

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）。

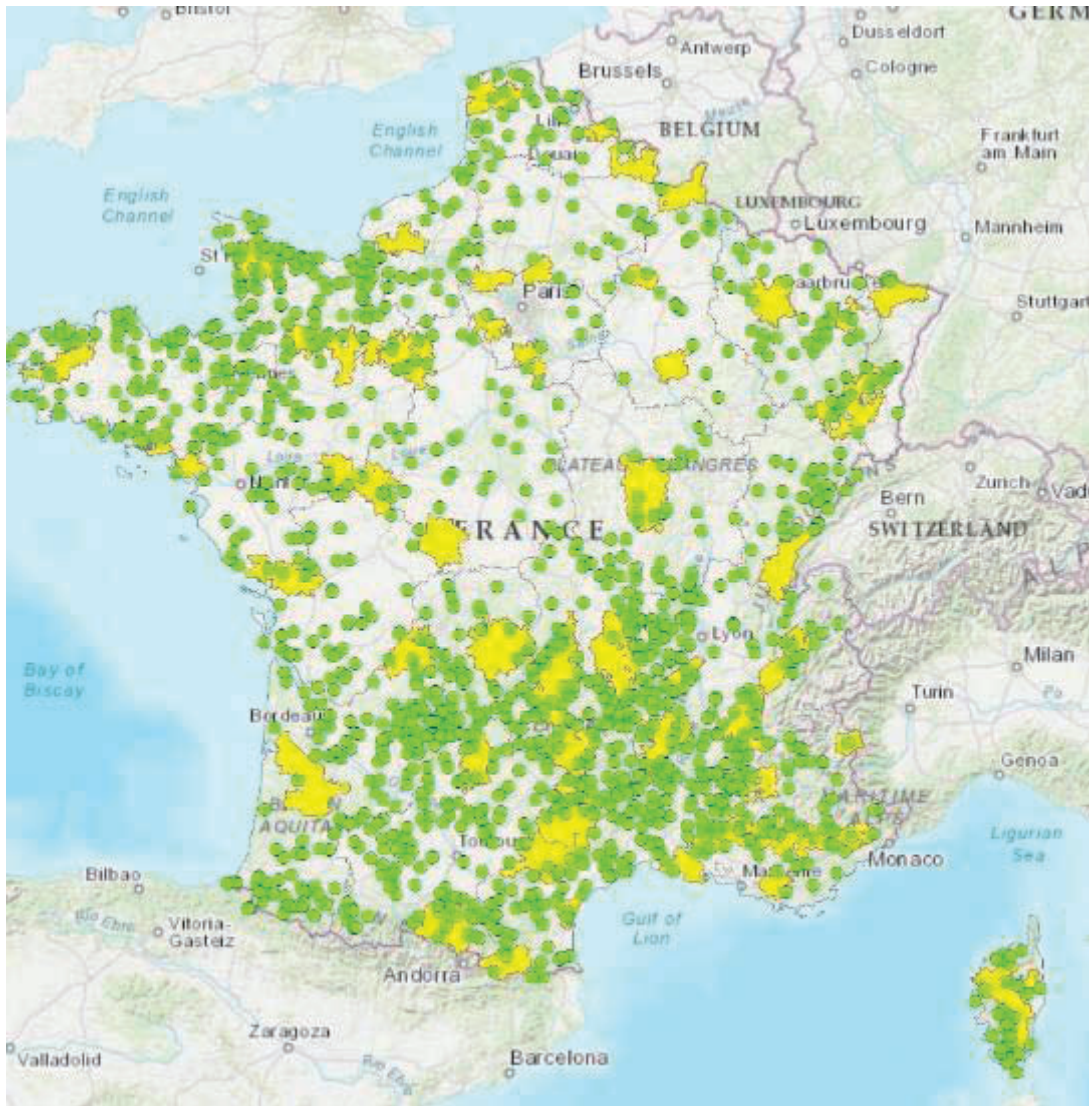
第12-1表 「農家へようこそ」に登録された農家民宿（n=1461;2018年10月現在）

	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）。

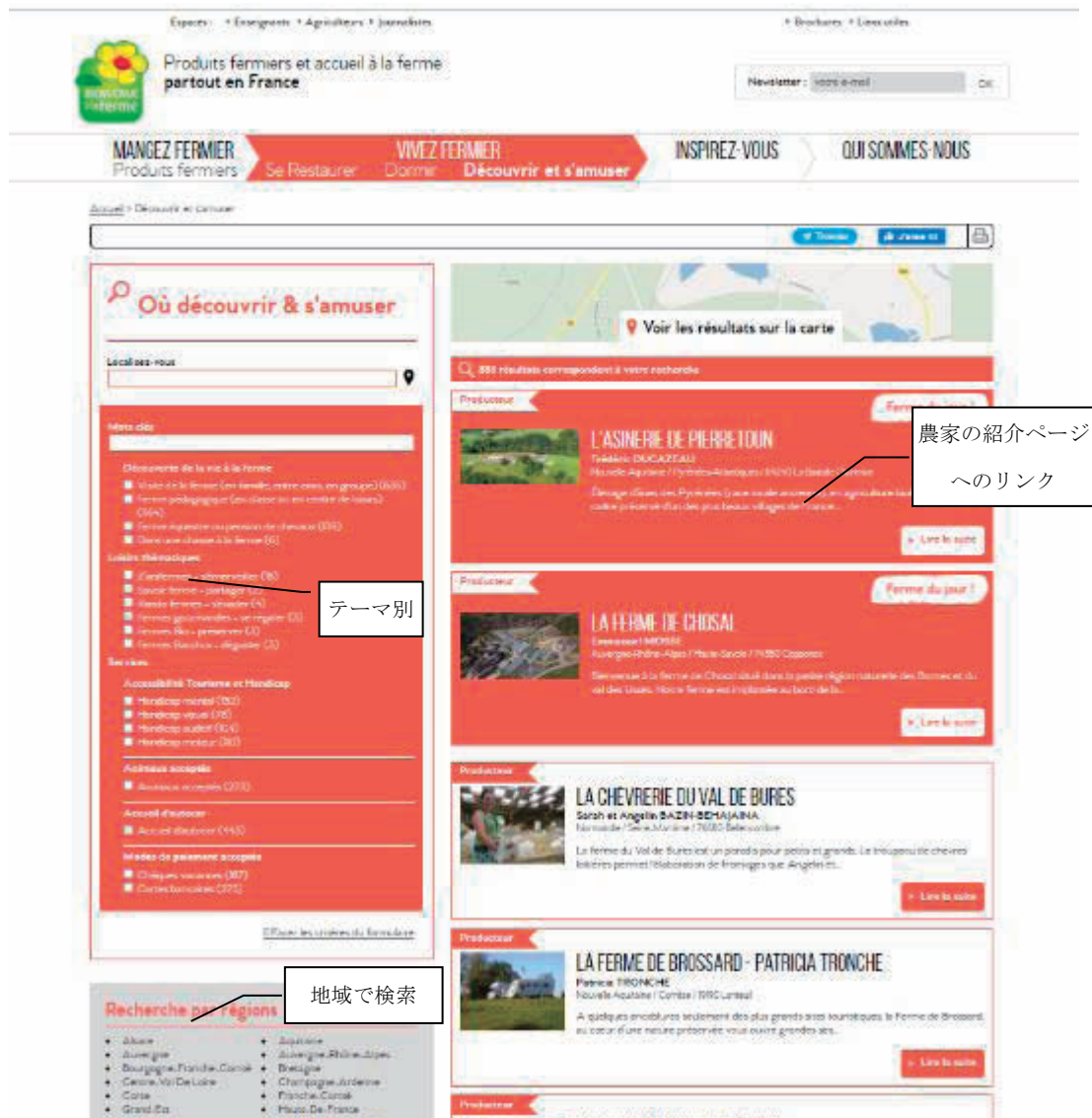
「農家へようこそ」の担当者によると、2020 年現在約 8,000 人の農家会員を有しており、「農家へようこそ」の会員になるためには、①農業従事者であること、②宿泊事業の規制に従っていること、③当該組織で定められた規則に従うことが求められる。特に③については、農家としての品質を保つために、食事の提供において金額当たり 51%以上が地元の食材を利用する必要がある。従来は、会員の要件として Meuble de tourisme 認証⁽⁷⁾を取得する必要があったが、OTA により様々な品質評価が行われていることを踏まえ、2017 年以降この認証を取得する必要はなくなった。また「農家へようこそ」の入会に当たっては、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。

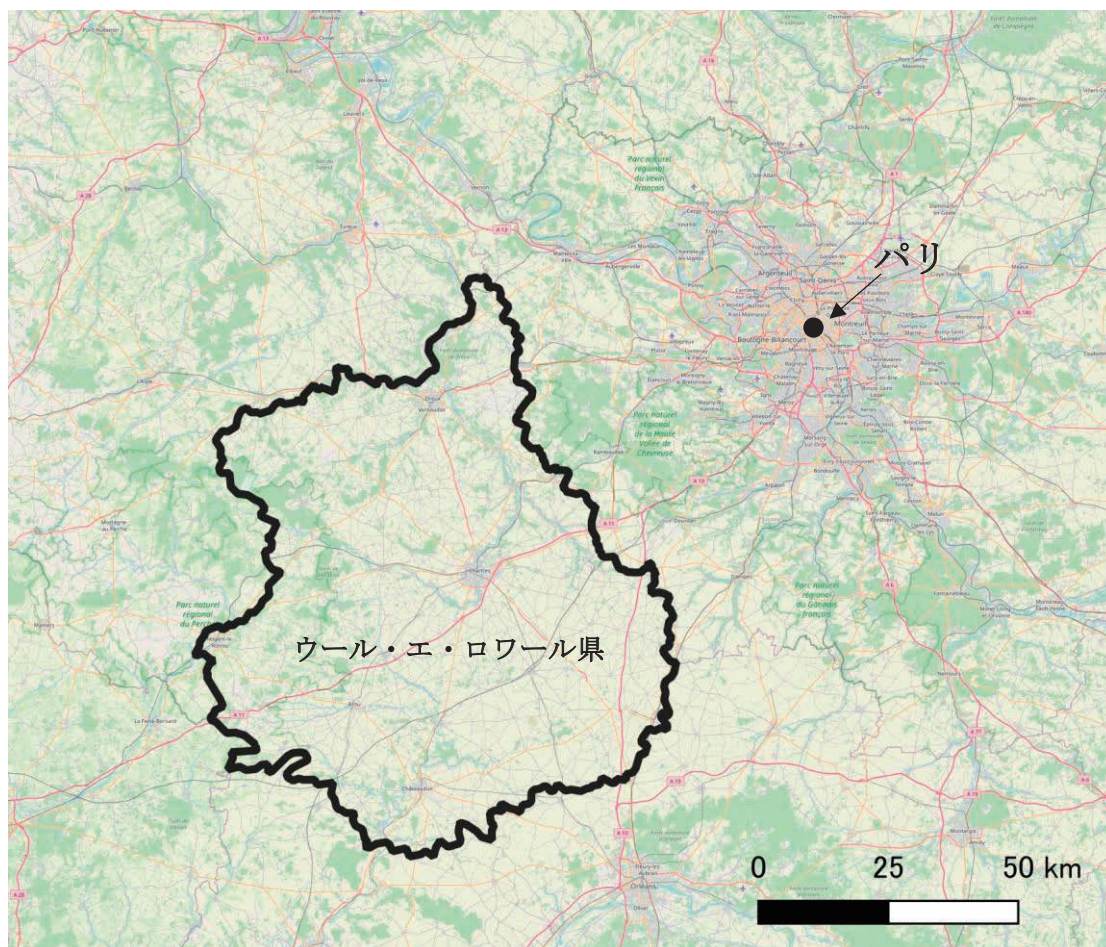
Airbnb との連携は、2018 年に当県の県議員が Airbnb とコンタクトを取ったところから始まる。県議が県内の村で村長をしていた頃、若者が村から外に仕事で出てしまうことによる人口減少が著しいことを問題視し、まずは自らが地域の空き家を購入してジット（一棟貸し）を始め、その後、これを村のプロジェクトとして、空き家を活用した観光事業をスタートさせた。これがうまくいったために観光業が地域の産業になると確信することとなり、さらに人を呼び込むためにはインターネットの活用が重要だと考え、自ら Airbnb とコンタクトをとり実際に Airbnb に載せたところ、それまで以上に世界中から人が訪れるようになった。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 によって地域のお土産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、特別ない。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).