

[平成16年度マスターセンター補助事業]

# 茨城県におけるアグリビジネスの可能性の考察と提言

グリーンツーリズムと『守谷さんちの牛乳』プロジェクト

平成17年1月

社団法人 中小企業診断協会茨城県支部

# はじめに

平成17年1月

(社) 中小企業診断協会茨城県支部

支部長 安 四 郎

我が茨城県は、首都圏に位置しながらも豊かな自然環境に恵まれており、その特色を活かして、「地方の時代」にふさわしい県として、活力ある地域経済と、ゆとりある市民生活との、バランスのとれた発展が期待されています。また本年8月には、県南地域において完成が久しく待ち望まれた、「つくばエクスプレス」が、いよいよ、つくば～秋葉原間で開通の運びとなり、首都圏の都市化の波が、確実に押し寄せるスピード時代に突入いたします。この機会を活かし、地域経済活性化に着実に結びつける具体策の実施と同時に、豊かな自然と共生した形での本県らしい発展が臨まれるところでもあります。

本年度の我が支部の調査研究事業は、この点を踏まえ、

- ①地域開発とビジネスチャンスの捉え方
- ②地域開発と自然との調和～本県の優位性を活かす
- ③都市間競争と地域ブランドづくり

の3つの視点から、本県に課せられた、「活力ある地域経済の発展と自然との調和」—21世紀型の地域活性化の方向性—の研究を、つくばエクスプレスにおける県南の窓口である、守谷市をモデル地域として実施いたしました。

21世紀型の地域活性化の方向性を具体的に探るに当たっては、多様な切り口がある中で、今回は、

- ①アグリビジネスの可能性～グリーンツーリズム
- ②地域ブランドの可能性 ～地域資源の活用

特に自然との共生の中で、2つの可能性を切り口に、調査研究を深めて参りました。これは本県の従来より持つ農業部門での能力を、いかに時代に合わせ高めていくかという方向性や、素材を特化させ、他との差別化を図る方向性が、特色を活かす活性化において極めて重要なポイントとなると考えるからであります。

守谷市における、「グリーンツーリズム」、「ブランドマーケティング」においては、それぞれ具体的提言もさせて頂きました。

今後、今回の調査研究をスタートとして、本県らしい「地域経済活性化」への具体策を更に研鑽して参る所存であります。本調査が課題克服や地域活性化の一助となれば幸いです。

最後になりましたが、調査にご協力頂いた守谷市や、守谷市大八洲開拓農業協同組合様、他多数の関係機関の皆様方に厚く御礼申し上げます。更に、情報提供、アンケート調査等をお手伝い頂いた、Earth First (アースファースト) 代表 澤井和男様、そして、調査委員会メンバー、本県支部会員 高木征一委員、川又昭宏委員のご尽力に対し感謝申し上げます、その労をねぎらいます。

## 調査研究会メンバー

リーダー 中小企業診断士 高木 征一  
中小企業診断士 川又 昭宏  
調査協力 Earth First 代表 澤井 和男

この調査研究事業は（社）中小企業診断協会のマスターセンター補助事業により実施したものです。

# 〔茨城県におけるアグリビジネスの可能性の考察と提言〕

—— グリーンツーリズムと『守谷さんちの牛乳』プロジェクト ——

・ はじめに .....	1
・ 目次 .....	3
<b>第1章 脚光浴びるグリーンツーリズム .....</b>	<b>7</b>
<b>1、グリーンツーリズムとその背景 .....</b>	<b>7</b>
(1) グリーンツーリズムとは .....	7
(2) 日本にもグリーンツーリズムの流れ .....	7
(3) グリーンツーリズムの本質 .....	8
(4) グリーンツーリズムと観光の違い .....	9
<b>2、日本型グリーンツーリズム .....</b>	<b>10</b>
(1) グリーンツーリズムの四タイプ .....	10
(2) グリーンツーリズムに出かける理由 .....	11
(3) グリーンツーリズムへの対応——ビジネス化視点 .....	13
<b>3、「九州ツーリズム大学」誕生 .....</b>	<b>15</b>
(1) 日本の原風景「熊本県小国町」のあらまし .....	15
(2) 「九州ツーリズム大学」設立のねらいと事業概要 .....	18
(3) 「九州ツーリズム大学」とその影響 .....	20

## 第2章 都市近郊型グリーンツーリズムの実際——(テーマパーク型)…… 21

1、全国の事例 ……………	21
(1) 三重「伊賀の里モクモク手づくりファーム」 ……………	21
(2) 京都「美山町北集落・自然文化村」 ……………	25
2、茨城県の事例 ……………	29
(1) 茨城町「ポケットファームどきどき・森の家庭料理レストラン」 ……………	29
(2) 下妻市「ピアスパークしもつま・体験型テーマパーク」 ……………	30
(3) 八郷町「ゆめファームやさと・体験農場」 ……………	31
(4) 八千代町「やちよグリーンビレッジ・市民ガルテン」 ……………	32

## 第3章 市民参加型グリーンツーリズムの考察——(市民オーナー制度)…… 33

1、茨城県伊奈町大豆オーナー制度 ……………	33
2、群馬県川場村りんごオーナー制度 ……………	33
3、市民オーナー制度の長所・短所 ……………	33
(1) 長所 ……………	33
(2) 短所 ……………	34
4、市民オーナー制度の発展方向についての提言 ……………	34
(1) 村全体を魅力ある空間に変える ……………	34
(2) 食糧危機に備える長期固定型市民オーナー制度 ……………	35
(3) 年金不足時代に備える貸し農園、貸し山林原野 ……………	37
(4) 自給自足経済を基本とした平成の独立開拓村 ……………	38

## 第4章 都市近郊型グリーンツーリズムの研究事例

### ——茨城県守谷市活性化の提言 …………… 41

1、TX(つくばエクスプレス)開通で一変する守谷市 ……………	41
(1) 構想20年、いよいよ05年8月(予定)TX開通 ……………	41

(2) 鉄道と周辺地域の一体開発による都市づくり	42
(3) TX開通にともなう守谷市の変貌と美しい街づくり	43
(4) 守谷市の成長力	44
(5) 守谷市駅周辺地区の街デザイン・コンセプト	45
(6) 文化・交流ゾーンとして期待される駅前街区	46

## 2、街全体「フードテーマパーク」化と「自転車による街づくり」提言

(1) 三つの川に囲まれた『公園都市・守谷』	48
(2) 『フードシティ・守谷』街ブランドづくりと『守谷シティガイド』発刊	48
(3) 自転車による『守谷・散歩ツーリング』の仕組みづくり	49

## 第5章 ブランド確立とグリーンツーリズムの研究事例

### —守谷市の地域資源『守谷さんちの牛乳』ブランド構築の提言—

1、『守谷さんちの牛乳』大八洲開拓農協の歴史	51
(1) 満州時代	51
(2) 茨城県南地区菅生沼入植——自然災害との闘い	52
(3) 『守谷さんちの牛乳』事業スタート	52
(4) 『大八洲開拓史』と『大八洲開拓のあゆみ』編纂	52
2、販売の現況	53
(1) 商品ラインナップ	53
(2) 販売ルート	54
(3) 売上数量推移	54
3、ブランドの浸透状況——市民アンケート調査による	54
(1) 商品知名度	54
(2) 飲料経験	54
(3) 販路	54
(4) 商品づくりの考え方	55
(5) 新商品要望アイテム	55

4、TX開通と『守谷さんちの牛乳』体制整備	56
(1) 「新・体験型牧場整備計画」の青写真	56
5、『守谷さんちの牛乳』新ブランドマーケティング	58
(1) 現行ブランドイメージと市民の期待（市民アンケート調査による）	58
(2) モノづくり哲学と新しい神話づくり	62
(3) ブランド価値は顧客とつくる	66
(4) ブランドマーケティング展開事例——「理念型」「演出型」	66
(5) ブランドディレクターによる一貫したブランドづくり	71
(6) ブランドマーケティングは企業価値づくり	72
6、新商品開発と販売戦略	73
(1) 低温牛乳需要拡大を目指すテストマーケティングと販売戦略	73
(2) 新商品開発と土産品づくり	74
・ おわりに	76
・ 〔参考文献〕	77
・ 〔巻末付表〕	78
1. 大八洲開拓農業組合開拓年譜	78
2. 『守谷さんちの牛乳』市民アンケート調査表	86
3. 伊奈町大豆オーナー制度	90
4. 「ゆめファームやさと」案内	92
5. 「クラインガルテン八千代」案内	93