

# 農林水産大臣賞受賞

“美の里” 石畳を未来へ

いしだたみ ちく

受賞者 石畳地区

(愛媛県喜多郡内子町)

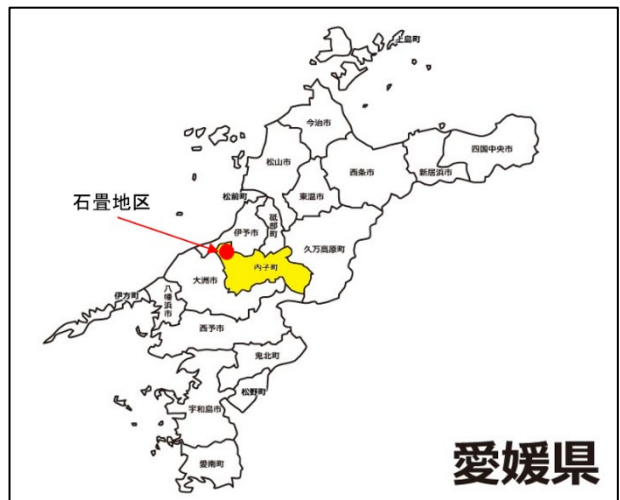
## ■ 地域の沿革と概要

平成 17 年に旧内子町<sup>いかざきちやう</sup>、五十崎町<sup>おだちやう</sup>の 3 町が合併して誕生した内子町は、県都松山市から南西約 40km に位置し、人口約 1 万 5 千人、面積 299 km<sup>2</sup>のうち約 77%を山林が占める、典型的な中山間地域である。

町内には、国の重要文化財「内子座」があり、「町並み、村並み、山並みが美しい持続的に発展するまち」をビジョンとして観光振興に力を注ぐ、県内でも有数の観光地である。

中心部を離れると、日本の原風景を味わえる里山の風景が広がる。今回推薦する石畳地区もその一つ。NHK ドラマのロケ地にも使用された田丸橋を過ぎると、稲が青々と広がる田んぼや水車、かつての日本の農村である風光明媚な「村並み」が残されている。

第 1 図 位置図



## ■ むらづくりの概要

### 1. 地区の特色

石畳地区は内子町の中心部から北東 12km に位置し、人口約 250 人の小さな地区である。町の中心を流れる一級河川小田川の支流<sup>ふもとがわ</sup>麓川の源流域に位置し、標高 200m~350m に住居や農地が点在している。石垣によって造成された屋地の上に、瓦屋根の家々が点在し、まるで昔話に出てくるような風景が広がる石畳地区は、かつて“美しい村”として知られていた。

基幹産業である農林業は、戦後は養蚕や炭焼きであったが、現在は栗やしいたげが主力である。特に、栗は年間約 50 トンが出荷されており、地区レベルでは県内有数の産地でもある。

第 1 表 地区の概要

事項	内容	
地区の規模	9つの集会所	
組織の性格	地縁的な集団等	
人口等	総人口	216人
	総世帯数	96戸
農業経営体数 (内訳)	農業経営体数	103経営体
	個人経営体数	102経営体
	団体経営体数	1経営体
	(内、法人経営体数)	1経営体
農用地の状況 (内訳)	総土地面積	3,200ha
	耕地面積	145ha
	田	27ha
	畑	118ha
	耕地率	4.5%
	一経営体当たり耕地面積	1.4ha

## 2. むらづくりの基本的特徴

### (1) むらづくりの動機、背景

#### ア 石畳地区の概要

石畳地区は急傾斜地で農地の基盤整備が進んでおらず、作業効率も悪いことから小規模農家が多く農業収益も低い。町内でも特に高齢化率（令和7年時点：56%）が高い地域で、後継者不足により耕作放棄地が増加している。美しい村の風景は危機に直面していた。



写真1 復元した水車

#### イ 「美の里づくり」の始まり

昭和62年に「自分の子や孫にこの風景を残したい」という思いから住民有志12人が「石畳を思う会」を設立したことから村づくりは始まる。同会は風景や伝統文化の保全を主体とした村並み保存運動を開始した。初めに取り組んだのは水車の復元である。地域のシンボルとして愛されていた水車であるが、棚田の減少によって姿を消し、その技術も忘れられつつあることに危機感を覚えたためである。

しかし、当初地区内では好意的に見られず、冷ややかにみる住民も多かった。その後、若者が資金を出し自ら汗をかき活動する姿と、「石畳の未来へ、希望をつなぎたい」という思いが次第に住民達の心を動かし、地域の心は一つになっていく。

復元された水車を、地域外の人にも知ってもらいたいと同会が始めた「水車まつり」は、川と水車のある風景や、住民が手作りで振る舞う温かい雰囲気人が人気を呼び、現在では、毎年1,000人以上来場する一大イベントに成長した。

水車まつりの特筆すべき点は、地域のあらゆる人が関わり実行員会を組織・運営している点にある。みんなに役割があり、それぞれが頑張る。いつの間にか使命感に駆られている。水車復元同様「自ら動き、支える」石畳の姿勢の表れであり、交流人口の拡大のみならず、住民の結束を強める役割も担う貴重な事例といえる。

その他にも、東京農業大学元学長の進士五十八氏による「風景づくりの学習会」や「写真コンテスト」などの開催をきっかけに地域住民の景観保全への意識が高まり、石垣づくりや湧き水の整備に取り組んだ。同会では全国を訪問し、先進事例の情報収集や人的ネットワークを構築している。その一つが山形県白鷹町深山地区との交流である。石畳の住民は深山地区から蕎麦打ちを学び、深山地区の水車小屋建設の際は、石畳地区の大工が赴き技術提供を行うなど、過疎に悩む地域同士で盛んに交流している。

また、平成8年と平成17年には、自己資金でスイス研修を実施。スイスの農村景観保全や、農業を中心とした環境施策を学び、それを石畳地区の景観保全や事業展開に活かしてきた。その一例が「ホテルの住める川づくり」である。スイスで学んだ近自然河川工法を取り入れ、土木会社や行政と連携して麓川の環境保全工事を実施。今は、同会が河川の管理やホテルの定点観測を行っている。住民の自然保護意識が高まり、ホテルの生息環境を守る活動に参加するようになった。

上記の取組は、平成3年美しい日本のむら景観百選の選定や平成18年美の里づくりコンクール農林水産大臣賞受賞にもつながっている。

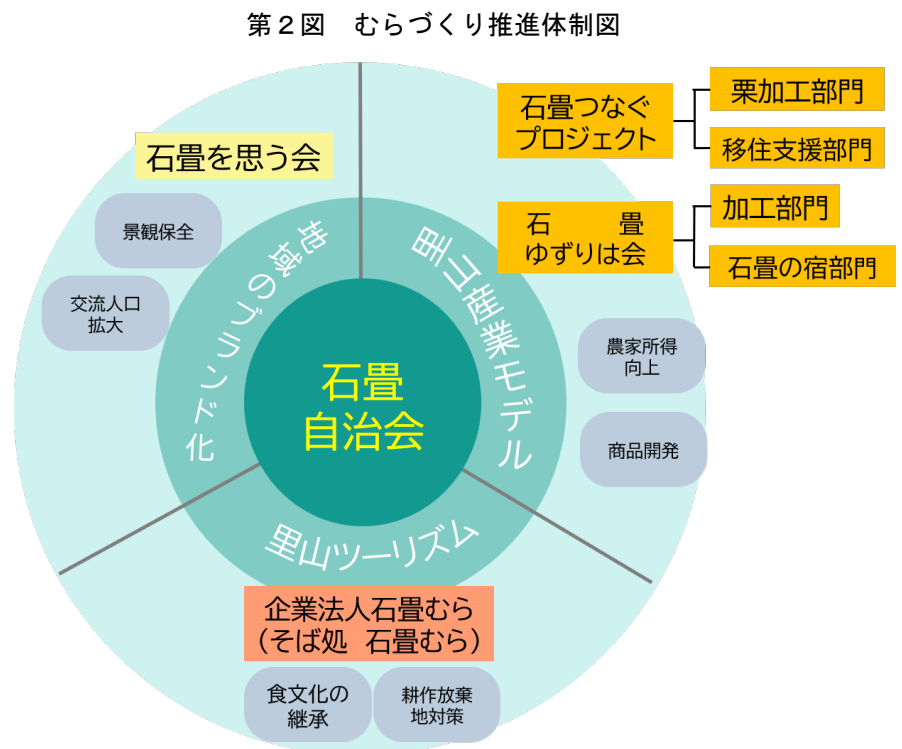
## (2) むらづくりの推進体制

景観・伝統文化の保全活動を石畳を思う会が、観光や特産品のブランド化等の事業活動を企業組合石畳むらと(株)石畳つなぐプロジェクトが取り組み、地域全体を石畳自治会が統括する形で、むらづくりを支えている。

むらづくりは「美の里づくり」の理念のもとに展開され、石垣の修復や湧き水の整備、花いっぱい運動など、各小地域や多様な団体への広がりを生み、都市住民との交流の機会にもつながっていた。一方で人口減少に歯止めはかからず、約30年で3分の1が減少していた。石畳の景観を守りつつ地域が残るため稼ぐ力をつける必要があった。

10年後を見据え自治会が策定したのが、石畳地域づくり計画書である。「ひとつ守る、ひとつ変える」をテーマに、次世代への継承、女性を含む多様な担い手が活躍できる環境づくり、地元素材の商品開発等、所得向上を通じた持続可能な農林業など、従来の活動を発展させた目標が定められた。

企業組合石畳むらは、地域で生産する蕎麦を提供する「そば処石畳むら」を開業。食文化の継承と体験型ツーリズムを通じた観光による地域経済の活性化を担う。そして特産品の栗のブランド化によって農家所得の向上及び担い手育成を目的として(株)石畳つなぐプロジェクトを設立した。



### ■ むらづくりの特色と優秀性

#### 1. むらづくりの性格

石畳地区のむらづくりの特徴は、自由な発想を尊重し、提案者がリーダーとなるスタイルで活動を進めてきた点だ。

誰が夢に魂を込めるのか——本気のキーマンが先頭に立ち、行動に移す。周りにはそれをサポートしていく。水車まつりを契機とした蕎麦づくりや、ホテルの保護活動も同様に、まずは一人の声や提案から動き出し、それが少しずつ共感を呼び、地域の広がりへとつながっていった。小さな挑戦の積み重ねが地域に根を下ろし、多くの人を巻き込みながら、今の“石畳らしい”むらづくりへと育ってきている。



写真2 次世代の「思う会」

これまでの活動によって、栗やゆずを活用した6次産業化商品の開発や、しいたけ栽培で使用されるクヌギを活かした炭焼きといった地域資源を活用した産業モデル、更には美しい景観や、そば処、石畳の宿などの交流施設を通じた観光ツーリズムとの連携に取り組むことで、産業と雇用が循環する持続可能な地域経済の基盤を形成してきた。さらに、現在「農村型地域運営組織形成推進事業（農村 RMO）」を活用し、農地保全や農村観光、高齢者支えあい事業といった新たなプロジェクトも進行している。

また、何よりも「ひとつ守る、ひとつ変える」を合言葉に、一人ひとりが地域のためにできることを当たり前のように考える姿勢が、住民の間で根付いていることも、石畳が築き上げてきた地域の資産である。今後も、先輩達が守り続けてきた伝統や風景を大切にしながら、「石畳」という地域ブランドをさらに高め、自然と暮らしを活かした個性あふれるコミュニティビジネスが創出されることが期待される。

## 2. 農業生産面における特徴

### (1) 耕作放棄地の再生と食文化の復興

かつて石畳地区ではハレの日に家庭で蕎麦を食す文化があった。しかし、担い手不足により蕎麦の栽培自体が減少したため、その伝承は薄れつつあった。そこで食文化の再興を目的に、水車まつりで提供したところ大変な人気が出て、年越し蕎麦の注文や販売につながるなど好評を博した。

さらに、日常的に蕎麦を提供するため、住民有志10人で平成20年に「企業組合石畳むら」を設立。毎週土日に「そば処石畳むら」を開業している。石臼で挽いた打ちたて蕎麦の販売やそば打ち体験などを行い、令和6年度には約3,100人が来店し360万円を売り上げる人気店となっている。

このほか、地域住民と連携した「新蕎麦まつり」や「桜まつり」等蕎麦を中心としたイベントや、石畳小学校児童を対象とした種まきから蕎麦打ちまで体験する「そば作り体験」、地域外からの「蕎麦打ち体験」受け入れも行っている。

一時は廃れた地域の食文化が、再び注目を浴びるようになったことに加え、蕎麦需要の高まりによって、栽培面積も増え、現在は3haまで耕作地が拡大された。畑一面に蕎麦の花が咲く様子は、美しい景観づくりにも貢献するなど耕作放棄地の解消のみならず、観光・農業・食文化が連動する仕組みが形成されている。



写真3 そば処「石畳むら」



写真4「桜まつり」の子供スタッフ

### (2) 若手農家によるブランド栗の創出と地域農業の高付加価値化

急傾斜地にある石畳地区において、面積、生産量とも最も多く栽培されている農作物が栗であるが、単位当たり収量が少なく、収入的にみれば他の果樹と比較すると低い。一方、国産栗の需要は高く、生栗・加工品とも高価格で販売されていた。

そこに目を付けた若手栗農家7人が立ち上がり、令和2年に「株式会社石畳つなぐプロジェクト」（出資者20人）が設立された。

「ほんものの、おいしい栗をつくりたい」という思いから、継承してきた栽培方法を、あえて手放すというリスクを犯し、全く新しい栗づくりに挑み始める。外部から指導者を招き、栄養がいきわたるよう樹の背丈を低くし、ありのままの自然のバランスに任せ農薬も一切使用しない。そして、栗が樹の上で完熟し「イガから栗だけが落ちる」まで待つという、自然と共生した栗づくりに取り組んだ結果、風味が濃く、甘い栗が完成した。それをさらに、ひと粒、ひと粒、手作業で選別して



写真5 新たな技術を学ぶ生産者達

選りすぐった栗を、マイナス2度で熟成することで、栗本来の甘みが引き出され、その糖度は30度を超えるという。こうして完成した、高品質な栗を「完熟石畳栗」としてブランド化したところ、松山市のスイーツ店の目に留まり、新たな商品展開の可能性が広がった。

しかし販路を拡大しようとした矢先、新型コロナウイルスの感染拡大により、イベントやマルシェ等、対面での販売活動がすべて中止となる。せっかく実った栗を届ける手段を失い、苦しい状況に直面する中、打った次の一手がクラウドファンディングへの挑戦であった。



写真6 選果は一つ一つ手作業で行う

「完熟石畳栗」を通じて、豊かな石畳の自然を未来につなげたい——。その思いを丁寧に言葉にして、商品開発や販路拡大に必要な費用を全国の

支援者に呼びかけたところ、想像を超える反響が起きた。当初300万円を目標にしていたが、予想を大きく上回る1,039万円もの支援が集まったのだ。支援金により、パウンドケーキやジェラートなどの商品開発のほか、ペースト化してスイーツ店向けに販売するなどの販路開拓を行うことができた。現在は、ネット販売を中心に事業を展開しており、令和5年度には売上が約1,000万円に達するなど十分な成果を挙げている。

さらに、クラウドファンディングはただの資金調達では終わらなかった。特に「栗の木オーナー」制度は、石畳の挑戦に心を寄せてくれる人々との温かな関係を築くきっかけとなった（令和7年購入者数28名）。農家達は、栗の栽培の様子や日々の想いを動画で丁寧に届けることにより、消費者との継続的な関係を育んでいる。この取り組みを通じて、単なる商品のやり取りを超えたつながりが生まれ、共感したオーナーの中には実際に石畳地区を訪れ、園地の見学や栗農家との交流を続ける人も出てきた。「自分達の栗を楽しみにしてくれている人がいる」その実感が、農家達の誇りとやりがいを生み出し、「完熟石畳栗」のブランドを支える確かな原動力になっている。

### 3. 生活・環境整備面における特徴

#### (1) 農家民宿を通じた女性参画と地域資源の発信

さらに、「農家の女性達が活躍する場を作り町おこしにつなげよう」という町の方針のもと、平成6年、築80年の農家住宅を整備し、農家体験宿泊施設「石畳の宿」がオープンした。

郷土料理を子供達に残したい、地域のお母さん達の思いからスタートした石畳の宿では、料理の提供から宿泊まで地域の農家女性達が行っている。運営や提供メニュー等を全員が考え、実践することで、経営のおもしろさ、難しさを感じ、今まで世帯主(男性)の陰に隠れて従属的な役割を果たすに過ぎなかったのが、石畳の宿を通じて、経済的・社会的に自立する女性が増えていった。

試行錯誤を繰り返しつつ、思いを込めて丁寧に、誠実に、接客を重ねるにつれて、そのきめ細やかなおもてなしが評判を呼び、ピーク時には宿泊者が1,000人を超え、令和6年年には累計利用者が4.5万人を突破するなど人気の宿となった。

特に人気なのは水車の石臼で精米したご飯や、山の幸をふんだんに取り入れた精進料理。山菜は自らが採取したものを使用し、手作りにこだわっている。たとえ宿泊客が1人でも手は抜かず、一つひとつを丁寧に作る。素朴でありながらも味わい深い、地域のお母さんがつくる郷土の家庭料理は好評を博し、平成26年「食アメニティコンテスト」農林水産大臣賞を受賞した。近年は団体客から家族連れ等個人客が中心となり、年間400~500人ほどの利用がある。農泊事業の先駆けとして町のグリーンツーリズムを牽引する存在である(令和5年度売上:約400万円)。

なお、平成22年から地元女性有志「石畳ゆずりは会」が施設の運営を担っている。前身は「さくらの会」という有志グループ。その後「㈱石畳つなぐプロジェクト」を経て、令和7年からは事業分離により石畳ゆずりは会に移行。

#### (2) 地場産農産物を活用した6次産業化商品開発

石畳ゆずりは会を中心とした地域の女性達の挑戦のもう一つが「ゆずこしょう里の麴」の開発である。

きっかけは、メンバーの一人が高齢の農家から託されたゆずで試作した「ゆずこしょう」。その味に皆が驚き、商品化に至った。石畳を知ってもらえるきっかけになればという思いを込めて、全て手作業で製造し、石畳産の農薬不使用で栽培した青ゆずと青唐辛子に、隠し味として自らが仕込んだ麴を入れ、辛さの中にもまるやかな味に仕上げた逸品。購入者の高評価がやりがいにつながっている。

県外の店舗でも販売され、今後も大きく伸びる可能性があるため、ゆずの新植による面積



写真7 石畳ゆずりは会



写真8 郷土の家庭料理



写真9 柚子胡椒の製造

拡大にも取り組んでいる。

### (3) 移住者による多様な起業と地域コミュニティへの定着

石畳地区では、地元住民が誇りを持って活動してきた歴史がある。近年は、そこに新たな風を吹き込む「移住者」が加わり、地域の魅力を更に広げている。

例えば、しいたけ栽培で使われるクヌギの木から作られる茶道用炭「菊炭」。その美しさに心を奪われた一人の移住者は、技術を学ぶために石畳に移り住み、今では自ら炭工房を立ち上げ、家族と共に暮らしている。かつて地域で盛んだった炭作りも、後継者が減りゆく中、このような移住者の存在は技術だけでなく、日本の茶道文化、そしてクヌギ林の管理を通じて山を守ることにもつながっている。



写真 10 「美の里」石畳地区

さらに、その配偶者もパン屋を開業。手作りの石窯で焼くパンは美味しいと好評。窯で使用する薪には、規格外のクヌギやナラなどの雑木を使用し、「石畳だから焼けるパンになった」と胸を張る。

他にも、高齢で離農した祖父母の農地を受け継ぐとともに、“お祖母ちゃん”の味をつなぐため漬物などの加工事業を開始した「孫ターン者」など、皆それぞれが、やりたいこと、夢の実現に向けて、地域に根を張り暮らしている。

移住者の中には、「10年暮らしてもまだ新鮮。地域づくりが盛んなのでいろいろなことが出来ておもしろい」と話す人もいる。「ひとつ守る、ひとつ変える」——挑戦を恐れない石畳の風土が多様な人々を魅了し、新しいエネルギーを生みだしている。