



ミニ特集企画にあたって

北海道武蔵女子短期大学 准教授 松本 靖

この度、平成十八年八月に開催した、日韓農業シンポジウム・富良野フォーラムの記録を掲載させていただくことになりました。日韓農業シンポジウムと富良野フォーラム、そして北海道地域農業研究所との関係について、説明させていただきます。

日韓農業シンポジウムが始まったのは、平成六年のことです。第一回シンポジウムは

「ポスト・ウルグアイラウンドにおける日韓酪農業の展開方向」をテーマに、北海道農業研究会と韓国の江原大学校畜産大学（現江原大学校動物資源科学大学）の共催で、札幌市で行われました。翌七年には韓国江原道春川市で、第二回シンポジウムが「開放化・地方化時代に対応する地域農業の活性化戦略」をテーマに開催しました。以来、日本、韓国で交互に開催が続けています。

日韓シンポジウムには二つの目的があります。一つめは、グローバル化の中で、東アジア農業に共通する農業問題とその解決方向を探るというものです。農業問題が日韓FTA交渉の焦点の一つであるように、日韓の農業には競争関係という側面があります。しかし、より視野を広げてみれば、稲作農業を基盤とする共通する農業構造を持ち、農産物輸出国から市場開放を迫られているという共通点が

あります。その共通点に立つて、相互理解と連携の道を探ることにしたのです。

二つめの目的は、第二回のテーマにあるように、韓国における地域農業研究の推進です。当時、韓国では実態調査に根ざした地域農業研究は、ほとんど手つかずの状態でした。江原大学校には、北大農学部など、日本に留学していた教員が多数在籍しています。彼らは日本での留学経験から、地域に応じた農業振興の必要性を感じていました。日本側主催者の北海道農業研究会は、実態調査を基盤とした実証主義に立つて、北海道農業を研究し北海道農業の発展に寄与することを目的とする研究会です。日本側の経験を交流すること、韓国の地域農業振興を進めようという考えがありました。

北海道地域農業研究所には、設立以来、日本開催の後援をお願いしてきました。地域農業振興を目的とする、研究所の存在は韓国の地域農業研究に大いに刺激を与えました。北海道地域農業研究所をモデルに、江原道の農業団体、行政、大学をメンバーとする産官学連携組織として、江原道農漁村研究所が設立されたのです。

シンポジウムは昨年で十三回目を数えました。昨年の第十三回日韓農業シンポジウムは「日韓における農村開発の新展開」をテーマに、平成十八年八月二四日から二六日まで開催されました。二四日に札幌市でシンポジウムを行った後、二五日に富良野・美瑛地域の視察をし、二六日に富良野フォーラムを開催しました。

富良野フォーラムは

北大農学部と富良野市の交流協定記念として行われたものです。平成十七年十二月に北大農学研究院と富良野市は、農学関連技術の発展、農村資源の活用、地域の持続的発展、人材交流と人材育成、生涯学習などの包括連携協定を結びました。この大学と地域の新たな連携のあり方を模索する取り組みの一貫として、フォーラムを実施しました。フォーラムでは、地域に即した具体的な討論を行うために、全国有数の観光地である富良野の特性を踏まえ、観光開発のあり方をテーマにしています。

今年の日韓農業シンポジウムは、八月に韓国で開催する予定です。



日韓農業シンポジウム ・富良野フォーラムの記録

第1報告 農村観光の形態と自然環境の重要度検証

江原大学校農業資源経済学科 教授 申 孝重

はじめに

農産物市場の開放化と共に、農業と農村には危機意識が高まってきており、これを打開するための多様な政策が樹立されています。

その中の一つが農村観光です。

農村観光とは農業に関連する観光を含めて農村地域で行われるすべての観光を指しております。すなわち、農村に存在している多様な資源を利用することや生産される産物を利用して農村から観光の形態として形成されたものを農村観光と定義します。その中の代表



的な形態が「地域の祭り」であります。

最近、それぞれの地方自治体は地域経済を活性化させるための方法の一環として地域文化を特性化して地域のアイデンティティを確立し、これを通じて観光客を誘致するなど「地域の祭り」の観光商品化のための取り組みを活発に展開しています。多様な「地域の祭り」は地域が持っている景観と特産物を活かし、テーマのある観光商品として発展する原動力となる可能性を持っています。

経済発展による所得増大と週休二日制の実現による余暇時間の拡

大が観光需要を牽引しています。祭りや文化行事を通じて外部観光客を地域に誘引することで観光収入を拡大させようとする自治体の希望が各種文化行事の供給（開催）を保証しており、結果として、需要と供給の双方の要因が地域祭り市場に存在しているというわけです。

全国的に各地域の代表的な特産物や地域のイメージなどを考慮する多様な祭りが存在する中で、どのような形態の「地域の祭り」が地域の農業関連経済にプラスの影響を与えているかは今後の「地域の祭り」関連政策樹立にあたって重要な指標になると考えられます。祭りが自治体別で盛んに行われている現実において、「地域の祭り」がどの位の経済的効果を持っているのかを調べることは、祭り開催に投入される莫大な費用を考慮する場合に大きな意味があると考えられます。

「地域の祭り」によって、その地域にもたらされる経済的、社会的な効用が大きいことから、祭りの重要性がより大きくなっており、これに対する正確な分析と評価に関する研究が必要となっています。したがって、本研究は江原道の華川で開催されている地域特産物と自然環境を目玉とした「地域の祭り」を主題にしています。二つの「地域祭り」への訪問者を対象にして、主題別満足度による地域特産物に対する購入意向と購入意思額を比較分析して、地域祭りに対する満足度向上と地域特産物需要増大のための経済的指標を提供す

るのが目的であります。

具体的には、華川郡の「水（河川）」に関する観光を関連主題とする祭り（丸木船祭り）と地域特産物が主題である「トマト祭り」の訪問者を対象として、任意標本によるアンケート調査を実施しました。アンケート調査を実施するにあたっては、地域の自然概況及び特産農産物をより正確に把握するために、既存統計資料の分析と検証を行い、これらをもとにアンケートを作成して祭りの期間中に配布し、同時に現場でのインタビュー調査も実施しました。

分析の方法は、潜在需要層の形態および選好度、経済性の分析を実施するために顕示選好理論にもとづいた旅行費用平価法（Travel Cost Method、TCM）を基礎としながら、地域特産農産物購入意向額数（WTP）を追加したものです。

アンケート内容は大別すると四つに区分され、第一に華川を訪問するようになった動機及び華川に対するイメージと訪問満足度、第二に、項目別で詳細に費用を記述させ詳細算出を可能にして旅行費用を導出すること、第三には、購入意向、購入動機、購入品目を調査して華川特産物に対する訪問者の意識及び選好度の調査をしました。第四に、訪問者の一般的なフェイス事項である性別、所得水準、年齢、学歴などとなっています。

1 地域特産物需要の実態分析

訪問者の社会経済的な性格

ソウル首都圏地域からの訪問者の割合は、「丸木船祭り」で六三・八%、「トマト祭り」では六五・六%と非常に高い割合を示しています。華川を訪問した動機は、祭り及び関連プログラムに最も高く現れていますが、「丸木船祭り」の場合四一・二%、「トマト祭り」は五〇・二%の割合を示しています。また、華川の自然環境及び景観による訪問動機も、それぞれ二四・三三%、三一・二%となっています。

華川の自然環境に対する満足度をみた場合、二つの祭りの訪問者は皆良い評価を示しています。「丸木船祭り」訪問者の満足度が「トマト祭り」訪問者よりその数値は少し高く現われています（表1）。祭りに対する満足度は、自然環境満足度に比べてやや低くなっていますが、絶対値としてはかなり高い水準です。ところが、二つの祭りが同じ時期に開催されることから、「丸木船祭り」参加者の満足度が、「トマト祭り」参加者の満足度より高くなっていることは注目されます。

次に年齢層をみてみますと、「丸木船祭り」の場合、全体訪問者

表1 祭り 訪問者の満足度

単位: %

評 価		丸木船 祭 り	ト マ ト 祭 り
自然環境 満 足 度	非常に良い	75.2	71.9
	少し 良い	19.1	19.0
	普通	5.5	8.0
	評価(5 点満点)	4.7	4.6
祭 り の 満 足 度	非常に良い	58.7	50.3
	少し 良い	29.6	28.7
	普通	10.1	18.0
	評価(5 点満点)	4.5	4.3

表2 訪問者の年齢階層

単位: %

年齢階層	丸木船 祭 り	トマト 祭 り
20才代	11.8	11.4
30才代	53.3	59.9
40才代	25.4	24.5
その他	9.5	4.2

の七八・七%、「トマト祭り」は八四・四%が三〇～四〇代の訪問者で、一般的に幼い子供がいる年齢層で大部分が占められている(表2)。家族を伴った割合が、「丸木船祭り」の場合六一・四%、「トマト祭り」では六四・一%となっており、二つの祭りとも家族連れを中心に参加していることを分かります。

祭り訪問者の教育水準を見ると、高校卒業以上が「丸木船祭り」で全体の九六・二%、「トマト祭り」では九七・六%で、大部分の訪問者の教育水準が高いことがうかがえます。

一般的に教育水準と高い相関関係を持つている年平均所得をみた場合、「トマト祭り」参加者の年平均所得は四、一五〇万ウォン、「丸木船祭り」は三、八三五万ウォンとなっています。このことから主に中産階級が多く参加する祭りであることが推測されます(表3)。

しかし、祭り訪問者が華川訪問のために用意した予算は、「丸木船祭り」の場合一人当たり約三一・四千ウォン、「トマト祭り」は四三・八千ウォンとなっていますが、実際に掛かった費用は前者の場合二五・〇千ウォン、後者の場合は二八・六千ウォンとなっています(表4)。

一方、祭り訪問の時、不便に感じたり、改善を要する事項として、二つの祭りともに駐車場問題が一番高く現われています。次に食事、宿泊、移動手段および衛生問題なども挙げられています。しかし、華川を再び訪れたいと希望する割合は、「丸木船祭り」で九七・六%、「トマト祭り」では九五・八%と高くなっています。

地域特産物の購入傾向

つぎに訪問者が地域特産物を購入したか、または購入する意向あったかどうかを質問してみました。その結果、「丸木船祭り」と「トマト祭り」での反応は反対に現われました(表5)。

「トマト祭」は、地域特産物を素材にした祭りのため、高い購入

表3 訪問者の所得階層

単位: %

所得階層	丸木船祭り	トマト祭り
1,000～3,000万ウォン	38.6	34.1
3,000～5,000万ウォン	42.6	44.3
平均所得(万ウォン)	3,835	4,150

表4 一人当たり予算と費用

単位: ウォン

	丸木船祭り	トマト祭り
予算(A)	31,366	43,832
支出(B)	24,974	28,585
差(A-B)	6,392	15,247

表5 地域特産物の購入意向

単位: %

購入意向	丸木船祭り	トマト祭り
あり	37.3	70.1
なし	62.7	29.9

意向が示され、「丸木船祭り」は、地域の代表的な自然環境を素材にした祭りであることから、訪問者の祭りへの参加意図の違いを反映した結果が出てきました。また、購入を希望する特産物の生産方式(農法)としては、両祭り共に、有機農法、自然農法や無農薬・無肥料栽培に関心があり、それらの農法を好む割合は九五%以上となっています。

平均購入の予算をどのように考えているかみてみました。「丸木船祭り」の場合、「一〇、〇〇〇～三〇、〇〇〇万ウォン未満」が

一〇、〇%、「三〇、〇〇〇～五〇、〇〇〇万ウォン未満」が九・三%、「二〇、〇〇〇ウォン以下」が五・四%、「五〇、〇〇〇～一〇〇、〇〇〇ウォン」が四・三%の順序でした。そして「購入予算がない」が六九・二%でした。購入意向がある回答者の中で三四・七%が購入予定金額がないことが注目されます。「トマト祭り」の訪問客の場合、平均購入(予定)金額は約一七、二四六ウォン(二〇〇〇年度基準)となり、これを他の地域の特産物関連祭り(例えば利川の陶磁器祭り)の二一、七三九ウォン(二〇〇〇年度基準)と比べると約四、五〇〇ウォン下回っており、生鮮品で貯蔵性が低く絶対的に低い価格にある華川のトマトが、全国的に知名度がある他の地域の製造分野の特産物より「祭り」を通じて競争力を持っていることが分かりました。

特産物の購入意向がない理由は、二つの祭り共に「地域特産物に対する情報の不在・不足」があげられています。これは祭り訪問者を対象にした地域特産物に対する広報がよくできていないためと考えられます。その次は、他の地域特産物との差がないから購入する意向がないという回答です。

一方、華川の地域特産物を「今後の購入する意思金額」を質問した結果、「丸木船祭り」訪問者の場合、毎月「一〇、〇〇〇～三〇、〇〇〇万ウォン未満程度」に購入する意向のある回答者が三六・五%占めていました。また「三〇、〇〇〇～五〇、〇〇〇万ウォン未

満」と「五〇、〇〇〇ウォン以上」がそれぞれ三〇・八％、二〇・一％となっています。「トマト祭り」訪問者の場合は、「一〇、〇〇〇～三〇、〇〇〇ウォン未満」が四四・九％を占めています。また「三〇、〇〇〇～五〇、〇〇〇ウォン未満」が二六・三％、「五〇、〇〇〇ウォン以上」が十二・六％となっております。

2 推定結果

つぎに地域特産物の購入行動を調べるために地域特産物の購入意向金額を従属変数にした需要曲線を導出し、主要変数との関係を推定した後、地域特産物販売の目標値を算出して、TCMを利用して算出した華川からの実際に支出した費用と主要変数との弾力性を導出して地域の自然環境と祭りの満足度による関係を分析しました。

地域特産物購入行動推定結果

「丸木船祭り」の場合、改善事項の要望が多いほど、華川の特産物の購入意向金額が低い傾向をみせていることがわかりました。「トマト祭り」の場合は、改善事項の要望が多く、所得が高いほど、華川の農産物の購入意向金額は低いことを示しています。

一方、祭りによって実際に地域の特産物を購入した費用と、今後の購入する金額とは差があることが現われています（表6）。すな

表6 地域特産物の実際購入額と購入意向額

単位：ウォン

	トマト祭り	丸木船祭り
地域特産物の実際購入額	6,006.1	2,704.6
今後の購入意向額	15,900.8	18,415.7

わち、実際に支出した金額は、「トマト祭り」と「丸木船祭り」を比較すると、約二・二倍の差が出ています。また、今後の購入意向額は「トマト祭り」が「丸木船祭り」より少なくなっています。これは「トマト祭り」の場合、地域特産物をテーマにした祭りのため、現場での支出が相対的に高く発生したことを示しています。自然環境をテーマにした「丸木船祭り」訪問者の地域特産物に対する購入意向金額が非常に高く競争力を持つていることを示しています。華川の美しい自然環境のイメージと連携させたことが「トマト祭り」より高く現われた要因と考えられます。

つぎに華川の自然環境満足度と訪問満足度について、華川農産物購入意向曲線を用いてみましょう。「トマト祭り」の場合は、平均購入意向金額（一五、九〇〇・八ウォン）を代入した場合、算出された満足度は三〇・三となります。しかし、標本の平均自然環境満足度（四・六）と平均華川訪問満足度（四・三）を代入した場合の購入意向金額は、それぞれ二一、八六七ウォンと八、〇四一ウォンとなっています。一方、実際に支出した一人当りの華川特産物の購入金額は、平均六、〇〇六・一ウォンとなつ

ていますが、これは前に導出された訪問満足度の三・〇三によって算出された六、一一二ウオンとほとんど類似した数値であります。したがって、平均訪問満足度（四・三）と平均自然環境満足度（四・六）の需要曲線による平均一人当りの購入意向金額である二〇、九〇〇ウオン（二一、八六七ウオンは、地域の農業関係者が目標にしなければならぬ数値だと言えます）。

しかし、「丸木船祭り」の場合は、トマト祭りの場合とは違う結果が導出されました。平均自然環境満足度（四・七）を考慮した場合の購入意向金額は、四、二四八・二ウオンと算出されて、平均購入意向金額である一八、四一五・七ウオンとは、大きな差（約一四、四六七ウオン）を見せています。また、逆に平均自然環境満足度（四・七）を考慮した場合の満足度指数は八一九・四となり、満足度最高点数である五点の範囲を大幅に離れて理論的に説明するには不可能となります。これは現実的に平均自然環境満足度と平均購入意向金額が存在するため、二つの解釈ができるからだと考えられます。

解釈の一つは、華川の自然環境の与える満足度が、アンケートで設定した満足度の範囲を大幅に超える位の満足度を示していることです。一四、一六七ウオンの差は、広義の利用価値であり、同時に保全価値である選択価値（option value）の概念として解釈することができま

して、その差額を一種の保険料（risk premium）で支払う意向があることを示していると解釈できます。もう一つの解釈は、モデル推定のミスも想定できますが、統計的な指標に問題点がないため、他の形態の推定方法やモデルの適用も検討すべきかもしれません。

弾力性の推定値の比較

つぎに弾力性の推定値の比較をしてみましょう。旅行費用モデルを利用してテーマ別に祭り訪問者たちが華川で実際に支出した旅行費用（THC）と主要変数の間の弾力性の推定値を比べた結果を表7に示しました。

THCとの弾力性の推定値は、二つの祭りで自然環境満足度（弾力的）と改善事項項目数変数（非弾力的）が同じ傾向を見せていることです。残りの変数は、反対の傾向を見せています。特に、祭り満足度変数の場合、THCに対して「トマト祭り」では非常に弾力的であり、「丸木船祭り」では非弾力的となっています。これは「トマト祭り」が自然環境を対象にしたのではなく、特定農産物を対象にした祭りであることに起因しており、祭りに対する満足度が華川を訪問する旅行費用を増加させることに非常に大きな役割を果たしていると解釈することができます。

地域特産物の購入意向金額（WTP）と主要変数の間の弾力性を分析してみると、特定農産物を対象にした「トマト祭り」の場合

表7 旅行費用に対する弾力性の推定値

	トマト祭り	丸木船祭り
華川自然環境に対する満足度	3.0	1.3
祭りの満足度	2.0	-0.4
改善事項の個数	0.1	0.0
アンケート 応答者の年齢	5.2	0.5
教育程度	4.7	-0.0

表8 地域特産物の購入意向金額に対する弾力性の推定値

	トマト祭り	丸木船祭り
華川自然環境に対する満足度	0.6	2.0
祭りの満足度	0.5	0.4
改善事項の個数	0.0	0.0
アンケート 応答者の年齢(年)	3.2	1.6
教育程度(年)	-1.7	0.3

は満足度変数との関係は非弾力的となっていますが、「丸木船祭り」の場合は自然環境満足度変数に対してはもつと弾力的となっています(表8)。

これはTHC場合と同じで、「丸木船祭り」は地域の自然環境をテーマにしたので、祭りの満足度とは関係なしに自然環境の良、不良によって、地域農産物を購入する度合いに大きな差異があることを意味しています。すなわち、祭りに参加する訪問者が、自然環境

が良いと評価する場合は、地域特産物を購入しようとする傾向は高くなるはずだと言えます。一方、改善項目数の変数はTHC場合と同じように、非常に非弾力的に現われて地域特産物購入と祭りでの不便及び改善事項は関係が非常に微弱であると解釈することができます。

結論として自然環境をテーマにした「丸木船祭り」の場合は、自然環境に対する満足度変数がTHCとWTP双方に対して弾力的となること。一方、地域特産物をテーマにした「トマト祭り」の場合は、祭り満足度変数がTHCに対しては弾力的ではないが、WTPに対しては非弾力的なことが分かりました。したがって、地域特産物を購入する性向は、祭りが持つ性格によって大きな影響を受けると考えられるのです。

3 結 論

以上で見ましたように、祭りの性格により地域特産物に対する購入意思は確実に差があることが明らかになりました。すなわち、地域特産物をテーマにした場合、訪問者は祭り現場での購入額が高くなっていますが、今後の購入意思は低いことが示されました。一方、地域の自然環境イメージをテーマにした場合、訪問者はその反対の傾向を持っているのです。言い換えれば、祭りへの参加とは関わり

ずに消費者が好む方式で地域特産物を生産すると購入する意思を持つ訪問者の平均購入意思金額は、「丸木船祭り」訪問者が「トマト祭り」訪問者より高くなっています。

「丸木船祭り」の場合、参加目的は自然環境を楽しむことでも、地域特産物に対するネーム・バリューが高まることにつながることを意味すると考えられます。「トマト祭り」の場合は、地域特産物が主になるので、相対的に自然環境を楽しんで満足感を感じることができる機会が少なく、その反対の結果になったと考えられます。

満足度による地域特産物需要曲線を通じて現われた結果と、旅行費用モデルを通じて現われた結果を比べると、共に導き出されたことは、地域自然環境に対する満足度が地域特産物購入金額及び今後の購入意向額、そして旅行費用を増加させる最大の要因であることです。

このことは多様な形態の農村観光を通じて自然環境を保全するということが、農村地域の持続可能な発展をさせることのできる政策的代案になることを意味しています。したがって、地域の祭りを通じて地域特産物に対する需要を増加させることで、地域発展を図ろうとするならば、祭りと農産物関連政策には、自然環境の質が必ず反映されなければならない、統合的な農村発展政策として考えなければならぬことを意味しております。

どうもご静聴ありがとうございました。



特別報告 富良野市をモデルとした韓国安城市の地域づくり

大韓民国 国立韓京大学校 総長 崔 一信



はじめに

今日のテーマは農村の環境を活かした話です。私共の大学の名前を日本語で言うと韓京（かんきょう）と言います。総長になって大学をどのような方向に持っていこうかと考えた時に農業環境について考えていこうと思いました。偶然にも大学名（韓京）を日本語で読むと「環境」となりました。

まず大学の紹介をしましょう。韓京大学には、現在七、〇〇〇人の学生がおります。一九三九年に農業大学として創設されました。現在では三学部二九学科あります。大学はソウル首都圏の南に七〇kmの所に位置しています。周辺地域は農業地帯で、主要作物はコメ（水稲）、ぶどう生産、韓牛飼養などです。

1 富良野をモデルとした地域づくり

安城市の地域づくり事業の参考として何故、富良野をモデルにしたか、その背景を申ししましょう。私は一九八二年から一九九四年まで北海道に留学し勉強をしていました。留学中に富良野の話は聞いたことがありますが、一度も訪れたことはありませんでした。それは富良野以外に綺麗な風景のところが沢山あったためと言うことでもあります、ただ訪れる機会がなかったということが本当のところですよ。

しかし、今から八年前ぐらいに富良野市で酪農を営んでいる三好さんと出会う機会があり、その後交流を持ち始めたこときっかけとなり何度も富良野に訪れるようになりました。初めて富良野を訪れた時の第一印象は、「美しいところだ」と思い、その美しさを多くの方々に見せたくて、その後毎年のように大学における社会教育の一環で韓国の農村婦人を連れてきており、この企画はもう既に六、七年も続いております。

訪れる度に、富良野のような街づくりを韓国でも実施してみたいと思うようになりました。そのような背景から韓京大学総長になった現在、大学の新しい事業を行うにあたり、「環境にやさしい街づくり」を行ってみたいと考えるようになったのです。

2 事業の概要

この事業の背景としては、以下のようなことがあげられます。①一次産業としての農業の成長に限界、②地域発展の新たな成長動力（誘因）の必要性、③社会と経済発展に伴う「Well Being」需要の増加というものがああります。

この中で「成長動力（誘因）」という言葉は、現在IT関係など先端産業の技術が成長を牽引している、ということにあてはまります。人間の生活水準を高めるために、このような牽引する産業が重要であると考えます。それからもう一つは韓国全体の生活水準が高まったことで「Well Being」という考え方が持たれ始めています。その結果、高価格でも安全で安心な農産物が求められるようになります。従来の韓国農業における「生産する」だけから「付加価値を高める農業」へ転換しようと考えられるようになります、富良野市の取り組みが大いに参考となっています。

3 事業の目的

つぎに事業の目的として、以下のようなことがあげられます。まず「生命産業としての新たな農業体系の構築」です。これは、農畜

産物の流通体系を原料生産・出荷型から加工・販売型に移行させ、付加価値を高めた特産品を創出し、新しい農業のあり方を提案することです。

そして「学、官、民のクラスターによる地域開発体系の構築」であります。地域農業の発展モデルの体系化に相互協力し、環境保全と地場資源を利用した未来型農業モデルを構築することです。

最後に「農村観光の活性化による地域農産物の付加価値の創出」があります。新たな農村観光産業の基盤を造成し、地場産の特産品の流通と販売量の拡大を目指すことです。このような目的は、富良野市を見ると当たり前のようですが、韓国においては現状のままでは相当に困難で、実現のためには高い社会レベルとノウハウが必要であると思います。

また大学における問題もあります。日本と同様に韓国の大学でも法人化が検討されており、今後の大学のあり方をどのようにしていくかということも考えていかなければなりません。つまり、大学が社会に認められるような仕事をしなければならないということです。そのためには大学が街づくりに関わっていくべきと考えています。もちろん街づくりは、行政などが主体となつて行うべきなのでしょうが、大学がその中心となつて行うことがこの事業の重要なところ

です。

ところで富良野に目を転じてみますと、一年間に富良野市に訪れ

る観光客が二〇〇万人であると聞いております。その中で、ラベンダー畑で有名な富田ファームにおいて得られる年間観光収益は八〇億円ほどあるそうです。富良野市の人口は二万五千人いますが、安城市の人口は一六万人です。隣の市が三六万人で、さらに隣の市は七〇万人もいます。さらに首都圏には二、〇〇〇万人の人口が集中しております。このように比較してみますとこれだけ多くの人口が集中しているところで、富良野のような街づくりをしないでおくことは問題です。

昨年韓国においても週休二日制が実施されております。現在、週末の金曜日にソウルへ出かけようとしたら最低でも三時間はかかります。渋滞を引き起こしてもソウルの街へ遊びに行く人が増えております。また土曜日にはどこかに出かけなくてはならないというような生活スタイルも定着しつつあります。

このような人口、地理的条件や生活スタイルの変化が起こっていることから、富良野市のように二〇〇万人の観光客を呼びよせることは容易で、安城市ではそれ以上の観光客を呼び寄せることができるのではないかと考えております。

4 「親環境」的な地域特性

また、これらの背景の他、事業の要件として次のようなことがあ

げられます。安城市の「親環境」的な地域特性を活用することです。例えば、ソウル首都圏に位置しており農村景観や地場資源の豊富な地域であることです。さらに現存する安城市の農産業基盤を利用することもあります。これは畜産、果樹など国内で優秀なブランドを有している先進的な農業地域であるからです。また農村観光の対象地域としての地理的有利性を有していることもあげられます。ソウル首都圏のメリットを活かした多様な市場確保の可能性を持っていることもあります。さらに安城市の多様な文化資源を活用することがあげられます。

具体的には、安城マチュム、ナムサダン、太平踊など伝統文化の宝庫な地域であることもあげられるでしょう。

5 事業おける大学のあり方

先ほども申しましたが、大学のあり方で申しますと、大学はこれからもつと活発に社会に貢献するような仕事をしなければならないと考えております。例えば、このような街づくりは大学がするものではないと考える方もまだまだ多くいるかもしれません。そのような中において、行政や民間ができないような部分を大学が行った場合、スムーズに行くかもしれないと考えております。この計画を立てるにあたり、行政や大学の職員などにも話したところ、当初は一

人として理解することができた人はいませんでした。そこでメンバーの10人ぐらいを連れて、「一度富良野を訪れてから話し合いましょう」と言うことになりました。帰国後、彼らは、私以上に街づくりの計画を考えるようになったのです。こういうことを通して

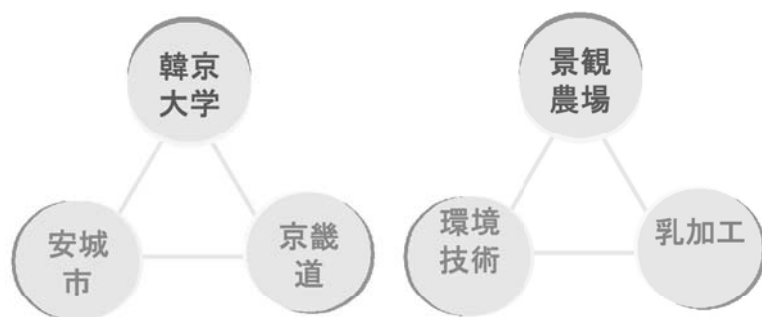


図1 官・学・民によるクラスター構成と親環境農業の連携

「官、学、民」が一緒に仕事ができるのだと考えております。

具体的に事業の基本概念(図1)をまとめると以下のようなになります。①官、学、民によるクラスター構成効果が期待できること、例えば、京畿道からの政策的な財政支援、安城市からの財政及び行政支援や、大学の専門技術及び敷地が活用できることなどです。②親「環境」農業の連携によって事業成果がうみだされること。例えば、農村環境の商品化、首都圏の家族単位の短期滞在型農村観光、地域産特産物の加工と販売によって地域特産品のイメージアップを図ることなどがあげられます。

6 事業の内容

つぎに対象地の概要についてみていきましょう。安城市(図2)は、ソウル首都圏の南に位置しております。大学から7kmほど離れた農場に事業拠点を設置しようと考えております。事業の必要性として、週休二日制による観光客の増加に伴い、地場産農産物を加工出荷型へ移行させ付加価値を高めた特産品を創出することです。また安城市では二〇〇七年に世界軟式テニス選手権大会が開催される予定のため、近くにはスポーツ関連施設群が展開しています。そのような場所では観光名所開発の極めて高いとかがえられます。



図2 安城市の位置

7 農村観光

そのため景観農場の設置が計画されています。ここでは、農村観光に加え多様な手づくり体験工房や手づくり体験実習を行い、地域住民を対象とした体験講座を開催します。また多様な

テーマを構成し、年中利用または随時開催で事業性を付加する予定です。現在、

富良野市やドイツの事例などを参考に考えています。

安城市は観客数動員数一、

〇〇万人を超えた映画の舞台ともなっています(図

3)。



図3 景観農場のコンセプト

8 乳加工プラント建設と畜産分野の競争力確保

もう一つは富良野市でも行われているチーズ加工の体験などでもできる乳加工プラントの建設です(図4)。その目的は、地場生乳加

工であり、畜産分野の競争力を確保することです。農家型小規模乳加工モデルプラントを造成し、それを農家に普及(乳質改善指導↓加工↓地域ブランドの確立)させること。また販売と流通の面では、手づくりの製品や消費者ニーズに応える付加価値の創出を考えています。そのため乳製品加工プラント及び販売施設(ソフトアイスクリーム、ヨーグルト、市乳など)では、新製品開発をし、それを地域特化ブランドとします。他に体験実習(バター、アイス、ソーセージ、ハム作りなど)が考えられています。また市民の生活パターンの変化(週5日制)や、農業への信頼確保という側面にも対応していきたいと考えています。

9 バイオガス生産を通じた環境対策

三つ目としては、安城市で問題となっている畜産糞尿の処理であり、それを解決させる一つの方策としてバイオガスプラントを建設します(図5)。事業の目的としては、バイオガス生産を通して、再生資源(家畜ふん尿、生ゴミ)の親「環境」的な処理と効率的な清浄エネルギー生産の基盤構築が可能となります。現在、家畜ふん尿処理問題及び資源化に対する課題は深刻な状況となっています。首都圏地域の家畜ふん尿発生量はピークに達しています(全国の一四・一%)。



図4 乳加工プラント

環境規制（水質汚染や悪臭）の強化で家畜ふん尿問題が環境課題として急浮上（二〇〇五年二月）しています。再生エネルギーの資源化技術の開発及び実用化の必要性が強くなっています。富良野市における環境衛生センターは大変参考になります。費用的には韓国では考えられない金額ですが、大変参考になります。

今後の推進方向としては、バイオガスの生産量及び電力生産施設導入のため、モデル研究事業を進めていきます。まず本学バイオガスセンターが設立（二〇〇六年三月）され、最適な嫌気性工程及びバイオガス生産システムを構築しています。また、バイオガス生産用 pilot plant の設備試運転やバイオガスによる熱燃料と発電システムの実用化研究事業が進められています。これが地域農畜産業に及ぼす効果として、家畜ふん尿処理問題の解決及びコストダウン効果が期待されているのです。さらに地力増進（土壌改良剤）や有害病原菌や雑草種子が除去された堆肥の有効活用なども期待できるでしょう。安城市の住居環境に及ぼす改善効果として、悪臭発生源の除去で苦情発生の防止、生ゴミなどの有機性廃棄物のリサイクルの推進や環境に優しい安城市のイメージアップへと市民の関心が誘導されることになります。

現在、専門家を交えながら計画は着々と進められており、予算は知事に陳情し三〇億ウォンが計上されています。二〇億ウォンは京畿道が、残りの一〇億ウォンは大学と安城市で負担することになっ

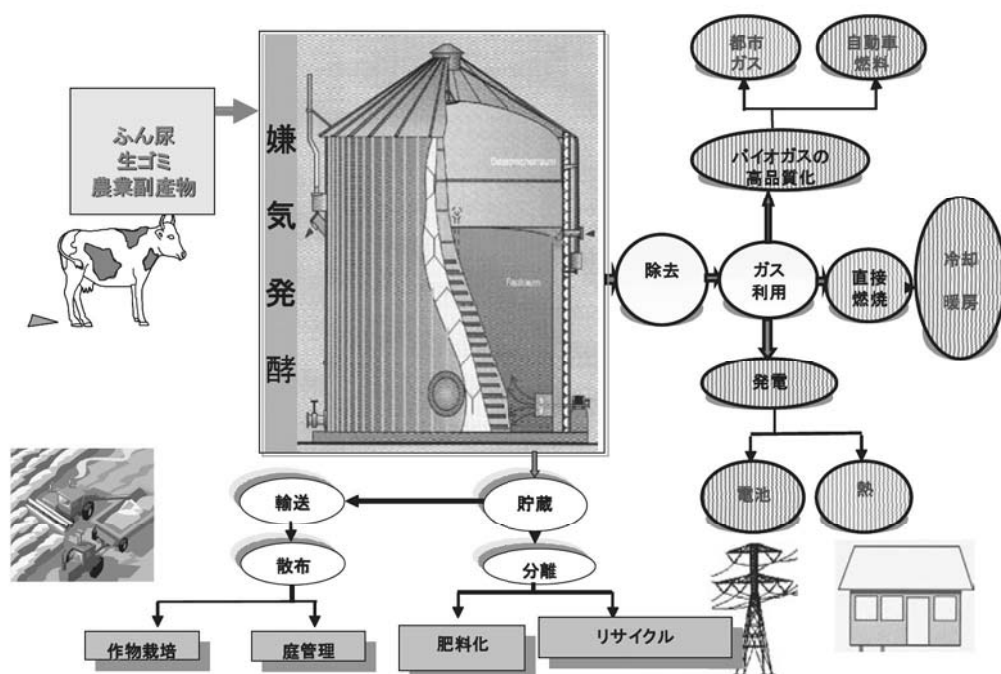


図5 バイオガスプラント

ています。また内訳として、一〇億ウオンはバイオガスプラント建設、残りは景観農場や乳加工プラントの建設に使う計画となっています。

10 結論

この事業の結論としては、官・学・民クラスターの構築により地域の発展をさせていくことが重要です。具体的に事業により期待できる効果として、まず大学では首都圏の特性に対応した現場教育の強化が期待できます。実質的な現場技術の開発や官・学・民クラスターによる相互協力が活性化します。また地場資源を中心とした農産物の付加価値で地域経済の活性化が実現し、具体的には地場産特産品の付加価値をつけ、競争力の強化を図ることができます。そして新たに地域共通の教育と文化産業の育成を図ります。地域教育と文化のイメージアップ、旅行者の増大により直接的・間接的な消費の拡大が見込めますし、さらに新規雇用機会の拡大にもつながっていくことが期待できます。

最後にここで富良野市に提案したいことがあります。富良野の取り組みは、私共のように外部から見るととても素晴らしいと思いますので、これからのキャッチフレーズを「アジアの富良野」で進めていってはいかがでしょうか。ご静聴ありがとうございました。