

# 地方創生時代における 農山村と観光

地方創生の掛け声のもと、東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力向上を目的とした施策が、日本全国で展開されている。そうした中、地域活性化の手段として観光、その振興に取り組む地域も少なくない。過疎化や高齢化が顕著な農山村においても、旅行者の価値観の変化などを背景に、農山村の風景や農業、田舎の暮らしそのものを活かした取り組みが、さらに進展しつつある。また、国内のみならず、海外でも日本の農山村の魅力が注目され、多くの外国人が農山村を訪れるようになった。本特集は、地方自治体アンケート調査、先進事例へのヒアリング調査などから、農山村が観光に取り組む意味と効果の検証を試み、農山村の価値を高める方法、その際に留意すべきことなどを考察するものである。

## 条件不利地域は インバウンド観光振興をどう捉えているか

公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 主任研究員 吉谷地裕

政府は、近年、地方創生、日本版DMOなど、国を挙げた観光推進のための政策を掲げ、具体的な事業などを展開している。2016年(平成28年)3月30日には、「明日の日本を支える観光ビジョン(表1)」が策定され、観光を日本の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」に挑戦していく覚悟が示された。

「観光が日本経済、地方振興に重要であり、観光政策は、国家政策の中軸的な総合政策」と位置づけられるとともに、「インバウンド観光」の推進に大きく傾注する極めて野心的な目標が掲げられている。地方部においても、諸施策(プロモーション、環境整備、受入体制づくりなど)を講じることで「ゴールデンルートに

集中する外国人旅行者を地方に分散させれば、あまねく地域が潤う」という考え方に立脚する。

このような国の動向も踏まえて、地方部でも観光振興、特にインバウンド観光推進による地域振興への期待は年々高まっており、さまざまな事業が実行または計画されているが、地域がインバウンド観光を進めることにそもそもどのような意義を見いだすのか、コストに見合うベネフィットがあるのか、十分な検証が行われてきたとは言い難い。

特に、過疎地域や中山間地域といった、いわゆる「条件不利地域」では、人的・資金的リソースが限定的であり、効果的な施策に集中投資せざるを得ない。

表1 明日の日本を支える観光ビジョン

①訪日外国人旅行者数
・2020年：4,000万人
・2030年：6,000万人
②地方部(三大都市圏以外)での外国人延べ宿泊者数
・2020年：7,000万人泊
・2030年：1億3,000万人泊
※訪日外国人旅行>日本人国内旅行>日本人海外旅行
※インバウンド重視
+
2016年は「東北観光復興元年」。2020年までに東北6県の外国人宿泊者数を2015年の3倍の150万人泊に引き上げる。

そこで、当財団では、地域における観光の意義を再考する上での基礎的な情報を収集するため、2016年(平成28年)10月に全国の市区町村を対象とした意識調査を行った(調査概要は7ページを参照)。本調査で

図1 人口増減の傾向

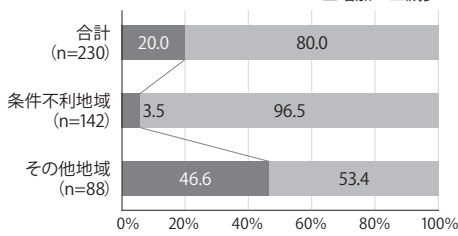
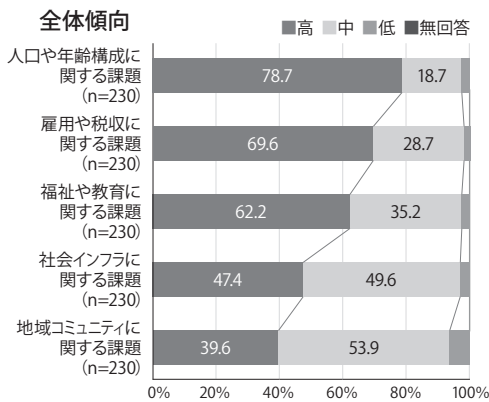
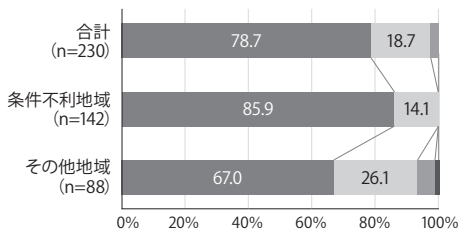


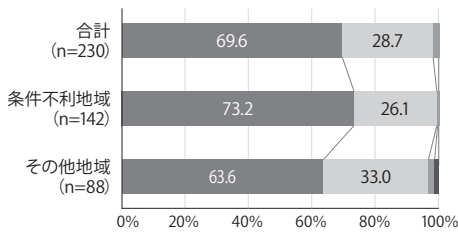
図2 諸課題の重要性



条件不利地域の傾向 (人口や年齢構成に関する課題)



条件不利地域の傾向 (雇用や税収に関する課題)



## 条件不利地域について

本稿では、「条件不利地域」に焦点を当てて展開していくが、その明確な定義は見当たらない。そこで、本稿においては、国が、地理的条件などが不利な地域を指定して振興を図る「地域振興立法5法」の指定を受けている地域を「条件不利地域」

は、全国の条件不利地域が、観光やインバウンド観光に対して、どのような効果を期待しているのか、また、どのような課題や懸念があるのかを聞いた。本稿では、その結果を読み解きながら、整理をしていきたい。

「地域振興立法5法」の適用がある市区町村は、全市区町村(区部は市部との重複を含む)の6割に及ぶ。これらの地域の特徴の一つとして、適用地域の96・5%が人口減少局面にあることが挙げられる(図1)。なお、「地域振興立法5法」の適用団体として公開されている資料について、合併等が行われた市区町村

として扱うこととする(「特定農山村地域における農林業等の活性化のための基盤整備の促進に関する法律(通称・特定農山村法)」「過疎地域自立促進特別措置法」「山村振興法」「半島振興法」「離島振興法」の5法を指す)。

## 諸課題の重要性(優先度)

はじめに、各市区町村における諸課題について、重要性への認識を幅広く確認しておきたい。そもそも行政施策は、地域の諸課題を解決するための「手段」であり、観光もその一つであると考えられるからである。諸課題の重要性(図2)を全体傾向で見ると、「人口や年齢構成に関する課題」が8割弱を占めており、「雇用や税収に関する課題」が7割弱と続いている。条件不利地域とその他

は、合併等後の市区町村として取り扱った。地域で比べると、これらの課題は、条件不利地域では、より重要な課題として認識されていることが分かる。

## 課題解決における「観光振興への期待の程度

これらの諸課題の解決における「観光振興」への期待(図3)を見ると、観光振興による解決が最も期待されているのは「雇用や税収に関する課題」で5割弱、「社会インフラに関する課題」「地域コミュニティに関する課題」「人口や年齢構成に関する課題」が2〜3割弱、「福祉や教育に関する課題」は1割弱であった。観光を通じた経済効果や雇用効果などへの期待が比較的高い一方、最も重要性が高い課題(図2)である「人口や年齢構成に関する課題」への期待は限定的であると読み取れる。

条件不利地域では、「雇用や税収に関する課題」における期待がより高いが(50・7%)、人口減少が大きな課題となっている条件不利地域においても「人口や年齢構成に関する

課題」への「観光振興」への期待は「中」が最多であり、必ずしも高いとはいえない（図3の条件不利地域の傾向）。

### 課題解決における「インバウンド観光振興」への期待の程度

「インバウンド観光振興」への期待（図4）を見ると「観光振興」と同様に、「雇用や税収に関する課題」「社会インフラに関する課題」における期待が高い。条件不利地域においても同様であるが、より期待が高い傾向がある。

前項の「観光振興」への期待と比較すると、「インバウンド観光振興」への期待は低い傾向がある。

### インバウンド観光の景況感

市区町村におけるインバウンド観光の景況感（図5）を見ると、「昨年と比べた今年の現状」では4割弱が上向き、3割強が横ばい、「今年と比べた来年の見通し」では3割強が上

向き、3割強が横ばいと回答しており、おおむね横ばいから上向きの傾向にあると認識されている。条件不利地域では、現状および今後の見通しがより肯定的に捉えられている。

### インバウンド観光の重要度

インバウンド観光の重要度（図6）を見ると、「重要である」が4割強で、「重要ではない」の1割強を大きく上回っている。条件不利地域では、より重要度が高く、5割以上が重要であると回答している。

なお、全般に「どちらとも言えない」の回答が多く、特に条件不利地域以外では5割を占めている。

### 実施しているインバウンド関連施策

実施しているインバウンド関連施策（図7）を見ると、情報発信が5割強と最も多く、次いで受入環境整備が5割弱、プロモーションが3割強となっている。条件不利地域では、全般により多くの施策が実施されて

図3 「観光振興」への期待

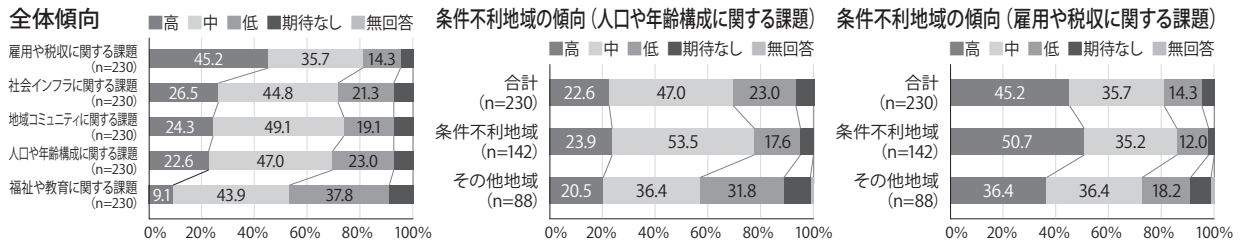


図4 「インバウンド観光振興」への期待

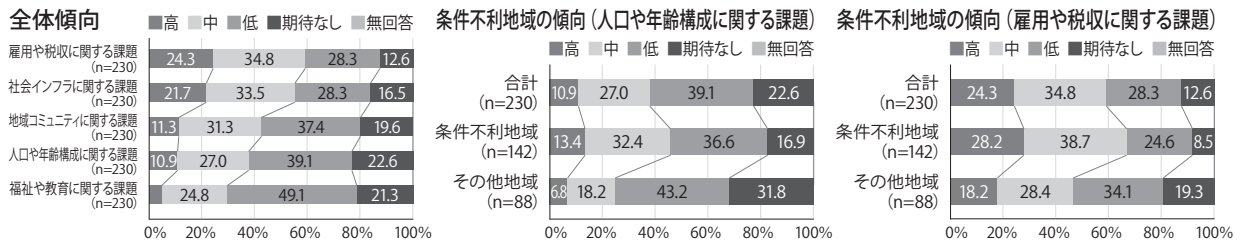


図5 市区町村におけるインバウンド観光の景況感

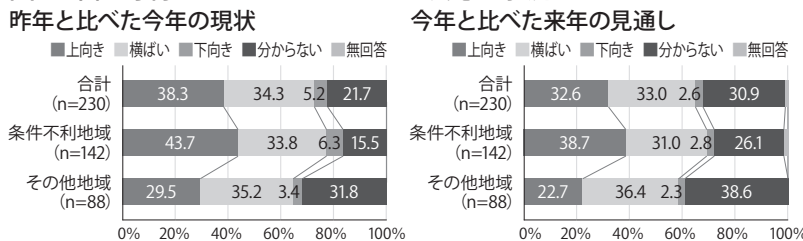


図6 インバウンド観光の重要度

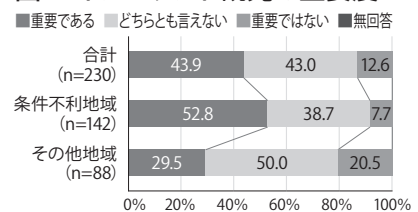
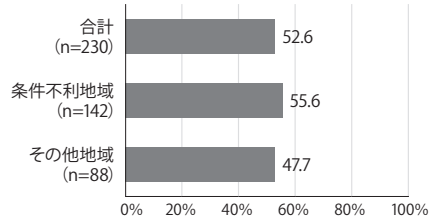
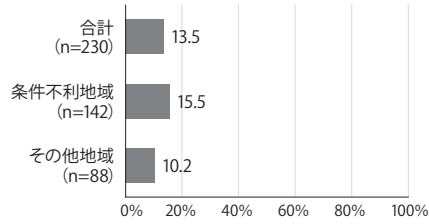


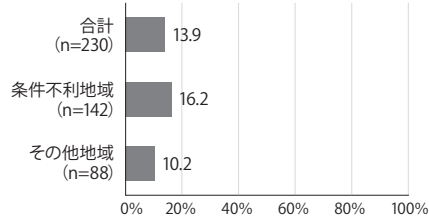
図7 実施しているインバウンド関連施策  
情報発信



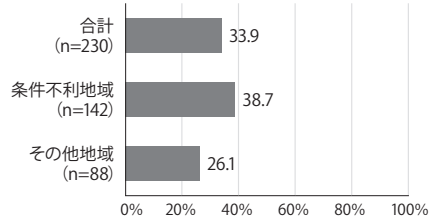
商品造成



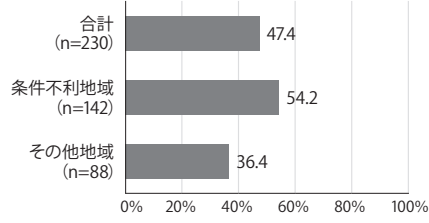
人材育成



プロモーション



受入環境整備



インバウンド観光に関連して地域に生じている好影響や期待される事に

### インバウンド観光に関連して地域に生じている好影響や期待される事項の有無

おり、情報発信が6割弱、受入環境整備が5割強である。これらについて、特に力を入れている施策などの具体（FA）のキーワードを整理すると、パンフレット整備やWi-Fiの整備といった受入環境整備の他、AGT訪問・商談会展示会参加といったプロモーション活動、ホームページの多言語化などの情報発信などが挙げられた。

「ない」の割合を上回っている。条件不利地域では、より好影響や期待される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、地域内消費・経済波及効果の拡大、観光産業の振興、地域活性化が最も多く挙げられた。また、地域の認知度向上などが多く挙げられた他、少数回答として、住民が地域の魅力を再認識すること、文化交流、国際交流、外国人ボランティアの協力による郷土文化や祭りの維持・伝承などが挙げられた。

「ある」の割合を上回っている。条件不利地域では、より課題や懸念があるという回答が多い。課題や懸念される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、外国人受入体制の弱さ（案内板整備、人材育成他）や、経済負担の増加、生活環境やコミュニ

域以外では5割弱を占めている。項の有無（図8）を見ると、「ある」が4割弱で「ない」の2割弱を上回っている。条件不利地域では、より好影響や期待される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、地域内消費・経済波及効果の拡大、観光産業の振興、地域活性化が最も多く挙げられた。また、地域の認知度向上などが多く挙げられた他、少数回答として、住民が地域の魅力を再認識すること、文化交流、国際交流、外国人ボランティアの協力による郷土文化や祭りの維持・伝承などが挙げられた。

「ない」の割合を上回っている。条件不利地域では、より課題や懸念があるという回答が多い。課題や懸念される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、外国人受入体制の弱さ（案内板整備、人材育成他）や、経済負担の増加、生活環境やコミュニ

域以外では5割弱を占めている。項の有無（図9）を見ると、「ある」が4割弱で「ない」の2割弱を上回っている。条件不利地域では、より課題や懸念があるという回答が多い。課題や懸念される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、外国人受入体制の弱さ（案内板整備、人材育成他）や、経済負担の増加、生活環境やコミュニ

域以外では5割弱を占めている。項の有無（図9）を見ると、「ある」が4割弱で「ない」の2割弱を上回っている。条件不利地域では、より課題や懸念があるという回答が多い。課題や懸念される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、外国人受入体制の弱さ（案内板整備、人材育成他）や、経済負担の増加、生活環境やコミュニ

**調査結果の全体像と考察**  
——観光推進に経済効果を期待、その他の課題への期待は比較的低い  
本調査の結果全体を俯瞰すると、地域課題の重要性としては、「人口や年齢構成に関する課題」が8割弱を

「ある」が7割弱を上回っており、その他地域の4割との差が見られた。

インバウンド観光への今後の取り組み意向（図10）を見ると、「ある」が6割弱で、「ない」の1割強を大きく上回っている。条件不利地域では「ある」が7割弱を上回っており、その他地域の4割との差が見られた。

### インバウンド観光への今後の取り組み意向

「ない」の割合を上回っている。条件不利地域では、より課題や懸念があるという回答が多い。課題や懸念される事項の具体について、回答（FA）からキーワードを整理すると、外国人受入体制の弱さ（案内板整備、人材育成他）や、経済負担の増加、生活環境やコミュニ



占める最大の課題となっており、次いで「雇用や税金に関する課題」が7割弱であった。これに対して、「観光振興」による地域課題の解決への期待は、特に、「雇用や税金に関する課題」において高い一方、「人口や年齢構成に関する課題」やその他の課題においてはより限定的であった。

——インバウンド観光推進はより経済面に特化して期待

「インバウンド観光振興」においても同様の傾向であるが、「観光振興」への期待と比較するとその割合は低い。

好影響や期待される事項は経済面に特化しており、その他の効果は少数にとどまっている。

生じている課題や懸念される事項では、受入体制の脆弱さや費用負担の増加が多く挙げられた他、生活環境への影響やマナー・文化の違いに起因するトラブルなども不安材料となっていた。

——条件不利地域では観光・インバウンドの効果や期待とともに、課

題や懸念度合いも高い

条件不利地域における好影響や期待される事項・生じている課題や懸念される事項は、全体傾向と類似しているが、観光振興やインバウンド観光振興への期待がより高い傾向がある。インバウンド観光の重要度、効果や期待、課題や懸念の有無、今後の取り組み意向についても、いずれもその他地域よりも「ある」とする回答が多い。特に経済効果や雇用の効果の側面から、観光やインバウンド観光推進による効果を期待しており、積極的な姿勢が見られる。その一方で、課題感や懸念も強いことがうかがえる。受入体制などを整備するために新たな費用負担が課題視されており、生活環境や景観への影響、マナーや言語などの問題も懸念材料となっている。

——インバウンド観光推進の意義や効果、課題などが見極め切れていない

注目されるのはインバウンド観光の重要度、効果や期待、課題や懸念の有無、今後の取り組み意向について、「どちらとも言えない」とする

図8 インバウンド観光に関連して地域に生じている好影響や期待される事項の有無

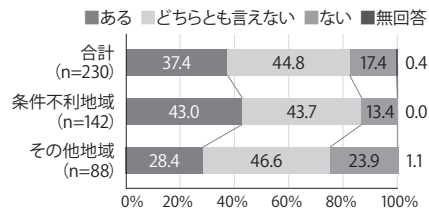


図9 インバウンド観光に関連して地域に生じている課題や懸念される事項の有無

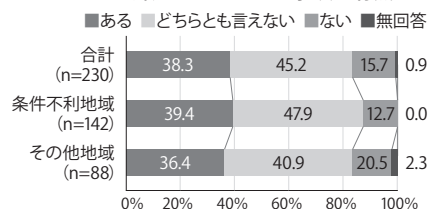
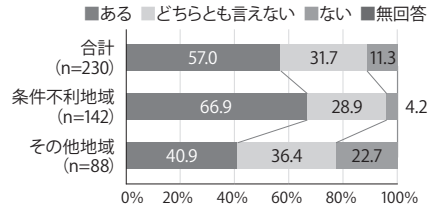


図10 インバウンド観光への今後の取り組み意向



地域が観光に取り組み意義を改めて問うこと

回答が多いことである。地域がインバウンド観光推進の効果、課題などについて十分に見極めきれないことがうかがえる。

本調査を通じて、地域における観光やインバウンド観光による地域課題の解決への期待は経済面など限定的であり、万能薬とも特効薬とも捉えられていないことが明らかになった。また、全般における「どちらとも言えない」や「中」程度といった回答の多さからは、観光やインバウンド観光に積極的に取り組むべきか

どうかについて、見極め切れていない現状が浮かぶ。本調査で焦点を当てた条件不利地域においても、その他の地域と比較して期待・課題共に大きいものの、概して同じことが言える。

昨今、国を挙げて観光やインバウンド観光振興が強力に推進されているが、その効果を広め、地に足の着いたものとしていくためには、地域が観光やインバウンド観光に取り組み意義（何のために取り組むのか、どんな効果を期待するのか、何を失いたくない（守るべき）か等）について、改めて問い直される必要があるのではないだろうか。

（よしやち ゆたか）

## 市区町村における観光の現状と課題に関する実態調査 実施概要

### ■調査内容

調査名	地域の観光に関する実態調査	調査目的	全国市区町村における観光振興への意識（期待、懸念など）を把握する
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国市区町村の観光振興に関する意識（期待、懸念など）を抽出</li> <li>※全国市区町村の観光部署担当者に対し、調査依頼状および調査票を郵送配布（※JTB『旅行年報2016』に添付）・郵送回収（平成28年10月7日発送、11月4日締め切り）</li> <li>市区町村の状況（各地域課題の重要度/地域振興立法5法への適用状況/観光入込数/インバウンド観光の景況感他）ごとの観光振興への意識（期待、懸念など）を整理</li> <li>市区町村の状況別の観光振興への意識（期待、懸念など）を分析</li> </ul>	調査内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>各地域課題の重要度（※3段階 低・中・高）</li> <li>観光振興による各地域課題解決への期待度（※4段階 期待なし・低・中・高）</li> <li>インバウンド観光振興による地域課題解決への期待度（※4段階 期待なし・低・中・高）</li> <li>インバウンド観光への景況感（※3段階 下向き・横ばい・上向き/分からない）</li> <li>インバウンド観光の重要度（※3段階 重要ではない・どちらとも言えない・重要である）</li> <li>地域に生じている好影響や期待される事項の有無（※3段階 ある・どちらとも言えない・ない）</li> <li>地域に生じている課題や懸念される事項の有無（※3段階 ある・どちらとも言えない・ない）</li> <li>実施しているインバウンド関連施策（FA）</li> <li>インバウンド観光への今後の取り組み意向（※3段階 ある・どちらとも言えない・ない）</li> </ul>

### ■回答団体の概要 ※全団体の団体数は平成27年国勢調査に基づく（市部と区部は個別に回答を依頼したことから総計は市部と区部が重複する）

#### 全体の回答団体数・回答率

	全団体	回答団体	回答率
回答団体数	1,917	230	12.0%

#### 地方別の回答団体数・回答率

	全団体	回答団体	回答率
北海道地方	189	34	18.0%
東北地方	232	38	16.4%
関東地方	361	49	13.6%
中部地方	350	40	11.4%
近畿地方	278	18	6.5%
中国地方	119	8	6.7%
四国地方	95	7	7.4%
九州地方	293	36	12.3%
総計	1,917	230	12.0%

#### 市区町村別の回答団体数・回答率

	全団体	回答団体	回答率
市部	791	91	11.5%
うち区部	198	5	2.5%
町部	745	112	15.0%
村部	183	22	12.0%
総計	1,917	230	12.0%

#### 地域振興立法5法の適用状況別の回答団体数・回答率

	全団体	回答団体	回答率	備考
地域振興立法5法適用無	803	88	11.0%	
地域振興立法5法適用有	1,114	142	12.7%	
特定農山村地域	641	84	13.1%	※1
過疎地域	797	106	13.3%	※2
2条1項適用	616	86	14.0%	
33条1項適用	30	3	10.0%	
33条2項適用	151	17	11.3%	
振興山村	732	89	12.2%	※3
半島地域	194	22	11.3%	※4
離島地域	112	11	9.8%	※5
総計	1,917	230	12.0%	

#### 都道府県別の回答団体数・回答率

都道府県	全団体	回答団体	回答率	都道府県	全団体	回答団体	回答率
北海道	189	34	18.0%	滋賀県	19	2	10.5%
青森県	40	4	10.0%	京都府	37	3	8.1%
岩手県	33	12	36.4%	大阪府	74	2	2.7%
秋田県	25	6	24.0%	兵庫県	50	4	8.0%
宮城県	40	5	12.5%	奈良県	39	2	5.1%
山形県	35	3	8.6%	和歌山県	30	2	6.7%
福島県	59	8	13.6%	鳥取県	19	1	5.3%
茨城県	44	2	4.5%	島根県	19	1	5.3%
栃木県	25	5	20.0%	岡山県	31	3	9.7%
群馬県	35	4	11.4%	広島県	31	3	9.7%
埼玉県	73	10	13.7%	山口県	19	0	0.0%
千葉県	60	11	18.3%	香川県	17	4	23.5%
東京都	63	12	19.0%	愛媛県	20	3	15.0%
神奈川県	61	5	8.2%	徳島県	24	0	0.0%
山梨県	27	3	11.1%	高知県	34	0	0.0%
長野県	77	8	10.4%	福岡県	74	8	10.8%
新潟県	38	2	5.3%	佐賀県	20	2	10.0%
富山県	15	2	13.3%	長崎県	21	2	9.5%
石川県	19	1	5.3%	熊本県	50	7	14.0%
福井県	17	2	11.8%	大分県	18	2	11.1%
静岡県	45	8	17.8%	宮崎県	26	3	11.5%
愛知県	70	8	11.4%	鹿児島県	43	5	11.6%
岐阜県	42	6	14.3%	沖縄県	41	7	17.1%
三重県	29	3	10.3%	総計	1,917	230	12.0%

※1 平成19年国土数値情報特定農山村地域 第1.1版より抽出  
 ※2 過疎地域市町村等（平成28年4月1日）より抽出  
 ※3 振興山村（平成28年4月1日現在）より抽出  
 ※4 半島振興対策実施地域（平成25年4月1日現在）より抽出  
 ※5 離島振興対策実施地域（平成27年7月13日現在）より抽出  
 （※1～5について、市町村合併があったものは、JTBが独自に市町村合併後の自治体に置換）

- 7 特集●地方創生時代における農山村と観光  
 特集1 条件不利地域はインバウンド観光振興をどう捉えているか

## 地域からの声 1 秋田県藤里町

### ● 佐々木文明氏（藤里町町長）

藤里町が観光や交流に取り組みようになってきたきっかけは、1985年（昭和60年）に秋田市内で開催された秋田県主催のシンポジウムであったと記憶しています。そこに全県の市町村から関係者が集まり、全国の先進事例を参考に内発型の産業づくりと誘客に取り組み方針が共有されました。

その後1990年代にかけては、町の事業課、さらには1991年（平成3年）からは第三セクターの（株）藤里開発公社を中心として羊肉を中心とした畜産事業やワインづくり、またたけ作り、温泉開発などの観光開発事業を進めてきました。また1993年（平成5年）に白神山地が世界自然遺産に登録されたことを踏まえ、1990年代から2000年代にかけては地域の自然や食の資源を活用したエコツーリズムやグリーン・ツーリズムを進めてきています。

このように、藤里町では町民自らが観光事業に携わる「株式会社藤里町」をキーワードとして、これまで行政主導で内発的な産業を育成することに注力してきました。ただ今思うと、そこにやや偏りすぎていたとも感じています。つまり、もともと地域外からの活力導入、具体的には企業誘致などにも力を入れるべきだったかも知れません。

観光客を呼び込むことと人口維持は同列ではなく、それだけで人口を維持する

のは難しい現実があります。

今後は「土着のベンチャー」とも言えるような、仕事を持って移住して来てくれる人に期待しています。

実際に外から移住した人の多くから藤里町は住みやすいと言ってもらっています。町内の全戸で利用できるように光ファイバー網も敷設済みです。さらに日本海沿岸東北自動車道が全線開通されれば交通の利便性も大きく向上するでしょう。その中でガイド、土産品製造、宿泊業といったこの地域ならではの産業が活性化すれば、他の地域から若者も移住しようと考えてもらえるのではないかと考えています（談）。

### ● 中川ツヨ氏（くまげらの会）

### ● 小林幸一氏（同）

もともと町内の空き古民家を活用して、田舎料理を出す農家民宿ができない

か、というアイデアが当時町の職員であった佐々木町長からありました。実際には建物の所有者と条件で折り合いがつかず断念しましたが、その後、廃校を利用した宿泊拠点として「いやしの宿清流荘」が町によって整備され、そこを拠点として活動するようになりました。

それ以前にも、東北産業活性化センター（現 東北活性化研究センター）のグリーン・ツーリズムの事業で農協の婦人部や地元婦人会のメンバーと3年間ほど研修を受けていました。実はこの事業が始まった時点では自分としてはそれほど積極的に取り組む意識はありませんでした。その後3年間の事業の中で参加する仲間もだんだん少なくなっていました。結果的に最後まで参加し続けました。この理由はひとえにお客さんの反応が嬉しかったからです。つまり、自分たちが普段食べているものを提供してお客さ

んがこれだけ喜んでくれるのであれば、もう少しやってみても良いな、という感覚が芽生えてきました。

もともと、この事業で儲けるというよりはそれほど頭にありませんでした。そもそも大きく儲けられる事業ではなく、現在の収支は受け入れる回ごとに赤字になったり黒字になったりします。年間を通すと収支トントンといったところです。現在の課題は活動を引き継いでくれる後継者の問題です。現在実質的に活動している会のメンバーは5人ほど、高齢化も進み体力的にもきつくなっています。実際、今年の夏には受入の希望が連続し、やむなく断ったこともありました。

会のメンバーがもっと多ければ、予約なしで郷土料理を提供する農家レストランなどもやってみたいとは考えているところです。（談）

聞き手：観光地域研究部 菅野正洋

図 秋田県藤里町の概要		
総面積	282.13km <sup>2</sup>	
人口	3,508人（2016年11月現在）	
産業別就業者数	製造業（300人）、医療・福祉（231人）、卸売業・小売業（196人）、農業（199人）、建設業（194人）など	
主なアクセス方法	飛行機	<ul style="list-style-type: none"> <li>大館能代空港～車で30分</li> <li>秋田空港～車で1時間半</li> </ul>
	JR	<ul style="list-style-type: none"> <li>JR二ツ井駅～路線バスで30分</li> </ul>
	自動車	<ul style="list-style-type: none"> <li>二ツ井白神IC～国道7号線・県道317号線を経由し25分</li> <li>大館南IC～国道7号線・県道317号線を経由し60分</li> </ul>
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>白神山地世界遺産センター、岳岱自然観察教育林、小岳、藤里駒ヶ岳、田苗代湿原、峨礪大滝親水公園などの自然体験</li> <li>湯元 和みの湯、「白神の恵」体験工房、清水岱里山林体験交流施設などの観光施設</li> </ul>	
観光客数	61,204人（2015年度）	

資料：平成22年国勢調査結果、秋田県観光統計および藤里町ウェブサイトなど



## 地域からの声 2 愛媛県内子町

### ● 中岡紀子氏

(内子町役場 町並・地域振興課 主幹)

今の内子町において、人口減少や高齢化、コミュニティ維持といった課題に対して観光、ひいてはインバウンド振興はそれらの課題に直接的には影響、あるいは効果を及ぼしていないと感じています。

当町は愛媛県内の一大宿泊拠点である道後温泉からJR特急で25分という立地を活かして、これまで日帰り観光を中心に取り組んできました。その結果、確かに飲食店は増えましたが、その効果は限定的であると感じています。

もちろん、観光客が地域に訪れる事で地域住民に誇りや自信といったものが生まれましたが、商業の生業とは直結していないのが現状です。ただその中でもインバウンド振興を重要施策として捉えて今後も取り組む予定としているのは、それでも何かしら手を打っておかないと地域の将来がないという危機感を背景とした一種の「投資」だからです。

実感として内子町を訪れる外国人観光客は増えていると感じますし、事業者からもそのような声が聞かれます。その「投資」を行うのは行政であり、実際には民間の事業者自身ですので、今後の地方におけるインバウンドの動向が不確実な中では、「必ず儲かるから積極的にやりますよ」と断定的になれないのも事実です。

今後のインバウンド振興の方向性とし

ては、単に人数だけを求めるのではなく、古民家を活用した滞在型で、1人当たりの消費単価が大きい富裕層をお招きしたいと考えています。(談)

### ● 山本真二氏

(内子町役場 産業振興課 課長)

全国的に見て農産物の直売所の数はここ7～8年で2倍以上になっています。このような環境変化の影響を受けて「フレッシュパークから」全体の売り上げは数年前には落ち込みましたが、その後経営努力により持ち直し、前年度は創業以来最高の7億6000万円を達成しました。愛媛県の中でも10位以内に入っています。

「からり」内の直売所単体の売り上げは約4億円で、出荷する農家1戸当たりで見ると約110万円となっています。年間の売り上げが1000万円を超える農家も複数見られます。

そのような中でも農家数が減少し平均年齢も上昇している(約67歳)のは事実です。後継者がいないことが主な要因であり、行政もイターンで就農を希望する人に支援を行うなど、何とか農家の数を維持するための施策を講じています。

直売所の出荷者で組織される「からり直売所出荷者運営協議会」の初代会長であり、観光カリスマにもなった野田文子氏は既に70歳に近くなり、名誉会長の役に退きましたが、現在も加工品の製造販

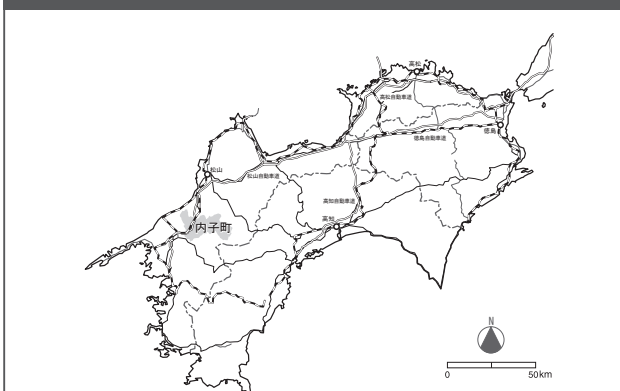
売に取り組むなど、一生産者として精力的に活動されています。

現在の協議会の会長も同じく女性ですし、協議会の構成員も7割が女性で、地域の農家の女性の活躍の場となっています。

8年ほど前に地域の農家に対して「中山間地域の将来」について尋ねたアンケートを実施しました。当時で7割が「やり方によっては明るい」と答えていましたが、その比率は現在もそれほど変わっていないのではないかと思います。野田氏を初めとした成功事例が身近にあるため、後から取り組んでみようという人にとっては目指すべき目標になっているのではないのでしょうか。(談)

聞き手：観光地域研究部 菅野正洋

図 愛媛県内子町の概要



総面積	299.43km <sup>2</sup>
人口	17,195人(2016年11月現在)
産業別就業者数	農業(1,795人)、卸売業・小売業(1,215人)、製造業(1,107人)、医療・福祉(1,024人)、建設業(959人)など
主なアクセス方法	飛行機 <ul style="list-style-type: none"> <li>羽田空港～松山空港 約1時間20分、伊丹空港～松山空港 約50分</li> <li>松山空港～内子インター口 [シャトルバス] 約50分</li> </ul>
	JR <ul style="list-style-type: none"> <li>東京駅～岡山駅 約3時間20分、新大阪駅～岡山駅 約45分</li> <li>岡山駅～松山駅 約2時間40分</li> </ul>
	高速バス <ul style="list-style-type: none"> <li>東京駅～松山駅 [ドリーム高松・松山号] 約12時間20分</li> <li>新宿駅～内子 [オレンジライナーえひめ] 約13時間</li> <li>大阪駅～松山駅 [松山エクスプレス大阪号] 約5時間50分</li> <li>大阪(梅田)～内子 [オレンジライナーえひめ] 約6時間</li> </ul>
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>木蝋資料館 上芳我邸、文化交流ヴィラ高橋邸、道の駅内子フレッシュパークからり、商いと暮らし博物館、本芳我家住宅、大村家住宅、内子座などの内子町中心エリア</li> <li>泉谷の棚田、屋根付き橋、石畳清流園などの美しい村の風景</li> <li>五十崎凧博物館、大洲和紙などの伝統文化</li> <li>小田深山溪谷、桜めぐりなどの美しい自然</li> </ul>
観光客数	110万人(2013年度)

資料：平成22年国勢調査結果、第2期内子町総合計画および内子町ウェブサイトなど