

# 地域活性化するには？～上勝町の地域ブランド化を通して～

上勝町の謎を暴き隊（松田ゼミ）

## 1.はじめに

### ★研究背景

上勝町では、ゼロ・ウェイストに向けた取り組みを長年行っている。なぜ上勝町民はゼロ・ウェイストに向けた取り組みを通して、地域全体を活性化できたかに関心を持った。

### ★研究目的

地域活動が地域ブランド化する流れを明らかにする。

### ★研究意義

多くの地域で地域活動が継続的な地域活性化に繋がらないため、本研究は継続的な地域活性化を行う一助とする。

## 2.上勝町って??

### 徳島県勝浦郡上勝町

○2023年4月時点の人口が1457人で、四国の町の中では最も人口が少ない。

○全国棚田百選である棚田がある。

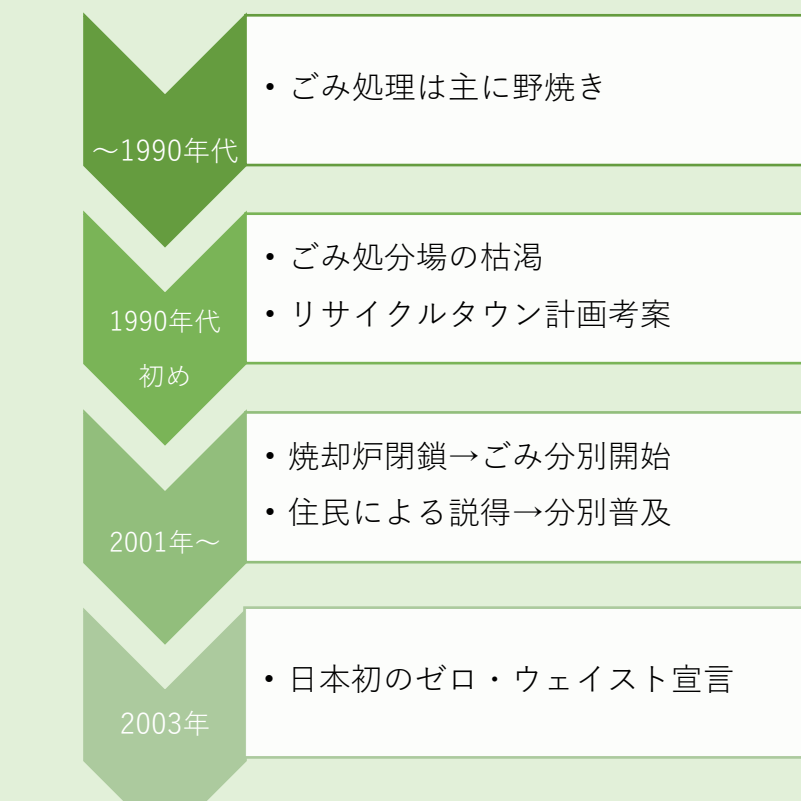
○葉っぱビジネス、ゼロ・ウェイストといった持続可能なまちづくりを積極的に推進することで有名。

○人口の分布割合は25歳未満が12%、25～64歳が35%、65歳以上が53%である。

## 3.ゼロ・ウェイストとは

そもそもごみを生み出さないようにし、無駄をなくそうとする考え方。

## 4.上勝町の地域活動(ゼロ・ウェイストに向けて)



上勝町視察時撮影

### <施策>

- ・13種類45分別のごみ分別(2016年～)→リサイクル
- ・くるくるショップを始めとしたリユース
- ・生ごみは回収せず家庭で処理(コンポスト普及)

## 5.定義づけ

**地域文化**：地域固有の生活様式、慣習。

**地域ブランド**：地域文化の独自性が評価されたもの。

**地域活性化**：地域における経済活動や住民活動を活発にし、持続可能な社会を作り上げる取り組み。

## 6.上勝町の事例

「ゼロ・ウェイスト」の取り組みが継続している要因

### ○町役場と町民との価値共有

- ・ゼロ・ウェイスト宣言
- ・ゼロ・ウェイストセンターなどの交流場所の提供

### ○町役場と町民(事業所、学校、町民)の関係維持向上

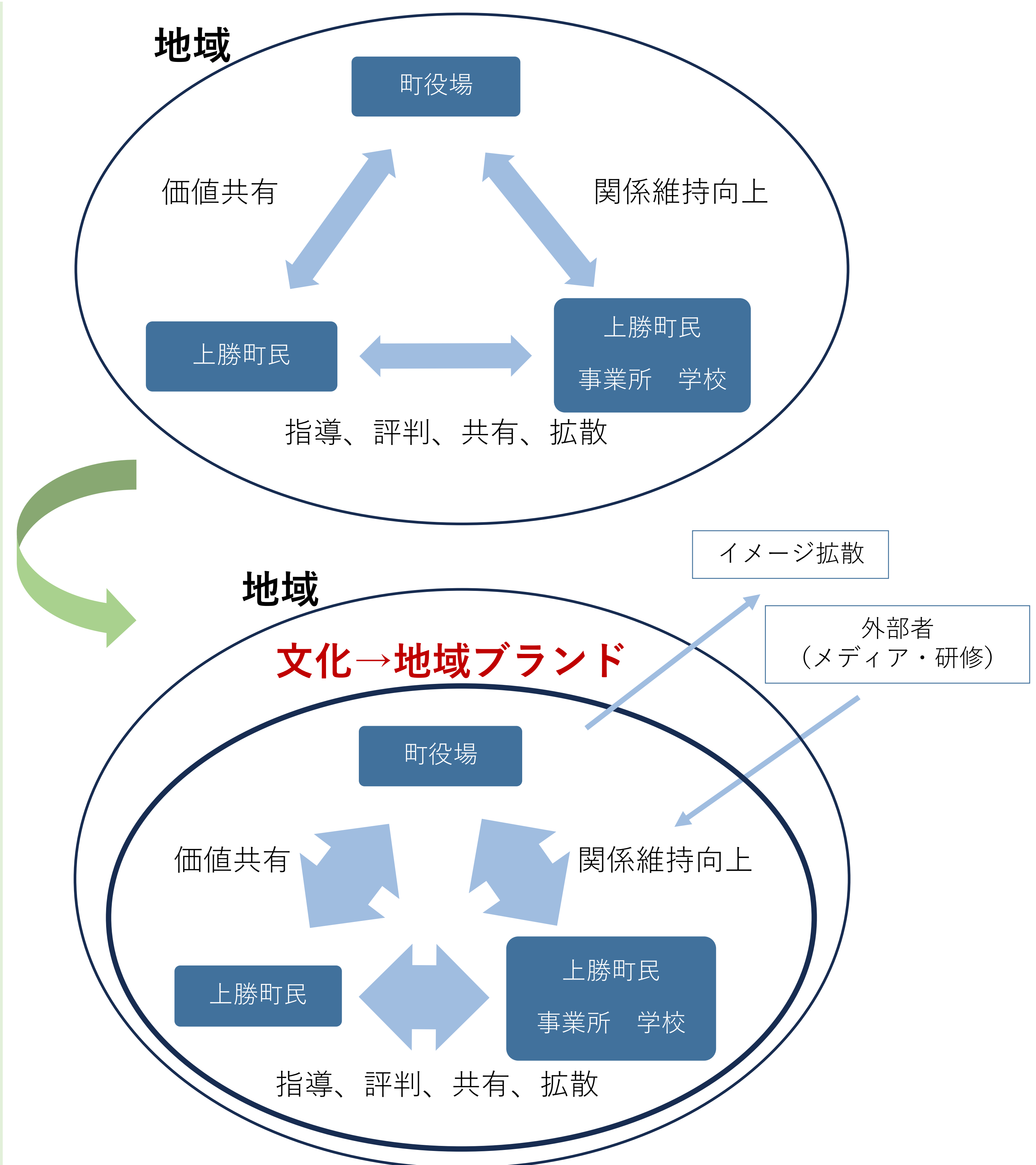
- ・町の財政の改善
- ・ちりつもキャンペーン
- ・ゼロ・ウェイストについて学ぶ教育プログラムの検討

### ○町民同士の相互の働きかけ(指導、評判、共有、拡散)

- ・ゼロ・ウェイストセンターや集会所でのごみ分別の会話
- ・家庭内でのごみ分別における協力
- ・悪い噂が広まりやすい(インタビューを基に)
- ・学校でのゼロ・ウェイスト教育
- ・ゼロ・ウェイストセンタースタッフのごみ分別のサポート

### ○町民と外部との関わり

- ・外部(メディアや研究者)からの取材受け入れ
- ・ゼロ・ウェイストの取り組みを掲載、報道を通して周知



## 7.地域活性化までの流れ

地域活性化レベルup

地域の課題解決に向け、活動開始

### 地域活動前

- ・野焼き(地域の課題や目的がある状態)

### 地域活動の定着→地域文化へ

- ・住民の間で活動に関する新たな価値観が共有され、関係が深まる
- ・外部からあまり知られていない

### 地域ブランド化

- ・外部から地域活動の独自性を評価され、多くの人に知られている
- ・地域における経済活動や住民活動(ゼロ・ウェイストに向けた取り組み)が継続し活発化している→**高度な地域活性化**

## 8.考察のまとめ

- ・上勝町では、地域活動(ゼロ・ウェイストに向けた取り組み)が高度な地域文化そして地域ブランドに変貌を遂げた。
- ・地域活動による地域文化、地域ブランド確立には、価値共有や住民の賛同、人とのつながり、人材の育成環境などが重要である。
- ・地域活動が地域ブランドになることで、住民の関係が維持向上し、継続的な地域活性化につながる。

## 9.結論

継続的な地域活性化の一つの方法として、地域活動の地域ブランド化がある。地域ブランド化するには、各アクターがそれらの価値を共有及び支持し、域内外との強固な関係を築き、社会から評価されることが重要。

### ◆参考資料

- ・石川菜央「徳島県上勝町における地域ブランドの確立と移住者による認知」(『広島大学総合博物館研究報告』第7巻第1号、2015年、6、7、12、13ページ)。(→6.7)
- ・関満博『「エコタウン」が地域ブランドになる時代』(新評論、2009年)187ページ。(→1.7)
- ・上勝町 [<http://www.kamikatsu.jp/>] (最終閲覧日2023年10月30日) (→2)
- ・ZERO WASTE TOWN Kamikatsu [<https://zwtk.jp>] (最終閲覧日：2023年10月30日) (→3.4.6)