

**雇用の創出と産業おこし
温泉開発の必要性
八十里越峠開通の課題**

環日本海経済圏構想と只見町の役割

昭和 20 年代後半から 30 年代にかけ、日本は戦後復興のために膨大かつ安定的な電力を必要とした。その電力は瓦解した国を復興させ、工業を発展させた。その結果、貿易が盛んになり工業生産が著しく伸びた。世界第二の経済大国となり先進国と呼ばれるようになった。

集団就職と言う言葉が生まれ、首都高速道路ができ、東京オリンピックを成功させた頃、誰かが、「日本は、もはや戦後ではない。」と豪語した。しかし、巨大開発と人口の大移動によって日本の形がゆがみ始めた。

只見町は、国策の下に行われた只見川電源開発という巨大開発によって、東京圏の発展を支え続けた。そして翻弄された。

人々や農地、さらには水資源、水や森林がもたらすエネルギーのほとんどを東京圏に持ち去られてしまった。悠久の大河“只見川”は発電用のダムによって何ヶ所も寸断された。決して海とはつながることのない階段状の放水路と化した。ここ五十数年の間に魚族も種が減り、数が減った。

上流域から下流まで、只見川は何本もの送電線をその体につながれ、あたかも病院のベッドに横たわり死を迎える病人が、命のチュウブにつながれているように見えるし、チュウブで血液を東京圏に吸い取られ続けているように見える。

いつの頃からはわからないが…

しかし、最近、よく使われる言葉が気になる。識者と呼ばれる人達でさえ臆面もなく使う。

ニュースキャスターが何の疑惑もなく使う。「地方に行ったとき…、地方では… あるいは、地方なら良くあることだが、この東京でこんなことがあるのか？」

地方の反対語とはなんだろう。中央とすることだろうか？しかし、私は、自分の住む地域が自分にとって中央であり、東京は単なる東京地方でしかない。…そう思っている。

近い将来、日本は環日本海の地域や国々を見据えた国づくりを目指すときが来る。つまり、日本海を取り巻く地域や国々が、環日本海地域の経済や文化、そしてあらゆる情報を共有するときが来る。東京イコール日本ではない。一極集中は国の力を弱くする。東京を含めた多様な地域が共存できなければ先進国とは言えない。

先進国「日本」がリーダーシップを握り、環日本海の国々との連携を強めなければならない。環日本海の国々と価値観を共有する考え方には立たなければならない。

いつまでもアメリカに追従する考え方いかがなものかと考える。今、まさに戦後ではないのだから…

なぜって…？

日本は資源に乏しい。国土が狭い。そして人口が少ない。

何よりも食糧需給率が極端に低い。

人口の多寡と資源の有無は端的に国力の強弱を意味する。

そんな背景を前提に、只見町の将来を考えてみた。

只見町 “産業政策の現状と展望”

1、産業構造と歴史的背景

町の産業や就業構造は日本の歴史的必然から、現在に到っているものである。1950年代の只見川電源開発の過程で農業区域と商業区域に分けられたと極言したい。結果として、伊南川沿いの地域は農業の基盤となる農地を持ち、只見川沿いの地域には農業基盤はない。また、只見地区は農業振興地域からも除外されている。

つまり、町土は農業地域と商業地域に分割されているため、農業振興に比重を置いた政策では施策として均衡を欠くことになる。逆を言えば、観光商業地域の振興に力点を置いた施策が必要である。また、人口は只見地区に偏在しており、就業構造や業種別生産額を見ると第3次産業が最も高い割合を示している。(資料2-1)

2、只見の基幹産業とは何か？

農業（第1次産業）と観光商工業（第3次産業）につきる。農業で経営が成り立つ者は農業、観光商業を選択する者はそれでよい。

しかし、こうした分類では大まかに過ぎないか？ 農業経営が成り立つ農家とはどのような農家か？ 観光商業で経営が成り立つものはどう言う者達か？ どちらにも属さない小規模農家は農業と他の業種を同時に生業としなければならない。

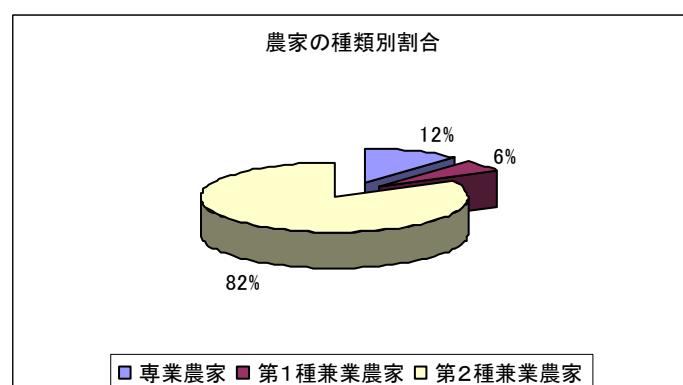
もっとも、統計学上の産業分類にさして意味は無く、近年は「マルチ産業」「第6次産業」などと呼ばれるところの、産業を複合化して生産額を上げる考え方方が起こっている。

そもそも基幹産業とは、地域経済をリードし、雇用を生み出し、民間活力を向上させ地域に貢献しなければならないものである。

3、農業に対する町の考え方

認定農家を含む大規模農家、或いは振興作物を扱う農家には後継者対策・被災対策など手厚い。

これに対し、小規模農家に対する施策はおざなりで、むしろ小規模農家を瓦解させ、大規模農家に吸収させようとしているように見える。只見町は小規模農家が大多数(資料2-3)であるが、小規模農家に対する政策展望がない。



農業が基幹産業としての可能性になる。とは具体的にどう言うことか？ それは農業者のどの農家に当てはまるのか？

現状の町内農業は市場対応型のみが重視され、少量多品目生産型は軽視されている。大規模農業は一戸当たりの経営面積を多く必要とするため、人口密度が薄く（過疎で）ないと成り立たない側面を持っている。認定農業者や耕作面積5ha以上の大規模農家が専業農家の枠内にあるとすると、上のグラフを見る限り、基幹産業として町が位置づけ、優遇策を持って支援している農業者は農家全体の20%に満たないことが分かる。

一方、観光商業は人口密度が濃く（過密で）ないと成り立たない。両雄あい並び立たず、両者は矛盾しているのである。



4、観光商工に対する町の考え方

サービス業の個人事業主に対しては「個人の経済活動だ」として、農業のように町を支える基盤だとする考え方が乏しく、サービス業への投資的施策による介入が不十分だ。後継者対策も*被災対策も、農業に比べるとおざなりで見るべき施策がない。特産品開発等の取り組みは見



環日本海経済圏計画とは？

日本、韓国、北朝鮮、中国東北地区、ロシア沿海州などの、特に日本海に面した地域を、国境を越えたかたちで「環日本海（東海）圏」と設定しています。

古来、日本は大陸との交易を盛んに行ってきました。しかし、戦後東西冷戦の展開と共に私たち日本人にはこの地域はまさに「近くで遠い」場所となりました。ソ連崩壊後、それまでの地道な民間外交の成果もあり、にわかに日本海対岸が着目され始めました。しかし、その後、中国への投資ブームなどはあったものの、ロシアや北朝鮮の政情不安、一方、国内には大陸への無理解、地域ごとの確執、経済不況、規制などがあり、この地域の経済的連携と発展は思うように行われませんでした。

一方、サッカーW杯での日韓共催、北朝鮮政府による日本人拉致問題、米国、ロシア、中国など大国の盛んな動き、日本国内の経済不況など、この地域ではますます政治的、経済的な混迷が深くなってきました。

只見町は「前期過疎計画自立促進計画」の中で、「環日本海経済圏構想」実現こそ只見町が過疎地域から脱却できる当面最後の機会と位置づけました。国境があるとなからうと、生活や文化の成熟過程では物質的満足に対する欲求が高まり、この段階でアジア地域には莫大な消費が見込まれると考えたからです。

えるが、事業として展開させるまでの道筋がはつきりしないし、町内の製造業や販売業者との連携もない。このことは**資料1**に見られるように、各種支援施策のメニューにも如実に現れている。投資的施策の介入とは、これにより観光商業の衰退に歯止めがかかり、就業者が夢を持ち後継者対策にもつながる施策である。

具体的な投資的施策の介入とは、インフラの整備に留まらず奨励補助金制度の新規導入や組織的で積極的な商品開発・市場調査の導入である。また、サービス業を更に発展させるために就業者のアイデアを活かし、これに公的資金と人的資源を注入することである。

もっとも、地産地消を進める考え方方が起こっている昨今においては、一面において農業と観光商工の連携が出来つつあり、よい兆候であるが、しかし、今のところ考え方だけで具体的な実践例はない。

町税は歳入の約20%占め、大部分は只見川流域の開発に起因する税財源である。

5、地産地消の促進

過疎地の農村では、社会主義的な計画経済の導入も必要であることを前提にして、地域内自給自足に近い地産地消を実践すべきである。

地域の消費全体を囲い込み、この消費を地域生産で賄う。地元では何が消費され、それはどこで生産されたものか見極め、地元で生産できるものは全て地産地消の対象品目にすべきだと言ふことである。

地域消費の現場において、価格の面で地域外の産地と競争が避けられないとすれば、地場産品の消費を促進させる施策を講じればよい。

もっとも、これを実現させるためには地域の消費者の理解と、*保護主義的で組織的な消費の囲い込みが必要となる。

市場競争に負けないより良い商品の生産と、只見産の物を消費しようとする意識を醸成する必要がある。また、只見情緒のある特産品を考案・製品化し、地域イメージの確立につとめたいものである。要は地産消費を高めるための施策を講じれば解決する。言ふなれば、このポイントに具体的な施策の介入が必要となる。

6、就業構造の変換

上記「農業に対する町の考え方」で述べたように、産業の特殊性から、また、就業構造（**資料2-2**）に見る就業人口の数からして、第1次産業が第2次産業就業者を吸収して雇用問題を解決するには無理がある。

むしろ第3次産業を支援し、産業のマルチ化

特に、環日本海沿岸地域が当面の市場と考えれば、朝鮮半島に新たな秩序ができなければなりません。

プサンからモスクワ（或いは北京）までの物流手段の完成と、企業投資に対する安全を保障する必要があります。日本から何を出し、日本に何を入れるのか？これが更に具体的でないと日本国内経済のどの分野が伸びてどの分野が縮むのか？どの分野の構造改革が求められるのか曖昧になります。

只見町は数年後に一般国道289号が新潟県に向けて開通します。

コンテナ搭載車は、新潟空港、新潟東・西港まで、只見町からおそらく2時間以内で到着が可能と思われます。（只見町から三条市までの救急車の到達時間は42分です。また、新潟空港はロシア便を持っています。）また、プーチン政権下、ロシアの巨大企業「ユコス」が事実上崩壊し、無尽蔵と言われるロシア原油がパイプラインを通しナホトカ港から積み出されます。（ナホトカ→新潟）

日本の輸送業界はコスト削減のために高速道路利用から一般道利用に変わりました。太平洋ベルト地帯、とりわけ北関東で生産される各種の部品（特に自動車関連）が京浜地区の港や小名浜港に今後も流れるのか？あるいは国道121号の整備にあわせ289号を通り、日本海の港へ物流の拠点が変わらのか？大いに関心が高まるところです。

環日本海全体の経済を見ると、中国の経済発展が急であり、多くの資源を消費すると共に物作りのコストは更に下がると考えなければなりません。一方、国内だけを見ればコスト削減は限界に近く、デフレ圧力が更に強まれば企業体力が益々弱まります。（国際競争力が低下し、アジア圏への参入が欧米に遅れます。）

をはかり、これに雇用を吸収させることが現実的であり喫緊の課題である。今まさにマルチな第6次産業の創出が渴望されている。

7、八十里越峠開通後の視点と誘客

世界経済は当面化石燃料に頼らざるを得ないことは誰も否定できまい。中東情勢は当面安定しないだろう。95%以上を中東に頼るわが国のエネルギー政策は極めて脆弱そのものである。翻ってロシアはどうだろう？地下資源の大部分が調査されていないという説まである。

「日露善隣友好条約締結？」絵空事ではないだろう。環日本海の経済圏と太平洋ベルト地帯を最短かつ低コストで結ぶ八十里越峠の開通によって、只見町は我が国にとって交通の要衝になる可能性がある。

しかし、八十里越峠の開通を単なる産業道路の開通で終わらせてはならない。関東・甲信・北陸地方、とりわけ新潟市・長岡市・三条・燕市など、新潟247万県民の多くが集中する県央地域と最短距離で結ばれる。新潟県民にとって只見町は、俗に言われる「安・近・短」型小旅行



の典型として、最も身近で魅力のある場所になる。さらに、彼の地に無くて只見に有るものは数多くある。森林と渓谷・水辺・温泉・くつろぎと安らぎ・うまいもの・土産品、そして豪雪、更に豪雪が磨き上げた独自の景観がある。本町の魅力は本町独特のものであり全国にも例がない。

「国境の長いトンネルを抜けると、そこはくつろぎと安らぎの郷だった。」

「只見の郷」の財産として、守るべきものは自然・景観と只見情緒や風情と位置づけたい。

創出すべきものは「くつろぎ」と「安らぎ」の場、そして美味しい物と特産品、また、無くてはならないものは温泉と考へるべきだろう。

たとえば、新潟県高柳町はさしての魅力は無い。しかし、「じょんのびの里」として近郊の都市部や関東地方から多くの休憩客があり、客は引きも切らない。高柳町の魅力、その核を成すものは温泉と、「じょんのび」に象徴される「くつろぎ」と「安らぎ」の演出である。

八十里越峠の開通！これまで、只見を中心とした半径60kmの同心円の中に、人口2万人を超す都市地域はなかった。100kmまで伸ばして初めて、10万人規模の市街化区域があるに過ぎなかった。極端に人口密度の薄い中、何をやっても大きな展開に結びつくプロジェクトが見出せなかつた。

開通後は同心円に100万人の都市圏を飲み込むことになる。日本海側に暮らす人達は雪の備え

がある。冬季間の往来も問題が無い。

豪雪と峻険な山々に守られ、最後に残された自然と情緒豊かな人間性を持つ只見は、本当に恵まれている。あるものを守り、活かし、無いものは作る。ただし、斬新な発想と知恵、行動力が必要である。考えてばかりでは先に進まない。

新潟県高柳町：ホームページから

温泉につかって ●美人になって、生き返って、帰ろうよ。 高柳町には、「じょんのび温泉」「月湯女温泉」「天王山温泉」「ガルル・クルルの湯」の4つのいで湯があります。 黒姫山の恵み「ナトリウム炭酸水素塩・塩化物温泉（弱アルカリ性低張性温泉）」で、からだを芯からホカホカと温め、お肌もスベスベ。特に女性の方には、「美人に磨きをかける」と大好評です。首までつかると、誰もが思わず「じょんのび」と言ってしまいます。こころもからだも思いっきりリフレッシュしてください。日常のあくせくを、すっきりと忘れてください。たまに、露天風呂では、クマ、サル、タヌキ、キツネたちと混浴になります。



8、理想郷としての只見町

年間 200 万人が「くつろぎ」と「安らぎ」を求め、自然豊かな只見に来る。只見には特に大きな観光施設はないが、それぞれの宿と只見温泉保養センターには湯煙が上がり、保養センター付近には曲り屋民家が立ち並び、そこかしこで湯煙が上がる。特産品をイメージした商標が其処ここにある。螢が飛び、昔の日本を思わせる木と紙のたたずまいがある。水と森に囲まれていて、くつろぎと安らぎに浸ることができる。それにしても、なぜ只見にはコンクリートの建物がないのだろうか？ そうか、只見の人達は終えて土に帰るものしか使わないのか。曲り屋が道の駅の役割を果たしているのだ。

市場競争に勝ち、誰もが認めるうまい米もあり、トマトや花卉がある。大規模農家は市場向けに事業を拡大し、小規模農家と町内の加工販売業者が協力して地産地消を実践する。人手はいくらあっても足りない。資金が回り、新たな需要が絶えずある。岩魚を生産し、付加価値を付け特産品として消費・販売する。ツルや木工細工、夏場に材料を採り、冬場に作った民芸品を土産品として販売している。

【文中の*印を付した言い方の説明】

*被災対策

農業が気候災害を指すなら、サービス業は災害や社会的事情による入れ込みの著しい減少を指す。

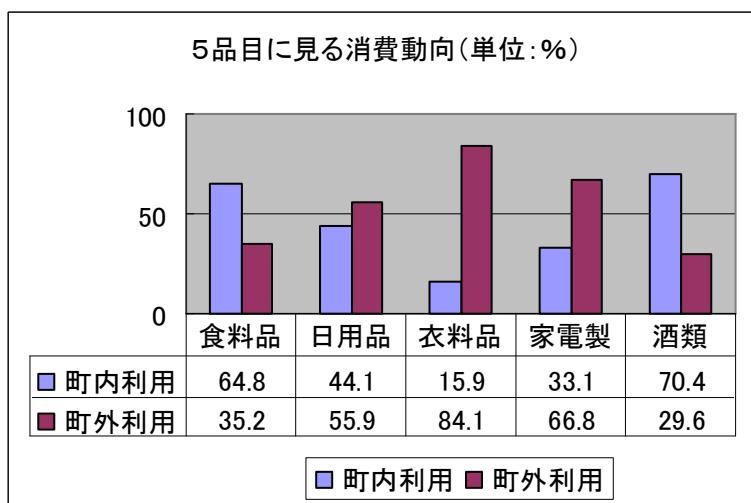
*保護主義的で組織的な消費の囲い込み

町内で消費される食料品は全て町内で調達させる仕組みを作ること。いわば、これまでのように生産者に補助を行うのではなく、消費者に補助を行うもの。町内販売される町内産の食料品や加工品が町外産より価格が高いとすれば、その価格差を消費の場で埋める消費支援施策の導入を図る。

**きれい事を言っても食えないところに人は住めない。現実を見据え、確実な将来を予測し、来るべき只見の未来に今打つべき手は何か？
優先順序を決め整然と突き進まなければならない。**

資料

只見町商工会の調査によると、町内の卸・小売にかかる年間総販売額は93億円と推計している。全く乱暴な推計になるが、例えば93億円という数字を前提にして、同じく只見町商工会青年部が調査した「消費動向調査結果報告書」による「年間支出額から見た町内・外への支出割合について」考えてみると面白い。年間総販売額は93億円の内、赤い部分は町外に流れている資金と言うことになる。



できない。只見町商工会青年部が扱う数字は町外の商店から購入した食料品という意味である。他の品目は言うに及ばず、要するにほとんど全ての消費材料が只見町における地産地消になっていない。

ただし、この数字は地産地消の意味からする町内生産額と同じではない。

食料品に限ってみれば、これが町内から完全調達できたかどうか？厳密にすると、食料品は加工品・原材料共に、町内販売店が仕入れの段階で町外市場から仕入れているものが大部分であるため、ここに表れる数字を地産地消の程度を計る指標には

伊北温泉郷と道の駅 国重文と民家群落構想



テーマパークとして民間資金で事業化する分と、文化財保護として公的資金を投入する分があるが、八十里開通後は、民家や民具の保存や展示そのものが営利事業として成立する可能性がある。

国指定重要無形文化財を民家に中に保存(旅行村の民家2棟・叶津の国重文1棟)

無くなりつつある民家を20棟程度移築再生

伊北温泉郷として各民家には温泉と休憩施設がある。

(曲り屋の湯、座敷湯、馬屋の湯、隠居の湯…)

メインとなる施設は「道の駅」の機能を備えた現在の保養センター？

一次、二次、三次のつぎは
マルチで産業おこし

過疎の町の 岩魚の郷作り (只見の名産品開発) 孵化・育成・製品加工・飲食宿泊施設卸・売店直売 (一次加工)

- 1 岩魚の味噌付け (味噌は只見町産の味噌を使用)
開いて血抜きし、味噌漬にする。
レトルトパック（真空）にして冷蔵保存する。（冷凍しない）
- 2 白焼き用素材
開いて血抜きし、一夜干しする。
レトルトパック（真空）にして冷蔵保存する。（冷凍しない）
- 3 蒲焼き用素材
うなぎの蒲焼きと同じ手法（骨は必ずすきとる。）
レトルトパック（真空）にして冷蔵保存する。（冷凍しない）
- 4 柳川風素材
ご存知「ドジョウの柳川風」の一品
調理は各施設、公社は素材のみ供給する。
レトルトパック（真空）にして冷蔵保存する。（冷凍しない）

モデルケースとして会津ただみ振興公社で地産地消の実践してみる

一次加工を公社が販賣する。（宿泊業者等が手軽に調理できるようになる。）

- 工場と配送センターを作る。（養魚場と一体の施設）
- 勤務は変則三交代制として概ね次による。
漁業部門と工場部門は8時から17時まで
営業サービス部門は10時から19時までと17時から22時までにわける。



岩魚の一夜干し



岩魚の味噌漬け

いきなり調理（二次加工）から始める事ができる事で、魚料理の「おっくうさ」をなくし、品質維持と規格の一貫性を高める。

产品の販促方式は、喜多方ラーメン方式でまず地元から開拓する。

只見名物として「宿」の食事に一品、必ずつけてもらう。（鯛や塩ますに頼らない。）

町内居酒屋メニューに加えてもらう。

公社独自の直販店で消費する。（夏はビアホール：冬は居酒屋）

公社は販売促進の見返りに只見宿泊者に公社施設の入場料を免除（施設の有効活用）

町内宿泊施設・町内飲食店・個人向けで年間50,000食分を目標に…

観光客おみやげ品として販売30,000食

町外事業者へ50,000食 合計130,000食 年商1億から1億5千万円

資料**只見町の産業と就業構造（平成12年度国勢調査）**

業種別	生産額	構成比
第1次産業	10億3千万円	4.4%
第2次産業	89億8千5百万円	38.3%
第3次産業	139億2百万円	59.3%
合計	239億1千7百万円	100.0%

-2

第1次産業（就業者数）		第2次産業（就業者数）		第3次産業（就業者数）	
農業	449(15.3%)	鉱業	9(0.3%)	卸小売業	330(11.2%)
				金融保健不動産	25(0.9%)
				運輸通信・電気ガス	119(4.0%)
林・狩猟	14(0.5%)	建設業	851(29.0%)	サービス業	671(22.9%)
				公務	121(4.1%)
水産養殖	2(0.1%)	製造業	342(11.7%)	分類不能	0(0.0%)
計	467(15.9%)	計	1,202(41.0%)	計	1,226(43.1%)

-3

専業農家	第1種兼業農家	第2種兼業農家	大規模農家	認定農家	それ以外の農家
11.6%	5.8%	82.6%	36戸	5戸	790戸