

そば(そば花)を活用した地域振興と地域づくり戦略

指導教員：石川県立大学生物資源環境学部 教授 高橋 強

参加学生：松平 知紘, 川上洋平

1. 調査研究成果要約

過疎化・高齢化が著しい白山市鳥越地域において、そば栽培とそばまつりを通じた地域振興と地域づくり戦略について、関係者へのヒアリング、そばまつり来場者へのアンケートにより調査研究した。その結果、そばの産地化を進め、そば(そば花)を活用した地域活性化を図るためには、そば栽培農家の組織化や排水改良・土づくりによる品質の向上の他、地域そば処のそばまつりへの出店、そば栽培農家・地域住民・JA・行政・そば処の緊密な連携が重要であること等を提言した。

2. 調査研究の目的

白山ろく地域内の各集落では過疎化・高齢化が進行している。このままでは、集落機能が低下し、地域の弱体化に歯止めが効かない恐れがある。この現状を打破するためには地域活性化が急務であり、鳥越地域ではその一環として、そばを用いての地域活性化が図られている。農家によるそば栽培・地域そば処によるそばの販売・行政によるそばまつりの企画など、その方向性は多岐にわたる。本研究では、現在のそば栽培の問題点や今後の方向性と鳥越地域の更なる活性化を図るための方法を考える。さらに、白山鳥越そばまつりを取り上げ、イベントを介した地域活性化の改善策を提言する。

3. 調査研究の内容

(1)そば栽培による鳥越地域の活性化戦略

○ヒアリング調査…7～8月、鳥越地域の農業やそば栽培の歴史について現地の関係者から話しを伺った。またJA白山に伺い、そば栽培の現状や今後の方向についてヒアリングした。

○アンケート調査…9～10月、そば栽培が行われている11集落に対して、そば栽培及び鳥越地域のそばに対する意識調査を内容としたアンケートを行った。配布数は298、回収数140、回収率47.0%。

(2)そばまつりを介した白山そばの地域ブランド化戦略

○ヒアリング調査…8～9月、新そばまつりの主催者である白山市鳥越支所産業建設課およびそば花まつりの主催者であるわか工房理事長他に対して、「まつりを始めたきっかけ」、「沿革」、「まつりの内容」等についてヒアリング調査を行った。また、そば普及のためにそば打ちの指導をされたそば処の店主にもそばまつりへの関わり等についてヒアリング調査を行った。

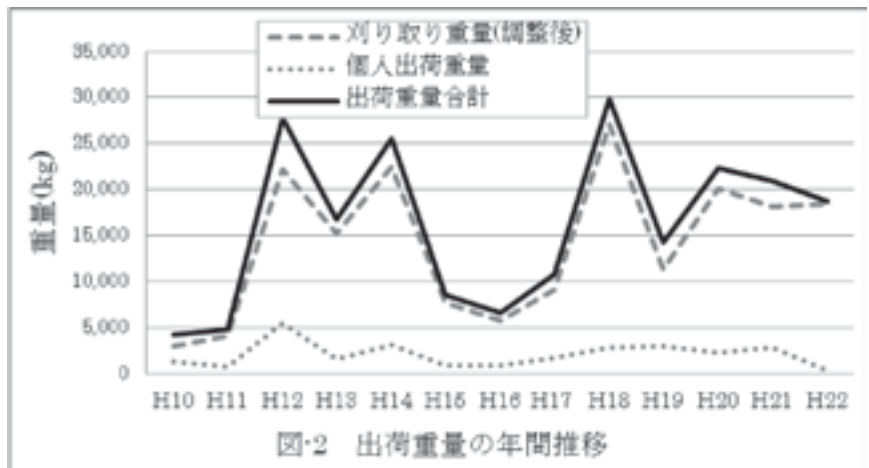
○アンケート調査…9月25日に行われたそば花まつり会場および、11月5、6日に行われた新そばまつりの会場で来場者にアンケート調査を行った。アンケート項目は、個人属性、来場回数、まつりを知ったきっかけ、購入したもの、出店のそばの評価等の12項目である。そば花まつりでの配布数は277、回収数は138、回収率は49.8%、新そばまつりでは配布数400、回収数190、回収率47.5%であった。

4. 調査研究の成果

1. そば栽培による鳥越地域の活性化戦略

(1)そば栽培の現状と課題

鳥越地域では、古くから細々とそば栽培が行われてきたが、本格的な栽培が始まったのは、葉たばこの後作として始められた昭和 40 年頃からである。その後、稲の転作作物としてそばが取り上げられ、平成 2, 3 年頃にそば専用の刈取機が JA 白山に導入されて以降本格的な生産が始まった。刈取り後は全量を農事組合法人にわかがい取り、製粉・加工して鳥越地域内及び全国に出荷販売される。図-1 は JA 白山による刈取り請負面積、図-2 は出荷重量の推移である。これらの図からそば栽培面積は徐々に増加傾向にあり、全経営耕地面積の 8~10%程度を占めるが、出荷量は気候の影響を受けて年間変動が大きいことがわかる。

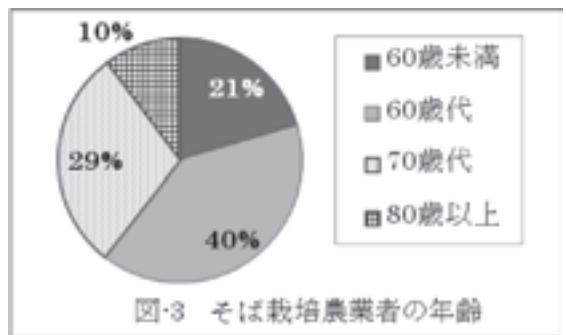


鳥越地域では東側に手取川、中央部にその支流の大日川が南北に流れており、それらに沿って段丘上に水田が拓かれているが、そば栽培は上野と三ツ屋を中心に手取川沿いに広く行われている。

(2)そば栽培農家の意向と今後の課題

①農業従事者の年齢分布とそばへの関心

アンケートによると、家庭内の主たる農業従事者の年齢層は、60歳代以上が79%と大変高い割合を示しており、農業従事者の高齢化が顕著である(図-3)。

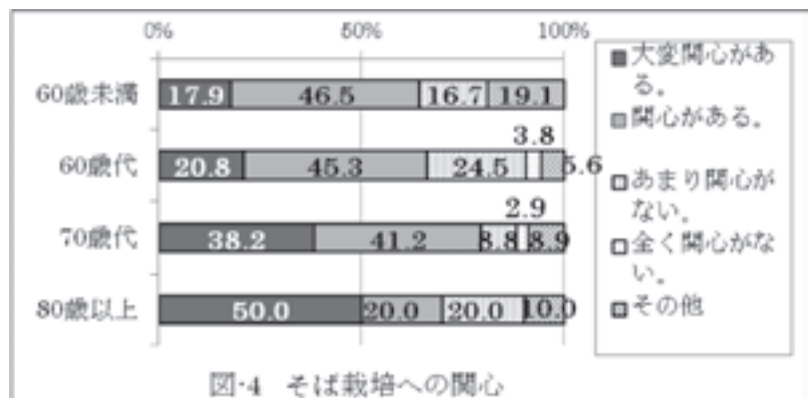


そば栽培への関心については、どの年齢層も6割以上の方が関心を示しており、また、年齢が上がるにつれてそばの関心度が増していき、80歳以上では半数の人が大変関心があると答えている(図-4)。

今後、更なる活性化を進めていく上で、そばへの関心というのは不可欠であるため、今以上に地域住民の関心を高めていく必要がある。

②知名度の向上

鳥越そばの知名度を向上させるためには「JA や白山市がもっと PR すべき」という意見が圧倒的に多かつ



た。また、農家の意識向上も大切な要因といえる(図-5)。

③そばによる地域おこしについて

鳥越地域でそばによって観光客が増えると思う人は全体の60%にも達した。また、観光客は増えないが、地域活性化に役立つと答えた人も17%という結果になり、大半の人はそばが鳥越地域を盛り上げるのにそばが有効であると考えて

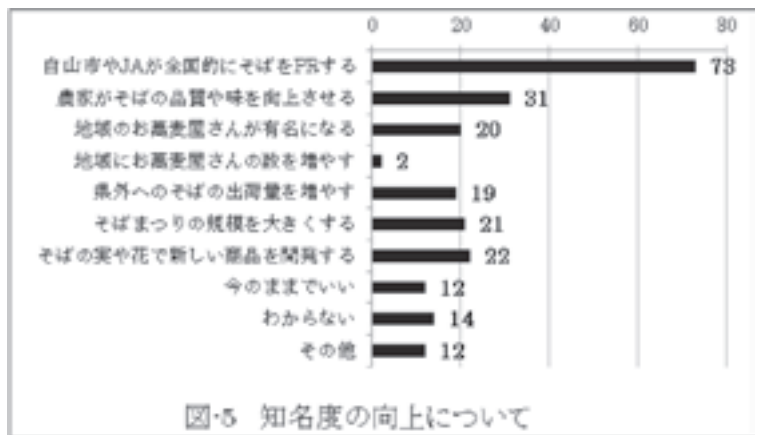


図-5 知名度の向上について

いることがわかる(図-6)。観光客を増やすということはもちろん大事ではあるが、まず地域の基礎作りを目的とし、その上で観光客が増えるといった結果が付いてくるのが理想的だと考える。そのため、その基礎を作るという点で、地域活性化の起爆剤として鳥越ではそばがとても適していると思う。

④今後のそば栽培について

そば栽培農家に今後のそば作りについて尋ねたところ、42%もの方が当分は現状維持を続けると答えた。出荷を増やそうと考えている農家は14%に止まり、やはりこの背景には高齢化問題と後継者不足があるのだろう(図-7)。このままでは、この先そば栽培をやめるといった農家が増える可能性がある。出荷を増やそうとする農家を少しでも多くするため、まず人材と収入の確保を考える必要がある。それによって農家の意識を向上させ、出荷の増加が見込まれるはずである。

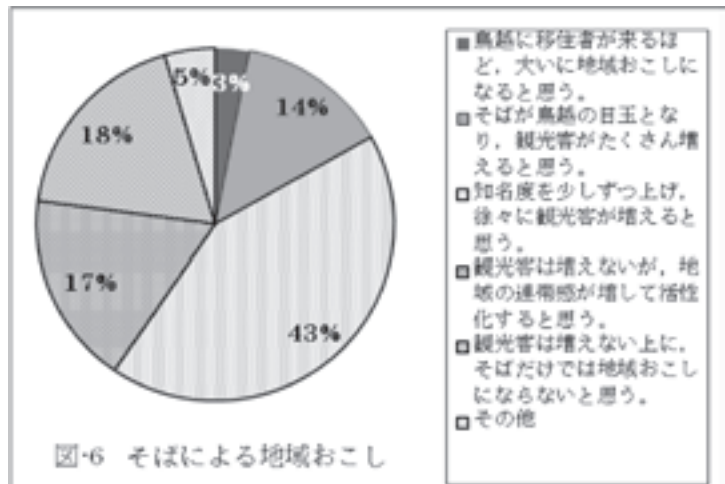


図-6 そばによる地域おこし

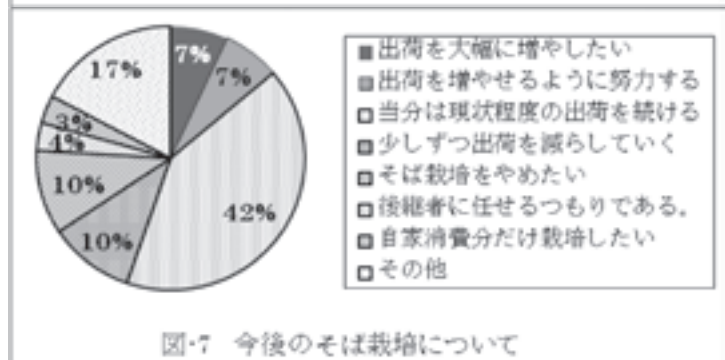


図-7 今後のそば栽培について

2. そばまつりを介した白山そばの地域ブランド化戦略

①そばまっりの経緯と課題

そば花まつり…平成6年頃スギの育苗センターの跡地で三ツ屋野地区の管理によりそば栽培が行われるようになった。その後そば花がきれいであると話題となり、平成9年からはこれを活かし地域活性化を図ろうとそば花まつりを行っている。にわか工房と白山そば倶楽部によるそばの出店と加工食品などの出店が出される。にわか工房およびそば花まつりは三ツ屋野地区の住民によって運営されているが、住民が非常に協力的であり今後のまつりの継続に問題はないと考えている。

新そばまつり…そば栽培を本格化しそば振興を図るため企画され、平成10年から行われている。6店舗のそばの出店に多くの客が訪れ行列ができ、店側は対応しきれないこともある。その他、とちもちやフランクフルトなどの加工食品を販売する出店も10店舗ほど出店する。また、鶴来高校のジャズバンド部による演奏や城山太鼓の演奏などのイベントも行われる。しかし、今後は、支所の統合に

より、新そばまつりの継続が難しくなる可能性があることから、まつりの主催を民間に移行する計画が検討されている。

②そば花まつり来場者の年齢等

図-8 はアンケートによる来場者の年齢別の割合である。40歳未満の壮年層は全体の19%程度であり、40～59歳の中年層はおよそ42%である。最も多かったのが、60歳以上の43%である。この結果より、若者はそばまつりに関心を持つことはあまりなく、来場者の半数近くを高齢者が占めていることがわかる。

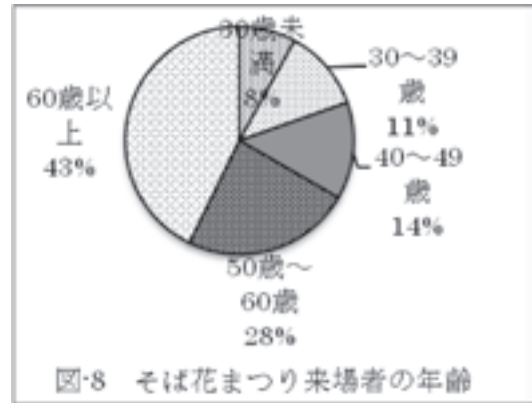
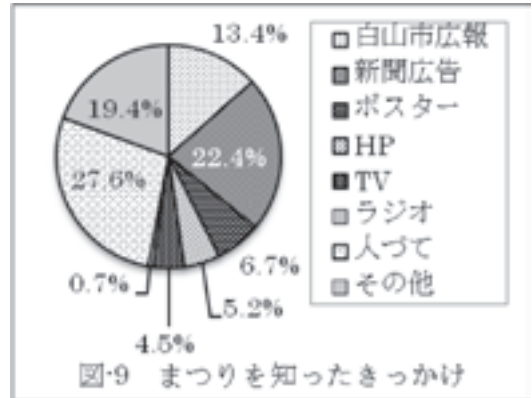


図-9 はそば花まつりの来場者に「まつりを知ったきっかけ」を尋ねた結果である。最も多かった回答は、「人づて」であった。また、「その他」の回答の大半が「道の看板を見て」という回答であり、偶然まつりを知った人が多いことがわかった。これは、マスメディアを使った宣伝が不足しているためであると考えられる。マスメディアの中では新聞広告が最も多く22.9%であった。



③新そばまつり来場者の評価等

図-10 は新そばまつりの来場者に出店されていた6店のそば店の内、何店舗利用したかを尋ねた結果である。半数近くの人には1店舗しか利用していない。3店舗以上利用した人の割合は、13.4%だけである。現状では来場者は1, 2店舗だけ利用し、複数店舗のそばの食べ比べなどはしていない。

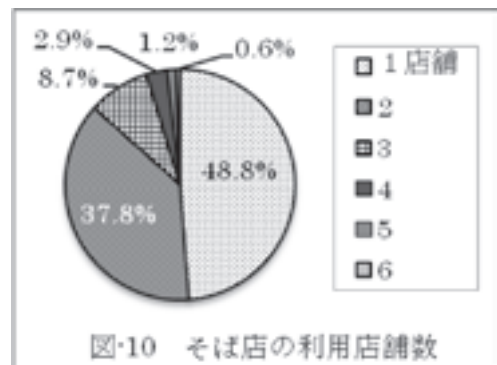


図-11 は年齢別に出店のそばの味に対する満足度を表した図である。やや不満または不満を感じる人は、40歳以上の人に多いことがわかる。40歳未満で不満を感じた人は一人もおらず、30歳未満ではすべての回答者がやや満足または満足と回答している。これは、年齢が高い人ほど舌が肥えているためであると考えられる。

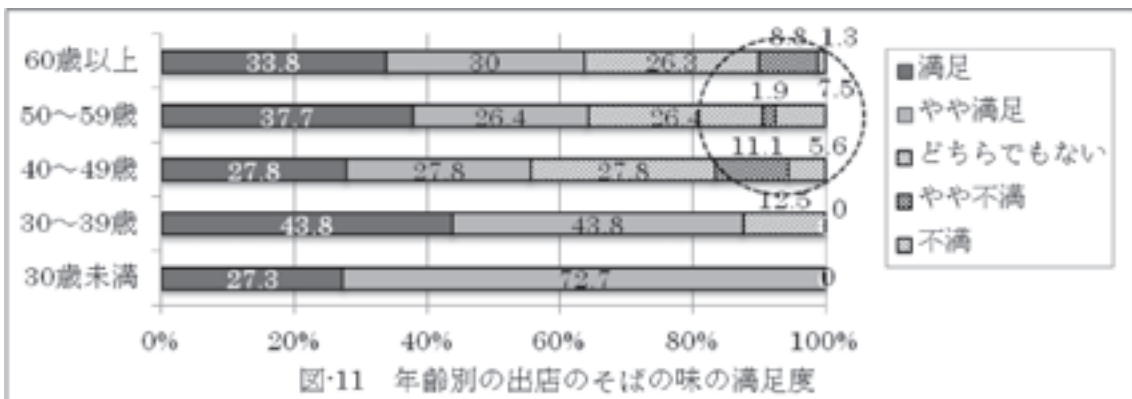
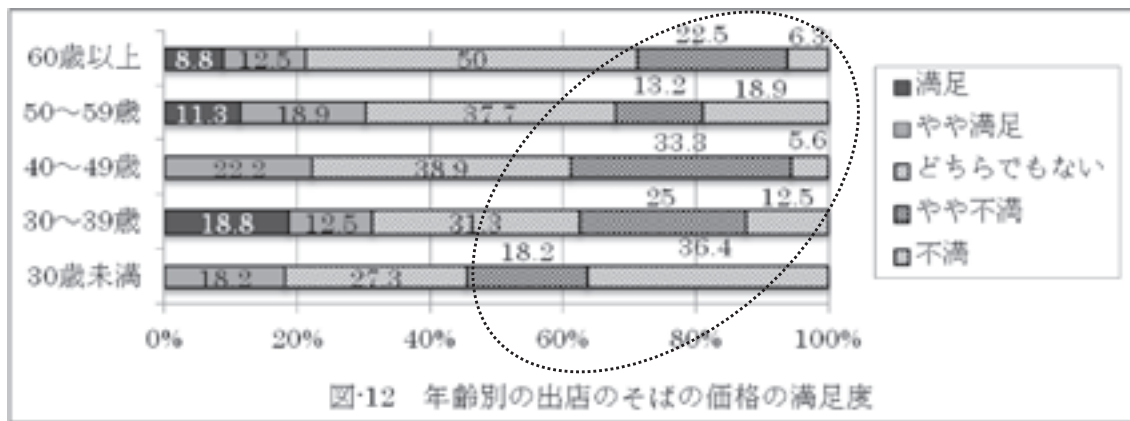


図-12 は年齢別に出店のそばの価格に対する満足度を表した図である。年齢が低くなるにつれて、不満またはやや不満を感じる人の割合が多くなる傾向がある。これは、若い人ほど金銭的余裕が少ないためであると考えられる。(各店舗そば一杯500円で販売)



5. 調査結果に基づく提言

① そば栽培農家の組織化

現在、鳥越地域では過疎化・高齢化が進行しており、地元を出て行った若者世代や他地域からの移住者などを呼び込むといった、純粋に農業就業人口を増やす方法はなかなか厳しい面がある。また、各農家が個別に農業を行うのには規模の面でも労力の面でも限界があることから、集落営農により行うのが良いと思う。その利点は、大規模化によりそば栽培労力の負担軽減や適地を選ぶことができるといった点である。もしくは、そば栽培限定の生産組合や法人を組織して、各農家から栽培を受託して大規模化を図るのも良いと思う。どちらにせよ将来とも栽培を中心となって行う担い手が必要で、そのためにも組織化を図るべきである。

② 良質・多収を目指す栽培技術の確立と収入の確保

そば栽培は利益が大きくプラスになることはなく、個別所得補償制度で収入の保障があってもほとんどがわずかで、中には作ってもマイナスという声も聞かれた。即ち、そば栽培農家が一番必要としているのは安定した収入の確保であろう。また、そばの産地化を目指すのであれば良質・多収化が可能な栽培技術が必要である。そのためには、他地域のそばの産地から専門家を招き、講習会を開くなどして、そばやそば栽培に関する知識を得ることある。良質・多収のそば栽培により収入を確保することができれば、農家のモチベーションは向上して栽培量は増え、そばの産地化へと直結すると思う。

③ 田の排水改良と土づくり

そばは湿害に弱く、排水の良い畑地が適しているので、転作作物として水田で栽培するには限界がある。そのため、暗渠排水などの排水改良を行うことによって農地をそば栽培に適したものに改良する。また、そばの前作に大麦などを栽培すれば田が畑地化し、その後に栽培するそばの質と収量が向上するだろう。前作した作物を出荷することで収益も上がる。あるいは高齢化によって耕作放棄地が増え続けているので、その土地を有効活用すれば良いと思う。

④ そば栽培を行う上で必要な行政やJAのバックアップ体制

産地化を目指すためには行政やJAのバックアップ体制は必要不可欠である。現在では、JAに刈取りを委託する際の費用の一部負担といった助成があるが、産地化を目指すのであれば、買い上げ価格の保障、担い手の育成や栽培指導・機械の導入支援などなどいくらかでも方法はあはずである。さらには、広告宣伝などその後押しは多岐にわたる。今後、行政やJAがどの程度鳥越のそば栽培に力を入れるかによって産地化が成功するか否かが決まってくると思う。

⑤ 地域一体となってそばの産地化を目指す意識の維持

そばの産地化を目指す上で地域住民の協力は必要不可欠である。何故ならば、地域住民が鳥越のそ

ばについて知らないと本当の産地とは言えないからである。地域に住む人たちが鳥越のそばの味を知り、好きになることによって地域に愛着がわき、さまざまな面で鳥越のそばを応援してくれると思う。地産地消によって内側からそばを盛り上げていくことによって、初めて外へと発信出来るのではないだろうか。自信を持って地域の味と言えるならば、外からその味を求めて大勢の人が訪れると思う。

そうした意味から地域のそば処との連携も大事なことといえる。鳥越地域には美味しいそば処が数多くあるが、もっと地域と連携していく必要があると思う。本来、地域のそば処であるならば100%鳥越産のそば粉を使うべきだと思うが、現状ではそのようにはなっていない。地産地消を推進するためにも、農家はそばの品質を向上させ、その上で、そば処と連携することができれば、鳥越の産地としての知名度は格段に上がると思う。

⑥そば花まつりの積極的なPRとそば花の活用

現状ではまつりの宣伝が不足しているため、効果的な媒体を探し出し積極的に広報するなどの改善が必要である。そのひとつとして、にわか工房や白山市のホームページに大々的に宣伝を掲載することがあげられる。ホームページであれば、他の媒体に比べて宣伝費が安く現実的である。また、インターネットは若者が触れる機会が多いため、客層の若返りを図って新たな顧客を確保することができ、活性化につながる可能性がある。

次に、アンケートの自由記入欄の中にはそば花まつりという名前であるにもかかわらず、そば花が活かしきれていないという意見があった。これに関しては、そば花畑に向かってベンチをたくさん並べることや、写真コンテストを行うことが改善策として挙げられる。早生・中手・晩生と多様な品種を会場周辺に計画的に栽培すれば、そば花を長期にわたって観賞することができる。

⑦出店のそばの価格と味の向上

新そばまつりの来場者は6店舗もの出店があるのに複数の店舗のそばを利用していない。これは価格に不満を感じたり、量的に何杯も食べるができないためであると考えられる。この点に関しては、そばの量を少なくし価格も下げるべきである。また、全店共通の1000円でそば3杯を購入できる券などを販売し、複数店舗を利用して食べ比べができる方法もよいと考える。

年輩の来場者の中には味に不満を感じる人がいることがわかった。このことに関しては、地域のそば処が出店し、競い合うことが最もよいと考えた。プロの味を求めて多くの客が訪れるなど、相乗効果も得られるはずである。また、店の宣伝にもなり年間を通じて各店の来客数が増えるであろう。

⑧そばやそば花を用いた加工品の開発と展示販売

そばまつりでは出店のそばを味わえるだけでなく、そばやそば花を用いた加工品を展示販売してほしいという声も聞かれた。加工品の開発はそば栽培農家や婦人会、企業等との連携の元に進めれば地域全体の取組としてモチベーションの向上にもつながる。

最後に、現在の会場(道の駅・一向一揆の里)では用地が不足し、テントや駐車スペースが足りないという意見が多かった。そのため、会場および駐車スペースが十分に確保できる場所に、まつり会場を移すことも検討すべきであろう。

6. 調査研究の自己評価

今回の調査を通して、ヒアリングでは鳥越のそばには古くからの歴史があることを知った。また、アンケート調査によって、地域の農家の方々のそばへの関心や期待が高く、そばまつりにも大変な活気が感じられた。今後は「農家・行政・JA・地域住民・そば処」これらが手を取り合って、鳥越地域におけるそば栽培の将来の方向性をきちんと決めていく必要があると思う。