

## 生活文化産業学

(第 1・3 木曜日 午後 1 4 時～／成徳学舎)

### 2011 年度後期 第 4 回 ケーススタディ 2／農家民宿の現状と課題

担当:大倉 朗寛

～講義の流れ～

1. はじめに／6次産業化の現状について (14:00～／30分)
2. 6次産業化における農家民宿の位置付け (14:30～／30分)
3. 6次産業化を担う各業態間の連携による顧客の共有と創造 (15:00～／30分)
4. 【情報共有】農家民宿、6次産業化、耕作放棄地、就農 (15:30～／10分)
5. ディスカッション、まとめ (15:40～／20分)

～内容～

1. はじめに／6次産業化の現状について (14:00～／30分)
  - ・ 6次産業化の現状を把握する3つの視点
    1. 生産者 (提供側) からの視点
    2. 消費者 (享受側) からの視点
    3. 行政・NPO (支援側) の視点
  - ・ 6次産業化を担う各業態
    1. 日帰り型
      - ・ 農産物直売所
      - ・ 農家カフェ
      - ・ 農家レストラン
      - ・ 体験ファーム (観光農園)
    2. 滞在型
      - ・ キャンプ場
      - ・ 温泉旅館
      - ・ 農家民宿
- ・ 生活文化産業との関わり
  1. 価値 (魅力) の創造
  2. 仕事 (作業分担ネットワーク) の創造

## 2. 6次産業化における農家民宿の位置付け（14：30～／30分）

国内では、特に中山間地域において6次産業化が推進されており、日帰り型としては農産物直売所が地域の情報発信拠点としての役割を担って、農家カフェ、農家レストラン、体験ファーム（観光農園）などが集客拠点となり、滞在型としてはキャンプ場や温泉旅館、農家民宿が集客拠点となっている。

6次産業化が、生活文化産業を形成するプロセスの一つと考えられる点は、農産物の生産・加工・販売を介して、生産者と消費者の相互交流がすすみ、農村と都市の「生活文化」の差異を学び合いながら、国際的にも独自の価値（魅力）や方向性が見い出されてゆくことによって、その価値を商品やサービスに付加して、生産・加工・販売するという仕事が創造される可能性が高まる点にあるといえる。

その意味では、農産物直売所は日帰り型の業態として予約なしで気軽に訪ねることができ、利用客が農産物を安心して直接安価で購入できる場として情報発信および集客という役割を担い得るが、生産者と消費者の相互交流が促進される機会が多いとはいえない。それに対して、農家カフェはスイーツや飲み物の販売によって消費者と交流する機会が増え、農家レストランは更に消費者と交流する機会が増えると考えられる。さらに、農産物の収穫などを生産者と一緒に行う体験ファーム（観光農園）は農産物の収穫を通じて相互の交流だけでなく、より高度な経験や知識が習得できる学習の場となって、消費者の生産者や農作物に対する価値（魅力）がより一層高まって商取引されるものと考えられる。

一方、滞在型の業態として、キャンプ場は、食材を自宅または途中で調達して家族や友人とともに自炊して楽しむことができるが、生産者と消費者が相互に交流する機会が多いとはいえない。また、温泉旅館は、家族団欒の場として癒しや寛ぎという贅沢さやプライベート感を求めるため、生産者と消費者が相互に交流する機会は非常に少ないといえる。

それらに対して、農家民宿は、生産者は普段の生活空間や食文化を提供し、ありのままの「生活文化」で接客対応するため、消費者は自分の故郷に帰る様な感覚で（第2の故郷として）滞在することができる。農家民宿に滞在中は、滞在先の生産者と同じく農村型の生活文化を体験しながら相互の交流が活発に行われる。普段、都市型の生活文化に慣れた消費者は初めのうちは生活文化の違いに戸惑うかもしれないが、その差異から、それぞれの良さを実感し、元の都市型の生活文化に組み込もうという意識はたらくと考えられる。

農家民宿への滞在を通して、消費者は農村型の生活文化を体験し、生産者の生活文化や農産物そのものがもつ本来の価値（魅力）を享受する知識を身に付け、その知識によって商品やサービスを購入する際の価格に影響するものと考えられる。

しかしながら、農家民宿単独で、上記のように消費者に価値を享受する知識を身に付けさせることは難しいと思われる。そこで、地域単位での各業態間の連携によって持続的に価値（魅力）を創出し、その価値が分かるような文化水準の高い顧客を創造してゆくことを求められているのが、農家民宿の現状であり、その顧客を生産者として取り込んでゆくことが高齢化に伴う後継者不在という課題も同時に解決することにつながると確信する。

### 3. 6次産業化を担う各業態間の連携による顧客の共有と創造（15：00～／30分）

前述のように、6次産業化を担う各業態の特徴について、生産者（提供側）と消費者（享受側）、そして行政・NPO（支援側）の視点から見てゆくと、各業態間で連携することにより短所を補い合い、それぞれの良さを相乗効果で引出す組み合わせがあることに気付く。

たとえば、日帰り型同士ということで、農家レストランと体験ファーム（観光農園）の組み合わせについて考えてみる。この場合、日中に体験ファームで収穫した農産物を、農家レストランに持参し調理して頂く形になる。煮込み料理など、時間のかかる手の込んだ料理は難しいと思われるが、簡単にできる野菜サラダなどを作って頂くことができれば、自ら収穫した食材を、一番美味しく食べられるようにプロの職人が調理した料理として、享受できるということになる。

次に、日帰り型から滞在型への取り込みということで、日帰り型の体験ファームと、滞在型のキャンプ場の組み合わせについて考えてみる。この場合、日中に体験ファームで収穫した農産物を、自分たちでバーベキューなど自炊をして楽しむという形となり、日中の収穫体験や生産者との交流について、バーベキューをしながら家族や友人と語り合うことができ、より一層、生産者と消費者との相互の交流と学習が促進され、新たな価値や魅力が創出されると考えられる。

最後に、滞在型同士ということで、温泉旅館と農家民宿の組み合わせについて考えてみたい。癒しや寛ぎといった贅沢さを味わえる温泉旅館への滞在に対して、一見質素にみえる農家民宿への滞在であるが、生産者との相互交流と農村型の生活文化の体験という特に何もせず時間をゆっくりと過ごす贅沢さが味わえ、意外と一日が慌ただしく過ぎ去る温泉旅館への滞在と農家民宿への滞在との差異が、新たな価値を相乗効果的に生み出していることに気付くことになる。

たとえば、3連休の休みがとれた際は、日帰り型と滞在型の各業態を旅のプランに組み込むと、その地域について様々な角度から、その地域独特の「生活文化」を知ることになり、そういった消費者の目や消費活動が、訪れた地域の生産者を元気づけるに違いないし、長年の課題であった農業の生産性向上についても解決できる糸口が見つかるかもしれない。

先日2011年11月11日の午後8時に、政府からTPP交渉への参加が表明された際、「世界に誇る日本の医療制度、日本の伝統文化、美しい農村、そうしたものは断固として守り抜く」という文言が盛り込まれ、「規模の集約化や6次産業化などを5年間で集中的に行っていく。それに基づいて必要な予算を措置する」と述べられた。

農産物直売所を情報発信拠点として、農家カフェや農家レストラン、体験ファーム（観光農園）といった日帰り型の拠点で更なる集客を図り、キャンプ場や温泉旅館、農家民宿といった滞在型の拠点でも集客を図って、生産者と消費者による相互の交流と学習が促進されることにより推進されると考えられる6次産業化は、地域に固有の地域資源を活用した商品やサービスを生産するという視点で海外への流出は基本的に考えられないが、その本質として、生活文化産業学的な視点からの仕事創造が求められることになるとと思われる。

4. 【情報共有】農家民宿、6次産業化、耕作放棄地、就農（15：30～／10分）

- ・ [生活文化産業学 | 市民大学院（文化政策・まちづくり大学校）](http://bunka-seisaku.org/sbsg2011.html)  
<http://bunka-seisaku.org/sbsg2011.html>

5. ディスカッション、まとめ（15：40～／20分）