

## 2班「観光」ドイツにおけるグリーン・ツーリズム

### 担 当

栄 町	農 業 委 員 会	小川 和弘 ( 班 長 )
九十九里町	総 務 課	小川 迪子 ( 写 真 責 任 者 )
睦 沢 町	総 務 課	麻生 健介 ( 記 録 責 任 者 )
鋸 南 町	地 域 振 興 課	米山 徹 ( 編 集 責 任 者 )
多 古 町	地 方 創 生 担 当 課	香取 寿光

### 訪 問 日

平成29年6月19日 (月)

### 訪 問 先

ドイツ (パイティング)  
「パイティング観光局」・「クラウディア・シュライヒ氏宅」

### 面 会 者

アンドレア・ダイブラー氏 (パイティング観光局の責任者)  
クラウディア・シュライヒ氏 (農家民泊業経営者)



クラウディア・シュライヒ氏宅 (農家民泊業経営者) 前にて

## 1. はじめに

研修内容の主としている「グリーン・ツーリズム」という言葉は、平成4年7月に農林水産省が「グリーン・ツーリズム研究会中間報告」において公式に用いられた。

農村と都市が相互に補完しあい、共生していくことにより、国土の均衡ある発展を目指すことを基本とし、農村地域における開かれた美しいむらづくりに向けた意欲と、都市住民の側に芽生えた新たな形の余暇利用や農村空間への想いとに橋をかけることを理念とし、「緑豊かな農村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動」と定義されている。

ひとことでいえば、「農村で楽しむゆとりある休暇」がグリーン・ツーリズムである。

## 2. 調査目的

日本経済は、需給ギャップの縮小によりデフレからの脱却の兆しが見えつつあるものの、経済成長率は依然として低迷状態にあり、地方の経済に好循環が波及するまでには至っていないところである。

農山村地域を取り巻く状況は、農業生産額が大きく減少するとともに、農業従事者の高齢化の進展や耕作放棄地の増加等が顕著になるなかで、農業構造の改革や担い手不足解消が喫緊の課題となっている。

また、観光に目を向けると、訪日外国人旅行者数は大幅に増加し、旅行消費額も過去最高額を記録している。一方、日本人の国内旅行者数や旅行消費額は減少している状況にある。

そこで、地域活性化策の一つとして「グリーン・ツーリズム」が国内の各地で行われているが、疲弊していく事例もあることから、ドイツにおけるグリーン・ツーリズムの取り組みを調査し、千葉県における地域振興策の参考とするものである。

## 3. 調査概要

### (1) ドイツ連邦共和国の概要（農業部門）

EU有数の農業大国で、農業生産額はフランスに次ぐEU第2位で、EU全体の14%を占める（2014年）。

農産物輸出額は米国、オランダに次いで世界第3位（約8兆1200億円）、農産物輸入額も世界第3位（約9兆2400億円）（2016年）。

【日本の農産物輸出額は世界第44位（約4600億円）。

農産物輸入額は世界第4位（約6兆9100億円）（2016年）】

中部・南部地域では、牧草・飼料栽培を基礎とした酪農・肉用牛飼

育が多く、旧東ドイツ地域を中心とした比較的平坦な地帯では、穀物・ばれいしょ・飼料作物と畜産の複合経営が多い。

1 経営体あたり平均経営耕地面積は58.6ha（2013年）だが、東西で状況は大きく異なり、旧西ドイツ地域では40.6ha、旧東ドイツ地域では226.4ha（2010年）となっている。

【日本の1経営体あたり平均経営耕地面積は2.5ha（北海道26.5ha、都府県1.8ha）（2015年）】

主要農産物は、小麦・大麦等の穀物、てんさい、ばれいしょ、豚肉（輸出額世界第1位（2013年））、生乳（チーズの輸出額世界第1位（2013年））等。

## （2）パイティングの概要

パイティングは、ドイツ南部のバイエルン州にあり、州都ミュンヘンから南西約70kmに位置し、面積約75km<sup>2</sup>、人口約1万2千人の自然豊かな小さなまちで、農家民宿は小規模のものが3軒ある。

ドイツの有名な観光街道の一つであるロマンティック街道に接しており、近郊にはユネスコ世界遺産に登録されているヴィース巡礼教会やノイシュヴァンシュタイン城などがあり、美しい景観と豊かな自然環境のなか、グリーン・ツーリズムを中心とした観光産業や酪農を中心とした農業などが営まれている。

100年前は大半が農業従事者であったが、現在は、労働人口の約50%が車関係の工場で働き、30%が木を扱う職人、10%がミュンヘン等の近郊都市に通勤するサラリーマンで、残りのわずか6%が農業従事者、4%がグリーン・ツーリズム等で生計を立てている。



パイティングの街並み

## 4. ドイツのグリーン・ツーリズムについて

かつてドイツの農家は、EU域内の農業生産物を同一価格で買い取り、域外に対しては輸入課徴金などで競争優位性を保つ保護色の強いCAP（共通農業施策）により守られてきた。

しかし、その後の農産物の過剰生産、農産物の支持価格の引き下げで、農家は苦境に追い込まれた。

そのような中、EUは直接的な農家支援から多目的な持続型の農村開発重視政策にシフトしたことにより、ドイツの農家は農家民宿など

の事業に取り組み始めた。

元々ドイツでは、都市部の比較的裕福ではない階層の人々を中心に、安価に自然と触れ合うことができるレジャーとして農家民宿の需要があり、農村で休暇を過ごす「ルーラルツーリズム」は長い歴史を持っている。

#### 5. パイティングにおける取組み

パイティングには110のフェラインと呼ばれる協会があり、活動はボランティアではあるが連帯感があり、行政と協会（フェライン）の関係が密であり、諸課題に応じて色々な協会（フェライン）が参加して、まちの課題を解決している。

1980年代になり、農家に泊まりたいという人が増えてきたため「民宿協会」が設立された。民宿協会は最低限のルールや規制づくりをして、それらを基礎として各民宿が他の地域とは異なる特色を出してきた。

広報に関しては、パイティングのみで実施しようとする多くの経費がかかるため、殆どが広域連携で統一して作成したパンフレットや標識などを活用している。

#### 6. 農家民宿（クラウディア・シュライヒ氏宅）の事例

シュライヒ氏宅は、パイティングの町の中心にあり、40年経営している小規模な農家民宿である。部屋は全部で5つあり、自炊できるようにキッチンもついており、素泊まりの状況で1週間以上の予約が基本である。1日あたりの料金は、大人1人17.5ユーロ（約2275円）で、子どもは1人あたり3ユーロ（約390円）とのことだった。



シュライヒ氏宅外観



内観（部屋の様子）

所有地60haのうち、10haは森林、15haは農地（とうもろこし・穀物類）、35haは牧草を育てている。

基本的には、各自で好きなことをしながら自由に休暇を過ごすことができるが、宿泊施設の隣には牛舎が続いており、滞在者は牛の乳搾りや

エサやり等の体験ができる仕組みとなっている。

マシーネンリングという農業・林業経営者と農作業受託者からなる組織に加入し、機械を借りて経営しており、新規設備への負担を農家間相互で軽減しながら協力して行っている。

シュライヒ宅では有機牛乳を生産しており、パイティングでよく耳にする「有機（B I O）」製品を専門に取り扱うスーパーマーケットもあることから、安全安心な食への意識の高さと農家自体がその趣旨を理解し生産していることがうかがえた。



シュライヒ氏宅からの風景①



シュライヒ氏宅からの風景②

## 7. 質疑応答

Q 1 グリーン・ツーリズムの事業を進めるにあたって、補助金などの行政支援があるか。

また、インフラや公共交通の整備なども行われているか。

A 1 行政から補助金などの支援については特段ない。

農場周辺のインフラ整備やそこに至るまでの公共交通の整備についても、行政は特段支援を行っていない。これについては、訪れる殆どの方がマイカーを利用しているため、整備する必要性がないために行っていない。

Q 2 新規に農家民泊の事業を開業したい場合、農家にアドバイスを  
行う協会があるそうだが、協会が果たす役割とは。

A 2 1991年に協会が設立されて以降、農家の利益となるために業務を行っていて、主にインターネットを利用したのオンラインマーケティングなど、農家が事業に専念できる環境の整備を行っている。

Q 3 宿泊する客について、どのような年代・地域をターゲットにしているか。

A 3 殆どが家族で訪れるので、動物と触れ合える時間を設けたり、松明で夜に散歩するといった各種イベントを行い、また訪れてももらえるような工夫をしている。

ターゲットとなる地域は今までの実績で、約9割がドイツ人であることから、州単位で宿泊施設をネット予約できるような支援を行っている。

Q 4 農家民泊における地域にもたらすメリット・デメリットは何があるか。

A 4 人が訪れることにより食事代や土産代などとして地域の収入となり、地域の自然・景観を保つための費用としてその収入を利用することができ、それらを保全・整備するといった地域内での循環ができるということがメリットとなる。

デメリットとしては、宿泊場所となる施設が必要となるため誰にでもできる事業ではなく、新規に開業する場合には初期投資が高額になってしまうことがある。

Q 5 事業の周知についてはどのように実施しているか。

A 5 州単位でホームページからネット予約できるようになっている。

また、毎年訪れるリピーターの口コミによる部分も大きく、友人・知人と一緒に宿泊に訪れる客も多くなっている。

その他の広報としては、協会等が発行している広報誌に掲載したり、パンフレット等による宣伝を行っている。

## 8. まとめ

日本のグリーン・ツーリズムは、ドイツの農家民泊と同じく農家の収入を確保して農家を維持させたいのか、それとも収入よりも都市住民と交流を深めるのが目的であるのか、この点を曖昧にしたまま、ともかく都市からの来訪者受入に一生懸命になるあまり、体験メニューの充実や豪華な食事の提供など、必要以上のサービスになってしまい、その結果、収入は少なく気疲れし、かえって疲弊していく農山村が多い。

ドイツの農家民泊は農家の副業として位置づけられている。宿泊者が自由に過ごすことが基本で、休暇中は誰からも干渉されずに過ごしたいと考えている人が多い。そのため、民宿側も必要以上のサービスは行わず、農家もあまり無理せずに取り組むことができるようになっている。

ドイツ人は自然や森林に愛着を持つが故に、農山村の自然などの魅

力が長く愛され続けている。

農業や漁業が盛んな千葉県においても「グリーンブルー・ツーリズム」が取り組まれており、魅力ある資源が豊富にあることは言うまでもない。

わがまちの魅力ある資源は何かを考え、その魅力をそこに住んでいる人たちが育てながら発信し続けることが必要で、ご当地ならではのツーリズムが地域を活性化させる方策のひとつであることを確信できた。

また、行政と協会（フェライン）などが、相互に補完し合いながら、農家が行政に頼らず自分たちも一緒になって協働してまちづくりをして観光にも携わっている官民連携の姿を見ることができた。

こういった意識の醸成というのは、行政・民間とも一朝一夕にできるものではないが、行政と住民とがひとつになり、まちづくりに取り組むことがより良いまちになっていく第一歩であると痛感した。

## 9. 参考文献

- ・農林水産省ホームページ（2015年農林業センサス）
- ・グローバルノート 国際統計・国別統計専門サイト
- ・平成29年度市町村職員海外派遣研修事業 事前研修及び訪問先配布資料
- ・八木邦広（2012年）『ドイツの農家民宿の取組事例から学ぶグリーン・ツーリズム』  
<http://www.global-center.jp/sp/res/20120818-183110-8091.pdf>
- ・佐賀県振興協会海外派遣研修報告書（2015年）  
『ドイツ バイエルン州 パイティンゲン  
～観光資源（自然環境・景観）の保護と広域連携による取組み～』  
[http://www.sinko-saga.jp/ken/h28\\_sisa02.pdf](http://www.sinko-saga.jp/ken/h28_sisa02.pdf)