

やぶ！愛こめストーリー

～地域愛形成と地域コミュニティの活性化に向けて～

専修大学商学部 石川ゼミナール

指導教員 石川和男

代表者 中倉心菜

発表者 中倉心菜 慶本拓実 鈴木颯真 茅根奈美 日向錬輔 嶺井羽琉 山本美緒

参加者 中倉心菜 慶本拓実 鈴木颯真 茅根奈美 日向錬輔 嶺井羽琉 山本美緒

目次

梗概.....	3
はじめに	4
第1節 養父市の現状分析.....	4
第1項 養父市の現状分析.....	4
第2節 現地調査とテーマの定義づけ.....	5
第1項 現地調査.....	5
第2項 テーマの定義づけ.....	6
第3節 「やぶ！愛こめストーリー」の施策提案.....	7
第1項 施策の概要と目的.....	7
第2項 耕作放棄地の再生計画.....	8
第3項 活動内容と実施計画.....	9
第4項 持続可能な事業運営と六次産業化モデル.....	10
第4節 本施策による効果と実現可能性.....	11
第1項 定性的効果.....	11
第2項 定量的効果.....	11
第3項 実現可能性とリスク管理.....	12
第4項 国家戦略特区「養父市」における施策の優位性.....	12
総括（おわりに）.....	13
参考文献.....	14

梗概

兵庫県養父市では、人口減少や若年層の転出増加、高齢化、耕作放棄地の増加が深刻化している。これら養父市の現状と課題を踏まえ、本施策では中山間地における持続可能な地域づくりの方策として、市民・地域・公共が三位一体となって協働し、長期的な関係性を育む仕組みを提案する。

提案施策「やぶ！愛こめストーリー」は、地域で長く生産されてきた「米」を媒介として、学童期から成人期に至るまでの継続的な関わりをデザインし、若者の地域への愛着を着実に形成することを目的とする。具体的には小学生の稲作体験と、飲酒が可能となり、人生の一区切りとなる20歳への贈呈酒を掛け合わせることで10年間の心理的・人的資本への投資を行い、故郷である養父市との強い精神的紐帯を築くものである。また、これは単なる農業体験にとどまらず、教育・福祉・地域経済を横断する社会的プロジェクトとして位置づけることも期待している。

本施策の特徴は、

- ①心理的・人的資本への長期的投資を通じた若者定着の仕組み化
- ②地域コミュニティの再構築と世代間交流の促進
- ③地域資源を基盤とした経済循環の創出、にある。

これにより、若者の転出抑制、世代を超えた地域コミュニティの活性化に加え、将来的なUターンやつながり人口（関係人口）の創出を促すことができる。また、国家戦略特区としての養父市の優位性を最大限に活用し、市民・地域・公共がともに挑戦する新たなまちづくりモデルを提示する。さらに、本施策のプロセスにおいて形成される多世代間の交流や協働は、地域住民の孤立感を軽減し、心の健康や幸福感を高める「社会的処方」としての機能も果たす。結果として、地域社会のソーシャル・キャピタルを再生させ、個人と地域双方のウェルビーイング向上へとつなげ、養父市を選ばれる中山間地として確立させるものとなる。加えて、この取り組みは他地域への波及可能性を持ち、地域資源を核とした新たな地方創生モデルとして展開が期待される。

はじめに

兵庫県養父市は、若者の転出や高齢化、耕作放棄地の増加といった課題が中山間地の持続可能性を脅かしている。私たちは、これらの課題を地域で長く生産されてきた「米」と「地域コミュニティ」を結びつけることで、多世代共創型の長期施策「やぶ！愛こめストーリー」を提案する。この施策名は、本施策を通して「米」に地域愛を「込める」10年間のストーリーを表している。

本施策は、収穫した米を通じて多世代交流を実現するとともに、若者の故郷への愛着を計画的に育むことが目的である。これにより、養父市の目指す「つながり人口の創出」と「選ばれる中山間地」としての価値創造を実現し、持続可能な地域づくりを目指す。

第1節 養父市の現状分析

第1項 養父市の現状分析

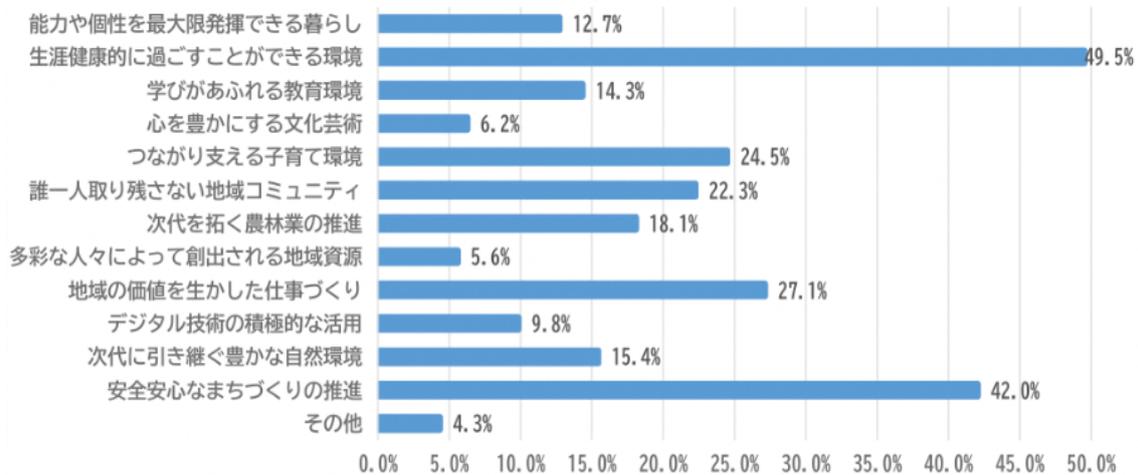
(1) 人口動態の現状と高齢化の進行

養父市は、兵庫県の北部に位置する山岳地帯である。2025年9月現在は、人口20,605人、世帯数が8,994世帯となっており、わずか10年で人口が約3,600人以上も減少している。高齢化率は2020年時点で38.0%となっており、総人口の4割に迫る状況にある。とくに60歳から74歳までの人口が多く、2025年以降に後期高齢者が大幅に増加することが見込まれている。

高齢化の次に転出と若年層の流出が深刻な問題となっている。転出率は人口1,000人あたり26.39人となっており、全国815市区町村あたり763位と低い水準となっている。転出率に対して若年回復率は6.3%と極めて低く、「完全流出型」の自治体に分類されている。これは、若年層がほとんど戻ってこないことを意味し、「消滅可能性自治体」の人口動態パターンそのものである。

これらの人口減少と高齢化は、地域社会を支える根幹である地域コミュニティ機能の衰退を招くことが指摘されている。地域コミュニティの維持が行政サービスや住民生活の継続にとって深刻な課題にもなっている。令和6(2024)年度養父市民アンケート調査結果報告書では「Q. 養父市のまちづくりにおいて必要だと考えるものを教えてください。」という質問に対して、22.3%の住民が「誰一人取り残さない地域コミュニティ」と回答していることから地域コミュニティの活性化が求められていることがわかる。(図1)

図 1



出典：令和 6 年度養父市民アンケート調査結果報告書

(2) 土地の性質と耕作放棄地の現状

養父市は、兵庫県但馬地域に位置し、市域の大部分が山林で占められている典型的な山間地域という土地の性質がある。同市は観光場所として県下最高峰の氷ノ山や鉢伏山などの山々に囲まれている。総面積は 422.9km² あるが、可住地面積は総面積の 16% (67.00km²) にとどまっており、生活や産業に利用できる土地が限られている。課税対象地積で見ると、耕作地(田・畑)は約 18% となっている。気候は、日本海側気候で多雨多湿であり、冬季は大陸からの季節風により積雪が多いのが特徴である。国家戦略特区となっている養父市は、高齢化による担い手不足により耕作放棄地が問題となっている。耕作放棄地は「2015 年農林業センサス」によると 146.1ha あり、この面積は年々増加傾向であるとされている。これらが放置されると、景観悪化、害虫・害獣の温床となり、不法投棄の誘発など地域の環境・衛生面で大きな問題となる。耕作放棄地は、平地よりも中間農業地域や山間農業地域に多く存在する傾向があり、傾斜地や条件不利な地域からの特に農業の撤退が進んでいることが示唆されている。

第 2 節 現地調査とテーマの定義づけ

第 1 項 現地調査

(1) 現地調査の実施概要

私たちは、兵庫県養父市において、2025 年 8 月 5 日から 8 月 7 日の 3 日間 (2 泊 3 日) にわたり、現地調査を実施した。本調査では、市内の公共施設および名所を訪問し、地域の現状を把握した。また、同市が抱える課題と魅力に関する情報について、地域住民から聞き取り調査を行った。

(2) 住民アンケート調査の実施と結果

地域住民の協力を得て、中学生から 90 歳までの 142 名を対象としたアンケート調査を実施した。本調査は、住民目線での養父市の特徴を把握することを目的とし、地域への愛着度や同市の魅力などに関する設問を中心に構成した。

その結果、養父市民の同市に対する愛着度が非常に高いことが確認された。とくに、回答者は同市の魅力として、豊かな自然環境はもとより、人とのつながりを重視している傾向が明らかになった。本アンケート調査は、地域の温かい協力のもとで実現し、住民の直接的な声を収集することで、地域課題および魅力に関する理解をより一層深める機会となった。

(3) 現地調査から見えた課題と今後の方向性

現地調査を通じ、養父市の持つ温かい住民性、豊かな自然、そして農作物の恵みが改めて大きな魅力として認識された。一方、現状分析および現地調査から見出した喫緊の課題は、若年層の継続的な減少に伴う地域社会の活力の低下である。また、コロナ禍を境に再開されていない地域の「祭り」が存在し、これが地域コミュニティの衰退に拍車をかけていることが確認された。

私たちは、この複合的な課題を踏まえ、テーマである「未来を紡ぐ市民、地域、公共がともに挑戦するまちづくり～選ばれる中山間地を目指して～」の実現には、養父市を思い出させる経験を創出することが必要であると感じた。具体的には、地域コミュニティの活性化に加え、将来的な U ターンを促すとともに、若年層の地域への愛着度を向上させることにより、転出を抑制できるような施策を講じる必要がある。

(4) 提言の方向性：経験の共有とコミュニティの中核

上記の課題認識に基づき、私たちは養父市の小学生をターゲットとしたプランを提案したい。メンバーの共通認識として、小学生の頃に地域で体験したことは、大学生となった今でも鮮明に記憶に残っており、その後の人生のさまざまな局面で思い出される重要な財産となっているということがある。このことから、小学生時代の経験こそが、未来の養父市への愛着と帰属意識を育む上で極めて重要であると確信した。

そこで、私たちは養父市の小学生が「米づくり」を一連の活動として体験し、この取り組みを通じて地域コミュニティの新たな中核を担うようになるプランを提案したい。

第 2 項 テーマの定義づけ

本施策は、テーマである「未来を紡ぐ市民、地域、公共がともに挑戦するまちづくり～選ばれる中山間地を目指して～」の実現に向け、計画的に「地域への愛着」を形成することを目的とする。私たちは、まず、「未来を紡ぐ市民、地域、公共が共に挑戦するまちづくり」を、市民、地域、公共が三位一体となって協働し、持続可能な養父市をつくりあげていくこと、と解釈した。そして、「～選ばれる中山間地を目指して～」については、中山間地の特性を活用して養父市民から選ばれる地域を目指すことだと解釈した。市外の人々に選ばれるためには、まず市民自身が誇りと愛着を持って「自ら選ぶ」地域であることが重要だと考えた。

本施策における「愛着」とは、単なる故郷への懐古的な感情に留まらない。現地調査から明ら

かになった「若者の減少」と「地域コミュニティの衰退」という複合的な課題を乗り越えるため、「愛着」を世代や立場を超えた地域の活動への積極的な参加を通じて育み、将来的なUターンや地域支援行動へとつながる、強い心の絆として構築されるものと定義したい。

この定義に基づき、若者の転出抑制とUターン促進、そして地域コミュニティの再構築を同時に達成する「養父市を強烈に思い出させる経験」を具体化するプロジェクトとして、「やぶ！愛こめストーリー」を提案する。

第3節 「やぶ！愛こめストーリー」の施策提案

第1項 施策の概要と目的

「やぶ！愛こめストーリー」は、兵庫県養父市の中山間地に存在する耕作放棄地を再生し、そこで収穫した「米」を通じて多世代を繋ぐ、約10年に亘る「地域活性化への投資」である。この長期コミットメントこそが、単なるイベントではなく、持続可能なまちづくりの核心を担うことになる。本施策では、小学4年生による稲作体験を基盤とし、養父市への愛着を育む2つの施策を柱として提案する。

1つは、20歳の折り返しとなる10歳での稲作体験と収穫米を使った贈答品づくりである。小学4年生が、養父市の耕作放棄地を活用して米作りの手伝いをし、そこで育てた米を収穫する。その後、自身の出生体重と同じ重さの米を袋詰めし、感謝の気持ちを込めて保護者に贈呈する機会を設ける。もう1つの施策は、10年後の自分への手紙の作成と、収穫米から作られた酒の贈呈である。小学4年生時に「10年後の自分（20歳）」への手紙を作成し、各小学校で保管する。そして10年後、「二十歳（はたち）のつどい」において、自分への手紙がラベルとなった酒を地域から本人に贈呈する。この贈呈酒は、その年の小学4年生が育てた米を一部使用することで、単なる酒という製品ではなく、「10年間の思いが封じられたタイムカプセル・ギフト」となる。また、法律上の成人年齢とは別に、地域として若者の成長を見守る「文化的なメッセージ」を伝えることを重視する。この2つの施策を通じた長期コミットメントこそが、単なるイベントではなく、若者の故郷への愛着度を計画的に高める持続可能なまちづくりの核心を担う。また本施策は、同市が掲げる「やぶ2050～居空間構想」のなかの「つながり人口」の創出と「次世代へつなぐ」持続的な地域づくりに貢献するものとして、以下の2点を実現する持続可能な仕組みとして実施する。

第1に、「選ばれる中山間地」としての価値創造である。地域を離れた若者にとって帰るべき理由となる価値を生み出し、中山間地特有の困難を付加価値へと転換することを目指す。

第2に、市民・地域・公共の強固な共創体制の確立である。ここでの「市民」とは、10歳～20歳の若年層、「地域」は、現役の農業従事者、元農業従事者、他産業の退職者で構成されたコミュニティ（以後、農業経験者コミュニティと表記する）、「公共」は行政を意味する。この三者が耕作放棄地の再生という共通課題とともに挑戦する過程を通じ、養父市が目指す「互いに理解し合う、協力し合う」居空間の土台となる強固な相互信頼（ソーシャル・キャピタル）を構築し、地域

コミュニティの活性化を図る。

耕作放棄地の再生と長期的な稲作活動の運営主体は、農業経験者コミュニティに加え、「農村ボランティアの広場」への掲載によるボランティア、地域密着型金融である但馬銀行、さらに、JA たじま・農協観光・JAL が締結するパートナーシップ協定によって構成される。この多主体協働により、地域資源の有効活用と持続的な運営体制の確立を目指す。

また、生産された米は、時を超えて紡がれる養父の米という意味を込めて「やぶ・トキ・米」と名付け、「道の駅」での販売を通じ、第一次産業から第三次産業までを一体的に推進する6次産業化を目指す。さらに、ふるさと産品アンバサダー事業における給付品に、「やぶ・トキ・米」を組み込み、地域の子もたちが主体的に関わる持続的な地域ブランドの形成を図る。

第2項 耕作放棄地の再生計画

本施策は、再生コストが高いという中山間地特有の課題を抱える耕作放棄地の体系的な再生を行うことにも資する。また、この課題に対して運営団体の多様な人材と行政の支援を最大限に活用した再生プロセスを提案する。

【1月：体制確立・公的支援の申請】

実施主体を設立するとともに、養父市農林課やJA たじまを通じ、水田再生補助金（10aあたり5万円の定額補助制度を含む）、機械貸出制度などの公的支援の申請、地域密着型金融である但馬銀行からの支援の要請を行う。

【3月：現地調査・権利関係の調整】

農地台帳等を用いて所有者・地権者を特定し、同意を取得する。圃場ごとの荒廃状況や水源の有無を確認する。

【4～7月：再生・土木作業】

初期処理、不要物の除去用排水路の補修、土壌改良、最終整地を含めた物理的な再生作業を実施する。

【8～12月：再生農地への作物導入】

水張り試験や土壌の最終確認、作物の播種・定植の開始、鳥獣被害対策の強化、営農管理、再生のうちの点検・検証を行い、事業の持続可能性を検証する。

本施策に必要な農地面積は、小学生への出生体重米贈呈、イベントでの利用分、大学生等ふるさと産品アンバサダー事業分、および20歳への贈呈酒に象徴的な価値を付与する利用分を総合的に考慮し、25aを確保する必要がある。この面積は、2022年度の20歳に達した人数234名、および2025年度の小学校児童生徒数の1学年平均約150名を基準として算定した結果、年間約911kgの米が必要となり、これを生産するために必要な面積は約18.9aとなる。しかし、気候変動による不作リスクも考慮し、全体として25aの農地の確保が必要となる。

第3項 活動内容と実施計画

本施策の核心は、10歳から20歳の10年間をかけた地域の愛着育成プログラムにある。まず、4月～9月には、小学4年生による米づくり（種まき、田植え、稲刈り）を農業経験者コミュニティの指導のもとで行い、子どもたちに10年越しの「心理的投資」を開始する。また、米づくりの様子を記録した広報紙として「おむすびだより」を提案する。種まき・田植え・稲刈りといった作業の節目ごとに作成し、市役所や公共施設に設置するとともに、回覧板へ挟むことで、地域の活動を広く共有する。

10月には、小学校ごとに、校庭などの場所で収穫した米を活用したイベント「おむすび会」を実施する。これは小学生だけでなく、地域住民や農業経験ボランティア、そして一人暮らしの高齢者を巻き込む交流の場とする。校庭で飯盒炊爨を行い、地域コミュニティの活性化を図る。

11月には、出生体重分の米の袋詰め作業と、そのラベルに使用する保護者への手紙作成、贈呈酒のラベルに使用する10年後の自分への手紙作成を行い、保護者に米を贈る（図2参照）。出生体重分という、自らのルーツと故郷での収穫物を結びつけることで、「故郷の米は自分自身である」という意識を生む。また、10年後の自分へ向けた手紙は、故郷を未来の自己の価値創造の場として認識させ、強固な精神的紐帯を築く「心理的投資」となる。この活動は保護者にとっても、子どもの20歳という年齢まであと10年という時間の重みを実感する契機となる。結果として、家族単位での地域への定着意識を強化することが期待される。

そして、小学4年生だった子どもが20歳を迎え、「二十歳（はたち）のつどい」で「タイムカプセル・ギフト」として酒の贈呈が行われる（図3参照）。法令遵守のため、式典で贈呈するのは引換券の役割を持った「10年前の自分からの手紙」を印刷したシールラベルとし、後日、20歳の確認が取れた人に対してのみ酒を詰め、自らラベルを貼るフローを徹底する。このギフトは、故郷との精神的紐帯の再確認となり、Uターンへの意識づけとなる。

図2：出生体重分米イメージ図



（生成AIをもとに筆者作成）

図3：贈呈酒イメージ図



（生成AIをもとに筆者作成）

本施策では、酒造との連携先として、八鹿酒造有限会社（外注を含む）および山陽盃酒造株式

会社を候補として検討している。前者は、養父市に本社を構え、地域との関係性が深く、後者は自社で醸造を行いながら養父市内の明延鉱山で熟成を行っている点に特徴がある。

施策開始当初の8年間は、小学4年時に稲作体験がない20歳の方に対し、デザインを統一したラベルシールを渡し、プロジェクトの物語性を伝えることで、故郷との結びつきを促す。

第4項 持続可能な事業運営と六次産業化モデル

本施策は、毎年継続する「共創と経済の循環システム」として設計し、その持続可能性を担保するものである。そして第一次産業、第二次産業、第三次産業を掛け合わせて一体的に推進することで、六次産業化を図る。

(1) 酒米の違いを踏まえた六次産業化の戦略

飯米（食用米）と酒米（醸造用米）は品種が根本的に異なっており、小学生が稲作体験で育てる米は、食用としての付加価値は高いが、収量は限定的である。この品種と収量の課題を克服するため、本施策における六次産業化では、以下の複合的な戦略を採ることにより、ストーリーとしての価値と製品の品質の両立を図る。

第1に、象徴的米の活用である。小学生が育てた米は、収量が少ないこと、および食用米品種であることから、全量を酒の原料とすることはできないため、食用に優先して利用する。残りの一部を、贈呈酒の原料として利用する。この象徴的米は、酒の品質を左右する主原料ではなく、あくまで「10年間の思い出」を封入するための媒介としての役割を果たすことになる。

第2に、商業用米（販売米）の確保である。六次産業化による販売収入の柱とする酒の主原料には、酒質などの安定性を確保するため、八鹿酒造有限会社および山陽盃酒造株式会社と連携し、養父市内で契約栽培された酒米品種（山田錦）を別途調達・使用する。契約農家が栽培した安定した品質の酒米を主原料にすることにより、販売する酒の品質を保証し、市場競争力を維持する。

第3に、付加価値の創出である。贈呈酒は、「国家戦略特区の再生農地で、10年前に子どもたちが初めて作った米の物語を受け継ぐ」という強力なストーリーが付与されている。このストーリー性を最上位の付加価値とし、価格プレミアムを獲得する。具体的には「米1キロと酒2合×1瓶」の「やぶ・トキ・米セット」のセット販売を行い、この体験とストーリー性を訴求することにより、市場における独自の地位を確立する。

(2) 長期的な資金循環モデル

六次産業化による収益は、次年度の運営費に充当することにより、自立した運営体制を確立する。主な収入源は、道の駅での販売、2025年11月に実施されたYABUフードEXPOのようなイベントでの販売である。また、大学生等ふるさと産品アンバサダー事業の給付品への採用を通じ、全国への販路とブランド認知度を拡大する。そして、これらの収益は耕作放棄地再生費用、資材費、そしてコミュニティ維持活動へ再投資されることで持続可能な養父市への経済的基盤となる。

第4節 本施策による効果と実現可能性

第1項 定性的効果

本施策は、養父市が「やぶ2050～居空間構想」において目指す、「互いに理解し合う、協力し合うことを感じる空間」の創出に貢献するものである。

(1) 10年間の心理的投資による愛着度の形成

本施策の定性的な効果は、10歳から20歳に至るまでの約10年間を通して、故郷への愛着を段階的に醸成する点にある。小学4年生時に実施する米づくりや「10年後の自分への手紙」の作成は、「自らが故郷に価値を生み出した」という実感を与え、自己のアイデンティティの一部として故郷を認識させる契機となる。その後も、「おむすびだより」による継続的な発信により心理的なつながりが維持され、地域との関係を内面的に熟成させる。また、20歳時に贈られるタイムカプセル・ギフトとしての贈呈酒は、地域全体が成長を見守ってきたという象徴的なメッセージとして機能し、強い誇りと感動を伴う帰属意識を形成する。このような長期的な心理的投資は、将来的なUターンやふるさと納税など、地域への能動的な関与を促す基盤となる。

(2) 地域コミュニティの維持・活性化

長期間に亘る農作業や収穫体験を通じて、地域高齢者が世代を超えて交流する機会が生まれ、地域コミュニティの維持・活性化につながる。これにより、地域内での助け合いや相互理解が深まり、地域全体としての結束力の強化が見込まれ、地域住民の孤立感の解消につながる。また、耕作放棄地の再生、米づくりの作業では市民・地域・公共がともに挑戦する過程を通じて、世代間の信頼が強化される。これは、地域の強靱性を高める「ソーシャル・キャピタル」の増強に直結し、「相互扶助の精神」を育む。また本施策は「社会的処方」の機能を内包し、全世代のウェルビーイング向上に貢献するとともに、養父市を住民の心の健康を支える「居空間」として確立させる。

第2項 定量的効果

(1) 若者の転出抑制と生涯価値への貢献

若者の転出抑制は、地方自治体にとって最も価値のある経済効果の1つである。本施策では、小学生時代での米づくりを通じて、自らの手で養父市に関わり、10年後に贈呈酒として贈られることで自分の成長とともに故郷の時間が積み重なっていることを実感することで、心理的なつながりが生まれる。また、養父市が既に実施している「大学生等ふるさと産品アンバサダー事業」の効果を最大化することが可能であり、同事業のアンケートでは「将来、Uターンも検討してみようと感じた」との回答が42%に達していることからわかる。「やぶ・トキ・米」(1kg)を給付品に盛り込むことにより、個人的なストーリーと結びついた産品が、若者の故郷への心理的転出障壁を格段に高める。この「愛着」という非経済的な要素を梃子に、最も持続的で大きな人材流出

抑制効果を地域にもたらすことが、本施策の定量的な優位性である。

(2) 「つながり人口」の創出と経済波及効果

本施策は、養父市が「活力の維持のために」拡大を目指す「つながり人口」の創出を推進する。「つながり人口」は、六次産業化商品の購入者、耕作放棄地・米作りに参加するボランティアから構成される。六次産業化による直接的な売上増加に加え、「10年間の物語」というユニークなブランド力によって、販路が全国に拡大し、外部資本を獲得する。この経済的貢献と地域活動への参画は、養父市の活力維持に不可欠な要素となる。

第3項 実現可能性とリスク管理

(1) 持続的な事業運営の実現可能性

地域農業の実情に精通した農業経験者コミュニティ、但馬銀行、JA たじま・農協観光・JAL など、既存のパートナーシップ協定先との連携による運営体制を構築することにより六次産業化の煩雑な業務を分散し、効率化を図る事業の確実性を高める。

(2) リスク管理体制

【生産リスク】

気候変動による不作リスクに対し、緑肥による地力強化、保険制度の活用で対応する。また、商業酒には品質の安定した酒米品種を別途調達することで、商品価値の低下リスクを回避する。

【法令リスク（酒類提供）】

酒の贈呈時には、未成年者飲酒禁止法を厳守する。「二十歳（はたち）の集い」で「自分からの手紙が印刷されたシールラベル」を引換券として贈呈し、後日、20歳以上であることを提示した者にのみ酒を詰めるフローを徹底する。

【運営継続リスク】

毎年参加する小学4年生とその保護者、地域外のボランティアを将来の運営メンバー候補として育成する仕組みを導入し、組織の硬直化と人材の高齢化を予防する。

第4項 国家戦略特区「養父市」における施策の優位性

本施策は、養父市が「国家戦略特区」という地位を最大限に活用し、「市民地域公共が共に挑戦する」まちづくりのモデルを確立する。

(1) 「非農家による農地利用」の容易性

国家戦略特区である養父市では、農地所有適格法人以外の一般法人やNPO法人による農地利用が容易となっている。本施策の運営団体は、この特区特例を利用することにより、一般的な自治体では複雑な手続きを要する耕作放棄地の利用を迅速かつ低コストで行うことができる。

(2) 特区ブランドによる波及効果の増幅

「国家戦略特区の再生農地で、10年間の思いが込められたタイムカプセル・ギフト」というス

トーリーは、特区の持つ先端性・革新性のブランド力を施策に付加するものである。このブランド力は、六次産業化商品の販路を全国に広げ、「つながり人口」を恒常的に増やし、養父市を「選ばれる中山間地」として確立させる。これにより、養父市の「無限に広がる空間のなかで“つながる”」という世界観の実現が加速する。

おわりに

今回私たちは若者流出、高齢化、そして地域活力の低下という複合的な課題に対して注目し、「やぶ！愛こめストーリー」を提案した。本施策は地域特有の資源である「米」と「地域の繋がり」を結びつけた多世代共創型の長期施策である。

本施策は、小学4年生の稲作体験を基軸とし、10年後の自分へ向けた手紙と連動させた20歳への贈呈酒を通じて、10年間をかけて故郷への愛着と強い帰属意識を計画的に育む「心理的・人的資本への投資」である。それに加えて耕作放棄地の再生という共通の目標に対し、市民・地域・公共が、ともに協働する持続的な運営体制を確立する。その後、収穫米を六次産業化ブランド「やぶ・トキ・米」として販売し、経済的循環・活性化が生まれる。

これにより、若者の心理的転出障壁を高め、将来的なUターンや地域への参画を促進するとともに、世代を超えた地域コミュニティの再構築を実現する。国家戦略特区という養父市の優位性を最大限に活用し、「つながり人口」を創出しながら、養父市を「選ばれる中山間地」として確立させることを目指す。本施策の採用により、「未来を紡ぐ市民・地域・公共がともに挑戦するまちづくり～選ばれる中山間地を目指して～」が実現され、持続可能な中山間地域となることを心より期待する。

参考文献

- ・生活ガイド.com “養父市：統計データ”（2025年9月25日参照）
<https://www.seikatsu-guide.com/info/28/28222/1/>
- ・神戸市外国語大学 “豊岡市の人口動態の特徴と「消滅可能性」”（2025年10月7日参照）
https://www.city.toyooka.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_001/034/161/04_shiryou4.pdf
- ・養父市ホームページ(2025年9月20日参照)
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/index.html>
- ・農林水産省 “農林業サンセス”（2025年9月20日参照）
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/index.html>
- ・令和6年度 養父市民アンケート調査結果報告書（2025年9月13日参照）
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/4/R6anketokekka2.pdf>
- ・養父市 “養父市まちづくり計画”（2025年9月27日参照）
https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/4/yabushi_machidukurikeikaku.pdf
- ・兵庫県酪農生活センター “農村ボランティアの広場”（2025年9月15日参照）
<https://hyogo-rakunou.com/nousonbora/>
- ・但馬銀行地域密着型金融への取り組み（2025年9月24日参照）
<https://www.tajimabank.co.jp/news/important/001174.html>
- ・JAPAN AIRLINES “【関西】（共同リリース）JA たじま・農協観光・JAL がパートナーシップ協定を締結”（2025年9月30日参照）
<https://press.jal.co.jp/ja/areanews/release/202303/007295.html>
- ・令和6年度大学生等ふるさと産品アンバサダー事業実施報告（2025年10月10日参照）
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/12/R6furusatorresult.pdf>
- ・農林水産省 “耕作放棄地の再生利用のために”（2025年9月20日参照）
<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tikei/houkiti/pdf/zsankou.pdf>
- ・令和4年養父市成人式（2025年9月30日参照）
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/bunka/kako/3nendo/1gatu/9190.html>
- ・令和7年度養父市児童生徒数（2025年9月28日参照）
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/39/R070409yabushijodouseitosuu.pdf>
- ・八鹿酒造有限会社ホームページ（2025年9月28日参照）
<https://yokashuzo.com/>
- ・山陽盃酒造株式会社ホームページ（2025年9月28日参照）
<http://www.sanyouhai.com/>
- ・内閣府 国家戦略特区 “「法人農地取得事業」の概要”（2025年9月18日参照）
<https://www.chisou.go.jp/tiiki/kokusentoc/topic05.html>
- ・養父市 国家戦略特別区域 区域計画（2025年9月20日参照）
https://www.chisou.go.jp/tiiki/kokusentoc/pdf/kuikikeikaku_yabu_R20402.pdf