

原村における地域経済の分析と
循環に向けた施策提案

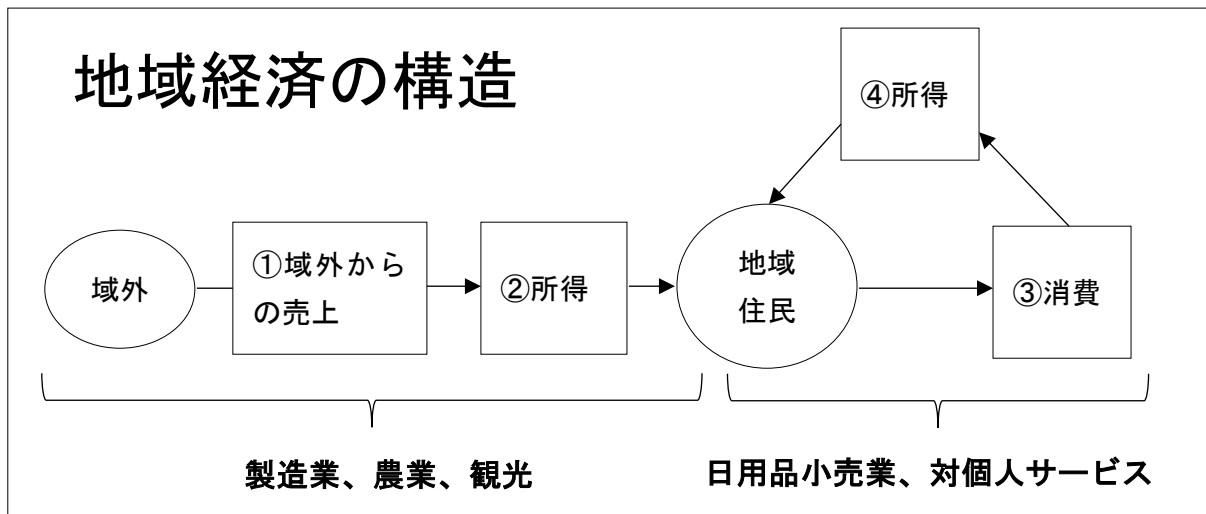
地域経済分析プロジェクト

令和2年6月

目次

1	地域経済とは	1
	(1) 好循環構造	2
	(2) 悪循環構造の例	2
2	分析	3
	(1) 概要	3
	(2) 生産	5
	(3) 分配	11
	(4) 支出	13
	(5) 漏れバケツモデルと買い物調査	15
	(6) 総括	16
3	施策への提案	17
	(1) 農業	17
	(2) 商工業・観光業	23
	(3) エネルギー	28
	(4) その他	29

1 地域経済とは



地域経済の構造（地域経済の流れ）は、下記の二つに分けることができる。

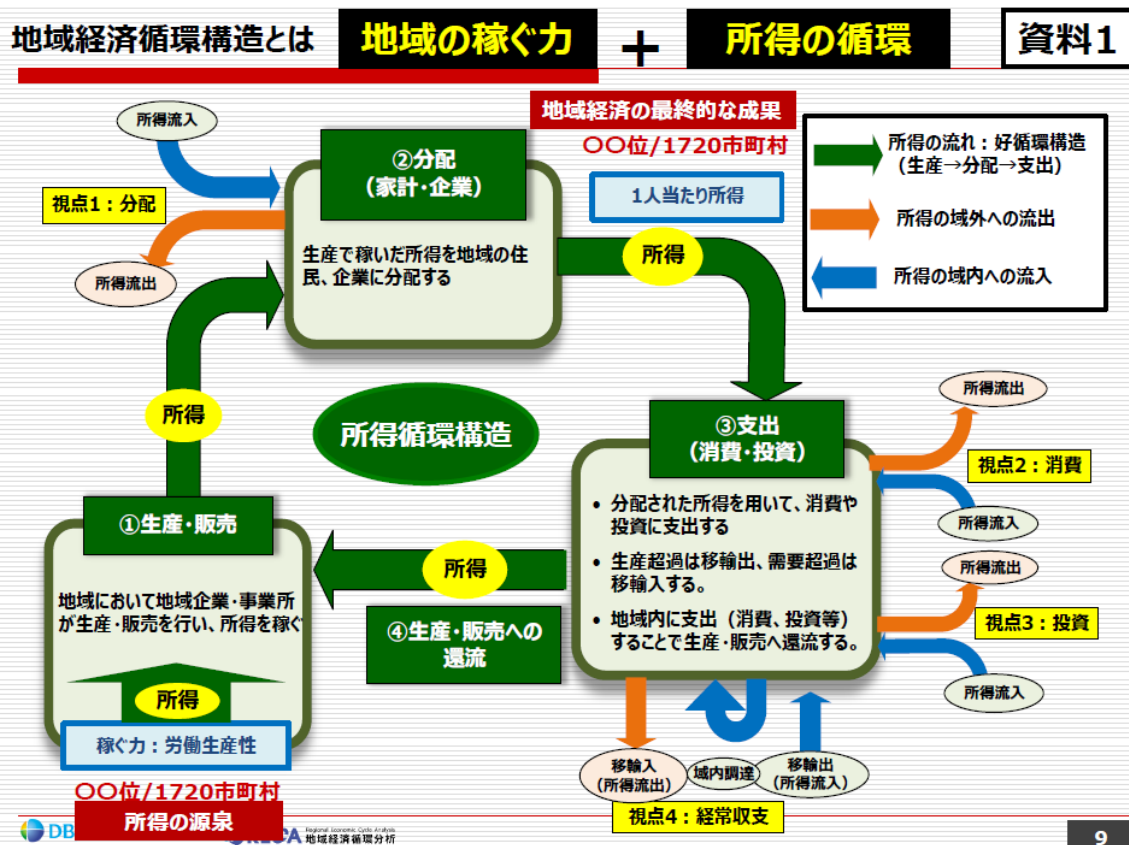
- ①②地域外からの流入 ⇒ より多くの流入を得る ⇒ いかにして地域外から所得を獲得するか
- ③④地域内での循環 ⇒ より多く循環させる ⇒ いかにして地域内での消費を増やすか
⇒ いかにして地域外への消費を減らすか

地域経済の循環とは、

生産された価値が分配され、支出（消費、投資等）により再び生産へと循環すること

地域の稼ぐ力 = 地域外からの流入

所得の循環 = 地域内での循環



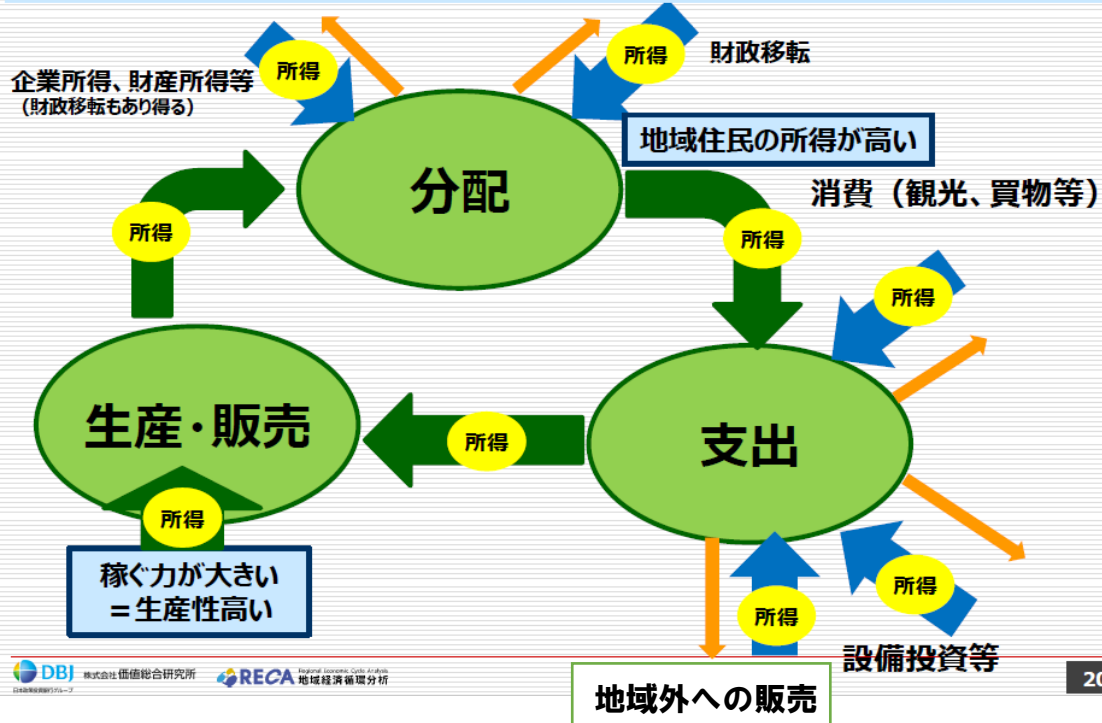
※支出から生産・販売へ流れる所得額と生産・販売から分配へ流れる所得額は常に等しい。

(1) 好循環構造

地域経済循環の好循環構造

資料1

分配、支出面で所得が大幅に流入し、所得循環構造も構築されており、生産面の稼ぐ力が住民所得に結び付いている

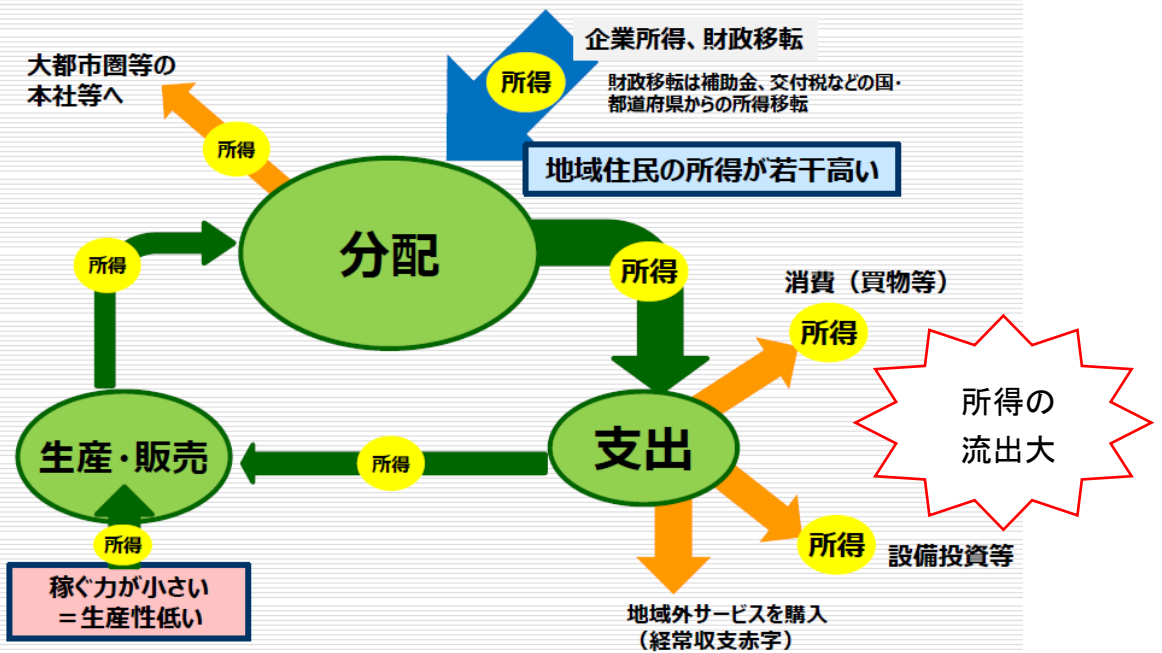


(2) 悪循環構造の例

地域経済循環の悪循環構造パターン②

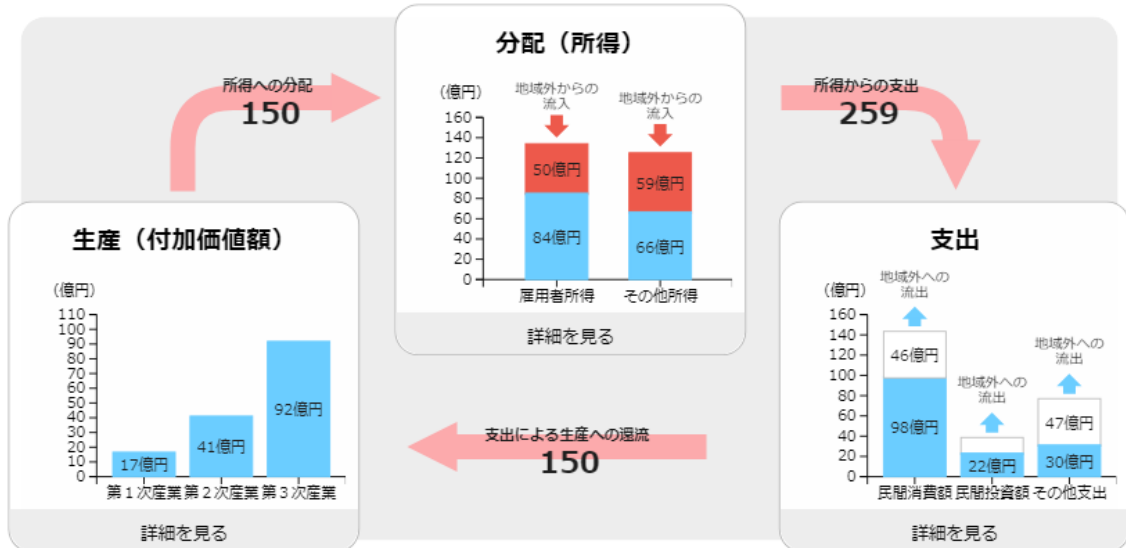
資料1

財政移転に依存した地域の悪い例（政府消費や公共投資に依存している場合）



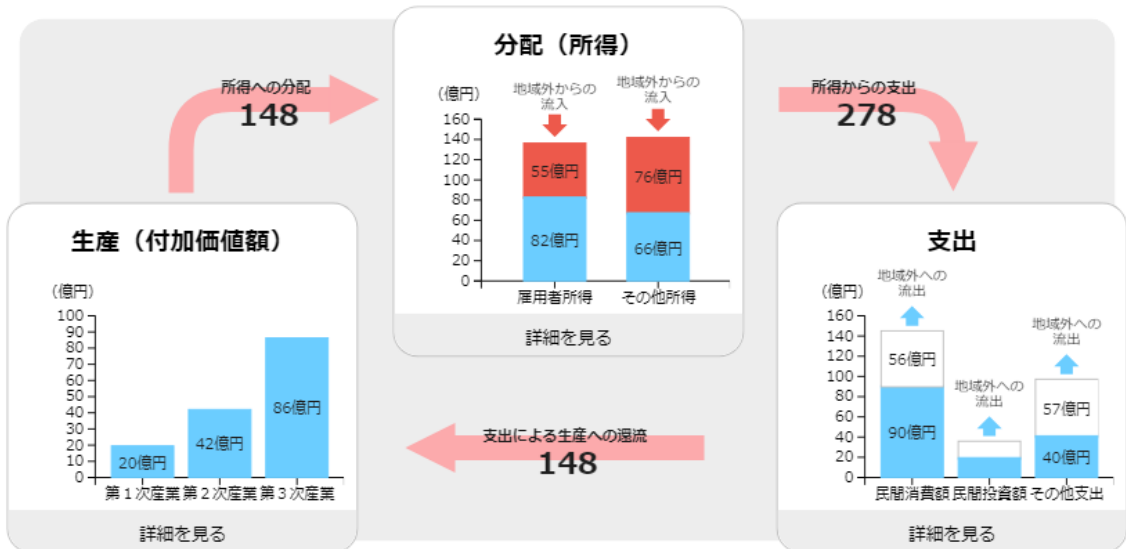
2 分析
 (1) 概要

原村の地域経済循環図 (最新 2013 年) 地域経済循環率 57.7%



以下、地域経済循環図の出典は地域経済分析システム (RESAS)

原村の地域経済循環図 (2010 年) 地域経済循環率 53.1%

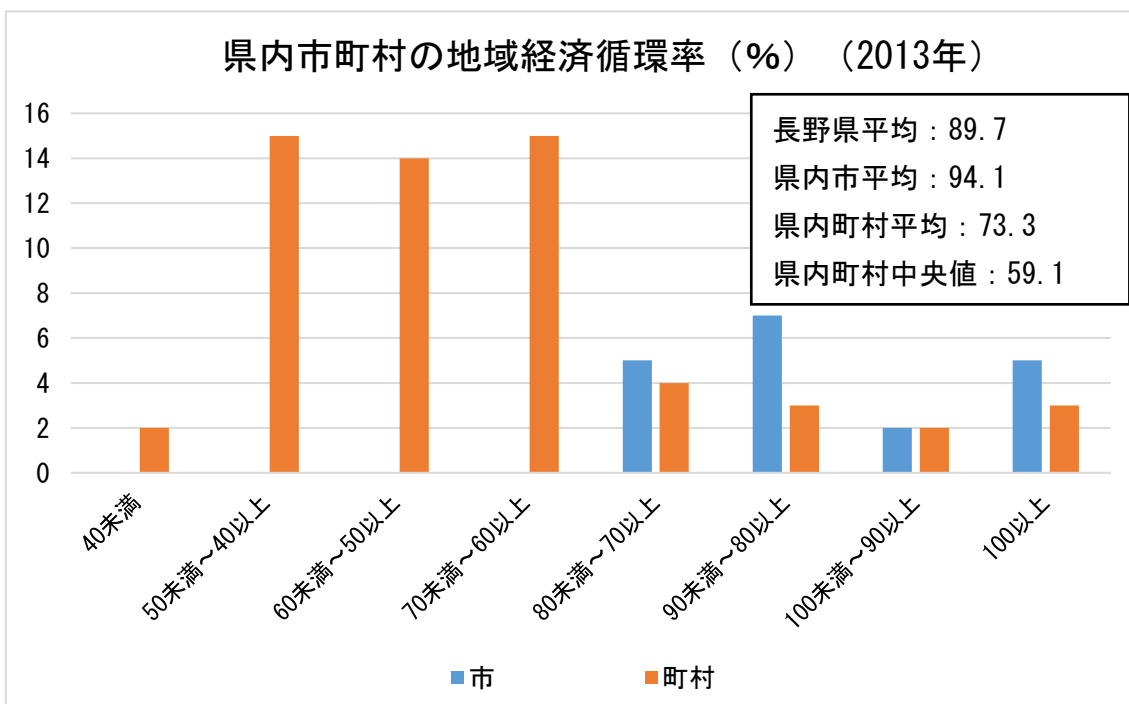
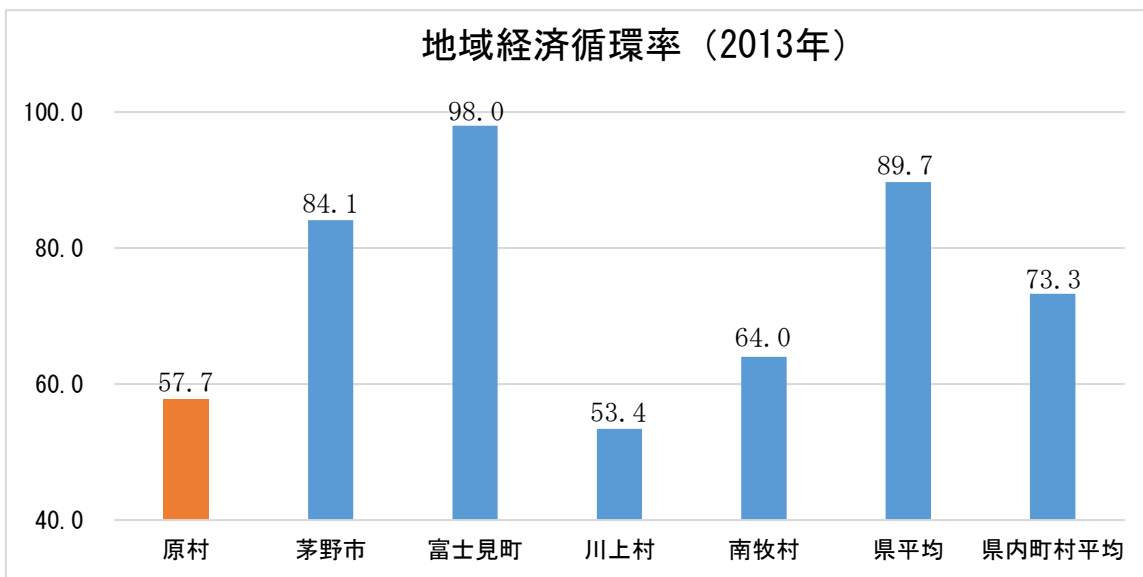


【出典】
 環境省「地域産業運覧表」、「地域経済計算」(株式会社価値総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)
 地域経済循環分析 <http://www.env.go.jp/policy/circulation/index.html>

地域経済循環率は 57.7% である。
 分配において所得が流入している。
 支出において所得が流出している。

地域経済の自立度を示す指標としての地域経済循環率

地域経済循環率 (%) (=生産(付加価値額) / 分配(所得) × 100)



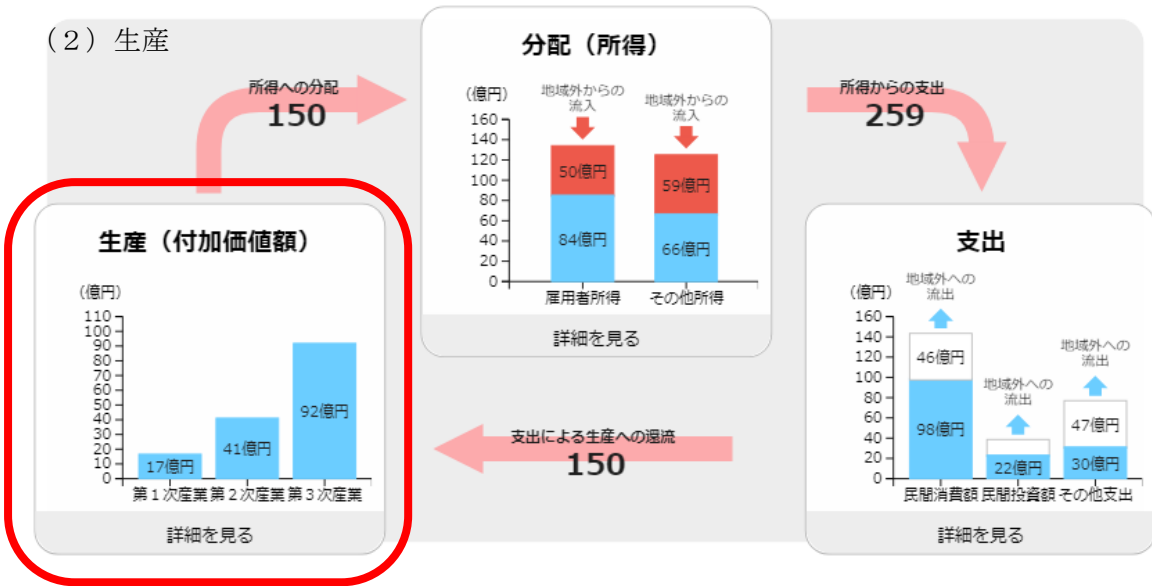
地域経済循環率 (%) の高い県内の町村 (高い順)

軽井沢町 130.9 坂城町 130.7 南箕輪村 101.0 箕輪町 99.1 富士見町 98.0

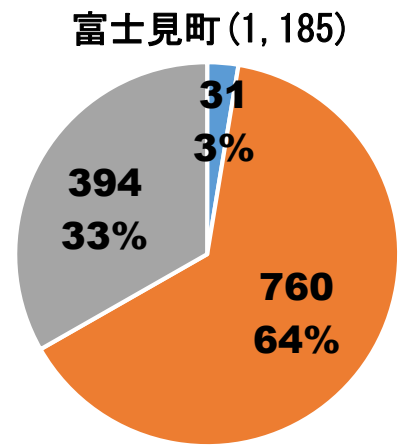
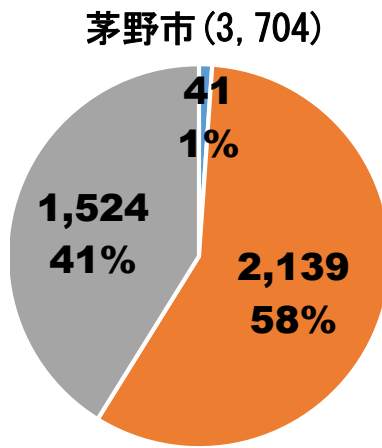
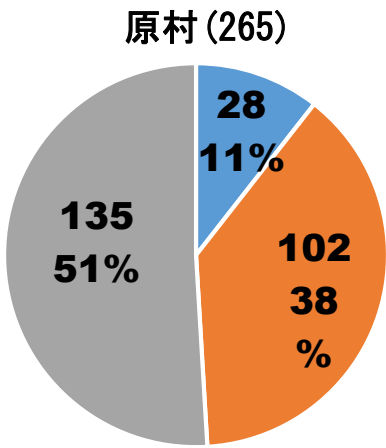
地域経済循環率 (%) の低い県内の町村 (低い順)

北相木村 35.1 栄村 39.1 平谷村 40.2 生坂村 40.8 南相木村 41.0

以下、地域経済循環図における最新年である 2013 年を基準に分析を進める。

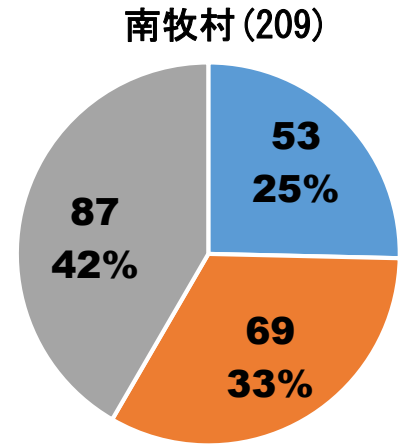
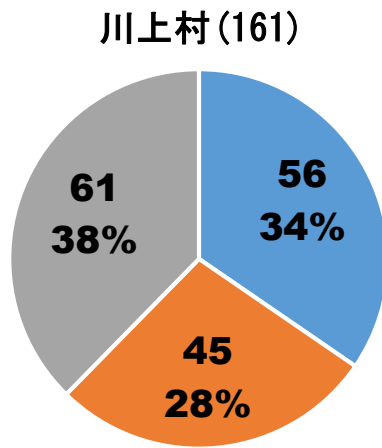


生産額 (億円)



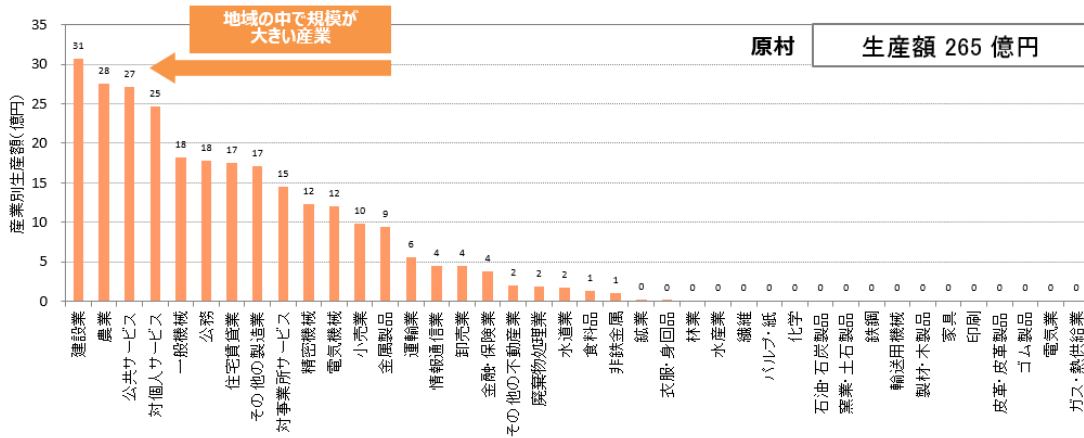
■ 第1次 ■ 第2次 ■ 第3次

第1次産業：農林水産業
 第2次産業：鉱業、製造業、建設業
 第3次産業：電気ガス金融情報通信など
 第1次産業・第2次産業以外の産業



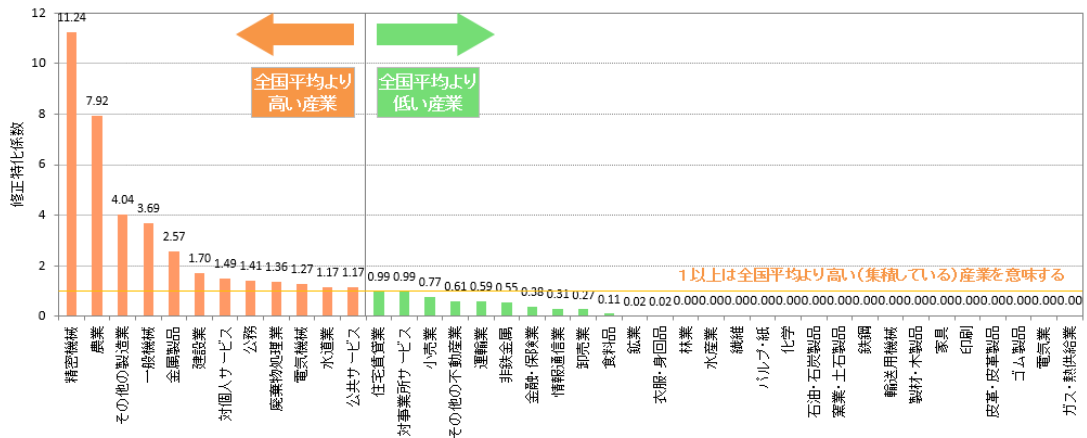
第3次産業（農林水産業、鉱業、製造業、建設業以外の産業）の割合が大きく、
 第1次産業（農林水産業）の割合は大きくない。

産業別生産額



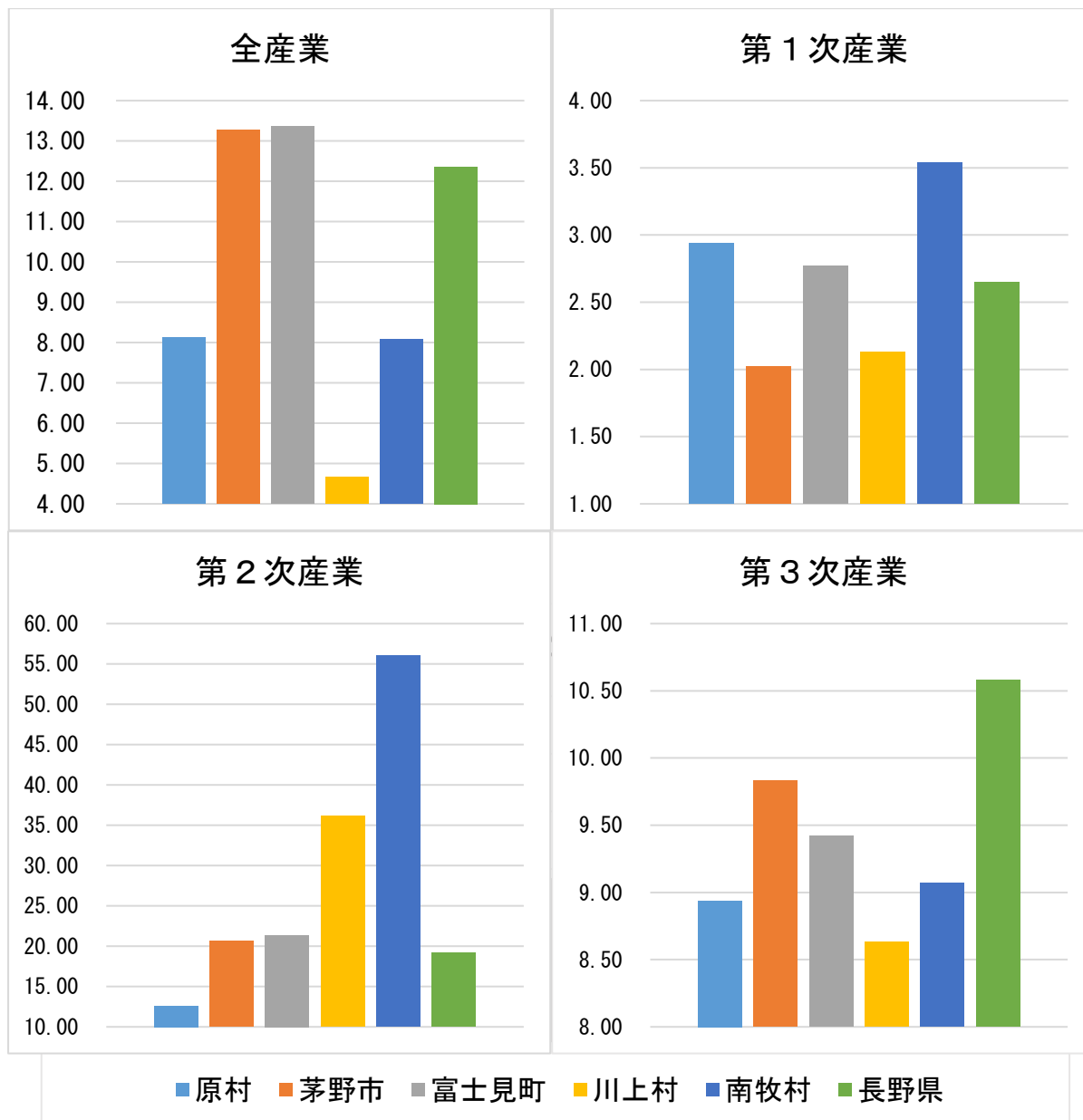
生産額が最も大きい産業は、建設業で 31 億円である。
 次いで農業 28 億円、公共サービス 27 億円、対個人サービス 25 億円の生産額が大きい。
 なお、川上村の農業生産額は 52 億円、南牧村は 53 億円である。

産業別修正特化係数 (生産額ベース)



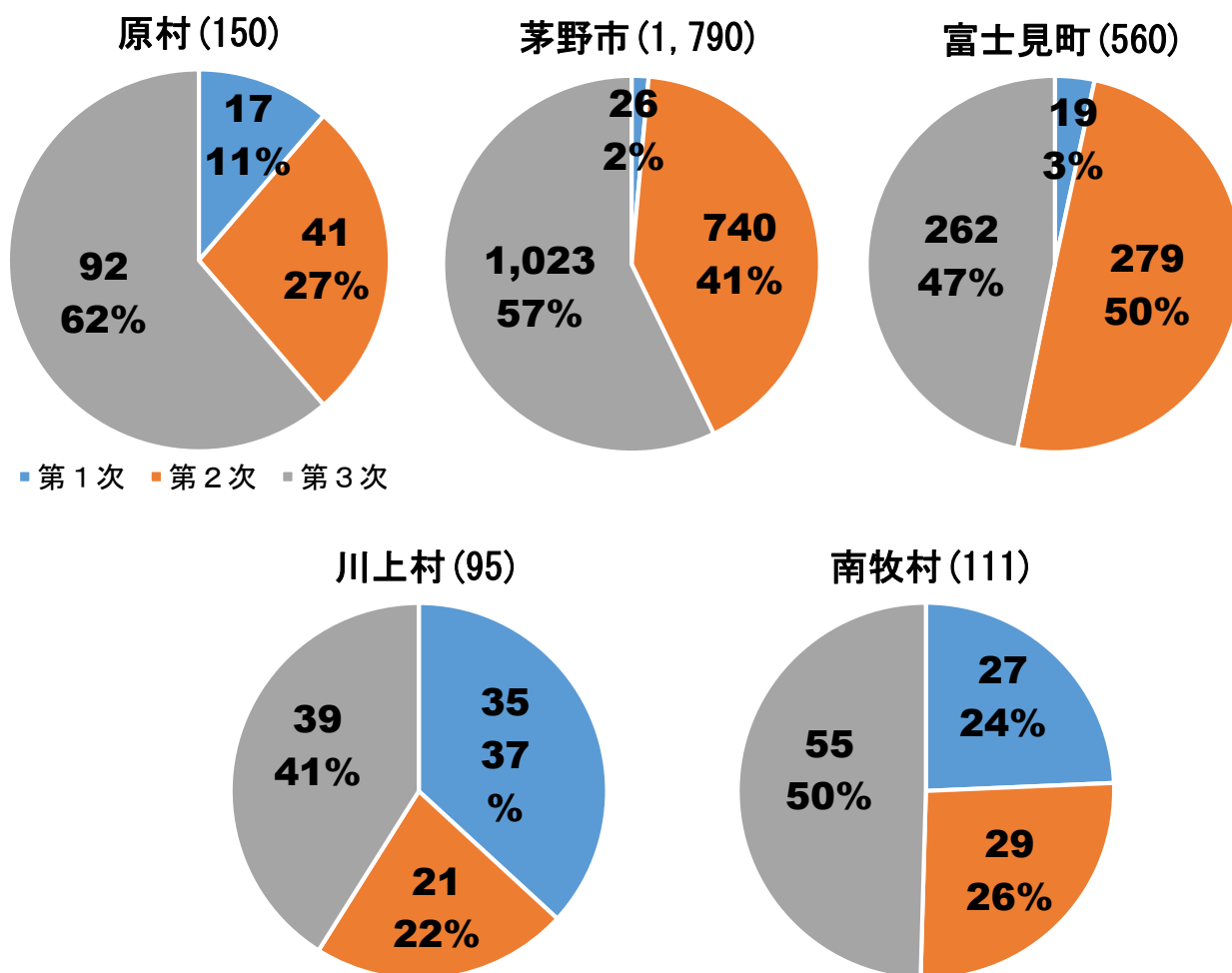
全国と比較して得意としている産業は、精密機械、農業、その他の製造業、一般機械、金属製品、建設業等である。

一人当たり生産額（百万円）



全産業における一人当たりの生産額は、長野県平均より低い。
 特に第2次産業（鉱業、製造業、建設業）においては、すべての比較団体より低い。

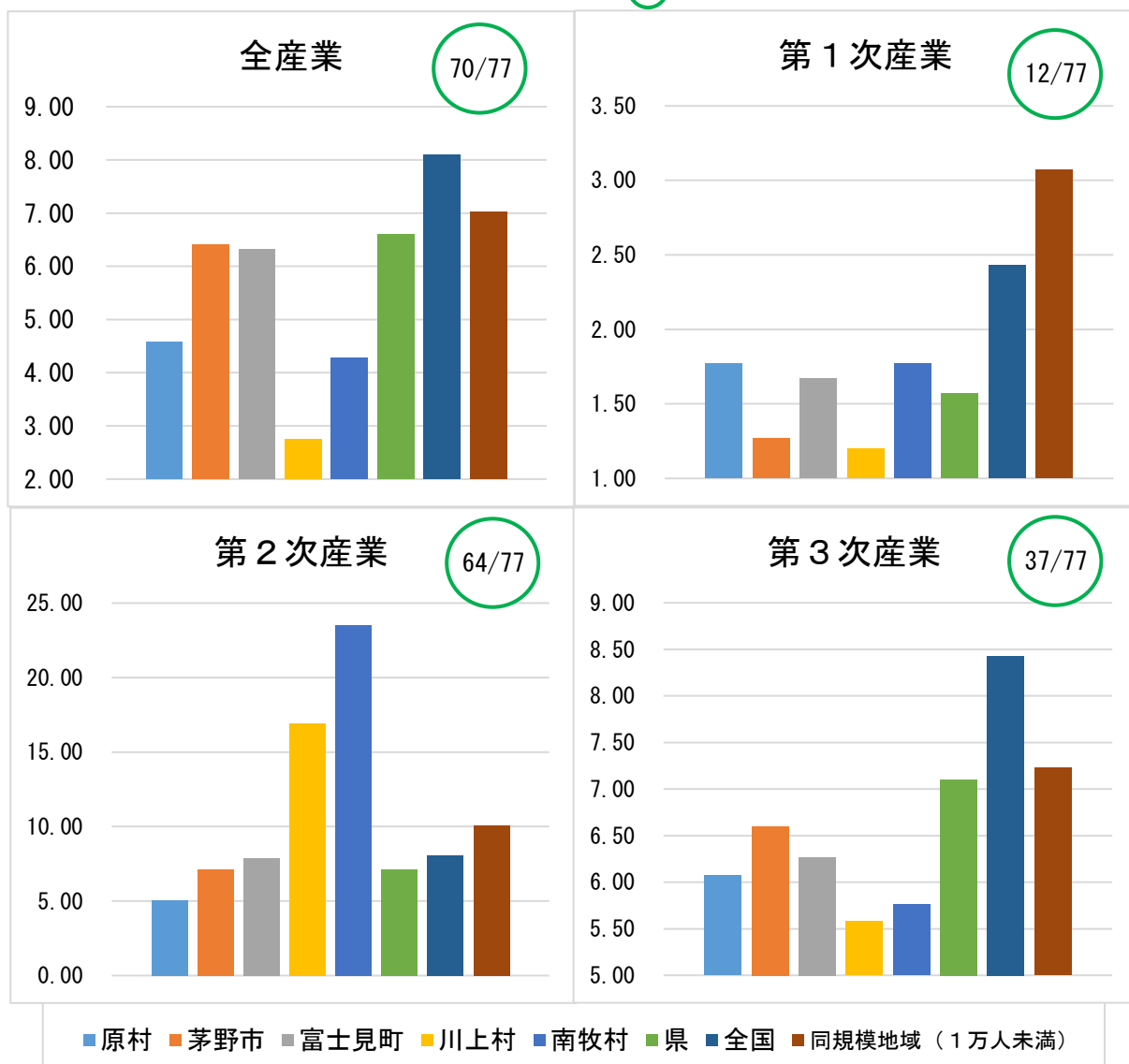
付加価値額（億円）



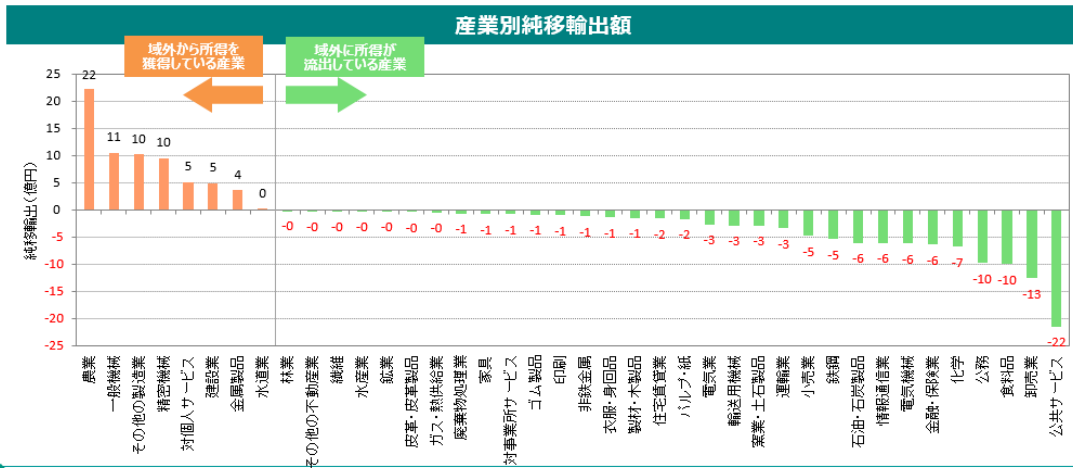
第3次産業（農林水産業、鉱業、製造業、建設業以外の産業）の割合が非常に大きく、第1次産業（農林水産業）の割合は大きくない。

従業員一人当たり付加価値額（百万円）

※ ○内は県内順位



従業員一人当たり付加価値額（労働生産性）は全産業において、長野県、全国、同規模地域に比べて低い。
産業別においては、すべての産業で全国、同規模地域に比べて低い。



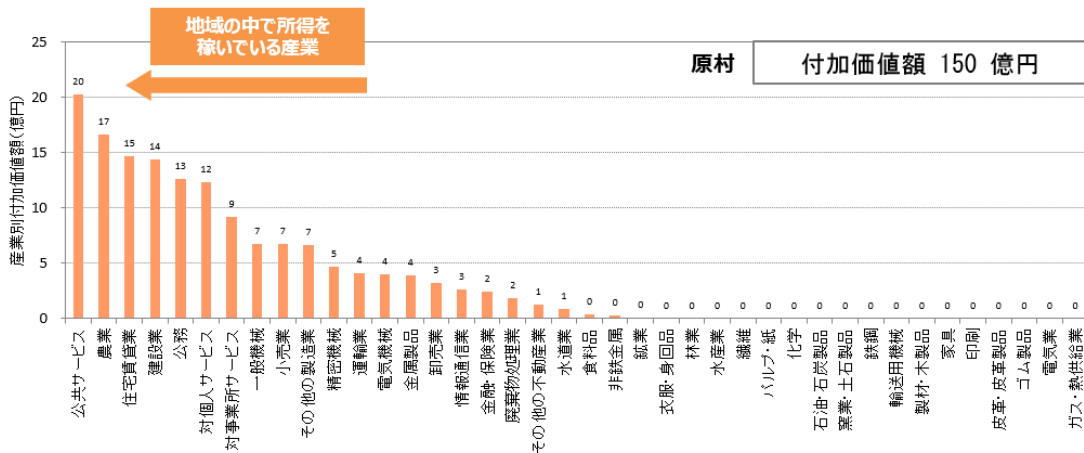
地域外から所得を獲得している産業【強み】 ※ () 内は移輸出額

農業 (22 億円)、一般機械 (11 億円)、その他の製造業 (10 億円)、精密機 (10 億円)

地域外へ所得を流出している産業【弱み】

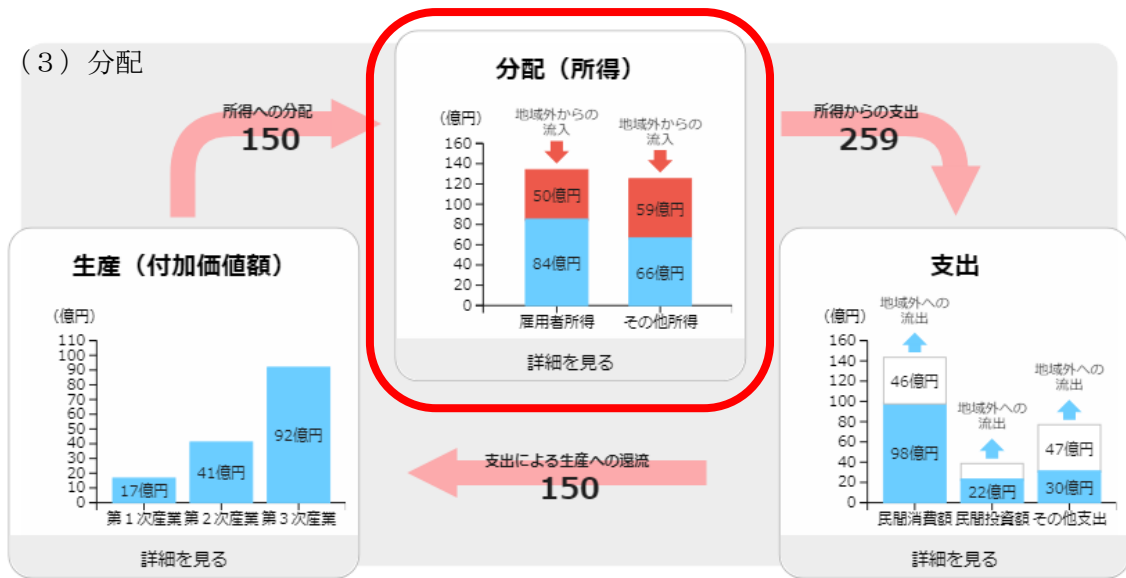
公共サービス (△22 億円)、卸売業 (△13 億円)、食料品 (△10 億円)、公務 (△10 億円)
⇒55 億円の流出

産業別付加価値額

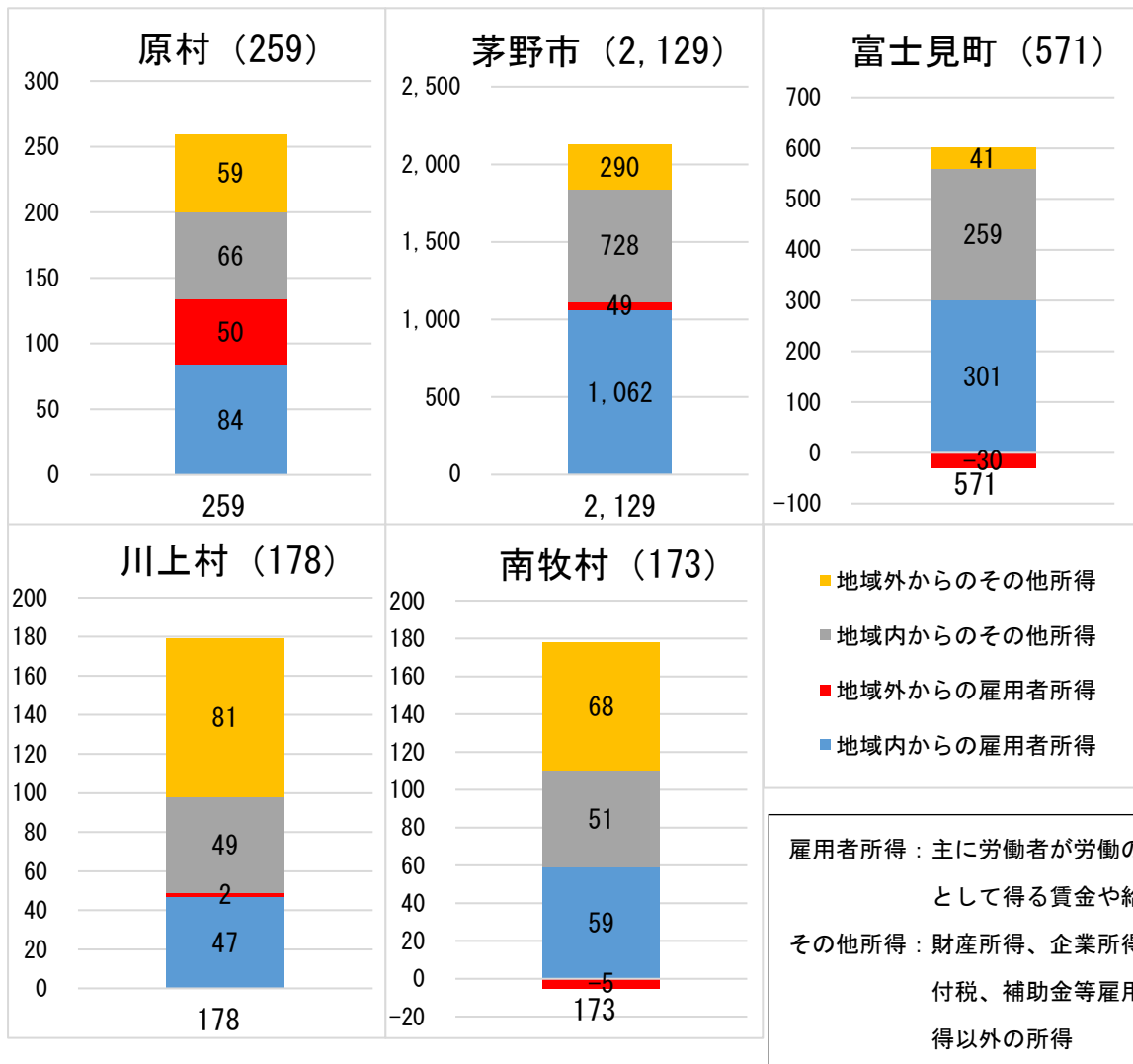


地域で所得を稼いでいる産業 公共サービス (20 億円)、農業、住宅賃貸業、建設業

(3) 分配

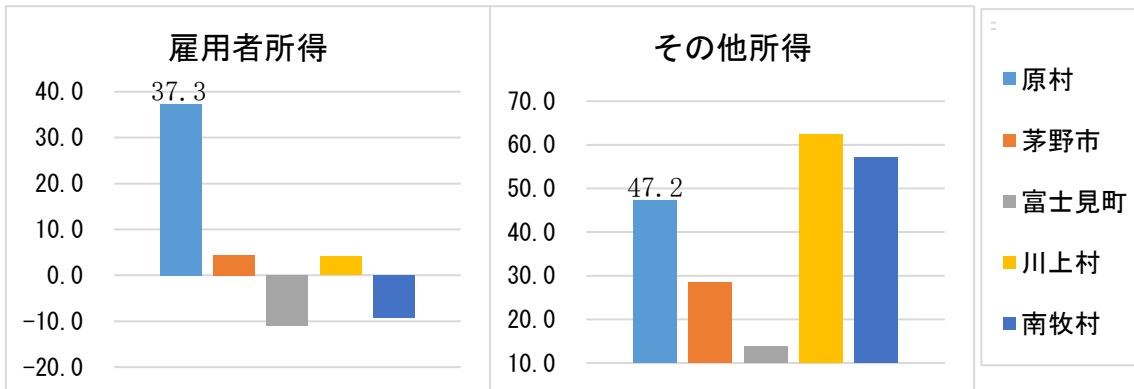


合計所得 (億円)



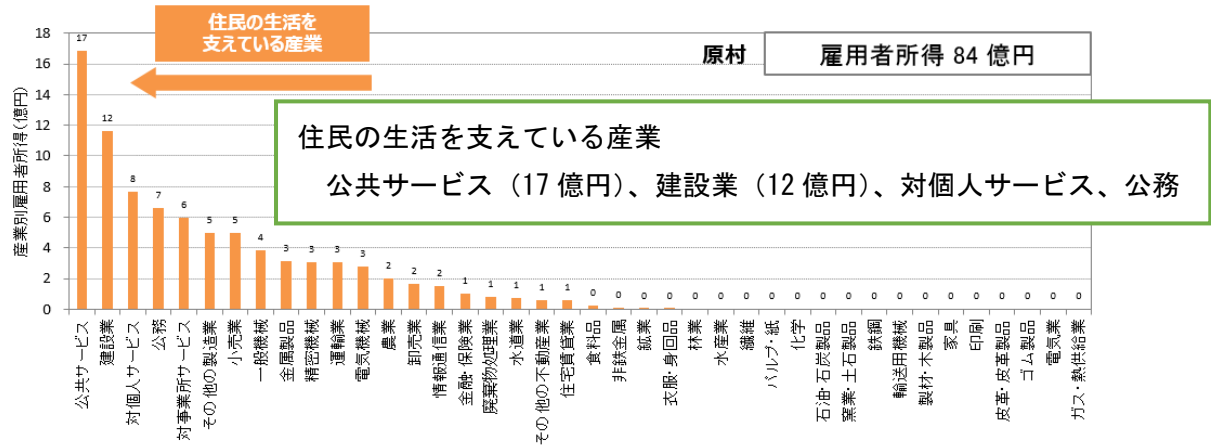
地域外から多くの雇用者所得が流入している。(50 億円)

所得の流出入率 (%)

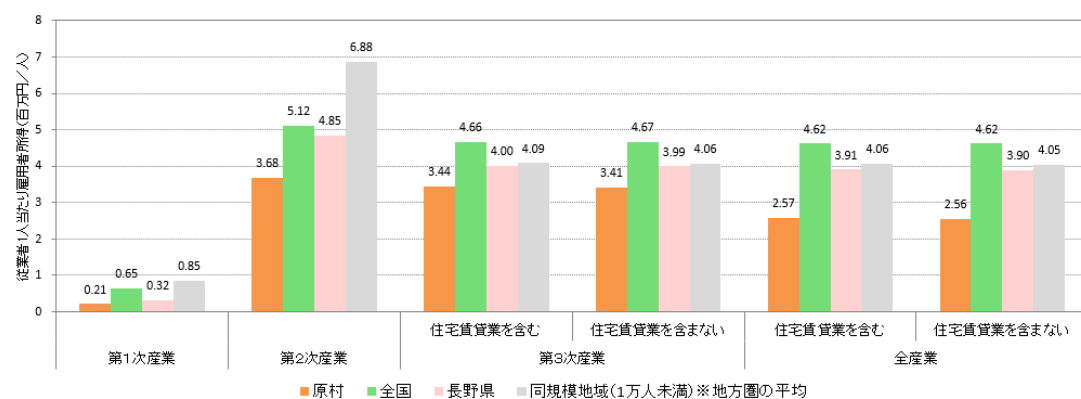


雇用者所得の流出入率が高い。⇒近隣自治体で勤務する割合が高い。

産業別雇用者所得



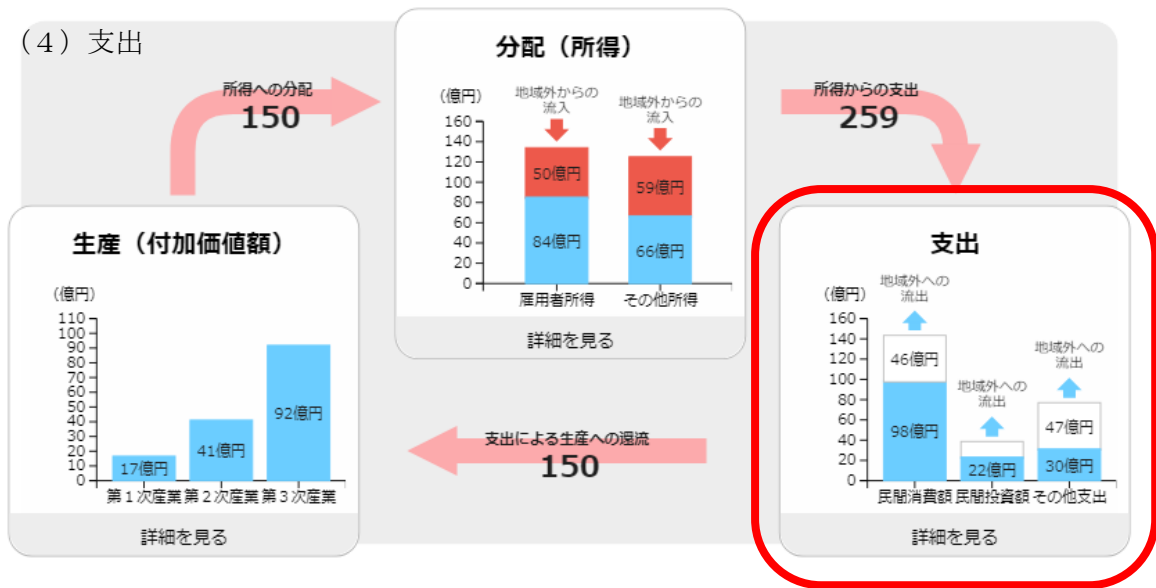
産業別従業者 1 人当たりの雇用者所得



注) GDP統計の不動産業には借家賃が含まれており、地域経済循環分析用データの産業分類では第3次産業の住宅賃貸業に借家賃が含まれている。借家賃は、実際には家賃の支払いを伴わないものであるため、これを含む場合と含まない場合の2パターンで労働生産性を作成している。

1人当たりの雇用者所得は、全産業では全国、県、人口同規模地域のいずれと比較しても低い。
1人当たりの雇用者所得における県内順位は、77市町村中66位であった。

(4) 支出



所得からの支出 (億円)

	原村	茅野市	富士見町	川上村	南牧村
総支出額 (地域内所得額)	259	2,129	571	178	173
民間消費額	144	1,189	289	52	58
民間投資額	39	281	100	46	35
その他支出	77	660	182	81	80

民間消費：地域に分配された所得を原資とした住民等の消費額。

民間投資：地域に分配された所得を原資とした企業等の投資額。ここでの投資とは、株式や債券等への投資ではなく、機械設備等の設置や更新等の設備投資を指す。

その他支出：「政府支出」 + 「地域内産業の移輸出 - 移輸入」により構成される。

民間消費額

	原村	茅野市	富士見町	川上村	南牧村
民間消費額（億円）	144	1,306	376	95	82
地域への消費（億円）	98	1,189	289	52	58
地域外からの流入（億円）	△46	117	87	43	24
流出入率（％）	△32.0	9.8	30.2	83.7	41.6
順位（1,719市町村中）	1,575	467	135	11	56

民間消費の3割超が村外へ流出している。（46億円）

流出入率の県内順位は、77市町村中74位

民間投資額

	原村	茅野市	富士見町	川上村	南牧村
民間投資額（億円）	39	281	100	46	35
地域への消費（億円）	22	225	75	16	20
地域外からの流入（億円）	△17	△56	△25	△30	△15
流出入率（％）	△43.2	△20.0	△24.7	△65.9	△42.9
順位（1,719市町村中）	1,527	945	1,103	1,713	1,524

民間投資の4割超が村外へ流出している。（17億円）

流出入率の県内順位は、77市町村中65位

その他支出（政府支出＋地域内産業の移輸出－移輸入）

	原村	茅野市	富士見町	川上村	南牧村
その他支出（億円）	77	660	182	81	80
地域への消費（億円）	30	260	108	△15	9
地域外からの流入（億円）	△47	△400	△74	△96	△71
流出入率（％）	△61.0	△60.6	△40.7	△119.0	△88.7
順位（1,719市町村中）	770	758	530	1,544	1,230

その他支出の6割超が村外へ流出している。（47億円）

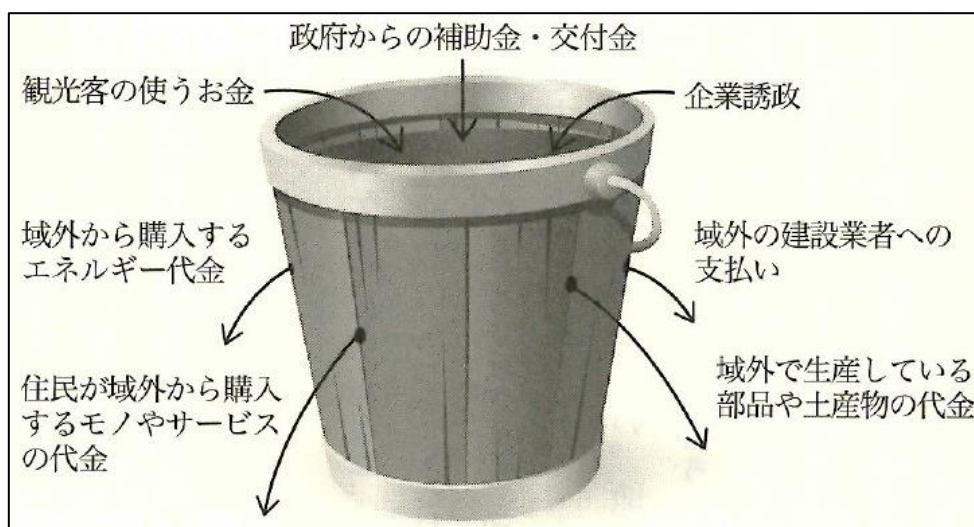
流出入率の県内順位は、77市町村中24位

(5) 漏れバケツモデルと買い物調査

①漏れバケツモデルとは

漏れバケツモデルとは、「問題は地域に入ってくるお金が少なすぎることではない」とする考えから生まれた概念である。

地域経済というバケツに空いた穴を全て塞ぐことは不可能ですが、空いた穴をできるだけ塞ぐ努力をすることでバケツの中の水を循環させることができれば、地域経済の潤いは増していくことになる。



出典：枝廣淳子「地域経済を創りなおすー分析・診断・対策」岩波書店 P. 20

②買い物調査

消費実態を調査するために買い物調査を行った。調査内容は、本プロジェクト委員自らの消費行動の調査であり、結果として村内への消費機会の少なさが見られた。

〈調査内容と結果〉

問1 「あなたはどこで何にお金を使いますか。」

⇒茅野市や諏訪市などのスーパーで食料品や日用品

茅野市や諏訪市などのガソリンスタンドで給油

茅野市や諏訪市などで外食

インターネットで生活用品など多岐にわたる買い物

問2 「あなたが村内でお金を使う機会をできるだけ挙げてください。」

⇒農協、セブンイレブン、ガソリンスタンド、ほぼ無し

問3 「あなたが「原村にある」と思うものはなんですか。」

⇒豊かな自然、八ヶ岳、景観、星空、農産物、農地、郷土文化、移住者 など

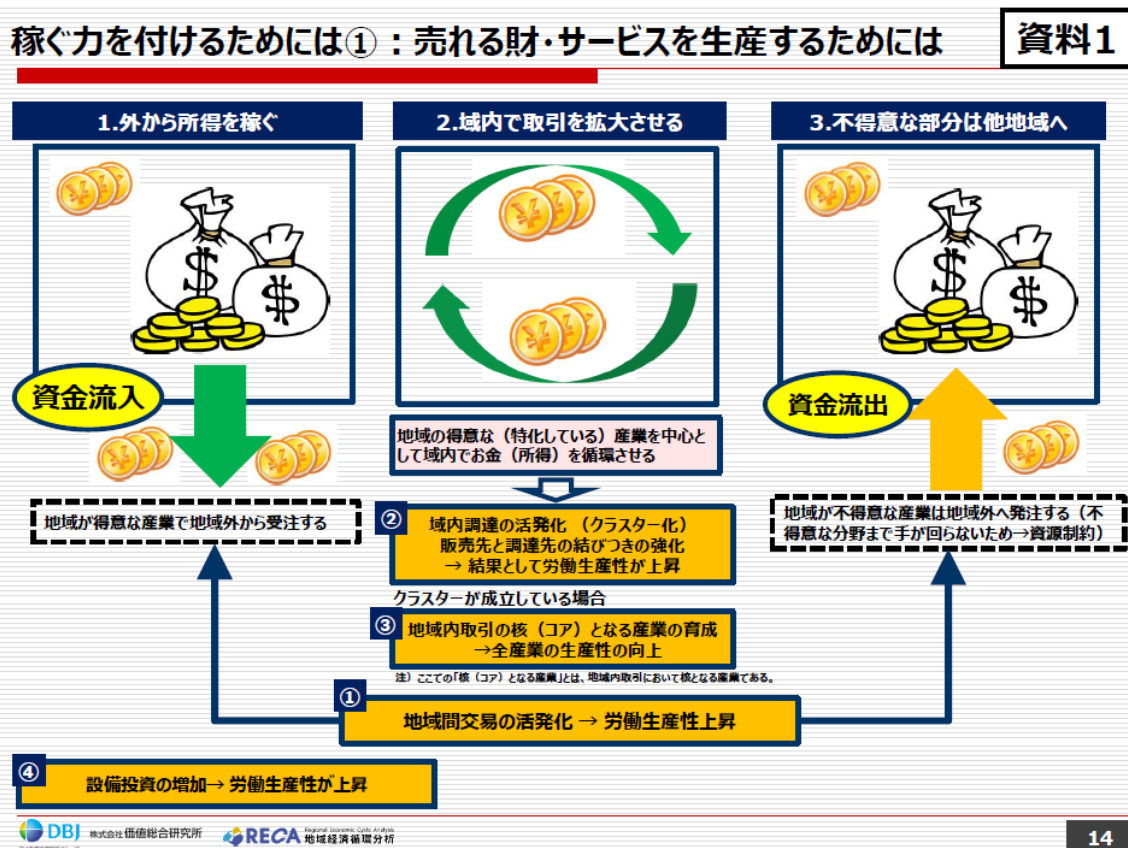
参考文献：枝廣淳子「地域経済を創りなおすー分析・診断・対策」岩波書店 P. 64～ P. 66

(6) 総括

地域経済循環分析に基づく経済対策の考え方は、「**長所を活かし、短所を補う**」ものである。

すなわち、地域の短所を局所的に改善するのではなく、長所を活かすことによって、短所（所得循環のボトルネック）を連鎖的に補う施策を検討する。

さらに、経済の生産・分配・支出の3面のうち、短所のない場合には、長所をさらに引き上げることによって**全体の労働生産性**、最終的には**地域住民の所得の向上**につなげる。



出典：株式会社価値総合研究所「地域経済循環分析の解説」

○長所

- ・ 農業における生産額は地域内の産業の中で2番目に大きく、地域外から最も多くの所得を獲得している産業であること
- ・ 地域外から多くの雇用者所得が流入していること
- ・ 恵まれた自然環境

○短所

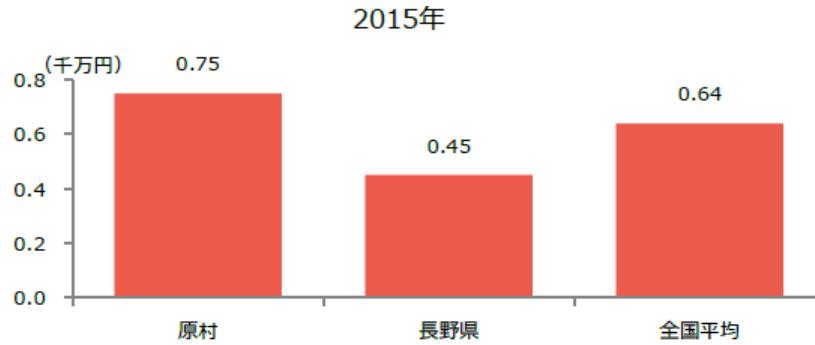
- ・ 地域外へ多くの民間消費が流出していること
- ・ 地域内には消費や雇用につながる産業が乏しいこと
- ・ 産業別では公共サービス、卸売業、食料品、公務から多くの所得が流出していること

3 施策への提案

(1) 農業

村の基幹産業である農業は、表1に見られるように全国及び長野県と比較して農業産出額が高く、経営体あたりの生産性も高い。また、表2に見られるとおり農業産出額が年々増加していることから農業における所得を稼ぐ力は比較的高いと考えられる。

表1. 経営体あたり農業産出額



【出典】農林水産省「農林業センサス」

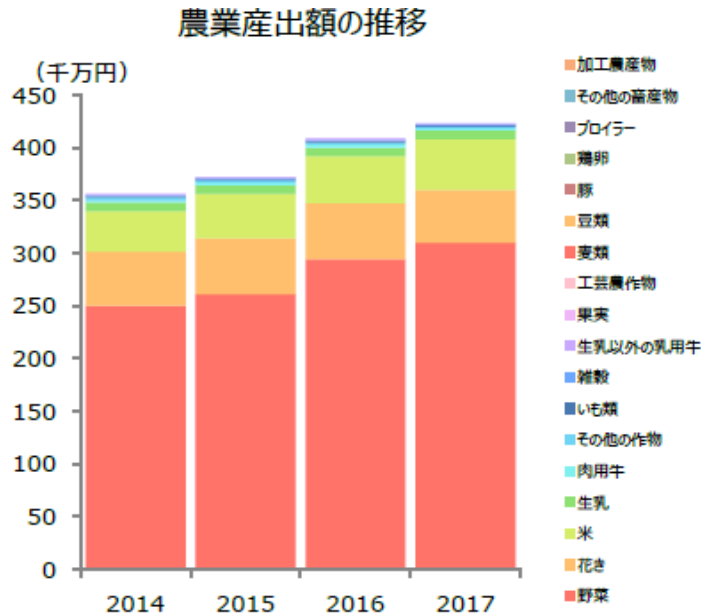
全国単位 農林水産省「農業総産出額及び生産農業所得」

都道府県単位 農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」

市区町村単位 農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」

【注記】1 経営体あたり農業産出額は、農業産出額を農業経営体数（家族経営体、組織経営体の合計）で除した試算値である。
農業経営体には、販売なしの経営体を含む。

表2. 農業産出額の推移



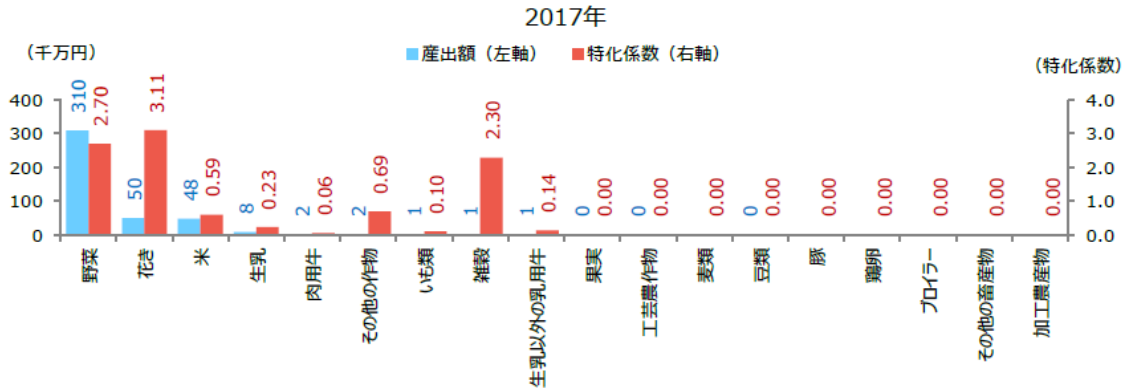
【出典】農業産出額（都道府県単位） 農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」

農業産出額（市区町村単位） 農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」

農業経営体数 農林水産省「農林業センサス」再編加工

農産物の構成としては、表3に見られるように野菜、花卉、米を中心に構成されており、産出額が最も高い野菜のうちセルリーは、すでに産地としての付加価値は高く、地域経済における所得の獲得に大きく貢献していると考えられる。

表3. 品目別農業産出額

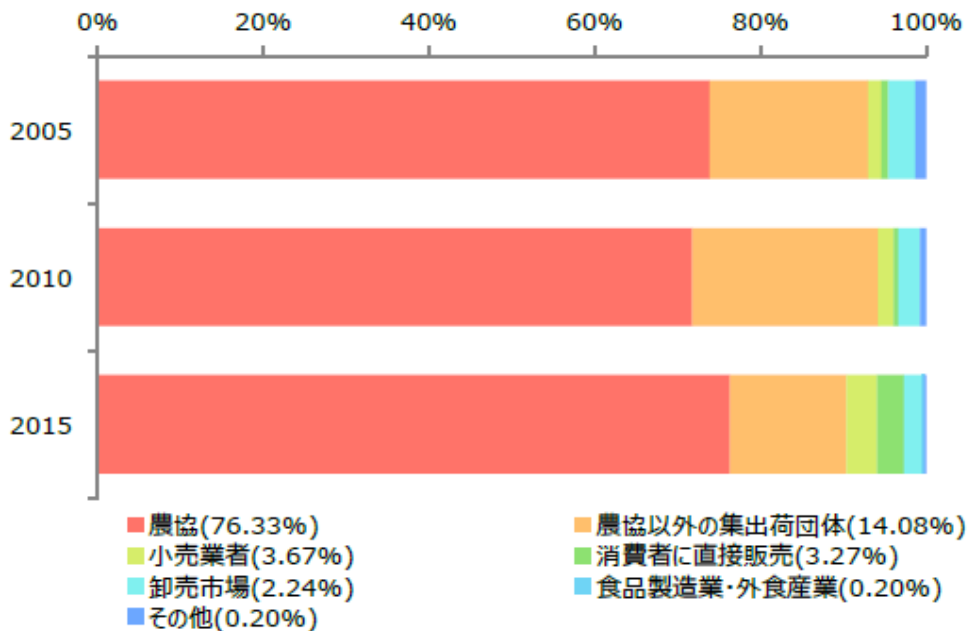


【出典】 都道府県単位 農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」
市区町村単位 農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」

【注記】 「その他の畜産物」には、農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」及び「市町村別農業産出額（推計）」で示される「鶏」から「鶏卵」と「ブロイラー」を減じた値を含む。

農産物は、表4に見られるように大部分を農協などの集出荷団体に出荷している。このことから、農業所得は集出荷団体を通じ、その大部分を村外から獲得していると考えられる。

表4. 農産物の出荷先別経営体数割合の推移



【出典】 農林水産省「農林業センサス」再編加工

【注記】 凡例の数値は最新年の数値を指す。

① 村内での経済循環ために

前述のとおり、農業における所得を稼ぐ力は大きいですが、一方で村内産の農産物を村内で消費する機会は十分とは言えない。地域経済の好循環には地域内での消費は欠くことのできないものであることから、地産地消を推進する方策を提案する。

(ア) 食用農産物の地産地消の推進

村内で消費される食用農産物は各家庭の食事、飲食業の提供品等が考えられる。これらの食用農産物は、村内及び村外の販売業者が村内外産問わずに販売しているものが利用されている。したがって、これらを村内産に切り替えることができれば地産地消が推進できる。

しかしながら、食用農産物を必要とする者へ村内食用農産物を流通させる仕組みを構築することは、食用農産物販売業者への協力依頼、直売所の設置等、検討事項が多岐にわたり、実施には多くの時間と経費がかかると考えられる。

そこで、はじめに行政機関や公共施設等で消費する食用農産物を村内産に切り替えていくことを提案する。前述のとおり、公共サービスは村外へ所得が流出している分野であり、行政機関等が村内食用農産物を使用することへの村内経済循環への貢献は大きいと考える。

その一例としては、学校給食での村内産食用農産物の消費拡大である。学校給食は多くの食用農産物を消費しているが、現状では村内産食用農産物の使用率は約 33%（原中学校、令和元年 11 月実績）とまだ伸びしろがあると思われる。しかし、原村の特産品ともいえるセルリーだけでは使用率を上げるのは難しい。そこで家庭菜園で生産されている野菜に着目し、その活用を検討したい。これらの野菜は出荷されないばかりか、家庭内で消費しきれず、食卓にのぼらない場合もあるため、これらを学校給食に使用できれば、村内産食用農産物の使用率が上がると同時に、食卓にものぼらなかった野菜が、村内で消費される価値のある食用農産物となる。

また、供給する品目数を増やすという観点から、福祉施設における「きのこ栽培」などによる農福連携による生産活動も検討の余地があると考えられる。

更にこのような取り組みの中で村内の農産物を供給する仕組みが確立されていけば、今後、農産物の供給を村内の飲食業や食卓に拡大することも可能と考える。

最終的に村内で求められる食用農産物を、小規模に生産し供給する体制となれば、地域で消費するものを地域で生産するという地消地産へ繋がっていく。

(イ) 花卉の村内消費増加への取組

キクやトルコギキョウ、スターチスをはじめとする花卉は、表 3 で示したとおり当村を代表する農産物のひとつであり、セルリーを代表とした野菜と同様に村外からの所得を獲得する農産物である。一方、村内での消費は、前段の食用農産物と同様に十分とは言えない。

そこで、村内で村内産花卉の消費を拡大する方策を考える。

はじめに、花卉のある暮らしを身近なものとし、村内の消費を拡大するため、花卉

への意識付けが必要不可欠である。例えば、庁舎の中に積極的に花を飾ったり、記念品を贈る事業（敬老会等）においては併せて花を贈ったりしてはどうだろうか（既に公民館講座ではここ数年フラワーアレンジメント教室が開催されている）。住民の意識が花のある暮らしへと移れば消費が刺激される。

次に村が意図的に花卉の購入機会を作るようにしてはどうだろうか。具体的には役場のロビーを利用した花卉の販売などが考えられる。役場は特に月初めに窓口を訪れる住民が増加する傾向にある。そこでそのタイミングに合わせてロビーで花卉の展示や販売を行い、花卉を手に取りやすい状況をこちらから提供することで村内の花の消費の拡大を図る。

② 村外から所得を獲得するために

前述とおり当村の農業における村外から所得を稼ぐ力は大きい。したがって、今後も農業の優位性を失わないために、利点を更に伸ばし、欠点を克服する方策を考える。

(ア) 品目の強化

表3によると、農業産出額は野菜を筆頭に花卉、米が続くが、野菜の産出額が31億円であるのに対し、続く花卉の産出額は5億円と大きな隔りがある。最も産出額が大きい野菜の内訳産出額においても、平成29年度のJA資料によると、1位のセルリーが16.7億円であるのに対し、2位のブロッコリーは5.6億円にとどまっている。

したがって、当村の強みであるセルリーの持つ“原村ブランド”を更に推し進めつつ、他の品目の更なる強化にも力を入れる施策を講じ、稼ぐ力の向上を図る。

なお、他品目に力を入れることは、気候変動による環境の変化をはじめとした農産物生産リスクを分散させることになり、村の持続可能性の向上にも繋がるため、現在進められているワイン特区認定取得事業等は積極的に推し進めるべきと考える。また、ワインぶどう以外の新たな農産物への挑戦も併せて検討すべきと考える。

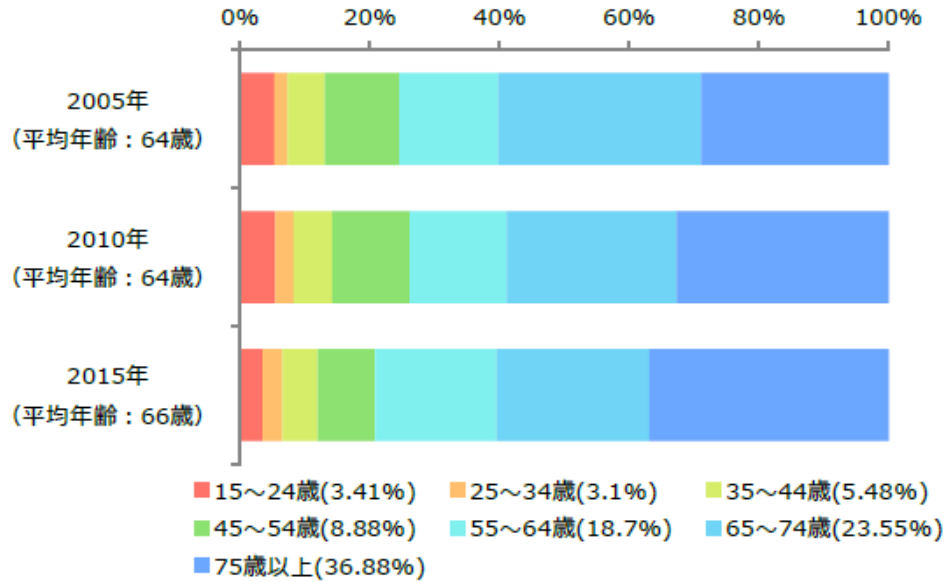
(イ) 就農者への支援

農業就業者の平均年齢は表5に示すように平成22年時点で64歳であったものが、平成27年には66歳と高齢化している。年齢別で見ると75歳以上の農業就業者が約36.9%と一番高くなっている。なお、令和元年10月の総合戦略策定のために行ったアンケートでは、約3割の農家が辞めたいと回答しており、表6からは高齢化と同時に、農業経営体数が年々減少してきていることがわかる。

これらのことから、農家減少への対策を講じ、稼ぐ力の低下を防ぐ必要がある。

対策として、国の実施する「農業次世代人材投資事業」の活用等が考えられるが、当村の新規就農者は親や親族等の農業を継承する事例が多く、国事業の要件に合わない場合も多いため、国事業の活用と同時に村単独事業の「農業後継者育成事業」を活用、充実させることが必要と考える。

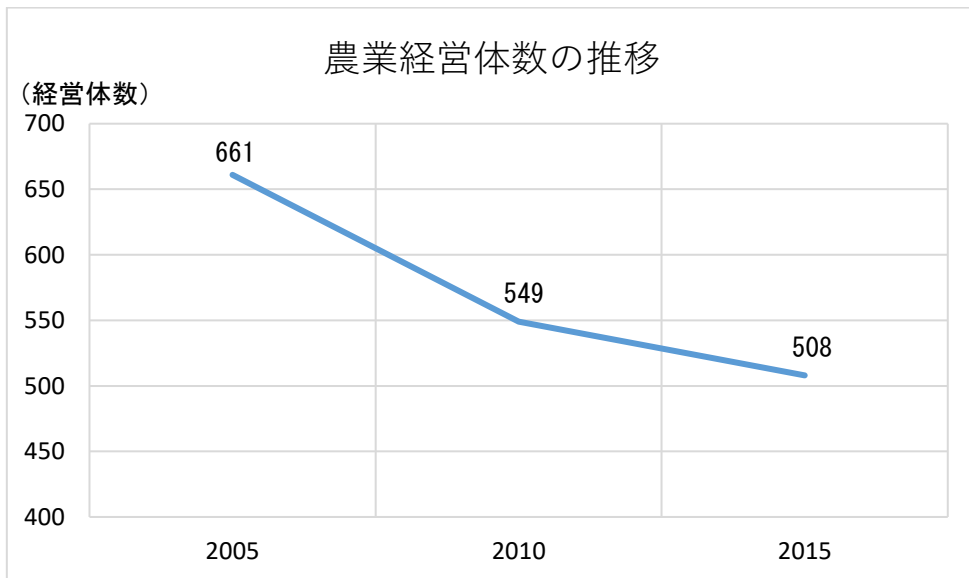
表 5. 年齢階級別農業就業者比率と平均年齢



【出典】 農林水産省「農林業センサス」再編加工

【注記】 農業就業人口：農業従事者のうち、農業を主として従事した世帯員
凡例の数値は最新年の数値を指す。

表 6. 農業経営体数の推移（農林業センサスより）



(ウ) 農地の集積

一般的に農地を集積化することで生産効率が向上し、稼ぐ力は大きくなる。

集積化の方策として現在、農地中間管理機構または村単独事業の農地流動化事業を利用した貸借による農地集積が行われている。このうち、農地中間管理機構は、令和元年度には実績がなく、圃場整備を行った平成30年度においても貸借面積は2.5ha程度で多いとは言えない。一方、村単独事業の農地流動化事業では各年度において、貸借面積は約150haの実績がある。

実績のある村単独事業の農地流動化事業を積極的に活用し、集積化を促すのが効果的であると考えます。

(エ) 省力化のためのスマート農業導入の模索

現在、国では農業の担い手の減少や高齢化等の対策のため、省力化のためのスマート農業を推進している。スマート農業は、国の示す「食料・農業・農村基本計画」の中で、総合的かつ計画的に講ずべき施策と位置付けられているものである。

当村においても、前段で示したとおり、経営体数の減少や高齢化が課題となっている。したがって、国のスマート農業総合推進対策事業などの制度を活用しながら、村の農業に合ったスマート農業の導入を模索する。

(オ) 農業用水を用いた小水力発電

当村は、八ヶ岳の裾野に広がる勾配のある立地であるため、農業用水は大きな落差を有している。小水力発電は、位置エネルギーを電気エネルギーに変える発電方法であるため、当村に適していると考えられる。

現在、国では「土地改良長期計画」において、農業水利施設を活用した小水力等発電の利活用を推進しており、小水力発電により得られる効果としては、施設維持管理費の削減、農村振興への寄与、地球温暖化防止への貢献及びイメージアップ等を示している。

したがって、国の示す効果を享受できるようこれらの導入を検討したい。

なお、SDGsにおける「7. エネルギーをみんなに そしてクリーンに」をはじめとする持続可能な社会へ向けた取り組みとしても注目されている。

(2) 商工業・観光業（農業以外の産業）

村の地域経済の現状は、村外から約 109 億円の所得の流入があるにもかかわらず、支出、消費の段階において、村外へそのまま約 109 億円が流出しており、地域内で循環する所得が約 150 億円と少ない。

村内で所得を循環させ、村外への消費を抑えていくことが、商工業、観光業等の将来を見据えた対策の一步である。

したがって、今ある施設等を活用しながら、村内での観光施設や飲食店等の利用、消費を今以上に増加させる方策を考えたい。

① 村内での経済循環のために

(ア) 住民の村内施設の利用促進

・ポイントカード事業

住民の方が多く利用をしているもみの湯及び飲食店等の村内店舗と連携し、もみの湯へ入浴していただいた方に村内の連携店舗等で利用できるポイントを付与する。もみの湯の入浴へ付加価値を付けさらに利用していただき、あわせて、村内の飲食店等の店舗を利用する機会を増やしていくのが狙い。

また、共通ポイントカード(WAONやnanaoなど)に相乗りすることも検討したい。(独自開発より導入が容易であり、優れた機能を有するため)

・商品券事業

新型コロナウイルス感染症対策によりすでに実施している事業の流用にはなるが、村内の連携取扱店で使用できる商品券事業(一人 2,000 円分)を毎年度実施し村内の店舗の利用促進を図る。商品券の使用実績を把握できれば、商品券使用者への上乗せ等のインセンティブが可能になる。将来的には、前段のポイント事業との連携を図る。

・飲食店送迎バス・タクシー運行事業

村内には公共交通機関が少なく自家用車で移動しているため、住民は普段から主に村外の飲食店を利用しており、特に飲酒を伴う飲食については、村外で行われるケースが多い。

村外での飲食による所得の流出を防ぐためにも、予約制の送迎バスやタクシーを運行する等の対策により、村内飲食店の利用促進を図る。

(イ) 村内業者の連携

・地産地消の促進

観光・宿泊施設と農家等を結び付ける。各施設で消費する物(観光客に提供する食事の材料や、景観を良くするため、オープンガーデン等で使用する花々)を村内の農家等から購入できる仕組みをつくり、地産地消を促進する。飲食店においては、村内産の野菜を使用することで高付加価値化にもつながる。

以前村で企画をした「日帰りモニターツアー」では、高原野菜や、原村に興味を持

った方が実際に原村を訪れ、野菜の収穫を楽しみ、そのままを調理して食べても楽しむといったツアーであり、参加者アンケートの結果では、「また原村に訪れたい」と回答した方が8割にものぼり、満足度も高く平成30年には、前年に比べ倍以上もの予約がありキャンセル待ちが出るほどの人気を博した。

このことから、首都圏の方の高原野菜に対する興味の高さや、原村の高原野菜、農業の持つポテンシャルは、それらの方々を満足させリピーターを生むことが可能な素材であることがわかる。さらに継続していく必要があると共に、観光と結び付けていくことで地産地消の促進が見込めるのではないかと考える。

例えば、アンケートの結果の中では、高原野菜を使った料理のレシピを紹介してほしいという意見が多く寄せられた。ここから、観光客に村内の農家や、実践大学校で野菜等の収穫体験をしていただき、その後収穫した野菜を使用し、宿泊するペンションのオーナーと高原野菜を使った料理を作る体験を行う。この様なペンションへの宿泊を加えた着地型パッケージツアーを展開する。

ペンションオーナーも、体験を行った農家から高原野菜を仕入れるきっかけになり、村内のものを村内で消費できる。あわせて観光商品としても、宿泊することで原村に滞在する時間が長くなり、高原朝市や、星空の映画祭などのイベントと相乗効果も見込め、原村でしか体験できない満足度の高い商品にすることも可能である。

(ウ) 役場から始める村内消費

- ・各事業での村内業者の利用徹底

役場などの行政機関は、村内でも消費額、生産額が大きい産業であり、進んで村内での消費を行えば地域経済の循環へとつながるはずである。

例えば、令和元年度に村が実施した工事の入札案件は、約40パーセントの事業を村外業者が落札している状況である。まず、庁内会議での検討を軸に、役場の調達項目や村内での調達の可否等を検証したうえで、入札時に条件を付すなどし、経済循環を進める。

- ・飲食店デリバリー利用促進

現在始まっているが、役場職員が積極的に昼食や宴会等により村内飲食店を利用していく取り組みを継続していく。

また取り組みの拡大として、デリバリー店舗一覧のチラシやHPを作成し広く周知する。さらに、デリバリーに限った話ではないが、スタンプラリーのようなキャンペーンを行い、すべての対象飲食店からデリバリーを注文するとプレゼントが当たるなど、付加価値を付けて利用を促進していくことで、村内での消費を促進する。

② 村外から所得を獲得するために

原村の観光の現状については、令和元年においては年間約 17 万人の観光入込客数があり、観光消費額は約 9 億 5000 万円であった。

しかし平成 28 年からここ 3 年間では、観光入込客は、約 2 万 3000 人の減少、観光消費額についても、約 1 億 5000 万円の減少が見られこのままでは、今後も減少していく可能性が高い。これでは、村外からの所得の流入が減少していく一方であり大きな課題である。

このことから、観光客を獲得しつつ、村内で消費してもらえるような施策を考えていきたい。

(ア) 観光誘客のための組織づくり

- ・行政から自立した観光組織の設立(DMO、地域商社の設立)

人口減少が進む中で観光入込客数を増加させていくためには、新規の観光客ではなく、リピート率を高め何度も訪れてもらえる観光地にしていかなければならないと考える。そのためには、狙いを絞った観光誘客が必要である。

現在原村の観光組織については、原村観光連盟が組織されており、収入源は、会員からの会費及び村からの補助金である。また事務局は、役場商工観光課が担っているため施策は、行政主導に近い性質があり、公平性を保たねばならず、また収入、利益もなく独自の施策を展開しづらい状況にある。上記でも述べた狙いを絞った観光誘客を行っていくため、早急に観光誘客を担う組織を行政に近い機関から分離し自立を目指した観光組織を新たに設立する。何を売り出していくか決め、村内の観光が一体となり独自の観光誘客を行う必要があると考える。またこの組織が前述した農家等からの農産物の流通を担うことについても期待したい。

(イ) 狙いを絞った観光誘客のために

- ・観光客へのアンケートの実施による観光ニーズの把握

組織が定まれば、上記でも触れた狙いを絞った観光誘客を実践していく。

狙いを絞った観光誘客とは、誘客する観光客のターゲットを設定することである。

例えば、売り出していく観光素材も定めずに、様々な属性の観光客を誘客していくことは、中途半端な観光戦略に陥る。

結果訪れた観光客は、ほとんど印象に残らず満足度も低いため、リピートにつながることはない。これでは観光入込客数の増加にはつながらない。

このことから、観光ターゲットを設定するため、原村に訪れ村内の観光施設を利用した観光客や登山客等を対象にそれぞれの施設でアンケートを実施する。訪れる観光客が何を目的に訪れているか、どんな分野が好きな観光客なのか、どこでお金を消費しているか等をアンケート結果から分析する。そして、それらに合った分野に特化した観光誘客を行うことで、効率の良い観光誘客を進め、観光入込客数の増加を図る。

また、こんなイベント、商品、体験があったら嬉しいか、また来たいかを必ず回答いただくようにする。訪れている観光客は、少なからず原村や八ヶ岳エリアに興味があって訪れているはずなので、求めている観光商品の情報も聞き出し、意見に沿った

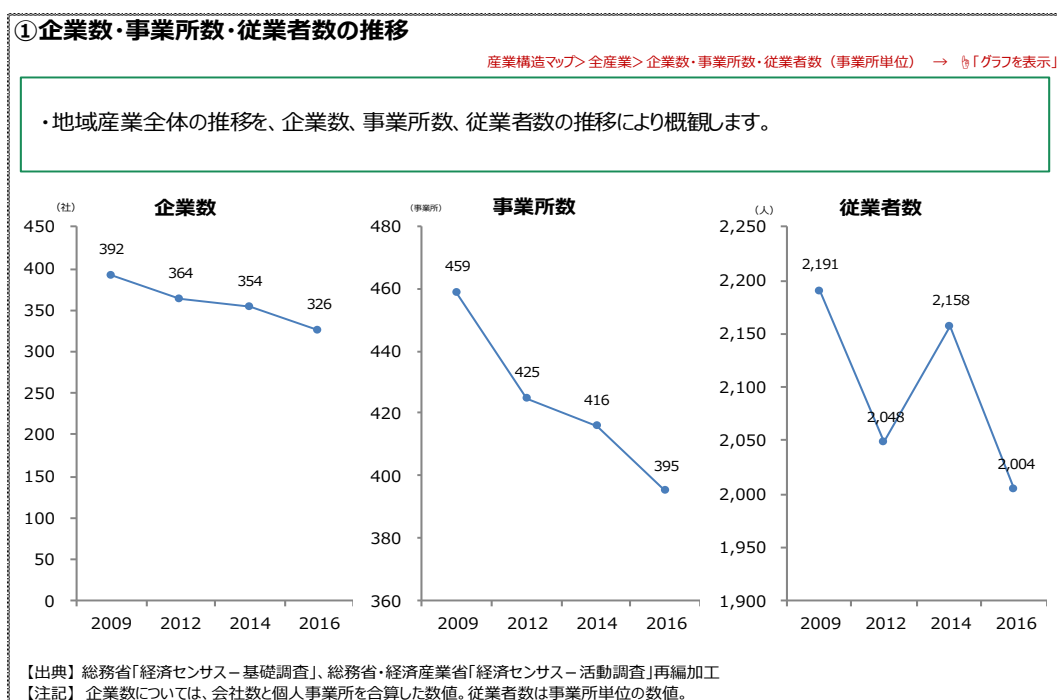
商品を販売、イベントを実行していけば、原村と相性の良い観光客に対応した観光商品が高確率で完成する。そうすることで、観光客の村内での消費促進を図る。

(ウ) 企業誘致

村内の企業者数は、平成 21 年に 392 件あったものの、平成 27 年には 326 件まで減少している状況である。(表①：企業数・事業数・従業者の推移)

このまま新たな企業の誘致を進めていかなければ、村外から所得を獲得する企業、村内で所得を循環させる企業も減少していき、村内経済が循環していくことは難しい。

よって、企業誘致に関しても方策を考えていきたい。



・工業用地の確保

現在原村の工業団地については、区画に空きがなく、担当課に企業誘致について問い合わせがあっても紹介できない状況である。

このことから、新たに企業を誘致するためにも、現在利用されていない村内の土地を活用し、新たな工業用地として確保する。

・開業、誘致支援の見直し

村制度資金「開業支援資金」についての実績は、3年間で2件であり、また「工場用地取得資金」についても利用実績が0件である。開業や誘致のための支援についても見直しが必要である。

対象条件の緩和や、利率、利子補給の割合など現在より利用しやすいように改善していくことで、新たな企業の誘致を狙う。

(エ) ペンションや古民家の有効活用

- ・定住や事業を営むことを考える人たちへ

村内には空き家が多数ある。特に、ペンションビレッジでは各オーナーの高齢化が進み、今後、空きペンションの増加が懸念されるため、各地区の理解を得た上でのリノベーション住宅のお試しハウス化を検討する。その際は、地区ごとに生活様式や慣習、規模などの違いがあり、その特徴を理解するため、各地区の行事への参画などをはじめとした、村内全域の受け入れ体制をつくる。元からいる人たちが危機意識を持ち、外から受け入れるという意識革新が最重要となる。

また、定住や事業を営むことを考える人たちへ村内業者を利用した「リノベーション補助金」のほか「住宅新築補助金（現在の若者定住促進新築住宅補助金の改良版）」を用意する。

補助金制度の実施条件は、年齢、家族構成、区・自治会への加入等の検討や意見交換を重ね、新たに住む人と地域がより良い関係を築いていける仕組みを目指す。

(オ) 人の賑わいを創出するための戦略的な公共施設の展開

公共施設をまとめた多機能型複合施設を開設することで人が集まる場を創造し、村内経済の拠点とすることも可能であると考ええる。

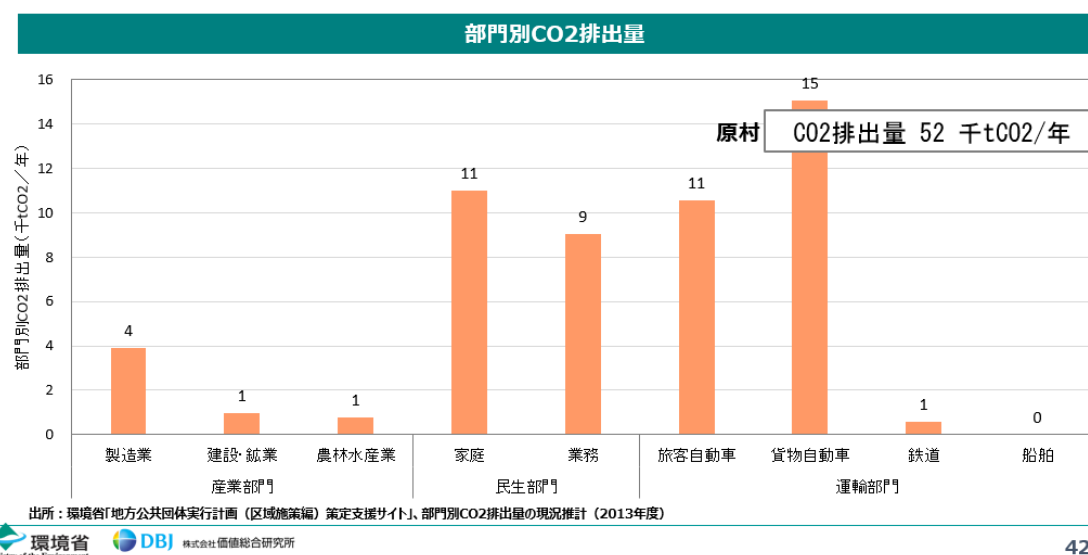
また、種目に特化した体育館の建設などターゲットを絞った特化型施設への転換についても検討したい。

(3) エネルギー

石油・石炭製品に約6億円、電気に約3億円、計約9億円がエネルギー代金として村外に流出しており、これは付加価値額の約6.3%に当たる。一方で村内の再生可能エネルギーのポテンシャルは、地域で使用しているエネルギーの約0.96倍であるとされている。また、夜間人口1人当たりのCO2排出量は、産業部門、民生部門、運輸部門のうち運輸部門で最も多く、全国平均の約2倍であり、当村の総CO2排出量の半分を占めている。

当村の日照時間は全国でも有数の長さである。このことは、太陽光発電のみならず農業や生活環境の面において当村の強みである。さらに、太陽光発電における適温が25℃とされており、高温下では発電効率が低下することを鑑みれば、当村の涼しい気候も太陽光発電における強みであり、当村は太陽光発電に適した風土であるといえる。

太陽光発電をはじめとする地球にやさしい再生可能エネルギーを利用することにより、電気及び石油・石炭製品への消費を抑制し、余剰所得を村内に生み出すとともに、当村の持続可能性の向上を図る。



42

① 屋根への太陽光発電設備の設置

公共施設の屋根へ太陽光発電設備の設置を進めるとともに住宅家屋等の屋根への設置も奨励し、設置支援策を検討する。

② 石油消費削減への取組

コンパクトな村づくりによる省エネルギー化を図りながら、自家用車の乗り合いや電気自動車の利用を奨励する。特に太陽光発電によって得られる電力によって電気自動車を運転する取組が拡大すれば、石油消費は大きく削減されると思われる。

役場としては、職員による通勤や出張の乗り合わせを推奨するとともに公用エコカーを購入する。また、新しい公共交通の仕組みの構築に向け検討し、公共交通の省エネルギー化を図る。

③ 小水力・風力・バイオマス・太陽熱・雪氷熱・地中熱・空気熱の利用

小水力発電における水路や水道施設の利活用を検討する。また、バイオマスなどの発電方法の調査、研究を進める。

(4) その他

① 村内人材の活用による村外への支出の抑制

村内にいる様々なスキルを持った住民の力を行政運営に活かすとともに村外への支出を抑制するため、村内の人材を発掘し、人材を活用する仕組みの構築を進める。

- ・村内人材の掘り起こし及び人材ネットの整備

② 人口減少対策による地域内需要の維持・拡大

今後は村内人口減少に伴う村内需要の低下が見込まれるため、人口減少対策にさらに力を入れることで村内需要の維持・拡大を図る。

- ・移住定住の推進
- ・子育て世代への支援の充実
- ・空き家利活用による住宅の供給
- ・雇用支援
- ・自然環境の保全

③ 現状の適切な把握

本分析では、地域経済分析システム（リーサス）をもとに分析を行っているが、さらに効果的・効率的に事業を実施していくためには、より原村の現状に即した分析を行う必要があり、そのためには一層の現状の把握が不可欠である。毎年度において実態調査等による現状の把握に努め、施策立案の根拠となる数値等の蓄積を図る。

- ・アンケート等による実態の把握

原村における地域経済の分析と循環に向けた施策提案（令和2年6月作成）

地域経済分析プロジェクト委員

総括	総務課企画振興係	小池 祐貴
農業	建設水道課上下水道係	清水 大史
	住民財務課財政係	長田 岳志
商工・観光	商工観光課商工観光係	両角 貴将
	総務課総務係	中村 栄輝
エネルギー	総務課企画振興係	日達 理奈
	総務課企画振興係	行田 裕貴

活動履歴

令和2年5月 1日	第1回地域経済分析プロジェクト
5月14日	第2回地域経済分析プロジェクト
6月 8日	第3回地域経済分析プロジェクト（エネルギー）
6月11日	第4回地域経済分析プロジェクト（商工・観光）
6月12日	第5回地域経済分析プロジェクト（農業）
6月22日	第6回地域経済分析プロジェクト