

17 彩の国ふれあい牧場の現状と課題

秩父高原牧場

○宇田川 浩一・田島 敏・鉢須 桂一

1 はじめに

平成9年度に、秩父高原牧場の一部に開設された「彩の国ふれあい牧場」は、これまで、県民へ酪農や畜産の情報発信、牧場体験および癒しの場を提供してきた。平成18年度からは、「牧場花いっぱい運動」を開始し、その結果、来場者が増加して現在では推定で年間40万人以上が牧場を訪れている。今では、地域の観光資源の一つとして、地元の活性化にも貢献している。

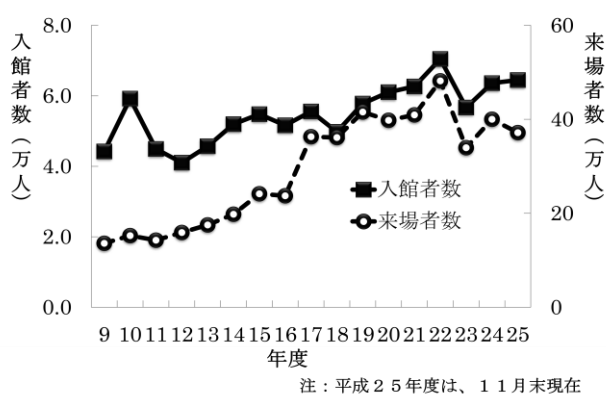


図1 モーモーハウス入館者数と来場者数

図1に展示館の「モーモーハウス」の入館者数と推定来場者数の開設からの推移を示した。入館者数および来場者数は、開設当初から年々増加し、平成23年度は震災の影響により減少したが、最近では入館者数が年間6万人以上、来場者数は年間約40万人以上となっている。

今回、牧場の現状や取り組みについて、乳製品手作り体験実習、イベントの開催、展示施設等の改善の3項目及び来場者のアンケートなどから今後の課題を検討した。

2 彩の国ふれあい牧場の現状と取り組み

(1) 乳製品手作り体験実習

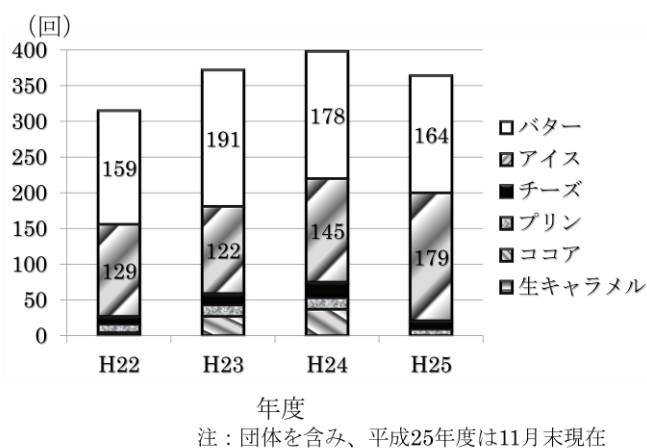
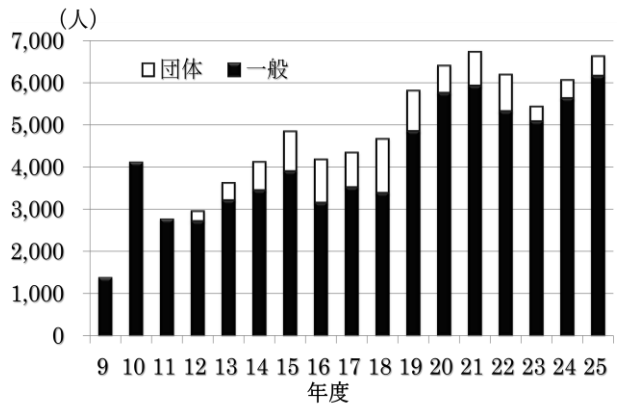


図2 乳製品手作り体験実施回数

乳製品手作り体験実習（以下、手作り体験）は、3月から12月の間の土曜・日曜・祝日には一般の方を、平日には団体を対象に実施している。現在実施しているメニューは、バター、アイスクリーム、チーズ、プリン、ミルクココアである。図2は、手作り体験の過去4年間の実施回数の推移を示す。年々増加傾向にあるが、これは参加希望者が多くなってきたため、バターやアイスクリームの

1日当たりの実施回数を増やしたためであり、最近では、合計で年間400回程度実施



注：平成25年度は、11月末現在

図3 乳製品手作り体験の参加者数

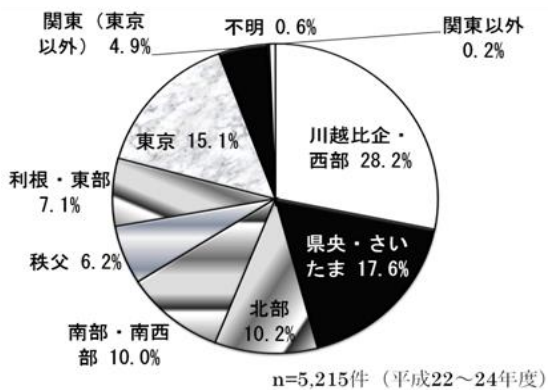


図4 乳製品手作り体験参加者の住所

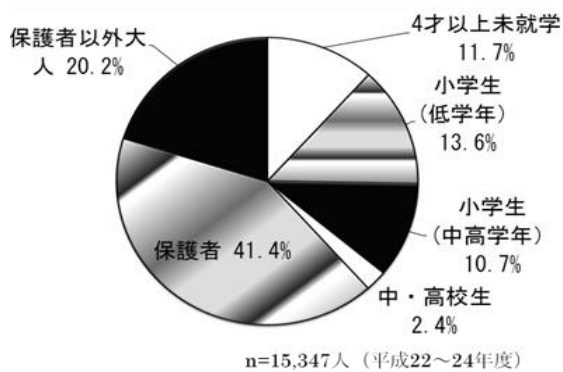


図5 乳製品手作り体験参加者の年齢

している。

図3は、開設からの手作り体験の参加者数の推移を示す。参加者は年々増加傾向にあり、最近では、年間6,000人以上が参加している。平成23年度は震災の影響で減少したが、その後は一般参加者が増加している。一般参加者が申し込みをする際に実施しているアンケートの過去3年間の結果を集計した。参加者がど

こから来たかの問いには、図4のように川越比企・西部地域が28.2%と最も多く、次いでさいたま・県央地域が多かった。県内の参加者が約80%だったが、東京を中心に県外からの参加者が20%以上であった。参加者の年齢層は、図5のように保護者を含めた小学生以下の家族連れが約80%を占めていた。

若い家族連れが多いため、最近では手作り体験の中で、紙芝居を活用して食と命の大切さを伝える取り組みを行っている。通常の実習では、「牛の一生」の紙芝居を通じて、乳牛の育成牧場の役割や酪農家に戻ってから出産して牛乳が出ること、雌の乳牛は6~7歳で命を終えてお肉になることを伝え、イベントなどの際には、「いのちをいただく」という紙芝居を行い、食肉加工センターで働くお父さんの実話を通じて、食事のあいさつ「いた



写真1 紙芝居とその様子



写真2 新聞・HPによる紹介

きます」の深い意味を伝えている(写真1)。この取り組みについては、平成24年8月1日付の埼玉新聞「ふるさとの食と農キャンペーン」で取り上げられ、新聞やHP(http://www.re-na.com/shokuno/closeup/2012_08.html)で紹介された(写真2)。

(2) イベントの開催

牧場では、春から秋にかけて、牧場春まつり(ゴールデンウイーク、5～7日間) 天空を彩るポピーまつり(5月中旬～6月上旬の土・日曜の計6日間)、牧場秋まつり(10月中旬の連休、2～3日間)、県民の日牧場まつり(11月14日前後、1～2日間)の各イベントを実施している。

ア) 天空を彩るポピーまつり

牧場最大のイベントの「天空を彩るポピーまつり」は、平成20年度から地元地域や関係機関で構成する彩の国ふれあい牧場連絡協議会主催により開催しており、今年度で6回目となる。ポピーまつり会場は、昨年度、臨時駐車場の牧草地の管理道やポピー畑周囲の遊歩道

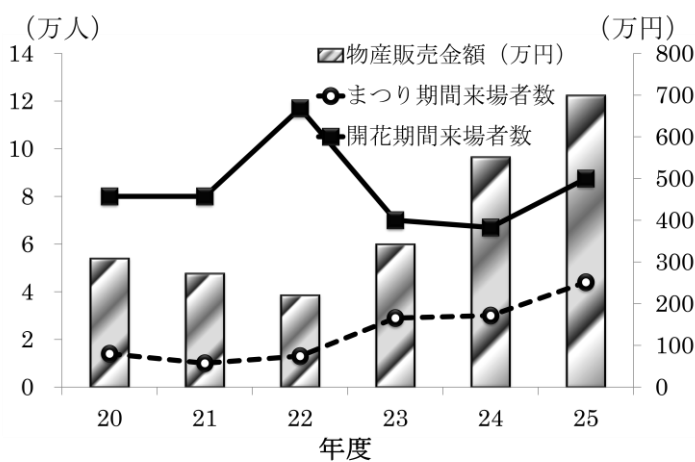


図6 「天空を彩るポピー」来場者数と物産販売額

を整備し、来場者が観賞しやすくなった。まつり期間の土曜日、日曜日には地元地域物産や県内産畜産物の販売で賑わい、地元のお囃子もまつりを盛り上げている。図6は、過去6回のポピーまつり期間中の来場者数と約1カ月間の開花期間中の来場者数およびまつり会場と直売所のまつり期間の物産販売額の推移を示す。当初は4日間だったポピーまつり期間は、23年度から開花時期のずれを防ぐために6日間に増やしたため来場者が増加している。今年度は天候にも恵まれてまつり期間に約4万4千人、開花期間に8万7千人が来場した。22年度に来場者が過去最も多いが、これはNHKのテレビ放送による影響である。23年度からのまつり期間の来場者の増加にともなって販売額も増加し、今年度は過去最高の約700万円の販売額だった。

イ) 春・秋まつり、県民の日まつり

ゴールデンウイークに開催している春まつり、10月の秋まつり及び県民の日まつりでは、ウサギ・ヤギ・ヒツジのえさやり体験の他、昨年秋から、牧場内の材料を用いて約3mの高さのヤギの橋を作り、「天空のヤギ橋わたり」というイベントを開催している。また、春や秋まつりでは展望広場で、仮設テントによる県内畜産物の販売も行って賑わい、直売所付近はクルマがあふれて大渋滞となる。

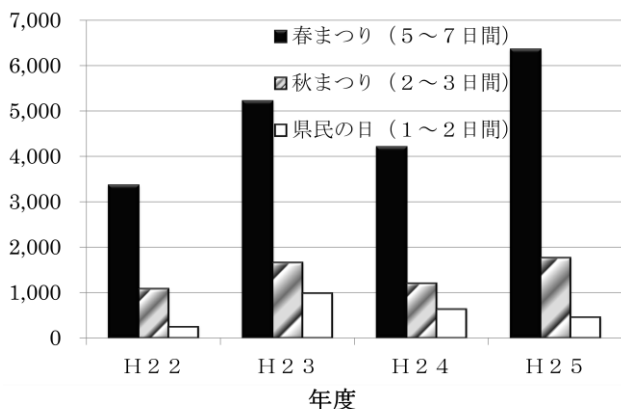


図7 各イベントの参加者数

教室も開催している。図7は、各イベントの参加者の過去4年間の推移である。参加者は増加しており、今年度のゴールデンウィークは7日間開催し天候にも恵まれて6,000人以上がイベントに参加した。また、秋まつりにも2,000人近くが参加した。

(3) 展示施設等の改善

展示館のモーモーハウスは開設から17年を経過し、使用不能となった展示物が多くなってきた。このため職員手作りの本棚を置き、絵本コーナーを設置した。動物や食育に関する絵本を中心に、寄付や古本の購入により、現在200冊以上の絵本がある。絵本コーナーにはマットを敷いて親子でくつろげるようにし、職員からの寄付により、ベビーベッドも設置した。

また、高価な双方向でクイズ等ができた映像装置の「まきばシアター」が故障し修理不可能となったため、既存のスクリーンやミラー、スピーカー等を利用し、安価なプロジェクターやDVDプレーヤーを購入して牛の出産やポピーなどの映像を随時放映している。その他、ふれあい動物施設の手作りによる改善として、ふれあい広場の消毒槽(23年度)、ヒツジのふれあいスペース(22年度)を設置した。また、場内から切り出した間伐材を利用し、老朽化したヒツジ放牧場の屋根の建て替え(24年度)やふれあい広場の牧柵交換(22,23年度)を行った。

3 来場者のアンケート調査結果

ふれあい牧場に対する来場者の意向を把握するため、今年度、春まつりや秋まつりで、アンケート調査(回答335人)を実施した。まず、牧場にきた目的について複数回答で聞いた結果(図8)、動物とのふれあいを目的とした方が65%以上と最も多く、次いで景色を眺めるために来た方が40%以上と多いことがわかった。次いでバター作り体験、イベント参加、乳製品や地元物産の購入を目的とする方が多かった。(図8)

モーモーハウス内では秋まつりで、埼玉県牛乳普及協会及び埼玉新聞社と連携して、元酪農家でシンガーソングライターのミルクおやじライブとバターづくりなどのイベントを開催している。今年度の秋まつりでは、プロモーションビデオの撮影会も行われた。また、春や秋まつりではウシやウサギのお面作りを行い、県民の日には地元皆野町の講師を招き、牧場にある木の実等を素材にした自然工作

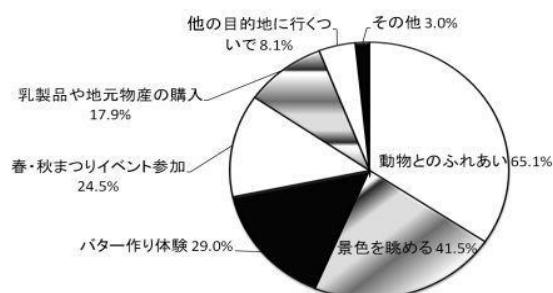


図8 イベント時の来場者の目的

ふれあい牧場全体の印象としての満足度については、とても満足した(61.5%)、まあまあ満足した(31.6%)方を合わせて90%以上であった。理由として、無料のふれあい動物へのえさやり体験で子供が喜んだこと、景観が素晴らしく、自然に癒されたなどの記述が多かった。

今後はどのような牧場にすべきか、選択による複数回答可で来場者の意向を聞いた結果、モーモーハウスの改修や乳製品手作り体験の充実(32.8%)、ふれあい動物施設の改修やふれあい体験の充実(31.0%)、県内産畜産物の販売や飲食施設の充実(30.7%)、搾乳牛を導入して乳搾り体験の実施や牧場産乳製品の販売(30.7%)の4項目が30%以上と多く、次いで花による景観の充実(25.1%)が多かった。食育活動や野外活動などの研修施設建設(6.0%)を希望する方は少なかった。しかし、民間委託により観光牧場に転換して様々な体験メニューを増やすことを選択した方は5.4%に過ぎず、逆に現状のままでよいという方が20.6%もいた。これらのことから、来場者は、ふれあい体験や飲食を含めた販売施設の充実を求めている一方、素朴で安価に楽しめ、景観や自然による癒しを与える現在の牧場から変化すべきでないという意向もあることが確認された。

4 今後の課題

以上の現状やアンケート結果などから今後の課題を考察した。

現在も進んでいるアクセス道路の拡幅により、今後さらに来場者が増加すると思われる。地元からは、東京方面から秩父地域への観光中継地点として牧場は期待されている。このため、今後、観光バスが来場した時の対応として、駐車場、トイレ、浄化槽、給水施設、休憩所等のインフラ整備が急務と考えられる。また、来場者の要望に答えるためには民間活力による県内畜産物の販売や飲食施設の整備も望まれる。さらに、老朽化したふれあい動物施設の改修や衛生面及び安全面からの視点による来場者の導線の見直しを検討すべきと思われる。

今後は、モーモーハウスの改修により充実度アップを図り、県内の酪農や畜産の情報に加えて、食と命の大切さを伝える食育の情報発信基地としての活用にも積極的に取り組むべきと考えられる。