

秋田県市町村未来づくり協働プログラム

八峰町プロジェクト「おがる八峰しいたけプロジェクト」における事後評価調書

1 プロジェクトの目的

本プロジェクトでは、地元定着を促進するために若者が主体的に活躍・交流できる場の創設を支援する取組を行い、これまで町が特産化に取り組んできた菌床しいたけの実践研修施設の充実等により雇用の場を確保するとともに、八峰白神ブランドを中心とした魅力ある特産品づくりや積極的なPR、菌床しいたけ生産の産業振興等を図るため、地域及び地元企業が求める人材を確保することにより、人口減少の抑制と地域の活性化につなげる。

2 プロジェクトの概要

策定 年月日	実施期間	八峰町 事業費 (千円) A	交付金 (千円)	協働事業費 (千円) B	総事業費 (千円) A+B
H28. 1. 15	H28～R1	719, 598 (483, 650)	200, 000	3, 257	722, 855 (483, 650)

※（ ）内は計画値

【プロジェクトを構成する事業】

○八峰町実施事業

事業名	総事業費 (千円)	うち交付金 (千円)	実施年度
若者の地域活動の支援と町内ネットワークの構築	11, 010	0	H28～R1
若者の結婚、子育てに関する支援	6, 516	0	H28～R1
菌床しいたけ実践研修施設等の整備	605, 663	200, 000	H28～29
自立営農に向けた新規就農者への支援	58, 731	0	H29～R1
菌床しいたけなど地元食材を使用した「八峰白神ブランド」の強化	2, 313	0	H28～R1
町内外での積極的なPR、プロモーション	9, 089	0	H28～R1
産業振興による移住・定住の促進等	26, 276	0	H28～R1
計	719, 598	200, 000	

○県関連事業

事業名	総事業費 (千円)	実施年度
自立営農に向けた新規就農者への支援 ※再掲 (国・県補助分)	(35, 713)	R1
白神山麓のナラを活用した菌床生産の調査・検討 (県町協働事業)	3, 257	H28～R1
計	3, 257	

3 プロジェクトの成果指標と達成状況

指標名	基準値 (H26 年度)	目標値 (R1 年度)	実績値 (R1 年度)	達成率
菌床しいたけ関連産業 新規就業者（人）	199	305	305	100%
菌床しいたけ販売額（百万円）	625	1,000	899	90%
菌床しいたけ関連の加工食品 等の開発（品）	0	5	4	80%

4 経済波及効果分析等

八峰町「おがる八峰しいたけプロジェクト」における経済波及効果は、①ハード事業費支出による効果（8 億 4,700 万円）、②ソフト事業費支出による効果（1 億 3,500 万円）、③プロジェクト成果による効果（3 億 2,100 万円）を合わせると、合計 13 億 400 万円であったと推計される。

（単位：百万円）

	直接効果	一次 波及効果	二次 波及効果	総合効果
ハード事業費支出による経済波及効果	553	173	121	847
ソフト事業費支出による経済波及効果	92	25	18	135
プロジェクト成果による経済波及効果	236	51	35	321
合 計	881	249	174	1,304

※ 端数処理の関係で、総合効果とその内訳の合計が一致しない場合がある。

5 民間アドバイザーの意見

（民間アドバイザー：有限会社ウィルビー 代表取締役 志村尚一 氏）

■プロジェクト全体について

八峰町では、基幹産業である農林水産業の衰退などにより、若年層を中心とした町外流出が相次ぎ、人口は合併時(2006 年)の 8,824 人から 6,896 人(2020 年 10 月 31 日現在)まで減少しており、このまま手をこまねいていると人口は 10 年後には 4,825 人、25 年後には 2,876 人まで減少し、高齢化率も 64.5%になると予測されている(予測数値は、総務省・厚生労働省のデータを使用)。

よって八峰町が明るい未来を拓くためには、まずは「若年層の町外流出阻止と町外からの移住促進」「若年層が定住できる所得と雇用を確保するための産業振興」を推し進め、人口減少に歯止めをかけなければならないが、本プロジェクトは、まさにその一歩を踏み出した取組であると評価できる。

各事業の取り組み方や成果等に対する評価・アドバイスは、この「事後評価調書」の評価項目

1. 地元定着を促進するための活動支援等と暮らし相談体制の構築
2. 菌床しいたけ実践研修施設の充実等による就労の場の確保
3. 魅力ある特産品づくりと積極的なPR及び移住・定住の促進等

に沿って述べたいが、全体に関する反省点として、7つの事業で構成されるプロジェクトの共通目的が明確に示されていないことを上げておきたい。

本プロジェクトは、秋田県市町村未来づくり協働プログラムを活用しているが、「協働」とは、異なる力（能力・専門性）を持つ様々な主体（人・組織）が、共通の目的を実現するために、相乗効果を生み出しながら、互いの力を生かし合い、成果を上げる手法である。

よって「協働」という手法を用いるためには、まずはプロジェクトの共通目的を明確にし、それを全ての主体（人・組織）が理解し、共有しなければならない。また「協働」の特徴は、相乗効果を生み出すことを前提としていることだが、そのためには取組に参加する主体（人・組織）が互いの力（能力・専門性）をよく理解し、尊重し合わなければならない。

以上のことから、本プロジェクトは「協働」という手法活用に適した取組だと言える。その根拠は、各事業に対する評価・アドバイスで示したいと思う。

①「地元定着を促進するための活動支援等と暮らし相談体制の構築」について

後述の全体評価に「平成28年度から令和元年までに若者を中心とした4つの団体が立ち上がり、交流人口の増加や若者定住を目的とした様々な活動が実施された」とあるが、まずはこのプロジェクトをきっかけに4つの団体が結成され、同じ目的に向かって協働できたことを評価したい。未来を担う若者が中心となって活動している4つの団体の発展と協働関係の強化は、地域の活性化や産業振興に直結する。人材育成の場や機会としても活用できる。

活動を通して構築される人的ネットワークは、地元で暮らす若者のよりどころ、移住してきた若者の受け皿にもなる。行政には、この4つの団体が、今後も主体性と意欲をもって様々な地域活動にチャレンジできるよう、より一層のサポートをお願いしたい。

イベント等に規格外の農産物や海産物、町産木材、茅葺きの古民家など、なかなか利用価値を見いだせないでいる地域資源を活用したことも高く評価したい。八峰町には様々な地域資源があるが、モノの価値は切り口や生かし方、対象となる人によって大きく変わってくるので、今後もそのような視点を意識した、自由で豊かな発想で地域資源を活用していただきたい。

「若者の結婚、子育てに関する支援」については、出会いの場を創出するという点では成果があったと認められる。サポートに関しては、結婚に至るまでの支援も重要だが、結婚後の生活環境づくり、特に家族以外の人との関係づくりに関する支援・アドバイスも重要だと考える。新型コロナウイルスの影響で、人と人とのつながり、関係性が重視されているが、「八峰町では若者が一緒に地域活動したり、支え合っている。そんな環境の中で暮らしたい。」と言ってもらえることは、大きな結婚支援になるのではないだろうか。

子育て世帯への支援として、子育て支援センターの整備による未就学児の交流場所の提供、保育料や医療費、給食費の軽減を行ったことは、「子育てしやすい八峰町」を実感できる施策として評価できる。それに加えて、このプロジェクトをきっかけに構築される若者の人的ネットワークが、子育ての不安や悩みを素直に相談できる“よりどころ”になるなら、それも大きな結婚支援、子育て支援になるのではないだろうか。

②「菌床しいたけ実践研修施設の充実等による就労の場の確保」について

菌床製造施設の整備により、年間 200 万個だったホダ生産量が 300 万個まで拡大し、新規就農や既存生産者の規模拡大に対応できるようになったことは評価するが、販売額は指標を達成できなかった。これは、生産者の高齢化や摘み取り手の不足等により生産量が減少したためだが、「生産者の高齢化・摘み取り手不足」は以前から緊急課題として取り上げられていた。

「生産者の高齢化による生産量減少」という課題を解決するためには、若い担い手を増やさなければならないが、ポイントは「菌床しいたけの生産・販売が生業として成り立つかどうか」につきる。しかし、生産農家の現状を見ると、どの農家も生産活動は一生懸命だが、利益獲得に必要なマーケティング調査、販売戦略の構築、それに伴う品質改善等に力を注いでいる農家は少ない。今後、若い担い手を増やすためには、専業農家で生活していける利益を獲得するためのマーケティング・販売戦略・品質改善等を学び、適切な指導やアドバイスをもらえる環境を構築しなければならない。環境構築には、行政・JA・(有)峰浜培養・外部専門家等のサポートが必要である。

「摘み取り手不足」という課題を解決するためには、各生産者が直接摘み取り手と交渉していた今までのやり方を見直し、まずは生産者が摘み取り手の情報を共有し、収穫時期の調整を行い、摘み取り手に効率的に働いてもらえる仕組みを構築しなければならない。

それは生産者にとっては労働力の確保、摘み取り手にとっては効率的に報酬を得られるというメリットになる。その仕組みづくりには、行政・JA・(有)峰浜培養のサポートが必要である。

ホダの原料は現在は岩手県産のナラ材を使用しているが、それを町内のナラ材に変えて検証してみたところ、品質・数量ともに遜色ない菌床しいたけを収穫できた。八峰町産の菌床しいたけの価格や収益をアップするためには、付加価値を増やさなければならないが、例えば、町内のナラ材を使用できれば、世界遺産・白神山地のネームバリューも活用でき、八峰町産菌床しいたけの価値を高めることができる。勿論、価値として最も大切な要素は味と品質だが、地域資源を生かした“八峰町ならではのブランド商品”にするための研究・努力は必要である。

③「魅力ある特産品づくりと積極的なPR及び移住・定住の促進等」について

「魅力ある特産品」を開発するためには、まずは企画段階で「その商品に魅力を感じ、再生産が可能な利益を取れる価格で購買してくれる消費者はいるのか、そのマーケットの大きさや将来性は」などを徹底的に調査・分析し、それを事業に関わる全ての主体（人・組織）が共有しなければならない。そして、意欲と覚悟を持って商品開発を行わなければならない。それがマーケティングコンセプト（誰に購買してもらうか狙いが明確）を基にした商品開発である。

事業報告に「最大の反省点は、行政主導で進めたため、参加した事業者の意識が“行政から頼まれたから”というレベルだったこと、だから魅力ある特産品も開発できなかった」とあるが、こういう協働事業は、関与するすべての主体（人・組織）のスタート時点での意識レベルが重要である。今後もこういう事業を実施するなら、その準備をしっかり行ってほしい。マーケティングコンセプトという手法も活用していただきたい。

商品が開発されれば次はPR、そして販売だが、マーケティングコンセプトを基にして開発した商品は、「どこの、誰に向かって、どんな方法で」と「求める成果」が明確な戦略を立てることができる。そうなれば、首都圏等で開催されるイベント・商品展示会などへの参加も、もっと主体性を持って参加することができる。

「移住・定住の促進」についても、「どういう人なら八峰町に移住して幸せになれるか」という要素を徹底的に掘り起こし、整理し、分かりやすく提示することで、「自分らしい生き方」を求める人々とのマッチングを進めることができる。ただし、移住・定住の相談を受けるときは、八峰町の良さや魅力をアピールするよりも、まずは移住に興味を持つ人が「どんな暮らしをしたいのか」をしっかり受け止めることが重要である。

「町のアピールより、移住に興味を持つ人の人生が大事」ということをきっちり伝えることは、移住者を迎える町の覚悟を示すことにもなり、町への信用・信頼も高まると考える。

また、移住者を増やすためには「暮らしに必要なお金をどうするか」という問題も出てくるが、そうすると「若者が定住できる所得と雇用を確保するための産業振興」を推し進めることがますます重要になる。産業振興を推し進めれば、八峰町に不足しているスキルやノウハウも必要になると思うので、そういう人材を求めることも移住促進につながると考える。

■今後に向けて

このようなチャレンジ事業は、成果も上がるが反省点も多々出てくる。最も大事なことは、その反省点を次のステップにどのように生かしていくかである。

まずは、5年間の取組を様々な切り口で検証・分析し、「やってみて気づいたこと、学んだこと」を整理し、今後の取組に活用していただきたい。

特に、「協働という手法を用いた産業振興、地域づくり」に関しては、力を注いでいただきたい。そして、「八峰町の未来を拓く」ために、住民同士が様々な場面で協働できる環境、人的ネットワークを構築していただきたい。

6 その他の参考となる事項【成果指標外の成果】

○魅力ある特産品づくりについて

八峰町では、生薬の栽培・販売促進に力を入れており、平成25年度より町が試験栽培を開始し、令和2年度現在、農家9人がカミツレ・キキョウを栽培している。町内で一番収穫量が多いのはキキョウで、根の部分が生薬の原料となるが、生薬としての出荷規格を満たすのは約6割となっている。

そのため、廃棄する部分を極力抑えるため、残りの3割については食品への利用を検討し、商品開発に取り組んだ結果、現在では5店舗がそれぞれ開発したメニューを来店者に提供している。

7 全体評価

(1) 地元定着を促進するための活動支援等と暮らし相談体制の構築

平成 28 年度から令和元年度までに、若者を中心とした 4 つの団体が立ち上がり、交流人口や関係人口の創出につながる工夫を凝らしたイベントが開催されるなど、若者の地域活動を促進させることができた。県結婚サポーターへの登録者数が、平成 28 年度から令和元年度までに 5 名増加し、17 名が活動しており、年 1 回結婚サポーター連絡会議を開催して結婚支援に関する情報共有や意見交換を実施している。

「出会いの場応援事業」を活用し、個人や任意団体、企業がイベントを開催することで出会いの場を提供している。そのうち 2 組は結婚まで進展した。

子育て世帯への支援としては、子育て支援センターを整備し、未就学児の交流場所を提供したほか、保育料や医療費、給食費を軽減するなど、ライフステージに応じた施策を展開した。

(2) 菌床しいたけ実践研修施設の充実等による就労の場の確保

菌床しいたけ関連事業では、菌床製造施設の整備により、これまで年間 200 万個だったホダ生産量が 300 万個まで拡大され、新規就農や既存生産者による規模拡大に対応できる体制を整えることができた。

また、新規就農者がスムーズに栽培等に取り組めるよう研修用施設を新設し、平成 30 年度より 2 年間、2 名が研修を行った。その結果、1 名が新規に就農し、1 名が他の菌床しいたけ農家に雇用されている。

新規就農の 1 名は補助事業を活用し、令和 2 年 2 月に栽培棟 2 棟を新設し、また、本事業には該当していないが、既存の菌床しいたけ農家 1 名も令和 2 年 2 月に補助事業を活用し栽培棟 2 棟、培養棟 1 棟を新設している。

しかし、菌床しいたけ農家の高齢化や摘み取り手の不足等により生産量が減少したため、販売額は指標を達成することができなかったが、令和 2 年度以降はこれらの施設の稼働による販売量・販売額の増加が見込まれるため、今後指標を達成できるよう継続して支援する。

(3) 魅力ある特産品づくりと積極的な P R 及び移住・定住の促進等

特産品の開発については、はっばううましブランド推進協議会のメンバーを中心に特産品開発・販路開拓・P R 事業を展開してきた。協議会は令和元年度をもって解散したが、参加したメンバーが中心となり、八峰町の商品開発を牽引している。

この協議会が解散した理由としては、先進地視察や研修会、P R 事業がマンネリ化し、今後の活動の進展が見られなくなったことが挙げられる。町が主導し設立され、事業内容の案も町の担当者が考え、会員に案を示して進めていたため、会員の自主的な活動へ発展させることが出来なかったことが反省すべき点である。

しいたけの加工品については、町民が町からの補助を受け、「オイル漬け専門店ノルテカルタ」を平成 31 年 4 月に起業し、菌床しいたけの芽かき品（生育不良のため捨てている部分）を活用し、オイル漬け、タブナード、バーニャカウダの 3 品を開発・販売し、全国に向けて販路を拡大している。タブナードについては、ANA ビジネスクラスの国際線機内食（令和 2 年 9 月～11 月）に採用されている。

現在しいたけを食材にした新商品を開発中とのことなので、八峰町及び秋田県のしい

たけのPRにもつながるものとして期待している。

また、ハッピーマッシュ株式会社が菌床しいたけを乾燥させてスライスし、令和元年度より販売しており、販路拡大を目指している。

町の特産品PRについては、平成28年度から令和元年度の各年度に首都圏でのイベントを行った。

都内の商店街に店舗を借り、単独で特産品フェアを開催。消費者の反応を見ながら販売し、アンケートにより商品改良の参考とした。県主催等大規模なイベントに参加する場合と比べ、単独で開催することにより、他のブースに埋もれず、八峰町をPR出来ることはメリットであるが、会場準備からレンタル品の手配など、準備の手間やコスト面に課題が残った。

移住・定住の促進では、東京での移住相談会に実際に移住した町民に同行してもらい、実体験を話してもらうことで、相談者の移住に関する具体的なイメージを持ってもらうことができた。

町内でお試し移住ツアーを開催し、自然や食、人など町の魅力に触れてもらい、6人がツアーを通して移住した。移住された方は交流会を開催し、移住者同士や町民との交流を図っている。

8 今後の推進方針

(1) 地元定着を促進するための活動支援等と暮らし相談体制の構築

平成28年度から令和元年度にかけて、町内の若者を中心とした4団体が定住及び交流人口の増加に向け交流促進事業を活用した。構成人数は4団体で町内外合わせて延べ32名で、規格外の農産物や海産物、町産木材、茅葺き古民家といった地域の資源を生かした交流の促進、食材の宣伝等を行った。

4団体が地域活性化のために開催したイベントの参加人数の合計は次のとおり。

イベント参加人数			(単位：人)
H28	H29	H30	R1
182	626	263	278

事業実施期間に立ち上がった4つの団体の継続・発展につながるようなサポートや、町の地域の元気づくり活動支援事業により、さらに地域活動に取り組む団体が出てくるような施策等を展開し、地域活動の支援と団体同士のネットワークづくりを推進する。

出会いの場応援事業については、平成28年度から令和元年度の間に6団体が9回のイベントを開催し、延べ人数で男性111名、女性89名が参加した。そのうちカップルが成立したのは3組だが、出会いの場の創出という点では成果があったと考える。

イベント参加人数			(単位：人)
H28	H29	H30	R1
42	29	7	122

結婚サポーターや町内の団体、個人、企業によるイベント開催等を支援することで、結婚を希望する方へ出会いの場を継続して提供するなど、出会いから結婚までのきめ細かな支援を推進する。また、子育て世帯に対する経済的な支援を引き続き行うとともに、子育て支援センターについては、未就学児及びその家族の交流や相談対応、子育て関連の情報発信など、子育て支援拠点としての機能の充実に図る。

（２）菌床しいたけ実践研修施設の充実等による就労の場の確保

菌床しいたけ販売額については、令和元年度までに目標としていた指標を達成することができなかったが、令和元年度に栽培施設の新設者が２名、また、令和２年度中にも栽培施設の整備予定者が２名いるため、これらの施設が順調に稼動すれば、販売額・雇用者数の増加を見込むことが出来る。

一方、令和２年の４月～８月の菌床しいたけ販売額（ＪＡ出荷分のみ）は次のとおりで、事業実施前の平成２７年度と比較して、令和２年度の５か月分の販売額は２８％の増となっていることから、事業を活用し、整備した施設の稼動により販売額が伸びてきていることが分かる。

菌床しいたけ販売額

（単位：千円）

年 度	H27	H28	H29	H30	R1	R2
４月～８月分 合計	256,420	295,963	304,807	296,937	299,974	329,055
年度計	748,948	808,270	817,194	829,574	899,376	－

令和元年度・令和２年度に施設整備した生産者が事業計画どおり収量を増加できた場合には、令和３年度には販売額１０億円を達成できる見込みとなる。

また、菌床しいたけ生産者の所得を向上させるため、どのような菌床しいたけが好まれているかマーケティングを行い、必要に応じて販売先・販売方法について見直すとともに、労働力確保のため、各生産者が収穫時期の調整を行いながら、それぞれで働いている摘み取り手の情報を共有し、各生産者が直接摘み取り手と交渉、確保する方法について、ＪＡや（有）峰浜培養と検討する。

新規就業者の確保という点では、指標を達成することができたが、高齢化等で離職する方もおり、令和元年度時点の就労者実数としては２３５人となっており、離職する方について、その理由の分析を行い、就業条件の見直しや賃金の向上等、対策を検討する。

現在、（有）峰浜培養で１人が令和３年度末までの予定で菌床しいたけ栽培の研修中で、新規就農の際は、施設の新設への補助事業の活用や、既存の施設の活用など、ＪＡ及び（有）峰浜培養と連携し、サポートする。

また、現在、（有）峰浜培養は、岩手県の西和賀町からナラのオガ粉を購入し、ホダの原料としているが、町内のナラ材を原料にしたホダの製造の可能性について、県町協働事業により検証するため（有）峰浜培養で試験栽培を行った結果、現在製造しているホダと比較して品質・数量ともに遜色ない菌床しいたけを栽培できた。現在、（有）峰浜培養は、補助事業等の活用を要望し、オガ粉製造を行う施設の整備を計画している。

町内のナラ資源を活用することで、ナラ枯れ被害対策、森林所有者への利益の還元及びホダの安定的な供給を目指すとともに白神山地の知名度を生かした菌床しいたけのブランド化を図る。

（３）魅力ある特産品づくりと積極的なＰＲ及び移住・定住の促進等

特産品開発については、結果や実績を急ぐあまり、行政主導で商品開発に手をかけすぎると事業者は「どうせ町がやってくれる」「町に頼まれたから参加しているだけ」と他人事になってしまう。結果的に良いものは完成することではなく、責任を持って売出す覚悟の無い商品は長続きしないと感じた。

以上の反省を踏まえ、このプロジェクトで得られたノウハウやアイデアを今後に生かし、事業者自らが自発的に商品開発に取り組めるよう、令和２年度からは、新商品開発や販路開拓、宣伝ＰＲと幅広く活用できる「八峰町地域資源活用商品開発等支援補助金（補助率１／２ 上限１０万円）」を創設している。

しいたけの加工食品の開発については、指標の５品は達成できていないが、ノルテクアルタは現在、しいたけを加工した新商品を開発中とのことなので、町でも各種補助制度等を活用し、しいたけの新商品開発・市場開拓を支援していく。

首都圏で開催した商店街等での独自（単独）プロモーションについては終了し、秋田県が主催する「ＡＫＩＴＡワンダフルフェス」や全国町村会が主催する「町イチ！村イチ！」等のイベントに積極的に参加しＰＲしていく。

本町出身の若年層を中心に定住・移住に関する情報を発信するため、継続的な関係を構築できる体制を整備する。また、菌床しいたけ関連をはじめとした仕事のマッチングなどを通して雇用の確保につなげるほか、リモートワークができる移住者を呼び込み、新たな視点による新商品の開発などを進めていく。

【プロジェクトチーム構成員】

八峰町	企画財政課、農林振興課 産業振興課
秋田県	地域づくり推進課、移住・定住促進課、次世代・女性活躍支援課、秋田うまいもの販売課、農林政策課、農業経済課販売戦略室、園芸振興課（幹事課）、山本地域振興局