

HSC017-P03

会場:コンベンションホール

時間: 5月24日17:15-18:45

農村景観の商品化と地域振興—兵庫県佐用町南光地区を事例として—

Commodification of rural landscape and regional revitalization: A case study of Nanko, Hyogo

高柳 長直^{1*}, 今野絵奈²

Nagatada Takayanagi^{1*}, Konno Ena²

¹東京農業大学, ²東京農業大学・院

¹Tokyo University of Agriculture, ²Graduate Student, TUA

農村の景観の価値は相対的なものである。農村住民にとってはありふれた景観であるが、都市住民にとって農村景観を見ることは非日常的な体験である。従来、農村景観は使用価値は高いが交換価値は低いものであったが、都市化が進展することで交換価値が高まり、農村景観が商品化することになった。そこで本研究では、兵庫県佐用町南光地区を事例として、農村景観の商品化の過程を明らかにすることを目的とする。ここでは、景観形成作物としてひまわりを導入し、観光客を誘致するとともに、ひまわり加工品を特産品として販売している。

1990年にひまわりが導入された理由は偶然ではあったが、グリーン・ツーリズムの対象として一定の発展を遂げたことには3つの要因があげられる。第1に地域的条件であり、高齢化が進んだ兼業農家主体の水田農業地域であったことである。第2に、景観作物は集約的生産を必要がなかったことである。第3に、米の生産調整策と県・町の政策的支援が大きかったことである。また、都市住民はこのようなひまわり景観を、実際の入場料よりも金銭的に高く評価していることが判明した。

キーワード: グリーン・ツーリズム, 農村景観, 米の生産調整政策, ポスト生産主義農業, 景観形成作物, シミュラクル

Keywords: rural tourism, rural landscape, rice production control policy, post-productivist agriculture, amenity crop, simulacrum