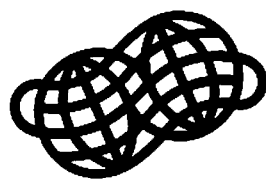


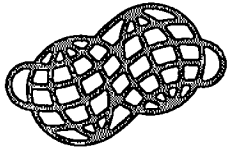
農村空間の商品化は地域活性化につながるか
—カナダと日本の事例—



日本地理学会

E-journal GEO Vol. 12(1) pp. 159-163 2017 抜刷

Reprinted from *E-journal GEO* Vol. 12(1) pp. 159-163 2017



2017年春季学術大会シンポジウム

農村空間の商品化は地域活性化につながるか —カナダと日本の事例—

趣旨説明

田林 明 (筑波大学名誉教授)

現代の先進工業国では農村空間の生産機能が相対的に弱まり消費機能が強くなっているが、このことを「農村空間の商品化」としてとらえることができる。このシンポジウムの報告者らは、ここ10年ほど日本における農村空間の商品化について調査・研究を行ってきた。日本では農業経営そのものの拡大・充実によって地域が存続・発展することもあるが、農業の六次産業化や観光などの他産業を組み合わせることによって、すなわち農村空間の商品化によって、地域の活性化が図られることが多い。

農村空間の商品化について諸外国での研究事例を加えることができれば、より研究の視野が広がると考えられることから、カナダをフィールドに選んだ。特に魅力的な自然景観が展開し、地域ごとに特徴のある農業が営まれ、都市住民のレクリエーション活動や農村居住をはじめとして多様な農村空間の商品化が進んでいるブリティッシュコロンビア州を取り上げることにした。ここでは日本とカナダ・ブリティッシュコロンビア州における事例調査結果にみる農村空間の商品化の諸類型とその特徴を手がかりに、それらが地域活性化にどのように結びつくかを明らかにする。

研究発表

カナダ・ブリティッシュコロンビア州のフレーザー川下流平野における農村空間の商品化による地域活性化

田林 明 (筑波大学名誉教授)

仁平尊明 (北海道大学)

菊地俊夫 (首都大学東京)

兼子 純 (愛媛大学)

トム・ワルデチュック (トンブソンリバーズ大学)

カナダ・ブリティッシュコロンビア州のフレーザー川下流平野では多様な形態の農村空間の商品化が進んでいるが、この状況をよく示すファーム・ダイレク

ト・マーケティングとファーマーズ・マーケット、そしてサークル・ファーム・ツアーという三つの活動に焦点をあてた。これらの活動の共通点は、それぞれの農場や施設で生産した農産物や加工品、あるいはサービスを、直接消費者に提供する点である。ファーム・ダイレクト・マーケティングを行う農場は、自分の農場で農産物やサービスを提供したり、ファーマーズ・マーケットで販売したりしている。ファーマーズ・マーケットは、農村部ではそれぞれの自治体の範囲程度における農場の、バンクーバーの市街地にあるものはフレーザー川下流平野全体の農場の販売拠点となっている。サークル・ファーム・ツアーは、農場以外に博物館や地元の加工食品・工芸品などを供給する施設も含んでおり、自治体の範囲程度で多様な農村観光資源を結びつける試みである。

これらの三つの活動は相互に結びつくことで、大きな機能を果たしており、農村への訪問者は地元産の新鮮・高品質で安全・安心の農産物を入手し、それらがどのような仕組みで生産されたかを知り、都市化社会になって失われた友好的な雰囲気になれることができる。農村住民も農村という付加価値をつけて農産物やさまざまな商品やサービスを提供して収益を得るとともに、自分たちの農業や農村生活に誇りをもつことができる。ここで取り上げた農場の多くは、1990年代から2000年代にかけてこのような経営を始めており、このことは消費者と直接関わりをもつ農業・農村に転換したことを物語る。これがこの地域で農場が増加している一つの要因となっている。

カナダ・ブリティッシュコロンビア州のバンクーバー島カウチンバレー地区におけるアグリツーリズムの展開

兼子 純 (愛媛大学)

菊地俊夫 (首都大学東京)

田林 明 (筑波大学名誉教授)

仁平尊明 (北海道大学)

トム・ワルデチュック (トンブソンリバーズ大学)

本発表は、カナダ・ブリティッシュコロンビア州バンクーバー島のカウチンバレー地区を対象として、地域資源を活かしたアグリツーリズムの事例分析から、農村観光の特徴を明らかにした。研究対象地域であるカウチンバレー地区は、バンクーバー島の南東部、州都ビクトリアの北に位置する。恵まれた自然条件の下、多様な農業が展開し、それらを観光に結びつける動きが盛んである。当地区では西部が山間地で農業不適である一方、中央部の丘陵地では畜産関係、東部を南北に走る主要道路沿いには果樹・野菜生産など高付加価値で比較的集約的な農場が分布するとともに、数多くのワイナリーも分布する。農業生産者はいくつかの形態でアグリツーリズムの場を提供する。一つは主要都市ダンカンで毎週土曜日に開催されるファーマーズ・マーケットである。カナダとしては比較的温暖な気候条件に加えて、農村の価値が見直されるようになると、先駆的な農業への取組みへの参加者が増加するようになった。域外からの観光客が増加すると、トーテムポールに代表されるように、その土地の伝統文化に根ざした観光資源が再注目され、これら伝統文化と新しい農業、地元産の農産物を使用したレストラン、ファーマーズ・マーケット、ワイナリー、観光農園といった農業を中心とする結びつきが、カウチンバレー地区という農村空間を商品化へと導いている。

カナダ・ブリティッシュコロンビア州のオカナガンバレーにおけるワインツーリズムと地域の変化

矢ヶ崎典隆 (日本大学)

カナダ西部のブリティッシュコロンビア州の内陸に位置するオカナガンバレーには、20世紀末から新しいワイン生産地域が形成された。こうした地域の変化は、近年のグローバル化、新しいライフスタイル、そして政府による産業振興政策を背景として、農村空間の商品化の視点により説明することができる。

アメリカ合衆国との国境を起点として北の方向に150 kmにわたって延びるオカナガンバレーでは、20世紀後半にアメニティ産業、別荘地開発、退職者コミュニティ、観光化、ワインツーリズムによって、人口が増加し経済が発展した。比較的温暖で乾燥した環境のもとで、136のワイナリー (2015年資料) が立地

する。気候条件を反映して多種類のブドウが栽培され、高級ワインが生産される。

ワイン産業は、地域外から資本、技術、人材が流入することによって展開した。多様な経験をもつカナダ人や外国人の参入によって、ワインの生産・流通の新しい試みが行われる。趣向を凝らしたワイナリー建物、試飲直売所、ワインツアー、併設レストラン、リゾート型宿泊施設は、多様なワインツーリズムを提供する。ワイン博物館、観光案内所、ワインフェスティバルも人々を引き付ける。こうしたワインツーリズムの発展の背景にはカナダ人の生活文化と環境意識があり、日本との比較において重要な検討事項となる。

農村空間の商品化にともなう都市農業の発展—カナダと日本の比較研究—

菊地俊夫 (首都大学東京)

都市農業が都市域ないしは市街化地域で行われていることは、世界的に共通する認識である。しかし、都市農業の形態や機能には場所によって違いがある。都市農業の機能を食料供給と、余暇空間や緑地空間の提供に大別すると、どちらに重きを置くかによって都市農業に関する性格や農村空間の商品化の様相は大きく異なる。本研究は都市農業の発展とその性格の違いを日本とカナダで、特に東京大都市圏とバンクーバー大都市圏を事例に明らかにすることを目的とした。

東京大都市圏の都市農業はさまざまな不利な環境にあるにもかかわらず、農地を維持する目的でさまざまな工夫を凝らして農業生産を継続している。工夫の一つが農業体験農園であり、それは都市住民が農家の指導を受けて、その農家の農地で農作物の生産を行うものである。余暇活動の要素もあるが、農地での作物生産の要素が強い。他方、バンクーバー大都市圏の都市農業は食料供給のための農業生産よりも、コミュニティガーデンとして都市環境における緑地空間や余暇空間の維持に重きを置いている。かくして、都市域の農村空間は政策的・計画的にコミュニティガーデンとして保全されている。したがって、コミュニティガーデンの目的は都市域における緑地空間と余暇空間、あるいはアメニティ空間の創出であるといえる。

大規模野菜産地の持続要因—群馬県嬭恋村を事例として—

西野寿章（高崎経済大学）

本報告は、群馬県嬭恋村の夏秋キャベツの大規模産地の維持要因について、土地利用面、政策面、労働力面、流通面から考察した。嬭恋村の自然条件は、端境期に出荷できる重要な条件となっているが、1963年の野菜価格安定資金制度、1966年の野菜指定産地制度、1970年の野菜生産出荷調整強化対策事業による価格補填の開始、1973年の東京都、1974年の横浜市との野菜の安定供給契約などは、農家の営農意欲を高め、国営、県営のパイロット事業による国有地払い下げも営農意欲の強い農家の意欲をさらに強固なものとした。流通面では、農業協同組合の高値相場市場への出荷を基本とする出荷戦略や商系農家が開発した独自販売ルートの確立も一大産地形成の基盤となった。生産性を向上させるための機械化、品種改良、予冷技術や道路網整備も重要な要素となっている。そして、安定的収入が多く、後継者を育成する好条件となっている。嬭恋村の大規模なキャベツ栽培が維持可能であるのは、自然・土地利用、政策、労働力、流通、生産技術などの側面が有機的に結合し、好循環を生んでいるためである。その結果、嬭恋村には耕作放棄地はほとんどない。その基底には、系統出荷といえども農家と市場関係者の信頼関係、商系における人的ネットワークの積上げによる信頼関係がある。嬭恋村は、こうした要因によって高冷野菜産地の個性的かつ持続的な農村空間を形成するだけでなく、観光に訪れる人たちも魅了している。

都市近郊の小規模ブドウ産地にみる観光農園経営の意義—岐阜市長良地区を事例に—

林 琢也（岐阜大学）

本報告は、岐阜市長良地区のブドウ狩りを例に都市近郊の観光農園経営の展開を検討し、その有効性と課題について考察することを目的とする。

長良地区では、大正期よりブドウ栽培が行われており、「長良ぶどう」の名称で親しまれている。経営規模は小さいものの、周辺に競合するブドウ産地もなく、岐阜市から名古屋市に至る地域のレクリエーション（ブドウ狩り）需要を一手に引き受けることが可能

な状況にある。このため、農園数や受け入れ可能人員に比して、観光農園は需要過多の状態にある。ただし、現時点では観光農園を新たに開始する意思をもった農家はみられない。一方、近年は沿道や庭先でブドウの直売のみを行う農家において、販売量が停滞する場合も多くなってきている。

直売に比べて観光農園のニーズが高いという状況は、人々の生活や日常から農業にまつわる活動が縁遠いものとなり、ブドウの収穫という行為そのものが、非日常性を高めていることが影響している。ただし、後継者の確保や近隣住民との良好な関係の構築が円滑に進まなければ、都市住民の求める農業生産（物）や景観を維持することは難しく、現在の観光農園の隆盛も一過性のものになりかねないといえる。農村空間の商品化という視点は、単なるレクリエーション需要への対応のみならず、農家の世帯員や都市住民が「農」の価値を再考し、それがさまざまな行動や振興策を実現するための契機となることから重要である。

六次産業化と農村空間の商品化—京都府和束茶を事例に—

高柳長直（東京農業大学）

ドウ・エミ（東京農業大学・院生）

木村建斗（東京農業大学・学生）

竹内重吉（東京農業大学）

農村空間の商品化を促す一つの原動力は、生産主義のパラドックスである。農業の生産性を高めるほど農業労働力は減少し、その結果、農産物の供給だけではなく、ツーリズムや地域ブランドといったかたちで農村空間の商品化が図られる。本報告では、六次産業化の視点から、農村空間の商品化プロセスと、その特徴について議論した。

茶の生産主義農業は限りが見え始め、JAや茶問屋に依存する流通体制に、不安を抱く人が現れた。そこで、「和束茶」として地域ブランド化を図って観光客を呼び込んだり、茶を使ったさまざまな食品や料理を販売したりする取組みを行っている。その特徴として3点があげられる。

第1に、農村空間の景観はオーソライズ化されることで、ブランド化が図られるということである。これは、特定の空間を公的機関や第三者機関が優れた景観

だということを認め、権威付けをすることである。第2に、茶葉を生産している農家だけではなく、多様なアクターが関与していることである。農家だけではなく町内の非農家や地域外の人々の役割が重要である。第3に、農村空間の商品化は場所の魅力を高め、移住を促進していることである。以上のように、農村空間の商品化は、農産物の商品化よりもダイナミックに農村と外部の世界とをつなげており、非農家や都市住民を巻き込んだ取組みだといえよう。

コメント1

森本健弘（筑波大学）

カナダと日本のそれぞれで現地調査を積み上げてこられた研究グループの方々に敬意を表した上で、3点ほど言及したい。第1はカナダと日本の比較の観点についてである。両地域では地域的現象のスケールないし密度が大きく異なる。また一般的な農業・農村、それらを含む地域社会の成立の仕組み、制度の構造に差異がある。比較検討を進められる際にはそれらの相違を踏まえて、農村空間の商品化のプロセスを解明され、両国における差異と共通性について論じていただけると幸いである。第2点は、地域活性化を目指す農村空間の商品化として紹介される試みにはオルタナティブで小規模なものが多いように見えることに関連する。そうした試みがなぜ、誰によって、いかなる地域的文脈のもとで必要とされ、取り組まれるのかを意識的に示されることで、農村空間の商品化という概念の意味ないし有用性をより明瞭に主張できるのではないかと考える。同時に、地域活性化の実現という観点からはそれらの試みが成功し、拡大しかつ持続的であることが大事だと思われるが、その可能性は事例の中に見られるのか、見られるとしたらいかなるものであるかが興味深いところである。第3には、両国の多様な事例を俯瞰され総括的な視点から見直された時にどのような構造を見出し、どのような見取り図を描き得るのかを仮説的にでも示していただけると、よりいっそう理解が進むと考える。近い将来にそれを期待したい。

コメント2

金 科哲（岡山大学）

今日のシンポジウムではカナダと日本の多様な事例

について紹介していただいたが、論点は次の三つにまとめることができると思う。1) それぞれの事例を「農村空間の商品化」という枠組で見た場合に、どのようにとらえることができるか、2) 本シンポジウムのタイトルでもある「農村空間の商品化」が地域活性化につながるか、すなわち地域戦略としての「農村空間の商品化」の有効性、3) 日本とカナダ農村との共通点と相違点である。

まず、分析の枠組みとしての「農村空間の商品化」について言及したい。「商品化」とは、市場の需要に合わせて意図的かつ人為的に改変して売り込むことを意味し、そのためには「農村空間」の商品としての性質を把握する必要がある。また、類似した概念として「消費される農村」というのがあるが、「農村空間の商品化」とはどのように違うのか。評者の理解では同一の現象に対して主体を異にする概念で、「農村空間の商品化」の方がより積極的な意味合いを内包するように思われる。

次に、「農村空間の商品化」の類型の中に農産物の供給機能を含めるか否かの問題である。確かに健全な生産機能のない商品化はホンモノになり得ないが、農村の本来の機能である農産物の供給を商品化の範疇に入れることの是非は議論する必要があると思われる。

最後に地域戦略としての「農村空間の商品化」を議論する際には、商品化の成功は主体の力量に左右されるので、市場の需要に合わせて商品化を持続させうる主体に注目する必要があるだろう。

総合討論

田林 明（筑波大学名誉教授）

総合討論では、七つの発表への参加者からの質問と、2人のコメンテーターからの指摘に基づいて、主として(1)農村空間の商品化という概念・枠組の検討、(2)地域戦略としての農村空間の商品化の有効性、(3)農村空間の商品化に関する日本とカナダの比較、といった三つの課題をめぐって活発に議論が行われた。

(1) 農村空間の商品化という概念・枠組の検討

かつては利用価値でしかとらえられなかったものが交換価値をもつようになることが商品化であるので、対象に関する価値づけの転換に関する理論的検討が必要であること、また、農村空間の商品化には農村資源

を消費する消費者側からの視点と農村資源を商品として売り込む生産者やメディア側からの視点が混同されていてわかりにくくしている。さらには農産物の売買は商品化といえるかなどの指摘があった。農村空間の商品化は、生産者である農民が主体的に物やサービスの価格を決めて流通させるという意味でおおまかに商品化をとらえ、農村地域のさまざまな新しい現象をとらえるのに有効であったが、さらに商品化を理論的に精緻化する必要がある。

(2) 地域戦略としての農村空間の商品化の有効性

農村空間の商品化がいったん行われたとしても、市場の需要に応じてそれを持続させるための地域戦略が必要であり、そのためには商品化を牽引する力量のある主体の存在・育成が重要である。日本およびカナダの両地域の事例でも、中心となる主体はつねに経営感覚に優れ、人望がある人材であることが多かった。地域活性化を目指す農村空間の商品化として紹介される事例は、小規模でオルタナティブなものが多いが、多くは新規で先進的な試みであり、これが大多数の一般の農業経営にも影響を及ぼして、全体の変化を牽引す

ることが多い。

(3) 農村空間の商品化に関する日本とカナダの比較

自然的基盤や社会・経済の制度、歴史的・文化的背景が異なる両国をどのように比較するのか、どのような構造的違いがあるかという点についても活発な議論が行われた。日本では多くの場合、もともとの農民が農地や農業や農村を守るために、いいかえれば農地にしがみついたかたちでの農村空間の商品化であるが、カナダではさまざまな人々が自己実現のために、あるいは投資の対象として農村空間の商品化を進めている。カナダではまた、農村空間の消費も日常的な生活の一部として行われており、商品やサービスがより魅力的なことが多い。商品化を進めている主体が、ネットワーク化され、全体としてより有効に機能している。

カナダと日本を比較することにより、農村空間の商品化という概念や問題点の検討の必要性、その地域戦略としての有効性と限界、カナダの先進的事例の日本への導入の可能性などが明らかになり、今後の研究および地域活性化の方向性を探る貴重な機会となった。

仁平尊明 様

すっかり秋らしくなりましたが、お元気でおすごしのことと存じます。

今年の3月29日に筑波大学で開催された日本地理学会春季学術大会の際に企画したシンポジウム「農村空間の商品化は地域活性化につながるかーカナダと日本の事例ー」に際しましては、いろいろお世話になりました。皆様からいただいた原稿に基づいて作成したシンポジウム報告が、9月30日に E-journal GEO 12 巻 1 号に掲載されましたので、その抜刷を発表者・コメンテーターに5部ずつお送りします。シンポジウムの記録としてください。

農村空間の商品化につきましては、私どもは科学研究費基盤研究 (B) 「カナダにおける農村空間の商品化による都市ー農村共生システム構築の実証的研究」を受けて研究を続けていますが、2017 年が最終年度になります。今年度は、バンクーバー近郊やオカナガン地域、クートニー地域、ピースリバー地域などの調査を行いましたので、前年度までの調査結果とあわせて、機会を捉えて発表していきたいと考えております。引き続き、ご意見・アドバイスをいただければありがたいと存じます。

2017 年 10 月 14 日

田林 明