声 VOICE

観光を支える方々の声を寄稿、インタビューを基にお届けします

都市と農山漁村を結ぶ農泊

農泊は地域課題解決のゲートウェイ

農林水産省農村振興局都市農村交流課　課長補佐

平林　秀紀　氏

わが国の農山漁村では都市部よりも速いスピードで人口減少・高齢化が進んでおり、人手不足により食料生産活動の継続が危ぶまれるとともに、地域の清掃やお祭りといった集落活動の停滞、買い物や医療等へのアクセスといった生活環境の悪化の懸念が高まっています。農山漁村を適切に維持する上で、最も大事なことは地域に人が住み続けることだと考えます。

そのためには何をすればよいか。取り組みの一つとして農林水産省が進めているものに「農泊」があります。農山漁村に宿泊・滞在し、滞在中に地域の新鮮な食材を使った郷土料理や家庭料理、農家の皆さんとの農作業体験だけでなく、緑豊かな里山の景観や自然の中でのアクティビティなどを楽しむ農泊の取り組みは、これまでの旅行とは一味違う農山漁村での暮らしや自然を体験できるなど、旅行者だけでなく、農山漁村に暮らす人々にとっても、地域内での消費額が増えるとともに、宿泊施設等での雇用が生まれるなどのメリットがあります。

さらには、地域住民や旅行者が交流することで地域活性化のためのさまざまなアイデアや新たなビジネスが生まれ、また人が集うといった好循環が期待されることから、農泊は農山漁村地域への移住・定住も見据えた関係人口の創出や地域課題解決のゲートウェイになると考えます。

一方で、人が集うための好循環を作り出すために取り組むべきことは多くあります。農山漁村地域を旅行先として選択してもらうためには、人を惹きつける魅力が必要であり、コロナ禍のニーズを捉えた一棟貸しや古民家といった宿泊施設の整備のほか、それぞれの地域の特色を活かした食事メニューや体験プログラム等の観光コンテンツの磨き上げなどに農林水産省としても支援しているところです。

農泊の取り組みを進める中、新型コロナウイルスの発生と感染拡大により農泊地域の宿泊者数は令和元年度の589万人泊から令和2年度の391万人泊へと大きく減少しましたが、関係者一丸となった農泊のリスタートに向け、令和7年度までに700万人泊とする農泊の新たな目標を現在策定中の観光立国推進基本計画に盛り込むこととしています。そして、新たな目標の達成に向けて、平成29年に創設した農泊推進対策の今後の方向性について有識者による検討を昨年12月に開始し、本年5月をめどに新たな農泊推進の実行計画としてとりまとめたいと考えています。

都市と農山漁村を結ぶ、新たな「農泊」に今後ともご注目ください。

日常が魅力のまち

いまあるものを資源化

鹿沼市長

佐藤　信　氏

鹿沼土の鹿沼市は、いちご王国栃木県にあって「いちごの一大生産地」を宣言したいちごのまちです。東京から北へ100キロ。世界の日光と餃子の宇都宮の間に位置しています。関東平野が日光連山と出会う場所に当たり、標高約90メートルから1500メートルまでの変化に富んだ環境を持つほか、高原を源とする幾筋もの川はいずれも清流として知られています。その昔、日光東照宮修営に集まった職人の技から生まれた彫刻屋台と、その晴れ舞台である鹿沼秋まつり（重要無形民俗文化財・ユネスコ無形文化遺産）が市民の自慢です。

本市にはおよそ190軒のいちご農家があり、そのいちごは、品質は高く評価されています。生産量全国1位の栃木県で、生産量トップではありませんが、高度な栽培技術と丁寧な作業から生まれるいちごに、市民は自信と誇りを持っており、いちご市宣言に続いて「いちごの一聖地・プロジェクト」が進行中です。

さて、本市の総合計画では、日常的に楽しめる資源を効果的に活用し観光振興を図るとしています。その一つ、前日光県立自然公園は関東各都県から人気のエリアです。ここを中心に市内には登山対象の山が32座。いずれも低山で日帰りが可能な上、降雪もなく通年で楽しめます。山岳資源を生かす目的で登山ガイドを作成したところ、1万部がすぐに消え、増刷を迫られました。この、市内どこからでも見える山への登山客はコロナ禍でも増加中です。

また、本市の清流はいずれも好釣場として知られます。春のヤマメ、初夏のアユの解禁には多くの太公望が訪れ、にぎわいはシーズンいっぱいまで続きます。特に来訪者は、市街地の真ん中にある大型店舗の前で型の良いアユが釣れることに驚きます。

地方のすべての自治体同様に、本市もその日常は都市生活者の非日常であり、観光の対象です。しかし、住民はなかなかその魅力に気づくことができません。ありのままのポテンシャルを生かす観光振興では、観光情報を市内へも発信する必要があります。

ところで、シウマイで有名な崎陽軒の初代社長、野並茂吉氏は本市の出身です。この縁からシウマイを生かす取り組みが始まりました。現在65の事業所がユニークなシウマイ関連商品を提供し、本市の新たな日常を形成しています。

そういえば、本市を走る路線バスが話題になっているそうです。今ではほとんど残っていない昭和の製造だそうで、カメラを向ける人が増えました。また一つ、日常から予期せぬ資源の出現です。

小さくても輝く片品村

「住んで良し」「働いて良し」「訪れて良し」

片品村観光協会　専務理事

倉田　剛　氏

尾瀬国立公園は日本最大の高層湿原であり、尾瀬ヶ原の湿原景観を中心に、長い年月によって育まれた多様な植物を持ち、日本の自然保護運動が始まった象徴的な地域です。雄大で豊かな自然が残る尾瀬国立公園は、見る人を魅了し、美しさや心地よさ、癒やしを与えてくれるなど、「人々」にとって価値あるものです。

そんな価値ある尾瀬ですが入山者数は、1996年の65万人を最盛期に、近年は30万人以下が続くなか、新型コロナウイルスの影響により、さらに入山者数の微減傾向が続いています。

私どもは来場者を最盛期まで取り戻そうとは考えていません。来場者最盛期に起きた、繁忙期の弾丸ツアーや木道上にて発生する歩行渋滞などで本来の尾瀬を楽しむこととはかけ離れた状態で、当時の尾瀬を訪れた人の再訪は少ないと感じます。本来の尾瀬を楽しんでいただき、後世に残すためには単に来訪者を増加させるのではなく、訪れた人の個別満足度をあげ、旅行消費額をあげることが急務と考えます。

新型コロナウイルスにより団体旅行や、個人旅行が変化している中をチャンスと捉え、尾瀬の新しい楽しみ方を模索し、提案していかなければならないと考えています。

まず、アフター尾瀬の取り組みとして考えるのは、尾瀬国立公園の玄関口である片品村内を尾瀬エリアと捉え、尾瀬から下山したお客さまにそのまま帰路へつくのではなく、一歩足をとめ、片品村に1日も多く滞在していただき、片品村の良さを知っていただくとともに、片品村の魅力向上のインフラ整備にも力を注いでいきたいと思っています。

さらに目指すものとしては、インバウンド需要を見据えた環境整備を実施し、宿泊施設においても長期滞在型の宿泊スタイルの構築および、施設整備を実施していきたいと考えています。また村内においても、さらなるにぎわいを創出できる娯楽施設や飲食店を新設するとともに村内回遊バスを運行し、村内施設の売り上げ向上へ結び付けられることで、片品村全体の相乗効果を狙うことを目的とします。

小さな村ではありますが、片品村へ足を運んでくださったお客さま目線に立ち、片品村ならではの地域資源を活用し、村全体にぎわいを創出するとともに、片品村をもっと住みやすく魅力的な価値ある地域にするため、片品村のスローガンである「小さくても輝く片品村」を目指し、「住んで良し」「働いて良し」「訪れて良し」の3本柱で地域住民の満足と来訪者の満足の最大化と両立を図っていけたらと思っています。

観光は愛だ！

小さな出会いの創造が地域の元気に

公益財団法人前橋観光コンベンション協会
誘客創造課課長

藤田　朱美　氏

「オタクのお殿様は何万石だい？」「前橋城からの参勤交代のルートを教えてほしい」「あの映画はどこのあぜ道で撮影されたの？」など、私の働く職場の窓口には全国のお客さまからさまざまなお問い合わせをいただきます。中には即答できないものもあり、都度お調べして回答していますが、そのたび、自分たちの住むエリアについてもまだまだ知らないことがたくさんあることに気付かされます。

興味があり問い合わせてくれる方や、その上でわがまちまで足を運んでくださる方がある一方で、多くの地方都市にも同じようなことがあるかもしれませんが、「ここは観光地ではないから」と、「観光」は自分たちの地域に何も関わりのないものと捉えている住民の方の割合は少なくないように思います。

旅先で出会った地域の人との小さくても豊かなエピソードの積み重ねは、そのままその土地の印象となるでしょう。その意味では、ホテルやタクシー、案内所などの俗に言う観光事業者だけでなく、実はそこに住んでいる人そのものが、そのまちの魅力の下支えなのだと思います。

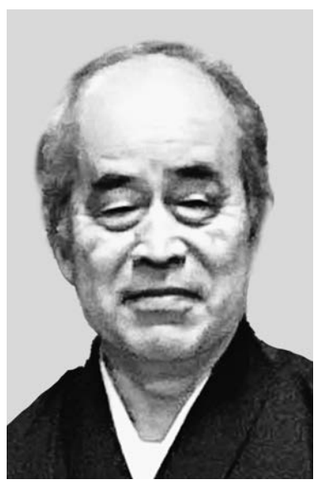
「観光」とか「インバウンド」とすると取り掛かりにくくても、「遠方から親戚が訪ねてくる」というような身近なシチュエーションで自分ごととして想定すれば、来る方の好みを考えて、「来たらおいしいものを食べさせてあげよう」「あそこが面白いから連れて行ってあげよう」と思いを巡らすことは、日常、多くの方が行っていることです。スケールや場面は異なりますが、国内外からわれわれの土地に訪れる方々も同じように迎え入れできれば、それが「観光」へとつながるように思います。

そう考えると「観光」という人の交流を生むために必要なのは、実は「愛」なのではないかと思っています。顔が赤くなるようなことを大真面目に言いますが、地域のことを自ら知り、その価値を未来に残していこうとする「地域への愛」、また、来訪された方の利便性を上げ、豊かな時間を提供し、多くの時間を笑顔で過ごしてもらいたいという「来訪者への愛」、やはり、これなしでは成り立たない気がします。

現在は、世界中に魅力的な場所がたくさんあり、一定の満足が得られるサービスがあふれています。世界の皆さんに知っていただくために、この「愛」をいかにして実際に来て体験してもらえる「商品」として売り場に並べることができるか。地方の小さなまちにもまだできることがあり、観光を進めることによる愛あふれる小さな出会いの創造が、地域の元気を育てると信じています。

みなさん、一緒に愛を育てましょう！

宿泊事業者が今、取り組むべきこと



原点回帰、情報発信が大切

魚敏旅館　代表取締役

宮阪　和久　氏

私が旅館に入って30数年、子供のころも含めて祖父母両親の経営時代を思い出しても、第2次世界大戦後、経営に大きな影響を与えた出来事は、昭和40年代後半のオイルショック（第3次まで含む）、昭和60年代初めのバブル経済の崩壊、平成の最高円高、サーズの流行、リーマンショック、東日本大震災、そして今継続中のコロナの感染症です。しかし、コロナを除き直接の影響は1年程度で元に戻っていました。今回のコロナのような3年にも及ぶような長期低迷を受けたことはありませんでした。

ここにきて、昨年の6月には海外からの団体旅行が解禁され、10月には水際対策が緩和され個人旅行者が日本に入国できるようになりました。国によってはまだ出入国に大きな制限があったりして完全にコロナの前の状況には戻っていませんし、緩和されてすぐ元に戻るとは思っていませんでしたが、それなりの対応をしたが、それなりの対応を考えていました。

ところが10月以降の予約が猛烈な勢いで増えていき、その予約数は確実に予約になり当館の場合、結果として外国の方の予約を含めた12月の延べ宿泊人員は、2019年の200％以上になり、1998年以降の12月としての最高値を記録しました。スタッフの数も増やせない等、想定外が続いたまま毎日の対応だけに追われて、より良いおもてなしにするにはなどと考える間もなく過ぎてしまいました。

長野県の湯田中エリアでスノーモンキーが目玉の地域の特性で冬場に外客が大勢訪れるためだったのかもしれません。ただ、この傾向はコロナ前と同じでスノーモンキーとスキーなどウインタースポーツを楽しみにお客さまは来ていました。ただ新しい傾向としては、スキー場のはしごをして白馬から志賀高原へ来てその後、野沢温泉や妙高高原へ行く方が多く目立ち、湯田中の地理的条件が適していたようです。今後そういう人をいかに取り込めるか、また、冬以外にいかに興味を持ってもらえるか、お客さんとの対話を図りながら情報を発信していかないといけないと感じました。

この後、どうやってここ湯田中に来てもらえるかを考えたとき、この3カ月旅館に着いてから「弓道の体験」ができないかと聞かれることが多く、人手が足りなく対応できずに残念な思いをお客さんにさせてしまったので、いつならできるなどの情報を発信し、取りこぼしのないように原点回帰が必要と思いました。

外客を受け入れ始めた頃に立ち返り、自分がやらなければならないことをしっかり確認することが、大きな流れの中でその流れに乗ったり、流れを大きくしたりして完全にコロナの前の状況には戻っていませんし、緩和されてすぐ元に戻るとは思っていませんでしたが、それなりの対応を考えていました。

ところが10月以降の予約が猛烈な勢いで増えていき、その予約数は確実に予約になり当館の場合、結果として外国の方の予約を含めた12月の延べ宿泊人員は、2019年の200％以上になり、1998年以降の12月としての最高値を記録しました。スタッフの数も増やせない等、想定外が続いたまま毎日の対応だけに追われて、より良いおもてなしにするにはなどと考える間もなく過ぎてしまいました。

長野県の湯田中エリアでスノーモンキーが目玉の地域の特性で冬場に外客が大勢訪れるためだったのかもしれません。ただ、この傾向はコロナ前と同じでスノーモンキーとスキーなどウインタースポーツを楽しみにお客さまは来ていました。ただ新しい傾向としては、

ウェルネスツーリズム

地方創生の取り組みに

well f.m.ファウンダー・理事

善井　靖　氏

ウィズ・アフターコロナの世界は新しい生き方、働き方、ライフスタイルが求められる中で、ウェルネスツーリズムの推進は、地域（資源・人・コミュニティ）と直接結びつき、地域資源を「ウェルネス資源」という新しい価値として地域が協働で生み出す契機となる。ウェルネスにまつわる雇用が発生し、生産性が向上、提供するサービスの付加価値を高める高付加価値型観光でもある。また、地域の1次、2次産業企業との連携、参画により、収益の域外移転を抑制する課題解決にも通じることも地方創生として注目される。地域活性、観光地域づくりの観点からも、ウェルネスツーリズムは大型の新規投資が必要なく、持続可能性の高い地域活性、観光再生の手段であると考えられる。

こうした背景をもとに、well f.m.一般社団法人を2022年3月に設立した。観光地域づくりの専門家、管理栄養士、温泉利用指導士、メディア運営者、大学研究者、アドベンチャーツーリズムの専門家集団で構成され、ウェルネスツーリズム研究の第一人者、琉球大学の荒川雅志教授に顧問に就任いただき、ウェルネスツーリズムによる観光地域づくりを事業の核として推進しいる。

当法人では、国立公園・国定公園内および周辺の事業連携法人内に研究拠点を全国5カ所（沖縄、富士五湖、増富、乗鞍、佐渡ケ島）に開設し、自然・人・地域とのつながりを創るツーリズム＝観光の新しい価値の創出を目指している。国立公園・国定公園内および周辺に研究拠点を置く理由として、環境省が主導する「国立公園満喫プロジェクト」に関連して事業展開を図る計画を進めている。

■中部山岳国立公園×ウェルネスツーリズム

長野県松本市と岐阜県高山市にまたがる中部山岳国立公園南部地域は、日本を代表する山岳エリアで、地域の自治体や事業者と連携し、「保護と利用の好循環」の実現と、地域活性化への貢献を目指した取り組みが進んでいる。豊富な温泉やさまざまなコンテンツを組み合わせて、新たな過ごし方の提案ができると考えられるカギの一つに「×ウェルネスツーリズム」が浮上しており、私が、2021年度から同地域のファシリテートを担当している。

中部山岳国立公園南部地域を間にはさみ、松本市街地と高山市街地をつなぐ横断ルートは「Big Bridge（ビッグブリッジ）」と位置付けられ、多彩で上質な体験と滞在ができる魅力的な観光ルートに磨き上げていくプロジェクトが進行し、アドベンチャーツーリズムとともに、ウェルネスツーリズムを取り入れた観光地域づくりが、「世界から着目される山岳リゾートエリア」を目指して大きく進みだしている。