

事業のタネシート

活動地域・団体名：久留米市田主丸町 田主丸・未来創造会議

事業名称 1：伐採したカラタチの再利用		
あらすじ		
<p>伐採カラタチを再利用した商品開発など、これまでの焼却処分から新たな付加価値を生み出し、CO2削減につなげる。 また、苗木生産農家の焼却処分に係る作業負担の軽減と、再利用の商品開発などに伴う収支改善により労働力や後継者の確保を容易化し、安定した苗木産業の実現を目指す。</p>		
ストーリー		
<p>みかんなど柑橘系苗木は田主丸が全国生産の8割を占め、春時期には毎年360万本の伐採カラタチが発生している。 現状では、伐採後直ちに接ぎ木する必要がある中で、カラタチの鋭い棘が嵩張り運搬には不向きで、焼却処分としているのが現状である。これは発想を変えれば、これほどの量の伐採カラタチを供給できる地域は、全国でも唯一ここ田主丸だけとも考えられ、伐採カラタチの再利用化が実現できれば、他地域では追従できないブランドを確立することも可能で、地域にとっても地元への愛着と誇りを持てる機会ともなり得る。こうした考え方に基づけば、地域の課題を新たな事業・ブランドの創出の機会と捉え、結果として人の流れ（地域外流出）を変えることや田主丸の自然豊かな景観を維持することにも繋がる。</p>		
事業の骨子		現時点で想定される課題・ボトルネック
①ありたい未来	全国のみかん産業を下支えする田主丸の苗木産業が、今後も安心して事業に取り組める環境。	<ul style="list-style-type: none"> ・カラタチの機能性成分や抽出方法が知られていない。 ・伐採カラタチの再利用する前提となる材料化(チップ化)が、既存粉砕機では対応できない。 ・6次産品化を推進するには、残留農薬の除去を行う必要がある。
②課題	みかん苗木を接ぎ木するためカラタチ苗木を育て、台木として下部6cmを使用し、それ以外の上部を伐採したうえで、利活用しないまま焼却処分している。	
③なぜこの事業をやるのか(Why)	現状の焼却処分は、CO2の排出するとともに、周囲住民にとっても煙や臭いなどで悪影響があり、苦情も多く寄せられている。現状のままでは、苗木生産が縮小していく恐れもあり、田主丸の独自性が失われ、全国みかん生産にも大きな影響がある。	
④地域資源	みかん苗木など柑橘系苗木は、全国生産の8割を占める田主丸の特産物。苗木畑が植木畑や耳納連山と相まって生まれる田主丸ならではの美しい景観。	
⑤商品・サービスの具体的な内容(What)	伐採カラタチの成分を利用したアロマオイル・堆肥・着火剤・化粧品の開発。伐採カラタチの棘やカラタチ苗木を育てるための収穫するカラタチの実の成分を利用したアロマオイルや化粧品の開発など。	
⑥担い手(Who)	アロマオイルメーカー(八女飛形蒸留所、緑の機能性研究所など)、化粧品メーカー、肥料メーカー、燃料メーカー、福岡県苗木農業組合、福岡苗木研究会、ダイハツ工業株式会社九州開発センター	課題・ボトルネックを乗り越えるために力を借りたい人物・企業像
⑦事業で生じる循環	苗木生産者の負担減→地域外からの資金流入→苗木生産者の収支改善→後継者・労働力の確保→苗木畑面積の維持・拡大→CO2増の抑制・CO2削減→自然景観の維持→関係人口の増→移住定住者の増	<ul style="list-style-type: none"> ・研究機関 ・商品化/事業化に協力してもらえる企業やコンサル関連団体 ・農機製造メーカー
⑧事業で生じる成果	<ul style="list-style-type: none"> ・苗木生産農家の事業継続 ・地元農業人口および地元での就職口の確保 ・日本のみかん生産の安定 ・田主丸の独自性の確保 	

事業名称 2 : J-クレジット普及など耳納連山の森林の価値向上		
あらすじ		
<p>全国でも早期に開始した「かっぱの森J-クレジット」の販売向上施策を軸にしながら、故郷の象徴である耳納連山をこの地域のローカルSDGsの象徴に磨き上げ、地元のSDGsの関心と参加意欲を高める。その盛り上がり全国PRし、関係人口の増加につなげる。</p>		
ストーリー		
<p>森林の伐採後に次の木が成長するまで50年程度を要する。十数年前から久留米市田主丸財産区では、資源を消費せず経済的価値を生み出す方法を思案していた中でカーボン・オフセットに注目、全国でも早い時点でJ-クレジットを導入。</p> <p>その一方では、地元で広く知られていない現状があり、SDGsへの取組など機運の高まる中で、J-クレジットの存在を改めて周知することは、地元企業や個人の間で耳納連山のために貢献したいという人は数多く現れることが想定される。また、財産区の間伐作業など実際の森林管理を見学体験するSDGsツアーを整備し、関係人口を呼び込み「SDGsの耳納連山」というブランドイメージを全国的に浸透させることも可能で、グランピングや散策道などの環境整備を進めることで、滞留時間を延ばし地元経済の活性化にも寄与できる。</p>		
事業の骨子		現時点で想定される課題・ボトルネック
①ありたい未来	田主丸に住む人が常に目にする耳納連山。山の緑がいつまでも美しく維持され、「わが故郷SDGsのシンボル」として地元の誇りとなり、全国からも注目される。	<ul style="list-style-type: none"> ・耳納連山を全国に発信するために、J-クレジットをさらに幅広く活用できる商品サービスの開発 ・J-クレジットや経済効果とは別の、地元として実感できる耳納連山が齎している恵みを訴求する必要。 ・販売拡大に伴い、J-クレジット認証枠の増加が必要。 ・森林管理制度など林務に精通した職員の育成。
②課題	J-クレジットを先進的に導入した田主丸財産区の活動が、地元であまり知られていない。日々眺めても訪れる機会も少なく活動の場として山が積極的に活用されていない。	
③なぜこの事業をやるのか (Why)	田主丸の象徴・耳納連山で展開するSDGs活動を地元で認知してもらうことが、SDGsに対する地元の関心と参加意欲を高めるためには不可欠である。	
④地域資源	耳納連山の内、久留米市田主丸財産区が管理する約800ha。田主丸財産区が販売する「かっぱの森J-クレジット」。屏風山とも言われる耳納連山の景観。	
⑤商品・サービスの具体的な内容 (What)	「かっぱの森J-クレジット」の久留米市ふるさと納税の返礼品登録。企業による森林保全活動（企業応援の森構想）。散策道などの整備。間伐作業見学や植林体験含む耳納連山SDGsツアーの開発。地元向け学習会研修会の整備。	
⑥担い手 (Who)	田主丸財産区、浮羽森林組合、久留米市、道の駅くるめ、JAにじ、エコリズム企業、森林レクリエーション関連企業、J-クレジット新規認証及び売買手続に関連する企業	課題・ボトルネックを乗り越えるために力を借りたい人物・企業像
⑦事業で生じる循環	森林管理の資金増→地元/全国に対する耳納連山の認知度向上→森林レクリエーションおよびSDGsツアーの整備拡充→耳納連山への関係人口の増加→地元での雇用状況改善→地域外の人口流出減少・地元社会の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・国、J-クレジット専門コンサルタント ・水/空気/気候/歴史文化/精神面といった多角的な視点で耳納連山の存在を分析する専門家
⑧事業で生じる成果	<ul style="list-style-type: none"> ・森林管理能力の向上によるCO2削減 ・地元のSDGs意識と参加意欲の向上 ・地元への愛着の向上 	

事業名称 3 : 神事・伝統行事の保存活用

あらすじ

田主丸に根付く神事・伝統行事の体験プログラムを通じて、地元をはじめ全国の若者世代を中心に、SDGsの大切さや日本の歴史文化を体感してもらう。
また、地域の人にも積極的にプログラム関与してもらうことで、地域社会参加の機会を増やし、こうした取組を通じて関係・交流人口の拡大を図り、地域経済が循環する仕組みを実現する。

ストーリー

神事・伝統行事は、自然・農業・地域社会の要素がバランスを保ちながら存在することで保持されている、いわばローカルSDGsのバロメーター。全国に神事・伝統行事はあっても、土地毎の特徴と物語は一つとして同じものはなく、田主丸では7km四方の狭い範囲に、70を超える神社・祠のどこかで毎月何らかの神事が行われる。そうした中で、今後も高齢化・少子化や農業の縮小が進めば、10年もすれば田主丸でも廃れてしまう恐れがある。今の段階で取組を進め、地元をはじめ全国の若者世代を中心に伝え、見てもらうことが重要。神事・伝統行事の一つひとつが、先人の心を感じるタイムカプセルであり、全国的に小さな神事・伝統行事の多くが絶えている現状において、田主丸に残る貴重な財産は、全国の関心を引き付ける重要な地域資源である。

事業の骨子		現時点で想定される課題・ボトルネック
①ありたい未来	地元に残る歴史遺産として神事・伝統行事を慈しみ、残そうとする思いを全世代で共有するとともに、全国でも貴重な歴史遺産として認識し、常に保存と活用の調和を尊重する。	・神事・伝統行事を見学させること に対して否定的な感情を持つ一部 地元住民への対応 ・日本人よりも日本歴史文化に関 心が高い富裕層外国人に対する 訴求、および、その受入れ体制
②課題	若年世代の一定数が神事・伝統行事に深く関わり理解する前に域外に流出するため、お世話する手順やしめ縄づくりなどに必要な手技、維持する意思が薄くなっている。	
③なぜこの事業をやるのか (Why)	今取り組まなければ、10~20年後には現在の田主丸の神事・伝統行事が廃れてしまう恐れがあり、地元をはじめ全国の認識を高め、可能な限り残すことが必要。	
④地域資源	今は農業が盛んなこともあり、神事・伝統行事が多数残り、毎月どこかで行われている。また、同じような行事でも地区ごとに差異があるなど、各々の行儀に魅力がある。	
⑤商品・サービスの具体的な内容 (What)	小中高生など若者世代を意識した神事・伝統行事の見学や学習プログラムや神社・祠の物語り発見学習、ガイド体験養成講座。 一般向け神事・伝統行事見学プログラム。 神事・伝統行事と農業体験を含む農泊パッケージプログラム。	
⑥担い手 (Who)	地元自治会、地元小中高校、久留米市内の大学、農泊団体(久留米耳納グリーンツーリズム協議会)、観光推進団体、市(文化財保護担当課)	課題・ボトルネックを乗り越えるために力を借りたい人物・企業像
⑦事業で生じる循環	注目されることによる地元の再認識→地域の活性化→体験プログラムの開発・充実→地域外からの関心の高まり→神事・伝統行事への愛着や誇りの醸成→関係・交流人口の拡大→他地域資源との連携強化→地域経済の活性化	・田主丸町内の自治会、氏子世 話役、市文化財保護課 ・県、国の富裕層外国人層向け ツーリズム企画部門
⑧事業で生じる成果	・地域歴史文化への愛着・誇りの向上 ・神事・伝統行事から地域や自然・産業・地域へと広がるSDGs的視点への展開 ・関係・交流人口の拡大に伴う地域経済の活性化	