

グリーン・ツーリズムの現在

吉田 春生*

はじめに

グリーン・ツーリズムが農村の地域活性化策の一つとして国の政策として明示されたのは、1992年6月に公表された農林水産省の新政策「新しい食料・農業・農村政策の方向」においてだった。ヨーロッパではドイツ、フランス、イタリアなどにおいてグリーン・ツーリズムの成功事例が出ており、多くの行政関係者・研究者が現地を視察し、その情報が伝わったことが大きく作用していた。2001年度の「食料・農業・農村白書」では、農家民宿や農業体験といったグリーン・ツーリズムが日本でも普及しつつある状況を受けて、「都市農村交流を推進していく手法として、都市住民が休暇等を利用して農村を訪れ、そこに滞在して農村生活や農作業を実際に体験する滞在型の交流を目的としたグリーン・ツーリズムが重要な取り組みの一つとして位置付けられている」と記された。1990年代を通じて、農村の活性化＝交流＝地域振興の手段としてグリーン・ツーリズムが全国的に認知されていったのである。

ただ、実際のところ、農林水産省の方針が出される以前から、グリーン・ツーリズムの成功例、もしくは注目例はいくつか出ており、そうした事例について観光関係の学会でも報告はなされていた。

例えば、1970年代までに「町外に開かれた農村の条件づくり」に取り組んでおり、集落営農や農村住民による地域経営に成功していた京都府美山町では、1989年にはグリーン・ツーリズムを担うものとして自然文化村がオープンしている。また、北海道農政部では国の政策が出る前に、1989年から1990年にかけてグリーン・ツーリズムの可能性を検討していた。そして1992年には消費者、すなわち観光客側の意識調査報告書である「都市住民のファームインに対するニーズの方向」と、「農村らしさを生かした宿泊施設調査」を公表している。北海道では農家民宿をファームインという言葉で統一しており、1990年代には新得町の「ヨークシャーファーム」や鹿追町の「大草原の小さな家」といった先進事例を生んでいた。

国の政策とは関係なく、あるいはそれに先立って、グリーン・ツーリズムは地域独自の発想と問題意識で1990年代には推進されていたのだということが出来る。ところで、グリーン・ツーリズムは本来、スモール・ツーリズムでしか成立しないものだった。それは次のように説明されている。

ヨーロッパ各国で進められているグリーン・ツーリズムは、その舞台が有名観光地とは限らない普通の農山漁村です。しかもそこでの滞在は単位が団体でなく、もっぱら友人や家族など極めてパーソナルなものです。したがって、グリーン・ツーリズムのあり方そのものが、日本人の旅行行動とはかなり質的な違いがあり、(日本における)その受け入れには心理的にも、社会的にも時間がかかると

キーワード：八千代町、農業体験大学校、体験農業、観光マーケティング

* 本学経済学部教授

見ざるを得ないでしょう。(山崎光弘「わが国におけるグリーン・ツーリズムの現状」山崎他『グリーン・ツーリズム』1993)

ヨーロッパの場合、格段に著名な観光地ではなく、また観光客側が豪華な施設を期待するのでもなく、ごく普通の農家に団体旅行やパッケージツアーのかたちでなく、少人数で泊まるところに大きな特色があった。それは観光客側の旅行のかたちとして次のようにもいわれる。

いわゆる観光地でない農山漁村の空間（以下、田舎という）を舞台として、自然、生活、文化、地域産業の体験、人々とのふれあいなど、従来あまり観光の対象とならなっていなかった田舎の魅力を楽しむ旅行で、従来の観光と異なる（少なくとも大衆化していない）新しい形態の旅行。（(社)日本観光協会『農山村リゾートのすすめ』1997）

これは観光対象の広がり、観光形態の多様化として捉えることができるものであり、観光において紛れもなく新しい動きだった。そして、先の引用文で懸念が示されていた日本での普及には時間がかかるという予測を裏切って、グリーン・ツーリズムは特に農村地域においてはかなり急速に理解が進み、重要な地域振興策となった。それは少人数の観光客にだけ適合するものという点でスモール・ツーリズムにおいてのみ有効と思われていたものの、ヨーロッパにはなかった日本独自の展開を見せたからである。

典型的なのは大分県安心院町（現、宇佐市）である。もともとは「安心院方式」と呼ばれる「会員制農村民泊」という独自の方式で10軒ほどの農家が一日一組のみ泊めるというスタイルだったものが、取材や行政関係者の視察が2001年度実績で年間120組、1,800人を超えることで知名度が高まり、修学旅行の目的地となったからである。マス・ツーリズムの一形態である修学旅行の受け入れ先農家が別途、開発されたからである。

現在、全国各地の農村地域でグリーン・ツーリズムに取り組むという動きはほぼ修学旅行の誘致が目標とされているのが現実である。この点では、NHK テレビをはじめとして全国放送される機会の多い人口2,000人余りの長崎県小値賀町が漁業体験、農業体験によって修学旅行生を誘致し、年間1億円もの売り上げを上げているというような報道の効果も大きいと思われる。

さて、本論ではこうした全国的にも普及してきたグリーン・ツーリズムに関し、昨年筆者が訪問した新潟県六日町、及び兵庫県八千代町で目撃した意外な現実がどのような意味を持つかについて整理してみたい。

1. 新潟県六日町の「農業体験大学校」

地域振興策としてグリーン・ツーリズムを活用する上で重要なモデルとなるケースとして、2000年当時新潟県六日町（現、南魚沼市）の「農業体験大学校」は高く評価されていた。

そこでは、農家が田植えや稲刈りという繁忙期の農業体験を指導するのではなく、「農業体験大学校」を構成する宿泊施設職員が、事務局が独自に借り上げている水田において指導するのである。その地域の宿泊施設は冬はスキー客でにぎわうものの、夏とその前後での誘客が必須の課題だった。農家主体というよりは、宿泊施設が率先して運営していたことが「農業体験大学校」の大きな特色だった。（ただし、地域の代表的なホテルである八海山パークホテルは、現地のJA、農協の100%出資であり、ホテルの社長は農協の組合長、ホテルの職員は全員が農協職員による出向だった。）スモール・ツーリズムでしか可能とされない先の農家が一日一組だけ泊めるという会員制の「安心院方式」とは異なり、「農業体験大学校」

は仕組みとしてマス・ツーリズムへ発展できる可能性を有していた。あるいはすでに実践していた。

まず、2003年に筆者が現地に出かけヒアリング調査をした内容を紹介しておきたい（吉田春生『観光と地域社会』2006）。

「農業体験大学校」とは、八海山スキー場地域の宿泊施設が運営するさまざまな体験メニューを提供する組織である。事務局は収容人員96名の八海山パークホテルに置かれており、体験メニューは山菜学部（山菜狩り、きのこ狩り）、畑作学部（夏野菜、ジャガイモ、トウモロコシなどの作付け）、稲作学部（田植え、稲刈り）に分かれ、それ以外にもそば打ち体験、わら細工、星座観察、魚釣り、野外キャンプ、八海山登山など豊富なメニューが用意されていた。

これだけの豊富な体験メニューを、事務局を構成する宿泊施設の職員だけではできない。地域の多くの関係者が協力することで地域活性化（＝地域振興）という側面からも評価できるものだった。体験メニュー等ソフト支援は南魚沼農業改良センター、六日町役場農林課、JA 魚沼みなみ、そして六日町のさまざまな地域内ネットワークによるものだった。例えば、山菜狩りやきのこ狩りは地域の国有林愛護組合、サツマイモやサトイモの畑作は地域の管理組合、そば打ち体験は地域の女性指導グループ、わら細工や笹団子づくりはJA 女性部などの協力、といった具合である。

参加者への宣伝や集客についてはJA やコープトラベルが協力していた。観光商品の販売ルート確立という点では大きな意味があり、実際に2002年の実績では春のそば打ち体験では高校、子供会の団体があって対前年776%の365人、夏のそば打ち体験もJR、JA からの送客があって対前年112%の410人、林間学校も三つの団体があって対前年151%の521人といった実績は、マス・ツーリズム受け入れ可能な状況だったことが分かる。

ヨーロッパではスモール・ツーリズムでしか可能でなかったグリーン・ツーリズムが、日本においてマス・ツーリズムでも十分機能するという、すでに知られている長野県飯田市を中心とする（株）南信州観光公社の成功事例とは異なる证明材料だと筆者には当時思われた。しかし、2014年に現地を訪問した際、大きな変化が起こっていた。六日町が吸収合併されたかたちでの南魚沼市に「農業体験大学校」という名称は残っているものの、運営形態がまったく変わってしまったのである。

かつての「農業体験大学校」は中心となるJA100%出資の八海山パークホテルに事務局を置いており、同ホテルの従業員が専任に近いかたちで運営に責任を持っていた。しかし、現在の事務局はJR 六日町駅の一階にある六日町観光協会内に担当者一名を置くだけの組織となっていたのである。

かつて事務局のあった八海山パークホテルはすでに跡形もなく、現在の中心となる施設は農業体験実習館（スポーツ施設としても利用可能）レイホー八海となっている。「農業体験大学校」は組織面で変わったばかりでなく、機能面でも変わっていた。以前の「農業体験大学校」はさまざまな体験メニューを提供することが主な仕事だった。しかし現在では、1名のみの担当者を置く「農業体験大学校」を含む六日町観光協会は第三種旅行業の登録を行っており、その業態を単なる（「農業体験大学校」による）体験メニューの提供だけに留まらず、バスツアーも実施する旅行会社の役割を果たしているのである。いうまでもなく、これは六日町観光協会が観光情報を提供する、あるいは地域資源を観光商品として売るばかりでなく、旅行商品としても売ることを意味している。それは地方へ送客する都市圏の旅行会社による旅行商品との競合となることを意味している。ここでは詳述できないが、これは地域の観光商品を発地側の旅行会社に提供することに徹する（株）南信州観光公社のあり方——旅行業界での専門用語ではランドオペレーター——とは微妙に異なるものであり、より細ってしまうことにならないか懸念される要素である。

ここでは本論に戻して、少なくとも人員の配置で縮小している点に着目しておきたい。1990年代に六日町の「農業体験大学校」が高く評価されていた時代は、いわばグリーン・ツーリズムの黎明期だった。取り組む地域は北海道や長野県、京都府、兵庫県、大分県など数は限られていた。しかし現在では多くの地

方自治体でグリーン・ツーリズムの展開が試みられるようになった。2000年代に入ってはっきりその傾向は出てきた。2000年代半ば以降、鹿児島では南薩摩のNPO法人エコリンクの働きかけで農家民宿が修学旅行生に対して実施されるようになった。学校の修学旅行担当者教員にそれまでの山間の農村地域ばかりでなく、海が見える場所でも体験農業をさせたいという意向が働いたことが要因とされている。

六日町の「農業体験大学校」は同じ農業体験ができるという他の地域との競争ばかりでなく、鹿児島のように海が見える場所に近い農村地域という、異なる魅力を備えた地域とも競争にさらされることになったのである。さらには幾分推測の域を免れないものの、異なる組織編成による近隣地域との競合にもさらされることになったのである。筆者が昨年ヒアリング調査で得た次のようなケースのことである。

国が力を入れてきた政策に観光圏整備法による観光圏の形成というものがある。地域間の連携を促進することで地域の創意工夫を生かした観光商品を造成することを目的とした政策である。ただ、民主党政権時代の事業仕分けではまったくの無駄と判断された政策でもある。そして実際に、2013年の時点で全国で49地域が認定されていたが(補助金の対象となっていたが)、同年に再申請が必要とされる16の観光圏の内、9観光圏は国のフレームからは外れる決断をしていた。

このような観光圏ではあるが、比較的成果を上げている地域として、六日町を含む南魚沼市、魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、みなかみ町、栄村の7市町村を圏域とした「雪国観光圏」がある。2013年には「一般社団法人雪国観光圏」へ移行し、広報や品質管理、コンサルティングなどの事業を行なっている。そして、六日町「農業体験大学校」のさまざまな体験メニューの選択される率が低下せざるを得ない次のような事情がある。

それぞれの市町村で体験メニューが生まれているのである。例えば、この「雪国観光圏」の中心人物であり代表理事を務める井口智裕氏が経営する温泉旅館 HATAGO 井仙のある湯沢町では2014年度に温泉旅館企画の下記のような体験メニューを実施している。

HATAGO 井仙

9月23日 稲刈り

10月25日～12月15日までの毎週土曜・日曜・月曜 きのご狩り

NASPA ニューオータニ

9月27日～28日、10月4日～5日 魚沼産コシヒカリ稲刈り体験

毎日 ピザ焼き体験

松泉閣花月

9月24日 お月見香のお香体験

上記のような企画が「雪国観光圏」の7市町村それぞれで募集されるのである。すべてが農業体験ではないものの、越後湯沢温泉や群馬県の水戸温泉のような有力な温泉地——滞在客の多いことを意味する——でもさまざまな地域側からの観光商品が開発されているのである。かつての六日町「農業体験大学校」にしてみればその地位の相対的な低下が見られたことは想像に難くない。

地域ごとに、あるいは全国的に見ても農村地域が体験メニューを提示することで簡単に客を呼べる時代ではなくなっている。1980年代後半のバブル経済の時代まで農業体験など見向きもしなかったマス・ツーリズム対応型(団体旅行、パッケージツアー重視)の温泉旅館までもがグリーン・ツーリズムの典型たる農業体験を観光商品として提供するような時代となったのである。

2. 兵庫県八千代町の地域振興策

兵庫県八千代町(現:多可町)は1990年代において観光を絡めた地域振興で注目される地方自治体だっ

た。マーケティングという観点からも興味深い事例として知られていた。(以下の八千代町の事例については、21ふるさと京都塾編の『人と地域をいかすグリーン・ツーリズム』1998を参照している。)

八千代町は兵庫県のほぼ中央部、中国自動車道滝野社ICから車で30分ほどと比較的京阪神の都市からはアプローチしやすい場所にある。周囲は山に囲まれ、農林業としては椎茸栽培や凍り豆腐が盛んではあるものの、農家の大半は町の主要産業である織物工場で働いていた。町は将来を見据えて、1985年には「都市住民との交流を基軸にした町づくり」を打ち出した。その基本思想は不特定多数の観光客を増やすことではなく、町を愛してくれるようリピーター、ファン層を作ることに向けられていた。これは小さな町や村が立脚すべき重要なポイントである。

八千代町が最初にしたことは、先に述べた北海道農政部が国のグリーン・ツーリズム推進方針が出る前に実施していたことと同じである。町は近畿圏の学生1,000名にアンケートを取り、どんな施設があれば利用したいかを調査したのである。その結果も受けて1990年にはオーストリアのシャレー風の宿泊施設「エーデルささゆり」、全天候型テニスコート、体育館など若者を引き寄せるような施設を建設した。

八千代町が優れていたのは若者を呼び込もうとして戦略を練ったばかりでなく、どちらかといえば高齢者を対象とした「フロイデン八千代」という、全国初といわれる滞在型市民農園を1993年にオープンしていることである。一区画が300平方メートル、冷暖房完備、バス・トイレ、キッチン付きの滞在施設が60棟である。農園、花壇などとともに駐車スペースも用意されている。利用契約は20年間で年間利用料は276,000円である。これは二世帯、三世帯交流を当て込んでの施設であり、交流人口の増大という点では効果的であろう。

さらに流通面から注目すべきことは、コープこうべの三番目のふるさと村を誘致したことである。コープこうべのふるさと村は土地を地元が提供し、そこにコープこうべが必要な施設を建設するという仕組みである。地域の側からすれば、空き地を提供するだけで都市住民であるコープこうべの組合員を誘致できる安楽な手法であるともいえる。ただ、八千代町の場合には、コープこうべ一番目のふるさと村が建設された千種町のように交流人口をほぼ生協頼みとする姿勢ではなかった。1994年オープンしたふるさと村に先立って若者向けの施設、高齢者向けの「フロイデン八千代」がそれぞれ1992年、1993年にオープンしているからである。

いうまでもなく、本論のテーマであるグリーン・ツーリズムと特に関係が深いのはコープこうべのふるさと村である。筆者の手にある2001年度「ふるさと村だより 秋号」ではそば打ち、芋ほり、稲刈り、餅つきなどの体験メニューが紹介されている。1泊2日のツアーとして実施されるものが多く、宿泊は定員8名まで収容可能なコテージとなっている。コテージは14棟であるが、そうしたツアーで使用されるのは別に、マイカーで訪れる組合員のためにはオートキャンプ場も用意されている。

このコープこうべのふるさと村の仕組みは多くの地域で集客に苦勞する点を、生協組合員という固定層を対象とすることで解消しているのだといえる。さらに「ふるさと村だより」では団体・グループでのふるさと村訪問を歓迎する案内文も掲載されている。地域が提供できる観光商品を生協という流通ルートによって販売できる仕組みとなっているのである。

八千代町はグリーン・ツーリズムに適合するコープこうべふるさと村を中心とした取り組みだけでなく、学生を中心とする若者世代向けのスポーツ施設や高齢者対象の「フロイデン八千代」といった多彩な取り組みをしていることで1990年代に地域振興の成功事例とみなされていた。しかし2014年、筆者が八千代町を訪問した際には、ここでも大きな変化が起きていた。シャレー風の宿泊施設「エーデルささゆり」の裏山に位置するコープこうべふるさと村への通路は通行止めとなっており、ふるさと村は閉鎖されていたのである。

送客する組織としては、大都市圏の旅行会社に匹敵するコープこうべであるものの、150万人を超える

組合員のすべてが体験型の観光を生協を通じてのみ選択するという時代ではなくなったことが大きな要因として考えられる。ここまでですでに触れてきたように、修学旅行の観光形態としてだけでなく、家族単位の旅行でもさまざまな体験という観光形態を含む旅行のかたちが生まれてきている。多くの選択肢が用意されるようになったのである。例えば、先の「雪国観光圏」であれば、温泉旅館に泊まったの農業体験も可能とされている。八千代町のコープこうべふるさと村のようにコテージに宿泊することや、初期のグリーン・ツーリズムのように農家に滞在して農業体験をするというスタイルでないさまざまな選択肢が生きているのである。これはこれからグリーン・ツーリズムに取り組もうとする地域が最初に意識すべきことがらである。グリーン・ツーリズムをめぐる環境が大きく変わってきたのだということが出来る。

もちろん、八千代町の地域振興という全体的な視点からすれば、グリーン・ツーリズムに適合する観光の要素は激減したものの、サークルなど若い世代のスポーツ合宿やシニア世代への滞在型市民農園の先駆けとなった「フロイデン八千代」は健在であるし、筆者自身は「エーデルささゆり」が観光施設として一定の役割を果たしていることを評価したい。1室2名利用で1泊2食付きで1万円というリーズナブルな料金でありながら、ちゃんとしたコースのフランス料理を出してくれる。隣接してチャペルもあるところから、結婚式と披露宴をここで行なうことも可能である。また、昼食事に女性のグループ客が数組あったことは、山間の落ち着いた雰囲気シャレー風宿泊施設のレストランでの食事が十分この地域への誘客材料となっていることを窺わせるものだった。

まとめ

いま新潟県六日町（現：南魚沼市）と兵庫県八千代町（現：多可町）というかつてグリーン・ツーリズムの成功事例として取り上げられていた二つの地域においてどのような変化が起きているか紹介した。全国的にどこもかしこもグリーン・ツーリズムによる農村地域の振興が当たり前となったことによる相対的な地位の低下——集客力の低下——が起こったからである。1990年代の全国的な普及を図る段階から大きく変わってしまったのであり、地域振興を考える上では新たな段階に入ったのだといえる。詳細は観光マーケティングの原理に基づいての考察が必要であるが、ここでは観光対象という観点からのみ整理しておきたい。

もはや農業体験という観光対象だけに頼るのではなく——それは全国のどの農村地域でも可能である——、それにプラスした何らかの魅力付け、もしくは観光対象が必要である。農家民宿で農業体験というのではなく、「雪国観光圏」のように温泉旅館に滞在しての農業体験という組み合わせも一つの方法である。また、鹿児島島の南さつまのように、海も見えるということも新たな魅力付けとして注目されている。農業体験に何がプラスできるのかという、どちらかといえば本来のグリーン・ツーリズムを越えるところで新たな集客が可能となる時代に入ったのだといえる。

参考文献

1. 山崎光弘・小山喜彦・大島順子 1993『グリーン・ツーリズム』家の光協会
2. (社)日本観光協会 1997『農山村リゾートのすすめ』(社)日本観光協会
3. 21ふるさと京都塾 1998『人と地域をいかすグリーン・ツーリズム』学芸出版社
4. 吉田春生 2006『観光と地域社会』ミネルヴァ書房