

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 16 日現在

機関番号：12102

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23520947

研究課題名(和文)農村空間の商品化からみた日本の余暇・観光振興の地域差に関する実証的研究

研究課題名(英文)Commodification of rural space for recreation and tourism in Japan

研究代表者

田林 明 (Tabayashi, Akira)

筑波大学・

・名誉教授

研究者番号：70092525

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,900,000円、(間接経費) 1,170,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は農村空間の商品化という視点から、日本における余暇・観光地域の再編と発展の可能性、その地域差と地域構造を明らかにした。特に、日本を象徴する首都圏とその周辺における農村空間の商品化による観光振興とその地域差に焦点をあてた。大都市域を象徴する散策、都市郊外の市民農園、平坦農業地域の農産物直売所、盆地の果樹地域の観光農園、丘陵でのハイキング、山間盆地の農林業体験、高原リゾート地の避暑、積雪山岳のスキー、高山の登山、沿岸・島嶼のマリーン・レジャーという、東京都心部を中心とした同心円状のパターンが検出できた。そして、各類型の事例調査を実施し、農村空間の商品化による観光振興の特徴をまとめた。

研究成果の概要(英文)： This study examined the possibility of regional development owing to the commodification of rural space for recreation and tourism and its regional differences in Japan. Especially we focused on central Japan. Walking areas are located within city, allotment garden areas are close to the city and farm produce shops, hiking and rural experience areas appear successively further from the city. You-pick farms, escaping the summer heat, skiing, climbing and marine leisure activities are located in specific areas that have appropriate physical, social and economic conditions. We can find a pattern of concentric rings around Tokyo metropolis. The difference of natural conditions, the characteristics of farming, the existence of current tourist sites, and the proximity to metropolitan areas affect rural space in central Japan.

Based on the above mentioned regional differences, we did sample studies on the commodification of rural space for recreation and tourism.

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：人文地理学・人文地理学

キーワード：農村地理学 農村空間 商品化 余暇・観光 地域差

1. 研究開始当初の背景

現代の農村空間は、農産物の生産だけの場としてではなく、別の機能をあわせもつ場として考えなければならなくなっている。ここでは、例えば体験農業、農家民宿、セカンドハウス、クラインガルテン、農産物直売所など、多様な形の消費活動が展開している。すなわち農村空間の生産空間という性格が相対的に弱まり、消費空間という性格が強くなってきている。これを「農村空間の商品化」として捉えることができる。研究代表者らのこれまでの研究によって農村空間の商品化の内容を分類すると、農水産物の供給、都市住民の農村居住、余暇・観光活動、そして景観・環境の維持と社会・文化の評価を通じた生活の質の向上、の4つに分類することができた。そして、これらが地域的にどのように現出するかを検討することによって、おおまかな日本の地域差と地域性を把握することができた。しかし、上記の4つの内容のそれぞれの詳細については、さらに実証的な研究を積み重ね、それらを基盤としてさらに全国的な地域構造を検討することが必要である。特に、最も視覚に訴え目立つ余暇・観光活動については、より綿密に広範に研究を進める必要がある。

2. 研究の目的

本研究では、農村空間の商品化という視点から、日本における余暇・観光地域の再編と発展の可能性を探り、さらにこの側面から日本の地域差と地域構造を解明することを目的とした。そして、全国の既存の余暇・観光地域が、農村空間の商品化によってさらなる発展の可能性をもつのみならず、それによって普通の農村であっても、余暇・観光発展の可能性をもつことを示す。具体的には、(1)日本における余暇・観光の変遷過程を既存の文献の検討によって整理し、「農村空間の商品化」がどのように余暇・観光にかかわってきたかを明らかにする。(2)大都市の近郊、大都市周辺、大都市圏外縁、大都市から遠隔地といった異なった地域において余暇・観光振興の事例を選んで実証的研究を行う。それは、最大の余暇・観光客は都市住民であることから、それぞれの地域の自然的・人文的条件とともに大都市からの距離が、農村空間の商品化にかかわる余暇・観光活動を大きく規定すると仮定できるからである。これらを踏まえて、(3)農村空間の商品化による余暇・観光発展という側面からの日本の地域差と地域構造を考える。さらには、(4)農村空間の商品化による新たな余暇・観光振興の可能性を検討する。

3. 研究の方法

本研究では、現地調査に基づく実証的研究を中心にしつつも、文献研究や統計分析を適宜組み合わせ、総合的に農村空間の商品化による余暇・観光地域の再編と発展の可能性を

探る。基本的には研究代表者が単独で研究を進めるが、研究代表者が指導していた博士後期課程の大学院生4人を研究協力者とした。

東京を念頭において大都市近郊、大都市周辺、大都市圏外縁、遠隔地という地域的枠組みで研究を進める。日本全体についてはすでに研究代表者らが農村空間の商品化の地域差について明らかにしたので、日本の縮図とも考えられる、首都圏とその周辺の15の都県(東京、神奈川、埼玉、千葉、茨城、栃木、群馬、静岡、山梨、長野、富山、新潟、福島、山形、宮城)の範囲に焦点を絞り、この地域の農村空間の商品化による余暇・観光振興の地域差とそれに基づく地域構造を明らかにする。

さらに、大都市近郊、大都市周辺、大都市圏外縁、遠隔地などの地域ごとに、フィールドワークによる実証的な事例研究を行い、農村空間の商品化による余暇・観光振興の性格を探る。それぞれの地域では特徴的な余暇・観光活動がみられ、特に大都市近郊の市民農園や農産物直売所、大都市周辺の農業体験やクラインガルテン、農家レストラン、大都市圏外縁では既存の温泉観光地の新しい動向、遠隔地では観光農園やスキー、登山などに注目する。また、沿岸部や漁村では、水産物や漁村文化を活用した地域おこしや、海水浴、サーフィン、ダイビングなどのマリーン・レジャーの動向に注目する。

そして、文献・統計の分析や広域的・概括的な調査と、比較的狭い農村および漁村といった地域での詳細な現地調査による結果を組み合わせ、農村空間の商品化による余暇・観光活動の性格と、それによる地域振興の可能性を探る。

4. 研究成果

(1)日本における余暇・観光の変遷過程と農村空間の商品化による余暇・観光振興の展開
主として文献の検討によって、現代の地域振興の重要な方法となっているのが、余暇・観光活動によるものであることがわかった。観光は時代とともに大きく変化しており、これまでの国立公園や国宝級の建築物、名所といった著名な観光拠点をめぐる観光にかわって、棚田の景観や都市近郊の里山、都市の中の古い町並みなどが重視されたり、農山村の景観や産物、生活様式、食文化などを観光資源化したりする傾向が強まっている。そしてグリーンツーリズムやエコツーリズムといった新しい観光形態が注目されている。現代の農村地域においては、生産を基盤とした農村経済から消費を基盤とした経済への転換がみられ、消費に基づく多様な農村経済活動のうち、最も視覚に訴える活動が観光業である。それぞれの地域のもつ自然環境や農山漁村の地域資源を活用すること、すなわち農村空間の商品化による余暇・観光振興が、各地で重要な役割を果たしていることが明らかになった。

(2)農村空間の商品化による余暇・観光振興の実態と性格

研究期間の3年間に、研究代表者は研究協力者の助力を得て、以下の事例研究を行った。東京都立川市砂川地区では、様々な形態の農産物直売所で販売する少量・多品種の野菜・果樹・花卉などの生産によって、農地と農業経営が維持されてきた。埼玉県深谷市では高速自動車道路の道の駅に併設された農産物直売所や市民農園が、地域振興の重要な拠点となっていた。静岡県熱海市では、近年の温泉観光の停滞を補うために、丘陵地や海岸の自然景観を鑑賞する散策路の整備や野菜・果実・水産物などの直売に力を入れている。山梨県甲府盆地では、ワインツーリズムによって地域振興を進めている。

茨城県牛久市では、観光果樹園、農産物直売所、体験農場、散策路の整備など様々な農村空間の商品化によって地域振興が図られていた。茨城県日立市下深荻地区では、1970年代から1980年代初めにかけてリンゴとブドウの観光農園が開設されたが、現在は農業経営者の高齢化が進んでいる。これを補い観光農園を持続させているのが、他出の息子や娘のほかに、退職者を中心とした都市住民による農業ボランティアであり、彼らにとって農作業はまたとない余暇活動である。茨城県北茨城市平潟地区では、漁業は民宿業と連携しており、なかでもアンコウを活用した観光に特徴があった。

山形県朝日町ではエコミュージアム活動の理念が実質的に地元住民に浸透しており、集落を単位として、自発的な地域資源の活用・維持・管理活動が活発に行われていた。新潟県上越市では、親鸞・上杉謙信の史跡に加えて、農村空間のみならず都市空間の商品化によって観光振興が進められていた。富山県黒部川扇状地では農村の景観や産業、生活様式、伝統文化の価値を地元住民が発見して、それを保存・活用しようとする活動が行われているが、近年ではこれに関心をもって来訪する都市住民が増加している。また、漁村では水産物の直売と漁村景観や湧水を活かした観光に力を入れている。

(3)農村空間の商品化による余暇・観光振興の地域差と地域構造

日本における農村空間の商品化には、すでに述べた4つの類型があるが、これらに基づいて日本を地域区分した。その結果、大都市の周辺と大都市圏外縁、そして全国の海岸や既存の観光地とその周辺、さらにはポテンシャルであるが、北海道から沖縄までの広大な山地において、農村空間の商品化による余暇・観光活動が特に盛んであることがわかった。余暇・観光のために農村空間を消費する人々が集中しているのは大都市であるので、大都市との距離が地域差を生じさせる重要な要因であると考えられる。このことを、よ

り詳細に検討するために、農村空間の商品化による余暇・観光活動の種類とそれに基づく地域振興の様相を、首都圏とその周辺の甲信越と南東北の15の都県の範囲で検討した。この地域はまた、日本全体の縮図とみなすことができる。15の都県庁をすべて訪れ、観光および農政の担当者から詳細な聞き取りを行い、関連資料を収集した。この結果と、研究代表者らのフィールドワークや既存の文献・統計などから分析を進めた。

結果として、散策はいずれの地域でもみられるが、特に大都市域を象徴するものであった。同様に市民農園は都市郊外、農産物直売所は平坦地の主要農業地域、観光農園は盆地の果樹地域に、ハイキングは丘陵や低山性山地、農林体験・農山村生活体験は山間の盆地などに、避暑は高原リゾート地、スキーは積雪山岳、登山は標高の高い山岳、そしてマリン・レジャーは沿岸部や島嶼部といった具合である。基本的には東京都心部を核として同心円状のパターンをもつ地域構造として捉えることができる。このような農村空間の商品化による余暇・観光振興の地域差は、地形や気候、水辺などの自然環境や農林水産業の内容、既存の著名な観光地の存在、そして大都市からの近接性によって影響を受けていることがわかった。

(4)農村空間の商品化による余暇・観光振興の新たな可能性と課題

農村空間の商品化による余暇・観光活動による地域振興は、日本全国で広く進められており、それらに共通する点としては、農業や漁業、観光など地域の産業を維持したり発展させたりするという側面をもっていた。また、余暇・観光のための農村空間の商品化は、外部の都市住民のためであることが多く、都市住民の生活の充実のために大きな役割を果たしている。それとともに、地域住民の誇りや地域に対する愛着、そして帰属意識を醸成し、それによって住民の間の結束を強化し、地域社会を維持する役割も果たしている。

農村空間の商品化とは、言い換えれば農山漁村の地域資源の活用である。それらの資源は特別なものではなく、地域住民に身近な生産活動や景観、産物、環境、生活形態、年中行事などである。農村空間の商品化の対象はどの地域にも潜在的に存在するものであるから、外部からの適度の刺激を受けて、住民が意欲をもって工夫し努力することによって、商品化を進め、地域振興の拠点を点から線に、そして面へと広げていくことができる。

しかしながら、農村空間の商品化は、必ずしもポジティブな側面をもつだけではない。カナダの南オンタリオにおける事例研究では、農村空間の商品化による過度の観光地化によって、農村社会が変質して、なかには社会そのものが崩壊の危機に瀕しているものもある。日本でも農村空間の商品化という新しい動きに対して、従来からの農村社会では

住民の不安や混乱、対立が生じている例がある。さらには、農村空間の商品化にかかわって農業や漁業、そして観光などが本当に望ましい方向に進んでいるだろうかという疑問がでてくる。農村空間の商品化を念頭において行われている、時には生産性や効率性、収益性にこだわらない農業や漁業が、本来の姿なのであるか。農村や漁村の本来の機能である食料生産が軽視され、おろそかにされれば、もはや農地も漁場も地域社会も弱体化し、それ以外の多面的機能も喪失することは明確である。このような状況のなかで、本来の機能をもつ日本の農業や漁業をいかに存続させ、成長・発展させるかの方策を考えなければならぬ。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 10 件)

田林 明、農業・農村地理学におけるフィールドワークを重視した研究の方法 - 持続的農村・農業の維持形態・農村空間の商品化に関する研究を例として -、人文地理学研究、査読無、34 号、33-71、2014

田林 明、日本における農村空間の商品化、地理学評論、査読有、86 巻、1-13、2013

田林 明、黒部川扇状地の地理学的研究とその展開、人文地理学研究、査読無、33 号、1-27、2013

栗林 賢・高橋靖典・鈴木春香・永山いちい・鈴木富之・コンジョ = アウン = ヘイン・田林 明、日立市下深荻地区における観光農業の存続形態、地域研究年報、査読無、34 号、39-61、2012

田林 明・横山貴史・大石貴之・栗林 賢、山形県朝日町におけるエコミュージアム活動による地域振興、地理空間、査読有、4 巻、111-148、2011

[学会発表](計 11 件)

Tabayashi, A. and Oishi, T. Regional differences in the commodification of rural space in terms of recreation and tourism in central Japan, Annual Conference of the Western Division of the Canadian Association of Geographers, 2014 年 3 月 8 日, University of Victoria, Canada

Tabayashi, A., Tourism development owing to the commodification of rural space in Japan, 2013 IGU Kyoto Regional Conference, 2013 年 8 月 6 日, 京都国際会議場

Tabayashi, A., Commodification of rural space for regional development in Japan, 21th Annual Colloquium of the

IGU Committee of Sustainable Rural Systems, 2013 年 7 月 30 日, 名古屋大学
田林 明、農業・農村地理学の研究手順 - 黒部川扇状地からの発想 -、地理空間学会例会、2012 年 12 月 6 日、筑波大学
田林 明、商品化する日本の農村空間、日本地理学会春季学術大会、2012 年 3 月 28 日、首都大学東京

[図書](計 3 件)

藤田佳久・田林 明 他 37 人、古今書院、経済地理学 50 年、2014、419(102-111)
田林 明、農林統計出版、商品化する日本の農村空間、2013、397
山本正三、田林 明、菊地俊夫、二宮書店、小農複合経営の地域的展開、2012、399

[その他]

研究の集大成として、研究代表者は研究協力者とともに、主としてここ 3 年の研究期間に実施した研究成果を、『地域振興としての農村空間の商品化』という題名の単行本の原稿にまとめ、平成 26 年度科学研究費補助金研究成果公開促進費(学術図書)を申請した。その結果、平成 26 年 4 月に交付内定を受け、平成 27 年 2 月には出版できることになった。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

田林 明 (TABAYASHI AKIRA)
筑波大学・名誉教授
研究者番号：7 0 0 9 2 5 2 5

(2) 研究協力者

市川 康夫 (ICHIKAWA YASUO)
筑波大学・生命環境系・特任助教
研究者番号：6 0 7 2 8 2 4 4
大石 貴之 (OISHI TAKAYUKI)
岡山商科大学・経済学部・講師
研究者番号：1 0 7 3 7 7 2 9
栗林 賢 (KURIBAYASHI KEN)
徳山大学・経済学部・講師
研究者番号：9 0 7 3 2 9 9 1
横山 貴史 (YOKOYAMA TAKAFUMI)
神奈川大学・人間科学部・特任助教
研究者番号：7 0 7 1 0 1 5 1