

へぐりちょう 平群町

～平群ブランド「山のぼっけ HEGURich」で魅力を発信～

奈良県の北西部に所在する生駒郡平群町は、大都市近郊にありながら豊かな自然や農産物に恵まれた町です。宅地開発による人口増加で急速に発展を遂げましたが、2002年をピークに人口は減少に転じました。加えて少子高齢化も進む中、町は様々な課題に直面しています。課題解決に向け、「平群ブランド」制定等を通じ地域の魅力を発信する同町の取り組みをご紹介します。

I 概要

1. 町勢と地理

生駒郡平群町は、人口18,897人（県内39市町村中19位）、世帯数7,105世帯（同19位）、面積23.9km²（同28位）の町（総務省「国勢調査 人口速報集計」（2015年））。東を矢田丘陵、西を生駒山系に挟まれた平群谷と呼ばれる緩やかな傾斜地に形成された町で、中心部を貫く竜田川が北から南へと流れ、それに沿うように近鉄生駒線と国道168号線が走っている。

地名は、倭建命が和歌を詠んだ歌「命の全けむ人は壘薦平群の山の熊白橋が葉を…」（「古事記」）に登場する他、古代豪族・平群氏の存在でも知られる歴史深い町である。

同町は1889（明治22）年の町村制施行時に「明治村」として成立、7年後に平群村と改称。長らく近郊農業中心の農村として栄えてきたが、都会の近くでありながら豊かな自然に囲まれた口

ヶーションから、1960年代後半にベッドタウンとして宅地開発が進み人口が急増、1971（昭和46）年に町制が施行された。

2. 産業構造

従業地による就業者人口（15歳以上）の産業別割合は、第1次産業が13.9%、第2次産業が17.3%、第3次産業が68.8%と、奈良県全体（順に3.5%、23.1%、73.4%）に比べて第1次産業の割合が高く、第2次・第3次産業が低い（総務省「国勢調査 従業地・通学地による職業等集計」（2010年））。

農家数402戸（県内22位）のうち販売農家の割合は60.4%（同5位）で、耕地面積は248ha（同16位）（農林水産省「世界農林業センサス」（2010年））。北部地域ではイチゴやキュウリ・トマト等の野菜、中部地域では小菊やバラ等の花き、南部地域ではブドウの栽培が盛んである。中でも小菊は「平群の小菊」として市場からの評価が高く、JAならければ「夏・秋期の生産量日本一」という。

一方で、製造業の製造品出荷額等（従業者4人以上）は49億円（県内27位）と振るわず、民営事業所数は442か所、従業者数は3,189人（とも

平群町の地図



資料出所：当研究所にて作成



夏の小菊畑

に同 22 位)にとどまる(経済産業省「工業統計表 市区町村編」(2014 年)、同「経済センサス基礎調査」(2014 年))。

3. 人口構造

昼夜間人口比率は、72.4%と奈良県(平均 89.9%)で最も低く、同町は典型的なベッドタウンである(総務省「国勢調査」(2010 年))。

1960 年代初頭には 6 千人程度に過ぎなかった町人口は、大規模な宅地開発により急速に人口が流入し 89 年には 20 千人を超えた。しかし 02 年をピークに減少に転じ、直近(15 年)では 19 千人を割り込んでいる。

年齢階級別人口移動(2005 年→10 年)を見ると、男女ともに 15~24 歳(05 年時点)→20~34 歳(10 年時点)で純移動数がマイナスとなっており、就職や結婚等を機に若者が転出していると見られる(平群町「人口ビジョン」(2016 年))。

この結果、年齢階級別人口割合は、14 歳以下が 11.0%(県内 17 位)、15~64 歳が 54.2%(同 26 位)、65 歳以上が 34.8%(同 17 位)と、15~64 歳の割合が低い(奈良県「住民基本台帳に基づく人口による年齢別人口調査結果」(2015 年 10 月 1 日現在))。90 年当時と比べ、14 歳以下の人口割合が 6.6 ポイント低下、15~64 歳が 18.4 ポイント低下した一方、65 歳以上が 25.0 ポイント上昇しており、少子高齢化が進んでいる。

合計特殊出生率は 1.07 と県内で最も低く、97 年から死亡数が出生数を上回る「自然減」が続いている。さらに 11 年から 4 年連続で転出者が転入者を上回る「社会減」となっており、同町は、現状のまま推移した場合、2060 年には人口が約 8 千人へと落込み、65 歳以上人口割合(高齢化率)が 50%を超えると推測している(平群町「人口ビジョン」(2016 年))。

同町はこうした現状を踏まえ、2013 年 4 月に少子高齢化対策を盛り込んだまちづくりの指針「第 5 次総合計画(愛称:みんなで創ろう 山のぼっけへぐりの未来!)」を策定した。16 年 3 月には

これを発展・修正する形で地方版総合戦略を策定している。

以下にその主な取組みを紹介する。

II 町の代表的な取組み

■「平群ブランド」の確立を目指す

同町は町知名度の向上と地域活性化を目的とするブランド化事業に取り組み、2013 年にブランドコピー「山のぼっけ HEGURich」と、町全体をイメージしたブランドロゴマーク(下図)を制定した。

「山のぼっけ」とは矢田丘陵と生駒山系に挟まれた平群谷を「ぼっけ(ポケット)」に見立てたもので、「HEGURich」とは町(HEGURI)が大都市近郊にありながら歴史・自然・農産物・くらしの豊かさ(Rich)に恵まれた特長を表現している。

同町は、認定対象となる地域資源について、審査基準を得点化した認定評価リストに則して採点し、基準を満たしたものを「平群ブランド」として認定



することで、同町の有する地域資源の魅力を町内外に PR している。

ブランドロゴマーク。
二本の緑の線が矢田丘陵と生駒山系を、中央の円が竜田川を表す。

■農産物ブランド化・特産品開発による産業振興

2014 年 5 月、同町は「平群ブランド」の第 1 号としてイチゴ「古都華」を認定した。「古都華」は、一般的なイチゴ(糖度 11~12 度)に比べ 15 度以上と高い糖度が特徴的な奈良県生まれの新品種。「古都華」の中でも、町内で生産され等級や大きさ等で条件を満たすものだけが「平群ブランド」として認定される。現在、こうした平群ブランドの認定は、ブドウや小菊・バラ等の農産物の他、地元のジェラートショップが製造する「古都華」を使用したジェラートにも広がっている。

2014 年 9 月には、町産ヒノヒカリ 100%使用の日本酒「平群」を大学および酒造会社と連携して開発、新たな名物にすべく力を入れている。

同町は、これらの特産品を「道の駅 大和路へ

ぐり（愛称：くまがしステーション）」にて販売するとともに「ふるさと納税」の返礼品としても提供することで、市場への浸透を目指している。

平群ブランド認定「古中華」(右)



平群町産ヒノヒカリ 100%使用の日本酒「平群」(左)

■情報発信を通じた観光振興

同町の魅力の一つは、複数の時代にわたる歴史文化遺産を有すること。同町は70基以上の古墳や、奈良時代の皇族で政治家の長屋王とその夫人・吉備内親王の墓、役行者が開いたという千光寺、虎の像と信貴山縁起絵巻で有名な信貴山朝護孫子寺、松永久秀ゆかりの信貴山城跡等を有する。

同町ではこれらの観光スポットやそれらを巡る周遊道の維持・整備に努めるとともに、情報発信力を強化するため、町公式ホームページとは別に、観光情報発信のためのホームページ「山のぼっけNAVI.」を設けた。Facebook等SNSも活用しながら、特産品や町で暮らす魅力を一体的にPRしている。



修験道の行場で知られる千光寺(左)

信貴山朝護孫子寺(右) (提供：同寺)



現在、同町は戦国武将・嶋左近を活用した観光振興に力を入れている。平群谷の生まれと伝わる嶋左近は「治部少(石田三成)に過ぎたるもの」と称された猛将であるが、昨今の「戦国武将ブーム」を受け、歴史好きだけでなく若い女性の間でも高い人気を有している。同町は嶋氏ゆかりの椿井城跡の発掘調査・遺構整備を行いつつ、嶋左近をモチーフにしたゆるキャラ「左近くん」を用い、人気武将にあやかり町知名度の向上を図る。



椿井城跡(左)、「左近くん」(下)



■暮らしやすさの向上

同町では、就職や結婚等を転機とした若い世代の周辺自治体への転出が問題となっている。町外転出者に対して実施したアンケートの結果、最も不満度が高かったのは「交通の利便性」であった(平群町「魅力あるまちづくりアンケート調査(転入・転出者アンケート調査)簡易集計結果」(2008年9月分~11年3月分))。過去の人口増に伴う急速な市街化により道路整備等の都市基盤が不十分なことに加え、公共交通の中心的役割を担うバスの路線や本数が限られていることが、こうした不満の理由の一つと考えられる。

同町は、特に住宅が密集し道路が狭い平群駅周辺の区画整理事業を行い、2017年度末の完成を目指して駅前道路や駅前広場のロータリー・歩道等の整備を進めている。合わせて、公共交通空白地帯の解消に向け、平群駅や公共施設等を巡るコミュニティバス事業を実施している。

なお今後、町内各所に点在する公共施設を町の中心にある平群駅前に集中させ、効率化と都市のコンパクト化を検討している。

■子育て・ファミリー層の定住促進策

合計特殊出生率が県内最低水準という現状に危機感を抱いた同町は、トップダウンのもと「子育て支援 No.1 宣言！」を出し、子育て世代への支援を充実させている。具体的には、①妊婦健診への助成、②高校卒業までの医療費無償化、③認定こども園の整備、④35人学級と少人数制の小・中学校教育、⑤学童保育時間の延長等を実施。子育て世代への手厚い支援体制を整えている。

町立図書館・学校・ボランティアの3者が連携して子どもの読書活動に力を入れているのも同町の特徴で、読書を通じて子どもたちの豊かな心を育むことに貢献している。

また、若者・ファミリー層向けの集合住宅が少なく、一軒家が多いという町の特徴を踏まえ、①空き家物件の売却や賃貸を促進し住宅市場に流通させる「平群町空き家バンク制度」、②定住を目的として住宅を取得した人に家屋分の固定資産税と同額を3年間交付する「定住促進奨励金制度」を創設、若者・ファミリー層の定住を支援。

これら一連の施策を通じて、合計特殊出生率を現在の1.07（2008～12年平均）から5年間で1.6へ、出生数を99人（13年）から128人（19年）への増加を目指す。

一方、町内への転入者に対して実施したアンケートの結果、転入した最大の理由は「自然環境がよい」（31.8%）であった（同町アンケート集計結果（前掲））。同町は、町の魅力である豊かな自然環境と景観を保全する活動の一環として、住民や町内ボランティア団体と協力し、「竜田川まほろば遊歩道」の整備に努めている。



竜田川まほろば遊歩道

■他機関との連携強化

2014年、同町は体育施設や図書館等の公共施設の相互利用を目的として隣接する生駒市との間で連携協定を結んだ。生駒郡・北葛城郡の7町合併（いわゆる西和市構想）が立ち消えとなる中、行政コストの削減と市民サービスの維持向上のためには、他機関との連携強化が不可欠となっている。

今年8月29日には南都銀行との間で包括連携協定を締結。①地域産業の振興と安定した雇用創出に資する事業、②創業支援および地域経済の活性化に資する事業、③地域づくり、地域の活性化および移住・定住促進に資する事業等において、両者は協力して取り組んでいく。

大阪府に隣接した地理的好条件から宅地開発が進行し、ピーク時の人口は20千人にも達した平群町であるが、若者の転出増加・転入減少、給与所得者の退職増加に伴い、地域活力の低下が懸念される。また同町は恵まれた自然環境や複数の時代にわたる歴史文化遺産を有しながらも、町外に魅力が知られていないという悩みを抱えていた。

課題解決に向けて、同町は大都市近郊にありながら豊かな自然や農産物に恵まれている強みを「山のぼっけ HEGURich」のブランドコピーで表現した「平群ブランド」を制定。特産品のブランド認定や、大学・町内外の企業と連携した新たな名物の開発に力を入れる一方、観光情報発信のためのホームページやSNSを通じて、特産品や町で暮らす魅力を一体的にPRしている。あわせて、スローライフに関心の高い子育て世代にターゲットを絞った種々の子育て支援策を講じ、町への移住を促進している。

こうした中、直近のデータでは人口が5年ぶりに社会増（+78人）に転じる等、明るい兆しがみられる（奈良県「推計人口年報」（2014年10月～15年9月））。同町の取組みは、ベッドタウンが持つ共通の課題を解決するためのヒントを示していると思われる。（太田宜志、丸尾尚史）