

ふるさと阪谷をよくする会

1 基本データ

○地区人口 1,692人 (H23.1.1現在)

男815人：女877人

○面積 36.28km²

○地区の沿革

阪谷地区は大野市の北東部、白山山系の経ヶ岳の麓に位置し、西は九頭竜川を挟んで富田地区、北は勝山市、東は五箇地区に接している。集落は18。昭和29年の町村合併により、阪谷村が大野市となる。

標高250m～500mの中山間地域で、大野市の中でも雪が多い地区である。

面積の2/3は山林。農地は土地改良が進み、広大な棚田となっている。

福井県下スキー場の発祥の地、六呂師高原スキー場を始め、六呂師高原には、220ヘクタールを有する奥越高原牧場、自然保護センター、青少年自然の家等の県の施設や、トロン温浴施設うらら館、ミルク工房奥越前等の市の施設を有する。

平地より気温が1度から2度低く、経ヶ岳(1,625m)から吹き下ろす冷たく強い山風は、虫を追い払うのに効果があり、昔から有機栽培の土壌が培われてきた。そんな土地柄もあり、平成12年「スターランドさかだに」の建設を機に、「有機自然農法研究会」や「家庭菜園の味グループ」等、有機農業グループが活動を開始し、更に平成20年度には、国の「地域有機農業推進補助事業」の認定も受け、本格的に有機の里づくりが始動した。

○実施主体 ふるさと阪谷をよくする会

2 現状と課題

1) 人口減少

ここ数年来約30人前後の減で推移してきた人口が、昨年は一気に50人を超え、減少に拍車がかかっている。

基準日	人口	前年度に対する人口増減
H19.1.1	1,828	△33
H20.1.1	1,782	△46
H21.1.1	1,759	△23
H22.1.1	1,722	△37
H23.1.1	1,692	△30
H24.1.1	1,634	△58

減少の内訳を見てみると、出生は5名と少なく若い世代が少ないことがうかがえる。また転出は53名で転入の26名の2倍となっており、若い世代の流出がうかがえる。

地域の担い手となっている高齢者も高齢化はうち止まり傾向で、自然減少はここしばらく高い割合で継続されていくであろう。

H23.1.1～H24.1.1の1年間の人口増減の内訳					
転入	出生	転出	死亡	転居	人口増減
26	5	△53	△34	入9 出△11	△58

そんな中、人口減少を補う手段として、交流人口を増やすことが、地域の元気継続のキーワードになってくると思われる。

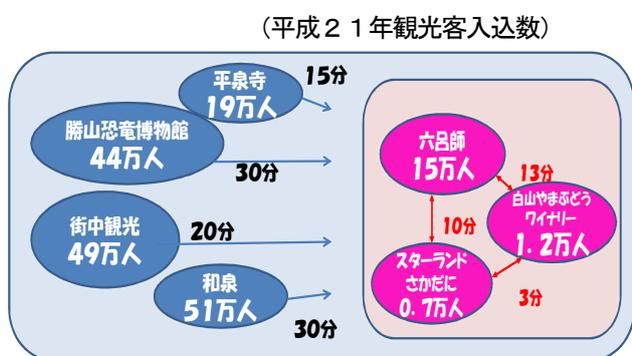
いかに他地区に誇れる産業、イベント、文化を創造し、活性化させて、生産人口の流出を食い止めるか、いかに交流人口を増やし地域を活性化させるかが課題である。

2) 点在する観光施設と息づく山村の暮らし

地区内には、農業体験やそばうち体験ができる「スターランドさかだに」をはじめ、多くの体験施設、観光施設が立地している。

また、脈々と受け継がれた田畑を守り続けている知恵深きお年よりが多数暮らしている。これら体験施設、観光施設と人的財産を結びつけたエコツーリズムが今後阪谷地区の活性化のキーポイントになってくると思われる。そのためには、地区内各施設の連携と交流に対する意識の啓発、さらに魅力的な体験プログラムの開発が必要である。

3) 近隣の観光地から車で30分以内の距離



大野市街地、勝山市、和泉地区から車で30分以内の当地区。このような恵まれた立地条件を生かし、まず、大野市街地、勝山市、和泉地区に來られた観光客に阪谷に立ち寄っていただきたい。そのためには、安心安全な「有機の里」としていかに「阪谷」という名をブランド化し知名度を上げていくかが今後の課題である。

(3) 事業の内容

昨年に引き続き①有機の里づくりと②陶芸の里づくり、さらに加えて③加工品の開発に取り組んだ。

①有機の里づくり

有機の里を体感させる体験ツアー（1日コース・ナイトコース）のモデルコースを実施した。



(こだわり野菜を食するついでを楽しむ1日体験バスツアーの参加者)



(そばうちを楽しむナイト体験バスツアーの参加者)

また、土産の「こだわり野菜」を含め、体験内容と農産物についてのアンケートを実施した。

②陶芸の里づくり

毎月第1・3金曜日に中村鐵遷氏（勝山市在住）を講師に招き陶芸教室を開催した。自主グループ「越前おおの阪谷桃木釜」が立ち上がり、大野市文化祭、阪谷地区文化祭に作品を出品した。

中古ではあるが、大型の陶芸釜も購入した。



(真剣に作陶に打ち込む受講生)



(購入した中古の陶芸釜)

③加工品の開発

阪谷地区内で生産されたこだわり野菜を用いて試食会を繰り返し実施した。物産展や商談会に参加し、その会場で加工品の試作品のモニタリングを実施した。

また、スターランド特産加工部会を発足させ、スターランドの調理室を菓子製造の許可を得た。



(ひまわり油ドレッシングの試食会)



(いろいろな物産展に積極的に参加)



(越前市の加工施設に視察)

視察研修も実施し、試行錯誤しながら加工品づくりを繰り返した。

さらに、有機の里のマスコットキャラクター「さかざきんちゃん」のマグネットシートを作成し、イベント参加時や商談会に参加する時には、自動車に貼って出かけ、有機の里阪谷のPRに努めた。



サイズ
(30cm×37cm)

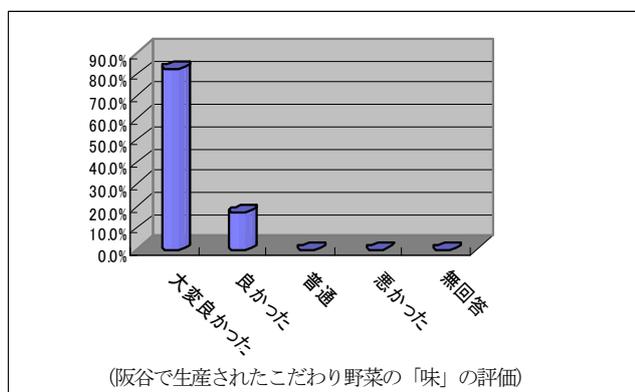
4 事業の成果

有機の里づくり

参加者の体験アンケート並びに農産物のアンケートを実施した。体験ツアーでは、約4割の方が「大変よかった」3割の方が「よかった」と回答した。「近くにこんなに良い所があるとは知らなかった。」「地域全体で取り組んでいる姿に感動した。」等、嬉しいメッセージを多くいただいた。

土産のこだわり農産物では、約8割の方が「大変おしかった」1割の方が「おいしかった」と回答しており、阪谷の魅力が発信できたとともに

に、グリーンツーリズムの可能性を地域住民に示すこともできた。



今年2月、越前市のバス会社から『「こだわり野菜を食するつどい」をバスツアーに組み込みたい。』と嬉しい申し入れがあった。

「こだわり野菜を食するつどい」が、商品として認められたということだ。手作りで始めたイベントが4年の時を得てここまで育ったことは大きな成果であり、関係者の大きな自信と希望になった。

陶芸の里づくり

大野市文化祭や阪谷地区文化祭に出品し創作意欲が高まりつつある。

趣味の作陶の範疇を超え、土産品としての活用、こだわり野菜を食するつどいやスターランドそば処の器としての活用、スターランドでの体験メニューとしての活用等、関係者の士気が高まっている。

加工品の開発

地元産そば粉と、地元産ひまわり油を用い、第1号特産品としてそば菓子「そばっつえる」が開発された。現在第2号「まめずきん」や「味みそ」も商品化に向け試行錯誤中である。商談会にも積極的に参加し、PRに努めた結果、問い合わせも多く商談が成立し始めている。



(商品化した「そばっつえる」)

5 今後の展望

「有機の里づくり」においては、地区内並びに奥越地区内施設と連携した体験ツアーが季節ごとにそれぞれの形態で実施され、交流人口が増え、加工品、特産物の販売による消費が生まれ、地区内が活性することを期待したい。

そのためには、正確にニーズを把握することが重要になってくる。継続的にアンケートを実施し、累積、分析し、的確にニーズを探っていくなくてはならない。

さらに、質を高めるためには、地区住民の「おもてなしの心」の醸成が大切であり、「おもてなしの心」の育成には公民館を中心とした社会教育が重要になってくる。

「陶芸の里づくり」においては、いよいよ拠点の整備に取り掛かっていく。拠点整備後は、1体験プログラムとして交流人口増加の一翼を担いたい。

将来的には陶芸については、「阪谷焼」を誕生させたいと意気込んでいる。

「加工品の開発」においては、この春より、こだわり栽培の「ひまわりの種」と「大豆」を全量買い取ることを地区民に呼びかけることになった。消費拡大により、加工品に使用するこだわり野菜が不足することが予想されるからだ。有機の里阪谷の農作物がブランド化し、さら

に需要が高まり、農業所得が少しでも高まることを期待したい。

交流人口が増え、消費が生まれ、産業が生まれ、市民力が高まり、地域が元気になる。「こだわり野菜を食するつどい」「こだわり農産物の加工品」「陶芸」が「有機の里」をキーワードにつながり始めた。そこから光が生まれようとしている。

観光とは光を観ること。光のあるところに人々は集まる。光を生み、育て、磨きをかけるのはそこに住む人々。個々が、団体が、それぞれの役割をしっかりと認識し、老若男女一丸となってふるさと阪谷の明日への夢に向かって努力していかななくてはならない。