

2017年度巡検報告書 静岡県裾野市の地域調査

はじめに

お茶の水女子大学文教育学部人文科学科地理学コースには、3年生の必修科目として、地理学フィールドワークA、地理学フィールドワーク演習という2科目が用意されている。この2科目を通して、約1年間かけて、特定の地域について文献調査を行い、4泊5日の現地調査を行い、その結果を報告書としてまとめるという一連の地域調査学習を行っている。

2017年度は、静岡県裾野市で調査を行った。この地を候補にしたのは、以前から学会等でよく知っていた県立裾野高校の先生の推薦によるところが大きい。下見で現地を訪れてみたところ、興味深いテーマが沢山あり、また市役所の方をはじめとした現地の方の受け入れ態勢が大変好意的であり、この地域で実施することにした。

夏に行う現地調査へ向けて、前期の授業の中で学生の興味に応じてテーマを絞り込んでいくが、テーマがある程度絞られた段階で、裾野市役所総務課の方が取りまとめ役となり、関係部署への連絡や資料の手配、キーパーソンの紹介等を行ってくださった。これには関係部署および総務課の方に大変な時間と労力をかけて頂いたことと思う。しかしそのおかげで、現地調査を行う前に沢山の資料を読み込むことができ、現地での調査をよりスムーズに、より深めた内容で行うことができたのは間違いない。この点において、裾野市役所ならびに関係者の方々

へ厚く御礼を申し上げる。

また現地調査では、初日は悪天候であったため予定していた現地巡検を行うことができなかったが、臨機応変に室内講義をしてくださり、学生は現地の様子を詳しく把握することができた。初日から連日学生調査の対応をしてくださった、裾野市文化財保護審議会委員の田口建一氏、裾野市地域地震防災指導員会防災指導員の菊池勇一氏に心より感謝する。また富士空撮サービス代表の本間一成氏のご好意で、空撮映像が欲しい学生に個別対応してくださり、ドローンによる空撮映像を提供して頂いた。繰り返しになるが、この調査地を推薦いただいた県立裾野高校の伊藤智章教諭に深く感謝する。

また、市役所との連携を大変密に取ることができ、市長への表敬訪問、新聞記事への掲載2件（うち1件は学生全員の調査テーマが掲載された）、市の広報動画に学生が出演するなど、単なる勉強だけではなく、普段はできないような経験ができたことも、学生にとっては良い思い出になったと思われる。

本調査によって得られた知見が、裾野市の方々には何らかの形で活用されることにつながれば、参加学生一同望外の喜びである。

引率教員 長谷川 直子

目次

裾野駅周辺の中心性とその維持（飯田 佑美子）
企業誘致が人口に与えるインパクト－裾野市の企業を事例に－（大垣 志織）
不二聖心女子学院の立地特性－地方都市における私立学校の選択への影響－（大竹 あすか）
直売所における加工品造り－静岡県裾野市 手造りみその会の活動を事例に－（尾形 希莉子）
裾野市における地域特産物づくりの現状－あしたか山麓裾野そばを事例に－（粕渕 麻央）
浅間信仰と須山地域との歴史的関係性（小山千晶）
市民の健康を支えるまちづくり－ヘルシーパーク裾野

を事例に－（鈴木 結奈）
ご当地グルメによる地域活性化－裾野市「すその水ギョーザ」の現状と課題－（多賀 麻里子）
耕作放棄地対策を通じた地域振興－パノラマ遊花の里を事例として－（土屋 友貴美）
裾野市における防災対策－防災マップと防災教育の実態－（野尻 佳那）
愛鷹連峰裾野市域における登山道管理の現状と課題－地元組織主体の整備活動の事例から－（平岩 理菜）
裾野市におけるお茶栽培の現状と今後の展望について（廣川 文香）

裾野駅周辺の中心性とその維持

飯田 佑美子

I はじめに

近世以降多くの都市が鉄道駅を中心として発展を遂げたが、鉄道黎明期の明治や大正において駅はすでに建築物が密集している中心街を避けそこに隣接した町の外縁部に建設された。しかし人々が通学・通勤に鉄道を利用し駅が集客性を持つようになると、商業機能や宿泊機能等の都市機能が集中する市街地が、宿場町や城下町といった旧来の場所から駅の周辺へ移動してくる。鉄道建設および駅設置によるこのような中心市街地の移動は全国各地の駅で見られ、駅の持つ中心性は都市の構造に大きな影響を与えてきたといえる。

しかしながら、郊外や地方都市において現在この中心性は薄れてきている。近年のモータリゼーションの進行は鉄道利用者数を減少させ、町の機能をバイパス沿いへと移動させた。特にロードサイド型大型店の影響は大きい。福岡市の鉄道駅周辺を事例に研究を行った随・趙(2013)は、特に食品系と身の回り品系に関しては周辺人口の増減と関係なく駅周辺地域の店舗が減少傾向にあることを指摘している。こうした都市機能、特に商業機能のバイパス沿いへの流出により町の中心地の所在地は不明瞭になりつつある。

裾野市においては、JR御殿場線の裾野駅周辺が市の中心市街地となっている。この地区は駅の設置以後発展し、現在では駅前に商店街が形成されているほか、周辺には

市役所や学校も立地している。駅前の活性化は町の中心性の維持やそれに伴う人々の交流を促すため、駅周辺の商店街や行政にとって課題である。2013年に実施された市民意向調査でも、裾野市における今後のまちづくりについて「郊外は今の環境を守り、鉄道駅の周辺など、中心部にある住宅地や商業地を充実させて、公共交通の利便性を高めるまちづくりが望ましい」が最多の回答となっており(裾野市建設部まちづくり課 2016)、中心市街地活性化は市民からのニーズも高いことが伺える。こうした状況の中で駅周辺の商店街は活性化への取組みを行い、裾野市は裾野駅周辺を市の玄関口とし賑わいのある中心市街地を形成すべく市街地整備(裾野駅西土地区画整理事業)を進めている。

以上のことをふまえ、本調査では裾野駅周辺に焦点を当て、裾野駅とその周辺地域は時代とともにどのように変化してきたのか、市の中心市街地として中心性の維持の為にどのような取組みが行われているのか、そして今後の裾野市の中心性のあり方を明らかにすることを目的とする。

研究の方法は、研究論文、マスタープラン等の文献調査と、現地調査である。現地調査期間は2017年7月23日から27日であり、裾野市産業部商工観光課商工労政係、同建設部区画整理課、すその駅前中央商店街、裾野市東地区商工振興会を対象に聞き取り調査を行った。

II 裾野駅周辺の概要

1. 裾野駅

裾野市を通る鉄道はJR御殿場線のみである。御殿場線はJR沼津駅から裾野市、長泉町、御殿場市、小山町を経て、神奈川県小田原市のJR国府津駅に至る。裾野市域では国道246号や東名高速道路と共に市を南北に貫き、裾野駅と岩波駅の2駅が設置されている。中でも裾野駅は市を代表する駅となっている(写真1)。なお、裾野駅と岩波駅の中間である深良地域に裾野新駅を設置する運動が起こっているが、実現はしていない。

裾野駅は1889年に東海道本線の佐野駅として開業し、1915年に裾野駅に改称された。1934年には丹那トンネルの開通により裾野駅を含む国府津～御殿場～沼津を結ぶ区間が御殿場線となった。かつては特急「あさぎり」(口



写真1 裾野駅西口

(2017年7月25日筆者撮影、駅前広場は区画整理事業の工事が行われている)

マンスカー)も停車していたが、2012年に小田急線からの乗入れが廃止となり、現在は主に地元住民が通勤や通学に駅を利用している。1日平均乗車人員は2600名程度で、近年の乗車人数は横ばいで推移している。

また、裾野駅西土地区画整理事業と連動して駅の橋上化と東西を結ぶ自由通路の整備計画がある。

2. 裾野駅周辺の商業関連施設

1) すその駅前中央商店街

佐野駅が開設されたことによって、駅前はこの地方の交通の要所となる。古くからの交通路である街道と駅とを結ぶ西側地区には1910～1920年代に料理屋や病院、郵便局の立ち並ぶ宿場町が形成され、1930年頃から現在にかけては2本の通りに沿って商店が集積している。一つは駅から西側に伸びている裾野停車場線(駅前通り)、もう一つは裾野駅前交差点から北に走る平松新道線(新道通り)である。駅前通りの中で大字が平松に属する商店街が駅前商店街、平松の西側に位置する佐野に属する商

店街が緑町商店街、そして新道通りの商店街は新道商店街と名乗ってきたが、1994年に3商店街が合併して「すその駅前中央商店街」を組織した。商店街会員数は合併時には124(新道支59,駅前支部33,緑町支部32)、2015年度には61(新道支部30,駅前支部14,緑町支部17)となっている¹⁾。1990年代はスーパーや飲食店、専門店が途切れることなく立ち並んでいたが現在はシャッターも目立つ。

2) 裾野市東地区商工振興会

裾野市史編さん専門委員会(1997)によれば、裾野駅の東側地区は西側地区とは異なった発展を辿っている。1894年、ほとんどが畑で人家のなかった現在の駅の北東に天理教の佐野原教会が設立された。それ以来教会内に会長住宅が設けられたほか、周辺には教会の関係者が移り住み始めた。その後1951年から1954年にかけて駅の東に市営富士見台住宅が建設され、それをきっかけに東側地区に住宅が建つようになる。住宅地化に伴って現在の

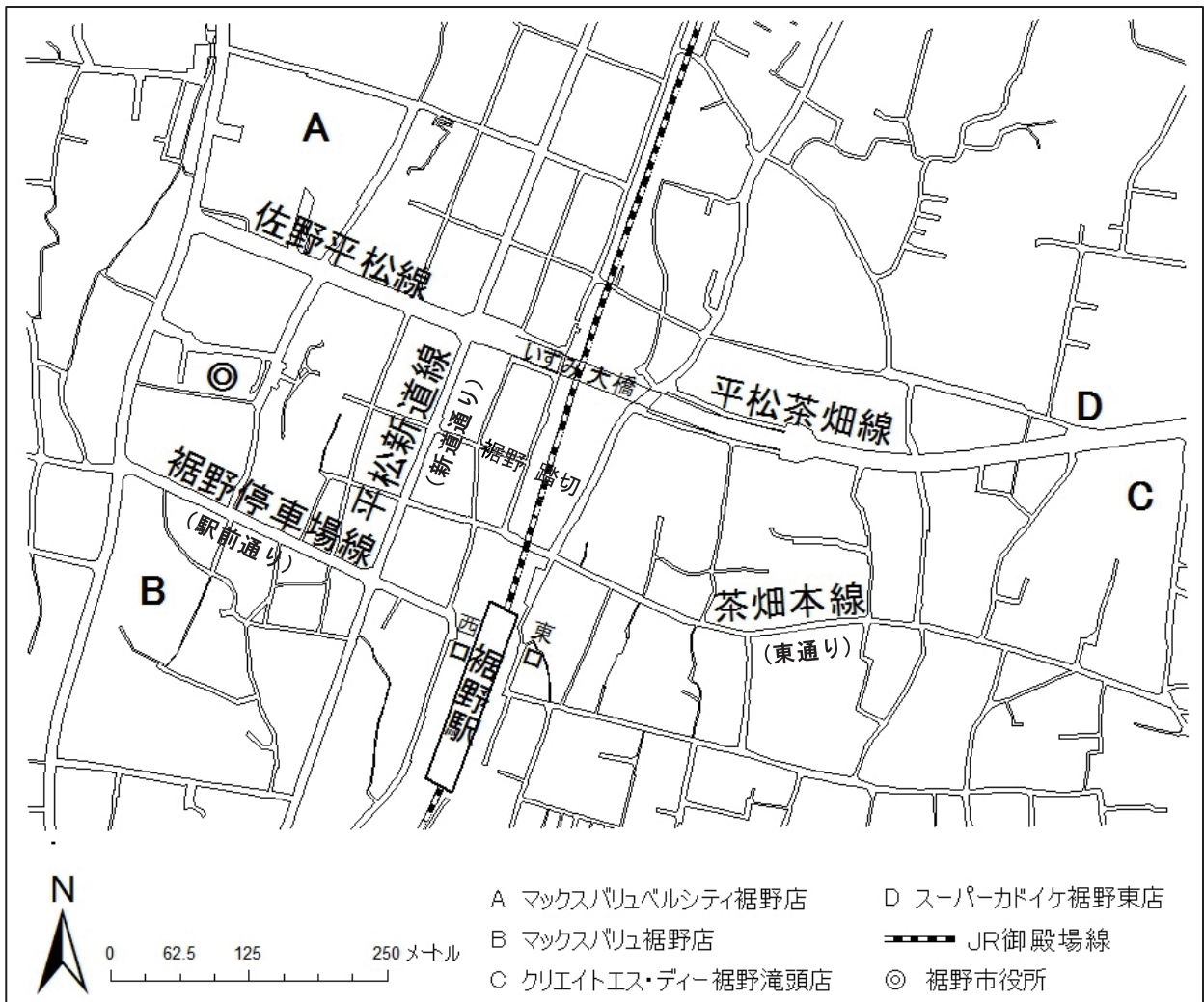


図1 裾野駅周辺の商業関連施設

(基盤地図情報をもとに作成)

茶畑本線（東通り）にも商店が増えるようになり、1985年には東通り沿いの商店を中心に「東通り商工振興会」が発足した。発足当時は通りにスーパーや食料品店、床屋などが並んでいたという。その後後継者問題や大型店の進出により商店は減少し、現在通りで見られる商店は数少ない。会員拡大を必要とした同会は2005年「東地区商工振興会」に改名し、対象を東地区全体の商工業者とした。現在71の会員で組織されており、そのうち建設・製造業34件、販売・飲食17件、医療・その他20件となっている。

3) 大型店

裾野駅の西側には二つのショッピングセンターが立地している。一つは旧新道商店街の北西に位置する「マックスバリュベルシティ裾野店」(図1中のA)、もう一つは旧緑町商店街の南西に位置する「マックスバリュ裾野店」(同B)である。もとは前者がスーパーマーケットのキミサワ、後者が同じくヤオハンであったが屋号変更や吸収合併を経てどちらもイオングループのマックスバリュとなっている。両者とも大通り沿いに位置し、大型の駐車場を擁する。商店街の南北に立地する二つの大型店は、特に自動車で買い物に来る市域の人々を吸収した。

裾野駅の東側にも、近年二つの大型店が立地した。2014年開業のドラッグストア「クリエイトエス・ディー裾野滝頭店」(図1中のC)と2015年開業のスーパーマーケット「スーパーカドイケ裾野東店」(同D)である。いずれも平松茶畑線沿いに立地し、駐車場を擁している。

以上のような大型店は自動車利用の消費者を想定していることもあり、その開業には道路の開通が大きな影響を与えている。特に2008年に御殿場線の線路の東西が陸橋(いずみ大橋)で結ばれたことは、消費者の流れを変えた。上記の大型店のうち3店舗は佐野平松線からいずみ大橋、平松茶畑線へと続く通り沿いに立地している。開通前は東通りに接続する裾野踏切で渋滞が起こることもあったが、開通後は道幅が広く踏切のない大通りを選んで線路を越える人が増え、東通りの交通量は減った。東通りではそれに伴い売上が落ちた商店もある。

大型店が郊外型の店舗にはなっておらず、従来の商業地域に隣接して立地していることにも注目したい。ロードサイドでありながら従来の商業地域に近い場所に立地する大型店は、いずれも裾野駅から徒歩約10分圏内となっている。徒歩や自転車を利用する買い物客もアクセスしやすい場所に立地していることは、自動車利用以外の買い物客も大型店に流れた一因であるといえよう。人々の消費行動の場は駅から遠ざかり、商業において裾野駅

の持つ中心性は薄れつつある。

III 裾野駅周辺におけるまちづくりの取組み

現在、裾野駅周辺におけるまちづくりの柱となっているのは行政と商店街である。以前はタウンマネジメント機関(TMO)の株式会社が存在し駅前パーキング管理運営業務等に携わっていたが、裾野駅西土地区画整理事業の進捗に伴い2012年に一切の営業活動を休止し解散している。

ここでは駅周辺の商店街であるすその駅前中央商店街と裾野市東地区商工振興会の取組み、そして行政の手がけるまちづくりの中でも現在中心事業となっている裾野駅西土地区画整理事業について記載する。

1. 商店街による取組み

裾野駅周辺の商店は、全国の商店街で見られるように商店主の高齢化による担い手不足、大型店の立地や自動車交通の普及による利用客の減少等の問題を抱えている。商店の買い物客は主に昔からの付き合いのある高齢者が多く、駅周辺に立地しているにもかかわらず駅の利用者を消費者として取り込めていない。そのような状況の中でも各商店街は商店に足を運んでもらうべく、地域振興や知名度向上に取り組んでいる。

1) すその駅前中央商店街

すその駅前中央商店街では、イベントの実施やチラシの配布によりその活性化に努めている。

商店街で行われるイベントの中でも最も大きなものが富士山すその阿波踊り大会である。富士山すその阿波踊り大会は1984年に開始して以降毎年8月に実施され(1985年のみ9月)、2017年に第34回を迎えた。高円寺ですでに開催されていた阿波踊り大会に着想を得て、商店街の名物をつくり活性化につなげるため当時の新道商店街で実施されたのが始まりである。地元の連も増え、現在では裾野夏祭りと同様大きなイベントとなっている。ほかにも歳末時期には福引きを行う等のイベントを実施しており、イベント時期の売上は伸びるといえる。

事業の対象地域となっているすその駅前商店街は、その運営や維持にも区画整理が大きく影響しているが、区画整理との関係については後述したい。

2) 裾野市東地区商工振興会

裾野市東地区商工振興会は対象となる地域が東地区全体と広く所属する事業者の業種も幅広いことから、その商業発展のみに力を入れるのではなく、地域全体の振興

を目指した活動を行っている。

会の内部ではまちづくり研修活動として、勉強会の開催や各地の商店街への視察を通して東地区の現状や将来についての調査・研修を行っているほか、対外的には道路側溝へのペイントによる美化啓蒙活動、富士宝永山ブランドの開発・PR、会所有のドローンでの地域事業の撮影・PR、パブリックビューイングや不動産の滝ライトアップ等のイベントを実施している。

現在は会の活動により地域の知名度を向上させることを目的としており、まだそれらの活動が商店の売上向上に繋がる段階には至っていないという。

2. 裾野駅西土地区画整理事業

1) 事業概要

裾野駅の西側地区では現在、裾野駅西土地区画整理事業が進行している(表1)。事業主体は裾野市で、建設部区画整理課がその中心となっている。裾野市建設部まちづくり課(2016)によると、土地区画整理事業とは都市計画法に規定されている市街地開発事業の一つであり、土地の所有者等から土地の一部を提供してもらい(減歩)、それを道路や公園等の新たな公共用地として活用し、整然とした市街地を整備することによって居住環境を向上させ、一方で宅地を整形化して利用増進を図る事業である。

対象地域は裾野駅西側の17.6haに渡る範囲で、既述の通り裾野市の都市拠点とされている地域である(図2)。北部は地域生活商業地と中心商業・業務地、南部は一般住宅地となっており、すその駅前中央商店街や裾野市役所も対象地域に含まれる。市は本事業の目的を、「商業・居住環境、交通機能及び防災面等多数の問題を抱える裾野駅西地区において都市計画道路、区画道路網、公園、水路等の公共施設の整備改善を面的に行い、宅地の利用増進を図り、豊かな自然と魅力的な環境を備えた市民の交流拠点を創造する。また、活気ある商業地と快適で利便性の高い住宅地を整備し、裾野市の玄関口にふさわしい中心市街地を形成することを目的とする」としている。具体的には、道路網が未整備であるため狭隘道路が多く歩行者の安全性が確保されにくく車の交互通行や緊急車両の乗入れも困難であること、駅前広場が狭小であるためバスの溜まり場が少ないこと、人と車が入り交じり交通の安全性が確保されにくいこと等が現況の問題として挙げられている²⁾。

2003年、事業計画決定当初の総事業費は190億円、事業終了予定は2016年度だった。しかし実情にあった事業費の把握を図るため2011年に再積算を行ったところ総事業

表1 裾野駅西土地区画整理事業の事業推移

年月	事業推移
1967年	裾野町総合開発計画に駅前広場の整備について位置づけがされる
1985年	裾野市総合計画に市街地再開発事業
1994～1997年度	裾野駅西土地区画整備連絡協議会の設置
1997年7月	都市計画決定
2003年2月	事業計画決定
2005年4月～	意向調査のための個別訪問の実施
2006年5月～	仮換地原案説明のための個別訪問の実施
2007年4月	事業計画(第1回変更)決定
2007年5月	第1回仮換地指定
2007年	公共施設整備工事着手
2011年	裾野駅西土地区画整理事業の見直し着手
2012年4月	裾野市事業評価監視委員会が市に見直しの報告書を提出
2016年3月	事業計画(第2回変更)決定

(裾野市建設部区画整理課提供の資料に基づき作成)

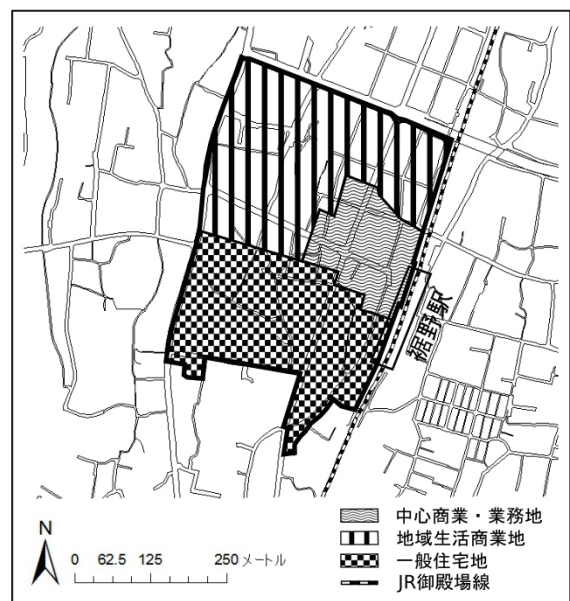


図2 裾野駅西土地区画整理事業の対象地域と用途地域
(基盤地図情報、裾野市提供の資料に基づき作成)



写真2 整備の完了した地域

(2017年7月25日筆者撮影)

費は約300億円となり、当時の年間事業費約6億5000万円を続ける場合事業完了まであと40年かかることが判明し

た。世界的金融危機の影響を受けて財政状況が厳しかった市は事業見直しを行い、現在の街路を活かす事業計画の変更手続きを行っている。その結果総事業費は220億円への圧縮が見込まれ、2029年度の事業完了を目指して東部から工事が進められている（写真2）。

2) 事業の進行における課題

土地区画整理事業は建物の取壊しや移転を伴うため事業の進行には市民、権利者との相互理解が不可欠である。市は説明会の開催や駅西まちづくりニュースの発行を通じて市民との意見交換の場を設けている。特に当事業の対象地域にはその駅前中央商店街が含まれているが、商業地域においてはその合意形成が難しくなる。

その理由として、まず対象地域ですでに人々の営みが活発に行われていることが挙げられる。特に個人商店が軒を連ねる地域では1階が店舗、2階が住宅となっている場合も多い。職住という二つの性質が共存しているからこそ、そこに住む人々は住居も職場も今の環境を失うことになる。住環境の用意や仮設店舗措置・休業補償がなされるとはいえ地域が整備されている期間、職住ともに質の低下を余儀なくされる。事業終了後には新しい土地建物での営みが再スタートする訳だが、慣れない環境での生活や商売もまた最初は負担を強いられることになるだろう。それゆえ、事業中および事業後の街の姿がどのようになるのかという市民の関心は他地域を整備するより大きい。

次に、整備後の商店の立地である。地権者は従前地の代わりに新たな換地の権利を得て、新たな土地に再び店舗を建てることとなる。できる限り事業前のコミュニティを変化させぬよう考慮して換地は行われるが、従前地と換地とで床面積や隣接店舗、駅や駐車場からの距離など多くの要素が変化する。換地の土地としての価値は地価である程度は計ることができるが、その土地が特定の商売にとってどのような利益・不利益をもたらすかはより詳細な分析を要する。

そのような問題をさらに大きなものにしてしているのが事業の長期化である。調査を進める上でも、事業の早期進行・完了を求める声が多く聞かれた。事業自体が長期化している上、地域の北から南へ流れる小柄沢川の川下から整備を進めなければならないという事業の性質上、川上にある商業地域の整備は川下の住居地域の整備完了後となる。自らの住む地域の整備開始・完了時期が不透明であることは高齢の商店主にとっても負担となる。退去を機に廃業を選択する商店主もいるだろう。廃業の選択は個人の自由であるため行政が阻止することはできない

が、市街地の賑わいには大きな影響を与える。事業の早期完了が、商店街の存続を含めた中心市街地の活性化にとって重要な要素となっている。

IV おわりに

本調査では裾野駅周辺に焦点を当て、裾野駅とその周辺は時代とともにどのように変化してきたのか、中心性の維持のためにどのような取組みが行われているのかを明らかにしてきた。

裾野市において裾野駅周辺地域は中心市街地として扱われてきたが、その中心性は薄れつつある。駅周辺の商店街や行政は再活性化に向けて取組みを行っているが、まだ活性化には至っていない。特に土地区画整理事業にあたっては、数十年後を見据えた活性化のため基盤整備を図る行政と、数年後の自らの商店経営および生活の見通しを立てたい商店街との視点の差が意見の違いを生んでいることがわかった。

駅前の商業空洞化は確かに起こっている。しかしながら大型店は従来の商業地域に隣接して立地しているため、商業機能はまだ裾野駅周辺から離れていないともいえよう。今後も中心性を維持し、中心市街地の再活性化そして賑わいの創出に繋げるためには、行政、商店街に加え大型店も一体となった取組みが必要であると考えられる。

謝辞 本調査の実施にあたり、裾野市産業部商工観光課商工労政係、裾野市建設部区画整理課、すその駅前中央商店街、裾野市東地区商工振興会の皆様にご協力をいただきました。心より御礼申し上げます。

注

- 1) 会員には一般会員費と準会員費がいるが、準会員は美化灯電気料として会費を支払うのみで商店街の活動にはほぼ関わらない。したがって商店街会員数として発表する際は一般会員数としている。
- 2) 裾野市建設部区画整理課提供の資料による。

文献

- 随 洪キン・趙 世晨 2013. 鉄道駅周辺における小売店舗の立地動向及び業種分布に関する研究. 日本建築学会計画系論文集 78(683): 141-148.
- 裾野市建設部まちづくり課 2016. 『裾野市都市計画マスタープラン 裾野市の都市計画に関する基本的な方針』.
- 裾野市史編さん専門委員会 1997. 『裾野市史 第七巻 資料編 民俗』精興社.

企業誘致が人口に与えるインパクト — 裾野市の企業を事例に —

大垣 志織

I はじめに

これまで我が国の国土計画は、1962年より過去5回にわたり策定されている。全国総合開発計画から第三次全国総合開発計画までの政策は、人口の過密による弊害や投資効果の低下が課題として設定された。そして、「都市の過密を緩衝させる」政策として、地方に企業誘致を行うという政策が積極的に行われた。この政策が功を奏し、1970年代の半ばには地方圏の人口は増加に転じた。

しかしながら、1985年にプラザ合意がなされ、グローバル化等の社会変化の影響で、日本企業の海外進出が進んだ。また、地方圏で労働力となる若年層が減少したことで、労働力を求めての地方への企業立地は困難になった。このような要因が重なり、東京へ人口の一極集中が起こった。そして、第四次全国総合開発計画以降、地方への企業誘致の非効率性が主張されるようになった（栢原・加賀屋 2007: 681）。これに対し、森川（2015a: 206）は工場移転が本当に非効率であるのか、疑問を呈している。また、同氏は地方に人口を留める「人口のダム」として、企業の本社移転等を含めた、東京の持つ都市機能の移転が有効だと述べている（森川 2015b: 94）。

しかし、現在の裾野市の人口増加率に着目すると、1990年以降参入企業は増えたものの、人口はさほど増加しておらず、企業誘致が人口に与えるインパクトは明瞭ではない。そこで、本研究では裾野市を事例に、企業が同市に参入した背景を探るとともに、企業誘致が裾野市の人口にどのように影響を与えているのか明らかにする。

調査期間は2017年7月23日から27日であり、裾野市に参入した企業の中で、特に裾野市に影響を及ぼしていると考えられる企業¹⁾2社と裾野市役所企画部企画政策課および産業部渉外課にて聞き取り調査を行った。

II 裾野市の概要

裾野市は静岡県東部に位置し、北は富士山、東は箱根山、西は愛鷹山に囲まれた、山の裾野にある市である。富士山の溶岩流により、裾野市の地盤は強固で地耐力が良いという特徴がある（写真1）。また、富士山の地下水が豊富で、市中央には黄瀬川が流れる。総面積は138.12km²、



写真1 溶岩により強固な地盤（トヨタ自動車東日本敷地内）
（2017年7月26日筆者撮影）

表1 裾野市の歴史

年	出来事
1960年	「裾野町工場設置奨励条例」を制定
1961年	矢崎総業（株）操業
1962年	矢崎総業（株）社宅建設、 三菱アルミニウム（株）操業
1964年	「裾野町工場設置奨励条例」廃案
1966年	トヨタ自動車（株）操業
1967年	関東自動車工業（株）操業
1969年	東名高速道路開通
1971年	裾野市誕生
1976年	千福ニュータウン着工
1984年	人口5万人達成
1986年	（株）ヤクルト本社操業、新東名計画決定
1988年	東名裾野IC、国道246バイパス開通
1996年	キャノン（株）操業、 呼子ニュータウン販売開始、 市営稲荷住宅入居開始
2012年	新東名高速道路開通

（網掛け部分は企業誘致促進に影響力があつた出来事である。市役所からの提供データを基に作成）

人口は52,581人、21,730世帯が裾野市に暮らしている
（2017年12月1日現在）。

III 裾野市における企業誘致政策の展開

1960年当時、財政が逼迫していた裾野町は、農林業主体の経済である第一次産業から、第二次産業主体の地域経済の発展を図ることで、財政を立て直そうとしていた。この主要策として企業誘致に重点を置いた。これに伴い、産業の振興・町の発展を促進するために、1960年に、工場の操業開始から3年分の固定資産税の一部もしくは全部を免除する「裾野町工場設置奨励条例（以下、工場設置条例）」を制定する（表1）。そのため、図1が示すよ

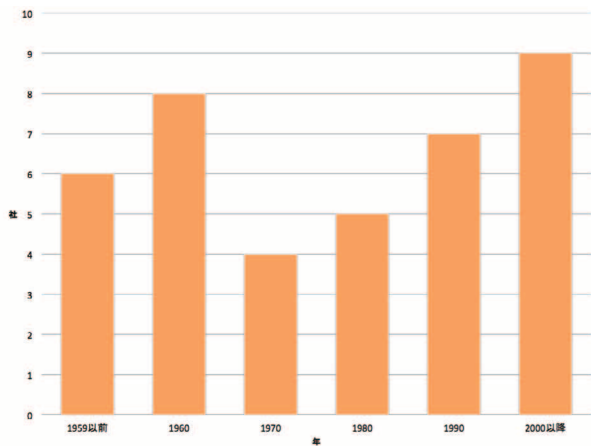


図1 裾野市における企業数の推移

(従業員が30名以上の企業を記載した。裾野市工業ガイドを基に作成)

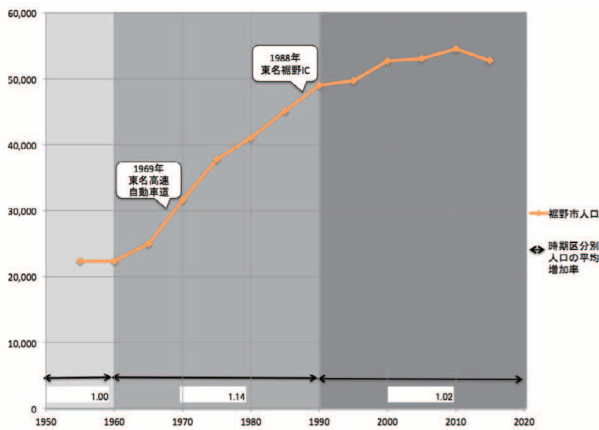


図2 裾野市における人口の推移

(国勢調査を基に作成)

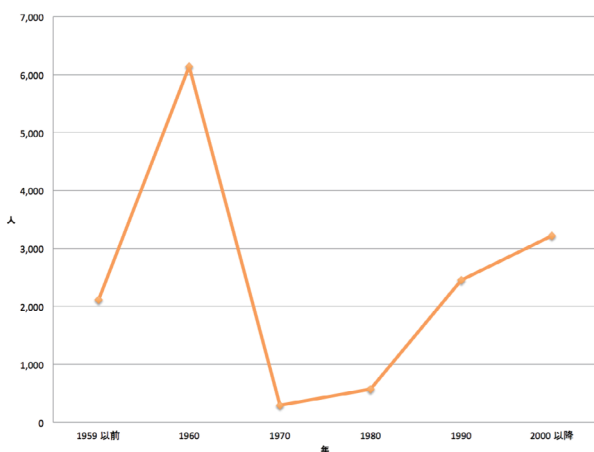


図3 参入企業と従業員数

(国勢調査を基に作成)

うに工場設置条例制定後裾野町における企業数は増加していくこととなる。

矢崎部品(株)はこの条例制定に先駆けて、裾野市へ

の参入を希望しており、従業員を多く抱える矢崎部品(株)に対する経済効果への期待は大きかった。この矢崎部品(株)の参入が裾野町の企業誘致政策の皮切りとなり、その後、裾野町は用地買収を進め、三菱金属鉱業(株)、丸江伸銅(株)、トヨタ自動車(株)と企業の参入が決定していった。このように、着々と企業誘致が進んだ反面、裾野町は広大な用地を確保するのに苦心した。「町報すその」でたびたび、「積極的な地元民の理解協力が必要」と呼びかけるほどだったが、町の職員、県当局、地元関係者、企業関係者が協力し、地主との信頼関係を構築したことにより企業誘致に必要な用地を確保した。そして、2011年までに従業員数が30名以上の企業は37(現在立地している企業のみ集計)、裾野市に立地している。

ちなみに裾野市は企業誘致において、地下水の豊富さ、地盤の硬さ、富士が見える景観、東京100km圏内で名古屋と東京の中間地点にあること、ダブルネットワークによるアクセスの良さ、人柄の良さを当市の魅力として挙げている。

企業誘致に伴い、裾野市の人口は図2のように推移している。工場設置条例が制定された1960年以降の人口の増加率を見ると、1990年までは平均すると1.14の割合で急激に人口が伸びている²⁾が、1990年以降は1.02とその伸び率は鈍化してきている。しかしながら、図1にあるように1990年以降企業立地数が急激に減少したわけではない。また、図3より1980年より従業員数が増えていることがわかる。

次の章で、調査を行った企業の立地理由とそれに伴う人口移動を考慮に入れた上で、企業誘致と裾野市の人口について考察していく。

IV 企業側の立地背景と人口変化

ここでは、企業の裾野市立地の背景とそれに伴う人口の流入出について記載する。

1. トヨタ自動車東日本(株)東富士工場(1967年竣工)・東富士総合センター(2006年竣工)

現在のトヨタ自動車東日本(株)はその前身である関東自動車工業(株)時代に裾野市に参入している。2012年にセントラル自動車(株)、トヨタ自動車東北(株)と統合し現在の形になった。本社は、宮城県にあり、裾野市では、東富士総合センターにて企画・開発・生産技術部門のエンジニアを中心に、また県道を挟んだ東富士工場には、センチュリー、JPN TAXI、ポルテ、スペイドの組立工場が存在する。トヨタ自動車東日本(株)の裾野市への参入はグループ企業であるトヨタ自動車(株)の

影響が大きい。関東自動車工業（株）は先に裾野市に立地していたトヨタ自動車（株）の場内外注として進出し、1967年にトヨタ自動車東日本（株）東富士工場が設立された。立地当時の従業員数は、トヨタ自動車（株）、関東自動車工業（株）合わせて約1,500人³⁾で、現在はトヨタ自動車東日本（株）だけで約3,000人の従業員が裾野市で働いている。1967年に独身寮が2棟、世帯者用の社宅120戸が建設された後も独身者・世帯者用合わせて十数棟のアパートの建設が予定された。現在、裾野市内にはトヨタ自動車東日本（株）の独身寮は10棟ある。また、社宅は12棟（1棟あたり約50戸入居可能）あり、約9割が稼働している。そのため、裾野市に居住する従業員が最も多くなっている。裾野市に次いで、従業員が多く住むのは御殿場市であり、比較的近場から通勤する人が多い。また、会社に近い裾野市内での居住を希望しても、宅地の供給量が不足しているため、裾野市に居住できない社員が一定数いるという。

裾野市に立地する企業として、市に対する帰属意識が強い。市が企業の意見を求めたり、積極的に企業に情報提供をするなど企業側と密にコミュニケーションを持つことで、「市は企業に寄り添ってくれる」という安心感を企業に与えている。

以上の聞取りにより、独身寮や社宅が裾野市に整備されたことで、裾野市に勤務する約3,000人のトヨタ自動車東日本（株）の従業員のうち少なくとも3割程度は裾野市に居住していると考えられる。約5万の人口規模の裾野市にとって、人口に大きく影響を与えているといえる。一方で、裾野市は人口増加のポテンシャルがあるにもかかわらず、宅地の供給不足により他市への人口流出が見られた。トヨタ自動車東日本（株）に限らず市の北東部に位置する岩波地区では、周辺に工業地帯が広がっているため、企業従業員の宅地が慢性的に不足している。

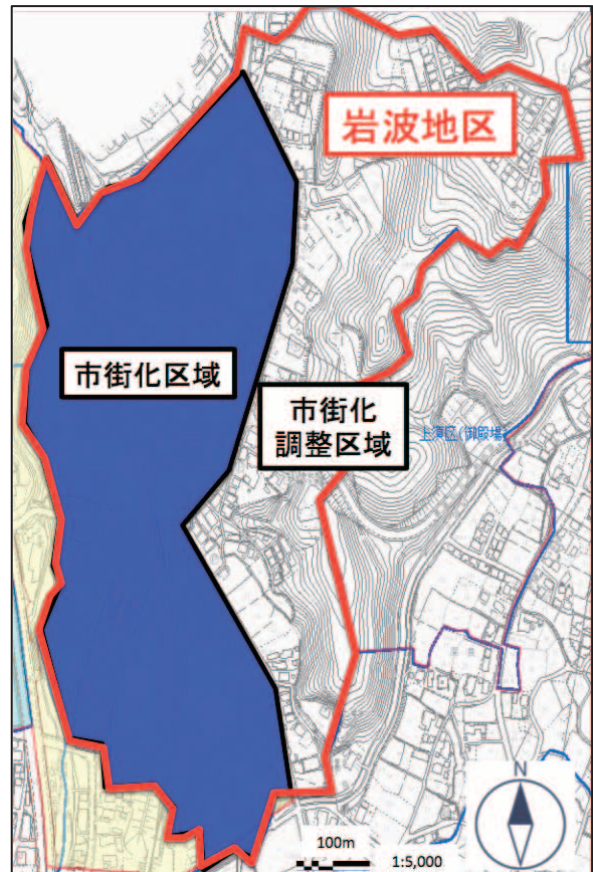


図5 岩波地区の市街化区域と市街化調整区域
(市役所からの資料に基づき加筆修正)

しかし、この地域のおよそ半分は市街化調整区域であり（図5）、当該区域では宅地開発が規制されている。一方、市街化区域は既に人口が集中しており、市はその活性化が必要としているものの、さらに宅地開発を行うのは困難である。

2. 矢崎総業（株）（1961年操業）

矢崎総業（株）は裾野市が初めて誘致に成功した企業

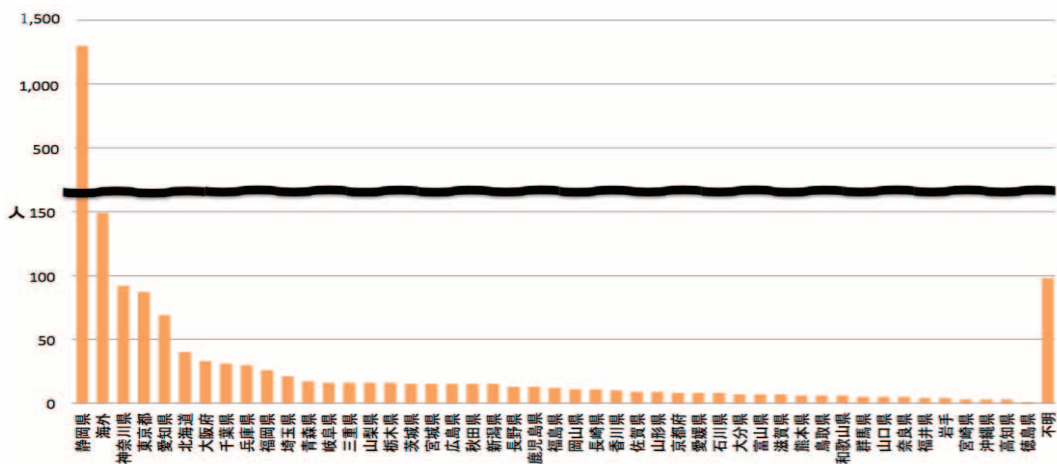


図6 矢崎総業（株）従業員の出身地

(計2,436人。矢崎総業（株）資料をもとに作成)

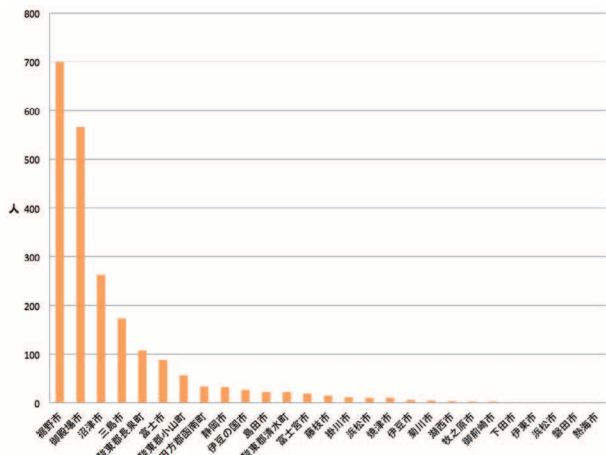


図7 矢崎総業(株)の従業員の居住地(静岡県内)

(2017年現在の静岡県内に居住する従業員は計2,180人である。矢崎総業(株)資料を基に作成)

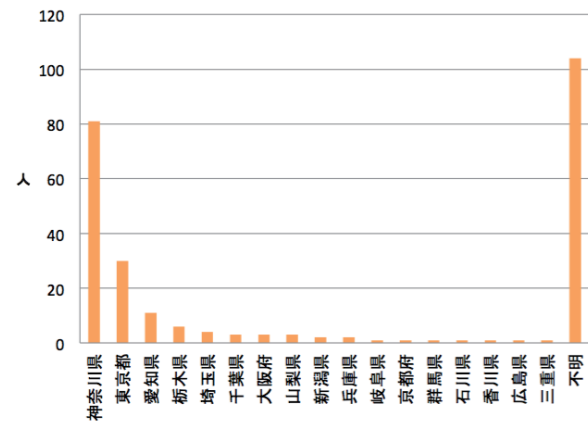


図8 矢崎総業(株)の従業員の居住地(静岡県外)

(2017年現在の静岡県外に居住する従業員は計256人である。矢崎総業(株)資料を基に作成)



写真2 矢崎総業y-city内の社宅

(2017年7月29日筆者撮影)

であり、矢崎総業(株)の裾野市参入が裾野市における工業化の幕開けであるといっても過言ではない。矢崎総業(株)が裾野市へ立地した背景には、当時本社が立地していた沼津市の耐震への不安があり、新しい用地を探していたことに始まる。御殿場市にも工場があった関係から、沼津市と御殿場市の中間地点に立地し、富士山の南東に位置し岩盤の強固な裾野市に進出することとなった。また、広汎な土地が確保できること、比較的地価が安価であることも企業立地の決め手となったという。現

在、従業員数は2,436人(2017年7月27日現在)で従業員の出身地を都道府県別に見ると以下ようになる。

図6のグラフより、静岡県出身者が1,420人で、従業員の全体数が2,436人であることから半数以上が静岡県出身者であることがわかる。2番目に多い出身都道府県は神奈川県92人、次いで東京都が87人となっている。次に従業員の居住地域について見てみる。

全2,436人の従業員のうち、静岡県内に住んでいるのは2,180人である(図7)。今回のデータからは静岡県出身者の現在の居住地は特定できないが、全員が静岡県に居住していたと仮定しても760人が静岡県内に移り住んでいると推測できる。また、現在、静岡県外に住む従業員は図8のようになっている。矢崎グループ従業員のうち矢崎総業(株)が立地する裾野市に住む者は699人であり一番多い。次いで、御殿場市に住む者が566人、沼津市が同様に263人となっており、特に裾野市、御殿場市の居住者数が多いことがわかる。この2市の居住者が圧倒的に多いのは、社宅の影響が大きい(写真2)。

矢崎総業(株)は裾野市、御殿場市に社宅と单身寮を所有し、裾野市内には735室、御殿場市には366室あり、何れも8割程度が稼働している。つまり、600人近い従業員(裾野市居住者の大半)が社宅および寮に住んでいることになる。その家族などを合わせると矢崎総業(株)の立地が裾野市の人口に与えるインパクトは非常に大きい。また、矢崎総業(株)の事例から従業員への社宅や寮等の住居供給が裾野市の人口増加に寄与していることがわかる。

V おわりに

今回の調査では、企業誘致政策が人口に与えるインパクトを裾野市に進出した2社を事例に検証してきた。工場設置条例等が制定された、初期段階の企業誘致においては、外部からの人口流入が著しく、この現象が裾野市における人口に大きな影響を及ぼしていることがわかった。人口が大きく増加した要因として、企業立地により裾野市内で働く従業員数が大幅に増えたこと、また、社宅や单身寮等の企業内で居住施設を整備する企業が多かったことが挙げられる。

近年の裾野市の傾向として、企業数の増加に対し、人口の増加率は少ないことが挙げられる。近年、人口増加率が伸び悩んでいる理由の一つに宅地の供給不足が挙げられる。実際に、訪問した企業において「裾野市に住みたいが宅地がない。あったとしても、価格が高く住めない」という声が多数聞かれた。宅地不足の背景には裾野市の都市計画が影響している。特に岩波地区で居住を希

望する人が多いのだが、地区の約半分は市街化調整区域であるため、さらなる宅地の供給は困難である。市街化地区の活性化を進め、発展させることが企業誘致に伴う人口を増加させる（人口の流出を抑える）点において重要である。

また、今回の調査により今まで社員のために社宅を提供していた企業から、社宅の老朽化に伴う維持管理が難しいため社宅制度の見直しを検討しているとの声が聞かれた。今後、裾野市における人口のポテンシャルを生かすためには、立地企業に代わり市もしくは民間企業による宅地の供給が求められるだろう。また、現在の市の人口を保つには企業の立地維持が求められる。そのためには、裾野市に移ってきた企業およびその従業員に市への愛着を持ち定着してもらう必要がある。企業と市が連携を図り、対人関係の中で信頼関係を築いていくことが一つの糸口になるだろう。「地方消滅」を提唱した増田（2015: 1193）も、「工場や大規模商業施設などを誘致することにより、財政基盤の安定化を図り、住環境整備を進め、人口流入を実現させるモデルは企業業績や経営に大きく左右されるため、企業、自治体、住民の緊密なコミュニケーションが求められる」と述べている。また、ハード面だけではなく子育て政策等のソフト面を重視した政策の重要性を説いている。裾野市の人口は2010年を境に減少に転じており、それに伴いソフト面での政策も充実させてきた。その一つに子育て支援策があり、乳幼児とその母親を対象にした英語で行うリトミック教室や、部下や職場スタッフが仕事と家庭を両立できるように支えながら、自らもそれを実践できる上司を育成するイクボスセミナーなどを行っている。ただ、子供が小学校入学のタイミングで社宅から出る際に転出することが多い⁴⁾ことを考えると、市の出生率を上昇させるための取組みだけではなく、小学生の子供を持つ親のサポートも同様

に充実させることが求められる。

謝辞 今回の調査にあたり、お世話になった裾野市役所、矢崎総業株式会社、トヨタ自動車東日本株式会社、渡辺製麺ならびに本調査にご協力いただいた全ての方に心より感謝申し上げます。

注

- 1) 裾野市には6社（キヤノン、トヨタ自動車、トヨタ自動車東日本、三菱アルミニウム、ヤクルト本社、矢崎総業）会と呼ばれる地元企業の任意の集まりがあり、市との交流も積極的に行っている。また、市の人口および財政に大きな影響を与えていると考えられる。
- 2) 町報すそのでも「誘致工場の建設進捗と人口増加は比例」との記載あり。
- 3) 1968年発行「町報すその」による。
- 4) 家族帯同で社宅に暮らしていた世帯は子供が小学生に上がるタイミングで社宅を出ることが多い。そのため、もともと住んでいた社宅がある学区内で家を探し始める。学区内で新居が見つからない場合、御殿場市や三島市等の裾野市外に転居することが多いという。

文献

- 栢原英郎・加賀屋誠一 2007. 我が国の国土計画に見る地域開発モデルの変化—企業誘致型モデルと交流促進型地域活性化モデル. 地域学研究 38(3): 677-692.
- 増田寛也 2015. 『地方消滅—東京一極集中が招く人口急減』中央公論新社.
- 森川 洋 2015a. 人口減少時代の地域政策. 経済地理学年報 61: 202-218.
- 森川 洋 2015b. 連携中枢都市圏構想の問題点. 都市問題 106: 88-98.

不二聖心女子学院の立地特性 — 地方都市における私立学校の選択への影響 —

大竹 あすか

I はじめに

公立学校が地域の拠点となる役割を果たすことは吉村 (1987) などで研究されてきた。一方、市川 (1978) に代表される私立学校に関する研究は、親の教育に対する関心の大きさや世帯年収などの影響に重点が置かれ、私立学校の立地に関する研究はほぼ行われてこなかった。さらに研究対象の大半は首都圏の学校である。そこで今回、裾野市唯一の私立中高一貫校である不二聖心女子学院 (以下、「学院」) を対象とし、私立学校と学校が立地する首都圏以外の地方都市の地理的關係を、中学 (または高校) 受験時の受験校選択における立地の影響の観点から調査した。

II 調査目的と調査方法

1. 調査目的

第一に、学院の前身である温情舎小学校からの歴史を踏まえ、周辺住民の聞き取り調査の結果を基に学院と地域

住民との関わりを明らかにする。

第二に、学院の在学学生からのアンケートや学校関係者からの聞き取り調査の結果を基に、中学受験と高校受験の際の学校選択において学院の立地特性がどのように影響しているのかを明らかにする。

2. 調査方法

現地調査は2017年7月24日～27日にかけて、静岡県裾野市にて行った。調査先は学院の関係者と全校生徒、西地区自治会関係者、裾野市教育委員会の関係者である。

学院では、現地調査前に生徒の居住地と中学 (高校) 受験に関するアンケート調査¹⁾ を、全校生徒を対象に行き、411名から回答を得た (うち有効回答数402)。回答期限は現地調査前とし、朝のホームルームの時間に行っていたものを現地調査の際に回収した。

III 学校制度の中の不二聖心女子学院

1. 不二聖心女子学院の概要

学院は静岡県裾野市西部、富士山の麓に位置する。1952年にキリスト教カトリック派の聖心会によって創立された私立中高一貫²⁾ 女子校である。東京都港区の聖心女子学院、北海道札幌市の札幌聖心女子学院、兵庫県宝塚市の小林聖心女子学院やニューヨークやシドニーなどの国外に至るまで姉妹校を持つ。

2. 不二聖心女子学院の歴史

学院の前身は、関西の財閥で活躍した岩下清周が設立した温情舎小学校である。明治期に士族に払い下げられた農園が元になっており、大正期にそこで働く農園の子女の学校として建設されたが、岩下清周の娘が聖心会へ入会していたこともあり農園と学院が聖心会に寄付され、現在に至る。

IV 不二聖心女子学院の立地変遷

学院は裾野市の中でも富士山の麓に位置しており、現在の校舎は図1で表したように斜面地に位置する。坂の下にある校門から校舎まで急な坂道を15分以上歩く必要がある。

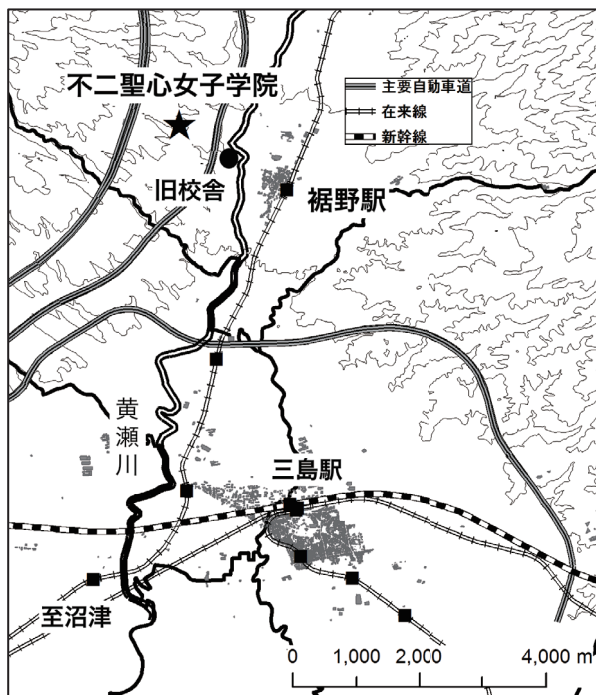
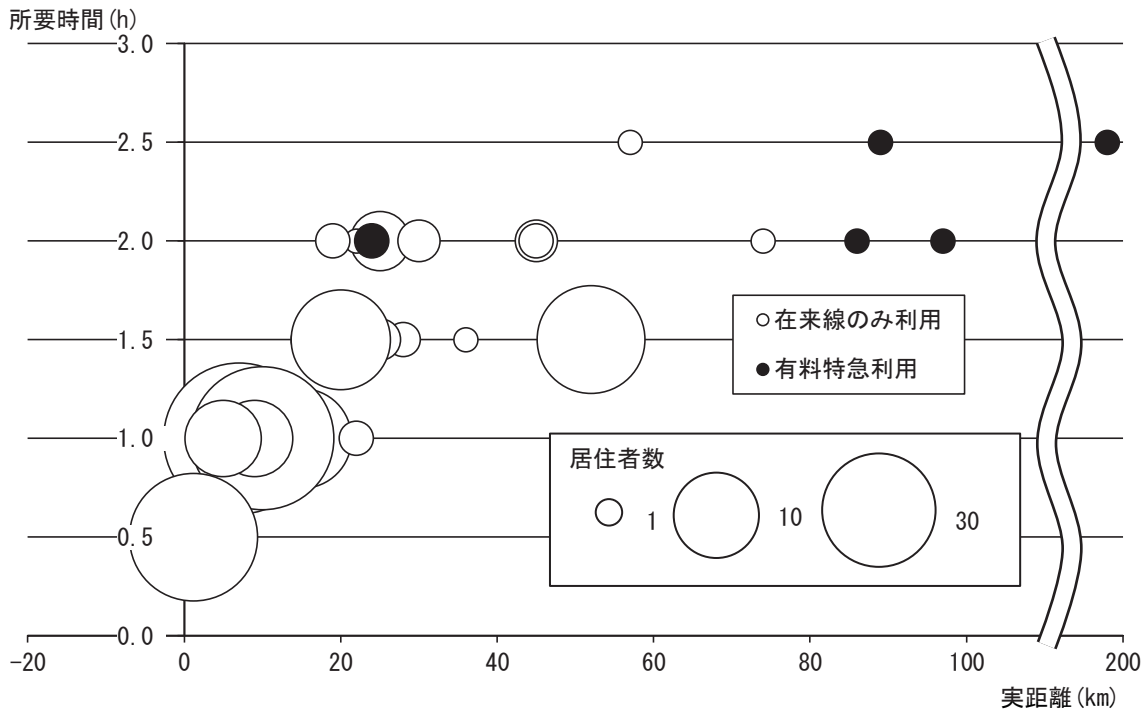
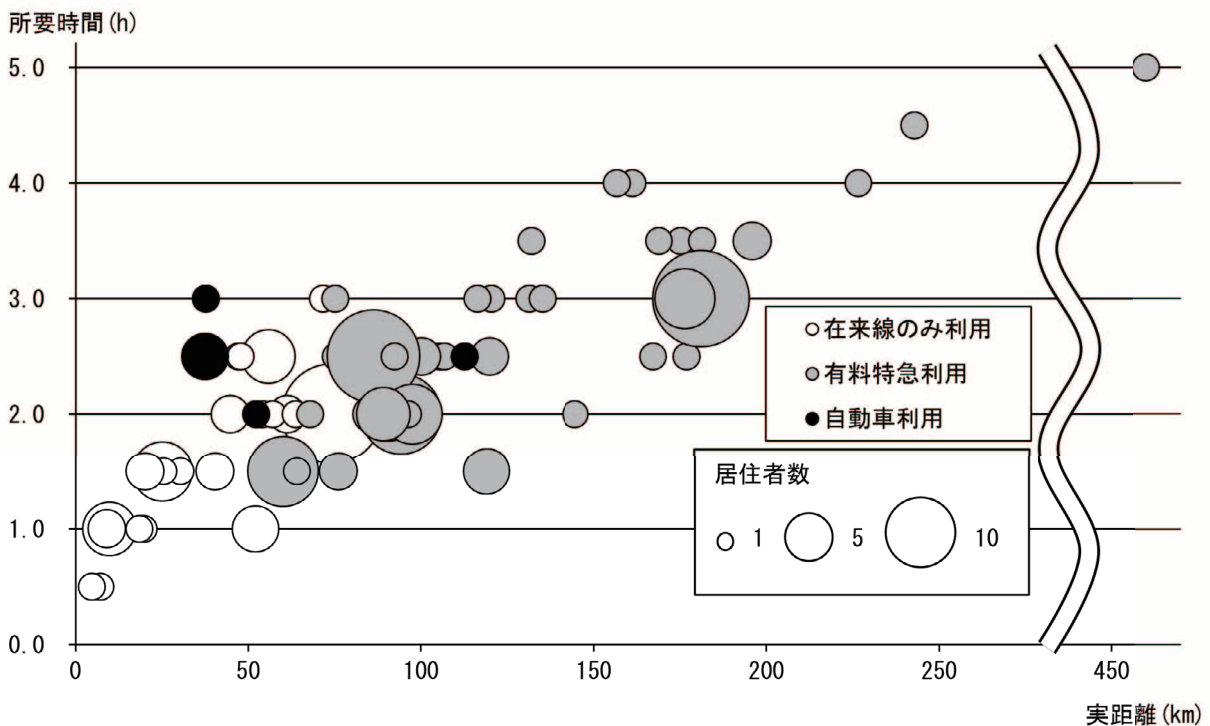


図1 研究対象領域図

(OpenStreetMapより筆者作成)



a) 通学生の通学時間と通学距離の関係



b) 寄宿生の移動時間と移動距離の関係

図2 通学形態別の移動時間と移動距離の関係

(各市町村への所要時間は以下の方法で求め、30分単位で階級区分して図示した。通学生の所要時間は、アンケート調査の結果により各市町村で一番割合が高かった所要時間帯を用いた。寄宿生に関しては、聞き取り調査で判明した交通手段に対し、スクールバス乗車時間を含めgoogle検索を利用して所要時間帯を算出した。また、学院と各市町村との距離は、地理院地図webサイトで計測した)

戦後すぐまでは校舎は坂の下に設置されていたが、生徒数増加に伴い坂の上に校舎を移した。岩下清周が農園の従業員子女のために学校を設立した経緯から、坂の下に校舎があった当時は地元住民との交流があった。しか

し、校舎が坂の上へ移転する中で学院と裾野市民との関わりは薄くなったと感じる住民もいた。

V 生徒の通学形態と居住地の関係

表1 通学生の通学手段

スクールバス	在来線	路線バス
218 (95%)	148 (64%)	29 (12%)
自転車	新幹線	自家用車送迎
73 (32%)	14 (5%)	96 (42%)

(複数回答. 調査結果より筆者作成)

学院への通学形態は、自宅からの通学と、学院に付属する宿舎に寄宿して通学する方法の2種類に分けられる。前者の方法で通う生徒は通学生⁴⁾、後者の方法で通う生徒は寄宿生と呼ばれる。特に遠隔地に住居がある生徒は、平日は敷地内の寄宿舎で過ごし、週末は原則として保護者宅に帰省することが特徴として挙げられる⁵⁾。これは、週末は「家族との時間を大切にしたい」という学校側の方針のため、不二聖心女子学院として創立された当初から続いている慣習である。

生徒の体力を考慮して通学生は学院まで1時間30分で通える範囲に居住すること、毎週末に帰省するため寄宿生は学院から4時間以内で移動できる範囲に保護者宅があることが条件である。

図2は、通学生(220名)と寄宿生(182名)に分けた上で、前者に関しては通学に要する時間と自宅までの距離別に、後者に関しては学院から保護者宅までの時間距離と直線距離別に、各々の生徒数を示したバブルチャートである。

1. 通学生の居住地と通学手段の関係

通学範囲は静岡県、神奈川県、東京都、名古屋市域であり、裾野市近郊(裾野市、長泉町)から通学している生徒は通学生全体の17%を占めるにとどまった。しかし、静岡県東部⁶⁾全体から通学している生徒は通学生全体の75%と大半を占める。そのほかに静岡県中部から通学している生徒は8%、西部を中心に神奈川県から通学している生徒は12%、東京都から通学している生徒は2%未満であった。

通学時間が1時間以上の生徒は通学生全体の40%、静岡県東部から通学している生徒で20%を占めた。通学時間と通学に対する負担に関して訪ねた結果、通学時間が1時間30分以上になると長いと感じる傾向にあった。

通学手段(表1)は在来線を利用する生徒が大半だが、新幹線を利用して首都圏や名古屋市など遠隔地から通う生徒もみられる。50km圏内から通学する生徒は在来線を利用し、50km~100km圏内から通学する生徒は横浜市、東京23区、静岡県西部、名古屋に居住しており、ほぼ全員

が新幹線を利用している。ただし静岡市に関しては、市域が広いために在来線のみ利用する生徒が80%、新幹線を利用する生徒が20%と分かれた。裾野市近郊、三島市、富士市などは、直線距離としては比較的短い都市でも、同一都市内で生徒により通学時間が1時間以上異なっていた。「徒歩」と回答した生徒は同じ市町村でも通学時間が長い傾向にあり、最寄駅からの所要時間が通学時間に大きく影響していると考えられる。

通学生ほぼ全員がスクールバスを利用し通学する一方、保護者の車送迎により学院もしくは最寄駅まで通学している生徒が全体の40%以上を占める。山梨県など電車通学が困難な地域から通学していること、学院は21万坪の敷地を有しており、学院内での自家用車駐車が許可されていることが要因だと考えられる。生徒はさまざまな公共交通機関とスクールバスを併用して通学している。

5%にも満たないが、入学する際や在学中に首都圏、名古屋都市圏や離島などから学院に近い静岡県東部へ引越した生徒もみられた。

2. 寄宿生の保護者宅分布に関する特徴

寄宿生の居住地は、原則保護者宅から4時間程度で通学できる範囲であることから通学生と同様、首都圏、中部都市圏に限定されている。しかし帰省手段に在来線を利用する生徒の中には、神奈川県東部全域、東京都23区外、静岡県伊豆地域、山梨県など、直線距離としては通学生の居住市町村と大きく差はないが交通手段の影響で通学困難な地域に居住する生徒が多くみられた。一方で有料特急(主に東海道新幹線)を利用する生徒の居住地は中部地方に広範囲に分布し、香川県、富山県、栃木県など遠方に保護者宅がある生徒も少数みられた。

長野県、山梨県、静岡県伊豆地方など電車での帰省が困難な地域に居住している寄宿生もみられた。電車での帰省が困難な居住地は100km圏内に分布している。これは、保護者の車送迎やバスによる移動時間の影響が大きいと考えられる。

居住地は全体として150km圏内で新幹線に沿った市町村に集中している。新幹線をはじめとした有料特急による帰宅の利便性が示され、三島駅へのスクールバスを利用したアクセスの良さ、学院の立地による利便性が示された。

VI 受験時における学校選択と居住地の関係

1. 学校選択の意思決定

学院に在籍している生徒の90%以上(高校生は85%)は中学受験によって入学する。中学受験における学校選

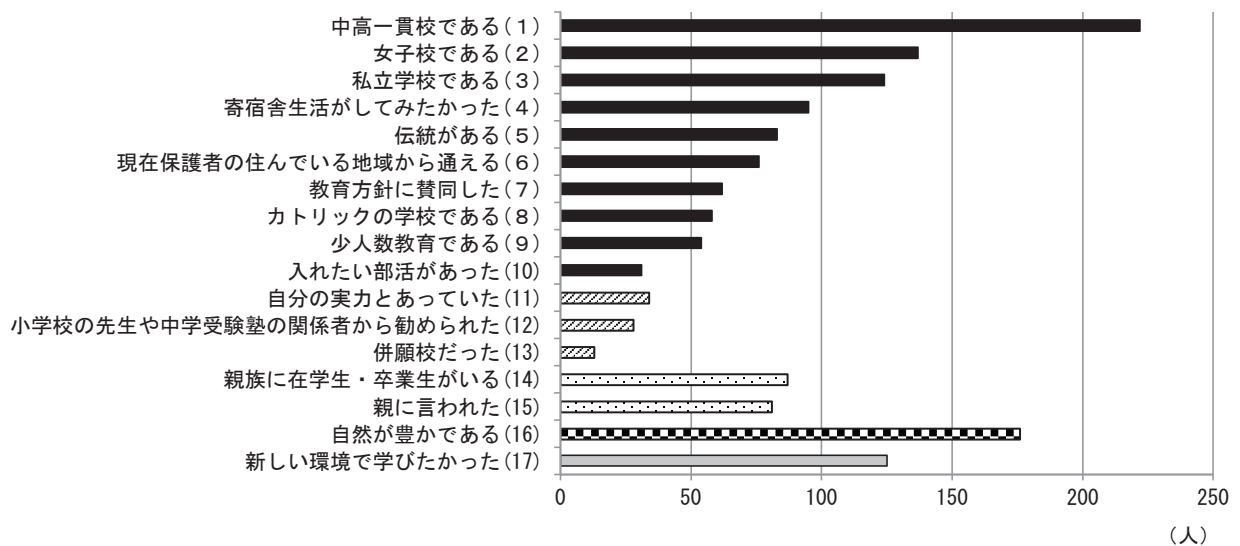


図3 入学希望理由（複数回答）

（(1)～(10)は学校制度に関する要因，(11)～(13)は受験選択に関する要因，(14)と(15)は家族関係に関する要因，(16)は学院の立地に関する要因，(17)は要因が混ざった選択肢である。調査結果より筆者作成）

決の決定においては、市川（1978）で親の影響が非常に大きいことが指摘されていた。しかしアンケート調査では、受験校の提案は「保護者」であるが、最終的に受験を決定したのは「生徒自身」だと回答した生徒は全体の57%（229名）と高い割合を示した。中学生だけでは59%（128名）であった。また、受験校の提案は「生徒自身」であるが、最終的に決定したのは「保護者」と回答した生徒は中高生全体の3%に過ぎず、中学生のみでも4%程度にとどまった。中学受験時の学校選択において、生徒の意思が何らかの機会に反映されていることが示されている。

2. 学校選択の理由

学校選択は学校制度、受験、家庭環境に起因する要因と立地に関する要因の二つに分けられる（図3）。

1) 学校制度・受験・家庭環境に起因する要因

市川（1978）で私立学校への保護者の関心の高さと保護者の社会・経済的地位や人間関係の関連は強く指摘されているので、これらを合わせて一つの要因として考える。

まず学校制度に関しては私立学校であること、女子校であることに対する保護者の関心が高いことが示された。さらに、聖心会の姉妹校同士の結びつきの強さに対して関心が高いことが示された。特に聖心女子大学への推薦があることや、親族が聖心会系列校の在校生や卒業生であることが挙げられていた（10名）。

学院は寄宿舎が大きな特徴となっている一方で、(6)を選択した生徒は通学生の33%を占めている。保護者にとって自宅から通学できる範囲で私立学校に通学させた

という希望が強く、家族関係の強さが示されている。さらに、通学可能な静岡県東部、中部、神奈川県西部には私立学校が少ないため、私立中高一貫校の選択肢を考えた場合には学院が選択肢となることが考えられる。寄宿舎生活に関する関心も同様に高く、(4)を選んだ生徒は寄宿生全体の53%（85名）に及んだ。親元を離れて寄宿舎で過ごすことに対し、保護者と生徒両方の意思の強さが表れる結果となった。自由回答においても「自立する力を養いたい」という内容の回答が3名みられた。

受験に関する選択肢を選んだ生徒はほぼ首都圏と静岡県内の生徒であった。中学受験においては首都圏でも入試を行う⁷⁾ため首都圏に位置する私立中高一貫校との併願が行われていることが考えられる。ただし高校で編入した生徒に関しては自由回答で第一志望に落ちた旨の回答があり、県立高校との併願が行われていることが示された。

家庭環境に関しては、親族・知人に姉妹校含め在学学生・卒業生がいると回答した生徒は回答者全体の20%に及んだ。自由回答でも同様のケースと判断できる生徒が14名みられた。受験の提案も在校生・卒業生の親族や知人がしている場合もみられた。同様に(15)は地域を問わず回答者の20%に及んでおり、保護者の価値観が強く影響していることが示された。家庭環境の影響の強さに関してはいずれも市川（1978）での考察を裏付ける結果となった。

2) 立地に関する要因

(16)を選択した生徒は44%に及び、学院が立地している裾野市の特徴を示している。特に学院は富士山の麓に広大な敷地を有していること、敷地の大半が森林と茶

畑であり、茶畑では希少な国産紅茶も生産していることが特徴となっている。回答を地域別に分析した結果、裾野市近郊とそれ以外で回答数の地域差はなかった。首都圏に住んでいる生徒は選択する割合が高かったが、裾野市、富士市、小田原市など比較的近い市町村に居住している生徒のうち50%以上が選択していた。近郊に保護者宅がある生徒でも学院の自然豊かさに魅力を感じていることが示された。

(17) を選択した生徒にも地域差はみられなかった。小学校まで住んでいた場所から地理的に遠い新しい環境で学ぶことが、学院で学ぶ動機付けになっていることが考えられる。

一方で、裾野市は三島駅から新幹線や在来線を利用すれば寄宿でも週末ごとに帰省が可能で、長距離でも通学が可能になるという便利な立地にあるといえる。学校特有の寄宿舎の特徴が、共同生活を体験させたいという保護者や本人の希望と、家族との時間を大切にしてほしいという学校の教育方針と適合していると考えられる。

3. 裾野市に対する認識の変化

入学前と入学後の裾野市に対する認識に変化があったと回答した生徒は全体で23% (73名) であった。首都圏や名古屋圏など裾野市近郊以外での生徒の方がこの回答を選択した割合は多かったが、有意な地域差はなかった。

しかし、裾野市に対する認識がどのように変化したかには地域差がみられた。首都圏や名古屋圏など裾野市からかなり離れた地域では、入学後に裾野市の存在と位置を知ったと回答する生徒が多かった (11名)。静岡県東部と中部の生徒は裾野市の存在は知っているが市の概要について入学後に知ったという回答があった (6名)。イメージが入学前と入学後にどのように変わったか、その内容としては、まず地域を問わず富士山の麓にある裾野市の自然豊かさに魅力を感じるようになったと回答した生徒が38% (28名) に及んだ。富士山と自然豊かさを結びつけた回答がみられ (2名)、富士山と裾野市の自然豊かさが結び付けられていることが伺える。富士山のイメージの強さが示された。また、静岡県東部と中部の生徒の7割程度は、裾野市を身近に感じるようになったと回答した。寄宿や通学によって地域の暮らしぶりを感じ着を持つ (12名) という回答が地域を問わずみられた。高校生を中心に裾野市のイメージキャラクター「すそのん」を知ったと回答する生徒がみられた (9名)。

さらに、学校選択の結果として自分と繋がりが無い遠隔地へ通学することで、生徒の空間認識が広がることも示された。「富士山の近くだから寒いと思っていましたが、

夏は暑いのでイメージが変わりました。(中2)」「自然はどこにでも広がっているが、それぞれ違う (中2)」「知らなくて、行ったこともない土地でしたが自然豊かで天候も住まいのほうと全くちがいが楽しい毎日を送っています。(高2)」など、入学前のイメージとの差を埋めることで地域に対する認識が深まることが示されたと考えられる。地域に対する認識の研究は寺本ほか (1991) などで示されているが、この研究のように幼児期だけでなく青年期以降も、イメージが単一だった地域を知ることによって地域に多様性を認めるようになる認知段階があることが示されたと考えられる。

Ⅶ 裾野市における立地が受験生に与える影響

今回の調査を通して、学院が裾野市に立地することで受験生の学校選択にどのような影響を与えているか考察する。

まず、①大都市への交通の利便性が指摘される。三島市や沼津市など県内で中規模な都市が近く通学への負担も少なく通えること、静岡市や浜松市など静岡県中部から西部の都市、さらに首都圏でも新幹線を利用すれば通学圏内であることで、都市部居住の受験生を集めることができる。

次に、②寄宿舎ながら週末に帰れる交通の利便性があることが指摘できる。裾野市のように東京や名古屋といった大都市圏からある程度時間がかかる位置に立地する学校は、寄宿舎を備えることで、近隣の都市から受験生を確保するだけでなく、遠隔地の大都市からも通学にかかる負担を大幅に減らせる。それにより、遠方の大都市からも受験生を集めることができる。

私立学校の多くの寄宿舎は長期休暇のみ帰省を行うが、学院の場合は原則として週末は帰省する。①の要素がなければ規則通り4時間以内での帰省が難しくこの慣習を継続することが難しいと考えられる。規則の継続も立地の要素が大きく関連していることが示された。

Ⅷ おわりに

アンケート調査と聞き取り調査を通して、学院は創立から現在にかけて次の点で立地の影響を受けていることが示された。地方圏の私立学校は、交通の不便さなどで首都圏の私立学校の生徒と比べて受験生の確保が難しいといわれている。しかし学院においては首都圏からある程度距離があり富士山の麓で自然が豊かであること、都市圏から離れて寄宿舎などで新しい環境で学べることなど、一般的に立地が悪いといわれている点が受験生を集める要因になっていることが示された。

先行研究では私立学校は学校制度に着目した研究が行われていた。しかし、今回の調査では歴史的な設立経緯や受験生の学校選択において地理的な立地が深く関係していることが示されたと考えられる。地域の拠点となる学区の観点から研究されることが多い公立学校だけでなく、行政が定めた学区の枠を越えて遠方から通学・寄宿する私立学校における立地特性も地理学の観点から研究される価値があるといえる。

謝辞 本研究を行うにあたり、不二聖心女子学院の関係者の方、全校でのアンケート調査に協力して下さった生徒の皆様、裾野市西地区自治会の担当者様、裾野市教育委員会の担当者様に多大なるご協力をいただきました。この場をお借りして感謝申し上げます。

注

- 1) 今回は、高校生に関しては高校受験か中学受験かを問わず集計した。ただし、高校受験した旨を明記した生徒がいたのでその生徒に関しては自由回答を中心に分析した。
- 2) 文部科学省webサイト「中高一貫教育の概要」。 http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/ikkan/2/1316125.html (最終閲覧日：2017年10月26日)
- 3) 地理院地図 (電子国土Web)。 <https://maps.gsi.go.jp/#5/35.362222/138.731389/&vs=c1j010u0t0z0r0f0> (最終閲覧日：

2018年2月5日)

- 4) ただし、通学生の中には、保護者の代わりとなる保証人が住む保証人宅から通っている生徒も含まれる。
- 5) ただし高校生は申し出れば週末も寄宿舎で過ごす在舎日がある。寄宿舎を持つ他の私立学校とは大きく異なる特徴として、メディア等で取り上げられている。
- 6) 本報告書では、静岡県の区分は一般的な3地域区分に従った。具体的には以下の通りである。
静岡県東部…駿東郡 (清水町, 長泉町, 小山町), 富士市, 沼津市, 御殿場市, 富士宮市, 裾野市, 熱海市, 三島市, 伊東市, 下田市, 伊豆市, 伊豆の国市, 賀茂郡 (東伊豆町, 河津町, 南伊豆町, 松崎町, 西伊豆町)
中部…静岡市, 島田市, 藤枝市
西部…浜松市, 御前崎市
- 7) 首都圏での入試は聖心女子大学で行われる。

文献

- 市川昭午 1978. 私立学校の特質と課題. 教育科学研究 45: 99-106.
- 寺本 潔・岩本廣美・吉田和義 1991. 子供の手描き地図からみた知覚空間の諸類型. 愛知教育大学研究報告 40: 95-110.
- 吉村 彰 1987. 児童の生活領域と学区の関係—教育施設の配置と学区計画に関する研究. 日本建築学会計画系論文報告集 372: 74-85.

直売所における加工品造り —静岡県裾野市 手造りみその会の活動を事例に—

尾形 希莉子

I はじめに

地産地消をキーワードに、全国各地でさまざまな活動が行われるようになった。農林水産省(2017)では地産地消を「食料自給率の向上に加え、直売所や加工の取組などを通じて農林水産業の六次産業化につながるもの」と定義している。そこで、本調査では直売所における加工品造りに注目したい。直売所に関して折笠(2013)は、単なる商品供給機能ではなく所得向上という経済面、さらには地域活性化にもつながるといふ多様性を指摘している。加工品造りは、主に女性によって担われていることから、女性の農業参入という観点も重要になってくる。これまでの研究では女性が仕事をする意義として、経済的要因および心理的要因が挙げられている。たとえば柏尾(2005)は、女性が自分の財布を持つことは重要であるが、加工品造りには経済的要因だけでなく、生産者同士の交流の楽しみなどといった所得以外での活動エネルギー

があることを指摘している。澤野(2014)が「農村女性は六次産業化の牽引役」と述べていることから、女性の加工品造りが社会的にも重要な意義を持っていることがうかがえる。

以上を踏まえ、本調査では静岡県裾野市に立地する直売所「JAふれあい市」およびJA女性部の組織「手造りみその会」の方5人に聞き取り調査を行った。JAふれあい市では加工品の現況と今後について、手造りみその会では、先行研究で指摘されている経済的要因および心理的要因を把握した上で、今後の持続性について検討することとした。数ある加工品の中でも味噌に着目したのは、季節商品ではないため年間を通して味噌造り活動があることと、個人ではなく組織運営であるため、「交流」という心理的要因を把握することができると考えたからである。米麴も前年10月から6月にかけて売られているが、季節商品であるため今回は対象外とする。

以下IIでは、JAふれあい市および手造りみその会についての概要を述べ、IIIでは加工品造りの意義を直売所の統計および手造りみその会への聞き取り結果から把握する。最後にIVではIIIを踏まえて直売所での加工品造りの今後と手造りみその会の持続可能性について考察する。

II JAふれあい市および手造りみその会の概要

1. JAふれあい市の概要

まず、JAふれあい市が位置する裾野市の地形について触れておく。裾野市は静岡県東部、富士山のふもとに広がり、東に箱根外輪山、西に愛鷹連山と、山に囲まれた町である。そのため裾野市の70%が山がちな地形であり、認定農業者数は25名と大規模農業をしている人は少なく、小規模で農業を営んでいる人が多い。かつて市場がなかった裾野市では、農作物を大量に、安定して生産することの難しい小規模農業者が売り場に困っていたという背景があり、JAふれあい市が1999年8月に「農産物直売所 裾野ふれあい市」としてオープンした。全国的に地産地消が広まっていたことも直売所設立の一つの理由である。藤島(1996)は、1980年代中期から直売所数・直売所での販売額が増加したことを指摘している。

その後、店舗の老朽化とJAすそのし西支店移転に伴い、



写真1 JAふれあい市の外観と内観

(2017年7月26日筆者撮影)

2010年2月に「JAふれあい市」として現在の姿にリニューアルオープンをした（写真1）。

現在170名ほどの会員がおり、会員自らが商品包装、値付け、運搬、苦情対応をする自主運営という形で成立している。商品は加工品だけでなく野菜類、米、花卉類、畜産類など地元の産物を幅広く取り扱っている。店舗維持費と勤務スタッフへの給料は商品の売り上げの10%でまかなわれており、一般的な流通形態よりも出荷者への負担が少ない。JAふれあい市は、あくまでも品物の売り場を提供しているだけであり、店側から仕入れ先を探したりすることはない。出荷したい人が店に持ってくるため、当日になるまでどの商品がどれだけ店に並ぶかわからない不安定な状態といえる。

来客数は1日平均約450名、年間約17万人で、売上金額は1日平均約60万円、年間では約2億円である。全国にあるJA運営の直売所の年間平均売上金額は約1億4,787万円¹⁾であるため、平均よりも少し大きな直売所といえる。裾野市中核農業者協議会からは、JAふれあい市の運営を担う直販部会に対して「部会活動費」が支給されており、市からも地産地消の取組みの支援を受けている。

購買者は高齢者、子供連れ夫婦、単身男性などさまざまであり、安くて新鮮なものを求めて来る人が多い。裾野市内だけでなく県外からも客が訪れていることから、地域活性化の一拠点としての側面もみられる。

2. 手造りみその会の概要

手造りみその会はJA女性部の活動で、1999年12月に発足した。この年は食料・農業・農村基本法第26条により、女性が活躍できる環境整備がなされた年である。そして、2010年のJAふれあい市リニューアルに伴い、みそ工房も建て替えがなされ、JAふれあい市に隣接する形でみそ工房が建設された（写真2）。

手造りみその会の概要は表1の通りであり、現在のメンバーは24名おり、1班4名ずつの六つの班に分かれて活動をしている。1班の活動は年5回であるため、みその会全体では年に30回活動を行っていることになる。その他、JA農業まつりなどのイベントへの参加も年に5回ほどある。製造している加工品は味噌のみで、イベントでも味噌を活用した商品を提供している。

味噌造りの1回の工程には3日を要する。簡単な流れとしては、まず1日目には米とぎを行い、麦と合わせて蒸し、米麴を造る。2日目には麴菌をほぐすために切り返しという作業を行う。そして3日目に、煮た大豆をミンチ機でつぶし、麴と塩を加えて混ぜ合わせ、容器樽に入れ、味噌を半年ほど寝かせる。この工程を仕込みとい



写真2 手造りみその会 みそ工房

(2017年7月26日筆者撮影)

表1 手造りみその会の概要

設立年	1999年
構成員数	24人（4人×6班）
作業場	みそ工房
母体集団	JA女性部
活動内容	味噌造り
作業頻度	年30回（1班年5回）
年売上額	2,191,220円
賃金	年間約5万円

(聞き取りに基づき筆者作成)

う。半年ほどしたら味噌をパック詰めし、JAふれあい市に持って行く。これが味噌造りの一連の流れであり、材料の仕入れから味噌の出荷まで、すべてを手造りみその会で行っている。

Ⅲ 加工品造りの意義

1. JAふれあい市における加工品の位置づけ

JAふれあい市では、2016年度の統計で野菜が全体の売上の4割、加工品が3割を占めている（図1）。また、全加工品を①パンやお弁当などの近隣店舗から仕入れた商品、②農家が直接手造りして出品している商品の二つに分ける²⁾と、全加工品における②の割合は27.1%、②に占める味噌売上の割合は12.9%となり、②の中では4番目に売上が多いことが分かる。

全国的に見ると、JAが運営する直売所における加工品の売上金額は全体の14.1%³⁾であり、JAふれあい市の加工品売上率は比較的高い方であるといえる。広大な土地がなく、海からも遠いため、畜産物や海産物があまり並んでいないことが加工品売上に影響しているとも考えられる。

2. 手造りみその会の加工品造りの意義

1) 経済的要因の把握

ここでは加工品造りの意義として挙げられる一つ目の

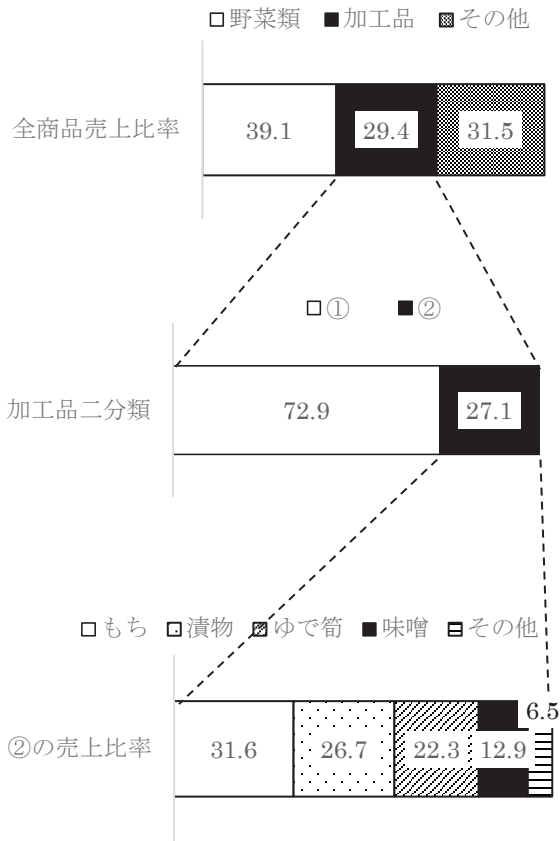


図1 JAふれあい市における加工品の位置づけ
(単位は%, JAふれあい市 品目別売上集計表より作成)

要因, 経済的要因について把握する. 聞き取り調査を行ったA~Eさんの5人によると, 手造りみその会には年金暮らしの人が多いため, 多大な収入は求めていないという. 3日間で行われる作業ごとに賃金が決まっており, 一工程すべてに携わると1万円程度稼ぐことができる. そのため年間では5万円の収入を, 年一回払いでもらっている. 味噌の売上はすべてみその会に入り, そこからみそ工房使用料・材料代を差し引いた金額の中で給料をやりくりしている.

お金の使い道については, 知らぬ間に使ってしまったという不明な支出が主であるが, Dさんの班では班員で温泉に行く計画を立てたりと, 自らの稼ぎを娯楽に使っている例もみられた. 特にお金の使い道を定めているわけではなく, ちょっとしたお小遣い程度の稼ぎという位置づけである.

2) 心理的要因の把握

ここでは加工品造りの意義の二つ目である心理的要因について把握する(表2).

手造りみその会への加入理由としては, 「JA女性部役員はみその会へ加入することになっていた」「誘われた」な

表2 手造りみその会加入理由と活動持続理由(複数回答)

みその会加入理由	消極的	JA女性部役員だったから
		知り合いに誘われたから
みその会の活動を続ける理由	積極的	仲間との交流が楽しい
		美味しいといわれて張り合いがある
		喜んでもらえる
	消極的	仲間と長い付き合いができる
		人数が少ないため, やめられない

(聞き取りに基づき筆者作成)

どと, どちらかといえば消極的な理由で始めた人が多かった.

しかし, それでも今なお活動を続けている理由は, 「美味しいといわれて張り合いがある」「喜んでもらえる」「長い付き合いができる」「交流するのが楽しい」などと, 既存研究で明らかにされていたような「やりがい」が存在しているからであることが判明した.

また普段の活動以外でも, 年に1回行われる視察研修や総会では班を超えた交流がある. ここでは, 普段の活動において気づいたことを話し合う場となっており, 共に食事をすることも交流の重要な要素としていた. 一方で, 「歳をとってくると大変だが, 人数が少ないから続けなければならない」という義務感から続けている人もいた.

IV JAふれあい市における加工品および手造りみその会の持続性についての考察

1. JAふれあい市における加工品の今後

IIIで見た通り, 加工品の売上は全体の3割を占めるが, そのほとんどがスナック菓子など仕入れ商品が主になっている. それを受け, 今後も加工品販売を続けていきたいかを問うと, 農家が直接手造りをした加工品を増やしたいという返答があった. しかし, 「加工品造りを誰に働きかけるか」「資格を取らなければいけないのがデメリット」などという問題が存在する. 農業は夫婦でやる人が多いため, 加工品を造るための時間がないということだ.

また, 売ることが目的というより, 食べきれない野菜を捨てるのはもったいないという精神で出荷している人も多く, 加工品造りに対する興味があまりないのも現状である. 加工品にすることで付加価値が付き, 生鮮品をそのまま売るよりも高値で売れるが, 経済的に潤うことが目的である人は少ないので品数を増やすことは難しいとのことであった.

JAふれあい市側の問題としては, 加工品が売れる保証

ができないことが挙げられる。一般的には商品を買取った上で店頭で並べるが、JAふれあい市は買取り方式ではないため、加工品造りの依頼をしても利益が出る保証はない。Ⅲにおいて加工品の需要がそれなりにあることは分かったが、それをすべて売り切る責任はJAふれあい市にはないため、加工品造りを働きかけるにもそうすることのできない立場にあると考えられる。

2. 手造りみその会の持続性

1) 経済的要因・心理的要因から

手造りみその会では、経済的な面よりも心理的な面が原動力となって働き続けている人が多いことが分かった。他の会社での勤務を兼任している人もいることから、経済的要因が全くないということではできないが、加入理由が消極的ながらも続けられるのはやはり心理的要因が大きいといえよう。人数が少ないことを理由に続けている人も「みその会にはこれからも存続してほしい」という気持ちがあり、現在の活動に「やりがい」を感じていることが窺える。

人数の減少に関しては、2005年に行われた、JAなんすんとJAすそのしの合併が影響している。もともとはJAすそのしで管轄されていたものが、合併したことで管轄する本社が沼津に移転し、まとめ役がいなくなったことが原因だとみその会の方々は語る。みその会の脱退理由としてはやはり高齢で体力的に厳しくなったことが多く挙げられ、高齢化によるグループ存続の困難性については澤野（2014）も指摘をしているところである。

手造りみその会の存続には人員確保が必要であり、積極的に活動への参加を声かけするなどしていかなければならないだろう。

2) 生活面から

いくら「やりがい」を感じていても、無理をしては体力的・精神的に続けるのは困難である。そこで、3日間の各作業に要する時間を調査した。

作業時間は表3にまとめた通りである。みその会の方によると、3日目は多少時間を拘束されるものの、家事労働に影響が及ぶことはないという。また、休みたいときには休むことも可能で、お互いに助け合いながら活動をしている。このように、生活に負担の少ない活動を行っていることから、今後も活動が継続できると考えられる。

3) 今後の事業展開

現在は味噌だけを扱っているが、加工品の数が増えれ

表3 手造りみその会 みそ造りの工程

	作業	作業時間
1日目	米とぎ・蒸し	8時～12時
2日目	切り返し	①10時～10時半（2人） ②15時～16時（2人）
3日目	仕込み	8時～15時

（聞き取りに基づき筆者作成）

ばそれだけ収入にもつながり、交流の機会も増える。しかし「高齢になって意欲がなくなった」という意見や「人数・設備的に今は厳しい」という意見があり、今後ほかの加工品を手掛ける予定はなさそうである。後者に関しては、「設備などの条件があればやりたい」という声もあり、全くやる気がないわけではないことが分かる。だがやはり今のままでも生活には困らないため、積極的に変化を求める人はいないように思われた。

自己資金で加工品の製造・販売をしているわけではないことも、変化に消極的になる理由の一つであろう。自己資金であればどうしても儲けの概念が必要になってくるが、みそ工房維持費はJAが支払うなど、すべての資金をみその会が担っているわけではない。自己資金による直売活動の継続については、澁谷（2011）が「関係施設の支援が不可欠」と述べているが、やはり資金面での関係機関からの援助はかなり重要であるといえる。

V おわりに

以上、JAふれあい市においては統計から加工品の需要について読み解き、さらには聞き取り調査から明らかになった今後の加工品販売における課題を考察した。また手造りみその会の加工品造りに関しては経済的要因・心理的要因を把握した上で今後の持続可能性について考察をした。

直売所における加工品造りは今後も継続していきそうだが、事業拡大などの変化は見られそうにない。しかし、儲けなければならないという概念がないからこそゆったりとした空気が、手造りみその会に人をとどまらせている理由にもなるだろう。また、最も大きな問題は人数不足であり、存続意思があっても人数が確保できないとそれが困難になってしまう。

また、今回は味噌のみに着目したが、個人で加工品造りをしている人の活動にも焦点を当てることで直売所での加工品造りの新たな課題が見えてくるであろう。これは今後の課題としたい。

謝辞 本調査の実施にあたり、聞き取り調査に快くご協力いただいた裾野市役所農林振興課の方々、JAふれあい市ご担当者様、そして手造りみその会の皆様に心から感謝申し上げます。あり

ありがとうございました.

注

- 1) 平成21年度農産物地産地消等実態調査報告による.
- 2) JAふれあい市店長の加工品分類による.
- 3) 前掲注1).

文献

- 折笠俊輔 2013. 農産物直売所の特徴と課題 ～既存流通との比較から～. 流通情報 502: 49-58.
- 柏尾珠紀 2005. 女性農業経営における理念と実践－直売所活

- 動を行う女性農業経営者を事例として. 農林業問題研究 1-11.
- 澤野久美 2014. 農村女性起業研究の動向と展望. 農業経済研究 86(1): 27-37.
- 澁谷美紀 2011. 農村女性起業の多角化と継続に向けた課題－北東北における直売所の事例分析. 農業経営研究 49(1): 51-56.
- 農林水産省 2017. 『地産地消の推進について』.http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gizyutu/tisan_tisyo/attach/pdf/index-4.pdf (最終閲覧日: 2017年10月4日)
- 藤島廣二 1996. 1980年代中期を境とする青果物流通システムの変化. 農業総合研究 50(1): 1-43.

裾野市における地域特産物づくりの現状 —あしたか山麓裾野そばを事例に—

粕淵 麻央

I はじめに

昨今、地域農業振興を図る有効な手段として特産物づくりを行う自治体が増加している。特産物づくりは所得の安定・向上をもたらし、地域の活性化にもつながると考えられる（岸上・大西 2002）。地域の特産物づくりの取組みは、売上の増加、雇用創出、地域経済の活性化といった経済的価値だけでなく、地域課題の解決、地域の魅力発信、賑わいや生き甲斐の創出などといった社会的価値の創出も重要な目的である。また、地域の特産物には、一般の商品とは異なり、美味しさ、安心安全の確保、品質などといった機能的価値に加え、情緒的価値も求められる。情緒的価値とは生産者の想い、商品開発の背景、商品を通してわかる地域の文化や風土などといった商品が持つストーリー性である（独立行政法人中小企業基盤整備機構編 2013）。

裾野市では、行政および農業協同組合（農協）が連携し、耕作放棄地を利活用してそばを栽培している。このそばを「あしたか山麓裾野そば」と名付け、農協は地域の特産物として売り出している。地域の資源を再利用し、それによって新たな特産品の創出および良好な景観の形成によって地域の活性化を図っている。全国には数ある特産物が存在しているが、継続的に成功しているものは少ない（内藤 2007）。特産物づくりを継続できるかは、それによってどれほど経済的価値を創出するかに依拠すると考えられる。また、特産物が消費者に長く愛されるためには、特産物が地域に社会的な価値を生み出し、消費者に共感してもらえるような情緒的価値が付随していることが重要だと考えられる。

以上を踏まえ本論では、「あしたか山麓裾野そば」の特産化の取組みの現状および課題を考察する。調査期間は2017年7月24日から27日である。聞き取り調査は裾野市農林振興課、南駿農業協同組合（以下、JAなんすん）、裾野市商工会、海野製麺所を対象に行った。

II 裾野市における耕作放棄地の概要

裾野市は富士芝の生産が盛んな地域であったが、昭和40年代ごろから大規模企業の進出の影響を受けた兼業農



写真1 市内の耕作放棄地

（2017年7月26日に本間一成氏の協力によりドローンで撮影）

家の増加により、農業従事者の減少が進み、またバブル崩壊によりゴルフ場開発が衰退し、芝の需要が減少した。さらに農家の高齢化や後継者不足も相まって、耕作放棄地や保全管理を行っているだけの農地が増加した（写真1）。市内の農地全体の約20%、180haが耕作放棄地となり、自然破壊や景観崩壊が地域の問題となった。芝の農地は市内で標高が高い所に多く、雄大な富士山が眺められる道路周辺の耕作放棄地は特に景観的に好ましくない状況だった¹⁾。そこでJAなんすんおよび行政が協議した結果、耕作放棄地でそばを栽培することとなった。富士山麓・愛鷹山麓の景観形成と新しい特産品創出を目指し、JAなんすん、農林事務所、市が連携した取組みが始まった。

III あしたか山麓裾野そば特産化の背景

以下、あしたか山麓裾野そばの栽培から販売に至るまでの簡単な流れを説明する。

2010年度、JAなんすんおよび行政で耕作放棄地解消についての協議が行われ、寒暖差がありそば栽培の地として適切であると思われた須山地区の耕作放棄地で、そばを栽培することが決定した。JAは先進地視察として長野県松川町を訪れた。

2011年度には、JAなんすん北部地区8事業所による「1支店1 協同活動」としてそば栽培の普及・拡大の取組みを行うことになる。そばの種類は、蕎麦信濃1号という最も一般的な品種を選定した。関東北部から中国地方に



写真2 そば栽培圃場

(2017年7月25日筆者撮影)

表1 JAなんすん そば部会による作付面積の推移

年度	部会員数	そば作付面積 (a)	収量 (kg)
2011	9	146	-
2012	14	600	3,400
2013	17	1,000	3,577
2014	19	1,065	5,963
2015	19	1,350	7,537
2016	18	1,484	7,420

(JAなんすんの資料を基に作成)



写真3 五竜庵

(2017年7月24日筆者撮影)

かけて広範囲で栽培されており、品質も高く評価されている品種である。国の再生利用緊急対策（実証事業）を活用し、須山地区の耕作放棄地80aでJAの職員が主体となり秋そばの試験栽培を開始した。協力農家9軒、行政、JAの職員で種まきや刈取り作業を行い、互いの親交を深めた。同年12月に開催された市内の農業まつりでは、栽培過程の様子の写真展示や、収穫したそばの実を使用したかけそば300食を来場者に無料で配布するなど、地域の人にPRし認知度を高めた。かけそばを配布するにあたって来場者にアンケートを実施し、回答者の約9割が「地元産そばを食べることができる飲食店があれば利用した

い」と答えた。この結果を受け、座って食べる形式のそば屋を計画し始めた。

2012年度、そばの特産化に向けて実証圃場の成果を踏まえ、本格的にそばの栽培を開始した(写真2)。農地利用集積推進委員がそば生産者を募り、当初3名で約4haの耕作放棄地を借り受けた。JAなんすん北部地区事業所でも協力農家を募り、約2haの圃場でそば栽培を行い、合計して作付面積は約6haで3,400kgを収穫した(表1)。また、汎用コンバインとトラクターの購入、そば加工施設の整備を行い、6次産業化を進める。JAは“育てよう・広めよう「あしたか山麓裾野そば」”をスローガンに、広報紙等で市民スタッフを募集し、JA職員と共に種まき、収穫、そば打ち体験などを行い、地域を巻き込んだ取組みとなっていった。また、「パノラマロードを花でいっぱいにする会」に協賛し、須山の東富士演習場沿いにあるパノラマロードに夏そばの花を咲かせる活動を実施した。JAの事業所ごとの取組みとしては、小学生や地域住民に対して授業等でのそばの栽培から収穫、そば打ち体験を実施した。「食農教育」と呼んでいるこの取組みは今も続いている。

2013年度には、1月に裾野市深良の製茶工場を改修して製粉工場を設立し、収穫したそばを粗選から乾燥、貯蔵、製粉までを一貫して行えるように整備した。2月にはJAそば部会を設立し、部会員17名でスタートした。作付面積約10haから3,577kgを収穫し、徐々に収穫量も増加した。しかし、鹿の食害による被害が甚大で、鳥獣被害対策の検討を始めた。4月には収穫したそばを商品として提供するためにそば店「五竜庵」をオープンさせた(写真3)。こうした取組みはテレビや新聞にも取り上げられ、2013年には日本経済新聞にも掲載された²⁾。

2014年度には、そば部会員17名となり約10haで5,963kgを収穫した。約4haの十里木圃場では鳥獣被害対策として電気柵³⁾を全体に設置した。

2016年度には夏そばの試験栽培を開始し、2017年度には本格栽培を行い、7月に収穫した。最近では二毛作ができないか試行錯誤し、地方活性化に向けて積極的に事業に取り組んでいる。

IV 特産化の取組み

1. 商品化について

耕作放棄地でそばを栽培することになった理由としては、①寒暖差のある須山地区の気候がそばの栽培に適していたこと、②そばの花が景観的に楽しめるということ、③昔から裾野市域ではそばを祭事で食べる習慣があることが、主に挙げられる。③の理由については、地域の食

文化として根付いていたそばに着目し、比較的地域住民に受け入れられやすい作物として取り入れたということである。

商品名については、当初は裾野市最大のアピールポイントである「富士山」を商品名に取り入れようとしたが、すでに商標登録されていたのと、「富士山麓」という地域は広範囲に及ぶため、「あしたか山麓裾野そば」となった。

「あしたか」の部分小平仮名にしたのは、小平仮名の方が親しみを感じられ、見た目のバランスを考慮してのことであった。「愛鷹山麓」は「富士山麓」より地域外の人には場所のイメージがしにくいのが、結果的に「地元感」が出ていると感じる。

「あしたか山麓裾野そば」は裾野市商工会によって2013年に「すそのブランド」として認定されている。「すそのブランド」は裾野産の原料を使い、裾野市で製造されているものであれば大方認定される。他のすそのブランド認定品と比べて「あしたか山麓裾野そば」が画期的なところは、休耕地を再資源化した点であるといえる。

2. 五竜庵の取組み

「五竜庵」という店名は大橋俊二元市長が、裾野市にある「五竜の滝」にちなんで名付けた。JA御殿場の御厨そばの店舗を五竜庵設立の参考にした。

五竜庵のスタッフはJAの女性部員である。理由としては①外部の人よりJAの職員の方が自宅でそばを打つ裾野市の習慣を知っており、JAに理解があるため、②女性の方が口コミで五竜庵のことを広め、PR効果があると考えたため、といったことが挙げられる。五竜庵で提供しているそばは、毎朝JAの女性部員が打ったものである。オープン半年前から専門家の指導を受け、ほぼ毎日練習した。てんぷら等に使われている野菜も地元産のものを使っており、地産地消にこだわっている(写真4)。店ののぼりのデザインは近隣市の高校における芸術科の授業の一環として頼んだ。のぼりには「五竜の滝」の清水から掬い上げられたそばと富士山が描かれ、裾野市の雄大な自然を表していると思われる。また、のびやかでゆったりとした書体を用いることでのどかな農村風景をイメージさせる(写真5)⁴⁾。のぼりにも描かれている富士山は、晴れた日には店舗の大きな窓から見ることができ、店舗の売りとなっている。

また、外部の経営コンサルタントを招き、販売戦略について意見をもらっている。以前は商工会から経営コンサルタントが派遣され、五竜庵のスタッフの意識を高めるためのディスカッション等を行った。現在はJA全農から経営コンサルタントが派遣されており、看板の表示等



写真4 五竜庵のメニューの一例

(2017年7月26日筆者撮影)

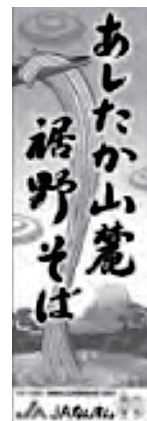


写真5 五竜庵ののぼり

(五竜庵のwebページより。http://nansun.ja-shizuoka.or.jp/soba/item.html)

の店舗外観や、席の位置や数についてアドバイスを受けている。JAなんすんは外部の力を借り、五竜庵を地元から愛される店舗にすることを目指している。

五竜庵オープンから1年後の2014年5月に、JAなんすんは五竜庵で来店客へのアンケートを実施した(表2)。回答者の属性については、裾野市外在住の人が約7割を占める。これは、裾野市に多くの企業が集積し、市外から働きに来ている人が食べに来ることが多いからではないかと考えられる。また、12月開催の裾野市農業まつりで実施した来場者へのアンケート(表3)によると、「五竜庵を知っているか」という設問に対し、「知っている」と答えた人は74%で、そのうち五竜庵で食事をしたことのある人は59%であった。地域の資源を再利用している点で地域の住民の理解や話題性があることに加え、メディアで取り上げられたこともあり、集客力はあると思われる。一方、「なぜ五竜庵で食べたことがないのか」という設問に対して、「昼にしか営業していないから」と答えた人が約半数いた。営業時間が11時から14時と、昼間の短い時間しか営業していないので、職場や家が店に近い

表2 2014年5月に五竜庵で実施された来店客へのアンケート結果

性別	
男	199 (46.5%)
女	229 (53.5%)
住まい	
裾野市	127 (29.5%)
沼津市	105 (24.4%)
長泉町	57 (13.3%)
清水町	15 (3.5%)
その他	126 (29.3%)
年齢	
0～19歳	6 (1.5%)
20～39歳	45 (10.9%)
40～59歳	137 (33.3%)
60～79歳	209 (50.6%)
80歳以上	15 (3.6%)
来店回数	
初回	205 (48.9%)
2～4回	110 (26.7%)
5～9回	63 (15.0%)
10回以上	41 (9.8%)

(JAなんすんが実施したアンケート調査を基に作成)

人などしか食事に来られないのであろう。その背景には、スタッフとしてJAの女性部員を配置しているので営業時間が限られてしまうことがある。しかし、来店者は2014年11月には3万人を、2015年11月には5万人を達成し、着実に客数を伸ばしている。地元産の食材にこだわり、富士山を眺めながら食事ができる好立地からリピーターも多い。

3. 販路

そばの収穫量は2012年には3,400kgだったが、2016年には7,420kgと倍以上に増加している。しかし、大規模な市場に出荷するには少なく、安定した供給が見込めない。さらに、生産者から高値でそばを買い取っているため、他のそばに比べてどうしても値段が高くなってしまい、価格競争では勝てないということが大規模な市場への出荷を難しくし、販路も限定されてしまっている。現在のあしたか山麓裾野そばは冷凍そばおよび生そばの2種類であるが、生そばは五竜庵で提供しているのみである。冷凍そばもふれあい市、通販、JAなんすん、JA全農で販売しているのみである。JAの担当者があしたか山麓裾野そばの認知度が低いと感じるのは、販路が少ないことが要因だと考えられる。

V おわりに

今回の調査を通じて、あしたか山麓裾野そばの特産化に向けた取組みには次の成果があったと考えられる。第一に、そばの栽培面積が増え、当初の目的であった耕作放棄地の解消が徐々に達成されつつある(表4)。取組み

表3 2014年12月に裾野市農業まつりで実施されたアンケート

1 性別	
男	110 (49.5%)
女	112 (50.5%)
2 年齢	
0～19歳	7 (3.2%)
20～39歳	45 (20.6%)
40～59歳	63 (28.9%)
60～79歳	51 (23.4%)
80歳以上	52 (23.9%)
3 住まい	
裾野市	166 (74.8%)
市外	56 (25.2%)
4 五竜庵を知っているか	
知っている	165 (74.3%)
知らない	57 (25.7%)
5 五竜庵で食べたことはあるか	
ある	98 (59.4%)
ない	67 (40.6%)
6～8は5で「ある」と回答した人のみ対象	
6 お店の雰囲気	
良い	57 (60.6%)
普通	34 (36.2%)
悪い	3 (3.2%)
7 そばの味	
美味しい	56 (62.9%)
普通	30 (33.7%)
美味しくない	3 (3.4%)
8 また行きたいか	
行く	71 (75.5%)
分からない	18 (19.1%)
行かない	5 (5.3%)
以下は5で「ない」と答えた人のみ対象	
9 食べたことがない理由	
そばが好きじゃないから	3 (4.3%)
昼にしか営業していないから	29 (42.0%)
遠いから	9 (13.0%)
値段が高いから	8 (11.6%)
その他	20 (29.0%)

(JAなんすんが実施したアンケート調査を基に作成)

表4 そば栽培による耕作放棄地解消実績

年度	耕作放棄地解消面積 (a)
2011	484
2012	249
2013	48
2014	124
2015	124

(表内数字は小数点以下を切り捨てて示した。JAなんすんの資料を基に作成)

当初からそばの収穫量は増加し、五竜庵に安定的に供給している。現在の収穫量は取組み当初の倍以上となり、機械の処理能力が追いつかないという問題があったが、将来的には大きい貯蔵庫を購入予定である。第二に、五竜庵を設立し、そばだけでなく地元産の野菜を使ったメニューを提供することで地産地消に貢献している。また、市民との種まきやそば打ち体験等の地域住民を巻き込んだ活動を積極的に行っており、地域の人々に地産地消を広める良い機会となっている。第三に、そば栽培の副次

的効果として、そば畑が観光地としての賑わいを見せている。そば畑に咲き誇るそばの花がメディアに取り上げられ、それを目当てに県外から写真愛好家や観光客が訪れている。そば畑の花は富士山と一緒に撮影されてパンフレット等にも使用され、裾野市のイメージとしてそばを印象付けていると思われる。

また、以下のような課題が挙げられる。栽培に関する課題は、裾野市役所農林振興課の担当者によれば以下の通りである。第一に、集団的な農地が少なく、小さい農地が多いという点である。そばの栽培に限らず小さい農地が点在しているため、機械の移動、積み下ろし等の作業が多くなり、農作業の効率が悪い。第二に、生産者の高齢化が進み担い手が不足している点である。そばの栽培は他の作物に比べ、作付期間が3カ月程度と短く播種後の除草作業が不要なため手間がかからないが、安く取引される。そばの栽培で生計を立てることは難しく、国や市、JAが補助金を交付することで、採算を維持している。汎用コンバイン等の機械も高額であることから、個人で所有せず、JAなんすんが所有し、共同で利用している。

あしたか山麓裾野そばの特産化に向けた取組みに関しては、次のような課題が考えられる。五竜庵の客は地元客が多く、地域内での経済循環にとどまっており、外部からの経済効果はあまりないと考えられる。JAの担当者は「これから静岡県民に親しまれるようにPRしていきたい」と話しており、あくまでも県内の住民をターゲットとしている。そばの生産量を考えると全国に出荷することは難しく、価格競争が厳しいためである。

あしたか山麓裾野そばの取組みが始まってからまだ日が浅く、地域内外で知らない人も多いだろう。しかし、JAを中心として持続的に地域での活動を行っている。耕作放棄地を活用し、生産したそばを使って地域の子供達

に食農教育を施すなど、あしたか山麓裾野そばの栽培が社会的価値を創出しているといえるだろう。今後はさらなる認知度の拡大に向けた取組みが必要だと考える。

謝辞 本調査の実施にあたり、裾野市農林振興課、JAなんすん、裾野市商工会、海野製麺所のご担当者様、富士空撮サービス代表の本間一成様には多大なご協力を頂きました。心より御礼申し上げます。

注

- 1) 裾野市役所農林振興課提供の資料の内容による。
- 2) 日本経済新聞電子版2013年12月8日付「年の瀬 富士山麓(上) 裾野市とJA」。 <https://www.nikkei.com/article/DGXDZ063546460T01C13A2L61000/> (最終閲覧日:2017年10月3日)
- 3) 電気柵等の防護柵については、設置するか否かは耕作者の判断による。市では農家資格があり、かつ市の農地基本台帳に登録された耕作者が防護柵を設置する場合、設置にかかる原材料費の一部を補助している。主に山間部のそば畑では防護柵を設置しているところが多い。
- 4) 五竜庵のwebページの内容による。 <http://nansun.ja-shizuoka.or.jp/soba/item.html> (最終閲覧日:2017年9月29日)

文献

- 岸上光克・大西敏夫 2002. 特産物づくりにみる農協の役割と地域農業振興の可能性—兵庫県篠山市を事例にして。農林業問題研究 145: 256-259.
- 独立行政法人中小企業基盤整備機構編 2013. 『農商工連携・6次産業化による商品開発, 販路開拓とその支援 地域の美味しいものづくり』同友館.
- 内藤敏樹 2007. 特産品開発と地域ブランド化. 長岡大学研究論叢 5: 1-9.

浅間信仰と須山地域との歴史的関係性

小山 千晶

I はじめに

古来日本人は目の前に聳え立ち災害とめぐみをもたらす山に対し特別な信仰心を持ち、山中を聖域として認識していた。そこに仏教が流入し、密教の修行場として山岳が使われ始めることから仏教の要素も強く、柳田(1976)の『山の人生』¹⁾のように民俗学の分野でも日本人の根本的な宗教観を表す存在として注目されている。富士山も例外ではなくその信仰は有史以前から存在していたとされる。富士山の神の名称について、常陸風土記では「福慈神」、万葉集では「霊母座神香聞(くすしくもいますかみかも)」、富士山記では「浅間大神」とされている。少なくとも現在に残る富士山を御神体とする神社の総称は「浅間神社」であり、「せんげんじんじゃ」あるいは「あさまじんじゃ」と呼ばれる。浅間神社の総本山は静岡県富士宮市にある富士山本宮浅間大社(以下「浅間大社」)であり、この浅間大社が富士山八号目以上の頂上付近の登山道とそこにある奥宮の浅間神社を現在も管理する(井野邊 1928)。

今回筆者が調査したのは数ある浅間神社のうち浅間大社と並んで2013年に富士山文化遺産構成資産に認定された裾野市の須山浅間神社(すやませんげんじんじゃ)である(写真1)。現存する棟札²⁾から少なくとも1524(大永4)年には神社が存在していたことが証明されており、浅間大社に残る1200年頃の文書には富士山の代表的な登山口三つのうちのひとつとして挙げられている。名前にあ



写真1 須山浅間神社拝殿

(2017年7月26日筆者撮影)

る須山は村名であり、現在では合併して裾野市須山地区として存在している。須山地区は裾野市の中でも広く、富士山近くの大部分を占めるわけであるが、歴史的に長く富士山と関係を持ち富士山信仰を支え続けたようである。本調査の目的は、須山浅間神社が創建されてから現代に至るまでの間、富士山の浅間信仰と須山地区がどう結びつき、関わってきたのかについて明らかにすることである。

II 浅間神社の概要

1. 浅間神社と富士山の歴史

須山浅間神社宮司渡邊勇次氏作成の広報用資料(渡邊 2016)によると、浅間神社そのものの始まりは富士山が噴火を繰り返すことを恐れた人々によって作られた小さな祠である。噴火活動が沈静化した平安時代後期には修験道の場所となったことから、この時点で密教と結びついていることがわかる。また12世紀前半に修行僧の末代上人は富士山頂に大日寺を築き、徐々に富士の神である浅間大神と仏教の大日如来とが同一視されていった。このように浅間信仰は外部の影響を受けることが多い。それは富士山という山が日本人にとってあまりにも有名でさまざまな人間に関わりがあるからだろう。しかし仏教といっても厳密な宗派は定められず、あくまでも仏教的性格を取り込んだ神道系統の神社という体をとっていた。登山が流行し始めるのは鎌倉時代以降であり、室町時代後半にはにわかには武士や庶民も登拝するようになる。戦国時代に現れた長谷川角行が新たな富士信仰を教義としてまとめ、それが弟子に引き継がれ江戸時代中期に流行したのが「富士講」である。富士講は関東を中心に大流行し、富士登山や富士五湖等の霊地の巡礼を行うようになった。しかし富士山南側の入り口である須山口から登ることはあまりなかったようである³⁾。富士山は2013年に「信仰の対象と芸術の源泉」として世界文化遺産に登録され、須山浅間神社および須山口登山道の一部もその構成資産に登録された。浅間神社の御祭神は木花咲耶姫命(このはなのさくやひめのみこと)であり、火の中で出産を果たしたという伝説から噴火を鎮める効果を期待されていた。

2. 富士山登山道について

富士山登山道（図1）はその主要部分を現在浅間神社が管理している。数多くある登山道の中で、古い歴史を誇る伝統的登山道の入り口は次の三つであり、そこに須走口が加わる。

- 大宮口（村山口）…南口に位置する。当時村山にあった社をより人の集落に近づいた大宮に移動させ、途中で合流させたもの。そのため「大宮村山口」とも呼ばれる。遠江・三河といった静岡以西の地域からのアクセスが良い。現在の富士宮口に相当する。
 - 吉田口…北口に位置する。甲州街道を使うと江戸からのアクセスが良く、富士講流行の時代はもっぱらここが利用された。
 - 須山口…須走口が整備されるまで東口と呼ばれた。他入口と比べると富士山南側に位置する。伊豆・伊勢・房総半島側の千葉からのアクセスが良く、伊勢からは船で駿河湾を通過して沼津などに出ることができる。
- * 須走口…足場の悪さから登りには適さずもともとは北口吉田の下山道として活用された。1707（宝永4）年の宝永の噴火を契機に本格的に幕府の援助を受けて登山ルートが整備された。

Ⅲ 須山浅間神社の歴史

1. 須山浅間神社の始まりと運営状態

須山浅間神社の始まりは1598（慶長3）年の社伝旧記（渡邊対馬守安吉）によると110（景行天皇40）年、日本武尊（やまとたける）が村山から須山を通った時、富士山の眺めを気に入り浅間神社を創起し、その後552（欽明天皇13）年に蘇我稲目がこの遥拝地を顕彰して再興したとある⁴⁾。また室町時代の『廻国雑記』には1486（文明18）年頃、「すはま口」を京都聖護院門跡であった道興が訪れて歌を詠んだともある（富士山資料館 2009）。

須山地域の地質は溶岩や砂礫層で水の便が悪く、昔は材木・炭焼きといった山仕事や、馬を利用した運送業、畑作によって生計を立てていた（渡邊 2016）。その中で富士登山関係の仕事は重要な収入源だったようである。その一つとして、富士山は入山料（御山役）を徴収していた。当時御師であった渡邊家と須山区には「山切手」という、登山口にて御山役を支払った領収書が現存している。登山口によって額は異なるが、須山口は60文（現在の価値で約2,000円程度）であり、うち20文は富士宮社に納められ40文は須山村の分として登山道整備などに充てられていた⁵⁾。村山口は90文、吉田口は240文（江戸



図1 各登山道の位置
（富士山資料館（2009）より）

時代には120文）であるため、比較的安価であることがわかる。また、現在は枯れているが、須山口登山道から登るとたどり着く山頂部には雨水が地面に浸みて生成される「銀名水」が湧き出しており、それを売買する権利も有していた。同じ水質の湧き水は山梨県側にもあり、こちらは「金名水」と呼ばれる。

2. 御師という職業

富士登山事業において収入源とされたのは入山料だけではない。遠方から訪れる人々を支援すること自体大きな産業として成立していた。その役割を担ったのが浅間神社の御師である。1844（天保15）年の『乍恐以書付奉御届申上候御事』によると、「神主の外に百姓兼帯の12人の御師がおり、夏中は諸国から来る参詣人の導者宿を営み、お祓い等をして登山の世話をしています。冬は檀家回りをしてお札を配っています。京都の吉田家より許状を受け、昔からその支配下にあります。当村の御師は百姓ではありますが、由緒ある家柄です」とあり、御師が中心となって富士に来る登山者を世話・案内していたことがわかる。富士山資料館職員の渡邊博明氏によると御師が百姓と兼帯する例は珍しく、他の登山口では専業が多く規模も大きいという。これは須山村自体の人口が少ないという理由が第一に挙げられるが、加えて富士以

表1 須山口の場合の登山費用

御山役	60文
強力	400文
拾一ツ	100文
綿入一ツ	100文
御清め	15文

(富士山資料館 (2009) より)

表2 須山口登山者人数

年代	人数
1836 (天保7) 年	1,874人
1840 (天保11) 年	1,085人
1841 (天保12) 年	2,719人
1842 (天保13) 年	1,419人
1843 (天保14) 年	1,368人
年平均	1,693人

(富士山資料館 (2009) より)

北や以西の広範囲の地域から来る登山者に利用されるほか二つの登山口に比べ、須山登山口は利用者が少なかったからではないかと考えられる。御師に加え、案内役の先達、荷物持ちの強力や、軽尻・馬駕籠人足といった役割を村民で分担し、茶屋・店を作って収益を上げていたことから、いずれにしても須山村にとって富士山関連の観光業が村の重要な資源であったことは間違いない。これらを合わせると登山者に関係する費用は表1の通りである。

3. 宝永の噴火からの復興

須山口登山道に大打撃を与えたのが、1707 (宝永4) 年の富士山の大噴火である。噴火口が登山道の途中に出現したことにより登山道がその区間吹き飛ばされ、火山灰が登山道を埋め、須山登山口は長年人々から利用されなくなった (富士山資料館 2009)。また不作など人々の生活にもたらした被害も甚大である。1776 (安永5) 年の『乍恐以書付奉御届申上候御事』には、「富士山八合目以上をめぐる浅間大社と須走村・上吉田村の争いの際、須山口からの登山口のことを聞かれ、噴火以後は道がよくなく登山者はいないと答えてしまった。このままでは須山口登山道はないとされてしまうので、噴火後も少々は登山者があり、1740 (元文5) 年の山開きの時も多くの登山者がいた、と発言の訂正をお願いした」という旨の記録が残っている。

この登山道の復興には村民全体が尽力した。安永の頃には新たな登山道が宝永山を避けて整備され、1800 (寛政12) 年の復興後初めての富士山御縁年では5,398人が須山口を利用して富士登山をするという盛況ぶりをみせている。表2のその後の天保年間における登山者人数と比べてもこの年は特に多いことがわかる。富士山御縁年と

は富士山誕生の年と伝承される60年に一度巡ってくる庚申の年であり、噴火から百年近く経ってようやく須山口登山道が完全に復興したことが確認できる。この御縁年に登山者を集めるため須山ではさまざまな活動が行われた。1800 (寛政12) 年の『富士山一件日記』には御縁年の年は精進潔斎免除の旨が記載された立て札が須山村だけでなく周辺の村々にまで複数設置された。また、木版印刷で作られた『富士山須山口略絵図』(「引札」と呼ばれる)も御師によって須山浅間神社の各檀家等に配られている。さらに、当時御縁年の特別な催しには、俳句を詠む会も催された。地域住民が中心になって参加したという説と遠方から文化人を招いたという説があるが、富士山資料館と須山浅間神社に当時の俳句会の句額が保存されており、後者の奉納額には雅号のほかに西土肥や稲取、徳倉、さらに遠方の地域まで幅広い出身地が記されている。

4. 明治の廃仏毀釈による須山浅間神社への影響

明治期に入ると廃仏毀釈により、須山地域にあった仏教系統の寺院も例にもれず破壊された。しかしもともと須山には浅間神社があるため仏教系の宗教施設はそれほど多くはなく、他の浅間神社が大日如来を祀っていた時代でさえ一般に定義されるような「寺院」とはみなされていない。寺が管理していた戸籍は専門の神社を作って引き継がれたが、その神社も宮司の渡邊氏によると「大きい目で見れば (須山浅間神社の) 真下 (直轄) で管理していた」という。廃物毀釈から逃れた天嶽寺も1902 (明治35) 年の火事で焼失した。通常であれば廃仏毀釈を経たとしても神社の中には何か仏教的痕跡が残るが、須山地域にはそれがほぼなく、それまでの信仰形態に変化を与えることなく消滅したことがわかる。

唯一廃物毀釈の影響は須山地域の墓地によって確認できる。裾野市役所須山支所周辺にある二カ所の墓地は、一方が江戸以前の墓と第二次世界大戦戦没者の碑で構成され、もう一方は明治以降の墓で構成されている。前者は戦没者のものを除き、全てが苔むした状態で字の読めない背の低い墓石が並んでいた。隣には仏像が安置され、明らかに古い仏教式の墓であることがわかる。しかし後者の墓地は真新しい墓が多く、立っている木製の板は卒塔婆の形をしていない。また仏像も見当たらなかった。つまり廃仏毀釈によって須山地域は墓の形式を神道式に変えたのである。機能する寺院がなくなったため当然の結果ともいえるが、それにより反発が起きないということに、須山地域住民の元来ある神道意識の高さが窺い知れる。

5. 明治以降の須山浅間神社

御縁年には活気のあった須山口であるが、その後明治に入り再び厳しい事態が重なる。御殿場口が1883（明治16）年に開設され、1889（明治22）年に東海道線が開通すると、そこからアクセスの良い御殿場口に登山者が集中し、須山口の利用者が減少した。さらに1912（明治45）年には旧陸軍演習場設置のために須山口から登山ルートに通じる土地が買収された。これにより須山口登山道はしばらくの間再び利用不可となる。演習場は現在自衛隊のものとして利用されているが、いまだ当時の須山口登山道を分断したままである。そこで、須山振興会と須山口登山道保存協会、そして地元住民を中心として須山は登山道復興活動を始め、85年後の1997（平成9）年、演習場にかかっていない室町時代の宝永噴火前の登山道を進む道筋である須山口の古登山道を復活させることとなる。そのルートでは、水ヶ塚公園、御殿庭を通ることができるため、富士山裾野ガイド協会の方々も絶賛していた。2017年7月1日の須山浅間神社で行われた開山式の2～3日後、宮司である渡邊氏によるとその時点で少なくとも計3～4組以上の登山者がこの須山口を利用しているという。

IV 現在の須山浅間神社の認識

しかしながら、現在の須山口登山道は全体から見ると認知度が低い。裾野市住民であっても須山外部であると再興を知らない人が多いのが現状である。富士山資料館および裾野市役所生涯学習課の職員の方々へ聞き取り調査を行った際、明治期に山麓域が演習場として国に接収されたため現在は須山浅間神社から須山口登山道を使って登山するのは不可能であり、須山浅間神社は歴史的文化財としてしか機能していない、と答えられた。彼らは開山式が毎年行われることは認識しており、文化遺産登録に伴い観光客が一時期増加していたことを認めている。しかしあくまでも開山式は純粋な伝統儀式の名残であり、参詣者は古い浅間信仰を体験する目的の人々とみなしていたようである。

さらに富士山が世界文化遺産に登録された際、これにより観光客数（図2）に変動があったかということについても立場により意見が分かれているようである。裾野市役所生涯学習課職員によると世界遺産登録により浅間神社を訪れる人が急増し、それによって駐車場、説明のための碑などが市役所の協力のもと整備された。これが須山浅間神社を客観的に見た場合の見解であり、実際2013年は参詣者の数は増加している。一方で富士山裾野ガイド協会代表の鈴木博己氏は「何も変わっていない」と主張する。観光客数の増加率はわずかなものであり、

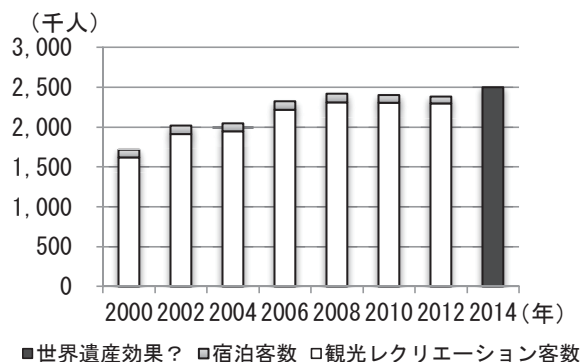


図2 裾野市観光客数の推移

（富士山裾野ガイド協会提供の資料より）

これまでの年の増加率と比べても目立った変化ではないというのである。

しかしそのことについてガイド協会と須山浅間神社は不満に思っているわけではなくむしろ誇りにしていた。鈴木氏曰く、「（須山浅間神社が）須山にあることが恵まれている」という。これは、須山地区の富士山関連の伝統行事や資料が他所に分散することなく、地域との協力によってそのままの状態で見守られていることについて表した言葉である。確かに、富士山資料館が初めて開館されたのは1978（昭和53）年であり、他の場所よりも早くから富士山について歴史的・自然史的な文化財の保護が重視されてきた。これは突然沸いた付け焼刃の観光よりも旧来の様式保護や保全を重要視する須山の姿勢の表れでもある。鈴木氏によると、「九つしかない富士山に接する市町村として自負があるからポスターなど作ったりするが、観光に大人数が来ると施設の整備や管理など、こちら側の支出が利用者から入ってくる収入を追い越してしまう場合がある。だから観光業をむやみに推進するわけにはいかない」という。こういった事情もあって、須山は富士山観光を重視するよりは、他地域よりも環境保護を進める方針にしている。

また須山浅間神社は開山式を必ず7月1日に行うが、吉田口など山梨方面では雪で登山道が埋まるため気候によって開山時期がずれ、それによって開山式もずらすという。須山は開山式を「儀式」としてとらえているため、開山時期よりも7月1日という日付を優先させるのである。式には多くの人々が集まり、何らかの役割を担う地元住民は拜殿⁶⁾の中で、それ以外の人々は外で儀式をする。テープカットや挨拶を済ませた後、山中の決められた場所で再び儀式をするのである。開山式以外でも、春の例大祭や秋の新嘗祭では神輿を担ぎ須山地区中を歩き、地区の氏子総代や市議会役員などの家に挨拶をして回る。途中で出会った地元住民も気軽に参加し、訪問した先で

振舞われる酒やご馳走を交えながら陽気に祭りを楽しむのである。子供みこしという祭りでは地区の子供全員が参加し専用のみこしを担ぎ、また神社所有の屋台の上に乗って楽器を演奏するものもある。地元の子供たちはこういった地域ぐるみの浅間神社の祭りに毎年参加しながら大人になっていくということがわかる。つまり、須山地区住民全員が浅間神社と関わり合いながら生活しているのである。子供全員が屋台に乗ることができることについて、根上氏は「これも少人数というか、小規模なものの特権ですよ」と感想を述べた。

地元地域と須山浅間神社のつながりの象徴の一つとして、最近(2015年)修築された拝殿が挙げられる。これは行政の援助なしに、地元住民の寄付によって賄われたものである。拝殿に入ると向かって左側上方の壁に寄付者の名前が記載されており、それはほぼ地元住民によって構成されている。江戸時代に修築された須山浅間神社の旧本殿は珍しくもその後保存され、文化遺産構成資産登録において重要な要素となったわけであるが、こちらは登山道が衰退する前の観光者からの収入によって賄われており、拝殿の修復がそれと比べ特殊なケースであることがわかる。宮司曰く「文化遺産登録は関係なく、単純に耐震の関係で」とのことであったが、観光産業を盛り立てる目的ではなく、利益度外視で地域住民はこの神社保存に協力するのである。このように、須山浅間神社の伝統は地域の強いつながりによって支えられていることがわかる。それは須山地域の人々が純粋にこの伝統ある神社に誇りを持っていることの表れなのだろう。

V 終わりに

富士山は信仰の対象として数々の芸術や宗教文化を生み出した。そしてやはり、われわれが富士山に対し最も強く抱く印象は「日本一高い山」、そして日本を代表する山ということだろう。そのため信仰・宗派の区別なく遠方から多数の観光者が訪れる地となり、結果的に浅間神社という宗教施設が地域住民と連携して観光業を推進するという状態が生まれるのである。その点で浅間神社は大衆からのニーズに応えられる神社であった。それが全体としての浅間神社の方針であり、自らが神道の宗教施設であるということ以外は厳しい制約もなく、外部の人間を選別することはない。女人でさえも、60年に一度の御縁年では入山が許されている。当時の須山村を支えたのも富士山の観光業である。しかし登山道の破壊や新しい登山道の開放、更に施設新設によるルートの方断といった歴史を経て、むしろ須山浅間神社は観光業以外の要素にも目を向けるようになった。無理に観光業を推進す

るのではなく、須山浅間神社だからこそ担える、文化財保護を重視した方針に切り替えたのが現在の姿なのである。保存された本殿、歴史ある資料館、そして地域に浸透・継承された伝統行事といった要素を踏まえると文化的に大変高い価値を有する神社なのである。須山浅間神社は長い歴史の中で数々の災難に見舞われた。そのような中で地元地域の人々が一丸となって復興に尽力した過去があるからこそ、須山浅間神社と須山住民とのつながりは深いものとなっている。

いずれにしても、須山地区と須山浅間神社を通して当時の富士山の宗教文化を深く理解することができたことは筆者としても大変貴重な経験であった。今回得た知識を活かし、さらなる日本宗教文化の研究に努めたい。

謝辞 本調査でご協力いただきました須山浅間神社、富士山裾野ガイド協会、富士山資料館、裾野市役所生涯学習課の皆様にご心より感謝申し上げます。

注

- 1) 『遠野物語』などで知られる柳田國男が著者であり、民俗学研究の基本となる作品。山に入った女性の話など、実際に調査して聞いた話が列記され、山に関わり生きる人々の習慣や俗信について情報が載っている。初出は『大正六年日本歴史地理学会大会講演手稿』に『山人考』として掲載(1917)。その後朝日新聞社発行の『アサヒグラフ第四卷第二号~第五卷第七号』に『山の人生』として掲載され(1925)、筑摩書房発行の『定本柳田國男集第四卷』(1963)を親本として底本「遠野物語・山の人生」が岩波文庫から発行される(1976)。
- 2) 寺社の内部に取り付けられた札。造営や修築の際に記念に作られているため建築年月日や建築者などの情報がわかる。
- 3) ただし、資料は残っていない。
- 4) 浅間神社広報用資料『須山浅間神社によこそ』による。
- 5) 富士山裾野ガイド協会広報用資料『富士山須山口登山道とは』による。
- 6) 境内にある本殿正面に位置する建物。参詣者が直接礼拝する場所。

文献

- 井野邊茂雄 1928. 『富士の研究叢書3 富士の信仰』古今書院。
富士山資料館 2009. 『富士山須山口登山道調査報告書』。
富士山裾野ガイド協会 2014. 『世界遺産富士山—信仰の対象と芸術の源泉』。
柳田國男 1976 『遠野物語・山の人生』岩波書店。
渡邊博明 2016. 『江戸時代の村のようすと人々の生活 須山村をとおして』。

市民の健康を支えるまちづくり ーヘルシーパーク裾野を事例にー

鈴木 結奈

I はじめに

裾野市は、2011年に市制40周年を迎え、富士山と共に自然と調和した豊かで活力あるまちづくりに取り組んでいる（裾野市教育委員会 2015）。「第4次裾野市総合計画（平成23年～32年度）」は「みんなの元気と調和でつくる暮らし満足都市」を目指し、今後のまちづくりの基本的な方向を示す総合的な指針として策定された。また、2015年には「裾野市教育振興基本計画」がつくられ、「学びあい、高めあいながら、人間性豊かに未来を目指す人づくり」の実現に向け、行政が施策を進めている。

また、かねてより裾野市では「健康文化都市すその」を宣言し、「すがすがしく、すこやかに、たすけあいに生きるまち」をスローガンに市民の健康づくりを柱としたまちづくりを推進してきた。このスローガンが打ち立てられた背景には、厚生労働省が日本全国の自治体に向けて健康文化都市をつくることを奨励したことを受け、医師である大橋前市長が強い思い入れを持って健康文化都市を目指すことを公約に掲げたことで、実現のために市役所全体を挙げて動いたということがある。上記のまちづくり計画との両立という観点で見ると、健康文化都市を目指すという基本方針は前市長から現在の市長にも受け継がれており、今後も継続性があると考えられる。

健康文化都市を実現するための拠点施設として、市が2001年にオープンさせたのが温泉を活用した総合健康ケア施設「ヘルシーパーク裾野」である。この施設は開業初年度を除き年間20万人以上の来場者数を記録し続けており、近年は市内外から22万人以上の利用客が訪れるほどの人気を誇る。この数字は、他の地方自治体における大規模施設の来場者数と比べても決して低くない。

一方でこの施設は問題も抱えている。こうした施設では維持費や人件費が大きくなりやすい一方、公的運営では利用料の値上げが難しく、赤字経営を危惧して民間事業者等へ経営委託するケースが多い。ヘルシーパーク裾野の場合もその例に違わず、市の負担減のために非営利組織である裾野市振興公社に指定管理者制度を利用して経営管理を代行させている。ただし、中途半端な計画を立てて頓挫する例も多い中、ヘルシーパーク裾野は市に

よる構想が練られてからきちんと計画に落とし込まれ、それが断念されることなく遂行された例として評価される。さらに指定管理者制度導入後も運営を継続しており市民の利用も十分になされている点で、ヘルシーパーク裾野は「健康文化都市」という概念が裾野市民にどの程度浸透したかを測るのに適した事例であると判断した。

以上を踏まえて、本調査では裾野市振興公社の代表者1名、ヘルシーパーク裾野の正規職員2名とパート従業員1名、そしてヘルシーパーク裾野の利用者1名に対して聞き取りを行い、市民の健康や交流に当該施設が果たす役割について考察した。調査期間は2017年7月23日から27日までである。以下IIでは関連組織への聞き取り調査の結果に基づき、ヘルシーパーク裾野の概要を述べる。IIIでは、管理者と利用者両方への聞き取り調査の結果に基づき、ヘルシーパーク裾野に関わる人の属性ならびにヘルシーパーク裾野を訪れる意識を明らかにする。IVでは、II、IIIで提示した調査結果を踏まえた上で、人々にとってヘルシーパーク裾野が果たす役割とその今後について考察する。

II 総合健康ケア施設「ヘルシーパーク裾野」の概要

健康文化都市に関する研究によると、まちづくり計画の中でハード、ソフト、マンパワーの視点から市民のためのケア施設をつくる健康文化都市推進事業が1991年より開始されており、毎年約20市町村が指定されている。また、同時に都市の健康を評価するための研究も進められている。

この流れに基づき、裾野市においても1995年より健康文化都市をつくる計画案が持ち上がった。裾野市は「健康文化都市宣言」を行ったことを皮切りに、市民の健康増進を目的とする総合健康ケア施設「裾野市多目的ヘルシーパーク」（計画時の名称）の建設を進めることになった。以下にこの計画の一連の流れを詳しく説明する。

この施設の建設事業費は総額17億8千万円程度である¹⁾。その内訳は本体事業費がおおよそ13億円、敷地造成工事費用が1億6千万円、温泉工事（掘削および引込み）費用が1億5千万円、委託費が9千万円、その他工事等で8千万円程度となっている。写真1のような源泉を掘り当



写真1 ヘルシーパーク裾野の源泉「すその美人の湯」

(2017年7月26日筆者撮影。ヘルシーパーク裾野の施設からはおよそ1km離れた裾野市須山地区に存在する。汲み上げた湯は管でヘルシーパーク裾野まで運ばれている)



写真2 ヘルシーパーク裾野の施設全体像

(2017年7月26日日本間一成氏撮影。道路上からドローンで撮影したヘルシーパーク裾野の施設全体像である。特別な許可を得て撮影した)

てるまでに多額の費用を要した。

次にこれらの建設費をさらに細かく見てみる。まず、1999～2000年度にかけてヘルシーパーク裾野建設事業費がおおよそ16億6千万円かかっている。財源の内訳は国庫補助金が4億6千万円であり、残りは地方債が4億1千万円、その他(基金繰り入れ)が8千万円、一般財源が7億円程度であった。大きな額の国庫補助金が投入された背景には、当時厚生労働省が進めた全国的な健康文化推進の流れがある。ただし、国庫補助金のうち、1億2千万円は防衛施設周辺の生活環境整備8条、3億4千万円は同9条に基づいて支給された。これらは防衛施設周辺の生活環境整備を目的とした補助金である。さらに、2003～2004年度にかけて露天風呂増設工事費が1億2千万円以上かかっている。

露天風呂を増設した理由について補足する。施設開設の当初、露天風呂は一つだけであり、露天風呂が男湯になる日もあれば女湯になる日もあり利用者がそれを事前に知ることができないという不便が生じていた。たとえ

ば「富士山を仰ぎ見つつ湯に浸かれる露天風呂が楽しみなのに、入れないときがある。いつ来ても入れるようにしてほしい」という利用者の声が多数あった。このことが増設の決め手になったという。

露天風呂を増設するという計画外の工事はあったものの、予算内でナトリウムや塩化物を豊富に含む質の良い温泉の湧出に成功し、計画の大きな変更や頓挫はなく、写真2のような施設が2001年にオープンした。中心設備である男女別の二つの浴室には大浴場と露天風呂、サウナが完備され、男女共用施設としては運動浴プール、流水プール、マッサージプール、ジャグジー(屋内・屋外)、寝湯、採暖室、足湯などが備わっている。そのほかに、12畳の和室と8畳の和室がそれぞれ二つずつに加え、利用者が交流目的に利用する90畳の目的室も設けられている。

開業後の経営を市の財源だけで賄うことは難しかったため、ヘルシーパーク裾野の管理は指定管理者制度を用いて民間に任せており、現在は裾野市振興公社が指定管理者となっている。施設完成以降は維持費、施設修理費、人件費等を利用者が支払う利用料やレストランの売上で賄いつつ、市が前年度の報告書を基に見積もった予算を出して不足分を補てんしており、経営はおおむね安定している²⁾。ヘルシーパーク裾野は、他地域の公的温泉施設と比較すると、民間事業者に運営をスムーズに移行することができたといえる³⁾。ただし、この施設の維持においては、利用料が520円と低額であるにもかかわらず施設修理費が全国の類似施設と比べて大きいことが課題の一つという。その理由についてはIVで説明する。

III 広がるヘルシーパーク裾野の利用目的

1. 利用目的の多様化と利用者層の広がり

本節ではヘルシーパーク裾野の管理を行う裾野市振興公社とヘルシーパーク裾野の利用者に対して行った聞き取り調査の結果を基に、ヘルシーパーク裾野の利用現状を明らかにする。ヘルシーパーク裾野の従業員総数は11名(2017年7月現在)であり、そのうち代表者1名、正規職員2名、パート職員1名(Aさん)に対して聞き取りを行った。また、ヘルシーパーク裾野の利用者1名に対しても聞き取りを行い、市民の健康や交流に当該施設が果たす役割について意見を得た。

聞き取り調査の結果、利用者の施設利用目的は当初健康増進が主であったが、次第に施設を頻繁に利用する市民同士の交流が生まれるようになった。また、裾野市以外から観光客が来るようになってからは利用目的がレジャーにも広がってきたことが明らかとなった。

ここで、市民同士の交流とは主に高齢者男性・高齢者女性同士のおしゃべりや情報交換を指す。もともと健康増進のために施設に通っていた裾野市民の中で自然に生じたものと思われる。中にはヘルシーパーク裾野に来ているかどうかをお互いにチェックし、一人暮らしの高齢者の生存確認に施設を利用している例もあった。ほかにも飴や自宅で漬けた漬物を交換するなど、物々交換を施設内で楽しみとして行う例も見られた。

また、レジャー目的の利用者は、登山客やキャンプ利用客、長期休暇で裾野を訪れる観光客等が主となり、夕方にレジャーの一環として温泉のみを利用する事例が一定数見られる。その中でも毎年キャンプを利用する人は毎年訪れ、リピーターになることもあるという。このような人々は温泉を低価格で気軽に楽しめる場所としてヘルシーパーク裾野を利用している。

ヘルシーパーク裾野がオープンした時からパート職員として勤めているAさんは、以上のようなヘルシーパーク裾野の開設当初と現在の利用者層の変化について以下のように述べている。オープン時には須山地区の地元住民が「自分の故郷に温泉が湧いた」といって喜んでおり、裾野市の中でも特に地元の須山にできた温泉施設としてヘルシーパーク裾野に愛着を持ち、日常的に訪れるようになった人が多かったという。オープンした年の客はそのような地元への愛着を持った須山地区の住民がほとんどだったが、施設が各種メディアで取り上げられるうちに遠方からも人が訪れるようになり、利用者層が広がってきた。近年の傾向として施設周辺のキャンプ場の利用客や裾野市周辺の山々を訪れる登山客、そして富士サファリパーク帰りの家族連れの利用客が多数見られるようになったという。

このように当該施設にはさまざまな利用者層がいることが分かるが、実際にどのように利用しているかについては以下に詳しく述べる。

2. 健康増進意欲向上に向けた活動とその様子

本節では以上の利用者の属性を踏まえ、ここからヘルシーパーク裾野が利用者の健康意識向上を目指して行っている活動について詳しく見ていく。

当該目的で施設を利用する裾野市民は、プールで無料開催される水中運動教室、遊泳、温泉治療などのさまざまな方法で健康増進を図っており、ヘルシーパーク裾野は入浴・運動・リラクゼーションが同時に楽しめる施設として地元住民の生活を支えていると推測できる。では、ヘルシーパーク裾野は住民の健康増進にどう貢献しているのか。具体的に利用者の健康意識を向上させる効果を

表1 水中運動教室実施状況

	募集人数 (/年) ⁴⁾	開催日 数(/年)	市内参 加者数	市外参 加者数
2015 年度	1,200	48	1,874 90.9%	187 9.1%
2016 年度	1,440	48	1,890 89.1%	231 10.9%

(「平成29年裾野市議会6月定例会議案 別冊」より)

上げている事業として、定期開催される水中運動教室がある。

水中運動教室では、ヘルシーパーク裾野内の20mプール内でバタ足をしたり歩行練習をしたりする。この水中運動教室は申し込みが必要だが無料で参加でき、主に高齢者が利用している。ヘルシーパーク裾野を休館日以外ほとんど毎日利用する高齢者が仲の良い者同士と一緒に参加する傾向にあると管理者側は見ている。実際に毎回の水中運動教室に参加する人の顔ぶれにはほとんど変化がないという。

表1から分かるように、利用者のおよそ90%が市内から訪れており、水中運動教室に関しては裾野市民の利用率がきわめて高い。毎年数多くの高齢者が水中運動に親しむ機会を無料で得ており、ヘルシーパーク裾野がもたらす効果は大きい。実際にヘルシーパーク裾野のフロント職員に対して利用者から寄せられる感想の満足度は非常に高いという。したがってこの水中運動教室の実施状況からは、裾野市民の健康増進意欲向上にヘルシーパーク裾野が実際に貢献していることが読み取れる。

また、水中運動教室以外の施設利用に関しても利用客の満足度は総じて高く、施設内で事故などの大きなトラブルが発生したこともない。ただし、仲間との交流目的で毎日施設を訪れる「常連さん」とその輪に入れない「ご新規さん」の間に距離が生じてしまうことがあるほか、週末のレジャー帰りの新規客に対する常連客の「遊び目的の利用と、本来の健康増進目的の利用の値段がなぜ同じなのか」という苦情が出るなどの例が見られた。ここでは管理者側が利用者に近い距離で意見を聞くことで仲介役としての機能を果たしている。

裾野市振興公社への聞き取り調査によれば、週末はそれらのレジャー目的の客で施設が混み合うことから、平日に来る常連客は週末には施設を訪れない等の工夫をしているという。そのため平日と週末・長期休みシーズンとで利用客の属性が変化していると考えられる。

また、実際の利用者で造園業を営むSさん(88歳)に話を伺った。ヘルシーパーク裾野の開設以来16年間ほとんど毎日利用し続けているSさんは、温泉に入ると血行が良くなって体調も良く、施設内で仲間と会えるので、



写真3 源泉に含まれる成分(主にナトリウム)が凝固したものの

(2017年7月25日筆者撮影。このようなナトリウムの塊は、ヘルシーパーク裾野の浴槽内で実際に見られる。それは当該施設が加水をせずに100%源泉を利用して温泉を提供しているためである)

施設のお陰で生活が豊かになっているという。利用者の実際の感想は、健康増進目的以外にも、地元の人々が交流を目的として訪れる場所になっているという以上の調査結果を裏付けるものであった。

また、自宅の風呂を使わず毎日ヘルシーパーク裾野を利用するヘビーユーザーは、全体の利用者の2割程度存在する。Sさんもその一人であるが、施設周辺に坂道が多く徒歩や自転車の利用が難しい中、車で5分前後の距離であれば毎日利用するヘビーユーザーを生み出しやすい。したがって須山地区等ヘルシーパーク裾野の近辺に住む住民が主なヘビーユーザーとなっていると考えられる。

3. 施設を通じた裾野市民同士の交流の様子

本節ではヘルシーパーク裾野の管理を行う裾野市振興公社とヘルシーパーク裾野の利用者に対して行った聞き取り調査の結果を基に、施設の利用を通じた住民同士の交流の一実態として、ヘルシーパーク裾野を利用する際の移動時の様子を紹介する。

ヘルシーパーク裾野利用者の男女比はほぼ同数であり、施設管理者にその理由について質問したところ、利用者の7割ほどが自家用車を運転して施設を訪れるとのことであり、運転免許を保持している高齢男性が多いこと、さらに市内を循環する無料送迎バスを利用する高齢女性が多いこと、ほかにも夫婦で施設を利用する例があるこ

とが関係しているとのことであった。

そして利用者がヘルシーパーク裾野を利用する際の交通手段として、また住民同士の交流の機会として重要なのが上記の市内循環型の送迎バスである。このバスは特に女性が多く利用しており、バス利用者の指定席を自分たちで決めるなど、常連客の交流の場ともなっている。バス車内で行われる高齢者同士の近況報告を通じて地域コミュニティ形成の一助となっているのである。

IV ヘルシーパーク裾野の課題と今後の展望

本調査の結果、ヘルシーパーク裾野は温泉の質の良さに恵まれ、利用客も順当に増加していることから、計画から大きく外れた失敗はしていないことが分かった。また、この施設と無料送迎バスの利用は裾野市の一部住民にとっては欠かせない生活の一部になっていることが判明した。さらに施設開設当初の利用目的は、プールで歩行練習を行い温泉で体の不調の自然治癒を促すという2点に主に限定されていたが、現状は観光客が訪れたり、地域住民がプールでの遊泳を目的に訪れたりするようになった。

だが、多くの市民に必要なサービスを提供している一方で、ヘルシーパーク裾野は今後の経営について課題を抱えている。写真3のようにナトリウムや塩化物を豊富に含むヘルシーパーク裾野の温泉の泉質により、施設の機材が故障しやすいのである。機材の修理には巨額の費用を要するが、公的施設という性質上、利用料を値上げすることが難しく、利用客は多くてもそれが必ずしも潤沢な経営資金の確保にはつながるわけではない。非営利組織が運営する公的施設という性格上、資金集めには苦しんでおり、壊れたところから修復するという非計画的な修復しかできないのが現状である。

このように、ヘルシーパーク裾野は裾野市民の健康増進を目的とする施設としてつくられたが、現在はより幅広い目的で使われる施設となっていることが分かった。今後は利用目的が明らかに異なる平日と週末とで利用料が同じであることを是正するなど、異なる目的を持って施設を訪れる利用客全体の満足度を上げていくことが重要になるだろう。

V おわりに

これまで見てきたように、ヘルシーパーク裾野は健康文化都市という概念を市民に定着させ、主に高齢者の健康増進をハード面とソフト面の両方で日常的に支える場となっている。これは実際の利用者と管理者側との距離の近さからも分かるように、裾野市、さらにその中でも

ヘビーユーザーを多く輩出している須山という限定された土地への住民の愛着があつてこそ成り立つ。さらにその土地の繋がりを保つために、特に高齢者の施設利用客にとっては市内循環型の無料バスの存在は欠かせないものとなっている。裾野市の中で観光客の需要も取り込みながら主には本来の用途である住民の健康増進を図り、あわせて貴重な交流の場となっているヘルシーパーク裾野は、「高齢者の生きがいづくり」や「孤立化」に悩まされる日本全国の地方自治体にとって示唆的な存在となるのではないだろうか。

謝辞 今回の論文を完成させるにあたり、裾野市役所健康推進課の職員の方々、裾野市振興公社の職員の皆様、富士空撮サービズ代表の本間一成さん、ヘルシーパーク裾野利用者の方々など多くの方々にご協力いただいた。この場を借りて心よりお礼を申し上げる。

注

- 1) 裾野市役所調べ。
- 2) 「平成25年裾野市議会6月定例会報第7号 一般財団法人裾野市振興公社の経営状況について」より。
- 3) 横手市の温泉施設の例では、民間の運営委託先を見つけられずに施設が赤字を膨らませており、廃止も危惧されている(横手市 2016)。このように施設開設後の運営管理に苦戦する自治体も少なくない。
- 4) 表中の募集人数に関して、2015年度は毎月平均100名ほどを募集し、人気であったため2016年度には毎月平均120名ほどを募集するようになった。

文献

- 裾野市教育委員会 2015. 『郷土読本すその第6訂版』.
横手市 2016. 『横手市公共温泉施設の在り方・再編方針』.

ご当地グルメによる地域活性化 — 裾野市「すその水ギョーザ」の現状と課題 —

多賀 麻里子

I はじめに

バブル経済が崩壊した1990年代から、地域の資源の見直しと、それを活用した「コミュニティビジネス」や「地域ビジネス」などという言葉で語られる新たな事業開発の動きが全国各地で現れている(関・古川 2008)。その事業の一つの手段として多く利用されているのが、地域の歴史や暮らしを反映する「食」であり、特に地域住民により独自に育てられてきた「ご当地グルメ」は、イベントで話題を呼ぶなど、全国的な評判を呼ぶ事例も出てきている。地域の素材を使用し特色を持たせやすい「ご当地グルメ」は、地域の魅力発信の手段としてだけでなく、観光の集客の策としても、地域おこしの重要な要素として注目されてきた。2007年に開発された静岡県裾野市の「すその水ギョーザ」も、「食」を利用した地域活性化、地域おこしの取組みの一つである。

俵(2011)によると「B級ご当地グルメ」は、地域おこしを目的として生み出された「開発型グルメ」ともともと地元が存在していた「発掘型グルメ」に二分される。前者は後者に比べ成功例は幾つかあるものの、事業自体が利益目的に陥りやすいこと、地域に根付きにくく市民の協力が得にくいことなどの理由から、その継続は難しく、平均寿命は3年とも述べられている。一から話し合いが持たれた「すその水ギョーザ」は前者にあたり、10年の歴史はあるものの、実際には今後の継続に向けた課題を抱えている。

以上を踏まえて、静岡県裾野市の開発型ご当地グルメである「すその水ギョーザ」について調査し、当地の「食」を利用した地域活性化事業の存続に向けた課題、そして今後の展望について考察する。調査期間は2017年7月23日から27日であり、裾野市の「すその水ギョーザ」の開発、生産、販売、PRに関わる個人、団体を対象に、現在までの「すその水ギョーザ」との関わりと現時点で抱える課題、今後の展望について聞き取り調査を行った。以下、IIでは概要を述べ、IIIでは地域ブランド力を概説し、IVでは「すその水ギョーザ」の抱える課題に対し筆者なりの展望の考察を行う。

II 「すその水ギョーザ」の概要

1. 誕生背景

裾野市は箱根外輪山と愛鷹連山に囲まれた豊かな自然から得られる豊富な水を活用して古くから自動車や半導体産業が栄えた工業のまちであり、また水稲をはじめとした農作が盛んな農業のまちでもある。第一次産業と第二次産業が発展している当市だが、特色を反映した名物が見受けられないことが課題とされていた。そこで、市役所職員で話し合いが持たれ、2002年時点で人口1万人あたりの餃子を提供する飲食店数が『餃子の町』として知られる宇都宮市や浜松市よりも多いこと、2000年の日本冷凍食品協会調べによるデータでは裾野市の調理冷凍食品の人気メニューで餃子がコロケに次いで第二位であること¹⁾から、当市を「日本一餃子が好きな町」と称し地域おこしの取組みに活かす方針を打ち出すこととなった²⁾。

事業化ののち生み出されたのが、裾野市の特産品のモロヘイヤを皮に練りこんだ水ギョーザである。スープや鍋、ラーメンに入れて多様なアレンジを楽しめる点と、栄養価の高いモロヘイヤを使用しかつ水ギョーザであることからヘルシーで健康的な点が売りである。

2. 「すその水ギョーザ」事業の沿革

「すその水ギョーザ」の事業化は、前述したように2002年市役所職員のグループが政策課題研修の発表で「すそのギョーザでまちづくり」という提案を行ったことに始まる。既存の特産品を組み合わせる新たな名物を開発し、裾野市の知名度アップや経済効果、健康促進や産業復興に繋げることを主な目的としていた。2005年にTMO(タウンマネジメント機関)である「株式会社ガーデンシティすその」内に「グルメ・健康部会」が設立され、政策課題研修のメンバーや飲食店経営者、管理栄養士などで話し合いが持たれたが、資金不足で実現には至らなかった。

事業化の提案がなされてから約3年間は実現に向けた動きは見られなかったが、翌2006年、経済産業省が実施する「小規模事業新事業全国展開支援」³⁾への裾野市商

工会の申請が採択され、800万円の補助金を受けたことが転機となった。

同年7月から新たに商工会が立ち上げた「すそのブランド推進委員会」内に当初の事業化を目指す作業部会「すそのギョーザ部会」が設立され、餃子の試作とイベントによるアンケートを繰り返し行う中で、裾野市で特産品とされているモロヘイヤを皮に練り込むこと、水ギョーザの形態とすることを決定した。この際、沼津市の食品製造業者に製造を依頼し、本格的な生産基盤構築が図られた。

翌2007年3月には商工会内に事業化への一歩として部会を受け継ぎ「すそのギョーザ倶楽部」が立ち上がった。当倶楽部は応援部会と店舗部会に分かれ、応援部会は倶楽部の目的に賛同した商工会の役員や市の職員がボランティアで活動を行い、イベント出展による売上は全て運営費にあてられる。店舗部会は主に市内の餃子を販売する飲食店、販売店で構成され、「すその水ギョーザ」の販売を行う。

同年5月には、事業で完成した「すその水ギョーザ」と地域特産品の販売促進を目的に、倶楽部の有志を中心に「株式会社すそのブランド」が設立された。当初「株式会社ガーデンシティすその」が金銭不足により事業を取りやめたこと、事業主体であった商工会自体が利益目的で販売を行うことが「地域活性化」という当初の目的にそぐわないこと、後述のご当地グルメの祭典「第2回B-1グランプリ」に向けた体制づくりが必要だったことなどが主な理由である。この「株式会社すそのブランド」も、金銭不足と組織内で当初の「街おこし」という目的意識の低下が見受けられたことが理由で、2017年7月に解散された。2017年7月末現在は、事業主体は商工会内の「すそのギョーザ倶楽部」であり、引き続き県内外の食による地域おこしイベントへの出展、協力体制が組みやすい市内商工施設への「すその水ギョーザ」メニューの提案、学校給食への提供などの販売・PR活動を行う。

2008年には水ギョーザをモチーフにしたマスコットキャラクター「すうちゃん」を制作し、グッズ販売と着ぐるみを利用したPR活動を行っている。

沼津市の食品加工会社に委託していた生産は、同年8月からは受注量の減少と完全国産物使用への方向転換により市内の食品製造直売店に委託先を変更した。

3. イベントへの出展

1) B-1グランプリへの出場



写真1 「すその水ギョーザ」のPRキャラクターすうちゃん

(2017年7月25日筆者撮影)

表1 B-1グランプリの出展回とその結果

回	年	開催地	結果
第2回	2007	富士宮市	第4位
第3回	2008	久留米市	第6位
第4回	2009	横手市	第6位
第5回	2010	厚木市	入賞外
第6回	2011	姫路市	入賞外
第7回	2012	北九州市	入賞外

(裾野市商工会への聞き取り調査を基に作成)

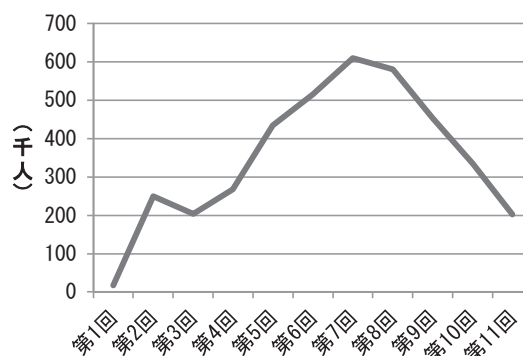


図1 B-1グランプリの各回の過去の来場者数

(ご当地グルメでまちおこしの祭典！B-1グランプリwebページのデータより作成)

「すその水ギョーザ」事業は、2007年富士宮市で開催された「第2回B級ご当地グルメの祭典！B-1グランプリ」への出展により本格化した。前年の第1回と比べ出展団体は約2倍、来場者数は約15倍の25万人を記録した当イベントで投票により「すその水ギョーザ」は21団体中4位となった(表1)。この成果がきっかけで話題を呼び、県内外からイベントへの出店要請とマスコミからの取材要請が寄せられた。

しかし第2回以降の結果は振るわず、第7回の北九州大会を最後にB-1グランプリの出展は取り止めている。その理由として裾野市商工会事務局長兼すそのギョーザ倶楽部の勝又豊氏は、当初の目標である全国への知名度向上は果たしたと、またB級ご当地グルメのブーム自

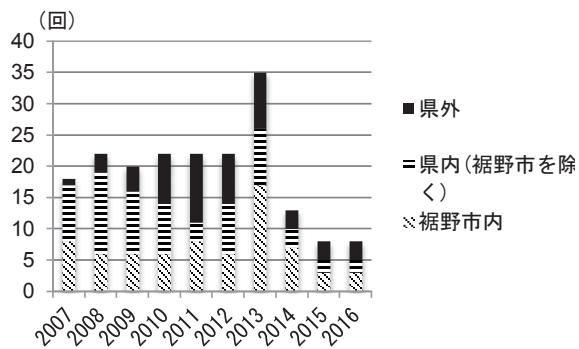


図2 すそのギョーザのイベント出展数

(「すそのギョーザ倶楽部事業活動報告書」より)

体が下火になってきたことを挙げている。図1は来場者数の推移である。実際にB-1グランプリの来場者は第7回の61万人をピークに年々減少していることがわかる。

2) 「全国餃子サミット&全国餃子まつり」への出展

B-1グランプリへの出展と並行し、「すその水ギョーザ」は2010年から、「全国餃子サミット&全国餃子まつり」にイベント発案当初から主催側として参加している。これは、餃子による街おこしを行う団体が今後の展開などを協議審議し出展ブースを出すイベントである。この「全国餃子サミット&全国餃子まつり」はB-1グランプリとは異なり、イベント自体の主導権を握っており今後の展開に裾野市の意見を取り入れやすかったこと、また来場者数も年々増加しており、今後発展の可能性があることと予想されることの二つの理由から出展を続けている。

3) 他イベントへの出展

B-1グランプリの投票結果で上位になった2007年以来、すそのギョーザ倶楽部は静岡県内のみならず全国から取材を受け知名度を上げ、依頼を受けて全国各地の「食」のイベントに出展している(図2)。

地域の魅力発信を目的としたグルメイベントに出展するだけでなく、すそのギョーザ倶楽部は2011年に東日本大震災で被害を受けた宮城県石巻市に出向き、震災支援の炊き出しも行っている。B級ご当地グルメとして「石巻焼きそば」をB-1グランプリで出展している石巻市と当イベントでの交流が、支援に繋がった。

勝又豊氏はこの事例を述べ、イベント出展の魅力有二点挙げる。一つは、全国の「食」による街おこしを行う他自治体との意見交換を通し自倶楽部の活動方針の見直しと志の再確認が図れること、そして二点目は、災害時の炊き出しや見舞金進呈などの助け合いが可能になる点だ。今後もグルメイベントでの他自治体との連携を図っていく。

Ⅲ 「すその水ギョーザ」の地域ブランド力

1. 裾野市の特産品としてのブランド化

1) 「すそのブランド」の創設・管理

裾野市商工会は、2008年から「すそのブランド推進委員会」を立ち上げ、特産品を掘り起こし、磨き上げ、情報発信することで裾野市発の産品・製品・サービスおよび地域ブランドを高め、活力ある地域づくりを図ることを目的とした「すそのブランド」を創設した⁴⁾。

すそのブランド認定審査会が認定基準(裾野市内で生産され、地域の素材、名称、歴史などが活かされていること、品質が確かであることなど)による評価を行う。協議の上認定された特産品は、すそのブランド認定証を付し、商工会と認定事業所の双方でPRを実施する。

「地域ブランド化」については、地域名を売っていく上で重要であり、また地域のイメージ統一にも役立つ(俵2011)。ブランド化により、従来から協力体制のあった飲食店に「すそのブランド」の商品やパンフレットを置くことができ、市民だけでなく裾野市を訪れた観光客にも認知を広められる点から、商工会という立場が有効であるという。

2) 「すその水ギョーザ」ブランド化に向けての変革

「すその水ギョーザ」自体の盛り上がりは近年低迷している。イベントの出展数は、「全国餃子サミット&全国餃子まつり」が裾野市で開催された2013年でピークを迎えた後は年を経るごとに減少し、「すその水ギョーザ」の話題が落ちてきている(図2)。

水ギョーザの出荷数の減少に対応するため、すそのギョーザ倶楽部は生産元を発注受け入れ数上限の高い沼津市の食品加工会社から、手づくりのため出荷数が調整しやすい市内の倶楽部の組合員が経営する食品製造直売所「うみやあもん工房」に変更した。同時に、餃子自体の素材も国産、特に裾野市産に変更し地域ブランド性の向上を目指していく。

2. モロヘイヤの使用による地域色作り

「すその水ギョーザ」の特色として、第一に裾野市の特産品であるモロヘイヤを使用したインパクトある緑色の皮が挙げられる。「すそのギョーザでまちづくり」の提案がなされた2002年当初から、既存の特産品を組み合わせた食べ物の開発が目指され、結果的に市内で比較的多く生産されてきたモロヘイヤが選ばれた。

1) 裾野市におけるモロヘイヤ生産

エジプトが原産で砂漠地帯でも生育する高温性で丈夫なモロヘイヤは、夏に高温多湿となる日本で育てやすく、また栄養価も高く健康食品としての需要の高まりが期待できることから、農協と東部農林事務所で話し合いが行われ、1990年に虫や日照りの被害の多い夏場の葉物の生産が少なかった裾野市において本格栽培が開始された。

ピーク時の1999年には15農家が栽培・出荷を行っていたが、後継者不足とモロヘイヤの人気上昇を受けた産地増加に伴う販売価格競争激化により栽培農家は減少し、現在は6農家が出荷を手がけるのみである。国による、水田を活用した対象作物の作付けに対する直接支払交付金や、市による、同じく水田を活用して特産品を生産する農業者に対する特産物奨励交付金の発行がなされているが⁵⁾、最近の2012年から2017年までの出荷実績を見ても、生産量が減少していることがわかる(図3)。

2) 「すその水ギョーザ」事業とモロヘイヤ

裾野市で農家を営む笠間俊行氏も1993年からモロヘイヤを栽培し(写真2)、2006年から「すその水ギョーザ」の皮に練りこむモロヘイヤ粉末を出荷している。

1993年から東部農林事務所から作付け、収穫の方法の指導があり、出荷体制も整った同年から笠間氏は栽培を開始した。年中料理等に使用できるようにと乾燥させた粉末を販売していたところ2006年に商工会より声がかかり、「すその水ギョーザ」が製品として出来上がった2007年5月から現在まで、皮に練りこむ粉末を出荷している。裾野市では1999年に出荷量のピークを迎え、「すその水ギョーザ」販売当時は数人の他の農家も生協を通してモロヘイヤを粉末化したものを「すその水ギョーザ」用に出荷していたが、水ギョーザの生産減少に伴い現在は笠間氏のみが粉末の生産・出荷を行っている。

今後の「すその水ギョーザ」におけるモロヘイヤ作りにおいて笠間氏は、後継者が不在であることを危惧している。今後の存続のためにも、モロヘイヤ農家の後継者探しが喫緊の課題といえよう。

IV 「すその水ギョーザ」の課題と今後の展望

1. 今後の課題

事業主体のすそのギョーザ倶楽部、モロヘイヤ生産者の笠間氏、「すその水ギョーザ」を提供する市内の飲食店「和食れすとらんみよし」、「すその水ギョーザ」製造元の「うみやあもん工房」からの聞き取りを通して、「すその水ギョーザ」話題低迷を受けて今後の課題と、展望について考察する。

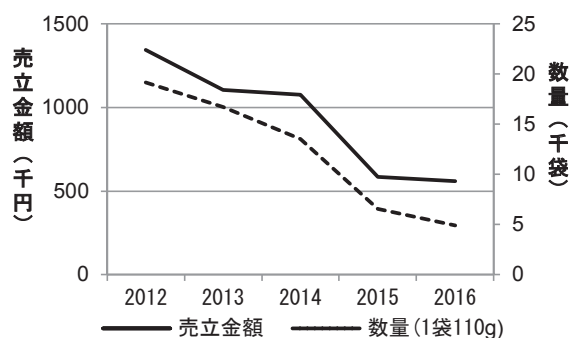


図3 過去数年のモロヘイヤの出荷実績

(南駿農業協同組合北部営農経済センターのデータより作成)



写真2 笠間氏のモロヘイヤ畑

(2017年7月26日筆者撮影)

1) 市民の巻き込み強化

商工会の勝又豊氏によると、地域の人々への認知自体は市内でのイベントの開催と飲食店での売込みにより成功してきたが、今後はどう市民を「すその水ギョーザ」の事業に巻き込んでいくかが焦点となっているという。

「うみやあもん工房」の勝又喜久男氏は、餃子自体のブランド力向上の変革をいかに市民に周知していくかが課題だと述べる。俵(2011)によると、B級グルメの経済波及効果に着目すると、観光客より平日における地元消費の方がはるかに大きく、また多くの市民を巻き込み地域で盛り上げる体制をつくるのが「食」による街おこしには重要である。しかし、素材を国産に変更したことを受けた価格上昇で、日常食としての定着が困難となっていることも事実である。

2) さらなる「差別化」

商工会は「すその水ギョーザ」自体の風味、見た目に関しても問題点を挙げている。風味に関しては、比較的優しい味の鶏ガラのスープベースのため、インパクトがなく若者層のファンを獲得できていないという。そして緑色の見た目に関しては、開発当初は従来の白い餃子と差別化が図られ売りになったが最近では消費者の慣れ、

そして宮城県仙台市の仙台あおば餃子や群馬県藤岡市の翡翠餃子など類似の緑色の餃子が市場に出回る事例が増加し、関心が薄れてきた。他自治体が売り出す緑色の餃子とどう差別化を図り、若者層のファンを取り込んでいくかが今後の課題である。

3) 飲食店、商店との連携強化

また、すそのギョーザ倶楽部内で応援部会と店舗部会の温度差が拡大していることも課題である。「街おこし」を目的としているながらも、利益追求という形にとらえられやすいこと、餃子店においては、店舗独自の餃子が先で「すその水ギョーザ」の販売は二の次になってしまう傾向にあることを主な要因として勝又豊氏は挙げている。

市民への売出しの窓口となる飲食店との連携強化がひいては市民の巻き込みの活性化にも繋がると考えられる。

4) 運営メンバーの若返り

関係者から問題点として多く聞かれたのが、運営メンバーの高齢化である。中でも、「すその水ギョーザ」の大きな特徴であるモロヘイヤの生産委託先は現在一農家のみで、事業の存続自体が危惧されている。事業の多局面において、今後の事業継続に向け革新的で優れたアイデア提供を行う新たな人手が求められているといえる。

2. 今後の展望とまとめ

以上聞取りを通して得られた課題から、市民・飲食店の巻き込みと連携強化、他自治体が売り出すグルメとの差別化、運営主体の若返りが今後の継続において重要であると考察した。

なかでも、「食」の街おこしにおいて市民との連携は重要である。事業主体が株式会社からボランティアを中心とした「すそのギョーザ倶楽部」に帰着し、当初の目的である「街おこし」に原点回帰して10年もの間存続してきた。そのことに着目しても、あくまで外に情報発信するだけでなく、「すその水ギョーザ」事業に市民を巻き込んだ話題づくりなど、市民に寄り添った事業化への取り組みが今後の継続のために先決だと考えられる。主体者が直接受益者であったり、事務局員に異動の可能性があったりして市民の賛同が得られない場合、「食」の街おこしは失敗に終わるケースは実際多い(俵 2011)。

また、裾野市には交流の場が市民の手で自ら構築されている事例が数多くある。和風れすとらん「みよし」では、裾野市・裾野市教育委員会の後援で子育て中の女性同士での交流会「キラキラタイム」が行われ1日で450

人もの集客があった。また、裾野市、裾野市商工会などが連携してリサイクルがテーマのワークショップ「エコマルシェ」が裾野市商工会女性部のプロデュースで開催され大盛況となった。この地域活性化に向けた流れに「すその水ギョーザ」事業を組み込み、飲食店をプラットフォームとして、市民交流会の開催において餃子のPRの取り組みを行うなどによって市民間の話題づくりに繋げることができるのではないだろうか。

また、引き続きイベント出展における情報発信、他自治体との交流も知名度上昇や活動の見直しの面において不可欠である。情報発信に関しては、近隣のホテルとの連携により増加傾向にある訪日外国人の囲い込みや、インターネットを利用した外部の潜在需要へのリーチも有効だろう。

「うみやあもん工房」の勝又喜久男氏は、「すその水ギョーザ」の変革を「再生の第一歩」と述べていた。「すその水ギョーザ」のブームが一過性の動きとならないために、話題が低迷している今、事業存続に向けた更なる取り組みが進められ、今後何十年と発展していき裾野市が盛り上がっていくことを期待したい。

謝辞 お忙しい中、調査にご協力いただいた裾野市商工会事務局 局長 勝又豊様、後藤克敏様、裾野市役所の皆様、和食れすとらん「みよし」堀口綾子様、株式会社ふじのくに 勝又喜久男様、モロヘイヤ農家の笠間俊行様、裾野市ご当地キャラ応援し隊 大平兼太郎様に心より感謝申し上げます。

注

- 1) 裾野市商工会発行「ぎょうざ食べ歩きMAPinすその」より。
- 2) 裾野市商工会事務局勝又豊氏への聞き取りより。
- 3) 「小規模事業新事業全国展開支援」とは、地域の商工団体を中心に小規模事業者等が共同で取り組む地域資源を活用した特産品や観光資源の開発、販路開拓などを総合的に支援する経済産業省の国庫補助事業である。
- 4) 裾野市商工会作成「すそのブランド認定品要項」より。
- 5) 裾野市発行「平成29年度水田農業関連交付金概要(裾野市版)」による。

文献

- 関 満博・古川一郎 2008. 『「B級グルメ」の地域ブランド戦略』新評論。
- 俵 慎一 2011. 『B級ご当地グルメでまちおこし 成功と失敗の法則』学芸出版社。

耕作放棄地対策を通じた地域振興 —パノラマ遊花の里を事例として—

土屋 友貴美

I はじめに

近年、高齢化や農業の担い手不足により、特に中山間地域において耕作放棄地¹⁾の増加が問題となっている。この状況に対処するため、農林水産省は2007年に「農地政策の展開方向」を取りまとめ、農地情報のデータベース化や市町村単位での耕作放棄地解消計画の策定を図り、5年後を目途に耕作放棄地の解消を目指すことを明示した。また2015年には新たな「食料・農業・農村基本計画」を策定し、荒廃農地の再生に向けた施策を展開すると定めた。農林業センサスによると、2015年における全国の耕作放棄地面積は42.3万haであり、前回調査時の2010年より2.3万ha増加している。政府の主導で本格的に耕作放棄地対策が実施された2007年以降、それ以前と比較して面積の増加幅は縮小しているものの、依然として耕作放棄地は増加傾向にある。

耕作放棄地解消への取組みの実施に関して、農林水産省は以下のプロセスを提示している。まず農業生産基盤の整備や、担い手の営農面・経営面の課題を解決する。その後、市町村の連携のもと、地域特産物・伝統作物の栽培など「何を作付けしたらよいか」について地域の中で検討し、各地域の状況に応じた作物を選定する（豊・吉田 2008）。こうしたプロセスを踏むことにより継続的に営農が図れるようにする必要がある。耕作放棄地へ導入実績のある作物は、そば、なたね、山菜、または放牧など、痩せた土地でも栽培可能な特徴をもつものが主流である。特になたねは「花いっぱい運動」等、地域振興策としての地域ぐるみの活動としても取り組まれている。

本研究の調査地である裾野市においても耕作放棄地面積は増加傾向にある。2015年農林業センサスによると、市全体の耕作放棄地面積は185haにのぼり、2010年より3ha増加している。農林水産省の農業地域類型によると、裾野市は五つの地区ごとに都市的地域、中間地域、山間地域に分類され、特に中間地域と山間地域において耕作放棄地面積の増加がみられる。この対策として、市では「市水田フル活用ビジョン」を策定し、耕作放棄地解消に向けた取組みにも着手している。その一つが、本研究の調査対象であるパノラマ遊花の里の取組みである（写



写真1 パノラマ遊花の里

(裾野市webサイトより)

真1)。裾野市では2010年から、富士山すそのパノラマロード沿いの耕作放棄地に景観形成作物であるコスモスと菜の花を作付けすることにより、耕作放棄地の解消を図っている。景観形成作物の栽培活動は、裾野市の市民団体や企業から構成される「パノラマロードを花でいっぱいにする会」を中心に行われている。春と秋には花まつりも開催され、観光スポットとしても注目されている。市では花畑として活用されたこのエリアをパノラマ遊花の里と名付け、市民協働の手法を用いて地域振興を図るこの取組みに力を入れている。

以上のように、パノラマ遊花の里は耕作放棄地の解消策であるだけでなく、市民協働の場、市内外から観光客を招致する新たな観光地としての役割を担っている。今回の調査では、パノラマ遊花の里を対象に、取組みに参加する組織の関わり方と市民協働の実態、ならびに観光地としての現状を明らかにし、耕作放棄地対策として始まった本取組みが、地域振興において果たす役割を考察することを目的とした。調査期間は2017年7月23日から27日であり、裾野市農林振興課、商工観光課、パノラマロードを花でいっぱいにする会の市民会員、団体会員である裾野市観光協会とトヨタ自動車東日本株式会社東富士総合センターに聞き取り調査を行った。以下、IIではパノラマ遊花の里について概説する。IIIではこの取組みに参加する組織の実態を、IVでは観光地としての現状を述べる。以上を踏まえ、Vでは取組みの成果と課題をまとめる。

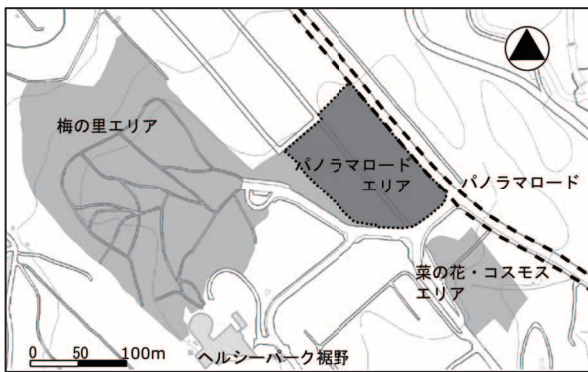


図1 パノラマ遊花の里 概要図

(地理院地図をもとに作成)

II パノラマ遊花の里の概要と活動内容

1. 対象地域の概要

パノラマ遊花の里は、東名高速道路裾野IC付近から国道469号に向かう4.5kmほどの山岳ロード、通称パノラマロードの沿線一帯にある景観形成作物の畑を指す。パノラマロード沿線は、雄大で均整のとれた富士山の景観を望むことができるため、市の景観形成基本計画においても自然豊かな景観づくりが目指されている。

パノラマ遊花の里の全面積は8.9haであり、「パノラマロードエリア」、「梅の里エリア」、「菜の花・コスモスエリア」から構成される(図1)。このうち全体の1.4haを占めるパノラマロードエリアが、パノラマロードを花でいっぱいにする会によって管理されている。その他のエリアは市の管理下にあり、シルバー人材センターに委託するなどして栽培活動が行われている。本稿では、有志の市民によって栽培活動が営まれているパノラマロードエリアのみを調査対象とする。

2. パノラマロードエリアの成り立ち

1) 対象地域における耕作放棄地の増加

パノラマ遊花の里が位置するのは裾野市北部の須山地域である。須山は愛鷹山北麓および富士山東南麓にかけて展開する山間地域であり、標高が高いため夏は涼しいが冬の寒さは厳しく、天候も変わりやすい。また富士山の噴出物が堆積した砂礫地帯であるため、水利にも恵まれてこなかった(杉山 2005)。このような地勢気象条件から農業に適しているとは言い難く、大正時代から始まった野芝の生産も零細なものであった。しかし高度経済成長期に入ると農業生産は一変する。1965年頃から減反政策による米作転用が実施されたこと、ゴルフ場開発や道路工事により野芝の需要が急増したことで、水田に芝を植え「富士芝」として出荷する農家が急増した。結果、

須山地域と富岡地域を中心に、700haもの栽培面積で芝が生産されるようになった。ところがバブル期以降に芝の需要が激減すると、生産を停止し畑の保全管理にとどまる農家が増え、芝の栽培面積は300haにまで縮小した。現在は生産者の高齢化や後継者不足により、芝畑の耕作放棄地化が進んでいる。

2) 栽培活動の開始

前項で述べたように、須山地域では芝の生産が縮小し、パノラマロード沿線にも芝畑の耕作放棄地が広がった。そこで立ち上がったのが、当時裾野市観光協会の会長を務めていたS氏である。彼は20年ほど前から、パノラマロード沿線の耕作放棄地に花を植えれば、富士山を背景とする日本一贅沢な花畑ができるのではないかと構想しており、市にかけあつて計画を進めた。また須山地域の農業委員を務めていた知人の協力を得て、耕作放棄地の土地所有者を説得し、無償で市に貸し出すよう働きかけた。結果、地権者17人、畑17.5枚分の土地を確保することに成功した。活動の参加者はS氏の人脈で募り、地元の市民団体、企業、また一般市民から集められた。こうして2010年4月にパノラマロードを花でいっぱいにする会が設立され、耕作放棄地に菜の花、コスモスなどの景観形成作物を作付けする活動が本格化した。作物に菜の花とコスモスを選定した理由は、痩せた土地でも比較的手間をかけずに栽培できること、通年で2種類の作物を楽しめること、農業経験のない一般の人でも作業に参加できることを考慮したためである。

会の活動は、種まきイベントや草取り作業など年間を通して行われている。翌年の2011年からは、パノラマの会主催で9月に富士山すそのパノラマロード・コスモスマつり、4月に菜の花&桜まつりを開催し、市内外からの観光客の招致を図ることとなった。

3. 現在の活動状況

現在、パノラマロードを花でいっぱいにする会は市民会員38名、団体会員22団体で構成されている(表1)。活動は次のように行われている。会員のうち、須山地域の代表者、団体の代表者、農業従事者が役員となり、農林振興課と共同で作付け状況を観察し、年間計画を立てる。その年間計画に沿って栽培活動が行われる。一般の会員が参加する栽培活動は主に菜の花・コスモスの種まきイベントや草取り作業であり、2016年度は678名のボランティアが参加した(表2)。その他、農業従事者が専用の機械を使用して作物の株間を耕す耕うん作業、および開花後の刈り取り作業が定期的に行われている。参加人数

は、初年度に500名前後、翌年からは毎年600～700名を保っている。活動資金は市の維持管理支援と公益財団法人静岡県グリーンバンクからの支援で賄われている。

Ⅲ 取組みに参加する組織

パノラマロードエリアにおける活動は、パノラマロードを花でいっぱいにする会（以下パノラマの会とする）と裾野市が連携して実施している。本章では、裾野市役所の担当部署、パノラマの会を構成する市民会員、市民団体、企業への聞き取り調査をもとに、各組織の役割から相互の関わり方を通して、市民協働の実態を明らかにする。

1. 裾野市役所

主として取組みに関わっている部署は農林振興課と商工観光課である。

農林振興課はパノラマロードを花でいっぱいにする会の事務局であり、活動における全体のまとめ役を担っている。具体的には、会員間の連絡調整、役員会や総会などの日程調整、財政支援、広報活動を通して会の運営を補助している。また栽培活動における作業補助も行っており、イベントや作業に参加するほか、活動がない期間に草取りなどを実施し、農地の管理に努めている。当初、構想の段階で発起人のS氏がかけあったところ、農地の適正な管理と地域の魅力アップに繋がる点に利点を見出し賛同した。また市民協働の手法を用いることを重視している。その理由は、行政が主導で行うよりも宣伝効果が高く、市民にまちづくりの意識が生まれるためであるという。市民団体、地元企業、市民が同じ活動に参加することで一体感が生じ、まちを皆でつくりあげているという意識が育まれる。それが市民としての誇り、すなわちシビックプライドや郷土愛の芽生えに繋がる、とのことであった。実際、花を用いたまちづくりに関するコンクールでは、「全国花のまちづくりコンクール」や「ふじのくに花の都しずおか・花緑コンクール」にて複数回入選している。市民協働によるまちづくりとして全国的に注目されていることがわかる。

商工観光課は、毎年開催されている4月の菜の花&桜まつり、9月のコスモスまつりなど、パノラマ遊花の里で開催されるイベントの事務局である。イベント自体は裾野市観光協会に委託しており、課では各団体間の調整、広報活動、財政支援を行っている。主体として活動するのは市民団体であり、あくまでも補佐的な位置付けである。

表1 パノラマの会 団体会員の内訳

市民団体	裾野市観光協会、裾野市商工会、裾野市みのり会、裾野市婦人会、裾野市花の会、須山愛鷹連合会、日大三島高校同窓会裾野支部、麓相紳、須山地区区長会、須山振興会、須山地区演習場対策委員会、須山野球スポーツ少年団
企業	トヨタ自動車東日本株式会社、トヨタ紡織株式会社富士裾野工場、株式会社ヤクルト本社富士裾野工場、静岡銀行裾野支店、さんかえん、株式会社オートベル、全矢崎労働組合、JAなんすん、トヨタツーリスト、清水銀行裾野支店

（農林振興課の資料をもとに作成）

表2 パノラマの会 2016年度の活動内容

日時	内容	参加者数
6月4日（土）	コスモス種まきイベント	190名
7月16日（土）	第2回コスモス種まきイベント	150名
8月20日（土）	コスモス草刈・草取り作業	112名
9月10日（土）	第2回コスモス草刈・草取り作業	108名
10月15日（土）	菜の花種まきイベント	118名

（農林振興課の資料をもとに作成）

2. パノラマロードを花でいっぱいにする会

1) 市民会員

ここで、市民会員は団体に所属していない会員のことと定義する。市民会員を代表して、須山地域の農業従事者に聞き取り調査を行った。対象者のように須山の農業従事者の多くが市民会員であるという。彼らは農林振興課と連携して作付け状況を観察したり、農作業の助言を行ったりする役割を担っている。耕うん機を用いての作業の際は仲間を集めて機械を操作したりもする。また、長年景観形成作物を栽培していた経験のある会員もおり、花の専門家として頼りにされているようであった。彼らは農業の専門的な知識で活動を支えている。

2) 市民団体

市民団体を代表して、裾野市観光協会に聞き取り調査を行った。裾野市観光協会は、裾野市の観光面における広報活動やイベントを実施している団体である。市内に立地する140の各企業から代表者1名が会員となり構成されている。協会内の部署は3部のイベント部会に分かれており、そのうちの一つがパノラマ部会として活動に参加している。

パノラマの会の活動においては、種まきや草取りなどの栽培活動に参加するほか、イベントの開催と広報活動に携わっている。イベントでは、菜の花&さくらまつり、コスモスまつりを主催する裾野市の委託を受け、イベント内容や販売ブースの出店を企画している。広報活動では、こうしたイベントを各旅行会社が主催するツアーに組み込んでもらうよう交渉するなど、市内外からの集客

表3 花まつりの来場者数の推移

単位：人		
年度	菜の花&桜	コスモス
2011	—	2,000
2012	2,000	2,800
2013	4,500	6,700
2014	5,800	8,500
2015	2,500	12,000
2016	8,000	6,000

(農林振興課の資料をもとに作成)

を目指した取組みを行っている。

また、発起人であるS氏は元観光協会の会長であり、活動の発足前から彼とともに計画を進めてきた会員が数多く在籍している。そのため、人を集め動かすという点で観光協会の果たす役割は大きい。

3) 企業

裾野市の企業の中から、トヨタ自動車東日本株式会社東富士総合センターに聞き取りを行った。同社はトヨタ自動車株式会社のグループ会社であり、開発・生産技術を担当する東富士総合センターと、センチュリーやJPN TAXI等を生産する東富士工場、須山工場をもつ。社宅や独身寮も隣接され、多くの社員が地域に居住する。2010年当初から植栽活動に協力し、現在では各作業に社員の家族を含む30~40名が参加するなど、取組みに積極的に関わっている。同社は地域社会との信頼関係の構築を重視しており、地域貢献活動に力を入れている。社内では地域ボランティアに参加しやすい環境を整えており、2017年4月にはボランティアサークルを設けた。さらに、それ以前は一つの部署のみでボランティアを斡旋していたが、各部署にボランティア担当者を配置することで従業員が気軽に情報を得られる環境を整えた。この工夫によって活動の参加者は以前より増加しているという。取組みに参加することの利点として、地域住民へ会社を周知できること、また住民との繋がりをもつ機会が得られることを挙げていた。植栽活動には商工会や観光協会の多くの会員が参加しているため、地域に精通した、いわばキーパーソンとなるような人と知り合うことができる。そこで得た人脈で新たな地域交流イベントを行うことにより、地域との繋がりをより強めることができる。地域住民との交流という点に関しては、調査を行う中で同社に対する声も聞かれた。パノラマの会の会員は定年退職後の高齢者が過半数を占めるため、若者と関わる機会が少ない。しかし同社からは30~50代の社員とその家族の参加が多く、子世代の参加もある。こうした若い世代との交流を楽しみに活動に参加する高齢者も多いようである。同社自体が地域との繋がりを得るとともに、世代間

の交流を創出する役割を果たしているといえる。

IV 観光地としての取組み

パノラマの会では地域振興を図り、毎年4月に富士山すそのパノラマロード菜の花&桜まつり、9月に富士山すそのパノラマロード・コスモスまつりを開催している。まつりは景観形成作物が見頃の時期の土曜日、日曜日の2日間、午前9時から午後3時にわたって行われる。先述したように、裾野市観光協会が裾野市から委託されて企画しており、イベント内容は観光協会会員による販売ブース、市の音楽クラブなどによるステージイベント、オリエンテーリングなどである。

テレビや新聞などのメディアに取り上げられる機会や旅行会社のツアーの一部に組み込まれる機会が増加したことで、観光客は年々増加している(表3)。特にコスモスまつりは行楽シーズンとも重なり、JR東海主催のさわやかウォーキングという市内を歩いて巡るイベントや、読売旅行のバスツアーの行程に組み入れることで、市内のみならず県外からも観光客を集めている。また、同時期に市内で開催されるJAなんすんの「そばの花まつり」、遊園地ぐりんぱの「天空のダリア祭り」と提携し、「すその三大花まつり」と銘打って広報活動を展開している。三つの花まつりを巡るスタンプラリーを実施し、スタンプを全て集めると景品と引き換ええられるキャンペーンも開催している。さらに今年度からは、観光客に市内を周遊してもらうことを目的に、JAなんすんが営む蕎麦屋の大盛り無料券、市の温泉施設であるヘルシーパーク裾野のドリンク無料券、富士山資料館の土産物無料券などの景品も追加した。今後はさらなる観光客の市内周遊をねらい、公共・民間問わず割引やサービスを向上させる仕組みをつくっていくことを目標としている。

観光客の招致を目指してさまざまな取組みを行っているものの、屋外でのイベントであるため天候に左右されやすいのが難点である。雨天の場合は中止にせざるをえない。2015年の菜の花&桜まつり、2016年のコスモスまつりの参加者が減少しているのはそのためである。

V 取組みの成果と課題

調査を通して明らかになった本取組みの成果を以下のように考察した。

第一に、取組みは市民が主体となり行政と連携するという市民協働の手法で行われていた。活動は市の担当部署、ならびにパノラマの会の団体や企業の相互の連携によって運営されている。市が会員間の調整を行い、農業者が専門的な知識によるアドバイスや機械の操作を担当

し、市民団体がイベントの企画や宣伝を担い、地元企業が人手を提供し若い世代との交流をつくるという形で、行政が牽引するのではなく、各団体、個人が強みを活かし補完し合いながら活動に取り組んでいる。そして、栽培活動のイベントが世代間、業種間を超えた地域の人々の交流の場となっていた。

第二に、裾野市の新たな観光地として、イベントを通して観光客を着実に増やす取り組みを行っていた。官民間わず、市内の観光スポットで連携し裾野市全体を周遊できるような試みを図っている。

聞き取り調査を通して、取り組みが成功している要因を以下のように考察した。まず、会員の自発性を尊重するという活動の方針である。活動の中心人物であるS氏は、会員が「無理のない範囲で」活動に参加することを重視していると語っていた。参加できる時だけ参加し、仲間内で強制はしない、そのような姿勢でいることが息の長い活動に繋がるという考えであった。さらに、須山地域の住民の結びつきが強い点も挙げられる。富士山信仰が根付くこの地域は、富士講などの影響で地縁的な結びつきが強いと考えられる。実際、パノラマの会の成り立ちからイベント実施まで、取り組み全体を通して人脈や地域の繋がりに依るものが大きいという印象を受けた。

一方で課題も明らかになった。第一に、農地法の規制によって受ける制約である。農地法により、畑自体を転用したり、新たな建築物を設置したりするには国や県の許可が必要である。そのため、パノラマロードエリアの面積を拡大したり、モニュメントやトイレなどの観光地としての新たな施設を設置したりすることが困難である。したがって現在の範囲を活用していくほかない。

第二に、高齢化の問題である。パノラマの会の構成員は定年退職後の高齢者が多く、若者の割合が少ない。そのため力作業に人手が足りず、その確保に苦労することがある。そこで農林振興課の職員が整備に回るのだが、彼らには市職員としての業務もあるため大きな負担がかかってしまう。人手を確保するとともに今後も活動を継続していけるよう、若者の参加を促していく必要があるだろう。

第三に、交通アクセスの問題である。パノラマ遊花の里は、最寄りである裾野駅から車で20分ほどの時間を要

するため、徒歩で訪れることは難しい。さらに公共交通であるバスの本数も1日に数本と少ないため、交通手段は自動車に限られてくるという。イベントの際にさらなる観光客の招致を図ろうとしても、このようにアクセスの利便性に欠ける点が壁となっている。自動車を持たない観光客も訪れることができるよう公共交通機関の整備を図るなど、アクセス面での改善が求められている。

VI おわりに

本稿では、パノラマロード沿線の耕作放棄地で景観形成作物を栽培する取り組みを対象に、市民協働の実態ならびに観光地としての現状を明らかにし、その成果と課題を考察した。その結果、市民が主体となり行政と連携するという協働の形で活動が取り組まれていること、世代を超えた市民の交流の場ともなっていることが明らかになった。また、季節ごとにイベントを開催し、市内の観光地と提携することで、観光客の招致を図る取り組みが行われていた。今後は、高齢者が多数を占める活動の中で若者の参加を促進し、取り組みを継続していけるような地盤を築くとともに、アクセス面での改善も望まれる。限られた範囲の中でもさらなる市民協働の輪が広がり、観光地としてもより発展していくことを期待する。

謝辞 お忙しい中調査にご協力くださった裾野市農林振興課の皆様、商工観光課の皆様、パノラマロードを花でいっぱいにする会の会長様、裾野市観光協会の皆様、トヨタ自動車東日本株式会社東富士総合センターの皆様にご心より感謝申し上げます。

注

- 1) 農林水産省によると、耕作放棄地は「以前耕地であったもので、過去1年以上作物を栽培せず、しかもこの数年の間に再び耕作する考えのない土地」と定義されている。農林業センサスにおける統計上の用語である。

文献

- 杉山末雄 2005. 『須山のあれこれ』須山振興会。
豊 輝久・吉田 明 2008. 耕作放棄地への導入作物事例. 農業農村工学会誌 76(7): 591-594.

裾野市における防災対策 —防災マップと防災教育の実態—

野尻 佳那

I はじめに

日本は言わずと知れた自然災害大国であり、大きなリスクを抱えている。噴火のおそれのある活火山は世界中で約1,500存在しているが、そのうち110は日本列島にあるといい、日本の国土は世界規模で見ると0.25%、その中に世界の7%の活火山が存在している。また、日本列島は、北米プレート、ユーラシアプレート、フィリピン海プレート、太平洋プレートの境界に位置していることから地震が多いということは周知の事実である。1980年から2000年のデータによると、日本は世界で4番目に地震が多い国となっており¹⁾、世界で発生する地震の10%は日本で起きているともいわれている。世界平均の2倍の降水量と言われるほど雨が多く降り、急流の川が多く、もろい地質の山が多いことから土砂災害も多い。地震や噴火がきっかけとなって二次被害という形で土砂災害が引き起こされることもある。そのほかにも、津波や台風、豪雪などの自然災害のリスクを負っている。これらの自然災害は、日本に住んでいる以上避けることは難しい。

特に今回の調査地である裾野市が位置する静岡県には、近年活火山であることが判明した富士山や、東海地震の発生が懸念されている南海トラフがあり、さらに急な流れをもつ河川も多く存在している。そのため静岡県、そして裾野市では、これらの自然災害に対処するため、さまざまな独自の対策が打たれている。これらの地域で行われている防災対策を学び、またそこで必要とされているものを学ぶことで、身近な地域においても効果的に防災対策を進めることができる。

今回は、数ある防災対策の中でも、「防災マップ」と「防災教育」の二つに焦点をあてて調査を進めた。その理由としては、まず、防災マップは裾野市だけに限らず、日本全国さまざまな自治体によって作成され、各家庭に配布されている。しかしながら、それらが作成者の意図通りに、住民に効果的に活用されているとは感じられない場合もある(井手上・村上 2004)。そこで、防災対策に積極的に取り組んでいる裾野市であれば、何か良いヒントとなるような独自の活用法を知ることができるのではないかと考えたからである。防災教育に関しては防災対

策を進めていく上で大人に働きかけることも大切ではあるが、それ以上に次世代を担う小学生から高校生に対する働きかけが非常に大切だと感じるからである。防災訓練は全ての学校において行うもののそれがはたして本当に児童・生徒の身になるものであるかについては疑問視されることもある(大町 1992)。今の日本において工夫の凝らされた防災教育が行われている学校は少ないのではないだろうか。若い世代が防災について考えることのできる貴重な機会である防災教育のあり方について知ること、非常に有意義であると考え。

以上のことを踏まえて、静岡県裾野市における防災対策の実態や課題を行政、企業、学校、市民の視点から明らかにしていくとともに、今後の防災対策のあるべき姿について考察した。今回の調査期間は2017年7月24日から27日であり、裾野市環境市民部危機管理課、ニッセイ防災株式会社、県立裾野高等学校、そして裾野市消防団において聞き取り調査を行った。以下、IIでは裾野市における防災マップの活用実態と課題、IIIでは裾野市における防災教育の特徴と課題についてそれぞれ述べ、IVでは本稿の内容を簡潔にまとめた上で、これからの防災対策のあり方について筆者なりの考察を述べる。

II 裾野市における防災マップ

1. 防災マップの活用実態

防災マップとは、ハザードマップの一種である。「ハザードマップ」とは、一般的に「自然災害による被害の軽減や防災対策に使用する目的で被災想定区域や避難場所・避難経路などの防災関係施設の位置などを表示した地図」とされている。裾野市では、5地区(図1)に分割した「防災マップ」「裾野市 黄瀬川・大場川洪水ハザードマップ」「裾野市富士山火災防災マップ」「裾野市土砂災害ハザードマップ」等を作成し、各家庭に配布している(写真1)。今回主に扱う防災マップの構成としては、表面には、警戒区域や避難所等の記載がある地図の周囲に、警戒区域や各警報について記した説明が付してある(写真2)。裏面には、非常持ち出し品・備蓄品をチェックすることができるリストや、防災について考える際に重要だとされる「自助、共助、公助」の考え方について

や、地震が起こった際の初期対応、災害時の情報収集の際に使用することのできるwebページのURLや電話番号、裾野市における推定震度分布図等が記載されている。防災マップのサイズは、A1と、非常に大きいものとなっている。なお、裾野市の防災マップが5枚に分かれている理由は、かつての町村合併の名残であり、裾野市では防災に限らずさまざまな活動において、この地区単位で行われることが多いからである。

作成した裾野市側は、住民側に期待することとして「各世帯で避難するルートを前もって見ておいてもらうこと」「防災マップを実際に持ち歩き、危険な箇所を現地に行って確認すること」を挙げている。現在裾野市では、各自治体や自主防災会に対して毎年6月中に防災訓練を行うことを要請しており、そこで防災マップを持ってまち歩きを行い、実際に土砂災害が起こったらどうなるか、写真と現地を見比べるなどの活動が行われている。

裾野市では、こうしたまち歩きの一環として、DIG²⁾を取り入れ、すでに作成された防災マップ上に、さらに自分で気がついたことを書き込んでいき、自分だけの防災マップを完成させる取組みも積極的に行われている。裾野市民の防災訓練への参加率はきわめて高く、小さな子どもから高齢者まで幅広い世代が参加している。

裾野市内にある、防災用品の販売やメンテナンス、防災訓練のサポートを長年行っているニッセー防災株式会社では、従業員に対して防災マップを配布する時にマップについてレクチャーを行っている。また市が作成した防災に関する冊子を拡大コピーし、従業員の見る事ができる場所に掲示している。

裾野市内にある唯一の公立の高等学校である、県立裾野高等学校では、防災マップをグーグルアースに重ね合わせるなど、マップのICT化に積極的に取り組んでいる。詳しくは、Ⅲにおいて記述する。

裾野市消防団では、防災マップをフルに活用している。特に台風の多い季節には、大雨の影響などで甚大な被害を受ける可能性があることから、避難ルートの想定を行ったり、そのルートを実際に歩き、危険な箇所を確認したり、防災訓練に役立てている。

このように、形式は違えど、ひとまず防災マップはいろいろな場所で活用することが可能である。有効に使えば、防災対策として非常に強力なものとなる。

2. 防災マップ活用上の課題

裾野市だけに限らずさまざまな自治体において作成し配布されている防災マップであるが、現状課題はたくさんある。防災マップは配布されるだけだと、自分の居住

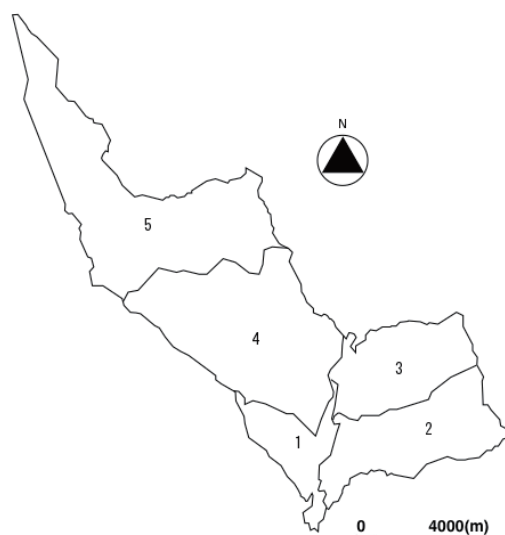


図1 裾野市区分図

(1：西地区，2：東地区，3：深良地区，4：富岡地区，5 須山地区。筆者作成)



写真1 裾野市が作成、配布しているハザードマップ

(2017年9月29日筆者撮影)



写真2 裾野市防災マップの一例

(2017年9月29日筆者撮影)

地域が安全か否かという視点でしか地図を読み取ることができず、漠然とした認識による過度の不安感を煽った

表1 2016年度における地域地震防災指導員の主な年間活動実績

月	主な行事内容	指導員数
4	自主防災会連合会総会	67
5	伊豆島田区防災訓練 土砂災害訓練 防災交流会	133
6	東小学校家庭教育学級防災訓練 深良小学校地震体験車	170
7	富二小教職員保護者訓練会 須山地区防災訓練	152
8	堰原区防災訓練 今里区防災訓練 本村下区防災訓練	54
9	市立沼津PTA講演会 千福が丘小防災訓練 富丘中学校防災訓練	130
10	東小学校地震体験車 フェスタその 裾野市役所HUG体験会	136
11	東地区コミセン祭り 富岳会防災訓練 防災のつどい	140
12	トヨタ区防災訓練 三菱区防災訓練	102
1	消防出初め式 須山幼稚園PTA防災訓練 富中HUG	184
2	西中地震体験車 堰原区防災訓練	84
3	役員会 全体会	49

(資料をもとに筆者作成)

り、逆に安全であることによって防災意識から遠ざけたりしかねない。また、市民の行政頼みの姿勢が原因となり、マップが正確な情報を与えていたにもかかわらず、いざという時に使用することができないといった事例も発生している(川崎ほか 2003)。

課題点が浮き彫りになっているのは、裾野市でも同じであった。地域住民とも関わりのある企業の視点から見ると、防災マップの読み方をレクチャーされないと住民は見ようとしない。そもそも裾野市は強固な岩盤の上にある災害に強いまちであり、静岡県の中でも安全な地域といわれている。ゆえに、防災マップを見ても「自分たちの住んでいる地域は安全だ」という結論で終わってしまうことが多いようだ。土地柄、恵まれ過ぎていることにより、裾野市は危機感の少ないまちだと感じている人もいる。

また、学校側の視点では、行政が防災マップの活用に消極的だという意見もある。学校の授業において防災マップを使用して現地を実際に見る活動を行いたい、授業のために生徒が多く集まると、地域の住民から苦情が出るという現状もある。防災マップ上で危険だと示された箇所では、資産価値の低下が発生する。それも防災マップの効果的な活用を妨げている大きな一つの要因だと

考えられる。

消防団員からは、やはり住民の防災意識の低さ、他人頼みの姿勢が顕著であるとお話を伺った。この住民の姿勢は、消防団による地域のさまざまな行事における精力的な活動の成果であるが、反面、消防団がいるから安心だなどの声があがっており、住民一人一人が防災マップを見て考え、行動するという、防災マップ本来の活用がなされていない実感があるようだ。

防災マップは各世帯に配られるものであるから、身近なもので防災対策を始めようとするときに一番とっかかりやすいものである。しかしながら、地図を読むことが苦手な人や、文字を読むことが苦痛な人にとっては、単なる紙切れにすぎなくなってしまう。ゆえに、マップを配布するにとどまらず、適切なフォローアップが必要となってくる。

III 裾野市における防災教育

1. 防災教育の特徴

今、防災教育が必要とされていることはIでも述べた。子どもたちに防災について指導するのは、市の職員はもちろん、地域地震防災指導員(表1)や消防団員である。

地域地震防災指導員とは、裾野市が定めた防災指導員会設置要綱および同服務規定に則り、市ならびに防災関係諸団体との横の連携を密に図りながら、裾野市の「安全かつ地震災害などに強い街づくり」を基本として、市内89自主防災会の防災意識の高揚と活性化に向けた指導育成に取り組み、自ら地震に関する知識、救急法を習得し、自主防災会の育成・市民の防災意識啓発に積極的に取り組む市民45人以内で構成された組織で活動している³⁾。防災教育の一環として、市内の小中学校に出向きDIGやHUG⁴⁾を行っている。これらは防災対策の中でも減災対策といわれており、災害対策としては重要なものの一つである。また、学年に応じて内容を変えて指導し、たとえば中学1年生の理科の授業では起震車の体験、中学2年生の秋頃には心肺蘇生法の授業が行われている。指導員の側も、生徒たちが飽きないようにビデオ視聴の時間を取り入れたり、防災教育の事前指導や事後指導を行ったり、また、指導員による講義で学んだことをレポートにしてまとめさせたりするように工夫を凝らしている。これらの授業や防災訓練への生徒の参加率は100%に近い。

企業の方からも、同じように、裾野市における子どもの防災訓練への参加率はきわめて高いとお話があった。裾野市の中学校や高校では、防災訓練の出席確認をとっているため、訓練に参加せざるを得ない状況が作り出さ

れているとのことだ。

消防団の方からは、市内の小学校での出前授業に対して、防災教育を行うと同時に、地域には身近なところに消防団員がいるというアピールも兼ねて臨んでいると伺った。地域地震防災指導員と同じように、子どもの学年に応じて授業の内容を変えているが、消防団は特に、将来の団員確保のために小学生に対しては消防車などを用いて、消防団の格好良さを教えることもある。

公立中学校や高校では、ハザードマップを地理や地学といった科目の一環として取り扱っている。科目の授業の中でハザードマップを取り扱う利点としては、どうしてもハザードマップを見ると“危ないところ探し”になってしまうがちであるが、その土地には危険であるということを上回るメリットがある、ということについて触れられることにある。また、避難所設営などのボランティアを行う際には、学生にとって手放すことのできないスマートフォンを用いることもある。たとえば、ボランティアとして被害の大きい地域に派遣された学生が、スマートフォンを使って被害状況を写真に収め、ボランティアの拠点に送れば、指示を出す立場のものは各地域を巡回しなくても、被害の大きさを知ることができ、情報収集や適切な指示を効率良く行うことができる。

防災教育はいうまでもなく大切なことであるが、若者だからこそできることと防災を上手く結びつけ、より若い世代に興味を持ってもらうと同時に、地域との関わりも広げていくことができる取組みを進めていくことが特に重要である。

2. 防災教育における課題

Iでも述べた通り、防災について触れる機会が、学生時代には用意されている。しかし、実際に大きな災害に直面した時に正しい行動をとることができるかと問われると難しいことが多い。それは防災教育が身になっていないことの表れである。

学校では、防災訓練への参加が義務付けられているため生徒のほとんどが訓練自体へ参加はする。しかし実際は後ろの方でおしゃべりをしたり携帯電話やスマートフォンをいじったりするなど真剣に訓練に取り組む生徒が全てではない。そもそも防災教育が、自然災害の怖さを伝えるだけのものになっているという指摘もあり、怖い災害にどう対処していくべきかという、防災の要の部分を伝えきれていない現状がある。また、小学校では、防災教育を特定の身近な地名を出して行うことにより、危険だと示された地域に住んでいる子どもがいじめの対象となってしまうこともある。ここに、子ども特有の防災

について考えさせる上での障害が発生する。

今回の調査では、聞き取りの対象者がほぼ全て防災教育を施す立場にあったこともあり、防災教育において創意工夫が凝らされていることや、地域の子どもたちは、素直に興味を持って話を聞いてくれていること、防災教育が十分に子どもたちに伝わっていることを伺うことができた。しかし、それはあくまでも教育を施す立場の所感であって、実際に生徒たちが真剣に話を聞いていたか、学んだことを実践することができるか、教育をする側の意図が十二分に伝わっているかについては調査することができなかつたため、課題が残る。楽しいだけで終わらない防災教育のあり方を今一度考える必要がある。

IV おわりに

今回の調査では、防災に力を入れている安全なまち、裾野市における防災対策にはどのようなものがあるのか、さまざまな立場の方からお話や考えを伺うことができた。事前準備を進めていく中で、裾野市が特に力を入れている地域地震防災指導員や精力的に活動されている消防団員がいるということを知り、また、実際にお話を伺うことによって、そのような方々によって、このまちの安全が守られているのだということを強く感じることができた。

しかしながら、今回の調査の柱の一つである防災マップはこれまで他地域で指摘されてきたと同様の課題（加藤・首藤 2005）が、裾野市においても山積していることがわかった。防災マップは作成して終わりになりがちで防災対策の一つである。もちろん住民の目に留まるような工夫を凝らした防災マップを作成することも重要だが、一番必要なことはそれをいかに活用するかを住民に教えることだと考えられる。

また防災教育においても、高い参加率や数多くの防災訓練が実施されており防災対策を考えられる環境づくりとしては非常に良いと感じた。しかしながら、どんなに良いコンテンツを用意しても教育を受ける側にやる気なければ意味のないものになってしまう。受け身にならずに若い世代の得意なことを生かせる方法で教育を施すことが現代の防災教育の理想形であると考えられる。

そこで、私が調査中に面白いと感じた防災対策の一つにスマートフォンと防災マップを組み合わせたものがある。スマートフォンで撮った写真を実際に作成されている防災マップに重ね合わせることで、安全な箇所・危険な箇所を自分の目で確認することもできる。自分だけの防災マップを作ることができ、そのうえ端末上でいつでも防災マップを確認することができる。これは

もちろん一例にすぎないが、情報化が急速に進む現代では紙媒体にとどまらずデジタル機器を使用した防災対策も必要となってくるのではないかと考える。しかし、非常時にデジタルの端末が使えなくなることも考えられる。防災対策として求められることは、アナログとデジタルをほどよく両方とも取り入れ、住民が積極的に参加しやすい方法を編み出すことであると考えられる。真に効果的な防災対策を行うための試行錯誤はまだ始まったばかりである。

謝辞 本研究の調査には、裾野市環境市民部危機管理課の皆様、地域地震防災指導員の中山あい子様、ニッセー防災株式会社の上谷直人様、県立裾野高等学校の伊藤智章先生、裾野市消防団の皆様にご多大なるご協力をいただきました。心より御礼申し上げます。

注

- 1) 国連開発計画 (UNDP) (2004) による。なお、カウントの対象はM5.5以上の地震である。
- 2) Disaster Imagination Gameの略。1997年に小林隆史、平野昌らによって考案された。主に参加者が地図を使って防災対策を検討する訓練のことを指し、「災害を理解する」「まちを探究する」「防災意識を掘り起こす」といった意味も込められている。

- 3) 裾野市役所webページ「地域地震防災指導員」より。
<http://www.city.susono.shizuoka.jp/kurashi/6/6/2778.html> (最終閲覧日: 2018年3月20日)
- 4) 避難所運営ゲームの略。2007年に静岡県が開発した。避難者の年齢や性別、国籍やそれぞれが抱える事情が書かれたカードを避難所の体育館や教室に見立てた平面図にどれだけ適切に配置できるか、また、避難所で起こるさまざまな出来事にどう対応していくかを疑似体験できる。

文献

- 井手上昌記・村上ひとみ 2004. 錦川・粟野川洪水ハザードマップの配布による住民の防災意識変化に関する調査 (B. 被災者の自立と社会的支援). 地域安全学会梗概集 15: 35-38.
- 大町達夫 1992. 東京の学校地震防災体制の現状と課題. 総合都市研究 47: 77-89.
- 加藤晶久・首藤伸夫 2005. 洪水ハザードマップの活用実態: 岩手県東山町の場合. 地域安全学会梗概集 14: 81-84.
- 川崎昭如・吉田 聡・佐土原聡 2003. GIS (地理情報システム) を活用したハザードマップの公開・提供が市民の防災意識に与える影響に関する調査研究—横浜市民を対象としたアンケート調査と分析. 日本建築学会計画論文集 569: 109-115.
- 国連開発計画 (UNDP) 2004. 『世界報告書“災害リスクの軽減に向けて”—開発に課せられた課題』国連開発計画 (UNDP) 東京事務所.

愛鷹連峰裾野市域における登山道管理の現状と課題 —地元組織主体の整備活動の事例から—

平岩 理菜

I 緒言

1. 調査背景と目的

2003年に国連総会において山の持続的開発に関するイベントを行う日と定義された“International Mountain Day”の設立が決議された(Hofer and McGuire 2003)。これを受け、2016年に日本でも国民の祝日として「山の日」が制定された。また、1986～2016年の社会生活基本調査によると、1991年にピークを迎えその後減少していた登山・ハイキングの15歳以上行動者率が2016年には微増していることから、日本において山岳地への関心が高まっているといえよう。

日本の山岳地では、登山・ハイキング者に対応するために行政機関、林業経営者や林野庁等土地所有者、地元自治体、観光業者や山小屋経営者、地元の観光協会等によって登山道や山小屋の管理が行われており、特に管理主体が明確な自然公園¹⁾については多くの研究成果が蓄積されている。

自然公園におけるボランティア活動については、金・油井(2001)による自然公園指導員やパークボランティアに関する研究がある。また、自然公園の山岳地管理について、武田(1993)は、自然保護の上で重要な巡視や山岳管理および担い手のあり方について、現状は予算の裏付けが乏しい状況だと分析し、担い手と行政機関のあり方が問われているとした。加藤(1992)は、自然公園内のコミュニティを再評価し、そのコミュニティの有する利用者管理、および自然管理機能を、公園管理に積極的に導入することの重要性を示唆した。

それらの研究を踏まえて中根ほか(2002)は北海道の山岳会による取組みの調査を行い、山岳地管理は、関係する行政機関の多様さによる管理制度の複雑さと、行政機関が費やすことのできる予算と人員の限界のため、全てを行政に期待することは困難だと指摘している。

他方で、自然公園地域外の山岳地にも一定数の登山者がいると推測されるにもかかわらず、管理者が不明であったり、林業関係者による営利目的の利用がされているために調査が困難であったりすることから、登山者対応のための管理実態について調査が進んでいないという

現状がある。

そこで、日本の最高峰として知名度の高い富士山が属する、富士箱根伊豆国立公園に隣接するも、山の多くの面積が自然公園外である愛鷹連峰を対象地域として、以下の調査考察に取り組む。同地域で登山道整備に携わる組織や個人への調査を通じ、どのような組織によって登山道整備が行われているのか、そして現在の登山道管理のあり方について、彼らが問題視していることの2点を明らかにし、自然公園外の山岳地における登山道管理の課題を考察する。

2. 調査方法

愛鷹連峰のうち、富士箱根伊豆国立公園の区域内である黒岳や越前岳と隣接する、裾野市域内を調査対象地とした(図1)。

一般的に、山岳地には、地元の自治体、警察、消防、山岳団体、住民などの山岳関係者によって構成される遭難対策協議会があることが多い(渡辺編 2008: 189)。しかし、愛鷹連峰が属する静岡県の、山岳遭難防止対策協議会における協議内容は、県の主要峰である富士山や南アルプスについてであり、愛鷹連峰のような低山に対する協議はほぼ行われていない。対象地域での登山道整備は、裾野市から委嘱された地元組織が主に担う。その整備活動とは別に、その他の山岳関係の組織や個人も自主的に整備活動に携わっているのが現状だ。この現状を踏まえ、この地域の登山道管理に携わる、裾野市役所産業部商工観光課観光係、須山地区青少年育成連絡会、日本勤労者山岳連盟所属の裾野麗峰山の会・富士宮あさぎり山の会、日本山岳会所属の愛峰山の会の3山岳会、静岡県警察山岳遭難救助隊、愛鷹山に関するホームページの運営者へ聞き取り調査を行った。聞き取り内容は主に、①組織形態(メンバー構成、活動頻度、活動資金源など)、②愛鷹山荘や周辺登山道(越前岳・黒岳側の北東斜面)の管理に携わっているかどうかと、携わっている場合は、その方法と現状の管理方法に対して問題視することはあるか、の2点について伺った。口頭で会話しながら、相手に自由に語ってもらった形式をとった。

それに加えて、愛鷹連峰の山神社から越前岳・呼子岳

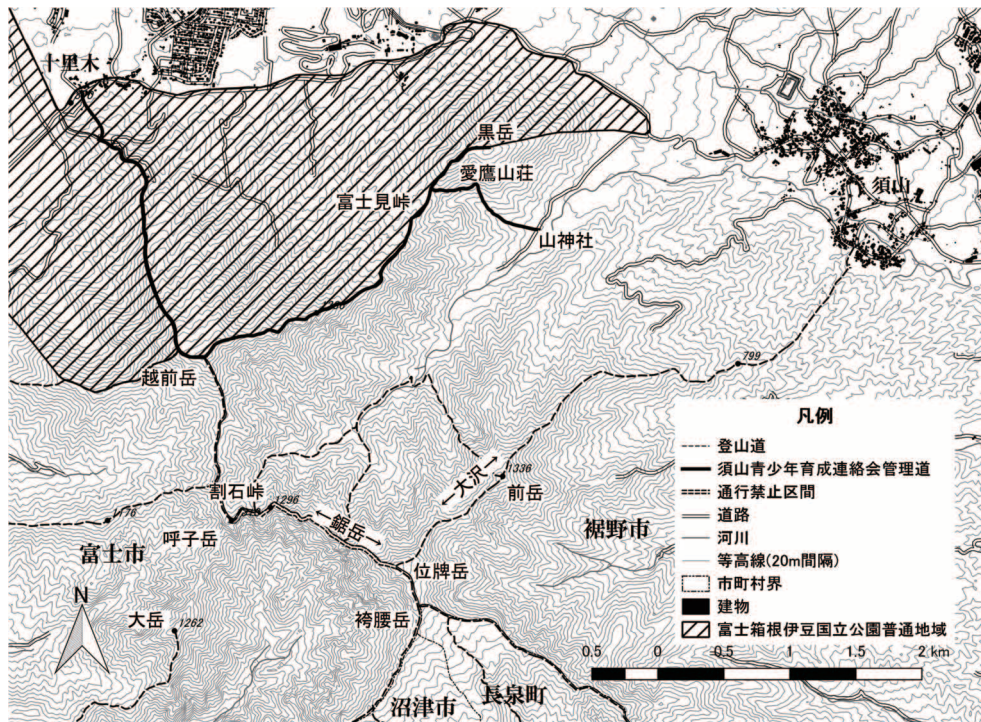


図1 愛鷹連峰北方面概要図

(国土地理院「基盤地図情報」, OpenStreetMapをもとに, 著者作成)

を經由して大沢爆裂火口跡を通るルートでの現地の登山道状況の調査を2017年7月24日に行った。裾野麗峰山の会のメンバーによるガイドを受けながら、登山道標の設置者・設置団体の確認、登山道上に明らかな危険（道の崩壊、登山道標の方向の指し間違えなど）があるかについて目視による観察を行った。

II 調査地の概要

愛鷹連峰（愛鷹連山、愛鷹山とも呼ばれる）は、富士山の南東、箱根山の西方に位置し、富士市、沼津市、長泉町、裾野市の四つの行政区域にまたがる、周囲およそ60kmの複数の山々の総称である。「愛鷹山」というと連峰の南端にある1,187mの峰を指す場合と、この連峰を指す場合とがあるが、本稿では山域全体を指して愛鷹連峰と表記する。火山としての活動は少なくとも40万年前には開始され、10万年前には終了しており、その活動時期は、富士火山に先行する小御岳火山や先小御岳火山とほぼ一致する（中田ほか 2007；高橋ほか 2015）。生成の歴史が長いので、侵食による山体の風化が激しく、鋸岳付近は登山道の崩壊が進み、通行禁止となっている。

裾野市文化財保護審議員の一人である渡邊宏行氏によると、昭和の初めまでは猟師や炭焼き従事者以外の方が愛鷹連峰へ入ることはほとんどなかったようだ。その後、1928年に登山に来た須山地区に住む静岡商業高校の学生2人が天候急変により遭難し、うち1人が亡くなった。それをきっかけに、御殿場実業高校の学生が中心となり

青年団の協力を得て、それまで整備されていなかった愛鷹連峰の縦走路が整備された。また、須山出身の登山家であり富士山研究の第一人者である故渡辺徳逸氏（1900-2006）により、越前岳と黒岳の最低鞍部付近に客棟、管理舎、湯殿からなる愛鷹山荘が作られ、付近の学生や若者だけでなく一般登山者にも利用された。

戦前の1941年頃までは、国府屏東の調査により越前岳～富士見台～愛鷹山荘～黒岳を結ぶ線以北の山域が富士山国立公園の特別地域に指定されたことや、岡田紅葉²⁾が富士見台から撮影した富士山が50銭紙幣³⁾として発行されたことなどもあって、同山域は、東京から須山直通のツアーが組まれるなど登山者によってにぎわっていた。しかし、太平洋戦争が始まって以降は一般の人々が登山を楽しむ生活のゆとりもなくなり、縦走路や山荘も放置され荒廃する。

戦後少しずつ同山域の登山者が増える中で、清水町・五十雀山歩会の加藤満氏により愛鷹山荘の一部が修繕される。以降、加藤氏が愛鷹山荘の小屋番として、黒岳・越前岳周辺登山道の整備も行っていたが、現在は加藤氏と共に整備活動をしていた須山地区青少年育成連絡会が、裾野市の委嘱を受けて愛鷹山荘と周辺登山道の整備・管理を行っている。

III 結果

1. 山岳地関連組織の登山道管理への携わり方

ここでは、対象地域内の登山道、山小屋である愛鷹山

荘の管理に携わる組織と人々を、行政、地元組織、地元山岳会、愛好家の四つに分類し、聞き取り調査の結果に基づいて、彼らがどのように登山道管理に携わっているのか記載する。

1) 行政

登山道は道路のように車が走るのではなく、人が歩く所だからということで、裾野市役所産業部商工観光課観光係が管理主体である。とはいっても、観光係で全ての整備活動を担うことはできないため、実質的な整備活動は関連組織に委嘱しており、十里木高原駐車場と山神社駐車場のトイレの管理は公益社団法人裾野市シルバー人材センターへ、山神社～富士見台（富士見峠）～黒岳～越前岳～十里木高原の登山道の整備は須山地区青少年育成連絡会へ業務委嘱しており、市はそれらを管轄する役目を担う。

愛鷹山荘については、以前は裾野市に連絡を入れてから利用することになっていたが、現在は市に連絡を入れず自由に利用できることになっている。

市として近年行ったことは、須山地区青少年育成連絡会に委託している範囲の登山道の道標の付け替え、ベンチや登山道の改修である。富士山の世界文化遺産登録を受けて愛鷹連峰でも登山者が増加する一方で（図2）、2016年には愛鷹山系内で4件遭難が発生した⁴⁾のを受けての対策である。新規道標やベンチの費用は市が負担し、市民からボランティアを募る形で、設置が行われた。

市の観光課の見解としては、裾野市域内の主要登山道は地元の須山地区青少年育成連絡会へ整備活動を全面委託しており、近年の登山客の増加に合わせて新規道標やベンチを整備したことで、登山道の状況も安全になったとしている。今後は、今まで同様整備活動の管轄を行うだけでなく、登山客に市内の温泉施設である、ヘルシーパーク裾野などを利用してもらい、地元経済の活性化に繋げることもできないかと考えている。

静岡県警察裾野署は、登山者の遭難に対応できるようにするため、県の山岳救助隊員が、裾野市が設置している道標やロープのチェックを年に数回行っている。チェック時に気がついたことがあれば、裾野市に連絡している一方で、実際に整備活動を行っている須山地区青少年育成連絡会との関わりはあまりない。近年では、2016年の登山道整備活動時に、市の観光協会、須山地区青少年育成連絡会と協議をしたのみである。

遭難時の救助活動を担うのは警察であるため、登山者からは裾野署に対して登山計画書が送られてくるけれども、同じ愛鷹連峰内でもエリアによって署の管轄が異な

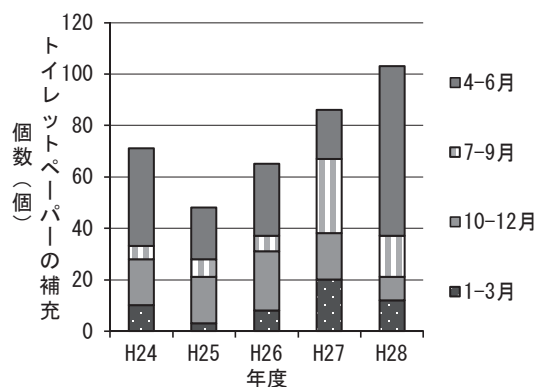


図2 山神社登山口駐車場仮設トイレのトイレトーパー補充量

（登山口のトイレへ補充するトイレトーパーの量が増えていることから、市は登山者が増加していると推測している。裾野市役所産業部商工観光課観光係提供のデータより作成）



写真1 愛鷹山荘と周辺登山道

（2017年7月24日 著者撮影）

るため、他署から転送されてきたり、逆に裾野署が転送したりと、体系的に登山計画書の管理を行いにくいと述べていた。署としては、圧倒的に登山者数の多い富士山での活動が主で、愛鷹連峰では登山道の整備状況の確認はするものの、管理を行っているのは市という認識である。

裾野市を管轄する富士山南東消防本部は、連峰の裾野市域内では、特に登山道整備に直接の関わりはない。本部としては、遭難者救助を想定し、愛鷹山での登山訓練は行っているとのことだ。

2) 地元組織

須山地区青少年育成連絡会は、IIで述べた経緯から、現在対象地域の登山道整備を担う主要組織である。この会自体は、裾野市の須山地区の青少年が心身共に健全に成長することを念願し、地域住民の連帯の輪を広げ、よりよい明るい地域社会をつくることを活動目的として、1982年に設立された。教育講演会や標語看板の設置などの教育関連の事業以外にも、愛鷹登山道整備活動、スポー

ツ少年団と連携して黒岳初日の出登山などを行っている。

登山道整備活動は年に10回ほど会の役員を中心に行っており、夏期には須山地区の高校生で組織する学生クラブと連携して行っている。具体的には、①山神社登山口の駐車場付近や馬の背までの下草刈り、倒木除去、危険箇所の整備やロープ張りを行ったり、②愛鷹山荘(写真1)の室内燻蒸と清掃、トイレ補修、水場保全などを行っている。会の53人の役員のうち、5人が愛鷹登山道整備に関わる登山経験者であり、彼らを中心に登山道を整備している。裾野市生涯学習課からの業務委託金、須山振興会からの助成金などを予算に、整備に必要な経費を捻出している。

会としては、近年増えている愛鷹山の登山者に安全に登山をしてもらい、また地区の若い世代に整備活動を須山での思い出として残して欲しいとの思いから、登山道整備活動を会の大切な活動として位置付けている。

3) 地元山岳会

山岳会の拠点为爱鷹連峰山麓にあるため、愛鷹連峰の登山道整備に関わっている山岳会は、日本勤労者山岳連盟所属の裾野麗峰山の会、富士宮あさぎり山の会、さらに、日本山岳会所属の愛峰山の会の三つである。

前者二つは、愛鷹連峰の裾野市域のブナの定点観測⁵⁾を20年ほど行っているが、公式に登山道整備を行っているわけではない。愛鷹連峰内の登山道で整備が必要だと思った箇所があれば、裾野市に連絡を入れてから、下草狩りなどの簡単な整備を自主的に行っている。市からの報奨金はないが軍手やゴミ袋の支給はあるとのことだ。

後者の愛峰山の会は、須山青少年育成連絡会と連絡を取り合いながら、主に愛鷹山荘の整備や定期的な利用をしている。山荘内の布団や毛布といった備品の確認、トイレや水場のチェックを行ったり、会のメンバーで山荘に泊まる機会を設けたりしていた。しかし、2017年春に山岳会の主要メンバーが怪我をする事故があったため、2017年度は山岳会としての活動を自粛しており、2017年10月現在は山荘や登山道の整備活動も行っていない。

4) 愛好家

行政や地元組織とは別に、とある山の自然を特に愛し、その山に親しむ人々を、本稿では「愛好家」と表記する。

調査対象地とした愛鷹連峰の裾野市域内に限らず、連峰の各地域において、そのような愛好家は複数存在する。愛鷹連峰全体の登山道の情報や関係する歴史等をホームページで積極的に公開している河上幸二氏もそのような愛好家の一人だ。河上氏は、他の愛鷹連峰愛好家と共に、

朽ちたり倒れたりしている古い道標を補修したり、より分かりやすいように小ぶりの道標をそばに追加したりする。

山中に設置されている道標に記載されている団体名から、裾野市域では須山青少年育成連絡会が管理を担っていることや、裾野麗峰山の会がブナの観測を行っていることなどを把握しているが、両者と直接の関わりはなく、河上氏個人で活動できる範囲での整備活動に留めている。「自称愛好家は(自分以外)ほかにもいっぱいいるし、皆それぞれの思いがあるから活動が平行線になりがち」「けれども自分が気付いた危険箇所直せる所は直す」という立場を河上氏はとっている。

2. 登山道整備関係者の考える登山道管理の課題

登山道整備に携わる立場の違いによって、現状の管理方法に対して課題だととらえる点も異なった。

まず、行政は、2016年に大掛かりな登山道道標の付け替え、ベンチや登山道の改修を行ったこともあり、現状の管理方法に対して、大きな課題があるとは思っていない。愛鷹山荘は自己責任で自由利用という形になっているが、鋸岳～位牌岳の危険区間は立ち入り禁止区間にし、その他のルートは須山地区青少年育成連絡会の整備活動により登山者の安全が確保されているためだ。静岡県警察裾野署の山岳救助隊員は、「(愛鷹連峰のうち)須山方面はよく整備されていると認識している」と言っており、安全性に不安を感じていない。裾野市観光係は、「観光係である以上、裾野に観光で来る人により増えて欲しい」「最近では登山者が結構来ていることがわかったので、さらに登山者を呼び込めないかとも考えている」とのことだ。市として今後も登山道整備活動を管轄しながらも、より多くの登山者に来てもらうことを課題としている。登山目的で訪れる団体ハイキング客の増加を見越して、愛鷹連峰の登山マップの製作や、短時間で黒岳に登頂できる十里木登山口付近の駐車場の拡張なども検討している。後者は大型バスの騒音問題などを引き起こす可能性があるため地元との調整が必要であり、その調整も課題としてとらえている。

他方で、地元組織、地元山岳会、愛好家は、現在の自分達の登山道整備活動や登山活動から、登山道の管理方法や登山道に対して各々の課題を感じている。

登山道整備の中心活動を担う、地元組織である須山地区青少年育成連絡会は、ア) 山岳関係者で集まる協議会を定期的に開くこと、イ) 予算が限られていること、ウ) 須山の青少年数自体が減っている中で整備活動を継続することの3点を課題としている。ア) については、2016

年に大掛かりな登山道整備を行うにあたり、愛鷹連峰関係諸機関（警察、裾野市、観光協会、地元住民など）で集まって協議したことで2016年の整備活動は功を奏したと感じており、今後も関係者で意見を出し合いながら登山道を整備していければと思っていると主張していた。市が登山道の現状を知る機会がなかなか無く、会が整備時に感じた問題も理解してもらいにくいいため、協議する機会を設けることで現状を知って欲しいとの思いからだ。イ)については、近年登山者の増加により、登山道の侵食が激しくなっており現在の予算では整備が追いつかなくなりつつあるので、ア)のような協議会を通して、必要予算を確保したいと考えている。ウ)は、少子高齢化が進む中ではしょうがないことと思いつつも、若い世代にも活動内容に理解を示してもらい、今後継続して行ってもらうために、夏期の学生クラブと連携して行う整備活動を大切にしていきたいと会長の渡邊宏行氏は述べていた。

長年愛鷹連峰を登っている地元山岳会は、オーバーユースによって登山道が荒れ(写真2)、周囲の植生が破壊されていることに危機感を抱いており、登山活動と自然保護とのバランスを保つことを課題として挙げていた。ブナの定点観測もそのような危機意識から20年来行ってきたはいるが、しかし彼らは「(整備活動を担っている立場の人達は) 興味なさそうだから、できる人たちでやっいていこうという姿勢です」と述べていた。「われわれみたいな時間も技術もある層を(管理主体である市も) 上手く利用してくれたらいいのに」と、申し出があれば整備活動に携わる意欲を見せていた。

行政や地元組織とは立場が異なる愛好家の河上氏は、「この辺り(愛鷹連峰周辺)の行政の関心は、どっちかっていうと富士山が主なんだけど…」 「登山道整備の責任を地元が負うのは、地元にとってかなり負担になる」ため、危険箇所の通報連絡などは市を経由した上で、須山青少年育成連絡会に情報が伝わる現状のシステムが「大変うまくいっているように思う」と述べる。だからこそ、この管理体制が連峰の他の行政機関にも波及し、連携が取られればよいと感じるが、実際には地元団体と行政との管理の難しさを痛感したそうだ。というのも、河上氏の愛好家仲間が連峰西部で遭難しかけた際、救助の初期捜索は警察の所轄単位からであったため、連峰全域を行政で管理することの限界を感じたからだ。

以上のように、登山道整備に携わる立場によって、課題と感じている点異なることが判明した。全ての関係者に共通していえるのは、現状の登山環境が満足なものだとは考えておらず、各立場の活動範囲で直面している



写真2 越前岳の二等三角点

(山頂は土砂の流出が激しく、柱石が露出している。2017年7月24日 著者撮影)

課題を改善していきたいと思っている点だといえよう。

IV 考察

山域の大部分が自然公園外である愛鷹連峰の裾野市域を対象とし、同地域の登山道整備に携わる組織や個人へ、①登山道整備をどのように行っているのか、②その登山道管理のあり方で問題視している点はあるのかについて調査を行った。

前者については、裾野市役所産業部商工観光課観光係が管理主体となり、実質的な整備活動のうち、トイレの管理を公益社団法人裾野市シルバー人材センターへ、山神社～富士見台(富士見峠)～黒岳～越前岳～十里木高原間の登山道整備を須山地区青少年育成連絡会へ業務委嘱していることがわかった。同じく行政の静岡県警は登山道の現状確認のみ、消防本部は特に携わっていないが、どちらも救助訓練は定期的に行っている。地元組織である須山地区青少年育成連絡会は、定期的の下草刈り、倒木除去、危険箇所の整備やロープ張り、あるいは愛鷹山荘の室内燻蒸と清掃、トイレ補修、水場保全といった整備活動を、会員や地元学生クラブと共に行っている。公式には市から整備業務を委嘱されていない地元山岳会は、裾野市と連絡を取って簡単な整備活動を行う会と、須山地区青少年育成連絡会と連絡を取って愛鷹山荘の整備活動に携わっている会とがある。それらの組織とは少し離れた立場で、愛鷹連峰愛好家が自主的に登山道の道標補修や危険箇所整備などを行っている。

そのような現状の登山道管理のあり方に対して、行政は大きな課題を感じてはならず、裾野市の活性化のため

により多くの登山者に訪れてもらえないか、また登山者が増えても対応できる環境を整えることを課題と認識している。他方で、地元組織は、山岳関係者が定期的に協議する機会がないこと、整備予算が限られていること、整備活動の継続という整備制度の根幹に関わる3点を課題としている。公的な整備活動の外部にいる愛好家は、連峰全体での連携が取れていない現状に懐疑的な一方で、自治体をまたいで全域管理する難しさを感じている。また、地元山岳会は市や地元組織とも少し異なり、登山活動と自然保護とのバランスを保つことを課題と感じている。このように整備に携わる立場によって、課題と感じている点が異なる。

以上の、登山道管理の現状の課題を考察するに、自然公園外の山岳地においても、関係者の意見を定期的に交換し合う場が必要だと考える。今回の事例から、行政や地元組織、地元山岳会、愛好家と、愛鷹連峰に求めるものが異なる各組織や個人は、現状の登山道整備のあり方に対して課題だと認識する点が異なることがわかった。登山道に関わる活動の内容や程度が各組織・個人によって異なる以上、登山道に対する考え方も異なって当然であるので、関係者が意見を交換する場があれば、より安全により円滑に愛鷹連峰の登山道が管理されていくのではないだろうか。しかしながら、愛鷹連峰特有の課題として、富士箱根伊豆国立公園、世界文化遺産に指定されており年間28.5万人もの登山者数を誇る富士山から非常に近い(富士山・剣ヶ峰～愛鷹山・越前岳間の直線距離15km程)ので、市役所や警察の関心は主に富士山であり、愛鷹連峰の存在感が薄いという点を否定できない。とはいえ、愛鷹連峰で近年登山者数が増加していると推測できる以上、登山者数の増加に伴う、登山道の変化に迅速に対応するため、定期的に関係者が意見を交換する場は必要であろう。連峰内の今回の対象地域では2016年に関係者が集まる協議会が開催されているので、各関係者の話を聞く限り、今後意見交換会を開くことに高いハードルがあるわけではないようだったが、実現するかどうかは未定だ。近年有名山岳地では山岳関係者によって遭難対策協議会が設立されるなど(渡辺編 2008: 188)、山岳地の整備体制が確立され始めている中で、山域の大部分が自然公園外である愛鷹連峰のような山岳地においても持続できる、関係者間の連携についてさらなる検討が必要だと考える。

謝辞 本調査には、須山地区青少年育成連絡会の渡邊宏行様、裾野市役所産業部商工観光課観光係様、裾野麗峰山の会後藤隆

徳様、加藤秀子様、星千代様、富士宮あさぎり山の会斎藤富夫様、愛峰山の会河上幸二様、桑田様、渡邊製麺渡邊吉己様など多数の方がご協力してくださりました。末筆ながら、みなさまに心からの感謝を申し上げます。

注

- 1) 自然公園とは「優れた自然の風景地を保護するとともに、その利用の増進を図ることにより、国民の保健、休養及び教化に資するとともに、生物の多様性の確保に寄与すること」(自然公園法第一条)を目的として、自然公園法または都道府県の条例に基づいて指定された公園で、環境大臣が指定する国立公園・国定公園、都道府県知事が指定する都道府県立自然公園をいう。
- 2) 本名 岡田賢次郎(1895-1972)。20世紀初頭日本で風景を目的に撮影するプロの写真家がほとんど存在しない中で、富士山や全国の国立公園を撮影したことで知られる。
- 3) 1938年に政府紙幣として発行された50銭券を指す。
- 4) 2016年12月22日付け静岡新聞による。
- 5) 同会が行っている愛鷹連峰のブナ活力度・結実度観察を指す。春は活力度について5段階で葉の茂り具合を、秋は結実度について3段階でブナの実が実っているかを観察している。観察結果は日本海植物研究所の江川卓氏に送っている。

文献

- 加藤峰夫 1992. 国立公園管理における公園内のコミュニティ(地域社会)の役割. *エコノミア* 43(2): 48-56.
- 金 宣希・油井正昭 2001. 国立公園におけるボランティアの発達過程とその特徴. *ランドスケープ研究* 64: 665-670.
- 高橋正樹・西 直人・三島裕久・金丸龍夫 2015. 愛鷹火山噴出物の全岩化学組成—分析データ217個の総括. *日本大学文学部自然科学研究所研究紀要* 50: 149-208.
- 武田 泉 1993. 行政改革と自然保護. *林業経済研究* 123: 85-89.
- 中田節也・吉本充宏・藤井敏嗣 2007. 先富士火山群. 荒牧重雄・藤井敏嗣・中田節也・宮地直道編『富士火山』69-77. 山梨県環境科学研究所.
- 中根和之・愛甲哲也・浅川昭一郎 2002. 北海道における山岳会による山岳地管理の現状と課題. *ランドスケープ研究* 65: 653-658.
- 渡辺悌二編 2008. 『登山道の保全と管理』古今書院.
- Hofer, T. and McGuire, D. 2003. Beyond the International Year of Mountains: A preliminary assessment by the FAO, the United Nations lead agency for IYM2002. *Mountain Research and Development* 23: 80-83.

裾野市におけるお茶栽培の現状と今後の展望について

廣川 文香

I はじめに

静岡県は、お茶の栽培について日本を代表する産地であり、裾野市（図1）においても長年栽培が続けられている。それは「すその茶」として世に認められたブランドとしても、かつては知られていた。全国的なお茶の価格の低下や茶業就業者数の減少・高齢化により、個人工場だけでなく共同農場も閉鎖されているという（藤田2011）。その中で、裾野市茶園面積は一大産地に比べれば大きくはないものの、減少傾向にはない。そこで本調査では、裾野市のお茶栽培の現状や、生産者の抱える課題を明らかにすることを目的とし、さらに、今後の裾野市のお茶栽培を発展させる上でどのような展望があるかを考察したい。

調査は、裾野市の農業協同組合およびお茶生産加工販売店に、聞き取りを行った。その際に統計資料や歴史的資料を提供していただけるようお願いした。そのほか、茶園の現地視察を行った。

II 裾野市におけるお茶栽培の歴史

裾野市史によると、この地域でのお茶の歴史は古く、遅くとも江戸時代までには栽培が行われていた（裾野市史編さん専門委員会 1997）。農家だけでなく、各家庭の菜園の一角で自分たちで飲む分を自家栽培していたという（写真1）。これは静岡県がお茶栽培に向けた土地であるというだけでなく、お茶自体が身近なものであったということを表していると思われる。

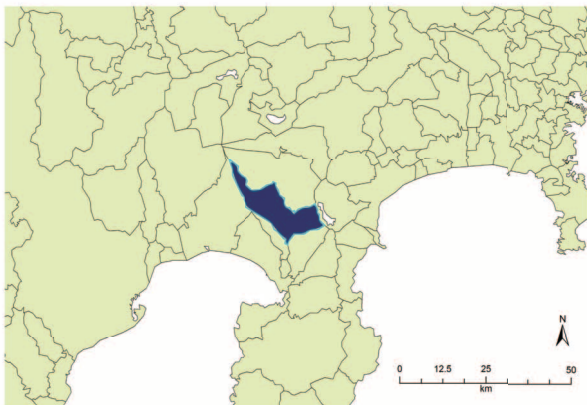


図1 裾野市の位置

お茶の生産量は全国的に大きな変化はないが、静岡県においては年々減少してきている（図2）。裾野市でも静岡県と同じように販売を目的とする栽培は縮小されてきたようだ。裾野市にあった製茶場も閉鎖され、産業としてのお茶の衰退への決定的なダメージとなった。

裾野市はもともとフジコンパクトなど芝の産地であったが、バブルが崩壊した影響で売れなくなり、その後の転換作物としてそばが栽培されるようになった。また、お茶生産加工販売店の話では、作物として育てることができるのが当時はお茶くらいしかなかったのではないかともし言われていた。



写真1 昭和30年代の裾野市におけるお茶摘みの風景（裾野市提供の写真）

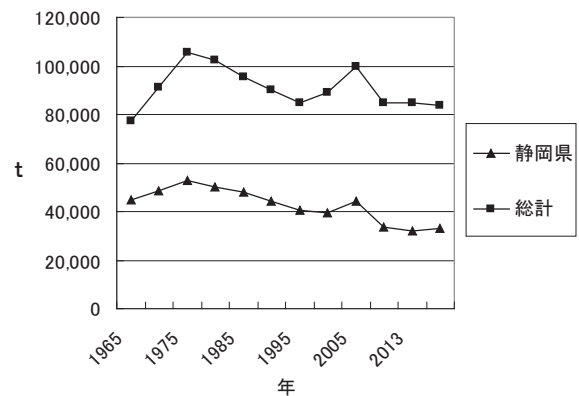


図2 荒茶生産量

（静岡県経済産業部農林業局茶業農産課（2015）による）

農業協同組合の方のお話では、製茶場がなくなった現在、「すその茶」としてのブランドもなくなり、裾野市のお茶の生産との関わりはほぼなくなった状態であるという。製茶場がなくなったのは、2005年にJAすそのしが、JAなんすんに吸収合併され、JAの持つ製茶場が二つになってしまったことが大きな理由となり、JAなんすんはもとも独自ブランドがあったため製茶場を残し、裾野市にあった製茶場を閉鎖することになったという。その影響に加え、お茶自体の価格が下がっていることにより自分で飲む分のお茶を栽培する人も減っているようだ。さらに、農薬の規制が厳しくなったことで、商品として生産するためには、他の作物に使っている農薬が検出されないようにするための対策をしなければならなくなったことも、お茶の生産が難しくなった原因の一つであろうということだ。

Ⅲ 裾野市のお茶栽培の現状

1. 市役所の取組み

市役所の担当の方のお話によると、お茶が栽培されていたという事実については認識しているものの、統計的な資料がなく、お茶の栽培について市役所がバックアップの体制を取っているわけではないということがわかった。市役所としては、現在はお茶ではなくそば、モロヘイヤやイチゴなどを売り出しているということである。

2. JAなんすんの取組み

2005年以前はJAの商品になる分も少しはあったようではあるが、2005年に、JAの製茶場では加工のみを行うようになった。100g当たり430円の加工料をとって加工を行うという形で、農協に取引のある農家の方が持ってきたお茶の葉をまとめて製茶を行っていた。農家の方が自分で飲む分や親戚などに配るためのものであった。似たような品質のものを見分けてまとめ、機械に入る量にうまく調整した上で各行程ごとに加工をしていた。これは、売るためのものではなかったため、品質は一定ではなかったし、そのための指導なども行っていなかった。JAの製茶場が全面的に閉鎖されてからは、市内の製茶場を持つお茶生産加工販売店や、いくつかの近隣のお茶生産加工販売店がこれらの役割を担っている。

3. お茶生産加工販売店の取組み

裾野市内にある二つの自園自製のお茶生産加工販売店にお話を伺ったところ、現在はお茶自体が昔のように売れないという共通の認識を持っているようであった。その上で、その現状に対して取っている対策が、それぞ

れの考え方に基づいて異なっていた。

1) お茶生産加工販売店 A

1868年から続くお店で、昔からのお客さんを大事にしながら、伝統を守って品質を落とさないお茶作りをしている。「おいしいものは手間をかけても飲まれるだろう」という考えの下で、本来の急須を使った淹れ方を伝えつつ、おいしい素材としてお茶を作り続けてきた。長年続く歴史よりも将来が重要だと考えている。今のお客さんに加えて若い人も取り込むためにインターネット上で、急須や湯呑みの選び方からお湯の温度に至るまで、丁寧に説明しながら、実際にお茶を淹れている動画を公開するなど、情報を発信している。それとともにネットを使って家庭用から贈答用までさまざまな商品を購入することができるシステムを取っている。2003年から行われている市の区画整理事業にも関わっていて、それに合わせた形でカフェの併設された店舗を建設している。古いものも新しいものも共存できるようなお店にすることで、いろいろな世代の人たちにお茶の楽しみ方を広めていけるのではないかと期待できる。最近では女性の社会進出が著しく、仕事を持つ女性が多くなったため、家庭で食事のあとゆっくり急須でお茶を淹れるような時間が取れなくなったのではないかと考え、これからますますその傾向が強くなっていくのではないかと危惧している。家庭ではお茶を飲む時間がないのであれば、ゆっくりとお茶を楽しむことのできるカフェを作るといえるのは、この時代にあった対策であるといえるかもしれない。

2) お茶生産加工販売店 B

今とは異なり、宣伝も何もしなくても売れた時代があったが、ペットボトルや缶などのお茶が進出してきてそれまでのようにはいかなかった。そのため、発想の転換を余儀なくされ、なんとかお茶を飲んでもらうために、茶葉を粉末にした製品を開発した。市とタイアップして、幼稚園や小中学校の生徒に給食と一緒に飲んでもらうように提案している。生徒が飲み易いようにするため、粉末を牛乳に溶かしてちょうどいいように、本来1g入りの製品の量を調節して0.5g入りのスティックを作るなどの工夫をしている(写真2)。子どもたちが小さいうちから飲む習慣をつけることで、大人になっても日常的に飲んでくれると期待する。スティック状の製品は、急須で淹れる場合には摂ることができない茶葉全体をまるごと粉末にしているので、健康にも良く、血管年齢が若返るという効果もあるといわれているそうだ。手軽にお茶を楽しむことができ、携帯するにも便利で、水やお湯に

溶かすだけでなく、牛乳に混ぜたりアイスクリームにかけたりするなど、手軽で用途がいろいろある。「より多くの世代の人たちにお茶に親しんでもらおう」ということを目指し、これからも新しい製品を常に考えていきたいという。お茶を淹れたあとに急須を洗うのが面倒だと感じている方にはティーパック式の製品を勧めたい。この製品は、茶葉がパック詰めされているもので、そのまま捨てられるので、茶葉を捨てる手間が省ける。どちらの商品も、インターネットを通してたくさんの人に買ってもらえるようにしている。さらにリピーターを増やすため、カタログを送るなどの努力をしている。また、作業の効率化を図るために、機械の幅に合わせて茶の木の幅を調節した畑に変えたという（写真3）。

以上のような活動をしているが、やはり最も買ってもらいたいものは、普通のお茶（急須で淹れる茶葉）であるという。一番おいしいと自負しているからである。簡単に淹れられる形のお茶を売り出しているというが、それは本来のお茶を味わってもらうための前の段階として、お茶を飲む習慣をつけてもらうための手段なのであろうと考えられる。

他の静岡の産地と比べた場合、裾野市ではお茶を生産している農家は生産量も少なく、量がまとまらないため、農協が問屋と農家との間に入って取引を行うということにならない。現在農協は、お茶については力を入れてなく、市も工業が第一で農業は二の次だというスタンスであるように感じているという。そのため、個人個人で頑張らないとやっていけない状況であると考えている。これからやっていくためには思考の転換が必要であり、消費者の嗜好や求めているものに比べられる商品の開発をしていく必要があると感じているようだ。

3) 不二聖心女子学院

不二聖心女子学院は、裾野市の桃園の丘の上にある学校である。その一角にある不二農園には明治初期から受け継がれている4万5千坪に及ぶ広大な茶畑があり、そこで緑茶、ほうじ茶、紅茶が生産されていて、卒業生などを中心に飲まれていて人気がある。「ただにしき」という純国産紅茶を約4,700㎡というまとまった規模で栽培しているのは不二農園だけといわれていて、「すそのブランド」に認定されている。その「ただにしき」を使って2013年から商工会と市と一緒に「ソフィアージュ」というブランドのお菓子を出している。この取組みについては後段で改めて述べる。

昔は、農園では忙しい時期に地域の人たちにお茶摘みを手伝ってもらっていたようで、地域とのつながりもあ



写真2 スティック状の商品

(2017年8月1日筆者撮影)



写真3 住宅街の中の現在の茶畑

(2017年7月25日筆者撮影)

ったそうだ。現在は、地域交流も兼ねて学院の生徒と体験学習をしに来る地域の小学生と一緒にお茶摘みをする事で茶園が交流の場ともなっている。さらにブランドの名前やロゴについても生徒が関わっており、お茶を通して地域と学院がつながりを持っている。2008年ごろに学院内にあった製茶場は閉鎖され、現在は製茶に関しては外部に委託している。製茶場が稼動していたころは、時期になると製茶場の近くのテニスコートにはお茶の香りが辺り一面に漂っていたそうだ。

茶園の管理は現在は基本的に一人で行っているが、忙しい時期には市のシルバー人材センターから派遣される高齢者に援助を依頼している。広大な茶園なので、古くから地図化して、エリアごとに区切って品種や肥料の量などを管理していた。

IV 今後の展開

1. 裾野市におけるお茶栽培の再興の可能性

農家への聞き取りでは、市役所はお茶に目を向けていないため、個人で頑張るしかない、という回答が得られた。



写真4 「ソフィージュ」

(2017年8月1日筆者撮影)

束ねる機関がない以上、裾野市のお茶という形での再興は難しいのではないかと考える。拡大していくことが難しい理由として考えられることは次の3点である。

- ①JAの製茶場が閉鎖したことにより大量に加工することができない。
- ②実際に機械化に合わせて茶畑を作り変えて上手く行っている農家もあるが、これから機械化をすとなると規模が小さ過ぎて効率的ではない。
- ③農薬の規制の問題があり、付近に他の作物があると、そこで使用される農薬が混入しないような対策をする必要がある。

このような問題により、再興という点ではかなり難しいと考えられる。

2. お茶を利用した製品

裾野市の農家が、お茶を出荷しない現状を考えると、裾野市単独でのお茶のブランドとしては存続が難しい。静岡県という観点で進めると、静岡茶に関するさまざまな製品が実際に作られ、製品化されているが、裾野市を前面に押し出すことはかなり難しいと考える。裾野市という単位で見ると、農協も市も、お茶を前面に押し出す予定がなく、裾野市が一体となってお茶栽培に取り組んでいくという方向性にはなっていない。一方で個人のお茶生産加工販売店については新しい商品開発などを行っている。具体的に言うと粉末緑茶やティーパックなどがある。しかしその動きは大きなものではなく、一個人の商店という規模でとどまっている。これを市全体の動きとしていくのは限界がある。

ところで不二聖心女子学院では、不二農園で栽培され



写真5 茶焼酎

(2017年10月16日筆者撮影)

た裾野市の特産品である「ただにしき」という紅茶の茶葉を使った商品を販売している。茶葉を学院やインターネットでも販売しているが、それだけではなく、地元のお菓子屋さんと一緒に「ただにしき」を練り込んだクッキー、マフィン、クグロフ、パウンドケーキなどのスイーツを作って、地域振興もかねるといことで市内の店舗で販売している。商品につけるシールのデザインや、「ソフィージュ」というスイーツのネーミングを決める際には生徒たちのアイデアが活かされた(写真4)。

3. コラボレーションによる新たな展開

裾野市やJAなんすんが、裾野市の特産化に力を入れている「あしたか山麓裾野そば」、それにお酒などとのコラボレーションは可能性があると思える。

そばはすでに作っているのだから、そこにお茶を練りこんで茶そばを作ることは可能ではないかと思う。JAの運営するそば店である「五竜庵」などでメニューとして取り入れてもらうことはできないだろうか。また生麺は市内で食べてもらって、お土産用に乾麺を用意する企画なども考えられる。お茶生産加工販売店でもそばを、そば屋さんでもお茶を、というように街を挙げて、お互い協力して進めていくことが必要である。個人でできることは限られていると考えられるため、市役所や農協がその声かけ役となってくれることが望ましいだろう。

茶焼酎(写真5)は、裾野市の酒類製造販売店から実際に製品化されている。富士山麓産の米と茶葉を使った焼酎で、富士山の麓である裾野ならではの湧き水で作られている。茶焼酎というものが芋焼酎と並ぶように知れ渡り、焼酎を選ぶ際の新しい選択肢の一つになってほし

いという目標を持って取り組んでいる。最初は裾野産の茶葉を使って作っていたが、価格の問題などで上手くいかなくなり、現在は富士宮や御殿場、足柄などの富士山麓の地域の茶葉を使用しているという。将来的には裾野の茶葉を使って作りたいという展望は持っていて、それが今後の課題でもあるという。

V おわりに

裾野市において、お茶栽培に関わるさまざまな業種の人たちに話を聞いて今後のお茶栽培の可能性について考察した。その結果、お茶単独での再興はかなり難しいと考えられる。これからは、他の業種との連携をもとにお茶栽培の可能性を広げていくことが必要であろう。裾野市には、お茶以外にもさまざまな魅力的な商品がまだまだ数多くあるだろう。それぞれの商品が一つ一つの魅力で勝負できればそれは一番いいことではあるが、複数を合わせてさらに価値を高める方策も考えられる。お茶のように衰退してきているものを新たな魅力として引き出すためには、他の魅力のあるものと協力し合いながら新たな魅力を引き出していく必要がある。地域のお茶生産加工販売店は自社製品を売り込もうと努力をしているし、また酒類製造販売店も新製品を開発して売り出している。ただそれにはお互いの協力的な関係作りや商品開発のための一致した思いなど、さまざまな努力が必要となる。

そこで期待されるのは、やはり市役所や商工会などの力である。裾野市の魅力を引き出すためにさまざまな業種の人たちが協力し合うための中心的な存在として、皆の思いを一つにまとめる役割を担うこと、場の提供をすること、すそのブランド商品の認定のための積極的な動きを進めること、それらを継続するための補助金の整備をすることが期待される。新しいものを積極的に支援するとともに、寂れていく産業を残し、その魅力を再び引き出す道を探ることも重要なのではないだろうか。

謝辞 ご多忙中でありながら聞き取り調査に快くご協力いただいたJAなんすん、お茶生産加工販売店、不二聖心女子学院、裾野市もののふの里銘酒会の酒類製造販売店の皆様に心より感謝申し上げます。誠にありがとうございました。

文献

- 静岡県経済産業部農林業局茶業農産課 2015.『静岡県茶業の現状 <お茶白書> 平成27年3月』。
- 裾野市史編さん専門委員会 1997.『裾野市史 第七巻 資料編 民俗』裾野市。
- 藤田洋平 2011. 茶業農家をとりまく環境変化と経営形態についての考察—静岡県菊川地域を対象として。農林業問題研究 47: 214-219。