



# 岐阜 を考える

2003  
No. **115**

特集: グリーン・ツーリズム



---

# 岐阜を考える 2003 No.115

## 特集 グリーン・ツーリズム

---

巻頭論文	グリーン・ツーリズムの現代的意義と農村経済の内発的発展 宮崎 猛..... 2
座談会	日本型グリーン・ツーリズムの現状と農山漁村地域振興への課題 日野昭男 / 兼岩 浩 / 滝沢富美子 / 三宅良一 / 杉田伸樹 ..... 9
特集論文	我が国におけるグリーン・ツーリズムの展開と農山漁村地域の活性化 日野昭男.....21
	旅行業界からみたグリーン・ツーリズムの現状および今後の可能性と課題 兼岩 浩.....27
	グリーン・ツーリズムへの取り組み～その現状と今後の課題～ 滝沢富美子.....31
	移住して、農業を始めたい人達～都市住民の農村観～ 中山洋子.....38
事例紹介	岐阜県におけるグリーン・ツーリズム（7件）.....49
編集後記	

---

表紙の絵 「くもの公園」  
池 場 未 有 （土岐市立泉西小学校 2年）  
- 2002年 岐阜県発明くふう展 絵画の部 出品作品 -  
（奨励賞）

---

# グリーン・ツーリズムの現代的意義と 農村経済の内発的發展



宮崎 猛

(京都府立大学農学部教授)

## 1. グリーン・ツーリズムの現代的意義

日本でグリーン・ツーリズムが普及し始めて、今年でまる10年となる。この間に日本のグリーン・ツーリズムは、欧米諸国とは異なる発展をとりあげ、日本型グリーン・ツーリズムや地域経営型グリーン・ツーリズムと呼ばれる独自の姿を示している。

日本のグリーン・ツーリズムの現代的意義は、都市住民、農村住民、農村環境の3つの視点からみることができる。まず、都市住民からみたグリーン・ツーリズムは、豊かな自然や美しい景観、伝統文化のある農山村を訪れ、交流や体験を通じて楽しむゆとりある余暇活動である。近年では、余暇活動の範囲がガーデニングや田舎ぐらし、農林業への新規参入などへと拡大しており、このような国民の「農のある暮らし」は、普及すべきライフスタイルとして主要な政策課題とされつつある。

次に、人口の過疎化と高齢化により、既存の地場産業が低迷する農山村では、グリーン・ツーリズムにより宿泊・レストラン・直売事業の新しいサービス産業や、観光農園・市民農園・体験農林業・朝市・直売・農林産物加工などの交流産業を振興し、農林産物の地産地消を活発にして、農林

業や農山村の活性化を図ることが、農村住民からみたグリーン・ツーリズムの視点である。グリーン・ツーリズムは農山村における郷土食や農林産物加工の再評価と、食料の地域自給の見直しから崩壊しつつあった地場流通を再建して、女性や高齢者・若者などの新しいコミュニティづくりに貢献する。ここでは、農村住民のグリーン・ツーリズムへの取り組みを、ひとつの産業および地域全体として捉えて、農村経済の内発的發展の姿を明らかにする。

最後に、豊かな自然、美しい景観、伝統文化などの農村環境は、農業・農村の多面的機能と呼ばれ、有力なグリーン・ツーリズム資源となっている。一方では、棚田オーナー制度や森林ボランティアなど農村環境の保全活動がグリーン・ツーリズムの対象となり、他方では、グリーン・ツーリズム施設の経営方向が各地の農村環境によりほぼ決定づけられている。すなわち、各地のグリーン・ツーリズム産業は、個性ある各地の農村環境により生かされている。

## 2. ライフスタイルの転換としてのグリーン・ツーリズム

近年、国民の農林業・農山村への関心と行動が、

農林業への新規参入、定年帰農、田舎暮らしなどに留まらず、棚田や里山を守るボランティア活動、新鮮で安全な農林産物のこだわり購入、青少年や親子の農業体験、市民農園やガーデニングに対する根強いニーズなど、広範囲に広まっている。グリーン・ツーリズムも、この例外ではない。このような国民の農林業・農山村への関心と行動の広がり、国民のライフスタイル(価値観、生き方)の転換期にあると位置づけできる。農林業や農山村との関わりをもつ国民のライフスタイルの方向を「農のある暮らし」と表現すると、「農のある暮らし」には、「耕すこと、安心して旬を食べること、自然と農林業の大切さを学ぶことを通じて、我々が失いつつある生きる力を取り戻す」という目標がある。「農のある暮らし」は、国民一人一人が命と暮らしを支える農林業や食生活について考え、身近なことから生産し、食べるという農の基本を生活に取り入れた暮らしである。

急激な技術革新と分業化がすすみ、人と自然および食と農の距離を広げると同時に、市場経済のグローバル化が匿名性の自由社会を拡大して、顔の見える人々の結びつきを限定してきている今日、とくに都市住民は新鮮な感覚で人と自然、食と農、顔の見える人々の交わりがそれぞれ直結したシンプルな「農のある暮らし」を求めるようになってきている。このように、都市住民の中で「農のある暮らし」志向が高まっているが、その中でもとくに、次の3つの目標をめざす都市住民が増加している。すなわち、

産地直売・朝市・青空市を通じた農林産物の  
こだわり購入、家庭菜園や市民農園などによる  
食と農を結ぶ日々の暮らし

ビジター型やリピーター型のグリーン・ツー  
リズム、滞在型市民農園などによる「心のふ  
るさと」づくり

サポーター型グリーン・ツーリズムや田舎暮  
らしなどによる「農業・農村の多面的機能に  
対する一人一人の役割」づくり

である。

国民のライフスタイルとして「農のある暮らし」が広がる中で、グリーン・ツーリズムの訪問者のタイプは、農村との係りの程度に応じて“ビジター型”、“リピーター型”、“サポーター型”、“農村移住希望者型”の4つに区分できる。

ビジター型は、あちこちの農村を広く浅く回るタイプであり、特定の農村にこだわりをもっていないグリーン・ツーリズムの入門段階にある。リピーター型は、特定の農村にこだわりをもって年間に何回も訪れるタイプであり、農業・農村との係りでは「農のある暮らし」の目標を確定しようとする段階にある。サポーター型は、特定の農村の応援団となったタイプであり、特定の農村を応援しながら「農のある暮らし」の目標を実現しようとするグリーン・ツーリズムの専門段階にある。農村移住希望者型は、農村移住により「農のある暮らし」を完成させようとするタイプであり、グリーン・ツーリズムの卒業段階にある。

グリーン・ツーリズムの4つのタイプの訪問者では、「農のある暮らし」への認識がビジター型  
リピーター型 サポーター型 農村移住希望者  
型へとステップ・アップして、特定の農村との係りが強まっていく。グリーン・ツーリズムを推進する場合、リピーターやサポーターの確保と移住希望者の受入体制づくりとに努力することが、重要である。

グリーン・ツーリズムは都市と農村の交流であり、訪問者のライフスタイルに影響を与える可能性は高い。都市住民は、従来とは違う新しいライフスタイル(価値観、生き方)をさがしに、グリーン・ツーリズムに行く。この場合、農村の人々の価値観や生き方が重要である。地域の人々の価値観や生き方は、地域の個性ある景観・自然・文化の中に表れている。訪問者にとって、人々の価値観や生き方は目に見えないが、景観・自然・文化はすぐわかる。

ビジター型の訪問者は、農村の景観・自然・文

化に感動して、現地を訪問し滞在する。リピーター型の訪問者は見た目の感動から、目に見えない人々の価値観や生き方を体験・学習しようと、何度も同じ農村を訪れる。サポーター型の訪問者は地域の人々の価値観や生き方に感銘を受けて、応援する。農村移住希望者は、感銘を受けた価値観や生き方を自ら実践するために、移住したいと思う。

### 3. グリーン・ツーリズムによる農村経済の内発的発展

#### (1) 美山町における都市農村交流産業の展開

人口の過疎化と高齢化により地場産業が低迷する農山村でも、グリーン・ツーリズムにより地域経済が内発的に発展する事例が少なくない。この

ような内発的発展の事例として、京都府美山町の都市農村交流産業を紹介する。なお、都市農村交流とはグリーン・ツーリズムを広義に捉えている。

美山町では、平成元年以降様々な都市農村交流産業が展開されており、これを事業内容により宿泊、食堂・直売、加工・販売、不動産の4部門に区分する。宿泊業は、宿泊を主要な事業とする経営体であり、食堂・直売業は町内産特産品を対象とする朝市・直売・産直・食堂・アンテナショップの経営体を指す。そして加工・販売業は、町内産農産物と水を原料に加工・販売する経営体で、不動産業は都市からの移住者のみに土地・住宅を販売・仲介する経営体である。表1はこれら4部門別の都市農村交流産業の総生産額の推移を示している。平成2年度から平成10年度にかけて、都市農村交流産業の生産額は急速に伸びている。

表1. 美山町における都市農村交流産業の総生産額の推移(単位:百万円)

都市農村交流産業	区分	平成2年度	平成4年度	平成6年度(A)	平成8年度	平成10年度(B)	増加率 <sup>注)</sup> (%)
美山町自然文化村		110	131	176	190	196.3	11.5
江和ランド	宿泊			10.9	10	9.8	10.1
農家民宿・旅館		45	60	70	84	84	20.0
茅葺き民宿					11	20.2	
民俗資料館				6	6	6.1	1.7
お食事処				23	25	31.7	37.8
産直	食堂・直売	67.8	94	108.9	105.9	149.2	37.0
朝市		3	10	9.8	20	30	206.1
無人販売所		6	13	48.6	50	40	17.7
有人直売所					2.1	30	
その他ハーブ園等			9	20	50	50	150.0
北村きび工房			6	20	20	21	5.0
芦生なめこ生産組合	加工・販売	160.7	163.5	171	177	181	5.8
(株)美山名水					167.8	401.3	
農畜産物加工直売グループ		5	11	45	70	70	55.6
(株)美山ふるさと	不動産		146	522	419	176.1	66.3
合計		397.5	643.5	1,231.2	1,407.8	1,496.7	21.6

資料) 美山町内の各種統計資料とヒアリング調査結果により作成。

注) (B - A) / A

次に、この都市農村交流産業の美山町経済における位置付けを明らかにしておきたい。表2は、美山町における各産業、都市農村交流産業の総生産額、および、美山町経済と京都府経済における総生産額と所得の年度別推移を示している。総生産額からみた美山町の産業全体に占める都市農村交流産業のシェアは、平成2年度の3.5%から平成10年度の10.3%へと拡大している。また、平成4年度から平成10年度にかけての産業全体の総生産額の増加率は12.5%であるのに対して、同じ時期の都市農村交流産業の総生産額の増加率は130.8%と大きい。

このように、都市農村交流産業を先導役として拡大してきた美山町経済の動きを、京都府経済の動きと比較してみよう。町内総生産と府内総生産、町民所得と府民所得のそれぞれの増加率を比較すると、平成3年度以降、町内総生産の増加率が府内総生産の増加率を上回っている。また、平成5年度以降、町民所得の増加率が府民所得の増加率を上回っている。ただし、平成8年から10年にかけては再び町内総生産の減少幅が府内総生産の減少幅を上回った。このように、都市農村交流産業の展開により、美山町経済は京都府経済を上回るペースで内発的に発展してきた。

表2. 美山町経済における都市農村交流産業の位置(単位:億円)

項目		年度	平成 2年度	平成 4年度 (A)	平成 6年度	平成 8年度	平成 10年度 (B)	増加率 <sup>注1)</sup> (%)
美山町 の 総 生 産 額	産業 全体	第一次産業	13.2	9.9	10.0	6.9	5.2	47.5
		第二次産業	43.8	47.4	59.1	63.0	51.5	8.7
		第三次産業	57.1	71.4	78.3	88.0	88.1	23.4
		合計(C) <sup>注2)</sup>	114.1	128.7	147.3	157.9	144.8	12.5
	交流 産 業 都 市 農 村	宿泊	1.6	1.9	2.6	3.0	3.1	63.2
		食堂・直売	0.8	1.3	2.2	2.6	3.4	161.5
		加工・販売	1.7	1.8	2.4	4.3	6.7	272.5
		不動産		1.5	5.2	4.2	1.8	20.0
		合計(D)	4.1	6.5	12.4	14.1	15.0	130.8
	D/C × 100 (%)			3.5	5.0	8.4	8.9	10.3
美山町 経 済	町内総生産		113.1	127.5	146.0	155.7	142.4	12.0
	過去2年間の同増加率(%)		0.9	12.7	14.5	6.7	8.5	
	町民所得		89.3	92.1	100.4	105.4	110.5	20.0
	過去2年間の同増加率(%)		6.7	3.1	9.0	5.0	4.8	
京 都 府 経 済	府内総生産		83,715	94,135	97,585	100,251	94,863	0.8
	過去2年間の同増加率(%)		9.5	12.4	3.7	2.7	5.4	
	府民所得		72,719	77,589	79,179	82,717	79,405	2.3
	過去2年間の同増加率(%)		12.1	6.7	2.0	4.5	4.0	

資料) 美山町の各種統計資料とヒアリング調査結果、京都府「地域別・市町村別所得統計」を用いて作成。

注1) (B - A) / A

注2) 美山町全体の総生産額は輸入税・帰属利子の調整前の数値を示している。

(2) 都市農村交流産業と地域経営体

美山町では、都市農村交流産業の経営主体として、住民共同営、農家グループ営、第三セクター営、農家の個人営、町営の5つがあげられる。このうち、住民共同営、農家グループ営、第三セクター営が、地域を単位に経営体が組織された地域経営体として位置づけられる。美山町の都市農村交流産業に占める地域経営体のシェアは、平成2年度の61%から10年度の77%へと伸びている。これらの地域経営体は、それぞれの地域の景観・自然・伝統文化の資源を保全・学習・活用する村づくり運動と密接に連携している。

茅葺き民家が多数存在し、伝統的建造物群保存地区に指定された北集落では、財産区や公民館組織も含む自治組織以外に、北村茅葺きの里保存会(平成4年結成、全戸加入)が、茅の生産から民家の保存、集落景観の保全等のための活動を展開している。都市農村交流の経済事業体である北村きび工房(平成2年結成)、民俗資料館(5年開設)、お食事処きたむら(6年開設)、民宿またべ(6年開設)は、当初、北村茅葺きの里保存会の部会組織として位置づけられていたが、4つの事業体をまとめて、(有)かやぶきの里(住民共同営)の地域経営体が組織された。

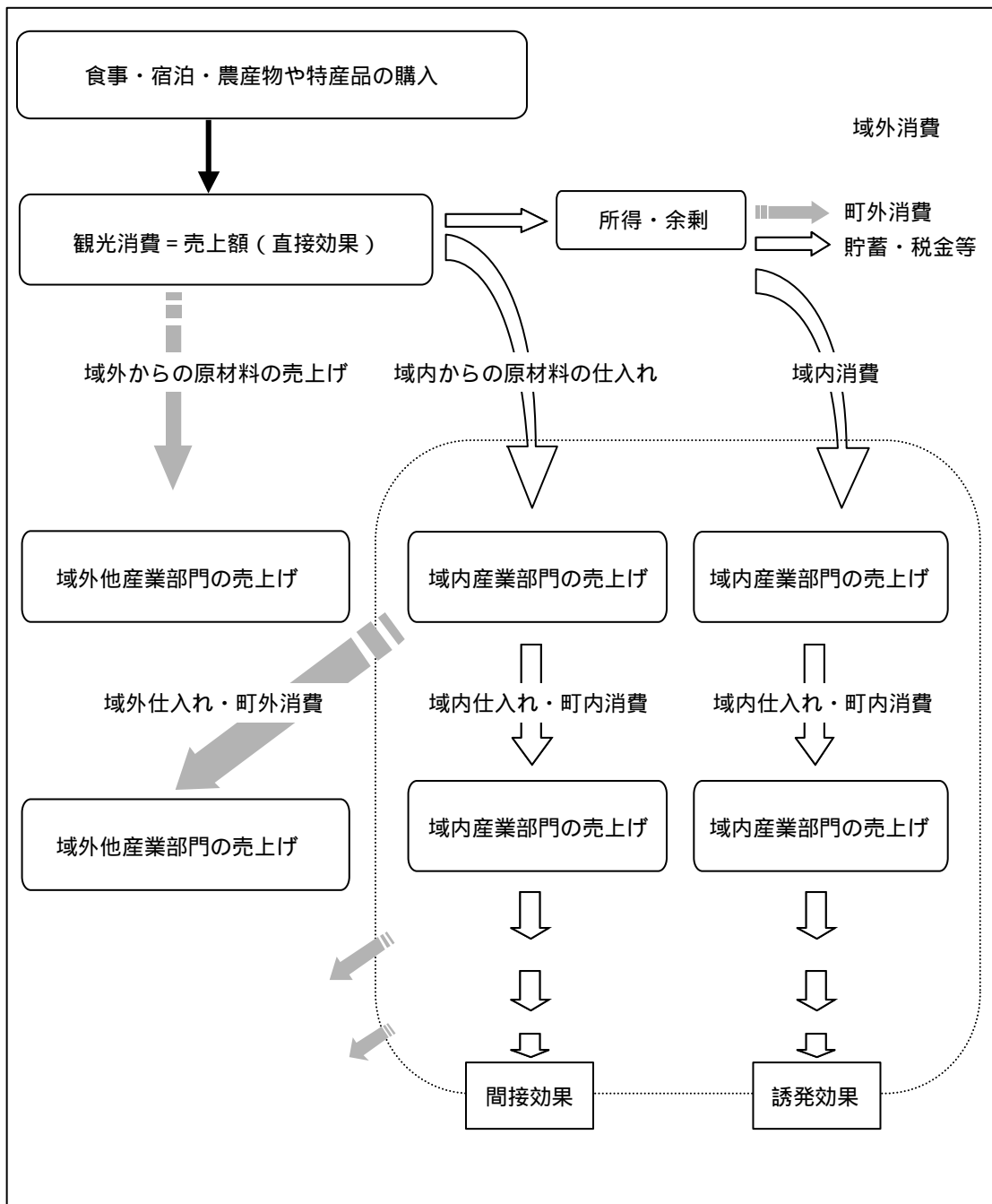
大野(旧村)地域では、集落連合や公民館組織としての自治組織以外に、大野ダム湖や伝統文化等の地域資源の保全・学習・活用のための村づくり組織であるふるさと振興会(平成6年結成)と、都市農村交流事業を行う地域経営体(住民共同営)である(有)ダムパーク大野がある。さらに平成12年、購買・農地保全・高齢者福祉を事業内容とする地域経営体である(有)大野屋(住民共同営)が、旧村を構成するすべての集落(住民)の共同出資により組織化された。なお、鶴ヶ岡(旧村)地域では(有)タナセンが、知井(旧村)地域では(有)村おこしセンター知井の里が、それぞれ平成12年に、(有)大野屋と同様の事業内容と出資方式に基づく地域経営体を組織化した。

また、第三セクター営の事業の背景には町条例の制定に至る町全体の村づくり運動がある。(株)美山ふるさとの設立は、乱開発を防止するために制定された美しい町づくり条例を契機としている。また、石けんを使う運動や美山町ホテル保護条例等の水質保全のための村づくり運動を背景に、(株)美山名水が設立されている。以上、各々の農村の個性である景観、自然、伝統文化、郷土食、ダム湖や源流域の水資源等の環境資源を保全・学習・活用する住民活動を基礎にして、経済事業体である地域経営体が設立・運営されている。

(3) 都市農村交流産業の経済効果

図1は、都市農村交流産業による経済効果発生の仕組みを模式的に示している。経済効果は直接効果、間接効果、誘発効果の3つに分類される。それぞれの経済効果について、地域内の貨幣の流れを追いながら説明する。まず、観光客は食事や宿泊、農産物や特産品、土産物の購入といった形で都市農村交流施設を利用する。このとき発生する観光消費額が、都市農村交流産業の直接効果である。直接効果である観光消費(売上)額は、所得や余剰といった付加価値(ストック)に回るものと、原材料仕入れのための費用(フロー)に回るものとに分かれる。さらに、付加価値や原材料仕入れのための貨幣の流れは、町外他産業からの原材料の仕入れや、町外消費といった行動を通して、町外へ漏出していく流れと、町内他産業からの原材料の仕入れや、町内消費を通じて、町内に保留する流れの二つに分かれる。このうち、地域経済効果として注目したいのは、都市農村交流産業への支払いのうち後者の町内に保留する流れであり、間接効果と誘発効果として表現される。即ち間接効果は、都市農村交流産業の原材料仕入れによって連鎖的に発生する町内関連他産業の経済活動の伸びを、そして誘発効果は付加価値(所得・余剰)として、家計部門を経由して発生する町内関連他産業の経済活動の伸びを表現している。

図1. 都市農村交流産業による経済効果発生仕組み



実際に美山町の産業連関表から、お食事処きたむら、北村きび工房、芦生なめこ生産組合、美山名水、美山ふるさと、自然文化村の6つの都市農村交流産業の経営体の経済効果を見る。この6つのうち、町営の自然文化村を除く5つが地域経営体によって運営されている。

表3は、各産業部門別の間接効果と誘発効果を示している。まず、間接効果の比例定数が大きい

のは、お食事処きたむら(0.264)、北村きび工房(0.237)、芦生なめこ生産組合(0.224)、美山ふるさと(0.490)、運輸(0.250)である。これに対して、間接効果が低いのは、耕種農業(0.020)、林業(0.003)である。都市農村交流産業は1単位の売上げに対して、0.2倍から0.5倍の間接効果を発生させており、他産業に比べて都市農村交流産業の間接効果は大きい。

次に、誘発効果の比例定数が大きいのは、卸売（0.269）、公務（0.274）、教育（0.315）、社会保障（0.260）といったサービス業部門や商業部門である。これに対して、都市農村交流産業の誘発効果は、1単位の売上げに対して0.08倍から0.25倍の増加に留まっており、他の産業部門に比べると、平均的な効果である。都市農村交流産業はとくに間接効果において、美山町経済の発展に貢献している。

最後に、実際の経済効果額を算出した。まず産業部門別の間接効果額をみると、都市農村交流産業は254.8百万円であり、サービス業（441.6百万円）、製造業（442.5百万円）に次いで大きい。町内全産業の間接効果額に占める都市農村交流産業の割合は18.2%であり、町内経済への貢献は大きいといえる。

表3．産業別の経済効果

産業部門	比例定数	
	間 接	誘 発
お食事処きたむら	0.264	0.170
北村きび工房	0.237	0.251
芦生なめこ生産組合	0.224	0.158
(株)美山名水	0.206	0.083
(株)美山ふるさと	0.490	0.133
自然文化村	0.143	0.212
耕種農業	0.020	0.202
畜産	0.057	0.071
林業	0.003	0.204
食料品	0.118	0.142
飲料	0.050	0.083
その他製造業	0.042	0.134
建築・建設補修・土木	0.095	0.159
水道	0.152	0.150
廃棄物処理	0.052	0.245
卸売	0.162	0.269
小売	0.037	0.244
金融・保険	0.117	0.254
運輸	0.250	0.193
通信	0.046	0.203
公務	0.061	0.274
教育	0.071	0.315
医療・保健	0.085	0.220
社会保障	0.061	0.260
その他の公共サービス	0.091	0.234
自動車・機械修理	0.128	0.149
その他の対事業所サービス	0.084	0.251
娯楽サービス	0.099	0.139
飲食店	0.170	0.186
旅館・その他の宿泊所	0.157	0.174
その他の対個人サービス	0.038	0.238
事務用品	0.051	0.010
分類不明	0.189	0.186

資料) 美山町産業連関表を用いて作成。

参考文献

宮崎猛編著『アグリライフのすすめ』家の光協会，2002年  
 宮崎猛編著『これからのグリーン・ツーリズム』家の光協会，2002年．  
 宮崎猛編著『農と食文化のあるまちづくり』学芸出版社，2000年．

# 日本型グリーン・ツーリズムの現状と 農山漁村地域振興への課題

<参加者> (50音順)

兼岩 浩氏 (名鉄観光サービス 2005年日本国際博覧会推進室)  
滝沢富美子氏 (グリーンレイク滝沢:北信州戸狩温泉)  
日野昭男氏 (都市農山漁村交流活性化機構事務局長)  
三宅良一氏 (民宿三宅荘:飛騨宮村)

<司会>

杉田伸樹 (岐阜県産業経済振興センター理事長)



杉田 グリーン・ツーリズムの一般的定義は、「都市に生活する人が農山漁村の自然や文化に触れて、地域の人たちと農業体験や自然観察、伝統文化を通じて交流を楽しむ活動」となっています。都市住民からしますと、「ものの豊かさ」から「心の豊かさ、生活の質の追求」へ価値観が変ってきています。自由時間が増え、食への関心が高まり、レクリエーションや憩い、休息の場として、農山漁村への期待と関心が高まっているのではないのでしょうか。一方、農山漁村からみますと、多くの農山漁村で人口が減少し、高齢化が進展して農林水産業などの地域産業が停滞し、活力が低下しています。

こうした中で、都市と農山漁村の共生共存の新たな機会づくりとしてグリーン・ツーリズムが注目されています。グリーン・ツーリズムは、宿泊、レストラン直売事業等によって農山漁村の経済活性化に役立つと期待されているからです。

このような状況の中で、大都市名古屋に隣接しながらも、手つかずの自然や生活が残されている岐阜県には、大きなビジネスチャンスがありそうだと考えられます。

本日はさまざまな立場からグリーン・ツーリズムに先駆的に取り組んでおられる方々にお集まり

いただきました。皆様から具体的なお話をいただき、グリーン・ツーリズムの推進、定着に向けた環境整備のあり方、方向性、さらには望ましい都市と農山漁村の共生のあり方を探っていきたくと考えています。まず皆様からそれぞれ自己紹介と活動概要をお話しいただき、その後で自由討論を行いたいと思います。

さて、日野さんは現在、都市農山漁村交流活性化機構の事務局長として全国のグリーン・ツーリズムの展開に携わっておられ、いわゆるグリーン・ツーリズム法の成立に直接関わりご尽力されたと伺っておりますが、そのあたりを含めまして日本におけるグリーン・ツーリズムの展開についてお話し願います。

## 農山漁村でゆとりある休暇を

日野 都市農山漁村交流活性化機構は、略称「まちむら交流きこう」といっていますが、グリーン・ツーリズムを推進することによって、文字通り都市と農山漁村の交流を推進することを目的にしています。

ここで日本におけるグリーン・ツーリズムの展開についてお話しすると、平成4年農水省が新し



日 野 昭 男 氏  
( 都市農山漁村交流活性化機構事務局長 )

い食料農業農村政策の方向を打ち出し、そこで初めてグリーン・ツーリズムを提唱しました。過疎化が進み、活力を失っていく農山漁村に定住人口を増やしていく方法はないか。そこで出てきたのが農家民宿、直売所、農家レストランなどの新しい産業を起こし、雇用と所得を増やしていこうという地域政策だったわけです。その後研究会を作り、グリーン・ツーリズムとは何かを考え、政策の方向を打ち出しました。

グリーン・ツーリズムの先進国であるヨーロッパの実態をみて、グリーン・ツーリズムとは、緑豊かな農村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動だととらえました。そして「農山漁村でゆとりある休暇を」というキャッチフレーズでグリーン・ツーリズムを提唱しました。

政策の方向としては、1つ目に美しい農村づくり、2つ目に受け入れ体制を整備してインストラクターなどの人材の育成を図っていくこと、そして、3つ目に都市への情報発信システムを整備していくことなどが打ち出されました。

こうして農村地域を整備しながら、都市に働きかけていくというグリーン・ツーリズム推進事業が始まったのですが、その後平成7年に「農山漁村滞在型余暇活動促進法」が定められ、ドイツやフランスにあるような民宿の登録制度ができました。これは農林漁業が体験できる安全安心な民宿を登録して都市へのPRを行い、利用を拡大しようというものです。つまり、登録民宿をグリー

ン・ツーリズム推進の拠点にしていこうということなのです。現在585軒が登録されている段階で、まだまだ十分ではありません。

こうした農家民宿だけではなく、現在全国に500~600軒ある農家レストランや、最近都市の人に人気のある農産物直売所も充実させ、交流人口の増加とともに新しいサービス産業を育成していこうとしています。つまり、ソフトとハードの両面から推進体制の整備を進めているということです。

### 新しいライフスタイルの実現

私どもの 都市農村漁村交流活性化機構は、昨年4月にできた組織です。これまでは 農林漁業体験協会、ふるさと情報センター、21世紀村づくり塾の3つの団体がそれぞれの立場から都市農村交流を進めてきました。それが、平成11年に農政の基本になる新しい「食料・農業・農村基本法」ができ、都市と農村の交流施策の推進が打ち出されたのを機会に、都市と農村の交流を総合的に推進する組織として、この3つの団体が統合されて 都市農村漁村交流活性化機構となったわけです。

その活動内容の1つ目の柱は、都市と農村の交流の枠組みを整備していこうとするもので、全国グリーン・ツーリズム協議会という個人でも団体でも自由に入れる組織を設けております。

また、前にお話しました農林漁業体験民宿の登録制度や、人材育成という観点から「都市農村交流スクール」を設け、インストラクターなどの養成システムもつくりました。さらに小中学校の総合的学習の中に農林漁業体験を取り入れることを推進しております。

2つ目の柱は、農村の自然、文化、特産品などのふるさと情報を都市へ発信する情報提供事業です。ここではインターネットを利用した特産品の通信販売なども行っています。

3つ目の柱は、都市の人々が行きたくくなるような魅力ある農山漁村づくりです。美しい日本のむらの表彰制度や、農山漁村の伝統文化を表彰しています。また、そういう優良地区を紹介したり、調査したりすることもやっています。

これらを柱にしながら、さまざまなイベントも行っています。都内で行っているまちむら交流大会、全国むらづくり大会などです。また、ヨーロッパなど外国への調査団の派遣や講演会活動も行っています。

最後に、今後の課題ですが、こういう活動を大きくしてグリーン・ツーリズムによる都市と農村の交流を国民運動にしていきたいと考えています。それによって、都市の人々が農村のゆとりや安らぎを楽しめるような新しいライフスタイルを農村を舞台としてぜひ実現してもらいたいと願っています。

杉田 民宿の登録は、今後も増やしていくのですか。

日野 農村は高齢化が進んでいますから、登録民宿もなかなか増えませんが、都市の人々の利用を増やしなが、グリーン・ツーリズムの担い手として民宿を育成していきたいですね。

杉田 次は実際に宿泊施設を経営しておられるお二人の方からお話をうかがいます。実際にどのような活動をしているのか、どのような苦労や問題点があるのか、地域の反応、さらに行政への要望などをお聞かせください。まずは、滝沢さんからお願いします。

#### 受け入れ側として本物であるために

滝沢 私は長野県飯山市の戸狩温泉でグリーンレイク滝沢のおかみさんをやっています。飯山は長野県北部の豪雪地帯で、昭和30年代後半にスキー



滝沢 富美子 氏  
(北信州戸狩温泉「グリーンレイク滝沢」)

場ができて、農家は副業として民宿を始めました。しかし、平成5年をピークにスキー宿泊客が減り始め、民宿の経営は深刻な影響を受けるようになりました。そこで町をあげて「第2のふるさと」をテーマに、グリーン・ツーリズムに取り組むことになったわけです。

これまでの経過をお話しますと、平成6年には自然体験教室、平成7年にはグリーン・ライフ事業、平成10年には春霞浪漫、平成11年には子どもふるさと体験村をそれぞれ開始、開設しました。

これに合わせてグリーン・ツーリズムの拠点となる施設として、交流施設「なべくら高原 森の家」、出会いの場「ふれあい広場」、実習館「トピアホール」が完成しました。おかげさまで利用者には好評で、自然体験教室は今年度36校が参加、グリーン・ライフ事業の参加者も増えています。

民宿の景観事業としては、昨年からは花づくりを始めました。皆で勉強会をやって苗の買い付けに行き、宿根草を植えましたところ、きれいな花が咲きました。

行政の支援もあって、今年、市の振興公社が「千曲川」という新しい拠点をつくり、飯山の特産品や新鮮な野菜などの販売を始めました。そのときどきの情報の発信も行っています。

#### 民宿経営の創意工夫

民宿経営の工夫としては、リピーターにも満足していただくために、体験メニューを毎年少しずつ

つ変えています。今年は竹灯籠作りや、郷土食であるおやき作りなどを行いました。メニューの作り方にも細かい配慮をしています。例えば野菜の収穫は帰る日の午前中にやってもらうのですが、ジャガイモだけは乾かした方がいいから前日に掘ってもらうなど、お客さまサイドに立って考えるのが基本ですね。

民宿同士、何軒かが組んでメニューをつくることもあります。各宿それぞれに得意分野がありますから、お互いに協力し合った方が内容が豊富になってお客さまからも喜ばれます。

農家民宿の苦労は、何と言ってもあらゆる面をこなさなければならない重労働だということです。準備、後片付け、インストラクター、それに食事の準備や掃除もありますから、仕事にきりがありません。好きだからやれるのでしょうか。

心配なのは、今後を考えた時に、後継者になっていく子どもたちが私たちをどう見ているかということです。進んで跡を継ぐとってくれるのか、将来に心配があります。ヨーロッパのようにB & B（ベッド・アンド・ブレイクファスト／朝食付き宿泊施設）を取り入れていったり、交流を農家レストランで行ったりする方法もありますが、まだそこまでは考えていません。

そんなわけで苦労は多いのですが、全体の流れとしてはいい方向へ進んでいると思います。飯山市はグリーン・ツーリズム導入の先進地なので、地域全体が一体となって進める方向性ができてきました。最初は宿、市、J A、観光協会などがバラバラでしたが、今では市全域がグリーン・ツーリズムの一つのエリアだという認識でまとまってきました。私自身の気持ちも安定してきて、仕事にも前向きに取り組めるようになったというのが実感です。

これからの課題は、受け入れ側として自分が本物でありたいということです。料理、おもてなし、インストラクターなど、すべての面で本物でありたいといつも思っています。

交通面の改善も課題です。また、長期滞在ですと自炊設備が必要ですが、まだまだ不十分なので長い目で考えていきたいと思います。

受け入れ人数も難しいところです。竹細工などでは参加者は10人前後が良いのですが、これが多すぎるとお客さまと深いかかわりができませんし、人手も足りません。利益とお客さまの満足をどう両立させるかが課題です。

これからの方向としては、グリーン・ツーリズムに対する関心は、日本中に広がると思います。そうなるとお客さまは、内容、特色、価格などに納得できないと来ていただけなくなります。それに応えるために、通年で活動することを考えています。それと戸狩ならではの特色を出すことです。例えば、秋には自分で焼いた炭焼きの炭を使って、自分で山から採ってきたキノコをキノコ汁にして食べるようなこともやってみたい。いつも前向きに、柔軟に考えて、1人でも多くの人に来ていただくようなことをやっていきたいと思います。来てくださる方には、ありがたいという思いで一杯です。

日野 何もかもやるのが大変だとおっしゃいましたが、B & Bや農家レストランを使ったり、体験活動を専門インストラクターに頼んだりする動きはありますか。

滝沢 インストラクターは時々お願いしています。食事をB & Bに依頼することには葛藤があります。やっぱり民宿業として、うちのものは自分でつくり、お品書きをして、お客さまとお話をしながら出したいと思っています。

杉田 次に宮川村で民宿をやっておられる三宅さんをお願いします。

## 自分たちも楽しくなければ



三宅良一氏  
(飛騨宮村「民宿三宅荘」)

三宅 宮村は飛騨地区の中央にあって、高山のすぐ南に隣接しています。臥竜桜や位山のスキー場、神通川の源流などで知られる人口約2,700人の小さな村です。

昭和30年代の後半にスキー場ができたので、それに伴い50軒弱の民宿ができました。昭和50年代はスキー客も観光客も多く来てくれましたが、昭和60年代になって交通が便利になると、名古屋方面のお客さまが日帰りになってしまいました。それでスキー場は賑わうのですが、宿泊客は減って、民宿は今では21軒になってしまいました。高山の観光客が一時減少傾向だったことや、高山に宿泊施設が増えたことも響きました。

昭和50～60年代に行政に努力していただいて、東京や神奈川から修学旅行の生徒が来てくれるようになりました。2泊3日コースで、1日は高山や白川郷の観光、あとの1日は宮村で田植えや稲刈りの農業体験をするのです。

グリーン・ツーリズムを勧められて、グリーン体験塾を立ち上げたのは平成11年です。21軒の民宿に声をかけて、7軒が賛成して体験塾が結成されました。

最初の年は手探りで、時々イベントをやる程度でしたが、平成12年度の後半から四季に応じてイベントをやろうということになって、メニューを豊富にしました。

## 郷土色豊かなイベントの充実

春は山へ行って山菜を採ってきててんぷらにしたり、田植え体験などもします。

夏は新ジャガやトウモロコシなど野菜の収穫のほか、神通川の源流の美しさを楽しんでもらおうということで、川遊びや魚捕りをして焼いて食べてもらいます。

秋は山へ入ってキノコ狩りですね。自由に採ってもらって食べられるものとそうでないものを判別し、調理します。バターやソーセージをつくったり、工芸品教室などもあります。

冬はスキー場で雪像づくりや箱ゾリでの雪遊びを楽しんでもらいます。

他にも個々の民宿が特性を生かして陶芸や農業体験などをやっているの、メニューは全部で50ほどになります。

インストラクターなどは7軒の民宿だけでは対応できないので、村の専門家や、それぞれに長けた人に頼んで指導をしてもらいます。

こんな状況ですが、まだ手探りの状態なので、これからどうなっていくのか、難しいところです。今後どうするのか、何回も集まって話し合っています。ある程度の成果も出てきて、5回目となるリピーターの人もいるなど、徐々に人気が出てきてはいます。

グリーン体験塾とは別に修学旅行も受け入れています。時代の流れで観光よりも体験学習を重視するようになってきたので、来年も東京と神奈川から学習院中等科など2校に来ていただけます。私たちから働きかけるのではなく、旅行会社を通じたり、行政のお世話になって受け入れていきます。

7軒の合言葉は「自分たちが楽しくないと、来ていただくお客さまも楽しくないだろう」ですが、一番難しいのはやっぱり集客です。口コミが一番ですが、マスコミに取り上げてもらうのも効果が

あります。シーズンを通して50～80人ぐらいは来ていただきたいのですが、まだ力不足です。

杉田 民宿は専門が多いのですか。

三宅 専門は2軒だけです。他の民宿は、ご主人は勤めに出て、奥さんがやっているような形態がほとんどですね。ですからイベントなどは、お互いが助け合って普段でもできる態勢はとっていますが、勤めがない土・日が中心になります。

杉田 兼岩さんは旅行業界にいて、民宿とお客さんを結び付ける役割を果たしているのですが、業界ではグリーン・ツーリズムに対してどのような取り組みをしておられるのですか。また、ビジネスとしてどのような可能性や問題点があると考えますか。

体験型旅行への高まる要請



兼岩 浩氏

(名鉄観光サービス 2005年日本国際博覧会推進室)

兼岩 現在の私の仕事は、2005年の愛知万博に関する業務で、他にも2004年の浜名湖花博なども担当しています。その私が今日出席させていただいた理由は、入社以来、教育旅行のセールスを11年間担当し、そのあとその商品造成もやってきたことにあると思います。

グリーン・ツーリズムがらみの旅行のお客様には、2本の柱があります。1本は家族旅行、もう1本は教育旅行です。教育旅行は一昔前までは、

大半が物見遊山でしたが、学習指導要領の変化で旅行中に体験学習を取り入れたいという要望が出てきました。

私が入社したころは、愛知県でも物見遊山からスキー体験の採用に切り替わったときでしたが、その後、子どもたちが家族でスキーに行くようになり、学校もスキーには関心がなくなりました。最近はいろいろな体験プログラムを考えていますが、例えば大垣の桜高校では、北海道旅行の中で小樽の寿司屋さんで寿司づくりを体験するようなこともやっています。

先生からグリーン・ツーリズム関連で何かいい企画を持ってきてくれという強い要望もあります。日帰りの校外学習や通常の授業にも取り入れたいという動きがあります。われわれは行政の観光課や観光協会、観光施設、旅館などから情報をもらって考えるのですが、そういう学校側のニーズに応えるため、的確な情報を取り入れながら、それを吟味して学校に提案しているわけです。いいプログラムを出すと、先生方は横の連絡がありますから口コミで伝わっていきます。

体験型の旅行が人気があるのは家族旅行でも同じです。九州旅行でイルカウォッチングをしたり、伊万里焼きを体験するような企画は、即満員になりました。夏休みの子供向け旅行では、水族館やサファリパークに宿泊するというような商品も造成して大変好評でした。

グリーン・ツーリズムは、受け入れ施設との連携でまだまだ新しい商品を開発でき、これから伸びていく分野だと思います。例えば、外国人の受け入れもできるのではないのでしょうか。近く中国でも海外旅行が解禁になりますが、その一部を受け入れるだけでも大変な人数になりますからね。

杉田 業界としてはどのような企画が当たると考えますか。

### ビジネスとしての可能性

兼岩 都市部の方がマイカーで行って、すぐやれるような体験は避けるべきです。そのツアーに参加しないとできないようなことを提供するのがポイントです。例えば、サファリパークに宿泊するようなことは個人で申し込んでもできませんから。他と同じことをやっただけではだめです。何か特色があって、売りのあるところへ目が行くのは、私たちもお客さまも同じだと思います。

日野 旅行者の中には、修学旅行はマストツーリズムでまとまるが、グリーン・ツーリズムは個人なので人数がまとまらないから、観光として成り立ちにくいという考え方もありますね。

兼岩 確かに難しい面もありますが、私のように教育旅行から入っているものからみると、ビジネスとして成り立つ可能性は大いにあると思っています。受け入れ側がいろいろなプログラムを示してくれれば、修学旅行のようなマストツーリズムではない一般旅行にグリーン・ツーリズムを活用することは十分可能だと思います。

日野 生協では今、「グリーン・ライフ」という名前で組織的にやっています。ファミリー（家族）層を中心にやっていますが、一方で、高齢者（熟年層）のグループも今後増えてくる。観光業者としても高齢者（熟年層）コースを商品化することはできるわけではありませんか。

兼岩 若い人や家族の旅行は、フットワークが軽いので問題はありませんが、高齢者（熟年層）の方々はバスを仕立てて地元から出発しないと参加しにくいという傾向があります。これは、われわれにとっては大変集客に手間のかかることなのです。それと高齢者（熟年層）向けのプログラムは、

限られています。山や川で遊んだり、農業体験をしようとしても、体力的に心配があったり、子どもの頃にやっていることばかりだから、いまさらお金を払ってやろうなんて気持ちになっていただけない場合が多いのです（笑い）。

### グリーン・ツーリズム成功のポイント



杉田 伸樹 氏

（岐阜県産業経済振興センター理事長）

杉田 グリーン・ツーリズムを成功させる重要なポイントの一つにプログラムの問題があるという指摘が兼岩さんから出されました。これはグリーン・ツーリズムの象徴的な問題だと思います。

また、滝沢さんと三宅さんがおっしゃったように自分1人だけではやれないことが多いという問題があります。日野さんからは、農家レストランなどと連携して取り組むのもいいのではないかと、という提案がありましたが、グリーン・ツーリズムを成功させるためには、地域としてどう取り組むかが大きなポイントだと思います。

もう一つ、農山漁村の活性化という点からすると、農山漁村の持っているものは何かをきちんと把握して、それが魅力あるものであれば、地域全体の競争力につながるということがあります。つまり、その地域にしかない強みを持っていれば、活性化に成功できるという図式が出てくるのではないのでしょうか。そのあたりもグリーン・ツーリズム推進のポイントになってくるのではないかと思います。

他にも例えば、行政との連携をどうするかとい

う点も重要だと思います。都市と農山漁村との交流という形で行政がイニシアティブをとる例がかなりあるのですが、それには民宿がやっておられることとの連携をどのようにとっていくかが大切になります。

#### グリーン・ツーリズムの推進・定着に向けて

さて、これから先の時間は自由討論のかたちで、グリーン・ツーリズムを通じて農山漁村の経済を活性化していこうという見方にたって、さらに議論を深めていきたいと思います。そのためには地域がそれぞれ生き残れる力を付けていかなければならないのですが、グリーン・ツーリズムに関する民宿、行政、旅行業界は、何をどうやっていくべきなのでしょう。

#### 75%は知らない~都市の交流人口をどう増やすか~

日野 グリーン・ツーリズムは、もちろん地域の受け入れ体制の整備に目をやらなければいけないのですが、基本は都市の交流人口をどう増やすかにあると思います。

首都圏勤労者に対しグリーン・ツーリズムに関するアンケート調査をしたところ、「グリーン・ツーリズムを知っていますか」という問いに「知っている」と応えた人は14%です。「名前くらいは知っている」と答えた人を含めても25%ぐらいにしかならないのです。

つまり75%の人は知らないわけで、そういう都市の人たちにどう働きかけ、農村の美しさや伝統文化のすばらしさ、そこだけにしかない特産品の価値などをどう伝えていくかが、地域の観光協会や行政の役割だと思います。また、全国レベルではこれを国民運動にまでもっていかねばならないでしょう。

#### 仕掛け人の育成

飯山市など民宿の多いところには、グリーン・ツーリズム推進組織があります。当初は行政主導型ですが、民宿、観光協会なども加わり、役割分担をしていく必要があります。そのためにはインストラクターやコーディネーターなどの人材を育成していかなければなりません。私どもは全国規模で「都市農村交流スクール」をやっていますが、3つに分けて人材の育成をしています。

1つ目は地域を案内できる人を育てるエスケータークース。高齢者（熟年層）を中心に史跡や伝統文化などの案内ができる人を育成しています。

2つ目はインストラクターコースです。探検とかカヌーとか農作業体験などの指導ができる人で、ある程度若い人が対象になります。

3つ目はコーディネーターコースで、全体を企画できる人の育成ですね。今は行政がやっているケースが多いのですが、観光協会でもいいし、旅行会社を定年でやめた方なども適任ではないかと思っています。

こうして人材を育てながら受け入れ組織をつくっていく。その中で都市への働きかけをやっているのが先進地域の姿です。当初は行政やJAの人が引っ張っていくのですが、それがやがて地域に広がっていくのが理想的なありかただと思います。

杉田 都会の人が農村へ行っても、何をすればいいのか分かりません。だから面白い仕掛けをつくってくれる人材の育成は重要だと思います。

ところで農山漁村地域からグリーン・ツーリズムをとらえた場合、都市の人々が地域に入ってくることによって、地域はどう変わるのでしょうか。ただ単に町の人に来て、宿泊し、ものを食べ、お金を落としてくれるだけではなく、地域を体験してもらうことによって、地域にはいろいろな影響

があるのではないのでしょうか。

### 農山漁村地域に暮らす喜び

滝沢 お客さまはこちらに来ていろいろな体験をして過ごされます。私たちにとって一番うれしいのは、お客さまの反応や感想を聞いて地域のよさを改めて見直すことです。

地域に暮らしていると普通の畑仕事や、山や川の景色などを特別のものと感じることはあまりありません。ところが、町のお客さまが来て、クワを使って畑を耕しながら「ああ、腰が痛い」などと言いながら、それでも満足している様子を見ると、「そうか、私たちは普段こんなことをやっているのか」と自分を客観的に見ることができ、その意味が自分によく分かるのです。また、自然がきれいだとほめてくれる人もいます。するとやっぱり、こんな恵まれたところに住んでいる自分はなんて幸せなんだろうと感じたりもします。

杉田 地域に暮らすことの誇りを持つことができるといことですね。

三宅 村の人たちも私たちがやっていることを最初は商売だとみていましたが、体験塾を始めてからは村内にもPRを行い、お年寄りや特技を持った人に参加してもらうようになりましたので、見る目が違ってきました。

村の住民からは「町の人にいろいろ教えて楽しかった」とか「また来てくれるといいな」などの声も聞かれ、住民にも喜んでもらえるようになりました。

### 地域間の温度差

杉田 兼岩さんは旅行業者という立場からみて、地域にきちんとした推進組織ができているところは、やはり取り組みが積極的だと感じられますか。

兼岩 それは違いますね。例えば、滝沢さんの長野県の場合は、キャラバンを結成して毎年名古屋でわれわれ業者にPR活動をしておられます。また、業者を直接現地に招いてプログラムの体験をさせるようなこともしておられるので、大変ありがたいです。関東エリアでも同じことをやっておられるようですが、岐阜県でも東京、名古屋、大阪で同じような態勢をとっているところがあります。推進組織があっても名前だけの場合があると思います。

### 今、求められる対応

杉田 グリーン・ツーリズムを推進、定着させていく上で、今、足りないものは何でしょうか。

日野 繰り返しになるかもしれませんが、1つはやはり都市に対するPR不足です。今はまだ、都市に対して農村の魅力を訴えることが十分できていません。これは行政の課題でもありますが、官だけでできることではなく、官民が一緒になって進めていくべき課題だと思います。

2つ目はサービスの問題ですが、農村は高齢化していますから、その気持ちはあっても十分なサービスは難しいと思うのです。これをどう補うかですが、過剰なサービスをしようという気持ちは捨てて、他の方法を考えた方がいいのではないのでしょうか。

例えば、援農方式というものがあります。スイカの収穫を都市の人に手伝ってもらい、お礼にお金や収穫物を渡す。お礼は少ないかもしれませんが、手伝った人は収穫の喜びを味わえる。こうしたワーキングホリデーのような協働型(コラボレーション)交流をもっと広げていくのも1つの方法だと思います。そしてリピーターが増えてきたら、農作業だけではなく祭などの伝統行事も一緒にやるような方向に広げていくこともできます。岩手県大迫町おおはさままちでは、都市の人々が早池峰神楽はやちねがくら

の応援団となって交流の輪を広げているような例もあります。こうして活動の場を広げ、村のファンになってもらうわけです。そういう交流の形も必要なのではないのでしょうか。

杉田 問題は、実際に動くのは国民個人個人だということでしょうね。皆がその気になってくれるかどうか。

### 世代別ニーズの把握

日野 国民全体をそうしようと考えると、そうはうまくいかないと思います。全体をとらえるのではなく、例えば世代別に考えるような方法が大切だと思います。青少年の教育機能を活用した交流のタイプとか、生協がやっているファミリー層対象の事業のように、家族の絆を強めるツアーもあります。学生や中高年対象には社会貢献型交流もありますし、熟年層なら市民農園のような健康や生き甲斐型の交流も面白いでしょう。

焦点を絞ってそれに向かって知恵を絞る方法です。世代別ニーズの把握は、その1つの例です。

杉田 行政の推進組織に関する話が出ていますが、受け入れ側からみて行政に対する要望や意見はありませんか。

### 行政支援からの自立

三宅 グリーン体験塾の推進では、役場の農林課や企画課のお世話になっています。イベントを実施するにあたって、マスコミに取り上げてもらうための橋渡しなど、いろいろな後押しをいただいているので、これ以上は望めないと思います。ただ、現在心配なのは、市町村合併によって行政単位が大きくなると、今の仕事に携わる人が少なくなると、今まで通りの支援を期待することは難しくなるのではないかということです。結局は自

分たちでやらなければいけないんだ、と覚悟はしております。

杉田 自分たちで推進組織をつくってやろうとするとき、どのような問題がありますか。いろいろな立場の人が入ってくると、苦労もあると思いますが。

滝沢 まず組織体制をしっかりと整えることです。そしてテーマをどうするか。それにはどのような内容がいいのか。それから、情報の発信をどうするかということです。いつ、何を、誰に、どのようなかたちで発信するのか。飯山は行政がしっかり稼働していますので、宿元もその組織の一員として積極的に活動しています。

日野 旅行業者の立場からみて、実際にプログラムを組んだり、客集めをするとき、一番頼りになるのは何ですか。

### タイムリーな情報提供

兼岩 やはり的確でタイミングのよい情報でしょう。例えば、夏休みの客集めをするとき、われわれのパンフレットは3～4月、遅くてもゴールデンウィークまでにできていなければなりません。そのためには地域では、1～2月にはプログラムが確定していないとわれわれの商売には食い込めないということです。地域によってその対応はまちまちですが、直接客を集めるのなら4～5月でも大丈夫でしょうが、業者の力を借りるのなら早めの対応が必要になります。

杉田 先ほど人材育成の話がありましたが、プログラムの作成ということでは、特にそういうマインドを持った人が育たなければならないということですね。

日野 平成7年頃、生協の「グリーン・ライフ」を立ち上げるとき、正直に言って何をすればいいのか分からない状態でした。ファミリー層が対象ですから、親は30代で子どもが1人。そこでいろんな体験プログラムを詰め込んだのですが、今から思うとあんなに猛烈でなく、もっとゆったりしたものでよかったと反省しています。

最近では地域にもプログラムをつくれる人が育ってきています。高齢者（熟年層）対象のウォーキングコース、若い人だとトレッキングや自然体験です。あるいは特別なことは何もしないでただゆっくりできるというようなものも考えられます。そういう良いプログラムをつくれるような人を育てる研修も必要かもしれません。

#### 地域間交流のあり方

杉田 都市と農村の交流を進めていく場合、それぞれに事情があります。その両者がグリーン・ツーリズムを通じて交流することで、地域の存続や維持につながる事が分りました。

そこでこれから先の交流のあり方を考えた場合、どう進めていくべきかを考えてみて、座談会のまとめにしたいと思います。

その場合、例に上げられるものが、東京都世田谷区と群馬県かわばむらの川場村の交流です。両地域は長い交流を重ね、世田谷区は村に小中学生が宿泊できる施設をつくっており、双方の自治体にとって大きな意義のある交流となっています。こういったケースを考えながらグリーン・ツーリズムの将来を考えていきたいのですが、地域の維持、活性化を図っていくという観点からみて、その将来像はどうあるべきでしょうか。都市の立場にある兼岩さんからみていかがでしょうか。

兼岩 都市と農村の交流は、これまでに姉妹提携などの形でほとんどの地域で行われており、私の住んでいる小牧市も北海道の八雲町と友好都市提

携しています。われわれの商売からすると、最初の仕事は輸送手段の提供ぐらいしかないのですが、当社は過去に稚内市と石垣市の姉妹都市提携の橋渡しをさせていただいたように今後、新しい形の提携を求められる地域があれば、多少でもお役に立てればと考えています。

滝沢 交流には、人と人の交流、物産の交流、地域歴史の交流の3つがあります。

人と人の交流でいえば、私たちの地域では長年、武蔵野市の小学校から5年生を受け入れていますが、春に1週間、各宿に分宿して田植えや稲刈りを体験してもらおうのですが、これがきっかけとなって隣の地域でも交流が始まりました。また、子どもだけではなく、そのお父さんやお母さんとの交流にも輪が広がってきました。

物産の交流としては、飯山でできる日本一のアスパラガスとコシヒカリを食べてもらい、その産地直売直送も行っています。

こんなふうに、考え次第ではいろいろな展開ができるので、これからもこういう方向を大事にしていきたいと考えています。

#### 都市と農村の“共生対流”

日野 私はこれまで「都市と農村の交流」といつてきましたが、最近の農水省は「都市と農村の共生対流」ということをいうようになってきました。双方がそれぞれの特徴を生かし、魅力を楽しみ合い、循環する関係をつくっていかうということですね。

端的にいえば、親戚付き合いをやっていかうということですね。例えば、災害のような苦しいときにはお互いに助け合う、お祭りのように楽しいことがあれば、それぞれが参加して喜び合う。東京都北区と群馬県かんらまち甘楽町の間にはそうした提携の例があります。また、秋田県あおだてしの大館市は渋谷区と提携していますが、これは渋谷駅前ハチ公のハチ公が秋田

犬だったことが縁になったんだそうです。大館市でつくられた“あきたこまち”が格安で渋谷の小学校の給食に使われており、地域にとっては米の消費拡大につながっているわけです。もっとも格安にする必要はないと思いますけど（笑い）。

こんなふうに都市と農村の双方が心温まる間柄になり、利益を共有できる関係になることを共生対流というのですが、対等なパートナーシップによって、双方が足りないものをお互いに補い合えるような関係をグリーン・ツーリズムの中で築いていければ素晴らしいですね。

杉田 大変うまくまとめていただき、ありがとうございました。

いずれにしても、グリーン・ツーリズムを一手法として、都市と農村が共生対流していくことが地域活性化を推進するポイントだと思います。これはある意味で私たちの行動範囲が広がったことの帰結だろうと思いますが、それは別にして、違った地域と地域が交流することによって、活性化のいろいろなアイデアが出てくるということがあるのだと思います。その意味で交流の拡大は非常に重要なことだと考えています。

この座談会を読んでいただく方は、都市にも地域にもいらっしゃるでしょうが、双方の共生対流のためにこれを役立てていただければ幸いです。

<平成14年9月30日収録>

# 我が国におけるグリーン・ツーリズムの 展開と農山漁村地域の活性化



日 野 昭 男

( 都市農山漁村交流活性化機構事務局長 )

## 1. グリーン・ツーリズムの提唱

我が国において、グリーン・ツーリズムが国の政策として登場したのは、平成4年(1992年)農林水産省が公表した「新しい食料・農業・農村政策の方向」(新政策)においてである。新政策は、21世紀へ向けた新たな社会情勢に対応できる農政の方向を示したものであり、その後の「食料・農業・農村基本法」の基礎となったものである。その中で、「グリーン・ツーリズム」は農村地域政策における定住条件の整備対策の一環として位置づけられている。そのねらいとするところは、「地域全体の所得の維持・確保を図る観点から多様な就業の場を創出するため、都市にも開かれた美しい農村空間の形成に資する。」ものであった。つまり、農村における新しい産業を育成し、雇用・所得機会の確保を図ることを目的としたものである。

この新政策に基づき、同年農林水産省内に「グリーン・ツーリズム研究会」が設けられ7月末に報告書を発表した。その報告書において概略次のような考え方に基づきグリーン・ツーリズムを提唱している。

## 都市と農村の共生

高度経済成長から安定成長へ移行するにつれ、多くの国民の中で、真の豊かさが実感できないという声とともに、効率性至上主義への反省の気運が高まり、「物の豊かさ」よりも「心の豊かさ」を求める傾向が強まっている。このような中で、農村地域における「ゆとり」や「やすらぎ」のある生活の可能性に対する評価が高まっている。農村は食料等の生産の場であるのみならず、自然と共生し人間的な温かみのある暮らしのできる場(居住空間)であり、また美しい農村空間はゆとりとやすらぎをもたらす「余暇空間」としての役割も期待される。このように居住空間、余暇空間としての役割が期待される農村地域を都市にも開かれた魅力ある地域として整備し、グリーン・ツーリズム等都市農村交流を進めていくことは、国民に豊かさとゆとりを実感できるライフスタイルを可能とし、また活力の低下のみられる農村地域の活性化にも資することができる。つまり、グリーン・ツーリズムの推進は、都市と農村の共生の途を開くものとして重要な役割を果たすものと位置づけられる。

## グリーン・ツーリズムの推進

欧米諸国では、緑豊かな農村が育んできた自

然・生活・文化ストックを広く都市住民に開放し、市民が人間性を取り戻すために行われる農村滞在型の余暇活動が定着しており、「グリーン・ツーリズム」等の名前で親しまれている。我が国においても休暇の増加等に伴い、旅行の形態も集団による「短期集中豪華型」から個人の嗜好による「自己実現の旅」、「時間消費型の旅(ゆっくりのんびり)」、「ファミリー旅行」等様々な形を取るようになっている。

このような日本人の旅に対するニーズが多様化するにつれて、農村を舞台としてその自然、文化、人々との交流を楽しみながら余暇を過ごす「グリーン・ツーリズム」に対するニーズも増加している。それは自然と共生する人間的な生活を求める未来への動きであり、青少年の教育的視点から取り込まれる自然(農業)体験学習、心豊かな地域の食(伝統食等)への関心の高まりなど、新しい価値観を反映した動きへと広がっている。

また、グリーン・ツーリズムの推進は、農業・農村サイドにとってもその意義は大きく、地域の自然、文化等を保全しつつ、地域活性化の新たな契機となるとともに、都市住民の農業・農村への理解の増進にも寄与することが期待できる。

以上のような認識の下に、「グリーン・ツーリズム研究会」では、平成4年7月末に報告書を発表し、グリーン・ツーリズムの推進を次のように提唱している。

・・・農村地域における開かれた美しいむらづくりに向けた意欲と、都市住民の側に芽生えた新たな形の余暇利用や農村空間への思いに橋を架けるものとして、グリーン・ツーリズムを提唱する。

グリーン・ツーリズムとは、「緑豊かな農村地域」において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型余暇活動であり、それを通じて、農村で生活する人も農村を訪れる人も「最高のクオリティライフ」を享受できるものでなければならない。それは、ひとことで言うと、「農村で楽しむゆとりある休暇」である。

さらに、研究報告会では、新たな政策分野であるグリーン・ツーリズムの推進施策の方向について、次のように述べている。

美しいむらづくりの推進

快適な「居住空間」、「余暇空間」の形成。そのため、農村地域の生活環境の整備、地域の景観保全等を図る仕組み(協定・条例等)の検討

受け入れ体制の整備

ホスピタリティの向上等ソフト面の整備、体験インストラクターや受け入れ側の中核となる人材の育成、宿泊施設、農家レストラン、体験・交流施設の整備、宿泊施設の登録等の仕組みの検討。

都市・農村相互情報システムの構築

農村側情報の収集・評価・紹介システム、都市側ニーズの伝達システムや需給マッチングのためのシステム等の構築

推進・支援体制の整備

官民連携によるキャンペーン活動の展開。企業、消費者等都市側と農村側との交流促進体制の整備、推進指導體制の整備、官民の協力・分担関係の検討

農林水産省では、グリーン・ツーリズム研究会報告で示された推進の基本方向を踏まえ、平成5年度以降「農山漁村でゆとりある休暇を推進事業」を実施した。この事業は、全国段階におけるグリーン・ツーリズム推進手法調査と市町村段階において、グリーン・ツーリズムの推進に必要なモデル整備構想の策定を行うものであった。

これらの事業を通じて、諸外国の取り組みや我が国の事例調査等を行いながら、具体的な課題の整理、今後の推進手法について検討を行った。また、ドイツ、フランス、イギリス等の実践者を招いての国際シンポジウムの開催やグリーン・ツーリズムの地域の担い手(リーダー)に対する研修、各種メディアを通じた普及啓発活動を行った。

## 2. 農山漁村滞在型余暇活動促進法の施行

グリーン・ツーリズムに対する国民の認識が徐々に高まる中で、平成6年の国会において、「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（農山漁村滞在型余暇活動促進法）」が成立し、平成7年4月1日に施行された。

この法律は、都市住民が農山漁村に滞在して行う余暇活動のための基盤整備を促進し、ゆとりある国民生活の確保と農山漁村地域の振興に資することを目的としている。

主な内容は、「農山漁村滞在型余暇活動に資するための機能の整備を促進する措置」と「農林漁業体験民宿業の健全な発展を図るための措置」の2つからなっている。前者は、都市住民等が農作業体験などを行う場合に利用する施設の整備等、地域における余暇活動を促進するための機能を充実させるための措置である。後者は、この制度の中心をなすものであり、農林漁業体験民宿業者の登録制度を設け、その健全な発展を図るための措置である。

民宿の登録は、全国農林漁業体験民宿業協会（農林水産大臣の指定団体：現在は 都市農山漁村交流活性化機構）が定める適正営業規程に従って民宿業者の申し出により行われる。登録される民宿業者は農林漁業者であること、農林漁業体験等のサービスが明示され、利用者の安全性が確保されることなどが要件となっている。その宿泊施設には、農林漁業体験民宿業者であることがわかりやすいように標識（下図）を掲示することとしている。また、都市住民等の利用者に対しガイドブックやパンフレット等を通じて紹介している。平成7年8月に第1回の登録が行われ、現在585件の民宿が登録されている。

## 3. 食料・農業・農村基本法の制定と 都市農山漁村交流活性化機構の発足

近年におけるグリーン・ツーリズム等都市農村交流の気運の高まりを背景として、平成11年7月施行された「食料・農業・農村基本法」では、農村振興の重要な政策課題として都市と農村の交流



が位置づけられた。即ち、基本法第36条では、「国は国民の農業・農村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりある生活に資するため、都市と農村間の交流の促進、市民農園の整備の推進その他必要な施策を講ずるものとする。」と規定されている。

このような状況の下で、平成12年4月以降、都市と農村の交流に関係する3つの団体〔農林漁業体験協会、ふるさと情報センター、21世紀村づくり塾〕を統合して、総合的な都市農村交流の推進組織を形成すべく検討が進められ、平成13年4月に「財団法人都市農山漁村交流活性化機構」が発足した。

統合法人は、3団体が取り組んできた業務を継承するとともに、新たな業務を加えて、グリーン・ツーリズム等都市農村交流に関する業務を総合的・一体的に実施することとした。その主な業務は次のとおりである。

都市と農山漁村の交流、地域活性化等に関する調査研究

農山漁村のふるさと情報の都市への提供・都市のニーズを活かした農山漁村の活性化への支援

青少年等の体験農林漁業の普及推進

農林漁業体験民宿業の健全な育成のための登録制度の運用

体験農園、交流施設等農林漁業体験施設の管理・運営及び整備に関する支援

都市農村交流促進のための人材育成

美しく魅力あるむらづくりの推進

#### 4. 食と農の再生プランにおける都市と農山漁村の共生・対流

平成14年4月に農林水産省から公表された『食と農の再生プラン』において、「食の安全と安心の確保」、「農業の構造改革の加速化」とともに、3本柱の一つに「都市と農山漁村の共生・対流」

が位置づけられた。同年6月にはその推進のための工程表が公表され、その中で、都市と農山漁村を双方向で行き交うライフスタイル（デュアルライフ）の実現に向けてグリーン・ツーリズムの積極的推進を図ることとされ、

都市側の動きの支援

都市と農山漁村のつながりの強化

受け皿としての農山漁村の魅力向上

のための対策を関係省庁と連携して総合的に推進することとされた。

ここでいう「共生・対流」とは、都市と農山漁村がそれぞれの特徴を活かし、互の魅力を享受できるような互恵的な関係を構築し、都市と農山漁村の間で、「人・もの・情報」が循環するような状況を創り出していくことを意味している。

また、「都市と農山漁村を双方向で行き交うライフスタイル（デュアルライフ）」は、共生・対流を個人のライフスタイルの観点で表現したもので、例えば、

「週末を農山漁村で過ごす。」

「農山漁村に居住して都市へ通勤する。」

「一生のうち、ある一定の時期に農山漁村で暮らす。」

など様々な生活スタイルがあげられる。

共生・対流の実現のためには、個々の施策の展開と併せて、企業やNPO等民間の活動をはじめとする幅広い国民運動を展開する必要があり、その展開方法等について早急に検討することとしている。

#### 5. グリーン・ツーリズムの展開と今後の推進施策の方向

##### (1) 多様なグリーン・ツーリズムの展開

グリーン・ツーリズム等都市農村交流については、最近における自然の中での「ゆとり」、「やすらぎ」を求める意識の高まりを背景に、その関心

は徐々に高まっている。農山漁村に滞在して、各種体験活動や交流を楽しむ農家民宿の利用者についてみると、平成12年3月末現在で約870万人と推計される。これは観光目的の宿泊客数3億1,300万人の3%に相当しており、近年増加の兆しがみられる。

また、土とのふれあいを求める都市住民のニーズも高まっており、市民農園が人気を呼んでいる。市民農園の開設数は年々増加しており、平成13年度末の市民農園施設は2,610（前年度末2,512）に達しており、総区画数14万区画、約14万世帯が利用しているとみられる。最近の特徴としては、都市から比較的離れた農山村地域において、簡易宿泊施設と市民農園がセットとなった滞在型市民農園が人気を博し、12年度末で42農園が設置されており、地域住民との交流を通じて活性化効果が期待されている。

このような状況の中で、前述の農山漁村滞在型余暇活動促進法における市町村計画の策定市町村が増加している。同法ではグリーン・ツーリズム等地域における滞在型余暇活動を計画的に推進するため、秩序ある土地利用計画や良好な農村景観の保全・形成、都市農村交流施設の整備等を内容とする市町村計画の策定を行っているが、13年度末の策定市町村は233市町村に達しており、グリーン・ツーリズム推進の意欲が伺われる。

このような中で、グリーン・ツーリズムは農山漁村において多様な展開をみせている。例えば、茅葺き民家等の伝統的な農林漁業体験民宿への宿泊、前述の簡易宿泊施設付き市民農園（滞在型市民農園）での農業体験、稲刈、そば打ちなどの「農」、「食」体験、また自然の中でのウォーキング、トレッキング等の活動、夏休み等を利用した子供達の長期の農林漁業、農山漁村体験活動、ふるさとまつり等の地域伝統文化行事への参加、直売所、棚田オーナー制度等による交流等がある。その滞在期間も日帰り型から長期滞在型、さらには、反復型（リピーター）、また個人、グ

ループ、学校等の集団と極めて様々な態称となっている。我が国の場合、長期休暇が定着していない状況の中で、当面はグリーン・ツーリズムをある程度幅広くとらえる必要があり、短期間の交流を繰り返し行うものや既存の観光地と連携した農業・農村体験もグリーン・ツーリズムの一つの対象としてとらえる必要がある。

## （2）グリーン・ツーリズムによる地域の活性化とその支援策

グリーン・ツーリズム等都市農村交流の進展により、農村地域にとって農産物や加工品の販売増加、新たな就業の場の創出が期待されており、交流人口の増加の中で新しいサービス産業も生まれてきている。特にグリーン・ツーリズムの推進の中で期待されるのは、農家民宿、農家レストラン、農産物直売所や各種体験サービス等である。農家民宿は現在約5,000軒の農家が営業しているとみられる。農家レストランについても、農業関係者が地域の新鮮な食材を利用して伝統食等のメニューを提供している事例が各地でみられ、平成12年の調査では約500軒の農家レストランが存在している。農産物直売所は、農村女性グループや高齢者等の起業活動等により積極的に取り込まれ6,000カ所を越える直売所が立地すると見られ、農家所得の増大に寄与している。また、農作業体験サービスについても高齢者等の技術や経験が活かされ、交流を通じて生きがい活動として定着してきている。このように、グリーン・ツーリズムの推進は交流人口の増大を通じて農村地域に小さいながらもマーケットを形成し、新しいビジネスの芽が生まれてきている。

このような地域の活性化を目指して取り組まれているグリーン・ツーリズムを推進するため、次のような支援策がとられている。

### 農村から都市への情報発信

農村の自然（景観）、文化、特産品等のふるさと情報、農家民宿、各種体験プログラム等のグリ

ーン・ツーリズム関連情報をインターネットやガイドブック、映像等により情報発信している。また、ITを活用して農村から都市へ情報発信を行う人材の育成を図っている。

#### グリーン・ツーリズム推進のための人材育成 (研修)

機構内に「都市農村交流スクール」を開講し、インストラクター等の人材の育成を図るとともに、それらの人材を登録した人材バンクによりその活用を図っている。

青少年、熟年層等の農業・農村体験への支援  
文部科学省と連携して子供達の自然・農業体験を推進するとともに、熟年層を対象とした農業・農村体験の推進を図っている。

#### やすらぎの交流空間の整備等

市民農園(滞在型市民農園を含む)の整備、都市近郊の谷津田(山の谷あいにかかれた水田。水源涵養のための二次林(里山)、ため池、小川(用水路)、そして水田などがセットとして存在する場所をさす。)とその周辺地域の整備、廃校や古民家を利用した交流施設の整備を支援している。また、農家民宿開業に際しての低利融資を行っている。

#### 美しく快適な農村空間の整備

各種事業を通じて美しく快適な農村空間の形成に向けて事業を展開するとともに、景観コンテストや伝統文化顕彰事業等を通じて美しいむらづくりを推進している。

#### 普及啓発事業

グリーン・ツーリズムを特に都市の人々に普及するため、シンポジウムやまち・むら交流大会の開催、広報誌、パンフレットの配布等を行っている。

### (3) グリーン・ツーリズム推進上の課題と今後の展開方法

自然の中で、健康でゆとりある生活を求める最近の動向を反映して、グリーン・ツーリズムに対

するニーズが高まっており、多様な展開が図られているが、グリーン・ツーリズムを我が国社会に定着させるには、いくつかの課題がある。一つは、都市住民のニーズを的確に把握し、それに応じたキメ細かな対応を図る必要がある、その方法として、青少年、熟年層やファミリー層等、都市住民のライフステージに応じた交流手法を確立する必要がある。二つは、都市と農村をつなぐものとして、相互の情報発信が円滑に行われるよう農村側の情報発信力を強化し、人的ネットワークを構築していく必要がある。三つ目は、農村側の生活・産業基盤を整備し、快適で活力があり、かつ安全・安心を提供することのできる魅力ある受け皿づくりをしていく必要があることである。

このような課題を克服して、グリーン・ツーリズムの円滑な推進を図るためには、

ライフステージごとのニーズに配慮した新たなグリーン・ツーリズムモデルの提案・普及

農村情報の提供拠点となるグリーン・ツーリズムセンター機能の確立

グリーン・ツーリズムビジネス(交流・体験サービス)の育成による雇用・所得機会の確保

農村の魅力向上のための地域ぐるみの取り組みへの支援

等、を内容とする総合的な対策を関係者と連携して推進していく必要がある。また、新しいライフスタイルを実現するためには、行政の取り組みと併せて、企業、市民団体等の幅広い力を結集して、国民運動として進めていくことが重要である。そのことにより、都市と農村を双方向で行き交うライフスタイル(デュアルライフ)の実現や農村地域の活性化を図り、もって都市と農村の共生・対流を推進していくこととしている。

# 旅行業界からみたグリーン・ツーリズムの 現状および今後の可能性と課題



兼 岩 浩

(名鉄観光サービス)

2005年日本国際博覧会推進室)

## 1. はじめに

近年の旅行業界は「安・遠・短」という言葉に象徴されるように、安い旅行代金で遠くへ短期間で出かける傾向がある。特に国内旅行ではその傾向が顕著である。例えば、3連休があるとすれば1泊2日で飛行機などを利用して格安に旅行をして残り1日は自宅でのんびりと過ごすというパターンである。(「安・近・短」の傾向も強いが...)

先日ある新聞に『小中学生にリクエスト休暇を!』という記事が掲載されていた。

これはお盆やゴールデンウィークなどの観光地が込み合う期間を避け家族でゆっくり旅行できるようにすることを目的として、家族の要望により小中学生が出席扱いのまま年間数日、学校を休めるようにする形の休暇である。

それに付随して

- ・ 夏休みの一部を秋に振り替える「秋休み」の導入
- ・ サラリーマンの有給休暇の完全取得
- ・ 家族旅行のツアー料金などを所得税の控除対象にするといった税制上の優遇措置

も同時に検討されている。

政府はこれらを導入した場合、サラリーマンが連続2週間ほど休みを取ると試算、有効な景気対

策の一案として本格検討を始めており、実際に「連続2週間の休み」は無理としても、各家族に合わせた長期休暇を取りやすくなることは事実である。

その休暇をどのようにして過ごすかは人それぞれであるが、旅行業界としては旅行需要の高まりへの期待感と共に「グリーン・ツーリズム」が注目をされてきており、確かに今後非常に伸びていく要素を持っている分野であると思われる。

## 2. 体験型観光とグリーン・ツーリズム

最近の旅行の傾向として旅行中に何らかの「体験」をとりいれるケースが増えている。

以前は目的地までの行き帰りに観光地の見学や施設へ入場したりしていただけたものを、郷土芸能体験・紙漉き・陶芸・染物・そば打ち・うどん打ち・お菓子作り・農作業・酪農・漁業・自然観察・ハイキングなど様々な体験を主たる目的として行程に組み入れる旅行が増えてきた。

今までの旅行なら単なる物見遊山で終わっていたものが、アクセントを加えることにより参加者の印象が変わってくる。豪華船でのディナークルーズや高級レストランのディナーといった食事も印象に残るだろうが、自分で作ったそばやうどん

などを食べることの満足感が旅行に参加したという実感をより良いものに高めていく。

こういった体験旅行に参加した人などが家庭や職場などへ話題や作品を持ち帰ることで、今度は家族旅行や職場旅行でその体験や違った体験を試みようということになる。

実際、当社の家族向けの旅行商品にも家族一緒に自然体験を楽しむツアーへの参加者が毎年急増している。また、「水族館や動物園に泊まってしまおう」というツアーの大ヒットや、毎年恒例の洋上教室やキャンプ教室のように子供だけで各種体験を楽しむツアーも数多い。

家族旅行で自然体験型の商品が好調な理由には、次のようなことを挙げることができる。

家族一緒に自然の中でコミュニケーションをとることが大切という気運が少しずつ広がってきている。

子供のころに自然の中で遊んだ経験がある親は、自分の子供にも自然の中でいろいろな経験をさせてやりたい（経験の無い親も子供に経験させてやりたい）という願望がある。

学校の週5日制により、休みが多くなりツアーに参加しやすくなっている。

少子化と親の高学歴化により、不景気の中でも子供にける教育（体験も含む）費用を惜しまない傾向がみられる。

最近「3世代旅行」という言葉をよく耳にするが、これは、家族旅行の中でも祖父母と息子・娘にその孫と一緒に出かけのものを指す。その場合祖父母には、孫たちにいろいろな経験をさせてやりたいという親と同じような願望があるものと推測される。都会育ちの子供の場合、自然にふれていろいろな体験をすることがなかなかできないので、旅行を兼ねていろいろな体験をできることも自然体験型の旅行に人気が集まる一因であろう。

### 3. 学校行事とグリーン・ツーリズム

今の学校を取り巻く環境もグリーン・ツーリズムを後押しする社会的要因である。

本年度から小・中学校に新学習指導要領が導入され、体験型の教育プログラムを取り入れる学校が増えている。今までも修学旅行などでは単に名所旧跡を巡る見学型からその土地ならではの体験・観光を行う体験型に移行する傾向であったが、「感動」・「ふれあい（交流）」・「知識」などを得られることで教職員の評価も高く、今後もさらに拍車がかかるのではないと思われる。

遠足の形態も同様に推移しており、新規に行事を行うケースも見られる。

また、受け入れ側の各団体や組織・施設もそれに応えるかたちで体験メニューの充実や受け入れ体制の確立を実施している。一部の地区では、旅行会社の教育旅行担当者や体験学習を希望する学校の教職員などを実際に現地に招いて、視察会やモニターツアーなども積極的に実施している。「百聞は一見に如かず」でパンフレットや言葉で説明するより、実際に体験してもらうことで効果は絶大であろう。

学校行事の場合は、ある程度まとまった人数でかなり前からスケジュールが確定するので、受け入れ側も費用が確定し、指導者や係員の配置など万全の体制がとれるのでやりやすいと考えられる。

ただし、メニューによっては一度に体験できる人数に制限があるため、時間差を設けたり別メニューを選択してもらう必要がある。そのため、メニュー数が少ないと学校側も敬遠することがあるので受け入れ側も工夫が必要であろう。

また、教育関係では学生を対象として、県や市町村単位での姉妹提携を通じて、都市部と農山漁村の交流や、農山村と漁村の交流がよく見られる。

いずれにしても、現時点で学校行事はグリーン・ツーリズムの最大マーケットといえる。

#### 4. 子供旅行市場とグリーン・ツーリズム

先に述べたように、子供向けの体験型商品は非常に人気が高い。

洋上教室やキャンプ教室以外にも海外での語学研修やホームステイの人気には目を見張るものがあり、国内旅行ばかりでなく、海外旅行も含め市場は大きいといえる。

そうした需要を逃さないよう、旅行業界でも新たな取り組みが見え始めている。

##### 学校の週休2日と共働き夫婦

学校の完全週休2日制や共働き夫婦の増加など、社会的な環境変化も子供旅行市場を後押しする大きな要因である。

共働き夫婦の場合、夏休みなどの平日に子供一人を家に置いておくよりは、子供だけでいろいろな体験ができるツアーへ「勉強がてら行かせても」という親が多いと聞く。

また、家族全員や親子参加だと費用が高くなることや、下にもう一人子供を抱えている家庭ではお母さんが家を空けられないという事情もあるだろう。

特にホームステイのように長期になると、子供だけで行かせるものというイメージが定着しているものと考えられる。

上記のような状況が、子供向けグリーン・ツーリズムツアーを多くする要因になっているのではないか。

##### 子供向けアピールの重要性

体験型ツアーの問い合わせは、当然親からが多いのだが、中には子供自身で問い合わせをしてくることがある。その場合、「親に相談した？」と尋ねると「NO」という答えが案外多い。子供たちが行く気満々なのである。

そういう話をツアーを販売する担当者から聞くと、造成する側（ツアー造成担当者）とすれば、

子供にどうアピールするかを考えての商品造成が重要となってくる。パンフレットの作り方を親向けにするのか、子供向けにするのか考えていなくてはならない。

先に述べた水族館や動物園に泊まるツアーに参加した子供たちの中には、将来の夢を持ち「飼育係になりたい」、「調教師になりたい」、「獣医になりたい」などと具体的に目的を持っている子供が多いのである。

子供だけのツアーの場合、「一人」で参加する割合は少なく、たいていの場合は友人や兄弟を伴った参加が多い。参加したツアーが「良かった」となると、その話を聞いた別の子供がそれぞれまた別の友人たちをさそって参加してくれる。これが子供向け人気ツアーの現状ではないか。

子供たちの意志が強くなり、昔より決定権を強く持つようになった現在では、親と同様に子供へのアピールも無視できないのである。

##### 財布を握る親・祖父母

親としては子供に強くせがまれたり、教育的要素があれば財布のひもを緩めざるを得ない。

ただ複数の子供を抱える家庭は、教育費がかかって苦しい時期である。体験にかかる費用をどうしたらよいか。そこで金銭的に余裕のある祖父母が注目されることになる。

「3世代旅行」の場合、費用を支払っているのはおそらく祖父母が多いであろう。夏休みの家族旅行も祖父母と孫（子供）という組み合わせをよく見かける。

行き先は様々であるが、こういった組み合わせの旅行であればグリーン・ツーリズムなどが旅行としては最適ではないかと考える。

以上のことを総合すると、子供達はグリーン・ツーリズムの入り口世代であり、今後のグリーン・ツーリズム発展の鍵を握っているのではないだろうか。

## 5. グリーン・ツーリズム今後の課題

いろいろと伸びる要素の多いグリーン・ツーリズムだが、今後さらに発展していくうえで次のようないくつかの課題が考えられる。

### 個人客への対応

マイカーによる個人旅行が増えてきている中で、参加希望者の予約体制（予約不要な場合は、当日参加者への対応体制）を確立する必要がある。

また、参加者個々の細かな要求に応えられる体験を提供していく必要がある。

### 高齢者層への対応

高齢者の身体能力や嗜好を考慮したプログラムを充実させ、受け入れ体制を確立する必要がある。

### 告知やPR方法（一般向け・旅行会社向け）

一般向けには、新聞・雑誌・広報誌などへ広告や記事を掲載し、旅行会社向けには、現地視察会を開催するなど、体験内容のPR方法や・参加者募集方法を確立する必要がある。

### 旅行会社主催商品とのタイアップ

参加者の増加を図るため、旅行会社に商品としてとりあげてもらえるよう働きかけると効果的。

旅行会社の営業力を活用できる。

（この告知やPRにもつながる）

### 体験可能な人数が少ないプログラムの対応

一度に体験できる人数が少ないプログラムの場合、受け入れ人数を増やすために、施設の拡大やインストラクターの増員を図る必要がある。

そのためには、インストラクター（体験を指導する職人も含む）の育成や確保などの体制を確立する必要がある。

### インバウンド（外国人旅行者）への対応

国内からの参加者のみでなく、海外からの参加者に各種体験をしてもらうための受け入れ体制（特に言語等のコミュニケーション）を確立する必要がある。

### 自然体験の場合の天候対策

天候等により体験ができない場合には、その代替プログラムを用意しておく必要がある。

以上のような課題が少しでも改善されることを期待している。

最後にわれわれ旅行業者が今まで培ってきたツアーのノウハウを注ぎ、受け入れ団体の皆様と協力して様々なプログラムを作っていけば、参加者にきっと良い思い出が残りリピーターとなってもらえるのではないかと考えている。そしてグリーン・ツーリズム発展の原動力になればと願っている。



体験旅行のパフレット

# グリーン・ツーリズムへの取り組み

～ その現状と今後の課題 ～



## 滝沢 富美子

(北信州戸狩温泉)

グリーンレイク滝沢 女将)

### 1. はじめに

戸狩温泉は長野県飯山市にあり、新潟県との県境に位置し、関田山脈、三国山脈に連なる山々に囲まれその中央をゆったりと千曲川が流れています。この地は四季の移り変わりがはっきりしており、冬は最深積雪が平地では約150、山間部では450を上回るといった日本でも有数の豪雪地帯であり長い冬を過ごします。そして、4月も半ばを過ぎた頃から一斉に春が訪れ、薄緑の木々の芽吹きと共にこの時を待っていた可愛らしいカタクリの花や菜の花、そして桜が咲き出すのです。日中と朝晩の気温差により甘味のある夏野菜をたっぷり頂いた後は、秋。目を見張るばかりの紅葉が広がります。中でも鍋倉山の茶屋池周辺の紅葉は素晴らしく、池の水面に映る色のハーモニーは言葉を失う美しさです。このような戸狩の雄大な自然が私は大好きで、ここに住んで居る幸せを痛切に感じています。

### 2. 飯山グリーン・ツーリズム

戸狩の民宿は、昭和35年の戸狩スキー場の開発と共に農家の冬期間の副業として始まりました。その後、夏は学生の合宿村としてのかなりの集客



グリーンレイク滝沢 外観

がありましたが、スキー客の落ちこみや、学生の合宿離れが進み、これからの経営のあり方が課題となりました。全ての民宿は田畑を持ち、幻の米コシヒカリや、栽培面積日本一のアスパラガスなどを耕作している農家でもあるのです。そのことを踏まえて飯山市は都市と農村の交流を積極的に推進する方向を打ち出し、平成5年3月に第3次総合基本構想、前期基本計画を策定し『ふるさと農業の推進』、『ふるさと観光の推進』を掲げました。同年、農林水産省のグリーン・ツーリズムモデル事業の指定を受け、平成6年には飯山市グリーン・ツーリズム推進協議会が発足し、市・J A・観光協会が中心となり進めています。

グリーン・ツーリズムの交流拠点施設、体験施設が平成6年度から平成8年度までの3カ年をかけて整備され、平成6年には「ふれあい広場」、

平成8年には交流ターミナルとして「鍋倉高原森の家」、「北竜湖の館」、農林漁業体験実習館として「トピアホール」が完成しました。

ふれあい広場は、飯盒炊飯、バーベキュー、キャンプファイヤーなどが出来るように旧太田小学校跡を整備したもので、自然教室などに多く利用されています。

鍋倉高原森の家は、ブナの原生林（巨木の森太郎が名高い）が美しい鍋倉山の麓、標高約600mに位置し山間の大自然と広大な国営農場に囲まれたグリーン・ツーリズムの交流の拠点となる施設です。それぞれの季節に応じてさまざまな体験メニューが生まれ、その情報を発信しています。また、森の家では、インストラクターの派遣も行っております。豊富な体験メニューを支えるインストラクターは飯山市在住の市民であり、その人数は約100名を擁し、グリーン・ツーリズムを支える大きな力となっています。当宿は、森の家のメニューと絡めて夏のプランを組んだり、時にはインストラクターの派遣をお願いしたりと連携を取り合いながら取り組んでおり、お客様に大変喜んでいただいています。

トピアホールは民宿街のほぼ中央にあり、1階は郷土料理などの研修ができる調理実習室、研修室、会議室、2階にはスポーツ合宿などに利用される多目的大ホールが完備されており、自然体験教室の際の蕎麦打ちやおやき作り、ジャム作り、そして夏の大学生の合宿等で利用されています。

このような施設を備えた飯山グリーン・ツーリズムは『標高差1000mの自然、農林業体験』をテーマとして市全域を交流、体験のエリアと捉え取り組んできています。ここで言う標高差1000mとはエリアに入る鍋倉山が標高1300m、千曲川が標高300mだからです。全エリアを以下の3つに区分していることが特色の一つと言えます。

鍋倉山やブナ林の「自然林エリア」(自然体験、環境学習)

国営開発農地や農家民宿街の「高原エリア」

(農林業体験、宿泊)

千曲川周辺や市街地の「千曲川エリア」  
(寺巡り等の文化、歴史、カヌー体験)

加えて、もう一つの特徴は、グリーン・ツーリズムの基盤が農家ではなく、農家民宿であるということです。その宿に宿泊していただきながらこの地に生きる人々と関り心を触れ合い、農村体験をし、地域の文化を知り、自然を体感して頂いているのです。

### 3. 現状とそれに関わる者の思い

現状としては、東京、神奈川等からの小、中、高の自然体験教室を平成6年から受け入れ開始しており、戸狩は平成6年の1校から平成9年の13校、平成14年には36校と増加しています。また、日本生協連との提携により平成7年から「グリーンライフ事業」が始まりました。昨年度までは、J A、日本観光協会、受入宿からなる組織でありましたが、今年度(平成14年度)は、市、農業関係者、名人(インストラクター)といった方々にも加わっていただき飯山市全域にわたる組織として取り組んだところ、集客数がぐっと増え嬉しい成果を残しています。さらに平成10年からは、農林漁業体験協会の後援をいただき「春霞浪漫」と銘打ったイベントを開催しています。そして平成11年からは「子ども長期体験村」がスタートし好評を得ています。他にも「J Aこども村」、「わんぱく村」等の取り組みがなされています。冬には「雪国体験」と言うことで平成11年から受け入れを開始しており、一年の四季折々の中で各種イベントが展開されています。また、戸狩温泉では中高年層者を対象としてゆったりと温泉につかっていただきながらこの土地ならではの体験をしていただくという活動が始まっています。

私どもは、「グリーン・ツーリズム～農村で楽しむ、ゆとりある休暇～」を、様々な形でそれぞれの関わりの中で進めてきていますが、これは決

してひとくくりには出来ないものだと考えています。なぜならそれは、それぞれのお客様が目的も異なり、年齢も異なり、感性も異なるからです。加えて私どもとの関わりにも差があるのです。始めてお会いした方、毎年お会いできる懐かしい方、短期滞在の方、長期滞在の方と言う様に。ただそこに一つ共通していることは、誰しもが、心がふれあったと感じた時、フッと安堵の表情を浮かべることです。自らが人と触れ合いたいと願っておみえになる方もいれば、そうでない方もいらっしゃいます。しかし、自然とそうなった時、人は心までが自然体となれるのです。以上のようなことを、体験、宿泊を含めた全行程の中で、こちら側がどれだけ感じ取り、お客様と接することが出来るかだと思います。

#### 自然体験教室

自然体験教室は近年増加し続けています。その要因の一つに、(中には1クラス単位で1宿に30名ほど入る場合もありますが、)1宿に10名ほど泊まる分宿形態があります。先生方は本部宿舎でまとまって泊まり、生徒達は宿のおじさん・おばさんが親代わりになって、家族同様に一緒に食事の準備をしたり、畑仕事をしたり、宿ごとのオリジナルメニューを楽しんだり...と言うことで、より近い距離でお互い接しながら田舎体験ができているということだと思います。

もう一つの要因は、宿のおじさん・おばさんが皆インストラクターであり、いつも一緒に過ごしているということです。これは関わりがより深まるということであり、いよいよ帰らなければならぬ朝になると、生意気を言ってみたり、やんちゃをしていた子が「俺帰りたくねえ。バス来るなよー」などと言うのです。別れが切なくなります。

私は、今だからこそ、子ども達にグリーン・ツーリズムが必要だと思っています。心が病んでい

山の雄大さ・水の冷たさを感じて欲しい、生命のけなげさ・力強さを感じて欲しい、そして人の暖かさを感じて欲しいのです。この田舎で肩の力を抜いて、子ども、少年、少女があるがままの姿になって思いっきり自然を楽しんでくれれば最高です。

ある中学二年生の男子を仮にA君としましょう。A君は一見して目立つ子で、宿の車に乗る時も降りる時も一言も口を聞かず目つきも悪く、「これはー」と思っていると案の定、わがままで皆を困らせ一緒に行動を嫌がり、朝も起きなくて皆がご飯も食べずに待って居るので私が起こしに行く。「うるせえー、くそババア」という言葉が返ってきて、しまいには「うるせえな、おめえは俺の親じゃねえだろう！」と言うので、私は胸を張って「何言ってるの、あたしはA君の戸狩のかあちゃんだよ」と大声で言い返していました。こんなことを何度も繰り返しているうちに、A君はいつしか私のことを「ママ」と呼んでくれるようになり、表情も次第に和らいでいきました。そうなった頃にはもうお別れです。帰りのバスに向かう時、A君が小さな声で「ママ、ありがとう」と言ってくれたのです。涙があふれてきました。

(良かった)A君が人に対してそんなふうに見えるようになったことが嬉しかったのです。しばらく経ったころ、A君は電話をしてきてくれました。「ママ、俺だよわかるか?」って、一発でわかっちゃいました。

B君という少年は、時間を見つけては夢中になって田んぼの畔を走りまわり、泥だらけになってカエルを捕まえていました。そして、捕まえたカエルは水槽の中にそっと入れてあげて最後にはもとの所に逃がしていました。その時のB君の無邪気な顔が忘れられません。これが素なのだなあとその時つくづく思いました。

中、高校生の自然教室はほとんどが3泊4日です。体験メニューは宿ごとに違っており、それぞ

れに特色のあるものとなっています。

当宿にはこのあたりではめずらしいと言われるモウソウ竹が生息しているので、これを使つての竹工芸を必ず取り入れています。ノコギリで切り倒したり、ナタで割ったり、小刀で削ったりして、滞在期間中に使う自分の箸やコップを作ったり、時には弓矢を作って飛ばして遊んだりします。また、石臼挽きの地粉を使って蕎麦打ちをし、自分が打った蕎麦を味わってもらったりしています。



モウソウ竹の竹林

しかし、これだけは是非メニューに取り入れて欲しいと言う学校側からの希望があればそれは必ず組み入れます。それは田植えや稲刈り、畑仕事だったりします。

当宿の畑の夏野菜のほとんどは、春に来てくれた自然教室の子ども達が一生懸命慣れない鋤で「腰がいてえ～」と辛いのを我慢ながら耕してくれ、次に来てくれた子ども達が作付けしてくれたものです。おかげさまで美味しく実った野菜達は、夏の休みを利用しておいで下さったお客様の体験メニューの一つである野菜収穫の折りに、パクッと口に入って「甘～い！」と喜んでいただいたり、お土産になったりしています。本当に頑張ってくれる子ども達に「ありがとう」と心から感謝しています。

小学生は、東京都武蔵野市立第四小学校の5年生をセカンドスクールとして受け入れています。平成10年からですので今年で5年目になります。昨年までは6泊7日だったのですが、保護者と学校側の強い希望により今年は7泊8日になりました。

た。うれしいことです。これだけの長期間滞在は、武蔵野市の教育委員会の理解と支援があってこそ実現していることです。当宿は戸狩温泉の北条という地区にあり、この中の6軒の民宿で分宿という形で受け入れています。一宿12～14名ほどの子ども達と1名の指導員さんと丸々1週間寝食を共にするのは、子ども達はすぐに「父ちゃん、母ちゃん」と呼んでくれます。「母ちゃん、箸できたよ」と手が痛くなるほど頑張つて削った箸をニコニコ顔で見せてくれる子、「今夜のおかずはなあに？」と、エプロンを付けやる気満々な子...みんな思いっきり元気に楽しんでいます。

このセカンドスクールの場合、5年生全員が一緒に同じ体験をするという場面が多いため宿相互の協力体制が不可欠となります。その点この6軒のチームワークは最高です。普段から、おじさんもおばさんも色々な場面で皆関わり合い、楽しく和気あいあいとやってきているからです。また、その中での分担もしっかりとしており、それぞれに自分の得意分野があり個性があります。それを互いに認め合っているので事がスムーズに運ぶのです。

5年生全員一緒のメニューには、箸作り・田植え・ブナの森のハイキング・笹寿司作り・寺めぐり・わらじ作り等があり、宿ごとメニューは一週間に2回ありますがこれは宿任せで、当宿では野草パン作りや弓矢作り、流しそうめん大会(竹を割ってそうめんを流す装置を作る)等をやってきました。

これだけの長期間一緒に暮らすのですから、子ども達が我が子のように可愛くて仕方がなくなります。それだけに「さようなら」は寂しいものです。でも、春に別れがあつても秋には再会できるのです。子ども達が植えてくれたもち米が実り収穫できたら、その米を持って今度は戸狩の父ちゃん母ちゃんが小学校へ行くのです。子ども達は歓迎してくれます。このように交流が広がり、春にセカンドスクールで来た子ども達が、夏やスキ

ーシーズンの冬にも今度は家族で訪れてくれて、元気に大きくなった姿を見せてくれるのです。なんと嬉しい限りです。

このように私達は、自然体験教室ではインストラクターとして色々なことを子ども達に教え、知識や知恵を与えますが、逆に私達は子ども達からかけがえのないものを与えてもらっており、自分の心も安らいでいるのです。

### グリーンライフ

飯山グリーンライフ事業の取り組みは、『第2のふるさとづくり』をキーワードとし、人との触れ合いを大切にすることで、普段着で村、自然、文化、そこに息づく人の営みが感じていただける様にとという考えのもとに進めてきました。そして、「食から交流」また「交流から食」という部分にこだわり、ここに来たからこそ味わえる物ということで郷土食をここでもう一度見直しました。さらに今年度は、ブナ林が育んだ自然の恵みである湧き水、ゆったりと堂々と流れる千曲川、冬のしんと降り積もる雪、そして美味しい農産物を育てているものということで、“水”をテーマに据えました。今、飯山には何があるのか。誇れるものは一体何なのか。さらには何故そこに行くのかということが一番の課題でした。こう言ったことを掘り下げ、話し合いを進め前述のような本筋が立てられた訳ですが、今年度は昨年度の反省の元に企画組織を再編成し、JA、市、宿泊関係、森の家、インストラクター、国営農場、女性グループ等の方々が参加しており、飯山全域が見え、あらゆる方面からの意見が出される中で企画が練り上げられていきました。

加えて、実際に受け入れる宿元でも何度か会議を持ち、細部に渡る打ち合わせを重ねました。

今年度のプランは、親子でふるさと楽習『北信州丸かじりスクール』、親子冒険隊『千曲川リバーツーリングとアクティブキャンプ』、ゆったり過ごすフリープラン『ふるさと探検隊』、そして

14日間と7日間の子ども村、というものでした。それぞれの参加者数に差はあったものの合計すると前年比約150%と言うことでとてもありがたい結果となりました。しかし、その中でも様々な反省点が出されており、さらなる見直し、検討がなされています。それをもとに次のシーズンのグリーンライフへと進んでいるわけです。

さて、そこで宿元はお客様にどのように対応したかと申しますと、この時期に飯山戸狩にいらしたからこそ食していただきたいものと言うことで、女将さん達の腕を振った郷土料理が出され、そこには必ずお品書きが添えられました。そしてお出しした料理の説明をします。

ただそこに置かれているだけでなく、手書きのお品書きがあり、更に一言その云われや素材を知ることにより一味も二味も加わるのではないのでしょうか。そして「これ、家でも作れるかしら？普段食べない子が、ペロリと食べちゃったの」という質問に、作り方をお話したり子供さんの様子をお聞きしたりという様に交流が広がっていきました。旅先での食はとても楽しみなものです。その土地ならではのもの、そして美味しいものを食べた時ってなんとも幸せな気分になります。その気持ちこそ是非味わって頂きたいと思っています。今年度は、“こだわりの蕎麦打ち”ということで体験していただいたわけですが、ここで言うこだわりとは、まず蕎麦粉は地元飯山産であり、石臼挽きであること。加えて水はブナ林が育んだ美味しい湧き水であるということです。このように素材がそろえることはとても恵まれています。お客様は実際に石臼挽きを体験し湧き水を汲み、汗を流しながら一生懸命蕎麦を練り上げていらっしゃいました。親子で力を合わせて打った蕎麦は格別です。みなさん口々に「美味しいねえ」とおっしゃって満足げでした。宿泊業の最高の魅力は出会いだと思っています。今シーズンも新たな出会いがありました。

#### リピーターさんとのグリーン・ツーリズム

「春霞浪漫」や当宿独自の「わんぱく村」の参加者は、約7割が常連さん達です。またお会いできると、つい懐かしいのと嬉しいのとで思わず「お帰りなさい！」と言ってお出迎えする時もしばしばあります。中には一年の中でも春と、秋の2回おいで下さる方もいらっしゃるれば、夏の体験プランで1回、冬のスキーシーズンに2回という具合においでくださる方もいらっしゃいます。さらには夏のプランは5年目と言う方もおいでですので、毎年体験メニューを変えていく必要があります。「さあ今年は何にしよう？」と頭を捻るのですが、なかなかすんなりとは決まらず四苦八苦です。例えば当宿自慢のモウソウ竹のプランは、うちわから竹風鈴、そして今シーズンは竹灯籠という具合に内容を変えてきました。変えると言う意味では体験のメニューだけではなく食事の内容も同じで、その度にあれこれと悩んでは「よし、これで行こう！」と決めてお出ししています。そして、お客様の反応を見ては思考錯誤し日々進んでいる段階です。

#### 4. 今後の課題

今まで延べてきたように、飯山グリーン・ツーリズムは市を上げての展開により発展しており、それなりの成果を残してきてはいますが、今後の課題として前向きに取り組んでいかなければならないこともあります。

私がお客様をお迎えしお帰りいただく時、常に心にあるのは“お客様にご満足いただきたい”ということです。お客様がお帰りになる時の笑顔を見て「ああ良かった」とほっとするのは、ここで言う“満足”というのは宿としての暖かなおもてなしであり、「う～ん、おいしい！」とつい微笑んでしまうここならではの料理であり、滞在中の様々な行程を終えた時に「ああ、この地に来て良かった」と実感出来た時にこそ生まれるもので

はないでしょうか。

それには、受け入れ側の私たちが“本物”でなければいけないと思います。おもてなしの心ばかり、料理しかりです。私自身飯山という地についてあらゆる面において自信を持って語る事が出来るか、というとそうではないのです。だからこそ「飯山はこれだ!!」というものを作り上げようとする時の詰めが甘いのです。お客様に“楽習”して頂くにはこちら側にそれなりにしっかりしたものが無いと決して満足して頂けません。もっともっと私自身飯山を知る努力をしなければいけないと思っています。

今、専業農家は後継者不足と経営上の問題から、田畑が手つかずで荒れたままという状態のところが目につきます。是非この土地をオーナー制や農作業体験の場として活用していければと考えています。

また、これから中高年層の長期滞在型グリーン・ツーリズムを考えた時には自炊設備のある客室が必要となりますが、その設備はまだ不十分であります。そして滞在中にはおそらく外食も希望されますので、この土地ならではの特色あるレストランや食堂があり、年中気軽に利用できればよいと思います。

専業農家の田や畑に元気な声が響き、村のレストランに明りが灯り笑顔があふれる...こういうことからグリーン・ツーリズムが目指す所である地域の活性化が始まるのではないのでしょうか。

交通面はというと、マイカーでお越しの方はよいのですが、JRをご利用のお客様はバス等の便が悪いので体験会場への移動や見たい所への移動は宿元が全て行っています。これでは宿のリスクは大きく、お客様も気ままに散策するというのでは違ってきているように思います。長期滞在者にも飯山を思う存分満喫していただくためには交通の便の改善は大きな課題と言えます。

冬も含めて1年を通じてのプランで進めて来ていますが、まだどうしても集客に偏りが見られま

す。学校単位の自然体験教室は春に、家族単位のグリーンライフは夏に多くっており、山々が紅や黄に色づく実りの秋（収穫の秋）にお客様が少なく、見て欲しいもの、やって欲しいこと、食して欲しいものが盛りだくさんな時だけにもったいないという思いです。これには日本の社会的事情があり、この秋に長期休みが無いというのがネックとなっています。それならばこの時期は比較的動きやすい中高年者を対象としたプランをということで取り組んでおり、少しずつではありますがその効果が出てきています。

また、冬に関してはまだPR不足という感があるので、しっかりと情報発信をしていきたいと思っています。

情報の発信については、冬のプランに限らずその時々風景や、今出来る体験メニューなどをデジカメを上手に活用してネットに流し続けることが大切となるでしょう。そのためには常にアンテナを立て、情報を収集しなければなりません。何事も考えるだけでは駄目で、行動してこそ物事が

動き出すのです。

以上のようにそれぞれの面で課題があり、これ以外にもまだあるかと思いますが、飯山グリーン・ツーリズムはそれぞれの立場の人々がそれぞれの思いで最終目的である“地域の活性化”を目指してじっくりと腰を据えて取り組む中で、これから課題点について少しずつ解決して行くことができたらと思います。

## 5. 終わりに

最後になりましたが、私はグリーン・ツーリズムに参加させていただいてから、以前にも増して人が好きになりました。そして飯山のこの地が大好きになり、その幸せを噛み締める自分があり、「これってかなりラッキーなこと！」と実感しています。加えてそれは全て民宿業をしているからに他ならず、“グリーンレイクたきざわ”を開業し守り育ててくれた先代に心から感謝しています。

## 自然体験の様子



わらじ作り

グリーンレイク滝沢

住所：〒389-2411 長野県飯山市大字豊田5257

：0269-65-2153      ：0269-65-2963

ホームページ：http://www5.ocn.ne.jp/~gltaki/



芋掘り

# 移住して、農業を始めたい人達

～ 都市住民の農村観 ～



## 中山 洋子

( リクルート エリアディビジョン

プランニングマネージャー )

1991年には証券会社の相次ぐ不祥事が新聞を賑わせ、1997年には山一証券の自主廃業、また近年は金融機関の合併など、1990年代は大企業神話の崩壊の年代だったと言える。個人が就職時に悩み選択した動機や背景が、意味を持たなくなった。また、終身雇用の崩壊および、年功序列の実質的廃止と能力給を中心とした企業の給与体系など、アメリカ型の会社運営に変える企業が増加。それによって、多くの人が『仕事とは何か』を考える場面に直面した。

個人にとって仕事とは何かを考えた先の答えに『好きを仕事にする』『一生使える腕・技術を身につける』『独立・開業』の3種の神器的価値観が生まれる。社会現象から生まれる個人の価値観の象徴的雑誌を株式会社リクルートは創刊し続けてきた。「ケイコと学ぶ」を1990年、「仕事の教室」を1996年に創刊し、好きを仕事にしたい人やキャリアチェンジを望むターゲットに焦点を合わせた情報誌を生み出した。また3Kと呼ばれる『きつい・きたない・危険』仕事についても、腕磨く技あり職人の求人雑誌として「ガテン」を1991年に創刊した。さらに、1997年創刊の雑誌「アントレ」では独立開業の支援情報を提供し多くの読者に支持されている。

社会環境の変化に伴い、個人の仕事に対する価

値観が急激に変化し、個人と企業、個人と社会の枠組みの再構築が必要のように感じる。

UターンIターン現象もこのような価値観から生まれた現象だ。自然に帰りたい、仕事だけでない価値を持ち続けたいという願いに答えるように、昔ながらのコミュニティーを持っている緑豊かな農村がそこにあった。価値観は時代ともに変化する。

都市住民の農村に対する思いは、個人の人生を反映し多様である。だが就農希望者に限って言うと、幾つかのタイプ別分類が出来る。就農希望者の整理をすることで、都市住民の農村観を都市住民の農村観を分析できたらと思う。

### 1. 地方に住みたい人達

UターンIターンする人が増えた。バブル経済最後の年1992年は「UターンIターンB i n g」創刊の年である。同時に“UターンIターンフェア”と題して、地方の企業と都心部在住の転職希望者の合同会社説明会を開催した。新聞各社が記事で取り扱った。小さな村の森林組合が求人の募集を出すと、大きな反響を呼んだ。人口1万人に満たない村に移住者100人を送り込む結果を生んだ。農業や森林作業員・猟師といった仕事がスガ

ットを浴びる皮切りだった。なぜ今までは『きつい・汚い・危険』の仕事が見直されているのかは後述するとして、地方への移住機運は高まったのがこの年であった。ちなみに総務省の出している資料をみると意外な事実が分かる（[資料](#)参照）。

首都圏や大阪圏・名古屋圏といわれる大都市圏域内移動は約80万人、大都市圏間移動（名古屋から東京、東京から大阪など）は約30万人、非大都市圏内移動が62万人、非大都市圏から大都市圏への流出は63万人、大都市圏から非大都市圏への流入は65万人と、非大都市圏は流出よりも流入が多い。データミスではないかかと疑いたくなるが事実である。このデータには福岡や仙台、札幌といった地方都市が非大都市圏として位置づけられている。確かに福岡・札幌の人口動向を見ると人口は上昇している。（[資料](#)参照）これは、周辺地域からの人口吸収と大都市圏からの人口流入の両方の要因による。身近でもこんな話はないか？『どうせ住むなら、異動になるなら、福岡、札幌のどっちがいいよ』

地方都市はポスト東京を見習い、近代化・都市化を進めてきた。その結果、生活インフラは便利に整い、それでいて、すぐ海があり、山があり、生活しやすい環境が整って、都市圏よりも優位である現状だ。農村や漁村への移住は憧れであっても、現実には仕事が少なく、満足いく生活が出来るかどうかといった不安が残る。かといって大都市圏での生活には我慢が出来ない。地方都市はその両方を満たすことが出来る。脱都会といった機運の背景には、都市圏の生活環境が悪いこととそれに伴う人間の環境アレルギーが発生した。UターンIターンを考え始めた理由のトップが『健康的な生活がしたい』で45.8%だ。次が『希望のライフスタイル趣味をかなえたい』で42.6%というデータがある。（リクルートUターンIターン編集部「Uターン転職実態調査報告」より）つまり、都市部では自分や家族が健康的な生活が実現できないと感じている証拠だ。

## 2. Iターンしたい人達

近年はこのUターンIターンの内訳が10年前とは変化してきた。1992年ごろはUI者のうち70%がUターン者だったが、2000年にはIターン者が60%を超えている。（[資料](#)参照）

Iターンの割合が増えている背景にはこんなことがある。戦後東京には食料もなく、疎開を受け入れた農村に人は住んでいた。しかし終戦を迎え、高度経済成長時には人は農村から都会へ移住した。1965年から80年にかけては、移住した人々がお盆や冬休みに田舎に帰るUターンラッシュなる現象が起きた。1990年に入ると、農村から都会からの移住者のジュニアが都市部で成長し、親の田舎はあるが、自分の故郷を持たない都会生まれの都会育ちの子供達が大人になり始めた。本来の田舎を持たない彼らが彼女らは、幼少期に母親や父親の実家に連れられて夏休みを過ごし、美しい子供時代の思い出の1ページとして農村を捉えている。そして、生まれた子供が皮膚病であったり、喘息であったりすることへの恐怖から農村への移住を考えるようになる。これがIターン者の一般的な像である。

UターンIターン者は、年齢的な広がりを見せながら増加傾向にある。（[資料](#)参照）1992年ごろは20代が65%を占めていたUターンIターン者も年々その割合は変化し、2000年8月のデータによると、24歳以下が9%、20代後半が30%、30代前半が30%、30代後半が15%、40歳以上が15%である。グラフからも分かるように、40歳以上の年齢が増加している。“定年帰農”という言葉が生まれ、一般的に語られるようになったのは1998年以降である（「現代農業」1998年2月増刊号）。40代後半ぐらいから隠居後の生活の場探しが始まった。

また、このグラフからV字曲線的にUIマーケットが広がっていることが分かる。つまり、30代後半～40代前半の転職を伴う移住は難易度が高

く、子供の学校・生活スタイルの固定化や近所との付き合いなど既存の生活が出来上がってしまっていることから、移住者のマーケットは基本的には30代前半までと50代以降である。この2極分化はさらに今後進むであろう。

### 3. 移住したい人達：仕事は農業

UIマーケットの中でも非常に注目したいのが、1次産業希望者の多さである。年々のその数は増加傾向にある。1992年にはUIフェアの約8%が、1次産業希望者であった。1994年以降は来場した人のアンケートの取り方を農業・林業・漁業と産業別に変えた。それからは年々に増加しており、2001年には農業希望者が読者の約8.7%、林業希望者が4.9%、漁業希望者が3.1%と1次産業全体で16.7%とピークを迎えた。平均すると1次産業全体で15%の読者がいる。年間来場者数が約12,000人であり、その15%というと、約2,000人が年間の1次産業希望者となる。(資料参照)

1次産業希望者がなぜ、このように増加したのか。その背景には大きく2つの要因がある。

1つ目は「社会的環境の変化による個人の価値観の変化」で、2つ目は「メディアによる要因」である。

1つ目の「社会的環境の変化」については前述したが、もう少し詳しく分解していきたい。

#### ～「社会的環境の変化」について～

##### 環境保護・保全に対する意識の向上

高度経済成長時代には、農村からは多くの人が出稼ぎに都市部へ出て行った。農村は古い社会を残しているがゆえに閉鎖的と見られ、女性は農家の嫁には行きたがらなかった。高度経済成長からプラザ合意を経て日本は円高政策に入った。ますます農村と都市部の経済格差が生まれ、都市部には集まり、都市環境が悪化していった。狭い住宅に大量のごみ、そして工場から排出される空気

汚染や水質汚濁によって、今までにない病気が子供たちに蔓延している。アトピー性皮膚炎・喘息である。UターンIターン層にその転職の動機で『子供を環境の良いところで育てたい』という声がある。このような都市生活の安全の担保が難しい状況下、人々の中に生活環境の改善とそのために必要な環境保護の意識が社会全体の価値観として高揚してきた。結果、解決方法は農村の場にあることに消費者は気がついたのである。

##### 安全な食に対する意識の高揚

所沢の産業廃棄物不法投棄問題がダイオキシン問題を生んだ。また、現在では、雪印事件など安全な食を消費者が監視するほど、食の生産に対する不信感を生んでいる。JAS法はこのような背景から出来た法律である。食に対する不信と生産現場・流通にながら起こっているのか、消費者は自分が口にする食物の長い道のりまで気にして食材を購入検討しなければならなくなった。結果として農業現場への回帰が起こったのである。

##### 雇用環境の変化

前述しているように、終身雇用・年功序列型給与システムの崩壊によって、生活のすべてを企業が保障してくれない時代が来た。個人にとっては企業への忠誠心よりも、何を重要にすべきかを考える時代になった。自分にとってもっとも良い選択をしなければならない時代だ。この答えが『好きを仕事にする』であったり、一生ものの職人技を身につけることであったり、独立開業したり、雇われずに生きる形態である。農業は自分に実力をつけて、雇われないで生きる、理想の仕事であった。

労働と個人の価値観は密接な関係にある。労働は社会との接点であり、個人の自己実現の場であり、生活の糧でもある。社会的価値観をわれわれは知らずして、仕事を通じて個人のものにしていく。個人の価値観は多様であっても、社会動向に

必ず影響を受けている。その媒介の1つが労働である。

#### コミュニティの崩壊と回帰

経済・社会が不安定になると、人は、自分ひとりで生きていけないことに気がつく。しかし、周りには遠くに離れた両親ぐらいしかいないし、隣近所の人や誰なのかも知らないマンション生活である。一抹の不安が広がる。都会での生活は人の干渉を受けないから、自由で良かったはずが、自由が故に厳しい状況に置かれてしまい、不安を感じる人が増えた。そして、コミュニティの回帰という価値を生んだ。バブル期は農村の閉塞は悪として位置づけられていた。コミュニティと閉塞感とは相関関係にある。お互いがお互いの生活に干渉し、互助するシステムは都会生活になれた世代にはむしろ、羨ましい関係である。そのくらい孤独は都市を襲っている。

#### ~ 「メディアの要因」について ~

従来テレビや新聞雑誌は農村社会を正確に伝えてこなかった。しかし、ここ最近では農村を舞台にしたドキュメントが増えてきた。離島への花嫁さんを募集するお見合いツアーや、有名タレントが農村の生活の知恵を学びながら村を作っていく番組が、ゴールデンタイムを占拠している。芸能人が豊かな自然と調和しながら生活をしている様子を報道するメディアが増え、先進的な格好良いライフスタイルイメージの定着に寄与している。また、インターネットは情報伝達速度の高度化と遠距離を結ぶ有効なツールであり、ネットの台頭が農村社会と都市部を結び、正確な情報を伝え両者の関係に変化をもたらした。UターンIターンした人がその志向者に対して、相談に乗ったり、住宅の情報や仕事の情報を伝えたり、また上手な農村との付き合い方を教えてくれたりと、まさに農村と都市の価値観の融合をネット上で繰り返し広げている。

農業希望者の増加の背景を以上のようにまとめると、そこに個人は何を求めて農業に参入しようとしているのかが浮き彫りになる。このような社会的影響を受けて、農業希望者は増加していった。そこには多様な個人の農業に対する価値観が存在する。その前提に流れる『価値観を分類』することを試みた。すると農業希望者をいくつかのタイプ別に分類することが出来た。(資料参照)

農業希望者の増加を背景に農業への志向も多様である。農業希望者が増加し始めた1995年ごろには農業志向タイプは現在ほど多様ではなく、『自然憧れ層』と『現実逃避層』だった。

前者は、単なる農業への憧れから希望する人達。自然への回帰を目指し、自然と調和しながらの生活、晴耕雨読なスタイルに憧れた。その動機には、自然食志向や、環境保護思想、徹底した個人主義が複雑に入り混じった思想的層であった。

後者は、忙しい毎日と家族との時間が取れない、会社の将来性も見えない、そんな現実から逃げるように農村へ自分の居場所を求める人達。彼らは農村側からすると、“都会での脱落者”であった。都落ちという言葉があるように、都を離れることは、ある意味での都の敗者であった。確かに、農村での生活は敗者を受け止めるのに、懐が深く暖かい。よって多くは懐に甘えるように農業を希望した。

『自然憧れ層』と『現実逃避層』との違いは、その思想性である。共通点はどちらも農業農村の現実からはかけ離れていることだった。すべての人がそうであったとは言えない。しかし明らかに、農村の情報量は不足していた。さらに、農村側は農業を嫌で村を出て行く若者のことは理解出来ても、農業をやりたいと入ってくる都市の若者の価値観を理解する場がなかった。よって、双方の理解不足による多くの不幸を生んだ。農業は仕事であり、自立して食べていくための生活の糧になるには、向き不向きがあるのではないかと私は考え

る。また、多くの人々が誤解した点が、「農業は自由であり、雇われ身からの開放である」という間違った認識である。農業は1人で出来るが、農村生活は会社組織よりも濃い人間関係で成立している。下水道掃除当番・冠婚葬祭の手伝い・お祭りの持ち回り・畦道づくり、それぞれが役割に応じて果たさなければならない任務である。現実逃避型には、農村がそのような社会であるとは、よもや想像してないので、戸惑うし、自然憧れ型は自らの思想に合わないといって周囲から孤立し、農業のノウハウを教えてもらえなくなり、行き詰まる。こんなケースを山ほど聞いた。農村側も受け入れるのに臆病になった。自治体などは制度まで作って移住者の受け入れを行ったにも拘らず、逃げられた経験から、受け入れそのものを止めてしまった地域もある。

1997年ごろから、農業法人という新しい農業経営体が目玉を集めた。農業を経営体として安定経営を行う組織だ。この農業法人が地域の人材の受け皿になるといった、報道も増え始めた。この頃から、農業を雇われながら実現する“サラリーマン農業”といった言葉が生まれた。この層を『職業型』と呼ぶ。大学卒業後すぐに農業に就きたくても実現の術がない比較的若い層に多く、農業法人がその就職先として認められつつあった。というのも、農地法による規制によって、農業を法人形態で運営することは規制されており、昨年法律改正まで、株式会社で農業法人を営むことは認められていなかった。しかし、農業をしっかりとした経営体で営み安定した雇用と人材の調達、そして継続的な農業運営を目指した法人経営が認めなおされていた時期だった。新規就農の大きな課題は農地の問題である。農地を取得するには、農業者としての認定がない限り取得できない。農業者としての認定は農業委員会が行う。3年ぐらい見習いの期間を経て、周囲に農業者として認められて初めて、農地を取得する権利が得られる。例えば、就農後も保証人を地元から2名つけること

など、厳しい条件をつけられる。Iターン者などは知り合いもいない。身元保証人になってくれる人を見つけるだけでその苦勞が伺える。農業に就くにはこのような過程を踏まなければ実現しなかった。それが農業法人に就職することで容易に実現するのだ。その頃から農業が身近に存在するようになった。職業として農業という選択肢があることに気づき始めたのだ。こんな話がある。農業法人とは酪農や養豚も農業か?と聞かれたことがある。そのくらい農業とは何なのか?を知らない現代人が多い。非農家が農業には就けないと思っている人が今でも多い中、農業を一般的職業と捉える層が『職業型』である。

その頃から農村の生活も徐々に情報が伝わるようになって、田舎も一概に自然だらけではないことが分かり始めてきた。田舎の良いところは、例えば、互助システムがしっかりしていること。生活しづらい点は、学校や病院など生活のインフラ整備が期待できないことや、自然は残っていても開発の計画があつたり宅地になつたりで、田園と住宅の間で農業を営む矛盾を抱えていることなど。それでも、田舎で生活をしたいと願う層が出現している。

さらにこの頃から『現実逃避型』は減少していった。というのも、農村と都会の生活もすべてが大きく違う訳ではなく、共通して、人間関係は保たなければ生きていけないし、協調性を求められる社会だということが分かってきたからだ。

またこの時期、ガーデニングがブームになった。自分の狭い庭やベランダで植物や食べ物を育てることが流行った。趣味と健康の一環で、市民農園などを持ち、自給の生活を楽しむ風潮があつた。このような趣味からくる農業希望者を『趣味型』という。趣味型タイプは比較的年齢が高く、NHK放映の「趣味の園芸」を欠かさず見て勉強している。勉強熱心で、本で得た知識や情報を持っている。農業現場となじみやすい環境であるが、就農後はその知識が返って邪魔をする。現場での相談

の対応が遅れて作物を全滅させることなどもある。趣味と農業の大きな違いに気づかず、機械運営を拒み、失敗した人もいる。

さらに近年は農業希望者のタイプが進化している。

『職業型』から派生して、『サラリーマン就農』と『起業型農業』。前者は法人就職を、後者は独立志向を反映した自営農業である。起業型タイプは、資金の調達方法や流通網の確保など経営的センスを持ち合わせ、勉強している熱心な層だ。

このサラリーマン型と起業型を生み出したのは、積極的な農業法人の受け入れと独立支援の賜物だ。就農希望者にとって、いきなりの農業起業はリスクが高い。だから地域の農業法人に就職して、安定した収入と農業の技術を身につけ、地域の信頼を得た上で、自営農業へ暖簾分けしていくシステムを農業法人が生み出した。法人側も一定のメリットがある。本来法人にとって、人材育成は資金が掛かり、独立されたら割に合わないと考えがちだ。しかし、同じ考え方や農法を実現する同士が地域内に増えれば、共同出荷体制も出来るし、不安定な生産のリスク分散にもなる。両者の利害が一致して高度な農業の受け皿が出来ている。

さらには『田舎暮らし型』が派生して、『転地転職型』や『生きがい型』、『定年帰農型』。

『転地転職型』は現在とは違った環境に身を置いて仕事がしたいと望み、手に技術や技を身につけたいと望む人たち。『生きがい型』と『定年帰農型』は似ているが、違う点は『生きがい型』は健康改善のために農業作業を楽しみ、農村に住み農村で役に立つことを主眼に置く。高年齢でも50代でまだ元気な夫婦が多い。他方『定年帰農型』はさらに年齢が上の層で、50代後半から60代以上が多く、定年し、年金生活をしながらの第2の人生を農村農業に置く。

『環境型』は消費者の立場に立った、生産現場のあり方を追及するタイプで有機農業にこだわる

タイプが多い。指導的立場の役場などが有機農業は採算性に合わないために辞めることを薦めたりすると食ってかかってきたりする。また最近は、堅実な農業希望者は減農薬に変更して、自分なりのアレンジ農業を確立したり、研究したりしている。

このように多様な志向を持つ農業希望者に対応した受け皿があるかということそうでもない。どのタイプも個人のこだわりがあって、農業という職業を選択しているのだ。だから、農村と個人の価値観や志向に大きなミスマッチも生じている。

『生きがい型』や『定年帰農型』は、年齢が高いために、受け入れ地域や自治体にとっては、負担が大きい。40才以上の新規就農者には資金の借り入れが出来ない県もある。新規就農支援資金の対象年齢の引き上げを県ベースで設定できるように改正されたのが、1999年である。つい最近のことだ。

また『環境型』などは実現できる地域が限定されている。というのも有機農業や無農薬にこだわればこだわるほど、生産性が低下する。農業を始めただけの人にとっては非常に高度な技術を必要とされる。農薬がない頃はみな無農薬だったから誰でも出来ると思うの間違いだ。水源を共有しているから隣も無農薬でなければ、意味がない。人の手のかかる有機農業や無農薬の作業は、体力と気力が参ってしまう。人件費と生産量のバランスが悪く、だから、既存農家が農薬を使うようになっていった背景がある。新規就農相談窓口に行くと、有機農業をやりたいと言った瞬間に、まず門前払いになる状況だ。しかし、その難しい技術を確立し、独自の流通ネットワークで販売している人達もいる。そのような集団に出会わないと、なかなかこだわりの農業を実現することは難しい。

『職業型』もミスマッチが生じている。普通の企業も農業企業も同じ企業だと強調するあまり、不定期な休日に不満を言ったり、3日で辞める若者もいる。このようなミスマッチに常に農業法人

経営者は悩まされている。

このような mismatch 解消に手立てはないのか？実は初期における mismatch 解消が就農後の定着率を高めると私は思う。よって初期の窓口相談機能の充実がその解消につながる。キャリアカウンセラーが農業業界にも必要ではないか。農業会議所や県農業会議、新規就農相談センターがその機能を担う訳だが、消費者から生産者に転職する彼らの指向性や心情を十分理解しているとは思いつらい。

『UターンIターンでの1番の不安』を尋ねると、「自分にあった仕事が見つかるかどうか」が一番で74.5%。興味深いのは「収入の低下」の34.5%。地方への移住を決心したときから、収入の低下はほとんどの人が覚悟している。不安要素として34.5%の数字が挙がっているのは、収入が減少する覚悟はあっても、生活レベルが極端に下がるのは警戒するから。都市部の収入と地方の収入を比較すると、県によって大きく差があり、この現実を知っているUターン希望者は収入の減少が生活レベルの低下に直接的に繋がらないことも知っている。また、「地域独特の習慣や人間関係」に不安を持つ人は24.6%。農村への移住を実際に検討している人にとっては、この数字以上に不安であろう。

このような不安要素を払拭するために、希望者はどんな行動を起こすのか？『Uターン先としてある地域をさらに検討する時、次に起こす行動(単一回答)』として1番多いのが、「自治体に問い合わせして、地域の仕事・住宅・生活の情報を入手する」が35.1%。続いて「インターネットで地域情報を見る」25.0%。「その地域に観光で行ってみる」22.5%。「自治体などが行っている交流体験事業に参加する」11.5%となっている。

移住を検討するうえでの必要な情報はインターネットで収集し、リアルに肌で感じる情報は現地で収集するようだ。観光で行ってみたり、体験・移住のツアーの参加して現地の生の情報収集を行

っている。この体験ツアーは情報の収集だけでなく、現地の人とのネットワークや人間関係を構築するためのファーストステップでもある。住宅の問題は前述したが、地元の人との人間関係の構築が困難な問題を解決するのに一番手取り早い。

数は少ないが、「2週間から1ヶ月の移住体験を行う」4.8%なども目的は一緒である。自分と地域のマッチ度合いを確かめるために現地入りして、試行しているのだ。地域と自分の価値観や望んだ生活スタイルが実現できるかどうかを事前に確かめることが後の定着率を高める重要な要素である。知り合った人を通じて、その後の生活に必要な情報(例えば地域の習慣や慣行・人付き合いの機微)も地元気軽に聞ける人が居ると居ないのは、生活のしやすさが違う。特に、奥さんや家族の心の拠り所は多ければ多いほど良く、家庭の安定をもたらす。

とはいえ、移住者の全てが成功して定住するとは限らず、定住を目的に移住しても、離村や離農したケースも多い。取材を通じて知りえた離村離農の原因を列挙すると、「人付き合いが旨く行かなかった」、「仕事が思った以上に厳しかった」、「職場での人間関係がうまくいかなかった」などだ。

交流事業が地域発で都市住民に働きかけるようになったのは1992年ごろである。Uターンの潮流と時期は同じだ。地域では人手が足りない、ノウハウが足りないから、地元以外の人に呼びかけて都市部から人を集めようという発想だ。地元以外の人に、マスメディアを通じて農村体験募集などを行う地域が多数出てきた。その当時の体験事業は、単発的な労働力の調達や、単発的なノウハウの調達方法として都市住民へ働きかける一手法でしかなかった。この方法が徐々に『グリーン・ツーリズム』といった定期的にその地域を訪れる、農村にとって地域ファンづくりの手法へと変化していったのは、後のことである。

#### 4.まとめ

職業観（新規就農希望者）から農村を見たときに、前述したようなタイプ別分類ができる。このタイプ別が全てではないが、職業観は社会の価値観と相関関係があり、社会概念に影響を受ける。

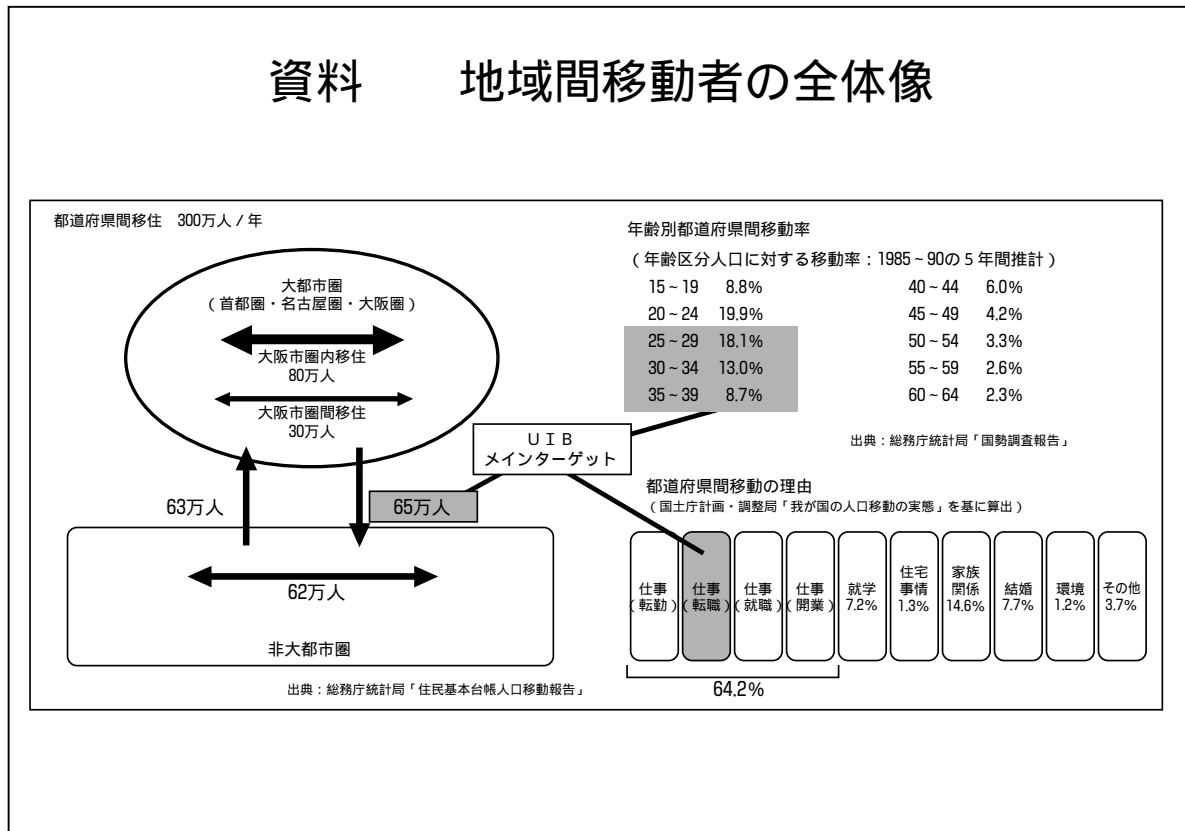
資料の概念図を見て欲しい。都市住民の農村観は4つだ。

- 実感できる生活や仕事の間
- 濃厚なコミュニティの存在する場
- 環境保全に必要な不可欠な場
- 安全な食を確保するための生産の間

としての農村である。

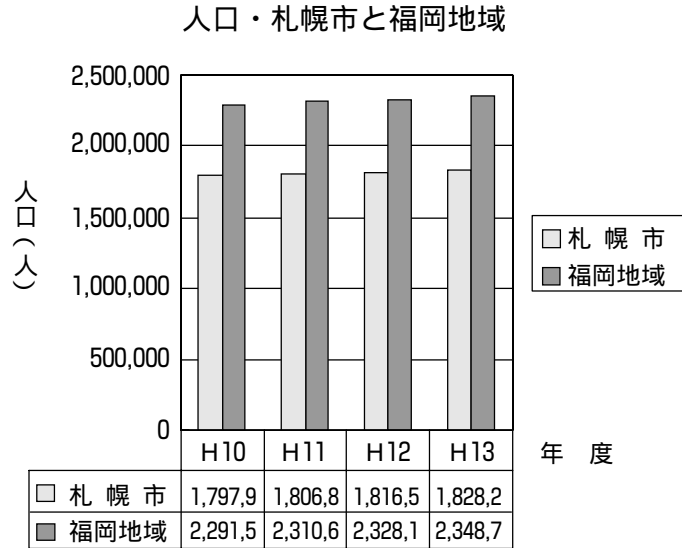
この4つの認識は消費者が強く認識していることだろう。新聞で読んだが、安全な食の現場見学ツアーなるものが増えて、参加者も増加中だとか。今まで以上に農村が注目される時代である。

新規就農を語るとき常に壁にぶつかるのが、「日本の農業に未来があるのか？」という質問に明確に答える術がないことだ。答えは消費者である自分の中にあると思う。日本社会が失った様々な価値を農村は今も残している。しかし、残し続けられるかどうかは消費者である都市住民の姿勢にかかっているのだ。

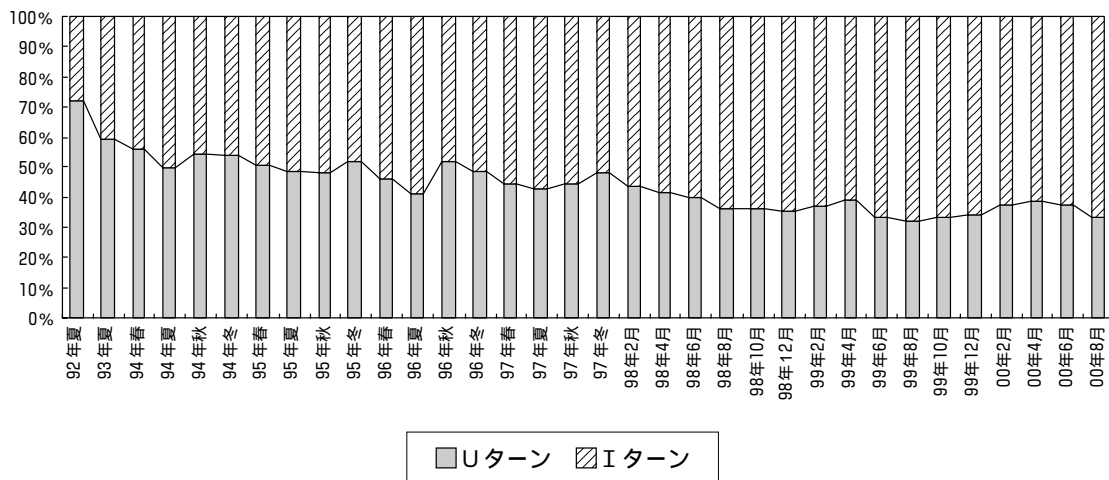


## 資料 札幌市・福岡地域人口

(国税調査より。札幌市及び福岡広域地域)



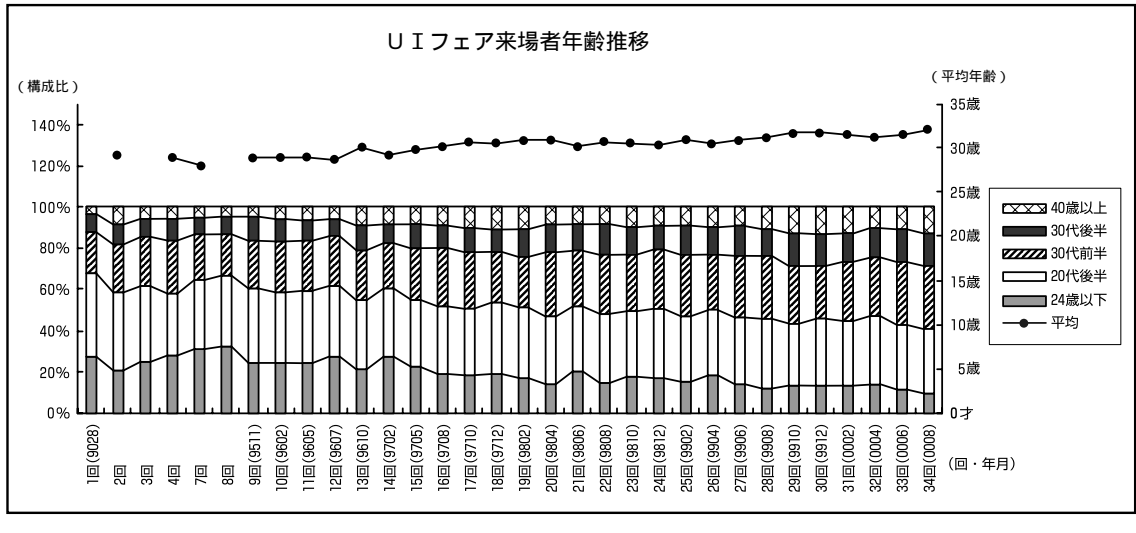
## 資料 増えるIターン志向者



## 資料 U I ターン志向者の年齢広がり

弊社主催のUターンIターンフェア来場者の年齢別推移を見てみると、開催当初は20代だけで約65%もの割合を占めていたことが分かる。

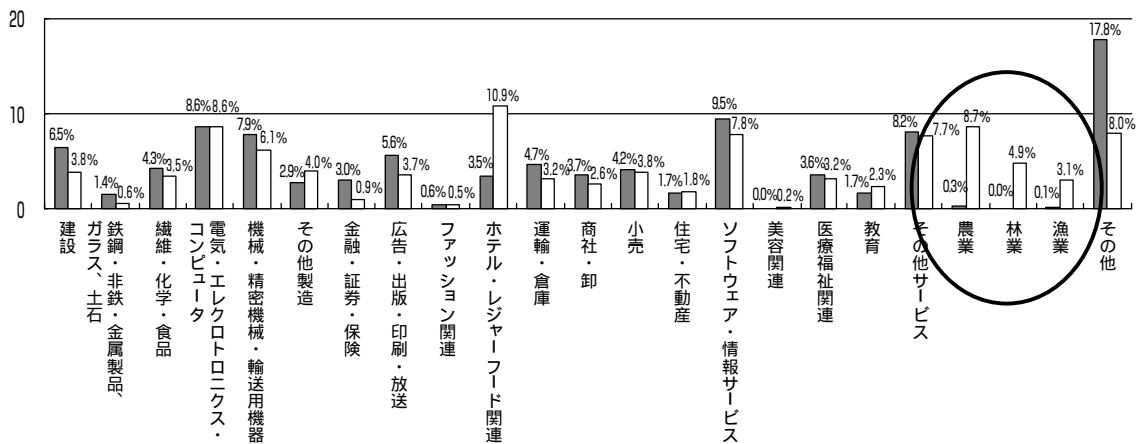
最近では、平均年齢も徐々に高まってきており、現在では32歳程度に程度になっており、Iターン志向者の増加に伴って、地域間移動者の年齢層の広がりも出てきていることが分かる。



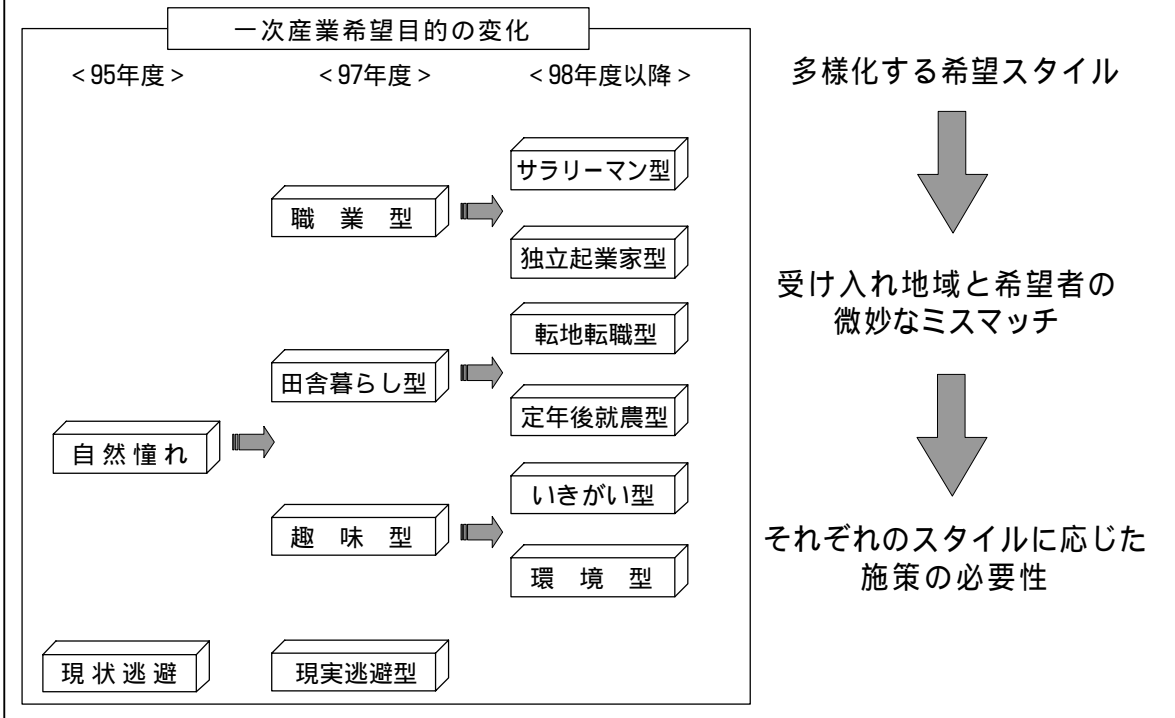
## 資料 一次産業希望者の潮流

希望する職業 Uターン者 Iターン者

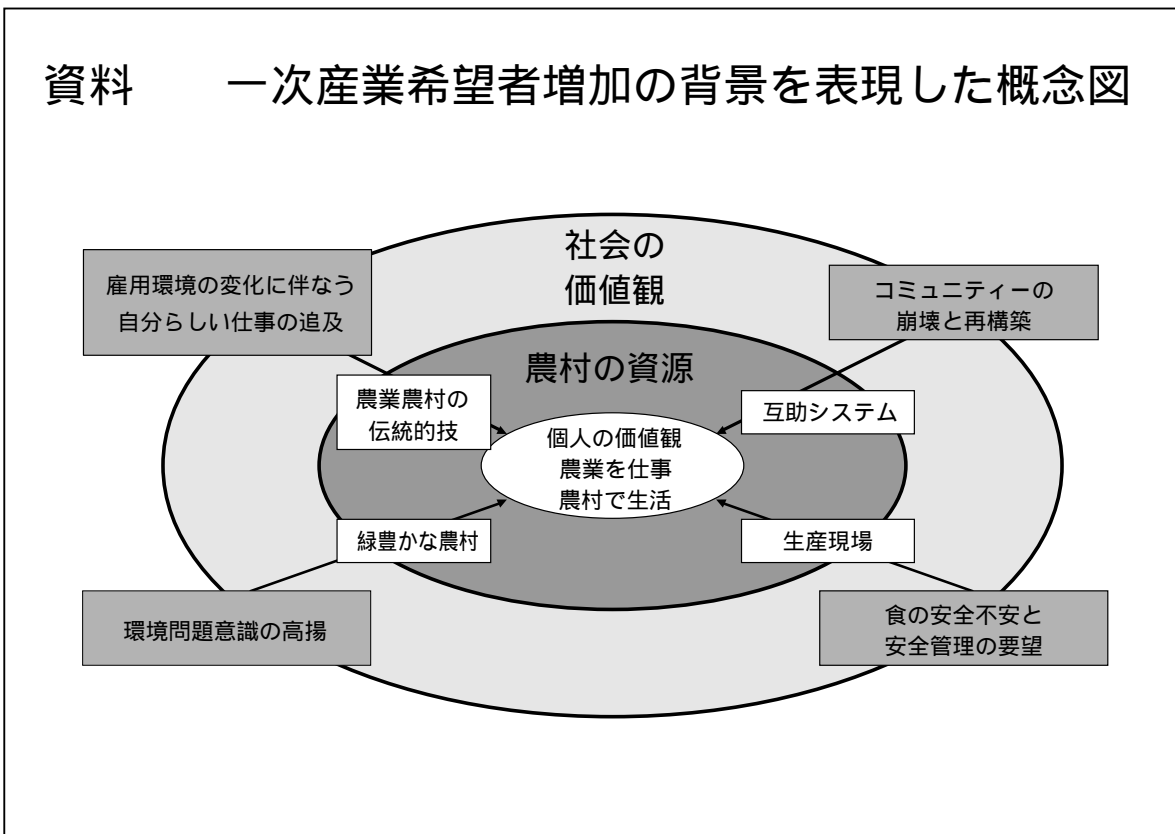
2001年12月U I フェア来場者アンケートより抜粋。



## 資料 農業希望者のタイプの変化



## 資料 一次産業希望者増加の背景を表現した概念図



## 編集後記

「グリーン・ツーリズム」とは農山漁村のあるがままの姿を利用したツーリズム、つまり、農山漁村の住民がサービスの主体となり、農山漁村もつさまざまな資源や生活文化をいかして都市住民を受け入れ、一方、都市住民の側から言えば、農家の営む民宿に泊まって、農山漁村の自然や日常生活に直接触れ、農山漁村住民との交流を図りつつ、ゆっくりそこに滞在し、心身の活力を取り戻そうという余暇活動であります。

現在、都市住民の間には、レクリエーション活動や憩い、休養の場として農山漁村への期待や関心が高まっています。しかし、農山漁村地域の多くは、人口の減少、高齢化の進展、地場産業の停滞などにより地域の活力は低下傾向にあります。

そこでグリーン・ツーリズムによる宿泊、レストラン、直売事業や体験ふれあい型農林漁業等を振興することにより、農山漁村の経済を活性化させることが求められています。

今号では、民宿、旅行者、支援機関など、さまざまな立場からのご意見を紹介させていただきました。本誌が読者のみなさまにとってグリーン・ツーリズムの理解を深める一助となり、都市住民のみなさまが農山漁村での余暇活動に出かけられるきっかけとなれば幸いです。

巻末には岐阜県におけるグリーン・ツーリズムの事例を紹介させていただきました。こうした個々の活動の積み重ねが大きなムーブメントとなって、グリーン・ツーリズムによる都市と農村の“共生対流”が進み、双方が互いに利益を享受し合う良い循環関係が生まれることを願っています。

(尾藤 修)

本誌に関するご意見やご要望は、下記宛へお願いいたします。

---

平成15年(2003)1月発行

編集発行 財団法人岐阜県産業経済振興センター

〒500-8505 岐阜市藪田南5丁目14番53号

岐阜県民ふれあい会館10階

TEL (058) 277-1087 (企画研究部)

FAX (058) 273-5961 または (058) 277-1095

URL: <http://www.gpc.pref.gifu.jp>

E-mail: [center@gpc.pref.gifu.jp](mailto:center@gpc.pref.gifu.jp)

定 価 300円(税込み)

落丁本、乱丁本はお取り替えます。 無断で本書の全体または一部の複写、複製を禁じます。

---



**岐阜県** ~国会等移転先候補地~  
(平成11年12月国会移転先答申中)

