

第2章 研究会の活動及び成果報告

1 稲葉山を観光牧場に

(1) 稲葉山を研究対象に選んだ理由

平成30年7月26日(木)の研究会会議にて、それぞれが「私から見た小矢部市の現状・課題」を考え、何が足りなく、何をすべきなのかを話し合いました。結論的に、市を盛り上げるためには「人」の流れは重要であるが、その中でも「定住を増やすのか」「交流人口を増やすのか」と目的を明確にする必要があるとの結論に達し、交流人口を増やすための既存の施設として稲葉山にスポットを当てました。



(2) 稲葉山の概要と現状について

■稲葉山の概要・現状

稲葉山牧野は元々、県西部の乳牛預託の施設として開発され昭和42年から放牧を開始し、現在では「牧野放牧管理事業」「稲葉山ふれあい動物広場管理運営事業」「森林総合利用施設管理事業」の3つの事業を展開しています。

★稲葉山牧野の概要

- 1) 設立 昭和42年放牧開始 昭和41年～43年(小規模草地開発事業)
- 2) 目的 県西部の乳用牛預託の基幹牧場として開発された
- 3) 事業主体 小矢部市
- 4) 位置及び面積 石動市街地から北へ7km、標高160～346mの所に位置している
総面積は80.1ha、傾斜度はやや強く起伏が多い
- 5) 業務概要
 - ①牧野放牧管理事業
 - ②稲葉山ふれあい動物広場管理運営事業
 - ③森林総合利用施設管理事業(森林総合管理センターの管理)

「牧野放牧管理事業」

①牧野放牧管理事業

1) 家畜管理事業 (平成31年3月末現在)	乳用牛 (預託牛)	10頭
	肉用牛 繁殖牛 (母牛)	96頭
	肥育牛 (出荷牛)	196頭

2) 土地利用状況

草地面積54ha (放牧地17ha、採草地24ha、兼用地13ha)
施設面積26ha

3) その他

平成22年2月に「稲葉メルヘン牛」商標原簿登録を行う。併せて
平成22年6月には「稲葉メルヘン牛流通推進協議会」を設立

・飼育頭数の推移

飼育頭数については、開設以来、乳用牛預託牧場として、呉西地区を中心に広く県内乳牛農家からの預託を実施してきたが、平成に入る頃には乳牛農家が減少傾向に向かいつつあったことから、将来の預託乳牛数の減少を危惧し、平成4年度から肉用牛の飼育を開始するに至りました。

その後、乳用牛の預託頭数は、平成16年度の240頭をピークに減少傾向が続いているが、肉用牛の飼育頭数は堅調に推移し、平成30年度には384頭となっています。

・「稲葉メルヘン牛」の誕生とブランド展開について



肉用和牛の生産を進めていく中で、地元で育った牛をブランド化することにより、市場における認知度を向上させ、販路および消費の拡大につなげることを目標として、平成22年2月に「稲葉メルヘン牛」の商標原簿登録を行いました。

併せて、平成22年6月には「稲葉メルヘン牛流通推進協議会」を設立し、稲葉山から出荷される肉用和牛の流通拡大に向けた取り組みを実施する体制を整え、現在に至っています。

流通推進協議会の主な活動としては、「稲葉メルヘン牛」のロゴマーク作成により、他の産地の和牛との差別化を図ること。稲葉メルヘン牛を提供する飲食店へ認証看板を配布し、来店者に対するブランドのアピール。市内で実施される各種イベントにおける出店販売や市内飲食店で稲葉メルヘン牛フェアを開催し、消費者へのブランド浸透を中心に行っています。

「稲葉山ふれあい動物広場管理運営事業」



②稲葉山ふれあい動物広場管理運営事業

- 1) 設立年月日 平成10年4月27日
平成23年8月 飼育舎改修工事実施（ふれあいコーナー設置）
- 2) 開園時間 4月～11月（休園日：月曜日）
- 3) 施設概要 小動物コーナー、休憩コーナー、テラス、授乳室、トイレ、
身障者用トイレ、管理室、倉庫
- 4) 動物数 ヤギ 4頭、うさぎ 14羽、リス 1匹、カメ 1匹
デグー 8匹（平成30年7月末現在）
- 5) その他 ヤギの餌やり体験（有料：1回100円）を行っていたが、
現在（平成31年度～）は休止している

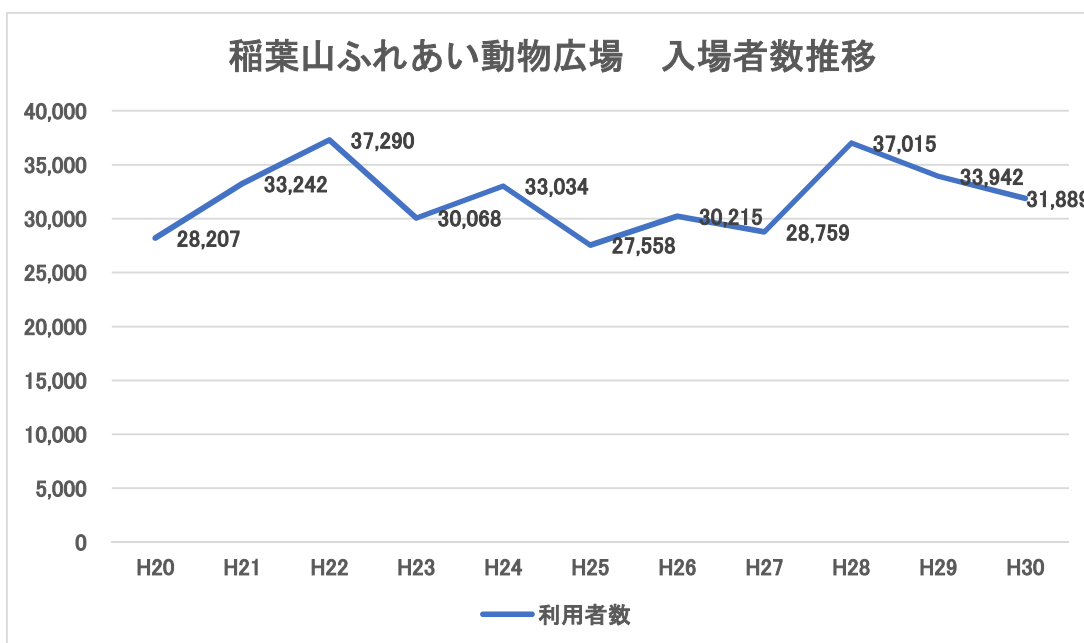


表 1. ふれあい動物広場年間利用者数の推移

・ふれあいコーナーの設置

平成23年8月に飼育舎改修工事を実施し、小動物とのふれあいを行っており、年平均(H20～H30)では、31,930人/年の利用者があります。



「森林総合利用施設管理事業」

③森林総合利用施設管理事業

- 1) 設立年月日 昭和55年3月31日
平成22年度 屋上展望台、内装改修工事実施
平成30年4月 稲葉山カフェレストラン開設
- 2) 開館期間 4月～11月 (休館日：月曜日)
- 3) 管理体制 ふれあい動物広場職員にて管理 (施錠、開錠)
- 4) その他
平成22年度の改修工事以降、休日のソフトクリーム販売を実施
平成30年度より「稲葉山カフェレストラン」の営業開始

・レストランのオープン

平成22年度に内装の改修工を行い、休日のソフトクリーム販売を開始し、平成30年度より「稲葉山カフェレストラン」の営業を開始しました。

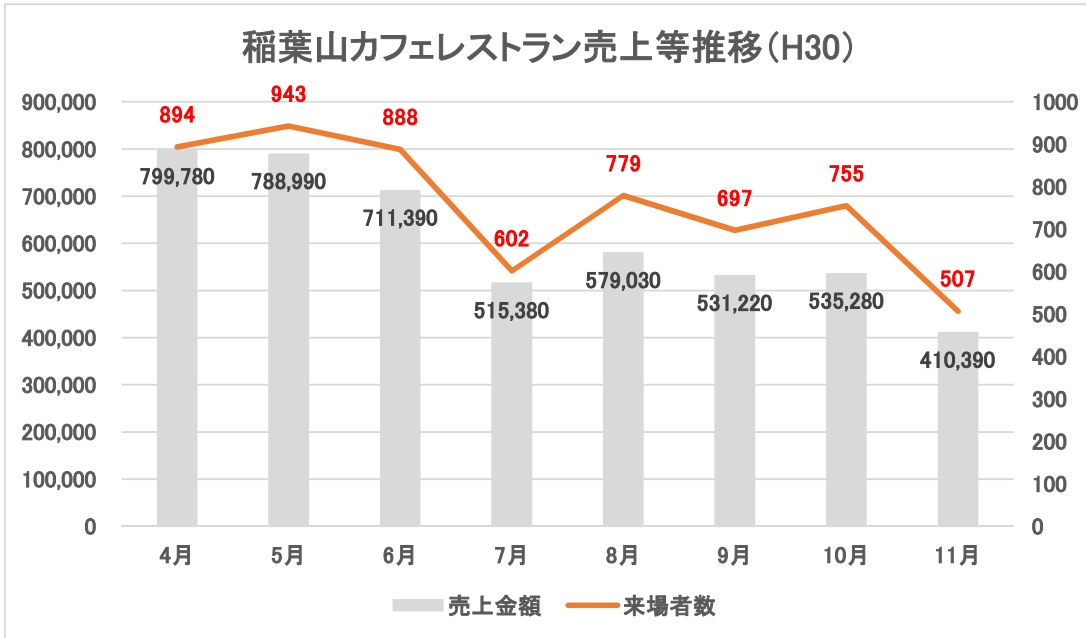


表 2. カフェレストラン売上金額と来場者数の推移

平成 30 年度の平均来場者数は 758 名/月で平均売り上げは、608,932 円/月でした。

【研究メンバーから見た長所と短所】

■ブレインストーミングの実施

研究を進めるにあたり、平成 30 年 8 月 28 日（火）第 1 分科会において、研究会メンバーがそれぞれ抱く稲葉山のイメージについてブレインストーミングを行いました。

※ブレインストーミングは、テーマに対し複数人で自由にアイデアを出し合い、そこからユニークで新しいアイデアを生み出す会議手法です。

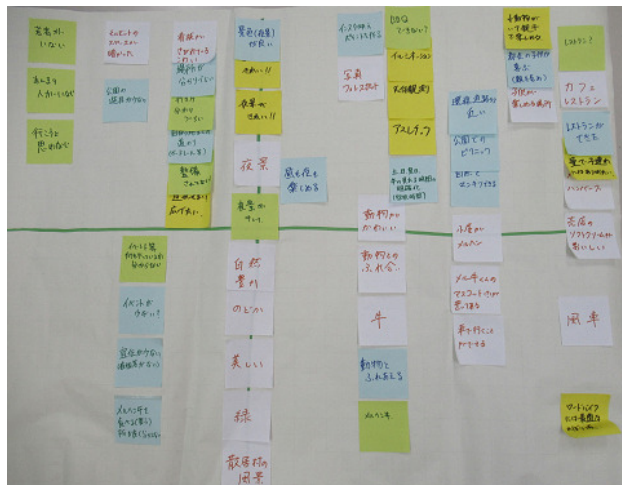


図 1. 稲葉山牧場のイメージ（ブレインストーミング）

ブレインストーミング
稲葉山の長所

景色や自然に関すること

- ・景色（夜景）が良い ・散居村の風景
- ・夜景がきれい ・昼も夜も楽しめる ・美しい
- ・自然が豊か ・のどか

周辺整備に関すること

- ・幹線道路が近い ・自然を満喫できる
- ・公園でのピクニックが家族には良い
- ・小屋がメルン ・車で行くことができる
- ・メルン君のマスコットがある

レストランに関すること

- ・カフェ、レストランができた
- ・レストラン近くの休憩所の置スペースが家族にはありがたい
- ・ハンバーグ（メルン牛？）が食べられる
- ・売店のソフトクリームが美味しい

動物や遊具に関すること

- ・動物がかわいい ・メルン牛がある（牛が見れる）
- ・動物とふれあえる ・小動物がいて親子で楽しめる
- ・都会の親子が楽しめる場所（田舎ならでは）

その他

- ・風車がある ・坂がロードバイクに最適



長所としては、

- ① 稲葉山から見える景色、特に夜景が綺麗である、自然が豊かであるといった景色や自然に関すること。
- ② 幹線道路が近く、家族連れのピクニックに最適である、メルギュー・メルモモちゃんのマスコットが置いてある等の周辺整備に関すること。
- ③ 新しく開設されたカフェレストランやソフトクリームがおいしい等といったレストランに関すること。
- ④ 稲葉メルヘン牛を見学できること、小動物と触れ合えるといった動物や遊具に関すること。

と、大きく4つの意見が出ました。

ブレインストーミング 稲葉山の短所

人の心を動かす工夫に関すること

- ・若者があまりいない
- ・そもそも人がいない
- ・行こうと思わない

動物園や遊具に関すること

- ・モルモットのスペースが暗かった
- ・公園の遊具が少ない

宣伝や広告に関すること

- ・イベント等をやっているかわからない
- ・イベントがない？
- ・宣伝や看板が少ない
- ・メルヘン牛を食べる（買う）場所がレストラン以外で知らない

周辺整備に関すること

- ・看板がさびれている
- ・怖い、場所が分かりづらい
- ・行き方が分かりづらい
- ・目的地までの道のりが整備されていない
- ・道が狭い、広げてほしい



短所としては、

- ① 若者があまりいない、行こうと思わない等、人の心を動かす工夫に関すること。
- ② 動物スペースが暗い、公園の遊具が少ない等、ふれあい動物園や遊具に関すること。
- ③ イベントが少ない、開催されていても知らない、宣伝や看板が少ない等、宣伝や広告に関すること。
- ④ 行き方が分かりづらい、道が狭いなど周辺整備に関すること。

と、4つの意見が出ました。

【稲葉山の現状把握】

■ 牧野場長と座談会の開催

平成30年11月19日（月）第1分科会 第4回分科会においてブレインストーミングや、現場で抱えている問題の現状把握を行うため、牧野場長との座談会を開催しました。

座談会の開催

Q1 稲葉山牧野が抱える課題について

- A1
- ・ 時代の変化による周辺地域での酪農農家（乳牛農家）の減少により、「公共牧場」として整備された当初の目的である「乳牛預託育成」事業の継続が困難となってきている
 - ・ 平成9年度より肉用牛の一貫生産を開始したが、生産頭数が少なく、ブランド牛として市場に浸透するまでに至っていない
 - ・ もともと乳牛預託牧場として整備されたものを、肉用牛飼育施設として運用する結果、施設機能のミスマッチや肉用牛生産において非効率的な配置となっており、運営面でコストを上昇させる要因となっている【公共牧場・運営コスト・ブランド認知】

Q2 畜産、農業体験の可否について

- A2 ・ 稲葉山牧野は、乳用牛の育成と肉用牛を生産する現場 ⇒ 疫病や疾病からの保護が必要
・ 稲葉山への一般来訪者（観光客）と、牛生産施設（牛舎、牧草地）の分離が課題
防疫対策 ①牛舎入口における車両消毒装置
②「関係者以外立入禁止」看板の設置（牛舎、牧草地）
③出入者名簿の備付（入退場管理）
④立入防止柵の設置（有刺鉄線に加え、平成30年度からロープ柵も設置）
現時点では、一般市民を対象とした畜産、農業体験の実施は考えていない
→【防疫、生産施設との分離】

Q3 PR（看板など）が少ないのはなぜか

- A3 ・ 稲葉山牧野としての看板（現状）
田川入口「ふれあい動物広場」、「カエルストン」 ⇒ 営業日等の案内看板
管理事務所横「稲葉メルヘン牛」看板 ⇒ 稲葉メルヘン牛の広告看板
道路脇 「稲葉山牧場」案内看板（国道、県道、市道） ⇒ 道路施設としての案内看板

※稲葉山全体をPRする看板（観光マップの様なもの）については、設置されていない
稲葉山山頂への道路に誘導看板が少ない ⇒ 冬期の除雪により破損するため設置できない
ただし、今後は、山頂への誘導看板の設置を計画（カエルストン）

Q4 入場料の徴収について（ふれあい動物広場）

- A4 ・ 今後の検討課題 餌やり体験のみ有料（1回 100円）

Q5 観光名所になるようなベンチ（日本一長いベンチなど）や増設の予定は

- A5 ・ カエルストン周辺は移動式テーブル、ベンチで対応している 山頂公園、遊園地については整備済み
他、要望次第で検討する

Q6 どんな施設があったらよいと思うか

- A6 ・ 市民の要望に基づいて整備してきた経緯がある。（展望デッキ、無料休憩所、カエルストン）
※中長期ビジョンにアンケート結果を示している

Q7 アスレチック計画はどこまで進んでいるか

- A7 ・ 第7次総合計画の後期計画で整備を検討することとしている（都市計画課）

Q8 公園で出来そうなイベントは無いかな

- A8
- ・公園の使用許可基準を守った上でのイベント開催となる（火気使用禁止、キャンプ禁止）
都市計画課との協議が必要
 - ・放牧牛に悪影響を与えない範囲でのイベント開催となる（騒音、防疫、動物持込の制限）

その他、座談会の中での意見

- ・メルヘン牛は贈答用としての需要は高いが、頭数が少ないので取扱店も少ない
- ・Facebookはあるが、看板や観光マップ等がなくPRが不足している
- ・カフェレストランの売り上げは1日平均7万円と予想より来客はあるが、雨天時は全然ない
また、来客はほぼ市外
- ・市民自体に愛着がない 基本は市民から愛され、利用してもらえたい場所になりたい
- ・カフェレストランを充実させ、メニューも増やしていきたい
- ・山頂や宮島峡も含め稲葉山全体の観光機能の充実を行いたい

座談会の中では、稲葉山の抱える課題として稲葉メルヘン牛の飼育頭数が少なく、ブランド牛として浸透していないこと、牛の生産施設として疫病の予防について考えなくてはならないことが課題として挙がりました。

今後力を入れていきたいこととしてPRの充実・カフェレストランの新メニュー検討・市民への定着でした。座談会の中で、特に私たちが重要だと感じたのは、稲葉メルヘン牛自体の頭数が少なく取扱店も少ないこと、市民自体に愛着がなく利用も少ないことです。消費拡大に力を入れている割には流通自体あまりなされていないことは致命的だと感じます。また、市民に愛されるようにするにはどうすべきかしっかり検討する必要があると思いました。

（3）先進地視察について

稲葉山での現状を鑑み、今後どのようなビジョンを進めるかを検討するため、観光型牧場として盛り上がりを見せるくろべ牧場まきばの風を視察してきました。

<施設概要>

(1)設立

昭和46年 放牧開始

平成25年 黒部市直営牧場に

(2)敷地

87ha(草地85ha)

(3)来場者数

年間約8万人

<事業概要>

①家畜育成事業

- ・受託育成事業(牛117頭/山羊146頭)
- ・酪農事業(市所有牛131頭)

②ふれあい事業

- ・乳製品加工製造・販売
- ・手作り体験教室
- ・BBQハウス
- ・動物とのふれあい体験
- ・イベントの開催
- ・外部イベントへの出店販売

③事務事業

くろべ牧場は、昭和 46 年に放牧を開始し、平成 25 年に黒部市が直営する牧場となりました。敷地面積は稲葉山牧場と同程度ですが、来場者数が年間約 8 万人と稲葉山の倍以上となっています。動物とふれあえる体験は稲葉山のふれあい動物広場と差は感じられませんが、MOO ガーデンによる乳製品の加工製造販売、手作り体験教室などがあり、地場産品を中心とした食材が提供される BBQ ハウスもあります。また、ファームフェアや BBQ フェアなどのイベント開催が集客に反映されています。

また、牧場のパンフレットは全貌が分かりやすく、手に取っただけで楽しめる仕様になっています。



図 1. まきばの風マップ

視察先での意見交換会では、自家製や地場産の商品がレストランで提供されているほか、地域に愛される工夫として保育園や遠足、課外授業の受け入れ等を行っています。

また、イベント開催のPR方法として市広報への掲載、CATVでの告知、保育園などへのチラシ配布を行っています。今後の展望としては畜産の飼養管理技術の確立、乳製品の生産・販売力向上、観光・体験型教育牧場の構築による魅力拡大が挙げられました。



Q 施設内のレストランで提供されるメニューについて

A 自家製ミルクのジェラートやケーキ等



Q 地域に愛される工夫は？

A 保育園や学校等の遠足、課外授業の受け入れ等



Q 今後の展望

A 畜産の飼養管理技術の確立、乳製品の生産・販売力向上

観光・体験型教育牧場の構築による魅力拡大

(4) 稲葉山牧場の課題

ブレインストーミングや牧野場長との座談会、先進地視察を通して稲葉山では以下の課題が挙げられます。

1. 稲葉メルヘン牛の認知度が低い
2. 地域（市民）にとって親しみがない
3. アクセスしにくい
4. レストランの営業時間が短い

メルヘン牛/観光/地域での愛着など全て中途半端

(5) 稲葉山牧場観光化へのプラン

現在の稲葉山は、牧野・ふれあい動物・森林総合の3事業全てが中途半端であり、今後の展望が見えません。そこで当研究会では次からのプランを提案します。

■イベントの充実・企画

イベントについては大きな企画ではなく、市民が気軽に参加できる細かなイベントを定期的に開催することが重要です。



図2. 稲葉山からの夜景（綺麗な夜景など稲葉山の特徴を活かしたイベントの開催）

イベントの提案

- 1 星空を活かした天体観測教室、期間限定星空ビアガーデン
- 2 夜景を活かした街コンの開催
- 3 動物に関する相談会の実施
- 4 保育園や学校などの遠足、課外授業に活用されるような専門家による講演会（牛の生育過程や稲葉山から見える星座の種類等）

市民が気軽に参加できる小さなイベントを開催し、稲葉山に登ってもらう回数を増やすことが愛着への第一歩だと思います。

■施設について

現状の施設では、せっかく登頂しても長く遊べる施設が少なく、利用者が増加しない要因の一つではないかと考えます。

施設の見直し

1. 稲葉メルヘン牛や野菜など地元の食材を利用した BBQ ハウスの新設
2. 遠足や休日の親子が気軽に学習できる稲葉メルヘン牛部位や生育・飼育過程を示した学習パネルの設置
3. 現行のアスレチックの増設に加え、雨の日も楽しむことができる屋内遊具設営

また、近隣のアウトレットモールや温浴施設・ホテルなど周辺施設と提携した取り組みも重要になってきます。

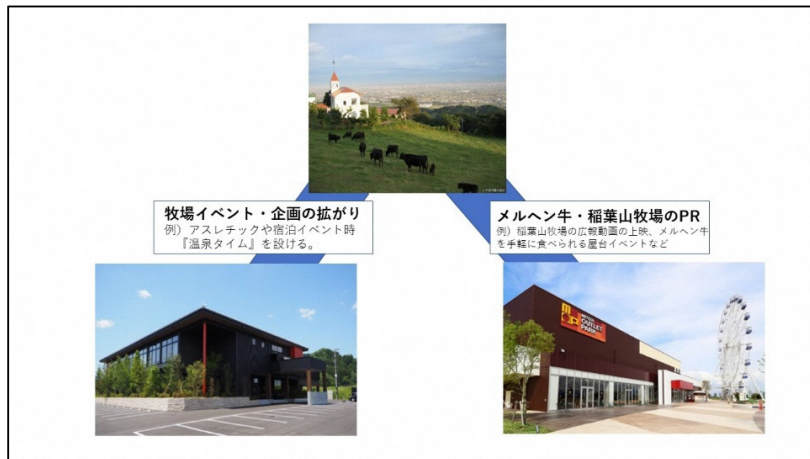


図3. 稲葉山牧場と周辺施設の提携（例）

牧野に関してはそもそも施設自体が乳牛に特化した施設であるため、肉用牛飼育施設として運用する場合、施設機能のミスマッチや肉用牛生産において非効率的な配置となっており、運営面でコストを上昇させる要因となっています。現在の施設のまま運用するならば、稲葉メルヘン牛の飼育頭数を減らし、乳牛を増やすといった方法の検討も必要ではないかと考えます。しかし、乳牛預託自体が減少傾向であり、稲葉メルヘン牛も浸透してきているため最善策ではありません。今後も肉用牛メインであるならば肉用牛飼育施設としての転換をするべきです。

■レストランの有効活用・集客増大に向けて

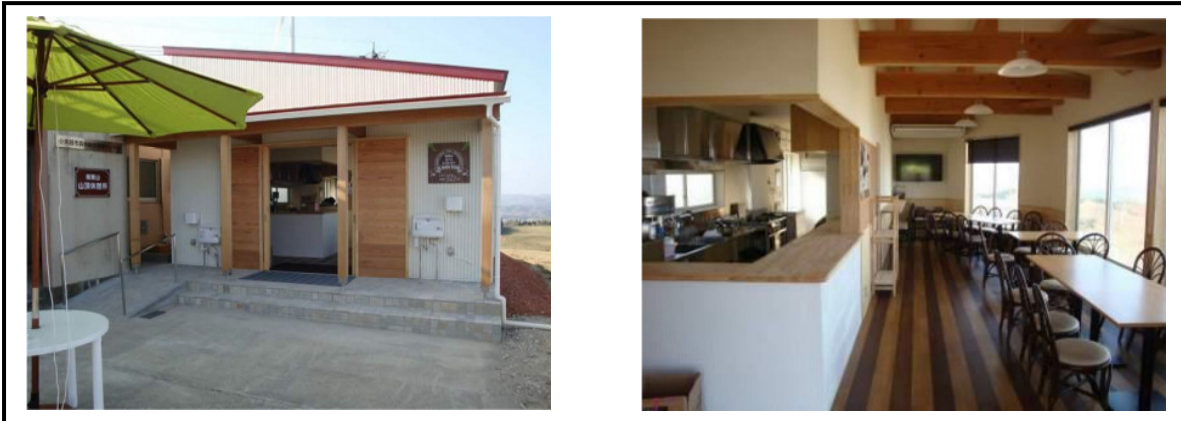


図 4. レストランの外観と内部

レストランについては、イベントや他施設と連携し活躍の幅を増やしていくことが重要です。

レストランの有効活用

1. 稲葉メルヘン牛・地元食材を活用したメニューの拡大及び、営業時間の延長による集客・利用者の増大
2. イベント時の場所や食材の提供
(例) BBQハウスと連携し、食材はレストランで準備する。基本、持ち込みは禁止にする。

現在より多くの地域の特産品を使用したメニューの展開や、レストランハウスを有効活用するため、学習イベントや相談会など上記で挙げたイベント時の場所提供や地元の食材を使用した BBQ プランを作成し、食材の提供、BBQハウスと連携したイベント等を開催し、単なるレストラン営業だけで終結させないことが重要です。

■交通環境整備について

現在、稲葉山に登る手段としては、自家用車のみ交通手段しかなく、利用者が限定されています。

1 稲葉山直通シャトルバスの運行

石動駅や道の駅、アウトレット周辺の施設を巡回することで、市民や市外、県外の観光客が気軽に稲葉山に登頂出来る機会が増えると思います。また、アウトレット利用者は買い物後、観光として稲葉山牧場を訪れているというデータがあり、より稲葉山に足を運んでもらえるよう交通環境も整備することも重要です。

2 ロープウェイの建設

夢のような提案ですが、運行されれば、県内トップクラスの観光スポットになることは間違いありません。また、今まで行くことが出来なかった、冬の交通手段としても活用でき、今まで見ることが出来なかった、稲葉山の冬景色が堪能できると思います。



図5. ロープウェイの例

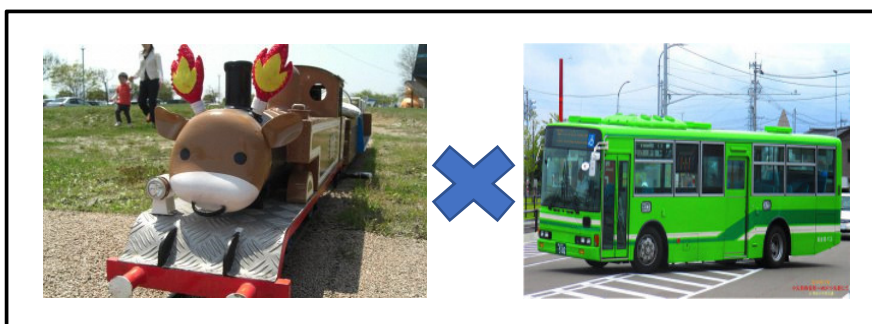
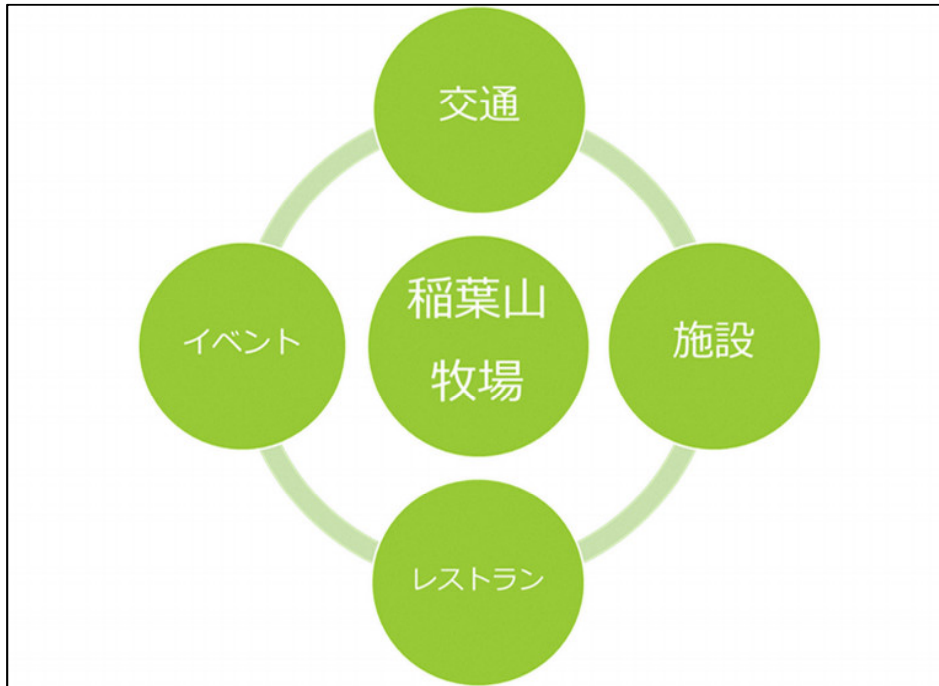


図6. メルギュー・メルモモの形をしたバスの提案（左の画像はメルギューのSL）
バスにメルギュー・メルモモのペイントを施すだけでなく、メルギューの形をしたバスの運行を実施。（となりのトトロの猫バスのような・・・）

(6) まとめ



稲葉山を観光型牧場にする重要なポイントに交通、イベント、施設、レストランの4つを挙げました。レストラン施設・ふれあい動物・景色の美しさなど稲葉山の既存の魅力をより活かすことと同時に交通網の発達や施設の増設等、今までの稲葉山には無かった新しい環境作りが必要ではないでしょうか。

また、稲葉山牧場だけで観光を完結するのではなく、周辺施設のアウトレットモール、温浴・宿泊施設とも提携をしながらイベントや運営を行うことで、市内外の多くの人が稲葉山牧場を訪れることが期待できます。以上のような稲葉山牧場から周辺の観光施設に集客をもたらすことの出来る循環型観光施設が必要ではないかと考えます。