

人口減少社会における 中山間地の伝統行事（芸能） 維持・継承策について



新野の盆踊り(阿南町)

しあわせ  信州

下伊那地方事務所

県計画等における伝統文化の位置づけ

しあわせ信州 創造プラン

飯伊地域編

新しい時代を見据えた
地域づくりプロジェクト

リニア中央新幹線の開業・三遠南信自動車道の
供用開始を見据え
自然景観・田園風景などを保全し、
町並みと自然、農山村が共生する地域づくりを推進

長野県リニア活用 基本構想

- >伊那谷交流圏
- >>地域振興
- >>>国内外からの誘客促進

自然、歴史、文化を活かす取組

伊那谷が誇る美しく豊かな農村景観を
次代に引き継ぐ

祭や人形芝居、農村歌舞伎などの
伝統文化を保全・継承

1

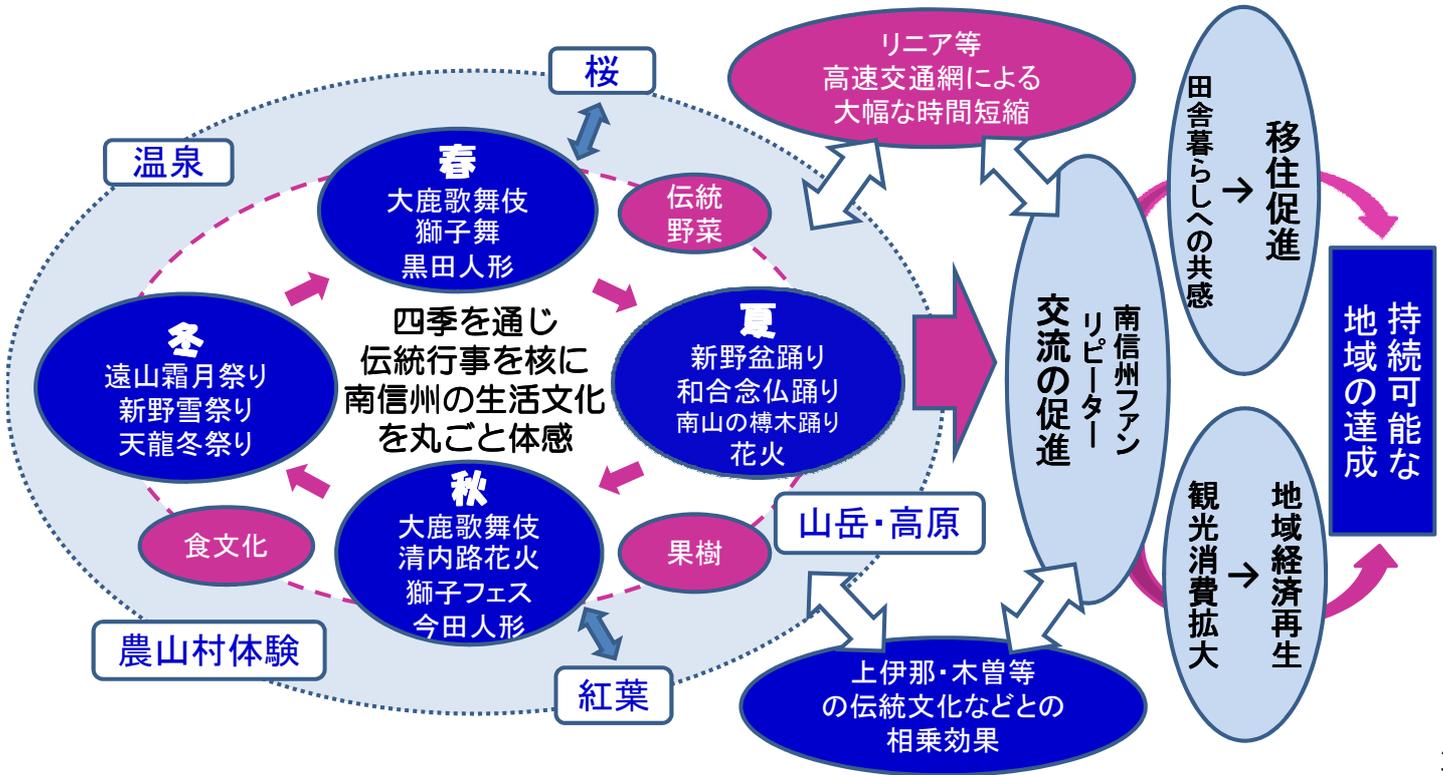
南信州の主な無形文化財

四季を通じて多種多様な伝統行事(芸能)が中山間地に多く点在

地域	伝統行事(芸能)	実施時期	国指定 重要無形 民俗文化財	国選択 無形 民俗文化財	県指定 無形 民俗文化財
飯田市	人形芝居(黒田人形・今田人形)	4月・10月ほか		○	
	遠山霜月祭(上村・南信濃)	12月	○	○	
高森町	大島山獅子舞	4月			○
阿南町	新野の冬祭り	1月	○	○	
	日吉の御鎌祭り	4月			○
	新野の盆踊り	8月	○	○	
	和合の念仏踊り	8月	○	○	
阿智村	人形芝居(早稲田人形)	8月		○	
	清内路手作り花火	10月			○
天龍村	霜月神楽(坂部・向方・大河内)	1月	○	○ (坂部・向方)	
	大河内の鹿追い行事	4月		○	
泰阜村	南山の樽木踊り	8月			○
大鹿村	大鹿歌舞伎	5月・10月		○	○
各地	伊那谷のコト八日行事	2月		○	
	下伊那のかけ踊り	8月		○	

南信州の伝統行事(芸能)を活かした 地域づくりのイメージ(目指す姿)

各地の生活文化に息づく四季折々の伝統行事を繋ぎ合わせ、付随する食文化や、自然・景観・温泉や農山村の営み体験などの融合により、年間を通じて南信州を丸ごと体感できる交流の促進とそれによる持続可能な地域の実現

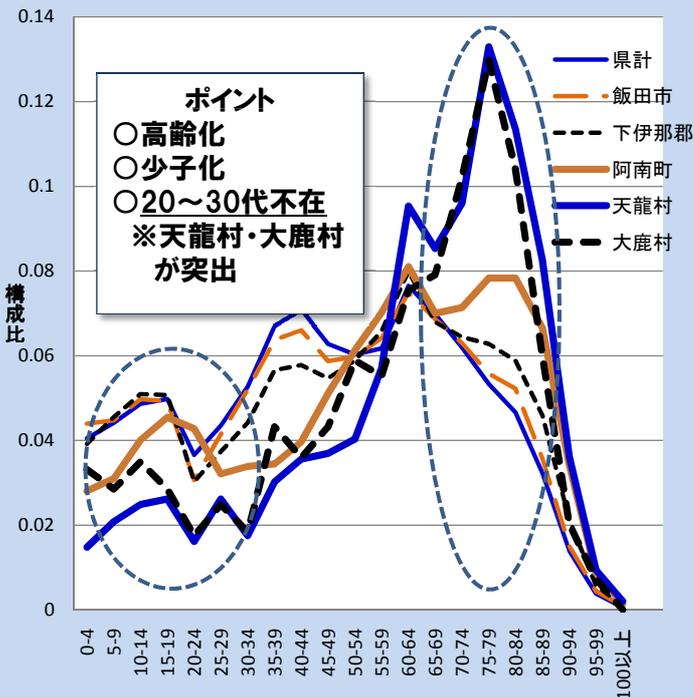


3

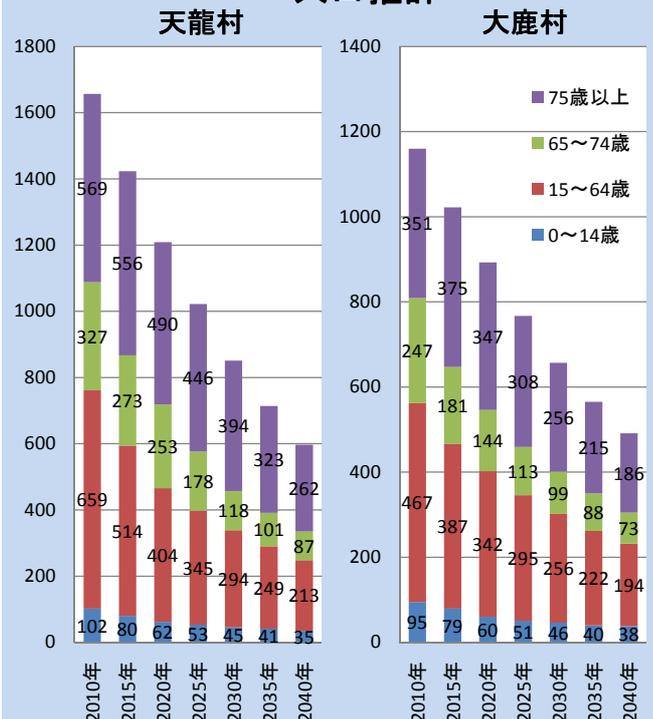
課題

少子高齢化・人口減少 ⇒地域づくりに活かす以前に継承できるのか？

年齢別人口構成(H25.10月)



人口推計



聞き取り調査を実施(H26.6~7月)

対象:5市町村 13団体・地域

○地域差はあるものの、早ければ5年、多くが10年後の存続に不安

○継続可能性判断の差 ⇒ 若年~壮年層の存非(活動の有無)

活動の主力	次世代担い手	継続可能年数(直感)	主な例
40~50代	20~30代も 一定程度活動	10年程度	遠山霜月祭り(上町) 和合の念仏踊り(阿南町) 大鹿歌舞伎 清内路手作り花火
60~70代	20~50代も 一定程度活動	10年程度	新野の雪祭り(阿南町)
	殆どいない	5年程度	遠山霜月祭り(下栗・中郷) 霜月神楽(天龍村)

5

聞き取り調査結果から

[20~40代の若年・壮年層が一定程度携わるケース]

ポイント1 子どもの頃に体験した効果が大きい

- 遠山霜月祭り 約30年程前から小中学校の体験学習
- 大鹿歌舞伎 昭和50年代から中学校でのクラブ活動
(現在は全員参加の総合科授業)
小学校での体験学習



[活動の中心が60~70代の高齢世代のケース]

- ### ポイント2 「後世に伝承する」よりも
- 「自分たちの代は何とか責務を果たす」という意識
 = 「次世代が継承できなくてもやむを得ない」

ポイント3 既に居住者のみによる実施は既に困難なケース

⇒ 転出血縁者が担い手

- 遠山霜月祭り (飯田市上村中郷・下栗)
- 和合の念仏踊り (阿南町和合)
- 霜月神楽 (天龍村坂部・向方・大河内) ほか

聞き取り調査結果から

ポイント4 一部では外部人材受入れの取組を展開

- 霜月神楽(天龍村大河内)
 - ⇒平成10年前後から劇団「田楽座」の支援受入(毎年10名ほどが参加)
- 遠山霜月祭り(飯田市上村中郷)
 - ⇒H23年から一般希望者を募集・受入(当初5~6名参加うち2名は継続参加)
- 上清内路手作り花火(阿智村)
 - ⇒従来から飛入参加を受入れ(毎年2~3名)
 - H26年度からは募集・受入を実施(定員9名)



一方で、昔から地域住民が脈々と伝承しているもので、「部外者が担うものでない」との意識が強い地域も

- 新野の雪祭り(阿南町新野)
 - 霜月神楽(天龍村坂部)
 - 下清内路清手作り花火(阿智村)
- ※裏方としての支援までもを拒むものではない

ポイント5 仕事の都合で全日程参加できるメンバーは多くない

参考(専門家意見)

飯田美術博物館 民俗学担当 櫻井 弘人 氏

- 伝統芸能伝承の特効薬は、人口を増やし集落機能を維持することだが、これは不可能なことは明白。守っていくために、人材を外部に求めるという方向性はある。現に、大河内では田楽座がいなければ、もうなくなっていた。
- 行政は、観光面ばかり注力し、肝心の芸能を守ることをしてこなかった。観光客を集めるよりも、真に深く携わる意欲のある人材を集め、育成する広域の取組を進めるべき。 【H26.7.31聴取】

7

行政による継承策の積極的展開

伝統行事(芸能)への自治体の関わり

これまで
集客策(観光PR)
に注力

維持・継承策は
住民任せ

住民のみ
での継続は
危機的状況

これから
継承なくして
観光なし!!

担い手育成策を
行政が積極的に展開
すべき

施策の方向性

方向性① 子どもの体験の促進

地域の伝統行事(芸能)の体験を促進

一定年齢での行事参加の推進

子どもが主体・対象となる

関連行事の開催 など



伝統芸能に興味のある
子どもを育成



出身地や将来の居住地における
参加意欲の向上



将来の伝統芸能の担い手に

方向性② 企業協力の促進

従業員の伝統芸能参加推奨や
行事への資金援助を行う
事業者の認定制度を構築

伝統行事(芸能)サポート事業者
(仮称)認定制度

(「森林の里親」の伝統芸能版)
県 ⇒ 協力事業者を認定・周知
主催者 ⇒ 企業を優待
 人的交流推進
事業者 ⇒ 従業員の参加推奨
 資金援助
 地域貢献企業としてPR



伝統行事へ参加しやすい環境の醸成
企業による資金援助の推進

施策の方向性

方向性③ 外部人材の受入推進

地域住民のみでの継承が困難



人がいなければ外部に求める



伝統行事ごとに希望者を広く募集

「〇〇(行事名)サポート隊」

(仮称)を組織

まずは裏方として → 交流が進めば「よそ物」に対する抵抗感解消 → いずれは担い手に

方向性②サポート事業者との相互協力も

方向性④ 外部人材の掘起し

観光目的でなく、
自ら行事に参加したい人材の発掘



多くはいないが確実にいる
レアな人材を見つけ出し
現地にいざなう



首都圏(GINZA長野)で体感会開催

「信州芸能体感会(仮称)」

観光イベント < 信州の伝統芸能の
奥深さを学ぶ場
(体験+講座)

首都圏での上演機会

⇒ 担い手の意欲向上にも期待

施策の方向性

方向性⑤ 受入環境の整備

サポート隊受入には
一定期間滞在できる環境整備
が必要

・空き家等を活用したシェアハウスなど
「滞在施設の整備」

・地域住民宅への
「ホームステイのしくみ構築」
など

↓
遠隔地からの受入れを可能に
(ターン需要の掘り起こし効果にも期待?)

方向性⑥ 施策推進体制の構築

これまで

自治体が個別に観光施策
を推進(点の取り組み)



今後

担い手育成策の積極展開



観光資源として個別行事を繋ぎ
面的・時間的広がり推進



関係者が一体となり広域的・戦略的に
施策推進するための体制の構築が必要

伊那谷民族芸能団体
連絡協議会

- 昭和62年設立
事務局：南信州広域連合
- 各種民俗芸能団体(64団体)
及び教育関係者で構成
- 総会(年1回)で情報交換
- 主体的な事業展開は特になし



組織
強化
OR
新組織
設立

H27年度
事業展開

伝統行事(芸能)継承対策元年の県の取組

事業名	実施主体	事業内容	事業費	財源負担	関係部局
①南信州伝統行事(芸能)継承・活用策推進事業	下伊那地方事務所 南信州広域連合	地域全体で伝統行事を継承していく意識を醸成し、南信州全体の取組を推進する計画を策定するとともに、地域の実情に応じたモデル的取組を推進する。 また、これを推進するための支援員を配置し、関係者による推進組織を構築する。 【方向性①、③～⑥】	継承・活用計画策定等 330万円	県10/10	企画振興部 県民文化部 観光部 教育委員会
※計画の策定に当たっては、県として支援会議を設置し、一元的かつ総合的に支援 ※初年度に推進計画を策定、次年度にその具現化に向けた取組を進めるための複数年の予算化を要望					
②伝統行事(芸能)サポート事業者認定事業	県	信州の伝統行事の継承活動に協力(従業員の参加推奨・財政支援等)にする企業の認定制度を構築(認定企業は、宣伝・広告等に活用) 【方向性②】	制度周知、認定証交付、認定企業周知経費 100万円	県10/10	企画振興部 県民文化部 産業労働部 教育委員会
※事業効果を大きなものにするため、全県域における制度化を要望					

達成すべき成果 必要となる長期的支援

目 標

現在の重要無形民俗文化財、県無形民俗文化財及び
国・県選択無形民俗文化財を
2027年(リニア開通)まで確実に持続させる

そのために

- 取組当初は、県・広域連合が旗振役となり、地域全体の意識醸成や各地域の取組を後押しする環境を整備し、その後の市町村の主体的施策展開を促す
- 一過性の対策に止まらずその後も長期的視野に立った支援継続が求められる

H27年～(複数年)

取組の
旗振役

県(下伊那地方事務所)
南信州広域連合

- 飯伊地域全体の計画づくり
- 推進体制構築
- 地域全体の意識醸成
- モデル的事業の実施



H29年～リニア時代

取組主体
の転換
継続支援

- 市町村等が地域の実情に応じ主体的に独自施策を展開
- 県(地方事務所)は市町村等の積極的支援を継続

13

最後に

伝統行事(芸能)は県内各地に

南信州のみならず
県内各地の伝統行事が存続の危機!!



県全体の課題



モデル的事業として南信州で取組を推進し
その効果を検証しつつ取組を全県に波及

信州からの提案 「全国連携干し柿需要創造戦略」 について



しあわせ  信州

下伊那地方事務所

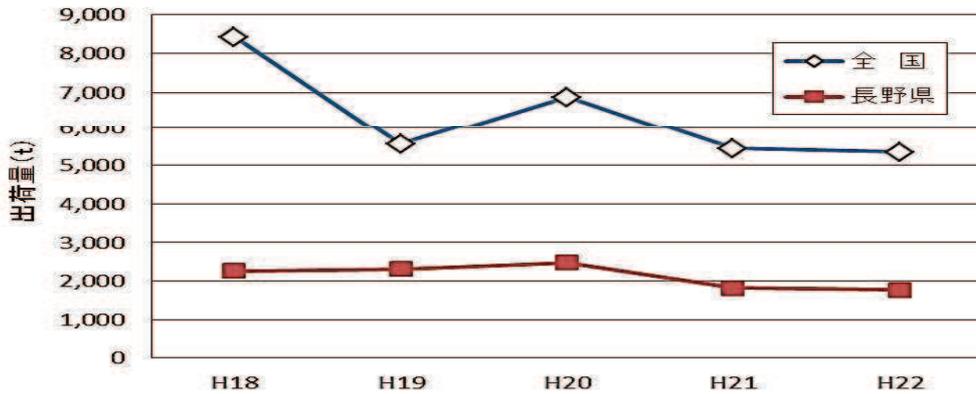
I 「市田柿」とブランド化の歩み

1 干し柿における「市田柿」の全国的な地位

全国上位5県における平成22年産干し柿の出荷量

(H22産特産果樹生産動態調査(農水省)より作成)

	長野県	福島県	山梨県	和歌山県	富山県	全国
出荷量(t)	1,764	1423	772	364	307	5,348
全国シェア	33%	27%	14%	7%	6%	100%



干し柿の出荷量の推移

1

2 「市田柿」ブランド強化の取り組み

平成18年11月
平成19年3月

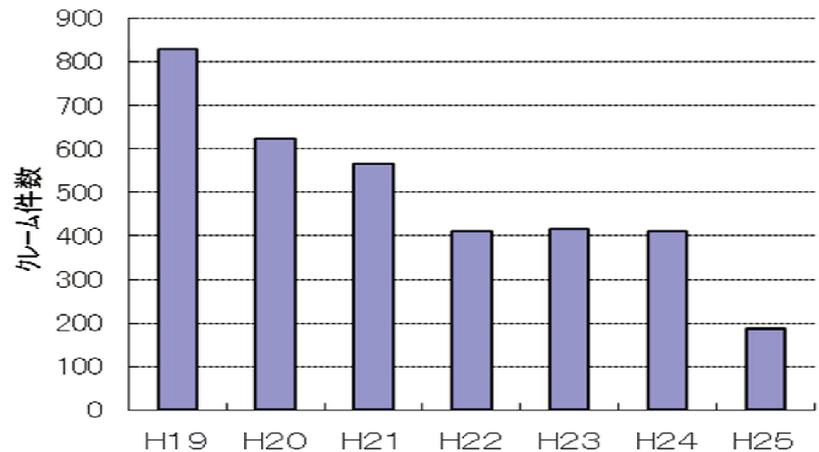
「市田柿」(干し柿)を地域団体商標として登録
市田柿ブランド推進協議会、市田柿商標管理
委員会の設立

平成22年
平成25年

ブランドマーク(商標マーク)の設定
市田柿の日の制定(12月1日)



ブランドマーク
(品質保証の証)



市田柿のクレーム数の激減

2

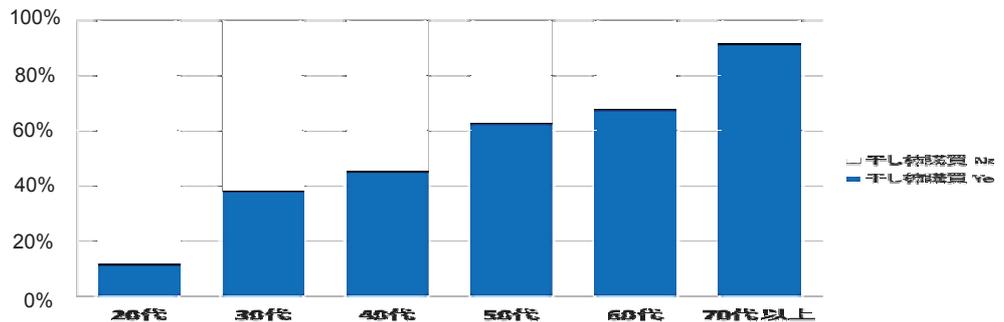
II ブランド強化の取り組みから見てきた課題

1 「市田柿」の消費動向（過去の消費地調査の傾向）

主な購買者は高齢層

若い世代の購入者は少ない

「市田柿」以外の
干し柿でも同様の
傾向が見られる



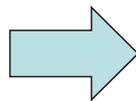
年齢別干し柿の購買割合（愛知大学2012「市田柿」マーケティング調査結果より）

* 20歳代後半～40歳代対象の消費者調査より（平成23年）

・市田柿の認知度41.7%

・「干し柿＝年寄が食べるもの」「甘すぎるというイメージ」

身近な存在ではない → 高齢になっても食べない

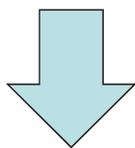


消費量は減少する
見込み

3

2 課題を踏まえて地域での主な取り組み

- ・ 地元菓子業者によるスイーツの商品開発（市田柿ミルフィーユ等）
- ・ 1個～数個包装等多様なパッケージの開発
- ・ 干し柿を使用した食育事業の実施
- ・ 東京ソラマチでの飲食店やマスコミを対象とした干し柿料理提案会



- 単発的で取り組みに広がりが
ない
- 目に見えた消費拡大に繋がっ
ていない



市田柿の出前教室の様様

Ⅲ 今後の展開方向

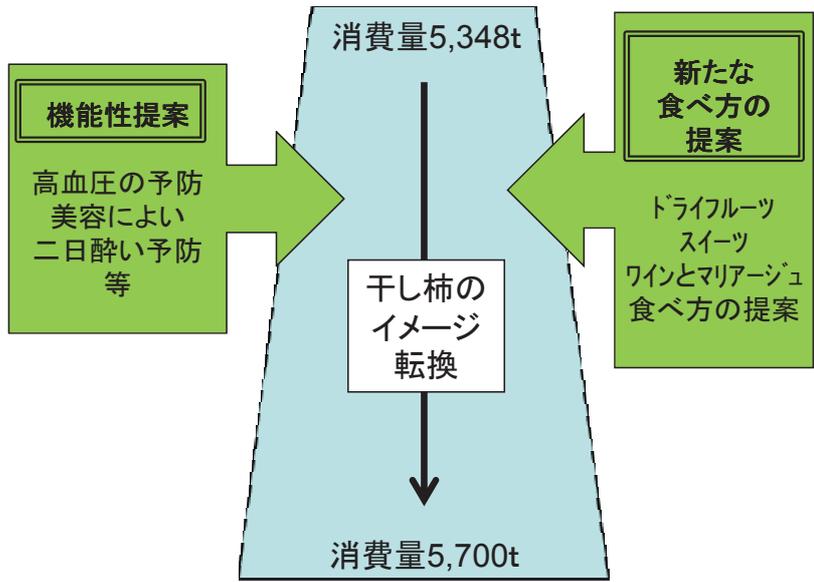
現状の課題 → 購買層の高齢化 → 若者層に向けた需要喚起が必要

(若者の干し柿に対するイメージがそのままであると…)



消費量の減少による干し柿産業の衰退

(産地連携による積極的なイメージアップ戦略の展開で)



消費量の増加による干し柿産業の発展

10年後の姿

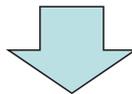
(折良く)

2015年3月 新たな機能性表示制度スタート

<現在の機能性表示>

「特定保健用食品」(トクホ)と栄養機能性食品(対象成分ビタミン12種類、ミネラル5種類)に限定。

トクホでは、「おなかの調子を整える」「血圧の高い方に」といった特定の保健の用途を表示可。食品ごとに国が審査し、許可される。



<新制度>

食品全般(加工食品及び農林水産物含む)について、安全性や有効性を、人を対象とした試験や研究論文で実証すれば、企業等の責任において機能性を表示できる(国へは届出)。表示内容はトクホ並みの見込み。

＜施策提案＞ 信州からの提案「全国連携干し柿需要創造戦略」

干し柿のイメージアップによる販売促進(若者層を中心とした新たな需要開拓)

事業区分	事業内容	事業費	備考
ステップ1 全国連携の体制整備	<p style="text-align: center;">＜産地間の意識統一と気運の醸成＞</p> <p>①需要創造推進員の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国柿の里連絡協議会(仮称)設立のため主産県との ・連絡調整や設立準備、フェスタ準備 ・機能性に関する産学官の研究協定のための連絡調整 <p>②全国柿の里連絡協議会(仮称)の設立 (H27準備・設立)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・干し柿の需要拡大を目的とした産地間連携 ・機能性表示に向けた情報交換・ノウハウの共有 ・新たな需要開拓のための全国統一のPR <p>③柿の里交流フェスタの開催(H27)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな消費形態や機能性の研究PR等による需要開拓の提案 	6,000千円	<ul style="list-style-type: none"> ・協議会設立準備及びフェスタ開催経費(参加者負担金含む) ・協議会設立時は長野県農政部が事務局以降、各県が持ち回り

7

事業区分	事業内容	事業費	備考
ステップ2 新たな視点による消費拡大	<p style="text-align: center;">＜機能性と食べ方の提案＞</p> <p>①機能性表示により健康食品としての需要の開拓 (H27体制整備・試験等実施～)</p> <p>産学官が連携した機能性研究と新制度による機能性表示への取り組み推進 栄養成分や機能性の解明 → <u>機能性PR・表示</u></p> <p>○全国柿の里協議会と協力可能な大学との連携 (信州大学・島根大学等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・干し柿の機能性に関する研究データ集積と内容の精査 ・機能性表示に必要な研究 ・各産地ごとの対象成分の定量分析等 ・機能性表示へのチャレンジ <p>②新たな食べ方の提案(H27～)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産地が連携した都市圏でのイメージアップPR 長野県は 銀座NAGANO活用 ・全国協議会で販売促進方法の検討 	単年度 11,000千円 (3年継続)	<ul style="list-style-type: none"> ・経費は、生産者・関係団体拠出含め全国協議会で検討 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p style="text-align: center;">機能性の研究 9,300,000円×3年 定量分析等 1,700,000円×3年</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p style="text-align: center;">干し柿の機能性成分と期待される効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ○カキタンニン(ポリフェノール) 高血圧予防、癌予防、二日酔い予防 ○食物繊維 整調作用、過剰なコレステロールや塩分の排出 </div>

成果目標

- ・干し柿の若い世代におけるイメージの向上
- ・産地が連携した食べ方や機能性のPR啓発による需要拡大