観光による地域づくりと生業の関係

—京都府の農村における調査から—

Relationship between Rural Development and Livelihood regarding Rural Tourism;

Survey Reports of Rural Area in Kyoto Prefecture

清水 夏樹*

Natsuki SHIMIZU

1 農村と観光～筆者の視座～

筆者がフィールド調査を始めた頃（1990年代半ば）には、「都市農村交流」「グリーン・ツーリズム」は多くの農村地域の計画づくりで当たり前のトピックになっていた。そのため、筆者は「観光」を他の農村での取り組みと切り離した特別なものとして意識したことがなかった。また、農村出身ではない筆者にとって農村は「ヨソ者の視点で」「体験するもの」であり、筆者の視点は自然に「観光」的なものになっていたと思われる。今回、本稿を執筆するに当たり、これまでの研究の中で、「農村における観光産業」をどのように捉えてきたかを改めて振り返ると、ふたつの関心で調査を行ってきたように思う。ひとつは、観光目的に農村を訪れる者の視点での調査（本稿の3章）であり、もうひとつは、移住希望者の視点での調査である（同2章）。筆者は、「将来は農村に移住して農家民宿を開業したい」とずっと考えてきたし、しばしば口にもしてきた。農村に移住して観光産業に携わるライフキャリアの事例が身近にあったこともあり、自分が魅力を感じた農村に移住し、その魅力をサービスの一環として提供する宿泊施設を開業し、収入を持続的に得ることができるか？研究者としての関心に加えて、このような私的な興味があったように思う。

ここ数年、京都の農村部を中心とした調査を実施する中で、観光を巡る社会的環境の変化を実感する。インバウンドという新しい需要への対応が求められ、また、地域の観光産業における新たな担い手としてDMO（Destination Management/Marketing Organization）が登場した。DMOがコーディネイト役を務めることにより、農山漁村の環境や物的・人的資源に過大な負荷をかけることなく来訪者の満足度を高め、農村地域におけ

る観光のゲストとホストの双方に最大の効果をもたらすことが期待されている。また、エコツーリズム、グリーン・ツーリズムに加え、「サステイナブル・ツーリズム」という概念も頻繁に語られるようになった。「観光による地域づくり」に実際に取り組んでいる地域の人々にとって、「サステイナブルな観光（産業）」とは何か、新たな需要への対応と体制を考える時となっている。これらの動きについて、筆者の近年の調査結果を紹介しつつ、農村における観光産業の課題を論じていきたい。

2 農家民宿は、「田舎暮らし」を目指す移住者の生業になり得るか？

筆者らは、2012年と2016年に京都府農林水産部の協力を得て、京都府下（ただし京都市内は除く）の農家民宿の調査（アンケート調査とインタビュー調査）を実施した。調査対象は、京都府より農林漁業体験民宿確認書を交付され必要な許認可等の申請手続きを行った農家民宿（2012年は38軒、2016年は75軒）の経営者である。2012年の調査の主要な目的は、農家民宿開業に当たっての法規制等への対応、開業後の現状と課題を明らかにすること、また、農家民宿が「子ども農山漁村交流プロジェクト」^{注1)}や教育旅行などでの子どもの農業・農村体験の受け皿となっていることに注目して今後の発展可能性を分析することにあつた¹⁾。2016年の調査では、農家民宿がインバウンド需要の急増にどう対応するかに主眼を置き、各農家民宿の経営実態と外国人観光客の受け入れ意欲・課題を訊ねた²⁾。いずれの調査でも有効回答（2012年は25軒、2016年は44軒）の50%以上の農家民宿がI・Uターン者により開業されたものであつた。本稿では、これらの調査結果の中から、農家民宿経営への期待に関する結果を紹介する。

*京都大学学際融合教育研究推進センター 森里海連環学教育研究ユニット

Educational and Research Unit for the Study on the Connectivity of Hills, Humans and Oceans, C-Pier, Kyoto University
キーワード：1) 農家民宿、2) インバウンド、3) DMO、4) 南丹市美山

(1) 農家民宿経営への期待

2回の調査では、共通して「農家民宿開業前に期待していたこと」^{注2)}を訊ねた。7つの質問は、収入源としての農家民宿への期待に加え、自己実現（自らが田舎暮らしを選択した）や農村の良さを伝える使命感などへの期待を知るために設定した。回答は、「とても当てはまる」から「全く当てはまらない」までの5段階のいずれかを選択してもらった。地域にずっと居住してきた農家民宿経営者（以下、地域居住者と表記）とI・Uターンの農家民宿経営者とをグループに分けて比較してみたところ、いずれもI・Uターン者の方が全体的に肯定的な回答（「とても+少し」当てはまる）が多かった。このうち、統計的に有意ではなかったものの、「収入を得たい」についての肯定的回答は、2012年調査では、地域居住者40%に対し、I・Uターン者は80%を占めた（図1）。また、「都市の人々に美しい静かな環境で休んで欲しい」についても、I・Uターン者の方が地域居住者に比して肯定的回答の割合が高かった。農村へのI・Uターン者は、移住先の農村の環境が「美しい、静かな」魅力のある観光資源となりうること、またそれを求めて農村を訪れる人びとの観光行動（宿泊・体験）が自らの収入源となることを期待していると推測できた。

(2) 「農家民宿経営」によって何が得られたか

では、事前の期待が開業後にどうなったか。2012年調査では、経営者が農家民宿の現在の営業の中でどのようなことに開業の良さ、あるいは問題を感じているかを把握するため、13の項目について、「とても当てはまる」から「全く当てはまらない」までの5段階のいずれかを選択してもらった^{注3)}。「とても当てはまる」の回答が多かったのは、「お客さんに感謝された（全体の60%）」、「多くの人々とふれあい、コミュニケーションが多く楽しい（同40%）」であった。一方、「収入が増えた」については、

否定的な回答も5軒（20%）見られた。

(3) 農家民宿経営への期待の変化

京都府では農家民宿の開業要件に係る独自の規制緩和施策を実施しており、2016年調査では農林漁業体験民宿の開業軒数がほぼ倍増していた。しかし、2012年の調査時に回答のあった農家民宿のうち、数軒が営業を休止または営業実績がないこともわかった。インタビュー調査から、経営者および家族の高齢化や健康上の理由であったことが把握されたが、I・Uターンの農家民宿経営者の「思ったほど収入が得られなかった」「収入を得るために他の就業先を探さざるを得なかった」という悩みも聞かれた。行政による農家民宿の開業支援は進められているものの、継続性という観点からは、「農家民宿は期間限定の生業」であることも推測された。また、2016年調査では、「農家民宿開業前に期待していたこと」の「収入を得たい」に対する肯定的回答の割合は、地域居住者で高くなった。一方で、「農村の生活の楽しさを宿泊者に理解してほしい」「都市の人々に美しい静かな環境で休んで欲しい」では、地域居住者とI・Uターン者の肯定的な回答の割合の差が開いた（図1）。I・Uターン者が農村地域の観光的価値を肯定的に評価することにより、地域居住者の農家民宿経営の意欲が高まったケースも見られた。

3 コーディネーター役へのニーズ

現在、京都府南丹市の美山地域（旧美山町）を訪れる観光客の動態調査を定期的に実施している。美山地域は、「観光による地域づくり」を地域の内発的發展に基づき実践してきた事例として知られ（宮崎³⁾、霜浦・宮崎⁴⁾など）、これまで多くの研究蓄積があるだけでなく、現在も研究グループや大学のゼミ単位で多くの研究者が関わっている地域である。このような地域で今、改めて観

図1 「農家民宿開業前に期待していたこと」（京都府下の農家民宿への調査結果を一部抜粋）

Fig. 1 Expectations for management of rural inns (Answers of rural inns' managers in Kyoto Prefecture)

光客動態調査を実施しているのは、前述した農村観光に関わる新しい動きと強い関連がある。

(1) 地域 DMO の役割

DMO は、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人⁵⁾で、登録要件を満たした団体が、日本版 DMO（広域連携 DMO、地域連携 DMO および地域 DMO のいずれか）として観光庁により登録される。一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会（以下、美山 DMO）は、それまで美山町の観光によるまちづくりを牽引してきた美山町観光協会や南丹市美山エコツーリズム推進協議会を母体とし、宿泊・飲食事業者、交通事業者、住民自治団体、特産品生産者等と連携する組織として 2016 年に設立された地域 DMO である。事業内容は、国内外のプロモーション、観光ポータルサイト（美山ナビ）の運営、マーケティング、エコツーリズムガイド養成、商品企画・モデルツアー実施など、母体となる団体が担ってきた多岐にわたる活動に加え、京都丹波高原国定公園のビジターセンター運営も担っている。現在の組織体制は 5 名（常勤 2 名、時間雇用 2 名、非常勤 1 名）であるが、実態としては、期待される役割に対して人員が不足している状況にある。

筆者らは、2018 年より、京都大学の芦生研究林を中心とした生態系と地域社会の豊かさを再生するための学際研究プロジェクトにおいて、芦生～美山地域の資源管理に関わるステークホルダー間のネットワークングを模索している。生態学分野から提案されたこの研究プロジェクトでは、研究林へのガイド付きエコツアーの在り方や地域の伝統的特産品の「とち餅」の材料であるトチノミの資源量管理などを、生態学と地域計画策定・実践の観点から評価することを目指しており、農村計画学的知見の提供が求められている。

調査の中で、美山 DMO のスタッフから、観光客の消費単価の向上やリピーター創出、インバウンド需要に対応するための地域の具体的な観光戦略づくりに向け、基礎情報を収集したいという相談を受けた。観光入込客数や消費額等の調査結果は都道府県ごとに数値が公開されているものの、行政単位よりも小さい地域での基礎データは自ら収集する必要がある。観光客の評価や将来に向けた目標値に対して、地域の人々が当事者意識を持つことができるよう、調査を目に見える形で行いたい（来訪者の期待や評価を web アンケート等ではなく現地での対面式アンケート調査で調べたい）とのことであった。前述したように、美山地域には多くの大学の研究者や学生が研究調査のために訪れており、これまでも観光客を対象とした調査は実施されてきたようだが、それらの知

見が美山 DMO（およびその母体となる団体）に蓄積されていないという問題点も指摘された。地域内では、既存の関連データを掘り起こし整理する人員も不足している。そこで、美山地域の観光まちづくり戦略の策定に活用できる基礎情報（基礎データ・既往の研究成果など）の収集と整理に協力することとなった。

(2) インバウンド需要に向けた戦略づくり

美山 DMO では、地域内外での観光事業の経験があるスタッフを中心に、情報提供や宿泊予約のための web サイトの英語・中国語への翻訳やガイドツアーの育成に取り組んでいる。

筆者らは、美山 DMO が単独で実施した 2018 年 11 月の調査に引き続き、2019 年 1 月と 4 月に美山地域の中心的な観光サイトである北村「かやぶきの里」において国内外から観光に訪れた人びとを対象とした対面式アンケート調査を実施した。インバウンド需要への対応を意図していたため、外国人留学生の協力を得て日・英・中の 3 カ国語で調査に臨んだ。調査項目は、DMO が設定した項目（観光客のプロフィール、美山観光の認知度、満足度と期待、事前の情報源、滞在時間、消費（予定）額など）を部分的に引き継ぎながら、調査時期や戦略策定に向けて検討している事項に対応した内容を加えた。

(3) 美山におけるサステイナブル・ツーリズムの課題

内発的發展に基づく地域経営型グリーン・ツーリズム実践のモデルと言われる美山地域であるが、新たな局面を迎えつつある。まず、農山村地域に共通して見られる課題であるが、「観光によるまちづくり」に参画してきた人びとのライフステージの変化（教育や医療など子育て環境へのニーズ、加齢に伴う体力や健康、自動車の運転などへの不安）や、多様な推進主体間あるいはその構成員の中での将来目標や活動方針への認識のずれが、地域座談会などで把握されてきた。また地域全体で見れば、インバウンド市場の拡大など新たなニーズへの対応に迫られている。さらには「観光産業」が国策として推進される中で、近隣の農村地域との競争も発生している。京都府では、府内の北部・中部・南部をそれぞれ観光圏としてプロデュースする 3 つの地域連携 DMO、「海の京都 DMO」「森の京都 DMO」「茶の京都 DMO」が設立されている。美山地域を含む南丹市が構成員となっている森の京都 DMO では、美山 DMO との連携もなされているが、全体として広報や体制づくりの底上げが図られている段階と推測される。「森の京都」の 5 市 1 町（京都市の京北地域を含む）の各地域がそれぞれの顧客を持てるような、地域性を生かした観光商品の差別化やセグメンテーション（顧客の特徴に即したマーケティングを前提とした顧客の類型化）は未だ十分に進められてい

ない。

美山地域内で提供される観光サービスも多様化してきている中、美山DMOを舵取り役として「地域の『稼ぐ力』を引き出し、地域への誇りと愛着を醸成する」ために、今一度「美山ではどのような農村観光を目指すか(=どのような地域づくりをするか)」を地域自らが決める時に来ていると感じる。そのために基礎情報の収集や整理が必要であり、筆者らは今後も、夏休み、紅葉シーズンなど継続して、また国定公園ビジターセンターなど美山地域内の他の観光サイトでも、観光客アンケート調査を実施する予定である。

4 何が「サステイナブル」であることが望まれるのか？

農村の観光産業に関わる何が「サステイナブル」であればよいのか？を考えたとき、地域住民へのインタビュー調査の中で得られた「商品になるための時間が待てない」という発言が重みを持って感じられる。農村地域において、大なり小なりの観光事業の経営(たとえば農家民宿、地域の生産物を用いた製品加工・販売、観光客を対象としたガイド)が生業として成り立つことは、長期的には地域資源の価値の保持に結びつくことである。しかし、美山地域でさえ、今の短期的見通しの中で農家民宿、農産品加工・販売、ガイド業が生業として成り立たなければ、「自分の子や孫に後を継がせたくない」、「夢破れた移住者が地域を去ってしまう」という懸念を持っている。また、ゲストにとっての農村の観光価値の評価は、その時々、社会的背景や流行によっても変化する。都市との対比において、農村は非日常性、意外性、希少性のある価値は提供できるであろうし、それらがレクリエーションとしても評価されるだろう。しかし、農村同士の中でどう差別化を図っていくか？多くの農村が安易に観光産業に取り組んだとき、共倒れを招きかねない。

これらの課題の解決の糸口として、筆者は、地域外の人びとの視点での農村観光に関する調査を行ってきた。客観性を持った学術的アプローチになるかどうか試行錯誤を重ねている中で、このたび特集論考を執筆する機会を与えていただいたことを感謝したい。

注

注1) 総務省、内閣官房、文部科学省、農林水産省、環境省の連携により2008年度から実際されている、農山漁村での長期宿泊体験活動を推進する施策。農林漁家での宿泊体験活動を通して、子どもたちの学ぶ意欲や自立心などを育み、保護者や教員以外の大人との人間関係づくりを行うことが目指されている。

注2) 7つの質問は以下のとおり。①人との対話や交流がしたい、②収入を得たい、③地域に多くの観光客に来て欲しい、④農村の伝統生活や文化を伝えたい、⑤都市の人に農作業や農村生活を体験して欲しい、⑥農村の生活の楽しさを宿泊者に理解して欲しい、⑦都市の人々に美しい静かな環境で休んで欲しい

注3) 13の質問は以下のとおり。①お客さんに感謝された、②友達や知り合いが多くなった、③生活に張り合いが出た、④収入が増えた、⑤生活のリズムが乱れることがある、⑥現在の状況に満足している、⑦多くの人々とふれあい、コミュニケーションが多く楽しい、⑧楽しいが、疲れる、⑨地域が活性化し、地域資源再生の機会ができる、⑩変なお客さんが来て困ることがある、⑪伝統文化や生活を伝える機会ができる、⑫農作業の助けになる、⑬農家民宿や地域のPRができる。

引用文献

- 1) マルハバ アブドカディル・清水夏樹・星野敏・橋本禪・九鬼康彰(2013): 子どもの農業・農村体験受け入れによる農家民宿の発展可能性に関する研究, 2013年度農村計画学会春期大会学術研究発表会要旨集, 38-39.
- 2) 岩崎萌汰・清水夏樹・星野敏・鬼塚健一郎(2017): 京都府下の農家民宿におけるインバウンドの実態に関する研究, 農村計画学会誌, 36巻論文特集号, 235-241.
- 3) 宮崎猛(1999): 地域経営型グリーン・ツーリズムの条件と経済効果(井上和衛・宮崎猛・中村攻・山崎光博『地域経営型グリーン・ツーリズム』, 都市文化社, 東京.), 132-154.
- 4) 霜浦森平・宮崎猛(2002): 内発的発展に関する産業連関分析—京都府美山町における地域経営型都市農村交流産業を事例として—, 農林業問題研究, 146, 13-24.
- 5) 観光庁: 日本版DMOとは?, 観光地域づくり, <http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000048.html>, 2019年4月30日

Keywords: 1) rural inns, 2) inbound, 3) DMO; Destination Management/Marketing Organization, 4) Miyama in Nantan City