

山里川海の一体保全に寄与することを目的に、一般社団法人グリーンバナー推進協会は大自然のなかや一次産業の現場で調査や保全活動を続けております。その現場から、特に気になるトレンドや現象を連続レポートでリアルにお伝えしたいと思います。第11回目は成功事例が増えて農業経営のスタンダードのひとつになりつつある観光農業です。



山形県寒河江市のサクランボを活用した農業観光

日本の農業観光のパイオニア 山形県寒河江市の軌跡に学ぶ

農業観光について、成功事例としてよく取り上げられるのが山形県寒河江市の取り組みです。寒河江市の人口は約4万1000人で、サクランボの産地として全国的に有名です。現在、寒河江市を訪れる観光客は約120万人ですが、30年前はたった5万人でした。この劇的な観光客増加の要因が観光農業だったのです。

農林水産省がグリーンツーリズムを提唱したのは1992年ですが、寒河江市はその8年前の1984年に農協、農家、市役所、温泉旅館、鉄道・バス会社、飲食店などあらゆる観光関連事業者が参加する「寒河江市周年観光農業推進協議会」を設立しています。最初に取り組んだのは寒河江市の名産品のサクランボの木を都会在住者に購入してもらうオーナー制度で、これにより農家の経営が改善しました。次にサクランボを収穫する6月以外の月にも観光客を呼べるようイチゴ、モモ、ブドウ、リンゴ、ブルーベリー、田植えや稲刈りなど年中楽しめるように“観光資源”を整えていきました。

さらに、サクランボの種とばし大会、特産のバラを湯船に浮かべた「幸せを呼ぶバラ風呂」、約1300年の歴史を持つ慈恩寺の住職と連携した「合格智慧蜜りんご」の祈願など、独創性あふれる企画を連発して全国にPRし、寒河江市の農業をイノベーションしてしまうほどの大成功を収めました。

インバウンドの経済効果を地方にもたらず決め手として期待が高まる

2017年の訪日外国人2800万人の延べ宿泊者数で見ると、約41%は三大都市圏以外の地方に泊まっています。地方を訪れる人は今後も増え続けることが予想されており、政府の調査によると農業体験への期待が多いことから観光農業や農家民宿の市場拡大に期待が集まっています。政府は農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる地域を2020年までに500地域にという目標を掲げました。

二度目、三度目に日本を訪れる外国人観光客の多くが求めるのが、「リアルな日本」「ディープな日本」です。なかでも農家の人たちとのふれあいは忘れられない思い出としてアンケート調査でも高い評価を獲得しています。担い手不足が深刻化する農業において、収益性の改善とやりがいの創出につながる取り組みとして期待が大きいと同時に、各地域の個性を磨く必要性が指摘されています。



年間4000人の外国人が農業を体験する広島県三次市の平田観光農園

平田観光農園は三次市の山中にあり、交通の便は良くありません。ここを訪れる年間4000人の外国人のうち6割は個人旅行者で、ほとんどの人がレンタカーを借りて来るといいます。国別では、アメリカ人、ドイツ人、香港人、台湾人など幅広いそうです。右のマップにあるように、年中複数のフルーツ狩りを楽しめるようになっていきます。



外国語を話さない年配のスタッフとのふれあいを楽しむ外国人が多いということで、リアルな日本、本物の文化を求める傾向が伺えます。

ポータルサイト「nohaku.net」の登場で農泊が身近に

農業観光による地域への経済効果を大きくするのに有効なのが「農泊」です。ポータルサイトで検索すると古民家やグランピングから公共の宿やホテルまで施設の形態はさまざまです。農園に近い立地はいうまでもありませんが、地域の特性を明確に打ち出した、体験の延長線上にある施設であることが重要な要素です。

客層は子供を連れたファミリー層も多く、農業体験を通じた教育の場としての機能も大切です。また、農業体験と食事をうまく組み合わせることで、通信販売につながるチャンスも広がります。ぜひ、ポータルサイトの閲覧をお勧めします。



地域内で体験と食事をどれだけ充実させられるかがポイント



農林水産省では、2017年度より農泊に取り組む地域への支援を開始し、2019年4月末までに428地域を採択しました。さらに、2020年までに農泊をビジネスとして実施できる体制をもつ500地域を創出することを目標に積極的に推進しています。2020年に訪日外国人を4000万人にする政府の目標を達成する上でも、地方のホテル不足を補う農泊への期待は大きいといえます。