

3-1 地域ビジネス革新プロジェクトの目標と概要

1. 地域ビジネス革新プロジェクトの目標

本プロジェクトは、秋田県を対象として農業・農村の将来像と活性化の方法を研究することを目的としている。そのための目標として、学習や研究活動とともに地域の人々との交流活動を行い、1) 農業・農村の活性化に必要な知識や手法を学ぶ、2) 農業・農村に存在する諸資源を利用したアグリビジネスの実情や農業・農村の持続的発展に向けた取り組みについて調査・分析する、3) 地域の暮らしをより豊かにするための課題発見・整理を行う。

2. 地域ビジネス革新プロジェクトの活動内容

3年次では、まず農業・農村の活性化に必要な知識や分析手法を学んだ。そして、秋田県における六次産業化や持続的農業の取り組み、地域資源を活用した取り組みについて現状と課題の分析をおこなった。以上の活動内容から導き出した今年度の卒業課題の分野は、1) 地域ブランド、2) 持続的農業、3) 地域づくりのコミュニティの3つとした(図)。

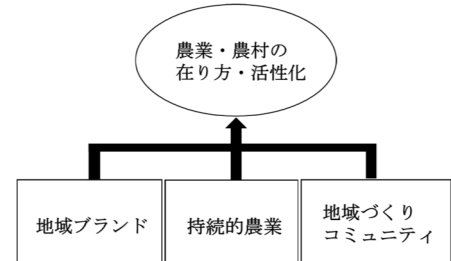


図 卒業研究課題の分野

3. プロジェクト活動における卒業研究課題の位置づけ

1) 地域ブランド

3-2 中小の酒蔵が情報交換と技術交流を目的に共同で活動を行うことによる成果と課題

— NEXT5 を事例として —

(寒川井 健哉)

清酒業界の中小企業は、大量生産を行っている大手企業に対して、差別化を図るために経営革新を行い、経営の発展や存続をかけている。その経営革新について NEXT5 の事例をもとに考察を行う。

3-3 五城目町のキイチゴ産地化の現状と評価

— キイチゴの技術構造の分析を中心に —

(工藤 考弘)

産地化のための取り組みを行っている秋田県五城目町では、供給量の増大が課題として提起されている。本研究では、産地確立を目指す手前の段階として、生産技術の面から問題の構図を明らかにし、それによって五城目町の産地化の取り組みの現状を整理する。

3-4 米粉需要増大のための諸条件

— 大潟村の米粉事業および食品製造業者のケーススタディーを中心に — (田中 稜二)

米消費の新たな方向として米粉が注目され、米粉製品も数多く開発されてきた。しかし、現状では需要は低迷している。そこで、米粉の需要増加のための諸条件を探っていく。

2) 持続的農業

3-5 自然農法を行う経営の継続性の分析 — 秋田県の事例 —

(金子 巧)

自然共生の理念から自然農法は持続的農業としての可能性が高いが、同時に無施肥、自家採種などその特殊性から経営の困難さも予想されている。そこで、経営の継続性を分析した。

3-6 持続的農業に関する施策の農業経営に対する役割

— 環境保全型農業直接支払制度を中心として —

(根本 恵一郎)

持続的農業が全国的に展開されている状況で、それを支援する施策が存在している。中でも持続的農業の推進に期待されている環境保全型農業直接支払制度を中心に分析する。

3) 地域づくりコミュニティ

3-7 農家民宿におけるインバウンド効果の研究 — 秋田県仙北市を事例として — (佐藤 ゆり菜)

わが国の農村地域は少子高齢化、若者の人口流出、農地等の荒廃など農村そのものの存続が危ぶまれている。その打開策としてグリーン・ツーリズムが挙げられる。グリーン・ツーリズムを活用した地域振興の形が有効であるかどうかについて明らかにしていく。

3-8 交流機能を有する買い物弱者対策の有効性に関する研究 — 秋田県を事例に — (千田 龍之介)

近年、交流の場としての機能を持った買い物弱者対策が確認され、この対策は買い物弱者に加え、孤立者に対しても有効であると思われるため、本研究ではその対策の有効性を検討した。

3-2 中小の酒蔵が情報交換と技術交流を目的に共同で活動を行うことによる成果と課題 — NEXT5 を事例として —

寒川井 健哉（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 研究の背景と目的

中小の清酒製造企業は主に特定名称酒を製造している。大手企業は特定名称酒も製造しているが、これがメインではなく主に普通酒を大量に生産している。中小企業は、大手企業の普通酒の大量生産に対して差別化を図るため、例えば、特定名称酒である純米酒、純米吟醸酒、純米大吟醸酒のみを製造したり、それに付加価値をつけた高品質なものを販売したりするなどの経営革新を行い、経営の発展や存続をかけていると考える。中小の清酒製造企業は、清酒業が家業の場合があるため、経営者だけの判断で経営方針を簡単に变化させることが可能である。そこで、経営革新に取り組みやすいであろう中小の清酒製造企業に視点を置いて、新たな経営方針の事例について研究を行う。

2. 研究方法と対象

予備調査として、橋爪教授、酒販店、秋田県の酒蔵、秋田県酒造組合に対して聞き取り調査を行い、清酒業界の現状について調査を行った。本調査では、経営革新により経営を発展させた秋田県に蔵を置く5つの中小の清酒製造企業（福祿寿酒造株式会社、山本合名会社、秋田醸造株式会社、新政酒造株式会社、合名会社栗林酒造店）が「NEXT5」というグループを結成し、共同で商品開発に取り組んでいる事例について聞き取り調査を行った。

3. NEXT5 の特徴

5つの酒蔵は、純米酒、純米吟醸、純米大吟醸の製造に力を入れており、これらの清酒に農業法人を立ち上げてその法人で生産された酒米を使用したり、自社で栽培した酒米を使用したりするなどして付加価値をつけていた。5つの酒蔵は、比較的良い経営状況とは言えなかったが、上記のような取り組みで、製造量は毎年増加しており、経営を発展させていた。

このような5つの酒蔵によって結成されたNEXT5は、主に1)定例会と利き酒会、2)共同醸造プロジェクト、3)消費者イベントを行っている。これらの取り組みによる成果として考えられるのが、①共同醸造により情報交換と技術交流を行うことで品質が向上し、県内だけでなく全国にもグループに所属する各酒蔵のリピーターが増え、経営を回復させたこと、②各酒蔵のブランドイメージ確立のための一つの要素となったこと、③秋田県の清酒を県外にPRすることができたこと、④消費者イベントにより、若年層の消費者が増加したこと、⑤共同醸造を実行し、情報交換と技術交流を行うことにより品質を向上させたというモデルケースを作ったことである。

さらに、NEXT5は、酒造組合、醸造試験場、杜氏組合の三つの組織と距離を置き、違う方向性で活動を行った。違う方向性とは具体的に、県は清酒の酸を抑えるような酵母を開発しているが、NEXT5は反対に酸が若干強めの清酒を醸造していることや、県主催のイベントだけでなく独自にゲストを呼んで一風変わったイベントを開催しNEXT5の支持者を増やしたこと、5蔵の間だけで利き酒を行ったため、酒造組合や醸造試験場が薦める味に縛られることなく、個性を出すことができたことなどが挙げられる。

4. NEXT5 の取り組みによる成果の要因と課題

NEXT5の取り組みによる成果に繋がった要因は、三つの組織とは違う方向性で定期的に技術交流や情報交換をすることで、グループで個性を持つことができたからだと考える。これだけでなく、三つの組織と大きく異なっているのは、情報や技術をオープン化したことであろう。オープン化することができたのは、メンバー全員が経営者という面だけでなく技術者という面も持ち合わせているからだと思われる。それに加え、メンバーである5人は、革新的、中立的、保守的な立場に均等に分かれている。バランスの取れた関係性が、NEXT5として活動していく上で重要な要素となっている可能性がある。

課題としては、経営が好転してから技術交流が進展していないのが現状であり、メンバーの入れ換えが必要な時期になっている。メンバーである各蔵元の経営スキルと造り手としてのスキルを次世代に継承することができるかが問われる。そのスキルを継承するためにも次世代の育成が重要になってくる。

3-3 五城目町のキイチゴ産地化の現状と評価 —キイチゴの技術構造の分析を中心に—

工藤 考弘（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 研究の課題

キイチゴは国内流通量のほとんどを輸入品が占めているが、国産品は価格と品質の両面で輸入品に対抗できることが示されている。秋田県五城目町では、国産キイチゴを新たな特産品の一つとして捉え、2008年より産地化のための取り組みを行っており、今後さらに規模拡大を行ううえで供給量の増大が課題として提起されている。本研究では、産地確立を目指す手前の段階として、生産技術の面から問題の構図を明らかにし、それによって五城目町の産地化の取り組みの現状を整理することを目的とする。

2. 研究の方法

まず、五城目町で実施されているキイチゴの栽培技術の構造を整理する。それを踏まえて、五城目町において産地化を進めるために必要な技術のポイントを、経済と栽培技術の両面から安定化、増収、高品質化、省力化の4つに整理し、産地化の現状の評価を行う。調査対象は、キイチゴの産地化を目指している県内最大規模の地域である五城目町と、五城目町と同規模の栽培面積でキイチゴの産地化を目指している山形県新庄市とした。

3. 調査事例の分析

五城目町では産学官連携の取り組みによって、県や本学と連携したキイチゴの技術開発とともに、農家に対する栽培研修会を年間10回程度実施し、キイチゴの導入開始から10年目になる現在まで細かな栽培指導が行われてきた。実施されている栽培形態は、植え方によって「地植え」および「鉢（土嚢袋）植え」に大別され、雨除けの有無によってさらに2つに分類される。当面の目標として県内流通確立を目指しているため、食味を重視した品種を選択し、夏季収穫品種と秋季収穫品種の組み合わせによる長期安定出荷を図ろうとしている。しかし、想定されている予定収穫量を満たす生産者がおらず、収量は安定していない。その要因として、培地の土壌が酸性に強く傾いていたり、枝密度が高く通気性が劣悪になっていたりする生産者が多いことがあげられた。また、キイチゴ生産においては主に灌水や収穫、調製に時間がかかり、10a当たりの労働時間が約900時間（最も少ない経営の例）と多大である。

山形県新庄市では、首都圏への出荷を目指した経緯から、五城目町より硬くて大きい果実を結実させる品種の秋果採り栽培を行っていた。生産者の大多数は地植え・雨除け栽培であり、吸枝密度は五城目町の基準の約2倍の高さであった。農薬や化学肥料は年間を通じて与えておらず、土壌管理については雪解け後に1回行う牛糞の撒布のみであった。一部の農家はハウスでの雪除けを行うことで、二季採り栽培による増収を実現していた。最も出荷量が多いX農家では、10a当たりの単収が五城目町平均の約5倍であった。多収が見込める品種を採用しているものの、生産者組織全体の出荷実績や栽培面積、生産者数は五城目町と同程度であった。これより、県で示された単収目標を組織全体で満たされていないことから、生産の安定化が大きな課題となっていることが予想された。また、収量の大きさに比例して収穫や調製に多大な労働時間がかかっていた。

4. 五城目町のキイチゴ産地化の現状と評価—技術構造の分析から—

調査事例の分析から、両地域に共通する大きな課題は、生産技術の標準化と労働時間の削減であった。

五城目町の産地化にあたっては、想定されている収量目標を達成できていないことから、生産の安定化が最も大きな問題となっている。キイチゴ生産の安定化のためには、根切りとともに、各生産者が樹体や果実の状態を常に把握して適切な土壌管理を実施することで、栄養成長と生殖成長を盛んにするとともに持続的な栽培を可能にすることが課題となっている。

増収に向けては、収穫時期が異なる品種や栽培方法を導入することで収穫の長期化を進めることが大きな方向性になろう。高品質化に向けては、過繁茂を避けて適期収穫を徹底するとともに、通気性を良くして病虫害の発生を抑制するため、適正な枝密度に設定することが重要である。省力化に向けては、ポット栽培を行う生産者がいる五城目町では、自動灌水等による灌水の省力化が求められている。

3-4 米粉需要増大のための諸条件

—大潟村の米粉事業および食品製造業者のケーススタディーを中心に—

田中 稜二（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 目的

米消費の新たな方向として米粉が注目されて10年以上が経過しており、米粉を有効利用したパン、麺、菓子等の米粉製品が数多く開発されてきた。しかし、現状では、米粉や米粉製品の需要は伸び悩み、米粉用米の供給量も低迷し在庫を抱えてしまっている状況にある。そこで、本研究ではなぜ米粉の需要が伸び悩んでいるのかその要因を分析し、今後の米粉需要増大への諸条件を探った。

2. 研究方法および研究対象

米粉需要増加の諸条件を探っていくために、①米粉活用の現状を把握する、②米粉および米粉製品の品質面・価格面・製品開発面・販売促進面において米粉需要増大には何が必要なのか事例への聞き取り調査を中心に行い、合わせて文献調査・インターネット収集等を行った。

研究対象は秋田県大潟村である。大潟村は村を挙げて米粉プロジェクトに取り組んでおり、一時期の低迷を乗り越え米粉需要増加の新しい手がかりを掴もうとしていると考えられるからである。

3. 米粉および米粉製品の需要増大に向けた施策などの展開

米粉および米粉製品開発促進の本格化は政府の後押しにより、「米粉食品普及推進会議」の活動開始（2005年）前後からと考えられる。さらに米消費の拡大を主食用米以外で推進すると共に、生産調整の拡大を図りやすくする狙いもあり、2008年からは生産調整の中に新規需要米枠が設けられ、米粉用米生産も組み込まれた。

米粉製品の開発は、6次産業化の推進にも繋がることから、政府の助成を得て、大潟村を含め全国に米粉生産、米粉製品製造が拡大した。しかし、米粉製品の需要は予想ほど伸びず、ここ5年間ぐらいは横ばいとなっている。これに対し、グルテンフリー食品の認知の広がりなどを背景にして、米粉需要低迷の脱却を促す取組みとしてH29年5月に農業団体、製粉業者、消費者団体料理研究家を中心となった「日本米粉協会」が発足し、米粉輸出の促進を含め活動を展開している。

4. 米粉需要増大への諸条件

1) 品質面：米粉を製粉する場合、「粒度」、「でんぷん損傷度」、「アミロース含量」を意識しながら製粉する必要がある。最近では技術革新により米粉の粒度が調節可能となり米粉製品特性に適応した米粉が製造可能となったため、品質面においての課題は改善されたといえる。

2) 価格面：米粉用米価格は2,000円程度/60kgであり、小麦粉価格の3,000円/60kgと比較すると安価であり、原料生産者は国からの助成金によって生産所得は保証されている。しかし、製粉時にかかるコストは米粉7,200円～18,000円/60kg、小麦粉6,000円/60kgと比較すると高価であるため小麦粉製品価格よりも高くなる。今後は製粉コストを如何に抑えていくかが重要な視点であると考えられる。

3) 製品開発面：米粉ブームによって一度需要が伸びると期待した時期はあったが、小麦粉食品に食い込むことはできなかった。しかし、近年では日本でもグルテンフリーが注目されるようになった。そこで、大潟村ではあきたこまち生産者協会が米粉食品という方向性からグルテンフリー食品に転換した。

また、小麦粉食品という位置づけから脱却した製品開発が模索されるようになってきている。例えば、(株)餃子計画の餃子は小麦粉利用と米粉利用の2種類があり、米粉利用では7大アレルギー源フリー餃子の他、餃子としての食感や食味の新たな追求が行われる。

4) 販売促進面：米粉はコモディティな食品に利用されることが多い。グルテンフリー食品も日常的に購入されるようにスーパー等の（棚）に欠かさずに品揃えされることが重要である。例えば、あきたこまち生産者協会ではグルテンフリー食品を東京や大阪を中心として、スーパー等約4,000店舗に常置できるようになった。餃子計画では、アレルギーフリーとして学校給食や健康志向コーナーがあるスーパー等で販売してきた。ただし、家庭用餃子としての美味しさを売っていく方向が重視されている。

3-5 自然農法を行う経営の継続性の分析 —秋田県の事例—

金子 巧（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 問題意識と課題

昨今、環境問題が問題視されるなか、農業においても環境を意識する声があがり、またその持続性が求められている。そのため持続的農業が勧められているが、その1つに自然農法がある。自然農法は自然共生を基本としており、極めて環境への負担が低いといえる。しかし先行研究では、自然農法は外部肥料の投入を控え、自家採種を行うなど技術的に難易度が高く、経営の困難さが予想された。そこで本研究では、秋田県で自然農法を行う経営を対象として、その継続性を分析する。

2. 調査対象及び研究方法

調査対象は、秋田県で自然農法を行っている7農園である。研究方法は①先行研究および文献の整理、②経営実態調査、③、①及び②を踏まえた自然農法を行う経営の継続性を分析、である。

3. 秋田県の自然農法を行う経営

自然農法の農産物は慣行と比べ、高い価格であり、米は600~1,200円/kgと慣行の3~6倍で販売されている。野菜では例えば枝豆では2,000円/kgと慣行の倍の値段で販売されている例もみられたが、直売所やスーパーなどで慣行と同じ価格での販売もみられた。販売先は消費者への直接販売、卸売業者、直売所の利用、スーパーなど多岐にわたっているが、同一経営においても販売先によって販売価格は異なっている。生産物は高い価格であるが、購入する消費者からは食味や健康と安全の点から高い評価を受けている。経営方法も、自然農法だけではなく慣行農法も同時に行っている経営（A、E）や、企業に勤め兼業として自然農法を行っている経営（B、F）、生産物のほとんどを自家消費として消費する経営（F）、自然農法研究組織の実験農場としての経営（G）など様々な形がみられた。その中で比較的所得が高い農園Aでは他の経営と比較すると以下の違いがみられた。①多くの米を高単価で販売できていること。②畑作物を高価格で販売してくれる販路があること。③米、野菜、またその加工品、そして自然農法と慣行の複合など、複数の商品をバランスよく扱っていること。④労働量の多い中、加工品を販売するためその製造を外部に委託していること。

表 各経営データ

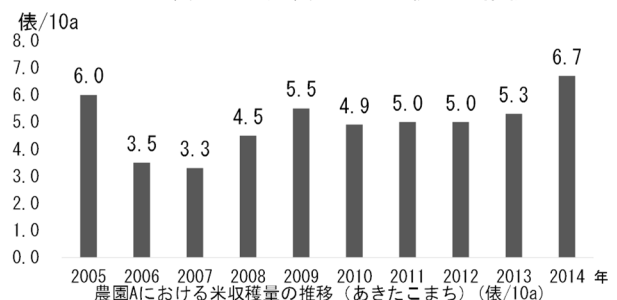
農園・農家事例	A	B	C	D	E	F	G
自然農法田畑の経営面積(a)	290	81	300	160	120	35	400
農業所得(円)	700万	75万	250万	60万	100万	4万	△50万
農外所得(円)	0	550万	0	40万	0	300万	0
補助金・助成金・年金・その他(円)	40万	10万	66万	170万	350万	0	0
自然農法米推定販売高(円)	約530万	約150万	約350万	約250万	約340万	0	0

※聞き取り調査より作成 推定販売高は作付面積×単収、各販売先の価格と割合から算出

4. 自然農法を行う経営の継続性の分析

調査事例では慣行、自然農法を組み合わせる経営を行うA農園、販売額は低い兼業で収入を確保しているB農園、オーナー制度等を展開する多角化農業経営のC農園は継続可能性があると考えられる。兼業や慣行農業との組み合わせ、多角化等自然農法を取り入れて継続していける工夫が行われているのである。自然農法による所得が大きな割合を占める農園においても、A農園のように高い所得を得ている農園もあった。消費者の理解等の問題もあるが、経過年数に従って、収量、技術等が向上していくと考えれば、工夫次第で自然農法を取り入れた経営を継続させていくことは可能であると考えられる。

図 A農園の自然農法の米収穫量の推移



3-6 持続的農業に関する施策の農業経営に対する役割

—環境保全型農業直接支払制度を中心として—

根本 恵一郎（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 問題意識と目的

有機農業を含む持続的農業は、食の安全に関心の高い消費者ニーズに応えるための生産方法として展開されてきている。持続的農業を推進するにあたり、1999年の持続農業法を初めとして様々な法律が制定された。持続農業法では推進のための法的根拠やエコファーマー制度が制定され、JAS法の改正では有機農産物の表示についても管理されるようになった。2006年に制定された有機農業推進法では、国や地方自治体が推進の責務を負うとされた。また、2015年に制定された多面的機能発揮促進法は地域の活力創造を農業の面から発揮させるために、様々な活動に対して支払を行う法律である。この法律に基づいた1つの施策として環境保全型農業直接支払制度が存在する。本研究ではより直接的な支援であると考えられる環境保全型農業直接支払制度について、事例を調査し持続的農業の推進に対してどのように影響を与えているか明らかにする。

2. 研究の方法と対象

持続的農業を推進する目的で環境保全型農業直接支払制度は創設されており、どういった影響をもたらしているかを調査し、持続的農業の担い手である農家の意見を中心に環境保全型農業直接支払制度の現状や課題を考察する。

そこで秋田県での制度の実績を把握している秋田県庁、秋田市の環境保全型農業直接支払制度の窓口となっている秋田市役所、持続的農業を行っており、環境保全型農業直接支払制度を利用している農家と利用していない農家D、Eに調査協力を依頼し調査を行った。

3. 結果と考察

直接支払制度の取組面積は少しずつではあるが増加していた。都道府県で比べると15番目に広いという結果であった。各農家への事例調査では、持続的農業の知識はそれぞれの農家の知人から研修などで得ていた。また、直接支払制度によって得た交付金の金額は収入に対して多くても十数%であった。有機JAS表示認証制度も利用したいという声もあったが、周りが慣行栽培である環境では認定されない部分もあるという結果であった。

持続的農業推進のために、制定された代表的な法律やそれに基づいた制度を挙げたが、農業者にとってそれぞれの法律が持続的農業を行う上で支援になり得ていないという結果もあり、それらの法律に関連性がないといえる。さらに環境保全型農業直接支払制度においても事例調査の交付金の存在によって自身の農業選択には影響を及ぼしていないという結果から、この制度が持続的農業の推進に貢献しているとは必ずしも言えないと考える。

秋田県の実績をみると直接支払に取り組んでいる市町村数は増加傾向にあるが、県として有機農業推進計画は作成したもの、具体的に行っていることはなく、努力が必要であると考えられる。また、今回調査した農家は直接支払制度以前に持続的農業を始めており、制度の存在が持続的農業の推進に繋がっているとは言えないと考える。

さらに事例の多くの所在地である秋田市においては、環境保全型農業直接支払制度の窓口としての役割を担っていたがそれにとどまり、市として持続的農業への支援を行っていることはなかった。行政からの支援がこの制度のみであり、持続的農業の推進に行政は積極的ではないといえる。

持続的農業は慣行農法に対して一般的に費用がかかり減収が伴うとされる。これに対してお金で補おうとするのではなく、費用がかからず減収しないようにする根本的な対策にまずは注力すべきである。

持続的農業を発展させていくためには交付金の支給、有機JAS表示認証制度で有機農産物の価値を高め価格の維持を行うなどの各制度が連動できるような施策や、それを行えるような法的根拠となる総合的な政策・施策を確立させることにより我が国及び秋田県の持続的農業を発展させなければならないと考える。

3-7 農家民宿におけるインバウンド効果の研究 —秋田県仙北市を事例として—

佐藤 ゆり菜（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 背景と目的

わが国の農村地域は少子高齢化の進行、若者の人口流出による担い手不足、農地等の荒廃など農村そのものの存続が危ぶまれている。その打開策の一つとしてグリーン・ツーリズムが挙げられる。その具体例として、農家民宿や農家レストラン等が挙げられる。近年、農家民宿等のグリーン・ツーリズム宿泊施設への宿泊者数は年々増加している。農村地域を訪れ、田舎の暮らしや農業体験、自然とふれあうことで、都市住民に「ゆとり」や「やすらぎ」をもたらすとともに、農村地域の活性化に繋がる。農村住民と都市住民の交流の推進は、それぞれに住む人々がお互いの地域の魅力を分かち合い、理解を深めるための重要な取り組みである。農家ごとに魅力ある体験があると思うが、実際にはどれくらいの人が体験をしていて、また、観光客は何を感じているのか明らかにする。

農林水産省と観光庁では、農村地域の活性化と観光需要を結びつける取り組みとして、農村が有する地域資源についての発信の強化、訪日外国人を農村に呼び込むための施策等を推進している。近年、世界遺産の登録や日本の食文化への関心の高まり、短期滞在ビザの免除や緩和等により、2017年の訪日外国人旅行者数は2,869万人に達している。年々増加している外国人観光客に着目して調査を行う。グリーン・ツーリズムを有効に活用し、多くの人とその土地の文化や自然とふれあい、農業を体験し、地域住民の方と交流することで、普段味わうことのない魅力に気付くことができる。多くの人々の体験している時の笑顔が地域住民の活力へと繋がり、地域全体がより良いものになっていくと考えられる。

2. 研究対象と方法

本研究では、秋田県仙北市の3軒の農家民宿を調査対象とし、各農家民宿に聞き取り調査を行う。秋田県には54軒の農家民宿があり、秋田県仙北市にはそのうちの33軒と一地域に集中している。秋田県仙北市は、田沢湖や角館の武家屋敷通りなど有名な観光スポットが多くあり、また四季を通して様々な行事があるなど、県内有数の観光エリアとなっている。さらに、農業体験を含む教育旅行を受け入れるなど、グリーン・ツーリズムをいち早く取り組み始め、毎年多くの人々が魅力ある交流を楽しんでいる。グリーン・ツーリズムを活用した地域振興の形が有効であるかどうか明らかにしていく。

3. 調査結果と考察

秋田県仙北市にある農家民宿への宿泊者数は、2011年の9,681人から年々増加しており2016年には11,900人も訪れている。そのうちの外国人宿泊者数は、2012年の306人から2016年には1,061人と大幅に増加している。農家民宿を訪れる外国人は、自分で予約して訪日する個人と、JENESYS2.0やJICAなどの交流事業を通じて訪日する団体がある。本研究では13組の外国人宿泊者について話を聞いた。個人で訪日する外国人は、民宿までレンタカーを使って来ることが多く、素泊まりだったり、日中は自分たちで観光に行ったりするなど農家民宿で行うことができる体験メニューをやることがあまりない。個人の一部の宿泊者や団体の宿泊者は、民宿の経営者が最寄りの駅や市役所に迎えに行く。この時も農家民宿で行うことができる体験メニューをやることがあまりなく、買い物に行きたいという要望が多いので、経営者の方が観光地をまわりながら近くのスーパー等に連れていく。13組中5組の人から買い物に行きたいという要望があった。観光地をまわりながら買い物をするのは、地域経済に対する効果が大きいと考えられる。外国人観光客の全ての人々が体験を求めて民宿を訪れているわけではないので、体験以外で観光地や買い物と一緒にいくということが民宿ならではのサービスになると考えられる。

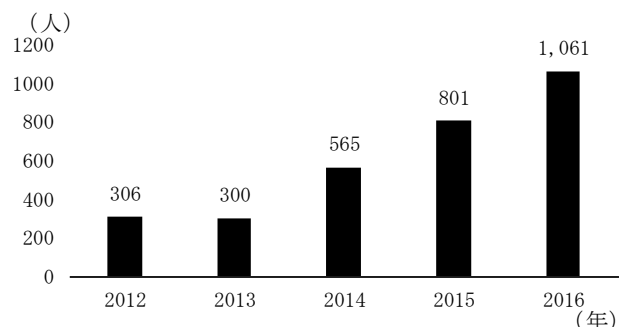


図 仙北市にある農家民宿への外国人宿泊者数推移

3-8 交流機能を有する買い物弱者対策の有効性に関する研究

—秋田県を事例に—

千田 龍之介（地域ビジネス革新プロジェクト）

1. 背景と目的

日本各地で高齢者を中心に、身近に小売店舗があまり存在せず、買い物に行くことが困難である買い物弱者が増加している。その対策として、交通網の強化や移動販売、宅配、小型店舗の設置などを始めとする様々な形が執られている。そのような中、近年では交流の場としての機能を有する買い物弱者対策の事例が確認されている。この対策は、高齢社会が進む中で買い物弱者と共に問題視されている高齢者の孤立化に対する対策としても位置付けることができるため、本研究では高齢社会の進行によって、今後増加が見込まれる買い物弱者と高齢者の孤立化双方に有効と思われる交流機能を有した買い物弱者対策についてその効果を検討する。

2. 研究対象と方法

研究対象は、買い物の場と交流の場双方になり得る小型店舗とする。また、店舗は常設型店舗と仮設型店舗に分類できるため、常設型の事例として五城目町内川地区浅見内の小型店舗「みせっこあさみない」、仮設型の事例としてにかほ市で行われている出張販売「にかほ出前商店街」をそれぞれ取り上げる。

研究方法としては、上記の2事例の運営主体を始めとする関係者と利用者に取り組み調査を行い、それぞれの取り組みの特徴を分析すると共に、地域にもたらす効果について明らかにする。その後、常設型及び仮設型ごとの効果について考察し、最後に双方に共通する効果を言及することで、交流機能を有する買い物弱者対策そのものがもたらす効果について示す。

3. 考察

1) 各類型の特性と必要条件

常設型の取り組みは、地域内に溶け込んでおり、住民が当たり前のように集まる買い物及び交流拠点となっていることから、日常性を全面に出した取り組みとなっており、店舗を拠点として誰もが気軽に買い物及び交流のできる環境が整えられるものであると言える。このことから、常設型においては取り組み単体で買い物弱者及び孤立者への拠り所として十分な効果を発揮できるものであると言える。必要条件としては、店舗運営を行うための住民組織が挙げられる。

仮設型の取り組みは常設型とは異なり、開催数の少なさから、普段はない非日常のイベント性を全面に出した取り組みが可能であり、このイベント性が世代やグループを飛び越え多くの地域住民を集めることでより広く深い地域交流につなげることが可能であると言える。仮設型の取り組みにおいては、常設型のような住民組織は必要ないが、開催回数が少ないため、その取り組み単体では買い物弱者への十分な効果が発揮されないことが考えられるため、仮設型の取り組みとは別に交通面での買い物弱者支援が行われていることが望ましい。

これらのように、常設型と仮設型では得られる効果も効果を得るための必要条件も異なるため、地域の実情にあった型を取ることが求められる。

2) 双方に共通した効果

常設及び仮設型双方に共通した効果として、買い物機能による交流機能の強化が挙げられる。現代では孤立化が進む中、自ら地域とのつながりを作りたがらない高齢者もでてきており、そのような人たちをどのように交流の場に参加させるかが現代の孤立化対策の1つの命題となっている。買い物とは、生活する上で必須であることに加え、商品を選び買うという動作は単調な生活を行っている高齢者などにとっては、貴重であることが本調査で確認できたため、交流機能に買い物機能を組み合わせた本研究の取り組みは、そのような人たちを交流の場に参加させる手段の1つとなり得ると考える。