

神奈川県三浦市の6次産業による観光商品開発に関する研究

－「みうらのひだまり」クッキーの商品開発を通して－*

酒井 勇之介 (4年)・宋 理宇 (4年)・原田 進之介 (4年)
・CHO JUNYOUNG(4年)・丸山 千里 (4年)・HWANG SANGHYUN (4年)
・秋間 菜緒 (3年)・内藤 光亜 (3年)・増淵 開 (3年)・松尾 隆策†
明治大学商学部

Study on Tourism Product Development by Sixth Industries in Miura City, Kanagawa Prefecture: Through Product Development of Miura-no-Hidamari Cookies

Yunosuke Sakai, Riu Sou, Shinnosuke Harada, Cho Junyoung, Chisato Maruyama,
Hwang Sanghyun, Nao Akima, Koa Naito, Kai Masubuchi, Ryusaku Matsuo
Meiji University School of Commerce

神奈川県三浦市は、近年は人口減少が進み、2014年に「消滅可能性自治体」と指摘されている。本研究では、現地での聞き取り調査、アンケート調査をもとにして、地域の活性化策として期待される観光振興に寄与する新規の観光商品の企画・開発を行なった。市では、現在の三浦市の観光特産品は、海産物や生鮮野菜など重く、保存期間が短い商品が多く、持ち運びが便利で保存が楽な商品が少ないことが課題となっていた。そこで、明治大学商学部「特別テーマ実践科目 C/D」では、地域の団体と連携することで、三浦市を代表する長く愛される新たな観光商品を開発することを目指し、顧客に価値を訴えるため、商品の「物語性」を重視した商品の開発を試みた。新たな観光商品として、三浦市で1000年続く農家「くろぜむ農園」と、三浦市に移住し地元の洋菓子店を営む「HIBA」と連携し、地元三浦大根の切り干し大根を使用した「みうらのひだまり」クッキーの開発に取り組み、試作品の紹介と共に、その効果を検討した。

キーワード：神奈川県三浦市、消滅可能性自治体、観光商品、「みうらのひだまり」クッキー、HIBA、くろぜむ農園

* 本研究はJSPS 科研費JP24K21018の助成を受けたものである。本稿にあり得べき誤りは、著者の責任である。

† 明治大学商学部、明治大学「道の駅」研究所

研究責任者：明治大学商学部特任准教授 松尾隆策

〒101-8301 東京都千代田区神田駿河台1-1 駿河台キャンパス研究棟(14号館)B312号室

TEL:080-3415-7257, E-mail: matsuo078@meiji.ac.jp URL: <https://roadsidestation.jp>

Miura City, Kanagawa Prefecture, has been facing a population decline in recent years, and has been pointed out as a “municipality that may disappear” in 2014. In this study, we planned and developed new tourism products that contribute to tourism promotion expected as a regional revitalization measure based on on-site interviews and a questionnaire survey. In Miura City, the current tourism specialties of Miura City are heavy products such as seafood and fresh vegetables with short shelf life, and there are few products that are convenient to carry and easy to store. Therefore, Meiji University Faculty of Commerce “Special Theme and Practice Course C/D” aimed to develop new tourism products that represent Miura City and will be loved for a long time in cooperation with local organizations and tried to develop products that emphasize “narrative” in order to appeal the value to customers. As a new tourism product, we worked on the development of “Miura-no-Hidamari” cookies using local Miura Daikon Kiriboshi Daikon in cooperation with “Kuro-zemu Farm”, a farmer who has been in Miura City for 1000 years, and “HIBA”, who moved to Miura City and ran a local confectionery shop. We introduced the prototype and examined its effects.

Keywords: Miura City, Disappearing Municipality, Tourism Products, Miura-no-Hidamari Cookies, HIBA, Kuro-zemu Farm

1. はじめに

神奈川県三浦市は、首都圏に近接しながら豊かな海洋資源や農水産物、温暖な気候といった多様な地域資源を有している。しかし、近年は人口減少と高齢化が急速に進行し、2014年および2019年には「消滅可能性自治体」と指摘されるなど、持続可能な地域形成に向けた課題を抱えている。行政は、地域産業の振興や人流の創出を通じた地域活性化を図るため、観光振興を政策手段の一つに位置付け、特産品開発をはじめとする取り組みを推進している。また、六次産業化や持続可能な農業と観光を結びつける試みも見られるなど、観光は地域振興の基盤としてその重要性を増している。

観光振興において特産品は、地域の魅力を具体的に可視化する手段として重要な役割を果たし、いわゆる「土産物」や「地域ブランド商品」は観光地の評価や再訪意向の形成にも寄与する。この点を踏まえると、地域資源を活用した新たな観光商品の開発可能性を検討することは、観光を通じた地域振興のあり方に対して有益な示唆を与えるものと考えられる。

本研究の目的は、第一に三浦市における観光まちづくりの現状と課題を、参与観察、アンケート調査、関係者ヒアリング等を通じて明らかにすることであり、第二に観光振興に資する観光商品開発の可能性を検討するため、地域の農産物・生産者・製造者と連携した観光商品の試作と販売を行い、その成果と課題を評価することである。これにより、観光が地域振興に果たしうる役割、産官学連携の有効性、ならびに地域資源を活かした観光コンテンツ創出の可能性について示唆を得ることを目指す。

2. 三浦市の概要

神奈川県三浦市は、神奈川県の南東部で、三浦半島の最南端に位置する市である。都心から車で約1時間、電車で2時間弱とアクセスしやすい場所である。マグロの水揚げで有名な三崎漁港や、三浦大根をはじめとする農産物で知られている。また、温暖な気候でありサップやヨットなどのマリンスポーツを目的に訪れる観光客も多い。

三浦市は2014年と2019年には、神奈川県内の市では唯一「消滅可能性自治体」に指定され、三浦市の人口は1994年の54,339人をピークとして毎年減少し、2023年6月時点で40,505人と9年間で約14,000人減少している。2045年には、1995年のピーク時の人口の半分以下に落ち込むことが予想されている。そして、総人口のうち65才以上の高齢人口は2020年では40.9%であり、2045年には56.1%と総人口の半分以上を高齢人口が占めると予想されて

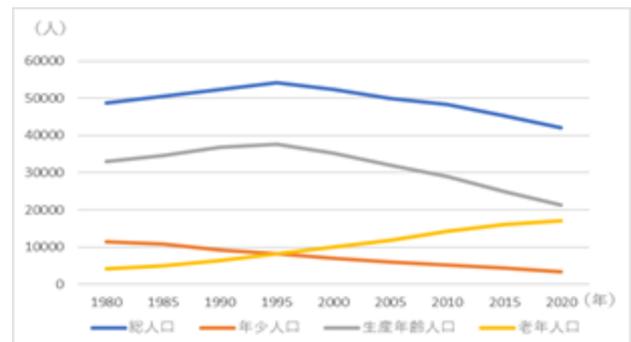


図1 三浦市の人口推移

出所：厚生労働省「人口動態調査」

いる(図1)。

消滅可能性自治体とは、出産の中心となる20～30歳の若年女性の人口が、2010～2040年の間に5割以下になると予測される自治体を指し、神奈川県内では、三浦市、二宮町、大井町、松田町、山北町、箱根町、真鶴町、湯河原町、清川村の1市7町1村が、相当すると指摘がされている。三浦市はこの人口減少と高齢化という喫緊の課題への対策として、三浦市は安定した雇用の創出、新しい人の流れをつくること、

若い世代の結婚・出産・子育ての希望を叶えることを基本目標に掲げ、「三浦市らしいライフスタイルの発信や、若年世帯から中高齢世帯までがそれぞれの志向にあった住宅を選択できるような特色のある多様な住宅地の整備に取り組み、転出抑制、転入促進を図る」施策に取り組んでいる。現在、同市では、京浜急行電鉄との協働体制を築き、観光による地域活性化を目指している。

3. 現地調査の概要

3.1. 基礎編 第1回調査

基礎編の第1回調査(5月18日)では「道寸祭」に諸役として参加し、地域住民の地域活性化の取り組みを調査するための参与観察を行なった(写真1)。「道祭り」は、鎌倉時代初期から室町時代にかけて同地を治めた三浦一族への慰霊のため行われているものである。三浦市は開催目的を、「祖霊の慰霊のため、三浦一族のお家芸であった箆感を開催することにより、この地に残された文化、遺産を広く世に紹介し、かつ、観光振興の一助とするため、道寸祭りを挙げる」と開催の目的を述べている。

同祭りの会場である油壺湾は、三浦一族終焉の地となった場所であり、「三浦道寸」をはじめとする三浦氏の武者のほとんどが、油産湾に朽ち落ちたという歴史的経緯を踏まえての慰霊祭である。

ここで行われる笠懸とは平安末期から鎌倉、室町時代にかけて流行した流鏑馬（やぶさめ）、大迫物（いぬおうもの）と並ぶ古号馬術、馬上から矢を射る「騎射」の1つであり、より実戦的で高い技量を要するものである。弓上手として知られた三浦一族に長く伝承されたことから、本祭りにおいて1979年に我が国初めての恒例行事として復活し、2023年まで続いている。この笠懸を実際に行うにあたり、神奈川県に本拠を構える一般社団法人大日本号馬会・武田流が射手を務め、また行事全般に運営スタッフとして幅広く参加している。この度、三浦市経済部の協力を得て、祭り装束を身につけて「諸役」として、同祭りに参加させていただいた。



写真1 道寸祭における集合写真

3.2. 基礎編 第2回調査

第2回調査(6月1日)では、神奈川県三浦市三崎港において観光客を対象としたアンケート調査を実施した。観光の目的や周遊される場所の組み合わせ等を尋ね、神奈川県三浦市の観光の実態を明らかにした。また、絶滅が危惧されている二ホンミツバチの巣箱から「はちみつ」を採取する準備を行い、三浦市油壺マリンパークで巣箱の見学を実施した(写真2)。見学に際しては、普段巣箱の管理を行っている神奈川県立三浦初声高等学校の教諭に同行いただいた。

3.3. 応用編 第1回調査

応用編では、基礎編で培った神奈川県三浦市に関する知識と人脈を頼りに、生ものに代わる観光商品の開発に向けて動き出した。8月11日に京急三浦海岸駅に集合後、以下の活動を行った。活動には、神奈川県三浦市役所の長谷川課長に同行いただいた。

午前中には「くろぜむ農園」を訪問した(写真3)。「くろぜむ農園」は、神奈川県三浦半島最南端に位置し、四季

折々の露地野菜を栽培している農家である。「くろぜむ」は先祖・山田九郎左衛門に由来する屋号であり、1000年以上続いている。経営理念は「自分たちが食べて美味しいと思える作物を栽培し、心身共に健康を提供する」である。都市農業という顧客が近い環境を活かし、常に鮮度の良い旬の野菜を提供し、品質やサービスの向上を目指している。農園を経営する山田夫妻に今後の共同作業に向けたご挨拶を行い、野菜の袋詰め体験を実施した。



写真2 二ホンミツバチの巣箱見学

午後には「HIBA」を訪問した(写真4)。「HIBA」は路地裏の2階に佇むマフィンと焼き菓子の専門店である。中嶋夫妻が東京都内から移住して開業した。日の当たる場所、ヒバ。三浦海岸に明るく日の当たる場所を作ることを目指している。「HIBA」では、「くろぜむ農園」の山田氏も同席のうえ、今後の共同作業に向けた企画を行った。



写真3 「くろぜむ農園」における集合写真



写真4 洋菓子店「HIBA」への訪問の様子

3.4. 応用編 第2回調査

9月15日に「HIBA」において、「みうらのひだまり」クッキーの試作品が完成した（写真5）。試作品の試食を行うため、現地を訪問した。



写真5 「みうらのひだまり」クッキー

3.5. 応用編第3回調査

10月26日に明治大学駿河台キャンパスアカデミーコモン2階にて、「みうらのひだまりクッキー」（「くろぜむ農園」「HIBA」「明治大学」コラボ商品）のPRおよび試食会を開催した（写真6）。販売には、神奈川県三浦市役所長谷川課長、くろぜむ農園の山田氏が同席した。イベント設営を行い、会場にてクッキーの味や価格等に関する購買者アンケート調査を実施した。



写真6 みうらのひだまりクッキー販売の様子

4. インプリケーション

4.1 基礎編第1回調査

三浦市では年間を通じて、毎月のように、様々なイベントが開催されるなど、地域の再生・活性化に取り組んでいる（表1）。そのなかでも「道祭り」は地域の歴史に根ざした祭りイベントであり、5月の目玉イベントと言えるものである。道寸祭の来場者数推移を図2に示した。これによると1999年(3500人)～2001年(2000人)まで来訪者数は減少傾向をたどっている。しかし、2001年(2000人)～2014年(4500人)までは、雨天時の2009年と2011年を除き、おおむね来訪者数が増加傾向にあった。その後、来訪者数は4000人程度で停滞するが、コロナウイルスの影響で2020年、2021年中止となる。2023年時点で3000人であり、コロナウイルス拡大前の来訪者数まで回復していない現状がうかがえる。

今後道寸祭への来場者を増やし、三浦の観光による地域経済活性化を図るためには、同市だけの取り組みにとどまらず、イベントの協力企業である京急電鉄(株)、その他の地元企業と協働でのPR活動での祭りの周知が非常に重要であることがわかった。さらに三浦市の持続可能な発展を目指し大学との連携も必須であり、産官学の緊密な連携が取れるか今後に期待したい。

また、同時に三浦市の観光に関するアンケート調査を道寸祭に訪れている方を対象に行った。この調査の結果からは、三浦市は、比較的、年齢層が高い方の訪問が多く、中々若い人を十分に呼びこめてないことが分かった（鶴3、図4）。

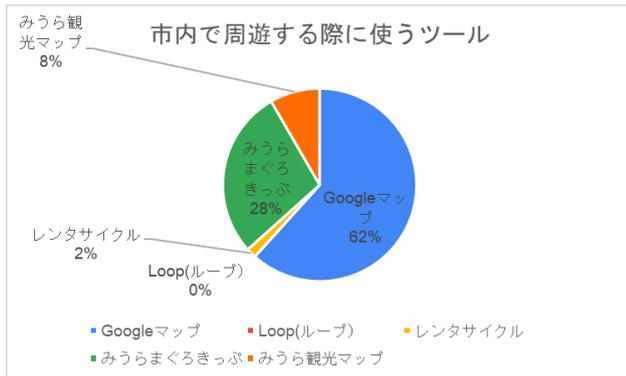


図6 周遊で使うツールに関するアンケート

4.3 応用編 第1回

三浦市で「くろぜむ農園」と「HIBA」を訪問して、それぞれの野菜作りやお菓子作りに対するこだわりや想いが伝わった。昨今、食料品に関して値上がりが続いている中、このように手間暇かけて作っている農家さんや製造者の方の姿を拝見し、今高いと言われている価格が、適正価格なのではないかと感じた。また、観光商品を開発する上で、こういった農家や製造者の方の想いも込められたものにしてこうという方針が固まった。

4.4 応用編 第2回

学生が提案した案を基に、「くろぜむ農園」の切り干し大根を使ったクッキーを「HIBA」が開発。その試食を行った。香ばしい風味とやさしい甘みが広がるクッキーで、非常に食べやすいものであり、三浦市の新たな魅力を伝えることが期待できるものであった。

4.5 応用編 第3回

10月26日に実施したホームカミングデーでは、〇〇円の売上を記録した。販売と同時に実施したアンケートでは、多くの方から本観光商品のプロジェクトに対する期待の声が寄せられた(図7, 図8)。また、「切り干し大根を使ったクッキーという点が面白い」という意見もあり、商品の独自性に関心を持っていただけたと考えられる。全国の卒業生が集まるホームカミングデーという機会を通じて、三浦市の存在や農家・製造者の思いを発信することができ、多くの人に興味を持ってもらえた点は成果である。

一方で、「三浦市の魅力が十分に伝わらなかった」「切り干し大根を使用する必要性が分かりにくい」といった課題も指摘された。これらの意見を今後の活動に活かすため、次年度以降に引き継ぎを行っていきたい。また、プロモーションの一環としてInstagramを活用したが、フォロワー数を十分に増やすことができなかった。SNS

は今後、活動の認知拡大や三浦市の魅力発信において重要なツールになると考えられるため、運用方法についても改善点として共有したい。今年度の成果と反省点を整理し、今後の活動につなげていく。

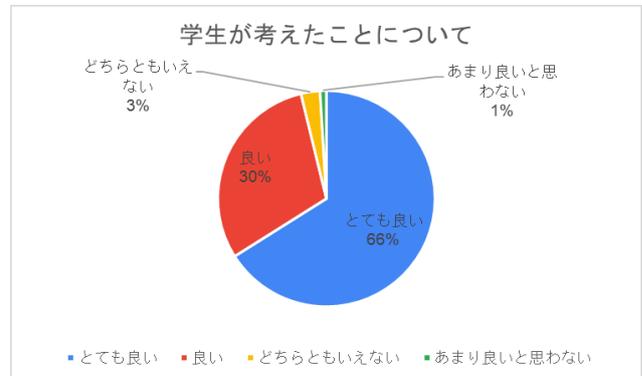


図7 「みうらのひだまり」に関するアンケート

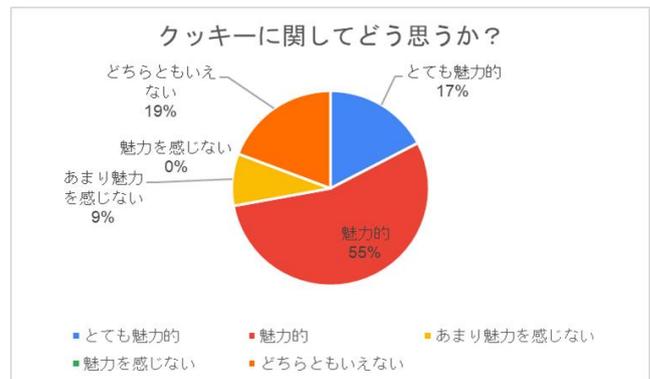


図8 「みうらのひだまり」に関するアンケート

4.6 応用編 第4回

1/10に再度、ご協力いただいた「HIBA」, 「くろぜむ農園」を訪問した。訪問では、「みうらのひだまり」クッキーの試食アンケート調査結果を報告し、この度の実習、商品開発にお手伝いのご協力をいただいたお礼をお伝えした。

5. おわりに

本研究では、人口減少と高齢化が進む神奈川県三浦市を対象に、現地での聞き取り調査やアンケート調査、祭りやイベントへの参与観察を通じて、地域の現状や課題を明らかにした。そのうえで、観光振興による地域活性化に寄与する取り組みとして、新たな観光商品の企画・開発を行った。特に、三浦市の観光特産品が海産物や生鮮野菜に偏っており、保存や持ち運びの面で課題を抱えている点に着目し、生ものに代わる観光商品の可能性に

ついて検討した点に本研究の特徴がある。

基礎編の調査からは、三浦市が歴史や文化、自然環境といった多くの魅力を有している一方で、それらが観光客に十分に認知されていない現状が明らかになった。また、観光客の年齢層が比較的高く、若年層の来訪が少ないことや、三浦市が観光の最終目的地ではなく、他の観光地への訪問の途中で立ち寄られる場合が多いことも課題として確認された。これらの結果から、三浦市を目的地として選んでもらうためには、分かりやすい魅力を持つ観光コンテンツの整備が重要であると考えられる。

応用編では、こうした課題を踏まえ、「くろぜむ農園」や「HIBA」、三浦市役所と連携し、地域資源を活用した観光商品の開発に取り組んだ。現地訪問を通して、生産者や製造者が作物や商品づくりに強いこだわりを持っていることを知り、観光商品においては、価格や利便性だけでなく、その背景にある想いや地域性も重要な要素であることを学んだ。そのため、本研究では商品の特徴だけでなく、開発の背景やストーリーを含めて伝えることを意識した。その成果として開発した「みうらのひだまりクッキー」は、「くろぜむ農園」の切り干し大根を使用し、「HIBA」が製造を担うことで、三浦市の農業と菓子製造を結びつけた観光商品である。

試作品の試食やホームカミングデーでの販売、アンケート調査を通して、切り干し大根を使用した点に対する独自性や企画への関心が一定程度得られた。一方で、三浦市の魅力や切り干し大根を使用する理由が十分に伝わらなかったという意見もあり、商品の価値をより分かりやすく伝える工夫が必要であることが分かった。

また、プロモーションの一環としてSNSを活用したが、認知拡大の面では十分な成果を上げることができなかった。今後は、発信内容や方法を見直し、より多くの人に三浦市や観光商品の魅力を伝えられるよう改善していく必要があると考えられる。本研究を通して、地域活性化には行政や企業だけでなく、大学生が関わることで新たな視点を加えられる可能性があることを学んだ。今回の取り組みで得られた成果や課題を次年度以降の活動に引き継ぎ、より効果的な観光商品開発や情報発信につなげていきたい。本研究が、三浦市の魅力を多くの人に伝える一助となることを期待し、本稿の結びとする。

参考文献

厚生労働省「人口動態調査」

(<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00450011&tstat=000001029997>).

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

(<https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson23/1kouhyo/gaiyo.pdf>).

総務省「国勢調査」

(<https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/index.html>)

三浦市「三浦市観光ビジョン」三浦市HP

(<https://www.city.miura.kanagawa.jp/material/files/group/27/kankoushinmkouvision.pdf>).