

団体名	神石高原町	所属	まちづくり推進課	他団体等との連携	企 業
連絡先	まちづくり推進係 (0847)89-3332				

取組事例名	多様な主体と連携した過疎地再生	取組期間	平成23年～
--------------	-----------------	-------------	--------

取組の概要 ～ コンビニ等と連携し過疎地再生を目指す	
<p>コンビニエンスストア（㈱ローソン）と連携して、第3セクター「道の駅182ステーション」にコンビニを開設し官民連携で運営している。このコンビニを拠点に移動販売や注文販売を展開し、買い物過疎地の町民生活を支える仕組みの構築を模索している。ローソンは農業振興面でも町内有機農業者等とタッグを組み、共同出資した農業生産法人「ローソンファーム広島神石高原町」を設立、有機野菜を中心に中四国のローソン店で取り扱っている。また、郵便事業会社及び郵便局会社と連携し、高齢者の安否確認を行っている。</p>	
取組の背景 ～ 過疎・高齢化と定住促進	
<p>神石高原町は、平成16年11月5日、旧4町村（油木町、神石町、豊松村、三和町）が合併し誕生した新しい町で、面積は381.81km²、標高400m～500m。現在（平成23年度）の人口は10,982人、世帯数4,216世帯であるが、平成28年には人口9,500人となり、1万人に満たない状況になると推測されている。高齢化率は、現在42.3%で、今後高齢化の進展とともに、一人暮らしの高齢者や高齢者夫婦のみの世帯が増加している。本町の集落の特徴は小規模・高齢化集落も多く、住民同士のつながりも疎遠となりつつある中で、買物や食に対する不安、緊急連絡等多くの不安を抱えている。一方で、人口減少とともに町内の小売店も減少しており、無店舗地域も多くなっている。</p> <p>一方で、本町では若い世代のIターン・Uターンの増加のため、結婚相談所（ブライダルセンター）を設置しているほか、定住型分譲地の整備し、定住者増加に注力しているが、広島県内で唯一コンビニがない自治体であった。</p>	
取組のねらい ～ 多様な主体と連携	
<p>本町の状況を踏まえ、大手コンビニ「ローソン」と連携し、「買物弱者支援」だけでなく「定住人口の増加」、「農業振興」や「第3セクターの活性化」等、総合的支援により過疎地再生を目指す。</p>	
取組の具体的内容 ～ 道の駅に共同運営店舗を誘致	
<p>本町は10世帯未満の小規模集落が多く点在し、採算をとるのが難しいため広島県内で唯一、コンビニがない自治体であったが過去に大手コンビニに打診したものの、商圈人口の少なさに断念した経緯もあり、単なるコンビニの出店だけでなく、限界集落に対する支援、コンビニ流通を利用した農業振興、更には第3セクターの活性化を図るため大手コンビニを誘致した。</p> <p>(1) 限界集落・買物弱者に対する支援 移動販売と商品配達で地域の買物弱者支援と安否確認を実施し、同時に郵便局や自治振興会と連携し、高齢者の安否確認（ひまわりサービス）を行っている。</p> <p>(2) 雇用の場創出 ローソンは、全国でローソンファームを展開しており、本町でもローソン誘致を機に、地元農家らと共同出資した農業生産法人「ローソンファーム神石高原町」を設立し、有機野菜を中心に中四国のローソン店で販売している。</p> <p>(3) 定住人口の確保 定住者増加が本町の最大の課題であり、特に若い世代のIターン・Uターンがなければ人口減に歯止めはかけられない。若い世代からはコンビニも無く不便といった声もあり、コンビニ誘致により、若い世代を呼び込むきっかけとなっている。</p> <p>(4) 町内観光地の情報発信の基地 誘致したローソンは、道の駅182ステーション内にあり、所在が46.8万人都市の福山市に接し、神石高原町の玄関口でもあるため、町内観光情報発信の基地としても機能している。</p>	

取組を進めていく中での課題・問題点 ～ 採算性と民間事業者との競合

移動販売エリアが既存事業者と競合する場合、民業圧迫となることの懸念。

創意工夫した点 ～ 民間事業者等の調整

民の領域を官が担う場合は、民業圧迫となる場合が想定されたため。地元商工会員に対し、本事業についての必要性を提案、事業者の理解も得られ事業者が主体となった取組につながった。

取組の成果（効果） ～ 可能性と機運が生まれる

- (1) 地元事業者が住民と向き合う機会が創出でき、地域ぐるみで課題解決に取り組む機運が生まれた。
- (2) 民間事業者（大手コンビニ、郵便事業会社、地元事業者）と連携、ネットワーク活用により買物支援、安否確認事業を含む多様な取組の可能性が生まれた。
- (3) 道の駅182ステーション販売額の増加
コンビニ誘致により、道の駅182ステーションへの集客効果があり、平成23年度は産直市場などを含めた全体の来客数が前年度40%増。売り上げも25%アップしている。
- (4) 農産物の知名度アップと雇用の場の創出
ローソンファームでは、約2分の1の農地でトマト、ピーマン、ナス等の有機野菜を栽培。中四国のローソン店舗で取り扱っている。全国大手の販売網に乗ることで神石高原町の農産物の知名度アップにつながっている。また、現在、同農業法人は従業員も増やし、雇用の場の創出にも貢献している。
- (5) 情報発信の基地
ローソン店内に観光案内所を設置して、町内の観光地やイベント等の情報発信に努め、町内の観光資源に誘導する機能ともなっている。

今後の展開 ～ 「官」と「民」の連携の深化

ローソン神石高原町店での住民票の発行代行や、地元商店でのローソン商品の販売、廃校や空き家を利用したサテライト店舗の開設等も検討し、さらに「官」と「民」の連携を深化する予定である。

他団体へのアドバイス ～ 行政の役割は「地域のことは地域が主体」となるシステムの提案

移動販売を利用する者の購買単価はあまり高くなく、また、本町の集落は家が山間に点在しており、日に移動するエリアも広く、採算ベースに乗りにくい。

今後も進む過疎高齢化の中では、多様な主体と連携することが必要であるが、行政の役割はあくまでも地域のことは地域が主体となった、地域でまかなえるシステム構築の提案であり、また、外部支援者等とのつなぎ役に徹することが必要である。