

日本におけるグリーン・ツーリズムの現状

原 直 行

はじめに

本稿の課題は、日本におけるグリーン・ツーリズム（以下、GT）の現状を明らかにすることである。1990年代以降、欧米の農村ツーリズム¹⁾の隆盛を受けた形で日本でも農林水産省を中心にGTの推進が図られるようになり、すでに15年近い年月が経過している。この間、後に詳しくみるように、政策的なバック・アップや時代のニーズもあり、GTは日本においても一定程度の進展がみられた。だが、近年、とくに90年代末以降、GTの内容が当初想定されていたものとは異なる形で進展してきたことも事実である。

本稿では、これまでの日本におけるGTの政策的展開、都市住民のニーズを押さえたうえで、GTの現状を明らかにし、近年、GTの内容が当初想定されていたものとは異なる形で進展してきた背景をも探ってみたい。

これまでのGTの研究は、フィールド調査を中心に個別事例報告が中心であった。GTに取り組む農山漁村を調査しなければ、GTの実態の把握などはおよそできないので個別事例報告中心は当然であるが、ともするとそれは成功

1) 農村ツーリズムとは、①農村地域で行われる、②農村特有の世界が持っている独特の機能を生かして、小規模事業、オープンスペース、自然と自然的世界、遺産、伝統的社会と伝統的振る舞いの機能がみられる、③常に小規模な建造物と集落で実現する、④田舎の家族が醸し出す特徴ある伝統性、有機的連関を持ったゆっくりした成長がみられる、⑤農村が持つ固有性を保全する持続的な開発概念がある。地域資源の開発においても持続的開発が基本にある、⑥農村環境、農村経済、農村の歴史など多様なタイプが再現される、の基本的特徴を有するものである。山崎光博 [2005], p. 18, 表1-1より。原資料は Bill Bramwell and Bernard Lane, 1994, *Rural Tourism and Sustainable Rural Development*, Channel View Publications, p. 14。

事例の報告に終始しがちになり、あたかも日本のGTは大成功しているかの感を与えかねない。はたして日本におけるグリーン・ツーリズムの現状はどのようなのであろうか。それを明らかにするためには、個別事例報告に比べて精密さの濃度は薄まるものの、全体の動向を確認する必要があると考えられる。意外にも全体の動向を確認する研究が少ない現状ではなおさらその必要があるといえよう。

以下、1においてGTの定義・規定を確認し、2でGTの政策的展開を追うことにする。次いで3で都市住民のニーズをみたうえで、4で日本におけるGTの現状を明らかにする。さらに、4での結果を踏まえて、5で香川県のGT施設を事例に取り上げる。そして最後に全体のまとめを行い、今後の課題を展望することにしたい。

1. グリーン・ツーリズムの定義・規定

GTとは何であろうか。農林水産省によれば「緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動（農村で楽しむゆとりある休暇）」と定義されている。グリーン・ツーリズムを推進している都道府県や市町村といった地方自治体でもほぼこの農水省の定義を踏襲している。

だが、この定義は具体性に乏しいきらいがある。そこで、日本におけるGTの政策的展開は後にみることにして、ここでは日本でいち早くGTに注目し、研究を重ねてきた3人の研究者（山崎光博、宮崎猛、青木辰司）によるGTの規定をみておくことにしたい²⁾。まず、山崎はGTの明確な概念規定はないとした上で、その要件を、「広い意味でのルーラル・ツーリズムの一部を構成するもの」、「あるがままの自然のなかでのツーリズム」であり、農家などそこに居住している人たちをサービス主体として、「農村のもつさまざまな資源、生活・文化的なストックなどを、都市住民と農村住人との交流を通して生かしながら、地域社会の活力の維持に貢献」するものとしている。農水省の定義に近い

2) 青木 [2004], pp.61-64 を参照。

が交流に重点を置き、その交流を通して地域活性化に貢献することを強調している³⁾

一方、宮崎はGTを「農山漁村における新しい観光である」とした上で「都市住民が豊かな自然や美しい景観を求めて農山漁村を訪れ、交流や体験を通じて楽しむ余暇活動であり、農山漁村ツーリズムといえる」と規定している。そして、GTによって、農村の活性化、農村の環境保全、ゆとりある都市住民の余暇活動、という3つの目標の実現を図るとしている。宮崎の規定は、山崎同様に交流を通しての地域活性化を強調するとともに、GTが交流に加えて観光の一種であること、だが環境保全をも同時に図る「新しい観光」であることを主張している点に独自性がある⁴⁾

また、近年精力的にGTの研究を行っている青木は、GTを「農山漁村の有する歴史・自然・社会・文化など、多元的な資源を活用した、都市住民と農村住民による、対等かつ継続的な交流活動」と規定し、その目的を「持続可能で、創造的な農村文化を構築し、環境と調和した農村の多面的振興を、各々の地域的な個性を生かしつつ実現すること」としている。ここでは交流活動が最も強調されており、同時に「環境との調和」も強調し、この両者が「継続」、「持続可能」でなければならないことが主張されている⁵⁾

こうしてみると、日本におけるGTとは先の農水省の定義があるが、そのなかでも都市住民と農村住民による交流がより重視され、それが地域活性化につながるものであること、それと同時に環境保全にも寄与するものであることがその具体的な意味内容であると考えられる。受入主体である農村側に強く配慮したものであるといえよう。

2. グリーン・ツーリズムの政策的展開

上では日本におけるGTの定義もしくは規定をみたが、ここでは日本におけるGTの政策的展開をみていこう。それによって、GTの展開過程が明らかに

3) 青木 [2004], p.61 を参照。

4) 宮崎 [1997], pp.11-13 を参照。

5) 青木 [2004], p.64 を参照。

なるだけでなく、GTの意味内容が一層明確になると考えられるからである。政策的展開は、1992年6月に公表された「新しい食料・農業・農村政策の方向」（以下、「新政策」と表記）から始まる。新政策は、従来の農業基本法（1961年制定）に代わる新たな基本法の制定に向けてその基本的方向を示したものであるが、その新政策における「農村地域政策」のなかで、「適正な土地利用の確保と農村の定住条件の整備」のための政策として、次の2点を明文化したことだった⁶⁾

（地域全体の所得の維持・確保）

地域全体の所得の維持・確保を図る観点から多様な就業の場を創出するため、農村工業導入のほか、地域のリーダーシップを発揮できる人材の育成・確保、地域内発型の農林水産関連産業の振興、都市に開かれた美しい農村空間の形成にも資するグリーン・ツーリズムの振興を図る。

（都市と農村の連携）

農業・農村の持つ緑と水の豊かな「ゆとり」と「やすらぎ」の場としての役割や教育的役割を生かしつつ、都市と農村の相互理解を深め連携を強化する。

ここでは、地域全体の所得の維持・確保を図る観点から、都市に開かれた美しい農村空間の形成にも資するGTの振興と同時に、都市と農村の相互理解・連携の強化という、それまでの農政にはなかった新しい政策が提唱された⁷⁾

GTの振興のような新しい政策の提唱の背景には次のような事情があった。1つは、農業基本法に対する見直しである。これまで数多くの研究が行われて

6) 新政策では、10年程度後に目標を置いた政策の展開方向として、「農業政策」、「農村地域政策」、「環境保全に資する農業政策」、「食品産業・消費者政策」、「研究開発及び関連政策」について述べている。また、「農村地域政策」のなかでは「適正な土地利用の確保と農村の定住条件の整備」と「中山間地域などに対する取組み」について述べられている。

7) 新政策は、GTのほか、農業構造改革とあわせて中山間地域・条件不利地域対策、環境保全型農業の確立を提唱しているという点でそれまでにはなかった新しさを持っていた。

いるために詳細は省くが、基本法制定後、日本の農業・農村を取り巻く状況は、高度成長期を経て自給率の低下、兼業化の進展、農業就業人口・農村人口の減少、高齢化、過疎化の進行、耕作放棄地の増大、農村部での経済活動の衰退、雇用機会の減少と大きく変化し、バブル経済の崩壊下で食料・農業・農村のあり方を問い直し、国民的視点に立った政策の確立が求められるようになっていたことがあげられる。

もう1つは、GATT・ウルグアイラウンドの交渉・合意、およびその後のWTOの設立という国際情勢の影響である。1986年に交渉が開始されたGATT・ウルグアイラウンドは93年12月に実質合意し、それに基づいて95年1月にWTOが設立されたが、この一連の流れはグローバル化のもとでの市場原理主義、貿易における「比較優位」に基づいた自由化のいっそうの追求の過程であった。合意により、農産物についても工業製品と同様に貿易自由化が義務付けられ、関税以外の貿易障壁を除去し、その関税も漸次引き下げていくこととなった。さらに、この加盟国間の自由化原則にもとづく国際ルールは、国際取引分野にとどまらず、各加盟国の国内諸政策や法規にまで及び、国内助成の削減までも強いられることになった。そして、ここでも制定以来戦後農政の根幹であった農業基本法とそれに基づく一連の農業政策は強く見直しを迫られることとなった。基本法は農業従事者が他産業従事者と均衡した所得と生活を実現できるように、政府が農業生産の選択的拡大のための助成、価格支持政策や輸入制限・関税率の調整などの農業保護のための諸施策を積極的に行うことを謳っていたからである。

このような事情のなかで新政策が提唱された。GTの振興についても、地域全体の所得の維持・確保を図る観点から多様な就業機会を創出するために、農村工業導入、地域のリーダーシップを発揮できる人材の育成・確保、地域内発型の農林水産関連産業の振興と同時に唱えられたのだった。一方、都市と農村の相互理解・連携の強化についても、GTの需要者が都市サイドであることから、また、農林業の多面的機能、すなわち農業・農村は農家のためだけにあるのではないという観点からも当然要請される場所であった⁸⁾。こうして、これ以後の農政は、「食料・農業・農村基本法」(1999年7月)、「食料・農業・

農村基本計画」(2000年3月)の制定に到る今日まで、基本的にこの新政策の方向に則って進むことになった。

日本におけるGTの政策的展開に話を戻すと、新政策が出されたのとほぼ同じ時期の1992年7月に、グリーン・ツーリズム研究会(農林水産省構造改善局長の私的諮問機関。1992年4月設置)による中間報告書「グリーン・ツーリズムの提唱—農山漁村で楽しむゆとりある休暇を」が発表された。同研究会は、GTの推進方策の方向等について検討するために作られ、GTの推進を、農山漁村地域の活性化、都市と農山漁村の共存関係の構築のための1つの重要な施策と位置づけ、長期的に取り組むことが必要であると提唱した。その場合のGTとは、農山漁村地域における開かれた美しいむらづくりに向けた意欲と、価値観の変化や余暇時間の増大を背景として都市住民の側に芽生えた新たな形での余暇利用・農山漁村空間への想いとに橋を架けるものとしてとらえ、「緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型余暇活動」と定義し、一言で言うと、「農山漁村で楽しむゆとりある休暇」であるとした。

このように、新政策とグリーン・ツーリズム研究会による中間報告書を受けて、GTに対する具体的な取り組みが始まった。先ず、1993年から「農山漁村でゆとりある休暇を」推進事業が創設され、「推進手法の調査研究事業」と「モデル整備構想策定事業」が始められた。推進手法の調査研究事業は、行政関係者、学識経験者、関係団体、民間企業等からの委員で構成する「グリーン・ツーリズム推進検討会」が、GTの推進手法に関わる調査研究を行うものであり、一方のモデル整備構想策定事業は、GTの普及推進拠点にふさわしい市町村を指定し、当該市町村でのモデル整備構想策定に関わる経費を助成する事業

-
- 8) 多面的機能とは、農業は単なる農産物生産機能だけでなく、それ以外にも幅広い機能(農業の多面的機能)を有していることを主張するものであり、農林産物生産機能、所得・資産形成機能という農林業資源の所有者のみに帰属するものに限らず、環境保全機能、保健・休養機能、教育機能、緑資源・オープンスペース提供機能、食料安全保障機能、農山村伝統文化維持機能など、広く地域住民、国民、将来世代に効果を発揮しているものをも含んだ機能を意味する。GTは、ここでは所得・資産形成機能のほか、保健・休養機能、教育機能、緑資源・オープンスペース提供機能、農山村伝統文化維持機能と密接に関係している。多面的機能については、浅野 [1998], pp.12-17を参照。

で、1993年、94年度はそれぞれ全国で25市町村が、95年度は80市町村、96年度は75市町村が指定された。指定された市町村では、①美しいむらづくり等農山漁村環境の整備・保全、②農山漁村文化の維持・保全、③受入体制の整備、④都市との情報受発信システムに関わる構想の策定を行った。

さらに、1995年4月には「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律」（通称、農村休暇法）が施行された。この法律は、都市住民が農山漁村に滞在して農林漁業を体験するという農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備を促進し、ゆとりある国民生活の確保と都市住民との交流の活発化や農産物の販路拡大などの経済的な効果等により農山漁村地域の振興に寄与することを目的としたものである。この法律は、「農村滞在型余暇活動に資するための機能の整備を促進するための措置等」と「農林漁業体験民宿業の健全な発展を図るための措置」の2つから構成され、前者では農村滞在型余暇活動に資するための機能の整備を促進するため、基本方針の作成、計画の作成などからなり、後者では農林漁業体験民宿業者の登録制度を設けて、定められた適正営業規定（利用者の利便性を増進し、また農林漁業との調和を確保する見地から、農林漁業体験民宿業の望ましい営業方法を定めるもので、農林水産大臣の認可を受けたもの）に則った民宿業者を業者の申出により登録するというものである。同法成立後、財団法人農林漁業体験民宿業協会が指定され、同年7月には農林漁業体験民宿業者の登録受付が開始された。また、同協会では農林漁業体験民宿のパフレット、ガイドブックを作成し、一般向けに配布・販売している。1997年には農林漁業体験民宿業者862軒が登録されている。

このようにGTの推進のために制度的にも実体的にも条件整備が進められていくなかで、次にGTの方向性を示すものとなったのは、1998年12月に制定された「農政改革大綱」である。農政改革大綱は従来の農業基本法に代わる新たな基本法の制定と新たな食料・農業・農村政策の実施を目指してつくられたが、ここでは、農業・農村の有する多面的機能を十分に発揮し、GT等の都市と農村の交流が国民的運動として定着するように、ソフト、ハード両面からの条件整備を行うことが提唱された。

都市住民のニーズに対応した農業・農村の振興

(1) 都市と農村の交流の促進と市民農園の普及

- ① 都市住民にゆとりと安らぎを提供し、農業・農村への理解を促進するとともに、農村における就業・所得機会の創出等地域の活性化を図るため、グリーン・ツーリズムが国民運動として定着するようソフト・ハード両面から条件を整備する。
- ② 都市住民のニーズに応え、農地の多面的な利用を促進する観点から、市民農園の広範な普及を図る。

さらに、都市と農村の交流を農政のなかで強調していく姿勢は、1961年制定の農業基本法に代わる新たな基本法として1999年7月に成立した「食料・農業・農村基本法」にも引き継がれていく。同法では、4つの基本的施策の1つである「農村の振興に関する施策」のなかに「都市と農村の交流等」として次の1条が設けられた⁹⁾

(都市と農村の交流等)

第36条 国は、国民の農業及び農村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりのある生活に資するため、都市と農村との間の交流の促進、市民農園の整備の推進その他必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、都市及びその周辺における農業について、消費地に近い特性を生かし、都市住民の需要に即した農業生産の振興を図るために必要な施策を講ずるものとする。

このように同法では、農業・農村の振興とともに、国民の健康的でゆとりある生活に資するため、都市と農村の交流など必要な措置を講じることが明記さ

9) 4つの基本的施策とは「食料・農業・農村基本計画」の策定、「食料の安定供給の確保に関する施策」、「農業の持続的な発展に関する施策」、「農村の振興に関する施策」であり、「農村の振興に関する施策」は「農村の総合的な振興」、「中山間地域等の振興」、「都市と農村の交流等」の3つからなる。

れた。

この食料・農業・農村基本法に基づき 2000 年 3 月に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」では、「農村の振興に関する施策」の 1 つの柱として GT の推進等による「都市と農村の交流等」の促進が位置づけられた。

(3) 都市と農村の交流等

国民の農業及び農村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりのある生活に資するため、都市と農村との間の交流の促進、市民農園の整備の推進等の施策を講ずる。

また、都市及びその周辺における農業について、消費地に近い特性を生かし、都市住民の需要に即した農業生産の振興を図る。

ア 都市と農村との交流の促進

(ア) 農村における滞在型の余暇活動（グリーン・ツーリズム）の推進、農産物の産地直売を契機とする農業体験等の促進その他都市と農村との交流機会の確保や交流の場の整備等により、都市と農村の交流の促進を図る。

(イ) 広域的な交流・連携の軸となる高規格幹線道路、地域高規格道路等の幹線道路網の整備を推進する。

(ウ) 豊かな自然環境を有する地域でゆとりある生活を過ごせる田園居住を実現するための住宅・宅地供給を推進する。

(エ) 地域固有の資源を活用しつつ、都市住民にとっての地域の魅力を高め、都市住民との交流の増大を図るための道路、河川、公園等の整備を推進する。

イ 市民農園の整備の推進

都市住民等の農作業による健康づくりや高齢者の生きがいづくり、家族がともに土とふれあうこと等のレクリエーションとしての需要にこたえ、農地の有効利用に資する市民農園について、その適切かつ円滑な整備を推進する。

ウ 都市及びその周辺の地域における農業の振興

新鮮な農産物の供給、農業体験等の場の提供等の都市住民のニーズにこたえ、都市及びその周辺の地域における農業の発展が図られるよう、農産物の直売施設の整備、都市住民への情報の提供等適切な振興策を講ずる。

2000年以降現在までの政策展開については、食料・農業・農村基本法のような大きな方向性を示すものはないものの、着実にGTの推進が図られている。2002年4月に公表された「食と農の再生プラン」においては、農村振興の3本柱の1つとして「都市と農山漁村の共生・対流」が位置づけられ、都市と農山漁村を双方向で行き交うライフスタイルの実現に向けて、GTの積極的推進を図ることとされた。

さらに2003年1月には日本の観光立国としての基本的なあり方を検討するために「観光立国懇談会」が設置され、同懇談会が4月に提出した観光立国懇談会報告書では、「一地域一観光」の国民運動の展開や都市と農村を双方向で行き交うライフスタイルを選択するといったこれからの生き方を考えさせてくれる「都市と農山漁村の交流」を積極的に進める」ことが提言された。さらに、この報告書を受けて同年7月に観光立国関係閣僚会議で決定された「観光立国行動計画」ではGTの積極的な展開を含む様々なGT、都市農山漁村の交流関係の計画が決定された。たとえば、観光立国行動計画のなかの「グリーン・ツーリズムの展開」は次のように記されている。

農家民宿、地域の農業やおいしい食の体験など、新たなグリーン・ツーリズム（農村観光）を総合的に推進する観点から、普及推進イベント等の開催やグリーン・ツーリズムを担う人材の育成などを実施し、都市住民の多様なニーズに対応したグリーン・ツーリズムを展開。

15年度に全国35道県でグリーン・ツーリズムの新たなスタイルを普及・推進するため検討会やイベント等を開催する。

日本におけるGTの政策的展開の大まかな流れは以上のものであった¹⁰⁾。地域全体の所得の維持・確保を図る観点から、都市に開かれた美しい農村空間の形成にも資するGTの振興と、都市と農村の相互理解・連携の強化を明文化した

10) この他に2000年以降のGT振興に関わるものとして、2002年から始まった「構造改革特区」におけるGT関係（農家民宿・市民農園の開設等）の規制緩和措置や2003年度から実施されている「新グリーン・ツーリズム総合推進対策」などがある。

新政策を嚆矢とし、グリーン・ツーリズム研究会によるGTの定義付けを経て、グリーン・ツーリズム・モデル整備構想策定事業、および農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律といった制度面・実体面でのバック・アップがなされた。さらに、食料・農業・農村基本法および食料・農業・農村基本計画においては、農村振興に関する施策の1つの柱として、GTの推進による都市と農村の交流の促進が提唱され、「食と農の再生プラン」等を経て今日に到っている。このように、10年あまりの政策的展開過程はGTの推進に向けて積極的な取り組みの過程であったといえよう。

だが同時に、この間、GTを指し示す意味内容に微妙な変化が生じていることもまた事実である。それは、当初は「所得の維持・確保を図る」ためのGTの振興であったのが、食料・農業・農村基本法以降では「都市と農村の交流の促進を図る」ためのGTの推進へと変化したこと、すなわち、農山漁村の経済活性化から都市との交流による社会活性化、地域活性化を図るものへと変化したこと、また、それにともない滞在型の余暇活動というGT本来の定義付けは変わらないものの、都市と農村の交流の促進を図るものとして、農産物の産地直売や農業体験など言わば「広義のGT」をもGTの重要な構成要素として位置づけるようになったことである。この変化した意味内容は、先にみた3人の研究者によるGTの規定における交流活動の重視という点と一致している。このようなGTの意味内容の変化（GTの意味内容の広義化）がいかなる実態面での事情を物語っているかについては、後述する「グリーン・ツーリズムの現状」のところで述べたい。

3. 都市住民のニーズ

それではGTの需要者である都市住民は、現在、農村に対してどのようなニーズを持っているのであろうか。第1表は農村地域において経験したいと考える過ごし方を年齢階層別にみたものである。これによると「買う・食べる 農産物を購入する」、「遊ぶ ぶどう狩りなど観光農園や農業公園を利用する」、「風景を楽しむ 農山村の風景を見て楽しむ」、「加工する そば打ちなどものづくりを体験する」はどの年齢階層からも支持が高いことがわかる。また、年齢階

層による相違について仔細にみると、「買う・食べる 農産物を購入する」、「風景を楽しむ 農山村の風景を見て楽しむ」は加齢していくにしたがって支持が高くなる一方で、「遊ぶ ぶどう狩りなど観光農園や農業公園を利用する」、「加工する そば打ちなどものづくりを体験する」などの実際に体を使って体験するものについては、30代をピークに山型の支持の高さを示している。30代層は学齢期（主に小学校）の子どもを持つ夫婦層が中心であるため、子どもとともに家族で体験できることを他の年齢階層より支持していると考えられる。また、高年齢層は直接体を使わないものを高く支持し、体を使って実際に体験するものは支持が低くなる傾向にあることがわかる。

一方、「泊まる 農村の生活が体験できる。農家民宿へ宿泊する」、「体験する 体験学習など農作業を一時的に体験する」、「農に親しむ 市民農園での作業や農地貸出を利用する」、「体験する 種まきから収穫まで一貫して体験する」、

第1表 農村地域において経験したいと考える過ごし方 (単位：%)

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
買う・食べる 農産物を購入する	82	74	80	83	81	84	87
遊ぶ ぶどう狩りなど観光農園や農業公園を利用する	80	74	79	83	79	76	72
風景を楽しむ 農山村の風景を見て楽しむ	75	69	74	75	75	79	84
加工する そば打ちなどものづくりを体験する	60	56	61	63	59	53	45
文化を楽しむ 行事、芸術祭、イベントを楽しむ	42	38	42	43	41	41	46
泊まる 農村の生活が体験できる。農家民宿へ宿泊する	28	33	32	30	25	21	25
体験する 体験学習など農作業を一時的に体験する	25	30	27	28	22	14	12
農に親しむ 市民農園での作業や農地貸出を利用する	23	18	22	24	21	26	26
体験する 種まきから収穫まで一貫して体験する	16	18	17	16	15	12	13
暮らす 農村地域で生活するために移住する	15	20	16	15	15	15	12
学ぶ・生活する 子どもの就学の場として移住する	13	15	15	15	11	4	3
ひとつもない	2	4	3	2	2	1	1

資料：(助都市農山漁村交流活性化機構『数字でわかるグリーン・ツーリズム』2004年、p.117より作成。

注(1)：複数回答可。

「暮らす 農村地域で生活するために移住する」、「学ぶ・生活する 子どもの就学の場として移住する」はどの年齢階層からも支持が低い。とくに、後者3つの低さは顕著である。これら後者3つは、農村への移住や一貫した農作業など農村・農業との関わりがきわめて大きく、都市住民であるよりも農村住民であることを選択する意味を持つものであり、都市住民はそこまでは望んでいないことがわかる。また、もう一つの特徴として、「農に親しむ 市民農園での作業や農地貸出を利用する」以外は概ね若年齢層ほど支持が高く、加齢するにしたがって支持が低くなるということがある。農村との関わりが大きいもの、体を使って実際に体験することが多いものを高年齢層ほど避ける傾向はここでも窺える。

さらに、第1表と同じ調査では農村地域に出かける主な理由についても尋ねている。それをみた第2表によると、「自然と親しみたいから」が全体で36%を占め、各年齢階層でも最も多くなっていることがわかる。次いで多かったのが「何となくホッとするから」であり、これら上位2つで全体の60%を占めている。その次に多かったのが「新鮮で安全な農産物を手に入れたいから」であり、これは第2表の結果からもわかるように、高年齢層での評価が高くなっ

第2表 農村地域に出かける主な理由

(単位：%)

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
新鮮で安全な農産物を手に入れたいから	13.2	8.4	10.7	14.4	13.6	16.7	14.6
農村の人たちとのふれあいを求めて	0.5	0.0	0.6	0.4	0.6	0.9	0.4
自然と親しみたいから	35.9	33.5	34.0	35.7	38.9	35.7	39.1
農業や農村地域が好きだから	1.4	2.6	1.7	0.9	1.2	2.0	3.4
昔ながらの生活にあこがれているから	0.8	1.3	0.7	0.7	0.6	1.1	2.6
何となくホッとするから	24.0	25.6	26.9	23.3	22.4	22.3	14.6
農村地域の自然や雰囲気が健康に良さそうだから	6.6	3.1	5.7	6.3	6.7	8.8	17.2
その他	4.2	1.8	4.4	4.2	4.4	3.8	5.2
特に理由はない	13.3	23.3	15.3	14.1	11.5	8.7	3.0

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構『数字でわかるグリーン・ツーリズム』2004年、p.119より作成。

ている。一方、「農村の人たちとのふれあいを求めて」(全体で0.5%)、「昔ながらの生活にあこがれているから」(0.8%)、「農業や農村地域が好きだから」(1.4%)は評価がきわめて低い。ここからは、農村地域に出かける理由は、主に自然とのふれあい、精神的なくつろぎ・安らぎ・癒しを求めて、または新鮮で安全な農産物を求めるからであり、農村・農家との交流や生活へのあこがれからではないということがわかる。

以上のことから、都市住民は主に自然とのふれあい、精神的なくつろぎ・安らぎ・癒しを求めて農村地域に出かけるのであり、¹¹⁾ 農業・農村・農家との交流や生活を求めてではないこと、また、年齢階層別でみた場合、高年齢層ほど体を使って実際に体験することを忌避する傾向があることがわかる。その一方で、高年齢層を中心に新鮮で安全な農産物を求め、30代の家族連れを中心に農業公園の利用や観光農園・加工体験への要求があることもわかる。

4. グリーン・ツーリズムの現状

(1) 全体の動向

それでは日本におけるGTの現状はどうなっているのだろうか。全国レベルでGTの現状を調べた調査は意外に少ないが、ここでは2003年11月～12月に財団法人都市農山漁村交流活性化機構が行った調査を中心にみていくことにする。これは市町村や農協等が独自、または国の補助事業を活用する等により整備し、運営・管理する(委託も含む)施設を対象としたもので、全国3,135市町村のうち1,152市町村から回答があった(回収率37%)。ここでいう施設とは、上に記したような公的GT関連施設を指す。また、ここで言う「GT」とは通常のGTの定義とは若干異なり、「農山漁村を訪れるレクリエーション活動の総体」を指すが、通常のものとは大きく異なるものではない。考察の対象が公的GT関連施設に限定されるのは、資料的制約によるものであるが、日本

11) 農村地域に出かける理由を尋ねる項目に「温泉」を入れると、それは通常もっとも人気が高くなる。(財団法人都市農山漁村交流活性化機構 [2005], p.29を参照。温泉も自然の豊かな農村地域で、精神的なくつろぎ・安らぎ・癒しをもたらすものであるということから高い評価になると考えられる。

の GT は現段階では自治体主導であるため¹²⁾ この考察によって日本における GT の現状を大まかに捉えることができると考えられる。

まず、全体の概況からみていこう。第3表は公的 GT 施設の状況をみたものである。この表によると、公的 GT 施設は回答のあった1,152市町村で6,955件あり、年間入込客数1億4,545万人、年間売上額1,505億円であることがわかる。これを施設機能別でみると、施設数では宿泊施設が全体の48%と半分近くを占め最も多く、次いで直販施設(15%)、飲食施設(10%)となっているものの、入込客数では、直販施設が54%と半分以上を占め、次いで飲食施設(14%)、保養・休養系施設(12%)となっている。さらに、売上額では、直販施設が49%と半分近くを占め、次いで宿泊施設(23%)、飲食施設(16%)となっている。

このように日本の公的 GT 施設は、直販施設が入込客数・売上額とも大半を占める中心的存在であり、次いで飲食施設、宿泊施設の比重が大きいといえる。直販施設が中心的存在であるということは、日本の GT の大きな特徴であり、一般的に宿泊施設が中心的存在であるヨーロッパ諸国とは大きく異なっている。ただし、入込客1人あたり売上額をみると、一番多い宿泊施設でも2,500円程度であり、直販施設、飲食施設が1,000円前後、その他の施設にいたっては200~750円程度であり、決して多いものではない。

次に日本の公的 GT 施設の中心的役割を担う直販施設、飲食施設、宿泊施設について、それぞれの具体的内容を確認していこう。細かいデータの表示は省略するが、直販施設は大別して農産物等直売(常設独自店)、農産物等直売(量販店間借)、農産物等直売(不定期)、産直・宅配、その他、に分けられるが、なかでも農産物等直売(常設独自店)が年間入込客数、年間売上額ともに全体の90%を占め、事実上、直販施設とは常設独自店による農産物等直売であることがわかる(第4表参照)。次に飲食施設についてみると、郷土・創作料理、フランス料理、イタリア料理、地ビール、その他、に大別されるうち、郷土・創作料理が年間入込客数、年間売上額ともに全体の70%を占め、郷土・創作

12) 齊藤雪彦・中村攻・木下勇 [1998], p.760 を参照。

第3表 公的GT施設の状況

	宿泊	直販	飲食	食品加工体験	伝統工芸体験
施設数 (ヶ所)	3,333	1,018	681	352	219
(%)	48	15	10	5	3
年間入込客数(人)	13,541,361	78,095,454	19,889,917	2,683,273	1,395,404
(%)	9	54	14	2	1
年間売上額(万円)	3,410,337	7,309,680	2,370,388	189,783	102,808
(%)	23	49	16	1	1
入込客1人あたり売上額(円)	2,518	936	1,192	707	737

	農林漁業・農山漁村体験	保養・休養系	鑑賞・探勝系	計
施設数	545	265	542	6,955
(%)	8	4	8	100
年間入込客数(人)	4,240,902	18,138,454	7,467,947	145,452,712
(%)	3	12	5	100
年間売上額(万円)	282,986	1,235,375	146,477	15,047,834
(%)	2	8	1	100
入込客1人あたり売上額(円)	667	681	196	1,035

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構『数字でわかるグリーン・ツーリズム』2004年，pp.6-28より作成。

注(1)：宿泊施設の内訳は体験学習併設宿泊施設，野外宿泊施設，公的宿泊施設，滞在型市民農園，その他。

(2)：直販施設の内訳は農産物等直売（常設独自店），農産物等直売（量販店間借），農産物等直売（不定期），産直・宅配，その他。

(3)：飲食施設の内訳は郷土・創作料理，フランス料理，イタリア料理，地ビール，その他。

(4)：食品加工体験施設の内訳は，パン工房，乳製品工房，肉製品工房，豆腐・味噌等加工，その他。

(5)：伝統工芸体験施設の内訳は，陶芸，和紙漉き，木工，染色（藍，草木など），機織り，ガラス細工，その他。

(6)：農林漁業・農山漁村体験施設の内訳は，農業体験（体験農園），畜産体験，林業体験，漁業（内水面）体験，漁業（海）体験，自然体験学習，郷土料理等料理学習，園芸体験・学習，その他。

(7)：保養・休養系施設の内訳は，温泉療法，園芸療法，スポーツ活動，アロマセラピー，テラソセラピー，その他。

(8)：鑑賞・探勝系施設の内訳は，散策（カントリーウォーク），農村文化伝承施設，農村歌舞伎等施設，美術館，工芸館，伝統的町並み，その他。

第4表 直販施設の状況

	農産物等直売 (常設独自店)	農産物等直売 (量販店間借)	農産物等直売 (不定期)	産直・宅配	その他	計
年間入込客数(人)	62,860,653	2,344,514	2,139,910	452,470	1,238,322	69,035,869
(%)	91	3	3	1	2	100
年間売上額(万円)	6,172,499	348,422	147,247	136,436	78,662	6,883,266
(%)	90	5	2	2	1	100
入込客1人あたり売上額(円)	982	1,486	688	3,015	635	997

資料：第3表に同じ。

第5表 飲食施設の状況

	郷土・創作料理	フランス料理	イタリア料理	地ビール	その他	計
年間入込客数(人)	12,361,526	198,800	186,401	316,871	3,923,743	16,987,341
(%)	73	1	1	2	23	100
年間売上額(万円)	1,401,883	46,027	33,030	40,894	483,770	2,005,604
(%)	70	2	2	2	24	100
入込客1人あたり売上額(円)	1,134	2,315	1,772	1,291	1,233	1,181

資料：第3表に同じ。

料理が飲食施設の中心であることがわかる（第5表参照）。また宿泊施設については、体験学習併設宿泊施設、野外宿泊施設、公的宿泊施設、滞在型市民農園、その他、に大別されるうち、公的宿泊施設が年間入込客数（37%）、年間売上額（54%）とも最も多くを占め、次いで体験学習併設宿泊施設（入込客数29%、売上額21%）、野外宿泊施設（15%、8%）の順となっている（第6表参照）。

また、来訪者の出発（居住）地点をみた第7表によると、宿泊滞在系以外の施設では、その施設が所在する市町村内からの来訪者が全体のほぼ30%を占め、隣接市町村を含めるとほぼ50%、同一県内を含めるとほぼ75%を占めることがわかる。とくに飲食、購買系は来訪者の出発地点が近接である。一方、宿泊滞在系は日帰りせずに宿泊するという性格上、比較的遠方ではあるが、それでも同一県内で57%を占め、やはり近接な地点からの来訪であることがわ

第6表 宿泊施設の状況

	体験学習併設宿泊施設	野外宿泊施設	公的宿泊施設	滞在型市民農園	その他	計
年間入込客数(人)	2,693,368	1,450,652	3,450,474	218,733	1,548,180	9,361,407
(%)	29	15	37	2	17	100
年間売上額(万円)	588,401	224,151	1,498,094	26,210	417,582	2,754,438
(%)	21	8	54	1	15	100
入込客1人あたり売上額(円)	2,185	1,545	4,342	1,198	2,697	2,942

資料：第3表に同じ。

第7表 来訪者の出発(居住)地点

(単位：%)

	市町村内	隣接市町村	左記の県内	隣接県内	左外の所属地域圏内	左外の他地域	計
宿泊滞在	13	15	29	17	8	17	100
飲食	32	23	24	11	5	5	100
購買	38	25	19	10	4	5	100
体験学習	30	18	25	11	5	11	100
保養休養	31	19	24	10	6	10	100
鑑賞探勝	24	21	25	11	9	10	100

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構『数字でわかるグリーン・ツーリズム』2004年, pp. 40-47より作成。

かる。宿泊滞在系以外ではその大部分が日帰りであること、また、農村部での公的交通手段が極めて限られていることから、これらの施設へは自家用車を利用していることも予想される。

これまでみてきたことをまとめておこう。日本のGTは、直販施設、すなわち常設独自店による農産物等直売が入込客数・売上額とも中心的存在であり、次いで郷土・創作料理を主とする飲食施設、公的宿泊施設などの宿泊施設の比重が大きいといえる。また、入込客1人あたり売上額は多いとはいえ、一番多い宿泊施設でも2,500円程度、直販施設、飲食施設が1,000円前後である。さらに、宿泊滞在も含めて来訪者は大部分が同一県内在住者であり、宿泊滞在系以外ではその大部分が日帰りであるといえる。

そして、これらのまとめは前節までにみてきた特徴と符合することが多い。

日本における GT の政策的展開との関係でいえば、当初「所得の維持・確保を図る」ための GT の振興であったのが、その後「都市と農村の交流の促進を図る」ための GT の推進へと変化したこと、また、それにともない滞在型の余暇活動という GT 本来の定義付けに加えて、都市と農村の交流の促進を図るものとして、農産物の産地直売なども含めた言わば「広義の GT」をも GT の重要な構成要素として位置づけるようになったこと、についてである。日本の公的 GT の現状が、農産物等直売が中心であること、入込客 1 人あたり売上額がその直販施設で 1,000 円前後と低額であることは、GT の定義を産地直売なども含めた「広義の GT」にせざるを得ないし、「所得の維持・確保」よりも「都市と農村の交流の促進」を強調せざるを得ないのである。

さらに、都市住民のニーズとの関係でいえば、高年齢層ほど新鮮で安全な農産物を求めていること、についてである。都市住民が新鮮で安全な農産物を求めているということが、公的 GT における直販施設、飲食施設の盛行につながっていると考えられるのである。一方、宿泊についてはどの年齢階層からも支持が低かった。滞在型の余暇活動こそが GT 本来の定義であるにもかかわらず、宿泊施設が直販施設に入込客数、売上高で遠く及ばず、飲食施設に対しても入込客数で劣っていることの主要な理由がこのあたりにあるのではないだろうか。

(2) 各施設の特徴

これまで公的 GT における全体的な概況についてみてきた。以下では、公的 GT の中心的存在である直販施設、飲食施設、宿泊施設について、具体的な事例を挙げながら各施設の特徴をみていこう。

まず、(財)都市農山漁村交流活性化機構 [2004]『数字でわかるグリーン・ツーリズム』から公的 GT における入込客数と売上額の多い上位 50 市町村がわかるので、全体の動向を確認しておく。それによると、入込客数上位 50 市町村のうち直販系施設が最も入込客数が多かった市町村は 35 で最も多く¹³⁾ 次いで保養・休養が 9、鑑賞・探勝が 3、飲食が 2、宿泊・滞在が 1 という順になっている。これまでの分析からも明らかのように、直販系施設が大部分を占

めている。また保養・休養が9市町村と次いで多くなっているが、これらはいずれも温泉施設である。一方、売上高上位50市町村では、直販が30と最も多く、次いで宿泊・滞在が9、保養・休養が6、飲食が4、体験・学習が1という順である。やはりここでも直販が大部分を占めているが、次に多いのが宿泊・滞在であることが、入込客数との相違である。前にもみたように、宿泊系施設では入込客1人あたり売上額が2,500円程度であり、他の施設のそれと比べて2倍以上も高いことがその理由であると考えられる。

i) 直販施設

全体の動向をみたので、直販施設から具体的な事例を通してその特徴をみていく。直販施設の入込客数と売上額の多い上位20市町村をみた第8表によると、先ず特徴的なのは「道の駅」がある市町村が多いということである¹⁴⁾「道

13) 例えば、総入込客数が最も多かった栃木県馬頭町の場合、総入込客数2,335,308人の内訳は、宿泊・滞在6,021人、直販2,046,000人、飲食173,600人、体験・学習15,261人、保養・休養3,219人、鑑賞・探勝91,207人である。このうち直販が最も多いので、馬頭町は直販系施設が最も入込客数が多かった市町村ということになる。

14) 「道の駅」とは、管轄官庁である国土交通省道路局によれば次のような説明がされている。

長距離ドライブが増え、女性や高齢者のドライバーが増加するなかで、道路交通の円滑な「ながれ」を支えるため、一般道路にも安心して自由に立ち寄り、利用できる快適な休憩のための「たまり」空間が求められています。

また、人々の価値観の多様化により、個性的でおもしろい空間が望まれており、これら休憩施設では、沿道地域の文化、歴史、名所、特産物などの情報を活用し多様で個性豊かなサービスを提供することができます。

さらに、これらの休憩施設が個性豊かなにぎわいのある空間となることにより、地域の核が形成され、活力ある地域づくりや道を介した地域連携が促進されるなどの効果も期待されます。

こうしたことを背景として、道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の方々のための「情報発信機能」、そして「道の駅」をきっかけに町と町とが手を結び活力ある地域づくりを共に行うための「地域の連携機能」、の3つの機能を併せ持つ休憩施設「道の駅」が誕生しました。(http://www.mlit.go.jp/road/station/road-station_outl.html:2005年5月27日現在)

「道の駅」は1993年の登録開始時に全国103ヶ所で登録され、2004年8月10日現在では785ヶ所が登録されている。

第8表 直販施設上位20市町村

	入込客数		特 徴	売 上 高		特 徴
1	栃木県	馬頭町	道の駅, 飲食	山梨県	道志村	都市近郊, 道の駅
2	熊本県	七城町	メロンブランド	愛知県	大府市	(入込客数の説明に同じ)
3	秋田県	岩城町	道の駅, 飲食, 体験	熊本県	七城町	(入込客数の説明に同じ)
4	千葉県	八日市場市	都市近郊, 飲食	埼玉県	花園町	
5	島根県	多伎町	海, 道の駅	香川県	塩江町	温泉
6	兵庫県	三原	飲食, 体験	鹿児島県	東市来町	宿泊
7	熊本県	竜北町	道の駅, 飲食	千葉県	八千代市	(入込客数の説明に同じ)
8	熊本県	鹿本町	温泉, 飲食, 体験	青森県	岩木町	飲食, 宿泊, 体験
9	千葉県	八千代市	道の駅, 飲食	長野県	堀金村	山, 宿泊
10	山梨県	鳴沢村	山, 道の駅, 飲食	兵庫県	黒田庄町	宿泊
11	兵庫県	津名一宮町	飲食, 体験, 花	熊本県	鹿本町	(入込客数の説明に同じ)
12	大分県	安心院町	観光カリスマ, 飲食, 宿泊	岐阜県	本巣市	
13	愛知県	大府市	都市近郊, 飲食	千葉県	多古町	道の駅
14	徳島県	貞光町	道の駅	福岡県	浮羽町	
15	千葉県	栗源町	道の駅	広島県	三次市	飲食
16	愛知県	蒲郡市	海, みかん, 飲食, 体験	福岡県	杷木町	
17	栃木県	塩原町	温泉, 飲食	群馬県	赤城村	山, 温泉
18	兵庫県	一宮町	遺跡, 飲食	千葉県	沼南町	情報なし
19	青森県	十和田市	道の駅	兵庫県	一宮町	(入込客数の説明に同じ)
20	山口県	山口市	道の駅	栃木県	馬頭町	(入込客数の説明に同じ)

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構『数字でわかるグリーン・ツーリズム』2004年, pp. 52-55, pp. 73-109より作成。

注(1)：入込客数, 売上高の双方に上位20市町村に入っている市町村についてはゴシック体にしてある。

の駅」は通常、国道などの幹線道路沿いに設置され、地方での主な交通手段が自家用車であることから、「道の駅」にある直販施設の入込客数は多くなると考えられる。次に、飲食施設や宿泊施設、体験施設など他の施設と併設しているものが多いということも特徴としてあげられる。これは同一の場所に複数の施設を設置することによる相乗効果によるものと考えられる。以上のことは、

次の具体的な事例からも確認できる¹⁵⁾ この事例は、先の『数字でわかるグリーン・ツーリズム』に「主なグリーン・ツーリズム推進事例」として紹介されている市町村の説明文に筆者が若干加筆したものである。

栃木県馬頭町

入込客数 836,672 人（全体 1 位，直販 1 位），売上高 64,261 万円（全体 32 位，直販 20 位）

特徴：町の西部には那珂川が流れ，豊かな自然とともに馬頭温泉，小砂焼，広重美術館など観光資源にも恵まれている。道の駅「ばとう」，体験施設「霧ヶ岳山村文化体験村」が交流の拠点である。国道 293 号線沿いにある道の駅「ばとう」には馬頭むらおこしセンターがあり，同センター内に直販施設（地元産の新鮮野菜，果実など），飲食施設が備わっていて，さらに，道の駅に併設されている馬頭町観光センターにより，他の施設が紹介され連携が図られている。

山梨県道志村

入込客数 460,216 人，売上高 244,863 万円（全体 1 位，直販 1 位）

特徴：県の東南端で神奈川県との県境，丹沢山塊の北に位置し，広大な水源涵養林があつて横浜市の水源地として知られている。観光交流の拠点である道の駅「どうし」は国道 413 号線沿いにあり，直販施設（朝採り野菜，道志クレソン，川魚（アユ・ヤマメ・イワナ），花き，など），飲食施設があつて，交流が盛んな横浜市民をはじめ，京浜方面に近い立地条件から多くの訪問客がある。また，地元農家で組織する各種組合が，月 1 回のイベントにおいて，農産物等に関する紹介を通じ，様々な交流を積極的に行っている。

ii) 飲食施設

次に飲食施設についてである。先ず具体的な事例からみていこう。

15) 具体的な事例として挙げられた市町村は，本調査が実施された 2003 年 11 月現在の市町村である。近年，政策的誘導もあり市町村合併が全国で行われているので，念のため。

茨城県下妻市

入込客数 836,672 人（全体 14 位，飲食 1 位），売上高 64,261 万円（全体 29 位，飲食 2 位）

特徴：筑波山を望む自然が多い地にあり，また関東の要所としても古い歴史を持ち，史跡や文化財が市内の各地に数多く散在している。県庁所在地水戸市の南西約 50 km，国道 294 号線沿いにある道の駅「しもつま」には和風レストラン（地元特産豚肉，築地市場より仕入れた新鮮な魚介類を使用），そば屋（常陸秋そばを地元農家と契約栽培して地元の有志がそば打ちを行っている），ファスト・フードと 3 つの飲食施設がある。さらに直売所を併設し，地元産の新鮮な野菜を提供したり，農協や営農組合と連携して地元産大豆を使った納豆ミニ工場，味噌・漬物加工所がある。他には地元の物産を売る購買施設などがある。また同市では，飲食施設（洋食と和食の 2 軒），宿泊施設，温泉，地ビール工場を備えた滞在型農業公園「ビアパークしもつま」との相互連携によりグリーン・ツーリズムを推進している。

香川県琴南町

入込客数 178,690 人，売上高 83,380 万円（全体 17 位，飲食 1 位）

特徴：阿讃山脈北麓の中央部に開けた町。この辺りは山里の情緒が残っており，美霞洞温泉の湯治場にもなっている。また，付近には大滝大川県立自然公園があり，一年を通じて自然美を満喫できる。国道 438 号線三頭トンネルの開通後，「グリーンサンクチュアリー琴南」をテーマに道の駅「ことなみ」が設置され，美霞洞の湯を利用した温泉や，飲食施設（レストラン），直販施設（青空市場）などがあって，温泉資源を活用して観光客・交流人口を吸収している。

飲食施設は上位に入った市町村が少なく，事例が限られているために断定的なことは言えないが，ここでも幹線沿いに設置され，かつ複数施設の相乗効果がある「道の駅」の存在が大きいといえるだろう。

iii) 宿泊施設

直販施設，飲食施設については「道の駅」の存在が大きいことが確認できた。

第9表 主な宿泊施設を有する市町村

県	市町村	入込客(人)	売上額(万円)	市町村の特徴	主要な宿泊施設
青森	岩木町		19,566	岩木山, りんごオーナー	
秋田	角館町		29,204	武家屋敷通り	交流施設「花葉館」
秋田	大湯村		94,260	ソーラーカー	ホテルサンルール大湯
宮城	加美町		10,925	薬來山, スキー場	農家民宿・おりごの森
福島	大玉村		67,391	安達太良山麓, 県民の森	アットホームおおたま
静岡	松崎町		22,000	海水浴場	
長野	伊那市	56,268	24,500	中央アルプスと南アルプス, 伊那高原	みはらしファーム
長野	堀金村		22,197	北アルプス, 安曇野	ほりでーゆー四季の郷
山梨	南アルプス市	51,730		南アルプス	
新潟	黒川村		100,000	スキー場, 温泉	ロイヤル胎内パークホテル
石川	珠洲市		44,800	能登半島	
岐阜	本巣市		17,435	温泉	うすずみ温泉「四季採館」
兵庫	神戸市	900,000		大都市	フルーツ・フラワーパーク
兵庫	黒田庄町		26,970	神戸牛	東はりま日時計の丘公園
兵庫	波賀町		11,254	温泉	フォレストステーション波賀
山口	下松市		60,000	瀬戸内海の島, 温泉	国民宿舎大城リゾート
香川	さぬき市	135,509	48,600	瀬戸内海, 温泉(その他の施設)	クアパーク津田
愛媛	松野町		22,088	国立公園滑床溪谷	森の国ホテル
大分	安心院町	98,476		グリーン・ツーリズム推進宣言町	
宮崎	山之口町	110,950		温泉, 自然公園	青井岳荘
宮崎	綾町		11,770	九州中央山地国定公園	酒泉の森
鹿児島	東市来町		18,556	温泉, 陶器	
鹿児島	桜島町		39,800	霧島屋久国立公園	

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構『数字でわかるグリーン・ツーリズム』2004年, pp. 52-55, pp. 73-109より作成。

注(1)：入込客数5万人以上, 売上高1億円以上の宿泊施設の市町村である。

だが、宿泊施設については事情が異なる。「道の駅」は目的地に行く途中にあって、休憩所の役割を果たしているのに対して、宿泊施設はまさに目的地にあるからである¹⁶⁾ 宿泊施設についてみていこう。第9表は、先の『数字でわかるグリーン・ツーリズム』で宿泊施設の入込客数5万人以上または売上額1億円以上あった市町村をみたものである。これによると、そのような市町村はほぼ全国に展開しているが、それら市町村の特徴をみると、海や山、国立公園、自然公園といった自然の豊富なところ、または温泉施設、スキー場が併設されているところが多いことがわかる。宿泊施設については、自然資源の豊富なこと、保養施設・レジャー施設が併設されていることが大きいのである。また、複数施設の相乗効果があることがここでも確認できる¹⁷⁾

(3) まとめ

日本のGTは、直販施設が入込客数・売上額とも中心的存在であり、次いで飲食施設、宿泊施設の比重が大きいといえる。これらの施設の特徴として、直販施設、飲食施設については「道の駅」の存在が大きいこと、宿泊施設については、豊富な自然資源の存在、併設された保養施設・レジャー施設の存在が大きいこと、また、3施設すべてについて、複数施設の相乗効果が大きいことがわかった。さらに、宿泊滞在も含めて来訪者は大部分が同一県内在住者である

16) もちろん、最終的な目的地へ行く途中で宿泊するということもあるが、その場合の宿泊先は1つの目的地であると考えられるだろう。

17) 具体的な事例もみておこう。

新潟県黒川村

入込客数140,000人、売上高100,000万円（全体8位、宿泊2位）

特徴：県北部に位置し、胎内川が村の中心を通っている。農業と自然を活用して村民の雇用確保を目的に村直営のリゾート開発に積極的に取り組んできた。「ロイヤル胎内パークホテル」、「胎内高原ビール園」、「クアハウスたいない」が交流の中心としての役割を果たしている。地元農産物を活かした特産品の開発、手打ちそば、転作麦を活用した地ビール、ハム、ソーセージ等の農産加工品、ジャージーアイスクリームやヨーグルトの加工販売等、原材料の生産から加工消費までの村内一貫経営を確立している。また、村営のホテルや食堂へ農家が食材を供給し、接客等民間と比べても遜色ないサービスを実践している。冬間部のスキー場が近郊に存在する。

こと、宿泊滞在系以外ではその大部分が日帰りであること、入込客1人あたり売上額は多くないことが明らかになった。

5. 香川県のグリーン・ツーリズム施設

以下では前節で明らかになった点、すなわち、「道の駅」の存在、複数施設の相乗効果について、より具体的にその実態をみるために、香川県のGT施設2つを事例に取り上げることにしよう。1つは、先にも紹介した琴南町にある「エピアみかど」であり、もう1つは、小豆島にある総合交流施設「小豆島ふるさと村」である。

(1) エピアみかど

i) 施設設置の背景と経過

琴南町は香川県中央部の最南端に位置する自然環境に恵まれた立地条件にあるが、高度成長期以降、人口の減少、高齢化の進行、産業の停滞、地域コミュニティ機能の低下といった問題を抱えていた。このような状況を踏まえつつ、地域の活力を高めるためには行政が主体となった地域振興施策には限界があり、住民ニーズに対応したまちづくりを展開するためには、官民一体となった取り組みが必要であった。また同時に、文化、スポーツ、レクリエーション、福祉等各種施設を包括した柔軟で機動的な運用が図れる施設管理体制が求められていた。

以上のことから、琴南町の活性化および住民福祉の増進に寄与するため、1996年に「財団法人ことなみ振興公社」を設立し、町と公社が一体となって琴南町の総合的な振興を図るとともに同町が設置する公共施設等の効率的な管理運営を行うことにした。さらに1999年4月から道の駅「ことなみ」の供用を開始し、あわせて同敷地内にレストラン、販売施設を有した「エピアみかど」、青空市場「清流の里」を整備し、都市住民との交流の促進を図ることにした（道の駅「ことなみ」、「エピアみかど」ともに施設整備は97年から）。

ii) 施設・事業体について

① 事業体名と設立年次

事業主体：琴南町

管理団体：財団法人ことなみ振興公社

住 所：香川県琴南町川東 2335 番地 1

面 積：15,985 m² (敷地総面積), 9,222 m² (建物敷地)

設 立：1999 年 4 月 1 日

名 称：エピアみかど

② 企業形態と役員構成

第 3 セクター (財団法人ことなみ振興公社) が管理している。

財団法人ことなみ振興公社の役員構成は、理事長 (琴南町長)、副理事長 1 名 (琴南町総務課長)、理事 11 名 (うち専務理事 1 名)、監事 2 名からなり、常勤は専務理事 1 名のみである。エピアみかどは、ことなみ振興公社の常勤専務理事が支配人・施設長を兼ねている。現専務理事は 2002 年 2 月から現職にあり、就任以前は琴平のドライブ・インに勤務していた。また、同理事は「みかど温泉」の所長も兼ねている。ことなみ振興公社が管理運営しているのは、エピアみかど、みかど温泉であり、その他に琴南町内にある大川山キャンプ場、いきいき館 (木工加工体験施設・農林水産物加工体験施設)、健康ふれあいの里 (野球場・テニスコート・オートキャンプ場) であるが、これらは基本的に収益事業ではないため、管理が専らである。

③ 資本金と出資形態

ことなみ振興公社は 1996 年に 1 億 340 万円の出資金により設立された。出資金の 99% にあたる 1 億 220 万円は琴南町が出資し、残りは香川西部森林組合、JA 香川・協栄支店、琴南町商工会が出資している。

④ 事業運営体制

施設は琴南町が所有・整備し、町がことなみ振興公社に管理運営を委託して

いる。ことなみ振興公社はエピアみかどの賃借料として年間450万円を町に納めているが¹⁸⁾ 収益は公社が積み立てている。また、産直施設「青空市場」については、有限会社「清流の里」が管理運営している。

⑤ 施設概要

実施年度：1997年度および98年度

事業名：出逢いの庄みあい整備事業(町単独事業)，戦略的重点的プロジェクト事業(国土庁(当時))，山村振興等農林漁業特別対策事業(農林水産省)

整備内容：生産物直売所，食材供給施設(レストラン，売店)，公衆浴場(温泉)，その他(展示スペース，研修室，休憩室等)

事業費：11億1,969.6万円(うち地方債8億2,010万円(73%)，町費1億7,509.6万円(16%)，国庫補助1億2,450万円(11%))

⑥ 従業員構成

常勤職員は14名，他に臨時職員5名，パート4名，シルバー人材13名の計36名からなる。

⑦ 年間入込客数と売上額

第10表は利用実績の推移をみたものである。この表によると，琴南町の年

第10表 エピアみかどの利用実績の推移 (単位：人，万円)

		1999	2000	2001	2002	2003	2004
琴南町	年間入込客	367,580	368,089	455,711	469,622	472,211	511,978
エピアみかど	年間利用者	263,141	238,602	262,079	249,916	262,437	254,484
	年間売上額	18,420	15,461	16,991	14,847	14,614	14,448
	年間利益額	688	1,736	2,437	829	1,124	601

資料：琴南町役場資料

18) 他にことなみ振興公社は，みかど温泉の賃借料として300万円を町に納めている。

第11表 エピアみかどの月別入込客・売上額の推移（2003年度）

		4	5	6	7	8	9	10
入込客 (人)	フロント(温泉) (%)	8,714 37	10,031 38	8,633 39	9,207 39	13,390 38	9,644 39	9,675 41
	レストラン (%)	5,730 25	6,418 24	5,446 25	6,302 27	9,204 26	6,803 27	6,096 26
	売店 (%)	8,920 38	10,002 38	8,126 37	7,962 34	12,936 36	8,352 34	8,085 34
	合計 (%)	23,364 100	26,451 100	22,205 100	23,471 100	35,530 100	24,799 100	23,856 100
	各月/年計	7.7	8.7	7.3	7.8	11.7	8.2	7.9
売上額 (円)	フロント(温泉) (%)	4,174,800 39	4,670,600 37	3,988,200 38	4,219,290 37	6,261,640 38	4,524,800 37	4,490,500 40
	レストラン (%)	4,023,420 38	4,733,730 38	3,799,602 37	4,774,590 42	6,229,773 38	4,885,299 40	4,222,006 38
	売店 (%)	1,533,391 14	1,766,532 14	1,366,697 13	1,359,261 12	2,325,761 14	1,440,577 12	1,335,090 12
	その他 (%)	664,810 6	995,998 8	958,205 9	800,972 7	1,214,268 7	1,138,953 9	889,625 8
	合計 (%)	10,670,643 100	12,485,132 100	10,364,616 100	11,454,767 100	16,450,220 100	12,298,946 100	11,209,264 100
	各月/年計	7.3	8.5	7.1	7.8	11.3	8.4	7.7

		11	12	1	2	3	計
入込客 (人)	フロント(温泉) (%)	11,638 39	9,133 42	12,564 44	8,445 41	9,118 40	120,192 40
	レストラン (%)	7,897 27	5,493 25	7,254 25	5,209 26	5,612 25	77,464 26
	売店 (%)	10,113 34	7,069 33	8,720 31	6,772 33	7,852 35	104,909 35
	合計 (%)	29,648 100	21,695 100	28,538 100	20,426 100	22,582 100	302,565 100
	各月/年計	9.8	7.2	9.4	6.8	7.5	100.0
売上額 (円)	フロント(温泉) (%)	5,368,730 36	4,231,180 38	5,817,110 41	3,862,520 39	4,073,700 36	55,683,070 38
	レストラン (%)	6,176,729 42	4,496,940 40	5,315,300 38	3,723,588 38	4,484,450 40	56,865,427 39
	売店 (%)	1,897,665 13	1,228,375 11	1,541,088 11	1,200,885 12	1,363,377 12	18,358,699 13
	その他 (%)	1,012,567 7	887,131 8	1,088,545 8	773,133 8	1,114,314 10	11,538,521 8
	合計 (%)	14,854,779 100	11,124,451 100	14,098,983 100	9,801,863 100	11,324,482 100	146,138,146 100
	各月/年計	10.2	7.6	9.6	6.7	7.7	100.0

資料：(財)ことなみ振興公社資料

間入込客は毎年順調に増加してきているなかで、エピアみかどは利用者が23～26万人で推移していることがわかる¹⁹⁾年間売上額は、最近3年間では1億4,500万円前後で推移し、年間利益額は毎年黒字である。ただし、エピアみかどの利用者、売上額とも近年は停滞傾向にある。

次に第11表によりエピアみかどの月別入込客・売上額の推移をみたところ、盆休みのある8月を筆頭に、紅葉など行楽シーズンである11月、正月休みのある1月、GW連休のある5月が多いことがわかる。また、部門別の入込客比率をみるとフロント（温泉）が40%ともっとも多くを占め、次いで売店が35%、残りがレストランとなっている。部門別の売上額比率では、レストランとフロント（温泉）がほぼ同じであわせて77%と大部分を占め、次いで売店が13%となっていることがわかる。入込客と売上額におけるこの相違は、各部門における入込客一人あたり売上額の相違による。すなわち、フロント（温泉）が463円に対して、レストランは734円、売店が175円となっている。温泉は大人600円、子供300円、70歳以上の高齢者が400円となっており、レストランでは700円程度で日替わりランチが食べられる。また、売店では名産である豆腐や揚げが200円弱で購入できるが、これらの価格は大体の目安となるだろう。いずれにしても、入込客では売店が温泉に次ぎ、売上額ではレストランが温泉に肩を並べているが、エピアみかどでは温泉が主力であることが第11表からわかる。

(2) 小豆島ふるさと村

i) 施設設置の背景と経過

高度成長期以降、人口が急激に減少し、過疎化が進行している小豆島において、事態を打開するために、基幹産業である手述べ素麺や電照菊、さらに恵まれた自然環境や、やさしい人情、数多い文化財など個性を十分に活用し、産業と観光を有機的に関連させながら、振興を図ることを柱とした総合計画を策定した。

19) 琴南町の入込客の増加は、ビレッジ美合館（温泉宿泊施設）やゴルフ場の開設による。

その計画を受けて、従来の観光が団体型・通過型のものであったのに対して、近年は家族や小グループを中心とした滞在型・体験型に移行しており、また池田町の沖の鼻、城山一帯が環境庁（当時）の国民休養地に指定されているところから、この付近を滞在型・参加型レクリエーション施設として整備し、地場産業、風俗・文化、恵まれた自然環境を有効に活用し、奥行と風格のある観光開発を進めることにした。

次に施設設置の経過は以下のようである。

- 1983年 室生体育館完成
- 1984年 町民運動場完成
- 1985年 テニスコート2面完成
- 1986年 (財)日本観光開発財団による現地調査実施
- 1987年 テニスコート2面完成
観光レクリエーション地区整備事業整備計画を運輸省に提出
新農村地域定住促進対策事業の計画樹立
- 1988年 新農村地域定住促進対策事業着工
単独県費補助事業
- 1989年 観光レクリエーション地区整備事業着工
リフレッシュふるさと推進モデル事業着工
過疎対策事業着工
ふるさと創生事業・夢想館建設着工
- 1991年 管理運営団体(財)小豆島ふるさと村公社設立
手延そうめん館供用開始（新定住事業）
総合管理棟供用開始
夢想館供用開始
釣り桟橋供用開始
ワインハウス供用開始
ファミリープール供用開始
イベント広場供用開始

- 1992年 ふるさとロッジ小豆島供用開始
小豆島ふるさと村開村式（5月31日）
- 1996年 建設省（当時）「道の駅」に認定
- 2000年 地場産品販売所（ふるさと物産館）完成
- 2002年 交流センター（ふるさとロッジ増築）完成
（財）小豆島国民休養地公社を（財）小豆島ふるさと村公社に統合
交流ふれあい農園開園
- 2003年 讃岐コーチンふれあいハウス完成

以上のように、1980年代から体育館や運動場などの町営施設があり、80年代後半から総合交流施設の設置計画が立てられ、また各種事業の実施を経て、1991年から小豆島ふるさと村の事業が本格化した。さらに、2002年には国民宿舎「小豆島」の管理運営を行っていた（財）小豆島国民休養地公社と統合し、国民宿舎の管理運営にもあたることになった。

ii) 施設・事業体について

① 事業体名と設立年次

事業主体：池田町

管理団体：財団法人小豆島ふるさと村公社

住 所：香川県小豆郡池田町大字室生 2084 番地 1

面 積：88 ha

設 立：1990年4月

名 称：小豆島ふるさと村

② 企業形態と役員構成

第3セクター（財団法人小豆島ふるさと村公社）が管理している。

財団法人小豆島ふるさと村公社の役員構成は、理事長（池田町長）、副理事長2名（池田町助役、池田町産業振興課課長）、理事7名（うち専務理事1名）、監事2名からなり、常勤は専務理事1名のみである。この専務理事は、詫間町

出身で当初国鉄職員、その後1974年に内海町でユース・ホステルを経営していたが、小豆島ふるさと村公社設立の1991年から専務理事として従事している。

③ 資本金と出資形態

1991年に3,000万円（後に4,000万円）を寄付金として（財）小豆島ふるさと村公社を設立した。寄付金は全額池田町が出資した。

④ 事業運営体制

補助事業、県・町単独事業で整備された施設については池田町が管理主体となり、小豆島ふるさと村公社に管理運営を委託している。

⑤ 施設概要

各施設の業務内容・規模・投資額及び資金調達については第12表を参照。同表からも宿泊、飲食、キャンプ、釣り、スポーツ、プール、イベント開催、加工体験、収穫体験、喫茶、売店など20ヶ所近い施設からなり、文字通り総合交流施設であることがわかる。また、資金調達については大型施設の場合は各種補助金²⁰⁾ および辺地過疎債によっていることがわかる。さらに、この他の施設としてカラオケのできるミュージックロッジがある。また、施設ではないが、体験学習として、陶芸教室、手打ちうどん教室、素麺工場見学、地引網、ヨット教室、カヌー教室、シーカヤック体験、すもも狩り・みかん狩り体験などがある。

また、2004年までの総事業費は34億6,479.8万円であり、その内訳は辺地過疎債17億1,270.0万円（49%）、池田町一般財源6億8,760.8万円（20%）、国・県補助金5億8,113.7万円（17%）、自治振興資金2億3,290.0万円（7%）、その他（臨特債、ふるさと創生、ふるさと特会、休用地特会、寄付金、基金など）2億5,045.3万円（7%）となっている。

20) 農林水産省の補助金としては、新農村地域定住促進対策事業、新山村振興等農林漁業特別対策事業、運輸省（当時）としては、観光レクリエーション地区整備事業（家族旅行村）、国土庁（当時）としては、リフレッシュふるさと推進モデル事業が挙げられる。

⑥ 従業員構成

従業員は30名である。内訳はキャンプ場・イベント広場・プール部門・いちご農園4名、喫茶・売店6名、ふるさと荘6名、国民宿舎14名となっている。

第12表 小豆島ふるさと村の主な施設の概要

施設名	業務内容	施設内容	面積(m ²)	収容定員(人)	投資額(万円)	補助金(万円)	備 考
総合管理棟	事務室・喫茶店	木造平屋建	348.9		7,728.7	7,065.5	残りは辺地過疎債
地場産品販売所	売店	木造鉄骨建	62.7		1,969.0		辺地過疎債
夢想館	美術展示室・AV室・夢工房	ブロック造2階建	342.9		10,003.1		町単独事業
手延そうめん館	実演コーナー・喫茶売店	鉄骨一部2階建	495.2		14,265.9	14,265.9	
グラウンド	球技スポーツなど		10,500.0				
体育館	各種スポーツなど	鉄骨コンクリート造	596.7				
テニスコート	テニス		3,118.0				
イベント広場	各種イベントなど	開閉式屋根付き	2,990.0		18,190.9	4,845.7	残りは辺地過疎債
ファミリープール	プール		5,800.0		23,533.3		辺地過疎債
ワインハウス	多目的ホール・売店・事務室	鉄骨木造平屋建	386.0		10,577.1	10,577.1	
釣り場施設	釣り	釣り棧橋			12,825.7	5,036.9	残りは辺地過疎債
ふるさとロτζジ小豆島	和室11室	鉄骨コンクリート平屋建	830.0	44	29,093.1		県単独事業19,719万円、辺地過疎債9374.1万円
交流センター	多目的ホール・受付・事務室ほか	鉄骨コンクリート平屋建	597.2	90	13,543.1	13,543.1	
ファミリーロτζジ	11棟	木造平屋一戸建	各49.53	44	16,912.9	13,270.6	残りは町単独事業
オートキャンプ場	20サイト、デイキャンプ10張		4,573.0		269,704.0	23,677.3	辺地過疎債3293.1万円。管理棟、バーベキューハウス、炊事棟、トレーラーハウス2台、キャビン(木造平屋)2棟
国民宿舎小豆島	洋室9室、和室21室、大会議室、広間、食堂ほか	鉄筋RC3階建(一部4階)	2,887.8	110			
讃岐コーチンふれあいハウス	鶏小屋、運動広場		28.0		85.2		県単独事業
交流ふれあい農園	いちご狩り	パイプハウス3棟	1,716.0		4,016.0	4,016.0	

資料：池田町・(財)小豆島ふるさと村公社「小豆島ふるさと村」(資料)

⑦ 年間入込客数と売上額

第13表は小豆島ふるさと村の入込客数と売上額の推移をみたものである。これによると、入込客数では1991年以降99年まで、売上額では98年まで順調に伸びてきていることが確認できる。ただし、2000年以降は入込客数・売

第13表 小豆島ふるさと村の入込客・売上額の推移

	ふるさと村全体		プール		イベント広場		ふるさと荘		キャンプ場		国民宿舎		喫茶		イチゴ農園	
	入込客数 (人)	売上額 (円)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)
1991	97,888	15,307,538	17.3	95.1	7.2	0.6										
1992	151,762	30,951,821	11.4	45.8	8.2	0.2	1.7	28.7	3.5	22.4	30.9		9.5			
1993	168,979	55,399,888	9.2	23.2	9.4	0.7	3.9	51.9	6.1	21.1	20.6		8.4			
1994	181,117	65,806,838	12.4	25.1	9.3	1.0	5.0	52.0	5.5	19.2	18.2		8.3			
1995	201,260	68,680,406	10.7	24.1	8.9	1.0	5.3	53.5	5.3	18.6	13.8		8.6			
1996	200,294	67,924,796	8.4	17.8	11.5	1.1	4.8	60.8	4.6	17.1	12.3		9.7			
1997	195,503	68,182,105	7.9	18.3	11.7	0.8	4.4	58.7	4.3	18.3	14.7		8.5			
1998	201,269	68,884,271	7.2	16.1	10.8	1.7	4.3	58.3	4.2	20.6	16.2		9.0			
1999	221,534	63,264,113	6.1	15.4	14.6	1.5	3.9	59.8	3.4	19.3	16.0		9.8			
2000	180,878	63,326,115	7.0	13.6	12.8	2.1	4.8	62.6	3.9	18.5	14.2		8.4			
2001	189,486	59,617,404	6.9	12.9	12.4	1.9	4.9	64.9	3.2	17.6	15.2		11.4			
2002	189,763	62,059,517	6.2	11.7	13.0	1.8	5.9	67.7	3.5	16.3	14.8		10.7		0.9	
2003	198,667	59,662,739	6.1	11.2	11.9	1.8	6.7	70.1	2.5	14.6	12.4		11.0		2.2	
2004	190,009	55,451,491	6.3	12.5	10.7	0.9	6.5	66.5	2.6	16.7	11.5		11.5		1.9	

資料：小豆島ふるさと村資料

注(1)：ふるさと村全体の売上額には、国民宿舎、喫茶、体育施設、カラオケが含まれていない。

(2)：構成比が100%にならないのは、入込客数ではワインハウス、釣棧橋、体育施設、カラオケ、ふれあい農園、手延そうめん館、夢想館の入込客数が含まれていないためであり、売上額ではワインハウス、釣棧橋、キャンセル料、受取利息が含まれていないためである。

第14表 ふるさと村の月別入込客の推移（2003年度）（単位：人，％）

	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
入込客	10,369	12,404	9,170	16,884	44,437	19,872	10,730	33,942	6,969	8,377	12,589	12,924	198,667
(比率)	5.2	6.2	4.6	8.5	22.4	10.0	5.4	17.1	3.5	4.2	6.3	6.5	100.0

資料：小豆島ふるさと村資料

上額とも停滞・減少傾向にあり，とくに売上額は1998年で6,900万円の売上げに対して2000年以降は6,000万円前後と13%の減少となっている²¹⁾ また，施設別にみると，入込客数では構成比の高い国民宿舎，プールが減少傾向にある一方で，喫茶，ふるさと荘は順調に伸びている。売上額でも，入込客数同様にプールが減少なのに対して，ふるさと荘が増加している。さらに，第14表により月別入込客数の推移をみると，盆休みのある8月を筆頭に，紅葉など行楽シーズンである11月，9月が多いことがわかる。

(3) まとめ

香川県のGT施設2つを事例としてみてきた。エピアみかどでは道の駅「ことなみ」敷地内に温泉施設，レストラン，直売所，売店を設置し，また，小豆島ふるさと村では総合交流施設として，国民宿舎，ロッジ，キャンプ場，プール，イベント広場，売店，体験農園，道の駅など施設が充実している。結果的に，エピアみかどではこれまでの6年間で7,500万円，小豆島ふるさと村では14年間で1億1,000万円の利益を計上している²²⁾ 両施設とも経営的に成功しているといえよう。香川県のGT施設2つを検討してきたが，ここでも前節で確認した「道の駅」の存在，複数施設の相乗効果は効いていると考えられるのである。

21) 入込客数には道の駅利用者，売店での客数は含まれていない。これらも含めると，毎年約30万人になるという。また，同様に売上額には国民宿舎，売店，喫茶が含まれていない。

22) ただし，両施設とも入込客数，売上額が近年，停滞傾向にあり，今後は何らかの対応が迫られるであろう。また，小豆島ふるさと村の場合，利益は経営安定資金として池田町に納入される。

結びにかえて

これまで日本におけるGTの現状についてみてきた。そこで明らかになった点について、もう一度まとめてみよう。

GTの定義は農林水産省によれば「緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動（農村で楽しむゆとりある休暇）」であった。また、GTの政策的展開をみると、地域全体の所得の維持・確保を図る観点から、都市に開かれた農村空間の形成にも資するGTの振興と、都市と農村の相互理解・連携の強化を明文化した新政策を嚆矢とし、グリーン・ツーリズム・モデル整備構想策定事業、および農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律といった制度面・実体面でのバック・アップがなされた。さらに、食料・農業・農村基本法および食料・農業・農村基本計画においては、農村振興に関する施策の1つの柱として、GTの推進による都市と農村の交流の促進が提唱され、「食と農の再生プラン」等を経て今日に到っているというように、10年あまりの政策的展開過程はGTの推進に向けて積極的な取り組みの過程であった。

だが同時に、この間、GTを指し示す意味内容に変化が生じてきた。当初、「所得の維持・確保を図る」ためのGTの振興であったのが、食料・農業・農村基本法以降では「都市と農村の交流の促進を図る」ためのGTの推進へと変化したこと、すなわち、農山漁村の経済活性化から都市との交流による社会活性化、地域活性化を図るものへと変化したこと、また、それにともない農産物の産地直売や農業体験など「広義のGT」をもGTの重要な構成要素として位置づけるようになったのである。

さらに、GTの需要者である都市住民のニーズをみると、都市住民は主に自然とのふれあい、精神的なくつろぎ・安らぎ・癒しを求めて農村地域に出かけるのであり、農業・農村・農家との交流や生活を求めてではないこと、年齢階層別でみた場合、高年齢層ほど体を使って実際に体験することを忌避する傾向がある一方で、高年齢層を中心に新鮮で安全な農産物を求め、30代の家族連れを中心に農業公園の利用や観光農園・加工体験への要求があることがわかっ

た。

以上のことを背景に公的 GT 施設を検討した結果、日本の GT は直販施設、すなわち常設独自店による農産物等直売が入込客数・売上額とも中心的存在であり、次いで郷土・創作料理を主とする飲食施設、公的宿泊施設などの宿泊施設の比重が大きいことが明らかになった。都市住民が新鮮で安全な農産物を求めているということが、公的 GT における直販施設、飲食施設の盛行につながっていると考えられるのであるが、日本の公的 GT の現状が産地直売中心であることが、GT の定義を産直なども含めた「広義の GT」に変えさせ、「所得の維持・確保」よりも「都市と農村の交流の促進」を強調せざるを得なくさせているのである。さらに、宿泊滞在も含めて来訪者は大部分が同一県内在住者であり、宿泊滞在系以外ではその大部分が日帰りであることもわかった。

また、公的 GT の中心的存在である直販施設、飲食施設、宿泊施設について詳細にみると、直販施設、飲食施設については「道の駅」の存在が大きいこと、宿泊施設については、豊富な自然資源の存在、併設された保養施設・レジャー施設の存在が大きいこと、3施設すべてについて、複数施設の相乗効果が大きいことがわかった。これらの事実は香川県の GT 施設2つを事例としてみた場合でも確認することができた。

以上であるが、結びにかえて残された課題について述べたい。まず、GT の需要者である都市住民のニーズおよび農村に対するイメージについてである。都市住民は自然とのふれあい、精神的なくつろぎ・癒しを求めて、また、新鮮で安全な農産物を求めて農村地域に出かけるのであり、農業・農村・農家との交流や生活を求めてではなかったが、これは都市と農村の交流を提唱している農水省や研究者の GT の規定とは食い違いが生じている。農水省や研究者の GT の規定は受入主体である農村側に強く配慮したものであり、都市住民のニーズに最重点を置いたものではないことから、このような食い違いが生じたと考えられ、今後は GT の現場サイドとして都市住民のニーズにも適った対応が求められる。と同時に、GT の研究サイドとしては、都市住民が農業・農村・農家に対してどのようなイメージをもってきたのかという、都市住民の農村に対するイメージの歴史を検討する必要がある。

次に、宿泊施設についてである。政策的には、1995年に「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律」(通称、農村休暇法)が施行され、農林漁業体験民宿業者の登録が開始され、97年には農林漁業体験民宿業者862軒が登録されたのであるが、登録数は97年を最高に年々減少し、2004年では半分以下の415軒になっている。先にも述べたように、ヨーロッパでは宿泊施設が中心的存在であるのに対して、日本では直販施設に比べてマイナーな存在であり、しかも年々、その存在感が希薄化しているきらいがある。これは上記の都市住民のニーズとも密接に関係しているが、現在の農林漁業体験民宿の実態を調査・分析する必要がある。

最後に、フィールド調査についてである。本研究は全国的な統計データをもとに日本全体の現状・実績を明らかにすることを主眼としたが、GTの研究はこれでは不十分である。GTに取り組む農山漁村は近年非常に多く、筆者は上記香川の2施設以外にもフィールド調査を実施しているが、施設ごと・地域ごとに取り組む方、抱える問題点などは様々であり、一般化は必要であるものの、これらを把握したうえでの一般化でなければミス・リーディングする可能性が高い。フィールド調査を離れたGTの研究はありえない。

参考文献

- 青木辰司 [2004] 『グリーン・ツーリズム実践の社会学』, 丸善
- 浅野耕太 [1998] 『農林業と環境評価: 外部経済効果の理論と計測手法』, 多賀出版
- 井上和衛・中村攻・宮崎猛・山崎光博 [1999] 『地域経営型グリーン・ツーリズム』, 都市文化社
- 井上和衛・中村攻・山崎光博 [1996] 『日本型グリーン・ツーリズム』, 都市文化社
- (財)都市農山漁村交流活性化機構 [2004] 『数字でわかるグリーン・ツーリズム』, (財)都市農山漁村交流活性化機構
- (財)都市農山漁村交流活性化機構 [2005] 「都市生活者を対象にした「日本の農村風景および農家民宿のイメージ」調査報告書」, (財)都市農山漁村交流活性化機構
- 斉藤雪彦・中村攻・木下勇 [1998] 「グリーンツーリズムの趨勢に関する研究」『ランドスケー

ブ研究』61(5)

多方一成・田淵幸親・成沢広幸 [2000]『グリーン・ツーリズムの潮流』, 東海大学出版会

暉峻衆三編 [2003]『日本の農業 150 年』, 有斐閣ブックス

古塚秀夫 [2002]「グリーン・ツーリズム発展要因の日韓比較」, 宮崎猛編著 [2002]『これからのグリーン・ツーリズム』, 家の光協会, 第9章

宮崎猛 [1997]『グリーン・ツーリズムと日本の農村—環境保全による村づくり』, 農林統計協会

宮崎猛編著 [2002]『これからのグリーン・ツーリズム』, 家の光協会

山崎光博 [2005]『ドイツのグリーンツーリズム』, 農林統計協会

山崎光博・小山善彦・大島順子 [1993]『グリーン・ツーリズム』, 家の光協会

池田町・財団法人小豆島ふるさと村公社「小豆島ふるさと村」(資料)

琴南町役場資料

財団法人ことなみ振興公社資料

「グリーン・ツーリズムとは」<http://www.maff.go.jp/nouson/chiiki/gt/aboutgt.htm>