



プロジェクト研究の紹介
農村活性化の指標と地域資源の活用

農山村における多様なグリーン・ツーリズム 事業の展開と地域農業の接点

鈴木 源太郎



1. はじめに

昨今、都市農村交流を目的としたグリーン・ツーリズム事業は、都市住民の余暇形態の変化や、農村の多面的な価値の再評価の動きを背景に、農村における新たなビジネスとして急速な展開をみせている。今日のグリーン・ツーリズムの展開の前提として、都市側における食や健康への関心の高まりや本物志向、安らぎと静寂に対する欲求、農村側における農業の多角化の必要性、環境問題に対する意識の向上、交通・通信ネットワークの発展などが考えられるが、こうした生活環境の変化は、都市と農村の共生を基盤としたグリーン・ツーリズム展開のきわめて大きな原動力となっている。また、グリーン・ツーリズムの受け入れ主体づくりに当たっては、国土保全、資源涵養、良好な景観形成、伝統文化の継承といった農業・農村の多面的機能との結びつきと、地域固有のアイデンティティの形成が重要な視点となる。

しかしながら、実際のグリーン・ツーリズムの実施主体のあり方は、農村部における地域内発型の起業化を基礎とした小規模な事業体から、大きな資本投下を必要とする農業公園、市町村やJAが関与する総合交流施設等の運営を目的とした大規模な事業体まで多様であり、その事業目的も、たとえば地域食材を利用した飲食物の提供、安全・安心な農産物の販売、農家民泊などを通じた農村生活への接触、農作業や農産加工の体験など様々である。また、グリーン・ツーリズム事業が地域農業に及ぼすインパクトは、直接的な農産物の直売から、農産加工の進展、農作業体験の提供、農家民泊などのサイドビジネスの展開に至るまで重層的である。

本稿では、こうした現場のグリーン・ツーリズムを支える様々な事業主体が、地域農業との関連でどのように事業構成されているのか、地域農業に対してどのような貢献の可能性を持ち、いかなる課題を有するのかを検討する。具体的には、グリーン・ツーリズムを推進する事業主体の中で、対照的な特徴を持つ二つのタイプの実施主体、すなわち市町村やJA等の公的主体が設立に関与する「大規模総合交流施設」と、「農業体験」をキーワードとした「地域内発的な」グリーン・ツーリズムの受け入れ主体について実態調査を行った。実態調査はそれぞれのタイプについて二事例ずつ行い、それぞれの事業成果と

課題について分析を行った。

2. 「大規模総合交流施設」における都市農村交流のあり方と地域農業活性化

(1) ハーブ園を中心とした交流拠点整備と地域農業活性化

1) 交流施設整備の背景

A 農業公園の立地する島根県 I 町は中国中山間地域に位置し、地域農業の衰退が著しい。農業公園の設置は町長により提案されたが、設置当初より最小限の計画の下に進められた公園事業は、その時々予算状況に従い毎年少しずつ施設を拡充してきた。施設建設は小規模な農産物直売施設とレストランから始まり、体験加工施設や宿泊施設、広場の設置などが逐次的に進められた。現在の中核施設の一つである温泉施設が建設されたのも開園 7 年目であり、毎年変化する A 農業公園の様相に期待を持って訪れるリピーターも多い。A 農業公園は I 町が行う施設園芸研修制度(22歳～35歳の女性が対象、毎年6～9名が参加)の受入拠点でもあり、施設計画や運営業務に研修生のアイデアが活かされているのも大きな特徴である。

2) 施設の概要と事業内容

A 農業公園は、当初は町直営であったが、施設拡充に伴って1998年に I 町の出資 53% で設立された第三セクター(株)Kの里が運営を担うこととなった。支配人は地元金融機関出向者であり、正職員19名、臨時職員27名の体制で運営されている。

A 農業公園の施設は、農林漁業体験交流施設「K館」、レストラン兼総合案内施設「K施設」、クラフト館、バンガロー12棟、温泉施設、ハーブガーデン、ガラス温室、研修生用の宿泊滞在施設「H館」で構成されており、その運営主体である(株)Kの里の業務内容はK館等施設の管理運営、宿泊施設レストランなどの経営、農林畜産物の生産および加工、直売所の経営、体験メニューや各種イベントなどの業務企画である(第1表)。

A 農業公園では、年間を通じて行われるクラフト教室やガーデニング教室をはじめ、季

第1表 A農業公園施設一覧

名 称	内 容	規模(m ²)	事業費(千円)	補助事業等
レストラン「K施設」・総合案内施設	レストラン・案内棟	265	48,487	林構促進対策事業
バンガロー(5棟)	宿泊施設	各30	45,000	新林構
バンガロー(7棟)	宿泊施設	各30	63,720	活性化林構(森林活用環境施設整備)
H館	研修生宿泊滞在施設	293	63,654	人口定住対策事業(県・過疎債)
クラフト館	ハーブクラフト体験施設	205	43,775	〃
ハーブガーデン	農園	1,225	20,773	〃
ガラス温室	ガラスハウス	314	41,000	〃
I温泉「Kの湯」	入浴施設	961	622,643	町単独事業(起債)
農林漁業体験交流施設「K館」	レストラン、宿泊施設、体験施設 多目的ホール、事務室	914	267,330	農村資源活用農構

資料：現地調査による。

節毎のハーブフェスタ、パッチワーク展など、つねに趣向を変えたイベントを行うとともに、園芸福祉士による園芸福祉セミナーを開催するなどしている。こうしたイベントの新規性がリピーターを定着化させている。また、A農業公園にとって女性研修生の活用に伴う経営コストの抑制効果は大きい。6名の研修生はクラフト館の運営やハーブガーデンの管理、ガラス温室におけるハーブ栽培に従事するほか、イベントの企画運営にも参加する。

3) 事業の成果と課題

A農業公園は、いわゆる「箱モノ」の設備投資に慎重で、ミニマムな施設を活用したソフト重視の事業展開を心がけてきた。過大な借入金によらない経営は、財務内容の健全性に大きく貢献している。レストランK施設などは当初の施設が手狭になりつつあるが、適切な投資規模で顧客のニーズに対応する努力は今後とも継続すべきであろう。また、園内で行われている農産物直売事業は、近隣の高齢農家の小口出荷先として貢献している。このほか、A農業公園のハーブを基調とした公園づくりは、研修生の活躍と相まって町のイメージ向上に効果を発揮している。

一方、A農業公園の課題は、現在ある程度成功しつつあるリピーター層の定着化である。全国的なハーブブームが一段落したことで、顧客ニーズを的確に把握した良質の企画と営業努力がますます必要とされており、これに対応するため、現在、新規部門としてハーブ園に加え薬草園の設置を計画中である。なお、良質なハーブクラフト製品は輸入製品の模倣であることが多く、独自の商品開発の必要性も今後一層高まると思われる。

(2) 大規模農村テーマパークと地域農業活性化

1) 交流施設整備の背景

B農業公園が設置された京都府Y町は府北部に位置し、農家数、農業就業人口がともに減少傾向にある。国営農地開発により大規模畑作農家が一部存在するが、平地部分の水田は基盤整備が遅れ、規模も小さい。

B農業公園の建設計画は、丹後地方における都市農村交流拠点の不足を補う目的で、府と近隣町村を中心に1990年に作成され、近隣町村における国営農地開発事業の規模縮小に伴って計画外地となった農林地が利用された。1997年には施設管理人として「(財)B農業公園」が、企画運営会社として「(株)Kファーム」が相次ぎ設立され、1998年春にB農業公園は開園している。

2) 施設の概要と事業内容

「(財)B農業公園」は、京都府が50%、Y町が15%の出資を行う第三セクターであり、一方の「(株)Kファーム」は、実質的な親会社である(株)F法人が85%、京都府と1市10町がそれぞれ1.2%ずつ出資する私企業である。正職員は(株)Kファームで31名を雇用している。

B農業公園は農業をモチーフにしたテーマパークであり、入場には大人500円が必要である。B農業公園ホテル(客室数28室)における宿泊も可能であるが、料金設定はやや高く、リゾートホテルを意識した食事には、特に地元食材を利用する工夫などは行われて

いない。商品販売事業は、雑貨販売と食品販売および加工体験などが行われているが、輸入雑貨と菓子類の販売が中心である。外食事業は、レストランと軽食の4店舗で展開されているが、そこで提供される食事は一般のテーマパークと差別化できるものは少ない。食品加工事業には、体験型と見学型のものがあり、体験型の事業としてはパン、ソーセージ、バター、そば打ちの各教室が、見学型のものとしてはパン、シュークリーム、アイスクリーム、チーズ、ソーセージ、地ビール、ピザなどの実演販売が行われている。しかし、地域の食文化および農業生産構造に根ざした商品が生産されているとは言い難い状況である点はいささか残念である。

このほか正面ゲートの外側には、広域JAと京都府漁協の経営する直売所があり、JA出荷部会を通じた50戸の農家が出荷しているものの、出荷農家数、売上げともに伸び悩んでいる。というも、B農業公園は町中心部から離れて立地しているため、客層がもっぱらB農業公園の利用客に限られ、地域住民の利用が少ない点が影響している。なお、秋の収穫時期には、小中学生を対象に小規模ながらサツマイモの収穫体験が行われている。

3) 事業の成果と課題

B農業公園の設置は近隣町村にある天橋立などの観光名所を核とした丹後地域を周遊する観光ルートの形成に貢献しており、地域における同公園の雇用力の大きさも注目に値する。しかし、B農業公園には課題も多い。開業後3年時点で入り込み客が予想を大幅に下回り、併設されたホテルについては、農業公園の来訪者による利用よりもホテル宿泊のみを目的とする利用客が多く、公園部門とホテル部門の有機的な関係が見えてこない。公園内の建築物の構成やイベントについても地域との関係がいささか希薄である。今後の顧客層開拓のためには、グリーン・ツーリズムを志向する顧客のニーズを地域全体を見据えつつ再検討することが必要となるであろう。

3. 農林漁業体験活動が地域農業活性化に及ぼす影響

(1) そば打ち体験を中心とした地域農業活性化の実践

1) 事業実施の背景

岡山県N市は、鳥取県に接する山間農業地域である。本稿で対象とするK地区は、石灰岩質が中心のカルスト台地上にあり、鍾乳洞などの観光資源に恵まれる。農地は畑地におけるそば生産が盛んなほか、桃、リンゴ、ピオーネ、梨などの観光果樹園が存在する。

K地区の農林漁業体験の中心的な役割を果たしているC事業体は、1977年建設のK山荘を管理する目的で設立された。しかし近年、大部屋中心の構造から山荘の稼働率が低下したため、新たに設立された「農協観光部会」が中心となってC事業体の事業の見直しが行われ、以後、農業体験活動の本格的取組みが始まった。

2) 農林漁業体験活動への取組

1993年には、N市の49.7%の出資のもとC事業体が有限会社化し、それまで以上に農業体験を基礎とした都市農村交流に取り組むこととなった。現在のC事業体の事業内容は、

第2表 2001年度そば打ち体験実績

(単位:人,円)

年 月	I屋およびK山荘実施分		出張道場		合 計	
	人 数	売上額	人 数	売上額	人 数	売上額
13 4	96	254,884	-	0	96	254,884
5	391	484,518	57	69,590	448	554,108
6	268	480,650	203	199,277	471	679,927
7	391	565,382	80	82,800	471	648,182
8	576	769,135	-	0	576	769,135
9	304	402,782	87	108,607	391	511,389
10	503	698,330	98	111,900	601	810,230
11	777	944,651	44	55,500	821	1,000,151
12	241	445,544	211	206,190	452	651,734
14 1	83	193,855	201	250,645	284	444,500
2	140	107,965	145	124,460	285	232,425
3	138	243,596	89	170,977	227	414,573
計	3,908	5,591,292	1,215	1,379,946	5,123	6,971,238

資料: (有)C事業体第10期決算報告書。

K山荘の管理運営, I屋および K市内のI屋2号店におけるそば加工体験事業と直売事業, 宿泊施設ヴィラージュKFの管理運営である。

そば打ち体験はC事業体の中心的なメニューで, その技術は地元農家に代々伝わる技術を基礎としている。I屋における体験は予約制で, 一部団体はK山荘を利用する。体験価格は人数に応じて2,000~3,000円, 体験時間は約1時間半となっており, 「出張道場」サービスも行われている。K市の2号店の体験価格は1,800円, かけそばまたはざるそばの試食を行うコースを用意し, おみやげとして乾麺1袋を用意している。

また, C事業体ではより本格的なそば栽培体験を行うため30区画のそばオーナーの募集を行っている。料金は年間10,000円で, 通常の圃場管理はC事業体が行う。

2001年度の体験者数は5,123人で微増傾向にあるが, 売上額は7,000万円弱で前年比5%の減収となった。月別には新そばが収穫される11月が最も売上が多く, 季節変動が大きい(第2表)。

3) 事業の成果と課題

常勤職員の雇用を安定化させるためにも, 売上の季節変動を緩和することは重要であり, そのためには出張道場の開催が有効である。しかし, 出張道場の参加人数の4割を占める小・中学生は, 総合学習課程との関わりで今後増加が見込まれるものの学校用単価の設定次第では売上増につながりにくい。出張道場の課題は一義的には社会人の団体需要の一層の掘り起こしにあるが, 長期的には学校用単価を調整しつつ増大する学校需要に対応することも必要となるであろう。なお, 農業体験参加者のニーズを満たすためには, 技術体験もさることながら農村環境が同時に体験できることが重要となる。K市のテーマパーク内に設置された2号店を成功させるためにも, 体験を行う「農的な環境」に対する配慮が今後必要と思われる。

(2) 山間地域における多様な農林漁業体験活動の展開と地域農業活性化

1) 町内の農業体験活動に関わる三つの流れ

福井県K町は県内陸部の豪雪地帯に位置する水稲単作地域である。同町には農業体験活動に取り組む三つの流れが展開しており、特色のある活動を行っている。第1の流れは「D事業体」の活動である。D事業体の活動は1984年に設立されたJA青年部に始まる。初期は主に若年農業者の交流の場として機能していたが、県内外の視察など勉強会を重ねるにつれ「田舎暮らし」体験のための多様なイベントや産直システムを実践してきた。現在では宿泊施設も兼ねた組織に成長し、当初のリーダーは現職町長として活躍中である。

第2は「E事業体」である。K町なども出資を行っている第三セクターのE事業体は、温泉宿泊施設「K荘」やそば打ちを行う「F道場」、木工品の製作・体験を行う「K工房」などを管理運営する。「F道場」は地元産のそば粉を利用し、本格的なそば打ち名人をも養成する体験施設であり、繁忙期や団体のそば打ち体験は、D事業体と一部連携している。

第3の流れは、過疎化が著しい旧S村地区のO集落が運営する「F事業体」である。「F事業体」は1998年に建設された木造2階建ての宿泊施設で、貴重な地域住民の交流の場であるとともに地域内発的な都市農村交流の実践の場でもある。

2) 事業内容と実績

それぞれの事業体で行われている体験活動は第3表に示す通りである。D事業体の総売上高は約6,000万円で、3分の2が農業生産部門、3分の1が宿泊・交流体験部門である。

第3表 K町における三組織の体験メニュー一覧

体験活動実施主体	体験活動名	内 容	対 象	体験料金	
D事業体	貸し農園「しゃえんだ」	市民農園(30坪×12区画)	家族、小グループなど	20,000円(年契約)	
	レクリエーション農業体験(週末チャレンジコース等)	種まき、苗の定植、イモ植え、収穫作業体験	家族、小グループなど	1,000~3,000円	
	秋のネイチャー冒険隊合宿	農村留学	小学校高学年生	8,000円(一泊二日)	
	農業プロ入門体験	実地農業研修	新規就農者等	応相談	
	10坪の農学校	通年の農作業体験(米:10区画、豆・そば:各30区画)	小中学生、家族・小グループなど	15,000円(豆、そば) 30,000円(米)	
	みそづくり体験	みそ製造	限定せず	5,500円(大豆1升分)	
	餅つき体験	餅つき	限定せず	3,000円(白餅1つき)	
	きびだんごづくり体験	きびだんご作り	限定せず	6,000円(半コネ [約250個:85串])	
	米粉入りパンづくり体験	パン・ピザづくり	限定せず	2,000円(パン) 2,500円(ピザ)	
	わら細工、竹細工、しめ縄リース体験	工芸体験	限定せず	各1,000円	
(財)E事業体	F道場	そば打ち体験	そば打ち	限定せず	1,700円(7食分)
		餅つき体験	餅つき	限定せず	1,500円(白餅)~
	K工房	木工体験	木工品制作	小中学生	1,000円(ドアプレート) 1,500円(時計)
F事業体	林業体験	森林の枝打ち、下草刈り、キノコの菌打ち	家族、小グループなど	未定	
	自然体験	森林浴、歩道の散策、渓流釣り	家族、小グループなど	未定	

資料：現地実態調査による。

宿泊・交流体験部門は、宿泊が年間約1,000人で夏期の利用が多い。以前は会議・宴会など収益性の高いプランの用意もあったが、グリーン・ツーリズムの目的そぐわないということで取りやめた。体験事業の利用者は年間約3,000人である。

E事業体は「F道場」のそば打ち体験の実績が多く、家族や小グループなどを中心に年間延べ約27,000人の利用がある。「F道場」の入り込み客数は町内の体験施設の中では最大であり、そば打ち目的の利用客は多い。

F事業体はいくつかのイベント事業を行っている。それら実績のうち、最大のものは小学生約60人を対象に自然体験を行う夏合宿である。春には椎茸の菌打ちを行う体験コースを設けるが、この参加者は55名であった。

3) 体験活動の成果と課題

福井県K町における農業体験の取組みは全国的にも評価が高く、多様な体験メニューを有した事業体が町内に複数存在している。D事業体の活動は、農業生産部門を持つため営農に引きつけた農業体験が行われており、農業生産と宿泊・交流体験を組み合わせたさらなる経営展開が期待される。E事業体の「F道場」は、「越前そば」の拠点として全国的にも認知されており、他県からの体験者も多い。また、F事業体の取組みは林・漁業体験活動を提供しており、滞在型の自炊可能な宿泊施設を核に、山村留学的な実践を行ってきた。

以上、K町における体験活動の実態をみると、それぞれの事業主体が独自の特色を持つ体験メニューを有している。しかし、地域マネジメントの観点からは、それら横のつながりが欠如している点が大きな課題である。実態として活動拠点相互間の交通手段すら存在していない。今後は、体験参加者の斡旋や体験指導者の担い手不足を補完するシステムを効率的に仕組むことで町全体の体験活動の一層の展開が期待される。

4. おわりに

以上、グリーン・ツーリズムの典型的な受け入れ主体である、市町村やJA等の公的主体が設立に関与する「大規模総合交流施設」、 「農業体験」をキーワードとした「地域内発的な」小規模事業体について、各事例の事業実態と事業成果、課題等について分析を行った。

元来、グリーン・ツーリズムとは、農産物の直接的な利用や農産加工、農作業体験など地域農業に何らかの基盤を置き、地域農業と成長を共にすべきものであるはずだが、地域農業の活性化という観点でとらえるなら、事例にみるグリーン・ツーリズムのあり方には、次の二つの問題点が存在する。

第一点は、農業公園等の大規模な総合交流型施設において、地域の農業生産との接点が曖昧な事業がみられる点である。本稿の二つの事例のうち、特にB農業公園では農産物直売所の存在を除けば、ほとんど地域とは無縁の事業構成になっている。A農業公園にしても、それまで地域に存在しなかったハーブが、地域農業の活性化にどれほど寄与するかは

いささか疑問である。

第二点は、地域内で行われているグリーン・ツーリズムの取組には、一定のビジョンを有したコンセプトの設定と、地域内相互の連携が必要とされる点である。端的には、K町におけるD事業体、E事業体、F事業体のように、それぞれ優秀な体験活動を実施しているにもかかわらず、個々の主体が別個に活動しているため、地域経済全体の相乗効果を得られない例が挙げられよう。また、C事業体においても、当該事業のコンセプトを明確化し、体験を行う環境に適切な配慮がなされれば、アンテナショップとしての2号店に不安を残さずに済む。特に同一地域の中に複数のグリーン・ツーリズム拠点が存在する場合には、相互の事業内容の競合を避けつつ、統一的なコンセプトで補完し合い顧客の興味を引きつける努力が必要である。

いずれにしても、都市住民をはじめとしたグリーン・ツーリズムの需要者が求めるものは、単なる訪問と土産品の購入にとどまらず、農業・農村独自の価値や農村空間におけるイベントへの参加・体験など、より関係性が深化する方向にある。昨今の顧客志向の変化に的確に対応するためには、グリーン・ツーリズムの取組の原点、すなわち当該地域の農業・農村の価値は何か、自分の地域が誇れる価値は何かを見極める観点がますます重要となろう。

なお、農村におけるグリーン・ツーリズムの活動が、当該地域の地域農業戦略の中でいかなる役割を果たしうるか、地域定住や農業への参入など地域の他の課題とどのように関わりうるのかについては今後の課題としたい。

【参考文献】

- 〔1〕（財）都市農山漁村交流活性化機構、『総合交流施設と地域経営型グリーン・ツーリズム』、2002年3月。
- 〔2〕（財）都市農山漁村交流活性化機構、『グリーン・ツーリズム農林漁業体験ビジネスの展開』、2003年3月。
- 〔3〕井上和衛、『ライフスタイルの変化とグリーン・ツーリズム』、筑波書房、2002年12月。
- 〔4〕井上和衛、『農村再生への視角』、筑波書房、2000年9月。