

訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への
誘客促進に関する調査委託事業
調査報告書

平成 28 年 3 月
綜研情報工芸

目次

第1章 事業概要	1
1. 1. 事業の背景と目的	1
1. 2. 事業内容	1
第2章 ファームステイ先進国における事例調査	3
2. 1. 調査の目的と方法	3
2. 2. 欧州(独、仏、伊)のファームステイの動向と支援施策	5
2. 3. 日本の農林漁業体験民宿の課題と今後の方向性	48
第3章 訪日外国人旅行者に対する調査	65
3. 1. 調査概要	65
3. 2. インターネットアンケート調査結果	66
3. 3. ヒアリング調査結果	91
3. 4. 調査結果のまとめ	99
第4章 モデル地域におけるセミナーの実施	101
4. 1. セミナー実施概要	101
4. 2. セミナー講義概要	102
4. 3. 受講者アンケート結果	114
4. 4. Japan. Farm Stay シンボルマーク申請促進に関し	120
付属資料	121

【執筆者】

第2章 緒川 弘孝（株式会社ドゥリサーチ研究所 客員研究員）

第1章 事業概要

1. 1. 事業の背景と目的

2015年度の訪日外国人旅行者は前年比47.1%増の1,973万7千人となった。こうした外国人旅行者の増加傾向を踏まえ、2020年に向けて政府はさらなる受入者数増を目指している。現在、訪日外国人旅行者の主な旅行先は大都市が中心であるが、さらに訪日外国人旅行者数を増やすためには、地方への誘客促進やリピーターの確保が重要である。

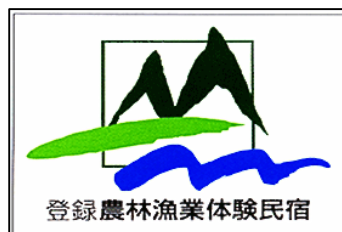
訪日外国人旅行者には、農山漁村への訪問について一定のニーズがあり、一部の農山漁村地域においては訪日外国人の来訪が見られている。しかし、十分に取り込めているとは言えない状況であることから、農林水産省では訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への受入れに向け、2015年5月には、外国人旅行者の受入れを行う農林漁業体験民宿に「Japan. Farm Stay」シンボルマークを付与し、その普及や情報発信に努めているところである。

このため、外国人旅行者にとって農林漁業体験民宿の宿泊の際に必要な設備上・サービス内容上の課題や情報発信手法、「Japan. Farm Stay」シンボルマークの有効な活用方法等を明らかにするとともに、シンボルマークの普及による訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への誘客促進を図るために本調査委託事業を実施した。

【「Japan. Farm Stay」シンボルマーク】



【農林漁業体験民宿標識】



1. 2. 事業内容

(1) 調査

- ① ファームステイ先進国における事例調査
- ② 訪日外国人旅行者に対するアンケート調査
 - ・インターネット調査
 - ・ヒアリング調査

(2) モデル地域におけるセミナーの実施

第2章 ファームステイ先進国における事例調査

2. 1. 調査の目的と方法

2. 1. 1. 調査の目的

戦後、ヨーロッパの国々では、農村地域の振興と国民の安価な余暇旅行の促進の観点から、グリーン・ツーリズム及び農家・農村での宿泊滞在（ファームステイ）の振興が行われた。特にそれらの先進国と言えるドイツ、フランス、イギリスにおいては、国や地方政府、あるいは農業や民宿の団体などが、様々な支援策を実施し、さらには認証・格付け制度を整備するなどして、一定の成果を挙げて来た。

そうしたヨーロッパのグリーン・ツーリズム先進国の状況については、1999～2006年の期間を中心に、(一財)都市農山漁村交流活性化機構や研究者などにより調査・研究が盛んになされていたが、現在、促進している農林漁業体験民宿への外国人誘客に資するため、改めて、ヨーロッパのグリーン・ツーリズムの状況を整理するとともに、この十年間の変化も追い、現在の日本の農林漁業体験民宿の課題を整理して、今後のあるべき方向性を検討することとする。

2. 1. 2. 「ファームステイ」の定義

「ファームステイ (farm stay)」という言葉は、まだ多くの国語辞書や英和辞典に掲載されていない言葉であるが、新語を数多く掲載する国語辞書（小学館『デジタル大辞泉¹⁾』によると、「外国の農場・牧場に数日間宿泊し、農場生活を体験する、民宿の一種。」とされている。「“外国の”農場・牧場」とされているのは、「ファームステイ」というカタカナを使うことにより、言葉として、日本の農場・牧場と区分されているのであって、元の「farm stay」という言葉には、“外国の”というニュアンスは存在しない。

一方、「ファームステイ」という言葉は、「農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動²⁾」を意味する「グリーン・ツーリズム」の「宿泊・滞在型」の部分に近いとも言える。この「グリーン・ツーリズム」での宿泊・滞在は、必ずしも「農場・牧場」に限定せず、非農家が経営する民宿に泊まり、農村地域で農業体験や農村体験をするものも含まれている。日本の「農林漁業体験民宿」は、そうした農業体験と連携しつつも、経営者は非農家である場合も含まれる。また、後述するように農村地域の民宿の普及を推進してきたフランスでは、農家だけによる「アグリツーリズム」だけでなく、非農家の民宿も含めて振興したことが、グリーン・ツーリズムの発展の成功要因の一つともされている³⁾。

このような点を鑑み、本調査における「ファームステイ」の定義は、農家や農場での宿泊・滞在だけでなく、非農家が経営する宿泊施設での宿泊・滞在も含めて、「農村地域に宿泊・滞在し、自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動」とする（図表 2-1）。

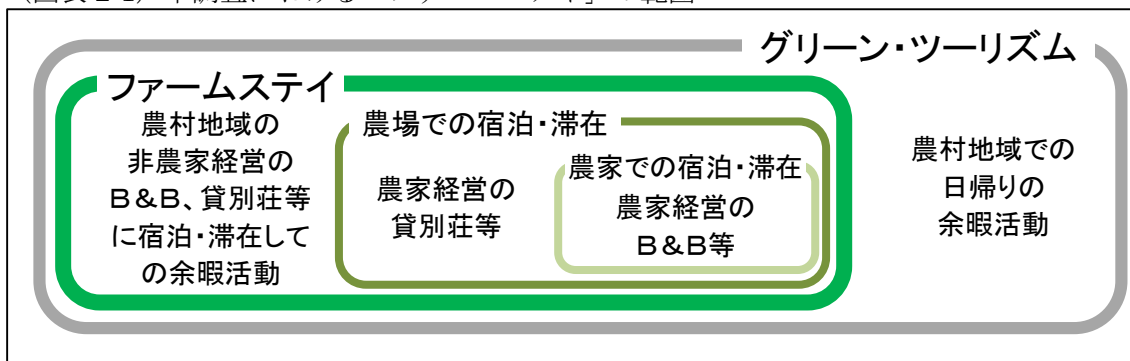
¹⁾ goo 辞書国語辞書大辞泉 <http://dictionary.goo.ne.jp/jn/> (参照 2016-2-19)

²⁾ 農林水産省 『グリーン・ツーリズム』とは」

http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/k_gt/ (参照 2016-2-19)

³⁾ 財団法人 21 世紀村づくり塾(2000) 『フランスにおけるグリーンツーリズムに対する行政支援に関する調査研究』 pp1

(図表 2-1) 本調査における「ファームステイ」の範囲



2. 1. 3. 調査の方法

上記の調査目的と、限られた調査費用と期間を鑑みて、ヨーロッパのファームステイ先進国のうち、日本語の先行調査や論文、記事などの資料が比較的充実しているドイツとフランスを対象に調査を行った。ただし、近年、後発ながら、農家民宿や利用者の数が伸びているイタリアについても、適宜、補足的な調査を行った。調査は、以下の方法で行った。

- ①調査対象国の概況、支援施策、認証・格付け制度等に関する資料探索・収集
 - ・ドイツ、フランス、イタリアの3ヶ国に関して、国立国会図書館と都市農山漁村交流活性化機構にて、報告書、文献、論文、記事等を可能な限り探索、閲覧、情報収集。
- ②日本における外国人誘客に関する資料収集、整理
 - ・下記の資料を収集し、外国人誘客に関するポイントを整理
 - 平成 18～20 年度農林水産省「観光立村(国際グリーンツーリズム)の取組の推進事業」関連報告書
 - 平成 25 年度環境省「国立公園等魅力向上プロジェクト」関連報告書
 - ジャパニーズ・イン・グループ『ジャパニーズ・イン・グループ選考基準とその心得』(2007 年 5 月改正)
 - 観光庁『受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン』(平成 23 年 3 月)
- ③有識者ヒアリング・調査協力
 - ・各国について、下記の有識者にヒアリングを行った。また、場合により、各国関係組織に直接コンタクトしてヒアリングや情報収集をするなど、また各国の資料や情報の収集にあたっては協力をお願いした。
 - ドイツ：広島修道大学商学部教授 富川久美子氏
 - フランス：日仏・食と農のコンサルタント 服部麻子氏（フランス在住）
 - イタリア：千葉大学大学院園芸学研究科教授 大江靖雄氏
 - ・また、富川久美子氏には、「ファームステイ先進国における事例調査」全体（本章）の監修をお願いした。
- ④調査対象国の資料および統計データの収集
 - ・3ヶ国のファームステイ関係組織や統計機関等から、各国のファームステイの概況等を把握できる資料や統計データを探索し、収集した。
- ⑤収集資料・データの整理、分析、まとめ
 - ・収集した資料・データから、調査対象国におけるファームステイの概況、支援施策、認証・格付け制度等に関して整理・分析してまとめるとともに、日本の農林漁業体験民宿への外国人誘客を行う際の、課題やポイントをまとめ、また、今後のあるべき方向性を検討した。

2. 2. 欧州(独、仏、伊)のファームステイの動向と支援施策

ヨーロッパ人の農村への観光は、既に18世紀後半には存在していたとされる。フランスでは、「18世紀後半に農村へのバカンス旅行がブームを呼んだ。その担い手となったのは、いわゆる貴族達であり、背景には啓蒙思想家ジャン＝ジャック・ルソーの自然賛美があった」⁴。ドイツでも「夏の保養が、19世紀末から20世紀の産業化によって生まれた新しい富裕層に広がると、非富裕層の人々も、安い宿泊施設を利用した休暇を過ごすようになり、アルプス地域では農家などに宿を求めるようになった。これが、農家民宿の発祥であるとされ、最初の民宿は、19世紀末から20世紀初めの旅行記に記されている」⁵。20世紀に入ると「都市住民である会社員や労働者層に、農村での休暇が広がっていく」「居住地からさらに離れた休暇地、つまり海岸やアルプス、中位山地での夏の保養へと発展し、漁家や農家などに2～3週間、毎年馴染みの民家に宿泊するようになる」⁵。こうしたファームステイは、第二次世界大戦後、ドイツやフランス、イギリスなどのヨーロッパ先進国でさらに発展し、1980年代頃からは、イタリア、ギリシャ、スペインなど、西ヨーロッパ全域に広がり、現在では、ルーマニア、コロンビア、タイ、中国など、世界各地で見られるようになった。

本調査では、まず、ドイツ、フランス、イタリアにおけるファームステイの需要(利用者側)と供給(農村民宿側)の動向を、近年の傾向を中心に把握した。各国ともに、ファームステイに関する何らかの統計調査が行われているものの、基準が大きく変更されたり、定期的な実施してなかったりという理由で、長期的な傾向を正確につかめない場合もあるが、入手可能なデータに基づき、概要を把握した。次に、各国のファームステイの発展の背景にある支援施策と、主に業界団体による農家・農村民宿の認証制度や格付け制度を概観した。

2. 2. 1. ドイツにおけるファームステイの動向と支援施策

(1) ドイツにおけるファームステイの需給動向

ドイツ(旧西ドイツ)の農家民宿の発展過程については、グリーン・ツーリズムの研究者である富川久美子氏が(図表2-2)のようにまとめている⁶。以下、富川氏のまとめによるドイツの農家民宿の発展の歴史を見てみると、「第二次世界大戦後、農家民宿は、大都市近郊でも増えはじめ、1960年代に入ると、安く素朴な休暇 Primitivurlaub として需要を増し、とくに1960年頃、民宿を開業する農家が急増した」⁵。しかし、その当時は、「農家民宿は、安くて質素な billig und primitiv 宿泊施設というイメージがあり、低所得層や子供を伴う家族による利用が大半であった」⁵ようだ。

こうした農家民宿の発展の背景には、旧西ドイツの「奇跡の経済復興」や車の普及や交通網の拡充及び有給休暇制度の拡大などによるマスツーリズムの発展、それに伴った観光地の景観破壊の問題化とそれに対する観光批判という流れがある⁷。また、「農村における観光需要の増加のほか、国や地域の政策による影響が大きい」⁵。1960年代末頃には「農村に工業を」政策により、個人経営による企業を奨励し、1970年代は「農村に白い産業を」政策により、観光による農村の再開発を促進し、1970年頃からは「農家で休暇を」というスロ

⁴ 山崎光博(2005)『ドイツのグリーンツーリズム』、農林統計協会、pp15

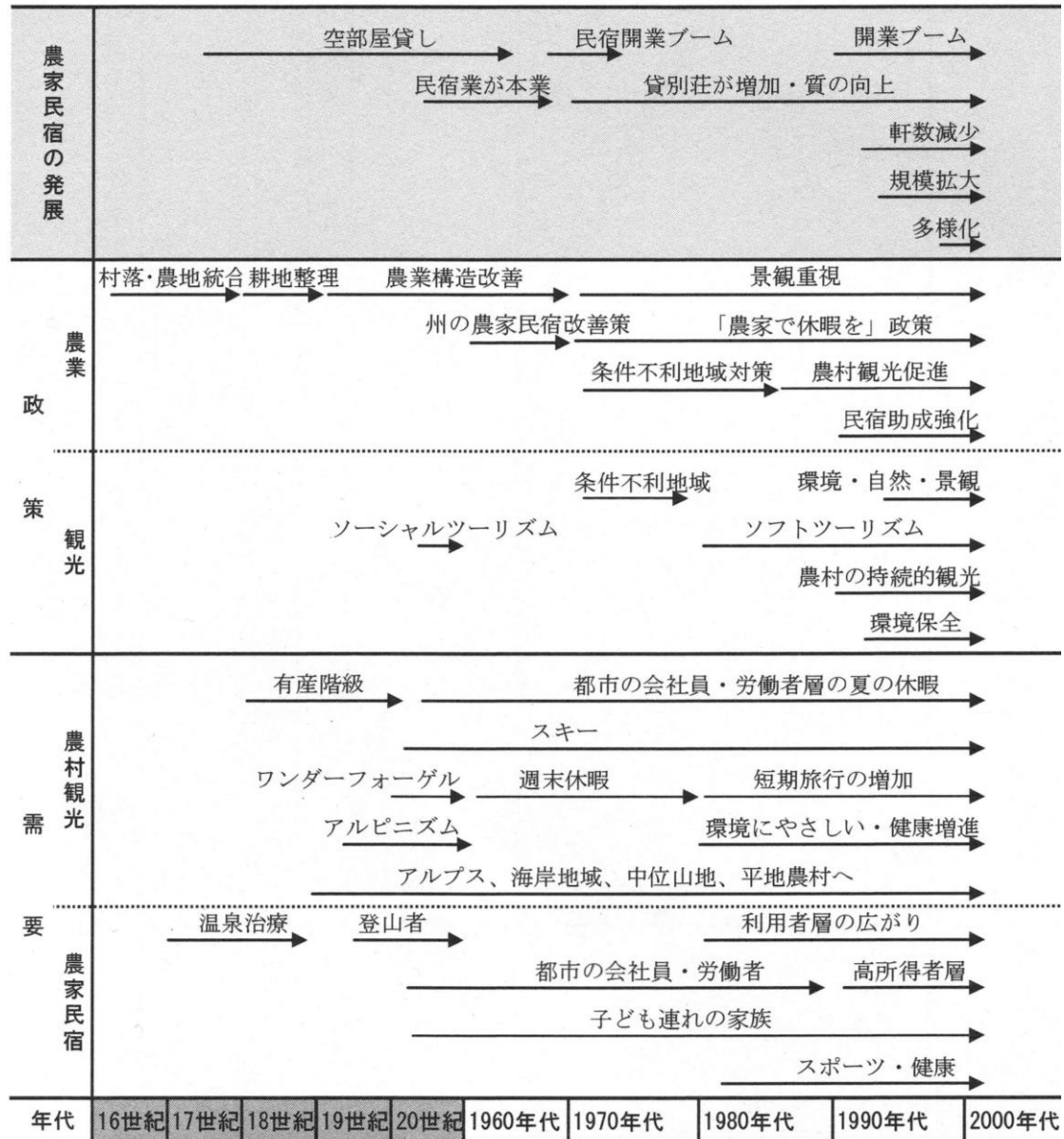
⁵ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp39-43

⁶ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp169

⁷ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp53

ーガンが、ドイツ各地の地域政策として取り入れられるようになって、「開業する農家民宿がさらに増加し、1960年代中頃から1970年代初頭まで民宿開業のブーム期となった」⁵。

(図表 2-2) ドイツの農業政策・農村観光・農家民宿需要を背景にみる農家民宿の発展過程



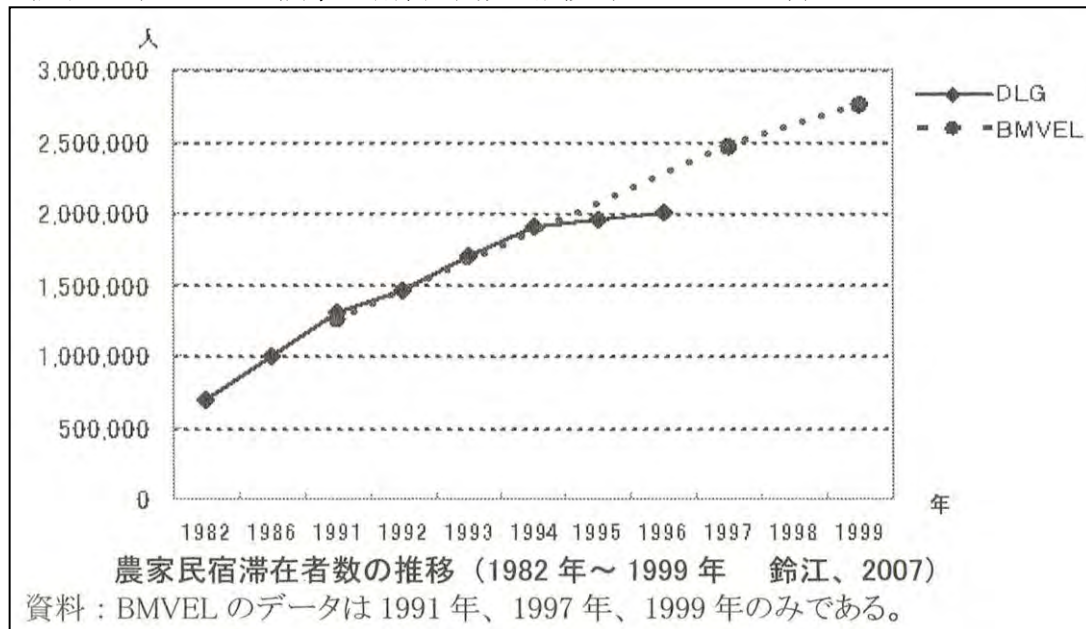
資料：富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』

「1970年代初め、農家民宿は全体で12,000軒から15,000軒」「1980年代末には約2万軒になった」。そうしたブームに乗って開業した民宿が増えると、「質の良い民宿が求められるようになった。また新しく貸別荘タイプが普及したことから、開業のための初期投資が必要になった。さらに、設備のよい民宿ほど、高い収益が期待できた」。「貸別荘は、1970年代初めは15%ほどでしかなかったが、1980年代後半は54%に、それに反して貸部屋が54%から12%と大幅に減少した」。1990年代には減少傾向となるが、「貸部屋から貸別荘が主流になったことで、各民宿の規模が拡大し、所有ベッド数が増加傾向にある」⁵。

こうした流れの中で、農家民宿の利用者の特性は、当初の低所得層から、「休暇が比較的長くとれる職業であり、学歴と所得も比較的高い層が多くなっている」⁸。子ども連れが減って来た傾向もあり、子どもの夏休み時期の集中が減り、その他の時期に複数回に分けて農家民宿を利用する傾向が見られる。また、平均滞在日数も、「15日間以上の滞在は1972年に74.4%であったが、79年から85年は45.1%、そして85年には37.6%へと減少した」⁸。

その後の農家民宿の利用者数の方は、グリーン・ツーリズムの研究者の鈴江恵子氏によると、年率10%を超える成長が1995年頃まで続いた（図表2-3）。1987年には2億7000万マルク（1987年の平均レートで約217億円）だったドイツ全体での農家民宿の所得は、1997年には6億マルク（1997年の平均レートで約419億円）と、10年間で約2.2倍にも膨らんだ⁹。これに対して鈴江氏は、農家民宿が部屋貸しからフラットやアパート型などの貸別荘型にシフトし、「整備の向上とともに利用料金が上がったこと、利用者が自炊するための地域での投資額が増えたことが大きな理由ではないか」⁹としている。

（図表2-3）ドイツの農家民宿滞在者数の推移（1982～1999年）



資料：鈴江恵子(2008)『ドイツグリーン・ツーリズム考』

しかし、1995年頃から景気低迷を反映して伸び悩み、2001年頃をピークに減少傾向に転じた（図表2-4）。また、農家民宿での滞在期間も、さらに短期化する傾向が見られる（図表2-5）。農家民宿に対するアンケートによる調査では、年間稼働日数は、横ばいか微増傾向にある¹⁰（図表2-6）。こうした傾向について、鈴江氏は「飛行機で安く国外に行けるようになったこと、より安い料金で他の国の農家民宿に泊まれるようになったこと、ドイツも不況で

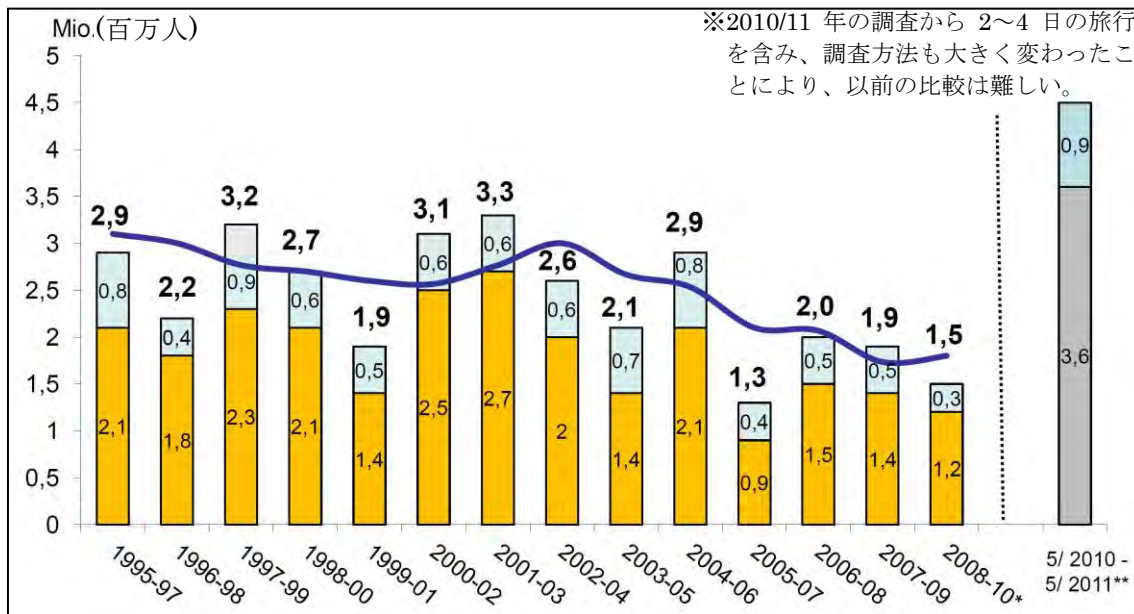
⁸ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp44-45

⁹ 鈴江恵子(2008)『ドイツグリーン・ツーリズム考』東京農業大学出版会、p117-118

¹⁰ Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. und ihren Landesverbänden (2015) "Bundesweite Befragung von Anbietern von Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Lande zur Urlaubssaison 2013/2014"

一度に長期休暇をとらず、2、3回に分けてこまめに休暇をとるようになったこと」などを、考えられる理由として挙げている¹¹。

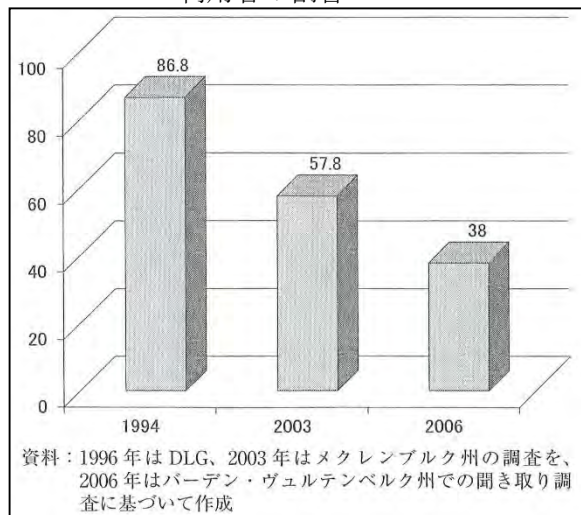
(図表 2-4) 過去3年間で一度以上、農家・農村での宿泊休暇をしたドイツ人の推移



資料:ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

一方、供給側となる農家民宿の施設数に関するデータは、断片的にしか存在が確認できない。ヨーロッパ観光研究所によると、1999年全国で25,000軒以上の農家民宿があると推測されるが、現況のデータ不足で正確な数字は不明としている¹²。ドイツ連邦農家民宿および田園ツーリズム事業協会(BAG)の年次報告書で見ると、BAGの加盟者数が、2000年10,429、2002年10,118、2006年8,305、2008年8,096となっている¹³。BAGの加盟者は、全農家民宿の約半数というデータもあり、そこから推測すると、2008年の農家民宿の数は16,000軒前後ということになり、近年は減少傾向にあると推測される。

(図表 2-5) 農家民宿に1週間以上滞在する利用者の割合



資料:鈴江恵子(2010)「ドイツにおける農村ツーリズム」『農業と経済』

¹¹ 鈴江恵子(2010-07-05)「ドイツにおける農村ツーリズム」『農業と経済』「農業と経済」編集委員会編、pp127

¹² EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT an der Universität Trier GmbH (2008) "Expertise „Urlaub auf dem Bauernhof / Lande“", pp3

¹³ Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. (2008) "Geschäftsbericht 2007/2008" 等

(図表 2-6) 農家民宿の年間稼働日数の推移 (2006~2014 年)



資料:ドイツ連邦農家民宿および田園ツーリズム事業協会(2015)『農家休暇と農村休暇の供給に関する全国調査 2013/2014』

農家民宿の施設タイプ別では、近年も引き続き、貸部屋型から貸別荘型への移行が見られる¹⁴。貸部屋型は、オーナーである農家の家族と同じ建物の部屋に宿泊するタイプで、朝食付きであるB&B(宿泊と朝食の提供をベースとする宿泊施設)のような場合が多く、滞在期間は数泊の場合が多い。貸別荘型は、農家とは別の建物の全部や一部の部屋に宿泊するタイプで、食事は付かない場合がほとんどで、滞在期間は1週間単位の場合が多い。「アパートメント・タイプ」「フラット・タイプ」とも呼ばれる。オーナーの農家と交流する時間も少ない。

富川氏は、貸部屋から貸別荘への移行傾向の理由は、「経営者の労働時間が削除できること」¹⁵としている。「客の滞在中、朝食を提供する貸別荘経営では毎日2時間の労働が、貸別荘経営では週2時間で済む」。また「農家民宿の利用客には子ども連れの家族が多く、平均滞在日数は、貸部屋で約一週間であるのに対し、貸別荘では数週間である。このことは、農家民宿の収入増をもたらした」¹⁵。鈴江氏も、「農家は利用者に鍵を渡すだけで、食事の提供も掃除もしない。せいぜい自家生産の卵や乳製品、パンなどを販売する程度だ。つまりほんとうに片手間で経営できるようになったということだ。聞き取り調査のとき、どの主婦も口をそろえて、今の方が楽し、この形態でなければ続かないと語った」¹⁶。また、「農家民宿が国民のバカンスライフの中に浸透した反面、宿のオーナーの人柄で滞在先を選ぶ傾向は薄れてきている」ともしている。こうした貸別荘移行による経営の効率化もあって、かつては「お小遣い稼ぎ」程度だった農家民宿の収入が、農業による収入を上回るようになってきている。

¹⁴ Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. und ihren Landesverbänden (2015) "Bundesweite Befragung von Anbietern von Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Lande zur Urlaubssaison 2013/2014"

¹⁵ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp117

¹⁶ 鈴江恵子(2010-07-05)「ドイツにおける農村ツーリズム」『農業と経済』「農業と経済」編集委員会編、pp129

ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省では、2011 年に『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』という調査報告書を発表した。その前回に当たる調査は、2006 年に行われたが、調査項目や調査対象などが大きく異なり、比較が非常に難しい。2011 年の調査に基づく、ドイツのファームステイの概況は、以下のとおりである（2011 年の調査対象は、ドイツ人だけではなく、14 才以上のドイツ国内に住むドイツ語話者となっており、一部の外国人も含まれている）¹⁷。

●ドイツの農家・農村での宿泊休暇の概要（14 才以上のドイツ国内に住むドイツ語話者）

過去 1 年間に農家・農村での宿泊休暇をした人数：450 万人（全体の 6.4%）

総年間回数：720 万回（全休暇旅行の 5%）

うち国内：510 万回（全国内休暇旅行の 6%）

うち国外：210 万回（全国外休暇旅行の 3%）

年間平均回数：1.7 回

平均日数：6.0 日（5.0 泊）

年間泊数：3,610 万泊（国内 2,440 泊、国外 1,170 泊）

平均人数：3.3 人（12%が 1 人旅。32%が 13 才以下の子供を同伴）

総消費額：15 億 5700 万ユーロ（約 2,000 億円）

うち国内消費額：11 億ユーロ（約 1,400 億円）

1 回あたり平均消費額：562.50 ユーロ（約 73,000 円）

1 人 1 泊あたり平均消費額：33.50 ユーロ（約 4,300 円）

農家・農村での宿泊休暇実施者の平均所得：2,660 ユーロ（約 35 万円）

資料：ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

※1 ユーロ=130 円（2016 年 2 月 8 日の為替レートで換算）

興味深いのは、こうした政府の調査報告書において、全体的な統計とは別に、農家・農村での宿泊休暇の三つのターゲットを設定して、その特徴を示しているところである。

●農家・農村での休暇の三つのターゲット

家族（13 才までの子供がいる家庭）：必ずではないが、いつも子供同伴で旅をし、平均 3.3 人で旅をする。宿泊と食事で高い消費をするが、1 人 1 日あたりの消費額は少ない。

中年（30～59 才で 13 才以下の子供がいない家庭）：ファームステイの頻度は平均的だが、全体のボリュームが大きいいため全体の消費額も大きい。短期間のファームステイが多く、多くの場合、カップルであり、子供が同伴することは稀である。1 人 1 日あたりの宿泊と食事の消費額は大きい。

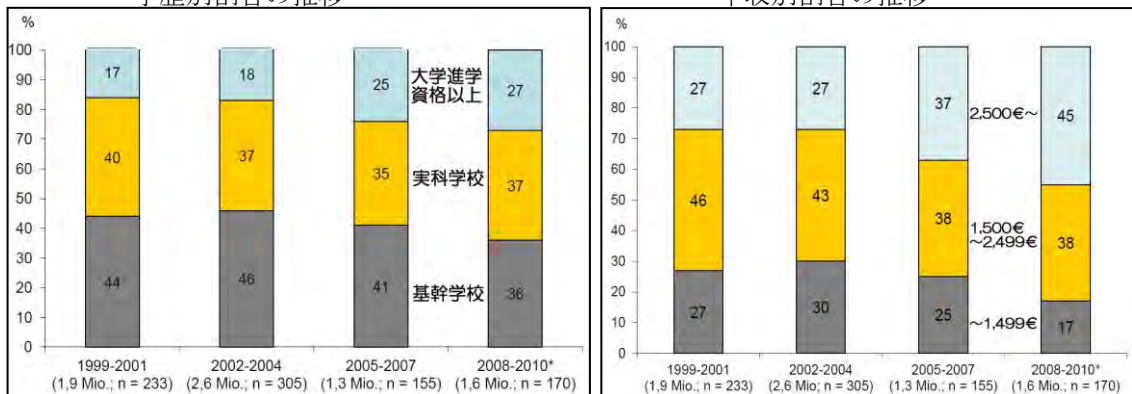
シニア（60 才以上で、12 才以下の子供がいない家庭）：長期間ファームステイする傾向があり、いつもカップルで、ときどき他の家庭の子供を伴う。1 人 1 日あたりの宿泊と食事の消費額は大きい。

資料：ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

¹⁷ Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2011) "Urlaub auf dem Bauernhof - Urlaub auf dem Lande 2010/11", pp16

ドイツにおける農家・農村での休暇に対する関心(がある人の割合)が、長期的に横ばいか漸減傾向にあることから、この調査では、その傾向の分析がなされている。農家・農村での休暇は、かつては、安価に身近で楽しめる休暇という位置づけで、休暇旅行の大衆化に貢献したが、学歴別や年収別の割合を見ると、最近では、農家・農村での休暇を楽しむ人は、高学歴、高収入の人が増えている傾向が、こうしたアンケート調査からもうかがえる¹⁸。

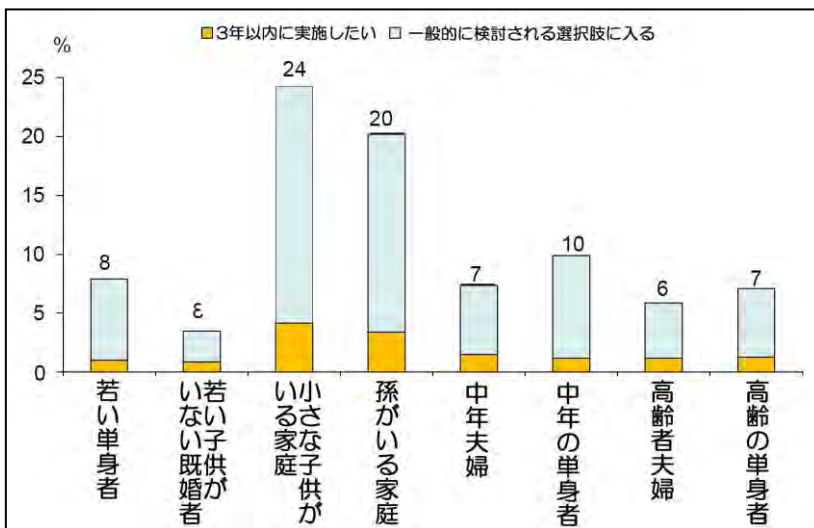
(図表 2-7) 農家・農村での休暇に関心がある人の学歴別割合の推移 (図表 2-8) 農家・農村での休暇に関心がある人の年収別割合の推移



資料:ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

(図表 2-9) は、ライフステージ別の農家・農村での休暇への関心度である。「小さな子供がいる家庭」と「孫がいる家庭」では、関心度が高いが、それ以外の層とは大きな開きが見られる¹⁹。

(図表 2-9) ライフステージ別の農家・農村での休暇への関心度



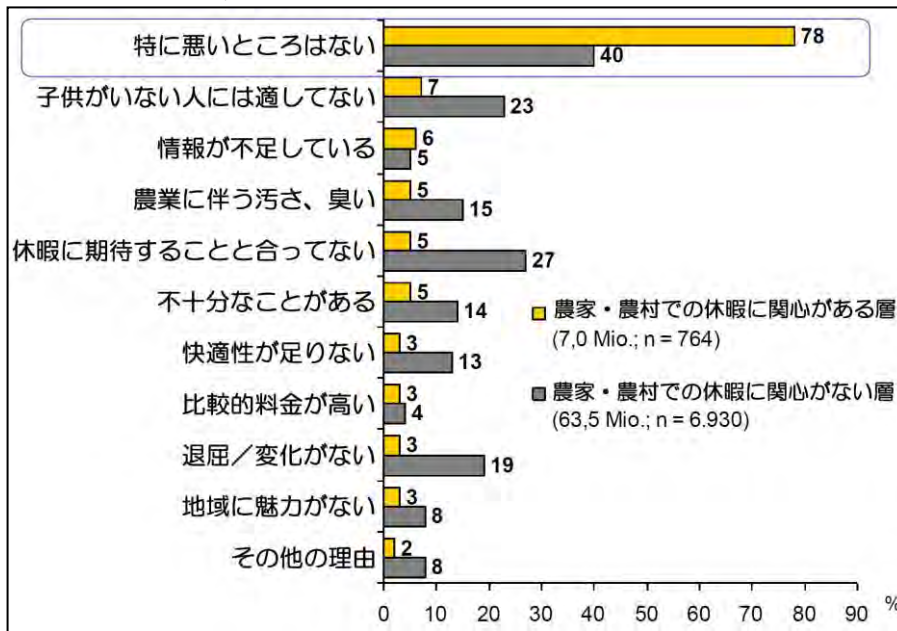
資料:ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

¹⁸ Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2011) "Urlaub auf dem Bauernhof - Urlaub auf dem Lande 2010/11", pp39

¹⁹ Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2011) "Urlaub auf dem Bauernhof - Urlaub auf dem Lande 2010/11", pp42-43

さらに「農家（民宿）」での休暇に関心がない理由（図表 2-10）については、「特に悪いところはない」を除くと、「農家・農村での休暇に関心がない層」が挙げる理由として、「休暇に期待することと合っていない（27%）」に次いで、「子供がいない人には適してない（23%）」が続いている。これは「農家・農村での休暇に関心がある層」では、一番多い回答となっている（7%）²⁰。

（図表 2-10）農家（民宿）での休暇に関心がない理由



資料:ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

この『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』調査では、農家・農村での休暇の潜在的顧客へのニーズや欲求を探り、深く洞察するために、グループ・ディスカッションも実施している。メンバーは、農家・農村での休暇に関心があり、過去3年間に2~3回の農家・農村での休暇を行った、13才以下の子供がいない家庭の中年(40~59才)と高齢者(60才以上)の男女9人と10人の2グループで行われている²¹。

●農家・農村での休暇に関するグループ・ディスカッションのまとめ

- 農家・農村での休暇は、本物の自然と静けさが求められている。
- 農家や農村地域では、慌ただしい都会生活から抜け出せる静かなゾーンだと期待されている。
- 農家・農村での休暇は、子供と一緒に過ごすものだと連想されてしまう。子供や孫が大きくなると、休暇先として考えられない。
- 多くの大人は、農家・農村での休暇に、癒しを求め、あまり活動は求めない。
- 農家・農村での休暇は、あまり快適でないと思う人もいる。
- 農家・農村での休暇は、新しいものが何もない（退屈だ）と思っている人もいる。

資料:ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省(2011)『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』

²⁰ Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2011) "Urlaub auf dem Bauernhof - Urlaub auf dem Lande 2010/11", pp67-68

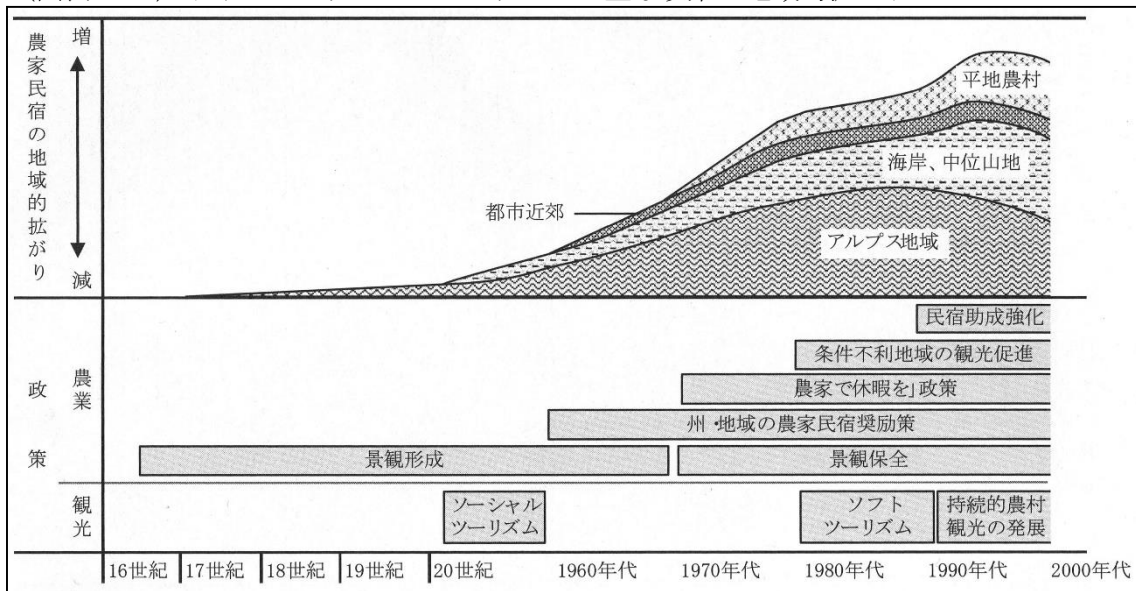
²¹ Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2011) "Urlaub auf dem Bauernhof - Urlaub auf dem Lande 2010/11", pp73-76

(2) ドイツにおけるファームステイに対する支援施策

1) ドイツのファームステイに対する支援施策の歴史

ドイツの農家民宿の発展の背景には、戦後の経済復興、交通の発達、マスツーリズムによる観光地の景観破壊への批判（ソフトツーリズムの登場）という流れだけでなく、国や地方政府による各種の振興策の影響も大きい（図表 2-24）。

(図表 2-24) ドイツのグリーン・ツーリズムの主な政策と地域的拡がり



資料：富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』

貴族や富裕層の余暇活動だった農村観光が、大衆化したことに大きく影響を与えたのは、ソーシャル・ツーリズム政策だった。1933年、余暇組織 KdF (Kraft durch Freude) が設立され、スポーツ施設等の各種余暇施設が建設された。国内外の休暇旅行が奨励されるとともに、金銭的余裕がない労働者のため、安価な旅行が催された。また、全労働者への休暇が法律で定められた。こうして、休暇旅行の大衆への普及が大きく進んだだけでなく、「休暇の権利や旅行助成など、その後の労働規約にも影響を及ぼすようになる」²²。

第二次世界大戦後の西ドイツでは有給休暇が「州による法律で最低 12 日間」と保障されていたが、1963年には国の有給休暇法が成立して年間 18 日となり、その後、企業の労働協約も先導する形で、旧西ドイツ地域の平均有給休暇の日数は、1970年に 21.1 日、1980年に 27.3 日、1992年に 30.8 日（旧東ドイツ地域は 26.8 日）と拡大していき²²、国民による大量の休暇旅行の発生を促した。

この大量の休暇旅行を国内外の観光地だけでなく、農村に向かわせる大きな要因となったのが、「ソフトツーリズム」の理念である。1960年末の「農村に工業を」や1970年代初頭の「農村に白い産業を」という農村の観光化政策を背景に「農家で休暇を」というスローガンが生まれたが、一方で、大規模な観光施設やリゾート地の整備などのハードによる観光地の景観や環境の破壊に反対し、地域がもともと持っている自然環境や地域文化などを利

²² 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp16-18

用すべきとするソフトツーリズムの高まりによって、農村観光や「農家で休暇」が、国家の政策として推進されるようになった²³。

「農村の美が国民の文化であるという考え方も台頭し、「1961年より『わが村は美しく』のコンクールが開始されるようになった」。EUでも、「1993年、環境にやさしい観光の推進を目的として、『観光と環境』コンクールを設けた。隔年に1回、表彰された観光地には、補助金が支給されている。また、環境に配慮した農村観光の促進には、LEADERプログラムによって、コミュニティー単位での活動が支援されている」²⁴。

農業においても、耕地整理法が「1970年代から、耕地整理には自然や景観、地域文化への配慮が不足していた」とした批判が起こり、1976年の改定によって景観形成に重点が置かれるようになった。そして、80年代中頃からは自然保護と景観保全を目標とした耕地整理が進展した。1950年以降、連邦政府により農業の条件不利地域への助成が行われ、1973年からは連邦と州の共同事業である農業構造改善政策(GAK)、1986年からはECの共通農業政策、1990年からのEU構造基金などにより、条件不利地域に対して、農業経営の維持、田園景観の保全、農村観光の促進などの助成が行われた²⁴。こうした動きや政策により、従来型の有名観光地ではない農村に人々が休暇を求め、また農村も美しい景観と環境に磨きをかけ、魅力を増していったと考えられる。

個々の農家民宿に対する補助金や融資の利子の減免などの助成制度は、主な財源がEUや連邦であっても、州ごとに異なる基準によって運用されている。その中で、ドイツの農家民宿の1/4近くが立地すると推測されるバイエルン州について見てみると、連邦政府の農業構造改善政策(GAK)の枠内で、農村地域の持続可能な発展を目的とした助成策である農業構造改善策(AEP)が施行され、その対象には「景観保全のための農業や観光などのサービス業」も含まれた²⁵。

「農家民宿への助成制度は、バイエルン州では既に1960年に、他州に先駆けて施行されていた。当時は、民宿のベッドやタンスなどの家具、トイレや床などの改装費として補助金が支給された」。「補助金の支給額は、投資の種類や投資額によって異なるが、EUによる条件不利地域5b地区では、各農家に民宿開始のための投資額の約35%が、また1994年から1999年では約25%が支給された。そして2000年以降は、ほとんどの地域で、投資額の15%から35%が支給されている。さらに、農家民宿の経営規模はベッド数の上限が15までであったが、25ベッドに引き上げられた」。「とくに1991年以降は、農業条件の不利な地域に限定した農家民宿の開業が促進されている」²⁵。富川氏が2001年1月にバイエルン州のドイツ農業協会(DLG)加盟の農家民宿623軒に対して行ったアンケート調査によると、補助金受給46.3%、利子軽減・免除25.2%、いずれも利用せず39.6%となっており、「助成制度は多くの農家にとって民宿開設の契機となっている可能性が高い」²⁶としている。

²³ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp31-35

²⁴ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp35-39

²⁵ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp62-64

²⁶ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp70-77

2) ドイツのファームステイに対する支援施策の現状

富川氏が今回の調査でバイエルン州政府に問い合わせたところ、現在も農家民宿のハード面に対する助成は様々ある中で、EU や連邦と共同の「EIF：個人事業者補助金（Einzelbetriebliche Investitionsförderung）」のパート B の「経営多角化補助金（Diversifizierungsförderung）」が中心となっているようである。対象は、農家民宿の新築、改修、品質向上などのための建築費への補助、バリアフリーのための設備やデザインなどである。条件と選考方法、助成額は 2015 年にわずかに変更した程度である。補助金の上限は投資額の 25%（以前は 20%）で、対象投資額は、1～20 万ユーロである。民宿経営などに関する研修を受けていることや農業収入が全収入の 25%以上あることが条件である。この補助金は十年以上前からあるようだが、対象投資額の下限が引き下げられ（2 万ユーロ→1 万ユーロ）、上限が引き上げられた（10 万ユーロ→20 万ユーロ）ようである。

また、ソフト面に関しても、1990 年以来、農家民宿経営者に対して、能力やスキル、サービス向上のための手厚い支援をしており、その内容や助成額は何度も変更されたようである。現在は、経営多角化に向けた約 170 の講習（農家民宿に限らない）があり、オンラインで予約可能にもなっている。研修セミナーの参加料金にも助成される。これら研修プログラムは、農家民宿経営者だけでなく、乗馬インストラクター、ハーブ教室講師、ケータリング業者などのパートナー業者も参加可能である。

3) ドイツのファームステイを支援する組織

ドイツのファームステイを推進する組織は多種多様であり、農業や観光に関する国や地方の行政だけでない。鈴江氏によると「業界団体としては全国組織の DLG を筆頭に、BAG、その下部組織「農家で休暇を」連盟、AID（食料農業省普及情報サービス協会）、農村休暇センターなどが挙げられる」²⁷としている。

DLG（ドイツ農業協会）は、ドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省の外郭団体で、主要な農業団体の一つである。1960 年代中頃からグリーン・ツーリズムの支援を行うようになり、「1966 年に DLG の基準を満たした農家を紹介するカタログの発行を始めた」「1972 年には品質保証マークを制定し、81 年以降はマークを認可された農家のみを掲載している」²⁷。「また 2002 年からは DTV（ドイツ観光連盟）の品質管理項目を適用し、農家民宿を一つ星から五つ星までの等級で表示するようになった」。この品質保証マークと五等級による格付け制度については、次節にて詳述する。

「1991 年にはグリーン・ツーリズムの広報やマーケティングを担う専門組織、BAG（ドイツ連邦農家民宿および田園ツーリズム事業協会）とその下部組織である『農家で休暇を』連盟が設立された。BAG は DLG 本部の中に設置されている。DLG、ランドシュリフテン出版社、『農家で休暇を』連盟 12 支部の 14 団体で構成され、DLG のほかに農村女性同盟、農業会議所、加盟農家からの資金で運営している」²⁸。

この BAG の下部組織の「農家で休暇を」連盟は「BAG のマーケティング方針を実行するほか、農家民宿のためのロビー活動も行っている。その他会員の利益確保や利用者への

²⁷ 鈴江恵子(2008)『ドイツグリーン・ツーリズム考』東京農業大学出版会、p46-47

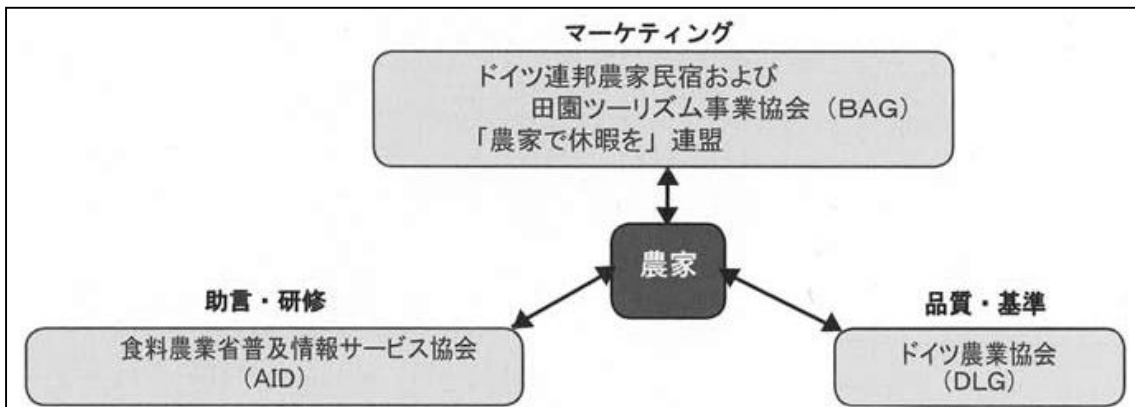
²⁸ 鈴江恵子(2008)『ドイツグリーン・ツーリズム考』東京農業大学出版会、p104-105

透明性向上を目的に、農家民宿カタログの制作、ホームページによる宿泊予約受付、農家のホームページ開設のための講習会、会員向けニュースレターの発行など広範囲な活動をしている」²⁸。

「個々の農家のマネジメント力を向上させる役目を果たしているのが AID（食料農業省普及情報サービス協会）である」「民宿経営を希望する農家に対する開業相談、研修や補助政策などの情報提供を行っている。その他農家民宿経営に関する費用の見積もり、農家が提供するサービスやマナーの手引書の発行、経営分析ノートの刊行といった支援や助言を行い、農家の民宿経営能力を向上させる役目を担っている」²⁸。

鈴江氏は、これら 3 組織について、「DLG がグリーン・ツーリズム市場の拡大や質の底上げを行い、BAG および「農家で休暇を」連盟がマーケティングや広報活動でグリーン・ツーリズムの認知度を向上させ、AID が農家の人材育成や助言の受け皿として機能する制度が構築された」²⁸とまとめている（図表 2-25）。

（図表 2-25）ドイツのグリーン・ツーリズム推進団体の役割分担構図（2007）



資料：鈴江恵子(2008)『ドイツグリーン・ツーリズム考』

（3）ドイツにおけるファームステイに対する認証・格付け制度

1966 年当時のドイツの農家民宿は、「温水が出る部屋は全室数の 50%程度で、水道のない部屋も多く、複数の農家民宿が共同で利用する浴室や、居間を客間として利用するところもあった」²⁹。消費者にとって、こうした農家民宿は、安いが泊まってみないと内容が分からない、という不安を与えるものだったことが想像される。鈴江氏は、「農家民宿の質が向上し、一般に広く受け入れられるようになった背景には、DLG が 1972 年に消費者に安心感を提供する目的で導入した品質保証マークがある」³⁰としている。

先にファームステイを支援する業界団体として紹介した DLG（ドイツ農業協会）は、「食品や嗜好品の品質管理で実績を持つ。1965 年ごろから農家が観光客を受け入れる現象に興味を持ち、1966 年に品質基準を満たした農家を紹介したガイドブックの発行をはじめた。1972 年には品質保証マーク制度を導入し、審査に合格した民宿にはマークの使用やガイド

²⁹ 富川久美子(2007)『ドイツの農村政策と農家民宿』農林統計協会、pp40

³⁰ 鈴江恵子(2008)『ドイツグリーン・ツーリズム考』東京農業大学出版会、p49

ブックへの掲載を認めた。1981年以降はマークのない農家民宿のガイドブックへの掲載は認めていない。この審査はEUの規定DIN EN 45011およびISO/IEC17024の規則に基づき三年ごとに実施されている。また2002年からは、DTV（ドイツ観光連盟）の品質管理項目を適用し、農家民宿を一つ星から五つ星までの等級で表示するようになった。利用者の多様なニーズを満たすべくさまざまなジャンルの宿を体系化し、その品質を保証するDLGは、グリーン・ツーリズムのインフラの整備と管理を担う役割を果たした。」³¹「バイエルン州では2006年時点でBAG加盟農家の82.1%が認証を受けるまでに浸透している」³¹。

しかし、一方で、「くつろぎや農家のホスピタリティーなど数値化が難しい分野の扱いをめぐって不満を持つ農家も多く、推進団体に加盟する農家民宿の数は減少傾向にある」³¹ようである。2003年当時、以下のような農家民宿側からの賛否の声³²が挙げられている。

●ドイツの農家民宿の品質管理規定導入への意見

○賛成派

- ・ホテルが競争相手となっていることから同一水準への品質確保が必要
- ・利用客にとっては、客室・棟のレベルが判り安心できるサービスである
- ・農家らしさを失うという批判に対しては、農家らしいもてなしなどでカバーできる（この意見が最も多かった）

○反対派

- ・農家の負担が大きくなる、ホテル並みの投資はできない
- ・古い農家の雰囲気などを壊してしまい、農家民宿の良さを失う
- ・品質管理ばかりを優先するDLGは次第に農家のための組織ではなくなってくる

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構(2004)『農家民宿における施設・サービス基準の国際比較ドイツ編』

DLGの認証マークについては、ウェブサイトで下記のような説明がされている³³。

●DLGの認証マークについて

DLG認証のアグリツーリズム

ー ドイツの農村ツーリズムの透明性があり選び抜かれたクオリティ

DLGでは40年以上、農村ツーリズムをチェックしてきました。

「農家」「ワイン農家」「農村」の3つのラベルは、クオリティが保証されたことを意味します。

ドイツ全国で、100人のボランティア検査員が、各民宿を3年ごとに、清潔性、安全性、農村らしさなどを、実地検査します。

これらは、RAL品質マーク（ドイツ品質保証協会）のガイドラインに基づき評価され、透明性と検査の精度が保証されています。

³¹ 鈴江恵子(2008)『ドイツーグリーン・ツーリズム考』東京農業大学出版会、p104-116

³² (財)都市農山漁村交流活性化機構(2004)『農家民宿における施設・サービス基準の国際比較ドイツ編』、pp48

³³ LandReise.de ウェブサイト <http://www.landreise.de/dlg/>（参照：2016-02-13）

検査の基準には、農村らしさ、サービス、安全性などのそれぞれの面だけでなく、全体的な印象も含まれます。



農家民宿での休暇

ワイン農家民宿での休暇

農村での休暇

資料：LandReise.de <http://www.landreise.de/dlg> から抜粋（2016年2月13日参照）

この DLG の認証の評価項目は、時代に合わせて大きく変更されたようであり、2016 年の農村民宿の認証に関する評価項目を、付属資料³⁴に添付した。過去の評価項目については、日本での資料では 1988 年時点の大まかな項目³⁵と 1998 年頃の調査質問票³⁶しか分からず、単純な比較が難しいが、広告や情報発信、インターネット対応といった新しい時代に応じた変化のほか、サービスや雰囲気、コンセプトといった主観的要素が数多く取り入れられているようである。

(図表 2-28) 7 種類のテーマ別の認証マーク



資料:> Landsichten.de ウェブサイト <https://www.landsichten.de/service/qualitaetssiegel> から抜粋(2016年2月13日参照)

³⁴ 付属資料 4：DLG の農村民宿の認証に関する評価項目 参照

³⁵ (財)都市農山漁村交流活性化機構(2004)『農家民宿における施設・サービス基準の国際比較ドイツ編』、pp48

³⁶ (社)中央酪農会議(1999)『酪農グリーンツーリズム研究委員会報告書 Phase2：先進事例の実態調査』、pp219-223

なお、「農家で休暇を」連盟では、上記の DLG の 3 種類の認証マークとは別に、7 種類のテーマ別の認証マークを設けている。この認証は、DLG とは別途行っているようであり、DLG の認証に比べ、評価項目が簡略であり、項目数も少ない³⁷。こちらも、DLG の認証と同様、3 年ごとに審査されて更新されるようである。

「農家で休暇を」連盟で活用されている DTV（ドイツ観光協会）の五段階の格付け制度の各ランクの定義については、現在のもの³⁸も、1988 年時点とほとんど変わってないようである³⁹（図表 2-29）。この五段階の星による格付けの審査も、DLG の認証と同様、実地検査によって行われ、3 年ごとに審査と更新があるようである⁴⁰。また、利用者からの度重なるクレームによっても審査される。これらの審査の結果、ランキングの格下げや格付けそのものからの除外もありうる。契約違反や期限切れの格付けマークの表示などに対しては、最高 2,500 ユーロ（約 32 万円）の罰金を課される場合もある。

（図表 2-29）DTV の格付け制度の各ランクの定義

★★★★★	サービス、物件面においてどれも第一級の物件。特別な品質の調度品が備えられている。よく手入れされた外観・イメージは高級な快適性を醸し出した状態にある。
★★★★	贅沢な快適性を伴う高級な物件。調度品はその素材と室内の雰囲気が視覚的に相互に調和されている。家の立地条件とインフラストラクチャーは高度な要求に応えられるものでなければならない。
★★★	良好な快適性を伴う、良質で住み心地良さそうな物件。調度品はより良い品質である。視覚的にアピールする外観・イメージは、装飾と住み心地良さのバランスが重視される。
★★	中級クラスの快適性を伴う、目的にかなった良質な物件。良い品質で良好な保存状態の調度品が備えられ、外観・イメージは手が行き届いた状態で、その機能性が重視される。
★	簡潔な快適性を伴う、簡単で目的にかなった物件。要求される基本的な設備があり、使用に耐える状態にある。年代相応の消耗の跡がある場合は、施設全てにおいて堅実な居住快適性がある場合に許可される。

資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構(2004)『農家民宿における施設・サービス基準の国際比較ドイツ編』

³⁷ Landsichten.de ウェブサイト <https://www.landsichten.de/service/qualitaetssiegel/qualitaetssiegel-im-landurlaub/qualitaetsgepruefter-landurlaub/> (参照:2016-02-13)

³⁸ Landsichten.de ウェブサイト <https://www.landsichten.de/service/qualitaetssiegel/die-bedeutung-der-dtv-sterne-klassifizierung/> (参照:2016-02-13)

³⁹ (財)都市農山漁村交流活性化機構(2004)『農家民宿における施設・サービス基準の国際比較ドイツ編』、pp54

⁴⁰ DTV(ドイツ観光協会)ウェブサイト

<http://www.deuschertourismusverband.de/qualitaet/sterneunterkuenfte.html> (参照:2016-02-13)

認証制度や格付け制度とは異なるが、DLG では、「DLG 農家民宿、DLG 農村ホテル、DLG 農村ペンション・オブ・ザ・イヤー」というコンテストを 1998 年以来、毎年、実施し、優れた農家民宿を評価している。このコンテストの目的は、「非常に幅広く様々な宿があることを反映したドイツの農村観光の多様性を示すことにある」⁴¹としている。1998 年に始まって以降、毎年、多くの農家・農村民宿が審査され、トップ 10 は表彰され、民宿・オブ・ザ・イヤーのメダルを授与される。審査項目は、経営哲学の簡潔性、民宿の特徴、デザイン、ターゲット、お客様対応、ホスピタリティ、アクティビティの提供、地域との連携・協力、客室、パンフレット、ウェブサイトなどの共通項目と、「農家民宿」「ワイン農家民宿」「農村民宿」のカテゴリーごとの項目とがある。

こうした認証マークや格付け制度について、前述したドイツ連邦 食料・農業・消費者保護省『農家での休暇・農村での休暇 2010/11』調査において、グループ・ディスカッションの一つのテーマとなって話し合われている⁴²。それによると、「ドイツ人の 2/3 (68%) 強が、星による宿泊施設の格付けを知っており、DLG の認証マーク『農村での休暇』については、ドイツ人の 39%、農家での休暇に関心がある人の 52%がその意味を知っている。しかし、問題は、そういう認証ラベルが、今後の農家・農村での休暇にどのような意味を持つかということだ。認証マークは、どこのどの農家・農村で休暇を過ごすかを定める際の付加的な判断材料と考えられているが、実際は、そうになってないと思われる」としている。

そして、「『認証マークは、せいぜい、あっても悪くないといった程度のもので、もし民宿を事前に見かけたなら、その宿を予約するでしょう。(休暇中にたまたま他の民宿をみかけたら、次の休暇でそこを予約することも選択肢となる)』」というような声も挙げられている。

現在 (2016 年 2 月時点) の「農家で休暇を」連盟の系統のウェブサイトや、DLG 系統のウェブサイトを見ると、認証マークが付いてない人気の民宿があったり、星印が三ツ星と四ツ星で約 9 割を占め差別化が難しかったり、別ブランドのマークが上位に表示されたりと、認証マークや格付けの星印の存在感が薄い。また、どちらも個々の民宿に対して、利用者のコメントや評価点が掲載されており、そちらの方が重視されていることは予想できる。さらには、こうした業界団体系サイト以外の、HRS.de、Hotel.de、booking.com、expedia.de、hotels.com といった大手の宿泊予約サイトでも、一部の農家民宿や農村民宿を扱っているが、そちらでは、DLG などの認証マークは表示されていない。農家民宿をホテルやペンションなど他の宿泊施設と区別なく利用する人は、多くの宿泊施設が集まり便利な大手サイトに利用が集まるであろうし、認証マークとは関係なく宿を選ぶ傾向になっていると考えられる。

⁴¹ 資料 : LandReise.de ウェブサイト <http://www.landreise.de/dlg/> (参照 : 2016-02-13)

⁴² Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2011) "Urlaub auf dem Bauernhof - Urlaub auf dem Lande 2010/11", pp79

www.landsichten.de (「農家で休暇を」系)

www.landreise.de (DLG系)

DTV 格付け

認証マーク

別ブランドのマーク

利用者評価点 (6点満点)

推薦者率

利用者評価点 (最高 1.0)

DTV 格付け

認証マーク

Zum Baur
Krün, Bayern
ab 57 € pro Nacht

Gut Grasleite
Huglfing, Bayern
ab 50 € pro Nacht

Ferienhof Bühler
Freilant - OT Glasig, Baden-Württemberg
ab 54 € pro Nacht

Zacherlhof
Nußdorf am Inn, Bayern

LandSelection Staller Ferienhof
Seon-Seebruck, Bayern, Deutschland
ab 220 €

LandSelection Der kleine Bauernhof
Feuchtwangen, Bayern, Deutschland
ab 220 €

Wofaharslhof
Eschlkam, Bayern, Deutschland
ab 24 €

Schelterhof
Wunsiedel, Bayern, Deutschland
ab 29 €