

# 地域ブランドを育むまちづくり

## ー市町村合併と大山ブランドー

奥 田 憲 昭

はじめに

1. 合併前の大山町の概要
2. 大山町とNPC運動
3. 合併協議合意書と大山ブランド
4. 新しい大山農協と大山ブランド
5. 日田市のまちづくりと大山ブランド

おわりに

### はじめに

平成の市町村合併は峠を越し<sup>1)</sup>、現在多くの新市が「新市建設計画」に基づいたまちづくりに取り組んでいる。合併した新市なかには日田市のように「新市建設計画」に基づいて早速「総合計画」の策定に取り組んでいる市町村もみられる。こうしたなか、大分県下における新市のまちづくりにおいて共通して重要な課題となっているのは一村一品運動の下で旧市町村が育んできた地域ブランドをいかに継承し、発展させるか、といった問題である。

地域ブランドという用語は近年多方面で広く使用されるようになってきているが、その用法には広義と狭義の二つの意味がある。広義の用法とは、ブランドのなかに商標化されていないさまざまな特色ある有形・無形の地域資源をも含めて使用するものであり<sup>2)</sup>、狭義の用法とは商標化された商品に限定して使用するものである<sup>3)</sup>。本論文では後者の広義の意味で使用し、地域ブランドを「地域の産品や有形・無形の地域資源を、技術の錬磨や開発によって質の高い

## (2) 地域ブランドを育むまちづくり

ものに育て上げ、全国的・国際的に愛用されるようになったもの」と定義しておく。

大分県は、第47代平松守彦知事が就任した1979年（昭和54年）以来じつに24年間一村一品運動を展開してきた。この間、「由布岳と金鱗湖の湯布院温泉」、「日本一の炭酸泉・長湯温泉」「関サバ・関アジの佐賀関」「城下カレイの日出町」「ブドウとスッポン養殖の安心院町」などをはじめ、数多くの地域ブランドが育ち、大分県の一村一品運動の名は全国に知れわたった<sup>4)</sup>。今日では「一村一品」という用語自体が地域ブランドとして全国的にも国際的にも定着している<sup>5)</sup>。

大分県の合併後のまちづくりにおいては、こうした一村一品運動のもとで育まれてきた周辺部の地域ブランドを継承し、それをさらに発展させる政策展開が必要である。本論文においては大分県の数多くの地域ブランドのうち一村一品運動の元祖として知られる大山町を事例として取り上げ、合併が大山ブランドにどのような影響を与えるのか、さらにはこれまで培われた大山ブランドを新しい日田市のまちづくりのなかでどのように継承し、育んでいけばよいのか、といった問題について検討することとする。

### 1. 合併前の大山町の概要

合併前における大山町の土地利用面積は45.7km<sup>2</sup>。そのうち山林が37.12km<sup>2</sup>、農用地が4.57km<sup>2</sup>、水面が1.99km<sup>2</sup>、道路が0.91km<sup>2</sup>、宅地が0.83km<sup>2</sup>、その他が0.3km<sup>2</sup>を占めており、山林が全体の81.2%を占める中山間地域である。

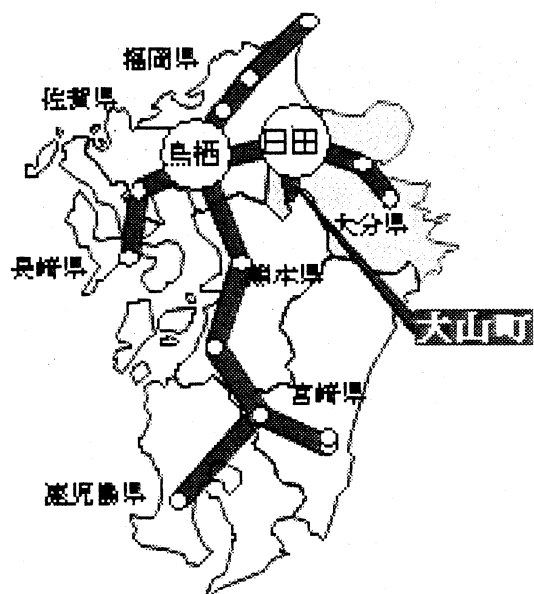


表1 人口と世帯の推移

	S35	S40	S45	S50	S55
人 口	6,168	5,755	5,118	4,701	4,716
人口増減	—	△413	△637	△417	15
世 帯 数	1,107	1,125	1,069	1,059	1,055
	S60	H2	H7	H12	H17
人 口	4,727	4,373	4,226	3,910	3,600
人口増減	11	△354	△147	△316	△310
世 帯 数	1,058	1,046	1,044	1,027	992

注：各年とも国勢調査人口（H17年は速報値）

2005（H17）年の国勢調査における大山町の人口は3,600人、性別人口は男性1,704人・女性1,896人、世帯数992世帯、1世帯当たり人員3.63人となっている。1世帯当たり人員3.63人は、合併が進む前の旧市町村単位でみた場合、大分県内で突出して多い人数となっている<sup>6)</sup>。なお、2000（H12）年の高齢化率は27.2%、産業別人口は第1次産業32.6%、第2次産業29.6%、第3次産業人口37.8%となっている。

NPC運動が始まった昭和36年頃の人口は6,168人と6,000人を超えていた。高度経済成長期の昭和30年代後半から40年代にかけては全国的都市化のなかで多くの人口が転出し、昭和50年には4,701人にまで減少した。その後、全国的不況で地方の時代と呼ばれた昭和50年代にはえのき茸の伸びもあり、他の町村の減少が続くなかでわずかながら人口が増加した。しかし、平成時代になって再び減少傾向となり、平成17年の国勢調査結果では3,600人にまで減少している。

(4) 地域ブランドを育むまちづくり

表 2 最近の人口動態

年	人口増減	出生	死亡	自然増減	転入	転出	社会増減
平成13年	△40	31	39	△8	117	149	△32
平成14年	△70	26	37	△11	95	154	△59
平成15年	△71	21	54	△33	109	147	△38
平成16年	△83	21	46	△25	100	158	△58

注：各年とも大分県毎月流動人口調査による。

表 2 が示しているとおおり、平成13年からの人口動態は、自然増減、社会増減とも減少傾向を示しており、例年自然減少よりも社会減少が多くなっている。また、表 3 が示すとおおり高齢化率は年々高くなり、平成16年には30.1%に達している。日田市の他の旧郡部町村ほどではないにしても<sup>7)</sup>、大山町の人口減少と高齢化の流れは加速しており、こうした傾向は今後も続くものと予想される。

表 3 年齢 3 区分別人口・割合

	0～14歳	15～64歳	65歳以上	総 数
昭和55年	1,033(21.9)	2,991(63.4)	692(14.7)	4,716
平成 2 年	896(20.5)	2,650(60.6)	827(18.9)	4,373
平成12年	616(15.8)	2,231(57.1)	1,063(27.2)	3,910
平成16年	525(14.4)	2,023(55.5)	1,098(30.1)	3,646

注：各年とも国勢調査人口

## 2. 大山町のNPC運動

大山町<sup>8)</sup>は一村一品運動の元祖と呼ばれている。これは、一村一品運動の推進者である前平松知事が<sup>9)</sup>、すでに成熟期を迎えていた大山町のNPC運動を一村一品運動の先駆的役割を果たした事例として自ら取り上げたことにもよる<sup>10)</sup>。

大山町のNPC運動 (New Plum and Chestnuts) は内発的な地域活性化運

動として評価されている<sup>11)</sup>。このNPC運動は、第1次NPC運動、第2次NPC運動、第3次NPC運動の3期に分けられる。第1次NPC運動は村民の所得を向上させるため昭和36年に始められたものであり<sup>12)</sup>、米作中心の耕種農業と畜産業を止め、梅・栗中心の果樹農業に切り替えよう、という農業構造改良運動であった<sup>13)</sup>。NHKラジオドラマ、NHKテレビなどで紹介され、「ウメ・クリ植えてハワイへ行こう」というキャッチフレーズが有名になった。当時、所得向上とともに農家や若者に夢をもたせたNPC運動の成果は全国の農村に大きな感銘を与え、むらおこしのモデルとして高く評価された。

第2次NPC運動は、梅の出荷が始まった昭和40年に開始された。その推進要綱では「総ての住民が、運命共同体の構成員を自覚し、健康で明るい豊かな心をもって生活を営むことのできる教養と知識をもつ人格を養うことを目的とする」とあり、人づくりに力点を置いた運動が展開された。それは、習慣づけ学習、海外での体験学習、生涯教育、カルチャーバス、有線放送を活用した学習活動など社会教育に重点をおいた運動であった<sup>14)</sup>。

第3次NPC運動は、「都会並みの環境整備をめざした新しい理想郷づくり運動」として昭和44年に始まった。昭和45年に過疎法が施行され、大山町も過疎地域の指定を受けて過疎債による幅広い事業が可能になった。また、昭和46年に自治省の推進するモデル・コミュニティの指定を受けたことも、この運動に弾みをつけた。第3次NPC運動はコミュニティづくりであり、35の集落を8の文化施設集積団地に分け、コミュニティセンターなどのコミュニティ施設を体系的に整備し、コミュニティ活動を活性化しようというものであった<sup>15)</sup>。

こうしたNPC運動は住民運動というよりも、農協組合長であり村長であった八幡治美（昭和30年～昭和46年）のリーダーシップによる自治体・農協主導のむらづくり運動であった<sup>16)</sup>。すなわち、第1次NPC運動は農協と自治体が主導して住民に働きかけた農業構造転換運動であり、第2次・第3次NPC運動は主に自治体が主導して住民に働きかけた社会教育・コミュニティ運動であつ

(6) 地域ブランドを育むまちづくり

た。いずれも自治体・農協の働きかけに住民が呼応したものである。

山本透が主宰する「ニューメディアと地域活性化」研究会が、1990年に大山町住民300人を対象に実施した「テレビ視聴と地域社会に関する意識調査」のなかで、NPC運動の原動力となった要因とその背景に関する質問を行なっている。この要因に関する調査結果によれば、上位5位は「農協の存在」60.2%、「町役場の存在」49.4%、「各種団体のリーダーの存在」43.3%、「大山農協有線放送の存在」34.2%、「大山町有線テレビの設置」32.5%、となっている。また、NPC運動などの地域活性化運動の原動力になった背景に関する質問の調査結果においては、「新しいことに取り込もうとする気風があったから」58.9%、「生活をよりよくしようとする気風があったから」52.8%、「お互いに協力しあう気風があったから」39.8%、「リーダーなどの意見にしたがいやすい気風があったから」27.7%となっている<sup>17)</sup>。

この調査結果にもみられるように、NPC運動は農協・自治体が主導したものであり、けっして住民が主導したものではない。しかし、政府が米増産政策をとり、それに基づき県が米一俵増産運動、豊後牛の拡大運動を強く指導するなかでこれに同調せず、中山間地大山町の地理的条件や日本人の食生活の変化を考慮して米づくりに見切りをつけ、独自のむらづくり運動を展開したという意味で、それはきわめて内発的地域づくり運動であった、と言えよう。

昭和29年から62年まで大山町農協組合長、昭和30年から46年まで村長・町長を務めた八幡治美時代からすでに35年近くの歳月が流れた。にもかかわらずNPC運動の底流にあった「自立と協働の精神に基づくまちづくり」は脈々と引きつがれ、今日に至っている<sup>18)</sup>。ただ地域ブランドとしてのNPC運動は時代の変化とともにその意義が変化してきている。

地域ブランドは、その時代において地域として自ら誇れるものであると同時に、地域の外の社会から特色があり、優れたものとして認められることが必要である。大山町の地域づくりのうち時代の変化に耐えて生き残り、現在でも外

から特色あるものとして高く評価される地域ブランドは、第1次NPC運動に源流をもつ「大山ブランドの食品づくり」であろう。第2次・第3次NPC運動の「人づくり」「コミュニティづくり」も依然として活発に行われている<sup>19)</sup>。しかし、それらは高度成長期におけるむらづくり、むらおこしとしてモデル的な意味をもっていたとしても、今日ではもはや特に特色のあるものとはいえなくなっている。もちろん「人づくり」「コミュニティづくり」は、少子高齢化の進む今日でも地域づくりのなかで強く求められている課題である。それだけに多くの市町村が取り組んでいるものであり、それを地域ブランドとするにはよほどの特色が求められる時代になってきているのである。

大山町のまちづくり自体も大きく変化してきた。平成14年に策定された『第4次大山町総合計画』ではNPC運動は退いてしまっている。新しいまちづくりに向けた基本理念に、①共生のまちづくり、②循環のまちづくり、③協働のまちづくりを掲げ<sup>20)</sup>、まちづくりの基本方向を、①山河につつまれた爽やかな郷土づくり、②よろこびを生む多彩な産業づくり、③お互いの心がかよう安心ネットづくり、④ふれあいが育む楽しい学びや人づくり、⑤人とまちが携えあう開かれたまちづくりとしており、これらの理念や基本方向のなかにNPC運動の精神を踏襲しつつも、NPC運動という用語そのものは総合計画の理念から消失してしまっているのである。

この基本計画において特に注目されるのは、大山川再生計画の推進などによる水環境の保全と大山ダム周辺整備プロジェクト・豊後大山ひびきの郷整備プロジェクト・水辺プラザ整備プロジェクト・田来原美しい森づくり公園整備プロジェクトなどの大型地域創造プロジェクトが計画されていることである。前者の水環境の保全は下笠・松原ダムによる発電所稼働により水無川状態になっていた大山川の水量を増加させようという住民の水量増加運動に呼応したもので、すでに基本計画が示された2002年3月に国土交通省筑後川ダム統合管理事務所が進めていた放流設備改築工事が完成し、現在は毎秒4.5トンが放流され

## (8) 地域ブランドを育むまちづくり

るようになっている。

### 3. 合併協議合意書と大山ブランド

市町村合併は自治体の合併である。これまで地方のまちづくりの多くは自治体主導で進められてきた。それだけに地方における合併がまちづくり全体に大きな影響を及ぼすことが予想される。特に旧町村部の地域ブランドについてはプラスというよりもマイナスに影響するのではないかという懸念が強い。とりわけ長年にわたりNPC運動を進めてきた大山町住民の間ではこうした懸念が特に強いといえよう<sup>21)</sup>。そこでここでは合併前における大山ブランド形成への自治体の取組みとそれに関連する合併協議会における協議結果について検討しておくこととしたい。

#### (1) 合併前の大山町と大山ブランド

大山ブランドとは、第1次NPC運動の流れを汲む食品づくり、すなわち「大山梅」「大山えのき」「大山すもも」「大山クレソン」「大山ハーブ」など大山産の農産物とそれらの加工品、さらには農産物や加工品を活かした地域施設や活性化事業全体を総称したものである。「大山梅」「大山えのき」などの農産物はすでに大山ブランドとして確立され、「木の花ガルデン」「豊後大山ひびきの郷」などの大山町ブランドを活かしたさまざまな活性化事業もまちづくりに大きく貢献している。

平成12年、NPC運動40周年記念事業が行なわれた。しかし、このことは同時に自治体が主導するNPC運動の意義が時代とともに薄れ、すでに過去のものとなりつつあることを意味していた。町政はNPC運動の精神を受け継ぎながらも、基本計画にみられるとおり「豊後大山ひびきの郷」「大山ダムに係る水源地域整備計画」などの大型プロジェクトへとシフトし、大山まちづくりは新たな展開をみせていたのである。



平成14年に策定された総合計画には施策体系図が載せられている<sup>22)</sup>。この施策体系図によれば、新たな農業の展開として第三セクターを設置し、そこで①大山ブランドの確立、②市場調査・商品開発・販路開拓、③イベント交流事業の充実、を行なうこととなっている。一方、大山町は国・県と連携しながら、①中山間地域総合整備事業・新山村振興農林漁業特別対策事業・中山間地域等直接支払制度の実施などの農業生産基盤の整備や農業振興計画の推進を行ない、農協とは加工流通体制の充実を中心に連携・協力する、としている。また、社団法人の大山町農業開発公社は、①農地保有合理化事業、②農作業受委託業務事業、③担い手育成支援事業、④農業情報の収集・提供・及び研修事業を行なう、となっている。この施策体系図において特に注目されるのは、新たな農業の展開として第三セクターを設置し、そこで市場調査・商品開発・販路開拓を行ない、大山ブランドの確立を行う、としている点である。これは自治体の大山ブランド形成への積極的意欲を示したといえよう。しかし、この第三セクターによる大山ブランド確立計画は、第三セクターに対する社会の見方が変化してきたこともあり、合併までに具体化することはなかったのである。

## (2) 合併協議と大山ブランド

合併協議会において合併方式については合併協議の冒頭から対立した。このため合併方式の決定は合併協議の最終段階で行ない、合併協議そのものは対等な精神で行なうこととなった。しかし、再三に亘る協議の末、最終的には郡部町村が譲歩し、旧日田市の主張どおり、合併方式は編入合併ということで決着した。それだけに合併後の日田市では旧日田市のまちづくりが優先され、大山町など周辺町村のまちづくりが軽視されてしまうのではないかと、という懸念は払拭されない。ここでは大山ブランドに係る合併協議項目とその内容及び調整結果を明らかにするとともに調整結果の問題点を指摘しておく。

合併の協議項目及びその内容をみると、大山町の大山ブランドへの係りは大

(10) 地域ブランドを育むまちづくり

大きく、①生産・加工に関連するもの、②農産品の販売施設に関連するもの、③観光施設やイベントに関連するものの三つに分けられる。生産・加工に関連するものには、社団法人大山農業公社の実施する農地保有合理化事業、農作業受委託業務事業、担い手育成支援事業、農業情報の提供及び研修事業、梅の木オーナー事業、農業振興地域整備計画などによる農業基盤整備計画、大山ダム水源地域整備計画による農畜産物処理加工施設・産地形成促進施設の設置計画などがある。

また、農産品の販売施設に関連するものとしては、「おおやま生活領事館イン福岡」、「株式会社おおやま夢工房」の物産館、大山ダムに係る水源地域整備に伴う農林水産物直売・食材供給施設等の整備計画、「大山町有線テレビ(OYT)」による市況情報・農業気象情報・営農指導等の各種情報提供などがあり、観光施設やイベントに関連するものとしては、「豊後大山ひびきの郷」「たべもの館」「梅蔵」「梅資料館」「ふるさと祭実行委員会補助金」「NPCまつり」「梅まつり」などがある。

表4は大山ブランドの育成に係る合併協議項目と調整結果を示したものであり、表5はそれぞれの合併協議項目の大山ブランドとの係りを解説したものである。表4の調整結果によれば、「新市において新たに策定する」、「新市において調整する」、「新市に引き継ぎ、合併後統合を図る」、「新市において慎重に検討する」といった言葉が並んでいる。このことは、新日田市では旧大山町における大山ブランド育成支援事業を引き継いだ後、ほとんどすべての事業においてその事業内容を見なおすことを示唆しているといっても過言ではない。問題は将来、事業がどのように評価され、どのように見直されるかである。ただ、合併した平成17年度においてはほとんどの事業が引き継がれており、見直しは行なわれていない。具体的な見直しが出てくるのは平成18年度以降になるものとみられる。ここでは平成17年12月現在ですで見直しが実施されたものとして農業振興に係る補助事業の平成17年度予算を表6に示しておく。農業振興費

各種補助事業の補助金については、日田地区農業振興協議会負担金が114,000円から87,000円に減額となり、大分県農業祭負担金が65,000円から90,000円に増額になっている。しかし、ほとんどの項目が合併前の予算額で引き継がれている。

表4 大山ブランドに係る調整項目と調整結果

調整項目	調整結果
①社団法人大山農業公社	社団法人大山農業公社は、それぞれの設立の経緯及び地域性を踏まえ、新市に引き継ぐ。新市において、経営の合理化及び事業の効率化を図るため、統廃合を検討する。
②農業関係事業	農業振興地域整備計画、農業農村整備事業管理計画及び地域農業マスタープランは、新市において新たに策定する。
③大山ダムに係わる水源地域整備計画	大山ダムに係わる水源地域整備計画は、新市に引き継ぐ。
④地域振興策	(1) おおやま生活領事館イン福岡は、新市に引き継ぐ。 (2) その他の地域振興施策については、過去の経過を踏まえて現行制度を新市に引継ぎ、事業内容については新市において調整する。
⑤観光（施設）	観光施設は、新市に引継ぎ、維持管理及び運営については、各施設の設置の趣旨を尊重しつつ、施設の一元的な管理を含めて新市において調整する。
⑥観光（補助・イベント）	観光関係の補助金については次のとおりとする。 (1) 観光協会補助金は、当分の間現行のとおりとし、交付団体の動向を見ながら新市において調整する。 (2) 他の補助制度は、新市に引継ぎ、補助額及び補助内容について新市において検討する。 (3) イベントは、新市に引継ぎ、統合可能なものについては合併後統合を図る。
⑦第三セクター	第三セクター（株式会社及び有限会社）については現行どおりとする。ただし、新たな増資及び赤字補填等の公的支援については、新市において慎重に検討する。なお、合併前の増資については6市町村で事前に協議するものとする。

資料：「日田市郡合併協議会協議資料」より

注：調整結果（合意文）は大山町に係るものに限って掲載している。

(12) 地域ブランドを育むまちづくり

表5 調整項目の大山ブランドとの係り

<p>① 社団法人大山農業公社</p>
<p>農地の有効利用、農作業の受委託、育苗対策事業、中核的担い手農家の育成及び営農集団の活性化、農業従事者の高齢化対応を目的として平成10年2月に設置された。基本金は800万円で、大山町が500万円、JA大山町が300万円出資している。</p> <p>農地保有合理化事業、農作業受委託業務事業、担い手育成支援事業、農業情報の収集・提供及び研修事業等を実施している。平成14年度から「梅の木オーナー事業」を実施し、113万8千円の事業収入を上げている。農業者の高齢化に伴い作業受委託者は年々増加している。</p>
<p>② 農業関係事業</p>
<p>大山町はS46年10月に農業振興地域の指定を受け、S49年3月に「農業振興地域整備計画」の認可を受けた。平成16年度には計画の見直しを予定していた。「農業農村整備事業管理計画」は策定していなかった。</p>
<p>③ 大山ダムに係る水源地域整備計画</p>
<p>大山ダムは、筑後川水系赤石川の大分県日田郡大山町大字西大山地先に、洪水調節、流水の正常な機能の維持及び水道用水の確保を目的として建設される多目的ダムである。</p> <p>この計画は、本ダムの建設により総面積約72.0ヘクタール（うち農地面積約10.8ヘクタール）、住宅21戸が水没するため、その周辺地域の生産機能や生活機能に及ぼす影響を緩和し、関係住民の生活の安定と福祉の向上を図ることを目的として、本ダムに係る水源地において、生活環境、産業基盤等を計画的に整備しようとするものである。</p> <p>計画に係る事業としては、土地改良事業、治水事業、道路の整備に関する事業、簡易水道の整備に関する事業、下水道の整備に関する事業、林道の整備に関する事業、農業（畜産を含む）、林業又は漁業の経営の近代化のための共同利用施設の整備に関する事業、公民館その他集会施設又は民俗文化財もしくは有形文化財（考古資料その他学術上価値の高い歴史資料に限る）の保存及び活用のための施設の整備に関する事業、スポーツ又はレクリエーションの用に供する施設の整備に関する事業、消防施設の整備に関する事業、し尿処理施設の整備に関する事業、がある。</p> <p>これらのうち大山町が事業主体となるのは、土地改良事業と治水事業（大分県が事業主体）以外の事業のすべてである。予定工期は平成10年度から平成18年度を目途としている。</p> <p>事業は多方面に亘っているが、「大山ブランド」の育成に直接的に係るのは、農業（畜産を含む）、林業又は漁業の経営の近代化のための共同利用施設の整備に関する事業である。この事業は、大山町大字西大山において農畜産物処理加工施設、産地形成促進施設、農林水産物直売・食材供給施設等の整備を行い、前津江村大字大野において、集成材加工施設等の整備を行うものである。</p>

## ④地域振興策

大山町は、大山ダム建設をきっかけに水をとおして福岡都市圏との結びつきが深まった。そこで、上下流交流の推進拠点として平成10年に福岡市西区に「おおやま生活領事館イン福岡」を建設した。「おおやま生活領事館イン福岡」は新市に引き継がれる。生活領事館は物と情報を中心としたアンテナショップとは異なり、「人」との交わりを強く意識している。交流を通しての住民意識の改革、下流域住民の力（人・知恵・資金等）を引き込んだ融合化を図っている。

大山町に係るその他の振興施策には「大山町有線テレビ（OYT）」「NPC運動」がある。このうち「大山町有線テレビ（OYT）」は昭和62年にCATV局を開設し、地域情報、農産物市況情報、農業気象情報、営農指導等の各種情報を町民に発信し、農村の活性化を図ってきた。現在は、農産物市況情報、自主放送（地域に密着した毎日のニュース等）、リクエストチャンネル（双方向による視聴者からの番組リクエスト放送）、高度農業気象情報システム（気象庁のデータと直結し、アメダス情報や台風情報の提供）や有線電話、告知放送、ファックスサービスも行なっている。

## ⑤観光（施設）

大山町には自治体が管理・運営を委託している観光施設として「豊後大山ひびきの郷」「日田おおやまユースホステル」がある。このうち「豊後大山ひびきの郷」は第三セクター管理となっている。また、自治体が直接管理している観光施設としては「たべもの館」「梅蔵」「梅資料館」がある。

## ⑥観光（補助・イベント）

大山町のイベント補助としては「ふるさと祭実行委員会補助金」「NPCまつり」「梅まつり」「ふるさと夏まつり」がある。

## ⑦第三セクター

「株式会社おおやま夢工房」は、町民に健康の場を提供し、産業の振興及び交流の促進により地域活性化を図ることを目的として設置された滞在型交流施設。資本金1億5000万円で、大山町が1億円（66.7%）出資している。農畜産物処理加工施設（梅酒・すもも酒・ハーブ酒などのリキュール工房）、物産館（農産加工品）、レストラン（ふるさと料理ひびき）、体験工房施設（こころみ）、温泉施設（梅の香温泉なごり湯）、宿泊施設（お宿あさもや）などの施設がある。

資料：「日田市郡合併協議会協議資料」より

(14) 地域ブランドを育むまちづくり

表 6 農業振興費各種補助事業及び補助金

単位：円

補助金名	H15年度	H16年度	平成17年度予算	
日田農業技術者連絡協議会負担金	15,000	15,000	本庁より	15,000
日田地区農業振興協議会負担金	46,000	114,000	本庁より	87,000
大分県農業祭負担金	90,000	65,000	本庁より	90,000
花卉生産消費拡大負担金	39,000	42,000	本庁より	42,000
農業公社活動費運営負担金	700,000	700,000	大山振興局	700,000
梅生産安定推進活動費補助金	330,000	300,000	本庁より	300,000
園芸産地改革促進生産対策事業補助金	8,230,000	8,230,000	本庁より	8,230,000
農村若者定住促進資金利子補給	18,156	15,144	本庁より	10,562
スーパーM資金利子補給	1,591			
農業災害資金利子補給	3,917			
中山間地域等直接支払い制度事業交付金	3,146,754	3,146,754	本庁より	9月補正
農業信用基金協会出資金	130,000	130,000	本庁より	130,000

資料：大山町決算書

#### 4. 新しい大山農協と大山ブランド

これまで大山ブランドの育成において自治体が果たしてきた役割と合併協議会における調整結果について述べてきた。しかし、大山ブランドの中核部分である「梅と高次元農業」はもともと大山町農協が中心となって展開してきたものである。そこで次に大山農協の動向と大山ブランドの育成についてみておくこととする。

##### (1) 大山町農業の概要

表7は産業別就業人口の動向を示したものである。これによれば、高度経済成長時代に入る直前の昭和35年には大山町の就業者の70.1%が第1次産業（農業と林業）に従事していた。それが昭和45年には47.5%に、昭和55年には34.0%に減少した。その後平成2年には37.8%に回復したが、平成12年には31.6%

に減少した。一方、第3次産業の比率は年々高まり、平成12年には41.7%を占めた。大山町の就業構造は次第に都市化してきている。

表7 産業別就業人口の動向

(単位：人、%)

	総数	第1次産業		第2次産業		第3次産業	
		実数	比率	実数	比率	実数	比率
昭和35年	2,990	2,095	70.1	401	13.4	494	16.5
45年	2,554	1,213	47.5	567	22.2	774	30.3
55年	2,362	804	34.0	715	30.3	843	35.7
平成2年	2,303	868	37.8	619	26.6	816	35.6
平成12年	2,010	636	31.6	535	26.6	839	41.7

資料：総務省統計局『国勢調査報告書』

表8は年少人口、生産年齢人口、老年人口の比率を示したものである。これによれば大山町の農家世帯員数は、平成2年には3,111人であったのが平成12年には2,442人にまで減少し、減少傾向が続いている。なかでも14歳以下の世帯員の減少が著しく、農家の少子化傾向を示している。

表8 年齢階級別農家世帯員数（総農家）の推移

(単位：人)

	計	14歳以下		15～64歳		65歳以上	
		実数	比率	実数	比率	実数	比率
平成2年	3,111	637	20.5	1,898	61.0	576	18.5
平成7年	2,816	502	17.8	1,856	65.9	458	16.3
平成12年	2,442	355	14.5	1,624	66.5	463	19.0

資料：九州農政局大分統計情報事務所：『農林業センサスからみた市町村のすがた』

(16) 地域ブランドを育むまちづくり

表9 専兼業別農家数（販売農家）と構成比の推移

(単位：戸、%)

	計	専業農家		第1種兼業農家		第2種兼業農家	
		実数	比率	実数	比率	実数	比率
平成2年	430	64(53)	14.9	123	28.6	243	56.5
平成7年	421	68(46)	16.2	104	24.7	249	59.1
平成12年	346	64(34)	18.5	80	23.1	202	58.4

資料：九州農政局大分統計情報事務所：『農林業センサスからみた市町村のすがた』

表9は販売農家の専兼業別農家数とその構成比の推移を示したものである。これによれば農家数が減少するなかで専業農家数は変わらず、その比率は増加している。一方、兼業農家は減少しており、とりわけ第1種兼業農家の減少が目立っている。

(2) 新しい大山農協と大山ブランド

「一村一品」の元祖として知られる大山町の地域おこしは地域ブランドの走りと言われている<sup>23)</sup>。この地域おこしとしての第1次NPC運動は農協主導であり、大山農協の基本方針と強く結びついていた。NPC運動の指導者であった八幡治美は、当時の農協の基本方針として、①高次元農業の展開、②貯金運動のすすめ、③購買品の安価な仕入れと販売、④加工品によるブランド商品の開発、⑤経営利益の村おこしへの還元、⑥休暇のすすめ、⑦少量生産・多品目栽培（ムカデ農業）の推進、⑧牛追放運動、⑨軽労働による農婦病の追放の9項目を挙げている<sup>24)</sup>。

こうした基本方針に基づき大山農協と大山町は連携してNPC運動を展開してきた。しかし、今日の大山農協もこうしたNPC運動を基礎としつつ新しい時代に対応した農協に変化してきている。現在の大山町農協の理念と指導路線（指導方針）は以下のとおりである<sup>25)</sup>。



### 大山町農協運営の理念

1. 我々は一致団結して、豊かな活力ある農村づくりに励みます。
2. 地球環境と生命体を大切にした生産と包装に取り組みます。
3. 生活者に評価される産品を開発し、新鮮で安全なものを提供します。
4. 快適で文化の享受できる農村社会を興し、次世代に引き継いでいきます。
5. 世界の町や村、そして都市と農村の交流の輪を広げていきます。

### 大山町農協指導路線

1. オーガニック（有機無農薬）農業を推進します。
2. 環境にやさしい資材・包装を推進します。
3. 時代に即応した流通の開拓を行います。
4. 高付加価値産品開発に努め、収益率の高い農業をめざします。
5. 若者が継ぎたくなる快適農業を推進します。
6. 週休三日の余暇で文化の創造を行います。
7. 都市と農村との交流事業をすすめます。

第1次NPC運動と比較して新しい大山町農協運営の理念と指導路線は、オーガニック（有機無農薬）農業と環境、さらには都市と農村の交流を強調している点にその特色がある。こうした新しい理念と指導路線は大山ブランドのめざす方向性をよく表している。

これまで大山ブランドといった言い方を大山町農協や大山町が積極的にしてきたわけではない。また、「大山町の地域おこしは地域ブランドの走りである」といったように評価される場合、それは専らNPC運動といった大山町独特の地域おこしを意味しており、必ずしも大山町の梅やその加工品のブランド化を意味していたわけではない。しかし、大山町が合併して日田市となり、地域ブランドという言い方が商標化とともに広く使用されるようになってきた今日、大山町農協の取り扱う梅やリキュール類等の加工品、さらにはオーガニック農業による「大山えのき」「大山ハーブ」等の農産物を大山ブランドとしてブランド化していく必要性が高まっている。

大山町農業は第1次NPC運動以来、少量生産・多品目栽培（ムカデ農業）、

## (18) 地域ブランドを育むまちづくり

高次元農業を基本方針としてきた。大山町農業は梅・栗だけではなく、きのこやハーブなどさまざまな農作物を出荷し、リキュール類など多くの加工品を生産している。今日の大山ブランドは地域おこし・ムラおこしとしてのブランドではなく、梅とオーガニック農業によって生み出された農産品（えのき・ハーブ等）を意味している。このうち「大山梅」「大山えのき」のブランド性はすでに確立されている。これに対して「大山きのこ」・「大山ハーブ」等のブランド性の確立はまだまだこれからの課題である。国際標準化機構の環境マネジメントシステムISO14001の取得（平成16年1月14日）はこれらオーガニック農業による「大山きのこ」や「大山ハーブ」のブランド性確立に大いに役立つものと考えられる。

### (2) 大分大山農協の組織と大山ブランドの現況

大分大山町農協の組織は、金融事業部、管理部、生活事業部、営農流通事業部、菌茸事業部からなり、このうち営農流通事業部は、営農・渉外・食品加工の部門からなっている。営農部門は販売、営農指導、かまで総合センター、経営指導、施設、資材、堆肥工場を担当している。経営指導係の下には梅・李・栗・ブドウ・シトロン・ギンナン・クレソン・ブラッサム・ハーブ・施設園芸・木の花ガルデン・えのき・ナメコ・菌床椎茸の小組合がある。渉外部門は外商と木の花ガルデンの係があり、外商係は中国の蘇州大山蜂蜜有限公司、蘇州西山国家現代農業示範園區有限責任会社と取引している。木の花ガルデンは、大山店、ひた店、大分明野店、大分わさだタウン店、別府鶴見園店、福岡西新店、福岡野間大池店を管理している。

菌茸事業部は菌茸部門と菌床椎茸部門があり、菌茸部門は伝里工場・追分工場・小五馬工場・原菌センターを管理し、菌床椎茸部門は東釣工場と榎木センターを管理している。

生活事業部は燃料・Aコープ・支所の部門からなっている。Aコープの下に

はAコープ運営委員会がある。また、管理部は総務・経理部門からなり、総務部門は文化係・庶務係に分かれている。文化係は余暇担当と広報担当があり、余暇担当はハワイ旅行や中国蘇州呉縣市友好交流を、広報担当は機関紙・有線放送を担当している。

部門別の職員数は表10のとおりである。組合員数は、正組合員数640戸（677人）、准組合員数206戸（208人）となっている。平成12年農林業センサスでは大山町の農家戸数は346戸となっており、正組合員数640戸は大山町農家戸数を大幅に上回っている。これは大山町に隣接する旧町村の農家が大山町農協の正組合員になっていることを意味している。

表10 部門別職員数

( ) は嘱託

参事	営農流通事業部												
	営農指導		契約指導員		経営指導		公社出向		資材		施設	堆肥	販売
1	6		(10)		2		0		2(1)		1	0	3
営農流通事業部			菌茸事業部						金融事業部				
外商	加工	ガーデン	伝里	追分	小五馬	原菌	東釣	楢木	信用	共済			
7	5	7(2)	4	2	1	2	5	2	7(2)	4(3)			
生活事業部					管理部					計			
スタンドプロパン			Aコープ		支所	庶務	文化	経理	電算				
3			2		1	3	1	5(2)			76(20)		

資料：大分大山町農業協同組合『種をまき 夢を追う』8頁  
注：このほかパート従業員が168人（男20人、女148人）いる。

表11は、大山町農協が取り扱った農産物の年間販売総額の推移を3年ごとに示したものである。これによれば、昭和61年（19億9千万円）から平成7年（24億4千万円）まで農産物の年間販売額は順調に伸び続けた。しかし、平成7年から平成13年（20億2千万円）にかけては経済不況の影響もあり伸び悩んだ。平成16年にはやや持ち直して21億2千万円の売り上げとなっている。

## (20) 地域ブランドを育むまちづくり

表11 農産物販売総額の推移

(単位：千万円)

年 度	S61年	H 1 年	H 4 年	H 7 年	H10年	H13年	H16年
金 額	199	226	237	244	226	202	212

資料：『種をまき 夢を追う』大分大山町農業協同組合

表12は、昭和50年度から平成16年度にかけての大分大山農協における主な農産物の販売高（売り上げ実績）の推移を示したものである。これによれば、梅は平成2年度（2億3千3百万円）を頂点に平成13年（5千6百万円）まで下がり続けた。平成16年度には8千2百万円まで持ち直している。平成2年以降の急

表12 農産品の販売高

(単位：100万円)

主な作目	S50年度	S60年度	H 2 年度	H10年度	H 3 年度	H16年度
梅	60	175	233	118	56	82
栗	50	11	6	3	2	1
すもも	10	98	142	102	95	92
ゆず	—	—	—	8	5	8
銀杏	—	—	—	23	12	6
ぶどう	7	19	17	6	5	1
えのき茸	83	1,370	1,276	801	668	697
なめこ	2	6	130	307	278	252
菌床椎茸	—	—	—	386	323	216
クレソン	0	20	89	120	113	87
ハーブ	0	0	52	152	159	174
ブラッサム	—	—	—	9	7	5
実山椒	—	—	—	8	9	7
葉ワサビ	—	—	—	5	7	4
ミニトマト	—	—	—	11	10	7
木の花市場	—	—	—	17	255	455
合 計	656	1,966	2,220	2,080	2,023	2,122

資料：『種をまき 夢を追う』大分大山町農業協同組合

速な落ち込みは、木の花ガーデン市場での取引が増加したことによるものである。栗は昭和50年には5千万円の売り上げがあった。しかし、その後は安い中国産栗の影響を受けて減少し続け、平成16年度には100万円まで落ち込んでいる。果樹ではすももが平成2年度まで伸び続けたが、平成10年以降は減少している。

えのき茸は昭和50年度以降伸び続け、昭和60年度には13億7千万円まで売り上げを伸ばした。しかし、平成の時代に入り低迷するようになり、平成10年には8億1百万円へ減少し、平成16年度は6億9千7百万円となっている。えのき茸が減少する一方、平成時代になってなめこや菌床椎茸の売り上げが大きく伸びた。なめこは昭和60年には6百万円であったものが平成2年には1億3千万円へ、平成10年には3億7百万円へと急成長した。菌床椎茸（ヘル椎）は平成時代に入りなめこ以上の目覚ましい伸びを示した。平成2年度には農協の統計表にも独立した項目はなく、きのこ類のその他で扱われていた。しかし、平成3年より新項目として統計が取られるようになり、平成10年度には3億8千6百万円の販売額に上った。平成10年度以降は木の花市場の影響によりなめことともに伸び悩み、平成16年度は2億1千6百万円と減少している。

そ菜類ではハーブの伸びが著しい。昭和時代にはほとんど売り上げがなかったが、平成2年度には5千2百万円の売り上げとなった。その後も伸び続け、平成16年度には1億7千4百万円の販売額に成長している。

平成時代になり、農協が取り扱う農産物とは別に農産物直販所である木の花市場での販売額が急速に伸びた。木の花市場販売額は大山店など農産物直販所「木の花ガーデン」全体で取り扱った農産物販売額を意味している。

大山町にある「木の花ガーデン」と福岡市、大分市、別府市、旧日田市にある六つの販売店の総年間販売額と出荷農家数の推移は表13のとおりである。平成2年7月に農産物直販所とレストランを併設した大山店がオープンしたが、平成2年度の年間販売額は6,800万円であった。その後、店舗も増設して販売

## (22) 地域ブランドを育むまちづくり

額を増やし、平成8年度には6億4千万円、平成14年度には10億円を突破して12億円<sup>26)</sup>、平成16年度には遂に15億300万円の売り上げを記録した。集荷農家人数も平成2年の210人から平成8年度には1,295人、平成16年度には2,464人にまで増加した。最近では大山町内の農家からだけでは賄いきれず、隣接農村の農家と契約を結び集荷しているほどである。

表13 「木の花ガルデン」の年間販売額と集荷農家数の推移

(単位：100万円, 人)

	H2年度	H4年度	H6年度	H8年度
年間販売額	68	226	448	640
集荷農家人数	210	460	960	1,295
	H10年度	H12年度	H14年度	H16年度
年間販売額	739	850	1,200	1,503
集荷農家人数	1,650	1,863	2,267	2,464

資料：『種をまき 夢を追う』大分大山町農業協同組合

以上のごとく新しい理念を掲げた農協は、農産品をめぐる厳しい競争のなかで新しい産品を次々と開発しながら生き延び、一村一品運動の元祖であるNPC運動を基調としながらも、「大山梅」・「大山えのき」・「大山きのこ」・「大山ハーブ」などの新しい大山ブランドを確立していった。とりわけ、農産物直販所の「木の花ガルデン」の販売額は、食の安心・安全を求める消費者ニーズとも合致して飛躍的に伸びていった。また、こうした農協の新しい大山ブランド確立においても大山農業公社、「木の花ガルデン大山店」「おおやま生活領事館イン福岡」、「おおやま夢工房」などにおける旧大山町の行政支援を見逃すことはできない。

## 5. 日田市のまちづくりと大山ブランド

まちづくりへの取り組み方は、新設合併と編入合併により異なるところがあ

る。新設合併においては対等合併を精神として合併協議が行なわれており、新市建設計画においても、これまでに合併する各市町村が取り組んできたまちづくり・地域づくりをできるだけ継承し、発展させようとする配慮がなされる。これに対して、編入合併の場合は中核となる市と編入される町村の人口格差が大きいため中核市主導の合併協議となり、ほとんどの協議項目が中核となる市に合わせる形で合意され、編入される町村の合併後のまちづくりに十分な配慮がなされない場合が多い。もちろん全体的行政水準からすれば村よりは町、町よりは市が高い。しかし、小さな村や町には市にはない独自の地域づくりがあることを忘れてはならない。本来の編入合併は、中核となる自治体が編入した旧町村の独自のまちづくりに合併後も責任をもつということである。

大分県の場合は一村一品運動の下で特色ある地域づくりが県下全域の町村において展開されてきた。大山町や中津江村の地域づくりは全国に誇れる大分県においても最も独自性の高い特色ある地域づくりである。編入合併した日田市の合併後のまちづくりにおいてはこうした郡部町村の特色ある地域づくりへの配慮がなによりも必要である。幸いにも日田市郡合併協議会においては対等な精神で協議がなされてきた。その精神を合併後も持ち続けることが重要である。

そこでここでは日田市が合併後のまちづくりにおいて旧町村の特色ある地域づくりを継続し、さらに発展させるにはどうすればよいのか、といった問題について大山ブランドの育成に関連して5点ほど指摘しておくこととしたい。

まず、第一に指摘されるのは市長をはじめとする自治体職員の意識改革である。編入合併となったため旧日田市の市長がそのまま新日田市の市長となった。新日田市長は合併した旧日田市のみならず旧町村のまちづくり・むらづくりの責任を果たさなければならない。そのためには旧町村のまちづくり・むらづくりの歴史と現状を知ることが大切である。一村一品の元祖といわれた大山町のまちづくりとはどのようなものであったのか、大山農業の現状はどうなっているのか、といったことをまず知る必要がある。自治体職員についても同様であ

#### (24) 地域ブランドを育むまちづくり

る。少なくとも新日田市となって従事している職務について合併前に自分が勤務していた自治体以外の自治体のすがたがどうなっていたのかを知ることは最低限必要である。旧大山町以外の職員が大山町のことをどれだけ知っているであろうか。また、大山町の職員が大山町以外の旧市町村のことについてどれだけ知っているであろうか。こうした点は単に個人の責任に任せるのではなく、職務研修として実施することが必要である。

第二に指摘されるのは合併協定書に基づいて施策を実施することである。その際特に問題となるのは「合併協定書」においてはこれまでみたように、「新市において検討する」とか、「新市において調整する」といった文言で合意し、問題が持ち越しになっているものが多い点である。先に指摘したとおり大山ブランドに関連する調整項目でも同様である。たとえば、社団法人大山農業公社については合併協定書では「社団法人大山農業公社は、それぞれの設立の経緯及び地域性を踏まえ、新市に引き継ぐ。新市において、経営の合理化及び事業の効率化を図るため、統廃合を検討する」となっている。農業公社が取り扱ってきた事業は大山町の農業の根幹に係わるものが多い。「新市において、経営の合理化及び事業の効率化を図るため、統廃合を検討する」といった文言は、大山農業公社がどうなるのか農業関係者に不安感を抱かせる。合併協議で結論を出せなかったこうした問題についてはできるだけ早くその検討を始め、その方向を農業関係者に提示することが必要である。

第三は、農協と自治体の関係のあり方に関連した問題である。大山町の時代においては農協と自治体は表裏一体の関係にあった。第1次NPC運動は農協が主導し、自治体が支援した。第2次NPC運動は自治体が主導し、農協が支援した。しかし、こうした関係が維持できたのは大山町が農村であったからである。農村では農業が産業の中心であり、農業の振興がまちの振興に直結していた。しかし、都市においてはそうはいかない。都市においては、農業は産業の一部であり、むしろ工業や商業が中心となっている。したがって産業団体に



においても農協以外にさまざまな団体が存在している。自治体はそうした産業団体からは等間隔の距離を保たなければならない。そうしなければ特定の産業に偏重した不公平な行政ということになる。こうしたことを考えれば、合併後は大山町時代のように農協と自治体が一体的関係を維持することは難しくなるであろう。しかも日田市の場合「大分大山町農協」のほかに「大分ひた農協」があり、日田市としては二つの農協に対して等間隔の距離を保たなければならない。こうしたことから合併後は大山農協と自治体との間に一定の距離ができるのはやむを得ない。

しかし、それでも日田市は中心市街地の活性化を支援するのと同じように周辺部の農業支援をし、大山町の地域ブランドを育てていかなければならない。旧日田市の地域ブランドである「日田梨」とともに「大山梅」などの大山ブランドを育てなければならないのである。そのためにはさまざまな配慮や工夫が必要である。たとえば、大山ブランドの確立に大きな役割を果たしている「大山町有線テレビ(OYT)」を廃止したり、「おおやま生活領事館イン福岡」の名称変更をして「おおやま」の名前を消してしまったり<sup>27)</sup>、一村一品運動のなかで育ててきた中国蘇州市呉県等<sup>28)</sup>との姉妹・友好都市交流を中止したりしないことである。

第四に指摘されるのは、合併して1年近く経ち、合併協議で十分協議していなかったさまざまな問題が生じてきている。日田市はこうした問題に積極的に取り組むことが必要である。こうした問題には自治体の内部機構に係るものもあれば、住民サービスに係るものもある。

大山ブランドに関連しておきた重要なものに緊急時の対応の問題がある。これは、予想以上に早く夏日が訪れ、増設した公共農産物直販施設(道の駅)でクーラーがまだ設置されていなかったため販売されている農産物が傷みだし振興局に早急の対応を求めたが、大山振興局が裁量権をもっていなかったため本庁での協議に時間がかかってしまい、商品の農産物が傷んでしまった、という

(26) 地域ブランドを育むまちづくり

出来事である。

合併協定書では「支所の組織は、合併後の事務を円滑に執行するため、現行の組織を基本とし、管理部門の統合等段階的な再編見直しを行う」となっている。そして合併当初の支所における業務としては表14のような案が出され了承された。しかし、合併協議会において支所（振興局）の裁量権については十分な議論がなされていなかったのである。緊急時における振興局の裁量権の問題は災害時の対応にも関係する重要な問題である。早急な対応が求められる。

表14 支所における業務

① 住民生活における窓口業務
・ 申請や経由に係る受付、交付業務
・ 申請等に基づく決定業務のうち簡易なもの
・ 相談業務
② 地域独自の業務（旧町村からの継続事業等）
③ 地域における広報業務
④ コミュニティや自治会活動の支援業務
⑤ 地域審議会（新市建設計画及び地域の振興策）の調整
⑥ 公金の収納業務
⑦ 公共施設の管理業務 など

資料：日田市郡合併協議会 協議第13号付属資料

最後に指摘しておきたいことは、地方都市は農村後背地があって発達してきたことを忘れてはならない、ということである。地方都市の市街地と後背農村地域との関係は、後背農村地域の発展が市街地の発展をもたらす、市街地の発展が後背農村地域の発展をもたらすという、一体的関係にある。両地域の一体性を強め、それぞれの地域が発展することにより両地域の発展が促進される。地方都市行政はこのことを常に考慮して施策を展開しなければならない。今回の平成の

大合併で合併しない選択をした自治体のなかにはこれまで後背地であった隣接町村が隣市と合併してしまったところが存在している。こうした自治体は今後、後背農村地域との結びつきが薄れ、衰退の道を迎えるものと考えられる。

日田市郡は、江戸時代から幕府の直轄地（天領）として政治的にも経済的にも強い結びつきをもってきた。そうした歴史的背景が今回の合併を可能にしたとも言えよう。今回の合併により、日田市街地の後背農村地域のほとんどが市域のなかに入ることとなった。日田市は旧町村が培ってきたそれぞれの地域ブランドをさらに発展させる努力をする必要がある。そのことが長期的にみれば旧日田市の発展にも繋がる。旧日田市の振興ばかりを考え、大山町をはじめ周辺中山間地域の振興を怠り、旧町村が衰退すれば、それは結局旧日田市市街地の衰退に繋がることをけっして忘れてはならない。大山ブランドをはじめとして周辺農村地域の地域ブランドを育てることは、旧日田市の振興に繋がるのである。

## おわりに

本論文においては「地域ブランドを育むまちづくり」として市町村合併と地域ブランド育成の関連について大山ブランドを事例としながら述べてきた。大山ブランドを取り上げたのは、平成4年から5年にかけて当時の大分大学経済学部経済研究所と（社）大分県地域経済情報センターが共同で『大分県内の地域活性化活動とその経済効果にかんする調査研究』を行った際、筆者が大山町を担当し、執筆したことがあるからである。今回の調査においても旧大山町長をはじめとして旧大山町職員や大山農協の方々に随分とお世話になった。ここに感謝の意を表したい。

平成合併においては合併特例法に基づき多くの自治体が地域審議会という新しい自治組織を設置した<sup>29)</sup>。日田市郡6市町村の合併においては合併した県下の自治体に先駆けて地域審議会の設置を決定した。大山町のまちづくり、大山ブランドの振興には、この地域審議会が大きな役割を果たさなければならない。

(28) 地域ブランドを育むまちづくり

日田市の地域審議会はすでに設置されている。しかし、総合計画の策定を中心として地域審議会が機能するのはこれからである。地域審議会はまちづくりについて地域住民の要求を取りまとめる場であり、大山町住民が大山町のまちづくりにこの地域審議会を積極的に活用することが望まれる。日田市の地域審議会の設置に積極的に尽力した一人として今後の地域審議会の動向にも大いに注目していきたい。

注

- 1 平成18年3月31日現在の市町村数において大分県は富山県（15）、福井県（17）に次いで少ない18市町村となる。減少率は69.0%で広島県（73.3%）、愛媛県（71.4%）、長崎県（70.9%）に次いで全国第4位となっている。
- 2 『平成16年版北海道経済白書』（北海道企画振興部計画室経済調査課170頁）では、地域ブランドを「地域ブランドとは、差別化され競争力があり、地域イメージが付加された商品（有形・無形）を総称する表現です。」とし、「商品（有形・無形）とは、飲・食料品や耐久消費財、自然景観、街並みなどの有形物のほか文化やイベントなどの無形物、さらにはこれら有形物・無形物に関連する一連のサービスを総称する」としている。地域ブランドの広義の使用例としては、このほかに、国土交通省都市・地域整備局が策定した報告書「市町村合併後の個性ある地域づくりのポイント」のなかで使用されたものがある。
- 3 狭義の例としては、特許庁が取り組み、平成18年4月から施行される「改正商標法」のなかで使用されるものがある。
- 4 大山町・由布院町・安心院町など大分県の一村一品運動についてはNIRA OUTPUT NRS-81-1 総合研究開発機構『大分県の一村一品運動と地域産業政策』大分県地域経済情報センター 昭和57年5月 に詳しい。
- 5 大分県の一村一品運動に関心を持つ国は、タイ、中国、モンゴル、インドネシア、韓国などアジア諸国にとどまらず、マラウイやチュニジアなどアフリカ諸国にまで広

がっている。

- 6 2位以下は旧前津江村3.38人、旧天瀬町3.24人、旧野津町3.12人の順となっており、旧日田市2.87人、旧中津江村2.57人、旧上津江村2.55人、大分県2.58人である。
- 7 平成17年国勢調査における旧日田市郡の人口増減率は、旧日田市△2.5%、旧天瀬町△10.3%、旧前津江村△15.5%、旧中津江村△10.8%、旧上津江村△19.5%となっており、大山町の人口増減少率△7.9%は旧日田郡町村のなかでは最も低くなっている。
- 8 大山町は明治22年の町村制施行時に東大山村と西大山村が合併して大山村となり、昭和44年に町制を施行して大山町となった。
- 9 一村一品運動は1979（昭和54）年11月に平松前知事が提唱したものである。平松守彦『地域リーダーへ』 東洋経済新潮社 2005年 69頁
- 10 平松守彦は一村一品運動の先駆的役割を果たした町村として大山町、湯布院、姫島村、玖珠町を挙げている。『一村一品のすすめ』 ぎょうせい 昭和57年2月
- 11 守友祐一『内発的発展の道—まちづくりとむらづくりの論理と展望』農山漁村文化協会 守友祐一は内発的発展の事例として大山町のNPC運動を取り上げ、えのき生産が急成長した頃の問題点を指摘している。
- 12 第1次NPC要綱の農業振興では「梅と栗を基幹作目とし、その他の果樹、特産作目を付加して、生産、集荷、加工、販売等一連の協同組織のもとに一次産業収入に、2次産業、3次産業収入を加えて、農業収入の増大を図る」としている。
- 13 耕種農業から果樹農業に切り替えられた原因や第1次NPC運動の内容については、奥田憲昭「大山町—自治体・農協主導型の地域づくり」『大分県内の地域活性化活動とその経済効果にかんする調査研究』大分大学経済学部経済研究所『研究所報』第27号 1993 201—208頁参照。
- 14 八幡治美『農協は地域でなにができるか 大分大山町農協の実践』光の家協会 昭和63年1月 67頁～118頁
- 15 同上書 120頁～159頁 参照
- 16 奥田憲昭 前出書 189～222頁 参照
- 17 TheまちづくりView編 『OYTハートウェア戦略』第一法規 1991年 106頁
- 18 平成14年3月、大山町は「大山町みんなが主役の地域づくり支援条例」を制定した。この第4条において「町は基本理念にのっとり、まちづくりに関する施策に町民の意

(30) 地域ブランドを育むまちづくり

見を十分に反映させるよう努めるとともに、当該施策の実施にあたっては、町民の理解と協力を得るため必要な措置を講じなければならない」としている。

19 多くの文化集積団地の主な行事は、梅祭りへの参加、町長杯ソフトボール大会、OBソフトボール大会、町長杯婦人ミニバレーボール大会、盆踊り、体育の日行事、ちびっ子相撲大会などである。

20 共生とは人と人、人と自然の共生を意味し、循環とは「こころ・情報・経済」のよき循環を意味し、協働とは住民と行政の協働を意味している。

21 大山町住民の間では合併して日田市大山町になった場合、新しい日田市のなかに大山町が埋没してしまい、大山ブランドの名が薄れ、ひいては大山ブランドに係る地域活性化事業も衰退してしまうのではないかという懸念が強かったのである。

22 『みんなでつくろう 笑顔あふれるまち 21 OYAMA・PLAN』ダイジェスト版  
大分県大山町 10頁 平成14年3月

23 「地域ブランドの時代」『開発こうほうマルシェノルド』第14号 2～3頁 HOKK-AIDO DEVELOPMENT ASSOCIATION 2005 3

24 八幡治美 前出書 27～31頁

25 資料は『種をまき 夢を追う』大分大山町農業協同組合

26 年間販売額が12億円を突破したことを記念して大分大山農協は平成14年3月に大山町木の花ガーデンでオーガニックランド推進大会を開催した。

27 合併後「おおやま生活領事館イン福岡」の名称をそのまま残すことは難しい。しかし、「日田生活領事館イン福岡」としてしまふのではなく、「日田おおやま生活領事館イン福岡」として「おおやま」の名前を残す配慮をすべきである。

28 最近中国以外の国からも大山町農協や木の花ガーデンへの訪問団が増えている。2003年10月にはタイ王国副首相ら政府要人170人やマラウイ共和国大統領一行50人が大分県一村一品運動視察のため大山町を訪れた。

29 平成16年5月に施行された新しい特例法では地域審議会をさらに一歩進め、旧市町村単位の「合併特例区」を設置し、一定期間特別職の区長を置くことができることとなっている。また、地方自治法が改定され、住民自治の強化を目的として市町村の判断により「地域自治区」を設置することができることとなった。日田市の地域審議会は適当な時期に地方自治法に基づく「地域自治区」に移行することが望まれる。