



2021 年度 立命館大学寺脇拓ゼミ地域連携・課題解決型プロジェクト

寺脇拓ゼミ

米粉スイーツ&古民家カフェによる
日本の原風景継承プロジェクト

報告書

【分析部分抜粋】

2022 年 3 月

立命館大学経済学部 寺脇拓ゼミ

1. はじめに

昔ながらの里山の田園風景や、町家が建ち並ぶ歴史的な町並みは、しばしば「日本の原風景」と呼ばれる。これらの日本の原風景は、高い文化的価値をもつものとして広く認識され、またその地域の観光資源としての役割を果たす一方で、そのような伝統的な景観は年々失われる傾向にある。その背景にあるのは、食の欧米化と生活様式の変化に他ならない。高度経済成長期以降、日本では欧米型の食生活が急激に広がり、畜産物や油脂類の消費が拡大する中で、主食となる米の消費は大幅に減少した（農林水産省，2012）。それに伴い日本の里山景観を特徴づける水田もまた減少の一途を辿っている。住居の形態についても、かつては薄い障子で部屋が仕切られ、台所は北側の玄関から続く土間に配置されていたものが（小野，2018；横山，2020）、近年では子供の自立心やプライバシーに配慮したり（清家，2020；iemiru，2018）、主に女性の視点から家事の動線を意識した間取りがとられたりするようになった（島田，2020）。これにより、歴史的な趣を持つ、日本の伝統的な建築工法で建てられた町家などの古民家は、現代の生活様式と合わないことから、建て替えや解体が進められている（古民家びと，2014；全国古民家再生協会新潟第一支部，2018）。こうした水田や古民家の減少傾向が続けば、近い将来日本各地の原風景が失われ、それを取り戻すことは極めて難しくなる。

日本の原風景を継承するためには、失われゆく水田や古民家を守る取り組みが必要になる。しかしながら、上述の通りその背景には日本人の暮らしの変化があり、現代のライフスタイルはすでに確立されていることから、単純に米の消費を伸ばしたり、古民家での居住を促したりすることで、その目的を達成しようとすることは現実的ではない。そこで本研究では、米と古民家の現代的な活用に活路を見出すことを考える。それは、若年層を中心に関心を集めている「米粉スイーツ」と「古民家カフェ」としての活用である。最近では、米菓や和菓子などに使われてきた米粉がパンやスイーツの材料として使われるようになり、その米粉パン、米粉スイーツの市場は堅調に増加する傾向にある（日本米粉協会，2018）。また、近年地域の観光資源として注目される古民家をカフェやレストランとして活用することで、地域の憩いの場を創出する取り組みも増えている（日本政策投資銀行，2015）。伝統的なものをそのままの形で残していくことは難しいが、現在の需要に応じて新たな形に作り替えることで、それらの継承は実現されるかもしれない。

以上の背景を踏まえ、本研究では、米と古民家の現代的な活用として、米粉スイーツと古民家カフェに注目し、それらを組み合わせた「米粉スイーツを提供する古民家カフェ」に対する潜在的な需要を計測することに取り組む。具体的には、アンケート調査に基づく選択型実験を用いて、カフェの属性に関する効用関数を推定し、そこからコーヒーの価格で見たと

きの米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムを計測する¹。ここで問題となるのが、米粉スイーツを提供する古民家カフェが現実にはほとんど存在しないことである。それゆえ、もし人々が米粉スイーツの食味や古民家カフェの趣きを認知していなければ、仮想的な状況を前提とする選択型実験の結果は説得性を欠くものになる可能性がある。

そこで本調査では、人々に米粉スイーツを提供する古民家カフェを知ってもらうために、次の二つの方法をとる。一つは古民家カフェで米粉スイーツを楽しむイベントを開催し、実際に人々に米粉スイーツを提供する古民家カフェを体験してもらうことである。当団体は、2021年11月20日（土）・21日（日）に、滋賀県 JR 大津駅近くの古民家をリノベーションした建物で、県内で仕入れた米粉スイーツと共に、当団体が作る米粉のワッフルを販売するイベント「こめこみんかふえ」を開催した。このイベントの参加者を対象にアンケート調査を行うことで、米粉スイーツの食味や古民家カフェの趣きを認知した被験者のデータを収集した。もう一つは、滋賀県内で販売されている米粉スイーツと、同じく県内で営業されている古民家カフェを紹介するパンフレットを作成し、それを広く配布することで、人々の足をそれらの店舗に向かわせることである。本研究の調査対象地となる滋賀県には、米粉スイーツを提供する古民家カフェはほとんど存在しないものの、米粉スイーツを販売する店舗や古民家カフェは多くみられる。当団体は滋賀県内の米粉スイーツを販売する店舗と古民家カフェそれぞれ6店舗取材し、その結果をまとめた16ページからなるパンフレット「滋賀県版 米粉スイーツ×古民家カフェ」を作成した。そして、それを広く配布し、そのパンフレットの利用者を対象にアンケート調査を行うことで、目的とするデータの収集を行った。

なお、分析の際には、米粉と古民家が共通して「和」の要素を持つことに注目し、米粉スイーツと古民家カフェが組み合わせることによって、それらの需要の間に相乗効果が生まれるか否かを検討する。これはすなわち、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムが、米粉スイーツを提供するカフェに対する支払意思プレミアムと古民家カフェに対する支払意思額との合計を上回るかどうかを見極めることを意味する。前者が後者を上回れば、米粉スイーツと古民家カフェが重なることによって生まれる相乗効果の存在が結論付けられることになる。

米粉スイーツを提供する古民家カフェの普及に向けては、その費用の大きさが障壁となる。一般に小麦粉ではなく米粉を使えばその分材料費は高くなり（農林水産省、2022a）、

¹ 正確に言えば、この支払意思プレミアムは「小麦粉のスイーツ中心の洋風のカフェを基準として、米粉スイーツ中心の古民家カフェに行く代わりに上がってもよいと思うコーヒーの価格」を意味する。

古民家カフェを営む際には高い修繕費用や維持費用が課題となる（日本政策投資銀行，2015）。本研究の狙いは、米粉スイーツを提供する古民家カフェに人々がどれほどの価値を見出すのかを金銭的に明らかにすることで、その経営に伴う費用増と比較可能な需要側の情報を提供し、その普及の実現可能性を見極めることに貢献するところにある。

本論文の構成は以下のとおりである。第2章では、水田と古民家に注目して、日本の原風景を取り巻く現状を概観するとともに、先行研究をサーベイし、本研究の新規性を確認する。第3章では、2021年11月20日（土）・21日（日）に当団体が開催したイベント「こめこみんかふえ」の概要を紹介し、続く第4章では、当団体が作成した、滋賀県内で販売されている米粉スイーツと、同じく県内で営業されている古民家カフェを紹介するパンフレット「滋賀県版 米粉スイーツ×古民家カフェ」の内容を紹介する。第5章では、分析手法として用いた選択型実験の実験デザインと推定モデルを説明する。第6章では、アンケート調査の概要を説明した後、イベント参加者とパンフレット利用者とに分けて各質問の回答を集計した結果を考察する。第7章では、カフェ属性に関する効用関数の推定結果を示し、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムを計測する。第8章では、本研究で得られた知見とその含意を述べる。さらに補論として、今回の活動資金を集めるために取り組んだクラウドファンディングの概要を紹介する。

2. 日本の原風景を構成する水田と古民家の現状

2.1 日本の原風景とは

「原風景」という言葉は、『デジタル大辞泉』によれば「原体験²におけるイメージで、風景のかたちをとっているもの³」と定義される。学問的には統一的な定義はなく、研究領域によって多様であるが（藤江・本山，2002）、人間の心に浮かぶ風景を指す概念であることから、心理学における定義を基本として議論が展開されることが多い。中でも頻繁に取り上げられるのが、星野・長谷川（1985）と井上（1995）の定義である（藤江・本山，2002；吉村，2004；植田他，2005）。星野・長谷川（1985）は「幼少期の原風景」を、「単なる記憶や思い出としてではなく、成人後の生活にあって、ふとしたときに、あるいは苦しいときや悲しいときに、さらには常に意識されるとは限らないが、心のどこかに深く刻み込まれていて、個人の生きて行くさいの、心のよすがを支え、安定感や安息感などの源となってい

² 『デジタル大辞泉, JapanKnowledge』 (<https://japanknowledge.com>) によれば、「原体験」は「その人の思想が固まる前の経験で、以後の思想形成に大きな影響を与えたもの」と定義されている（参照日：2022年2月1日）

³ 『デジタル大辞泉, JapanKnowledge』 (<https://japanknowledge.com>) 参照日：2022年2月1日

るイメージ」(星野・長谷川, 1985, p.119)と述べている。一方で井上(1995)は、「過去体験をひとつの全体的風景としてイメージ化し、その風景を想起することによって現在の自分が何らかの心的影響を受け、ひいてはその中に自分の現在を根底で支える大切なものを発見し、アイデンティティを確立していくプロセスであると同時に、対環境態度の基礎となるもの」(井上, 1995, pp.29-30)と定義する。加えて呉(2001)は、原風景を「過去の経験であるが、心に強く残っており、しかもそれは単なる過去の経験ではなく、現在と未来の自分にとって何らかの支えになっている忘れられない風景、影響を与えている風景」(呉, 2001, p.51)と説明している。これらに共通しているのは、原風景は決してノスタルジーを感じる過去の風景という意味だけでなく、現在のその人の生き方を支え、行動の規範を規定するものとして捉えられているところである。原風景が人間の人生を支えるものであるならば、経済学的にはその継承は人々にプラスの効用を与え、延いては社会の幸福を高めることに貢献するものと考えられる。

では、「日本の原風景」とはどのようなものを指すことになるのであろうか？上記の三つの定義に従えば、原風景は人それぞれの心に残る風景であり、必ずしもある国の国民が共通してもつものということにはならない。しかしながら、日本人の多くは、「日本の原風景」に対してある程度統一されたイメージを抱いていることが予想される⁴。その代表的なものが、一般に「里山」と呼ばれる日本の伝統的な農村景観である。実際、複数の旅行情報サイトが「原風景」を楽しむ旅行として同じ訪問先を提案しており、そこで紹介されている場所のほとんどが、棚田、田園、茅葺民家の集落、といった里山である(icotto, 2017; ZEKKEI Japan, 2021; IMATABI, 2022; キナリノ, 2017)。

この日本の原風景と呼べる里山の景観を作り出す重要な要素が、「水田」と「古民家」である⁵。それは、現在指定を受けている国の重要文化的景観が満たす基準からも確認される。まず文化的景観とは、「地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で我が国民の生活又は生業の理解のため欠くことのできないもの(文化財保護法第二条第1項第五号より)」と定義される(文化庁, 2022)。これは日本の原風景を具体的に示す一つの目安として考えられよう。その中でも特に重要なものとして、都道府県、あるいは市区町村の申し出に基づいて選定された景観地を「重要文化的景観」という(文化庁,

⁴ 奥野(1972)では、「ユングのいう集団的深層意識に関連があり、民族や風土ごとに共通した原風景を持つ」との記述があり、さらにはその著者は、縄文時代から日本人が共有してきた原風景が存在することを指摘する(植田他, 2005)。

⁵ 上記の旅行情報サイトで紹介されている日本の原風景の写真では、そのほとんどに水田と古民家が写っている。また原風景をうたった写真集や画集の中には、棚田の景観や古民家をフィーチャーしたものが存在する(今森, 2008; 道塚, 2012)。

2022)。表 2-1 は、2021 年 10 月 11 日時点でその重要文化的景観の指定を受けた 71 の景観地について、8 つの選定基準それぞれを満たす景観地の数を計上したものである。この表から、最も多く満たされている基準が、「垣根・屋敷林などの居住に関する景観地」(63.4%) であり、ついで「水田・畑地などの農耕に関する景観地」(50.7%) であることがわかる。これは、「居住」と「農業」に関わる景観が、日本の原風景を作り出す重要な要素であることを含意する。

表 2-1 重要文化的景観の選定基準（一）の各項目を満たす景勝地の数

	度数	%
(1) 水田・畑地などの農耕に関する景観地	36	50.7%
(2) 茅野・牧野などの採草・放牧に関する景観地	10	14.1%
(3) 用材林・防災林などの森林の利用に関する景観地	19	26.8%
(4) 養殖いかだ・海苔ひびなどの漁ろうに関する景観地	8	11.3%
(5) ため池・水路・港などの水の利用に関する景観地	30	42.3%
(6) 鉱山・採石場・工場群などの採掘・製造に関する景観地	9	12.7%
(7) 道・広場などの流通・往来に関する景観地	23	32.4%
(8) 垣根・屋敷林などの居住に関する景観地	45	63.4%

出典：文化庁（2021）「重要文化的景観一覧」をもとに筆者作成

以上のことから、本研究では日本の原風景を形作る要素として水田と古民家に注目する。ただし、古民家については、農村部にある古民家だけを対象とはしない。古民家には、農村民家だけでなく、商家や町家、武家屋敷、庄屋屋敷なども含まれ（全国古民家再生協会新潟第一支部，2022；Yamamoto, 2020）、それらもまた日本の伝統的な景観を作り出すことに貢献する。それゆえここでは、里山に限定せず、町家が建ち並ぶ歴史的な景観なども含めて、日本の原風景を幅広くとらえ、それらを保全するための効果的な方策を検討する。

2.2 食の欧米化と水田面積の減少

食の欧米化、洋風化と呼ばれるように、日本人の食生活は、戦後復興から高度経済成長期を経て大きく欧米型へと変化した（農林水産省，2012）。図 2-1 は、1960 年度（昭和 35 年度）と 2019 年度（令和元年度）の日本人が摂取するカロリーの構成を比較したものである。1 人 1 日あたりの総供給カロリーは 1960 年度で 2290.6kcal、2019 年度で 2426kcal と大きく変わっていないが、その構成は大幅に変化していることがわかる。特に顕著なのが、油脂類と畜産物の増加である。1960 年度の供給カロリーに占める油脂類の割合はわずか

4.6%であったが、2019 年度には 15.0%にまで上昇している。同様に畜産物についても、その割合は 1960 年度に 3.9%であったものが、2019 年度には 17.8%を占めるに至る。一方で顕著な減少を示しているのが米である。米のカロリー摂取割合は 1960 年度に 48.3%であったが、現在では 21.4%にまで落ち込んでいる。逆に小麦については、10.9%から 13.4%と若干ではあるが増加している。

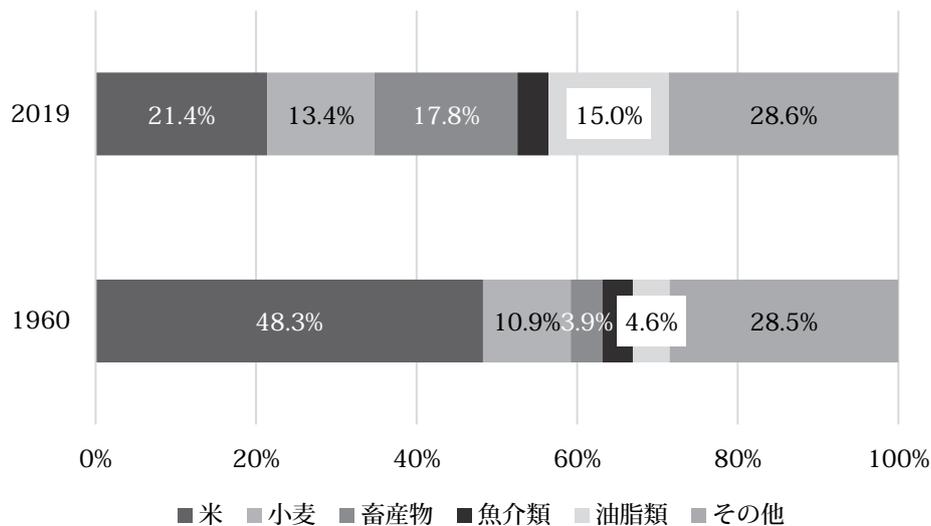


図 2-1 日本人 1 人 1 日あたりの供給カロリーの割合

出典：農林水産省（2021a）「食料需給表」より筆者作成

これらの変化は、約 60 年の間に食の欧米化が進んだことを示すだけでなく、日本の原風景を構成する重要な要素である水田が減少してきたことも含意する。図 2-2 は、1965 年から 2019 年に渡る水田面積の変化を示したものである。実線が都道府県データの全国平均値を、点線が滋賀県の数値を示している。この図からわかるように、日本の水田面積は、全国的にも、そして本研究の対象地である滋賀県でも減少していることがわかる。年平均減少率は、全国平均で 0.64%、滋賀県で 0.61%であった。

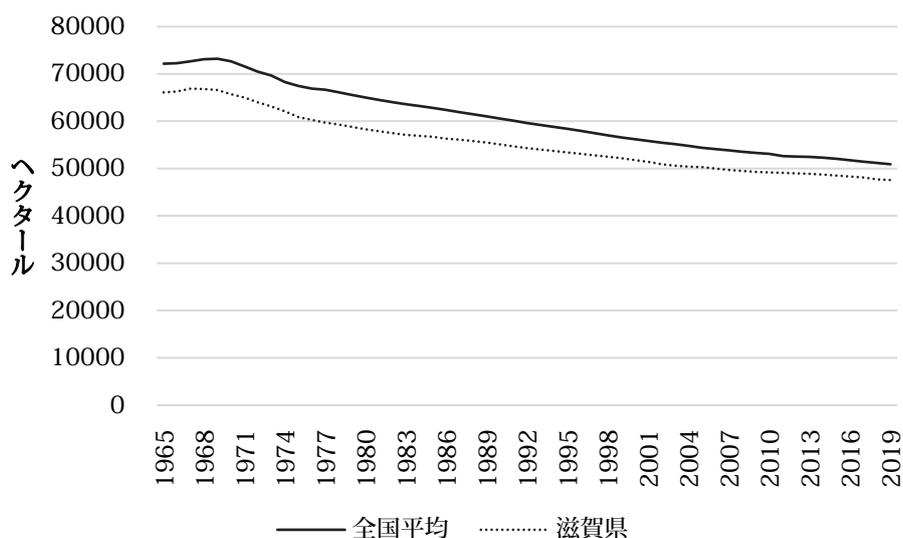


図 2-2 水田面積の推移

出典：農林水産省（2021b）「作物統計」より筆者作成

すでに欧米型の食生活が確立されている現在において、水田を守るために米の消費を半世紀前の水準に戻すやり方は現実的ではない。水田の保全に向けて米の消費を増やす、あるいはその減少傾向を食い止めるためには、主食用の米の消費拡大だけでなく、他の用途への米の適用可能性を探り、その生産を促す取り組みが必要だと思われる。

2.3 生活様式の変化と古民家の減少

明治時代初期の文明開化以降、食に限らず、様々な西洋の文化・文明を取り入れることによって、日本人の生活スタイルは大きく様変わりした。それは生活の基盤となる住居の間取りにも強く現れている。当然上下水道も整備されていなかった江戸時代には、炊事のためには外の井戸からくみ上げた水を家の中に持ち込む必要があるため、当時の住宅には玄関から続く空間に土間が作られ、そこで炊事が行われた（小野，2018；Yamamoto，2020）。上下水道が広く普及した戦後以降は、家の中に水回りが組み込まれることが一般的になる（Yamamoto，2020）。それによって、家父長制の意識も薄れる中で、今では家事を行うことが多い女性にとって動きやすい間取りがとられるようになっている（小野，2018；島田，2020）。加えて、高度経済成長期以降は受験競争が激化し、1950年代後半に日本で学習机が生まれたことも相まって、子供には一部屋与えられるのが一般的となった（清家，2020）。

こうした暮らしの形の変化に伴って、日本の伝統的な木造建築技術により作られた、農村民家、町家、武家屋敷などのいわゆる古民家は減少する傾向にある。「古民家」には明確な定義はないものの、国の登録有形文化財制度では、建築後50年以上経った建物が対象にな

っており、古材も築 50 年以上経った建物から取り出された材とされていることから、50 年以上経った建物をおおむね古民家と呼ぶことができる（全国古民家再生協会新潟第一支部，2018）。このことを踏まえ、1998 年から 2018 年に渡って、1950 年以前に建てられた住宅の戸数を 5 年ごとに調べ、その推移を示したものが図 2-3 である。図 2-2 と同様に、実線が都道府県データの全国平均値を、点線が滋賀県の数値を示している。すべてが伝統的な木造建築工法で建てられた建物とは限らないものの、この図より全国的にも、滋賀県内においても古民家は年々減少する傾向が読み取られる。古民家戸数の年平均減少率は、全国平均で 2.64%、滋賀県で 2.90%となり、水田面積よりも急激な速度で減少している。

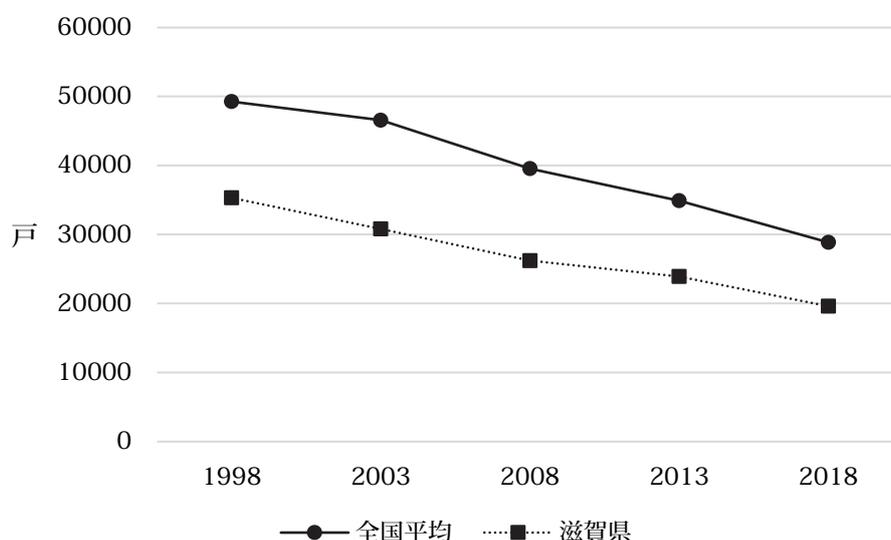


図 2-3 1950 年以前に建てられた住宅戸数の推移

出典：総務省統計局（2020）「住宅・土地統計調査」より筆者作成

古い建物が解体され、減少するのは当然のように思われるが、古民家に使われる材の耐久性は極めて高い。一般に、鉄やプラスチックなどの材料は時間が経つにつれてその強度が低下するが、木材は一定期間までであれば時間とともに逆に強度を増す。樹齢 100 年のヒノキの場合、伐採されてから 100 年後に最も引っ張り強度・圧縮強度が増すとの研究報告がある（全国古民家再生協会新潟第一支部，2018）。それゆえ、図 2-3 に示されるような古民家の減少は、耐久性の低下よりも、生活様式の変化によって引き起こされているものと考えられ、その保存に向けては、水田同様に新たな活用方法を探る必要があるといえる。

2.4 原風景の社会的価値

水田や古民家は日本の原風景を構成する重要な要素であり、その減少は大きな社会的損

失を引き起こすものと懸念される。上述の通り、日本の原風景を代表するものは、「里山」と呼ばれる日本の伝統的な農村景観である。日本の農業は一般に、食料を生産するだけでなく、雨水を一時的に貯留し、洪水や土砂崩れを防いだり、多様な生き物の棲み処としての役割を果たしたりするなど、多面的な機能を持つことが指摘されている（農林水産省，2022b）。その多面的機能の一つとしてしばしばあげられるのが、美しい農村の風景を生み出す機能である。表 2-2 は、2020 年 1 月に農林水産省が行った調査により計測された、農業が持つ 5 つの機能⁶に対する人々の 1 世帯当たりの支払意思額である⁷。この表に示されるように、支払意思額が最も高かったのは「生きもののすみかになる役割」で 5619 円であったが、「農村の景観を保全する役割」もまた 2385 円とそれに次いで高い値を示している。また、「地域の文化を伝承する役割」に対しても人々は 1640 円の支払意思を持っており、日本の原風景を作り出し、それを継承する農業の機能は、社会的に高い価値を持つものだと判断される。逆に言えば、水田や古民家が減少し、日本の原風景が失われれば、それだけ大きな社会的な損失を引き起こすということになる。

表 2-2 農業の多面的機能維持に対する支払意思額

役割	年間 1 世帯当たりの平均支払意思額
生きもののすみかになる役割	5619 円
農村の景観を保全する役割	2385 円
地域の文化を伝承する役割	1640 円
癒しや安らぎをもたらす役割	1753 円
体験学習や教育の場となる役割	1014 円

出典：農林水産省（2020）より一部形式を変えて転載

農林水産省（2019）が棚田を対象に行った調査結果によれば、「棚田を将来残したいか」という問いに対して、「すべての棚田を残したい」と回答した人の割合が 16.8%、「一部の有名な棚田だけで残したい」が 7.9%、「知名度は高くないが地域で守ろうと頑張っている棚田は残したい」が 51.4%となり、棚田を残したいと考えている人は、全体の 4 分の 3 を

⁶ 農業の多面的機能の中には、表 2-2 に上げられるもの以外にも、洪水防止機能や気候緩和機能など多くの機能が含まれる。それらはすでに主に代替法によって計測されていることから、ここではそれ以外の機能を評価することを目的に調査が行われた（農林水産省，2022b）。

⁷ この金額は、何もしなければ今後 20 年間でこれら 5 つの役割が約 10%失われる状況を想定し、それを避け、5 つの役割を守るために農業生産活動の継続を支援する基金を設立するとして、その基金に対する募金額を問う形で計測された（農林水産省，2022b）。

越えることが示された。また、その保全理由については、「農地や農作物などがきれいな景色を作るから」を上げた人が 37.3%を占め、最も回答が多かった「澄んだ空気や水、四季の変化などが癒やしや安らぎをもたらすから」の割合 37.4%とほぼ変わらない水準であった。これらの結果は、棚田の景観には高い社会的価値があり、多くの人が、景観保全の点から棚田を将来に向けて継承したいと考えていることを示している。

さらに、日本の原風景は観光資源としての価値も備えている。上述の通り、複数の旅行情報サイトが、「原風景」を楽しむ旅行先を紹介している事実がそれを物語る (icotto, 2017; ZEKKEI Japan, 2021; IMATABI, 2022; キナリノ, 2017)。加えてコロナ禍以前は、「日本らしさ」を求めて里山や棚田を訪れる外国人旅行者が増加する傾向もみられた。例えば、上記の旅行情報サイトでも取り上げられている「星峠の棚田」がある新潟県十日町市では、国内だけでなく海外から訪れる旅行者が増加しており、2018年の訪日客数は2016年比で3.3倍と、その増加率は北関東信越地区ではトップであった (日本経済新聞, 2019)。また新潟市江南区では、新潟屈指の名家・伊藤家の屋敷を保存・公開している施設「北方文化博物館」が外国人の人気を集めており、2018年度の外国人来館者は8225人で、2016年度の4447人から2倍近くにまで増加した (日本経済新聞, 2019)。重要なことは、棚田や古民家は、一度失われてしまうとそれを取り戻すことが極めて難しくなることである。コロナ禍でインバウンド需要が見込めない中、ポストコロナを見据えて、日本の原風景の価値を適切に見極め、その保全に取り組むことが重要だと思われる。

2.5 米の新たな活用

2.2で述べたように、水田の保全に向けて米の消費・生産を拡大するためには、主食とは異なる他の用途への米の適用可能性を探ることが重要だと考えられる。その新たな活用として注目を集めているのが、パンやスイーツなどの材料として、小麦粉の代わりに米粉を使うことである。図2-4に示されるように、米粉の需要は年々拡大する傾向にあり (農林水産省, 2022a)、大手の製パンメーカーは米粉で作られたパンの製造・販売を強化している (日本米粉協会, 2018)。こうした状況に合わせて、生産面ではパンに適した「ミズホチカラ」や「笑みたわわ」などの加工適性や収量に優れた品種が開発され、米粉に適した米の生産が各地で増加している (農林水産省, 2022a)。

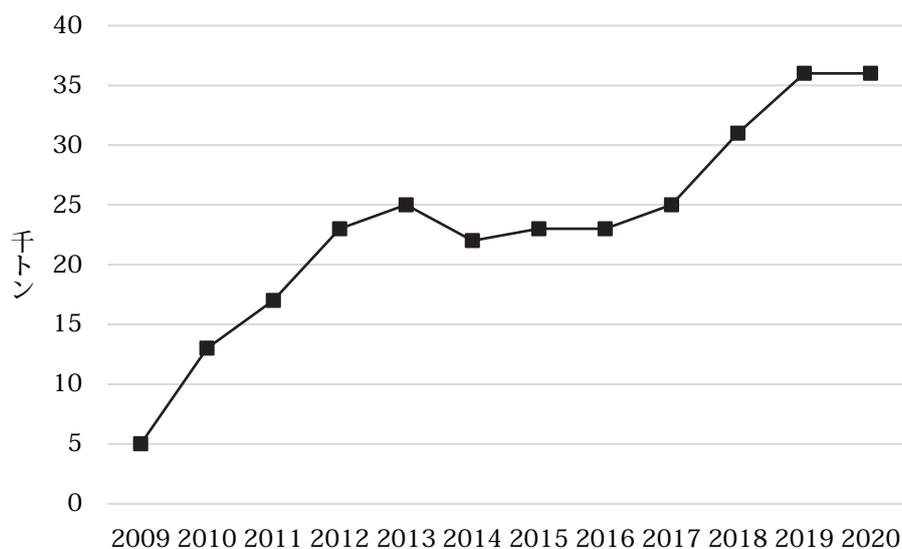


図 2-4 米粉の需要量の推移

出典：農林水産省（2022a）より筆者作成

一方で、米粉を使ったスイーツについては、ロールケーキやシフォンケーキなど、数多くの商品が販売されているものの、その認知度はパンほど高くないことから⁸、米粉スイーツ市場には大きな拡大の余地が残されているといえる。米粉はまんじゅうなどの和生菓子の材料として使われるが、図 2-5 に示されるようにその消費は年々減少する傾向にある。一方でケーキなどの洋生菓子の消費は拡大傾向にあることから、その材料である小麦粉を米粉で代替することによって、米の消費拡大が期待される。

⁸ 日本政策金融公庫（2012）の調査によれば、パンの認知度は 97.0%であったのに対して、ケーキは 55.5%、洋菓子は 54.4%であった。

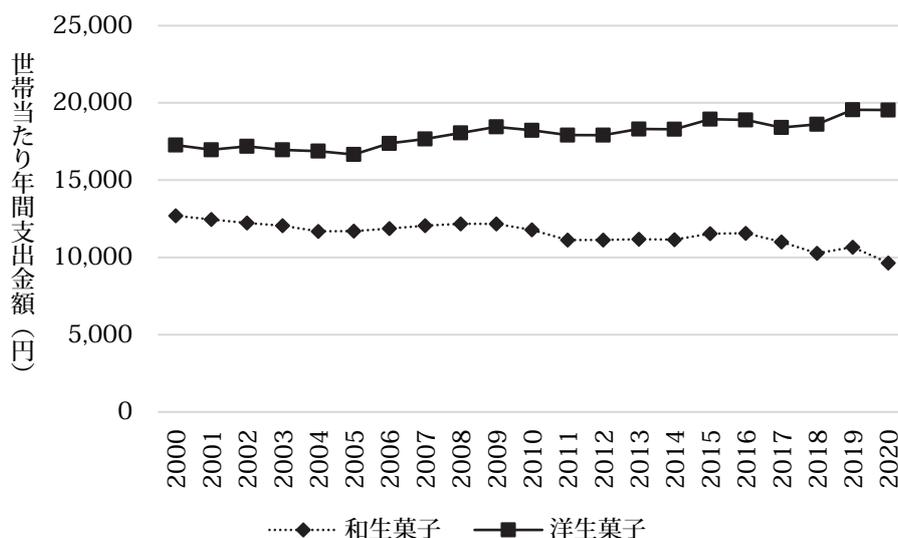


図 2-5 生菓子の世帯当たり年間支出金額の推移

出典：総務省統計局（2021a）「家計調査」より筆者作成

小麦粉から米粉への代替は、日本の原風景を構成する水田面積の保全につながるだけでなく、食料自給率の向上、およびグルテンが引き起こす健康問題の改善といった効果も生み出す。米は国内で自給可能な作物であり、カロリーベースで見た 2018 年の米の自給率は 97%であったのに対して、小麦の自給率は 12%に過ぎない（農林水産省，2021a）。それゆえ、パンやケーキの材料が小麦から米に置き換えられることによって、食料全体の自給率の向上が期待される。また、小麦粉からパンやケーキなどを製造する過程で作られる「グルテン」は様々な病気を引き起こす原因となっており⁹、それを米粉に変えることで健康面での効果も期待できる。

近年、米粉の消費拡大に向けて、官民が一体となってその普及に取り組む動きがみられる。2017 年には、米粉製造業者や米粉を利用する食品製造業者、外食事業者、原料米の生産者団体、消費者団体等の関係者から構成される「日本米粉協会」が設立され、その協会は、2018 年 6 月から「ノングルテン米粉の第三者認証制度」の運用を開始した。一方で政府はグルテンの混入を防ぎ、製品のグルテン含有量が 1ppm 以下になるよう米粉の製造工程を厳格に

⁹ グルテンを使わないグルテンフリー食品は、そもそもは「セリアック病」の患者に対する食事療法として考えられたものである。セリアック病とは、グルテンに対する遺伝性の自己免疫疾患であり、グルテンの摂取が小腸の粘膜が炎症を起こし、栄養素が十分に吸収できなくなり、腹痛や下痢に加え、貧血や骨粗鬆症、不妊症などの症状を引き起こす。また、セリアック病でなくても、グルテンの摂取によって消化吸収機能の障害が起こる「グルテン過敏症」や、「小麦アレルギー」に苦しむ人も多く存在し、グルテンフリー食品はそれらの人々にとって不可欠な食事となっている（中澤，2008；星野・田所，2014）

管理する事業者に「ノングルテン米粉の製造工程管理 JAS」認証を与える制度を設立し、2021年6月からその認証を開始した（農林水産省，2021a）。これらは世界的に成長を続けるグルテンフリー食品市場に対し、グルテンを含まない米粉食品の国内普及、および輸出拡大を目指すものである。加えて政府は、米粉の普及を生産面から支えるため、米粉用の米を生産する生産者に対して、水田活用の直接支払交付金による助成を行うだけでなく、安定的な供給体制を構築するため、加工施設の整備、乾燥調製・集出荷貯蔵施設の整備等の支援も行っている（農林水産省，2021a）。

2.6 古民家の新たな活用

2.3で述べたように、古民家もまた水田と同様に、その保存に向けては新たな活用方法を探る必要がある。その一つがカフェやレストランといった飲食店としての活用である。多くのグルメ情報サイトや旅行情報サイトでは、「古民家カフェ」をキーワードに様々な店舗が紹介されており、その需要の高さがうかがえる（MACHIYA MAGAZINE, 2021；じゃらん, 2019；icotto, 2019；キナリノ, 2020；るるぶ&more., 2022；NAVITIME Travel, 2021）。2017年には、スターバックスコーヒーが、清水寺に通じる二寧坂に建つ築100年超えの日本家屋を改築して「スターバックスコーヒー 京都二寧坂ヤサカ茶屋店」をオープンさせ、注目を集めた（lmaga.jp, 2017）。一方で、古民家が建ち並ぶ町並みを活かして地域全体で総合的なまちづくりを行い、ホテルやギャラリー、オフィスなどと共に、古民家をカフェとして活用する取り組みもみられる。例えば、一般社団法人ノオトは、地域経済活性化支援機構（REVIC）等が設立した観光マザーファンドや但馬銀行との協調支援により、株式会社NOTE リノベーション&デザインを設立し、兵庫県丹波篠山市内の歴史地区の古民家を一体的に改修するとともに、起業家や事業者を誘致して、多くのホテル、レストラン、カフェ、工房などが立ち並ぶ、魅力的な街並みを実現した（内閣官房 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チーム, 2020）。

こうした古民家をそのままの形で保存するのではなく、新たな活用によって残そうとする考えは、2019年の文化財保護法の改正の中に強く現れている。この改正では、これまで文化財の「保存」に力を入れていた同法において、文化財の「保存と活用」という新たな視点が盛り込まれた（西村, 2021）。そのポイントは、文化財活用の権限を地方に移譲し、規制を緩和するところにある。これにより、まちづくりや観光振興への文化財の活用が期待される（TRAVEL JOURNAL ONLINE, 2019）。活用の方法としては、文化財を公開する方法、文化財がもつ機能や用途をそのまま維持し使い続ける方法、新しい機能や用途を加えて積極的に使用する方法の3つのタイプが考えられるが（文化庁, 1996）、地域活性化の観点か

ら求められるのは、カフェのように文化財に新たな機能を持たせる活用であろう。こうした規制緩和の動きからも、古民家カフェは今後さらに増加するものと予想される。

2.7 先行研究のサーベイ

著者の知る限り、これまで米粉スイーツ、あるいは古民家カフェに対する支払意思額を計測した研究事例は存在しない。存在するのは米粉パンに対する支払意思額や消費意欲を分析する研究、そして歴史的町並みの保全、再生の価値を評価する研究である。

米粉パンに対する支払意思額を計測した研究は百井（2009）にみられるだけである。この研究は、仮想評価法（Contingent Valuation Method：CVM）を用いて米粉パンに対する支払意思額を計測した。その結果、人々は追加的な情報をもたない状況下では米粉パンに対して 165.5 円支払う意思をもつが、その支払意思額は食味を知った状況下では 155.3 円にまで減少することが示された。一方で、米粉パンの普及が自給率を高めるという情報を与えた後では、その支払意思額は 169.3 円にまで上昇した。これらの結果は、米粉の普及に向けて、味の改善が必要であることを示すとともに、その自給率向上の効果をアピールすることが有効であることを含意する。大室（2019）は、支払意思額の計測は行っていないものの、人々の米粉パンに対する消費の実態を調査した。その結果、米粉パンの認知度は高くても消費頻度は著しく低い実態が浮き彫りになった。そこでは、米粉パンを食べる頻度として最も多い回答が「半年に 1 回程度は食べる」（28.5%）であり、次いで多い回答が「年に 1 回程度は食べる」（27.7%）であった。一方で大室（2018）は、米粉パン専門店への来店者を対象に、実際に米粉パンを食べてもらった上で、多収米品種と標準的な収量水準の品種との間で、米粉パンの味に対する評価がどう変わるのかを分析した。興味深い結果として、その研究では、フランスパンを事例とした調査から、米粉パンらしいもちもち感を求める消費者と、米粉パンであっても小麦粉パンのようなサクサク感を求める消費者の双方が市場に混在することが確認された。この結果は米粉のスイーツにも当てはまることが考えられ、米粉らしさを追求すべきか、それとも小麦粉に近づけるべきかという課題については、現時点では慎重な判断が必要だと言えよう。

歴史的町並みについては、以下に上げる 3 つの価値評価研究が、いずれも CVM を用いてその町並み保全、再生の便益を金銭的に評価している。村中・中谷（2008）は京都の歴史的景観整備に対する京都市民の支払意思額を計測した。その結果、標本平均値で見れば、京都市の中心 4 区在住者の支払意思額は 3563.79 円、4 区外の在住者については 6232.88 円であることが示された。ただし、母平均の差の検定では有意な差が検出されず、5%トリム平均では後者の方が小さく、中央値に至っては同じ 1000 円となった。谷・伊藤（2011）

は、奈良町における伝統的町家の保存・活用に対する寄付金を尋ねる形で、その歴史的町並み保存の便益の計測に取り組んだ。奈良町の生活者（居住者、店舗経営者、まちづくり関係者）を対象に行った調査の結果、その町並み保全に対する支払意思額の平均値は、年間世帯当たり 1909 円、中央値は 632 円となった。単純な比較は難しいものの、村中・中谷(2008)が計測した京都の歴史的町並みの評価額より若干低い金額が得られたことになる。山口(2012)は、より具体的に実際の町家保全の取り組みの評価に取り組んだ。秋田県鹿角市の歴史市街地において、大規模な町家建築である「旧関善酒店」の保存と町並み再生に取り組む「NPO 関善賑わい屋敷」の事業を対象に、活動継続の基金を設立するというシナリオのもと、訪問者に対して最大支払える寄付金を質問した。その結果、支払意思額の平均値は 4052 円となり、1 回限りの支払いとはいえ、この NPO 事業の会費 5000 円に匹敵する金額が導かれた。

本研究の目的は、コーヒーの価格を指標として、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムを計測することである。こうした金銭評価はもちろん、米粉スイーツと古民家カフェに対する需要を分析した研究はこれまでに見られず、その点で本研究には新規性があるといえる。

3. 米粉スイーツを古民家カフェで楽しむイベント「こめこみんかふえ」の開催

3.1 イベントの概要

当団体は、米粉スイーツを提供する古民家カフェを人々に知ってもらうために、古民家カフェで米粉スイーツを楽しむイベント「こめこみんかふえ」を開催した。その概要は表 3-1 のように整理される。開催日は 2021 年 11 月 20 日（土）・21 日（日）であり、行楽に適した、気候の良い 11 月の週末に設定した。表 3-2 に示されるように、両日ともに天候に恵まれ、晴天の中イベントを開催することができた。会場としては、滋賀県 JR 大津駅前の大津商店街にある築 100 年前後の町家をリノベーションした 2 つの建物を使用した¹⁰。その 1 つは「大津百町スタジオ」である。この建物は、(株)木の家専門店谷口工務店が当時の柱や梁をできる限り生かしてリノベーションした築 100 年の町家であり、古くは「木賃宿（きちんやど）」という、商人が素泊まりするための宿泊施設として使われていた。現在はその工務店のショールームとして使用されている。もう一つは「テラマチベース (TERAMACHI BASE)」である。大津市職員の有志のメンバーが築 100 年近い町家を借り

¹⁰ 東海道五十三次を代表する宿場町の一つ、大津宿には、当時の面影を残す町家が数多く残されている。

上げ、リノベーションした建物で、スケートショップを前面にして、その奥にシェアキッチン、シェア工房、シェアオフィスが配置されている。いずれも JR 大津駅から徒歩 3 分の距離にあり、道路を挟んでほぼ向かい合う形で立地している。

表 3-1 当団体が開催したイベントの概要

イベント名	こめこみんかふえ
日時	日時：2021 年 11 月 20 日（土）・21 日（日）10 時～16 時
会場	大津百町スタジオ・テラマチベース（滋賀県大津市）
主な内容	(1) 米粉ワッフルの販売 (2) 滋賀県内の米粉スイーツの販売 (3) 滋賀県内の米粉スイーツと古民家カフェを紹介するパンフレットの配布 (4) アンケート調査
後援・協力組織	(株) まちづくり大津

出典：筆者作成

表 3-2 イベント当日の大津市の天候

	11 月 20 日（土）	11 月 21 日（日）
平均気温	12.0℃	11.5℃
最高気温	18.8℃	16.5℃
平均風速	2.9m/s	2.1m/s
降水量	0.0mm	0.0mm

出典：気象庁「過去の気象データ検索」

(<http://www.data.jma.go.jp/obd/stats/etrn/index.php>) より筆者作成

当イベントでは、米粉を材料とした米粉ワッフルを作り、それを販売すると共に、滋賀県内で米粉スイーツを販売する店舗から商品を仕入れ、それらの販売も行った。さらには、当団体が作成した滋賀の米粉スイーツと古民家カフェを紹介するパンフレットも配布した。イベントの参加者には、米粉ワッフルを食べてもらい、さらにパンフレットも見てもらった上でアンケート調査に協力いただいた。

会場の構成は図 3-1 の通りである。大津百町スタジオでは、入ってすぐの土間から続く 1 階フロアを間借りし、そこで米粉ワッフルを作り、サーブした（図 3-2）。座席数は 11 席であった。テラマチベースでは、1 階のシェアキッチンで米粉ワッフルを作り、2 階の飲食ス

ペースでサーブした（図 3-3）。こちらの座席数は 8 席であり、大津百町スタジオと合わせれば 19 席ということになる。また、テラマチベースの入り口からシェアキッチンへと向かう通路に販売スペースを設け、滋賀県内の各店舗から仕入れた米粉スイーツを陳列し、それらを販売した。

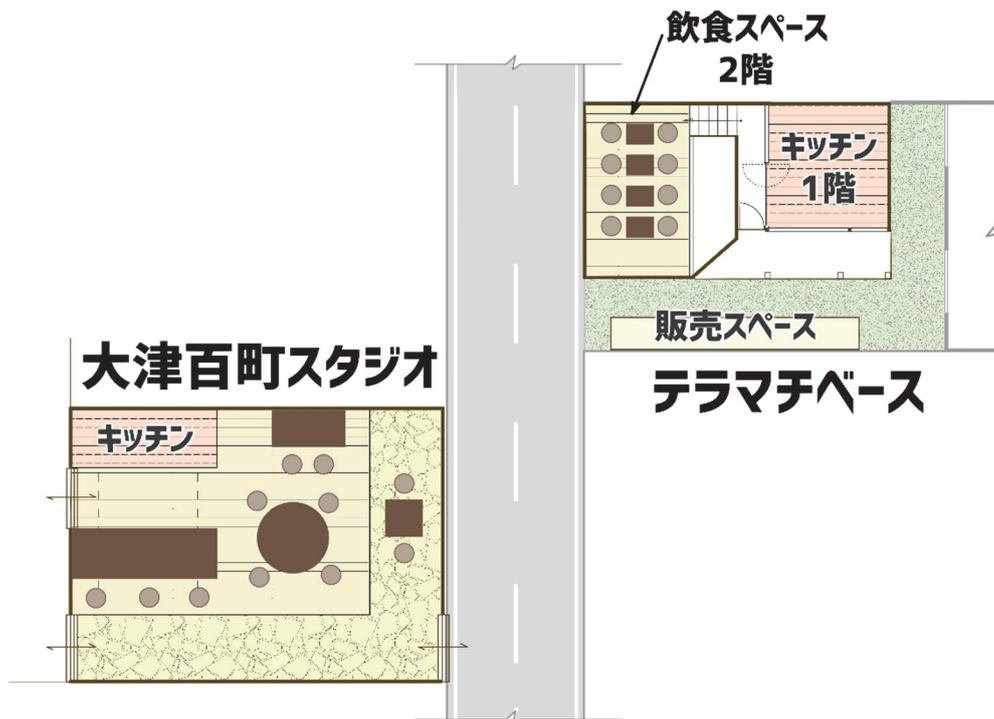


図 3-1 会場の構成図

出典：筆者作成



図 3-2 イベント当日の大津百町スタジオの様子

出典：筆者撮影



図 3-3 イベント当日のテラマチベースの様子

出典：筆者撮影

3.2 米粉ワッフルのメニューとレシピ

今回のイベントでは、「プレーン」、「はちみつ」、「チョコ」、「アドベリー」の4種類の米粉ワッフルをメニューとして用意した。その内容と価格は表 3-3 の通りである。「プレーン」は焼き上げたワッフルをそのまま提供するものであり、「はちみつ」にはそのプレーンにはちみつをかけた。「チョコ」には、プレーンワッフルにクラッシュナッツ、バニラアイス、チョコレートソース、粉砂糖を、「アドベリー」には、冷凍ベリー、バニラアイス、アドベリーソース、粉砂糖を添えた。アドベリーは、滋賀県高島市安曇川の特産品であり、そのソースをかけたワッフルは、地産地消を意識した特徴的なメニューであることから、当活動のキービジュアルとしてしばしば使用した(図 3-4)。なお、米粉ワッフルを提供する際には、極力プラスチック製品を使わないよう配慮し、皿は紙製、ナイフとフォークは木製のものを使用した。また、各ワッフルを注文した方には、紅茶あるいはコーヒーを無料で提供した。

表 3-3 イベントで販売した米粉ワッフルのメニュー

メニュー	内容	価格
プレーン	プレーンワッフルのみ	150 円
はちみつ	プレーンワッフルにはちみつをかける	150 円
チョコ	プレーンワッフルにクラッシュナッツ、バニラアイス、チョコレートソース、粉砂糖を添える	250 円
アドベリー	プレーンワッフルに冷凍ベリー、バニラアイス、アドベリーソース、粉砂糖を添える	250 円

注：プレーンとはちみつについては、+50 円でポーションバターをつけた。

出典：筆者作成



図 3-4 米粉ワッフル「アドベリー」

出典：筆者撮影

米粉ワッフルのレシピは表 4-4 の通りである。小麦粉から作られるワッフルのレシピを参考にして、分量を調整しながら、もちもち感とさっくり感が出るよう工夫した。米粉は品種や製粉方法によって吸水率が大きく変わるため、米粉が変わると同じレシピで作っても仕上がりが大きく変わってくる。イベント当日は滋賀県高島市にある「おこめ食堂なごみ」で販売されている米粉を使用し、それに合わせて分量の微調整を行った。

表 3-4 米粉ワッフルのレシピ

材料 (4~5 枚分)	
・卵	1 個
・砂糖	大さじ 2
・塩	小さじ 1/4
・米粉	100g
・ベーキングパウダー	小さじ 1
・牛乳	100 cc
・サラダ油	大さじ 1
作り方	
① ボウルに砂糖、塩、卵を割り入れる。	
② 泡だて器で砂糖をすりつぶしながら、空気を含ませるように泡立てる。	
③ 牛乳を加え、泡をつぶさないように泡だて器で静かに混ぜる。	
④ 米粉とベーキングパウダーを加える。	
⑤ 泡だて器で中心から静かに混ぜ合わせる。	
⑥ サラダ油を加え、なめらかになるまで混ぜ合わせる。	
⑦ ワッフルメーカーを温め、鉄板部分にサラダ油をぬって、全体を覆うよう生地を注ぐ。	
⑧ 片面を 4 分焼き、ひっくり返して 1 分焼く。	
⑨ きれいに焼き色がつけば完成。	

出典：筆者作成

3.3 販売結果

表 3-5 はイベントで販売した米粉ワッフルの個数とその売り上げ金額である。二日目となる 21 日 (日) は、前日の経験を活かして看板にメニューや写真を貼り、販売している商品がわかるよう工夫した結果、売り上げを 20 日 (土) から 60%伸ばすことができた。メニューの中では、滋賀の特産品を使い、見た目も鮮やかな「アドベリー」が群を抜いて最も多く選択される結果となった。満席で順番待ちの行列ができる時間帯もあり、予定していた 150 食を上回る 175 食を売り上げることができた。

表 3-5 米粉ワッフルの販売結果

場所	日付	プレーン	はちみつ	アドベリー	チョコ	合計	バター	売上金額
大津百町スタジオ	11月20日(土)	3	10	21	9	43	6	9,750円
テラマチベース	11月20日(土)	2	6	8	7	23	6	5,250円
小計		5	16	29	16	66	12	15,000円
大津百町スタジオ	11月21日(日)	12	11	20	14	57	13	12,600円
テラマチベース	11月21日(日)	10	11	21	10	52	10	11,400円
小計		22	22	41	24	109	23	24,000円
合計		27	38	70	40	175	35	39,000円

注：プレーンとはちみつについては、+50 円でポーションバターをつけた。

出典：筆者作成

滋賀県内の米粉スイーツについても、表 3-6 に示される商品を仕入れ、テラマチベースで販売した結果、それらは 2 日間で完売した。今回のイベント限りの販売であり、継続的に売れるとは限らないものの、米粉スイーツに対する潜在的な需要の大きさを期待させる結果となった。

表 3-6 こめこみんかふえで販売した滋賀の米粉スイーツ

店名	商品
洋菓子工房 s・vert (エス・ヴェール)	ダクワーズ (90 個)
笑み菓子 souriant	米粉マフィン：苺レアチーズ (21 個) 米粉マフィン：プリン (15 個) 米粉マフィン：とろっとショコラ (25 個) 米粉マフィン：スイートポテト (17 個) 米粉マフィン：オレンジフロマージュ (12 個) 米粉マフィン：ナッツクリームショコラ (11 個) 米粉マフィン：チョコチップ (9 個)
おこめ食堂 なごみ	ころころここあ (10 個) ころころまっちゃ (10 個) ころころきなこ (10 個)
ショップマドレ	ぽりぽりこめこさん (5 個) コスクラン (5 個) ごまカロン (4 個) 畑のサブレ (4 個) シフォンケーキ (3 個) プチシュー (3 セット) 野菜のパウンドケーキ (3 個) マフィン (3 個)
Famille (ふぁみーゆ)	高島おこめクッキー (10 個) 高島おこめショコラサブレ (10 個) ふなずしクッキー (10 個)
foret	もなかのフロランタン (10 個) ほろころクッキー (スノーボール) (10 個) パウンドケーキ (10 個)

出典：筆者作成

4. 滋賀の米粉スイーツと古民家カフェを紹介するパンフレットの配布

米粉スイーツを提供する古民家カフェを人々に知ってもらうため、当団体は、上記のイベントの開催だけでなく、滋賀県内で販売されている米粉スイーツと、同じく県内で営業する古民家カフェを紹介するパンフレット「滋賀県版 米粉スイーツ×古民家カフェ」を作成し、それを広く配布することにも取り組んだ。表 4-1 と表 4-2 は、今回取材した滋賀県内の米粉スイーツを販売する店舗と古民家カフェの一覧である。その取材結果をもとに紹介記事を作成し、A5 サイズ、カラー刷りで、16 ページからなるパンフレットを 3000 部印刷した（図 4-1）。パンフレットにはアンケート調査のオンラインページに入るための QR コードがつけられており、協力者には抽選で 100 名に 500 円の QUO カードを進呈した。

表 4-1 パンフレットで紹介した米粉スイーツの一覧

店名	場所	商品
洋菓子工房 s・vert (エス・ヴェール)	草津市	志那中ロール
笑み菓子 souriant	大津市	しょこらプリンマフィン
おこめ食堂 なごみ	高島市	タルト
ショップマドレ	近江八幡市	米粉の焼き菓子
Famille (ふぁみーゆ)	高島市	季節の SOY クリームのショートケーキ
foret	長浜市	米粉のタルト (りんご&シナモン)

出典：筆者作成

表 4-2 パンフレットで紹介した古民家カフェの一覧

店名	場所	築年数
cafe & gallery キマッシ	大津市	築 67 年
茶ろん坪六	東近江市	築 120 年
DONGREE BOOKS & STORY CAFE	湖南市	築 50 年
HAKO TE AKO	近江八幡市	築 110 年以上
pâtisserie MiA (パティスリーミア)	甲賀市	築約 130 年
Coffee Roastery & Cafe らっこや	日野町	築 150~160 年

出典：筆者作成



図 4-1 滋賀県版 米粉スイーツ×古民家カフェ

出典：筆者作成

また、パンフレットの利用を促すために、該当する店舗でパンフレットを提示すると、期間限定で優待サービスを受けることができる仕組みを取り入れた¹¹。表 4-3 はその優待サービスの一覧である。

¹¹ 優待サービスの有効期間は、一部の店舗を除き、2021年11月4日（木）～2021年12月5日（日）とした。

表 4-3 優待サービス一覧

店名	優待サービス
洋菓子工房 s・vert (エス・ヴェール)	商品購入の方にダクワーズ1つ
おこめ食堂 なごみ	飲み物 100 円引き
ショップマドレ	お会計 1000 円以上で 10%引き
Famille (ふぁみーゆ)	商品購入の方にお米の焼き菓子
foret	商品購入の方に米粉クッキー
茶ろん坪六	お会計 1000 円以上で 50 円引き
DONGREE BOOKS & STORY CAFE	ドリンク 100 円引き
pâtisserie MiA (パティスリーミア)	ドリンク 100 円引き
Coffee Roastery & Cafe らっこや	ホットケーキとドリンクのセット購入でドリッパ バッグ 1 個

出典：筆者作成

パンフレットの配布場所は表 4-4 の通りである。イベントの会場がある大津市と立命館大学びわこ・くさつキャンパスがある草津市、および観光案内所を中心に、様々な場所で配布した。

表 4-4 パンフレットの配布場所

配布場所	市
大津駅観光案内所	大津市
就活 room tugumi	大津市
草津市観光案内所	草津市
アーバンデザインセンターびわこ・くさつ	草津市
草津市まちなか交流施設くさつ夢本陣	草津市
南草津図書館	草津市
立命館大学びわこ・くさつキャンパス	草津市
白雲館 (近江八幡市観光案内所)	近江八幡市

出典：筆者作成

5. 分析手法と調査設計

5.1 選択型実験の設計

本研究では、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する人々の選好を定量的に分析するために、コンジョイント分析の一種である選択型実験(Choice Experiments)を用いる。

選択型実験では、回答者にいくつかの属性レベルで構成される財やサービス（プロファイル）を複数提示し、その中から最も望ましいものを選択してもらう。その回答データを分析することで、各属性と効用との関係を説明する効用関数を推定し、そこから各属性に対する支払意思額を計測する。コンジョイント分析は、もともとはマーケティングリサーチや心理学の分野で用いられてきたものであり、1990年代に入ってから経済学の分野で応用され、手法としての飛躍的な発展を遂げた（栗山・馬奈木, 2016；寺脇拓ゼミ, 2020）。その中でも選択型実験は、現実の購買行動に類似することから回答者が答えやすく、高い回収率が期待されるため、近年最もよく使われている（栗山・庄子, 2005；寺脇拓ゼミ, 2020）。

本調査においては、回答者にカフェにいく状況を想像してもらい、異なる特性を持つ2つのカフェから行きたい方のカフェを選択してもらった。カフェを構成する属性とレベルは、表5-1のように整理される。ここでは（1）カフェの形態（古民家カフェ/普通の洋風のカフェ）、（2）中心メニュー（米粉スイーツ/普通的小麦粉スイーツ）、（3）よく利用する駅からの距離（徒歩1分/徒歩5分/徒歩10分/徒歩15分）、（4）ブレンドコーヒーの価格（400円/500円/600円/700円）とした。

表5-1 選択型実験の質問で設定したカフェの属性とレベル

属性	レベル			
	カフェの形態	古民家カフェ		普通の洋風のカフェ
中心メニュー	米粉スイーツ		普通的小麦粉スイーツ	
よく利用する駅からの距離	徒歩1分	徒歩5分	徒歩10分	徒歩15分
ブレンドコーヒーの価格	400円	500円	600円	700円

出典：筆者作成

これらの属性のレベルを組み合わせることでプロファイルが作られる。選択型実験では、しばしば異なるプロファイルを2つ並べ、「どちらも買わない」を含めて、3つの選択肢の中から1つを選んでもらう質問を回答者に複数回繰り返す。本調査においてもこの形を採用し、ベイジアンD最適設計（Kessels et al., 2011）を用いて、一人当たり4回質問を行う調査票を4バージョン作成した。表5-2はその一覧であり、図5-1は質問の一例である。なおこれら4種類の調査票は回答者にランダムに配布された。

表 5-2 プロファイル一覧

バージョン	質問	カフェの形態	中心メニュー	よく利用する駅からの距離	ブレンドコーヒーの価格
1	1	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 5 分	700 円
1	1	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 10 分	500 円
1	2	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 1 分	500 円
1	2	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 5 分	400 円
1	3	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 5 分	700 円
1	3	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 15 分	400 円
1	4	古民家カフェ	米粉スイーツ	徒歩 15 分	600 円
1	4	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 10 分	500 円
2	1	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 1 分	600 円
2	1	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 15 分	700 円
2	2	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 15 分	500 円
2	2	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 5 分	600 円
2	3	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 15 分	600 円
2	3	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 1 分	400 円
2	4	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 15 分	600 円
2	4	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 10 分	700 円
3	1	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 1 分	500 円
3	1	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 5 分	400 円
3	2	古民家カフェ	米粉スイーツ	徒歩 10 分	600 円
3	2	古民家カフェ	米粉スイーツ	徒歩 15 分	500 円
3	3	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 5 分	500 円
3	3	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 10 分	600 円
3	4	古民家カフェ	米粉スイーツ	徒歩 10 分	700 円
3	4	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 1 分	400 円
4	1	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 10 分	400 円
4	1	普通の洋風のカフェ	米粉スイーツ	徒歩 5 分	600 円
4	2	古民家カフェ	米粉スイーツ	徒歩 10 分	500 円
4	2	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 1 分	700 円
4	3	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 5 分	700 円
4	3	普通の洋風のカフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 15 分	600 円
4	4	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 15 分	700 円
4	4	古民家カフェ	普通的小麦粉スイーツ	徒歩 5 分	500 円

出典：筆者作成

19. これから、(1)カフェの形態（古民家カフェ/普通の洋風のカフェ）、(2)中心メニュー（米粉スイーツ/普通
の小麦粉スイーツ）、(3)よく利用する駅からの距離（徒歩 1 分/徒歩 5 分/徒歩 10 分/徒歩 15 分）、(4)ブレ
ンドコーヒーの価格（400 円/500 円/600 円/700 円）が異なるカフェが 2 つずつ登場します。行きたい方
の番号に○をつけてください。どちらも行きたくなければ「3」に○をつけてください。

	カフェ A	カフェ B	どちらも行かない
カフェの形態	普通の洋風のカフェ	古民家カフェ	
中心メニュー	米粉スイーツ	普通的小麦粉スイーツ	
よく利用する駅からの距離	徒歩 5 分	徒歩 10 分	
ブレンドコーヒーの価格	700 円	500 円	
行きたい方に○を→	1	2	3

図 5-1 選択型実験の質問の一例

出典：筆者作成

5.2 推定モデル

コンジョイント分析では、人々は財そのものからではなく、その財の属性から効用を得るものと考え、財が持つ個々の属性と人々の効用との間の関係を表す効用関数を推定する。ここでは、上記の属性からなるカフェを対象に、その効用関数を次のように定式化する。

$$U = V + \epsilon = (\beta_J JHOUSE + \beta_R RICE + \beta_D DIST + \beta_P PRICE) * (1 - NEITHER) + \beta_N NEITHER + \epsilon \quad (5.1)$$

U は回答者があるカフェを選択したとき（あるいはいずれも選択しなかったとき）に得られる効用を表しており、そのうち観察可能な部分を V 、観察できない部分を ϵ で表す。各変数の定義は表 5-3 に示す通りである。

表 5-3 効用関数に含まれる変数の定義

変数	定義
$JHOUSE$	古民家カフェ = 1、普通の洋風のカフェ = 0
$RICE$	米粉スイーツ中心 = 1、普通的小麦粉スイーツ中心 = 0
$DIST$	よく利用する駅からの距離（徒歩・分）
$PRICE$	ブレンドコーヒーの価格（円）
$NEITHER$	どちらも行かない = 1、その他 = 0

出典：筆者作成

ここで、(5.1) 式の観察可能な部分 V に注目する。図 4-1 のような質問において、回答

者がカフェ A かカフェ B のいずれかを選択するとき、 $NEITHER = 0$ より、その選択から得られる効用の観察可能な部分 V は次式で表される。

$$V = \beta_J JHOUSE + \beta_R RICE + \beta_D DIST + \beta_P PRICE \quad (5.2)$$

一方で「どちらも行かない」を選択するとき、そのときの効用は、 $NEITHER = 1$ より、(5.1)式から $V = \beta_N$ となる。したがって、カフェ A、B の各プロフィールに対応する変数の値を(5.2)式に代入することで、それらのカフェを選択することから得られる効用が表され、それよりも β_N の方が大きければ、その人は「どちらも行かない」を選択すると解釈される。

この式を推定するために、条件付きロジットモデルを用いる。カフェ A と B、そして「どちらも買わない」をそれぞれA、B、Nの記号で表し、それらに対応する V を V_A 、 V_B 、 V_N で表す。観察不可能な ϵ を、各選択肢と回答者それぞれについて互いに独立なガンベル分布（第一種極値分布）に従う確率変数と仮定するとき、ある選択肢 k ($k = A, B, N$) を選択する確率 P_k は、次のように与えられる。

$$P_k = \frac{\exp(V_k)}{\sum_{j \in J} \exp(V_j)} = \frac{\exp(V_k)}{\exp(V_A) + \exp(V_B) + \exp(V_N)} \quad (5.3)$$

J は選択肢の集合 $\{A, B, N\}$ を、 j はその各要素を表している。この確率を用いて、回答者が各質問で実際に選択した選択肢を選ぶ確率を全て掛け合わせることで尤度関数が作られ、最尤法により各変数の係数パラメータが推定される（寺脇拓ゼミ, 2020）。

5.3 支払意思額の計算

(5.1) 式の効用関数が推定されれば、その観察可能な部分 V を用いて、カフェの属性に対する支払意思額を計算することができる。ここでは一例として、普通のカフェで提供されるコーヒーの価格を基準として、古民家カフェで提供されるコーヒーに対して追加的に支払ってもよいと思う金額を導く。いまあるカフェを選択する状況を考えて ($NEITHER = 0$)、古民家カフェ ($JHOUSE = 1$) から得られる効用 V_1 と、普通の洋風のカフェ ($JHOUSE = 0$) から得られる効用 V_0 を考える。他の属性とコーヒーの価格がそれぞれ $RICE^*$ 、 $DIST^*$ 、 $PRICE^*$ で一定であるとき、 V_1 と V_0 はそれぞれ次式で表される。

$$V_1 = \beta_J + \beta_R RICE^* + \beta_D DIST^* + \beta_P PRICE^* \quad (5.4)$$

$$V_0 = 0 + \beta_R RICE^* + \beta_D DIST^* + \beta_P PRICE^* \quad (5.5)$$

このとき、 $\beta_J > 0$ ならば $V_1 > V_0$ である。古民家カフェで提供されるコーヒーに対する追加的な支払意思額（支払意思プレミアム）は、古民家カフェに行く代わりに上がってもよいと思う価格（ $PRICE$ ）の上昇分を意味する。したがって、以下の（5.4'）式の V_1 が（5.5）式の V_0 と等しくなる $\Delta PRICE$ がここでの支払意思額となる。

$$V_1 = \beta_J + \beta_R PRICE^* + \beta_D DIST^* + \beta_P (PRICE^* + \Delta PRICE) \quad (5.4')$$

（5.4'）式と（5.5）式から、 $V_1 = V_0$ を解くことによって、 $\Delta PRICE$ は以下のように表される。

$$\Delta PRICE = -\frac{\beta_J}{\beta_P} \quad (5.6)$$

つまり、この定式化の下では、人々が古民家カフェで提供されるコーヒーに対して追加的に支払ってもよいと思う金額は、 $JHOUSE$ の係数を $PRICE$ の係数で割り、それに -1 をかけることで測られる。コーヒーの価格が上昇すればおそらく効用は下がるので、 $\beta_P < 0$ であることより、この金額は正の値をとる。米粉スイーツについても、同様の計算により米粉スイーツが中心のカフェに対する支払意思プレミアムを計測することができる。表 5-4 は以上の結果をまとめたものである（寺脇拓ゼミ, 2020）。

表 5-4 各特性を備えたカフェで提供されるコーヒーに対する追加的な支払意思額

カフェの特性	支払意思額（円）
古民家カフェ（普通の洋風のカフェを基準）	$-\beta_J/\beta_P$
米粉スイーツが中心のカフェ（普通的小麦粉スイーツが中心のカフェを基準）	$-\beta_R/\beta_P$

出典：筆者作成

一方で、 $PRICE$ の代わりに $DIST$ を使って上記の展開を行えば、各特性を備えたカフェを訪れる代わりに追加的に犠牲しても良いと思う徒歩での移動時間が導かれる。ここではこれを「犠牲移動時間」（分）と呼ぶ。同様の考え方により、この時間は表 5-5 のように計算される。コーヒーの価格と同様に、駅からの距離が長くなり、移動時間が増加すればおそらく効用は下がるため、 $\beta_D < 0$ となることが期待される。

表 5-5 各特性を備えたカフェを訪れる代わりに追加的に犠牲にしてよいと思う移動時間

カフェの特性	犠牲移動時間 (分)
古民家カフェ (普通の洋風のカフェを基準)	$-\beta_J/\beta_D$
米粉スイーツが中心のカフェ (普通の小麦粉スイーツが中心のカフェを基準)	$-\beta_R/\beta_D$

出典：筆者作成

(5.2) 式の定式化の下では、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムは $-(\beta_J + \beta_R)/\beta_D$ で表されることになる。ただし、米粉スイーツと古民家カフェとを組み合わせることの相乗効果を検証するためには、また別の定式化が必要になる。このモデルについては第 7 章で説明する。

6. 調査概要と集計結果

6.1 調査概要

当活動では、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する選好を分析するために、当団体が開催したイベント「こめこみんかふえ」の参加者と、当団体が作成したパンフレット「滋賀県版 米粉スイーツ×古民家カフェ」の利用者を対象にアンケート調査を実施した。イベント参加者向けの調査票は、イベントに関する質問 (問 1～問 5)、パンフレットに関する質問 (問 6～問 9)、米粉スイーツの消費やその役割に関する質問 (問 10～問 14)、古民家カフェの訪問経験や文化財保護に関する質問 (問 15～問 18)、選択型実験の質問 (問 19)、個人属性を問う質問から構成される (表 6-1)。パンフレット利用者向けの調査票については、表 6-1 に示される質問項目から、イベントに関する質問 (問 1～問 5) を除き、代わりに「こめこみんかふえ」への参加予定を問う質問 (イベント後は参加経験を問う質問に変更) を含めたものとなる。イベント参加者には紙の調査票を配ると共に、そこに QR コードをつけてオンラインでも回答できるようにした。パンフレット利用者には、上述の通りパンフレットに QR コードをつけてオンラインで回答してもらった。標本サイズは、イベント参加者が 128、パンフレット利用者が 33 で合計 161 となった。ここでは、いくつか主要な質問の回答結果を考察する。その際には、イベント参加者とパンフレット利用者に分割したクロス集計を行い、独立性の検定結果と併せて、両者の間の回答の違いについても考察を与える。なお、問 19 の選択型実験のデータは、第 5 章で説明したモデルにより、次章で分析される。

表 6-1 質問内容一覧

番号	質問内容
問 1	こめこみんかふゑで販売した米粉ワッフルの実食の有無
問 2	実食した米粉ワッフルの種類（実食した人のみ）
問 3	米粉ワッフルの食味に対する評価（実食した人のみ）
問 4	米粉ワッフルを実食した会場（実食した人のみ）
問 5	会場となる古民家カフェの雰囲気に対する評価
問 6	パンフレットに対する評価
問 7	問 6 に関する具体的な感想・意見
問 8	パンフレットに掲載した店舗への訪問経験
問 9	パンフレットに掲載した店舗への将来の訪問可能性
問 10	米粉スイーツの実食経験（イベント時の実食も含む）
問 11	実食経験のある米粉スイーツの種類（実食経験がある人のみ）
問 12	米粉スイーツがグルテンフリーであることに対する評価
問 13	米粉スイーツが食料自給率向上に貢献することに対する評価
問 14	米粉スイーツが農村景観の保全に貢献することに対する評価
問 15	古民家カフェの訪問経験（イベント時の訪問も含む）
問 16	古民家カフェに対する評価（訪問経験がある人のみ）
問 17	文化財保護法の改正の認知
問 18	「活用」を通して文化財を守る取り組みに対する評価
問 19	選択型実験の質問
個人属性	性別、年代、居住地、職業、食物アレルギーの有無

出典：筆者作成

6.2 集計結果

(1) 回答者属性

まず、回答者の社会経済属性を整理する。今回収集した情報は、性別、年代、居住地、職業、食物アレルギーの有無である。ただし、食物アレルギーについては、鶏卵、牛乳、小麦の 3 大アレルゲンを対象としてその有無を質問したところ、イベント参加者に小麦アレルギーの人が 1 人、パンフレット利用者に鶏卵アレルギーの人が 1 人いただけであったため、ここではその集計を割愛する。

第一に、イベント参加者、パンフレット利用者共に女性の割合が高く、特にパンフレットを利用する人は女性に多い。表 6-2 に示されるように、全体としては、男性が 38.5%であったのに対して、女性は 55.9%を占めた。TPC マーケティングリサーチ株式会社の結果に

よれば、カフェチェーン店については男性の利用者が多いものの（日本経済新聞，2018）、株式会社ベンチャー・リンクの調査から、従来型の喫茶店については、男性よりも女性の利用者の方が多くなっている（中小企業基盤整備機構，2013）。本調査結果もまたこの傾向を示しており、女性の方がスイーツやカフェにより強い関心をもつものと考えられる。一方で、イベント参加者とパンフレット利用者との間では、パンフレット利用者について女性の割合が高い結果となった。独立性の検定の結果でも、その検定統計量の値は 11.670、p 値は 0.003 となり、イベント参加者とパンフレット利用者との間で回答構成に差がないという仮説は有意水準 1%で棄却された。ワークポート（2013）は、フリーペーパーに関するアンケート調査を行い、フリーペーパーを「読む」のは女性の方が圧倒的に多いことを指摘している。本調査結果はこの指摘と整合しており、女性の方がスイーツやカフェを探すのにパンフレットの情報を参考にする傾向があると主張できる。

表 6-2 回答者の性別

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
男性	56	43.8%	6	18.2%	62	38.5%
女性	64	50.0%	26	78.8%	90	55.9%
その他	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
無回答	8	6.3%	0	0.0%	8	5.0%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

第二に、イベント参加者、パンフレット利用者の多くは 20 代であるが、中年層も一定の割合を占めている。全体としては 20 代が 41.0%と最も多く、次いで 50 代が 18.0%、40 代が 11.8%を占める結果となった（表 6-3）。上述の株式会社ベンチャー・リンクの調査によれば、喫茶店の利用率が最も高い年代は、女性については 20 代、男性については 50 代となっており、本調査の傾向と整合している。イベント参加者、パンフレット利用者との間で比較すると、いずれも 20 代が 1 番多いという傾向は変わらないが、その割合はイベント参加者の 35.9%と比べて、パンフレット利用者は 60.0%を占めており、若い世代のパンフレット利用率の高さがうかがえる。しかしながら、独立性の検定では、検定統計量の値は 7.790、p 値は 0.254 となり、イベント参加者とパンフレット利用者との間で回答構成に差がないという仮説は棄却されなかった。

表 6-3 回答者の年代

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
10代	8	6.3%	0	0.0%	8	5.0%
20代	46	35.9%	20	60.6%	66	41.0%
30代	14	10.9%	1	3.0%	15	9.3%
40代	15	11.7%	4	12.1%	19	11.8%
50代	23	18.0%	6	18.2%	29	18.0%
60代	5	3.9%	1	3.0%	6	3.7%
70代以上	8	6.3%	1	3.0%	9	5.6%
無回答	9	7.0%	0	0.0%	9	5.6%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

第三に、イベントに参加した人も、パンフレットを利用した人も地元滋賀県の人々がほとんどである。表 6-4 に示されるように、全体としては、滋賀県在住者が 65.2% を占め、2 番目に多い京都府の 11.2%、3 番目に多い大阪府の 9.3% を大きく上回った。滋賀県内では、立命館大学のキャンパスがある草津市、イベント会場となる大津市の居住者が多く、パンフレットやチラシを多く配布した場所とも一致する。なお、イベント参加者とパンフレット利用者の間では、居住都道府県の割合に大きな差は見られなかった。独立性の検定の結果でも、検定統計量の値は 3.826、p 値は 0.922 となり、イベント参加者とパンフレット利用者との間で回答構成に差がないという仮説は棄却されなかった。

表 6-4 回答者の居住地

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
滋賀県	84	65.6%	21	63.6%	105	65.2%
草津市	35	27.3%	9	27.3%	44	27.3%
大津市	37	28.9%	4	12.1%	41	25.5%
近江八幡市	2	1.6%	2	6.1%	4	2.5%
高島市	2	1.6%	2	6.1%	4	2.5%
甲賀市	0	0.0%	2	6.1%	2	1.2%
長浜市	1	0.8%	1	3.0%	2	1.2%
米原市	2	1.6%	0	0.0%	2	1.2%
栗東市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
東近江市	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
彦根市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
無回答	3	2.3%	0	0.0%	3	1.9%
京都府	14	10.9%	4	12.1%	18	11.2%
京都市	9	7.0%	1	3.0%	10	6.2%
長岡京市	5	3.9%	1	3.0%	6	3.7%
京田辺市	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
相楽郡	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
大阪府	11	8.6%	4	12.1%	15	9.3%
大阪市	2	1.6%	2	6.1%	4	2.5%
高槻市	3	2.3%	0	0.0%	3	1.9%
吹田市	2	1.6%	1	3.0%	3	1.9%
茨木市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
池田市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
東大阪市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
豊中市	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
枚方市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
愛知県	3	2.3%	0	0.0%	3	1.9%
名古屋市	2	1.6%	0	0.0%	1	1.2%
春日井市	1	0.8%	0	0.0%	2	0.6%
三重県	2	1.6%	0	0.0%	2	1.2%
伊勢市	2	1.6%	0	0.0%	2	1.2%
神奈川県	1	0.8%	1	3.0%	2	1.2%
横浜市	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
無回答	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
兵庫県	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
明石市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
富山県	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
富山市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
群馬県	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
伊勢崎市	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
東京都	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
世田谷区	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
無回答	9	7.0%	3	9.1%	12	7.5%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

第四に、学生のイベント参加率、パンフレット利用率が高いものの、全体としては社会人が半数以上を占める。表 6-5 に示されるように、職業別にみれば、学生の割合が 37.9%と最も高く、次いで正規の職員・従業員（派遣社員を含む）が 28.6%を占める結果となった。

学生の活動に対して同じ学生が興味を持つことは自然であるが、それ以上に多くの社会人の関心を惹きつけたことは当活動の成果だといえる。イベント参加者とパンフレット利用者との比較でいえば、イベント参加者には正規の職員・従業員が相対的に多く、パンフレット利用者には学生や専業主婦（夫）が相対的に多い。これは平日に自由な時間をとることができるかどうかの影響しているものと思われる。また、専業主婦（夫）は、子供の健康面に配慮したスイーツに関心を持っていたり、ママ友や子供といくカフェを探していたりすることが予想され、その傾向を反映しているかもしれない。なお、独立性の検定における検定統計量の値は 11.828、p 値は 0.106 となり、イベント参加者とパンフレット利用者との間で回答構成に差がないという仮説は 10%水準では棄却されない。ただしその p 値は 0.1 に近いので、回答構成に違いがないと断言することはできないだろう。

表 6-5 回答者の職業

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
正規の職員・従業員 (派遣社員を含む)	40	31.3%	6	18.2%	46	28.6%
パート・アルバイト	15	11.7%	2	6.1%	17	10.6%
会社役員	7	5.5%	1	3.0%	8	5.0%
自営業	2	1.6%	0	0.0%	2	1.2%
学生	44	34.4%	17	51.5%	61	37.9%
専業主婦（夫）	4	3.1%	5	15.2%	9	5.6%
無職	5	3.9%	1	3.0%	6	3.7%
その他	2	1.6%	1	3.0%	3	1.9%
無回答	9	7.0%	0	0.0%	9	5.6%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

(2) 当活動に対する評価

次に、当団体の活動として、イベントで提供した米粉ワッフル、イベント会場となる古民家の空間、そして作成したパンフレットに対する評価を集計し、その結果を考察する。

第一に、米粉ワッフルに対する人々の満足度は極めて高い。表 6-6 は、今回のイベントで提供した米粉ワッフルを「とても不味かった」を 1、「とても美味しかった」を 5 として 5 段階で評点付けしてもらった結果である。この表からわかるように、9 割近くの人が 4、5 の点数をつけ、1、2 の点数をつけた人は一人もいなかった。無回答を除いて、評点値をそのまま使って平均を計算したところ、そのスコアは 4.81 となった。

表 6-6 米粉ワッフルに対する評価

	度数	%
1 (とても不味かった)	0	0.0%
2	0	0.0%
3	4	3.1%
4	15	11.7%
5 (とても美味しかった)	99	77.3%
無回答	10	7.8%
合計	128	100.0%

出典：筆者作成

第二に、イベント会場として提供した古民家の空間に対する利用者の評価も極めて高い。表 6-7 は、大津百町スタジオとテラマチベースのそれぞれについて、古民家の雰囲気「とても悪い雰囲気だと思う」を 1、「とても良い雰囲気だと思う」を 5 として 5 段階で評点付けしてもらった結果である。この表に示されるとおり、両会場について 9 割を超える人が 4、5 の点数をつけ、1、2 の点数をつけた人は一人もいなかった。米粉ワッフル同様に、評点値を使って平均を計算したところ、大津百町スタジオのスコアは 4.75、テラマチベースのスコアは 4.65 となった。

表 6-7 会場となる古民家の空間に対する評価

	大津百町スタジオ		テラマチベース		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1 (とても悪い雰囲気だと思う)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
3	1	1.3%	3	5.9%	4	3.1%
4	17	22.1%	11	21.6%	28	21.9%
5 (とても良い雰囲気だと思う)	59	76.6%	35	68.6%	92	71.9%
無回答	0	0.0%	2	3.9%	4	3.1%
合計	77	100.0%	51	100.0%	128	100.0%

出典：筆者作成

第三に、当団体が作成した滋賀の米粉スイーツと古民家カフェを紹介したパンフレットに対する評価も極めて高い。同様に、パンフレットを「全くよくなかった」を 1、「とてもよかった」を 5 として 5 段階で評点付けしてもらった結果、全体としては、4、5 の点数を

つけた人が 92%、1、2 の点数を付けた人はわずかに 0.6%を占め（表 6-8）、評点値から計算される平均スコアは 4.73 となった。また、イベント参加者とパンフレット利用者の間でも、パンフレットに対する評価には大きな違いは見られない。独立性の検定の結果、検定統計量の値は 4.273、p 値は 0.233 となり、イベント参加者とパンフレット利用者間で回答構成に差がないという仮説は 10%水準で棄却されなかった。

表 6-8 パンフレットに対する評価

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1（全くよくなかった）	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
2	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
3	5	3.9%	1	3.0%	6	3.7%
4	20	15.6%	7	21.2%	27	16.8%
5（とてもよかった）	97	75.8%	24	72.7%	121	75.2%
無回答	6	4.7%	0	0.0%	6	3.7%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

(3) 米粉スイーツの役割に対する評価

次に、米粉スイーツが社会において果たす役割、およびその普及がもたらす効果に注目して、それらの役割が人々にどれほど高く評価されているのかを考察する。米粉スイーツの役割としては、グルテンフリー食品としての役割、食料自給率向上に貢献する役割、農村景観の保全に貢献する役割の 3 つを取り上げ、それぞれの役割に対して「全く重要ではない」を 1、「とても重要である」を 5 とし、回答者に 5 段階で評点付けしてもらった。

3 つの役割に対する評価を比較すると、グルテンフリー食品としての役割、食料自給率向上に貢献する役割、農村景観の保全に貢献する役割はいずれも人々に高く評価されており、それらの間に大きな差はみられない。図 6-1 は各役割に対する評価について、全体の回答結果をまとめたものである。より詳細な情報は、表 6-9～表 6-11 に示されている。いずれの役割においても、1、2 の点数をつけた人はほとんどおらず、4、5 の点数をつけた人は 8 割を超える結果となった。グルテンフリー食品としての役割については、5 を選んだ人が 67.7%で、4 を選んだ人と合わせると 85.1%、食料自給率向上に貢献する役割については、64.0%の人が 5 を選び、4 と合わせれば 83.9%、農村景観の保全に貢献する役割については、5 を選んだ人は 62.1%、4 と 5 を合わせると 85.1%に上る。無回答を除いて平均スコ

アを計算すると、それらは順に 4.59、4.55、4.55 となった。

またこの傾向は、イベント参加者とパンフレット利用者との分割しても、それらに有意な差はみられない。独立性の検定における検定統計量の値は、グルテンフリー食品としての役割については 5.215 (p 値は 0.157)、食料自給率向上に貢献する役割については 6.089 (p 値は 0.107)、農村景観の保全に貢献する役割については 5.339 (p 値は 0.254) となり、イベント参加者とパンフレット利用者間で回答構成に差がないという仮説はいずれも 10%水準で棄却されなかった。

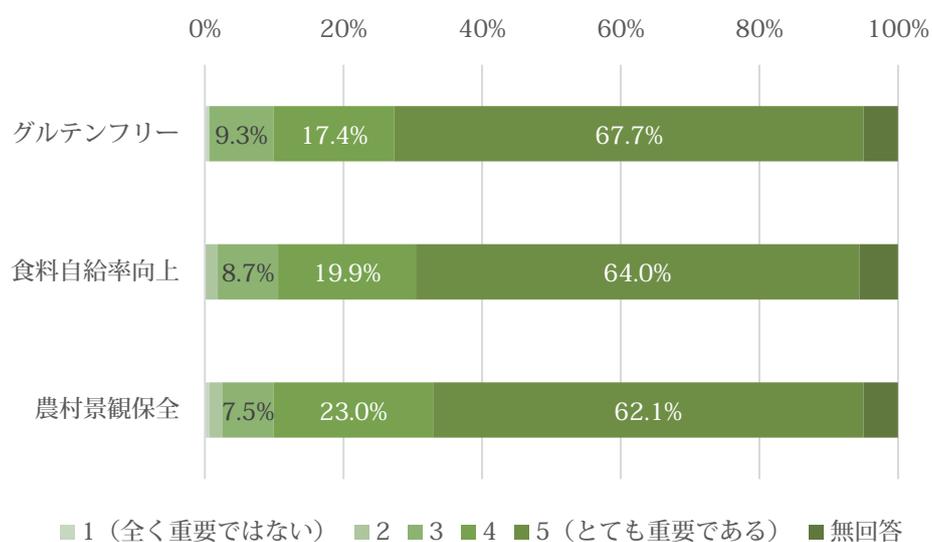


図 6-1 米粉スイーツの役割に対する評価

出典：筆者作成

表 6-9 米粉スイーツのグルテンフリー食品としての役割に対する評価

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1 (全く重要ではない)	0	0.0%	1	3.0%	1	0.6%
2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
3	10	7.8%	5	15.2%	15	9.3%
4	23	18.0%	5	15.2%	28	17.4%
5 (とても重要である)	87	68.0%	22	66.7%	109	67.7%
無回答	8	6.3%	0	0.0%	8	5.0%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

表 6-10 米粉スイーツの食糧自給率向上に貢献する役割に対する評価

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1 (全く重要ではない)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
2	1	0.8%	2	6.1%	3	1.9%
3	9	7.0%	5	15.2%	14	8.7%
4	26	20.3%	6	18.2%	32	19.9%
5 (とても重要である)	84	65.6%	19	57.6%	103	64.0%
無回答	8	6.3%	1	3.0%	9	5.6%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

表 6-11 米粉スイーツの農村景観保全に貢献する役割に対する評価

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1 (全く重要ではない)	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
2	1	0.8%	2	6.1%	3	1.9%
3	10	7.8%	2	6.1%	12	7.5%
4	28	21.9%	9	27.3%	37	23.0%
5 (とても重要である)	80	62.5%	20	60.6%	100	62.1%
無回答	8	6.3%	0	0.0%	8	5.0%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

(4) 古民家カフェを取り巻く現状に対する認知と評価

最後に、古民家カフェの今後の普及可能性を見るために、文化財保護法の改正を中心に、古民家カフェを取り巻く現状に対する人々の考えを考察する。

第一に、米粉スイーツ同様に、人々が古民家カフェに対して感じている魅力は極めて大きい。表 6-12 は、古民家カフェを「全く魅力的ではない」を 1、「とても魅力的である」を 5 として 5 段階で評点付けしてもらった結果である。この表より、6 割以上の方が 5 の点数をつけ、1 と 2 をつけた人は一人もいなかった。平均スコアでも、5 点満点中 4.62 と高い評点値が得られた。また、独立性の検定における検定統計量の値は 0.632、p 値は 0.729 となり、イベント参加者とパンフレット利用者の間で回答構成に差がないという仮説は 10%水準で棄却されなかった。

表 6-12 古民家カフェの魅力度

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1（全く魅力的ではない）	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
3	7	5.5%	3	9.1%	10	6.2%
4	29	22.7%	9	27.3%	38	23.6%
5（とても魅力的である）	83	64.8%	21	63.6%	104	64.6%
無回答	9	7.0%	0	0.0%	9	5.6%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

第二に、第2章で述べた「保存」から「活用」へと舵を切った改正文化財保護法の認知度は極めて低い。表 6-13 に示されるように、2019 年の文化財保護法の方針転換を知っている人は全体では 24.2%にとどまり、知らなかった人は 69.6%と高い割合を示している。今後、この認知度が高まることで、個人が古民家カフェを経営したり、地域で古民家カフェを活かしたまちづくりに取り組んだりする動きが活発になる可能性が残されているといえよう。なお、独立性の検定における検定統計量の値は 0.380、p 値は 0.537 となり、イベント参加者とパンフレット利用者の中で回答構成に差がないという仮説は 10%水準で棄却されなかった。

表 6-13 改正文化財保護法の認知度

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
知っている	28	21.9%	11	33.3%	39	24.2%
知らなかった	90	70.3%	22	66.7%	112	69.6%
無回答	10	7.8%	0	0.0%	10	6.2%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

第三に、多くの人々は、文化財の「活用」によってそれを保存しようとする改正文化財保護法の方針を高く評価している。文化財の活用について「全く重要ではない」を1、「とても重要である」を5として5段階で評点付けしてもらった結果、全体では 66.5%の人が5の点数をつけ、1、2をつけた人はほとんどいなかった（表 6-14）。平均スコアでも、

4.64 と高い数値が示された。この結果から、古民家カフェは周辺住民や利用者から高く評価され、それを活かしたまちづくりも地域の中で広く受け入れられるものと期待される。独立性の検定における検定統計量の値は 0.656、p 値は 0.884 となり、イベント参加者とパンフレット利用者の中で回答構成に差がないという仮説は 10%水準で棄却されなかった。

表 6-14 文化財の活用の重要性

	イベント参加者		パンフレット利用者		全体	
	度数	%	度数	%	度数	%
1 (全く重要ではない)	1	0.8%	0	0.0%	1	0.6%
2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
3	6	4.7%	1	3.0%	7	4.3%
4	28	21.9%	9	27.3%	37	23.0%
5 (とても重要である)	84	65.6%	23	69.7%	107	66.5%
無回答	9	7.0%	0	0.0%	9	5.6%
合計	128	100.0%	33	100.0%	161	100.0%

出典：筆者作成

7. 米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する選好と支払意思額

7.1 効用関数の推定結果

第 5 章で述べた選択型実験の回答データと、条件付きロジットモデルを用いて、(5.1) 式のカフェ属性に関する効用関数を推定した。表 7-1 に示されるように、全ての変数の係数は、それらの p 値が 0.01 を下回ったことから、1%水準で有意だといえる。推定された係数の符号もまた合理的である。*JHOUSE*、*RICE*の係数は正となっており、人々は普通の洋風のカフェよりも古民家カフェを、普通の小麦粉のスイーツ中心のカフェよりも米粉スイーツ中心のカフェを選好する。一方で*DIST*、*PRICE*の係数は負となり、人々は駅からの距離が遠くなるほど、そしてコーヒーの価格が上がるほど効用が下がる自然な傾向を示している。

表 7-1 カフェの属性に関する効用関数の推定結果（主効果モデル）

変数	係数推定値	t 統計量	p 値
<i>JHOUSE</i> (古民家カフェ)	1.0755	6.7470	0.0000
<i>RICE</i> (米粉スイーツ中心)	1.1283	6.7754	0.0000
<i>DIST</i> (駅からの距離)	-0.1200	-8.2177	0.0000
<i>PRICE</i> (コーヒーの価格)	-0.0052	-7.8591	0.0000
<i>NEITHER</i> (どちらも行かない)	-5.4840	-12.2874	0.0000
対数尤度		-418.00	
AIC		846.00	
標本サイズ		590	

出典：筆者作成

7.2 支払意思額の計測結果

推定された効用関数を用いて、表 5-4 に示した計算方法に従い、古民家カフェで提供されるコーヒーに対して人々が追加的に支払ってもよいと思う金額（古民家カフェに対する支払意思プレミアム）、そして米粉スイーツ中心のカフェで提供されるコーヒーに対して人々が追加的に支払ってもよいと思う金額（米粉スイーツ中心のカフェに対する支払意思プレミアム）を計測した。その結果、古民家カフェに対する支払意思プレミアムは 208 円、米粉スイーツ中心のカフェについては 218 円となった（表 7-2）。これらの金額は、古民家カフェ、あるいは米粉スイーツ中心のカフェに行く代わりにそれぞれ上がってもよいと思うコーヒーの価格を意味する。従って、古民家カフェについて言えば、普通の洋風のカフェと、それよりも高い価格でコーヒーを提供する古民家カフェがあるとき、人々は、そのコーヒーの価格差が 208 円までであれば、古民家カフェを選択するといえる。同様に、普通の小麦粉スイーツを提供するカフェと、それよりも高い価格でコーヒーを提供する米粉スイーツ中心のカフェがあるとき、人々は、そのコーヒーの価格差が 218 円までであれば、米粉スイーツ中心のカフェを選択することになる。

表 7-2 支払意思額の推定結果

評価対象	支払意思額
古民家カフェに行く代わりに上がってもよいと思うコーヒーの価格	208 円
米粉スイーツ中心のカフェに行く代わりに上がってもよいと思うコーヒーの価格	218 円

出典：筆者作成

一方で、表 7-3 は、表 5-5 に従って計算された、各特性を持つカフェに行くために犠牲

にしても良いと思う時間を示す。古民家カフェについては、そこに行く代わりに犠牲にしてもよいと思う徒歩での移動時間は9分であった。これはつまり、古民家カフェではない普通の洋風のカフェと、それよりも駅から離れた場所にある古民家カフェがあるとき、人々は、徒歩での移動時間の差が9分までであれば、古民家カフェを選択することを意味する。同様に、米粉スイーツ中心のカフェについては、その犠牲移動時間は9.4分となり、普通の小麦粉スイーツ中心のカフェと、それよりも駅から離れた場所にある米粉スイーツ中心のカフェがあるとき、人々は、徒歩での移動時間の差が9.4分までであれば、米粉スイーツ中心のカフェを選択する。なお、効用関数を線形で定式化していることから、特性間の犠牲移動時間の大小関係は支払意思額のそれと同じである。この結果は、これから古民家カフェや米粉スイーツのカフェを始めようとする経営者にとって、その出店場所を考える上で有益な情報となるだろう。

表 7-3 犠牲移動時間の推定結果

評価対象	犠牲移動時間
古民家カフェに行く代わりに犠牲にしてもよいと思う徒歩での移動時間	9.0分
米粉スイーツ中心のカフェに行く代わりに犠牲にしてもよいと思う徒歩での移動時間	9.4分

出典：筆者作成

7.3 米粉スイーツと古民家カフェの相乗効果の検証

次に、米粉と古民家が共通して「和」の要素を持つことに注目し、米粉スイーツと古民家カフェが組み合わさることによって、それぞれから得られる効用に相乗効果が生まれるかどうかを分析する。そのために、(5.1)式の効用関数に $JHOUSE$ と $RICE$ の交差項を加えて、モデルの再推定を行った。(5.1)式の観察可能な部分 V にのみ注目すると、このモデルは次のように拡張される。

$$V = \beta_J JHOUSE + \beta_R RICE + \beta_D DIST + \beta_P PRICE + \gamma_{JR} JHOUSE \times RICE \quad (7.1)$$

ここで、古民家カフェから得られる効用をみるために、便宜上 $JHOUSE$ を連続変数とみなして、 V を $JHOUSE$ で微分すると、次式が得られる。

$$\frac{\partial V}{\partial JHOUSE} = \beta_J + \gamma_{JR} RICE \quad (7.2)$$

*RICE*はそのカフェが米粉スイーツ中心のカフェであれば 1、小麦粉のスイーツ中心のカフェであれば 0 をとる変数なので、もし γ_{JR} が正であるならば、古民家カフェで米粉スイーツを提供することにより、人々の古民家カフェから得られる効用は、小麦粉のスイーツを中心とするときよりも大きくなる。同様に、*RICE*を連続変数とみなして、*V*を*RICE*で微分すると、次式が得られる。

$$\frac{\partial V}{\partial RICE} = \beta_R + \gamma_{JR} JHOUSE \quad (7.2)$$

*JHOUSE*もまた、そのカフェが古民家カフェであれば 1、普通の洋風のカフェであれば 0 をとる変数であることから、もし γ_{JR} が正であるならば、米粉スイーツを古民家カフェで提供することによって、人々の米粉スイーツ中心のカフェから得られる効用は、普通の洋風のカフェで提供されるときよりも増大する。従って、 γ_{JR} が正の符号をとることが、ここでの相乗効果の存在を支持するための条件となる。

表 7-4 は、この拡張されたモデルの推定結果である。*JHOUSE* × *RICE* の係数に注目すると、それは 10%水準で有意であり、負の値を示している。この結果より、少なくとも米粉スイーツと古民家カフェの組み合わせによる相乗効果は存在しないことが主張される。

表 7-4 効用関数の推定結果 (*JHOUSE* と *RICE* の交差項を含む)

変数	係数推定値	t 統計量	p 値
<i>JHOUSE</i> (古民家カフェ)	1.4431	5.6664	0.0000
<i>RICE</i> (米粉スイーツ中心)	1.4801	5.8695	0.0000
<i>DIST</i> (駅からの距離)	-0.1091	-7.0186	0.0000
<i>PRICE</i> (コーヒーの価格)	-0.0053	-8.1416	0.0000
<i>NEITHER</i> (どちらも行かない)	-5.3053	-11.8028	0.0000
<i>JHOUSE</i> × <i>RICE</i>	-0.7230	-1.8819	0.0598
対数尤度	-416.21		
AIC	844.43		
標本サイズ	590		

出典：筆者作成

ここで議論すべきはこの係数の負の符号である。この結果はおそらく、人々が米粉スイーツと古民家カフェという二つの要素を、同じ「和」のカフェ属性として一括りにして評価し

ていることによるものと考えられる。 γ_{JR} が負であるということは、もう一方のカフェ属性を加えるときに得られる効用は、それ単独から得られる効用を下回ることを意味する。具体的に言えば、例えばこれまで小麦粉のスイーツを提供していた古民家カフェと普通の洋風のカフェがあって、それぞれがメニューの中心を米粉スイーツに変えようとするとき、その転換が人々に与える効用は、古民家カフェよりも洋風のカフェの方が大きいということである。言い方を変えれば、もともと和の要素を備えている古民家カフェに米粉スイーツという別の和の要素が加わるよりも、和の要素を持たない洋風のカフェに米粉スイーツという和の要素が加わる方が、人々が受ける効用は大きいということであり、人々はその和の要素をほとんど区別しないがゆえに、限界効用逓減の法則に従って、二つ目の和の要素から得られる効用が一つ目の和の要素から得られる効用を下回ったものと考えられる。この「人々は古民家カフェと米粉スイーツを同じ和の要素として一括りに考える」という解釈は、*JHOUSE*と*RICE*の係数推定値が互いに近い値を示すことから支持されよう。

表 7-4 に示される効用関数の推定結果に基づいて、米粉スイーツを提供する古民家カフェ (*JHOUSE* = 1, *RICE* = 1) で提供されるコーヒーに対する追加的な支払意思額を導こう。第 5 章で説明した手順に従えば、(7.1) 式より、その支払意思額は $-(\beta_J + \beta_R + \gamma_{JR})/\beta_P$ で表される。表 7-4 の推定値より、その値は 412 円となる。一方で表 7-2 から、*JHOUSE* と *RICE* の交差項を無視した状況では、その支払意思額は $208 + 218 = 426$ 円と計算され、それは過大評価になることがわかる。上述の通り、確かに米粉スイーツと古民家カフェの一方の属性に対して、もう一方が加わる時に得られる効用は、それ単独から得られる効用を下回ることになるが、支払意思額でみる限りその減少額は 14 円 (426 円 - 412 円) と、それほど大きなものではない。

7.4 米粉スイーツ・古民家カフェに対する選好と個人属性との関係

最後に、米粉スイーツと古民家カフェに対する選好と個人属性との関係を明らかにするため、古民家カフェ属性 (*JHOUSE*) と米粉スイーツ属性 (*RICE*) のそれぞれと個人属性との間で交差項を作り、効用関数の再推定を行った。交差項を作るために使われた変数は表 7-5 の通りである。

表 7-5 交差項を作るのに使われた変数の定義

変数	定義
<i>FEMALE</i>	女性=1、男性=0
<i>AGE</i>	年代
<i>SHIGA</i>	滋賀県在住者=1、その他=0
<i>STUDENT</i>	学生=1、学生以外=0

出典：筆者作成

表 7-6 は、全ての交差項を含めたフルモデルの推定結果である。この中には p 値が大きく、有意でない交差項が多く含まれるため、p 値が大きいものから順に取り除き、AIC（赤池情報量基準）が最も小さくなるモデルを最適モデルとして採択した。その結果は表 7-7 に示される。

表 7-6 個人属性との交差項を含めた効用関数の推定結果（フルモデル）

変数	係数推定値	t 統計量	p 値
<i>JHOUSE</i> (古民家カフェ)	1.5896	2.4166	0.0157
<i>RICE</i> (米粉スイーツ中心)	0.5986	0.9003	0.3680
<i>DIST</i> (駅からの距離)	-0.1125	-7.1487	0.0000
<i>PRICE</i> (コーヒーの価格)	-0.0054	-8.1166	0.0000
<i>NEITHER</i> (どちらも行かない)	-5.3721	-11.7934	0.0000
<i>JHOUSE</i> × <i>RICE</i>	-0.7226	-1.8654	0.0621
<i>JHOUSE</i> との交差項			
× <i>FEMALE</i> (女性ダミー)	0.0845	0.3058	0.7598
× <i>AGE</i> (年代)	-0.0486	-0.4172	0.6765
× <i>SHIGA</i> (滋賀県在住ダミー)	-0.1361	-0.4668	0.6407
× <i>STUDENT</i> (学生ダミー)	0.0785	0.2044	0.8380
<i>RICE</i> との交差項			
× <i>FEMALE</i> (女性ダミー)	0.4014	1.4359	0.1510
× <i>AGE</i> (年代)	0.1541	1.3055	0.1917
× <i>SHIGA</i> (滋賀県在住ダミー)	0.1106	0.3669	0.7137
× <i>STUDENT</i> (学生ダミー)	0.1579	0.4033	0.6867
対数尤度	-412.43		
AIC	852.86		
標本サイズ	590		

出典：筆者作成

表 7-7 個人属性との交差項を含めた効用関数の推定結果（最適モデル）

変数	変数	係数推定値	t 統計量	p 値
<i>JHOUSE</i>	(古民家カフェ)	1.4146	5.5309	0.0000
<i>RICE</i>	(米粉スイーツ中心)	0.7824	2.0565	0.0397
<i>DIST</i>	(駅からの距離)	-0.1117	-7.1203	0.0000
<i>PRICE</i>	(コーヒーの価格)	-0.0054	-8.1234	0.0000
<i>NEITHER</i>	(どちらも行かない)	-5.3583	-11.8227	0.0000
<i>JHOUSE</i> × <i>RICE</i>		-0.7042	-1.8230	0.0683
<i>RICE</i> との交差項				
× <i>FEMALE</i>	(女性ダミー)	0.3584	1.4572	0.1451
× <i>AGE</i>	(年代)	0.1444	1.9340	0.0531
対数尤度			-413.18	
AIC			842.35	
標本サイズ			590	

出典：筆者作成

交差項の中で残った変数は、*RICE* × *FEMALE*と*RICE* × *AGE*である。*RICE* × *FEMALE*の p 値は 0.1451 となり、10%水準で有意ではないが、0.1 に近い値であったことからモデルに含めた。この係数の符号は正であり、それは男性よりも女性のほうが米粉スイーツ中心のカフェから得られる効用が大きいことを示す。MyVoice (2019) の調査によれば、スイーツ・デザートを週 1 回以上食べる人は、男性が 6 割弱であったのに対して、女性は 8 割弱であった。本分析で得られた傾向は、こうした女性の方が男性よりもスイーツの消費頻度が高い実態を反映するものと思われる。一方、*RICE* × *AGE*の係数は 10%水準で有意となり、正の符号を持つ。この結果は、年代が高くなるほど、米粉スイーツ中心のカフェから得られる効用が大きくなることを示している。これは、年代が高いほど米を食べる頻度が多くなることによるものかもしれない。図 7-1 に示されるように、30 代以降は世帯主の年齢が高くなるほど米の消費が多くなる実態がそれを物語る。以上の結果より、マーケティングの観点からは、米粉スイーツ中心のカフェの普及に向けては、女性や年齢の高い層をターゲットにその魅力をアピールすることが効果的だといえる。

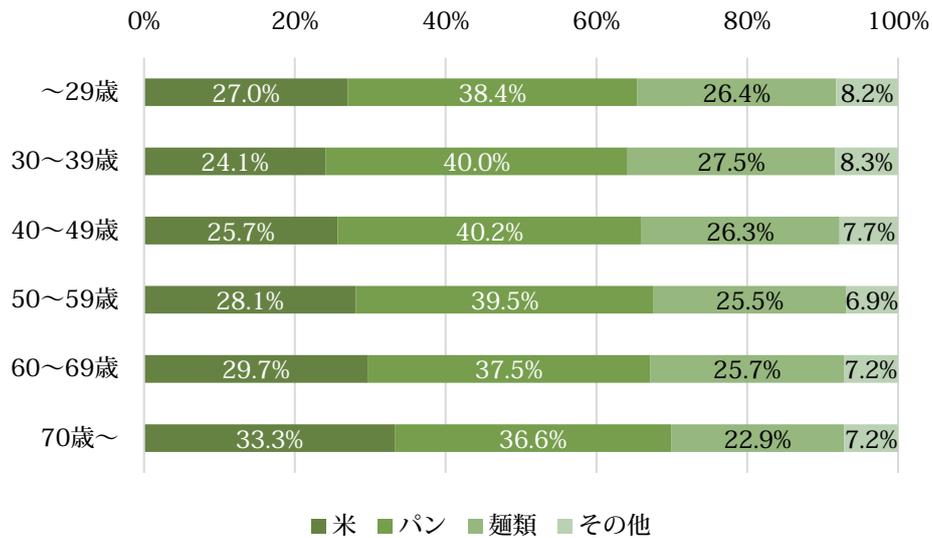


図 7-1 世帯主の年齢階級別穀類の年間支出金額（2020 年）

出典：総務省統計局（2021a）「家計調査」より筆者作成

8. おわりに

本研究では、米と古民家の現代的な活用として「米粉スイーツ」と「古民家カフェ」に注目し、それらを組み合わせた「米粉スイーツを提供する古民家カフェ」に対する人々の選好を分析することに取り組んだ。その際には、人々に米粉スイーツを提供する古民家カフェを知ってもらうために、古民家カフェで米粉スイーツを楽しむイベントを開催するとともに、滋賀県内で販売されている米粉スイーツと、同じく県内の古民家カフェを紹介するパンフレットを作成し、それを広く配布した。そしてそのイベント参加者、およびパンフレット利用者を対象にアンケート調査を行い、選択型実験を用いてカフェ属性に関する効用関数を推定し、さらにそこから米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムを計測した。

分析の結果得られた重要な知見は以下の 5 点に要約される。(1) 古民家カフェに行く代わりに上がってもよいと思うコーヒーの価格は 208 円、米粉スイーツ中心のカフェに行く代わりに上がってもよいと思うコーヒーの価格は 218 円と推定される。(2) 古民家カフェに行く代わりに犠牲にしても良いと思う徒歩での移動時間は 9 分、米粉スイーツ中心のカフェに行く代わりに犠牲にしても良いと思う徒歩での移動時間は 9.4 分と推定される。(3) 古民家カフェと米粉スイーツを組み合わせることによる需要の相乗効果は存在せず、米粉スイーツが中心メニューの古民家カフェに行く代わりに上がってもよいと思うコーヒーの

価格は（１）の２つの金額の合計を下回る。その金額は 412 円と推定される。（４）（３）の結果より、人々は古民家カフェと米粉スイーツを同じ和の要素として一括りにとらえている可能性が高く、もう一方のカフェ属性を加えることで得られる効用の増分は、それ単独から得られる効用を下回る。ただし支払意思額でみる限り、その効用の減少分は 14 円とそれほど大きなものではない。（５）男性よりも女性の方が、そして年代が高い人の方が、米粉スイーツ中心のカフェをより強く選好する。

今回、米粉スイーツと古民家カフェを組み合わせることによってそれらの需要に相乗効果が生まれることを期待したが、その傾向は検出されなかった。しかしながら、人々が両者を同じ和の要素として一括りにとらえているのであれば、もう一方の属性を加えることで得られる追加的な効用が低下することは、むしろ経済学的に合理的な傾向だといえる。こうした複数の和のカフェ要素が同一のもののように扱われる可能性を示したところに、本研究のリテラチャーへの貢献がある。

重要なことは、追加的な効用が下がるとしても、米粉スイーツを提供する古民家カフェに対する支払意思プレミアムは、コーヒーの価格でみて 412 円と極めて高い金額を示していることである。総務省統計局（2021b）の「小売物価統計調査」によれば、2020 年 12 月の外食コーヒー価格の平均は 424 円となり¹²、これを基準にすれば、人々は米粉スイーツを提供する古民家カフェで提供されるコーヒーに対して、836 円（412+424）まで支払っても良いと考えていることになる。従って、やや荒っぽく言えば、これは米粉スイーツを提供する古民家カフェであれば、人々は相場の倍の価格帯でもそこに訪問しようと考えてることを含意する。上述の通り、米粉を使えばその分小麦粉よりも材料費は高くなり（農林水産省、2022a）¹³、古民家カフェの経営には修繕費用や維持費用がかかってくる（日本政策投資銀行、2015）。本研究により得られた支払意思額や犠牲移動時間は、今後米粉スイーツをメニューに取り入れたり、古民家カフェの開業を考えたりする経営者にとって有益な情報となろう。

補論 クラウドファンディングの結果と活動の収支

A.1 クラウドファンディングの概要

当活動は、国内最大級の規模を誇る CAMPFIRE のサイトを通して、クラウドファンディ

¹² これは都道府県庁所在市、および人口 15 万以上の市、合計 81 都市の平均を計算した数値である。

¹³ 農林水産省（2022a）によれば、小麦粉の製品価格は 100~120 円、米粉の製品価格は 110~350 円となり、中央の値で見れば、米粉は小麦粉の倍の価格となる。

ングにより活動資金を調達した(図 A-1)¹⁴。クラウドファンディングのタイプは、支援金の規模に応じて様々なリターン品を返送する「購入型」であり、目標金額に達成しない場合でも、支援頂いた分のお金を受け取ることができる「All in 方式」を採用した。期間は 2021 年 11 月 1 日(月)から 2021 年 12 月 12 日(土)までの約 40 日間で、目標金額は 32 万円であった。リターン品は表 A-1 のように整理される。当団体が製作したパンフレットに加えて、第 4 章で紹介した協力店舗で販売されている米粉やドリップコーヒーも含めた。米粉については、第 3 章で紹介した米粉ワッフルのレシピにイラストをつけて画像化し、それを印刷したものを添付した(図 A-2)。さらに過去のゼミ活動の中で作成したレシピ集や、以前のクラウドファンディングの際に好評を得た「ヨシストロー」¹⁵も制作し、リターン品に含めた。



図 A.1 クラウドファンディングページのカバー画像

出典：筆者作成

¹⁴ 当プロジェクトの専用ページ (<https://camp-fire.jp/projects/view/510620>) を参照。

¹⁵ 2018 年度に当ゼミが取り組んだ「ヨシストローによる #SDGs 推進プロジェクト (<https://camp-fire.jp/projects/view/287158>)」において開発した。

表A-1 クラウドファンディングのリターン品一覧

コース	リターン品
2000 円	お礼の手紙 滋賀県の米粉スイーツ・古民家カフェ紹介パンフレット「米粉スイーツ×古民家カフェ」
5000 円	2000 円コースのリターン品 ショップマドレの米粉 (200 g・米粉ワッフルレシピ付) 滋賀の古書店・ブックカフェ「書をたずさえてカフェに行こう」 愛彩菜でカフェメニュークッキングレシピ集 近江の彩り べんがら色彩スイーツ&ミール レシピ集
1 万円 コーヒーコース	5000 円コースのリターン品 ヨシストロー2 本 (ストローブラシ付き) ヨシストロー紹介パンフレット「ヨシストローで#SDGs」 DONGREE BOOKS&STORY CAFE のドリップコーヒー2 パックとらっこやのドリップコーヒー2 パックのセット
1 万円 お米のお菓子コース	5000 円コースのリターン品 ヨシストロー2 本 (ストローブラシ付き) ヨシストロー紹介パンフレット「ヨシストローで#SDGs」 おこめ食堂なごみの「おこめのぐらのーら」(80g)
2 万円	1 万円 (コーヒーコース) のリターン品 研究成果報告書

出典：筆者作成



図 A.2 5000 円以上のコースに含めた米粉ワッフルのレシピ
出典：筆者作成

クラウドファンディングの開始時期に合わせて、2021 年 11 月 4 日に滋賀県庁にて記者発表を行った。その後、クラウドファンディングページで随時活動の状況を報告するだけでなく、当ゼミの Facebook ページ (@terawakiche)、Instagram アカウント (@terawaki.lab) に加え、当活動専用の Instagram アカウント (@terawaki_17_zemi) と TikTok アカウント (@terawaki_17_zemi) でも進捗を紹介した (図 A-3)。専用 Instagram アカウントのフォロワー数は 331 人に上り、TikTok に上げた各動画は平均 225 回再生されている¹⁶。中日新

¹⁶ いずれも 2022 年 2 月 16 日時点での数字である。

聞（11月7日）、京都新聞（11月11日）、朝日新聞（11月13日）、毎日新聞（11月16日）など大手メディアでも取り上げられ、代表と副代表は、KBS 京都ラジオ「さらピン！キョウト」に出演し、当活動をアピールした。



図 A-3 専用 Instagram アカウント（左）と TikTok アカウント（右）

出典：Instagram と TikTok の画面を撮影して転載

A.2 クラウドファンディングの結果

クラウドファンディングの結果、延べ 41 人の方々から合計 34 万 7 千円の支援をいただき、達成率は 108% となった。購入されたコースの分布は図 A-4 の通りである。最も多く購入されたのは 1 万円のコーヒーコースであった。男女別に見た支援者数は、男性が 21 人（51.2%）、女性が 19 人（46.3%）、その他が 1 人（2.4%）であった。支援者の年代分布は図 A-5 のように表される。この図から、20 代を中心に若い世代からの支援が多かったことが分かる。

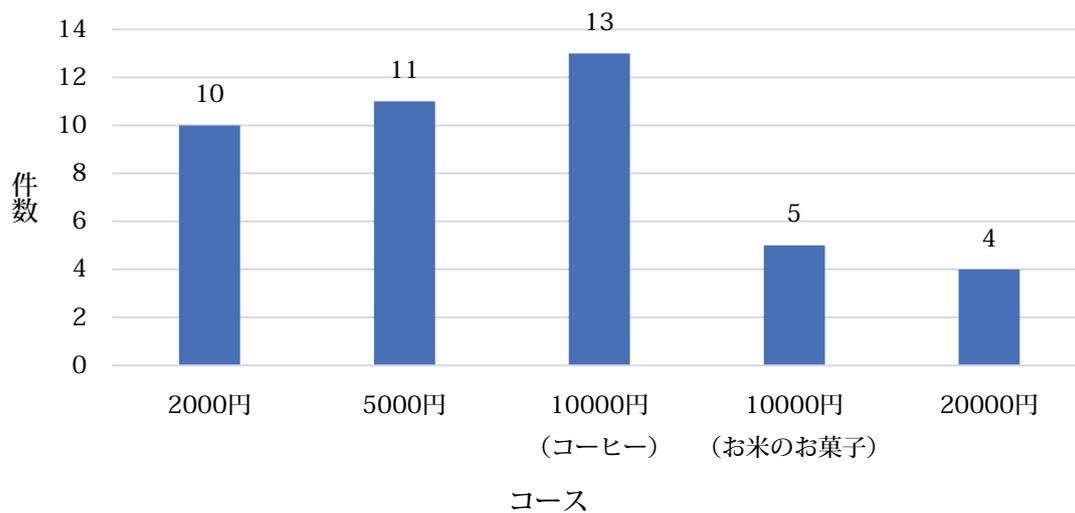


図 A-4 購入された金額コースの分布

出典：CAMPFIRE より提供されたデータから筆者作成

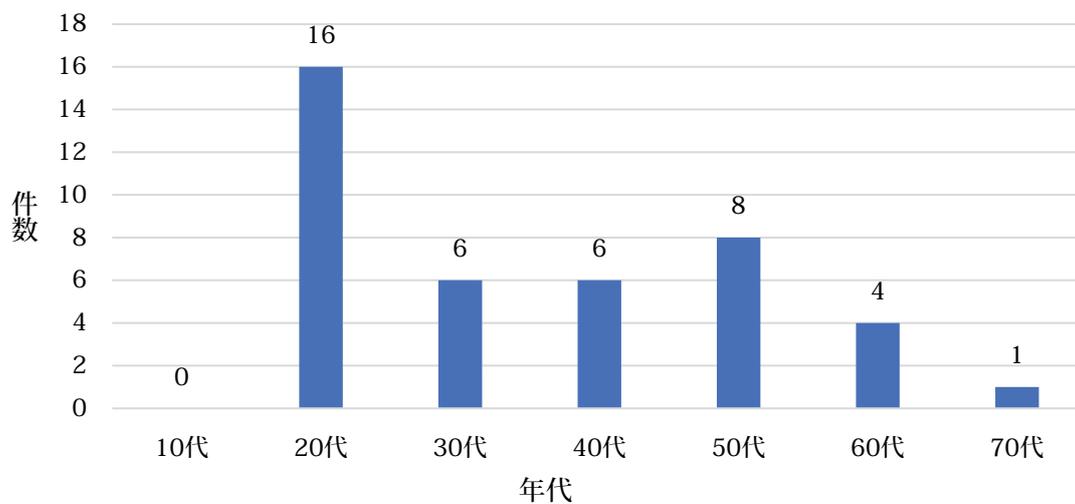


図 A-5 支援者の年代

出典：CAMPFIRE より提供されたデータから筆者作成

支援金が入金された日の推移は図 A-6 の通りである。入金が多かったのは支援の募集を開始した直後の時期であった。各メディアで取り上げていただいた時期やイベント当日にも支援をいただいております。こうした機会を逃さずに活動の広報に力を入れることが重要だといえる。最終的には12月4日に期限まで約1週間を残して100%を達成した。支払い方法で最も多かったのはクレジットカードであり、PayPay や楽天ペイといったQRコ

ード決済、コンビニ払い、銀行振込も見られた。



図 A-6 支援金の推移

出典：CAMPFIRE より提供

募集期間中、当団体は専用ページ内で 32 回、進捗状況をレポートした。図 A-7 に示されるように、ページへのアクセスもまた、募集開始直後とイベント当日、そしてメディアで取り上げられた時期に集中しており、そこで活動の目標をアピールしたり、進捗を報告したりすることが効果的だと思われる。



図 A-7 ページへのアクセスの推移

出典：CAMPFIRE より提供

図 A-8 は参照元別に見たページへのアクセス数の推移である。Instagram や Facebook からのアクセスはあるものの、そのほとんどはサイト内訪問と直接アクセスであった。SNS からの流入をどのようにして増やしていくかが今後の課題である。

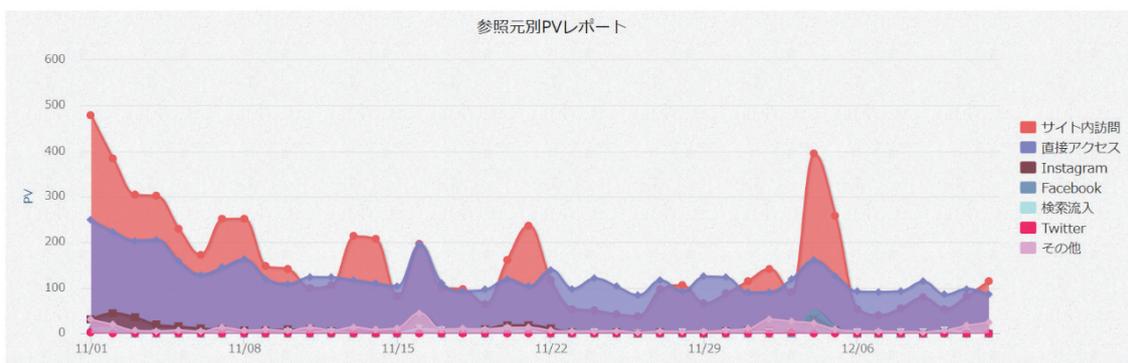


図 A-8 参照元別ページへのアクセスの推移

出典： CAMPFIRE より提供

A.3 収支報告

今回当団体が取り組んだ活動「米粉スイーツ&古民家カフェによる日本の原風景継承プロジェクト」の収支は表 A-2 のように要約される。収支は概ね均衡する結果となった。なお、差引残高は次回のゼミプロジェクトに繰り越される。

表 A-2 2021 年度収支報告

	項目	円	備考
収入の部	前回プロジェクト繰越金	¥1,424	ブックカフェプロジェクトより
	学部からの補助（報告書を除く）	¥44,192	会場使用料、イベント当日の交通費の半額
	イベント当日の売上	¥123,790	米粉ワッフル、仕入れた米粉スイーツ
	クラウドファンディング支援金	¥347,000	41 人からの支援金
収入合計		¥516,406	
支出の部	クラウドファンディング手数料	¥76,340	支援金の 20%、消費税
	印刷費	¥67,030	パンフレット
	印刷費	¥0	報告書（¥176,814 を大学から補助）
	材料費	¥49,183	イベント当日の材料、レシピ開発
	消耗品費	¥60,774	イベント用備品
	消耗品費	¥24,418	リターン品の購入
	購入費	¥86,717	イベント時に販売する米粉スイーツ
	購入費	¥17,056	取材用商品の購入
	使用料	¥72,000	大津百町スタジオ・テラマチベース
	配送費	¥11,210	リターン品の送料
	交通費	¥49,430	店舗取材、イベント開催
支出合計		¥514,158	
2021 年度収支		¥2,248	

注：報告書の印刷費、リターン品の配送料は見積金額である。

出典：筆者作成

引用文献

■日本語文献

- iemiru (2018) 「子供部屋を中心に考える家づくりとは？鍵はコミュニケーションにあり！」『iemiru コラム』 vol.68 (<https://www.ie-miru.jp/articles/68>) 参照日：2022年2月1日
- icotto (2019) 「【全国】古民家カフェを巡る旅へ。ゆったりほっこり心癒されるカフェ 10 選」 (<https://icotto.jp/presses/16498>) 参照日：2022年2月1日
- icotto (2017) 「日本の原風景に会いに行こう！日本の里山 10 選」 (<https://icotto.jp/presses/10150>) 参照日：2022年2月1日
- 井上佳朗 (1995) 「原風景の心理学的研究」『人文学科論集』第 41 号, pp.27-68
- IMATABI (2022) 「日本の魅力を感じる旅行を！「原風景」のあるオススメ観光名所 10 選」 (<https://imatabi.jp/student-travel/22067/>) 参照日：2022年2月1日
- 今森光彦 (2008) 『里山のおくりものー日本の原風景』世界文化社
- 植田憲・大谷将好・宮崎清 (2005) 「日本の原風景の構造とその継承ー童謡から探る日本のアイデンティティ」『日本デザイン学会研究発表大会概要集』日本デザイン学会第 52 回研究発表大会
- Lmaga.jp (2017) 「スタバ、京都・二寧坂に古民家カフェ」 (<https://www.lmaga.jp/news/2017/06/25735/>) 参照日：2022年2月1日
- 大室健治 (2019) 「米粉パンの消費者行動の特徴ーマーケティング・インプリケーションの導出を目的にしてー」『新近畿中国四国農業研究』第 2 号, pp.36-45
- 大室健治 (2018) 「多収米を用いた米粉パンのマーケティング戦略に関する一考察」『新近畿中国四国農業研究』第 1 号, pp.40-48
- 奥野健男 (1972) 『文学における原風景：原つば・洞窟の幻想』集英社
- 呉宣兒 (2001) 『語りからみる原風景：心理学からのアプローチ』萌文社
- 小野洋平 (2018) 「江戸時代から現代まで、時代ごとに変化する間取りのトレンド。そしてこれから主流になる間取りとは？」『SR-Editor』 (<https://sre-realestate.com/column/useful/20181220.html>) 参照日：2022年2月1日
- キナリノ (2020) 「古民家カフェで“ほっこりとした時間”を。～奈良市の古民家カフェ 4 選～」 (<https://kinarino.jp/cat8-旅行・お出かけ/40769-古民家カフェで“ほっこりとした時間”を。～奈良市の古民家カフェ 4 選～>) 参照日：2022年2月1日
- キナリノ (2017) 「日本の原風景に触れたくて。自分をリセットする癒し旅へ出かけませんか。」 (<https://kinarino.jp/cat8-旅行・お出かけ/26032-日本の原風景に触れたくて。自分をリセットする癒し旅へ出かけませんか。>) 参照日：2022年2月1日
- 栗山浩一・馬奈木俊介 (2016) 『環境経済学をつかむ：第 3 版』有斐閣
- 栗山浩一・庄子康 (2005) 『環境と観光の経済評価』勁草書房
- 古民家びと (2014) 「古民家びとレポート「総務省 平成 25 年住宅・土地統計調査」からみる古民家の現状について」 (https://cominka.jp/sp_future_h25report/) 参照日：2022年2月1日

- 島田美那子 (2020) 「家事動線をチェック！家事ラク間取りのポイント」『SUUMO』
(https://suumo.jp/article/oyakudachi/oyaku/chumon/c_plan/kajidousen/) 参照日：2022年2月1日
- じゃらん (2019) 「【東京】おしゃれ古民家カフェおすすめ10選！ゆったりとした時間を」
(<https://www.jalan.net/news/article/330571/>) 参照日：2022年2月1日
- 清家茂樹 (2020) 「「日本の子ども部屋」に欠けている大事な思想。子どもの個室が持つ本質的な役割とは」(<https://kodomo-manabi-labo.net/keizoyano-interview-03>) 参照日：2022年2月1日
- (一社)全国古民家再生協会新潟第一支部 (2022) 「古民家とは」(<https://www.kominka-niigata.org/kominka>) 参照日：2022年2月1日
- (一社)全国古民家再生協会新潟第一支部 (2018) 「古民家の減少数」(<https://www.kominka-niigata.org/blog/5333.html>) 参照日：2022年2月1日
- ZEKKEI Japan (2021) 「【全国】世界に誇る日本の原風景！ノスタルジックな雰囲気漂う絶景スポット8選」(<https://jp.zekkeijapan.com/article/index/1494/>) 参照日：2022年2月1日
- 総務省統計局 (2021a) 「家計調査」(<http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.html>) 参照日：2022年2月1日
- 総務省統計局 (2021b) 「小売物価統計調査」(<https://www.stat.go.jp/data/kouri/index.html>) 参照日：2022年2月1日
- 総務省統計局 (2020) 「平成30年住宅・土地統計調査」
(<http://www.stat.go.jp/data/jyutaku/index.html>) 参照日：2022年2月1日
- 谷知子・伊藤香織 (2011) 「町家に対する価値意識と保存再生手法の評価に関する研究－奈良町を対象として－」『都市計画論文集』第46巻第3号, pp.223-228
- (独)中小企業基盤整備機構 (2013) 「喫茶店」『J-Net21』(<https://j-net21.smrj.go.jp/startup/research/restaurant/cons-kissaten.html>) 参照日：2022年2月1日
- 寺脇拓ゼミ (2020) 『ヨシストローによる#SDGs推進プロジェクト 報告書』立命館大学寺脇拓ゼミ
- TRAVEL JOURNAL ONLINE (2019) 「文化財活用に新たな商機、法改正で町づくりから施設運営まで」
(<https://www.tjnet.co.jp/2019/07/08/文化財活用に新たな商機、法改正で町づくりから/>) 参照日：2022年2月1日
- 内閣官房 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進チーム (2020) 「歴史的資源を活用した観光まちづくり成功事例集」(https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kominkasupport/file/202003_02.pdf) 参照日：2022年2月1日
- NAVITIME Travel (2021) 「【東京】時代はレトロ！「古民家カフェ」10選 | お庭付き&ドラマ撮影常連の人気店も」(<https://travel.navitime.com/ja/area/jp/guide/NTJmat0997/>) 参照日：2022年2月4日
- 西村幸夫 (2021) 「保存から保存&活用へと舵を切る文化財－背景にある日本の課題と、法改正によって引き出される地域の魅力とは－」(<https://www.kokugakuin.ac.jp/article/253193>) 参照日：2022年2月1日

- 日本経済新聞（2019）「日本の文化「写真映え」、棚田・豪農の館・佐渡、豊富なスポット、リピーター獲得（チャートは語るインバウンド）」（地方経済面 新潟）2019年8月16日
- 日本経済新聞（2018）「TPC マーケティングリサーチ、カフェの利用実態とコーヒーの受容性について調査結果を発表」2018年5月7日
(https://www.nikkei.com/article/DGXLRSP478788_X00C18A5000000/) 参照日：2022年2月1日
- 日本米粉協会（2018）「近年の米粉市場動向について」（http://www.komeko.org/wp-content/themes/komeko/pdf/181219_pr2_komeko.pdf）参照日：2022年2月1日
- (株)日本政策金融公庫（2012）「米粉食品に「新食感」「プレミアム」イメージ浸透 課題はリピーター層の拡大—日本公庫・平成24年度上半期消費者動向調査結果—」
(https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_120927.pdf) 参照日：2022年2月1日
- (株)日本政策投資銀行（2015）「古民家の活用に伴う経済的価値創出がもたらす地域活性化」
(https://www.dbj.jp/pdf/investigate/etc/pdf/book1504_01.pdf) 参照日：2022年2月1日
- 農林水産省（2022a）「米粉をめぐる状況について」
(<https://www.maff.go.jp/j/seisan/keikaku/komeko/attach/pdf/index-13.pdf>) 参照日：2022年2月1日
- 農林水産省（2022b）「農業・農村の有する多面的機能」
(https://www.maff.go.jp/j/nousin/noukan/nougyo_kinou/) 参照日：2022年2月1日
- 農林水産省（2021a）「食料需給表」（<https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/fbs/>）参照日：2022年2月1日
- 農林水産省（2021b）「作物統計」（<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sakumotu/index.html>）参照日：2022年2月1日
- 農林水産省（2020）『令和元年度 食料・農業・農村白書』
- 農林水産省（2019）「農業・農村の多面的機能及び棚田に関する意向調査」
(<https://www.maff.go.jp/j/finding/mind/attach/pdf/index-15.pdf>) 参照日：2022年2月1日
- 農林水産省（2012）「特集1 食の未来を支える 食料自給率（3）」『aff』2012年5月号
(https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1205/spe1_03.html) 参照日：2022年2月1日
- 藤江康彦・本山方子（2002）「学校の外風景としての語りの構成」『東京大学大学院教育学研究科紀要』第42巻, pp.319-335
- 文化庁（2022）「文化的景観」（<https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/keikan/>）参照日：2022年2月1日
- 文化庁（2021）「重要文化的景観一覧」
(https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/keikan/pdf/93471201_02.pdf) 参照日：2022年2月1日
- 文化庁（1996）「重要文化財（建造物）の活用について（通知）」
(https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/hokoku/kenzobutsu_katsuyo.html) 参照日：2022年2月1日

- 星野命・長谷川浩一（1985）「青年の「心の風土」としての原風景」九学会連合日本の風土調査委員会
（編）『日本の風土』弘文堂
- MyVoice（2019）「スイーツ・デザート類に関するアンケート調査（第3回）」
（https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=24803）参照日：2022年2月1日
- MACHIYA MAGAZINE（2021）「京都スタッフがプライベートで訪れる【穴場】古民家カフェ7選」
（<https://www.machiya-inn-japan.com/blog/ja/kyoto-kominka-cafe/>）参照日：2022年2月1日
- 道塚元嘉（2012）『日本の原風景 民家のこころ』文芸社
- 村中亮夫・中谷友樹（2008）「古都京都における歴史的景観保全の社会経済評価—支払意思額と仮想行動
の分析—」『人文地理学会大会 研究発表要旨』pp.94-95
- 百井莉乃（2009）「米粉パンは消費者に受け入れられるか？」『農業電化』第62巻第9号，pp.20-23
- 山口邦雄（2012）「歴史的市街地再生における市民まちづくり事業の経済的価値に関する研究—NPO 関
善賑わい屋敷の事業に対する CVM 調査から—」『都市住宅学』第77号，pp.83-89
- Yamamoto Akihiro（2020）「古民家での暮らし Vol.5: 生活と間取りの移り変わり」『ADF
webmagazine』（[https://www.adfwebmagazine.jp/architect/life-in-an-old-japanese-house-vol-5-
shifts-in-lifestyle-and-home-layouts/](https://www.adfwebmagazine.jp/architect/life-in-an-old-japanese-house-vol-5-shifts-in-lifestyle-and-home-layouts/)）参照日：2022年2月1日
- 横山せつこ（2020）「現代の住まいと土間の魅力」『ウチコミ！タイムズ』
（<https://uchicomi.com/uchicomi-times/category/lifestyle/main/11914/>）参照日：2022年2月1
日
- 吉村晶子（2004）「原風景の生成に関する研究」『ランドスケープ研究』第67巻第5号，pp.731-736
- るるぶ&more.（2022）「【最新】東京・関東近郊のおすすめ「古民家カフェ」25選 | 懐かしさに癒され
る…レトロでおしゃれな古民家レストラン、人気の江ノ電、海が見えるカフェも。」
（<https://rurubu.jp/andmore/article/15647>）参照日：2022年2月4日
- （株）ワークポート（2013）「「フリーペーパー」に関するアンケート集計結果」
（<https://www.workport.co.jp/research/details/4/>）参照日：2022年2月1日

■英語文献

- Kessels, R., Jones, B. and Goos, P. (2011) Bayesian Optimal Designs for Discrete Choice Experiments
with Partial Profiles. *Journal of Choice Modelling*, 4(3), 52-74

参考：アンケート調査における自由回答

■ パンフレットに対する感想・意見

- 古民家カフェ特集は珍しくて、見ごたえがありました。
- 米粉スイーツは好きで、もっと手軽に食べたいと思っています。
- 初めて来ました。良い企画だと思います。もっと多くの人が訪ねてくれば良いと思います。
- 味も良く、容器もエコなのにかわいくて、店もすてきでした。テイクアウトもあるとなおうれしかったです。また来てください！
- 米粉×古民家とトレンドにのっかっていて、興味を引かれました。
- おいしかったです。
- 古民家と米粉の組みあわせ、良いと思います。もっと紹介してもらえると、米の消費にもつながり良いと思います。
- QRコードが付いていたり、分かりやすい内容でした。
- お店情報が詳しくのっていたのでおもしろかったです！！行ってみたい！！
- 大阪のオッサンでした！
- オシャレで見やすかった
- とてもクオリティが高いと感じました。
- 店の地図があるとよいかも。
- 写真で店の雰囲気がよく分かり、同じ古民家でも少しずつ違っていて、行きたいお店を決めやすかったです！
- 客への対応が良かった。
- スイーツの写真がおいしそうで良かった。行ってみたいと思えた。
- 古民家活用が県下複数あり、活動が広いことが分かります。他の商品も食べてみたいと思います。HP、SNS以外にもぜひTVの活用を検討されたい。
- 情報もたくさんあるので、家でゆっくり読ませていただきたいです。Cafeを知れるのは嬉しいです。
- 色合いが古民家をイメージしていて、イラストもかわいくて、良いパンフレットだと思います。
- 写真のスイーツがおいしそうでとてもよかった。
- とてもよみやすいパンフレットだと思います。
- くつの置き場に困った。とても安く美味しかったです。階段が急。
- アンケートと共にパンフレットを渡した方が、アンケートの時にパンフレットがどこにあるか、どれを指しているのかわからなかったのでもいいと思いました。県内にはまだ訪れたことのないお店が紹介されていたので、読ませて頂いてよかったです。
- おしゃれでした。
- 写真が色鮮やかで美味しそう。古民家の雰囲気が良く出ている。
- もう少しカフェメニューがあれば嬉しいと思いました。(例えば米粉パン、米粉クッキー、サンドなど)
- 大学生が地元の魅力を引き出し伝える様子がよく伝わる内容であったから。コロナ禍で学生の活動影

響をととても心配していたので本日は感動的でした←立命館中・高の教員です。卒業生含め大学生のこ
と心配していました。

- お店の雰囲気がよくわかるので良かったです。お店ごとにメニューをいくつか載せてもらえると嬉し
かったです
- 身近な所で小麦に代替する商品として米粉を使ったものを提供してもらえるのは嬉しい。こんな風に
商店街を盛り上げるイベントをたくさんして下さい。
- パンフレットの商品価格も参考で良いのでのせてほしかった。水田(稲作づくり)から米粉づくりの工程
の画像があれば意図が伝わりやすいと思います。
- おいしかったです。音楽も部屋に暖ぼうつけてくれるところも良かったです。
- サイズ感も字の大きさも良かった。メンバーの写真がもっと大きくてもよかったのでは
- おしゃれで近くても知らなかったお店も知ることができ、アレルギーをもつ知人にも伝えることがで
きるのたいへんよかったです
- きれいにまとめられていると思いました。大津のお店が少なかったので、近場のお店もあればいいな
と思いました。
- とてもオシャレで、おいしかったです！
- 読みやすかった。
- パンフレットをカフェで初めて見ました。全く知らないお店ばかりだったので、ぜひ時間を見つけて
めぐってみたいと思いました。
- 写真付きでとてもわかりやすく興味をそそる内容でした。
- 写真が多用されていて、とてもわかりやすい。
- パンフレットも美しく出来ていて、読みやすく、親しみをもって拝見しました。
- 行きたくなりました！
- 滋賀県にこんなに米粉スイーツのお店やすてきな古民家カフェがあるのかと新発見してもらえるすて
きなパンフレットでした。たくさんの人に知ってもらいたいです。
- 滋賀県内にこんなに素晴らしいカフェがあるなんて…気付かされました。ありがとう。具体的なメニ
ュー、金額について掲載が欲しい。
- #5：学生らしくて、楽しいフンイ気はよいのですが…キッチン事情が丸見え。 #6：パンフレット表
紙標題のサブタイトル（～に向けて）と内容に Gap
- カラフルで美しい。優待サービスはたのしみ。
- とても素敵で、雰囲気良かったです。
- 表紙のセンスが良い。店の紹介もおもしろいと思います。
- 県内をまんべんなく網羅されていた。古民家カフェのパンフレットは無かったから、新鮮だった。
- 写真がついていて分かりやすかった。最後に地図などでカフェのおおよその位置を載せてもらえら
ら、行きやすかった。
- 1 ページ 1 ページこだわっていて読み応えがあった。お店の情報や、優待サービスまで完備している
のはすごいと思った。

- 必要な情報がしっかり盛り込まれた上で見やすく纏められてて良いと思った。
- 1 ページ単位でお店の紹介があり、見やすいと思います。
- 滋賀県の知らなかった古民家カフェを知れて良かったです
- パンフレットの表紙もとてもオシャレで、(特に色合いが好き)古民家(お店)の雰囲気と美味しそうなスイーツの写真がとても魅力的でした。
- 古民家で米粉スイーツが食べられるかと思ってしまった。建物推しのカフェはメニュー写真が少なくて魅力に欠ける。
- 食品の自給率向上や地域の活性化になれば良い
- 私の住む街にも古民家カフェがあると知りました。あらためて地域に目を向ける事が出来ました。
- 表紙のデザインが、古民家をよく表していました。オールカラーで優待クーポンがあったので、より行ってみたいくなりました。県内、地域の偏りなく、紹介されていたのも良かったです。
- グルテンはできるだけ控えたいと考えてい、もっと米粉スイーツが身近にあってほしいと思っている。近所で米粉スイーツが沢山売られているのを見て、とてもうれしかった。まちの賑わいにもなっていてよかった。
- 古民家カフェや米粉スイーツに特化した冊子を見たことがなかったのでとても参考になりました。
- ぜひ行ってみたいと思うお店もありました。
- 立命館のゼミの一環なんですね。役立ちました、ありがとうございます。
- 米粉を使っているスイーツがどんなものなのか知らなかったので売っているカフェを含め知ることができてよかった
- 認知度を広めるにはいいと思います
- 子供が小麦粉のアレルギーなので、米粉食品に対して高い興味があります。今後も、こうした取組を注目していきたいです。

■ 全体に対する感想・意見

- 美味しかったです！これからもこのような取り組みに期待してます^^頑張ってください♡
- 若い人たちの試みがどんどん世の中に広がれば良いかと思います。
- とてもおいしく、カフェの雰囲気も最高でした。
- 今回期間限定での出品とのことでしたが、そのままでも充分行きたくなるようなお店でした。是非大津で出品してください！！
- おいしかったです！
- 小麦アレルギーの方がスイーツ等食べられない辛さ、米の消費率の向上を考えると、この取り組みは素晴らしいと思います。
- 小麦からじゃなく、米からこういうことができるんだという発信を若い人がしてもらえると、少しずつでも世に広められるんじゃないでしょうか！ごちそう様でした♡
- 後輩が頑張っているとのことに来てみました！雰囲気すてきでした！頑張ってください！！
- 保育園で栄養士をしています。小麦アレルギーの子どものおやつの参考になればと訪れました。おいし

かったです。参考にさせていただきます！

- 雰囲気素敵でした。お土産もいっぱい買いました。
- 対応がとても良く、良かったです！
- 定期的に開催、もしくは常設してほしいです。
- とってもおいしかったです。
- もちもちしてて、とても美味しかったです♡ゼミ頑張ってください♡
- 飲みもの（コーヒー）の提供がなかった。スタッフの方と友人（知人？）の会話を目の前でされた。古民家では特に静かに過ごしたいもの、いかが？
- おいしかったです
- コロナ禍の中、去年は店頭からパスタなどが売り切れ状態という事がおこり、小麦アレルギーのある人はどうしているのかという事を考え、米粉でパンやシフォンケーキを作ろうと現在、日々いろんなメニューを考えている所です。加工所も建設中で、今年中には米粉スイーツを販売する予定です。一部シフォンなど卵を使用しますが、基本グルテンフリーです。皆様のプロジェクトは素晴らしいと思います。これからもがんばってください。
- 米粉スイーツごちそうさまでした。大津百町スタジオは、こちらがリノベーションした数年前に料理教室で参加させていただいたことがあり、なつかしい気持ちで立ち寄らせていただきました。古民家で美味しいコーヒーとスイーツをいただくとホッとしますね。ありがとうございました。
- さまざまな問題点を合わせた今回の取組み、色々と考えさせられます。又、ご案内ください。本日はありがとうございました。（ワッフルとてもおいしかったです。）
- とっても雰囲気が良く、居心地の良い空間でした。米粉を用いたスイーツは小麦粉よりももちりしていておいしかったです。おつかれ様でした。
- 吉田君とても対応が良かったです。さすがゼミ長って感じでした。
- とっても美味しくいただきました。ありがとうございます。
- 甘いものをあまり好んで食べないのですが、米粉を使ったワッフルは、口当たりが軽く、食べやすかったのも、とてもおいしかったです。
- 丁寧に接客していただいて、とても過ごしやすい時間でした。私も学生時代にこのような経験ができていたらよかったなと思います。この周辺は日曜日にカフェが休みの所が多いので、この機会を作ってくださいありがとうございました！
- 大変美味しくいただきました。
- ワッフルとてもおいしかったです！日本の原風景がこれからも継承していきますように！頑張ってください！😊
- 地域地消。CO2削減。文化財保護。健康ブーム。すべてタイムリーな今こそより一層活発な活動期待しています。今回私はマイ・スプーン持参してましたが加えてプラ削減もされており地球規模の意識の高さが素晴らしく、皆様の後輩である中学生に早速明日先輩達の事伝え、進路選択に悩む高校生に経済学部魅力を伝えようと思います。元気をもらいました。ありがとうございました。
- ぜひまた開催して下さい！楽しみにしています

- とてもおいしかったです。がんばってください！！
- 接客してくれた学生の子がとても感じが良かったです。またこういうイベントをして下さい！！
- とてもおいしかったです。250円という値段の安さにも驚きました。
- アレルギーの幼児が安心して食べられるカフェが保育園に併設していたりすると、お母さん方への助けになる様に思いました。
- ワッフルおいしかったです。
- がんばってください！
- 大学職員として、いつも学生さんの活動を見てきています。こういった活動で頑張っている学生さんを応援したいと思って来ました。ワッフル美味しかったです！
- 米粉スイーツ、思いの外、普通のワッフルよりおいしく、近所にも売っている所があればいいのに
- 雰囲気がすごく良かった。ゆっくりコーヒーを飲むのにピッタリです。
- 保育士をしていて、小麦が食べられない子供と出会う機会があり、他の子ども達と同じおやつやおかずを食べさせてあげたいと思います。米粉が普及していろいろなおやつが一般的に出回るようになったらいいなと思います。ごちそうさまでした^^
- ワッフルがとてもおいしかったです！お店の作りもいい感じでした！
- ワッフルとてもおいしかったです。建物の作りも趣があって居心地良かったです。
- 応援しています。頑張ってください。米粉もお米も大好きです！
- 安くて、美味しかったです。
- 店員さんの接客がすばらしかったです。
- 美味しかったです。
- 滋賀県立大学 環境科学研究科 環境計画学専攻 地域環境経営研究部門 地域共生センター 鶴飼研究室のM1です。本日は社会人学生としてきました。社会実験の成果たのしみにしてます。
- ワッフルとても美味しかった。頑張ってください。
- 11月21日にお店に伺いました。子供が小麦粉アレルギーなので、米粉のワッフルをテイクアウト対応して頂きました。米粉の洋菓子は珍しく、子供も喜んで食べてくれました。小麦アレルギーは、幼児期に多いらしいのです。今後も米粉活用を考えるなら、例えば小さい子供向けのメニュー、店内のインテリア等にも工夫してターゲットにしてみても良いのかもしれません。子供が小麦粉を食べられないと、親も小麦粉を食べにくいので、こうした取組はありがたいです。応援しています。
- 米粉マフィンおいしかったです。
- こめこみんカフェ、とてもよかったです！定期的にあつたらいいなと思いました。また、大学生のみなさんのキラキラにパワーをもらいました。ありがとうございました。我が家はたまたま発見したので伺うことができましたが、もう少し宣伝(?)してもよかつたんじゃないかなと思います。幼稚園で話題にしたら、「そんなイベントがあったの！？行きたかった！」というような反応がいっぱい返ってきました。
- 米粉スイーツにハマりそうです！
- 行って見たかったカフェに置いてあったフリーペーパーだったので、興味が沸いて手に取りました。

米粉・古民家好きな人向けなんだろうけど、プラス生クリーム好きな私には物足りなかった。ターゲットを絞りすぎかな、っていう感じがしました。

- 古民家カフェによる日本の原風景継承プロジェクトという着眼点がとても面白いと思いました。魅力度ランキングでいつも下の方にいる滋賀県の魅力をどのように伝えていくか、一つの方向性のように思います。高島市には個性的なカフェやお店が多くあります。そんなカフェ巡りで町おこしもいいのではと思いました。若い皆さんの熱心な取り組みに感心しました。
- 古民家を有効活用し、地域活性化する試みには大賛成です。公的資金が導入されると良いですね。ホテルのカフェなどにはない魅力がありますね。個人的なオススメは、永源寺の古今、五個荘のナチュラルキッチンです。
- まず、日本の原風景とは何かの定義が曖昧、米粉スイーツで使う米の消費量はほとんどないことから単にスイーツを作ったり、カフェをしていることが、今回の目的を達成するようには感じない。
- このようなパンフレットを定期的に出してもらったり、YouTubeで「お店に行ってみた」みたいな動画があると雰囲気が掴めていいかもしれません。当方湖北に住んでいる為、イベントも南だけでなく点在して行ってもらえると嬉しいなと思いました。
- 古民家カフェの良さを知りました。米粉スイーツも美味しかったです。600円出しても良い商品だと思いますよ。
- 美味しかったです。
- 大変美味しかったです。ゼミ活動頑張ってください。
- 米粉はダイエットに良いのかどうか気になった。
- めちゃめちゃ美味しかったです！またやってください！
- 美味しかったです！
- 美味しかったです。
- 古民家の雰囲気も良く、スタッフの方やワッフルの味も最高でした。また機会があれば行きたいと思いました。お疲れ様でした！！
- これからもご活躍を祈念申し上げます。
- 素敵な空間で美味しい米粉ワッフルを頂けて幸せでした。学生スタッフの皆様、お疲れ様でした。ありがとうございました。