

群馬県川場村における都市農村交流事業の 展開と果樹農業の存続

赤井 廉能

本学地理・環境専攻 2019年3月卒業

I. はじめに

近年、農村振興に果たす交流人口や関係人口の役割が注目されている。「地域おこし協力隊」制度の発足に代表されるように、外部人材を活用した地域づくり活動は、農村に「新しい風」を吹かせ新展開を見出していく原動力となることが期待されている(田中、2017)。小田切(2009)が指摘する「人」「土地」「むら」の空洞化とその根底で深刻化している「誇り」の空洞化は、日本社会の構造的な問題であり、その解決は決して容易ではない。しかし、宮口(2007)や宮口・中川(2016)で議論されている農村がもつ独自の役割や価値を踏まえると、変容する農村のなかで取り組まれている地域づくりの意義や課題を検証していく必要がある。農村の今後の考えていくうえで見過ごせないのが、経済的基盤に関わる分析である。佐藤(2010)は、農業経済の地域資源の活用による産業化が、農村における地域産業政策の手段として重視されていると指摘している。地域資源の活用という観点からみれば、「都市農村交流」もそのひとつとして捉えられ、「都市住民を対象とした農村資源の活用策」が農村の産業振興策として注目されることになる。

そこで、本稿では「都市農村交流」を通して農業振興策に注力してきた群馬県川場村を研究対象に、交流事業の展開が地域農業の振興にどのような役割を果たしてきたのか明らかにする。川場村のむらづくりについては、すでに多くの研究成果が存在する。例えば、中島(1992)は「農業プラス観光」のむらづくりにいち早く

注目し、農林業の変化の実態とともに1980年代に始まった川場村と世田谷区との交流事業や川場スキー場の開発などの実態を分析し、むらづくりの「成功」条件と今後の課題について言及している。また、関戸(1994)は都市との交流事業が農林業の活性化にどのように結びついているかを考察している。さらに、関岡・南橋(2012)は、川場村の「農業プラス観光」によるむらづくりの基盤をなす民宿業に注目し、その現状と課題を考察している。河藤(2015)は、川場村のむらづくりの多面的な展開を整理し、その特徴を明らかにするとともに地域振興策としての意義を考察している。岡田(2015)は、近年の川場村における「観光」の拠点施設となっている田園プラザ川場のファーマーズマーケットに注目し、農産物直売所の開設が地域農業に与えた影響について明らかにしている。

本稿では、関戸(1994)が明らかにした交流事業の展開が農(林)業へ与えた影響の視点に立脚しながら、その後の変化を踏まえて現状を明らかにしたい。

なお、本研究を進めるにあたっては、川場村むらづくり振興課と株式会社世田谷川場ふるさと公社において実施した聞き取り調査と収集資料、村内の中野集落のリング農家を対象に実施した聞き取り調査結果に基づいて分析を進めていくこととする。

II. 川場村におけるむらづくりの概要

本研究の対象地域である群馬県川場村は、群馬県北部に位置する(図1)。村の北端には県内

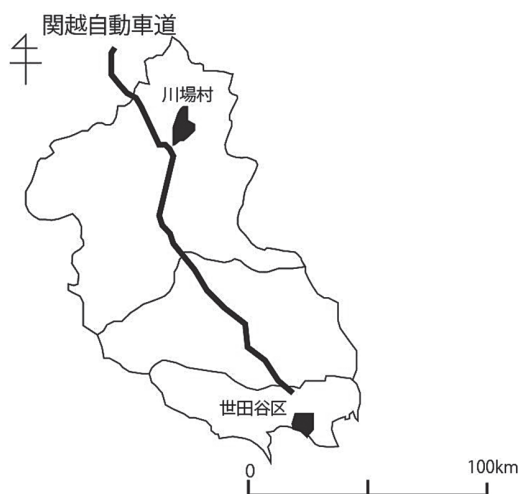


図1 研究対象地域位置図

の独立最高峰である武尊山をはじめ日光連山などの山々が連なり、村域の約90%は山林で占められている¹⁾。それらの山麓部からは伏流水が湧き出し、4つの一級河川として村内を流れている。

川場村は、1889年の村制の施行に伴い、それまでの門前組、天神組、谷地村、川場湯原村、中野村、萩室村、立岩村、生品村、太田川村、小田川村の2組8村が合併して、現在の川場村が誕生した(図2)。

人口は、1960年に5,046人であったものが1975年に3,822人まで減少した。1971年には「過疎法」の指定自治体になったが、その後1995年の4,273人まで増加した。その結果、2000年には「過疎法」の指定自治体から「脱却」することになった。しかし、その後は人口が再び減少へと転じ、2015年現在3,647人となっている(国勢調査人口)。住民の高齢化も進展しており、2015年現在の高齢化率は40.8%となっている。

この間、川場村は「農業プラス観光」によるむらづくりを進めてきた。その最初の事業が、SL事業であり、山口県で運用されていたSLを



図2 川場村における旧組村(集落)の位置図

買い取り、数両の客車とあわせてホテルSLを開業させた(1976年)。

それに次いで進められたのが、東京都世田谷区との交流事業であった。既述した多くの研究が明らかにしている通り、この交流事業は1979年に世田谷区基本計画の重点事業の一つとして「世田谷区民健康村」事業が発端となって始まったものである。ほんものの自然に触れることのできる「第二のふるさと」を求める世田谷区と、交流をとおして地域の活性化を目指す川場村とが、1981年に「世田谷区民健康村相互協力に関する協定」(縁組協定)を結ぶことで、両自治体による相互交流が始まったのである²⁾。

1982年からは相互交流の予備活動が始まった。そのなかには、レンタアップルやいちご摘みとジャムづくりツアー、ふるさとバックな

ど、村の農業を核としたプログラムを中心に、区立小学校の児童の移動教室の試行、川場小学校と千歳台小学校の姉妹校交流の成立、森のキャンプ、三浦臨海学園を利用しての川場小学校臨海学校の実施、区民と村民の各世代の交換交流などが含まれていた（世田谷区生活文化区民健康村・ふるさと交流課ほか、2001：河藤、2015）。1986年には交流拠点施設であるなかのビレジとふじやまビレジが、村内の中野集落と富士山集落の端に開設される（図3）とともに、世田谷区立小学校の5年生を対象とした移動教室が本格的に開始された。あわせて、諸施設の運営組織として株式会社世田谷川場ふるさと公社が設立された。

同じころ、1982年には上越新幹線が大宮―新

潟間で開業し、1985年には関越自動車道が全線開通（練馬IC―長岡IC）したことによって、東京都市圏から川場村への時間距離が大きく短縮されることとなった。こうしたことも、世田谷区と川場村の交流事業にとってはプラスとなった。

その後、縁組協定10年を契機に川場田園プラザ事業が始まり、1993年に株式会社田園プラザ川場が設立され、以降、ファーマーズマーケット、ミルク工房、パン工房、ビール工房等が順次完成していった。川場田園プラザは、1996年に道の駅として登録されることとなった。

1990年代半ば以降、川場村では森林整備にも力を注ぐようになった。1995年に「友好の森」を育むやま（森林）づくり塾が開校された後、



図3 川場村における主要施設の分布

（資料）川場村パンフレットより作成

1997年の「森のむら」、「森の学校」が村の東部に位置するなかのビレジの背後にある山林部分でオープンした。この施設では、移動教室の児童たちを中心に豊かな森林資源の活用と森林の役割を学ぶ場となっている。あわせて、植林などの森林整備の拠点施設にもなっている。さらに、2008年からは川場田園プラザの背後にある後山の森林づくり事業が始まり、林業経営、環境保全や森林レクリエーションの観点から、施業方法の検討、憩いの広場の整備をはじめ林道やレンタル農園、木材集積・製材所の整備が進み始めている（川場村提供資料による）。

2011年には、縁組協定30周年を記念して「縁人（エンジン）」企画による田んぼアート事業が始まった。縁人とは、川場村の若者の有志が中心に集まったグループであり、このグループの参加者は、30歳代から40歳代の「若手世代」を中心としている。むらづくりの担い手が、「若手世代」に継承されつつある。この取り組みは、世田谷区と川場村との交流事業を自治体や交流事業の運営者が取り組むだけでなく、また参加者も活動に参加するだけでなく、村民と区民が一緒になって企画を立案し交流を深めていくことも目的としている。

その他にも、世田谷区職員の1年次宿泊研修は川場村において実施されている。その内容は、①川場村役場において村を知るための講義、②世田谷区民健康村周辺の里山整備作業、③リンゴ農家でのリンゴの摘花作業となっており、これらを通して両自治体の職員同士の交流も行っているという。

以上のように、川場村におけるむらづくりは「農業プラス観光」を軸に、生産者と消費者、農村住民と都市住民の交流に注力しながら、事業の範疇が、農産物の生産と販売、交流拠点施設の整備、さらには森林整備へと拡大するとともに、むらづくりの担い手も「若手世代」へと継承されつつ継続しているのである。

Ⅲ. 川場村における農業の変化と地域的特徴

川場村における基幹産業の一つは農業である。産業別就業人口をみると（図4参照）、1955年以降減少傾向で推移しているとはいえ、2005年まで産業大分類の中ではもっとも多い就業人口となっていた。1980年代から90年代にかけては、建設業や製造業も村の中心的な産業へと成長してきたが、近年ではこれに変わって卸売・小売業やサービス業が村の経済の中心的位置になってきている。

農家数の変化をみると（図5参照）、1965年に677戸であった総農家戸数は減少傾向で推移し、2015年には252戸となっている。1965年時点では専業農家率が41.2%と高い値を示していたが、その後第二種兼業農家戸数が増加するに伴って専業農家と第一種兼業農家は大きく減少した。2000年以降、専業農家戸数は増加に転じているが、これは「高齢専業農家」の増加によるものである。一方、第二種兼業農家戸数は、1990年まで増加するものの、その後は減少している。これに対して2000年代に入ってから増加しているのが自給的農家である。総農家戸数に占める自給的農家戸数の割合は、2000年の24.8%から2015年の39.3%へと上昇している。

川場村における主要品目の作付・栽培面積をみると（表1参照）、水稻を筆頭にこんにゃくも、リンゴの面積が比較的大きい。水稻は、1970年以降2000年まで減少傾向で推移しているが、その後は増加へと転じている。この背景には、村内で生産されている米をブランド化する取り組みが進んだことと関連していると考えられる。川場村では、それまで縁故米として関係者によって食されていたコシヒカリのブランド化へ向けた取り組みが、2005年から始まった。名称の検討、肥培管理の検討や食味分析の徹底を通して、「雪ほたか」と名づけられた米は、「全国米・食味分析鑑定コンクール」にお

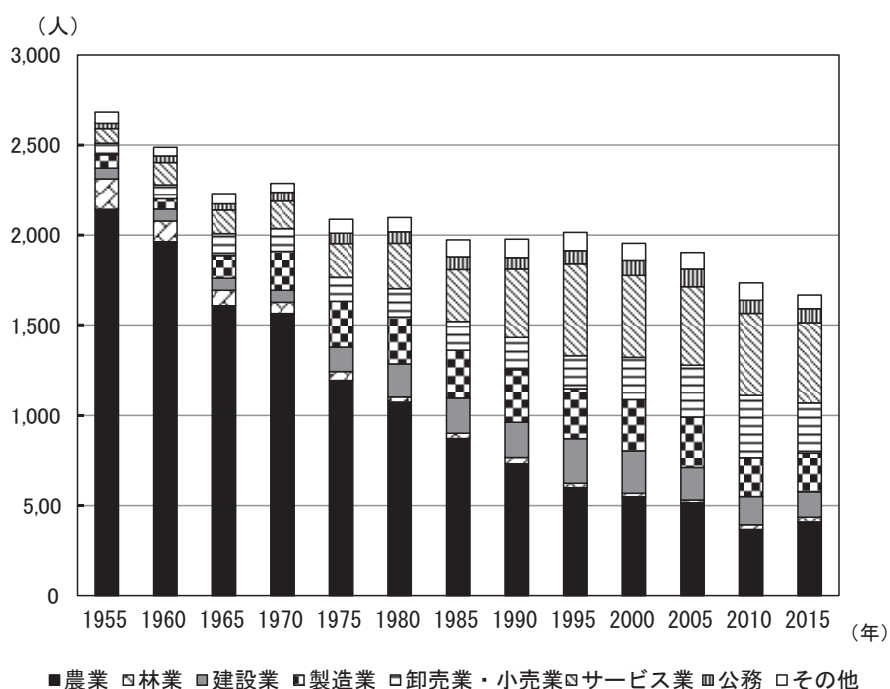


図4 川場村における産業別就業人口の推移

(資料) 国勢調査(各年次)より作成

注. 卸売業・小売業には、2000年から飲食業、2005年から宿泊業も追加している。

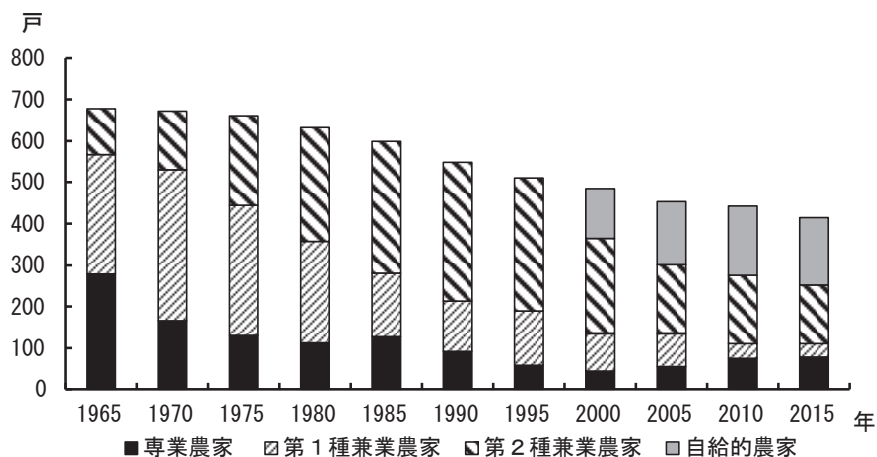


図5 川場村における属性別農家戸数の推移

(資料) 農林業センサス(各年次)より作成

表1 川場村における品目別作付・栽培面積の推移

	水稻	大豆	いちご	とうもろこし	ばれいしょ	こんにゃくいも	りんご
1970	196	13	3	3	10	67	25
1975	178	27	3	9	9	121	11
1980	139	24	10	15	5	118	11
1985	146	11	12	11	9	134	15
1990	133	13	8	8	9	176	27
1995	138	7	5	8	7	188	31
2000	129	6	3	8	7	174	32
2005	150	6	2	8	8	157	32
2010	160	4	—	—	—	—	—
2015	180	2	—	—	—	103	34

(資料) 川場村役場「行政情報」ホームページ および農林業センサスより作成。

注. 1) とうもろこしは、未成熟とうもろこしのことである。

2) —は、データがないことを示している。

3) 2015年のこんにゃくいもとりんごは、農林業センサス(販売農家)のデータである。

表2 集落別農産物販売金額第1位部門ごとの農家戸数(2010年)

	合計	稲作	雑穀・いも 類・豆類	工芸農作物	露地野菜	施設野菜	果樹類	花き・花木	酪農
合計	243	106	7	30	41	12	39	2	6
門前	40	24	4	4	3	3	2	—	—
谷地	38	12	1	6	5	6	7	—	1
川場湯原	28	16	—	4	5	1	1	1	—
中野	17	2	—	—	—	1	12	—	2
萩室	25	10	1	1	4	1	6	—	2
立岩	20	9	—	1	6	—	3	—	1
生品	55	28	1	8	15	—	3	—	—
天神	20	5	—	6	3	—	5	1	—

(資料) 農林業センサス・集落カード(2010)より作成。

いて高い評価を得ている³⁾。こんにゃくいもは、比較的経営規模の大きい農家に多いようである⁴⁾。近年は、担い手の高齢化や市場の先行き不透明感のもとで、作付面積が減少傾向にある。リンゴの栽培面積は1980年代半ばから増加し、2000年代にはいと30ha台で安定している。これは、後述する消費者との交流、直販による販売が定着したことによると考えられる。

川場村の農業は、集落ごとにやや性格を異にする。表2は、集落ごとの農産物販売金額第1位部門ごとの農家戸数(2010年)を示したもの

である。これをみると、販売金額第1位の部門は概ね「稲作(=米)」である集落が多いものの、中野では「果樹類(=果実類)」が、天神では「工芸農作物(=工芸農産物)」がそれぞれもっとも多くなっている。「工芸農作物(=工芸農産物)」は、谷地、川場湯原、生品、天神、「露地野菜」は川場湯原や立岩、生品、「施設野菜」は門前、谷地、中野、「果樹類(=果実類)」は既述した中野のほか、谷地や萩室、天神の各集落で相対的に多いといえる。工芸農作物であるこんにゃくいもは、1970年に始まる米

の生産調整策のもとで転作作物の一つとして定着してきたこともあり、村内でも水田の広がる集落において栽培が続いている。他方、果樹類の中心にあるリンゴは、養蚕（桑園）からの転換のなかで拡大してきた。それゆえ、元々畑作中心であった中野集落を中心に栽培されている。

Ⅳ. 中野集落における農業経営の特徴

1. 中野集落の概要

中野集落は、中野集落は川場村の南部に位置する（図3参照）。人口は178人、世帯数46世帯（2018年12月現在）である。集落の中を太田川と小田川が流れており、集落の背後には山林が広がっている。中野集落の基幹産業は農業であり、特にリンゴ農家が多く存在する。また、世田谷区民健康村のなかのビレジが集落の東端にあり、施設利用者との交流が比較的容易である。それゆえ世田谷区の移動教室では、中野集落のリンゴ農家との交流が続けられている。

中野集落における農家数は、1970年の40戸から減少傾向で推移している（図6）。とくに2000

年以降の減少が大きくなっており、2010年には1970年のほぼ半分となる21戸まで減少している。この間、農業就業人口も206人（1970年）から116人（2010年）まで減少している。ただし、1990年代には農家数および農業就業人口とも増加している点に注目しておきたい。近年の減少は、高齢化により農業からの引退者が増加したためであるという（中野集落での聞き取り調査による）。

既述した通り、中野集落には果樹類を経営の中心に置く農家が多い。この背景には、中野集落が世田谷区との交流事業の一環として始まった「レンタアップル」や「ふるさとバック」等の事業を積極的に受け入れてきたことが関わっている（中野集落での聞き取り調査による）。「果樹類（＝果実類）」が農産物販売金額第1位である経営体数の推移を示したのが図7である。これによると、1970年には1戸であった当該農家数は、2000年に15戸まで増加した。かつて中野集落では、養蚕と稲作、林業の複合経営を営む農家が多かったが、貿易の自由化により安価な生糸や木材が日本市場へ流入したこと

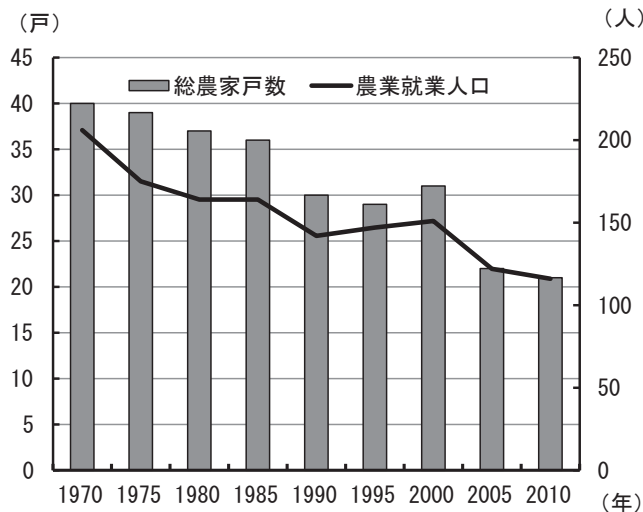


図6 中野集落における総農家戸数・農業就業人口の推移

（資料）農林業センサス（集落カード）より作成

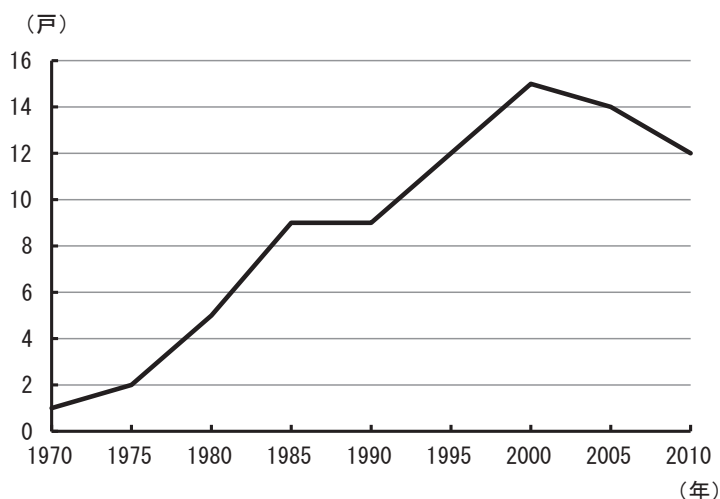


図7 中野集落における販売部門第1位(果実)の農家戸数の推移

(資料) 農林業センサス(集落カード)より作成

から、養蚕と林業は大きく衰退した。畑作部門では、養蚕が変わって1950年代半ばころから果樹、とくにリンゴが導入され、その後1960年代に入ると本格的に転換が進んだ。リンゴの生産拡大には、この地域の気候条件がリンゴの生産に適しているばかりではなく、東京などの大消費地にも比較的近いことから、完熟度の高いリンゴを収穫して販売することに成功したことが大きく関わっている。また、世田谷区との交流事業の進展は、もぎとり体験、レンタアップル制度、ふるさと便などの取り組みにつながり、販路や消費者の獲得にもつながった。2018年現在、中野集落におけるリンゴ生産農家は9戸となっている(中野集落での聞き取り調査による)。

2. 農業経営の現状

本節では、筆者が実施したヒアリング調査(中野集落の果樹農家7戸、中野集落において果樹園を経営する小田川集落の果樹農家1戸)の結果をまとめる。

図8は、調査対象農家の労働力の特徴を示している。これによると、家族労働力のうち農業

専従者が3名以上いる農家が5戸ある。60歳未満の年齢層にも農業専従者がおり、後継者として農業の担い手となっている農家が多いことがわかる。栽培品目の中心はリンゴであり、その面積は100~150aの農家が大半であり、これにブルーベリーや梅、水稻が加わっている(図9)。ブルーベリーの栽培は、1977年からB農家によって試験的に導入され1985年頃から本格的に中野集落を中心に拡大した。傾斜地でも栽培が可能であること、管理作業がほとんどいらないうことや果実の重量も軽いことから、高齢者でも栽培可能であり、導入が進んできた。その一方で、他の集落とは異なり中野集落では水稻作の規模が必ずしも大きくない。これは果樹栽培を経営の軸としている中野集落の農家にとって、リンゴの収穫時期と稲の収穫時期が重なることに起因している。

総作付・栽培面積が250a以上と経営規模の大きいA・B農家は、家族労働力に加えて雇用労働力が年間延べ100人以上と多く、65歳未満の家族労働力も比較的多い。総作付・栽培面積が200a程度であるC・D・E農家は、比較的若い家族労働力と雇用労働力(約20人程度)で担

農家	家族労働力（性別・年齢別農家構成員）												雇用 労働力
	一29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳		60-69歳		70歳-		
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
A		□□					○	○					250
B	□□□			○			○				○	×	100
C			○						○	○			？
D	□□			○	○					○			？
E	×	×	○					○	○		○	○	17
F	□□				○			○				○	18
G					×				○	○			22
H	□□				△	×				○	○		11

（資料）農家への聞き取り調査より作成。

注：1）灰色の網掛けは世帯主を示している。

2）○：専業，△：農業（主）＋兼業，▲：兼業（主）＋農業，×：農業従事なし，□：学生・無職

3）性別が不明の構成員のマークは，男女の間に置いている。

4）農家C・Dの雇用労働力はあるが，人数が不明．それ以外の農家の数値は，年間の延べ人数である．

図8 調査対象農家の農業労働力（2018年）

（資料）聞き取り調査より作成

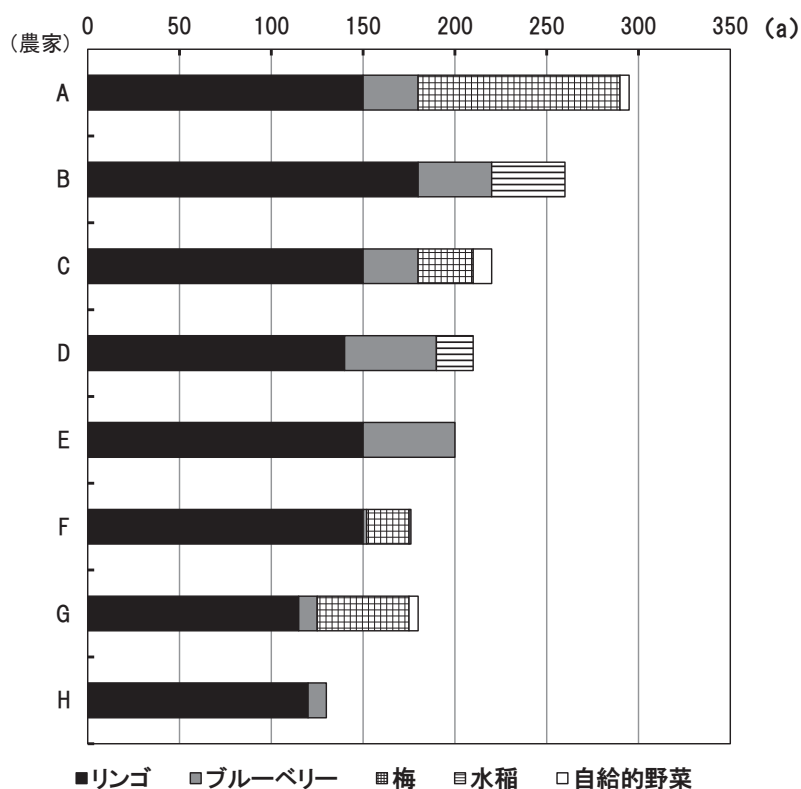


図9 調査対象農家における品目別作付・栽培面積（2018年）

（資料）聞き取り調査より作成

われている。F・G・H農家は、家族労働力が相対的に少なく、雇用労働力も10～20名と多くはない。

各農家の経営の中心にあるリンゴの出荷・販売先(図10)は、すべての農家で「直販」の割合が高い傾向にある。この「直販」のうち農家によっては約40%～50%が世田谷区民へ向けたものであるという(各農家への聞き取り調査による)。また、現在では世田谷区民への直販割合は多くないものの、区民への直販をきっかけに東京都内、関東地方、さらには全国へと販路が拡大したと答える農家も複数存在する。出荷・販売先として次に多いのが、道の駅田園プラザ川場内の「ファーマーズマーケット」である。ここには、「直販」で売り切れなかったものや、傷物や小玉のリンゴなどを出荷する農家が多い。関岡・南橋(2012)や河藤(2015)、岡田(2015)が明らかにしたように、川場田園プラザへの入込客数が増加する中で、リンゴの引き合いも強いことから、「リンゴが供給しきれない」と複数の農家が指摘している。その一方

で、どの農家も農協出荷は多くなく、農協出荷をしていない農家も存在する。これは、「直販」での販売が取引価格も高く、確実に販売することができるためである⁵⁾。

世田谷区民との交流事業の一環として、1982年に中野集落の全リンゴ農家で導入された「レンタアップル」やその後に登場した「ふるさとパック」等は、今日において農家によって導入割合にばらつきがある。今日なお大きな割合を占めているのはFとG農家である。レンタアップル制度は、その導入当初、レンタアップルの利用者(世田谷区民)との間で親戚のような関係が構築されることが評価され、農家にとっては都市の様々な住民と会話することを通して、都市の情報や知恵が入ったことに意義を感じていた。また、レンタアップルで収穫したリンゴが世田谷区を中心に評価され、「直販」への販路が拡大したり、リンゴジュースの小瓶での販売など新たな商品開発にもつながったりした。今日なお、世田谷区民のリンゴの木のオーナーが、世代を越えて川場村に通い、古木となって

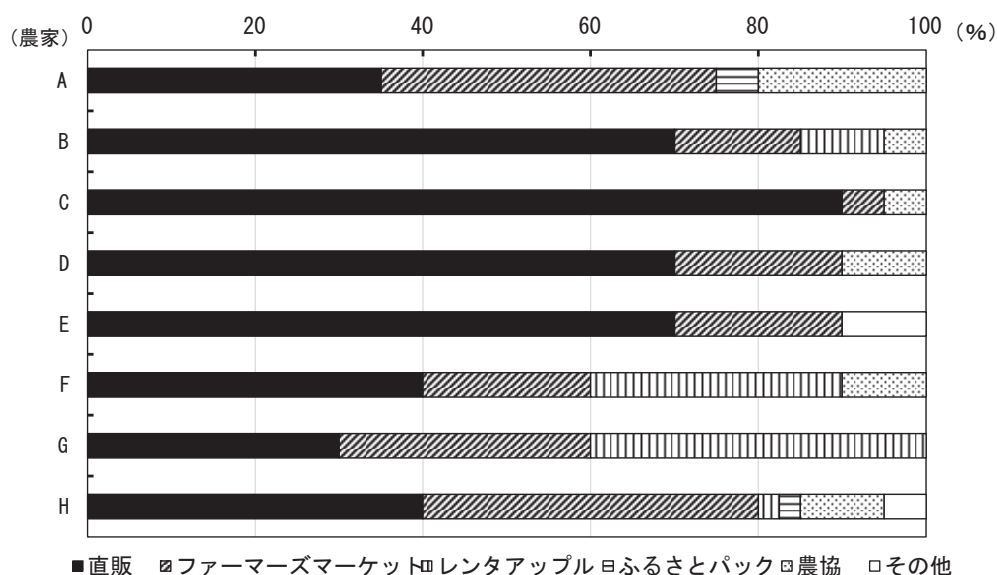


図10 調査対象農家における品目別の出荷・販売先 (2018年)

(資料) 聞き取り調査より作成

きたリンゴの木を大事に手入れしたり、圃場の草取りをしたりする姿を見て、この取り組みを続けたいという農家もある（F農家）。レンタルアップルのお陰で、生産者の苦労や想いを理解してくれる「よいお客」が経営の味方になってくれていると評価する農家もいる（B・G農家）。こうした点は、次章で詳述する「交流効果」の一端を示していると評価できるだろう。しかし、これらの出荷・販売方法は、「直販」や「ファーマーズマーケット」での出荷・販売が定着してきた中で、徐々に少なくなっている。

今後の経営方針は、どの農家も「現状維持」を指摘している。とくに、経営規模については「現状維持」の意向が強い。2戸の農家は、高密度栽培や糖度の高い品種、ロスの少ない品種への転換を考えている。これらの意向は、川場村産リンゴの引き合いが強いこと、消費者との直接的な関わりのなかで生まれたものであるといえる。販売方法については、すべての農家が直販の継続もしくは増加したいとしている。それに次いで、ファーマーズマーケットへの出荷の継続もしくは増加を指摘する農家が5戸と多かった。これらの販売方法が志向されるのは、①直販とファーマーズマーケットは、自ら出荷する農産物に価格をつけることができること、②JAの系統出荷を通して販売されることと比較して手取り収入が多いためである。とくに「直販」は、販売に関わる手数料がかからないため、農家が最も力を入れている販売方法である。この「直販」は、これまでの各種の交流活動や「せたがや区民まつり」等のイベントへ川場村が出店することによって、川場村産リンゴに対する評価があがり、口コミで販路が拡大してきた。また、消費者のなかには川場村産リンゴを求めて、中野集落まで直接購入しにくることもままあるのだという。そうした状況ゆえ、調査対象農家のなかには、毎年販売可能なリンゴは売り切れてしまい、販売を断わらざるをえない状況になっている農家もある。

V. 世田谷区民との交流が農業経営に与えた影響

1. 農家が交流事業へ参画した理由

表3は、調査対象の8戸の農家が世田谷区民との交流事業に参画した理由を示している。最も多いのが、農家自ら「世田谷区民との交流を深めたかったから」である。中野集落は、世田谷区民との交流拠点施設であるなかのビレジが建てられた集落であり、区立小学校の移動教室の際のさまざまな活動が行われる舞台となった集落である。また、こうした活動を企画立案し、農家の立場から実践してきたM氏が居住する集落であったことも、区民との交流に前向きとなりえた背景となっている。

M氏は、「当初、世田谷区民との交流を始める時には反対する住民もいた。川場村が都心の世田谷区に乗っ取られると考えていたのだろう。議会にしても集落にしても、全体会議をしようとしたら反対されてしまうため、村を引っ張っていた4人で決めた。しかし、取り組みが始まって、いろいろな面で交流の効果があつたので反対する住民はいなくなった。」と回顧する。

あわせて注目したいのは、「販路を拡大させたかったから」と「その他」の回答が多い点である（表3）。「その他」の中には、次の回答がある。

- ①自分たちの農業経営を応援してもらえると期待したから。
- ②生産者と消費者との協力体制がつかれると思ったから。

表3 調査対象農家の交流事業への参画理由

内容	回答数
世田谷区民との交流を深めたかったから	7
販路を拡大させたかったから	4
役場職員から誘われたから	1
友人から誘われたから	1
その他	5

（資料）聞き取り調査より作成

③自分のリンゴの味を知ってほしかったから。
 ④世田谷区に住む著名人にも川場村の味を届け
 ることができるようになると思ったから。
 ⑤農家間の交流のきっかけになると思ったから。
 以上のうち、①～④はリンゴを含めたこの地域
 の農業の発展にとって、世田谷区民との交流は
 プラスの効果をもたらしてくれるだろうという
 期待感をもっていたことがうかがえる。⑤は、都
 市住民との交流を通して、集落住民同士の意思
 疎通を図り、区民の受け入れ方、農業経営のあ
 り方を模索しようとしていたことがうかがえる。
 1986年の2つの交流拠点施設の開設以降、
 「移動教室」を通して年平均約6,276人が宿泊し
 ている⁶⁾。近年では年間約6,000人の児童がな
 かのビレジとふじやまビレジへ宿泊しており⁷⁾、
 その半数が何らかの形で中野集落において体験
 活動を通して住民と交流している。

2. 交流事業の意義と課題

交流事業を通して良かった点を問うと(表4)、
 移動教室を通した児童をはじめ「世田谷区民と
 の交流を深められた」こと自体とともに、「販路
 を拡大できた」という回答が多い。また、「消費
 者に喜ばれるようになった」こと、「確実に農
 産物が売れるようになったこと」などが高く評
 価されている。そして、ここでも「その他」の
 回答の多さが目立つ。この中には、
 ①自分でお客さんが見つけれれる。
 ②交流人口が増えて、お金が入るようになった。

表4 調査対象農家による交流事業の評価点

内容	回答数
世田谷区民との交流を深められた	7
販路を拡大できた	7
消費者に喜ばれるようになった	6
確実に農産物が売れるようになった	4
交流収入によって生活が支えられている	2
生産者間での情報交換が活発になった	1
その他	8

(資料) 聞き取り調査より作成

③イベントなどでお客さんに直接会うことがで
 きるようになった。
 ④宣伝効果があった。
 ⑤川場村が知られるようになった。
 ⑥自分たちの知らない職場で働く人や生活水準
 の異なる人たちと話ができる。
 ⑦世田谷区の子供やその親が来て、都会の知識
 が村に入るようになった。
 ⑧田園風景が維持できている。

という回答があった。①～③は、既述した販路
 の拡大とも関連して、レンタアップルやふるさ
 とパック、直販等による販売が可能となり、交
 流事業が農家に経済的効果を生み出しているこ
 とに対する評価であると考えられる。あわせて、
 消費者に喜んでもらえることにもつながり、
 農業のやりがいにもつながっていると考え
 られる。④と⑤は、交流事業を通して川場村の
 さまざまな魅力が世田谷区を中心に口コミで拡
 大し、川場村や中野集落が独自に情宣活動をし
 なくても、川場村を魅力に思う都市住民が増加
 したことを示している。さらに、⑥と⑦は何も
 なければ出会うことのない人との縁を通して得
 られた刺激(その一つが情報・知識)が数多く
 あったことを示唆している。そのうえ、③⑥⑦
 を通して中野集落の農家は、新たな栽培方法⁸⁾
 や品種の転換、加工品の開発意欲の醸成にもつ
 ながったと評価している。そうした世田谷区民
 が川場村において感じる魅力は、自然であり田
 園景観であった。中野集落の農家は、直販等によ
 って農産物販売の基盤を固めることを通して、
 ⑧の田園景観の保全にも力を注ぐ必要性を
 感じてきたのである。このことは、2章におい
 て概観した川場村のむらづくりの方向性とも合
 致していたのである。

交流事業の課題は、「ない」と回答した農家
 が7戸であった。このことは、ここまで述べて
 きたように交流事業が農業経営において意義が
 あったことを示している。しかし、1戸の農家
 は「集落でまとまって取り組むことが難しい」

ことと「人口が少ないことから、一人一人の負担が少なくない」ことを指摘している。これらの課題は、中野集落においても住民の減少や、農業就業人口が減少している一方で他産業就業者が増加するとともに、住民の世代交代のなかで地域での活動に対する歩調が揃いづらいことを反映した意見である。

VI. おわりに

川場村は、世田谷区との交流事業を30年以上にわたって継続してきた。長年にわたる交流の実現は、両自治体間で結んだ「縁組協定」が強く関わっている。この協定によって、両自治体において川場村の「健康村」むらづくりは、重要施策の一つとして位置づけられ、予算措置がなされるようになった。また、両自治体の補完的役割を株式会社世田谷川場ふるさと公社が担うようになった。交流拠点施設等の運営は、交流事業の円滑な実施と継続にとって重要な意味をもっていた。さらに、東京農業大学等との連携も背景に、川場田園プラザや森林整備など次々と新しい事業展開を実現してきたことも、川場村の魅力づくりに寄与し、「観光客」の入込客数増加につながってきた。もっとも、両自治体間での交流は、高速交通体系の整備の恩恵を受けて時間距離の短縮によっても支えられた。

しかし、こうした政策的な誘導だけではなく、むらづくりとして交流事業が継続した背景には、住民同士のこの事業への評価があったことも指摘しなくてはならない。本稿では、とくに川場村の農家にとっての交流の意義を検証してきたが、交流拠点施設である中野集落の農家にとっては、移動教室を通した区立小学生やその親世代との縁をきっかけに、①「レンタルアップル」制度や「ふるさとパック」、さらには世田谷区民祭りのようなイベントでの即売をとおして川場村産農産物のファンを獲得し「直

販」の販路拡大を実現させていたこと、②都市住民との交流が農業経営に対する新しいアイディアの獲得につながったこと、③個別の農業経営にとどまらず、農家間の協力を通して実現できる田園景観の保全へつなげていったこと、④一連の取り組みを通して得られた交流（関係）人口の存在が、農家にとっても農業や農村居住に対する誇りを生み出してきたこと、などの効果につながってきたと指摘できる。

とはいえ、「農業プラス観光」によるむらづくりは、次の諸点にみるように徐々に岐路をむかえている。第1は、世田谷区民健康村が主導する各種の交流事業の担い手は、川場村の現役の農林業従事者である。減少傾向で推移している農林業従事者が多忙となるなかで、次世代の担い手を見据える必要性が高まっている⁹⁾。

第2は、交流事業の体験事業は農林業に関するものがほとんどであり、他産業従事者の交流が少なく、広い意味で相互交流が行われているとはいえないという点である。「農村らしさ」と「多様化する農村」の現実のなかで、交流の内容とその意義を検証していく必要がある。スポーツ交流などを含めて新しい交流を見出したいと指摘する中野集落の農家の意見は、こうした点を象徴したものである。

本稿は、いくつかの検討課題を残している。1つ目は、交流事業の意義を中野集落での農業経営実態調査に絞って検証してしまった点である。農業の面でみれば、村内で取り組まれている「雪ほたか」のブランド化の取り組み、こんにゃくいもの生産および流通の分析を含めて考察を深める必要があると思われる。このことは、川場村のなかでも中野以外の集落における交流事業の受け入れと農業経営の実態やその課題を検証することにもつながる。2つ目は、1990年代以降に取り組みが進んできた森林整備に関わる事業の分析である。木材コンビナート、木質バイオマス発電などの新エネルギー対策など新たな取り組みの実態とその林業振興や

都市農村交流に果たす役割についても検討する必要がある。これらは、今後の研究課題としたい。

謝辞

本研究を進めるにあたり、群馬県川場村役場むらづくり振興課、世田谷区役所生活文化部ふるさと交流課、株式会社世田谷川場ふるさと公社の皆様には、資料のご提供と合わせて貴重なお話を伺わせていただきました。また、川場村中野集落及び小田川集落の果樹農家の皆様には、調査票へのご回答とともに、農業経営の実態や交流事業に対するご意見を伺わせていただきました。末筆ながら、お世話になりました皆様へ厚く御礼申し上げます。

注

- 1) 川場村提供資料によれば、村の総面積は85.25km²であり、そのうち約90%が山林で占められている。他方で、農用地は約6%、住宅は1.2%に過ぎない。
- 2) 交流事業の取り組みの変遷や特徴は、世田谷区生活文化部区民健康村・ふるさと交流課・川場村企画課・株式会社世田谷川場ふるさと公社(2001)や関(2007)に詳しい。
- 3) 川場村雪ほたか生産組合が2005年に組合員71名で設立され、ブランド化へ向けた取り組みが始まった。株式会社雪ほたか(2014年法人化)のホームページを参照されたい。<http://www.yukihotaka.jp/index.html>
- 4) 川場村役場等での聞き取り調査による。
- 5) リンゴの販売価格について、農協出荷による販売と直販との比較することは難しいが、ある農家は、前者が2,000円/kgであるのに対して後者は5,000円/kgであると答えている。
- 6) 1986年から2018年までの「移動教室」を通した宿泊実人員は、200,840人となっている(株式会社世田谷川場ふるさと公社提供資料による)。
- 7) 2018年の移動教室の人数は6,314人であり、その約半数がなかのピレジに宿泊している。すなわち、3,000人以上の児童たちが何らかの形で中野集落において活動していることになる(株式会社世田谷川場ふるさと公社提供資料による)。
- 8) C・G農家は、7年前に中野集落のリンゴ農家とともにイタリアへ研修旅行に出向き、現地で取り組

まれている高密度栽培を導入しようと決意した。新たな苗木を6年前に植え、2年前から収穫が始まっている。この栽培方法は、冬季の選定作業が容易となるとともに、果実の生育期の日照を確保できるため成熟が早く、果実の糖度も高くなりやすいなどの特徴がある。また、リンゴの木が樹齢を重ねても樹高を抑えられるために作業が容易であるなどのメリットもある。

- 9) 既述した「縁人」による取り組みは、こうした状況の中で生まれた新しい動きである。

参考文献

- 岡田 登 2015. 群馬県川場村における農産物直売所の野菜多品目化. 地球環境研究17: 149-156.
- 小田切徳美2009.『農山村再生―「限界集落」問題を超えて―』岩波ブックレット.
- 河藤佳彦 2015. 農業と観光の融合による地域づくり―群馬県利根郡川場村における取組み―. 地域政策研究18-1: 1-24.
- 佐藤真弓 2010.『都市農村交流と学校教育』農林統計出版.
- 関 清 2007. 都市と農村の交流の意義―川場村と世田谷区の交流活動から―. 森林科学49: 2-3.
- 関岡東生・南橋夕香 2012. 群馬県川場村における民間宿泊業の現状と課題. 東京農大農学集報57-3: 205-215.
- 関戸明子 1994. 都市との交流事業による地域活性化―群馬県川場村中野の事例―. 群馬大学教育学部紀要(人文・社会科学編)43: 173-188.
- 世田谷区生活文化部区民健康村・ふるさと交流課・川場村企画課・株式会社世田谷川場ふるさと公社 2001.『健康村づくりの記録―世田谷区・川場村縁組協定20周年記念―』世田谷区生活文化部区民健康村・ふるさと交流課・川場村企画課.
- 田中輝美 2017.『関係人口をつくる―定住でも交流でもないローカルイノベーション―』木楽舎.
- 中島直子 1992. 群馬県川場村における農林業と観光化. お茶の水地理33: 45-56.
- 宮口侗迪 2007.『新・地域を活かす―地理学者の地域づくり論―』原書房.
- 宮口侗迪・中川秀一 2016. いまあらためて農山村の価値を考える(2016年春季学術大会シンポジウム報告). E-journal GEO 11: 316-319.