

糸島市におけるグリーンツーリズムの総合開発¹⁾

Comprehensive Development of Green Tourism in Itoshima City

中村学園大学 流通科学部

浅岡 柚美・甲斐 諭・中川 隆
坂本 健成・前嶋 了二

1. 研究の目的と方法

わが国のグリーンツーリズムは、1992年に農林水産省に設置された「グリーン・ツーリズム研究会」²⁾が、欧州において農村滞在型のバカンス・余暇の過ごし方が普及している現状を踏まえて、同中間報告書で「グリーン・ツーリズム」という言葉を使い、その推進を提唱したことに始まっている〔1〕。農林水産省によれば、グリーンツーリズムとは「緑豊かな農山漁村でゆっくりと滞在し、訪れた地域の人々との交流を通じて、その自然、文化、生活、人々の魅力に触れ、農山漁村でさまざまな体験などを楽しむ余暇活動」をいい、その体験には農家レストラン（味わう）、農林水産物直売所（買う）、農家民宿（泊まる）、農林漁業体験（楽しむ）、市民農園（つくる）などが挙げられている〔2〕。

糸島市は、福岡県下で第6位の面積を有し、第1次産業就業人口率8.6%の農業が盛んな地域であり、野菜、花き、果物などの園芸作物や水稲、畜産物が多く生産されている〔3〕。観光入込客数は、2011（平成23）年の456万人から2016（平成28）年には633万人に増加しており、入込客数が500万人以上の福岡地区5市の中で最も伸び率が大きい³⁾〔4〕。豊かな自然と歴史、文化に加えて、直売所、多種多様の飲食店、市民農園・観光農園・観光牧場などが設置され、農林漁業体験が可能であるなど状況を呈している。テレビや雑誌などのマスメディアやSNSにおいて取り上げられる機会も増加している。

その一方で、「主に福岡市からのマイカーを利用したドライブ観光客が多い」「観光客の滞在時間が短い」などの観光に関する課題も散見される。観光客が増加し、注目を集めているだけに、糸島市に事業所を設置せずに店舗のみを展開するフリーライダー、「糸島市にお金を落とさないよそ者」の存在も懸念される〔5〕〔6〕。

本研究では、糸島市のグリーンツーリズムの総合開発を行うために、観光における現状と課題を整理し、国内外の事例を参考に、同市のグリーンツーリズムの実現可能性を検討し、その具体的プランを提示することを目的とする。8件の調査を実施し、それぞれからグリーンツーリズムを商品化するにあたっての示唆を導き、グランドデザインと具体的な3つのサンプルプランを作成した。近隣都市からの日本人観光客や買物客、訪日観光客をターゲットとし、市場ニーズの高い糸島市の「食」を中心に、都市との共生関係を確立し、健康に配慮した体験型グリーンツーリズムの総合開発の提案を行う。

2. 糸島市の観光における現状と課題【調査1】

『糸島市観光入込客動向調査 調査結果報告書』（2016）、および『糸島市観光振興基本計画』（2016）から現状を整理した〔5〕〔6〕。得られた示唆について、以下に述べる。

①観光客ターゲットの設定

現在、観光客の9割が九州域内から糸島市を訪れている。九州域内から糸島が非常に魅力的

であるにとらえられていると同時に、新規に九州域外、海外からの観光客を取り込む可能性が十分あることを示している。まずは、現在の近隣から、特に近隣都市（福岡市）からの観光客や買物客をターゲットとし、徐々に範囲を広げてはどうだろうか。ただし、認知度が県内からの観光客に比べると低く、日帰りがやや困難な宮崎県、鹿児島県、長崎県、大分県などからの観光客を取り込むには、「食」以外の魅力を伝えるとともに、福岡市や唐津市、福津エリアを含めた広域での観光地開発の必要がある。

②グリーンツーリズムのコンテンツ

「食事」「買物」「自然」に関するニーズが強いことから、糸島市におけるグリーンツーリズムの実現可能性は大きい。リピートが見込める近隣都市からの観光客や買物客をターゲットにすれば、あえて1回の訪問で回遊を促す必要はなく、むしろ、じっくりと半日～1日かけて滞在し、次は異なるエリアを訪問してもらう方法も考えられる。1、2箇所ですっきり過ごす「食事」と「買物」、「体験」プランや「とこてく糸島」⁴⁾などのウォーキングやトレッキングプランの提案が考えられる。多様な観光スポットをグリーンツーリズムという切り口で多数、紹介し、リピートを促すことが考えられる。

3. グリーンツーリズムの可能性と農家の実態などに関するインタビュー調査【調査2】

2018年10月、糸島市の若手就農者の白石強氏にインタビュー調査を実施し、グリーンツーリズムの可能性や農家の実態などについて尋ねた。氏は、本学流通科学部を2004年に卒業後、食品メーカーに就職し、商品開発、ブランディング、パッケージデザイン等、マーケティングを独習し、「オニオンティー」を商品化した。その経験を活かし、糸島市大門で「泉屋六治」の屋号で2013年に起業し、地元農業の活性化を目指した〔7〕。以前より、代々所有する山（染

井山）に珍しい木々（茶ノ木、シナモン、桑、杜仲）が茂っていることを不思議に思っており、歴史を調べてみると由緒ある土地（糸島市大門染井地区・染井山）であることが判明した。サラリーマン時代に磨いたマーケティングセンスがブルーオーシャン—歴史的ストーリーの面白さ（高付加価値）、シナモンの希少性（日本では鹿児島だけ、競合なし）、お茶の製造知識（食品メーカー時代のリプトンとの共同開発、ローコスト&ハイリターン）—を捉えたとのことである。得られた示唆は以下のとおりである。

①糸島市の歴史と食材の組み合わせ

観光において「歴史」というと神社や仏閣など目に見える観光資源を思い浮かべがちであるが、白石氏は歴史を「物語（ストーリー）」として捉え、そのストーリーを地域の食（食材）に「色」という形で上手く価値を付加していた。この視点は、地域の観光資源の発掘において重要な示唆となるであろう。地域にとって当たり前の日常の食・食材であっても、歴史・文化・人といった視点で捉えなおすことで、そこにまた新しいストーリーが生まれ、それが付加価値となって消費者の満足を高めうるものになるのではないだろうか。

②広域連携での食材の組み合わせ

また、同氏は域外特産品とのコラボレーションも上手く活用していた。これは、単体では売れない・販促力の弱い商品であっても域内外の他の商品と連携することで高付加価値化できる可能性を示唆している。域外商品の活用は、ややもすれば域内調達率の低下や域内資本の流出を招くと捉えられがちであるが、域内外の主体が互いに価値を高め合えるような補完・強化の関係を築くことができれば新たな価値創造としてのシナジー効果が期待できよう。

4. 糸島市における農業【調査3】

『糸島市農力を育む基本計画：市民みんなで育む「食」と「農」と「環境」』（2016）、およ

び『平成29年版糸島市統計白書』（2017）を中心に農業の現状を整理するとともに、2017年9月から本学と連携・実施している「糸島農業振興プロジェクト」の経験から、本研究への示唆を得た〔8〕〔9〕。

4-1) 立地と農水産業の概要

福岡県の西端に位置する糸島市は、北西に玄界灘、南に脊振山系の山々、中間部には糸島平野と呼ばれる田園地帯が広がる。農業は都市近郊型農業として古くから盛んで現在も基幹産業となっており、漁業は天然マダイの水揚量が6年連続で日本一になるほど盛んである〔8〕。第一次産業就業人口率は8.6%と全国平均3.8%よりも高い数値となっている〔9〕。

4-2) 農家数

糸島市の面積を土地の用途別にみると、農地5,916ha（27%）、山林9,826ha（46%）、宅地1,572ha（7%）、その他4,301ha（20%）である。農業上の土地利用については農業振興を図るべき農用地区域（4,559ha）において、農地（田・畑・採草放牧地等）及び農業施設用地（126ha）に用途を区分し優良農地としての農業振興の推進や都市的土地利用など農地以外への土地利用調整を実施している〔8〕。

農家人口は近年減少傾向にあり、農業の担い手不足が進んでいる。市内の農業経営は家族単位での経営体が大半を占め、総農家数は2005年から2015年の10年間で516戸減少している。内訳は兼業農家（第1種・第2種合算）が554戸減少、自給的農家が12戸減少する一方で専業農家は50戸増加している。農業経営は大規模な専業農家に集約されつつあり、小規模農家の運営が厳しい状況であることを示している。

4-3) 耕作放棄地の問題

農業従事者の高齢化や担い手不足、イノシシやサル等の鳥獣被害等が原因で、特に、中山間

地域の条件不利地を中心に荒廃農地⁵⁾が増加している（県内ワースト5）〔8〕。同市は2013年度より補助事業を開始し年間7haの耕作放棄地の再生を目標としたが、実際は2016年までの4年間で約13haの再生にとどまっている。

農林水産省（2017）〔10〕による「農林水産省農村振興局（2014）〔11〕および「全国農業会議所（2002）〔12〕」の荒廃農地発生原因の比較では荒廃農地の発生原因に大きな変化はみられず、多いものから「高齢化、労働力不足」「土地持ち非農家の増加」「価格の低迷」「作物の収益性」となっている。農地には生産の場としての役割の他にも、農業が継続して行われることによるめぐみ「農業・農村の有する多面的機能（国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成、文化の伝承等、農村で農業生産活動が行われることにより生ずる、食料その他の農産物の供給の機能以外の多面にわたる機能）」としての役割がある。荒廃農地の発生原因を解決しながら農業の担い手をいかに育成するかが課題といえる。

4-4) 耕作放棄地の再生（糸島農業振興プロジェクト）

2017年5月に糸島市と連携協定を結んだ本学において、同年9月より本学流通科学部の学生約60名とともに耕作放棄地再生活動を開始し、筆者らも運営に携わった。耕作放棄地の視察や農家の方との座談会、現場での耕作放棄地再生・農作業等の活動を経て、糸島市に対して農業の現状と課題に対する解決策の提案を行った〔13〕。また、本活動は2018年度から、「糸島地域広域連携プロジェクト推進会議」（糸島市・福岡県）によって事業化され、次章の直売所ガイドブック制作と合わせて二本立ての活動の一つとして位置づけられた。なお、2018年度の主な活動内容は、農作物の植え付け・収穫・管理作業、農家との交流会、耕作放棄地再生作業で、2019年度以降は同様の内容に加え、郷土料理づくりの体験や加工品等の商品化（試作品づくり）

も予定されている。

4-5) 本研究への示唆

農作物の糸島産ブランド化は導入期から成長期を迎え今後は成熟期を迎えると考えられる。この場合、単に糸島産であることだけでは価値は低くなり消費者の満足は得られにくくなる。今後はさらに高いレベルの付加価値を創造する必要があるだろう。そのための改善策として、耕作放棄地の再生や農家の日常（農作業）を観光資源化することを提案したい。糸島の中山間地における農作業はディープな糸島体験という着地型観光としての潜在的魅力を備えていると考える。耕起から作付け、収穫までに長い時間が必要になる耕作放棄地の再生活動は、リピーターとして訪問回数を増やすだけでなく、地域に直接触れることで「住みたい」という定住意識の萌芽・促進にもつながるのではないだろうか。

5. 直売所【調査4】

5-1) 調査概要

糸島市には18か所の直売所がある。直売所の「個性と魅力」を紹介し発信するガイドブックを本学流通科学部の浅岡ゼミ3年生13名が制作した。この活動は、福岡県企画・地域振興部と糸島市産業振興部で組織する「糸島地域広域連携プロジェクト推進会議」と2017年5月から糸島市と連携協定を結ぶ本学とが参画する「糸島振興プロジェクト」の一環で実施されたものである。ガイドブックは直売所を訪問し、直売所の方々や出荷者、消費者にインタビュー調査を行い、制作された。この調査に筆者らが同行した。

5-2) 直売所

直売所とは、農家などが自ら生産した農畜産水産物や加工品などを販売する施設をいう。卸売業者や小売業者を介さずに消費者が購入することができる。農業協同組合（JA）や漁業協

同組合（JF）などが運営母体となっている大規模なものから生産者や生産者グループにより設立された小規模なものまで、販売する品々も多種多様であるが、直売所に並ぶ品々はいずれも出荷者の顔が見え、安くて新鮮、安心、安全なものばかりである。たとえば、野菜の出荷者は自ら収穫した野菜を洗浄、梱包し自分の名前が記されたシールをパッケージに張って値づけを行い、直売所に持ち込む。自分で陳列を行い、売れ残りが発生すると引き取りに向う。出荷者は、品質や安全、値づけに責任をもって取り組んでいる。ある出荷者は「最も質のよいものを直売所に持って行き、直売所に持っていけない（品質の）ものや残りを家族が食べている」と語った。

「あの農産物は〇〇さんがよい」と消費者が出荷者を評価し、購入のきっかけとなり、消費者と出荷者の間に生じた良好な信頼感によって、さらに品質や安全性が向上するという好循環をもたらすといえる〔14〕。

どの直売所も当該地域の「美味しい食材」の情報発信基地であり、これらの運営が継続されることで、周辺の農家（特に高齢者）が耕作を行い、出荷し、経済的に潤うことで、生きがいや健康づくりにつながる。同時に、耕作の継続は豊かな自然環境を維持し、多様な生態系の維持にもなる。併せて、耕作放棄地の拡大防止にもつながる〔15〕。

5-3) 本研究への示唆

前述のように、糸島市の18直売所は規模、出荷されている品々に加えて、営業日（定休日）、営業時間などがさまざまである。しかしながら、それぞれに「個性と魅力」がある。出荷產品のみならず、直売所に関わるヒトも直売所の重要な資源であり、その「個性と魅力」を発信することが重要である。また、点在している個々の直売所を線でつなぎ、あるいは面としてエリア、糸島市全体でとらえることが必要である。その

ための一つのツールが直売所を紹介するマップやガイドブックである。マップやガイドブックによって観光客がさまざまな直売所を知り、直売所に出かけるきっかけとなり、糸島市の回遊性を高める一助にもなるであろう。

また、ガイドブックの制作に合わせて糸島市の直売所を紹介するホームページも内容が一新された。情報をたえず、更新できるホームページの利点を活かし、一層の情報発信が望まれる。

6. 九州オルレ【調査5】

6-1) 調査内容

「健康に配慮した体験型」グリーンツーリズムを検討するにあたり、文献調査から九州オルレ加入に対する実現可能性の検討を行った〔16〕〔17〕。

「オルレ」とは「村の中の細い路地／家に帰る細い道」を意味する済州島の方言である。創設者の徐明淑（ソ・ミョンスク）氏は、2007年9月に非営利団体「社団法人済州オルレ」を設立し、理事長に就任した。済州オルレは、島を取り囲む環状のウォーキング専用道として第1コースから第21コースまで（全長346.5km）と他の5コース（全長66.2km）の合計26コース（全長412.7km）を5年の歳月をかけて2012年11月に全コースを完成させた。

「オルレ」は、①山、森、里などの古道を使い、アスファルトの道は通らない、②自然だけでなく市場や農場など地域の文化や人とも触れ合うコースとする、③元の自然・生活環境を壊さない、④気候に左右されない（雨や風の中を歩くのも魅力）、⑤だれでもが歩ける（険しい山道、登山道などは設けない）、⑥地域住民の手で整備、維持管理できる道を作る（地域ぐるみのホスピタリティ）、⑦大手資本による観光ではなく、地域にお金が落ちる観光をめざす、がコンセプトである。オルレの年間利用者は2007年の3,000人から2013年には1,193,000人へと順調に推移している。

一方、九州オルレは、2011年8月に「社団法人済州オルレ」と九州観光推進機構が業務提携協約を締結したことに始まっている。協約により、済州オルレは九州地域に九州オルレの名称使用とコース開発などを支援する条件で100万円を受け取っている〔18〕。2012年3月に4コースをオープンし、現在、21コースがある。2017年3月までの九州オルレの参加者の累計は韓国人168,580人、日本人128,450人であり、日本人の参加者が増加傾向にある。しかし、九州オルレに加入すると、目印となる標識やリボン、ステッカーなどの初期費用として350,000円程度、九州オルレ認定地域協議会会費として400,000円（翌年度から毎年）が必要となる〔19〕。

6-2) 本研究への示唆

糸島市でオルレを展開するには、コース選定の考え方で合致し難い点がいくつか判明した。「アスファルトをできるだけ避け、幅の狭い小道が主であること」「食堂、売店、トイレ設備が一定の間隔にあること」「始点、終点付近への公共交通がある（1km以内）こと」である〔19〕。長期的には、たとえば韓国からの観光客が増加した場合など、これらを整備することで九州オルレへ加入することも考えられるが、短期的には、特に採算性において困難であると考えられる。

また、糸島市には「糸島市を歩いて巡るとこてく糸島」として、すでに市民が主体となって開発した12か所のルートがある。このルートをブラッシュアップし活用することがよい方法であると考えられる。「とこてく」を商標登録し、協力団体とともに糸島市全域を対象とした新たな複数の「とこてく」ルートを開発することを提案したい。

7. 奥糸島モニターツアー【調査6】

7-1) 概要

2018年10月28日（日）に参加者11名⁶⁾でのモニターツアーを実施した。事前に5回のフィー

ルドリサーチ、およびインタビュー調査を実施し、訪れる機会が比較的少なく、本研究におけるグリーンツーリズムのコンセプトに合うコンテンツがあるエリアとして糸島市西部（奥糸島と命名）を選定した。①直売所「福ふくの里」でショッピング、②「加茂ゆらりんこ橋～二丈溪谷」をハイキング、③アグリツーリズム「アップントエッフェ」でランチ、シェフのミニトーク、④直売所「伊都安蔵里」でショッピング、⑤「白糸の森 森のお菓子屋 緑の詩～おと～」でショッピングとカフェタイムという旅程を作成した。

7-2) 本研究への示唆

ツアー終了後、参加者にアンケート調査、およびインタビュー調査を実施し、8名から回答を得た。「糸島市の人+食+体験+活動」という資源の活用が有効であると同時に課題であることが示唆された。グリーンツーリズムと謳うからには、単なるショッピングだけではツアー参加者の満足は得られにくい。満足を提供するには、糸島市の文化や自然、歴史などに詳しいガイドやインタープリターの存在、あるいはその育成が不可欠であり、課題である。「糸島らしさ」「糸島でなければ」という観光資源をもとにツアーを組み立てることが必要である。

8. 関西（姫路市・高槻市・京都府）におけるグリーンツーリズム【調査7】

2018年12月7日（金）～8日（土）に兵庫県姫路市と大阪府高槻市、京都市において調査を実施した。姫路駅構内に設置されている姫路市観光案内所（姫路観光なびポート）において、姫路市において地産地消に取り組む飲食店を紹介するパンフレット（姫路市農政総務課『行きたい！食べたい！ひめじの店 めっちゃうま』）を入手した。このパンフレットでは、A4サイズで全38ページに35か所の野菜直売所、10か所の魚介直売所、14もの農林漁業体験、75か所の

飲食店が紹介されている。「ひめじの新鮮で美味しい食材が味わえるお店」とサブタイトルがついているが、飲食店の紹介では、用いている食材の生産者（たとえば、兵庫西農業協同組合、安富小豆生産者部会、兵庫県西播磨地区指定生産農家（姫路和牛）、山之内の農家さんなど）が明記されている〔20〕。このパンフレットにより、姫路市南部、姫路市白浜町を訪問した。

8-1) JF ぼうぜ姫路とれとれ市場・天晴水産みのり家（兵庫県姫路市）

12月7日（金）、姫路市の海沿いに位置する漁業協同組合の直売所（JF ぼうぜ姫路とれとれ市場）と坊勢島にある水産卸会社が営む直営店（天晴水産みのり家）の視察を行った。

「JF ぼうぜ姫路とれとれ市場」では、ほとんどの魚介類が生簀で販売されている。平日だったことも影響しているのかもしれないが、魚介類の買物客はそれほど多くなかった。しかし、併設の食堂はメニューも豊富で地元客が多く訪れていた。生簀の魚介類は調理料金200円で煮付けや天ぷらなどに調理される。

8-2) 農家レストラン「杉・五兵衛」（大阪府高槻市）

12月8日（土）、農家レストランの発祥ともいわれている「杉・五兵衛」を訪問した。農園の概要の説明を受けた後に園内を視察し、農園で採れた野菜などの説明を受けながらの食事の後、園主（のじま五兵衛氏）にインタビュー調査を行った〔21〕。

のじま家は、この地で数百年続く農家である。1970年はじめに大学の農学部に通っていた、のじま氏は「アメリカやオーストラリアの大規模農場で作られた安い野菜が日本に入ってきたら、日本の農業は太刀打ちできない」と思うようになった。たとえば、一つのリンゴも市場が求める規格、時期、価格で出荷するには効率性が必要である。一つのリンゴは「多くのリンゴ

の中の一つ」に過ぎないが、それを求めて買いに来る消費者にとっては「一つのおいしいリンゴ」なのである。消費者が熟したリンゴを最もおいしい状態で味わうことができ、おいしいと認めてもらうにはどうすればよいかを考えるようになったという。その答えが農家レストランという形態であった。

同園では、ロバや鶏が飼育されており、調理過程で生じる生ゴミなどがロバや鶏のエサとなり、ロバの糞を微生物で発酵させて堆肥とし、野菜や果物を育てるという有機循環法を確立している。環境への配慮から食器やトイレの洗浄にも重曹電解水や微生物活性液を用いるなど徹底して化学薬品を用いていない。大阪、京都、神戸などから同園の価値を理解しているリピーターの顧客が多く訪れている。のじま氏は、この地に豊かな自然があることの意義、持続的な「農の価値」を考え続けている。

8-3) 発酵食堂「カモシカ」(京都市)

発酵をテーマにしたレストランや小売店を営む一方、企業向けの健康支援という新たなモデルを展開している「発酵食堂「カモシカ」」を訪問した。化学肥料を使わない米、昔ながらの製法の塩、地場野菜など、旬のおいしい、安心な食材を用いている。漆の食器を多く用いているが、それも漆が発酵物であるからだという。店舗も木材、タイル、漆喰、自然塗料を用いて造られている。ネットショップでは、味噌、醤油、酢、甘酒などの発酵調味料のほか、甘酒を用いたドレッシング、ぬか床、発酵シロップ、スイーツなどが販売されている [22]。

8-4) 本研究への示唆

内容が非常に充実している姫路市の「食」を紹介するパンフレットは情報の発信方法として大いに参考になる。姫路市のグリーンツーリズムを構成する直売所、農林漁業体験、飲食店が1冊に紹介されているが、飲食店のページでは、

生産者が明記されている。姫路市農政総務課のホームページには、このパンフレットについて、「姫路の農水産物を応援する飲食店を紹介しません。姫路の農産物を食材として使用することにより、姫路の農水産物や農水産業者を応援するとともに、地産地消にも貢献していただいております」と記されており、姫路市の地産地消へのこだわりが感じられるものとなっている [20]。

訪問先は個性豊かな店舗であったが、小売りの店舗と飲食店(食堂やレストラン)が併設されており、味わってみて、おいしければ購入が可能である。「その地で」新鮮な食材を味わう楽しみ、モノ+ (味わう) 体験の組み合わせでの価値を提供している。

9. 韓国(全州市・完州郡)におけるグリーンツーリズム【調査7】

2019年3月22日(金)～24日(日)に、韓国の全州市および完州郡において、調査を実施した。全州(チョンジュ)市はソウルから南に約230kmのところに位置する全羅北道(チョルラブット)の行政・教育・文化の中心地である。三国時代には後百済の都として栄え、李氏朝鮮時代に全羅北道の道庁に定められた。面積は206.22平方km、現在の人口は約65万人である。周りの東・南・西部を山に囲まれた盆地で、その肥沃な湖南平野に穀倉地帯が広がり、昔から食文化が発達してきた。中でも韓国料理としてなじみ深いビビンバ、コンナムルクッパは全州生まれの料理である。また、全州は67もの文化財をはじめ、有形・無形文化財や名所が点在し、歴史の街として知られている [23]。

完州(ワンジュ)郡は全州を囲むように位置する人口約10万人の農業地帯である。過疎化、住民の高齢化への対策のひとつとしてグリーンツーリズムに取り組んでいる。

9-1) 完州郡地域経済循環センター

完州郡地域経済循環センターは地域住民を中心に農村再生に取り組む組織であり、スタッフは40名である。郡内の約500の村（マウル）の活性化を目標としており、プログラムにはほぼすべての村が参画している。同センターの基幹部署は、観光部署（スタッフ5名）である。同郡内のマンション暮らしの住民同士の交流を促す取り組み（「アパート・ルネッサンス」と呼んでいる）にも注力している。

9-2) 地域活性化に取り組む3つの村

①キョンチョン農村サラン（愛）学校

同学校は、韓国の芸能人（コメディアン）の協力を得て、村の活性化を図っている。キョンチョン村はコメディアン協会（Korea-Broadcasting COMEDY Association）と提携し、「笑い」を「健康」につなげる理念のもと、同学校の運営を行っている。学校は「農漁村人性学校」と呼ばれ、認可には政府（農林畜産食品部）の許可が必要とされる。同協会には1,000名ほどが所属しており、実質的には約20名が積極的に学校運営に関わっている。同学校は地域のコメディアン志望の若者を指導し育てるインキュベーター機能も担っており、「笑い」で村の活性化を促している。

②高山菖蒲体験村

同体験村に参画する世帯は63戸である。体験の主な活動内容は、菖蒲などの農作物の収穫・加工・利用体験、工芸や民宿、食堂の運営、文化活動などである。文化活動として、砵（きぬた）打ちも行っており、同活動の後援団長は現在90歳の長老である。元来、農村部において存在していた砵（きぬた）打ちの「音」は、現代の農村において、ほとんど無くなって（聞かれなくなって）久しい。このような文化の伝承を通じた「音」の観光資源化への取り組みは、我が国の農村振興においてもきわめて示唆に富むものである。

また、現在とくに力を入れて取り組んでいるのは、農産物品質の高度化はもちろん、「体験活動の質の高度化」である。今後は、住民が「一緒に食べて一緒に楽しむ」ことで、各自が夕食を作らなくてもよいような村を展望している。

③九耳安德村

同村は4つの村が合併された村で、ヒーリング体験村である。現在、人口は300人（151世帯）である。2009年、同村は法人格をとり、営利組織となっている点は独特である。出資金は4億1,000万ウォン（村内の77世帯が出資）であり（2017年）、出資者の要件は①株を購入すること、②1年間、同村に居住していること、③理事会で承認されることである。国からの助成はない。主な収入源は（高いものから）、①農村体験、②ペンション収入、③農産物販売、④ヒーリング体験などである。同村は4つの組織（うち3つが法人）から構成され、最近3年間で47億1,117万5,000ウォンの収入を達成している。売上額をいかに出資者に配分するかが重要であると考えられている。

9-3) 農家レストラン「セチャムスレ」

完州郡の街中に立地する農家レストラン「セチャムスレ」を訪れた。ビュッフェ形式で、テーブルには低農薬野菜など安全や環境に配慮した地場産農産物が並ぶ。ランチの価格は12,000ウォンである。主に健康志向の女性に大変な人気を博しており、視察したのは週末であったが、予約席は埋まり、店内はとても混雑していた。同レストランは、我が国の直売所レストランがモデルとなっている。

9-4) 全州韓屋村（ハンオクマウル）

3月24日（日）に訪ねた。ここは、約700件の韓国式の伝統家屋が保存されている地域である。周辺には慶基殿などの文化遺跡のほか、生活体験館や伝統工芸品展示館、伝統酒博物館、伝統韓紙院などの伝統文化施設があるが、商業

化されており、雑然としている印象をもった。

全州市は、イタリアで始まった「スローフード・スローライフ運動」から発展した地域の食や農産物、生活、歴史、文化、自然、環境を大切にしたい街づくりをめざす「スローシティ」に加入しているが、行き過ぎた商業化により、登録更新が危ぶまれているという。

9-5) 本研究への示唆

視察した全州市（65万人）と完州郡（10万人）の関係は、都市部と周辺都市農村部という点で、そしておそらく観光人口の対流という点で、福岡市と糸島市の関係に類似している面があると思われる。

サービスの利用という面で、地域（村）住民と都市部などからの消費者の境界がほとんどないようにも思われた。視察先の各村の取り組み（サービスの提供）は農村外からの観光客にも、ヒーリングを訪れる人々にも、地域住民にも、無差別に行われており、あくまで地域（村）住民自身の満足が内発的に村の魅力を高めているように思われた。

そして、このような内発的な村の魅力の開発に欠かせないのは、リーダーの存在、そしてその求心力であると考えられる。高山菖蒲体験村と九耳安徳村の事例からは、各村の代表がリーダーシップを発揮し、農村観光に係る事業推進

に向けて、地域住民の合意をとり、村の団結力を高めていることがわかった。

10. グリーンツーリズムの商品化

これまでの調査を経て「糸島市におけるグリーンツーリズム」を以下のように提案する。

10-1) グランドデザイン

「糸島市におけるグリーンツーリズム」のグランドデザインを以下のとおり、作成した。

- A) 「糸島市におけるグリーンツーリズム」の愛称を「いとたび」（仮称）とする。そのコンセプトは、「食」を中心とする体験・交流型グリーンツーリズムとする。
- B) 「いとたび」に関わる個人、事業者で「クラブ Eat」（クラブイート）（仮称）を組織する。そのメンバーを糸島市に居住する個人、糸島市に事業所を置く者、あるいは糸島市に関わりを持つ者で、本クラブの趣旨に賛同する者とする⁷⁾。
- C) 「いとたび」の体験と交流を提供する8つのコンテンツを挙げ、図表1に示す。
- D) 展開
- ① 「いとたび」の賛同者が「クラブ Eat」に入会する。
 - ② 入会事業所やガイドなどにウォーキングコース、トレッキングコースなどを加え、

図表1 「いとたび」の内容

コンテンツ（愛称（仮称））	主な内容
食：いとミール	糸島市を舞台としたフードツーリズム
観光する：いとみる	自然、歴史、文化、史跡などの観光
買う：いとパイ	糸島で作られた製品のショッピング
泊まる：いとはく	宿泊、民泊、農泊
楽しむ：いとらく	さまざまなアクティビティ
学ぶ：いとがく	さまざまな学び
歩く：いとてく	「とこてく」などのウォーキング、トレッキング
作る・創る：いとクリ	農園での野菜や果物などの栽培、工芸、ジャム作り、調理など

これらを紹介するマップ、あるいはガイドブックを作成する。

- ③上記スポットなどを回るモデルコースやツアープランを開発する。

E) 発展

「いとたび」ツアーの参加者、貸し農園の利用者、「クラブ Eat」のハードリピーターなどで「いとファンクラブ」(仮称)を組織する。「いとファンクラブ」だけの「いとたび」ツアーを企画する。

9-2) 「いとたび」の具体的なプラン

具体的な「いとたび」のサンプルプランとして、3案、提示する。

- ①食への感謝の体験「日本一の天然真鯛堪能ツアー」

「いとたび」における食(糸島の新鮮な魚介類)、観(大自然)、泊(農村民泊)、学(糸島の魅力、漁師飯のレシピ)、作・創(鯛茶漬けづくり)を内容とする。

1000年続く吾智網漁、天然真鯛漁、新鮮な魚介類、漁師や婦人会がつくる漁師飯、地元の人々という地域資源を用い、子ども連れファミリー、特に子どもに大自然の雄大さ、食のありがたさ、感謝を感じさせたい家族をターゲットとする。吾智網漁で天然真鯛漁の体験、鮮度抜群の取れたて真鯛や鯛茶漬けと魚介類を漁港で味わう体験、漁師飯を漁師と婦人会から学ぶ体験、地元の人たちとの交流という体験、伝統と食文化の再発見、日常への感謝、人との交流の大切さ、家族で大自然に触れ・おいしいものを食べ・地域の人と交流する時間の共有、糸島への「憧れ」を「居住」へという価値を日帰りで、あるいは漁師民泊で提供する。

- ②食の作り手、クラフト作家たちとの交流「糸島の食卓～「丁寧な暮らし」に触れる小さな旅～」

「いとたび」における、食(糸島産の食材を

中心とした昼食)、買(紹介された食材、クラフトなどの購入)、学(野菜などの栽培、料理レシピ、テーブルセッティングなどの学び)を内容とする。

糸島の採れたて、食べごろの食材を用い、食と「丁寧な暮らし」に関心があるという20代～50代の女性をターゲットとする。食材の産地や工房の見学、糸島産でそろえた食材と器などで食事を楽しむ体験により、「丁寧な暮らし」の心地よさに触れ、旅での体験を毎日の生活に取り入れるという感動や価値を日帰りで提供する。

四季にあわせて「小さな旅」をシリーズ化する。たとえば、春は手作りジャムの工房と手織り工房、夏は製塩所と木工工房、秋は醤油工場と陶磁器の工房、冬は酒蔵とキャンドル作家の工房などである。

- ③スローフード体験「平日限定 いとたびキッチン」

「いとたび」の食(糸島のスローフード)、学(料理レシピ、ワイン)、作・創(料理づくり)を内容とする。

糸島のスローフードと生産者、調理人、提供者という地域資源を用い、糸島の食材を使った料理を家庭でも楽しみたい方々、生産者や料理人との会話を楽しみながら料理を楽しみたいシニア、40～60代の女性や退職後の男性をターゲットとする。旬の一次製品の生産現場を料理人と一緒に訪ね、調達し、調達した食材を料理人のレシピにもとづいて一緒に調理し、昼食として会話を楽しみながら食する。これまでに希薄であった糸島の魅力的な「人」と都市からの「本当に糸島を愛する人」との「食」を介した「持続可能な関係性」という価値を日帰りで提供し、「関係人口」の構築を意図する。

四季にあわせて「いとたびキッチン」をシリーズ化する。各回、講師となる料理人がメニュー、食材調達場所、食事の提供場所を提案する。

11. おわりに

約1年間にわたる調査を終えて、糸島市には豊かな自然と「食」を筆頭に風土、歴史、文化などの豊富で良質な地域資源、そして何より地元を想う「ヒト」という資源が備わっていることが十分に理解できた。「食」を中心とする体験・交流型グリーンツーリズムである「糸島市におけるグリーンツーリズム」＝「いとたび」とは、糸島市の生産者、出荷者、加工業者、販売業者、飲食業者、クラフト作家、観光業者などだけでなく、糸島市民、あるいは糸島市に関わる人々までを含んだ自立的なまちづくり、糸島市を訪れる人々を迎える「ヒト」資源を中心とする内発的な観光地域づくりである。豊富で良質な地域資源にもとづく「いとたび」を展開することにより、糸島市を複数回、訪れ、滞在し、「いとたび」を構成する「クラブ Eat」メンバーと糸島市を訪れる人々との交流を促進し、糸島市への共感や関与を高め、リピーター、ファンを増やすことになるだろう。「クラブ Eat」メンバーと糸島市を訪れる人々が良好な関係を構築することは双方にとって有意義であることは相違ない。

「いとたび」の担い手、事業主体を見つけることは容易ではない。しかし、筆者らは糸島市で多くの「糸島市を愛している市民（生産者、出荷者、加工業者、販売業者、飲食事業者など）」に会うことができた。地域DMO、企業のみならず、「クラブ Eat」メンバーから運営主体となるリーダーが自然発生的に生まれることを期待する。

「いとたび」の広報も重要である。糸島市の人々にとっては、豊かで良質な地域資源が「あること」が当たり前であり、「食」を中心とする観光やグリーンツーリズムに違和感を覚えることが一部には懸念される。グリーンツーリズムをテーマとする講演会やシンポジウムなどにより、ムードを醸成する必要もある。加えて、各コンテンツの整理も必要である。今回、本学

で直売所をまとめたガイドブックを制作したが、同様に、旅館や民宿、ホテルなどの宿泊施設をまとめたガイドブック、注目を集めている牡蠣小屋をまとめたガイドブック、アクティビティをまとめたガイドブックなどを制作することでコンテンツや「いとたび」そのものの充実化が図れる。また、2次交通の整備として、環境に配慮したグリーンスローモビリティ、レンタサイクル、パークアンドライドシステムなどの導入が期待される。

本研究では、糸島市を訪れる人々の本質的なニーズや彼らが持つ糸島市のイメージを正しくつかむための調査を実施することができなかった。「いとたび」の商品化にあたっては、糸島市を訪れる人々に心理的なアプローチから調査を実施する必要がある。

今後の展開として、2つのことを挙げる。ひとつは、「いとたび」の実現に向けて調査や研究、活動を継続し、我々が少なくとも精神的には「いとたび」に関わり続けることである。もう一つは、糸島市の歴史的資源とグリーンツーリズムを組み合わせた商品企画である。糸島市には歴史・史跡という地域資源がある。糸島市での調査の際に、出会った人々や寺社などからも助言を受けた。寺社や文学をテーマにしたツアープランはインバウンド向けの商品にもなるであろう。

最後に、本研究は糸島市の助成金のみならず、糸島市役所の関係者の多大なサポートで行われた。心から感謝を申し上げる。

【補注】

- 1) 本研究は糸島市の「糸島市九州大学等連携研究助成金」の助成を受けて行われた。本稿は、糸島市に提出した研究報告書「糸島市の農山漁村・伝統文化等の地域資源を活用したグリーンツーリズムの総合開発」を再編したものであるが、紙幅の都合で調査概要の記述に留める。詳細な調査結果は筆者らに請求されたい。
- 2) 本研究では、グリーンツーリズム、フードツーリズムと表記するが、引用については引用元の

- 原文にしたがう。なお、農林水産物直売所、農畜水産物直売所などの表記も引用元の原文にしたがう。
- 3) 2012年から2016年の伸び率は、糸島市(125.6%)、太宰府市(122.1%)、福岡市(117.8%)、福津市(125.6%)、宗像市(104.5%)である。
 - 4) 糸島市民が主体となり開発されたハイキングルートの名称が「とこてく糸島」である。現在、12ルートがある。
 - 5) 市町村及び農業委員会による現地調査において『現に耕作に供されておらず、耕作の放棄により荒廃し、通常の農作業では作物の栽培が客観的に不可能となっている農地』と定義され、その荒廃の状況によりA分類(抜根、整地、区画整理、客土等で再生することにより、通常の農作業による耕作が可能となると見込まれる荒廃農地)とB分類(森林の様相を呈しているなどのうちに復元することが著しく困難または周囲の状況から見て復元しても継続して利用することができないと見込まれる荒廃農地)に分類される。同市においてはA分類210ha、B分類772haである。なお、統計用語として「耕作放棄地」や法令用語として「遊休農地」の表現があるが荒廃農地と意味はほぼ同様である。
 - 6) 参加者の属性は、70代男性(1名、以下同様)、60代男性(1)、50代男性(2)、30代男性(2)、50代女性(1)、40代女性(1)、30代女性(3)である。
 - 7) 具体的には、①糸島市の食材を生産(糸島市で採れた・獲れた・育てた…)する生産者、②出荷者、③糸島市の食材を主に用いる加工業者、④糸島市の食材や加工食材の販売業者、⑤糸島市の食材を主に用いる飲食事業者、⑥食に関係するクラフト作家など、⑦観光に携わる者、⑧その他、などである。

【参考・引用文献】

(HPはいずれも2019年3月に確認)

- [1] 農林水産省
http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/k_gt/pdf/lisiryou2_2.pdf
- [2] 農林水産省 http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/gt.html
- [3] 糸島市『平成29年版糸島市統計白書』
<http://www.city.itoshima.lg.jp/s005/content/sousetsu.pdf>
- [4] 平成28年福岡県観光入込客推計調査

- <http://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/kanko28.html>
- [5] 糸島市(2016)「糸島市観光入込客動向調査 調査結果報告書」
 - [6] 糸島市(2016)「糸島市観光振興基本計画」
 - [7] 泉屋六治 <https://izumiyaroqi.stores.jp/about/>
 - [8] 糸島市(2016)「糸島市農力を育む基本計画:市民みんなで育む『食』と『農』と『環境』(2016)」
 - [9] 糸島市(2017)「平成29年版糸島市統計白書」
 - [10] 農林水産省(2017)「荒廃農地の現状と対策について」
 - [11] 農林水産省農村振興局(2014)「耕作放棄地に関する意向及び実態把握調査」
 - [12] 全国農業会議所(2002)「平成14年地域における担い手・農地利用・遊休農地の実態と農地の利用集積等についての農業委員調査結果」
 - [13] 坂本健成(2018)「平成29年度中村学園大学流通科学部『糸島市×中村学園大学流通科学部 耕作放棄地解消プロジェクト』最終報告会」
 - [14] 音成陽子・甲斐諭(2010)「農産物直売所への出荷行動が健康に与える効果」『中村学園大学・中村学園大学短期大学研究紀要』第42号, 267-272.
 - [15] 福岡県企画・地域振興部、糸島市産業振興部、本学との打ち合わせ資料
 - [16] 小笠原正志・中嶋健(2015)「民間非営利団体が創設し運営管理する済州島周回長距離トレイル「済州オルレ」徒歩旅行ブームの実態」『スポーツ産業学研究』Vol.25, No.1, 61-73.
 - [17] 済州オルレ <https://www.jejuolle.org/main.do>
 - [18] 一般社団法人九州観光推進機構 <https://www.welcomekyushu.jp/kaiin/news/>
 - [19] 一般社団法人九州観光推進機構「九州オルレ第8次募集要領」
 - [20] 姫路市農政総務課 http://www.city.himeji.lg.jp/s60/2212472/_10075/_21677.html
 - [21] 杉・五兵衛 <http://sugigohei.com/>
 - [22] 発酵食堂「カモシカ」 <http://kamoshika.kyoto.jp/>
 - [23] ソウルナビ <https://www.seoulnavi.com/miru/342/>