

集落活性化調査 結果報告書

東京聖栄大学 調理学第2研究室

調査集落	東白川郡埴町大蕨・大畑地区
調査日程	<p>(事前調査)</p> <p>平成23年12月23日</p> <p>学部長らによる地区住民との打ち合わせ</p> <p>(本調査)</p> <p>平成24年2月25日～2月26日</p> <p>2月25日 午後：現地入り（・道の駅はなわの視察）</p> <p>夕方：町の役員の方とあいさつ・東京での調査結果を報告</p> <p>2月26日 午前：道の駅はなわにて来場者アンケート</p> <p>昼：町の方との意見交換</p> <p>午後：現地出発</p>
調査内容	<p>・大蕨・大畑地区の生産者が出品している商品にはどのような商品があるのかを調べ、6次産業としてどのようなことをしたらいいかを明確にしていく。</p>
宿泊先	<p>湯遊ランドはなわ</p> <p>(大蕨地区から車で30分程度)</p>

目 次

1. はじめに一埜町大蕨・大畑地区	—	P 3
2. 大蕨・大畑地区の実情	—	P 4
3. 大蕨・大畑地区における特徴ある取組み	—	P 5
4. 道の駅を利用した活性化プロジェクト	—	P 6
5. 調査期間	—	P 6
6. 埜町訪問スケジュール	—	P 6
7. 現地調査内容	—	P 7
8. アンケート調査結果報告及び意見交換会	—	P 11
9. まとめ	—	P 15
(参考資料)		
①道の駅 利用アンケート(東京)及び調査結果について(P 16)		
②埜道の駅現地アンケート及び調査結果について(P 26)		
③アンケート調査まとめ(P 33)		
10. 活性化策の提案	—	P 33

1. はじめに一埴町大蕨・大畑地区

福島県埴町は、福島県の南端に位置し、東は茨城県北茨城市、高萩市、里美村、大子町、南は東白川郡矢祭町、北は東白川郡棚倉町に隣接している。東西約 27 キロメートル、南北約 20 キロメートルになり、町の面積は 211, 60 平方キロメートルと広大である。町の人口は、昭和 50 年代後半に 12,000 人を超えていたが、年毎に微減し 30 年後の平成 23 年には 1 万人を割り、現在は 9,800 人となっている。

町の東には阿武隈山脈、西側には八溝山系がそびえ町の中央を一級河川久慈川が流れ、茨城県日立市に注いでいる。町の総面積の八割が森林となり、山から注がれる豊かな水の恩恵を受け、肥沃な土地を利用し、水稲をはじめとする農業が基幹産業となっている。

文献の上で埴町関連の地名が見られるのは、弘仁（811 年）の「日本後記」の条が始まりで、その後佐竹氏に支配されたことから埴地方の幕府直轄地となった。近世初期から幕領として代官の支配するところと、棚倉藩に支配される村々が生じ、大蕨・大畑地区は幕領として支配され、享保 14 年から慶応 4 年の 139 年間続いた代官所の中でも、第 13 代目の寺西重次郎封元代官は、子孫繁栄を解き地域の活性化を図るため、「寺西八か条」を作成し住民の安寧に努めた。

埴町は、昔から「塩の道」といわれるように浜通り・いわき地区とのつながりも多い。町には国道 118 号線、国道 349 号線、国道 289 号線が通っているが、中でも国道 289 号線はその前身であるといわれ、大蕨・大畑地区はその影響を受けた。また国道 118 号線は、町の主要道路となっており、埴町から南は茨城県大子町、北は須賀川市へとつながり、平成 15 年にできた「道の駅はなわ」には来場者 100 万人、レジ通過者 30 万人、いわき方面をはじめ茨城県からの来客はその半数近くを占めている。

私たちの大学のある葛飾区と埴町は、平成 11 年に相互防災協定を締結し、物産販売や文化交流を通じながらお互いの交流を図っている。昨年 11 月に開催された「東京聖栄大学祭」には、道の駅はなわの物産を販売し区内の皆様にご好評を得た。昨年 3 月 11 日以来、風評被害により年間売り上げ 2 億 8 千万円は当初半分に激減し、交流を通じた販売を行い約 8 割まで持ち直した。



2. 大蕨・大畑地区の実情

埴町は、最も平坦な土地で標高 200 メートル、高い地域で 700 メートルの地点まで集落が点在している。現在は 43 の集落からなり、その半数が準限界地域に近く、多くが高齢化率 4 割以上を占めている。大蕨・大畑地区も例外ではなく、標高 400 メートル。大蕨は 46 戸人口 173 人 55 歳以上 43.9%、大畑は 20 戸人口 72 人 55 歳以上 45.8%と、あと数年で準限界地域となってしまう。しかも大蕨・大畑地区は中山間地域であり、公共交通機関の便も悪く、1 日 4 便のバスが往来するのみの地域である。しかしこの地域は、もともと肥沃な土地が多く、こんにゃく生産等を行っていたところである。大蕨・大畑地区を合わせると、66 戸中 40 戸（約 60%）が農家で、J A や市場出荷（50%）、直売所での農作物の販売（40%）、注文・通信販売（10%）という農業収入で生計を立てている。また、この地区で農家を営む方には高齢者が多く、出荷量の多少の違いはあるものの、町内にある道の駅はなわの直売所に農作物を出荷しているという共通点がある。並んでいる農作物の多くは地元の方に購入されているため地産地消はそれなりに行われていると言えるものの、ここ 1 年間は昨年（2011 年）の東日本大震災の風評被害により地区外及び町外、また県外からのお客様からの購入率が減少している。



私たちは、この地区に住む人々と話し合い、意見を交換する機会を持った。すると、多くの住民の方から、「将来、現在住んでいる地域に住み続けるためには、1 年を通した収入を得られるようになれば・・・」という意見が出た。農業生産中心で生活する地域住民の農業に携わることへの意欲・決意が感じられた。そこで、東京聖栄大学としては、得意の調理学の面から産業育成の手助けをしながら、持続可能な農山村への支援を行うということに大きな目標を置くこととした。また、大蕨・大畑地区で採れた安全な農作物を広く地区外のお客様にたくさん購入してもらえるようになれば、地区住民の方々、特に高齢農家の生きがいにもつながるのではないかと考えた。私たちは、各地域それぞれがもつ特徴を生かし、活動していくことで図られるものこそが地域の活性化と考え、大蕨・大畑地区における特徴ある取組みについて調べた。

3. 大蕨・大畑地区における特徴ある取組み

大蕨・大畑地区は、基盤整備が進んでおらず小規模水田や畑が狭量な農地に点在している環境にあるが、そのような中でも、道の駅に出荷している生産者を中心に特色のある農産物の生産に取り組んでいる。

今までに取り組んだ活動実績でいえば、大蕨の地名のとおり、もともと蕨が多く自生している地域ではあったが、天然蕨は「灰汁」が強く、調理に手間がかかることから「灰汁の少ない蕨」の栽培を地域住民が中心となり実施し、道の駅等に出荷し目を引いてきたところである。しかし、この事業については、自生の蕨との自然交配が進み、だんだんと灰汁が強くなってしまい、本来の灰汁が少ない蕨にならなくなってしまったため、最近では通常の蕨として出荷されている。

また、自然薯芋の栽培にも取り組みを行い、「クレバーパイプ」を活用したり、「畔波シート」を活用したりして、放任すれば曲がってしまい、加工しづらい自然薯芋を真直ぐに誘導する技術を駆使し、商品性を高めて道の駅等に出荷を行っていた。しかし、この自然薯芋についても、見た目が「作り芋（通常の山芋）」と変わらないこと、茨城県産の安い製品が市場に多く流通したこと等から、採算が取れなくなってしまい、栽培者が減少してしまっている。

現在進行中の新たな地域としての栽培取り組みについては、1つは「ぎんなん」の生産を行っている。粗放的に栽培がおこなえるため、年々年を重ねていくうちに重労働ができなくなってくることを見越したうえで、将来の収入源の確保のために銀杏の植栽を行っているようだ。現在はまだ十分量の実を結実していないが、今後収量が増えることが見込まれているため、実を活用した特産品等の開発ができれば地区の収入アップにもつながるのではないかと。

また、竹の粉を利用した農業の推進もしている。地域において活用されていた竹林も現在は放置されることが多くなっているため、遊休竹林から得られる竹を農産物の生産に活用する取り組みを行っている。この取り組みは埴町全体で行われている取り組みではあるが、特に大蕨・大畑地区を中心とした生産者が積極的に取り組んでおり、栽培方法の変更による農産物のブランド化に取り組んでいる。



(竹の粉)

このほかにも、栽培している米の観察を通じて、寒さに強いコシヒカリの品種改良を行おうとしている生産者がいたり、自然環境を生かして、枝物・花木生産を行う方がいたり、ダリアの切り花栽培を行う方がいたり多種多様な生産者が地域に存在しているが、それ

らの方々が多かれ少なかれ道の駅はなわの直売所を活用しており、道の駅はなわを拠り所としていることが分かった。

4. 道の駅を利用した活性化プロジェクト

大蕨・大畑地区が取り組んできた活動と私たちの専門分野である調理学を役立てようと考えたとき、農作物を加工できる設備が必要だった。そこで着目したのが「道の駅はなわ」である。

道の駅はなわには、加工室と呼ばれる農作物を加工販売できる機材が揃った設備がある。農作物の出荷先として道の駅との関わりがある大蕨・大畑住民が多いということに加え、この加工室を借りて加工品を作り、販売できれば、現在のように生の農作物をメインに販売している頃より多くの方の食卓に大蕨・大畑地区の農作物が届く機会も増えるのではないだろうかと学生の間でも話が挙がった。幸いにも埴町役場の方々のご協力などもあり、今年度の大蕨・大畑地区の地区活性化では道の駅はなわを活用しての加工品（6次化産品）の開発と販売を視野に取り組むというものに決まった。



(道の駅はなわの直売所の様子)

5. 調査期間

2012年2月25日 ～ 2012年2月26日 2日間

6. 埴町訪問スケジュール

1日目 (2月25日)

東京聖栄大学 9:00 → 堀切JCT → 小菅JCT → 三郷JCT → 常磐自動車道
→ 那珂IC → 国道349 → 国道118 → 道の駅「はなわ」 → 公民館到着
12:00

12:00～13:00 昼食・休憩

13:00～14:00 町の概要説明及び道の駅「はなわ」視察・アンケート実施

14:00～ 移動 → 14:10～14:40 竹粉農法による「いちご」栽培視察

14:50～15:30 放射性物質測定場見学 (埴町産の農産物等の測定場所) 及び竹粉製造機械等の見学 → 15:30 移動 16:00 宿泊場所到着 (湯遊ランドはなわ)

18:00～ 町役場の職員の方々と交流会 (夕食)

2日目（2月26日）

宿泊場所出発 9:00 → 9:30～11:00 道の駅はなわ アンケート実施

11:00～12:00 アンケート調査結果報告及び意見交換会

12:00～13:00 昼食 → 13:00～14:00 意見交換

14:00 現地出発 → 17:30 東京聖栄大学到着

7. 現地調査内容

（1）「道の駅はなわ」視察とアンケート調査

- ・生産現場となる農産物加工室

とてもきれいで、「惣菜室」「漬物室」「製菓室」「製油室」と4つの部屋があった。



（惣菜室）



（製菓室にてケーキ作り）

この加工室で作られたものが道の駅はなわの直売所にて販売されている。

今回つくられていたシフォンケーキも直売所の棚に陳列されていた。

直売スペースは大きく2つに分かれており、農産物類の置かれているスペースと加工品の置かれているスペースに分かれていた。店内は割りと広く、とてもきれいな印象だ。

しかし、冬の時期ということと、午後だったということもあって生鮮品の棚は空が目立った。

今回気がついた点

- ・陳列に関しては、同じような商品が2箇所、3箇所とあったためまとまりがない。
- ・生鮮品も加工品も緑色の芝のようなシートを敷いてある棚に置かれていた。
- ・手作りの弁当や惣菜があるので軽食の場で食べられるということをしめすといい。
- ・1つの商品の場が小さく、ごちゃごちゃしていて見にくい。
- ・試食があるのでその呼びかけをしたらいいのではないかな。

- ・ポップなどもあるが小さく、見づらかった。
- ・レシピなどがおいてあるが、奥にありわかりづらかった。
- ・特産であるダリアやこんにゃくが目立っていない。
- ・お弁当、お惣菜の量が多い。

などであった。

現地で行ったアンケートも多くの回答を得ることができた。



(現地でアンケートを行う様子)

(2) 竹粉農法による「いちご」栽培視察

埴町では町内にある遊休竹林の整備に伴いでた竹を使い作った竹パウダーを利用した農業をしている。(バイケミ農業の実践)

ほうれん草、水菜、きゅうり、いちごなど、さまざまな農産物に取り入れられている。

バイケミ農業とは？

里山の生態に学び、自然エネルギーと空気を利用する農業である。

植繊機解繊物（竹パウダー）で地表面酸化層を作り栽培作土とし、施肥は地表に行い地中其肥は行わない。播種は光発芽させたものを利用する。

ビニールハウスで竹パウダーを使ったいちごと、従来の農法でいちごを作っているところを視察した。従来の農法のいちごよりも竹パウダーを用いているいちごのほうが葉の広がりなどもしっかりしているように見えた。

いちごは、見た目には違いはあまりなかったが、両者を食べ比べすると竹パウダーを用いて作ったいちごのほうが甘く、味のバランスもよいものでありとてもおいしかった。



土を盛って畝を作った上に竹のパウダーをかけ作土とする。
微生物の働きで1年くらいで土に戻るという。



左は従来の農法にて作ったいちご、右は竹パウダーを用いた農法にて作ったいちご。
見た目は変わらないが、竹パウダーを利用した方の糖度が1度高かった。



今回視察させてもらったハウスで栽培されていたイチゴも道の駅はなわの直売所にて販売されていた。

(3) 放射性物質測定場見学（埴町産の農産物等の測定場所）及び竹粉製造機械等の見学

埴町の農産物は、所有の研究施設にて放射性物質の検査を行っている。その測定場にはサンプルである農産物と蓄積されたデータが多くあった。

測定を行う機械



震災前から野菜にもとから含まれている放射性物質の値や、今回の事故以降に増えてきた放射能物質の測定データもを見せていただいた。

道の駅はなわには、モニタリング検査をして安全と保障されたもののみが並んでいる。

8. アンケート調査結果報告及び意見交換会

埴町を訪問するにあたって東京で行ったアンケートの報告を行った。また、現地で
行ったアンケートの集計についても報告を行った。

※東京で行ったアンケート結果、現地で行ったアンケート結果に関しては別データ
参照

意見交換としては、学生側の意見を発表し、それに対するディスカッションを行
う形であった。



埴町の方々

学生側が施設を視察して出た意見としては

- ・商品レイアウトについて
- ・ポップについて
- ・商品シール（商品名、原材料など）について
- ・試食品があることを呼びかける
- ・手作りの商品（お弁当や惣菜）があるので軽食の場で食べられるようにし、飲み物の提供場などがもう少しあったほうがよいと思う
などがあげられた。

また、置いてあるお弁当やお惣菜についてのディスカッションも行った。

◎商品レイアウトについて

- ・商品がごちゃごちゃしている
- ・1商品に対しての配置場所が散乱している

- ・置いてあるレシピなどが見づらい
- ・特産品のダイアの漬物やこんにやくが目立っていない

商品レイアウトに関して、商品がごちゃごちゃして見づらいという学生側の意見があった。

道の駅はなわの直売所に置かれている農産物及び加工品は、各組合に所属している農家の方が朝商品を持ってきて棚に並べていくという形になっており、朝方の商品の多い時間帯にはどの棚も商品があふれるように置いてある。



(直売所)



(こんにやく)

直売所であるからこそその光景でもあるが、この施設にはバックヤードがあり、加工品などの保管もできるスペースがあるように思えた。なので、手間が多少はかかってしまうが表に出しておく商品は数ある程度に収め、商品が売れたらそこを補充していく形をとったほうがいいのではないかという話が出た。

しかし、各農家が商品を運び入れ並べているということと、店舗にて働いている人数を考えると手間が多くかかるので渋ってしまう分もあるが、ディスプレイはシンプルにしたほうが商品1つ1つを見やすくて手に取りやすくできるのでよい。

また、それに付属して置いてあったレシピも目だっていなかったため、レシピに関するインフォメーションも来てくださるお客様にしっかりとしたほうがよいということになった。

特産品であるダリアの漬物「さすけ根え」やこんにやくも多くの種類があるがその他の商品も多いため、特産であるということがあまり目立っていなかった。

こんにやくは試食などもあり、広めのスペースも用意はされていたが、特産品であるということが町外から来た人たちから見てわかりやすいとはいえないような感じであった。



ダリアの漬物も多くの漬物と一緒に冷蔵庫に並んでおり、その冷蔵庫も商品が所狭しと置かれていたのと、置いてあった場所も冷蔵庫の上の方にあり、目も行きにくいところにあった。そのため学生たちはどこに置かれているかを最初見つけられなかった。また、特産ではあるがそれを押すようなポスターなども少ないように思えた。

◎ポップについて

- ・字が小さく、説明が多い
- ・ポップが目立たない
- ・サイズなどが整っていない

ポップは販売促進のために店舗などで商品とともに置かれているが、ポップが目立っていないと、また説明なども多いためなかなか目を引かない。各商品についているものも大きさがまちまちで統一感がなく、見づらいものだった。また、メッセージボードとしての用途も低く、商品についてのアピール性も低いものであった。

それに関しては、ポップの大きさをそろえ、内容の変わらない農産物などの名前や生産者の名前はラミネートにしてしまい、製品の値段や生産者からのコメントなどをその時々で記入していけるようにしたらいいのではないかという話になった。

◎商品シールについて

- ・商品の表側にあり、見栄えが悪い
- ・中の商品がしっかりと見えない
- ・商品名と値段のみを表側に貼る

手作りのお弁当やお惣菜の表側に商品情報のシールが貼られていた。それでは見栄えが悪いのではないかという学生の意見もあったが、もともとは裏側に貼ってあったものを表側に持ってきていた。それは、商品情報と一緒に価格も印刷されているからで、裏面にあると価格を見るときに商品を裏返さなければならないというお客様の意見を反映して、商品の上にシールを貼るようになった。



しかし、これではシールが大きく見栄えが悪いように思えたので、学生側から

- ・商品名と価格のシールを別で作って貼る
- ・今までの商品情報は商品の裏側に貼る

という意見が出た。

また、町内で取り組んでいる竹パウダーを使った農産物につけるブランド名およびそれに伴ったシールを製作することとなった。

◎お惣菜、お弁当などの量が多い

直売所のお惣菜、お弁当の量が多いのではないかという学生の意見があった。

1種類のもものがパックいっぱいに入っており、おこわなどの量もおおかった。

しかし、直売所のお弁当は他県から道の駅に足を伸ばした人たちだけをターゲットにしているわけではなく、近隣の民家からのお客様もターゲットにしているため、立ち寄って多少の腹ごしらえ用にしては多くなっていた。

それについては、他県からきた方々用に量の少ないお弁当、お惣菜を作り、近隣の町民の方用には今まで通りの量にする。

お弁当やお惣菜を1つにし、少しグレードの高いお弁当の製作もしたほうがいいのではないかという意見も出た。

意見交換会後は、交換会で出た意見を元に実際に直売所を見て、出た学生の意見をもとに現場を見つつ改善できそうなところについての話をした。

9. まとめ

今回、実際に埴町を訪問してみて、訪問する前に思っていたよりもいろいろなイベントなどを行っていた。

そこで自分たち学生の意見を反映させていくにあたり、今回の討論会で出た意見をもとに、今後の復興支援の課題としていくこととした。

課題1

商品シールを見やすいものを作り、竹パウダーを用いた農作物の商品シールも作る。

課題2

ポップおよび商品レイアウトを統一し、直売所内を見やすいものとする。

課題3

今あるお弁当およびお惣菜をもちいて、お弁当としての商品を開発する。

またそのほかに「道の駅はなわ」にて活動を行い、そこから大蔵・大畑地区の活性化はもとより埴町全体の活性化ができるようにしていくことも今後の課題でもある。

道の駅 利用アンケート（東京）

東京聖栄大学 調理学第2研究室

道の駅についての意識調査です。ご協力お願いいたします。

性別	男	女						
年齢	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	
お住みの地域								

1, 「道の駅」という施設があることを知っていますか？
はい いいえ

2, 「道の駅」を利用したことがありますか？
はい いいえ

↓

よく利用する「道の駅」を教えてください

3, 「道の駅」を使用する目的はなんですか？（複数回答可）
トイレ利用・休憩 食事 農作物の購入
民芸品の購入 お弁当の購入 なんとなく
その他（ ）

4, 「道の駅」の利用頻度を教えてください
ほぼ毎日 週2～3回以上
月2～3回程度 年2～3回程度
その他（ ）

5, 「道の駅」を今後利用したいと思いませんか？
はい いいえ

6, 「道の駅」にあつたらいいと思うものは何ですか？（自由回答）

7, 「道の駅はなわ」を知っていますか？
はい いいえ

ご協力ありがとうございました。

道の駅アンケート調査結果（東京）

1 一回答者の性別・年齢・地域分布

今回の調査における回答者の性別・年齢・地域分布は、以下のようになった。

表-1		性別の分布		人数	比率(%)
回答	1	男	86	39.3	
	2	女	130	59.3	
	3	無回答	3	1.4	

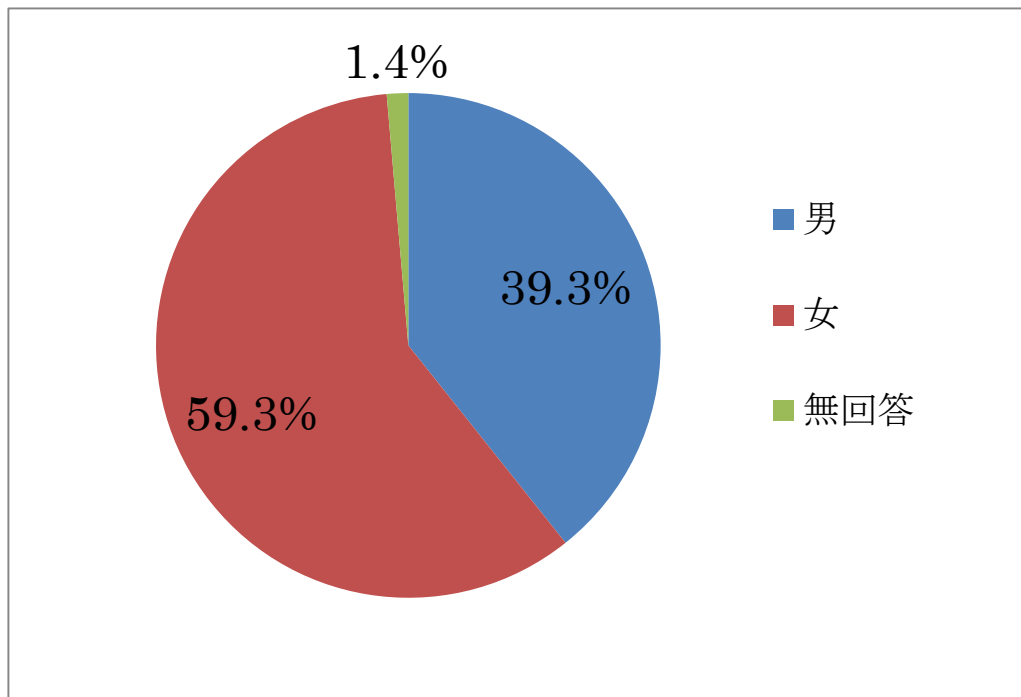


表-2		年齢の分布		人数	比率(%)
回答	1	20代以下	116	53.0	
	2	30代	13	5.9	
	3	40代	28	12.8	
	4	50代	22	10.0	
	5	60代	15	6.8	
	6	70代	19	8.7	
	7	80代以上	3	1.4	
	8	無回答	3	1.4	

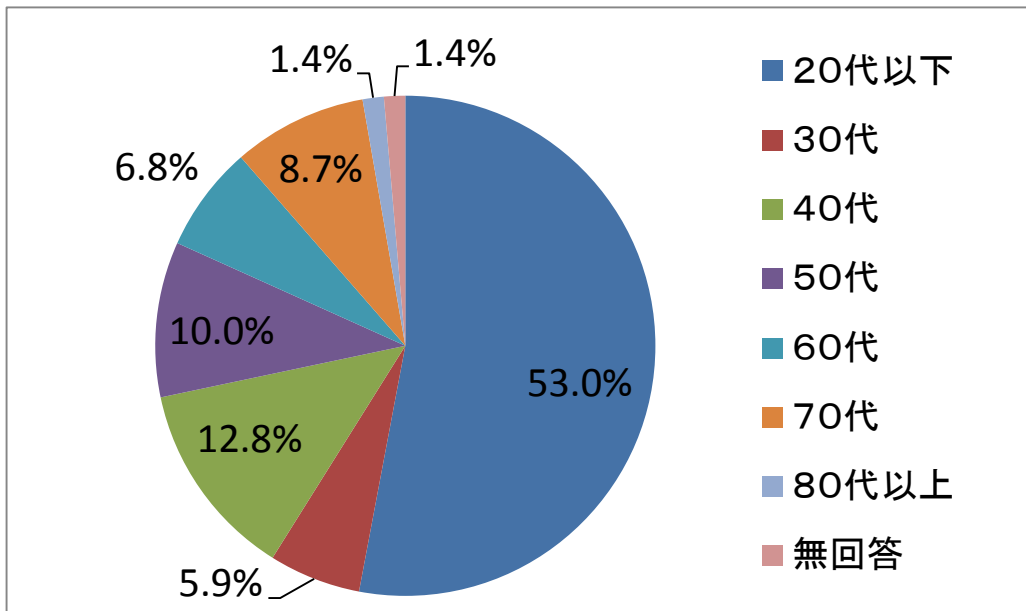
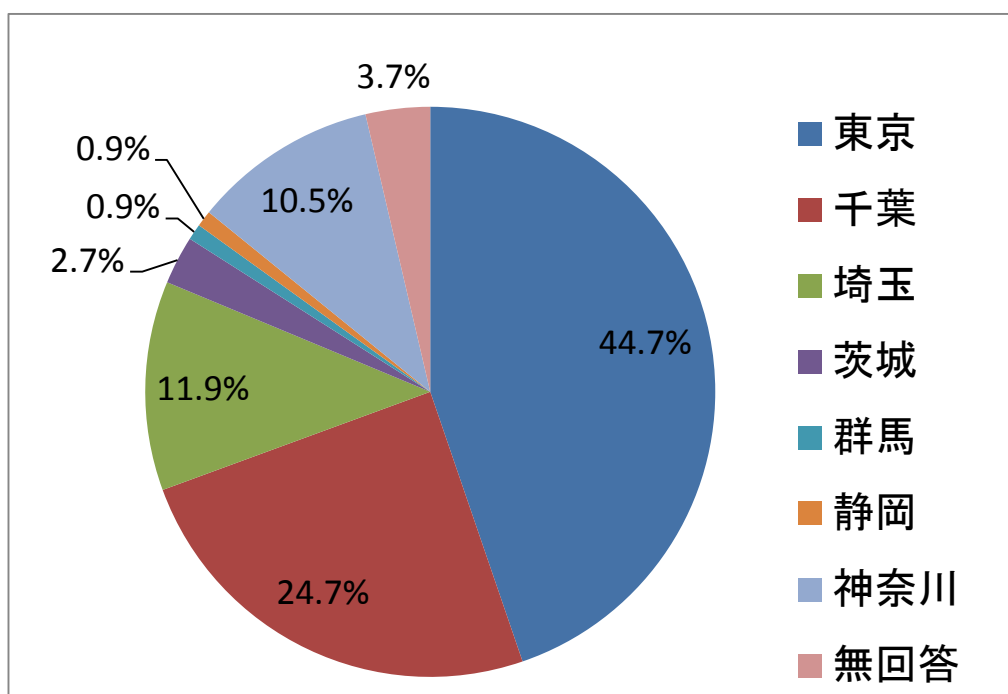


表-3		居住地域の分布		人数	比率(%)
回答	1	東京	98	44.7	
	2	千葉	54	24.7	
	3	埼玉	26	11.9	
	4	茨城	6	2.7	
	5	群馬	2	0.9	
	6	栃木	0	0.0	
	7	静岡	2	0.9	
	8	神奈川	23	10.5	
	9	無回答	8	3.7	



2 - 「道の駅」の認知度調査

「道の駅」という施設を知っているかどうか、利用したことがあるかの調査結果は以下のようになった。

			人数	比率(%)
回答	1	はい	178	81.3
	2	いいえ	40	18.3
	3	無回答	1	0.5

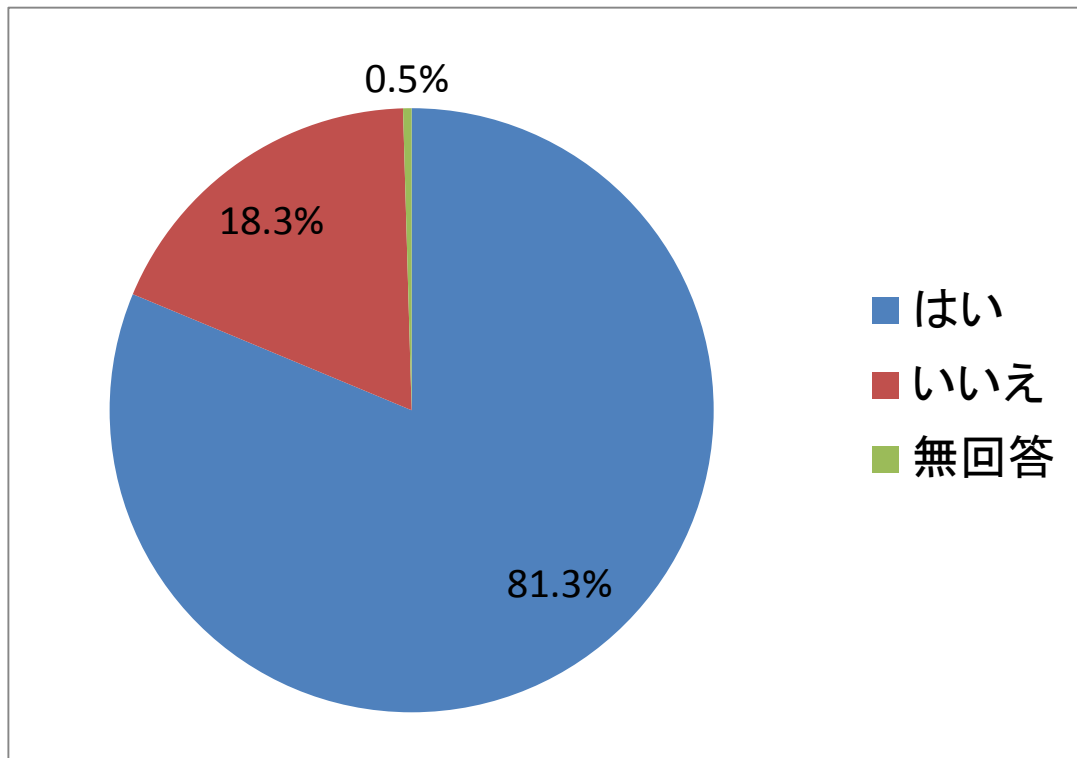
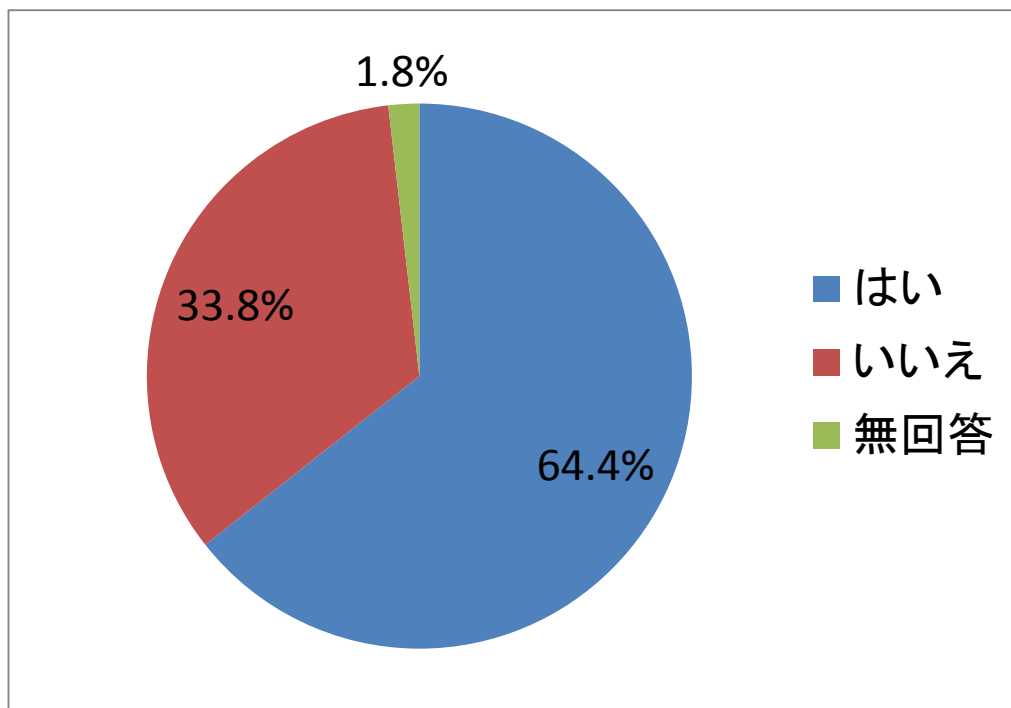


表-5		「道の駅」を利用したことがありますか？		
		人数	比率(%)	
回答	1	はい	141	64.4
	2	いいえ	74	33.8
	3	無回答	4	1.8



3 - 「道の駅」利用についての調査

「道の駅」の利用頻度と目的についての調査結果は以下のようになった。

			人数	比率(%)
回答	1	ほぼ毎日	0	0.0
	2	週2～3回以上	3	1.4
	3	月2～3回程度	16	7.3
	4	年2～3回程度	109	49.8
	5	その他	66	30.1
	6	無回答	25	11.4

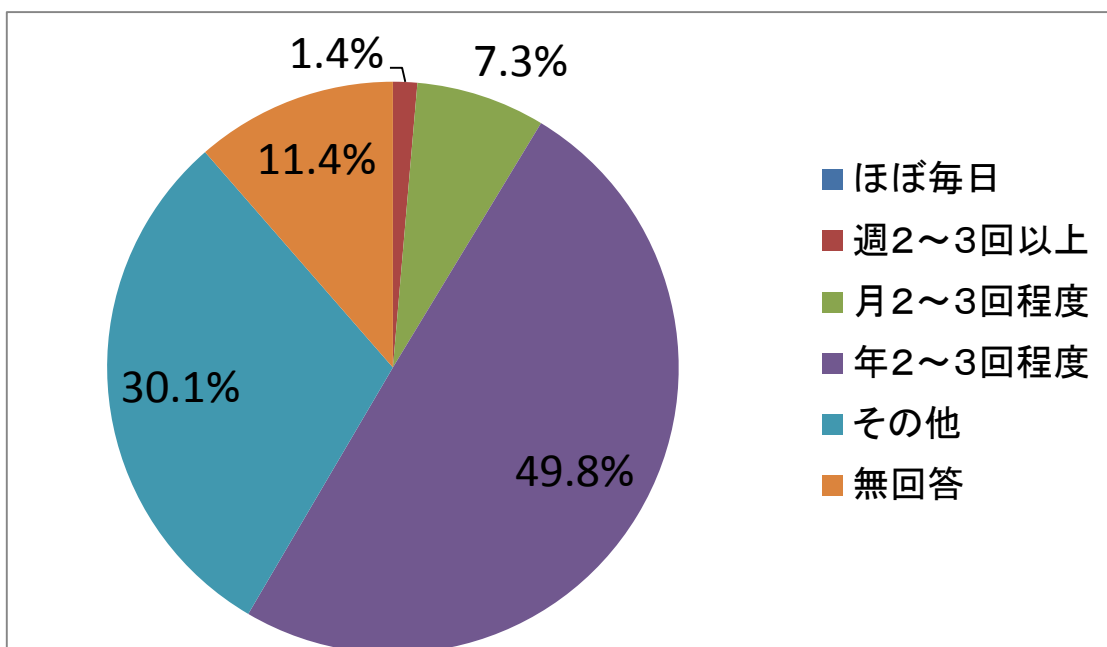
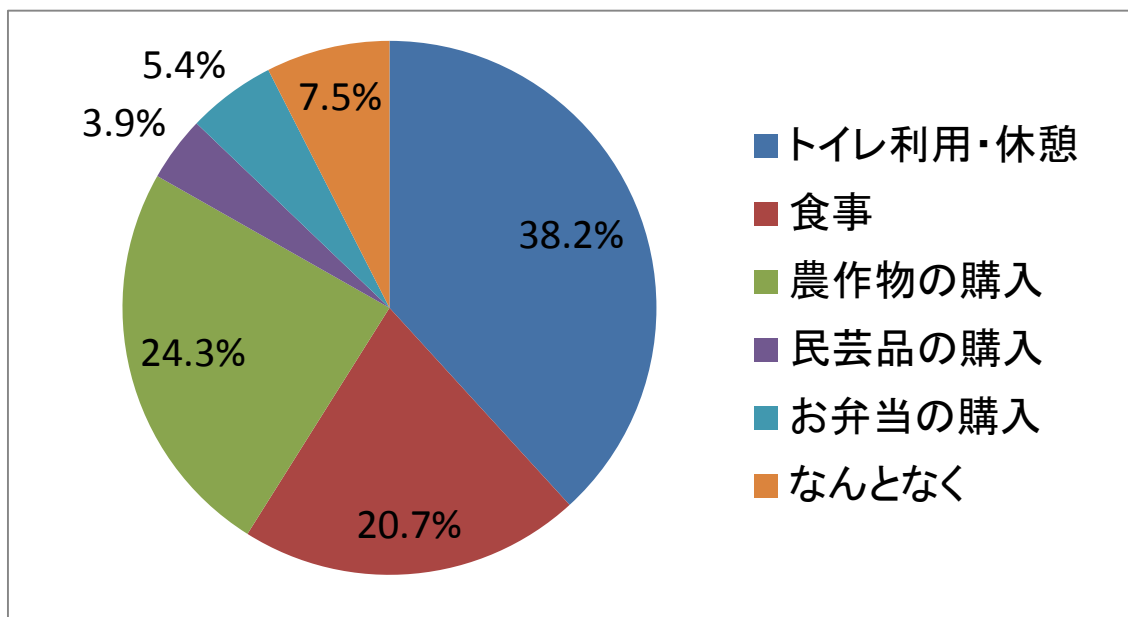


表-7		「道の駅」を利用する目的はなんですか？(複数回答)		
		人数	比率(%)	
回答	1	トイレ利用・休憩	107	38.2
	2	食事	58	20.7
	3	農作物の購入	68	24.3
	4	民芸品の購入	11	3.9
	5	お弁当の購入	15	5.4
	6	なんとなく	21	7.5
	8	無回答	0	0.0



上記以外に、お土産の購入 食品の加工品 演劇・演奏などのイベント 特産物を見て回る

温泉 バーベキュー 待ち合わせ 景色を見る などの回答があった。

4－あったらいいと思うもの調査

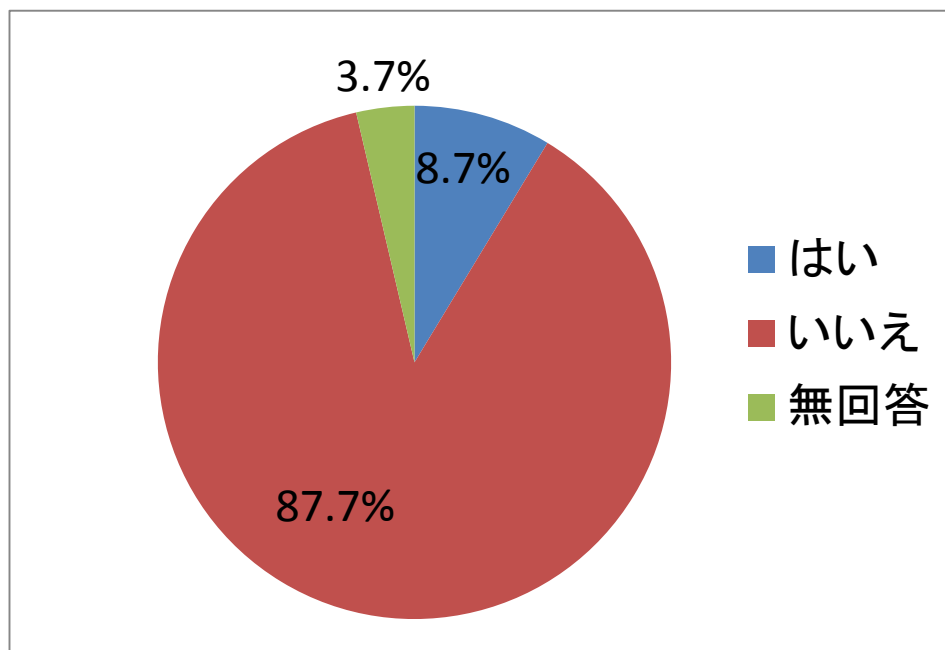
「道の駅」にどのような物や施設があったら利用したいかという調査では、食品関係では、安くて新鮮な野菜

・おいしい食べ物・お菓子・体験教室（料理教室・民芸品づくりなど）・季節によって採れる野菜のパンフレット・郷土料理のレシピや紹介・スイーツカフェ・手作りのお菓子とパン・バーベキューの施設・ビアガーデン・特産品の屋台があった。施設は、・広場・イベントホール・地域の伝統的なものの展示・リラクゼーション施設・温泉・足湯・テラス・ドッグラン・特産品を知ってもらえるものがあった。

5－「道の駅はなわ」の認知度調査

最後に、「道の駅はなわ」を知っているかどうかの調査結果は以下のようになった。

表-8		「道の駅はなわ」を知っていますか？		
		人数	比率(%)	
回答	1	はい	19	8.7
	2	いいえ	192	87.7
	3	無回答	8	3.7



考察

1 一回答者の性別・年齢・地域分布についての考察

大学生を主体としてアンケートをとったため、性別、年代には偏りが見られるが東京（関東）での調査が最優先事項なので、その2項目については考慮していただきたい。

年代のデータでは20代以下が約半数を占めているが、その他の年代も少数ながらも均一にとれているといえる。

居住地は44.7%で東京が第1位、次いで千葉が24.7%、埼玉が11.9%になっている。その他、神奈川、茨城など少数の複数回答があった。いずれも首都圏内であり、分布の均一性があるといえる。

2 「道の駅」の認知度調査についての考察

1) 「表-4 道の駅という施設があることを知っていますか？」について

81.3%の人が「はい」と答えた。東京など都市部ではあまり見ることのない道の駅だが、認知度は高いことがわかった。

2) 「表-5 道の駅を利用したことがありますか？」について

64.4%の人が「はい」と答えた。先ほどの道の駅認知の質問の「はい」の比率よりは落ちるものの、大半の人が実際に道の駅を利用することで存在を知ると考えられる。

3 「道の駅」利用についての調査についての考察

1) 「表-6 道の駅の利用頻度はどのくらいですか？」について

第1位が「年2～3回程度」で49.8%と大きく占めている。第2位の「その他」が30.1%でありそれ以外の項目では比率は10%前後と近接している。

頻繁に利用することは距離上難しいが、機会があれば利用していると考察できる。

2) 「表-7 道の駅を利用する目的はなんですか？」について

第1位は「トイレ・休憩」で38.2%、第2位に「農作物の購入」で24.3%という結果になった。道の駅では地産物の購入というはっきりとした目的を持って利用していることが分かった。

5 「道の駅はなわ」の認知度調査

残念ながら埴道の駅の認知度は低かった。

埴道の駅アンケート

性別	男 女
年代	20代以下 30代 40代 50代 60代 70代 80代以上
居住地	埴町内 埴町外 ()

1. 埴道の駅の使用頻度はどのくらいですか

初めて ほぼ毎日 週2～3回 月2～3回 年1回以上
その他 ()

2. 他に利用する道の駅はありますか

3. 使用する目的は何ですか

トイレ・休憩 食事 お弁当の購入 農作物の購入
お土産の購入 なんとなく
その他 ()

4. 埴道の駅に他にあったらいいと思うものはありますか

何かご意見がありましたらご自由にご記入ください

ご協力ありがとうございました

東京聖栄大学

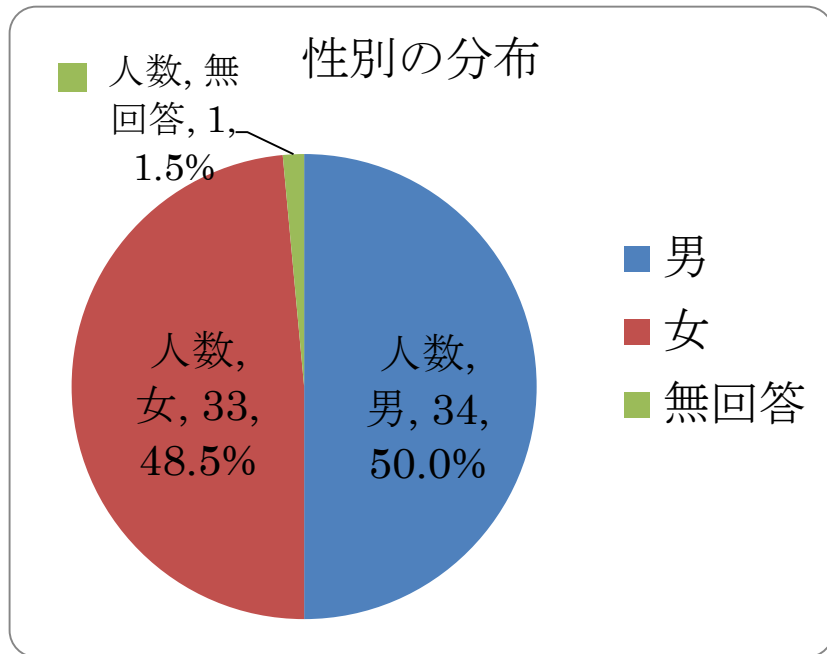
埴道の駅現地アンケート調査結果

1 一回答者の性別・年齢・地域分布

今回の調査における回答者の性別・年齢・居住地分布は、以下のようになった。

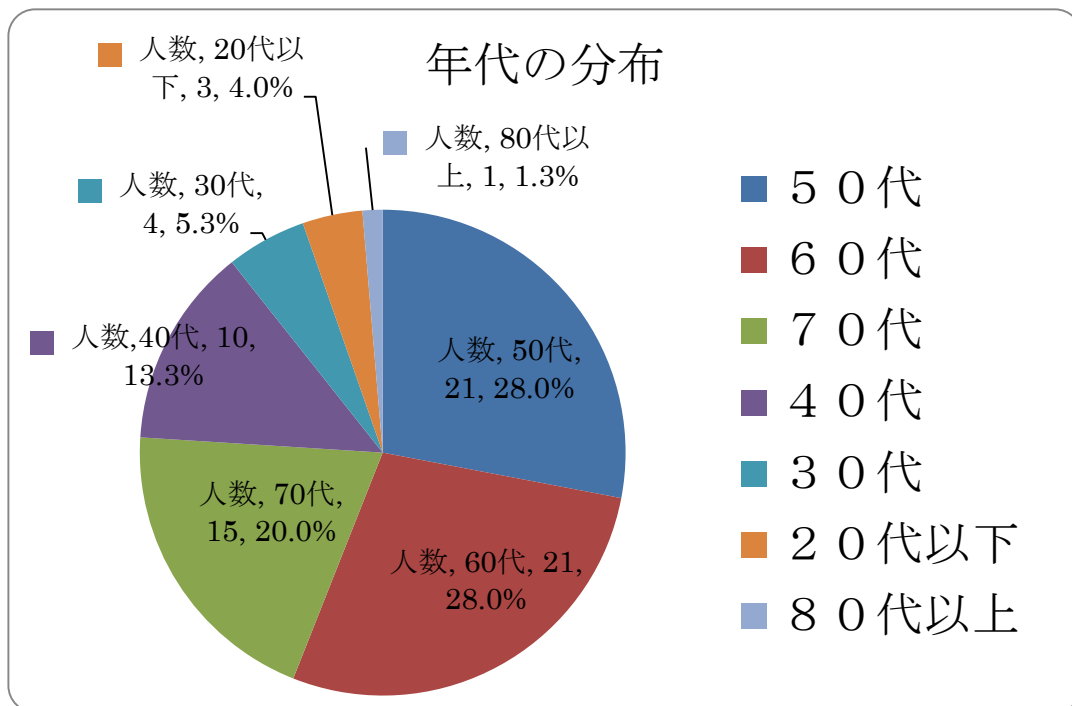
性別の分布

		人数	比率(%)
回 答	男	34	50.0%
	女	33	48.5%
	無回答	1	1.5%



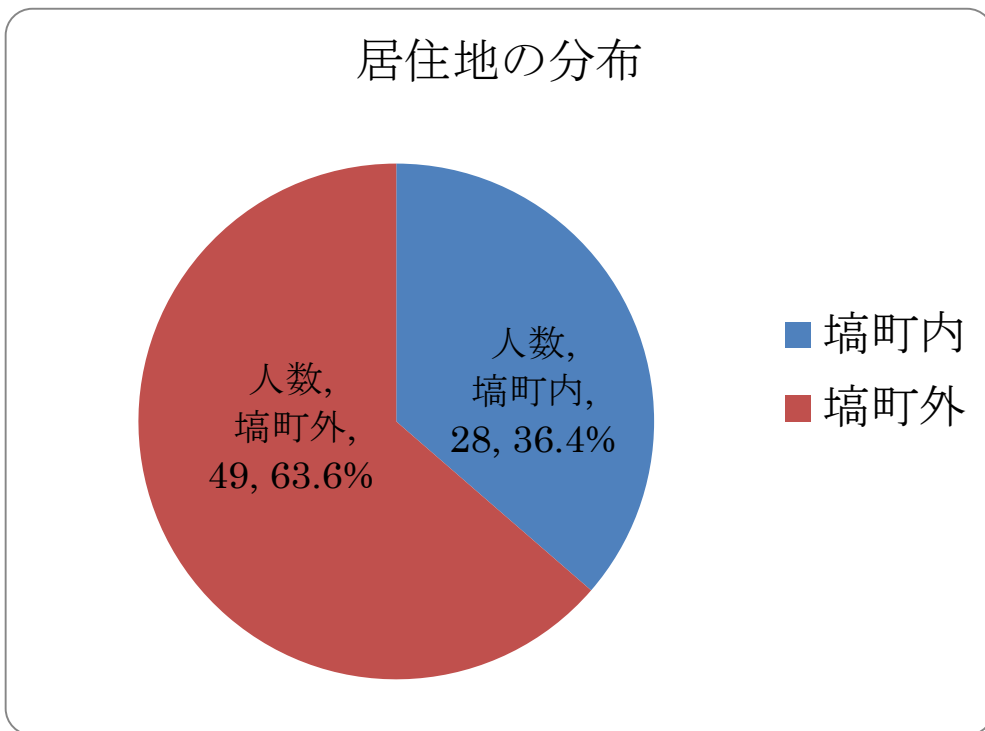
年代の分布

		人数	比率(%)
回 答	20代以下	3	4.0%
	30代	4	5.3%
	40代	10	13.3%
	50代	21	28.0%
	60代	21	28.0%
	70代	15	20.0%
	80代以上	1	1.3%



居住地の分布

		人数	比率(%)
回答	埜町内	28	36.4%
	埜町外	49	63.6%



2 - 「埴道の駅」の利用調査

「埴道の駅」の利用についての調査結果は以下のようになった。

表-1 埴道の駅の使用頻度はどのくらいですか

		人数	比率(%)
回 答	初めて	5	7.1%
	ほぼ毎日	10	14.3%
	週2~3回	14	20.0%
	月2~3回	24	34.3%
	年1回以上	17	24.3%

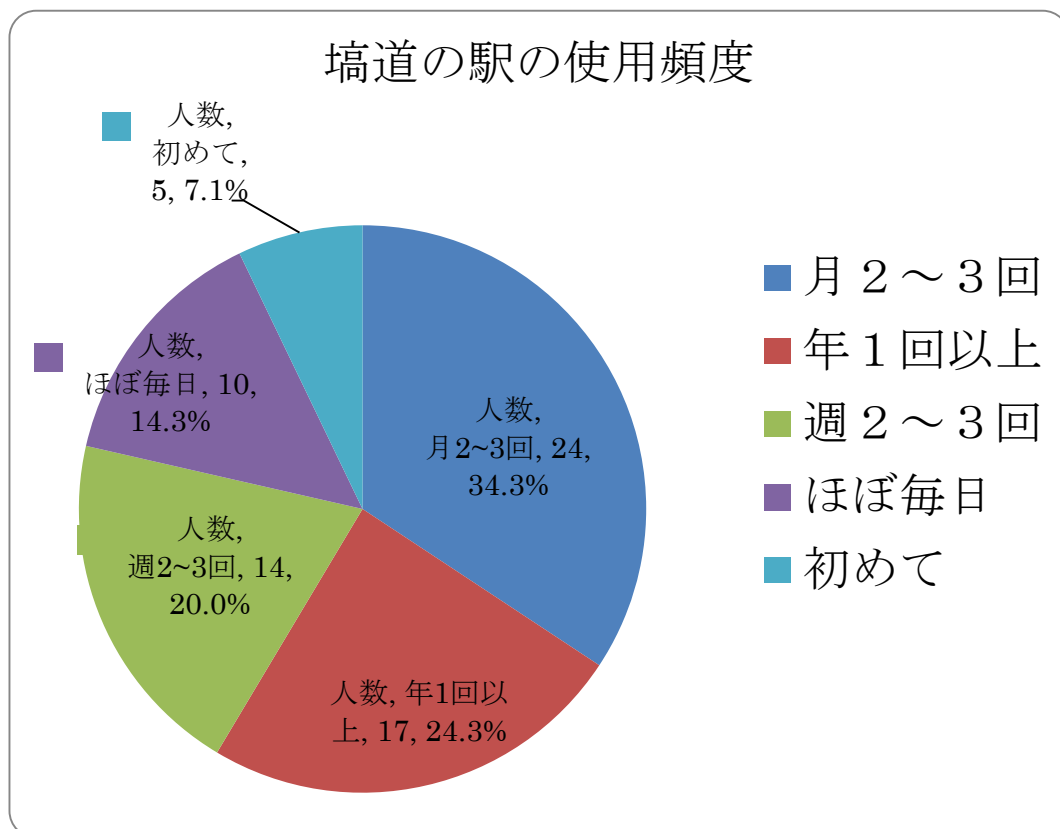
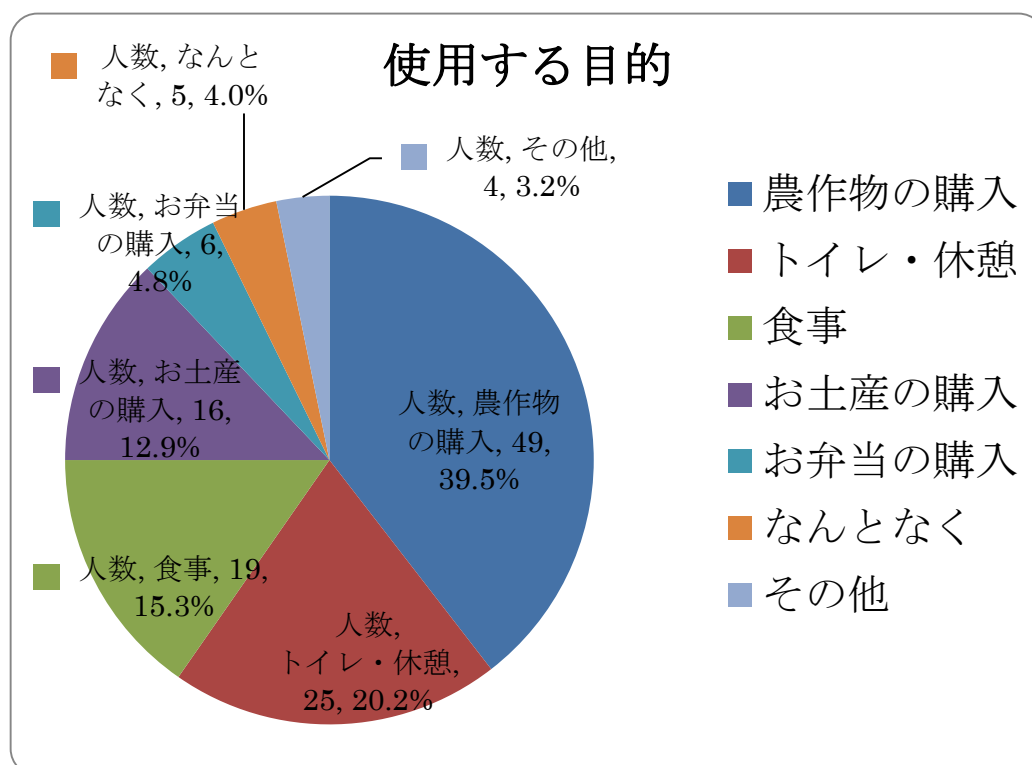


表-2 使用する目的は何ですか

		人数	比率(%)
回答	トイレ・休憩	25	20.2%
	食事	19	15.3%
	お弁当の購入	6	4.8%
	農作物の購入	49	39.5%
	お土産の購入	16	12.9%
	なんとなく	5	4.0%
	その他	4	3.2%



3－「埴道の駅」のその他調査

「埴道の駅」に他にあったらいいなと思うものについて調査したところ、以下のような回答が挙げられた。

- ・ 観光のわかりやすいもの
- ・ 子供の遊び場
- ・ 体験施設
- ・ 加工品を増やす
- ・ 豆腐、肉など
- ・ 冬の品数を増やす

Etc…

考察

1－回答者の性別・年齢・地域分布についての考察

性別の分布は、ほぼ半数ずつといえる比率になっており、年代の分布では若干比率が乏しい年代もあるが、全体的には均一にとれている。

居住地の分布については、埴町外にあたる比率が63.3%となっているが、大まかに分別してみると茨城県北部や埴町近隣の市町村という回答が多数であった。

総合して現地での埴道の駅アンケートの調査結果は適切であるといえる。

2－「埴道の駅」の利用調査についての考察

1) 「表－1 埴道の駅の使用頻度はどのくらいですか」について

表の全体的なバランスをみると偏りが少ないことが見て分かる。地元の人はもちろん、「初めて」と「年1回以上」の比率からみて、観光客などの利用者也存在すると考えられる。

2) 「表－2 使用する目的は何ですか」について

第1位は39.5%の「農作物の購入」であり、ほかの項目とは大きく差をつけている。「埴道の駅の利用頻度」の結果と合わせて考えると、埴道の駅の農作物が地元だけでなく多くの人から注目されていることが分かる結果となった。

また「お土産の購入」が12.9%ということからも観光客の存在が再確認できる。

アンケート調査まとめ

東京で行なったアンケートと埴道の駅で行なったアンケートの調査結果を比較すると、大きな違いとしては、利用頻度における差があるが、それ以外の調査では大きな差は見られず、道の駅利用の目的においては双方ともに「地産物」について注目していることがわかった。

埴町としてはリーフレットの配布など広報活動を積極的に行っており、近隣の県などから来客があることも分かった。しかし、東京での調査では「埴道の駅」の認知度は低く、直接的に結果にはつながっていないので、今後の課題としてその点について引き続き調査・改善をしていきたいと考えている。

10. 活性化策の提案

以上のことから、2つの提案を下記に示す。

○ 関東圏での知名度アップ

アンケート結果からもわかる通り、関東圏における道の駅はなわの知名度は低い。そこで、大学が東京にあるということを利用し、道の駅はなわ、ひいては福島県の埴町を広く周知する。それにより、大蔵・大畑地区の住民の方々との話し合いで出た「住み続けるための持続可能な農山村へ」の支援ができるのではと考える。

○ 特産品を活用した新しいメニューづくり

大蔵・大畑地区の農家の方はさまざまな農産物を育てているが、ダリアなど埴町の特産品になっているものもある。ダリアは、道の駅はなわにもソフトクリームが販売されているが、新しい加工品はほかにも考えられるし、名物加工品は外部からお客様を呼び込む強みになる。

東京聖栄大学として、メニューづくりは得意とする分野であるので、ダリアを含め大蔵・大畑地区で採れる農作物を使ったメニューづくりや、お弁当の開発も視野に、現在具体的な検討に入っているところである。

今年度の事業委託により生まれた埴町大蔵・大畑地区との交流を継続し、地区住民の方々が拠りどころとしている道の駅はなわを活用した取組みを、来年度以降も継続していきたい。