



道の駅から見えてくる！ —森の資源が商品になるには？—



道の駅を訪れたら、あなた独自の“森の宝探し”をしてみませんか。

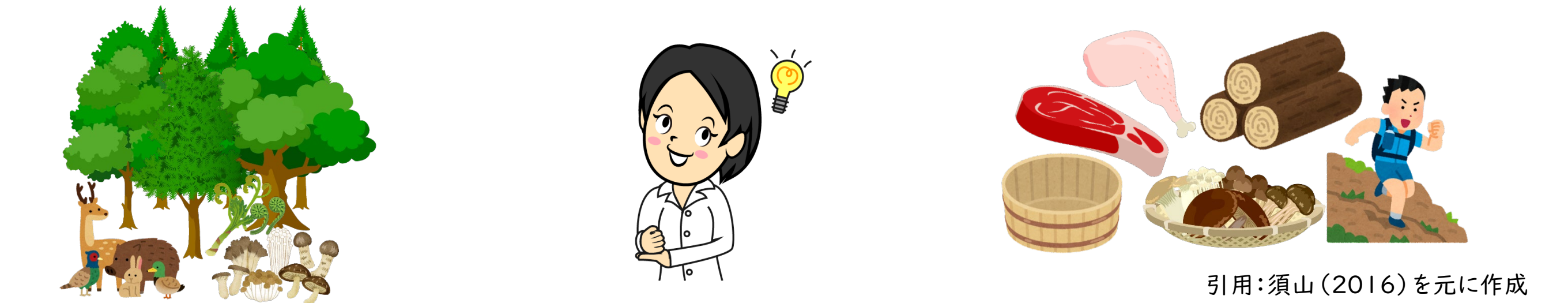
商品を介して、森林に触れたり、森林と人にまつわる物語を知ったり、人とつながったりすることができるかもしれません。

背景と目的

方法

森にあるものはそのままでは商品にならない

そこにある事物(≠資源) → 価値の認識 → 「資源化」 → 消費可能な形に変形 → 「商品化」



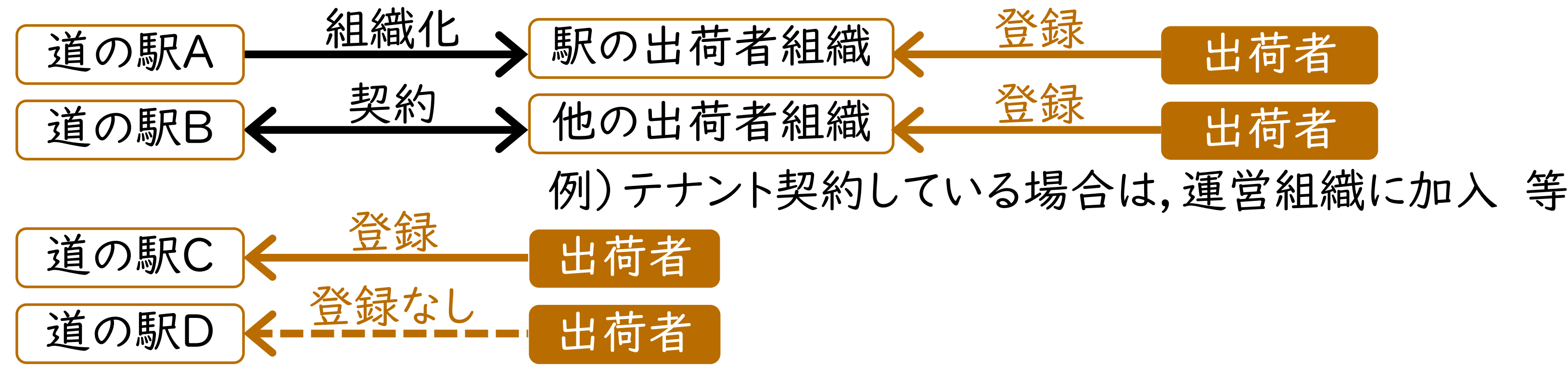
＜目的＞

小規模な林産物(山菜,キノコ,薪炭,木工品,ジビエ等とその加工品)の流通において、重要な役割を果たしている“道の駅”の林産物販売を事例として、地域において森にあるものが商品となるために必要な社会経済的、地理的条件を明らかにする

- ・全国の道の駅を対象としてアンケート調査(2021年実施。送付1180駅)
- ・道の駅関係者への聞き取り調査

●道の駅における農林水産物の販売について
道の駅は、駅毎に運営の仕方が異なる:道の駅の農林水産物販売施設の運営者が異なったり、出荷者が出荷者登録する先が異なったりする。

例)運営者や出荷者登録先のパターン



わかってきたこと

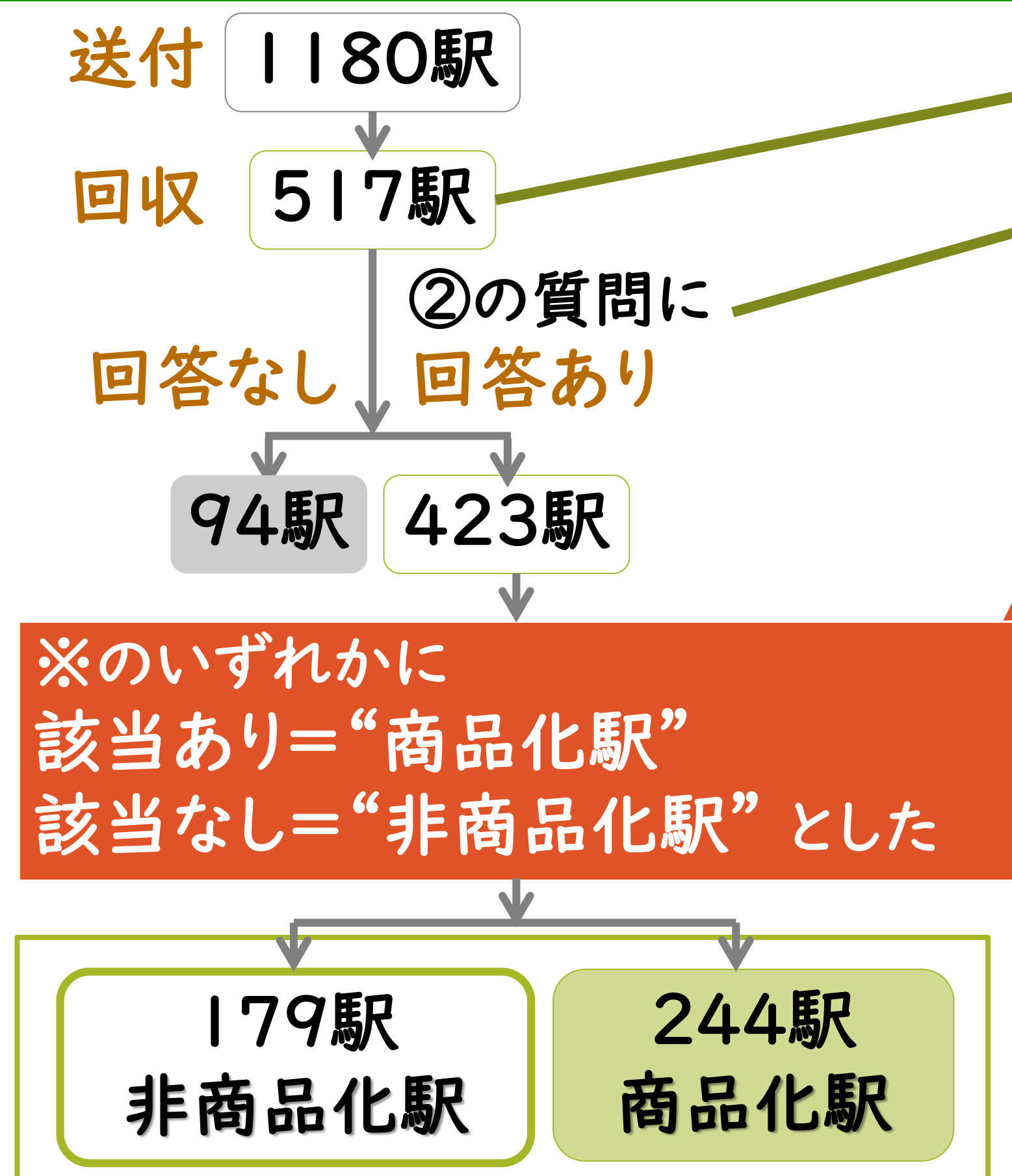


図1 各分析に使用したサンプル

③ 商品化が生じた道の駅の運営上の特徴は？

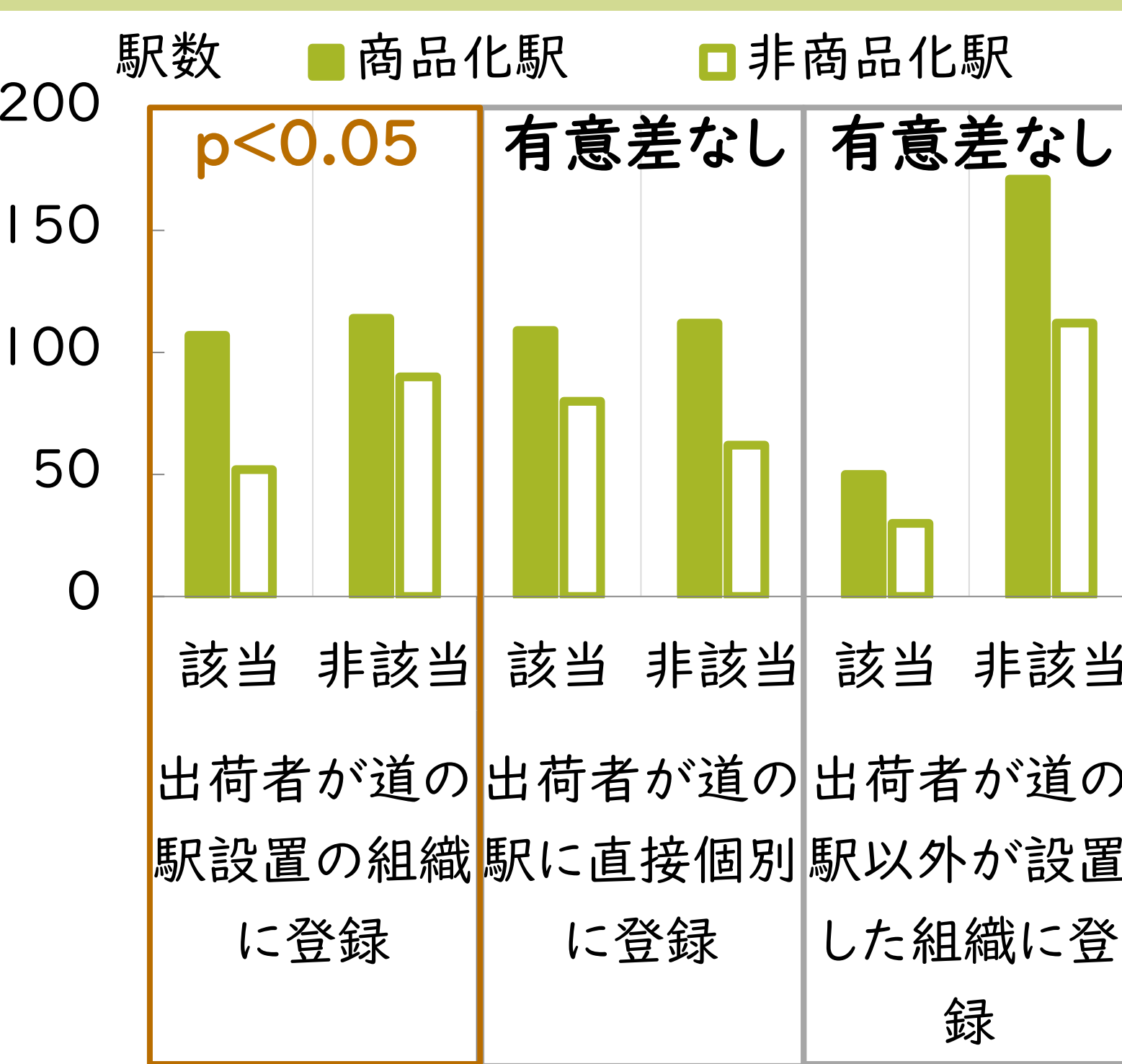


図3 商品化駅と非商品化駅の
出荷者登録先(N=363, 複数回答可)

① 林産物の販売状況は？ → 9割の道の駅で林産物およびその加工品を販売

② 道の駅の林産物販売が地域の森林・林産物利用に与えた影響は？

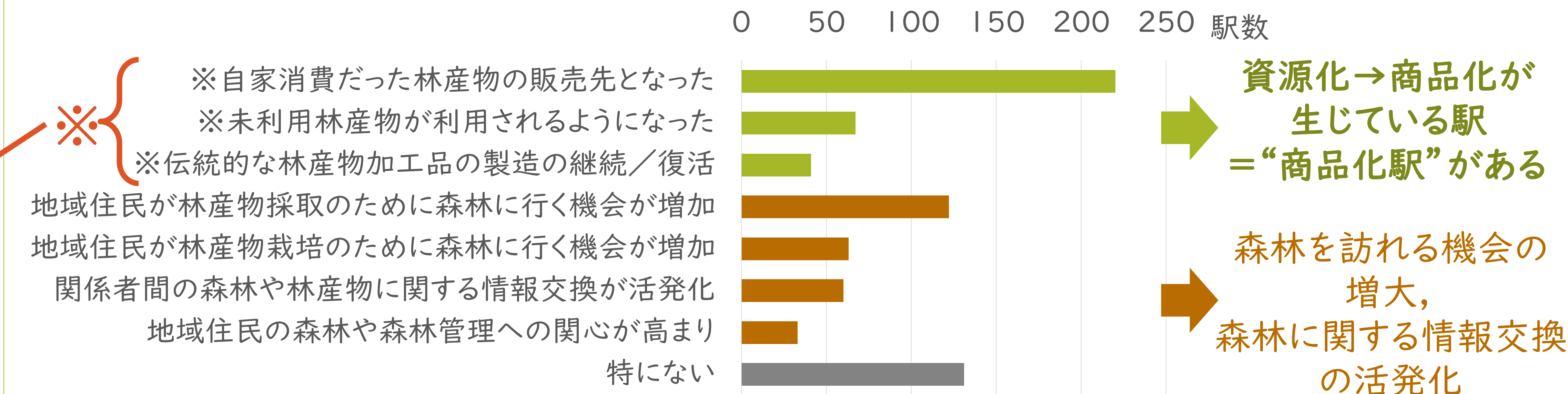


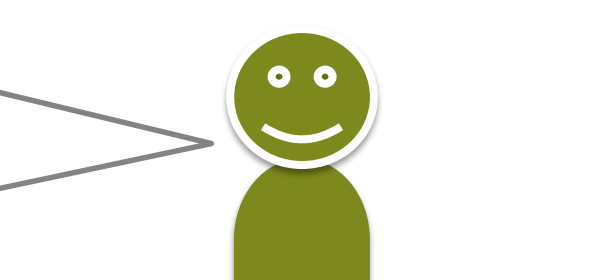
図2 道の駅の林産物販売が地域の森林・林産物利用に与えている影響(複数選択可)

道の駅で未利用の森林資源が商品となった例(出荷者への聞き取り調査より)

道の駅で販売するメリット

道の駅は自由。量や規格などの基準がないため参入障壁が低く、出荷者の裁量度が高い。

出荷者Aさん



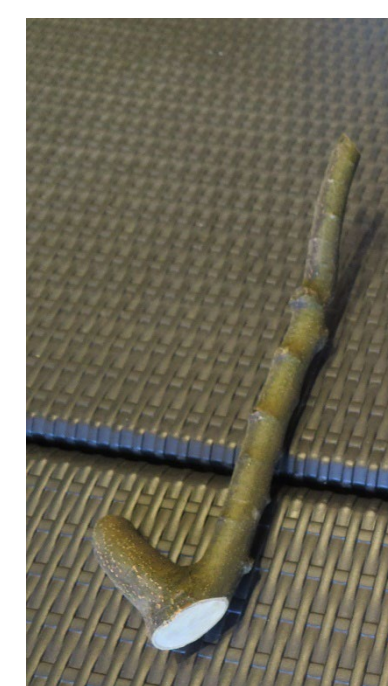
“こんなもの”に価値を見出す

Aさんが考えた用途

道の駅で見つけた“こんなもの”, なにに使うの？



子供の自由研究の材料



天然のフック



カブトムシの飼育用

消費者



“こんなもの”に価値を見出した

用途は消費者次第

表1 商品化駅と非商品化駅における情報提供や情報交換の機会の違い(複数回答可)

道の駅が設けている情報提供や情報交換の機会の種類		X ² 検定
出荷者グループ等の総会など、出荷者が公式に意見や情報を交換をする機会	商品化駅=非商品化駅	有意差なし
出荷者グループ等の親睦会や勉強会など、出荷者間で非公式に情報交換する機会	商品化駅>非商品化駅	p<0.01
研修会など、普段交流のない専門知識や経験を有する人から知識を得る機会	商品化駅>非商品化駅	p<0.01
他地域への視察、他の「道の駅」等との共同イベントなど、他地域の出荷者と意見や情報を交換する機会	商品化駅>非商品化駅	p<0.01
農林水産物加工施設などの体験施設で、利用者との情報交換ができる	商品化駅=非商品化駅	有意差なし
特になし	商品化駅<非商品化駅	p<0.01

まとめ

- 道の駅は、地域の個人が出荷者となり、各々のアイデアによって、森林資源の商品化が実現されている。
- 「こんなもの」に価値を見出した出荷者と消費者が結びついている。
- 道の駅／農林水産物販売施設の運営者が、独自の出荷者組織を作ったり、出荷者が情報を得るための機会を設けていたりすることが、商品化が生じるかどうか大きく影響している可能性がある。

謝辞:

・ご協力いただいた「道の駅」関係者の皆様に感謝申し上げます。
・本研究は、JSPS科研費(JP22K12534)、(国研)森林研究・整備機構森林総合研究所 交付金プロジェクト(課題番号202011)、「家族責任がある研究者のための支援制度」により実施した。

志賀薫(林業経営・政策研究領域)



国立研究開発法人森林研究・整備機構

森林総合研究所