

大規模野菜景観に着目した地域づくりに関する研究*

Research on the community improvement which paid its attention to the large-scale scene of vegetables*

三浦和夫****・三宅正弘***・山中英生**

By Kazuo MIURA****・Masahiro MIYAKE***・Hideo YAMANAKA**

1. はじめに

近年、食と農とのつながりが希薄になってきたといわれている。経済成長の中で農業は軽視され、都市が発展していく過程において農地が排除されてきたことにも要因の一つがあるだろう。しかし、一方で地域風土にあった野菜は規模を広げ、主産地となっている所もある。本研究では、大規模な野菜景観に着目し、観光資源、地域資源としての魅力を有しているのかに対する考えを提案したい。その方法として、野菜の大規模産地の魅力、特別性を徳島県下の主産地を事例として考察するとともに、身近に存在するスーパーマーケット（以下スーパーと略す）の野菜売り場が農、地域風土と消費者を結び付けることが出来るのではないかと模索するため、スーパーにおいて野菜の産地調査を行った。

2. 大規模産地の特徴と独自性

野菜の大規模産地にはいくつかの特徴を挙げることが出来る。まず、大規模であるというダイナミックで美しい景観を見せていることが挙げられる。松本らの研究¹⁾で得られた知見では畑地景観の好ましさは広がりや伝統が重要な要素となっている。次に、大規模産地ということはそれだけ生産状況が活発であり経済的に利益を産んでいることが分かる。古い

町並み保存のように維持するための費用を消費させているのではなく、経済性を有した生きている景観としても位置付けることが出来よう。また、近年ではエディブル・ランドスケープ（食べられる景観）が注目されている²⁾。大規模でダイナミックな景観かつ経済性をも有するものとして田や工場も挙げられる。しかし、田や工場は基本的にはどこにもでも作ることが可能であるといえるが、野菜の主産地はその地域の風土と密接に関わり、全国どこにでもあるのではなく特定の地域に限定されてきた。つまり、野菜の主産地として他の地域にない独特の大規模景観を形成させている。

3. 地域風土を表現する野菜の大規模景観

徳島県の野菜産地の形成は、吉野川の自然の力、温暖な気候、京阪神市場との近距離などの農業立地条件を活用した徳島県人の知恵によるものである。徳島の大規模産地を形成している野菜はほとんど吉野川の恩恵を受けている³⁾といっていよい（図-1）。吉野川下流の砂地帯・湿地帯では、砂地農業である鳴門市のさつまいも畑（約1000ha）・大根畑（約500ha）の二毛作地域（図-2）、低湿地を利用した松茂町のれんこん畑（約500ha）（図-3）が広がっている。さつまいもは鳴門金時として全国に名を馳せる程良質なものが取れている。吉野川の砂によって品質の良いものが取れる結果である。れんこんは独特の砂質の多い土壌が西日本一の産地とさせている。吉野川中流地域では、吉野川の沖積土壌の恩恵を受けトンネルにんじんが発達し春夏出しにんじんとしては日本一位の生産量となっている。このように徳島の野菜は吉野川の恩恵を受け各地域に適した野菜の大規模産地を形成していった。野菜の大規模産地がそれぞれの地域の風土、特徴を表現していると捉

*キーワード：景観 地域資源 市民 観光

**正員，工博，徳島大学工学部建設工学科教授

***正員，工博，徳島大学工学部建設工学科助手

****学生員，工修，徳島大学大学院工学研究科

建設工学専攻

(徳島市南常三島町2丁目一番地、

TEL088-656-7578、FAX088-656-7579)

えることが出来るだろう．



図-1 吉野川流域低地土壌分布⁴⁾



図-2 大根畑



図-3 れんこん畑

5．スーパーにおける野菜の産地調査

スーパーにおける野菜の産地を見ることで，自分達の地域で取れている野菜，ひいては自分達の住んでいる地域の風土，景観を感じ取ることができると考える．又，輸送手段の発達により全国から野菜が届けられるようになり，スーパーの野菜売り場の景観から日本各地の地域風土を感じることができるようにもなった．今回の調査は，普段身近に接しているスーパーから市民が自分達の住む地域の風土や景観を新たに見つめ直す，地域の再発見の場として捉えるための新たな指標づくりを目的として，スーパーの野菜売り場の様子，動向を調査した．

調査は，同日において各地のスーパーで扱われている同日における野菜の産地をH13・9，11，H14・2，6の計4回行った．調査地域は，四国・関西と広範囲とし，同日という制約もあったため，四国だけ，四国の一地域と関西の一地域と調査地域のパターンを変えて行った．スーパーの調査範囲は，大都市圏と地方都市の違いを測るために，四国四県の県庁所在地・関西（神戸市，大阪市，和歌山市）地域とした．また，対象とするスーパーは日本各地に店舗をもつ大型スーパーD，S，Jと地元型スーパーとした．調査対象とした野菜は主要な野菜である判断し

た10品目と，今回は徳島を中心としたので，特産である甘藷，蓮根の2品目を追加し，計12品目とした．

ここで得られた知見として，当初の予想通り，県内産を多数おいている所は，地元型スーパーの方が多く，関西圏よりも四国の方が多い．各地域，各スーパーで野菜の産地が共通している場合が多く，主産地を判断できることが分かった．多数のスーパーを見ることで各地域における特産物を判断することができた．ただし，スーパーにおける情報をそのまま受けとって良いのか考える必要もある．

8．まとめ

本研究は，大規模な野菜景観に着目し，地域資源としての魅力を有しているのかについて検討した．野菜の大規模産地は，徳島を事例として，地域独自の景観であり，地域風土を表現し，地域の個性となっていることがうかがえた．スーパーの産地調査においては，十分な分析がまだできておらず，十分な結果を出すことができていない．今後，指標となる分析を野菜の大規模産地の魅力の解明と消費者(特にスーパー利用者主体である主婦層)の意識の調査とともに関連づけて進めていきたい．全体として，野菜の大規模景観に対する1つの捉え方を提案したにとどまった．今後は，これらの情報，手法からより追求した分析を行っていき，発表時には追加した情報をお見せすることができるだろう．

(5) 注釈

- 1) 松本聡ら：畑地景観保全のための地域住民による畑地景観の評価構造の把握，農村計画学論文集，1，pp.49-54，1999．
- 2) 木下勇ら：都市におけるエディブル・ランドスケープ（食べられる景観）の意味と役割について，日本都市計画学会学術研究論文集，第34回，pp.361-364，1999．
- 3) 立石一：吉野川の育てた農業特産物，原田印刷出版，2000．
- 4) 岸本実：徳島縣新紙，日本書院，1971．