地域研究年報　33　2011　29–43

須坂市における果樹生産を活かした アグリ・ツーリズムの展開

栗林　賢・全　志英・磯野　巧・呉羽正昭

キーワード：観光農園，アグリ・ツーリズム，果樹生産，顧客，須坂市

Ⅰ　はじめに

Ⅰ－1　研究課題

第２次世界大戦後，日本では高度経済成長期に，人々の所得と余暇時間が増加した．また，それとともにモータリゼーションが進展し，人々の行動範囲は拡大していった．こうした状況下，観光客向けのレジャー施設やレクリエーション施設が増加した．農業分野においても，1960年代以降，生産物を出荷するという既存の農業経営の枠組みにとらわれずに，観光客を対象にした観光農園や直売所の設置にみられるような新しい農業経営が増加を始めた．これらは第一次産業である農業に商業的な要素を付加した形態であるととらえられる．

観光農園に関する地理学的研究には，一定の蓄積がある．2000年頃までの研究成果では，観光農園に関する展望としてさまざまな点が指摘されているが，それは次の通りである．山村･浦（1982）は川崎市におけるナシ観光農園の分析結果に基づいて，都市化の進展とともに宅地が増加している地域では，観光農園が減少していることを示した．また，観光農園は観光シーズンのみのサービス提供施設ではなく，野外学習の場の提供といったような教育的・社会的・文化的に価値のある活動をすべきであると述べている．また，田辺（1988）と助重（1990）は，それぞれ兵庫県春日町と秋田県鹿角盆地における観光農園の事例調査を行い，観光農園が存続していくためには行政サイドや農協との連携が必要であることを論じた．鈴木（1999）は静岡市久能と伊豆長岡町江間のイチゴ観光農園の比較を通して，今後，観光農園が存続していくためには，グリーンツーリズムの概念が重要となってくると指摘し，その地域独自の観光農園を性格づけることが望まれると述べた．小池（2001）は茨城県の観光農園で観光客が減少していく中で，各農園が互いに協力し，地域レベルでの維持活動を行う事が不可欠であるとした．

最近の研究として，鈴木ほか（2007）が山梨県勝沼町の観光ブドウ園において，観光客の滞在時間が短縮していることを指摘した．また，観光農園への訪問目的に関して，かつてはブドウの収穫体験が重要であったが，近年では新品種を購入する場としての性格が強まっていることを解明した．また，井口ほか（2008）は，観光客の嗜好に合わせて，農産物を用いたケーキやジュースなどの販売を行うなどの観光農園の経営変化を述べ，また，観光客にとっての石垣イチゴ地域は生産地という位置づけだけではなく，農村らしさを体験する場としての意味を持つようになったとしている．

このように，観光農園は農業を活かしたツーリズムの形態として注目され，複数の研究がその特質を解明し，その活用方策を検討してきた．しか

し，最新の研究でも指摘されている通り，近年は観光客の嗜好の変化などにより，もぎ取りのみの経営では成り立たなくなっている観光農園が多く存在している．そのため，観光農園間や行政との連携による打開策の模索やグリーンツーリズムといった，新しいツーリズムの導入がみられるのが現状である．

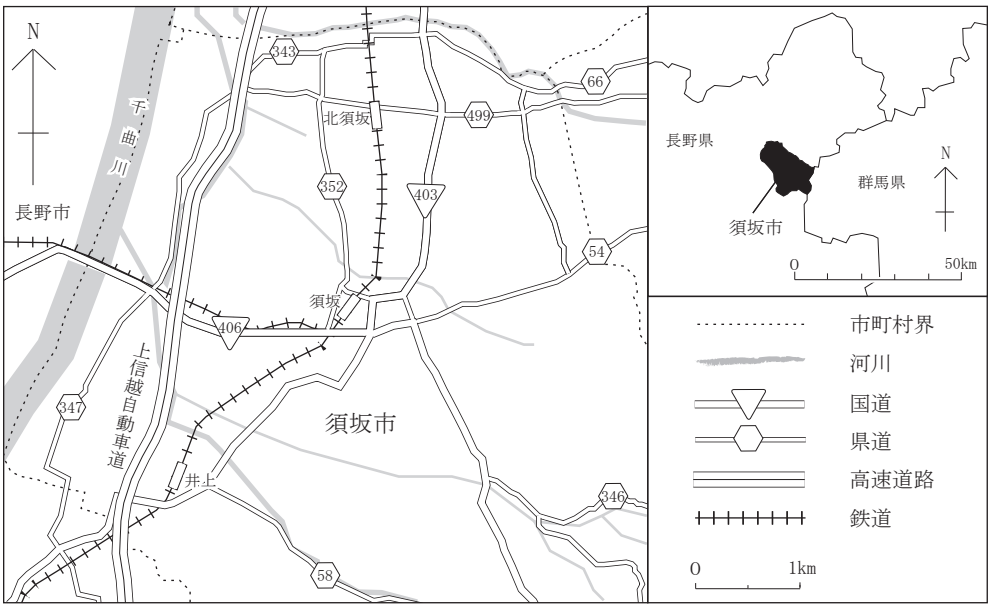
そこで，本研究では長野県須坂市を事例に果樹生産を活かしたアグリ・ツーリズムがどのように展開し，また現在どのような特徴を有するのかを，観光農園や諸団体の経営内容や活動に焦点を当て，明らかにすることを目的とする．ここでいうアグリ・ツーリズムとは，ルーラル・ツーリズム（農村空間に存在するツーリズムの総体）に包摂される概念のうち，農業と直接関連するツーリズムを指すものである．

長野盆地における観光農園としては，千曲川西岸の国道18号（通称アップルライン）沿線での集中立地（林・呉羽，2010）が著名である．一方，須坂市において複数の道路沿いに存在する観光農園も，それに次ぐ規模を有している．前者ではリンゴがほとんどを占めるのに対して，須坂市ではブドウの比率も高くなっている．

Ⅰ－２　研究対象地域の概観

須坂市は長野県の北東部に位置し，北部に松川と西部に千曲川，さらに南部に鮎川と百々川が流れており，市北西部に扇状地が広がっている（第１図）．千曲川は長野市との市境である．また，東部には標高957m の明覚山と南部には標高1,293m の妙徳山が位置している．国道403号線が市の北部から南部へと通り，国道406号線が西部から中心部へと通っており，市街地はこれら２つの国道が交差する付近に広がっている．また，市街地の西部には長野電鉄長野線と長野電鉄河東線に分岐する須坂駅が立地している．千曲川沿いには，上信越自動車道が通っており，市街地の南西には須坂長野東IC が存在している．

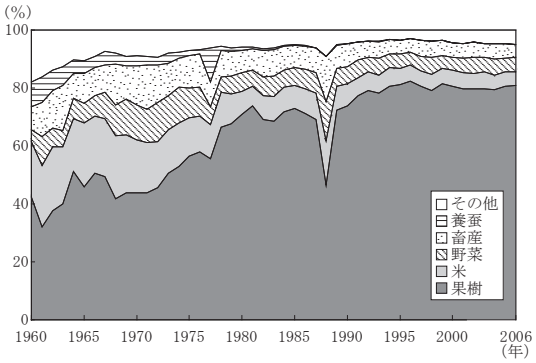
須坂市は1954年に須坂町と日野村，豊洲村が合併し誕生した．その後，1971年に東村を編入し現在の市域となった．2010年７月現在，市の人口は52,760，世帯数は18,925である．産業別人口の割合は，第１次産業で13.2%，第２次産業で33.1%，第3次産業で53.6%であり，第１次産業の割合は



第１図　研究対象地域

全国平均の4.8％と比べて２倍以上である（2005年時点）．

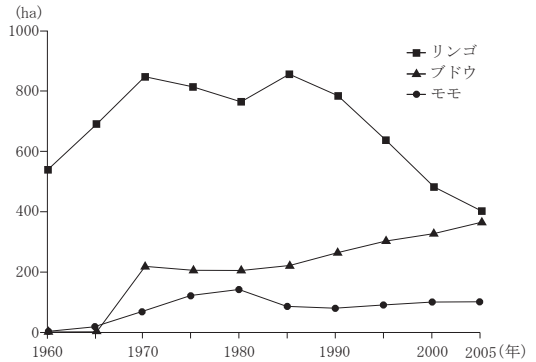
須坂市の年降水量は774mm[1)]，年平均気温は12.3℃である．年を通して降水量が少なく，土壌の水はけがよいため，果樹栽培には適した自然条件である．そのため，須坂市の農業は果樹生産を中心に行われている（第２図）．1960年時点では，



第２図　須坂市における農業粗生産額の種目別割合の変化

（長野県の統計により作成）

米や畜産，養蚕といった果樹以外の作物も農業粗生産額の多くを占めており，果樹は全体の40％しか占めていなかった．しかし，その後，養蚕の衰退や米の減反政策等の影響により，果樹以外の作物はその割合を低下させていった．特に，養蚕は1980年代にはほとんどが消滅してしまった．2006年現在，果樹の農業粗生産額は全体の80％近くを占めている．



第３図　須坂市における果樹の栽培面積の推移

注）2000年以降は販売農家の栽培面積

（農業センサスにより作成）

須坂市の果樹栽培は，1960年代まで主にリンゴを中心として行われていた．しかし，1970年頃からは，全国的なリンゴの価格低下などの影響で，栽培面積が減少している（第３図）．代わりに，ブドウとモモの栽培面積が増加している．

Ⅱ　須坂市における観光農園の展開

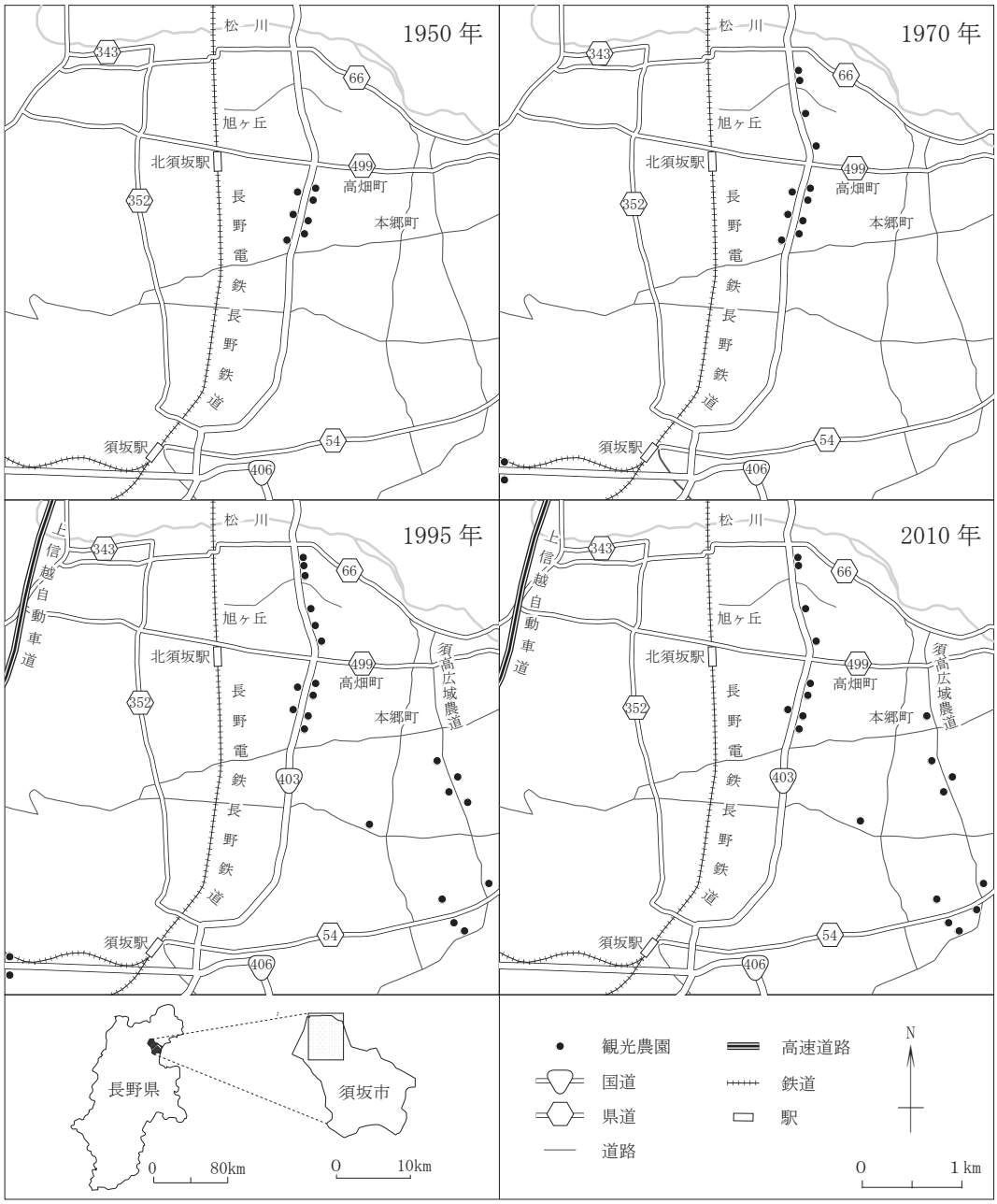
Ⅱ－１　観光農園の成立と発展

須坂市における観光農園の契機は，1918（大正７）年に設立された高畑殖産株式会社[2)]が，市内の製糸工場で働く女工を相手に生食用や土産用でブドウなどを庭先で販売し始めたことであった．この農園は高畑町にあり，現在はＡコープのスーパーマーケットを含む商業施設用地に転用されている．高畑町は江戸時代後期の新田集落であり，乏水性の扇央部に位置するため，農業的には不利な条件下にあった．大正期において高畑殖産の開業に影響をうけてブドウ栽培が開始され，また観光農園を開業する農家が現れ始めた．

1950年頃当時には，高畑町の県道（現，国道403号）沿いに７軒の観光農園が集中して存在していた（第４図，以下高畑地区とする）．この７軒は，全てブドウを中心に農業経営を行っていた．７軒の観光農園は，後述する高畑観光農園組合を組織し，観光農園の宣伝や栽培情報の交換などを行っていた．当時は直売所での販売が経営の中心で，購入者のほとんどは須坂市とその近隣市町村から訪れていた．

1965年に山ノ内町湯田中から志賀高原を経由して群馬県草津町に至る志賀・草津高原ルートが開通したことによって，県道を中心とする須坂市内の道路で交通量が増加した(須坂市史編纂委員会，1982)．特に，このルートが長野市の善光寺などと併せて周遊型観光旅行のルートとされたことに基づいて，観光バスや自家用車による観光客の往来が増えた．その結果，1970年の時点では，高畑地区の観光農園７軒に加え，県道北部地区および高梨地区で観光農園が開園された（第４図）．

県道北部地区には，隣接する小布施町からの入



第４図　須坂市における観光農園の分布

（聞き取り調査により作成）

作農家の耕地が広く分布しており，そこでは1960年代にブドウの栽培が開始された．なかでも，沿道にブドウ果樹園を有する数軒が，観光農園を開設した．

一方，高梨地区では，リンゴに基づいた観光農園が立地した．同地区のＮ農園は，1964年にたまたま通りかかった観光バスに添乗員として乗務していた旅行会社社長の依頼に基づいて，もぎ取り

と土産用リンゴの直売を開始した（中島，1983）．その２年後に，須坂市中心部から長野市に至る道路沿いのりんご園の一角に直売所を設置し，観光農園としての設備を整備した．

このように，1960年代の交通条件の変革とともに，須坂市では観光農園が増加した．大型バスでの慰安旅行や修学旅行で観光農園に立ち寄る形態も増え，もぎ取り目的の訪問が増加した．その結果，観光農園の経営は直売所中心の形態から，直売所の経営にもぎ取りを加えた形態へと変化した．直売所として利用していた建物を移転させ，跡地に専用の駐車場を設置した観光農園もみられた．その集客圏に注目すると，高畑地区の観光農園では，旧来からの顧客である須坂市や長野市などの近隣市町村居住者が多かった．一方，県道北部地区などに新規に開園した観光農園では，集客圏は県外にまで及んでいる．関東地方に加えて，新潟県からの観光客が増加したという．

さらに，隣接する小布施町において，1976年の北斎館開設を契機として観光化が進んだ．また，まちなみ整備もなされ，多くの観光客が訪れるようになった．その大部分は須坂市内の県道を通過し，観光農園に立ち寄る場合も多くみられた．

1987年，須高広域農道（北信濃くだもの街道）が全通した．この農道は須坂市街地の南部から東部を経て，小布施町，さらには中野市に至る道路で，県道の東を通るバイパスとしても機能するようになった．農道の整備中は，果樹の無人販売所が点在していたが，全通以降はもぎ取りと直売所を兼ねた観光農園を始める農家が出現した（第４図）．

1990年から1995年までは上信越自動車道が須坂・長野東インターチェンジまでの開通であったため，須坂市以北へ向かう場合は須坂市から県道または須高広域農道を通過するのが，主要な交通ルートとなっていた．また，1993年に県道は国道403号線となった．このように1990年代前半は，観光農園が立地する道路の交通環境に恵まれ，観光客が観光農園に立ち寄りで訪れることが多かったため，観光農園は比較的多くの顧客を安定して得ることができる傾向にあった．

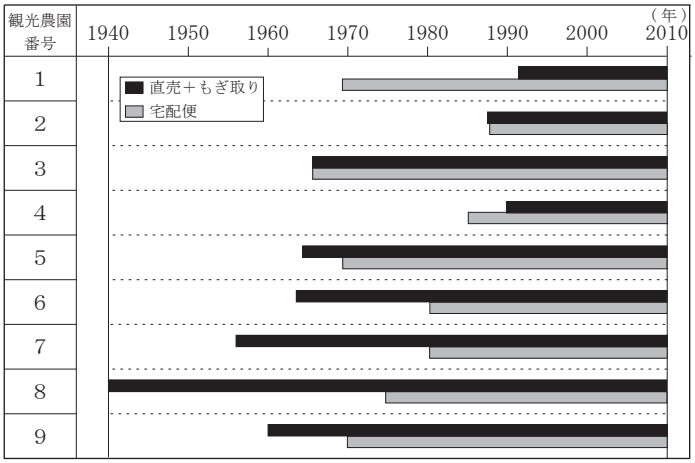
Ⅱ－２　交通環境の変革と観光農園の変化

しかし，1995年に上信越自動車道が北に延長され，また1999年に，小布施ハイウェイオアシスが完成し，その後，スマートインターチェンジ（以下，スマートIC）が設置されると，観光客の流れに変化が生じた．特に，小布施のまちなみ等を目的に訪問する観光客が，ハイウェイオアシスのスマートICを利用するようになると，須坂市内を通過する観光客数は減少することとなった．つまり，国道403号線等は観光客の主要な周遊ルートから外れ，その結果，須坂市の観光農園を訪れる客数は大きく減少したという．2000年までに３軒の観光農園が閉園している．先述のＮ農園は，周辺の住宅地の増加に伴い，農業機械を使用する際の騒音などによって周囲に与える影響が大きくなってきたため，2010年３月に廃業し，その跡地は既にアパートに転用されている．他の廃業した観光農園では，建物はそのままの状態で置かれている場合がほとんどで，多くの場合，資材置き場や倉庫などとして利用されている．

須坂市における観光農園における品目としては，ブドウが中心でそれにリンゴが組み合わされていた．しかし，1990年代年頃からサクランボが導入されるようになった．これは，訪問者の嗜好に合わせたものであり，また経営期間の拡大をもたらすことになった．

また，観光客のニーズの変化に応じて，観光農園における経営内容も変化してきた（第５図）．1950年以前より観光農園を開園していた農家は１戸のみであるが，当初の経営内容はもぎ取りと直売であった．その後1970年までに経営を開始した観光農園においても，同様にもぎ取りと直売が経営の中心をなしていた．一方，1970年頃以降，徐々に宅配システムが普及すると，その重要性が増していった．須坂市における交通条件の変革とともに，観光農園への訪問者は減少し，またもぎ取りに対する嗜好も減少しつつある中で，観光農園の経営もぎ取りや直売所での販売から，宅配が経営の中心へと変化した．

現在では全ての観光農園が贈答品として果樹の



第５図　観光農園の販売内容の変化
（聞き取り調査により作成）

宅配を行っている．顧客は固定客が中心であり，30年ほどの交流がある．その口コミで新たな顧客を獲得することもある．リンゴのフジ品種に関しては収穫時期が年末に近いため，お歳暮向けとしての需要もあるが，近年は経済不況の影響などによって，その発送量が減少している観光農園もある．

Ⅱ－３　観光農園に関わる諸団体

１）高畑観光農園組合

高畑観光農園組合は，1955年頃に高畑地区の観光農園７軒で組織された組合で，須坂市における観光農園によって組織された組合の中では活動期間が最も長い．近年，２軒が廃業したために，現在は５軒が加盟している．主な活動としては，ブドウの栽培技術に関する情報交換や相互の技術指導，須坂新聞への広告掲載，テレビやラジオコマーシャルへの出演などである．箱詰めの際は組合共通の箱を使用し，コスト削減をはかっている．しかし，近年は組合での活動が減り，次に述べる信州フルーツ王国振興会や個人単位での活動が中心となっている．

２）信州フルーツ王国振興会

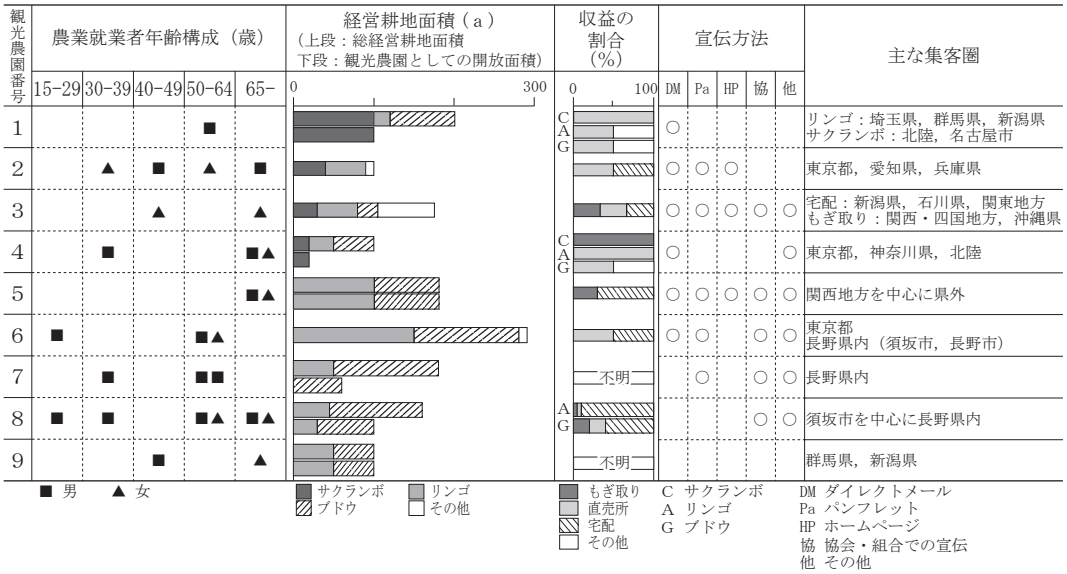
信州フルーツ王国振興会は，須坂市と小布施町の観光農園で組織された組合であり，現在，須坂市に直売所がある11軒と小布施町の１軒が加盟している．この振興会は須坂市と小布施町の観光協会に属しており，独自のホームページを有している．運営費として組合会員から年会費６万円を徴収し，また須坂市商業観光課を通して市から助成金を得ている．主な活動としては，ホームページや看板による宣伝，パンフレットの作成，くだもの祭りの開催等がある．

Ⅲ　観光農園経営にみられる諸特徴

Ⅲ－１　観光農園の経営

ここでは須坂市における観光農園での聞き取り調査結果に基づいて，その経営内容を述べる（第６図）．

観光農園を経営する農家は専業農家が多く，基本的に家族労働力で観光農園を経営している．農業就業者の年齢構成をみると，50歳以上の従事者の割合が高く，特に65歳以上の割合は約３割を占め，経営者の高齢化が進行しつつある．また，男女比はほぼ同じである．経営者の後継者は，多くの場合は別の職に就き，週末・祝日や観光シーズンにのみ農作業および観光農園経営を手伝っている．繁忙期や観光シーズンになると，これらの自



第６図　観光農園の経営内容（2010年）

注１）観光農園２，３，６の観光農園としての解放面積は不明

注２）観光農園７，９の収益の割合の詳細は不明だが，宅配の割合が高い

（聞き取り調査により作成）

家労働力に加え，パートやアルバイトなどを雇い，労働力不足を補っている．

多くの観光農園の総経営耕地面積は１ha 以上で（第６図），比較的規模の大きい農家といえる．耕地のほとんどは果樹園であり，ブドウの占める割合が最も高い．それにリンゴが続いているが，近年はサクランボの面積が増えつつある．また，第６図ではその他に含まれるが，モモやプルーンの栽培を行う観光農園もある．また，それぞれの果樹で多様な品種が栽培されるようになっている．先述の信州フルーツ王国振興会の宣伝資料によれば，ブドウとリンゴがそれぞれ９品種，サクランボが３品種，モモが４品種であった(2010年)．観光農園では果樹園の大部分をもぎ取りのために開放している．

観光農園の営業時期は果樹の収穫期のみである．第１表は，ある観光農園の営業時期を示したものであるが，サクランボが最も早く，６月中旬から７月上旬までである．次いで，ブドウが８月中旬から10月下旬，リンゴが８月中旬から11月下旬までの時期となる．第１表に示した料金は１人当たりの金額で，サクランボが最も高い．しかし，後発産地ゆえに，山形県や甲府盆地西部のサクランボ園と比較すると安価に設定されている．リンゴとブドウは時間制限なしの食べ放題形式としている農園が多く，サクランボは時間制限を設けて，食べ放題形式としている農園が多い．

観光農園における収益割合をみると，宅配と直

第１表　観光農園６の営業時期ともぎ取りの料金（2010年）

販売品種	期間	料金	内容
リンゴ	８月中旬～11月下旬	480円	もぎ取り食べ放題
ブドウ	９月上旬～10月下旬	950円	もぎ取り食べ放題
サクランボ	６月上旬～６月下旬	1,580円	もぎ取り食べ放題(30分)

（観光農園６提供資料により作成）

売が多くを占める．第２表は，ある観光農園の宅配の概要を示したものである．リンゴとブドウ，サクランボのいずれも重量換算で料金が設定されており，等級と品種により料金の差がある．近年はリンゴとブドウ，サクランボを最重量単位で購入することが少なくなっている．逆に，軽量の箱や，さらにそうした軽量の場合でも異なる品種の詰め合わせの要求が増えているという．

直売所では，収穫期に生食用の果樹が陳列・販売されると同時に，加工品として自家製のジャムやジュースも販売している．ジャムについては自家製造が多いが，ジュースは業者に加工を委託している．また来客時には，お茶や試食のサービスを実施している．

集客圏は観光農園によって多様であるが，その多くはリピーターである．そのため，個々の観光農園は新たに顧客を確保することよりも，リピーターとのつながりを重視している．宅配ではインターネットや電話，ファックスなどを通じて果樹の受注をするが，代金の支払いは後払いにしている観光農園が多く，顧客との信頼関係を大切にしている．しかし，リピーターの多くは1970年代頃までに顧客となった例が多く，その高齢化が深刻な問題となっている．リピーターの子ども世代や孫世代も顧客になる場合もあるが，関係が失われる場合もあるという．

宣伝方法は個々の観光農園で多様である．高畑観光農園組合や信州フルーツ王国振興会などの組合に加盟している観光農園では，組織を通じたパンフレットやホームページによる宣伝ルートを有する．独自のホームページをもつ観光農園もあるが，少数である．また，多くの観光農園でリピーターである顧客に対しダイレクトメールを送付している．

Ⅲ－２　観光農園経営の事例

１）観光農園７の事例

高畑地区の観光農園７（第６図）は1950年代に観光農園経営を開始した．開業時期は高畑地区内では比較的遅い．経営耕地面積はリンゴが50a とブドウが130a である．リンゴは90％がフジであり，ブドウは巨峰30a のほか，多くの品種を栽培し，種なし栽培も多い．第７図は観光農園の園地の分布である．国道403号線に沿ってブドウ園があり，そこに店舗が立地している．また，ブドウ園はこれ以外に２箇所あり，リンゴ園は１箇所である．農業従事者は30歳代の世帯主と，父および叔父である．農繁期にはパートを３～４人雇用している．

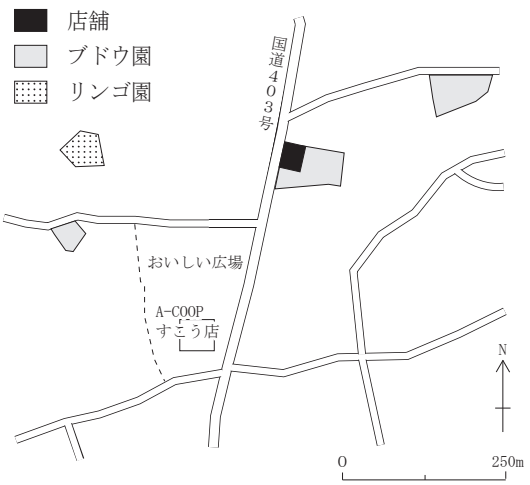
観光農園開園直後は，もぎ取りと庭先での直売が経営の中心であった．当時はまだブドウやリンゴを農協に出荷していたが，1968年以降は出荷していない．

現在，観光農園は８月末から11月上旬までの時期に開園している．休日には家族連れや個人客が多く訪問し，駐車場が混雑する．ピークの時間帯では，20～30人の訪問者が集中することもある．もぎ取りを実施している果樹はブドウのみで，訪問者は収穫した量に応じた金額を払うことになる．しかし，近年ではもぎ取りより直売所で果樹を購入する観光客が増加している．団体客は受け入れておらず，旅行会社との業務掲携も行ってい

第２表　観光農園３の宅配品目の概要（2010年）

品種	品目の内容と価格				
リンゴ	重量(kg)	3	5	10	15
	料金(円)	1,800～2,000	2,500～3,000	5,000～6,000	7,500
ブドウ	重量(kg)	2	3	4	
	料金(円)	3,000	4,000	5,000	
サクランボ	重量(kg)	0.5	1	2	
	料金(円)	2,000～3,000	4,000～6,000	8,000～12,000	

（聞き取り調査により作成）



第７図　観光農園７の園地分布（2010年）
（聞き取り調査により作成）

ない．

宅配業務は1980年から行っている．宅配における顧客は50～60歳代の年齢層が多く，長野市と須坂市在住者が中心である．基本的に後払いを採用している．

この観光農園は高畑観光組合に加入しており，共同でラジオ広告を行っている．また，梱包の際には組合共通のダンボール箱を使用している．観光農園独自でもダイレクトメールを送るなどの宣伝を行っている．

２）観光農園３の事例

県道北部地区の観光農園３は，小布施町東町地区の農家であり，1963年に国道403号線沿いの所有耕地にブドウ（巨峰）の植え付けを開始し，1966年に観光農園を開園した．巨峰導入以前はリンゴのみを栽培していたが，現在はリンゴを50aとブドウ25a，サクランボを30a，プルーンを0.7a栽培をしている．サクランボは1996年に定植し，2003年から収穫が可能となった．農業労働力は世帯主と40歳代の娘で，農繁期にはパートを３人雇用している．

現在，観光農園としての経営内容は，直売所での生食用の果樹と加工品の販売，贈答用の宅配である．全体に占める収益の割合はそれぞれ50％ずつである．果樹は全て観光農園経営を通じて販売され，農協には出荷していない．

1970年，1980年代には観光農園の規模を拡大した．旅行会社経由で団体バスの顧客を積極的に受け入れ，また調理師を雇用して食堂を併設していた．たとえば，ブドウやリンゴのもぎ取りに中四国地方や九州地方から修学旅行生などが多く来訪していた．ピーク時には１日700人分の弁当を準備したこともあった．食堂の経営は1990年頃に中止したが，団体バスの訪問は続いており，2000年には，バスが８台程度停車可能な駐車場を整備した．しかし，近年は団体バスでの来訪客は減少傾向にある．

観光農園の直売所は６月中旬から営業開始となる．サクランボ，ブドウ，リンゴの順序で旬が到来し，直売所では，それらの果実を生食用として販売し，また，もぎ取りの場合にはその対応をすることになる．サクランボのもぎ取りの人気が高く，40分間で１人1,370円の料金で食べ放題である．また，加工品として，リンゴのジュースとジャム，プルーンのジャムを販売している．

運送業者を利用した贈答用果樹の宅配は1966年から開始された．当時は，長野電鉄小布施駅や旧国鉄の豊野駅まで自身で運び，そこから運送してもらう形態であった．1980年代頃から宅配輸送システムが発達し，作業は簡便になった．宅配における顧客は，以前に団体バスで観光農園を訪問した観光客がリピーターになっている場合が多い．そのなかでも新潟県や石川県在住者が多いという．修学旅行で農園を訪問した高校生がリピーターになる場合もあり，関西地方や中四国地方，九州地方からの注文もある．また，口コミでの顧客の広がりもみられ関東地方からの注文もある．長野市や須坂市の顧客もいるが，県外の顧客に比べて少ないという．料金は後払い制であるが，新規の客は前払い制をとっている．注文によっては詰め合わせなどを行っている．そのため，同じ重量でも価格が違う場合もある．

宣伝方法は往復はがきを利用した案内で，年２回発送している．かつて1,000通のはがきを出し

ていたが，現在は350通のみである．また，1995年頃からホームページによる宣伝も行っており，娘が管理している．この他に，インターネット上の観光情報サイトなどへの広告掲載や６社の旅行業者と業務提携も行っている．

３）観光農園１の事例

須高広域農道に面して立地する観光農園１は，1992年に観光農園を開園した．それ以前は，果樹の無人販売所を設置していた．現在の経営耕地面積はサクランボ20aとブドウ80a，リンゴ100aである．開園当初から経営耕地面積は変化していない．サクランボの栽培は1987年から開始しており，それまではブドウとリンゴが経営の主体であった．世帯主には息子がいるが，農業には従事していない．

現在，もぎ取りはサクランボのみ行っており，30分1,500円で食べ放題の形式を採用している．もぎ取りを目的として訪れる観光客は家族連れが多い．繁忙期である６月中旬から７月上旬の土日は，40～50人の観光客が訪れ，中には宿泊している温泉旅館から紹介を受けて来園する観光客もいる．大型バスによる来園は他の観光客に配慮して断っている．積極的な宣伝は行っておらず，リンゴの収穫時期にダイレクトメールを送付するのみである．

直売所では生食用のサクランボとブドウ，リンゴを販売している．2009年産のリンゴが余ったため，加工してリンゴジュースとして販売する予定である．リンゴはほとんどが贈答用として宅配されるため，主にサクランボとブドウが販売されている．ブドウは半分が直売所で，残り半分がJAへと出荷されている．

運送業者を利用した贈答用の果樹の宅配は1970年代から開始した．宅配の顧客数は年ごとに変動するが，平均して毎年800人前後である．リンゴを注文する顧客は群馬県や新潟県，関東地方（特に埼玉県）に多く，サクランボを注文する顧客は北陸や名古屋市に多い．宅配の価格はサクランボが１kg 3,500円，２kg 7,000円でブドウが２kg 1,500円，４kg 3,000円，リンゴが５kg 2,000～3,000円，10kg 5,500円である．

Ⅳ　新しいアグリ・ツーリズムの台頭

Ⅳ－１　信州りんごぶどう祭り

信州りんごぶどう祭りは1979年から毎年１回行われており，2010年は第31回目である．１回限りのイベントではなく，シーズンを通じた広報・販売活動ととらえられる．信州フルーツ王国振興会が中心となり，適地適作による品質のよい果樹の宣伝と，須坂・上高井地域の観光と結びついた果実販売の振興や知名度の向上をはかることを目的としている．開催時期は年によって異なるが，８月から11月の間に須坂市と小布施町の加盟観光農園で行われる．来場者がアンケートに答えると，抽選による賞品提供等がある．

信州りんごぶどう祭りには，全国各地から観光客が訪れている．第３表は，来場者を対象とした消費動向調査に基づいている．特に長野県とそれに隣接する群馬県や新潟県が中心となっているが，埼玉県や東京部からの訪問者も多い．人数は少ないものの，中国地方や四国地方，九州地方からの訪問者もある．ただし，統計結果の得られた５年間について，継続的な訪問者がみられるのは，長野県と新潟県および関東地方である．長野県内では，長野市からの来訪客が最も多いことがわかる（第４表）．これに須坂市や佐久市が続いている．来客数は減少傾向にあり，2000年と比べ2004年には半減している．

信州フルーツ王国振興会の中に，祭りを運営するための運営委員会が設置されている．この祭りに必要な経費は，主催者及び後援団体の負担金等に基づいている．後援団体は須坂市観光協会と小布施町文化観光協会である．祭りの広報活動としては，パンプレットの作成と配布，案内板設置などがある．

Ⅳ－２　すこうぶどう祭り

上記の祭りとは異なって，すこうぶどう祭りは，

第３表　りんごぶどう祭りの集客圏（都道府県）

	観光客数（人）				
都道府県	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
北海道	1	0	2	0	0
青森県	0	0	0	0	0
岩手県	0	0	0	0	1
宮城県	0	1	3	1	1
秋田県	0	0	0	0	0
山形県	0	0	0	0	1
福島県	0	1	0	1	1
茨城県	10	8	7	3	11
栃木県	7	20	14	15	12
群馬県	139	155	81	87	80
埼玉県	128	108	104	124	88
千葉県	60	66	54	47	23
東京都	87	119	120	85	60
神奈川県	72	77	54	46	56
新潟県	243	146	178	163	124
富山県	50	74	37	46	21
石川県	34	32	25	32	26
福井県	7	5	0	0	1
山梨県	9	14	4	4	9
長野県	433	418	259	283	204
岐阜県	46	73	21	22	9
静岡県	70	29	24	17	33
愛知県	45	34	72	36	24
三重県	27	11	5	9	6
滋賀県	20	10	3	8	6
京都府	16	9	14	6	14
大阪府	23	14	20	20	6
兵庫県	13	17	13	16	2
奈良県	6	2	1	2	3
和歌山県	0	0	2	0	0
鳥取県	0	0	0	0	0
島根県	0	0	0	0	0
岡山県	0	1	0	0	1
広島県	0	2	2	1	1
山口県	4	2	0	1	0
徳島県	0	0	1	3	0
香川県	1	0	0	0	1
愛媛県	2	0	1	0	0
高知県	0	0	0	0	1
福岡県	1	0	8	0	0
佐賀県	0	2	0	1	0
長崎県	0	2	0	0	0
熊本県	0	2	0	1	0
大分県	0	0	1	0	1
宮崎県	0	0	0	0	0
鹿児島県	1	0	0	0	0
沖縄県	1	0	0	0	0
合計（人）	1556	1454	1130	1080	827

（信州フルーツ王国振興会提供資料により作成）

2007年から「JA すこう」のぶどう部会が年１回主催しているイベントである．2010年には，９月19日（日曜日）に高畑地区のＡコープ駐車場で開催された．ブドウの試食や販売が中心であるが，その品種は多様で，ナガノパープルやシャインマスカットブドウの新品種が提供されることで人気が高い．2010年ではブドウのみで1,000ケース（約４トン）を販売した．ブドウのほかにもリンゴやモモも販売され，またクイズや先着プレゼントなどの呼び物もある．自家用だけでなく，贈答品向けの配送にも対応しており，年１回限りの「観光農園出張所」としての性格も有している．

第４表　りんごぶどう祭りの集客圏（長野県内）

	観光客数（人）			
	2000年	2001年	2002年	2003年
長野市	291	276	179	194
中野市	13	20	11	10
須坂市	46	48	30	36
更埴市	23	27	7	3
上田市	0	17	10	3
佐久市	27	14	14	26
松本市	5	3	0	3
諏訪市	8	4	2	2
伊那市	1	4	4	4
飯田市	1	0	0	0
合計（人）	410	413	257	281

（信州フルーツ王国振興会提供資料により作成）

Ⅳ－３　グリーンツーリズム研究会の活動

グリーンツーリズム研究会（以下，研究会と表記）は，2005年に須坂市と旅行会社，市内の15戸程度の農家が協同で始めた事業である．現在，市からの助成金などはなく，参加農家がボランティアとして活動を行っているのが現状である．

研究会の活動の例として，Ｋ農園[3)]でのワイン用ブドウ収穫会がある．Ｋ農園では2004年から収穫会を開催しており，毎回約30名の参加がある．当初はK 農園の園主の知り合いのみが参加していたが，現在は東京都の会社が社員旅行として毎年参加している．また，名古屋市や神戸市から訪れる人もいる．午前９時から10時の間にブドウを収穫し，その後，バーベキュー等を行う．参加費は１人3,500円で，収穫されたブドウで醸造したワインも支給される．もともとはＫ農園独自の取り組みであったが，2009年からはグリーンツーリズム研究会の活動の一部として開催されている．

観光農園４の女性経営者は，配偶者の仕事の関係で神奈川県から須坂市に移住し，1990年から自身の農園を「ふれあい農園」と名づけて観光農業を始めた．

1994年に農業に従事する女性たちが中心となって，「田舎のヒロインわくわくネットワーク」というNPO 法人が福井市で結成された．この農園経営者はその中心人物で，ネットワークを通じて，外部からの訪問者や観光客を巻き込んだ農業経営を模索してきた．さらに，早稲田大学の「楽農ク

ラブ」とも連携して，学生との交流に積極的に係わってきた．また，昔ながらの味噌づくりの伝統を消滅させないために地域主民と2007年に「まめまめクラブ」というコミュニティも設立した．

観光農園４は来客用の部屋を２室有しており，ワーキング・ホリデーで早稲田大学や京都大学の学生が豆まきのときに宿泊し，農作業体験をしている．また，保育園児を対象とした玉ねぎやジャガイモの収穫体験を催している．

このように，観光農園４は農業だけではなく，地域活動を活性化のためにさまざまな活動に挑戦し，そこにはグリーンツーリズムそのものとして評価できる活動や，それに活用できる活動が含まれており，非常に興味深い先進的な取り組みであると思われる．

Ⅴ　須坂市における果樹生産を活かしたアグリ・ツーリズムの特徴

Ⅴ－１　外部環境の変化に伴う観光農園の経営の変容

須坂市の観光農園は国道や高速道路などといった交通環境の変化による影響を受けてきた．須坂市における観光農園の増加には，1965年に志賀・草津高原ルートが開通したことによる交通量の増加が大きく影響を及ぼしている．また，1980年代に本郷町を通過する広域農道が整備されたことによって，その道路に面して農地を保持する複数の農家が新規に観光農園を開設した．

上信越自動車道の全通は，それまでの交通環境を大きく変革させた．その結果，須坂市内を通過して小布施町や志賀高原方面へ移動する流動が減少した．こうした周遊観光におけるルートの変化が，近年観光農園の相次ぐ閉園にも影響を及ぼしている．このように，須坂市における観光農園の盛衰については，観光農園が面する道路の交通量に関係がある．

その一方で，観光農園も周遊ルートの変化に伴い，閉園していくところばかりでなく，外部環境の変化に合わせて経営を変えていく観光農園もみられる．例えば，高畑地区に立地する観光農園は，もぎ取りと直売店による収益の増加を見込むのではなく，それまでに繋がりを広げてきた顧客を相手にした果樹の宅配による収益の安定的な確保を志向している．新規に訪れる観光客は減少したが，既存の顧客を相手に一定の収益を得ることで観光農園を維持している．しかし，そのような経営では顧客の高齢化や贈答用果樹の注文減少などが今後の課題として存在する．

Ⅴ－２　サクランボ生産による観光客誘致

現在，須坂市に立地する観光農園のなかで，ブドウとリンゴのみを栽培する農園と，サクランボを導入している農園との間で，観光客の誘致への積極性に違いがみられる．

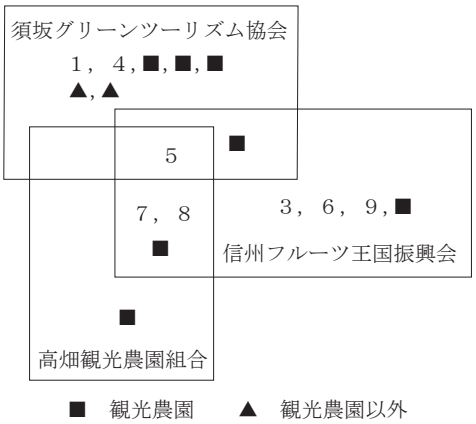
リンゴやブドウのみを栽培している観光農園は，宅配による収益の割合が高い．観光農園としての経営期間が長く，昔から馴染みのある客を顧客とし，毎年一定の収益を得ている．宅配が高い収益の割合を占めているが，直売所においては生食用として果物を販売しているほか，特にリンゴを用いたジャムやジュースなどの加工品を販売している観光農園が多い．自己の観光農園に関する情報発信や宣伝等はあまり行わず，もぎ取りや直売所での売り上げは偶発的な客の訪問に依存していると考えられる．

一方，サクランボを導入している観光農園では，観光客の誘致が積極的に行われている．サクランボはブドウやリンゴと比較して，軽量である．従来のリンゴやブドウは重く，大量にもぎ取りをする事は不可能であった．しかし，サクランボはそれらに比べて，より多くもぎ取りすることが可能である．さらに皮を剥く作業も必要ないため，もぎ取りを行いながら食べる事もできる．また，もぎ取り後の土産品としても扱い易い．

サクランボを栽培している観光農園では，自身のホームページやパンフレット等を作成するなど，宣伝に力を入れ，観光客にアピールしている．また，宣伝活動によって観光客を集めるだけでなく，観光農園３と５は旅行会社と提携を結び，団

体客を受け入れるなど，積極的な誘客を行っている．そのための駐車場整備や食堂の併設といった，設備面でも投資が行われている．また，それらの観光客の呼び込みよる直売所の収益増大だけでなく，宅配における新しい顧客の獲得も見込んでいる．もぎ取り目的で観光農園を訪れる観光客は主に長野県外から訪れており，その集客圏は関東地方や関西地方，四国地方など幅広い．

以上のように，それまでのリンゴやブドウとは違い，軽量でもぎ取りながら食べる事が可能な特徴を持つサクランボを導入する事は，その観光農園にとって，他の観光農園との差別化を図ることを意味している．つまり，観光客誘致をより優位に進めることができるのである．



第８図　観光産業を経営する主体の重なり
注）図中の数字は，第６図の農家番号と対応
（聞き取り調査により作成）

Ⅴ－３　新しいアグリ・ツーリズム展開の可能性

現在，須坂市では観光農園だけでなく，様々な団体によるアグリ・ツーリズムが展開されようとしている．グリーンツーリズム研究会による農作業体験や，信州フルーツ王国振興会によるりんごぶどう祭りがその代表例である．アグリ・ツーリズムを担う団体として，グリーンツーリズム研究会，須坂市と小布施町の観光農園で組織されたフルーツ王国振興会，および高畑の観光農園で組織された高畑観光農園組合の３つが挙げられる．しかし，それらの組織の構成員は，全く異なる属性ではなく，第８図に示したように，須坂市の観光農園が複数の組織に参加している場合が多い．特に観光農園６は上記３つの組織全てに加盟しており，須坂グリーンツーリズム研究会では会長を務めている．その他にも，観光農園７と８のように信州フルーツ王国振興会と高畑観光農園組合の両方に加盟しているところもある．須坂グリーンツーリズム研究会には観光農園ではない一般の農家も参加しているが，会長と副会長は観光農園の経営者である．

以上のように，須坂市では多数の組織によるアグリ・ツーリズムが展開されているが，それらの中心は須坂市の観光農園である．さらに，同一の観光農園が複数の組織に属し，幅広い活動を行っているため，特定の観光農園が中心となって須坂市の果樹生産を活用したアグリ・ツーリズムを牽引していると言うことができる．また一方で，祭りなどのイベントも併せた形態でのアグリ・ツーリズムの展開が期待できる．

Ⅵ　おわりに

本章では，長野県須坂市において，果樹生産を活かしたアグリ・ツーリズムがどのように展開してきたのかを，観光農園とアグリ・ツーリズムを担う団体などに注目して，明らかにした．その結果は以下のようにまとめられる．

須坂市における観光農園は，庭先での果樹の直売から始まった．1950年代まで観光農園は現在の国道403号線沿いの高畑地区で展開しており，主にブドウを中心に経営を行っていた．その後，1965年に志賀・草津高原ルートが開通したことで交通量が増加し，高畑地区の北に位置する県道北部地区と高梨地区で観光農園が開園していった．さらに，本郷町では1987年に広域農道が全通されたことに伴い，広域農道地区の農家はそこを通過する観光客を相手に観光農園を開園させた．

しかし，その後の高速道路のインターチェンジの整備によって観光客の周遊ルートが変化し，観

光農園の経営は停滞するようになった．これにともなう収益の低下は，一部の観光農園の閉園をもたらしている．しかし，多くの観光農園は経営を柔軟に変更し，それまでの主な収入源であった直売所での果樹の販売やもぎ取りに代わって，宅配に重点を置くように変更した．宅配の顧客はそれまで観光農園を訪問した観光客やその観光客から口コミで広がった人たちである．また一部の観光農園はサクランボを導入し，旅行会社との提携や積極的な宣伝活動を行い，直売所やもぎ取りによる収益の確保とその後の交流による宅配での収益の拡大を模索している．

このように，須坂市の観光農園においては，周遊ルートの変化が経営を左右してきた．中には観光農園としてではなく，果樹の宅配に経営の重点を移行させているところもある．しかし，積極的な観光客誘致を行う観光農園もあり，その二極分化も進んでいる．鈴木ほか（2007）は山梨県勝沼町の小規模の観光農園ではJAへの出荷が収益の多くを占めていると指摘しているが，須坂市に立地する観光農園では小規模でも宅配による販売を主体として経営を行っており，JAへの依存度は低い．これは，勝沼町では観光農園が大量に存在し，その競合が激化しているのに対して，須坂市では競合は少なく，ある程度の顧客の存在によって宅配が経済的に成立するためであると考えられる．

近年は観光農園のみならず，その他の団体によるツーリズムも活発に行われている．信州フルーツ王国振興会によるりんごぶどう祭り，JAによるぶどう祭り，グリーンツーリズム研究会主催の農作業体験などがある．これらの活動では単に果樹を販売するのではなく，ルーラリティを売るということも意識されている．しかし，これらの団体の中心的なメンバーは，須坂市の観光農園の経営者である．さらに，その中心人物は複数の団体に横断的に所属しており，須坂市において，果樹生産を活かしたアグリ・ツーリズムは観光農園の経営者を中心で行われているといえよう．

以上のように，須坂市における果樹生産を活かしたアグリ・ツーリズムは観光農園主体で行われている．この傾向は今後も続いていくと考えられ，その際に重要となってくるのが，行政との連携である．例えば，上記のグリーンツーリズム研究会は市と連携で行われている事業ではあるが，参加している観光農園や農家が行事内容の提案をし，ボランティアで行っているのが現状である．相互に密な連携を取り，ターゲットの客層やニーズを意識し，より明確な意図を持ったツーリズムを展開することで，今後の観光農園の存続，ひいては須坂市の活性化に繋がっていくと考えられる．

現地調査に際し，須坂市市民供創部生涯学習スポーツ課文化財係および須坂市教育委員会市誌編さん室の青木廣安先生，JA須高，観光農園の方々に多大なるご協力を賜りました．末筆ながら以上を記して感謝を申し上げます．

なお本稿の作成にあたっては，平成22年度科学研究費補助金基盤研究（A）「商品化する日本の農村空間に関する人文地理学的研究」（代表者：田林　明，課題番号: 19202027）および平成22年度科学研究費補助金基盤研究（A）「フィールドワーク方法論の体系化－データの取得・管理・分析・流通に関する研究－」（研究代表者：村山祐司，課題番号22242027）の一部を使用した．

［注］

1）須坂建設事務所における2007年の観測結果による．

2）高畑町の国道沿いに建立されている碑によると，高畑殖産株式会社の創始者は，市内沼目地区出身の勝山仲兵衛である．換金作物の必要性を痛感した彼は，須坂市で初めてコンコードや甲州などのブドウ種を導入し，近隣の農家にも栽培が普及した．面積の拡大とともにワイン醸造も行っていた．

3）ワイン用のブドウを生産しており，経営者はグリーンツーリズム研究会の副会長である．

［文　献］

井口　梓・田林　明・トム＝ワルデチュック（2008）：石垣イチゴ地域にみる農村空間の商品化－静岡市増集落を事例として－．新地理，**56**(2)，1-20.

小池晶子（2002）：茨城県千代田町における観光行動からみた観光農園の展開．茨城地理，**3**，1-17.

助重雄久（1990）：鹿角盆地における観光リンゴ園・直売店の展開とその問題点，立正大学大学院年報．**7**，87-103.

鈴木富之・山本敬太・山﨑恭子・呉羽正昭（2007）：甲州市勝沼町における観光ぶどう園とワイナリーの地域的特徴．地域研究年報，**29**，63-79.

鈴木浩正（1999）：静岡県におけるイチゴ狩り観光農園の発展過程－静岡県久能と伊豆長岡江間の比較－．千葉大学教育学部地理学研究報告，**10**，51-60.

須坂市史編纂委員会（1981）：『須坂市史』須坂市.

田辺一彦（1988）：観光農園についての若干の考察－兵庫県氷上郡春日町春日を事例として－．人文地理，**40**(4)，355-367.

中島輝夫（1983）：『百姓はおもしろい』自家出版.

林　琢也・呉羽正昭（2010）：長野盆地におけるアグリ・ツーリズムの変容－アップルライン（国道18号）を事例に－．地理空間，**3**，113-138.

山村順次・浦達雄（1982）：都市化地域における観光農園の動向－川崎市多摩川沿岸を例として－．新地理，**30**(2)，1-18.