを!

株式会社日向屋 代表取締役
岡本 和宜

研究成果報告

26 | 1 カーボンニュートラルに向けた
地方自治体の取り組み

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究部長
岡 広史

31 | 2 研究報告・企画提案・広告媒体における
伝わるデザインと見せ方について

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究員
春木 吉彰

38 | 3 住民主導による地域イベントの
開催効果と持続的な運営

前(一財) 和歌山社会経済研究所 研究員
(株式会社紀陽銀行 営業統括部)
松尾 悠佑

経済指標

43 | 和歌山県内企業の
情報セキュリティ対策状況

(一財) 和歌山社会経済研究所 主任研究員
藤本 迪也

46 | グラフで見る和歌山県経済指標

50 | 和歌山ブラぶらウォッチング^④

51 | 研究所だより

52 | 編集後記

「企業の寿命」30年説と長寿・老舗企業の極意

地方の可能性を世界経済とつなぐ

■日時：2024年11月7日(木) 13:00～14:30

■会場：ホテルグランヴィア和歌山 6F ル・グラン

■講師：株式会社SHONAI 代表取締役 山中 大介氏



皆さん、こんにちは。株式会社SHONAIの山中といいます。

我々は、山形県の庄内という典型的な人口減少が進む地方都市を拠点とし2014年8月に資本金10万円で立ち上げ、「地方の希望であれ」をビジョンとして掲げ、新しい経済を創っていくことに取り組んできました。我々が次の10年に挑んでいく、伸ばしていく3つの領域が、観光と農業と人材。そして目指す先は、ずばり世界です。

まず、観光。地方の資源を世界の観光市場と繋ぐということをミッションにしています。地方でのインバウンドの観光業は外貨獲得の明確な道筋を示しています。市場は急成長を続けており、山形庄内のような観光地として知名度が低い場所でも外国人観光客が訪れています。このことからわかるように、どの地域でも観光業や宿泊業は事業のポテンシャル

が高いです。特に地方は観光ビジネスに乗り出すべきと考えます。私たちは、2018年に、田んぼのホテルとして、SUIDEN TERRASSEというホテルを開業しました。当初、地元の人たちからは、「こんな場所に田んぼをコンセプトにホテルを造って誰が来るのだ」と疑問の声が上がりました。しかし、私たちは特に「食」にこだわり、庄内でしか味わえない料理を提供することで、他にはない唯一無二のサービスを創造しました。その結果、年間約7万人のお客様にご来訪いただいています。地方の日常が都会や世界の非日常になりうる。つまり、その地方の日常をエンターテインメント化するということはものすごい勝ち筋になるのです。食の「地産地消」というソフトコンテンツを一番大事にしながら、現在、日本エスコンさんとこのホテルを全国に10施設を造ろうということで、候補地を続々と求めている、そんな真っ最中です。

旅館・ホテルの再生にも取り組んでいます。地方の旅館やホテルが経営に苦しむ要因の一つとして、個人経営で運営されていることが挙げられます。若い世代が個人経営の旅館やホテルで一生懸命働きたいという職場環境は、なかなか受け入れられない現状があります。一方で、星野リゾートやカトープレジャーが注目を集める理由の一つに、ホテル業を志す人々が北海道から沖縄まで、さまざまな地域



でキャリアを積む機会が提供されている点が挙げられます。私たちも、複数の運営物件を持ちながら採用力やシステムの効率化を図ることで、こうした仕組みを構築する取り組みを進めています。

続いて、農業。日本の農業を世界のグリーン市場と繋ぐことをテーマにしています。

まず、皆さん、世界の人口は爆増していますよね。アジアもアフリカも米文化で、海外需要が爆増し米が足りなくなる。日本ではこれまで減反政策が進められてきましたが、今こそその生産力を活かして海外市場に目を向けることで、大きな可能性が広がると考えています。適切な形で米を生産し、海外に輸出することで、日本が世界有数の米輸出国となるチャンスが訪れているのではないのでしょうか。

一方、農業の担い手がいないという声を耳にすることもあります。現状をよく見ると、違った側面が見えてきます。たとえば、上位3.8%の農家が全体の売上の約60%を占めており、売上が3,000万円以上の農家が増え続けているというデータがあります。これは、農業経営が安定している例と言えるでしょう。また、担い手が減少することで土地が集約され、これまでの個人経営では対応が難しくなり、企業的な農業経営への移行が進む時代に差し掛かっているのかもしれない。このような変化を前向きに捉え、次のステージへ進む機会とすることが大切だと感じています。

我々は、そういった背景をもとに、高単価

販売、低コスト栽培という2つの戦略を軸に置いています。高単価販売のほうで言うと有機食品です。有機食品市場は、需要に対して供給が全く追いついていなくて、ニーズだけが伸び続けているという状況です。これから有機食品は単価が高く利益率が高い農業にできる可能性があるということです。でも、今の農家は「そんな単価で米を卸して、買う人いるのですか」という方もいる、そこで我々は、全量買い取りのサービスを提供しています。

また、有機農業における手間を軽減するため、全自動除草ロボットを開発しました。このロボットは太陽光で動き、田植え後、田んぼの中にぽんと置くだけで、初期除草を無人で効率的に行います。さらに、コストパフォーマンスにも優れており、多くの農家に導入しやすい価格設定となっています。この技術革新により、日本の農業における除草プロセスに大きな変革をもたらす可能性があります。既にベトナムでは我々のロボットで大規模な有機化事業の実証実験も始まっている、そんな状況です。

現在、日本は三大栄養素の窒素、リン酸、カリの99.9%を海外から買っていて、相場の上昇や円安の影響で非常に高騰しており、農家が苦しんでいる状況です。海外から買わずに国内の循環だけで農業をやる、それが一番生産コストも安い。その為の循環型の資材の開発・販売も行っています。さらに、水を張らない米づくりや水田からのメタン発生削減などにも取り組んでいるところです。

続いて、人材。地場の企業へ経営人材を繋ぐサービスです。近年、地方移住に興味を持つ人々が増加しています。しかし、多くの場合、最終的に移住には至りません。その最大の原因として挙げられるのが、「魅力的な仕事がない」という点です。単なるパートやアルバイトではなく、人生を懸けて取り組む価値のある仕事不足している、と言われていきます。果たして本当にそうでしょうか？私は地

方での10年間の生活を通じて、「魅力的な仕事は存在する」という結論に至りました。ただし、それを実現するには、地方企業の経営者が意識と戦略を転換し、海外マーケットを見据え、世界と競争していく必要があります。興味深いのは、都市部で華やかに見えるITベンチャーの多くが、世界市場で勝つための独自資源を持ち合わせていないという現実です。一方、地方には、世界で競争可能な独自資源——たとえば、地域特有の食や農業、技術、工芸、歴史、文化——が豊富に存在しています。地方企業の経営者が「依存心」や「敗北感」を克服し、自立した姿勢で世界市場に挑むマインドを持つことができれば、地方から新しい付加価値の高い仕事を次々と生み出せるはずです。私たちが提案する「チイキズカン」は、こうした挑戦を後押しするためのサービスです。地方の可能性を解き放ち、魅力的な仕事の創出を支援することで、地域社会に新たな価値を生み出していきます。

「チイキズカン」は、地方×複業×年収1,000万円以上相当の仕事のみを掲載した、かなりエッジが効いたサービスです。地方で年収1,000万円以上相当の仕事をつくる。その為の戦略を考える経営人材を採用するための最初のステップとして複業を利用するということ。現在、登録者が約7,800名あり、ものすごいキャリアの人たちと地方企業との間でマッチングが出来てきています。

そして、我々は最終的には、これらの事業で得た資金を使って、教育に向き合い、返還

不要の奨学金制度で誰でも海外留学ができ、地方の子供たちが世界との接点を作っていけるようにもしたいと思っています。

最後になりますが、我々は社会を面白くしたい。その為には自分自身が意識を変え戦略を変え、自分自身で新たな価値をワクワクしながら生み出していく、そんなことが求められています。人生の可能性は無限大です。でも、時間には限りがある。今日一日を充実させて生きていくことが必要だろうと私は思っています。

どんな環境からでもチャレンジはできる、ということを、メッセージとしてお伝えし、終わりとさせていただきます。ありがとうございました。

質疑①：農家への発信はどのようにされているのでしょうか。

我々のLINEには、いわゆる豪農というか、企業として農業をされている約1,000人の方々に登録いただいています。その中で、農家を儲けさせる為に色々なサービスを提供している会社だ、ということを理解してもらうことが重要で、有機農業の話は嫌でも、マイコス米には興味があったり、農薬の値段が高いからアイガモロボに興味があるとか、米を売ってくれるのだったら助かるとか、サービスを提供することで信用を得、その積み重ねが農業界における我々の発信力に繋がっていると思います。

質疑②：事業資金の調達について、どのようにしてクリアーして来られましたか。

現在、資金の出し手は投資先を積極的に探しているため、適切な準備と姿勢があれば資金調達の可能性は十分にあります。投資家が注目するポイントは、企業がその理念をしっかりと維持し、社会や市場の変化に柔軟に適応して成長を続けられるかどうかです。また、事業計画を合理的かつ説得力を持って説明できる力や、事業に取り組む覚悟が問われます。



融資と投資には大きな違いがあります。融資は返済がゴールであるのに対し、投資は企業の成長がゴールです。この点を理解し、自社の成長ビジョンを明確に示すことが重要だと考えています。

質疑③：今後自治体はどのような役割を担っていけばいいと思われていますか。

これからの自治体には、経営マインドを持った首長や議員、職員が必要だと考えます。地域の可能性を最大限に引き出し、自ら収益を生み出す仕組みを作る自治体は、これからさらに発展していくでしょう。

また、地域の中で将来性のある企業やプロジェクトに対して、積極的に支援する姿勢が重要です。特定の企業や分野を重点的に応援し、地域の強みとして伸ばしていくことで、全体の活性化につながると考えます。公平性に捉われず、戦略的な選択と支援が自治体の価値をさらに高める鍵になると思います。

質疑④：若者が少なくなる地方で、女性と高齢者の活用についてどうお考えでしょうか。

まず、高い生産性を生むような若い世代をどう呼び込むか、その若い世代がその地域の会社や地域を、人がいなくても仕組みとして経営していける戦略をどう描けるかという、この考え方こそが一番大事だと思います。高度人材として高齢者の知見を活用していくことも必要だと思いますね。

寄稿 その1

和歌山移住と起業と多業マルチワーク

きみの さいか亭

水島 千絵



●はじめに

東京から和歌山県紀美野町に単身で移住して9年目に入ります。現在は、和菓子cafeを併設したゲストハウス「きみの さいか亭」を経営、隙間時間に農業のアルバイト等をしながらの多業暮らしですが、段々と和歌山の人になっていく自分を楽しみながら、日々生活しています。今回ご縁を頂きまして、私から見た「和歌山移住と仕事と暮らし」についてお話をさせて頂きたいと思います。(1969年岡山県津山市(旧苫田郡加茂町)生まれ。実家は田舎の和菓子店。地元の高校を卒業後、進学のため東京へ〜29年間東京/埼玉在住。)

移住前は、昼は和食店ホール、夜はカラオケバー、在宅で音楽配信業務の3つ掛け持ち仕事をやっていました。ハードでしたが、楽しく充実した生活を送っていました。が、40代になった頃「今はまだこのペースで出来るが、10年後同じペースで仕事ができるだろうか?」と考え始めました。その後2〜3年ほど【80歳まで働ける仕事は何か?】を模索し、当時ちらほら聞き始めた「民泊」をやりたいと考えようになりました。

当初は、オリンピックが決まっていた東京での起業を考えていましたが、持ち家や資金力が無ければ難しく断念。地方での起業に変更〜都内の「ふるさと回帰支援センター」へ相談に行きました。私が移住地を選ぶ時の条件は、①海が近い山間部②国際空港に近い③実家の岡山県に比較的近い、の3つでした。最終的に紀美野町に決めたのは、この3つの条件に当てはまっていることと、地域おこし協力隊に応募〜採用となり、一気に移住へと動き出しました。

●地域おこし協力隊へ

地域おこし協力隊とは、地方自治体が都市地域からの移住者を『地域おこし協力隊員』として任命し、農業・漁業への従事、地域の魅力PR、お祭りやイベントの運営など、様々な地域協力活動を行いながらその地域への定

住・定着を図る総務省の取組です。任期は概ね3年。私は紀美野町小川地区の地域団体が運営している「小川の郷直売所」、地域コミュニティ宿泊施設「風の森」の立ち上げ&イベントのサポートをさせていただきました。

私の今までの職歴は、音楽/飲食業界がほとんどで、役所や地域コミュニティとはほぼ無縁の人生だったのですが、協力隊という仕事のおかげで、行政の仕事や地域、暮らす人々の生活を知ることが出来ました。着任当初しばらくは、「仕事場と住まいが同じ地域」という環境に慣れずに苦労しましたが、おかげさまで今は「仕事場と住まいが同じ」でも平気になりました。慣れるということは有難いことです。地域おこし協力隊3年目からは、町内の私立りら創造芸術高等学校の寮母とのダブルワークになりました。実は知人がりら高の特別講師で、移住前から紀美野町のことは聞いていまして、「きみの」という響きが良いな、と感じて覚えていました。やはりご縁があったのかもしれません。

寮母の勤務は、月曜日の夜から金曜日の朝までで、平日は寮生と一緒に生活していました。朝寮生を学校に送り出した後、協力隊の仕事に出勤します。そして夕方また寮へ。これまたハードな生活でしたが、音楽とダンスと演劇に囲まれ、大人と子供の狭間にいる生徒たちと！刺激的な毎日でした。私も高校は寮生活でしたので、当時を思い出しながら、対応の日々。「なぜ言うことを聞かないのか？」と悩んだ時も多かったのですが、よくよく考えれば、私も高校の時は大人の言うことは聞かなかったですね。お相手です。

私自身が「食べている人を見るのが好き」という事を気づいたのが、寮母の時でした。人が食べているのを見るのが何故かとても好きです。寮母を始める際、私は教師でも子供を持った親でもない身ですので、自分が出来ること→食べるものを作ることくらいかな？と思い、朝食の1～2品を作っていました。夕食は地元のお母さん方が作ってくださるので

すが、朝食は寮生の当番が基本作ります。私はその他のおかずを作っていたのですが、何を作ったら食べてくれるかな？を考えながら作るの、創造的で挑戦的な楽しい日々でありました。

●起業した途端、大ピンチに！

協力隊の任期が終わり、寮母と飲食店の仕事を掛け持ちしながら、当初の目的だった宿泊業のための物件探しも同時に行っていました。協力隊時代の担当地域を中心に、きみの定住を支援する会から空き家を紹介して頂き、何軒か見に行きましたが、大規模リフォームが必要な物件が多く難航。対象地域を広げて探したところ、今の物件をお借りすることができました。さいか亭がある場所は、紀美野町の中心部で、住宅が多い地域です。最初はぼつんと一軒家のような山間部をイメージしていたのですが、リフォームほぼ無しですぐ使える物件/海南駅からのバスが利用できるという利点があり、この利点を生かす方向に変更。役場職員、家主さんとお話しさせて頂く中で、「さいか亭」という名前も決定しました。家主さんのお名前は「雑賀」さん。和歌山県らしい名前で、娘さん3人がご結婚され別姓になっていること、地域の方も覚えやすい、「雑賀邸」→「さいか亭」になりました。響きも良いので気に入っています。

2020年2月から物件をお借りし、掃除を始めた頃、世間では横浜港に停泊したダイヤモンドプリンセス号のニュースがちらほら入り始めました。そう、新型コロナウイルス感染症が日本に入ってきたのです。この時は遠くで起こっている他人事の様に聞いていました。が、皆様ご存じの様に世の中が変わってしまひまして、宿泊業は一旦保留。いま出来ることをと、cafeと(月)限定のテイクアウト弁当の販売を始めました。

開業から3年間は飲食を主にやっていくことになります。今になってみると、この時の飲食の経験が大変貴重でした。何事もなく宿泊



会議/行楽用弁当

業だけやっていたら、お客様は外部の方（町外）のみになっていました。飲食、特にお弁当をやらせてもらったおかげ

で、地元の方がお客様になってくださり、現在の宴会/会議用弁当/オードブルの需要に繋がっています。協力隊の時に世話になった方々が本当に応援してくださいました。コロナが無く順調に進んでいたら、地元の方との繋がりはありませんでした。と思うと、苦しかったですが、悪いことばかりではなかったと！

●ゲストハウス始動

コロナもようやく収束し、2023年2月宿泊業をスタートすることになります。さいか亭



ゲストハウス棟

は1日1組1棟貸しですが、場所の利点を生かし、ビジネスのお客様の需要も見込み、お一人様からご宿泊可能、タオル/寝間着/歯ブ



和室10畳（撮影・円香StudioZERO）

ラシのアメニティーも完備しています。お客様の割合は日本人60%、インバウンド40%、インバウンドは民泊サイトAirbnb経由の予約と、「紀美野民泊協議会」の教育旅行受入れがあります。

教育旅行は日本/海外からの小～高校生のホームステイで、一般家庭と私達のような宿泊業者で受入れをします。ほとんどが一泊という短い時間ですが、畑での野菜収穫体験/一緒に夕食作り/夜は花火やホタルや星空観賞をします。子供たちと過ごす時間は大変楽しく、海外の子供たちとは、私の英語の訓練にもなっています。海外の子供たちは、こちらが想像していただいていたよりも日本のアニメ/漫画/キャラクターに詳しく、インターネットの普及で、リアルタイムで最新の日本アニメをチェックしています。驚きです。教育旅行ではマレー



教育旅行ではシーツ掛けも自分たちで行います。



みんなで夕飯作り

シア/台湾/中国の子供たちを受入れしてきました。特にマレーシアはイスラム教の国なので、アルコールや豚肉がNG。ハラル対応の料理も協議会の方々と勉強しながら、作っています。何回か受入れした結果、手巻き寿司（玉子焼きとサーモンとツナマヨが人気）と唐揚げが定番夕食となりました。これは日本の子供たちと変わらないですね。

●お客様との会話

ゲストハウスを始めて、お客様とお話をする機会が増えたように思います。Cafeや宴会の時もお話はさせていただきますが、キッチンの仕事に手間取り、ゆっくりお話する時間が持てない時が多いような気がします。それが気がかりでした。宿泊の場合、私もお客様も時間に余裕があるので、時には私もお酒をご一緒しながら、日付が変わる頃まで話し込んでいたこともあります。その時は、お客様ですが、友人のような家族のような気分になります。そういう立ち位置にいる事が好きなのだと実感しています。

その様な事を繰り返してしていくうちに、こんなことを考えるようになりました。料理や和菓子を作ることも好きなのですが、多分接客が最も好きということが段々分かってきたのです。私は元々非常に人見知りの性格ですが、人と接したい欲求も強く、なんとか克服したく、過去ナイトワークをしながら慣れていき、素を出すことや自分の居場所を見つけた経緯があります。さいか亭の今後や自分の特性を考えると、人と接する方向..体験メニューやゆっくり時間をかけた接客の方向にこれからはシフトしたいと思っています。

●こぶな草を守る会

さいか亭をお借りする際に、もれなく畑も付いてきました。家主さんからは「何植えてもOK。草刈はお願いしますね。」「わかりました!」と無謀にも8月昼間の草刈を行い、寝込んだこともありましたが。2年目に入った頃、町

内で活動されている染織家の舟山れいら先生が「貴重なこぶな草がこんなに生えている!草刈しないで!」こぶな草（小鮒草）という草木染に使われる草が生えていたのです。古代黄八丈（八丈島に伝わる染織織物/深い黄色）を染めるための草でした。こぶな草は恐らく様々な場所で生えているようですが、群生しているのは珍しく、さいか亭の畑（元田んぼ）が、何年か耕作放棄地で、湿地の様な状態がこぶな草には最適だった様で、群生したと思われます。

舟山先生に教わった事ですが、綿や絹などを草木で染めると、デザインの的にも変化がありオリジナリティも楽しめる+草木染には薬効成分が含まれているので、身体にも良い効果があることを知りました。（例えば藍染は、タンズに入れておくと虫よけ効果があるそうです。）薄くなるため何回も染めながら、大切に使い続ける、今流行りのS〇〇〇と同じですね。こぶな草発見!からは、舟山先生が発起人で「こぶな草を守る会」を立ち上げ、畑の整備/遊歩道作り/こぶな草染め体験会/畑で採れた里芋を使った「芋煮会」等こぶな草の魅力を発信する活動をされています。この活動は和歌山県の「農業農村活性化支援モデル事業」に指定されています。染め体験会やイベントはさいか亭のSNSで発信していますので、ご興味ある方はぜひご参加下さい。



こぶな草染め体験会

●和歌山ライフ

移住して一番変化したのは、野菜果物の摂取量でしょうか？東京でも自宅近くの産直マーケットを利用していましたが、移住後、頂きものや自家栽培や価格の安さで、量・種類共、段違いに増えました。野菜果物の割合が増えると、食事のレベルが格段に上がりますね。本当に満足しています。レジャー面は、東京時代から休みの日にはスーパー銭湯、温泉にハマっていました。和歌山に移住し、周囲に温泉が沢山あり、堪能しています。最近では丸一日ゆっくりできる機会がなかなかないのですが、隙間を見つけては行っています。探したところ、和歌山県内に24時間仮眠室があるスーパー銭湯（温泉）が無い？ので、出来たら良いなと思っています。移住して驚いたのは、「餅まき」があること。岡山にも餅まきは有りましたが、新築の棟上げ式の時のみです。子供の頃、親に言われて参加していました。（多分今はほとんどないと思います。）岡山や関東では、神社や寺やイベントのハイライトとして餅まきはやりません。

私が以前住んでいた紀美野町小川地区では、班の数世帯ほどでも餅まきを行い、皆さん楽しみにしていた一大エンターテイメントでした。今は住宅街に移ったため、餅まきはなく、あの、ちょっと面倒くさいけど、密やかな厳かなイベントが今では懐かしいと思っています。和歌山の餅まきが残っていることは、歴史的な意味があると感じています。どなたかご存じの方がいらっしゃいましたら教えていただけないでしょうか？

●隙間に入り込むマルチワーク

移住前から、幸いか不幸か多業マルチワーカーでした。起業後もオフシーズンや隙間の時間を見つけて、主に農業の収穫のアルバイトに行っています。年末～年明けはみかん、2月は八朔、6月は梅、夏は山椒、秋は柿…。収穫作業は体力を使いますが、筋トレと気分転換になるので、積極的に行っています。収穫

の仕事を始めて、指示通りに動くことの有難さを痛感しています。自営業ではすべて自分で考えなければいけないので、指示してくれる人がいることが嬉しいと感じます。これはお勤めしていた時には考えもしなかったことでした。

また今年は、農林業センサスという農林業の調査も仰せつかっております。これは以前、協力隊時代にさせて頂きまして、小川地区の農林業のお宅に伺い、調査票の記入をお願いしてきました。久しぶりに懐かしい方々にお会いするのが楽しみです。以前町内のセミナーでお話しさせて頂く機会があり、主催者から「マルチワークについて詳しく聞かせて欲しい」とのご要望がありました。コツという程大げさなものではないですが、自分が心掛けていることをご紹介しますと思います。例えば3つの仕事を掛け持ちする時、優先順位1～3位と順番がつくと思います。報酬や時間、コスト、人間関係等色々な面で順位が決まると思うのですが、「取り組む姿勢や熱量は全て平等にする」ということを心掛けています。このバランスが崩れると、優先順位が下の仕事は「腰掛け」の状態になってしまい、知らず知らずのうちに他の仕事にも影響が出てきます。3つの仕事を、独立した状態で同じ熱量で完結させると、相乗効果で良い方向に向かうことがあります。不思議ですね。

●さいごに

私は今年で56歳になります。80歳まで現役で働きたいと願い、選んだ仕事が宿泊業で、選んだ場所が和歌山県紀美野町でした。周りには80歳超えても現役でバリバリ仕事されている方々が多く、本当に勇気づけられます。今後は筋力を落とさないよう、趣味のプール通いも続け、好奇心を持ち続けたいと思っています。最後までお読みいただきありがとうございました。

地域と地域おこし協力隊制度

(一社) 地域おこし協力隊
ネットワーク 代表理事

橋本 美奈



1. はじめに

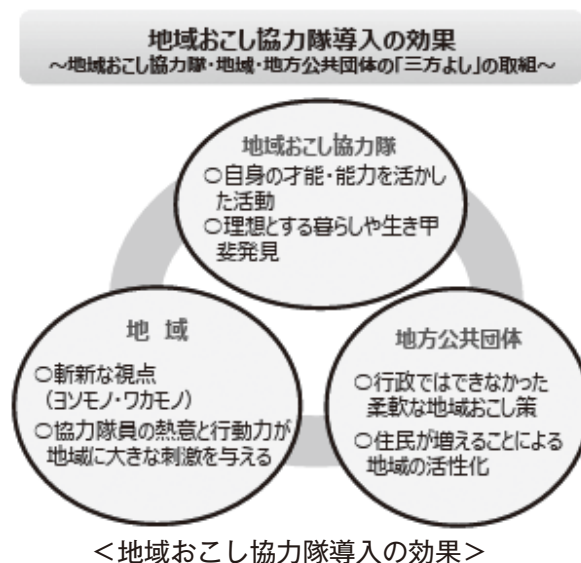
地域おこし協力隊という言葉を知っているか。という問いに「知っている、聞いたことがある」回答する方が比較的多いのではないのでしょうか。近年ではテレビや新聞、雑誌など多方面のメディアで取り上げられ、また協力隊を委嘱している自治体は毎月発行する広報誌や公式SNSなどで、協力隊員の活動内容を発信することも増えてきました。

地域おこし協力隊制度は地方への人的支援施策として総務省が2009年に開始し、89名からスタートした隊員は2023年3月には7,200名に増え、2025年に16年目を迎えます。

2. 「地域おこし協力隊」制度の概要

知っている、聞いたことがある方が多い一方「どのような制度であるか知っているか」と問われると「地方でゲストハウスを作った人?」「観光情報を発信している人?」というような疑問符が浮かびあがってくるように感じます。

総務省は地域おこし協力隊導入の効果を「地域おこし協力隊・地域・地方公共団体の三方よしの取組」とそれぞれの視点から関係性をわかりやすく可視化しています。



また総務省のホームページの冒頭には地域おこし協力隊について、次のように記されています。

地域おこし協力隊は、都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組です。隊員は各自治体の委嘱を受け、任期はおおむね1年から3年です。

(1) 住民票異動の条件

「過疎地地域等の条件不利地域」は自治体ごとによって詳細に区分され、転出先と転入先を照らし合わせ確認する必要があります。協力隊を希望する方がこの条件を満たさない場合、特別交付税措置の対象とはなりません。条件不利地域については「地域おこし協力隊及び地域プロジェクトマネージャーの特別交付税措置に係る地域要件確認表」より、およそ確認することができますが、転出先が「一部条件不利地域」であった場合は居住する自治体に直接問い合わせなければ条件を満たすかどうかは判明しません。

<特別交付税措置の適否【原則Ⅰ及び原則Ⅱ】>

転入 \ 転出	3大都市圏内 都市地域	3大都市圏内 指定都市	3大都市圏外 都市地域	3大都市圏外 指定都市	全部条件不利地域	3大都市圏内 全部条件不利地域	3大都市圏外 全部条件不利地域	全部条件不利地域	3大都市圏内 全部条件不利地域	3大都市圏外 全部条件不利地域	全部条件不利地域
3大都市圏内 都市地域	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
指定都市	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
3大都市圏外 都市地域	○	○	×	○	×	△	△	×	×	△	△
指定都市	○	○	×	○	×	△	△	×	×	△	△
3大都市圏内 全部条件不利地域	○	○	○	○	×	△	△	×	△	△	△
3大都市圏内 一部条件不利地域	○	○	△	○	×	△	△	×	△	△	△
指定都市	○	○	△	○	×	△	△	×	△	△	△
3大都市圏外 全部条件不利地域	○	○	○	○	×	△	△	×	△	△	△
3大都市圏外 一部条件不利地域	○	○	△	○	×	△	△	×	△	△	△
指定都市	○	○	△	○	×	△	△	×	△	△	△

和歌山県は和歌山市が「3大都市圏外 都市地域」、和歌山市以外の自治体は「3大都市圏外 全部条件不利地域」とされています。(注1)

(2) 「地域協力活動」とは

協力隊員の活動内容を指す言葉で「自治体からの委嘱を受け」とあるように原則的に自治体がそれぞれの地域の現況、制度活動目的に合わせ地域おこし協力隊制度の優位性を活かし設定しています。

和歌山県内の協力隊員の具体的な活動は、地域の情報発信業務、空き家関連対策（空き家の掘り起こしや空き家バンク関連業務、利活用）、移住促進（移住相談や地域案内）、観光関連のプログラムの開発や現場のサポート、農林水産業、伝統産業の継承など、全国で活動する隊員と同様に多岐にわたります。

2024年度には和歌山県の7つの振興局がそれぞれ地域協力活動を設定し、和歌山県採用の地域おこし協力隊を募集・採用を開始しました。全国的に本庁採用（振興局が設置されていない道府県もある）が多いなか、振興局単位での採用は比較的先進的な動きだと感じます。

(3) 協力隊員の任期

「任期はおおむね1年から3年」とあるように協力隊員が地域おこし協力隊として業務を遂行できるのは原則的に最大3年とされています。(注2) 実施主体となる自治体で、この期間を超えて同じ活動することは可能ですが、国の特別交付税措置の対象となりません。このため任期終了後も同地域に住み続けることを選択する場合、協力隊員はその後の仕事を地域で探す必要があります。

総務省が公表している退任後の隊員のなりわい動向データでは、43.2%が起業、36.8%が就職、12.2%が就農・就林、1.1%が事業継承、その他となっており、直近5年に退任した隊員の動向は45.9%が起業、35.6%が就職と続きます。近年中に協力隊制度を活用し移住する人は地域で起業したい意向が増加傾向にあるようです。

3. 協力隊制度活用の具体的現況

(1) 隊員数と受入自治体数

総務省は協力隊の活動人数と自治体ごとにまた受入自治体数をそれぞれ集計しており、2023年度（令和5年度）に協力隊が1番多く活動した地域は北海道の1,084名、続いて長野県461名、福島県313名、熊本県302名、新潟県287名と公表されています。市区町村単位でみると北海道東川町は76名、続いて鳥取県海士町69名、潟県三条市、兵庫県豊岡市、岡山西栗倉村、熊本県高森町はそれぞれ50名以上の隊員が活動しています。協力隊制度を活用した自治体は1,164団体で、これは受入可能自治体の1,461団体の約80%にのぼり、どちらも制度が開始されてから増加しています。

和歌山県は県全体で72名の隊員が活動し、受入時自治体は23団体、受入可能自治体の約74%が活用しています。2024年度以降は、これまで活用のなかった自治体でも募集・採用が開始されており県内の制度活用も増加傾向にあります。

(2) 協力隊員の定住率

協力隊制度は「定住・定着を図る取組」とも示されており、総務省は定住率も自治体ごとに集計しています。これまでに全国で11,123名が任期を終了し、うち同じ地域に定住したのは7,214名で、定住率は64.9%となっています。今年度から公表された「直近5年の

定住率」は69.8%でした。

和歌山県では102名が任期を終了しうち同じ地域に定住したのは67名で、定住率は65.7%、直近5年の定住率は71.0%で、定住率はそれぞれ全国平均を上回っています。

(3) 数字で捉えられない地域おこし

制度の肝は、前述のとおり「それぞれの自治体が地域の現況に合わせて地域協力活動を設定すること」です。そして、その地域協力活動によって生じる効果は、数値化できるものよりも、むしろ数値では測りにくいものの方が多いと考えられます。

2025年2月9日に東京ミッドタウンで開催された第8回地域おこし協力隊全国サミットでは「地域おこし協力隊・地域・地方自治体の三方よし」の事例が紹介されました。登壇したある地域代表の方が「地域おこし協力隊が初めて自分の地域にやってきて、地域づくりが身近になり自分ごとになった」とコメントされました。まさに数字にできない地域おこしであるように感じます。



第8回地域おこし協力隊全国サミット
「地域おこし協力隊・地域・地方自治体の三方よし」
登壇者集合写真

協力隊制度では、隊員1名の活動に注目が集まりがちですが、地域の方々の意識が変わり、行動に移し始めることで生まれる地域の小さな変化の積み重ねこそが、より重要な効果であると思います。

＜ 都道府県別任期終了者数と定住率 ＞
近畿圏を抜粋

都道府県名	任期終了者 すべて※ (A)	うち同じ地域 に定住した者 (B)	定住率 (B/A)	直近5年の 定住率
滋賀県	106	62	58.5%	70.8%
京都府	100	59	59.0%	63.4%
大阪府	2	1	50.0%	50.0%
兵庫県	236	147	62.3%	67.9%
奈良県	229	144	62.9%	68.1%
和歌山県	102	67	65.7%	71.0%

※令和5年3月31日までに任期終了した隊員の累計。

4. ネットワーク設立の背景と活動内容

(1) 隊員時代の経験と相談先

多くの協力隊員は、知人のいない土地に移住し、地域協力活動を開始します。私自身、2018年に着任した当時、知人は着任先の地域に一人だけでした。総務省は相談窓口として「地域おこし協力隊サポートデスク」を設けていますが、気軽さという面では、ややハードルが高いように感じていました。

(2) ネットワーク設立の背景

道府県単位のネットワークが存在することを知り、同時期に和歌山県内で活動していた隊員とつながり、自主的に研修会を実施しました。当時は情報交換や意見交換が中心で、活動中の相談も良い意味でできる関係だったように思います。県内に同じ立場の仲間がいることは、任期終了後の地域定着にも少なからず影響を与え、現在進行形で「私も頑張ろう」という励みになっています。

こうした活動が原点となり、中間支援を行うネットワーク組織の必要性を感じていた和歌山県と、同じ思いを持つ協力隊経験者7名が、総務省の「地域おこし協力隊OB・OGネットワークづくり構築事業」を活用し、2022年度の約1年間をかけて、ネットワークが「協力隊隊員」「自治体」「和歌山県」「地域」にとってどのような存在であるべきか協議を重ね、設立に至りました。

(3) ネットワークの目的と活動内容

目的は、「和歌山県内の地域おこし協力隊制度に関するサポートを行うこと」です。組織の名称に「地域おこし協力隊」という言葉が含まれているため、隊員に対するサポートのみと捉えられがちですが、「制度に関する」とあるように、サポートの対象には地域や自治体も含まれています。そのため、解釈の幅は広く、地域おこし協力隊を希望している県外の移住希望者の相談も受け付けています。

現在は、和歌山県内の協力隊員や受入自治体

職員を対象とした研修会プログラムの企画・運営、日々の相談窓口の設置を行い、制度活用をサポートしています。また、自治体が新たに協力隊員を募集・採用する際には、企画立案から募集までの伴走支援も実施しています。

○研修会プログラムの企画・運営



令和5年度
地域おこし協力隊・自治体職員合同研修

『地域おこし協力隊
～地域の課題解決をめざして～』
2023年6月25日放送
広報番組きのくに21



○協力隊員募集採用伴走支援



令和6年度
九度山町地域おこし協力隊受入サポート

甘柿の王様「富有柿」の
産地・和歌山県九度山町で、
未来の柿農家となる
地域おこし協力隊を募集

(https://greenz.jp/2024/09/04/job_kudoyama_kyoryokutai/)



5. おわりに

地域おこし協力隊制度の主役は地域で、協力隊員で、地方公共団体です。私たちサポーターは黒子役です。ネットワークが何をしているのかを知っていただくことよりも、地域おこし協力隊制度を、協力隊員が、自治体は何をしているのかを知っていただけると幸いです。



わかやま地域おこし協力隊ネットワーク
設立記念フォーラム集合写真

注釈：

1) 地域おこし協力隊推進要綱

第3対象(1)「地域おこし協力隊員」④

「地域おこし協力隊員」であった者(同一地域における活動2年以上、かつ解嘱1年以内)、語学指導等を行う外国青年招致事業(以下「JETプログラム」という。)を終了した者(JETプログラム参加者としての活動2年以上、かつJETプログラムを終了した日から1年以内)又は海外に在留し市町村が備える住民基本台帳に登録されていない者で、3大都市圏外の全ての市町村及び3大都市圏内の条件不利地域に生活の拠点を移し、住民票を異動させた者は含めることとする。

2) 地域おこし協力隊推進要綱

第3対象(1)「地域おこし協力隊員」③

地域協力活動を行う期間は、おおむね1年以上3年以下であること。ただし、新型コロナウイルス感染症の影響により十分な活動を行えなかった隊員(令和元年度から3年度まで

に任用された者に限る。)が、3年を超えて地域協力活動を行うことを希望し、地方自治体が活動期間の延長が必要と認めた場合には、令和元年度から2年度までに任用された者については2年を上限として延長(最長5年)、令和3年度に任用された者については1年を上限として延長(最長4年)することができることとする。

参考：

1) 総務省「地域おこし協力隊～移住・地域活性化の仕事へのチャレンジを支援します!～」(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/02gyousei08_03000066.html)

2) 地域おこし協力隊及び地域プロジェクトマネージャーの特別交付税措置に係る地域要件確認表(https://www.soumu.go.jp/main_content/000847999.pdf)

3) 地域おこし協力隊推進要綱(https://www.soumu.go.jp/main_content/000975738.pdf)

4) 総務省「令和5年度地域おこし協力隊の隊員数等について」(https://www.soumu.go.jp/main_content/000941085.pdf) (2024年4月)

5) 田口太郎「「地域おこし協力隊」は何をおこなっているのか? 移住の理想と現実」(2024年6月)

和歌山県内の地価動向

株式会社川端不動産研究所
代表取締役 不動産鑑定士

川端 一郎



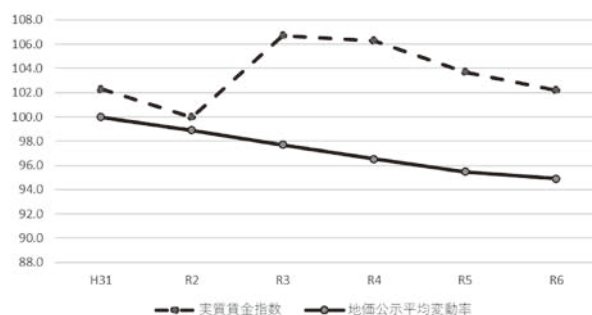
1. はじめに

毎年春に全国ニュースで流れる地価公示価格。全国一は銀座山野楽器前だとか、大阪では梅田のグランフロント大阪だとか。秋には都道府県地価調査も発表になります。土地の価格には定価がありません。しかも土地は国土の狭い我が国にとって大変貴重な資源です。そこでこうした公的な地価を示すことによって皆さんの土地取引の指標にしていきたいと思いますという趣旨で設けられた制度が地価公示なのです。

2. 和歌山県の地価動向

県内の地価動向を見てみましょう。以下のグラフのような推移を示しています。

県内実質賃金指数と地価公示平均変動率の推移



(縦軸 (指数表示))

(出典) 和歌山県調査統計課「毎月勤労統計調査」、国土交通省「地価公示」

(注) 県内実質賃金指数は令和2年平均を100、地価公示平均変動率については、平成31年の値を100として指数化してグラフ化。

点線の実質賃金指数は5人以上雇用している県内企業の平均実質賃金です。実線が県全体の地価公示の平均地価指数の推移を示しています。実質賃金指数は一時的に上昇も見られましたが、政府の賃上げ要請にもかかわらず、物価上昇や賃上げの遅れ等が原因で全体的にはここ数年は下落傾向です。他方、地価は継続的に下降線を辿っています。大都市圏での全般的な地価上昇と比べるとまだまだその余波は地方には及んでいないと見ていいのでしょうか。

3. 和歌山市の地価動向

それでは県都和歌山市に目を向けてみましょう。

逢いたい見たい すがりたい
そんな気持ちに させるのは
ぶらくり丁の 恋灯り

と世に歌われた古都清乃さんの和歌山ブルース。ぶらくり丁には人が溢れ、アーケード街をそぞろ歩いたその行先は丸正百貨店。デパートの大食堂で大好物の幕の内弁当を食した後は映画館で若大将シリーズ。映画鑑賞後は茶店で宇治ミルク金時のかき氷が相場でした。今のJ R和歌山駅はまだ東和歌山駅と呼んだ時代です。

和歌山市に中心部が一つだった高度成長期。地価公示価格も当時の中心部の地価の高騰ぶりを今に伝えています。



(出典) 地理院地図 (電子国土WEB) [国土地理院] を加工して作成

ブラクリ丁の本町通側にかつて地価公示標準地和歌山5-1 (旧) がありました。平成3年バブル絶頂期に暦年の最高価格㎡当たり350万円 (坪約1,160万円) を記録しています。ところがバブルが崩壊し、これをピークに地価は急降下して行きます。当県の場合、金融機関が2つ倒産したため、その影響は甚大でした。さらに街の中心部に人が集まらなくなるという中心市街地空洞化現象が顕著になって行きます。

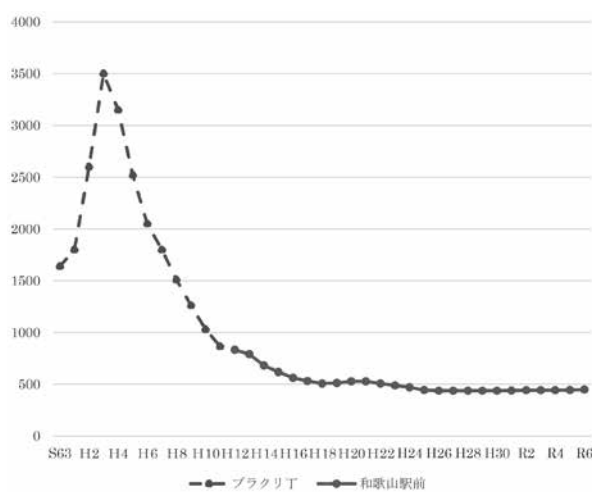
他方、J R東和歌山駅が和歌山駅に変わり、ステーションビルができて、近鉄百貨店も今の位置に変わり、当市にも一つ中心部ができていきました。

そしていよいよ和歌山市の最高価格地がブラクリ丁からJ R和歌山駅前に替わるその日がやってきました。平成12年のことです (地価公示上)。以後ブラクリ丁がJ R和歌山駅前を上回ったことはなく、下落の一途を辿っていきます。もっとも和歌山駅前も最高価格地はその後維持していますが、こちらもその後下落の一途はブラクリ丁と同様で、平成から令和に代わってようやくやや上昇傾向を示し始めています。現在の地価公示和歌山5-1をご覧ください。



(出典) 地理院地図 (電子国土WEB) [国土地理院] を加工して作成

県内最高地価の推移 (和歌山5-1)



単位 (千円/㎡)

令和6年 地価公示に係る県公表資料より作成

ブラクリ丁も和歌山駅前も同じ地価公示和歌山5-1ですが、平成12年を境に場所がブラクリ丁から和歌山駅前へ変わったのです。いずれも県内最高価格地点です。

地価公示地価調査地点というのは不動の地点もありますが、地域が変化したりすると場所が替わることがあります。本町界限で昭和の時代から場所が替わることなく今に至っている地点としては、県地価調査基準地「和歌山（県）5-10」（本町3丁目）があります。



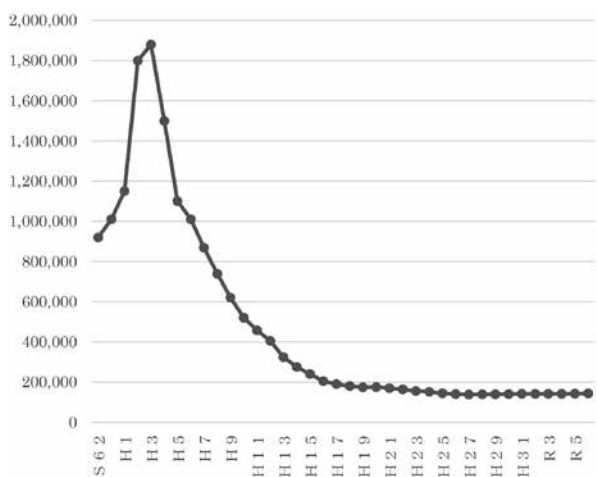
（出典）地理院地図（電子国土WEB）[国土地理院]を加工して作成

呼ばれます。平成の終わりごろからようやく上向き加減に変わってきたところです。令和6年で㎡当たり143千円。最高時のわずかに約8%にまで下がります。この価格は市内の住宅地でも高価格帯の地価公示和歌山-4（芝ノ丁）の㎡当たり155千円より下回っています。街の中心的な商業地域は一般に住宅地域より高い価格水準にあるものであることから考えると、本町界限の衰退ぶりをよく表しているといえるでしょう。



出典）地理院地図（電子国土WEB）[国土地理院]を加工して作成

和歌山（県）5-10



単位（円／㎡）

和歌山県地理情報システム、東京都の地価より作成

この地点は、昭和の終わり頃からバブルと共に急上昇し、平成3年バブル絶頂期には㎡当たり188万円にまで上昇します。以後は下落の一途。マスコミでは失われた30年と

中心市街地空洞化現象は和歌山市だけの問題ではありません。他の地方都市でも見られる現象です。鹿児島市中心部天文館で長年県民に親しまれてきた山形屋デパートの私的整理が昨年発表されました。新幹線停車駅であるJR鹿児島中央駅周辺の再開発の影響を、北島三郎「薩摩の女」にも歌われた天文館が受けているのです。おまけに多くの地方都市郊外には大規模小売店ができていて、ショッピングは中心部ではなく郊外の大規模小売店へという流れは誰にも止めようがないとしか言いようがありません。

では他に対策はないのでしょうか。政府はコンパクトシティ構想を打ち出し、これに歯止めをかけようとしています。都市中心部に人が集まるよう施策を講じているのです。和歌山市の場合、ご存じのように和歌山城ホールが市役所隣に移転しましたし、和歌山県立医科大学薬学部もその近くにできています。市中心部に人が集い、人が通う場所が増える

と商業収益も増すことでしょう。さらに最近
は地方都市でもマンションブームです。地価
が下がったからと言って悲しい話ばかりでは
ないのです。衰退した商業地の地価の安さを
利用してマンションが増え始めています。マ
ンションができると人口が増えます。そして
これがまた商業収益に結びついて行くのです。
こうして中心市街地に人が戻ってくると再び
街の中心部は賑わいを見せてくれることで
しょう。和歌山市の場合、J R和歌山駅周辺
も立派な商業ゾーンとなっていますから、今
後はこの2眼レフ構造の都市形成が進むこと
でしょう。

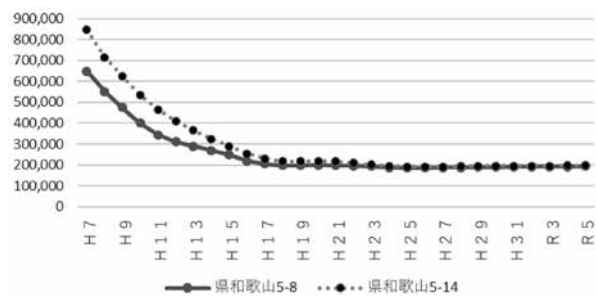
和歌山駅周辺は、県内最高価格地を含む商
業ゾーンとなっていますが、大別しますと駅
西側と東側に分けることができます。従来繁
華性が高いのは近鉄百貨店を擁する駅西側で
した。ところが近年では駅東側が伸びていま
す。その理由は、土地区画整理事業等による
街路が整然としており、商業背後地に住宅地
が広がっていることが挙げられるでしょう。

和歌山（県）5－14（美園町5丁目国体
道路側）と和歌山（県）5－8（和歌山駅東
側和歌山労働総合庁舎前付近）を比較してみ
ましょう。



（出典）地理院地図（電子国土WEB）[国土地理院]を
加工して作成

JR和歌山駅東西比較



単位（円／㎡）

和歌山県地理情報システムより作成

平成20年代以降肉薄してきていることが
明白です。和歌山（県）5－14は国体道路
に面しているのに対して、駅東側は阪和線紀
勢本線で地域が東西に分断されているに関
わらず、和歌山（県）5－8の地価がこれだ
け肉薄してきているということは、それだけ
駅東側の繁華性が高まってきている証左とな
るでしょう。

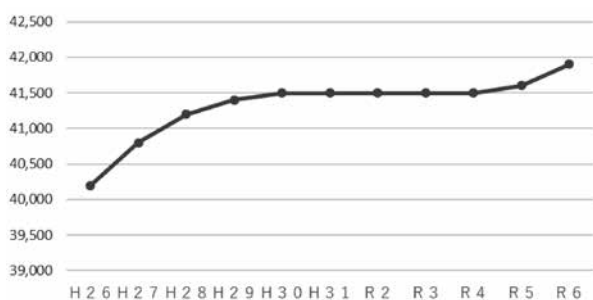
県都和歌山市については2つの中心商業地
について見てきましたが、住宅地商業地とも
コロナ禍からの回復に伴い地価も上昇に転じ
ている地点もあります。

和歌山市民の一人として私見を述べさせて
いただくなれば、和歌山城にもっと桜を植え
てはどうでしょう。お堀に桜が垂れ下がるく
らいに。和歌山城の桜は有名ですが、外から
桜はあまり見えません。外観も桜を楽しめる
工夫をしてもいいように思います。そうする
ことでお城外周にも花見客が増え、街の賑わ
いに貢献することでしょう。

4. 和歌山県内の特筆すべき地価動向

また、県全体では前述のように地価は下落
傾向が続いていますが、岩出市のようにわず
かではありますが、ここ数年で見れば人口が
増えて地価も上昇に転じている地点もありま
す。地価調査基準地岩出（県）－3（岩出市
野上野）です。

岩出（県）－3

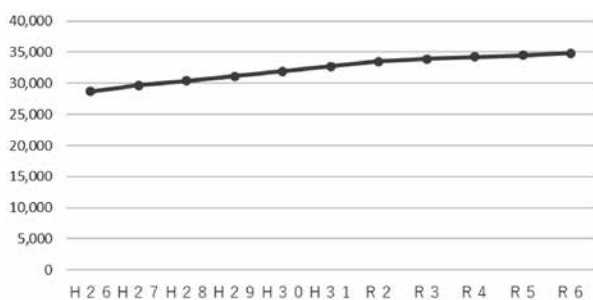


単位（円／㎡）

和歌山県地理情報システムより作成

上富田町も場所によっては人気が出ているようです。地価公示上富田－2（上富田町南紀の台）です。津波災害によるリスクが低いと考えられます。

上富田－2

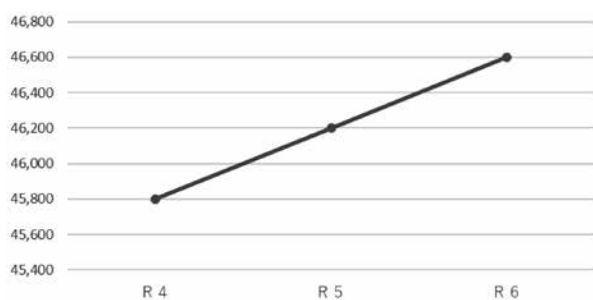


単位（円／㎡）

和歌山県地理情報システムより作成

有田川町のように町全体としては人口減少の状態ですが有田川 I C 周辺の宅地開発は多くの住宅需要を生んでいます。地価公示有田川－1（有田川町下津野）です。

有田川－1



単位（円／㎡）

和歌山県地理情報システムより作成

その他、海南市、田辺市、串本町等にも地価上昇地点が出てきています。津波災害を避けて高台に需要が増え、また役場移転による利便性の向上が周辺土地の需要に繋がっていると見られるのです。

このように県全体としての平均地価は依然として下落傾向にありますが、市町村によっては上昇局面に入った地点も出てきているのです。ただ先行きは不透明です。巨人大鵬卵焼きと呼ばれた高度成長期のような安心感安定感はありません。建築費・人件費の高騰、円安、物価高等の要因が地価にも影響を及ぼし始めていることをご承知おきください。

5. 最後に

地価公示は地価公示法という法律に基づいています。従って、その価格は官報に掲載されます。私達も以前は地価公示が発表になると官報販売所に走ったものでした。最近では、より地価公示価格が見やすいように全国の公示地価が地図上で閲覧できる不動産情報ライブラリ (<https://www.reinfolib.mlit.go.jp/>) を国土交通省のサイトで閲覧することができます。より見やすくなった公示地価を調べて是非土地取引に活用してください。和歌山県におきましても和歌山県 H P 地域振興課サイトで地価調査地価公示に関する多くの資料を見ることができます。

地価公示法では、第一条の二において、都市及びその周辺の地域等において、土地の取引を行なう者は、取引の対象土地に類似する利用価値を有すると認められる標準地について公示された価格を指標として取引を行なうよう努めなければならない。と土地の取引を行なう者の責務を定めています。国民の皆さんが土地を取引する時には是非地価公示価格を指標として取引を行うよう努めていただきたいと公示地価の活用を勧めているのです。あなたの街のあの場所の地価公示価格を是非ともご活用いただけたらと存じます。

インタビュー



農業・ジビエ・関係人口で 持続可能な地域創りを！



株式会社日向屋（ひなたや）代表取締役

岡本 和宜

1980年、田辺市生まれ。地元の高校を卒業後、白浜町のホテルで8年間フロント業務に従事。その後実家の農業を継ぐ。2018年3月に株式会社日向屋を設立し、農業を行う上で大きな問題となっている鳥獣害問題・耕作放棄地・担い手不足などの地域課題の解決と、新しいビジネスの創造に取り組む。現在、田辺市観光協会の副会長としても活躍中。

○まずは、岡本社長のプロフィールをお聞かせください

田辺市上芳養の日向（ひなた）地区で、農家の長男として生まれました。地元の高校を卒業後、白浜町のホテルに就職し、8年間フロント業務に従事しました。人と触れ合うのが好きだったので、人を相手に仕事をするのが楽しかったですね。

○岡本社長の笑顔を拝見するとよくわかります。実家の農業を継ぐことについては

農業を継ぎたいとは全く思っていなかったです（笑）。でも長男なので、いずれは継ぐ日がくるんだろうなとは思っていました。その後、父が体調を崩したことをきっかけに、農業を継ぐことになりました。農園の面積は2ヘクタール超で、梅と柑橘類が半々ぐらいの割合です。柑橘類は、温州ミカンを中心に15～16種類の柑橘類を栽培しています。

○農業に従事されての印象は

こんな面白くない仕事はない、というのが第一印象でした。前職では人と触れ合っていたのが、人とつながることがない農業が、全く合っていなかったんだと思います。

加えて、農業に従事する中で、様々な課題があることがわかりました。特に困っているのは、鳥獣害の問題、耕作放棄地の問題、農業の担い手不足の問題です。実はこれらの問題は農村の過疎化・高齢化を背景に、相互に繋がっています。そこで、これらの課題を解決すること不可欠だと考えるようになりました。

○株式会社日向屋を設立したきっかけは

家族経営が嫌いっていうのが一番大きかったですね（笑）。家族の中で、先程のような一次産業の課題を解決しましょう、という話をしても、なかなか賛同は得られませんよね。ですからそういう課題解決のためには、同じ目線を持っている仲間が集まって、家族とは別に組織として立ち上げて、方向性を見出し

て解決すべきだと考えました。組合などいろんな組織がある中で株式会社組織にしたのは、最も汎用性が効き、自由度が高く、縛りがなからです。そこで、後輩など同じ目線の若手5人のメンバーで、2016年に狩猟グループ「チームひなた」を結成、さらに2018年3月1日には会社組織としての株式会社日向屋を設立しました。



日向屋

○第一の課題である鳥獣害対策についての日向屋の取り組みをお聞かせください

鳥獣害を減らすには、鳥獣を捕獲して殺処分するしかないですね。そこでメンバーで狩猟免許を取得するところからスタートしました。狩猟免許には、銃猟とわな猟がありますが、私はわな猟の免許を取り、捕獲を始めました。

しかし私たち農家の本業は農業ですから、わなでイノシシやシカを捕まえることはできても、殺すことを負担に感じる農家の方も結構いらっしゃいます。さらにその先のジビエ肉としての活用となれば処理施設も必要となり、農家の片手間ではとてもできません。

そんなとき知り合ったのが、和歌山市でジビエの卸売業に従事していた紀州ジビエ生産販売企業組合の湯川俊之さんです。私の1歳年上の湯川さんは、ジビエ解体処理に20年以上携わっていたベテランで、ちゃんとした処理施設を構えて運営できる場所を探していたんです。話をしていて意気投合した私たちは、日向地区の人々とも処理施設の誘致について話し合い、2018年2月に紀州ジビエの処理施設「ひなたの杜」が完成しました。



ジビエ処理施設「ひなたの杜」



紀州ジビエ生産販売企業組合代表 湯川俊之氏

○日向屋と「ひなたの杜」の役割分担は

もともとジビエで儲けようとか全然考えてなかったんですよ。農業しながら鳥獣害対策するのは大変だし、その大変な部分を誰かに任せられたらという思いで、ジビエ施設を誘致したわけですから、農業とジビエは完全に分業体制としています。

農家は、わなを設置し、わなにかかったら「ひなたの杜」に連絡をします。連絡を受けた「ひなたの杜」は、現地に駆けつけ殺処分したあと、肉の状態がよければ食肉用として引き取ります。食肉に適さない状態で引き取れない場合は、農家が穴を掘って埋めることとなりますが、殺処分しなくてもよくなる分、農家の負担が大きく軽減することになりました。

○それぞれの役割分担がうまく機能している
ということですね。この取り組みも大きく
ひろがっているんですね

最初は日向地区でスタートしましたが、狩
猟を始めると鳥獣の数は減っていきますので、
これだけではジビエ施設の運営はできません。
そこで、J Aさんの協力で、田辺市内・市外
などで農家向けの説明会を開催しました。説
明会では、日向地区にジビエ処理施設ができ
たこと、農家の皆さんが狩猟免許を取って、
わなを設置するだけであとは施設から処分に
何うことを説明し、協力を依頼したところ、
賛同してくださる農家が数多くあらわれ、現
在、北は海南市下津町あたりから南は上富田
町あたりまで広がっていると聞いています。

○次に、過疎化・高齢化が進む中で、耕作放
棄地の問題についてはどのように取り組ま
れたのですか

株式会社日向屋では、耕作放棄地を会社で
借り受けてメンバーが農園として復活させ生
産するという方法をとっています。

実は、取り組みを進めていく中で、当初の5
人のメンバーのうち、方向性が違うなどの理
由で3人が抜けた一方で、日向屋の取り組み
に興味を持ち、ぜひ働きたいと新たに4人がメ

ンバーに加わったので、そのメンバーたちに
農園の管理や生産を任せています。

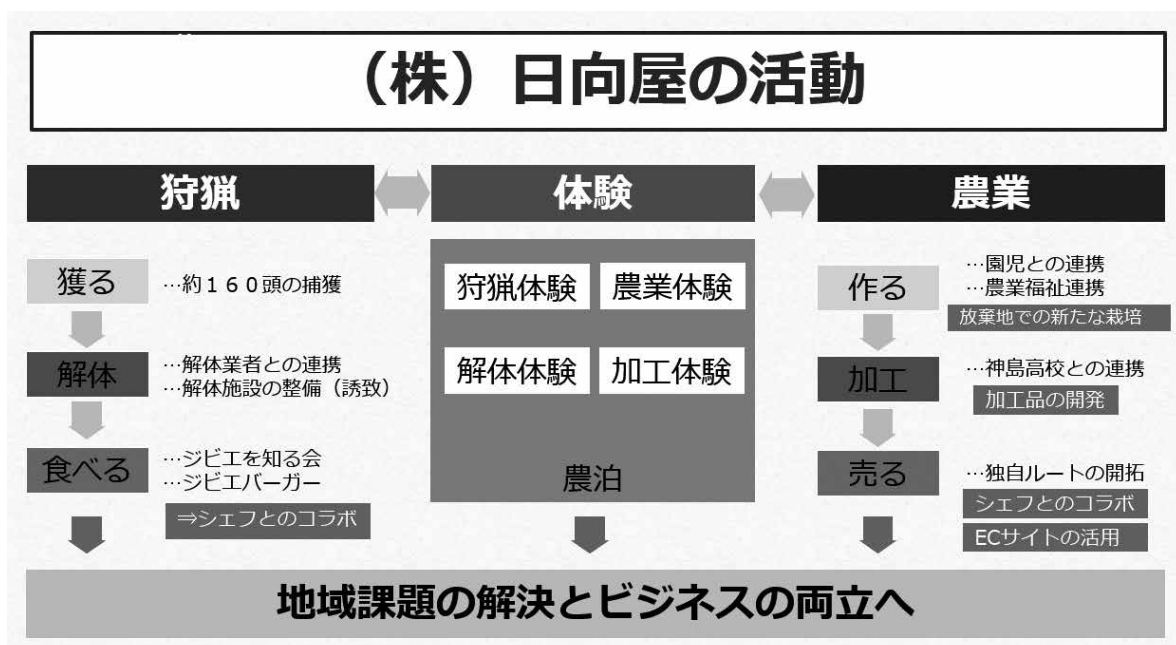
現在、株式会社日向屋で借り入れている農
園は4ha ぐらいです。さらに、収穫した農産
物を利用して、加工品の製造・販売も始めた
ところです。



耕作放棄地の再生

○どんどん耕作面積も拡大しているんですね

私の目標は、耕作面積を広げていこうとか
いうのではなくて、一次産業に従事したいと
いう若者をどれだけ増やすか、ということだ
す。ですから、会社で借り受けた耕作放棄地
を畑にして、そこで若者に農業をやってもら
う。農業をする上で鳥獣害対策はつきものな
ので、狩猟免許を取ってもらう。この仕組み



はこれまで私たちが確立しているので、あとは参加してくれる若者をどれだけ増やすかということなんです。

日向屋では、この4月にも新規就農したい若者を3人受け入れて、地域の耕作放棄地で就農してもらう予定です。

○農業の担い手不足の解消にもつながるのですね。新たなメンバーはどのような方々ですか

本当に様々ですね。地元の人もあるし、大阪や首都圏から移住した人もいます。前職もいろいろで、IT関係で勤めていた人もいますが、農業とは全然違う仕事をしていた人たちです。

移住者については、日向屋のInstagramなどを見て、ここで働きたいとやって来る人なので、住居なども自分で探してもらっています。私は移住者をもてなすことはしません。自分の意思でここで農業をしたいと決めて来るのですから、それなりの覚悟と責任は必要だと思っています。ですから、日向屋としては、移住者に対して農地を用意して、農業の仕方は教えますが、それ以外の部分は自分たちの責任で行ってください、と線を引いています。

ただ、私たちのように地元の農家であれば、先祖代々の農地も倉庫もあり、必要なものがすべてそろっていますが、新規就農者は全く何もないところからスタートするわけですから、農業の面は、日向屋がノウハウや施設も含めて、一人前になるまではしっかりとサポートしていますが、それ以外の部分は一緒に移住する家族の支えが非常に重要だと考えています。

○メンバーの方が収穫作業に必要な倉庫や機材などはどうされているのですか

今は、私の家のものを使ってもらっています。一緒に作業することによって、使い方や技術を伝えたり、コミュニケーションを図る

こともできますので。しかし、私の家だけの時に比べて収穫量が何倍にも増加しているので、ここでは手狭になってきています。そこで、会社で新たな作業施設を作ることを計画しています。

○岡本社長の取り組みが、農業を中心に地元の活性化に大きく寄与していることがよくわかります

私は、正直なところ、地元をどうしようということはありません。一個人が地元を背負うことなんかできるわけがないですよ。私はこれまで、どうすれば自分が今やっている農業が面白くなるか、これからは農業を続けていけるかと考えて、それに必要だと思ったことをやってきました。すると、それに共感する若者たちが集まって来て、そんな仲間たちと同じ方向を向いて、また新しい面白いことをすると、仕事が楽しくなります。それで収益が上があれば十分ですよ。その結果として、地元が活性化したり、地元のためになればいいと思うだけです。ですから、仲間を増やすという意味で、私は関係人口づくりということをととても大事にしています。

○関係人口といえば、紀伊民報で岡本さんの取り組みが紹介されていましたね

はい。あの取り組みは田辺市が都会の若者を対象に実施している関係人口講座「たなコトアカデミー」の現地実習に協力したものです。現地研修では、日向屋が耕作放棄地を再生した場所に、参加者の名札を付けた梅の木を1本ずつ植えてもらいました。これは、年に1回でも、2年に1回でもいいから田辺に来て、自分の植えた木の生育を見に来てほしいという願いを込めたものです。

私たちは、業務で東京行くことがあるので、東京で参加者と会うのは簡単なことです。しかし、参加者が田辺に来るのはプライベートになりますから、そういう機会を作って自分

の木を見に来てほしい、それぐらいの思いを持ってもらわなければ関係性は続かないと思います。

私は、このような関係人口づくりはとても重要だと思います。移住しなくてもいいんですよ。都会の人たちにとって、移住するとなればすごいハードルが上がるので、日向屋にどんな関わりでもいいので、関わりを持って長く付き合ってくれる人たちを増やしたい。そういう人達はうちの会社のファンですから、私たちが東京に行った時には、商談会・展示会とかのお手伝いをしてもらったり、田辺に来た時には、こちらの新しい取り組みについて一緒に考えたりしています。このようにして、関係人口を増やしていくことが、これからの大きな目標です。



関係人口講座の現地実習の参加者たち

○関係人口でファンを増やして、その人たちの中から実際に移住して一緒に農業を行ってくれる仲間を見つけていくということなんです。

そんな岡本さんのモチベーションの源はどこにあるのですか

私は37～8歳での起業だったのですが、和歌山県内の農業分野の会社の中には、私よりずっと年上で起業して大きな成功を収めている会社もあります。そんな方たちにいつも刺激を受けていますので、「まだまだやらないあかん」という強い芯は持っていて、それがや

はりひとつの原動力になって動いていると思います。

日向屋はそのような会社とは違いますし、同じにはなれませんが、独自の違う日向屋の色はすでに持っているの、私はそこに向かって進んでいきます。

○貴重なお話を有難うございました。最後にこれから同じような課題に取り組んだり、起業化を目指す若者たちに、メッセージをお願いします

私の座右の銘は上杉鷹山の「なせば成る なさねば成らぬ何事も 成らぬは人の なさぬなりけり」です。「やりたいことがあるのなら、やらないと損だ」、という考え方なので、迷っているんだったら行動しろ、迷う時間がもったいないよ、と強く言いたいですね。やり続ける仕組みを作るのは大変ですが、やってこそ違うものが見えてくるし、新しい出会いもあります。何より自分のやりたいことをするほど幸せなことはないので、やるだけです。





研究成果報告 1

カーボンニュートラルに向けた地方自治体の取り組み

(一財)和歌山社会経済研究所
研究部長

岡 広史

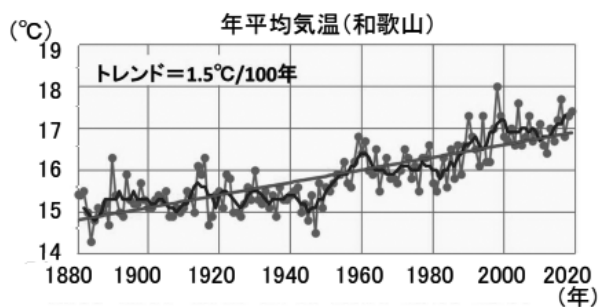
1. はじめに

近年、地球温暖化が密接に関係していると言われている大雨、熱波などの異常気象により人々の暮らしが脅かされようとしている。また、地球温暖化による気候変動は、地球上の生態系へも影響を及ぼし、食料供給など人類が生態系から得ているサービスにも支障が発生している。地球温暖化は、CO₂（二酸化炭素）に代表される温室効果ガスの増加によって引き起こされる。CO₂は、人間の経済活動や生活等に必要なエネルギーを得るために化石燃料を燃焼させることや、人間の活動により生じる廃棄物を焼却処分する際に発生する。人類の経済活動が活発になると、発生したCO₂は、海洋や森林が吸収しきれず、大気中に蓄積される。地球は、太陽から受けたエネルギーを宇宙空間に戻しているが、そのエネルギーの一部が、蓄積した温室効果ガスによって吸収され、再び地表側へ戻されることで地球温暖化が進む。

地球温暖化による気候変動は、その予想される影響の大きさや深刻さから見て、最も重要な環境問題の一つとされている。既に世界的にも平均気温の上昇と共に雪氷の融解、海面水位の上昇が観測されている。また、わが国でも、豪雨による浸水や土砂災害が全国各地で頻発しており、これまでそういった被害を経験しなかった地域においても災害が起きている。

和歌山県でも年平均気温は、1880年から2018年において、100年当たり1.5℃の上昇傾向が見られるほか（図1）、集中豪雨・台風による浸水・土砂災害が頻繁に発生しており、2011年の紀伊半島大水害は、記憶に新しいところである。また、気候変動は、県内の農業にも影響を与え、「第5次和歌山県環境基本計画」では、温州みかん、柑橘類、うめ、柿といった県を代表する農産品の高温による収量の低下や品質の不良等が予測されている。

図1 和歌山県の年平均気温の変化



出典:「第5次和歌山県環境基本計画」(令和3年3月)

2. 自治体の地球温暖化対策計画

2-1 国内外の地球温暖化対策の動向

2015年、フランスのパリにおいて、COP（締約国会議）21が開催され、京都議定書以来18年ぶりの新たな法的拘束力のある国際的な合意文書となる「パリ協定」が採択された。「パリ協定」は、国際条約として初めて「世界的な平均気温上昇を産業革命以前に比べて2°Cより十分低く保つとともに、1.5°Cに抑える努力を追求すること」や「今世紀後半の温室効果ガスの人為的な排出と吸収の均衡」を掲げたほか、先進国、途上国に係わらず全ての国が削減目標を5年ごとに提出・更新すること、全ての国が共通かつ柔軟な方法で実施状況を報告し、レビューを受けること等を規定しており、国際枠組みとして画期的なものと言え

る。2018年に公表されたIPCC（気候変動に関する政府間パネル）「1.5°C特別報告書」によると、世界全体の平均気温の上昇を、2°Cを十分下回り、1.5°Cの水準に抑えるためには、CO₂排出量を2050年頃に正味ゼロとすることが必要とされている。この報告書を受け、世界各国で、2050年までのカーボンニュートラルを目標として掲げる動きが広がった。カーボンニュートラルとはCO₂排出量から吸収量と除去量を差し引いた合計をゼロにすることである。まずは極力CO₂の排出量を抑え、排出する分については、植林を進める等により、大気中のCO₂の吸収量を増やしたり、CO₂を回収して貯留する技術を開発したりといった方法を用いて、CO₂排出量を正味ゼロにすることが必要である。

こうした動向の中、2020年10月、我が国は、2050年カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指すことを宣言した。翌年10月には、「地球温暖化対策計画」の閣議決定がなされ、5年ぶりの改定が行われた。改定された「地球温暖化対策計画」では、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて気候変動対策を着実に推進していくこと、中期目標として、2030年度において、温室効果ガスを2013年度比46%削減を目指し、さらに50%の高みに向

表1 「地球温暖化対策計画」における2030年度温室効果ガス排出削減量の目標

温室効果ガス排出量・吸収量 (単位: 億t-CO ₂)		2013排出実績	2030排出量	削減率	従来目標
		14.08	7.60	▲46%	▲26%
エネルギー起源CO ₂		12.35	6.77	▲45%	▲25%
部門別	産業	4.63	2.89	▲38%	▲7%
	業務その他	2.38	1.16	▲51%	▲40%
	家庭	2.08	0.70	▲66%	▲39%
	運輸	2.24	1.46	▲35%	▲27%
	エネルギー転換	1.06	0.56	▲47%	▲27%
非エネルギー起源CO ₂ 、メタン、N ₂ O		1.34	1.15	▲14%	▲8%
HFC等4ガス(フロン類)		0.39	0.22	▲44%	▲25%
吸収源		-	▲0.48	-	(▲0.37億t-CO ₂)
二国間クレジット制度(JCM)		官民連携で2030年度までの累積で1億t-CO ₂ 程度の国際的な排出削減・吸収量を目指す。我が国として獲得したクレジットを我が国のNDC達成のために適切にカウントする。			-

出典:環境省「地球温暖化対策計画 概要」(令和3年10月22日閣議決定)

け、挑戦を続けていくという新たな削減目標も示された。また、同計画の中で、エネルギー起源とされたCO₂は、2030年度において2013年度比45%削減する目標が示されており、部門別の目標も示された（表1）。

和歌山県でも、2021年3月に策定された「第5次和歌山県環境基本計画」において、温室効果ガスを2030年度に、2013年比で30%削減する目標を設定していたが、この目標を2020年度に達成したとし、新たな目標として、2023年8月に、2030年において2013年比で46%削減すると設定した。これは、国の目標に合致する。表2に和歌山県の温室効果ガス削減率目標と実績を示す。和歌山県によると、これまで目標を達成できた要因は、①日本製鉄関西製鉄所の高炉1基が止まったこと、②2013年では石油や石炭等による発電が多かったのが、原子力発電の稼働により大きなCO₂削減効果を発揮した為であり、省エネ努力によるものではないとしている。¹⁾

表2 和歌山県温室効果ガス削減率の2030年度目標（2013年度比）

	従来目標 (2021年3月策定)	2020年度 実績 (2023年公表)	新たな 削減目標	国目標 (2021年4月策定) (2021年10月策定)
合計	▲30%	▲31%	▲46%	▲46%
温室効果ガス排出量	▲29%	▲31%	▲46%	▲45%
（主な内訳）				
産業部門	▲21%	▲29%	▲45%	▲38%
運輸部門	▲34%	▲15%	▲34%	▲35%
家庭部門	▲57%	▲51%	▲61%	▲66%
業務部門	▲57%	▲43%	▲68%	▲51%
森林吸収量	▲6.4万t	▲6.2万t	▲7.4万t	▲0.38億t

出典：和歌山県令和5年8月29日記者発表資料

2-2 自治体の地球温暖化対策計画

国内で排出される温室効果ガスのおよそ7割が、発電所や製鉄所、大企業の所有する工場などの大口・超大口事業所からの排出であり²⁾、これらの事業所において、省エネルギー機器の導入や再生可能エネルギーの利用等、CO₂削減に向けた取り組みがなされることは、CO₂削減効果が大きい。一方、地域の中小企業や一般家庭から排出される温室効果ガスの排出量は、およそ3割程度であり²⁾、大口・超

大口事業所に比べ小さい。しかし、地域の中小企業や一般家庭もそれぞれにおいて脱炭素目標を達成していかないとカーボンニュートラルを達成することはできない。その為には、自治体の先導的な役割が極めて重要である。

「地球温暖化対策の推進に関する法律」第21条第1項で、都道府県及び市町村は、事務・事業に関し、温室効果ガスの排出量の削減等のための措置に関する計画を策定するものとされており、全ての都道府県及び市町村に同計画の策定が義務付けられている。また、「地球温暖化対策計画」では、都道府県及び市町村の役割として、「本計画に即して、自らの事務及び事業に関し、『地方公共団体実行計画（事務事業編）』を策定し、実施する。自ら率先的な取り組みを行うことにより、区域の事業者・住民の模範となることを目指すべきである。」とされている。

「地方公共団体実行計画（事務事業編）」の主な構成要素は、以下のとおりである。

1. 基本的事項
2. 温室効果ガスの排出状況
3. 温室効果ガスの排出削減目標
4. 目標達成に向けた取り組み
5. 進捗管理体制と進捗状況の公表

2-3 全国及び和歌山県の「地球温暖化対策計画（事務事業編）」策定状況

国は、2025年度までに95%の自治体が「地球温暖化対策計画（事務事業編）」を作成することを目指している。国が実施した「令和5年度地方公共団体における地球温暖化対策の推進に関する法律施行状況調査」（令和5年10月1日時点）によると、都道府県別の策定状況は、全国平均で93%であったのに対し、和歌山県の策定率は77%であり、残念ながら全国ワースト3に入っていた。和歌山県を含む県内31自治体の内、7自治体が未策定で、いずれも人口3万人未満であった。また、町村部の策定率は67%であった。未策定の自治体における

早急な策定が望まれる。

3. 和歌山県町村の地球温暖化対策計画事例

和歌山県内で「地球温暖化対策計画（事務事業編）」が公開されている人口3万人未満の町村の事例を表3にまとめた（参考として他県の事例も1件記載）。温室効果ガス削減目標については、国の新たな目標が示された2021年10月以降のものでは、概ね国の目標に沿っているもの（政府実行計画の目標は、2013年度比50%削減（A,B,X）、県の従来目標（2021年3月策定）に準じているもの（F）のほか、独自のもの（D,G）が見られ、対象とする温室

効果ガスは、CO₂のみを選定している場合が多い。CO₂以外のガスは、排出量が少なく、影響が少ないとされているためである。また、排出されるCO₂は、エネルギー由来と廃棄物焼却等の非エネルギー由来に分けられるが、対象は前者としているケースがほとんどである。廃棄物の焼却処理に関しては、他の市町村と広域運営を実施していることから排出量に算入されていないものと思われる。直近のエネルギー種別のCO₂排出割合については、電気由来が80%前後を占める町村が多いが、一部、暖房機器や自動車等で化石燃料を多く使用している例も見うけられる。

表3 和歌山県内町村の「地球温暖化対策計画（事務事業編）」の内容例

町村	発行	目標	対象ガス	直近のエネルギー別CO ₂ 排出量割合		
				電気	ガソリン	その他化石
A	2023年3月	2030年 △51%対2013年	CO ₂	83%	4%	13%
B	2023年4月	2030年 △46%対2018年	CO ₂			
C	2012年3月	2016年 △5%対2010年	CO ₂ 、メタン、N ₂ O	42%	8%	50%
D	2024年2月	2025年 △40%対2014年	CO ₂			
E	2021年	2025年 △5%対2020年	CO ₂ 、メタン、N ₂ O	79%	0.1%	21%
F	2023年3月	2027年 △25%対2013年 2030年 △30%対2013年	CO ₂ 、メタン、N ₂ O、 HFC	81%	3%	16%
G	2022年9月	2023年 △12%対2013年	CO ₂	41%	51%	8%
他県 X	2022年3月	2030年 △50%対2013年	CO ₂	80%	3%	17%

具体的な取り組みについては、各町村とも類似した内容となっており、以下のとおりである。

① 町村管理施設のエネルギー消費量の削減

- ・施設の新築・改築時、設備の更新時にあわせた建物や設備の省エネ性能の向上
ヒートポンプ給湯器導入、LED照明の導入、高効率空調機器の導入等の実施
- ・空調機器や照明のムダの無い適正使用及び機器のメンテナンスの実施

② 公用車の低環境負荷化、燃料使用量の削減

- ・電動車、ハイブリッド車などの低環境負

荷自動車の調達

- ・アイドリングストップ、適正なタイヤ空気圧調整、エコ運転の実践や公共交通機関、自転車への移動手段の変更

③ 再生可能エネルギーの利用

- ・太陽光パネルの設置、バイオマスボイラーの設置
- ・グリーン電力の購入

前述したとおり町村のエネルギー別のCO₂発生割合は、電気由来が8割前後を占めるケースが多い。商用電力は、今後、再エネ導入等

により脱炭素化が進むものと考えられる。したがって、地方自治体としては、商用電力の脱炭素化の恩恵に浴するため、下記のとおり、化石燃料を使用する機器の電化とエネルギー消費量の削減を主体とした脱炭素計画を立てることが望ましいと思われる。また、エネルギー消費量を削減することにより、エネルギー調達コストの削減効果も期待できる。

I. 化石燃料を使用する機器の電化、電動化
ボイラーの電化（電気ヒーター化）、公用車のEV化など

II. エネルギー消費量の削減

i) 施設、設備更新時の省エネ機器導入

照明のLED化、ヒートポンプによる高効率給湯・空調設備の導入、建物のZEB化などを進める。なお、ZEBとは、Net Zero Energy Buildingの略で、省エネ設計によって使用するエネルギーを削減し、一方で再生可能エネルギーを創出し、使用分のエネルギーを作ること、エネルギー消費量を正味でゼロにする建築物である。

ii) エネルギー使用の見直し

最適な空調設定温度の管理、適切な機器メンテナンス、移動時には公用車から公共交通機関や自転車利用への切り替えなどを進める。

また、これらに加え、CO₂排出削減目標をより早く達成するために、環境証書による実質再エネ電力の調達や太陽光発電を用いたコーポレートPPA（企業や自治体などの法人が直接、発電事業者から自然エネルギーの電力を長期に購入する契約）、自己資産による自家太陽光発電等を取り入れることが望ましい。

前述した和歌山県の温室効果ガス削減目標改定内容には、県の事務事業における取り組みとして県有施設への太陽光発電設備設置、公用車の電動化などが挙げられている。

4. 現状の課題と今後の方向

今後、人口減少に伴う自治体職員の減少も懸念される中、行政サービスの質を維持したまま効率的且つ効果的に脱炭素に取り組んでいかなければならない。そのためには、CO₂排出量の可視化が重要である。CO₂排出量を削減するには、施設ごとのエネルギー使用量から、CO₂排出量の多い施設を特定し、その施設内のどの設備・機器のCO₂排出量が多いのかを把握した上で、設備・機器の更新計画の見直し、メンテナンス計画の見直し、運転・使用条件の変更等どのような取り組みが効果的なのかを検討しなければならない。しかし、それには専門的な知識が必要な場合が多い。庁内に専門的な知識を持つ者がいない場合には省エネ診断や脱炭素ソリューション等の外部のサービスを活用し、出来る限り具体的な取り組み計画を策定することを推奨する。また、商用電力も年々、脱炭素化が進んでいくと思われるが、環境省が毎年発表する電力会社の温室効果ガス排出係数を確認し、取り組み計画の見直しに反映することで、より効率的、効果的に目標達成に向かうことができるであろう。

5. 参考資料

- 1) 和歌山県 令和5年8月29日 記者発表資料
- 2) NPO法人 気候ネットワーク「日本の大口排出源の温室効果ガス排出の実態 温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度による 2018年度データ分析」（2022）



研究成果報告 2

研究報告・企画提案・広告媒体における 伝わるデザインと見せ方について

(一財)和歌山社会経済研究所
研究員

春木 吉彰

はじめに ～「デザイン」は、今を生きる 人たちの共通言語～

「デザイン」という言葉を聞くと、「センスが必要」「難しそう」などと距離を取られる方も多いのではないのでしょうか。「よくわからなければ、デザイナー（専門家）に任せればいい」という考え方もあるかもしれません。しかし、「デザイン」は、今やあらゆる場面におけるコミュニケーションに必要不可欠な「要素」の一つとなっています。

最近、「デザイン思考」という言葉をよく耳にしますが、その本質や意味するところについて理解されている、とは言い難い状況にあるのではないのでしょうか。「デザインの発想や考え方が具体的なアウトプットにどのようにつながっているか、ということの理解に加えて、主旨やプロセスなどを知ることで、的確な言語化や作業が可能になる。」という捉え方のことを指しています。

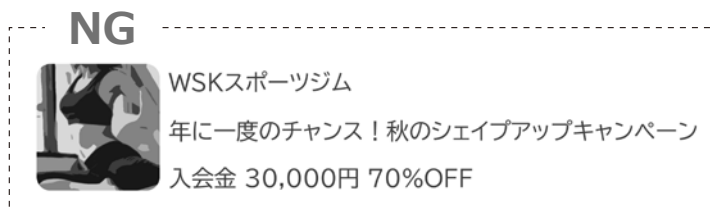
また、デザインには「計画する」という意味も含まれています。これからのデザインには常に考え続ける姿勢が求められています。物事の決め方、進め方が従来の方法ではうまくいかない場合、問題の原因や理由を整理・整頓し、解決のための計画を立てる。その際には、多様な人々と課題意識を共有し、協力しながら解決に取り組むアプローチが求められています。

このような「デザインの目的と本質」、「社会背景」を念頭に置き、研究報告・企画提案・広告媒体などにおける伝わるデザインの基礎的な要件とポイントについて、“全体レイアウト”“配色（カラー）”“写真・イラスト”のカテゴリー別にサンプル（例）を挙げ、具体的な手法やノウハウを紹介解説したいと考えます。

1. 全体レイアウト

①伝えたいことが目立っていない

伝えたいこと、知ってほしいことを大きく目立つようにする。当たり前のようですが、情報量が多くなると難しくなるのが、「情報の強弱」です。メリハリのつけ方で、見る人の視線を誘導し、どこからどの情報をどう見て欲しいか、印象づけることが可能となります。



一つのブロック内に複数の要素を盛り込む場合、すべて同じ大きさにしてしまうと、どれも目立たなくなってしまう。受け手の興味を引く情報は大きく、それ以外の情報は小さく大胆に強弱・差をつけるとメリハリができます。



[参考] 写真等「popin」 popin.posori-p.com]

②情報量と余白

イメージやメッセージを重視する場合、どれだけ情報量を少なくし、シンプルにレイアウトできるかがカギとなります。情報の「整列」と情報どうしの「余白」を意識する必要があります。



紙面をレイアウトする場合、「余白」は広めにとると、シンプルですっきりした印象になります。名刺などのコンテンツでは、「すべてセンター揃え」にしていると、行頭と行末が揃わず凸凹になり、余白もとろづらくなります。

「肩書・名前」と「その他の」をブロックで二分し余白を広くとることで、その余白が各情報どうしのクッションの役割を果たしシンプルで見やすいレイアウトになります。

[参考] 平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』 株式会社 翔泳社

③レイアウトサンプル例

■プレゼンスライド（物事をわかりやすく説明）



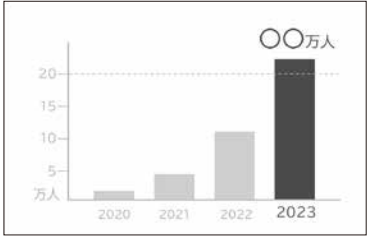
◎タイトルだけでスライド1枚を独立



◎重要かつ訴えたいデータなどは反転して目立たせる



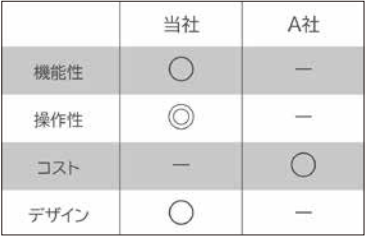
◎文字だけではなく、イラストなどを添えると直感的に伝わる



◎グラフ等は強調したいデータを大きく



◎物事の流れやチャートは図式化



◎表にまとめるときも文字情報は少なく簡潔に

【参考】平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』 株式会社 翔泳社

■チラシ・ポスター（物事を広く告知）





◎インパクト（印象）重視

大きなイメージやキャッチコピーで目を引くレイアウトの一例。余白を広く、情報量・文字量の少ないポスターデザインなどに向いています。





◎情報重視

たくさんの情報（文字量）を見やすくまとめたレイアウトの一例。情報がゴチャゴチャにならないよう余白と整列（情報間のクッションの役割）を意識することが重要です。

【参考】平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』
株式会社 翔泳社

■ ニュースレター（たくさんの情報の中で目を止める「アイキャッチ」）



【参考】平本 久美子 著『やってはいけないデザイン』 株式会社 翔泳社

a. 及び b. はしっかり記事や情報を重視したレイアウト。「大きな見出し」と「写真図表」で視線を誘導する効果があります。

c. はテキストを斜めにしたり、丸い図形を使ったり、水平/垂直/整列のラインを少し崩すことで、動きのある楽しい印象を与え、ポップなレイアウトになっています。

2. 配色（カラー）

① 基本は3色（色が多すぎるとNG）

色の持つイメージに翻弄されて、伝えたい印象やイメージの收拾がつかなくなることは避けなければなりません。では、どうすればよいか。まず「ベースカラー」「メインカラー」「アクセントカラー」の基本3色を決めます。「基本の3色」と同系の色でそろえると、自然とカラーデザインがまとまります。

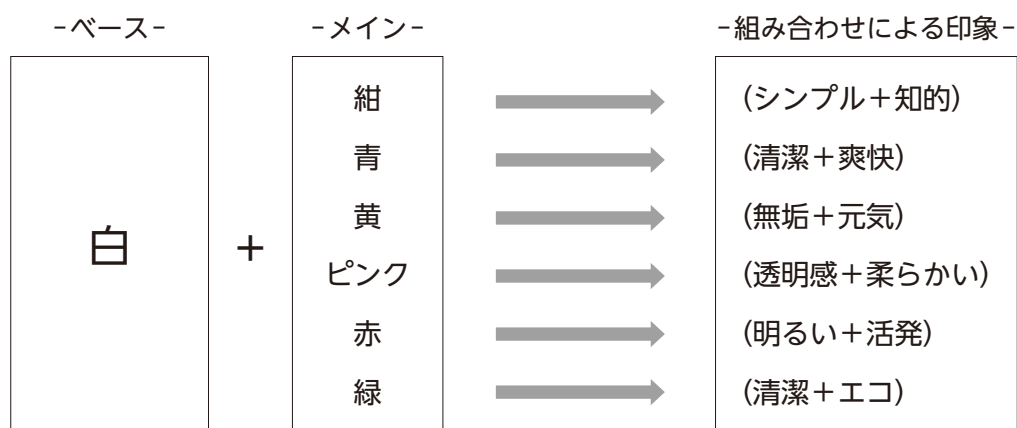
■ ベースカラー（一番伝えたい印象から連想）一例

白…純粋・無垢・清潔・透明感 等	オレンジ…ぬくもり・太陽・にぎやか・健康 等
黒…力強さ・プロフェッショナル・重厚 等	むらさき…神秘・伝統・高級・ミステリアス 等
赤…活発・情熱・刺激・危険 等	ピンク…華やか・柔らかい・ロマンティック 等
青…爽快・信頼・クール・若さ 等	紺…知的・誠実・冷静・ビジネス 等
黄…元気・子ども・ビタミン・注意 等	茶…素朴・ナチュラル・地味・落ち着き 等
緑…自然・安心安全・エコ・リラックス 等	グレー…平均・無機質・控えめ 等

ベースカラーはデザインの「背景」になる色です。一番割合の多い色になるため、この色で印象が決まるといえます。伝えたい印象やキーワードから連想して選びます。

■ メインカラー（印象を絞り込む）

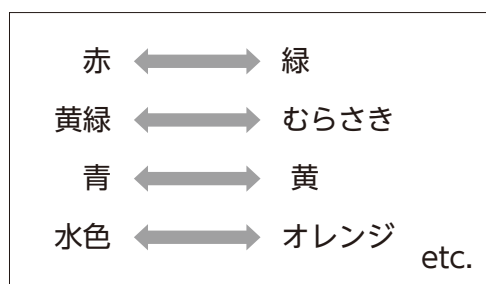
ベースカラーが「白」の場合 [一例]



メインカラーはデザイン内で（背景を除き）最も割合の多い色です。ベースカラーが同じでも組み合わせる色によって印象が変わります。「より知的に…」「より元気に…」「より柔らかく…」など、印象をどの方向に絞り込んでいくかを意識して組み合わせを選択します。

■ アクセントカラー（伝えたい印象に合わせ、目立たせる）

逆の色（補色） [一例]

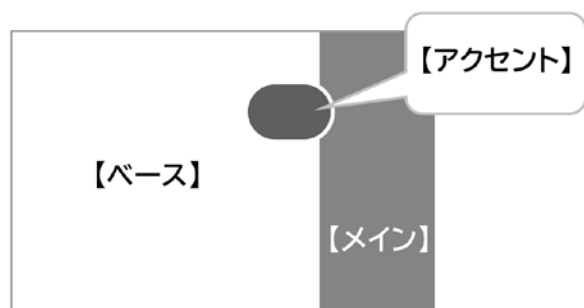


アクセントカラーは、強調したい（訴えたい・伝えたい）場所に目を引くための色です。

ベースやメインに使っている色と逆の色（補色）を選ぶと、特に際立たせることができます。

② 配色のポイント

基本3色を「ベース6：メイン3：アクセント1」割合で配色すると全体のバランスがまとまり、デザインにメリハリが出ます。



3. 写真・イラスト

①写真画像の選定

チラシやポスターなどの広告媒体ではタイトル付近や背景に大きな画像や写真を使う手法がよく取られます。文字よりも画像などを先に認識する人の習性を利用し、いち早く注目させるためのテクニックです。メインの画像素材は、「暗い」「見にくい」「不鮮明」なものは避け、「わかりやすい」「良い印象」「鮮明」なものを使用するとイメージが効果的に伝わります。

画像素材でデザインの第一印象は決まります。例えば、同じジャンルの写真でも構図やレイアウト、対象が悪いとそれだけで印象が悪くなってしまいます。例のような食べものなどの写真は全体を真ん中に配置する構図ではなく、ズームアップやトリミングなどで「見えない部分（見切れ）」を作ると効果的です。さらに、ロゴや文字フォントの選択により、かなり印象が変わりますので注意が必要です。

NG



OK



[資料] 写真等 [Adobe Stock] [PIXTA]

②写真orイラスト

写真とイラスト、どちらを使うかは目的によって変わります。リアルさや信ぴょう性を伝えたいなら「写真」、親近感やフランクな印象を与えたいなら「イラスト」を使用し内容を簡単に単純化することが有効です。

商品や風景など実物をありのままに伝えたいときや店内・イベントの様子など文字だけでは伝えにくい雰囲気を伝えたい時には「写真」の方が効果的です。

写真を使ったデザインの良し悪しは、写真のクオリティで決まるといっても過言ではありません。クオリティの低い素材のために、実際のイメージからかけ離れたたり、悪い印象を与えないよう慎重に素材選びをすることが重要です。

NG



OK



[資料] 写真等 [Adobe Stock]

4. まとめ

“全体レイアウト” “配色 (カラー)” “写真・イラスト” について、効果的にデザインの質を高めるためのスキルとノウハウという観点から要点をまとめておきたいと思います。

【全体レイアウト】

文字・ロゴ・図表などは、すべて同じ大きさにすると、どれも目立ちません。訴えたいことは「大きく」それ以外の情報は「小さく」強弱・差をつけることが重要です。

情報の「整列」と情報どうしのクッション「余白」を意識してデザインする。

いろいろな情報を詰め込み過ぎると、一番伝えたいことがぼやけてしまいます。例えば、見ればわかる情報は写真やイラスト、図などで示すと効果的です。

【配色 (カラー)】

まず基本3色「ベースカラー：6割」「メインカラー：3割」「アクセントカラー：1割」を決め、全体のバランスと伝えたいイメージを整理します。

ベースカラー (デザインの背景になるカラー)、この色でデザインの印象が決まります。

メインカラー (背景を除き最も多く見えるカラー)、印象をどの方向へ誘導するか意識して「ベースカラー」との組み合わせや伝えたいイメージの「らしさ」を意識して選択します。

アクセントカラー (強調したい場所に目を引くためのカラー)、既に使っている「ベースカラー」「メインカラー」の補色を使うと際立ちます。

【写真・イラスト】

メイン画像でデザインの印象が決まるため、写真やイラスト素材を使う際は、構図・レイアウト・対象物を吟味し選択の上、加工を施します。

実物やありのままの姿、様子や雰囲気を伝えたいケースは「写真」を選択します。

親しみやすさやわかりやすさを重視するケースやシーンでは「イラスト」が効果的です。

おわりに

紹介してきた「テクニック」や「手法」、「ノウハウ」はそれぞれ些細なことですが、その一つ一つの積み重ねでデザインのクオリティは飛躍的にあがります。特に「レイアウト」「整列」「余白」「メリハリ」「カラー」「素材選択」などはデザインする上での、重要な決まり事であるといえます。

報告書や企画提案書、チラシやポスター (広告媒体) などを作成する際には、面倒がらずに意識することが大切です。「伝えたいこと」・「訴えたいこと」・「わかってほしいこと」をより鮮明なものにするのは、ほんのわずかな手間、加工、見直しなのではないでしょうか。

ー 参考・引用 文献 (資料) ー

- 平本 久美子 著 2016/12/16『やってはいけないデザイン』 株式会社 翔泳社
- 「デザインの処方箋『なぜデザインは必要なんだろう?』 2015/10/30 株式会社 ピージー HP<<https://pgdc.jp/>>
- 「これでもう失敗しない! デザインする際に欠かせない4つの基本原則」 <<https://webdesign-trends.net/entry/7810>>
- 「デザインの意義や重要性とは? アートと異なる役割や性質」 株式会社 インターステラ HP<<https://inta-stella.com/>>
- 「ジムのチラシのテンプレート2選 | 集客力が上がるチラシ作成のコツも」 popin' HP<<https://popin.posori-p.com/>>
- 写真素材等「Adobe Stock」「PIXTA」



研究成果報告 3

住民主導による地域イベントの 開催効果と持続的な運営

前（一財）和歌山社会経済研究所 研究員
（株式会社紀陽銀行 営業統括部）

松尾 悠佑

1. はじめに

地域イベントには、講演会や展示会、伝統行事、花火大会など様々な形態があるが、これらのイベントは「楽しみ」や「地域のつながり」の強化・維持に加え、「地域振興」や「地域活性化」など地域の発展を目的として開催されていることが多い。

地域イベントの開催によって多様な効果を最大限引き出しながら、効果的かつ継続的に実施するためには、イベントの開催目的と種類に応じた運営を心掛けることが重要である。また、過疎化が進む地域においては、イベントの担い手自体が不足しているため、その地域をよく知り、愛着を持つ人材の活躍がポイントになると考えられる。

以上を踏まえて本研究では、地域住民が主導役となり、地域イベントを継続しているモデルケースとして、大阪府大阪市で開催されている「靱公園バラ祭」（以下、「バラ祭」という）に筆者自身がボランティアスタッフ（以下、「ローズサポーター」という）として関わり調査した内容を基に、住民主導の地域イベントを成功へ導くための秘訣について考察する。

2. 住民主導の地域イベントの取り組み事例 ～「靱公園バラ祭」～

（1）「靱公園バラ祭」について

大阪市西区に位置する靱公園では、毎年5月中旬に2日間にわたって「靱公園バラ祭」が開催されており、両日合わせて約5万人の来場者が訪れ、開催当初から約20年近く続く恒例のイベントとして定着している。

靱公園でバラ祭が開催されるようになったきっかけは、2005年の靱公園設立50周年となる節目の年に、公園事務局や自治体職員、当時大阪市西区のまちづくりに関する活動を実施していた人物が中心となり、「靱公園の未来50年を良くしよう」というコンセプトのもと、イベント企画が進められたことから始まる。

現在では、靱公園周辺の飲食店及び雑貨店からの出店や子ども向けワークショップが実

施されるとともに、バラ園内中央ではコンサートが実施される等、老若男女が楽しめるイベントプログラムとなっている。

(2)「韮公園バラ祭2024」アンケートについて

①アンケートの概要

実施日	2024年5月18日(土)、19日(日) 10:00~17:00
対象者及び回答数	① 来場者 【回答数:67名】 ② ローズサポーター(ボランティアスタッフ)【回答数:15名】 ※ 主催者(2名)及び当方参加者(2名)を除く
実施方法	2次元バーコードWEBアンケート及びインタビュー

②アンケートの結果

ア) 来場者

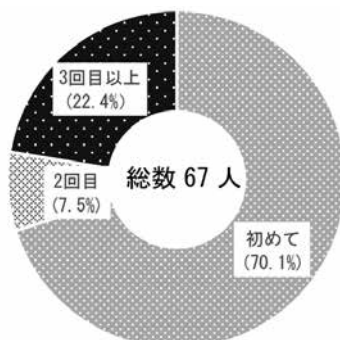
来場者の現住所は図1のとおり「大阪市西区」及び「大阪市西区以外の大阪府内」と回答した人が8割以上を占め、地元や地元周辺の地域の人々が多く来場していることがわかった。また、来場回数については「初めて」が7割を占めた。

このことから、バラ祭の開催は韮公園周辺の住民が交流する身近なイベントである一方、初来場者も多く、リピーターの獲得次第では、今後も潜在的に大きな集客が期

図1 来場者の現住所(単一回答)



図2 来場回数(単一回答)



待できるイベントであると考えられる。

イ) ローズサポーター

(「韮公園バラ祭」のボランティアスタッフ)

今回調査におけるローズサポーターは、地元周辺在住の者が8割以上を占めており、参加回数は「3回目以上」が最も多い。複数回参加者に参加理由を尋ねると、『『地域との交流』や『普段出会うことのない新たな人との出会い』ができることへの満足感や喜びがあるから』と回答した人が多い。その他、「地域の活性化につながる取り組みに参加したかった」という理由も多く、イベント運営を通して地域に貢献したいという強い想いを持ったスタッフが参加していることがわかった。

(3) バラ祭の担い手について

地域イベントの担い手にはリーダーの存在が必要であり、バラ祭では、開催当初から大阪市西区のまちづくり活動に貢献されていた人物が現在もイベント全体の指揮を執っている。

リーダーの活動状況を踏まえ、リーダーに求められる資質と能力を次のとおり整理した。

<地域イベントを先導するリーダーに求められる資質と能力>

- [1] 自治体や地域の民間企業との良好な関係性や人脈を有すること
- [2] 流行や新しいことを察知し、即座に取り入れられること
- [3] 自らの意志に基づき、主体的に活動を実践できること

地域イベントのリーダーは、上記の資質と能力を駆使して、これまでの習わしを単に継続するのではなく、常に新しい気づきや考え等に基づき、活動を実践していく姿勢が必要であると考えられる。

また、バラ祭ではローズサポーター活動の

心構えとして「ローズサポーターの活動は基本的に自由で自身の思い立ったことを気にせず実行すること」としている。この心構えには「イベントスタッフは仕事と思わず、まず自身が来場者と同様にイベントを楽しみ、その中で欠点の発見や改善対応をすることでイベントの質向上につなげていきたい」という想いが込められている。

その他、公園所有者である大阪市や大阪府から委託を受けた公園管理者の韮公園運営に関する考えや方針を理解・共有すると共に、イベントに関わる事業者や地域住民との良好な関係を構築・維持することもバラ祭を担っていく上で重要であると考えます。

(4) バラ祭開催の経済的効果と社会的効果

ア) 経済的効果

「韮公園バラ祭2024」の開催に伴う地域への経済効果（経済波及効果）の分析結果を次のとおりまとめた。その方法は、来場者とローズサポーターに対するアンケート結果に基づき、バラ祭に参加することで消費総額（「交通費」、「飲食費」、「観光・娯楽費」、「買い物代」の項目に分けて質問）を算出し、大阪市及び大阪府の産業連関表（37部門）を用いて推計した。来場者数については、5月19日（日）が終日悪天候となり客足が少なかったため、例年の来場者数（約5万人）の半分以下となる「2万人」と仮定し、推計した。

表1 来場者及びローズサポーターの平均消費額と来場者を「2万人」と仮定した消費額（回答者数：82名）

	来場者	
	a: 平均額（円）	b: 金額（百万円）
交通費	1,041	20.8
宿泊費	※「宿泊」回答なし。	
飲食費	2,663	53.2
買い物代	1,710	34.2
観光・娯楽代	265	5.3
総計		113.5

表2 来場者数を「2万人」と仮定した場合の経済波及効果の推計結果

	金額(百万円)	
	大阪市	大阪府
①直接効果	80.1	92.5
②第1次間接効果	21.0	27.4
③第2次間接効果	14.2	19.5
④総合効果(①+②+③)	115.3	139.4

「韮公園バラ祭2024」の開催による経済波及効果は、表2の推計結果のとおりで、大阪市への経済波及効果は115.3百万円である。また、大阪府内は139.4百万円で、来場者平均消費額総計のおよそ1.2倍である。今年度は悪天候で来場者が少なく上記の結果となったが、例年通りの来場者数「5万人」で推計した場合、大阪市への経済波及効果（総合効果）はおよそ284百万円となり、来場者消費額総計のおよそ2.5倍の経済波及効果が見込まれる。

以上のことから、韮公園バラ祭は、韮公園周辺地域さらには府全体に対する経済効果を創出し、地域経済を活性化させていく上での重要な取り組みの一つであることがわかった。

イ) 社会的効果

2005年当時の韮公園はホームレスの問題を抱え、子どもが近づきにくい公園であった。しかし、バラ祭の開催をきっかけにそのような状況とならないよう韮公園の未来を見据えた活動を継続してきたことで、子ども達が安心して遊べる公園の姿に変化している。

このことから、これまでの韮公園バラ祭の継続的開催は、地元の住民が愛着を持てるような機会づくりを行ってきたことで、数字では表せない社会的な効果の創出に寄与していると考えられる。

(5) バラ祭の持続的な開催要因

アンケートやインタビューの結果に基づき、「韮公園バラ祭」がこれまで20年近く継続開催できた要因は、次の3つであると考えられる。1つ目は、イベント企画・運営の中核的な存在である人物が「韮公園の未来50年を良くしたい」という情熱や信念を関係者と共有し、自身の幅広いネットワークや行政及び民間企業の共感を得ながら、信頼関係を構築してきたことである。2つ目は、組織マネジメント・運営管理の徹底によって毎年、安定的にローズサポーターを確保し、協力を得ながら、無事故・無事件で続けて来られたことである。3つ目は、個々のローズサポーターの主体的な活動や地元へ貢献したいという強い想いとそれを尊重するリーダーの存在がローズサポーターのモチベーション維持につながったことである。以上の3つが相まって20年の継続的な開催につながったのではないかと考えられる。

3. 住民主導の地域イベントの持続的な開催の秘訣

韮公園バラ祭の事例を通じて、地域住民が主体となった地域イベントの開催は、経済的な効果（経済波及効果）や社会的な効果（関係人口増加・地域コミュニティ内の連携や自立性向上等）を創出し、地域の活性化につながることがわかった。このような地域イベントを持続的に開催していくための秘訣は次の3つであると考えられる。

その1つ目は、地域イベントの担い手となる人物（キーパーソン）の発掘・育成である。特に少子高齢化が進む地域においては喫緊の課題である。キーパーソンに求められる資質と能力は、自治体や民間企業等との幅広いネットワークを有し、主体的にまちづくりや組織マネジメントを行えることである。また、多くの住民とまちの将来像を共有し、共に試行錯誤を繰り返しながら、実現に向けて取り組んでいく姿勢も求められる。

2つ目は、スタッフの安定的な確保である。

スタッフの募集には、イベントの目的や意義を明確にし、「地元への貢献度」、「人や組織とのつながり」に対し、いかに共感を得て参加してもらえるかが重要である。また、スタッフは、指示に従った作業ばかり行いがちであるが、バラ祭の事例のように、スタッフそれぞれが自ら主体的に来場者の満足度を高めるための創意工夫を行いながら、イベントを盛り上げていく等の意識づけも重要である。

3つ目は、運営資金の確保である。イベントの内容によっては、自治体からの支援や企業の協賛等の支援が必要である。最近ではイベントを開催するための資金確保手段としてクラウドファンディングを活用する等、様々な方法で資金調達が行われている。活動資金を確保するためには、自治体や民間企業等の共感を得ながら関係性を構築しつつ、協力を得ることが重要である。また、イベント実施による資金確保の拡大を更に図るためには、出店者等の協力者からの収入の他、イベント開催時期以外にもその地域への来訪者の増加を促し、収入につながる仕掛けづくりを企画・検討することも考えられる。

以上の3つの秘訣を踏まえ、地域イベントを持続的に開催することで、地域内外の住民がその地域の魅力を再認識し、愛着心の醸成が進み、さらには交流人口や定住人口の増加につながることが期待される。

4. 参考文献

①鳥取大学地域学部教授 多田 憲一郎

「地域発展戦略としての地域イベントの意義 ―地域イベントの長期的効果―」

公益財団法人日本都市センター「都市とガバナンス」第38号（2022年9月）

②公益財団法人日本都市センター研究員 中川 豪

「地域イベント開催の意義について ―消費行動と自治体の役割―」

公益財団法人日本都市センター「都市とガバナンス」第39号（2023年3月）

③韮公園くらしとみどりのネットワーク

2011年5月14日 韮公園バラ祭5周年記念
刊行

「韮公園しんかろん ～公園を活かした都
心の暮らしづくり～」

④総務省 人材活性化・連携交流室

「地域づくり人育成ハンドブック」(2013
年3月)

和歌山県内企業の 情報セキュリティ対策状況

～IT活用が進む中で、
情報セキュリティ対策の必要性高まる～

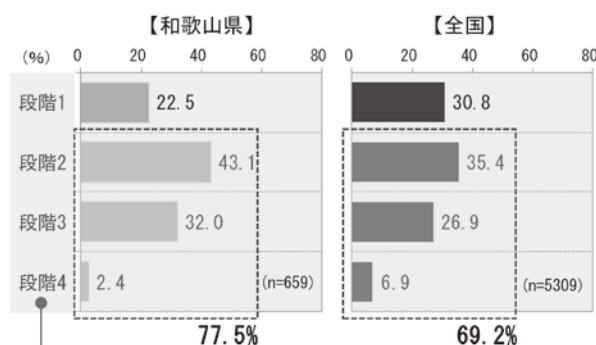
(一財)和歌山社会経済研究所
主任研究員

藤本 迪也

1. IT機器・ITシステムの活用が進む県内企業

当研究所で実施した景気動向調査（四半期に1度、県内企業2,000社を対象に実施）によると、IT機器・ITシステムを積極的に活用している企業（段階2～段階4）は77.5%となっており、全国の69.2%を上回っている。新型コロナウイルス禍を契機としたテレワークの普及、人手不足を背景とした省力化ニーズの高まりから、多くの企業がIT活用を進めており、「同業者と情報交換しながら、さらに活用を進めたい」や「関連するセミナーがあれば参加したい」といった前向きな意見も複数見られる。

図表1 IT機器・ITシステムの活用状況
(全国との比較)



(参考) IT活用の4段階

段階1	紙や口頭での業務が中心で、IT機器・ITシステムは活用していない (例) 受発注はFAXや電話のみで実施、勤怠管理は手書き・捺印で実施
段階2	IT機器・ITシステムを業務の一部で活用している (例) 電子メールの利用や会計業務における電子処理などを実施
段階3	IT機器・ITシステムを活用し、業務の効率化・データ分析を実施 (例) 電子メール利用、会計業務の電子処理、売上・顧客情報などをシステムで管理
段階4	IT機器・ITシステムを積極活用し、他社との差別化や競争力強化を実施 (例) システム上に蓄積した売上・顧客データを活用して販路拡大・商品開発を実施

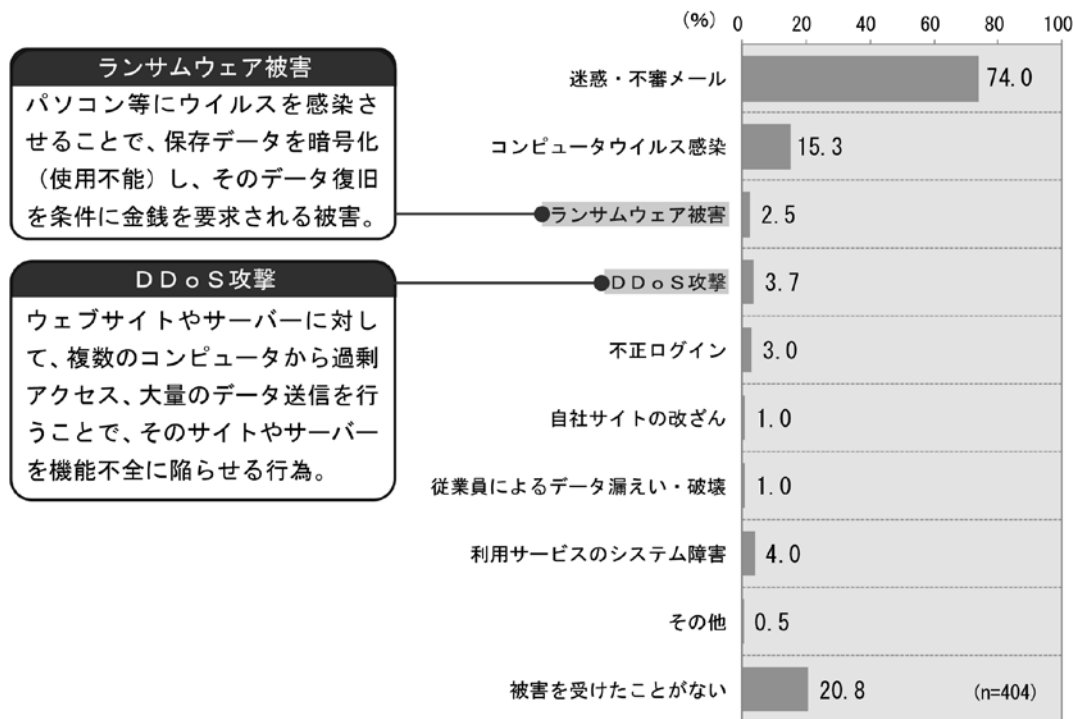
(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」(2024年12月実施)、帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」(2023年実施)、中小企業庁「2024年版『中小企業白書』」

2. IT活用が進む中で、情報セキュリティ事故も多発

IT活用を進める県内企業に対して、情報セキュリティ被害の状況について質問したところ、「被害を受けたことがない」は20.8%にとどまり、「迷惑・不審メール」(74.0%)、「コンピュータウイルス感染」(15.3%)にはじま

り、少数ながら「DDoS攻撃」(3.7%)、「ランサムウェア被害」(2.5%)との回答が見られた。そして、この「DDoS攻撃」、「ランサムウェア被害」といった重大な情報セキュリティ被害に関しては、従業員4人以下の事業者においても発生しており、企業規模に関係なく被害が見られる。

図表2 受けたことのある情報セキュリティ被害（事故）

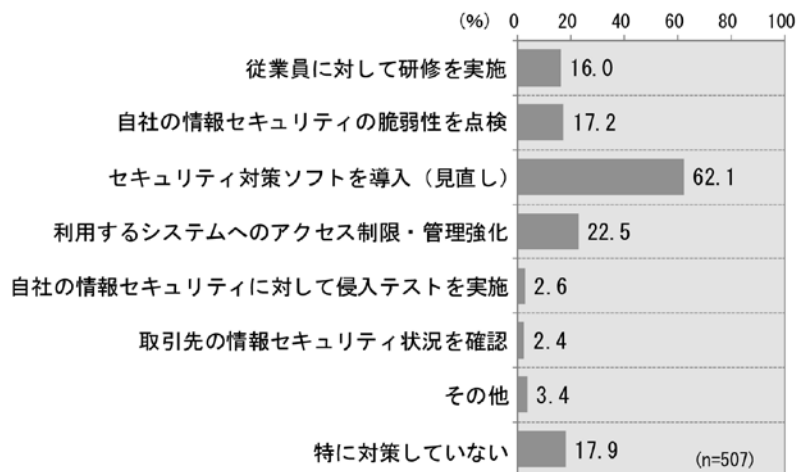


（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」（2024年12月実施）

3. 県内企業の情報セキュリティ対策には課題が残る

IT活用を進める県内企業に対して、情報セキュリティ対策の実施状況を質問したところ、「セキュリティ対策ソフトを導入（見直し）」が62.1%で最も多く、「特に対策していない」とする回答も17.9%を占めた。「従業員に対して研修を実施」、「自社の情報セキュリティの脆弱性を点検」といった対策を実施する企業は、ともに2割弱にとどまった。

図表3 情報セキュリティ対策の実施状況

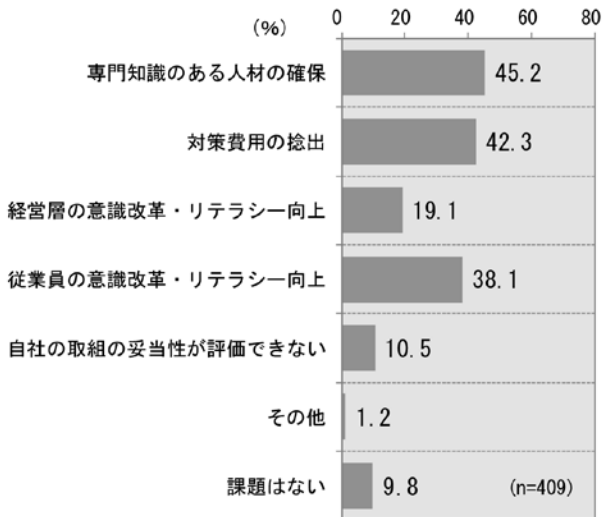


（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」（2024年12月実施）

4. 情報セキュリティ対策を実施する上での課題は「人材」と「コスト」

情報セキュリティ対策を実施する企業に対して、その課題を質問したところ、「専門知識のある人材の確保」(45.2%)、「対策費用の捻出」(42.3%)との回答が多く見られた。

図表4 情報セキュリティ対策を実施する上での課題



(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」
(2024年12月実施)

5. 限られた「人員」「資金」の中でも実施できる対策

前述の通り、コンピュータウイルス感染やDDoS攻撃、ランサムウェア被害といった情報セキュリティ被害は企業規模に関係なく発生している。情報セキュリティ対策の必要性は高まっているが、対策を進める際の課題として、「専門知識のある人材の確保」、「対策費用の捻出」を挙げる企業が多い。ただし、人員や資金に制約がある中でも、「できることから始められる」対策もある。

2024年版の『中小企業白書』(中小企業庁)において紹介されている『中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン』(情報処理推進機構セキュリティセンター)では、社内において実践可能な手順や手法がわかりやすくまとめられている。その最初のステップとして、社内・社外に対して、情報セキュリティ対策

に取り組んでいることを宣言する制度「セキュリティアクション」を活用することは有用だ。以下の情報セキュリティ5か条に取り組むことを宣言することで(独立行政法人情報処理推進機構へ要申請)、取り組みの証であるロゴマークを自社のホームページ、名刺等に掲載することができる。従業員の情報セキュリティ意識の醸成や取引先に対する信頼性向上にもつながり、和歌山県内でも2025年2月初旬時点で約2500社が活用している。

(参考) 情報セキュリティ 5か条

- ① OSやソフトウェアは常に最新の状態に
- ② ウイルス対策ソフトを導入
- ③ パスワードの強化
- ④ 共有設定の見直し
- ⑤ 脅威や攻撃の手口を知る

また、上記『中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン』には、「自社診断のための25項目」が掲載されており、自社のセキュリティ上の課題がどこにあるのか、簡単に診断することができる。まずは、このようなツールを活用しながら、「できることから始める」情報セキュリティ対策が重要と考える。

グラフで見る 和歌山県経済指標

和歌山県経済は、個人消費に弱さが見られる

日本経済の現状(内閣府「月例経済報告 2025年1月」)

景気は、一部に足踏みが残るものの、緩やかに回復している

- ・ 総合判断は5か月連続で据え置き
- ・ 生産、企業収益、公共投資などで判断が下方修正
- ・ 個人消費は5か月連続で判断据え置き

日本経済の見通し(内閣府「月例経済報告 2025年1月」)

先行きについては、雇用・所得環境が改善する下で、各種政策の効果もあって、緩やかな回復が続くことが期待される。ただし、欧米における高い金利水準の継続や中国における不動産市場の停滞の継続に伴う影響など、海外景気の下振れが我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、物価上昇、アメリカの政策動向、中東地域をめぐる情勢、金融資本市場の変動等の影響に十分注意する必要がある。

- ・ 「アメリカの政策動向」が注意点として追加(1月)

和歌山県に関する経済指標の概況(12月公表の指標を中心に)

- 百貨店・スーパー販売額(全店、12月)は、2か月連続で前年を上回った
- 新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、12月)は、3か月連続で前年を下回った
- 2024年通期での新設住宅着工戸数は、前年比4.0%減
- 鉱工業生産指数(11月)は、前月比0.5ポイントの上昇(上昇は3か月連続)
- 公共工事請負金額は、4月～12月累計で前年同期比1.1%減
- 消費者物価(12月)は、コアコアCPIが2か月連続で下降する一方、総合は3か月連続で上昇
- 有効求人倍率(12月)は、2か月連続で上昇

和歌山県内の主な経済指標の状況(前年同月との比較、一部前月との比較)

		2023年		2024年											
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
個人消費	百貨店・スーパー販売額(全店)	○	●	●	—	○	●	●	○	●	○	●	●	○	○
	新車販売台数(登録車、軽自動車[乗用]含む)	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●
	新設住宅着工戸数	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	●	●	○	○
	家計消費支出(除く住居等、二人以上の世帯)	●	●	○	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	
企業活動	鉱工業生産指数 ※前月比	●	●	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	
	公共工事請負金額	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	●	●	●
	TDB景気DI ※前月比	○	●	●	—	○	○	●	●	●	○	●	○	●	○
物価	消費者物価(コアコアCPI、和歌山市)※前月比	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	●
雇用	有効求人倍率(季節調整値)	●	●	●	—	●	●	●	—	○	○	—	—	○	○

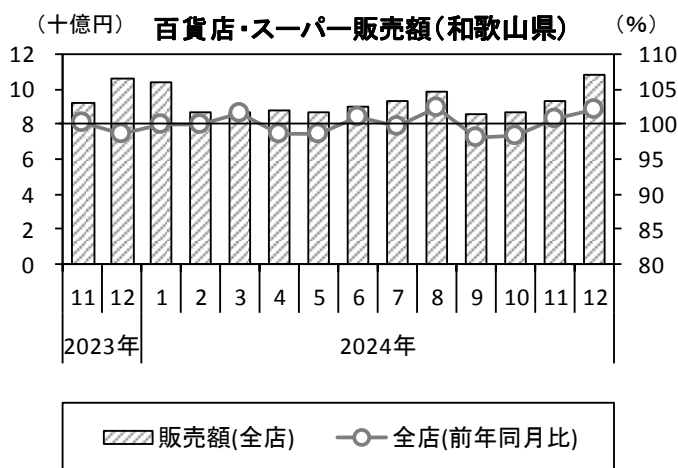
(注) ○：上昇(増加) —：横ばい ●：下降(減少)、空白はデータ未発表

個人消費

百貨店・スーパー販売額(全店、12月)

12月は、前年同月比2.1%増となり、2か月連続で前年を上回った。県内唯一の百貨店である近鉄百貨店和歌山店の販売額(12月)が前年同月比1.3%増であることから、スーパー販売額は百貨店を上回る前年同月比増加率であったと考えられる。12月中旬を中心とした気温の低下から、冬物商材が好調であったことや、キャベツなどの生鮮品価格の上昇が販売額増加に寄与したものと考えられる。

また、コンビニエンスストア、ドラッグストア、家電量販店、ホームセンターの販売額(12月)についても前年同月を上回った。

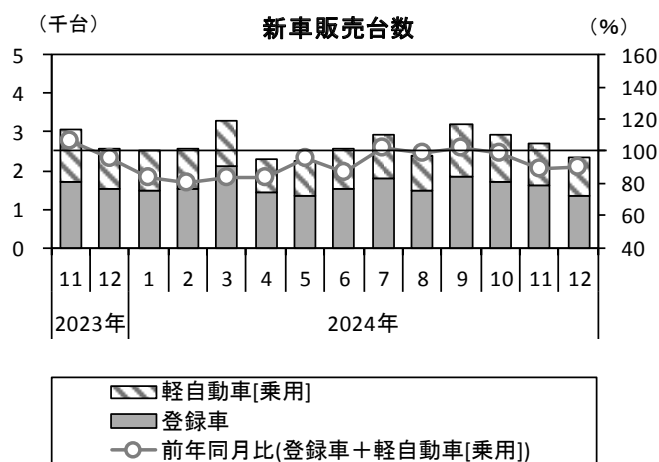


(資料)経済産業省「商業動態統計調査」

新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、12月)

12月は、前年同月比9.5%減となり、3か月連続で前年を下回った。大手自動車メーカーによる認証試験不正問題の影響で、10月末から一部車種の生産停止が続いており、販売台数に悪影響が及んでいる(今後は影響緩和が予想される)。車種別では、登録車が前年同月比11.2%減、軽乗用車が同7.2%減となった。

2024年通期での新車販売台数は前年比9.0%減となっており、年間を通じて認証試験不正問題の影響が色濃く見られた。

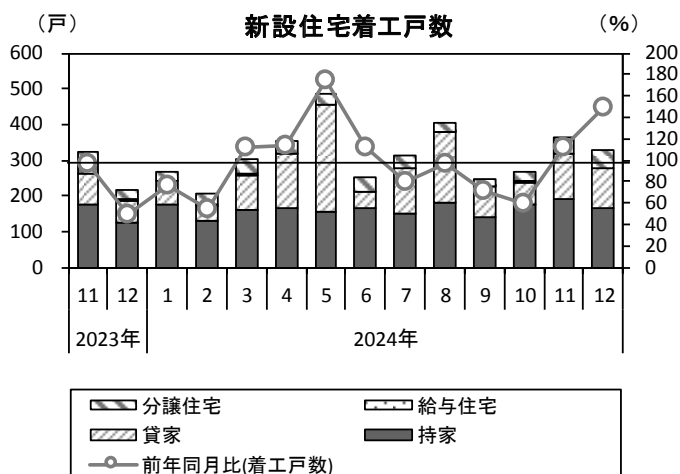


(資料)一般社団法人全国軽自動車協会連合会ウェブサイトならびに和歌山県自動車販売協会資料

新設住宅着工戸数(12月)

12月は、前年同月比49.5%増となり、2か月連続で前年を上回った。2024年通期での着工戸数は前年比4.0%減となっている。「持家」が前年比3.8%減、「分譲住宅」が同29.9%減となる中、「貸家」は同7.5%増となった。資材価格の高騰や人件費の上昇で住宅価格は上昇傾向にあり、「持家」、「分譲住宅」の着工戸数の減少につながっている。

また、地域別に24年通期の着工戸数を見ると、和歌山市や海南市、御坊市、有田市、岩出市などで前年の着工戸数を上回る一方で、橋本市、新宮市、紀の川市では前年を下回った。

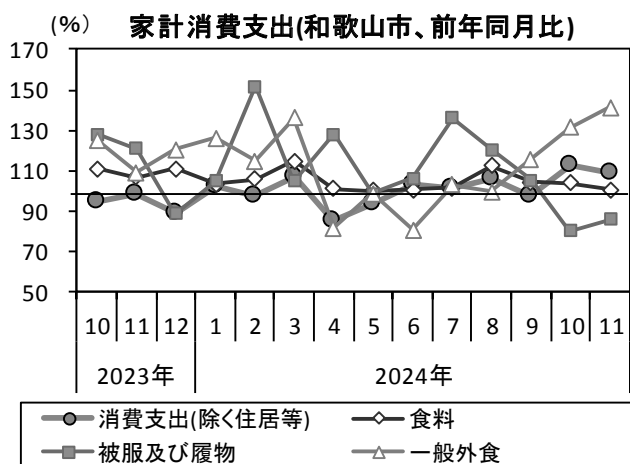


(資料)国土交通省「住宅着工統計」

家計消費支出(除く住居等、11月)

は、前年同月比8.6%増と2か月連続で前年を上回った。費目別では、一般外食、光熱・水道、教養娯楽において支出額が前年を上回る傾向が続いている。その一方で、10月、11月ともに最高気温が平年を大きく上回る日が続いたこともあり、冬物衣料品の販売が低迷し、被服及び履物への支出は減少した。

県内家計消費支出については、前年を上回る傾向が続いているが、全国的に食料品などの値上げを背景として、家計の節約志向は強まっており、県内家計消費についても今後の動向に注意を要する。

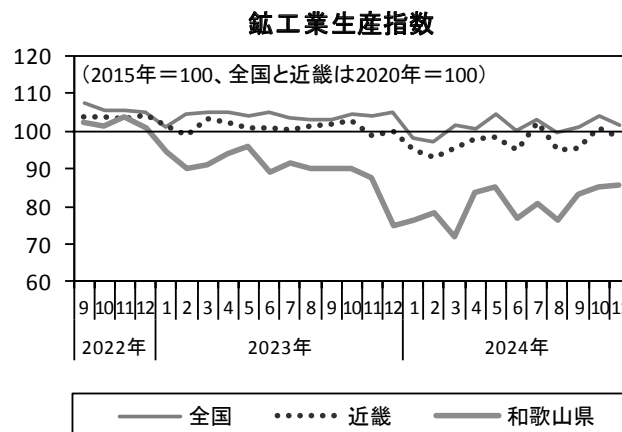


(資料)総務省「家計調査」(二人以上の世帯)

企業活動

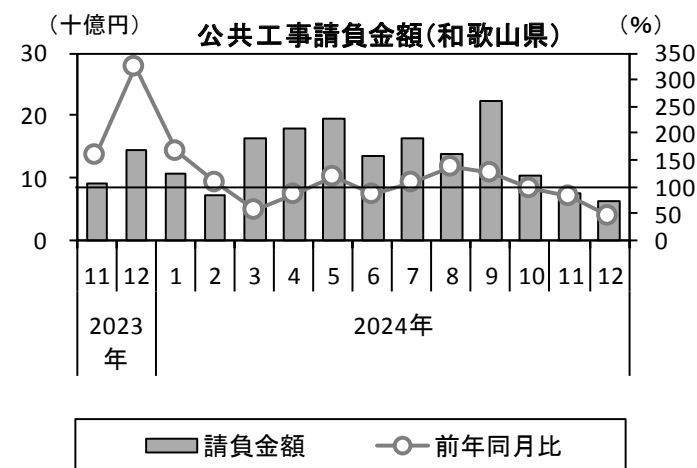
鉱工業生産指数(11月)は、前月比0.5ポイントの上昇(上昇は3か月連続)。2023年10月に県内製油所の精製機能が停止し、化学工業および石油・石炭製品工業の生産指数が大幅に下降。その後は、一進一退の状況にあったが、足下で化学工業を中心に生産指数が改善しており、全体でも持ち直しの動きが見られる。

国内全体でも、生産指数は一進一退の状況にある。先行きに関しても横ばいでの推移が予想される。ただし、トランプ米国大統領による追加関税措置の実施状況次第では、世界的な貿易活動の停滞が見込まれ、国内・県内の生産活動への悪影響が懸念される。



(資料)経済産業省「鉱工業指数」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」
和歌山県調査統計課ウェブサイト

公共工事請負金額(12月)は、前年同月比55.7%減と大きく減少した(2023年12月は大幅な工事額の増加が見られており、今回はその反動減)。この結果、4月～12月累計での請負金額は前年同期比1.1%減となっている。地域別の請負金額では、和歌山市地区、湯浅地区、岩出地区、新宮地区などで前年同期に比べて増加しているものの、田辺地区、御坊地区では大きく減少している。



(資料)西日本建設業保証(株)「公共工事動向」

TDB景気DI(12月)は、(株)帝国データバンクが月次で実施している景気動向調査から算出された景況感を表す値である。この値が50を超えると、現在の景気を「良い」とする事業者数が「悪い」とする事業者数を上回る。

12月の景気DIは前月から2.3ポイント上昇した。製造業の景気DIが3か月連続で上昇。8月以降、県内景気DIは一進一退の状況が続いているが、小規模事業者の景気DIは改善傾向が見られる。

物価

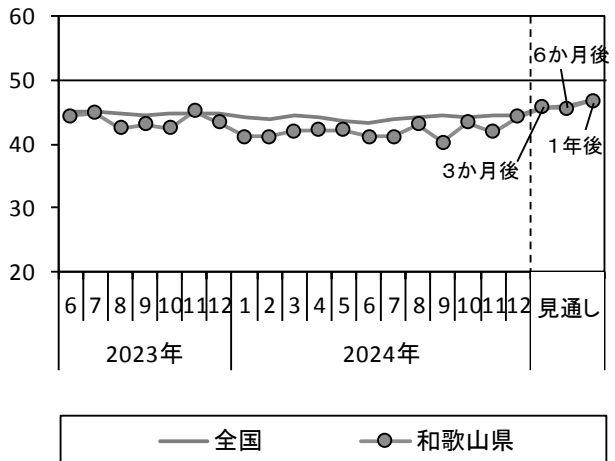
消費者物価指数(和歌山市、12月)は、コアコアCPIが前月比0.1ポイント下降(下降は2か月連続)、総合については前月比0.5ポイントの上昇となった(上昇は3か月連続)。政府の電気・ガス代の負担軽減策の補助終了、ガソリン補助金縮小もあり、エネルギー価格が大きく上昇した。野菜価格の高騰で、生鮮食品価格も上昇している。コメ価格の上昇等を背景に生鮮食品を除く食料価格の上昇も続く。

先行きについては、電気・ガス代に対する負担軽減策が実施(1月～3月使用分)される一方で、ガソリン補助金は1月に撤廃となる。食料価格については、今後も多くの品目で価格上昇が見込まれており、全体的な物価動向についても上昇傾向が続くものと考えられる。

雇用

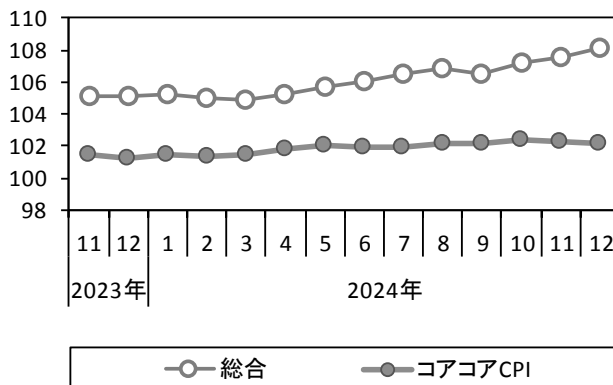
有効求人倍率(12月)は、前月から0.01ポイント上昇し、1.12倍となった(上昇は2か月連続)。新規求人数が10か月ぶりに6,000人を上回った。建設業、運輸業、医療・福祉等の新規求人数が前年同月に比べて多い傾向にある。和歌山労働局は「緩やかに持ち直しの動きがみられるが、求人の一部に足踏み感がある」との判断を維持しており、「物価上昇等が雇用に与える影響に注意する必要がある」と指摘している。

TDB景気DI(判断の分れ目は50)



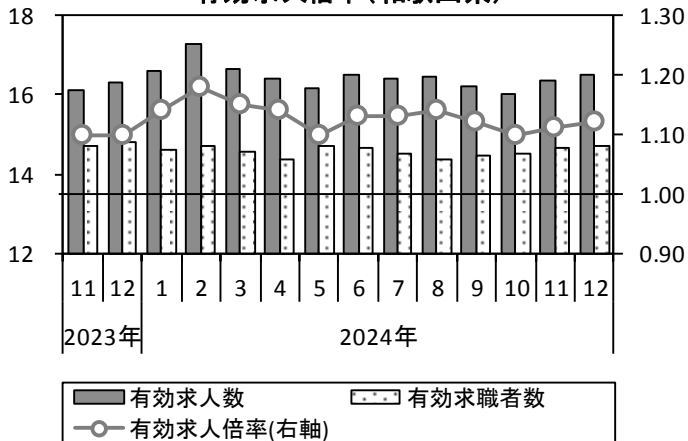
(資料) (株)帝国データバンク

消費者物価指数(和歌山市、2020年=100)



(注) コアコアCPIは食料(酒類を除く)及びエネルギーを除いた物価指数。
(資料) 総務省「消費者物価指数」

(千人) 有効求人倍率(和歌山県)



(資料) 厚生労働省「一般職業紹介状況」

大年神社 ～桜の通り抜けが見事～（和歌山市梅原）



和歌山市の北部、府県境の孝子峠に向かう旧国道26号線（現県道752号線）梅原交差点付近にある大年神社は桜の時期になると素晴らしい姿を見せてくれる。特に写真のように桜のトンネルが見事で、所謂“映える”場所として訪れる人は多い。近くにある小学校の新一年生が暖かい日だまりの中お母さんと一緒によく写真を撮っている微笑ましい光景に出くわす事もある。

この神社、和歌山城から見ると丁度北西にあたり、乾の方向（戌と亥の間なのでいぬい→乾）にある事から別名“乾の宮”と呼ばれ、初代藩主徳川頼宣公をはじめ代々紀州藩主から崇敬され親しまれてきたそうです。遙か江戸時代に思いをはせながら桜の花を愛でるのもいいものですね。（取材 萬羽）



段々畑 ～日本の原風景～（紀美野町三尾川）

紀美野町にはその地形学的特徴から未来に残すべき美しい棚田や段々畑があちこちに点在する。棚田としては見事なススキが原で有名な生石高原の麓に広がる大規模な中田の棚田が有名である。その中田の棚田にひけをとらない風景を見せてくれるのがここ三尾川の段々畑である。

うねりながら等圧線の様に広がる畑は近くで見るより遠目に眺めるのがその全容を視界に納めることが出来る。海南から高野山に向かう国道370号線を走り、途中有田川方面に車を進め登り道を進んでいくと左側に視界が開け、写真のような景色が飛び込んでくる。

全国的に農業従事者の高齢化に伴う後継者不足から耕作放棄地などが問題となっている昨今、これだけの美しい耕作地を全体の調和を保ちながら維持保全されている地元の方達の御努力には頭が下がる思いである。未来に残すべき日本の原風景として全国的な理解と施策が望まれる。

（取材 萬羽）



研究所だより

現在、研究取組み中の一部をご紹介します。

研究テーマ：食料自給率と食料安全保障

昨今、新型コロナウイルスの感染拡大や、ロシアのウクライナ侵攻の影響などにより、小麦や大豆などの穀物価格が世界的に高騰し、日本の食卓も大きな影響を被ったことなどから、食料安全保障における地政学的リスクが顕在化し、平素から不足時における食料供給確保の具体的な方策の検討が喫緊の課題となっています。これまで、食料安全保障に大きな影響を与えるのは、主に気候変動や人口爆発、自然災害、新興国の経済成長と捉えられており、地政学リスクに関してはさほど注視されてきませんでした。また、これまで食料安全保障は経済力で担保できると考えられてきたため、食料安全保障に関しては重要視されてこなかったのが現状です。しかし、地球規模で発生している気候変動や自然災害、パンデミック、軍事的紛争などにより、経済力だけでは食料安全保障は担保できないことが明らかになってきました。

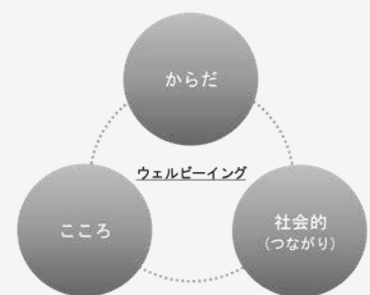
そうした中、国内の農業生産をみると、農家は高齢化と減少をつづけ、それに伴い耕作放棄される農地が増加するなど脆弱化は著しく、我が国の食料自給率をカロリーベースでみると、2023年では38%と先進国の中でも最低の水準となっています。

これらのことを踏まえ、今後も常態化が予想される食料安全保障リスクに対し、低水準で推移する食料自給率の現状を踏まえ、わが国の食料安全保障について考察します。

研究テーマ：ウェルビーイングに関する研究

企業のあり方や個人のワークライフバランスが見直されるなか、「ウェルビーイング (Well-being)」という言葉が注目されています。「ウェルビーイング」という言葉が初めて登場したのは、1946年に署名された「世界保健機関 (WHO) 憲章」で、「健康とは、完全な肉体的、精神的及び社会的福祉 (Well-being) の状態であり、単に疾病又は病弱の存在しないことではない」と示されています。

2015年には、持続可能な開発目標 (SDGs) にも組み込まれ、世界的に関心が高まるなか、日本においても、2021年、政府の「成長戦略実行計画」において、実現すべき目標のひとつとして示されました。今回、ウェルビーイングが注目される社会的背景、自治体や企業等の取組事例について調査し、今後の展望について考察したいと思います。



メールマガジンのご案内

当研究所では“WISE メールマガジン”を発行し、HPの更新状況や、講演会・セミナー等のご案内などをお知らせしております。登録ご希望の際は、下記アドレスの「WISE メールマガジン」から、必要事項をご記入の上、お申し込み下さいますようお願いいたします。

URL : <http://www.wsk.or.jp>

賛助会員募集中

□ 会費：1 □ 2万円(年)

□ 特典：刊行資料の配付、調査・研究成果の提供、講演会・セミナー等への参加、情報提供等

編集後記

「企業の寿命」30年説と長寿・老舗企業の極意

例年、この季節は、毎年恒例のビジネスプラン・コンテストやスタートアップ企業、スモールビジネスについて紹介してきたが、今回は、逆に古くから長く続く長寿企業について記したい。

「企業の寿命30年説」というよく知られた説がある。これは、1983年、『日経ビジネス』誌の特集記事「企業は永遠か」の中で初めて示されたもので、企業には寿命があり、繁栄のピークは、約30年程度であるというもの。但し、経営者の努力によって、企業の寿命を延ばすことも可能であり、また、業種によって差がある（例えば、製造業が最も長く、次いで卸売業、運輸業。金融・保険業は短い）ことも指摘されている。

中小企業白書によれば、起業した後の生存率は、10年後には7割弱、20年後には5割弱となり、その割合は近年、減少している。

2023年に倒産した企業の平均寿命について、興味深いデータがある。東京商工リサーチの調査では、その平均寿命は23.1年で、2007年の調査開始以来、東日本大震災が発生した2011年の23.0年に次いで短い。その背景として、ゼロ金利融資の返済開始や物価の高騰、人件費の上昇、人手不足等が考えられ、それらが複合的に作用し、特に経営基盤の脆弱な業歴の浅い企業にとっては、コロナ禍の影響も推測される。

これらのデータは、企業の長期的な存続が容易でないことを示している。特に新興企業や中小企業は、経営環境の変化に柔軟に対応し、強固な経営基盤を築くことが極めて重要といえる。

一般的に日本の企業は、目先の利益よりも長期的な存続を求める傾向が強いといわれる。そのため、足元の利益率は、欧米と比べて低いが、企業の寿命をみると、長寿企業の数、欧米より日本が多く、「創業100年を超える長寿企業」が、全国に2万社以上あるといわれ、世界的にも傑出している。30年弱で絶えてしまう企業もあれば、成長を続ける企業もある。その違いはどこにあるのか。

「長寿企業の存続メカニズム」について研究されている静岡文化芸術大学 曾根教授のお話を聞く機会があった。日本に長期存続企業が多い理由として、曾根教授は、「長子存続に固執せず、血縁を越えた優れた後継者選び／保守的な企業運用／模倣できない技術で価値を提供／外国からの侵略が少なかった／職人精神の誇りとそれを尊重する社会的雰囲気」をあげる。教授は、具体的な調査対象として、578年（！）創業の金剛組（※2006年に高松建設に株式譲渡）、1610年創業の竹中工務店等の宮大工企業を選び、そのビジネスシステムを分析した。

内容を簡略に記すと、「創業者の『遺言書や家訓』を保持することは大切であるが、時代に合わせて家訓を生かすこと／技能伝承の仕組みにおいて、独自技術の外部流出を防ぐシステムをつくるとともに、組織内で組をつくり、組同士が切磋琢磨し、競いながら、技術を伝承する制度づくり／顧客の維持と新規開拓」等々。即ち、「環境の変化に敏感で、強い結束力があり、模倣困難な価値をもち、土着の産業として定着。資金調達に関しては保守的で、質素倹約を旨とする。技術を向上させながら、伝承する」こと、更に付け加えれば、「危険が生じた時に拡大させず、最小限にとどめる経営危機を回避する仕組み」が求められるという。

和歌山県でも古来より、高野・熊野を訪れる旅人をもてなした旅館や、豊かな自然風土の中で受け継がれてきた伝統的な食品や清酒、工芸品や日用品製造等、様々な分野の長寿企業が今も多く存続している。

県は、2007年より、時代の荒波を乗り越え、100年以上にわたって、伝統の技術や事業を守り、継承することによって、本県の経済発展に貢献し、かつ他の企業の模範となってきた長寿企業を「和歌山県100年企業」として表彰制度を設け、2022年の第6回までに計169社が表彰されている。

直近の第6回表彰では、受賞した22社を代表して、1714年創業という歴史をもつ田辺市の株式会社切目屋薬局の脇村明氏が「…江戸時代末期から現代まで、存続が危なくなかったことは4、5回ありましたが、お客様のために誠意を尽くし、お客様の支援を受けられたから乗り越えられた。今後もさらに精進を重ね、地域に貢献するモデルに…」と挨拶した。

また、和歌山県経営者協会は、2021年に「和経協百年企業の会」（名誉顧問：ヤマサ醤油株式会社（1645年創業）濱口道雄氏、顧問：中野BC株式会社 中野幸生氏）を発足、毎年、総会を開催し、創業百年に達した企業を新会員として紹介するとともに、相互の連携と親睦を図っている。

設立総会で、名誉顧問の濱口道雄氏は、「…なぜ長く続くのかと聞かれるが、その普遍的な答えはなく、継続できた理由はそれぞれだが、共通する点もある。それは老舗の精神、さらに続けていくための使命感ではないかと思う」と語った。因みに、この和経協の会で最も創業が古いのは株式会社総本家駿河屋で1461年、室町時代である。また、2024年度、めでたく創業百年を迎え、会員となったのは、尾高ゴム工業株式会社、久保田工業株式会社、株式会社リカーショップ ゴワの3社で、会員数は、計40社となった。

県の「和歌山県100年企業」には、1604年創業の白浜町の湯崎館、1639年創業の田辺市龍神村の上御殿、同年の下御殿、1650年の川湯観光・富士屋、1781年（以前）のみなべ町の朝日楼等、由緒ある旅館も多く記載されている。

中でも、白浜の湯崎館は、その地の庄屋であった森三太夫が、紀州浅野家の湯守として着任し、日本書紀にも「牟婁の湯」と記された湯崎に於いて、紀州藩から入湯許可の覚書を受け、宿泊施設の経営と地域の共同浴場を管理するようになったのが始まりとされ、白浜温泉街の中心に位置する、最古の老舗旅館である。しかし、湯崎館は、2014年に休館、建て替えを目指すも、2016年閉館。その後、取り壊され、現在はコンビニエンスストアに姿を変えた。維持、存続がいかに大変かを象徴するが、やはり残念なことである。

（谷 奈々）



一般財団法人 和歌山社会経済研究所

〒640-8033 和歌山市本町2丁目1 フォルテワジマ6F
TEL : 073-432-1444 FAX : 073-424-5350

2025年4月9日発行 和歌山社会経済研究所報 第109号

www.wsk.or.jp



リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。