

ノ ー ト

ファームイン全国調査による グリーン・ツーリズムの計量分析

吉田謙太郎 樋口めぐみ*

- | | |
|--------------------------------|---------------------------|
| 1. はじめに | (5) 農林漁業体験プログラムの動向 |
| 2. グリーン・ツーリズム | (6) 経営の将来展望 |
| (1) グリーン・ツーリズムの定義 | (7) AHP による望ましい客層の重要度比較 |
| (2) 既往の研究事例 | (8) グリーン・ツーリズムのマーケット規模の推計 |
| 3. アンケート調査の集計結果 | 4. 質的選択モデルによる計量分析 |
| (1) 調査の実施概要 | (1) 分析方法 |
| (2) ファームインおよび経営主の属性 | (2) 分析結果 |
| (3) 農業経営の動向 | 5. ライフサイクル・モデルによる考察 |
| (4) 経営者および宿泊者のグリーン・ツーリズムに関する意識 | 6. おわりに |

1. はじめに

グリーン・ツーリズムに対する農家や行政サイドの関心は、近年、飛躍的に増大しつつある。グリーン・ツーリズムという用語が施策として初めて取り上げられたのは、1992年6月に公表された「新しい食料・農業・農村政策の方向」であり⁽¹⁾、政策的な位置づけという点ではそれほど長い歴史を有するわけではない。その後1995年4月に「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律」(以下、グリーン・ツーリズム法)が施行され、それに基づき農林漁業体験民宿の登録制度がスタートした⁽²⁾。そして、1998年12月に公表された政府の農政改革大綱においても、「今後グリーン・ツーリズムが国民運動として定着するようソフト・ハードの両面から条件を整備する」との政策目標が提示されている⁽³⁾。

*東京大学大学院

もちろん、地方自治体においても、グリーン・ツーリズムに対する関心は非常に高い。北海道では詳細なファームイン・マニュアルを作成し、23軒（1997年現在）ある道内ファームインや新規参入者への支援活動を行っている。また、町村や農家が自主的なグリーン・ツーリズム研究会を組織している事例は急増し、彼らによるヨーロッパやオセアニア地域への調査需要もかなりの勢いで増加している。

こうしたグリーン・ツーリズムを取り巻く状況変化にともなって、グリーン・ツーリズムを取り扱った書籍や研究論文も急速に増加しつつある。しかしながら、後述するように、その多くはヨーロッパにおける取り組みの紹介やわが国との現状比較であったり、第3セクター型宿泊施設の事例分析であった。

わが国におけるグリーン・ツーリズム概念の導入やその形成過程は、ヨーロッパ諸国の実態に依拠しているため、わが国のグリーン・ツーリズムの目指すところが、ヨーロッパのファームインに行き着くとする考え方は理解できなくもない。しかしながら、そうしたゴールが、長期休暇制度の確立や国民意識の変容という外生的な諸条件を必要とするものであるならば⁽⁴⁾、わが国におけるグリーン・ツーリズム確立までの道のりは遠いというのが実感である。また、そうした観点から、わが国におけるグリーン・ツーリズムの現状は、いまだスタート地点に過ぎないとの意見も多く見られる。しかしながら、後述するように、わが国においてもすでにグリーン・ツーリズムが一定のニッチ・マーケットを形成しているとみられる。

本研究の課題は、全国のファームイン経営者への意識調査をもとに⁽⁵⁾、質的選択モデル（qualitative choice model）等の計量手法を用いることで、とくに経営規模と経営年数の観点から、わが国におけるグリーン・ツーリズムの現状および将来展望に関する分析を行うことである。

ところで、Smith〔30〕によると、ツーリズム分析には、①多様な産業が含まれること（diverse industry）、②空間・地域的複雑さ（spatial and regional complexities）、③未組織の産業であること（unorganized industry）といった研究対象の制約がある。わが国のグリーン・ツーリズムやファ

ームインを取り巻く状況も同様であり、それら全てを網羅した調査は大変困難である。そのため、本研究では、唯一のファームイン全国組織である（財）農林漁業体験協会に登録している宿泊施設を対象として調査を実施した⁽⁶⁾。

本稿の構成は、以下のとおりである。2では、グリーン・ツーリズムに関する概念と既往の研究整理を行う。3では、ファームイン経営者に対する意識調査の概要と集計結果について解説を行う。4では、質的選択モデルを用いた計量分析の結果について詳述する。5では、Butler〔5〕の目的地ライフサイクル・モデル（destination life cycle model）の概念を援用することによりグリーン・ツーリズムの発展段階に関する考察を行う。そして最後に、6では本稿の結論を述べる。

注(1) 青木〔3, 14 ページ〕を参照のこと。

- (2) 財団法人農林漁業体験協会による登録事業は1995年7月に始まった。協会の活動は、①ガイドブックの作成、②情報誌「田舎で休日」の作成、③インターネットによる情報の提供、④FAX情報の提供、⑤旅行会社等への情報の提供、⑥グリーン・ツーリズムのシンポジウム開催、⑦民宿経営者研修会の開催、⑧体験民宿経営改善マニュアルの作成、⑨民宿経営マニュアルビデオの作成、⑩保険や共済制度の提供等である。
- (3) 農政改革大綱に先立って、1998年9月には、「食料・農業・農村基本問題調査会答申」が公表された。その中でも、「グリーン・ツーリズム等都市住民の支援・参加を受ける活動を促進するとともに、これらの活動と結びついた複合的・多角的な経営の展開等地域の条件に応じた多彩な取組が可能となるよう、その実現に資する環境条件の整備を支援する施策の充実を図るべきである」と提言されている。なお、現在の行政サイドの支援としては、各種低利資金の融資制度があるほか、地域の集団活動や共同で利用する農林漁業体験施設等に対する助成が行われている。
- (4) 1998年10月には、土日月曜日三連休化のための通称ハッピー・マンデー法案が成立し、2000年から成人の日と体育の日が月曜日となることになった。近年の休日分散化の動きと併せて、こうした動向はグリーン・ツーリズムにとっても追い風となるだろう。しかしながら、欧米諸国並の長期休暇制度の実現はまだまだ困難であろう。
- (5) ファームイン（farm inn）という言葉は和製英語であるらしいが、わが国ではグリーン・ツーリズムの担い手となる農家民宿を指す用語として定着している。今回の調査対象には、民宿以外に旅館やホテル、ペンション等も含まれ、農家民宿という呼称を使用すると紛らわしいため、ここでは農家や農業者が組織する団体が経営し、農林

漁業体験プログラムを実施している宿泊施設という意味でファームインという用語を使用している。

- (6) 登録民宿 866 軒の中には漁家民宿，いわゆる釣り宿も含まれる。後述するように，漁家民宿は分析データから除外した。

2. グリーン・ツーリズム

(1) グリーン・ツーリズムの定義

グリーン・ツーリズムは，諸外国ではアグロ・ツーリズムやファーム・ツーリズム，ルーラル・ツーリズム等と呼ばれることも多いが⁽¹⁾，わが国においてはグリーン・ツーリズムという呼称が一般的に定着している。グリーン・ツーリズムについては論者によって様々な定義がなされている。

グリーン・ツーリズム法では，第1章総則第2条に「この法律において「農村滞在型余暇活動」とは，主として都市の住民が余暇を利用して農村に滞在しつつ農作業の体験その他農業に対する理解を深めるための活動をいう」と定義されている⁽²⁾。宮崎編著〔14，11 ページ〕では，「グリーン・ツーリズムとは，都市住民が豊かな自然や美しい景観を求めて農山漁村を訪れ，交流や体験を通じて楽しむ余暇活動であり，農山漁村ツーリズムである」と定義されている。

上記の定義から，グリーン・ツーリズムを規定する，あるいは特徴づける要素として，①余暇活動の内容，②滞在先，の2点をあげることができる。すなわち，余暇活動の内容が農業・農村と関連したものであり，滞在先が農村であるということになる。

ヨーロッパ等のグリーン・ツーリズムは，主に農家が自宅を利用した宿泊施設に旅行者を宿泊させる形態のツーリズムをさすようである。つまり，グリーン・ツーリズムを規定する上で，上記2点とは別に，宿泊施設が農家の経営するものであるということが重要な意味をもつと考えられる。しかし，日本では①と②のどちらかが農業関連であれば，グリーン・ツーリズムに含められる場

合が多い。確かに、都市住民が農業・農村にふれるという意味においては、日帰りか宿泊かという違いすら重要ではなく、観光農園でのリンゴ狩りやドライブ途中の農村景観観賞もグリーン・ツーリズムに含めて考えることができる。さらに言えば、どういう目的（スキー、釣り）にせよ、農村に滞在して農村の雰囲気を楽しむことがグリーン・ツーリズムであるとも言える。このことは、わが国においては、農家民泊（farmstay）タイプの宿泊施設が少ないため、グリーン・ツーリズムの核となるイメージがとらえがたいことも影響していると考えられる。

しかしながら、研究対象としてグリーン・ツーリズムをとらえる場合、あまりに広い定義を行うと、前述した Smith [30] の三つの制約条件により、ツーリズム分析を行うことは困難となる。したがって、本研究では、農家や農業者が組織する団体が経営する宿泊施設（ファームイン）であり、かつ農業に関連した活動プログラムをもつ宿泊施設に調査対象を絞ることにした。

また、滞在期間との関連で言えば、日帰り客を分析に含めるかどうかという問題があるが、ここでは宿泊施設の分析を主眼としているため、日帰り客は分析から除き、宿泊客を分析対象とした。WTO（World Tourism Organization）が1991年のオタワ会議で提示した旅行者（traveler）の定義は、観光客（tourist）が最低限1泊以上6ヶ月未満の滞在、日帰り訪問者（same-day visitor）が宿泊を含まない24時間以内の滞在であった。これらの旅行の目的として、通勤等の仕事に関係するものは含まれず、滞在先での余暇活動のみが含まれる。アメリカやカナダ等では、旅行者の定義に目的地までの距離が用いられることがある。本稿のファームイン分析は、WTOの観光客の定義と重なるものである。

（２） 既往の研究事例

わが国におけるグリーン・ツーリズムに関する研究事例を類型化すると、①ヨーロッパ諸国の事例分析や紹介に主眼を置いているもの、②ヨーロッパ諸国と日本の事例を比較することにより日本型グリーン・ツーリズムの位置づけを

行うもの、そして、③日本の特定地域における事例分析、の3タイプに分けられる。ここでは、本稿に関係のある②と③に限って整理を行うことにする。

山崎〔35, 36〕はドイツやフランスのグリーン・ツーリズムに関する知見を踏まえた上で、日本型グリーン・ツーリズムやファームインの今後の展開について論じている。山崎ほか〔37〕はイギリス、ドイツ、フランスでの事例を紹介した上で、わが国におけるグリーン・ツーリズムの現状分析を行っている。大江・Ciani〔20〕や大江〔18, 19〕等の一連の研究は、イタリアやオーストリアのアグリ・ツーリズムと広島県芸北町の民宿経営農家との意識に関する比較分析を行っている。21 ふるさと京都塾編〔1〕はイギリスの事例を紹介するとともに、京都型グリーン・ツーリズムについて考察を行っている。井上ほか〔11〕はわが国におけるグリーン・ツーリズムと環境整備や地域活性化との関係について論じるとともに、ヨーロッパ諸国の動向を解説している。宮崎編著〔14〕は関西地方の事例をもとに農村の歴史文化保全と環境保全による村づくりについて論じている。神吉ほか〔13〕は京都府美山町における入り込み客と地元住民の意識調査をもとに、グリーン・ツーリズムの現状と課題について論じている。篠原〔28〕は愛媛県久万町を事例として、町主導型観光開発と山村振興について論じている。集落請負型の宿泊施設に関する分析としては、荒樋〔4〕の岡山県芳井町の実例分析や神林・堀口〔12〕の新潟県松之山町の実例分析がある。さらに、全国の農林漁家民宿を対象とした大規模調査としては21世紀村づくり塾〔2〕の報告書がある。

以上、大まかに既往の研究事例を紹介してきた。計量分析を用いた研究としては大江〔18〕等があるが、これまでに経営者意識の要因分析にまで踏み込んだ研究はない。また、日本におけるグリーン・ツーリズムの発展段階をツーリズム分析の方法論を用いて客観的な定義を行った研究も見られない。したがって、本研究では、こうした分析手法や方法論を活用することにより、グリーン・ツーリズム、その中でもファームインに焦点を絞った分析を行うことにする。

注(1) Oppermann [21, p. 67] および山崎ほか [37, 1~2 ページ] を参照のこと。

(2) 農林水産省構造改善事業課 [17] を参照のこと。

3. アンケート調査の集計結果

(1) 調査の実施概要

アンケート調査は、郵送法により 1998 年 7 月に実施した。アンケート票（付表 1）の配布数は 866 通であり、回収数は 386 通（44.6 %）であった。配布先は、農林漁業体験協会に登録している全ての農林漁家民宿である。登録民宿名簿は、民宿の紹介用に体験協会から一般に配布されているものを使用した。なお、グリーン・ツーリズム法に基づき民宿の登録を行うには、①農林漁業者またはその組織する団体であること、②宿泊客に農林漁業体験プログラムを提供すること、の 2 点が求められる。

ここでの調査対象には漁家民宿も含まれるが、海浜・漁村への旅行（ブルー・ツーリズム）と農村への旅行（グリーン・ツーリズム）では、旅行者や経営者の意識、旅行形態が異なると考えられる。そのため、体験プログラムのメニューとして海洋および林業関係のものしか持たない民宿 35 軒は、今回の分析から除外した。ただし、AHP（Analytic Hierarchy Process）による分析については、漁家民宿の集計結果についても比較対照のため使用した。

今回の分析対象となる 349 軒のファームイン所在地の分布は、関東・東山が 129（37.0 %）と最も多く、以下、北陸 86（24.6 %）、東北 29（8.3 %）、東海 23（6.6 %）、近畿 23（6.6 %）、中国 22（6.3 %）、九州 18（5.2 %）、北海道 11（3.2 %）、四国 7（2.0 %）、無回答 1（0.3 %）であった。長野県や群馬県等に登録民宿が偏在していることもあり、関東・東山の割合が高くなっている。しかしながら、北海道農政部農村計画課 [10] がとりまとめたファームイン・マニュアルに掲載されている道内のファームインもほぼ含まれるなど、全国各地の多様なファームインが調査対象として含まれていると考えられる。

(2) ファームインおよび経営主の属性

まず、ファームインとその経営主の属性についての集計結果を示すことにする。第1表には、ファームインの属性に関する指標を一覧形式にまとめた。経営主の平均年齢は56.1歳であったが、40代や60代も多かった。経営年数の平均値は23.4年であったが、比較的分散が大きいのが特徴である。客室数は11.3室であったが、業態区分によって差が見られた。そして、昨年度(1997年)の年間宿泊客数の平均値は2,337人であった。

第2表には、農林漁業およびファームインからの所得比率を示した。所得に関する質問は回答者の抵抗も強く、無回答が全サンプルの35%以上を占めた。無回答を除いて集計した結果、農林漁業所得については所得比率30%未満がほぼ80%を占め、農林漁業所得が50%を超えるのは、わずかに9.1%に過ぎなかった。所得比率の平均値は、農林漁業所得が14.6%、ファームイン所得が62.3%、その他所得が22.2%であった。Shakur〔27〕の調査によると、ニュージーランドにおけるファームステイ(民宿部門)所得の割合は35%であり、Oppermann〔22〕によるとドイツ南部における割合は17%であった。

これらの調査結果から、わが国のファームイン経営はあくまで宿泊施設の経営が主体であり、その合間に農林業を行っている様子うかがえる。そのため、比較的手間が掛からず、農閑期の長い稲作農家が多く、酪農家の割合が低くなったと考えられる。しかしながら、この点については、所得からだけでなく、労働時間の配分等に関する詳細な調査を別途行う必要があるだろう。

第1表 ファームインの属性

	サンプル	平均値	標準偏差	中央値	最小値	最大値
経営主の年齢	343	56.1	10.3	57	28	83
経営年数	340	23.4	16.0	25	0	130
客室数	347	11.3	6.4	10	2	50
収容人数	347	46.4	28.3	45	6	200
昨年度客数	308	2337.2	2808.4	1500	20	28000

注. 経営者の性別は男性283(81.1%), 女性59(16.9%), 無・無効回答7(2.0%)であった。

第2表 農林漁業およびファームインからの所得比率

	農林漁業所得 件数(構成比)	ファームイン所得 件数(構成比)	その他所得 件数(構成比)
0 %	62 (28.3 %)	2 (0.9 %)	63 (28.9 %)
1～9	47 (21.5)	7 (3.1)	18 (8.3)
10～19	42 (19.2)	9 (4.0)	44 (20.1)
20～29	25 (11.4)	12 (5.3)	24 (11.0)
30～39	16 (7.3)	18 (8.0)	17 (7.8)
40～49	7 (3.2)	14 (6.2)	14 (6.4)
50～59	7 (3.2)	24 (10.7)	8 (3.7)
60～69	3 (1.4)	20 (8.9)	11 (5.0)
70～79	3 (1.4)	29 (12.9)	7 (3.2)
80～89	3 (1.4)	35 (15.6)	6 (2.8)
90～99	4 (1.8)	37 (16.4)	3 (1.4)
100	0 (0.0)	18 (8.0)	3 (1.4)
合 計	219(100.0 %)	225(100.0 %)	218(100.0 %)
平 均	14.6 %	62.3 %	22.2 %

なお、表には示していないが、上記以外の質問に対する回答を簡単にまとめることにする。後継者の有無についてであるが、ファームイン経営に後継者がいると回答した人は137 (39.3 %)であり、農林漁業経営にいと回答した人は64 (18.4 %)にとどまった。農林漁業体験協会への登録以前の体験プログラム提供の有無については、「提供していた」が174 (49.9 %), 「提供していなかった」が170 (48.7 %)であり、ほぼ50 %ずつを占めた。宿泊施設の建築方法については、新築が219 (62.8 %)と最も多いが、母屋の改造が67 (19.2 %), 離れの改造が12 (3.4 %), 改装なし18 (5.2 %)となっている。

(3) 農業経営の動向

第3表には、ファームインの主要作目を示した。複数の選択肢を選んだ回答者が多かったこともあり、無効回答の割合が高くなった。最も多かったのは、稲作の31.8 %であり、次いで畑作が10.9 %であったが、酪農・畜産等の割合

第3表 主要作目

	件数(構成比)
稲作	111 (31.8%)
畑作	38 (10.9)
果樹	17 (4.9)
花卉・園芸	7 (2.0)
酪農・畜産	6 (1.7)
その他	1 (0.3)
無・無効回答	169 (48.4)
合 計	349(100.0%)

第4表 経営耕地面積

	件数 (構成比)
30a 未満	54 (15.5%)
30～ 49	12 (3.4)
50～ 69	22 (6.3)
70～ 99	23 (6.6)
100～199	48 (13.8)
200～499	22 (6.3)
500 以上	13 (3.7)
無回答	155 (44.4)
	349(100.0%)

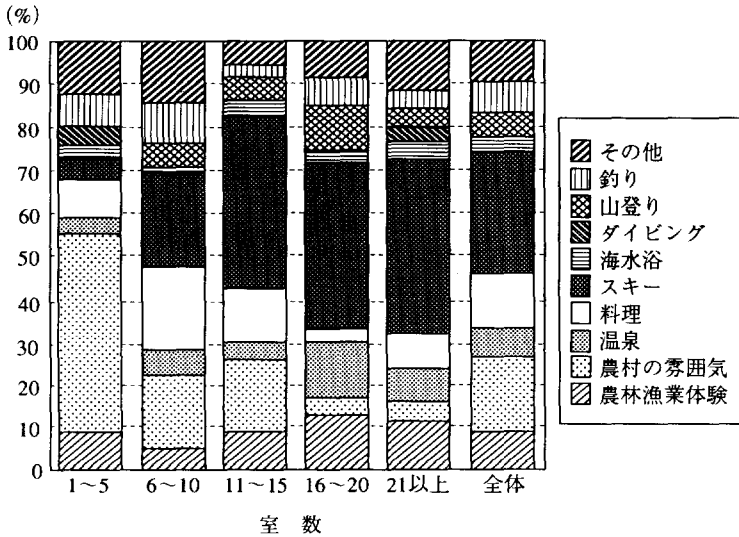
は低かった。

第4表には、ファームインの経営耕地面積を示した。30a 未満の層が15.5%と最も多いが、2ha 以上も10%を占めた。経営耕地面積は農家によって分散が大きかったこともあり、平均値は2.1haであったが、中央値は0.8haであった⁽¹⁾。

(4) 経営者および宿泊者のグリーン・ツーリズムに関する意識

まず、第1図の客室数と宿泊客の主な訪問目的のクロス集計結果を見ることにする。この図を見ると、「農林漁業体験」については、10%前後で客室数による変化は小さいことがわかる。しかしながら、「農村の雰囲気」と「スキー」については、客室数が多くなるにつれ前者は減少し、後者が増加する関係にあることが明瞭に読みとれる。とくに、1～5室の小規模なファームインについては、ほぼ50%程度が「農村の雰囲気」を主目的としてあげている。つまり、こぢんまりとしたアットホームなファームインに、「農村の雰囲気」を楽しむにくる客が多いと言えるだろう。

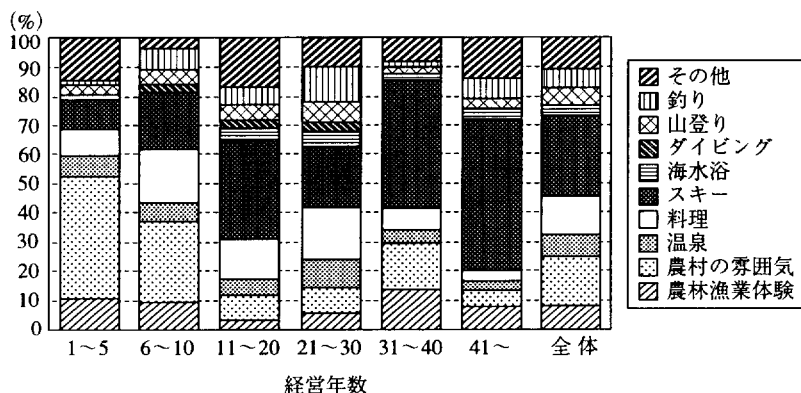
ここで特徴的なのは、「農村の雰囲気」を目的とする宿泊客は、ファームインの規模に影響されるにも関わらず、「農林漁業体験」については規模の影響を受けないということである。Pearce [26] は、ニュージーランドにおいて



第1図 客室数と訪問目的のクロス集計結果

も、農家が期待する割には、農業体験や農家の活動および生活 (backstage) に対する宿泊客の関心が低いという事実を紹介している。Shakur [27] の調査結果も、集客には農家周辺環境 (environmental setting) の方がむしろ重要であることを示している。わが国の政策では、体験プログラムの実施をファームインに求めているが、グリーン・ツーリズムやファームイン発展のためには、必ずしも体験プログラムの実施は不可欠な要件ではなく、周辺環境の整備も重要であると言えよう。

ただし、この点については、日本人と欧米人では旅行先での過ごし方の違いもあるため、宿泊客を対象としてコンジョイント分析を用いるなど、マーケティング・リサーチの手法を使用して消費者の選好を明らかにする必要があるだろう。各国のビーチリゾートでよく言われるように、一般的に日本人はアクティビティへの参加率が高い。プールサイドでゆったりと過ごす欧米人と比較すると、短い滞在期間中に様々なアクティビティに勤勉に参加している割合は高い。そうした傾向がグリーン・ツーリズムにも当てはまるならば、わが国では



第2図 経営年数と訪問目的のクロス集計結果

欧州諸国以上に体験プログラムの重要性は高いことになるからである。

第2図には、経営年数と宿泊客の主な訪問目的のクロス集計結果を示した。経営年数1～5年のファームインでは、40%以上が「農村の雰囲気」を主な目的としてあげ、「スキー」を主な目的としてあげたのは10%程度に過ぎなかった。しかしながら、経営年数が増えるにつれ、「農村の雰囲気」の割合は低下し、「スキー」の割合は増加している。ただし、31～40年の層では、「農村の雰囲気」と「農林漁業体験」の割合が30%を超えている。

第1図と第2図を見ると、客室数の少ないファームインと経営年数の短いファームインの傾向が似ていることに気がつく。第5表には、客室数と経営年数のクロス集計結果を示した。この表を見ると、客室数5室以下では、経営年数5年以下が41.5%を占め、6～10年が30.2%を占めていることがわかる。そして、室数が増えるにつれて、経営年数の長いファームインの割合が徐々に増加する傾向にあることが明らかとなった。なお、独立性の検定を行った結果、 χ^2 値 108.183 (P 値 0.00) であり、客室数と経営年数の間には、統計的に有意な関係のあることが明らかとなった。

第6表には、経営年数とヨーロッパ等のグリーン・ツーリズムへの関心についてのクロス集計結果を示した。経営年数5年以下では、経営者の5人に1人

第5表 客室数と経営年数のクロス集計結果

	5年以下	6～10年	11～20年	21～30年	31～40年	41年以上	合計
5室以下	22 (41.5%)	16 (30.2%)	3 (5.7%)	9 (17.0%)	3 (5.7%)	0 (0.0%)	53 (100.0%)
6～10	19 (15.4)	18 (14.6)	24 (19.5)	38 (30.9)	17 (13.8)	7 (5.7)	123 (100.0)
11～15	7 (6.6)	8 (7.5)	15 (14.2)	26 (24.5)	37 (34.9)	13 (12.3)	106 (100.0)
16～20	1 (2.7)	1 (2.7)	4 (10.8)	7 (18.9)	20 (54.1)	4 (10.8)	37 (100.0)
21以上	1 (4.8)	0 (0.0)	4 (19.0)	6 (28.6)	6 (28.6)	4 (19.0)	21 (100.0)
合 計	50 (14.7%)	43 (12.6%)	50 (14.7%)	86 (25.3%)	83 (24.4%)	28 (8.2%)	340 (100.0%)

注. χ^2 値 108.183(P 値 0.00<0.01).

第6表 経営年数とヨーロッパ等のGTへの関心についてのクロス集計結果

	訪れたことがある	ぜひ行ってみたい	行きたいと思わない	特に関心はない	よくわからない	合 計
5年以下	9 (19.1%)	19 (40.4%)	13 (27.7%)	2 (4.3%)	4 (8.5%)	47 (100.0%)
6～10	6 (14.6)	15 (36.6)	4 (9.8)	8 (19.5)	8 (19.5)	41 (100.0)
11～15	1 (5.0)	7 (35.0)	4 (20.0)	3 (15.0)	5 (25.0)	20 (100.0)
16～20	2 (7.4)	12 (44.4)	6 (22.2)	3 (11.1)	4 (14.8)	27 (100.0)
21～30	7 (8.9)	23 (29.1)	14 (17.7)	17 (21.5)	18 (22.8)	79 (100.0)
31～40	0 (0.0)	35 (47.3)	14 (18.9)	15 (20.3)	10 (13.5)	74 (100.0)
41年以上	0 (0.0)	6 (24.0)	4 (16.0)	8 (32.0)	7 (28.0)	25 (100.0)
合 計	25 (8.0%)	117 (37.4%)	59 (18.8%)	56 (17.9%)	56 (17.9%)	313 (100.0%)

注. χ^2 値 42.677(P 値 0.011<0.05).

第7表 集客のための重要な要因（複数回答）

	件数（構成比）
民宿周辺の自然環境	248 (71.1%)
民宿周辺の農山漁村景観	121 (34.7)
宿泊設備の快適さ	162 (46.4)
伝統的な家屋	30 (8.6)
低料金	190 (54.4)
料理の内容	213 (61.0)
心のこもったサービス	242 (69.3)
気軽に農林漁業体験を行える	141 (40.4)
グリーンツーリズムやアウトドアの流行	50 (14.3)
祭りなどの伝統行事	55 (15.8)
子供用の娯楽設備がある	23 (6.6)
閑静な雰囲気	93 (26.6)
宿の人とお客様の交流の機会	148 (42.4)
お客様同士の交流の機会	72 (20.6)
観光スポットに近接	93 (26.6)
交通の便がよい	102 (29.2)
都市と近接している	19 (5.4)
自前の温泉がある	68 (19.5)
周辺に温泉がある	89 (25.5)
マーケティングや宣伝	70 (20.1)
会議・研修ができる	47 (13.5)
その他	26 (7.4)
サンプル数	349(100.0%)

は、実際にヨーロッパ等のファームインを訪問したことがあると回答している。全体でも、「訪れたことがある」が8.0%、「関心があるので是非行ってみたい」が37.4%を占めており、他国のグリーン・ツーリズムへの関心の高さをうかがうことができる。

第7表には、集客のための重要な要因について示した。「民宿周辺の自然環境」が71.1%と最も多くを占め、次いで「心のこもったサービス」や「低料金」等のファームイン自身の魅力をその要因として挙げている人が多いが、「民宿周辺の農山漁村景観」が34.7%、「気軽に農林漁業体験を行える」が40.4%と一定の割合を占めている。しかしながら、自然環境と比較すると、

農山漁村景観を要因としてあげたのは半分以下の割合であった。今後は、農家への直接支払いや棚田保全基金等の農村景観保全につながる政策とのリンケージを強めることで、さらに魅力あるグリーン・ツーリズムの場として農山村を整備していくことが重要である。

(5) 農林漁業体験プログラムの動向

第8表には、体験プログラムを行う目的を示した。「追加収入の獲得」は35.0%に過ぎなかったが、「客との交流」を目的として挙げた人は55.6%を占めた。Pearce〔26〕やShakur〔27〕の調査でも、ファームステイを実施する目的として、経済的要因ではなく宿泊客との交流を挙げた割合が最も高かった。このような傾向は、各国のファームイン経営者に共通するものであるのかもしれない。

第9表には、体験プログラムの主な参加者を示した。「家族連れ」の参加が54.4%と最も多いが、「生徒・児童グループ」の参加割合も30.1%と高いことが明らかとなった。また、若年層よりは年輩者の参加が多くなっている。家族連れは週末や長期休暇における参加、生徒・児童グループは修学旅行時期等における参加、年輩者は平日における参加と考えると、それぞれ参加時期の棲み分けが可能であり、各層にターゲットを絞ったマーケティングを行うことで、効率的な体験プログラムの運営が可能となることも考えられる。

第10表には、宿泊者の体験プログラムへの参加割合を示した。1%以下と回答したファームインが20%弱存在した。自由回答欄でも、「プログラムを始

第8表 体験プログラムを行う目的(複数回答)

	件数 (構成比)
追加収入の獲得	122 (35.0%)
お客様との交流を楽しむ	194 (55.6)
趣味・特技を生かす	65 (18.6)
その他	31 (8.9)
無回答	63 (18.1)
サンプル数	349(100.0%)

めてはみたものの、参加者が全くない」といった意見も多く見られた。また、参加割合21%以上のファームインは13.5%に過ぎなかった。今後は、参加割合の高いファームインの調査を行うことなど

第9表 体験プログラムの主な参加者
(複数回答)

	件数 (構成比)
家族連れ	190 (54.4 %)
ツアー客	39 (11.2)
年輩グループ	69 (19.8)
若年グループ	48 (13.8)
年輩夫婦	57 (16.3)
若年夫婦	14 (4.0)
一人客	24 (6.9)
生徒・児童グループ	105 (30.1)
その他	21 (6.0)
無回答	70 (20.1)
サンプル数	349(100.0 %)

第10表 体験プログラム
参加者の割合

	件数 (構成比)
0 %	27 (7.7 %)
1 %以下	39 (11.2)
2～ 5	53 (15.2)
6～10	48 (13.8)
11～20	39 (11.2)
21～30	14 (4.0)
31～40	5 (1.4)
41～50	11 (3.2)
51～60	2 (0.6)
61～70	4 (1.1)
71～80	7 (2.0)
81～90	1 (0.3)
91～100	3 (0.9)
無回答	96 (27.5)
合 計	349(100.0 %)

により、その成功要因を探り、そうした知見を登録民宿間で共有化していくことも重要となるだろう。

第11表には、体験プログラム用の特別な圃場の用意と体験プログラム実施場所についての意向のクロス集計結果を示した。「体験プログラム用に特別な圃場を用意している」と回答した人については、「体験プログラムは民宿内で一体的に行うべき」という意見が70.4%を占めた。「特別に用意していない」と回答した人については、38.4%が「他の民宿や農林漁家と分担すべき」と回答した。

筆者が調査を行ったファームイン経営者は、「(小規模な民宿であれば) 民宿経営と農林漁業体験を両立させる時間的な余裕がない。また、集落の中で他の農家との軋轢を生じさせないためにも、体験プログラムについては他の農家と分担することにより、都市住民との交流のメリットを認識してもらうことが重要」との見解を述べていた。一体的に行うべきか、あるいは分担すべきかという問題については、ファームインの経営規模や労働力、プログラムへの参加者

第 11 表 圃場の用意と体験プログラム実施場所
についての意向のクロス集計結果

	一体的に 行うべき	他の民宿 と分担	近隣農家 と分担	その他	合 計
特別に用意している	57 (70.4 %)	13 (16.0 %)	9 (11.1 %)	2 (2.5 %)	81 (100.0 %)
特別に用意していない	89 (54.3)	21 (12.8)	42 (25.6)	12 (7.3)	164 (100.0)
その他	6 (42.9)	2 (14.3)	4 (28.6)	2 (14.3)	16 (100.0)
合 計	152 (58.7 %)	36 (13.9 %)	55 (21.2 %)	16 (6.2 %)	259 (100.0 %)

注. χ^2 値 12.820(P 値=0.046<0.05).

の数, 季節性といった諸問題があるため一概には言えない。しかしながら, 様々な民宿経営者がファームインの担い手となるためにも, 体験部門については, 他の民宿や農家との連携を積極的に考えて行く必要があるだろう。

なお, 表には示していないが, 体験プログラムを実施する上での問題点について集計した結果は以下のとおりである。「参加者数が一定しない」が 106 (30.4 %) と最も多かった。以下, 「労働力不足や高齢化」96 (27.5 %), 「体験させる側の技量不足」83 (23.8 %), 「参加者のニーズの多様化」81 (23.2 %), 「参加者の農林漁業に対する理解不足」76 (21.8 %) と続いた。体験プログラム用の圃場を特別に用意しているファームインが 31.2 % あったためか, 「素人を入れることによる圃場や漁場の荒廃」は 23 (6.6 %) と低い割合にとどまった。

(6) 経営の将来展望

第 12 表には, 農林漁業経営, ファームイン経営, 体験プログラムの各部門についての経営拡大意向を示した。各部門とも現状維持が 41~61 % と多数を占めたが, 拡大意向についても農林漁業経営が 17.5 %, ファームイン経営が 27.8 %, 体験プログラムが 36.4 % を占めた。体験プログラムについては, ま

第12表 経営拡大の意向

	農林漁業経営 件数(構成比)	ファームイン経営 件数(構成比)	体験プログラム 件数(構成比)
積極的拡大	21 (6.0 %)	48 (13.8 %)	47 (13.5 %)
拡大	40 (11.5)	49 (14.0)	80 (22.9)
現状維持	178 (51.0)	213 (61.0)	143 (41.0)
縮小	17 (4.9)	7 (2.0)	7 (2.0)
いずれやめたい	15 (4.3)	4 (1.1)	12 (3.4)
無・無効回答	78 (22.3)	28 (8.0)	60 (17.2)
合 計	349(100.0 %)	349(100.0 %)	349(100.0 %)

第13表 ファームイン経営に
重要な政策（複数回答）

	件数（構成比）
休暇の長期化や分散化	136 (39.0 %)
交通の改善や社会基盤整備	62 (17.8)
地域の環境保全	111 (31.8)
都市住民への情報提供	187 (53.6)
食品衛生法の見直し	10 (2.9)
建築基準法の見直し	44 (12.6)
旅館業法の見直し	38 (10.9)
減税措置の策定	49 (14.0)
補助・資金融資の拡充	116 (33.2)
全国組織の拡充	45 (12.9)
公共の体験施設の建設	101 (28.9)
その他	9 (2.6)
無回答	22 (6.3)
サンプル数	349(100.0 %)

だこれから発展の余地があると考え、拡大意向をもつファームインの多いことが明らかとなった。

第13表には、ファームイン経営に重要な政策を示した。「都市住民への情報提供」が53.6%と最も多かった。第10表で見たように、宿泊客の体験プログラムへの参加割合が低いファームインも多いため、体験プログラムへの都市住

民の関心を高めてほしいと望む意見が多くなったと考えられる。その次は、「休暇の長期化や分散化」の39.0%であった。やはり、体験プログラムやファームインへの需要を喚起するような政策を望む声が多い。また、「公共の体験施設の建設」も28.9%と5番目に多かった。労働力不足等の問題もあり、農林漁業体験プログラムの実施が困難なファームインもあるため、公共施設で体験プログラムを提供し、宿泊はファームインで行う、という形態も望まれていると言える。「地域の環境保全」については、31.8%の回答者が重要な政策としてあげている。地域の自然環境や農村景観は重要な集客要素の一つとなっているが、そうした環境の保全はファームインの手に負える問題ではないため、政策に期待する意見が多くなったと考えられる。さらに、「補助・資金融資の拡充」も33.2%と高い割合を占めた。

当初、各種法律の規制緩和を求める意見が多くなると予想したが、実際にこれらの法律をクリアーして経営を行っているファームインにとって、この点はさほど大きな問題とはなっていないようである。しかしながら、自由意見として消防法の緩和を求める意見もいくつか見られた。

これからファームインを始めようとする農家にとって、各種規制の緩和は重要な案件であると考えられる。小規模、低コスト型のファームインがさらに増加するためには、そうした規制緩和が重要な政策課題である。

(1) AHPによる望ましい客層の重要度比較

本調査では、ファームイン経営にとって望ましい客層を比較する質問を行った。望ましい客層として提示したのは、A：農林漁業体験に関心のある個人客、B：農林漁業体験に関心のある団体客、C：宴会目的の団体客、の3種類である。つまり、農林漁業体験目的と宴会目的、そして個人客と団体客という二つの観点から比較を行うことにする⁽²⁾。

まず、これらの中からAとBを例にとって説明する。回答者には以下の7種類の選択肢を提示し、該当する番号を一つ選択させた。1. Aの方が圧倒的に重要、2. Aの方がかなり重要、3. Aの方がやや重要、4. 同程度に重要、

第14表 ファームイン経営にとって望ましい客層

	AとB	BとC	AとC
圧倒的に前者	38 (10.9%)	58 (16.6%)	79 (22.6%)
かなり前者	38 (10.9)	56 (16.0)	47 (13.5)
やや前者	46 (13.2)	43 (12.3)	39 (11.2)
同程度	60 (17.2)	57 (16.3)	44 (12.6)
やや後者	35 (10.0)	17 (4.9)	21 (6.0)
かなり後者	37 (10.6)	26 (7.4)	20 (5.7)
圧倒的に後者	23 (6.6)	21 (6.0)	26 (7.4)
無・無効回答	72 (20.6)	71 (20.3)	73 (20.9)
合計	349(100.0%)	349(100.0%)	349(100.0%)

注. Aは「農林漁業体験に関心のある個人客」、Bは「農林漁業体験に関心のある団体客」、Cは「宴会目的の団体客」。

5. Bの方がやや重要, 6. Bの方がかなり重要, 7. Bの方が圧倒的に重要。第14表には, AとB, BとC, AとCという組み合わせについての比較結果を示した。そして, 上記の選択肢に7, 5, 3, 1, 1/3, 1/5, 1/7というスコアをそれぞれ割り振り, AHP(一対比較法)により分析を行った⁽³⁾。

ところで, 本調査において, AHPを用いて分析を行った目的は, 上記の客層の中でどれを重要と考えるかで, そのファームインのグリーン・ツーリズムに対する考え方を判断できると考えたからである。つまり, 農林漁業という自分自身のバックグラウンドに対する理解や関心の高い客層を選好するのか, あるいはそうした関心とは関係なく収益面で効率のよい客層を選好するのか, という一種の踏み絵を回答者に迫ることを意図していた。

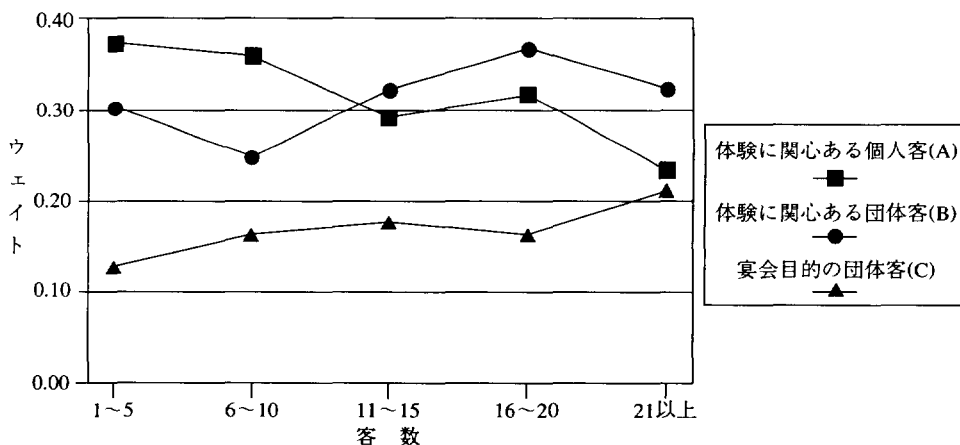
また, 筆者が現地調査を行ったファームイン経営者は, 「農業や農家に理解のある個人客は, 行儀が良く手間が掛からない。しかし, 経営の発展や儲けを考えると, 宴会目的の団体客は効率が良い」という言葉で, ファームインを経営する上での理想と現実のギャップについて明解に説明した。第2表を見るとわかるように, わが国におけるファームインは, ファームイン経営からの所得比率が高いという特徴をもつため, ファームイン経営の効率を向上させることが重要な課題となっている。しかしながら, ほとんどグリーン・ツーリズムと

は関係のない宿泊客が多くなることになれば、そのファームインは単に農家が経営している宿泊施設となり、グリーン・ツーリズムの担い手としてのファームインとはほど遠いものになりかねない。

まず、ファームイン全体の幾何平均値を見ることにする。A：農林漁業体験に関心のある個人客の重要度（ウェイト）が0.324と最も高く、次いでB：農林漁業体験に関心のある団体客が0.315、C：宴会目的の団体客が0.161となった。つまり、今回の調査対象となったファームインは、経営の効率性よりも、農林漁業に関心のある客を望んでいることが明らかとなった。

比較対照のため、漁家民宿（22 サンプル）から得られた結果を示すことにする。漁家民宿においては、重要度はB（0.279）、A（0.269）、C（0.222）の順であったが、その差はファームインほど大きくはなかった。この結果からも、ファームインの方がグリーン・ツーリズムや自分のバックグラウンドに関心のある客を重要と考えていることが推察される。

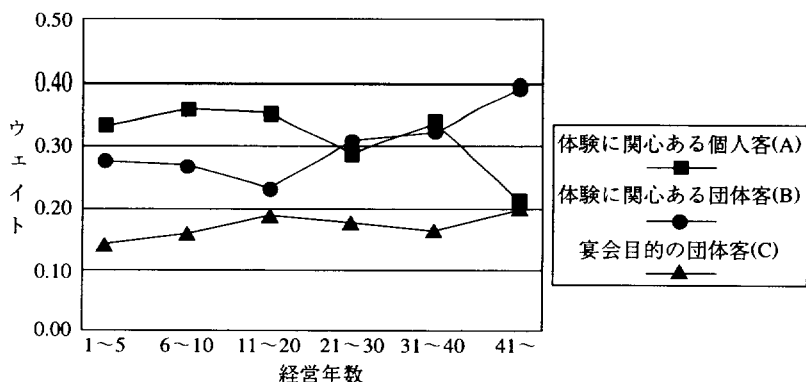
次に、ここで得られたウェイトと客室数および経営年数とのクロス集計を行う。まず、第3図に示した客室数と重要度の比較結果を見ることにする。1～5室のファームインについては、体験に関心のある個人客の重要度（A）が



第3図 客室数と望ましい客層のクロス集計結果

最も高く、次いで体験に関心のある団体客（B）が高くなっている。そして、宴会目的の団体客（C）の重要度は0.20以下となった。客室が増加するにつれてAのウェイトは徐々に減少し、Bはやや増加、そしてCは増加、という傾向にあることがわかる。11～15室層でAとBのウェイトは逆転している。この結果から、客室数の少ないファームインの経営者は、グリーン・ツーリズムに関心のある宿泊客を指向していることがわかる。しかしながら、21室以上の層についても、CのウェイトがAやBより遙かに高いわけではなく、決して体験に関心のある客を軽視しているわけではないことに注意する必要がある。

第4図には、経営年数と重要度のクロス集計結果を示した。経営年数が1～10年の比較的新しいファームインは、Aの重要度が最も高く、次いでB、Cという順番であり、客室数と同様の傾向であった。経営年数10年以下の層は、第6表でも見たとおり、ヨーロッパ等のグリーン・ツーリズムに対する関心が高いため、そうしたファームインをイメージして開業した経営者が多いと考えられる。31～40年の層は、AとBが逆転しているものの、Cのウェイトもやや低くなっている。このことは、従来の客層とは異なるグリーン・ツーリズム指向の客を求めているが、より効率よく収益をあげることでできる団体客を指向していることがわかる。41年以上では、そうした傾向がさらに強く見



第4図 経営年数と望ましい客層のクロス集計結果

られる。

上記の AHP による分析結果と第 5 表のクロス集計結果等から、経営規模が小さく経営年数の短いファームインには、グリーン・ツーリズム指向のファームインが多く含まれ、経営規模が大きく経営年数の長いファームインには、スキー客等の減少を埋め合わせる新たな所得源としてグリーン・ツーリズムに期待しているファームインが多く含まれるという傾向のあることが推察される。

(8) グリーン・ツーリズムのマーケット規模の推計

本節では、今回の調査結果をもとに、グリーン・ツーリズムのマーケット規模を推計する。現段階におけるマーケット規模を推計することで、グリーン・ツーリズムの将来動向を予測したり、政策目標を策定することが可能になると思われる。

まず、体験プログラムに関するマーケット規模を推計する⁽⁴⁾。各ファームイン毎に宿泊客数と体験プログラムへの参加率を掛けると、1 ファームイン当たり参加人数の年間平均は延べ 255 人となる。体験協会への登録民宿は 866 軒であり、そのうち漁家民宿を除いた割合 ($349/386=0.904$) を掛けると 783 軒になる。つまり、登録民宿に関して言えば、延べ 199,665 人 ($255 \text{ 人} \times 783 \text{ 軒}$) の宿泊客が農業体験を行っている計算になる。

21 世紀村づくり塾〔2〕が実施した農林漁家の経営する民宿に対する全国悉皆調査では、5,470 サンプルのうち農業体験を行っている民宿は 844 軒 (15.4%) であった⁽⁵⁾。母集団数 8,714 軒に 0.154 を掛けると、1,342 軒は農業体験を行っていることになる。すなわち、342,210 人 ($255 \text{ 人} \times 1,342 \text{ 軒}$) が農業体験に参加する宿泊客の総数ということになる。

また、第 1 表に示した総宿泊客数の平均値 2,337 人に 1,342 軒を掛けた 3,136,254 人が、ファームイン宿泊客のマーケット規模となる。

平成 10 年度観光白書によると、国内宿泊観光・レクリエーション旅行を行った人数は延べ 20,500 万人であり、延べ宿泊数は 34,900 万泊であった。上記のマーケット規模の推計値は、延べ宿泊数に相当するものであるため、後者の

34,900万泊に占める割合を計算する。その結果、国内宿泊観光・レクリエーション旅行のうち、ファームインに宿泊して農業体験を行った割合は約0.1%となり、ファームイン宿泊客の割合は約0.9%となった。

山崎〔36〕によると、ドイツにおけるファームイン宿泊客の割合は1~2%、フランスが10%であるという。定義の違いや推計誤差もあるため単純な比較はできないが、試みに比較を行うと、日本におけるファームインのマーケット規模はドイツ国内の水準に徐々に近づきつつあると言える。

この結果から、わが国においても、ファームインやグリーン・ツーリズムがニッチ・マーケットとして一定の地位を確立していると思われる。もちろん、上記の推計はいくつかの仮定をおいたややラフなものであるが、農業体験プログラムやファームインのマーケット規模を知るための一つの目安として十分に利用価値のある数字であると考えられる⁽⁶⁾。

注(1) 無回答が155人と多かったが、そのうち37人は作目を記入していた。また、155人から37人を引いた118人のうち、農林漁業の拡大意向に関する質問に回答したのは66人であった。したがって、無回答イコール農業経営に携わっていないと単純に決めつけることはできない。ファームインの農業経営状況については、別途詳細な調査を行う必要があるだろう。

(2) これ以外にも、「宴会目的の個人客」という項目を加えて比較するべきであるが、比較項目を4種類にすると計6種類の比較を行わなければならないため、今回の調査ではこの項目は除外した。

(3) 集計には整合度0.15未満の215サンプルのみを使用した。AHPにおいてどのようなスコアを割り振るべきかという点については、刀根〔31, 14ページ〕を参照のこと。

(4) ここでの推計には、農家が提供する林業体験や漁業体験もカウントされているため、純粋に農業体験を行った人数は、この推計値よりも若干少ないと考えられる。

(5) 21世紀村づくり塾の調査は、民宿のみを対象としたものであるため、平均客室数は7.8室であり、今回のファームイン調査の平均値より3.5室少なくなっている。

(6) これ以外にも、農業総合研究所〔15〕が、代替法による保健休養・やすらぎ機能の評価を行う際に、その機能を享受している宿泊旅行者を年間延べ3,591万人と推計している。この推計では、宿泊施設をファームインに限っているわけではなく、潜在目的がグリーン・ツーリズムと定義可能な宿泊旅行者をカウントしたものである。

4. 質的選択モデルによる計量分析

(1) 分析方法

本調査では、体験プログラムの経営への貢献および経営の将来展望に関する質問を行った。その結果、体験プログラムについては、14.3%の回答者が「非常に役立つ」と積極的な評価を与えていた（第15表）。また、ファームイン経営の将来展望については、「きわめて良好」は2.3%と少なかったものの、「まあまあ良好」は24.6%であった（第16表）。経営者がこのような判断（意志決定）を下した要因分析を行うことで、ファームイン経営が成功するための条件を明らかにすることが、本節の目的である。

「非常に役立つ」あるいは「良好」といった回答は、連続的に変化する変数ではなく、1か0かの質的変数として取り扱われる。そこで、質的選択モデルを適用することにより、経営者の意志決定についての要因分析を行うことにする。なお、質的選択モデルにも様々なバリエーションがあるが、ここではロジット・モデル（logit model）による分析結果を示すことにする。

x_i を i 番目のファームインの特性変数ベクトル、 β をパラメータとすると、ロジット・モデルは以下のとおり定式化される。

第15表 体験プログラムのファームイン経営への効果

	件数（構成比）
非常に役立つ	50 (14.3%)
まあまあ役立つ	126 (36.1)
どちらともいえない	76 (21.8)
あまり役に立たない	41 (11.7)
無回答	56 (16.0)
合 計	349(100.0%)

第16表 ファームイン経営の将来展望

	件数（構成比）
きわめて良好	8 (2.3%)
まあまあ良好	86 (24.6)
ふつう	126 (36.1)
あまりよくない	98 (28.1)
かなり悪い	16 (4.6)
無・無効回答	15 (4.3)
合 計	349(100.0%)

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{非常に役立つ (良好)} \\ 0 & \text{それ以外の判断.} \end{cases}$$

$$\begin{aligned} \Pr(y_i = 1) &= F(x_i\beta) \\ &= \frac{\exp(x_i\beta)}{1 + \exp(x_i\beta)}, \end{aligned} \quad (1)$$

$$\ln L = \sum_{i=1}^N y_i \ln F(x_i\beta) + \sum_{i=1}^N (1 - y_i) \ln [1 - F(x_i\beta)]. \quad (2)$$

(2) 分析結果

(2)式の対数尤度関数を最尤推定法により分析した結果を第18表に示した。そして、第17表には、変数リストと平均値を示した。

モデル1は、体験プログラムがファームイン経営に非常に役立つという経営者の判断を従属変数 Y_1 として分析した結果である。上から順番に推定結果を見ると、AGE (年齢) にプラスの有意な値が得られている。経営主の年齢が高くなるにつれて、体験プログラムが経営に役立っていると判断している。また、Dwork (他産業就業経験) と Dpnsn (業態区分：ペンション)、Dyear (経営年数：5年以下) にもプラスの有意な値が得られている。経営年数が5年以下のファームインでは、体験プログラムを実施していることが経営に役立っていることがわかる。

しかしながら、Dacmd (客室数：5室以下) にはマイナスの有意な値が得られた。つまり、5室以下のファームインでは、体験プログラムが経営に役立っているとは言えないと経営者が判断していることが明らかとなった。第1図を見ると、5室以下のファームインに宿泊する客の主な目的は、農村の雰囲気、農林漁業体験は他の規模のファームインと比較するとそれほど高くはなかった。他方、第3図を見ると、5室以下のファームイン経営者は、望ましい客として体験に関心のある個人客をあげている。これらの結果は、一見すると矛盾しているようにも見えるが、「経営には役立たないが、農林漁業体

第 17 表 変数リストと平均値

変 数	平均値	
	データ 1	データ 2
Y 1 : 体験プログラムの経営への貢献(非常に役立=1,他=0)	0.169	—
Y 2 : 民宿経営の将来展望(きわめて&まあまあ良好=1,他=0)	—	0.304
AGE : 経営主の年齢(歳)	55.247	55.508
GEN : 経営主の性別(女性=1,男性=0)	0.160	0.172
Dwork : 経営主の他産業就業経験(常勤有=1,他=0)	0.685	0.680
Dpnsn : 業態区分(ペンション=1,他=0)	0.110	0.104
Dyear : 民宿経営年数(5年以下=1,他=0)	0.160	0.148
Dacmd : 客室数(5室以下=1,他=0)	0.151	0.144
NOGST 昨年度の宿泊客数(人)	2298.132	2298.816
:		
Dbldg : 宿泊施設の建築方法(新築=1,他=0)	0.703	0.704
Drptv : リピーターの割合(かなり多い=1,他=0)	0.356	0.364
Dpofa : 協会登録以前の農林漁業体験提供(有=1,無=0)	0.584	0.536
Dpov 1 : 客の主目的 1 (農林漁業体験=1,他=0)	0.128	0.116
Dpov 2 : 客の主目的 2 (スキー=1,他=0)	—	0.392
Dfrds : 客との交流(かなり積極的=1,他=0)	0.265	0.252
Duofp : 自家および近隣農林漁家の食材利用(かなり利用=1,他=0)	—	0.604
Diegt : ヨーロッパ等の GT への関心(訪問経験有&是非行きたい=1,他=0)	0.502	0.480
Dscsr : 後継者の有無(有=1,無=0)	—	0.476
ROPT : 体験プログラムへの参加率(%)	14.705	14.078
Dspfd : 体験用の圃場用意の有無(有=1,無=0)	0.315	—
Dashr : 体験プログラムの分担関係(同一経営内で実施=1,他=0)	0.589	—
サンプル数	219	250

験に関心のある客との交流を楽しみたい」という経営者の意識を読みとることができる。

また、Dfrds（客との交流）にもプラスの有意な値が得られている。客との交流に積極的な経営者は、体験プログラムが経営に役立っていると判断していることがわかる。ROPT（体験プログラムへの参加率）にはプラスの有意な値が得られている⁽¹⁾。体験プログラムへの宿泊客の参加率が高いファームインほど、体験プログラムが経営に役立っていると判断しているのは整合的な結果

第18表 ロジットモデルによる経営者意識の要因分析

変数	モデル1 ¹⁾ (t-値 ²⁾)	モデル2 ³⁾ (t-値)
AGE	0.055 (1.982 **)	0.006 (0.367)
GEN	0.952 (1.420)	0.209 (0.485)
Dwork	1.189 (2.003 **)	0.147 (0.427)
Dpnsn	1.775 (2.490 **)	0.473 (0.870)
Dyear	2.195 (3.166 ***)	1.278 (2.719 ***)
Dacmd	-2.317 (-2.614 **)	0.100 (0.205)
NOGST	0.0000874 (0.982)	0.0000393 (0.586)
Dbldg	0.286 (0.519)	-0.900 (-2.555 **)
Drptv	0.784 (1.601)	0.795 (2.398 **)
Dpofa	0.464 (0.815)	0.625 (1.765 **)
Dpov 1	0.882 (1.344)	0.066 (0.137)
Dpov 2	—	-0.819 (-2.264 **)
Dfrds	1.856 (3.745 ***)	0.759 (2.197 **)
Duofp	—	-0.212 (-0.620)
Diegt	0.740 (1.436)	-0.032 (-0.096)
Dscsr	—	0.687 (1.937 *)
ROPT	0.032 (3.221 ***)	0.002 (0.206)
Dspfd	1.216 (2.439 **)	—
Dashr	-0.178 (-0.354)	—
定数項	-9.465 (-4.487 ***)	-1.931 (-1.753 *)
n	219	250
R ² ⁴⁾	0.357	0.163
適合度	0.863	0.760
AIC	0.739	1.173

注. 1) データ1による推計.

2) ***・有意水準1%, **・有意水準5%, *・有意水準10%で棄却.

3) データ2による推計.

4) Kullback-LeiblerのR².

である。そして、Dspfd（体験用の圃場用意の有無）にもプラスの有意な値が得られている。グリーン・ツーリズムに関心が高く、体験用に特別な圃場を用意している経営者は、体験プログラムに積極的な評価を与えている。

次に、モデル2の結果を見ることにする。モデル2は、ファームイン経営の将来展望を「きわめて良好」あるいは「まあまあ良好」と楽観的に予測してい

る経営者の判断を従属変数 Y2 とした分析結果である。まず、Dyear（経営年数：5 年以下）にプラスの値が得られている。経営年数 5 年以下のファームインが楽観的な将来展望をもっていることが明らかとなった。Dbldg（宿泊施設の建築方法：新築）にはマイナスの有意な値が得られている。この理由としては、宿泊施設の建築にコストを掛けたことが、負債の原因となっていることなどが考えられる。逆に、母屋や離れを改造するなど、初期投資の少なかったファームインの将来展望はそれほど悪くはないということが言えよう。

また、Drptv（リピーターの割合：かなり多い）にプラスの有意な値が得られている。リピーターの割合が多いということは、それだけファームイン自体に魅力があることを示すものであり、経営の将来展望が良好であることと整合的な結果である。Dpofa（協会登録以前の農林漁業体験提供の有無）にもプラスの有意な値が得られている。早い段階から体験プログラムを経営に取り入れることにより、積極的に経営の多角化や所得源の多様化を図っていたファームインの将来展望が良好であることを示す結果である。

そして、Dpov 2（客の主目的：スキー）にはマイナスの有意な値が得られている。スキー客に依存しているファームインは、将来に対して楽観的な見込みをもっていないことが明らかとなった。さらに、Dfrds（客との交流：かなり積極的）と Dscsr（後継者の有無）にプラスの有意な値が得られている。客との交流に積極的で、後継者のいるファームインの将来展望が良好であることが明らかとなった。

以上、ロジット・モデルによりファームイン経営と体験プログラムの成功要因に関する分析を行った。ここまでの分析結果から、今回の調査対象となったファームインには二つの傾向があると考えられる。第 1 に、スキー客を目当てに開業してから一定の年数が経ち、農業体験やグリーン・ツーリズムに将来への活路を見出そうとしているファームイン。そして第 2 には、ヨーロッパ等のグリーン・ツーリズムを指向して最近になって開業し、小規模ながらも客との交流を大切にしているファームイン。ロジット・モデルによる分析結果は、前者と比較すると、後者の方がより楽観的な経営展望をもっており、

体験プログラムの実施にも積極的に取り組んでいることを示唆するものである。

次章では、ファームインにはこうした二つのパターンがあることを念頭に置いた上で、両者によってそれぞれ形成されたグリーン・ツーリズムの目的地について、ライフサイクル・モデルによる考察を行うことにする。

注(1) 無回答は参加率0として計算した。

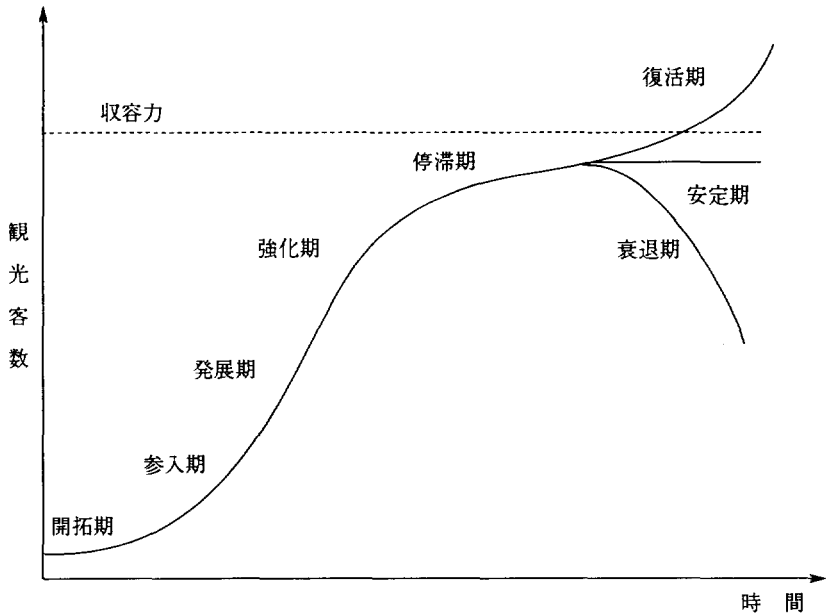
5. ライフサイクル・モデルによる考察

わが国におけるグリーン・ツーリズムの現段階は、創生期、初期段階に過ぎないとはしばしば言われる。これは主に、ヨーロッパ等のグリーン・ツーリズムとわが国の現状とを比較して、そう言われることが多い。わが国のグリーン・ツーリズムにおける最終目標がヨーロッパのそれであると仮定した場合、そうした認識は正しいかもしれない。しかしながら、わが国とヨーロッパにおけるバカンスや農家家屋の形態の違いが埋めがたいものであるならば、いわゆる日本型グリーン・ツーリズムのゴールは、欧州型グリーン・ツーリズムとは異なるものになるだろう。

したがって、日本のグリーン・ツーリズムの現状を理解するためには、ヨーロッパ等との現状比較だけではなく、客観的な指標や分析ツールの適用も考慮する必要がある。ここでは、ツーリズムの発展過程をとらえた Butler〔5〕の目的地ライフサイクル・モデルの考え方を援用することにより⁽¹⁾、日本のグリーン・ツーリズムの現状および発展段階について考察を行うことにする。

Butler のライフサイクル・モデルは、第5図に示したとおり、開拓期 (exploration)、参入期 (involvement)、発展期 (development)、強化期 (consolidation)、停滞期 (stagnation)、復活期 (rejuvenation)、安定期 (stability)、衰退期 (decline) という8段階に区分される。各段階の特徴とその指標を以下に整理した。

開拓期：旅行者の数はまだごく少数であり、旅行パターンも不規則である。



第5図 観光地の発展過程（ライフサイクル曲線）

出所：Butler〔5〕およびGetz〔8〕より作成。

ごく限られた開拓者の旅行者のみが、その地域の自然や文化的要素に魅了され、訪問を繰り返す時期。宿泊・観光施設はほとんど存在しない段階。

参入期：旅行者の数が徐々に増加し始めるとともに、旅行パターンにもある種の規則性が認められる。地域住民によって観光施設が例外的にはあるが提供され始める。いくらか宣伝も行われ、観光シーズンができあがりつつある。そして、自治体等によってインフラへの投資が始まる。つまり、地域が観光に徐々に巻き込まれ始める時期である。

発展期：観光客は急速に増加し、ピーク時期には地域住民よりも観光客の方が多くなる。地域外からの投資や宣伝も増え、地域住民が景観の変化を感じようになる。自然・文化的施設が、人工施設に徐々に取って代わられるよう

になる。より一般的な観光客が増加する。

強化期：総観光客数はまだ増加しているが、その増加率は減少し始める。宣伝効果が行き渡り始める。地域住民と観光との結びつきは増し、彼らはその重要性を認識するようになる。大手フランチャイズやチェーン店が進出し始める。

停滞期：観光客数は頭打ちとなり、収容力（carrying capacity）の限界に到達する。地域のイメージが本来の環境とはかけ離れてくるとともに、その地域への旅行がもはやファッショナブルではなくなる。観光施設のテナントが頻繁に入れ替わるようになる。リピーターに頼る割合がかなり増大する。

復活期：新しい地域の魅力が発見、開発されることにより、観光地として新たな発展を遂げる時期。たとえば、夏場の避暑地として栄えた地域が、スキー場開発を行うことによって、一年中観光客を集めることができるようになった場合がそれに相当する。また、多くの場合、自治体や政府と民間の協力が不可欠である。新しい観光地は、開拓者的な旅行者というわけではないが、特定の活動に関心をもつ人々を惹きつける。つまり、復活期はライフサイクルを最初の段階からもう一度繰り返すことにはならない。

安定期：停滞期が長く続いた状態。

衰退期：観光客数は減少し、他の魅力的な観光地にもはや太刀打ちできなくなる。長期滞在する人はまれになり、日帰りや週末観光客の割合が増加する。観光施設が他用途施設に取って代わられるようになる。

以上が、Butler のライフサイクル・モデルの概要である。ライフサイクル・モデルは、主に国立公園や熱帯のリゾート・アイランドに適用されることが多い⁽²⁾。ライフサイクル・モデルの現実的妥当性については、疑念を差し挟む研究者もいないわけではない。たとえば、Choy〔6〕は太平洋の島々を対象に分析を行い、ライフサイクル・モデルが成立しない事例が数多く存在することを実証している。こうした反証はあるものの、ツーリズムの発展過程をとらえる手法としてのライフサイクル・モデルの有効性については、一定のコンセンサスが得られている。なお、わが国におけるグリーン・ツーリズムへのライフサイクル・モデルの適用可能性を探るため、補論1では大分県湯布院町

における事例分析を行った。

ロジット・モデルによる調査結果では、経営年数の短いファームインが経営を楽観的に予測し、スキー客に依存した経営年数の長いファームインが楽観的ではないことが明らかとなった。この結果を上記の定義と比較することにより、現在のわが国におけるグリーン・ツーリズムの現状を見ると、グリーン・ツーリズムを売り物として参入期から発展期へとさしかかろうとしている地域（一群のファームイン）と、スキー等による観光地としての発展過程が停滞期に入り、そこから復活期への展開を図ることを目的として、グリーン・ツーリズムを利用しているが、楽観的な見通しをたてることが難しい地域のあることがわかる。

しかしながら、個別地域の状況を見ると、現在、全国組織によるマーケット情報の提供や国の政策関与が始まるとともに、JR 東日本を初めとして、大手旅行会社や生協、はとバス等のグリーン・ツーリズム市場への参入も始まっている。こうした市場の拡大にともない、発展期から強化期へと移行しつつある地域もあると考えられる。

現在までのところ、グリーン・ツーリズム自体が停滞期に入りつつある地域はほとんどないと思われる。しかしながら、今後のグリーン・ツーリズムの展開過程にライフサイクル・モデルが当てはまるならば、現在グリーン・ツーリズム発展段階のトップランナーとして走っている地域も、いずれ他の魅力的な地域との競争に敗れ、徐々に衰退していくことが予想される。

たとえば、世界遺産に登録された白川郷の合掌集落では、宣伝効果が行きわたり、大手の旅行会社が多くの日帰り・通過型観光客を集めることにより、それまで熱心にそこを訪れていた開拓者が去りつつある。また、観光客数が急激に増えすぎた結果、収容力限界に達しつつある状況にある。その結果、近隣の新たな観光地化されていない農村地域が、代替的なグリーン・ツーリズムの目的地として取って代わる状況も考えられる。

注(1) Butler の目的地ライフサイクル・モデルは、製品ライフサイクル・モデル (prod-

uct life cycle model) をツーリズムの発展過程分析に応用したものである。リゾートサイクル (resort cycle) と呼ばれることもある。ライフサイクル・モデルを解説した日本語文献としては、小沢 [24, 25] がある。

- (2) ライフサイクル・モデルを適用した研究事例には、Getz [8], Tooman [32], Weaver [34], Smith [29], Douglas [7] 等がある。

6. おわりに

本研究では、全国のファームイン経営者に対する意識調査を行い、その結果に質的選択モデル等の計量分析手法を適用することで、わが国におけるグリーン・ツーリズムの現状および将来展望に関する分析を行った。そして、Butler のライフサイクル・モデルを援用することで、わが国におけるグリーン・ツーリズムの発展段階についての考察を行った。

その結果、わが国のファームインは、大きく二つのタイプに分けられることが明らかとなった。第1のタイプは、スキー客による地域の発展過程が停滞期から衰退期に移りつつあり、そこからの復活を目的としてグリーン・ツーリズムを活用しているファームインである。そして第2は、ヨーロッパ型のグリーン・ツーリズムを指向して開業した経験年数の短い小規模なファームインである。

ヨーロッパ型のグリーン・ツーリズムを指向する小規模かつ経営年数の短いファームインについては、グリーン・ツーリズム目的の顧客割合も高く、経営の将来展望も楽観的であることが明らかとなった。このようなタイプのファームインが、今後のわが国におけるグリーン・ツーリズムの発展に重要な役割を果たしていく可能性の高いことが、分析結果のインプリケーションとして得られた。しかしながら、スキー民宿からグリーン・ツーリズム指向のファームインへと転換しつつある民宿の占める割合は高く、そうした民宿に対する適切な政策的支援も重要な課題である。わが国におけるファームインは、現状では、ヨーロッパ等のファームインと比較すると宿泊業に依存する割合が高い。しか

しながら、グリーン・ツーリズム指向の小規模なファームインが定着していくことにより、わが国のグリーン・ツーリズムも本格的な発展期を迎えることになるのかもしれない。

さらに、わが国におけるグリーン・ツーリズムのマーケット規模は、国内宿泊観光・レクリエーション旅行の約1%を占めていると推計され、すでに一定のニッチ・マーケットを形成していると思われる。ヨーロッパ諸国においても、ファームインが国内宿泊旅行の何割も占めているわけではなく、マーケット規模だけを比較すると、日本における状況と大差ないようである。もちろん、わが国におけるファームインでは、農業の副業としてファームインを経営しているのではなく、ファームインの副業として農業を経営しているという質的な違いがある。しかしながら、今回の調査からは、小規模ながら農業体験や農村の雰囲気というグリーン・ツーリズムを目的とした宿泊客を集めているファームインの割合が、近年増加してきていることを示す結果が得られている。今後、マーケット規模は量的な拡大局面を迎えると予想されるが、それとともに質的な転換もさらに進むと考えられる。今後は、そうした小規模かつグリーン・ツーリズム指向の強いファームインが新規参入する際のコストを低下させるための規制緩和や政策的支援が重要となるに違いない。

最後に、今回のファームイン経営者に対する調査結果から浮かび上がってきた政策課題として、消費者への情報提供の重要性があげられる。経営者は、グリーン・ツーリズム指向の宿泊客が増加していることに気付いているし、彼ら自身もそうした宿泊客の増加に期待している部分が多い。それにも関わらず、グリーン・ツーリズムや農林漁業体験を実践しているファームインの情報が消費者に伝わっていないとの彼らのいらだちが、アンケート票から直に伝わってくる。

今後は、広告代理店等の活用も含め、様々なメディアを通じた情報提供をさらに進めるとともに、インターネットを活用した宿泊予約を実施するなど、都市住民が気軽にファームインを訪れることのできる環境づくりが益々必要となるだろう。また、各国のグリーン・ツーリズムの状況を見ると、たとえば地理

的に他国と隔絶したニュージーランドにおいてさえ、外国客に依存している割合は比較的高い。わが国のグリーン・ツーリズム発展過程においても、そうした外国客によるファームイン需要が生じる可能性があるため、全国組織等による対応策の検討が必要となるかもしれない。

今後、グリーン・ツーリズムに対する様々な政策的支援体制が強化されることは間違いないと思われるが、既存のファームイン経営者からは、安易な第3セクター型宿泊施設の建設に対する強い懸念が表明されている。グリーン・ツーリズム目的とは言え、既存の民間ファームインと少ないパイを奪い合うような施設の建設には十分な注意が必要である。そうした地域においては、公共の体験施設やインフラ整備、そして農村景観の保全のように、既存のファームインに正の外部経済効果を与えるような政策の方がより重要となるだろう。

〔引用文献〕

- 〔1〕 21ふるさと京都塾編『人と地域をいかすグリーン・ツーリズム』（京都、学芸出版社、1998年）。
- 〔2〕 21世紀村づくり塾『農林漁家民宿個別調査結果報告書』、1995年。
- 〔3〕 青木勉「日本におけるグリーン・ツーリズムの展開方向と政策課題」（『農業と経済』11、1995年）、14～21ページ。
- 〔4〕 荒樋豊「グリーン・ツーリズムに対応したファーム・インのあり方」（『農村生活研究』第38巻第3号、1994年）、3～8ページ。
- 〔5〕 Butler, R. W. "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources." *Canadian Geographer*, 24(1), 1980, pp. 5-12.
- 〔6〕 Choy, D. J. "Life Cycle Model for Pacific Island Destinations." *Journal of Travel Research*, winter, 1992, pp. 26-31.
- 〔7〕 Douglas, N. "Applying the Life Cycle Model to Melanesia." *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 1, 1997, pp. 1-22.
- 〔8〕 Getz, D. "Tourism Planning and Destination Life Cycle." *Annals of*

Tourism Research, Vol. 19, 1992, pp. 752-770.

- [9] 樋口めぐみ・吉田謙太郎「農村アメニティ政策の費用負担と便益評価——湯布院町農村景観政策の事例分析——」(『農業経済研究別冊・1998年度日本農業経済学会論文集』, 1998年), 210~212 ページ。
- [10] 北海道農政部農村計画課『ファームイン・マニュアル'98』, 1998年。
- [11] 井上和衛・中村攻・山崎光博『日本型グリーン・ツーリズム』(東京, 都市文化社, 1996年)。
- [12] 神林邦明・堀口健治「集落請負型宿泊施設が過疎地に与えた影響と宿泊利用者のうけとめ方——過疎地での労働力供給要件と施設利用の実態——」(『農林統計調査』9, 1997年), 4~15 ページ。
- [13] 神吉紀世子・三宅雅美・宗田好史「グリーンツーリズムの現状と課題——京都府美山町における入り込み客/地元の意識調査から——」(『運輸と経済』第58巻第2号, 1998年), 53~60 ページ。
- [14] 宮崎猛編著『グリーンツーリズムと日本の農村——環境保全による村づくり——』(東京, 農林統計協会, 1997年)。
- [15] 農業総合研究所「農業・農村の公益的機能の評価検討チーム」「代替法による農業・農村の公益的機能の評価結果」(『農業総合研究』第52巻第4号, 1998年), 113~138 ページ。
- [16] 農林漁業体験協会『農林漁業体験民宿新規参入マニュアル——うえるかむ日記——』, 1997年。
- [17] 農林水産省構造改善局農政部構造改善事業課『農山漁村滞在型余暇活動促進関係資料集』, 1995年。
- [18] 大江靖雄「グリーンツーリズムの現段階と展開条件——農家民宿を中心に——」(『中国農試農業経営研究資料』第117号, 1995年), 15~35 ページ。
- [19] 大江靖雄「民宿農家の経営特性と機能」(『農業経済研究別冊・1997年度日本農業経済学会論文集』, 1997年), 118~120 ページ。
- [20] 大江靖雄・Adriano Ciani「わが国民宿農家とイタリア・アグリツリズム農家の活動と意識に関する比較分析」(『農業経済研究別冊・1996年度日本農業経済

学会論文集, 1996年)], 135~138ページ。

- [21] Oppermann, M. "Holidays on the Farm : A Case Study of German Hosts and Guests." *Journal of Travel Research*, summer, 1995 pp. 63-67.
- [22] Oppermann, M. "Rural Tourism in Southern Germany." *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No. 1, 1996 pp. 86-102.
- [23] Oppermann, M. "Farm Tourism in New Zealand." In Richard Butler, C. Michael Hall and John Jenkins eds. *Tourism and Recreation in Rural Areas*. West Sussex : John Wiley & Sons Ltd., 1998, pp. 225-233.
- [24] 小沢健市『観光の経済分析』(東京, 文化書房博文社, 1992年)。
- [25] 小沢健市『観光を経済学する』(東京, 文化書房博文社, 1994年)。
- [26] Pearce, P. L. "Farm Tourism in New Zealand : A Social Situation Analysis." *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, 1990 pp. 337-352.
- [27] Shakur, S. "A Survey of Farmstay Tourism in New Zealand." (unpublished paper).
- [28] 篠原重則「町主導型観光開発と山村振興——愛媛県久万町の事例——」(脇田武光・石原照敏編『観光開発と地域振興』東京, 古今書院, 1996年), 80~90ページ。
- [29] Smith, R. A. "Beach Resort Evolution : implications for Planning." *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, 1992, pp. 304-322.
- [30] Smith, Stephen L. J. *Tourism Analysis : A Handbook Second Edition*, Harlow Essex : Longman Group Ltd., 1995.
- [31] 刀根薫『ゲーム感覚意思決定法——AHP入門——』(東京, 日科技連出版社, 1986年)。
- [32] Tooman, L. A. "Applications of the Life-Cycle Model in Tourism." *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 1, 1997, pp. 214-234.
- [33] 植田和弘『環境経済学への招待』(東京, 丸善ライブラリー, 1998年)。
- [34] Weaver, D. B. "Grand Cayman Island and the Resort Cycle Concept." *Journal of Travel Research*, fall, 1990, pp. 9-15.

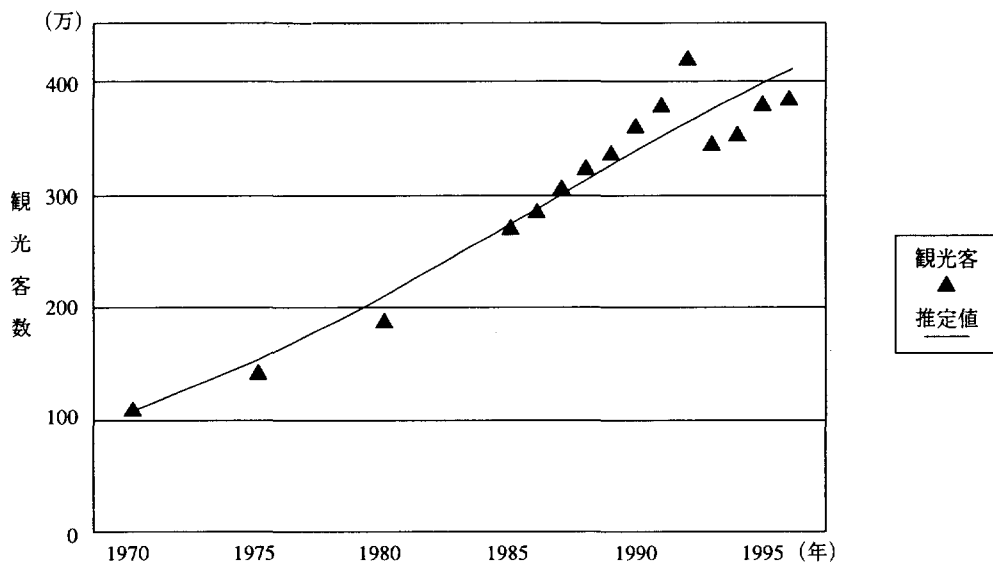
- [35] 山崎光博「日本型グリーン・ツーリズムの誕生と今後の展開(1)」(『農村生活研究』第37巻第3号, 1993年), 9~14ページ。
- [36] 山崎光博「日本型グリーン・ツーリズムの誕生と今後の展開(2)」(『農村生活研究』第38巻第3号, 1994年), 9~14ページ。
- [37] 山崎光博・小山善彦・大島順子『グリーン・ツーリズム』(東京, 家の光協会, 1993年)。
- [38] 吉田謙太郎「湯布院町の伝統的稲作景観による農村アメニティ」(『農総研季報』第37号, 1998年), 61~73ページ。

補論1 ライフサイクル・モデルによる事例分析

ここでは、ライフサイクル・モデルのわが国グリーン・ツーリズムへの適用可能性を探るため、大分県湯布院町について事例分析を行うことにする。湯布院町は、全国第3位の湯量を誇る有数の温泉地であるが、隣の別府市のような歓楽街を有する温泉地とは対照的に、豊かな農村景観や自然景観を売り物とする保養温泉地である。観光客は主に温泉を目当てに訪問しているが、その温泉場を取り囲む農村景観の重要性については、町内でコンセンサスが得られているところである⁽¹⁾。

1991年からは、町役場や観光協会等の出資による「農村景観保全稲ワラ確保対策事業」が開始されるなど、農村景観を保全するための取り組みが行われている。また、最近では、イタリアのアグリ・ツーリズムに端を発する「湯布院流グリーン・ツーリズム」に関連した取り組みが盛んに行われている。そして、従来型の温泉旅館だけでなく、第3セクター型の農業体験宿泊施設や集落請負型の農・林家民宿、あるいは農家の自宅に旅行者を泊める農家民泊等が見られるようになってきている。

第6図には、湯布院町における観光客数の推移を示した。ただし、1990年前後はバブルの影響を受けて、ややデータに変動が大きいため、第7図の宿泊客数を見た方が観光客数の推移傾向は明らかになる。なお、第6図と第7図に



第6図 湯布院町における観光客数の推移

は、実際の観光客数と宿泊客数から推定したロジスティック曲線を示した。観光客数を T 、宿泊客数を S 、経過年数を Y 、そして(3)式の極限值(収容力)を 6,000,000、(4)式を 1,400,000 とおくと⁽²⁾、湯布院町のライフサイクル曲線は以下のとおり推計された。なお、()内は t 値である。

$$\ln \frac{T}{6,000,000 - T} = -1.585 + 0.08776Y. \quad (3)$$

(-11.92) (13.03)

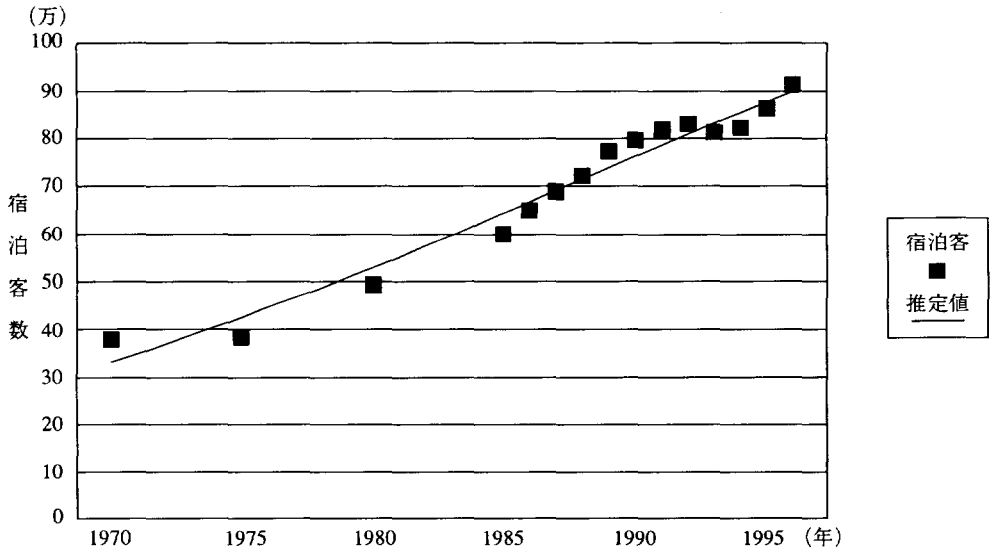
$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9235, n = 15.$$

$$\ln \frac{S}{1,400,000 - S} = -1.247 + 0.06766Y. \quad (4)$$

(-17.32) (18.56)

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9608, n = 15.$$

このように、ライフサイクル・モデルによる観光地の発展過程は、ロジステ



第7図 湯布院町における宿泊客数の推移

ニック曲線によって近似できることが明らかとなった。

湯布院町における開拓期は、1950 年前後であると考えられる。1952 年に湯布院町を水没させるダム計画が持ち上がったが、町民や町長による反対運動の未計画は中止され、以後 20 年程度の期間に保養温泉地としての構想が次々と具体化されてきた。また、1970 年に湿原のゴルフ場建設を阻止するための住民運動が展開された結果、住民を巻き込んでの町づくりが進められた。その後、急速に観光客数は増加し始め、発展期を迎える。しかしながら、1980 年代後半を境に宿泊客数の増加率は減少し始め、強化期を迎えた。この時期、熱海や別府等の歓楽型温泉地の衰退が目につくようになってきていた。湯布院町ではそうした危機感を背景として、1990 年に「潤いのある町づくり条例」を制定し、そして 1991 年に農村景観保全事業を開始するなど、農村景観や街並みの保全に乗り出したのである。バブル崩壊の影響もあるが、1993 年には宿泊客、観光客ともにやや減少し、停滞期から衰退期に入りつつあるようにも見えたが、

その後再び観光客数は上昇傾向にある。この要因の一つとして、グリーン・ツーリズムの考え方を取り入れた湯布院町の官民あげでの取り組みが、観光地としての湯布院町を復活させつつあることがあげられる。

繰り返しになるが、バブル崩壊の影響もあるため、その時期の観光客数の落ち込みを無視して考えると、いまだに湯布院町は強化期、あるいは停滞期にあると考えられなくもない。しかしながら、グリーン・ツーリズムによる新たな展開は、これまで町の中心部に偏りがちであった観光客を、周辺地域にまで広げることも可能となる。つまり、観光客過多による交通渋滞や騒音、駐車場不足等の影響により、入り込み客の収容力限界に届きつつあった状況が、周辺部の新たな観光資源を利用することで一変し、収容力を上方にシフトさせることも可能となる。

以上、湯布院町を事例として、わが国における農村地域における観光地の発展過程をライフサイクル・モデルを適用して分析を行った。温泉客やスキー客により発展してきた地域は、需要減だけではなく、経営の代替わりや施設の更新時期とも重なり、現在曲がり角にさしかかっているが、そうした地域が再生するための方法として、グリーン・ツーリズムの潜在的な利用価値は高い可能性があると言えよう。

注(1) 樋口・吉田〔9〕の調査では、町民の90%が農村景観は観光業に役立っていると回答している。なお、湯布院町の農村景観政策や町づくりの概要については、吉田〔38〕や植田〔33〕を参照のこと。

(2) 収容力の推計については、以下の計算方法を用いた。町内宿泊施設の最大収容人数(6,603人)に365(日)を掛けると2,410,095人になる。宿泊施設の稼働率100%時の実際の収容人数を6割程度とみなすと、年間宿泊客数の限界は140万人程度になる。1996年の年間入込客数(日帰り客+宿泊客)は389万人であり、年間宿泊客数91万人の約4.3倍に相当する。140万人に4.3を掛けることにより、600万人という観光客数の収容力を算出した。しかしながら、この数字はあくまで収容力の一つの目安に過ぎず、実際にはインフラや環境面での限界があり、収容力はさらに低い可能性もある。

〔謝辞〕

アンケート調査の実施にあたっては、(財)農林漁業体験協会足立純男事務局長および清水寿一次長、農林水産省構造改善事業課杉原裕幸係長より有益なアドバイスをいただいた。また、当所鈴木源太郎研究員、東京大学大学院中村志野さんには、アンケート調査の企画から集計にいたるまで献身的にご協力していただいた。そして、マセー大学 Shamim Shakur 主任講師からは、ニュージーランドのファームイン調査に関する貴重な情報を提供していただいた。記して謝意を表したい。

付表1 アンケート調査票

農林漁業体験民宿に関するアンケート調査

1998年（平成10年）7月7日
農林水産省 農業総合研究所

I. 体験民宿の経営主の方について

問1 民宿のご住所はどちらですか。

〔都・道・府・県〕 〔市・町・村〕

問2 経営主の年齢と性別をお答えください。

歳 〔1. 男性 2. 女性〕

問3 経営主の方は現在の民宿経営や農林漁業経営以外の他産業で働いた経験
はありますか。

1. 常勤経験あり 2. パート経験あり 3. 特に経験なし

II. 体験民宿の経営について

問4 あなたの経営の業態区分は何ですか。（1つに○）

1. ホテル 2. 旅館 3. 民宿 4. ペンション
5. その他（ ）

問5 民宿経営を始めたのはいつですか。

〔明・大・昭・平〕 年

問6 民宿の部屋数と総収容人数をお答えください。

室 人

問7 昨年度の年間総宿泊客数はおよそ何人でしたか。

人

問8 現在の民宿の建物はどのように建てられましたか。(1つに○)

1. 新築
2. 母屋を改造
3. 離れなどを改造
4. 特に改装なし
5. その他 ()

問9 何度も訪れる顧客(リピーター)はどのくらいいますか。(1つに○)

1. かなり多い
2. やや多い
3. ふつう
4. やや少ない
5. ほとんどいない

問10 農林漁業体験協会へ登録した目的は何でしたか。(当てはまるもの全てに○)

1. 経営ノウハウの獲得
2. 保険や共済制度の利用
3. 体験民宿のPR
4. その他 ()

問11 農林漁業体験協会へ登録する前から農林漁業体験を提供していましたか。

1. はい
2. いいえ

問12 農林漁業体験協会が次のことを行っているのをご存じですか。(ご存じのもの全てに○)

1. ガイドブックの作成
2. 情報誌「田舎おもしろ体験の旅」の作成
3. インターネットによる情報の提供
4. FAX 情報の提供
5. 旅行会社等への情報の提供

6. グリーンツーリズムのシンポジウムの開催
7. 民宿経営者研修会の開催
8. グリーンツーリズムのロゴマークの作成
9. 体験民宿経営改善マニュアルの作成
10. 民宿経営マニュアルビデオの作成

問13 農林漁業体験協会へ登録して満足していますか。(1つに○)

1. 期待通り満足
2. まあまあ満足
3. どちらともいえない
4. 不満足

問14 農林漁業体験協会のガイドブックやインターネットのホームページを見て訪れるお客様の割合はどのくらいですか。(1つに○)

1. 多い
2. まあまあ
3. 時々ある
4. 少ない
5. よくわからない

問15 民宿を訪れるお客様の主な目的は何だと思われますか。(1つに○)

1. 農林漁業体験
2. 農村の雰囲気
3. 温泉
4. 料理
5. スキー
6. 海水浴
7. ダイビング
8. 山登り
9. 釣り
10. その他()

問16 あなたの民宿ではお客様との交流を積極的に行っていますか。(1つに○)

1. かなり積極的
2. やや積極的
3. ふつう
4. あまり干渉しない
5. ほとんど干渉しない

問17 民宿利用者のニーズを把握するためにどんな方法を行っていますか。
(当てはまるもの全てに○)

- | | |
|---------------|---------------|
| 1. 投書箱の設置 | 2. 客との対話によって |
| 3. 利用客へのアンケート | 4. 研修講習会等への参加 |
| 5. 何もしていない | 6. その他 () |

問 18 あなたの民宿では自家や近隣農林漁家からの食材をどの程度利用していますか。(1つに○)

- | | |
|--------------|-------------|
| 1. かなり利用している | 2. 少し利用している |
| 3. あまり利用しない | 4. 全く利用しない |

問 19 ヨーロッパ等のグリーンツーリズムについて関心はありますか。(1つに○)

- | |
|---------------------|
| 1. 実際に訪れたことがある |
| 2. 関心があるので是非行ってみたい |
| 3. 関心はあるが行きたいとは思わない |
| 4. 特に関心はない |
| 5. よくわからない |

問 20 あなたの民宿がお客様を集める上で重要な要因は何だと思えますか。(当てはまるもの全てに○)

- | | | |
|-----------------------|-------------------|--------|
| 1. 民宿周辺の自然環境 | 2. 民宿周辺の農山漁村景観 | |
| 3. 宿泊設備の快適さ | 4. 伝統的な家屋 | 5. 低料金 |
| 6. 料理の内容 | 7. 心のこもったサービス | |
| 8. 気軽に農林漁業体験を行える | | |
| 9. グリーンツーリズムやアウトドアの流行 | | |
| 10. 祭りなどの伝統行事 | 11. 子供用の娯楽設備がある | |
| 12. 閑静な雰囲気 | 13. 宿の人とお客様の交流の機会 | |
| 14. お客様同士の交流の機会 | 15. 観光スポットに近接 | |
| 16. 交通の便がよい | 17. 都市と近接している | |
| 18. 自前の温泉がある | 19. 周辺に温泉がある | |

1. 民宿経営にいる 2. 農林漁業経営にいる 3. 両方にいる
4. いない 5. まだわからない

問22 現在行っている体験プログラムはどのようなものですか。(当てはまるもの全てに○)

- 問23 体験プログラムの中でお客様に人気のあるものを3つまでお答えください。

$$\left(\begin{array}{c} \text{ } \\ \text{ } \\ \text{ } \end{array} \right) \left(\begin{array}{c} \text{ } \\ \text{ } \\ \text{ } \end{array} \right) \left(\begin{array}{c} \text{ } \\ \text{ } \\ \text{ } \end{array} \right)$$

問24 体験プログラムを行っている目的をお答えください。(当てはまるもの
2つに○)

1. 追加収入の獲得
2. お客様との交流を楽しむ
3. 趣味・特技を生かす
4. その他 ()

問 25 体験プログラムの参加者はどのような人が多いですか。(3 つまでに
○)

1. 家族連れ
2. ツアー客
3. 年輩グループ
4. 若年グループ
5. 年輩夫婦
6. 若年夫婦
7. 一人客
8. 生徒・児童グループ
9. その他 ()

問 26 宿泊者のうちおよそ何%の人が体験プログラムに参加していますか。

%

問 27 体験プログラムはどこで実施していますか。(当てはまるものすべてに
○)

1. 自分の土地や施設
2. 近隣農林漁家の土地や施設
3. 市町村の土地や施設
4. その他 ()

問 28 農林漁業体験用に特別な圃場を用意したり、特別に漁を行ったりして
いますか。(1 つに○)

1. 特別に用意している
2. 特別に用意していない
3. その他 ()

問 29 民宿と体験プログラムは同一経営内で一体的に行った方がよいと思
いますか。(1 つに○)

1. そう思う
2. 他の民宿と分担すべき
3. 近隣農林漁家と分担すべき
4. その他 ()

問 30 体験プログラムはあなたの経営の成長や発展に役立っていますか。

1. 非常に役立つ
2. まあまあ役立つ
3. どちらともいえない
4. あまり役に立たない

問 31 体験プログラムを行う上で現在かかえている問題点は何ですか。(当てはまるもの全てに○)

1. 参加者の農林漁業に対する理解不足
2. 体験させる側の技量不足
3. 参加者のニーズの多様化
4. 素人をいれることによる圃場や漁場の荒廃
5. 競争相手の増加
6. 労働力不足や高齢化
7. 安全性の確保と保険
8. 2回目以降の体験の内容
9. コスト高
10. 参加者の減少
11. 参加者数が一定しない
12. その他 ()

IV. 農林漁業の経営について

問 32 農業経営を行っている方にのみお尋ねします。

(1)主要な作目は以下のどれですか。(1つに○)

1. 稲作
2. 畑作
3. 果樹
4. 花卉・園芸
5. 酪農・畜産
6. その他 ()

(2)経営耕地面積は何 a ですか。

 a

問 33 林業経営を行っている方にのみお尋ねします。山林所有面積は何 ha ですか。

 ha

問 34 漁業経営を行っている方にのみお尋ねします。主要な漁業形態は以下のどれですか。(1つに○)

1. 沖合
2. 沿岸
3. 遠洋
4. 海水面養殖業
5. 内水面

農林漁業所得 民宿所得 その他所得

$\% + \quad \% + \quad \% = 100\%$

問36 各部門の事業拡大へのご意向についておうかがいします。

- (1)農林漁業経営：〔1.積極的拡大 2.拡大 3.現状維持
4.縮小 5.いずれやめたい〕
- (2)民宿経営：〔1.積極的拡大 2.拡大 3.現状維持 4.縮小
5.いずれやめたい〕
- (3)体験プログラム：〔1.積極的拡大 2.拡大 3.現状維持
4.縮小 5.いずれやめたい〕

問37 あなたの民宿経営にとって以下のA, B, Cのうちどのようなお客様が望ましいと思いますか。それぞれを比較してお答えください。

C：宴会目的の団体客

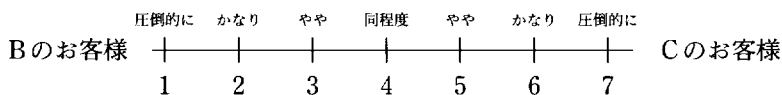
A horizontal number line with tick marks labeled 1 through 7. A circle is drawn around the tick mark for the number 3.

(1) AとBのお客様を比較すると、どちらが望ましいと思いますか。(当てはまる箇所に○)

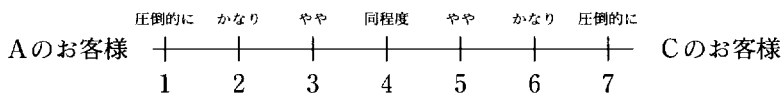
Aのお客様 圧倒的に かなり やや 同程度 やや かなり 圧倒的に Bのお客様

1 2 3 4 5 6 7

(2) BとCのお客様を比較すると、どちらが望ましいと思いますか。(当てはまる箇所に○)



(3) AとCのお客様を比較すると、どちらが望ましいと思いますか。(当てはまる箇所に○)



問 38 あなたの民宿経営の将来展望に関する印象はいかがですか。(1つに○)

- | | | |
|------------|-----------|--------|
| 1. きわめて良好 | 2. まあまあ良好 | 3. ふつう |
| 4. あまりよくない | 5. かなり悪い | |

問 39 農林漁家が民宿経営を行っていく上で重要と思われる政策は以下のどれですか。(3つまでに○)

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. 休暇の長期化や分散化 | 2. 交通の改善や社会基盤整備 |
| 3. 地域の環境保全 | 4. 都市住民への情報提供 |
| 5. 食品衛生法の見直し | 6. 建築基準法の見直し |
| 7. 旅館業法の見直し | 8. 減税措置の策定 |
| 9. 補助・資金融資の拡充 | 10. 全国組織の拡充 |
| 11. 公共の体験施設の建設 | 12. その他 () |

(自由記入欄)

☆なお、調査結果の返送を希望される方は、以下の欄にご住所と民宿名をお書き添えください。

(ご住所) 〒

(民宿名)

〔要 旨〕

ファームイン全国調査によるグリーン・ツーリズムの計量分析

吉田謙太郎・樋口めぐみ

本研究では、全国のファームイン経営者に対する意識調査を行い、その結果に質的選択モデル等の計量分析手法を適用することで、わが国におけるグリーン・ツーリズムの現状および将来展望に関する分析を行った。そして、Butlerのライフサイクル・モデルを援用することで、わが国におけるグリーン・ツーリズムの発展段階についての考察を行った。

アンケート調査は、農山漁村滞在型余暇活動促進法に基づく登録を行っている全国866軒の民宿を対象として行った。アンケート票の回収率は44.6%であった。ただし、分析には漁家民宿以外のファームインのデータを使用した。

その結果、わが国のファームインは、大きく二つのタイプに分けられることが明らかとなった。第1のタイプは、スキー客による地域の発展過程が停滞期から衰退期に移りつつあり、そこからの再生を目的としてグリーン・ツーリズムを活用しているファームインである。そして第2は、ヨーロッパ型のグリーン・ツーリズムを指向して開業した小規模なファームインである。

ヨーロッパ型のグリーン・ツーリズムを指向する小規模かつ経営年数の短いファームインについては、グリーン・ツーリズム目的の顧客割合も高く、経営の将来展望も楽観的であることが明らかとなった。このようなタイプのファームインが、今後のわが国におけるグリーン・ツーリズムの発展に重要な役割を果たしていく可能性が高いと考えられる。しかしながら、スキー民宿からグリーン・ツーリズム指向のファームインへと転換しつつある民宿の占める割合も高く、今後のグリーン・ツーリズムの動向に与える影響も大きいと考えられる。

また、わが国におけるグリーン・ツーリズムのマーケット規模は、国内宿泊旅行の約1%を占めていると推計され、一定のニッチ・マーケットを形成していると見られる。