

SS 1 5 農山漁村における体験型観光

執筆者：鹿熊勤氏（自然系ジャーナリスト）

エコツーリズムやグリーンツーリズムは、自然環境に恵まれた地域のみが実施しうる、近年、最も注目されている地方型経済活動の一つです。奈良や京都などの古都が、固有の歴史資産（史跡・建物・行事・文化など）を体系化して観光集客に結びつけているように、地方の農山漁村では、集落独自の風景美や周辺の自然、それらの環境を背景に営まれてきた文化・技術・生み出される様々な産物が観光的資源になりつつあります。



ここでは、農山漁村における体験型観光の意義や仕組み、考え方を、事例と共に学びます。

写真：
条例で農村の茅葺き景観を保全し、「美しい村」として人気を集めている京都府美山町（現・南丹市）

1、名もない農山漁村が「旅先」になりはじめた理由

20年ほど前まで、名所や旧跡など定番型の観光資源を持たない「普通の農山漁村」が、本格的なツーリズムの舞台になるなどというのは信じられないことでした。

エコツーリズムやグリーンツーリズムが急激に盛り上がってきた背景には、様々な理由が考えられます。一つは、都市が自然からあまりにも離れすぎてしまった反動です。

高度経済成長以降、日本の人口は地方から都市へと急激に集中しました。都市圏は年々膨張を続け、比較的良好な自然が残っていた郊外の農地や山林も宅地開発などで失われています。例えば東京の人口は、高度経済成長期をピークに、1994 - 1995年の2年間だけを除いてずっと転入超過、すなわち人が増え続ける状態にあります。

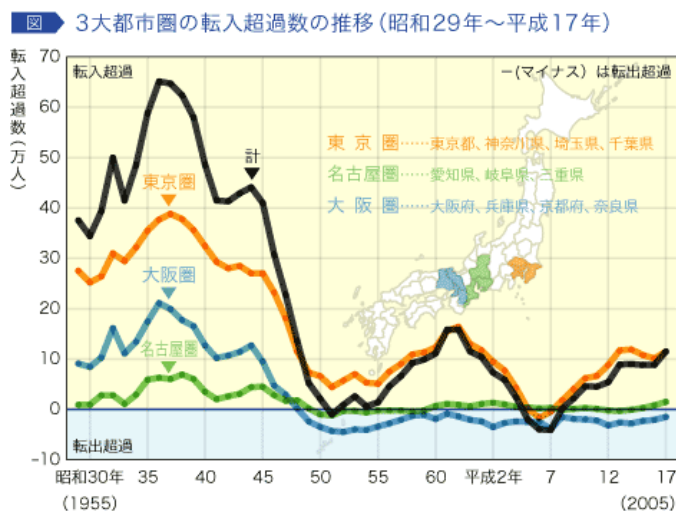


図 1：三大都市圏の転入超過数の推移

出展：総務省統計局のデータ

食の安心安全や化学物質過敏症などの問題も、人々に「自然」の存在を再認識させています。地球温暖化や生物多様性の危機といった環境意識が世界的に高まり、消費行動や社会活動の視点が、少しずつ自然共生の方向へ向かっていることも大きな要因でしょう。また、日本人が常に強く意識してきた欧米の余暇動向がエコツーリズム・農村滞在型に向かっていることや、ユネスコの世界遺産登録制度なども背景として見逃すことはできません。

加えて浮かび上がるのは、既存の観光産業の一部が、「光」(輝かしい存在)を、「観る」(体験して心の糧とする)という本質を忘れ、形骸化、制度疲労を起こしている、あるいは、時代に合わせる変革努力を怠って、次第に魅力を失いつつあることです。

実は今後、地方においてエコツーリズムやグリーンツーリズムなどをプロデュースする際に最も注意しなければならないのが、こうした形骸化、通俗化です。自然を希求する人たちの思いや心理を忘れた提供者本位の運営は、表面的にはエコ型・グリーン型であっても、目の肥えた利用者にはいつか見抜かれ、行き詰まりを迎えるでしょう。

2、マス型ツーリズムはなぜ失速したのか

エコツーリズムやグリーンツーリズムは、ありのままの自然や農山漁村の暮らしに接することができる「リアリズム」と、いわゆる観光的なものとの一線を画した「新しさ」が魅力の要素です。ただし、今エコツーリズムやグリーンツーリズムに脚光が集まっているのは、現時点における日本の余暇水準に比較すれば新鮮で面白い、ということに過ぎず、各地で同じような体験型観光が増えてくれば、参加者の要求水準はおのずと底上げされ、競合も激しくなり、自己変革を怠った事業者のプログラムは独自性が急速に薄れ陳腐化する恐れがあります。

余暇に十分な時間やお金を投じることができなかつた時代の日本では、旅は特別な存在でした。江戸時代に大ブームとなる伊勢参り以来、神社仏閣を擁する聖地や、すぐれて風光明媚な土地は「一生に一度は訪れたい」特別な場所に位置づけられてきました。

江戸時代、伊勢参りに要する費用は現在の海外旅行に匹敵するほどの大金でしたが、地域の「講」(積み立て制度)によって賄われました。御師(おんし)と呼ばれるコンダクターが村々の参拝者を団体に取りまとめて伊勢まで案内。到着すると、大名のような至れり尽くせりの食事やサービスで歓待されました。この「一生に一度の贅沢」という感覚は、のちの団体旅行システムに引き継がれていきます。

しかし、交通手段の発達による移動の短縮や週休二日制の導入などで可処分時間が増え、情報量も増大したことで、ツーリズムは多様化しました。既存のマス型観光は、以来、次第に求心力を失っていきます。行動属性も職域や地域共同体から、友人や家族、カップルなどの小グループの時代になり、団体客を前提に構築されてきた(甘えてきたとも言える)サービスに限界が見え始めてきました。そうした余暇事情を背景に登場したのが、農山漁村への滞在という、これまでにない時間の過ごし方です。

3、農山漁村滞在型観光の主な種類

1) 農家民泊

農家に泊まりながら、農作業や家事の手伝いなど様々な体験をします。農家民泊は、宿泊と飲食業務だけを提供する既存の民宿とは異なります。

2) 農家レストラン

地域でとれた食材の特色や、農家らしい建物の雰囲気を生かしながら、農家自身が料理を作り提供する食事処です。



写真：農家レストラン（大分県大山町「木の花ガルテン」）



写真：木の花ガルテンのバイキング



写真：長野県小川村「小川の庄」のおやき



写真：農家レストラン

囲炉裏時代の建物をそのまま生かしたのから、洋風建築まで様々。料理も、おやきなどの郷土料理から創作料理のバイキングまで多岐にわたるが、地産地消が原則。

写真：古い建物を生かした農家レストラン（宮城県加美町「ふみえはらはん」）

3) クラインガルテン

ラウベと呼ばれる滞在施設付きの貸し農園です。年間単位で貸し出し、利用者はラウベで寝泊りしながら野菜作りを楽しみます。地元の農家が栽培指導にもあたります。

4) ワーキングホリデー

収穫支援などを通じ、農村体験と農家との交流を楽しむツアーです。支援をする側が費用を支払い参加。農家民泊ともリンク、費用には宿泊代や食事代が含まれます。

5) 農業公園

農村の様々な資産要素をハード化・ソフト化した複合型観光施設です。多くの体験施設やプログラムを用意、様々な人々の要望にこたえます。

6) エコツアー・自然学校

農地を含む自然を舞台に、環境の仕組みや人と自然の関係などを学ぶ、あるいはたくましく生きる力を養うツアー・学習プログラムです。

7) 修学旅行・総合学習

近年、農山漁村は校外教育の場としても注目されています。これらの教育ツアーは、上記の農家民泊、エコツアー・自然学校とも連動しています。



写真：岩手県山形村＝現・久慈市
農山漁村を修学旅行や校外学習の場を選ぶ学校も増えてきた。田舎のくらしや農作業体験は都会の子どもたちにも好評。

8) 農産物直売所

農家自身が運営する農産物の販売所です。商品を通じて地域の魅力を伝えます。農家自身が自ら店頭立つことで、来訪者と交流を深めることができます。80年代から各地に登場、現在では全国に約1万2000か所以上あるといわれています。



写真：直売所（左・大山町 右・無人直売所）
地域自立運動の象徴ともいわれる農産物直売所。
個人の無人販売所から、年間10億円を売り上げる
スーパーマーケット並みの規模のところまで様々。

4、誰のための、何のためのツーリズムか

これらのツーリズムは、絶対唯一の風景美や歴史的特性などを柱としてきた既存の観光資源とは異なります。そこそ自然に恵まれた“田舎”であれば、また、知恵を絞ればどの地域でも実施できそうなものばかりですが、企画立案に際しては「誰のための、何のためのツーリズムなのか」ということを念頭に置く必要があります。

既存のマス型観光が「一度は行きたい」というニーズを満たしてきたのに対し、農山漁村滞在型のツーリズムでむしろ重要になるのは「何度でも行きたい」と感じさせる魅力づくりです。

地方の組織は、都会の大きな企業などと違い、PRに大きな予算や労力を費やすことはできないため、活動の告知にはおのずと限界があります。仮に大きくアピールすることが可能でも、恒常的に大量の来訪者を受け入れることは難しく、かえって良好な資源である景観や集落の雰囲気破壊することになりかねません。理想は、ほどよい数の人が、年に何度も訪れるような持続的なシステムづくりです。

東京ディズニーランドやユニバーサルスタジオジャパンのようなアトラクション型の大型施設でも、人気を支えているのはリピーターで、年に何度も通うヘビーユーザーを多数抱えています。こうした「真のファンづくり」は、多額の広告宣伝費を投入して入り込み客数を大きく伸ばすこと、すなわち売り上げ至上主義に陥った観光システムが、本音ではわかっていながら置き忘れてしまった要素とも言えます。

5、リピーターは何に魅かれるのか？

リピーターが体験型のソフトを評価する心理には二つあります。一つは、何度体験しても飽きない奥深い魅力があること。もう一つは「次はどんな面白いことを体験できるのだろう」という期待感を満たす、様々なプログラムが用意されていることです。前者のような定番ソフトの開発も重要ですが、来訪者のリピート化でむしろ役立っているのは、後者のように、常に新しいことを提示する姿勢です。といっても、それは必ずしも難しいことではなく、農家レストランで言えば、春夏秋冬の旬を大切にす、メニューを固定化せず、同じ野菜でも調理方法を変えて提供するなどの、ちょっとした工夫です。

素材やプログラムは“作り物”の企画でなく、リアリティーとオリジナリティーが重要です。ソフトづくりは、常に地域の産物や自然、伝統文化、人的資産から見出した“ほんまもん”であるべきです。よそで人気のプログラムであるからといって、その地域にそのまま取り入れても成功するとは限りませんし、どこでも体験できるものほど陳腐化しやすいという厳しい現実を忘れてはいけません。

プログラムの理想は、地域の魅力をより実感できる「物語性」「説得性」が仕掛けや味付けとして隠されていて、参加者が楽しみながら理解を深めていけるものです。告知（PR）に際しても、凡百の企画では話題になりにくく、メディアに露出する機会は少なくなります。アイデアがユニークであるほど話題性が増し、クチコミ効果も高くなります。

6、そもそも、自然・農村体験型観光の目的は何か？

エコツーリズムやグリーンツーリズムをプロデュースする目的の一つは、第一次産業を中心とした既存の地域経済を補い、働く場を増やすことです。ここ数年、高齢過疎化で中山間地域の集落機能維持が困難になる「限界集落」問題がクローズアップされていますが、これらの現象は、つきつめれば経済問題、労働問題と考えることができます。かつて、地方から都会へ出て行くのは農家の次男三男、あるいは娘たちでしたが、近年は家の後継者である長男さえも、仕事を求め都会へ出て行く流れが止まりません。

実は歴史的に見ても、農業や林業一本で暮らせた地域は珍しく、かつての農家（林家）は、それを補う様々な副業を持っていました。農閑期に炭を焼く。あるいは縄をない、草鞋を作り、身近にある竹や蔓で日用品を編む。行商を農閑期の仕事にした地域もありますし、鍛冶や大工仕事、酒造りの技術を地域で保持し、集団で季節労働に出た例もたくさんあります。多くの農家は本来、多角経営・複合経営で暮らしを立てていました。自然の中で様々な技術を身につけた「百姓」ならではの知恵ですが、こうしたスキルは時代の変化とともに役目を終えていきました。

地域に働く場とくらしの意欲をもたらすエコツーリズムやグリーンツーリズムは、農山漁村地域における現代の副業資源と位置付けることもできますが、さらに大きな可能性を秘めています。来訪者との膝を交えた交流により、様々な考えや価値観、知識が地域の人たちにもたらされ、蓄えられた多くの情報をもとに、ものごとを複眼で見る習慣や新しい発想方法、議論の進め方などが身に付くことです。

例えば、子供の頃から毎日見ているため何も感じなかった山や川が、都会の人にとっては心癒される景色であることを知ってから、愛おしい存在に思えてくる。米づくりや野菜の収穫、食品の加工体験などに喜々とする都会の子供たちを見て、農業の根底にある「命を育てる」「ものをつくって暮らす」ことの楽しさを再認識する。行政や農協などに頼りきるのでなく、自ら企画を練り営業活動を積極的に推進する。エコツーリズムやグリーンツーリズムに訪れた人たちは、地域経済を活性化させるだけでなく、農山村に根を張って生きることの誇りと喜びを取り戻してくれる可能性を秘めています。

一見客を大量に誘導し続ける既存のマス型観光では、経済的な効果ばかりが目され、生きる意欲といった活性要素は軽視されてきました。リアリズム（ほんまもん）が資源の体験型観光は、地域を持続的に発展させる現代の副業であり、田舎に移り住みたい都会人にとっても理想的な働き口、あるいは起業の足がかりになります。

7、各地の成功事例と波及効果

1) グリーンウッド自然体験教育センター

人口約 2000 人、長野県で一番小さな村、下伊那郡泰阜村にある N P O 法人・グリーンウッド自然体験教育センターでは、1993 年から都会の子供たち（小学 4 年生～中学生）を 1 年単位で預かり、地元の学校に通わせる山村留学事業「だいだらぼっち」を行なっています。定員は年間 20 人、留学費用はひとり 1 か月 8 万円。管理費を含めるとひとり年間 100 万円強（留学費のうち月 1 万円

は泰阜村が保護者に補助し、20人分で約2000万円がグリーンウッドの収入です。理想の運営を考えると定員は現在の20人でほぼ限界ですが、これだけでは毎月の留学費のほとんどが生活実費に消え、収支計算上はスタッフの人件費まで手が回らないといえます。

ところが、この山村留学は意外な副産を生んでいます。休日になると子供たちに会うため家族が都会から訪れ、併設の宿泊施設に泊まっていくのです。こうした来訪者は、20人の留學生に対し、年間延べ計算で1000人(泊)にも達するといえます。また、子供集団の管理や自然教育のノウハウを生かし、夏休みに開催する「信州こども山賊キャンプ」も大きな収益源です。

山賊キャンプの趣旨はイベントというより短期留学で、子供たちだけで野外生活・自然体験に挑戦することで、生きる力やおもいやり、協調精神などを養います。山賊キャンプは、毎夏参加するリピーターが非常に多いのも特徴で、事前に内容を知らせないミステリーツアーや、参加回数が増すごとに長期のキャンプ泊にエントリーできるステップアッププログラムが人気の秘密になっています。2007年の夏休みは、アジア諸地域からの参加を含め、関東・中京・関西・長野県を中心に全国各地から1087人の子供たちがキャンプを楽しみました。グリーンウッドの収入は現在、1億円を超え、今や村内有数の事業所に数えられています。

多くの来訪者の食事を賄うために、地元泰阜村だけでなく、県内の契約農家やパン店などから良質な農産物や加工品を調達、地域経済へも地道に貢献しています。また、子供たちの元気な声は、少子高齢化の象徴のような村に活気と希望を与えています。



写真：(左)こども山賊キャンプ (右)猪の解体
「グリーンウッド自然体験教育センター」は、長期の山村留学と短期の自然体験の2本柱で運営。自然に根ざしたくらしや体験学習を資源に、持続可能な地域づくりを目指す。

2) 伊賀の里 もくもく手づくりファーム

昭和63年、三重県伊賀市に養豚農家らが設立した銘柄豚振興のための組合が母体です。地域の学校から求められて始めた「手づくりソーセージ教室」が評判を呼び、次第に観光型の体験プログラムに成長。売り上げを新たなハードに投入する形で、手づくりハム・ソーセージを軸とした地産地消型の自然食レストラン、地ビールとパン工房、温泉、農産物直売所物、宿泊施設などを運営、総合農業公園として成長してきました。年間売り上げは、中京各地に出店している直営レストランを入れると35億円。東京ディズニーランドを含むテーマパークや動物園・水族館などレジャー施設の全国ランキング調査の中でも上位に付けています。「もくもく」は、ごく普通の農村地帯の中にもありますが、5月の連休には1日に1万人もの来訪者があり、周辺の道路が大渋滞を起こすほど

です。

年間来訪者約 40 万人のうち、じつに 7 割がリピーターであるといえます。再訪の動機になっているのは、飲食・販売施設よりも敷地内の施設や農地を舞台にプログラム化されている体験事業です。ソーセージづくりを筆頭に、薪窯のパン教室、乳搾りや米づくりなどの農業体験など様々なソフトが用意されており、エコツーリズム・グリーンツーリズムの精神と技術に通じたインストラクターのもと、実費で体験することができます。年間に訪れる 40 万人のうち 10 万人が、飲食や買い物などの他にこうした体験プログラムを楽しんで帰るといいます。これらの施設では、自家生産を含む地域の農産物が利用されるため、雇用を含め大きな地域還元効果を発揮しています。

施設内では、自然共生のポリシー＆メッセージが随所に表れています。宿泊棟のテレビでは、部屋ごとの電力消費量がリアルタイムで表示されます。風力発電でジュースを回して絞った生ジュースなども人気のあるアイデアです。ごみの出ない弁当や水筒に限り食べ物を持ち込みもOKで、レストランなどでは、トレイをセルフで戻すとその分の人件費が環境保護基金に寄付される「おかえりコイン」制度も取り入れられています。

スタッフには年に一度、長期休暇が与えられていますが、ほぼ全てのスタッフが、この時間を視察旅行や食べ歩き、余暇産業や環境学習などの自己啓発に充てているといえます。



写真：おかえりコイン



写真：風力発電ジュース



写真：ソーセージ作り教室

もくもく手作りファーム

自然食レストランから地ビール工房、温泉、直売所まで備えた農業公園「もくもく手づくりファーム」。自然共生型の体験プログラムや施設内の仕掛けが、リピーターを呼んでいる。

3) 体験型民宿「たばた」

栃木県の体験型民宿事業の第1号に認定された民宿「たばた」は、クヌギやコナラの里山に囲まれた栃木県茂木町にあります。都会から遊びに来た子供たちが、田んぼの代掻きや農作業の耕運機に目を輝かす様子に気づいた関戸良一氏が、農村体験プログラム付きの民宿経営を立案。宿泊料に

1,000 円程度の体験料を上乗せして、蕎麦打ちや農作業、生き物遊びが楽しめる宿泊パックを手探りで作り上げました。当初、体験指導は家族でまかなっていましたが、クチコミで人気が高まり、手が回らなくなる心配が出てきました。そこで関戸氏は、集落全戸に声をかけ、高齢者を中心に各戸 2 名ずつ登録インストラクターを委任。農村・自然体験を希望する宿泊客に、交代で遊びの先生になってもらうことにしました。農村の高齢者が、竹細工やかご編み、カブトムシ捕り、ドジョウ捕り、釣り、山菜採り、炭焼き、餅付きなど様々な自然型スキルを持っていることに着目したこの仕組みに旅行会社も注目しました。日帰りの体験バスツアーも加わって、この 1 軒の民宿には年間延べ 1 万人もの体験希望者が訪れます。

こうしたシステムを構築できたのは、関戸家が古くから続く庄屋で地域の信頼が篤いことと、何よりも関戸氏のバイタリティーです。様々なスキルを持つ人を「優れた人財」と位置づけ、都会の人たちと交流を持たせるきっかけ作りとなったこの登録制度は、高齢者に「人の喜ぶ顔を見ると自分も元気になる」と、生きる張り合いを与えました。また、収入のインストラクター料は、年間総額こそ大きなものではありませんが、現役で社会に役立っているという実感をもたらしています。

インストラクター料は、プログラムやスキルのレベルにもよりますが、多い人で 1 回 2 時間 4,000 円(時給 2000 円) 年間で 20 回以上の体験指導をこなしています。この登録制度のような発想は、地域をプロデュースする際のよい手本の一つに挙げることができるでしょう。



写真：(左) 蕎麦うち (右) 竹細工

様々な暮らしのスキルを持った地域の高齢者に講師を委託、個人宿泊施設ながら驚異的な集客率を上げている民宿「たばた」。高齢者に社会と関わり続ける喜びを与える。

撮影 / 和田悟

8、活力ある農山村滞在型観光に共通するもの

活力ある農山村滞在型観光には、いくつかの共通点があります。一つは人材です。いくら地域にすばらしい潜在資源があっても、存在に気づき、活かせる「人」がいなければ状況は変わりません。エコツーリズム・グリーンツーリズムの起業に際しては、以下の3つの才能が揃うことが理想です。

調整・統括・決断能力にすぐれた敏腕プロデューサー

発掘した地域資源を発想豊かにわかりやすく企画・商品化できる、センスあふれるプランナー
(デザイナー)

企画・商品化された地域資源を、積極的に売り出していくことができる熱血営業マン

一人が3役をこなしている事業体もあれば、それぞれに適任者がいるケース、役所や農協なども参加し、地域としての確に役割分担をしているところもあります。Iターン定住者が“よそ者”ならではの客観的視点や、前職のプランニングやコンピュータ技術、営業経験などを生かして活躍している例も多く見受けられます。その他の共通点は、何でも「面白がれる」乗りと、とにかく「やってみる」積極性があることです。もちろん行動力も重要ですが、プランをわかりやすく説いて周囲の賛同を得る粘り強い交渉力も必要です。

成功しているプログラムの種子は、意外に田舎ならごく普通にあるものだったり、既に誰もが省みなくなっているような小さなものです。常識ではとても未来の種子が眠っているなどとは考えられないものでも、その中にきらりと光る存在を見出した自分の直感に自信を持ち、どのようにすれば企画化が可能かを考えてみることです。固定観念や予断(先入観)は、様々な視点から資源を見つめ直す発想を妨げ、行動力を鈍らせます。そもそも、エコツーリズムやグリーンツーリズム自体が、日本ではまったく常識外の余暇形態であったことを思い出してください。