

そのような中で、三原村の豊かな景観を見直して、交流事業を促進するために、NPO法人「いきいき三原会」という組織が立ち上がり、取り組みが進められている。村内には宿泊施設がない中で、間伐材を活用して簡易旅館「清水川荘」を新築し、高齢者、軽度の在宅認知症の方々の一時預かりにより介護者の負担軽減に協力したり、同時にお遍路さんの宿泊サービス、農林業の体験宿泊、観光客の宿泊サービスなども行っている。滞在型の旅にも対応する一つの取り組みが徐々にではあるが始まっている。まだまだNPO活動の課題も多いが、やはり地域を活性化させる（地域力を高める）には、新たな組織が必要である。「いきいき三原会」の今後に期待している。



写真11 簡易旅館「清水川荘」



図1 土佐三原どぶろくのパンフレット

## 2. ブランド化の課題(地域力を高める)

地域をブランド化していくには、地域全体が一枚岩にならなくてはならない。地域に暮らしている人びとが一体にならなくてはならない。地域の情報をみんなが共有し、地域の良さをそこに暮らしている人々が自ら語れなければならない。ブランド化では、特に地域からの情報発信が重要である。高知県には、ブロードバンドゼロ市町村が3カ所ある。その一つが三原村である。今後、地域をブランド化していくためにも、情報通信環境の整備、ブロードバンド環境の整備が重要となる。そして、地域をブランド化するには、「人」をブランド化する（仕掛け人）、「産品」をブランド化する（知名度）、「地域の名前」をブランド化する、この三つのブランド化を同時におこなうことが重要である。

三原村には、濁酒以外にも色々な産品が存在する。昼夜の寒暖差が大きい高原でできる三原米に三原茶、そして高知特産工芸品にもなっている土佐硯、その他にも素晴らしい産品がたくさんある。特に三原米は最高に美味しいお米であるが、ブランド化というところではまだまだ苦戦し、米の低価格化に甘んじている。産品のブランド化においては、常に品質のチェックが重要である。産品の品質を常にチェックし、向上させていく仕組みをつくるのが重要となる。これは、単に村の中だけではできない。地域の大学や、工業技術センターなど公設機関と連携することが重要である。そして、産品に付加価値をつけていく作業もしなくてはならない。健康によい成分が含まれているとか、どのような効果・効用があるかなど、具体的に分析して示していくことが重要である。これは、食品のブランド化においては特に重要な作業である。さらには、新たな商品をどんどん生み出す仕組み（商品企画）、販売ルート、市場の開拓も重要である。

### (1) 広域で戦略的な政策を如何に組み立てるか

三原村を含む、高知県の西南地域での第一の課題は、各市町村単位だけではなく、西南という広域のエリア（範囲）で、いかに戦略的な政策や地域づくりの仕組みを作り上げていくかということである。これは高知