

地域資源を活用した農泊による農村活性化の現状と課題

日本, イタリア, フランスにおける事例を中心に

誌名	地域資源を活用した農泊による農村活性化の現状と課題：日本, イタリア, フランスにおける事例を中心に（ICT活性化プロジェクト【農泊】研究資料 第2号）
ISSN	
著者名	農林水産政策研究所
発行元	農林水産省農林水産政策研究所
巻/号	
巻号補足	
掲載ページ	p. 1-209
発行年月	2022年3月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター

Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



地域資源を活用した農泊による 農村活性化の現状と課題

—日本，イタリア，フランスにおける事例を中心に—

令和4年3月

農林水産政策研究所

本刊行物は、農林水産政策研究所における研究成果について、主として行政での活用に資するため取りまとめた資料であり、学術的な審査を経たものではありません。研究内容の今後一層の充実を図るため、読者各位から幅広くコメントをいただくことができれば幸いです。

まえがき

農林水産政策研究所では、令和元～3年度、プロジェクト研究「ICTや先端技術を活用した農村活性化、地域資源・環境の保全に関する研究」を実施した。都市に先駆けて高齢化や人口減少が進む農村において、ICT等を活用して定住条件の強化等を進める取組や持続可能なバイオエネルギーシステムを構築する取組、また、地域資源を観光コンテンツとして磨き上げ国内外の旅行者の増加等につなげる取組等が見られるが、このような取組を拡大させて農村の活性化につなげることは、今後一層重要となる。本研究では、効果的な取組の普及や持続可能な地域資源の活用に向けて、その課題等を明らかにすることを目的とした。

本資料は、このプロジェクト研究のうち、「滞在型交流による農山漁村地域の活性化に関する研究」の成果をとりまとめたものである。ビジネスとして滞在型交流に取り組む地域、いわゆる農泊地域を中心に調査分析や、旅行者の意向・行動や海外におけるアグリツーリズムの制度・取組の実態把握等を行ったが、令和2年度からは、新型コロナウイルス禍における農村地域の状況等についても、可能な範囲で情報収集を行い、その成果をとりまとめた。感染拡大防止のため行動制限等があり、十分調査できなかったところもあるが、3年間の研究成果として理解いただきたい。

一日も早く新型コロナウイルス感染が収束することを願いつつ、本資料が滞在型交流による農山漁村地域の活性化や持続的な農村振興策の検討に活用されれば幸いである。

令和4年3月

農林水産政策研究所
ICT 活性化プロジェクト農泊研究チーム

ICT 活性化プロジェクト【農泊】研究資料 第2号

地域資源を活用した農泊による農村活性化の現状と課題

—日本，イタリア，フランスにおける事例を中心に—

目 次

まえがき

序章 研究の目的と報告書の構成	1
第1部 新型コロナウイルス感染拡大による我が国農泊地域の影響と対応	5
第1章 新型コロナウイルス感染拡大による国内農泊への影響	7
第2章 教育体験旅行型農泊の発展可能性と課題 —埼玉県秩父地域と長崎県西海市の事例より—	20
第3章 古民家活用型農泊の地域社会における位置づけ —北海道八雲町における地域運営と結びついた農泊事業の展開—	33
第4章 コミュニティ拠点型の古民家農泊施設の実践と成果 —長崎県西海市雪浦地区における取組—	47
第5章 温泉地連携型農泊の現状と特徴 —岐阜県中津川市加子母地区と宮城県仙台市秋保地区を対象に—	60
第2部 我が国の持続可能な農村観光に向けた取組	79
第6章 農山村におけるムスリムフレンドリー観光の現状と課題	81
第7章 持続可能な観光指標の意義について —農泊地域による活用可能性—	101
第3部 農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態	123
第8章 農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態	125
第4部 イタリア，フランスにおける農村ツーリズムの動向	145
第9章 イタリアにおけるアグリツーリズムについて —動向・制度的枠組み—	147
第10章 イタリアにおけるアグリツーリズムとアルベルゴ・ディフーズ	162
第11章 都市近郊アグリツーリズムの持続的発展 —イタリアのキアンティを事例に—	179
第12章 フランスにおけるアグリツーリズム	188

終章 まとめ	204
--------------	-----

序章 研究の目的と報告書の構成

平形 和世

1. 研究の背景と課題

2020 年、年々成長し続けていた訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって激減し、2022年3月現在なおインバウンド需要の蒸発は続いている。感染拡大の影響が長期化することで、新たなポストコロナ社会すら出来上がりつつある。高齢化や人口減少が進行している農山漁村では、急速に拡大するインバウンド需要をも見据えて、旅行者に農山漁村を訪れてもらい、地域の人々との交流を通じて地域活性化を図ることに期待を寄せていたが、状況は一変した。

農林水産省では、農泊とは、農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」のこと（農林水産省、2022 年 2 月 10 日参照）と定義し、2017 年度から農山漁村振興交付金の一つとして農泊推進対策を実施している。これを受けて、農林水産政策研究所では、2017～2018 年度、プロジェクト研究「都市住民等による農業・農村の価値・魅力の発揮を支える多様な取組に関する研究」（2016～2018 年度）の下で、交流人口増加に関する研究に取り組み、農泊に関する研究動向として、これまで研究蓄積が豊富なグリーンツーリズム全般はじめ、農家民宿や農家民泊等と、農家民宿・農家民泊等にかかる規制緩和、そして農泊の持続的発展に向けた課題に関する研究動向をとりまとめた。この詳細は、福田（2018）を参照いただきたい。

本書は、当研究所が 2019～2021 年度に実施したプロジェクト研究「ICT や先端技術を活用した農村活性化、地域資源・環境の保全に関する研究」のうち、「滞在型交流による農山漁村地域の活性化に関する研究」の成果をとりまとめた本研究の課題は、国内の農泊地域を中心に調査を行い、課題や発展性について分析するとともに、都市住民を対象に農山漁村滞在型旅行や体験に関するアンケート調査を実施し、旅行者の意向や行動等を把握することである。また、海外の事例として、イタリアとフランスのアグリツーリズム等の制度・取組等について調査を行い、アグリツーリズムの先進国の実情を把握する。さらに、コロナ禍における農村地域の状況等についても、可能な範囲で情報収集を行い、実態を把握することとした。

なお、2020 年時点での成果として、徳島県西部地域を対象とする農泊の取組状況の現地調査の結果から、広域的範囲で、地域の多様な主体が参加し農泊に取り組む体制を構築していると評価できる本地域を「広域的総合農泊地域」として位置づけ、広域的総合農泊地域としての成果や成功要因を明らかにしている。この研究成果の詳細は、福田ら（2020）を参照いただきたい。

2. 本報告書の構成

上記の研究課題について、本報告書の構成は、序章、終章のほか、4部12章とする。

第1部「新型コロナウイルス感染拡大による我が国農泊地域の影響と対応」では、第1章で、新型コロナウイルス感染拡大下における国内農泊地域への影響を概観し、感染拡大の長期化による農泊地域の対応変化の見通しについて考察する。第2章では、埼玉県秩父地域と長崎県西海市の二事例の取組を通して、教育体験旅行型農泊の課題と発展可能性について検討する。第3章では、北海道の古民家活用型農泊地域として八雲町の取組を紹介し、農泊事業が持続的に運営されている要因を明らかにする。第4章では、長崎県西海市雪浦地区ゆきのうらのコミュニティ拠点型の古民家農泊施設の取組を紹介し、農泊の取組が地域再生や地域づくりのツールとしての役割を併せ持つ可能性を明らかにする。第5章では、温泉地連携型農泊について、岐阜県中津川市加子母地区と宮城県仙台市秋保地区の事例から、連携における特徴を整理し、課題について考察する。

第2部「我が国の持続可能な農村観光に向けた取組」では、第6章で、持続可能な観光に向けた課題の一つである多様な宗教・生活習慣への対応の推進の観点から、ムスリム観光客に配慮した農村観光の国内先進事例を紹介し、現状と課題について述べる。第7章では、持続可能な観光指標開発の経緯、国内外の観光指標等の特徴等を解説した上で、農泊地域が観光指標を利用する意義を検討する。

第3部「農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態」では、第8章で、農山漁村滞在型旅行を行った旅行者を対象とした大規模アンケート調査により、旅行前、旅行中、旅行後の行動を把握し、プロモーション活動に有用な知見を提示する。

第4部「イタリア、フランスにおける農村ツーリズムの動向」では、第9章で、イタリアのアグリツーリズムの動向や制度的枠組みを整理するとともに、アグリツーリズム農家事例を紹介する。第10章では、イタリア農村ツーリズムの特徴であるアグリツーリズムとアルベルゴ・ディフーズを比較分析し、農村ツーリズムとしての課題を整理する。第11章では、イタリアのキアンティ地方の事例から、高級ワイン生産者団体によるアグリツーリズムと、広域連合による地産地消的で持続的な都市近郊農業プロジェクトとの対立について歴史的に明らかにする。第12章では、フランスのアグリツーリズム支援組織の動向を整理し、ウール・エ・ロワール県におけるアグリツーリズム支援組織とオンライン旅行会社との連携事例を紹介する。

最後に、終章では、とりまとめを行い、本研究から得られた知見を基に農泊のさらなる発展に向けて考察する。

3. 農泊推進の政策的位置づけと取組状況について

本論に入る前に、農泊推進の政策的位置づけと取組状況について、概説する。

「農泊」は、明日の日本を支える観光ビジョン（2016年3月、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）（以下、「観光ビジョン」）において、初めてその推進がうたわれた。明日の日本を支える観光ビジョン構想会議は、2016年に訪日外国人旅行者数 2,000 万人の目標達成が現実になるのを踏まえ、次の時代の新たな目標を定め、必要な対応の検討を行うため、2015年10月に開催されたもので、その第2回会合で観光ビジョンが策定された。観光ビジョンでは、改革の柱として三つの視点が示され、そのうちの一つ「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」の中で、日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進すると記された。これを受けて、農林水産業・地域の活力創造プラン（2016年11月改訂、農林水産業・地域の活力創造本部決定）において、人口減少社会における農山漁村の活性化に向けて展開する施策として、持続的なビジネスとしての「農泊」によるインバウンド需要の取り込みが位置づけられ、持続的なビジネスとして実施できる農泊地区の 500 地区創設が目標とされた。また、観光立国推進基本計画（2017年3月閣議決定）においても、農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を持った地域を 2020 年までに 500 地域創出することにより、「農泊」の推進による農山漁村の所得向上を実現することが掲げられた。

このように、農泊は、地方創生の潮流、インバウンド需要の中で推進されたが、政策的なねらいとしては、「持続的なビジネスとしての農泊地域」の推進であろう。1992年にグリーンツーリズムの振興が政策的に位置づけられ、それ以降、農山漁村滞在型旅行の普及を牽引^{けんいん}してきたのは、農林漁業体験民宿であり、2008年から農林水産省、文部科学省、総務省が連携して実施してきた子ども農山漁村交流プロジェクトである。しかしながら、2019年4月にとりまとめられた農泊推進のあり方検討会の中間とりまとめでは、コンテンツの質の向上・量の拡大、利用者の利便性の向上、そして地域の体制整備等を課題として挙げており、従来の都市住民や子供等の農業体験等を通じた交流を更に発展させ、持続的なビジネスとしての視点を持った地域の取組が、農泊の推進に不可欠であることを示している。

農林水産省は、2017年度から農山漁村振興交付金に「農泊推進対策」を創設し、農泊の推進に必要となる専門人材の派遣や施設整備の支援等、ソフト・ハード対策を一体的に支援している。これにより、農泊推進地域は、2019年度に 500 地域を超え、2021年度末で 599 地域となった。中間とりまとめで課題とされた点についても、農泊地域を対象に行った実績調査では、体験プログラム数や食事メニュー数、また OTA（Online Travel Agent, オンライン旅行会社）予約や Wi-Fi 対応等に取り組む農泊地域も増加している。コロナウイルス禍において、近隣への旅行（マイクロツーリズム）やワーケーション、リモートワークの目的地としての農泊ニーズも高まっているという。農林水産省では、こうした新たな需要へ対応しつつ、引き続き、観光コンテンツの磨き上げ、農泊実施のための体制整備、多言語対応やワーケーション対応等の利便性向上、滞在施設等の整備等を一体的に支援することとしている。

[参考文献]

- 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定(2016)「明日の日本を支える観光ビジョン」
観光立国推進基本計画（閣議決定）(2017)
- 北川愛二郎(2017)「インバウンドを見据えた農村振興の現状と課題 ―「農泊」で地域活性化へー」『農村計画学会誌』36(2)：165-168.
<https://doi.org/10.2750/arp.36.165>.
- 北川愛二郎(2019)「農村における持続的な観光振興施策としての「農泊」 ―農泊による農山漁村地域の所得向上―」38(1)：19-22.
<https://doi.org/10.2750/arp.38.19>.
- 佐藤彩生(2022)「農泊の概念の考察―政策における位置づけとグリーン・ツーリズムとの比較」『農林金融』76(2)：40-57.
- 農林水産業・地域の活力創造本部(2016)「農林水産業・地域の活力創造プラン」（平成28年11月29日改訂），
https://www.maff.go.jp/j/kanbo/nougyo_kyousou_ryoku/attach/pdf/nougyo_kyoso_ryoku-5.pdf(2022年2月10日参照).
- 農林水産省（ウェブサイト）農村振興「農泊」の推進について，
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/nouhaku_top.html#nouhaku(2022年2月10日参照).
- 農林水産省(2019)「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」，
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/attach/pdf/nouhaku_top-71.pdf(2021年12月23日).
- 農林水産省(2021)「農泊をめぐる状況について」，
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/attach/pdf/nouhaku_top-48.pdf(2021年12月23日).
- 大學寛和・納口るり子(2019)「農泊の系譜と現状に関する一考察」『農村計画学会誌』38(special issue)：298-306.
<https://doi.org/10.2750/arp.38.298>.
- 福田竜一(2018)「農泊に関する研究動向」『農林水産政策研究所レビュー』84：8-9.
- 福田竜一・草野拓司・寺林暁良(2020)「広域的総合農泊地域の可能性と課題：徳島県西部地域を対象として」『農林水産政策研究』33：1-30.
<https://doi.org/10.34444/00000126>.

第1部 新型コロナウイルス感染拡大による 我が国農泊地域の影響と対応

第1章 新型コロナウイルス感染拡大による国内農泊への影響

福田 竜一

1. はじめに

本章では、主に2020年における新型コロナウイルス COVID-19（以下、「新型コロナ」）の感染拡大が、国内の農泊に与えた影響と各地域の対応状況を、以下の三つの観点から分析する。第1に、2020年の新型コロナ感染拡大下における国内の宿泊施設の宿泊客数の激減状況を確認した上で、農泊の宿泊者数の影響を、宿泊形態としての農泊等の特徴を踏まえつつ分析する。第2に、2020年4月に発出された第1回目の「緊急事態宣言」の下において、農泊実践地域がどのような状況にあったのか、電子メールによる現地関係者への聞き取り調査結果を報告する。第3に、第1回目の緊急事態宣言解除以降の農泊実践地域の状況と、新型コロナ感染拡大の長期化による農泊実践地域の対応変化の見通しについて、農泊実践地域の現地調査の結果からその特徴や課題を検討する。

2. 新型コロナ感染拡大による宿泊客数の激減

（1）新型コロナ感染拡大の状況

まず2020年1月から翌2021年1月における新型コロナ感染拡大に伴う主な出来事を時系列で確認する（第1-1表）。2020年の1月から3月にかけて、海外の新型コロナ感染拡大国からの入国拒否の措置が取られはじめ、3月24日に東京五輪・パラリンピックの延期が決定された。4月には米国、中国、韓国なども入国拒否の対象にされると、同月7日に7都府県に対して第1回目の緊急事態宣言が発令された。同月16日に宣言対象は全国に拡大され、13都道府県は特定警戒都道府県に位置づけられた。5月からは段階的に緊急事態宣言は解除され、5月25日に全国で緊急事態宣言が解除された。

緊急事態宣言の解除後は、宣言で大きな打撃を受けた宿泊業や旅行業などを支援するため、7月に「Go To トラベル事業」による宿泊代金の割引が予定よりも前倒しで実施された。10月には地域共通クーポンの配布が開始され、適用除外されていた東京都内の旅行と東京都在住者の旅行が割引対象となった。しかしその後、新型コロナ感染の再拡大を受け、12月28日にはGo To トラベルが全国一斉で停止され、翌年2021年1月8日には1都3県に第2回目の緊急事態宣言が発令された。

第1-1表 新型コロナ感染拡大に関する主な出来事（2020年1月～2021年1月）

年	月	日	主な内容
2020	1	27	中国政府が海外への団体旅行を禁止
	3	9	日本政府が中国と韓国に発給済みのビザの効力停止
	3	19	イタリアなど3か国の一部地域からの入国拒否の対象に追加
	3	24	東京五輪・パラリンピックの開催延期を決定
	3	27	欧州21か国とイラン全土を入国拒否の対象に追加
	4	3	米国、中国、韓国など49か国・地域を入国拒否の対象に追加
	4	7	政府が7都府県に緊急事態を発令
	4	16	緊急事態宣言の対象を全国に拡大 (13都道府県を特定警戒都道府県と位置づけ)
	5	14	8都道府県を除く39県で緊急事態宣言を解除
	5	21	大阪、京都、兵庫の3府県で緊急事態宣言を解除
	5	25	首都圏1都3県と北海道の緊急事態宣言が解除され、全国で緊急事態宣言を解除
	7	14	「観光ビジョン実現プログラム2020」
	7	22	Go To トラベル事業による宿泊代の割引を前倒して開始
	10	1	Go To トラベルによる地域共通クーポンの配布を開始。 東京都内の旅行及び東京都在住者による旅行も割引対象に
	12	3	観光戦略実行推進会議 「感染拡大防止と観光需要回復のための政策プラン」を決定
	12	3	Go To トラベルの期限延長を決定 (2021年1月末から同年6月末へ)
	12	28	Go To トラベルを全国一斉停止 (2021年1月11日まで)
2021	1	8	1都3県に緊急事態宣言再発令 (2021年2月7日まで)
	1	8	Go To トラベルの全国一斉停止を延長 (2021年2月7日まで)
	1	14	7府県を緊急事態宣言の対象に追加

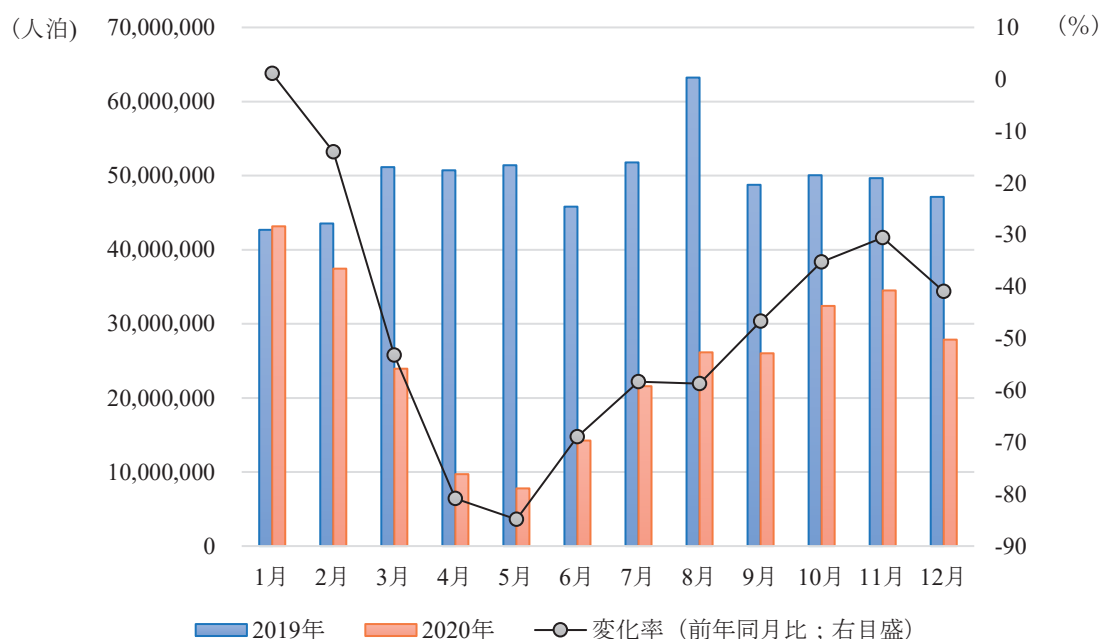
資料：各種報道等を基に筆者作成。

（2）宿泊者数の激減と訪日外客の「蒸発」

次に新型コロナ感染拡大による2020年における国内宿泊者数全体への影響を確認する。第1-1図は観光庁「宿泊旅行統計調査」による2019年と2020年の月別の延べ宿泊者数である。2020年の延べ宿泊者数は、1月は前年同月を上回ったが、2月以後は前年同月数を下回った。緊急事態宣言が発令された4月から5月は、前年同月比で▲80%超の減少に見舞われた。

緊急事態宣言が解除された6月以降、宿泊者数は徐々に回復していき、その後開始されたGo Toトラベル効果もあいまって、11月には前年同月比▲30.5%にまで回復した。しかし新型コロナ感染の再拡大により、12月には再び減少幅拡大に転じた。なお先にみたよ

うに2020年3月までには入国制限は大幅に強化されており、訪日外客は3月に同▲93.0%、さらに4月には同▲99.9%（実数2,917人）となった。この間、訪日インバウンドはまさに「蒸発」したといえ、5月以降も新型コロナのパンデミックが収束することはなかったため、同年内に訪日外客数が回復することはなかった。



第1-1図 国内延べ宿泊者数の推移（2019年1月～2020年12月）

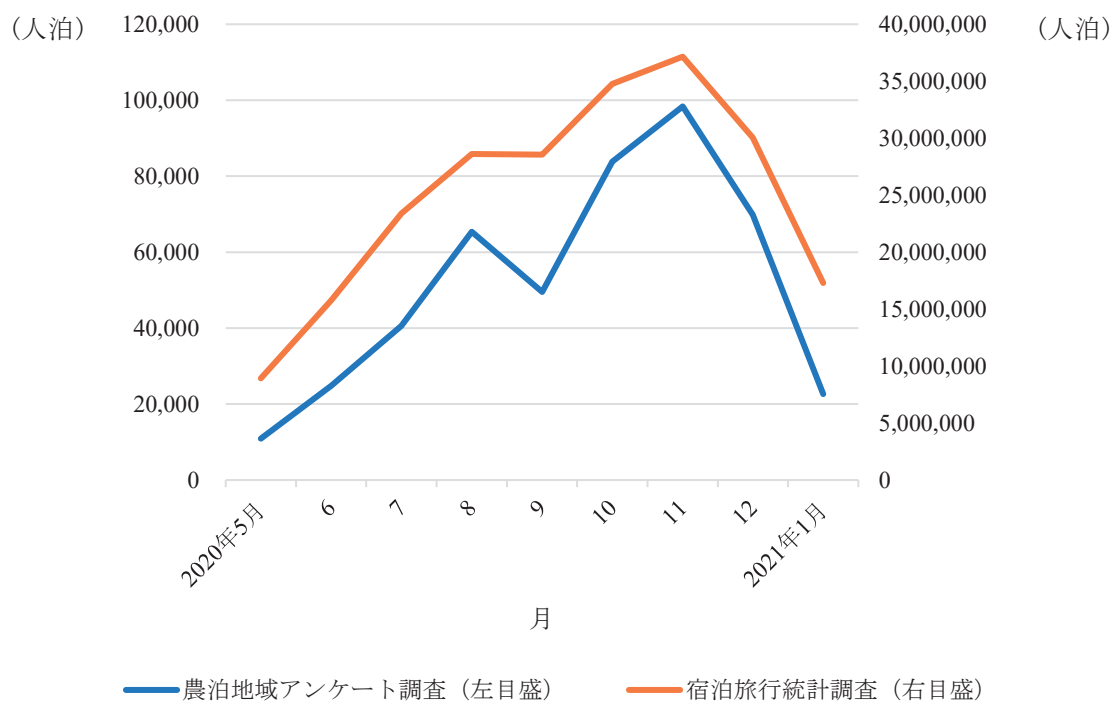
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」。

（3）一般宿泊と農泊との宿泊数の比較

農林水産省の調べ⁽¹⁾によれば、2020年5月から2021年1月の間における農泊の延べ宿泊数は465,888人泊で、前年同期比▲51%の減少であった。他方、「宿泊旅行統計調査」による同じ期間における国内の延べ宿泊数は224,505,150人泊で、前年同期比は農泊と同じ▲51%の減少であった。

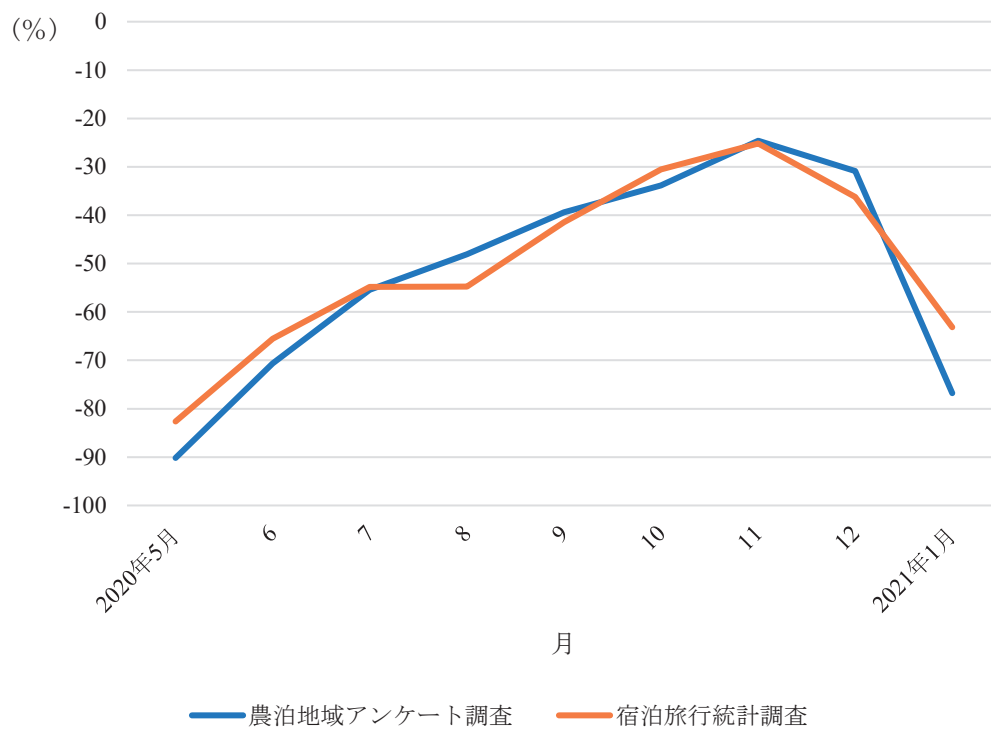
さらに第1-2図から、農泊と全体の宿泊者数の推移を月別にみると、両者がほぼ平行に変化していたことがわかる。第1-3図から、前年同月比の減少率を比較しても、この間、両者がほぼ同じように推移していた。

このように新型コロナ感染拡大による影響について、一般的な宿泊と農泊の宿泊数には、全体として明確な違いは認められなかった。ただし、2020年5月の最初の感染拡大時と、2021年1月の再度の感染拡大時においては、農泊の前年同月比の減少率が全体の宿泊者数よりもやや大きく下押ししていた。つまり、新型コロナ感染拡大時と再拡大時のショックは、農泊の方がやや大きく受けていた可能性を指摘できる。



第1-2図 国内延べ宿泊者数の推移（2020年5月～2021年1月）

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」及び農林水産省（2020）より筆者作成。



第1-3図 国内延べ宿泊者数の前年同月比率の推移（2020年5月～2021年1月）

資料：前掲図に同じ。

(4) 考 察

農山漁村地域に宿泊し地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ農泊が、新型コロナ感染拡大の影響を受けやすい要因と、同じく農泊が受けにくい要因について、それぞれ「宿泊施設」、「農山漁村地域」、「その他」の三つの観点から、以下のように整理することができる（第1-2表）。

第1-2表 新型コロナ感染拡大の影響に関する農泊の特徴

		新型コロナ感染拡大の影響を 農泊が受けやすい要因	新型コロナ感染拡大の影響を 農泊が受けにくい要因
農泊 の 特 徴	宿泊施設	農家民宿（民泊）の多くは、経営主らの住む母屋に宿泊し、食事などの交流と体験をメインとするため、「三密」を避けにくい	母屋と別の離れや古民家などの「一棟貸」の施設であれば、他者との接触機会を大きく減らすことが可能で、感染リスクも減らしやすい
	農山漁村地域	・経営主や地域内には高齢者が多く、感染拡大地域からの宿泊客から感染するリスクが意識されやすい ・農山漁村は医療体制が脆弱^{ぜいじやく}なことが多く、外部からの受入れに消極的にならざるを得ない	農山漁村地域は人口密度が低く、感染者数も都市部に比べ少ないことから、いわゆる「コロナ疎開先」として注目された
	その他	・緊急事態宣言が教育体験旅行の集中期(4-5月)と重なった ・農泊自体が「不要不急」とみなされた ・利用者に感染防止の観点から訪問自粛の考えが広がった	農泊のインバウンド利用割合は概して低いため、入国制限の影響もより少ない

資料：筆者作成。

農家が主に自宅（母屋）を宿泊施設とする農家民宿（民泊）の場合、その多くは母屋で経営主ら家族と宿泊客が寝食をともにしていると考えられる。その場合、いわゆる経営主と宿泊者らとの「三密（密集・密接・密閉）」は避けがたい。これに対し、施設数は非常に少ないものの、古民家や町家などを改装した宿泊施設のうち、いわゆる「一棟貸し」の施設では、宿泊客と他の客や従業員との接触機会を大幅に減らすことも十分に可能である。このため、農泊の中でもこれらの宿泊施設では新型コロナ感染拡大下でも比較的安全な宿泊先として注目を集めた面があった⁽²⁾。

他方、農山漁村地域と都市的地域を比較すると、主に人口密度の違いなどから、新型コロナの感染リスクに大きな違いがあると考えられているが、それは農泊にとってプラス

の要因になる場合と、逆にマイナスの要因になる場合がある。また次節でみるように緊急事態宣言発令下における農泊実践地域に対する聞き取りなどによれば、特に緊急事態宣言下における農泊での外客受入れがさらなる感染拡大を招くリスクに対する不安は大きく、農泊の受入れを続けるべきか否かという点で、地域には大きな葛藤を引き起こしていた。その他にも、緊急事態宣言の発令時期の問題やインバウンドへの依存度の違いといった点も、新型コロナ感染拡大の影響に関する違いをもたらす要因として考えられる。

しかし、そのような違いはあるにせよ、新型コロナ感染の拡大過程とそこからの回復過程において、農泊と他の宿泊形態の全体的な動向を見る限り、大きな違いは認められなかった。この点については、さらなる分析が必要ではある。例えば、農泊では農業体験プログラム等と連携していれば、宿泊施設は一般のホテルや旅館でも可能であり、特に取組開始からの期間が間もない農泊地域では、既にあるホテルや旅館と連携して宿泊施設にしているところは少なくない。このようにそもそも農泊が他と比べ特殊な宿泊形態であるとは、必ずしも言い切れないことなどが指摘できる。

新型コロナの感染拡大初期において、農泊の宿泊客数の減少率が全体よりやや下押した点に関しては、農泊の多くの宿泊形態で、他者同士の濃厚接触が避けられないこと、また宿泊客・利用者側にも、感染者数が少ない農山漁村地域の宿泊先に、自らの訪問によって感染拡大を招くような迷惑をかけたくないという意識が働きやすいなど、農泊の特徴や特色がマイナスの要因として、一般の宿泊形態よりも強く働いた可能性があると考えられる。逆に新型コロナ感染が収束し始めると、農泊が新型コロナ感染拡大の影響を受けにくい要因がクローズアップされ、混雑する人気観光地等よりも観光需要が早く回復する傾向もあるかと推察される。

3. 緊急事態宣言発令による農泊実践地域への影響調査

（1）調査方法と対象地域の概要

本節では2020年4～5月に発令された第1回目の緊急事態宣言の影響について、農泊実践地域に対する電子メールを用いた聞き取り調査を実施し、回答が得られた3地域の調査結果を分析する。主な調査内容は、①宿泊客数の減少、②教育体験旅行の停止、③受入地域としての反応とコロナ感染拡大防止対策、④当面の見通しの4項目である。ただし、地域によっては的確な回答が得られなかった項目もあった。3地域の概要は以下のとおりである。

A地域は畑作や酪農などの盛んな農業地帯である。グリーンツーリズムの開始当初は教育体験旅行やツアーなどの団体客の受入れを行っていたが、必ずしも労力に見合った対価が得られず、観光業としての自立性と地域の持続性を確保する観点から、教育体験旅行や団体客の受入れをやめて、主に近隣からの個人旅行客をターゲットに変更した地域である。

B地域は、茅葺き屋根の古民家の農村集落での農家民宿、第三セクターによる温泉宿泊施設の運営、キャンプ場の運営などを実施している農泊実践地域である。かつて主産業で

あった林業の衰退で、30 年以上前からの長期間にわたるグリーンツーリズムの取組を地域ぐるみで継続しており、個人客・団体客、教育体験旅行など幅広く広く受入可能な現在の農村ツーリズムの体制を構築した地域である。

C 地域は、一般家庭や農家による教育体験旅行の受入に特化したグリーンツーリズムにやはり長く取り組んできた農泊実践地域である。C 地域では、ビジネスとしてよりも、農泊やグリーンツーリズムの持つ教育的あるいは社会的効果といった公益的な意義を重視して、地域ぐるみで農泊やグリーンツーリズム等に取り組んでいる。

(2) 調査結果

1) 宿泊客等の激減

A 地域と B 地域では新型コロナ感染拡大前にはインバウンドが多数訪れていたため、新型コロナ感染拡大の影響は 2020 年 2 月の時点で既に現れていた。A 地域は、もともと冬季は閑散期で客数が少ないが、A 地域を含む都道府県内全域で、宿泊や体験プログラムの利用客が、やはり 2 月以降はほぼ途絶えてしまったということであった。

また B 地域では 2 月上旬からインバウンドの宿泊や、農村レストランでの団体昼食の予約キャンセルが始まったとのことであった。その後、国内旅行客の激減が始まり、3 月の温泉施設の売上げは前年同月の 4 割弱、4 月の平日は予約ゼロの状況となり、平日のみの休業を検討していた。茅葺き屋根の集落や道の駅では、団体旅行客のバスは全く見なくなったが、個人客は自家用車で多く訪れているとのことであった。

2) 教育体験旅行の停止

教育体験旅行に特化した C 地域では、2020 年春の教育体験旅行が全て秋に延期か中止が決定されており、非常に深刻な影響を受けていた。更に秋に延期予定とした学校でも、「延期の延期」を今後検討せざるを得ない状況にあった。4～5 月は教育体験旅行が 1 年で最も集中する時期にも関わらず、C 地域の協議会としての売上げはほぼゼロとなった。秋のシーズンも不透明な状況となり、少なくとも 1 年間は事業が全くできなくなることを前提に対策を講じることを想定していた。

B 地域でも、4 月以降の国内外の教育体験旅行等は全てキャンセルされていた。例年、利用実績のある都市部の小学校や大学等の教育体験旅行は、6 月までキャンセルされており、7 月以後の実施も不透明であった。

3) 受入地域の反応と新型コロナ感染拡大防止対策

C 地域の協議会の教育体験旅行等の受入れに対する姿勢は、新型コロナ感染拡大下においても「来るものを拒まず」であったが、他方で「身内」の受入家庭（農家）や地域内から、新型コロナ感染拡大下で地域外部からの客の受入れに対する反対意見が出てくるのではないかと懸念していた。協議会としても滞在中の客や生徒らに新型コロナの発症があつ

た場合、どう対処すればいいのかわからないと述べていた。万一、教育体験旅行実施中の生徒から受入家庭に感染が拡大すると、地域全体に影響が生じるおそれもあり、引いては、新型コロナ収束後の受入再開にも影響しかねないことを懸念していた。

B 地域では、新型コロナ感染拡大が収束するまでは、積極的な誘客対策はできないとしており、宿泊施設などのウェブサイト上では、宿泊施設の新型コロナ対策情報を発信して、安全性をアピールしていた。

4) 当面の見通し

A 地域では、2020 年は翌年以降の準備期間として計画を練るつもりとした。また 2021 年秋に国際的イベントを予定していたが、「こういうときには焦っても仕方がないので、いまは来年以降の目標や計画の見直しをするつもりで構える」としていた。

また B 地域では、新型コロナ収束後、大規模なキャンペーンやインバウンドの取戻しのための国内外での集客イベント、プロモーション活動を実施したいとしており、国や自治体には助成措置を要望していた。

5) 小括

先に全体の状況をみたように、個別の農泊実践地域においても、新型コロナ感染拡大による最初の影響は 2020 年 2 月頃からのインバウンドの途絶という形から現れ始めた。その後、同年 4 月の第 1 回目の緊急事態宣言の発令によって、いずれの農泊実践地域でも宿泊客数はほぼゼロとなる深刻な事態に陥った。特に半年前から 1 年以上前に予約が入る教育体験旅行は、同年秋以降の予定も早い段階でキャンセルが入っていたため、先を見通せない状況にあった。さらに外部との交流による感染拡大へのおそれから、地域には外客の受入れに否定的な態度が広がりつつあった。他方で、緊急事態宣言下でも一部の個人客は、自家用車を利用した観光をしていたこともわかった。

4. 緊急事態宣言解除後の農泊実践地域の状況—おわりにかえて

(1) 緊急事態宣言の解除後

2020 年 5 月の第 1 回目の緊急事態宣言の解除後は、7 月に Go To トラベルによる宿泊料金の割引が開始されたことなどから、先にみたように宿泊数も徐々に回復する傾向にあった。しかし翌 2021 年 1 月 8 日に 1 都 3 県で緊急事態宣言が再発令（2 回目）され、その後も感染の拡大状況の変化に応じ、宣言等の解除と再発令が 9 月 30 日の全面解除に至るまで、度々繰り返されており、この間 Go To トラベルは停止状態が続いた。

このように国内旅行や移動に関する状況は極めて厳しいものであったが、全ての旅行等が完全に停止したわけでもなかった。すなわち、自家用車などを利用した少人数の家族・個人旅行は、「三密」を避けることができることから、比較的安全な旅行形態として注目されていた。緊急事態宣言解除後の旅行再開も、修学旅行や団体旅行ではなく、近場

の個人旅行客（マイクロツーリズム）が牽引した。

教育体験旅行の受入れを主に行う農泊実践地域では、教育体験旅行が緊急事態宣言解除後も依然として中止ないし延期されていることが多く、実施する場合でも、徹底した感染対策は言うまでもなく、場合によっては、宿泊施設を個室が確保できるビジネスホテル等への変更を余儀なくされた（第2章の西海市の事例）。片や農泊実践地域側にも、農家民宿（民泊）には同居の高齢者がいることも多いことから、感染リスクの高さを懸念して、受入れの断念若しくは規模縮小といった苦渋の決断を下さざるを得ないことも少なくなかった。このように新型コロナ感染拡大の長期化による農泊の停止の長期化は、農泊取組主体の取組に対するモチベーションを大きく低下させたおそれがある。

（2）新型コロナ感染拡大の長期化による農泊実践地域の対応変化の見通し

個人旅行の受入れを行う農泊実践地域では、インバウンドや富裕層、あるいは都市住民から、地元住民らによるマイクロツーリズムへとその対象をじわりとシフトする動きも一部に見られた。ワーケーションなどの新たな宿泊の需要創出は、アフター・コロナにおいて重要なことは間違いないが、その取組はまだ端緒の段階であり、アクセスや通信インフラなどの面で不便な農山漁村がワーケーション先に選ばれるための方策も別途考える必要があると考えられる。

他方、教育体験旅行をメインとする農泊実践地域ではメインターゲットの変更はほぼ不可能であった。少なくとも2020年はそれらの地域の農泊は多くの場合、ほぼ中止状態となり、翌21年においても、新型コロナ感染拡大は収束せず、新型コロナ感染拡大前の「日常性の回復」を待ち続けなければならない日々が続いた。

農泊を支える地域協議会組織等では、第2章や第4章でもみるように新型コロナ感染拡大対策の支援政策を活用した資金繰りの確保等が、長期にわたる休業などを余儀なくされた農家民泊では、取組へのモチベーションの維持が、それぞれ課題であったといえる。

第1-3表は農泊実践地域や実践主体の経営・運営に関して、第1-4表は農泊実践地域の構造と範域そしてコンテンツについて、それぞれビフォア・コロナとアフター・コロナでどのように変化する、あるいは変化した可能性があるのか、筆者によるこれまでの農泊実践地域への聞き取り調査結果や、各種報道資料などを基に、試論的にまとめたものである。なお両表で提示したのは、新型コロナの感染拡大の前後で、全ての内容がそっくり入れ替わるという主旨ではなく、アフター・コロナにおける農泊が、ビフォア・コロナの農泊とは、多かれ少なかれ異なる取組に変えざるを得なくなったことは明らかであり、変化しなければならないと考えられる事柄を、様々な観点から、なるべく具体的に2021年12月の脱稿時点において書き記したものと捉えていただきたい。

第1-3表 新型コロナ感染拡大による農泊の変化の可能性
（農泊地域と個別主体の経営と戦略）

			ビフォア・コロナ における農泊	アフター・コロナ における農泊
戦略	外部 要因 （農泊 地域）	「機会」	国内各地からの団体旅行（教育体験旅行や企業等の研修旅行）、短期滞在、インバウンド、東京オリンピック2020	Go To トラベル等による観光支援政策の拡大、新たな農村ツーリズム需要の創出・増大、旅館・ホテルや飲食店、体験プログラムの実施者など地域内事業者らとの連携
		「脅威」	災害や疫病の発生、国際情勢の変化による旅行需要の不安定性、取組主体数の高齢化・減少、外部資本の参入による地域内競争の激化	宿泊者の新型コロナの発症、国や自治体の観光業支援政策の打ち切り・制度変更、地域人口の減少・高齢化
	内部 要因 （個別 主体）	「強み」	リーズナブルな料金での宿泊、専門知識や技能、経験不要、簡単な研修だけで誰もが直ちに取組可能	高級志向・高価格を反映した宿泊、一棟貸し等の宿泊施設による「三密」回避、多面的機能を有する「拠点施設」として地域内で確立された地位
		「弱み」	取組内容の品質は個々の主体に「おまかせ」。同一料金で質が異なる宿が混在	研修や訓練等を要する専門知識・技能が不足、コストアップに耐えられない経営体力の脆弱さ
成果	アウト プット	農泊 地域	農家民宿（農泊）数の増加、宿泊者数・訪問客数の増加	関係人口、移住の増加、農業生産の増加、耕作放棄地の解消、集落活性化
		個別 主体	自家の空き部屋活用、遊休農地等の利用拡大	世帯所得の増加、取組主体の収入源の多様化、後継者の確保
	アウト カム	農泊 地域	農山村地域の活力創造、都市農村交流の活発化	農林水産業と観光業の調和による持続可能な農泊実践地域の確立
		個別 主体	第二の人生における「生きがい」	地域内外との交流拡大、生活基盤の確立
課題	農泊地域		大規模団体旅行受入れのための農家民宿（民泊）数の確保・地域全体の受入れ規模の維持	他組織・団体や他地域との連携・ネットワークの強化、移住・定住者の呼び込み・取り込み
	個別主体		体験コンテンツを増やす、マンネリ化の打破	経営・家計リスクの管理、外客に依存しすぎない多角的ビジネスの構築

資料：筆者作成。

第1-4表 新型コロナ感染拡大による農泊の変化の可能性（農泊実践地域の取組）

			ビフォア・コロナ における農泊	アフター・コロナ における農泊
構造	担い手		定年退職者、高齢の在来農家、跡継ぎに農業経営権を譲るなどして、現役を引退した「隠居世代」	収入・所得の「新たな柱」を必要とする若年者層・後継者世代、地域に根ざすことを目指す起業家や移住・定住者
	宿泊施設		母屋にある空き部屋の活用	母屋とは別の「離れ」や、古民家などを利用した「一棟貸し」など
範域	取組の範囲		単独の市町村・旧町村・小学校区	複数市町村との広域連携化（地域間ネットワーク化）
	地域内関係	地域住民	関係者中心の「地域ぐるみ」で地域住民は疎外	一般住民も巻き込んだ「観光地域づくり」
		地域関係組織・団体	農泊協議会、観光協会、商工会、農協、行政（農林課、商工観光課、教育委員会等）が各々活動	地域づくり観光法人（DMO） ^注 の下、関係する組織・団体の活動が一体化・一元化
	地域外関係		団体旅行受入れにおける宿泊部屋数の地域間融通等	広域化による総合的・一体的なブランド確立、コンテンツ等に関する相互補完
コンテンツ	食事	形態	ホストとの共同調理・飲食	ゲストの自炊や「泊食分離」
		食材利用	地場農産物利用促進は個々の取組主体レベルによる取組	地場農産物利用を地域レベルで促進
	交流・体験		濃密・濃厚接触を伴う対面による交流	「三密」を回避し、衛生対策など感染防止対策を講じた交流・体験、非対面・非接触が可能なVRによる疑似的体験

資料：筆者作成。

注. 「地域づくり観光法人（DMO）」とは Destination Management/Marketing Organization の和訳語である。JTB 総合研究所「観光用語集」によると「DMO とは、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと」とされる。

<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/dmo/>（2022年2月17日参照）。

アフター・コロナの農泊の課題は、本資料に掲載した各章の事例調査結果にもそれぞれ言及されているが、あえて一言でいえば、主に感染拡大の防止を目的とした生活様式の激変という環境の変化に農泊としてどのように対応するのか、ということになるであろう。しかし他方で、アフター・コロナの課題には、農泊の担い手の世代交代や、持続可能な農泊の実現といった、ビフォア・コロナの頃から既に農泊の課題とされてきたような事項も決して少なくないといえる。これは例えばICT技術を活用したワーケーションやテレワークのように、新型コロナ感染拡大以前からの社会的課題が、新型コロナの感染拡大による対応として、ことごとく前倒しに実現されていったようなことが、農泊の取組においても起こっているという意味である。

新型コロナの感染拡大防止策としての「三密」の回避は、教育体験旅行などの団体旅行を主な顧客としている農泊実践地域に対しては、より利益率の高い質の高い宿泊サービ

ス等を求める傾向のある個人旅行の受入れの検討を迫るものであったともいえるが、現実には教育体験旅行等に特化した地域ではそのような転換が難しく、新型コロナの感染が収束するまで「やり過ごす」しかない状況にあった。もっとも教育体験旅行の受入れを行う多くの家庭や農家にとって、それは基本的には副業や生きがいのためであり、農業や自営業や年金などの主な収入源はあるため、主業等も大きな影響を受けていない限り、農泊を休止した経済的影響は限定的であったともいえる。第3章のように、福祉事業が中心だったため、新型コロナ感染拡大の影響がやはり限定的に抑えられたケースもあった。

しかし、第2章でみるように教育体験旅行に取り組む農泊地域の事務局等はこの間に手数料収入等がほぼゼロとなったため、新型コロナ関連対策による各種支援なしには立ち行かなかった可能性が高い。また第5章で指摘されるように、地域の飲食店は新型コロナ感染拡大により度々休業や時短営業などを余儀なくされていた。このように新型コロナ感染拡大が農泊実践地域に与えた影響は明らかに一様ではなかった。

他にもインバウンドや都市住民といった、農泊実践地域とは地理的距離のある場所に所在する顧客らだけでなく、例えば隣接する市町村や同じ都道府県内といった比較的近場に住む個人らを対象とするマイクロツーリズムの重要性が新型コロナ感染拡大で高まり、さらなる取組によって、当該地域における関係人口や移住者の増加につなげていくことも、新たな農泊の課題になったことなどがある⁽³⁾。

最後に、新型コロナ感染拡大の渦中において、各種活動を休止せざるを得なかった各農泊実践地域が、その間どのようにアフター・コロナを見通し、そのための備えや対策などをどこまで実行することができたかによって、その後の農泊実践地域の発展に違いをもたらす可能性があることを指摘しておきたい。本章で取り上げたA地域のように、この危機をいかに「やり過ごすか」を考え、同時にアフター・コロナの構想を練ることができた事例として、他にも、第4章でみる長崎県西海市雪浦地区のように、逆境を逆手に取る形で、各種コロナ支援政策を「前向きに」活用し、アフター・コロナを見据えた地域内の合意形成などの準備などに取り組むことができたかどうかは、農泊実践地域としてのその後の発展の違いをもたらす要因になるだろう。

注（1）第1回「多様な地域資源の更なる活用に関する農泊推進研究会」（2021年7月9日開催）に提出された資料（農林水産省、2020）に掲載の農泊地域における5～1月の利用実績調査。

（2）「一棟貸し」の宿泊施設では、従業員や他の宿泊者等との接触を極力減らすことができることをセールスポイントの一つとしてアピールしていた。また、2020年のGo Toトラベルでは、旅行代金の35%が一律で割引されたことから、比較的高額な宿泊料金の施設への人気が集まったとされており、農泊でいえば、古民家の一棟貸施設のようなより高価格帯の宿泊施設に人気が集まったと考えられた。ただし、観光庁の「Go Toトラベル事業の利用実績及び利用状況」によれば、2020年7～10月のGo Toトラベル事業における利用価格帯分布は、1人当たり宿泊代金1万円未満の割合が合計66.9%（5千円未満が全体の25.8%、5千円以上1万円未満が41.1%）を占めていたとしており、上述のような説が必ずしも適切だとは言えない。

（3）なお筆者によるピフォア・コロナ時点における徳島県西部地域の農泊実態調査（福田ら、2020）では、観光

の取組を移住者増加につなげることが明確に目標化されていたことを報告している。同地域は我が国における着地型観光の先進地であり、農林業を含む地域内産業が長期にわたって衰退している過疎地域であるが、ビフォー・コロナ時点において、関係人口や移住者の増加を着地型観光や農泊の取組における間接的な課題、ないしアウトカムと位置づけられていたといえる。

[引用文献]

農林水産省(2020)「農泊をめぐる状況について」,

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/suishin_kenkyu-7.pdf (2021年12月24日参照) .

福田竜一・草野拓司・寺林暁良(2020)「広域的総合農泊地域の可能性と課題 ―徳島県西部地域を対象として―」『農林水産政策研究』33 : 1-30.

<https://doi.org/10.34444/00000126>.

第2章 教育体験旅行型農泊の発展可能性と課題

—埼玉県秩父地域と長崎県西海市の事例より—

平口 嘉典

1. はじめに

1990年代のグリーンツーリズム農政以降、主として小・中学校の生徒が農家等家庭に民泊して農業や農村の暮らしを体験する、教育体験旅行の取組が拡大してきた。2017年度より開始された農泊推進対策は、これまでの取組の維持発展に寄与するものとして期待される。

本稿では、教育体験旅行型農泊に取り組む二事例より、その発展可能性と課題を明らかにする。対象事例は、埼玉県秩父地域において公社が主導する取組と長崎県西海市において農家等が主導する取組であり、前者を行政主導型農泊、後者を住民主導型農泊と位置づけて以下実態把握と分析を行う。

佐藤（2010）によれば、教育体験旅行の受入先となる農家民宿では、農家主導の「スキー民宿転換型」と行政主導の「新規開業型」の二つのタイプが発展してきたが、近年、第三の型として農家主導の「新規開業型」の農家民宿の出現が指摘されており、その例として、代表的な農泊地域である大分県宇佐市安心院や石川県能登町の事例が挙げられている。また、坊・中村（2014）では、教育体験旅行の受入家庭の組織化等を行う受入組織の運営方法に着目し、行政によって受入家庭数の確保が行われるものを「行政主体」、行政は関わるものの住民が主体的に受入家庭数の確保や受入れ調整をするものを「住民主体」と表現し、両者の比較から住民主体受入組織の課題として、サービス水準の低さ、人件費確保、地区を越えた受入組織間の連携が挙げられている。

本稿では、行政が農泊を主導し、受入家庭の探索や調整を行う取組を「行政主導型農泊」とし、行政の支援は受けながらも農家・住民やそれらによる組織が農泊を主導し、受入家庭の探索や調整を行う取組を「住民主導型農泊」とする。

大學・納口（2021）は農泊地域五事例の事務局組織を対象に、地方行政の関係性に着目した調査を行い、住民主体の事務局組織の展開がみられるものの、その運営においては依然として地方行政による公的資金等の支援によって下支えされている実態を明らかにしている。また農林水産省（2019）では、今後の農泊推進においては、提供されるコンテンツの質向上や利用者の利便性向上に加え、体制整備の強化が課題として挙げられ、農泊の運営を担う中核法人（事務局組織）が経営能力を向上させながら安定的に発展することが望まれている。

一方、現場レベルでは、運営を担う事務局サイドの問題だけでなく、受入れを担う住民サイドの高齢化やモチベーションの問題も散見される。本稿では事務局組織と受入住民の両面から取組課題を明らかにし、発展可能性と課題を考察する。

2. 埼玉県秩父地域の事例

(1) 埼玉県における教育体験旅行誘致の取組

埼玉県では、2012 年から「教育旅行のメッカ埼玉づくり事業」として教育体験旅行の受入れを推進した⁽¹⁾。当事業の実施において、県産業労働部では「教育旅行における『農山村家庭での生活体験に伴う宿泊』に係る取扱方針」を定め、安全・衛生に関する講習を受けた家庭であれば、農林漁業体験民宿等の登録がなくても受入れが可能となっている。当初から秩父地域は受入地域となり、後述する O 社が事務局を担って教育体験旅行の受入れを開始した。

(2) 埼玉県秩父地域の概要

埼玉県秩父地域は県西部に位置し、1 市 4 町（秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町）からなる。都心から 60～100km 圏内にあり、総面積の約 84%を森林が占め、農地は約 2%である。地域の産業は、かつては養蚕・繊維業、林業、セメント業が中心だったが、近年は観光業やハイテク産業が中心になっている。農林産物では、中山間地域の特徴を生かし、キュウリ、ナス、イチゴ、ソバ、コンニャク、シイタケが生産されている。また観光業との連携により、直売や体験農園なども開設されている⁽²⁾。

(3) 一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社の概要

秩父地域の 1 市 4 町は、ちちぶ定住自立圏構想のもとで観光推進に取り組んでおり、その中核団体として、一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社（以下、O 社）が存在する。O 社では圏域自治体の負担金を主な収入として、滞在型観光の促進、外国人観光客の誘致、地域ブランドの確立と特産品の販売促進に取り組んでいる。公社が主導する教育体験旅行では年間 200 万円程度の手数料収入を得ている。

(4) 秩父地域における教育体験旅行受入れの実態

1) 全体像

O 社が窓口となり、県外小中学校の教育体験旅行を受け入れている。受入先は、地域内の農家及び一般家庭である。

教育体験の主目的は、田舎暮らしを体験することであり、農業体験を必須とはしていないため、農家だけでなく一般家庭も受入れをしている。登録軒数は約 200 軒あるが、実際に受入れをするのはそのうちの 70 軒程度である。教育体験旅行の受入れは 2014 年度から開始し、年々受入数を増やしてきた（第 2-1 表）。

第2-1表 延受入家庭数、延宿泊者数、受入校数の推移

年度	2014	2015	2016	2017	2018
延受入家庭数（軒）	136	250	359	420	263
延宿泊者数（人泊）	467	1,111	1,238	1,496	913
受入校数（校）	3	7	10	18	13

注. O社調べ。

利用者は、首都圏以外の小中学校の生徒が多い。当該地域は大都市近郊に立地することから、都市観光のオプションとして選択されるケースが多く、午後に到着し、翌日の午前中に出発する例もある。近年は、埼玉県庁の勧めもあり、台湾等海外の生徒も受け入れており、国内とあわせて年間7校程度を受け入れている。

体験内容については、農業体験や郷土料理体験以外にも、各家庭の実状に合わせて様々な体験メニューが実施されている。外食は禁止事項になっているが、それ以外は特に制約はなく各家庭に任されている。O社では年1回、受入家庭を対象に食品衛生と消防に関する講習を開催し、受入時の安全確保に努めている。また、家庭での食事メニューの改善のために、外部講師を招いて講習会を開いたこともある。

O社では当初から、受入家庭の確保に苦労した。行政の広報を通じて受入家庭を募ったものの、ほとんど集まらず、市町の関係課に紹介してもらい、1軒1軒直接交渉をして受入家庭を開拓していった。こうした経緯もあって、受入れにはあまり制約を設けず、各家庭が実施しやすい形をとっている。

料金は、1泊2食付きで1人当たり8,000円程度である。このうち、約7割が受入家庭に支払われ、1割が旅行会社の仲介手数料⁽³⁾、約2割がO社の収入となる。

2019年度には、農林水産省・農山漁村振興交付金（農泊推進対策）を受給している。新型コロナウイルス感染拡大により、2020年度より教育体験旅行の受入れを休止している。

2) 受入家庭 a

受入家庭aでは、70代の女性1名で受入れをしている。知り合いに誘われたことがきっかけである。

非農家だが、知り合いの農家の圃場を使わせてもらい、農業体験をさせることもある。食事は郷土料理を盛り込んだ家庭料理であり、食材購入から調理まで、生徒と一緒に行う。受入れ開始当初は、農業体験や郷土料理体験を意識的に準備していたが、最近はそれらにこだわらず、自分の得意なもの、楽しめるものに少しずつシフトしている。自宅で趣味の手芸教室を開いているため、生徒には手芸体験をさせているが、体験した生徒の反応はよい。海外の生徒の受入れも引き受けており、言葉は通じないが大きな問題はなく受入ができています。受入人数が多い時は知り合いに手伝いを頼むこともある。手伝いがきっかけで、自身も受入れを始めた人もいます。受入れに掛かる費用は体験料収入で十分まかなえており、そもそも収入が目的ではないので特に不満はなく、値上げを要望することもない。

無理のない範囲で、自分の生きがいとして受入れをしており、今以上の受入れ拡大は考えていない。

3) 受入家庭 b

受入家庭 b では、60 代の夫婦で受入れをしている。O 社からの誘いがきっかけで、当初からのメンバーである。

自給用の農地を所有しており、農業体験に利用している。食事は郷土料理や家庭料理を生徒と一緒に調理している。近隣の名所案内や伝統芸能活動の見学など、地域の文化に触れることも体験メニューにしている。農業体験をできる環境はあるものの、それだけでは生徒の反応がよくないため、農業以外の様々な体験を盛り込むようにしている。受入れを重ねるうちに、生徒たちにとっては農業や郷土料理を体験する以前に、「人の家に泊まる」ことを体験する意義が大きいと考えるようになった。海外の生徒も受け入れており、言葉は通じないが翻訳アプリを活用するなどして特に問題なく受入れができています。現在、受入件数は年間 7 件程度である。受入れに掛かる費用は体験料収入で十分まかなえている。収入を得ることが目的ではなく、現状の支払額に対して特に不満はなく、仮に支払額が増えたからといって受入回数を増やす動機にはならない。

教育体験旅行の生徒受入れの主目的は、生徒との交流を通じて生きがいを得ることであり、ビジネスとしては捉えていない。そのため、今以上の受入れ拡大も考えていない。

受入家庭 2 軒の取組をまとめると第 2-2 表のようになる。

第 2-2 表 受入家庭数及び延宿泊者数の推移

	受入家庭 a	受入家庭 b
受入従事者	女性 1 名 (70 代)	夫婦 (60 代)
農業との関連	なし (近隣農家と連携あり)	自給用農地
農業以外との関連	手芸教室講師	山林所有
農林漁業体験民宿登録	なし	なし
受入客層	教育体験旅行のみ	教育体験旅行のみ
年間延宿泊者数	約 10～20 人泊	約 20 人泊
農泊の目的	生きがい	生きがい

注. ヒアリングを基に筆者作成。

(5) 小括

本事例では、事務局を担う O 社のリーダーシップのもと、行政主導で農泊を実施しており、受入家庭側の協力もありながら着実に実績を積んできた。受入家庭には厳格な受入条件を課さず、自由度を与えることで、一般家庭の農泊への心理的障壁を下げ、結果として受入家庭を確保し、比較的大規模な受入先にも対応している点は評価できる。

ただし今後の展望においては、次に挙げる点で限界も指摘できる。それは、体験内容の多くは各家庭に任されている点である。受入家庭にとってはできるだけ制約条件がない方が取り組みやすく、創意工夫を発揮しやすいという点はメリットである。しかし反面、各

家庭の自己流、試行錯誤の域からステップアップすることは難しく、仮に優れた実践があるとしても、それを広める仕組みを持ち合わせていない点はデメリットである。

事業の継続性を考慮すれば、受入家庭のスキルアップやプロ化のための技能講習や受入家庭同士の交流・意見交換などが必要である。また各家庭の自由度や個性は認めながらも、体験内容のガイドラインの作成も必要である。もともと、これにより受入家庭が脱退することもあり得るが、今後を見通した強固な受入態勢を構築するためには不可避といえよう。逆に、ガイドラインが示されることで、ビジネスとして取り組む意欲のある受入家庭や民宿業者を新規で確保することにもつながるだろう。

3. 長崎県西海市の事例

（1）長崎県における農泊、教育体験旅行誘致の取組

長崎県では、1996年に長崎県グリーンツーリズム推進協議会が発足し、グリーンツーリズムの研修会や誘客活動が開始された。2005年には「長崎県農林漁業体験民宿方針」を制定し、農林漁家民宿の開業支援として県独自の規制緩和を行い、同年、県内初の農林漁業体験民宿が開業した。以降、県内の民宿軒数は年々増加し、2018年には1,057軒に達したが、近年は高齢化等による廃業がみられるようになり、減少傾向にある。2020年度における農林漁業体験民宿軒数は、922軒である⁽⁴⁾。

（2）長崎県西海市の概要

長崎県西海市は県西端部に位置し、三方を海に囲まれた自然豊かな地域である。2005年に西彼町、西海町、大島町、崎戸町、大瀬戸町の5町が合併し、現在の西海市となった。福岡市から150km圏内、近畿地方から700km強と大都市から離れているが、長崎市までは50km圏内にあり、アクセスは悪くない。温暖な気候を生かしたミカンやトマトの栽培が盛んである。またエビやタコなどの海産物も豊富に存在する。

（3）一般社団法人山と海の郷さいかいの概要

西海市農泊の前史は、旧西海町時代のグリーンツーリズムの取組に遡る。旧西海町長の発案で西海町グリーンツーリズム協会が設置され、農山漁村体験交流が進められることになった。2005年には町内6戸の農家が、県内で初めて農林漁業体験民宿を開業し、町外者への体験交流宿泊受入れが始まった。しかし合併を機に、事務局機能を持つ旧町グリーンツーリズム協会が新市観光協会に移管されたことを境に、集客に苦慮する状態が続き、しばらく取組が停滞していた。

それから約10年が経過し、体験民宿に取り組む農家・住民の間で農山漁村体験交流を再興する機運が高まり、2016年に当時8軒まで増えていた農林漁業体験民宿により、住民主導で、山と海の郷さいかい（以下、任意団体S）が立ち上げられた。任意団体Sは立ち上げ時に市補助事業を活用したものの、運営自体は民宿家庭の手による、住民主体の組織

である。

2018 年度には事務局機能の強化のため、地域おこし協力隊制度を活用して市外から専従の事務局員を招き入れ、20 年度には法人化を果たし、一般社団法人山と海の郷さいかい（以下、S 社）となった。

（４）西海市における教育体験旅行受入れの実態

１）全体像

当市では前述の任意団体 S のもとで、2016 年度より教育体験旅行の受入れが本格的に開始された。受入家庭数は年々増加し（第 2-3 表）、2020 年度には 45 軒に達した⁽⁵⁾。これに呼応して延宿泊者数も順調に増加してきたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、20 年度の宿泊数は 471 人泊と、前年度からほぼ半減した。特に 20 年度の教育体験旅行受入れは 1,520 人泊（15 校）を予定していたが、ほぼ全てがキャンセルとなり、受入家庭及び事務局運営に与えた影響は甚大である。

第 2-3 表 受入家庭数及び延宿泊者数の推移

年度	2016	2017	2018	2019	2020
受入家庭数（軒）	18	27	32	40	45
延宿泊者数（人泊）	132	266	602	926	471

注：S 社調べ。延宿泊者数には一般客も含む。

S 社の業務は体験宿泊手配が主であり、旅行手配サービス業の登録をしている。S 社の収入は、宿泊料金の 18%程度を占める手数料と市からの農泊関連業務委託費が主であり、それらは人件費と事務費に充てられる。任意団体 S の時代から各種助成金を活用しながら運営を継続しており、2019 年度には関係機関と連携し、農林水産省・農山漁村振興交付金（農泊推進対策）を受給している。

新規受入家庭の探索・勧誘は、事務局と現受入家庭の主要メンバーで行っている。以前、市報に勧誘記事を掲載したが効果はなく、知り合いに声を掛けたり、区長会に出向いて説明をしたりして、徐々に受入家庭を増やしている。受入れを躊躇する理由の一つに食事の提供があるため、普段通りの食事で良いことを都度伝えている。

事務局では将来的には市等の補助金に依存しない、自立経営を目指しており、そのためには 40 軒で年間 6,000 人泊の受入れが必要と考えている。これは売上げに換算すると約 6,000 万円で、事務局は 1,000 万円程度の手数料収入を得られることになり、事務局員を 2 名雇用できる計算である。

受入れの質の最低ラインを確保するために、受入時に各家庭で実施すべきことを細かく記したチェックリストを事務局で作成し、各家庭に配布している。また、受入家庭が参加するワークショップを不定期で開催し、情報共有と質の向上を図っている。さらに、受入時の場つなぎのツールとして、方言カードやすごろくを事務局で作成し、各戸に配布して

いる。

事務局が考える受入れの理想は、生き生きとした受入家庭の姿を見てもらうことと考えており、そのためのアシストをするのが事務局の役割と自認している。

ここで、受入家庭 45 軒はタイプごとに次の三つに分類できる。それらは、X：農家副業タイプ、Y：趣味的タイプ、Z：民宿専門タイプである。

X：農家副業タイプは、専門農家が副業として農泊に取り組むタイプであり、10 軒が該当する⁽⁶⁾。Y：趣味的タイプは、X タイプ、Z タイプのいずれにも該当せず、農泊を言えば趣味として取り組むタイプであり、33 軒が該当する。Z：民宿専門タイプは、教育体験旅行だけでなく一般客も受け入れ、農泊を生業とするタイプであり、2 軒が該当する。

各タイプに該当する受入家庭を 1 軒ずつ抽出し (x, y, z)、次にそれらの取組実態を述べる。

2) 受入家庭 x

X：農家副業タイプに該当する受入家庭 x は、ビワ 50a（ハウス 30a，露地 20a），ミカン 1ha を生産する専門農家である。県内の農林漁業体験民宿の第 1 号であり、本市の取組が始まった 2005 年当初から農泊を開始した。60 代夫と妻で受入れをしているが、40 代息子の家族が同居しており、教育体験旅行の受入れの際は息子夫婦、孫も交流に参加している。

ビワ栽培の繁忙期である 4，5 月の受入れはできないが、それ以外は受入れが可能である。以前は一般旅行客も受入れをしたが、最近は教育体験旅行の受入れのみであり、年間延 50～60 人泊を受け入れている。受入滞在時間の関係もあり、子どもたちに農作業体験をさせることはあまりなく、ビワやミカンを使ったお菓子作りや郷土料理の押し寿司づくりを体験させている。

農泊を始めた動機は、副収入を得ることではない。人口減少・高齢化が進む本市に子どもたちを呼び込み、農業や田舎体験をしてもらい、地域で子どもたちの声が聞こえるようにしたいという思いから農泊に取り組んでおり、小遣い程度の収入があれば良いと考えている。

このように受入家庭 x は農業の副業として農泊に取り組んでいるが、収入目的ではなく、地域振興を目的としていることが分かる。

3) 受入家庭 y

Y：趣味的タイプに該当する受入家庭 y は、70 代夫と妻で受入れをしている。約 10 年前に夫の定年退職を機に、実家に U ターンした。サツマイモ 20a ともち米数十 a を生産し、それらを材料に、自宅の工房で郷土菓子のかんころ餅を年間 3,500 本製造している。1 本 400 円で、年間 140 万円ほどの売上げになるが、材料費と手間を考えれば儲けはほとんどないものの、手作りにこだわり、老後の楽しみとして続けている。直売所への出荷はせず、得意客への販売やふるさと納税の返礼品として出品している。

2013 年に観光協会から誘いがあり農林漁業体験民宿を開業したが、数年間はほとんど客が入らない状態が続いた。2016 年の任意団体 S の立ち上げに関わり、数年間、経理を担当した。

現在は年間延 80 人泊程度を受け入れており、そのうち 2/3 は教育体験旅行である。受入れは収入目的ではなく、自分たちの生きがいとして行っており、市の活性化のためにも農泊は重要と考えている。

このように受入家庭 y は定年退職後に農業と農産加工に趣味的に取り組みながら、農泊にも趣味の域で取り組んでおり、収入目的ではなく、趣味目的であることが分かる。

4) 受入家庭 z

Z: 民宿専門タイプに該当する受入家庭 z は、県内近隣市より 2002 年に移住し、2016 年から夫婦で農林漁業体験民宿を開業した。海に面した立地であることから、地元漁協の准組合員となり、保有する小型漁船は遊漁船登録をし、船釣りを体験メニューとして提供している。

もともと自然と一体化した暮らしがしたいと考えており、現在の家が売りに出た際にすぐに購入し、夫婦で移住を決断した。現在 40 代の妻は、いつかは農林漁業体験民宿をしたいと考えてはいたものの、移住から数年間は他の仕事に従事していた。2016 年に仕事を辞めるタイミングで任意団体 S の立ち上げに関わることになり、当組織の事務局を務めることになった。任意団体 S では当初から住民に体験民宿の新規開業を促す活動をしており、自らがモデルになり他の住民に開業を促したいという思いから同年、体験民宿を開業した。

ターゲットは 40 代以上の女性を設定し、働く女性のリトリートステイや女子旅の利用を狙っていたが、そうした客層だけでなく、家族客も多く来訪している。年間延宿泊者数は 300 人泊弱であり、リピーターが 7 割を占める。2020 年はコロナ禍にもかかわらず、延宿泊者数は 275 人泊であった。

自然と一体化した自分たちの暮らしを宿泊者に横目で見てもらい、一緒に楽しんでもらいながら、その暮らしの良さを伝えたいという思いで体験民宿を経営している。また、民宿専門で生計を立て、次世代に引き継ぎたいと考えており、教育体験旅行だけでなく、若干高めの料金設定が可能な一般旅行客の受入れを積極的に増やしている。以前は教育体験旅行の受入れは毎回受けていたが、今は受入家庭が不足する場合のみ引き受けるようにしている。

宿泊に来た子どもたちを自然に触れさせたり食事の調理をさせたりして、その反応をみることに喜びややりがいを感じており、体験を通じた子どもたちへの教育効果にも意義を見いだしている。

このように受入家庭 z は x, y とは異なり、収入を得て生計を立てることを目的に農泊に取り組んでいることが分かる。もちろん、収入のみを求めているわけではなく、宿泊者と交流し、体験を通じて自分たちの思いを伝えるという目的も持っている。

受入家庭3軒の取組をまとめると第2-4表のようになる。

第2-4表 受入家庭数及び延宿泊者数の推移

	受入家庭 x	受入家庭 y	受入家庭 z
タイプ	X：農家副業	Y：趣味的	Z：民宿専業
受入従事者	夫婦（夫60代）	夫婦（夫70代）	夫婦（妻40代）
農業との関連	ビワ50a（ハウス30a，露地20a），ミカン1ha	サツマイモ20a，もち米数十a，農産加工	—
農業以外との関連	—	—	漁協准組合員，遊漁船登録
農林漁業体験民宿登録年	2005年	2013年	2016年
受入客層	教育体験旅行のみ	教育体験旅行が主，一般旅行が従	一般旅行が主，教育体験旅行が従
年間延宿泊者数	50～60人泊	約80人泊	300人泊弱
農泊の目的	地域振興	趣味	収入

注．ヒアリングを基に筆者作成。

（5）小括

以上、農泊事務局を担うS社と受入家庭3軒の取組実態を見てきた。これらから次の四点が指摘できる。

第一に、農泊に取り組む受入家庭の目的は、必ずしも収入ではなく、生きがいややりがいを得ることである点である。対象事例では農家副業タイプと趣味的タイプで顕著であった。また民宿専業タイプにおいては収入が一義的な目的ではあるが、宿泊客との交流が受入サイドのやりがいにつながっていた。こうした点は既存研究でもしばしば指摘されているが、本事例においても確認された事実である⁽⁷⁾。

第二に、住民主導型農泊地域における事務局組織の財務状況は厳しく、行政支援が不可欠な点である。この点も既存研究において指摘されているが、今回新型コロナウイルス感染拡大により手数料収入が激減したことで、より鮮明になった課題である。現状では事務局組織の事業収入のほぼ全てが手数料収入のみであるという事業モデルが抱える課題ともいえる。

第三に、コロナ禍において教育体験旅行の中止が相次ぎ収入が激減した一方で、一般旅行はさほど減少がみられない点である。本事例においても約1,500万円の売上げに相当する1,520人泊がほぼ消滅しており、S社や多くの受入家庭にとっては大きな痛手となった。しかし受入家庭zでみられたように、コロナ禍においても一般旅行客には大きな減少はみられない。これは農家民宿経営においても重要であるが、手数料収入を得るS社にも次に挙げるように重要な示唆を与えている。

第四に、農泊地域の事務局組織の経営維持のためには、教育体験旅行だけでなく、一般旅行客の取り込みが必要な点である。当農泊地域では教育体験旅行をてこに受入家庭を増加させてきたが、今後はリスクヘッジの点からも、一般旅行客誘致の戦略を立てる必要

がある。ただしその場合、受入家庭 z でみられるように、一般客を受け入れるためのサービス全般の質向上が必要になる。またコロナ禍の終息を見据え、インバウンド需要への対応も再度検討されてよいだろう。農泊地域が安定的に維持発展していくためにも、受入れの間口を広げ、複数の選択肢を持つことは重要である。

4. 二事例の比較

(1) 農泊運営体制の比較

本稿で対象にした二事例の運営体制を比較すると第 2-5 表のようになる。以下、秩父地域を事例 1、西海市を事例 2 と呼ぶ。

両事例とも、教育体験旅行を開始したのは比較的最近である。事例 1 は都内から 100km 圏内にあるため、地方から関東圏への修学旅行客を取り込むことができている。一方事例 2 は大都市からは離れているものの、修学旅行先として人気を博す長崎市から 50km 圏内にあり、長崎市周辺の観光資源とリンクして修学旅行客を取り込めている。

農泊の実施体制では、事例 1 は公社が主導して取組を開始し、受入家庭の探索・勧誘や受入先との調整を全て公社が行っており、行政主導型農泊と位置づけられる。一方事例 2 では、行政の支援は受けながらも、前身の任意団体の時から住民主導の組織として運営しており、受入家庭の探索・勧誘や受入先との調整も全てこの組織が行っており、住民主導型農泊と位置づけられる。

事例 1 の公社は、旅行会社、鉄道会社、ほか多数の企業・団体と連携しており、実施事業は農泊のみならず、観光企画、特産品 PR など多岐にわたる。定住自立圏構想で拠出された市町からの負担金が主な収入であり、農泊による手数料収入は収入全体の比重としては大きくないが、公社独自の事業収入の存在を対外的に示す上では重要な意味を持っている。事例 2 では手数料収入による自立経営を目指しているが、実際には一時的な行政からの助成金を活用して運営を存続しているのが実態である。

受入規模をみると、受入家庭数、1 回当たりの受入人数、年当たり延宿泊数において事例 1 が事例 2 のほぼ 2 倍である。事例 2 では農林漁業体験民泊の登録が必須であるのに対し、事例 1 では県の取扱方針に沿った受入であり、取組のハードルが低いことが要因と考えられる。

宿泊料金は事例 1 と事例 2 で 2,000 円弱の開きがあるが、手数料収入は 1,700~1,800 円台に収まっている。

これまでにインバウンドへの対応として、海外の学生を受け入れた実績があるが、コロナ禍により一時中断した。事例 2 では在留外国人（留学生を含む）を対象に、一部受入れを再開している。

いずれの事例においても、コロナ禍により教育体験旅行の受入れを中止しており、事務局収入の激減がみられる。

第2-5表 二事例の比較

	事例1：秩父地域	事例2：西海市
教育体験旅行取組開始時期	2014年	2016年
取組範囲	1市4町	1市（旧5町）
大都市へのアクセス	東京都100km圏内	福岡150km圏内，近畿700km強， 長崎市50km圏内
近隣の大型観光地・施設	東京ディズニーリゾート，都内	ハウステンボス，長崎市内
農泊の実施体制	行政主導（観光公社）	住民主導（任意団体→法人）
連携先	旅行会社，鉄道会社，ほか多数	市役所
農泊以外の取組	あり（観光企画，特産品PR等）	ほぼなし（農業体験予約代行）
行政からの人的支援， 資金支援	・定住自立圏負担金の配分 ・農泊交付金（～2020年度）	・一時的な市の補助（起業支援，補助事業），観光協会からの委託事業 ・農泊の取組主体として市から補助（2021年度～） ・農泊交付金（～2020年度）
受入登録軒数（稼働軒数）	約200軒（約70軒）	45軒（約30軒）
1回当たりの受入人数	約200人（70軒で）	約120人（30軒で）
宿泊業許可	なし，ガイドライン農泊	簡易宿所（農林漁業体験民宿）
年当たり延宿泊数（人泊）	1,045人泊 （2014年～18年平均）	482人泊 （2016年～19年平均）
宿泊料金，内訳	8,000円： 受入家庭5,500円（約70%），旅行会社800円（10%），公社1,700円（約20%）	9,900円： 受入家庭6,600円，旅行会社990円（10%），保険料500円，S社1,810円（約18%）
インバウンド対応	あり	あり
コロナ禍の影響	教育体験旅行の受入を中止	教育体験旅行の受入を中止。 2021年夏に一部再開するも，民泊は無し。

注．ヒアリング結果より筆者作成。

（2）受入家庭の特徴

次に，二事例における受入家庭の特徴を整理する。事例1では県の取扱方針に沿って受入を行っており，農林業体験民宿等の登録をしていない受入家庭が大多数であり，教育体験旅行型農泊に特化している。受入家庭に自由度をもたせ，行政主導で広く薄く農泊地域を形成することを可能にしている。

一方，事例2では，農林漁業体験民宿の登録を要件とし，一般旅行者も受入可能な条件を備えた上で教育体験旅行型農泊に取り組んでいる。受入家庭の多くは趣味目的で取り組むものの，農家副業タイプで副収入を得るものや，民宿専業で収入を目的として取り組むものもみられ，受入家庭の分化が見られる。面的な広がりにはやや欠けるものの，住民主導で発展可能性のある農泊地域を形成している。

二事例における受入家庭の共通点として，次の二点が指摘できる。第一に，教育体験

受入による収入は多くの受入家庭にとって副収入である。このことは、民宿専門の受入家庭においても主収入は一般旅行者であることから、ほぼ全てに当てはまる。第二に、教育体験受入に取り組む目的は、収入ではなく、受入側の生きがいややりがいである。事例 2 においては、生きがいややりがいを得る目的が根底にある上で、地域振興、趣味、収入といった目的への分化が見られた。

(3) 教育体験旅行型農泊の発展可能性と課題

以上、二事例の分析から、教育体験旅行型農泊の発展可能性と課題について、次のように指摘できよう。

まず、事例 1 のような取扱方針に沿って取り組む地域では、受入家庭が農林漁業体験民宿の許可申請を進めることで、事例 2 の段階に進むことができる。しかし許可申請には費用と手間を要することから、農泊受入に積極的かつ一般旅行者の受入も検討したい家庭が対象になり、これまでのように行政主導で全面的に進めることは困難であろう。受入家庭の主体性が必要であり、行政の役割としては、申請手続の手助けや申請費用の一部補助といった支援が中心になる。

次に、農林漁業体験民宿の申請を終えた地域では、趣味的な取組から、農家副業又は民宿専門へと発展する経路が見いだされる。この発展経路を進むためには受入家庭のサービスの質の向上が求められ、一定期間、教育体験旅行で経験を積んでから一般旅行者の受入れを行うというような段階が必要である。

事務局サイドの支援として、スキルアップのための講習会の企画開催や、受入家庭間の交流促進が挙げられる。一方で、対外的には事務局が集客活動を行い、教育体験旅行と一般旅行の両面で受入家庭への送客をすることで、農家副業又は民宿専門の経営が安定化するとともに、手数料収入の増加により事務局自身の経営安定化にもつながる。

以上のような取組を事務局が費用を捻出して全てを行うことは難しく、行政サイドからの資金援助や、個の農泊受入家庭の支援が必要である。

5. まとめ

本稿では、教育体験旅行型農泊に取り組む二事例を行政主導型と住民主導型と位置づけ、その発展可能性と課題を明らかにした。教育体験旅行型農泊については現状維持志向が強く、高齢化等による受入家庭の減少に伴い受入規模の縮小、受入停止に追い込まれることも予想される。さらにコロナ禍により、教育体験旅行型農泊のビジネスモデルの脆弱性が露呈している。

最後に、教育体験旅行型農泊の発展を図るために、三つの方向性を指摘する。第一に、受入家庭のスキルを向上させ、受入家庭のプロ化を進めることである。農業経営の多角化としての農家副業、あるいは民宿専門がこれに当てはまる。第二に、既存の宿泊施設と連携し、宿泊と体験を分離した形で受入れを進めることである。体験のみの受入れであれば、

これまで躊躇していた家庭や高齢家庭においても取り組める可能性があり、受け皿を増やすことができる。第三に、地域振興を目的とした組織と連携し、地域振興活動の中に教育体験旅行を位置づけて進めることである。言わば、地域ぐるみの農泊であり、対象事例からは導出できなかったが、農泊地域におけるもう一つの発展経路になり得ると考える。

注（1）埼玉県における教育旅行誘致の取組は兒玉（2016）を参照されたい。

（2）以上、埼玉県秩父農林振興センター（2020）「秩父地域農林業の概要」より。

（3）教育体験旅行型農泊では、学校と受入先の間を旅行会社が仲介するのが一般的である。

（4）以上、長崎県農林部農山村対策室提供資料より。

（5）全ての受入家庭で農山漁村体験民宿の許可を得ている。登録手続は市の委託費により任意団体S（現在はS社）が代行して行うため、受入家庭には費用負担はない。また、消防設備の購入や保健所への申請・登録料についても市からの補助があり、新規開業への行政支援が準備されている。

（6）S社事務局へのヒアリングを基に集計した。Y、Zも同様。

（7）福田ら（2020）では、徳島県にし阿波地域を広域的総合農泊地域と位置づけ、その可能性と課題を論じており、専業農家が営む農家民宿の分析から、「やりがい」や「生きがい」を得る場になるという意識が農家民宿経営の支えになっていることを指摘している。

〔引用文献〕

坊安恵・中村貴子（2014）「体験教育旅行における住民主体の受入組織の課題—行政主体の受入組織と比較して—」『農林業問題研究』195：9-14.

大學寛和・納口るり子（2021）「地域経営型農泊における事務局組織の持続性に関する研究—地方行政との関係性に着目して—」『農業経営研究』58(4)：39-44.

福田竜一・草野拓司・寺林暁良（2020）「広域的総合農泊地域の可能性と課題—徳島県西部地域を対象として—」『農林水産政策研究』33：1-30.

<https://doi.org/10.34444/00000126>.

兒玉憲彦（2016）「埼玉県の強みを生かして国内外から修学旅行を呼び込め！—体験型のプログラムを活用した教育旅行の誘致—」『Think-ing』17：72-80.

農林水産省（2019）「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-71.pdf. （2022年2月9日参照）.

佐藤真弓（2010）『都市農村交流と学校教育』農林統計出版.

第3章 古民家活用型農泊の地域社会における位置づけ

—北海道八雲町における地域運営と結びついた農泊事業の展開—

寺林 暁良

1. はじめに

農林水産省が実施する農泊推進対策では、農泊の推進体制の構築などを指す「ソフト」とともに、農泊の拠点施設となる「ハード」の支援も実施されており、そのハードの具体例として「古民家等を活用した滞在施設、廃校改修交流施設、農山漁村体験施設、農林漁家レストラン等」⁽¹⁾が挙げられている。本章では、この中の「古民家等を活用した滞在施設」の例として、北海道ふたみ二海郡八雲町やくもにおいて特定非営利活動法人やくも元気村（以下、「やくも元気村」とする）が運営する「地場産レストラン&古民家ゲストハウス SENTŌ」（以下「SENTŌ」とする）を紹介する。八雲町では古民家という「ハード」を地域社会の課題解決を図る拠点として位置づけることで、町の持続可能性の向上に寄与するとともに、農泊事業自体の持続可能性も高めている。この事例を基に、古民家活用型農泊を地域運営の手段として位置づけることの有効性を考察していきたい。

本章の構成は次のとおりである。2. では、古民家の再生や活用が求められる背景やそのための課題についてまとめる。3. では、北海道における古民家活用型農泊の現状を紹介する。4. から6. までは、北海道における古民家活用型農泊の事例として、北海道八雲町の取組を紹介する。まずは八雲町における農泊推進体制を概観するとともに、八雲町で古民家活用型農泊が実施された経緯を述べる（4.）。そして、八雲町の農泊事業の具体的内容を紹介するとともに（5.）、コロナ禍による影響と対応について述べる（6.）。最後に、以上を踏まえて7. では、八雲町において古民家活用型農泊が持続的に運営されている要因を考察する⁽²⁾。

なお、本章の4. から6. は、寺林(2022)を転載し、本報告書向けに加筆・修正したものである。

2. 古民家の再生・活用とその課題

まず、古民家とは何かを整理しておこう。古民家の定義は曖昧であるが、古民家鑑定士や伝統再築士、伝統耐震診断士などの資格者のネットワークである一般社団法人全国古民家再生協会は、古民家を「昭和25年の建築基準法制定時に既に建てられていた『伝統的建造物の住宅』すなわち伝統構法」⁽³⁾と定義している。また、一般的には登録有形文化財建造物の基準に準じて「築50年以上を経過していること」、日本家屋の伝統的な建築工法である「木造軸組工法で建てられていること」などが条件になることが多い⁽⁴⁾。

現在、古民家の利用は各地で広くみられ、かつ求められるものになっている。その背景には、都市部・農村部によらず日本各地で「空き家」が増えていること、地域文化を象徴する建築物である古民家の地域資源としての価値が見直されていることなどが挙げられる（藤川，2013）。こうした中で、農村部においては古民家が「農家民宿」や「農家レストラン」などとして活用される事例が増えてきたといえる。

ただし、古民家を再生・活用していくためには、課題もある⁽⁵⁾。まず、活用するためには、現代的な生活様式に沿うような改修が必要になることである。具体的には、断熱・気密性能の向上、水回り（台所、トイレ、浴室など）の入れ替えなどが行われることが多い。また、古民家の活用を継続していくためには、以上のような改修費用を回収し、事業を運営していくための資金を継続的に稼ぎ出す必要がある。

このように、古民家は既に地域にある資源ではあるものの、その再生・活用のためには、改修費用や運転資金などの費用負担が発生する。そのため、これらの費用を賄えるような活用のあり方を考えることが重要となる。特に、新型コロナウイルス感染症の流行は、地域外の旅行者に依存したビジネスモデルの脆弱性も露呈した。古民家のような「ハード」の事業の持続可能性を高めるためには、宿泊施設や飲食施設としての活用だけではなく、様々な活用の選択肢を整理することが求められているといえる。

3. 北海道における古民家活用型農泊

八雲町のある北海道における古民家や古民家活用型農泊の状況についても概観しておこう。総務省統計局「平成30年住宅・土地統計調査」によると、北海道には1950（昭和25）年以前に建てられた住宅が2万2,600棟残されている。北海道の古民家の特徴は、明治・大正時代の開拓期に開拓者たちが移住元の大工を呼び寄せて住宅を建てたため、日本各地の建築様式をもつ古民家が残されていることである⁽⁶⁾。また、都市部には開拓期に和洋折衷様式で建てられた古民家があるほか、農村部には木造バルーン工法の畜舎や軟石造りの石倉、サイロなどの農業関連施設などもある。このように、活用しうる古民家等は少なくない。

ただし、古民家活用型で農泊推進対策に取り組んでいる事例は多くない。北海道では2021年5月時点で45地域が農泊推進対策に採択されている⁽⁷⁾が、八雲町以外で古民家活用型農泊に取り組んでいるのは、河東郡鹿追町（2017年度採択）、石狩市（2018年度採択）、函館市（2019年度採択）の3地域にとどまっている。なお、全国古民家再生協会の北海道支部でもある一般社団法人北海道古民家再生協会が管理や改修に携わる伝統工法の古民家は石狩市と八雲町の2地域にとどまっている⁽⁸⁾。

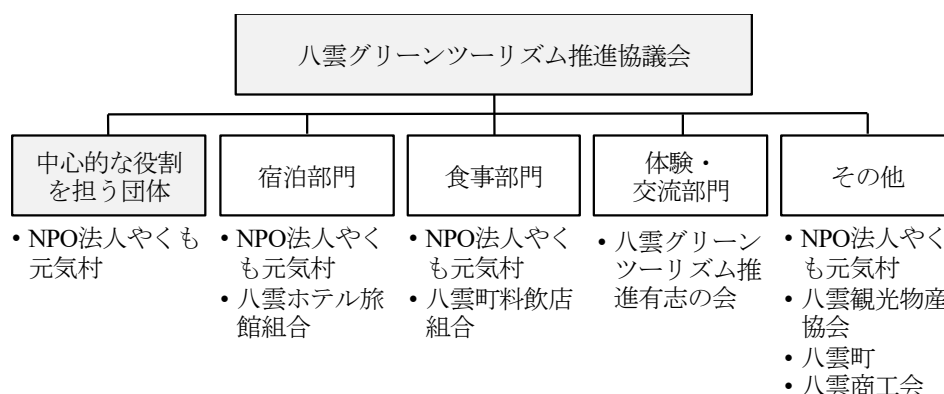
このように、古民家活用型の農泊事業が広がらない背景の一つにも、設備を所有し、維持管理することへのハードルの高さがあると思われる。以上のような背景のもと、古民家活用型農泊を持続可能なかたちで展開する事例として、八雲町を取り上げていきたい。

4. 八雲町における農泊の契機

(1) 八雲町の農泊事業の概要

八雲町は、^{おしま}渡島総合振興局管内、渡島半島の中央部に位置する人口 1 万 5,468 人、8,105 世帯（2021 年 7 月末時点）の町である。八雲町は、中心市街のある八雲地区、南部の^{おとしべ}落部地区（1957 年合併の旧落部村）、西部の^{くまいし}熊石地区（2005 年合併の旧熊石町）の 3 地区からなる。函館市と札幌市の間、あるいは函館市と倶知安町やニセコ町といった外国人観光客に人気の観光地の間に位置し、通過する旅行者は多いものの、八雲町が滞在地にされることは少ないという課題があった。一方、2030 年には北海道新幹線の新八雲駅が設置予定であり、人流の拡大に期待が寄せられている。

こうした中、八雲町では 2018 年 10 月に八雲グリーンツーリズム推進協議会が農林水産省の「農村漁村振興交付金（農泊推進対策）」の対象として採択されたことで農泊事業が始まった。同協議会には宿泊部門、食事部門、体験・交流部門の各部門があり、それぞれに町内の関係団体が加わっている（第 3-1 図）。実質的に農泊事業に取り組むのは、同協議会で中心的な役割を担い、八雲町でまちづくりに関わる様々な事業を展開する、やくも元気村である。1 年に 1 度開かれる同協議会の総会では、やくも元気村から事業の進捗状況について報告が行われるなど、構成団体間で情報共有が行われている。



第 3-1 図 八雲グリーンツーリズム推進協議会の実施体制

資料：農林水産省ウェブサイト⁽⁹⁾。

八雲町での農泊事業は、1907 年頃に銭湯として開業した古民家⁽¹⁰⁾を改修し、宿泊施設と地産地消レストラン（地場産レストラン&古民家ゲストハウス SENTŌ, 以下「SENTŌ」とする）として活用しているところに特徴がある。交付金は古民家の改修費用に活用されているほか、2018 年度（事業 1 年度目）には古民家の改修とモニターツアーなどによる農泊受入れの体制づくり、2019 年度（事業 2 年度目）にはウェブサイトの構築や情報発信の強化などの体制強化を行ってきた。

（２）特定非営利活動法人やくも元気村

１）設立の経緯

ここで、八雲町の農泊事業を中心的に担う、やくも元気村について説明しておきたい。やくも元気村は、就労継続支援 B 型事業所として福祉事業を展開してきた NPO である。やくも元気村の農泊事業は、この福祉事業とも密接に関係している。

やくも元気村は、2011 年 1 月に NPO 法人として設立認証されたまちづくり団体で、定款上の目的を『『結の精神』を生かし、社会全体でお互いを思いやり、支えあい、成長しあえる環境づくりを目指して、障がい者など社会的弱者の人権尊重と社会参加の促進を図ることにより、地域福祉に寄与するとともに、すみよいまちづくりに向けての環境づくりや社会教育活動の推進を図ることを目的とする』⁽¹¹⁾としている。

やくも元気村が設立したきっかけになったのが、1978 年に設立した「若人の集い」と呼ばれる青年組織活動に代表される、住民による活発なまちづくり活動である（内田，1994；坂西，2019；若人の集い，2020）。やくも元気村は、これらの住民活動を行ってきた有志が、障がい者福祉の取組を具体的に進めるために設立し、法人化したものである。

やくも元気村の中心施設である「共生サロン八雲シンフォニー」は、2011 年に共生型基盤整備事業の補助を受けて設立した定員 40 人の就労継続支援 B 型事業所であるとともに、コミュニティカフェやミニ図書館、キッズスペース、施設貸館などを併設する施設である。障がい者のみならず、子どもから高齢者まで様々な人々の交流拠点として年間 3,000 人程度が利用している。

２）福祉事業所としての取組

やくも元気村は、福祉の事業所として利用者の様々な作業を支援している。各施設では、パソコン技術の習得、コミュニティカフェでの接客及び調理、コースターなどの木工品やポストカード、アクリルたわし、ふきんなどの手芸品や、本革製品の製作などを行っている。しかし、組織内だけでは作業内容が限られるため、様々な企業や組織・団体から作業を受託するなどして、その幅を広げている。

その一つとして、やくも元気村では 20a ほどの面積で農業に取り組んでいる。具体的には、製薬会社より漢方薬の原料となるトウキの生産を受託しているほか、独自に販売するためにサツマイモやジャガイモ、枝豆を栽培している。農地は、やくも元気村の各施設の隣接地を利用しているほか、農家から遊休農地の借入れも行っている。耕起などの重機が必要な作業は、やくも元気村の理事を務める農業者が担っている。

野菜宅配も行っており、やくも元気村で生産した野菜のほか、近隣農家から購入した野菜を活用することもある。そのほかにも、イチゴ農家の選別作業や除草作業などを受託する場合もある。

また、町内の企業や団体などからの受託作業としては、ミニコミ誌の折り込み・発送、ふるさと納税返礼品でもある海産物の箱折・袋詰め、漁具の修復作業、バイオマス利活用

施設での廃棄物の選別・処理作業などがある。

ただし、以上の受託作業は季節的なものが多いほか、作業量が相手先の都合に左右されることもあるため、利用者が拡大する中で、やくも元気村が独自に作業内容を創出することも重要であった。そこでやくも元気村は、2017年に「パン工房げんき」を設立した。パン工房は、パンの生産、販売、店舗運営まで、1年を通じて常設的な作業の場を確保することにつながった。

そして、SENTŌ を設立した理由の一つもまた、福祉事業所として作業の場を確保することであった。このように、やくも元気村が農泊事業に参入した一つの背景は、福祉事業が進展したことに求められる。

3) やくも元気村による農泊事業の契機

以上を踏まえ、やくも元気村が農泊事業を始めた経緯について説明する。直接の契機になったのは、2016年にやくも元気村の理事長の息子であるA氏が八雲町にUターンしたことである。A氏は海外の大学を卒業後に首都圏の民間企業に就職していたが、八雲町の第一次産業における労働力不足、特にホタテ養殖の耳吊り作業時期における人手不足に問題意識を持っていたほか、首都圏で働く中で、都市での生活に疲れた若者を農村に呼び込んでみたいという思いも持っていた。そこで企業を退職し、都市部から人を呼び込むための人材紹介会社を起業するため、八雲町に戻った。

こうして八雲町で人材紹介事業を始めたものの、この時にA氏が痛感したのは、第一に、八雲町に働きに来てもらうためには八雲町の魅力を可視化する必要があること、第二に、人材を受け入れるためには一定期間滞在できる宿泊施設が必要であることであった。そこで着目したのが、農村漁村振興交付金を活用した農泊事業であった。農泊事業を実施することで、海と山に囲まれた八雲町の魅力を発信することにつながるほか、町外者の滞在場所となる宿泊施設を確保できると考えられた。

一方、やくも元気村でも、上述のように福祉の作業場所を更に確保したいとの思いを持っていたほか、まちづくりや第一次産業の活性化の一環として観光事業に取り組みたいという希望も持っていたため、この農泊事業をやくも元気村の「グリーンツーリズム事業」と位置づけて実施することになった。

やくも元気村が農泊事業の主体になることは、やくも元気村の福祉事業と農泊事業の双方にとってメリットが期待できることであった。すなわち、福祉事業にとっては、宿泊施設の自前で持つことによって、障がい者の恒常的な作業場所を確保することにつながる。一方、農泊事業にとっては、宿泊施設を新規に起業することには大きな事業リスクがあるが、やくも元気村の活動の一環として位置づけることで、福祉事業という安定した経済基盤を得ることができる。宿泊施設の作業の一部を福祉事業所の作業場とすれば、人件費も抑制できる。

こうして、やくも元気村は町内の関係組織に声かけをして協議会を立ち上げるとともに、農村漁村振興交付金の申請を行った。申請書の作成に当たっては、八雲町役場や北海

道庁渡島総合振興局に内容確認やアドバイスなどの支援を受けることができた。

5. 八雲町における農泊事業の内容

（1）古民家 SENTŌ の運営

やくも元気村は、農泊事業をグリーンツーリズム事業と位置づけ、Yakumo Village という名称で運営している。ここでは、具体的にやくも元気村のグリーンツーリズム事業について紹介していきたい。

やくも元気村は、「農村漁村振興交付金（農泊推進対策）」の申請に当たってグリーンツーリズム事業の拠点となる宿泊施設やレストランを確保することが必須であると考え、現在 SENTŌ となっている古民家の購入と改修を申請書に盛り込んだ。幸いにも、JR 八雲駅から徒歩 10 分程度という好立地にある古民家を購入するめどを付けられていたため、計画は順調に進んだ。この古民家を改修するに当たっては、北海道古民家再生協会に設計を依頼した。そして SENTŌ は、2018 年 11 月にゲストハウス、レストラン、直売所という三つの機能を有する施設として開業した（第 3-2 図）。



第 3-2 図 地場産レストラン&古民家ゲストハウス SENTŌ

資料：筆者撮影（2021 年 10 月 18 日）。

まず、ゲストハウスは、比較的安価に宿泊でき、宿泊者間の交流も楽しめる宿泊施設である。宿泊部屋には、男女混合ドミトリー、女性専用ドミトリー、個室の三つがある。ドミトリーには2段ベッドが二つずつ配置され、1部屋につき4人が宿泊できる。宿泊者が多い場合には、初対面同士でも相部屋となるのが特徴である。個室は団体の場合、最大3名まで宿泊できる。宿泊部屋のほかには、キッチンを備えた共用のラウンジ（居間）があり、ゲスト同士が交流できるスペースとなっている。トイレとシャワーは二つずつあり、共用である。宿泊料金は、ドミトリーが素泊まりで1泊1人3,000円、個室が1泊1人4,000円、一棟貸切りが10人まで3万円となっており⁽¹²⁾、Yakumo VillageのウェブサイトやBooking.comなどの宿泊予約サイトからインターネット予約が可能である。支払には各種クレジットカードをはじめとするキャッシュレスサービスが利用できる。

このゲストハウスは開業直後から多くの宿泊客を集め、開業1年間でのべ670人が宿泊した。その4分の1は外国人であり、グリーンツーリズム事業の拠点として大きな役割を果たすことになった⁽¹³⁾。

次にレストランは、昼はランチ、夜は居酒屋として営業されている。提供料理に使われる米や牛肉、豚肉、卵、牛乳、軟白ネギ、ホタテなどに代表される食材は、八雲町の地場産であることにこだわっている。居酒屋でも八雲町産の地ビールや地酒などが提供される。地場の食材にこだわって提供しているのは、八雲町の魅力を発信するとともに、地域経済に貢献したいという意図があるためである。銭湯であった頃の浴槽がそのまま残されており、一部の客席はこの浴槽の中に設けられている。また、レストランは地域住民の交流場所にもなっており、ここで高齢者の「100歳体操」や落語の寄席、オープンマイク音楽イベントなど、各種のイベントが行われることもある。やくも元気村の活動を紹介する資料も展示しており、地域内外の人々にやくも元気村の取組を知らしめる拠点にもなっている。

そして、直売所では八雲町やその周辺で生産・採取された野菜や山菜などが販売される。これも、八雲町の魅力を発信し、地域経済へ貢献する役割を果たしている。

なお、SENTŌは、福祉事業の利用者にとっては、様々な作業の場としても機能している。SENTŌ全体では庭の管理や雪かきなど、ゲストハウスでは清掃作業など、レストランでは接客や清掃、配膳など、直売所では品出しや仕分け清掃などが主な作業である。人件費部分が利用者の作業工賃として抑制されることは、SENTŌの経営上の大きなメリットとなっている。特に、レストランは地場産の食材を使うことにこだわっていることから、仕入れの単価が高くならざるを得ない部分もある。しかし、福祉と連携した施設運営を行うことによって、持続的な運営が可能になっている。

（2）体験事業の実施とコーディネート

グリーンツーリズム事業のメインターゲットは外国人であったが、外国人は「体験」にお金を落とす傾向があるとの認識を持っていたことから、やくも元気村では、ゲストハウスの開業直後から体験事業の整備も進めた。

現在、実施している体験プログラムは、第3-1表のとおりである。農業関係の体験は、農家5軒程度と連携して行っている。「オリジナルねぶた作り体験」や「もち米農家で本格餅つき体験」「熊彫り体験」などは、町内在住の専門家に対応を依頼している。「星空観察」などの自然体験は、町内の有識者などに対応を依頼することもあるが、やくも元気村の職員（特にA氏）が案内することが多い。また、体験プログラム実施場所までの送迎や実施補助、道具の準備、片付けなどは、福祉事業の利用者が担当する場合もある。

体験プログラムの客数も順調に増え、2019年度は農業体験を中心に累計で200人近くが参加した。やくも元気村では、今後も体験プログラムの種類を増やしたり、組み合わせてパッケージ化したりするなどして、参加者を増やしていきたいとしている。

第3-1表 Yakumo Village の体験プログラム

体験名	時期	料金 (大人1人)
和牛のお世話体験	通年	2,000 円
軟白ネギの収穫体験	9～4 月	3,500 円
オリジナルねぶた作り体験	通年	2,000 円
熊彫り体験	通年	3,000 円
もち米農家で本格餅つき体験	通年	4,500 円
ホタテの養殖体験（耳吊り作業）	3～5 月	3,000 円
スノーシュー体験	1～3 月	2,000 円
スノーモービル体験	1～3 月	4,500 円
八雲名所巡りツアー	通年	3,000 円
星空観察体験	通年	1,500 円
オオワシ・オジロワシウォッチング	10～3 月	3,000 円

資料：Yakumo Village ウェブサイト⁽¹⁴⁾。

（3）教育旅行

やくも元気村では、グリーンツーリズム事業の開始に合わせて、教育旅行のコーディネートも開始した。開始に当たっては、教育旅行の実施団体として実績のある有限会社マルベリー（所在地：蘭越町）のもとで研修を行い、その後も教育旅行客を紹介してもらうなど連携が続いている。

教育旅行を受け入れる農家や漁家は、八雲グリーンツーリズム推進協議会にも名を連ねる、グリーンツーリズム有志の会である。この会には八雲町内の21軒に加え、周辺の長万部町や森町、せたな町からも加わっており、全体で30軒程度になっている。中学校・高等学校から修学旅行を受け入れ、農家や漁家で過ごしてもらうことである。漁師であれば朝3時に出港し、酪農家であれば夜8時から搾乳するなど、それぞれの生活時間も含めて体験してもらうことにしている。

2019年度は、岩手県、神奈川県、大阪府、京都府の4府県から合計4校の生徒合計270人程度が宿泊した⁽¹⁵⁾。

(4) 情報発信

やくも元気村では、農村漁村振興交付金で Yakumo Village のウェブサイトを整備するなど、情報発信を進めてきた。

まず、初年度には交付金事業としてモニターツアーを行ったが、その際には農業体験・交流 NGO である WWOOF^{ウーフ}ジャパンを通じて受け入れていた外国人ボランティアの協力を得た。やくも元気村は、外国人ボランティアにやくも元気村の「ヘルパー」として働いてもらう代わりに、宿泊場所と食事を無償提供するという仕組みを導入している。これによって多くの外国人と交流を進めていたことで、モニターツアーの開催も順調に進めることができた。

また、定期的な情報発信としては、Yakumo Village のウェブサイト内にあるブログのほか、Facebook や Instagram, Twitter といった SNS での情報発信をメインに行っている。また、A 氏個人も頻繁に SNS の更新を行っており、これによって培われたネットワークが、他地域との連携も含めて、事業運営に大いに役立っている。

(5) 他の組織や地域との連携

やくも元気村のグリーンツーリズム事業は、町内外の様々な組織との連携によって拡大しようとしている。その具体例として、まずは先述の WWOOF ジャパンを通じた外国人ボランティアの受入れが挙げられる。やくも元気村には、八雲町民と結婚して定住し、NPO 職員となった外国人もいるなど、外部人材との交流にはメリットがある。

また、八雲町内の落部地区には、2019 年度に「農村漁村振興交付金（農泊推進対策）」を受けた落部ブルーツーリズム推進協議会がある。こちらは漁家民泊が中心であり、活動の中心地区も異なることから八雲グリーンツーリズム推進協議会とは住み分けられている。両協議会の担当者間の交流は深く、八雲町内で農泊イベントを共同開催するなど、積極的に連携している。

さらに、道南の周辺の町との連携にも力を入れており、2020 年 7 月にはやくも元気村を事務局として渡島・檜山管内の 9 市町（北斗市、函館市、八雲町、鹿部町、七飯町、森町、せたな町、今金町、奥尻町）の観光団体とともに Discover Southern Hokkaido という協議会を立ち上げた。この協議会は、各市町が持つ魅力を紹介し合えるような体制を作ること、道南を他の観光地への通過点ではなく、周遊できる目的地とすることを目的としており、法人化や DMO への登録を目指している。

6. 八雲町における農泊事業のコロナ禍対応

(1) コロナ禍を受けた方針転換

以上のように、やくも元気村のグリーンツーリズム事業は開始年度から順調に進んできたが、その状況に変化をもたらしたのが、新型コロナウイルス感染症の流行であった。北海道では、2020 年 2 月 28 日に道独自の「新型コロナウイルス緊急事態宣言」が出され、

その後も「緊急事態措置」や「まん延防止等重点措置」による対策が断続的に続いた。

これに伴い、やくも元気村でも、2020年度の前半は宿泊客や体験客が激減した。特に、外国人旅行者は皆無となった。宿泊支援策として、2020年7月1日に北海道独自の「どうみん割」が、7月22日に全国の「Go To トラベル」が始まったが、ゲストハウスはそもそも単価が低く、割引額が大きくないため、利用するかどうかを検討しているうちに感染が再拡大し、どちらも中止された。

メインターゲットであった外国人旅行者が激減したことで、国内からの宿泊客や体験客を増やす方向へと転換を迫られることになった。ただし、やくも元気村のグリーンツーリズム事業全般を見ると、コロナ禍による影響は限定的な部分もあった。そもそも、やくも元気村のグリーンツーリズム事業は、福祉事業の基盤があるため、事業を継続する分には稼働率の低さはあまり問題とはならなかった。また、特に2020年後半以降には、SNSなどの情報を基に、リモート授業を受けたり海外留学ができなくなったりした大学生、あるいはリモートワークのできる社会人、各地を渡り歩くいわゆる「ノマドワーカー」などが比較的長期に滞在することも多くなり、ゲストハウスの稼働率を持ち直すこともできた。

（2）インターンシップ事業の開始

これらの大学生や社会人の滞在者に加え、やくも元気村では、国内から中長期滞在者や移住候補者を呼び込むための取組として、2020年11月に関係人口創出インターンシップを開始した。これは、もともと交流のあったNPO法人プラットフォームあおもりというまちづくり団体と関係人口づくりの取組で連携したことがきっかけになっている。そのため、募集活動はプラットフォームあおもりが窓口となった。

この事業は、「農山漁村振興交付金人材発掘事業」の体験研修プログラムの一環として行われる。インターンシップの参加者には、日報・報告書の作成やキャリアカウンセリングの受講などが義務付けられるが、滞在費用は基本的に無料であり、奨励金や交通費の補助が支給される。インターン生は、八雲町の滞在中、SENTŌに宿泊することになる。

やくも元気村が2020年11月に1～2週間の企画として募集したインターンシップは、漁師・農家との交流や観光商品開発が可能な「友達作りインターン」、一次産業の現場のPRや課題解決に携われる「一次産業インターン」、八雲町や酪農業の理解を目的とした「酪農研修インターン」の3種類である。募集はインターンシップ検索サイトを通じて行った。その結果、オンライン授業を受ける道外の大学生やリモートワークを行う社会人など、7人の申込みがあった。2021年6月には大学生を対象に、3か月の長期インターンの募集も行った。一つはDiscover Southern Hokkaidoが準備する「道南観光EXPO」に関するインターンシップである。もう一つは八雲シンフォニーを主体とする、「田舎オフィスIT化プロジェクト」のインターンシップである。

インターン生の中には、インターンシップ終了後にもSENTŌにしばらく滞在したり、一度帰った後に再び訪問・滞在したりする人もいた。SENTŌを拠点に、八雲町と町外者を比較的長期に結びつけることに寄与したといえる。

（３）滞在者向けのアルバイト紹介

また、やくも元気村では、体験プログラムで協力を得ている農業者や漁業者の労働力確保も兼ねて、SENTŌ の滞在者に対して、短期的な農業・漁業アルバイトの紹介を行っており、2021 年度にはのべ 60 人程度がこうしたアルバイトに参加した。これは、新しい SENTŌ への滞在のスタイルを示すことにもつながった。

背景には、コロナ禍以前から先々で農作業等の手伝いをしながら全国を周遊する若者が増加していたことがある。SENTŌ にもこうした若者が訪れていたことから、やくも元気村が体験プログラムを提供する農業者や漁業者を紹介することになった。この取組は SNS を通じて同様の若者に知られることになり、それが新たな滞在者を呼び込むことにつながった。また、やくも元気村では、リモートワークやリモート授業を行いながら SENTŌ に滞在する利用者や、インターンシップの前後のインターン生、NPO でボランティアを行うヘルパーにもこうしたアルバイトの紹介をした。

これは、農業者や漁業者の労働力確保にとっても大きな助けになった。第一次産業では、通年での雇用は必要ないが、季節的に多くの労働力が必要になることがある。農業でいえば、播種や収穫時期、漁業でいえばホタテの耳吊りの時期などがそれに該当する。

実際にアルバイトを受け入れた事例として、T 農園を紹介する。T 農園は、もともと代表者が町の青年活動に参加していたこともあり、町会社との交流自体にも大きな意義を感じて体験プログラム事業に協力してきた。この T 農園でも、やくも元気村から提案があったことから、2021 年の播種の時期に、3 人の長期滞在者に 5 日間程度、農作業アルバイトを依頼した。これは T 農園にとって大きな助けになったことから、その後も収穫作業時などの人手が必要な時にアルバイトの紹介を依頼し、これまでに 20 人ほどのアルバイトに助けを借りてきた。

このように、SENTŌ に滞在者がいることで、農業者・漁業者にとっては季節的なアルバイトを確保でき、滞在者等にとっては短期アルバイト収入を得ることのできる機能が備わってきた。コロナ禍で新しいスタイルの滞在者が増えるのと並行する形で、第一次産業の労働力をマッチングする仕組みが整えられていったといえる。

（４）ワーケーションの場の整備

また、八雲町では 2021 年 6 月から、ワーケーションの場づくりも本格的に開始している。ワーケーションとはワーク（work）とバケーション（vacation）を組み合わせた造語であり、自宅や普段の仕事場から離れた場所に滞在してリモートワークを行いつつ、その前後に休暇を楽しむ新たなワークスタイルとして注目されている。

やくも元気村では SENTŌ が既にワーケーションの場として一定の役割を果たしてきたが、八雲町でのワーケーションを更に進めるためには、より多くの仕事の種類に対応できる場が必要だという結論に至った。

そこで、八雲町が出資して設立した株式会社木蓮^{もくれん}が中心となって廃校（旧大関^{だいかん}小学校）をワーケーションスペースに改修する事業を開始した。旧大関小学校は酪農研修牧場を運

営する第三セクター「青年舎」が短期研修施設として所有しており、木蓮が施設管理の委託を受けている形である。この事業は直接やくも元気村と関係しているわけではないが、木蓮は若者の起業支援や人材育成を目的とした会社であり、A氏が役員を務めていることもあって、両者の人的な交流は盛んに行われている。

このワーケーションスペースは「ペコレラ学舎」と名付けられ、パソコン作業のできるオフィスだけではなく、芸術系の作業場など、様々なタイプの仕事ができる場として整備されている。また、交流型のキャンプ場も併設される。改修作業には大学生などのインターン生をのべ数十人程度受け入れ、コンセプト作りから運営体制の計画、プロモーションまでを担ってもらった。作業の資金調達の一部はクラウドファンディングで調達しており、目標額 80 万円に対して、100 人から 96 万円が集まった⁽¹⁶⁾。

キャンプ場は 8 月に、ワークスペースは 10 月に運営を開始し、さらなる関係人口の拡大に期待がかけられている。

7. おわりに

本章では、古民家活用型農泊を持続させてきた事例として、八雲町でやくも元気村が実施するグリーンツーリズム事業（農泊事業）を紹介してきた。古民家という「ハード」を活用した農泊事業には期待がかかるが、古民家を維持・管理するには様々な困難もある。これに対し、やくも元気村では、古民家活用型農泊事業と福祉や人材不足といった地域の課題解決に向けた取組を一体化することで、その持続可能性を高めていた。特に、コロナ禍という状況下においても農泊事業の安定性を保ってきたことは、特筆すべきことだろう。

具体的に第 3-2 表を参照しながら確認していきたい。まず、やくも元気村の古民家活用型農泊事業を経営面で支えていたのは、福祉事業であった。SENTŌ というハード設備を維持しながら運営するために、福祉事業の財政的基盤に支えられていることが大きなメリットとなった。一方、農泊施設があることは、就労継続支援 B 型作業所を運営するやくも元気村の福祉事業にとってもプラスになっている。SENTŌ は通年で利用できる福祉作業の場として活用されている。

農業者や漁業者との連携もまた、やくも元気村の古民家活用型農泊事業を支えていた。やくも元気村の体験プログラムは農業者・漁業者との連携によって成り立っている。さらに現在は農業の播種・収穫時期、漁業のホタテの耳吊り作業時期のように季節的な労働力不足に対して、SENTŌ に滞在者を呼び入れて労働力を確保するための仕組みを整えつつあり、それが SENTŌ にとっても稼働率の向上に役立っている。SENTŌ 自体もレストランや直売所の機能を持ち、町内の農産物や水産物の消費を促す役割を果たしている。

第3-2表 やくも元気村による古民家活用型農泊事業と町内各事業の関係

	古民家活用型農泊事業 が得る効果	古民家活用型農泊事業 がもたらす効果
やくも元気村の 福祉事業	・財政的基盤の確保	・利用者の作業場所の確保 ・地域交流拠点の創出
農業・漁業	・体験プログラムの提供 ・長期滞在の宿泊客の獲得・拡大	・体験事業収入 ・体験による交流 ・アルバイト人材の紹介

資料：筆者作成。

以上のように、やくも元気村による古民家活用型農泊事業は、福祉や農業・漁業の振興といった地域課題の解決を目指した取組と結びついており、それこそが農泊事業自体を持続させる要因にもなっている。八雲町では、地域コミュニティの課題を総合的に捉え、それらの解決を目指す地域運営の中に農泊事業を位置づけることによって、農泊事業自体の社会的・経済的価値が高められているのである。

それでは、八雲町ではなぜ地域運営の中に農泊事業を位置づけることができたのだろうか。それは、まさに民間のまちづくり NPO であるやくも元気村、特に A 氏がコーディネーターとしての役割を担ってきたからにほかならない。やくも元気村の運営目的はまちづくり全般にあるため、農泊事業と地域課題の解決に向けた取組は自然と一体的に運営されることになってきた。また、SNS や人材紹介サイトなど、インターネットを活用した取組を展開できたのも A 氏の役割が大きい。八雲町における農泊事業の展開には、活用するリソースや地域の課題を俯瞰し、関係者を結びつけることのできるコーディネーターの存在が不可欠であったといえる。

この章では北海道八雲町の事例を紹介し、古民家活用型農泊事業の持続可能性を高めるための方法として、地域運営や地域再生と結びつけることが有効であることを示した。そして、それらをうまく結びつけられるコーディネーターの重要性についても確認した。地域コミュニティに社会的利益をもたらす、地域コミュニティに支えられるやくも元気村の SENTŌ の事例は、古民家活用型農泊事業の一つのモデルケースとして注目することができるだろう。

注 (1) 農林水産省『『農泊』の推進について』、

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/nouhaku_top.html (2021 年 10 月 31 日参照)。

(2) 本章の執筆に当たっては、2021 年 3 月と 10 月に北海道八雲町を訪問し、やくも元気村の理事長や農泊事業担当者、八雲町役場、体験プログラムを実施する農業者に対して 1～2 時間の半構造化インタビュー調査を実施した。また、2020 年 8 月と 2021 年 12 月には一般社団法人北海道古民家再生協会に、北海道の古民家保全の現状について調査を実施した。

(3) 一般社団法人全国古民家再生協会『『古民家』の定義について』、<http://www.g-cpc.org/>「古民家」の定義について(2021 年 10 月 31 日参照)。

- (4) 2020年8月に実施した一般社団法人北海道古民家再生協会へのヒアリングより。
- (5) (4)に同じ。
- (6) (4)に同じ。
- (7) 北海道「北海道の農泊地域一覧」,
https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ns/ski/gt/hokkaidou_nouhaku.html (2021年11月3日参照)。
- (8) 石狩市では、北海道古民家再生協会が中心となって2018年7月に「いしかり古民家活用地域活性化協議会」を組織した。沢沿いの散居村にある1910（明治43）年に建てられた農家住宅を改修し、再生協会の会長が経営する建築事務所によって一棟貸しの宿泊施設「古民家の宿Solii」が運営されている。
- (9) 農林水産省「北海道の農泊実践地域 八雲町 NPO 法人やくも元気村」,
<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/jissentiiki-44.pdf> (2021年9月15日参照)。
- (10) 『朝日新聞』2020年6月5日付、夕刊北海道、8。
- (11) 内閣府 NPO 法人ポータルサイト「やくも元気村」,
<https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/detail/001000964>, 2021年11月3日参照)。
- (12) やくも元気村「Yakumo Village ゲストハウス」,
<https://yakumo-village.com/guesthouse/> (2021年9月15日参照)。
- (13) 『北海道新聞』2019年11月14日、朝刊地方（函館・渡島・檜山）、18。
- (14) やくも元気村「Yakumo Village 体験プログラム」,
<https://yakumo-village.com/experience/> (2021年9月15日参照)。
- (15) (13)に同じ。
- (16) CAMPFIRE「八雲町の廃校をリノベして、「オモシロイ」に出会えるコミュニティ拠点を作りたい!」,
<https://camp-fire.jp/projects/view/474767> (2021年10月27日参照)。

〔引用文献〕

- 坂西友秀（2019）「地域社会の過疎化と青年の果たす役割（Ⅱ）——西米良村・八雲町・鶴ヶ島市の事例を織り込んだ総合的考察」『埼玉大学紀要 教育学部』68(2)：155-182。
- 内田和浩（1994）「地域社会教育実践の展開構造——北海道八雲町を事例に」『北海道大学教育学部紀要』62：111-160。
- 寺林暁良（2022）「農泊と地域運営北海道——八雲町の農泊事業を事例に」『北星学園大学文学部北星論集』59(2)：19-31。
- 藤川昌樹（2013）「地域の文化的資源としての古民家とその再生」『農村計画学会誌』32(2)：108-112。
- 八雲町政策推進課（2021）『統計八雲——令和2年版』。
- 若人の集い（2020）『やっぱりおもしろ読本やくも——過去に学び・現在を生き・未来を創る』私家本。

第4章 コミュニティ拠点型の古民家農泊施設の実践と成果

—長崎県西海市雪浦地区における取組—

福田 竜一・平口 嘉典

1. はじめに

農泊では、古民家等の歴史的建造物の保存を目的とした利活用も重要な課題の一つである。そうした古民家を利用した「古民家農泊施設」では、我が国での伝統的な農村での生活などに興味を有するインバウンドや富裕層、都市住民らをメインターゲットとした、1日の宿泊客数の限定や「一棟貸し」などの宿泊形態があり、他の宿泊客等との接触を最小限として、いわゆる「三密（密集・密接・密閉）」を避けた宿泊も可能、などといった理由で、新型コロナ感染拡大下でも一定の需要を確保した。

他方、古民家農泊施設には「地域コミュニティの拠点施設」としての役割を担う場合がある。すなわち、農泊のための宿泊施設として地域の内外から宿泊客を受け入れながら、かつ地域の人々が日常的に集える場としての機能をもたせようとするものである。農泊の宿泊施設が地域コミュニティを明確に志向することで、地域外客に過度に依存しないコミュニティビジネスモデルになるというメリットもある。

ここでは、そのような事例として長崎県西海市^{ゆきのうら}雪浦地区の古民家農泊施設⁽¹⁾を取り上げる。同地区では地域交流イベントの成功などを契機として、地域NPOを立ち上げ、地域再生と地域づくりの新たな取組を開始した。その活動の一環として、地区の古民家を改装した古民家農泊施設を開設したという経緯がある。

本章では、本事例を基にコミュニティ拠点型の古民家農泊施設の実践状況に関する現地調査結果⁽²⁾から、コミュニティビジネスモデルとしての成果を分析し、農泊の取組が所得や雇用の確保はもとより、地域再生や地域づくりの新たなツールの役割を併せ持つ可能性を明らかにする。また新型コロナ感染拡大による経営等への影響や対応状況も併せて報告する。

2. 長崎県西海市雪浦地区の概要

(1) 地区概況

長崎県西海市雪浦地区は、西彼杵半島^{にしそが}の西部、雪浦川及び支流の河通川^{こうつう}の流域に位置する。東部は西彼杵半島の中央部に連なる山地で、西は東シナ海に面する。雪浦地区は1955年に合併して旧大瀬戸町⁽³⁾となるまで、1889年に成立した雪浦村であった。

西海市では、字の単位として郷を用いており、郷の下に行政区がある。雪浦地区の行政区は11で、農林業センサスの農業集落とほぼ一致している。なお雪浦地区は全て中間

農業地域である。

2021 年 3 月末の雪浦地区の人口は 1,004 人（西海市指定区別人口調）で、高齢化率は 42.0%（旧大瀬戸町）である。2015 年農林業センサスによれば、雪浦地区の農家数は 97 戸、うち販売農家は 40 戸である。雪浦地区の耕地面積は 105ha、うち田が 53ha、畑が 38ha、樹園地 14ha である。

（２）地域交流イベント「雪浦ウィーク」

雪浦地区で毎年 5 月のゴールデンウィークの時期に 4 日間にかけて開催しているのが、同地区の住民有志で始めた「手づくり」の地域交流イベントである「雪浦ウィーク」である。雪浦ウィークの開催期間中には、地区内の各所に出店があり、来訪客は地区内の各所を歩き回って目当ての店まで出向くという「地域回遊型イベント」であることが大きな特徴である。来訪者数は推計で 1 万人を超えており、車で 1, 2 時間程度の長崎市や佐世保市はもとより、県外からも多くの観光客が訪れる一大交流イベントとなっている。

雪浦ウィークは 1999 年の第 1 回から毎年継続して開催してきた。第 1 回開催時の出店数は 16 店であったが、その後、徐々に出店数は増えていき、2018 年の第 20 回には 38 店となった。直近の出店数は総数で 50 店程度にも達するとのことである。雪浦ウィークの出店者は、原則として何らかの形で雪浦と関わり合いを持つ者に限定している。20 年以上の長きにわたって継続開催してきた雪浦ウィークだが、2020 年は新型コロナ感染拡大によって初めて中止を余儀なくされた。2021 年はオンラインでの開催となった。

（３）特定非営利活動法人「雪浦あんばんね」

１）設立の経緯

雪浦地区の地域づくりの取組のあゆみを第 4-1 表に示す。雪浦ウィークは地域活性化の取組として高い評価を受けており、2013 年に「総務省全国過疎地域自立促進連盟会長賞」を受賞した。この時、他地域の受賞地域の取組事例を知る機会を得たが、それらと比較すると雪浦の取組は発展途上であることを皆思い知ったという。翌 2014 年には、総務省の過疎集落自立支援事業に採択されたことから、地域づくりの取組を更に発展させるため、地域づくりに取り組むため NPO を設立させる運びに至った。

こうして 2015 年に新たに設立されたのが特定非営利活動法人「雪浦あんばんね」である。「あんばんね」とは、地域の方言で、「遊んでいきませんか」の意である。組織体制は理事 3 人、監事 1 人、事務局 2 人となっている。理事長は雪浦ウィーク実行委員会の中心メンバーの 1 人である。その他 2 名が「雪浦あんばんね」の事務局を担っている。

２）主な活動内容

「雪浦あんばんね」が取り組んでいる主な事業は、①シェアカフェ運営、②移住相談、③月 1 回の雪浦マルシェ開催、④ウェブサイトによる地域情報の発信、⑤イベント開催

(体験プログラムの企画・提供) である。

第 4-1 表 雪浦地区の取組

年	主な出来事
1999	第 1 回雪浦ウィーク開催
2001	音浴博物館開館
2009	長崎県地域文化賞受賞
2010	「通り名看板」の設置（国土交通省「通り名事業」）
2013	総務省全国過疎地域自立促進連盟会長賞 受賞
2014	総務省過疎集落自立支援事業に「雪浦あんぱんね交流事業」が採択
2015	特定非営利法人「雪浦あんぱんね」設立，交流拠点施設「ゆきや」開業
2016	あんぱんね農園開園（棚田 1.4ha 長崎県小さな樂園事業）
2017	農水省農山漁村振興交付金事業に採択
2018	ゲストハウス森田屋開業
2020	第 10 回地域再生大賞（優秀賞）受賞，雪浦ウィーク初の中止

資料：現地調査と各種資料より筆者作成。

①は上述した総務省事業を利用し，地区の空き店舗を改装した交流施設「ゆきや」を利用した取組である。「ゆきや」の 1 階にはカフェ・レストランススペースがあり，移住者が店主となってレストランやパン屋としても一時期利用された。2 階はフリースペースで，会議やワークショップ向けに有料で貸し出されている。②は上述した雪浦小学校が一時期統廃合の対象に含まれたため，学校存続を目標として，取り組んできたという経緯がある。20 年前からの通算で 80 名程度が実際に雪浦に移住した実績がある。

③の雪浦マルシェは，雪浦に日常的に人が集まるための定期イベントであり，「ゆきや」の駐車場で開催する青空市場のことである。マルシェの出店者は地域外からも広く求めており，雪浦ウィークへの出店希望者の呼び水的な意味合いもあるという。⑤は地域の有志などと協力して，様々な地域イベントを適宜開催している。これも雪浦への日常的な訪問を促す取組である。

3. 古民家農泊施設の開設と経過

（1）古民家農泊施設の開業経緯

「雪浦あんぱんね」の地域活性化の取組は，地域に日常的な賑わいをもたらすことを目標としている。しかし外部から人が訪れる場合，雪浦地区には宿泊施設が無い場合，地域内で長期滞在することは不可能であった。そこで地域に新たな宿泊施設を作るという意見があった。さらに既に雪浦を離れて，他地域に居住する旧住民の数は少なくないが，彼

らは墓参や里帰りなどで、年に数回は雪浦を訪れている。そうした旧住民にとって地区に宿泊施設が無いことは大きな問題であり、そのため、かつての住まいを手放すことも難しかった。そうした旧住民の家屋は、日常はほぼ空き家の状態にあり、これを移住希望者向けに利用することも地域としての課題であった。

そこで、どのような宿泊施設が望ましいかが検討された。仮に民宿や旅館にする場合、経営や運営にはかなりの人手や手間がかかり、実現のハードルは非常に高かった。しかし、それほど手間がかからないゲストハウスであれば、「雪浦あんぱんね」が単独で運営できる見込みがたった。他方、施設の開設のために必要な資金は不足しており、資金の獲得が課題であった。

その折に、長崎県の「小さな楽園⁽⁴⁾」事業を利用して、地区内の古民家を改装してゲストハウスにする構想が持ち上がった。古民家は、地区を流れる雪浦川にかかる国道の雪浦橋付近にある、旧雪浦村長宅の家屋である。改修に利用した「小さな楽園」事業は、事業期間3年間（2016～18年）で、事業費は約30百万円、うち施設整備に約15百万円を充当した。「小さな楽園」事業では、ソフト事業として、地域の診療所と連携した住民向けの健康教室の運営、地域内の耕作放棄地を再生した有機農業の取組（「あんぱんね農園」）の取組等も行っている。

2017年には農水省の「農山漁村振興交付金」の農泊推進対策（事業期間2年）に採択された。同事業に応募したきっかけは、九州でグリーンツーリズムの広域連携を推進する「ムラたび九州」関係者からの紹介であった。同事業では雪浦ウィーク開催関連の取組や体験プログラムの充実化を図る取組を行った。またゲストハウスのスタッフは、農水省の交付金の人材活用事業を利用し、研修生として「雪浦あんぱんね」で1名を新たに雇った。

宿泊施設の改修費用は「小さな楽園事業」の補助金を主に充てたが、決して十分な額ではなかった。そのため、コスト削減の工夫が必要であったという。具体的には、設計変更のほか、厨房や空調などの機器類をインターネットで調達、また1階の土間の工事は有志による「ワークショップ形式」で改修するなどした。2018年には追加工事の発生で追加資金が必要となったため、有志による森田屋の宿泊券やふるさと便などの返礼品付き寄付金で資金調達した⁽⁵⁾。

（2）「ゲストハウス森田屋」の概要

こうした経緯を経て、2018年5月に古民家農泊施設「ゲストハウス森田屋（以下、森田屋と呼称する）」が開業した。森田屋の名称は、所有家にちなんだものである。建物（第4-1図）は2階建ての古民家で、開業時既に築90年以上が経過していた。なお森田家の当主は既に雪浦を離れており、「雪浦あんぱんね」が、古民家農泊施設としての利用に賛同した当主と賃貸借契約を締結して利用している。



第 4-1 図 ゲストハウス森田屋全景

資料：筆者撮影。

1 階には広い土間があり，オープンカウンターを設置した。1 階では昼間の時間帯にコミュニティカフェを運営しており，地域住民や旅行者など宿泊者以外の誰でも利用可能である。同カフェでは，コーヒーや紅茶以外にも，雪浦の薬草や有用植物を使った薬草茶も提供している。

同じく 1 階にある広さ 16 畳の大座敷は，各種イベントなどでも利用可能であり，有料で提供している。また 2021 年春には，「長崎県宿泊施設受入環境整備事業」のグレードアップ事業⁶⁾を利用し，車椅子利用者のためのスロープと，ウッドデッキ（第 4-2 図）を建物の前庭に新たに設置した。このほか，1 階には宿泊者向けの風呂や洗面所，トイレ，宿泊者が自炊で利用できるキッチン，コインランドリーなどの設備があり，Wi-Fi も利用可能である。なお 2 階にも洗面所とトイレがある。



第4-2図 ゲストハウス森田屋前庭のウッドデッキ

資料：筆者撮影。

宿泊部屋は1階に1部屋（和室）、2階に3部屋がある。2階は2部屋がドミトリー、1部屋が和室である。ドミトリーには1部屋につき2段ベッドが2台、シングルベッド1台を設置している。なおドミトリーは、コロナ感染対策期間中、別客同士の相部屋を中止した。

宿泊料金は、ドミトリーが素泊まり1泊1人3,300～4,000円、和室が同4,000～4,500円である。宿泊予約の大半は宿への電話予約によるものだが、宿のウェブサイトからのインターネット予約のほか、楽天トラベル、ブッキング・ドットコム（Booking.com）、アゴダ（Agoda）、エアビーアンドビー（Airbnb）などのOTA（Online Travel Agency or Agent）を通じたインターネット予約も対応しており、クレジットカードも利用可能である。

（3）体験プログラム

第4-2表に訪問客や宿泊客向けに提供されている（提供予定を含む）主な体験プログラムを示す。地域住民や地域事業者と「雪浦あんぱんね」との協力のもと、雪浦への訪問者や森田屋の宿泊者など向けに様々な体験プログラムを用意している。マリンスポーツ関係では、地域内のサーフショップとの連携でSUP（Stand Up Paddleboard）とサーフィン体験が提供されている。また東シナ海に沈む夕日を海上で鑑賞するサンセットクルージング

は利用者からは特に好評を博している代表的な体験プログラムである。雪浦地区の山間部にあるかつての雪浦小学校の分校校舎を利用した「音浴博物館」は、貴重なアナログレコードを多数収集し、アナログの音楽鑑賞を体験できる全国的にも珍しい施設であることから、団体旅行の訪問先としても人気である。さらに地域内の事業者等との連携による鍼灸、音楽セラピー体験といった「癒やし」の体験プログラムも事業者や個人がそれぞれ提供している。また 2021 年 12 月に雪浦への移住者が新たに開店したパン屋兼ゲストハウスもパン作り体験プログラムを提供するなど、体験プログラムを通じた地域内の事業者間連携が構築されつつある。

第 4-2 表 主な体験プログラム等（2020 年 2 月現在。計画・予定含む）

体験プログラム名	実施者	備考
SUP・サーフィン体験	ゆきのうらビーチストア	4000 円（2 時間/レンタル料込）
勾玉作り体験	龍の口荘園（農家民宿）	1000 円（約 1 時間）
サンセットクルージング	NPO 法人雪浦あんぱんね	大人 2200 円（4～8 人）
農業体験	NPO 法人雪浦あんぱんね	
音浴博物館	NPO 法人推敲の森実行委員会	大人 750 円
味噌作り体験	川添酢造	川添酢造が 2022 年に雪浦地区にてお酢のカフェを新規開店予定
鍼灸	陽鍼はり灸	
スタンドグラスづくり体験	（雪浦地区移住予定者）	2022 年雪浦地区にて新規開店予定
パンづくり体験	mahalo	2021 年 12 月雪浦地区にて新規開店。1 階はパン販売と喫茶。2 階はゲストハウスとして宿泊可能
音楽セラピー体験	Yoko Cantaluna	7000 円（90 分）

資料：「NPO 雪浦あんぱんね」のウェブサイト（<https://yukinoura.net/> 2022 年 2 月 16 日参照）と 2022 年 2 月に実施した電話調査を基に筆者作成。

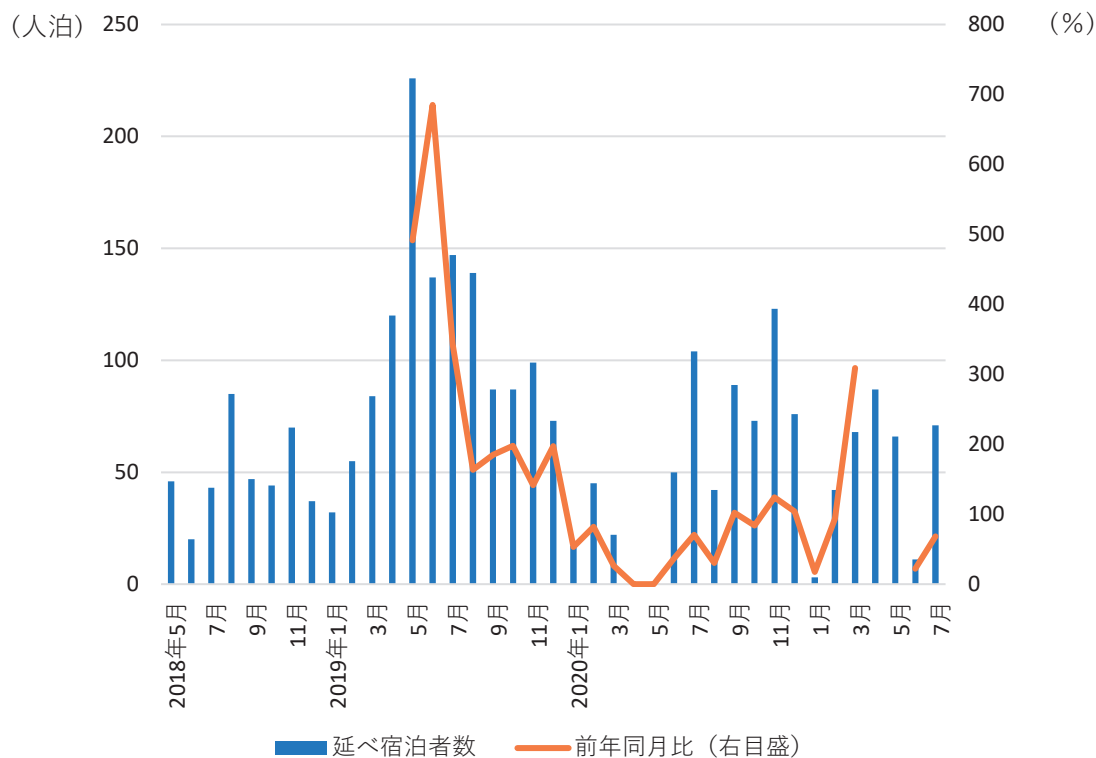
4. コミュニティ拠点型の古民家農泊施設の利活用

（1）宿泊者数の推移

森田屋の開業時（2020 年 5 月）から 2021 年 7 月までの延べ宿泊者数の月別推移を示す（第 4-3 図）。開業年の 2018 年（5～12 月）は 392 人泊だったが、2 年目の 2019 年は 1,286 人泊にまで増加した。月別でみると、特に宿泊者数が多いのは雪浦ウィークが開催された 5 月の 226 人泊、次いで 8 月の 139 人泊、4 月の 120 人泊の順となっている。

しかし 2020 年は年初からの新型コロナ感染拡大の影響を受けており、特に緊急事態宣言の発令で、4 月 19 日から 5 月末日までは休業を余儀なくされたため、同年の宿泊者数も

641人泊にとどまった。ただし9月からは宿泊者数が前年同月を上回る回復を示していた（10月を除く）。なお、森田屋では当初「Go To トラベル」に参加していたが、申請手続きに手間がかかり、事務の担当者が産休に入ったため、キャンペーン期間の途中で取りやめたとのことであった。



第4-3図 ゲストハウス森田屋の月別宿泊数の推移（2018年5月～2020年7月）

資料：「NPO 雪浦あんばんね」提供資料より筆者作成。

注. 2020年4月と5月は緊急事態宣言発令による休業措置により宿泊者数はゼロ。

その後、秋から冬にかけての新型コロナ感染の再拡大によって2021年1月から宿泊者数は再び減少に転じており、同年1月～7月は通算で348人泊であった。さらに7月末ごろからの新型コロナの感染の再拡大は全国的に広がり、8月28日から9月12日までは長崎県独自の緊急事態宣言の発令を受け、再び休業した。

（2）宿泊者の属性

森田屋の宿泊者や利用者は多種多様である。ゲストハウスというリーズナブルな料金の宿であることはもとより、宿泊者や地域の人びとの交流を楽しめる宿を探している家族連れ旅行客や、少人数旅行、1人旅のバックパッカーなどが多いとのことである。また既に指摘したように、雪浦地区内の家屋を手放した旧住民が、墓参や里帰りする際にも利用されている。

他にも西海市内にある火力発電所の現場作業の関係者が地域外から森田屋に長期滞在するといった利用もあったとのことである。なお 2021 年には西海市内にビジネスホテルが新たに開業したため、火力発電所関係者の宿泊需要の一部はそちらへ移ったが、長期滞在という利用形態からか、ビジネスホテルよりもゲストハウスを好む人も一定数いるとのことであった。

(3) コミュニティ拠点施設としての利活用

森田屋は、旅行者や他出した旧住民といった地域の外部にいる者の利用だけにとどまらず、雪浦地区の全ての住民が利用可能である開かれた場所となっている。

先に指摘したようにカフェは住民の「たまり場」としても利用されており、1 階の大広間もイベントなどで利用可能である。大広間の利用形態としては、地域内の会合開催、地区内での葬儀・葬祭⁷⁾、月命日や三回忌などといった法事のほか、雪浦小学校などの同窓会での利用がある。他にも、1 階の大広間には寄付されたピアノが設置されているが、中学生がバンド演奏でピアノを使用したいという依頼があり、無償で利用してもらったこともある。しかしこちらも新型コロナ感染拡大で、以前のような人が多く集まるイベントの開催等は非常に難しくなった。それでも各種コロナ感染防止策等を講じることで、イベント開催とコロナ感染防止の両立に努めている。

先述の 2021 年に新設したウッドデッキは、新型コロナ感染拡大防止のため、完成披露会は中止せざるを得なかった。このウッドデッキは、宿泊者など森田屋の利用のみならず、各種のイベント、例えば、雪浦マルシェ（雪浦マルシェ de あんぱんね）、ビアガーデンなど、地域の人びとが気軽に集える様々な催しを開催するためのスペースとしての活用もなされている。

(4) 大学等との連携による国際交流等の実施

NPO では国際交流にも力を入れており、地元の長崎大学や長崎国際大学の留学生の受入れを実施している。留学生らの宿泊施設として、森田屋を利用している。しかしこれも新型コロナ感染拡大で、一時期中止を余儀なくされた。非常事態宣言解除後の取組の再開に当たっては、コロナ感染拡大防止策として、少人数のグループ分けした上で、森田屋と西海市内の複数の農家民泊（民宿）に分散して宿泊するようにした。

このほか、国際協力機構（JICA）からの協力依頼で、アフリカのフランス語圏国からの研修生が、毎年、地域交流研修を雪浦で受けている。2020 年はコロナ感染拡大で中止となったが、同年 12 月には JICA 九州センターの職員と長崎大学へ出向している JICA 職員に、1 泊 2 日で地域づくりに関する職員研修を実施した。また大学教員による雪浦地区でのフィールド調査研究への協力も実施しており、現地調査の際には、教員や学生の宿泊施設として森田屋を利用してもらうことにしている。

5. 新型コロナ感染拡大の影響と対応

（1）新型コロナ感染拡大の影響

既に指摘してきたように、森田屋の経営も新型コロナ感染拡大の影響を大きく受けていた。2020年以後の森田屋の宿泊者数の推移や状況は、既に前掲第4-3図に示したとおりである。なお聞き取りによれば、2020年3月のキャンセル数は50を超え、同月の宿泊者数は前年同月の3割以下に減少した。さらに翌4月と5月の予約も全てキャンセルとなり、4月には休業に至ったことは既に述べたとおりである。森田屋の家主には家賃を支払っているが、深刻な事態を受けて、家主の厚意で家賃を一時無償にしてもらうことになった。

（2）新型コロナ感染拡大支援対策の活用

2020年は、コロナ感染拡大による緊急事態宣言の発令などの厳しい状況を乗り切るため、行政や日本政策金融公庫などの新型コロナ対策事業を活用した。国の持続化給付金、長崎県の休業補償金、西海市の応援交付金などに申請しており、これらで資金繰りは乗り越えることができたという。なお利用した支援金等は合計で300万円程度とのことであった。

日本政策金融公庫には新型コロナ感染拡大以前から借入金があったが、通常資金であったため、新たにコロナ対策の資金への借換えも行った。日本政策金融公庫の新型コロナ対策関係資金は、2年間据え置き、無担保で、実質無利子であった。この借換えによって、返済にはかなりの余裕が生まれたとしている。

（3）ワーケーションの取組

新型コロナ感染拡大による新たな生活様式の導入や、ワークライフバランス見直しといった社会変化の中で、休暇先である観光地やリゾート地で仕事を行うワーケーションの取組が注目されており、インバウンドなどの需要を喪失した観光業界、引いては農泊への新たな需要先の一つと目されている。森田屋も農泊施設としては先駆的にワーケーションの取組を実施している。

森田屋でワーケーションを実施したのは、「株式会社西海クリエイティブカンパニー（本社：西海市）」である。同社は西海市の「地域商社」として電力小売事業などに取り組みしており、1次製品の直販を支援するマッチングアプリの開発など、西海市の地域活性化に資する事業を展開している。「雪浦あんぱんね」とは日頃から親密な関係にあり、森田屋では以前から同社の合宿先としての利用があったという。

ワーケーションを体験したのは同社社員の4名で、森田屋に2泊した。社員はIT関連の職種で、午前中は主に1階の大広間で各自がパソコンを広げて仕事をしていた。しかし人によっては、夜中に仕事をすることもあるようで、ワーケーション期間中には、各自が自分のペースで仕事をしていたという。彼らは非常にクリエイティブな仕事であるため、ワーケーション中に時間を決めて、「雪浦あんぱんね」が提供している体験プログラムで

ある「サンセットクルージング」に参加してもらい、「頭を空っぽ」にしてもらうことにしたとのことである。また夕食では、郷土料理の「ガネ汁」づくりを体験してもらった。

「雪浦あんばんね」の理事長によれば、ワーケーションによって、地元を知り楽しむ体験を提供できたとのことである。

他方、森田屋では、定額料金を支払うことで、全国の宿泊施設等を利用できる定額制宿泊サービスの Hafh（ハフ）に登録している⁽⁸⁾。Hafh を通じた森田屋の利用客は 20～30 歳代が多く、一般の会社員もいれば、移住先を探し求めている人もいるという。他にコロナ感染拡大で県をまたぐ利用の自粛が求められていたため、長崎県民が、県内の各地を訪れるために利用している場合もみられたとのことである。ただし、Hafh を通じた利用者は、森田屋の場合、年間で数名程度にとどまっているという。こうしたことから、現状ではワーケーションないしテレワーク需要は利便性が高い都市部や著名な観光地のホテルや旅館等に偏りがちではないかと森田屋ではみている。

（４）アフター・コロナを見据えた取組

「雪浦あんばんね」では、新型コロナ感染拡大期においても、アフター・コロナに向けた取組を進めた。2020 年には、新型コロナ感染収束後を見据えるため実施された長崎県の「観光地受入態勢ステップアップ事業」⁽⁹⁾に採択されたことから、新たに「雪浦ニューツーリズム協議会」を立ち上げた。

同協議会は「雪浦あんばんね」が事務局になって、雪浦の地場企業で、手作りにこだわった酢や味噌などを製造・販売する（有）川添酢造、音浴博物館、各種の体験プログラムの事業者らで構成される。事業では、参加事業者への人件費の支援のほか、アフター・コロナを見据えた取組として、英語版と日本語版のパンフレットを作成した。他にも地域内で看板の設置予定もある。そのほかにも、音浴博物館の新しい体験メニューの開発や川添酒造の商品の英語表記などに取り組んでいる。このほか、2022 年度にも長崎県の「住んでよし・訪れてよしの観光まちづくり応援事業」に応募する計画があり、計画では同協議会の枠組みで、雪浦地区の観光地域づくりを推進するとのことであった⁽¹⁰⁾。

6. おわりに

雪浦地区では、地域の新たなシンボルとして、外部からの訪問者のみならず、地域住民を含め、誰もが気軽に集えるというコンセプトの地域内拠点施設としての古民家農泊施設であるということが、当初から明確に意図されて整備されていた。本事例ではそうしたコンセプトの明確さに加えて、施設整備と各種ソフトの事業や取組がマッチしていたことがこれまでの成功要因の一つと考えられる。農泊の取組には一般に地域内の所得と雇用増加が期待されているが、それだけにとどまらないコミュニティ拠点型の古民家農泊施設の持つ多面的効果の可能性を確認することができた。

コミュニティ拠点型の古民家農泊施設では、宿泊形態にもよるが、宿泊業としての付

加価値を高めることは難しいという課題がある。他方で、宿泊施設の経営は主に外客に依存せざるを得ないこと以外にも、宿泊施設としてのサービスなどでの付加価値の向上が、固定費用の増大と表裏一体であることも多い。一般に固定費の増大は経営の不安定化を招くおそれがあるため、安定的な経営が望ましいコミュニティビジネスには不向きだともいえる。その点に関して、本事例ではまず改修費をDIYなどで節約しつつ、ゲストハウスという固定費を極力抑えられる施設にすることで、可能な限りのコストとリスク縮減を行った。

また森田屋の宿泊施設のコンセプトは、単なるゲストハウスにはとどまらず、地域内外の多くの人びとからの共感を呼んでおり、地域内における需要も確保している。農泊が必ずしも外部からの需要に依存した取組にはとどまらないことを本事例は示している。

他方、宿泊施設と地域の事業主体や住民、とりわけ移住者らを中心とした地域内で新たな事業に取り組む人びととの連携強化によって、飲食や体験メニュー等の充実による地域内での付加価値の創出は今後の課題の一つである。同時に新型コロナ感染拡大を奇貨として、雪浦地区では、「雪浦あんぱんね」を中核とする観光地域づくりに向かう流れが形成されつつあることを確認できた。

新型コロナ感染拡大の長期化は、「雪浦あんぱんね」の経営や運営にも、「雪浦あんぱんね」が中心となって実施している各種の地域活性化の取組にも極めて大きな痛手となった。しかし、資金面では各種の新型コロナ支援対策等を活用することで、また時間面では、新たな観光地域づくりを構想する準備のための期間として、コロナ禍の空白期間をむしろ好機として捉えていた。

アフター・コロナに向けた今後の課題は、いかに観光地域づくりによって地域内付加価値を高めるかである。また地域観光づくりの取組の担い手は、新たな事業などを求める移住者が中心となりがちであるが、そこに在来の地域住民らを巻き込んでいくことで、取組の幅を広げていくことも課題と思われる。

注（1）古民家の一般的な定義などについては、本資料の第3章（寺林，2022）を参照のこと。

（2）現地調査は、2020年11月と2021年8月の2回実施した。後述の電子メール調査は2020年4月に実施した。

2022年2月にも電話による聞き取り調査を実施した。

（3）旧大瀬戸町は2005年に合併により西海市となった。なお西海市全域での教育体験旅行受入れを主とする農泊の取組は第2章を参照。

（4）長崎県は県内の市町が進める「小さな拠点」づくりを後押しするため、基幹集落と周辺集落を結ぶ生活支援サービスの取組と、周辺集落の中で廃校舎等を活用した活性化の取組をモデル地区として支援し、県内全域へ小さな拠点づくりの取組を波及させるとしている。

（5）不特定多数からネットで資金を募るクラウドファンディングは、利用手数料が高いため利用しなかったが、多数の賛同者らから、約100万円の資金が集まったとのことである。

（6）客室単価増につながる施設改修等に補助率3/4、補助上限1000万円、補助下限200万円で補助する県単事業。

（7）「急なお葬式があり、明日・明後日に宿泊できないか」といった問合せが宿にしばしばあるという。

- (8) Hafh では、宿側に固定的な登録料金等は発生しないが、Hafh を通じた宿泊の場合、森田屋では 1 泊当たり 1 千円程度の割引を行っている。予約の仕組みは、利用日を特定した空き部屋の有無の確認が先方から入り、もし当日空いている部屋があれば、予約が成立する。
- (9) 長崎県内に事業所を置く宿泊事業者や交通事業者、地場旅行会社、観光協会等が、従事者の雇用を維持し、魅力ある観光地づくりにつながる取組を行う場合、最大で 1000 万円の支援を行うという事業。飲食店や土産物屋などの観光関係事業者が観光協会などと連携した取組を行った場合も対象となる。
- (10) 本稿脱稿後、同事業に採択され、新たに観光地域づくりのための「非営利型」の株式会社の設立に至った。

[引用文献]

寺林暁良(2022)「第3章 古民家活用型農泊の地域社会における位置づけ—北海道八雲町における地域運営と結びついた農泊事業の展開—」農林水産政策研究所『[ICT 活性化プロジェクト【農泊】] 研究資料 第1号 地域資源を活用した農泊による農村活性化の現状と課題—日本、イタリア、フランスにおける事例を中心に—』。

第5章 温泉地連携型農泊の現状と特徴

—岐阜県中津川市加子母地区と宮城県仙台市秋保地区を対象に—

佐藤 彩生

1. はじめに

農泊地域では、旅行者の滞在施設の整備に向けて農家民宿や農家民泊、古民家、廃校、ホテルや旅館などの利活用が進められている。また、滞在中に楽しめる観光コンテンツづくりや受入体制の確立に当たって、農林漁家に限らず他業種も含めた事業者等、さらに観光地経営を行うDMO（Destination Management/Marketing Organization、観光地域づくり法人）など多様な主体との連携が期待されている。このように農山漁村での滞在型旅行の創出においては、農林漁家のみならず、ホテル、旅館、DMOなど観光関連事業者との連携が見込まれている。

そこで本研究では、農泊地域における観光関連事業者との連携に主眼を置き、その現状や特徴をみていく。ただし観光関連産業の裾野は広いとため、温泉地⁽¹⁾のエリアの観光関連事業者と連携して誘客につなげている農泊地域を対象とし、これを「温泉地連携型農泊」と定義した上で、二つの農泊地域についてみていく。

本章の構成は以下のとおりである。2. では滞在型旅行創出の背景と本稿の課題提起を行い、3. で調査方法を提示した。4. では岐阜県中津川市加子母地区における農泊の事例を、5. で宮城県仙台市秋保地区の農泊の事例を紹介し、6. ではまとめとして温泉地連携型農泊における特徴と課題を整理した。

2. 背景と課題設定

（1）農山漁村における滞在型旅行

農林水産省が「農泊」と銘打ち農山漁村での「宿泊」を強調する背景には、農泊の前身であるグリーン・ツーリズムが日帰り体験を中心としていることに理由があるとみられる。そのため、農泊推進対策の事業を機に、旅行者が農山漁村地域に宿泊することでより長く滞在⁽²⁾する旅行の定着を意図しているものと考えられるが、こうした農山漁村滞在型旅行の促進に当たっては宿泊施設の整備がまず課題となる。これまで子供の教育旅行を受け入れてきた地域では、大人の宿泊が許可されていれば、農家民宿や農家民泊においてある程度の規模の大人の宿泊も可能である。しかし、日帰り体験が中心の地域では地域内に十分な農家民宿等がないケースも多く、これらの地域では滞在型旅行につなげる工夫が必要となる。

農泊推進対策の事業では、宿泊施設等の整備に対応して古民家等宿泊施設の改装資金

として半額助成の補助金が用意されているものの、実質的には改装に多額の資金が必要となる。そのため、実現性の高い事業計画や資金確保、地域の合意形成などの条件が揃わなければ安易に実行できるものではない。そこで宿泊における別の策としては、近隣の観光地におけるホテルや旅館の活用などが挙げられる。農泊推進対策の事業では、農林漁家だけでなく地域住民、民間事業者や自治体等多様な主体の参画が推奨されており、宿泊施設においても農家民宿や農家民泊に限らずホテルや旅館等の活用も含まれる。つまり、滞在型旅行の実現においては、ホテルや旅館など観光関連事業者を含めた多様な主体との協力が打開策となり得る。

（２）観光関連産業における滞在型旅行

滞在型旅行創出は農泊地域側だけに限らず観光地においても共通の課題である。特に宿泊客数が減少し続けている温泉観光地では、連泊を促進するために温泉街の再開発やまち歩きのためのコンテンツづくりに力を入れてきた。また連泊の促進に当たって、岐阜県の下呂市 DMO では下呂温泉と市内のエコツーリズムとの連携を強化したり、新潟県南魚沼市の旅館では地域の農村体験と連携したりする動きがみられる。

こうした他産業との連携の取組は、近年観光庁でも推奨されており、観光との関わりが薄い農業や漁業等との他産業連携を通じて魅力的な観光資源を作ること新たなニーズの獲得や収益化による地域還元が期待できるとされている⁽³⁾。2021 年度に観光庁が開始した「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」においても、観光事業者、DMO、交通事業、漁業、農業、地場産業などの多様な事業者の連携による観光資源の磨き上げを行う体制の構築が重要⁽⁴⁾とされている。

つまりは、観光関連産業を主産業とする地域においても滞在型旅行創出と多様な主体との連携の必要性が増してきており、他産業の連携先として農林漁業が注目されていることから、今後観光関連産業と農泊地域との接点が増す可能性が高いものと考えられる。

（３）目的・課題設定

本稿では、農泊地域が温泉地の観光関連事業者と連携して誘客につなげている農泊地域を「温泉地連携型農泊」と定義し、温泉地連携型農泊の現状や特徴を明らかにすることを目的とする。温泉地におけるグリーンツーリズムの取組には大分県の由布院温泉や宮城県の鳴子温泉など先行事例はあるものの、今後新たに温泉地との連携に取り組む農泊地域にとっての検討材料として還元できるよう、農泊地域と温泉地の連携に向けて近年取組に動きのある地域を対象とした。

本研究では、温泉地に近接する農泊地域を対象に、①農泊地域の地域内における観光の位置づけ、②農泊地域の取組経緯と運営体制や取組内容、③近接する温泉地の観光関連事業者と農泊地域の接点をみていき、いかなる観光関連事業者が関与し、いかなる連携を行っているのか、またその特徴を明らかにする。ここから、農泊地域での観光関連産業との連携における方策の示唆を得たい。

3. 方法

本研究では、岐阜県中津川市加子母地区と宮城県仙台市秋保地区の2地域を対象に、農泊地域の関係者及び自治体に対して聞き取り調査を行った。

一つ目の調査対象地である岐阜県中津川市加子母地区は下呂温泉から車で約25分の距離にある地区で、加子母森林組合が農泊の協議会の事務局を担っている。加子母地区の調査は2018年11月、2020年1月、2020年11月、2021年7月、11月に各1回実施し、加子母森林組合、特定非営利活動法人かしもむら、ファンファーミング有限会社、かしも明治座、ゆうらく館株式会社、山守資料館、Meets Nakasendo 合同会社、中津川市加子母総合事務所、中津川市商工観光部観光課にヒアリングを行った。下呂市の調査は2021年に1回実施し、下呂市観光商工部観光課、一般社団法人下呂温泉観光協会にヒアリングを行った。

二つ目の事例である宮城県仙台市秋保地区は秋保温泉と同地区であり、民間の観光まちづくり会社が農泊の協議会の事務局である。秋保地区の調査は2019年9月と2021年9月（オンライン）に各1回実施し、株式会社アキウツーリズムファクトリー、株式会社仙台秋保醸造所、株式会社たびむすび、仙台市文化観光局観光交流部観光課にヒアリングを行った。

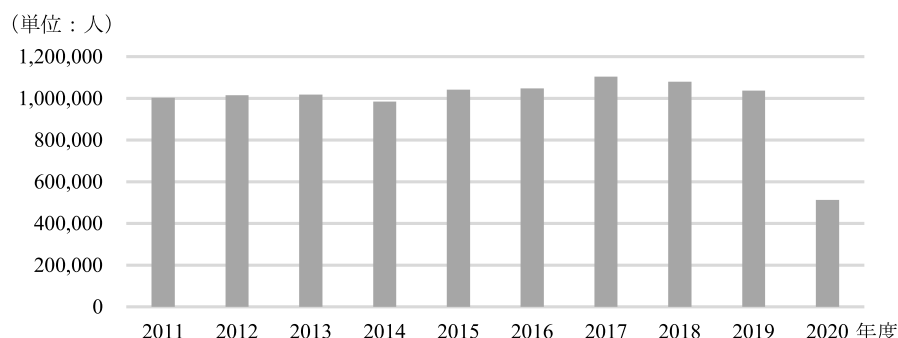
なお、加子母地区の事例は佐藤（2020）に調査結果を追記した。各事例は、調査当時の内容であり、本稿の公開時までには状況が変化していることにご留意いただきたい。

4. 岐阜県中津川市加子母地区の事例

（1）地区概要

岐阜県中津川市加子母地区（旧加子母村）は、中津川市の北部に位置し、下呂市、加茂郡東白川村、長野県大滝村に隣接した中山間地域である。2005年に中津川市に合併し、加子母地区の人口は2,602人（2021年9月末）、世帯数は961世帯で、地区面積の94%を山林が占め、世帯の約8割が林家で加子母森林組合の組合員である。主産業は、農業、畜産、林業、木工業で、トマト栽培や飛騨牛の肥育が盛んであり、東濃ひのきの産地で木材住宅の産直も行っている。加子母地区へのアクセスは乗用車で名古屋から2時間、中津川駅から40分、下呂温泉から25分程度であり、地区の南北を国道257号が通り、中津川駅周辺から下呂温泉へとつながっている。

下呂温泉は、名古屋駅から快速電車で1時間40分、車で2時間のアクセスにあり、下呂温泉旅館協同組合加盟の宿泊施設数は37施設（客室数1,468室）ある。2021年のじゃらんの温泉地ランキングで全国10位、東海2位となっており、日本三名泉の一つとして数えられている⁽⁵⁾。下呂市の宿泊客数は100万人台で推移していたが、2020年度は新型コロナウイルスの影響を受けて半減している（第5-1図）。



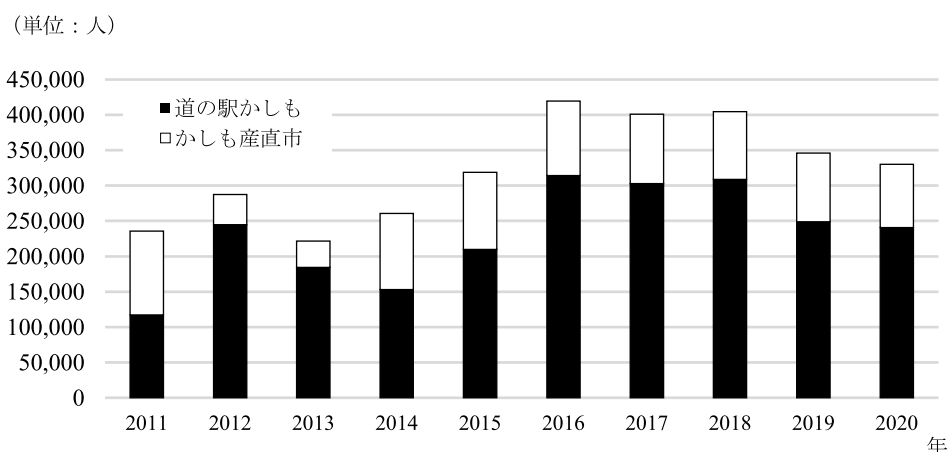
第 5-1 図 下呂市の宿泊客の推移

資料：下呂温泉宿泊統計

(2) 中津川市における加子母地区の観光の位置づけ

中津川市の観光スポットには馬籠宿、落合宿、中津川宿など中山道沿いの宿場や苗木城跡があり、同市は 2018 年の NHK の朝の連続テレビ小説「半分、青い」のロケ地にもなった。また栗と砂糖を使った素朴な和菓子「栗きんとん」でも有名である。

加子母地区の主な観光施設の 2020 年の観光入込数（延べ数）をみると、道の駅加子母は 240,683 人、直売所のかしも産直市は 89,149 人であった（第 5-2 図）。中津川市内の観光施設は上位から、馬籠宿（観光入込数 322,973 人）、道の駅花街道付知（同 261,612 人）、道の駅賤母（同 260,726 人）で、道の駅加子母は 4 番目、かしも産直市は 12 番目であった。市内にある観光協会の中津川観光協会、付知町観光協会、馬籠観光協会、やさか観光協会、蛭川観光協会、加子母地区に観光協会はなく、観光の取組は発展途上にある。



第 5-2 図 加子母の施設の観光客入込数（延べ人数）の推移

資料：岐阜県観光入込客統計調査

（３）加子母地区の農泊の取組経緯

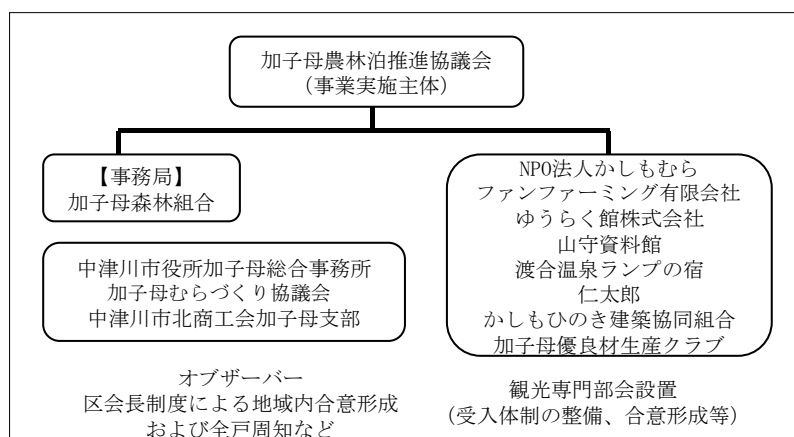
加子母地区での観光の取組は、自治組織である「加子母むらづくり協議会」（以下、むらづくり協議会）が母体となっている。加子母地区では、2005年の編入合併により行政機能が縮小したことを受けて、むらづくり協議会を設置した。むらづくり協議会は、テーマの異なる10の分科会によって編成されており、地域内の情報共有や地域課題に対する全住民参加型の提案の場となっている。加子母地区での観光による地域活性化については分科会の一つである地域づくり分科会内で話し合いが行われ、中津川市の支所である加子母総合事務所の職員を中心に2011年にトマトの収穫体験や郷土料理体験を試験的に行い、2012年から味噌づくりや木曾ヒノキ美林見学、製材所見学などの1泊2日のモニターツアー（加子母るツアー）を実施した。

2016年には観光の取組拡大のために、むらづくり協議会の事業の実行組織である特定非営利活動法人かしもむら（以下、かしもむら）、加子母森林組合、農業法人のファンファーマーミング有限会社等の若手メンバーが新たに観光専門部会を立ち上げ、加子母森林組合が中心となって「農泊」の推進事業の申請に向けて協力者を募り、事業採択後には加子母農林泊推進協議会（以下、林泊協）を設立し、加子母森林組合の職員とかしもむらの職員が中心となり乙女溪谷の氷瀑^{ひょうばく}のモニターツアーやPRを行った。

（４）加子母地区の農泊の取組

１）加子母農林泊推進協議会の取組

林泊協のメンバーは、加子母森林組合、かしもむら、ファンファーマーミング有限会社を中心に、道の駅のゆうらく館株式会社、山守資料館、渡合温泉ランプの宿、和菓子製造会社の仁太郎、加子母優良材生産クラブ、かしもひのき建築協同組合の9団体で構成されている（第5-3図）。



第5-3図 加子母農林泊推進協議会の実施体制

資料：農林水産省「東海管内の農泊地域一覧」，

<https://www.maff.go.jp/tokai/noson/keikaku/nouhaku/attach/pdf/20200219-3.pdf>（2021年12月8日参照）。

2017 年から 2019 年の林泊協の活動内容を第 5-1 表に整理した。林泊協では、モニターツアーの実施や PR 活動、多言語パンフレットや資料、動画の作成などインバウンド受入れに取り組んでいた。

第 5-1 表 加子母農林泊推進協議会の取組内容

2017年度農山漁村振興交付金（農泊推進事業）
①農泊に対する「気づき」の理解醸成事業 シンポジウムの開催、先進地視察
②「儲かる」体制の確立事業 JTBとの新規ツアー共同開発の提案 恵那・中津川広域観光事業によるインバウンド向け、トレッキング等の新規開発
③加子母地域の取組を「知って」もらう機会の創出事業 土岐プレミアムアウトレット、岐阜品などで体験プログラムの実施 モニターツアー（11月、2月）、インバウンドツアー（12月）開催 県の海外戦略と連携し、外国語（フランス語）パンフレットの制作配布
2018年度農山漁村振興交付金（農泊推進事業）
①インバウンド受入体制の確立 フランス領事館・日仏協会、FIT（タイ・フランス）加子母視察受入 多言語パンフレットの作成、多言語翻訳資料作成、明治座案内ビデオ英語幕作成
②森林を主体としたツアーなどの造成・販売 国有林モニターツアー、氷瀑ツアー、マウンテンバイクツアーの開催 JR「Shupo」ツアー企画（下呂・中津川広域観光）
③国内・外への認知度を高めるための積極的なPR 釜山国際観光展、バンコク日本博に出展及び営業 JAL中部地区担当者へのPR、WOODコレクションなどのイベントを利用したPR
④翌年以降に向けた取組 加子母農林泊推進協議会の設立 加子母フィルムコミッション事業計画作成
2019年度農泊地域高度化促進事業
①多言語対策：明治座案内ビデオ作成（仏語・中国語字幕）、翻訳機購入
②トイレ洋式化：渡合温泉のトイレ洋式化
③Wi-fi・キャッシュレス環境整備：森林組合売店ほか

資料：佐藤（2020）より作成。

2）協議会メンバーのコロナ前の取組

林泊協の各メンバーの取組についてみていく（第 5-2 表）。加子母森林組合は、体験交流施設モクモクセンターでの箸の絵付けやバターナイフづくりの体験提供や木工製品の販売を行うほか、キャンプ場運営を行っている。かしもむらは 2018 年より芝居小屋「明治座」の指定管理者となっている。明治座は、1894 年に旧加子母村の村民によって設立され、県の重要民俗文化財に指定されており、ガイド付きの見学が可能で通年開館している。ファンファーム有限会社は、野菜生産や産直及び農業法人であり、観光客に対して収穫体験を実施している。当初はブルーベリーの収穫体験のみを提供していたが、トウモロコシやイチゴ、特産品の西方いもなど品目を増やし通年での体験を提供している。また直売所「産直市」を運営しており、加子母の農家が生産した野菜を販売している。ゆうらく館株式会社は、地産品などの土産物を販売する売店と食堂が併設された道の駅を運営して

いる。食堂では郷土食の朴葉寿司や鶏ちゃんを提供しており、農泊推進事業の採択を機に恵那鶏や飛騨牛、西方いもをメニューに使用するようになった。ゆうらく館株式会社の代表取締役が山に詳しいため、不定期で観光客向けに山歩きのガイドを実施しており、紅葉狩りや氷瀑、マウンテンバイクツアーや観光客の希望に合わせた案内を行っている。樹齢1000年のヒノキや伊勢神宮の御用材などを見学する「^{うら}木^き曾^そ古^こ事^じの^も森^り」のツアーガイドも実施している。

山守資料館は、祖先が山守である内木氏（20代目）が内木家の屋敷を個人の資料館として改装し、当時の山守に関する資料や古文書、調度品を展示している。来訪者の予約に合わせて屋敷の案内や資料の解説を行っている。

加子母地区には、下呂温泉に行く個人観光客が、産直市や道の駅の売店や食堂を利用したり、明治座に訪れたりしている。また、後述する下呂温泉の宿泊客の団体バスツアーを迎え入れて、明治座の館内のガイドを行っている。

第5-2表 加子母農林泊推進協議会の参画メンバーが提供する体験（コロナ前）

加子母森林組合	箸づくり体験(800円/人) バターナイフづくり体験(1,000円/人) キャンプ場 モクモクセンターでの買い物
NPO法人かしもむら	加子母るツアー モニターツアー 明治座の指定管理 ・明治座の入館料(300円/団体のみ) ・明治座案内(500円) ・隈取体験(3,500円/人)
ファンファーミング有限会社	ミニトマト、イチゴ、枝豆、トウモロコシ、西方いもなどの収穫体験(1,700円程度/大人1人。ただし作目によって料金は異なる)
道の駅かしも	山歩き、マウンテンバイクツアー、郷土料理提供、道の駅での買い物(2,000円～15,000円/人。コースによって料金は異なる)
山守資料館	資料館の案内

資料：佐藤（2020）より作成。

3）新型コロナウイルスの影響

中津川市では、2020年4月18日～5月6日の期間で休業協力金⁽⁶⁾が支給されたことから、加子母地区内の事業者は休業や時短営業で対応していた。道の駅は4月中旬から5月の連休まで休業し、営業時には食堂は14時までの時短営業、換気の徹底、座席数の縮小などで感染対策を行った。また新たに、お弁当（20個程度）やお惣菜、加子母のトマトと飛騨牛を使ったハンバーガー（10個/日）の販売・配達も行った。地元住民の食堂利用者は一時期は減ったが徐々に回復傾向にあり、道の駅の通販の注文が以前より増えている。道の駅で貸出しを行っていたマウンテンバイクは、消毒が負担となることから提供をやめ、

道の駅の職員が行っていた山歩きのツアーも中止した。加子母地区の観光入込客数を第5-4図に示した。

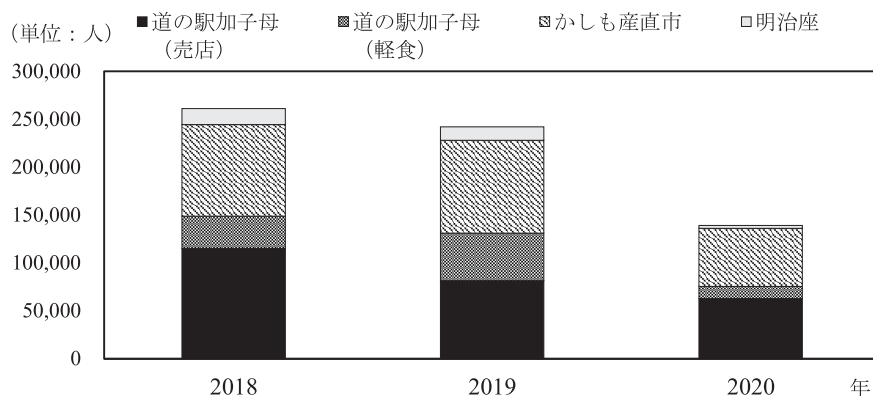
モクモクセンターは、従業員の感染を防ぐため2020年4月中旬から5月の間休業していた。営業再開後は、箸づくり体験の1回の参加者数を減らすなどして対応しているが、来る客はわずかであった。2020年11月中旬から12月下旬にかけては、岐阜県の「家族で県内修学旅行プラン」⁽⁷⁾という企画で県内の小中学生がいる家庭を対象とした旅行商品が造成され、コースの一つとして、箸づくりや明治座見学と下呂温泉の宿泊がセットになった旅行商品（宿泊・体験付きで大人11,000円～、小中学生2,200円～）が販売された。週末に50～60人、5週間の平均で1日当たり40人が県内から箸づくりに訪れた。また、巣ごもり需要を受けて、まな板など日用品やアロマ系の商品、アウトドア関連の商品購入が増えた。加子母森林組合はキャンプ場を運営しているが、夏季の団体利用客が減ったことで売上げは減少した。

産直市は屋外で開放感があるため通常通り営業し、地域外の利用客の増加により2020年度の売上げは前年度と比べ増加した。加子母地区内にある和菓子屋も同様に、9月の栗きんとんのシーズンに自家用車で買いにくる客が増えたことで売上げ増となった。ファンファーム有限会社での農業体験は、以前のように多人数の受入れができないため時間的な負担が増えてしまい、受入れを中止している。

明治座は観光客が激減し、それに伴い明治座の屋根部分を補修するくれ板の寄付金や手ぬぐい販売、団体案内料の収入が大きく落ち込んだ（第5-5図、第5-6図）。明治座は屋根の葺き替えが必要であることや、かしもむらの事業の一つであることから、団体旅行客の受入れが見込めない中で、今後いかにして収入を増加させるかが課題である。かしもむらでは、加子母に訪れたことのある人との関係性の維持を狙って、加子母の地産品を扱ったECサイト「カシモール」を2020年11月に立ち上げ、加子母の地産品の販売促進にも着手している。

地域全体としては、コロナの影響は飲食店が最も打撃を受けたものの、休業協力金の受給やなじみの顧客によるテイクアウトサービスの利用で経営困難に陥る事業者はいなかった。

また、恵那市と中津川市の有志メンバーでDMC（Destination Management Company）であるMeets Nakasendo 合同会社が2020年に設立され、加子母森林組合の職員が加わっている。ここでは中山道を歩くことをコンセプトに、人と資源に着目した新しい広域の観光ルートづくりをコロナ明けに向けて進めている。並行してエリアを限定しないガイドの育成も行っており、加子母の裏木曾古寺の森の案内を行えるガイドの確保につなげようとしている。

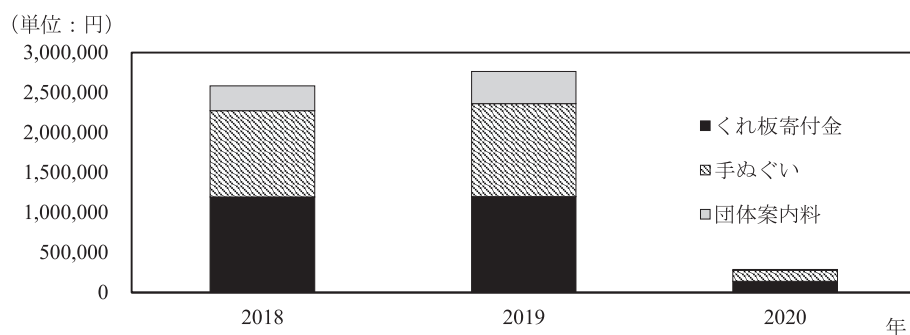


第 5-4 図 加子母地区の観光施設の年間入込客数

資料：特定非営利活動法人かしもむら提供資料。

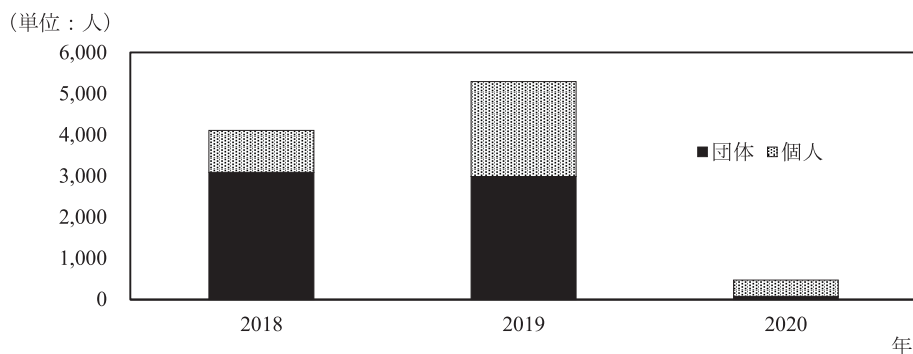
注 (1) 2020 年は 1～9 月の合計。

(2) 入込客数のカウント数は岐阜県観光入込客統計調査と異なる。



第 5-5 図 明治座の観光収入等（各年 4 月～9 月）

資料：第 5-4 図に同じ。



第 5-6 図 明治座の観光客数（各年 4 月～9 月）

資料：第 5-4 図に同じ。

(5) 加子母地区と下呂温泉の接点

加子母地区と下呂温泉との接点の一つに、下呂・中津川広域観光振興協議会で商品造成されたバスツアーがある。下呂・中津川広域観光振興協議会は、下呂市と中津川市の自治体や観光協会等が中心となって 2010 年に設立され、両市の連携する旅行商品の企画や PR を行う協議会である。協議会のメンバーは、下呂市、中津川市、一般社団法人下呂温泉観光協会、一般社団法人中津川観光協会、中津川観光連絡協議会、下呂商工会、中津川商工会議所及び中津川北商工会で構成されている。

主な旅行商品としては、下呂温泉に宿泊し、中津川市内の観光スポット巡りや体験を行う行程のバスツアーがある（第 5-3 表）。両市と JR 東海が企画するもので、年ごとにルートを変えることもあるが、加子母地区では明治座やモクモクセンターでの体験がツアー内に含まれている。こうした下呂市と中津川市を周遊するツアーは 2011 年から開始し、JR 東海が JR 東海ツアーズ、クラブツーリズム、阪急交通社などの大手旅行会社に造成を依頼し、各社で販売を行ってきた。バスツアーの参加者の多い時期では 2013 年と 2014 年に 2,000 人程度で、近年は 500～600 人程度である。下呂と中津川を結ぶバスツアーは同協議会で販売しているもの以外にもあり、両市の境に位置し、加子母地区の入り口に近い舞台峠観光センターでも、下呂温泉に宿泊し明治座に立ち寄るバスツアーを造成し読売旅行で販売を行っていた。

第 5-3 表 下呂・中津川地域周遊促進事業におけるバスツアーの内容

実施期間	行程	バスの運行台数 と参加者数
①2018/5/6～7/14	下呂温泉（宿泊）→かしも明治座→夕森公園→馬籠宿→ちこり村→にぎわい特産品館→中津川駅	50台, 1,230人
②2018/12/10～3/24	下呂温泉（宿泊）→かしも明治座→モクモクセンター→舞台峠→地蔵寺→飛騨萩原	2台, 31人
③2019/5/7～7/12	下呂温泉（宿泊）→かしも明治座→夕森公園→馬籠宿→ちこり村→にぎわい特産品館→中津川駅	38台, 895人
④2020/5/7～7/31	下呂温泉（宿泊）→常盤座→苗木城→馬籠宿→ちこり村→にぎわい特産品館→中津川駅	不催行

資料：下呂市提供資料より作成。

注. ①, ③, ④は JR 東海タイアップバスツアー商品造成支援, ②は読売旅行タイアップバスツアー商品造成支援。

両市の連携のメリットは、下呂市で宿泊し、中津川市で体験するという役割分担がされていることで両市の利害が一致することにある。特に、2027 年に中津川市にリニア中央新幹線の新駅が開業することを受けて、下呂市ではリニアを利用する旅行者の獲得が期待できるため、連携を深化させることのメリットは大きい。また、新宿駅にある京王電鉄の中部地方インフォメーションプラザ in 京王新宿にて首都圏からの誘客促進にむけて両市の観光 PR のブースを設置していた。

コロナ禍により 2020 年と 2021 年の同協議会のバスツアーは中止されたが、同協議会内での新しい観光ルートの検討に当たっては、加子母の神宮備林を題材としたストーリーと

しての活用のほか、ゆうらく館株式会社の取締役や明治座の案内人を新たに期待される人材と資源として報告書に取り上げられている⁽⁸⁾。

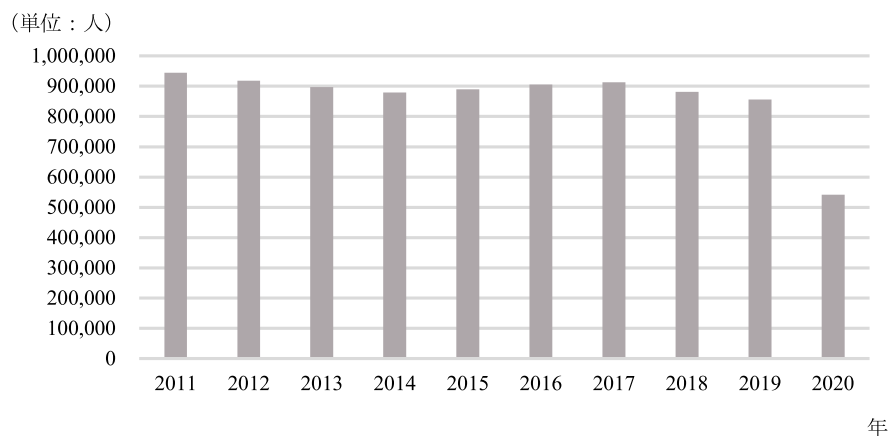
また同協議会以外の動きとして、2021年11月に一般社団法人下呂温泉観光協会が主導する下呂市内の観光協会や地域の事業者が参加する勉強会にかしもむらも参加し意見交換を行っている。

5. 宮城県仙台市秋保地区の事例

（1）地区概要

宮城県仙台市太白区秋保地区は仙台市の南西部に位置し、世帯数は1,731世帯、人口は3,946人（2021年10月1日）である。秋保地区（旧名取郡秋保町）は1988年3月に仙台市に編入された。同地区は仙台駅から車で30分、バスで約50分の場所に位置しており、秋保温泉を源泉とする旅館やホテルが名取川沿いに連なっている。宿泊者数は、90万人前後で推移しており、2019年は856,116人だったが、2020年は541,568人に落ち込んだ（第5-7図）。

秋保温泉旅館組合に加盟するホテルと旅館数は11軒で総客室数は1,030室（総収容人数4,730人）である⁽⁹⁾。2021年のじゃらの温泉地ランキングでは東北4位⁽¹⁰⁾である。コロナ前の夏場や秋のトップシーズン、ゴールデンウィークなどの客室は繁忙期には満室になった。秋保地区には雪が降らずスキー客は来ないため冬場の観光客は少ないものの、県内の観光客は冬場に多い傾向にある。



第5-7図 秋保地区の宿泊客の推移

資料：仙台市観光統計基礎データ。

（2）仙台市の観光における秋保地区の位置づけ

仙台市は2019年3月に「仙台市交流人口ビジネス活性化戦略」を策定した。そこでは3年間の観光戦略を立て、2021年までに宿泊者数600万人泊を目標数として設定している。施策の重点項目の一つに、1,000本の体験プログラム創出を掲げており、多様な体験を充

実させることで個人観光客の誘客につなげていきたい意向である。仙台市の中でも秋保地区は観光地として有力なエリアであり、後述する株式会社アキウツーリズムファクトリー（以下、ATF）に、地域おこし協力隊（仙台市西部地区観光地域おこし協力隊）の雇用やマネジメント、体験プログラム創出等を委託している。

また、秋保地区の観光拠点の一つであるアキウ舎（古民家）は、特区（国家戦略特区エンジェル税制）を活用した資金調達が行われた。秋保地区がサイクリングのコースの一つに含まれる SENDAI SATOYAMA RIDE は ATF が運営し、市は自転車の貸与を行っている。秋保地区にある市の観光施設には、秋保・里センター、仙台市秋保ビジターセンター、秋保工芸の里がある。

（３）秋保地区の農泊の取組経緯

秋保地区における農泊の取組の背景には、2013 年より震災復興を目的としてキリンビールが開始した絆プロジェクトの一つである、次世代農業経営者育成「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」⁽¹¹⁾がある。このプロジェクトは、生産管理、経営、販売までの勉強会や農業先進地の視察などを通して、岩手県、宮城県、福島県の 3 県の若手農業経営者の育成を目指した 3 年間のプログラムである。受講生は 84 名で、農泊の事務局である ATF の代表取締役や秋保地区で有機農業を行う株式会社大滝自然農園の代表、佐藤茂氏が第 1 期生として参加していた。

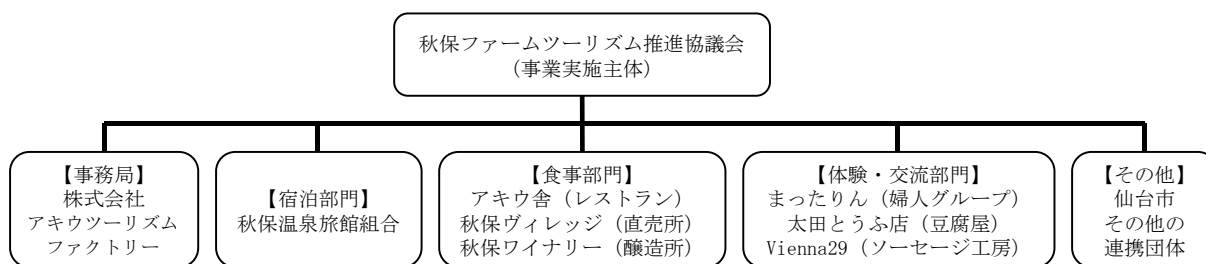
大滝自然農園は、有機農業を学びたい農家や移住者を受け入れて有機農業の技術の研修を行ってきたが、その研修後に同農園の近隣で新規就農する人が多いことから、同農園の一角を無農薬栽培のブランド産地に形成することを考え、その目的を達成するために同プロジェクトに参加していた。大滝自然農園では 2014 年からは実践の年として、秋保地区の民間の道の駅である秋保ヴィレッジに野菜を出荷するようになった。

2018 年には、同プロジェクトの受講生から農村にお客さんと呼んで観光を行いたいという声が上がリ、新たに「ファームツーリズムプロジェクト」が立ち上げられた。農場で食べて飲んで楽しむというコンセプトのツアー（ファーマードリンクングツアー）を、各地域の受講生が旅行会社やガイドと組んでツアーづくりに取り組んだ。秋保では、他の地域の受講生の取組との差別化を図るために、農村をめぐるサイクルツアーを取り入れ、滝や寺社仏閣、ワイナリーのブドウ畑を巡り、畑で芋煮会を行ったり、地元ワインを提供してアキウ舎（2018 年 7 月末オープン）で食事会を行ったりした。こうしたツアーが秋保の農泊の体験に活用されている。

（４）秋保地区の農泊の取組内容

１）実施体制

秋保ファームツーリズム推進協議会（以下、秋保協）は 2018 年度に農泊推進事業と人材活用事業に採択された。先の東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクトでは、主に農家支援を目的に農産物の認知や販売促進を目指してきたが、農泊推進事業では農家だけでなく地域の事業者にも波及するような地域外貨獲得を取組の目的としている。そのため、協議会のメンバーは観光まちづくり会社の ATF のほか、ATF が経営するアキウ舎、秋保温泉旅館組合、秋保ヴィレッジ、秋保ワイナリー（株式会社仙台秋保醸造所）、まったりん（婦人グループ）、太田とうふ店（豆腐屋）、Vienna29（ソーセージ工房）など地域の事業者や地域住民で構成されている（第 5-8 図）。宿泊については新たな宿泊施設を創設するのではなく、秋保温泉旅館組合の宿泊施設の利用の促進を狙っている。



第 5-8 図 秋保ファームツーリズム推進協議会の実施体制

資料：農林水産省「東北地方の農泊地域一覧」, https://www.maff.go.jp/tohoku/nouson/gt/attach/pdf/nohoku_list-11.pdf
(2021 年 12 月 8 日参照)。

２）コロナ前の取組内容

ATF では、子どもたちが里芋収穫と調理を行う里芋の芋煮会や、秋保ワイナリーのブドウ畑をマウンテンバイクで走るツアーを 2018 年の秋に実施した。また 10 月には秋保の里山や温泉の周辺をオフロードバイクで走る体験とホテルでの温泉入浴やアキウ舎でのランチをセットにするツアーを実施した。アキウ舎で提供するメニューは、地元の婦人会グループのまったりんが協力してメニュー開発を行った。

2019 年からは、地域おこし協力隊 2 名が ATF に所属し、農泊のメンバーの特色を生かした体験やツアーを販売するようになった。体験等では、秋保ワイナリーのぶどうの蔓を使用したリース作り、Vienna29 でのソーセージ作り、団子汁作り、秋保産そば粉、雪下人参など地域の食材を活用した料理教室が実施された（第 5-4 表）。

このほかに、プロのマウンテンバイカーがガイドするサイクルツーリズム（AKIU NINJA RIDE）を春と秋の週末に実施した。ツアーは、秋保の温泉街を手軽に楽しめるものや里山風景を楽しむもの、社寺めぐり、美食などでテーマを変えて、最短で 1 時間、最長で 5 時間のコースが用意された。ツアー途中に太田とうふ店や秋保ワイナリーへの立ち

寄りやアキウ舎でのランチが組まれている。参加費は 5,500 円～9,000 円（税別）で、1 組 5～6 人で年間約 150 人が参加した。サイクリングには、国内観光客のみならずインバウンド観光客も多く訪れ、ツアー参加者は秋保の旅館やホテルに宿泊した。

野菜のレストランをコンセプトとしているアキウ舎では、秋保ヴィレッジを通じて 30～40 軒の農家から地元野菜を買い取っている。農家が生産・出荷可能な野菜のロット数が小規模のためアキウ舎で提供するメニューも入手可能な野菜の種類に合わせてアレンジしている。また、アキウ舎で提供しているしそジュースは、婦人グループのまったりんが収穫から抽出まで行ったものであり、ほかにもアキウ舎で販売したあんころ餅や正月の雑煮もまったりんは協力している。アキウ舎には地元と近県からの客が多く、6～7 割は仙台市内から来ている。

第 5-4 表 秋保ファームツーリズム推進協議会で提供した体験内容（コロナ前）

【地域の食や農を発信するイベントの開催】 秋保風芋煮モニターイベント(20人) 秋保ワイナリーのぶどうの蔓のリース作り体験(26人) 秋保の食材を使ったソーセージ作り体験(5人) 雪下ニンジンでタルトづくり(7人) 【子供の食育につながるイベントの開催】 大人と子供で楽しむソーセージ作り体験(10人) 秋保産のそば粉を使った料理教室(5人) 秋保の自然と食文化にふれよう～春の草花さがしと団子汁(7人) 【新規での体験メニュー】 7本造成(12組24人, 75人) 【秋保の生き物ハンドブック】 3,000部制作, 配布 【AKIU NINJA RIDE】 (①日本の原風景！里山のんびりグルメ&買い物コース, ②旅館からサクッと！温泉街ぶらりショートコース, ③御朱印をGET！, 神秘の社寺めぐりコース, ④美酒と食を堪能！“テロワージュ”秋保コース)
--

資料：第 5-8 図に同じ。アキウ舎ウェブサイト, <https://akiusha.jp/cycle> (2021 年 12 月 8 日参照)。

3) コロナ禍での体験内容

コロナ禍の影響でサイクルツーリズムのガイドが秋保地区を離れ、サイクルツアーが縮小したことを受けて、秋保協では体験の見直しを行い、2020 年からは仙台市民を対象とする家族向けの農業体験や自然体験のマイクロツアーに切り替えた。

農業体験は、5～6 月に山菜採り（タラの芽、しいたけ、コゴミ、コシアブラなど）と天ぷらや豚汁づくりのほか、野菜の苗植えやしいたけの菌種打ち、飯盒炊飯や BBQ を行い、7～9 月に夏野菜の収穫、10～11 月に秋野菜の収穫と仙台味噌作り、芋煮、漬物などの加工を実施した。

参加費は 1 人当たり 1,500 円で追加の飲み物や食べ物は別途料金とし、家族 1 組 3～4 人の平均的な料金は 5,000～6,000 円となっている。ただし、客単価設定は試行段階のため協議会内の勉強会を通じて適正価格を検討中である。秋保協では、農業体験の開催 1 回につき参加者数 15 人を想定し年間 200 名を目標としていたが、コロナ禍の影響や緊急事態宣

言を受けて2020年4～6月と2021年8月半ばから9月も中止となり、2020年の参加者数は160名程度となった。2021年は年間180人を目標にしている。コロナの影響で農業体験に人気が出たため、募集開始（先着順）から2週間で予約終了になるほどであった。インターネットの募集ではすぐ定員となるため、アキウ舎に設置するチラシや大滝自然農園のお客様や口コミだけで募集を行っている。リピーターが約半分と多いが、新しい顧客を獲得し、幅広い顧客の獲得を行いたいと秋保協では考えている。

農業体験の提供に当たり、大滝自然農園の経営者は初年の2020年はガイドとして少し関わる程度であったが、2年目からは大滝自然農園側が主導して体験提供を行うようになった。これにより、1年目では提供していなかった、しいたけの菌種打ちや山菜採りなどを行うようになり、体験内容の幅が広がった。またこうした農業体験の提供を機に、大滝自然農園の経営主の娘が秋保地区に戻り、農業体験の提供を行っている。これらの流れから、大滝自然農園が募集や受付も含めて農業体験の提供を自立して行えるよう、地域おこし協力隊がサポートに当たっている。大滝自然農園において農業体験は収益部門ではないが、大滝自然農園で販売する野菜の定期通販の購買増にもつながるため、定期購入をする顧客へのサービスとしての提供も検討中である。こうした大滝自然農園の取組に触発されて、他の有機栽培農家が取組の見学に来てノウハウを学ぼうとしている。

ほかにも間伐材を切り出し丸太にして斧を使って薪にする体験やカブトムシの幼虫を採る自然体験も提供している。

4) コロナ禍における対応やその他の取組

コロナ禍を受けて、アキウ舎ではテーブル間の空間を広げたり、テラス席を増やしたりした。これにより、コロナ前に比べて利用客が大幅に増加し売上げが過去最高となった。アキウ舎が混んでいる場合にも秋保地区のほかのカフェ利用につなげるため、2020年から秋保のカフェマップを作成して、アキウ舎での配布を行っている。

また、定禅寺ジャズフェスをはじめ仙台市の大きなイベントがコロナ禍で中止となる中で、比較的小規模なイベントのニーズが高まっていることを受けて、秋保ワイナリーでは、隔週で農産加工物の販売とジャズライブを中心としたマルシェイベントを2021年10月から実施する。地元の養蜂家、オーガニックスイーツ、地元カフェ、パプリカ農家、リンゴ農園などが出店予定である。

（5）秋保地区の農泊と秋保温泉の接点

コロナ前までは秋保温泉の宿泊客がサイクルツーリズムやアキウ舎での飲食を楽しんだり、秋保ワイナリーへ立ち寄るなど、施設等を相互利用していたが、秋保協と秋保温泉旅館組合とで具体的に連携した取組は行ってこなかった。しかし、コロナの影響で宿泊客が減少し、ホテルや旅館で個人宿泊客の獲得が更なる課題となる中で、新しい動きが生まれている。

温泉旅館の蘭亭（客室数68室、収容人数260人）では、アウトドアをしたい家族層向

けのグランピング施設を 2021 年 8 月から敷地内にオープンした。グランピング施設の客室稼働率は週末 100%, 平日 70%強を超えた。このグランピング施設の宿泊者向けにオプションとして農業・自然体験, マウンテンバイクツアーを提供する企画が進行し, 秋保協が体験提供を担当する。また蘭亭の敷地を自然散策やドッグランへ活用するに当たり, ATF の社員が蘭亭の裏山の整備を行っている。犬のにおいては野生動物を寄せ付けないため, ドッグランや犬を連れた宿泊客の散歩により, 野生動物から畑を守る効果を狙っている。

こうした蘭亭との協力を機に, 秋保協では旅館の若手従業員と勉強会を実施したり, 旅館の遊休施設となっている仲居の寮の活用にも着手したりしている。また, 副業規定からすぐの実現は難しいものの, 旅館の従業員が秋保の農村や農業体験のガイド人材として育成する構想も生まれている。こうした取組の成功事例が増えることで, 今後, 秋保の他の旅館やホテルにも波及する可能性があるとみられている。蘭亭以外にもペットと一緒に宿泊できるホテルと連携し, ペットツーリズムの定着に向けて, ドッグイベントの実施や勉強会, 支援を行うなど, 新しい顧客層獲得に向けた一体的な動きをみせている。

今後, 秋保協では, 秋保地区の就農者増を目指して, 旅館の遊休施設の就農者用の寮への活用や地域おこし協力隊を就農につなげる仕組みづくりを構想中である。

6. まとめと考察

加子母地区と秋保地区の二事例について第 5-5 表に整理した。まず, 観光関連事業者との関わりをみてみると, 加子母地区においては, 行政では岐阜県, 中津川市, 下呂市, 民間事業者では舞台峠観光センター (下呂市), JR 東海, 読売旅行等旅行会社などが連携に関与していた。一方で秋保地区では秋保協と旅館が直接連携していた。こうした違いは, 加子母地区では, 連携先の温泉地の行政区分が異なることや秋保地区と比べて地理的な距離があること, また秋保地区では, 秋保協の事務局である ATF 自体が観光まちづくり会社のため, 連携において主導権を握りやすいことなどがあると考えられる。

次に, 連携における特徴を三点挙げたい。一つ目は, 農泊地域側が体験, 温泉地側が宿泊という明確な役割分担をした上で連携を行っている点である。加子母地区では, 下呂市と中津川市を巡る団体バスツアーにて, 加子母地区の農泊は箸づくりや明治座見学など体験提供の役割を担っていた。また秋保地区においても, 旅館のオプションとしての農業体験や自然体験が提供される予定であり, 役割が明確化されている。つまり, 体験と宿泊のすみ分けが可能な地区では利害が一致するため, 連携の効果が発揮しやすいものとみられる。

二つ目は, 農泊地域側が提供する体験が個人旅行者向きであり, これが温泉地経営の変化にも適合し得る点である。近年, 国内の観光動向が団体観光客から個人観光客へシフトし, コロナの影響でこうした動きが加速する中で, 温泉地が持続可能な観光地経営を目指す上では個人観光客への嗜好への対応が求められる。秋保温泉の旅館では, コロナに対応した経営戦略として個人旅行者の獲得のためにグランピング施設を導入し, そのオプシ

ョン体験として農業体験や自然体験が評価されている。一方で加子母地区では、裏木曾古寺の森のツアーや山歩き、農業体験、明治座見学、山守資料館のいずれも個人旅行者に適した体験内容である。正確な数は把握できていないが、下呂温泉の宿泊者が加子母地区に立ち寄ってこれらの体験を行っていることが確認されている。温泉地の滞在旅行促進やリピーター獲得に当たって、こうした個人旅行者の嗜好にあったオーダーメイドのツアーや特色ある体験との連携が有用であると考えられ、今後も農泊地域で提供しているような体験のニーズは増すものと考えられる。

第5-5表 加子母地区と秋保地区の農泊の内容と温泉地との接点

地区名	岐阜県中津川市加子母地区	宮城県仙台市太白区秋保地区
協議会名	加子母農林泊推進協議会	秋保ファームツーリズム推進協議会
協議会メンバー	加子母森林組合、特定非営利活動法人かしもむら、ファンファームリング有限会社、ゆうらく館株式会社（道の駅）、山守資料館、渡合温泉ランプの宿、仁太郎（和菓子製造会社）、加子母優良材生産クラブ、かしもひのき建築協同組合	株式会社アキウツーリズムファクトリー、秋保温泉旅館組合、アキウ舎、秋保ヴィレッジ、株式会社仙台秋保醸造所（秋保ワイナリー）、まったりん（婦人グループ）、太田とうふ店、Vienna29（ソーセージ工房）
体験内容	芝居小屋見学、箸づくり体験、山歩き、MTBツアー、農業体験、山守資料館見学、直売所・道の駅での買い物、直売所での郷土料理の提供、裏木曾古寺の森のツアー等	サイクルツアー、農業体験、自然体験、料理体験
近隣温泉地名	下呂温泉	秋保温泉
温泉地との距離関係	車で25分	徒歩圏内
観光関連事業者・団体	下呂・中津川広域観光振興協議会、下呂市観光課、下呂温泉観光協会、舞台峠観光センター、読売旅行、JR東海、JR東海ツアーズ、クラブツーリズム、阪急交通社、京王電鉄	仙台市観光課、秋保旅館組合、蘭亭（旅館）
連携（接点）の内容	団体バスツアーの立ち寄り、家族で県内修学旅行プランのコース、下呂・中津川広域観光の新しい観光ルートにおける地域資源、観光関連事業者の勉強会	サイクルツーリズムや体験参加者の宿泊、旅館のグランピング施設のオプション体験、観光関連事業者の勉強会
今後の方向性	ガイド人材育成、広域の新しい観光ルートの造成	ガイド人材育成、就農者支援

資料：筆者作成。

三つ目は、連携により農泊地域側の体験提供の機会創出につながる事が挙げられる。加子母地区では、下呂・中津川広域観光振興協議会が企画した団体バスツアーにより、例年まとまった数の体験参加者を獲得していた。またコロナ禍で団体旅行や農泊に関わる体験や交流が難しくなる中でも、岐阜県の「家族で県内修学旅行プラン」によって下呂温泉の宿泊とセットで箸づくり体験や明治座見学などの家族向け割安旅行商品が販売された。こうしたことから、農泊の体験提供の機会創出において下呂温泉の宿泊とセットになることの利点は大きいとみられる。また秋保地区においても、旅館の宿泊オプションとして農業・自然体験を提供することは、新規の体験参加者の獲得につながる可能性が考えられる。

今後の課題としては、加子母地区では温泉地である下呂温泉が下呂市内の複数の地域と連携しているため、他の地域と差別化した体験内容を加子母地区で提供することが求めら

れる。下呂市にも芝居小屋があるものの加子母地区の明治座がバスツアーに組み入れられているのは、下呂市の芝居小屋が通年開館していないことが理由であり、明治座にガイドを常駐させていることが加子母地区の体験の優位性を高めている。こうした体験の差別化に当たっては、観光資源を説明できるガイドの存在が鍵を握るものと考えられ、ガイド人材の確保と育成が今後重要となるだろう。

他方、秋保地区ではまだ一つの旅館との農業・自然体験での連携が進められている段階で、成果の検証ができていないため、他の旅館やホテルは同様の取組に着手しづらい状況にある。仮に同様の取組が各旅館やホテルに導入された場合、地区内において協力し競合しない工夫が求められるため、地区内で連携する部分と個々で差別化を図る部分のすみ分けが必要であると考えられる。また農業体験や自然体験が一時的なブームとなる可能性もあるため、今後も宿泊客のニーズに柔軟に対応していくことが重要である。

現状では両地域とも温泉地との連携は試行錯誤の段階であり、今後も取組内容は流動的であるとみられる。観光関連事業者を交えた勉強会を行うなど有志による連携が両地域で行われているため、今後はこうした話し合いを通じて新たな連携による取組が展開されると期待できる。

- 注 (1) 農泊推進のあり方検討会の中間とりまとめでは、2020 年までに重点的に実施すべき取組のうち農泊コンテンツの充実では「温泉や文化体験など農泊との親和性が高いコンテンツについては、観光庁が進めているテーマ別観光等との連携を図ることなどにより、地域に存在する資源を活かした魅力ある体験プログラムを充実していくべきである」と示している。また、農泊地域と温泉地との連携の可能性については佐藤・八木 (2021) を参照。
- (2) JTB 総研では滞在型旅行を「1 箇所に滞在し静養や体験型を始めとしたレジャーを楽しむこと。又はそこを拠点に周辺の観光を楽しむレジャー形態のこと」と説明している。JTB 総研「観光用語集」,
<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/staying-tour/> (2021 年 10 月 15 日参照)。
- (3) 観光庁「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」の「ナレッジ集」,
<https://www.mlit.go.jp/common/001412623.pdf> (2021 年 12 月 9 日参照)。
- (4) 観光庁「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」,
https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000183.html (2021 年 12 月 9 日参照)。
- (5) じゃらん「人気温泉地ランキング」,
https://www.jalan.net/jalan/doc/etc/onsenranking/onsenranking_index.html (2021 年 10 月 21 日参照)。
- (6) 岐阜県で 1 事業当たり 50 万円、うち市が 1/3 を負担。
- (7) 岐阜県「“家族で県内修学旅行プラン”の実施について」,
<https://www.pref.gifu.lg.jp/page/110214.html> (2021 年 12 月 9 日参照)。
- (8) 「新しい周遊の旅提案事業 業務報告書」。
- (9) 秋保温泉旅館組合「加盟旅館一覧」,
<http://www.akiuonsenkumiai.com/ryokan/index.html> (2021 年 10 月 19 日参照)。
- (10) じゃらん「人気温泉地ランキング」,

https://www.jalan.net/jalan/doc/etc/onsenranking/onsenranking_tohoku.html（2021年12月9日参照）。

(11) キリンホールディング株式会社「地域創成トレーニングセンタープロジェクト」,

https://www.kirinholdings.com/jp/impact/csv_management/social_contributions/kizuna/special/chiiki_tresen/（2021年10月19日参照）。

〔引用文献〕

佐藤彩生（2020）『『農泊』地域における『地域アイデンティティ』の担保と利益還元に関する一考察—岐阜県中津川市加子母地区を対象として—』『都市計画』2020：799-802.

佐藤彩生・八木浩平（2021）「都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と旅行志向に関する研究」『農村計画学会論文集』1(1)：85-94.

https://doi.org/10.2750/jrps.1.1_85.

第2部 我が国の持続可能な農村観光に向けた取組

第6章 農山村におけるムスリムフレンドリー観光の現状と課題

寺野 梨香・佐藤 真弓・古橋 元

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大や感染拡大防止のための渡航制限等により、我が国のインバウンド観光は低迷し続けている。とはいえ、人口減少・少子高齢化に直面する我が国において、インバウンド観光による地域活性化に期待するところは大きく、本稿では、多様な宗教や文化をもつ外国人観光客の誘致を進める農山村地域の動きに注目する。具体的には、世界全人口の約4分の1を占めるムスリム（イスラム教徒）の宗教や文化、生活習慣等へ配慮したムスリムフレンドリー観光を取り上げる。多様な宗教・生活習慣への対応は持続可能な観光に向けた課題の一つでもあり、その現状や課題を把握することはアフター・コロナにおいて有益である。

ムスリムの生活規範を示す概念には、神のみが定めることのできるハラール（許されたもの）やハラーム（禁じられたもの）がある。ムスリムが人口の多数を占めるイスラム国家では、イスラム法で許された（ハラール）商品であることを示す認証制度が食の分野を中心に発達している（多和田，2012）。こうした認証制度に対して賛否はあるものの、食品の提供においてハラール性を担保する「ハラール認証が食品産業において制度化」（阿良田，2020:47）されている。最近では、ムスリム市場の拡大を背景に、非ムスリム国家においても食品メーカー等がハラール認証制度を用いた商品やサービスを提供する動きが広がっている。例えば、マレーシアのイスラム開発局（JAKIM）が相互認証している海外の認証団体は、46か国84団体に及ぶ（JAKIM, 2020）。

近年、ムスリムの生活規範に配慮した取組は、食品産業にとどまらず観光産業にも広がっている。例えば、マレーシアでは、2015年に観光分野においてムスリムフレンドリー規格 MS2610:2015（“Muslim Friendly Hospitality Services”）⁽¹⁾が初めて導入された。その対象範囲は、施設内のレストランや調理場、ジムやプール、スパ施設等の宿泊施設内の各種設備やサービスに及んでいる。こうした観光分野におけるムスリム対応の取組は、ヨーロッパや東アジアの非ムスリム国家にも広がりつつある。観光産業におけるムスリムへの対応は、各事業者等が可能な範囲でムスリムの生活習慣や文化に配慮する際の基準を設けているという点で、ハラール性を担保するために、食品産業が取得するハラール認証とは異なる側面がある。

ムスリムフレンドリー観光は、農村観光との親和性が比較的高いと考えられる。ムスリム観光客は歴史や文化、食に関心が高いという調査結果があり（日本政府観光局，2016:3；地域計画建築研究所，2020:5-3～5-4）、自然環境を含めた多様な地域資源の活用

が可能な農山村地域では、ムスリム観光客のニーズに応える潜在能力がある。農山村地域におけるムスリムフレンドリー観光の活性化は、ムスリム以外の外国人観光客の受入れの素地となり得るだけでなく、ゴールデンルートへの観光客の過度な集中によって引き起こされるオーバーツーリズムの回避にも貢献するだろう。

ムスリムフレンドリー観光に関する研究は、Henderson（2016）によるレビュー論文からもわかるようにマレーシア、シンガポールのように、東南アジアの中でも民族が混住する地域に多く、先進事例の紹介やムスリム観光客のニーズ分析が進められている。他方で、我が国において、ムスリムフレンドリー観光の取組は始まったばかりであり、こうした取組を対象とした研究はほとんど行われていない。

以上を踏まえ、本稿では、日本の農山村におけるムスリムフレンドリー観光の先進的な事例を取り上げ、取組の背景や取組内容の特徴を比較し、その推進に向けた検討課題を考察する。具体的な事例対象地域には、石川県小松市、栃木県佐野市、岡山県岡山市・吉備中央町（以下、岡山地域とする）、熊本県人吉市である。

まず2. では、特にムスリムが多く含まれている東南アジアからの訪日外国人観光客数の推移を概観し、ムスリムフレンドリー観光に関する国の施策の動向と、都道府県によるムスリムフレンドリー観光に関する施策を概観する。その上で3. では、上記事例対象地域におけるムスリムフレンドリー観光の取組状況を五つの視点で整理する。最後に4. では各地域の事例を比較し、その特徴や今後の検討課題を考察する。

なお、本稿で取り上げた事例のうち佐野市を除く三事例の記述は、寺野ら（2021）を加筆修正したものである。佐野市については、2020～2021 年にかけてオンラインによる聞き取り調査を実施した。また、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大等は、我が国におけるインバウンドやムスリムフレンドリー観光の推進に大きな影響を与えているが、本稿ではパンデミック後の状況については取り上げていない。

2. 訪日観光客の推移とムスリムフレンドリー観光に関する施策

（1）訪日観光客数の推移

日本へのムスリム観光客はその多くを東南アジアからの旅行者が占めている。コロナ禍以前、訪日観光客数は521万人（2003年）から3,119万人（2018年）へ増加した。その中で、東南アジア諸国からの訪日観光客数は、近年、2013年の114万人から2019年には383万人に急増している（第6-1表）。

第6-1表 東南アジア諸国からの観光客数推移

(単位：人)

	2003 年	2005 年	2010 年	2013 年	2015 年	2019 年
タイ	80,022	120,238	214,881	453,462	796,731	1,318,977
シンガポール	76,896	94,161	180,960	189,280	308,783	492,252
マレーシア	65,369	78,173	114,519	176,521	305,447	501,592
インドネシア	64,637	58,974	80,632	136,797	205,083	412,779
フィリピン	137,584	139,572	77,377	108,351	268,361	613,114
ベトナム	17,094	22,138	41,862	84,469	185,395	495,051
東南アジア計	441,602	513,256	710,231	1,148,880	2,069,800	3,833,765

資料：日本政府観光局。

この背景の一つには、国による観光立国に向けた施策の展開があると考えられる。我が国においては 2003 年にビジット・ジャパン事業を開始し、観光庁を中心に外国人観光客の受入に対する環境整備に取り組んできた。具体的には、公共交通機関や観光地における多言語表示への対応、無線 LAN の普及等、観光インフラの整備である（観光庁、2020）。一方で、東南アジア諸国からの旅行者が増加した背景には、地方空港への LCC（格安航空会社）の就航開始や就航便数の増加⁽²⁾、東南アジア諸国を対象とした観光ビザ要件の大幅緩和といった直接的な要因のほか、ここ 10 年の円安という経済動向による間接的な影響もあると考えられる。

（２）国によるムスリム観光客誘致に関する取組

こうした状況下において、国はムスリム観光客の誘致と受入体制の整備に関する施策を展開している。まず観光庁では 2015 年に「訪日ムスリム外国人旅行者受入環境整備等促進事業」を開始し、食事や礼拝等の環境整備に加え、ムスリム観光客誘致に向けたプロモーション活動に取り組んでいる。加えて、同庁では『ムスリムおもてなしガイドブック』を発行し、飲食店や宿泊施設等のサービス提供者に、実際にムスリム観光客を受け入れる際の具体的な手順や準備内容を示している。

ムスリム観光客への対応は、農林水産省においても主に食の分野から進められている。同省では、ムスリムフレンドリー観光に先立ち、イスラム市場への食品輸出に関する事業が実施されてきた。その中でハラール食品に係る実態調査や、農林水産物や食品に対するハラール認証についての検討が重ねられている⁽³⁾。ムスリムフレンドリー観光については、2016 年に作成された『飲食事業者のためのインバウンド対応ガイドブック』に記述が見られ、実際にムスリム観光客を受け入れる飲食店や事業者を対象としたセミナーの開催等にも取り組んでいる。

（3）都道府県別ムスリムフレンドリー観光の推進状況

我が国においてムスリムフレンドリー観光の推進は、自治体や民間事業者等様々な組織や団体が主導している。その全体状況を把握することは容易ではないが、以下では、自治体のウェブサイトや新聞記事情報等から得られたデータを基に、さしあたり都道府県におけるムスリムフレンドリー観光の推進状況を把握した。

第6-2表 都道府県別ムスリムフレンドリー観光に取り組む担当部局

	担当部局名	分野					
		観光	商工	農林	企画	文化・交流	その他
北海道	・北海道観光振興機構地域支援事業部	1					
宮城	・宮城県食産業振興課		1				
秋田	・秋田県観光文化スポーツ部観光振興課	1					
山形	・山形県観光立県推進課						
栃木	・産業労働観光部国際課 経済・交流担当	1					
群馬	・企画部総合政策室				1		
埼玉	・埼玉県保健医療部 薬務課（化粧品開発）						1
東京	・東京都産業労働局観光部受入環境課	1					
神奈川	・神奈川県国際文化観光局 観光部国際観光課	1					
新潟	・新潟県観光局国際観光推進課 ・新潟県国際交流協会	1				1	
富山	・富山県観光・交通振興局 観光振興室	1					
山梨	・山梨県観光部国際観光交流課	1					
長野	・観光部観光誘客課国際観光推進室	1					
岐阜	・岐阜県商工労働部海外戦略推進課		1				
静岡	・静岡県経済産業部産業革新局マーケティング課 6次産業推進班		1				
愛知	・愛知県社会活動推進課多文化共生推進室多文化共生推進グループ ・愛知県国際観光コンベンション課	1				1	
三重	・三重県農林水産物・食品輸出促進協議会事務局 ・三重県農林水産部フードイノベーション課 ・三重県外国人観光客誘致促進協議会事務局 ・三重県雇用経済部国際戦略課	1		1		1	
滋賀	・滋賀県商工観光労働部商工政策課		1				
京都	・京都府農林水産部農政課 ・京都府農林水産部食の安心・安全推進課			1			
鳥取	・鳥取県交流人口拡大本部観光交流局観光戦略課 他	1					
広島	・広島県海外ビジネス課		1				
山口	・山口県観光政策課・観光プロジェクト推進室・インバウンド推進室	1					
高知	・公益財団法人 高知県国際交流協会（高知県国際交流課）					1	
熊本	・熊本県経済観光局観光交流部観光政策課	1					
宮崎	・宮崎県総合政策課				1		
沖縄	・沖縄県文化観光スポーツ部	1					
合計担当部署数（計26都道府県）		15	5	2	2	4	1

資料：各自治体のウェブサイト及び農業新聞等の情報を基に、筆者作成。

第 6-2 表では、都道府県別にムスリムフレンドリー観光を推進する担当部局を示している。これによると、2020 年現在、北海道から九州・沖縄まで 26 の都道府県が何らかの形でムスリムフレンドリー観光に取り組んでいる。また、その担当部局は観光分野を中心に、商工や文化・交流、農林、企画等にわたっている。

(4) 事例対象地域と分析項目

本稿では、農村観光としてムスリムフレンドリー対応を進める地域の事例を取り上げる。具体的な事例対象地域は、石川県小松市、栃木県佐野市、岡山県岡山市・真庭市・吉備中央町（岡山地域）、熊本県人吉市の 4 地域である。これらの地域では、ムスリムフレンドリー観光に関する取組を始めた経緯や背景、具体的な取組内容は様々であるが、食や農泊など、農山村の地域資源を再編し、ムスリム観光客に提供していることに共通点が見られる。

以下では、ムスリムフレンドリー観光の取組状況を把握するため、①取組の背景及び経緯、②ムスリムフレンドリー認証及びガイドライン、③人材育成、④観光客への発信情報、⑤取組を主導する組織・団体の点から各事例を整理する。具体的には、①については、ムスリムフレンドリー観光に関する取組の位置づけや事業開始までの経緯を概観する。②については、自治体や事業者が共有するムスリム観光客を受け入れる際のガイドラインや認証制度について紹介する。③については、自治体や事業者が開催するセミナーや勉強会の開催状況を把握する。④については、ムスリム観光客に向けた情報発信の取組を把握する。⑤については、ムスリムフレンドリー観光を主導する組織や団体とその役割を記述する。

3. 事例対象地域におけるムスリムフレンドリー観光の現状

(1) 農林水産振興として開始されたムスリムフレンドリー観光の取組：

石川県小松市

1) 取組の背景及び経緯

石川県小松市は 2011 年に「国際都市こまつ」を掲げた「NEXT10 年ビジョン」を打ち出している。その主要な柱は、国際化、交通インフラの整備、農林水産業の振興である。まず国際化という点では、小松市には製造業関連企業が集積しており、小松製作所を中心にこれまでも海外からの研修生を数多く受け入れてきた経験がある。そうした地域性を踏まえ、小松市では、2018 年の公立小松大学開学（国際文化交流学部創設）や 2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催をさらなる国際化の契機と捉えてきた。また、交通インフラの整備という点では、空路、陸路双方での整備が進んでいる。小松空港では、旅客便に国内線 6 路線及び国際線 4 路線が定期便として加わり、2024 年には北陸新幹線小松駅の開業が目指されている。小松市では農林水産業の振興にも力を入れている。特に、同市は、2011 年に民間団体である環境大国認定委員会（大阪市）が選ぶ「環境王国」に北

陸地方で初めて認定されたことを契機として、自然環境の保護を図りつつ、農産物のブランド化や6次産業化の取組に力を注いでいる。

同市におけるムスリムフレンドリー観光の取組「ムスリムフレンドリーKOMATSU」⁽⁴⁾は、「環境王国」の取組の一環として2016年7月に農林水産課で開始された。同課では、豊富な農林水産資源が多様な宗教や食習慣を背景とした観光客のニーズに対応可能であると考えている。国際色豊かな地域性はムスリム対応との親和性が高く、空路・陸路双方における交通インフラの整備は、インバウンド誘致に大きく貢献するという期待もある。

2) ムスリムフレンドリー認証及びガイドライン

小松市では、食事や礼拝、飲食店におけるサービス内容をまとめた『ムスリムフレンドリーKOMATSU おもてなしガイド』を作成している。これは、2015年に観光庁が発行し、2018年に改訂した増補版『ムスリムおもてなしガイドブック』に準拠したものである。同ガイドラインは、「ムスリムの習慣」、「食事」、「礼拝」等から構成され、その中で、飲食店のメニューや使用されている食材の英語表記、調理方法に関する情報開示を呼び掛けている。

ムスリムフレンドリー認証については、「ムスリムフレンドリーKOMATSU 宣言書」が用いられている。これは小松市が独自に定めたチェック項目のうち、各事業者が店舗や施設で基準に達した項目についてピクトグラムを用いて情報開示するものである。実施を希望する事業者は対応可能な事項を市に提出し、市は専門家とともに現地確認を行い、宣言書を代行作成する。作成された宣言書は事業者配布されるとともに、市ウェブサイトでも公表される。チェック項目は最大で11に及ぶ。現在、市内8か所の飲食店と公共施設（こまつ芸術劇場うらら）の計9か所が宣言店として指定されている。以上のように小松市では、既存の認証制度ではなく、市が定める独自項目への対応情報を公表する形で、ムスリムフレンドリー対応の質を担保している。

なお小松市では、このほかに、外国人観光客の利便性を高める取組として、飲食店でのクレジットカード決済の導入を促進している。

3) 人材育成

同市においてムスリムフレンドリー観光を担う人材育成は、「おもてなしセミナー」という講習会形式で実施されている。初回は2016年11月で、これまで計3回実施された。各回の概要は次のとおりである。

第1回目：ムスリムの基本知識・旅行傾向について

第2回目：イスラム教で禁止されている食材、情報開示方法

第3回目：ムスリム留学生を招いた試食会

日本の観光・食品産業や食の多様化を得意とするコンサルティング会社から講師を招いた初回のセミナーには、市内の飲食店経営者や従業員約60名が参加した。イスラム教で禁止されている食材や、情報開示をテーマとした2回目のセミナーには、商工会議

所等から約 40 名の参加が見られた。第 3 回には金沢大学の留学生 10 数名を招いて試食会が開催された。

4) 観光客への発信情報

現在、小松市役所のウェブサイトには、市内の飲食店 8 店舗と小松市が管理運営する「こまつ芸術劇場うらら」の礼拝スペースが掲載されている。ウェブサイト上では、各施設についての基本情報（名称、連絡先、ウェブサイトのリンク等）とともに、ムスリム対応の具体的な取組内容を示す「宣言書」が公表されている。飲食店には、日本料理店やイタリアンレストラン、蕎麦やうどんを提供する食堂のほかに、ベジタリアンやヴィーガン向けのメニューを提供しているカフェ等も含まれている。こうした活動は小松市のウェブサイトだけでなく、イスラム市場に関する情報サイトにも掲載され発信されている。

5) 取組を主導する組織と飲食店での取組事例

小松市では農林水産課が「ムスリムフレンドリーKOMATSU」に関する取組を主導している。以下では、「宣言店」のうち二つの飲食店での取組を紹介する。

最初に、「小松うどん道場つるっと」は、JR 小松駅の高架下でうどんや郷土料理を提供する飲食店である。同店は、2018 年 2 月に宣言書を掲げ、「ムスリムフレンドリー KOMATSU」に参加した。具体的な取組としては、店内でのメニュー標記に英語とアラビア語を用いていること、調理の際に出汁の取り方を工夫していること（イスラム教で禁忌とされている豚肉を厨房に持ち込まない、みりんの不使用を徹底する）等が挙げられる。もっとも同店では、宣言書を掲げる以前から、客の要望を受けて調理方法を変更する経験は少なくなかった。その点では、ムスリム、非ムスリムを問わずできる限り個別の要望にも応えるという基本的な姿勢は一貫している。



第 6-1 図 小松市ムスリムフレンドリー宣言書

次に、自家製麺を使用したラーメンや餃子を店内で提供及び持ち帰り商品として販売する「よっしー製作所」は、2006年に開業した。同店は、当初から素材や味付けにこだわり、多様なニーズに応えたいとムスリムだけでなく、ベジタリアンやヴィーガン向けのメニューを開発してきた。特に、ムスリムについては、戒律に最も厳格な層に対応できるように基準を設定している。「ムスリムフレンドリーKOMATSU」には2018年2月に参加した。市の事業によってムスリムフレンドリーという概念を初めて知った店主は、自ら宣言店として手を挙げた。宣言書の記載内容について、例えば、当店では使い捨て容器を使用し、アルコールを提供した食器を使わず飲食ができると書かれている（第6-1図）。これは、一度でもアルコール飲料を提供したグラスを使用することを^{けんえん}倦厭するムスリムの規範に配慮したものである。

（2）スポーツを核としたムスリムフレンドリー観光の推進：栃木県佐野市

1）取組の背景及び経緯

栃木県佐野市では「両毛ムスリムインバウンド推進協議会」が中心となって、ムスリムフレンドリー観光に取り組んでいる。同協議会は2015年11月に佐野市を含む両毛地区で、ムスリムフレンドリー観光に関わる民間事業者によって設立された。2021年の調査時には18団体が加盟している。2016年、佐野市の「訪日ムスリムインバウンド推進事業～Muslim Welcome Town SANO～」が地方創生加速化交付金事業に採択され、2020年まで交付されていた。佐野市、両毛ムスリムインバウンド推進協議会、ジャパンハラルツアー（日本及びインドネシアでインバウンド事業や訪日外国人向けのプロモーション事業を実施するJ HTC JAPAN 株式会社の子会社）でムスリムフレンドリー観光の推進に関する覚書を締結した。

佐野市においてムスリムフレンドリー観光は、スポーツ振興を通じたまちづくりとしての延長線上に展開している。日本クリケット協会本部・国際規格のクリケット場がある佐野市では、クリケットを積極的に誘致しており、「クリケットのまち佐野市」をスローガンに、クリケット場の整備や国内外での大会の誘致、イベント開催等を行ってきた。クリケットは特に南アジアでの競技人口が多く、ムスリムからの人気も高いスポーツである。そのため、全国大会や国際大会には国内外のムスリムが佐野市に集い、周辺の飲食店等では必然的にムスリムへの対応が求められていた。こうした経験が、後述のような佐野市における飲食店を中心としたムスリムフレンドリー観光推進の基盤となっている。

2）ムスリムフレンドリー認証及びガイドライン

佐野市ではムスリムフレンドリーに関するガイドラインや認証制度は設けていない。ただし、後述の観光ガイドブック（「ムスリム向け観光ガイド佐野マップ」）の一部には、ムスリム観光客に向けた情報が発信されている。

3) 人材育成

佐野市では、人材育成に関する取組として、フォーマルな勉強会とインフォーマルな情報共有が見られる。前者については、佐野市が飲食事業者を対象とした料理教室や、市職員がムスリムの食や習慣、文化に関する知識を得るための勉強会を開催している。後者については、地域おこし協力隊の活動を通じた関係者への知識や経験の共有が当てはまる。2020年に採用された地域おこし協力隊は、YoutubeやSNSを活用して佐野市のインバウンド誘致に関する取組を積極的に発信している。

4) 観光客への発信情報

ムスリム観光客に向けた情報発信は、佐野市、両毛ムスリムインバウンド推進協議会、地域おこし協力隊等により行われている。まず佐野市では、市役所ウェブサイト「ムスリム佐野観光 PR 動画(PR video of Sano City for Muslim)」を掲載し、都心から佐野までのアクセスや市内の観光スポットを紹介している。このほかに、観光立市推進課の SNS (Twitter・facebook) や Youtube を通して、観光情報が定期的に発信される。両毛ムスリムインバウンド協議会では両毛地域の観光スポットや飲食店、土産物屋等を英語表記で紹介する「ムスリム向け観光ガイド佐野マップ」を作成・配布している。その中には、モスクや礼拝所に関する情報も記載されている。このほかに、前出の地域おこし協力隊は、Youtubeや各種 SNS を通じて、観光客に向けた情報発信も行っている。市の観光コンテンツやクリケットを中心とした関連イベントの様子等、ライブ感のある動画が発信されている。

5) 取組を主導する組織・団体

佐野市においてムスリムフレンドリー観光は行政主導ではなく、佐野市街地にある飲食店が中心となって開始された。その中心メンバーは、ラーメン店「日光軒」の経営者で、両毛ムスリムインバウンド推進協議会の会長でもある五箇大成氏である。同氏は 10 年以上前からムスリム向けのラーメンや餃子を提供しており、現在は 1 日に 150 人以上の外国人客が来店している。同氏の活動は自身の飲食店経営にとどまらない。佐野市在住のムスリムやその他外国人居住者への生活支援や、地元住民との交流活動などを主導してきた。こうした活動の経験や蓄積が両毛ムスリムインバウンド推進協議会の発足につながった。

他方、行政の立場からムスリムフレンドリー観光を推進しているのは佐野市観光立市推進課である。具体的な事業内容は、第一に、佐野市では、ムスリム観光客の新規開拓のため、インドネシアから現地旅行事業者やメディア、インフルエンサー等を誘致するファミトリップを計画・実施している。第二に、前述のとおり、佐野市では 2020 年にインバウンドの誘致や両毛ムスリムインバウンド推進協議会の活動支援を任務とする地域おこし協力隊員 1 名を初めて採用した⁽⁵⁾。第三に、佐野市では、同じく前述のとおり、ムスリムフレンドリー観光に取り組む人材を育成するための勉強会を開催している。第四に、同じく前述のとおり、観光客に向けた情報発信を行っている。

（3）ヘルスツーリズムとして開始されたムスリムフレンドリー観光の取組：

岡山県岡山市・真庭市・吉備中央町

1）取組の背景及び経緯

岡山県では岡山市とその近隣の真庭市及び吉備中央町との広域連携により、ムスリムフレンドリー観光を推進している。岡山県は中四国地方の他県に比べ、外国人宿泊者数が少なく、その誘致が課題となっていた。その際、ターゲットとなったのがムスリム観光客であった。岡山県の外国人観光客に占めるムスリムの割合は1%強に過ぎず、受入体制の整備が不十分であった。そのため、同地域では他地域に先行し、ムスリム観光客の誘致やそれに向けた統一的な対応を図ることが、インバウンドの活性化策として期待されたのであった。

同地域において、ムスリムフレンドリー観光の取組を主導しているのは、2市1町の旅行者、飲食店業者、研究機関等を構成員とする「岡山型ヘルスツーリズム連携協議会」である。同協議会は、2016年8月に地域再生法による地域再生計画「岡山型国際対応ヘルスツーリズム拠点化促進プロジェクト」の認定を契機として発足した。岡山型ヘルスツーリズムは、「『健やかに楽しむ』をテーマに、どんな国籍のお客様にも岡山を楽しんでいただくためのプロジェクトとして、「郷土文化や健康志向をテーマにした体験メニュー」を取り入れたツーリズムの構築や、2市1町における受入体制の整備を目指す取組である⁶⁾。具体的な取組内容は、ムスリムフレンドリー観光に取り組む事業者向けに対応のポイントをまとめた「おもてなしハンドブック」の作成及び配布、旅行者向けの観光ガイドブックやパンフレットの作成及び配布、宿泊事業者を対象とした研修会の開催、インバウンドツアーの企画、現地旅行事業者を招いたファムトリップの開催、マレーシアやインドネシアで開催される旅行博や商談会への参加（各国年1～3回程度）等、多岐に及んでいる。

2）ムスリムフレンドリー認証及びガイドライン

岡山型ヘルスツーリズム連携協議会では、ハラール認証を行う認証団体の監修を受け、「ピーチマーク」によるムスリムフレンドリー認証制度を独自に創設している。ピーチマークの認証基準は2段階に分けられており、英語メニューや豚肉や豚由来の成分を含まない食品を提供している場合には「ピーチマークⅠ」に、さらにノンアルコールやハラール認証肉を使用したメニューを提供している場合には「ピーチマークⅡ」が与えられる（第6-3表）。ピーチマークの取得を希望する飲食店や観光事業者は、申請書を作成し協議会事務局に提出する。事務局の訪問監査と協議会での承認を経て、ピーチマークの認定に至る。2020年4月の時点で、「ピーチマークⅠ」は計45の事業者が、「ピーチマークⅡ」は12の事業者がそれぞれ認定されている。ピーチマークは、ムスリムが避けるべきものを視覚的に判断することができるように、県の特産物である桃のイラストをロゴマークとしている。

3) 人材育成

岡山型ヘルスツーリズム連携協議会では、訪日観光客を現地案内するためのツアーアシスタントの登録制度を設けている。登録者には、英語力のある主婦や通訳を本職とする者がおり、ムスリムフレンドリー観光について学ぶ研修を受講することになっている。

4) 観光客への発信情報

岡山型ヘルスツーリズム連携協議会のウェブサイト（OKAYAMA Health TOURISM）では、2市1町の観光情報を「ACTIVITY」「FOOD」「STAY」「SOUVENIR」に分け掲載している。またウェブサイトには“MUSLIM FRIENDLY TRAVEL TOURIST GUIDEBOOK2021”と称する観光ガイドブックが掲載されており、ダウンロードすることができる。ガイドブックは28ページにわたり、各地域での観光情報やモスクや礼拝スペースの案内等が掲載されている。特に観光情報の大半には、ムスリムによる実際の体験談が写真付きで掲載されている点に特長が見られる。このほかに、岡山型ヘルスツーリズム連携協議会では、留学生を対象にモニターツアーを実施し、体験談をSNSで発信する取組も行っている。

第6-3表 岡山型ヘルスツーリズム連携協議会によるピーチマーク認証の概要

	認証基準	認証事業者数 (2020年4月現在)	ロゴ（ピーチマーク）
ピーチマークⅠ	- 英語メニューの提供 - 豚肉や豚由来の成分を含まない食品の提供	宿泊施設 14 飲食店 28 製造業 3	
ピーチマークⅡ	- ノンアルコールの提供 - ハラール認証肉を使用したメニューの提供	宿泊施設 1 飲食店 1 製造業 10	

資料：Okayama Health Tourism（URL: <https://okayamahealthtourism.com/>）。

5) 取組を主導する組織・団体

前述のとおり、同地域の広域連携において中心的な役割を果たしているのは、「岡山型ヘルスツーリズム連携協議会」である。岡山市が事務局を運営し、2019年3月末現在、飲食や宿泊事業者等、42団体で構成されている。

3市町のうち吉備中央町では、「吉備中央町農家民宿推進協議会」を設立し、農家民宿を中心としたムスリムフレンドリー観光に取り組んでいる。町内には2021年2月現在、

10 軒の農家民宿が営業している。各民宿ではムスリム観光客の受入に際し、ムスリム向けの食材や調味料、礼拝マット、コンパス等を準備する。受入人数及び期間は一回当たり4名前後を上限に、最長2週間を目途とし、食事の準備はムスリム旅行者も一緒に行うこととしている。一方で、宿泊客の予約や問合せには、吉備中央町協働推進課が窓口となり対応する。

このうち開業2年目の農家民宿Aでは、年間の宿泊者数が2018年の年間50～60人程度から、2019年の120人に倍増した。背景には、吉備中央町農家民宿推進協議会からのムスリムや台湾からの観光客のあっせんがあった。現在では、宿泊者の半数近くを外国人観光客が占めている。農家民宿Aでは以前から弁当の製造・販売業を営んでいる。農家民宿でのムスリムへの対応においては、アレルギーの有無や客層に応じて、食材の調達や選定に配慮してきた、これまでの経験が生かされている。

（4）農村ツーリズムとしてのムスリムフレンドリー観光の推進：熊本県人吉市

1）取組の背景及び経緯

熊本県人吉市では、2015年に「人吉ハラール促進区実現のためのハラール“おもてなし”構築事業」が開始された。同事業は、地域再生計画法に基づく再生計画に位置づけられ、市が主導してムスリムを含めた東南アジアからの観光客誘致に取り組んできた。その中で同市は、地域活性化のためのプラットフォーム構築に貢献する好事例として、市内でハラール認証を取得した牛肉を製造・販売する「ゼンカイミート株式会社」等とともに、内閣府によって選定されている。

同市におけるムスリムフレンドリー観光に関する取組は、2012年の内閣府補助事業「人吉市特定地域再生事業『地域起点型アジア市場の研究プロジェクト』」に端を発するものである。同事業において人吉市は、企画政策部企画課が中心となって、「ハラール促進区」の構築を目指し、ハラール市場の動向や、国内に在住するムスリムを対象とした調査研究を実施した。しかし、その後の市政転換により、その構想に大きな前進は見られない。とはいえ、自治体を中心となったこうした試みは全国でも珍しく、同市においてムスリムフレンドリー観光が展開する原動力となった。

2）ムスリムフレンドリー認証及びガイドライン

人吉市では2015年に、市が中心となって「人吉市流ムスリムフレンドリー“おもてなし”ハンドブック」（第6-2図）を作成した。ここでは、ムスリムに関する基礎知識や、ムスリムを迎えるに当たって配慮すべきことが「食」、「礼拝」、「習慣・マナー」に分け記述されている。人吉市では、ムスリムフレンドリーに関する認証制度やガイドラインは設けられておらず、同ハンドブックは各事業者の取組に際し、最低限の基準を示すものとなっている。



第 6-2 図 「人吉市流ムスリムフレンドリー “おもてなし” ハンドブック」

3) 人材育成

人吉市では取組が開始された 2015 年当初、市が中心となってムスリムやその食習慣を理解するための勉強会が開催されていた。現在はムスリムフレンドリー観光に従事する農泊事業者による自主的な勉強会や情報交換会が毎月開催されている。その中心は、自身も農家民宿や農家レストランを経営し、後述する「一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム」代表の本田節氏である。勉強会のテーマは、イスラム文化やハラールについての基礎知識から外国語会話（英語及びマレー語等）、郷土料理に関する学習等多岐にわたる。本田氏は、在住ムスリムにも協力を求めている。例えば団体客を受け入れる際には、事前に地元国立大学の留学生を講師に招き、農泊事業者や地域の通訳ボランティアが日常会話や食文化について学習する場を設ける。ここで学んだ農泊事業者通訳ボランティアがツアーガイドの役割を担っている。

4) 観光客への発信情報

観光客に対する情報発信についても、「一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム」が中心的な役割を担っている。多言語対応のパンフレットの作成・配布や、Facebook 等 SNS を通じた情報発信が積極的に行われている。代表の本田氏はメディアを通じた広報活動や書籍の出版を通じた普及活動にも熱心に取り組んでいる。

5) 取組を主導する組織・団体

上述のとおり、人吉市では、事業開始当初は市がムスリムフレンドリー観光の推進において主導的な役割を担っていた。その後、徐々に現在のような民間事業者に主導権が移行していった。その中でも農泊事業において中心的な役割を担っているのは、「一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム」（以下、ひとくまツーリズム）である。ひとくまツーリズムは、2019 年に前身の「人吉球磨グリーンツーリズム推進協議会」（2007 年設立）が法人

化したもので、地域活性化を目的として農村観光に取り組んでいる。同法人は法人化を契機に、行政主導の運営方法から転換し、現在は 20 名の農泊実施者やその他協力者によって誘客や研修事業を実施している。

ひとくまツーリズムの代表を務める本田節氏は、人吉市で農家レストラン「郷土の家庭料理 ひまわり亭」を経営し、九州の農山漁村で持続可能なツーリズムによる地域づくりや、国内外の観光客の誘致に取り組む「一般社団法人ムラたび九州」の代表も務める、九州地方における農村ツーリズムを牽引する存在である。

人吉球磨地域（人吉市を含む 10 市町村）⁽⁷⁾では、これまでも広域で農泊事業に取り組んできた。近年、農泊を実施する世帯はピーク時の 33 世帯から 20 世帯に減少している。一方で、ひとくまツーリズム（当時の人吉球磨グリーンツーリズム推進協議会）では、10 年ほど前から外国観光客の個人旅行や団体旅行を積極的に受け入れてきた。ムスリムの受入れは、2019 年に（株）農協観光と共同で実施した、東南アジアからの観光客を対象とした 2 度のモニターツアーが最初であった。プログラムには泊食分離の形態が採用され（各世帯での宿泊及び朝食を除く）、タケノコ掘りや夕食作り等は、代表の本田氏が古民家を改修し整備した宿泊型交流施設「食・農・人総合研究所リュウキンカの郷」で行われた。ひとくまツーリズムでは、今後も、これまでの外国人観光客の受入れで培った知識や経験を活かし、ムスリム観光客を積極的に受け入れていきたいと考えている。

4. 考察

（1）事例対象地域における取組内容の比較

これまでムスリムフレンドリー観光を推進している農山村地域での先進的な事例を取り上げ、そこでの取組内容を①取組の背景・経緯、②ムスリムフレンドリー認証・ガイドライン、③人材育成、④観光客への発信情報、⑤取組を主導する組織・団体の各点から把握した。第 6-4 表は、それらを改めて整理したものである。以下では、最初に各地域の取組内容を比較しながら、それぞれの特徴を明らかにし、その上で、今後、各地域においてムスリムフレンドリー観光を更に普及するための課題を検討する。

1) 取組の目的・経緯

事例対象地域において、ムスリムフレンドリー観光に関する取組はインバウンドの推進やそれを通じた地域振興が目指されている点で共通していた。また取組の開始時期は、人吉市を除き、いずれも 2015～2016 年頃で、観光庁がムスリムフレンドリー観光に関する事業を開始した時期と対応している。小松市を除く 3 地域では、国の地方創生に係る事業の活用が見られた。

第 6-4 表 各地域におけるムスリムフレンドリー観光の取組状況

		石川県小松市	栃木県佐野市	岡山県岡山市・真庭市・吉備中央町	熊本県人吉市
取組の目的・経緯		国際化，農林水産振興（農産物のブランド化，6次産業化） ・2011年「国際都市こまつ」 ・2011年「環境王国」認定 ・2015年「ムスリムフレンドリーKOMATSU」 ・2018年，公立小松大学国際文化交流学部創設	インバウンド推進，スポーツによるまちづくり ・2015年「両毛ムスリムインバウンド推進協議会」発足 ・2016年，地方創生加速化交付金事業「訪日ムスリムインバウンド推進事業」 ・2020年，地域おこし協力隊採用（インバウンド推進担当）	ヘルスツーリズムによるインバウンド推進 ・2016年「岡山型ヘルスツーリズム連携協議会」発足 ・2016年，地域再生計画「岡山型国際対応ヘルスツーリズム拠点化促進プロジェクト」	ハラル促進区の実現，農村ツーリズムとして ・2012年「人吉市特定地域再生事業」 ・「人吉ハラル促進区実現のためのハラル“おもてなし”構築事業」 ・2015年「地域資源を活かした人吉ハラル促進区を実現するための地域再生計画」 ・2019年，一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム設立
ムスリムフレンドリー認証・ガイドライン		『おもてなしガイド』の作成，ムスリムフレンドリー宣言店の認定	—	『おもてなしハンドブック』の作成，ピーチマークによる認証	『おもてなしハンドブック』の作成
人材育成	研修会開催	「おもてなしセミナー」（小松市）	飲食店を対象とした料理教室（佐野市）	ツアーアシスタントを対象とした研修会（岡山型ヘルスツーリズム連携協議会）	勉強会（人吉市，一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム）
	専門家・外部講師招へい	コンサルティング会社	—	ムスリムフレンドリー認証団体	地元大学の留学生
	手引き作成	『おもてなしガイド』	—	『おもてなしハンドブック』	『おもてなしハンドブック』
	ツアーアシスタント養成	—	地域おこし協力隊の採用	ツアーアシスタント登録制度	農泊事業者や通訳ボランティアの養成
観光客への情報発信	観光ガイドの作成・配布	ウェブサイトで宣言店紹介（小松市）	ウェブサイトにもスリム向け観光ガイドマップを掲載（両毛ムスリムインバウンド推進協議会）	ウェブサイトにもガイドブックを掲載（岡山型ヘルスツーリズム連携協議会）	ウェブサイト（一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム）
	SNS 等での情報発信	情報サイト（Salam Groovy Japan）	観光 PR 動画，Twitter, Facebook（佐野市）	留学生を対象としたモニターツアー	ウェブサイト（一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム）
	多言語対応	あり	あり	あり	あり
取組を主導する組織・団体		行政（小松市農林水産課）	民間事業者による協議会（両毛ムスリムインバウンド推進協議会）	行政・民間事業者による協議会（岡山型ヘルスツーリズム連携協議会）	民間事業者による法人組織（一般社団法人隠れ里ひとくまツーリズム）

資料：筆者作成。

注：「—」は該当なしを示す。

取組を開始した経緯や、ムスリムフレンドリー観光に関する事業の位置づけは地域によって様々であった。事例対象地域のうち小松市では、唯一、ムスリムフレンドリー観光に関する取組が農林水産業の振興策として位置づけられていた。小松市では、食のブランド化や6次産業化等の農林水産業の振興とともに国際化が市の長期計画の柱とされている。ムスリムフレンドリー観光の推進は、こうした市の長期計画を基盤に、両者にまたがる取組として展開している。佐野市及び岡山地域は、インバウンド推進の一環として、特にムスリム観光客の誘致に注力する地域である。このうち佐野市は、それ以前からクリケットの大会やイベントを通して国内外からムスリムが来訪し、飲食店等ではムスリムフレンドリー取組が求められ、独自に対応してきた。佐野市がインバウンド事業においてムスリムに着目した理由は、こうした流れを受けたものである。他方、岡山地域においては、近隣観光地との差別化の手段としてムスリム観光客の誘致が開始された。その際、これら取組を推進する際の枠組みとして用いられたのが、多様な国籍、健康志向、郷土文化等をキーワードとする「ヘルスツーリズム」であった。人吉市は、4地域の中で最も早くムスリムフレンドリー観光の取組を開始した。人吉市の「ハラール促進区」構想は、誘客やプロモーション等の観光振興にとどまらず、雇用の創出や人口還流を企図するものであった。その後の市政転換によって、当初の目的は必ずしも達成されていないが、農村ツーリズムに取り組む事業者において、ムスリムフレンドリー観光の取組が着実に広がっている。

2) ムスリムフレンドリー認証・ガイドライン

事例対象地域において、ムスリムフレンドリーの認証やガイドラインに関しては4通りの対応が見られた。第一は、基準を独自に設定した認証制度を設けている地域で、岡山地域がこれに当たる。同地域では、岡山型ヘルスツーリズム連携協議会がムスリムフレンドリーに関する二段階の基準を設定し、それを満たした事業者にピーチマークを付与している。第二は、認証制度は設けていないが、事業者が開示したムスリムフレンドリーに関する取組を自治体が認定する地域で、小松市の「ムスリムフレンドリー宣言店」認定の取組がこれに当たる。第三は、自治体や協議会がムスリム観光客への対応マニュアルを作成・公表し、それが事実上ムスリムフレンドリーに取り組む際の一定の基準として機能している地域である。名称は『おもてなしガイド』（小松市）、『おもてなしハンドブック』（岡山型ヘルスツーリズム連携協議会）、『おもてなしハンドブック』（人吉市）と様々であるが、その内容はいずれも観光庁の『ムスリムおもてなしガイドブック』に依拠している。ここで示されている情報は、ムスリムフレンドリー観光に取り組む関係者間で共有されている。第四は、ムスリムフレンドリー認証やガイドラインに関する取組が特段行われていない地域で、佐野市がこれに当たる。

4地域ではいずれも、外部の認証団体が基準を定めた認証制度の導入は見られず、既存の認証取得にはこだわらないムスリムフレンドリー観光のあり方が模索されている。その際、重要な役割を果たしているのが在住ムスリムや観光客との直接的なコミュニケーションの経験であった。

3) 人材育成

人材育成に関する取組は、研修会の開催、専門家や外部講師の招へい、手引きの作成、ツアーアシスタントの養成に大きく分けられる。このうち研修会については、いずれの地域においても各地域で取組を主導する組織が中心となって取り組まれている。その際、佐野市を除く3地域では、ムスリムフレンドリーに詳しいコンサルティング会社の社員や、地元大学に通う留学生ムスリムに講師を依頼している。また認証制度を創設する際にムスリムフレンドリーの認証団体から助言を得ている地域も見られる（岡山地域）。

4) 観光客への情報発信

ムスリム観光客への情報発信については、観光ガイドの作成・配布、SNS等での情報発信が取組の中心であった。いずれの地域においても多言語対応が進んでいる。このうちSNSでの情報発信においては、留学生や地域おこし協力隊等の人材が活用されている。

5) 取組を主導する組織・団体

各地域において取組を主導する組織や団体は、大きく3タイプに分けられる。具体的には、①自治体が取組を主導している地域（小松市）、②民間事業者による協議会や法人組織が取組を主導している地域（佐野市、人吉市）、③官民一体型の組織が取組を主導している地域（岡山地域）である。①の自治体主導の地域では、ムスリムに対応する事業者や情報のとりまとめ、人材育成、情報発信等が自治体主導で行われ、事業者は自治体と直接コンタクトを取る形で取組に参加している。事業者は個別にムスリムフレンドリー観光に取り組み、事業者が連携した取組は見られない。②の民間事業者主導の地域では、ムスリムフレンドリー観光に関する事業の開始当初こそ自治体が取組を主導するものの、その後は民間事業者を構成員とする協議会や法人組織に取組の主導権が移行している。これら組織ではいずれも、地域リーダーによる強力なリーダーシップの発揮が見られた。③の官民一体型の組織が取組を主導している地域では、複数の自治体から、飲食店や農泊事業者等の異なる分野の事業者が参加している。協議会ではムスリムフレンドリーに関する独自の認証基準を設け、それを共有する構成員はゆるやかなネットワークを構築していた。

(2) 今後の検討課題

以上の事例分析の結果を踏まえ、最後に、我が国の農山村においてムスリムフレンドリー観光を普及・推進するために検討すべき課題を三点にまとめる。

第一は、地域に応じた行政と民間事業者との役割分担に関する検討である。本稿の事例分析から、ムスリムフレンドリー観光の取組を主導する組織や団体は地域によって異なっていた⁽⁸⁾。一方で、(1)の5)で指摘した三つのタイプのいずれの地域においても、ムスリムフレンドリー観光の推進において行政の関与が不可欠であった。各地域では、自治体と民間事業者がそれぞれムスリムフレンドリー認証やガイドラインの策定、人材育成や情報発信に関する取組の一部を分担、共有しながら、ムスリムフレンドリー観光を推進

していた。本稿では詳細に分析できなかったが、両者の具体的な役割分担やその中で行政に求められる役割は、地域の条件やそれによって生じる課題等に応じて様々であると考えられる。例えば、タイプ②の民間事業者が取組を主導する地域では、地域リーダーの強力なリーダーシップのもと取組が実施され、その中で行政は後方から取組を支援している。こうした地域では、一般に取組が地域リーダーの有する社会関係資本に左右される傾向が見られる。他方、タイプ①の行政主導の地域では、今後、事業者が個別に蓄積してきた経験やそれに基づき形成された理念を、参加者間で共有していくことが、取組のさらなる普及に不可欠であろう。

第二は、我が国のムスリムフレンドリー観光に関するニーズ分析である。事例対象地域において、ムスリムフレンドリー観光は、例えばクリケット（佐野市）やヘルスツーリズム（岡山地域）といった様々な地域資源との結びつきが、宣伝・普及されていた。これらはどのようなメディアを媒介し、どのように潜在的なムスリム観光客の掘り起こしにつながっているのか。そこには、ムスリムが有する我が国の農山村に対する期待とどのような一致あるいはズレが見られるのか。ムスリムフレンドリー観光を取り巻く、メディアや言説、地域資源等との視点で、ムスリムフレンドリー観光に関するニーズ調査・分析が求められる。

第三は、ムスリムフレンドリー観光の推進における、ムスリムへの配慮やハラール性の担保に関する検討である。本稿の事例対象地域においては、人吉市や佐野市を除き、ムスリムフレンドリーの基準を示すためのガイドラインや認証が何らかの形で示されていた。他方で、既存のハラール認証制度の利用はいずれの地域においても見られなかった。我が国の農山村においては、現状では完全なハラール対応は難しく、過渡的な対応と捉えることができる。今後、農山村においてムスリムフレンドリー観光を更に普及拡大していくためには、どの程度、どのようにハラール性を担保する必要があるのか。この点については、地域の状況やムスリムのニーズに合わせて、更に検討する必要がある。

注（1）MS(マレーシア規格)を管理する SIRIM QAS (SIRIM QAS International Sdn. Bhd.)。

（2）国土交通省「我が国における LCC の参入促進」(https://www.mlit.go.jp/koku/koku_tk1_000025.html) 最終アクセス 2020 年 8 月 15 日)、外務省 (2020)「最近のビザ緩和（一般旅券所持者）」。

（3）農林水産省 (2018)「平成 30 年度輸出環境整備推進委託事業のうちハラール支援事業報告書」(<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/index.html>) (2020 年 8 月 15 日参照)。

（4）小松市 (2018)「ムスリムフレンドリーKOMATSU」
<https://www.city.komatsu.lg.jp/soshiki/nourinsuisan/kankyoubukokukomatsu/3468.html> (2020 年 8 月 15 日参照)。

（5）2021 年 3 月に退任予定。

（6）岡山型ヘルスツーリズム協議会“OKAYAMA Health TOURISM”
<http://okayamahealthtourism.com/ja/about-us/> (2021 年 3 月 8 日参照)。

（7）人吉球磨地域の 10 市町村とは、西エリアの山江村、球磨村、人吉市、中央エリアの五木村、相良村、あさぎり町、錦町、東エリアの水上村、湯前町、多良木町を指す。

(8) 地理的条件とムスリムフレンドリー観光の取組状況との関係については、寺野ら (2021) において検討した。

[参考文献]

- 阿良田麻里子 (2020) 「食のハラールとムスリム対応認証制度について」『日本調理科学会誌』 53(6):415-422.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/cookeryscience/53/6/53_415/_pdf (2022 年 3 月 11 日参照)。
- Battour, M. (2018) Muslim Travel Behavior in Halal Tourism. *Mobilities. Tourism and Travel Behavior-Contexts and Boundaries*.
doi:10.5772/intechopen.70370.
- 地域計画建築研究所 (2020) 「大阪府観光政策立案に係る調査・研究業務報告書」,
https://www.pref.osaka.lg.jp/attach/36206/00000000/houkokusyo_tougouban.pdf (2022 年 1 月 30 日参照)。
- Eid, R. (2013) Integrating Muslim Customer Perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in the Tourism Industry: An empirical study. *International Journal of Tourism Research*, 17(3), 249-260.
doi:10.1002/jtr.1982.
- Eid, R. & El-Gohary, H. (2015) The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477-488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003>.
- 福田竜一・草野拓司・寺林暁良 (2020) 「広域的総合農泊地域の可能性と課題ー徳島県西部地域を対象としてー」『農林水産政策研究』 33 : 1-30.
<https://doi.org/10.34444/00000126>.
- Henderson, J. C. (2016) Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19:160-164. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>.
- 栗原剛・坂本将吾・泊尚志 (2016) 「訪日リピーターの観光消費に関する基礎的研究」『土木学会論文集 D3 (土木計画学) (土木計画学研究・論文集第 32 巻)』 71 (5) : I_387-I_396.
- Mastercard-Crescentrating (2018) Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index
<https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2018.html>
(2020 年 8 月 15 日参照)。
- 日本農村生活研究会編 (1993) 『農村生活研究の軌道と展望』筑波書房。
- Nor Zafir Md Salleh and Roshazlizawati Md Nor (2015) 「秋田県内におけるムスリム対応サービス提供についての議論」『国際教養大学アジア地域研究連携機構研究紀要』 1(0) : 63-85.
- 多和田裕司 (2012) 「イスラームと消費社会：現代マレーシアにおけるハラール認証」『人文研究 大阪市立大学大学院文学研究科紀要』 Vol.63: 69-85.
- 寺野梨香・佐藤真弓・福田竜一 (2021) 「日本のムスリムフレンドリー観光による地域振興ー地域性と取組主体の違いに着目してー」『農村生活研究』 65(1).
- Yasuda, Saburo (1964) A Methodological Inquiry into Mobility, *American Sociological Review* ,Vol.29:13-23.

【公官庁・自治体等による公表資料等】

- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). (2020). Retrieved April 22, 2022, from
https://www.halal.gov.my/v4/ckfinder/userfiles/files/cb2/CB_LIST_FEBRUARY_5TH_2020.pdf
- 愛知県庁「Aichi OFFICIAL SITE TOURISM」, <https://www.aichi-now.jp/en/>（2020年8月15日参照）.
- 外務省（2020）「最近のビザ緩和（一般旅券所持者）」
- 観光庁（2017）「観光ビジョン実現プログラム」,
https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01_000221.html（2020年8月15日参照）.
- 観光庁（2019）「令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】」,
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001350782.pdf>（2020年8月15日参照）.
- 観光庁（2020）「令和2年版観光白書について（概要版）」,
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001348279.pdf>（2020年8月15日参照）.
- 国土交通省（2016）「観光白書」, <https://www.mlit.go.jp/statistics/file000008.html>（2020年8月20日参照）.
- 国土交通省「我が国におけるLCCの参入促進」,
https://www.mlit.go.jp/koku/koku_tk1_000025.html（2020年8月15日参照）.
- 小松市（2018）「ムスリムフレンドリーKOMATSU」,
<https://www.city.komatsu.lg.jp/soshiki/nourinsuisan/kankyouboukokukomatsu/3468.html>（2020年8月15日参照）.
- 日本政府観光局（2020）「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移（2003年～2018年）」,
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_tourists_after_vj.pdf（2020年8月15日参照）.
- 日本政府観光局（2019）「年都道府県別訪問率ランキング」,
<https://statistics.jnto.go.jp/graph/訪問率ランキング/>（2020年8月15日参照）.
- 日本政府観光局（2016）「訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて－調査結果のまとめと考察－」,
https://www.jnto.go.jp/jpn/projects/research_consulting/cq6g7o0000002hw5-att/project_data.pdf（2022年1月30日参照）.
- 農林水産省（2018）「平成30年度輸出環境整備推進委託事業のうちハラール支援事業報告」
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/index.html>（2020年8月15日参照）.

第7章 持続可能な観光指標の意義について

—農泊地域による活用可能性—

平形 和世

1. はじめに

2020年6月、観光庁は、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）の持続可能な観光地マネジメント促進を目的として、「日本版持続可能な観光ガイドライン」（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations）（以下、「JSTS-D」）を公表した。我が国では、訪日外国人旅行者の急速な増加も一因として、一部の地域で地域住民や訪問する旅行者の間に混雑やマナー違反などの問題への関心が高まった。こうした、いわゆるオーバーツーリズム問題などを背景に、観光庁では2018年から、持続可能な観光の実現に向けて国内の実態把握や今後の取組の方向性について検討が進められていたが、ガイドラインの公表は、奇しくも新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の最中となった。現在、本ガイドラインの普及促進を目的に、全国でモデル事業が実施されている⁽¹⁾。JSTS-Dは、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（Global Sustainable Tourism Council）（以下、「GSTC」）が開発した観光地向けの指標（GSTC Destination Criteria）（以下、「GSTC-D」）に準拠しており、モデル地区では、GSTC公認のトレーニングプログラムや、危機管理やエコツーリズム等について有識者による指導等が行われる。観光庁のウェブサイト⁽²⁾では、本ガイドラインについて、「今から始められる、with コロナ、after コロナ禍での持続可能な観光を実現するための情報が満載」と表現している。旅行者が過剰な状況でも過少な状況でも、目指すところは持続可能な観光ということだろう。また、（一財）運輸総合研究所は、観光庁、国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所等の関係機関、有識者からなる委員会を設置し、指標等を活用した持続可能な観光地域経営についての実践的な議論を重ね、2022年3月、「観光を活用した持続可能な地域経営に関する手引き」（以下、「持続可能な地域運営手引き」）を公表した。

他方、農林水産省では、2017年度から農山漁村における所得向上や雇用の増大を図ることを目的に、「農泊」を持続的なビジネスとして推進し、農泊地域を支援してきた。これまで599地域（2021年度末）が農泊地域として採択されている。2019年に公表された「農泊推進のあり方検討会⁽³⁾ 中間とりまとめ」においては、本中間とりまとめが持続的な農村ビジネスの確立と普及に不可欠な農村アントレプレナーシップの育成に向けて有益な指針を提供し、農泊コンテンツの整備が進み、交流人口の増加から所得と雇用を生み出しその活性化をもたらし、住みよく持続可能な農山漁村地域を実現し、ひいては食が安定的に供給されるという好循環が生まれることを期待すると締めくくられている。また、2021年には農林水産省に、農山漁村の多様な地域資源の有効活用等について、幅広く関

係者間で情報共有し、次の時代の農泊のあり方を模索することを目的として「多様な地域資源の更なる活用に関する農泊推進研究会」が設置され、議論が進められている。持続的な農泊ビジネス・農泊地域、農泊による持続可能な農山漁村の実現を目指していることは間違いない。実際、持続可能な農泊の実践との観点から、（一社）日本ファームステイ協会の品質評価支援研究所が、農泊宿泊施設や体験教育施設の評価項目を定め、2021年度から農泊品質評価支援制度を始めており、農泊品質評価員育成や評価支援事業等を行っている。今後農泊地域が持続可能性を高めることを目指す上で、観光地向けの観光指標等を活用することも想定されるが、JSTS-D はじめ観光地向けの持続可能な指標等を活用した農泊地域の運営についてはまだ十分な議論がなされていない。本稿では、持続可能な農泊に関する議論に資するため、持続可能な観光指標の策定経緯やその内容を整理し、その意義を明らかにすることを目的とする。

文献に基づいて、持続可能な観光といった概念がどのように出来上がったのか、そして、JSTS-D のベースとなった国際基準としての持続可能な観光指標、EUにおける持続可能な観光地経営のための観光指標システム等の策定経緯やその内容について整理する。また、主な持続可能な観光指標等の比較を行った上で、最後に、持続可能な指標活用の意義についてとりまとめ、農泊地域への適用について考察する。

2. 「持続可能な観光」の概念化

まず、そもそも「持続可能な観光」といった概念がどのようにして形成されたのかについて解説する。

1987年、国連の「環境と開発に関する世界委員会」（通称ブルントラント委員会）は「我ら共通の未来（Our common Future）」（通称ブルントラントレポート）を公表し、その中で持続可能な開発を「将来の世代のニーズを満たしつつ、現代の世代のニーズも満足させるような開発」と定義した。環境と開発は互いに反するものではなく共存しうるものとして捉えられ、環境保全を考慮した節度ある開発が重要であるという理念が示された。その後、1992年リオデジャネイロ（ブラジル）で開催された国連環境開発会議（UNCED, 地球サミット）では、持続可能な開発を実現するための行動原則である「環境と開発に関するリオ宣言」とその具体的な行動計画である「アジェンダ 21」が、約200か国の参加の下採択された。条約のような拘束力はないが、各国政府、国際機関、非政府機関、地域組織等に向けて取り組むべき行動が記されている。この中で、観光は、持続可能な開発を達成するために積極的に貢献できる一つとして言及された。その内容は、エコツーリズムの推進・支援、海岸を有する国の海中生物資源を利用する観光活動を拡大する開発の推進、歴史遺跡・動植物園・国立公園その他の保存地区を利用して環境的に健全な観光活動の推進等、自然志向の観光に関するものであったが、あらゆる観光に焦点を当てたものではなかった⁽⁴⁾。そこで、1995年、国連世界観光機関（United Nations World Tourism Organization）（以下、「UNWTO」）、世界旅行ツーリズム協議会（World Travel & Tourism Council）（以下、

「WTTC」)、国際的 NGO の地球会議 (Earth Council) は、アジェンダ 21 の内容を観光産業に固有のものとし、「旅行・観光産業のためのアジェンダ 21」(Agenda for the Travel and Tourism Industry) を発表した。この中では、「持続可能な観光」の定義を、未来の世代の観光機会を維持・向上させつつ、現在の観光者のニーズを満たすことであるとし、ブルントラントレポートの持続可能な開発の定義を踏襲する形をとっている。また、世界経済に占める比重を考えれば、観光産業が率先して持続可能な開発に取り組むべき立場にあり、行政、企業、関係機関のパートナーシップの重要性が強調された。そして、優先分野を示しながら、政府や公的観光機関、観光関連業界への行動計画、旅行・観光企業の責任等が具体的に提示された⁽⁵⁾。つまり「持続可能な観光」という概念は、持続可能な開発の理念を観光分野で具体的に実践しようとする中で生まれていると言えよう⁽⁶⁾。

3. 持続可能な観光指標開発の経緯

2. では、「持続可能な観光」の概念の誕生について解説した。次に、概念が生まれた後、どのように持続可能な観光指標が開発されることになるのか、その経緯について国内外の動きを詳述する (第 7-1 表)。

(1) 地球サミット等の契機

世界の観光に関わる持続可能性指標の開発は、国際会議等と連動して進められており、その中でも指標開発に大きな流れを作ったのは、1992 年の地球サミットである (二神, 2013 : 10)。前述のとおり、地球サミットで策定されたアジェンダ 21 は、環境分野での国際的な取組に関する行動計画であるが、その中で行動計画の実施手段に関する細則が規定され、あらゆるレベルの意思決定に対して信頼できる根拠を提供するために、持続可能な発展のための指標の開発と利用が必要であると定められた。また、アジェンダ 21 には国際的な機構の整備に関する規定もあり、これにのっとり国連経済社会理事会の下に設立された国連持続可能な開発委員会 (United Nations Conference on Sustainable Development: UNCSD) はアジェンダ 21 の実施状況を監視し、円滑かつ着実な実施を促している。また、同委員会は、1995 年に指標開発のための作業計画を立ち上げ、中心的指標の選定等を行った。

(2) UNWTO 等による国際的な指標開発

このような持続可能性指標開発に向けた潮流を受けて、1993 年 UNWTO は「ツーリズムの持続的なマネジメントのための指標」を提唱し、UNWTO の指標を適用するパイロット研究を実施した。そして、1995 年に UNWTO と WTTC 等が発表した「旅行・観光産業のためのアジェンダ 21」では、持続可能な発展の進捗状況の測定において地方及び全国レベルにも適用できる指標の作成は政府等の責務としている。また、1996 年 UNWTO は「ツーリズム管理者が知っておくべきこと：持続可能な観光のための指標の開発と利用の

実践ガイド」を策定し、世界各地で地域セミナーを開催して積極的に普及活動を行ったり、指標の地域への適用を行ったりして、研究と実践を繰り返した。

2002 年、南アフリカのヨハネスブルグで開催された持続可能な開発に関する世界首脳会議（World Summit on Sustainable Development : WSSD）⁽⁷⁾で持続可能な観光に向けた取組の一層の強化が求められ、2004 年、UNWTO は、10 余年にわたる指標開発の集大成として、「観光地のための持続可能な開発指標：ガイドブック」（以下、「UNWTO ガイドブック」）を策定した。

UNWTO ガイドブックの序論で、持続可能な観光は、1) 環境資源を最適に利用しなければならない、2) ホストコミュニティの社会文化的真正性を尊重しなければならない、3) 全ての関係者に社会経済的便益を供給しながら、実行可能な長期的経済活動を確保しなければならないと記されており、環境、経済、社会文化的側面の適切な均衡がとることが長期間の持続可能性につながるとしている。また、持続可能な観光の発展には、全ての関係者の参画や強力な政治的リーダーシップが必要であるほか、その達成には継続的なプロセスや影響の監視が必要で、観光客の高いレベルの満足を維持すべきとしている。

その後、持続可能な観光の推進と持続可能な観光の国際基準を作ることを目的に発足した国際非営利団体である GSTC は、2008 年に観光産業向け⁽⁸⁾指標（GSTC-I）を策定し⁽⁹⁾、2013 年には観光地向け指標（GSTC-D）を策定した。いずれも GSTC が管理しており、GSTC-I については 2012 年に第 2 版、2016 年に第 3 版が策定され、GSTC-D については 2019 年に第 2 版が策定されている。GSTC-I 第 3 版では、第 2 版と基準自体は同じであるが、パフォーマンス指標が異なるとの観点から、ホテル向けのものと同コンダクター向けと分けて作成された。また、GSTC-D 第 2 版では、基準の適用は持続可能な開発のための 2030 アジェンダと 17 の持続可能な開発目標（SDGs）に貢献しうることから、それぞれの基準に対して、17 の SDGs のうち一つ以上が示されている。観光地は、この基準への達成に応じて GSTC 認証を取得することができるが、GSTC 自体は認証機関ではなく、GSTC が認証機関を認定する仕組みとなっている。

（3）欧州版観光指標システム

欧州委員会は、2001 年以降策定した観光に関する数次の政策文書（コミュニケーション）や、2004 年に EC が創設した観光持続可能性グループ（Tourism Sustainability Group）がまとめた報告書（2007 年）などを踏まえて、2013 年、欧州版観光指標システム（European Tourism Indicator System）（以下、「ETIS」）を策定した（国土交通省国土交通政策研究所、2018：24；二神、2014：219-222）。共通の同等のアプローチを使用して、持続可能な観光パフォーマンスを監視し、測定することを目的としており、ETIS は自主的な管理ツールであると ETIS 序章において説明されている。背景には、持続可能で高品質な観光地としてのヨーロッパの地域ブランドを確立し、国際的な競争力を高めようとするねらいがあった（二神、2014:217；中島、2016:42）⁽¹⁰⁾。副題には、持続可能な観光地マネジメントのための ETIS ツールキットであることも記されており、実用性があるものと

なっている。現在公表されている ETIS は、約 100 の観光地での実証実験の結果、専門家の支援を受けてフィードバックを分析し、2016 年に改訂されたものである。

第 7-1 表 持続可能な観光指標開発の経緯

1987 年	国連特別委員会「環境と開発に関する世界委員会」（ブルントラント委員会） ・持続可能な開発の定義
1992 年	国連環境開発会議（UNCED，地球サミット）「環境と開発に関するリオ宣言」「アジェンダ 21」を採択 ・観光という項目はないが、持続可能な発展のための指標の開発と利用の必要性が規定
1993 年	UNWTO「ツーリズムの持続的マネジメントのための指標」を提唱
1995 年	国連持続可能な開発委員会が指標開発のための作業計画を策定し、中心的指標の選定を行う UNWTO，WTTC，地球会議が「旅行・観光産業のためのアジェンダ 21」を策定
1999 年	UNWTO「世界観光倫理憲章」を採択
2002 年	持続可能な開発に関する世界首脳会議（ヨハネスブルグ）
2004 年	UNWTO が「観光地のための持続可能な開発指標：ガイドブック」を策定 ・観光の持続可能な発展の概念的定義 ・UNWTO 指標の策定
2008 年	UNWTO を含む 27 国際機関で構成されるグローバルサステナブルツーリズム基準のためのパートナーシップ（GSTC の前身組織）が GSTC-I を策定
2012 年	GSTC-I 第 2 版公表
2013 年	GSTC が GSTC-D を策定 欧州観光指標システム「ETIS」公表 ・高品質な観光地づくりのための 2000 年代初めから検討，約 100 観光地で実証試験導入
2015 年	国連「持続可能な開発のための 2030 年アジェンダ」（持続可能な開発サミット） ・17 の持続可能な開発目標と 169 の項目
2016 年	ETIS 改訂版公表 ・実証実験結果をフィードバック GSTC-I 第 3 版公表 ・ホテル向けとツアーコンダクター向けを作成
2019 年	GSTC-D 第 2 版公表 ・SDGs の目標と関連性を記載
2020 年	観光庁・UNWTO 駐日事務所「日本版 持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）を策定

資料：筆者作成。

（４）我が国における持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）

2018 年，観光庁と国土交通政策研究所が，全国の自治体を対象に持続可能な観光（主にオーバーツーリズムに関する課題）についてアンケート調査を実施したところ，多くの自治体が，旅行者の増加に関連する課題（特に混雑やマナー違反）の発生を認識して様々な対策を講じ始めていることが明らかになった。そして，報告書「持続可能な観光先進国に向けて」（2019 年 6 月公表）では，今後の取組の方向性として，観光客と地域住民の双方が満足できる持続可能な観光を実現するためには，適切な観光地マネジメントが不可欠であり，そのために観光指標のあり方について検討を進めることとされた。こうした背景の下，GSTC-D をベースに，JSTS-D が開発された。国連において，GSTC-D は観光地が最

低限遵守すべき項目と位置づけられ、加盟国での遵守が求められているためである。

4. 持続可能な観光指標等の比較

ここでは、目的地（観光地）向けの持続可能な観光指標等である UNWTO ガイドブック、GSTC-D、ETIS、JSTS-D について、その特徴やどのように運用するのかを比較して整理する。

（1）UNWTO ガイドブック

UNWTO ガイドブックは、UNWTO が 1990 年代初めから取り組み、世界各国の取組成果に基づき 10 年間の集大成として作成した、観光地域に携わる担当者向けの手引書といえる。本ガイドブックの構成は、なぜ指標が重要なのか等が書かれた序論から始まり、第 2 章で指標開発の手順、第 3 章で持続可能性の問題と観光指標、第 4 章で地域への適用、第 5 章で実際に指標を適用した際の観光計画とその管理、第 6 章で世界各地の 25 事例が掲載され、第 7 章の結論では、指標を使用することのメッセージやステークホルダーの役割や課題で締めくくられている。また、付録として、テンプレート等も用意されている。

指標を用いることの利点として、より良い意思決定がリスクやコストの低減につながる、今後起こりうる問題の特定し、予防的対策を可能とする、影響要因の特定によって必要に応じた修正が可能となる、計画等の達成度の測定することで持続可能な観光の進捗度を評価することができる等が掲げられている。また、指標には、早期に警告するもの、産業の現状を把握するもの、観光開発の環境・社会・経済的影響を測定するもの、管理の効果や成果を測定するもの等、様々な種類があることが記されている。

持続可能な観光指標を用いた地域マネジメントの方法として、12 ステップの手順を示している（第 7-2 表）。モニタリングの結果を踏まえて、計画・ビジョンへのフィードバック、また指標やモニタリングの仕組みの見直しを行うことが必要としている。指標については、課題に対応する指標で整理されているが、いわゆる分野は明記されていない。全部で 748 の指標が提示されているが、基本的なものとして 12 の課題と 29 の指標が別記されている（第 7-3 表）。しかしながら、内容的には経済的、社会文化的、環境的、マネジメントの 4 基軸で捉えられている（二神，2008：163）。また、指標は観光地の特性（類型）によって項目・指標が異なることから、観光地に応じた適用を提案している（第 7-4 表）。

第 7-2 表 UNWTO ガイドブック：指標開発の手順（12 ステップ）（仮訳）

調査と組織化	ステップ 1	地域の定義／範囲を明確にする
	ステップ 2	参加型プロセスを活用する
	ステップ 3	観光資源とリスクを明確化する
	ステップ 4	地域の長期ビジョンを共有する
指標の開発	ステップ 5	重点課題を特定する
	ステップ 6	重点課題を踏まえて候補指標を特定する
	ステップ 7	候補指標のデータソースを整理する
	ステップ 8	指標を選定する
モニタリング の実施	ステップ 9	指標の計測手法を具体化する
	ステップ 10	データを収集・分析する
	ステップ 11	コミュニケーション，報告する
	ステップ 12	指標の適用の評価・見直しを行う

資料：UNWTO ガイドブックを基に筆者作成。

第 7-3 表 UNWTO ガイドブック：基本的課題と基本的指標（仮訳）

基本的課題	基本的指標
観光に対する地域の満足	観光に対する地域の満足度（アンケート調査）
観光による地域コミュニティへの影響	地域住民に対する観光客の割合（平均及びピーク時）
	観光が新しいサービスやインフラの改善に役立ったと考える地域住民の割合（アンケート調査）
	コミュニティで利用可能な社会的サービスの数とキャパシティ（うち観光業に帰属する割合）
観光客の満足度の維持	来訪者の満足度（アンケート調査）
	金銭的価値に対する満足度（アンケート調査）
	リピーター割合
観光の季節性	月別・四半期別観光客数（通年の分布）
	許可を受けた宿泊施設の月別稼働率（通年の分布）及び繁忙期（四半期又は月）における稼働率
	通年営業している事業所の割合
	正規雇用又は通年雇用者数・割合（非正規雇用者数との比較）
観光の経済的便益	観光産業で雇用されている地域住民の数・割合（男女比）
	地域の総収入に占める観光産業による収入の割合
エネルギーの管理	一人当たりの（全ての資源からの）エネルギー消費量
	省エネルギープログラムに参加又は省エネ方針や技術を適用している企業の割合
	エネルギー消費における再生可能エネルギー消費の割合（地域，施設において）
水資源の利用と保全	水の利用（総消費量，観光客 1 人 1 日当たりの消費量（リットル））
	節水（削減，回収，リサイクルの割合）
飲用水の水質	国際基準に合致した飲料水を提供する観光施設の割合
	水に起因する疾患の頻度：滞在中に罹患が報告された訪問者数／割合）
下水処理	地域からの下水のうち処理されている割合（一次，二次，三次の処理段階別）
	下水処理システムが提供されている観光施設の割合
固形廃棄物の管理	地域で発生する廃棄の量（月別）（トン）
	総廃棄量に占める再利用された量の割合（種類別）
	公共の場に廃棄されたごみの量
開発管理	観光分野を含む土地利用・開発計画プロセスの有無
	エリア全体の面積における開発規制区域の面積の割合
混雑の管理	観光客総数（平均，月別総数・繁忙期の総数）
	場所（ビーチ，アトラクション等）1m ² 当たりの観光客数，地域 1km ² 当たりの観光客数－平均数，繁忙期の平均値

資料：UNWTO ガイドブックを基に筆者作成。

第7-4表 UNWTO ガイドブック：観光地特性の類型（仮訳）

1	沿岸地帯
2	ビーチ
3	小さい島々
4	砂漠／乾燥地域
5	山岳地域
6	自然／繊細な生態系に配慮が必要な地区
7	エコツーリズムを推進する地域
8	公園／保護地域
9	保護地域内・隣接する集落
10	トレイル（長距離自然歩道・史跡巡りコース）／ルート（街道・交易路）
11	歴史的建造物を有する地区
12	伝統的集落
13	都市
14	会議／コンベンションセンター
15	観光開発を目指す集落
16	テーマパーク
17	ウォーターパーク
18	クルーズ寄港先

資料：UNWTO ガイドブックを基に筆者作成。

（2）GSTC-D

GSTC が観光地向けに策定した国際基準は、2019年に策定された GSTC-D 第2版が最新版である。GSTC-D の指標の特徴として、UNWTO ガイドブックとは異なり、マネジメント、そして経済、文化、環境の四つの分野から体系化されて、明記されている点である。GSTC-D には、基準への遵守を計測する際のガイドラインとして評価指標が設定されているが、確定的・包括的な条件ではなく、GSTC-D の利用者が独自の指標リストを作成する際に信頼性のある実例を示すためと記されている。GSTC-D を適用することにより、地域が「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」と 17 の「持続可能な開発目標（SDGs）」⁽¹¹⁾の達成に貢献することにもつながる。その観点で、それぞれの基準には、17 の SDGs のうち最も関連性が高い目標が一つ以上選定されている（第7-5表）。なお、GSTC-D は、様々な指標が乱立する中、観光に関わる全ての地域が目指す必須の基準として開発されたものであり、指標の説明が中心で、運用等に関する記載はない。

また、GSTC 基準は、国際社会環境認定表示連合（International Social and Environmental Accreditation and Labeling Alliance）（以下、「ISEAL Alliance」）の基準設定に関する規定を遵守し、開発・改訂されており、2021年9月、正式に ISEAL コミュニティメンバーとなった。ISEAL は、全ての産業部門で持続可能性の基準を設定するための国際規範について指導を行う団体で、GSTC 基準の高い信頼性が特徴である。

なお、参考までに、観光産業向けの基準である 2016年に策定された GSTC-I 第3版の基準を第7-6表に示す。GSTC-D 同様、マネジメント、社会・経済、文化、環境の4分野で整理されている。

第7-5表 GSTC-D 第2版の基準

セクションA： 持続可能なマネジメント	SDGs	セクションB： 社会経済のサステナビリティ	SDGs
A(a) マネジメントの組織と枠組み A1 地域マネジメントの責任 A2 地域マネジメント戦略と実行計画 A3 モニタリングと成果の公表 A(b) ステークホルダーの参画 A4 事業者との協働と持続可能性の基準 A5 住民参加とフィードバック A6 来訪者の参加とフィードバック A7 プロモーションと情報 A(c) 負荷と変化の管理 A8 来訪者数と活動の管理 A9 計画に関する規制と開発管理 A10 気候変動への適応 A11 危機管理	16, 17 17 12 12, 17 17, 11 12, 11 12, 11 12, 11 11, 9 13 11, 16	B(a) 地域経済への貢献 B1 観光の経済的効果の計測 B2 ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）と雇用機会 B3 地域事業者の支援と公正な取引 B(b) 社会福祉と負荷 B4 コミュニティへの支援 B5 搾取や差別の防止 B6 財産権と使用者権利 B7 安全と治安 B8 アクセシビリティ	9, 8, 1 8, 4, 5, 10 8, 12 3, 4 10, 16 11, 16 3, 16 3, 10
セクションC： 文化的サステナビリティ	SDGs	セクションD： 環境のサステナビリティ	SDGs
C(a) 文化遺産の保護 C1 文化遺産の保護 C2 工芸品 C3 無形遺産 C4 地域住民の慣例的なアクセス C5 知的財産 C(b) 文化的場所への訪問 C6 文化的な場所における来訪者の管理 C7 来訪他の解説	11 11 11, 12 11 16 11, 12 11, 4	D(a) 自然遺産の保全 D1 配慮が必要な自然環境の保護 D2 自然的な場所における来訪者の管理 D3 野生生物との関わり D4 種の搾取と動物福祉 D(b) 資源のマネジメント D5 省エネルギー D6 水資源の管理 D7 水質 D(c) 廃棄物と排出量の管理 D8 廃水 D9 廃棄物 D10 温室効果ガスの排出と気候変動の緩和 D11 環境への負荷が少ない交通 D12 光害と騒音	14, 15 14, 15 14 14, 15 7 6 3, 6 3, 14 12, 14, 15 13 9, 13 3, 11

資料：GSTC (<https://www.gstccouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-Japanese.pdf>) を基に筆者作成。

注. SDGs 欄の番号は、「持続可能な開発目標 (SDGs)」の17のうち最も関連性が高い目標の番号を表す。

第7-6表 GSTC-I 第3版の基準

セクションA： 効果的で持続可能な経営管理の明示	セクションB： 地域コミュニティの社会的・経済的な利益の最大化、悪影響の最少化	セクションC： 文化的遺産の魅力の最大化、悪影響の最少化	セクションD： 環境メリットの最大化、環境負荷の最少化
A1 持続可能な経営管理 A2 法の遵守 A3 報告と伝達 A4 従業員の参画 A5 顧客の体験 A6 正確な広告宣伝 A7 建築物及びインフラ整備 A8 土地・水の権利及び所有権 A9 情報及び解説 A10 地域への参画	B1 地域支援 B2 地域雇用 B3 地元での購入 B4 地元事業者 B5 搾取及びハラスメント B6 機会均等 B7 ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事） B8 地域サービス B9 地域住民の生活	C1 文化間の相互関係 C2 文化遺産の保護 C3 地域文化や遺産の提示 C4 考古学的な工芸品	D1 資源の保全 D2 汚染の削減 D3 生物多様性、生態系、景観の保全 D4 種の搾取と動物福祉

資料：GSTC (<https://www.gstccouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-Japanese.pdf>) を基に筆者作成。

（3）ETIS

ETIS は、特に観光地を対象とした管理、情報、監視ツールで、また、目的地やそのステークホルダーが持続可能な管理プロセスを測定し、パフォーマンスや進捗状況を監視できるように支援することを目的としている。持続可能な指標を測定・監視する理由について、地域の政策立案者は訪問者の到着数、雇用調査、訪問者満足度評価等限られた範囲の統計に依存して、観光地を監視してきたが、これらの統計は環境の影響の全体の話伝えておらず、地域経済、地域社会、環境への影響に関する幅広い問題に関するデータや情報を収集することは、観光地で実際何が起きているのかを正確に把握するのに役に立つと説明している。また、ETIS は、持続可能な観光地管理に向けた共通の方法論を示している。構成は、第1部では、ETIS 実施までの7ステップガイド（第7-1図）を、第2部では、コアの指標と補足指標について説明している。

- ステップ1 意識を高める
- ステップ2 目的地プロファイルの作成
- ステップ3 利害関係者の作業グループの形成
- ステップ4 役割と責任の確立
- ステップ5 データの収集と記録
- ステップ6 結果の分析
- ステップ7 継続的な開発と継続的な改善を可能にする



利害関係者の作業グループに戻り、優先順位に合意し、行動計画を策定する

第7-1図 ETIS：システムを使用するための七つのステップのフローチャート（仮訳）

資料：ETIS を基に筆者作成。

地域に必要な重要な情報としての27のコア指標と、地域が特定のニーズや地域のカテゴリ（山、都市、沿岸、島、都市部等）等に対応できるように40のオプション指標が策定されているが、いずれも、地域マネジメント、社会的文化的影響、経済的価値、環境への影響の四つのカテゴリに分類される（第7-7表）。

第7-7表 ETIS：コア指標の基準（仮訳）

セクションA： 地域マネジメント	セクションB： 経済的価値	セクションC： 文化・社会的影響	セクションD： 環境への影響
A1 持続可能な観光 公共政策 A2 顧客満足度	B1 地域での観光の 流れ B2 観光事業 B3 雇用の数量と質 B4 観光サプライチェーン	C1 コミュニティ／社会的イン パクト C2 健康と安全 C3 男女平等 C4 インクルージョン・アクセ シビリティ C5 文化遺産、地域のアイデン ティティ、資産の保護と強化	D1 輸送の影響の低減 D2 気候変動 D3 固形廃棄物管理 D4 下水処理 D5 水管理 D6 エネルギー使用量 D7 景観と生物多様性保護

資料：ETIS を基に筆者作成。

（4）JSTS-D

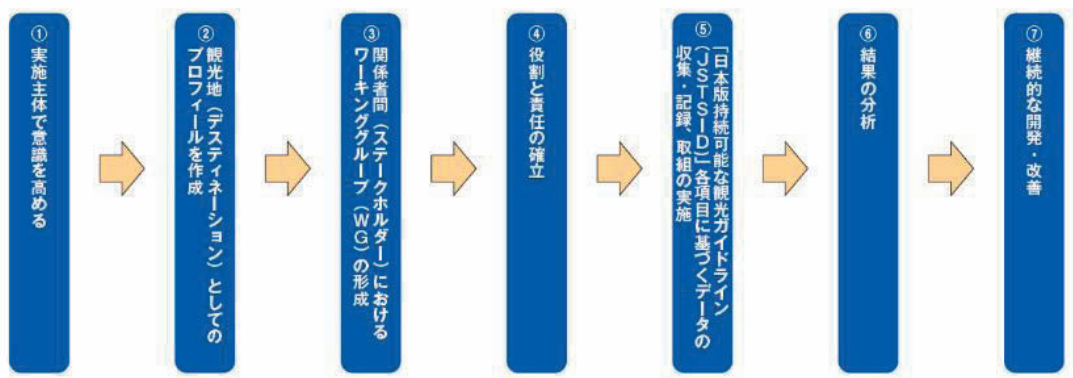
JSTS-Dは、自治体やDMO等が持続可能な観光地マネジメントを行うための支援ツール

であり、主に三つの役割を果たすと記されている。一つ目は、自己分析ツールとしてである。多くの地域では持続可能な観光に向けて何かやらなければいけないと意識しつつも、実際にはその手段や方策が分からず、また具体的なツールがないといった状況があり、その最初のステップとして JSTS-D にある自己分析（診断）が活用できるという趣旨である。二つ目は、コミュニケーションツールとしてである。自己分析を行い、その結果を住民や事業者等地域の関係者と現状を共有する。そうすることで、地域における持続可能な観光に関する理解も促進し、今後の意見交換や合意形成において活用できるという趣旨である。三つ目は、プロモーションツールとしてである。JSTS-D は国際基準である GSTC-D に準拠していることから、JSTS-D に基づく取組を行い、そのことをロゴマークで対外的に示せば、観光地域としてのブランド化や競争力の向上につながるというものである。

JSTS-D 実施の手順は7ステップであり、ETIS とほぼ同じである（第7-2図）。とはいえ、地域によって、ニーズやステークホルダーの関心、直面している課題等も異なり、そのままステップを踏めるわけではない。また、地方行政等における観光施策の位置づけも異なることから、指標活用要領として、初級～上級レベルの活用方法を提示している。また、JSTS-D 活用の大前提として、「スタート：観光地（デスティネーション）としてのプロフィールの作成」を掲げている。

つまり、まず、自治体の基本情報や地理的情報、主要観光施設、主な交通アクセス、観光統計等を記入するデスティネーションプロフィールを作成し、これによって地域の属性や全体像を明確にする。そして、初級の場合、JSTS-D の各項目をチェックシートとして活用する。具体的には、各項目に「○」、「×」等を付けながら内容を確認することで、この過程で今まで意識していなかったニーズや取組の必要性に気がつくこと等も想定している。中級の場合、実際に JSTS-D の各項目の運用を行う。可能な範囲で優先すべき項目から進める。そうした過程で地域の持続可能性を向上させるのが期待される。上級の場合、認証団体の認証や表彰を目指す。

地域で「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」の趣旨を理解し、それに基づいた取組を実施することを決定したら、導入に向けて以下の手順を進めるとよい。



第7-2図 JSTS-D：指標導入のステップ

資料：JSTS-D より抜粋。

指標は、GSTC-D をベースにしているため、持続可能なマネジメント、社会経済のサステナビリティ、文化的サステナビリティ、環境のサステナビリティの4分野に分けられ、38の大項目を全て盛り込んでいるが、個別の小項目や文言は日本の特性・現状に適した内容にカスタマイズされている（第7-8表）。また、GSTCと同様に、持続可能な観光に取り組むだけでなく、観光においてSDGsに取り組む際のガイドとしても参照できる表記となっている（北村ら、2021：12）。

第7-8表 JSTS-Dの基準

セクションA： 持続可能なマネジメント	SDGs	セクションB： 社会経済のサステナビリティ	SDGs
<u>A(a)マネジメントの組織と枠組み</u> A1 デスティネーション・マネジメント（観光地経営）戦略と実行計画 A2 デスティネーション・マネジメント（観光地経営）の責任 A3 モニタリングと結果の公表 A4 観光による負荷軽減のための財源	17 16, 17 12 12, 17	<u>B(a)地域経済への貢献</u> B1 観光の経済効果の測定 B2 ディーセント・ワークと雇用機会 B3 地域事業者の支援と公正な取引 <u>B(b)社会福祉と負荷</u> B4 コミュニティへの支援 B5 搾取や差別の防止 B6 地権と使用権利 B7 安全と治安 B8 多様な受入環境整備	1, 8, 9 4, 5, 8, 10 2, 8, 12 3, 4 10, 16 11, 16 3, 16 3, 10
<u>A(b)ステークホルダーの参画</u> A5 事業者における持続可能な観光への理解促進 A6 住民参加と意見聴取 A7 住民意見の調査 A8 観光教育 A9 旅行者意見の調査 A10 プロモーションと情報	12, 17 11, 17 11, 12 9, 11 11, 12 11, 12		
<u>A(c)負荷と変化の管理</u> A11 旅行者の数と活動の管理 A12 計画に関する規制と開発管理 A13 適切な民泊運営 A14 気候変動への適応 A15 危機管理 A16 感染症対策	11, 12 9, 11 11, 17 13 11, 16 3, 11, 16		
セクションC： 文化的サステナビリティ	SDGs	セクションD： 環境のサステナビリティ	SDGs
<u>C(a)文化遺産の保護</u> C1 文化遺産の保護 C2 有形文化遺産 C3 無形遺産 C4 地域住民のアクセス権 C5 知的財産	11 11 11, 12 11 16	<u>D(a)自然遺産の保全</u> D1 自然遺産 D2 自然遺産における旅行者の管理 D3 自然遺産における旅行者のふるまい D4 生態系の維持 D5 野生動物の保護 D6 動物福祉 <u>D(b)資源のマネジメント</u> D7 省エネルギー D8 水資源の管理 D9 水質 <u>D(c)廃棄物と排出量の管理</u> D10 排水 D11 廃棄物 D12 温室効果ガスの排出と気候変動の緩和 D13 環境負荷の小さい交通 D14 光害 D15 騒音	14, 15 14, 15 14, 15 14, 15 14, 15 14, 15 7 6 3, 6 3, 14 12, 14, 15 13 9, 13 3, 11 3, 11
<u>C(b)文化的場所への訪問</u> C6 文化遺産における旅行者の管理 C7 文化遺産における旅行者のふるまい C8 観光資源の解説	11, 12 11, 12 4, 11		

資料：JSTS-Dを基に筆者作成。

注：第7-5表の注に同じ。

(5) まとめ

まず(1)～(4)で見てきた持続可能な観光指標やガイドブック等の特徴をまとめると第7-9表のとおりである。GSTCは指標の解説が中心であるが、GSTC以外は指標の解説に加え、指標導入のステップ等が段階ごとに記されている。また、UNWTOガイドブックには指標選定に係るプロセスも含まれていて、大変実用的である。指標を見ると、UNWTOガイドブックの指標が網羅的で、指標数においてやや差があるが、いわゆるトリプルボトムライン⁽¹²⁾の経済、社会・文化、環境に、マネジメントを加えた四つの観点から捉えられている点は共通している。また、指標は、地域に合ったものを地域で策定する必要があるという点は共通する考え方である。そもそも地域によって抱えるニーズや課題等は異なるので、実態をよく把握することが重要だろう。

第7-9表 主な持続可能な観光指標やガイドブック等の特徴

名称 (策定年)	特徴	指標の領域・ 指標数	導入ステップ
UNWTO ガイドブック (2004年)	・持続的な観光地を目指す地域の意思決定の支援が目的。指標自体が目的ではない。 ・持続可能な観光開発の定義。 ・課題と対応させて指標を選定し、提示。 ・指標は定量データとアンケート調査による定性データ。 ・観光地類型ごとに指標を適用、網羅的な指標。 ・世界各地の25事例を解説。	748指標	指標開発手順： 12ステップ
ETIS改訂版 (2016年)	・質の高い観光地としての欧州ブランドを高め、国際的な競争力強化が目的。 ・観光地を対象とした管理、情報、監視ツール。 ・観光地プロフィール様式、関係者へのレター例、指標に必要なデータ収集方法、サンプル調査フォーム等がECウェブサイトからダウンロードできる。	4領域・ 43中核指標 30補足指標	実施のためのス テップ：7段階
GSTC-D-2.0 (2019年)	・地域向けに定められた基準で、個々の団体のみが対象となるのではない。 ・GSTC-I（産業界向け）が別に定められている。 ・第三者機関による認証制度。	4領域・ 174指標	なし
JSTS-D (2020年)	・自治体やDMOが持続可能な観光地経営を行うための指標。 ・GSTC-Dに準拠し、日本の特性を反映した指標。 ・GSTC-Dと連携した認証団体の表彰や認証につながる。 ・付録に、用語集、デスティネーション・プロフィール(原紙)、GSTC-D-2.0の和訳、先進事例集。	4領域・ 113指標	・指標導入のステップ：7段階 ・指標活用要領：スタート・初級・中級・上級

資料：UNWTOガイドブック、ETIS、GSTC-D-2.0、JSTS-Dを基に筆者作成。

注。UNWTOガイドブックの指標については、内容的には4基軸で捉えられている（二神，2008：163）。

次に、持続可能な観光指標やガイドブック等での持続可能性指標の利点等に関する解説をまとめると、第7-10表のとおりである。指標を通じて幅広い情報が得られることに

より、より良い意思決定がなされ、持続可能な管理運営につながると整理できる。場合によっては、新たな問題を早期に認識し予防することも可能となり、また継続して監視することで進捗度合いが測定できたり、必要に応じて是正措置を講じたりすることも可能となる。

第7-10表 持続可能な観光指標の利点等に関する説明

項目	出典	説明
指標の利点・ 指標活用の効果	UNWTO ガイドブック	・より良い意思決定（リスクやコストを下げる） ・新たな問題の特定（予防を可能にする） ・影響の特定（必要に応じて是正措置を可能にする） ・計画や経営活動の達成度の測定（観光の持続可能な発展の進捗状況を評価する） ・計画の誤りのリスク縮小（限界と機会を特定する） ・より大きな説明責任（関係者向けの信頼の高い情報は説明責任を促進する） ・常時監視することは継続的な改善につながる（解決策を管理に組み込むことができる）
	ETIS	・観光地の持続可能な管理向上に貢献する。 ・幅広い問題に関するデータや情報の収集は、観光地で実際に何が起きているのかを正確に把握するのに役に立つ。
	JSTS-D	・自己分析ツール（観光政策の決定、観光計画の策定に資する） ・コミュニケーションツール（地域が一体となって持続可能な観光地域づくりに取り組む契機となる） ・プロモーションツール（観光地域としてのブランド化、国際競争力の向上）
指標の種類	UNWTO ガイドブック	・早期警戒指標 ・産業の現状を把握する指標 ・観光開発の環境・社会・経済的影響を測定するもの ・管理の効果や成果を測定するもの

資料：UNWTO ガイドブック、ETIS、JSTS-D を基に筆者作成。

5. おわりに

本稿では、持続可能な観光指標の開発において大きな流れを作った 1992 年の地球サミットまで遡り、その経緯をたどり、主な持続可能な観光指標等の内容について述べた。指標はいろいろな意思決定に対して信頼できる根拠を提供し、持続可能な発展の進捗状況を測定したり、監視したりすることで持続的なマネジメントも可能となる。環境、経済、社会文化側面の適切な均衡をとることが長期間の持続可能性につながることや地域関係者の参画やリーダーシップが必要であることを確認した。また、指標の性質としては、早期に警告するもの、現状を把握するもの、環境、経済、社会文化的影響を測定するもの、管理の効果や成果を測定するもの等様々な種類があることも分かった。さらに、政策や計画策定に当たって自己分析ツールとして、地域が一体となって地域づくりに取り組む際のコミュニケーションツールとして、また地域としての価値を高めるためのプロモーションツ

ルとしての役割を果たしうることも明らかになった。

最後に、持続可能な農村観光やその指標等に関する既存研究の成果を通じて、観光指標活用の意義等を再確認し、JSTS-D の農泊地域への適用についての考察を試みる。JSTS-D は、各自治体や DMO 等が、地域での現状把握、継続的なモニタリング、エビデンスに基づいた観光政策や計画の策定等、持続可能な観光地マネジメントの促進を目的に作成されたものであり、地域資源を観光コンテンツとして活用する農泊地域においてもその活用が期待される。しかしながら、JSTS-D は、開発の背景がオーバーツーリズム問題等であったことや観光地マネジメントのためのガイドラインといった性格ということもあり、農泊地域への適用可能性は容易に想定されず、十分な議論もなされていない。しかしながら、2022年3月に公表となった持続可能な地域運営手引きには、観光計画がない場合も含めどのように観光を活用した持続可能な地域運営を実現するかというプロセスも含めた手順が解説されており、JSTS-D との併用も可能であることから、これも活用しつつ農泊地域の持続可能な取組方を検討する。

(1) 既存研究成果

An and Alarcón (2020)⁽¹³⁾は、論文レビューを通じて、持続可能な農村観光に関する研究は2019年までの10年間で着実に増加し、また特に直近3年ではより多くの論文が発表されていることを示し、持続可能な農村観光への関心が時間の経過とともに大きく増加していること、また「指標」は持続可能な農村観光に関する研究において主要な関連キーワードの一つであることを明らかにしている。農村観光の持続可能性を測定するための指標は、持続可能な開発の状況を客観的かつ正確に評価し、科学的に強く、信頼できるものであり、また地域の関係者がそれらを適用できる必要がある (Pérez et al.,2017; Reed et al.,2006)。また、持続可能な農村観光に関する研究をテーマ別でみると、全体的、環境、社会、経済、顧客の五つに分類されるが、全体的のものが約4割を占め、他より有意に高く、持続可能な農村観光に関する研究において、環境、社会、経済面が総合的に考慮されていることを示していると分析している。研究のテーマが持続可能性指標に関連のものは「全体的」に分類され、分析対象とした論文全体の17%を占める。これらの研究において、農村観光の持続可能性を評価するための指標は主に経済的、環境的、社会的なものに分かれているが、それらを導出するために、住民、専門家、利害関係者、観光客に対する調査が行われている。また、五艘 (2017: 33-34) では、持続可能な農村観光のモニタリング手法や指標形成は、対象となる国や地域の背景を考慮して都度設計することが必要と考えられるが、これまでの一定量の研究の蓄積があるがゆえに、その考え方の枠組みはある程度汎用的に明示されていると考えられるとしている。農村観光の持続可能性を測定するための指標は持続可能な開発状況を客観的に評価し、信頼できるものであると同時に、地域の関係者が活用しやすいものであるべきことや、指標に関する調査研究が蓄積されていることや総合的な分析が重要であることが示唆される。

（２）農泊地域への適用

3. でも説明したとおり、地域における観光施策の位置づけも様々であることから JSTS-D の活用方法もいくつか示されており、農泊地域でも地域の実情に合わせて活用できよう。JSTS-D の指標導入のステップでは、JSTS-D 各項目に基づくデータの収集等をはじめ、①実施主体で意識を高める、②観光地プロフィールを作成する、③関係者間におけるワーキンググループを形成する、④役割と責任を確立するというステップが記されている。地域の基本情報等を集めたプロフィールの作成は、取り組みやすい上、作成したものを関係者で共有し、共通認識を持つことは重要である。また、持続可能な地域運営手引きでは、より詳細に手順が記されているので紹介する。なお、持続可能な地域運営手引きの実現ステップは、UNWTO ガイドブックにおける指標開発の手順を基に作成されている。

ステップ1：対象地域を決める

ステップ2：利害関係者を特定し、参画させる

ステップ3：観光資源と現状の課題を洗い出し、把握する

ステップ4：なりたい姿を共有し、「今後の課題」を明確にする

ステップ5：重点課題を特定し、合意を形成する

ステップ6：重点課題を解決する取組を検討し、共有する

ステップ7：重点課題と解決する取組を踏まえ、指標を検討する

ステップ8：指標を特定し、計測方法を具体化する

また、観光を活用した持続可能な地域経営を成功に導くためには、実現に進む前に、取組の目的を明らかにする整理、既存の計画・施策・課題／指標・データの整理、取組に参画を得る内外の利害関係者の整理等、準備も必要であることが丁寧に記されており、参考になるだろう。JSTS-D の項目に基づくデータを収集等の後は、結果の分析、継続的な開発・改善といった流れになる。この流れに関しても、持続可能な地域運営手引きではプロセスが丁寧に解説されている。

最後に、農泊地域が活用しうる JSTS-D の各目について検討する。先に示したように、農泊地域との関係をチェックシートとして活用することも考えられる。また、地域資源や現状を踏まえ、今後の課題を明らかにし、課題を解決する取組を踏まえ、指標を検討することから、地域の実情や課題に沿った項目が選定されることになるだろう。一方、大江（2019：12）は、我が国の農村ツーリズムの場合、社会面での意義に注目されがちで経済性とのバランスをとることが難しくなっていると指摘する。主要な持続可能な観光指標は、経済、社会、環境のいわゆるトリプルボトムラインに加え、マネジメントの四つの観点から構成されており、経済、社会、環境分野が適切なバランスで総合的に考慮され、継続的にマネジメントすることが持続可能性を保持し続けることが示唆されており、農泊地域が均衡のとれた持続可能性を目指す際には、JSTS-D における社会経済のサステナビリティを活用することも有用と想定される。具体的に、JSTS-D における社会経済のサステナビリティの「地域経済への貢献」の部分（SECTION B (a)）を見てみると、地域へ

の直接的な経済波及効果（観光消費額）や産業連関分析等を用いての観光による間接的な経済波及効果、観光関連業種における雇用者数（雇用誘発効果）等の測定や、調査、性別、年齢、季節等に左右されない、安定した雇用や公正な賃金の実現に向けた取組（例えば、正規雇用者の割合、男性／女性の雇用割合、女性リーダーの割合、通年営業をしている事業者の割合、通年雇用者数と臨時雇用者数の割合等の調査）や地域の特産品やサービスの利用の促進等が記されている。農泊地域では地域の農作物等の利用や農業体験等のサービスを利用している場合も多いが、その場合のモニタリング方法として、地域の土産物店、飲食店における販売品のうち、原材料に当該地域や近隣地域から調達したものが含まれる販売品の割合を調査することが示されている。

また、農泊推進体制の強化は「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」において課題の一つとされ、その推進方向がとりまとめられている。持続可能な観光はその推進体制が成功の鍵を握る（高橋，2021：98）こともあり、JSTS-D の持続可能なマネジメントの部分（SECTION A）を活用することも想定される。特に、取り組みやすい指標としてはステークホルダーの参画（SECTION A (b)）も参考になるだろう。具体的には、農泊地域経営について行政・民間事業者・地域住民の三者で構成される体制があること、農泊地域経営に関する住民の期待、不安、満足度などのデータが定期的に調査されていること、地域コミュニティ、特に児童・生徒に対して観光に関する教育が実施されていること、旅行者満足度についてアンケート等を通じて調査を実施していること等をチェック項目として検討することも有益だろう。

JSTS-D のモデル事業においても、「持続可能な観光とは？」といった根本的なことから学習するという。持続可能な開発目標（SDGs）への関心も、コロナを機に高まっている。農泊地域においても、まずは、「持続可能な観光」に理解することが重要かもしれない。JSTS-D のそれぞれの指標には 17 の SDGs の目標との関連性も記されており、コロナを機に SDGs への関心が高まる中、農泊地域が JSTS-D を通じて持続可能な観光について理解することは持続可能な運営において有益とは考えられる。

他方、農泊と一般観光との違いが JSTS-D（指標）やその適用にどのように影響するかについては丁寧な考察が求められ、さらなる検討が必要である。今後農泊地域も含め、持続可能な地域運営に関する議論が活発になることを期待する。

注（1）観光庁（2022）を参照。令和2年度のモデル事業の詳細は、

https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000181.html（2021年12月24日参照）。

令和3年度のモデル事業の詳細は、

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001416783.pdf>（2021年12月24日参照）。

（2）観光庁（2021）を参照。

（3）2018年農林水産省農村振興局長により設置され、有識者で今後の農泊を推進する地域の実施体制強化をはじめ、インバウンド受入れ拡大に向けた課題や必要な取組を明らかにするとともに、2020年以降の農泊推進施策の展開方向について検討した。

- (4) 藤稿（2018）によると、観光は第二次世界大戦後徐々に娯楽として定着し、1970年代後半からいわゆる発展途上国に行く機会も多くなり、未開発の地における豊かな自然と野生生物にふれる旅行形態は人気を博したが、人々は途上国の希少な自然を楽しむ贅沢な観光の裏にある現地の貧困問題をも目の当たりにするようになり、こうした背景から、自然保護と地域コミュニティの経済的利益の享受を両立するような観光として、エコツーリズムが1982年世界自然保護連合（IUCN）世界公園会議で提唱されたという。また、環境保全と経済的発展の両立を目指したものの、エコツーリズムによって環境が破壊されるという事態は1980年代後半から世界中に見受けられるようになっており、エコツーリズムが真に「持続可能な」ものになるよう、国際エコツーリズム協会は、1991年からステークホルダーミーティングを繰り返していた。
- (5) 行動のための優先分野としては、既存の規制や経済活動等有効性検証、組織活動の経済的、社会的、文化的、環境的影響の調査、教育・訓練等、先進国と発展途上国での持続可能な観光についての情報、技術等の交換、あらゆる階層による参加、新商品開発、持続可能な発展の進捗状況の測定、パートナーシップ等が掲げられた。
- (6) 宮本（2009：14）は、持続可能な開発に向けた個々の取組の方向性を端的に示すものとして“持続可能なー”という表現がいたるところで用いられるようになっていったと指摘するとともに、「持続可能な観光」概念の形成過程には、持続可能な開発からの流れのほか、マスツーリズムに代わる観光形態（オルタナティブツーリズム）が模索されはじめていたという観光分野独自の問題意識からの流れがあるとする。田原（1999：64）は、オルタナティブ・ツーリズムの概念的曖昧さや新しい観光形態の多様性は、観光に関する国際会議などで指摘され、「持続可能性」を中枢概念とした観光形態の分類が提案されたとする。また、植田（2010：8）は、サステナビリティ研究の各論化（持続可能な都市、持続可能な廃棄物管理等）傾向を指摘し、こうした各論化傾向は、持続可能な発展の理念を具体的に実践しようとするならば、必ずそうならざるを得ない傾向であると説明する。
- (7) 九里・小林（2006：82）によれば、2002年のヨハネスブルグ・サミットでも持続可能な観光は扱われ、会合に先立ち国連環境計画（UNEP）は「旅行と観光」に関する報告書で、観光業が世界のGDPの11%を担っていること、観光業に世界の労働者の8%が従事していることを示し、持続可能な観光を主に支えるのは個々の観光業者であるとした。
- (8) ホテルなどの宿泊施設や旅行業者等の産業向けを意味する。
- (9) 厳密にはGSTCの発足は2010年で、その前身組織である、2007年に設立されたグローバルサステナブルツーリズム基準のためのパートナーシップが策定。同パートナーシップは、フォレスト・アライアンス、国連環境計画（UNEP）、国連財団（UNUN）、国連世界観光機関（UNWTO）が、観光産業における32のパートナーと連立して設立された。既に実施されている60を超える既存の認証制度や4,500以上の基準を分析し、自然保護論者、業界のリーダー、政府当局、国連機関を含む80,000人以上が結果の基準についてコメントを踏まえて、基準を開発した（<https://www.gstcouncil.org/about/gstc-history/>）（2021年12月24日参照）。
- (10) 二神（2014）は、EUの観光政策の進展と関連づけてEUによる指標システムの開発動向について論じている。2001年から2010年までの主要な五つの政策文書の比較分析やヨーロッパの持続可能な観光を推進する上で重要な役割を果たしているツーリズム持続可能性グループ（TSG：Tourism Sustainability Group）がまとめた報告書の考察を行っている。
- (11) 仮訳 <https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000101402.pdf>（2021年9月27日参照）
- (12) トリプルボトムラインとは、1994年に英国の環境コンサルタントのエルクinton氏が提唱した概念で、企業

活動を経済、環境及び社会の三つの側面から評価し、その結果を対外的に持続可能性レポートとして報告するというものである（二神，2013:9）

- (13) An and Alarcón (2020) は、学術データベース（SSCI と SCIE）における持続可能な農村観光に関する論文（2009 年～2019 年を対象）をレビューし、その特徴を分析した。

[参考文献]

【日本語文献】

- 青木辰司（2022）「農泊品質評価支援事業の背景と課題」（令和 4 年度農水省農泊関連予算オンライン説明会，02_【日本ファームステイ協会】農泊品質評価支援制度_資料），
https://jpcsa.org/wp/wp-content/uploads/2022/02/202202009_02.pdf（2022 年 2 月 14 日参照）。
- 石井昭夫（1999）「観光のためのアジェンダ 21」（3. 観光のためのアジェンダ 21（解説）（観産研レポート 1999 年 12 月）），<http://www7b.biglobe.ne.jp/~aki141/sub4.html>（2022 年 3 月 10 日参照）。
- 石井昭夫（2000）「翻訳 観光のためのアジェンダ 21」『立教大学観光学部紀要』2：80-104。
<https://doi.org/10.14992/00006205>。
- 一般財団法人運輸総合研究所「観光を活用した持続可能な地域経営に関する研究」，
<https://www.jttri.or.jp/research/tourism/2020theme02.html>（2022 年 2 月 20 日参照）。
- 一般財団法人運輸総合研究所・国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所（2022）「観光を活用した持続可能な地域経営に関する手引き」，https://www.jttri.or.jp/research/tourism/220322kanko_tebiki.pdf（2022 年 3 月 24 日参照）。
- 植田和弘（2010）「ルーラル・サステイナビリティ論序説」『農村計画学会誌』29(1)：7-10。
<https://doi.org/10.2750/arp.29.7>。
- 大江靖雄（2019）「持続的農村ツーリズムの展開に向けての課題ーコミュニティ・ベース・ツーリズムの視点からー」『農村計画学会誌』38(1)：10-14。 <https://doi.org/10.2750/arp.38.10>。
- 外務省（2015）「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」（仮訳），
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000101402.pdf>（2021 年 9 月 27 日参照）。
- 観光庁（2020）「自治体や観光地域づくり法人（DMOI 等における効果的で持続可能な観光地マネジメントの推進へ！～「日本版持続可能な観光ガイドライン」を取りまとめました～」，
https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000148.html（2021 年 9 月 3 日参照）。
- 観光庁（2021）「「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に係るモデル事業を実施しました！～今から始められる，with コロナ，after コロナ禍での持続可能な観光を実現するための情報が満載です！～」，https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000181.html（2021 年 12 月 24 日参照）。
- 観光庁（2022）「持続可能な観光」の取組，<https://www.mlit.go.jp/kankocho/jizokukanou.html>（2022 年 3 月 3 日参照）。
- 観光庁持続可能な観光推進本部（2019）「持続可能な観光先進国に向けて」，
<https://www.mlit.go.jp/common/001293012.pdf>（2021 年 9 月 3 日参照）。
- 観光庁・UNWTO 駐日事務所（2020）「日本版持続可能な観光ガイドライン」，

- <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001350849.pdf>（2021年9月3日参照）。
- 北村祐介・柴原尚希・稲葉敦（2021）「持続可能な観光に関する政策動向と LCA 研究の方向性」『二音 LCA 学会』17(1)：8-15, <https://doi.org/10.3370/lca.17.8>.
- 九里徳泰・数田麻実・小林裕和（2005）「持続可能な観光―そのフレームワークと概念の体系化への試考―」『日本観光研究学会第20回全国大会学術論文集』：253-254.
- 九里徳泰・小林裕和（2006）「持続可能な観光論―歴史・理論・戦略」『日本観光研究学会第21回全国大会学術論文集』：81-84.
- 国土交通省国土交通政策研究所（2018）「持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究」『国土交通政策研究』146.
- 五艘みどり（2017）「持続的農村形成に向けたルーラルツーリズムの研究動向」『立教観光学研究紀要』19：27-37. <https://doi.org/10.14992/00014652>.
- 高橋葉子（2021）「持続可能な観光ガイドラインに沿った取り組み評価と KPI の設定」『観光学高等研究センター叢書』15：93-99.
- 田原榮一（1999）「新しい観光と持続可能な観光の枠組」『九州産業大学商経論叢』40(3)：59-84.
- 藤稿亜矢子（2018）『サステナブルツーリズム 地球の持続可能性の視点から』晃洋書房.
- 中島泰・清水雄一（2013）「世界観光機関（UNWTO）による持続可能な観光のための指標を活用した観光地の管理・運営の体系」『観光文化』216：14-20.
- 中島泰（2016）「観光研究最前線(2) 持続可能な観光のための指標研究―欧州における研究事例との比較から」『観光文化』228：41-47.
- 農林水産省「農村振興「農泊」の推進について」,
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/nouhaku_top.html#nouhaku(2022年2月10日参照).
- 農林水産省（2022）「農泊推進研究会資料一覧」,
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/suishin_kenkyu.html(2022年2月20日参照).
- 農林水産省（2019）「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」,
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-71.pdf(2021年12月23日参照).
- 農林水産省（2021）「農泊をめぐる状況について」,
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-48.pdf(2021年12月23日参照).
- 二神真美（2008）「観光における「持続可能性」指標の開発に関する一考察」名古屋商科大学論集 53(1)：151-166.
- 二神真美（2013）「観光分野における持続可能性指標開発の系譜」『観光文化』216：9-13.
- 二神真美（2014）「持続可能な観光地マネジメントのための総合的指標システム―欧州連合の取り組みを中心に」『名古屋商科大学論集』59(1)：217-230.
- 二神真美（2015）「持続可能な観光地のための総合的指標システム―世界の動向と課題」『第29回日本観光研究学会全国大会学術論文』341-344.
- 真子和也（2020）「持続可能な観光をめぐる政策動向」『調査と情報』1110.

<https://doi.org/10.11501/11525355>.

宮本佳範 (2009) 「“持続可能な観光”の要件に関する考察—その概念形成における二つの流れを踏まえて—」『東邦学誌』38(2) : 11-22.

【外国語文献】

An Wookhyun and Silverio Alarcón(2020) How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review. *Sustainability*,12(18), 7758.

<https://doi.org/10.3390/su12187758>.

European Commission (2016) The European Tourism Indicator System ETIS toolkit for sustainable destination management.

Global Sustainable Tourism Council(GSTC) <https://www.gstcouncil.org> (2021 年 12 月 24 日参照) .

Indicators of Sustainable Development or Tourism Destinations A Guidebook (2004).

Pérez Victor Ernesto, Alain Hernandez Santoyo, Flor Guerrero, Maria Amparo León, Chrisyian Luiz da Silva and Rafael Caballero (2017) Measuring the sustainability of Cuban tourism destinations considering stakeholders' perceptions. *International Journal of Tourism Research*,19, 318–328. <https://doi.org/10.1002/jtr.2114>

Reed, M., Fraser, E., & Dougill, A. (2006) An adaptive learning process for developing and applying sustainability indicators with local communities. *Ecological Economics*, 59, 406–418.

United Nations Sustainable Development United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992 AGENDA 21.

<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (2021 年 9 月 27 日参照).

United Nations World Tourism Organization (2004) Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook.

World Commission on Environment and Development (1987) Our common future. Oxford University Press.

第3部 農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態

第8章 農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態

八木 浩平・佐藤 彩生・平形 和世

1. はじめに

(1) 背景・問題意識

近年の訪日外国人旅行者の増加を受け、観光関連産業は成長産業として期待されてきた。また、観光は地方創生への切り札としても位置づけられ、「農山漁村滞在型旅行」をビジネスとして実施可能な地域である「農泊」地域の創出は、地方への誘客促進や農山漁村振興策として有望視されている⁽¹⁾。農林水産省は、その「農山漁村滞在型旅行」や「農泊」を「外国人を含む旅行者が農山漁村地域に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ」ことと定義しており、2017年度よりその推進に積極的に取り組んでいる⁽²⁾。

遡れば、1990年代にグリーンツーリズムが農村政策として位置づけられて以来、都市と農村の相互理解を深め、連携を強化させるために様々な農山漁村滞在型余暇活動が推進されてきた。今般、農泊推進で目指すものは、旅行者が農山漁村地域に滞在し、地域資源を活用した食事や体験等を楽しむことであり、提供側はそうした旅行者ニーズに合った観光コンテンツを提供し、持続的なビジネスとして取り組むことである。こうした農山漁村滞在型旅行のビジネス化に取り組む上では、第一に、顧客である旅行者の意向や行動を詳細に把握する必要がある。

(2) 課題・目的

そこで本研究では、大規模なアンケート調査から都市住民の農山漁村への宿泊旅行や体験の有無を確認した上で、農山漁村滞在型旅行を実施した旅行者の具体的な旅行行動を明らかにする⁽³⁾。旅行者の旅行行動として、旅行者が事前にどのようなツールで旅行先の情報を収集し、旅行中にどのような体験を行い、そこで何を不満に感じ、旅行後にどのような行動（旅行先の農産物の購入等）を取ったのか等、旅行前、旅行中、旅行後の行動把握を行うことを課題とする。これらの結果より、都市住民に対する農山漁村滞在型旅行のプロモーション活動に寄与する知見を提示することを本研究の目的とする。

2. 分析枠組み

本研究は、都市住民向けの Web アンケート調査のデータを用いて、2段階の調査・分析を行った⁽⁴⁾。まず、都市住民の農山漁村への宿泊旅行や体験の有無の調査として「都市住

民の調査」（スクリーニング調査）を実施した。次に具体的な旅行者の行動の把握のため、「都市住民の調査」のサンプルのうち農山漁村滞在型旅行の体験者を 800 名無作為抽出し「農泊体験者の調査」を実施した。以下では、各調査のデータの概要や分析手法について提示する。

（1）データ

1）「都市住民の調査」のデータ

「都市住民の調査」では、株式会社ネオマーケティングの有する約 639 万人のモニターのうち、三大都市圏の政令指定都市と特別区の住民のうち都市別、性別、年代別の人口構成比により 2 万名を対象とした。三大都市圏に調査対象地を限定したのは、農村地域の経済の活性化につながる都市農村交流の促進の観点から、都市部の住民の旅行行動の把握が必要と考えたためである⁽⁵⁾。ただし、モニター数の少ない千葉市の 20 代男性 4 名分と相模原市の 20 代男性 1 名分の回答を調査期間内に得られず⁽⁶⁾、結果として 19,995 名に対して都市住民の旅行実態に関する調査を実施した。

この「都市住民の調査」では、第 8-1 表で示す各コンテンツの農山漁村への宿泊旅行における体験の有無や、回答者の個人属性について調査を行った。その上で、各コンテンツを体験した人の特徴や、体験の組合せについて分析した。このうち各コンテンツを体験した人の特徴に関する分析では、19,995 名の全サンプルを対象とした分析と、過去 2 年間に農山漁村で宿泊した旅行者（以下、宿泊者サンプル）のみを対象とした分析の 2 通りの分析を実施した。

2）「農泊体験者の調査」のデータ

「農泊体験者の調査」では、「都市住民の調査」のサンプル（19,995 名）のうち都市地域に居住し⁽⁷⁾、また過去 2 年間に農山漁村地域へ観光目的で宿泊し、以下に示す体験のうちいずれか一つでも経験した回答者を⁽⁸⁾、「農山漁村滞在型旅行」の旅行者とし、ここからサンプルとして 800 名の無作為抽出を行った（第 8-1 図）。

該当する体験は、「農家民宿・農家民泊」「地元の郷土料理を食べる」「農家レストランで食事」「農業体験（田植え、芋堀り等）」「調理体験（そば打ち、郷土料理、チーズ作り等）」「工芸品作り（わら細工、草木染め、クラフト体験等）」「ワイナリー・酒蔵巡り」「地域の学習（ガイド付き）（歴史・文化等）」「観光農園・牧場（果物狩り、乳絞り等）」「アウトドア（山登り、川下り、川遊び、サイクリング、キャンプ等）」「地元住民との交流」「農山漁村でなにもせずくつろぐ」である（以上の体験の総称を、以下、農泊コンテンツと呼ぶ）⁽⁹⁾。

第 8-1 表 体験内容の定義

変数名		定義
活動・体験	地元住民との交流	地元住民との交流
	農業体験	農業体験（田植え、芋掘り等）
	調理体験	調理体験（そば打ち、郷土料理、チーズ作り等）
	工芸品作り	工芸品作り（わら細工、草木染め、クラフト体験等）
	地域の学習	地域の学習（ガイド付き）（歴史・文化等）
	アウトドア	アウトドア（山登り、川下り、川遊び、サイクリング、キャンプ等）
	観光農園・牧場	観光農園・牧場（果物狩り、乳搾り等）
	ワイナリー・酒蔵	ワイナリー・酒蔵巡り
宿泊	農家民泊・農家民宿	農家民泊・農家民宿
食事	農家レストラン	農家レストランで食事
	地元の郷土料理	地元の郷土料理を食べる
他	なにもせずくつろぐ	農山漁村でなにもせずくつろぐ
農山漁村滞在型旅行以外の活動	直売所・道の駅	直売所・道の駅での地元産品の買い物
	温泉	温泉に入る
	芸術・スポーツ	芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦
	観光施設	観光施設（水族館やテーマパークなど）の訪問
	自然景観	自然景観を楽しむ（棚田、紅葉、滝等）

なお、農泊体験者の調査のために無作為抽出した 800 名のうち、5 件法で質問した旅行動機の設定において全て同じか一つを除いて全て同じ番号を回答した 49 名を外れ値として分析から除き⁽¹⁰⁾、残りの 751 名のデータを分析した。「都市住民の調査」と「農泊体験者の調査」の分析対象者の特徴については、第 8-2 表を参照されたい。

第 8-2 表 調査対象者の特徴

(単位：%)

		スクリーニング調査		本調査
		全サンプル	宿泊者サンプル	
女性		49.5	36.6	30.2
年代	20代	16.9	17.2	4.5
	30代	21.2	22.0	13.7
	40代	24.6	22.0	23.0
	50代	18.3	17.3	29.3
	60代	19.0	21.4	29.4
18歳未満の世帯員あり		24.8	29.8	25.6
一人当たり年収	200万円未満	39.9	33.8	4.3
	200-400万円	36.8	41.0	37.4
	400-600万円	12.6	15.9	32.0
	600-800万円	4.3	6.1	16.0
	800万円以上	2.1	3.2	10.4
子供の頃、農山漁村で育った		21.6	21.0	18.8
平均世帯員数(人)(標準偏差)		2.5(1.3)	2.7(1.4)	2.1(0.9)
平均勤務時間(時間/週)(標準偏差)		36.2(26.2)	40.6(24.8)	41.4(24.4)
サンプル数		19,995	2,812	751

注. 勤務時間は 20 時間刻みで聞き取った値である。

（２）分析手法

１）「都市住民の調査」の分析手法

既述のように「都市住民の調査」では、各コンテンツを体験した人の特徴や、体験の組合せについて分析した。

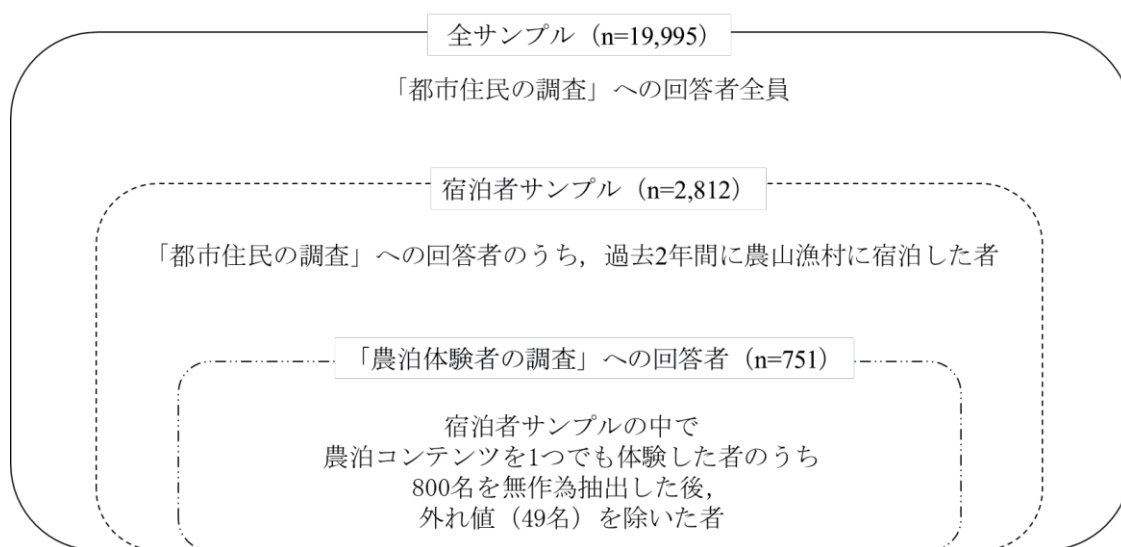
まず体験を行った人の特徴については、先述の農泊コンテンツに「直売所・道の駅での地元産品の買い物」を加えて、それぞれの体験者の特徴を整理した。その際、農山漁村への宿泊の有無を問わず都市地域で広くプロモーション活動を行う場合と、農山漁村への宿泊者のみを対象にプロモーション活動を行う場合を想定して、前者は「都市住民の調査」の全サンプルを対象とし、後者は「都市住民の調査」への回答者のうち過去２年間に農山漁村で宿泊した旅行者（以下、宿泊者サンプル）のみを対象として分析を行った⁽¹¹⁾。宿泊者サンプルの中には農泊コンテンツを体験していない人も含まれているため、宿泊者サンプルの分析によって、農山漁村への宿泊者の中における農泊コンテンツの体験者の特徴（性別、年代、18歳未満の世帯員の有無、年収等）を明らかにすることができる。なお、内閣府（2014）でも、農山漁村での体験の有無と個人属性の関係を整理しているが、本研究では大規模なアンケート調査によって、都市住民全般と宿泊者を分けて分析している点や、年収や世帯員数といった個人属性の違いを考慮して分析している点に独自性がある。

また、農山漁村滞在型旅行の滞在者数の増加や滞在日数の長期化のためには、旅行者のニーズに合致した複数の体験を提供することが有効と考えられる。そこで、どういった体験の組合せが望ましいかを把握するために、同一の人物が過去２年間の農山漁村滞在型旅行でどのような体験を行ったのかを変数クラスター分析で明らかにした。その際、各変数が２値データ（体験した、体験していない）であることを勘案し、距離尺度として単純整合を、クラスタ化の方法としてグループ間平均連結法を用いた。なおここでは、「温泉」や「自然景観」等の農泊コンテンツ以外の体験内容についても分析している。各体験の変数名と定義は、第8-1表を参照されたい。

２）「農泊体験者の調査」の分析手法

「農泊体験者の調査」では、農山漁村滞在型旅行を行った旅行者の具体的な旅行行動を明らかにした。旅行行動では以下の三つの項目に着目し、旅行者の特徴の分析を行った。項目は、①旅行前の情報収集の手段、②農山漁村滞在型旅行での不満点、③旅行後の行動の変化である。

なお、以上の「都市住民の調査」と「農泊体験者の調査」の分析では属性ごとにクロス集計を行い、カイ二乗検定や独立したサンプルのt検定、一元配置分散分析等で統計的な有意差の有無を分析した。用いた分析手法については、各分析結果の表の注釈を参照されたい。以上の分析は、SPSS Statistics 25のBase及びExact Testsを用いた。



第 8-1 図 各サンプルの定義の概要

3. 分析の結果・考察

(1) 都市住民の調査の分析結果・考察

1) 農泊コンテンツの体験者の特徴

まず、ターゲットとすべき顧客層の特徴を提示するため、農泊コンテンツに「直売所・道の駅での地元産品の買い物」を加えた体験について、全サンプル（第 8-3 表）と宿泊者サンプル（第 8-4 表）を対象に回答者の特徴を整理した。

① 性別

性別で見ると、全サンプルを対象とした分析では「工芸品作り」を除く全ての体験で女性よりも男性の体験割合が有意に高かった。一方で宿泊者サンプルでは、「工芸品作り」「観光農園・牧場」「地元の郷土料理」「直売所・道の駅」「なにもせずくつろぐ」の項目でいずれも男性より女性の体験割合が有意に高かった。全サンプルの分析で示すように農山漁村への訪問は男性が多い一方で、農山漁村への宿泊者に限定すると、上述した項目の体験割合は女性の方が高い。特に、ショッピングできる「直売所・道の駅」や、グルメに関連する「観光農園・牧場」「地元の郷土料理」、草木染めやクラフト作り等の手芸にも通じる「工芸品作り」等、女性に需要のある体験内容でそのような傾向が確認できる。

② 年代別

年代別では全サンプル（第 8-3 表）も宿泊者サンプル（第 8-4 表）も、20 代や 30 代の若年層で「農業体験」「調理体験」「工芸品作り」「地域の学習」の体験割合が相対的に高い一方、50 代や 60 代の高年齢層で「アウトドア」や「地元の郷土料理」「直売所・道の駅」の体験割合が相対的に高かった。内閣府（2014）でも、「農林漁業体験や農山漁村交流活動で滞在した」人の割合が若年層で高いことが示されており、高齢者層と比較して、

若年層が「農業体験」等の体験型の活動へより関心が高い様子がうかがえた。

これらの結果から、高年齢層では、身体機能の低下に配慮した体験内容の選択を行っているため、食事や買い物を好む傾向にあるとみられる。ただし、高年齢層においてもアウトドアの体験割合が相対的に高い点は、若年層と高齢者層でアウトドアの体験の種類が異なり、一部の高齢者層が比較的簡単に参加可能な山歩き等を趣味として好むことが影響した可能性もある。

第8-3表 各体験の体験割合（都市住民の調査：全サンプル：n=19995，単位：%）

		農山漁村 宿泊者	地元住民と の交流	農業体験	調理体験	工芸品作り	地域の学習	アウトドア
体験者数(人)		2812	314	286	393	261	499	843
性別	男性	17.7	2.0	1.8	2.5	1.4	3.2	5.3
	女性	10.4	1.2	1.0	1.5	1.2	1.8	3.1
	検定	*	*	*	*		*	*
年代	20代	14.4	1.5	1.8	2.2	1.8	3.4	3.4
	30代	14.6	1.8	1.6	2.1	1.6	3.0	4.2
	40代	12.6	1.4	1.6	2.0	1.3	2.1	4.0
	50代	13.3	1.6	1.3	2.2	1.2	1.9	4.9
	60代	15.8	1.5	0.8	1.3	0.6	2.3	4.6
	検定	*		*	*	*	*	*
18歳未満の 世帯員	いる	14.9	1.7	1.6	2.1	1.4	2.7	4.4
	いない	12.0	1.3	1.1	1.6	1.0	1.9	3.7
	検定	*		*	*	*	*	*
1人当たり 年収	200万円未満	11.5	1.4	1.2	1.6	1.1	2.0	3.3
	200-400万円	14.9	1.6	1.4	2.0	1.2	2.7	4.3
	400-600万円	16.8	1.8	1.5	2.4	1.7	2.9	5.7
	600-800万円	18.7	2.1	2.5	3.0	2.0	3.3	6.3
	800万円以上	20.1	2.2	3.1	4.3	2.0	3.8	5.1
	検定	*		*	*	*	*	*
子供の頃、農 山漁村で育っ た	育った	13.7	1.4	1.1	1.5	0.8	2.0	4.1
	育ってない	14.2	1.6	1.5	2.1	1.4	2.6	4.3
	検定			*	*	*	*	
平均世帯員 数(人)	体験有り	2.7	3.0	3.1	3.0	3.1	2.8	2.8
	体験無し	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
	検定	*	*	*	*	*	*	*
平均勤務時 間(時間/週)	体験有り	40.6	44.8	45.2	44.4	43.6	38.6	43.0
	体験無し	35.6	36.0	36.2	36.0	36.2	36.0	36.0
	検定	*	*	*	*	*	*	*

③ 18歳未満の世帯員の有無

18歳未満の子供の有無を考慮した分析を行ったところ、全サンプルの分析結果より、18歳未満の世帯員を有する層では有さない層に比べて「農業体験」「調理体験」「工芸品作り」「地域の学習」「アウトドア」「観光農園・牧場」「ワイナリー・酒蔵」「農家レストラン」において有意に高かった。全サンプルで18歳未満の世帯員がいる層の体験割合が有意に高い点は、農山漁村への旅行が家族内でニーズが強い可能性を示している。

ただし、宿泊者サンプルではそれらの項目の有意差はなく、18歳未満の世帯員を持つ層は農山漁村への宿泊者としての割合は比較的高いものの、各項目を選好する層の間では必ずしも相対的に高くない点を示された。また宿泊者サンプルの分析では、18歳未満の世帯員を有さない層において、有する層と比べて「地元の郷土料理」と「直売所・道の駅」で体験割合が有意に高かった。これらの体験は、子供を持たず比較的時間を自由に使える層が好む傾向が示唆された。

第8-3表 続き

		観光農園・ 牧場	ワイナリー・ 酒蔵	農家民泊・ 農家民宿	農家 レストラン	地元の郷土 料理	直売所・道の 駅	なにもせずく つろぐ
体験者数(人)		859	693	278	555	1,269	1,168	372
性別	男性	5.1	4.4	1.8	3.3	7.5	6.4	2.1
	女性	3.5	2.5	1.0	2.3	5.2	5.3	1.6
	検定	*	*	*	*	*	*	*
年代	20代	4.1	3.2	1.5	2.2	4.2	3.6	1.7
	30代	4.3	3.4	1.4	2.7	5.6	4.9	1.9
	40代	4.1	3.2	1.3	2.8	6.0	5.6	1.6
	50代	4.3	3.3	1.3	3.1	7.3	6.7	2.2
	60代	4.7	4.2	1.4	3.0	8.5	8.4	2.0
	検定					*	*	
18歳未満の 世帯員	いる	4.7	3.7	1.4	3.0	6.5	6.0	2.0
	いない	3.4	3.0	1.3	2.3	6.1	5.4	1.6
	検定	*	*		*			
1人当たり 年収	200万円未満	3.4	2.5	1.2	2.1	4.9	5.0	1.5
	200-400万円	4.7	3.7	1.5	2.9	7.1	6.4	1.9
	400-600万円	5.0	4.7	1.5	3.4	7.4	6.1	2.3
	600-800万円	5.9	5.1	2.0	4.7	8.8	7.7	2.5
	800万円以上	6.7	6.5	2.0	4.3	8.5	6.7	3.4
	検定	*	*		*	*	*	*
子供の頃、農 山漁村で育っ た	育った	4.2	3.0	1.4	2.6	6.2	5.5	1.8
	育ってない	4.3	3.6	1.4	2.8	6.4	5.9	1.9
	検定							
平均世帯員 数(人)	体験有り	2.8	2.8	3.1	2.9	2.7	2.8	2.7
	体験無し	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
	検定	*	*	*	*	*	*	
平均勤務時 間(時間/週)	体験有り	41.6	42.4	44.6	43.2	41.2	38.6	40.6
	体験無し	36.0	36.0	36.2	36.0	36.0	36.0	36.2
	検定	*	*	*	*	*	*	*

注. *は5%水準で有意であることを示す。平均世帯員数と平均勤務時間は、体験した人としていない人の平均値を比較している。また、平均世帯員数と平均勤務時間は独立したサンプルの t 検定、他はカイ二乗検定で分析した。これは、第8-4表、第8-6表、第8-7表も同様である。

④ 年収

1人当たり年収については、高所得層では、全サンプルの分析で有意差の確認された全ての項目と、宿泊者サンプルの「ワイナリー・酒蔵」において体験割合が相対的に高かった。これは、「ワイナリー・酒蔵」が嗜好品である酒類を扱っている点や、高所得

層ほど旅行頻度自体が高い点が影響した可能性が考えられる⁽¹²⁾。

ただし、宿泊者サンプルの結果では多くの項目で有意差がなくなったことから、高所得層は農山漁村への宿泊旅行を行う割合が比較的高い一方、各体験への選好に所得は有意に影響しない点が示唆された。また、全サンプルでは「直売所・道の駅」で高所得層の体験割合が相対的に高かった一方、宿泊者サンプルでは低所得層の体験割合が相対的に高かった。これは、農山漁村の宿泊者において高所得層の割合が高いことから全サンプルでは「直売所・道の駅」の体験割合が高かった一方、宿泊者サンプルに限定すると比較的安価で新鮮な農産物を購入できる「直売所・道の駅」を低所得層が好んだ可能性がある。

第8-4表 各体験の体験割合（都市住民の調査：宿泊者サンプル：n=2812，単位：％）

		地元住民との交流	農業体験	調理体験	工芸品作り	地域の学習	アウトドア	観光農園・牧場
体験者数(人)		314	286	393	261	499	843	859
性別	男性	11.2	10.4	14.0	8.0	18.2	30.2	28.8
	女性	11.1	9.7	14.0	11.6	17.0	29.6	33.6
	検定				*			*
年代	20代	10.7	12.6	15.5	12.8	23.6	24.0	18.3
	30代	12.6	10.6	14.2	10.8	20.6	28.7	29.7
	40代	10.8	12.6	16.0	10.5	16.5	31.5	32.6
	50代	12.1	10.1	16.4	9.0	14.2	37.0	32.6
	60代	9.6	5.3	8.5	3.8	14.3	28.9	29.4
	検定		*	*	*	*	*	
18歳未満の世帯員	いる	11.2	10.5	14.3	9.5	18.4	29.6	31.3
	いない	11.1	9.0	13.1	8.6	15.7	31.0	28.2
	検定							
1人当たり年収	200万円未満	12.0	10.5	13.9	9.7	17.7	29.1	29.5
	200-400万円	10.7	9.4	13.2	8.3	17.9	29.0	31.4
	400-600万円	10.7	9.2	14.1	10.3	17.4	33.9	29.7
	600-800万円	11.1	13.5	15.8	10.5	17.5	33.9	31.6
	800万円以上	11.1	15.6	21.1	10.0	18.9	25.6	33.3
	検定							
子供の頃、農山漁村で育った	育った	10.3	7.8	11.0	5.9	14.4	29.8	30.6
	育ってない	11.4	10.8	14.8	10.2	18.6	30.0	30.5
	検定		*	*	*	*		
平均世帯員数(人)	体験有り	3.0	3.1	3.0	3.1	2.8	2.8	2.8
	体験無し	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6
	検定	*	*	*	*	*	*	*
平均勤務時間(時間/週)	体験有り	44.8	45.2	44.4	43.6	42.8	43.0	41.6
	体験無し	40.0	40.0	40.0	40.2	40.2	39.6	40.2
	検定	*	*	*	*	*	*	

⑤ 幼少期に農山漁村で育ったか否か、世帯員数

子供の頃に農山漁村で育ったか否かについては、両サンプルともに都市部で育った層が農山漁村で育った層に比べて「農業体験」「調理体験」「工芸品作り」「地域の学習」の体験割合が高かった。これは都市部の人の方がこれらの体験へのなじみのなさから貴重な

機会と捉えたと考えられる。

また、世帯員数においては、両サンプルともに有意差を確認できた全ての項目において体験した層の世帯員数が多かった。このように、家族旅行のニーズが強い可能性がうかがえる。

⑥ 勤務時間

勤務時間では、全サンプルでは有意差が確認された全ての項目で、また宿泊者サンプルでは「直売所・道の駅」を除く有意差が確認された全ての項目において、勤務時間が長かった。この点は、勤務時間が長いほど所得が多い点が影響した可能性が考えられる。なお、宿泊者サンプルで「直売所・道の駅」体験者の勤務時間が短かった理由としては、同じく宿泊者サンプルで「直売所・道の駅」の低所得層の体験割合が高所得層よりも高かったことから、勤務時間が短いほど所得が低い点が影響した可能性が考えられる。

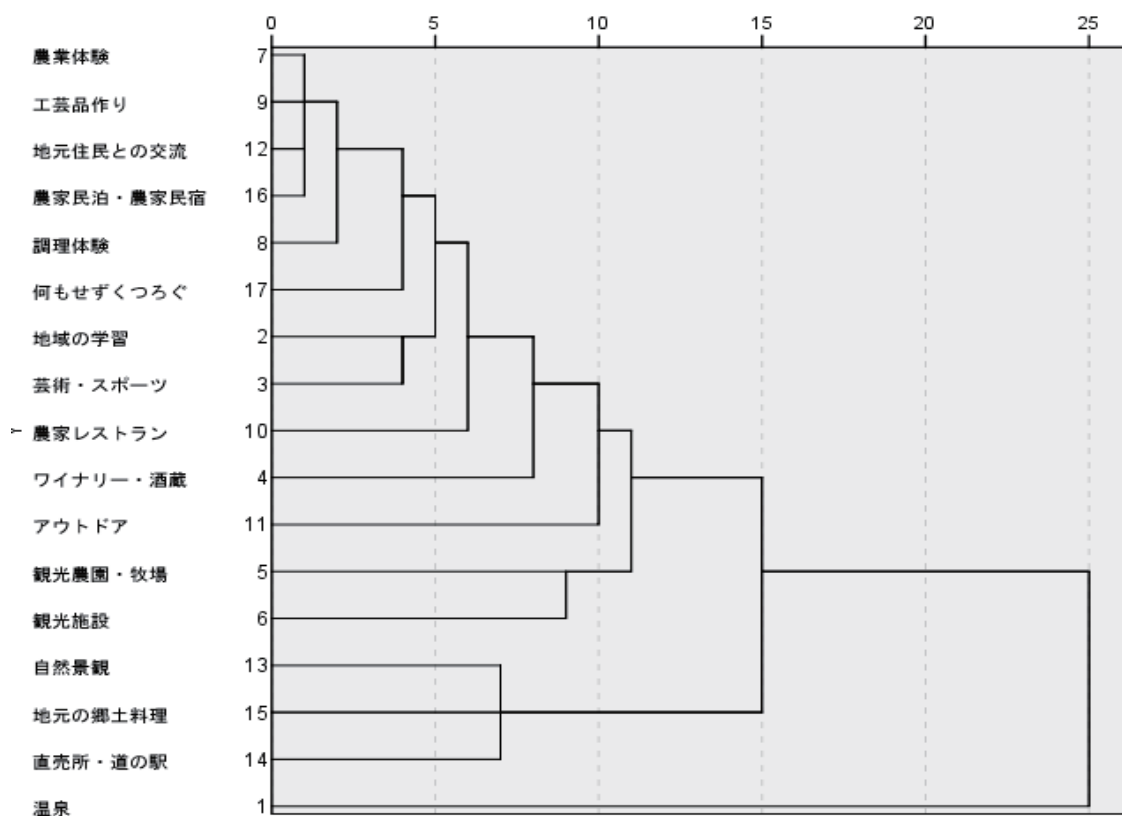
第8-4表 続き

		ワイナリー・ 酒蔵	農家民泊・ 農家民宿	農家 レストラン	地元の郷土 料理	直売所・道の 駅	なにもせずく つろぐ
体験者数(人)		693	278	555	1269	1168	372
性別	男性	24.8	10.0	18.6	42.5	36.1	11.7
	女性	24.4	9.6	21.7	49.6	51.0	15.8
	検定				*	*	*
年代	20代	22.5	10.5	15.3	29.5	24.8	12.0
	30代	23.4	9.5	18.4	38.5	33.4	13.1
	40代	25.4	10.7	22.6	47.8	44.4	12.6
	50代	25.1	10.1	23.0	54.8	50.7	16.2
	60代	26.6	8.8	19.1	53.8	53.0	12.6
	検定			*	*	*	
18歳未満の 世帯員	いる	24.6	9.7	20.0	43.4	40.3	13.2
	いない	24.9	10.5	18.8	50.5	45.3	13.2
	検定				*	*	
1人当たり 年収	200万円未満	21.9	10.4	18.4	42.8	43.4	13.4
	200-400万円	24.6	9.8	19.7	47.5	42.8	12.7
	400-600万円	27.9	8.7	20.3	43.8	36.2	13.6
	600-800万円	27.5	10.5	25.1	46.8	40.9	13.5
	800万円以上	32.2	10.0	21.1	42.2	33.3	16.7
	検定	*				*	
子供の頃、農 山漁村で育っ た	育った	22.0	10.5	19.1	45.5	40.6	13.5
	育ってない	25.3	9.7	19.9	45.0	41.8	13.1
	検定						
平均世帯員 数(人)	体験有り	2.8	3.1	2.9	2.7	2.8	2.7
	体験無し	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7
	検定	*	*	*		*	
平均勤務時 間(時間/週)	体験有り	42.4	44.6	43.2	41.2	38.6	40.6
	体験無し	40.0	40.2	40.0	40.2	42.0	40.6
	検定	*	*	*		*	

2) 体験の組合せの分析

農山漁村滞在型旅行での滞在者数の増加や滞在日数の長期化に向けて、旅行者が複数の体験を行うことを考慮して、どのような体験の種類を揃えて提供することが望ましいかを把握した。具体的には、同一人物が過去2年間の農山漁村宿泊体験でどのような種類の体験を行う傾向にあるのかを、変数クラスター分析より提示した⁽¹³⁾（第8-2図）。

分析結果は、より近い線で結ばれた項目ほど、過去2年間の農山漁村への宿泊旅行で同じ人が選択していたことを示す。例えば、「農業体験」「工芸品作り」「地元住民との交流」「農家民泊・農家民宿」は、同一人物が体験する傾向にあることから、これらの体験を一緒に提供することが効果的であると考えられる。このほか、「地域の学習」と「芸術・スポーツ」や、「観光農園・牧場」と「観光施設」（水族館やテーマパーク等）を同一の人が選択する傾向が強かった。



第8-2図 変数クラスター分析の推計（都市住民の調査：全サンプル：n=19,995）

一方で、「温泉」は他に近い項目がなかったが、これをもって旅行者が「温泉」とその他の体験を一緒に行っていないという根拠にはならない。農泊コンテンツの各体験を行った人のうち「温泉」も体験した人の割合は、「農業体験」の75.2%から「地元の郷土料理」の88.9%まで高い割合となっている。つまり、「温泉」は各コンテンツの体験の有無に関わりなくほとんどの旅行者が体験しており、そのため他の体験との相関関係が認められず、

変数クラスター分析で独立した項目になったものと考えられる。既述のとおり、先行文献では農山漁村への旅行で「温泉」の意向が強いことを示しており、また本研究でも農山漁村へ滞在した人のうち「温泉」を選択した人の割合は 74.9%と非常に高かった。よって、「温泉」の需要は非常に大きく、「温泉」と農泊コンテンツの両者の提供が引き続き重要であることは間違いない。

(2) 農泊体験者の調査の分析結果・考察

続いて、「農泊体験者の調査」に基づき、農泊体験者の旅行行動の特徴について考察する。なお、この分析で新しく用いた変数の定義と記述統計は第 8-5 表を参照されたい。

第 8-5 表 農泊体験者の調査の分析で用いた変数名の定義 (n=751)

変数名		定義	平均 (標準偏差)
各種体験をした旅行の頻度 (回)		過去2年間に本研究で定義した農山漁村滞在型旅行を行った回数。なお、10回以上は10とカウントしている。	2.033 (1.768)
旅行 目的	体験が旅行目的 (個人旅行)	(農山漁村滞在型旅行で定義した) 体験がメインの旅行 (旅程は自分で計画)	0.525
	体験が旅行目的 (団体旅行)	(農山漁村滞在型旅行で定義した) 体験がメインの旅行 (団体旅行を利用)	0.105
旅行の 同行者	一人で旅行		0.186
	家族と旅行		0.690
	友人・職場の同僚と旅行		0.217
	恋人と旅行		0.079
旅行の 情報源	宿泊・旅行関連のサイト	じゃらん・楽天など宿泊・旅行関連のウェブサイト	0.599
	観光協会・自治体のサイト	観光協会や自治体のウェブサイト・SNS	0.422
	旅行先の施設のサイト	旅行先の施設のウェブサイト・SNS	0.382
	家族・知人	家族・知人から (SNS含む)	0.337
	ガイドブック	ガイドブック	0.256
	知らない人のSNS	知らない人の発信したSNSの情報	0.126
	メディア	TV、ラジオ、新聞広告	0.119
	旅行会社の窓口	旅行会社の窓口	0.097
旅行後 の行動 変化	農家から農産物を購入	旅行先で知り合った農家から農産物を直接購入するようになった	0.113
	地元住民と交流	旅行先の地元住民との交流が続いた	0.116
	地域産品の取り寄せ	旅行先の地域産品を取り寄せるようになった	0.200
	ふるさと納税	旅行先の地域にふるさと納税をした	0.125

注. 各種体験をした旅行の頻度以外は、いずれも複数回答可で得た回答である。

1) 旅行前の情報収集源別にみた旅行者の特徴

まず、農山漁村滞在型旅行の旅行者が旅行前にどのように情報収集を行っているかを分析するため、旅行者が利用する情報源について整理した。全体の結果として、宿泊・旅行関連や観光協会・自治体、施設等のウェブサイトの利用割合が非常に高かった (第 8-6 表)。このように、農山漁村滞在型旅行においてインターネットを活用した情報発信が有効である可能性が示唆された⁽¹⁴⁾。

第8-6表 農山漁村滞在型旅行での旅行前の各情報源の利用割合
 （複数回答可：農泊体験者の調査：n=751，単位：%）

		宿泊・旅行関連のサイト	観光協会・自治体のサイト	旅行先の施設のサイト	家族・知人
性別	男性	58.0	42.4	39.5	30.5
	女性	64.3	41.9	35.2	41.0
	検定				*
年代	20代	55.9	41.2	29.4	50.0
	30代	75.7	45.6	38.8	36.9
	40代	61.3	41.6	38.2	30.6
	50代	59.1	39.1	36.8	31.8
	60代	52.9	44.3	40.7	33.9
	検定	*			
18歳未満の世帯員	いる	61.5	41.1	44.3	33.9
	いない	59.4	42.6	36.1	33.6
	検定			*	
1人当たり年収	200万円未満	62.5	46.9	43.8	25.0
	200-400万円	59.1	39.5	35.2	33.1
	400-600万円	59.6	40.4	35.4	32.5
	600-800万円	61.7	46.7	40.8	38.3
	800万円以上	60.3	48.7	51.3	35.9
	検定				
子供の頃、農山漁村で育った	育った	53.9	34.0	39.0	37.6
	育ってない	61.3	44.1	38.0	32.8
	検定		*		
一人で旅行	Yes	60.7	43.6	35.7	26.4
	No	59.7	41.9	38.8	35.4
	検定				*
家族と旅行	Yes	62.0	46.9	40.5	32.6
	No	55.4	31.8	33.0	36.1
	検定		*		
友人・職場の同僚と旅行	Yes	58.9	36.2	40.5	48.5
	No	60.2	43.9	37.6	29.6
	検定				*
恋人と旅行	Yes	69.5	37.3	40.7	33.9
	No	59.1	42.6	38.0	33.7
	検定				
体験が旅行目的(個人旅行)	Yes	64.0	47.2	43.7	32.5
	No	55.5	36.7	32.2	35.0
	検定	*	*	*	
体験が旅行目的(団体旅行)	Yes	62.0	65.8	41.8	31.6
	No	59.7	39.4	37.8	33.9
	検定		*		
平均世帯員数(人)	利用した	2.2	2.2	2.2	2.2
	利用していない	2.1	2.1	2.1	2.1
	検定				
平均勤務時間(時間/週)	利用した	41.2	41.8	41.8	39.6
	利用していない	41.8	41.2	41.2	42.4
	検定				
農山漁村滞在型旅行の平均頻度(回)	利用した	2.2	2.4	2.6	2.0
	利用していない	1.8	1.7	1.7	2.1
	検定	*	*	*	

第8-6表 続き

		ガイドブック	知らない人のSNS	メディア	旅行会社の窓口
性別	男性	25.8	10.3	10.9	9.2
	女性	25.1	18.1	14.1	11.0
	検定		*		
年代	20代	20.6	29.4	8.8	14.7
	30代	18.4	20.4	5.8	11.7
	40代	22.5	16.2	8.1	8.7
	50代	24.1	9.1	16.8	9.1
	60代	33.5	7.2	13.1	9.5
	検定	*	*	*	
18歳未満の世帯員	いる	29.7	15.1	13.0	10.9
	いない	24.2	11.8	11.4	9.3
	検定				
1人当たり年収	200万円未満	25.0	6.3	15.6	9.4
	200-400万円	23.8	11.4	12.1	12.5
	400-600万円	27.1	13.3	10.4	7.5
	600-800万円	25.8	15.0	14.2	9.2
	800万円以上	26.9	14.1	10.3	7.7
	検定				
子供の頃、農山漁村で育った	育った	23.4	9.9	12.1	7.1
	育ってない	26.1	13.3	11.8	10.3
	検定				
一人で旅行	Yes	21.4	14.3	8.6	7.9
	No	26.5	12.3	12.6	10.1
	検定				
家族と旅行	Yes	28.8	13.7	12.5	10.6
	No	18.5	12.2	10.3	7.7
	検定	*			
友人・職場の同僚と旅行	Yes	28.8	13.5	12.3	14.1
	No	24.7	12.4	11.7	8.5
	検定				*
恋人と旅行	Yes	28.8	23.7	18.6	10.2
	No	25.3	11.7	11.3	9.7
	検定		*		
体験が旅行目的(個人旅行)	Yes	27.4	15.2	12.7	9.1
	No	23.5	9.8	10.9	10.4
	検定		*		
体験が旅行目的(団体旅行)	Yes	31.6	26.6	10.1	22.8
	No	24.9	11.0	12.1	8.2
	検定		*		*
平均世帯員数(人)	利用した	2.2	2.3	2.3	2.5
	利用していない	2.1	2.1	2.1	2.1
	検定				*
平均勤務時間(時間/週)	利用した	39.8	42.6	38.0	45.0
	利用していない	42.0	41.4	42.0	41.0
	検定				
農山漁村滞在型旅行の平均頻度(回)	利用した	2.3	2.3	2.5	2.3
	利用していない	1.9	2.0	2.0	2.0
	検定	*		*	

次に、旅行者の属性別に旅行先の情報源の利用傾向を示す（第 8-6 表）。性別では女性において「家族・知人」や「知らない人の SNS」で相対的に利用割合が高かった。年代別では、じゃらん・楽天等の「宿泊・旅行関連のサイト」の利用割合は 30 代で相対的に高

かった。また、「知らない人の SNS」⁽¹⁵⁾は若年層で、「ガイドブック」と「メディア」の利用割合は高年齢層で相対的に高く、利用している情報源は年齢層によって異なっていた。

18 歳未満の世帯員がいる層ではない層と比べて「旅行先の施設のサイト」の選択割合が高く、例えば子供向けの対応（衛生面、食事面、施設面等）の有無の観点から、施設の内容を前もって確認した可能性も考えられる。また、子供の頃に都市部で育った層は、「観光協会・自治体のサイト」の利用割合が相対的に高かった。これは例えば、都市部で育った（農山漁村で育っていない）層ほど地方での暮らしの知識が少ないため、旅行地域全体の情報を知ることのできる「観光協会・自治体のサイト」に着目した可能性が考えられる。

また、「一人で旅行」する層は、同居する世帯員が少ないとみられ「家族・知人」の情報を利用する割合が相対的に低かった⁽¹⁶⁾。家族で旅行する層では、「観光協会・自治体のサイト」や「ガイドブック」を利用する割合が相対的に高かった。一方で、友人や職場の同僚と旅行する層は「家族・知人」や「旅行会社の窓口」を活用する割合が相対的に高かった。友人や職場の同僚との旅行では、旅行に同行していない友人・同僚を含めたコミュニティ内で旅行先が共通の話題となり得るため、知人と相談しながら旅行先を決めたり、あるいは職場内での団体旅行として「旅行会社の窓口」を多く利用したりする傾向が強かった可能性が考えられる。恋人との旅行では「知らない人の SNS」を参考にした割合が相対的に高いが、これは若年層において SNS の利用頻度が高く、また恋人と旅行する機会が多い可能性が考えられる⁽¹⁷⁾。

個人旅行で農泊コンテンツを主な旅行目的とする層では、他の層と比べて「宿泊・旅行関連のサイト」「観光協会・自治体のサイト」「旅行先の施設のサイト」「知らない人の SNS」等、インターネットの情報の利用割合が高い傾向にあった。一方、団体旅行で農泊コンテンツを主な旅行目的とする層では、「観光協会・自治体のサイト」や「知らない人の SNS」、「旅行会社の窓口」を利用する割合が相対的に高かった。つまり個人旅行を行う層は、第 8-6 表で示すように農山漁村滞在型旅行の頻度が高く、旅慣れていることから、インターネットの様々なサイトでより詳細な情報を収集する傾向にある可能性が考えられる。第 8-6 表で確認できるように、農泊コンテンツが旅行目的（個人旅行）の層がよく利用する情報源のうち、「知らない人の SNS」以外の情報源を利用する層は、農山漁村滞在型旅行の平均頻度がそれぞれ有意に高かった。

世帯員数に着目すると、世帯員数が多いほど「旅行会社の窓口」を利用していた。家族の人数が多い場合には、まとまって行動しやすいパッケージ旅行ツアーを選択したり、宿泊先や乗車券をまとめて予約したりするものとみられる。農山漁村滞在型旅行の平均頻度では、「宿泊・旅行関連のサイト」「観光協会・自治体のサイト」「旅行先の施設のサイト」「ガイドブック」「メディア」を利用する層の平均回数が利用しない層と比べて多く、旅行に慣れた層ほどこうした情報源を活用する傾向がうかがえた。

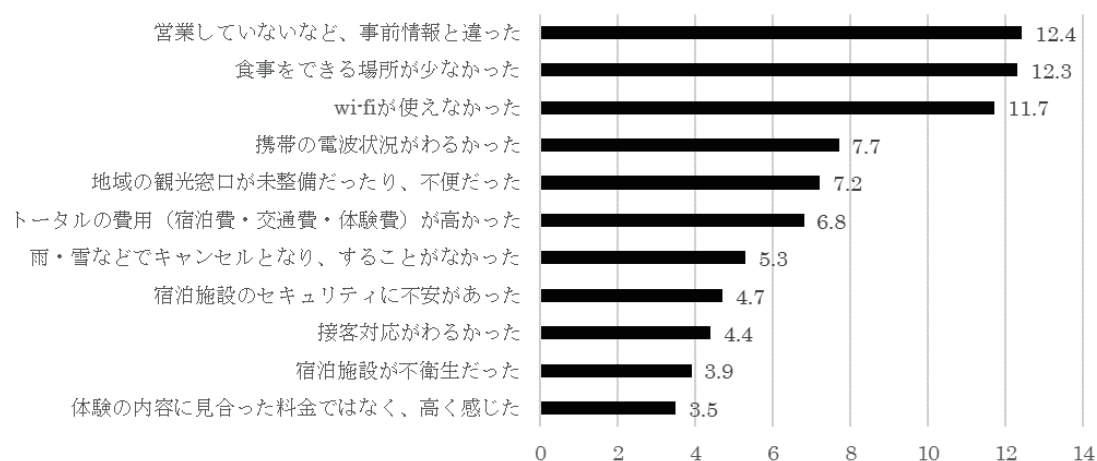
2) 農山漁村滞在型旅行での不満

農山漁村滞在型旅行に対する不満については、いずれも2割程度以下と低かったが、旅行前では、交通アクセスの悪さ（第8-3図）、旅行中では、「営業していないなど、事前情報と違った」や「食事をできる場所が少なかった」等、情報発信不足の問題が指摘されていた（第8-4図）。また、Wi-Fiの不整備や携帯の電波状況のわるさ等に対する不満もみられた。内閣府（2018）も、農山漁村に滞在する旅行をしたくない理由として、「交通アクセスが不便だから（12.7%）」や「農山漁村の情報が不足しているから（11.3%）」といった項目を挙げており、一定程度整合性のある結果を得られた。



第8-3図 農山漁村滞在型旅行での旅行前の不満

（複数回答可：農泊体験者の調査：n=751，単位：%）



第8-4図 農山漁村滞在型旅行での旅行中の不満

（複数回答可：農泊体験者の調査：n=751，単位：%）

3) 旅行後の行動の変化

最後に、農山漁村滞在型旅行の旅行後の意識や行動の変化をみると（第8-7表）、年代別では、20代で「地元住民と交流」と「ふるさと納税」の選択割合が、30代と60代で「地域製品の取り寄せ」の選択割合が他の年代と比べて高かった。これは20代で比較的金銭的な負担が少ない行動を取る傾向にある一方、30代や60代といった層ではより良

品質な地域産品を取り寄せているものとみられる。また、若年層ほど「地元住民と交流」の割合が高い点は、若年層ほど SNS をよく利用している点も影響した可能性が考えられる。

第 8-7 表 農山漁村滞在型旅行後に行動が変化した割合
(複数回答可:農泊体験者の調査:n=751, 単位:%)

		農家から農産物を購入	地元住民と交流	地域産品の取り寄せ	ふるさと納税
性別	男性	11.3	11.8	19.8	12.4
	女性	11.5	11.0	20.3	12.8
	検定				
年代	20代	17.6	26.5	2.9	26.5
	30代	11.7	14.6	27.2	19.4
	40代	14.5	14.5	17.3	12.7
	50代	10.9	9.5	17.3	10.9
	60代	8.1	7.7	24.0	8.6
	検定		*	*	*
18歳未満の世帯員	いる	8.3	8.3	20.8	12.5
	いない	12.3	12.7	19.7	12.5
	検定				
1人当たり年収	200万円未満	0.0	3.1	9.4	6.3
	200-400万円	12.5	14.9	19.6	11.4
	400-600万円	9.6	10.8	19.2	10.8
	600-800万円	13.3	11.7	20.8	18.3
	800万円以上	14.1	5.1	26.9	15.4
	検定				
子供の頃、農山漁村で育った	育った	7.8	9.2	18.4	9.2
	育ってない	12.1	12.1	20.3	13.3
	検定				
一人で旅行	Yes	10.7	17.1	20.0	10.0
	No	11.5	10.3	20.0	13.1
	検定		*		
家族と旅行	Yes	11.8	11.0	21.4	14.1
	No	10.3	12.9	16.7	9.0
	検定				
友人・職場の同僚と旅行	Yes	11.7	10.4	20.2	11.7
	No	11.2	11.9	19.9	12.8
	検定				
恋人と旅行	Yes	13.6	11.9	25.4	8.5
	No	11.1	11.6	19.5	12.9
	検定				
体験が旅行目的(個人旅行)	Yes	14.5	14.0	25.1	14.5
	No	7.8	9.0	14.3	10.4
	検定	*	*	*	
体験が旅行目的(団体旅行)	Yes	27.8	35.4	39.2	29.1
	No	9.4	8.8	17.1	10.6
	検定	*	*	*	*
平均世帯員数(人)	変容あり	2.4	2.3	2.3	2.4
	変容なし	2.1	2.1	2.1	2.1
	検定	*			*
平均勤務時間(時間/週)	変容あり	45.2	42.2	44.2	45.6
	変容なし	41.0	41.4	40.8	40.8
	検定				
農山漁村滞在型旅行の平均頻度(回)	変容あり	2.4	2.0	2.3	2.3
	変容なし	2.0	2.0	2.0	2.0
	検定				

一人で旅行する層では、「地元住民と交流」する割合が二人以上で旅行する層と比べて高かった。これは例えば、一人で旅行して交流する層は同行者とのコミュニケーションがない分、地元住民とより交流する機会が多く、つながりが深まって交流が継続した可能性が考えられる。

農泊コンテンツが主な旅行目的の層では、個人旅行・団体旅行のいずれも旅行後に意識や行動が変化する割合が相対的に高かった。これは、以前から農泊コンテンツへ関心のある層が農山村への旅行をとおして更に関心が深まり、旅行後も農山村とのつながりを求めてより積極的な行動をとったものと考えられる。特に、団体旅行で行動が変化したとする割合が高かった。これは例えば、個人が計画した旅行と比べて、団体旅行では旅行会社が農山漁村の主要なコンテンツを体系的に楽しめる旅程を組んでおり、そのためツアー参加者の旅行先のコンテンツへの満足度が旅行後もより高く、旅行後の行動へ影響した可能性が考えられる。

また、世帯員数が多いほど「農家から農産物を購入」と「ふるさと納税」の選択割合が高く、家族で消費することを前提に購入や申込みをしたと考えられる。

4. おわりに

以上、本研究では大規模なアンケート調査によって都市住民の農山漁村への宿泊や体験、さらに農山漁村滞在型旅行の具体的な旅行行動について明らかにした。以下では、主だった知見を整理する。

まず、農山漁村滞在型旅行における各種体験への参加者の特徴として、都市部の全サンプルから整理すると男性の体験割合が高い一方で、農山漁村への宿泊者に限定すると、女性の体験割合が高かった。これは、農山漁村への宿泊旅行自体は男性が多いが、農泊コンテンツに興味のある層は女性が多いことを示しており、プロモーション活動を行う場面によって、ターゲットとすべき層が異なる点を確認できた。具体的には、都市部への居住者を対象としたプロモーション活動では、男性を中心に訴求することが有用である。一方で、農山漁村への滞在中の人々へプロモーション活動を行う際には、女性を中心に訴求することが有効である。

このほか、若年層で「農業体験」や「調理体験」といった体験型の活動への参加率が相対的に高い一方で、高年齢層は「アウトドア」や「地元の郷土料理」等での参加率が相対的に高く、年代別の特徴を捉えることができた。また、いずれも世帯員数の多い層で体験割合が高く、家族向けのプロモーション活動が効果的とみられた。

さらに、同一の人が行った体験について変数クラスター分析を行ったところ、「農業体験」や「工芸品作り」「地元住民との交流」「農家民泊・農家民宿」を選択する人が多く、これらの体験をセットにしたサービスの提供に需要があるとみられた。

旅行先の情報源については、ウェブサイトを利用する割合が高かった。その属性ごとの内訳を見ると、若年層では「宿泊・旅行関連のサイト」や「知らない人のSNS」を選ぶ

割合が相対的に高く、高年齢層では「ガイドブック」と「メディア」を選ぶ割合が高かった。よって、情報の発信方法によってターゲットとすべき年齢層を変える必要がある点が示唆された。また、農山漁村滞在型旅行への旅行頻度が高い層ほど、「宿泊・旅行関連のサイト」や「観光協会・自治体のサイト」「旅行先の施設のサイト」「ガイドブック」「メディア」を相対的によく利用しており、これらの情報源からの情報発信が農山漁村滞在型旅行へ興味がある層へプロモーション活動を行う上で有用である点が示唆された。このほか、農山漁村滞在型旅行における具体的な不満も確認することができた。

最後に、旅行後の行動の変化については、若年層で「地元住民との交流」や「ふるさと納税」を行う割合が比較的高かったのに対し、30代と60代で「地域産品の取り寄せ」を行う割合が比較的高かった。また、農泊コンテンツの体験が主な旅行目的である層で「農家から農産物を購入」等の行動を起こした割合が相対的に高く、とりわけ個人旅行者よりも団体旅行者の行動変化の割合が高かった。これは、団体旅行の方が地域の観光資源を生かした体系的なツアーが組まれており、行動が変化する誘因が強かった可能性が考えられる。

このように本研究は、大規模なアンケート調査により農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態を明らかにした。ただし、本研究のアンケート調査はCOVID-19の感染拡大前である2020年1月に実施しており、COVID-19感染拡大後の行動は追えていない。COVID-19の感染拡大により農山漁村地域を含む観光地は大きく疲弊したが、今後、ワクチンの接種増により状況が改善し、観光業も復活していく可能性が高く、そうした時に、農山漁村滞在型旅行の各体験へ参加した層の特徴等を整理した本研究は、プロモーション戦略の策定に当たって中長期的に大いに参考になる。ただし、外出制限を強いられたCOVID-19感染拡大収束後の旅行者の行動は、制限緩和による解放感や観光地の復興のためという動機等により一時的に通常時と異なる可能性があるため、その見通しについての更なる研究が喫緊の課題の一つであろう。

注（1） 「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）において、「日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進する」と位置づけられ、「観光立国推進基本計画」（平成29年3月28日閣議決定）、農林水産業・地域の活力創造本部「農林水産業・地域の活力創造プラン」（改訂）（平成30年11月27日農林水産業・地域の活力創造本部決定）では、農泊をビジネスとして実施できる体制を持った地域を平成32年までに500地域創出するとされている。

（2） 「農山漁村滞在型旅行」と「農泊」の定義は、農林水産省「農泊推進のあり方検討会」中間とりまとめを参照した。なお、本研究では「農山漁村滞在型旅行」と「農泊」を同じ意味で用いるが、「農泊」は宿泊施設としての農家民宿・農家民泊と混同しやすいため、できるだけ「農山漁村滞在型旅行」を活用する。ただし、政策の用語を用いる際や、後述する「農泊コンテンツ」と「農泊体験者の調査」のような簡潔な用語を用いる際は「農泊」も用いている。なお、宿泊施設としての農家民宿・農家民泊は、「農家民宿・農家民泊」と記載する。

（3） なお、本稿は八木ら（2021）を簡潔にまとめたものである。

- (4) Web アンケート調査であるため、スマートフォンやパソコンによりインターネットを利用する層に調査対象者が偏っている。特に、2018 年における 60 代のインターネットの利用割合は 76.6%であり、90%を超える 20 代から 50 代と比べて低い状況にある（総務省、2020）。このように特に 60 代の回答者について、サンプルに偏りがある可能性に留意されたい。今後、特定の旅行先の旅行者へアンケートを行う等、個人のインターネット環境に左右されないような調査の実施が研究課題の一つである。
- (5) 本研究での都市農村交流に関する言及については、農林水産省ウェブサイト https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h23_h/trend/part1/chap4/c4_3_01.html (2020 年 5 月 11 日参照)を参考にした。
- (6) 5 名不足したが、全体の 0.25%と割合は小さく、大きな問題はないと判断した。
- (7) 居住地の都市地域と農山漁村地域の区分については、内閣府（2014）や佐々木（2016）にのっとり回答者自身の主観的な認識による区分を採用した。具体的には、都市地域と農山漁村地域の定義について「周辺に農地や森林が広がり、農林漁業が盛んな地域であり、都市地域はそれ以外の地域」と説明し、「都市地域」と「どちらか」という都市地域、「どちらか」と農山漁村地域と「農山漁村地域」を農山漁村地域と区分した。なお、本研究で用いた農山漁村地域は全てこの定義を踏襲し、アンケート調査票で説明している。
- (8) アンケート調査では、帰省や仕事での出張での体験は含まず、観光目的の旅行のみを対象とすることを説明した。また、宿泊を伴うことを要件としたのは、ビジネス化に向けて滞在型農山漁村の確立・形成が重視されているためである。滞在型農山漁村の確立・形成については農林水産省ウェブサイト <https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/attach/pdf/170203-44.pdf> (2020 年 5 月 11 日参照)による。
- なお、農山漁村滞在型旅行の旅行者に該当する回答者は合計で 2,079 名おり、既述のようにそこから 800 名を無作為抽出した。
- (9) 上述した農泊コンテンツは、漁村に当てはまる項目が少ない。ただし、アンケート調査では農山漁村への滞在旅行に係るアンケートとして各設問を立てて調査を行っており、そのためここでは、「農山漁村滞在型旅行」と漁村も含めた定義で整理を行った。漁村での体験内容のより詳細な分析は、今後の課題としたい。
- (10) 「全て同じ」とは例えば、全ての項目で「どちらでもない」を選択した回答者を指す。
- (11) 農山漁村滞在型旅行への旅行者は、過去 2 年間に農山漁村地域へ観光目的で宿泊して農泊コンテンツのいずれか一つでも体験した回答者であるが、宿泊者サンプルは、過去 2 年間に農山漁村地域へ宿泊した者を全て含んでおり、両者は定義が異なっている。
- (12) 古屋・全（2014）は我が国において、所得が高い者ほど高頻度で宿泊旅行をすることを示している。
- (13) ただし、旅行者側の選択だけでなく各体験の立地面の制約も結果に影響し得るため、旅行ニーズを完全に反映した組合せでない可能性に留意が必要である。また、1 回の旅行で選択した体験でなく、あくまで過去 2 年間に同じ人が体験した組合せである点にも留意されたい。
- (14) ただし、既述のように本研究は Web アンケート調査によるデータを用いているため、スマートフォンやパソコンの利用者層が回答者である点に留意が必要である。
- (15) 総務省（2020）は、2018 年における年代別の SNS 利用割合について 20 代が最も高い 78.5%であり、それ以降は歳を経るにつれて減少傾向であることを示す。
- (16) 本研究の調査結果では、「一人で旅行する」層の平均世帯員数は 1.66 人であるのに対し、「一人で旅行しない」層は 2.25 人と大きな差があった。
- (17) 年代別の「恋人と旅行」する層は、20 代で 17.6%、30 代で 13.6%、40 代で 9.8%、50 代で 6.8%、60 代で

3.2%と若年層ほど割合が高かった。

[引用文献]

古屋秀樹・全相鎮（2014）「潜在クラスモデルを用いた宿泊観光旅行回数の基礎的分析」『第50回土木計画学研究発表会講演集』：1-6.

http://library.jsce.or.jp/jsce/open/00039/201411_no50/pdf/91.pdf

内閣府（2014）「農山漁村に関する世論調査」,

<https://survey.gov-online.go.jp/h26/h26-nousan/index.html> (2020年5月11日参照).

内閣府（2018）「食と農林漁業に関する世論調査」,

<https://survey.gov-online.go.jp/h30/h30-shoku/index.html> (2020年5月11日参照).

佐々木宏樹（2016）「主観的幸福度アプローチによる都市と農村の比較分析」農林水産政策研究所『農業・農村の新たな機能・価値の評価手法開発』新たな価値プロジェクト研究資料第1号：8-43.

<https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/28arakachi1.html>

総務省（2020）『令和元年版 情報通信白書』,

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/pdf/01honpen.pdf> (2021年6月3日参照).

八木浩平・佐藤彩生・平形和世（2021）「農山漁村滞在型旅行における旅行者の行動の実態」『農林水産政策研究』35：55-77.

<https://doi.org/10.34444/00000137>.

第4部 イタリア，フランスにおける農村ツーリズムの動向

第9章 イタリアにおけるアグリツーリズムについて

— 動向・制度的枠組み —

平形 和世・國井 大輔・須田 文明

1. はじめに

2020年1月31日、イタリア政府は国内で初めて新型コロナウイルス感染者が確認されたため、緊急事態を宣言した。3月には感染が全国に拡大することも視野に入れ、人の移動や行動が制限されたが、5月には制限を一部緩和し、諸活動と感染抑止の両立を図る措置がとられている⁽¹⁾。当然のことながら、こうした緊急事態はイタリア経済に危機をもたらしたが、特に2020年前半は、アグリツーリズムも含め農業分野は大きな打撃を受けたという(Ismea, 2020)⁽²⁾。イタリアのアグリツーリズムは、フランスやドイツ、英国等に比べ遅れてスタートしたと言われる(山崎, 2005)が、イタリアにおける農業の多角化はEU内でも進んでおり、農村地域に多くの観光客を迎え入れることで、農業収入を補い、地域の活性化や発展に貢献するアグリツーリズムは、農業の多角化の重要な活動の一つとして捉えられている。

本稿では、農山漁村の所得向上と活性化を目的とする我が国の農泊推進の参考情報とするため、イタリアのアグリツーリズムについてその動向と制度的枠組みを明らかにする。まず次節で、イタリアのアグリツーリズムの動向について統計データに基づき把握した上で、コロナ禍の実情を文献調査等により把握する。次に、イタリアのアグリツーリズムの特色の一つである制度的枠組みについて解説し、アグリツーリズム農家の二事例を2018年と2019年に行った現地調査の結果を基に紹介する。最後に、イタリアのアグリツーリズムの特徴を総括し、日本への示唆を考察する。

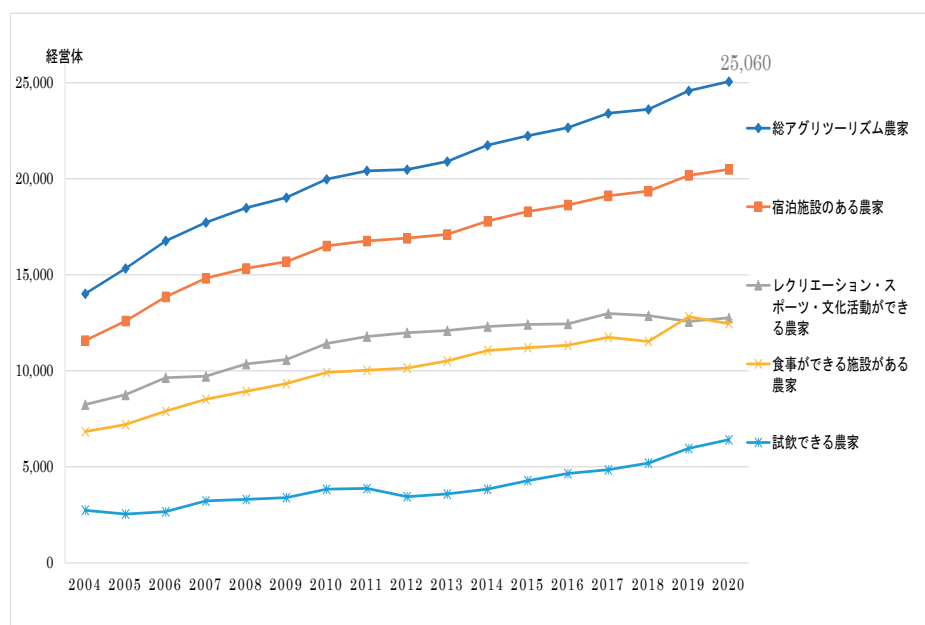
2. アグリツーリズムの動向

イタリアのアグリツーリズムは、アグリツーリズムに取り組む農家(以下、「アグリツーリズム農家」)数や宿泊施設のベッド数といった供給面でも、旅行客の到着数や宿泊数といった需要面でも成長し続けていたが、新型コロナウイルスの感染拡大により、特に需要面で深刻な影響を受ける。以下では、イタリア国立統計研究所(Istat)の統計データ及び農産物市場サービス研究所(Ismea)が発行するアグリツーリズムと多面的機能に関する報告書を基に、最近の動向も踏まえつつ、イタリアアグリツーリズムの概観を明らかにする。

（１）供給面

アグリツーリズム農家数は、伸び率は鈍化していたが、長年上昇基調にある。Istat(2021)によると、コロナ禍にあつて閉鎖する農家もあったが、新たに取り組む農家もあり、2020年は25,060経営体（前年比2.0%増）となった。イタリアの総農家の約2%に当たる。2020年の地域分布をみると、山岳地帯31%、丘陵地帯53%、平野部16%で、北部44%、中部37%、南部19%で、近年大きな変化はない。州・自治県別では、中部丘陵地帯のトスカーナ州が最も多く全体の約2割を占め、次いで北部山岳地帯のボルツァーノ自治県が全体の約13%を占める。また、イタリアには基礎自治体であるコムーネが約8,000あるが、その63%に少なくとも一つのアグリツーリズム農家があり、トスカーナ州とウンブリア州ではほぼ全てのコムーネにアグリツーリズム農家がある。100以上のアグリツーリズム農家があるコムーネも九つあり、アグリツーリズムが盛んな地域がいくつかあるとともに、全国的な広がりがあがるのがイタリアのアグリツーリズムの特徴といえる。

最も普及している形態はレクリエーション・スポーツ・文化活動ができる宿泊施設で、主な活動別にアグリツーリズム農家経営体数の推移をみると、第9-1図のとおり、宿泊施設のあるアグリツーリズム農家は、アグリツーリズム農家全体の約8割を占め、全体とほぼ同じ伸び率で増加しているのに対して、レクリエーション・スポーツ・文化活動ができるアグリツーリズム農家はここ数年微減傾向にあり、全体の約5割（2020年）となっている。また、総アグリツーリズム農家に占める割合は最も低い（26%、2020年）が、試飲できる農家は近年急激に伸びている。



第9-1図 アグリツーリズム農家数の動向（主な活動別）（2004年～2020年）

資料：Istat (2015) 及び Istat (2021) を基に筆者作成。

注：1農家に1又は複数のアグリツーリズム活動の実施が認められる。

(2) 需要面

まずは、コロナ禍前の 2019 年の状況をみる。Ismea (2020) によると、アグリツーリズムの到着数は 376 万人、宿泊数は 1,406 万人泊で、対前年比で各々 9.6%、4.7% 増加し、イタリア観光動向全体の各々 2.9%、3.2% を占めた。また、ホテル（全体）の宿泊数は対前年比 0.5% 増加なのに対して、アグリツーリズムが分類される、ホテル以外の施設の宿泊数は対前年比 4.3% 増加した。ホテル以外の施設では、キャンプ場が約 4 割を占めるが、近年微減や横ばいが続いており、観光客のための賃貸住宅（部屋、家、休暇用アパート等）⁽³⁾や B&B（宿泊と朝食）は、対前年比で各々 9.4%、7.2% の増加傾向となっていた。また、需要の増加は近年緩やかだったが、そうした中で需要の増加を支えていたのは外国人（特にドイツ人）で、総宿泊数に占める外国人宿泊数は約 6 割となっていた。

こうした状況に対して、2020 年の統計データ（Istat, 2021）をみると、アグリツーリズムの到着数は 220 万人、宿泊数は 920 万人泊となり、対前年比で各々 41.3% 減、34.4% 減で、各々、2010 年以来最も少ない値、2010 年と同様の値だった。また、2020 年の宿泊数は、過半の 6 割をイタリア人が占めることになった。

(3) コロナ禍のアグリツーリズム

2020 年のアグリツーリズム業生産額は 8 億 200 万ユーロで、対前年比 48.9% 減となった。しかし、ロックダウンやパンデミック封じ込めの制限の結果として、閉鎖されたアグリツーリズムも多いが、他方、宅配やテイクアウトサービスは提供されている（Istat, 2021）。

2020 年にアグリツーリズムを廃業した農家 1,385 経営体のうち、30% 以上は宿泊施設や飲食サービスを提供していない農家で、主に、試飲、トレッキング、スポーツ活動を行っていた。他方、宿泊施設を提供する農家や飲食サービスを提供する農家や宿泊施設と飲食サービスを提供する農家は各々 1~2% しかおらず、コロナ禍において宿泊と飲食サービスが重要な鍵だったことがうかがえる。

全国農村ネットワーク活動の一環として、パンデミックの影響を把握するため、500 以上のイタリアのアグリツーリズム農家を対象とした調査が、州政府やアグリツーリスト協会等の協力を得て 2020 年夏の後に実施された。その調査結果を紹介する（Ismea, 2020）。アグリツーリズム農家は、パンデミックの初めから収入の減少に苦しみ、前年と比較して約 7 割の農家が 30% 以上の減少を、さらに約 3 割の農家が 50% 以上の減少があったと報告されている。他方、約 3 割の農家が地元の人々によるアグリツーリズム（いわゆるマイクロツーリズム）に起因するサービス需要が前年と比較して増加、また約 2 割の農家が近場の顧客により、前年と比較して製品需要が増加している。また、コロナ前に農産物を購入していたり、アグリツーリズムを利用したりしていた顧客の需要は安定していたとされる。アグリツーリズム農家は、特にインターネットや SNS、直接の連絡（電話や電子メール等）を通じて、顧客との対話を続けた。対面でのコミュニケーションの代わりに、インターネットやデジタル化が重要な役割を果たしたといえよう。コロナ禍以前の顧客との関

係が生かされたのは宿泊だけではなく、農産物や食料品の販売においても重要なライフラインであった。約2割の農家が地元（半径約150km）住民の要望に応じたことにより収入が増加している。宿泊等のツーリズムが深刻な打撃を受ける中、新たな国内市場に敏感に反応して、近場の需要を見いだしている状況がうかがえる。

3. イタリアのアグリツーリズムの制度的枠組み

（1）アグリツーリズム法制定までの経緯

宗田（2012）によれば、イタリアでアグリツーリズムという言葉が最初に唱えられたのは、アグリツーリズム組織「アグリツーリスト協会」が設立した1965年だという。農村の過疎化が進み、地域経済が衰退する中、農業と観光を結びつけることで、新しい世界を拓くという理念に基づいていた。とはいえ、母体となったイタリア農業連盟はイタリア最古の農業団体で、当時は訪れる見込みがない観光客のために費用をかけて廃屋を改装することは非難もされたという。しかし、環境団体はじめ、多様な組織と協力し、文化的・政策的なプロモーションが続けられた。

1973年に、北部のチロル地方、トレント自治県の条例で、アグリツーリズムが定められた。自治権を活用して宿泊施設、飲食施設に求められる防火・衛生基準を緩和し、農家民宿経営を支援するねらいである。またEUの共通農業政策（CAP）による条件不利地域農業への助成制度も発足し、イタリアのアグリツーリズムは大きく前進した。しかし、アグリツーリスト協会は、オーストリアのチロル地方の真似ではない、イタリア独自のアグリツーリズムへのこだわりがあった。1970年代後半、フランスや英国の農村観光を調査し、多様なイタリアの農業、多様なイタリアの農村の魅力を訴えるアグリツーリズムの可能性を追求した。

1985年の「アグリツーリズム法」（1985年12月5日の法律第730号）（以下、「1985年AT法」）が制定された背景について、長手（1996）は、イタリア農業の斜陽化が進行する中、農村地区の再興を志向するイタリア農林政策省は、農業活動の活性化と、環境保護をもねらいとし、これにツーリズムを結びつけたアグリツーリズムの推進を政策課題として考えるようになったと説明している。

（2）アグリツーリズム法の概要

1985年AT法は、第2条で「アグリツーリズム活動とは、民法2135条の農業経営者（及びその家族）が、専ら行う観光客の受入れ、接遇を意味する。自身の農場を利用することによって、耕作、林業、牧畜が継続され、これを補完する関係となる。アグリツーリズム活動の発展は、本法律の規定を守る限り、基本的な農業目的の逸脱とはならない。」⁽⁴⁾と規定している。つまり、本法の対象は、農業経営者が農業を補完するものとして行うアグリツーリズム（活動）と限定している。そして、その活動は、「季節的接遇の提供、キャンプ者には滞在用オープン・スペースの提供」、「飲食の提供、飲物は地場産を主体とし、

それには通常アルコールや度数の高いアルコールも含まれる」,「農家の敷地の範囲内でのレクリエーション活動や文化活動の組織化,製品,飲料食品全てその農家の生産したもので,外部の加工は加えてあっても,材料はその農家のものが使用される」と定められている。

長手(2000)によれば,1985年AT法により,アグリツーリズムに対する認識が深まり出したものの,1992年イタリア農林政策省は,回章第10号で「アグリツーリズムが農村における仮面をかぶった観光活動であってはならない」として,商業化への傾斜に歯止めをかけなければならなかった。この背景には,北欧において多様な形で組織化され普及し,次第に南へ伝播してきたルーラルツーリズム現象があったためであるが,実際にはアグリツーリズムとルーラルツーリズムの区別は十分でない場合もあったようである。

1985年AT法制定後20年が経過し,アグリツーリズムに携わる農家数はほぼ2倍となった。しかし,実情とそぐわなくなった点を改めること等が求められるようになり,2006年,新法律(2006年2月20日の法律第96号)(以下,「2006年AT法」)が成立する(萩原,2008)。以下,1985年AT法と比較しながら,主な改正点について解説する。

まず,アグリツーリズム活動については,農業経営者及びその家族に加え,有期,無期又はパートタイムの雇用労働者が従事することができると定められた。また,付加的な活動やサービスについてのみ外部の主体に援助を求めることも認められた。

また,活動については,以下の4項目「宿泊施設,又はキャンプを行う者が滞在するための屋外空間の提供」,「主に,自家生産物及びその地域の農業経営者の生産物から作られた飲食物の提供。そして,DOP(保護指定原産地表示),IGP(保護指定地域表示),DOC(統制原産地呼称)及びDOCG(統制保証原産地呼称)の表示を有する地域特産の生産物又は伝統的農産物加工品の全国リストに含まれた生産物を優先する」,「ワインの提供を含む農場生産物の試食・試飲を企画すること」,「経営者が利用可能な所有地の外部も含め,必要があれば地方自治体との協定によって,地域及び農村遺産の有効活用を目的とした,レクリエーション活動,文化的活動,教育的活動,スポーツ活動,エクスカージョン及び乗馬観光を企画すること」が掲げられ,1985年AT法に比べるとかなり具体的に内容が定められた。特徴としては,自家及びその地域の農産物等の提供に加え,地域特産品等を優先させることが明記され,また,経営者の所有地以外での活動も含まれるようになった点等である。

さらに,アグリツーリズム業を経営する際の手続について,1985年AT法では,まず所在地のコムーネに申請し,コムーネ長の認可を得てから,州が作成する有資格者リストへの登録が必要であったが,2006年AT法では,活動開始のコムーネへの届出をもってアグリツーリズムの営業を始められ,事業者にとって開業手続が簡素化された。あわせて,州は,AT業の営業資格証明書を取得させるために,農業人材養成機関を通して,AT業者団体の協力により,準備講座を企画することができるとも規定された。2006年AT法制定には,農業・農村の変化に対応させるとともに,国と州の権限配分を見直す憲法第5章の改正に適合させる(芦田,2006)との意図もあり,国と地方自治体の役割が明確化されて

いる点も特筆すべき点であろう。アグリツーリズムの全国的な均質性の観点から、農林政策省は、全国同一の格付基準を定めるとともに、地域特性に基づく評価パラメータの州による利用法の決定、また、アグリツーリズム振興のための3か年計画の策定、さらに、全国レベルの代表的なアグリツーリズム業者団体が参加するアグリツーリズム全国監視機関の設置、州等から送付された情報を基に、年次報告の刊行や提言等も行うこととされた。他方、州は、以前から行政上の基準、制約、義務等を定めていたが、農業とアグリツーリズム業の結合関係の評価のための基準についても、農業経営に必要な労働時間に準拠して定めるとされた（第9-1表）。

第9-1表 2006年AT法の主な条項

国（農林政策省）	州等
格付（第9条） - 農林政策省は、ATの需要供給の関係をより透明かつ均一にするため、生産活動省の意見を聴取し、国、州並びにトレント及びボルツァーノ特別自治県間の関係整備のための常設会議においてあらかじめ合意した上で、全国同一の格付基準を定めるとともに、地域の特性に基づく評価パラメータの州による利用方式を決定する。 ATの計画及び展開（第11条） - 農林政策省は、州及び自治県と合意し、かつ、全国レベルでも最も代表なAT団体の意見を聴取した上で、全国及び国際市場におけるイタリアのATの促進を目的とする、毎年更新可能な3か年計画を策定する。 AT全国監視機関（第13条） - 農林政策省に、全国レベルの代表的なAT業者団体が参加するAT全国監視機関を設置する。 - AT全国監視機関は、州及びAT業者団体より提供される情報の収集及び整理を行い、毎年、ATの実態に関する年次報告を刊行するとともに、外国の経験をも参考として、発展のための提言を行う。	AT業のための家屋（第3条） - 州は、類型学的及び建築学的特性並びに位置する地点の景観及び環境の特色を考慮し、AT業の経営を目的として、農業経営者が使用している現存の建築遺産を修復する措置を定める。 AT業の基準及び制約（第4条） - 州は、AT業実施のための基準、制約、管理義務を取り決める。 - 農業とAT業の結合関係の評価のための基準を、特に農業経営に必要な労働時間に準拠して定める。 - 州の特色づくりに資する目的で、飲食の提供について、法律に掲げる基準を考慮しつつ規定する 保健衛生に関する規定（第5条） - AT業のために利用すべき不動産及び施設の保健衛生上の要件は、州によって定められる。 資格及び租税上の規則（第7条） - 州はAT業の営業資格証明書の発行のための方式を定める。証明書を取得させるために、州は、農業人材養成機関を通して、最も代表的AT業者団体の協力により、準備講座を企画することができる。 ATの計画及び展開（第11条） - 州は、乗馬観光の事業を促進する目的で、AT農場における乗用馬の購入及び飼育並びにそれに係る収容及び調教のための施設整備を奨励助成することができる。州は、さらに、AT業の最も代表的な団体と共同で、研究、調査、実習、人材育成及び普及活動を通して、ATの発展を支援する。 AT全国監視機関（第13条） - 農林政策省の方針及び管轄調整の展開に有益な情報を提供し、かつ、経験を全国レベルで伝達及び相互交換することを目的として、州は、毎年、農林政策省に、管轄地域におけるATの実態に関する概括的な報告書を提出する。

資料：萩原(2008)を基に筆者作成。

注：表中のATはアグリツーリズムを指す。

（3）アグリツーリズムの格付制度

2013年、アグリツーリズムの需給関係をより透明かつ均一にするため、2006年AT法に基づき、全国のアグリツーリズム農家の分類基準を定め、5段階の格付制度が発足した。

イタリアには 20 州あり、各州が独自にマークを作り、それぞれの基準によって格付を行っていたが、国としては、全国的にアグリツーリズムを推進するために、統一したマーク「agriturismo italia」の作成及び格付制度の導入に至った。これにより、アグリツーリズムが提供するもてなしの快適さ、サービスの種類、環境（自然、景観、静けさ）などが一般に提示されることになる。制度創設に当たり、農林政策省は各州政府とイタリアアグリツーリズム協会と協力して、イタリア人及び外国人観光客需要を把握するため調査研究を行った。その結果、多くの地域の特異性も踏まえつつ、認可を受けたアグリツーリズム農家であれば、いずれかのクラスに分類される単純なスコアリングシステムが導入された。こうした制度の導入は国際市場にとっても有益であると考えられている。

各州は、マーク「agriturismo italia」使用のライセンスを付与するための規則と手続を定める必要があるが、州政府が地元の農業生産の構造的な特徴、集客構造、生産体系の事業規模、景観の特徴、土地利用や伝統といったその農業の実情に合わせて、国の要件を適宜変更することもできる。法整備ができた州から順次格付を実施しており、2020 年現在完了しているのは 11 州 4,799 経営体で、各州の状況は以下のとおりである（Ismea, 2019 ; 2020）（第 9-2 表）。

第 9-2 表 格付されたアグリツーリズム農家数（州別）

単位：経営体

州	2019 年	2020 年
トスカーナ	1,633	1,986
ウンブリア	-	736
リグーリア	550	550
ロンバルディア	462（推定）	525
エミリア・ロマーニャ	324	467
フルーリ ヴェネツィア・ジュリア	131	136
サルデーニャ	107	130
バシリカータ	31	85
リゾ	-	71
モリーゼ	71	69
バレーダオスタ	-	44
イタリア全体	3,309	4,799

資料：Ismea (2019) 及び Ismea (2020) を基に筆者が作成。

注.ウンブリア、リゾ、バレーダオスタについては、Ismea (2019) に記載がないため、「-」と表記。

格付基準は、七つのテーマ（ビジネスと景観、受付とマネジメント、宿泊施設のサービスと設備、キャンプのサービスと設備、料理サービスと管理、レクリエーション活動サービス、農業生産活動）で、5 段階で評価される。マーク「agriturismo italia」には、ひまわりの中に、農家、木、イタリア国旗が描かれ、5 段階の格付はマーク下部に位置する 1～5 個の太陽のマークで示される（第 9-2 図）。なお、格付は Ismea（イタリア農業食料市場サービス研究所）が行っている⁽⁵⁾。

また、全国アグリツーリズムポータルサイト「agriturismo italia」ウェブサイト⁽⁶⁾では、全国のアグリツーリズム農家のリストが掲載されている。地図アプリ上に農家がマッピングされ、農家の宿泊の有無、飲食の有無、活動内容等の情報だけでなく、農業データ（全国農業情報システム（SIAN）⁽⁷⁾の農家の関係書類から抽出）も掲載されている。また、州ごとに歴史的特徴、地理的説明、自治体リスト、伝統的な農産品・食品、お祭り・イベント等もまとめられている。ポータルサイトは10か国語でみることができ、内容は限定されるが日本語ページもある。SNSとも連携して積極的に情報発信が行われている。



第9-2 図 イタリアアグリツーリズムのマーク

資料：Agriturismo italia（2022）より転写。

（4）州の法的枠組み

2006年AT法に基づき制定されるアグリツーリズムに関する州法は、制定時期や枠組みは様々で、2006年AT法制定以前に制定されたものもあれば、農業・農村関連の規律において規定される場合もあるが、適宜改正されている。本稿では、いくつかの州を例に挙げて、その内容を解説する。

1）アグリツーリズム業の位置づけ

州法では、アグリツーリズム業実施のための基準、制約、管理義務を定めるとともに、農業活動に対するアグリツーリズム業活動の割合を評価のための基準を、労働時間に準拠して定めることとなっている。つまり、アグリツーリズム活動としてみなされるためには、農業活動に必要とする労働時間より少ない時間である必要があるが、農家が行った農業やアグリツーリズムに使った労働時間を書類で証明するのではなく、州があらかじめ、耕作

や飼育、農産物の加工や直売、アグリツーリズムの運営に必要な平均労働時間（基準）を示すことが求められている（Ismea,2019:76）。

トスカーナ州の例を取り上げると、2003 年に制定されたトスカーナ州のアグリツーリズムに関する州法では、「1 年間でアグリツーリズム業を行うために費やされる時間は、農業に費やされる時間よりも少なくなければならない。又は、年間農業生産の販売総額（補助金含む）はアグリツーリズム業からの収入より高くなければならない。」と規定し、施行規則でその詳細を定めている（第 9-3 表、第 9-4 表）。

第 9-3 表 トスカーナ州：労働時間の基準（農業）

製品	栽培（ha／年）	転換	販売
野菜	600 時間	+20%	+20%
牧草地	15 時間	0	+10%
オリーブ	350 時間	+10%	+20%
ぶどう	500 時間	+20%	+20%
苗床	2,100 時間	+20%	+20%

資料：トスカーナ州政府観光局への調査を基に筆者が作成。

第 9-4 表 トスカーナ州：労働時間の基準（アグリツーリズム業）

アグリツーリズム業のタイプ	労働時間／年
アグリツーリズム：部屋と住居（一体型）食事なし	80 時間／ベッド
アグリツーリズム：部屋と住居（一体型）2 食	120 時間／ベッド
アグリツーリズム：部屋と住居（一体型）3 食	135 時間／ベッド
アグリツーリズム：飲食のみ	25 時間／テーブル／場所
アグリキャンプ：8 名（食事なし）	8 時間／顧客
アグリツーリズム（教育農場）：4 時間／人・15 活動	4 時間／人／活動

資料：トスカーナ州政府観光局への調査を基に筆者が作成。

農業が主たる活動であることを示すために、こうした基準が定められ、農業活動が優位であることを計算することになってはいるが、実際には、州間で試算に著しい違いが見られたり、年によって変化があっても実際には見逃すことになったりと様々な課題を含んでいる（Ismea,2019:76）。

2）受入限度や農産物の由来

宿泊、キャンプ場、飲食に関する受入限度や、飲食に使用する農産物の由来についても、州法で、地域の特性を踏まえ定めている。

受入限度に関して、例えば、トレント自治県では、宿泊については 30 台ベッド（最大 15 室又はアパートメント 6 室）、キャンプ場については 15 ピッチ、30 名、飲食に関して、山小屋除き 60 テーブル以内の制限を設けている。また、トスカーナ州ではキャンプ場は農地 1 ヘクタール当たり最大 6 名、35 ピッチ、90 名以内との規定があるが、宿泊や飲食

については制限が規定されていない。

飲食に使用する農産物の由来に関しても、例えば、エミリア・ロマーニャ州では、自家農産物を最低 35%、自家農産物＋保護原産地呼称（DOP）・保護地理表示（IGP）・有機的伝統的と保証された州の農産物を 80%、州の農産物から作られた手作り食品を最大 20%とされ、例外として山岳地域では自家農産物は最低 25%とされている。他方、トスカーナ州では、明確な数値は記載せず、自家農産物を主とし、残りは州内の他の農家の産物、トスカーナ州由来の産物又は認証された産物、短いサプライチェーンを尊重すると定めており、州によってかなり様々であることがうかがえる。

（５）アグリツーリズム農家の事例

最後に、一例として、イタリアでアグリツーリズムが盛んな地域からアグリツーリズム農家の事例を紹介する。調査時期は、いずれも 2018～2019 年に行ったものである。

１）トスカーナ州のアグリツーリズム農家「Agriturismo Poggio Mario」

畜産農家である夫婦（現在 60 歳代）の妻が 2001 年にアグリツーリズムを開業したが、現在は、ホテル宿泊専門学校を卒業した娘が主体的に民宿（6 部屋）を経営している。農場（経営面積は 27ha）では、羊 300 頭、牛（リムジン品種と在来種マレンマ）、アヒル等を飼養するほか、飼料用の小麦、大麦、牧草が栽培しているが、羊肉は欧州の地理的表示産品（中央イタリアの羊肉 Agnello del Centro Italia IGP（保護指定地域表示））である。

母親は、開業に当たって補助金を活用する予定だったが、40 歳をわずかに過ぎていたことから得ることができなかった。経営所得のうちアグリツーリズムによる部分は 35%で、売上げが 33,000 ユーロを超えると農業税制ではなく、商業税制が適用になるため、会計士とも相談しながら 30,000 ユーロ程度に抑えている。なお、旅行 EC サイトの Booking.Com を利用しており 15%の手数料を支払っている。

他の地域の観光シーズンは 7～8 月だが、ここは近所に温泉（Saturnia: thermal spring and rural development）があるため、年間を通じて観光客を受け入れている。2018 年は 1 年間で 396 人（実数）の観光客が利用した。



第9-3図 Agriturismo Poggio Mario (アグリツーリズム農家) (左：外観，右：農場)

資料：左：Agriturismo Poggio Mario のウェブサイト

(http://www.poggiomario.com/index.php/ea4/it/principale/Home_Page_1.ea4)から引用，右：筆者撮影。



第9-4図 Agriturismo Poggio Mario (アグリツーリズム農家)

資料：筆者撮影。

注．左：主にアグリツーリズムを担う娘，右：アグリツーリズムを始めた母親。

2) 南チロル地方のアグリツーリズム農家「Agriturismo Oberhasler Hof」

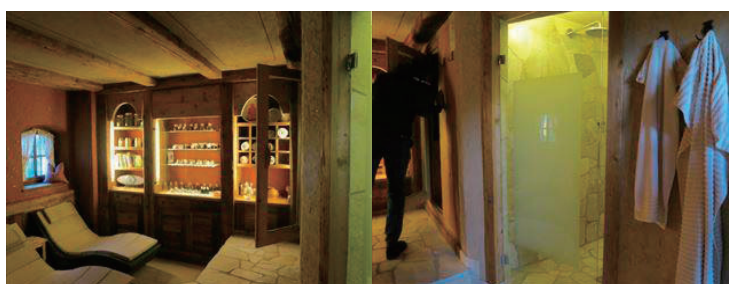
代々続く農家で、主に両親、息子（兄弟）の4名が従事しているが、祖父母と雇用者1名も働く。主にりんごとワイン用のブドウを生産しており、他にハーブやトマト等も栽培している。経営面積は20haで、2年前から有機栽培も始めている。アグリツーリズムは2002年に開業しており、3棟のアパートメント（Wi-Fi完備）を提供している。利用者のほとんどがドイツ人で、主に、4～11月1週間程度滞在する。

開業に当たっては、知り合いの設計士や大工に頼んで古い建物をリフォームした。りんごは生産組合、ワインはワイン生産組合を通じて販売するが、敷地内の直売所でも販売している。



第9-5図 Oberhasler Hof（アグリツーリズム農家）の外観

資料：筆者撮影。



第9-6図 Oberhasler Hof（アグリツーリズム農家）の内観

資料：筆者撮影。



第9-7図 Oberhasler Hof（アグリツーリズム農家）の直売所

資料：筆者撮影。

4. おわりに

本稿では、まずイタリアのアグリツーリズムの動向について、需要と供給の両面から捉え、コロナ禍の状況をも把握しつつ、最大の特徴であるアグリツーリズムの制度的枠組みとこれに基づく国と地方の役割分担を明らかにした。そして最後に、一例として、アグリツーリズムが盛んな地域から取組事例を簡単に紹介した。

イタリアのアグリツーリズムの特徴は、一つは、欧州諸国の中でアグリツーリズムとしての歴史は比較的浅いが、アグリツーリズム法を制定し、その中でアグリツーリズムを定義しつつ、農業を補完するものとして位置づけている点である。また、主たる農業と従

たるアグリツーリズムとの関係はじめ、アグリツーリズムを運営する上で基準等については州法で規定することとなっており、地域の特性を考慮したルール作りができる点も特徴の一つであろう。この点は裏返せば、地域に合った多種多様なアグリツーリズムを出現させる素地があるということでもあり、こうしたことがアグリツーリズムの全国的な広がりをもたらしているとも推察される。宗田（2012）は、イタリアにある複数の農民組織がそれぞれアグリツーリズムを展開したことで、広がりや深さが生まれているとし、フランスやドイツでは農家民宿の全国組織は統一されており、地域色は豊かでもイタリアほどに個性はないとも述べている。

もう一つの特徴としては、アグリツーリズムで提供される食材について、地域産農産物や品質保証されたものが求められる点である。飲食に使用する農産物の由来に関しては州法で規定できるが、大前提として、2006年AT法において、アグリツーリズムは、主に自分の農園や地域の農園の農産物やそれらから作られた飲食物を提供し、そして、品質保証された産品や製品を優先することが規定されている。ツーリズムを通して、旅行者の地域の食や食文化、そしてそれを支える農業への関心を引き寄せている。

イタリアと日本とでは、農業の特徴や農業構造はじめ、アグリツーリズムの発展過程も異なり、日本においてもイタリアのような法的枠組みの必要性を説いているわけではないが、三点、我が国への示唆となりうる点として指摘したい。

一つ目は、アグリツーリズムで提供される食材の地域産や品質へのこだわりである。我が国でも地産地消がうたわれ、自家農産物や地域農産物が優先されるケースは多いと思うが、前節で記述したとおり、イタリアでは州によっては割合まで細かく定めるケースから、短いサプライチェーンを尊重するとだけ定めるケースもある。地域産を優先するルールを明示することは、地域資源の活用、地域資源への誇りの醸成、他地域との差別性にもつながるだろうし、旅行者の地域の食や農業への関心を高める機会にもなるだろう。

二つ目は、宿泊施設の設備やレクリエーション活動に関する基準が定められており、アグリツーリズムの質の観点からの管理徹底している点である。地域においてアグリツーリズム起業向けの講習等が体系的に行われている場合もある⁽⁸⁾。基準によって格付（分類）されることは質の高い農泊実現のためのモチベーションにつながるし、また、旅行者の農泊地域や施設選びにおいてメリットとなる。

三つ目は、コロナ禍の新たな市場にも素早く反応する柔軟性とビジネスマインドである。イタリアのアグリツーリズムは、近年外国人旅行者に牽引されていたところがあったが、コロナ禍では新たな国内市場に素早く反応し、また以前からの顧客との関係を維持し続け、農産物や食料品の販売、マイクロツーリズム等を展開するレジリエンス（回復力）を発揮した。こうした推進力は、2020年のアグリツーリズム農家が484経営体の増加（対前年比で2%増）している点にも見て取ることができる。実際には、新しく1,869経営体が参入している。イタリアの成熟したアグリツーリズム農家は一朝一夕で出来上がったものではないが、我が国でも、アグリツーリズム農家の人材育成等を強化することは、持続可能な経営にも貢献するだろう。

イタリアのアグリツーリズムがどのような背景で、どのような議論があり、現在の制度や施策になっているのか、また、コロナ禍において、どのようにしてできるだけ影響を軽減しようとしているのか、またコロナ対策に限らず、持続可能な経営をどのように捉えているのか等、一連の流れで説明してきた。日本の農泊推進に当たって参考になれば幸いである。

- 注（1）芦田（2020c）では、移動の自由等に対してより厳しい制限を可能にする 2020 年 3 月 25 日緊急法律命令第 19 号「COVID-19 による疫学上の緊急事態に対抗するための緊急措置」に定める制限等が解説されている。また、井田（2020）では、COVID-19（新型コロナウイルス感染症）に関する各国の緊急事態宣言や行動規制措置（外出規制、営業規制等）について、その根拠となる法制を中心に紹介されており、イタリアは憲法の緊急事態に関する規定によると考えられる国に分類される。
- （2）Ismea（2020）は、国家農村ネットワークプログラム計画 2019/2020 の一環として作成されたもので、2020 年版は特に COVID-19 のアグリツーリズム等への影響を分析している。
- （3）alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale（起業家によって管理される賃貸宿泊施設）のこと。
- （4）1985 年 AT 法の条文（他条も含む）については、長手（1996）を参考に筆者が翻訳。
- （5）2018 年 11 月 7～9 日、イタリアのボルツァーノで開催された第 1 回アグリツーリズム国際大会（Eurac 研究所主催）におけるイタリア農業食料市場サービス研究所（Ismea）Umberto Selmi 氏の基調講演による。
- （6）<http://www.agriturismoitalia.gov.it/flex/FixedPages/Common/Search.php/L/IT>（2022 年 1 月 4 日参照）
- （7）SIAN は、イタリア農林政策省の様々な部門又は機関で使用されている単一の統合情報システム。
<https://joinup.ec.europa.eu/collection/egovernment/document/italian-informative-agricultural-system-agea-sian>（2022 年 3 月 1 日参照）
- （8）2006 年 AT 法第 7 条において州は準備講座を企画できると規定されている。五艘（2020）によれば、南チロル農民連合傘下に発足したルーラルツーリズム推進組織のルーター・ハンは農家向けセミナー等を実施し、農家が円滑にアグリツーリズムに参入できる支援体制を整えている。

〔引用文献〕

【日本語文献】

- 芦田淳（2006）「新たなアグリツーリズム法の成立」『ジュリスト』1315：186.
- 芦田淳（2020a）「【イタリア】新型コロナウイルス感染症対策―感染地域での活動制限等―」『外国の立法』283-1 国立国会図書館 調査及び立法考査局：4-5.
- 芦田淳（2020b）「【イタリア】新型コロナウイルス感染症対策―緊急法律命令 6 件を制定―」『外国の立法』283-2 国立国会図書館 調査及び立法考査局：8-9.
- 芦田淳（2020c）「【イタリア】新型コロナウイルス感染症対策―全国的な緊急事態下における権利制限―」『外国の立法』284-2 国立国会図書館 調査及び立法考査局：14-15.
- 井田敦彦（2020）「COVID-19 と緊急事態宣言・行動規制措置―各国の法制を中心に―」『調査と情報―ISSUE BRIEF―』1100 国立国会図書館 調査及び立法考査局.

- 長手喜典 (1996) 「イタリアのアグリツーリズム法 (1985 年, 第 730 号)」『北見大学論集』(36), 北海学園北見大学学術研究会編, 133-139.
- 長手喜典 (2000) 「アグリツーリズムのイタリア州別概況とグリーンツーリズム欧州主要国比較」(2000 年, 第 44 号)『北見大学論集』(22), 北海学園北見大学学術研究会編, 69-97.
- 佐藤輝 (2020) 「イタリアのアグリツーリズムの 2000 年以降における地域毎の推進状況分析と全国的な支援組織の活動把握」人間と環境 46(3) : 2-17. 2020.
https://doi.org/10.5793/kankyo.46.3_2.
- 綜研情報工芸 (2018) 「平成 27 年度農林水産省事業 訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への誘客促進に関する調査委託事業調査報告書」株式会社綜研情報工芸.
- 宗田好史 (2012) 『なぜイタリアの村は美しく元気なのかー市民のスロー志向に応えた農村の選択』学芸出版社.
- 萩原愛一 (2008) 「イタリアのアグリツーリズム法」『外国の立法』237 国立国会図書館 調査及び立法考査局 : 62-70.
- 山崎光博 (2005) 『ドイツのグリーンツーリズム』農林統計協会.
- 五艘みどり (2020) 「ルーラルツーリズムの推進組織のあり方に関する一考察」『地域活性学会研究大会 論文集 12』224-227.

【外国語文献】

- Agriturismo italia (2022) <http://www.agriturismoitalia.gov.it/it/homepage> (2022 年 2 月 20 日参照).
- Yasuo Ohe (2020) Feature Article: Exploring a way forward for rural tourism after the corona pandemic, *Journal of Global Tourism Research*, 5(2).
- Ismea (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) (2019) 「AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ SCENARIO E PROSPETTIVE RAPPORTO 2019」.
- Ismea (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) (2020) 「AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ SCENARIO E PROSPETTIVE RAPPORTO 2020」.
- Istat (Istituto Nazionale di Statistica) (2015) LE AZIENDE AGRITURISTICHE IN ITALIA
<https://www.istat.it/it/archivio/174946> (2022 年 2 月 20 日参照).
- Istat (Istituto Nazionale di Statistica) (2021) 「LE AZIENDE AGRITURISTICHE IN ITALIA | ANNO 2020」
<https://www.istat.it/it/agricoltura?dati> (2022 年 2 月 20 日参照).

第10章 イタリアにおけるアグリツーリズムと アルベルゴ・ディフーズ

國井 大輔・福田 竜一

1. はじめに

現在世界的に農村と都市との格差が問題となっており、特に条件不利な農村部における収入増加策として、農村ツーリズムへの期待が高まっている。例えばヨーロッパ諸国では、条件不利地域における農家の収入増加策として農家民宿への補助を行っている国が多くある。特に、イタリアでは農家による宿泊やアクティビティの提供等を農業収入の一部として、アグリツーリズム（以下 AT とする）に関する法律が整備されており、農村ツーリズムの先進国として注目されている。一方、近年のイタリアでは町内の空き家をホテルの一室として活用し、町をまるごと活性化しようとする「アルベルゴ・ディフーズ（以下 AD とする）」というイタリア発祥の新しい宿泊形態が注目されている。そしてその取組はイタリア国内だけでなく、スペインやクロアチアなどでも誕生しており（中橋，2017），我が国においても岡山県矢掛町で認定された事例がある。AD は過疎高齢化の進展するイタリアの小集落において展開されている地域再生及び観光まちづくりの取組であり（松下，2016），イタリアと同様に農村の過疎高齢化が問題となっている我が国における農村活性化策として注目に値する。AD や AT の既存研究を見ると，AT は農家の所得向上や農村活性化への貢献に関する研究は数多く行われており（例えば，大江・Ciani，2005；Lupi et al.，2017 など），大江（2019）では，持続的な農村ツーリズムという視点から AT と我が国における農村ツーリズムの比較を行っている。一方，AD は町づくりや観光業という視点からの分析は行われているものの（例えば，田丸・渡辺，2017；松下，2016；De Montis et al.，2015 など），農村ツーリズムという視点での分析はほとんど行われていない。例えば Cucari et al.（2019）では，農村ツーリズムをテーマとして AD の事例を報告しているが，企業による AD 経営事例を取り上げており，AT のような農家を中心とする農村ツーリズムの視点とは異なっている。

そこで本稿は，地域活性化策として注目されている AD を，既に農村ツーリズムとしての地位が確立している AT と比較することで，AD の農村ツーリズムとしての課題を整理する。分析の対象は，イタリアのアルベルゴ・ディフーズ協会（以下 AD 協会とする）に認定され，2020年11月現在 AD 協会のウェブサイトに掲載されているイタリア国内の AD とする。このほか，筆者らが 2018 年 12 月及び 2019 年 7 月に，イタリア（トレンティーノ・アルト・アディジェ州，エミリア＝ロマーニャ州，マルケ州及びトスカーナ州）で実施した現地ヒアリング調査結果も参考とする。また我が国でも AD を手本とした分散型ホテルの取組も行われていることから，補論として我が国における「分散型ホテル」の取組と，農家民泊主体の「農家民泊型 AD」についての考察も行う。

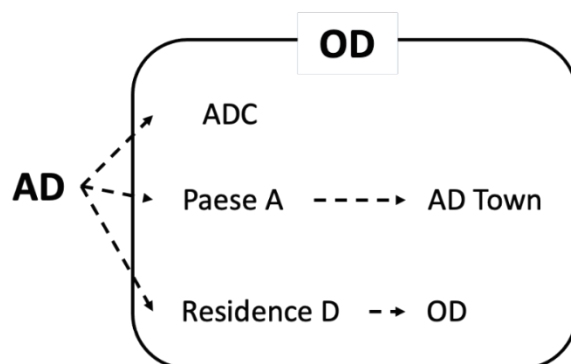
2. アルベルゴ・ディフーゾの概要

AD とはイタリア語で「分散したホテル」という意味で、町の中に点在している空き家を一つの宿として活用し町をまるごと活性化しようというもの（松下，2016）であり、1976 年のヴェネツィア北部で発生した地震の後に、ジャンカルロ・ダッラーラ氏（アルベルゴ・ディフーゾ協会会長）が考案したものである（中橋，2017）。AD は AD 協会のオフィシャルサイト⁽¹⁾や同協会会長のダッラーラ氏講演会資料⁽²⁾では、いわゆる AD のほか、村まるごとの宿 (Paese A: Paese Albergo)、分散型の宿泊 (Residence D: Residence Diffuso)、田舎の AD (ADC: Alberghi Diffusi di Campagna)、オスピタリタ・ディフーザ (OD: Ospitalità Diffusa)、アルベルゴ・ディフーゾ・タウン (AD Town)⁽³⁾という様々な形態が紹介されているものの、包括的な整理が行われていない。

そこで AD の概観を把握するため、アルベルゴ・ディフーゾ インターナショナル極東支部⁽⁴⁾代表の長谷川昭憲氏へのヒアリングを行い、第 10-1 図のようにまとめた⁽⁵⁾。まず、基本的には全ての中心にあるのが AD である。けれども、AD が普及していくにつれ、基本的には AD の理念に沿っているものの、立地条件や歴史的背景から取組範囲や事業主体がその理念に沿わない事例が出始めたため、それらの実際の実践内容に合わせて ADC や Paese A, Residence D という AD から派生した概念を設けて整理された。ADC は宿泊施設が町の中心から離れた場所にあるものの、町と強い歴史的・文化的な結びつきを持っていることから AD として認められたものであり、AT が AD として認定されている場合もここに含まれる。Paese A は町として AD に取り組んでいるものであり、複数の事業者が連携しているものが多い。Residence D はレセプションから 200m を超える範囲に宿が分散している AD であり、複数の事業者が連携している場合もある。また、我が国のように地方自治体を中心となったり、事業体と連携したりする事例を支援するために、地域全体を認証する仕組みとして、Paese A から AD Town が派生した。そして、取組範囲が広範囲に及ぶ Residence D は OD の原型の概念となった。なお、OD の取組範囲はおおよそ 1km としているが、これはダッラーラ氏と長谷川氏が日本における旅館業法を参考にして、有事の際にレセプションから 5 分以内に宿まで到着できるということを想定している。また、OD は、AD の理念を継承しつつ、AD を包含し取組範囲やサービスの形態、事業者数などを柔軟に捉える概念としても整理された。したがって、現時点（2022 年 3 月）では、AD から派生した ADC, Paese A, Residence D, AD Town は、全て Residence D から派生した OD に含まれるものとして整理を行っている。

ここで注意しなければならない点として、第 10-1 図のような AD を中心とした概念は状況に応じて変化していくものであるため、今回示す整理はあくまで 2022 年 3 月現在のものとなることである。長谷川氏によると、「AD に関するこのような種類が生まれているのは、AD の概念を維持しつつ多様な地域へ AD の理念を適用できるようにするためであり、町の文化や歴史を保全しながら地域を活性化することが重要」とのことである。つまり、AD が地域で暮らすように宿泊者が滞在できるようにするために、レセプション

から 200m 以内に宿泊施設を置くようにという制限をかけているが、実際には集落の立地条件や歴史的な背景によって、集落や村全体で行うものや集落などの枠に収まらないものなどが散見されるため、その実態に合わせた概念の整理が行われていると考えられる。そのため、「AD は AD 協会認定するが、認定時には AD 協会の理念（次節で説明）に完全に一致する必要はなく、認定後に AD 協会と協議しながら変えていけば良い。ただしその際には 2 年間という期限を設けており、その中で変わることができなければ認定は取り消される場合もある⁽⁶⁾。AD 協会としては、このような過程を経ることで AD の品質を維持することができるようにしている」のである。



AD: アルベルゴ・ディフーゾ, OD: オスピタリタ・ディフーザ, ADC: 田舎のAD, Paese A: 村まるごとAD, Residence D: 分散した宿

第 10-1 図 AD の概観

資料：長谷川昭憲氏へのヒアリング（2022 年 3 月）を基に筆者作成。

3. イタリアにおけるアルベルゴ・ディフーゾの認定

2020 年 11 月 13 日現在 AD 協会に認定された AD は、同協会のウェブサイトでは AD が 54, ADC が 6, OD が 7 件公表されており、ADC や OD の認定事例数は少ないものの、AD については全ての州で認定されている（第 10-1 表）。前節で述べたように、ADC は OD に含まれる概念として現在整理されているが、AD 協会のウェブサイトでは AD, ADC, OD と分けて事例が紹介されていたため、本稿でもそれに従い整理を行った⁽⁷⁾。AD 協会による認定数を見ると、特にトスカーナ州で 10（うち AD は 8）、ラツィオ州で 7、サルデーニャ州で 8（うち AD は 6）と認定数が多い。また、AD の立地をみると、山間部に多く分布していることがわかる（第 10-2 図）。これは、そもそも AD が過疎地域の空き家を活性化することを目的として始められたこともあり、より人口減少が顕著な山間部で多く取り組まれているものと考えられる。

第 10-1 表 イタリアにおける AD 協会による AD 認定数

州	Albergo Diffuso	Albergo Diffuso di Campagna	Ospitalità diffusa	合計
ピエモンテ	1		1	2
リグーリア	2			2
ロンバルディア	1			1
トレンティーノ＝ アルト・アディジェ	1			1
フリウリ・ ヴェネツィア・ ジュリア	1			1
エミリア・ロマーニャ	4		1	5
トスカーナ	8	2		10
ウンブリア	3	1	1	5
マルケ	2	2		4
ラツィオ	7			7
アブルッツォ	2			2
モリーゼ	2	1		3
カンパニア	4		1	5
プッリャ	4			4
バジリカータ	3			3
カラブリア	2			2
シチリア	1		1	2
サルディーニャ	6		2	8
合計	54	6	7	67

資料：AD 協会ウェブサイトを参考に筆者作成。

AD は、イタリアの観光基本法の中で四つの宿泊施設カテゴリの中の「ホテルとホテル類似施設」の一つとして定められており、正式なホテルと捉えることができ(中橋, 2020)⁽⁸⁾, 客室の設備やサービスについても、一般的なホテル同等の水準が求められる。各州によって設置年度は様々であるが、1984 年から 2018 年にかけてイタリアにおける全ての州において、AD に関する制度が設置されており (Droli, 2019), AD は各州における基準をクリアし州により承認されれば、AD としての営業を開始することができる。さらに、州に承認された AD が AD 協会に申請し承認されることで、AD 協会認定の AD となることができる。州における AD の承認要件は、AD 協会の定めた要件を参考にしつつ州の実情にあった整理を行っているため、各州によって異なっている。例えば、各州の AD に求められる要件として、地域社会や歴史、文化の重視という点は共通しているものの、レセプションから客室までの距離の制限については、200m から 500m までと幅がある⁽⁹⁾。



第10-2図 イタリアにおけるAD協会に認定されているAD及びOD

資料：AD協会ウェブサイトを参考に筆者作成。

注. 黒丸はAD，白丸はADC，白三角はODを示している。

一方、AD協会により認定されるためには、各州におけるADの条件を満たしつつ、第10-2表に挙げたようなAD協会の理念にのっとり経営を行う必要がある。AD協会が認定するADは、特に地域性や文化、コミュニティを併せ持ったホスピタリティの提供という点が、従来のホテルと大きく異なっているとされている（Dall'Ara）。ただし、ADはレセプションと宿泊施設の分布に対する範囲の制限をもうけているが、これはそもそも、宿泊者がレセプションと宿泊施設を徒歩で行き来できることが重要であるというダッラー氏の発想に由来するものである。観光客が集落内を行き来し、地元住民も利用するレストラン等を利用することで、観光客が地域住民の生活に入り込む体験ができることがADの大きな特徴である。

第 10-2 表 AD 協会で重要視される AD の理念

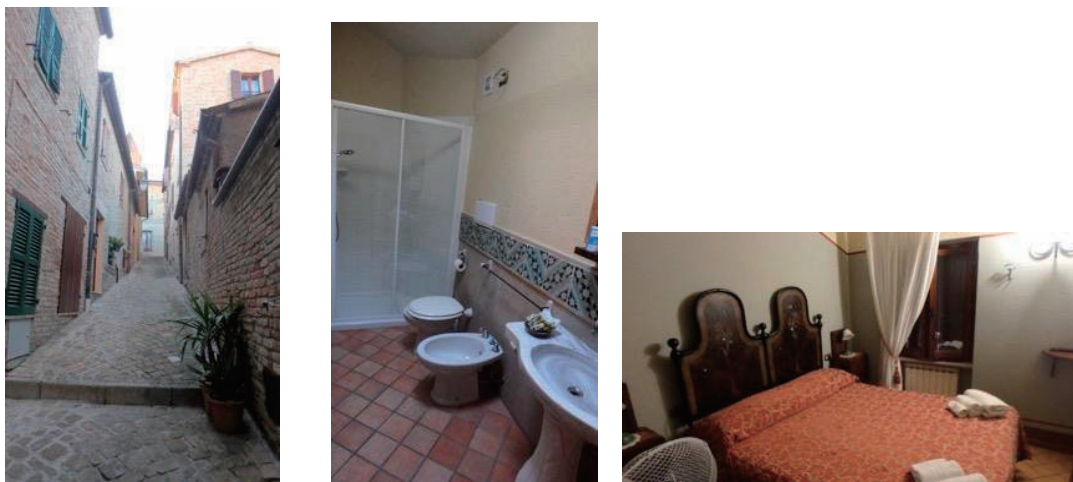
1	1つの事業者が、一括して経営・管理している
2	一般的なホテルと同等のサービス
3	客室は、町にある既存のものを利用し、それらが分散している
4	共有スペースとして、レセプション、共同スペース、レストランバーなどの施設が設けられている
5	レセプションのある母屋と別棟との距離は200m以内である
6	活気あるコミュニティが存在し、住民が生活している
7	地域社会と文化が融合した、ありのままの環境が残されている
8	地域のアイデンティティが大切にされている
9	地域や地域文化と一体化した経営である

資料：Dall'Ara より筆者作成。

4. アルベルゴ・ディフーズの現地調査

(1) Borgo Montemaggiore (ボルゴ・モンテマッジョーレ)

Borgo Montemaggiore は、マルケ州で 300 年以上の歴史がある丘の上の集落にある AD である。現在の経営者である M 氏は、オーナーから部屋を借りて AD を経営している（第 10-3 表）。当該 AD は、別のオーナーが 1990 年頃から宿泊業を開始して、2005 年頃から 2013 年頃まで AD として経営していた。その後現在のオーナーが宿泊施設等を購入し、2015 年から M 氏がオーナーから施設を借りて経営をしている。M 氏は、2003 年から 2013 年までは別の場所で AD を経営していた経験がある。AD の経営に当たっては、週末や繁忙期には地域住民がパートとして AD で働くなど地域との連携をとっているが、AD 協会の理念にあるような地域振興よりもビジネスとしての経営要素が強い。当該 AD は、集落にあるアパートをそのまま客室として利用しているため、集落の民家と外見では区別がつかない（第 10-3 図；左）。また、客室については、元々の家具をそのまま利用しつつ、ベッドや水回りをホテル用に新しくしている（第 10-3 図；中央及び右）。



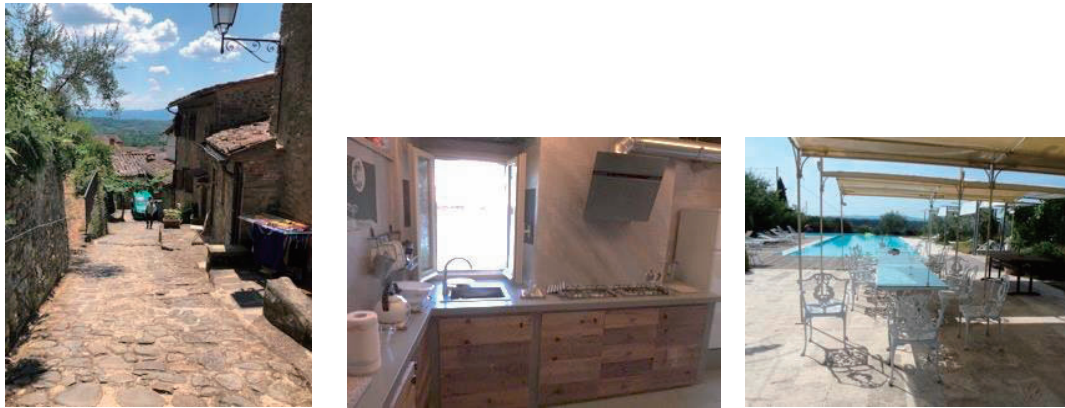
第 10-3 図 Borgo Montemaggiore の外観（左）及び内装（中央・右）

資料：筆者撮影。

注．外観に関しては、左中央にあるアパートが AD の建物になり、手前と奥は一般の民家。

（2）Il Canto del Maggio（イル・カント・デル・マッジオ）

Il Canto del Maggio は、トスカーナ州郊外に位置する丘の上の集落にある AD である。当該 AD は、経営者である S 氏の父が 1991 年に集落の中でレストランを開業した際、S 氏は集落内で 1 軒のアパートメントを購入し、貸しアパートメントの経営を開始した後、少しずつ空き家を買増した（第 10-3 表）。S 氏が 2016 年に訪日した際に、日本の「おもてなし」に感銘を受け、その後 AD 協会のダッラーラ氏との面会を通じ、2017 年にレストランとアパートメントを合わせた AD を開業した。AD を開業した際には、集落の住民にとっては集落に観光客が出入りすることについて抵抗感があったようであるが、現在は好意的に受け入れてもらえている。当該 AD は、集落内には特別な観光施設等はないものの、アパートと離れた場所に AD の施設としてプールや農園があり、農園ではぶどうの摘み取り体験等を行うなど、AD 滞在中に集落の中でアクティビティを体験できる。当該 AD も外見は周囲のアパートと区別がつかないが、内装は綺麗に改装済みである（第 10-4 図、左及び中央）。また、アパートから離れた場所にあるプールでは、パーティーを開けるような設備を整えている（第 10-4 図、右）。



第 10-4 図 Il Canto del Maggio の外観（左），内装（中央），プール（右）

資料：筆者撮影。

注．外観写真の右奥のアパートが AD。

（3）Borgo Mocale（ボルゴ・モカーレ）

Borgo Mocale は、トスカーナ州の山間部にある AD である。当該 AD の経営者である A 氏は 33 年前に AT を始めたが、AT は旅行者が泊まりにきてくれるものの、村としては旅行者が通り過ぎていくだけという印象であった（第 10-3 表）。もっと旅行者に地域の良さを知ってもらいたいと考えていたところ AD のことを知り、2014 年から AD を始めた。AD の経営は専ら A 氏が行い、夫は農業に従事している。また、息子が AD の経理やウェブサイトのメンテナンス等を行っており、地域住民をパートとして雇用している。さらに、当該 AD は、もとは AT であることから、オリーブや自家製のチーズをレストランで提供したり、農業体験も行っている。なお、当該 AD は集落からは離れた場所にある AT であるため、ADC に該当する事例であると考えられる。当該 AD は、上述の二つの AD とは異なり、集落のアパートの一部を客室として利用するわけではなく、農村の 1 戸建てのような雰囲気となっている（第 10-5 図、左）。古い農家の住居を利用しているものの、内装はホテルのように綺麗に改装されている（第 10-5 図、中央及び右）。



第 10-5 図 Borgo Mocale の外観（左）及び内装（中央、右）

資料：Borgo Mocale の公式ウェブサイトより転載 (<https://www.borgomocale.it>)。

第10-3表 アルベルゴ・ディフーズ事例の概況

	Borgo Montemaggiore	Il Canto del Maggio	Borgo Mocale
場所	マルケ州	トスカーナ州	トスカーナ州
経営	経営者（M氏、男性）がオーナーからADを借り受けて、経営。	S氏（女性）自身が経営。父がレストラン。	A氏（女性）自身が経営。夫は農業、息子が経理やH P等を手伝う。
農業との関わり	特になし。	自家栽培を行っているが、農家というわけではない。	農家。 体験農場も経営しながら、オリーブ栽培や、山羊を飼育し、チーズを生産し、レストランで提供。
建物	8軒の建物に23部屋を経営。 別のオーナーがカントリーハウスという名前で30年前から宿泊業を行っており、15年前から7年前までADとして営業。 その後、現在のオーナーが施設を購入。 5年前に現在のM氏が、現在のオーナーから部屋を借りて、ADを再び始めた。 ADを始める際に、すでにガスと水道の設備は整っていたが、ベッドや電気等については改修工事を行った。 税金についてはオーナーが払う。	9軒を経営。 アパートメントホテルとして購入。	コテージやアパートメントタイプの宿泊施設を7軒経営。 自宅や自己所有の納屋を利用。
始めたきっかけ	M氏は、当該ADに来る以前、2003～2013年まで、他の地域でADの運営をしていたが、家賃更新の際に、家賃が値上がりしたため次のADを探していたところ、当該ADに行き当たった。前職のADも、オーナーから借りて運営していた。	1991年に現在のS氏の父が今の場所でレストランを開業。 その際、1軒のアパートメントを購入し、貸しアパートメントも始めた。 開業当時は、地域住民から観光による害が生じるのではという反発があり、認めてもらうまでに10年くらいかかった。 その後、空き屋を買い増し21年かけて9軒購入した。 2016年に訪日し日本の「おもてなし」に感動。ADに関する記事を読みダッラーラ氏とコンタクトをとった。 2017年に、レストランからADに専念することにして、経営を父親から引き継いだ。	元々ATを3年前から始め、ADは6年前から行っている。 ADを始めた理由は、ATに来る客はいるものの、旅行者がただ村を通り過ぎていくだけだった。旅行者にも地域の良さを知って欲しかったため、村を体験できるADを始めた。
地域との関係	週末や繁忙期に、地域住民がバパートで働いている。	開業当初は、地域住民との摩擦があった。 現在は、認めてもらっており、お裾分けをもらうような仲になっている。	A Tとしては、地域との関わりが無かったが、地域との関わりを持つために、A Dを始めた。 現在は、地域住民をバパートで雇用している。
その他	ADは各州の観光法の一つのカテゴリーに位置付けられており、ADを行うにあたり特別AD協会に認定される必要はないが、AD協会に入ると、PR力がある他、勉強会や意見交換会が開催されるというメリットがある。	ADを始めることにより、地域の不動産価格が3倍に上昇。 ただし、イタリアは経済状況が悪いので、買う人はいないだろう。 従業員は、ほとんどがバパートタイム。税金が高いため、正社員として雇うことができない。	ATとADを合わせている。 ATとしてのアクティビティの提供も用意している。 息子さんが経営を継承予定。

資料：ヒアリング調査を基に筆者作成。

5. アグリツーリズムとアルベルゴ・ディフーズの比較

AD の農村ツーリズムとしての可能性を検討するため、AT と AD を比較する（第 10-4 表）。まず、AT と AD の立地条件と取組範囲について比較する。AT は農業生産を行うには条件不利な丘陵地帯から山間部で主に行われており、各農家の個人経営の範疇で行っているため、主に農家 1 戸単位での取組である。ただし、一つの農家が一つの AT を経営しているというわけではなく、一つの農家が異なる場所で複数の AT を経営している場合もある。さらに、イタリア北部の南チロル地方では農業組合を母体とするレッド・ルースターという組織が、AT 実践農家への研修や生産品のプロモーション、AT の独自の格付などを行うことで、観光を通じた農業や農村地域の活性化に成功しており（五艘，2016）、AT が地域ぐるみでの取組となっているケースもある⁽¹⁰⁾。一方、AD は空き家を活用したホテルというコンセプトからもわかるように、丘の上にある町や村、山間部の街道沿いなどに立地し、主要都市からは車で 1～2 時間程度かかるケースが多い（山田・藤井，2018）。取組範囲としては、前述のようにレセプションのある母屋と宿泊場所である別棟が 200m 以内に立地していることが目安となっている。このように、AT は農家による点の取組であるのに対して、AD は単一経営者であるものの、集落等の面的な広がりを持った取組である。

取組の認定について、第 9 章で述べたとおり、AT は州が定めた営業資格証明書をコムーネに届出を行うことで取得し、AT として認定される。また、各州が定めた基準による格付制度や全国統一のロゴマーク「agriturismo italia」が設置されている。さらに、AT は農業生産活動の一部とされているため、農業政策の一環として国や州からの支援が農家個人に対して行われる。なお、宿泊や食事の提供を伴わないレクリエーションや文化的な活動も AT として認められている。一方 AD の認定は、上述のとおり AD 協会によって行われているが、AD 自体は基本的にはホテル経営の一形態として、各州において定義や規制がある。そのため、各州に定められている宿泊業のライセンスを取得することで AD を営業することができる。さらに、AD はホテル経営の一種ということもあり、基本的には個人の経営者によるところであるが、オーナーが民間企業というケースも存在する。例えば中橋（2017）は、AD の経営形態を AD の理念通りに開業、元ホテルオーナーが周囲の空き家を購入・賃貸することで増設し開業、バカンス用の貸家オーナーが空き家を購入・賃貸して開業、何人かのオーナーが空き家を集めて経営、というつの経営パターンをまとめている。以上のように、AT は農業生産の一部として各州の規定により認定される一方、AD はホテル・宿泊業の 1 種として各州の規定により開業可能であるが、AD 協会に認定される AD と認定されていない AD が存在する。

第10-4表 ATとADの比較

	アグリツーリズム	アルベルゴ・ディフーズ
立地条件	主に山間部等の条件不利地域に分布している（山間部31%、丘陵地53%、平地16%）。	郊外の小さな集落を利用しているケースが多いため、市街地からは離れていることが多い。市街地において行われていることもある。
取組範囲	個別の農家経営単位。 農家によっては、複数の場所でATを経営している農家もいる。 農業組合等の組織が、地域のATをまとめる役割をすることで、地域ぐるみの取組となっているケースもある。	レセプションと母屋のみという小さなものから、集落レベルがあり、AD認定のためにはレセプションから半径200mの範囲とされている。
認定基準	州が定めた営業資格証明書を、コムーネへの届出をすることにより取得する。 各州が定めた基準による格付け制度と全国統一のマーク「agriturismo italia」がある。	公的機関による認定等はないが、各州ごとに宿泊業態としてのADの要件を定めている。 ADとしてAD協会の認定を受ける場合は、審査がある。
取組内容	農業生産の一部。 必ずしも宿泊を行なっていないわけではないわけではない。 農家による個人経営。	レセプションと客室が離れた施設になっていることが必要。 集落の住宅に客室が混在していることが多い。 個人経営が主。ただし、施設のオーナーが民間企業ということもある。 ホテルと同様カテゴリーとなっているため、客室やサービスもホテル同等の水準が求められる。
地域との関係	食事及び飲料の提供に用いられるその他の生産物は、当該地区の食品製造業者に由来するものを優先し、それが難しい場合でも、州またはその州と境を接する州にある、隣接する同質の地区の農業生産物に係るものでなければならない。	ADの概念として、地域と連携することが望まれている。

資料：筆者作成。

地域とのつながりをみると、ATは地域の伝統や環境への配慮は重視されているものの、農家個人の経営であるため地域とのつながりは必須ではない。ただし、2006年に改訂されたイタリアにおけるアグリツーリズム法で定められているように、ATで用いる食材は地域のものを用いる必要があることから、ATは一定程度地域とのつながりを持った取組になっている。ただし、第10-3表のATからADを始めたA氏のコメントで「ATは地域とのつながりが希薄であり、旅行者は地域には滞在してくれない。旅行者に地域にとどまってもらうためADを始めた」とあるように、ATを利用する旅行者にとっては、地域とつながりを持つような旅行スタイルとは限らないといえる。一方、ADはもともとのコンセプトが、観光客と地域とのつながりを生み出すことを目的とする取組であるため、地域との強いつながりが期待される。またJFC Tourism & Management（イタリアの観光関

連コンサルティング企業)の報告書(JFC feruzzimassimo tourism & management, 2013)によると、ADにおけるスタッフ雇用の48.7%が地元から採用されており、地域への経済効果が見込まれる。例えば、島村(2021a ; 2021b ; 2021c)では、ADによって村の地価が上昇し、若者の移住、地域の女性を巻き込んだ伝統工芸の再生等の成功事例が紹介されている。けれども、ADはホテルの経営という面も強く持ち合わせており、中橋(2020)によると、第10-2表にも示したようなコミュニティや文化、地域のアイデンティティの重視などの理念を実現できているADは極めて少なく、今後いかに地域との連携を実現させていくかが課題となっていると考えられる。

大江(2019)によると、イタリアのATは、農村の伝統的な文化や資源の保全という観点が重視されており、農家の経済性を重視した取組となっているために、ATが新規就農のメニューとしても十分成り立っている。そのため、ATは農家個人による点での取組ではあるものの、農業・農村との関わりも強く、農村ツーリズムによる地域活性化への貢献として重要な役割を担っている。ただし、観光客が地域とつながるような取組には必ずしもなっていないと考えられる。一方、ADは集落をベースとした取組となり、観光客が地域とのつながりを保つことが期待されるものの、取組範囲が半径200m以内という制限から、家屋が離れて立地している農村地帯等では成立しなくなってしまう。このような点からすると、農村ツーリズムへの適用としては、ADよりもODのコンセプトの方が適していると考えられる。

6. おわりに

ATとADは地域の文化や伝統、景観等を重視している点が共通しており、観光を通じて地域活性化に大きく寄与していると考えられる。その一方、農村ツーリズムという視点に立つと、取組範囲や地域との関わり方については、大きな違いがみられた。ATは農業経営の一部という性質上、取組範囲が農家個人となっており農業との関わりは強いけれども、宿泊者の地域との関係性が希薄になりやすいことが指摘される。ADの取組範囲は面的であるので、経営は一つの事業体が行っているものの、そのコンセプトとしては地域との連携が強く求められている。また、ADは基本的にホテル経営の一種であることから、都市部からは離れた集落等で行われているものの、農業との関わりは弱いと考えられる。さらに、農村のように家屋が広範囲に分散しているような場所では、ADのコンセプトを厳密に適用するには限界がある。ADの理念は地域社会や文化との関わりが重要視されているが、旅行者が農業や農村と深く関わりを持てる取組とはなっていないため、農村ツーリズムという視点では課題となるだろう。

他方、我が国でもADのコンセプトを手本としたADの日本語訳である「分散型ホテル」と呼ばれる取組が各地で行われており、そのうちのいくつかは農泊地域で行われている。その説明は補論に譲るが、日本の分散型ホテルや農家民泊を主体とする独自の「農家民泊型のAD」は、現状では明確な基準に基づく取組ではない。イタリアのADやATは、

そのコンセプトが明確に確立され、そのコンセプトを元にして様々な発展を見せている。我が国の場合、農泊の普及が先立っているため、今後は農泊の取組としてのコンセプトや認定の基準等の確立が必要になると思われる。

補論 我が国における「分散型ホテル」と「農家民泊型 AD」について

（１）アルベルゴ・ディフーズと「分散型ホテル」

既に指摘したように、我が国において現時点（2022年2月）でADに公式認定されている宿泊施設は、農泊実践地域としても取り組まれている岡山県矢掛町⁽¹¹⁾の事例がある。これに対して、AD協会によるAD認定はされていないものの、例えば、当該地区に「暮らすように泊まる」といった宿泊施設のコンセプトの下、ADの和訳語である「分散型ホテル」と称する宿泊施設等は各地に多く開業している⁽¹²⁾。それら宿泊施設に共通する点（以下、「分散型ホテルの三条件」と呼ぶ）として、①宿泊棟が同一地区内に複数ある、②宿泊施設等は新築ではなく、古民家や町家などの歴史的建造物等を利用している⁽¹³⁾、③各宿泊棟のレセプション（フロント）は一か所に集約されている、ことが挙げられる。なお③は、最低客室数や玄関帳場（フロント）設置義務などの規制が、2018年の旅館業法改正で撤廃されたことがその背景にある⁽¹⁴⁾。

（２）農泊と分散型ホテル

分散型ホテルは、宿泊施設のみならず当該地区の街並みやそこにある様々な店舗等のことごとく一体化して観光事業化するところに、他の一般的な宿泊施設との本質的違いがあると考えられる。その際、飲食店などの他事業者との業務上の連携等が必要となるという面で、同じく複数の事業者らが地域一体となって取り組むことを要請される農泊とも通じる。ただし分散型ホテルでは、飲食などの関連する事業を宿泊施設と同一事業者が全て行うこともできるので、必ずしも「地域ぐるみの体制」が構築されるわけではない。

立地条件に着目すると、分散型ホテルの多くが「歴史的・伝統的景観が残る町」に立地⁽¹⁵⁾している。また、農山漁村地域に立地する分散型ホテルは多いが、都市部の商店街などに立地する場合⁽¹⁶⁾もある。同じ分散型ホテルと称していても、農山漁村と都市部で比較すれば、提供される宿泊・食事・体験などに違いが自ずと出るだろう。また農泊でも、旅行者のプライベートが確保される一棟貸しの農泊と、ホストとの交流を楽しむ農家民宿（民泊）の農泊では、利用者が得られる体験や印象に違いが大きいことは明らかである。

このように農泊でも分散型ホテルでも、そこに統一的なコンセプトや何らかの認定基準が確立されていなければ、農泊や分散型ホテルに対する利用者等の印象は、宿泊する場所や施設によって大きく異なると思われる。アルベルゴ・ディフーズ インターナショナル極東支部代表の長谷川氏は、イタリアにおけるADは様々なバリエーションがあり、

それが魅力であるとともに、今までの画一的なホテルを基軸とした観光と大きく異なる点だと指摘している。ただし、AD として認定を受けるためには、AD 協会が定める要件を満たすことが必要であり、そういう意味では、根本となるコンセプトは共通しており、だからこそ AD としての品質を保つことができるのである。

(3)「農家民泊型 AD」を目指す農泊実践地域

政策的な支援を得て全国各地で取組が広がった農泊だが、今後は各地の取組がその独自性や自己実現としての農泊の取組を実践させつつも、農泊としての「共通コンセプト」を確立していくことが、そのさらなる発展には必要であろう。実際、農泊ではその実践地域数の増加に伴って、独自の分散型ホテルや AD の実現を構想する事例も各地で現れている（第 10-5 表）。これらいわば「農家民泊型の AD」は、上述した分散型ホテルとは違い、他の多くの農泊と同様に農家民泊等を宿泊施設として想定していると思われる。しかし AD のような明確なコンセプトはまだ確立されていないので、各地域が独自の取組を独自に実践しているのが現状と推察される。農家民泊等を主な宿泊施設と想定している農泊実践地域が AD 協会の認定要件を満たすことは、極めて困難であることは間違いない。先に指摘した分散型ホテルの三条件を満たす農泊実践地域は既にあるが、ここでいう農家民泊型 AD の場合、分散型ホテルの三条件を全て満たすことは困難であろう。

第 10-5 表 「農泊型 AD」の取組事例

農泊実践地域名	主な特徴
特定 NPO 法人 SET (岩手県陸前高田市)	陸前高田市の旧広田町を範囲とする農家民泊の AD
石巻地域農漁泊推進協議会 (宮城県石巻市)	牡鹿半島の 13 の浜で AD を構築。ホテルがフロント機能を果たす
(一社)仙北市農山村体験 推進協議会 (秋田県仙北市)	高齢受入農家の労力軽減、AD の考え方に基づく地域づくり
Inaka Tourism 推進協議会 (三重県津市美杉町)	町全体を滞在型交流施設と捉え、各宿泊施設を客室とし、協議会がフロントとする分散型宿泊による農泊
宇佐国東半島をめぐる会 (大分県国東市)	国東半島全体を滞在型交流施設と捉える。宿泊部門は宿坊などを利用

資料：農林水産省作成の農泊実践地域関係資料を基に筆者作成。

よって農家民泊型 AD を目指そうとする各地域に共通する当面の課題は、AD と分散型ホテルとも異なる農家民泊型 AD のコンセプトを確立することになる。そのためには、そのような類似した取組を実践する地域が互いに連携して、取組の共通点などをまず見いだすことが必要になるだろう。農泊の取組が AD から派生して OD などの新たなコンセプトを生み出しているといった事実もある（注 5 を参照）。そうした新たなコンセプトを生み出す作業過程は、できる限り早期の段階から行われる方が、その後の発展にとって都合が良いことは言うまでもない。

注（1）<https://www.alberghidiffusi.it>（2020年11月13日参照）

（2）2022年2月15日に開催された日伊国際農山漁村セミナー（一般社団法人 日本ファームステイ協会主催；オンライン開催）

（3）2018年6月に、岡山県矢掛町がAD Townとして世界で初めてAD協会に認定されている。

（4）<https://albergodiffuso.jp>（2022年3月17日参照）

（5）長谷川氏によると、ADの概念は、地域の状況により様々に変化するものであり、今後も変化していく。今回の整理は、あくまで現時点のスナップショットとなる。ODやAD Townなどの概念整理は、ダッラーラ氏と長谷川氏が議論を行いつつ整理をしてきたものとのことである。またその際には、日本の取組を参考にしていることが多く、ODの取組範囲は日本の旅館業法、AD Townの概念は日本の農泊事業を参考にしている。なお、アルベルゴ・ディフーゾ インターナショナル極東としては、今後我が国では、AD,OD,AD Townの三つを軸にした認証制度を整備していくことを検討している。

（6）長谷川氏によると、イタリアのAD協会認定数は、毎年のように変化しており、毎年20%前後の入れ替わりがある。これは、ADが協会からの指摘に耐えられずに認定を取り消しになっており、その代わり新しい申請があるためである。

（7）長谷川氏によると、2021年3月現在では概念上ADやADC、ODなどの表記をしているものの、ADもODもADとして認定しており、概念整理や認定については今後整理が行われていくとのことである。

（8）これは、ダッラーラ氏が各州に対して長年かけてADを正式なホテルとして承認するように求めた成果とのことである。

（9）例えば、第10-1表でAD協会の認定数が多いトスカーナ州、サルディーニャ州、ラツィオ州では、客室とレセプションの距離はそれぞれ、500m、200m、300mとなっている。

（10）南チロル地方は、オーストリアとの国境に位置しており、ATについてもイタリア国内よりもオーストリアからの影響を強く受けている。レッド・ルースターによるATの組織化のような取組は、イタリアの中でも珍しい。

（11）矢掛町はイタリアのAD協会から「アルベルゴ・ディフーゾ・タウン (AD Town)」として認定されている。これは江戸時代の宿場町としての矢掛宿としての特性、すなわち大名行列の受入れで大人数の宿泊が生じる場合などには街道沿いの家々が宿泊施設として利用され、いわば「街全体が宿泊施設」となった、という歴史的事実を踏まえて「AD town」と認定された。

（12）2020年10月26日現在、施設の公式ウェブサイトや各種報道等に基づく筆者調査で、「分散型ホテルの3条件」を満たす2020年11月9日以前に開業した宿泊施設は、全国に少なくとも23か所あり、うち「農泊実践地域」としての取組が10か所ある。

（13）このほか、伝統的な建築様式で新築した建物を利用する事例もある。

（14）旅館業法の改正については廣岡（2020）を参照。

（15）筆者調べによれば、全国23か所の分散型ホテルのうち、「重要伝統的建造物群保存地区」に所在しているのは9か所であった。

（16）例えば、大阪市、京都市、大津市の市街地や商店街において、空き屋や空き店舗を宿泊施設などとして活用した分散型ホテルの取組が行われている事例がある。

[参考文献]

- Cucari, N. et al. (2019) “Rural tourism and Albergo Diffuso: A case study for sustainable land-use planning”, *Land Use Policy* 82, 105-119.
- Dall’Ara, G. “Albergo Diffuso – a worldwide model of Italian hospitality -”,
<https://drive.google.com/file/d/1LtdBswWjAI5NYjCyZuhn-c7mUnWB8M7J/view> (2020 年 11 月 13 日参照).
- De Montis, A., Ledda, A., Ganciu, A., Serra, V. and De Montis, S. (2015) Recovery of rural centres and “albergo diffuso”: A case study in Sardinia, Italy.
- Droli Maurizio (2019) “The Albergo Diffuso Model: Community-based hospitality for a sustained competitive advantage”, Berlin, Boston, De Gruyter Oldenbourg, p232.
- 五艘みどり (2016) 「アグリツーリズムによる持続的農村の形成：イタリア南チロル地方ボルザーノを事例に（小さな町の挑戦：地方創生とまちづくり）」『地域活性化学会研究大会論文集』8：400-403.
- 萩原愛一 (2008) 「イタリアのアグリツーリズム法」『外国の立法』237：62-70.
- ISMEA (2019) *Agriturismo e multifunzionalità scenario e prospettive – Rapporto 2019*.
<http://www.agriturismoitalia.gov.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/393>
- 廣岡裕一 (2020) 「2018 年に施行された観光事業にかかわる法制改正の背景の考察」『COSMICA 地域研究』49：21-37.
- イタリア共和国農業食糧・林業政策省：<http://www.agriturismoitalia.gov.it/it/homepage> (2020 年 11 月 13 日参照).
- JFC feruzzimassimo tourism & management (2013) *GLI ALBERGHI DIFFUSI – soggiorni d’emozione -*, 1-8.
- Lupi, C., Giaccio, V., Mastronardi, L., Giannelli, A. and Scardera, A. (2017) Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. *Land Use Policy* 64: 383-390.
- 松下重雄 (2016) 「持続可能なツーリズムをととした集落再生の取り組み – イタリアのアルベルゴ・ディフューズの取り組みを事例として-」『公益社団法人日本都市計画学会都市計画報告集』44：359-363.
- 中橋恵 (2017) 「イタリア：アルベルゴ・ディフューズ街全体をホテルにする新しい観光」馬場正尊・中江研編著『CREATIVE LOCAL：エリアイノベーション海外編』学芸出版社：22-45.
- 中橋恵 (2020) 「都市と農村を繋ぐ持続可能なモデル，アルベルゴ・ディフューズ – 山岳地域における波及効果の事例」『都市計画』347：54-57.
- 大江靖雄 (2019) 「持続的農村ツーリズムの展開に向けての課題」『農村計画学会誌』38(1)：10-14.
- 大江靖雄・Ciani, A. (2005) 「アグリ・ツーリズム活動の多様化と資源利用の関連性 – イタリア・ウンブリア州を対象として-」『農業経営研究』43(1)：124-127.
- 島村菜津 (2021a) 「小さな村の地域おこし アルベルゴ・ディフューズ (Part01) 山村に活気を取り戻した男」『地上=Good earth』75(3)，14-17.
- 島村菜津 (2021b) 「小さな村の地域おこし アルベルゴ・ディフューズ (Part02) 女たちの力」『地上=Good earth』75(5)，12-15.
- 島村菜津 (2021c) 「小さな村の地域おこし アルベルゴ・ディフューズ (Part03・最終回) この土地で耕し，食す」『地上=Good earth』75(7)，12-15.

Streifeneder, T. (2016) Agriculture first: Assessing European policies and scientific typologies to define authentic agritourism and differentiate it from countryside tourism, *Tourism Management Perspectives* 20: 251-264.

田丸明日香・渡辺康（2017）「空き家を活用した集落再生の調査研究ーイタリア アルベルゴディフーゾを事例としてー」『日本大学生産工学部第50回学術講演会講演概要』：631-634.

Villani, T. and Dall'Ara, G. (2015) L'Albergo Diffuso come modello di ospitalità originale e di sviluppo sostenibile dei borghi, *TECHNE* 10: 169-178.

山田耕生・藤井大介（2018）「イタリアのアルベルゴ・ディフーゾの現状と日本への応用に関する考察」『第33回日本観光研究学会全国大会学術論文集』：317-320.

第11章 都市近郊アグリツーリズムの持続的発展

—イタリアのキアンティを事例に—

須田 文明

1. はじめに

新型コロナ COVID-19 の蔓延により、海外の富裕層を対象とした農泊促進施策の実施は中断を余儀なくされている。本稿が対象とするイタリアでも事情は同様である。日本でもイタリアでも、海外からの外国人旅行者の誘客は見通しがつかない状況にある⁽¹⁾。それでもイタリアでの外国人富裕層を対象としたアグリツーリズムがどのようなものであったかを検討しておくことは、コロナ後の我が国の農泊施策を構想する上で有益であろう。

本稿はイタリアのトスカーナ州のキアンティ地方の事例を紹介する。イタリアの農泊施設2万2,661のうち、トスカーナ州のそれは4,518で、第一位を占めていることから、同州を対象とすることは自然のように思われる (CREA, 2018:144)。またキアンティ地方を事例研究の対象としたのは、この地方がイタリアの最高級のワイン (キアンティ・クラシコ) とオリーブオイルの産地で、こうした地域に特徴的な産品 (テロワール産品) がアイコンとなって多くの外国人の富裕層がこの地方を訪れており、農泊の先進地となっているからである⁽²⁾。食をテーマとした外国人観光客の誘客事例は、我が国の「SAVOR JAPAN (農泊 食文化海外発信地域)」等の施策の実施に際して貴重な示唆を与えてくれると思われる。他方で教育農場とはいえば、ピエモンテ州の 306, カンパニア州の 284, エミリア・ロマーニャ州の 269 等と比べ、トスカーナ州のそれは 62 でしかない (ibid., p.146)。ここからも同州が外国人富裕層に的を絞ったアグリツーリズムを展開してきたことがうかがわれる。データは古いが、2007 年のトスカーナ州の旅行者宿泊者 55 万 6,658 人のうち、29 万 22 人がイタリア人であるのに対して (平均 3.9 泊), 26 万 636 人が外国人であった (平均 6.7 泊) (Perrin, 2008)。

キアンティでは、高級ワインとオリーブオイルの生産者団体 (コンソルツィオ) による外国人富裕層を対象にしたアグリツーリズムが展開されているだけでなく、広域の市町村共同体はより持続的で社会包摂的な地産地消的な地域振興を目指す動向を見せている (井上, 2021)。こうしたダイナミックな萌芽的展開が、COVID-19 を契機にどのような方向へと発展するのか、興味深いところであり、こうした動向を見るためにも、本稿では、これまでのキアンティの軌跡をたどってみた⁽³⁾。

2. キアンティ地方のアグリツーリズムの展開

(1) 都市近郊農地とツーリズム振興：南仏プロヴァンスとの比較から

Perrin (2009) はフランス南部のマルセイユ近郊とトスカーナ州のフィレンツェ近郊のキアンティ地方とを比較して、両国のアグリツーリズムの展開を論じている。両地域の都市近郊の農村は観光地として人気があること、ブドウ畑とオリーブ畑の景観があることを共通点としていながらも、アグリツーリズムの展開においてどのような相違があるのだろうか。フランスと比較することでイタリアの都市近郊農地と農場を利活用した観光振興の特徴を見るために、少々迂遠^{うゑん}ながら、農地の都市化について言及しておく必要がある。

観光開発については、イタリアやフランス南部のような地中海地域において、とりわけ都市近郊農地保全が課題をなしてきた。海岸付近に位置する農地は都市化や工業、観光業との競合により農地縮減圧力にさらされてきたのである。Perrin (2015) は農地の都市化についてイタリアとフランスは対照的な軌跡を経てきたという。フランスでは 1982 年以降、3 万 6,000 のコミューン（市町村）にたいして、徐々に都市計画の権限が与えられてきた。その後 1999 年以降は都市計画について、市町村連合などの広域行政が権限を有するようになった。他方、イタリアは歴史的に都市国家の伝統が強く、コムーネの数は 8,000 でフランスよりも規模が大きく、自立性が高かった。その後、1972 年以降、都市計画に関する立法的、行政的権限を州に委譲してきた。

都市計画についてはイタリアの特徴が際立っている。少し長いが宮内 (2020) から引用しておこう。「(イタリアにおいては) 自治体ごとに定められる都市計画に基づき、建設許可を受けるが、開発圧力からどうしても自治体では土地利用規制が甘くなりがちである。そこで国や州が、上位計画である風景計画を用いて、トップダウンで風景保護を理由に、市街地をコンパクトに維持する土地利用規制を求めている。新しい風景計画が策定されると、自治体の都市計画ゾーニングは見直しを求められる。(中略) 日本と違って、イタリアの自治体の都市計画は、国土全域が都市計画法の及ぶ都市計画区域であるとともに、都市計画法に農業ゾーンのゾーニング規制ができるので、田園エリアの建設を規制する権限が自治体の都市計画部局にある。こうしてトップの風景計画からボトムの自治体の都市計画まで土地利用規則を実現する手段を持っている。(中略) イタリアが欧州の中でも特に秀でているのは、風景財のように保護すべき広範囲のエリアに及ぶ歴史的風景の特定の指導が、国の権限を持って独立して行われている点である。個人や自治体による経済開発の優先志向に対抗できるのは、直接利害関係のない国または州しかないのが現実である」(宮内, 2020 : 29-30)。

第二次大戦後の都市計画において、フランスは中央集権的性格が色濃く、橋梁エンジニア（建設省技官）が規範的な都市計画化を優先させてきたのに対して、イタリアではこうしたエンジニアよりも建築家が、既存の建築物の類型を重視して都市計画を作成してきたという経緯があり、こうした相違が両国の都市計画にとって決定的であった (Perrin, 2015)。再び宮内 (2020) から引用しよう。「イタリアでは、風景計画づくりに都市計画家や建築家が参加してプランニングしていることで、土地利用の規制に対して、きめ細かい配慮が見られる特徴がある。また、国の風景財の監督についても全国（文化財監督局）のスタッフの多くが建築家であり、風景規制エリア内の開発行為に対抗する専門的

指導を可能にしている」(宮内, 2020 : 31)。

以上のようなフランスとイタリアの都市計画の相違を踏まえた上で、都市近郊農地のツーリズム的活用を検討しよう。南仏のマルセイユ近郊と比較してイタリアのトスカーナ州フィレンツェ近郊キアンティ地方のアグリツーリズムの展開の特徴として、Perrin (2009) はトスカーナ州のそれが中世以来の折半小作制度の名残として、大規模な農場と建物を有していたという歴史的な要因に帰せられるとしている。イタリアでは大規模土地所有制度が歴史的に存在していたのに対し、フランスのとりわけ南部では小規模自作経営が展開していたことが、両国のアグリツーリズムの展開に影響を与えたと考えられる。

フランスではアグリツーリズム経営者は主たる建物の中に、あるいは干草小屋や納屋、物置小屋を改修して二つか三つの宿泊用の部屋を整備している。このように経営者は、トスカーナの分益小作の大規模所有者のように経営に不要な大規模農場施設を有してはいなかった。また都会のフランス人もホテルタイプの、観光客用の宿泊施設に投資するよりも、自分のセカンドハウスの取得を好む。したがって都市近郊の古い農家は、主たる居住地として、農村部でのそれはセカンドハウスとして売り出される。これは南仏プロヴァンスでは特別な認可は必要としなかった (Perrin, 2009:556)。

逆にトスカーナでは、農業者の住居は経営者の建物として考えられている。農業地帯では、古い農場は、コムーネによってまず、その目的変更が認可されていないと、都市住民には販売できない。他方ではアグリツーリズムのために、経営者は既存の建物、農業建物さえ改修することができるし (たとえそれらがもはや経営に有用ではないにしても)、経営者はこれに建物延長部分とプールを追加して建築することもできた。何年かすれば、アグリツーリズム施設は非農業居住地として再び販売できた。不動産価格高騰により、都市近郊はアグリツーリズムをめぐるこの種の逸脱を促してきた。だからこそトスカーナ州法 (no. 30/2003) 以降、アグリツーリズム用に転換された建物は 20 年間は非農業住居には転換できなくなったのである。

このようにフランスのプロヴァンス地方では多くの農業住居が住宅として、若しくはセカンドハウスとして売却され、都市のスプロール化と農地価格高騰への期待が、アグリツーリズムへの投資を妨げてきたようである。それに対してトスカーナ地方では、分益小作制度の終焉の後、農村建物の重要さと立法により、都市住民への売却よりも、旧大地主によるアグリツーリズムが促進されたのである (ibid. :556)。

(2) キアンティ地方の折半小作制度の終焉

トスカーナ州キアンティの高級ワインであるキアンティ・クラシコ DOCG はイタリアを代表するテロワール・ワインであり、キアンティ地方の八つのコムーネで生産されている。ワインの生産者団体 (コンソーシウム) と、八つのコムーネの村長たちとの間でのコンフリクトに満ちた関係がテロワールと地域 (テリトリー) の結合にダイナミズムを与えている。ブドウやオリーブの農園と農場の伝統的建物、糸杉の景観からなるトスカーナ丘陵のイメージは、新興国ワインとの製品差別化とワイン・ツーリズムを推進するコンソ

ーシウムにとって重要な戦略的資源である。他方で、村長たちはキアンティの強すぎるイメージを回避し、地域住民の雇用やサービスの考慮、フィレンツェやシエーナの都市近郊農村として地産地消活動や都市住民を対象とした週末の農場開放、教育農場、小規模なアグリツーリズムなどの地域振興施策を進めている。コンソーシアムの資本主導的地域開発と村長たちの地域主導的なそれとの対立という単純な図式には収まりきらず、コンソーシアムは環境保護団体と連携して、キアンティ景観の守護者を自認している。以下、この錯綜した地域振興のダイナミズムを紹介する。

イタリアのトスカーナ州キアンティは、グローバリゼーションが進む資本主義の主導のもと推し進められる農村地帯の刷新、いわゆるルーラル・ジェントリフィケーションをめぐる複数プロジェクト間の対抗的プロセスとして興味深い事例である。ルーラル・ジェントリフィケーションとは、都市部でのジェントリフィケーションについて一般的に言われている古い建物の建て替え、集合賃貸住宅から持ち家への転換、不動産価格の高騰、中産階級による労働者階級の締め出しといった都市化現象の農村バージョンである。これまで、ルーラル・ジェントリフィケーションは「農業生産の景観 v.s. 美的消費の景観」という対立軸から論じられ (Carrosio, et al., 2019), 農業生産の周縁化とあいまって都市中間層による緑の空間への欲求に突き動かされて進行するとされてきた。ルーラル・ジェントリフィケーションでは、アメニティとエコロジック的価値を追求する都市中間層の移住による住宅やセカンドハウス、ツーリスト向け施設の建設のために、古くからの住民が閉め出される現象である (Carrosio, et al., 2019)。欧州の CAP の農村振興政策による農村経済多角化と農村の刷新への支援がこうした動向を推進した。

トスカーナ州キアンティは、キアンティ・クラシコ DOCG という国際的に有名なワイン生産とそのツーリズムを通じた独特なジェントリフィケーションの事例を示している。以下では地域全体がどのように「不動産コレクション」になるのかを示す (Boltanski and Esquerre, 2014)。イタリアのトスカーナ州キアンティ地方は、古代からブドウ栽培が行われ、ルネサンス期にはメディチ家により高く評価され、フィレンツェの貴族階級に供給され、英仏戦争のおかげで英国にも多く輸出された。英国市場に向けて偽造されたキアンティ・ワインが横行するようになると、1716年にトスカーナ大公・コスモ・メディチ3世がイタリアの最初の地理的表示に類する布告を行っている。

中世後期から 20 世紀前半までトスカーナでは都市の貴族階級による巨大農地所有と折半小作制度が支配的であった。第二次大戦直後には、家長の下で 10 人ほどの大家族の小作人が平均 25ha というわずかばかりの農地とポデーレ (podere) と呼ばれる居住地を与えられ、収穫物を折半するという小作経営が行われていた。小作人はファットリア (fattoria) と呼ばれる平均 250ha の農場経営者に組織される。キアンティの景観はこうした社会経済的組織化により歴史的に形成されてきた (Brunori and Rossi, 2007)。

第二次大戦後、トスカーナ、エミリア・ロマーニャ、ウンブリア、マルケなどのいわゆるレッド・ベルト地帯でイタリア共産党が躍進し、折半小作農たちの支援によりキアンティ地方の全てのコムーネで同党が議会多数派を獲得することになった。イタリア共和国は

小規模農民土地所有を形成することで再興を図っていたこともあり、かつての小作農たちは自作農化する者もいれば、フィレンツェなどの近隣の都市に働きに出て労働者となった者もいる。テキスタイルや自動車部品工業などがキアンティ地方に進出することになり、左翼のコムーネ議会はこうした発展を支援し、企業に農地を提供し、労働者の住宅アクセスを容易にすることで、極端な農村流出を伴わない離農が進んだ。キアンティの八つのコムーネ全体で1951年から1971年の20年で人口は26%減少したものの、1971年から1981年は3.6%の増加に転じ、1991年から2001年も7.1%増となっている（ISTAT、ただしBrunori and Rossi,2007より）。所有者となった小作農たちはコムーネ議会と州に支援されて農協を結成し、農協にブドウやオリーブを出荷することになった。小規模生産者でも、工場で働きつつ果樹生産を続けることができた。他方で大規模農地所有者はコンソーシアムを通じて1967年にDOCに認定させ、1984年にキアンティがDOCGに登録され、さらに1996年に高級ワインのキアンティ・クラシコが生産されることになった。折半小作制度の終焉により1960年代から1970年代には国の投融資制度により畑作や草地、ブドウ・果樹の複合作物経営からブドウとオリーブのモノカルチャーへと転換が進んだのである。

3. キアンティをめぐるアグリツーリズム振興プロジェクトの対立

第二次世界大戦後、大土地所有者は、小作人たちの農場を統合し、機械化と雇用労働によってキアンティ・クラシコを発展させた。小作人から土地所有者となった小規模経営者はコムーネ議会とトスカーナ州の支援により農協に結集した。1979年から1984年のワインの過剰生産危機の後に多くのブドウ畑が抜根され、農協は閉鎖ないし合併され、キアンティ・クラシコが地域経済を牽引するリーダーとなる。フィレンツェやシエーナに近いこともあり、都市近郊化と工業化の進行と、労働者の支持を得たイタリア共産党のコムーネ議会多数派の掌握がなされた。2021年現在もキアンティ地方では折半小作制度の影響を色濃く残しつつ、コンフリクトに満ちた二つの発展戦略が展開されている。

中世以来の大土地所有の流れをくむキアンティ・クラシコの生産者団体であるコンソーシアムは、国際的に有名なワインのバリューチェーンの高付加価値を目指し、キアンティ・クラシコ地域保全基金（Fondazione per la Tutela del Territorio del Chianti Classico）以下、「基金」と記す）を1991年に設立し、当該地域の歴史的資産と環境保全を目的とした。基金はキアンティの八つのコムーネの工業化とコンクリート化に反対するキャンペーンを行い、建築家を雇用してコムーネの開発計画に対して州の行政裁判所に多くの差し止め請求を行っている。例えば Greve コムーネに対しては歴史的建物の改修プランに反対し、Castelnuovo Berdenga に対しては採石場計画や分譲地計画に反対している。2003年にGaiole in Chiantiにおけるゴミ収集施設や工業地帯の建設を撤回させた際には、WWF等の環境保護団体と連携するなど、コンソーシアムはキアンティ・クラシコ地帯の景観保全の守護者をもって任じるようになった。環境保護団体は左派のコムーネ議会と良好な関係にあったため揺さぶりをかける形となったのである。

コンソーシアムの地域経済への圧倒的な力を背景とした高級ワインにもとづいた地域振興プロジェクトに対して、キアンティ・クラシコにかかる八つのコムーネのそれぞれの議会は、異なったプロジェクトを推進しようとした。キアンティ・クラシコの呼称区域は八つのコムーネで構成される。四つのコムーネはその全体が呼称区域に含まれるが、残りの四つのコムーネはその一部しか含まれず、特定の地域を排除することは後者の地域をなおざりにしてしまうと考えられたのである (Perrin, 2011)。1997 年、基金はユネスコ世界遺産への登録を申請しようとし、八つのコムーネの村長たちは、コンソーシアムの力に抵抗するために団結するべく、環境、景観、建築保全のために「キアンティにおけるアグリツーリズムと文化の保護と振興のための協定 (Pontignano 協定)」を締結した。彼らは建築可能な区域の拡張を抑制し、伝統的な建築資材と技術を活用することを取り決めた。農業については、段々畑やブドウとオリーブの混植畑を保全し、ブドウ畑と他の農村景観のバランスをとらせようとした。この協定は 1999 年に延長されることになり、広域コムーネ連合の創設によってキアンティ・クラシコ・コムーネ村長常設委員会が設置された。コムーネの村長たちは、環境保全の観点から、丘陵地帯でのブドウのモノカルチャーは土壌を浸食し、景観を平板化させ、生物多様性を縮減すると批判する。2005 年、彼らは「キアンティにおける土壌の持続的な農業利用のための憲章」を制定した。社会的公正にも言及して、キアンティのテロワールは本質的に農地所有者であるコンソーシアムに加盟する 600 人、外国人富裕層、及び観光業者にしか恩恵をもたらさないと批判した。村長たちはオルタナティブな農村振興モデルを主張し、多面的機能の農業、環境保全型農業、小規模複合経営、コムーネの住民やフィレンツェなどの近隣の都市住民への新鮮な農産物供給に応えるべく、地産地消を訴える (Perrin, 2011)。

同時期にフランスで進んでいたボルドー・ワインのサンテミリオン地区は 1999 年にユネスコの世界遺産に登録された。他方、キアンティでは管理プランの作成においてコムーネの関与と協力が無いことを理由に 1997 年に国が世界遺産への申請そのものを却下した。Tavarnelle val di Pesa コムーネ村長 (当時) Dirindelli 氏は以下のように語る。「ユネスコ世界遺産への登録申請を行ったのはコンソーシアムであって、コムーネには相談もなかったので、我々はそれを拒絶したのです (Anger, 2010:71)」。村長たちにとって、キアンティはワインとツーリズムには還元できないのである。同氏は続ける。「(ユネスコ世界遺産登録は) 我々の地域にとって素晴らしいことです。それは我々を目立たせてくれるから。しかしコムーネはキアンティ・クラシコの生産者の地域には還元されません。我々は製造業も雇用を生み出すことを望んでいます。我々はツーリズムとワインだけでは生きていけないと確信しています」。工業や製造業は地方の収入の 50%を占めるだけでなく、多角的な経済を維持することを可能とする。フィレンツェへの近さは観光客を引き寄せるが、非観光部門の企業誘致にも貢献する。コムーネ議会はユネスコ世界遺産への登録が他のあらゆる地域経済振興への道を閉ざすと警戒したのである。Greve in Chianti コムーネ村長は地域振興について「コンクリート化を回避しなければならないとしても、あまり裕福でない社会層への住宅供給をしなければならない。さもなければキアンティを富裕層のオアシスに

してしまうであろう」という (Perrin, 2011)。

コンソーシアムが推進するテロワールの農業と、フィレンツェ都市近郊などの地産地消のプロジェクトとの連携との相違は、第 11-1 表のとおりまとめられる (Perrin, 2011)。

第 11-1 表 都市近郊農業の地域化の二つの形態

	テロワールの農業	近接性の地産地消的農業
農業	ワイン企業	小規模の複合経営(野菜, 畜産)
地域	産地:キアンティ・クラシコの区域	生活圏:フィレンツェの都市近郊地域
市場	国際(輸出+観光客)	ローカル:地産地消
コーディネーション	バリューチェーン:ワイン, オリーブオイル	地域(コムーネ, 大都市圏, メトロポール)
イニシアチブ	コンソーシアム	コムーネとその共同体
イノベーション	1. 組織的:キアンティ・クラシコ地域保全基金 2. 地域的:「ワインとオリーブの道」	1. 組織的:Pontignano 協定, キアンティ持続的農業憲章 2. 地域的:キアンティではなく, フィレンツェ市を参照基準

資料 : Perrin (2011),105。

2001 年, イタリアは法律(no.228)により農村ディストリクトを規定し, 州がこれを認定することを規定している。それによれば「この地域生産システムは, 歴史的アイデンティティにより特徴付けられた均質的な地域で, 農業活動とその他の地方活動との間の統合のみならず, 種別的な財とサービスの生産をなす」。これを受けてトスカーナ州法 21/2004 は農村振興政策の手段として農村ディストリクトを制定した。ディストリクトとして認定されるためには, 地域の強い均質性と種別的な文化, 自然, 経済資源を特定しなければならないことから, 地方公共団体は資源を活用した経済発展計画を提示しなければならない。ディストリクトは公共部門と民間との緊密なパートナーシップがなければ成立しない。キアンティは, 文化景観, ワインやオリーブ, 農村文化遺産を有するため, コンソーシアムもコムーネもディストリクトに認定されようとしてきたが, 上述の対立があったため, 認定に至らなかった。対立とは, コンソーシアムが DOCG ワインの高付加価値化のためにディストリクトの範囲は DOCG ワインの生産範囲と同じであるべきだと主張したのに対して, 村長側が行政区分全体をディストリクトとすべきだと主張したのである。コンソーシアムにとってディストリクトはあくまでも地域マーケティングの手法であった (Brunori and Rossi, 2007:190)。

近年あらたに, キアンティ・クラシコ地帯のユネスコ世界遺産登録申請への機運が高まり, 県の権限が著しく減少する中で, 二つの県にまたがった八つのコムーネの連携を進めるべく農村ディストリクトの認定に向けた動きが活発となった。2018 年 1 月 15 日, トスカーナ州法のデクレ (no.282) によりキアンティ農村ディストリクトが認定された。八つのコムーネ, キアンティ・クラシコ・ワインコンソーシアム, キアンティ・クラシコ・オリーブ・オイルコンソーシアム, 及びキアンティ・クラシコ地域保全基金が調印している。ディストリクトに対応するゾーニングは DOCG のそれに対応しているとおり, コンソーシアムの主導的側面が見られるものの, ディストリクトの目的としてはワインやオリーブ

の特徴的産品をめぐる地域のマーケティングの強化に加え、アグリツーリズム、教育農場、地産地消活動の推進などこれまでキアンティ地方の地域振興を二分していたテーマが取り入れられている点が特徴的である。

4. おわりに

本稿で見てきたように、折半小作制度の下での大土地所有とその分益小作人との間の歴史的対立という軌跡の延長に、現在のキアンティ・クラシコのコンソルツィオが主導する外国人富裕層を対象としたアグリツーリズムと、八つのコムーネの村長たちが主導する地産地消的で持続的な都市近郊農業プロジェクトとの間で、コンフリクトを伴いながらも地域振興がなされてきた。本稿執筆時点で、イタリアも日本も、COVID-19 の蔓延のため、今後のアグリツーリズムの展開を見通せる段階にはない。本稿で検討したトスカーナ州キアンティのような、デラックスなアグリツーリズムは時代遅れになり、むしろより持続的で社会包摂的なツーリズムが求められるようになるのかもしれない。しかしながら株高を背景にした金融資本の保有者を中心に、パンデミックの終焉の後に、旺盛な観光需要が再び喚起されることもあろう。もちろん世界の富裕層を対象としたアグリツーリズムの得意な地域と、週末に都市住民を受け入れる小規模なアグリツーリズムに適した地域とはそれぞれ歴史的に形成されてきたことである。こうしたそれぞれの地域における、アグリツーリズムをめぐる萌芽的な傾向を観察することが重要であろう。

注 (1) COVID-19 のイタリアの観光業への影響についてはさしあたり Gismondi et al., (2021)を参照せよ。

(2) 伝統や「ホンモノらしさ authenticity」がどのようにアグリツーリズムにイノベーションをもたらすかについてのイタリアのプーリア州の事例は Palmi and Lezzi (2020)を参照せよ。

(3) 本稿の主要な部分は須田(2022)「テロワール産品を通じたルーラル・ジェントリフィケーション：イタリアのキアンティ」(木村純子・陣内秀信編著『イタリアのテリトリー戦略』白桃書房)からの抜粋が多くを占める。より詳細な分析については拙稿を参照されたい。

[参考文献]

- Anger, M.-V. (2010) La Mise en Tourisme du Patrimoine Viticole: l'Exemple du Chianti, Master professionnel, Université de Paris 1- Panthéon Sorbonne.
- Boltanski, L. and Esquerre, A. (2014) “La Collection, Une Forme Neuve du Capitalisme, La Mise en Valeur Economique du Passe et Effets”, *Les Temps Modernes*, 679:5-72 (中原隆幸・須田文明訳(2017)「資本主義の新たな形態としてのコレクション:過去への経済的価値付与とその帰結」『阪南論集』, 52 (2) : 225～251).
- Brunori, G. and Rossi, A. (2007) “Differentiating countryside: Social representations and governance patterns in rural areas with high

- social density: The case of Chianti, Italy”, *Journal of Rural Studies*, 23:183-205.
- Carrosio, G., Magnani, N. and Osti, G. (2019) “A mild rural gentrification driven by tourism and second homes. Cases from Italy”, *Sociologia urbana e rurale*, 119:29-45.
- CREA (2018) Italian Agriculture in Figures 2017.
- Gismondi, R., Maria Grazia Magliocchi, Filippo Oropallo, and Francesco Giovanni Truglia (2021) “Integration of agritourism farms’ microdata: economic analysis and impact assessment of the COVID-19 effects”, *RIVISTA DI STATISTICA UFFICIALE*, no.1, ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA:83-116.
https://www.istat.it/it/files/2021/05/RSU-1_2021_Article-4.pdf (2021 年 12 月 31 日参照).
- 井上典子(2021)『イタリア現代都市政策論:都市—農村関係の再編』, ナカニシヤ出版.
- 宮内勝(2020)「3 ステップ 100 年の風景政策と効果:ウルバーニ法典(2008 年)の風景計画に見る豊かさの表現」,『都市計画』347 号:28-31.
- Palmi, P. and Lezzi, G.-E. (2020) “How Authenticity and Tradition Shift into Sustainability and Innovation: Evidence from Italian Agritourism”, *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020, 17, 5389; doi:10.3390/ijerph17155389
- Perrin, C. (2015) “La gouvernance du foncier agricole périurbain: Le primat ancien de l’urbanisme municipal en Provence et en Toscane (1960-2010)”, *Pole Sud*, 42:11-27.
- Perrin, C. (2011) “La territorialisation de l’agriculture périurbaine du Chianti: Entre terroir et proximité urbaine”, *Noréis*, 221:97-109.
- Perrin, C. (2009) Construire les campagnes méditerranéennes. Usages, aménagement et valorisations du foncier agricole périurbain en Provence et en Toscane (1950-2010). Université de Provence-Aix-Marseille 1.
- Perrin, C. (2008) “L’agritourisme dans les collines périurbaines de Toscane Centrale”, in Poulot, M. (dir.) *Agriculteurs et agricultures dans leur relation à la ville*, 1:86-102.
- Perrin, C. & Randelli, F. (2008) “L’essor des viticulteurs étrangers dans le Chianti”, in *Actes du colloque franco-britannique de géographie rural*, Vichy, le 18 et 19, 2006, 397-410.
- 須田文明(2022)「テロワール産品を通じたルーラル・ジェントリフィケーション:イタリアのキアンティ」, 木村純子・陣内秀信編著『イタリアのテリトリー戦略』, 白桃書房.

第12章 フランスにおけるアグリツーリズム

國井 大輔・平形 和世・須田 文明

1. はじめに

我が国における「農泊」は、「農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ『農山漁村滞在型旅行』（農林水産省ウェブサイト）」とされており、農家民宿や農家レストラン等を活用する場合があるものの、単なる農家による取組を指すのではなく、農山漁村の所得向上と活性化が目的となっている。佐藤・八木（2021）によると、農山漁村への旅行者にとっては、地域の学習や農業・調理体験や温泉や観光スポットとの連携の重要性が指摘されており、実際農泊の運営主体（中核法人）は、農林漁業関連は2割程度で、観光協会やアウトドアガイド、宿泊事業、旅行業等観光関連産業のサービスを行う事業体が半数以上を占めている（農林水産省，2019）。農業だけでなく、宿泊、体験、観光等の幅広い要素を併せ持つ農泊では、行政、民間企業、農家等の多くのステークホルダーの連携が重要であると考えられ、例えば青木（2010）は、グリーンツーリズムの持続性確保のためには安定的な推進体制の整備が必要であり、行政、民間企業、住民の3者を有機的に連携させる中間的推進・支援組織（以下、中間支援組織）の必要性を指摘している。

ヨーロッパの中でもグリーンツーリズム⁽¹⁾の歴史が長い国の一つであるフランスでは、グリーンツーリズムは、農村の価値を高めることを目的としており、農村住民全てが参加できるツーリズムである（大島，2010）。また、フランスでは、グリーンツーリズムを支援する組織が古くから存在し、民宿のネットワーク組織である「ジット・ド・フランス（Gîtes de France）」はじめ、農家によるツーリズム事業のネットワークとして農業会議所が設立した「農家へようこそ（Bienvenue à la ferme）」や、「農民のもてなし（Accueil Paysan）」、「緑の休暇地」、「フランスの最も美しい村」などがある（井上，2002）。しかしながら、近年台頭する Booking.com や Airbnb などのようなオンライン旅行会社（OTA：Online Travel Agent）が、これらネットワーク機能を持つ支援組織の強力な競合相手となっていることが指摘されている（綜研情報工芸，2018）。こうした状況の中、フランスでは既存の支援組織と OTA 等との連携や、地域独自で OTA と連携してアグリツーリズム（以下、AT とする）推進に取り組む事例が現れてきている。そこで本報では、我が国における農泊推進のための中間支援組織の参考情報とするために、まずフランスにおける AT を外観し、農村ツーリズム先進国であるフランスの支援組織の動向、その中でも特に、農家を中心とした AT への支援組織である「農家へようこそ」と OTA やクラウドファンディングとの連携に注目する⁽²⁾。その後、フランスのウール・エ・ロワール（L'Eure-et-Loir）

県の事例として、地域観光委員会が OTA の持つデータ等を活用しながら AT を支援する取組や AT 農家の実態について、2020 年 3 月に行った現地調査の結果をとりまとめる。なお、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行はフランスのツーリズムに大きな影響を与えているが、本報では、パンデミック後の状況（2020 年 4 月以降）については取り上げていない。

2. フランスにおけるアグリツーリズムの外観

フランスの 2010 年農業センサスでは、AT を宿泊（民宿（B&B）、貸別荘、キャンプ等）、食事、レジャー（教育農場、スポーツ、レクリエーション、農場見学等）を含む全ての活動と定義している。その定義によると、フランスでは 13,800 の経営体が AT に従事しており、そのうち宿泊業は 9,500 経営体が行っている（フランス農業・食料・漁業・農村省, 2013）。そこで、フランスの農業会議所が運営する「農家へようこそ」のウェブサイトで紹介されている 1,461 軒（2018 年 10 月現在）について、宿泊タイプ（民宿（B&B）、貸別荘（一棟貸し）、大型民泊（団体利用）、キャンプ、子供のバカンス⁽³⁾）についての情報を整理したところ、ジット（一棟貸し）、キャンプ、民宿（B&B）がそれぞれ 43%、36%、30% と多い傾向であった（第 12-1 表）。また、1,461 軒の AT をマッピングし、州自然公園の地図情報を重ね合わせたところ、AT の多くは山岳地帯及び沿岸部に分布しており、全体の 16.7% が州自然公園内に分布しているなど、自然景観豊かな場所で経営されていると推察された（第 12-1 図）。

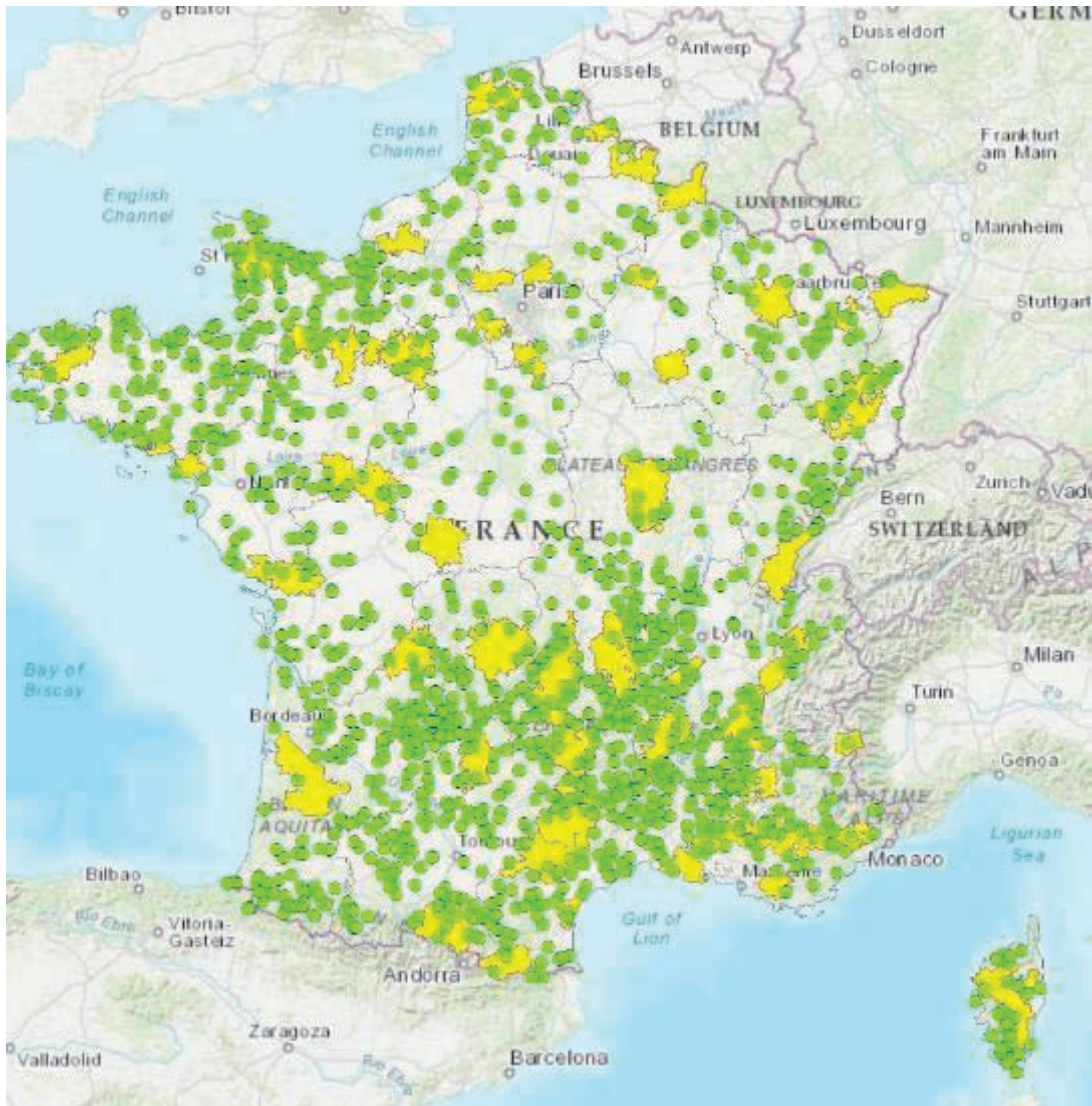
第12-1表 「農家へようこそ」に登録された農家民宿（n=1461;2018年10月現在）

	農家数	宿泊形態				
		B & B	ジット (一棟貸し)	大形民泊 (団体利用)	キャンプ	子供の バカンス
アルザス	7	0	1	0	6	0
アキテーヌ	164	62	76	4	61	4
オーベルーニュ	107	46	39	6	25	5
ブルゴーニュ	24	6	11	2	6	0
ブルターニュ	110	29	56	7	20	15
サントル	38	17	17	1	10	0
シャンパーニュ・アルデンヌ	23	6	7	1	9	0
コルシカ島	35	17	4	0	17	0
フランシュ・コンテ	38	18	20	1	7	0
オー・ド・フランス	59	20	38	9	5	2
イル・ド・フランス	9	2	6	0	4	0
ラングドック・ルシヨン	124	31	57	4	49	2
リムーザン	40	10	15	0	18	0
ロレーヌ	49	21	15	1	4	13
ミディ・ピレネー	153	31	43	3	96	1
ノルマンディー	130	46	48	4	52	1
ペイ・ド・ラ・ロワール	61	7	18	2	35	9
ポワトゥ・シャラント	43	10	13	1	24	0
プロヴァンス・アルプ・コートダジュール	78	30	43	4	18	0
ローヌ・アルプス	169	33	104	5	60	4
合計	1461	442	631	55	526	56

資料：農家へようこそウェブサイト(<https://www.bienvenue-a-la-ferme.com>)を基に筆者作成。

注（1）地域圏名は、「農家へようこそ」のウェブサイトに記載されていたものを筆者が和訳。

注（2）宿泊形態の数値は、一つの農家で複数の宿泊形態の施設を経営している場合もあるため、重複を含んでいる。



第 12-1 図 フランスにおける AT の分布状況

資料：農家へようこそウェブサイト(<https://www.bienvenue-a-la-ferme.com>)を参考に、筆者作成。

注：黄緑の丸が各 AT を示しており、黄色のエリアは州自然公園に指定されている範囲を示している。

3. フランスにおける AT 支援組織の新たな取組

前述のように、近年 OTA の台頭により、既存の農村ツーリズム支援組織と OTA との競合が見られ、フランスの AT 実践農家へのヒアリングにおいても、「ジット・ド・フランス」や「農家へようこそ」に加盟しつつも、OTAの方が集客には重要であるという声が聞かれた。そのような状況において、「農家へようこそ」は OTA である Airbnb 及び農業に特化したクラウドファンディングの MiiMOSA と連携し、AT の支援を行う新たな取組が 2017 年より開始された。これは、農家の収入の多様化や付加価値化の支援を行うとともに、AT の取組を資金面でもサポートすることを目的としている。具体的には、「農家へようこそ」からは収入の多様化や生産物の価値を高めるような AT に関する専門的なサポ

ート、Airbnb からは財政的支援や集客支援、MiiMOSA からは追加融資を受けることができる⁽⁴⁾。本節では、「農家へようこそ」、MiiMOSA 及び Airbnb の担当者へのヒアリング及び既存資料を基に、3 者連携の取組について整理を行う。

（１）「農家へようこそ」

「農家へようこそ」は、フランスの農業者への農業指導等を行う公的機関である農業会議所⁽⁵⁾によって運営され、農家による観光事業サービスの充実と多様化、農家の観光事業に関する育成、事業の広報・宣伝活動を目的とする農家のネットワーク組織であり、1988 年に設立された（大島，2010）。農業会議所はパリに本部があるが、そもそも農業者の利益擁護・代表機関として各県に設立されたものであり、現在では 89 の県農業会議所（Chambres départementales）において、農業経営や酪農、農産物加工や交流・ツーリズムに関する普及員が配置され、「農家へようこそ」の活動も県会議所ごとに行われている。例えばドローーム県の農業会議所では、農村ツーリズムに関して、農業会議所と県、県の観光振興局が連携して様々な支援を行い、県農業会議所（「農家へようこそ」）は、AT を開始したい人に向けたマニュアルを作成・配布している。なお、フランスにおいて農家によるツーリズムは様々なあるが、ツーリズム活動が農業経営の補完であり、経営所得の 50%以内であれば農業活動としてみなされ⁽⁶⁾、税制上でも優遇される。また、農業者が経済的支援を申請するときには、農業投資だけではなく、ツーリズム投資も申請理由にできる（綜研情報工芸，2018）。

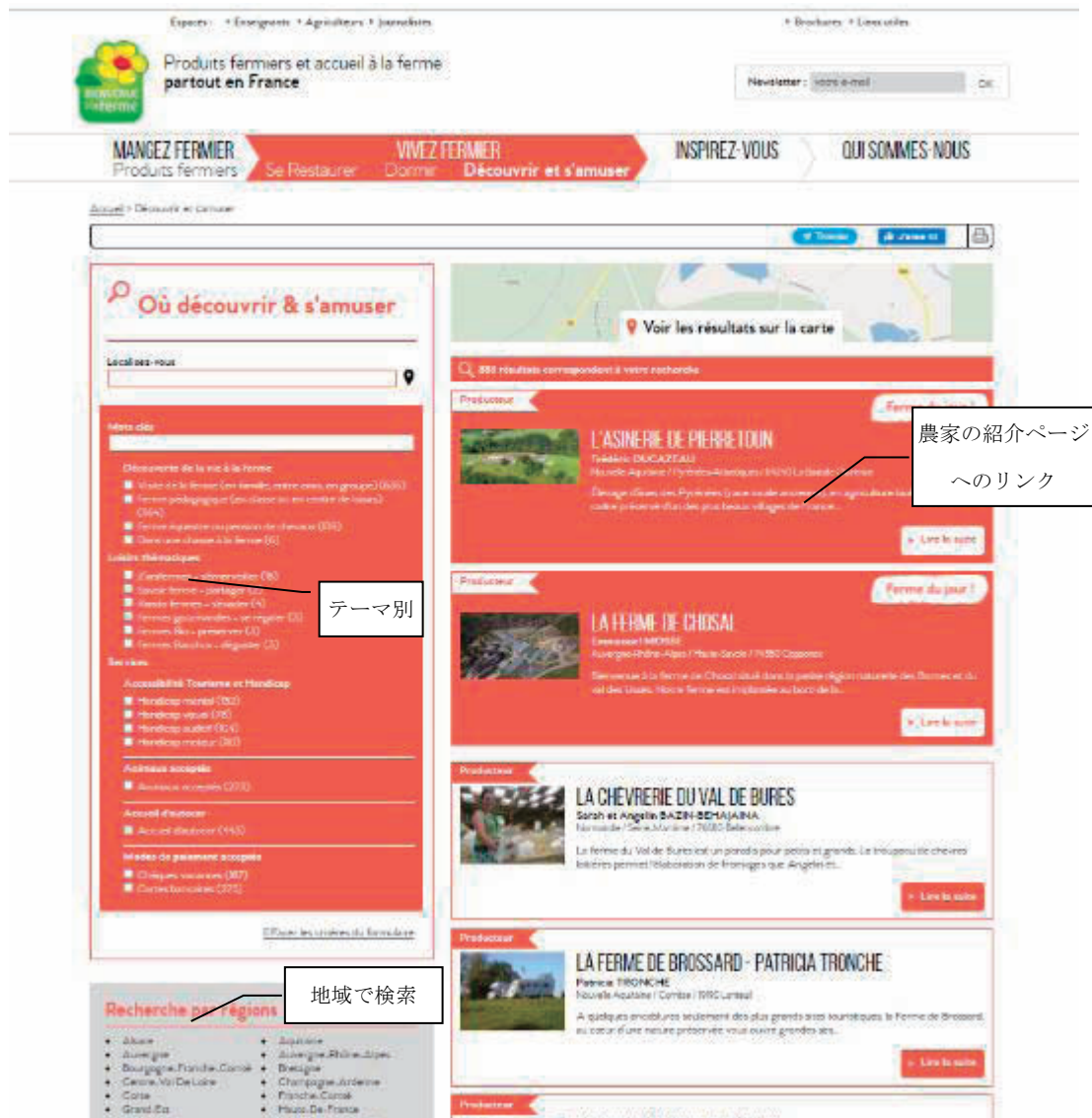
「農家へようこそ」の担当者によると、2020 年現在約 8,000 人の農家会員を有しており、「農家へようこそ」の会員になるためには、①農業従事者であること、②宿泊事業の規制に従っていること、③当該組織で定められた規則に従うことが求められる。特に③については、農家としての品質を保つために、食事の提供において金額当たり 51%以上が地元の食材を利用する必要がある。従来は、会員の要件として Meuble de tourisme 認証⁽⁷⁾を取得する必要があったが、OTA により様々な品質評価が行われていることを踏まえ、2017 年以降この認証を取得する必要はなくなった。また「農家へようこそ」の入会に当たっては、地域（州や県）によって異なるものの、150 ユーロから 600 ユーロの年会費が必要となる⁽⁸⁾。

「農家へようこそ」では AT を、「農家でお召し上がりください（食事提供）」と「農家でお過ごしください（宿泊・体験提供）」の二つのカテゴリで整理している（第 12-2 表）。「農家で食べる」は農家での直売、直売所での販売、マルシェなどで、農産物や加工品の販売を中心とするものであり、「農家で暮らす」は農家レストランや料理教室などの外食、B&B 等の宿泊、農業体験等の体験の三つの部門がある。「農家へようこそ」の会員となることで、会員はそれぞれの部門において製品開発やブランド化、AT の開始等に関する専門的なサポートを受けたり、「農家へようこそ」のウェブサイトや各種イベントで PR したりすることができる（第 12-2 図）。

第 12-2 表 農家へようこそそのアグリツーリズム事業の種類

アグリツーリズムのカテゴリー	内容
農家でお召し上がりください（農産物や食品の販売） (Mangez fermier)	食品、ワイン、その他食品以外の製品等、農場で生産される製品の販売。
農家でお過ごしください（食事・宿泊・体験提供） (Vivez fermier)	農家レストランや料理教室、その他アクティビティの提供。 B&B、ジット、キャンプ場等の宿泊。 農業体験。

資料：農家へようこそその HP(<https://www.bienvenue-a-la-ferme.com>)を参考に、著者作成。



第 12-2 図 農家へようこそそのウェブサイト：農家検索画面

資料：農家へようこそそのウェブサイト(<https://www.bienvenue-a-la-ferme.com>)を基に筆者作成。

（2）MiiMOSA

MiiMOSA は、2015 年に食品や農業への支援のために設立したクラウドファンด์であり、設立から 2020 年 3 月現在まで、2,500 のプロジェクトがトータルで 2,000 万ユーロの資金を調達している。MiiMOSA 担当者によると、「フランスでは、そもそもクラウドファンด์が注目されておりその利用が伸びていたが、2015 年当時は農業に特化したクラウドファンด์がなかった。一方、農業にはお金が必要であるとともに、消費者が農業生産者を支援したいというニーズも把握していた。農家は銀行からも融資を得ているが、MiiMOSA はそれを補うものである。それと同時に、現在では MiiMOSA で資金を得ること自体が銀行への信用となっている面もある」とのことである。MiiMOSA は AT だけでなく、農業関連のプロジェクト全般を取り扱っているが、近年は取り扱うプロジェクトの 3 分の 1 が AT に関連するものになっているところからも、AT への注目が高いことが推察される。

MiiMOSA の投資スタイルには、ファンド型と貸付型の 2 種類があり、成功率はファンド型が 75%、貸付型が 100%となっており、MiiMOSA への手数料は成功報酬型で、ファンド型が 8%、貸付型が 4%となっている。クラウドファンディングの応募は、開始した 2015 年から 19 年現在の間毎年 100 件くらいのペースで増加しており、19 年にはおよそ 1,000 件の応募があった。また、応募されたプロジェクトのうち 3 分の 1 が AT に関するものとなっており、基本的には小さな農場経営者が経営の多角化を目指して行うプロジェクトで、宿泊施設や動物のための施設の改良、土地の購入、資材の購入など支援対象は様々である。MiiMOSA へ応募する場合には、まずは MiiMOSA のウェブサイトからコンタクトを取ると、一つひとつのプロジェクトに対して MiiMOSA の担当者がつき、無料でファンドを募る段階にまでサポートをしてもらうことができる。プロジェクトの規模は、ファンド型で 1,000 から 75,000 ユーロ（平均で 6,000 ユーロ）、貸付型で 15,000 から 100 万ユーロ（平均で 30 万ユーロ）となっている。

（3）Airbnb

Airbnb は、民泊のホストとゲストをマッチングさせるオンラインビジネスとして有名である。フランスの Airbnb の担当者によると、『現在フランスの 28,000 のコミューンにおいて、Airbnb に登録されている宿がある。近年フランスにおいても農村ツーリズムは成長しており、2019 年は人口が 2,000 人以下のコミューンに合計で 370 万人の旅行者が訪れ、コミューンに支払われた宿泊税は 1,100 万ユーロにもものぼる。Airbnb は、2018 年 11 月から 12 月にかけてウール・エ・ロワール県とのパートナーシップを締結し、その後 2019 年 2 月には、フランス農村部市長連合会（Association des Maires Ruraux de France: AMRF）、2019 年 7 月から 9 月にかけて、ヌーヴェル・アキテーヌ（Nouvelle-Aquitaine）県ともパートナーシップを結んでいる。現在の観光は、従来のマスツーリズムから田舎での体験に移行し始めており、このような流れを受けて農村地域では地域の資源を利用して人を呼び込む仕組みが必要となっている。そのため Airbnb では、農村地域との連携

をするに当たって、地域や住民とのつながりを重視し、イベントなどを作り出すことで観光客を呼び込もうとしている。また、外国からの旅行客は宿泊をする。たとえ 300 人ほどの集落だったとしても、五つの宿泊施設に 50 日観光客が滞在することで大きな収入となるため、インバウンドの引きつけは重要である』⁽⁹⁾とのことであり、Airbnb 側から積極的にフランス国内の農村地域との連携を働きかけている。

(4) 支援組織の新たな取組

後述のとおり、AT 実践農家は、「ジット・ド・フランス」や「農家へようこそ」に加盟しつつ、実際の集客については Booking.com を利用し、さらに Airbnb の利用を検討している農家もある。このように OTA の進出により既存の AT 推進組織の利用者離れが懸念される中、「農家へようこそ」は OTA である Airbnb 及び農業に特化したクラウドファンディングの MiiMOSA と連携した AT の支援を行っている。これは、「農家へようこそ」と Airbnb が AT の発展と農家の収入の多様化や付加価値化の支援を行い、MiiMOSA がこれらの取組を資金面でサポートするために、2017 年に当該 3 者がパートナーシップを結んだものである。もともと「農家へようこそ」は農家の資金調達手段として MiiMOSA を紹介する等、両者はつながりを持っていた。さらに Airbnb が近年 AT への支援に興味を持ち始め、2017 年に Airbnb から 3 者のパートナーシップの提案をすることで実現した⁽¹⁰⁾。このパートナーシップでは、「農家へようこそ」は AT に関する専門的・技術的な支援を行い、Airbnb は AT 市場の調査・分析やプロモーション、MiiMOSA は金銭的な融資を行っている。2018 年から 2021 年現在まで、毎年プロジェクト応募型のキャンペーンを行っており、ウェブサイト「Tous à la ferme (<https://tousalaferme.com>)」で紹介している(第 12-3 図)。また、キャンペーンへのプロジェクトの応募も、当該ウェブサイトからできるようになっている。選定の対象となるプロジェクトとしては、農業の多角化、宿泊・観光の促進、その地域と関連の深いものなどであり、プロジェクトの予算配分や計画がしっかりしていることが重視される⁽¹¹⁾。2022 年 1 月現在、当該キャンペーンによって 2018 年から 2021 年までに合計 41 のプロジェクトが選定されており、農地の整備や加工品、教育農場等の施設整備に利用された(第 12-3 表)。



第12-3図 「Tous à la ferme」のウェブサイト

第12-3表 Tous à la Fermeのキャンペーン選定AT

選定年	選定数	プロジェクトの内容
2018	11	障害を持つ子どものための教育体験，ぶどう畑，農場，教育ワークショップ開催等
2019	10	アグリツーリズム用コテージ建設，教育農場施設整備等
2020	10	畜産の加工品生産，ぶどう畑の再生，教育農場やエコツーリズムの施設整備等
2021	10	教育農場やアグリツーリズムの施設整備等

資料：Tous à la ferme のウェブサイト（<https://tousalaferme.com>（2022年1月26日参照））を基に筆者作成。

4. 現地調査

前節までは、既存の支援組織と OTA やクラウドファンด์との連携について紹介したが、現場レベルにおいても、OTA と地域の連携が進んでいる。本節では、県の観光協会や地域と OTA の連携について紹介するとともに、AT の聞き取り調査の概要をまとめる。

（1）ウール・エ・ロワールにおける取組

パリから南西へ鉄道で1時間程度の距離にあるウール・エ・ロワール県では、県観光委員会（ADRT: Agence de Development et de Reservation Touristiques d'Eure-et-Loir）が2018年から Airbnb 及び AirDNA との連携を結んでおり、Airbnb は宿泊サイトの運営及びグローバル規模の宿泊に関するインターネット情報の収集・分析、AirDNA はローカルな情報の収集・提供を行っている。また AirDNA の情報は高額なため、州の他の県と協力して共同購入をしている。同県は、パリから鉄道、車ともに1時間程度の距離にあるため（第12-4図）、パリからの日帰り客が多く宿泊客を増やすことが課題となっている。

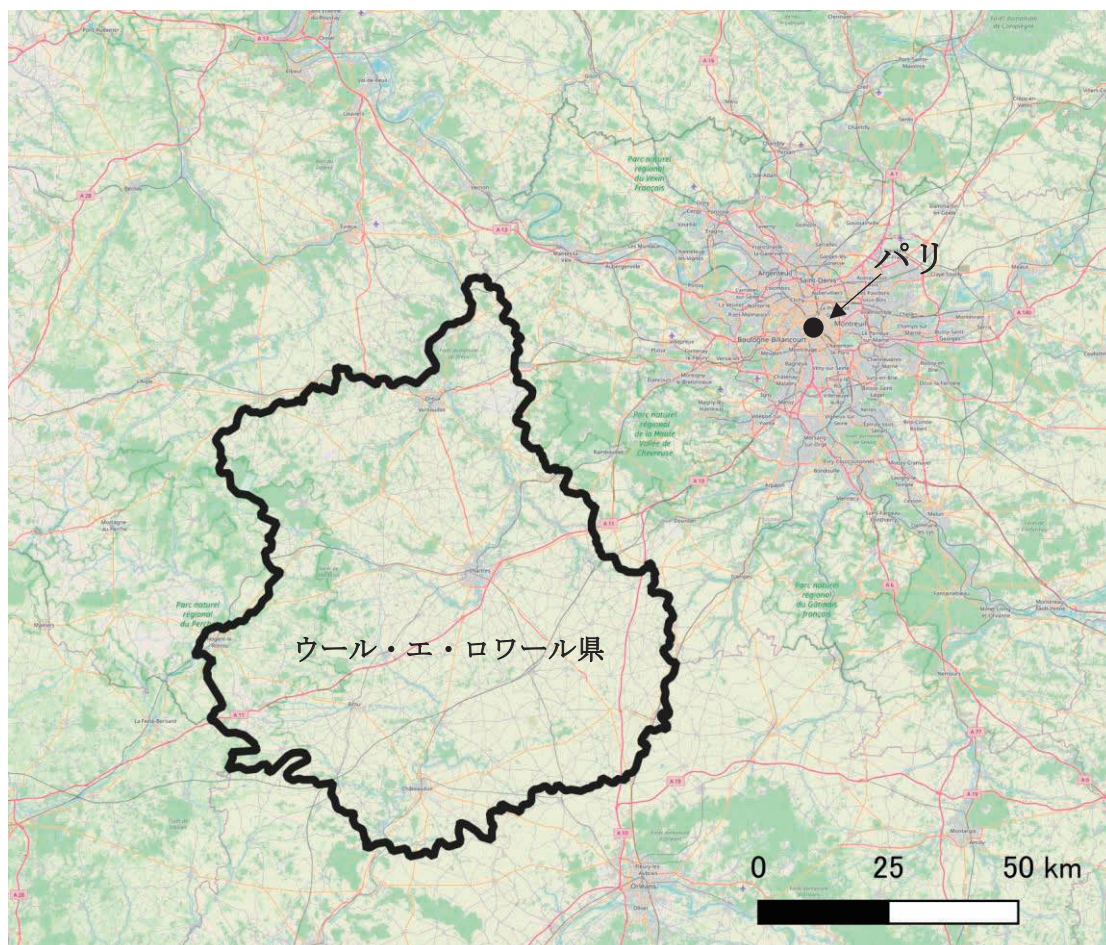
Airbnb との連携は、2018 年に当県の県議員が Airbnb とコンタクトを取ったところから始まる。県議が県内の村で村長をしていた頃、若者が村から外に仕事で出てしまうことによる人口減少が著しいことを問題視し、まずは自らが地域の空き家を購入してジット（一棟貸し）を始め、その後、これを村のプロジェクトとして、空き家を活用した観光事業をスタートさせた。これがうまくいったために観光業が地域の産業になると確信することとなり、さらに人を呼び込むためにはインターネットの活用が重要だと考え、自ら Airbnb とコンタクトをとり実際に Airbnb に載せたところ、それまで以上に世界中から人が訪れるようになった。一方 Airbnb としては、近年大都市におけるオーバーツーリズムや地代上昇などの問題を抱えており、同県議から連携の話を持ち掛けられ、農村との連携が自社のイメージアップにつながると考えた。このように両者の利害が一致したため、2018 年に県議長と Airbnb が調印し、連携するに至った。本連携では、Airbnb はあくまでサイトの運営のみを行っており、県が宿泊施設経営者へのサポートや法的な規制を行っている。

Airbnb との主な連携内容は以下の四つである。

- ①調査会社によるパリからの旅客者に関する調査に対して、Airbnb：地元＝50：50 で出資する。
- ②Airbnb は、地域の宿泊施設稼働率のデータを ADRT に提供する。
- ③ADRT は、宿泊施設経営者が集まる場や議論する場を作るとともに、ホストに対する経営等のアドバイスをする。
- ④ADRT が Airbnb の会議に役員として参加する。

特に③については、上述の県議の娘がインターネット上に経営者が意見交換をすることのできるサイトを開設し、経営者同士の情報交換や、専門家によるサポートが行われている。

Airbnb との連携について、地元からは米国の企業と連携するということや、税金がフランスに入らない、なぜわざわざフランス以外の企業と組むのかという点などについて、強力な反対があった。ただし、AT を始めたいという人にとっては稼働率を把握することは極めて重要であり、Airbnb から稼働率の情報を得られるのは有益であるため連携に踏み切った。OTA としては Booking.com も有名であるが、Airbnb と Booking.com との違いは宿泊料に含まれる手数料と宿泊税の関係にあり、ホストが同額の宿泊料を設定した場合には、Airbnb の方がホストの収入が多くなる傾向にある。



第12-4図 ウール・エ・ロワール県の位置

資料：Google map により筆者作成。

例えば第12-5図のように、Airbnbは宿泊料にはAirbnbの手数料3%が含まれているものの宿泊税は含まれていないため、ゲストはAirbnbで予約した場合に宿泊料+宿泊税を支払うことになる。一方Booking.comは宿泊料には手数料が含まれていないものの宿泊料は内税となっているため、ゲストは宿泊料として指定された金額のみを支払う。ホストはOTAへの手数料や宿泊税分を差し引かれた金額が収入となるため、ホストが同額の宿泊料を設定した場合、ゲストが支払う金額はBooking.comの方が低くなるが、一般に手数料は宿泊税よりも少額であるためホストの収入としてはAirbnbの方が高くなる仕組みとなっている。また宿泊税は、県が10%、群（コミューン共同体: ComCom）が90%を受け取り、ComComの観光オフィスはこの税金により運営が賄われている。なおフランスの法律では、ホストではなくOTAが宿泊税を納めることになっている。シャルトル市内ではシャムブルドット（個人宅のゲストルームなどの宿泊施設）やジット（一棟貸し）が増加しており、予約サイトとしてはAirbnbよりもBooking.comの方が優勢であるが、ADRTは、どのプラットフォームに加盟するとホストにとって有益かを考慮して、経営者に指導を行っている。



第 12-5 図 Airbnb と Booking.com における宿泊料とホスト収入との関係

資料：ヒアリング調査内容を基に筆者作成。

注. Airbnb の手数料は宿泊料の 3%。宿泊税は 1 人 1 泊当たり 0.20～4 ユーロ

<https://www.economie.gouv.fr/particuliers/taxe-sejour-tarifs> (2020 年 5 月 28 日アクセス)。

(2) ウール・エ・ロワール県における AT 農家聞き取り調査

ウール・エ・ロワール県内の AT の状況を把握するため、AT 実践農家 2 軒に聞き取り調査を行い、結果を第 12-4 表にまとめた。

農家 A は、元々ホテルの経営に興味を持っていた夫婦が、農業の多角化を目的として、子どもの独立をきっかけに 2014 年から AT を始めた。平日は農業、休日のみ宿泊を行っているが、自分の負担を軽減するために、寝具の洗濯や会計業務は外注し、夫婦の仕事としては食事の提供や掃除を行うことに絞られている。AT を経営するに当たり、EU と州から補助金をもらい建物を建てている。AT と地域との関係を考えて場合、AT によって地域のお店の活性化にもつながるため、宿泊客が食材等の購入を希望した場合には、自分の家で販売するのではなく、近くのお店やレストランを紹介するようにしているとのことである。集客や予約の管理にはいくつかの OTA を利用しているが、それらを一括で管理できるソフトを利用しており、特に Booking.com からの予約が多い状況である。

第12-4表 ウール・エ・ロワール県におけるAT聞き取り調査内容

	農家A	農家B
経営	夫婦2人で経営。農家としては3代目。平日は農業を行っているため、宿泊は週末に偏っている。 始めて4年くらいはすべて自分でやりくりしていたが、シーツは地元の業者に出したりしている。自分が好きでない仕事は、委託した方が自分が楽だし、持続的。	夫婦2人で経営。HP等の運営は義理の息子に任せている。 ジットの運営は妻が行っており、宿泊客の多くは1泊。
農業	140ha（ジャガイモ、トウモロコシ、ナタネ、小麦）	120ha(小麦、ナタネ等の耕種作物) 8台のトラクター、コンバインを所有。農地はすべて自分で耕作している。
建物	ジット（1棟）、シャンプルドット（3部屋）	ジット（3棟） 1haの池（プールとしても利用）、室内プール、パターゴルフ場がある。
いつからATを始めたか	2014年から。計画に1年、工事に1年かかった。	父親が、40年前にここで宿泊業（ジット）を始めた。自分は2001年にここを継いで2代目。
始めたきっかけ	もともとホテル等の宿泊業に興味。 農業の多角化として、子供が独立したのをきっかけに始める。 妻は、会社の会計の仕事をしていたが、宿泊業を始めるのを契機に退職。ただし、宿泊業の会計は、プロに委託している。	1971年に父親が土地を買い、引っ越してきた。当時は、肉牛と酪農を行っていたが、うまくいかなかったため、小屋が空いてしまい、その有効活用として始めた。 その後、父親が当地域では先駆的にジットをはじめ、自分はそれを引き継いだ。
補助金の有無	EUと州から補助金をもらって建物を建てた。 自己、補助、ローンは1/3ずつ。EUの補助金は、CAPではなく、ツーリズム関係の補助金。	建物を建てるにあたり、補助金の申請(2005年)を行っている。申請にはADRTがサポートし、15,000ユーロの補助金。
地域との関係	ATによって、地域の他産業も活性化すると考えており、波及効果がある。自分たちのATで販売できるものがあっても、積極的にここで販売することはない。地元で買える場所を紹介している。食事についても、できるかぎり地元のレストランを使ってもらえるように紹介している。 同業者で競合するのではなく、協力して地域の活性化を行っていくと考えるべきだろう。	地域とのつながりは、特別な。マルシェなどで集まることもあるが、そのくらい。
OTAについて等	「Channel Manager」というソフトを利用することで、様々なOTAサイトを一度にコントロールできる。ただし、Booking.com経由が多い。	Airbnbに載せており、管理は義理の息子が行っている。田舎なので、あまり多くの観光客は来ない。そのような状態で、ジット・ド・フランスは全国的な宣伝ができたために、大変助かった。また、インターネットが進化して、近年どんどん状況が変化している。

資料：ヒアリング調査を基に筆者作成。

農家 B は、経営者男性の父親が 40 年前にこの場所でジット（一棟貸し）の経営を始め、2001 年に自分が後を引き継ぎ、現在は夫婦 2 人で経営をしている。ジットの運営は主に妻が行い、夫は農業を行っている。また当該 AT には、宿泊施設以外にも、1ha の池や室内プール、パターゴルフ場などを備えており、これらは夫が自分で建設したものである。自分たちの代でもジットを追加で建設しており、施設を建てるに当たっては、ADRT にサポートしてもらい補助金（EU か州かは不明）を利用している。農家 B は、特別地域とのつながりを持った経営をしているわけではなく、自分の AT で完結している。これは、経営者の父親が 1971 年にこの場所へ引っ越してきてから AT を始めたために、地域としてのつながりが弱いと考えられる。集客や予約の管理は、義理の息子に任せているが、Airbnb には加入している。

AT へのヒアリングは 2 軒のみであるが、どちらの AT も農家としては耕作面積が 100ha 以上の農家でありながら宿泊業も行っている。また、宿泊予約については、OTA をメインとしており、特に農家 A では、複数の OTA サイトを一括管理できるソフトを使うなど、積極的に ICT を取り入れている。またどちらの AT においても、AT を収入源としてみなしているものの、それ以上に宿泊者とのコミュニケーションを楽しんでいる様子がうかがえた。一方、地域との関係については、農家 A は AT を通じた地域活性化を考えるなど、地域との強いつながりを感じられたが、農家 B は地域と特別関係を持っていなかった。

5. おわりに

グリーンツーリズム及び AT の先進国であるフランスにおいて、古くから支援組織がツーリズムを支えてきたが、ICT の発達を背景とした支援組織と OTA との競合により大きな転換点を迎えている。そうした苦境において、AT 支援組織として活躍してきた「農家へようこそ」は、OTA と連携することでより AT 推進の裾野を広げるような戦略をとっている。また、地域が観光客を取り込むために、独自に OTA と連携する事例もでてきている。

我が国においても旅行者と旅行先・宿泊先をつなぐ役割としては OTA が今や最も一般的なツールとなっているが、農家と旅行者、行政機関等をつなぐ中間支援組織の役割の重要性が指摘されてから 10 年以上が経過する中、日本ファームステイ協会は農泊地域の OTA 体制構築のための支援を進めており、OTA 導入による認知度アップや販売力の増大が期待される。また、新たにツーリズムに取り組むに当たって、運営支援、財政的支援、集客支援は必要不可欠である。我が国における農泊は地域としての取組という特徴があるが、そのステークホルダーをとりまとめたり、観光客や行政機関等との連携を取る上で、中間支援組織のような存在が重要であり、フランスにおけるクラウドファンディング・OTA・中間支援組織による 3 者連携やウール・エ・ロワール県のような地域が独自に OTA と連携する取組は参考に値するだろう。

- 注（1）大島（2010）では、フランスのグリーンツーリズム振興センターTERの見解に従い、「田園地域のほかに、海水浴場やスキー場としてリゾート地化されていない海浜・山岳地域をも含めた農村ツーリズム」をグリーンツーリズムとしており、ここでは、その定義に従いグリーンツーリズムという用語を用いることとする。ただし、農村の農家におけるツーリズムを示す場合には、アグリツーリズムという用語を用いる。
- （2）フランス農業省のウェブサイト（<https://agriculture.gouv.fr/agritourisme-tous-la-ferme>; 2022年1月5日参照）では、アグリツーリズムの推進組織として、農業会議所が母体となっている「農家へようこそ（Bienvenue à la ferme）」と、農家や農村のネットワーク組織である「農民のもてなし（Accueil Paysan）」が紹介されている。
- （3）子供のバカンスとは、子供たちだけで農家や農家の別棟に宿泊し、宿泊する農家や資格を持つアニメーターによる、子供を対象とした農業体験や自然体験などのアクティビティを行うこと。
- （4）特に、ヒアリングを行った2020年3月現在、AT支援のキャンペーンを行っており、6月末までにAT関連プロジェクトを募集し、10のプロジェクトを選定する。選定は、MiiMOSAにおけるクライドファンディングのプロジェクトのうち、農業活動の多角化、宿泊施設や観光施設の改善、文化やガストロノミーに関係しているもののうち、予算が明確になっているプロジェクトから行われるとのことであった。
- （5）フランスの農業会議所は、農業省と農家から資金を集めて運営されており、農業全般をサポートする組織である。
- （6）8. Agritourisme et vente de produits fermiers, (www.herault.gouv.fr)
- （7）Meuble de tourism は、国で定められた民泊のための公的な認証制度であり、民間の認証団体（Gite de France, Clévacance, Ttout france 等）が認証を行う。それぞれの認証団体は認証した農家に対して、団体独自のマークを付与することができる。また各団体は、認証した農家の監査を行う必要がある。なお、「農家へようこそ」は、この認証団体とはなっていない。
- （8）例えば、サルトル県におけるAT農家へのヒアリングによると、「農家へようこそ」への年会費はおおよそ350ユーロとのことである。
- （9）ヒアリングは、2020年2月26日に行ったため、新型コロナによる影響を受ける前の情報となる。
- （10）MiiMOSA 担当者へのヒアリング結果より。
- （11）実際に応募プロジェクトに関するウェブサイトを開覧すると、獲得予算に応じた資金の利用計画が細かく記載されている。また、MiiMOSA 担当者によると、このような計画については、MiiMOSA の担当者が計画作成から計画の実行に至るまで手厚くサポートをしているとのことである。

〔参考文献〕

- 青木辰司(2010)「進化するグリーン・ツーリズム-体験交流型から協働・協発型活性化への展開」『農業と経済』: 5-17.
- 井上和衛(2002)「ライフスタイルの変化とグリーン・ツーリズム」『筑波書房ブックレット』筑波書房.
- 井上和衛(2011)「グリーン・ツーリズム 軌跡と課題」『筑波書房ブックレット』筑波書房.
- 大島順子(2010)「60年の歴史を持つフランスの農村ツーリズム」『農業と経済』: 113-122.
- 佐藤彩生・八木 浩平(2021)「都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と旅行施行に関する研究」『農村計画学会論文集』1(1): 85-94.

https://doi.org/10.2750/jrps.1.1_85.

綜研情報工芸(2018)「訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への誘客促進に関する調査委託事業調査報告書」https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/170203_5.html.

農林水産省(2019)「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」,

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/attach/pdf/arikata-20.pdf> (2022 年 1 月 15 日アクセス).

フランス農業・食料・漁業・農村省(2013)「Diversification des activités」『Agreste Primeur』No.302.

<http://sg-proxy02.maaf.ate.info/IMG/pdf/primeur302.pdf> (2022 年 1 月 15 日参照).

終章 まとめ

平形 和世

農山漁村に宿泊し、地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農泊」は、農山漁村地域に活力をもたらす。本研究では、その現状を、農泊を提供する側、また農泊を利用する側から接近し、可能な限り農泊地域のコロナによる影響やコロナ禍における対応について把握し、課題等を検討した。また、我が国への示唆となりうる情報の観点から、アグリツーリズム先進国であるイタリア、フランスの実情を把握した。

本章では、これまでの各章のとりまとめを行うとともに、本研究から得られた知見を基に農泊のさらなる発展に向けて考察する。

1. 各章のまとめ

第1部では、新型コロナウイルス（以下、「新型コロナ」）感染拡大による国内農泊への影響とその対応について、国内の農泊地域への調査等により把握し、アフター・コロナも踏まえた農泊のあり方を示した。第1章では、新型コロナ感染拡大による宿泊者数への影響を2020年の統計データにより確認して農泊の特徴を踏まえて分析し、農泊地域のコロナ禍の実際の対応等を踏まえ、新型コロナ感染拡大の渦中においてアフター・コロナを見通した対策等が重要であることを指摘した。第2章～第5章は、地域資源を活用した国内の農泊地域の事例を基に考察を行った。第2章では、埼玉県秩父地域と長崎県西海市の二事例から、コロナ禍での教育体験旅行型農泊のビジネスモデルとしての脆弱性を示すとともに、今後は受入家庭のスキル向上、宿泊と体験の分離による受入家庭等の負担軽減、地域ぐるみの農泊等が発展への道筋となることを示した。第3章では、古民家活用型農泊を運営する北海道八雲町の事例を紹介し、農泊事業を福祉事業や農業・漁業の振興といった地域課題と結びつけて運営することが持続可能性を高める上で有効であることを明らかにした。第4章の長崎県西海市西浦地区の古民家農泊施設の事例では、農泊施設を地域住民もが利用する拠点施設としても利活用することで多面的効果が生じていること、またコロナ支援策を活用しつつ、アフター・コロナに向けた取組が地域内で進められていることが示された。第5章では、近隣温泉地と連携する農泊地域、岐阜県中津川市加子母地区と宮城県仙台市秋保地区の二事例から、農泊地域が体験、温泉地が宿泊との役割分担がなされていること、高まる個人旅行需要への対応が求められる温泉地と新たな連携の可能性が生じていること、また連携が農泊地域側の体験提供の機会創出につながっていることを明らかにした。

第2部では、アフター・コロナを見据えつつ、持続可能な農村観光を目指す上で必要と

なる知見を明らかにした。第6章では、多様な宗教・生活習慣への対応との観点から、農村におけるムスリム対応の四つの先進地の取組を詳述し、取組を主導する主体等の違いに着目しながら各地域の取組内容の現状を把握し、課題について考察した。第7章では、持続可能な観光指標開発の経緯、国際的な持続可能な観光指標や2020年に公表になった日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）について概説し、農泊地域がJSTS-Dを利用する意義を検討した。

第3部の第8章では、大規模アンケート調査を基に、農山漁村滞在型旅行における行動を分析し、旅行先で行う各種体験での男女差や年代別の特徴、旅行先の情報源、旅行後の行動の変化等について詳述し、農山漁村滞在型旅行のプロモーション活動における有用な知見を提示した。

最後に第4部では、アグリツーリズムの先進国イタリアとフランスにおけるアグリツーリズムの特徴や支援組織等について紹介した。第9章では、イタリアのアグリツーリズムの動向や制度的枠組みを整理し、州で規定するアグリツーリズムの位置づけやアグリツーリズム農家の特徴について述べた。第10章では、イタリアにおけるアグリツーリズムとアルベルゴ・ディフーズの特徴を比較分析しつつ、現地ヒアリング調査等を基に農村ツーリズムとしての課題を示した。第11章では、イタリアのキアンティ地方の高級ワイン生産者団体による富裕層向けツーリズムと、キアンティ地方を抱える8広域市町村共同体村による地産地消活動や都市住民を対象とした小規模なツーリズムなどの地域振興施策との対立を歴史的に明らかにした。第12章では、フランスのアグリツーリズムの宿泊形態や分布等を概観し、アグリツーリズムを支援する全国ネットワーク組織の活動やオンライン旅行会社との連携事例や、ウール・エ・ロワール県観光委員会のAirbnbとの連携によるアグリツーリズム農家のネットワーク作りの事例を紹介した。

2. 農泊のさらなる推進に向けて

（1）持続的にビジネスとして実施できる体制

農泊は地方創生の潮流、インバウンド需要の中で推進され、政策のねらいは「持続的なビジネスとしての農泊地域」の推進にあった。訪日外国人旅行者数が2,000万人に達し、なお増加し続ける2016年3月、明日の日本を支える観光ビジョンにおいて初めて農泊の推進がうたわれ、2016年11月の農林水産業・地域の活力プランや2017年3月に閣議決定された観光立国推進基本計画において、2020年までに持続的なビジネスとして実施できる農泊地域を500地域創設することが目標とされた。農泊地域は着実に受入体制を整え、地域資源を観光コンテンツとして磨き上げるなど進展した。農山漁村振興交付金の農泊推進対策により支援を受けた農泊地域は2019年度に500地域を超え、2021年度599地域となった。数字の上では目標を達成しているが、持続的にビジネスとして実施できる体制にあるのかといった点については評価が分かれるところであろう。

古民家を活用した農泊事例において、ビジネスとしての視点が際立っていた。一般的

に古民家を再生・活用する際、まず現代的な生活様式に沿うよう断熱・気密性能の向上、水回り（台所、トイレ、浴室等）の入替え等改修が必要であり、また古民家を維持していく上での費用を継続的に確保する必要がある。いずれの事例もゲストハウスとして活用しているが、一般的にゲストハウスは他の宿泊施設よりも比較的初期投資が安価で抑えられるというメリットがある。とはいえ、補助金を活用したり、自ら機器類を調達し、有志らで改修したりとかなり工夫を凝らしている。また、交通アクセスがよい物件を選定し、レストランや直売所、コミュニティカフェ等も備えたことにより、多くの利用客を集めた。八雲町の事例では、福祉事業は農泊運営での財政的基盤となり、地域の農業者や漁業者と協力して体験事業を行い、事業収入を得る一方、短期的な農業・漁業のアルバイトを長期滞在者に提供するなどして、持続的に古民家活用型農泊を運営している。コロナ禍において外国人旅行者が激減したことで一部事業を見直し、関係人口につなげるためのインターンの受入れやワーケーションの場としても活用されている。また、西海市雪浦地区の事例では、コロナ禍で宿泊者は激減したが、ゲストハウスは地域企業のワーケーションに活用された。

他方、1990年代のグリーンツーリズム農政以降、農山漁村滞在型旅行の普及を牽引してきた農林漁業体験民宿や教育体験旅行は、農泊推進において大きく寄与しているが、コロナ禍で直面している状況をみると、教育体験旅行が1年のうち最も集中する時期に第1回の緊急事態宣言が発出されて全てが中止、その後も不透明な状況で受入れができない状況が続くケースが多く、ビジネスとしての脆弱性が浮き彫りとなった。今なお未曾有の危機にある中、持続的なビジネスとしての視点があればコロナによる影響を被らずに済んだということではないが、教育体験旅行の受入れを主に行う農泊地域の中には、コロナ禍に三密を避けるため宿泊施設はビジネスホテル等となったが、体験の受入れのみ行った例や、一般旅行客の体験事業が感染拡大の影響を大きく受けていないため、対象を一般旅行客に変更した例も見られた。体験と宿泊の分離はリスクだけでなく、高齢家庭の負担軽減にもつながる。これまで教育体験旅行等に特化した地域では転換が難しいという課題があるが、改めて持続的なビジネスの観点からの検証が急がれる。状況に応じて、受入農家のための技能講習や受入家庭同士の交流機会などを増やして、受入態勢の立て直しも必要だろう。持続的な運営の観点からは受入家庭の事情等も見極めつつ一般旅行客の受入可能性等を検討することが重要となる。

（２）地域運営・地方再生としての視点

古民家を活用した農泊事例において、地域運営・地方再生としての視点が生かされていた。八雲町の事例では、中心的な役割を担う NPO 法人やくも元気村は、宿泊施設を福祉作業の場として活用しつつ、まちづくりや第一次産業の活性化の一環として観光事業に取り組むという明確なビジョンを持って農泊事業に取り組んでいた。コロナ禍において、関係人口創出インターンシップの参加者の受入れを行ったり、農業や漁業の季節的な労働力不足を農泊施設滞在者の労働力で補う仕組みを整えたりして、宿泊施設の稼働

率向上に役立てている。また、西海市雪浦地区の事例では、中心的な役割を担う NPO 法人雪浦あんぱんねは当初から外部からの訪問者だけではなく、地域住民も含めて誰もが気軽に集えるコンセプトで地域内の拠点施設として整備され、コロナ禍でも感染防止策を講じつつ同施設でイベントが開催されたり、地域住民の施設利用や地域企業のワークショップにゲストハウスが活用されたりしている。提供される体験プログラムは、NPO 法人雪浦あんぱんねが行う農業体験や同地区の農家民宿が行う勾玉づくり体験、また地域の醸造事業者が行う味噌づくり体験など様々なプログラムがあり、最近に移住者による新たな体験プログラム企画も進められており、地域住民や地域の事業者が連携して、農泊による地域活性化に取り組んでいる。

いずれの事例も、農泊事業と地域運営を結びつけることが持続性を高めていること、また関係者をうまく結びつけるコーディネーターの存在が不可欠であることも確認できた。また、地域外客に過度に依存せず、地域内の需要を取り込みながら運営するコミュニティ拠点型農泊の可能性も明らかになった。農泊事業によって地域を活性化させるというビジョンがある場合は比較的取り組みやすいかもしれないが、地域が抱える課題も様々であり、地域内でよく議論した上での連携が必要であろう。

(3) 地域の関係者とのネットワーク

コロナ禍を機に新たな関係が生まれている例では、温泉地連携型農泊が挙げられる。秋保温泉の旅館が、コロナに対応した経営戦略として個人旅行者獲得のためにグランピング施設を導入し、そのオプション体験として、農泊地域が提供する農業体験や自然体験が評価されている。また、コロナ禍に岐阜県が県内の小中学生がいる家庭を対象としたマイクロツアーで、農泊地域（加子母地区）での見学や体験と下呂温泉の宿泊を盛り込む旅行商品が販売された。これはコロナ以前から大手旅行会社が販売する同様の団体バスツアー（コロナ禍により中止）が主要商品であったためと考えられるが、コロナ禍を機に、近場の家族客をターゲットとして体験等を提供することとなり、今後更に体験提供の機会が広がることも期待される。農泊地域の協議会側が体験プログラム等を、温泉地側が宿泊という明確な役割分担があり、連携が成り立っていたが、コロナ禍で加速した国内の個人旅行需要の高まりへの対応は、温泉地の旅館やホテル経営にとって重要であり、農泊地域側が提供する体験が個人旅行者向きであったという点で両者の連携の可能性も高まっていることが明らかになった。また、八雲町の事例では、コロナ禍で、以前より交流があった他地域のまちづくり団体と連携してインターンシップ事業に取り組んだり、道南の周辺町と連携し、新たに観光地域づくり法人を目指して取り組んだりしている。西海市雪浦地区の事例でも、コロナ対策事業を活用して新たな協議会を立ち上げ、地域の食品製造社、博物館、体験プログラム事業者とともに観光地域づくりを検討している。

いわゆる農泊の定義（農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ農山漁村滞在型旅行）に則して考えれば、農泊を提供する側の特徴は、

地域の多様な関係者が関わり、協力しつつ、一丸となって、食事や体験等を提供することである。「日常の回復」を待つばかりでなく、新たなネットワークづくりはコロナ禍の打開策になりうるかもしれない。

（４）質の高い農泊

イタリアでは国が行うアグリツーリズムの格付制度では、宿泊施設の設備やレクリエーション活動に関する基準が定められている。認可を受けた農家であればいずれかのクラスに分類されるスコアリングシステムであるが、こうした仕組みは農家にとってモチベーションになり、取得すれば付加価値にもつながる。また州法で地域産農産物の使用割合など詳細なルールを定めているところもあり、いわゆる質の観点からの管理が徹底している。また地域の農家支援組織がアグリツーリズム起業向けの講習を体系的に行ったり、アグリツーリズム農家間のネットワークづくりを行ったりする取組はイタリア・フランスともに行われていた。持続的な農泊の運営には質の向上が必要であり、質の高い農泊実現のためには、モチベーション向上につながるような基準の策定や人材育成のための支援等が、まずは地域を中心に行われることが望まれる。

（５）デジタル技術を活用した利便性の向上

今やインターネットによる宿泊予約はかなり浸透している。本研究における調査先でも、インターネットでの宿泊予約が可能で、ウェブサイトや、Facebook, Instagram, Twitter といった SNS から定期的に情報発信が行われ、Wi-Fi 対応やワーケーションの受入れも行われていた。コロナ禍で旅行客の受入れができないことから EC サイトを立ち上げ、地場産品の販売を行っている事例も見られた。また、都市住民を対象とした大規模アンケートにおいて、旅行前の情報収集で宿泊・旅行関連や観光協会・自治体、施設等のウェブサイトの利用割合は高く、特に若年層では宿泊・旅行関連のサイトだけでなく、SNS を通じて情報収集していることが分かった。海外でもインターネットでの宿泊予約は主流となっており、フランスでは、アグリツーリズムのネットワーク組織が、OTA : Online Travel Agent（オンライン旅行会社）の進出により利用者離れを懸念し Airbnb と提携するほか、地方の観光委員会が Airbnb と連携協定を締結して稼働率向上に努めていることが分かった。またフランスの農業と食品を専門にするクラウドファンディングは 6 年間で 5,000 プロジェクトを達成しており、大きく成長している。また、イタリアのアグリツーリズムの格付制度では、宿泊施設でのインターネット接続やアグリツーリズム情報を掲載する独自のウェブサイトに関する基準も含まれている。農泊地域においても、OTA 予約対応や Wi-Fi 対応が約 6~7 割（令和 2 年度）となり、利用者の利便性を向上させているが、ICT 環境の一層の浸透と人材育成が期待される。

[参考文献]

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定(2016)「明日の日本を支える観光ビジョン」.

観光立国推進基本計画（閣議決定）(2017).

農林水産業・地域の活力創造本部(2016)「農林水産業・地域の活力創造プラン」（平成 28 年 11 月 29 日改訂），

https://www.maff.go.jp/j/kanbo/nougyo_kyousou_ryoku/attach/pdf/nougyo_kyoso_ryoku-5.pdf(2022 年 2 月 10 日参照).

農林水産省（ウェブサイト）農村振興「農泊」の推進について，

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/nouhaku_top.html#nouhaku(2022 年 2 月 10 日参照).

農林水産省(2019)「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」，

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/attach/pdf/nouhaku_top-71.pdf(2021 年 12 月 23 日参照).

農林水産省(2021)「農泊をめぐる状況について」，

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/attach/pdf/nouhaku_top-48.pdf(2021 年 12 月 23 日参照).

謝辞

本研究の調査に当たっては、以下の皆様より多大なるご協力とご助言を賜った。

- 第 2 章 一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社事務局長 井上正幸氏，
秩父地域民泊体験受入家庭各位，西海市西海ブランド振興部商工観光物産課（調査当時）の方々，一般社団法人「山と海の郷さいかい」事務局 橋本ゆうき氏，西海市農林漁家体験民宿の経営主各位
- 第 3 章 特定非営利活動法人やくも元気村，一般社団法人北海道古民家再生協会，八雲町農林課農業振興係，北海道農政部農村振興局農村設計課農村活性化係の方々
- 第 4 章 特定非営利活動法人「雪浦あんぱんね」理事長 渡辺督郎氏
- 第 5 章 加子母森林組合，特定非営利活動法人かしもむら，ファンファーミング有限会社，かしも明治座，ゆうらく館株式会社，山守資料館，Meets Nakasendo 合同会社，中津川市加子母総合事務所，中津川市商工観光部観光課，下呂市観光商工部観光課，一般社団法人下呂温泉観光協会，株式会社アキウツーリズムファクトリー，株式会社仙台秋保醸造所，株式会社たびむすび，仙台市文化観光局観光交流部観光課の方々
- 第 6 章 佐野市役所観光立市推進課，佐野農業協同組合の方々，日光軒 五箇大成氏，小松市産業未来部農林水産課，小松うどん道場つるつと，よっしー製作所の方々，岡山市産業観光局観光部プロモーション・MICE 推進課 檜原申士氏，平岩の和ちゃん家 福永和子氏，食・農・人総合研究所リュウキンカの郷 本田節氏
- 第 10 章 アルベルゴ・ディフーズ インターナショナル極東支部代表 長谷川昭憲氏，作家 島村菜津氏
- 第 12 章 ウール・エ・ロワール県観光委員会(Agence de Developpement et de Reservation Touristiques d'Eure-et-Loir) マリー・トラン (Marie Trans) 氏，通訳 服部麻子氏

また，名城大学外国語学部学部長 二神真美先生，東京農業大学国際食料情報学部教授 大江靖雄先生，帝京大学経済学部准教授 五艘みどり先生，千葉商科大学サービス創造学部准教授 山田耕生先生，東洋大学名誉教授 青木辰司先生，法政大学経営学部教授 木村純子先生，法政大学名誉教授 陣内秀信先生には，本研究を進める上でご指導を賜った。

本研究は，皆様のご理解とご協力なしには実現できず，ご多忙の中快くご対応いただき，深く感謝の意を表する。また，関係各位のご厚意に心よりお礼申し上げます。

令和 4（2022）年 3 月 1 日 印刷・発行

ICT 活性化プロジェクト【農泊】研究資料 第 2 号
地域資源を活用した農泊による農村活性化の現状と課題
—日本，イタリア，フランスにおける事例を中心に—

編集発行 農林水産省農林水産政策研究所

〒100-0013 東京都千代田区霞が関 3-1-1
中央合同庁舎第 4 号館
TEL 03（6737）9000
FAX 03（6737）9600

印刷・製本 株式会社アライ印刷



この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。