
本 編

序 章

大江 靖雄
(千葉大学)

安部 雅人
(公益財団法人東北活性化研究センター)

第1節 はじめに

「経済波及効果の大きい観光」は、我が国の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野として期待されている。そして、急速に成長するアジアをはじめとする世界の観光需要を取り込むことにより、「地域活性化」、「雇用機会の増大」等の効果が期待されている。

また、世界中の人々が日本の魅力を発見し、伝播することによる「諸外国との相互理解の増進」も同時に期待されている。

日本では、一般的に「農村ツーリズム」や「農業体験型観光」のことを「グリーン・ツーリズム」と呼んでいる。「グリーン・ツーリズム」については、1994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（以下、「農山漁村余暇法」という。）が制定されて以降、これまでは、農林水産省の主導により全国各地に農業・林業・漁業に関する民宿が数多く登録されてきた¹。

また、最近の日本では、新しい観光形態のひとつとして、「ヘルスツーリズム」に注目が集まっている。「ヘルスツーリズム」は、「科学的な根拠に基づいた健康増進・維持・回復・疾病予防につながる健康的な旅のプログラム」と定義されており²、既に欧米諸国等では、旅行・観光や医療におけるジャンルに含まれるとして普及し、産業として拡大傾向にあるという³。日本は、温泉や森林等の豊富な観光資源に恵まれていることから、これまで様々な地域で「ヘルスツーリズム」が取り組まれ、各種プログラムが用意されていることから、感度の高い女性らを中心に人気を集めている。

既存の「ヘルスツーリズム」の多くは、温泉地に偏りがちであったが、近年では、温泉地以外の場所でその土地の「風土」、「歴史」、「文化」等に触れられる「滞在型プログラム」が増加している⁴。

※ 筆者の許可なしの対外言及・引用は、お控え願います。本稿の全文または一部を引用・転載・複製する際には、必ず出所元を明記願います。

1 農林水産省, <http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/yokahou.html> (January 29, 2018) 参照。2005年の農山漁村余暇法改正に伴い、農山漁村余暇法に定められた登録基準を満たせば、誰でも農林漁業体験民宿業者の登録実施機関の登録を受けることができる。しかしながら、登録実施機関は、財団法人都市農山漁村交流活性化機構および株式会社百戦錬磨の2団体のみとなっている。

2 (事業構想大学院大学出版部 2016) 参照。

3 (事業構想大学院大学出版部 2016) 参照。

4 (事業構想大学院大学出版部 2016) 参照。

しかしながら、「ヘルスツーリズム」の取り組みは、実証試験段階という地域も多く、「ヘルスツーリズム市場」を拡大させるためには、旅行者が安心してサービスを受けられるように「品質の見える化」を行うことが不可欠である。

実際、「ヘルスツーリズム」は、その名のとおり、観光と健康増進の両面を持つが故に「医学的な根拠による裏付けを取ることも課題」といわれている⁵。その先進事例が山形県上山市のクアオルト健康ウォーキング(「気候性地形療法ウォーキング」)である。上山市では、市の指導のもと、医療関係者・学術機関関係者・観光関係者等にて組織する上山市温泉クアオルト協議会等を中心に、ドイツにて医療と認められるクアオルト健康ウォーキング(「気候性地形療法ウォーキング」)のプログラムを取り入れ⁶、2008年9月にルートヴィヒ・マクシミリアン大学ミュンヘン・健康・リハビリテーション学研究所のアンゲラ・シュー教授よりクアオルト健康ウォーキング(「気候性地形療法ウォーキング」)のプログラム・コースとしてアジアで初めて認定を受けた⁷。それ以来、管理栄養士監修による「食事メニューの開発」や蔵王テラポイント(クアオルト認定ガイド)等の「人材育成」、「医療機関との連携」等、クアオルト健康ウォーキング(「気候性地形療法ウォーキング」)に対して地域ぐるみで取り組んでいる⁸。

2007年に出された観光立国推進基本計画によると⁹、「ヘルスツーリズム」は「自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する観光形態」と定義されている¹⁰。

また、「ヘルスツーリズム」に付随する形の「ウェルビーイング・ツーリズム」については、「感情」、「肉体」、「精神」に癒しを提供するものである。「平安」、「静けさ」、「空間」、「新鮮な空気」、「ゆったりと過ごすこと」、「健康的な生活」、「軽いエクササイズ」、「美しい風景」、「自然に接すること」等が巧みに組み合わせられることで人間に「調和」と「心」のバランスを与え、再びエネルギーで満たすものである。

他方、国内では、「感情」、「肉体」、「精神」に癒しといった「ウェルビーイング・ツーリズム」にて求められているものを満喫するために「グリーン・ツーリズム」への関心が高まっている。

「グリーン・ツーリズム」とは、本来、緑豊かな農山漁村でゆっくりと滞在し、訪れた地域の人々との交流を通じて、「自然」、「文化」、「生活」、「人々の魅力」に触れ、農山漁村で様々な体験等を楽しむ余暇活動のことである¹¹。近年、旅行者のニーズは、その土地ならではの「体験」や地域の人々との「ふれあい」を楽しむ旅へと変わりつつあり、豊かな自然、四季の移ろい、その土地ならではの「食事」や「伝統文化」等を楽しみながら、農山漁村の里山や高原・高山等を無理なく散策するウォーキング等の人気が高まっている。

5 (事業構想大学院大学出版部 2016) 参照。

6 (上山市温泉クアオルト協議会 2010) 参照。

7 (Schuh 2008) 参照。

8 (上山市温泉クアオルト協議会 2010) 参照。

9 (国土交通省 2017) 参照。

10 琉球大学ヘルスツーリズム分野『ウェルネス研究プラットフォーム』, <http://health-tourism.tm.u-ryukyu.ac.jp/health-tourism> (January 29, 2018) 参照。

11 農林水産省, http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/gt.html (January 29, 2018) 参照。

しかしながら、「グリーン・ツーリズム」という表現方法については、日本国内だけのものであり、「グリーン・ツーリズム」が発祥地である欧州等では、「アグリツーリズム」(英国)若しくは「アグリツーリズム」(伊)等と表現されている¹²。

実際、欧州では、イタリア等を中心に「アグリカルチャー(農業)×ツーリズム(観光)」の意味合いから日本でいう「グリーン・ツーリズム」のことを「アグリツーリズム」と呼んでいる。この場合の「アグリツーリズム」とは、一般的に「都市居住者」等が郊外の「農場」、「農村」、「山村」、「森林」等にて休暇や余暇を楽しむことを意味するものであり、日本の地域行政では、「グリーン・ツーリズム」によって「都市」と「農村」が交流し、地域振興が図られることを期待する傾向にある。そのため、「アグリツーリズム」は、「グリーン・ツーリズム」と同じ意味合いを持つものと考えられる。

よって、本稿においては、「グリーン・ツーリズム」のことを「アグリツーリズム」と呼ぶものである¹³。そして、「ヘルスツーリズム」および「ウェルビーイング・ツーリズム」についても「郊外の農場」、「農村」、「山村」、「森林」等を活動の舞台としていることから、広義的にみて「アグリツーリズム」の一部として解釈し取り扱うものである¹⁴。

第2節 日本の「アグリツーリズム市場」

日本の「アグリツーリズム市場」は、経営意識の弱さに起因する低収入状態にあり、人件費を考慮しない不健全な経営状態の下では、参加費から「体験プログラム」に必要な材料費等を差し引くとほとんど儲からないものであった¹⁵。そうした点では、日本の「アグリツーリズム」は、安売りをしすぎであったといえる¹⁶。

その結果として、日本では、全国的に特徴のない、どこでも同じような「アグリツーリズム」の取り組みが目立つようになり、例えば、各県にあるグリーン・ツーリズム協議会では、「農業体験教室」や「農家民泊」等の取り組みを中心として、「金太郎飴」のようにどこでも同じような「アグリツーリズム」が展開されてきたといえる。これに対してイタリア等の「アグリツーリズム」は、安売りをしてこなかったことから、日本と比べて「アグリツーリズム」経営が相対的により収益を上げていた¹⁷。

日本の「アグリツーリズム」の課題として考えられるのは、次のとおりである。

一つ目は、日本の「アグリツーリズム」は、学校による教育旅行等の「マス・マーケット」を対象としてきたことにより、利幅の小さい市場をターゲットとしてきたことに課題があった¹⁸。(大江 2017)によると、利幅の小さい市場とは、小中学校等の生徒を主な客層として対象としてきた「体験学習会」や「修学旅行」等のことである。

12 (大江 2013) 参照。

13 農林水産省, http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/gt.html (January 29, 2018)参照。「アグリツーリズム」は、狭義の意味では、「農村ツーリズム」とも呼ばれている。

14 (Goodwin 2011)参照。

15 (大江 2003) および (大江 2017) 参照。

16 (大江 2003) および (大江 2017) 参照。

17 (大江・Ciani 2005)参照。

18 (大江 2003) および (大江 2017) 参照。

これらは、サービスの品質が低く、単価が低いわりに、作業量が多く、「アグリツーリズム」のサービス提供者にとっては、忙しいわりにあまり儲からないものになっていた。

今後の方向性としては、こうした状態から脱却を図り、「新型のアグリツーリズム」を目指していくべきである。

特に東北地方 6 県および新潟県（以下、「東北圏」という。）の「農村文化資源」を踏まえた独自性の確立のためには、東北圏にて多くみられる豊かで多様な「農村食文化」の資源の活用を図り、「地域固有性」で「高品質」・「高単価」指向の「新型アグリツーリズム」を提供することが求められる¹⁹。

二つ目は、農山漁村余暇法による「アグリツーリズム」の取り組みについては、科学的エビデンスがない中で進められてきたことが多かったということである²⁰。つまり、多面的機能のエビデンスについて十分な説明がなされていない状況下で、その公益的効果が高いと考え、取り組んできた点に課題があったということである。

三つ目は、「アグリツーリズム」においては、マーケティングの検討がない中で細かいプロダクト・アウトを中心とした「技術論」を重視した取り組みを行ってきた点に課題があったということである。

四つ目は、日本の「アグリツーリズム」は、先述のとおり、低収益の競争状態に陥っているため、若年層が経営参加することが少なく、実際には、高齢者の小遣い稼ぎ程度の収益に留まっていた点に課題があったということである²¹。

このように我が国の「アグリツーリズム」の現状の課題について整理すると、以上のとおりとなる。

第3節 「東北発・新型アグリツーリズム」の定義

本稿では、上記の 4 つの課題を克服するために、東北圏から発信するものとして「東北発」と定義すると共に²²、新しい形の「アグリツーリズム」として「新型アグリツーリズム」と定義している。

この場合の「東北発」の意味とは、東北圏が日本の他の地域である「沖縄・九州・四国・中国・関西・中部・北陸・関東・北海道等」の各地方と比べて、より高い優越性があるとみられる点に着目し、他の地方と差別化を図って発信することである。

そして、「新型アグリツーリズム」の意味とは、既存の「アグリツーリズム」からの脱却を指向することである²³。

19 （大江 2003）、（大江 2017）、（Goodwin 2011）参照。2017 年 2 月 22 日、筆者同行のもと「責任ある観光」の専門家であるハロルド・グッドウィン名誉教授（マンチェスター・メトロポリタン大学）が岩手県遠野市および宮城県石巻市を調査訪問した際、「既存の『農村文化の価値』を見出しながら、『地域にて生産される農産物等の食材』および『地域の伝統文化』等を軽視せずに尊重していく姿勢が重要であり、そうした姿勢が『地域固有性』で『高品質』かつ『高単価』指向の『新型アグリツーリズム』を提供できる」と述べている。

20 （大江 2003）および（大江 2017）参照。

21 （大江 2003）および（大江 2017）参照。

※ 筆者の許可なしの対外言及・引用は、お控え願います。本稿の全文または一部を引用・転載・複製する際には、必ず出所元を明記願います。

22 本稿において「東北発」とは、東北圏から発信していくことを意味する。

23 日本では、既存の「アグリツーリズム」として、具体的には、「グリーン・ツーリズム」と

具体的には、次の4つの現状の課題として指摘するとおりである。

- ① 「食」については、東北圏は、太平洋側及び日本海側において寒流と暖流が交錯することから、海産物の種類が豊富である。また、牛肉・豚肉についても「高品質」のブランド肉が数多くある。さらに、農産物についても果樹類であるリンゴ等を筆頭に米も含めて「高品質」かつ「品種」が豊富である。東北圏では、豊かな食文化が形成されている。
- ② 「景観」については、八甲田山、岩木山、鳥海山、蔵王山、吾妻山、磐梯山等の「日本100名山」に代表するように²⁴、東北圏にある山々や木々は、四季折々の美しい変化に富んだ自然の景色が見事である。
- ③ 「歴史遺産」については、三内丸山遺跡等に代表する縄文遺跡群や平安時代の美術、工芸、建築の粋を集めた中尊寺金色堂等の数多くの歴史遺産がある。
- ④ 「ホスピタリティ」については²⁵、東北圏には、鉱泉の種類が豊富な温泉が数多くあり、そうした温泉は、訪れた人たちに「癒し」をもたらしている。そして、東北圏には、「高付加価値のサービス」を提供できる「ホスピタリティ・マインド」にあふれる人材が揃っている。

このように既存の「アグリツーリズム」は、「金太郎飴」のように低収益の状態にあり、利幅の小さい市場にて凌ぎを削っていることから、そうした状況から脱却を図り、「新型のアグリツーリズム」を目指していく必要がある。

また、「東北圏の農村文化資源」を踏まえた独自性の確立のためには、「地域にて生産される農産物等の食材」および「地域の伝統文化」等を尊重する姿勢を保ちながら、豊かで多様な「東北圏の農村食文化資源」の活用を図り、「地域固有性」で「高品質」・「高単価」指向の「新型アグリツーリズム」を提供することが必要である。

第4節 「東北発・新型アグリツーリズム」の研究意義

実際、他に類をみない豊かな「自然資源」と「歴史文化資源」に恵まれている東北圏は、この「新型アグリツーリズム」の成立にふさわしい舞台であることから、東北圏を舞台に、「東北発」となる「新型アグリツーリズム」についての研究を行う意義がここにある。

これらの実現の方向性については、次章以降にて検討し、「東北発・新型アグリツーリズム」のあり方について提示するものである。

一般的な観光客にとっては、勤勉で、やさしく無口な東北圏の人々のイメージ等といった「東北型のホスピタリティ」への期待が高いことから、「東北発・新型アグリツーリズム」については、健康増進・美容増進と関連付けながら、「海外市場」と「国内市場」の二つの市場の開拓を図る必要がある。そのための必要な対策としては、「人材育成」および「経営者能力の向上」等が求められる。

呼ばれているもの等を意味する。

24 日本百名山登山支援サイト、

https://www.momonayama.net/hundred_mt_area_data/tohoku.html (January 19, 2018)参照。

25 「ホスピタリティ」の語源は、ラテン語の“Hospics”（客人等の保護）である。それが英語の“Hospital”（病院）や“Hospice”（ホスピス）等の言葉に発展した。これらは、対価を求めているのではなく、「おもてなし」、「喜びを与える」等に重きをおいている点が一般的な「サービス」と大きく異なる。「ホスピタリティ」において重視されるのは、「人間性」、「信条」、「個性」、「感性」等であり、目先の報酬を求めての行動ではない。

これは、東北圏で「新型アグリツーリズム」ができる「人材育成」を意味する。例えば、養成講座の設置（全国的取り組み・地域内での取り組みとの相互補完）（例：一般社団法人くりはらツーリズムネットワーク等）が求められる。そして、ネットワーク化で、情報と経験のシェアを図り、社会的学習の場を創出が必要である。

また、インバウンド対策として外国人対応については、外国語での対応についての不安から必要以上に恐れることはないものの、基本的な対応の支援は必要だといえる。大切なのは、無理をせず、自然で温かい「おもてなし」をするということである。

さらには、マーケティング能力の向上を図る必要がある。この場合、「農村資源マネジメント」として、「地元学」等でいわれている「地域自らの遺産（「風土」・「景観」・「歴史」・「文化」）」等の再発見をしながら²⁶、「情報マネジメント」として「情報化時代の発信力（SNS等）」を高める必要もある。

この場合、「東北発・新型アグリツーリズム」は、「マス・マーケット指向」ではないことから、大量の「農村資源」の動員は必要ない。あくまで、「ニッチ・マーケット」を目指すものである。ここでは、少しの本物志向に耐えうるような「農村資源」をベースにした取り組みを行い、古い伝統的資産こそ本物の価値を生み出すことになる点を重視する。例えば、健康・美容増進は、万人共通の関心事項であり、そこに「体験」・「学習」の要素も加われば良いといえる。

しかしながら、注意すべき点は、既存の「アグリツーリズム」にみられがちな「農村体験」や「農業体験」等のみに偏り過ぎないことであり、また、人口減少している中で「競争状態にあるマーケット」を対象にしないということである。

具体的には、次の4点となる。

一つ目は、「農村」を安売りしない取り組みをしていくことである。具体的には、「アップ・マーケット」として「ニッチ・マーケット」を対象にして、「量」ではなく「質」で勝負できる「脱マス・マーケット」型の「東北発・新型アグリツーリズム」を目指すということである。

二つ目は、「東北発・新型アグリツーリズム」の訪問者に生じる効果については、科学的エビデンス・ベースな取り組みが求められる。この場合、例えば、「農村滞在」による健康増進効果や美容増進効果等についての科学的な解明が必要だということである。

三つ目は、「東北発・新型アグリツーリズム」については、本物の価値の明確化（価値みがき）が必要だということである。この場合、「東北発・新型アグリツーリズム」を提供する側自身も自分たちの「ライフスタイル」について満足していることが前提となる。なぜなら、その地域での「ライフスタイル」こそが大きな魅力となるからである。その意味では、「ライフスタイル」を活かした「アグリツーリズム」の展開を目指すことになる。

四つ目は、「東北発・新型アグリツーリズム」において「若年層」および「壮年層」が自立できる経営活動の成立が必要だということである。

26 （下平尾 2006）および（吉本 1995）参照。「地元学」とは、「地元で学ぶこと」である。「地域の持っている力」や「人の持っている力」を引き出し、既存のものを新しく組み合わせ、「ものづくり」、「生活づくり」、「地域づくり」に役立てていくことで、それぞれの風土と暮らしの成り立ちの物語という個性を確認し、大地と人と自分に対する信頼を取り戻し、自分たちで「やる力」を身につけていくものである。

第5節 むすび

以上、本章では、「本編」における序章として「日本のアグリツーリズム市場」を分析し、「東北発・新型アグリツーリズム」の定義および研究意義等について検討した。

続いて、第1章では、既存の「アグリツーリズム」の実態を把握するために「都市農村交流の現状」について検討を行う。

第2章では、「東北発・新型アグリツーリズム」の形態に挑戦しているものとして、一つ目は、山形県上山市にて行われている「クアオルト健康ウォーキング(気候性地形療法ウォーキング)」の事例検証を行う。

第3章では、一般社団法人 くりはらツーリズムネットワークにより、「地域活性化」と「アグリツーリズム」の発展のために行われている「体験プログラム」や「養成塾」等について注視し、「人材育成」に求められている「経営者能力」の向上を図るための様々な取り組みについて事例検証を行う。

第4章では、「学校カリキュラム」の一環として「アグリツーリズム教育」を実践しているわけではないものの、卒業後に多岐多岐にわたる農業分野において若き経営者になるための実践的な農業経営人材を多く輩出している山形県立農林大学校を対象として「アグリツーリズム講座」の「学校カリキュラム」を取り入れた場合の効果等を計るために実施したアンケートの分析結果について焦点をあてながら、将来的に「東北発・新型アグリツーリズム」への挑戦者として育成するための課題および方向性について考察する。

第5章では、岩手県の盛岡市に居住する米国人の女性外国人の視点から「インバウンド誘致」に関連し、「外国人からみた東北圏の魅力と課題」について考察するものである。

第6章では、同じく岩手県の遠野市に居住するイタリア人の女性外国人の視点から「インバウンド誘致」に関連し、「外国人からみた東北圏の魅力と課題」について考察するものである。

最後に第7章では、全体を取りまとめていくものである。

なお、本稿の付録として「資料編」では、(付録Ⅰ)「国内インバウンドにおける東北圏の状況」、(付録Ⅱ)「国内旅行消費における SNS の活用」、(付録Ⅲ)「国内インバウンドにおける訪日外国人の旅行消費動向」、(付録Ⅳ)「国内インバウンドにおける訪日外国人の入国空港別消費動向」等についても考察する。

参考文献

(日本語文献)

- 大江靖雄、2003、『農業と農村多角化の経済分析』、農林統計出版、103-204 頁。
- 大江靖雄・A. Ciani、2005、「アグリ・ツーリズム活動の多様化と資源利用の関連性ーイタリア・ウンブリア州を対象としてー」『農業経営研究』 第124号、124-127 頁。
- 大江靖雄、2013、『グリーン・ツーリズムー都市と農村の新たな関係に向けてー』、千葉日報社、4-30 頁。
- 大江靖雄編、2017、『都市農村交流の経済分析』、農林統計出版、21-138 頁。
- 上山市温泉クアオルト協議会、2010、「かみのやま温泉で気候性地形療法ウォーキング」、上山市温泉クアオルト協議会、2-13 頁。
- 国土交通省、2017、「観光立国推進基本計画」、国土交通省、1-76 頁。

事業構想大学院大学出版部、2016、「好機迎える『ヘルスツーリズム』」『月刊事業構想』、2016年7月号、42-43頁。

下平尾 勲、2006、『地元学のすすめ—地域再生の王道は足元にあり』、新評論、7-310頁。

Schuh, Angela、堀込ゲッテ由子訳、2008、「上山地形療法コースの測定と等級分け（『気候性地形療法』）」、ルートヴィヒ・マクシミリアン大学ミュンヘン・健康・リハビリテーション学研究所、1-17頁。

吉本 哲郎、1995、『わたしの地元学—水俣からの発信』、NEC クリエイティブ、11-206頁。

（外国語文献）

Goodwin, Harold.2011. *Taking Responsibility for Tourism*. Oxford: Goodfellow Pub Ltd.

Ohe, Y., Ikei, H., Song, C., and Miyazaki,Y. 2017. “Evaluating the relaxation effects of emerging forest-therapy tourism: A multidisciplinary approach.”

Tourism Management.Vol.62.pp. 322-334.