

【2020年日本ブドウ・ワイン学会 論文賞 受賞講演】

ツーリズムによる農業生産資源の維持

小田滋晃¹・高井利洋²・川崎訓昭³・坂本清彦⁴・横田茂永⁵・長谷 祐⁶

¹ルイ・パストゥール医学研究センター

²カタシモワインフード株式会社

³秋田県立大学生物資源科学部

⁴龍谷大学社会学部

⁵静岡県立農林環境専門職大学短期大学部

⁶株式会社農林中金総合研究所

The potential of tourism for preservation of agricultural resources for the future generations

Shigeaki ODA^{1*}, Toshihiro TAKAI², Noriaki KAWASAKI³, Kiyohiko SAKAMOTO⁴,
Shigenaga YOKOTA⁵ and Tasuku NAGATANI⁶

¹Louis Pasteur Center for medical Research

²Katashimo Wine Food Co. Ltd.,

³Department of Environmental Science, Akita Prefectural University

⁴Faculty of Sociology, Ryukoku Univ

⁵Shizuoka Professional University Junior College of Africulture

⁶Norinchukin Research Institute Co. Ltd.,

1. 課題と方法

ワイン生産は、特殊な場合を除き一般に優れて農業的といえる。そして、特に日本においては、産業としての農業が持続可能となる必要条件として「農地を中心とした農業生産資源を健全な状態で次世代へつなぐ」ことが社会的に要請される。他方、それを担うのは個別の農業経営体であり、それぞれの農業経営体は社会的要請とは関係なく、独自の経営目標に沿って経営を営んでいる。この社会的要請と個別の農業経営体の目標とが整合的であることが、わが国において農業を持続可能ならしめる十分条件となる。しかし、近年、わが国における遊休農地や耕作放棄地等の増大は、十分条件としてのこの要請か

ら大きく外れつつあり、多くのブドウ産地においても同様な状況といえる。

そこで、ツーリズム事業の展開を通じてブドウ・ワイン産地の再生・再編に挑戦し、一定の成果を上げてきている先進的事例に着目し、その条件と展開メカニズムとを実証的に明らかにする。また、ツーリズム事業がこの条件とメカニズムとを通して、地域の農業生産資源の保全・継承に果たす役割と可能性について、整理することを課題とする。

その際、具体的にわが国におけるこの種先進事例として大阪府柏原市地域のブドウ・ワイン産地で展開されているツーリズムにかかる諸事業の事例（カタシモワインフード株式会社と関西ワイナリー協

会)に焦点を当て、既存の産地論をふまえたうえで、ブドウ・ワイン産地の再生・再編の原動力を、個別農業経営体の経営行動、生産者組織・ネットワーク・地域関連主体の役割、行政や公的機関の支援、消費者の得る効用と消費者からのフィードバックといった側面に分けて考察し、課題に接近する。

2. 先進事例からの検討

事例とするカタシモワインフード株式会社(以下、カタシモワイナリー)は、当地域のブドウやワインの販売難の中、原料ブドウ1kgの価値を上げるための技術革新を図る一方で、積極的な広報活動を行いながら、わが国では緒に就いたばかりのツーリズムの展開に力を注いできた。そのような努力を続ける中で、地域関係者の多くがワインの販売のために地域外に目を向けている中で、地域を訪問する多様な消費者が当該地域のツーリズム・テロワール資源に注視するようになった。その結果、大手の新聞社、大阪の飲食店組合青年部と酒屋チーム、地元スーパーのスタッフ、美容師、料理人等の地域や大阪の多様な有志メンバーにより、放棄されたブドウ畑の再生に取り組むグループが設立されてきた。

そして、これら半ば素人集団によるブドウ園の栽培管理をカタシモワイナリーが裏方として支援し、これらグループが生産したブドウをカタシモワイナリーがカスタムクラッシュ事業として受け、それぞれ独自のワイン製造が実現してきている。中には、自らワイナリーを設立した有志も存在する。また、このような展開が進む中、大阪ワイナリー協会が設立され、この協会の事務局が中心となってワイン祭り等のさらに規模の大きなツーリズム事業が企画され多くの消費者が参加し、その数が年々増加している。

3. 有志メンバーに対するアンケート結果

3-1. アンケートの概要

アンケート調査票は、2017年3月に作成し、4月から7月にかけて作業ボランティアに参加した有志メンバーに配布した。有効回答数は83あり、男性39、女性44名である。回収した調査票の回答は、欠損値の処理などを行った上で、IBM・SPSS(統計分析ソフトウェア)形式データに変換し、分析に供した。

3-2. 「ワイン・自然感典型」と「継続参加型」のボランティアの存在

カタシモワイナリーでは、1990年よりツーリズムの一環としてワイナリー訪問者へのブドウ園の開放を行ってきた。その後、2003年よりレストランや酒販店と連携し耕作放棄地の再生事業に取り組んできた。その後、連携先はワインショップや放送局など他分野に拡大し、現在約10のグループと連携している。

その全10グループに属するボランティア参加者へのアンケート結果より、以下の点が明らかとなった。まず、第1に現在参加しているボランティアは大きく2つのタイプに分類される。1つの目のタイプが酒販店の取引先やその顧客であり、2つ目のタイプがレストラン・美容院などのサービス業の経営者とその家族・従業員である。

この1つ目のタイプに属するボランティアは全体の56%を占め、その74.3%が今年初めてかつ年に一度だけの参加である。図1に示すように、この「ワイン・自然感典型」の参加動機は「大阪のワインへの興味」「カタシモワイナリーとの交流」を動機とするグループと、「自然での作業」を動機とするグループの2つの動機が存在している。そのため、本稿では前者のタイプのボランティアを、「ワイン・自然感典型」ボランティアと捉えることとする。

一方、2つ目のタイプはレストラン・美容院などのサービス業の経営者とその家族・従業員である。このタイプに属するボランティアは全体の44%を占め、その66.7%が3年以上ボランティアに参加しており、参加回数も平均3.4回である。このタイプの参加動機は「上司や友人の誘い」を動機とするグループと、「大阪のワイン・ブドウへの興味」「自然での作業」を動機とするグループの2つの動機が存在している。そのため、後者のタイプのボランティアを、「継続参加型」と捉えることとする。

カタシモワイナリーがツーリズム事業として取り組んできたブドウ畑見学を、酒販店と連携し、より発展させる形で見学だけでなく管理・収穫作業を加えてきたことが、カタシモワイナリーのツーリズム事業への継続的な新規参加者の獲得につながっている。また、わが国の中小規模ワイナリーの立地する地域は「新興国」、「伝統国」と比較して、ワイン産地

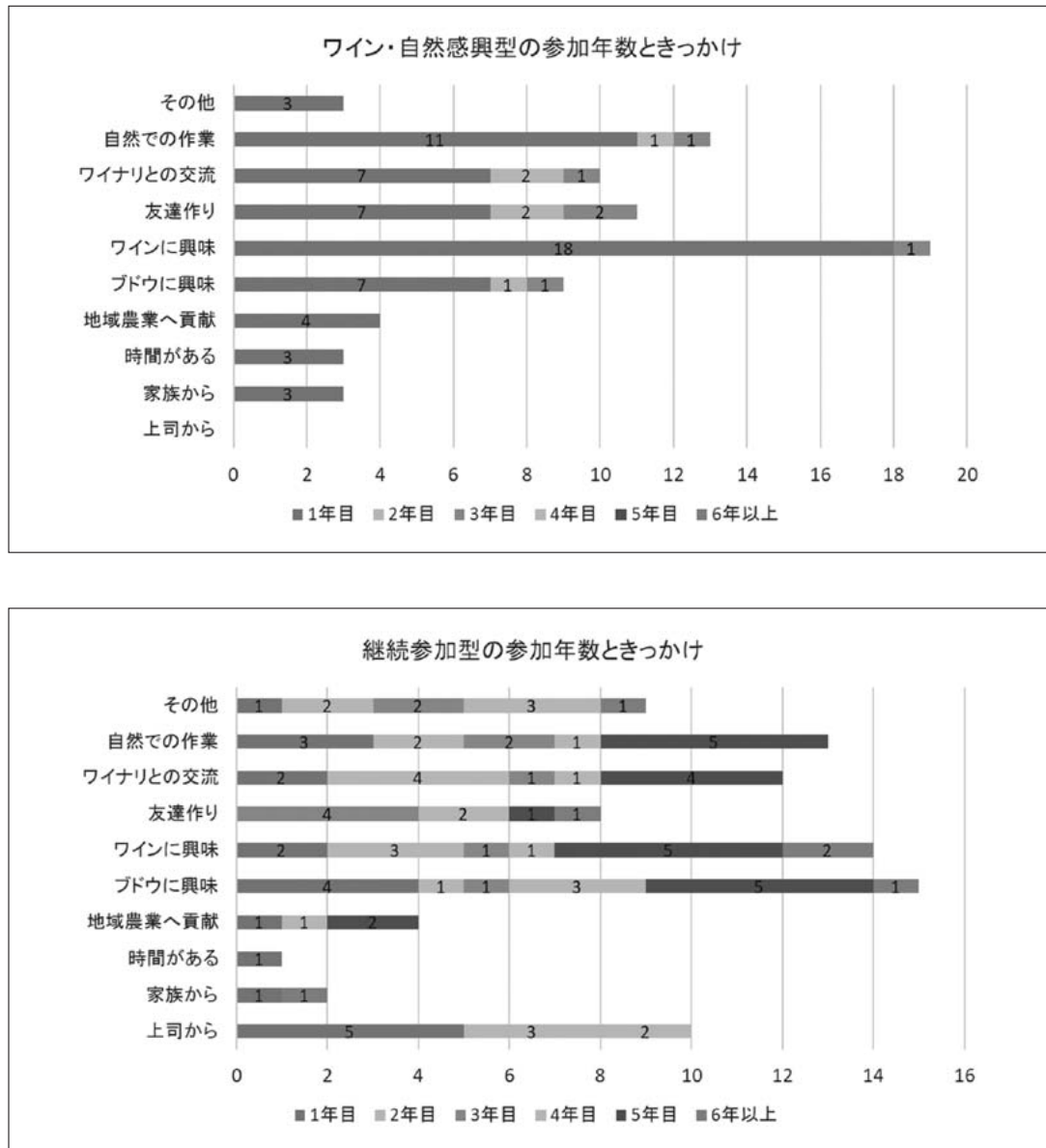


図1 ボランティアのタイプ別の参加動機

注：上位2つの参加動機について、複数回答可としている。

としての認知度が低く、ブドウやワインと関連付けられる風景・景観、食文化等の地域資源が形成されていない事が多い。そのため、「大阪のワイン」「ワイナリースタッフとの交流」がボランティア参加者全員の参加のきっかけとなっており、ワイナリーが存立し続けることで、地域との連携を進め、地元産農産物とワインのコラボレーションのように、ワインツーリズムに利活用可能な資源を開発することも必要である。

3-3. 作業ボランティアが発見する価値とその持続性
アンケート結果から、「ワイン・自然感興型」が行う作業の中心は、剪定作業や圃場の管理作業が大部分を占める（83.5%）のに対し、「継続参加型」が行う作業は植付け・管理・収穫・ワイン醸造などの広範な作業に及んでいることが明らかとなった。しかしながら、今後ほかのワイナリーでも同じような活動があれば参加すると回答している割合は96.2%にも達しており、「ワイン・自然感興型」と「継続参

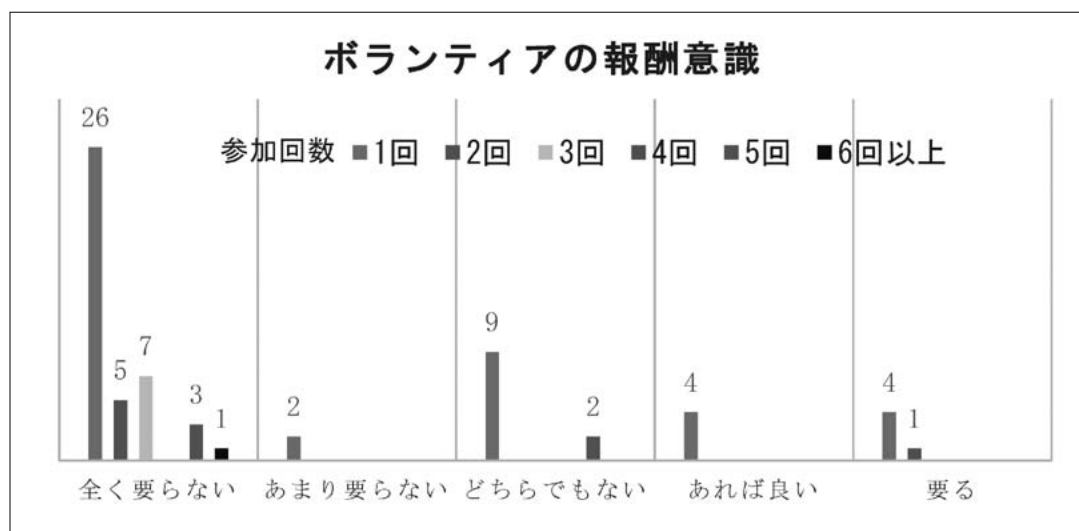


図2 作業ボランティアの参加回数と報酬

加型」の双方とも参加者の満足度は高いと推察される。

次に、図2に示すように作業ボランティアにかかわる報酬についても、参加回数やタイプによらず68.7%の参加者が報酬を「全く必要ない」「あまり必要ない」と回答している。また、今後行いたい作業に関しては、ブドウの収穫（59.3%）とワイン醸造（54.6%）に次いで、イベントの開催（48.4%）が続いており、ボランティア参加者が作業を通じて、新たな参加者の勧誘や新たな新規イベントの創出の動機づけが行われていると考えられる。

3.4. 「ワイン・自然感興型」ボランティアの展開

大阪府は2013年時点において全国7位のブドウ栽培面積416 haを有し、特にデラウェアは全国3位の栽培面積を誇り、全国に出荷されている。しかし、農業者の高齢化による担い手不足と農産物価格の低迷などの要因が重なり、2007年から2016年までに約15%栽培面積が減少している。カタシモワイナリーでのボランティア活動は、当初は体験園場での活動が中心であったが、徐々に範囲を拡げ、耕作放棄地となっている元ブドウ園の再生にも力を発揮している。「自らが栽培したブドウで醸造するワインを飲むのが楽しく、ボランティアを続けている」という「継続参加型」のボランティアが半数を占める一方、1回限りで初めての参加のボランティアが半数を占めており、ボランティアの再生産が常に行われている。

ることは評価すべき点である。

カタシモワイナリーの「ワイン・自然感興型」ボランティアが継続している要因として、ボランティアが報酬以上の価値を、ボランティア自身が作業に見出していることが最も大きい。ボランティアとしてブドウ畑での作業や周辺の散策を行う中で、ワイナリーの資源と地域資源とを組み合わせた観光ツアーの提案や、ブドウ畑でのBBQの開催などボランティアが自身の職種を生かした新たな活動の場を見出していることが、15年にも及ぶ耕作放棄地再生事業の継続性に繋がっているといえる。

一般的に、ワインツーリズムの方向性として、2つの方向性が考えられる。第1の方向性は地域資源との関連でツーリズム事業を展開する方向である。地域内に存在する歴史資源や文化資源を利活用し、ワイナリーを核として「ワイン産地」としての地域をアピールする方向である。第2の方向性は、ワイナリー資源を利用して、ワイン消費者へワイン文化やワイナリーをアピールする、ワインアトラクションとしての方向性である。カタシモワイナリーの場合、「大阪河内」というワイン産地に存在する多様な資源を基に前者のワインツーリズムを行ってきたが、近年後者の方向性も組み合わせた複合型ワインツーリズムを実践しており、その実践のためにも食や自然に興味・関心が深い「ワイン・自然感興型」ボランティアの確保を継続することは経営面からも必要不可欠である。

3-5. 「継続参加型」ボランティアの継続要因と課題

図3は「継続参加型」ボランティアの当初の参加動機と継続要因について、その変容を示したものである。継続的に参加しているボランティアの当初の参加動機は、先に示した通り「上司の誘いなどの人間関係」「大阪のブドウ・ワインへの興味」「自然で

の作業の興味」の3パターンがある。第1に、「上司の誘いなどの人間関係」でボランティアに参加したものは、作業を通じて次第にブドウ栽培やワイン醸造に興味を持つとともに、他の組織のメンバーと交流できることが継続要因となっている。このことから、カタシモワイナリーが行う様々なボランティア

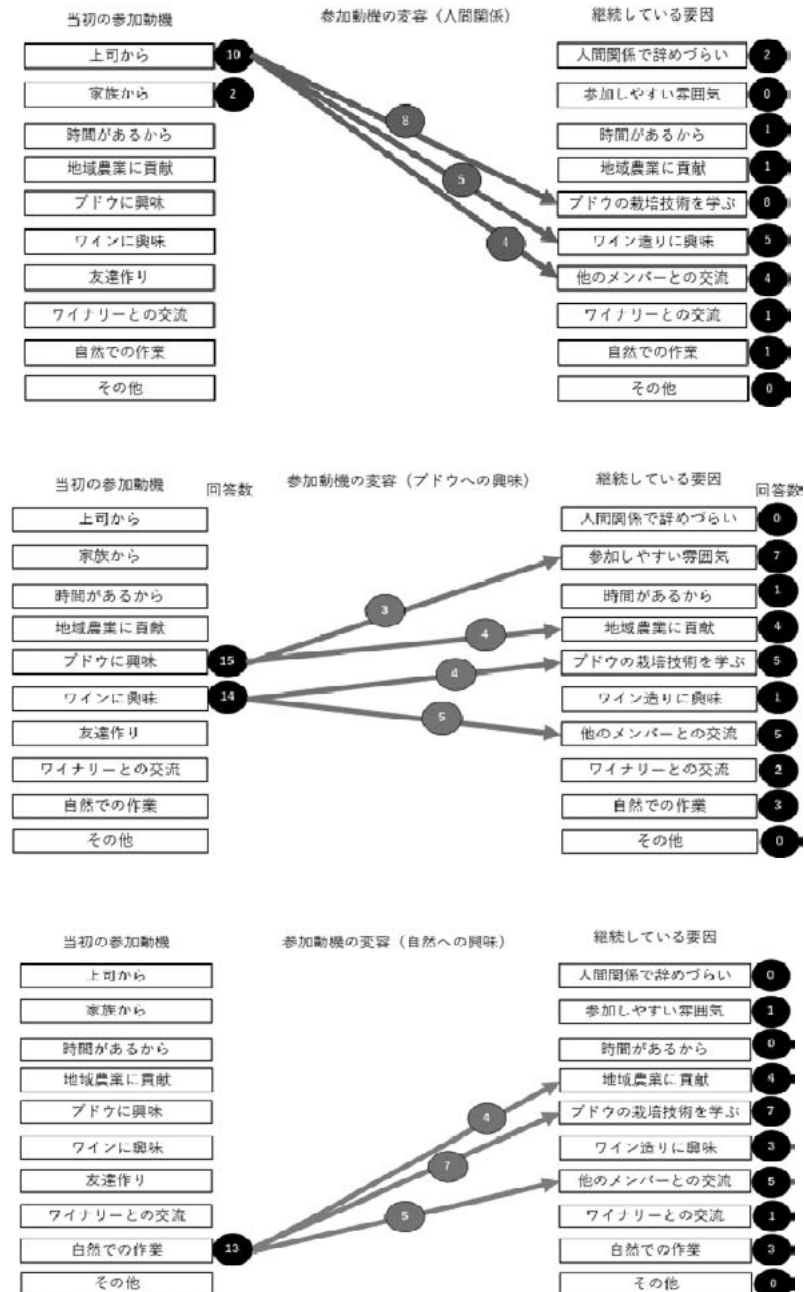


図3 ボランティアへの参加動機の変容

注：図中の矢印は変容の主要なルートを示している。

同士がブドウ棚の下で昼食をともにするなどの取り組みは、今後もボランティア確保の上で重要となると考えられる。

第2に、「大阪のブドウ・ワインへの興味」からボランティアに参加したものは、ブドウの栽培技術を学ぶことに加え、地域農業の維持に貢献できていることが継続要因となっている。このことは、カタシモワイナリーが作業時に行うブドウ栽培の現状に対する説明が参加者の共感を得ていることを示している。一方、現在は圃場で常にボランティアと作業をするスタッフがいないことがアンケートで指摘されており、今後はボランティア内部に技術指導を行うリーダーを育成するなどの仕組みづくりが課題としてあげられる。

第3に、「自然での作業の興味」でボランティアに参加したものは、ブドウの栽培技術を向上できることに加え、他の組織のメンバーと交流できることが継続要因となっている。特に、普段からアウトドア活動に親しむ人にとって、自らが管理作業を行った圃場・樹体と、管理作業を実施していない圃場・樹体との比較を視覚的に体感できることは、自らの行動の達成感を得る格好の機会となっており、地域農業の維持に貢献しているという点も更なる達成感の獲得につながっている。一方、このグループの属性は30代が多く、小さな子どもと一緒に活動に参加しにくいという指摘もあり、参加しているボランティアの子ども同士が参加できるイベント・作業の実施や、施設の整備が課題としてあげられる。

4. 学術的含意

事例で展開されている各事業は、カタシモワイナリーの支援の下、その多くは有志組織が中心となって運営されてきている。しかし、これら事業の持続性に関しては、まだ緒についたところと言え今後の展開に注視していく必要がある。特に、各任意組織・事業体に関する統治と経営についてはその変遷も含め今後の検討課題となろう。その上で、現時点での考察を踏まえれば、各事業の担い手が当初のワインツーリズムへの参加を契機に、地域に存在するある種の「価値」を認識し、その「価値」のさらなる形成と可能性の追及を目指して事業化に進んだといえる。これは消費者側からの地域へのフィードバックとして捉えることができよう。

そこには、下段の図4で示したような①「自然の恵み」（自然的立地要因）、②「ブドウ・ワイナリー経営」、③「ワイナリー協会・その他地域関連主体」、④「公的機関」、⑤「消費者」の各要素が織りなす産地再生・再編メカニズムが潜在的に働いているといえる。そして、その「価値」が純粹にビジネス的なものか、組織・会社を含む自己実現的（「余暇」も含む）なものか、あるいは地域活性化主導的なものかにより、それぞれの事業体の持続可能な条件が相違すると考えられる。さらに、これらの各事業が新たなツーリズム資源を生み出す効果も期待でき、さらなる事業の広がりを可能にするとも考えられる。

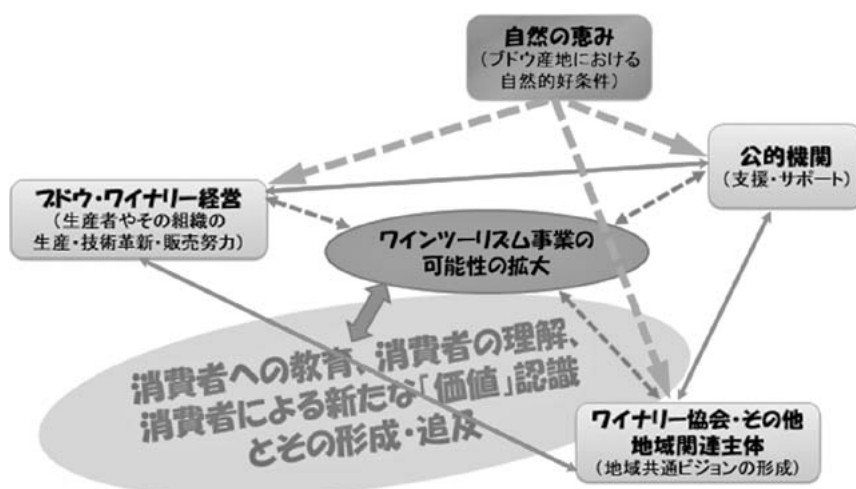


図4 ツーリズムによる産地の再生・再編メカニズム

5. まとめ

ブドウとブドウ畑，そしてワインがある風景を基盤としたワインツーリズム事業により，ブドウ産地が都会を含む他地域から多くの関心を集め，それらの共生・対流の結果としてブドウ畑の再生・再編やその担い手の育成・確保が多様な形態を持ちつつ果たされる．そして，その事業の持続と展開の結果として地域のブドウ畑を中心とした農業生産資源が次世代に健全な状態で継承されることにつながるかを検証することは，わが国において六次産業化が進む他の農産物産地の活性化と地域の農業生産資源の保全・継承にも資すると考えられる．

参考文献

- Alsos GA and Carter S. 2006. Multiple business ownership in the Norwegian farm sector: Resource transfer and performance consequences. *Journal of Rural Studies* **22**: 313–322.
- Carter S. 1998. Portfolio entrepreneurship in the farm sector: indigenous growth in rural areas? *Entrepreneurship & Regional Development* **10**(1): 17–32.
- Charters S. and Ali-Knight J. 2002. Who is the wine tourist? *Tourism Management* **23**: 311–319.
- Kirzner IM. 1997. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature* **35**: 60–85.
- 佐藤充克. 2019. 日本のブドウ・ワイン産業の全体像－栽培から醸造・販売まで. 農業と経済：85–4. 昭和堂.