

商品化する日本の農村空間に関する人文地理学的研究

| | |
|----------|---|
| 著者 | 田林 明 |
| 著者別名 | Tabayashi Akira |
| 発行年 | 2011 |
| その他のタイトル | Human Geographical Study on the Commodification of Rural Spaces in Japan |
| URL | http://hdl.handle.net/2241/114983 |

機関番号：12102

研究種目：基盤研究(A)

研究期間：2007～2010

課題番号：19202027

研究課題名(和文) 商品化する日本の農村空間に関する人文地理学的研究

研究課題名(英文) Human Geographical Study on the Commodification of Rural Spaces in Japan

研究代表者

田林 明 (TABAYASHI AKIRA)

筑波大学・大学院生命環境科学研究科・教授

研究者番号：70092525

研究成果の概要(和文)：日本における農村空間の商品化は、(1)農水産物の供給と、(2)レクリエーション・観光、(3)農村居住、(4)農村景観・環境の維持と社会・文化の評価の4つに類型化できる。平坦地や山地、温暖か寒冷といった自然条件と大都市への近接性が、農村空間の商品化の地域差に大きく作用している。日本の農村で現在おきている様々な現象は、「農村空間の商品化」という視点を導入することによって、かなりの程度理解できる。

研究成果の概要(英文)：There are four types of the commodification of rural spaces in Japan such as (1) supply of agricultural products and marine products, (2) counter urbanization, (3) recreation and tourism, and (4) preservation of rural landscape and rural environment and evaluation of rural society and culture. Regional differences of rural spaces have been defined by natural conditions and accessibility to metropolitan areas. The present condition and the characteristics of rural areas in Japan can be well understood by the viewpoint of the commodification of rural spaces.

交付決定額

(金額単位：円)

| | 直接経費 | 間接経費 | 合計 |
|--------|------------|-----------|------------|
| 2007年度 | 8,500,000 | 2,550,000 | 11,050,000 |
| 2008年度 | 6,800,000 | 2,040,000 | 8,840,000 |
| 2009年度 | 8,000,000 | 2,400,000 | 10,400,000 |
| 2010年度 | 3,700,000 | 1,110,000 | 4,810,000 |
| 年度 | | | |
| 総計 | 27,000,000 | 8,100,000 | 35,100,000 |

研究分野：農村地理学

科研費の分科・細目：人文地理学・人文地理学

キーワード：地域性、景観、集落、生活様式、農村空間、商品化、レクリエーション・観光、地域資源

1. 研究開始当初の背景

1990年代以降の日本では、農業が引き起こす環境問題や農業の担い手不足、米の生産調整政策の強化、輸入農産物との競合、食料自給率の低下、農村自体の弱体化など、様々な農業問題が顕在化してきた。この時期のより重要な構造的変化は、これまで基本的に農業生産の場とみなされてきた農村が、農業生産のみならず、居住やレクリエーション、癒

し、文化的・教育的価値、環境保全など、その他の機能をもつ場として捉えられることが多くなったことである。すなわち、現代の農村空間では、生産空間という性格が相対的に低下し、消費空間という性格が強くなっている。

このような状況のもとで、日本でも持続的農業や環境保全型農業、棚田や伝統的建造物などの農村景観、観光農園や市民農園、農産

物直売、農村の環境的・文化的・社会的・教育的価値に関する研究が多く蓄積されてきた。しかしながら、全体的にみると、日本では個々の研究者がそれぞれの関心にそって研究を進めている状況であり、地理学の分野のみでも膨大な研究蓄積があるにもかかわらず、相互の関連性や、全体としての総合という視点には欠けている。また、地理学以外の分野では、当然であるかもしれないが、地域的な多様性に配慮したものが少なく、地理学の分野では地域ごとの個別事例研究が多く、一般化・理論化の方向性が乏しい。そこで、日本でも最も活発に農村（山村や漁村も含む）研究を進めている若手と中堅の研究者を中心に研究組織をつくり、現代における日本の農村空間の様相を整理・分析することにした。

2. 研究の目的

本研究は、農村空間の商品化がどのような形で、どのようなプロセスで進行しており、さらにそれが農村空間をどのように再構築しているかを、日本を対象に地域的に整理・分析しようというものである。本研究ではまず、現代の農村空間を捉えるための地理学における概念的・方法論的検討を行う。次いで全国を視野に入れた系統的課題を検討する。さらには、それぞれの研究者が分担する地方におけるフィールドでの実証的研究を行う。特に最後のフィールドワークを重視しながら、現在の農村空間で起きている現象の構造的な意義について考察する。

具体的な研究目的として、まず、第1にポスト生産主義下の農村空間の地理学的分析の概念や方法を、日本および諸外国の研究動向を踏まえて整理する。第2に、商品化する日本の農村空間に関する系統的な課題の整理・分析を行う。これまでの研究成果では、食料供給や癒しやレクリエーション、農村居住、社会的・文化的機能、景観・環境維持機能などがあげられている。第3には商品化する日本の農村空間の具体的な事例研究を行う。研究組織のメンバーで、研究動向と系統的課題の整理・分析結果、そして具体的な事例研究をもちより、それらを総合的に検討して、現代の変化しつつある日本の農村空間の一般的な構造と性格、さらには日本における農村空間の地域差を明らかにする。

3. 研究の方法

本研究では、日本においてポスト生産主義大きく変化した農村空間の構造解明をめざして、商品化する農村空間の理論的・文献統計的・実証的研究を行う。特に、フィールドから地理的課題を発見・解明するという基本姿勢をとることから、日本各地での詳細な実証的研究を重視する。日本での研究を主体と

しながら海外での事例や研究動向も検討する。本研究の目的を達成するために、研究代表者と14名の研究分担者で研究組織を構成した。まず、国内と欧米を中心とした関連文献を、研究組織のメンバーがそれぞれ検討し、全体で研究会を行い、世界の先進諸国の農村空間の動向、研究方法、概念の整理などを行う。さらに、これまでの研究で多く取り上げられてきた、①食料供給、②都市・農村交流、③余暇・観光、④文化・教育、⑤居住・環境維持、⑥山村、⑦漁村といった農村空間の商品化にかかわる7つの系統的課題を暫定的に設けて、それぞれを研究組織のメンバーが担当する。研究が進むにつれて、これらの暫定的課題は、実態に応じて再編成する。また、これまでの研究実績と所属大学の位置を考慮して、研究代表者と研究分担者が、全国の地域分担を行い、それぞれの担当地域の実証的な研究を進めながら、系統的課題を追究することにした。北海道、東北、北関東、南関東、東海、東山、北陸、近畿、中国、四国、九州・沖縄の11の地方と、首都近郊、漁村、山村という14の分担地域に分ける。実証的研究では、主に、聞き取りや景観観察、アンケート調査などに基づき、個々の農林漁家や世帯や集落についての調査を行い、それらを積み上げ市町村レベルの事例研究にまとめるようにした。本研究は、主として日本国内での研究を中心とするが、外国での研究動向や農村空間の商品化の事例を参考にするために、様々な機会を捉えて、ヨーロッパやカナダ、アメリカ合衆国、オーストラリア、中国においても調査をする。そして、日本での実証的な研究成果を中心に、文献や統計の分析、外国の事例の検討などを加えて、総合的に考察して、結論を導き出す。

4. 研究成果

(1) 概念・方法論等の検討

日本を含む先進工業国の現代の農村では、生産主義からポスト生産主義への移行が進んでいる。ポスト生産主義の時代には、農業・農村の多面的機能が重視されたり、中山間地域のような条件不利地域における農業政策が盛んに提起されるようになった。また、農家の経営の多角化をうながすような農村整備も行われるようになった。他方では、都市住民の農村への関心も高まっており、安全や安心を農村に求める人々と、農家との産消連携による有機農業の発展や農村に癒しや楽しみを求める人々によって都市農村交流やグリーンツーリズムなどが各地で発展するようになった。まさに、現代の農村空間は生産空間としての性格が後退し、消費空間としての性格が強くなってきており、これを農村空間の商品化としてとらえることができる。これは先進諸国全体に通ずることであり、

さらには中国やブラジル、東ヨーロッパでも類似の現象がみられた。イギリスでは、サッチャー時代の農村政策によって、農村空間の商品化が進んだ。居住地域、農村コミュニティ、農村の生活様式、農村文化、農村景観、そして新しく商品化された食品のみならず都市から持ちこまれた工業製品を含む生産物など、多様な商品に道が開かれた。ところで、商品化とは使用価値から交換価値への転換であり、物は使用価値よりも交換価値が大きくなった時に商品となる。現実の物が交換される社会はいわゆる商品社会であるが、それが、スペクタクル社会、そしてシミラクル社会へと変化していくという方向が指摘されている。すなわち、商品化社会では商品化は、物の使用価値を交換価値が上回ることによっておき、そこで売買が行われる。スペクタクル社会における商品化は、自分のものを生産するよりは他人につくられた世界を消費するといった生活様式の産物である。シミラクル社会では、商品化は物がイメージに抽象化され、記号という形をとる。このようなイギリスを中心とした西ヨーロッパで発展した商品化概念と商品化の方法論は、日本にも適応が可能で、現代の農村の様々な現象は、農村空間の商品化という視点を導入することによって、統一的に理解することがわかった。

(2) 農村空間の商品化の諸形態と地域差

既存の研究と実証的な研究から、日本における農産物の商品化を、①農産物の供給と、②レクリエーション・観光、③農村居住、④農村の景観・環境の維持と社会・文化の評価という4つの類型にわけることができた。第1の類型は米や野菜、果実、さまざまな畜産物などの既存の農産物の供給である。農民はこれまで、これらの農産物を大量に安価に安定して供給するように努めてきたが、最近では高品質であったり、安全で安心できる農産物を求める消費者の姿勢に対応しなければならなくなってきた。さらに、消費者の生活様式や健康、ファッションなどに関わる農産物も重視されるようになってきた。第2の商品は、都市住民の農村居住にかかわるものである。多くの都市住民が都市で就業しつつ農村に居住するようになってきている。別荘やクラインガルテンを活用して、一時的に農村でのんびりした時間を過ごす都市の人々も多い。第3の類型のレクリエーション・観光には様々なものが含まれる。都市周辺の農村では散策やハイキング、農産物直売所、摘み取り園、市民農園などであり、さらに都市から離れると体験農場や農家レストラン、民宿、大規模なリゾート、観光農園などによる活動である。第4の類型は、農村の環境や景観を保全したり管理したりすることによって、さら

には農村の文化や社会を理解することによって、生活の質を高めようとするものである。

これらの類型の地域差をみると、東京・横浜や名古屋、大阪・京都・神戸などの大都市周辺では景観・環境の維持と社会・文化の評価といった農村空間の商品化がみられ、さらにその周辺の平野、あるいは日本の主要平野では、農産物の供給によって特徴づけられる。大都市圏の周辺と中国山地、四国の沿岸部では農村居住が卓越していた。そして、大都市の外縁や東海、中央高地、瀬戸内の西部、そして九州山地、琉球列島にはレクリエーション・観光による農村空間の商品化がみられた。これらのことから、日本における農村空間の商品化には、おおまかにいって、平野や盆地などの平坦地と山地との違い、温暖地か寒冷地といった自然条件の差、大都市の存在やそこからの近接性の高低が大きく作用して地域差が生じていると考えられる。北海道・東北では比較的単純なパターンが示されたが、寒冷地で多様な農村空間の商品化が展開していないこととともに、依然として農家の農業経営志向の強いこと、独特な文化的伝統などが関係していると考えられる。

(3) 農村空間の商品化の実態と性格

日本のそれぞれの地方を特徴づける農村空間が展開する事例地域を取り上げ、その実態と性格を明らかにした。北海道・東北では、まず南空知地方におけるたまねぎの減農薬・減化学肥料栽培を取り上げ、生産者の思いを伝えることによって、流通面での支持を得ていることを明らかにした。東北の米の新品種の開発から、市場の需要に対応して良食味の品種が絶え間なく育成されていること、阿武隈高原では耕作放棄地での桑の加工品開発によって地域活性化が試みられている。関東では、農村らしさを商品化することで、地域の活性化が試みられている。中部の砺波平野では農村空間の商品化が農家のプリアクティビティをもたらし、それによって農家の経済的持続性が維持されている。長野県ではりんごの観光農園、静岡県では石垣イチゴの観光農園が、典型的な農村空間の商品化の例であるが、いずれも農村性を味わう場としての意味をもっている。近畿では、京野菜が地名を通して農村空間を商品化していること、兵庫県南光町の農村は、ひまわりの美と希望という理想的な農村像を表象しているが、これは現実そのものを表しているのではなく、シミラクルとしての景観である。中国・四国では農村居住が重要なテーマとなり、愛媛県では観光型移住促進事業が、島根県江津市では空き家を貸し出す事業が進められている。九州では文化遺産観光が取り上げられ、キリシタンをめぐる長崎の文化と歴史は、長崎の文化景観として、農山村の

景観と密接に結びついていた。また、佐賀県では棚田という環境を付加価値としてブランド米を生産したり、教育ファームとしての棚田の資源価値が高められた。沖縄では、読谷村における読谷山花織の復興を事例に、伝統的な農村文化を取り込むことによって地域振興が実現できた。

(4) 商品化する日本の農村空間の特徴

商品化する日本の農村空間の特徴を、文化的背景と内発的側面、そして都市農村関係から明らかにした。農村空間の商品化には多様な側面があるが、農村空間が消費を念頭に置いた形で意味づけされ、消費を意識した文化的・歴史的商品として物語化されている。農村空間が1つの文化として意味的なまとまりをもつものとして、認識されるような、現代社会における文化的思潮の存在がある。癒しやふるさと、牧歌的、田園風景、安全といった一般的なイメージにとどまらず、それを越えるように、それぞれの農村は競って固有な場所性を構築しようとしている。

農村空間の商品化を推進するためには、それぞれの地域の内発的発展が不可欠である。日本における内発的発展は高度経済成長期に外来型開発に取り残された地域においてオルタナティブな方式として始まった。その原則とは、①地域開発が地元の技術や産業、文化を土台として、地域内の市場を主な対象として、地域の住民が学習し計画し経営するもの、②環境保全の枠の中で開発を考え、自然や美しい町並み保全を中心の目的とすること、③産業開発を特殊業種に限定せずに複数の産業部門にわたるようにすること、④住民参加の制度をつくること、などがあげられる。

農村空間の商品化を理解するためには、都市と農村の関係を理解することが重要である。それは、商品化された農村空間の消費者は都市住民だからである、農村空間の商品化が進むことで、都市と農村の間の人や財や資本の流れが変わってきている。これは都市住民の消費性向の変化とそれに対する農村の反応によってもたらされたものである。都市から農村への人口の移動、農村から都市へ付加価値の高い農産物の出荷、そして都市から農村への資本投下は、農村の社会や経済そして景観・環境の維持に大きな役割を果たす。農村空間の商品化によってもたらされた流動の変化は、農村の社会的・経済的・生態的持続性をもたらす可能性をもっている。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 87 件)

- ① Kureha, M. Research trend in the geography of tourism in Japan, *Japanese Journal of Human Geography*, 査読有, 62 巻, 2010, 558-569
- ② Tabayashi, A. Regional development owing to the commodification of rural spaces in Japan, *Geographical Review of Japan*, 査読有, 82 巻, 2010, 103-125
- ③ Takayanagi, N. Revitalization with sunflower as amenity crops in a Japanese countryside, *Geographical Review of Japan*, 査読有, 82 巻, 2010, 78-88
- ④ 菊地俊夫、地理学におけるルーラルツーリズム研究の展開と可能性—フードツーリズムのフレームワークを援用するため—、地理空間、査読有、1 巻、32-52、2008
- ⑤ 井口 梓、田林 明、トム・ワルデチュック、石垣イチゴ地域にみる農村空間の商品化、新地理、査読有、56 巻 2 号、2008、1-20

[学会発表] (計 140 件)

- ① Tabayashi, A., Recent changes in rural Japan, The 5th Japan-Korea-China Joint Conference on Geography, 2010 年 11 月 8 日, 東北大学
- ② 作野広和、農村空間における空き家の管理と集落の対応—島根県江津市を事例として—、日本地球惑星科学連合大会、2010 年 5 月 24 日、幕張メッセ国際会議場
- ③ 篠原秀一、北海道羅臼・標津における村落空間の商品化—北東日本における商品化水産空間の地域性— (商品化する日本の農村空間に関する調査報告 12)、日本地理学会秋季学術大会、2009 年 10 月 24 日、琉球大学
- ④ 小原規宏、大都市外縁部におけるルーラリティの商品化と農村再編—商品化する日本の農村空間に関する調査報告 3)、日本地理学会秋季学術大会、2009 年 10 月 24 日、琉球大学
- ⑤ Nishino, T., The present conditions of mountain villages in Japan and policy strategies for positive regional promotion, International Conference on Regional Innovation and Development, 2007 年 9 月 18 日, Convention and Exhibition Center in Seoul

[図書] (計 92 件)

1. 仁平尊明、筑波大学出版会、エネルギー効率からみた日本の農業地域、2011、316

2. 宮地忠幸、原書房、山村政策の展開と山村地域の変容、2011、35-60
3. 田林 明・菊地俊夫・松井圭介、農林統計出版、日本農業の維持システム、2009、502
4. 菊地俊夫、二宮書店、観光を学ぶー楽しむことから始まる観光学ー、2008、216
5. 西野寿章、原書房、現代山村地域振興論、2008、295

[その他]

ホームページ等

[Http://www.sakura.cc.tsukuba.ac.jp/~nouson/index.html](http://www.sakura.cc.tsukuba.ac.jp/~nouson/index.html)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

田林 明 (TABAYASHI AKIRA)
筑波大学・大学院生命環境科学研究科・教授
研究者番号：70092525

(2) 研究分担者

井口 梓 (IGUCHI AZUSA)
愛媛大学・法文学部・特命准教授
研究者番号：50552098

小原規宏 (OBARA NORIHIRO)
茨城大学・人文学部・講師
研究者番号：40447214

菊地俊夫 (KIKUCHI TOSHIO)
首都大学東京・大学院都市環境科学研究科・教授
研究者番号：50169827

呉羽正昭 (KUREHA MASA AKI)
筑波大学・大学院生命環境科学研究科・教授
研究者番号：50263918

作野広和 (SAKUNO HIROKAZU)
島根大学・教育学部・准教授
研究者番号：50284146

篠原秀一 (SHINOHARA SHUICHI)
秋田大学・教育文化学部・准教授
研究者番号：50251038

高柳長直 (TAKAYANAGI NAGATADA)
東京農業大学・国際食料情報学部・教授
研究者番号：60226933

張 貴民 (ZHANG GUI-MIN)
愛媛大学・教育学部・教授
研究者番号：50291620

西野寿章 (NISHINO TOSHI AKI)
高崎経済大学・地域政策学部・教授
研究者番号：40208202

仁平尊明 (NIHEI TAKA AKI)

北海道大学・大学院文学研究科・准教授
研究者番号：60344868

藤永 豪 (FUJINAGA GO)
佐賀大学・文化教育学部・准教授
研究者番号：00409955

松井圭介 (MATSUI KEISUKE)
筑波大学・大学院生命環境科学研究科・准教授
研究者番号：60302353

宮地忠幸 (MIYACHI TADAYUKI)
国土館大学・文学部・講師
研究者番号：40339354

山本 充 (YAMAMOTO MITSURU)
埼玉大学・教養学部・教授
研究者番号：60230588