

2017 年度
国内実地研修報告書

愛知県豊田市農山村地域におけるまちとむらの協働

Domestic Fieldwork Report 2017

Twining Partnership between Villages and Towns
in Rural Areas of Toyota City, Aichi Prefecture

2018 年 3 月
March 2018

名古屋大学大学院国際開発研究科
Graduate School of International Development
Nagoya University

はじめに

国内実地研修（Domestic Fieldwork, 以下 DFW）は、海外実地研修と共に名古屋大学大学院国際開発研究科（Graduate School of International development, 以下 GSID）における修士課程の実践教育の一環として 22 年前より実施されてきています。DFW では、特に日本国内において現状を踏まえながら日本各地の開発経験を学ぶことをその特徴としており、その研修先としては大都市圏ではなく農村地域や地方中核都市が主に選ばれてきました。

今年度は、昨年度に引き続き豊田市の中山間地域をその研修先とし、“まちとむらをつなぐプラットフォーム”として 2013 年 8 月に設立され、2017 年に法人化した豊田市企画政策部企画課のおいでん・さんそんセンターに多大なご協力を頂き、同市内旭地区において実施されました。おいでん・さんそんセンターは、人口減少に関するビジョンを、名古屋大学を始め様々な団体と協力し合い明確に打ち出しており、“車だけって思ってた!?”という標語に代表されているように、車だけではない農村地域を多く含む豊田市を広く市外に知ってもらうべく様々な企画を打ち出し実施してきています。2017 年 10 月には総務省及び全国過疎地域自立促進連盟により平成 29 年度過疎地域自立活性化優良事例として全国過疎地域自立促進連盟会会長賞を表彰されました。その後も、まちとむらを繋ぐ独自の活動の他、地域振興記念シンポジウム開催、数々の地域おこし関連イベントへの参加、プロモーションビデオの制作など積極的に活動を推進しています。同センターは、様々な地域、企業、教育機関などをつなぎながら、その中で生まれる課題を検討するべく 5 つの専門部会（地域スモールビジネス研究会、移住・定住専門部会、次世代育成部会、食と農専門部会、森林部会）を持ち、定例会を開き研究を進めています。その他、最近ではここにセカンドスクール部会が加わっています。GSID DFW 委員会は、おいでん・さんそんセンターのセンター長、代表理事の鈴木辰吉様及び市役所の方々と話し合い、これらの専門部会の中から昨年度カバーされていない課題、すなわち「空き家」、「食と農」に加えて「観光ビジネス」の 3 つを今年度の研修の課題とし、3 つのグループに分かれた参加修士学生に昨年度の DFW 参加者修士課程 2 年生 2 名と博士後期課程 1 年生 1 名を 1 名ずつグループワークの促進のために加え、1 名ずつの教員アドバイザーのもと、『“Twining partnership between villages and towns” “まちとむらの協働”』を今年度の DFW の共通テーマとし、各グループの研究課題をグループディスカッションによって絞り、5 月から現地に滞在する現地研修も含め約半年間取り組んできました。それらの 3 つの課題は、以下の通りです。『地方と都市をつなぐ空き家－豊田市における需要と供給の観点から－』『旭地区における責任ある観光－認識と希望の連関による都市といなかの結び付きの促進－』『持続可能な農業に向けた取り組み－豊田市旭地区の事例－』。

同地区において **GSID** の **DFW** 研修を受け入れて頂くのは 2 年目、ということもあり、昨年度の参加学生のもたらした成果を超えるのが当然、という機運もあり、プレッシャーの中で進めて参りました。今年度の参加学生は 16 名中 3 名（各グループ 1 名ずつ）が日本人学生という留学生多数であり、日本語もあまり話せない学生も多かったですが、センターの皆様を始め、地元の方々にあたたかく受入れて頂き、この場をお借りして心より感謝を申し上げさせていただきます。研修結果が、ご期待に添えるものになっているかどうか、不安が残りますが、少しでも受け入れて下さった皆様方々のお返しができるよう願っております。最後に関係者の皆様に再度厚くお礼を申し上げさせていただきます。存じます。

名古屋大学大学院国際開発研究科

平成 29 年度国内実地研修委員会委員長

新海尚子

概要

今年度の DFW は、例年通り日本の農村における開発 이슈をめぐり課題や研究手法、調査倫理などを講義内容に含む研修演習、及び現地でのフィールドワーク実習の二つから構成された。

1. DFW の演習

現地でのフィールドワーク実習にかかる準備として以下の講義が GSID で実施された。

事項	日程	内容
DFW 事前講義 1	4 月 26 日 (水) 16:30～18:00	DFW の概要の説明 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 2	5 月 10 日 (水) 16:30～18:00	「豊田市農山村地域の概要 (H28 年度調査地)」 講師：鈴木辰吉氏、豊田市企画政策部企画課 おいでん・さんそんセンター・センター長 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 3	5 月 24 日 (水) 16:30～18:00	「Why do young people have started to return to rural area in Japan?」 講師：高野雅夫先生、環境学研究科 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 4	5 月 26 日 (金) 16:30～18:00	「観光開発について」 講師：梅村哲夫先生、GSID 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 5	5 月 31 日 (水) 16:30～18:00	「日本の教育」 講師：LIU Jing、GSID 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 6	6 月 7 日 (水) 14:45～16:15	「研究計画の書き方」 講師：PEDDIE Francis 先生、GSID 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 7	6 月 7 日 (水) 16:30～18:00	「日本の農村開発」 講師：西川芳昭先生、龍谷大学 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 8	6 月 14 日 (水) 16:30～18:00	「豊田市農山村地域について (研究計画の作成に向けて：問題意識の確認)」 講師：鈴木辰吉氏、豊田市企画政策部企画課 おいでん・さんそんセンター・センター長 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 9	6 月 21 日 (水) 16:30～18:00 DFW・OFW 共同	「調査倫理」 講師：西川芳昭先生、龍谷大学 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 10	6 月 23 日 (金) 16:30～18:00	「中間発表」 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 11	6 月 28 日 (水) 14:45～18:00 DFW・OFW 共同	「聞き取り調査入門I (インタビュー)」 講師：上田晶子先生、岡田勇先生、日下渉先生、GSID 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 12	6 月 30 日 (金)	予備調査：豊田市農山村地域

DFW 事前講義 13	7 月 5 日 (水) 14:45～16:15	「観光ビジネスと CSR」 講師：石川知子先生、GSID 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 14	7 月 12 日 (水) 16:30～18:00	「日本のハウジングマーケット」 講師：新海尚子先生、GSID 場所：オーディトリウム、8 階
DFW 事前講義 15	7 月 14 日 (金) 9：00－10：00 12：00－13：00 16：30－17：30	個別相談 講師：鈴木辰吉氏、豊田市企画政策部企画課 おいでん・さんそんセンター・センター長 場所：408 室、GSID
DFW 事前講義 16	7 月 21 日 (金) 16:30～18:00	DFW 研究計画（案）の報告 場所：オーディトリウム、8 階

2. DFW フィールドワーク実習

上記演習において、各グループの研究課題について、関係者や機関の方々と相談検討するため、6 月にグループによる研究計画の中間報告後、日帰りの現地調査が実施された。ここでは、各グループ数名の研究課題に関連するリソースパーソンの方々とグループインタビューし、研究課題が再検討された。7 月末に研修演習講義が終了した後、グループごとの話し合いが行われ、より絞った研究課題と現地調査での希望調査対象者や調査日程、質問票を検討し、9 月半ばに先輩学生やアドバイザーによるコメントを受け、提出された。これらをセンターの方々からのコメントを元に再度練り直したものを元に、10 月 13 日の直前ガイダンスを経て、現地調査日程の最終確認をし、10 月 16 日から 18 日の 2 泊 3 日の現地調査が実施された。その後、現地での地元の方々とのインタビュー調査結果を元に各グループまとめ、日英合わせて 30 分ずつ 11 月 16 日に豊田市旭交流館にて現地報告会を開催させて頂き、豊田市役所旭支所の竹内寧支所長、おいでん・さんそんセンター 鈴木辰吉センター代表理事及びセンターの皆様、インタビューにご協力頂いた方々、市役所の方々、関係者の前で結果発表を行った。当日は、活発な議論が行われ、また学生発表へのコメントや発表内容への提案もなされた。

現地調査における各グループの主な研究課題、研究目的、調査スケジュールとインタビュー対象者は次のとおりである。

ワーキンググループ 1 (Working Group 1: WG1)

研究課題：『地方と都市をつなぐ空き家－豊田市における需要と供給の観点から－』

研究目的：

①移住希望者と移住者の特徴を特定すること（需要の特徴を明らかにする）、②家主からの希望の特徴を明らかにすること（供給側の特徴を明らかにする）、③おいでん・さんそんセンター、豊田市役所、関係者の需要と供給をつなげるための活動をまとめること（移住申込者と最終的に受け入れられた方々の比較）

調査スケジュール：

6月予備調査、6月自主的現地調査

8月名古屋市内 地方の暮らしフェアへの参加及び豊田市ブースでのインタビュー、10月現地調査

インタビュー対象者：

市役所及びセンターの空き家、移住に関わる方々、地方の暮らしフェアへの来場者のうち豊田市ブースへの訪問者、Iターナー、Uターナー、ファシリテーター、家主の方々

ワーキンググループ 2 (Working Group 2: WG2)

研究課題：

『旭地区における責任ある観光－認識と希望の連関による都市といなかの結び付きの促進－』

研究目的：

①観光客に対する地域住民の姿勢、特に観光開発に関する希望を明らかにすること、②都市部からの観光客の農村観光、特に旭地区における観光に対する認識を明らかにすること、③訪問者と地域の結びつきを促す観光活動を見つけ出し、持続可能かつ責任ある観光に基づく振興戦略を提案すること。

調査スケジュール：

6月予備調査、10月名古屋駅前調査、10月現地調査

インタビュー対象者：

観光協会、ビジネスオーナー、Iターナー、Uターナー、旭地区以外の地域に居住する観光客

ワーキンググループ 3 (Working Group 3: WG3)

研究課題：『持続可能な農業に向けた取り組み－豊田市旭地区の事例－』。

研究目的：

①旭地区での持続可能な農業に関わる各アクターでの活動内容を明らかにすること、②旭地区での持続可能な農業に対する各アクターの活動の特徴を明らかにすること。これらを明らかにし、豊田市における持続可能な農業の新たなモデルを検討する。

調査スケジュール：

5月自主的現地調査、6月予備調査、10月現地調査

インタビュー対象者：

集落営農と農業に関わる社会福祉協議会、スモールビジネスのメンバー、直産市場のメンバー

3. 2017 年度 国内実地研修 参加者リスト

ワーキンググループ 引率教員	番号	名前	国籍	性別
WG1 空き家 新海 尚子 准教授 平成 29 年度 DFW 委員長	1	Amiri Sayed Ali Asghar	アフガニスタン	M
	2	Leiva Cardenas Favio Sergio	ペルー	M
	3	Palu Simata E Laa	トンガ	F
	4	Iraj Mohammad Mahdi	アフガニスタン	M
	5	小林 実央	日本	F
WG2 観光ビジネス 石川 知子 准教授 平成 29 年度 DFW 副委員長	6	Trubnikova Maryna	ウクライナ	F
	7	Yudi Sukamanajaya	インドネシア	M
	8	Guo Yuanyuan	中国	F
	9	三木 亜理沙	日本	F
	10	Cardeno Coline Esther	フィリピン	F
	11	Ganbat Uujimbayar	モンゴル	M
WG3 食と農 西川 芳昭 教授 (龍谷大学経済学部)	12	Eung Saravuth	カンボジア	M
	13	Odilov Olimjon	ウズベキスタン	M
	14	Novian Eko Prasetyo	インドネシア	M
	15	宮嶋 優希	日本	F
	16	Shammi Siraj	バングラデシュ	F
コーディネーター	劉 靖 助教 ¹			

¹ 現地実習が行われた平成 29 年 10 月当時の所属、および肩書きに従っています。

目次

Table of Contents

はじめに.....	i
概要	iii
目次	vii

Working Group 1

Building Bridges between Villages and Towns in the Housing Sector: Supply and Demand in Toyota City Twinning Partnership between Villages and Towns	1
1. Introduction	3
2. Research Method	6
3. Results and Discussion	7
4. Conclusion and Suggestions	22
Acknowledgements	24
References	25
Appendixes.....	27

ワーキンググループ 1

地方と都市をつなぐ空き家－豊田市における需要と供給の観点から－	43
1. イントロダクション	45
2. 調査方法	47
3. 結果と考察	48
4. 結論と提案	59
謝辞	60

Working Group 2

Responsible Tourism in Asahi: Promoting Urban- Rural Bonds by Linking Perceptions and Aspirations	61
1. Introduction	63
2. Research Methodology	63
3. Results and Discussions	66
4. Recommendations	76
5. Conclusions	80
Acknowledgment.....	81
References	82

ワーキンググループ 2

旭地区における責任ある観光－認識と希望の連関による都市といなかの結び付きの促進－	83
1. 研究の背景	85
2. 研究方法	85
3. 結果・分析	88
4. 提案	95
5. 結論	98
謝辞	99

Working Group 3

Approaches for Sustainability of Farmlands in Asahi District, Toyota City	101
1. Introduction	103
2. Literature Review	105
3. Methodology	107
4. Findings and Discussion	109
5. Conclusion and Recommendations	116
Acknowledgement	117
References	118

ワーキンググループ 3

持続可能な農業に向けた取り組み－豊田市旭地区の事例－	119
1. 調査の背景	121
2. 先行研究	122
3. 調査方法	124
4. 調査結果と議論	126
5. 結論と提案	129
謝辞	133

Working Group 1

Vacant Houses

**Building bridges between villages and towns in the housing sector:
Supply and demand in Toyota City Twining partnership
between villages and towns**

Group Members:

Ali Asghar Amiri Sayed

Favio Sergio Leiva Cárdenas *

Mio Kobayashi

Mohammad Mahdi Iraj

Simata E La'ā Palu **

Advisor:

Associate Professor Naoko Shinkai

** Group Leader

* Sub Group Leader

Table of Contents

1. Introduction

- 1.1 Problem statement
- 1.2 Research objectives
- 1.3 Research questions
- 1.4 Research's significance
- 1.5 Literature review

2. Research Method

- 2.1 Qualitative approach
- 2.2 Target units

3. Results and Discussion

- 3.1 Characteristics of tenants
- 3.2 Characteristics of the owners
- 3.3 Roles of facilitators

4. Conclusion and Suggestions

Acknowledgements

References

Appendix 1: Interview guide for accepted tenants

Appendix 2: Interview guide for owners

Appendix 3: Interview guide for facilitators

Appendix 4: Questionnaire for potential applicants (English)

Appendix 5: Questionnaire for potential applicants (Japanese)

1. Introduction

1.1 Problem statement

According to Emura (2015), the problem of vacant housing started in the 1970s and it continued to grow and became more complex with the ongoing development in urban areas and low fertility problems; the vacant houses increased 1.8 times, and up to 2013 the number was 8,250,000 houses. The continuous migration from rural to urban areas poses threats to the sustainability of the former. In the context of an ageing Japan mixed with that tendency, depopulation has been identified in cities due to low fertility rate whilst depopulation in rural areas is a result of migration which provoked an increase of vacant houses. The central government has taken into account these difficulties and is now working with local governments to find solutions. The central government has been giving tax exemptions to companies in order to encourage migration away from concentrated cities like Tokyo. Besides that, there are people interested in moving from urban to rural areas and there are people that are willing to rent or sell their houses given certain conditions. They are willing to give their houses to reliable, solvent, honest young tenants with children (Barcus, 2004). Therefore, this research seeks to identify the features of both supply and demand in order to improve their linkages in the case of the rural area of Toyota City through mixed research methods (qualitative in the case of residents and owners and quantitative in the case of potential tenants/applicants).

1.2 Research objectives

- a) To identify the characteristics of potential customers and accepted tenants (show the main characteristics of the demand)
- b) To identify the characteristics of the owners (show the main characteristics of the supply)
- c) To document what Oiden Sanson Center, Toyota City Hall and related stakeholders have been doing in order to connect supply and demand (find the applying tenants and those who were finally accepted).

1.3 Research questions

- a) What are the characteristics (education, family, age, financial state, and so on)² of people who were accepted as tenants in Asahi district? What are the characteristics of people who are interested in moving to rural areas of Toyota City?

² These characteristics would be in line with the literature review and models of questionnaires used in the past.

- b) What are the characteristics of owners (family, age, job, preferences regarding new tenants, values and other factors)?
- c) What are the services Oiden Sanson Center, Toyota City Hall and related stakeholders provide to connect supply and demand?

1.4 Research's significance

This research seeks to show how the distance between supply and demand of houses in rural Toyota City may be shortened. Vacant houses may increase environmental threats such as increase of garbage disposal and fire risk (Kumagai & Batty, 2015). Security issues may appear in less populated areas: religious groups, extremist ideological groups or mafia groups may appear and use those facilities for their own purposes (Emura 2015). Most research and available public data comes from urban areas (Barcus, 2004; Gu & Asami, 2016; Hu, Bergsdal, van der Voet, Huppel, & Müller, 2010; Uemura & Uto, 2010) This research aims to fill that gap in the literature.

1.5 Literature review

Many authors have written about the causes of moving from rural to urban areas. Todaro (1969) suggests that the main motivation to move from rural to urban areas is the expected wage differential, which does not explain why some people want to move from an urban area to a rural area such as Asahi district. The main driver of this movement is the search for a better quality of life. There would be a wide variety of services in which urban areas are better than rural areas. However, congestion problems such as higher transportation costs, pollution and increasing pressure in life may be disadvantages of urban areas. People with higher human capital skills or who are interested in increasing their human capital tend to go to urban areas because they may gain benefits by doing so. This tends to happen in developing countries such as Kenya for example, as Agesa (2001) shows, but also developed countries such as Japan like we discuss in this report. In the end, people that move from urban to rural and rural to urban areas are looking for a better quality of life, but the meaning of what a good quality of life means is different in the former and the latter.

Regarding the movement of people from urban to rural areas, they look for cheap housing in combination with beauty and proximity to transportation means to commute to the city. Andersson (2015) explores the discourse of people who want to move to these hot spots of increasing housing prices in rural areas of Sweden. She stresses that it is very important to take into account those discourses for regional planning. We can point out that most of the literature explores rural to urban movement, but not so much urban to rural. On the other hand, in Japan it may be better to pay attention to how inequality between older generations and younger generations coexist, with the elderly being owners of houses, while the younger rent and do not own a home. Therefore, it would

be useful to have a welfare approach to the housing problem to solve intergenerational inequality (Hirayama, 2010). Other people, particularly u-turners, value the connection with family and land and that may explain the pattern of moving from urban to rural areas as Williams and McMillan (1983, cited by Agesa, 2001) show.

The community-based approach plays a positive role in making the transactions easier by learning who is willing to sell and connect them with buyers. Community can break psychological barriers that prevent transactions of vacant housing. The cultural barriers of a family's prestige and the inexistence of information available about the character of the newcomers are factors that prevent the owner to sell or rent the house. A mixed approach to deal with the housing problem in rural areas will be useful in combination with community-based approaches: 1) a rights-based approach based on French housing law, or 2) an American land bank system based on the theory of anticommons (Takamura, 2015). However, these ideas remain unfeasible in many areas.

Ageing societies with decreasing populations are beginning to appear everywhere in the world and many people say that that will be the tendency in the future. Japan adopted a policy to deal with this issue and it may be helpful for other countries like the USA in the future (Manda, 2015). If the trend continues, Japan will face a 35% decrease in population by 2060. Japan has made a vacant housing law that strengthens the municipalities by letting them identify, demolish and remediate vacant housing, or find other usages for abandoned houses as Manda (2015) points out. The main objective is to prevent dangers like fire, and protect health and the environment.

Taxes and regulation increase the price of land and housing not just in urban but also in rural areas. Regulations tend to protect the tenants, and by doing so they encourage the low quality of supplied houses (Ito, 1994). The land problem is similar to the housing problem. Traditionally, owners are supporters of limiting the property tax rate. High taxation of short term capital gains may be an effective way to fight against bubbles. We can also see that the effects of the Land Lease Law and Building Lease Law make it very difficult to terminate the contract with a tenant. Therefore, the risk premium of renting houses tends to be one or two months of rent in advance and there is no incentive to invest in large apartments, but small ones so that if there are problems, they remain small (Ito, 1994). Because of this, families lack the motivation to expand their size.

Not all that is happening in Japan is unique in the world. In Germany, for example, migration from East Germany to West Germany causes a vacancy problem and decline of population of rural area. However, the experiences are different because. In Germany, rural houses were of low quality and it was cheap to demolish. In Japan, since we deal with anti-earthquake structures, it is more expensive and difficult to demolish. In Germany there is an unsatisfied demand of houses (Uemura & Uto, 2010). In Asahi district, there are existing vacant houses, but their owners are not willing to rent them (excess of supply). At the same time, the number of those houses that are registered in the vacant house bank is less than the number of applicants (excess of demand).

. In addition, the problems of urban areas and rural areas are different. In urban areas, the supply continues to increase, while the demand seems to be decreasing, while in rural areas the supply remains the same with a decreasing demand due to the high outflow migration. The lowest fertility rate is in Tokyo, even though it receives many migrants from other cities and rural areas. On the other hand, in rural areas, the fertility rate is higher, but the migration effect is stronger. Therefore, in rural areas programs to promote migration inflow, to increase the fertility rate and retain the existing population are key components of an integral strategy to mitigate the speed of depopulation.

Oiden Sanson Center is the Toyota City's official coordinator of urban and rural village exchange such as consultation, answering inquiries from residents, cooperation and projects of coordinating exchange. It works in collaboration with the Vacant Houses Bank of Toyota City for vacant houses and realizes promotional activities in order to find new tenants, increase population of rural area while avoiding crippling of the community. This has been done all over Japan and outside of Japan too.

In the case of South Korea, excess of building construction (bubbles), increase of national basic livelihood scheme and increase of elderly people showed a high correlation with vacant houses (Nam, Han, & Lee, 2016). Management of vacant houses by government may reduce these problems. In South Korea, there are similar institutions to Vacant Houses Banks which carry out investigations to find rural area vacant houses and connect them with farmers and provide agricultural training. One example of these institutions is Mideule Cohousing which has similar activities to Oiden Sanson Center such as: identifying vacant houses and promote tourism and knowledge of the area among potential tenants. The difference is that Mideule Cohousing is under the Ministry of Employment and Labor (therefore the stress is on employment) and Oiden Sanson Center works in cooperation with Toyota Municipal Government (with stress in reviving activities in Asahi).

2. Research Method

2.1 Qualitative approach

We developed our methodology aiming to discover the motivations of tenants willing to move to rural areas and motivations of owners to offer their houses for rent or sale. Currently, between 82 to 104 people have moved to Asahi district according to data provided by Ando (2017) since 2010. We developed interview guides with specific questions for (i) tenants, (ii) owners and (iii) facilitators which are related to the above research questions. Regarding potential applicants, we employed a questionnaire that was distributed during the "Find a Good Town! Rural Life Fair" in Nagoya, August 25th and 26th, 2017 as in research question 1.3a. Based on secondary data and the

literature review, Semi-structured interviews were developed to capture any details not provided in the questionnaires to capture the ‘why’ linkages may failed to improve the situation and ‘how’ these suggested linkages may improve the situation .

2.2 Target units

A total of ten respondents were interviewed with two interviewees being interviewed during the pre-survey visit to Asahi district earlier in June 2017. The remaining eight respondents included five accepted tenants, two owners, owners and three facilitators (one facilitator was both an owner and a facilitator). All interviewees were selected in coordination with Oiden Sanson Center. The five tenants were selected from the 105 accepted tenants that moved to Asahi district according to Ando (2017), the owners were two people who were currently available to be interviewed. Regarding facilitators, one was from Asahi Branch office that manages the housing sector and the other was a member of the Settlement Committee that works in collaboration with Oiden Sanson Centre and also gave his point of view as a house owner.

3. Results and Discussion

In this section we provide the main results of our research. The first subsection summarizes the information about potential tenants. The second subsection summarizes the findings about accepted tenants. The third section shows the results from owners. Finally, the fourth section is about facilitators.

3.1 Characteristics of tenants

In general, we can summarize the characteristics of tenants in the following table. As we may see, motivations to move were different, but willingness to pay is similar. The accepted tenants tend to be younger than the average potential tenants. The main activities potential tenants are interested in are different whilst the main concerns, lack of jobs and distance to job, are similar. Both groups are concerned about lack of job opportunities and distance to job. However, some accepted tenants are also concerned about the mandatory “volunteering” activities such as firefighting.

Table 1: Comparison between potential and accepted tenants

Variable	Potential tenants	Accepted tenants
Age, family and marital status.	The majority is in their 40's. 20% were in their 30's. The majority doesn't have children. Not one respondent wanted to move because of marriage.	In their 30's. Either has children or is very young. One person moved because of marriage.
Willingness to pay	The majority chose from 20 to 30 thousand yen.	The range of rent is 5 to 30 thousand yen.
Motivations	(1) Beauty of nature (2) More space for living (3) Experience of agriculture	(1) Raise children (2) More space to live (3) Interest in local life
Main activities after migrating	(1) Gardening (2) Tour guide, (3) Teaching children	Sales, teaching, agriculture, part-time jobs
Main concerns	(1) Lack of job opportunities (2) Distance to job (3) Cultural differences	Mandatory "volunteering" activities, distance to job, lack of job opportunities

Source: Compiled by the authors based on 'Questionnaire for potential applicants' and 'Interview guide for accepted tenants', 2017.

3.1.1 Characteristics of potential tenants

A questionnaire survey was carried out with potential applicants during the "Find a Good Town! Rural Life Fair" on the 25th and 26th of August, 2017 held at Winc Aichi, Nagoya, in collaboration with the Oiden Sanson Centre. The fair welcomed 846 visitors during the two days and exhibited sixty-nine different offices in the housing sector from nineteen prefectures within Japan. The methodology employed was convenience sampling, whereby the questionnaires were distributed to each respondent after having approached the Oiden Sanson stall. The sample of the questionnaire is shown in Appendix 7.2.

A total of forty-one respondents completed the survey with majority of male ages between 41-50 years old which reflects the highest percentage of the total sample of 37.04 percent while female's ages between 31-40 and 61-70 were the highest with 28.57%. Over half of the total respondents were married at 51.22% with a majority of the total being male at 55.56% and female at 42.86%.

(1) Composition of the family

The composition of the family of respondents was categorized as married, living alone, living with children, living with grandparents and or living with other person. Over half of the total respondents are married with 51.22% whereby more males of 55.56% are married and females at 42.86%. The group with the highest percent in the family composition were married couples with no children at 70.73%, For married couples living with a grandparent, was a minority 2.44% who lived with at least one grandparent while majority of 87.80% didn't and same applies for married

couples who did not live with other members of the family in the same household at 87.80%. Of respondents living with children, only 7.41% of men live with three children, 22.22% with two children whilst the majority of 70.37% do not live with any children. A similar trend is shown for women living with children, with only 21.43% having two children, 7.14% only one child, whilst the greatest percentage of women, 71.43%, lived without any children.

(2) Motivation to migrate

Motivation to migrate from rural to urban areas may vary between genders. In this survey results showed the highest motivation for both males and females was the beauty of nature at 34.38% and 35.71% respectively, accounting for 34.78% of the total sample, more living space available (16.3%) and to experience agricultural activities (15.22%). People aged between 21-30 years old stated that doing agricultural activities was the most popular reason attracting them to move to rural areas, with 20%, and people aged 51-60 with 26.32%. Raising children in a better environment is another reason for people aged under 20, with 33.33%, and people aged 31-40 with 18.75%. Having a low cost of living is another reason for the people aged between 21-30, and people aged 71 years old, with 40 percent and 25 percent respectively. The beauty of nature motivates people aged 31-40 and 61-70 with 43.75 percent and peoples aged 51-60 with 36.84 percent. More space for living is another reason for the peoples aged less than 20 or more than 71 years old with 33.33 and 25 percent respectively (Table 2).

Table 2: The main reasons to migrate to Toyota according to age, %

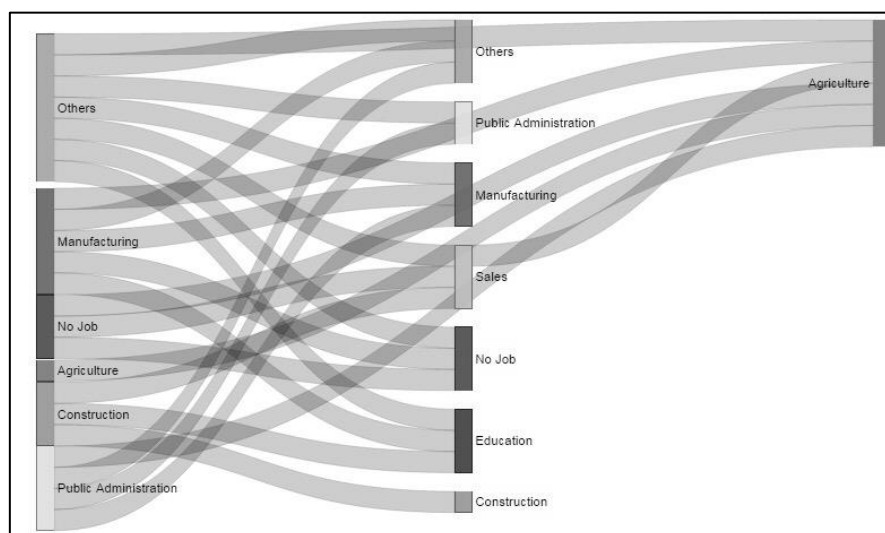
Age	-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71 +	Total
Experience of agriculture activity	0.00	20.00	12.50	13.79	26.32	12.50	0.00	15.22
Raise my children in a better environment	33.33	0.00	18.75	13.79	0.00	6.25	0.00	9.78
Marriage	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Free medicine for children	0.00	0.00	6.25	3.45	5.26	0.00	0.00	3.26
Low cost of living	0.00	40.00	0.00	0.00	5.26	12.50	25.00	6.52
Beauty of the nature	0.00	0.00	43.75	34.48	36.84	43.75	25.00	34.78
More space for living	33.33	0.00	18.75	17.24	10.53	18.75	25.00	16.30
4.8) Safety	0.00	0.00	0.00	0.00	5.26	6.25	0.00	2.17
4.9) Others	33.33	40.00	0.00	17.24	10.53	0.00	25.00	11.96
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Source: Compiled by the authors based on ‘Questionnaire for potential applicants’, 2017.

(3) Employment trend: current and potential employment after migration

The sample population was asked to identify their current employment and the duration in each category of employment. The different categories of employment are: agriculture, manufacturing, sales, construction, finance, education, public administration, others (unspecified) and no job (unemployed). The survey sought to identify the willingness of potential applicants to change from their current employment to another after having migrated in to rural areas. Respondents in agriculture, manufacturing showed no hesitation at 41.46% identified they are willing to change employment after migration. Respondents employed in sales, public administration, construction and 'other jobs' were showed hesitation with 31.76% and a very few were against changing jobs after migration at 9.76% Figure 1 illustrates the flow of respondents from their current employment into new category of employment they wish to work in after migrating to Toyota City.

Figure 1: Preferences of potential tenants for types of employments after moving to rural area



Source: Compiled by the authors based on 'Questionnaire for potential applicants', 2017.

Sixteen respondents prefer to move to agriculture, one to agriculture or manufacture, two to agriculture or sales, one to agriculture or public administration and one to agriculture or others; two respondents indicated their preference to manufacture with one to manufacture or others. One respondent has a preference into sales, construction or education coming construction, and two are willing to work in education working before in manufacture and others. Finally, one respondent prefers to work in public administration or education coming from others. There were three respondents who preferred to do other activities and eight who do not wish to work when they move into Asahi.

(4) Main concerns regarding moving to rural areas

Our findings showed that there were significant concerns among the respondents, with thirteen stating migration to rural areas is too far from their current work place, followed by culture gap with the local community and fear of not finding appropriate job opportunities. The male respondents were more concerned with the job opportunities and cultural differences compared to the female respondents, who were more concerned with the distance from their work. Very few did not find lack of higher education or privacy a concern and neither group was bothered by the lack of entertainment facilities.

(5) Interest in available community activities

More than half of the respondents found gardening an interest to take on while living in a rural area. Fifteen males and eleven females rated gardening as their highest interest, followed by tour guiding of two females and seven males, and coaching children was also an interest but not as high as gardening.

(6) Knowledge of institutions

As a medium connecting the supply and the demand, the respondents were asked on how much they knew on the related stakeholders (Institutions) that work in the housing sector of Toyota City. When asked whether respondents knew of both the Oiden Sanson Centre and Vacant House Bank, more respondents knew Vacant House Bank than Oiden Sanson Centre. The male respondents were more informed about both institutions than the female respondents. Seventeen respondents recorded that the information acquired from the institutions was about local festivals, eleven on information about the area of Toyota City and its environment, followed by information on price, procedure, vacant house tours, other information and employment opportunities. Fourteen male respondents found information on local festivals while female respondents acquired more information about the area (Table 3).

Table 3: Information acquired from institutions according to gender

Type of information	Female	Male	Total
Price	3	3	6
Area	6	5	11
Procedure	2	4	6
Employment opportunities	0	2	2
Vacant houses tours	2	3	5
Local festivals	3	14	17
Medical facilities	0	0	0
Others	1	3	4

Source: Compiled by the authors based on 'Questionnaire for potential applicants', 2017.

(7) Intended purpose of the residence acquired

The survey found that twenty eight respondents stated the purpose of migrating to a rural area is for residence, followed by second housing with nine respondents. Nineteen male respondents answered that the purpose is for residence as did nine female respondents, which is the main purpose of majority of both gender groups. (see Table 4).

Table 4: Intended purpose of residence

Purpose	Female	Male	Total general
No data	1	0	1
Residence	9	19	28
Second House	2	7	9
Business	1	0	1
Other	1	1	2
Total general	14	27	41

Source: Compiled by the authors based on ‘Questionnaire for potential applicants’, 2017.

(8) Amount respondents are willing pay

Male respondents are willing to pay is 25,555.55 yen a month while female respondents are willing to pay just 25,000 yen a month on rent. On average, people are willing to pay 25,365.85 yen a month. As shown in Table 5, which shows the absolute distribution according to gender, there are few respondents who are willing to pay more than 40,000 yen a month and a few people who are willing to pay less than 20,000 yen a month.

Table 5: Willingness to pay according to gender

	Female	Male	Total
No data	1	3	4
10-20 thousand yen	3	4	7
21-30 thousand yen	7	12	19
31-40 thousand yen	2	6	8
More than 40,000 yen	1	2	3
Total	14	27	41

Source: Compiled by the authors based on ‘Questionnaire for potential applicants’, 2017.

(9) Support required by potential tenants after migration

Male respondents have more requirements than women. Support of children is more demanded by males than females. Also, the requirements of health support and job hunting are expressed more by males. It can be interpreted that health care, job hunting and others seem to be more important to

male respondents. In general, females and males prefer subsidies rather than home improvement aid (see Table 6).

Table 6: Post-migration support required by potential applicants

	Female	Male	Total
No data	1		1
Subsidy (rent assistance)	11	13	24
Subsidy (home improvement aid)	1		1
Children support		2	2
Healthcare		4	4
Job hunting		4	4
Others	1	4	5

Source: Compiled by the authors based on ‘Questionnaire for potential applicants’, 2017.

3.1.2 Characteristics of accepted tenants

We interviewed five tenants. Four of which were I-turners (2 males and 2 females), who are those that come for the first time to the rural area, and one (female) was an U-turner, who had previously lived in this region. In this section, we will provide all the conclusions we have reached based on proofs (mainly opinions) given by the interviewees. We use this procedure for the analysis. For the purpose of this survey, all the names of respondents have been changed in order to protect their identities with translations of each interview based on the interpretations of our Japanese speaking members.

(1) Motivations to move to Asahi

Regarding the motivations to come to rural area, we may say that they change according to gender and the prior connection to the land. The U-turner, Tenant 5, came back to inherit land, receive help from parents and to let her children enjoy the nature. For Tenant 5 it is important to maintain traditional knowledge and let her children enjoy nature. Females are worried about the lifestyle their children follow. Tenant 3 found that “rapid economic growth in Nagakute city with new malls and more urbanization influenced her decision to migrate away into rural area”. Tenant 3’s husband is foreign (non-Japanese) who is currently abroad whilst she looks after their children. On the other hand, Tenant 4’s husband works in the Dam and the distance is a challenge for him as he has to ride forty minutes on his bicycle to get to work. Males expressed their necessity of acquiring a private house. Particularly, Tenant 1 who said that he had lived with other people, but now lives alone. Tenant 2 is married and has one child.

(2) Main activities and concerns

Tenant 1 is interested in agriculture and so is Tenant 2. Tenant 3 is a housekeeper, Tenant 5 is an English teacher and Tenant 4 used to work in sales at a second hand shop. Tenant 5 says that one of the concerns she has to deal with is that the distance to supermarket is now a problem, while in the city she could buy all she wanted whenever she wanted. Tenant 4 expressed that since she is the only adult at home, it is difficult to join the activities of community. Tenant 5 expresses that mandatory 'volunteering' activity for her husband that is to be part of the firefighting service is also a worry. She said she is worried about her husband's security. Tenant 3 is concerned also about bees and snakes and says that the winter can be bitter cold. In general, other concerns include the distance to the hospital, grocery stores, supermarkets, and lack of transportation facilities.

(3) Renting or buying decisions

People have different perspectives regarding renting or buying. Tenant 5 built the house with a construction company so it started from scratch and it did not require Tenant 5 bought the house while Tenant 3 rent it for 25,000 yen. Tenant 3 thinks that renting is cheaper because her house is 120 years old and to repair it is quite expensive. Just as an example, she says that cleaning the filter is 30,000 yen. Tenant 4 rents her house and pays 30,000 yen monthly. Tenant 2 pays 25,000 yen monthly and Tenant 1, 10,000 yen monthly.

(4) How they learned about Asahi

Regarding how they learned about the possibility of moving here, Tenant 5 already knew because she had lived here before and learned through the construction company that there were some subsidies from the government. Tenant 4 learned from other I-turners the possibilities of what could be done and received advice from friends. Tenant 3 received information from Vacant House Bank, Oiden Sanson and the Asahi Branch Office. Tenant 2 received information from Vacant House Bank newspaper (advertisement) and Internet. Tenant 1 found the information in internet. He used to live in share house, but the owner decided to sell the house and he needed to move out. When he was looking for new houses, people who live in the community helped to find his new house. He knew about Vacant House Bank but did not use it.

3.2 Characteristics of the owners

Two owners were interviewed as they had rented their houses to new migrants that moved to Asahi District. Both owners were above the ages of 60 years older with one owner residing together with a spouse and two extended family members a spouse while the second owner resides with a

spouse and the mother³. In the following table, you can see the relations between the owners and the potential tenants. These relations may be useful to develop strategies to help to fill the gaps.

Table 7: Gaps between potential tenants and owners

Item	Gap with potential tenants	Owner 1	Owner 2
Age	Majority are in the range of 40 years old	Ages in the range of sixty years old and seek tenants in their 30s.	
Family	The majority do not have children. 50% are married.	Children do not reside at home	
Preferences		Strong preference for married couples with children and engaged residents (soon to be married)	
		Gender, nationality, education and age are not important	
Employment	They may get employment after migration.	Essential to have employment to sustain living in rural area.	
Views of tenants	Lack of job opportunities	Help with the sustainability of the village	
	The main motivation is the beauty of the nature	Good atmosphere should be provided for people who want to move into Asahi area	
	The third motivation was to involve into agriculture	Utilizing abandoned farmlands and helping to reviving them	Owners should be convinced that they should rent their houses

Source: Compiled by the authors based on ‘Questionnaire for potential applicants’, 2017.

3.2.1 Sustained livelihood in Asahi district

The first owner is retired and has found casual employment working for the local community and is able to generate an income to pay for small expenses such as fuel. While the second owner, who is also retired, is engaged in volunteer work for the Settlement Committee⁴ that is active for local issues in Asahi including the vacant house problems.

3.2.2 Value of vacant house

For both owners, the vacant house was a second home that they resided in with their individual families over a long period, for instance, one stated the vacant house was occupied for 33 years and the other owner’s house was occupied for 63 years. Both owners hold sentimental value on the vacant houses they possess and were one factor that made them reluctant to rent the houses in the

³ Owner no. one resides with her husband, an uncle and an aunt. Owner no. 2 resides with his wife and mother.

⁴ The Settlement Committee is a voluntary committee with the Asahi Community that works in collaboration with Oiden Sanson Centre to assist and support new migrants to the region.

beginning. For the first owner, a plum tree planted by the ancestors still grows in the garden and is approximately 200 years old which made it difficult to part with the vacant house.

3.2.3 Motivation to rent or sell a vacant house

There were different reasons expressed by both owners as motivations to rent. For one owner, there were several reasons including moving in to assist with an elderly aunt and uncle, another reason being that the house is located in the red zone⁵ with danger of landslides, according to the law they couldn't build a new house there so they decide to rent it. As for the second owner, the reason his decision was influenced when his children grew up and decided to move and live in another place. In addition, the old house was put up for rent to avoid any potential damages made to the house.

3.2.4 Searching for new residents

The search to find new residents to occupy the vacant houses did not take too much time for both owners. For the first owner's house, there were many interests because it has a hot bath facility (onsen) and is located right beside a street. For the second owner, the previous resident held a high reputation within the community which made the search for a new resident less than one year.

3.2.5 Potential of Asahi district

When asked of the potential Asahi District has in providing an attractive environment for potential tenants, the first owner believes that tenants should share good relations with the neighborhood and adapt to the local the culture. The second owner believes that an increase in number of local high schools and improved job opportunities may help to attract more people to migrate to Asahi area.

3.2.6 Characteristics and values in a tenant

Regarding the characteristics of a tenant, both prefer married people with children. If a tenant is not married, preference will be given to he or she who will soon be married, although it is not essential. As for gender, nationality, age and education neither are important to both owners. On the other hand, the first owner stated that it is important for a tenant to be employed, while the second owner felt it was not necessary. In spite of which, to have an employed tenant would better suit

⁵ As categorized by the Toyota Municipal Government, the areas of Asahi District have been zoned to identify areas suitable for residence, danger zones and other zone as determined by the local government.

living if Asahi if he or she works nearby. For the current tenants, neither owner keeps any regular contact with their tenants respectively unless when need as it may be seen as intrusion of privacy.

Both owners were given a sheet of values to identify what they believe the potential tenant should possess. The common values shared amongst both included cooperation, freedom of thought, youthfulness, volunteering will, appreciation of landscape beauty, charity, respect for the elderly, environmentally awareness and proactivity.

3.2.7 Support from the institutions

The contribution of Oiden Sanson Center and other facilitators in the process of renting the vacant houses was another issue which we asked from the owners about it. The first owner's concerns were about the new tenant and how he or she would adapt to the local culture. When the Vacant House Bank was established seven years ago, the Director of the Oiden Sanson Center registered the vacant house in the Vacant House Bank. This registration assured the first owner that the vacant house was marketable and gave comfort to the owner knowing it was part of the housing system. In addition, with the support from the Settlement Committee in cleaning up the vacant house, the owner did not have to worry about the state of the vacant house. The second owner stated that the Oiden Sanson Center contacted him to rent his house to a foreigner and he agreed without any hesitation. After the said tenant moved out, again for a second time, the house was re-registered and was successful in finding a new tenant again through the Vacant House Bank.

3.2.8 Sustainability of Asahi district as a community

Sustainability of the community is important for both owners as they believe new tenants can help the sustainability of the community. According to the first owner, with the larger area of abandoned farmland the new tenants can utilize these farmlands while helping the revival of the lands. Also, that sustainability is important for the village and suggests that a good atmosphere should be provided in order for people to move to Asahi district. The second owner believes that number of potential vacant houses will continue to increase as the existing owners who live inside these houses are senior citizens who will one day leave behind their vacant houses. Therefore, he suggested these owners should be convinced to also rent their houses as the town continues to face depopulation.

3.3 Roles of facilitators

We interviewed one facilitator from the Asahi Branch Office who had extensive working experience. He is 62 years old, married and studied until High School. From the purpose of this document, we will call him Facilitator 1. Facilitator 1 has worked as Vice Dean of Asahi Branch for five years and continued working after retirement for two years, today he is employed as a casual staff. According to Facilitator 1, Asahi branch promotes the knowledge of Asahi through the distribution of brochures and Toyota Municipal Government's online website that has information about different regions of Toyota City.

The application process for a potential tenant migrating to rural areas of Japan as in the case of Toyota City is the following, as stated by Oiden Sanson Center (2016):

- (i) Consulting: The owner consults with the City Hall, after which an official will visit the vacant house to evaluate and assess the building, City Hall will then collect specific information from local residents like district fee, annual events and which kind of tenants will be willing to come.
- (ii) Tour: Oiden Sanson Center and Aichi Prefecture Exchange Residence Center will help to arrange a tour of the vacant houses for the potential tenants and owners. The purpose of the tour is to provide opportunities to learn about the hosting community and find out if they will adapt to the new community. The potential tenant is expected to follow the local rules. This tour can be done before registering in the Vacant House Bank.
- (iii) Registration: The vacant house is registered in the Vacant House Bank by the owner.
- (iv) Interview: Once the vacant house is registered, application is open for the interested potential tenants. This interview will be held with the owner and local authorities.
- (v) Contract: There are two different contracts that may be agreed upon. The first option is the direct contract between the owner and the tenant and the second option is a contract mediated by a broker.
- (vi) After moving: Support and information are provided to new migrants including (i) providing employment support in the employment bank, (ii) planning and designing regulations for the community are discussed together, (iii) information on the local monetary system in Toyota City which adopts coupons as a currency, and (iv) liaising with the community on special requests from new migrants for eg. Arranging a wedding including setup, securing a venue, assisting with the wedding ceremony etc. (Oiden Sanson Center, 2016)

The role of the Asahi Branch Office is to convince owners that have been identified by the staff, to sell or rent their houses by negotiating with owner's terms and conditions to rent. The owners do not wish to have strangers residing in their houses as it may hinder the owner's reputation in the

community in the event of a problem caused by this new tenant. According to Facilitator 1, there are more potential tenants (252 people) than vacant houses (76 houses). However, only sixty nine have lodged their interest in living Asahi with eighty one choosing to stay in any other place within Toyota. Of the seventy six vacant houses, neither one is available as of yet. In the current registration of the Vacant House Bank, only two vacant houses are available⁶ and in suitable living conditions.

In general, this can be summarized in the following table. Here we explain that facilitators help filling the gaps by working with supply holding activities in planning and activities with owners and demand doing research about willingness to pay, search for potential tenants, providing transportation services and marketing of vacant houses. All of these are done through negotiation with owners and tenants.

⁶ Available as of the 18th of October, 2017

Table 8: Gaps between tenants and owners filled by facilitators

	Facilitators	Gaps between potential tenants and owners	Asahi	Toyota City
Supply	Planning , identifying and statistics	(i) Projections should consider the competence with other regions and other strategies to attract tenants (ii) Demand is bigger than supply. (iii) Rule changes generate problems.	Conduct planning using statistics and long-run projections Two vacant houses in Vacant House Bank; 69 people want to live in Asahi. Regulation change regarding red zone is a challenge; Susceptible to landslides and other problems.	
	Activities with owners	76 owners may rent their houses which are susceptible to damage and could collapse. Do not want to burden the neighbors.	Try to convince them by negotiation. Research on which houses may be available.	
Demand	Willingness to pay	Fits the requirements of potential tenants of Rent: 20 000-30 000 yen.	Rent: 5000- 40 000 yen/month Average: 25 000 yen Sale: 1.1 – 11 million yen	
	Search for potential tenants	The majority do not have children and if they are married, they are not young (not in their 30s).	Prefer married young couples with young children	
		Accepted tenants said they would respect their children's decision to stay or move out. Some residents have some concerns regarding the risky volunteering activities	Prefer long-term residency and active residents to join in community events	
	Transportation	The issue of distance to job remains a challenge to be addressed	Oiden Sanson Bus	
	Marketing	Information collected to migrate was mainly from friends, internet, Oiden Sanson Center and related stakeholders rather than attendance Increase social media presence (Likes on Facebook)	(i) Participation in vacant housing fairs in Japan (ii) Promotion through internet	

Source: Compiled by the authors based on 'Questionnaire for potential applicants', 2017.

3.3.1 Status of vacant houses in Asahi

Hiroshi explained that of the forty-three houses currently registered in the Asahi district, four were sold with thirty-nine being rented out. The selling price range is 1.1 million yen to 11 million yen. In Toyota City, the land price varies from 50 000 to 150 000 yen per square meter. Meanwhile, in Asahi the land price varies from 5 000 to 10 000 yen per square meter. The rent ranges from 5 000 to 40 000 yen and the average price is 25 000 yen. Therefore, in general, living in Asahi district is cheaper than living in urban Toyota City.

3.3.2 Features of registered vacant houses in Asahi

There are houses with less than two rooms, three to five rooms and six rooms. The majority of new tenants to Asahi is said to prefer houses that have three to five rooms. Bathrooms and kitchens tend to be restored by the tenants with the subsidy as provided by the Municipal Government. There are two kinds of bathrooms: tanks and flush ones. Therefore, the demand can be satisfied from this perspective too.

In the past, residents built the houses near the mountain for easier access to water. However, what was good in the past is no longer applicable in the present situation as these same houses have been ‘zoned’ under the red zones thus susceptible to landslides.

3.3.3 Selection of new tenants

Facilitators from the Asahi Branch Office conducts a prescreening process to identify potential tenant for long-term intentions, with a vision and are willing to participate in local activities as they are preferred over those without. Other preferences include married couples with children, younger couples over aged couples with low preference to potential tenant’s ages above sixty years old. Neither a person’s nationality, educational qualification or employment status are disadvantaged there are job opportunities available for potential tenants in Asahi district.

3.3.4 Policies and measures

Regarding the data collection and planning, Facilitator 1 stated that is a challenge to maintain the population with the current system. If measures are not taken, depopulation will continue to worsen by the year 2047. In 2012, the population of Asahi had 3,116 residents with a projection estimated at 1,211 residents by 2047 in the base scenario. The objective now is to maintain the current situation and to slow down the speed of depopulation. Approximately in the next forty years, fifty percent of the current population will be 65 years old and older. If necessary measures are adopted, Asahi should see a reduced percentage of 35 %. According to Facilitator 1, most of tenants originated from Toyota city and some others from other prefectures. An example given whereby four migrated from Nagoya city, seven from Tokyo rural areas and 13 from different other cities.

There is no preference of where a potential tenant should originate from but as part of the interview process, the facilitators inform the potential tenants of some important facts such as the local events and festivals and community fees which cost more than the community fee in urban cities. The selection process in average is four months but it may vary depending on each case, some may spend more time to process others may not.

3.3.5 Support rendered to new tenants

A subsidy of one million yen is provided to new tenants renting a house and for new tenants looking to purchase a house, the subsidy is more than 1 million yen. Acutely new tenants can get subsidized 10 % of the total price of the house. It should be noted that this subsidy does not support directly the owner of the house but help the tenants and the benefit can indirectly go to the owner as well.

3.3.6 Challenges in promoting migration to rural areas

According to Facilitator 1, distance to and from places is a common problem for all the residents. Another is the low wages in income is a challenge that Asahi Branch office cannot tackle, however on the positive side, job opportunities are available to all its new tenants.

The payment of rent by the tenant to the owner is another challenge although it is not mandated as a responsibility of the Asahi Branch office, the owners will seek assistance to their institution which they then provide consultations on resolving the issue.

In addition, local customs including maintaining the values of the village poses a challenge as it is important that all residents in the community take pride in the traditional festivals and transfer it to generations to come.

In contrast to the above challenges, there are no problems with religions and the local festivals originate from Shintoism therefore, tenants may choose whether to participate or not. Also other factors such as gender and language barrier are not challenges, although having basic knowledge of Japanese is essential for non-Japanese tenants and the Buddhist shrine (Butsudan) does not create a problem in Asahi district as the owner will remove it from the vacant house.

4. Conclusion and Suggestions

- We identified the characteristics of demand and supply. Price is not a problem, but requirements from facilitators may not match exactly with the potential tenants. We suggest, the strategy integrates people with no children or couples that are not so young (in their 40's or 50's).
- One of the interviewees stated that the vacant houses in Asahi will continue to decrease as the population of the town continues to decline. The statistics provided by the Asahi Branch Office reflects this statement. The current efforts are centered towards slowing down the speed of the declining population. In theory, the vacant houses will also fall at a slowed pace.
- Ages of potential tenants were mostly in their 40's whilst owners preferred a younger group in

their 30's.

- Regarding families, we mentioned before more than half surveyed are married but not all have children. There is a strong preference from owners towards married couples with children or that will soon be married (engaged). Neither gender, nationality, education nor age is important.
- Since the main motivations of potential tenants are to enjoy the beauty of nature, more space of living and experience of agriculture, we suggest the marketing strategy integrates them. Beauty of the nature is the most attractive feature for potential tenants to migrate. Here, owners suggest that support to provide a good atmosphere should be considered. In addition, getting involved in agriculture was found with potential tenants. While one owner suggests utilizing abandoned land to revive the farmlands and the other suggest owners should be convinced to rent their houses.
- The potential tenants surveyed were mostly employed and although finding work after migration is a concern, the gap here with owners is that new employment can be found after migrating to rural areas. In evaluating potential tenants, being employed is good but not necessary and preferably working near Asahi.
- Potential tenants are mostly concerned with lack of job opportunities whilst owners agree that having new migrants to rural areas will help with the sustainability of the town.
- The majority of potential tenants wish to pay between 20,000 yen and 30,000 yen a month which fits with what current accepted tenants pay: from 5,000 yen to 30,000 yen. Price is not a problem.
- Regarding the concerns, both groups share two common concerns: (1) Lack of job opportunities and (2) distance to job opportunities. In addition to the potential group was (3) cultural differences while accepted tenants is the “mandatory volunteering” activities.
- Given the fact that the main concerns of potential applicants are lack of job opportunities, distance to job and cultural differences, we suggest to strengthen the links with recruiting agencies and the employment bank. In general, job opportunities and distance to facilities are a main concern. Innovation in transportation technologies for rural area may be interesting to close that gap with respect to urban area.

Acknowledgements

During the course of this year, we embarked on a journey that none of us were prepared for. Each member came with different strengths and talents which we utilized during the course of the past two semesters in our work.

Firstly, we wish to thank Mr. Suzuki, Mr. Ando and Ms. Kiura from the Oiden Sanson Centre for the tremendous help during our research period, which was fundamental to the overall success of our fieldwork. Since the beginning of our journey, Mr. Suzuki been instrumental in guiding and assisting our team with the reviews on the research proposal, arranging meetings with facilitators prior to the pre-survey, during the pre-survey, coordination at the Nagoya Rural Housing Fair, always including us in the Asahi community meetings, and most importantly our fieldwork. We wish to also acknowledge Mr. Kachi from the Toyota Municipal Government who provided us with an insight into the roles of local government in the housing sector. Secondly, we would like to extend our heartfelt appreciation to all our respondents. Without your willingness and the valued testimonies you shared with us, we would not have been able to conduct our fieldwork.

Finally, we are forever in debt to our advisor, Professor Naoko Shinkai, and also to our DFW coordinator, Professor Jing Liu for your patience, clarity and ongoing support in guiding our team in our fieldwork. Many times, you both went out of your way to lend a hand with our work whenever we fell astray, however you have been firm and reassuring with our team during our fieldwork. As this chapter in Domestic Fieldwork comes to a close, on behalf of your team Vacant Houses, we wish you nothing but the very best in your endeavors! Thank you very much, Mālō ‘aupito, Tashakor, Muchas gracias and domo arigatou gozaimashita!

References

- Agesa, R. U. (2001). Migration and the Urban to Rural Earnings Difference: A Sample Selection Approach. *Economic Development and Cultural Change*, 49(4), 847-865. doi:10.1086/452527
- Andersson, E. (2015). Rural housing market hot spots and footloose in-migrants. *Journal of Housing and the Built Environment*, 30(1), 17-37. doi:10.1007/s10901-013-9377-y
- Barcus, H. (2004). Urban-Rural Migration in the USA: An Analysis of Residential Satisfaction. *Regional Studies*, 38(6), 643-657. doi:10.1080/003434042000240950
- Gu, J., & Asami, Y. (2016). Vacant Houses, Duration for Search and Optimal Vacancy Rate in the Rental Housing Market in Tokyo 23 Wards: Based on Landlord's Optimal Search Model. *Urban and Regional Planning Review*, 3, 31-49. <http://doi.org/10.14398/urpr.3.31>
- Hirayama, Y. (2010). The role of home ownership in Japan's aged society. *Journal of Housing and the Built Environment*, 25(2), 175-191.
- Hu, M., Bergsdal, H., van der Voet, E., Huppel, G., & Müller, D. B. (2010). Dynamics of urban and rural housing stocks in China. *Building Research & Information*, 38(3), 301-317. <http://doi.org/10.1080/09613211003729988>
- Ito, T. (1994). Public Policy and Housing in Japan. In Y. Noguchi & J. M. Poterba (Eds.), *Housing Markets in the United States and Japan* (pp. 215-238): National Bureau of Economic Research, University of Chicago Press.
- Kumagai, K., & Batty, M. (2015). Measuring Housing Vacancies in Japanese Cities: Spatial Analytics Using Utilities Data. Paper presented at the Computers in Urban Planning and Urban Management, Cambridge, MA USA.
- Manda, P. (2015). Preparing Our Housing for the Transition to a Post-Baby Boom World: Reflections on Japan's May 26, 2015 Vacant Housing Law. *Cityscape: A Journal of Policy Development and Research*, 17(3), 239-248.
- Nam, J., Han, J., & Lee, C. (2016). Factors Contributing to Residential Vacancy and Some Approaches to Management in Gyeonggi Province, Korea. *Sustainability*, 8(4), 1-22.
- Oiden Sanson Center. (2016). Migrants acceptance guidebook. Aichi Prefecture, Toyota City.
- Takamura, G. (2015). Vacant Properties: A New Challenge for Commons Studies. Paper presented at the Commons Amidst Complexity and Change, the Fifteenth Biennial Conference of the International Association for the Study of the Commons.
- Todaro, M. P. (1969). A Model of Labor Migration and Urban Unemployment in Less Developed Countries. *The American Economic Review*, 59(1), 138-148.

Uemura, T., & Uto, M. (2010). Proposal of social strategies in Japan until 2040-Coping with problems of housing, land use and infrastructure management caused by population decline -. Nomura Research Institute Papers, (150). Retrieved from <https://www.nri.com/global/opinion/papers/2010/np2010150.html>

安藤, 征. (2017) 新たな豊かさを求めて (里山のくらし) /Interviewer: M. Kobayashi.

小森, 聡. (2007). 新規定住者を受け入れる農村の意識と立地条件に関する研究:京都府の中山間地域を事例として. *Journal of Rural Problems*, 43(1), 112-117. doi:10.7310/arfe1965.43.112

江村, 英哲. (2015). 急増空き家対策に官民走る : 国が基準を明確化、民間は中古流通ビジネス促進. *日経アーキテクチャ*(1045), 44-47.

Appendixes

Appendix 1: Interview guide for accepted tenants

Duration 45 min to 60 min

所要時間 45 分から 60 分

Section 1. General Information

基本情報

1 How many family members do you live with?

何人の家族と住んでいますか？

2 Who are the family members?

	年齢	性別	婚姻状況	備考	学歴
	Age	Gender	Marital Status	Additional comments	Educational achievement
妻	Wife				
夫	Husband				
子	Child 1				
子	Child 2				
子	Child 3				
子	Other 1				
他	Other 2				
他	Other 3				

3 Address

現住所

Section 2. Before coming to Toyota city

豊田市に来る前

4 Did you live in urban or rural area before?

都会と田舎とどちらに住んでいましたか？

5 How many years?

何年住んでいましたか？

5 Prefecture

都道府県

6 City/town/village

市／街／村

7 District

地区

8 What kinds of employment were you engaged before coming to Toyota city?

豊田市に移住する前には、どのような職業についていましたか？

9 How many years did you work there?

そこでは何年働いていましたか？

10 What was the motivation to leave your last residence?

以前の住居を離れようと思ったきっかけは何でしたか？

- 11 What difficulties did you find in living and working in your previous residence? (overcrowded spaces, excess of work, rising utilities cost, high food prices, childcare, contamination, security or others)

以前のお仕事やお住まいで何か困難は感じていましたか。（人ごみ、過剰な労働、光熱費の増加、食費の増加、子育て、汚染、安全面）

- 12 What was the main concern about where were you living before moving to this house?

豊田市に引っ越す前には主にどのような懸念を抱いていましたか？

Section 3. During the selection process

選考過程について

- 13 How long did it take to you to get the house?

現在の家の賃貸（売買）契約にどれほどの時間がかかりましたか？

- 14 How did you get the information about the process to move to Toyota city?

豊田市への移住行程についての情報をどのように得ましたか？

- 15 How helpful was Oiden Sanson Center in the process?

移住行程において、おいでん・さんそんセンターはどのような役に立ちましたか？

- 16 How helpful was the Vacant House Bank in the process?

移住過程において、空き家情報バンクはどのような役に立ちましたか？

- 17 Which stage of the process took the longest?

最も時間がかかったのはどの行程でしたか？

- 18 Did you sign the contract with the help of a broker or directly?

契約は家主さんと直接契約をしましたか？それとも宅建協会の仲介による業者を含めての契約でしたか？

- 19 Which were the biggest difficulties in the process?

以下の過程の中で最も困難だったものはどれですか？

Paperwork（書類作業）	
Time（時間）	
Getting known by the community（コミュニティとの交流）	
Moving to rural area（田舎への移住）	

Section 4. After the selection process

選考後

- 20 What do you enjoy the most about Toyota city?
豊田市で最も楽しんでいることは何ですか？
-
- 21 Which are the most beautiful places of Toyota city?
豊田市の中で最も美しい場所はどこですか？
-
- 22 How do you feel about your new house/life?
新しい家や生活はどうですか？
-
- 23 Do you have maintenance problems?
家のメンテナンスについて何か問題がありますか？
-
- 24 Are you satisfied with living in the rural area?
田舎暮らしに満足していますか？
-
- 25 Is your current employment located here? If no, where is it?
現在、お仕事は豊田市内にありますか？違う場合、お仕事の場所はどこですか？
-
- 26 What is your current employment?
現在はどうのお仕事をされていますか？
-
- 27 Do you receive support from the government or the community?
何か政府や地域からサポートを受けていますか？
-
- 28 What kind of support do you receive?
どのようなサポートを受け取っていますか？
-
- 29 What difficulties do you find in living in Toyota city?
豊田市での生活で何か困難はありますか？
- | | | |
|-----------------------------------|--|-----------------|
| Lack of transportation facilities | | 交通の便が悪い(公共交通機関) |
| Lack of job opportunities | | 職が無い |
| Few social events | | 社交行事が少ない |
| Spaces for children to play | | 子どもの遊ぶ場所が少ない |
-
- 30 Do you find difficult or easy to adapt to the local culture and regulations?
地域の文化やきまりを受け入れることは難しいですか？易しいですか？
-
- 31 What kind of activities can children do after school?
子どもたちは、放課後にどのような遊びをしていますか？
-
- 32 Do you want your children to live in rural area too after high school?
子どもたちが高校を卒業した後も、引き続き子どもたちに田舎で暮らしてほしいと思いますか？

33 あなた自身は、次のうちどのような価値をより大事にしていますか？

Appreciation of landscape beauty 美しい景観の鑑賞	Hardworking 勤勉さ	Charity 寛容さ	Respect for the elderly 年功者への敬意	Cooperation 協調性	Politeness 礼儀正しさ
Energetic 精力的	Environmentally aware 環境への配慮	Financially independent 経済的な独立	Leadership リーダーシップ	Marriage 既婚	Youthfulness 若さ
Proactivity 積極性	Religiousness 信心深さ	Self-control 自制心	Solidarity 団結心	Freedom of thought 思想の自由	Creativity 創造的
Volunteering will 奉仕の心	Wealth 裕福さ	Discipline 規律を守る			

Appendix 2: Interview guide for owners

Duration 45 min to 60 min
所要時間 45 分から 60 分

Section 1. General Information

基本情報

1 How many family members do you live with?

何人の家族と住んでいますか？

2 Who are the family members? 家族構成はどのようになっていますか？

		年齢	性別	婚姻関係	備考	学歴
		Age	Gender	Marital Status	Additional comments	
妻	Wife					
夫	Husband					
子	Child 1					
子	Child 2					
子	Child 3					
他	Other 1					
他	Other 2					
他	Other 3					

3 Address

現住所

Section 2. The current situation

現状

4 What is the meaning of this house to you? What are the memories that come to your mind?

この家は、あなたにとってどのような意味を持っていますか？どのような記憶が思い出されますか？

5 Why did you sell or rent your house?

家を売ろう（貸そう）と思ったきっかけは何ですか？

6 How many years have you lived here?

あなたはどのくらい現在の家に住んでいましたか？

7 How long did it take for you to get tenants living in your vacant house?

新しい移住者を迎えるまでにどれくらいの時間がかかりましたか？

8 What things could improve in Toyota city to attract more appropriate tenants?

移住者にとって、豊田市がより魅力的になるためには、どのようなことが改善されると良いと思いますか？

9 Are you retired? If not, what are you employed in?

すでに退職されていますか？もしくは、どのような職業についていますか？

Section 3. About the selection process

選考過程

- 10 What kind of values tenants were you looking should possess?

どのような移住者を希望していますか？

Appreciation of landscape beauty 美しい景観の鑑賞	Hardworking 勤勉さ	Charity 寛容さ	Respect for the elderly 年功者への敬意	Cooperation 協調性	Politeness 礼儀正しさ
Energetic 精力的	Environmentally aware 環境への配慮	Financially independent 経済的な独立	Leadership リーダーシップ	Marriage 既婚	Youthfulness 若さ
Proactivity 積極性	Religiousness 信心深さ	Self-control 自制心	Solidarity 団結心	Freedom of thought 思想の自由	Creativity 創造的
Volunteering will 奉仕の心	Wealth 裕福さ	Discipline 規律を守る			

- 11 Was there any contribution of Oiden Sanson Center in making you decide to sell or rent your house or you wanted to do it before contacting OSC?

おいでん・さんそんセンターは家を貸す／売す決断をされる上でどのような役割を果たしましたか？（定住委員会はどうでしたか？）もしくは、おいでんさんそんセンターや定住委員会の方々とお話される前から家を貸す／売すことは決められていましたか？

- 12 Do you prefer...

どのような人を好みますか。

Single people or married people? 独身者・既婚者		Working in Asahi or outside Asahi? 旭地区で働いているか否か	
With children or without children? 子供は？		Highly educated people or no need? 高い教育を受けているか否か	
People on their 20's, 30's, 40's, 50's? 20, 30, 40, 50代?		Foreigners, nationals, nikkei, LGBTIQ? 外国人、国籍、日系、LGBTIQ	

Section 4. After the selection process
--

選考後

- 13 Do you keep in contact with your tenant? How often do you communicate with him/her?
移住者の方と連絡を取り続けていますか？どれくらいの頻度でとっていますか？
-
- 14 Do you think that the probability of the community to sustain has increased because of new tenants?
移住者を迎えたことで地域はより持続的になっていると思いますか？
-
- 15 What else should we do to guarantee the sustainability of the village in other areas (tourism, health, education, jobs, etc.)?
地域を持続させるために他になされるべきであると感じることはありますか？（観光，医療，教育，仕事など）
-
- 16 Were you concerned with the future of your Butsudan? Are there other parts of your house that are sacred or have sentimental value?
仏壇の処理について不安に感じていましたか？他に、家の中で神聖な場所や思い出や愛着があ（って家を貸す／売ることを憂慮し）たものはありますか？
-

Appendix 3: Interview guide for facilitators

Duration 45 min to 60 min

所要時間 45 分から 60 分

Section 1. General Information 基本情報

- 1 What is the name of the organization you work with?

あなたは働いている組織の名前は何ですか？

- 2 How long have you worked there?

どのくらいの期間現在の組織で働いていますか。

- 3 Individual information 個人情報

Name 氏名	
Age 年齢	
Gender 性別	
Marital Status 既婚・未婚	
Educational achievement 最終学歴	
Position 地位	
Additional comments その他コメント	
Section 2. The current situation of Toyota city	

現状について（豊田市について）

- 4 What are the main difficulties that Toyota city is facing regarding vacant houses?

豊田市が直面している空き家問題の困難には主にどんなものがありますか。

- 5 Are there more vacant houses than applicants or more applicants than vacant houses?

移住希望者と空き家の数はどちらのほうが多いですか。

- 6 On average how much is the monthly payment of new tenants?

移住者の平均の家賃はいくらですか。

- 7 Is there a prescreening process? If so, what is it?

書類審査のようなものはありますか。また、それはどのようなものですか、

- 8 Does your institution wants to increase population in Shikishima and Asahi or just keep it constant?

あなたの組織は両地区の人口を増加させたいと考えていますか。それとも 維持したいと考えていますか。

- 9 How many rooms do people tend to look for?

移住希望者は何部屋くらいの物件を希望しますか。

- 10 Could you describe the bathroom (toilet) facilities?

空き家物件のトイレはどのようなものですか？

11 Are the houses located in sloped areas?
空き家物件は、斜面に存在してますか？

12 Is it challenging to sell or rent houses that are far from the densely inhabited places?
人口集中地域から離れた場所にある空き家の売買や契約は難しいですか。

13 Are the vacant houses in risky areas?
空き家は危険な地区（災害等）にありますか。

14 Do you prefer... どのような人を好みますか。

Single people or married people? 独身者・既婚者		Working in Asahi or outside Asahi? 旭地区で働いているか 否か	
With children or without children? 子供は？		Highly educated people or no need? 高い教育を受けているか 否か	
People on their 20's, 30's, 40's, 50's? 20, 30, 40, 50 代？		Foreigners, nationals, nikkei, LGBTIQ? 外国人、国籍、日系、 LGBTIQ	

15 Are you willing to accept... どのような人を受け入れたいですか。

People with no job, but willing to work in Asahi area?

仕事はないが豊田市で働くことを考えている人

Female applicants? 女性の希望者

Single men applicants? 独身男性

16 How do you promote the knowledge of rural area in Toyota city to potential tenants?
移住してくる可能性のある世帯に対して、どのように豊田市の良さを伝えていますか。

17 Where do the potential tenants you are looking for come from?
移住してくる可能性のある世帯は主にどこから来ますか。

18 How many applicants are there now in Toyota city?
豊田市には現在どのくらいの応募者がいますか。

Section 3. About the selection process

選考過程に関して

19 How do you arrange the community meetings?
暮らしの参観日の計画においてどのような工夫を行っていますか。

- 20 What are the most important values of the village according to you? Please rank your top 5 choices.
あなたの農村にとって、最も大切な価値は何ですか？当てはまるもの 5 つに○をつけてください。

Appreciation of landscape beauty 美しい景観の鑑賞	Hardworking 勤勉さ	Charity 寛容さ	Respect for the elderly 年功者への敬意	Cooperation 協調性
Energetic 精力的	Environmentally aware 環境への配慮	Financially independent 経済的な独立	Leadership リーダーシップ	Marriage 既婚
Proactivity 積極性	Religiousness 信心深さ	Self-control 自制心	Solidarity 団結心	Freedom of thought 思想の自由
Volunteering will 奉仕の心	Wealth 裕福さ	Discipline 規律を守る		

- 21 What is your opinion about maintaining the values of the village?
豊田市の価値を今後も持続していくためにはどのようなことが必要だと思いますか。

- 22 What is the longest section in the selection process?
選考行程においてもっとも長く時間かかるのはどの行程ですか。

- 24 How long does it take for an average successful applicant to get a new house?
平均的に移住希望者は家を手に入れるまでどのくらいの時間がかかりますか。

Section 4. After the selection process

選考過程の後について

- 23 What support does your institution provide to the new tenants?
移住者が移住後に、どのような支援を行っていますか。

- 24 What support does your institution provide to the owners after selling or renting?
あなたの組織はどのような支援を家主に対して行っていますか。（売った後や貸し出した後）

- 25 Some of the main concerns of people interested in moving to rural area are distance to work, lack of job opportunities and low wages. How does your institution assess those concerns? What do you provide?
田舎へ移住することに対して人々が不安に思っている「仕事場までの距離」「仕事の不足」「賃金の低さ」に対して、どのような解決策を提供していますか？

- Are there any conflicts related to cultural differences (religious, ideological, gender, language, etc.) between new tenants and the community? How do you deal with Butsudan?
- 26

文化（宗教、思想、ジェンダー、言語など）の差による、新規移住者と地域コミュニティの間
に起こる問題に対してどのように対処していますか？空き家に残る仏壇はどのように処理して
いますか？

-
- 27 What are the procedures if new tenants violate their agreements?

新たな移住者がもし地域のルールや賃貸契約を犯した場合どのような対処を行いますか。

Appendix 4: Questionnaire for potential applicants (English)

Section 1. General Information

	Age range: Younger than 20	20 yrs. -30 yrs. old	31yrs - 40 yrs. old	41 years and older
1	How many family members do you live with (including you)?		1.1) 1 1.2) 2 1.3) 3	1.4) 4 or more
2	If you live with the following people, please circle			
2.1)	Wife/Husband			
2.2)	Children (please write how many)			
2.3)	Grandparents(please write how many)			
2.4)	Others (please write how many)			
3	Address			
	3.1) Prefecture	3.2)City/town/village	3.3) District	
4	Did you know that in the past 7 years 145 households have moved to Toyota city. What are the three main features of Toyota city that attract you?			
	4.1) Experience of agriculture activity	4.2) Raise my children in a better environment	4.3) Marriage	4.4) Free medicine for children
	4.5) Low cost of living			
	4.6) Beauty of the nature	4.7) More space for living	4.8) Safety	4.9) Others (please write down)

Section 2. The current situation

5	In which sector are you employed in? (please circle)			
	5.1) Agriculture	5.2) Manufacture	5.3) Sales	5.4) Construction
	5.5) Finance	5.6) Education	5.7) Public administration	5.8) Others
6	How many years have you worked there?			
	6.1) 0-5 years	6.2) 6-10 years	6.3) 11-15 years	6.4) more than 15 years
7	Are you willing to change your employment?			
	7.1) Yes	7.2) No	7.3) Haven't decided	
8	In which sector would you like to be employed if you moved?			
	8.1) Agriculture	8.2) Manufacture	8.3) Sales	8.4) Construction
	8.5) Finance	8.6) Education	8.7) Public administration	8.8) Others

9 What is the main concern for you about the rural area?

9.1) Lack of job opportunities

9.2) Distance to job

9.3) No privacy

9.4) Culture gap

9.5) Lack of entertainment facilities

9.6) No access to higher education

9.7) Low varieties of goods and services

9.8) Lower wages

9.9) Others (please write down)

10 Are you interested in doing the following activities as a hobby?

10.1) Gardening

10.2) Singing in the choir

10.3) Tour guiding

10.4) Coaching children

10.5) Others

Section 3. About the selection process

11 Do you know these institutions?

11.1) Oiden Sanson Center

11.1.1) Yes (go to 12)

11.1.2) No (go to 13)

11.2) Vacant House Bank

11.2.1) Yes (go to 12)

11.2.2) No (go to 13)

12 What information did you receive from those institutions? (Please choose at least one)

12.1) Price

12.2) Area

12.3) Procedure

12.4) Employment opportunities

12.5) Vacant houses tours

12.6) Local festivals

12.7) Medical facilities

12.8) Others

13 What information do you wish to receive about moving to a rural area? (Please choose at least one)

13.1) Price

13.2) Area

13.3) Procedure

13.4) Employment opportunities

13.5) Vacant houses tours

13.6) Local festivals

13.7) Medical facilities

13.8) Others

14 Are you planning to...?

14.1) Rent a house to live

14.2) Rent a house for vacation

14.3) Buy a house to live

14.4) Buy a house for vacation

14.5) Others

15 How much are you willing to pay for rent of a vacant house?

15.1) 10,000-20,000

15.2) 21,000-30,000

15.3) 31,000-40,000

15.4) More than 40,000

Section 4. After the selection process

16 What kind of support would you need after moving?

16.1) Subsidy

16.2) Children support

16.3) Healthcare

16.4) Job hunting

16.5) Others

Appendix 5: Questionnaire for potential applicants (Japanese)

セクション1. 基本情報

年齢について当てはまるものをお選びください。

41～50歳 51～60歳 61～70歳 71歳以上

20歳以下

21～30歳

31～40歳

(男・女)

1 何名の家族と同居されていますか？(自分を含む)

1.1) 1人 (質問3へ)

1.4) 4人以上

(質問2へ)

1.2) 2人 (質問2へ)

1.3) 3人 (質問2へ)

2 どなたと同居されていますか？当てはまるもの全てに○を記入し、人数を記入してください。

2. 妻／夫

1)

2. 子ども (人数を記入してください)

2)

2. 祖父母 (人数を記入してください)

3)

2. その他 (人数を記入してください)

4)

3 差し支えない範囲で、現在の住所をご記入ください。

3.1) 都道府県

3.2) 市・町・村

3.3) 地区、地域

4 過去8年間には、計157世帯(平成29年7月時点)が豊田市の山村地域へ移住しました。あなたにとって、豊田市の山村地域が魅力的であると思う特徴を、以下の選択肢から3つお選びください。

4.1) 農業の経験ができる

4.2) よりよい環境で子どもを育てられる

4.3) 結婚

4.4) 中学生まで子どもの医療費が無料 (子ども医療費助成制度)

4.5) 生活費を安く抑えられる

4.6) 美しい自然

4.7) 広々とした生活空間

4.8) 安全性

4.9) その他 (記入してください)

セクション2. 現状

5 現在、どのようなお仕事をされていますか？当てはまるものを1つお選びください。

5.1) 農業

5.2) 製造

5.3) 販売

5.4) 建築

5.5) 金融

5.6) 教育

5.7) 行政

5.8) その他 (記入してください)

6 現在の職場では、約何年ほど働かれていますか？当てはまるものを1つお選びください。

6.1) 0-5年

6.2) 6-10年

6.3) 11-15年

6.4) 15年以上

7 移住後に、お仕事を変わってみたいと思いますか？

7.1) はい (質問8へ)

7.2) いいえ (質問9へ)

7.3) まだ決めていない (質問8へ)

8 移住後に、どのようなお仕事をしてみたいと思いますか？(1つ以上お選びください。)

8.1) 農業

8.2) 製造業

8.3) 販売業

8.4) 建築業

8.5) 金融

8.6) 教育

8.7) 行政

8.8) その他 (記入してください)

- 9 田舎暮らしに対して、懸念していることはありますか？（3つまで複数選択可）
- 9.1) 仕事の不足 9.2) 通勤距離 9.3) プライバシー 9.4) 文化の差（カルチャー・ギャップ） 9.5) 娯楽施設の不足
- 9.6) より高水準な教育を受け難い 9.7) 商品やサービスの種類が少ない 9.8) 賃金が低い 9.9) その他（記入してください）
- 10 趣味として行ってみたいものはありますか？以下の中から当てはまるものを選んでください（3つまで選択可）
- 10.1) ガーデニング、家庭菜園 10.2) 合唱団 10.3) ツアーガイド 10.4) 子どもたちへの指導，コーチ
- 10.5) その他（記入してください）

セクション3. 選考過程について

- 11 これらの組織、または制度をご存じですか？
- 11.1) おいでんさんそんセンター 11.1.1) はい（質問12へ） 11.1.2) いいえ（質問13へ）
- 11.2) 空き家情報バンク 11.2.1) はい（質問12へ） 11.2.2) いいえ（質問13へ）
- 12 あなたは上記ふたつの組織または制度からどのような情報を得ましたか？当てはまる
- 12.1) 家の値段 12.2) 家の場所 12.3) 家を借りる／買う手順 12.4) 雇用について
- 12.5) 空き屋の見学 12.6) 地域のお祭りなどの交流 12.7) 医療施設 12.8) その他
- 13 あなたは山村地域への移住を行う際、どのような情報を求めますか？当てはまるもの全てに○を記入してください。
- 13.1) 家の値段 13.2) 家の場所 13.3) 家を借りる／買う手順 13.4) 雇用について
- 13.5) 空き家の見学 13.6) 地域のお祭りなどの交流 13.7) 医療施設 13.8) その他
- 14 あなたは何を目的に家を借り（買い）たいと思っていますか？当てはまるもの全てに○を記入してください。
- 14.1) 居住 14.2) セカンドハウス（休暇） 14.3) ビジネス 14.4) その他
- 15 空き家の賃貸料に関して、毎月幾らを想定していますか？当てはまるもの全てに○を記入してください。
- 15.1) 1万円以上2万円未満 15.2) 2万円以上3万円以下 15.3) 3万円以上4万円以下 15.4) 4万円以上

セクション4. 選考後

- 16 移住後、どのようなサポートが必要だと思いますか？
- 16.1) 補助金（家の改修補助） 16.2) 補助金（家賃補助） 16.3) 子育て支援 16.4) 健康のサポート
- 16.5) 仕事探し 16.6) その他（記入してください）

ワーキンググループ 1

空き家

地方と都市をつなぐ空き家
ー豊田市における需要と供給の観点からー

執筆者:

Ali Asghar Amiri Sayed

Favio Sergio Leiva Cárdenas *

小林 実央

Mohammad Mahdi Iraj

Simata E La'ā Palu **

指導教員:

新海 尚子 准教授

**グループリーダー

* サブリーダー

目次

1. イントロダクション

1.1 問題提起

1.2 研究目的

1.3 研究課題

1.4 研究意義

1.5 先行研究

2. 調査方法

2.1 定性的アプローチ

2.2 調査対象者

3. 結果と考察

3.1 潜在的移住者の特徴

3.2 家主の特徴

3.3 ファシリテーターの役割

4. 結論と提案

謝辞

1. イントロダクション

1.1 問題提起

江村(2015)によると、1970年代に始まった空き家問題は2013年にはその数を8,250,000にまで増加させ、少子高齢化や都市への移住といった現象を巻き込み、より複雑な問題に発展してきている。これを受け、中央政府は地方政府とともに、免税、地方への企業の移住の奨励などに取り組んでいる。これと同時に、都市から地方への移住者、移住者に一定の条件で家を貸し出す（売り出す）人も増加してきている(Barcus, 2004)。本研究は、混合研究法を用いて、豊田市の山村地域と都市の需要と供給の関係性を明らかにし、その差を縮める方法を吟味することを目的とし、質的調査により、現在の山間地区に住む移住者と家主を、量的調査法によって移住希望者を調査する。

1.2 研究目的

移住希望者と移住者の特徴を特定する。(需要の特徴を明らかにする)

家主からの希望の特徴を明らかにする。(供給側の特徴を明らかにする)

おいでん・さんそんセンター、豊田市役所、関係者の需要と供給をつなげるための活動をまとめる。
(移住申込者と最終的に受け入れられた方々との比較)

1.3 研究課題

どのような特徴(教育、家族、年齢、経済状況...)の人が旭地区において移住者として受け入れられたか。豊田市の山間地区への移住に興味がある人にはどのような特徴の人がいるのか。
家主の特徴にはどのようなものがあるか(家族、年齢、仕事、新しい移住者への希望、価値観、その他)。
おいでん・さんそんセンター、豊田市役所、その他関係者は需要と供給をつなげるためにどのような取り組みを行っているか。

1.3 研究意義

本研究は豊田市の山間地区における空き家をもつ需要と供給の距離を縮めうる方法を模索するものである。空き家は、ごみの処理問題や火災のリスク増加といった環境問題を増加させる(Kumagai & Batty, 2015)。江村(2015)によると、宗教団体、過激派、マフィアといったグループが施設を私的利用するといった安全性の問題は過疎地域で起こりやすい。ほとんどの研究データや利用可能な公共データは、都市におけるデータである。本研究は、その調査の差をうめることを目指す。

1.4 先行研究

本研究では需要と供給の関係をさらに理解するために、以下の観点から先行文献を構成した。(1) 都市から農村へ移住した理由と動機、(2) 農村への移住促進を行うコミュニティの役割、(3) 農村への移住における税金の影響と規制(4) 日本の経験と、ドイツ・ケニア・大韓民国の経験との比較、そして結論として(5) 農村への移住をプロモーションする制度の役割の以上である。

これまで多くの著者が地方から都市への移住について研究を行ってきた。Todaro (1969)は主な動機として期待賃金の違いを述べている。この考えを本研究に当てはめ、発展させると、移住を行う人の動機は「より良い生活」を求めるという点につながる。都市には地方よりもサービスが充実しているが、高い交通費、汚染、生活への重圧などの不利益もある。技術を持った人的資本は利益を求め都市へと移動する。この移動は途上国のみに見られたことではなく、先進国である日本でも同様な特徴がある。これらの先行研究から、都市から地方へ、また地方から都市への移動は双方とも「より良い人生」を求めて移動しているのだが、前者と後者では「より良い人生」の意味合いが異なってくる。

都市から地方へと移住する人は安く、都市への交通が便利な住居を求める。Andersson (2015)はこの研究から、この言説を念頭に置いた地域計画が重要であると述べている。多くの研究は地方から都市への移動を研究しているが、日本では若い世代がどのように上の世代の所有する家で共存するかが重要になる。そのため、世代間の不平等を解消する福祉的なアプローチが重要となる(Hirayama, 2010)。

コミュニティ・ベースド・アプローチは心理的な壁を取り払うことで売り手と買い手をつなげるのに重要な役割を果たす。地方におけるコミュニティ・ベースド・アプローチは 1) フランス法に則った権利基準のもの、 2) アンチコモンズの論を基本にしたアメリカの土地バンクシステム (Takamura, 2015) の二つを合わせたものが有効である。しかし、これらは多くの地域で適用できないという側面も抱えている。

高齢化、人口減少は世界のいたるところで見られ、将来、世界全体の傾向になってくると見られている。日本ではこの問題に関して、空き家に関する法を制定してきた。この法では空き家の発見、解体、修復を支援、空き家の活用を促進している (Manda 2015)。これは同じ問題を抱えるアメリカなどの他の先進国にも有効であると示唆される。

税や規制は、都市だけでなく農村地域の土地や住宅の値段を増加させている。規制は空き家の借り手を守る傾向があるが、そうすることによってまた質の低い住宅の供給を促進する(Ito, 1994)。土地が抱える問題は、空き家の問題と類似している。一般的に、家主は固定資産税の税率の制限に対して賛成する。短期間での資産益に対する高い課税はバブル景気に対する有効な方法である。また、借地借家法によって家主との契約が困難となった。ゆえに、借家のプレミアムリスクは事前の 1.2 か月の賃料になる傾向があり、大きな建物への投資は小さな建物に対する投資と比較しても得られるインセンティブが少なくなったため、小さな建物だけが残った(Ito, 1994)。これにより、家族はそのサイズを大きくさせるモチベーションを失っていった。

こうして日本で起こっていることは、世界で見てもユニークであるとは言えない。例えば、ドイツでは東ドイツから西ドイツへの移住が空き家問題や農村地域での人口減少問題を引き起こしている。しかし、そこで起こっている経験はそれぞれ異なっている。ドイツでは、農村地域の家は質は低く、解体にかかる費用が安い。一方で、日本の耐震構造の建物は解体に費用がかかる。ドイツでは家の需要に不満がある (Uemura&Ito, 2010)。旭地区では、空き家自体はあるものの家主は貸すことにそれほど積極的ではない。

さらに、都市と農村が抱える問題は異なっている。人口流出により、都市においては、需要が減っている中でも供給が増え続けている一方、農村では供給は変わらずに需要が減っているようである。

最も出生率が低いのは東京であるが、しかし他の都市や農村からたくさんの移住者を受け入れている。一方で、農村では、出生率が高いものの、人口流出の影響はより強い。ゆえに、人口の流入促進／出生率の上昇／そして既存人口の維持が、農村での過疎のスピードを緩めるために不可欠な戦略の鍵となるのである。

おいでん・さんそんセンターは都市と農山村の交流をコーディネートしており、その活動は多岐にわたる。その役割は、主に交流に関する市民からの相談や問い合わせ、受付、取次、交流や連携のコーディネートを行い、そのための各種調査や事業を実施している。空き家に関しては、新規移住者を探し、農山村地域の人口を増加させ、地域を活性化させるために、空き家情報バンクを運営している豊田市役所と共に様々なプロモーション活動を行っている。このような取り組みは、日本に限らず国外でも行われている。

韓国の事例を挙げると、ビル建設の過剰化、国民の基本的生活水準の向上や高齢者の増加は、空き家と高い相関関係を示している(Nam, Han, & Lee, 2016)。政府による空き家の管理は、これらの問題を軽減する可能性がある。韓国には、農村の空き家を探して農家とつなぎ、農業訓練を行うための調査を実施している、おいでん・さんそんセンターと類似する機関(Mindeule Cohousing)がある。両者は共に、空き家の識別や観光促進、潜在的移住者に向けてその地域に関する宣伝等を行っている。一方で、Mideule Cohousing は国家行政機関である雇用労働部に属している（ゆえに、雇用に重きが置かれる）のに対し、おいでん・さんそんセンターは豊田市役所と協働している（ゆえに、旭地区活性化の活動に重きが置かれている）。

2. 調査方法

2.1 定性的アプローチ

本論文では、農村地域へ自発的に移住してきた人々の移住した動機と、家主が空き家を賃貸または売買に提供した動機を検討した。安藤（2017）によれば、2010 年以来 82 人から 104 人が豊田市旭地区に移住している。質問票は、(1) 受け入れられた移住者、(2) 家主、そして(3) ファシリテーターのそれぞれに対して、研究課題と関連させて作成した。移住希望者に対しては、2017 年 8 月 25 日、26 日に名古屋市で行われた「いい街発見！地方の暮らしフェア」（中日新聞社主催）においてアンケート調査を行った。二次データや先行研究を基にして、なぜ需要と供給をつなぐ活動が現状をより良くするのか、またどのように良くするのか、アンケート調査では得られない詳細について、半構造化インタビューを通して検討した。

2.2 調査対象者

計 10 名の回答者のうち、2 名を 6 月初旬に旭地区で行った事前調査で、また残りの 8 名を 10 月中旬に行った本調査でインタビューした。計 10 名の内訳は、受け入れられた移住者 5 名、家主 2 名、ファシリテーター 3 名（1 名のファシリテーターは、ファシリテーター且つ家主）である。全ての調査対象者はおいでん・さんそんセンターのご協力の上で選出されている。5 名の受け入れられた移住者は、豊

田市旭地区に移住した 105 人の中から選ばれた。また、家主は、インタビュー可能であった方 2 名に対して行った。ファシリテーターに関して、1 名は豊田市役所旭支所で空き家の管理をしている部署の方に対して、また他の方々はおいでん・さんそんセンターと協働して活動している定住委員会のメンバーに対して行った。

3. 結果と考察

本章では、研究の主な結果を述べる。最初の節では、潜在的移住者について要約する。続く節では、受け入れられた移住者におけるインタビュー結果を要約する。第 3 節では、家主へのインタビューの結果を示している。最後に、第 4 節はファシリテーターについて述べる。

3.1 潜在的移住者の特徴

移住者の特徴は、下に続く表において要約することが出来る。ここで見られるように、移住の動機は様々であるが、支払い意思額は類似している。受け入れられた移住者は、潜在的移住者と比べ年齢が若い傾向にあった。移住後の活動については異なっており、主な懸念であった。両グループは雇用の不足と仕事場への距離を懸念しているようである。すでに受け入れられた移住者のうち数名は、地域でボランティアである活動などに対して懸念を抱いているようである。

表 1: 潜在的移住者と受け入れられた移住者の比較

変数	潜在的移住者	受け入れられた移住者
年齢、家族構成、婚姻関係	40 代が多数派であった。20%は 30 代であった。多数は子どもがいない。婚姻のために移住を考えている人はいなかった。	30 代。子どもを持っている、またはとても若い。1 名は、結婚を機に移住をした。
支払い意思額	大多数は、2 万円から 3 万円を選択した。	家賃の幅は、5 千円から 3 万円の間であった。
動機	(1) 美しい自然 (2) より広い居住空間 (3) 農業体験	(1) 子育て (2) より広い居住空間、(3) 田舎生活への興味
移住後の主な活動	(1) 家庭菜園 (2) ツアーガイド (3) 子どもへの教育	販売、教育、農業、アルバイト
主な懸念	(1) 雇用機会の不足 (2) 通勤距離 (3) 文化の差	必須なボランティア活動、通勤距離、雇用機会の不足

出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’と‘受け入れられた移住者のためのインタビューガイド’を
基に筆者らが編集, 2017

3.1.1 潜在的移住者の特徴

潜在的移住者へのアンケート調査は 2017 年 8 月 25 日、26 日に開催された「いい街発見！地方の暮らしフェア」において行われた。会場には 2 日間を通じて、述べ 846 人が訪れ、日本の 19 府県から 69 の異なる地域の住宅部門のオフィスが出展した。方法論は、恣意的抽出法でアンケート用紙はおいでん・さんそんセンターのブースに興味を持った人に対して配布した。質問票については付録 7.2 を参照。

アンケート調査に回答した 41 名のうち、男性の回答者が最も多かった年齢は 41 歳から 50 歳であり、全体のサンプルのうち 37.04%と最も高い値であった一方、女性の場合は 31 歳から 40 歳、そして 61 歳から 70 歳が最も高い値であり、全体の 28.57%であった。全体の約半数である 51.22%は既婚であり、性別で分けると、男性は 55.56%、女性は 42.86%が既婚であった。

(1) 家族構成

回答者の家族構成は、単身者、1 人または複数の子ども、祖父母と一緒に暮らす者、そしてその他のようにカテゴリー分けされた。祖父母と一緒に住んでいると回答した者、その他の者と一緒に住んでいると回答した者が最も多く、87.8%であった。複数の子どもと一緒に住んでいると回答した者は、70.73%であった。子どもと一緒に住んでいると回答した者のうち、男性では 22.22%のみ 2 人以上の子どもと一緒に住んでおり、7.41%は 3 人の子どもと住んでいる一方で、大多数の 70.34%は子どもと住んでいなかった。似ている傾向は女性にも見受けられ、2 人以上の子どもと住んでいるのは全体の 21.43%、7.14%は 1 人の子どもと住んでおり、大多数の 71.43%は子どもと住んでいなかった。祖父母やその他の家族と住んでいる回答者は多数派ではなく、87.80%は他のグループと住んでいなかった。

(2) 移住の動機

都市から農村へ移住した動機は、性別によって異なっている。本研究の結果において、豊田市への移住で男女共に最も興味を惹いたのは「美しい自然」であり、男性 34.48%、女性 35.71%、全回答者のうち 34.78%を占めた。続いて「より広い居住空間」が 16.3%、農業体験が 15.22%であった。21 歳から 30 歳の人においては、「農業体験」がより人気を集めており（20%）、51 歳から 60 歳は 26.32%の人が同動機を挙げた。「より良い環境での子育て」は 20 歳以下の人から指示を得て（33.33%）、同動機を挙げた 31 歳から 40 歳の人には 18.75%を占めた。21 歳から 30 歳、また 71 歳以上の人々は「生活コストの低下」も動機に挙げ、それぞれ 40%と 25%であった。「美しい自然」を動機として挙げた回答者のうち、31 歳から 40 歳、61 歳から 70 歳がそれぞれ 43.75%であり、51 歳から 60 歳は 36.84%を占めた。「より広い居住空間」を動機として挙げた回答者は 20 歳以下と 71 歳以上がそれぞれ 33.33%と 25%であった（表 2）

表 2: 豊田市への主な移住動機(年齢別)、%

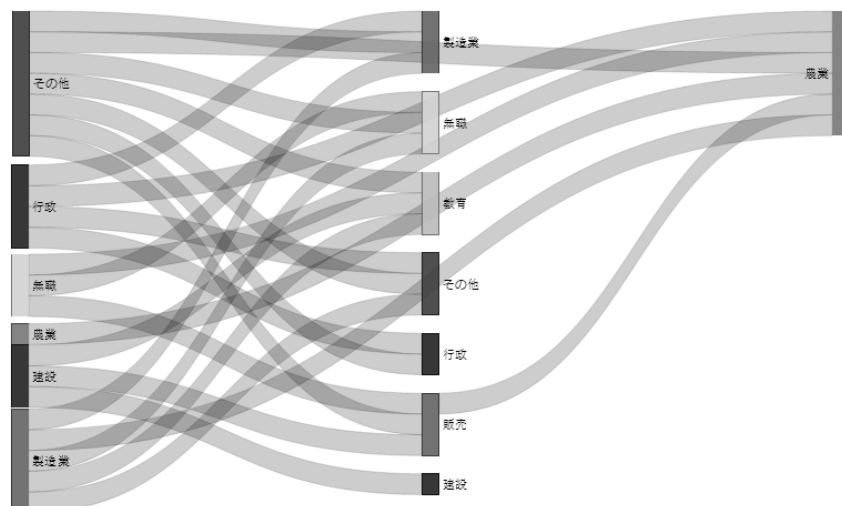
年齢	-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71 +	合計
農業体験	0.00	20.00	12.50	13.79	26.32	12.50	0.00	15.22
より良い環境下での子育て	33.33	0.00	18.75	13.79	0.00	6.25	0.00	9.78
結婚	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
子どもへの無料医療	0.00	0.00	6.25	3.45	5.26	0.00	0.00	3.26
安価な生活コスト	0.00	40.00	0.00	0.00	5.26	12.50	25.00	6.52
美しい自然	0.00	0.00	43.75	34.48	36.84	43.75	25.00	34.78
より広い居住空間	33.33	0.00	18.75	17.24	10.53	18.75	25.00	16.30
安全性	0.00	0.00	0.00	0.00	5.26	6.25	0.00	2.17
その他	33.33	40.00	0.00	17.24	10.53	0.00	25.00	11.96
合計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’を基に筆者らが編集, 2017

(3) 雇用の傾向: 現職と移住後の雇用

我々は、現在就いている職業とその期間について明らかにした。移住者が住居を変えようとする時、新たな地で職を探すということは毎日の生活を持続させていくうえでの 1 つの要素となる、ということは注目に値するだろう。雇用の領域—農業、工業、セールス、建築、金融、教育、行政、その他、無職—で、本調査では現在の職種から他の業種へと変更したいかを尋ねた。農業、工業に就いている回答者のうち 41.46%は転職を考えている。反して、セールス、行政、建築、そしていくつかの他の仕事に就いている回答者のうち 31.76%は転職をするか決めておらず、9.76%は転職を考えていない。下記の図 1 は回答者が現在就いている職から豊田市で新たに彼らが就きたい職への流れを示している。

図 1: 潜在的移住者が希望する農村地域移住後の職種



出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’を基に筆者らが編集, 2017

16 名の回答者は農業へ転職を望んでおり、1 名は農業または工業へ、2 名は農業またはセールスへ、1 名は農業または行政へ、そして 1 名は農業またはその他の仕事への転職を望んでいる。2 名の回答者

は農業、1名の回答者はセールス、建築または教育を望み、現在工業とその他の職業に就いている2名は教育の職に携わりたいと考えている。最後に、1名の回答者は行政か教育の職に就くことを望んでいる。その他の活動をしたいと考えている回答者は3名、8名は旭に移住後無職であることを望んでいる。

(4) 田舎への移住に対する主な懸念

13名の回答者が、農村への移住は現在就いている職場から遠ざかりすぎてしまうという大きな懸念を述べていることを、我々の発見は示している（続く懸念は、地域とのカルチャーギャップと、雇用機会の不足により職が見つからないことへの不安であった）。男性の回答者は雇用機会と文化の差を、女性の回答者は仕事場までの距離をより懸念材料としている。高い教育水準の不足、プライバシーの不足、娯楽施設の不足を懸念材料とする人はほとんど見受けられなかった。

(5) コミュニティでの活動に対する興味

半数以上の回答者は共通して、農村に住むにあたり家庭菜園に興味を持っている。15名の男性と11名の女性が、家庭菜園に最も興味を示している。家庭菜園に続き高い興味を集めたツアーガイドは女性2名と男性7名が支持し、また子どもへの指導も興味を集めたが家庭菜園ほどではなかった。

(6) 各関係機関の認知度

回答者は、需要と供給をつなぐ媒体としての豊田市の住宅部門である利害関係機関をどの程度知っていたかを尋ねられた。おいでん・さんそんセンターと空き家情報バンクの認知における質問に対し、回答者は空き家情報バンクより、おいでん・さんそんセンターを認知していると回答した。一方で、男性の回答者は女性の回答者よりも両機関を知っていた。両機関から得た情報について、17名の回答者は地域の祭りであるとし、11名の回答者は場所や土地の大きさについてであった。それに続く回答は、価格、手続き、空き家ツアー、その他情報、そして雇用機会の情報についてであった。男性はより、地域の祭りについての情報を得たと回答し、女性はより地域エリアについての情報を得たと回答した。（表3）

表 3: 関係機関に求める情報（性別ごと）

情報種別	女性	男性	合計
価格	3	3	6
場所	6	5	11
手続き	2	4	6
雇用機会	0	2	2
空き家ツアー	2	3	5
地域の祭り	3	14	17
医療機関	0	0	0
その他	1	3	4

出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’を基に筆者らが編集, 2017

(7) 住居の使用用途

農村への移住を居住のためであると回答したのは、19名の男性、9名の女性、計28名であり、男女共に多数派であった。別荘用と回答したのは9名であった（表4）。

表4: 住居の使用目的（性別ごと）

目的	女性	男性	合計
データなし	1		1
居住	9	19	28
別荘	2	7	9
ビジネス	1		1
その他	1	1	2
計	14	27	41

出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’を基に筆者らが編集, 2017

(8) 家賃の支払い意思額

家賃の平均支払い意思額は、男性が2万5千555円／月であったのに対し、女性は2万5千円／月であった。回答者全員の平均支払い意思額は2万5千365.85円／月であった。表5で示されているように、数名の回答者は4万円以上／月を支払う意思があり、2万円以下／月の支払いを望む潜在的移住者も数名いた。

表5: 支払い意思額（性別ごと）

	女性	男性	合計
データ無し	1	3	4
1万円から2万円	3	4	7
2万円から3万円	7	12	19
3万円から4万円	2	6	8
4万円以上	1	2	3
合計	14	27	41

出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’を基に筆者らが編集, 2017

(9) 潜在的移住者による移住後の支援要請

男性の回答者は、女性の回答者よりも支援を要求する傾向が強いようである。子育て支援は、女性よりも男性からより需要がある。また、ヘルスケアへのサポートに対する要請や就職先の支援も男性のほうがより要求している。ここから、男性の回答者にとって、ヘルスケア、就職先、そしてその他の支援がより重要になると考えられる。一般的に、女性と男性は、家の補修費支援よりも家賃補助を望んでいる（表6）。

表 6: 潜在的移住者による移住後の支援要請

	男性	合計	女性
データ無し	1		1
補助金(家賃補助)	11	13	24
補助金(住居改修費補助)	1		1
子育て支援		2	2
医療		4	4
就職		4	4
その他	1	4	5

出所: ‘潜在的移住者のためのアンケート調査’を基に筆者らが編集, 2017

3.1.2 受け入れられた移住者の特徴

本調査では、5 人の移住者にインタビューを行った。そのうち、4 人は I ターン者（男性 2 名、女性 2 名）であり、いずれも農村には初めて来た人である。1 名は、U ターン者であり、調査地域に過去に住んだことのある人である。この章では、調査対象者から聞くことのできた意見を基にたどり着いた結論を示すこととする。この手順を本分析に使用する。本調査の目的により、回答者の匿名性を守るために、回答者の名前は全て変更されている。

(1) 旭への移住動機

農村地域への移住に関して、ジェンダーや土地への繋がりによって様々に変わりうるということが出来るだろう。U ターン者（以降、移住者 5 と表記）は、土地を相続すること、両親からの支援、子育てを自然の中で行っていくことが要因となり移住を決めた。移住者 5 は、伝統的な知識を継承していくことと、子どもたちが自然を楽しむことが重要だと考えている。移住者 3 は、新しいモールなどインフラ整備が進む経済成長著しい都市を離れて農村地域に移住することを決めた。移住者 3 の配偶者は海外在住のため、移住者 3 が子どもの世話を行っている。一方で、移住者 4 の配偶者はインフラ整備に関わっており、通勤のために毎日自転車で約 40 分かかっている。女性は子どもたちがどのようなライフスタイルを送っているかを慮り、男性たちは、プライベートな家を必要としていると述べる。特に、移住者 1 は以前、共同生活を行っていたが現在は一人暮らしをしている。移住者 2 は結婚しており 1 人の子どもを持っている。

(2) 主な活動と懸念

移住者 1 と 2 は、農業に対して興味を抱いている。移住者 3 は主婦であり、移住者 4 は販売に関わっており、移住者 5 は教育に携わっていた。移住者 5 は、都市に住んでいた移住前と比べ、スーパーマーケットまでの距離が遠くなってしまったと述べた。移住者 4 は、現在、家にいられる大人が当人だけであるため、コミュニティ活動に参加することが難しいと感じている。移住者 5 は、地域活動の一環としての消防団の活動に従事することに対して、安全性の面から懸念があると述べた。移住者 3 は

蜂やへびなどが家の近くに出ること、冬は寒いことを懸念とした。他には、病院、食料品店、スーパーまでの距離や、公共交通機関の不足が懸念材料として挙げられた。

(3) 賃貸または購入の決定

新居を賃貸契約するか、もしくは購入するかに関して、移住者たちは異なる考えを持っている。移住者 5 は、建築会社と共に新築を建てたため、最初から始めた。移住者 3 の家賃は、月 2 万 5 千円である。移住者 3 が賃貸している家は築 120 年であるため、修理するのはかなり高価であるため、賃貸は安価であると考えている。例として、フィルターの清掃に 3 万円かかったと移住者 3 は述べた。移住者 4 は月 3 万円で賃貸し、移住者 2 は月 2 万 5 千円、移住者 1 は月 1 万円で賃貸している。

(4) 移住者たちは旭地区についてどのように知ったのか

移住者たちが、引っ越し先を豊田市旭地区に決めるにあたり、移住者 5 は過去に住んでいたことがあり、豊田市からの補助金については建築会社から情報を得ていた。移住者 4 は他の I ターン者から旭地区でどのようなことができるか情報を得ており、友人からアドバイスを得ていた。移住者 3 は空き家情報バンクや、おいでん・さんそんセンター、旭支所から情報を得た。移住者 2 は新聞上で空き家情報バンクの広告を見つけ、インターネットで情報収集を行った。移住者 1 はインターネットで情報収集を行った。移住者 1 は、空き家を賃貸する前にシェアハウスに住んでいたが、家主が家を売却することに決めたため引っ越しをする必要があった。移住者 1 が新居を探していた時に、地域の人々は家探しを好意的に手伝った。移住者 1 は空き家情報バンクを知っていたが、その制度は利用しなかった。

3.2 家主の特徴

本研究では、旭地区への移住者に家を貸す 2 人の家主へインタビューを行った。この 2 人の家主はどちらも 60 歳以上の男性であり、1 人目（以下、家主 1）の家主は妻と 2 人の親族と居住し、2 人目の家主（以下、家主 2）は妻と家主の母と居住している⁷。下記の表は、家主の希望する移住者への条件と、実際の移住者候補の特徴を比較しており、その差を確認するのに有用な表である。

⁷ 家主 1 は夫、叔父、叔母と共に住んでおり、家主 2 は妻と母と住んでいる。

表 7: 潜在的移住者と家主の希望との比較

項目	潜在的移住者とのギャップ	家主 1	家主 2
年齢	大多数が 40 代	30 代（家主は 60 代）	
家族・選好	半数は結婚しており、また大多数の世帯と同居していない。	子どもなしの世帯	
		子どもありの夫婦、もしくは、婚約済みの夫婦	
		ジェンダー、国籍、教育レベル、年齢は、主要な条件ではない	
雇用	移住後、仕事を得ることは出来る	農村地区で暮らしていくためには不可欠	
移住者からの視点	十分な雇用機会がない	農村の持続可能性を手助けする	
	美しい自然が主な移住動機である	移住者を迎え入れる、地元民による良い雰囲気作りが重要である	
	3 つ目の動機は、農業に従事することである	耕作放棄地を利用し、その持続可能な利用を手助けする	家主が、この移住者になら家を貸せると納得することが重要である

出所：空き家に応募する可能性のある人への聞き取り調査, 2017

3.2.1 旭地区における持続的な生計

家主 1 は退職しているものの、旭地区で雇用され、ガソリン代や光熱費を払えるほどの収入を得ている。家主 2 も退職し、その後は旭地区で空き家問題にも携わる移住委員会⁸で有志として働いている。

3.2.2 空き家の価値

家主 1、2 双方にとって空き家は家主自身の家族が長期間居住した家である。例えば、家主 1 は 33 年間その家に住み、家主 2 は 63 年間住んでいた。この長期間の居住は家に対する愛着を生み、それが空き家を賃貸化する初期の段階において、賃貸自体への抵抗感を生み出すことになっていると考えられる。例えば、家主 1 の家では、200 年前に先祖が植えた松の木が今も成長しており、このような家族の財産が家主間の賃貸への抵抗感に寄与するのではないかと考えられる。

3.2.3 空き家を貸し・売りする動機

家主 1、2 間では異なった空き家を賃貸化する動機が見られる。家主 1 に関しては、高齢の叔母と叔父の介護のための引越しの必要性などを含めた幾つかの理由が見受けられる。そのうちの一つの理由としては、家主 1 が所有する家が土砂崩れ警戒地域に指定され、法律の規制のもと新しい家を建設できないためである⁹。家主 2 に関しては、家主 2 の子どもが別の地域で生活することを決めたためである。その他、老朽化した家がこれ以上傷まないようにという理由で、家主 2 は賃貸化することに踏み切ったと述べる。

⁸ 定住委員会とは、おいでん・さんそんセンターと協同し、新しい移住者の手伝いとサポートをする旭地区におけるボランティア委員会である。

⁹ 豊田市役所の分類によると、旭地区は居住に適している土地とされており、危険な地域とその他の地域は地方行政によって決定されている。

3.2.4 入居者を求めて

家主1、2ともに、入居者探しにはさほど時間を要さなかった。家主1の家に関しては、温泉設備に加え、生活道に隣接していたことが要因で、多くの居住者が興味を持ってくれたからだ。家主2に関しては、前回の居住者が旭地区内で良く知られていたため、新しい居住者探しは人伝いに行くことができ、募集をかけてから1年以内に入居者が決まったという。

3.2.5 旭地区の潜在性

家主1、2に旭地区が、外部からの入居者にとって魅力的な居住地となるには何が重要かと尋ねたところ、近隣住民との関係構築と地元文化に馴染むことの重要性が強調された。家主2は、近隣高校の数の増加と、雇用の機会の増大が、旭地区への更なる入居を促すのではないかと述べた。

3.2.6 移住者の特徴と価値

家主1、2とも、移住者の特徴として、子どものある既婚世帯が好ましいと答えた。もし既婚でないならば、必ずしもとまでは言わないが、結婚を目前に考える男性か女性が好ましいと答えた。一方で家主1、2の意見を異にしたのは、移住者の雇用状態に関してである。家主1は、移住者が雇用されていることを望み、家主2は必ずしも雇用されてなくても良いと述べた。そうは言いつつも、家主2は、旭地区に移り住むのであれば、近隣地域で働けることが望ましい状態ではないかと言う。現在の居住者に対して、家主1、2とも頻繁に連絡はしていないという。その主な理由は、頻繁な連絡は居住者のプライバシー侵害になるかもしれないと考えるからである。家主1、2に移住者に望む価値について調査を行ったところ、共通して、協力的、考えの自由、若々しさ、ボランティア精神、土地の美しさへの敬意の念、思いやり、高齢者への敬意、自然環境への配慮、率先した行動力などが挙げられた。

3.2.7 組織からのサポート

家主1、2に、空き家賃貸に関するサポート組織として、おいでん・さんそんセンターとその他のファシリテーターが挙げられた。家主1が心配であった点は、入居者がどのように地域の文化に馴染むかという点である。空き家バンクが7年前に設立された際、おいでん・さんそんセンターにより、家主1の空き家が、空き家バンクに登録された。この登録は、家主1に、登録された空き家は、既存の空き家市場で売りに出す事ができるシステムであるという事で信頼感を与えた。それに加え、移住委員会が空き家の掃除を担当することになったので、家主1は、賃貸前の家の状態に関して心配無用となったのである。家主2に関しては、おいでん・さんそんセンターが、外国人に家主2の家を貸すのはどうであるかという相談の連絡を取り、家主2はそれを心よく承諾するに至った。この居住者が転居した後、家主2の家は再度空き家バンクに登録されたことで、難なく新しい居住者を探し出すことができた。

3.2.8 旭地区のコミュニティとしての持続性

家主1、2両者にとって、入居者の地域づくりへの貢献がコミュニティの持続性に与えるは、大いなる関心事である。家主1は、耕作放棄地が最も深刻な地域で入居者たちが農作業をすれば、土地が再生できるので、そのための入居者迎え入れの地元民による雰囲気づくりが重要だと述べた。家主2は、旭地区では、高齢者の増加と彼らの転居とともに、空き家がさらに増加するため、他の家主へも空き家の賃貸化を勧め、人口減少を防がなければならないと主張した。

3.3 ファシリテーターの役割

本研究では、旭支所の職員であり、空き家問題担当として働いた経験のある職員にインタビューを行った。回答者は62歳男性、既婚、学歴は高等学校卒業である（以下、ファシリテーター1）。ファシリテーター1は、旭支所の副署長を5年間勤め上げ、退職後は、旭支所に非常勤として復職し、2017年現在、復職して2年となる。ファシリテーター1によると、旭支所は、旭地区の情報をパンフレットで配布し、旭地区の情報を豊田市のウェブサイトで積極的に公開している。

おいでん・さんそんセンター（2016）によると、豊田市では、家主が家を貸す気になった場合、以下のプロセスをとることになる。

1. 最寄りの市役所へ相談：支所の担当職員が調査をし、間取りなどの物件概要を作成する。また、地域の年間行事や希望する入居世帯像など、地域の情報収集が行われる。
2. 暮らしの参観日（空き家見学会）の開催：移住希望者に、空き家物件や地域を実際に見てもらいながら、地域の方々との交流を図るイベントを開催することで、双方が求める像における情報交換を行う。
3. 空き家情報バンクへ物件を登録：家主に、物件を空き家情報バンクへ登録してもらう。
4. 地域面談の準備：空き家が登録されると、入居希望者の募集が開始される。入居希望者が現れると、入居希望者と空き家の所有者、地域住民（自治区長）の三者で地域面談が行われる。
5. 契約：仲介による契約と直接契約とがあり、家主がどちらかに決める。仲介による契約の場合、豊田市役所が協定を結んでいる公益社団法人愛知県宅地建物取引業協会豊田支部の推薦する業者が仲介し、直接契約の場合は空き家の持ち主と入居者が当事者同士で契約を結ぶ。
6. 移住後の移住者支援：(1) 雇用先の斡旋、(2) 地域の規則について地域の人々と協議、(3) 通貨として使える特別クーポンなどに関する情報の提供、(4) 特別な要請に対するサポート：例えば旭地区に移住してから結婚式を挙げたいという想いに対して、家主は地域の方への声掛けや披露宴会場の手配、衣装の予約などのサポートを行った（おいでん・さんそんセンター、2016）。

旭支所の役割は、空き家を賃貸化するよう、家主の求める賃貸条件も考慮しながら、説得することである。家主は当然ながら、地域で家の評判を下げるような入居者には家を貸したくないのである。ファシリテーター1によると、入居希望者数は252組であり、この数は、空き家76件を大きく上回る。しかしながら、このうち69組のみが旭地区に興味を示しており、その他81組は豊田市の他

の地区に興味を示している。現存する空き家 76 件のうち、入居可能な物件はまだなく、現在の空き家バンク登録状態においては、2 軒の空き家のみが入居可能¹⁰である。

全体として、インタビューから得られた結果は下記の表の通りに要約できる。本研究では、ファシリテーターの役割を、空き家の供給状況・条件と、入居希望者の求める条件をマッチさせるものと捉える。具体的には、ファシリテーターは、家主と連携し空き家を把握、賃貸化を進める計画を立て、その活動を実施し、入居希望者側に対しては、旭地区への入居希望者を割り出し、空き家見学会やその交通手段を提供するなどして、空き家の移住者が見つかるように機会を提供している。このような家主と移住者のマッチング環境において、実際に家主と移住者の対話が実現されているのである。

表 8: ファシリテーターによって埋められた移住者と家主の間におけるギャップ

	ファシリテーター	移住者と家主の間に存在する条件のギャップ	旭地区	豊田市
組織	計画、分析、統計的理解	(i) 調査は、他地域の入居者呼び込み戦略や他地域の魅力的な点を考慮して行われるべきである。 (ii) 入居希望者数は、賃貸空き家物件数を上回っている。 (iii) 土砂崩れ警戒地区などの法律規制が、空き家供給の問題点の 1 つである。	統計的な長期調査を基にした計画を立てる。 旭地区では、空き家 2 軒入居可能であるが、69 件の入居希望が存在する。 土砂崩れ警戒地区指定が、空き家供給における障害となる恐れがある。	
	家主との活動	76 の家主が空き家を賃貸化するか、解体するか検討中。	家主に空き家を賃貸化するように説得する。どの家が賃貸化できるか調査する。	
地域	支払い能力	移住者の希望する家賃：1 ヶ月 20,000 円から 30,000 円	家賃：1 ヶ月 5,000 円から 40,000 円 平均：25,000 円 売却：110 万から 1100 万円	
	入居希望者の割り出し	大多数が子どもなし世帯。未婚の場合は、30 代以上が多い。	既婚、小さい子どものいる世帯希望。	
		入居済みの移住者は、ここに住み続けるかは、子どもの意思に任せる。何人かの居住者はリスクの高いボランティア活動を危惧している。	長期移住と、積極的なボランティア活動を希望。	
	交通手段	職場から旭地区への通勤時間を危惧	おいでん・さんそんバス	
地域	マーケティング	(1) 情報源は、空き家見学会への出席より、友人、インターネット、おいでん・さんそんセンター、旭地区の関係者が主である。 (2) SNS（フェイスブックなど）	(i) 空き家見学会への参加 (ii) インターネットサイトでの宣伝	

出所：空き家に応募する可能性のある人への聞き取り調査, 2017

¹⁰ 2017 年 10 月 18 日現在

4. 結論と提案

以下、本研究の調査結果概要を述べたい。

- 本研究で需要と供給の特徴を識別し、家の価格は問題ではなく、ファシリテーターからの要求が完全には潜在的移住者の要求とマッチしていることが分かった。我々は、子どもがいない若年層ではない夫婦（40代から50代）も戦略に入れることを提案する。
- ある調査対象者は、街の人口が減少し続けるように、旭地区の人口も減り続けると述べた。旭支所による統計はこの言明を裏付けている。現在の努力は人口減少のスピードを下げていくところにある。そうすれば、理論的には、空き家もスローペースで減少していくはずである。
- 家主は若年層（30代）の移住者を好んでいるが、潜在的移住者の年齢は主に40代であった。
- 家族に関して、本文でも述べた通り、半数以上の回答者は既婚であるが子どもがいない夫婦であった一方で、家主は既婚で子どもを持つ夫婦もしくはすぐに結婚(婚約)する夫婦を強く望んでいる。移住者の性別や国籍、学歴や年齢はあまり重要事項ではなかった。
- 潜在的移住者の主な動機は美しい自然、より広い居住空間、そして農業体験であったことから、我々はそれらを含めたマーケティングを推奨する。美しい自然は潜在的移住者を最も魅了する特徴である。ここで、家主はより移住者が住みやすい環境を整えていく必要があり、加えて、農業に携わることも考慮に入れる必要がある。1名の家主は、農地を復活させるために耕作放棄地を使用することを提案し、もう1名の家主は家の賃貸を説得させるべきであると提案した。
- 本調査で対象となった潜在的移住者は、大抵職を得ているが、農村へ移住した後の新しい職探しは彼らにとって懸念である。しかし、家主は、新しい雇用は移住後に見つかる可能性があると述べている。家主にとって、移住者が職を持っていることは大切であるが、しかし旭地区内で雇用されることは必ずしも必要ではない。
- 潜在的移住者は雇用機会の不足を懸念しているが、一方で、家主は新しい移住者を農村に受け入れることですでに地域の持続可能性を助けることができると述べている。
- 潜在的移住者の支払い意思額は平均して毎月2万円から3万円であり、これはすでに受け入れられた移住者が支払っている金額（5千円から3万円）と一致しているため、家賃額は問題ではない。
- 懸念に関して、潜在的移住者と受け入れられた移住者は(1)雇用機会の不足と、(2)通勤距離の問題を共有していると言える。加えて潜在的移住者は(3)カルチャーギャップの問題を懸念しており、受け入れられた移住者は、必須のボランティア活動を懸念している。
- 潜在的移住者の主な懸念は、雇用機会の不足、通勤距離そしてカルチャーギャップが挙げられているという事実から、我々は既に実地されている職業斡旋所と雇用バンクの繋がりをさらに強化することを提案する。一般的にも、雇用機会や通勤距離は主な懸念である。農村地域における輸送技術のイノベーションは農村におけるギャップを埋めるかもしれない。

謝辞

今年の国内実地研修において、筆者らは全て初めてのところから出発した。メンバーはそれぞれ異なる強みとスキルを持っており、2 学期間にわたって行った本研究において、その力を十分に活用することができたのではないかと思われる。

最初に、おいでん・さんそんセンターの鈴木さん、木浦さん、定住委員会の安藤さんに対し、フィールドワーク全体を通して絶大なるお助けを頂いたことに感謝を申し上げたい。鈴木さんには、我々の研究が始まった頃から、研究計画書に対するアドバイスに始まり、事前調査においてファシリテーターとしての調査対象者、フェアでのコーディネート等、常に我々のフィールドワークを導いてくださった。また、豊田市役所の加地さんにもお礼を申し上げたい。加地さんから、空き家に関する地方行政の役割における視点を学ぶことができた。つぎに、我々のインタビューやアンケートに答えてくださったすべての調査対象者、回答者の皆様にも心からお礼を申し上げたい。我々の研究は、この回答を得られなければフィールドワークを進めることが全く出来なかった。

最後に、我々の指導教員であり、国内実地研修のコーディネーターである新海尚子先生と Liu 先生には、忍耐強く、そして明確な指導をしていただいた。我々の研究が何度も暗礁に乗り上げそうな時には、いつでも手を差し伸べていただいた。本研究を最後まで遂行できたのは、この素晴らしいお力添えがあったからである。筆者一同、本研究が空き家問題に対して何らかの形で貢献できることを願うばかりである。

※参考文献・付録については英語版参照

Working Group 2

Tourism Business

Responsible Tourism in Asahi: Promoting Urban-Rural Bonds by Linking Perceptions and Aspirations

Group Members:

Arisa Miki *

Cardeno Coline Esther **

Ganbat Uujimbayar

Guo Yuanyuan

Trubnikova Maryna

Yudi Sukamanajaya

Advisor:

Associate Professor Tomoko Ishikawa

** Group Leader

* Sub Group Leader

Table of Contents

- 1. Introduction
- 2. Research Methodology
 - 2.1. Research design
 - 2.2. Sources of data
 - 2.3 Population, sample and sampling procedure
 - 2.4 Data collection methods
 - 2.5 Theoretical framework
 - 2.6 Data analysis
 - 2.7 Ethical consideration
- 3. Results and Discussions
 - 3.1 SOAR-based local aspiration
 - 3.2 Tourists' assessment
 - 3.3 Sustainable tourism principles in the context of Asahi
 - 3.4 Responsible tourism principles for Asahi tourism development
- 4. Recommendations
 - 4.1 Internal strategy
 - 4.2 Internal strategy, promote and manage tourism in general in the area
 - 4.3 External strategy
- 5. Conclusions
- Acknowledgment
- References

1. Introduction

Asahi is located in the northeastern region of Toyota City and possesses good natural resources, as it was selected as one of the one hundred famous villages along a river in Japan. With abundant tourism resources, tourist arrivals have been increasing for consecutive years. For instance, every year in April, the peach blossoms attract many visitors to Asahi. Second School, a popular project where children come to visit Asahi to experience planting, harvesting, and cooking rice, living in a lodge; Chinchon Tei, a minshuku (guest house) where guests can participate in agricultural activities, among others; and some other experience-based tourism activities appeal to many tourists. While Asahi enjoys some advantages as far as tourism resources and events are concerned, its potential is not yet fully revealed. This study aspires to link Asahi's tourism resources, locals' aspirations for local tourism development, and the tourists' perception of tourism activities currently offered by Asahi, as well as rural tourism in general, in order to formulate strategies in developing tourism activities under the principles of sustainable and responsible tourism.

Hence, the objectives of this research are threefold. First, it aims to examine locals' attitudes towards tourism, particularly their aspiration to develop this sphere. Second, it aims to explore urban tourists' expectation and evaluation of rural tourism in general (and Asahi tourism in particular). Finally, it aspires to examine tourism activities which would foster bonds between visitors and the area, and to recommend promotion strategies of sustainable and responsible tourism. Furthermore, this study aims to answer these research questions: (1) How do local stakeholders see the current state of the tourism industry and what are their aspirations for tourism development in Asahi?; (2) How do tourists perceive rural tourism in general (and Asahi's existing tourism activities in particular?); and (3) How can responsible tourism be promoted / developed within the area, as well as activities which can create long-term relationships between tourists and the area?

2. Research Methodology

2.1 Research design

In the study, we use a mixed research method by combining qualitative and quantitative analysis. The research will be divided into two parts and three steps. The first part is to assess local aspirations and perceptions, and the second part is to assess visitor aspirations and perceptions. The objective of conducting the assessment is to find out and map the local potential resources and opportunities, visitors' satisfaction level, and expectation from both the locals and the visitors.

Locals' and visitors' assessments were the first steps conducted in the study, which was followed by the second step, Tourism Mix Assessment. In the second assessment, the principles of

responsible tourism and sustainable tourism served as the theoretical framework and primary bases for the analyses. The output from this assessment then became the basis for the next step, which is Strategy Formulation. There are two main strategies that will be analyzed and determined from this step: the first is Segmenting, Targeting and Positioning (STP) Strategy, and the second is STP-based Promotion Strategy.

2.2 Sources of data

(1) Primary data

In our study, primary data were collected through focus group discussion (FGD), surveys and interviews with the local residents, I/U-Turners, local organizations, tourism association, local business owners, and local government officials to get information from the local side. Surveys were conducted to gather information on the visitor perceptions and aspirations.

(2) Secondary data

To complete the information, a literature review from previous studies was conducted, and all information from official reports, regulations, statistics and documents from local government or local organizations and tourism association were used.

2.3 Population, sample and sampling procedure

(1) Population

In our study, the population was represented by local Asahi residents and tourists from other areas.

(2) Sampling procedure

In our study, we used purposive sampling for the interviews, FGDs, and questionnaires for tourists. For the individual tourist-oriented questionnaires, we used random sampling; potential tourists were surveyed at Nagoya Station.

2.4 Data collection methods

We used the following data collection methods in our study: questionnaire, interview and focus group discussion.

(1) Questionnaire

In our study, questionnaires were administered via mailing and distribution at Nagoya Station. For potential tourists who have never visited Asahi, we distributed and collected questionnaires from 30 respondents, composed of an equal number of 15 males and 15 females, with a balance of ages from 20 - 60 years old. For tourists who have already been to Asahi, we distributed questionnaires in the Asahi area through a hotel, a restaurant, and boat rental shop.

(2) Structured interview

We used structured interviews with a set of open-ended questions to collect in-depth information from our key informants, while also being able to ask for additional information or explanations on the spot.

(3) Focus group discussion (FGD)

We used focus group discussions (FGD) to gain understanding of local residents' attitudes and perceptions of the tourism industry and tourism resources in Asahi.

In total for both methods, our respondents numbered 17 local residents and stakeholders in the Asahi area. For both methods, sustainable and responsible tourism principles and indicators were incorporated and embedded in our questions.

2.5 Theoretical framework

In this study, we utilized the theories of responsible tourism and sustainable tourism. Sustainable tourism (Rio De Janeiro, 1992) is a global strategy to anticipate and counter the negative impact of tourism. It is defined as "tourism that takes full account of its current and future environmental, social and economic impacts while addressing the needs of visitors, the industry, the environment, and communities." On the other hand, responsible tourism (Cape Town, 2002) "requires that operators, hoteliers, governments, local people and tourists take responsibility and action to make tourism more sustainable". The principles of responsible tourism are pivotal to find out locals' aspirations and urban perceptions. Based on sustainable and responsible principles, we hope to understand what actions need to be taken for tourism development in Asahi. While studying the current situation in terms of "being responsible", the sustainable tourism principles will help to form a long-term perspective. Making tourism in Asahi economically, socially, and environmentally sustainable for years to come is one of tasks for doing this research. Harold Goodwin (2011) highlighted that "sustainability is the goal, a goal which can only be achieved by people taking responsibility together to achieve it". This concept expresses the idea of using responsible and sustainable tourism in this paper.

2.6 Data analysis

(1) Research instruments

Observation, survey, structured and semi-structured interview, and FGDs were the research instruments used to conduct the study.

(2) Analytical tools

Qualitative analysis aiming to find out local tourism's resources and potentials, and locals' aspiration and perception, and a set of Strength, Opportunity, Aspiration and Result (SOAR) principles, together with sustainable and responsible tourism principles were used. Furthermore, Tourism-Mix Assessment and STP model (Segmentation, Targeting and Positioning) was implemented to determine the necessary strategy to improve tourism conditions in Asahi. In quantitative analysis, descriptive statistics regarding frequency and distribution from respondents' answers on the questionnaires are provided.

2.7 Ethical consideration

In this study, we considered the following ethical issues: voluntary participation, anonymity, confidentiality, and informed consent. Primary to administering questionnaires, interviews and FGDs, we explained to respondents the background and objectives of the research, the affiliation of the research team, the way the gathered data will be handled and used, and what type of participation we expected from respondents. We informed the respondents that the participation was voluntary and that they had the right to withdraw at any moment.

3. Results and Discussions

3.1 SOAR-based local aspiration

The FGDs and interviews among local stakeholders revealed numerous aspirations for the tourism development of the area. One primary hope amongst respondents is to attract new segments, with emphasis on repeaters and young visitors, and moderate numbers of visitors in line with the local capacity. Respondents pointed to the issue of the ageing population as one of the motivations for this, as older patrons and customers are dwindling. Apart from hoping to attract more young people as visitors, respondents also want to incorporate fresh, new, and innovative ideas to promote Asahi's tourism resources. Various stakeholders hope to encourage the participation of many sectors; specifically, senior respondents desire the participation of young residents, I-turners, U-turners, and volunteers; the tourism association hopes to integrate more local residents, local

business owners, and other members of the community; and most business owners hope to have government support in the process.

The second aspiration is to develop activities that would create regular visits, prolong length of stay, create bonds with the local people and the area, as well as contribute more to the local economy. The latter was brought up by respondents who are involved in business sectors, proposing that activities and events be changed to meet visitors' needs. The former is understood as what the other stakeholders hope to attain. Specifically, they want to promote long-stay tourism in order to foster communication and a long-term relationship between tourists and the local community. In this way, tourists will appreciate rural life and share the same outlook and values as the local people. As far as activities are concerned, typical rural activities such as sightseeing, camping, and barbecues were cited for possible development. Alternative and novel activities were also proposed, such as black bass fishing, agriculture-based activities such as planting rice, harvesting crops, as well as develop more local events alongside the already existing wind bell and firework festivals. The concept of minpaku, or farm inns, while not new, is another opportunity that the area could utilize, following the model set forth by Chinchantei.

Thirdly, local stakeholders hope to develop special products in the forms of souvenirs (omiyage), food, and other products that would be deemed unique and distinct in the area. In line with this, there is an opportunity to develop omiyage from Asahi products such as Japanese yams or Asahi rice, or items related to the area's mascot, Kokki, and famous festivals like wind bells.

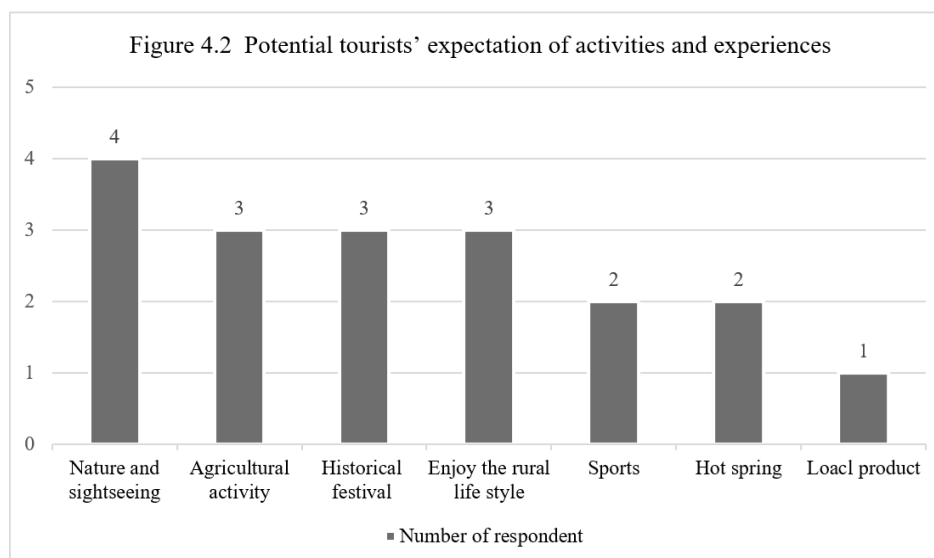
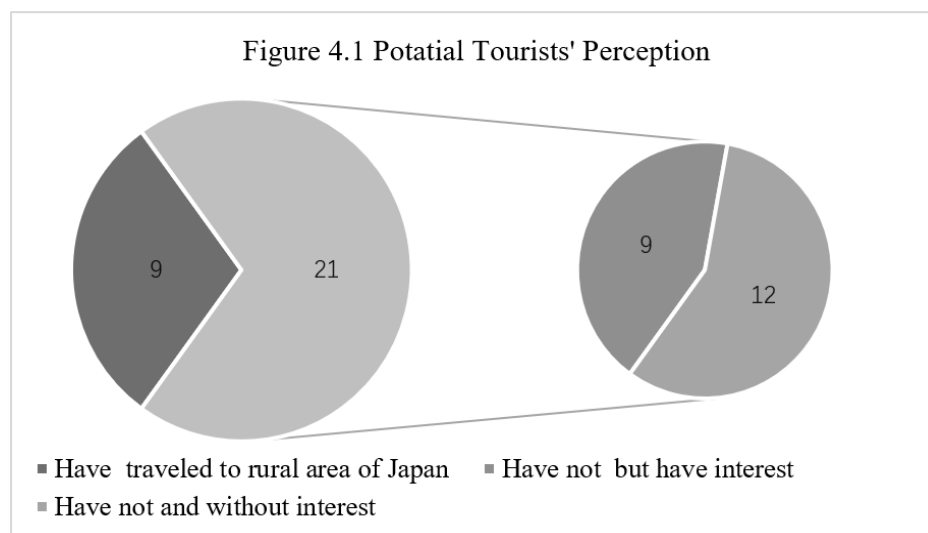
Lastly, cooperation and integration among local stakeholders (local government, tourism associations, tourism-related business owners) and local people is needed. Mainly, respondents specified the need to develop a tourism plan or policy, and encouraging local initiative and involvement in decision making. Specifically, some respondents envisioned more cooperation amongst related stakeholders and institutions, which will be responsible for crafting policies, creating new activities and events, and managing overall tourism development and promotions. Currently, local people are engaged in annual events such as the wind bell and fireworks festivals in summer; however, a better awareness of the tourism efforts undertaken by the government and the associations would encourage more participation from residents.

In line with this, local respondents enumerated an opportunity to develop a tourism plan for attracting new visitors, students and young people, similar to activities undertaken by Second School. In addition, there is also an opportunity to utilize Asahi's connection with corporations such as (Corporate Social Responsibility) CSR-related tourism activities, as well as the Toyota City tourism association for future collaboration, especially with the upcoming Rugby World Cup in 2019.

3.2 Tourists' assessment

This study utilizes two sets of data for tourists' assessments, namely responses from survey questionnaires designed for potential tourists (See Appendix 1) and tourists who had already visited Asahi (See Appendix 2). In conjunction with SOAR-based local aspirations detailed above, tourists' responses were further analyzed in two categories, namely the perception and aspiration of tourists. Based on the analysis, potential resources in the Asahi area were identified in line with sustainable tourism principles.

First, regarding the perception of rural tourism in Japan, the study learned that nine out of 30 respondents have already visited other rural areas in Japan. Most of them gave a high score of 4 or 5 out of 5, and 100% of them are willing to go back to rural areas for touristic purposes. Among the 21 respondents who have not traveled to rural areas of Japan, 12 of them are not interested in the rural areas for tourism for the following reasons: lack of interest and/or familiarity with rural areas, and issues such as insects (Figure 4.1).



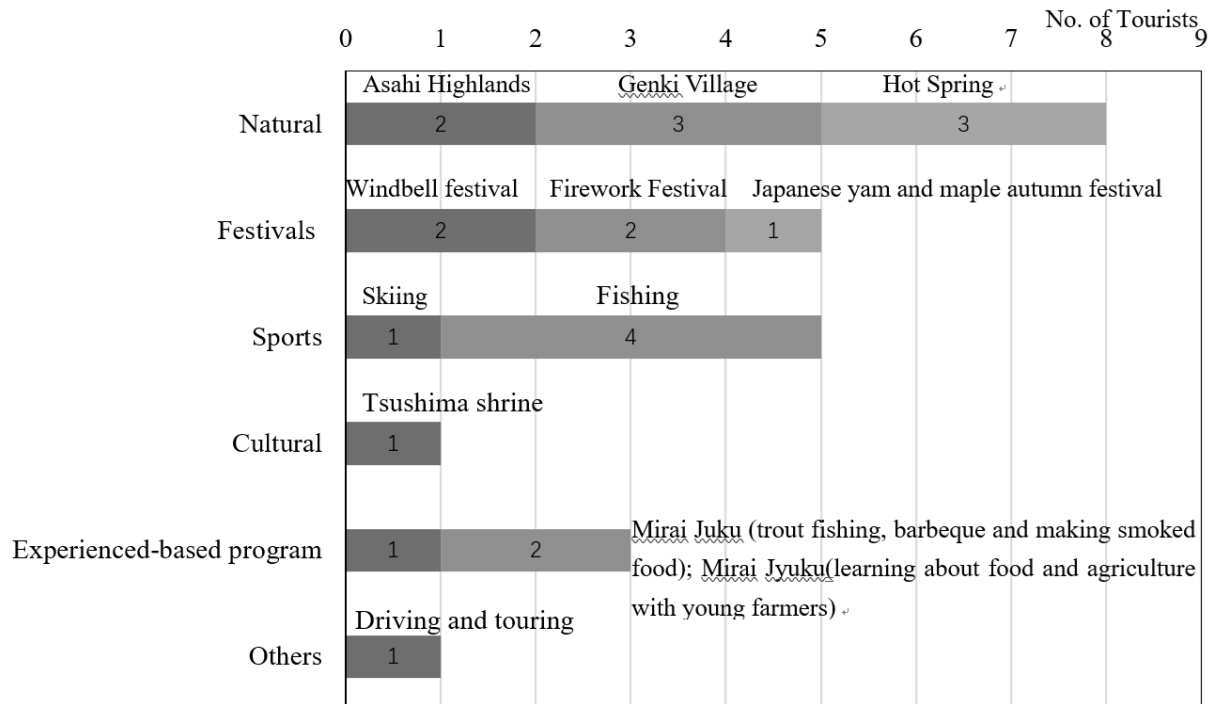
For potential tourists who have not visited Asahi, a significant number (18 out of 30) are willing to visit there for touristic purposes. They are interested in rural tourism and enumerated the following as the activities they are willing to partake in: nature and sightseeing (4 out of 18), agricultural activities (3 out of 18), historical festivals (3 out of 18), leisurely enjoy the rural lifestyle (3 out of 18), sports (2 out of 18), and hot springs (2 out of 18). Someone also mentioned he would enjoy local products such as Japanese sake (See Figure 4.2). Specific agriculture-related activities including tea picking, rice planting, fishing and others were also cited.

Aspirations for potential tourists are to sightsee or have special experiences related to nature, agriculture and historical traditions in the rural area. Enjoying the leisure time by visiting hot springs and doing sports are also attractive to them. On the other hand, the responses also revealed that many people in the urban area do not consider rural areas for touristic purposes.

Secondly, for tourists who have already been to Asahi, we learned from the survey that all tourists visited Asahi by their own car, as it is the only convenient way to go there. Most of them are from Nagoya City and Toyota City, though there were few tourists from other cities in Aichi Prefecture and Gifu Prefecture. Regarding the number of times they had visited Asahi, we learned that at least two-thirds of them are repeaters. Tourists get the information about Asahi tourism or events mainly through the Internet or through family and friends.

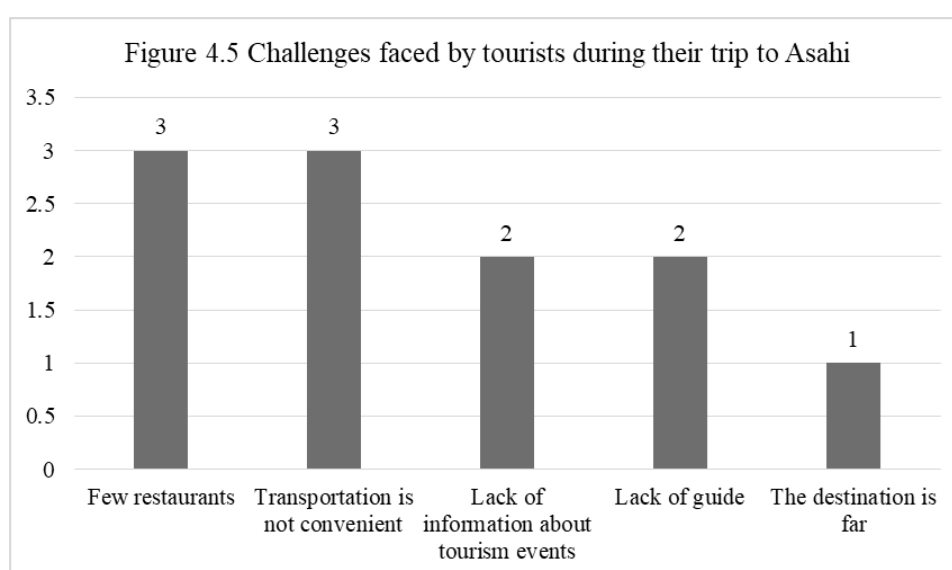
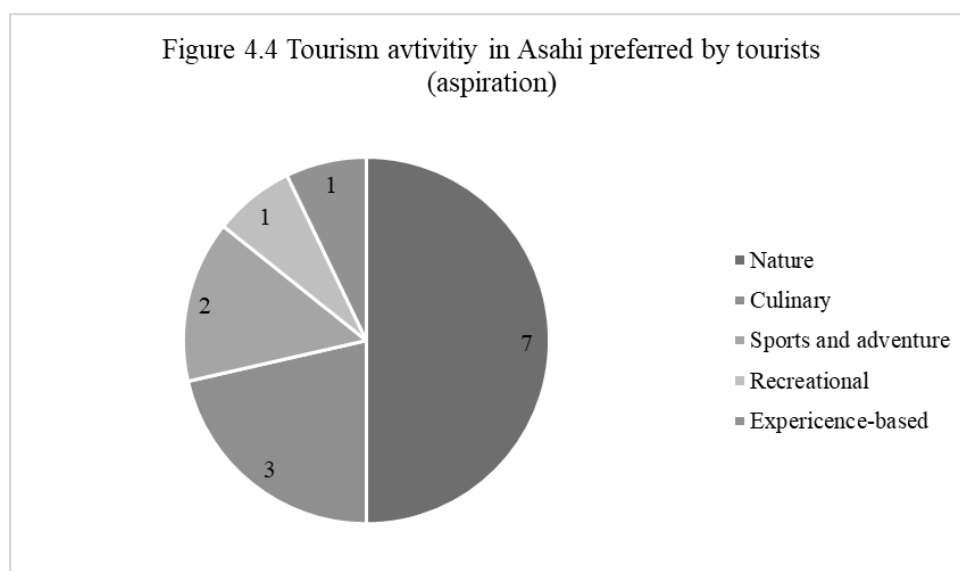
For tourists who had already visited Asahi, the tourism activities they participated in can be grouped into six categories: nature, festivals, sports, cultural, experienced-based programs, and others. Nature-related tourism activities are the most popular activities for tourists (8 out of 23). The following activities that tourists commonly participated in are festivals (5 out of 23), sports (5 out of 23) and experienced-based programs (4 out of 23). Under all six category of tourism activities, fishing is the most popular single item, with 4 people who have enjoyed this sport in Asahi. Beyond that, the Genki Village and hot spring in Asahi are other tourism sites popular among tourists. All specific tourism activities are shown in Figure 4.3.

Figure 4.3 Tourists' Participated Tourism Activities in Asahi (perception)



Regarding tourists' perception, this study revealed that in Asahi, most tourists (7 out of 8) evaluate the tourism activities they participated in as good or very good, and only one mentioned that the activity was not entirely satisfactory as there are few staff members and few customers in the area. All of the tourists were satisfied with their experience in Asahi and conveyed that they would visit Asahi again. More than half of tourists expressed that they would recommend Asahi to others, for Asahi is a place where tourists can closely feel nature. Another reason is that it is close to Nagoya, calm and clean, so people can relax there. The road, food, scenery and nature are also good for tourists.

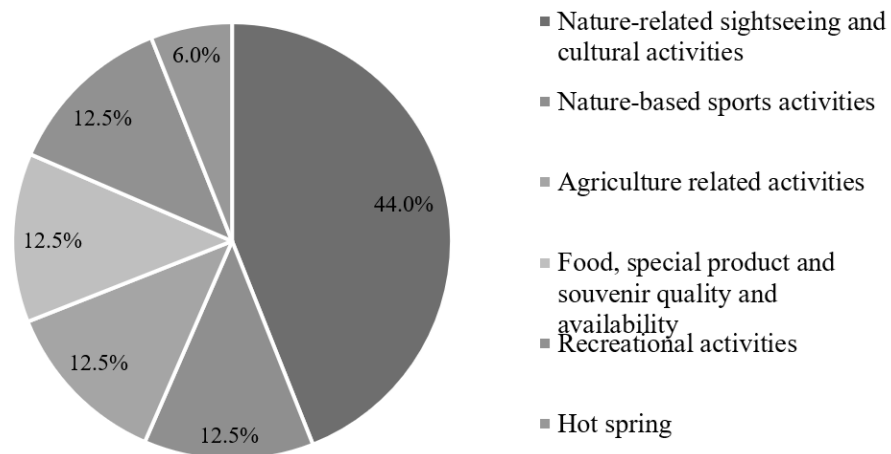
Regarding the tourism activities that tourists prefer in Asahi, as shown in Figure 4.4, half of tourists preferred nature-related activities, three out of 14 replied were interested in local cuisine, two out of 14 were interested in the sports and adventure tourism activities, and recreational tourism activities and experience-based activities were also mentioned by one respondent separately. Based on the data, we learned that the aspiration for tourists in Asahi is to see attractive natural sites and enjoy local food.



In addition, there were some difficulties the tourist experienced during their time in Asahi. The obvious concerns for tourists to visit Asahi include having few restaurants to provide meals, transportation is not convenient, there is a lack of information about tourism events, a lack of guides, and the distance. Someone also mentioned that child-friendly activities are needed. All in all, the facilities, infrastructure and capacity for developing tourism in Asahi are perceived to need improvement (Figure 4.5).

All in all, based on urban tourists' overall perception and aspiration, potential resource for rural areas are as shown in Figure 4.6, mainly including nature-related sightseeing and cultural activities (44%), nature-based sports activities (12.5%), agriculture related activities (12.5%), food, special product and souvenir quality and availability (12.5%), recreational activities (12.5%) and hot spring (6%).

Figure 4.6. Potential resources for Asahi areas



3.3 Sustainable tourism principles in the context of Asahi

We formulated four potential tourism attractions that match local potential and visitors' aspirations: agriculture-related activities; food, special products and souvenir quality and availability; nature-based sports activities; and nature-related sightseeing and cultural activities. We assessed these potentials with sustainable principles in order to see the capacity of each attraction to support economic, socio-cultural and environmental sustainability.

(1) Environmental sustainability

Based on the FGD and in-depth interview results, we found that agriculture-related activities have the greatest potential and capacity to support the local environment. Chinchantei and Second School are examples of the existing agriculture-related tourism businesses, which conduct such activities such as rice planting and harvesting. In this context, there can be a direct positive impact of keeping and maintaining the rice fields in Asahi. On the other hand, food and special product development, as well as sport-related activities, seem to have a weak relationship with environmental sustainability, mainly because they are not directly related to environment preservation activities. However, nature-related activities (sightseeing), and cultural and historical events are related to environment preservation, because local people, expecting visitors from outside of Asahi, put efforts into beautifying the scenery and keeping the environment clean. Nevertheless, the contribution of this type of activities is relatively small, because they are usually attractive to large numbers of people, which results in many tourists coming to the village during specific periods in certain seasons. Some of the negative impacts from these visits are trash, traffic jams and the pollution caused by them, and destruction of plants and landscapes.

(2) Socio-cultural sustainability

Based on the assessment of the local side, agriculture-related activities support socio-cultural sustainability through preserving the traditional way of doing agriculture and keeping the value of the local lifestyle and spirit. Sport-related activities, as well as food and special product development provide only a small contribution to socio-cultural sustainability, because we consider them as supporting factors in local livelihood which are not directly attached to the local socio-cultural aspect. Nature-related activities and cultural and historical events provide some support for socio-cultural sustainability. However, due to seasonality and the low frequency of these activities, which are usually held only once a year, these activities cannot fully guarantee socio-cultural sustainability in Asahi. By looking at current conditions in Asahi, agriculture-related activities are the only type of activity that have the capacity and potential to support socio-cultural sustainability in the long term.

(3) Economic sustainability

According to the opinions of local stakeholders, tourism activities may contribute economically to the local people's well-being. However, if we consider economic sustainability in terms of regularity, then agriculture-related activities, food and special products, and sport-based activities are more promising than nature-based and cultural and historical events, because they are seasonal. Moreover, although sport-related activities and food and special products have potential to be developed, it would require significant operational efforts from the local people, which may be rather difficult taking into consideration the ageing and depopulation issues of Asahi. In that sense, agriculture-related activities are the type of activity that seem to be the most feasible for development in the near future.

3.4 Responsible tourism principles for Asahi tourism development

We used seven responsible tourism principles, specified below, to assess the current tourism condition in Asahi and to draft recommendations for improvement of Asahi's tourism industry in the future.

(1) Maximize benefit, minimize impact

According to the information gained from the local people, tourism does not seem to be contributing significantly to local people's well-being or the area's revitalization. Furthermore, the negative impacts specified by the local people are visitors' misbehaviour, pollution, and landscape destruction. Therefore, maximizing benefit and minimizing impact could be defined as an effort to give significant positive influence to the local people's well-being and the area, while mitigating the

negative impact from tourist visits to Asahi. The first step towards minimization of negative impacts is to consider all possible negative outcomes from tourist visits and the actions or policies necessary to handle them, and to specify these in an impact scale for each tourism attraction. Zoning could also be possible solution in order to take advantage of an opportunity from tourist visits and to minimize the negative impact, because the tourists can be directed to certain tourism spots.

(2) Promote wellbeing, improve working conditions and access to tourism activities

Based on FGDs and interviews with the local people, current tourism activities are inadequate to promote overall well-being or to improve working conditions and access to tourism activities. The current situation is described by a common practice among local people, whereby a tourism-related business (restaurants) hires local part-time workers or uses family or relatives as labor. Market and visitors are key factors to promote well-being, improve working conditions, and access to tourism activities. Increasing the number of visitors to existing tourism-related businesses and activities can be done by improving the competitiveness or popularity of Asahi. Utilizing an existing iconic product or adding a new one, which can be physically displayed in an attractive way, may be one of the ways to increase Asahi's popularity. Development and marketing of a special product such as local traditional food can further strengthen the attractiveness effect.

(3) Local involvement in decision making and activities

In Asahi, the local involvement in decision making and activities is encouraged by all local authorities and organizations. However, local people need a leader or someone to guide them on how to improve tourism in the area. A clear vision needs to be communicated to all local stakeholders in a way that would gain their approval and make them adopt that vision in their everyday practices. The creation of a local coordinating group, consisting of all stakeholders and related persons, may potentially improve the communication and integration of all local people and tourism attractions, and help local stakeholders to voice their opinions in a more meaningful and productive way.

(4) Contribute to nature and cultural heritage preservation

Existing tourism activities, especially agriculture-related activities, make a direct contribution to nature and cultural heritage preservation. That is why this kind of tourism activity should be developed further by improving the content and increasing the capacity to preserve nature and cultural heritage. The diversification of agriculture-related activities can be conducted in accordance with urban tourist aspirations, which we discovered through our questionnaire survey, for more enjoyable activities that include more interaction with nature and local people.

(5) More enjoyable experiences through connection building and local understanding

According to the results of our questionnaire survey, most of the visitors consider the warmth of the local people as one important aspect of visiting a rural area. However, due to some behavioral and cultural gaps, the attitudes of some visitors may leave local people with unpleasant feelings. In order to bridge the gap between the local people and visitors, it is important to introduce a familiarization and conditioning scheme for both sides. For example, providing information about local values, rules and customs to the visitors in advance may help visitors to behave accordingly and meet the local standards. Providing information to the local people about the visitors and ways of preventing unwanted behaviour is crucial as well. A more enjoyable experience can be achieved through the improvement of the understanding of both parties.

(6) Inclusive for the disadvantaged and disabled

Existing tourism activities in Asahi need to be supported to make them more inclusive to disadvantaged and disabled groups, as according to the results of our survey, the level of inclusiveness is relatively low at the moment. One of the ways to improve inclusiveness for the disadvantaged or disabled is by encouraging their involvement in tourism activities. In order to achieve this, first there is a need to define and classify the groups of people who are currently not benefiting from the tourism industry, but have the potential to. Secondly, coordination among local people is necessary, because although some local tourism activities such as Second School or Chinchantei are positively assessed by the market and have potential to expand, this opportunity is not used, and as a result the disadvantaged group is not absorbed. If these businesses expand, more local people can get involved into tourism activities and benefit from them.

(7) Respect and promote local pride and confidence

According to the interview results, local people believe that the economy is not everything, and they put much emphasis on socio-cultural and environmental sustainability. They wish outsiders to share the same ideals as them, and they wish to educate younger generations to appreciate nature and rural life more. This idea should be communicated appropriately to outsiders. One of the ways to do it is through a branding strategy that would link Asahi to nature and the rural lifestyle. It may be useful to make outsiders perceive Asahi as the place where they can lead a traditional rural lifestyle in harmony with nature, while educating their children about important moral values such as responsibility, respect for other people and for nature, cooperation, caring about local issues and the environment, and others.

4. Recommendations

4.1 Internal strategy

(1) Build informal local tourism coordinating group (LTCG)

While the Asahi Tourism Association plays the role of the local tourism coordinating group, an informal tourism coordinating group is suggested, which will be composed of local stakeholders from all sectors: local government officers, tourism association officers, Oiden Sanson representatives, I- and U-turner representatives, tourism-related business owners, and local residents. An inclusive local plan or roadmap for tourism development is suggested to be the beginning of Asahi's coordination and integration, in which local people take part both in the decision making and execution. There are numerous tourism activities in the Asahi area which are being promoted by both the government and the tourism association in their brochures and other promotional materials. These activities and promotional efforts would best be integrated and coordinated with a body of local stakeholders who plan and operationalize them.

The aspirations based on SOAR analysis indicated more cooperation and integration among stakeholders were wanted. In this case, LTCG can play an important role in enforcing Asahi's internal relations. The operation of LTCG should not be limited to the realm of tourism, but should seek solutions for broader issues like how tourism may contribute to solving vacant house issues, deforestation, and abandoned farmland/fields. Local involvement in decisions is regarded as one characteristic of responsible tourism, so LTCG would create an open platform for locals, who are always important for tourism development. The core idea of responsible tourism is about "making better places for people to live in and better places for people to visit" (Cape Town, 2002). It is difficult to imagine such "better places" without more cooperation and deeper coordination.

(2) Extend and integrate current activities

The second recommendation is to encourage and improve the content and capacity of existing agriculture-related activities (such as Second School, Chinchantei, and trout fishing, among others). Attracting young people and increasing the number of repeat tourists are the two fundamental targets according to the local assessment. Existing tourism activities are the key to reaching these targets. In fact, there are already potentials and resources in Asahi in terms of nature and agriculture activities. The most important issue is how to improve and utilize them in better and proper ways. In particular, agriculture-related activities in Asahi can be developed as the main pillar of sustainable tourism development. Indeed, agriculture-related activities are the tourism attraction most preferred by visitors, and most promising to support economic, socio-cultural and natural sustainability in the area.

That is why agriculture-related activities should be extended by implementing responsible principles with more encouragement and providing facilitation for young people to extend the capacity and the content of the activity. These activities should be more enjoyable and more target-oriented, i.e. adventures for children, outdoor activities for teenagers and young adults such as rice planting combined with flying fox or ropeway among trees, or other river-based activities such as catching and cooking fish. One of the examples is extending the capacity of Second School by involving I- and U-turners, with mutual benefit and knowledge transfer from the founder of Second School to the I- and U-turners or other qualified people. It is worthwhile to note that Second School and Chinchantei are already popular among their customers, who are loyal. Furthermore, this study suggests pursuing the existing agriculture-based tourism by specifying edutourism and ecotourism packages that can be targeted to specific market segments: young people, schools, companies, and corporations (including CSR packages). One success story that can be cited is in the Yamashiro region. Since 2011, students from Yamaguchi University have visited the area for a year. Ultimately, the students participated in numerous activities, such as trekking, hiking, learning about the biodiversity in the area, and so on. The activities registered a significant number of repeaters (Chakraborty and Asamizu, 2014).

4.2 Internal strategy, promote and manage tourism in general in the area

(1) Explore new potential and possible tourism activities

Based on local information, there are opportunities to develop minpaku and morning markets. In 2019 the Rugby World Cup will be in Toyota City and there will be many people coming from all over Japan and the world. Looking at current accommodation capacity in Toyota, the development of new minpaku in Asahi will have strategic meaning. Another possible tourism activity which can be effective to promote local products and communication between local people and visitors is morning markets. The location of morning markets near a hotel or tourism attraction spot will be helpful to enhance visitors' experience within the area, as well as to contribute economically to the local people.

(2) Develop a tourism zone

Developing a Tourism Zone is one way to make these activities more productive and accessible for tourists. In general, a tourism zone aims to build cooperation between areas to attract more visitors. A possible recommendation for such a zone could be making areas along the Yahagi River (Ena City in Gifu Prefecture, Nega Village in Nagano Prefecture, the Shitara district, the Futa area in Okazaki City, and Asahi area in Toyota City) into a center of experience-based tourism. However, in this study we suggest that the main role of the tourism zone is to help minimize negative impacts

from tourism while maximizing benefits. This zone will include available tourism spots, supporting business ventures, possible homestay/ minpaku facilities, tourism site information, local product counters, promotion corners and information booths, among others. In fact, the Tourism Zone can be a specific place where tourists feel and enjoy the uniqueness of Asahi, including foods, the natural beauty, and cultural aspects, among others. Our findings from urban interviewees highlighted that food was important for visitors to events like Wind bell. To put it simply, if the tourists spend most of the time for looking for restaurants, they may lose an opportunity to discover Asahi productively. As a result, Asahi may become less popular among those tourists. However, a Tourism Zone based on what Asahi has now can offer closer and friendly service to tourists who are not familiar with this area. To create a Tourism Zone, determining the exact strategic and feasible/possible locations, including tourism sites available, supporting business/activity and layout must be addressed. Furthermore, there is a need to create an impact scale, which will specify all possible negative impacts, as well as policies and actions to deal with them. It is necessary to develop a local preparation scheme to implement such a tourism zone.

(3) Promoting Asahi through special products

Having an identity is always crucial when we talk about tourism destinations. It is an important question whether Asahi is remembered for one of its characteristics by the tourists who visit there or not. In this regard, it is necessary to think about adding a new iconic product which can be displayed attractively. Treehouses can be used as icons given an attractive design. In addition, creating a specific site for Asahi is another potential way to promote it. This kind of place should be close to the main road and provide some space for relaxing, a children's area, sightseeing or shops to buy special Asahi food/ products, that is, a place where the visitor can have a good time. In the same way, a special omiyage / product / souvenir can also be promoted in this zone, such as a special product made from Asahi rice, or something that uses Kokki or the wind bell festival theme. Finally, create and promote a brand for Asahi along the lines of "With Nature. Asahi", banking on the major strength that local people have developed a very strong awareness on the importance of nature preservation and they consider nature one of the essential parts of their lives.

4.3 External strategy

(1) Cooperation with more universities and companies

Taking into consideration the aspiration from the local side of attracting young visitors, and activities such as ecotourism and edutourism that are already offered in Asahi, university students and company employees seem to be the right target market. It is important to further support and develop such activities, and to create a specific and effective information-spreading scheme to reach

this target market. One example is to develop an internship program for students to "work/support" the village development.

The Asahi Tourism Association, which has already developed cooperation with more than 100 companies, may potentially play an important role in broadening the target market through actively seeking association members outside of Asahi among universities and companies in Nagoya and other nearby cities. To increase the number of young visitors, it would be beneficial to develop more edutourism programs for universities and outdoor training or CSR programs for companies, and to promote those programs among the Tourism Association members.

(2) Branding

Branding of Asahi should be based on local resources and local values. Since an overall objective of ecotourism and edutourism is making people respect and care about nature and rural life through experiencing the rural lifestyle, the branding of Asahi should also be related to experiencing the nature and this lifestyle, for example, "With Nature. Asahi". Another important consideration is how to promote and communicate the brand to the potential target market. Apart from enhancing online promotion via social media and search engine optimization, offline promotional methods could also be implemented. For example, setting up a large billboard or sign with attractive and informative branding sentences near the entrance to Asahi would communicate the brand directly to tourists going to or crossing the Asahi area. Another example is setting up a special Asahi tourism promotion corner in hotels or other strategic spots, or creating a commercial spot for selling local products.

(3) More business-to-business shared tourism programs

There are some examples of district-to-district cooperation, like Mirai Juku and Tourism Toyota. Tourism Toyota features three programs common for Asahi and other areas (Asuke, Obara, Inabu, Fujioka), and one Asahi-specific program. However, more direct business-to-business cooperation among tourism-related activity providers in Asuke and other areas may increase value added from a certain tourism program. Creating more tourism programs which will require only a single reservation, consisting of a combination of various activities in Asahi and other areas would allow a visitor to enjoy the scenery, atmosphere and activities of several districts. An example of such program is "exploration of nature and rural life". Such a program should ideally last at least two days and include accommodation, transportation, meals and visits to several tourist attractions or experiencing several types of activities in several districts (areas). Another possible route is to create a shared tourism package among the areas situated along the Yahagi River.

5. Conclusions

It appeared that local people perceive that the tourism industry does not contribute significantly to the local economy and local people's wellbeing. People who are not directly related to the tourism industry are not concerned about it, while people who are related to the tourism business wish to develop the industry, particularly to have more repeaters, and to have Asahi special souvenirs or products. SOAR-based analysis of local assessments shows that local people wish to create a clear and integrated tourism plan, attract more young people and repeaters to appreciate the rural area, and develop special products, among others.

According to the results of the survey questionnaire of potential tourists to Asahi, we found that more than 50% of respondents are willing to visit a rural area, and all respondents who have already visited rural areas assessed this experience highly. We found that tourists are interested in agriculture-related activities, nature-related and cultural activities, and sports. Respondents who have visited Asahi also evaluated this experience highly and were interested in the same type of activities as respondents who have not visited Asahi.

Based on urban perceptions from surveys vis-a-vis SOAR-based analysis of rural aspirations and assessments, agriculture-related activities were found to be a linking point, which is also in line with sustainable and responsible tourism principles, and may create a bond between local people and visitors, and may promote longer stays. Moreover, development of nature-based tourist activities, sports, local events and local specialties may contribute to overall tourism promotion in Asahi.

As far as sustainable tourism and responsible tourism principles are concerned, this study concluded that agriculture-related tourism has the possibility to contribute to environmental, socio-cultural and economic sustainability. In addition, food and special products and sport-based activities could possibly fulfill economic sustainability, while nature-related and cultural/historical events could possibly fulfill socio-cultural and economic sustainability. Therefore, agriculture-related activities should be developed/improved and promoted the most in Asahi. In addition, nature related and cultural/historical events are useful to introduce Asahi to outsiders, and food and special products and sport-based activity is also needed to support tourism and the local economy.

Strategic recommendations are categorized into two: internal strategies and external strategies. Possible internal strategies include development of a local tourism coordinating council which encourages the involvement of all local stakeholders; developing a tourism roadmap / plan, tourism zone, exploration of new potential and possible tourism activities, promotion of Asahi through special products, and broadening cooperation amongst stakeholders within the general area of Toyota City. Possible external strategies include cooperation with other sectors such as universities

and corporations, branding which will highlight what is distinct about Asahi, and possible business-to-business shared tourism programs.

Acknowledgment

Our group extends our utmost gratitude to everyone who helped us, specifically the following individuals and organizations: Asahi Tourism Association, Asahi branch office staff, local residents and representatives, GSID, Professor Liu Jing, Professor Yoshiaki Nishikawa, Professor Tomoko Ishikawa, and Professor Naoko Shinkai.

References

- Cape Town (2002). The Cape Town Declaration of Responsible Tourism in Destinations, August 2002.
- Chakraborty, A. and Asamizu, M. (2014). “Revitalizing Japan’s Mountainous Areas through Green Tourism: A Human Geographical Perspective”. *Issues in Social Science*, 2014, Vol. 2, No.1., p. 58-71.
- Creswel, J.W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. California: SAGE Publications.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism: Responsible Tourism Management*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International.
- Kumar, R. (2011). *Research methodology: a step-by-step guide for beginners*. London: Sage Publications.
- 旭地域会議 (2016) . 旭まちづくり計画：第 2 期 5 か年計画〔2016~2020〕 . 編修：豊田市役所旭支所.
(Asahi Regional Council (2016). *Asahi Town Development Plan: Second Phase Five Year Plan* (2016~2020). Compilation: Toyota City Council Asahi Branch.)
- Spencely, A. (2012). *Responsible Tourism: Critical Issues for Conservation and Development*. London: Earthscan Publishing for a Sustainable Future.

ワーキンググループ 2

観光ビジネス

旭地区における責任ある観光
ー認識と希望の連関による都市といなかの結び付きの促進ー

執筆者:

三木 亜理沙 *

Cardeno Coline Esther **

Ganbat Uujimbayar

Guo Yuanyuan

Trubnikova Maryna

Yudi Sukamanajaya

指導教員:

石川 知子 准教授

** グループリーダー

* サブリーダー

目次

1. 研究の背景
 2. 研究方法
 - 2.1 研究デザイン
 - 2.2 データソース
 - 2.3 母集団、サンプルおよびサンプリング手順
 - 2.4 データ収集メソッド
 - 2.5 理論的枠組み
 - 2.6 データ分析
 - 2.7 倫理的配慮
 3. 結果・分析
 - 3.1 SOAR 分析に基づいた地域住民の希望
 - 3.2 観光客の評価
 - 3.3 旭地区の現状における持続可能な観光の原則
 - 4 提案
 - 4.1 内部向けの長期滞在にむけた戦略
 - 4.2 内部向けの一般的な提案：地域内の総合的な観光戦略を推進し、管理する
 - 4.3 外部向けの戦略
 - 5 結論
- 謝辞

1. 研究の背景

旭地区は豊田市の北東部に位置する、自然豊かで全国水の郷百選に選ばれたことのある地域である。また旭地区には豊富な観光資源があり、観光客数は毎年増加している。毎年 4 月には、しだれ桃が多く、多くの来場者を魅了し、セカンドスクールやちんちゃん亭といった体験型の観光活動は、多くの観光客にとって魅力的であるといえる。観光資源やイベントに関しては強みがあるといえるが、この地域の観光は未だ開発途上である。この研究の目的は、旭地区の観光資源と地域住民（農村部）の観光開発に対する希望、そして観光客（都市部）の旭地区における観光活動に対する認識を結びつけることで持続可能かつ責任ある観光の原則に基づいた観光活動の開発戦略を考案することである。

したがって研究目的は以下の 3 つである。第一に、観光客に対する地域住民の姿勢、特に観光開発に対する希望を明らかにすること。第二に、都市部からの観光客の農村観光、とくに旭における観光に対する認識を明らかにすること。最後に、訪問者と地域の結びつきを促す観光活動を見つけ出し、持続可能かつ責任ある観光に基づく振興戦略を提案すること。またこの研究は以下の研究課題に基づいて行う。(1) 地域の利害関係者は、観光産業の現状をどのように把握し、どのように旭での観光開発を目指すのか、(2) 観光客は、一般的に農村観光をどのように認識しているのか（特に旭の既存の観光活動に関して）、(3) 地域内においてどのように観光客と地域との長期的な関係をつくる活動とともに責任ある観光を促進し発展させるのか。

2. 研究方法

2.1 研究デザイン

この研究では、質的研究と量的研究を組み合わせた複合的な研究方法を使用する。研究は 2 つの部分と 3 つの段階に分かれている。最初の部分は地域住民の希望と認識を明らかにすることであり、もう 1 つの部分は観光客の希望と認識を明らかにすることである。評価を実施する目的は、地域の潜在的な資源と機会、そして観光客の満足度と希望の両方を明らかにしてマッチングすることである。

地方と観光客の評価は、調査で実施される最初のステップであり、それに続いてツーリズムミックスアセスメントと呼ばれる第 2 ステップが行われる。この評価では、責任ある観光原則と持続可能な観光原則が指針となり、主な検討事項となる。この評価から出た結果は次のステップの戦略の構築の主なインプットになる。この研究は、これらのステップにおいて 2 つの主要な戦略を使用する。一つはセグメンテーション（市場細分化）、ターゲティング（標的市場の選定）及びポジショニング（「位置（ポジション）」の確立）の STP 戦略であり、もう 1 つは STP 戦略に基づいたプロモーション戦略である。

2.2 データソース

(1) 一次データ

この調査では、地元からの情報を得るために、地域住民や I ターン者、U ターン者、地方組織、観光協会、地元のビジネスオーナーおよび地方自治体関係者とのフォーカスグループディスカッション（少人数へのインタビュー）、インタビューと調査を通して一次データを収集した。観光客の認識と希望に関する情報を収集するために、アンケートを実施した。

(2) 二次データ

情報を補足するために、以前の村落調査の先行文献、地方自治体や地元組織や観光協会からの報告、規則、データ及び文書のすべての情報を調査し、使用した。

2.3 母集団、サンプルおよびサンプリング手順

(1) 母集団

調査の母集団は、旭の住民と旭以外の地域に居住する観光客である。

(2) サンプリング手順

この調査では、層別サンプリングを通してインタビュー、フォーカスグループディスカッションを行うとともに、観光客に関するアンケートを行った。個人の観光客については、利便性、時間と予算の制限のために、単純無作為サンプリング、つまり、すぐに調査が可能な観光客に対する調査のみを行った。

2.4 データ収集メソッド

この調査では、アンケート、インタビューとフォーカスグループディスカッションのデータ収集方法を使用した。

(1) アンケート

この調査では、名古屋駅でアンケートを実施した。アンケートは、アンケート用紙を回答者に渡し、現場で記入するように求める形で行った。旭に行ったことがない観光客としては、20-60 歳の年齢層の各 15 名の男性と女性の回答者から回答を得たすでに旭に行ってきた観光客からは、旭のホテルやレストラン、ボートレンタルショップなどについて回答が得られた。

(2) 構造化インタビュー

主要な回答者から詳細な情報を収集するために、質問を構造化し、自由回答方式でインタビューを行った。

(3) フォーカスグループディスカッション (FGD)

フォーカスグループディスカッション (FGD) を使い、地域住民の旭における観光産業および観光資源の意識と認識を理解する。

インタビュー及びフォーカス・グループ・ディスカッションの回答者全員につき、回答者の旭地区の 17 人の地域住民とステークホルダーに番号を付けた。インタビュー及びフォーカス・グループ・ディスカッション双方で、持続可能で責任ある観光原則の指標が組み込まれ、質問に組み込まれている。

2.5 理論的枠組み

本研究では、責任ある観光と持続可能な観光の両方の理論を用いる。持続可能な観光（1992 年のリオデジャネイロ地球環境サミットで定義）は、観光業の悪影響を予測し、それに対抗するグローバル戦略である。観光客、業界、環境、地域社会のニーズに対応しつつ、現在および将来の環境、社会、経済への影響を十分に考慮する観光と定義された。一方、責任ある観光（2002 年のケープタウン宣言において定義）では、運営者、ホテル経営者、政府、地元の人々、観光客が責任を持ちながら観光をより持続可能にするのを求められた。責任ある観光の原則は、地元の希望と都市の認識を見つけるために重要である。持続可能で責任ある原則に基づき、私たちは旭の観光開発のためにどのような行動をとるべきかを理解することを望む。持続可能な観光原則は、「責任ある」という原則に長期的な視点を形成するのに役立つ。旭での観光を経済的、社会的、環境的に持続可能なものにすることは、この研究を行うための課題の 1 つである。ハロルド・グッドウィン博士は、持続性とは、人々が共に責任を取らなければ達成できない目的であることを強調した。この立場は、責任ある持続可能な観光という、本研究によってたつ考えを明確に表現するものである。

2.6 データ分析

(1) 研究手段

研究を実施するために使用する研究手段は、調査、構造化と半構造化インタビュー、およびフォーカスグループディスカッションである。

(2) 分析ツール

地域の観光資源と可能性、地元の希望と認識、持続可能で責任ある観光原則とともに、強み、機会、希望と結果を見出すことを目指した質的研究をした。さらに、ツーリズムミックスアセスメントおよび STP モデル（セグメンテーション、ターゲティングおよびポジショニング）を実施し、旭の観光条件を改善するために提案している。量的研究としては、アンケートにおける回答者の答えの頻度と分布に関する記述統計が提供される。

2.7 倫理的配慮

本研究では、以下の倫理問題を検討する。自発的参加、匿名性、機密性、インフォームド Consent。アンケート、インタビュー、フォーカスグループディスカッション（FGD）の前に、私たちは調査の背景と目的、研究チームの所属、収集されたデータの取り扱い方法、回答者から期待されたものについて説明した。回答者に対しては、回答は任意のものであり、いつでも辞退する権利があることを通知した。

3. 結果・分析

3.1 SOAR 分析に基づいた地域住民の希望

フォーカスグループディスカッション（FGD）とインタビューでは、旭地区の観光開発に対する利害関係者の希望が明らかになった。第一の希望は、地域の潜在的な可能性に合わせてリピーターや若い訪問者を引きつけることであった。その理由として回答者は、高齢化によって常連客が減少している問題を指摘した。また若者を訪問者として引きつけるだけでなく、若者による新鮮かつ新しい革新的なアイデアを取り入れ、旭地区の観光資源を促進したいと考えていた。地域住民、地元の事業主、市役所職員、その他のコミュニティのメンバーとともに、若い住人、I ターン者、U ターン者、ボランティアの積極的な参加を期待していることが分かった。

第二の希望は、定期的な訪問や滞在期間の延長、地域住民と地域との結びつきを作り、地域経済に一層貢献する活動を展開することであった。前者は、ビジネスに関わっていない回答者が望むものとして挙げられ、後者は、ビジネスに関わっている回答者が訪問者のニーズに合わせた活動やイベントを行う等を例として挙げられたものである。具体的には、回答者は、観光客と地域社会とのコミュニケーションや長期的な関係を促進するために、長期滞在型の観光を促進したいと考えていた。このようにして、観光客は農村生活を楽しむようになり、地域住民と同じ価値観を共有したいと思うようになるのである。観光、キャンプ、バーベキューといった典型的な農村体験型活動が観光発展の可能性として挙げられた。ブラックバス釣り、田植え体験といった農業体験型活動のほか、既存の風鈴祭りや花火大会以外のより多くの地元のイベントを開発するなど、代替的かつ斬新な活動も提案された。民泊や農家民宿のコンセプトは、それ自体新しいものではないが、ちんちゃん亭がモデルケースとして示すように、旭地区で発展できる一つの可能性である。

第三に、地域の利害関係者は特産品、つまりその地域におけるユニークで独特のものであるおみやげを開発したいと考えている。これに合わせて、自然薯や旭の米、地域のマスコットであるコッキー、また風鈴のような有名なお祭りに関連するものから、おみやげを開発する可能性があるといえる。最後に地方自治体、観光協会、観光関係の事業主、地域住民といった地域の利害関係者間に求められている連携が求められている。回答者は特に、観光計画または政策を策定し、地域のイニシアティブを促進し、意思決定に関与する必要性を指摘した。具体的には、政策を策定し、新たな活動やイベン

トをつくり、全体的な観光開発とプロモーションを管理する協同組合や委員会などを組織することを提案した。

さらに、セカンドスクールの活動のような若者や大学生などの新しい訪問者を誘致するための観光計画を立てる可能性が挙げられた。また、CSR 関連の観光活動、豊田市観光協会との連携、またラグビーワールドカップ 2019 など企業と連携する可能性もあると考えられる。

3.2 観光客の評価

この調査では 2 つのデータを利用している。つまり、潜在的な観光客のためのアンケート（付録 1 参照）と既に旭を訪れたことがある観光客のアンケート（付録 2 参照）である。上記で詳述した SOAR 分析をベースにし、観光客の認識と希望の 2 つのカテゴリーに分析された。この分析に基づき、持続可能な観光原則に沿い、旭の潜在的な資源を得た。

まず、日本の農村観光の認識について、30 人のうち 9 人がすでに旭以外の日本の農村を訪れたことがわかった。彼らのほとんどは農村観光に高評価（5 点中 4 点）を与え、100%は観光目的のために農村部を喜んで再び訪れる旨回答している。日本の農村に旅行したことがない 21 人の回答者のうち、12 人は興味がないと回答し、その理由としては、興味がない、農村にすでに詳しい、虫が嫌であるといった問題がある、というものであった。（図 4.1）

図4.1 潜在的な観光客の認識

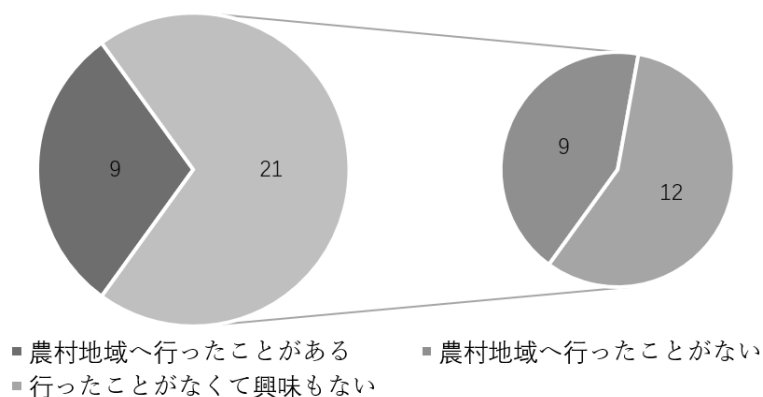
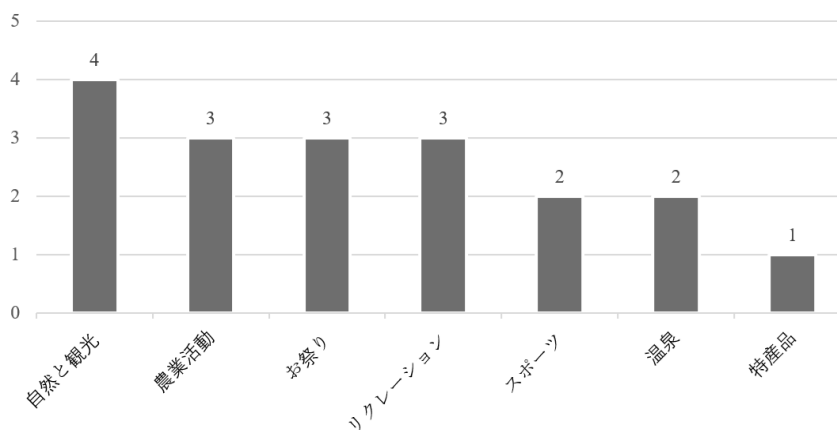


図 4.2 潜在的な観光客の観光活動への希望

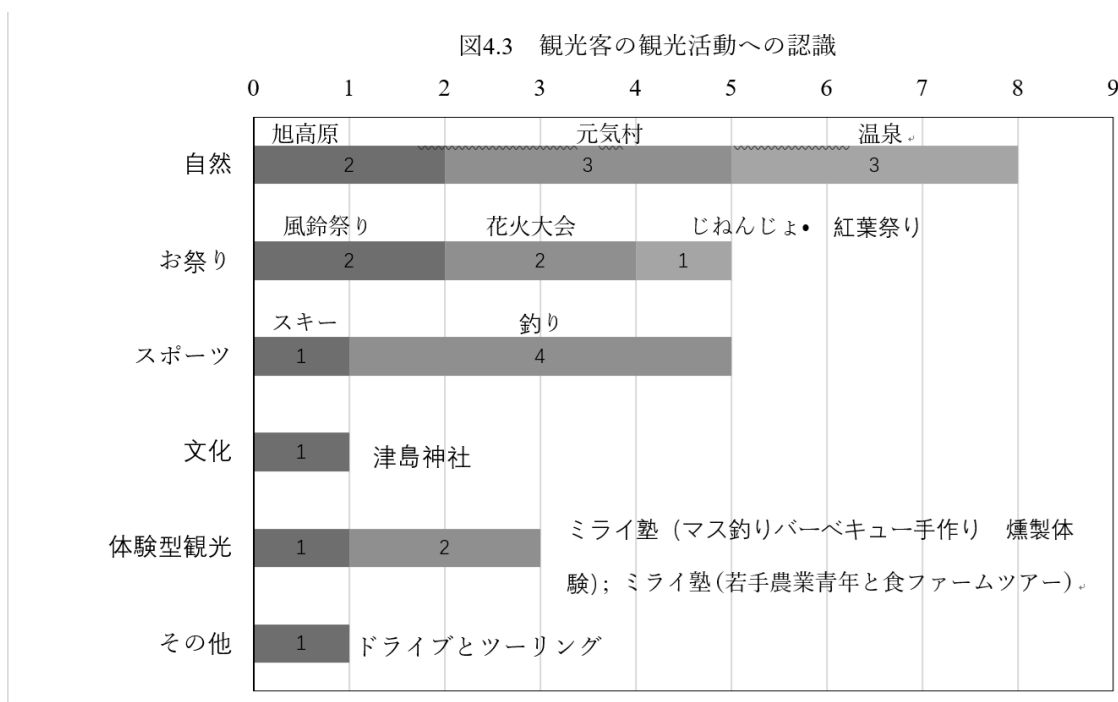


旭に行ったことのない潜在的な観光客に関して、かなりの数（30人のうち18人）が観光目的で訪問する意思がある。彼らは農村観光に興味があり、自然と観光（18のうち4）、農業活動（18のうち3）、お祭り（18のうち3）、レクリエーション（18のうち3）、スポーツ（18のうち2）、温泉（2のうち18）などを行いたい旨回答している。日本の地酒などの地元産品を楽しみにしていると述べた人もいた（図4.2参照）。具体的な農業活動としては、茶摘み、稲作、釣りなどがある。

潜在的な観光客の希望は、農村部の自然、農業、歴史的伝統に関連する特別な物事を見たり、経験したりすることである。温泉やスポーツで余暇を楽しむことも魅力的である。一方で、都市部の多くの人々が農村部を観光目的で考えたことがないことも明らかになった。

観光目的で、すでに旭に行った観光客のうち、すべての観光客が自らの車で旭を訪れたということをつかった。彼らのほとんどは名古屋市や豊田市に住んでいるが、一方で、愛知県や岐阜県の他の都市の観光客も多少は存在する。彼らの旭を訪れる回数について、少なくとも3分の2がリピーターであることが明らかになった。観光客は、主にインターネットまたは家族や友人から旭の観光やイベントに関する情報を入手するとのことであった。

本調査では、既に旭を訪れた観光客を、自然、お祭り、スポーツ、文化、体験型活動など6つのカテゴリーにグループ分けた。一番人気なのは自然関連の観光活動である。（23のうち8つ）。次に参加者が多いのは、お祭り（23のうち5）、スポーツ（23のうち5）と体験型活動（23のうち4）である。6つのカテゴリーの中で、4人が旭で釣りを楽しんだと回答したことから、釣りは最も人気がある活動であることがわかる。そのほか、元気村と温泉も観光客に人気のある観光イベントである。すべての観光活動を図4.3に示す。



観光客の認識について、今回の調査では、8人中7人が、旭で参加した観光活動に対し、良い又は非常に良いとの評価をつけた一方、スタッフと顧客の数が少ないとの指摘もあった。しかし、すべての観光客は旭での経験に満足し、再び旭を訪れるであろうと回答した。また、彼らの半分以上は、旭での観光を他人に勧めると表明している。その理由として、まず、旭は自然を身近に感じられる場所であり、次に、旭が静かできれいでありリラックスすることができること、名古屋から近いことなどが挙げられる。道路や食べ物、風景、自然なども観光客向けである。

観光客が求めている観光活動については、図 4.4 に示すように、観光客の半数が自然関連の活動を好んでおり、14 人のうち 3 人が旭において料理をしてみたいと回答し、14 人中 2 人がスポーツや探検に興味があると回答した。それぞれ一人の回答者が、レクリエーション活動と体験型活動に言及した。このデータから、旭に関する観光客の希望は、魅力的な自然を見、都市では経験しにくい美味しい食べ物を楽しむことであることがわかる。

付加すれば、旅行中に観光客が直面する問題がいくつかある。食事を提供するレストランが少なく、交通が不便で、観光イベントに関する情報が不足し、ガイドが不足していることが観光客から指摘された。子供たちが楽しめるものも必要であるとの回答があった。このことは、旭の観光開発のため、施設、インフラと受け入れキャパシティが改善される必要があることを示す。（図 4.5）

図 4.4 観光客が求める観光活動（希望）

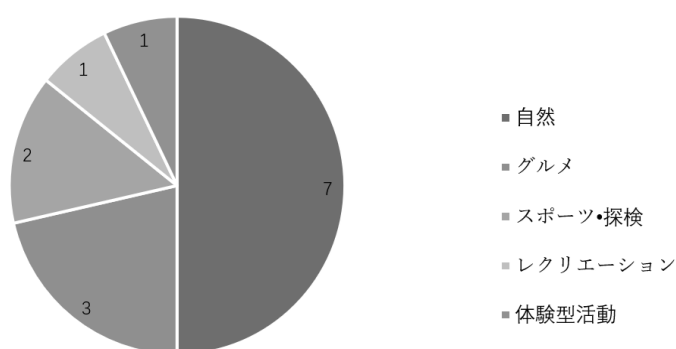
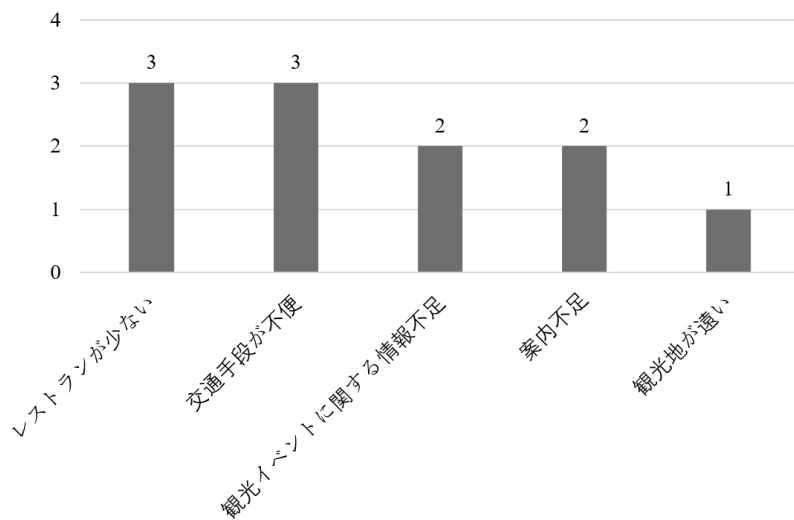
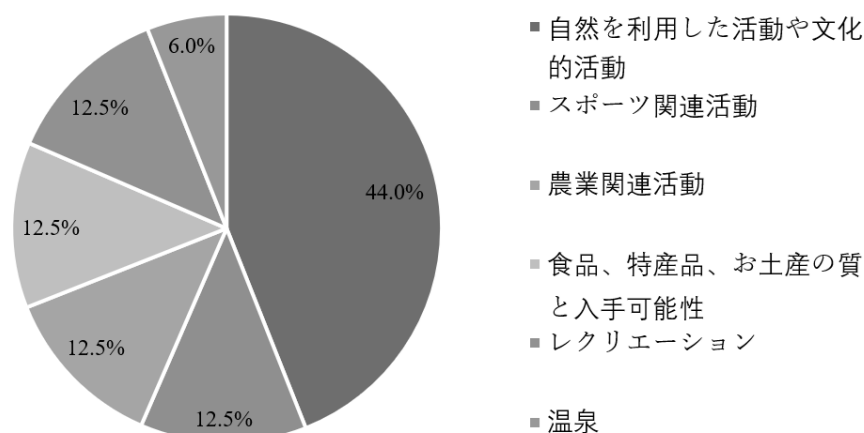


図 4.5 観光客が旭で直面する問題



観光客の全体的な認識と希望を踏まえ、旭地域の潜在的な資源を図 4.6 に示す。内訳は、自然を利用した活動や文化的活動（44%）、スポーツ関連活動（12.5%）、農業関連活動（12.5%）、食品、特産品、お土産の質と入手可能性（12.5%）、レクリエーション（12.5%）、温泉（6%）である。

図4.6 旭地域の潜在的な資源



3.3 旭地区の現状における持続可能な観光の原則

以下、観光客の希望と現地の潜在的可能性に合う 4 つの観光事業を次のとおり策定した：農業関連活動；食品、特産品、お土産の質と入手可能性；自然を利用したスポーツ関連活動；自然を利用した活動や文化的活動。それぞれの観光事業につき、経済的、社会文化的、環境的持続可能性をどの程度維持できるかを示すため、観光事業を持続可能な観光の原則に基づいて評価した。

(1) 環境的持続可能性

フォーカスグループディスカッション（FDG）とデプスインタビューの結果に基づき、4 つの観光事業のうち、農業関連活動が現地の環境の維持に最も貢献できることが分かった。ちんちゃん亭とセカンドスクールは既存の農業関連観光事業の例であり、田植えと収穫といった活動を行っている。そういった事業は旭地区の稲田の維持に直接的なポジティブ影響を与えることができる。他方、食品や特産品の振興、またはスポーツ関連活動は環境保全活動に直接関係していないと思われるため、環境持続性との関係も弱いと考えられる。自然を利用した活動や文化的・歴史的行事は、現地の人々が外からの観光客を期待して景観を美しくし、環境をきれいに保つ努力を尽くしているため、環境保全に貢献していると思われる。にもかかわらず、この種類の活動は通常多くの人々にとって魅力的であるため、特定の時期に多数の観光客が来ることによって、ごみ、渋滞とそれによる汚染、植物や風景の破壊といった負の影響もまた及ぼされる。そのため、全体としては自然を利用した活動や文化的・歴史的活動は環境保全への寄与が比較的小さいと思われる。

(2) 社会的・文化的持続性

地域住民及び関係者の希望の分析に基づいて、伝統的な方法を活かして農業を行うことで、地域のライフスタイルの価値観と精神が持続されるため、農業関連活動は社会的・文化的持続性を維持することが分かった。スポーツ関連活動、または食品や特産品の振興は、地域住民の生計を支える要素ではあるが、地域の社会的・文化的側面に直結していないため、社会的・文化的持続性への寄与は少ないと思われる。自然を利用した活動や文化的・歴史的行事は社会的・文化的持続性にある程度貢献していると考えられる。しかし、その活動は季節性があり、1年に1回のみ開催という頻度が低いいため、その活動は旭地区の社会的・文化的持続性が完全に確保できないと思われる。旭地区の現状からすると、農業関連活動は社会的・文化的持続性の長期的な維持に最も貢献できる活動であろう。

(3) 経済的持続性

地域住民及び関係者の意見によると、観光活動は地域住民の福利に貢献できるという。しかし、経済的持続性を定期的性から見地から考慮すると、自然を利用した活動や文化的・歴史的行事は季節性があるため、農業関連活動、食品と特産品、またスポーツ関連活動の方がより大きい将来性がある。また、スポーツ関連活動と食品や特産品は振興の可能性があるのにもかかわらず、運営上にかなりの努力が必要となるため、高齢化と過疎化の問題を抱えている旭地区では困難なのかもしれない。以上のことから、農業関連活動は近いうちの振興の実現可能性が最も高い活動の種類だと考える。

3.4 旭地区における観光の振興のための責任ある観光の原則

以下、下記の7つの責任ある観光の原則を使って、旭地区の観光の現状を分析し、旭地区における観光産業の今後の改善のための提案を行う。

(1) 利益の最大化、負の影響の最小化

地域住民から得た情報によると、現状、観光産業は地域住民の福利や地域の活性化に著しく貢献しているとはいえないようだ。その上、地域住民は訪問者のマナー不足、汚染、景観破壊といった観光産業の負の影響を挙げた。したがって、環境産業による利益の最大化と負の影響の最小化を図るためには、観光客の旭地区への訪問による悪影響を緩和しながら、地域住民の福利と地域全体に大きな好影響を与えるための努力が必要である。負の影響を最小限に抑えるための第一歩は、観光客の訪問による全ての負の結果、およびそれを処理するための取り組みあるいは方策を考慮し、それらを観光場所ごとに分けられているインパクトスケール（影響目盛）に記載することである。解決方法の一つとしてゾーニング（地域区分）があり、観光客を特定の観光スポットに案内することで負の影響を最小化させ、観光客の訪問から生じる可能性を有利に活用することができる。

(2) 福利の促進、労働環境と観光活動へのアクセスの向上

地域住民とのフォーカスグループディスカッション（FDG）とインタビュー調査結果に基づいて、既存の観光活動は全体的な福利の促進、または労働環境と観光活動へのアクセスの向上にあまり貢献していないことが分かった。現状では、地域住民が運営する観光関連事業所では労働力としてパートタイマー、または家族や親戚を使うという行為が普通ようだ。福利を促進させ、労働環境と観光活動へのアクセスを向上するための主な要素は市場と訪問者である。旭地区の競争力と知名度を改善することによって既存の観光関連事業所への訪問者数を増やすことができると思われる。旭地区の知名度を向上させるための方法の一つは、実物として魅力的に展示できる既存のアイコン若しくは新しいアイコンを利用するということだ。地域の伝統的な料理というような特産品の開発とマーケティングにより更に魅力のアピール効果を強化できると考える。

(3) 地域住民を巻き込んだ意思決定と活動

旭地区において、地域住民の意思決定と地域活動への関与が全ての地方自治体および組織によって促進されているようだ。しかし、地域住民は、全体的な状況と特に観光事業の改善のプロセスを導くリーダーを必要としているという。全ての地域住民及び関係者に明確なビジョンを伝えて理解してもらい、その結果として地域住民の承認を得て、そのビジョンを彼らの日常生活に採用させる必要がある。全ての関係者から構成される地域連携団体の創立は、地域住民と観光事業の間のコミュニケーションと統合を改善させる可能性があり、また、関係者及びステークホルダーに意見をより有意義で効率よく述べさせられるかもしれない。

(4) 自然・文化的遺産保全への寄与

特に農業関連活動を含む既存の観光事業の一部は、自然・文化的遺産の保全に直接寄与している。そのため、この種類の観光活動は、その内容を改善し、自然や文化的遺産を保存する能力を向上させることで、更に振興すべきである。アンケート調査を通じて得られた都市側の希望に従って農業関連活動の多様化を、自然や地域住民との交流を含む楽しい活動の増加のために行うことが可能である。

(5) つながりの構築と地域理解を通じて、楽しめる経験の増加

都市側の観光客のアンケート調査の結果によると、ほとんどの観光客は地域住民の温かさを、農村地域を訪れる際の重要な要素の一つだと考えているという。しかし、ある程度の行動・カルチャーギャップが存在しているため、一部の訪問者の態度は、地域住民に不快感を与える可能性がある。地域住民と観光客の間のつながりを構築するには、双方のために相互の理解促進及び調整のための計画を導入することが重要である。たとえば、地域の価値観、ルールと習慣に関する情報を事前に訪問者に提供することによって、訪問者がそれに応じて行動して地域の基準を満たすという結果が期待できる。地域住民に訪問者と望ましくない行動を防止する方法についての情報を提供することも重要である。楽しめる経験の増加は、双方の理解を深めることを通じて達成できるだろう。

(6) 不利のある、また障害を持った人々の包括

現地の調査結果によると、障害を持った、又は不便を抱えた人々のグループに対する体制が整っているとはいえない現状があるため、これらの人々を包括し、旭地区における既存の観光活動をより容易にするために支援する必要がある。そのグループの包括レベルを向上させるための一つの方法は、観光活動への参加を促すことである。それを達成するために第一に必要なのは、現在観光産業から何の利益をもらっていないが、もらう可能性のある人々を確定し、分類することである。第二に必要なのは、地域住民の間の協調である。セカンドスクールやちんちゃん亭のような地域の観光活動の一部は市場によって高く評価され、事業を拡大する可能性があるのにもかかわらず、その可能性が使われず、結果的に不利な人々のグループは吸収されていない。現在の観光事業が拡大すれば、より多くの地域住民が観光活動に巻き込まれられて利益を受けることができる。

(7) 地域の誇りと自信の尊重と促進

インタビュー調査結果によると、地域住民は経済が全てではないと信じ、社会的・文化的持続性と環境的持続性の方をもっと重視しているようだ。地域住民は外部の人々と同じ考え方を共有し、若い世代に自然と農村生活を理解し、より高く評価してもらいたいと思っているようだ。このアイディアは、外部者に適切に伝達されるべきである。それをするための方法の一つは、旭地区を自然と農村生活様式に結びつけるブランド戦略である。責任、他人への敬意と自然の尊重、地域の問題や環境への配慮、協力等のような重要な道徳的価値について子供に教えながら、自然と調和した伝統的な田舎生活が送れる場所として旭を外部者に認識させることが有用かもしれない。

4. 提案

4.1 内部向けの長期滞在にむけた戦略

(1) 地域観光連携団体（LTCG）をつくる

旭観光協会が地域観光連携団体としての役割を果たしているが、ここでは、地方政府関係者、観光協会役員、おいでんさんそんセンター代表者、IターンとUターン代表者、観光関連の事業主、地域住民なども含んだものとする。観光開発の包括的な地方計画またはロードマップは、旭地区における観光開発の連携の始まりであるといえる。旭地区には政府や観光協会のパンフレット、その他のプロモーション資料で推進されている数多くの観光活動がある。これらの活動とプロモーション活動は、それらを計画し運営する地域の利害関係者と一体化して連携するのが最善であるといえる。

SOAR 分析に基づいた地域住民の希望は、ステークホルダー間のより多くの連携であった。この場合、LTCG は旭地区の内部関係を強化する上で重要な役割を果たす。LTCG の運営は観光の分野に制限されるべきではなく、観光によって空き家問題などを解決するのに役立てることができる可能性は排除できない。地方自治体の意思決定への関与は、責任ある観光の特徴の一つである。LTCG は観光開発にとって重要な地域住民のためのオープンなプラットフォームを作り出すのである。責任ある観光の

中心的なアイディアは、「人が住む良い場所と人が訪れるためのより良い場所を作る」ことである。より多くの連携なしに「より良い場所」などのイメージを描くことは困難なのである。

(2) 現行の活動を促進・拡充する

既存の農業関連活動（セカンドスクール、ちんちゃん亭、マス釣りなど）の内容を改善し、促進する。地域住民の希望は若者を引きつけることとリピーターの数を増やすことであり、これらの目標を達成するためには既存の観光活動が鍵となる。実際に自然や農業活動の面では既に旭地区は潜在的な資源があるといえる。最も重要なのは、それらをより適切な方法で改善し活用することである。旭地区における農業関連活動は、持続可能な観光開発を主軸として発展させることができる。実際に農業関連活動は、訪問者が最も好む観光活動のひとつであり、地域の経済、社会文化、また自然の持続可能性を支えるものとして期待される。

そういった理由で、農業関連活動は責任ある観光の原則に沿って実施されるべきなのである。また、これらの活動は子供向けのアドベンチャー体験、若者向けのアウトドアといった、より楽しくよりターゲット指向のものにすべきなのである。例えば、I ターン、U ターン者をセカンドスクールの運営に携わらせることでセカンドスクールの可能性をひろげることができる。さらにこの研究では、若者、学校、企業、および企業（CSR パッケージを含む）などを対象とする教育観光またエコツーリズムを提案する。1 つの成功事例として挙げられるのがやましろ地域である。2011 年以来、山口大学経済学部の学生たちが地域を訪れるようになり、トレッキング、川辺散歩、また地域の生物多様性の学習など、さまざまな活動に参加している。これらの活動にはかなりの数のリピーターがいることがわかった。

4.2 内部向けの一般的な提案：地域内の総合的な観光戦略を推進し、管理する

(1) 新たな可能性と可能性のある観光活動を探る

地元の情報に基づき、民泊と朝市を発展させる可能性がある。2019 年には豊田市にラグビーワールドカップがあり、日本や世界各国からたくさんの人が来るはずである。豊田市の現在の宿泊施設を見ても、旭での新しい民泊を開発することには戦略的意味が認められる。地元の人々と観光客とのコミュニケーション及び地元の製品販売を促進する可能性があるもう 1 つの観光活動は朝市である。ホテルや観光スポットの近くにある朝市は観光客の経験を向上させ、経済的に地元の人々に貢献する。

(2) 観光ゾーンの開発

観光ゾーンの開発は、これらの観光活動をより生産的にし、観光客がアクセスできるようにする一つの方法である。一般的に、観光ゾーンはより多くの観光客を惹きつけるために地域間の協力を構築することを目指している。一つの提案としては、そのようなゾーンの可能性として、矢作川沿い（岐阜県恵那市、長野県根羽村、設楽町、岡崎市額田地区など）を、体験型観光の中心地にするのである。この調査は、観光ゾーンの主な役割は利益を最大化しながら観光による悪影響を最小限に抑える

ことを目的としているため、この観光ゾーンには、利用可能な観光スポット、ビジネス企業、民泊施設、観光スポット情報、特産品の販売、プロモーションコーナー、情報ブースなどが含まれるべきである。実際に、旭は観光地として、観光客が美味しい食べものを食し、美しい自然と独特の文化を体験できる絶好の場所である。調査の結果、風鈴祭りのようなイベントで、食べ物が観光者にとって重要なものであることが強調された。しかし、観光客がレストランを探すのにほとんどの時間を費やすと、旭の楽しさを発見する機会が失われ、旭が観光客に対する魅力を失ってしまうかもしれない。現在の状況では、旭に基づいている観光ゾーンは旭をよくしている観光客に対してしか、良いサービスを提供することができない。観光ゾーンを作成するには、利用可能な観光スポット、ビジネスサポート、レイアウトの設計など正確で、戦略的かつ実現可能な場所を特定することが重要である。さらに、可能性のあるすべての負のインパクトを評価するインパクト・スケール及び対処する方針と行動を作成する必要がある。観光地を実現するため、地元の人々の準備と意識を高めることが必要である。

(3) 特産品により旭を宣伝する

観光地といえば、アイデンティティを持つことが常に重要である。旭がそこに訪れる観光客に記憶されているかどうかは重要な問題である。この点、魅力的でインパクトある新しいアイコンの追加が必要である。ツリーハウスは正しいデザインとより良いデザインに変換するならば、アイコンに使うことができる。特定のスポットを作ることは旭を促進する潜在的な方法である。このような場所は主要な道路に近く、観光客が楽しい時間を過ごせる場所である。リラクゼーション活動、子供が楽しめる場所と旭の特産品を購入できる場所でもある。同じように、この地域で、旭の米から作られた商品、クッキーや風鈴祭りをテーマにした特産品やお土産を観光ゾーンで宣伝することもできる。最後に、旭の“ブランド”作りとプロモーションが必要である。例えば「旭、自然とともに」というスローガンは、地域の人々が自然・環境保全の重要性に非常に強い意識を持ち、彼らの生活の不可欠な部分であると考えていることを強く訴えかける。

4.3 外部向けの戦略

(1) より多くの大学および企業との協力

若い訪問者を誘致するという地域側の希望と、旭地区に既に存在しているエコツーリズムやエドゥーツアリズム（教育観光）などの活動を考慮すると、大学生や会社の従業員が適切な目標市場であるように思われる。そのような活動をさらに支援して振興させ、また、目標市場に届くように具体的かつ効果的な情報拡散計画を作成することが重要である。その一つの例は、学生向けに農村地域開発を支える仕事を体験するインターンシッププログラムを作ることである。

旭観光協会は既に 100 社以上の会社と協力しているため、名古屋や他の近くの市町村にある企業や大学の間で旭地区外の協会メンバーの募集活動を積極的に行うことで、目標市場を拡大する上で重要な役割が果たせると思われる。若い訪問者数を増やすためには、企業向けアウトバウンドトレーニング（業務外活動）や CSR プログラム（企業の社会的責任プログラム）、または大学向けのエデュツア

ープログラムをより多く開発し、それらを観光協会のメンバーの間でプロモーションすることが有益であろう。

(2) ブランディング

旭地区のブランドは、地域の資源と地域の価値観に基づくべきであろう。エコツーリズムとエドゥーツーリズムのような観光事業の全体的な目的は、農村生活を体験することによって自然と農村生活を尊重させることであるため、旭のブランドも自然と農村生活を経験することに関連するべきであろう。例えば、「旭。自然と共に」というようなブランディングを用いることができるかもしれない。もう一つの重要な考慮事項は、そのブランドを潜在目標市場に伝えてプロモーションする方法である。ソーシャルメディア（SNS）によるオンラインプロモーションの強化と「検索エンジンの最適化」以外、オフラインのプロモーション手段も使える。たとえば、旭地区の境界付近に魅力的で有益情報を伝えるブランディング文章が記載された大規模な看板を設定することで、旭地区に行くまたは旭地区を通る観光客に直接ブランドが伝えられる。もう一つの例は、ホテルやその他の戦略的スポットに旭観光の特別プロモーションコーナーを設置すること、または地域の商品を販売するための商業スポットを作り出すことである。

(3) ビジネスとビジネスの間（B to B）の共有観光プログラムの増加

ミライ塾やツーリズムとよたといった地区と地区の間の協力の例がいくつか存在している。ツーリズムとよたは旭地区と他の地区（足助、小原、稲武、藤岡）が共有するモデルコースを三つ、または旭地区の特有のモデルコースを一つ挙げている。しかし、足助と他の地域の観光関連活動の提供者の間のより直接的な B to B の協力によって、特定の観光プログラムの付加価値が高まる可能性がある。一つの予約で参加できる観光プログラムを増やし、プログラムの中には旭地区と他の地域における様々な活動を組み合わせると、観光客は一つのみの予約でいくつかの地域の景色、雰囲気と活動が楽しめる。そのようなプログラムの例は、「自然と農村生活の探究」で、理想的には少なくとも二日間に渡り、宿泊、移動、食事、いくつかの観光地への訪問、またはいくつかの地区でいくつかの活動の体験を含むプログラムである。もう一つの可能性は、矢作川沿いの地域間で共有観光プログラムを作成することである。

5. 結論

地域住民は、観光産業が地域経済と地域住民の福利に大きく貢献していないと感じているようだ。観光産業に直接関係していない人々は、観光産業にあまり興味を持っていない一方で、観光事業に係のある人々は観光産業を発展させたいと考え、特にリピーターの数を増やし、はっきりした旭のお土産や特産品があってほしいと考えているようだ。地域側の SOAR ベース分析の結果に基づいて、地域住民は明確で包括的な観光計画の作成、より多くの若者やリピーターによる農村地域の理解及び高い評価、特産品の開発などを望んでいる。

旭地区を訪れたことがない観光客の調査結果によると、回答者の 50%以上が農村地域を訪問したいと考え、農村地域を訪れたことがある回答者はその経験を高く評価した。調査結果から、観光客が農業関連活動、自然関連活動と文化的活動、またはスポーツに興味を持っていることが分かった。旭地区を訪れたことがある回答者もその経験を高く評価し、旭地区を訪れたことのない回答者と同じ種類の活動に興味を持っていることが分かった。

調査結果による都市側の認識と地域側の希望の SOAR ベース分析の結果から、農業関連活動は共通点であることが明らかになった。また、農業関連活動は持続可能かつ責任ある観光の原則に沿い、地域住民と観光客の間のつながりをつくって長期滞在を促す可能性があると思われる。その上、自然を利用した観光活動、スポーツ、地域行事と特産品は、旭地区における観光全体のプロモーションに貢献できると考えられる。

持続可能な観光かつ責任ある観光の原則に関しては、この研究においては農業関連活動が最も環境的、社会的・文化的、経済的持続性に貢献できる可能性があるという結論に至った。さらに、食品・特産品とスポーツ関連活動は経済的持続性が満たせ、自然を利用した活動と文化的・歴史的行事は社会的・文化的持続性と経済的持続性が満たせられると思われる。したがって、農業関連活動は、旭地区においてで最も発展させ促進されるべき観光活動であると言えよう。また、自然を利用した活動と文化・歴史的行事は、旭地区を外部者に紹介するのに便利であり、食品・特産品とスポーツ関連活動は観光産業と地域経済を支える要素として不可欠である。

戦略的提案は内部向けの戦略と外部向けの戦略に分けられている。内部向けの戦略は、全ての地域重要及び関係者の参加を促す地域観光連携団体の開発、観光計画と観光圏（観光ゾーン）の開発、新たな将来性のある可能な観光活動の捜し及び検討、特産品による旭地区のプロモーション、豊田市内の関係者間の協力の拡大を含む。外部向けの戦略は、旭地区外の大学や企業などとの協力、旭地区の特徴を明確に強調するブランディング、ビジネスとビジネスの間の共有観光プログラムを含む。

謝辞

私たちワーキンググループ2は、次の方々と組織に深く感謝の意を申し上げます：旭観光協会、旭支所の職員の方々、地域住民の代表者の方々、国際開発研究科、劉靖（リュウ・ジン）先生、グループの指導担当の石川知子先生、新海尚子先生、龍谷大学経済学部 of 西川芳昭先生。

※参考文献については英語版参照

Working Group 3

Food and Agriculture

Approaches for Sustainability of Farmlands in Asahi District, Toyota City

Group Members:

Eko Prasetyo **

Olimjon Odilov

Saravuth Eung

Shammi Siraj

Yuki Miyajima *

Advisor:

Professor Yoshiaki Nishikawa

** Group Leader

* Sub Group Leader

Table of Contents

1. Introduction

1.1 Background

1.2 Policy Implementation for Community-based Farm Cooperatives

1.3 Case of Asahi Region in Toyota

1.4 Research Area

1.5 Research Objectives

1.6 Research Questions

1.7 Significance of the Research

2. Literature Review

2.1 Community-Based Farm Cooperative

2.2 Community-Supported Agriculture

3. Methodology

3.1 Research Design

3.2 Data Collection

3.3 Sampling and Respondents

3.4 Theoretical Framework

3.5 Ethical Considerations

4. Findings and Discussion

4.1 Findings for Each Actor

4.2 The Cooperation of the Local Community for Tackling Agricultural Debt

4.3 Linkage of People

4.4 Sustainable Economic Circulation with Linkage between Urban and Rural Toyota

5. Conclusion and Recommendations

5.1 Provide Information for Youth in Life Support Activities to Attract People Who Will Relate to Agriculture in the Future

5.2 Introducing Internships for Younger Generations in All Three Support Sectors: VCA, CSA and LSA

5.3 Strengthening the Relationship with Universities

Acknowledgement

References

1. Introduction

1.1 Background

The aging population and depopulation have become major problems in Japan. These problems in society create employment problems in all sectors of the economy, especially in agriculture. According to the Annual Report of Ministry of Agriculture, Forestry and Fishery of Japan (MAFF, 2015), the share of people who are below 40 years of age and engaged in agriculture is only about five percent. However, the share of retired people working in agriculture is more than 65 percent.

Additionally, the number of farmers, especially with smaller sizes of land, is also decreasing. More precisely, the number of overall farmers and farmers with less than 5 hectares decreased 31% and 34% respectively between 2005 and 2015. It is interesting to note that the number of farmers with larger areas (100 hectares and more) increased by 84% during the given period (MAFF, 2015).

According to the World Bank Development Indicators, the share of total agricultural land to total land in Japan diminished from 16.5% to 12.6% between 1980 and 2010, while the size of abandoned cultivated land increased by more than three times during that period (MAFF, 2013). The consequence of this has negatively affected total agricultural output and income. The total agricultural output decreased from 11.7 to 8.4 trillion yen and total agricultural income reduced from 4.8 to 2.8 trillion yen (MAFF, 2015).

The increasing amount of abandoned land, the decreasing interest of young generations in agriculture and the falling the number of farmers will negatively affect to the food self-sufficiency ratio of Japan, which was 39 percent for production value basis and 65 percent for the calorie supply basis in 2015 (MAFF, 2015).

1.2 Policy Implementation for Community-based Farm Cooperatives

Since the new national policy, Program for Stabilization of Farm Management and Income, was announced in 2009, which gives specific details about the Basic Plan for Food, Agriculture and Rural Areas, measures aimed at fostering a new farming generation and a market-type agricultural economy have been implemented, and various types of community-based farm cooperatives were newly established or reorganized all around Japan. Establishing community-based farm cooperatives emerged from the Basic Plan for Food, Agriculture and Rural Areas, which was implemented in 1999. According to Article 28 of this policy, this policy adopts measures to promote activities for farmers' organizations based on effective agriculture production in regional farming. The activities and number of community-based farm cooperatives have been activated and increased as the implementation of the Program for Stabilization of Farm Management and Income involved community-based farms and cooperatives as one of the objectives of the policy. In this

policy, the government provided subsidies for farmers' stable economic management. However, government support was terminated at the end of 2017 because of a shift in government objectives.

1.2 Case of Asahi Region in Toyota

Despite of the end of the subsidy from government, Community-based Farm Cooperatives are still continuing their activities. Their activities seem to have unique characteristics, not only in the cooperatives themselves but also in their collaboration with other actors.

1.4 Research Area

The study was conducted in the Asahi area of Toyota City. Asahi is a town which was merged into Toyota City in 2005. Along with Fujioka, Obara, Asuke and Inabu, the former town was merged as a part of government's response to rural decline. Moreover, as society ages and depopulation occurs, many farmlands become abandoned. The farmers try to preserve their farmland by doing collective farming. Additionally, to get financial support from the government, they also establish community-based farm cooperatives. According to the government, there are five cooperatives in the Asahi area.

1.5 Research Objectives

The study had several objectives regarding the use of farmlands in Asahi area. The first objective was to identify the approaches of people in Asahi for the sustainability of their farmlands. The second was to identify how farmers in Asahi utilize their farmlands.

1.6 Research Questions

Based on the objectives of the study, we attempted to answer two questions:

1. What are the approaches of farmers in Asahi to sustain their farmlands?
2. How do farmers in Asahi utilize farmlands?

1.7 Significance of the Research

This research is distinguished from previous theoretical studies which try to explain the function of community-based farm cooperatives. However, this research focuses on not only theoretical studies but also activities that contribute to decreasing the number of abandoned farmlands on the community level, involving locals, I-turners and U-turners. By comparing previous research on community-based farm cooperatives and the case study in Asahi, we wanted to

identify the characteristics of Asahi's contribution to decreasing the number of abandoned farmlands. We hypothesized that the findings could serve as an exemplary model for decreasing abandoned farmlands in other regions.

2. Literature Review

2.1 Community Supported Agriculture (CSA)

CSA is a program that is designed to directly link consumers to farmers, thus eliminating the middleman (Wilkinson, 2001). It also aims to increase the benefits of farmers and consumers. Basically, it is an agreement between consumers and farmers. The consumers commit to provide direct support to the farmers who will produce their food, and the farmers provide fresh, high-quality food regularly to the consumers (Lamb, 1994; Wilkinson, 2001). Moreover, the programs may vary from one farm to another depending on the agreement between the consumers and the farmers involved. The consumers may provide an annual budget for the farm activities with a lump-sum payment or a series of payments (Lamb, 1994).

2.2 Developing Regional Support Activities in the Farming of Mountain Villages by Outsiders

Zushi's study (2014) shows that balancing three different types of regional support activities can sustain the development of farming in mountain villages: Value Creation Activity (VCA), Community Support Activity (CSA), and Life Support Activity (LSA).

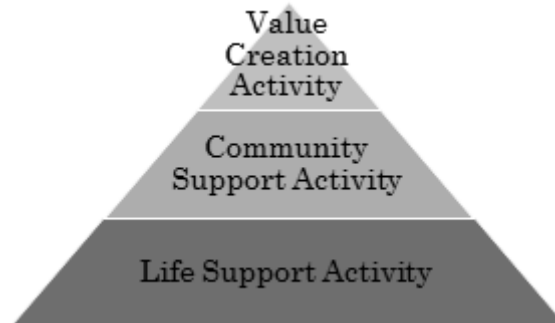
Value Creation Activities are activities that aim to support already existing ones. VCAs rely mainly on outsiders, while still utilizing and maintaining the local characteristics or values of the region. This makes the support activity more sustainable. Production, selling, promotion, and urban collaboration of local regional brands are examples of VCAs.

Community Support Activities refer to another type of support activity that is managed through collaboration of locals within the region. Examples of these are cleaning farms, facilitating road and irrigation maintenance, and bringing back traditional performing arts or festivals of the region. What differentiates CSAs from VCAs is the level of involvement of outsiders. While VCAs are more reliant on outsiders' support, CSAs are predominantly driven and conducted by locals.

The last type of support activity is Life Support Activity (LSA). These are activities that directly relate to the social or basic needs of the residents of the region. It makes sense that the health and well-being of the locals would directly affect any activity they want to implement; hence, a solid foundation or LSA can be considered the primary factor or tool for sustainable farming

activity. Unlike the VSA or the CSA, LSAs are provided and maintained by the government. Examples of these would be childcare and elderly care institutions.

Figure 1: Types of Regional Support Activities (Local Intervention)

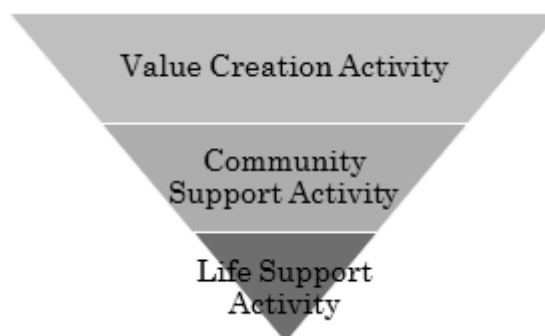


(Zushi, 2014)

The figure representing the types regional support activities is a triangle. There is a strong importance given to balancing the three types of support activities in order to be sustainable. The base or foundation is LSAs. A strong and solid LSA is important for a strong and solid CSA and a strong and solid VSA.

An alternative interpretation of the structure and order of the triangle also shows the level of intervention of outsiders. The bottom of the triangle, LSA, has minimal outsider intervention compared to CSA and VCA. This implies that LSAs can be sustained even without assistance or influence from outsiders. As we go higher on the triangle, the more dependent the activity is on the assistance or influence of outsiders.

Figure 2: Types of Regional Support Activities (Outsider Intervention)



(Zushi, 2014)

Ideally, all activities must be sustainable even after outsiders leave. An equal level of importance must be given to each activity so that no level on the triangle falls behind. Another consideration is the effect of increasing the number of outsiders in the different support activities. In rural regions, an outsider is expected to participate in regional support activities for three years. They initially would join LSAs and CSAs before coming up with their own VCAs. In some cases, however, the burden of LSAs and CSAs is too much and the outsiders leave before creating a VCA. This makes the whole activity that they intend to support no longer sustainable. Therefore, the goal is to have outsiders start a VCA that would be sustainable even after they leave the region.

3. Methodology

3.1 Research Design

The research employed an exploratory method using qualitative methodology. The researchers carried out intensive interviews and observations to search for acceptable answers to the research questions; the objectives were to find the challenges and complications shared by the cooperatives in maintaining their ancestors' farmland and doing agriculture and to understand the impacts of the abandoned farmland on their communities. Therefore, to realize these objectives, the researchers designed the interview questionnaires to include both the challenging factors and the impacts. We created questionnaires for each cooperative and local leader so that they could share their experiences and challenges of when and how the cooperatives were established and financed, as well as the organizational structures in each cooperative and daily operation of the cooperatives.

3.2 Data Collection

The data was collected through wide-ranging interviews with three cooperatives, social welfare workers and at local markets. Intensive interviews were conducted with each cooperative representative in Asahi. Each interview lasted between one and two hours on average, giving the researchers the opportunity to conduct observations in the meantime. The interviews were semi-structured with open-ended questions to guide the informants towards the intended research direction while allowing space for unplanned questions. Given the diversity of cooperatives in the research area, the interviewers modified the order and phrasing of the interview questions to fit the situation of each establishment. Moreover, the survey was intended to be qualitative research. Thus, the scope was expanded to include I-turners, Sugin Factory workers and persons who interact with the businesses, when applicable.

3.3 Sampling and Respondents

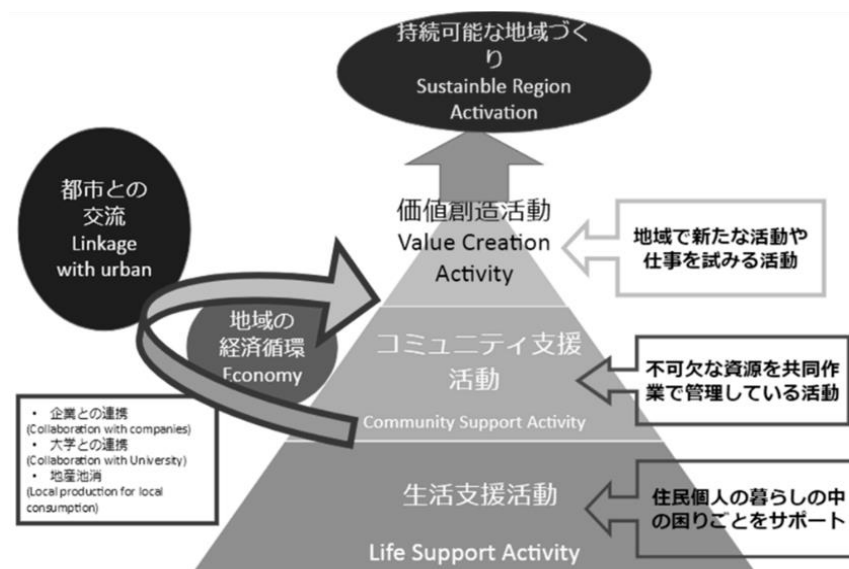
Based on the data collected prior to fieldwork, and given the time constraints in the field, purposeful sampling was used to select respondents. The informants were located in Asahi, which facilitated transportation during the fieldwork. The sampling was constructed with group-by-group interviews:

- Council of Social Welfare: one respondent
- Oshii Farming Association: three respondents
- Oshii Farming Association: Leader – Mr. Suzuki
- Asahi Branch Office: Asano Market for Direct from the Farm: two respondents
- Ikuma Farming Club: four respondents
- Ohta Farming Association: four respondents
- Sugin Factory: two respondents.

3.4 Theoretical Framework

This study revolves around the concept of rural activation proposed by Zushi (2014), who suggests that sustainable regional activation can occur when community members from outside participate in VCA, CSA and LSA, with a good balance to the shape of triangle. It is significant to balance the three sorts of supporting activities for sustainability which refers to the foundation of LSA. As a matter of fact, a solid LSA is crucial for a resilient and strong CSA. Zushi was convinced that the bottom of the triangle – LSA – consists of minimal outsider intervention in comparison to CSA and VCA – which infers that LSAs could be sustained without the supports of outsiders.

Figure 3: Sustainable Region Activation.



Source: Compiled by authors

Our study also uses another concept of sustainable economic circulation, highlighting the importance of linkage between urban and rural areas (Odagiri, 2013). According to her theory, three components are needed to establish sustainable economic circulation for activating rural areas, including collaboration with companies, such as food clusters, collaboration with universities, such as conducting research in the area or experiencing with urban students and having an idea of local production for local consumption. These three components are required to establish linkage with urban areas.

3.5 Ethical Considerations

The research proposal was sent to Mr. Suzuki in Toyota City for his approval and support in respondent selection. The consent of all informants was procured prior to the interviews in mid-October 2017 in Asahi. The interviews were conducted on the principle of their willingness to attend. All information was utilized with the goal of this research only. During interviews, audio recordings were made only after receiving the explicit consent of informants. The use of participants' actual names in this report was done only after receiving their explicit consent.

4. Findings and Discussion

4.1 Findings for Each Actor

As indicated, the main purpose of this research was to identify the approaches for sustainable farming activities by seeing the characteristics of each actor's activity in Asahi. Based on several interviews and observations, it was seen that farming activities in Asahi are managed well for sustainability.

This section provides the finding on Asahi's activities relating to agriculture, the knowledge or awareness of the farmers about agriculture, the farming needs of I- and U-turners and locals, and concerns that are related to their farming activities which were raised by interviewees who are involved in agricultural programs in Asahi.

There were three cooperatives which were interviewed for this research. The first was a community-based farm cooperative established in 2011. It has 28 members in which there are 10 U-turners and 18 locals. This cooperative involves U-turners who are conducting a new type of agriculture called Community Supported Agriculture (CSA), and also cultivate mulberries in collaboration with a non-profit organization (NPO).

The second was established in March, 2012. All households interviewed are members of the cooperatives who have collaborations with the firms. The cooperatives work with corporations in

such fields as agricultural training and promoting new products by using local foods in the Asahi region. Moreover, each I-turner is responsible for managing the accommodation for workers and arranging the project schedules.

The last cooperative was established in July, 2012. It has a total of 33 members which consists of six I-turners, one U-turner, and 26 locals. The highest number of I-turners is in this group. It cultivates Inohana farmland, which established a small business. This small business is named Sugin Factory and involves I- and U-turners, providing community space through using local products from the Asahi region. Focusing on the different styles of these cooperatives can reveal different roles of I- and U-turners and cooperatives.

Other than the cooperatives, we also interviewed three other groups. The first one was the municipal Social Welfare agency. The agency established an elder care facility and day care service named Nukumori Paradise. It also has motivating activities for the elderly people by conducting agriculture. Moreover, the agency manages a project called the vegetable communicator project. The project is run by 19 members, which consists of 10 urban volunteers and nine local farmers. It is a project to deliver the products of local farmers to the market in Toyota City.

The second group was a small business which was established in April, 2016. It has seven members and all of them are I-turners. The main activities of the small business are making and selling sweets using local products.

The last one was a direct market in Asahi called Shimogiri Fureai Aozora market. It has 23 members, composed of 22 local members and one I-turner. They cultivate their farmlands and gather local products and sell them in the market (Season-April to December). They also have a connection with Okazaki University. They accept students to experience the market activity. Moreover, they provide the opportunity for locals to sell and buy local agriculture products in the market. This market is open to the public, which attracts visitors from other areas.

4.2 The Cooperation of the Local Community for Tackling Agricultural Debt

The profitability of the agricultural sector, especially in traditional rice farming, has been decreasing for years. As evidence, the leader of Oshii Cooperative, Suzuki-san, explained the economic side of the traditional rice farming from 0.1 hectares, which is shown in Table 1.

Table 1: The financial statement of traditional rice farming from 0.1 hectares

(Japanese Yen)

Expenses	240,000
Revenue	120,000
Subsidy	20,000
Debt	100,000

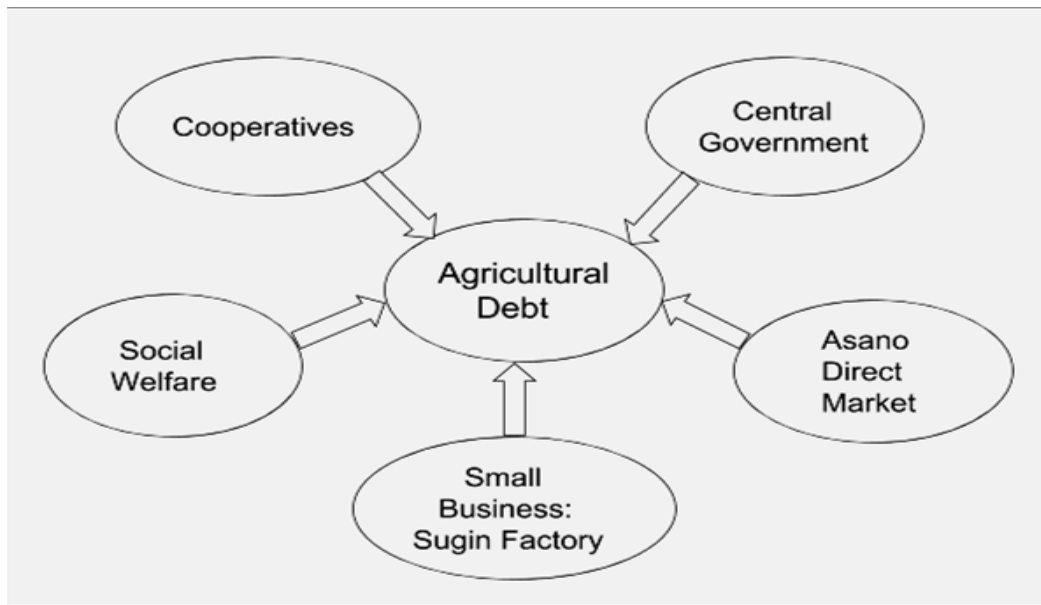
Source: Compiled by authors

Even though rice farming is not profitable, local farmers tend to continue the activity. For them, maintaining the agricultural land, which is their family asset, is the main purpose. Looking at Graph 1, we can see that all actors, including the central and local government, local society and farmers themselves, directly or indirectly try to support local farming activities to reduce agricultural debt and increase profitability. There are two possible ways of avoiding debt, reducing expenses and increasing revenues.

The main initiators for reducing the debt are the farmers, because it hits them directly. For that reason, local farmers started to establish community-based farm cooperatives in 2011 and 2012 in Asahi. The main purpose of establishing the cooperatives was sharing the debt among themselves. By establishing cooperatives, they got a subsidy from Toyota City to purchase agricultural machines and equipment, which they share among themselves. For instance, the Ikuma Cooperative got a 50% subsidy from Toyota City to purchase a machine costing 1.4 million yen. In short, they reduced their expenses on equipment.

The central and local governments play a crucial role in the sustainability of the agricultural sector. According to Figure 4, we can see that the central government directly subsidizes rice farming by transferring 20 000 yen for 0.1 hectares of land to the farmers. As mentioned above, the local government of Toyota City subsidizes the activity of cooperatives through the Waku-Waku project. This kind of policy aims to reduce the expenses of local farmers.

Figure 4: The cooperation of the local community in tackling agricultural debt



Source: Compiled by authors

The next player, which also aims to support local farmers for reducing their expenses, is the Social Welfare department of the Asahi region. It organized a volunteer activity of delivering the agricultural products of farmers to the markets of Toyota City. This activity supports farmers, as they do not need to spend money to transport their products to clients.

The local community, with the support of the Toyota city government, organized a local market in Asahi in 2012. The main aim of establishing it was to create the possibility of selling and purchasing the locally-produced agricultural products. The people from other areas and Toyota City started to come to purchase the local agricultural products. It is interesting to note that local farmers started to grow new kinds of agricultural products which have high demand from the outsiders. The market started to expand, and in the last year alone, the level of annual turnover increased more than 20%. Asano Direct Market helped local farmers to sell their products and increase their revenues. Moreover, the case of Asano shows that it is better to focus agricultural activity based on demand from customers.

Local small businesses which use local agricultural products also support the agricultural sector. In the case of Asahi, one of the small businesses is Sugin Factory, which specializes in cooking sweets and bakery products using local products and ingredients. Increasing the business activities directly related to local farming can improve the condition in the region by increasing the revenue of farmers.

4.3 Linkage of People

The relationship among people, both I-turners and locals, in each agricultural group is relatively close and has inspired communication between them.

In small businesses, which are categorized in Value Creation Activities (VCA), there are close relationships among not only I-turners but also I-turners and locals. The factory making sweets or bread as a small business is often used as a place for I-turners to work together, chat about their daily lives and share information about events in the Asahi region. Workers seem to have good teamwork when they are in trouble, since workers in the factory have the motto that they can work joyfully as much as possible. Also, I-turners have established close friendships with locals through utilizing regional ingredients. Workers said in the interview that the basic idea of this small business is not to sell sweets, but to encourage locals in their farming activities in the region through the factory. Workers' mutual attraction to working in this small business is to see their contribution to the region through their activity, such as seeing the moment when local farmers happily bring large amount of products for the factory.

As Community Support Activities, community-based farm cooperatives and the direct market created reliable links between people in the organizations.

In Community-based Farm Cooperative 1, members are only locals and U- turners. Activities in the cooperative are led by a U-turner in the role of operator of farming equipment. His relationship with other U-turners and locals in the cooperative seems to be closely connected with their common strong feeling for preserving their farming activities by them.

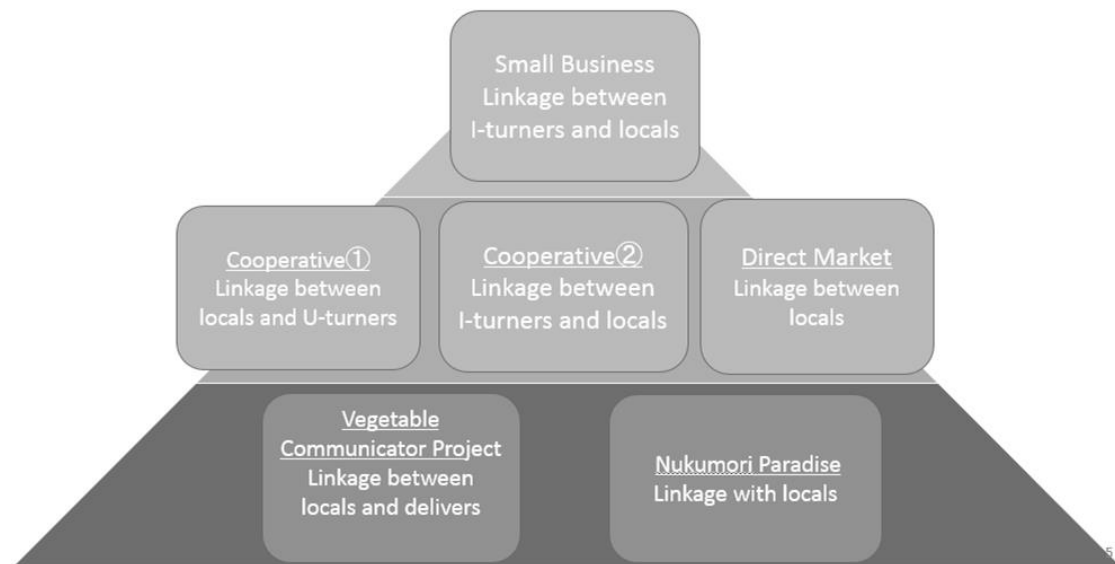
Cooperative 2 is made up of locals, U-turners and a few I-turners. Interview with an I-turner and locals revealed that the roles of the I-turners in farming activities are important, including the management of farming equipment. It can be said that the relationships between locals, U- and I-turners have become closer through their activities.

Cooperative 3 also consists of locals, U-turners and I-turners. The number of I-turners is larger than other cooperatives, and this cooperative accept I-tuners who are not only joining their farming activities but also planning or conducting projects that can sustain or activate their regional events. Findings from this interview show that locals of this cooperative appreciate I-turners deeply, such as pointing out the attractive points of local events that locals tend to forget about and encouraging their farming activities in the future. Although the interview was conducted with only locals in this cooperative, it can be seen that I-turners have the determination to revitalize the region through farming activities and that there are strong ties between locals, U- and I-turners.

The direct market where the produces are sold has direct working relations with the I-turners who promote their farming products for markets. Although they have a relationship with university students to give them experience or help in the market activities, the relationship to locals is tenuous

because of the distance issue between the region and the university and the unstructured time scheduling.

Figure 5: Linkage of People in Asahi. Compiled by authors



Source: Compiled by authors

In the case of a Life Support Activity, (LSA) the Vegetable Communicator Project by the Social Welfare Committee in Toyota, which delivers locals' vegetables to a supermarket located in urban Toyota using volunteer drivers seems to have built a trusting relationship between local farmers and drivers. This activity is held once a week and contributes to locals who want to send their fresh products but have difficulties to go far distances because of physical limitations. The locals are encouraged by hearing their products are sold in urban Toyota, while drivers have the willingness to deliver the products through their activities every week.

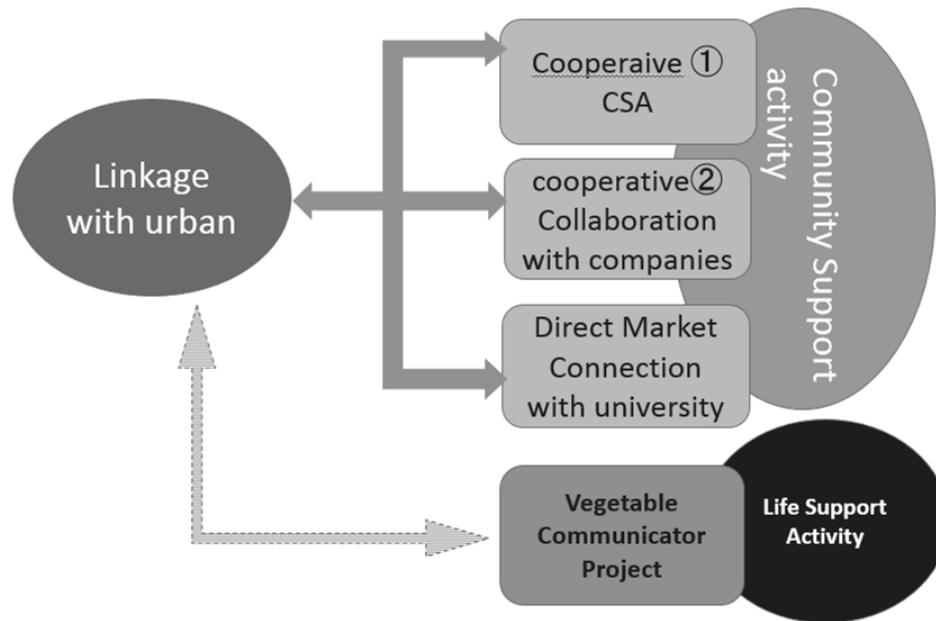
4.4 Sustainable Economic Circulation with Linkage between Urban and Rural Toyota

Based on the findings from interviews with each actor and the theoretical framework regarding sustainable economic circulation in rural areas, there are applicable activities in the Asahi region.

In Cooperative 1, their activities are differentiated from other cooperatives by introducing the idea of community-supported agriculture (CSA), which is a contract between producer and customer in which producers can decide the price of their farming products while customers can buy fresh and healthy products. In the case of Cooperative 1, CSA seems to be going well because the operators have good leadership skill in managing the cooperative with his spouse.

In Cooperative 2, the relationship with food clusters in urban Toyota seems to be strong. The content of the contract between companies and this cooperative is that companies have to buy products made by the cooperatives at an affordable price; and the companies receive agricultural skill training by members of the cooperative. Facilities for employees are prepared well and this cooperative often creates opportunities for communication between employees and local farmers through food parties utilizing vegetables which are produced by them.

Figure 6: Sustainable Economic Circulation System of Asahi. Compiled by authors



Source: Compiled by authors

In Cooperative 3, they welcome university students from the city to teach farming and introduce the know-how of the direct market of the area. It can be said that all CSAs have linkages with urban areas.

Vegetable Communicator Project is an ongoing project that has strong ties with a supermarket in urban Toyota. This project follows the idea of local production for local consumption that Toyota City established as a policy. This creates satisfaction for both customers and producers, as customers can buy local fresh products while farmers can deliver their products, which used to be challenging because of the physical limitations.

5. Conclusion and Recommendations

5.1 Provide Information for Youth in Life Support Activities to Attract People Who Will Relate to Agriculture in the Future

As the focus of LSA activities tend to be on elderly people, information in the activities is for them. While the activities are supported by locals, they have involved young people from outside in recent years. In the Vegetable Communicator Project, working members consist of young volunteers, and there are transportation connections between urban and rural areas. Despite the possibilities, feedback from the volunteers is found in the interview. If these volunteers' experiences or feedback are shared with youth who have interest in activities in rural areas such as agriculture or small business, such information can provide an opportunity to make these youth initiate new actions as the first step of their interest in rural areas.

5.2 Introducing Internships for Younger Generations in All Three Support Sectors: VCA, CSA and LSA

Based on information in Oiden Sanson Centre, there is non-formal education programs for people who are interested in life in rural areas, such as Job Training School and Moriwai-Nariwai Juku. Although these activities can involve young people in rural life very well, there are few avenues to make them experience or improve programs in Oiden Sanson Centre objectively through internships. Suggestions for this internship program are to welcome several young people into existing projects for a few days and join each program which is categorized as VCA, CSA and LSA. The purpose of this system is to evaluate each program by interaction among interns and establish VCA in the last stage in the internship. Introducing internship for younger generations can bring advantages to both interns and locals. First, the experiences that interns gain, such as evaluating a program or beginning new planning, can encourage them to play an active part in rural areas in the future and motivate them to do something with their interests. Second, locals could be impressed by seeing VCAs which are built by interns. While the elder locals seem to get rid of their tradition or festivals, it is youths who try to establish new norms or projects by using the local resources.

5.3 Strengthening the Relationship with Universities

According to the interview with the CSA cooperative, one issue is time scheduling in their activities with collaborating students from the urban university. Students cannot learn practical farming activities deeply even though locals want to teach the know-how to them since students cannot arrive in time for farming activities in the early morning in Asahi because of the long distance. Based on this problem, it is recommended that program management has to be undertaken

by the university, while locals need to set conditions for students regarding who will be welcomed to their activities.

Acknowledgement

This research has been continuing for nearly a year, which we regard as a stepping-stone towards our research paths in the Graduate School of International Development. Considering the time constraints and the research skills and resources our group possesses, we have done everything in our power to carry out the research and produce a paper for both academic and developmental purposes. Yet, without the support from the people around us, this paper would have faced difficulties.

To begin with, our sincere gratitude to Professor Nishikawa, our research advisor and mentor, for his comprehensive, valuable advice and guidance, and constructive recommendation. He contributed his skilled knowledge to our research from the onset.

We are particularly thankful to Mr. Suzuki, the staff of Oiden Sanson Center, the respondents and other stakeholders in Asahi for spending their valuable time to openly and kindly provide us with interviews and cooperation.

To the preparatory lecturers, for sharing with us valuable ideas and insights about life in rural Japan, we offer our wholehearted appreciation. We also thank our DFW colleagues for their encouragement and support. Last but not least, extraordinary appreciation to Ms. Miki Onidani, our teaching assistant and interpreter, for her remarkable commitment, patience and kind contribution throughout our research.

References

- Ernst, M. (2017). Community Supported Agriculture. Kentucky: Center for Crop Diversification, University of Kentucky College of Agriculture, Food and Environment.
- Lamb, G. (1994). Community Supported Agriculture: Can it Become the Basis for a New Associative Economy? The Treefold Review.
- Ministry of Agriculture, Forestry and Fishery of Japan. FY 2013, 2015 Annual Report on Food, Agriculture and Rural Areas in Japan
- Wilkinson, J. (2001). Community Supported Agriculture. OCD Technote.
- 小田切徳美.(2013). 農山村再生に挑むー理論から実践まで. 岩波書店.
- 金子弘道.(2008). 食と農による地域振興戦略.総合研究開発機構 Retrieved from:
<http://www.nira.or.jp/pdf/nogyo12.pdf>
- 関司直也.(2014). 地域サポート人材による農山村再生. 筑波書房

ワーキンググループ 3

食と農

持続可能な農業に向けた取り組み
ー豊田市旭地区の事例ー

執筆者:

Eko Prasetyo **

Olimjon Odilov

Saravuth Eung

Shammi Siraj

宮嶋 優希 *

指導教員:

西川 芳昭 教授

** グループリーダー

* サブリーダー

目次

1. 調査の背景
 - 1.1. 調査目的
 - 1.2 研究課題
 - 1.3 研究意義
2. 先行研究
 - 2.1 農山村における 3 つの地域サポート活動
 - 2.2 地域づくりにおける経済循環
 - 2.3 農山村再生の戦略と政策
3. 調査方法
 - 3.1 リサーチデザイン
 - 3.2 データ収集
 - 3.3 理論的枠組み
 - 3.4 倫理的配慮
4. 調査結果と議論
 - 4.1 各アクターの活動と特徴
 - 4.2 理論的枠組みとアクターの位置づけ
5. 結論と提案
 - 5.1 旭地区における持続可能な農業
 - 5.2 持続可能な農業に向けての提案

謝辞

1. 調査の背景

現在、日本国内では耕作放棄地の拡大防止に向けた対策が取り組まれている。農家人口が減少したこと、地方での高齢化が進んでいくと同時に、耕作放棄地の拡大が課題となっている。この課題は、少子高齢社会化が進む中、農家を受け継ぐ若い世代が減少したことからかなり深刻化している。その対策の一つとして、農家の間で集落営農が立ち上がった。日本の政策において、集落営農組織数が増加した背景として平成 10 年に施策された「食料・農業・農村基本法」が一つ挙げられる。同法第 28 条には、「地域の農業における効果的な農業生産の確保に資するため、集落を基礎とした農業者の組織」等の活動を促進する方策を講じるとしている。また、これに引き続き平成 19 年の経営所得安定対策にて、本格的に集落営農が農業の担い手として政策の対象になったことが背景として挙げられる。旭地区において、5 つの集落営農が存在する。集落営農の取り組みが行われている一方で、豊田市が実施しているわくわく事業プロジェクトなどのサポートの下で、地域住民の農業活動を支えるアクターが複数存在している。このアクターの中には、長年旭に住んでいた地域住民だけではなく、都市から移住してきた（I ターン者）、または都市から帰ってきた（U ターン者）がそれぞれ関わりをもって活動に取り組んでいる。これまでの研究では、国の政策において対象となる組織機能についての事例研究は述べられてきてはいるものの、旭地区のように移住者と地域住民などの様々なアクターが関わりあい、地域に根ざした活動を行っている研究は限られている。さらに、農業活動を支える新たなビジネスや組織が存在する中で、実際にコミュニティレベルでどのように様々なアクターと繋がって持続可能な農業活動を行っているかという点においての研究は限られている。

1.1 研究目的

本研究では 2 点の研究目的をもとに調査を行う。以下の点を明らかにした上で、豊田市における持続可能な農業の新たなモデルを提案する。

旭地区での持続可能な農業に関わる各アクターでの活動内容を明らかにする。

旭地区での持続可能な農業に対する各アクターでの活動における特徴を明らかにする。

1.2 研究課題

上記の研究目的を達するために以下の問を置く。

旭地区での持続可能な農業に関わる各アクターでは、どのような活動を行っているか。

旭地区での持続可能な農業に関わる各アクターの活動において、どのような特徴があるか。

1.3 研究意義

本研究は、これまで行われた集落営農の機能を説明する理論的研究とは異なり、実際に、「集落営農を含む様々なアクターが取り組む持続可能な農業」といって焦点を当てた事例の提示に意義をおく。

地域住民や I & U ターン者、スモールビジネス、福祉協議会など活動内容が異なるアクターで取り組む、コミュニティレベルでの持続可能な農業に関わる多様な活動とその特徴を明らかにする。また、本研究の目的の一つとして掲げている、「旭地区における持続可能な農業の特徴」を明らかにすることで、おいでんさんそんセンターでの農業に関する活動内容がより効果的になり、移住者を含む地域住民同士でのかかわりが深くなると同時に、都市との連携が増えることが期待される。さらに、これまで他の地域調査で述べられてきた持続可能な農業の形態と、旭地区でのケースを比較することで、旭地区での農業における活動の特徴をとらえ、次世代に続く持続可能な農業活動へ繋げていきたい。また、本研究は、政策だけの側面から耕作放棄地をみるのではなく、地に足のついた地域住民による持続可能な農業に繋がるコミュニティレベルの活動を旭地区の固有性を証明することで新たな方策を提案することができる。

2. 先行研究

2.1 農山村における 3 つの地域サポート活動

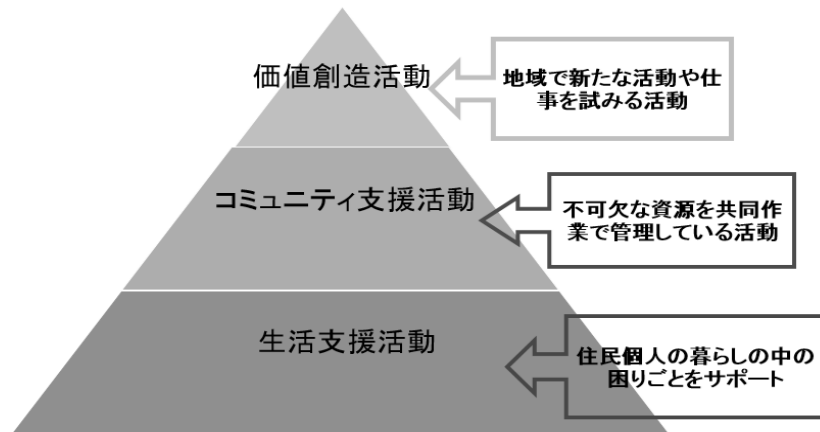
2.1.1 「価値創造活動」・「コミュニティ支援活動」・「生活支援活動」

地域おこし協力隊に期待されている地域協力活動は多岐にわたっている。その中でも地域おこしに関わる活動がイメージしやすい。地域おこしとは「時代にふさわしい価値を地域から内発的につくり出し、地域に上乗せしていく作業」である。（宮口、2014）例として、イベントの応援、地域ブランドや地場製品の開発・販売、都市との交流事業の応援といった内容が挙げられる。このように地域おこし活動の中で、地域の特徴を活かして、身の丈にあった価値や良さをじっくり追い求める発想に立って、地域で新たな活動や仕事をおこそうとする活動へのサポートは「価値創造活動」と呼ぶ。他方で、道路の整備・清掃活動、伝統芸能や祭りの復活といった内容は、農業生産に不可欠な資源を村の共同作業によって管理している活動の支援を「コミュニティ支援活動」と位置づけることができる。また、見守りサービスや通院・買い物の手伝いのような個人の暮らしの中の困りごとをサポートするものは「生活支援活動」といえる。

2.1.2 地域サポート活動の 3 類型

新潟県十日町市における地域おこし協力隊の事例研究では、参加志望理由が居場所探しや仕事おこしのいずれであれ、最初は、コミュニティ支援活動や生活支援活動を基礎としながらも、地域住民との信頼関係を築き、地域の資源の状況を把握しながら次第に価値創造活動へと展開していく軌跡が示されている。図 1 が示すように、活動当初は生活支援活動・コミュニティ支援活動の活動を通して、丁寧に信頼関係を築くだけでなく、自身の経験やネットワークを活かせる地域の資源を探し出す大事な下地を作っていく。ネットワークと地域資源が結びついたとき、価値創造活動へと展開してゆく。つまり、地域サポート活動に求められる視点は、この異なる 3 つの活動の積み上げ方と、バランスである。図 1 の三角形を意識したプロセスデザインは、地域おこし協力隊員はもちろん、受け入れ地域にもこの三角形を作り上げていく姿勢が求められる。

図 1：地域サポート活動の 3 類型



出所：図司（2014）

2.2 地域づくりにおける経済循環

地域づくりにおいて、小田切（2013）は 3 つの柱が農山村再生に繋がると考えた一暮らしのものさしづくり、暮らしの仕組みづくり、カネとその循環づくりの柱である。カネとその環境づくりにおいて、都市との交流が求められる。ここで重要な要素のひとつとして、「小さな経済」をまず確実に地域内に作り出していくことが、住民の高齢者割合の大きい農山村では求められている。例えば、農産物直売所、農産加工、農家レストラン、農家民宿の経営から得られる追加的所得水準に相当し、各地で現に現れているこのような活動が「小さな経済」の具体的なイメージである。

2.3 食と農による地域振興戦略

金子（2008）によると、食と農を巡る地域活性化のキーワードは、連携、ネットワークである。都市農村交流は都市とネットワーク化、地産地消は生産者と消費者、食料産業クラスターは地域内の生産者、食品企業、行政・大学などの産学官のネットワークが必要である。これまでの農業は、「プロダクト・アウト」（生産したものをどう売るか）の発想が主流であったが、今後は「マーケット・イン」（消費者のニーズに沿った生産）の考え方が必要になる。消費者の声が直接、生産者の耳に届くように、市場主義の導入が重要である。地域活性化における焦点は、ネットワーク間での競争と外部との接点である。ネットワーク内競争と協力関係が生まれ、新商品やブランド化による経済的な効果をもたらす必要性があること。外部との接点は農村と消費地を細いパイプで結ぶのではなく、地域に無数に存在する需要と供給のパイプをつなぎ合わせて行く作業に必要性があり、外部との接点を絶えず求めていかなければならない。

2.3.1 都市農村交流

都市農村交流は都市と農村の間で互いの魅力を伝えることのできる関係を築き、人・モノ・情報の交流を増やす活動である。1990 年以降に農林省によって打ち出されたグリーンツーリズムの推進によ

り、観光のプログラムの中に農村との連携が各地で取り組まれていた。また、社会の成熟化に伴って、都市住民の興味や関心は自然や健康に移り、観光は「自然とのふれあい」「農業体験」などがテーマになった。農業体験、観光農園、地域の食文化などの農村資源が重要となっている中の中心にあるのが、「食」である。新鮮で、地域の食材を使用した料理などが都市農村交流を左右するようになった。

2.3.2 地産地消

地産地消はもともと食のグローバル化に対する批判として始まった運動である。地元産の農産物を地元で消費することで、農産物直売所の設置や、学校給食において地域の食材を利用した食品の開発など、地域の食文化の見直しなどが活動の中心になっている。地産地消の効果は生産者と消費者の距離を縮め、互いの「顔の見える関係」を生み出す。農業生産者の高齢農家には、やりがいをもたらし、消費者は新鮮で安全な食品を購入でき、地域にとっては食の見直しや、農村女性の起業が地域の自信や誇りにつながることになり、1990年代以降日本各地に広がった。

3. 調査方法

3.1 リサーチデザイン

本研究では、事例研究を採用する。その目的は、旭地区で農業活動と関わるアクター多様な活動内容と、その取り組みにおける活動の特徴をとらえ、旭地区における持続可能な農業を分析するためである。それ故、事例は有意抽出により選択される。

本研究では、旭地区に存在する5つの集落営農のうち、3つ（押井営農組合、伊熊営農クラブ、太田営農組合）を有意抽出する。主な理由は、この3つの集落営農はそれぞれ固有の活動を有しているという点である。そのため本研究は、この3つ事例は集落営農の多様な活動とその特徴を観察、分析することに適していると考ええる。また、集落営農だけでなく、旭地区に位置する直産市場、農に関わる社会福祉協議会とスモールビジネスの活動も事例としてあげる。主な理由は、それぞれのアクター同士の活動場所が隣接しているからである。地理的隣接という条件は、集落営農や他の農に関わるアクターがどのように互いに影響し合い、それがどのように持続可能な農業への定着に影響しているか、という背景分析に適していると考ええる。

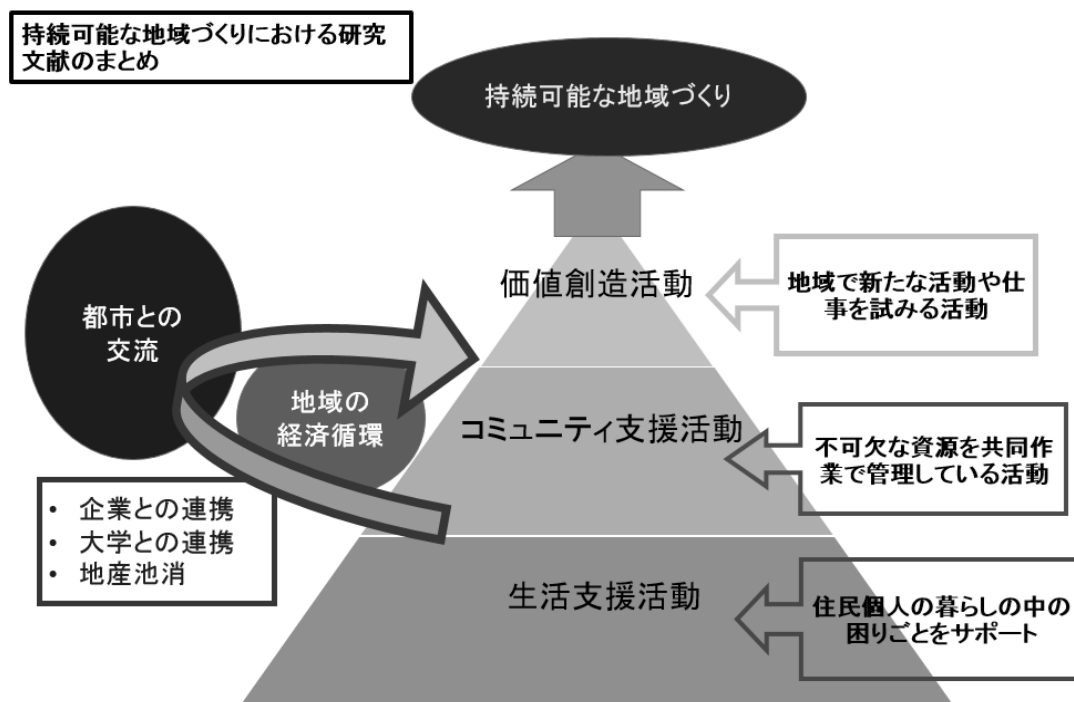
3.2 データ収集

本研究では、3つの集落営農と農業に関わる社会福祉協議会、スモールビジネスのメンバーにインタビューを行った。各インタビューは約2時間行われ、インタビューの途中、最後の質問は自由記述式とし、半構造化されている。

3.3 理論的枠組み

本研究では、農業に関わるアクターの多様な活動とその特徴を、図司（2014）小田切（2013）によって提示された、持続可能な地域づくりの概念を理論的枠組みとして利用する。分析対象となる役割は、「持続可能な農業につながる活動とその特徴」である。この分析の目的は、どのように農に関わるアクター同士がその活動を持続可能なものにすることができるのか、ということを明らかにする点にある。また、この枠組みを利用することによって、それぞれの活動が持つ特徴が地域づくり、農業を支える活動（価値創造活動・コミュニティ支援活動・生活支援活動）に位置するかを当てはめて分析することができる。また、それぞれの事例が地理的に隣接しているという旭地区特有の状況をよりよく理解するため、各アクターが「持続可能な農業」という点において、どのように相互に影響し合っているかを分析する。

図2：持続可能な地域づくりにおける研究文献のまとめ



出所：図司（2014）、小田切（2013）をもとに筆者が作成

3.4 倫理的配慮

本調査企画書は、回答者選定と受諾に協力し、支援をしていただいた豊田市「おいでんさんそんセンター」に送付された。インタビュー中、グループメンバーは情報提供者から明示的な同意を得た場合のみ、音声録音を行った。

4. 調査結果と議論

本研究では、旭地区で農業活動と関わるアクター多様な活動内容と、その取り組みにおける活動の特徴をとらえる目的をもとに、インタビュー調査を行った。

2017年10月16日から10月18日まで行ったフィールドワークから得た結果は以下のようにまとめられる。

図3：研究対象とその活動

<p>押井営農組合</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設立: 2012年 ・ 人数: 28名 ・ 地域住民 & Uターン者 ・ 活動: 農業、CSA 	<p>伊熊営農クラブ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設立: 2012年 ・ 人数: 一 ・ 地域住民・Uターン者・Iターン者 ・ 活動: 農業、企業との連携・築羽営農組合と合併 ・ Iターン者の役割が明確 	<p>太田営農組合</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設立: 2012年 ・ 人数: 33名 ・ 地域住民 & Iターン者 ・ 活動: 地域おこし力のあるIターン者の受け入れ
<p>社会福祉協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設立: ・ 活動①: めくもりパラダイス ・ 活動②: ベジタブルコミュニティ事業・・・都市へ農作物運送 ・ 人数: 農家9名、運送ボランティア10名 	<p>すぎん工房</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設立: 2016年 ・ 人数 7名 ・ Iターン者のみ ・ 活動・スモールビジネス: 地元の食材を使用したお菓子作り 	<p>浅野直産市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設立: 2012年 ・ 人数23名 ・ 地域住民とIターン者 ・ 活動: 地域住民で直産市場管理、大学との連携

出所：インタビューをもとに筆者が作成

4.1 アクターの活動と特徴

4.1.1 集落営農①押井営農組合

押井営農組合は2012年から活動を始め、組織は28人で構成されている。組織図は組合長、会計、部長、オペレーターで構成されており、組合員それぞれが役職について活動を行っている。活動内容としては、ライスセンターなどの機械の管理、操作を中心に農業活動を行っている。本集落営農の特徴として、組合員の中にIターン者は含まれておらず、地域住民とUターン者のみで活動を行っていることである。理由の一つとして現在押井には空き家がないことが挙げられるが、組合員間での共通の価値観として、活動における赤字幅が我慢できる範囲は組合員のみで自立したいというものがあるからである。また、ここの活動を支える手法として導入にしているのが、生産者と消費者が連携し、前払いによる農産物の契約を通じて相互に支えあう仕組みである、Community Supported Agriculture (CSA) である。組合で収穫した作物をブランド化し、都市で安全で新鮮な野菜や米を求める消費者へ販売する手法を取り入れている。

4.1.2 集落営農②伊熊営農クラブ

伊熊営農クラブは2012年に活動を開始。活動背景は、過疎化による人材不足・農地耕作の依頼があったことから、農地保全と豊田市から支給される活動補助金を目的として活動が始まった。組織は組合長、副組合長、理事で構成されており、地域住民、Uターン者、Iターン者がともに協働して働いている。活動内容は営農組合の機械管理、操作に加え、伊熊営農クラブが行う大きな取り組みの一つとして、食と農に関わる企業と連携した活動が挙げられる。企業が営農クラブの農地を買い取り、営農クラブと企業の職員と協働で農作業を行う活動である。企業側の職員の滞在先施設は、営農クラブに所属するIターン者が管理を行っている。Iターン者の活動はライスセンターの機械操作など営農クラブの中でも重要な役割を担っている。本営農クラブは、2年前から他の営農組合「築羽営農組合」と合併し、活動の幅を広げている。

4.1.3 集落営農③太田営農組合

太田営農組合の活動は2012年に開始。旭地区で組織体設立に関するアンケートを実施した結果、95%の地域住民が設立賛成したことで、活動が開始した。組織は33名で構成され、地域住民、Uターン者とIターン者で構成される。活動内容は主に集落営農で使用する機械の操作・管理であるが、本集落営農の特徴として、組織で活動するIターン者の比率がインタビュー調査を行った他の集落営農と比べて高いことである。また、Iターン者受け入れの際に、地域住民と連携しながら未来に繋がるプロジェクトを行える、「地域おこし力の高い」Iターン者を選抜している。

4.1.4 社会福祉協議会

(1) ぬくもりパラダイス

ぬくもりパラダイスとは、老人ホームやデイサービスの利用者が通う施設「ぬくもりの里」が管理している農地である。ここでは、施設の職員や施設の利用者が体を動かすためのリハビリ、運動を目的として野菜を栽培している。

(2) ベジタブルコミュニケーター事業

豊田市の福祉協議会が行っている事業の一つで、豊田市の農村地で収穫した農作物を都市へ宅配するための新しい方法を社会実験しながら見出している。背景としては、農村部での高齢化が進み、これまで都市へ運送していた生産者の年齢層が高くなり運送が困難になった一方で、豊田市が打ち出した「WE LOVE 豊田条例」によって地産地消の考えが地域全体に広まり、都市住民が地元産の新鮮な野菜を求める傾向が高まったことが挙げられる。野菜を届けたい生産者と、その野菜を食べたい消費者同士をつなげるためのベジコミ事業が始まった。事業を支えるメンバーは、トヨタ会社を退職した男性を含めたボランティア10名と生産者9名である。活動内容は、週1度ボランティアが生産者から作物を受け取り、都市のスーパーマーケットに届けている。

4.1.5 すぎん工房

2016 年に設立されたスモールビジネスである。豊田市が実施するわくわく事業プロジェクトから資金援助を受け、活動を開始した。活動の大きな特徴として、スタッフ 7 名全員が I ターン者で構成されていることである。活動内容は、地域住民の収穫物を利用したクッキー、スイーツ作りを行い、販売している。商品は毎週木曜日に販売され、I ターン者や地域住民同士の交流の場所として活用されている。活動はこの日だけに限らず、イベントの誘いがある時やギフト注文を受けたときなども行っている。この活動は、地元の農産物を使うことで、地元の買い物が地元でできることへのサポートに繋がっている。

4.1.6 浅野直産市場

浅野直産市場は、農業を営む地域住民同士のふれあいがしたい、自身が作った野菜が余ってしまう、といった地域住民個人の声が多く挙がったことから、地域住民同士が話し合い、豊田市が提供するわくわく事業プロジェクトに応募し、2012 年に浅野直産市場が設立された。設立時にはわくわく事業からの資金援助と地域住民からの協力で集めた資金で設備を整えた。現在の会員数は 23 名。活動内容は、会員の農地で収穫された野菜を順番で会員 2 名が販売する。営業期間は 4 月～12 月の週末、午前 7 時から午前 11 まで行っている。

4.2 理論的枠組みとアクターの位置づけ

本レポートの先行研究に記した、農山村における 3 つの地域サポート活動「価値創造活動」・「コミュニティ支援活動」・「生活支援活動」が持つそれぞれの特徴と今回インタビュー調査を行ったアクターの活動を照らし合わせ、理論的枠組みを通してどのような位置づけになるか議論したい。また、3 つの地域サポート活動では地域おこし協力隊のみのサポート活動に焦点を当てているが、本研究では、協力隊の活動のみでなく、地域住民が地元の人々のために行う活動も含めることとする。

4.2.1 アクターの位置づけ

スモールビジネスであるすぎん工房は、価値創造活動にあてて考えることができる。先行研究では、この活動を「内発的な価値からの新たな価値形成を行っていること」を特徴としてあげており、すぎん工房設立の背景には、I ターン者の内発的に新たな価値を生み出さしている。新たな土地で生活を始めた I ターン者が、地域住民と関わりながら地域固有のよさに気づき「自分達でできること」で、地域の活性化に貢献したい思いが沸き、工房でできあがるお菓子がその地域住民、I ターン者、お菓子を買求める人々の中でその地域がさらに元気付けられる大切なものであるという新たな価値が形成されている。

3 つの集落営農と浅野直産市場は、理論的枠組みで「農業生産に必要な資源を村の共同作業によって管理している活動または支援活動」に位置づけし、これらはコミュニティ支援活動に分類できる。集落営農は、耕作放棄地防止のために農機具の共有や農地を共同で耕す活動をしていることから、コミ

コミュニティ支援活動にあてられる。また、浅野直産市場においては、直産市場の会員メンバーが作った野菜の販売場所、農業を営む人同士のコミュニケーションの場を協働でおこなう活動をしていることから、コミュニティ支援活動であるといえるであろう。

福祉協議会の活動、ぬくもりパラダイスとベジタブルコミュニケーター事業（ベジコミ事業）は、「個人の暮らしの中の困りごとをサポートしている」点において、生活支援活動に位置づけされる。福祉協議会の活動は暮らしのサポートという点において、生活支援活動であると言えるが、ぬくもりパラダイスでは、デイサービスや老人ホームを利用する人をサポートする中で、毎日元気で健康的な日々を過ごすためのサポートを行っており、個人個人が困っていることのサポートに加えて日々を楽しく過ごせる活動も行っている。ベジコミ事業では、作物を販売所までの発送が困難になった地域住民の「困りごと」に答えるためにボランティアとして都市へと作物を運ぶサポート活動が行われていることから、生活支援活動といえる。

5. 結論と提案

5.1 旭地区における持続可能な農業

理論的枠組みを利用したことから、旭地区における持続可能な農業の仕組みが明らかになった。まず、どのように各アクターが持続可能な農業につながる活動をしているか、3つの地域サポート活動に分けてそれぞれ説明する。

5.1.1 生活支援活動での持続可能な農業

生活支援活動に位置づけされる福祉協議会の活動、ぬくもりパラダイスとベジタブルコミュニケーター事業（ベジコミ事業）は、持続可能な地域づくりと、具体的農業活動が「地域住民を元気付ける」という点において、互いに相互関係であることが明らかとなった。ぬくもりパラダイスでは、デイサービスや老人ホームに参加するコミュニティ内での交流の中で、互いが元気のでの活動を求めて農業活動が生まれた。ここでのコミュニティがあつて農業活動が可能になり、また、農業活動があるからコミュニティが成り立つのである。一方、ベジコミ事業では、野菜を育てる地域住民と運送ボランティア同士の関係が深く、ボランティア側は野菜を育てる生産者の思いを背負って都市に作物を届けようという思いと、地域住民側は、農作物を都市に届けてくれるボランティアがいるから農業を続けていこうとするのである。この二者間でコミュニティと農業活動が人とのつながりと、地域の経済循環が成り立って相互に関係するのである。これが、持続可能な農業に繋がっている。

5.1.2 コミュニティ支援活動での持続可能な農業

コミュニティ支援活動に分類される3つの集落営農と浅野直産市場の中でも持続可能な農業活動が見られた。それぞれの活動において解説する。

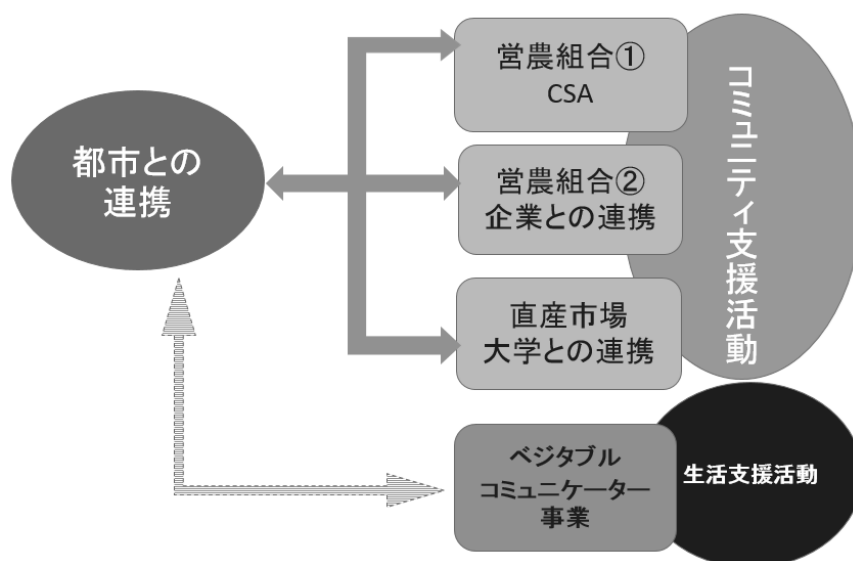
押井宮農組合の特徴として、地域住民と U ターン者の結束が挙げられる。地域住民同士で結束して行う活動の中に、CSA のアイデアを取り入れ、都市との連携をはかっている。ここでの相互関係は、集落営農のコミュニティが成り立ってこそ、CSA 活動が続けられ、その逆も同様であるといえる。

伊熊宮農クラブの特徴は、企業と I ターン者の定着活動が考えられる。企業との活動において、農業活動を通じた連携を行うことで互いに良い影響を与えている様子が見られる。ここでは、企業と集落営農というコミュニティと、協働で行う農業活動が相互関係になっている。また、本クラブで活躍する I ターン者は、農業活動を行う一方で、集落営農内でのコミュニティへの参加で地域住民との信頼を深めている。企業との連携・I ターン者と地域住民が協働してこそ農業活動が活発になり、これが持続可能な農業へと繋がっている。

太田宮農組合の特徴は、調査した集落営農の中で I ターン者の人数が最も多いことである。本宮農組合に所属する I ターン者は、農業活動の他に地域活性化を促すビジネスやイベントを企画・実施できると見込まれた人々である。地域住民から I ターン者のこれまでの活動に感謝し、今後の活動に期待している様子が見られたことから、双方の関係性は強いと考えられる。本宮農組合での農業活動を通じた I ターン者と地域住民間のコミュニティ形成は非常に深く繋がっており、I ターン者と地域住民の関係性が安定することで持続可能な農業へと導いているが明らかになった。

持続可能な農業に繋がる浅野直産市場での活動は、地域住民同士の深い交流と大学との連携が挙げられる。浅野直産市場は、地域住民同士の交流の場としての役割があり、また、自身で栽培した作物を近隣の人が買いに来てくれるだけでなく、地区外の人にも提供できることが自身の畑を耕すモチベーションへと繋がっている。コミュニティでの交流がなければ農業を行うやる気につながらず、地域住民で集まらなければ、農地を耕す意欲が低くなり、耕作放棄地増加へと影響するのである。また、ここでは、大学との連携を行っている。大学と地域住民間のコミュニティ形成があつてこそ、農業活動につながり、その逆も同様である。

図 4：都市との連携による地域の経済循環

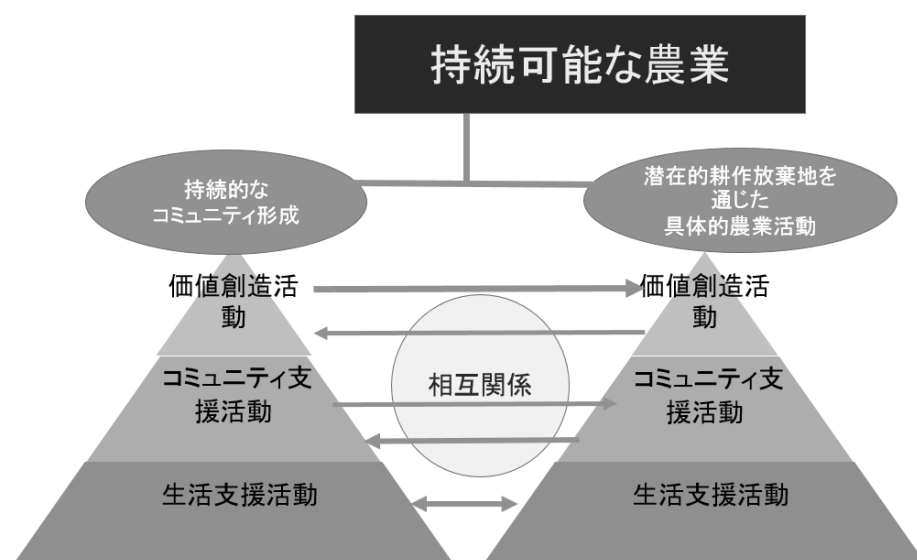


出所：インタビューをもとに筆者が作成

5.1.3 価値創造活動における持続可能な農業

すぎん工房からのインタビュー調査から、価値創造活動の特徴である内発的な価値からの新たな価値形成を行っていることが明らかとなった。すぎん工房のメンバーが集まってコミュニティ形成に取り組むとき、自身が得意なことを活かすことと、地域住民がこれまで栽培してきた作物や、障がい者施設で働くメンバーが集めた胡桃を何とか活用したいという地域住民の思いを知ったことから始まった。自ら育てた作物・野菜がすぎん工房で使用され、それを買いに来てくれる人が増えてきた。これを見た農業者がもっと畑を耕して作物を増やそうとしたり、自身の子どもが収穫した胡桃が入ったスイーツを食べることができたりなど、すぎん工房の存在が、より農業活動に従事しようとする意欲を生み出すことになり、地域の人々を元気付けるものになる。この活動を通して人との関係性が深まるとともに、活動の連鎖が生まれ、持続可能な農業へと繋がっていると考える。

図5：旭地区における持続可能な農業の仕組み



出所：インタビュー・図司（2014）、小田切（2013）をもとに筆者が作成

5.2 持続可能な農業に向けての提案

5.2.1 若者世代に向けたインターンシップの導入

地域で持続可能な農業を実現するために必須なのが、その地域に帰ってくる人材づくりである。そのためのステップとして、若者を呼び込むインターンシップの導入を提案する。田舎生活、農業活動に関心を寄せる若者にとって、具体的な活動に関わる機会を通して、将来の計画を明確に立てることができる。おいでんさんそんセンターでは、さまざまな場所から若者が集まる「職業訓練校」や「豊森なりわい塾」にて農業を学ぶ機会が設けられている。インターンシップ受け入れを行う具体的な案の一つとして、そこでの学んだ若者に対しインターンシップを実施すればどうだろうか。若者にとってインターンシップをさらなる活動の理解、幅が深まるであろう。また、このインターンシップを実施するにあたり、管理者の決定が必要である。

5.2.2 大学との連携を深める

本研究で行ったインタビュー調査において、大学生と地域住民で行う連携活動がみられた。ここでの課題点は、大学生の移動距離が長いことから、地域住民の活動に深く関わっていないことである。そこで、学校側のプログラム管理が必要であると考え。また、受け入れ側である地域住民はプログラムを進める際に、受け入れ条件（時間帯・学生の特徴・活動内容など）を明確にすることも必須であろう。

5.2.3 農業に関心のある若者に情報を提供できる環境づくり

旭地区の生活支援活動に分類されるベジコミ事業には、若者が関わるボランティア活動がある。ここでの課題は、活動目的の中心が年配者であることから、提供される情報内容に偏りが見られ、若者へ情報が少ないことである。ボランティアは若者にとって、気軽に始められるものであり、彼ら自身のそれぞれの思いがあってこそ続けられるものである。どんな活動にせよ若者が田舎暮らしに興味を持ち、その地域に根ざした活動をはじめるときかけづくりを生み出すために、実際活動に参加した若者のフィードバック、意見感想などの情報を提供するための環境づくりがあれば、より若者が集まるだろう。

5.2.4 ビジネスを通した名古屋大学との連携

旭地区の食材を使った商品を名古屋大学の生協で販売する。これを実施する目的は、名古屋大学の学生・職員、食品を販売する生協、旭地区を思う地域住民それぞれのニーズに合った企画を行うためである。学生・職員は勉学・仕事に励む一方で、一服するためのお菓子を求めているし、その食品が健康的で何か面白そうなブランドがついていれば気に留める。生協は、学生・職員を引きつける何か刺激的なものを販売したい。そして、旭地区の人々は、その食品を販売することで地域に貢献したいという思いがある。この三間の連携は、旭地区の活動を活発化することに繋がる。

謝辞

本レポートを作成する過程において、このような貴重な研究の機会を設けていただいた国際開発研究科の国内実地研修と豊田市の皆様による施設・サービスの提供に感謝します。

終始日本の農業について広範な知識、貴重な助言を賜り私達の研究における至らぬ点についてご指摘いただいた、西川芳昭教授に深く感謝を申し上げます。そして、研究を進める中で困難な壁にぶつかった私達に多大なるサポートしていただいた劉靖助教には、研究の面白さ、難しさを教えていただいたことに深く御礼申し上げます。

次に、多忙な仕事がある中で、私達を迎え入れていただいたおいでんさんそんセンターのスタッフ一同、特に研究コーディネートをしていただいた鈴木さんには実施調査のインタビュー協力者への提案をしていただいたことから、非常に意義のある研究へとつないでいただいたことに感謝いたします。

そして、お忙しい中私達のインタビュー調査に協力いただいた皆様には、紙面上のデータや文献では感じることはできない現場のみで見つけられる新たな発見や、貴重な情報を提供いただきました。旭地区に関わる人々、地域住民みんなでむらを活気付けてゆくという強い思いを感じながら、研究を進めさせていただいたことに感謝の意を表します。

また、円滑な研究を進めるためにレポートの翻訳補助、インタビュー調査での通訳、研究におけるアドバイスをしてくださった鬼谷美紀さんに厚く御礼申し上げます。

本研究の趣旨をご理解の上、快く協力いただき本当にありがとうございました。

※参考文献については英語版参照

- 国際開発研究科 国内実地研修ホームページ URL
<http://www.gsid.nagoya-u.ac.jp/project/fieldwork/Dfw/index-j.htm>



■ 過去の報告書一覧

『平成 6 年度国内実地研修報告書－地域に根ざした開発事例の研究－』

『平成 7 年度国内実地研修報告書－愛知県幡豆群一色町をフィールドとして－』

『平成 8 年度国内実地研修報告書－愛知県幡豆群一色町における開発事例の多角的検討－』

『1997－98 年度国内実地研修報告書－愛知県東加茂郡足助町における多角的検討－』

『1999 年度国内実地研修報告書－愛知県渥美郡渥美町における多角的検討－』

『2001 年度国内実地研修報告書－愛知県南設楽郡鳳来町における多角的検討－』

『2002 年度国内実地研修報告書－岐阜県郡上郡八幡町における多角的検討－Domestic Fieldwork Report 2002: An Interdisciplinary Approach to Development Issues in Hachiman-Cho, Gujo-Gun, Gifu Prefecture』

『2003 年度国内実地研修報告書－岐阜県加茂郡東白川村における村づくり計画の多面的調査－Domestic Fieldwork Report 2003: An Interdisciplinary Research on Rural Development Planning in Higashishirakawa-Mura, Kamo- Gun, Gifu Prefecture』

『2004 年度国内実地研修報告書－岐阜県加茂郡東白川村の現状と村おこしの取り組み事例－ Domestic Fieldwork Report 2004: A Study on Socio-Economic Situation and Development Planning of Higashishirakawa-Mura in Gifu Prefecture』

『2005 年度国内実地研修報告書－長野県下伊那郡泰阜村の地域開発へのところもと自律への道について－Domestic Fieldwork Report 2005 Rural Development Planning in Yasuoka Village, Nagano Prefecture and Determination for Village Autonomy』

『2006 年度国内実地研修報告書－長野県下伊那郡泰阜村地域開発へのところもと自律への道について II－Domestic Fieldwork Report 2006 Rural Development Planning in Yasuoka Village, Nagano Prefecture and Determination for Village AutonomyII』

『2007 年度国内実地研修報告書－長野県清内路村に学ぶ住民と役場で改える地域づくり－ Domestic Fieldwork Report 2007 Rural Development Management through Collaboration and Participation of Residents and Administration in Seinaiji Village, Nagano Prefecture』

『2008 年度国内実地研修報告書－長野県阿智村に学ぶ地域再編下の住民と役場の協働のあり方－Domestic Fieldwork Report 2008 Collaboration between Residents and Administration under Community Reintegration, the Case of Achi Village, Nagano Prefecture』

『2009 年度国内実地研修報告書－長野県阿智村に学ぶ村落再生と活性化への途方－ The Ways toward Revitalization of Marginalizing Communities, the Case of Achi Village, Nagano Prefecture』

『2010 年度国内実地研修報告書－静岡県浜松市にみる日本の工業都市の多面的課題－ Multifaceted Challenges of an Industrialized City in Japan, the Case of Hamamatsu City, Shizuoka Prefecture』

『2011 年度国内実地研修報告書－愛知県田原市に学ぶ地域の特性を活かした持続可能な発展に向けた地域開発の実践－Sustainable Regional Development Drawing on Local Advantages: Lessons from Tahara City, Aichi Prefecture』

『2012 年度国内実地研修報告書－愛知県瀬戸市に学ぶ地場産業を生かした地域開発－ Regional Development Reflecting the Values of the Local Industry: Lessons Learnt from Seto City, Aichi Prefecture』

『2013 年度国内実地研修報告書－愛知県瀬戸市に学ぶ地域開発における行政の役割－Regional Development Reflecting the Role of Local Government: Lessons Learnt from Seto City, Aichi Prefecture』

『2014 年度国内実地研修報告書－三重県大台町に学ぶ自然と人びとが幸せに暮らすまちづくり－
Community Development for a Happy Life of People with Nature Lessons Learnt from Odai-Cho,
Mie Prefecture』

『2015 年度国内実地研修報告書－三重県大台町における U ターン・I ターンとまちづくり－U-Turn, I-Turn and Community Development in Odai-Cho, Mie Prefecture』

『2016 年度国内実地研修報告書－まちとむらをつなぐ－愛知県豊田市農山村地域の取り組みから
—Bridging the Urban with the Rural : Efforts Made by Rural Areas of Toyota City, Aichi
Prefecture』

『2017 年度国内実地研修報告書－愛知県豊田市農山村地域におけるまちとむらの協働－Twining
Partnership between Villages and Towns in Rural Areas of Toyota City, Aichi Prefecture』

2018 年 3 月発行

発行所 名古屋大学大学院国際開発研究科

〒464-6801 愛知県名古屋市千種区不老町

ホームページ : <http://www.gsid.nagoya-u.ac.jp>

電話 : 052-789-4952 FAX : 052-789-4951