

第3章 農村におけるグリーン・ツーリズム事業の展開と 地域農業活性化

鈴木 源太郎

1. はじめに

昨今、都市農村交流を目的としたグリーン・ツーリズム事業は、都市住民の余暇形態の変化や、農村の多面的な価値の再評価の動きを背景に、農村における新たなビジネスとして急速な動きをみせている。今日のグリーン・ツーリズムの展開の前提として、都市側における食や健康への関心の高まりや本物志向、安らぎと静寂に対する欲求、農村側における農業の多角化の必要性、環境問題に対する意識の向上、交通・通信ネットワークの発展などが考えられるが、こうした生活環境の変化は、都市と農村の共生を基盤としたグリーン・ツーリズム展開の主要因である。また、グリーン・ツーリズムの受け入れ主体づくりに当たっては、国土保全、資源涵養、良好な景観形成、伝統文化の継承といった農業・農村の多面的機能との結びつきと、地域固有のアイデンティティの形成が重要な視点となる。

しかしながら、実際のグリーン・ツーリズムの実施主体のあり方は、農村部における地域内発型の起業化を基礎とした小規模なものから、大きな資本投下を必要とする農業公園、市町村やJAが関与する総合交流施設まで多様であり、その事業目的も、たとえば地域食材を利用した飲食物の提供、安全・安心な農産物の販売、農家民泊などを通じた農村生活への接触、農作業や農産加工の体験など様々である。また、グリーン・ツーリズム事業が地域農業に及ぼすインパクトは、直接的な農産物の直売から、農産加工の進展、農作業体験の提供、農家民泊などのサイドビジネスの展開に至るまで多様なものが考えられるが、現実にはこうした要素を重層的に取り込んだものから、これら要素と無縁のものまで千差万別といわざるを得ない。

本稿では、こうした現場のグリーン・ツーリズムを支える様々な事業主体が、地域農業との関連でどのように事業構成されているのか、地域農業に対してどのような貢献をする可能性を持ち、どういった課題を有するのかを検証する。具体的には、グリーン・ツーリズムを推進する事業主体の中で、対照的な特徴を持つ2つのタイプの実施主体、すなわち①市町村やJA等の公的主体が設立に関与する「大規模総合交流施設」と、②「農業体験」をキーワードとした「地域内発的な」グリーン・ツーリズムの受け入れ主体について実態調査を行った。実態調査は、それぞれのタイプについて2事例ずつ行い、それぞれの事業成果と課題について分析を行う。

本稿における構成は、2節において、市町村やJA等が設立に関与する「大規模総合交流施設」のあり方を取り上げ、島根県I町のA農業公園と、京都府Y町のB農業公園の各事例について分析を行う。後半の3節では、「農業体験」をキーワードとした「地域内発的な」小規模事業体におけるグリーン・ツーリズムのあり方を取り上げ、岡山県N市のC事業体と、福井県K町のD事業体をはじめとした町内の農業体験活動について報告する。

2. 「大規模総合交流施設」における都市農村交流のあり方と地域農業活性化

(1) ハーブ園を中心とした交流拠点整備と地域農業活性化

－島根県 I 町「A 農業公園」の事例－

1) 総合交流施設設置の背景

ア. I 町の地域概要

[地勢・気象]

島根県 I 町は島根県西部の内陸部に位置する町である。広島県との県境に近く、経済的、社会的にも古くから広島の圏域に属する。近年、浜田自動車道の完成を機に、広島方面との往来の利便性は飛躍的に向上した。I 町においても、自動車道の完成に合わせて町中心部から最寄りの I.C.への接続トンネルが建設され、瀬戸内へのアクセスは非常に良くなっている。現在、広島市からは車で約1時間半の距離となり、日帰り旅行など短期滞在の入り込み客数もこれを機に非常に多くなった。

I 町は面積 137.4km² であり、周囲を低い山地に囲まれた高原の中の盆地状の地形で、役場付近の平坦地は標高 200 m 前後である。町内は林野率が 84 % を占める。気候は典型的な山陰型気候に属し、年間降水量は約 2,000mm と全国平均に比べやや多く、冬季の降雪が多く、豪雪地域指定を受けている。

[農業の概要]

I 町の農家数は 2000 年で 1,061 戸であるが、近年の減少率は小幅である。しかし、農家以外の世帯の増加に伴い、農家率は 15 年間で 62 % から 52 % へ 10 ポイント低下した(第1表)。農家の動きを専兼別にみると、専業農家は 1985 年 (13 %) から 1995 年 (18 %) にかけて増加がみられたが、2000 年には第2種兼業農家率が一転して 81 % まで上昇している。また、規模別には

第1表 I町農業の概要

	1985年	1990年	1995年	2000年
農家率(%)	61.9	57.1	54.3	51.6
農業就業人口(人)	1,569	1,493	1,454	1,138
農業就業人口割合(%)	21.6	21.2	21.5	17.6
農家				
総農家数(戸)	1,290	1,168	1,120	1,061
販売農家率(%)	-	85.1	84.3	81.7
専業農家率(%)	13.2	15.3	18.3	13.9
第1種兼業農家率(%)	8.8	7.4	6.5	4.9
第2種兼業農家率(%)	78.0	77.3	75.2	81.1
経営規模別農家割合(%)				
0.3ha未満(自給的農家)	19.6	14.9	15.7	18.3
0.3～0.5ha	19.1	19.9	18.8	18.9
0.5～1.0ha	41.7	42.9	43.3	41.8
1.0～1.5ha	13.7	16.4	15.8	13.4
1.5～2.0ha	3.8	3.8	3.7	4.0
2.0～3.0ha	0.7	0.9	0.9	1.0
3.0～5.0ha	0.7	0.5	0.4	0.6
5.0ha以上	0.4	0.5	0.9	1.0
経営耕地面積				
経営耕地総面積(ha)	903	871	843	783
一戸当たり耕地面積(a)	70	75	75	74
水田率(%)	83.9	86.3	87.8	88.5
畑地率(%)	13.8	12.6	11.4	11.0
樹園地率(%)	2.1	1.0	0.7	0.5

出典：農(林)業センサス各年度版より作成

1990 年以降再び自給的農家が増加しており、販売農家率は低下傾向にある。しかしながら、大規模農家層の拡大などの大きな構造変化はみられない。経営耕地面積は、急激な動きこそみられないものの面積は着実に減少しており、1985 年に 903ha あった経営耕地は 2000 年には 783ha にまで減少した。一戸当たり経営耕地面積は、2000 年においても 74a と小規模で、零細性

第2表 I町の農業粗生産額

(単位:百万円)

	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
農業粗生産額	1,740	1,809	1,647	1,793	1,653	1,484	1,358	1,284	1,253	1,281
耕種小計	1,102	1,259	1,077	1,385	1,223	1,100	967	921	878	893
米	745	902	729	997	816	745	646	609	598	609
雑穀・豆類	8	11	8	7	10	8	8	10	10	10
イモ類	24	26	27	26	20	18	12	14	8	8
野菜	212	209	224	247	263	236	218	203	170	178
果実	3	4	5	8	6	8	5	5	4	4
花卉	33	11	11	17	18	10	16	24	36	47
工芸農作物	63	75	50	65	55	30	25	29	23	20
種苗・苗木その他	14	21	23	18	35	45	37	27	29	17
畜産小計	632	544	567	406	426	382	390	363	375	388
肉用牛	217	185	178	147	157	101	107	99	110	113
乳用牛	249	261	264	259	269	281	283	264	265	275

出典:島根農林水産統計年報より作成

を脱したとは言い難い。なお、近年の水田率の高まりは他の地目の減少が原因となっていると考えられる。

次に、第2表でI町の農業粗生産額をみよう。90年代前半に1,800百万円程度あった粗生産額は、90年代後半には1,300百万円に満たない水準まで減少している。この減少傾向は耕種部門、耕種部門、畜産部門ともに明瞭にみられ、同町の農業生産基盤が近年急激に脆弱化していることが確認できる。米の粗生産額は1992年及び1994年には900百万円を超えたが、1998年以降は600百万円程度で推移しており、その衰退ぶりは明らかである。このほか、同町において90年代に粗生産額の減少が顕著であった代表的な作目は、野菜、肉用牛、工芸農作物、イモ類などである。

4. 総合交流施設設置の経緯

〔設置計画及び目的〕

I町では、前述のように農業生産が衰退しており、地域の活性化のために農業公園を設置することが1988年頃当時の町長により提案された。町が林野庁からの人事交流者を迎えた際、農政局OBであった当時の町長が、この者に対し農林水産省本省の事業を活用し農業公園を作るよう指示を行った。これが契機となりA農業公園は設置される運びとなった。

公園設置当初より、完成時の青写真を描く事業計画らしい計画を持たずに進められたA農業公園の事業は、その時々町の予算状況に従って、毎年少しずつ施設を充実化してきた。小規模な農産物直売施設とレストランから始まったA農業公園は、農産物の体験加工施設や宿泊施設、広場の設置など事業が多様な方向に展開してきている。現在の中核施設の一つである温泉施設も、建設されたのは公園の開園から7年を経た後のことである。毎年何度となく行われる様々なイベントにより、A農業公園は確実にリピーター顧客層を獲得しつつある。また、A農業公園はI町が行う施設園芸研修制度(22歳から35歳までの女性を対象とした研修で、毎年6～9名が参加している)の受入拠点ともなっており、施設計画にはこうした研修生のアイデアも至る所で生かされていることが特徴である。

なお、事業サイドにおけるA農業公園の設置目的は「農業公園を設置し、直売、食材供給、宿泊、バンガロー等の施設を整備することにより、都市農村交流をすすめ、

農家林家を受益層とした地域の活性化をめざすこと」である。

〔事業経過〕

次に、A農業公園の事業経過を時系列に従って整理しよう。A農業公園に関する最初の初期投資が行われたのは1989年のことである。このとき、土地の基盤整備や花木の植栽が手がけられ、ボランティアの活動する簡易なハーブガーデンが設置された。1990年には、総合案内施設として現在の食材供給施設にあたる「K施設」が建設され、このころ農業公園としての初期の施設が竣工した。そして1991年5月にA農業公園が正式にオープンし、園内の案内板や街路灯などを設置するとともに花木の植栽が引き続き行われた。翌1992年には工芸工房や実習室を配した「クラフト館」、及び町の研修生の宿泊施設である「H館」が建設されると同時に、初期のハーブガーデンが本格的なものに造成し直された。1993年にはハーブ栽培の必要からガラス温室が設置されるとともに、宿泊用のバンガロー（30 m²）を8棟建設、1994年、1995年にも同様のバンガローがそれぞれ2棟ずつ建設された。そして同95年、第4回全国ハーブサミットがA農業公園において開催され、また、一層の施設拡充のため温泉の探査が開始された。翌1996年には駐車場の整備が行われるとともに温泉の掘削が開始され、同年8月に温泉が湧出した。

A農業公園はこの時まで町直営の事業であったが、1997年4月、収益の拡大と施設管理業務の増大に伴い第三セクターの「(株) Kの里」設立に向けた準備が開始された。また、同年9月には先に湧出した温泉を利用した入浴施設の造成が着工するとともに、園内にトイレ棟が設置された。翌1998年3月には入浴施設と隣接した農林漁業体験施設「K館」が着工し、4月には「(株) Kの里」が設立され、これを機にA農業公園の管理運営は(株) Kの里に全面的に移管された。さらに5月、9月にはI温泉「霧の湯」と「K館」が相次いで竣工した。その後、1999年にはガラスハウスを追加建設とともに駐車場の拡充整備が、2000年にはトイレ棟の追加建設、バス停の設置、町内の旧民家である「Hハウス」の改修工事などがそれぞれ行われた。

2) 総合交流施設の概要と事業内容

7. 事業主体法人の概要

A農業公園は管理運営会社が1998年に設立されるまでの間、町直営の形態で運営されていた。しかし、前述したように事業規模や収益の拡大、温泉施設をはじめとした大幅な施設拡充に伴い第三セクターである(株) Kの里は設立された。

(株) Kの里は1998年4月10日に資本金47,000千円で設立された。資本金の構成はI町25,000千円（53%）、地元の建設業者であるI産業株式会社15,000千円（32%）、広域JA2,000千円（4%）、I町商工会温泉委員会2,000千円（4%）、株式会社S銀行1,500千円（3%）、S信用金庫1,500千円（3%）である。(株) Kの里の役員構成は、代表取締役社長にI町長、専務取締役はS銀行OB、常務取締役にS信金より出向者がそれぞれ就任している。このほか、取締役としてI町、広域JA、商工会、I産業より各1名が、

監事としてS銀行、S信金より各1名が着任している。

また、従業員は以下のような構成である。支配人はA農業公園の実質的な運営責任者として1名おかれており、S信金より出向している常務取締役が担っている。独自採用した職員は、正職員が19名、臨時職員が27名おり、これらとは別に繁忙期のみ公園管理者として8名が採用されている。このほか、I町の研修制度により寮生活を行っている研修生は6名である。

正職員の給与、労働時間、福利厚生等はすべて役場のそれに準拠しており、研修生には月額13万円の実習報酬が与えられている。月額3万円の宿泊費を除いた額は研修生の手取りとなっている。

イ. 施設概要

A農業公園の施設は、温泉、研修施設も含めてすべて(株)Kの里が一元管理している(第3表)。ここでは施設の概要を第3表に整理した。レストラン「K施設」及び総合案内施設は、林構促進対策事業を受け、事業費48,487千円で1990年に建設された。建物規模は床面積が265㎡であり、レストランと園内の案内所が設けられている。同じ林構を活用したバンガローは床面積30㎡の宿泊施設で計12棟ある。一棟当たり約10百万円の工費がかかっており建物自体は贅沢な作りである。

H館、クラフト館、ハーブガーデン、ガラス温室は、I町の研修生受入関係の事業である人口定住対策事業を活用して建設された。研修生の宿泊滞在施設として利用されている「H館」は、総工費63,654千円をかけて建設された床面積293㎡の2階建ての建物である。クラフト館は面積205㎡、総工費43,775千円で、現在ハーブクラフト等の体験学習施設となっており、小規模な実習室とハーブクラフト商品の販売スペースとして利用されている。クラフト館における商品製作や販売には研修生が積極的に関わっており、ハーブ関連事業における研修制度が果たす役割は大きい。

一方、起債により町単独事業で建設されたI温泉「霧の湯」と、農村資源活用農構を受けた農林漁業体験施設「K館」はともに1998年に建設され、運営管理も一体的に行われている。入浴施設である「霧の湯」は、床面積961㎡、総工費622,643千円の規模の大きな温泉施設である。浴場への入り口付近には売店が併設され、I町の特産品やA農業公園

第3表 A農業公園施設一覧

名称	内容	規模(㎡)	事業費(千円)	補助事業等
レストラン「K施設」・総合案内施設	レストラン・案内棟	265	48,487	林構促進対策事業
バンガロー(5棟)	宿泊施設	各30	45,000	新林構
バンガロー(7棟)	宿泊施設	各30	63,720	活性化林構(森林活用環境施設整備)
H館	研修生宿泊滞在施設	293	63,654	人口定住対策事業(県・過疎債)
クラフト館	ハーブクラフト体験施設	205	43,775	"
ハーブガーデン	農園	1,225	20,773	"
ガラス温室	ガラスハウス	314	41,000	"
I温泉「霧の湯」	入浴施設	961	622,643	町単独事業(起債)
農林漁業体験交流施設「K館」	レストラン、宿泊施設、体験施設、多目的ホール、事務室	914	267,330	農村資源活用農構

出典:現地調査による

における加工品などが販売されている。また、レストラン、宿泊施設、体験施設、ホール、事務室などで構成される「K館」は床面積 914 m²、267,330 千円をかけて建設され、現在ではA農業公園の中核的な施設として位置づけられている。

ウ. 業務内容

(株) Kの里の業務内容は、K館等施設の運営管理、宿泊施設レストランなどの経営、農林畜産物の生産及び加工、直売所の経営、体験メニューや各種イベントなどの業務企画



写真1 レストラン「K施設」



写真2 温泉施設からみた「K館」



写真3 クラフト館とそれに続く橋



写真4 クラフト館内部の売店



写真5 ガラス温室におけるハーブの栽培



写真6 宿泊に利用されるバンガロー

の5つに大別できる。

第一の施設管理・運営業務は、①I温泉「霧の湯」の管理運営、②農林漁業体験施設「K館」の管理運営、③バンガロー等の各種レジャー施設やスポーツ施設の管理運営である。特に町が中心となって建設した温泉とK館は、施設規模も大きく利用も多目的となることから、(株)Kの里の中心的な業務の一つとなっている。

第二の宿泊施設やレストランの経営に関する業務は、①K館におけるレストラン経営、②K施設におけるレストラン経営、③K館における宿泊、④バンガローにおける宿泊に対応した業務である。

第三の農林畜産物の生産及び加工・直売は、ハーブや花木、草花などの生産を主体に、ハーブクラフトなど販売用の商品の加工を行う業務である。この業務には主に研修生が関わっており、研修生の労働提供によりコストを抑えた生産・加工体制が組まれている。

そして、第四に挙げられるのが、農産物直売所「K市」の運営である。K市は毎週土日に野菜や加工品など中心に営業を行う直売所で、A農業公園のほぼ中央部にある直売小屋で開催される。商品はA農業公園のあるY地区の農家が生産・加工したものをそろえており、主要な客層はA農業公園への来訪者である。

第五は、加工体験メニューや各種のイベントを定期的に行うための企画業務である。A農業公園は、顧客を引きつけるだけの魅力的な施設が十分に整備されていない分、イベント等の企画力が大きな鍵を握っている。一度来訪した顧客をリピーターとして定着させるため、多様な教室やセミナーの企画努力が継続的に続けられている。

I. 事業実績

次に、A農業公園の事業実績を入り込み客数と部門別売上高の推移をもとに検証した(第4表)。入り込み客数のデータを取り始めたのは1994年であるが、当時56,325人であったクラフト館の客数は、全国ハーブサミットが開催された1995年には同会合の宣伝効果も加わり85,083人に達した。その後、クラフト館では8万人台の入り込み客数を1998年まで確保している。一方、1998年からは温泉とK館の二大施設が加わり入場客数は各施設にやや分散した。しかしながら、クラフト館の客層と温泉施設・K館の客層の重複は少ないという見方もあり、既存のクラフト館の客数を7万人台に維持しながら、温泉とK館は1999年にそれぞれ83,554人と138,504人の客数を記録した経営努力は高く評価できよう。

第4表 A農業公園における入り込み客数の推移

		(単位:人)		
年度	クラフト館	霧の湯	霧の湯+K館	
1994	56,325	—	—	
1995	85,083	—	—	
1996	82,140	—	—	
1997	84,345	—	—	
1998	80,964	60,176	90,249	
1999	75,270	83,554	138,504	
2000	70,605	82,758	132,903	
2001	60,057	57,183	93,240	

出典:(株)Kの里調べ

注:平成13年度の数値は4月～12月の9ヶ月間の暫定値である。

2000年には各施設で入場客数を若干減少させているものの、2001年の4月から12月までの中間実績はクラフト館60,057人、霧の湯57,183人、霧の湯+K館93,240人であり、昨年同期がクラフト館66,585人、霧の湯57,717人、霧の湯+K館95,200人で

あることからするとまずまずの実績であるといえる。

㊦. 営業活動の特徴

A農業公園における営業活動の特徴は二点ほど挙げられる。

第一に、A農業公園では営業面で年に数回企画するイベントに重きが置かれており、年間を通じて行われるクラフト教室やガーデニング教室をはじめ、季節ごとに趣向を変えて開催されるハーブフェスタ、ラベンダーフェスタ、パッチワーク展、リース展などがある。また、研修生OBで園芸福祉士の資格を有する者をA農業公園で採用していることから、園芸福祉に関するセミナーも年数回開催している。これら各種イベントの顧客はリピーターとして定着しつつあり、通年の入り込み客の安定化につながっている。

第二に、A農業公園にとって女性研修生の活用に伴う経営コストの抑制効果は大きい。先に述べたように現在、研修生は6名おり、クラフト館の運営やハーブガーデンの管理、ガラス温室におけるハーブの栽培など多様な業務に従事している。また、イベントの企画運営などに研修生のアイデアが生かされることも多く、研修生の活躍はA農業公園の大きな特徴となっている。

3) 事業の成果及び課題と展望

7. 事業の成果

まず事業の成果を述べる前に、A農業公園の成功には立地が大きく影響していることを記しておく必要がある。公園の立地しているI町Y地区は、浜田自動車道の開通以前には町を縦貫する国道から離れた奥まった地区であった。しかし、高速道路と同時にインターチェンジへの接続トンネルが建設されたため、Y地区は一転して町の表玄関となったのである。このため、A農業公園ではインターチェンジに近い立地が幸いして安定した入り込み客の確保が可能となっている。また、冬季には近隣町村のスキー場利用客による温泉利用が相当数存在することから、閑散期におけるA農業公園の収益に大きく結びついていることも、成功の外在的要因として大きい。

農業公園の具体的成果としては以下の諸点が挙げられよう。まず第一に、過剰な箱モノ施設を抱えることなく、身の丈にあった施設をその時々々の要請に従って適宜設置してきたことにより、結果的に過剰投資による経常利益の圧迫などと無縁であったことは大きな特徴であり成果である。担当者によれば、特にレストランK施設など初期の施設は入り込み客数の増加に伴い年々手狭になって来つつあるということであるが、ミニマムな投資で顧客のニーズに対応する努力は今後とも継続すべきであろう。

第二に、「K市」で行われている農産物直売事業は、町内のI地区で行われている県内最大級の直売所「雲井の里」と並んで、高齢農家等の小口出荷先として貢献している。先にも記したようにK市の営業は土日のみであるが、出品農家の追加的所得確保の機会提供の場として有効に機能している。なお、両直売所の合計売上高は2001年度で1億円に達しており、地域への貢献は大きい。

そして第三に、I町の看板施設として、A農業公園が町のイメージに与える効果は大きい。特に広島など近県からの来客にとって、浜田自動車道のインターチェンジを降りて最初に目につくA農業公園はI町の看板的存在となっている。I町の町名は知らずともA農業公園の存在を知っているドライバーも多く、ハーブを基調とした公園のコンセプトはI町のイメージに良い意味で貢献している。また、こうした公園のコンセプト創りに一役買っているのが研修生の存在であることを忘れてはならない。彼女らが公園内の至る所で活躍することで、公園全体に若々しい雰囲気が生じていることは間違いないであろう。

4. 課題と今後の展望

A農業公園の経営状況には現状では大きな問題はないように思われる。しかしながら、現在確保している顧客層を今後ともリピーターとして獲得し続けるためには、顧客ニーズの的確な把握力と良質の企画力、及び営業の努力が必須である。全国的にハーブに関するブームが一段落し、ハーブ及びその加工品に対する人気も下火になりつつある昨今の状況を鑑みれば、現状維持の経営方針が生む結果は明らかである。

こうした状況を踏まえ、A農業公園では既存のハーブ園に加えて薬草園の構想を計画中である。薬草に関する市場調査や現状の客層との異同等に関する調査はまだ行われていないが、新規部門としての現場の期待は高い。また、入り込み客数がやや減少し始め、A農業公園で唯一不採算部門となっているクラフト館では、経営を下支えするため、新商品の開発などに今後とも積極的に取り組むとされている。良質なハーブクラフト製品は輸入製品の模倣であることが多く、独自の商品開発の必要性は今後一層高まるであろう。

最後に、I町は福祉関係施設が充実した町として有名であるが、A農業公園における今後のコンセプトを考えるにあたり、福祉部門との接点を探る動きもある。A農業公園では、研修生のOBの中に、作業療法や園芸福祉に関心の高いものもあり、それらOBが資格を取得した例もある。園芸福祉士を雇用した例は報告中に述べたが、こうした資格保有者を核に、町おこしの一環として技能を生かした事業を展開していくことも検討されている。今後とも、A農業公園が地域農業活性化の中核施設として貢献することを期待したい。

(2) 大規模農村テーマパークと地域農業活性化

－京都府Y町「B農業公園」の事例－

1) 総合交流施設設置の背景

7. Y町の地域概要

【地勢・気象】

京都府Y町は府北部に位置し海岸に接しない内陸の町である。町の中央部には、山地が南北に横たわり、それを挟む形で1955年に合併した旧I村と旧N村が存在していた。この山系を境に西側に広がるI地区は北流するT川を中心に開けた盆地で、比較的広大な水

田地帯が占める。一方、東側のN地区は林野率の高い山間地域となっている。同町の総面積は 80.38 km²で農地面積率は約 9 %，林野率は 82 %を占めている。

気象は典型的な山陰型気候で，冬季は積雪も多い。年平均気温は 13 ℃で年間降水量は約 2,200 mmである。降水量が最も多いのは 1 月の降雪で 300 mm近い降水量を観測する。このため冬季の日照が非常に少なく，一般的に冬季の裏作には適しない地域であるといえる。

〔農業の概要〕

Y町の農家数は近年減少傾向が続いており，1980 年に 972 戸あった総農家数は 2000 年には 567 戸と 6 割弱にまで減少している（第 5 表）。また，2000 年の販売農家は 1990 年 8 割にあたる 419 戸となっている。専兼別農家割合は，近隣町にまたがる大規模な国営開発農地の影響により 1995 年まで専業農家が徐々に高まっていたが，2000 年には一転して低下している。同様に農業就業人口も減少が続き，2000 年には 626 人と 1980 年の 6 割の水準に減少している。農業就業人口率は 1995 年に，一旦下げ止まりの感を呈したが，2000 年には再び 10.2 %に低下している。

経営耕地規模別農家割合をみると，0.5 ～ 1.5ha までの小規模層と 3ha 以上の大規模層が増加していることが分かる。前者の小規模層は町中心部に広がる稲作地域のものであろうが，後者の 5ha 以上層は，国営開発農地における営農農家である可能性が高いと思われる。この農地開発の影響は，1995 年以降の経営耕地面積の増加や，畑地における農地の流動化の著しい進展などにも現れている。

このようにY町の農業構造は，町中央部の水田地帯を中心とした稲作農業地域と国営農地開発によって新たに造成された畑地農業地域とに大きく二極化していることが分かる。従前の稲作農業地域における多くの小規模農家は高齢化に伴って担い手不足が深刻化し，小区画の整備田の再整備計画も進展しない状況が続いている。一方，1979 年より国営開発事業により造成された農地

は，町内分の当初計画 500ha を大幅に下回り 200ha が完成しているが，造成済み農地での営農は効率的な大規模畑作経営の一定の展開がみられる。

Y 町の農業粗生産額は第 6 表のとおりである。農業粗生産総額は 1,150 百万円から 1,350 百万円程度で推移している。水稻の粗生産額に占める割合は，1994 年の 857 百万円（63 %）をピークにその減少を続け 2000 年には 600

第5表 農業センサスにみるY町農業の概要

	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年
農家率(%)	59.6	54.9	46.2	38.9	31.8
農業就業人口(人)	1,039	992	841	831	626
農業就業人口割合(%)	16.0	15.5	13.4	13.6	10.2
農家					
総農家数(戸)	972	914	775	665	567
販売農家	-	-	519	476	419
専業農家率(%)	7.5	9.0	9.2	13.4	14.8
第1種兼業農家率(%)	10.5	10.4	9.3	10.5	11.5
第2種兼業農家率(%)	82.0	80.6	81.5	76.1	73.7
専従者なし農家率(%)	73.4	74.4	76.1	70.2	47.3
女子のみ専従農家率(%)	5.6	5.4	4.1	5.3	2.8
経営規模別農家割合(%)					
0.3～0.5ha	24.6	24.4	23.5	23.2	19.2
0.5～1.0ha	25.2	24.9	26.1	27.5	30.2
1.0～1.5ha	9.8	8.9	9.9	9.8	11.1
1.5～2.0ha	2.6	2.2	1.8	2.3	3.0
2.0～3.0ha	1.5	1.1	1.8	2.6	1.8
3.0～5.0ha	0.5	0.5	0.6	1.1	1.9
5.0ha以上	1.1	1.3	2.1	2.9	3.5
経営耕地面積					
経営耕地総面積(ha)	575	546	513	534	551
一戸当たり耕地面積(a)	59.2	59.7	66.2	80.3	97.18
水田率(%)	90.8	91.8	92.4	86.7	80.8
畑地率(%)	8.9	8.1	7.4	12.9	19.1
樹園地率(%)	0.3	0.2	0.0	0.2	0.0
借地面積割合(%)	16.9	23.3	28.8	40.3	49.2
うち水田面積割合	95.9	95.3	93.9	79.5	69.0
うち畑地面積割合	4.1	3.9	6.1	20.5	31.0
うち樹園地面積割合	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

出典：農(林)業センサス各年度版より作成

第6表 Y町の農業粗生産額

(単位:百万円)

	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
農業粗生産額	1,158	1,234	1,279	1,354	1,194	1,254	1,217	1,198	1,255	1,136
耕種小計	959	1,057	1,086	1,193	1,050	1,088	1,033	1,035	1,047	946
米	665	737	712	857	739	736	680	616	619	569
雑穀・豆類	32	31	44	25	46	26	17	16	17	17
イモ類	24	44	77	72	83	98	79	79	56	50
野菜	170	165	156	140	109	141	160	178	165	148
果実	11	12	10	11	8	10	12	23	24	21
花卉	30	25	25	14	10	11	16	22	18	16
工芸農作物	9	24	42	44	38	41	48	76	104	100
種苗・苗木その他	18	19	20	30	17	25	21	25	44	25
畜産小計	199	177	193	161	144	166	184	163	208	190
肉用牛	54	62	64	28	30	46	60	42	x	70
乳用牛	77	69	71	76	66	68	72	62	76	x
鶏	68	46	58	57	48	52	52	59	x	x

出典:京都農林水産統計年報より作成

注:表中の“x”は統計法に基づく秘密保護のために年報に掲載されなかった数値を示す。

万円を下回り 569 万円 (50 %) になった。これに代わって、粗生産額を延ばしているのが、国営開発農地における葉たばこを中心とした工芸農作物である。葉たばこの粗生産額は 10 年前の 10 倍にあたる 100 百万円になっている。このほか、果樹の粗生産額は 1998 年を境に増え、2000 年には 21 百万円となっている。

4. 総合交流施設設置の経緯

【設置目的及び計画】

これまで、丹後地方では都市農村交流の受け皿となりうる施設型拠点が不足しているとされてきた。沿岸部には観光名所である天橋立をはじめ、食材としてのカニを生かした地域振興なども行われているが、内陸部には数カ所のスキー場等がある他は、特に京阪神など都市住民側のグリーン・ツーリズムに対する需要に対応できるような拠点は存在しなかった。この地域の農業は作目の面からみても、水稻と一部の畑作が中心であり、とりわけ観光農園など経営の多角化の可能性をもつ果樹作はこれまで存在しなかった。Y町をはじめ近隣町及び京都府は、こうした丹後地域の状況を踏まえ、同地方における都市農村交流の中核拠点となることを目的としてB農業公園の建設計画を立てた。

折しも、前述の国営農地開発事業は、営農の担い手である入植者の不足により、開発規模の縮小を余儀なくされていた。この規模縮小に伴い、Y町付近には開発計画外となった多くの農林地が存在することになる。この国営農地開発の計画縮小跡地に着目した京都府は、Y町に都市農村交流拠点の構想を打診し、同構想を京都府の第四次総合開発計画に盛り込んだのである。

【事業経過】

「B農業公園」の事業構想が京都府より表明されたのは 1990 年に遡る。1990 年 1 月に京都府の第四次総合開発計画において、「B農業公園」構想が盛り込まれたのが計画の始まりである。この開発計画に基づき、1991 年 7 月にはY町議会で「B農業公園」構想が公表され、同 11 月にはY町基本計画に「B農業公園」の計画が盛り込まれた。町では 1992 年より、この計画に基づき用地買収など具体的準備作業に取りかかり、1993 年にはY町

と京都府土地開発公社が共同で「B 農業公園」に関する基本計画を策定している。

そして、1997 年 3 月には同公園の施設管理を行う目的で「(財) B 農業公園」、同 5 月には農業公園の企画運営を行う「(株) K ファーム」が相次いで設立された。また同年には本格的な建設工事が開始された。農業公園の建設工事は、1998 年までには概ね竣工し、連休を控えた同年 4 月 25 日に B 農業公園は開園している。なお、建設が遅れていた「B 農業公園ホテル」は、夏期繁忙期に合わせ同年 7 月 18 日に開業した。

2) 総合交流施設の概要と事業内容

7. 事業主体法人の概要

B 農業公園の事業実施主体は、京都府などが建設した施設の管理を行う財団法人と、主に農業公園の企画運営を行う株式会社により構成されている。

前者の施設管理主体は(財) B 農業公園であり、1997 年 3 月 18 日に設立された。出捐金総額は 20,000 千円であり、うち京都府が 10,000 千円、Y 町 3,000 千円、広域 JA 1,000 千円、周辺の 1 市 10 町及び京都府漁業協同組合連合会、京都府森林組合連合会が各 500 千円の出捐を行っている。理事等役員の構成は常務理事 1 名、事務局長 1 名、事務局長補佐 1 名であり、この 3 名は 3 年の契約で京都府より出向している。この他、専属職員として Y 町からの出向者が 3 名、広域 JA からの出向者が 1 名がおり、独自採用のアルバイトが 1 名雇用されている。

一方、企画運営主体としての株式会社は(株) K ファームである。K ファームは 1997 年 5 月 28 日に設立された。資本金総額は 100,000 千円であり、実質的な親会社となっている(株) F 法人が 85,000 千円出資しており、京都府と 1 市 10 町がそれぞれ 1,200 千円、T 鉄道(株)とバス会社である T 交通(株)がそれぞれ 300 千円を出資している。K ファームの役員は、代表取締役社長が(株) F 法人の社長と兼任、そのほか取締役として京都府農林水産部長、Y 町長、(株) F 法人常務、広域 JA 組合長の 4 名が就任している。雇用はパート職員 7 名を含め 38 名である。雇用者の配置は事務部門が 6 名、ホテル部門 6 名、商品販売部門 6 名(うちパート 4 名)、外食部門 9 名(うちパート 2 名)、加工部門 6 名(うちパート 1 名)、遊具・牧舎管理部門 5 名となっている。

4. 施設概要

それぞれの事業主体が管理・運営する施設の概要は以下の通りである。

「(財) B 農業公園」が管理する施設には、財団直営のものと京都府が整備した施設、Y 町が整備した施設がある。このうち直営のものは①交流ホール・資料展示室などを備えた「情報・交流センター」、②農産物加工を行う「手作り食品工房」の 2 施設である。京都府が整備した施設としては、① 80 名まで宿泊可能な体験宿泊施設(28 室)、②正面ゲート・発券事務所、③休憩所とトイレを併設した「時計台」、④牧舎兼農機具庫、⑤野外ステージやバラ園を含む「水上ステージ」、⑥乗用車 640 台、バス 24 台を収容可能な駐車場、⑦農協と漁連の直売施設として利用する「農林水産物等販売施設」2 棟があり、この



写真7 B農業公園正面ゲート



写真8 にぎわい広場入り口付近



写真9 ハーベストホール外観



写真10 漁連水産物販売所(左)及び
農産物直売所「A館」(右)

出典：現地調査の際撮影（2001年12月）

うち⑦の直売施設2棟はそれぞれの運営を農協と漁連へ再委託している。一方、Y町による整備施設は、①資料館を併設した展望タワー、②カブトムシの飼育及び展示を行う「昆虫館」、③フィールドアスレチックなど遊具を配した「冒険広場」、④バターゴルフコースを設置してある「古代植物庭園」、⑤ゴーカート設備を配した「芝生の丘」などがある。財団は、再委託を含め計14施設の管理を行っている。

一方、「(株)Kファーム」の管理運営する施設は、同社が独自に建設・設置した施設・遊具である。同社の設置した直営施設は①レストラン、バーベキューハウス1棟（客席数450席）、②地ビールレストラン1棟（客席数290席）、③ファーストフード等飲食物販売施設7棟、④カーニバルハウス1棟、⑤自転車広場、チューチュートレインなど遊戯施設、⑤社員管理棟1棟（16部屋、食堂等）である。

ウ. 事業内容

（財）B農業公園の事業内容は上記に記した各施設の運営管理であるが、ここでは主に（株）Kファームが企画運営を行う農業公園の事業内容を整理する。公園全体の構成は物

品販売とレストランが中心の「にぎわい広場」、レストランと遊戯施設を配した「ハーベストエリア」、芝生広場とポニー乗馬、羊と牧羊犬のアトラクション（牧羊犬の追い込みショー）などを行う「ふれあい牧場」、展望台と古代植物園、昆虫館、ゴーカート乗り場などを林の中に配した「フォレスト・パーク」及びB農業公園ホテルの5地区に区分されている。B農業公園の入場料は、中学生以上の大人が500円（12月～2月は300円）であるが、身障者及び幼児は無料のほか、団体割引などを行っている。

まず第一にホテル宿泊事業は、(財)B農業公園が管理する「B農業公園ホテル」の運営業務である。ホテルの設備は洋室ツインルーム19室、和室6室、和洋室3室の他、天然温泉浴場などが備わっている。宿泊料金は1室2名利用の際の1泊2食1人当たり料金が平日で12,000円～15,500円、繁忙期には15,000円～19,500円とやや高級志向の設定である。また、ホテルの営業活動として結婚式プランなどを用意するなどしており、ホテルのコンセプトは、短期滞在、高級志向のリゾートホテルという位置づけである。「農業公園」に立地するホテルではあるが、地元食材を契約栽培で仕入れる工夫などは特に行われてはいない。

商品販売事業は、「にぎわい広場」の雑貨売店、町並売店、食品売店及び手作り体験、手作り食品両工房の一部で行われている。商品の内容はガーデニング用品や食器、置物など多様な輸入雑貨と菓子類である。B農業公園は公園全体が「ヨーロッパ風」の建物でまとめられているが、商品として販売されている物品も概ね日本人のイメージする「ヨーロッパ一般」の雰囲気重視の品揃えが行われている。

飲食物供給（外食）事業は、「A館ハーベストホール」、「カフェテリアレストラン」、「町のファーストフード」などの他、バーベキューハウスがある。ハーベストホールには、地ビール工場のほかピザを焼く石釜設備などがあるが、ドイツの収穫祭のビアホールを模した建物で、提供される食事は地ビール、ピザ、ソーセージ、スベアリブなどが中心である。カフェテリアレストランはセルフサービス式の軽い定食程度のカレー、うどん、蕎麦などが中心である。このように、外食事業部門における提供商品は、一般的なテーマパークにおけるそれを質的に超えるものではない。

食品加工事業には、体験型のものと工房における見学型のものがある。体験型の事業は手ごねパン作り教室、ソーセージ作り教室、バター作り教室、そば打ち教室などのメニューが用意され、見学型の事業はパン工房、甘藷工房（シュークリーム）、アイスクリーム工房、チーズ工房、ソーセージ工房、丹後地ビール工房、石窯パン工房、石釜ピザ工房などを用意し食品加工の様子をウインドウ越しに見学させるものである。ここでの製品は各施設でお土産品などとして供給されている。しかしここでも、残念ながら丹後地域の食文化及び農業生産構造に根ざした商品が生産されているとは言い難いのが特徴である。

ふれあい広場ではポニー乗馬や羊と牧羊犬のアトラクション、小動物の放し飼いなどが行われており、小学生以下の子供の格好の遊び場となっているが、地域農業との関連性は希薄である。

このほか、農業公園の入場料が不要な正面ゲートの外側には、広域JAと京都府漁協の

経営する直売所がある。広域 JA の直売所に関しては出品農家を JA が募集し、出荷部会を構成する 50 戸ほどの農家が関与している。以前は 80 戸ほどの農家が出品をしていたが、売上げの伸び悩みとともに出品農家は減少傾向にある。なお、B 農業公園の町場から離れた立地条件のため、地域住民の利用はほとんどなく客層はもっぱら B 農業公園の利用客に限られている。

更に、果樹類や根菜類の収穫時期には、地域の小中学生などを対象に小規模ながらサツマイモの収穫体験が行われている。

I. 事業実績

B 農業公園の 2000 年度の入り込み客数は約 20 万人であり、開園当初の 10 年度に 35 万人の入り込み客があったことからすると、開業 3 年で 6 割弱に落ち込んだことになる。長期不況の影響もあろうが、ソフト面での内容の更新やプロモーション活動を積極的に行うべき時期に来ていると思われる。

前述した各事業ごとの売上高は、入場料収入 60 百万円、ホテル部門 105 百万円、お土産品等の物品販売部門 130 百万円、飲食物販売（外食）部門 150 百万円、食品加工部門 80 百万円、体験型食品加工部門 60 百万円となっており、年間総売上高は 600 百万円である。また、B 農業公園の売上げではないが、正面ゲート横に併設されている農産物直売所「A 館」の売上げは 20 百万円ほどである。しかし、入場者の減少とともに売上高は最盛期の 3 分の 1 程度にまで落ち込んでいる。

㊦. 営業活動の特徴

B 農業公園は、農業公園という位置づけのもとに建設されているが、文字通りの入場無料の公的広場としての「公園」とは、かなり性格を異にするものである。また、農業との関連性に関しては、一部に果実の摘み取りやイモ類の掘り取りなどの体験メニューも存在するものの、園内の常設施設を見る限り直接的な農業生産と結びつくものは少ないように思われる。むしろ、B 農業公園は農業を主題としたテーマパークという位置づけがふさわしいのではなかろうか。営業活動の対象は地域の主要観光地を巡る観光客に主眼がおかれており、農業生産に関わりを持つ滞在型の余暇活動としての都市農村交流、つまりグリーン・ツーリズムを目的とした客層を必ずしも対象としていないように思われた。なお、営業情報の発信にはインターネットのホームページなども十分活用され、園内施設の案内、入園割引クーポンの発行をはじめ、各種イベントの情報が提供されている。

3) 事業の波及効果と課題及び今後の展望

7. 事業の波及効果

B 農業公園は 1998 年の開園後 3 年が経過したが、現時点までの事業効果を都市農村交流に及ぼした効果と地域農業に及ぼした効果の 2 つの観点から整理すれば以下のような

ろう。

都市農村交流に及ぼした効果は、第一に、町内のスイス村や付近の町村にあるオートキャンプ場など各種施設との連携により、天橋立等観光名所を核とした丹後半島を周遊する観光ルートが形成されたことである。都市農村交流を目論む過疎地の中には、都市住民の呼び込み自体に苦慮するケースが多いことからすれば、ある程度の入り込み観光客を獲得したことは事業の成功へ向けた一定の成果であり、都市農村交流への効果も期待される。第二に、B農業公園における農業体験のメニューの充実化が、国営開発農地で営農を行う観光果樹園、野菜生産農家との連携のもとに行われていることである。観光果樹園における体験メニューは果樹のもぎ取り体験や根菜類の掘り取り体験が中心ではあるが、都市農村交流客のニーズに応えるためには、地域の農業生産に関わるこうした事業は是非とも必要であろう。

一方、地域農業に及ぼした効果は、第一に農産物直売施設が果たした役割がある。Y町内には元来農産物直売所はほとんど見あたらず、B農業公園に併設した直売所「A館」は運営する広域JAとしても珍しい取組であった。近隣農家を出荷部会という形で組織化したA館は、参加農家への付加的な所得獲得機会を提供する重要な場である。

第二に、B農業公園の雇用力の大きさには注意が必要である。(株)Kファームによる雇用は地元雇用を中心に現在38名である。これは、地域の就労機会には大きく貢献しており、B農業公園と同時に企業誘致された漬物加工会社(株)西利の雇用力とあわせると200人前後が就業可能であるなど、町内の雇用事業所の中では最大級の雇用力を持つことは評価に値する。

4. 現状の課題と今後の展望

次に、現状のB農業公園の課題と今後の展望を整理しよう。

B農業公園は農業公園として1998年にスタートし、丹後半島地域の中でも異色の都市農村交流施設として注目されている。しかし、開業後3年を経て入り込み客が当初より大幅に減少していることは大きな課題である。年間目標入り込み客数30万人に対して2000年度のそれは20万人前後であり、その間には大きな隔たりがある。

また、B農業公園が把握している客層調査によれば、ホテルの利用客は一定量を確保できているものの、その宿泊客が農業公園の利用客に必ずしも結びついていない。これは、顧客の多くがB農業公園を少なくとも主目的としていないことを示しており、マーケティングにおける標的市場のポジショニングの失敗ともとれる。つまり、そこには宿泊利用客の客層とB農業公園の顧客層の不一致が存在することが懸念される。また、ホテルに宿泊している顧客が、仮にB農業公園が都市住民向けに発するプロモーションから、真の意味での「地域農業との交流」をイメージし来訪しているとするなら、その宿泊客層がB農業公園の利用客に結びついていないということは、B農業公園のプロダクト政策、つまり提供商品としての農業公園のコンセプトの構造に失敗がある可能性も否定できない。従って、都市住民が丹後地域に何を求めて来訪しているかを、地域全体を見据えた上でこの際再検

討する必要があるように思われる。

このほか、具体的にはレストランやお土産品の多くが、丹後地域ならではの特長を有していないことも課題である。つまり、この地域に足を運ぶ意義を踏まえた商品設計がおろそかにされている感がある。なぜ丹後地域にヨーロッパ式の農業公園なのか、なぜ水稻作が卓越した丹後半島地域に羊のアトラクションなのか、顧客に納得のいくストーリーが今ひとつ欲しいところである。

以上、B 農業公園に関する諸課題について述べたが、開業2，3 年目の入り込み客の減少を回復させるためには、農業公園として設置された当初のコンセプトを再確認し、現在の我が国における都市農村交流ないしグリーン・ツーリズムに対するニーズを的確に把握し直し、中・長期の顧客ニーズに即した息の長い製品戦略，市場戦略を再構築することが重要と思われる。

3. 農林漁業体験活動が地域農業活性化に及ぼす影響

(1) そば打ち体験を中心とした地域農業活性化の実践

－岡山県N市「C事業体」の事例－

1) 農林漁業体験活動の取組みの背景

7. 岡山県N市の地域概要

[地勢・自然]

岡山県N市は岡山県の北西部に位置し、北は鳥取県に接する山間農業地域である。市域は東西 22km、南北 45km に及び、面積は 352km² である。鉄道網が古くより非常に発達し、交通の要衝として栄えた。岡山までの距離はおおよそ 80km で、JR の特急、高速道路いずれを利用してもN市中心部まで約 1 時間の圏内にある。人口は 24,577 人、総世帯数は 8,494 戸である。

同市のT地域を中心とした北部は日本海側気候の影響を受けた山岳気候で、冬季の積雪が多いが、これに対し南部は温暖で、冬季の積雪も比較的少なくなっている。また、南部は石灰岩質の土壌が中心でカルスト地形の台地を形成しているため、鍾乳洞などが多く存在する。中でもK地域にある二つの洞穴は特に有名で、年間約 15 万人ほどの観光客が訪れる。このほかK地区には、桃、リンゴ、ブドウ（ピオーネ）、梨などの観光果樹園があり、地区のほぼ全体がT川上流県立自然公園に指定されている。

[N市および旧K村の農業概要]

2000 年農業センサスを中心にN市および旧K村の農業概要をみよう（第7表）。2000 年のN市の総農家数は 2,290 戸であり、うち販売農家は 57 % の 1,299 戸である。市全体の農家の構成をみると、兼業機会が多いためか、販売農家のうち主業農家率は 9 %、準主業農家率は 22 %、副業的農家率は 69 %となっている。市内平均の農家率は 27 % と低くなっているが、これに対して旧K村では、販売農家率が 70 % と高く、うち主業農家率も 17 % と市全体の倍近い。

人口の面から見ても、市全体の基幹的農業従事者 1,166 人のうち、30 % にあたる 350 人が旧K村地域に存在している。農業就業人口に対する基幹的農業従事者数の割合では、市全体が 57 % なのに対し、旧K村は 74 % と、中核的な担い手も存在していることがわかる。

また、市全体の経営耕地面積 1,013ha のうち、旧K村の経営耕地は 222ha で、一戸あたりの経営耕地面積も市内平均より若干ながら広がっている。市全体の土地利用

第7表 N市の農業概要

	N市	旧K村
総世帯数(戸)	8,494	-
農家率(%)	27.0	-
総農家数(戸)	2,290	383
販売農家率(%)	56.7	69.7
主業農家率(%)	9.2	16.5
準主業農家率(%)	22.0	24.0
副業的農家率(%)	68.7	59.6
総人口(人)	24,577	-
農業就業人口[A](人)	2,052	471
基幹的農業従事者数[B](人)	1,166	350
うち男性(%)	49.5	48.9
[B]/[A](%)	56.8	74.3
経営耕地総面積(ha)	1,013	222
一戸当たり耕地面積(a)	0.78	0.83
水田率(%)	62.0	23.4
畑地率(%)	29.4	60.4
樹園地率(%)	8.6	16.7

出典: 2000年農林業センサス

が概ね水田なのに対し、カルスト台地上に位置する旧K村地域は、良好な排水性ゆえ畑地が60%と卓越している。そうした中、「そば」は同地域の重要な作目であった。栽培の歴史は古く、そば打ちの技術に関しても地元農家に代々伝わるものであった。同地域では、かつて「うどんそばが打てなければ決して嫁に行けない」と言われたほど、そばの生産が生活上の重要な位置を占めている。こうした点からも同地域の農業立地は、水田農業が中心の市北部地域とは大きく異なっていることがわかる。

4. 地域活性化施策の中での農林漁業体験活動の位置づけ

C事業体は1977年に建設された「K山荘」を中心として整備された。建設当時は同山荘も概ね盛況であったが、畳敷きの大部屋が中心で部屋に鍵がかからず、若年カップルや小グループの旅行には適さない構造であったため、次第に客足は遠のいた。そして、山荘建設から5～6年後には、宿泊部門は赤字に転落していた。これに危機感を抱いた地元では、山荘の経営をK台地の下にある鍾乳洞の商系業者に委託するなど様々な可能性を念頭に議論が行われた。しかし、地元の施設は地元で再生させようと1983年に農協内部の生産部会組織や婦人部など13団体の部長および副部長総勢29名を組織化して「農協観光部会」が設立され、その後この観光部会を核に、栗拾い、椎茸の菌打ちなど農業体験活動を中心とした地域おこしの取組みが始まった。

その後、キャンプ場や展望風呂などを設置し設備を充実させるとともに、農協部会組織の会合等にも山荘を積極的に利用するなど、部会組織を挙げて経営の後押しがなされた。その結果として、まもなく経営収支は再び黒字化したのである。

1993年には観光部会組織を母体に有限会社C事業体が設立され、部会長が代表取締役就任した。有限会社設立後は、K山荘の経営のみならず体験を基礎とした都市農村交流事業に一層力が入った。現在の有限会社の事業は、田舎屋におけるそば加工体験事業と直売事業、宿泊施設ヴィラージュかれんふえとの管理運営、倉敷市内の2号店の経営など多岐にわたっている。

2) 農林漁業体験活動の概況

7. 農林漁業体験活動の実施主体

(有)C事業体は、資本金600万円で1993年に設立された。2002年現在、資本金は850万円に増資されており、出資の内訳はN市が425万円、29名(設立当時は30名)の地元農家が430万円を出資している。役員は代表取締役2名、取締役6名、監査役2名の体制で、そのうち2名が役場職員と兼務している。専従の常雇従業員は2名で、1名は代表取締役、もう1名は事務職員である。このほかに常勤パート職員として7名が雇用されている。



写真11 C事業体「I屋」



写真12 「I屋」店内のそば道場



写真13 「ヴィラージュKF」外観



写真14 隣接するそばオーナーの圃場

イ. 農林漁業体験に関わる業務内容

そば打ち体験は、C事業体の体験メニューの中でも中心的なものである。先にも記したようにそば打ちの技術は地元農家に代々伝わるもので、高い技術がもともと地域に備わっていた。

実際の体験は予約制で、場所は 10 人程度までの場合は I 屋のそば道場スペースで行うが、小中学生の団体など人数が多いときは、隣接している K 山荘の体験実習室が使われる。体験の価格は約 5 食分に相当する 1 練りを 1 人で作業した場合 2,000 円、2 人で作業した場合 2,500 円、3 人の場合 2,800 円、4 人の場合 3,000 円となっており、約 1 時間半かけて体験する。

また、同様の体験メニューは、倉敷市内のテーマパーク「倉敷T公園」(1997 年 7 月開園) 内に 2001 年 11 月に出店したアンテナショップ「N そば道場 I 屋」でも行われているほか、全国への「出張道場」サービスも行われている。倉敷の T 店の場合、4 名以上の参加で体験価格は入園料とは別に 1,800 円、かけそばまたはざるそばの試食を行うコースを用意している。こちらも体験時間は約 1 時間半であるが、おみやげとしてそばの乾麺 1 袋を用意している。一方、出張道場の場合は概ね 20 名以上の団体を対象として受け付けており、そば打ち体験に必要な道具を持参して入門体験コースを実施する。

一方、より本格的なそば栽培体験を行うため 30 区画のそばオーナーの募集を行ってい

る。本年度は全区画に応募があり、8月中旬にはそばの種まきが実施された。年間のオーナー料金は10,000円で、通常の圃場管理は（有）C事業体が行っている。

リ. 農林漁業体験以外の業務内容

（有）C事業体の実施する体験以外の事業の第一は、そばの食堂経営である。食堂は、そば道場I屋の地元K店とアンテナショップT店の2カ所で経営しており、そば・うどんに天ぷらを添えたものやけんちんそばなど、地元で古くから食されていた調理法で食材を提供している。そば以外の野菜などの食材も極力地元のものを利用するよう努めており、会社の売上げの多くを占める重要な部門である。K店、T店とも（有）の職員は常駐している。また、K店の建設およびT店の改装および厨房施設の設置は（有）C事業体が単独で行った。

第二は、そばをはじめとした加工品の製造・販売事業である。生麺および乾麺のそば加工・販売を始め、「そば鯖寿司」などK地域独自の味を作り出し好評を得ているほか、地域のお土産品の仕入販売も行っている。

第三は、宿泊施設であるK山荘とヴィラージュKFの管理運営である。K山荘の利用は団体が多く、宿泊料は大人一泊二食付きで4,640円とかなり安めの設定になっているが、これに対しKF（定員4名×6棟）は個人、小グループの利用が圧倒的で、料金も夏期以外の平常料金が平日1棟12,000円、土・休前日1棟16,000円と、コテージ風の宿泊施設の価格としては一般的な価格となっている。なお、K山荘の建設事業費は8,400万円、KFの事業費は6棟で1億1,500万円で、後者の事業は山村振興事業、農林漁業特別対策事業の補助金が導入されている。山荘の償却は（社）N市自然休養村公社で、KFの償却はN市が行っている。

第四のアンテナショップは、出店にあたっては店舗改装を行ったが、厨房施設などは有限会社の負担で設置した。T店にも店員が常駐している。前述のようにここでもそば打ち体験コースは行っているが、テーマパークの中ということもあり、イベント的に体験を行うことの方が多いようである。通常は主としてそば・うどんの食堂として機能しているが、冬季間の売上げ向上が今後の課題であろう。

Ⅰ. 事業実績

（有）C事業体におけるそば打ち体験の事業実績は第8表に示した。

年間の体験者数はI屋及びK山荘における実施分が3,908人（I屋実施分1,697人、K山荘道場実施分2,211人、）で、出張道場の体験者数1,215人と合わせると5,123人となっている。前年度の体験者数がI屋4,053人、出張道場1,031人、計5,084人なので、入場者数はほぼ横ばいといえる。一方、売上額はI屋実施分5,591千円、出張道場分1,380千円、合計6,971千円である。前年比で言うと約5%の減収である。これは両者の平均客単価の差（I屋実施分1,431円に対し出張道場分は1,136円）に起因する。

売上額を月別に見ると、最も売上げが多いのは新そばが収穫される11月で、月間売上

第8表 2001年度そば打ち体験実績

年 月	I 屋およびK山荘実施分		出張道場		合 計	
	人数	売上額	人数	売上額	人数	売上額
13 4	96	254,884	-	0	96	254,884
5	391	484,518	57	69,590	448	554,108
6	268	480,650	203	199,277	471	679,927
7	391	565,382	80	82,800	471	648,182
8	576	769,135	-	0	576	769,135
9	304	402,782	87	108,607	391	511,389
10	503	698,330	98	111,900	601	810,230
11	777	944,651	44	55,500	821	1,000,151
12	241	445,544	211	206,190	452	651,734
14 1	83	193,855	201	250,645	284	444,500
2	140	107,965	145	124,460	285	232,425
3	138	243,596	89	170,977	227	414,573
計	3,908	5,591,292	1,215	1,379,946	5,123	6,971,238

資料: (有)C事業体第10期決算報告書

げは1,000千円、次に10月、8月の売上額が多いことが分かる。逆に売上額が最も少ないのは2月と4月で売上額はそれぞれ232千円と、255千円である。そば打ちは原料のそば粉が確保されれば一年中実施は可能であるが、実際には売上げの季節変動は大きい。

この変動を緩和するのに有効と思われるのが出張道場の開催である。先にも記したように出張道場は客単価が幾分安くなっているが、学校や事業所により申し込まれる団体相手の体験教室をI屋の閑散期に積極的に受け入れることにより、売上げの季節変動を多少なりとも緩和し年間の実質的な労働稼働率を向上させることは重要であろう。

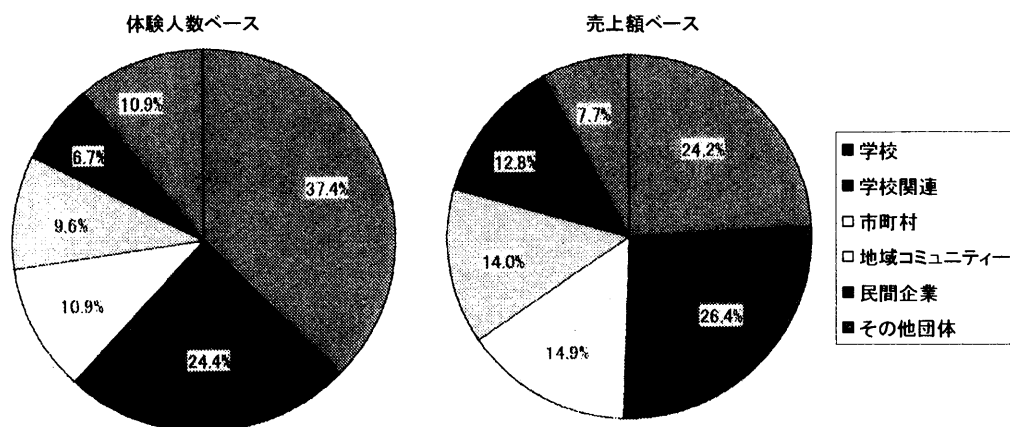
3) 体験指導者（インストラクター）の確保・育成

A. 指導体制の現状

そば打ち体験の指導は、パートを含めた(有)C事業体の従業員全員が行える体制を取っている。しかしながら、実際の指導法は誰がやっても同じというわけにはいかないようである。特に、叱られたことのない学校の生徒・児童に対する指導法には苦労しているという。体験活動は、まず雰囲気を楽しくし、緊張をほぐすことが最も重要であるが、こうした指導法をマニュアル化するのは困難である。ただ、体験活動の場合は、リピーターをつかむこと、口コミの客層を増やすことが重要であり、現在の指導法がどのように客に影響を及ぼしているか、注意深い観察と研究が必要であろう。

イ. 人材育成、組織化

人材育成およびインストラクターの組織化については、特に現状での取組みはない。K地域には現在のところそばを打てる人材が多数存在するため、特に焦眉の問題となっていないが、長期的な視点で考えるなら、若いインストラクターの後継者を確保し育成していくことは重要である。また、現在体験者数に増加がみられる出張道場への対応としては、短期的にインストラクターの不足も懸念される。これについては、不測の事態に備えるためにも地域の高齢者、そば打ち経験のある人材を登録するなどして組織化する必要が出てくる可能性はある。



第1図 出張道場実績の顧客種類別内訳
資料: (有)C事業体第10期決算報告書

4) 総合学習との関わりについて

ア. 体験活動実績の顧客種類別内訳

さて、総合学習との関わりについてであるが、小・中学校等の団体受入実績をみる前に、団体による体験実績を顧客の種類別に整理するとどのような結果が出るのであろうか（第1図）。まず、左の人数ベースのグラフでは最多の小・中学校を含む「学校」の割合は37%を占め、第二位の学校関連（教育委員会等）24%を合わせると両者で62%に達する。以下、市町村、地域コミュニティ、民間企業などが次ぐが、これらを合わせても3割に及ばない。

これに対し、右の売上額ベースのグラフでは、学校の割合が大きく低下し24%しかないことが分かる。最大の割合を占めるのは26%の「学校関連」であり、両者の合計は51%である。一方で市町村、地域コミュニティ、民間企業など、人数ベースでは3割に満たない顧客層の割合が売上額ベースでは42%に及んでいる。このように、顧客の種類によって、人数ベースと売上額ベースの実績割合が異なってくるのは、ひとえに学校の生徒・児童に対する体験活動の客単価と、社会人に対するその水準が異なるためである。

教育委員会の関係者を中心とした「学校関連」の体験者は、今後の学校の生徒・児童の呼び水になる可能性があるため積極的に受け入れるべきであるが、これについては客単価の問題との調整が必要な場面が出てくるかもしれない。むしろ、短期的なマーケティングの対象として積極的に働きかけていく努力を忘れてはならないのが、市町村や地域コミュニティ、民間企業の需要であろう。

イ. 小・中学校等の団体受入の実績

第1図の出張道場に関する実績のうち、学校および学校関連の実績を抽出したのが第9表である。小・中学校における総合学習と直接的な関わりがあるのは中学生360人の受け入れ実績のみであるが、その他に高校生95人、教育委員会関係者251人、学校給

食関係者 45 人となっている。体験参加者はN市および近隣市町村に限られているが、第1図にみるように、その割合は決して少なくない。

学校単位での生徒・児童の体験は、ひとたび総合学習などのカリキュラムに組み込まれると、リピーターとしての継続利用の可能性も出てくる。そのため現場では、子供にわかりやすい指導方法の研究など、生徒・児童に楽しい体験の印象をもってもらうための企業努力が必要となる。

第9表 出張道場のうち对学校関係実績内訳

	人数
学校小計	455
高校(H町)	72
" (N市)	23
中学校(H町)	120
" (H町)	120
" (H町)	120
学校関連小計	296
教育委員会(A郡内)	57
" (W郡内)	70
" (B郡内)	80
" (M郡内)	44
学校給食調理部会	45
合計	751

資料：(有)C事業体第10期決算報告書

リ. 体験活動の顧客としての可能性と今後の取り組み方向

以上のように、確かに経営上の効率のみの観点からみれば利益の少ない学校の生徒・児童に対する体験活動の貢献は少ない。しかしながら、今後、小・中学校で総合学習等の取り組みが盛んになれば、農業体験に対する需要も高まるであろうし、長期的な観点からは次世代にこうした体験を受け継ぐことの重要性も考慮する必要がある。経営状態によって客単価の微調整は必要であろうが、いわば大口の顧客層である「学校」の生徒・児童に対する積極的なアプローチと、指導法の研究はますます重要性を帯びてくると思われる。

5) 事業の成果及び課題と展望

C事業体におけるそば打ちを中心とした農業体験の取り組みは、地域おこしの核として長年続けられてきた。不採算に苦しんでいたK山荘を地域の力で活性化するために設置されたA農協K支部の観光部会は、この運動の中心的な役割を果たし、(有)C事業体への発展的解消を遂げた。K地域の古くからの重要な食材である「そば」は、水稻の出来ないカルスト台地上の地域にとっては、まさに「生きるための」作物であったが、それが地域に伝わる製造技術と相まって、やがて農業体験の要として重要な役割を果たすこととなった。

有限会社を立ち上げ、農業体験を中心とした地域おこしの取り組みは、地域の農業者らのボランティア的な協力があってこそ成立したといえる。農産物の直売などで得たわずかな利益を少額ずつ分配することなく、部会などにストックすることで地域のために利用していくという共通の理解は、C事業体の成功と無関係ではない。

農業体験の参加者の中には「そば打ち」という技術の体験もさることながら、体験を行う環境すなわち農村の雰囲気と同時に楽しんでいる人が少なくない。このような背景を有しているC事業体は、バックグラウンドである「地域」があってこそ成立し、それ無くしては成立し得なかった。倉敷のT店を「タダのそば屋」にしないためにも、地域アイデンティティーの再確認が必要である。

(2) 山間地域における多様な農林漁業体験活動の展開と地域農業活性化 ー福井県K町の事例ー

1) 農林漁業体験活動の取組みの背景

A. 福井県K町の地域概要

[地勢・自然]

福井県K町は県内では内陸部に位置し、岐阜県との県境を接する。面積は 194.7km² である。岐阜県からは林道経由で入ることも可能だが、中京圏および関西圏からのアクセスは、鉄道も高速道路も敦賀経由が一般的である。K町は町全体が一つの閉じた流域を形成しており、山越えのトンネルの完成により武生方面へ通行が可能になる以前は、海沿いへ抜けるルートは福井市方面のみであった。このため、町中心部は小規模な盆地を形成している。県庁所在地の福井市までは車で約 50 分、最寄りの JR の駅がある武生市までは車で約 30 分となっている。今後、K町から岐阜方面へ抜けるトンネルが建設される予定である。これが完成すると、大垣市まで約1時間と大都市圏への交通が非常に便利になることが見込まれている。

また、K町は林野率が 91 %と大半を占める山間農業地域で、耕地は非常に限られている。気候は典型的な日本海性気候で豪雪地帯に指定もされている。しかし、最近是比较的積雪が少ないことが多く、農地を覆う根雪は3月下旬までのことが多い。

[K町の農業概要]

K町の農業の概況をみると、付近一帯が水稻の単作地域ということもあり、経営耕地面積 415ha のうち、水田率は 93 %と極めて高い。北陸米の優良産地であることから、古くより米に特化した農業が営まれ、他の作目を手がけてこなかったという歴史がある。そのため、昨今の米価下落がこの地域の農家所得に与える影響は大きい。K町の 1999 年の農業粗生産額 559 百万円のうち、米は 72 %であり、野菜は「ミディトマト」などを中心に 15 %、その他畜産関係が 8 %程度となっている（第10表）。

また、最近では転作強化の影響もあって「そば」の作付が多少増えていることが特徴である。作付面積は約 60ha と多くはないが、その増加率は高い。

1. 地域活性化施策の中での農林漁業体験活動の位置づけ

近年、米中心の農業生産額が伸び悩む中、年間 20 万人に及ぶK町の観光客を農業に引きつけるため、農

第10表 福井県K町における農業粗生産額の推移

		(単位:100万円)				
		1995	1996	1997	1998	1999年
農業粗生産総額		587	614	567	560	559
耕種計		555	572	515	506	513
米		464	470	404	392	405
雑穀・豆類		6	4	8	1	6
イモ類		11	11	9	10	9
野菜		67	79	85	94	84
うち果菜類		33	47	50	50	44
果実		3	4	4	4	4
花卉		0	0	1	1	1
種苗・苗木、その他		4	4	4	4	4
畜産計		32	42	52	54	46
肉用牛		30	37	47	48	40
養鶏		2	5	5	6	6

資料:生産農業所得統計

業体験活動の支援に力を入れ始めている。現在、K町では、都市農村交流を目的とする財団法人E事業体に対し出資を行うなど農業体験活動を行う事業体にいくつかの支援を行っているが、町の体験活動に対する支援方策は、昨今始動したばかりで必ずしも十分とはいえない状況である。後述のように町内には農林業体験に関わりを持つ3つの流れが存在するが、それぞれの相互連携をスムーズに行えるような基盤整備が求められている。

なお町は、国の省庁横断の近畿広域戦略会議が推進する「連携プロジェクト」の実施地域に指定され、森林の多面的機能を通じた都市農村交流を目指す「杉の森コミュニケーション構想」を打ち出す予定である。この構想は牧場におけるトレッキングから、町づくりの中核としてのグリーン・ツーリズムの展開まで幅広い内容を持つものであるが、具体的事業が実施されるのは数年先になると思われる。

2) 農林漁業体験活動の概況

ア. K町における農林漁業体験活動の三つの流れ

[D事業体]

K町には、農林業体験活動を実施し実際に体験希望者の受入を行っている事業体が複数存在しているが、それらは大きく3つの流れに分類できる。ここでは、それぞれの成立過程、実施主体の特徴、事業展開の方向について述べよう。

まず第一は「D事業体」の活動である。D事業体は、任意団体である「農村共同体D事業体」と「農事組合法人D共同体」の2組織からなるが、両者の構成員は重複している。その核となったメンバーは、1984年に設置されたJA青年部のメンバーである。この青年部はいわば青年団活動のような形で設置された組織で、当初は男性9名による出発であった。発足当初は、若い農業者同士の交流の場として機能するのみであったが、県内外の農村の視察などを重ねるに従い、K町にしかない「田舎暮らし」を町外者に体験させるためのイベントが計画され、翌年には「体験・ザ・百姓（現在はザ・百姓チャレンジャーと改称）」という名称の農業体験イベントが開催された。しかしながら、初年度及び次年度は、参加者の好評を得たものの参加人数はわずかであった。3度目の開催にあたっては、初めて大阪中心部でPRを行い、ピラマキやマスコミの訪問などを積極的に実施し、予想以上の50人を超える参加者を得た。その後、このツアーは約10年間継続した。

また、10年間の活動の中で「ふるさと便」という産直システムの作り上げ、有機米の販売やミニコミ誌の発行を積極的に行うなどして、次第にリピーターも増加していった。1994年4月には、活動内容の多様化に伴う中核施設の必要性や、体験イベントの顧客からの宿泊施設の要望を機に、会員一人当たり300万円の出資を募り、「農村共同体D事業体」と「農事組合法人D共同体」の2事業体が設立された。設立された2つの事業体のうち、「農村共同体D事業体」は主に宿泊施設の運営管理を行う任意団体であるが、「農事組合法人D共同体」は水田経営等を行う農業生産法人で、出資構成員は26名、うち職員採用は5名である。

宿泊施設である「D事業体」は、10年以上続いた農業体験イベントの実績もあって、町単事業の中山間地域活性化対策事業により70%の補助金を受け、1996年4月に建設が始まり、同年11月には2階建て和洋6室、20名収容の施設が竣工した。

なお現在、D事業体のリーダーであったA氏は、その後の町長選挙に出馬し、現職町長

として活躍している。

[E事業体]

第二は「E事業体」である。K町なども出資を行っている第三セクターのE事業体は、町内の温泉宿泊施設「冠荘」や、そば打ち体験施設と食堂を併設した「F道場」、木工品の製作および体験を手がける「K工房」のほか「Sキャンプ場」、「レストランS」軽食喫茶「Mハウス」など多様な施設の管理運営を行っている。このうち、そば打ち体験を行う「F道場」は、地元の転作田で栽培されたそば粉を利用し、本格的なそば打ち名人をも養成する体験施設である。農業体験の繁忙期や多人数のそば打ち体験客については、D事業体との連携もある程度取られている。

また、「K工房」は多彩な木工製品の製造販売が中心であり、現在、体験メニューにはそれほど力を入れていない。特に工作機械を扱う危険な作業工程は、安全管理上体験には一切含めていない。工作機械であらかじめ作られた部品を組み立てる体験メニューが主体となっている。木工体験施設が完成したのは1998年である。

[F事業体]

第三の流れは、農業集落が中心となって設立運営を行っている「F事業体」である。この施設の管理運営は、O集落に居住する全戸が共同出資を行って設立した任意組織「B川流域活性化組合」が主体となって行っているのが特徴である。O集落は、B川という溪流沿いの山間部に位置し、農家及び農家林家22戸（設立当時は24戸）からなり、こうした施設が出来る以前からB川の川掃除や山林作業などを集落共同で行っていた。O集落を含



写真15 D事業体



写真16 K工房



写真17 「F道場」実習室



写真18 「F事業体」外観

むS地区は、過疎化による人口流出が著しく、S地区全体の2000年の販売農家数はわずかに20戸で、そのすべてが経営耕地面積1ha未満という状況である。農業生産基盤は非常に零細で、同地区には林業や水産業に主要な収入源を持つ世帯も多い。

「F事業体」は1998年6月に建設された木造2階建ての宿泊施設で、施設1階には屋内における体験メニューや研修などを行うことが可能な農林体験室、調理実習室、管理事務室、2階には客室4室（和室10畳×2、8畳、6畳）にすべてバス・トイレ・キッチンが完備されており、宿泊定員は17名である。F事業体は地域住民の交流の場として重要な意味を持っており、かつ地域の内発的な取組みによる都市農村交流の実践の場でもある。規模の面では前述の二つの流れに遙かに及ばないが、林業、漁業に関わる体験メニューの提供はF事業体を特色づける活動である。

1. 農林漁業体験に関わる業務内容

[D事業体]

D事業体の体験活動は、農作業を伴う農場体験活動と農作業を伴わない加工体験活動の両面で多様な体験メニューを取りそろえている（第11表）。前者の中で最も代表的なのは、貸し農園「しゃえんだ」である。貸し農園は、いわゆる市民農園と同様にD事業体宿泊施設の周辺に用意された一区画30坪の農地を利用し、年間契約で各区画の農作物の栽培、収穫、処分を借り手にゆだねるものである。農園の区画は12区画用意されており、年間の契約料金は20,000円で、作付をする農作物の種類は自由に選択できる。

特定作物の作業ごとに体験者を募り、作業をさせるのが「週末チャレンジコース」などの「レクリエーション農業体験」である。農林漁業体験活動の中では最もオーソドックスなものであるが、春の各種野菜等の種まき、水稻苗の定植、イモの定植、各種農作物の収穫などのメニューが用意されている。体験料金は概ね大人で1,000円から3,000円程度に設定されている。

第11表 K町における3組織の体験メニュー一覧

体験活動実施主体	体験活動名	内容	対象	体験料金
D事業体	貸し農園「しゃえんだ」	市民農園(30坪×12区画)	家族、小グループなど	20,000円(年契約)
	レクリエーション農業体験(週末チャレンジコース等)	種まき、苗の定植、イモ植え、収穫作業体験	家族、小グループなど	1,000～3,000円
	秋のネイチャー冒険隊合宿	農村留学	小学校高学年生	8,000円(一泊二日)
	農業プロ入門体験	実地農業研修	新規就農者等	応相談
	10坪の農学校	通年の農作業体験(米:10区画、豆、そば:各30区画)	小中学生、家族・小グループなど	15,000円(豆、そば) 30,000円(米)
	みそづくり体験	みそ製造	限定せず	5,500円(大豆1升分)
	餅つき体験	餅つき	限定せず	3,000円(白餅1つき)
	きびだんごづくり体験	きびだんご作り	限定せず	6,000円(半コネ[約250個:85串])
	米粉入りパンづくり体験	パン・ピザづくり	限定せず	2,000円(パン)、2,500円(ピザ)
	わら細工、竹細工、しめ縄リース体験	工芸体験	限定せず	各1,000円
(財)E事業体				
	F道場			
	K工房			
F事業体	そば打ち体験	そば打ち	限定せず	1,700円(7食分)
	餅つき体験	餅つき	限定せず	1,500円(白餅)～
	木工体験	木工品制作	小中学生	1,000円(ドアプレート)、1,500円(時計)
F事業体	林業体験	森林の枝打ち、下草刈り、キノコの菌打ち	家族、小グループなど	未定
	自然体験	森林浴歩道の散策、溪流釣り	家族、小グループなど	未定

資料:現地実態調査による

また、同一圃場で年間を通じた作業体系を学ぶ「10 坪の農学校」は、小中学生や家族、グループを対象に稲作、豆作、そば作の三部門について行われている。10 区画用意されている「お米の学部」は、年間体験料金が 30,000 円で、それぞれ 30 区画ずつ用意されている「お豆の学部」と「おそばの学部」は年間各 15,000 円である（それぞれ昼食代別途）。収穫物（加工生産物）等の特典に関しては、「お米の学部」の場合、白米 30kg が最低保障され、「お豆の学部」の場合、みそ 2 升、納豆 5 本、豆腐が、「おそばの学部」の場合、そば打ち材料代として 5 食×3 回分のそば粉と 2 月に行われる講義の宿泊代がそれぞれ用意されている。

「秋のネイチャー冒険隊合宿」は、小学校高学年を対象に里山のトレッキングやキノコ狩り、イモ堀りなどの要素を盛り込んだ体験メニューである。この合宿は遊びの要素も多く含む体験メニューであるが、小中学校における総合学習の受け入れなどを視野に入れると、多様な展開可能性をもつプログラムである。参加料金は 1 泊 2 食付きで 8,000 円となっている。

その他、農作業を伴う体験プログラムとして「農業プロ入門体験」が用意されている。これは、新規就農などを対象とした農業研修に近い本格的な実地体験メニューで、参加者の経験・能力に応じて個別にカリキュラムを編成することとされている。

さて、D 事業体ではこうした農作業を伴う体験メニューの他、冬季間や雨天時にも対応が可能なように、農産物を材料とした加工体験が用意されている。「みそ造り体験」は、地元産の大豆を使用し、材料大豆 1 升当たり 5,500 円で実施しており、「餅つき」は白餅 1 つき 3,000 円からの設定できなこ餅、よもぎ餅などにもすることもできる。「きびだんごづくり体験」はグループでの利用が多いが、半コネ（約 250 個：85 串）単位で 6,000 円から体験でき、このほか、米粉入りパンづくり体験（2,000 円）、ピザづくり体験（2,500 円）なども用意されている。また、農産物の加工ではないが、わら細工、竹細工加工、しめ縄リース作りなど各種工芸体験体験は各 1,000 円で実施している。

このように、D 事業体の体験メニューは非常に多彩で、長期にわたる体験活動受け入れの実績から、スタッフの顧客ニーズへの対応も迅速で、新たな体験メニューの開発にも非常に積極的である。こうした要因が、D 事業体の体験活動を進展させたのである。

〔E 事業体〕

「F 道場」の体験プログラムは、あくまでもそば打ち体験がメインである。最大 50 人程度が入れる実習道場を持ち、午前と午後の 2 回、そば打ち体験を行う。料金は 1 台（約 7 食分）で 1,700 円となっており、試食は 100 円で行える。そば打ちに要する時間は約 2 時間で、初心者から本格的なそば打ち名人まで様々な人々の利用がある。また、このほかの F 道場の体験メニューとしては、餅つき体験がある。料金は白餅の場合 1,500 円であるが、中に入れるものによって 4,000 円の栃餅など、6 種の餅つき体験ができる。

一方、「K 工房」の体験メニューはごく限られた木工品の製作体験のみであり、1,000 円で行えるドアプレート製作や 1,500 円の時計製作などが中心である。あらかじめ工作機械で形成された部品を組み立てる工作も多い。その他製品の製作体験は人数がまとまった時

など相談に応じている。

[F事業体]

F事業体で行うことが可能な体験メニューは、森林の枝打ち、下草刈り、ほだ木へのキノコの菌打ちなど本格的な林作業体験が行えるほか、森林浴歩道の散策や目の前の河川における溪流釣りなど自然体験も行っている。宿泊者以外に体験の顧客があまり存在しないため、体験活動の実施は不定期であるが、F事業体では「ふれあいのやかた会員」を5年契約、5,000円で募集しており、その会員のための交流会イベントが年1回のペースで開催されることになっている。しかし、F事業体の農林漁業体験活動は、D事業体、E事業体等、町内の他組織との連携協力体制がないため、特色ある体験活動を行っているにもかかわらず、地域資源が十分に有効活用されていない感がある。

なお、F事業体における運営面の大きな課題の一つに、電話対応の不備がある。現在、F事業体では集落内の担い手不足と人件費削減のため、日勤、夜勤を問わず管理人の常駐が実現していない。宿泊や体験に関する問い合わせがあっても、対応が遅れるために顧客を逃がしてしまうことも多く、宿泊施設の管理体制としては大きな課題を抱えた状態である。こうした施設管理上の課題が、他の組織との連携をも難しくしているという点を付け加える必要がある。

り。事業実績

[D事業体]

D事業体の2001年度の総売上高は約6,000万円で、そのうち3分の2が農業生産部門、3分の1が宿泊・交流体験部門の売上げである。

農業生産部門は水稻中心に構成されており、2001年度の水稲借地経営面積は19haとなっている。米の販売高は有機米を中心に年間約900俵であった。水稻作業受託は、全面受託が19ha、部分作業受託が耕起・代かき9ha、田植10ha、刈取12ha、苗販売2,700箱である。このほかに転作事業としてそば・青ワラの作付が2ha、そば、野菜、大豆の作付が3ha、ミディトマトハウスが30坪×10棟となっている。

一方、宿泊・交流体験部門としては、宿泊事業、体験事業、産直事業がある。宿泊事業の年間実績は約1,000人で、夏期の売上が約200万円/月、冬期の売上が約50万円/月と季節性が大きいことがわかる。なお、以前は宿泊事業に関連して会議・宴会などの食事提供のみのプランも用意しており、収益性の高い部門であったが、グリーン・ツーリズム目的の宿泊客とそぐわないということで取りやめた。体験事業の利用者は年間で約3,000人となっている。

[E事業体関係]

「F道場」のそば打ち体験の実績は、家族や小グループなどを中心に年間延べ約27,000人の利用がある。町内の体験施設の中では「F道場」の入り込み客が最大であり、そば打ちを目的にK町を訪れる利用客が非常に多いことがうかがえる。一方、「K工房」における2001年度の体験参加者は約800人で、その対象は主に小・中学生であった。体験部門

の売上総額は約 80 万円となっているが、事業全体に占める体験部門の売上げは微々たるものでしかない。なお、2002 年度は 10 月末時点で約 900 人と昨年を大きく上回る実績を上げる予定である。

[F 事業体]

F 事業体の体験活動の実績は、夏休みに行われる小学生約 60 人の合宿が最も大きなイベントで、里山を散策しながら自然体験を行っている。春には椎茸のほだ木に菌打ちを行う体験コースを設けるが、この参加者は 55 名であった。また、2002 年度には枝打ち・間伐体験を 2 回実施しているほか、毎年違ったメニューを工夫しながら年 2 ～ 4 回のイベントを行うようにしている。

3) 体験指導者（インストラクター）の確保・育成

次に農業体験活動の担い手である指導者のあり方についてみよう。K 町の各組織における体験指導者の確保状況はそれぞれ異なり、抱える問題点も異なっている。

まず、D 事業体の体験活動の指導体制は比較的充実しているといえよう。農作業を伴う圃場での収穫体験などは、農事組合法人の構成員 20 人が全員で分担し、体験参加者の指導に当たっている。ただし、農業体験も場合によっては高齢者から指導を受ける方が喜ばれるものもあるため、農作業に関わる体験に限り近隣の高齢農業者 2 名を臨時雇用することもある。D 事業体の構成員はすべて 30 ～ 40 歳代の若手農業者であり、指導法は必ずしも一律ではないが、作目毎の分担をしながら対応している。他方、屋内体験メニューの指導者は 5 人の宿泊施設専従スタッフが担当している。このほか、多人数グループによるそば打ち体験に関しては、近隣の F 道場のそば打ち体験コースを斡旋している。

次に E 事業体関係の組織であるが、体験活動を行っている「F 道場」、「K 工房」は、共に体験指導者は数の上では十分に確保されている。「F 道場」は、道場内で認定された「そば打ち有段者」が中心となって指導にあたっており、顧客の満足度も非常に高いようである。有段者はある程度組織化されており、持ち回りで体験の指導を行う体制が整えられている。K 町の「F 道場」はそば道場として全国的にも有名になってきており、継続的に指導を受ける入門者の中から指導者を生み出すシステムも整備されている。これに対し、「K 工房」は元来体験活動を主眼としてはないが、専従の木工職人が体験の指導を兼任している状態である。職人数は現在十分確保されているが、経営が木工の販売に重点をおいているため、労働力的にも限られた時間の中で対応している状況である。

これに対して、F 事業体における農業体験の指導者環境は厳しい。先にも記したように O 集落は過疎化の著しい山間集落であり、高齢化率も非常に高くなっている。農林業の担い手も不足する中、F 事業体の体験指導者の継続的な確保は難しい状況にあるといわざるを得ない。現在は任意組合の代表である T 氏を中心に集落で高齢者を組織化して指導者を確保しているが、こうした高齢者の出役も困難になりつつある。集落の中に新たな担い手を求める土壌もなく、団体などへの組織的な対応が困難になるのは時間の問題といえる。

4) 総合学習との関わりについて

ここでは、特に小中学校等の団体の受け入れの実績について述べよう。小・中学生の農業体験活動への参加は、実体的にはいずれの組織でも存在している。特に、家族形態の参加と小グループの参加もあわせれば、その数はかなりの数に上ると見られる。近年、小・中学校のカリキュラムとして、総合学習が取り入れられ、農業体験活動を行う組織は、多かれ少なかれそれへの対応を求められている。現状でこうした制度に乗って小中学生の対応を行っているのは「D事業体」と「F道場」である。D事業体では、既に総合学習への応用が可能な数十人を対象とした農業体験システムを作り上げてきていたし、F道場ではそもそも施設規模からして対応が可能であった。

小・中学生への体験指導は体験料金を下げざるを得ない場合も多く、経営的には必ずしも好都合な材料ばかりではない。しかも、安全性などに細心の注意を要し、指導法も大人に対するのとは大きく異なる。しかしながら、地域全体から見た教育の一環として、あるいは若い世代に農業へのより多くの関心を持ってもらう機会として、農業体験活動が重要な意味を持つことは明らかであり、一組織で対応が可能な場合はもちろんのこと、いくつかの組織で連携をとることによって可能になるケースも含め積極的なアプローチが必要になってくると思われる。

5) 事業の成果及び課題と展望

福井県K町の多様な農業体験への取組みは全国的にも評価は高い。

D事業体における活動は、体験メニューの種類や事業実績をみても優良である。農業生産法人を併設し、スタッフも共有していることから、農業体験参加者は実際の営農により近い環境で農業体験をすることができる。D事業体は地域農業を支える青年が多く集まって作り上げた組織だけあって組織が非常に活性化しており、今後とも農業生産と宿泊・交流体験を両立させたさらなる経営展開が期待される。おそらくいずれに特化してしまってもD事業体の存在価値は減ずるものと思われる。

そば打ち体験の「F道場」は、「越前そば」の拠点として全国的にも認知されており、ネームバリュー故に他県から体験に訪れる顧客も多い。そば粉は地元で生産されたものを利用しており、そばの品質も評価は高い。農業体験という観点からするとやや異質な感もある。しかし、町内の他の体験活動との連携が今以上にうまく取れる環境が整えば、多様なメニューの中で主要な位置づけをすることも可能であろう。一方で「K工房」は他の体験施設に比べ、経営の重点がやや販売に置かれているようであるが、木工職人による指導体制も整っており、今後の体験活動への貢献が期待される。町内における「農業体験の地域内分業化」が適切に機能すれば、非常にユニークな体験メニューを提供することが可能となろう。

「F事業体」の取組みは、グリーン・ツーリズムの受け入れ主体として林・漁業体験活動を提供しており、集落を基礎として運営される滞在型の自炊設備を完備した宿泊施設を核に、小・中学生に対する山村留学的な取組みを行ってきた。集落の高齢化とともに体験

活動指導者の担い手不足に直面しているが、連絡体制の整備と地域内の他組織との連携が主要な課題である。

以上見たように、K町の農業体験活動はそれに関わる主体が複数あり、多様な展開をみせている。しかし、地域全体のマネジメントの観点からは、それらの横のつながりが欠如している事態は大きな問題である。町内の農業体験活動の現状は、それぞれの組織の相乗効果をねらうというよりは、むしろ全く別のビジョンに基づいて単独行動を行っていることが明らかで、相互間の交通手段すら断絶している。今後はこうした体験主体相互の連携、すなわち体験参加者の斡旋、融通を効率的に行うことで、利用者にとっても当該経営主体にとっても更なる利益がもたらされる可能性が十分あり得る。地域全体としての総合的な経済効果やK町の魅力を高めるためにも、そうした農業体験活動相互のネットワークが望まれる。

4. おわりに

以上、グリーン・ツーリズムの典型的な受け入れ主体である、①市町村やJ A等の公的
主体が設立に関与する「大規模総合交流施設」、②「農業体験」をキーワードとした「地
域内発的な」小規模事業体について、各事例の事業実態と事業成果、課題等について分析
を行った。各事例の要点は、次のようにまとめられよう。

まず、「大規模総合交流施設」に関しては、2つの事例を検証した。第一番目の島根県
I町のA農業公園は、①農産物直売事業により高齢農家等の農業生産に貢献し、②若い女
性研修生の受け入れにより地域の活性化に寄与しているほか、経営面では③過剰投資を抑
制することで経常利益の圧迫を回避している点が評価される。しかし、全国的なハーブ人
気の停滞のため、顧客ニーズの的確な把握と高度な企画力が求められる点が課題である。

第二に、京都府Y町のB農業公園は、①J A直売所の併設、②観光果樹園、野菜生産農
家との観光農業（つみ取り）等に関する連携、③町内の雇用拡大等で地域活性化に一定の
効果をもたらしているといえるが、①公園内部のイベントと地域農業との関連性の欠如や、
②大幅な入り込み客数の減少など、抱えている問題点も大きい。

次に、「農業体験」を行う地域内発的事业体に関しても、同様に2事例を分析した。第
一に、岡山県N市のC事業体は、J A支部の観光部会を基礎としたC事業体の設立により、
①地域に根ざしたそば生産を農業体験のニーズに適合させ、②地域内にボランティア的な
取組に対する理解を培った点が評価される。しかしながら、倉敷の農業公園内の2号店に
関しては、地域農業との関与の希薄さが見受けられる。

第二に、福井県K町のD事業体をはじめとした町内の農業体験活動の報告では、町内の
各事業体別には、地域農業に根ざした独自の農業体験を積極的に行っていることがわかる。
D事業体では各種農作業体験の他、農産物加工体験のメニューも豊富である。E事業体は
傘下のそば道場や木工体験施設における体験活動を用意しており、F事業体では担い手が
不足しているものの、林業体験や溪流釣りなどを含め集落に根ざした地道な体験活動を行
っている。しかし、K町においては、それらの相互連携による町全体の魅力の向上が課題
であり、今後の町主導による連携体制の構築が望まれる。

元来、グリーン・ツーリズムとは、農産物の直接的な利用や農産加工、農作業体験など
地域農業に何らかの基盤を置き、地域農業と成長を共にすべきものであるはずだが、地域
農業の活性化という観点でとらえるなら、現状のグリーン・ツーリズムの受け入れ施設に
は、次の2つの問題点が存在することが明らかになった。

第一点は、農業公園等の大規模な総合交流型施設において、地域の農業生産との接点が
曖昧な事業がみられる点である。本稿の2つの事例のうち、特にB農業公園では農産物直
売所の存在をのぞくと、ほとんど地域とは無縁のイベント構成になっており、A農業公園
にしても、それまで地域に存在しなかったハーブが、地域農業の活性化にどれほど寄与
するかはいささか疑問である。

第二点は、地域内で行われているグリーン・ツーリズムの取組には、一定のビジョンを有したコンセプトの設定と、相互の連携が必要とされる点である。端的には、K町におけるD事業体、E事業体、F事業体のように、それぞれ優秀な体験活動を実施しているにもかかわらず、個々バラバラに活動しているために地域経済全体の相乗効果を得られない例が挙げられよう。また、C事業体においても、当該事業の確たるコンセプトを明確にすれば、アンテナショップとしての2号店に不安を残さずに済むことも考えられる。特に同一地域の中に複数のグリーン・ツーリズム拠点が存在する場合には、相互の事業内容の重複を避けつつ、統一的なコンセプトで顧客の魅力を引きつける努力が必要である。

いずれにしても、グリーン・ツーリズムに求める都市住民の目的は農業・農村独自の価値の発見にあり、顧客はそこにしかない農産物、その地域の農村の生活・歴史を求めて訪問して来ることだけは確かである。そうした顧客ニーズを的確に把握し成功している事例はすでにいくつか存在するが、そうでない地域においては、グリーン・ツーリズムの取組の原点、すなわちその地域の農業・農村の価値は何か、自分の地域が誇れるものは何かという観点からグリーン・ツーリズムの取組のあり方を今一度再考してみる必要がある。

[参考文献]

- (1) (財)都市農山漁村交流活性化機構、『総合交流施設と地域経営型グリーン・ツーリズム』、2002年3月。
- (2) 井上和衛、『ライフスタイルの変化とグリーン・ツーリズム』、筑波書房、2002年12月。
- (3) 井上和衛、『農村再生への視角』、筑波書房、2000年9月。