

## 農業公園職員の地域活性化への認識の違いとその波及効果

—運営主体の異なる京都府の 2 つの事例より—

藤本 綾 (京都大学大学院農学研究科)

浅見 淳之 (京都大学大学院農学研究科)

星野 敏 (京都大学大学院農学研究科)

### The Differences of Understanding on their Revitalization of Region by the Staff at Agricultural Park and the its Ripple Effect —The Focus is on Two Examples of Agricultural Parks Maintained by Different Bodies in the Kyoto Prefecture—

Aya Fujimoto (Graduate School of Agriculture, Kyoto University)

Atsuyuki Asami (Graduate School of Agriculture, Kyoto University)

Satoshi Hoshino (Graduate School of Agriculture, Kyoto University)

Nowadays, agricultural parks are considered important compound systems for “the sixth industrialization of agriculture.” Through the examples of two agricultural parks in the Kyoto Prefecture, which are managed by different bodies, this paper determines the effects of the maintenance of agricultural parks on the revitalization of a region. According to the results, the greater the emotional attachment of a temporary employee to the agricultural park, the greater the park’s contribution to the revitalization of the region.

In the case of agricultural park T, which is primarily managed by the third sector, the employees do not have a strong attachment to their workplace; hence, for them, park T merely serves “to provide a job.” On the other hand, in the case of agricultural park M, which is looked after by the local people, the people have a strong attachment to their park; thus, park M not only “provides jobs” but also serves “to motivate employees to revitalize the region.”

#### 1. はじめに

##### (1) 研究背景

いわゆる「農業の 6 次産業化」には、農産物直売所、加工施設やレストラン、農業体験など様々なものがあるが、農業公園はこれらの要素を包括した総合的な施設である。この農業公園は、都市・農村交流の場としても機能し、地域活性化の中核的な事業として注目されているが、事業の運営主体は、行政、民間、第三セクター、地域住民組織などバラエティに富み、その違いによって運営のパフォーマンスが異なっていると考える。例えば長谷山 (2002) は、農業公園をその運営主体や目的別に 5 つの分類方法を提示し、その分類毎の特徴の違いを明らかにしている。

##### (2) 目的

小田切 (2008) は、高度経済成長期以降の農山村地域の問題状況を「人・土地・ムラの空洞化」が相乗的に進みつつあり、更にその真相には「誇りの空洞化」があることを指摘している。実際、筆者が様々な農村を訪れて住民から話を聞く度に、住民の地域に対する誇りが、農村の「元気度」、「活性化の水準」を大きく左右しているように感じてきた。地域の活性化は、経済的次元、社会的次元、文化的次元など、様々な角度からとらえることができるが、本論文では、「地域住民が地域の誇りを持って生活していること」と理解する。

施設職員は地元在住者が多くを占める<sup>1)</sup>。施設職員の中でも過半数を占め、接客の大部分を担う臨時

職員は農業公園のイメージを大きく左右すると考えられる。従来、農産物直売所や加工施設・農村レストラン等の施設に関して、利用者のニーズや満足度に対する調査は多く行われてきた<sup>2)</sup>。しかし、需要側である利用者だけに注目するのではなく、供給側の施設職員に着目することが施設の波及効果を理解する上では不可欠であると考え。

本論文では、農業公園の運営主体に注目し、その主体の違いによって、施設職員の地域活性化に対する認識や地域活性化のパフォーマンスにどのような違いがあるのか、また、それが全体としてどのような地域活性化効果をもたらしているのかを比較検討する。また、運営主体の違いが臨時職員の意識に与える影響を、臨時職員の満足度を通して考察する。

## 2. 調査公園の比較

### (1) 対象公園

調査対象公園は、京都府における2つの農業公園で、事業主体が第三セクターの農業公園Tと、事業主体が住民の農業公園Mである。長谷山(2002)の分類では農業公園Tは「農村レジャー型公園」、農業公園Mは「産業育成型農業公園」に分類される。

調査対象の選定は①雇用の創生という点から、従業員に地元の主婦や若者を採用していること、②レストランでの農産物の使用品目が多い＝契約農家数が多いほど地域への影響が大きいと考え、レストランのメニューが単品でなくバラエティ豊かであること、③地産池消の観点から生産物に地元の農産物を中心に使っていること、の3点を条件とした。調査対象農業公園の概要を表1に示す。

#### 1) 農業公園T

農業公園Tは、丹後地域における地域活性化策として、昭和58年に始まった「丹後国営農地開発事業」と共に整備された。事業費は19億9000万円である。

事業主体は京都府、T市であり、運営は(財)T、(株)Tファーム、(株)Nの3団体が行っており、第3セクターであると言える。京都府・T市が(財)Tに園地および施設等の無償貸与をし、(財)Tが(株)Tファームに管理運営委託をしており、実際の運営主体は(株)Tファームであると言える。(株)Nは公園外の敷地で食品工場を運営しているだけで、農業公園の運営には関わっておらず調査対象からは外れる。(財)Tの職員は、役員1名、正職員

表1. 調査対象農業公園の概要

	農業公園T		農業公園M
所在地	京都府T市		京都府M市
開園	平成10年4月25日		平成18年7月
事業主体	京都府、T市		M市
公園整備費	19億9,000万円		約7億円
公園面積	34 ha		3 ha
運営主体	(財)T	(株)Tファーム	(株)農業法人M
設立年月	平成9年3月18日	平成9年4月	平成18年1月17日
出資金	2千万円 (内訳)[千円] 京都府 10,000 T市 5,500 隣接5市町村 2,500 関係団体(JA、府漁連、府森林) 2,000	1億円 (内訳)[千円] (株)ファーム 85,000 京都府 5,000 T市 6,500 隣接5市町村 1,500 JA 1,000 地元企業 1,000	330万円 (内訳)[千円] 地元住民 300 地元企業 30
職員数	8人	51人	28人

資料：各団体資料を基に筆者作成

3名、臨時職員4名で役員と正職員は京都府やT市の所属である。(株)Tファームの職員は、正職員21名、準職員2名、臨時職員28名によって構成される。

#### 2) 農業公園M

農業公園Mは、M市農業公園整備事業により整備され、事業費は約7億円である。

事業主体はM市であるが、運営主体は(株)農業法人Mで、住民主導型である。(株)農業法人Mの発足経緯は以下の通りである。平成6年にM市が市内に石炭火力発電所を前提とした地域振興策として、発電所を含む3地域に各々陸の核、交流の核、海の核として農業公園、コミュニティーセンター、親海公園を設けた。そして3地域から各々代表者を出し、委員会を設け(平成14年)、その委員会のメンバーが中心となり、平成18年に(株)農業法人Mが発足した。

#### 3) 運営主体による地元農村との相違

農業公園Tの運営主体、(株)Tファームはその株の85%を(株)ファーム<sup>3)</sup>が所有している。(株)ファームはヨーロッパをテーマとしたテーマパーク的な農業公園を全国に展開しており、農業公園Tの場合も同様にヨーロッパ風となっている。現場で

の責任者である K 氏は、現 T 市内に生まれ、大阪での職場経験（農業とは無関係）を挟み、T 市に戻り、公園開園 1 年後の平成 10 年から（株）T ファームに入社した。K 氏は公園を通じて「地域が儲けること」が一番だと語っており、利潤追求型の信念を持っている。

以上のように、（株）ファームの子会社という形で親会社の影響を大きく受け、また利益追求型のリーダーの下で、農業公園 T はテーマパーク的な地元の農村とは程遠いものとなっている。

農業公園 M では、先にも述べた通り、（株）農業法人 M が運営を行っている。その株の全てを地元（91%を地元全戸、9%を地元企業）が所有している。地元住民は農業公園計画策定委員会に加わり、開園の 4 年前から農業公園の計画に関わっていた。現在（株）農業法人 M の代表取締役である A 氏は、地元集落出身・在住で、JA での職場経験もあり、現職に変わってからも農への想いを強く持っている。聞き取りの中でも、農業公園 M の基本理念となる「(地域の) 食と農を近づける」ことを何度も言っておられ、農や地域に対しての強い信念が感じられた。

以上のように住民が出資を行い、計画段階から関わり、また熱心なリーダーの下で、農業公園 M は

表 2. ヒアリング調査項目

調査項目		
属性	性別	(男, 女)
	年代	(10代, 20代, 30代, 40代, 50代, 60代)
	家族構成 家族人数	(単身, 夫婦, 2世代, 3世代) [家族人数]
地域との関係	出身地	[出身地]
	在住年数	[在住年数]
満足度	意思形成 人間関係 賃金	(とても満足, やや満足, やや不満, とても不満)
地域活性化	地域活性化とは何か	自由回答
	地域活性化への農業公園の貢献度	自由回答 (とても貢献している, やや貢献している, できていない, わからない)
公園との関係	雇用年数	[雇用年数]
	農業公園のオススメ	自由回答
	今後の抱負	自由回答 (公園と関係すること, 地域に関係すること, 個人的なこと) に分類

実際の農村と近い形で計画された。

(2) 調査対象者および方法

農業公園 T, M で働く従業員 (T: 17 人, M: 14 人) と、公園内に併設される農産物直売所に農産物を出荷する農家 (T: 7 人, M, 7 人) を調査対象とした。2007 年 11 月 19 日～20 日, 11 月 30 日～12 月 2 日, 12 月 14 日～16 日に一人につき 15 分～40 分のヒアリング調査を行った。聞き取りを行った項目を表 2 に示す。

3. ヒアリング調査結果

(1) 地域活性化施設としての農業公園と職員の距離

職員が地域活性化施設としての農業公園を消費者に対して積極的に PR するには、職員が農業公園を地域活性化施設だと認識しているか、と、職員が主体的に PR 活動をしているか、の 2 点を検討する必要がある。

1) 職員の地域活性化認識

図 1 は職員に農業公園が地域活性化に貢献しているかどうかを問うたものである。

農業公園 T では「やや貢献している」が 17 人中 9 人と多くみられる一方、「とても貢献している」は 1 人で、また「わからない」の 2 人は「地域活性化との繋がりがわからない」「まだ勤めて 3 年半なのでわからない」と述べ、農業公園 T が地域活性化のための施設という意識は低いと考えられる。

農業公園 M では、1 人を除き 14 人中 13 人が「貢献している」と答え、農業公園 M が地域活性化のための施設という意識が高い。

図 2 は「地域活性化」をどう認識しているかを各公園の従業員に自由回答、複数回答で問うたものである。回答は、「働く場所がある」など実質的なものと、「個人が生き生きとしている」など心理的なものに分かれた。全体では「働く場所がある」「観

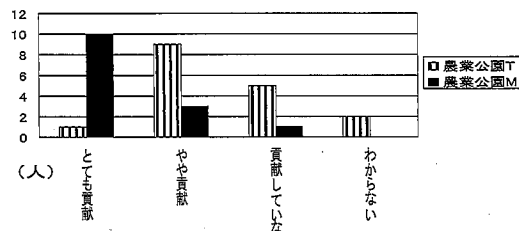


図 1. 農業公園が地域活性化に貢献しているか

光による人の流入」など実質的な意味の回答が多い。2公園共に、開園による施設職員の雇用の創出や、観光客の流入の効果は少なくともあり、図1での「貢献している」という回答が得られたと考えられる。

それに加えて、農業公園Mでは、正職員の言う「経済的にだけでなく気持ちも豊かに暮らすこと」、「子供や孫と住むこと」という「地域活性化」に代表されるように、心理的な意味での「地域活性化」が特に目立って挙げられた。また、「農業公園Mの振興」という意見もあり、「農業公園＝地域活性化施設」という図式も確認できる。

農業公園T、M共に雇用の創出など実質的な地域活性化効果を認識し、さらに農業公園Mでは心理的な地域活性化も挙がっている。これは正職員が考える地域活性化と一致する。日々の仕事の中での正社員の会話や態度が、臨時職員の「地域活性化とは何か」という考えに影響を与えてきたと予想できる。

2) 臨時職員の農業公園との心理的距離とPR力

図3は職員に「農業公園と関係なくてもよいので」と前置きして今後の人生での抱負を聞いたものである。全体的に両公園間でグラフの形状は変わらないが、その中身が異なる。農業公園に関係ある回答があったのは農業公園Tでは正職員のみ(4人)、農業公園Mでは臨時職員での回答が多かった(5人中4人)。これから自分の今後のライフスタイルの中で農業公園がどの位置にあるか、つまり個人と農業公園の心理的距離が伺える。正職員は今後も解雇されない限りは自動的に農業公園での職務を継続し、今後のライフスタイルの中の仕事として、農業公園が中心となると考えられるので、「農業公園に関係ある」野望を答えるのは自然なことと考えられる。一方、臨時職員から「農業公園に関係ある」野望が出てくるというのは、農業公園が自分のライフスタイルの中に組み込まれている、つまり農業公園との心理的距離が近いと考えられる。

職員に「農業公園のオススメは何か」と問うた結果を表3に示す。自由回答で、農業公園Tでは16人、21回答(一人当たり平均1.3回答)、農業公園Mでは13人25回答(一人当たり1.9回答)が得られた。

臨時職員と公園の心理的距離が遠い農業公園Tでは、パンフレットに載っているものが多く挙げられ、「無い」、「わからない」等の意見もあり、進んで農業公園をPRしようという気は感じられなかった。

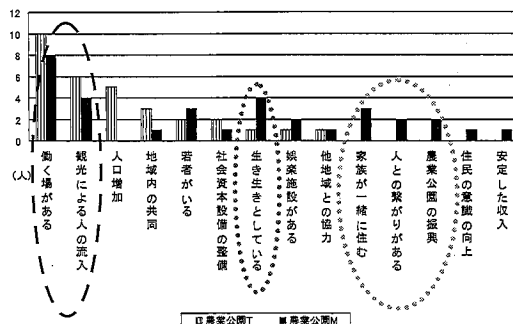


図2. 地域活性化とは何か

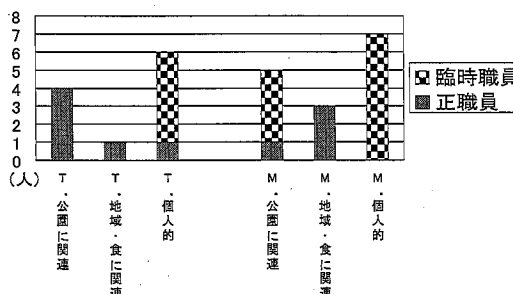


図3. 今後の抱負と農業公園との関連

臨時職員と公園の心理的距離が近い農業公園Mでは、自分の部門への愛着が大きく、加工部門なら自分のつくったプリンをオススメし、直売所の販売部門なら直売所から旬の野菜を、農園部門なら飼育しているブタや、栽培している野菜などと、自分と関連以上のように、農業公園と心理的距離が近く、公園の中で自分と関連ある(自分の作った、自分の好きな)ものがあると、臨時職員は外部へのPRとしてオリジナルなものを挙げやすいと考えられ、本論文で考える「地域活性化」には臨時職員と農業公園との心理的な近さが重要であると考えられる。

(2) 職員の満足度

臨時職員と農業公園の心理的距離は何に起因するのだろうか。以下職員の満足度をみて、分析する。

1) 職員の満足度

図4-1～4-3は、農業公園において、職員に「意思形成の参画に関する満足度」「人間関係への満足度」「賃金への満足度」について4段階評価で聞いたものである。回答数はT:11人、M:14人である。

意思形成においては、農業公園Tではやや満足、やや不満に片寄っている一方、農業公園Mでは「と

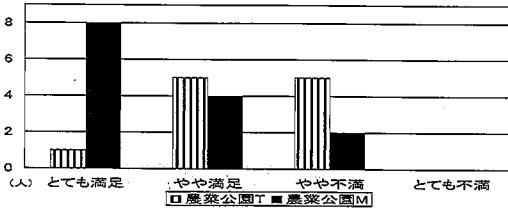


図 4-1. 意思形成の参画に関する満足度

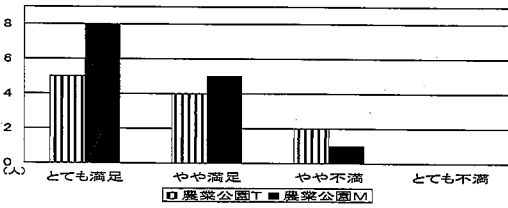


図 4-2. 人間関係への満足度

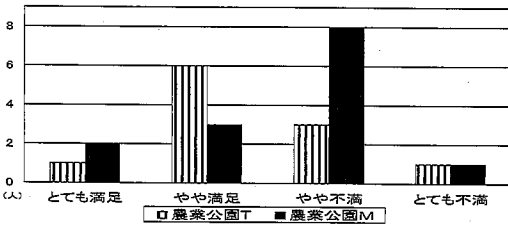


図 4-3. 賃金への満足度

とても満足」が 8 人と最多である。(図 4-1)

人間関係においては、2つの公園間で差異は見られず、「とても満足」「やや満足」を含め「満足」と感じている人が多い。(図 4-2)

賃金においては、農業公園 T では「やや満足」が 11 人中 6 人と最多、農業公園 M では「やや不満」が 14 人中 8 人と最多である。(図 4-3)

2) 正職員・臨時職員の満足度比較

農業公園間の職員の満足度の違いが出る要因を探るために、(1) で示した満足度に関して「とても満足」「やや満足」「やや不満」「とても不満」をそれぞれ 4, 3, 2, 1 点と点数化し、正職員と臨時職員に分類し、その平均値を取ったものが図 5 である。

3つの満足度のさらに平均を取ると、農業公園 T では(正職員の満足度 = 3.1) > (臨時職員の満足度 = 2.8)、農業公園 M では(正職員の満足度 = 2.8) < (臨時職員の満足度 = 3.2) と 2つの公園間で満足度は逆転している。特に農業公園 T では「意思形成の満足度」、「収入の満足度」に関して顕著に職員間の

表 3. 職員の農業公園のオススメ

農業公園T		農業公園M	
自然	3	公園から見える冠島の景色	3
ピザ	3	大浦みかん	2
農業体験	2	田舎鍋	2
ソーセージ	2	はなちゃん(飼育しているブタ)クッキー	2
チーズ	1	手作りプリン	2
ハム	1	肉じゃがコロッケ	2
シフォンケーキ	1	はなちゃん	1
チームワーク	1	大根の葉	1
アイスクリーム	1	焼きりんご	1
犬の散歩に良い	1	パスタ	1
ブルーベリー	1	雑物	1
ライトアップ	1	酢の物	1
恋人の聖地	1	ねぎぬた	1
無い	1	水菜サラダ	1
わからない	1	ねぎ	1
		わさび菜	1
		しいたけ	1
		ごぼう	1
16人回答	計21	13人回答	計25

注：下線部は公園のパンフレットにも記載されているもの

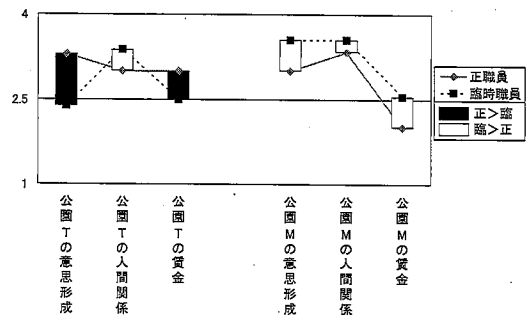


図 5. 正職員と臨時職員の平均満足度の比較

満足度の差が見られることから、意思形成や賃金に関して正職員と臨時職員に何らかの差があり、臨時職員は不満に思っているということが伺える。

農業公園 M に関して、すべて(正職員の満足度) < (臨時職員の満足度) となっている。ここから臨時職員が比較的自由に働ける環境がよみ取れる。また賃金の満足度に関しては正職員(2.0)・臨時職員(2.5)共に特に低い値を示している。以下聞き取りの内容を順番にみていく。

① 農業公園 T の場合

意思形成はトップダウンで行われている。「社員さんから『こうしたい』(という指示)が下りてきて、

(私達臨時職員は)それに従うだけ」といった具合に、臨時職員は仕事だとある程度割り切って働いている。また、臨時職員は「(ヨーロッパ風という)テーマパークの趣旨に沿ってなければならず、(新しいメニューを増やしたいと思っても)自由にはできない、自分をこらすしかない」「売り場が(ただの)おもちゃ屋のようになってきたが、私(の役目)は売るだけ」等とヨーロッパの農村風の農業公園Tを自分達がつくって行くものとは感じてはいない。

人間関係においては、「(自分の部門は)社員さんがいなくて(臨時職員間での)コミュニケーションは取れている」と、普段職場を共にする臨時職員間での満足度は高い。

賃金においては、臨時職員から「人使いが荒く、タイムカードは定時に切るし、人件費削減のため平日は一人」「時給を上げて欲しい」との不満の声もある。

臨時職員は普段の職場での人間関係には満足している一方、正職員のトップダウン的な決定により意思形成に関して自由な決定権がないこと、企業的な経費削減の性格による労資の管理などにより、満足度は低い。

②農業公園Mの場合

意思形成において、臨時職員は、「ジェラート(など部門によっては)だいたい(私達の)意見を聞いてくれる」と「とても満足」が11人中7人と多い。一方、正職員は「自分の意思決定の意味では満足しているが、皆の意見を吸い上げる意味では、(今も聞いてはが)もっと吸収できるのでは思っているのではやや不満」「女性が作る料理にこめる(家族への)愛情に料理人は勝てないと思っている」と、臨時職員を仕事仲間だと認識し、一緒に職場を作っていくとする姿勢が見られる。

人間関係において、臨時職員は、「この歳になると人間関係は心得ている」「社長も昔からの知り合いでやりやすい」と満足している意見がほとんどである。正職員に関して、「やや不満」を選択するも、「仲の良さが邪魔することもある。本来はお客様が一番のはず」「同世代の職員がいて欲しい」と人間関係のもつれのような不満ではなかった。

賃金において、正職員は全て「やや不満」を選択しているが、「不満だが仕方ない、もっと(運営)盛んになってきたら(給料も)上がってほしいが」と、

不満ながらもこれからの働きに意欲的である。

臨時職員の女性達は同じ臨時職員らと適度な距離を取り、快適に働いている。また、賃金で同様に不満をもち、仕事の面での共働の姿勢を見せる正社員との関係に満足している。

4. 結論

実際に日々の接客の大部分を行うのは職員の過半数を占める臨時職員であるので、農業公園でのパフォーマンスを形作るのは臨時職員である。臨時職員と農業公園の心理的距離、臨時職員と正職員の心理的距離が近いほど(つまり農業公園が実際の農村に近く、自ら作り上げてきたという意識が高いほど)、地域活性化の上で農業公園の果たすパフォーマンスは大きい。

農業公園Tは企業の参入によりテーマパーク的に設計されており、実際の農村とは遠く、職員の農業公園T=地元という意識は薄い。また、正職員から臨時職員のトップダウンで行われる意思形成により、臨時職員は雇用者としての仕事を遂行している。よって収入を得られるという意味ではある程度満足

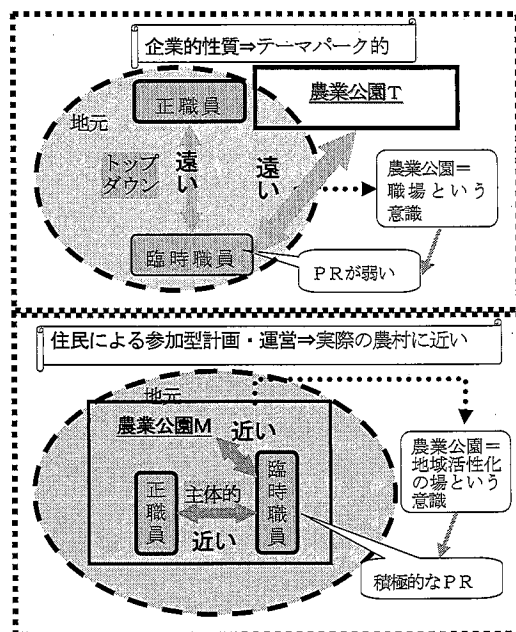


図6. 2公園の運営の体制による臨時職員と正職員の心理的距離、臨時職員と農業公園の心理的距離

しているが、自由な発想や提案をするという点では満足は得られず、農業公園 T は「仕事の提供の場」として機能しているのみである。そのため臨時職員の PR への意識は弱い。これに対し農業公園 M は、計画段階から地元民が関わり、元々の農村風景に馴染んで作られている。よって農業公園 M = 地元という意識が強く、農業公園 M が地元を見直すきっかけともなっており、「仕事を提供する場」に加えて「地域活性化の場」として機能している。また正職員の共働の姿勢や、その公園の小規模さにより、主体的に意思形成に参画できるので、職場に対する臨時職員の満足度は高く、単に金銭を得るためではなく、個人の生きがいや地域の活性化も視野に入れて働いており、農業公園を訪れる客へ積極的に PR を行っている。(図 6)

本論文では、運営主体の性格、リーダーや正職員の信念によって臨時職員への満足度が変化し、さらに農業公園との距離が近くなったり、遠くなったりすることを明らかにした。また臨時職員の考える「地域活性化」は運営主体、正職員のもつ「地域活性化」の影響を大きく受ける。農業公園の運営主体は、その運営の仕方を決定するだけでなく、経済的な活性化のみに留まるか、地域住民の生きがいや地域への誇りの創造にまで広がるか、という地域活性化の中身さえ大きく左右すると考えられ、地域活性化事業に対しては、慎重な運営主体の選定が必要である。

ただし、研究としては、公園利用者への調査も行

い、生産者、職員、利用者の 3 者それぞれの目線から公園の位置を明らかにし、地域活性化施設としての農業公園をより正確に見ることが今後の課題として挙げられる。

- 注 1) 調査対象地の(地元出身者数/職員数)は農業公園 T は(49 人/58 人)、農業公園 M は(15 人/28 人)である。
- 2) 参考文献 [2] 等参照。
- 3) (株)ファームとは、昭和 61 年に愛媛県西条市に市倉ファームを設立したのを皮切りに現在全国 21 箇所のファームパークを運営している企業である。欧米の農村や昭和 30 年代の農村をテーマにファームパークを展開している。

#### 参考文献

- [1] 長谷山俊郎「農業公園の展望を探る」、『農業および園芸』第 77 巻第 2 号 (2002), pp. 239-247.
- [2] 小田切徳美「農山村地域再生の課題」, 大森彌他『実践まちづくり読本』, 公職研, 2008, pp. 310-323
- [3] 中村貴子「食文化型アグリビジネスの成立条件と課題—京都府美山町北集落を事例にして—」, 『農林業問題研究』第 38 巻第 2 号 (2002), pp. 51-61.
- [4] 荒川剛史・秋山邦裕「ファームパーク運営の実態—「株式会社ファーム」の事例分析—」, 『鹿大農学術報告』第 55 号 (2005), pp. 55-67.