

Ⅱ グリーン・ツーリズムを取り巻く環境

1 近年の旅行者のニーズ

① 個人旅行者

現代の消費者嗜好は、モノの所有へのこだわりは薄れ、そこでしか体験できないこと、気軽に行くことができない非日常的な場所などに強い関心を寄せる人が増え、いわゆる「コト消費」への注目が高まっています。

観光の視点でいうと、知名度の高い観光スポットを周遊し大型観光ホテルに宿泊するといった、旅行会社が企画販売するいわゆる「発地型旅行」から、地域ならではの食や体験、文化を楽しみ、人里離れた隠れ家のような旅館や中山間地域の農家民宿などの穴場に宿泊し、地域の方との交流を存分に味わう、いわゆる「着地型旅行」へのニーズが増える傾向にあります。また、急速な少子高齢化により、ツアーの規模もかつて主流だった団体旅行から、家族単位の小グループ主体に推移しています。今後ますます少子高齢化が進み、子ども連れの家帯の割合が減る中で、老夫婦や高齢者、一人旅などの小団体が国内観光の主体となっていくものとみられています。

こうした現代の消費者の本物志向や旅先でしか味わえないものを求める傾向の強まり、十人十色と細分化する嗜好は、地域ならではの伝統・文化・景観などの特色を生かしたグリーン・ツーリズムの推進においては追い風と捉えることができるでしょう。地元に通じた人たちが知恵を出し、工夫をこらして地域ならではの魅力的なプログラムを作り、農家に宿泊し、非日常を体験していただくなどすることが、地域への訪問者を増やし、地域に元気をもたらすことにつながります。

② 訪日外国人旅行者

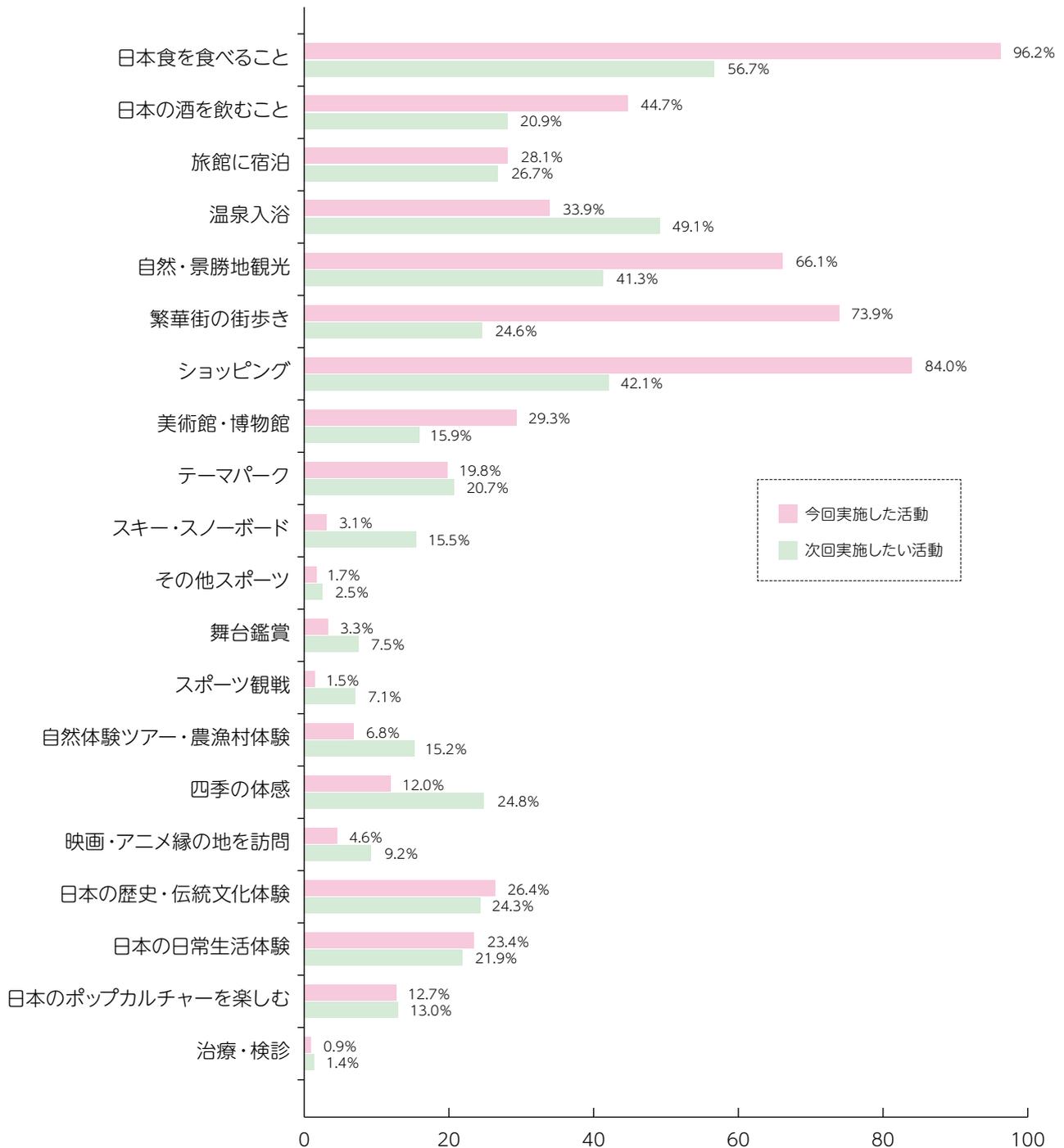
平成30（2018）年、訪日外国人旅行者の数は過去最高の3,119万人を突破し、平成25（2013）年の約1,036万人から、3倍近くに増えています。訪日旅行中の消費額も増え続けており、観光庁のデータで平成30（2018）年の旅行消費額（総額）は、約4兆5,189億円と報告されています。旅行中の1人あたりの消費額も約15.3万円と、少なくありません。特に消費額が大きいものは、買物代、宿泊費、飲食費の3つです。

※出典：観光庁「訪日外国人の消費動向 2018年年次報告書」

また、緑に囲まれた日本の田園風景は、工業化が進む東アジア諸国からの観光客には魅力に富む風景に映るようです。日本の農村は四季折々の豊かな魅力を持ち、その土地ならではの風土と文化に癒しを感じるのは日本人だけではありません。日本の農村の原風景や伝統文化、郷土食、地域の方のおもてなしなどは、魅力ある観光資源となり得ます。また、訪日外国人旅行者のニーズも国内個人旅行者と同様、買い物の「モノ消費」から体験の「コト消費」へとシフトしており、そのニーズの変化もグリーン・ツーリズムにとって追い風となっています。

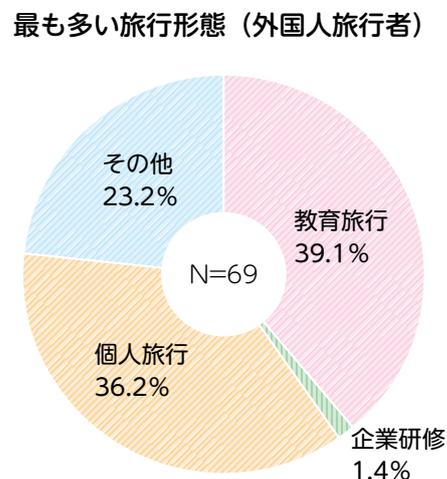
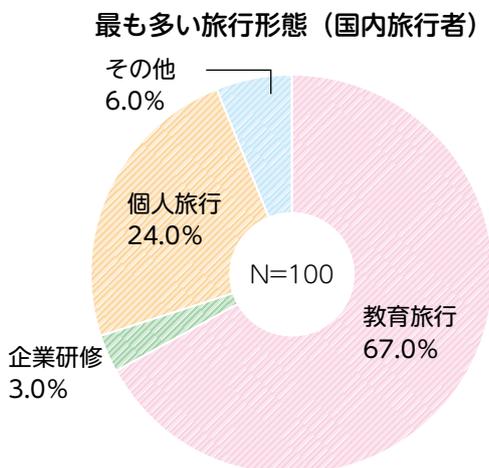
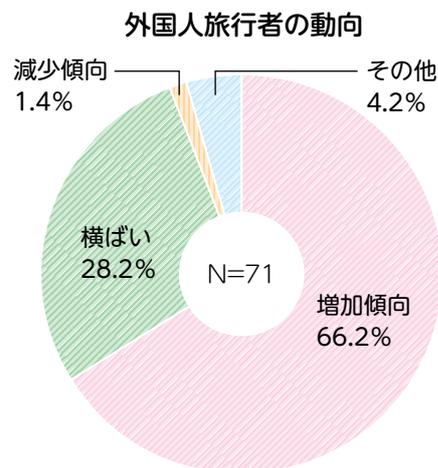
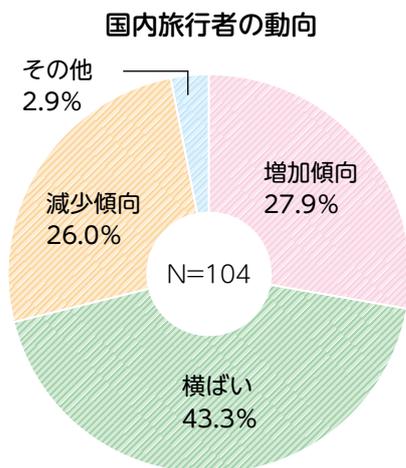
観光庁の調査によると、「今回したことと次回したいこと」のアンケート調査の「自然体験ツアー・農漁村体験」の項目では、「今回実施した活動」は6.8%でしたが、「次回実施したい活動」は15.2%にのびています。また、日本滞在中にしたこととして、「日本の歴史・伝統文化体験」は26.4%、「日本の日常生活体験」23.4%となり、“日本らしさ”を感じることができる体験は旅の大きな目的となっています。訪日外国人旅行者は“日本の田舎”に安らぎや自国にない魅力を感じています。

訪日外国人が旅行先で今回したことと次回したいこと（全国籍・地域、複数回答）



出典：「訪日外国人の消費動向 2018年年次報告書」観光庁
 調査の対象：日本国内の17空港から出国する訪日外国人
 有効回答数：33,142件

三菱UFJリサーチ&コンサルティングによる「農泊」をテーマとする実態調査（2018年3月報告）によると、外国人旅行者による農泊体験者数は増加傾向（66.2%）にある一方、国内旅行では横ばい状態（43.3%）という結果となっています。旅行形態については、国内では教育旅行が最多（67.0%）となっていますが、外国人旅行では教育旅行（39.1%）と個人旅行（36.2%）が二分する結果となっています。



出典：2018年農泊受け入れに関する実態調査（三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）
 回答者：農泊に取り組む全国の243団体・組織
 回答数：107団体・組織

③教育旅行

国内の近年の修学旅行では「体験学習」のニーズが高まっており、中でも民泊を伴う「農業体験」は、日本の伝統的な生活体験を学ぶ機会として各地で受入れがなされてきています。農家や一般家庭に宿泊しながら農作業体験や生活体験を行い、地域の人と深い交流ができることが魅力となっています。こうした体験は、核家族化が進む中で、三世代家族とのふれあいや心の交流ができる場となり、教育的観点からも期待が高まっています。また、受入れ側は、交流から生まれる感動や手紙のやりとりから元気を得たという農家も多く、子どもとの交流が生きがいとなるほか、自らの地域の魅力を新たに発見するきっかけとなり、地域の連帯感や活気につながるなど、受入れ側と参加者側の双方にメリットが生まれています。

とはいえ、教育旅行の受入れは、時期的な集中や家族の協力、コストの見直しなどまだまだ課題も見受けられます。受入れについては、まずは（現状では）農業生産をしっかり行った上で、労働力の空き時間の範囲での実施を前提に取り組むのが望ましいといえるでしょう。「ホンモノ」の体験を提供するためにも、受入れ農家の農業生産を継続的に支える仕組みづくりが同時に必要とされます。

一方、海外からの訪日教育旅行者を受け入れ、その地域の方々と交流してもらうことには異文化交流、国際理解などの教育的な効果があります。また、海外の若者に日本の魅力を感じてもらい、将来的なリピーターを増加させることにも期待が持たれています。特に訪日教育旅行で滞在した地域に再び訪れることが多いと考えられており、地方経済に寄与することが見込まれています。中国や台湾、シンガポールなどの場合は小中学校が主催する訪日教育が一般的ですが、オーストラリアやアメリカでは、高校、大学で日本語を学ぶ学生が有志で参加する場合があります。

④交流人口、関係人口の増加からやがて移住定住へ

都市と農村の交流であるグリーン・ツーリズムの最終的な目的は、過疎化と少子高齢化に悩む農村地域における移住や定住による人口減少の抑制という捉え方があります。当然ながら、その実現は容易なことではありません。まずは、グリーン・ツーリズムを「地域を訪れた人たちに、その地域への関心を持ってもらうきっかけを提供するための仕組み」と捉えてみてはいかがでしょうか。実際に地域を訪れた人たち（交流人口）は、まず地域に対する理解と関心を高めます。さらに、そこに住む人たちとの親交を深め、繰り返し訪れるようになり（関係人口）、その結果として、移住や定住につながっていきます。移住のためには、自然環境や就労機会、住環境、福祉の充実はもとより、地域の方々との人間関係が最も重要なのは言うまでもありません。地域を肌で感じ、地域の方々と交流することができるグリーン・ツーリズムは、その足がかりとしてふさわしいのではないのでしょうか。

2 国の方向性

政府は平成29（2017）年3月28日に新たな「観光立国推進基本計画」（平成29年度～平成30年度）を閣議決定し、観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策を提示しています。その中で「滞在型農山漁村の確立・形成」を掲げ、「農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を持った地域を2020年までに500地域創出し、『農泊』の推進による農山漁村の所得向上を実現する。」としました。本計画の見直しに当たって基礎となった、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28（2016）年3月30日決定）においては、「農泊」の展開は「50地域創出」とされていたため、一気に10倍のエリアで農泊の展開を推進することになりました。農泊とは、農村地域において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民泊、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらう農村地域滞在型旅行を指し、農泊を含むグリーン・ツーリズムは農村地域の活性化のための国の重要政策となっています。



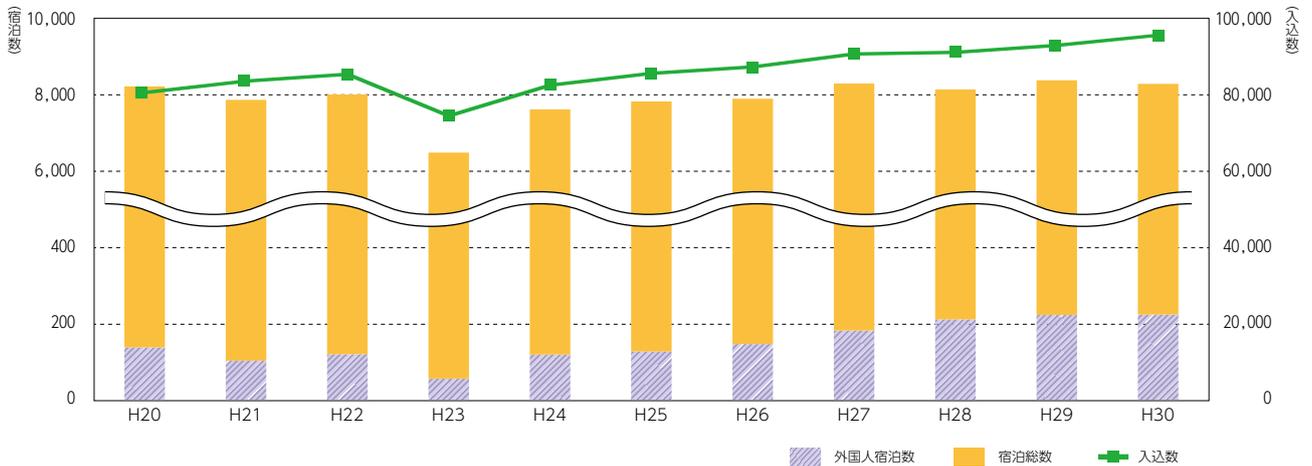
3 栃木県の観光客入込数と都市農村交流施設の利用状況

①観光客入込数

栃木県の平成30（2018）年の観光客入込数は、9,543.6万人で、前年と比較して266.9万人の増加（対前年比102.9%）となり、過去最高を更新しました。同年にはJRグループ6社（北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州）と地域（地方公共団体・住民・企業など）が協働で取り組む、国内最大規模の観光キャンペーン「デスティネーションキャンペーン（DC）」が実施され、同期間中（4～6月）の観光客入込数は前年同期と比較して52.6万人の増加を記録しています。

栃木県の観光客宿泊数は平成23（2011）年に東日本大震災の影響もあり、平成元（1989）年の調査開始以来最大の減少となったものの、平成27（2015）年以降は800万人を超える水準で推移しています。外国人宿泊数については増加の一途をたどり、平成30（2018）年の外国人宿泊数は、22.3万人で、過去最高を更新しました。

栃木県の観光客入込数・宿泊総数・外国人宿泊数の推移（単位：千人）



②都市農村交流施設の利用者数

都市農村交流施設の利用者数は、年々増加し、平成30（2018）年度は前年度より18万人多い1,968万人と過去最高でした。

農産物直売所の利用者数は、前年度より15万人多く1,675万人（過去最高）で、利用者数全体の85%を占めています。農村レストランの利用者数は、前年度より2万人多い227万人（過去最高）でした。

都市農村交流施設の利用状況（単位：万人）

