

# 地域振興と観光農業

農林省農林水産技術会議事務局

藤井 信雄

## 観光農業の概要

福祉的施策を無視した高度経済成長は、都会人をイライラに追いこむ高密度社会を、都市への置土産とした。のみならず、生活環境の破壊を生みだす公害を各地にもたらした。人間性の回復がさげられたのは、このような動きを反映した結果であった。

自然性を生活にとりもどそう、緑と新鮮な大気・太陽を、水を望む願いは、従来の農業生産にもう一つ新たな部門を生みだすまでに発展した。

経済企画庁による「緑の空間計画」、農林省による「自然休養村」、林野庁による「自然休養林」の構想は、まさに高度経済成長の落し子であったといえるのではなからうか。

近年増加している観光農業、いわば農林水産業の第三次産業化も、その例外ではなかった。

農林省の調査によると、観光農業は昭和45年11月で約6,000件設置されている。

このなかには果実のもぎとり園、観光植物園、観光牧場、いも掘園、貸農場、山菜狩山、きのこ狩山、釣堀まで、観光からレジャーにいたるまで多面的に含まれている。

46年、47年とさらに増加を続けているが、内容的には小資本で、従来の経営の延長線上で手軽に開始できる果実のもぎとり園が最も多く、また客数も約4割となっている。かなり資本投下を必要とし、従来の農業経営の感覚だけでは経営が困難な観光牧場、観光植物園は、まだまだ設置数が少ない。

地域別にみると、大都市の東京、大阪、京都近辺の都府県が圧倒的に多く、東海道メガロポリスでの立地と云いきってもよい。

ところで、これら約6,000余件の観光農園は多くが点的存在である。一部山梨県のブドウの例を除いては、地域的な広

がりをもった農園はごく少ない。

しかし、47年に設置され、またこれから設置しようとして計画されているのは、地域的に拡がったものが芽ばえている。これは特徴的な動きといえようか。

## 地域振興と観光農業

観光農業は都市近郊での立地と、いわゆる過疎の地域での立地と2つのタイプに分かれる。

都市近郊地域はともかくとして、過疎地域では農業振興、地域振興の必要度が大きい。とくに多くの過疎地域は豊富な緑(山林)と新鮮な大気、水、太陽に恵まれている。自然的条件としては観光農業の立地に適している。

このような地域では従来も種々の農業振興施策がとられ、現在もまた行なわれつつある。その一つの方策として、観光農業の導入を考えてみることは無駄なことだろうか。

過疎地域における観光農業の在り方は、都市近郊の場合とだいぶ異なったものとなるだろう。

ここでは、優れた大きな観光農園が1戸、2戸設置されるのではなく、地域全般が観光農園ゾーンとなるような方式が、望ましいものと云えよう。

ある地域のなかで果実のもぎとり園、観光牧場、観光植物園(花卉生産)、その他パーベキューなどが組み合わされて、広域にわたって自然のなかで余暇時間が過ごされるような仕組となる。

過疎地域になぜ観光農業を導入するのか、という疑問もでよう。たしかに観光農業をもちこまなくても、それ以外に適した経営方式なり適作目が導入されれば、それでよい。しかし、現実には、なかなかよい作目が選択されないというのが悩みである。

観光農林漁業の種類別、地域別概要 (昭和45年11月1日)

観光農業の種類	経営体の数	年間来客数	観光農業の立地地域	経営体の数	年間来客数
果実等もぎとり園	1,942	7,230	北海道	50	374
いも掘園	115	399	東北	124	972
観光植物園	134	3,208	関東	2,682	8,536
観光牧場	11	33	北陸	46	471
キノコ狩	601	340	東海	586	1,297
釣堀	1,004	3,616	近畿	564	2,155
その他	2,245	2,508	中国・四国	1,451	1,736
計	6,052	17,334	九州	549	1,794

資料：農林省「観光農林漁業実態調査」

また、適した作目が導入された際でも、市場出荷争競の場で、過疎地域という交通条件、傾斜地の生産力の低さから云って、市場競争にうちかつには容易なことではない。

農産物を市場に出荷せず、市場競争の場を回避できる農産物流通の方法としては、直売型態の観光農業が最も適しているといえよう。

### 観光農業の型態と問題点

地域振興の一環として観光農業を導入するには、具体的にはどのような型態が考えられるであろうか。

第一は果実のもぎとりを中心とした、いわば果樹公園的な方法である。これは、果実(ぶどう、りんご、みかん、栗等が主力)のもぎとりを中心に、関連する食堂、休憩場、その他の必要施設を設置する。

果実の生産管理は各農家が担当し、客との連絡、また客の配分は観光協会等が担当する仕組みである。

第二は花卉生産・販売の観光植物園の方法である。花卉、緑化樹木、その他苗木の生産については各農家が担当し、販売関係を観光協会なり農協の直営事業として実施する。

この方式の場合は、単に苗木生産だけでなく、自然林野、ハイキングコース、また大温室の設置による洋らん、観葉植物等の生産・販売も加える。一種の森林公園的な観光農業といえる。

農民資本を中心にし、さほど多額の資本投下を伴わない方法としては、以上の二通りの方法が主力になる。これにやや異なった型態としては河川、渓谷における釣堀経営である。

どのような型態をとるかは、自然的立地条件、交通的条件、また従来からどのような農業経営をやってきたかによって異なってくる。

その型態は立地条件を極度に利用するものとして、いずれの場合でも問題として慎重に検討しなければならぬ点は、次のような事項といえる。

第1・豊かな自然と調和のとれた観光農業の開発であること。自然性の確保と云って関連施設のトイレ、休憩所、駐車場等を手抜きしてはいけない。

第2・地域住民が観光農業導入によって、直接、間接なんらかの形で参画し、地域農業振興の利益をうけること。

第3・地域振興の方策として観光農業を導入するさいの自治体、公共事業体の関与の方法がむずかしい。

観光農業は第三次的産業の性格を有しているだけに、設置運営に当っては経営者の独創性がかなり成績に影響する。したがって自治体、公共事業体の関与は道路整備、汚物処理等の基本的部分の助成援助に、地域計画の立案、運営は観光農業者がという分担方式が望ましい。

第4・観光農業は農産物出荷に替って、農産物の消費者が直接農村を訪ねることによって成立する。したがって、観光農業を営む範囲だけの道路整備では十分でない。

そこまでの道路整備、ゾーン周囲の環境整備が必要である。にもかかわらず、とにかく行政単位の域内だけの整備に終わりがちで、ここに一つの問題がある。広域整備が必要である。

### 観光農業のこれから

観光農業の需要についての面からみれば、週休2日制の実施、家族単位の旅行の増加など、条件としては明るい。

だからといって、観光農業が今日のように好調を持続するとは云いきれない。その要因は観光農業内部から生まれてきそうである。また事実そのような例も散見される。

その一つは観光農業の経営が、レジャー関係の設備投資によって、過大な料金設定をしがちなこと、また自然との調和を破壊しやすいことである。

その二つは観光農業の特質である新鮮な農産物、味のよい農産物の供給をおこたることによって、客の動員が減少することである。とくに、土産物の品質がよくないということが、現実に消費者の不満となっている。

観光農業はそういう意味では、サービスを忘れた、つまらぬ商才を身につけたときに亡びるのかもしれない。