

## まえがき

本報告書は、2015 年度に富山大学人文学部で実施された人文地理学実習 3 の調査報告書である。

2015 年度に実施されたこの授業では、氷見市を調査地域として設定し、人文地理学研究室に所属する 3 年生 8 名が参加した。研究テーマの設定や調査・分析手法の指導を受けながら学生が個別のテーマを持ち、9 月に現地調査を行った。学生の中にはその後も調査先を訪問し、インテンシブな調査に励んだものも少なくなかった。さらに調査成果を氷見市のみなさまへ還元させていただこうと 11 月 7 日に魚々座で調査報告会を実施した。報告会で発表された内容をまとめたものが本報告書である。

執筆者は未だ勉学途上の学部学生であり、内容には不十分な点、不適切な点が多々あると思われる。みなさまからのご批判を賜れると幸いである。

未筆ながら、現地調査に当たり各種資料を提供いただき、聞き取り調査やアンケート調査に応じていただいた関係官公庁、企業、住民のみなさまをはじめ、ご協力いただいたすべての方々に深甚の感謝の意を表したい。

2016 年 1 月 29 日  
富山大学人文学部  
人文地理学研究室  
大西宏治  
鈴木晃志郎

# 人文地理学実習3 (2015年度) 報告書

## 富山大学人文地理学研究室

まえがき

目次

### I 地域社会

山本 由依	獅子舞を継承する地域住民の取り組みとイベント比較 ー上庄まつりを事例にー	1
縫田 一步	氷見市八代地域・碁石地域で運行される NPO バス 2 路線の比較 とその役割	7
森下 将伍	アートプロジェクトを通じたまちづくりの一考察 ー富山県氷見市アート NPO 法人ヒミングを事例にー	12

### II 商店街

浅野 和也	氷見市中心商店街の構造変化	18
竹村 優希	氷見市における中心商店街の位置づけの変化	26

### III 畜産・農業

将積 由花	氷見市における水田・里山放牧の成立要因	37
金内 結人	小規模畜産農家の事業経営にもたらすブランド化の効果 ー氷見市における氷見牛生産を事例としてー	43
白岩 彩	農産物加工組織の地域的課題 ー氷見稲積梅栽培地域を事例にー	51

# 獅子舞を継承する地域住民の取り組みとイベント比較

—上庄まつりを事例に—

山本 由依

YAMAMOTO Yui

地域活性化の一環として、様々なイベントを行う地方自治体がある。本稿では、富山県氷見市上庄地区で行われていた上庄まつりを事例に、獅子舞を継承する地域住民の取り組みを通して、まつりの変化のプロセスと要因について検討した。上庄まつりの実態とその中止の経緯、変化を把握するために聞き取り調査や新聞記事の収集を行った。同時期に行われ、中止となったイベントである氷見獅子舞見学バスツアーと比較することで、中止要因にそれぞれのイベントの特徴が反映していると考えられる。

**キーワード：**獅子舞，地域住民，比較

## I はじめに

### 1. 問題の所在と既存の研究

近年、地域活性化の一環として、様々なイベントを行う地方自治体が多い。また、行政だけが中心となり行うのではなく、地域住民が主体となって町おこし事業としてのイベントに取り組む自治体がある。観光客を集める目的で町おこし事業の一つにはお祭りがある。しかし、少子化、高齢化および過疎化により、現代の日本では祭礼の担い手不足が頻繁に取り沙汰されている。

地域振興のイベントの一つとして祭りを取り上げた研究として、様々な研究みられる。その中で、祭りの継続性の差異に注目し、1960年代半ばに中止されたものとそれ以降継続したものを比較した研究も見られる。本田(1985)は、経済基盤や地域社会における住民同士の関係性、伝統文化に対する価値観の変容などから、継続性の差異を説明できるとした。また、獅子舞に注目した松下(2010)は、獅子舞が姿を消した理由として、獅子舞がもっていた信仰の弱体化、娯楽の多様化から伝承しようとする意欲の低下、祭りの型の変化、獅子舞保護費用の問題による維持の困難を指摘した。

社会の変容に伴う祭りの変化や、地域づくり、祭りが廃止となる原因に注目したものなどがある。

また、立場の違い、中止・続行の祭りの比較、獅子舞の最盛期・低迷期の指摘があったが、より近いもの同士での比較はなされていない。

### 2. 研究目的

本研究では、獅子舞を中心とした上庄まつりを事例に、地域住民の取り組みを通して、上庄まつりの変化のプロセスと要因について検討する。特に、似たような目的で同時期中止となった獅子舞イベントとの比較からも検討する。

### 3. 研究方法

上庄まつりの実態とその中止の経緯、再開の声などを把握するために、上庄自治振興会に聞き取り調査を行う。また、この祭り自体は青年団が主催していたことから、祭り実施に関する青年団の構成なども聞き取り調査から把握しようと試みた。加えて、上庄まつりを取り上げた北日本新聞<sup>1)</sup>の記事を収集し、その内容から祭りの変化について検討する。他にも氷見市が上庄まつりに対して行っていた支援について、資料収集するとともに、担当者へ聞き取り調査を実施した。

## II 研究対象概要

### 1. 氷見市上庄地区

図1に示される上庄地区は、富山県氷見市の中心地から3km程度、西側の丘陵地に広がり、上庄川中流の兩岸にまたがる地区である。この地区はかつて農業を主産業とし、副業として、養蚕・ゴザ・畳表・ワラムシロの生産が盛んであった<sup>2)</sup>。人口は2015年3月時点で3085人<sup>3)</sup>、7地区より構成される。また、獅子舞文化の伝承と担い手不足のため獅子舞が途絶えている地域への応援的役割を果たす目的で作られたひみ獅子舞ミュージアムがある地区でもある。

伝承の担い手となる上庄地区の人口は図2からわかるように、年々減少している。地区で見ると多いように感じるかもしれないが、これは上庄地区全体の人口であり、上庄地区が7地区で構成されていることを踏まえると決して多くはありません。

上庄まつりには、上庄小学校児童の参加がある。最後に祭りが開催された2013年の児童数は159人<sup>4)</sup>で、人口の約5%<sup>5)</sup>ほど。図3からわかるように、開催初年度の1996年から緩やかに減少していることがわかる。



図1 氷見市の概要

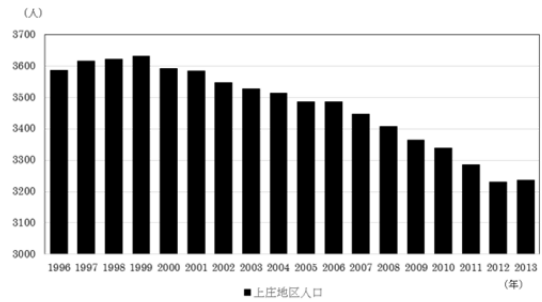


図2 上庄地区人口推移  
(『氷見市の統計』より作成)

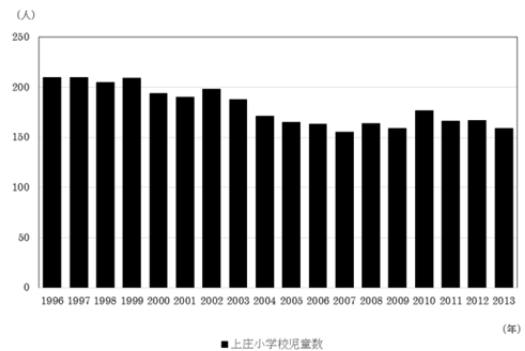


図3 上庄小学校児童数推移  
(『氷見市の統計』より作成)

### 2. 上庄まつり

「上庄まつり」は1996年から2013年まで毎年お盆に、氷見市立上庄小学校グラウンドにて開催されていた。元々は納涼祭が開催されていた。上庄小学校区で結成された上庄青年団、13青年団に所属する約350人もの青年団員が一堂に会する。上庄地区には泉地区、上田地区、大野地区、柿谷地区、七分一地区、中尾地区、中村地区があり、各地区に青年団がある。「クリエイト・マイタウン支援事業」という市からの補助を受けて実施する年もあった。「豊かで住みよい個性あふれるふるさとづくりを推進するため、地域おこしや文化、環境保全等の幅広い分野で、自主的・主体的に積極的な参加で実施する事業」に向けてなされている。

### 3. 氷見獅子舞見学バスツアー

このイベントは、上庄まつりの中止要因を比較

するために取り上げるイベントである。市職員が氷見市を良くする様々な案を出し合う『アイデアオリンピック』で出た案が実現し上庄まつりと同じく1996年から2000年まで行われたものである。毎年秋に40～50の人が地区の祭りで舞わされる獅子舞を見に参加し、毎年異なる地区を巡った。市の補助を受けつつ、各地区の青年団員の集まりである連合青年団に委託されていた。

### Ⅲ 調査結果

上庄まつりの聞き取り調査、そして北日本新聞<sup>1)</sup>を利用して、上庄まつりの変遷を整理した。聞き取り調査の際には、祭りの目的やその時代変容を中心に質問を行った。

まず、参加団体やゲスト団体に関しては、不明な点が多いが、2002年以降、毎年のように地域外からゲスト参加者を迎えて実施されていた(表2)。上庄まつり開催の目的は、お盆の故郷への帰省客に、帰ってくる喜びを感じてもらうことである。以前より行われていた盆踊りがマンネリ化したことや、盆踊りは全国どこでも開催しており、地元らしさを出すことに欠けていると考えていたそう。そこで、上庄地区の青年団の幹部によって発足した上庄青年団が中心となり、上庄小学校にて各村に伝わる獅子舞を共演するようになった。

表2から年表で追うと、以前は各青年団がばらばらに会場へと向かっていたものを、2002年からは上庄小学校前の国道415号線にて、会場となるグラウンドまでの道を華やかな太鼓台パレードによる入場を行うようになる(図4)。

2005年は第10回目の節目の年であり、会場隣にひみ獅子舞ミュージアムも開館する記念の年であった。ひみ獅子舞ミュージアムは、公民館を作り

表1 第18回上庄まつりの一日の流れ

時間	メイン会場 (グラウンド)	第2会場 (ミュージアム)	第3会場 (体育館)
17:00	神事 パレード開始		
17:30	開会宣言		
17:35	オープニング		
17:45	上庄保育園		
18:05	足長バルーン パフォーマンス		
18:20	上庄保育園		
19:00	七分一青年団	柿谷青年団	中村青年団
19:20	上田青年団	大野青年団	七分一青年団
19:40	上庄青年団 団長挨拶		
19:50	ゲスト青年団 北島青年団		
20:05	ジャグリング		
20:30	柿谷青年団	中村青年団	上田青年団
20:45	獅子殺し 中尾青年団		
21:05	抽選会		
21:20	フィナーレ		

(上庄まつり HP より作成)

たいという希望と合わせて、田園漁村空間博物館構想という氷見市全体を博物館にしようという氷見市の政策の一環として設置された。前夜祭がひみ獅子舞ミュージアムで開催された。交流のあった沖縄からのゲストの参加によって大いに盛り上がった。この年の盛り上りは、例年祭り開催に関

表2 上庄まつり参加団体の変遷

年	青年団/子ども	ゲスト	その他
1996	往易・上田・表大野・表泉・柿谷・七分一・中尾・中村・上庄保育園・上庄児童クラブ	記載なし	
1997~2001	不明	不明	
2002	1996年からの変更点 表大野→大野	表泉獅子舞保存会, 窪上青年団(氷見) 六渡寺獅子方保存会(新湊)	太鼓台パレード開始
2003	不明	不明	
2004	2002年と同じ	高岡からの参加有り	
2005	2002年と同じ	六渡寺獅子方保存会(新湊) 姫野第四自治会獅子方若連中(高岡) 字具志川獅子舞保存会(沖縄)	ひみ獅子舞ミュージアム会館 前夜祭開催
2006	2002年の団体から往易不参加	記載なし	
2007	往易参加不参加不明	有磯太鼓保存会(氷見), 氷見円山会三味線	
2008	2002年と同じ	東石丸北部獅子方若連中(砺波)	
2009	2002年の団体からの変更点 表泉と往易→泉	有磯太鼓保存会(氷見)	
2010	2009年と同じ	記載なし	
2011	2009年と同じ	木町青年団(高岡)	
2012	2009年と同じ	有磯太鼓保存会(氷見)	
2013	2009年からの変更点 →泉, 上庄児童クラブが不参加	北島青年団(高岡), 作芸人磨心事務所メンバー(大道芸)	ひみ獅子舞ミュージアムと体育館にステージ追加, 花火打ち上げ

(北日本新聞記事および聞き取り調査より作成)

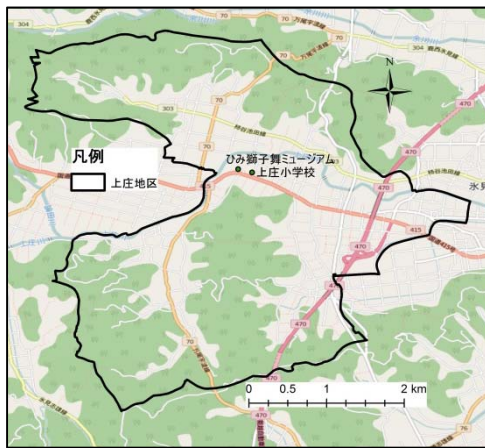


図4 上庄地区詳細

青年団と往易青年団は、2009年からは泉青年団として一つの団体になり参加するようになった。2013年においては、児童数の減少から児童クラブの参加がなくなった。賑わいが衰えることを心配し、大道芸の参加、花火の打ち上げ、会場の拡大などこれまでにない取り組みが行われた。しかし、2013年を最後に上庄まつりは一時中止となっている。

#### IV 他の行事との比較

上庄まつりの中止の要因を検討するために、同時期に始まった「氷見獅子舞見学バスツアー」と比較する。

現在中止となっている要因としては、人口減少による担い手不足はもちろんのこと、資金面、生活環境の変化が影響している。①担い手不足に関

して一度の掲載である北日本新聞に何度も取り上げられたことからわかる(表3)。特に2005年の上庄まつりに向けて4つの記事があり、沖縄との交流を大きく紹介していた。

一方、次第に青年団単位での参加が難しくなっていく。例えば、泉地区から参加していた表泉

表3 上庄まつりに関する北日本新聞の新聞記事

日付	題名
1996.8.17	獅子舞を初競演 氷見・上庄祭り
2002.8.16	獅子舞競演 氷見・上庄まつり 青年団ら力強く
2004.8.16	勇壮に獅子舞競演 氷見で上庄まつり 14 団体が出演
2004.11.13	郷土芸能通し意見交換 氷見 沖縄の青年・婦人会来訪
2005.7.29	10 周年記念で沖縄の獅子舞も 来月 15 日、氷見・上庄まつり
2005.8.15	地元青年団勇壮に獅子舞 氷見・上庄まつり前夜祭
2005.8.16	勇壮華麗に獅子舞競演 氷見で上庄まつり 8 青年団勢ぞろい 10 回記念 沖縄などの団体も出演
2006.8.16	力強い獅子舞次々と 氷見 上庄まつり 園児・児童の舞も
2007.8.16	暑気払う獅子舞披露 氷見・上庄まつり
2008.8.16	7 青年団が獅子舞 氷見・上庄まつり
2009.8.16	勇壮な獅子舞競演 氷見
2010.8.16	伝承の獅子舞披露 氷見・上庄まつり 8 青年団出演
2011.8.16	勇壮に獅子舞競演 氷見・上庄まつり 8 青年団出演
2012.8.16	7 青年団勇壮に舞う 氷見・上庄まつり
2013.8.16	上庄 6 青年団獅子舞勇壮 旧盆まつり

(北日本新聞より作成)

しては、次第に構成員が減少し、運営が困難になっている。②資金面の問題については、振興会で開催費用を集めるにも、昔ほど集まることはなくなったため、解決は容易ではない。③青年団が集合するには、準備のために仕事を休む必要があるが、出身地の祭りへの参加を理由に休みを取ることが容易ではない社会であること、④お盆に開催するため、準備のために休みがなくなることへの懸念や、家族団欒を優先する志向が影響している。このようなことが挙げられる。

これに対して氷見獅子舞見学バスツアーでは、以下の4点から中止となった。①地区の祭りは神事であって、外部に見せるものではないから、観光者向けの獅子舞と異にするべきであること、②観光客が家の庭を踏み荒らしていったという獅子舞を舞わされた家側からの苦情、③獅子舞が舞われる時間が明確に把握できないため、予定の時

刻に支障が出たという参加者側からの苦情、④参加者が固定化したこと、である。このように、主催地区の住人、参加者との間での相互理解がうまくはかられなかった。

以上のことから、上庄まつりと氷見獅子舞見学バスツアーでは、中止となった経緯は大きく異なることがわかる。

## V 結果

上庄まつりは、担い手が不足している上に集まることができないという現状の影響が大きいとしているが、バスツアーでは、主催者側と参加者側との間の亀裂が大きくなったことが原因としている。本研究の地域住民の取り組みにおいて、既存の行事を簡略化するとともに新しい集団・イベントも自主的に創出しており、村落構造を維持している面がある一方、集団の構成員が減少し高齢化

が進み、行事が廃されてきたことが分かる。これは、先行研究の今野(2014)でも述べられており、平成に入ってからからの社会の大きな変化が影響していると指摘している。

また、上庄まつりを事例として、人口減少（特に担い手不足に関わる子どもの減少）、地域社会の変容、人々の祭りへの意識の変化などにより、地域住民の取り組みは大きく変化する。子ども獅子舞づくりを対象にした橋本(2015)は、「学校が地域文化―歴史的な地域プライドを育成する表現活動―の魅力積極的に情報公開することで自分たちの地域は自分たちでつくるという意識が児童や地域に芽生えてくる」とした。このことから、児童クラブの参加が厳しい上庄まつりは、歴史的な地域プライドの形成が難しくなっていると考えられる。

イベントの中止要因の比較から「上庄まつり」でははじめにで取り上げた先行研究と類似していたが、地区の祭りに観光を付随させた「氷見獅子舞見学バスツアー」では観光客側と地域住民側での相互理解が原因である。中止要因にそれぞれのイベントの特徴が反映していると考えられる。

## VI おわりに

祭りの在り方は、女性の参加を認めたり年齢制限を軽くしたりすることで担い手不足を補うことがある。上庄まつりでは、青年団という単位だけでなく、所属していない住民による継承も考えられた一方、青年団に所属するというプライドも重要視され、その取り組み方は今後何を大切にするかで変わっていくだろう。上庄地区の自治会が独自に行ったアンケート調査によれば、上庄小学校児童にとって地域の獅子舞は今後も続いて欲しい

と願うものだろう。彼らのこの想いを将来へ繋げられるような取り組みが今後行われることを願う。

末筆ではありますが、本研究にあたりご協力頂いた方々に心から御礼申し上げます。本当にありがとうございました。

## 注

- 1) 富山県内で一番の購読者を持つ新聞。
- 2) 『角川日本地名大辞典 16 富山県』より。
- 3) 『氷見市の統計』統計資料 人口 行政区別人口世帯数統計より。
- 4) 『氷見市の統計』統計資料 教育・文化 小学校別児童数より。
- 5) 『氷見市の統計』の上庄地区人口と上庄小学校児童数より計算。

## 文献

- 今野裕昭 2014. 過疎地山村の少子高齢化と村落構造の再編：日光市栗山の事例. 専修人間科学論集. 社会学篇 4, 11-33.
- 角川日本地名大辞典 編纂委員会 1979. 『角川日本地名大辞典 16 富山県』角川書店
- 橋本忠和 2015. 歴史的な地域プライドを育成する表現活動についての位置考察：子ども獅子舞づくりを事例として. 北海道教育大学紀要, 教育科学編 65(2), 155-166
- 氷見市立博物館 2012. 『特別展氷見の獅子舞―舞う獅子舞・舞わない獅子舞―』
- 松下孜 2010. 消えた獅子舞. 日本福祉大学子ども発達学論集 2



# 氷見市八代地域・基石地域で運行される NPO バス 2 路線の比較とその役割

縫田 一步

NUIDA Ippo

近年、中山間地域において撤退したバス路線を NPO 法人が NPO バスとして運行する事例が増加してきている。そこで本研究では富山県氷見市八代地域および基石地域で運行されている NPO バスを対象とし、中山間地域において NPO バスが果たしている役割を明らかにする。NPO 法人と住民の方へのインタビューから NPO バスが今後、存続していくためには住民のニーズに沿った住民目線のバスとなっていくことが必要であるということが明らかになった。

キーワード： NPO バス，中山間地域

## I はじめに

近年、少子高齢化の発展やモータリゼーションの発達による公共交通利用者の減少によって、バス路線の廃止が起こっている。中山間地域においてバス路線の撤退は交通弱者を数多く生み出し、それにより自らの生活に大きな影響を与えている。

そうしたなか、交通弱者を救済し、交通空白地域をなくすため NPO 法人がコミュニティバスとして代替運行する例が多くなっている。NPO バスは地域住民の意見を反映しやすく、地域に密着したサービスを提供しやすいという利点があるということが明らかになっている。

日本において NPO バスが成立する要因として、住民が地域への愛着と親近感を持つことが重要であるとし、効率性や住民のニーズ、地域的特性を踏まえた最適な交通にすることが必要であるとされている(松尾 2014)。また、武田ほか(2014)は全国各地で運行されている NPO バスを三つの観点から考察し、今後のあり方について言及した。しかしこれらの研究はバスの運営主体に言及したものであり、利用実態や利用者の意見については述べられていない。

そこで本研究では運営主体と利用者の 2 つの視点から NPO バスをとらえ、NPO バスが中山間地域においてどのような点から交通手段として選択されているのかを明らかにする。

対象となる富山県氷見市は富山県の平均と比べても人口減少および少子高齢化が進んでいる。図 1 は 2005 年の人口を 100%とした時の人口減少率を表している。氷見市が県平均よりも人口減少率が高いということがわかる。また氷見市は全国平均や県平均と比べても一世帯あたりの自動車の保有台数が高く、公共交通の利用者の減少が著しい。その結果、バス路線の撤退が中山間地域を中心に起こっている。

## II 研究目的

本研究では氷見市八代地域および基石地域で運行されている NPO バス「ますがた」、「やまびこ」

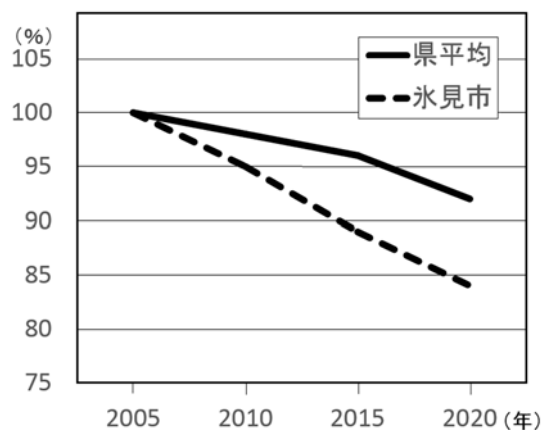


図 1 富山県の人口減少予測

(第 8 次氷見市総合計画策定に係る基礎調査より作成)

を対象として、NPO 法人と地域住民の両方の視点から、バスがその地域において果たしている役割を比較し、そのあり方を調査する。NPO がコミュニティバスとして代替運行している背景を二つの観点から見ることによって地方の中山間地域において求められている公共交通の形を明らかにする。

今回取り上げる NPO バス「ますがた」、「やまびこ」は地理的に見て類似点が多く、各地域と市街地を結ぶ唯一の公共交通である。しかし大きな違いとして、「ますがた」は年会費、「やまびこ」は回数券か年会費という料金体系が挙げられる。この違いは、その地域特有の状況が関係していると思われる。二つのバスにおける一番の差である料金体系を中心に、両者を比較し、既存研究では触れられていなかった利用者の視点から NPO バスを見ることで NPO バスの成立要因や存続理由を明らかにする。

### III 研究方法

NPO 法人八代地域活性化協議会および NPO 法人基石地域活性化協議会の代表の方に NPO の概要やバス設立の経緯を聞き、バスの運営主体について理解する。さらにバスを利用する住民の方に実際にバスに乗ってインタビューを行い、利用目的や利用頻度、自身の生活におけるバスの存在意義を聞くことによってバスと地域住民の関係を明らかにする。

### IV 研究対象概要

氷見市八代地域は平成 27 年 4 月 1 日時点で世帯数が 254 世帯、人口は 554 人。市内でも人口減少の著しい地域の一つである。一方、基石地域は平成 27 年 4 月 1 日の時点で世帯数が 313 世帯、人口は 733 人。市内でも有数の高齢人口率の高い地域である。どちらも市の中心部から遠く、周りを山に囲まれた中山間地域であることが分かる(図 2)。

続いて NPO 法人について整理する。NPO 法人八代地域活性化協議会は 2005 年(平成 17 年)8 月設立、バスは同年 10 月から運行開始。NPO 構成員は

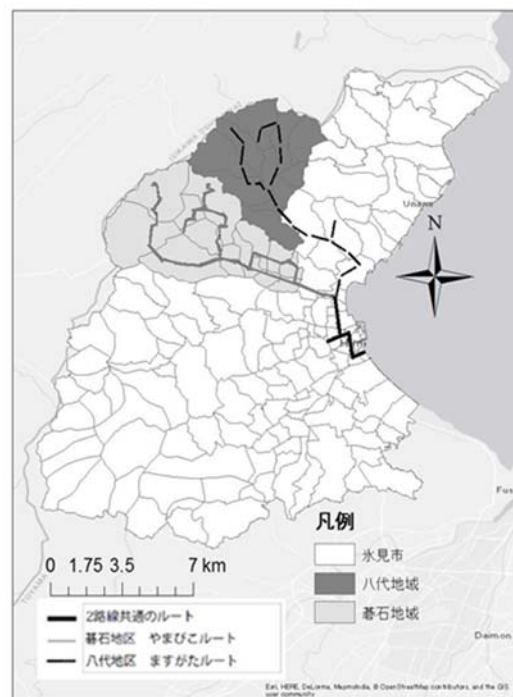


図 2 対象地域

225 人、バス会員は 166 人で、バスは平日 5 往復、土日祝 3 往復出ている。NPO 法人基石地域活性化協議会は 2010 年(平成 22 年)9 月設立、バスは同年 10 月から運行開始。正会員は 276 戸で、バスは平日行き 3 便、帰り 4 便、土日祝 2 往復運行されている。この 2 つの NPO はもともとあった路線バスが撤退したという理由から設立に至った経緯もっている(表 1)。

「ますがた」は NPO が会費 5000 円で、住んでいる地域に応じて 5 千円、1 万 5 千円、2 万円の年会費を払うシステムを採用している。平成 26 年度の輸送人員は 17,251 人。一方「やまびこ」は会費が 1000 円、住んでいる地域に応じて 3 万円、3 万 5 千円、4 万円、4 万 5 千円の年会費または 200 円、300 円、400 円、500 円、600 円の数回券を払うシステムで、平成 26 年度の輸送人員は 5,179 人。

ここまでをまとめると、2 つの地域はともに中山間地域であり、人口にも大きな差は見られない。さらに路線バスの撤退が NPO 設立の経緯であるという点では共通している。しかし、このように似た状況であるにもかかわらず、輸送人員の面で大きな差がみられるのはなぜか。

## V 調査結果

八代地域活性化協議会への聞き取りから分かったこととして挙げられるのはバスが高齢者の「生活の足」としての役割だけでなく、地域の安全や高齢者の事故を防ぐ手段となっているということである。このNPOの特徴はバスを運行することで

地域の活性化をはかっているという点で、地域を守る手段としてのバスの運行という面が強い。

続いて「ますがた」利用者へのインタビュー結果である(表2)。バスの利用頻度は週3~4日ほどであり、多い人は毎日利用している。利用者のほとんどが女性で、主な利用目的は買い物や通院という方が多かった。

表1 NPO 法人まとめ

NPO 法人	設立年	正会員(平成 26 年度)	バス運行開始	運賃形態	運行本数
八代地域活性化協議会	2005 年(平成 17 年) 8 月	225 人	2005 年 10 月	年会費	平日 5 往復 土日祝 3 往復
碁石地域活性化協議会	2010 年(平成 22 年) 9 月	276 戸	2010 年 10 月	回数券と年会費	平日 3.5 往復 土日祝 2 往復

表2 「ますがた」利用者へのインタビュー

性別	年齢	免許の有無	外出の目的	利用頻度	年会費について	満足度
女性	70 代	なし	買い物、通院	週 3 回	小銭を持たなくて良いので楽	バスが唯一の移動手段なので助かっている
女性	60 代	なし	買い物、通院	週 2,3 回	毎回お金を払う必要がない	バスで買い物さえできればそれでよい
女性	80 代	なし	買い物	週 2 回	一回ずつ払うよりも年会費のほうが良い	土日の本数が少ない
女性	70 代	なし	買い物	毎日	お金を気にせず利用することができる	バスは便利、とても助かっている
女性	80 代	なし	買い物、通院	週 3 回	少し出かけるときにも使いやすい	バスがないとどこにも行けない

表3 「やまびこ」利用者へのインタビュー

性別	年齢	免許の有無	外出の目的	利用頻度	支払方法と その理由	満足度
女性	70代	あり	買い物、通院	週2回	年会費 一回一回払 う必要がな いので便利	住民の要望 に伝えてく れない
女性	80代	なし	通院	週3回	年会費 頻繁に利用 するので定 期のほうが 安い	バスは生活 の足として 重宝してい る
女性	80代	なし	通院	10日に1回	回数券 年金暮らし なので定期 券は高すぎ る	バスに連れ て行っても らっている
女性	70代	なし(家族の 送迎あり)	買い物	週3回	年会費 利用頻度が 多いのでお 得	外出の頻度 が増えて楽 しい
女性	80代	なし	買い物、通院	週1回	回数券 一体の自由が 利かなくな り定期から 回数券に替 えた	バスが唯一 の移動手段 である

「生活の足」として地域に根付いており、免許を持たない高齢者の移動手段として重宝されている。バスのおかげで生活できているという思いを強く持っていて、非常に助かっているといったプラスの意見が多かったが、中には「土日の本数が少ない」といったマイナス的な意見もあった。

次に基石地域活性化協議会への聞き取り結果である。八代と違い、回数券と年会費の両方を採用しているのは一人でも多くの人に乘ってもらうためである。住民全員で地域を活性化させることを第一の目標としていて、バスの運営には消極的であった。バス以外に地域を盛り上げていく方法を模索しているが、まだ実施には至っていない。

続いて「やまびこ」利用者へのインタビュー結果である(表3)。バスの利用頻度は週2日ほどであるが、回数券利用者と年会費利用者がいるためばらつきがあることが分かる。

乗った方全員へアンケートしたところ、回数券と年会費の比率は4:6ほどで、利用者のほとんどが女性。主な利用目的は買い物や通院が大半であった。

「ますがた」利用者にと比べると免許の保有や家族の送迎の有無など利用者の状況に差が見られ、その理由からバスの利用方法はさまざま。年会費が高くて支払えない人など費用の面で利用方法が制限されている人もいた。

まとめると、今回の調査から輸送人員の面で違いが生まれている理由はバス料金やバスの運行本数といった運営主体および運行システムが関係していることが明らかになった。バス利用者にとって最も重要であるバス料金の差が輸送人員に大きな影響を及ぼして、さらに「バスの本数が十分でない」という意見からも分かるように、バスの本数によって外出が制限される場合があり、結果として輸送人員が減ってのではないかとと思われる。

## VI 考察

本研究は富山県氷見市八代地域および基石地域で運行されている NPO バス 2 路線を対象に運行形態や利用者の実態調査から、NPO バスが対象地域において果たしている役割を比較し、そのあり方を明らかにした。

八代地域および基石地域において NPO バスは高齢者の生活を守り、地域活性化を目指すうえで必要不可欠なものである。バスは「生活の足」としてだけでなく、地域を支える役割を担っている。しかしバス料金や運行本数の点から、NPO 側の意図と住民のニーズが合っているとは言えない。その一番の原因としては財政的な面が大きいと思われる。どちらのバスも運行から五年以上が経ち、年々、利用者が減ってきている。経営的に厳しい状況にあり、運賃を値上げするという方法で経営回復を図っているが、値段が上がれば利用者は減少していくのを止めることもできない。住民の方により多く利用してもらうには、運賃をできる限り安くし、運行本数を増やしていくことが必要となるが、現状では非常に厳しい状態にある。

さらに新たな利用者の獲得という面で、現在バスを利用していない人々に、いかにバスを利用してもらうかが課題となる。これを解決するためには利用しない人々の意見を考慮し、乗る人と乗らない人の違いは何か、どのように変われば利用するようになるのかを考え、バスシステムを変革していくことが必要である。

## VII おわりに

今後、NPO バスが存続していくには、多様化するニーズに応え、その地域にとって最適な交通にしていくためにさらなる努力が必要となる。中山間地域という条件的不利を克服するためにも、今後、NPO バスへの需要は大きくなっていくと思われる。さらには市からの補助制度の確立や住民と NPO 法人の協力、バスをより利用しやすい環境づくりが求められる。

また今回の調査では明らかにすることができなかった地域住民のライフスタイルや自動車保有の有無、より細かい NPO バス運行の実態などを今後の課題としていきたい。

本稿の作成にあたり、調査に協力していただいた NPO 法人八代地域活性化協議会および NPO 法人基石地域活性化協議会の皆様には大変お世話になりました。またインタビューに協力してくださった各地域住民の皆様には大変感謝しております。末筆ではございますが心より御礼申し上げます。

## 文献

- 安居克紀・榛澤芳雄・高山和樹 1997. コミュニティバスと住民意識に関する研究. 土木学会年次学術講演会講演概要集 52(4) : 98-99.
- 武田公子・小熊仁・西村茂・横山壽一 2014. 疎地域を内包する自治体における公共交通体系の選択. 金沢大学経済論集 34(2) : 155-188.
- 松尾容孝 2014. 過疎地におけるニーズと地域特性に即した生活支援のバス交通. 専修人文論集 94 : 107-201.

# アートプロジェクトを通したまちづくりの一考察

## —富山県氷見市アート NPO 法人ヒミングを事例に—

森下 将伍

MORISHITA Shogo

近年我が国は少子高齢社会に突入し、人口減少が問題として挙げられる。そのような中で、地域が自律的活動を行うのは困難な状態であり、NPOなどの外部団体がその地域に参画することで、まちづくりが有効に行われると考えられる。本研究では、場所の魅力を考えるアートプロジェクトを行う富山県氷見市アートNPO法人ヒミングを事例として、ヒミングのアートプロジェクトを年代ごとに分類し、地域資源の利用の有無、利用されている地域資源を明らかにした。その結果、ヒミングのアートプロジェクトは地域資源を利用したものが多くみられること、そしてヒミングにとってリサーチは欠かせないものとなっていることが明らかになった。

**キーワード：**アートNPO、アートプロジェクト、まちづくり

### I はじめに

#### 1. 問題の所在

近年我が国では地域活性化のため、様々な政策が施されている。2005年に施行された地域再生法は、急速な少子高齢化の進展、社会経済情勢の変化に対応して、地方公共団体が行う自主的かつ自立的な取り組みによる地域経済の活性化、地域における雇用機会の創出、地域の活力の再生を推進する目的で作られた<sup>1)</sup>。また、2014年には第二次安倍内閣により、まち・ひと・しごとの創生に向けて、人々が安心して生活を営み、子供を産み育てられる社会環境を作り出すことで、活力にあふれた地方の創生を目指したまち・ひと・しごと創生本部が発足された<sup>2)</sup>。このように政府レベルで地域再生を目指しており、政府が地域を一方的に支援するのではなく、自治体を中心とした地域自らが地域経済の活性化を図り、持続可能な地域づくりを実現することが求められている。しかし、自然減や社会減による人口減少や高齢化により、

地域内で自律的活動を行うことは困難な状態である(坂本ほか2008)。そこでNPOなどの外部団体がその地域に参画することで、地域住民だけでは困難を極めるまちづくりもより効率的に行えると考えられる。

#### 2. まちづくりの手段としてのアートプロジェクト

1990年代以降文化芸術に関する法制化の動きが加速し、2001年に「文化芸術振興基本法」が制定され、地方自治体もそれに伴う条例を制定するようになった。「文化芸術振興基本法」では、文化芸術は「心豊かな活力ある社会の形成にとって極めて重要な意義」を持つと説明しており、文化芸術の対個人・対社会的な機能がうたわれ、その政策の整備が進められており、芸術が日常生活や社会の中に浸透している。その文化芸術の機能の一つとしてアートプロジェクトが挙げられる。アートプロジェクトとは、各地の美術館や音楽ホール、アートNPOなどが、製作段階から一般の人との共同作業を行うことや地元の人と共同制作すること

などであり、近年積極的に実施されている（吉澤 2007）。また、出自、立場、年齢の違う人々が出会う機会となるアートプロジェクトにおいては、参加者は共同作業を通してさまざまな他者と関わり、地域や社会といった問題と向き合うため、公共的側面があるといえる（吉澤 2007）。このことから、アート NPO が行うアートプロジェクトは、まちづくりの有効なツールになりえるものと考えられる。

しかし、全国的に見て、アート NPO 自体の社会的認知度が不十分なものであるため、経済基盤が非常に弱く、制度面、労働環境などもあまり好ましくない状況下にあるのが現状である（曾田 2006）。

## II 既存研究

地理学での NPO 研究は、空間的側面から日本の NGO を検討した埴淵（2007）や、NPO が、どのような担い手によって運営されているのか目的とし、ローカルに活動する NPO 法人の分布は、担い手レベルで社会地域構造と関係していることを示した前田（2008）などがある。しかしこれらは、NPO の活動範囲などの分布を空間的に考察したものであり、実際の事業について質的に研究を行ったものは少ない。地理学以外の分野で NPO のまちづくりに関わる研究として、地域資源を活用した農山村地域づくりの活動において、地域文化を受け継ぐ地域住民と、マネジメントを行う外来者の相互行為によって構築される協同体制のあり方が有効であることを示唆した坂本ほか（2008）がある。この研究では、地域資源活用のマネジメントにおける、外来者と地域住民の協同体制の実態を明らかにするため、両者の相互行為の実態とその中での地域資源の扱われ方を分析している。本研究では、文化芸術の機能の一つであるアートプロジェクトを通したまちづくりを考察するために、

坂本ほか（2008）の行った NPO が行う事業内容、及びそれぞれの事業で活用されている地域資源を分類する方法が有用であると考え、参考にする。しかし、この研究では、NPO と地域住民の協同体制のみを詳細に記述しており、NPO が実際に行っている事業を分析し、NPO がどのように変容しているのか、そしてその事業がまちづくりにどう関わっているかまでは明らかにされておらず、本研究の目的である、アートプロジェクトを通したまちづくりを考察するものではない。

## III 研究目的・方法

そこで本研究では、上記した通り富山県氷見市アート NPO 法人ヒミングを事例に、全国的に広がりを見せるアートプロジェクトに焦点を当て、文化芸術の機能の一つであるアートプロジェクトを通したまちづくりを考察する。そのために、ヒミングのアートプロジェクトを年代ごとに分類し、地域資源の利用の有無、利用されている地域資源を明らかにする。

研究方法として、坂本ほか（2010）では、利用している地域資源を自然資源、人工施設資源、物的資源、知識・技術資源、組織・地域活動資源、社会関係資源の 6 つに分類して分析を行っている。本研究ではこの分析方法を参考に、ヒミングのアートプロジェクトも同様の方法で分類を行った。しかし本研究では、ヒミングが地域資源としてあまり利用していない組織・地域活動資源、社会関係資源は除いて分類を行った。具体的な方法として、ヒミングが 2007 年に出版した『氷見 ing』を参考にする。これには 2003 年から 2013 年までの年間の活動内容が表記されており、そこから、ヒミングが行ったアートプロジェクトを抽出した。抽出したアートプロジェクトを活動内容、利用されている地域資源を種類別に年度ごとに分類し分

析を行う。アートプロジェクトの活動内容は「イベント」「ワークショップ」「レクチャー」「展示」の4つに分類する。これは、ヒミングが発行した冊子、『氷見ing』の活動報告に表されている体裁をそのまま利用した。さらに上記の通り、坂本他（2010）の分類方法を参考に使われている地域資源ごとに、組織・地域活動資源、社会関係資源を除いた「自然」「物」「人工施設」「伝統文化・技術」「利用無」の5つに分類した。坂本他ではこの分類方法についての詳しい明記はされていない。今回本研究では、アートプロジェクトの企画名から、利用されている地域資源を抽出した。なお、利用されている地域資源が複数の場合は、利用されているもの全てを抽出した。利用されていないもの、あるいは不明確なものに関しては、「利用無」に分類した。実際に分類した例は表1に示した。

#### IV 研究対象の概要

本研究の調査対象とするアート NPO 法人ヒミングは、地域の魅力（氷見の海、山、里、町、人

など）を展覧会や自主イベント、ワークショップなどのアートプロジェクトを通して、新しい価値観で見つめなおし、氷見の地域づくりに貢献することを目的とした団体である<sup>3)</sup>。

#### 1. 設立経緯

2004年に元ヒミング代表で現氷見市職員のH氏が友人であるアート団体の総合ディレクターのN氏と氷見市の旅館の再生をアートで行うという計画が事の発端である。その取り組みを旅館だけでとどめることなく、氷見市全体で行う提案が生まれ、氷見のことを知らないアーティストらが、氷見全域をリサーチしながら1週間の滞在中に映像制作を行う「氷見クリック」という事業が2004年から開催された。この「氷見クリック」では作家が映像制作を作る過程で、眠っていた氷見の何かが目覚め、地元の人も気づかなかった地元のアイデンティティ(氷見の地域資源)に気が付く契機を創出することにつながった。この「氷見クリック」は2007年まで4年間開催された。

表1 アートプロジェクト分類例

		2008年度			
区分	企画内容	活用している地域資源			
		自然	物	人工施設	伝統文化・技術
1 イ ベ ン ト	天馬船遊覧体験	河川			天馬船
	天馬船進水式	河川			天馬船
	第3回上庄川mini天馬船レース	河川			天馬船
4 ワ ー ク シ ョ ッ プ	「ヒミング天馬船乗ってみよう！漕いでみよう！」vol.1	河川			天馬船
	「ヒミング天馬船乗ってみよう！漕いでみよう！」vol.2	河川			天馬船
	「OZAWAザワザワ談義」				
	「森のツルをとってクラフト作り」	森	木のツル		
	八代自然薯ワークショップ		自然薯		
	「キッズヒミング企画 味噌作りを楽しもう」		味噌		
10 レ ク チ ャ ー 展 示	「柿田勝秀レクチャー&ワークショップ」				
	天空の森づくり「椎茸のホダ木づくり」	森			
	「天馬船ができるまで船大工の仕事」				天馬船
	「木をきる森作り」	森			
	「将来クリエイティブな仕事をしたい人のための本当の話」vol.1				
	「ベジタブル・ウェボンアーティストトーク」		野菜		
	「柿田勝秀レクチャー&ワークショップ」				
	小沢剛展「ベジタブル・ウェボン」		野菜		
	ヒミングドキュメント展「5/100」				
	伊藤敦作品「天馬船みよし飾り」				天馬船
	柿田勝秀展「蔵の遊園地」				
「アーティストINレジデンス@ヒミング」「天馬ベッド」					
富大芸文YATTONGA「さざなみ」					
平田哲朗作品「HAC」					



「氷見クリック」が見つげ出した地域資源の例として、阿尾の番屋、上庄川の漁具倉庫、飯久保の竹林、国見の天空平（夢の平）、天空平の下の森、堀埜蔵（かつては味噌や醤油の原料となる小麦や大豆を貯蔵する蔵だったが、用途を終えた後は、物置になっていて、何十年も開けられなかった）等が挙げられる。これらは、映像作品の一部として使われるだけでなく、「氷見クリック」の会場として使われたり、アートの展示やコンサート会場等に使われたりした。中でも堀埜蔵は「氷見クリック」と展覧会の拠点となった。拠点ができたことにより、年間を通じた活動が可能になった。これがヒミングの前身である。

## 2. リサーチプロジェクト

聞き取り調査からまちづくりに関して、自分たちが暮らす氷見で何をすれば面白いと考え、プロジェクトを行っており、プロジェクトの結果よりもその過程を重要視しているため、まちづくりを主として活動しているわけではないことが明らかになった。

そのためどんなプロジェクトを行う際も、必ずリサーチプロジェクトといったものを行っている。ヒミングのリサーチプロジェクトは、アーティストが主体となり、地域の場所や物、人など様々なものをリサーチするもので、ヒミングと地域住民が一体となっていくのが一般的であり、ヒミングはリサーチプロジェクトにおいて、アーティストと地域住民を結ぶコーディネーター的役割を担っている。では実際にどういったリサーチを行っているのか、いくつか例を挙げて説明する。

### 1) リサーチ例①「氷見クリック」

このプロジェクトはまずアーティストの興味・関心を頼りに、ヒミング、地域のボランティアを交えて氷見全域をリサーチする。このときリサーチする対象は場所、物をはじめ、地域住民までに

及ぶ。そしてこのリサーチを元に5～10分ほどの映像作品にまとめ、市民も交え上映会を行った。映像作品に使われた地域資源は、地域住民ですら気づかなかつたものが多くあり、氷見の新たな価値を創出したと考えられる。また、作品で終わらせるだけでなく、映像で使われた地域資源を実際に用い、新たなプロジェクトとして展開することもあった。例として、現在では作られることなくなった氷見の伝統木造和船を実際に制作し、イベントにまで発展させた天馬船プロジェクトなどがある。

### 2) リサーチ例②「歩きであい部」

このプロジェクトは2011年に4回にわたり行われた、地域住民を中心に商店街の中を歩きリサーチプロジェクトである。具体的には、まず地域住民が中心である参加者がグループに分かれて、商店街で買い物をを行う。そして、買い集めたものをそれぞれ発表し、そのリサーチ内容を元にオリジナルのマップを作成するというもので、このプロジェクトはリサーチそのものがプロジェクトとなったケースである。またこのプロジェクトも、マップを作成するだけでなく、作成されたマップを元に、3日間にわたり、まち歩きのイベントを開催した。このイベントには地域住民のみならず、市外、県外から多数の参加があった。

このようにヒミングにとってリサーチプロジェクトは、地域の魅力を発信するためのアートプロジェクトを行う上で、欠かせないものとなっており、リサーチプロジェクトを重んじて活動していることが、結果よりも過程を重視していることにつながっていると考えられる。

## V 調査結果・考察

では実際に、ヒミングが行っているアートプロジェクトはどう変容しているか明らかにする。ま

ず年度ごとにアートプロジェクトの種類がどう変化しているかグラフで表した(図1)。これを見ると、2008年から2009年にかけては「展示」が比較的多くみられるが年々減少傾向にある。それに反する形で、「ワークショップ」「イベント」の割合が高くなっている。このことから、アーティストが一方的に見せる形が一般的な「展示」よりも、ヒミング、アーティストが地域住民と実際に関わる「ワークショップ」「イベント」といったアートプロジェクトが重視されてきていることがわかる。このようなプロジェクトはリサーチを伴うものがほとんどであり、リサーチの重要性もうかがえる。

次に、ヒミングの行うアートプロジェクトがどのような地域資源を利用しているか明らかにする。まず、地域資源の利用の有無を図に表した(図2)。

これを見ると、初年度から、地域資源を利用していないプロジェクトが利用しているプロジェクトを下回っている。このことから、より地域に根差したプロジェクトをするようになってきているととらえることができる。そして、実際に利用している資源は何かを「自然」「物」「人工施設」「伝統文化・技術」の4つに分類し、図に表した(図3)。ここから、「自然」「物」「伝統文化・技術」は毎年一定数を保っているようにみられる。このことから、ヒミングの行うアートプロジェクトは、様々な地域資源を利用し、地域の魅力を発信していることが分かる。また聞き取り調査からも、ヒミングがリサーチを行う上でその対象となるものは自然物をはじめ、人工物、人など様々なものに至ることが明らかになっている。リサーチの柔軟性が様々な地域資源を利用するアートプロジェクトにつながっていると考えられる。一方「人工施設」の利用は2011年に多くみられるものの、他の年はほとんど見られない。ヒミングにとって、リサーチする対象は上記した通り、幅広いことは聞き取り調査で明らかになっている。人工物である「人

工施設」も利用されてもおかしくないはずだが、あまり利用が見られないのは、今後のヒミングの課題ではないかと考えられる。

これらのことから、ヒミングのアートプロジェクトは地域資源を利用したものが多くみられることが明らかになった。これは、地域の魅力を発信する目的を持ったヒミングにとって、地域資源はなくてはならないものであるからと考えられる。

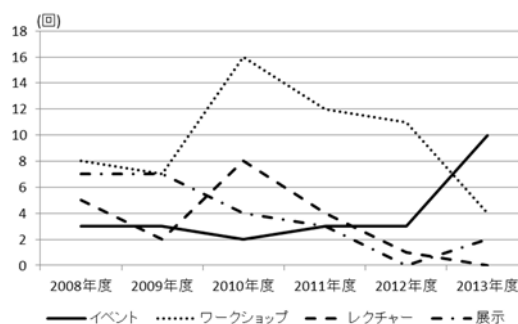


図1 年度別アートプロジェクトの種類推移

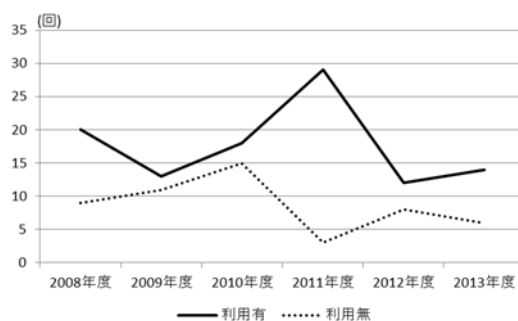


図2 年度別地域資源利用の有無

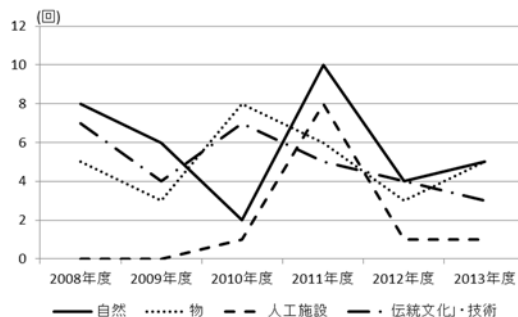


図3 利用した地域資源別年間推移

またこのようなアートプロジェクトに利用する地域資源を発見するために地域の自然物から人工物まで地域住民も知らないような地域資源を発見するためには、やはりヒミングにとってリサーチは欠かせないものであると考えられる。

## VI おわりに

本研究では、氷見市アート NPO 法人ヒミングを事例に、全国的に広がりを見せるアートプロジェクトに焦点を当て、文化芸術の機能の一つであるアートプロジェクトを通したまちづくりを考察することを目的とした。そのためにヒミングのアートプロジェクトを年代ごとに分類し、地域資源の利用の有無、利用されている地域資源を明らかにした。その結果、ヒミング、アーティストが地域住民と実際に関わる「ワークショップ」「イベント」といったアートプロジェクトが増加していること、地域資源を用いたアートプロジェクトが多くみられることが明らかになった。これらのことから、アートプロジェクトを行う上で、その土地の地域資源が大変重要であると考えられる。またその地域資源を発見するために、リサーチは欠かせないものとなっていることが考えられる。

また聞き取り調査から、ヒミングはプロジェクトの結果よりもその過程を重視していることが明らかになった。リサーチを中心とした過程を重視し、結果としてそのプロジェクトがまちづくりにつながっていく流れは、明瞭な目的を持たずとも、まちづくりを行っていける要因ではないかと考えられる。

このようなことから、アートプロジェクトを通したまちづくりを考える上で、地域資源を利用し、ワークショップ、イベントといった地域社会と直接関わるようなアートプロジェクトは、まちづく

りを目的とせずとも、地域活性化につながっていくと考えられる。

現地調査の実施にあたり、ヒミングの皆様、氷見市役所の皆様、住民の皆様には、多大な御協力を賜りました。この場を借りて、心より御礼申し上げます。

## 注

- 1) 内閣府 HP による。  
<https://www.npo-homepage.go.jp> (最終閲覧日: 2015 年 10 月 03 日)。
- 2) まち・ひと・しごと創生本部首相官邸 HP による。  
[www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei) (最終閲覧日: 2015 年 10 月 06 日)。
- 3) アート NPO ヒミング HP。  
[www.himming.jp](http://www.himming.jp) (最終閲覧日: 2015 年 11 月 23 日)。

## 文献

- アート NPO ヒミング 2007. 『氷見 ing』アート NPO ヒミング。
- 後藤和子・福原義春 2005. 『市民活動論-持続可能で創造的な社会に向けて-』有斐閣コンパクト。
- 山内直人 1999. 『NPO 入門』日経文庫。
- 吉澤 2007. 文化政策と公共性—大阪市とアート NPO の協働を事例に一. 社会学評論 58: 171-174.
- 曾田 2006. アート NPO とのパートナーシップによる自治体文化政策の可能性. 跡見学園女子大学マネジメント学部紀要 4: 9-10.
- 前田洋介 2008. 担い手からみたローカルに活動する NPO 法人とその空間的特徴. 地理学評論 81: 425-427.
- 坂本他 2008. 地域資源を活用した農山村地域づくりにおける外来者と地域住民の協同に関する研究—新潟県上越市 NPO 法人かみえちご山里ファン倶楽部を事例にして—. 農村計画学会誌 27: 299-301.

# 氷見市中心商店街の構造変化

浅野 和也

ASANO Kazuya

本稿では、富山県氷見市の中心に存在する 3 商店街を対象に住宅地図と聞き取り調査から商店街の変化を明らかにし、その要因について検討した。その結果いずれの商店街も、店舗数が減少している一方、住宅や空き家、駐車場などが大きく増加していた。これはモータリゼーションの進展と、商店経営者の高齢化を原因とするものであった。既存の研究でも商店街の衰退にこの 2 点をあげており、同様の事態が起きていることが判明した。

**キーワード：** 中心商店街，業種構成，富山県氷見市

## I はじめに

商店街は「都市の顔<sup>1)</sup>」ともいうべき存在であり、時代とともに変化してきた。戦後しばらく商店街は繁栄していたが、1970 年代以降のモータリゼーションの進展により公共交通機離れを促進し、駅前商店街の衰退をもたらした。また、郊外における大規模小売店舗の立地も商店街に大きな影響を与えた。近年は、多くの商店街でその衰退やシャッター通り化が問題となっている。政府は 1998 年にまちづくり 3 法を制定し、中心市街地基本計画に沿って支援する制度を作った。しかし、大型店の進出や中心市街地の衰退は止まらず、そこで 2006 年には新たに中心市街地活性化基本計画を策定した。

中心商店街を時代に相応しく変化させるためには、かつてはどのような機能が商店街にあり、現在はどのような機能が失われ、また、求められているかということを研究する必要がある。

商店街の時代変化については数多くの研究蓄積があり、昔から様々な視点で研究されてきた。例えば、業種構成の変化から都心商店街の発展過程を検討した桑島（1964）は都市の規模が増大するにつれ最寄品店舗に対する買回品店舗の割合が高くなることを明らかにした。また、買回品の集中程度により商店街を 3 つのタイプに分類し、買回品が増大している時期に業種の変化件数が多いこ

とを明らかにした。近年では五十嵐（2004）は富山市における商店街の変化を経営者の意識と関連付けて研究した。また、難波田（2006）は兵庫県相生市の企業城下町を事例に企業合理化と商店街の変化の関係を明らかにした。商店街の研究方法としては業種構成の変化に注目したものが多い（杉村 1968；根田 1989；牛山 1991）。本研究でも同様の手法をとって氷見市の事例について研究する。

本研究では富山県氷見市の中心商店街を対象として商店街の変化の要因について検討する。そのためにまず氷見市の概要と商業環境を明らかにする。次に中心商業地の変化を 1979 年と 2015 年の店舗構成図から比較する。その後、商店街の土地利用を経年的に示し、商店街の変化の要因を探る。なお、氷見市の商店街を取り上げた研究としては、マンガによるまちづくりを取り上げた椎木（2012）などがある。しかし、商店街全体を取り上げその変化に注目した研究はまだ見られない。

## II 対象地域の概要

氷見市の人口の変化をみると、合併翌年の 1955 年の 69,770 人をピークとして減少を続け、1995 年には 60,109 人、2015 年には 50,516 人まで減少している（図 1）。その一方世帯数は増加を続け 1955 年に 13243 世帯だったのが 2015 年には 17668 世帯

まで増加している。核家族化や単身者、高齢者独居が増えていると考えられる。

道路網をみると、市南東部から市中心部まで氷見線が伸び、それにほぼ並行して国道 160 号線と国道 415 号線が走る。なお国道 160 号線は氷見市を縦断するが、415 号線は途中西に曲がり石川県羽咋市に向かう。また、内陸部を能越自動車道である国道 470 号線が通過する（図 2）。

商業環境についてみると、氷見市には 3 つの商業集積地が存在する（図 2）。中心商店街は国道 415 号線、県道 373 号線沿いに位置する。ここには金融機関や市立博物館、市立図書館といった集客機能を持つ公共施設も立地する。以前は市役所も存在したが、2014 年に移転した。中心商店街は近世以来続く街並みに自然発生的に商店が続く形で形成された。明治期には北の橋（今町）・北新町・中町・本川・湊・南中・南上・御座町・下伊勢・上伊勢と続いて商店街を形成し、農漁村の産物や高岡から買入れた消費物資を売買していた<sup>2)</sup>。なお、本稿では中心商店街のうち中央町、比美町、南中、本町の 4 つを取り上げる。

一方、ロードサイド型商業施設の集積地は国道 160 号線沿いに氷見トンネルに分断される形で 2

か所存在する。1970 年よりバイパス工事が始められ、その後、部分開通を繰り返し 1996 年に全通した。開通に伴い道路沿いに店舗が増加した。各店舗はモータリゼーションに対応するため駐車場を備えている。大型ショッピングセンターとしては、南部には「マックスバリュ」を中心とする「イオンタウン氷見」が、北部には「バロー」などが入る「PLAFA」がある。また、これに加えて中心商業地とロードサイド型商業地の中間にある国道 415 号線にも大型ショッピングセンターの「ハッピータウン」をはじめとする複数の店舗が存在する。

近年の氷見市全体の商業環境について説明する。富山県全体と隣接する高岡市と比較したものが表 1 である。氷見市は商店数の減少率は高岡市とほぼ同じで、富山県全体とも比率で見ると大きく変わらない。年間販売額はいずれも 1994 年を最高値とし、2004 年では減少、2007 年では氷見市は微増、高岡市と富山県全体は微減となっている。しかし、高岡市と富山県全体が 2004 年、2007 年ともに 1985 年よりは高水準を維持しているのに対し、氷見市では 1985 年よりも減少している。そのため、氷見市では商店は経営しているものの市外へ顧客が流出していると考えられる。さらに売場面積に注目

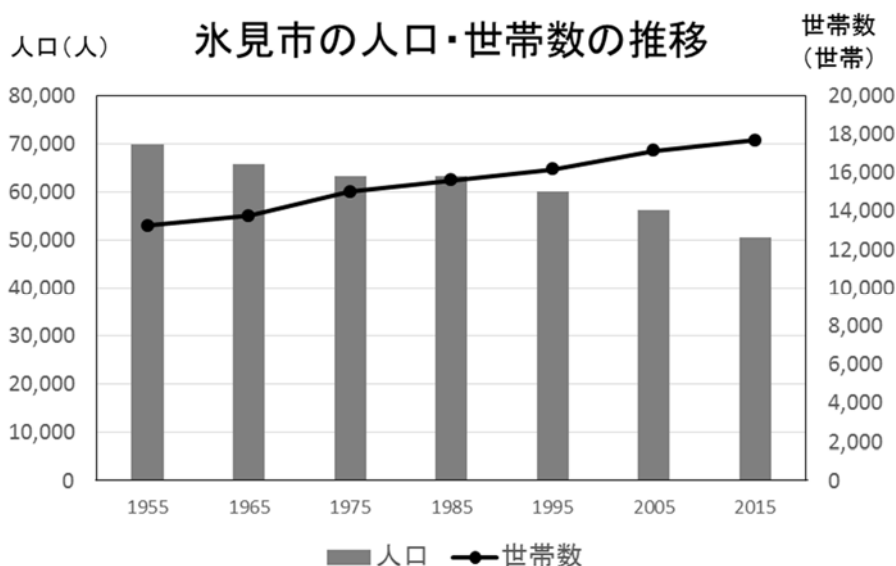


図 1 氷見市の人口・世帯数の推移

(氷見市の統計より作成)

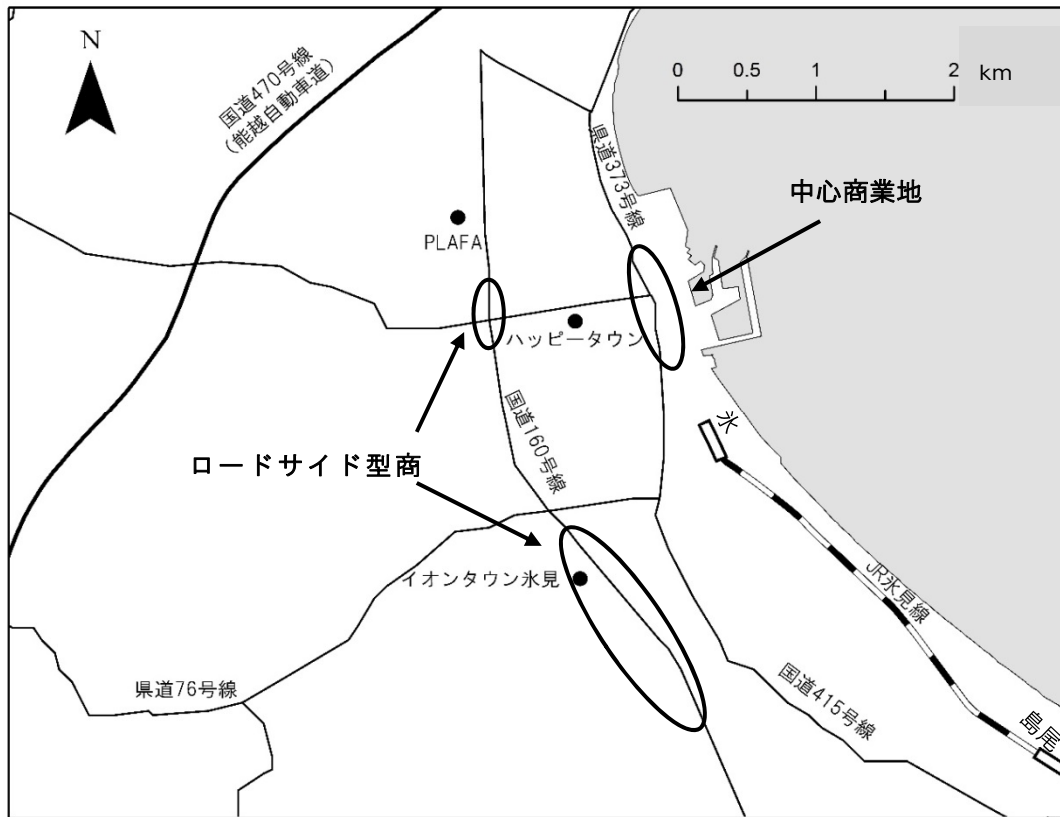


図2 調査対象地

表1 氷見市・高岡市・富山県の商業動向

	1985	1994	2004	2007
氷見市				
商店数 (店)	1,015	931	712	659
増減率 (%)	100.0	91.7	70.1	64.9
年間販売額 (百万円)	39,739	51,994	38,122	38,945
増減率 (%)	100.0	130.8	95.9	98.0
売場面積 (㎡)	51,007	62,555	61,729	65,558
増減率 (%)	100.0	122.6	121.0	128.5
高岡市				
商店数 (店)	3,480	3,164	2,484	2,318
増減率 (%)	100.0	90.9	71.4	66.6
年間販売額 (百万円)	191,104	246,374	222,276	222,109
増減率 (%)	100.0	128.9	116.3	116.2
売場面積 (㎡)	222,733	264,695	326,598	334,574
増減率 (%)	100.0	118.8	146.6	150.2
県計				
商店数 (店)	18,908	17,330	14,404	13,079
増減率 (%)	100.0	91.7	76.2	69.2
年間販売額 (百万円)	954,090	1,304,604	1,190,891	1,175,444
増減率 (%)	100.0	136.7	124.8	123.2
売場面積 (㎡)	1,129,257	1,341,072	1,625,585	1,622,164
増減率 (%)	100.0	118.8	144.0	143.6

(商業統計表より作成)

注：1985，1994，2004 の高岡市の数値は福岡町と合計したもの。

すると，高岡市，県計と比べ氷見市の増加率は低い。商店数は減少したが，面積の変化が少ないことから，小規模な店舗が閉鎖し大規模店が立地したことがわかる。

### III 中心商業地の変化

氷見市の中心商業地の時代変化を業種構成から明らかにする。商店街を中央町，比美町，南中・本町の3つに分けて分析する。図3に1979年<sup>3)</sup>の店舗構成を，図4に2015年の土地利用を示した。また，表2，表3は各年の土地利用を実数と構成比で表したものである。

#### 1. 中央町商店街

中央町商店街では1967年に中央町防災街区造成事業を開始し，国の防災街区の指定を受けた。この事業により，中央町の建物は統一感のある外観となっている。1969年にはアーケードが完成した。防災街区としてアーケードの屋根に消火活動時に通れる通路が設置されている。

中央町商店街の1979年の区画数<sup>4)</sup>は85であり，店舗密度<sup>5)</sup>は80.0%である。業種構成比をみる

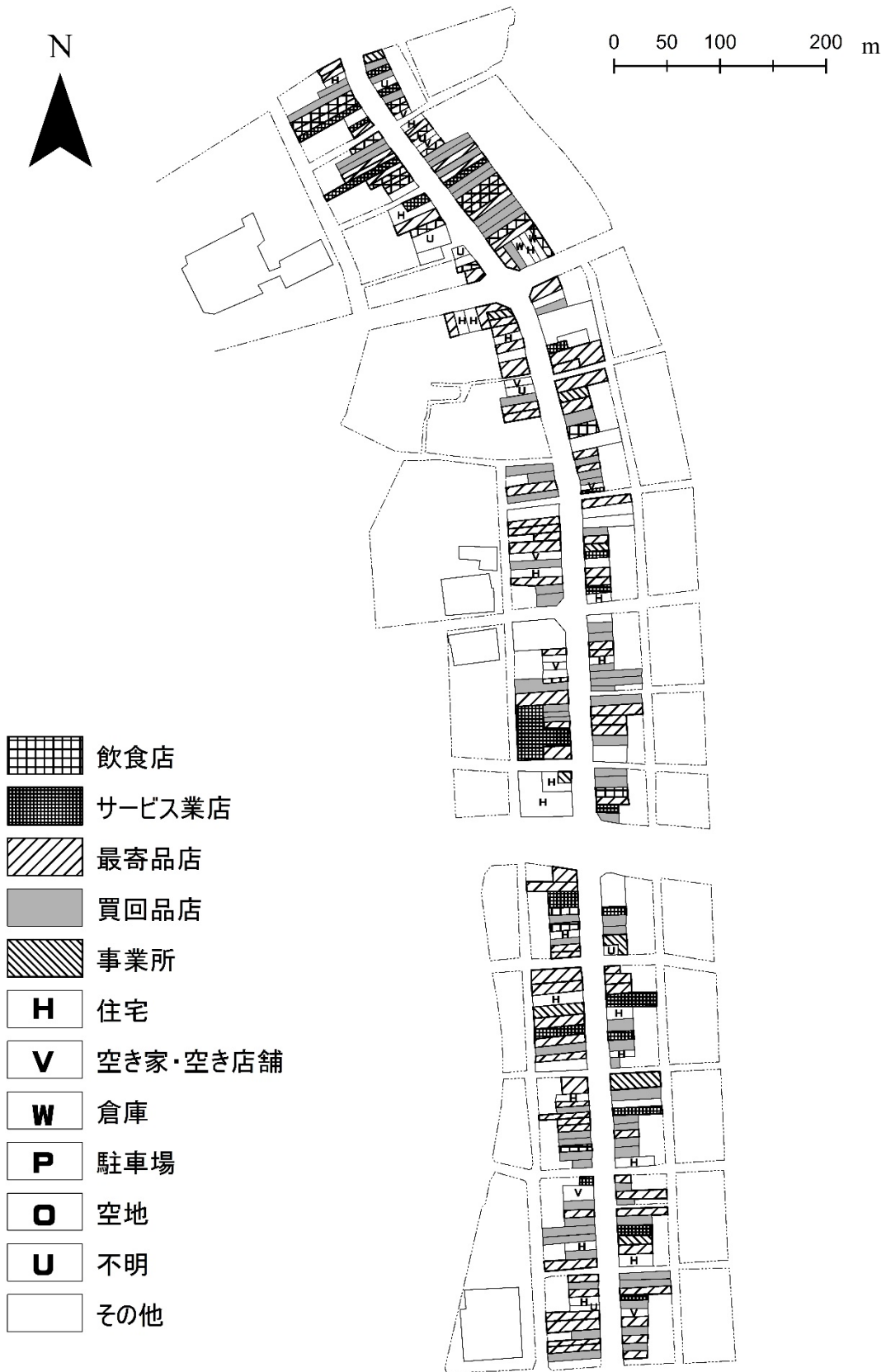


図3 1979年の氷見市中心商店街土地利用

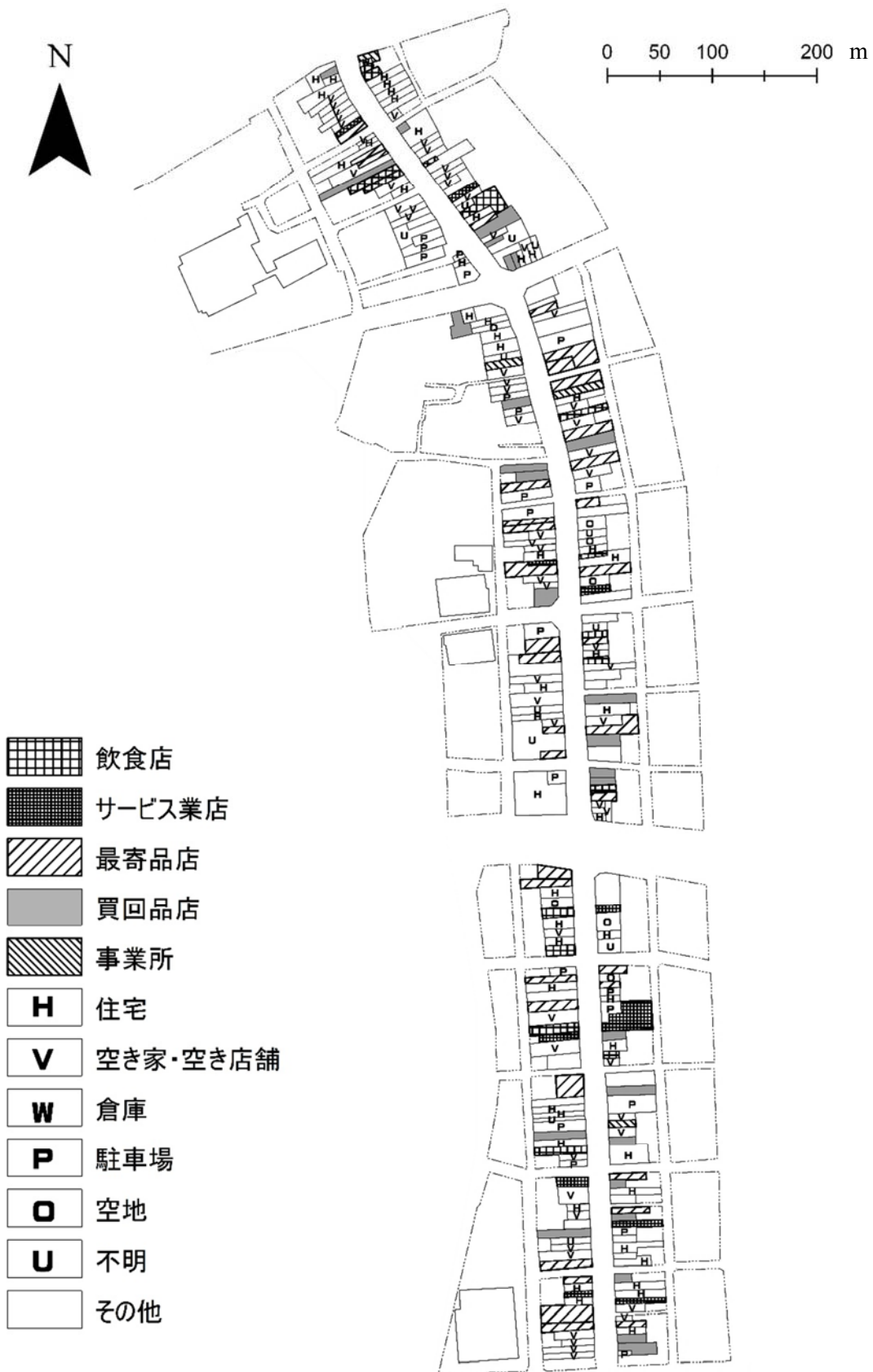


図4 2015年の氷見市中心商店街土地利用



表2 1979年の各商店街の土地利用

	中央町		比美町		南中・本町	
	区画数	構成比 (%)	区画数	構成比 (%)	区画数	構成比 (%)
買回品	17	20.0	27	30.7	35	35.0
最寄品	21	24.7	28	31.8	33	33.0
サービス業	7	8.2	6	6.8	9	9.0
飲食	17	20.0	3	3.4	3	3.0
事業所	3	3.5	3	3.4	4	4.0
住宅	7	8.2	5	5.7	9	9.0
空き家	1	1.2	4	4.5	2	2.0
倉庫	2	2.4	0	0.0	0	0.0
駐車場	0	0.0	0	0.0	0	0.0
空地	0	0.0	0	0.0	0	0.0
その他	6	7.1	11	12.5	3	3.0
不明	4	4.7	1	1.1	2	2.0
合計	85	100.0	88	100.0	100	100.0

(聞き取り調査、ゼンリンの住宅地図より作成)

表3 2015年の各商店街の土地利用

	中央町		比美町		南中・本町	
	区画数	構成比 (%)	区画数	構成比 (%)	区画数	構成比 (%)
買回品	6	7.4	9	10.3	10	9.8
最寄品	6	7.4	18	20.7	14	13.7
サービス業	2	2.5	2	2.3	7	6.9
飲食	7	8.6	4	4.6	5	4.9
事業所	1	1.2	2	2.3	4	3.9
住宅	22	27.2	17	19.5	22	21.6
空き家	22	27.2	13	14.9	15	14.7
倉庫	1	1.2	0	0.0	0	0.0
駐車場	4	4.9	8	9.2	12	11.8
空地	1	1.2	3	3.4	3	2.9
その他	6	7.4	7	8.0	7	6.9
不明	3	3.7	4	4.6	3	2.9
合計	81	100.0	87	100.0	102	100.0

(聞き取り調査、ゼンリンの住宅地図より作成)

と買回品店が20.0%、最寄品店が24.7%、サービス業店が8.2%、飲食店が20.0%であった。買回品店の中では衣料品店が29.4%、電化製品店が23.5%と他と比べて割合が高い。次に最寄品店では食料品店の割合が高く、最寄品店の38.1%を占めていた。また、他の商店街と比較すると飲食店の割合が高いことが特徴である。

一方2015年の段階では区画数は81に減少し、店舗密度は27.2%まで大きく減少している。空き家・空き店舗と住宅の増加が顕著であり、どちらも全体の27.2%を占め、構成比として最も高い。駐車場や空地の増加はほとんど見られないが、それは中央町商店街が建物としてブロックごとにまとめられているためだと考えられる。

2015年の店舗は買回品店、最寄品店ともに7.4%、サービス業店が2.5%、飲食店が8.6%となっている。現在営業している店舗は1979年時点でも営業しており、業種を変更していないものが多い。

## 2. 比美町商店街

次に比美町商店街であるが、ここには以前、中

町商栄会と湊町商栄会の2つの商店街組合があったが、両者が合併して比美町商店街となった<sup>6)</sup>。

比美町商店街では1992年よりまんがを生かしたまちづくりを進めており、氷見出身の藤子不二雄 Aの協力によりモニュメントやからくり時計が設置されている。

1979年の構成比をみると、買回品店が30.7%、最寄品店が31.8%、サービス業店が6.8%、飲食店が3.4%となっている。最寄品店のうち食料品の構成比が最も高く、46.4%になった。また、比美町商店街には、今回取り上げた範囲に存在する銀行の5店舗中4店舗が存在することがあげられ、氷見市の中でも中心性の高い商店街である。店舗密度は83%である。

一方2015年では区画数は87、店舗密度は40.2%となっている。住宅が19.5%、空き家・空き店舗が14.9%を占めている。構成比は買回品店10.3%、最寄品店20.7%、サービス業店2.3%、飲食店4.6%である。唯一飲食店が増加した以外は軒並み低下している。特に、買回品店の割合は大きく減少し、最寄品店が中心の商店街へと変化した。

## 3. 南中・本町商店街

最後に南中商店街、本町商店街であるが、両商店街は隣接しアーケードがつながっており統一感があることからまとめて扱う。ここは氷見市の商店街の中で最も早い1961年にアーケードが作られた<sup>7)</sup>。

南中・本町商店街の1979の構成をみると買回品店が35.0%、最寄品店が33%、サービス業店が9.0%、飲食店が3.0%であった。買回品店で最も割合が高いのは衣料品店の34.4%、最寄品店では食料品店の24.2%だった。南中・南上商店街の特徴としては生命会社や建設業の事務所が複数あること、他の商店街にはない骨董品店や新聞店があることがあげられる。また、住宅の割合が最も高く9.0%であった。しかし、空き家や倉庫が少ないため店舗密度は最も高い84.0%となっていた。

2015年の区画数は102となり、店舗密度は39.2%になった。他の商店街と同様に住宅や空き家の割合が増加した。特徴的な点は他の商店街よりも駐

車場、空地の割合が高いことである。駐車場が11.7%、空地が3.0%を占めている。特に駐車場は2、3軒分の店舗の跡地をまとめて一つの駐車場にしていることから、駐車場の占める割合は増加する。

#### IV 中心商業地変化の要因

Ⅲで1979年と現在の商店街の店舗構成を比べたが、ここでは商店街がそのように変化した要因を探る。そこで、比美町商店街を事例に検討したい。比美町商店街の土地利用の変化を表したものが図5である。比美町商店街を事例として選定した理由は、4つの商店街の変化の傾向が同じであり、その中で比美町商店街の経年変化が最も詳しく判明したためである。なお、各年の区画の合計数にばらつきがあるのは2つの区画が1つになるなどの変化があるためである。

グラフを見ると1979年から2015年にかけて年々商店のある区画が減少し、住宅や空き家、駐車場といった非商店の区画が増加することが分かる。特に買回品店の減少が著しく、1979年には27区画あったのが2015年では9区画にまで減少して

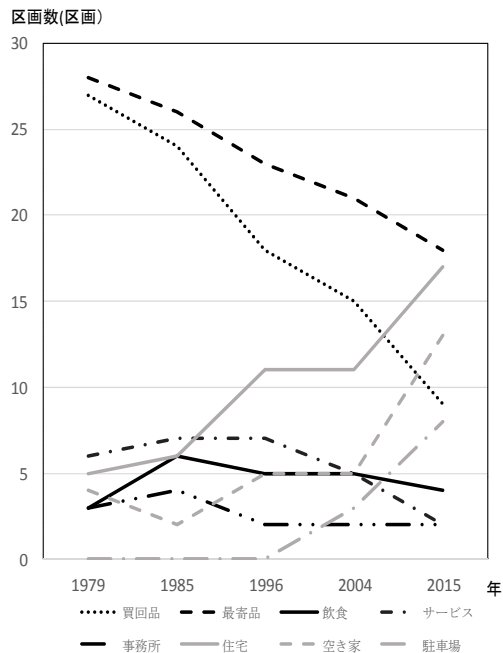


図5 比美町商店街の土地利用変化  
(聞き取り調査、ゼンリンの住宅地図より作成)

いる。一方、最寄品店も減少しているとはいえ買回品店ほどではない。また、サービス業店も1979年の半数以下に減少している。それに対して住宅は1985年から1996年と2004年から2015年の間に大きく増加している。また、空き家・空き店舗も2004年から2015年にかけて大きく増加している。

1985年から1996年にかけて非商店化が進んだ要因の一つは主に国道160号線バイパスの開通によりロードサイド型の大規模小売店が増加したことが挙げられる。1985年の段階ではロードサイド型店舗は46店舗だが、1996年では69店舗と1.5倍に増加している。また、これらの店舗は大型の駐車場を備えているのに対し、商店街ではほとんどの店舗が駐車場のためのスペースを持っておらず、モータリゼーションに対応できなかった。商店経営者は駐車場の必要性を認識しているものの、商店街利用者が使える駐車場は比美町に一か所あるだけである。経営者の中には駐車場が備わった店舗を設置するために商店街からロードサイドに店舗を移転させたものもある。

2004年から2015年にかけても商店が大きく減少し、住宅や空き家が増加しているが、これは聞き取り調査により店舗経営者が亡くなったことでそのまま廃業するケースや、高齢の経営者が病気にかかったり、けがをしたりしたことをきっかけに廃業するケースが多いことが分かった。この間に廃業した店舗のうち、その理由がわかったのは8店舗であるが、うち5店舗がそうした理由によるものだった。

既存の研究でもモータリゼーションや商店主の高齢化を商店街衰退の要因としており(大石ほか, 2011; 川瀬ほか, 1998), 氷見の商店街についても既存の研究と同様の指摘ができる。

#### V おわりに

本研究では氷見市中心商店街の変化を店舗構成の変化の要因の解明を試みた。氷見市の中心商店街は古くから氷見市の市街地に位置していたが、国道160号バイパスの開通、ロードサイド型店舗

の進出により、大きな影響を受けた。モータリゼーションに対して駐車場の整備の必要性を感じつつも有効な対策はできず、駐車場を求める商店はロードサイドへ移転した。さらに近年では商店主の高齢化による商店の閉鎖も目立つようになった。現在の氷見市中心商店街の店舗構成を見ると、食料品店や薬局といった買回品店が多い。こうした業種は近隣の住民を利用者として想定している。しかし、これらはロードサイド型の大規模小売店と競合するため、より多くの商品を扱う大規模小売店へ消費者は流れる。そのため、より専門性を高め大規模小売店ではカバーできない商品を扱う、きめ細かなサービスを行うなどの工夫が必要となる。

また、比美町商店街、中央町商店街では氷見市出身の藤子不二雄<sup>④</sup>の作品に登場するキャラクターを使用してまんがによるまちづくりを行っている。その核となる集客施設である氷見市潮風ギャラリーが2008年の開館後2015年5月に来館者数10万人を突破したように、一定の観光客を集めることには成功している。今後は呼びこんだ観光客をいかに購買行動に結びつけるかということも課題となる。

本稿の作成にあたり、調査にご協力いただいた商店街の皆様、氷見市商工会議所の皆様、氷見市役所の皆様には大変感謝しております。末筆ではございますが、心から御礼申し上げます。

## 注

- 1) 山鹿(1956)より。
- 2) 氷見百年史より。
- 3) 1979年は氷見初の第一種大規模小売店が開業した翌年である。
- 4) 1979年は『氷見市住宅地図昭和54年』(日興出版富山販売)、2015年は『ゼンリン住宅地図氷見市2015』

(ゼンリン中部支社)に基づく。

- 5) 店舗密度は商店数を各調査対象地の総区画数で除したものである。
- 6) 2010年6月合併。
- 7) 氷見市史(1963)より。

## 文献

- 五十嵐篤 1996. 富山市における中心商店街の構造変化—経営者意識との関連性を含めて—。人文地理 48:468-481.
- 牛山通高 1991. 地方小都市における商業の変容—長野県須坂市の場合—。新地理 77-3:1-22.
- 大石貴之・津田憲吾・常木正道・神谷隆太・財津寛裕・巖婷婷 2011. 須坂市中心商店街における商業機能の変容と商店の対応。地域研究年報 33:177-195.
- 椎木沙織 2012. 『氷見市におけるまんがを生かしたまちづくりと観光化への課題』富山大学2011年度卒業論文。
- 川瀬正樹・村山祐司・藤永豪・渡辺康代・岩間信之・兼子純・鄭美愛・田中耕市 1998. 常陸太田市における商業地域構造の変容。地域調査報告 20:1-42.
- 桑島勝雄 1964. 業種構成からみた都心商店街の発展過程。地理学評論 37:23-34.
- 杉村暢二 1968. 中心商店街の業種構成と配置。地学雑誌 77-3:166-174.
- 氷見市史編集委員会 1963. 『氷見市史』氷見市役所。
- 氷見市史編纂委員会 2006. 『氷見市史2 通史編 近・現代』氷見市。
- 氷見商工会議所 1997. 『氷見商工名鑑1997年版』氷見商工会議所。
- 難波田隆雄 2006. 企業合理化に伴う企業城下町の中心商業地の変容。地理学評論 79-7:355-372.
- 根田克彦 1989. 大規模小売店の立地を契機とする周辺商業地の変化—釧路市新橋大通商店街を例に—。東北地理 41-3:148-159.
- 山鹿誠次 1956. 千葉市の商店街。地理学評論 29-3:170-180.

# 氷見市における中心商店街の位置づけの変化

竹村 優希

TAKEMURA Yuki

全国の商店街を取り巻く環境は、近年、大型商業施設の進出などの要因により依然として厳しい状況が続いており、氷見市もその例外ではない。しかし、商店街が消えてしまうと、購買場所としての機能だけでなく、それに依拠しているまちの他の機能なども衰退してしまう。そこで、本研究では氷見の人々にとって中心商店街の位置づけが時代とともにどのように変化してきたのかを明らかにすることを目的として、氷見市の商業について文献調査や住民に聞き取り調査を行った。その結果、大型スーパーなどが増加し、そのような店舗で一度に買い物を済ませる形が主流となった今、商店街は購買場所としては補助的な存在となっているが、それ以外の目的で商店街を訪れており、コミュニケーションの場としての役割が中心となっていることが明らかとなった。

キーワード： 中心商店街，商業，購買行動

## I はじめに

### 1. 問題の所在

近年、全国の商店街を取り巻く環境は、大型商業施設の進出やインターネット販売などによる購買機会の多様化、中心市街地の人口減少などの構造的な要因により、厳しい状況が続いている。株式会社アストジェイ（2013）によると、商店街の景況は「繁栄している」が1.0%、「衰退している」が43.2%であった。商店街への来街者数も「減った」という回答が72.6%で最も多かった。1970年代から氷見市にも大型スーパーが進出し、それとは対照的に商店街には空き店舗や老朽化した店舗が目立ち、魅力ある独自性を持った店舗が少なくなっている。大型スーパーが進出したり、郊外型のロードサイドショップが氷見市内にも立地したことから、住民の多くは自動車アクセス可能で、多様な商品の揃う、ロードサイドショップなどを商店街以上に利用するようになっていく。商店街の利用者が減ると、商品を販売する場所としての商店街が機能しなくなり、消費を支える場所ではなくなってしまう。しかしながら、商店街が消えてしまうと、商店街に依拠しているまちの他の機能なども衰退してしまう。どのようにすれば消費者に支えられた商店街が運営できるのだろうか。

### 2. 既存研究

商店街やロードサイドショップなど消費の場所と消費者との関係に関しては様々な分野からの研究が見られる。例えば地理学であれば、戸所（1981）は草津地域を例に大型店の進出と購買行動の変化について検討した。その結果、大型店が街化し、他方で一般的にみて商店街は大型店への通過地・補助的な存在になりつつあるということが分かった。そして、近郊都市化地域の購買行動が大型店の進出によって大きく変化しているとした。建築学の分野では、商学協働による商店街活性化の取り組みのひとつである市民協働型店づくりについての研究（吉成ほか 2003）や、商店街再開発と住民の購買行動の変容についての研究（石原ほか 1969）などがある。

### 3. 研究目的

大型スーパーの進出、ロードサイドショップの立地、そして商店街の商業機能の相対的な低下など、商業環境が氷見市でも変化した。そこで、氷見市の商業と氷見の人々の購買行動の時代変化を調査し、氷見の人々にとって、中心商店街の位置づけがどのように変化してきたのかを明らかにすることが研究目的である。

## II 調査対象概要並びに調査方法

本研究の調査対象である氷見市中心商店街は、北から中央町、比美町、南中、本町の順に連なる4つの商店街を指す(図1)。中央商店街には他の商店街と比べて飲食店が多く、比美町、本町商店街にはスーパーや化粧品店、CDショップなど様々な業種の店舗が見られる。また、中心商店街では年2回、各商店街の参加店が100円あるいは500円で商品を販売したり、スタンプラリーを行う百縁笑店街というイベントを開催している。そして、比

美町商店街にあるまちなかのぎわい創出の拠点として空き店舗を改装して整備された潮風ギャラリーでは、保育園児が描いたぬりえ展を開催するなど商店街への来街を促進するような様々な取り組みを行っている。

まず本研究では氷見市の商業環境の変化について、特に商店街内部の変化と郊外の大規模店の出店の関係を氷見市史や住宅地図などの文献資料をもとに整理した。次に住民にとっての商店街の位置づけの変化を調査するために、住民に対する聞き取り調査を実施した。

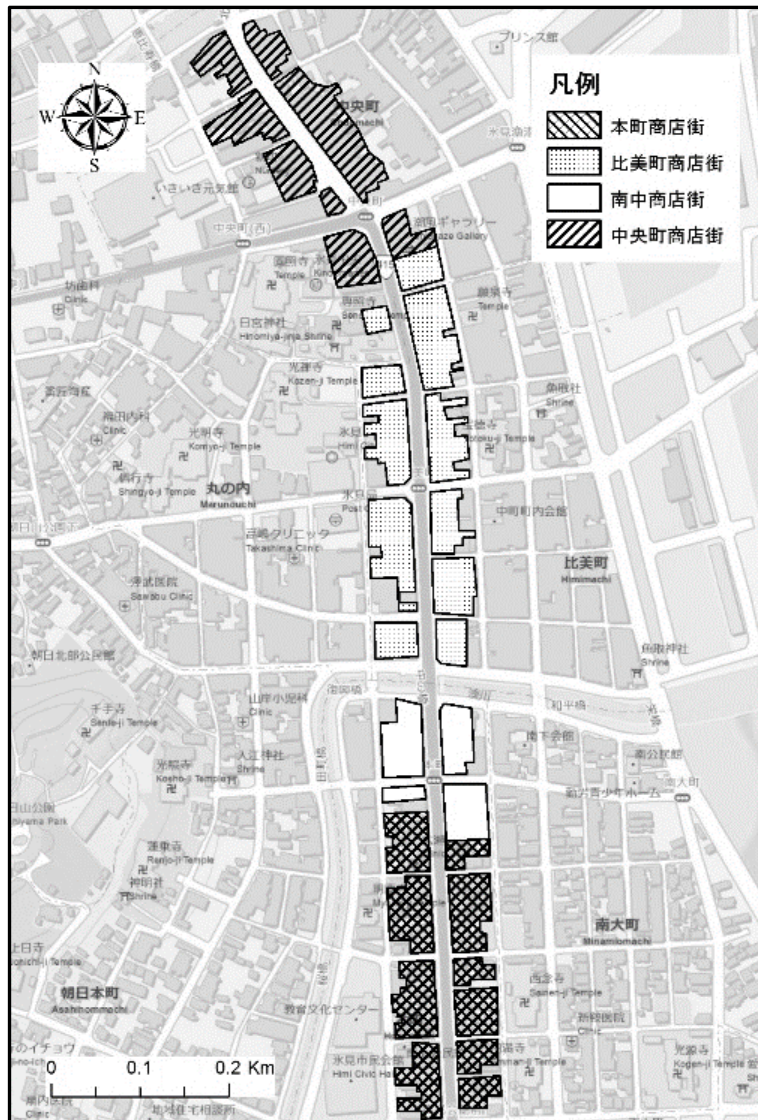


図1 氷見市中心商店街の位置  
(住宅地図により作成)

### III 調査結果

#### 1. 氷見市の商業について

1970年に氷見市初の大型スーパーである、トーカマート・プラザ氷見店が開業した。このトーカマート・プラザ氷見店は衣料品部門を直営し、食料品や家庭用品、玩具などの四業者がテナントを出店する形で運営された。立地は湊町商店街（現在の比美町商店街）のなかに位置し、周辺に駐車場がないことから1977年には国道160号線バイパス沿いの郊外への移転計画が出され、翌年の10月に鞍川地内で開店した。そして、同じ年の11月には幸町にハッピータウンという食品スーパーや衣料品店、ドラッグストアなどがある複合店舗が開店した（図2）。現在、トーカマート・プラザは無

くなってしまったが、ハッピータウンは残っており、近所の住民によく利用されている。

また、予備調査で商店街を利用する人が少なくなった理由として「バイパスができたから」という回答が多かったが、そこで、国道160号線バイパス沿いの店舗の立地状況の変化を見てみると、全線開通した1996年以前にもプラファなどの大型店が立地していた。その後、時代の変化とともに店舗の種類も数も増えてきている（図3, 4, 5）。しかし、初めて大型スーパーができた1970年から10年後の1980年と2015年の住宅地図を見比べてみると、1980年の地図にあって2015年の地図にもある店は中央町商店街に47店舗中19店舗、比美町商店街に55店舗中34店舗、南中・本町商店街に64店舗中28店舗であった（図6）。このように

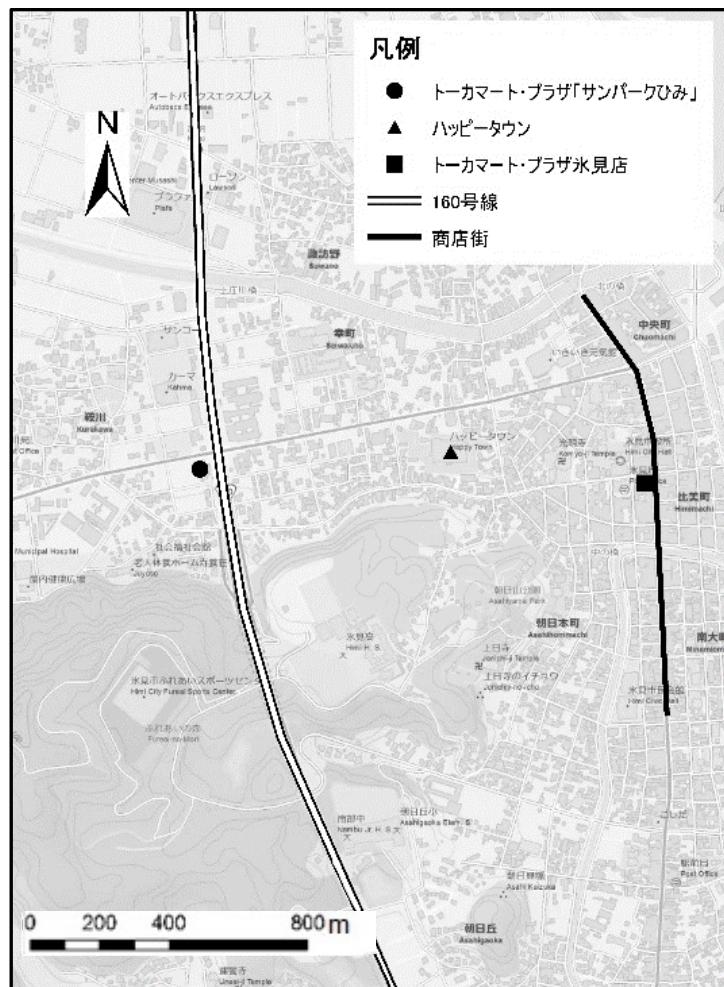


図2 1970年代に開店した大型スーパーの位置

(住宅地図により作成)

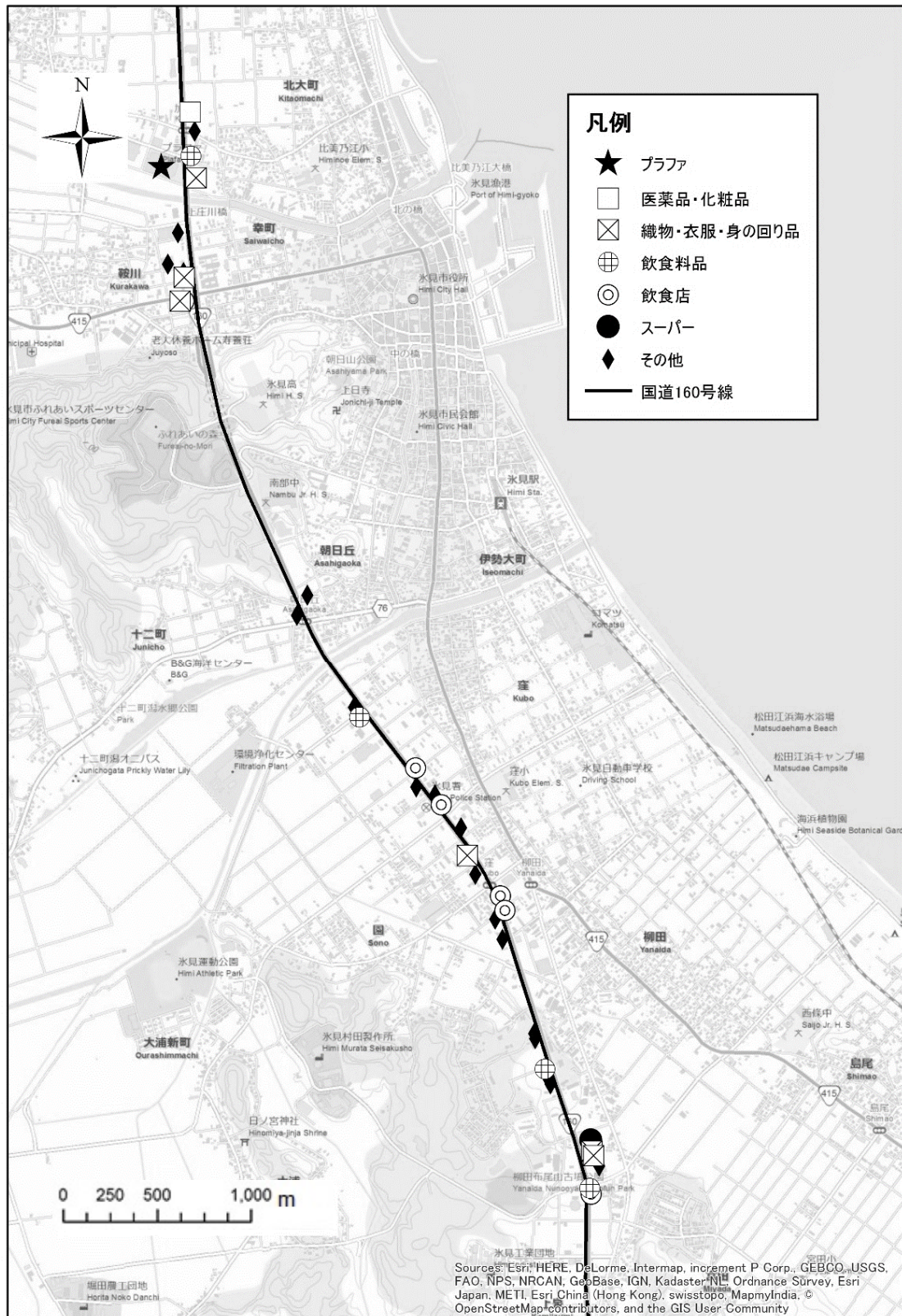


図3 1996年の国道160号線バイパス沿いの小売店と飲食店の立地状況

(住宅地図により作成)

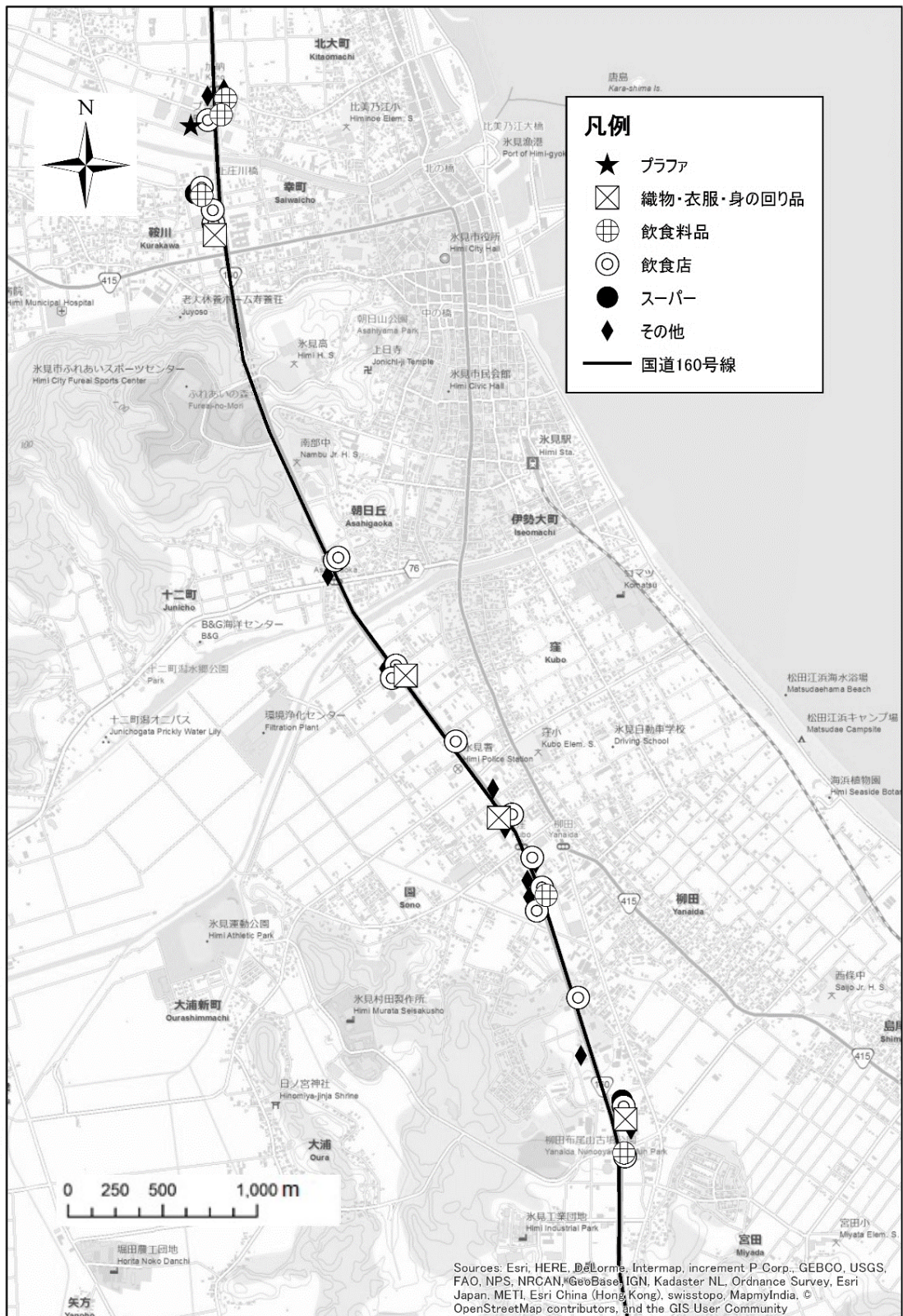


図4 2004年の国道160号線バイパス沿いの小売店と飲食店の立地状況

(住宅地図により作成)



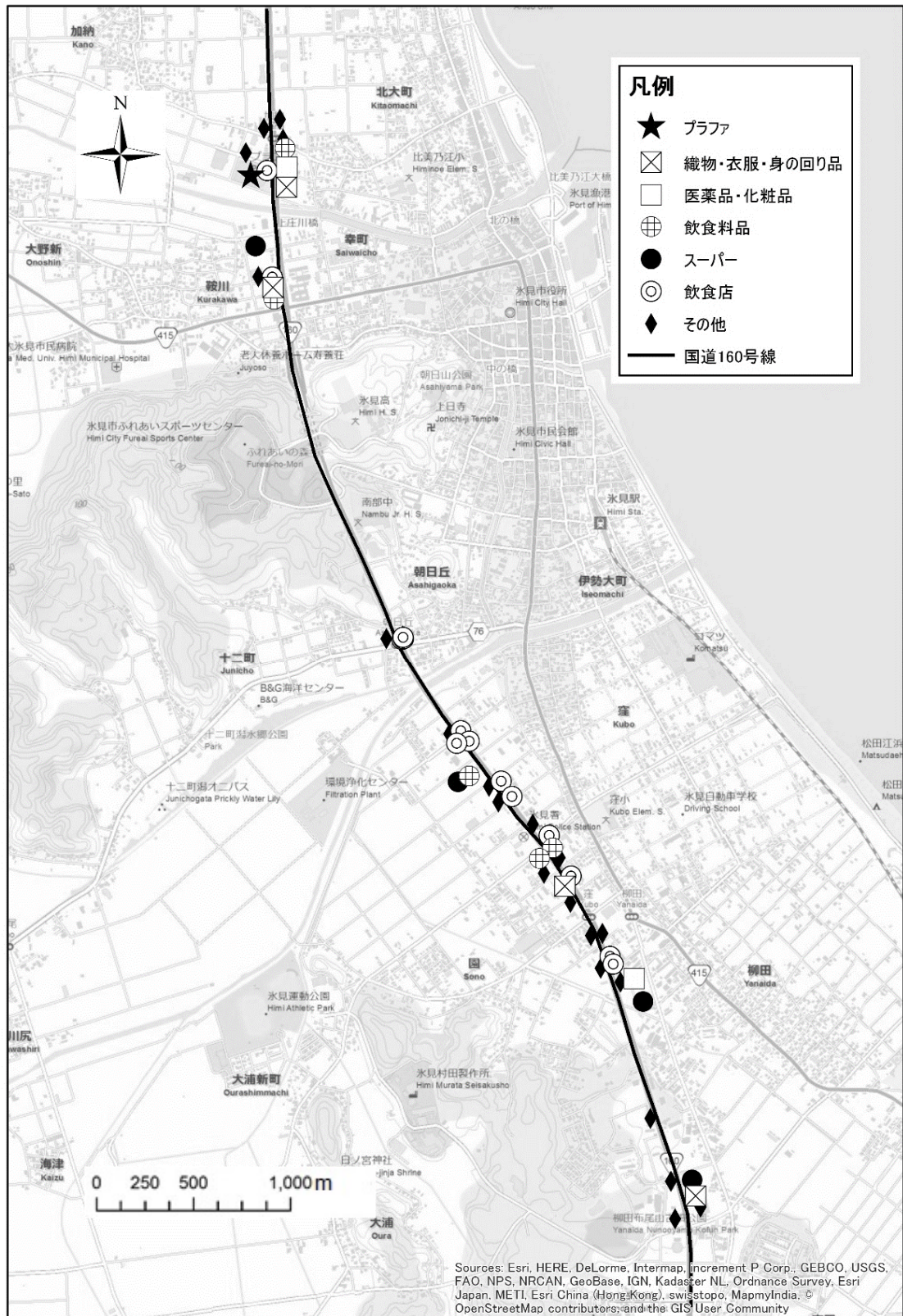


図5 2015年の国道160号線バイパス沿いの小売店と飲食店の立地状況

(住宅地図により作成)



図6 1980年と2015年の地図に見られる小売店・飲食店

注：枠線だけの部分は民家や駐車場などであり，店舗ではない。

(住宅地図により作成)

表1 聞き取り調査回答者の属性

	年齢	性別	住所	家族構成	免許の有無
A	70代	女	地蔵町	3世代同居	無
B	70代	女	窪	夫	有
C	70代	女	幸町	子ども夫婦, 孫	有
D	60代	女	比美町	夫	無
E	70代	女	地蔵町	1人	無
F	70代	女	仕切町	3人	無
G	60代	女	上田子	1人	有
H	70代	女	中央町	1人	有
I	60代	男	宮田	1人	無

(聞き取り調査より作成)

ロードサイドショップや大型スーパーができる一方、各商店街を構成する店舗は減っていることがわかる。

## 2. 聞き取り調査

住民にとっての商店街の位置づけを調査するために「まちなかサロンひみ」にて聞き取り調査を実施した。「まちなかサロンひみ」は三世代交流や子育て支援など、地域福祉を担う拠点として商店街の空き店舗を利用した施設で、1階にはカフェコーナーがあり、地元住民や観光客の憩いの場となっている。回答者は8名であり、女性7名、男性1名であった。また、自宅訪問によって女性1名にも聞き取り調査を実施した(表1)。質問内容は、現在よく買い物に行くのはどこか、昔よく買い物に行っていたのはどこか、そしてその理由である(表2-1, 2-2)。

現在、よく買い物に行く場所として9人中6人が幸町にあるハッピータウンを回答した。その6人の居住地は残りの3人よりも比較的ハッピータウンに近く、ここをよく利用する理由としても「家から近いから」という回答が多かった。そのほかには、「何でもそろっているから」、「自分の好きな商品を選べるから」という理由や、「(自家用車で行くため)駐車場があるから」と答えた人もいた。また、ハッピータウンによく行くと答えた6人のうちDさんは比美町に居住するが、商店

街では買い物をしないと回答していた。そして、居住地がハッピータウンから比較的遠いBさんとGさんは近所のスーパーをよく利用すると回答していた。

一方、昔はどこで買い物をしていたかという質問に対しては、近所のスーパーや個人商店を多くが回答していた。近所のスーパーなどから少し離れたハッピータウンに行くようになった理由として、10年ほど前からやハッピータウンができてから(38年前)など時期には多少ばらつきはあるが、近隣の店舗がなくなったからという回答が多かった。

商店街での購買行動は、昔から利用し今でも利用している店があるという回答者や、決まったものを買いに行くという回答がみられた。また、「車を運転できるうちはいいけど、できなくなったときに商店街のお店がないと困る」という声や、「商店街のお店は(値段が)高い」といった声があった。

## IV おわりに

大型スーパーや郊外型のロードサイドショップが増加し、買い物をする店舗の選択肢も増加するなかで、戸所(1981)は「購買行動は大型店の進出によって大きく変化してきている」と指摘しているが、それ以外の要因もある。高齢化の進行や

表 2-1 聞き取り調査の結果(回答者 A~F)

回答者	年代	店舗名と買い物するもの	その店舗に行く理由	移動手段	その他
A	現在	ハッピータウン, アルビス(食料品), アオキ(生活雑貨) 商店街の店舗(衣料品)	近い, 駐車場あり, 品揃え	自家用車, 自転車	10年前からハッピータウンで買い物をする
	過去	近所の店舗(食料品, 生活雑貨, 衣料品)	近いから	徒歩	
B	現在	午房商店, アルビス, コンビニ(食料品) 宮保商店(衣料品, 生活雑貨)	家からは遠いが好きなものを買えるから, 家のそばに希望の商品を取り扱う店が無いから	自家用車	15年ほど前から
	過去	近所の店舗(食料品など)	近いから	徒歩	
C	現在	ハッピータウン(食料品, 衣料品)	品揃え	自家用車	ハッピータウンができてから
	過去	近所の店舗(食料品)	近いから	徒歩	
D	現在	ハッピータウン(食料品, 衣料品)	品揃え, 近い	自転車	
	過去	ハッピータウン(食料品, 衣料品)	品揃え, 近い	自転車	
E	現在	ハッピータウン, K マート(食料品)	近いから	自転車	洋服はあまり買わない, 商店街の店は高い
	過去	近所の店舗(食料品)	近いから	徒歩, 自転車	約50年前は近所に店があった
F	現在	ハッピータウン, サンコー(食料品), 商店街の店舗(薬, 魚, 肉)	近い, 希望の商品がある, 魚をさばいてくれる, 新鮮なものが買える	自家用車	
	過去	近所の八百屋, K マート(食料品)	近い, 仕事おわりに行っても開いていたから	徒歩, 自家用車	

(聞き取り調査より作成)

表 2-2 聞き取り調査の結果 (回答者 G~I)

回答者	年代	店舗名と買い物するもの	その店舗に行く理由	移動手段	その他
G	現在	大阪屋ショップ (食料品), ウエルシア (生活雑貨), イオン高岡, アピタ砺波店, イオン御経塚 (衣料品), 商店街の店舗 (CD)	慣れている, 近い	自家用車	本町商店街によく訪れる, 大阪屋ショップができてから (10年ほど前) 行くようになった
	過去	近所の個人商店 (食料品), 商店街の店舗 (食料品, お菓子)	近いから	徒歩, 自家用車	
H	現在	ハッピータウン (食料品), 富山市にある友人の店 (衣料品), 高岡大和 (生活雑貨) 商店街の店舗 (魚)	近いから	自家用車, 徒歩	
	過去	スーパー	仕事場へ行く道沿いにあったから	自家用車	
I	現在	食材宅配サービス		徒歩, 自転車	スーパーなどにはほとんど行かない
	過去	近所のスーパー (食料品)	近いから	徒歩, 自転車	

(聞き取り調査より作成)

商店街の店舗の後継者がいないために、商店街などまちなかにあった個人商店が閉店してしまったために、消費者の購買先が変化したことが聞き取り調査から明らかになった。そして、そのような氷見の人々にとっての氷見市中心商店街の位置づけは、昔は買い物の場として捉えられていたのが、今ではそれが補助的になっており、コミュニケーションの場が中心となっていると考えられる。なぜならば、聞き取り調査によると、近所の店から大型店に買い物に出かけるようになった今でも、昔から行きつけの場所に通っているという回答が多いからだ。また、商店街では買い物をしないという人でも、商店街の一角にあるコミュニティスペースをよく利用している。さらに5年ほど前から、

氷見市商店街連盟が主催する商店街への来街を促進するイベントも年2回行われており、実際にそのイベントを利用して多くの人々が商店街に足を運んでいるからだ。しかし、昔のように商品を販売する場所としての商店街に戻すような取り組みは見られず、商店街に来ても買い物をするという行動には繋がっていないことがわかった。

氷見市において自家用車を所有する人が増加し、大型店で一度に買い物を済ませる形態の買い物が主流となった今、中心商店街は購買場所としては補助的な存在になっている。しかし、将来移動手段が限られたときに利用せざるを得なくなったり、今後もコミュニケーションの場として利用していくためにも商店街を維持していくことは重要であ

る。そのためには商店街に来た人が買い物をしていくようになる取り組みや、商店街の店舗が閉店してしまうのを防ぐ取り組みを行うことに力を入れていく必要がある。

本稿の作成にあたり、調査にご協力いただいた氷見市役所の皆様、氷見商工会議所の皆様、まちなかサロンひみの皆様、中心商店街周辺の住民の皆様には大変お世話になりました。末筆ではありますが、心より御礼申し上げます。

## 文 献

- 株式会社アストジェイ 2013. 平成 24 年度中小企業庁委託事業 平成 24 年度商店街実態調査報告.  
<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2013/0329Jittai1.pdf> (最終閲覧日: 2015 年 12 月 5 日) .
- 戸所隆 1981. 近郊都市化地域における大型店の進出と購買行動の変化－草津地域を例に－. 人文地理 33(3): 18-38.
- 氷見市 2012. 第 8 次氷見市総合計画(本編)第 2 編 前期基本計画 第 3 章 第 5 項 中心市街地の活性化.  
<http://www.city.himi.toyama.jp/ct/other000008000/5keikaku-kihon3.pdf> (最終閲覧日: 2016 年 1 月 26 日) .
- 氷見市史編さん委員会編 2006. 『氷見市史 2 通史編 二 近・現代』氷見市.
- 氷見市ホームページ <http://www.city.himi.toyama.jp/> (最終閲覧日: 2015 年 12 月 8 日) .
- 藤子㊦ワールド 忍者ハットリくんに出逢える街 氷見市比美町商店街 <http://fuzikoworld.com/> (最終閲覧日: 2015 年 12 月 7 日) .

# 氷見市における水田・里山放牧の成立要因

将積 由花

SHOJAKU Yuka

近年、中山間地域における耕作放棄地の拡大が問題となり、全国で様々な対策が行われるようになった。本研究では、対策の一つである水田・里山放牧に焦点を当て氷見市における実施主体ごとにみた水田・里山放牧の成立要因を解明した。連携方法の違いで分類すると集落、組合との連携があった実施主体では成立要因として集落、組合と連携を盛り込んだ補助事業があったこと、放牧地が集落、自治体から確保できたことが明らかになった。

**キーワード：**水田放牧，里山放牧，耕作放棄地，中山間地域，氷見市

## 1 はじめに

近年、中山間地域の抱える問題の一つとして耕作放棄地の拡大が大きく取り上げられるようになった。その原因として、農地の大半が傾斜地による圃場整備率の低さなどから生じた耕作条件の悪さを抱えているほか、担い手である農業人口の減少、高齢化、後継者不足と水田の転作や休耕、農業収益の低下が指摘されてきた（木村 1981；長嶋 1996；蔦谷 2003；高嶋ほか 2003；稲垣 2009）。耕作放棄地の拡大は、耕作放棄地を再度農地利用することを困難にし、農村景観の悪化、鳥獣被害の発生、ゴミの無断投棄、火災発生の原因となる可能性も示唆されてきた（川久保 2001；長嶋 2010）。

こうした耕作放棄地の対策として粗放管理という考え方がある。土地生産性や利用率の低い農地に対し投下労働力を抑えながら農地を管理するものである。有田ほか（2000）は農地に対して保全的かつ省力的に管理が行えるため、生産調整、環境保全、持続的農業などの実現手段の一つとして、粗放管理を位置づけた。粗放管理の手法としてあげられるのは、主に耕起や草刈り、放牧である（神田 2010）。この中で粗放管理としての放牧は水田・里山放牧とされ、山口県にて始まった山口型放牧を皮切りに 1990 年代から中国・九州地方の中山間地域でみられるようになり、現在では多くの

地域で取り組まれている<sup>1)</sup>。水田・里山放牧とは、耕作放棄地で繁殖牛を放牧することとされる。前者は水田、後者は山林でおこなう放牧をさす。これらによって、獣害の抑制や景観保全、飼料費や労力の軽減が可能となる<sup>2)</sup>。

では水田・里山放牧を成立させるためにはどのような要因が考えられるのだろうか。島根県大田市における里山放牧をとりあげた川久保（2001）は、里山放牧の活性化の背景として遊休農地の拡大や中山間地域支払制度などの補助事業が導入されたことをあげ、候補地条件が合わないことが繁殖牛の中規模農家への放牧導入・拡大のネックとなっているとしている。また、山口県長門市油谷地区における水田放牧をとりあげ放牧事例ごとに実施主体を類型化することの重要性を示唆する神田（2010）は、繁殖牛農家における放牧普及要因として低コストでの放牧施設整備を可能とする補助事業、放牧地確保の支援、地域リーダーの存在をあげている。その上で神田は、土地持ち非農家をうまく放牧利用に結び付けるシステム構築の形成に積極的な考えを示した。

しかし、これら既存の研究は対象として繁殖牛農家が放牧と始めた事例をとりあげたものばかりであり、畜産に新規参入した農家や組合・集落が放牧をおこなった事例などはとりあげられていない。そこで本稿では、様々な実施主体が水田・里山放牧をおこなっている氷見市を事例に、水田・

里山放牧を成立させた要因を放牧地の確保、補助事業の2点に注目して解明することを目的とする。

## II 研究対象地域と研究方法

氷見市は富山県の北西に能登半島の付け根に位置する。海側に向かって広げた五指に喩えられるようにその西側には石川県との県境をなす宝達丘陵を擁し、この丘陵地帯から東の富山湾に向かって尾根と谷筋が交互に伸びる地勢を特徴とする。氷見市の市域の大半は中山間地域であり、人々は谷あいの僅かな傾斜地や平坦地に村を拓いて農林漁業で生活してきた。その一方、農業従事者の高齢化によって耕作放棄地の拡大が進んでおり、各営農組合や自治体で様々な対策が取られている<sup>3)</sup>。

耕作放棄地対策として氷見市に放牧が導入されたのは2004年のことである。それ以降、現在に至るまで12ヶ所で放牧がおこなわれてきた。神田(2010)を参考にそれぞれの事例を実施主体別で類型化したのが表1である。放牧の実施は、個々の農家がおこなう場合と集落・組合でおこなう場合の二つがあげられる。前者は神田(2010)において実施主体別の類型化をおこなった際、単一農家と定義されている。単一農家には耕種農家と畜産

農家があり、後者は実施主体である集落・組合に畜産農家が含まれている場合と、耕種農家のみで実施されている場合とがある。氷見市でおこなわれた水田・里山放牧のうち、小窪、北八代の対象者は単一・耕種農家であり、それぞれをNo.1, No.2とした。一方、土倉を始め多くの事例をおこなっている対象団体は組合・畜産農家であり、それをNo.3とした。それぞれの実施主体が運営している放牧地は図1に示した通りである。

本研究では、三つの実施主体であるNo.1とNo.2、そしてNo.3については代表者2名に市役所を通じて連絡を取り、聞き取り調査を実施した。質問内容は、放牧導入した補助事業や放牧地の確保の2点を中心にした。そのうえで、単一・畜産農家に対して放牧の成立要因を調査した神田(2010)の結果と、筆者が聞き取り調査から得た知見を比較していくことで、単一・耕種農家、組合・畜産農家の主体ごとにみた放牧の成立要因を分析する。なお、角間、布勢の実施事例については、今年度から経営が始まったばかりであったため調査対象から省いた。

## III 調査結果

表1 実施主体からみた氷見市における水田・里山放牧の実施地の放牧状況(2015年)

No.	区分	実施地	飼養頭数	実施面積(a)	放牧開始年	備考
1	単一・耕種農家	小窪	2	160(借60)	2004年	2014年に放牧終了
2	単一・耕種農家	北八代	4	200	2011年	放牧地は個人の私有地であり管理も個人で行う
3	組合・畜産農家	土倉	—	—	2006年	2008年熊無に牛舎できたため終了 牛舎付近組織保有の土地を放牧
		熊無	10	200	2008年	
		寺尾	—	70(借70)	2009年	
		久目	—	100(借100)	2009年	
		長坂	2	100(借100)	2011年	
		吉懸	2	150(借150)	2015年	
		懸札	4	200(借200)	2015年	
4	単一・畜産農家	中村	2	160(借160)	2015年	2014年に放牧終了
		角間	2	150	2015年	
5	集落・耕種農家	布勢	2	120	2015年	

実施面積欄のカッコ内の「借」は、借地面積を差す。

表中の—は不明。

(葛谷(2003), 神田(2010), 聞き取り調査をもとに作成)。



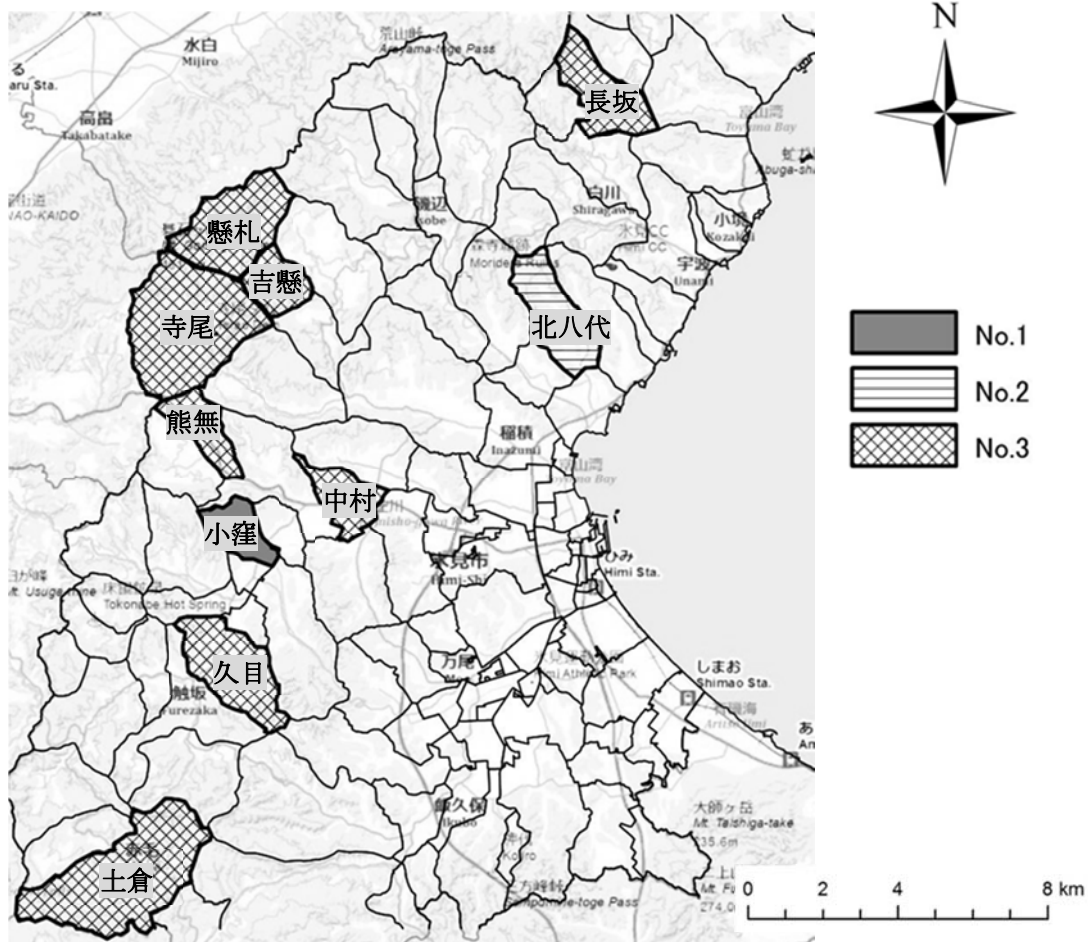


図1 氷見市における水田・里山放牧の分布

(聞き取り調査により作成)。

### 1. No.1

No.1が放牧を開始したのは2004年で、氷見市では最初の実施例であった。以降、2014年に至るまで11年間にわたって水田放牧をおこなった。放牧地となったのは基本的に山間部にある自家の土地1haであったが、数年間だけ繁殖牛の餌不足を補うために放牧地付近にある土地60aを知人から借りることに成功し、借地で放牧をおこなった。

また補助事業として、2006年に県の補助事業である水田放牧モデル実証事業から、2007年にカウベルトの郷づくり事業から、それぞれ助成金を受けた。しかし、No.1が放牧をおこなった当初は補助事業がなく、幸い電気牧柵は借りることができたものの、それ以外の設備費用、小屋の建築費を含め120万円の初期投資は、自費負担することに

なった。No.1は、放牧をおこなうことで得られる利益と初期投資の金銭的負担とのトレードオフを長い目で見て、放牧業の選択肢を選んだと述べていた。水田放牧モデル実証事業とカウベルトの郷づくり事業は設備貸し付けをおこなっており<sup>4)</sup>、電気牧柵の貸し出しを引き続きおこなっていた。

長期的な見通しを立てて開業に踏み切ったにもかかわらず放牧を2014年にやめた理由として、No.1は牧草不足、餌や脱柵などの確認のため1日に2回のペースで放牧の様子を必ず見に行かなければならないという時間的制約が大きかったことをあげている。

### 2. No.2

No.2が放牧を開始したのは2011年、その後も現

在に至るまで事業を継続している。放牧地となったのは当時荒地となっていた自家の山林であり、2ha の所有地内で放牧地を変えながら里山放牧をおこない、牧草不足を防いでいる。

また補助事業として、開始年度から国の補助事業である産地づくり対策とカウベルトの郷づくり事業の助成を受けた。産地づくり対策は、飼料作物農家と畜産農家が相対契約をおこなうことで補助金が支給されるシステムを取っている<sup>5)</sup>。そのため、放牧を開始する以前から飼料作物を作っていた No.2 が、所属する営農組合に補助金を受給させるため放牧に新規参入した。そのことに関して No.2 は、営農組合で運営も農作物の売り上げだけでは苦しく、補助金をもらえるのであればと思い放牧を始めたと述べていた。その際に利用したのがカウベルトの郷づくり事業である。これは先ほどあげた設備の貸し付け以外に補助金が25万円支給されるものであり、No.2 が繁殖牛を購入する費用の元手となった。なお、電気牧柵を始めとした設備整備については、周辺の土地も土地所有権が曖昧な山林部の耕作放棄地であるため整備していない。

### 3. No.3

No.3 が放牧を開始したのは2006年、以降数年単位で様々な地域で放牧をおこなっている。その放牧地は営農組合や自治体と No.3 の話し合いによって確保される。営農組合や自治体が提示した土地と No.3 の所有する繁殖牛の頭数を照らし合わせ、両者の話し合いによって確保する放牧地と頭数の割り当てを決めている。

また補助事業として、2007年にカウベルトの郷づくり事業、2015年に国の補助事業として高収益型畜産体制構築事業の助成を受けた。通常、土地を貸し出す側が放牧をおこなう際に設備費用を負担することになっているが、No.3 は設備費用を抑えるためカウベルトの郷づくり事業を貸し出す側に利用させた。No.3 はこれによって借地を確保しやすくなったと述べていた。高収益型畜産体制構築事業は営農組合や自治体との畜産に連携によって補助金が支給されるものであり<sup>6)</sup>、それによっ

て2015年度から大規模に放牧をおこなうことができるようになった。なお、今年度は試験運用であり、来年度から本格的に放牧をおこなっていくつもりであるという。

## IV 考察

今回の調査では2つの類型からなる3つの実施主体に聞き取り調査を行った。対象農家の数が限られていることもあり、それぞれの事例を類型間の比較という形で一般化して放牧の成立要因をみていくことは難しい。しかし、各の農家が組合と結んでいる連携方法の違いによって分類すると明らかな違いがみられた。

組合との連携がない No.1 は放牧地の確保も個人でおこない、導入した補助事業も設備整備に関するものであった。これは神田(2010)における単一・畜産農家と同じ結果であり、設備整備を通常よりも抑えることができたことが、放牧の成立要因となっていたといえる。また、牧草不足になると No.1 は放牧をおこなえなくなったため、放牧地の確保ができる土地が放牧地付近に存在していたことも、同様に成立要因としてあげられるといえる。

その一方、組合である No.3 や、組合と連携があった No.2 は、共に補助事業が放牧を導入する契機となっていた。これらの補助事業は、設備整備に関するものではなく集落、組合と連携をすることが盛り込まれているが分かった。特に No.2 は補助事業であるもし産地づくり対策が終了になれば放牧をやめるとしており、補助事業が放牧を成立させていることは明白である。このように組合や組合と連携をおこなっている実施主体に対しては、集落や組合との連携を求めた補助事業が放牧の成立要因となるといえないだろうか。

また集落、自治体との連携に踏み切り大規模に放牧地を確保できたのは、No.3 が組合であったことが大きい。組合は単一農家に比べ大規模に放牧が可能となる余地がある。大規模に放牧をおこなう際は放牧地を広く確保する必要があるため、個人より広大な土地を借りる見込みのある集落や自

治体から放牧地を確保した方が効率はよい。したがって、広大な放牧地を提示可能な集落、自治体の存在が放牧を成立するためには必要であろう。

## V おわりに

本稿では、氷見市における水田・里山放牧の成立要因について、3つの実施主体を例に検討した。水田・里山放牧の成立要因としては、これまで繁殖牛農家の放牧地の確保や設備整備に関する補助事業、地域リーダーの存在があげられてきた。しかし、実施主体が繁殖牛農家以外の場合については検討されていなかったため、本稿では新規参入した事例や組合が放牧をおこなった事例をとりあげ、放牧地の確保、導入した補助事業について検討した。調査から得られた知見をまとめると、特に組合や組合と連携した事例について以下の点が示された。

第1に放牧地が話し合いによって確保されていることである。組合でおこなう場合、放牧を単一農家がおこなうものより大規模でおこなえる。そのため、個人単位ではなく集落や自治体を単位として連携でき、規模の大きな放牧事業の成立に繋がった。第2に集落、組合との連携を求めた補助事業があったことである。連携によって放牧を積極的に促すことで、集落や自治体など繁殖牛を持っていない団体への土地の貸し出しを促すのみならず、彼らの新規参入に踏み込む足がかりにもなると考えられる。

また、このような組合や集落、自治体などの連携が補助事業に盛り込まれている理由として、No.2が述べたように営農組合で運営をおこなっても十分な収入が得られず、維持が厳しいという現状がある。ゆえに、今後畜産と飼料作物、集落と組合といった連携を促す補助事業は今後さらに増えていくだろう。そして、それに呼応して連携による放牧の事例も増えていくのではないか。

本研究は放牧の実施主体ということで農家や組合の代表者に聞き取りをおこなったが、特に組合において放牧地を貸し出した集落、自治体に聞き取りをおこなうことで放牧の全体像がよりはっきりみ

えたかもしれない。この点については今後の課題にしていきたいと思う。

本稿作成にあたり、調査にご協力いただいた氷見市役所・農林畜産課の皆様、またインタビューに回答してくださった小窪営農組合、北八代営農組合、JAアグリひみ、JA氷見市の皆様には大変お世話になりました。心より御礼申し上げます。

## 注

- 1) 農林水産省の放牧に関する記事によれば福岡県や佐賀県の他に富山県や栃木県でも取り組まれている (<http://www.maff.go.jp/hokuriku/seisan/supply/shiryoku.html>) (最終閲覧日: 2015年10月13日)。
- 2) 独立行政法人農畜産業振興機構畜産振興事業 飼料増産ホットニュース 52号 2009年5月15日「国産稲わら稲WC S放牧」より <http://souchi.lin.gr.jp/skill/pdf/hotnews052.pdf> (最終閲覧日 2015年7月30日)。
- 3) 富山県ホームページの耕作放棄地対策に関する記述によると氷見市の耕作放棄地対策として宇波地区ではスナゴケ、胡桃地区ではハトムギを転作作物として育てられている ([http://www.pref.toyama.jp/cms\\_sec/1605/kj00008617-002-01.html](http://www.pref.toyama.jp/cms_sec/1605/kj00008617-002-01.html)) (最終閲覧日: 2015年12月8日)。
- 4) 富山県ホームページ「肉用牛生産振興事業費評価表」ならびに「安心で美しい郷づくり事業費評価表」より <http://www.pref.toyama.jp/sections/1002/hyouka/18hyouka/06nourin/04nougyougizyutu/060407.pdf>, <http://www.pref.toyama.jp/sections/1002/hyouka/23hyouka/06nourin/04nougyougizyutu/060415.pdf> (最終閲覧日 2015年9月29日)。
- 5) 農林水産省ホームページ「産地づくり対策について」より [http://www.maff.go.jp/j/seisan/keikaku/kome\\_seisaku/pdf/santi\\_taisaku.pdf](http://www.maff.go.jp/j/seisan/keikaku/kome_seisaku/pdf/santi_taisaku.pdf) (最終閲覧日 2015年9月29日)。
- 6) 農林水産省ホームページ「高収益型畜産体制構築事業」より <http://www.maff.go.jp/j/budget>

/2014/pdf/27\_26\_youkyu.pdf (最終閲覧日 2015年9月29日) .

## 文 献

- 有田博之 友正達美 河原秀聡 2000. 粗放管理による農地資源管理. 農業土木学会 68 : 707-715.
- 稲垣純一 2009. 耕作放棄地の畜産的土地利用とその現状. 畜産の研究 63 : 501-504.
- 川久保篤志 2001. 過疎山村における耕作放棄地の発生. 中藤康俊編『国際化と地域』88-105. 大明堂.
- 神田竜也 2010. 長門市油谷地区における水田放牧の普及要因と拡大に向けての課題. 地理学評論 83(1) : 21-43.
- 木村和弘 1981. 山村農地の荒廃化とその対応——長野県浪合村における事例的検討. 農業土木学会誌 49 : 309-316.
- 蔦谷栄一 2003. 放牧による中山間地域農業の活性化——放牧の持つ多角的利用価値の活用. 農林金融 56 : 788-805.
- 長島弘道 1996. 中山間地域における耕作放棄地の拡大と農地管理. 石井素介・長岡顯原田敏治編著『国土利用の変容と地域社会』166-180. 大明堂.

# 小規模畜産農家の事業経営にもたらすブランド化の効果 —氷見市における氷見牛生産を事例として—

金内 結人

KANEUCHI Yuito

本稿の目的は、富山県氷見市における氷見牛生産を取り上げ、小規模畜産農家の事業経営に与えるブランド化の影響を明らかにすることである。これを通じて近年衰退しつつある地方農業の経営にブランド化がもたらす効果や地方でブランド経営を行う上で生じる問題等について考察した。氷見市では1950年代に家畜保健衛生所や共進会が設置されてから肉牛生産が行われ、富山県内では肉牛繁殖肥育ともに有数の産地であった。しかし1990年外国産牛肉の輸入自由化は氷見にも大きな打撃を与え、後のBSE問題、近年の少子高齢化問題などで産地は大きく衰退した。苦境を打開すべく氷見では肉牛のブランド化事業に取り組み、その結果枝肉取引価格の向上や認知度の向上などの効果をブランド化は産地にもたらした。日本各地でブランド化が行われている現在ただ名前を付け、品質を管理しただけでは他の製品と差別化が難しい。氷見市の畜産においては産地振興や存続のため、生産加工販売一体の協力体制、先導するリーダー的人物の存在、PR活動の工夫など様々な活動が図られているが、高齢化による生産者の撤退や労働力の不足で生産量の少なさや、厩舎など設備面での課題がPR・販路拡大を行う上での障害となっている。

**キーワード：** ブランド化、和牛生産、産地存続

## I 問題の所在と既存研究の整理

市場のグローバル化が進んで大規模生産で生育された安価な肉が輸入されるようになり、現代日本の畜産農家は大きな打撃を受けている。輸入牛肉の価格は自由化により自由化前のkgあたり700円から400円まで下がり、現在牛肉の関税は38.5%でコメ、ムギ、乳製品、砂糖とならび重要五項目の一つであるが<sup>1)</sup>、外国からの輸入圧力が近年はさらに高まっている。しかし最近ではBSE問題や産地偽装問題が起こったことで消費者の関心は食料の安全性や品質にも向くようになり、日本の産地は品質管理や牛肉のトレーサビリティを実現し、和牛の存在価値を高めてきた。さらに生産品をブランド化することで付加価値をつけようとする銘柄化事業が行われ、産地活性化や販売や生産の向上につながっている事例も少なくない。安価な輸

入農産物との市場競争を有利に行うための政策として、農産物のブランド化事業は産地活性化や産地の存続を行う上で注目すべき事業であると言えるだろう。

食肉のブランド化は各地で行われており、とくに和牛生産においてはブランドの飽和がおこるほど各地で乱立している状況である。日本の和牛と呼ばれる肉牛はほとんどが黒毛和種で、産地ごとに違う品種を生産しているわけではない。掛け合わせなどで独自の品種を生産している農家は短角牛生産を行い、独自の販売をおこなっている例外として大橋・永田(2009)の研究例が少数あるが、日本のブランド牛生産は主に黒毛和種である。その上育成されるすべての仔牛をそれぞれの産地で全て賄えるわけではなく「〇〇牛」とついても仔牛は宮崎産や北海道産など県外で生まれた仔牛を仕入れているところが多い。また、市場に流通する枝肉は日本枝肉格付協会の統一された格で品質

を管理されている。そのため消費者に牛ごとの違いを見分けることはできず、結果的にローカル性や独自性が薄れていく事態がおきている(高柳 2007)。また各生産者が生き残りをかけ行っている品質管理も、それぞれが品質向上に努めてきた結果、品質に大きな差が生まれなくなり、消費者の価値判断基準が「品質≠価値」になりつつあるとも指摘されている(高柳 2010)。

これは牛に限ったことではなく、ほかの一次産品を生産についても同じことがいえるだろう。食肉のブランドがいかんにして成立したかこれまでも様々な既存研究がなされている。ブランド豚の販売における生産者の「顔が見える」供給形態を行っている例(淡野 2007)や、ブランド鶏「阿波尾鶏」の例では品種改良とブランド化を並行して行い、安価な品種との差異化とともに、高級価格帯の品種とも価格帯の棲み分けをすることで安定した市場価値を獲得した例(佐藤 2013)などが報告されている。

これらの先行研究の多くは大生産地や有名ブランド牛生産地に関する報告であり、そこでは流通システムに関する研究、ブランド化の効果に関する研究、輸入圧力下になどのような変化を行い存続してきたかの存立要因の研究はなされてきたものの、氷見のような小規模生産地で行われているブランド化事業について検討した事例はあまりみられない。また、ブランド化事業は、大消費地から離れた産地でもブランドイメージの発信という形で商品のアピールを消費者へ行うことができるため、条件不利地域の中小産地にとって事業の占める意味はより大きいと考えられる。TPP への参入や過疎化などで苦しい状況下にある日本の畜産業において、地方の小規模ブランド牛生産の成立に関して分析し、ブランド化の可能性と課題を理解することは重要であろう。先行研究では様々なか

たちのブランド化事業について分析がなされているが、それはすべて成功例であり、大生産地や大消費地に近い有利な土地の事例が主である。中小規模の地方の生産地では同じように当てはまるのかを分析するのが本稿の目的である。

## II 研究目的と研究方法

本稿は氷見市で行われている和牛生産を対象として調査を行う。大消費地から遠隔地に位置し、生産量も全国的に見てもあまり多くない氷見の肉牛生産でなぜブランド化をするに至ったのか、どのようにブランド化が行われたのかを資料や聞き取りで調査する。氷見では黒毛和種の他に交雑種の生産も行っているが、本稿ではブランド化に焦点を当てるため高品質で高価格で取引される黒毛和種生産に絞って調査を行った。そして氷見牛生産がどのように生まれたのかを解明することで、生産者の高齢化問題や TPP 参加問題などに対し、ブランド化が農家の経営に与える影響を分析することを目的とする。氷見市調査で氷見牛を調査対象に選定した理由としては、大生産地産地から遠隔地で生産量も比較的少ない氷見牛の生産者の経営にブランド化が与えた影響を調べることで、衰退しつつある日本の中小規模の畜産業の経営にブランド化が与える効果や産地振興への課題を見ることができると考えたためである。

まず研究の手順として氷見牛については先行研究があまりなされていないため氷見地域の肉牛生産がブランド化に至るまでを整理する。次にブランド化事業の取り組みについて聞き取りや資料を用いて整理する。これらを先行研究(佐藤・高柳・淡野等)で挙がっていたブランド成功の要因と比較することで成功事例のブランド化事業の重要な要素が中小規模の産地でも実践されているのか、

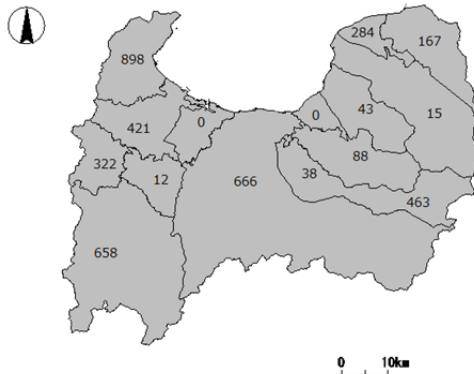


図1 富山県の肉牛生産量の分布

図中の数字は飼育頭数を示している（単位：頭）。  
（富山県農林畜産課資料より作成）

また、規模が違うことでその効果に違いがあるのかを分析する。この分析を通して小規模生産地の生産者のブランド経営に関して抱える問題についても言及し考察する。

分析するにあたって参考文献の日本総合研究所「農林水産物・食品の地域ブランドのつくりかた」で挙げられている「地域に応援団を作る」「キーパーソンとなる人物を探す」「お客様、競争相手を知り適切な価格設定をする」というブランド化に取り組むにあたって必要な要素を参考にし、先行研究で地域振興の成功例として詳しく述べられている、地域リーダー的人物の存在、独自性の追求とPR活動、価格帯設定・品質管理の3つの要素を選び、それらが氷見ではどのように機能していたかを分析しインタビュー結果を当てはめて氷見牛ブランド化の成立について明らかにする。

調査対象である氷見市の畜産の成立について簡単に説明する。幕藩時代には肉食の文化があまりなく牛乳を飲むことはもちろん牛肉を食べることは日本ではあまりなじみがなく明治には肉食を奨励したものの、肉食の文化が根付いていない日本

には簡単には広がらなかった。牛に先駆けて根付き始めたのは使役馬としての馬の畜産であり、氷見でも戦前にかけて馬の飼育が盛んに行われた。しかし戦後、畜産業の中心は馬から牛へとシフトしていった。1947年から1948年にかけては、まだ馬が120頭ほど飼育されており、本研究で扱う余川地区にも馬の種付け場が残っていた。1949年頃からは牛の肥育が農家の副業として盛んに行われるようになり、使役牛としてではなく肥育牛の飼育が行われるようになった。1951年には鞍川地区に「富山県氷見市家畜保健衛生所」が設置され、肥育技術の指導だけでなく人工授精技術の研究なども始められた。同時に牛の品質の品評などを行う共進会も設立された<sup>2)</sup>。ブランド化に至る前まではこのように馬から牛の生産へシフトし、家畜保健衛生所や共進会の設立により、氷見は富山県の中では有数の肉牛生産地として成立した。図1にもあるように現在でも生産量としては富山県内では一番多くの肉牛を飼育していることが分かる。

### III 氷見牛生産の実態

聞き取り調査を行い氷見牛生産の実態を調査した。調査は氷見の畜産農家の方3名、JA氷見の方に行った。

1990年牛肉の輸入自由化により氷見の畜産業も大きな打撃を受けた。1995年産地の再起を賭け、氷見市は牛肉のブランド化に着手した。肉牛飼育頭数が県内最大の1707頭と繁殖牛の数も県内最大であったこともブランド化に踏み切った要因の一つである(図2)。

そこで氷見の畜産組合では繁殖牛のメスを県外から取り入れて牛肉のブランド化をおこない、「氷見牛」として販売を始めた。しかしブランド化した。

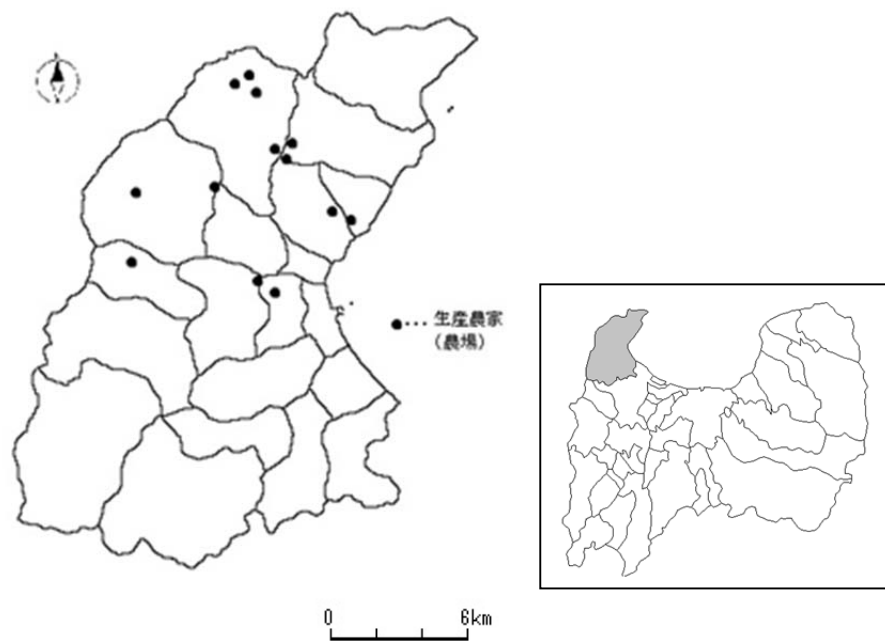


図2 氷見牛生産農家の分布

(氷見市資料より作成)

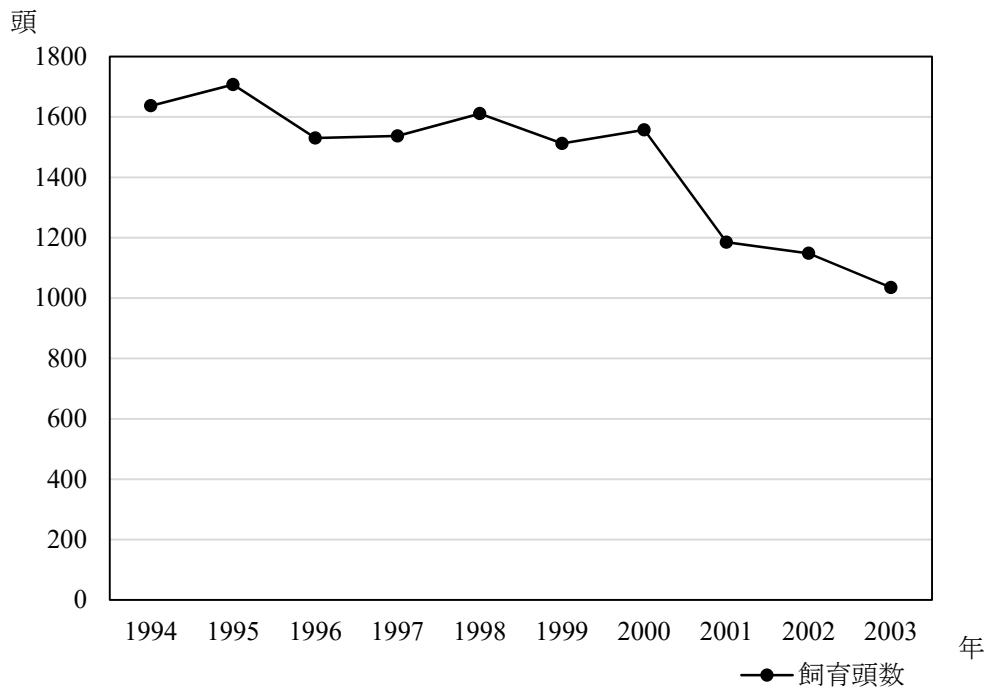


図3 氷見市の肉牛飼育頭数の変化

(富山県農林水産部農業技術課 資料より作成)



表 1 氷見牛ブランド化の流れと全国の動向

	全国	氷見
1990	外国産牛肉の輸入自由化	大きな打撃を受ける
1995		氷見牛のブランド化 (氷見牛ブランド化促進協議会発足)
2000	米国で BSE 問題発生 2001 年には千葉でも発見	
2005		氷見牛証明書の発行 (産地・飼料・生産者・等級等表示)
2006	米国産牛肉輸入再開	
2007		
-	米国産牛肉が市場に出回ることで	氷見牛の枝肉販売価格向上
2008	牛肉消費が活発になる	(ブランド化・品質管理の効果現れる) 県内価格より 300 円/kg 上昇
2010	口蹄疫が仔牛の大産地宮崎で流行 全国的な仔牛不足で仔牛価格上昇	仔牛を他県から購入する氷見では 深刻な仔牛不足になった。
最近		出荷半年前から氷見産米を飼料として与え 肉質の向上も見られている。 北陸新幹線効果もあり販売価格向上

(聞き取り調査より作成)

ものの立ち上げ当初は定義も明確でない上に知名度も無く、10～15 年ほどは効果も表れなかった。そこで畜産組合では飲食業や販売、市や J A も一体となった氷見牛ブランド化促進協議会を発足し、イベント主催やのぼりの作成、品質管理と認定証の発行などを行い、肉屋やスーパーなどに氷見牛を売り込み知名度向上に努めた。最盛期では kg 当たり平均で 300 円程度枝肉価格上昇し、高級化しすぎて値崩れをしたものの現在も k g 当たり 100 円程県内平均価格よりも高く売れている。またブランドの特徴付けや独自性をだすため、二年ほど前から出荷の半年前の牛に氷見産のコメを飼料として与える試みを始め、肉質も向上してきていると生産農家の方も言っていた(表 1)。

在、独自性の追求と PR 活動、価格帯設定・品質管理の 3 つの要素を氷見の畜産と氷見市の現状を比較して分析した。

まず地域リーダー的人物の存在では、この氷見牛生産においては T 氏の存在が当てはまるだろう。JA、氷見市、F さん、H さんのいずれもが「氷見牛の詳しい話を聞きたいなら T さんに聞くといい」と言っていた。また「氷見牛のブランド化には T さんの精肉店での経験や知識は少なからず影響を与えている」との声もあった。実際に T さんは生産に限らず精肉店、焼肉店などの積極的に多角経営を行っており、PR 活動も積極的に行っていることから、T さんの存在が地域にもたらしている影響は大きいものと考えられる。

次に独自性の追求と PR は、「品質＝価値」になりにくい現在の市場で独自性やブランドイメー

#### IV 調査結果

ジの PR を行っているかということである。氷見牛が近年全国的にも知名度が上がってきている要因としては、生産・販売・加工・JA・市が連携して立ち上げたブランド化促進協議会の存在が大きいといえよう。また、ここ数年では氷見産のコメを出荷半年前から飼料として与えることで氷見の独自性やストーリー性を付与するという試みも行われており、ブランド化促進協議会によりブランドイメージの構築、発信が行われていることから独自性の追求は氷見でも実際に行われていた。

最後に価格帯設定と品質管理の面では、BSE 問題で食の安全を求める消費者に応えるべく氷見牛ブランド化促進協議会により発案され、氷見市畜産課で発行されている氷見牛証明書を発行し、BSE 問題で 2004 年に牛肉トレーサビリティ法により義務化された牛肉のトレーサビリティに加え、肉質の等級や脂の差しの良さや、生産者の名前や情報なども記載することで品質の高さをアピールしたことで安全性の保証された高品質な牛肉という市場価値を得た。また、安価な外国産牛肉との競合を避けるため安価な交雑種を育てるよりも黒毛和種を育てることで価格帯をすみ分けることが可能となった。外国産牛肉の輸入自由化によって全国と同じように氷見の畜産も打撃をうけたものの、外国産牛肉が多く流通したことで高級イメージのあった牛肉のイメージもかわり、消費も活発になったため、安全で高品質な氷見牛の市場価値も上がったと F さんは言っていた。

このように先行研究の事例に当てはめても規模の違いこそあるが氷見牛のブランド化においてもこれらの要因は機能していると考えられ、生産量や規模の大小はブランドの成立の要因としてはあまり関係がないということが分かった。

## V 考察

氷見牛は生産農家、氷見牛ブランド化促進協議会や T 氏などの尽力によりブランド牛として成立し、今では消費者からの一定の認知度を獲得するに至った。しかし聞き取り調査からは、ブランド化したものの今もお氷見市の畜産業が抱える問題は多くあがっていた。生産者や市、JA などの尽力によりブランド化事業自体は成立しても、産地の規模が小規模であるために継続的な産地振興や大きな盛り上がりの創出を期待するには、まだ問題や課題があると考えられる。

聞き取り調査で明らかになった問題点としては、新規参入が難しいことによる後継者不足や、産地自体の規模が大きくなりづらいことが挙げられる。肉牛生産は初期投資が大きく、その後も肥育牛を出荷できるようになるまでには無収入期間が生まれるため、初期資本が十分になれば参入が難しい。また、素牛生産をおこなっている大産地の状況によって仔牛の価格の振れ幅が大きく、収入の安定が見込まれないことも課題である。肥育に必要な牛舎などの設備も、氷見では農家の方が開業時に建てたものを流用していることが多いため老朽化が進んでいる。他地域では、引退した他産地の農家で不要になった牛舎を JA が仲介し、新規参入者や規模拡大を考える農家へ斡旋する試みも行われているが、牛舎の老朽化が目立つ氷見では、そのような循環も行えないという。

二つ目の問題としては、地域内での生産の循環が行えないということが挙げられる。地域内で繁殖から肥育、出荷の循環が行えることで外部経済の影響を受けにくくなるだけでなく、仔牛を比較的安く斡旋できることで規模拡大も容易になる。飛騨などの大産地では、こうした地域内循環が確立しており、外部経済の影響を受けにくくなっている。しかし仔牛を産ませて育てる繁殖牛生産者は肥育に比べて労力を必要とする。そのため氷見のような小規模産地では高齢化や跡継ぎの不足

などで繁殖牛生産者が漸減しており、仔牛生産は他県にはほぼ頼りきりの状態になってしまっている。むろん繁殖から肥育までの循環を個人で行う一貫経営という方法もあるが、氷見では肥育繁殖一貫経営を行うのはほぼFさんのみである。JAアグリひみでも高齢化により手放した牛を引き取り、繁殖肥育を一貫して行っているが、勤務体系の問題や厩舎の増築が必要であることなどからアグリひみによる大規模生産を行うことも非現実的である<sup>3)</sup>。こうした繁殖牛生産への偏りは、労働力不足の起こりやすい小規模生産地であるために起きている問題であろう。

産地の立て直しを目的として行われた氷見市のブランド化事業は、一定の販売価格上昇をもたらすなど成果をあげていると考えられる。しかし生産規模が小さいために、その効果には限界があるだろう。販路拡大には相当量の生産量も必要であり、販路拡大ができなければ認知度向上も一定の範囲内でしか期待できないと考えられるためである。氷見市のような地域で食肉ブランドの存続や産地の振興を行うには、何らかの支援や活動が必要不可欠といえる。本稿ではインタビュー調査から得られた話や先行研究などを通じて、必要となる支援がどのようなものかについて考察した。

まず、産地の衰退を食い止めるためには、産地内循環の確立を支援する体制づくりが必要であろう。産地内循環は外部の仔牛価格変動などに影響を受けないようにする意味もあるが、同時に産地の独自性を保つ効果や、一貫したブランドイメージの付与による他地域との差別化を図れるといった効果を得られるメリットがある。また、増頭を行う際も産地内であれば遠隔地からの輸送価格も抑えられ、結果として新規参入や生産拡大を促す可能性がある。また、さまざまなブランド牛がぎっぎと生まれる市場で氷見牛ブランドの価値を保つためには、さらなるブランドイメージの発信

が必要なのではないだろうか。大消費地からは遠隔に位置している氷見では、直接消費者が生産地を訪れて取る消費行動に大きな期待は持ちにくい。むしろ、レトルト食品として遠隔地で販売されていた「氷見牛カレー」の評判をきっかけとして氷見牛が全国に認知され、結果として肉製品の遠方からの注文も多くなったという声があった。

産地の高齢化や衰退は、地方都市では避けがたい現実である。生産品の質が直接商品の価値に結びつきにくい現在の市場では、さらなるブランドイメージの発信を行っていくことで県外の顧客を増加させ、氷見という町自体の認知向上など産地全体の発展につなげる発想が求められている。

本稿を製作するにあたり、資料を提供してくださった氷見市職員の方々、JA氷見の方々、並びにインタビュー調査にご協力いただきました氷見牛生産農家の皆様には大変お世話になりました。末筆ながら心からお礼を申し上げます。

## 注

- 1) 日本貿易月表より引用  
日本貿易月表 財務省貿易統計 HP  
<http://www.customs.go.jp/toukei/info/>(最終閲覧日 2015年12月18日)
- 2) 氷見百年史編修委員会『氷見百年史』氷見市役所：391-392. より
- 3) JAが農地を守る -JA氷見市・JA出資型農業生産法人(株)JAアグリひみ(富山県)の取組み-2010(7)：20-21. より引用 (小針 2010)

## 文献

- 大橋めぐみ・永田淳嗣 2009. 岩手県産短角牛肉ショートフードサプライチェーンの動態の分析. 地理学評論 82(2):1-34.
- 川久保篤志 2014. 肉牛輸入圧力下の肉牛生産地の

- 存立構造と将来展望－輸入自由化以降の北海道  
十勝地方を事例に－. 人文地理 66(3):1-22.
- 川久保篤志 2010 宮崎県高千穂町における肉用牛  
産地の成長と持続的発展への課題. : 2000 年代初  
頭の和牛価格高騰期に注目して. 地理科学  
65(2):82-103.
- 佐藤正志 2013. 地域ブランドの開発と展開-  
徳島県産「阿波尾鶏」の事例から-. 摂南大  
学経営情報学部論集 20(2):89-104.
- 高柳長直 2007. 食品のローカル性と産地振興  
: 虚構としての牛肉の地域ブランド. 経済  
地理学年報 53(1):62-77.
- 淡野寧彦 2010. 茨城県旭村における養豚業の  
展開と銘柄豚事業. 地理学評論  
80(6):382-394.
- 林琢也 2007. 青森県南部町名川地域における  
観光農業の発展要因 - 地域リーダーの役割  
に注目して -. 地理学評論 80(11):635-659.

# 農産物加工組織の地域的課題

## —氷見稲積梅栽培地域を事例に—

白岩 彩  
SHIRAIWA Aya

日本の農業は若者の農業離れから、農業従事者の高齢化が進んでいる。高齢者が担い手となる農産物加工組織では、組織の設立によって高齢者の働く場を創出するといった前向きな面が示されている一方で、組織参画者の確保に課題を抱えている。そこで、本研究では、氷見市稲積梅加工組織を事例に、氷見市の農産物加工組織の地域的課題を考察した。その結果、組織参画者の確保手段が代表者や組織関係者からの声掛けが契機となっていること、中核的人物の確保は課題となっていないことが明らかになった。

**キーワード:** 農産物加工, 高齢者, 氷見市

### I はじめに

#### 1. 問題の所在と既存の研究

日本の農業では、農業従事者の高齢化が深刻化している。1995年には53.0歳だった農業従事者平均年齢も、2010年には58.3歳に上昇している。農業の機械化により、農作業にかかる労力が軽減され、長い期間農業に携わることが出来るようになったことや、第1次産業から第3次産業への産業構造の変化、少子化といった様々な事情が考えられる。そして、若者の農業離れ、つまり若年層における農業人口の減少が存在する。若年層による農業人口が増加しないままに、現在の農業従事者の高齢化が進んでいるという状況にある。

高齢化が進む農業において高齢者は農作業を行う労働力としてだけでなく、農産物加工品の製造や販売といった分野においても働き手として活躍する。高齢者が行う農産物加工に関して、菊池ほか(2003)は沖縄県具志川市でグアバ生産部会を対象に調査を行った。生産部会設立経緯や生産体制、販売経路といった組織の取組みから、高齢者の知識・経験を活用した取組みは高齢者の働き場の創出につながることを示している。このように、農産物加工組織の設立により高齢者の新たな働き場が創出されるといった、前向きな点が示されている一方

で、課題も指摘されている。久保(2012)は山口県下関市で加工所兼店舗運営を行う女性加工組織を対象に調査を行った。この中で久保は加工組織の人材確保と技術・知識継承の課題として、①加工所の構成員が地区内の同じ組織に所属して特定のコミュニティでの人材確保が行われている。そのために、人材供給源となっている組織が機能しなくなった場合に備えて、既存の組織に参加していない者の確保も視野に入れた情報収集が必要であるとした。また、②組織立ち上げ以降の参画者の中で中核的な人物の確保が出来ておらず、組織幹部がリタイアした場合に継続的な活動が困難になること、③地区住民に対するアンケート調査から、直売所の利用者には直売所運営や出荷意向のある者が多く、構成員とは接点がない者であっても加工所の人材として目を向けるべきだと指摘した。

もともと、高齢者が主体となって設立された加工組織であり、雇用の場の創出や地域の特産品作りとして一躍担っているものの、組織参画者の人材供給組織の偏りから事業継続には新たな組織参画者の確保手段の確立が早急な課題となっている。

#### 2. 研究目的と研究方法

機械化による農作業の軽減や若者の農業離れに

よって農業従事者の高齢化が進んだが、それだけではなく、農業に関わる高齢者は農産物加工においても大きな役割を担っている。そこで、本研究では、富山県氷見市の稲積梅加工組織を事例に取り上げ、氷見市における農産物加工組織の地域的課題について考察することを研究目的とする。組織の生産・加工体制、販売方法、構成員の参加経緯について整理する。そして、久保(2012)で指摘された課題から①人材の確保、②中核的人物の存在として、2つの観点から考察を行う。久保(2012)では地区住民に対するアンケート調査から店舗利用者の傾向を明らかにしていたが、今回は組織での店舗運営が共通しておらず、考察の観点には含まないことにした。

氷見市の特産物の一つに稲積梅がある。その加工を行っている組織には稲積好梅サークルと氷見稲積梅株式会社がある。この二つの組織にインタビュー調査を実施した。稲積梅概要把握のため文献調査も行った。

## II 研究対象概要

### 1. 稲積梅

稲積梅は果樹としては三社柿、水島柿と同じく富山県の在来種である。農業試験場出町園芸分場によって1949年に氷見市稲積地区(図1)の道淵氏の梅園で発見された。その後、接ぎ木用の梅の木が優良母樹に指定され、以降「稲積」の呼称が定着している。品種改良が行われるも、品質に優れた1号だけが現在残っている。寒さに強く、隔年収穫も少なく豊産性であることが特徴。核が小さく、梅干しに加工しても皮破れが少ない。漬け梅の収穫適期は6月下旬～7月下旬である(「果実日本」より)。氷見市の梅栽培農家は2010年の段階で14戸である。

### 2. 組織概要・設立経緯

稲積好梅サークル、氷見稲積梅株式会社の概要を

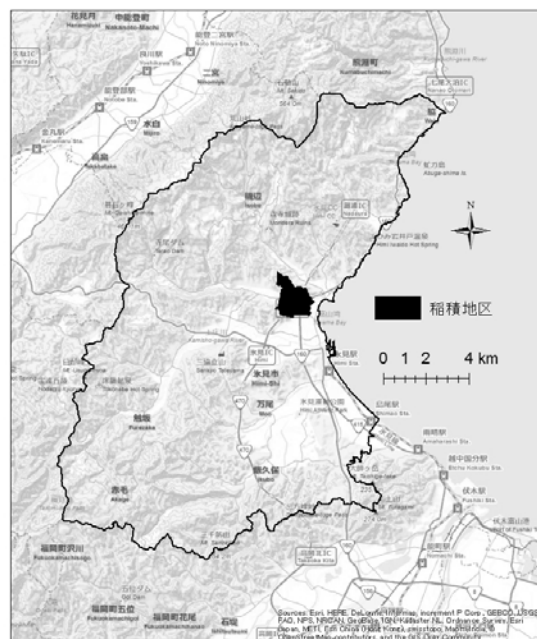


図1 稲積地区の所在地

表1に示す。1987年、地域のシンボルづくりにと農業改良普及センターの働きかけで「稲積地区梅の里振興協議会」が設立され、梅の栽培が強化される。翌年、「梅の里振興協議会」に加工部門としてJA氷見稲積支所婦人部役員12人で「稲積好梅サークル」が誕生した。このメンバーは全員が農業従事者というわけではなく、農外就業者も含まれていた。現在の主要メンバーは3名であり、サークル設立時からの参加者は現在1名のみである。活動内容としては、①梅干し作り、②梅製品の開発、③食文化の伝承<sup>2)</sup>が挙げられる。氷見稲積梅株式会社は2001年、氷見市が「梅の里づくり」として苗木の供給事業を開始したのに呼応した際に農家7名で特産稲積梅生産組合として結成され、稲積梅の増産とブランド力向上に取り組んだ。2010年に法人化し稲積梅株式会社が設立される。現在のメンバーは12名である。活動内容は①梅の生産、②梅干し作り、③梅製品の開発が挙げられる。

表1 組織概要

	稲積好梅サークル	氷見稲積梅株式会社
設立年次	1998年	2010年
組織形態	サークル	株式会社
メンバー	3名	12名
事業内容	1. 梅干し作り 2. 梅製品の開発 3. 食文化の伝承	1. 梅の生産 2. 梅干し作り 3. 梅製品の開発

### Ⅲ 調査結果

#### 1. 生産・加工体制

##### 1) 稲積好梅サークルの生産・加工体制

稲積好梅サークルでは「稲積地区梅の里振興協議会」が栽培した梅を使用して加工を行っている。「稲積地区梅の里振興協議会」は梅の栽培を稲積地区のみで行っており(図2)、サークルが加工する梅の量は年間約5tに上る。稲積好梅サークルでは梅干し、梅肉や稲積ゆかり、梅のりを販売している。サークル結成時には婦人会のメンバーの中に梅の加工を熟知している者がおらず、農業改良普及センターの指導に従い、減塩の梅干しや稲積梅を使った加工品を手掛けるようになっていった。稲積梅の加工は6月中旬から8月にかけて行われる。サークル設立時の一番多い時期で約20人ものメンバーがいた。しかし、高齢になったなどで体が思うように動かなくなったり、病気を患ったりしたことをきっかけにサークル活動をやめていく人が多く、現在は3名のみとなった。このサークルの婦人部は10年前に解散されている。約5tの梅を3名のみで加工することは不可能であり、稲積好梅サークルでは、氷見市シルバー人材センターに臨時の労働力を依頼している。また、地域の顔見知りの女性に直接声をかけて加工作業を手伝いに来てもらっている。毎年約13名が臨時労働力となっているが、そのほとんどが70代である。臨時の労働力としての男性の参加は3名である。梅干を漬ける際には漬物石を利用するため、力のある男性の存在は大きいとサークルの構成員は話す。臨時労働力として加工作業の参加を依頼するのは梅干し作りの時期だけである。10月から12月に

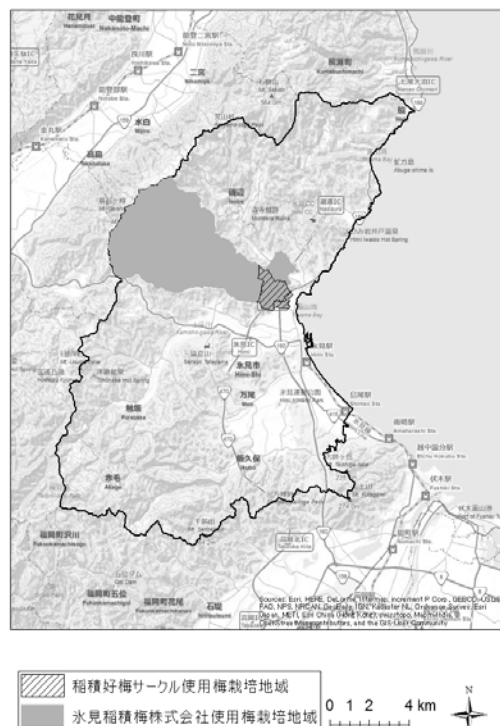


図2 使用梅栽培地域

かけては大根の加工を行っているが、総数約500本の大根の加工は3名のみで行っている。

##### 2) 氷見稲積梅株式会社の生産・加工体制

氷見稲積梅株式会社では、梅の栽培から加工までを氷見稲積梅株式会社が行っている。稲積梅の栽培は指崎・基石・稲積・余川で行っている(図2)。稲積梅の栽培は栽培方法や肥料を指定管理して行われる特別栽培を用いており、化学肥料や農薬の削減といった環境に配慮した農業を行う。梅の天日干しの作業時期には稲積好梅サークルと同様に地域の女性に声をかけて手伝いに来てもらっている。加工においては、梅干し等氷見稲積梅株式会社で生産する一方で、他社に加工品の生産を委託している。梅酒は石川県白山市の小堀酒造店<sup>3)</sup>に、くずきりは石川県金沢市の株式会社オハラに製造を依頼している。

#### 2. 販売方法

##### 1) 稲積好梅サークル

稲積好梅サークルでは、高岡広域農産加工ネッ

ト連絡会(アグリ HITO ネット)に参加しており、県内での PR イベントに積極的に参加している。稲積好梅サークルで加工された商品は市内の直売所を始めとして高岡市や富山市、小矢部市といった県西部のスーパーで販売されている。商品の電話注文では県外からの注文も対応している。

## 2) 氷見稲積梅株式会社

氷見稲積梅株式会社では、市内の全スーパーに商品を陳列している。代表者自らが販売店へ交渉に行くといった積極的な自社製品 PR 活動が行われている。氷見稲積梅株式会社では加工品の消費を幅広い世代の方たちにしてもらおうと商品開発に力を入れている。海外での梅酒人気が高まりから、シンガポールや台湾など国外まで販路を広げている。

## 3. 構成員の参加経緯

聞き取り調査を行った構成員の共通点として、定年退職後に参加していることが挙げられる。定年退職をした後に組織代表者の熱心な活動に感化されたり、代表者から声を掛けられたりしたことによって組織に参加していた。定年退職するまでは、梅の加工を行った経験がない人がほとんどであった。梅干を漬けていた人もいたが、実家で消費する分のみ漬けていた程度であった。

# IV 考察

## 1. 人材の確保

氷見市における稲積梅加工組織では、梅の加工作業を組織参画者のみで行っているのではなく、臨時労働力を雇っていることから、人材確保には臨時的労働力確保、組織参画者の確保の 2 つが存在している。まず、臨時的労働力の確保においては、両組織とも梅の天日干し作業の繁忙期には臨時的労働力として地域の女性に声をかけて手伝いに来てもらっている。稲積好梅サークルでは加えて、シルバー人材センターにも依頼することで繁忙期の人材確保が行われていた。臨時労働力の確保に関する聞き取りの中で、稲積好梅サークルで

は家族の協力が得られていないのに対して、氷見稲積梅株式会社の方では家族の協力が得られているといった差異が見られた。これは、組織形態がサークルと株式会社で異なる為に、利益の増減が生活に与える影響の度合いが異なるために生じた差異だと思われる。次に、組織参画者の人材の確保においては、両組織とも組織代表者や構成員からの声掛けによって新たな人材の確保が行われていた。元々、JA 婦人部役員から人材の供給を行っていた稲積好梅サークルであったが、約 10 年前に婦人部が解散された。それ以降は、代表者自らの声掛けによって現在のメンバーを確保している。氷見稲積梅株式会社では、聞き取り調査を行った構成員は代表者の存在に感化されたり、声を掛けられたりしたことが経緯で組織に参画している。既存研究が示した課題①では、人材供給の母体組織が機能しなくなった場合に備えて、幅広い情報収集が必要であると挙げていた。稲積梅加工組織では、代表者からの新たな参画者に対する声掛けが人材確保の手段となっている。代表者自身の地域の情報収集やネットワークの形成が行われている結果、代表者からの直接の声掛けで新たな人材の確保が可能になっていると考えることも出来る。しかし、代表者からの声掛けによってのみ人材確保が行われているという事は代表者自身の情報収集に依拠する度合いが大きく、安定した人材の供給が将来的に行われるとはいえない。

## 2. 中核的人物の存在

両組織とも組織代表者として中核的人物は存在している。両組織とも組織代表者として中核的人物は存在している。組織の活動も代表者が中心となり活動が行われていた。氷見稲積梅株式会社は、代表者の交代は行われていない。一方で、稲積好梅サークルでは、代表者の交代が行われている。既存研究では、課題 2 として、組織立ち上げ以降に中核的な人物が確保できていないことを指摘していた。けれども、氷見稲積梅加工組織では代表者が中心となり組織の運営を行っているのだが、業務が特定の個人に集中している様子はなかった。両組織ともに、比較的少人数での組織構成という



こともあり、稲積好梅サークルでは商品 PR 活動、氷見稲積梅株式会社では直売所の運営も行っているが、代表者だけでなく構成員も参加していて、構成員全体での業務理解が図られている。既存研究に示されているような中核的人物の確保は氷見市の稲積梅加工組織では課題となっていなかった。

既存研究に示された農産物加工組織の課題から 1. 人材の確保, 2. 中核的人物の確保の 2 つの観点から考察を行った。以上の考察より、氷見市での稲積梅加工組織の地域的課題として、人材の確保方法が代表者からの直接の声掛けによってのみ行われている事が挙げられる。安定した人材の確保が将来強化される必要がある。

## V おわりに

本研究では、氷見市稲積梅栽培地域を対象に、農産物加工組織の地域的課題を①人材の確保、②中核的人物の存在の 2 つの観点から考察した。その結果、以下のことが明らかになった。まず、人材の確保に関しては、作業繁忙期を迎える 6 月下旬にかけてから、臨時の労働力として地域の女性やシルバー人材センターに依頼し、臨時労働力として人手の確保が行われており、臨時労働力の確保は達成されていた。組織参画者の確保に関しては、母体組織が存在しない状況では代表者の存在や組織参画者からの直接の声かけによって新規の参画者確保が行われていた。既存研究に示されているように、人材の供給源として機能していた組織の人材供給組織としての機能を果たさなくなる場合に備え、情報収集のネットワークが必要だと指摘していた。現在、人材確保の方法が代表者や組織参画者の声掛けという、個人的なネットワークによる情報取集によって行われており、人材確保の継続性が不安定な状況にあるといえる。個人的なネットワークによって顔見知りであったために組織への参加へ導くことができたと考えられることもできる。しかし、聞き取り調査を行った組織参画者に共通することとして定年退職後に参加していることが分かった。そのため、組織参画に可能な人材の見極めや広い視野が必要となり、代表者

自らが近隣住民の事情を把握するのは限界がある。氷見市における農産物加工組織では人材確保を行う代表者の存在が不可欠となっている。

②中核的人物の存在では上記のように、両組織ともに中核的人物、リーダーの存在はある。組織活動は代表者が中心となって行われている。既存研究に示されているような、組織幹部のリタイアに伴う継続性が危ぶまれる事は考えにくい。それは、小規模な生産加工組織ゆえに、業務が特定の個人に集中するようなことは無く、組織構成員全体で理解が図られているからである。氷見市における稲積梅加工組織の地域的課題は、組織参画者の確保方法が代表者の声掛けのみであることである。

組織参画者の確保ができておらず組織運営に支障が生じている状況ではなく、両組織とも早急な人材の確保は必要ない様子だったが、将来的に人材の確保が行われる為には、既存の研究が示すように今までの母体組織に限らない広い範囲の人材に目を向ける必要がある。例えば、稲積好梅サークルでは、毎年地元の小学生に梅干し作り体験を行っている。新たに人材確保のために活動を行うというよりは、今行っている活動に加えて、組織の概要を紹介する活動を加えたりするのはどうだろうか。サークルの存在を小学生だけではなく、その親にまで知ってもらえば、加工品を生産する者の顔が見えるということで、商品だけでなくサークル自体に興味を持つ人もいるのではないだろうか。稲積好梅サークルでは口コミの広がりによって商品を陳列していない県からの注文があったり、氷見稲積梅株式会社では販路を国外にまで広げたりと独自の顧客・販路を確保している。このことから、販売という面で見ると事業継続に支障はないと思われる。組織の人材確保が行われるかが事業継続に影響している。若返りが困難であるのであれば、一般企業のリタイア後の人々を労働力としていかに確保するのかということを検討する必要があるだろう。

本稿を執筆するにあたり、調査にご協力くださった氷

見稲積梅株式会社の皆様，稲積好梅サークルの皆様には大変お世話になりました。末筆ではありますが，厚く御礼申し上げます。

### 注

- 1) 農林業センサスより。
- 2) 1995年からは学校側からの要請を受けて，地元の小学生に梅の摘み取りから梅干し作りまでの体験授業を毎年行っている。
- 3) 日本酒萬歳楽を製造。

### 文 献

- 菊池香・中村哲也・魏台錫・仲間勇栄 2003. 特用農産加工を活用した高齢者の起業的経営に関する研究. 琉球大学農学部学術報告 50: 93-99.
- 木谷環 2008. 稲積好梅サークルの歩み. 『氷見春秋』 57: 24-25. 氷見春秋社.
- 久保, 雄生 2012. 農村多角化活動における事業継承の課題と今後の展望. 農林業問題研究 48巻1号 13-22.
- 長澤誠尚 2014. ひみ特産稲積梅について. 『氷見春秋』 69: 21-24. 氷見春秋社.
- 吉田均 2002. 「水島柿」と「稲積梅」の特性と産地の現状について. 『果実日本』57(2): 30-33. 日本園芸農業協同組合連合会.

2016年1月29日 発行

**人文地理学実習3（2015年度）報告書**

編集・発行 富山大学人文学部人文地理学研究室  
〒930-8555 富山市五福 3190 富山大学人文学部  
電話 076-445-6184 FAX076-445-6141  
<http://www.hmt.u-toyama.ac.jp/geog/>