

那須地域における農村空間の商品化による観光発展の可能性

田林 明

筑波大学 大学院生命環境科学研究科

淡野寧彦・横山貴史

筑波大学 大学院生

吉田国光

筑波大学 大学院生, 日本学術振興会 特別研究員

日本における現代の観光活動は多様化しており、著名な名所・旧跡や大規模な観光施設などが注目されるばかりでなく、棚田の景観や里山、伝統的な町並み、農山村の景観や産物、食文化、生活様式などが観光資源化される傾向が強まっている。特に、グリーンツーリズムやエコツーリズムといった農村資源の活用、言い換えれば農村空間の商品化による観光活動が盛んになっている。この報告は、バブル経済崩壊後に停滞傾向がみられる既存の観光地が、農村空間の商品化によって発展する可能性を、栃木県那須地域で検討する。塩原温泉や那須高原など既存の観光地においては、それぞれハイキングコースの整備や体験農園、農産物直売所、地元の食材を提供するレストランの設置など、いわゆる農村空間の商品化による観光開発が近年では活発になっている。さらに、両観光地の中間に位置する広大な那須扇状地の農村景観や開拓の歴史、そして最近完了した農林水産省の田園空間博物館事業の成果などが観光資源化されることによって、個々の観光地が統合され、面的に広がる広域的・複合的な観光地域が形成され、それが那須地域全体の発展に結びつく可能性をもっている。

キーワード：那須地域, 農村空間, 商品化, 観光地, 温泉

I はしがき

日本における現在の観光活動の特徴は、大衆化と大量化、多様化、そして平準化である。それは、日本では慰安型団体旅行などによる「みる」観光に始まり、スポーツや体験旅行など「する」観光が出現し、さらには保養や休養などの「滞在型の旅行」が加わり、それらが時や場所によって使い分けられ、誰もがいずれの形態の観光も楽しむことができるようになったからである(財団法人日本交通公社, 2004)。観光客の行動パターンにみられる最近の傾向としては、(1) 家族や友人との観光旅行が増える一方、団体旅行が少なくなったこと、(2) マイカーでの移動が中心で気楽な観光が盛んなこと、(3) 自然観光と温泉観光が突出して人気がある一方、農村景観を楽しんだり歴史的

町並みを訪ねたりする教養観光が拡大していることなどがあげられている(山村, 2006)。日本観光協会の2000年の調査によると、観光先での行動の第1位は温泉浴、第2位は自然の風景を楽しむこと、第3位は名所旧跡を訪ねることであるが(日本観光協会, 2001)、新しい傾向としては、著名な名所・旧跡や大規模な観光施設に注目するばかりでなく、棚田の景観や里山、伝統的な町並み、農山村の景観や産物、食文化、生活様式など日常的なものを観光資源化する傾向が強まっていることである(山村, 2006)。その一端として、「農村の環境に負荷を与えない」グリーンツーリズム(荒穂, 2008)や、「農村における環境や伝統的な地域資源、あるいは生活文化の保全・保護を進め、地元の社会や文化にとって直接的な利益となり、積極的で教育的な経験の場を提供する」エコツーリ

ズムといった観光形態に関心が集まっている(菊地, 2008)。このことは、1960年代からの高度経済成長期に始まる観光の大量化・大衆化によって急速に発展した高層の温泉旅館が林立する娯楽性が強い観光温泉地が、バブル経済崩壊以降の停滞傾向のなかで(呉羽, 2006)、その打開策として新しい観光形態を模索するようになったことと無関係ではない。

ところで、現代の日本の農村地域では、非農業的要素を取り入れて地域振興を図るのが一般的な傾向である(溝尾, 2007)。すなわち、1990年代以降農業の担い手不足や不耕作農地の増加、生産性の低下、米の生産調整の強化、輸入農産物との競合などさまざまな問題が顕在化してきた農村地域は(田林, 2007)、後退する農産物生産機能に代わって、余暇や癒し、文化的・教育的価値、環境保全などの機能で評価されることが多くなった(高橋, 1999)。農村の生産的側面が必ずしも強調されず、むしろ「多面的機能」が重視されるような動きは日本を含む先進国で広くおきた現象で、生産主義からポスト生産主義への変化とされる(Ilbery and Bowler, 1998)。

ポスト生産主義のもとでは農業自体も、それ以前の画一的で大量生産と効率追求のものから、少量多品目生産と環境保全、持続性を強調するものへ変わった。そして、農村空間は体験農業や農家民宿、農家レストラン、セカンドハウス、クラインガルテン、直売所など、多様な形で消費され、農業生産以外の観点から評価されるようになっていく(立川, 2005)。すなわち、現代の農村空間は、生産空間という性格が相対的に低下し、消費空間という性格が強くなっている。これを、「農村空間の商品化」として捉えることができる(Ilbery and Bowler, 1998)。

Woods (2005)によると「農村空間の商品化」とは、観光活動や外部者の不動産投資、農村での

生産物の売買、農村イメージを利用した農産物やその他の商品の販売、などを通して農村空間が「売買」されることである。農村空間の商品化の内容には様々なものがあるが、なかでも最も視覚に訴え、目立ち、かつ経済的な影響力が大きいのがレクリエーションと観光に係わる活動である(Hall and Page, 2006)。そして、20世紀の後半にはレクリエーションや観光が農村空間の経済において重要な地位を占めるようになった(Butler, 1998)。Woods (2005)は観光のための農村空間の商品化の主要な要素として、「観光客を引きつける生産の場」と「農村の遺産」、「フィクション化された農村景観」、「アドベンチャーリズムなどの体験の場」、「農村というブランドを用いた生産物の販売」をあげている。Cloke (1993)は農村空間が消費者に広く受け入れられる理由として、牧歌的な田園へのあこがれ、古い家やアンティーク、健康食品、本物のビールなどの文化的なシンボルを受容する傾向、そしてジョギングやサイクリング、釣り、ウインドサーフィン、山登りなどの野外活動の楽しみをあげている。また、イングランドとウェールズの観光案内所に置かれたパンフレットの分析によって、レクリエーションや観光のために再編された農村空間に付与されたシンボルやサインに共通する要素として、(1)景観と(2)自然、(3)歴史、(4)家族志向、(5)手作り商品の5つが重要であることが示された(Cloke, 1993)。これらの要素と対照させることで、井口ほか(2008)は静岡市久能地域の石垣イチゴ地域の変遷を、農村空間の商品化という視点から捉えなおしている。

以上のように農村空間の商品化は多様な内容をもっており、また面的に広がっており、どの地域でも多かれ少なかれ起こりうるという普遍性があり、観光やレクリエーションの新しい発展の有効な手段となりうる。そこで、この報告はバブル経

済の崩壊後全体として停滞傾向がみられる既存の観光地が、農村空間の商品化によって発展する可能性を、栃木県那須地域で検討する。ここで取り上げる那須地域とは、栃木県北部の那須塩原市と那須町の範囲である。那須地域では、(1)茨城県との境に南北に広がる八溝山地の北部、(2)福島県との境を北西から南東に続く白河丘陵の一部、そして(3)那須火山とさらに南に広がる西部の帝釈山地、これらに囲まれた(4)中央部の那須扇状地など多様な地形構成がみられる(日本地誌研究所・青野・尾留川, 1968)。乏水性の地域が広く気候も冷涼なため農業開発は遅れたが、優れた眺望や多くの温泉、未開発の自然景観の魅力、そして首都圏への近接性などから、比較的早くから観光開発が進んだ。そこには塩原温泉や板室温泉、那須湯本を中心とした那須高原などの古くから発達した観光地が存在する(図1)。また、塩原温泉

と那須高原の間には那珂川とその支流の箒川、蛇尾川、熊川によって形成された4.3万haという広大な那須扇状地が広がり、研究対象地域に含まれる扇頂部から扇中部にかけては、明治期以降本格的な開墾が進んだ(石井, 2008)。那須塩原市は2005年1月に黒磯市と西那須野町、塩原町が合併して発足したもので、2008年の人口は116,077、面積は592.82km²である。他方、那須町は1954年に那須村と芦野町、伊王野村の合併で成立し、人口は26,691、面積は372.31km²である。

那須地域における古くからの有力な観光形態は温泉観光であり、このような温泉地に関しては山村の一連の研究に代表されるように、地理学において多くの蓄積がある(山村, 1990, 1995, 1998)。それらは温泉集落の形成と機能の変化を検討するなかで、温泉地の地域構造や地域性を解明しようとするものであった。

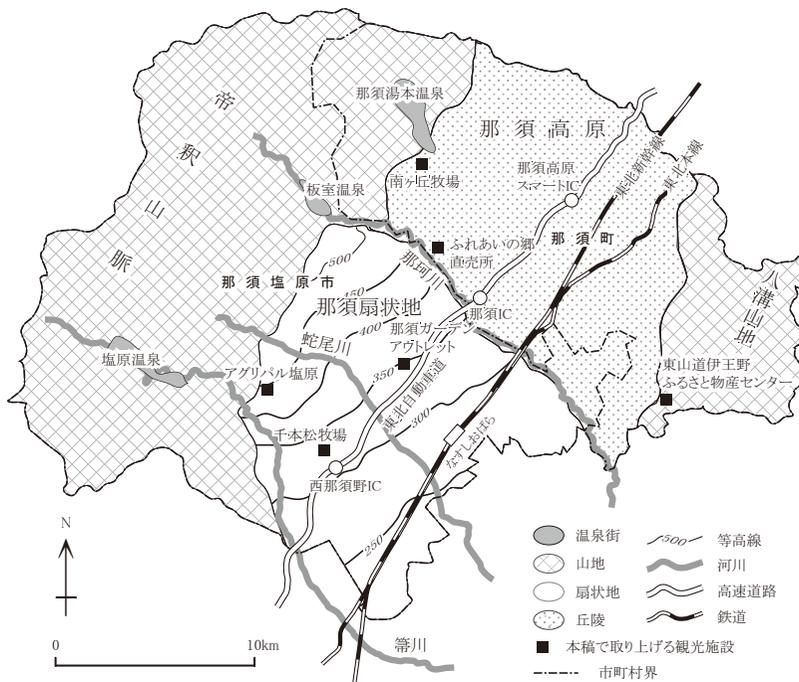


図1 研究対象地域

他方、農村における観光・レクリエーション活動については、古くは石井(1970, 1977)や白坂(1976, 1986)、山本ほか(1981)などの研究があり、それらはスキー場や海水浴場の周辺における民宿の発展に着目して、農山漁村地域の構成要素の相互関係が観光を中核とした構造に変化していく様相を分析したものがあつた。しかし、近年ではより直接的に農業や農村空間が観光やレクリエーションにいかにつ活用されているか、それがどのように実現されたか、さらにはその地域的意義はなにかを検討した研究が多くなつていふ。入会林野や地先漁場が観光レクリエーション産業に利用されている様相を分析した池(2006)、市民農園を取り扱つた樋口(1999)、サクランボの宅配サービスを取り扱つた村田(1995)、観光農園を中心とした地域システムの解明を試みた林(2007)による研究はその例である。

これらの観光・レクリエーション地理学における伝統的課題と新しい課題を結びつけ、新たな観光地域形成の方向性を模索しようとするのが本研究の意図である。すなわち、ここでは既存の温泉観光地の変遷を検討するなかから、農村資源活用の要素を組み込むこと、すなわち農村空間の商品化によつて、新しい観光発展が志向されている状況と、複数の既存温泉観光地が、その中間に広がる農村空間と有機的に結びつくことによつて、全体として広域的で多様な観光地域に発展する可能性を検討する¹⁾。なお、類似の視点から、那須地域の観光発展を探つた研究としては、安達ほか(2006)のものがあり示唆に富む内容であるが、いまだ概括的・予察的な段階にとどまつており、実証的調査に基づいたデータを蓄積し、考察を深める必要がある。

具体的な研究手順としては、まず、「Ⅰ」で研究の課題と方法を述べた後に、「Ⅱ」において塩原温泉と那須湯本温泉を中心とする那須高原の観光

地としての変遷と、バブル経済崩壊後における観光地の停滞状況、それを打開するために行われている従来型の活性化策を検討する。次に「Ⅲ」では塩原温泉と那須高原の観光地としての性格を明らかにし、「Ⅳ」ではこの2つの観光地、および両者の中間に広がる那須扇状地における観光のための農村空間の商品化の状況を整理する。「Ⅴ」では以上で明らかになつた事実を空間的視点から把握したうえで、農村空間の商品化が那須地域全体にわたる広域的・複合的観光地域の形成に結びつく可能性を提示する。最後の「Ⅵ」ではこれまでの論点をまとめて結論とする。

Ⅱ 那須地域における観光地の変遷

塩原温泉と那須高原そして那須扇状地における観光の変遷過程はそれぞれ異なつていふが、観光形態に着目すると4つの共通の時代に分けることができる(表1)。それは、1950年代までの湯治場を中心とした温泉保養の時代と、1960年代から1970年代にかけて多くの団体慰安旅行客が訪れた大衆温泉観光の時代、さらには団体旅行客に加えて個人客も増え、さまざまな形態の観光活動が出現した1980年代から1990年代前半までの最盛期、そして全体的に観光客数が伸びなやみ、新しい観光の可能性が模索されるようになった1990年代後半以降の再編期である。那須扇状地では1980年代以降になつて観光活動が顕在化した。これらの時代区分にしたがつて、それぞれの観光地の変遷を検討する。

1. 塩原温泉

塩原温泉は大同年間(806~810年)に、元湯温泉が獵師によつて発見されたことに始まる(塩原町誌編纂委員会, 1980)。元湯温泉の繁栄は江戸初期には「元湯千軒」と称されるほどであつた。しかし、1659年に会津地方を襲つた大地震によ

表1 第2次世界大戦後の那須地域における観光の変遷

時代区分	塩原温泉	那須高原	那須扇状地
温泉保養の時代 (1950年代)	湯治客の受け入れ 個人長期滞在旅行者 湯治場	温泉・別荘地の開発 個人長期滞在旅行者 湯治場, 別荘地	—
大衆温泉観光の時代 (1960～1970年代後半)	団体慰安旅行者による発展 短期団体慰安旅行者 温泉, スキー場	高原リゾートの開発 個人・団体旅行者 温泉, スキー場, 観光牧場, レジャー施設	—
最盛期 (1980～1990年代前半)	マスツーリズムへの対応 (旅館の増改築・大型化) 個人・団体旅行者 温泉, スキー場	高原イメージの活用 個人短期旅行者 温泉, レジャー施設 ペンション, ホテル キャンプ場, 別荘	観光の始まり 他の観光地への観光客の 立ち寄り 千本松牧場(土産物, 農業体験, ゴルフ場)
再編期 (1990年代後半～)	自然, 農業・農村資源の活用 団体客から個人客への転換 温泉, 足湯, 文人の足跡, 自然散策路, 農産物直売所	農業・農村資源の活用 個人短期旅行者 美術館, 博物館, 別荘, 温泉, レジャー施設, 農産物直売所, 農業体験	農業・農村資源の活用 日帰り個人客 田園空間博物館事業, 農産物直売所, 農業体験

ゴチックはそれぞれの時代を特徴づける現象。

り、当時存在していた85軒の家々と湯治宿は甚大な被害を被った。残った人々は源泉が壊滅した元湯地区から、現在の新湯地区や上・中・下塩原地区へと転居した。

近世の塩原温泉には宇都宮から会津嶺南山地方へ向かう会津西街道の脇街道が通り、人や物資の往来があった。藩主や湯治客の入湯もあり、塩原温泉は徐々に下野国有数の湯治場として名声を高めていった。

明治期に入り、1884年には栃木県令の三島通庸によって会津地方から西那須野まで続く塩原街道が開通した。交通の利便性の向上は入湯客の増加につながり、塩原の溪谷美を求めて文人墨客も来訪した。例えば1888年には奥蘭田が畑下地区に別荘の静寄軒を構え、1899年には尾崎紅葉が畑下地区の清琴楼に宿泊した。奥蘭田は『塩溪紀勝』を著し、尾崎紅葉は代表作『金色夜叉』の中で塩原温泉を登場させた。これによって塩原温泉の知名度は全国的に高まった。奥蘭田と尾崎紅葉は、

三島通庸と並び「塩原三恩人」として敬われている。この他、齊藤茂吉、田山花袋、野口雨情、夏目漱石、谷崎潤一郎、国木田独歩なども塩原温泉を訪れた。こうした文人墨客にちなんだ歌・句・詩碑は妙雲寺や文人ゆかりの宿など25か所に分布し、現在の塩原温泉の重要な観光資源となっている。奥蘭田が別荘を構えた翌年の1889年頃より、別荘の建設が相次いだ。さらに1903年には三島通庸の別邸が塩原御用邸として献上され、皇族の御用邸を擁する地としても塩原温泉は知られるところとなった。第2次世界大戦中の1939年には、傷痍軍人塩原温泉療養所が開設された。この施設は1945年、厚生省所管となり、現在は国立温泉療養所となっている。

近世から1950年代半ばまで長期滞在による湯治場として栄えた塩原温泉は、高度経済成長期を迎えると、職場団体の慰安旅行者が増えたことで大衆温泉観光地としての性格を強めていった。1961年に鶏頂山スキー場が開設され、冬季のス

キー客も見込めるようになった。また、1972年に日光・塩原間を結ぶ日塩有料道路の一部をなす日塩もみじラインが開通したことで、塩原温泉と日光方面への交通の利便性が向上した。

塩原温泉の観光業は1980年代末より1990年代前半にかけてのバブル経済期にピークを迎えた。それ以前は年間150～200万人で推移していた入込客数は年間約350万人に急増し、宿泊客数も年間約150万人にまで増加した(図2)。この時期には宿泊客数の増加に対応するために、各旅館で収容力の拡大を目的とした建替・増築が進んだ。また、1987年には明神岳の山麓に「ハンターマウンテン塩原スキー場」が開業し、スキー客も増加した。さらに、自然散策路である塩原溪谷歩道の起点をなす「回顧の吊り橋」やキャンプ場やアウトドアスポーツ施設を含む公営のレジャー施設である「箱の森プレイパーク」などの観光施設が開設された。1988年には国道400号線から会津方面に抜ける尾頭トンネルの開通により、会津地方からのアクセスが向上した。会津地方には重要伝統的建造物群保存地区に選定されている大内宿があ

り、大内宿を訪れてから塩原温泉へ立ち寄るコースは、多くの観光客を引きつけるようになった。

バブル経済の崩壊は、塩原温泉の観光業にも打撃を与えた。1996年より減少し始めた入込客数は2001年には一時的に増加したが、それ以降停滞している。宿泊客数は1990年をピークとして減少傾向にあり、2007年には100万人を下回った。栃木県の主要観光地の中でも塩原温泉の入込・宿泊客数の減少傾向は特に著しい。これは団体旅行客が減少したことや、モータリゼーションの進行と交通網の整備によって、塩原温泉は滞在型ではなく通過型の観光地として認識されるようになったことによる。

こうした状況のもと、塩原温泉の観光関係者や行政は、温泉観光の停滞傾向を打開するため、新しい観光施設を整備した。1999年には箒川に全長320mの「もみじ谷大吊橋」が架けられ、さらに上塩原地区に入浴施設「華の湯」が建設された。また、2002年に塩釜地区の七ツ岩大吊橋駐車場に、2004年に箱の森プレイパークに、それぞれ足湯が整備され、観光客が気軽に温泉を楽しめるよ

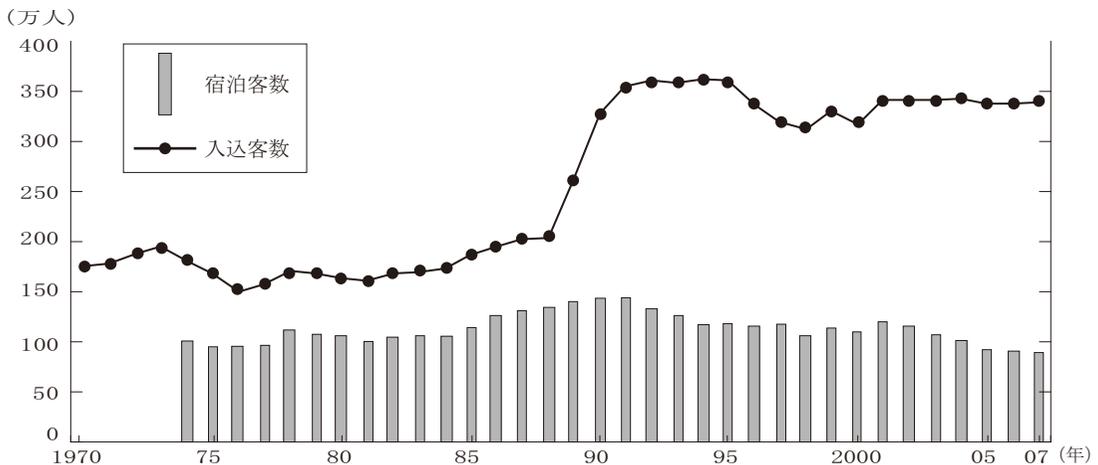


図2 塩原温泉における観光入込客数と宿泊客数の推移(1970-2007年)

宿泊客数の1970-1973年の期間はデータなし

(那須塩原市塩原支所資料より作成)

うになった。2003年には塩原温泉を訪れた文人に
関係する史料を展示する展示室と、地場農産物
を使用した料理を提供するレストランを併設する
「塩原もの語り館」、2006年には延長60mの回廊
型足湯施設である「湯っ歩の里」が開設された(図
3)。

一方、バブル経済期に増改築をした個々の旅館
業にとっては、宿泊客数の減少に伴う空室の問題
が深刻であるが、経営者は客室数を減らす一方で
それぞれの客室の面積を広げるなどの対応をして
いる。

2. 那須高原

那須高原の観光地としての歴史は、630年に那
須湯本温泉の源泉である、「鹿の湯」が発見され
たことに始まるとされ、正倉院文書に湯治に関す
る記述がみられる(那須町教育委員会, 2005)。そ
の後、板室温泉、三斗小屋温泉、大丸温泉、北温
泉、弁天温泉、高雄温泉の6つが江戸期までに発
見され、那須湯本温泉とあわせてこれらは「那須
七湯」と呼ばれた。明治期に入ると八幡温泉が発
見され「那須八湯」となり、さらに旭温泉が発見



図3 塩原温泉の湯っ歩の里
(2008年8月 横山撮影)

2006年に開設された延長60m(30m×2か所)の回廊
型足湯施設である。

され、大正期には飯盛温泉や郭公温泉が発見され
「那須十一湯」と呼ばれた²⁾。那須高原では山岳信
仰のための登山も一部みられたが、湯治が古くか
らの中心的な観光形態であった。

那須高原における新たな観光開発は、1926年に
大正天皇の御用邸が那須湯本温泉南東部に建設さ
れたことを契機に、その周囲を別荘地とすること
によって始まった。そして開発は次第に南に拡大
していった。

塩原温泉と同様に高度経済成長期以降、那須高
原は大衆温泉観光の時代をむかえた。すなわち
1960年には那須町営那須岳スキー場、1962年には
那須ロープウェイが設置され、山岳信仰とは無関
係の登山客やハイキング客、スキー客が那須高原
を訪れるようになった。ほぼ同時期にりんどう湖
ファミリー牧場の開業や、南ヶ丘牧場が観光化し
ていった。これらの動きを受けて、1960年代後半
より那須湯本温泉の旅館が中心となって、温泉地
から「那須高原」としてイメージの転換を図る活
動をした。さらに、1968年の福島交通による「那
須ロイヤルセンター」建設や、1969年の藤和不動
産による「那須ハイランドパーク」などの遊戯施
設を備えたレジャー施設建設が行われた。その
結果、那須高原では高原や牧場のイメージを活用
した観光施設が増加し、徐々に現在のような複合
的な観光地としての那須高原に近いものができあ
がってきた。

1972年以降、那須高原では大手不動産資本によ
る別荘開発が本格化した。まず、藤和不動産が現
在の那須ハイランドパーク一帯、平和観光がその
東の地域をそれぞれ開発した。さらに那須共同
利用模範牧場の南では相模鉄道によって別荘開
発が進められた。1970年代後半に入ると、別荘地
の間を埋めるように、ペンションが立地するよう
になった。1980年には、「那須サファリパーク」
が開業し、家族連れに焦点をあてたレジャー施設

も引き続き建設された。1986年のリゾート法の施行以降、一旦沈静化していた観光開発は再開され、県道68号線より南に拡大した。この地域では温泉を利用したホテルやペンションなどの建設が1990年代前半まで継続した。

1980年代後半から1990年代前半までの那須高原の観光開発で特徴的なことは、小規模な美術館や博物館が急増したことである。これらの開発主体は、那須高原で土産物店などを展開する地元資本や、ホテル開発を進める外部資本、その他の個人資本など多様である。これらの美術館や博物館の性格としては、クラシックカーやオルゴールの展示、七宝焼きの体験施設など娯楽を目的としたものとなっている。また1994年には、マウントジーンズスキーリゾート那須が開業した。開業時の開発主体は東急グループであったが、その後2度の経営主の交代を経て、現在は那須町が出資している「那須高原リゾート開発株式会社」によって経営されている。

このように、那須高原における観光形態は多様化してきたものの、近年、高速道路や新幹線の

開通に伴い、日帰り客が多くなってきている(図4)。団体客の利用が中心であった塩原温泉と比較して、那須高原ではもともとペンションや貸別荘などを利用する個人客の割合が高かったために、1990年代の宿泊者の減少率は低かった。しかし2000年頃より東京からの日帰りバスツアーが組まれるようになり、宿泊者の減少傾向が強まった。そのために、那須温泉旅館協同組合に加盟する旅館等では、「日帰り昼食コース」などを導入することによって対応している。また、バブル経済の崩壊は、企業が所有する寮や保養所への宿泊客数を減少させた。また1990年代中頃から、宿泊施設とレジャー施設の役割を兼ねるキャンプ場への宿泊客数が増加しており、体験型観光の重要性が増してきた。

Ⅲ 那須地域の観光地としての性格

1. 塩原温泉

塩原温泉は箒川とその支流沿いに、標高差350mにわたって広がる11の温泉地から成り立っている(図5)。すなわち、箒川に沿った大綱、福

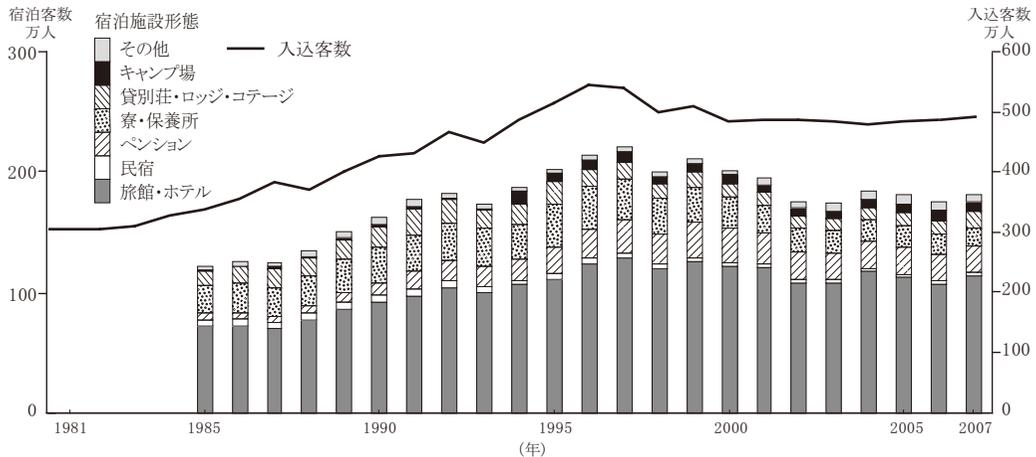


図4 那須町における入込客数と宿泊施設形態別宿泊客数の推移(1981-2007年)

(那須町役場提供資料により作成)

渡、塩釜、畑下、門前、古町、中塩原、上塩原の8地区に加えて、箒川の支流である鹿股川を遡った山間地にある塩の湯地区、上塩原地区から箒川の支流赤川を遡った山間地にある元湯地区、元湯から東に2kmほどの位置にある新湯地区である。これらは泉質も様々で、現在、鉱泉分析法で定め

られている9種類のうち8種類が塩原温泉に存在している。おおまかに、上・中・下塩原地区は単純泉、元湯・新湯地区は硫黄泉とされる。

1907年頃までは福渡地区の旅館数が16軒と塩原温泉の中でも最も多く、畑下地区が8軒と続き、これらの地区が塩原温泉の中心であった(表2)。明

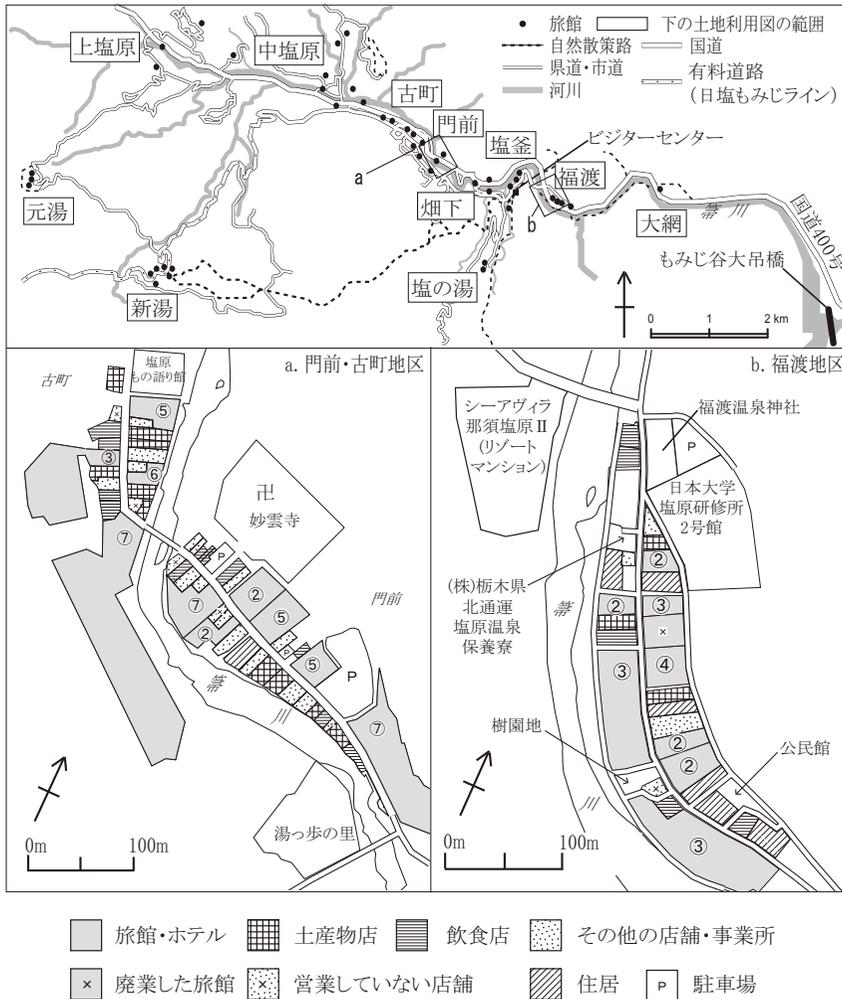


図5 塩原温泉における旅館分布および門前・古町、福渡両地区の土地利用(2008年)

- 1) 位置が重複しているところもあるため、旅館のプロット数は正確ではない。また、旅館協同組合に加盟していない旅館は含まれない。
- 2) 丸囲み数字は階数を示す。

(塩原旅館協同組合資料および現地調査をもとに作成)

表2 塩原温泉における旅館数の推移
(1907-2008年)

温泉名	1907年		1977年		2008年	
	旅館数	収容人数	旅館数	収容人数	旅館数	収容人数
大網	2	-	2	160	1	104
福渡	16	-	10	925	10	928
塩釜	0	-	6	895	6	687
塩の湯	3	-	3	710	2	346
畑下	8	-	10	800	8	569
門前	7	-	12	2330	8	1911
古町	7	-	17	2152	14	2101
中塩原	-	-	0	0	8	282
上塩原	-	-	0	0	6	234
元湯	1	-	3	290	3	258
新湯	8	-	6	471	7	563
計	53	-	70	8733	73	7983

(塩原町誌編纂委員会編(1980)より作成)
注) - はデータなしを表す。

治・大正期を通じて文人墨客が宿泊した旅館も福渡・畑下地区に多い。ところが、1977年以降は門前・古町地区で旅館数が多くなり、中心が移動した。現在、上記の地区では旅館数・収容人数ともに減少しているが、塩原温泉全体では旅館数はほぼ横ばいである。これは上塩原地区と中塩原地区で旅館数が増加しているからである。これらの地区は、農村的性格が強く、1977年には旅館がなく、民宿や貸別荘が散在する程度であった。しかし現在では、上塩原地区に6軒、中塩原地区に8軒の旅館があり、新たな宿泊地として機能している。

以上のように、塩原温泉は泉質・歴史・景観などの性格が異なる11の温泉地から成り立っている。現地での聞き取りと既存の文献(安達ほか, 2006; ネスト, 2005)を参考に、これらの温泉地を(1) 溪谷美と文人の足跡, (2) 温泉街, (3) 農村景観, (4) 秘湯, によって特徴づけられるものに分類することができる。

まず、溪谷美と文人の足跡によって特徴づけられるのは大網・塩釜・福渡・畑下地区である。これらは、箒川沿いに旅館が立地しているため、ここでは溪谷美を楽しむことができる。過去に文人が宿泊した旅館には文人ゆかりの品々や書画

が残っており、これらを観光資源として活用できる。例えば福渡地区のW旅館は、文人の書画を別館「文学館」に展示している。また、畑下地区のS楼は尾崎紅葉の愛用の品々を実際に紅葉が宿泊した部屋に展示し、「紅葉の間」として見学者にも開放している。現在の福渡地区の中心部では国道400号線沿いに旅館が並び、かつての塩原温泉の中心であったことを感じさせるが、門前・古町地区と比べ大型の旅館が少なく、総部屋数が10部屋程度の旅館も多いことから、素朴な温泉街の雰囲気をもっている(図5)。

温泉街の情緒を色濃くもっているのは門前・古町地区である。これら2地区では国道400号線沿いに旅館、土産物店、飲食店が軒を連ねている。この地区ではバブル期に増改築を行った大型旅館が多く、そのため収容人数が塩原温泉でも圧倒的に多い。現在客室数238、収容人数1,100人と塩原温泉で最大規模を誇るリゾートホテルはその代表的存在である(図6)。また近年、前述した「湯っ歩の里」や「塩原もの語り館」といった新しい観光施設が開設されたのもこれらの地区であり、塩原温泉の中心としての機能をさらに高めつつあ



図6 塩原温泉古町地区の景観

(2008年8月 横山撮影)

現在の塩原温泉の中心地である古町地区の景観。奥に見えるのが収容規模1,100人のリゾートホテルである。

る。しかし一方で、土産物店や飲食店で廃業しているものもある(図5)。塩原温泉では1950年代までは木工製品が土産物として売られ、以降けしやようかん、タオルなどが土産物として扱われてきた。しかし、旅館が大型化し、旅館内で土産物を販売するようになると、地元の土産物店は衰退した。塩原温泉の土産物店で1956年頃に組織された任意組合の物産事業協同組合と、飲食店で組織された塩原温泉飲料店組合は、いずれも最盛期と比較すると加盟店舗数が半減してしまった。

上塩原地区と中塩原地区はその農村景観によって特徴づけられる。温泉旅館の周囲には高原ダイコンの畑や水田が広がっており、牧歌的な雰囲気醸成している。ガイドブックの記述には、「のどかな」、「自然の懐にいだかれて」などの表現がみられる。これらの地区には1905年に開園し、塩原の地層から出土した化石を展示する「木の葉化石園」や「箱の森プレイパーク」などの観光施設があり、自然にも親しみながら温泉を満喫することができる。

最後に、都会の喧噪を逃れた人々が隔絶された秘湯という雰囲気を求めて来るのが塩の湯・新湯・元湯地区である。これら3地区は、いずれも箒川の支流を遡った山間地に位置するため、「秘湯ムード」、「隠れ湯」のような言葉で語られる。中でも、元湯地区と新湯地区は硫黄泉の濁り湯のため、近年その泉質からも注目され、塩原温泉の中でも特に人気を集めている温泉地である。

2. 那須高原

現在、那須高原の観光施設は、那須湯本温泉を中心として展開している(図7)。那須湯本地区を南北に走る道路の西に古くからの旅館と、そのさらに西の山手にホテルが立地し、道路の東には「民宿街」がある(図8)。これらの宿泊施設の間に、土産物店が点在している。

那須湯本地区の北部には、大丸温泉と北温泉、弁天温泉、旭温泉から構成される奥那須温泉地区がある。奥那須温泉地区は、那須ロープウェイが設置されていることから登山・ハイキング客の玄関口となっている。奥那須温泉地区は、秘湯的イメージをもっており、そこには商業・サービス施設は少ない。那須湯本地区と奥那須温泉地区は古くからの温泉地であり、知名度は高いが、日帰り客の増加や観光形態の多様化により、宿泊客は減少している。

温泉観光が停滞している要因の1つは、観光客の目的が温泉から高原のイメージを楽しむことに変化していることである。例えば観光客の土産物として、高原の牧場を想起させる畜産物が求められるようになってきている。土産物店では温泉まんじゅうなどに加えて、「那須高原」のラベルが付いた乳製品や肉製品が販売されている。また2005年には、那須町内の5戸が生産する和牛が「那須黒毛和牛」として商標登録され、これが那須湯本地区の精肉店で販売されている。

近年、両温泉地区においては、宿泊客の減少や後継者不足などによって廃業する旅館もある。廃業後の旅館は取り壊され、跡地は更地になっている。この要因の1つとして、源泉を管理する「那須温泉株式会社」の新規参入者に対する厳しい対応が挙げられる。那須温泉株式会社は古くからの組織であり、この源泉を利用する旅館やホテルの経営者が引湯権を後継者以外に継承させることを禁じている。そのために、両温泉地区では新規参入が難しく、空き地となっている区画が点在している。

一方、那須湯本地区の南には、外部資本による大規模な別荘開発地が存在し、これらの大規模別荘地の周囲に、ペンションや寮・保養施設、レジャー施設、美術館・博物館など多様な観光施設が立地している。また、これらの観光施設の間に、

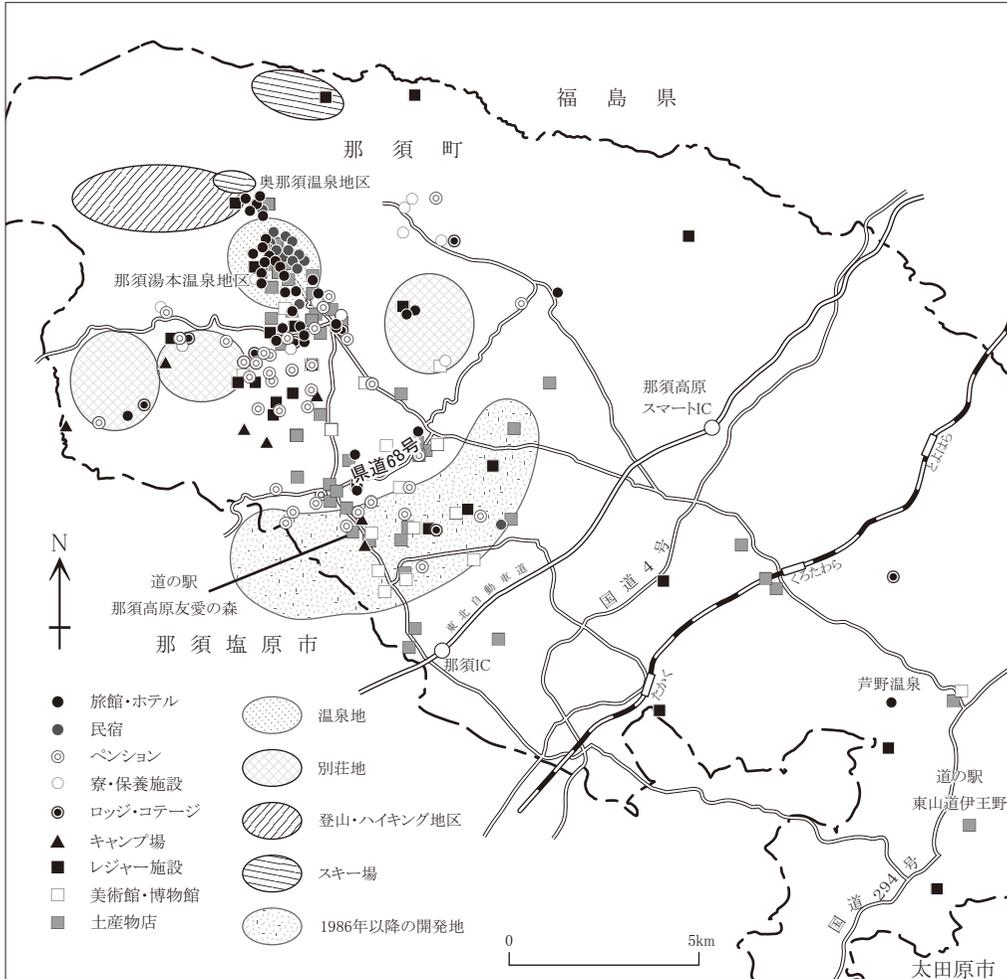


図7 那須高原における観光施設の分布(2008年)

(那須町役場提供資料により作成)

個人の別荘が建設されている。これらの地域の南から県道68号線までの間に、外部資本による大規模なホテルやレジャー施設、美術館・博物館、土産物店が立地している。

那須湯本地区の南から県道68号線にかけての地域に立地する宿泊施設や別荘のなかにも、温泉設備を有するものがある。これらの温泉の源泉は、「新那須温泉供給株式会社」によって管理されている。新那須温泉供給株式会社の管理する源泉は

湯量が豊富であるため、新規参入を比較的自由に受け入れている。そのために、外部資本によるホテル開発は、那須湯本地区より南で活発である。

県道68号線より南には宿泊施設は少ない。ここでは、1980年代中頃まで農業的土地利用が広がっており、1986年のリゾート法以降、美術館・博物館やレジャー施設、土産物店、飲食店などが点在するようになった。また近年、この地域では農業体験や自家製アイスクリームの製造販売など



図8 那須温泉郷の民宿街
(2008年8月 吉田撮影)

建物の高さや外壁の色などの統一や、道路の石畳みなど、景観整備がなされている。

を行う農家が増加してきており、これらが「高原リゾート」のイメージを高める役割を主導している。

観光地としての那須高原は、さらに南に拡大しており、東北本線以南の地域に芦野温泉やゴルフ場が存在する。また、国道294号線沿いに立地する道の駅「東山道伊王野」は、ゴルフ客の立ち寄り場所となっている。

このように観光地としての那須高原は、温泉街を中心として同心円状に多様な観光施設が広がる複合的な観光地という性格をもっている。

IV 那須地域における観光のための農村空間の商品化

1. 塩原温泉とその周辺における観光のための農村空間の商品化

1) 自然環境と農村資源の活用

塩原温泉は、豊かな自然環境と農村資源を持つ温泉地である。ここでは、温泉観光の停滞傾向を打開するため、自然環境と農村資源を観光に活用する試みが始まっている。

自然環境を観光に活用する具体的な方策の1つとして、自然散策路の整備があげられる。塩原

温泉の大小25の滝と9つの吊橋を巡るように12コースの自然散策路が設定された(図5)。1994年にはこれらのコースの中心にビジターセンターが開設され、自然体験イベントの開催や自然散策に関する情報提供を行っている。現在のところ、地元の自然に詳しい25人のボランティアがパークコンダクターとなり、観光客を案内している。さらに、ビジターセンターと一部の旅館が提携し、宿泊客限定のハイキングツアーを企画している。

塩原温泉の農村資源としては、上塩原地区や中塩原地区における農村景観や高原ダイコンといった農産物が挙げられる。これまで温泉地としてのイメージの強かった塩原温泉では、「食の観光」の導入が長らく課題であったが、近年ようやくそれが具体化されてきた。たとえば、「塩原もの語り館」における地場産農産物を利用したレストランや農産物直売所の設置、各旅館における地元の農産物を使用した料理の提供といった工夫がなされている。塩原温泉全体としては、2年前から行政・観光協会・旅館組合などが主体となり、地元の農産物の宣伝の場として「うまいもん収穫祭」というイベントを年1回行っている。以下では、さらに今後の発展が期待される具体策として、「塩原温泉ヘルスツーリズム」と、農産物直売所の「アグリパル塩原」について検討する。

2) 塩原温泉ヘルスツーリズム

塩原温泉ヘルスツーリズム事業は、2006年より行政や観光協会、温泉旅館組合、地元業者などによって構成される塩原温泉地産地消健康増進プラン委員会において構想されてきたものであり、2007年に「塩原温泉健康増進ツアー」として国土交通省の補助事業「ニューツーリズム創出・流通促進事業」に採択された。2008年1月28日から30日にかけての2泊3日の日程で、東武トラベルによってモニターツアーが行われ、モニター参加者の評価は概ね好評であった。

このヘルスツーリズムは、温泉入浴療法と気候療法³⁾、自然散策、地場産農産物を活かした食事によって、観光客の健康増進を図るものである。従来の湯治と異なるのは、観光客が健康診断や医学的に裏付けられたスケジュールにもとづいて行動することで、健康増進効果を得ることができるという点である。

モニターツアーでは、毎日午前と午後に自然散策路における散策や温泉プールでの水中運動、昼食後と夕食後に温泉入浴が行われる。食事は栄養士の監修のもとに開発された地場産の農水産物を活かしたものが提供される。起床時刻は午前6時30分、就寝時刻は午後10時である。入浴する温泉はその都度変え、下塩原地区の単純泉から元湯・新湯地区の硫黄泉まで様々である。今後、塩原温泉の多様な泉質を活用して、「疲労回復」や「美肌効果」といったツアー商品を何種類か用意することで、多様なニーズに応えることも考えられている。

ヘルスツーリズムは、温泉観光の停滞傾向を脱するために、温泉を「自然」や「食」と結び付け、さらに国民の関心が高まりつつある「健康」という効果も付与することによって新しい観光商品を生み出そうとする企画である。これは、塩原温泉の多様な泉質の温泉、高度差に富んだ地形、自然散策路、地元産農産物といった自然環境や農村資源を利用した従来型とは異なった観光開発である。

3) アグリパル塩原

アグリパル塩原は、農林水産省の補助事業である「農業農村活性化農業構造改善事業（需要創造型）」により、1996年に整備された農産物直売所に地場産特産物を活用したレストランを併設した施設である。事業主体は那須塩原市であり、財団法人那須塩原市農業公社が施設を管理する。敷地面積は約17,000㎡、建築面積は1,533㎡である。

2007年4月1日には、国道400号線を挟んで隣接する郷土資料館、からくり時計、テプコ塩原ランドも含めて、道の駅「湯の香しおばら」に指定された。このような農村資源を観光に活用する取り組みは、1989年、地元農家によって設立された研究会をきっかけとして始まった。当時、米の生産調整政策が強化される中で、農産物を消費者に直接販売することで付加価値をつけることがねらいであった。

アグリパル塩原は、地元の農家で構成される「アグリパル塩原会」によって運営されている。アグリパル塩原会には、農産物直売組合、風物語・もみじ村、および関の里の3つの下部組織がある。農産物直売組合は主に地元の農業者である134人の個人会員と、種苗会社や森林組合など7団体によって構成され、これらの会員がアグリパル塩原に農産物を出荷する。風物語・もみじ村は、地場農産物を活かした加工品を研究・開発し、高付加価値化を目指す組織であり、正会員7人、準会員5人によって構成されている。この団体は旧塩原町の女性農業者による「生活改善クラブ」を前身とし、その活動に参加していた農業者が現在の正会員になっている。関の里は、正会員6人、準会員9人で構成され、レストランを運営し、地場産の農産物を活かした食事を提供している。この団体は旧塩原町関谷地区の農業者団体であった「城之内村づくり推進協議会」を前身としており、「風物語・もみじ村」同様、前身の組織から参加していた農業者を正会員として、準会員の新規加入者と区別している。アグリパル塩原の運営経費は、会員から徴収した一人500円の会費と、売り上げの2%の施設運営手数料、農産物以外の商品の収益、自動販売機の委託商品手数料でまかなわれている。

アグリパル塩原の入込客数と売上金額は、1996年から2002年までは急速に増加し、その後も安定傾向にある（図9）。現在では、売上金額4億円、

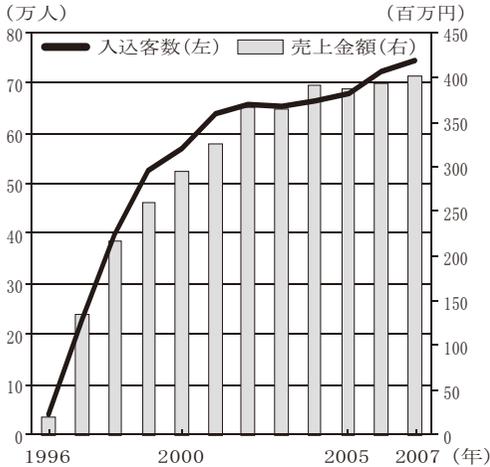


図9 アグリパル塩原の入込客数および売上金額の推移 (1996-2007年)
(アグリパル塩原提供資料により作成)

観光入込客数年間75万人と、那須塩原市内の直売所の中では集客力、売上金額ともに最大である。この要因として、商品の安さに加えて、アグリパル塩原が塩原温泉に向かう国道400号線と板室温泉や那須高原に向かう県道との交差点に位置しており、那須地域における観光行動からみた交通の要衝にあることがある。

アグリパル塩原での売上金額は農家によって様々であるが、なかには年間1千万円を超える農家も存在する。そのため農協への系統出荷に代え、アグリパル塩原への出荷を農業経営の中心に据える農家も現れている。農産物を系統出荷する際の手数料は出荷額の15～20%であるのに対して、アグリパル塩原への出荷手数料は約9%である。手数料が安い分、系統出荷における市場価格よりも販売価格を安く設定でき、そのことがアグリパル塩原の販売の好調さにつながっている。

アグリパル塩原の成功によって生産・加工・販売まで農家が主導権を握ることが可能になったことは、農家の生産意欲の向上、加工品の開発や新品種の導入などを積極的に進める姿勢の確立につ

ながっている。一方、アグリパル塩原会では、会員の平均年齢が約60歳と高齢化が問題となっている。さらに、季節によって農産物の供給量が変動することも課題である。そのためアグリパル塩原会は、地元農家に広く呼びかけることによって新規会員を増やし、供給量の増加と安定化を図っている。また、都市農村交流の一環として年4回、定期的に消費者に農産物を宅配するサービスや、農地のオーナー制なども検討されており、観光と農業の一層の結びつきの強化が目指されている。

2. 那須高原における観光のための農村空間の商品化

1) 農村資源の観光への活用

近年の那須高原では、観光産業に農業が組み込まれつつある。那須町では農業が盛んであるが、町内の観光施設で地元産の農産物が消費されないことが、1980年代後半より問題となっている。その要因として、安定的に多量の農産物を必要とする旅館やホテル等の観光施設と、周年出荷の難しい生産者と間の調整が困難なことがある。この観光施設と生産者とを結びつけるものとして、農産物直売所と農家レストランがある。これらは、農業の観光産業への窓口的な役割を果たしている。また、南ヶ丘牧場に代表される観光牧場がある。さらに観光農園や農産物加工販売所、農業体験の受け入れが、個別の農家によって試みられている。

那須町ではフィルムコミッションが組織され、牧場や高原等で映画やテレビ番組の撮影が行われている。これも農村資源を活用した観光開発の試みの1つであり、那須高原の知名度向上に大きな役割を果たしている。しかし、那須温泉旅館協同組合での聞き取りによると、このロケ誘致は旅館にとって必ずしも歓迎されるものではない。それは、映画撮影に伴う関係者らの宿泊によっ

て得られる収益が少ないためである。この一方で、那須高原全体における宣伝面での効果は大きい。テレビ局の定める広告料をもとに那須町が試算した資料によると、午後9時台の2時間ドラマで7,093,000円、午後10時台の1時間ドラマで3,610,000円の経済効果が見込まれており、フィルムコミッションによる活動は那須高原全体の宣伝に結びついていることがうかがえる。

2) 南ヶ丘牧場

南ヶ丘牧場は那須高原を代表する観光牧場であるが、元々は現在の経営主の父が1948年に満州から那須町に入植することによって開設された。入植後数年で作物栽培から酪農へ経営の中心が転換され、さらに1950年代から1960年代にかけて牧場の観光化が進められた。那須高原で農村資源を観光に活用した先駆的事例といえる。

開設当初、南ヶ丘牧場では大麦や大豆、小豆、イモ類などが栽培されたが、厩肥を作るために、1949年にホルスタインを1頭購入したことを契機に酪農が始まった。南ヶ丘牧場の観光化は、1950年に大丸温泉登山口に直売所を開設したことが契機となった。この直売所の開設は、農業の観光化を目的としたものではなく、「農家自らの手による生産から加工、販売までの一貫システムの実施」という経営理念のもとに行われた(南ヶ丘牧場, 1998)。直売所の開設により、登山・ハイキング客が南ヶ丘牧場にまで足を運ぶようになった。経営主の父はこれらの客に対して、満州時代に白系ロシア人から教わったロシア料理を提供した。この料理が好評であったため、牧場の敷地内にレストランが開業され、これが南ヶ丘牧場の観光化の始まりとなった。

1951年から1960年代末にかけて、南ヶ丘牧場は、農業経営の多角化と農場施設の整備を行った。生産面においては、乳牛としてガーンジィ種の導入と、牛舎の拡張と機械化を図った。販売面

においてはバターやスモークチーズ、ロシア黒パン、ロシアペロシキの製造販売を開始した。南ヶ丘牧場は、これらの結果、自家による生産から販売までの一貫システムを可能とする基盤を整えていった。

1970年から1995年にかけての時期には、経営の多角化を続けるとともに、農地購入による経営規模の拡大が図られた。牧場内の土産物店など観光的性格の強い施設が整備される一方、1972年に磐梯朝日国立公園内に第2牧場、1982年に山形県川西町に第3牧場が開設された。さらに1995年には福島県岩代町に第4牧場建設が計画され、2008年11月に牛舎が開設された。磐梯高原の第2牧場では那須高原の牧場と同様に、飲食店や宿泊施設を建設し、観光的性格の強い経営が行われている。第3牧場では、80haの農地で牧草が生産されている。第4牧場では、約35haの農地に牛舎が建設され、乳牛の育成牧場となっている。1996年以降は、ハム・ソーセージの加工体験施設が拡充されたほか、芸術関連のイベントが開始された。

2008年8月現在の農業経営規模は、搾乳牛50頭、年間22～25頭の肉牛肥育、野菜・飼料を中心とした約5haの畑作、採草地10ha、放牧地10haである。生産物の90%以上が牧場内で観光客に直接販売され、それ以外は東武百貨店大田原店や那須地域とその周辺の菓子店に出荷される。また、インターネット販売も行っているが、売上金額は全体の1%にすぎない。

南ヶ丘牧場は、観光化を経営の中心にして発展してきたのではなく、入植以来の農業生産に関する経営理念を達成していくうえで、観光という要素を経営手段の1つとして取り入れている。

3) 農産物直売所

那須町内には前述した2か所の道の駅にそれぞれ農産物直売所が設置されている。この両直売所の客層は、夏季に多く、那須町の観光客入込客数

の月別推移と、おおむね一致していることから、観光客が中心といえる(図10)。

まず、那須湯本地区の南約5kmに立地する道の駅那須高原友愛の森内に設置されている、「ふれあいの郷直売所」は2005年4月26日に開業した。建物は那須町の事業で建てられ、「ふれあいの郷直売所組合」によって直売所が運営されている。この組合は組合員約60人で設立され、2008年8月現在、正組合員約100人と賛助会員約20人から構成されている。正組合員は、直売所付近に居住する農業者であり、1人あたり3万円の出資金で加入している。一方、賛助会員は1年契約で、居住地は太田原市、那須塩原市にまで及び、主にナシやニンニクなどを出荷している。

この直売所では賛助会員を含む約70人によって出荷された農産物が主に販売されている。これらの農産物は、かつては自給用に栽培されていたものである。那須町役場の資料によると、直売所での売上金額は年間約2億円である。1戸あたりの売上金額の平均は1か月あたり20~25万円にのぼり、出荷農家の家計に占める割合は比較的高い。商品の価格は、毎月開かれる理事会におい

て市場価格を参考に、「市場出荷価格よりは高く、量販店よりは安く」を基本として決定され、組合員には毎月15日に翌月の販売価格が知らされる。出荷経費としては、商品の袋に貼るバーコードシール代金が1枚1円、手数料は正組合員の農産物の場合は売上げの12%、加工品の場合は17%である。賛助会員の場合は農産物で売上げの17%、加工品で20%である。この他に組合員の負担は、交代でレジなどを担当することである。

この道の駅内には地場産の農産物の那須高原での消費を目的として、農家レストラン「なすとらん」が設置されている。これは、食と観光を考えていくことを目的とした、那須町や農協、地元農家などが主体となったワーキンググループ「なすとらん会議」の結成が契機となって設置された。ワーキンググループは2006年に終了したが、有志メンバーで農家レストラン開設を目標とした「なすとらんクラブ」を組織した。そして、同クラブは道の駅内に農協施設として使用されていた建物を改修して、2007年8月1日に農家レストラン「なすとらん」を開業した。レストランの代表は酪農家の女性が務め、食材の90%以上は那須町で生産

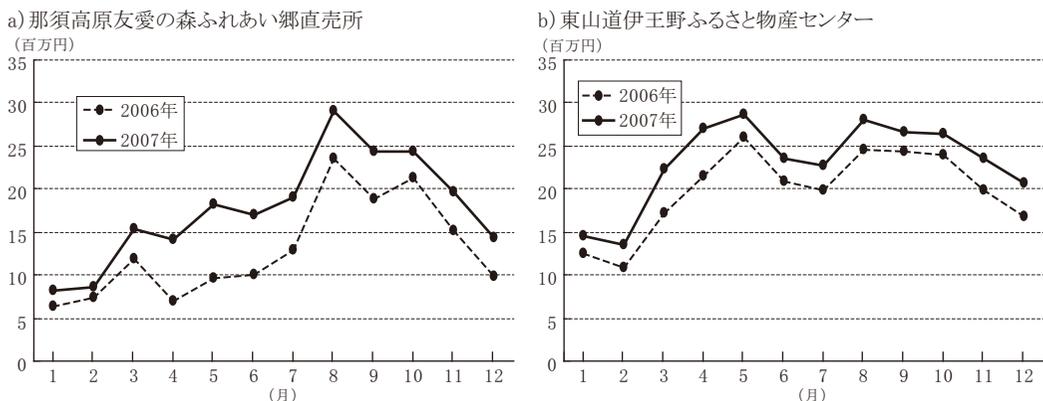


図10 那須町における道の駅に併設された直売所の月別売上げの推移(2006-2007年)

(那須町役場提供資料により作成)

されたものである。2007年8月から2008年7月の売上は約3,600万円で、2008年7月の売上は320万円であった。直売所とレストランの客としては観光客が多いが、その他に、地元的一般家庭の主婦や旅館や民宿の経営者が客の食材調達のために利用している。

もう1つの農産物直売所は「ふるさと物産センター」であり、那須町の南部の国道294号線沿いに立地している。これは2000年11月に開設されたもので、伊王野地区の地域振興を目的として、1994年につくられた道の駅東山道伊王野に併設されている(図11)。道の駅には直売所以外に、1996年度「山村振興等農林漁業特別対策事業」によって建設された伝承館とそば打ちの加工体験施設、「誇れるまちづくり事業」による水車小屋、「中山間地域緊急対策事業」によるソバ屋が設置されている。

直売所やソバ屋などの運営のために、地元住民が「東山道伊王野ふるさと物産センター組合」を組織している。直売所の賃料は年間400万円である。組合設立に参加した出資者は384人であり、



図11 道の駅東山道伊王野のふるさと物産センター
(2008年8月 田林撮影)

8月は観光の繁忙期であるため来店客は多く、大型観光バスの立寄りもみられる。客は中高年が中心である。商品は野菜を中心に多種類にわたる。

1,320万円の資本金が集まった。2008年現在、正会員150人と賛助会員30人が直売所に出荷し、その正会員の90%以上が伊王野地区の農業者である。年会費は、正会員1,500円、賛助会員のうち通年出荷者は1万円、キノコや山菜の出荷に限定される出荷者で5,000円となっている。主力商品は野菜であり、かつてはそれぞれの農家で自給用として栽培されていたものである。

商品価格はふれあいの郷直売所組合と同様の方式で決定される。出荷の経費は、商品の袋に貼るバーコードが1枚1円、包装用ビニールは大きさに応じて値段が決められており、これもふれあいの郷直売所組合と同様の方式である⁴⁾。手数料は農産物で売上げの12%、加工品で15~30%である。レジなどの販売業務のために、地元の女性がパート労働力として雇用されている。売上金額は、初年度こそ1億4,000万円であったが、その後順調に増加しており、2007年度には3億8,030万円(ソバ(食堂)1億円、農産物1億2000万円、加工品1億円、茶屋2,500万円)に上った。

客層については、週末には観光客が多く、平日はペンションや別荘の居住者、地元飲食店の経営者が多い。また近隣のゴルフ場客に同行する妻が、土産品として1人で1万円程度の買物をしていくこともある。50歳代後半以上の中高年客が多い。

道の駅での売上げの約25%を占めるソバ屋は、地域振興の視点から伊王野地区で生産されたソバ粉を使用し、ソバ打ちも地元住民が行っている。この地区では過疎化が進行し遊休農地も多く、農業以外の雇用機会も少ないことから、道の駅の諸施設は、重要な就業機会としての役割もっている。

4) 農業体験

先述した2つの直売所に参加する農家の一部は、那須町が中心となって企画する「那須高原体験プログラム」と「那須ブランド」事業にも関

わっている。まず、「那須高原体験プログラム」は2005年より始まった。プログラムの内容は牧場体験、味覚体験、自然体験、農林業体験、工芸体験の5種類に分けられる。これらのプログラムは、那須町内の農家や観光施設等で実施されている。このプログラムの具体的事例として、搾乳などの酪農体験を実施しているA牧場の事例を取り上げる。

A牧場が酪農体験を開始したきっかけは、まず1994年に有限会社化した際に会社の愛称を付け、それを表記した看板を道路沿いに設置したことであった。看板設置の目的は、消費者である観光客に牧場の存在を示すとともに、牛乳の消費拡大を図ることであった。そして1995年、A牧場の経営者が看板を見ていた栃木県内在住の3人の女性観光客に搾乳体験を勧め、これが最初の酪農体験となった。搾乳のみならず給餌や畜舎の清掃などを含む酪農体験の受け入れは、その後も約2年間にわたって定期的に継続された。さらに中学生の職場体験や、大学の農学部や農業高校の実習などの、1週間程度の短期間の酪農体験も受け入れるようになった。また、1日のみで完結する酪農体験プログラムも提供するようになった。

A牧場の酪農体験で、1週間以上の長期間にわたるものは、1日を通じて通常の農作業に従事することになっている。一方、1日のみの酪農体験は、搾乳と子牛への哺乳、バターづくりなどの作業を含んでおり、受入準備のために予約を必要とし、1人500円の料金を徴収する。1日の酪農体験には年間約150人が訪れる。酪農体験に訪れる観光客は家族連れが中心であるが、地元や日光市の小学校の生徒らが毎年の遠足で訪れている。

さらにA牧場の経営主とその妻は、社団法人中央酪農会議関東ブロック主催の食育についての出前講義でインストラクターを務めている。同様に、那須町内外の祭りなどのイベントでも搾乳実演・

体験のインストラクターを務めている。これらのイベントには、那須町からA牧場の他に1戸が参加し、旧黒磯市から3戸が参加している。また、中央酪農会主催の出前講義用に作成されたリーフレットは、A牧場での酪農体験でも用いられている。食育に関するインストラクターを務めるにあたって、A牧場は「教育ファーム認証制度」の認定を受けている。

A牧場の経営主は酪農生産のみでは農業経営の継続が困難であると認識している。そしてA牧場は2009年にチーズ製造加工場を建設する予定である。一方で、A牧場が計画しているような、自牧場の生産物を使用し加工・販売を行う酪農家は那須町では3戸のみである。この3戸は生産物の90%以上を自牧場で販売する南ヶ丘牧場、アイスクリームの製造・販売を行うB牧場、チーズケーキの製造・販売を行うC牧場である。このうちB牧場の経営主はA牧場の経営主の妻の兄であり、A牧場は経営多角化に踏み切るうえでB牧場から大きな刺激を受けたという。さらにA牧場の経営主は、酪農体験を実施する動機として、自牧場が観光地に立地することを挙げている。

3. 那須扇状地における農村景観形成と農村空間の商品化

1) 那須扇状地における農業開発の歴史

那須扇状地の開発が本格的に始まったのは明治期になってからである。1869～70年に、大田原藩や那須扇状地に居住する住民から、那須扇状地の開拓計画が相次いで政府に提出された。これらには扇状地を流れる河川から水を得るための用水路の設置と、その水を利用した台地上における農地開拓が盛り込まれていた。この開拓計画は国営事業としては実現されなかったが、1878年以降、政府高官や地元有力者らによって、多数の大

農場が開設された（西那須野町史編さん委員会，2000）。こうした農場の用地となったのが，1878～79年に官有原野とされた那須東原・那須西原を中心とする約11,000 haにおよぶ台地上の土地であった（図12）。1880年，三島通庸らによる墾耕社や，印南丈作と矢板武らによる那須開墾社が発足し，官有原野を国から借り受け，農地開拓が開始された。こうした大農場は，組織の分割・再編によるものも含めると1899年までに35件設立され，これらによって台地上での農業開発が急速に進み，田畑の造成，養蚕，牧畜，植林が行われた（西那須野町史編さん委員会，2000）。

大農場の開設が相次ぐ一方で，こうした土地では農業用水だけでなく飲用水の確保が困難なことが開拓の進展を阻害する要因となっていた。そこで，大農場経営者らの要望を受けて，1881年より那須原飲用水路の開削が開始された。この用水路

は旧黒磯市細竹の那珂川から取水するもので，翌年には旧西那須野町千本松までの約15 kmの区間が幹線水路として完成した。1883年には，総延長50 kmの分水路も完成し，飲用水としての利用の他，一部は灌漑にも利用された（那須疎水百年史編さん委員会，1985）。飲用水路が完成すると，続いて台地上の水田開発を目的とした農業用水路開削が計画された。用水路開削の実現に向けて，先述した那須開墾社の印南丈作や矢板武が積極的に政府に働きかけた。この結果，那珂川を取水源として，1885年に那須疎水の幹線水路が開削された。これとともに，那須東原・那須西原にそれぞれ2本ずつの分水路が開削された。以上により，本幹水路約16 km，分水路総延長約46 kmにわたる那須疎水が完成し，これが那須扇状地における農業開発の進展に大きく寄与した（那須疎水百年史編さん委員会，1985）。

明治期に形成された農業基盤は，第2次世界大戦後の農業政策によってさらに強化された。特に，1967年に開始された国営那須野原総合農地開発事業によって，ダムや調整池の建設，用水路や取水口の改修・新設，区画整理事業などが進められた。こうした事業を円滑に実施するために，1970年には那須野ヶ原土地改良区連合が設立された。様々な事業を通じて，農産物の生産量増大や農業諸施設の維持管理費の節減，発電・水道事業の拡大がもたらされた（西那須野町史編さん委員会，1997）。

近年では，疎水を利用してきた農業者の高齢化や農業経営の規模縮小から，疎水の管理や利用が困難になっている場合もみられる（馬野ほか，2006）。そのため，那須扇状地においては，今後，農業だけでなく，農業・農村に関連する既存の諸機能をはじめとする様々な地域資源を活用することで，地域振興が図られることが重要となっている。

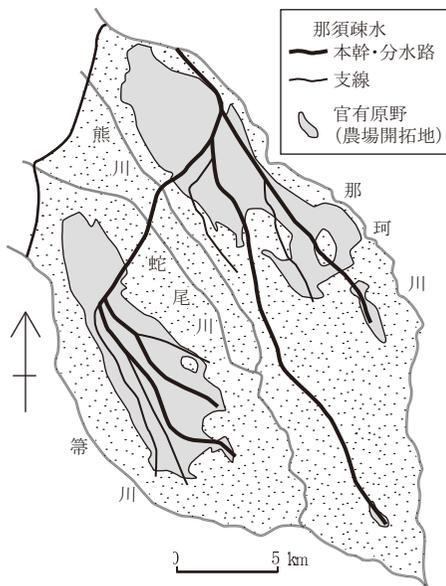


図12 那須扇状地における官有原野と那須疎水の水路網
（那須疎水百年史編さん委員会（1985）により作成）

2) 農業・農村資源を活用した観光開発の試み

那須扇状地においては、近年、農業・農村資源を活用し、観光客の獲得を図る試みが進められている。まず、農業に関連する史跡を活用した事例として重要なものが、2006年に国の重要文化財に指定された那須疎水旧取水施設の観光資源化である(図13)。那須塩原市西岩崎地区的那珂川には、那須疎水へ取水する頭首工が設けられているが、その上流側に1905～1976年に旧取水口が設置されていた。1998～2001年、この場所は那須疎水公園として整備され、導水路や水門跡が良好に保存されているため、那須疎水の歴史を直接目にすることができる。また現在の那須扇状地の農業を支える頭首工や用水路網、分水施設も、那須扇状地における開拓の歴史を示す重要な農業・農村資源と考えてよい。これらの他、松方別邸や乃木別邸、旧青木家那須別邸など、開拓の歴史のなかで地域に深く関与してきた人物の邸宅や、那須野が原博物館や黒磯郷土資料館など、地域の暮らしや文化を学ぶことのできる施設も整備されている。

さらに、より多くの観光客を獲得するために、農産物直売所や体験農園の設立および農業体験イ



図13 那須疎水旧取水施設
(2008年8月 淡野撮影)

写真中央奥から右へ流れる川が那珂川である。1905～1976年の間は写真左奥に取水口があり、そこから写真左の溝へと続く部分が水路として利用されていた。

ベントの実施などが進められている。こうした取り組みは、明治期に開発された台地上に多くみられる(図14)。農産物直売所は旧黒磯市や旧西那須野町の市街地周辺や、那須扇状地から那須高原へ向かう道路沿いなどに立地している。直売所は、なすの農業協同組合や農家有志による産直会などによって運営され、地域内外から多くの来訪客がある。一方、体験農園においては、酪農に関わるイベントとして乳搾りやチーズづくり、イチゴ・ブルーベリーなどのもぎ取り、ソバうち体験などが実施されている。いずれも家族全員で楽しめるイベントであり、観光のなかの立ち寄り地の1つ

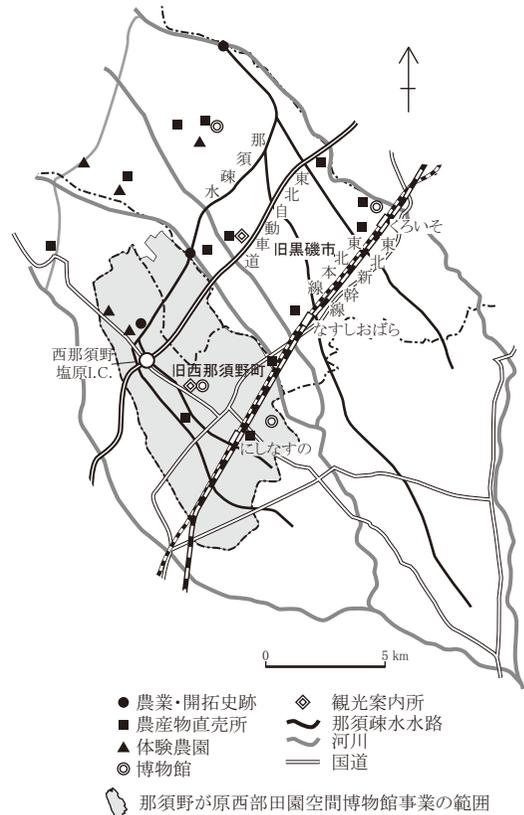


図14 那須扇状地における農業・農村資源を活用した施設の分布(2008年)
(現地調査により作成)

として利用者が増加している。こうした新しい事業に着手することで、那須扇状地における観光の振興とともに農業の維持や活性化が積極的に進められている。この他、旧黒磯市内において2008年に開業した那須ガーデンアウトレットには、農産物直売所や、那須塩原市全体を対象とした観光案内所が設置されている(図15)。以下では、農業体験などのイベントを通じて多くの訪問客を得ている例として、明治期の開拓によって農場が開設された歴史を有し、大規模な酪農と農業体験イベント等を展開する千本松牧場を取り上げる。

千本松牧場は1893年の那須開墾社の解体によって松方正義の子である松方巖に譲渡された農地に位置する。その後1928年に千本松牧場の経営は蓬萊殖産株株式会社に引き継がれた。現在の敷地面積は831haである。千本松牧場は第2次世界大戦後、北海道から乳牛を導入し、酪農事業を開始した。1960年頃からは酪農経営が急速に拡大され、飼料用の牧草生産が盛んになった。2008年現在でも酪農は千本松牧場における主要業務の1つであり、牧場敷地の大部分を牧草が占め、ホ



図15 那須ガーデンアウトレット内に開設された農産物直売所

(2008年8月 淡野撮影)

建物の色合いや形状はアウトレット内の他の施設と統一されている。なお、アウトレット内には約120の店舗と3,000台収容の駐車場が設置されている。

ルスタイン種550頭が飼育され、1日あたり約8tの生乳が生産されている(図16)。生乳は牛乳、アイスクリーム、ヨーグルトなどに加工・販売される。一方で、千本松牧場は乳搾りなどの農業体験をはじめとする体験観光と土産物販売、2つのゴルフ場運営も同時に手がけている。牧場内には普通自動車1,100台分の駐車場がある。観光客向けの施設は、牧場敷地の南端部にあたる国道400号線沿いに集中している。夏季の繁忙期には、アルバイトやパート労働者を合わせると約100人が観光事業に従事している。

千本松牧場は1964年、塩原方面などへの旅行の際に国道400号線を通過する観光客を対象として、土産物店と軽食スペース、トイレなどの休憩場所を設けた。その後、千本松牧場は、観光客が自然環境や牛に興味を持っていることを知り、農業的要素を含めた観光事業を拡大し始めた。乳牛の乳搾り体験を開始したのは1980年頃からである。ただし、現在のように多様な農業体験イベントを行うようになったのは、2000年以降である。牛の放牧場の一般公開や牧場敷地内の温泉施設の整備、イチゴ・ブルーベリー狩りなどは、いずれも観光客側からの要望によって開始された。千本松牧場は牧場の入場料や駐車料を無料にし、牧場付近を通る観光客が気軽に立ち寄ることができるようにすることで、年間約100万人の観光客を受け入れ、牧場のイメージの向上を図っている。これにより、千本松牧場での農業体験を主目的とする観光客だけでなく、塩原温泉や那須高原などを訪れた観光客も食事や土産物の購入のために千本松牧場を訪れる機会が増えることが見込まれている。また、那須地域の宿泊施設などに千本松牧場のリーフレットを置いてもらうことで、観光客からの一層の認知向上が図られている。以上のように、千本松牧場においては、農業体験をはじめとする様々なイベントや施設を展開することで、那

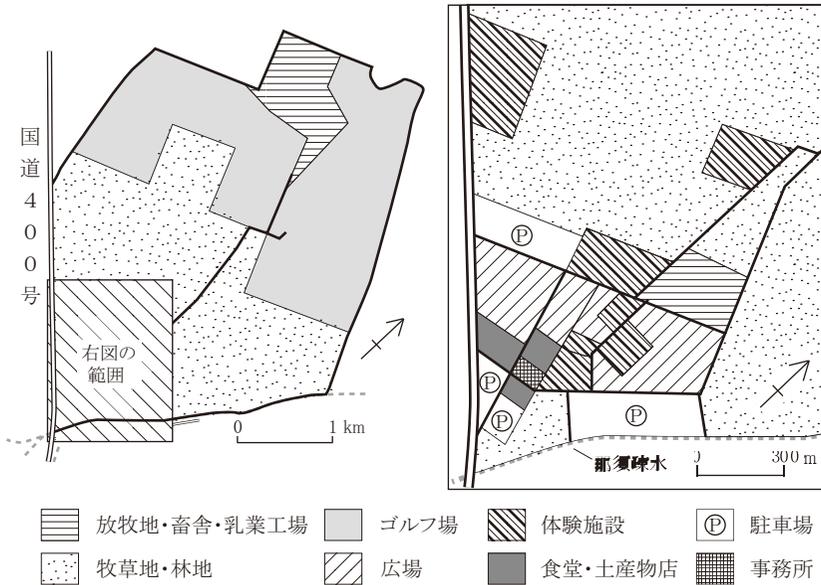


図16 千本松牧場の施設配置 (2008年)

(千本松牧場提供資料により作成)

須地域を訪れる観光客を幅広く受け入れている。

3) 田園空間博物館事業を活用した地域振興

(1) 田園空間博物館事業の導入

那須扇状地における農業・農村資源の独特な活用方法が、旧西那須野町を中心として展開される田園空間博物館事業である。田園空間博物館事業とは、伝統的な農業施設や農村景観などを地域資源として歴史的・文化的に再評価し、地域住民がこうした資源の管理や活用を主体的に行うことで、歴史教育や都市と農村の交流、自然観察などの進展を図るものである。農林水産省の田園空間博物館ホームページによると、1998年に農林水産省が策定した「田園空間整備事業」の補助によって、2008年では全国で56件の事業が実施されている。

那須扇状地においては、2000年に旧西那須野町と旧塩原町の2町によって「那須野が原西部田園空間博物館事業」が開始された。事業地域は旧西

那須野町全域と旧塩原町の横接地区である。そのため事業の管理は旧西那須野町が担うこととなった。事業の開始当初は、旧西那須野町の行政、商工団体、住民団体、および旧西那須野町内の6つと旧塩原町の横接地区の計7つの「コミュニティ」⁵⁾の各代表者が集まり、まずワークショップが4回開催された。そして2002年に、那須野が原西部田園空間博物館運営協議会(以下、協議会)が設立され、事務局が旧西那須野町役場内に開設された。協議会は31人の委員によって構成され、その内訳は7つのコミュニティから各3人と、住民団体・農協・水利組合など10の組織から各1人である。ワークショップで話し合われた内容をもとに、協議会内に企画広報部会と整備部会が設置されるとともに、各コミュニティ内に田園空間博物館事業部会が立ち上げられた。

田園空間博物館事業の中心は、地域の農業・農村資源をサテライトとして保全するとともに、こ

うしたサテライトを見て回ることでできるルートを考案することであった。ルートは各コミュニティに1~2つ設けられ、各コミュニティの田園空間博物館事業部会が管理することとなった。2006年までに101件のサテライトが指定・整備され、各コミュニティ内のサテライトを歩いて見て回ることでできるルート8件と、半日ないし1日かけて数多くのサテライトを車で見て回るルート2件が設定された(図17)。さらに、各ルートの地図やサテライトの説明を掲載した地域マップが作成された。2004年には田園空間博物館事業の総合案内所が、新設された那須野が原博物館と同じ建物に開館した。この案内所には事業に関する掲示物やパンフレットなどが設置されている。2008年8月からは週3日間、協議会の委員1人が案内所に常駐し、来訪者から問い合わせがあれば田園空間博物館事業に関する説明を行うようになった。

(2) 田園空間博物館事業の成果

田園空間博物館事業によって整備されたルートやサテライトは、コミュニティの活動において活用されている。たとえば2007年の西地区コミュニティにおける利用状況を記すと、まず6月と8月の2回、Gルート内のサテライトである那須開墾社事務所堀の除草作業を行い、その翌日に水遊びや軽食のできるお楽しみ会が実施された。9月には、コミュニティ内に存在するサテライトを地域住民が歩いて見て回る見学会が催された。また大晦日から元旦にかけて、Eルート内のサテライトである赤田山の散策路にランタンを設置し、近隣の神社に初詣に訪れた参詣客の目を楽しませるイベントも行われた。こうした活動は、いずれも田園空間博物館事業実施以後のものであり、地域住民同士の交流機会を増やすとともに、地域の事物に関する理解を深めることにもつながっている。一方、那須疎水の本幹水路沿いを歩くことのできるEルートにおいては、2004年から協議会

と那須野ヶ原土地改良区連合の共催によって、那須野が原ウォークが開催されている。この催しは、主催者側が那須疎水の歴史と現在の利用状況を説明をしながら、参加者とともに疎水に関連する施設を見て回るものである。2004年には募集人員を満たす120人が参加し、那須扇状地やその周辺地域の住民だけでなく、宇都宮市などからの参加

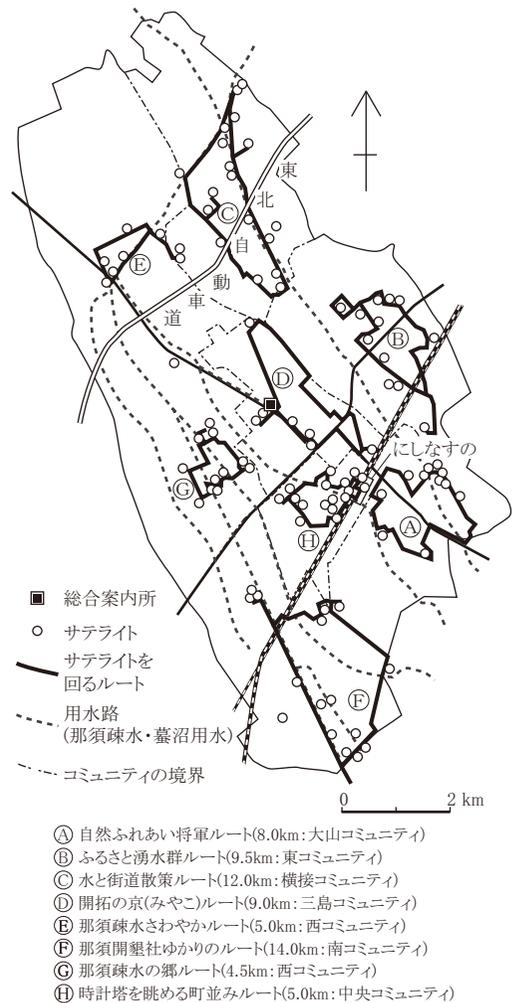


図17 那須野が原西部田園空間博物館事業における主要施設等の分布(2008年)
(那須野が原西部田園空間博物館運営協議会提供資料により作成)

者もみられた。これらをはじめとする成果が田園空間博物館事業の成功例として評価され、2007年に協議会は農林水産省の平成19年度農業農村整備優良地区コンクールで農村振興局長賞を受賞した。

こうした事業の進展を支えたのは、開拓史や地域文化に関する啓蒙活動を続けてきた住民団体と、コミュニティを単位とした旧西那須野町独特の地域住民の結びつきである。

旧西那須野町における住民団体の代表例として、1982年に設立された「石ぐら会」がある。石ぐら会は、西那須野町郷土資料館が実施する開拓史の展示や小学生に対する教育活動などに協力するために設立された。これらの活動のなかで、石ぐら会は地域に残る史跡や文化に関する情報を数多く発信した(石ぐら会, 1999, 2003)。田園空間博物館事業においても、石ぐら会によって取り上げられた事物が数多くサテライトとして活用された。田園空間博物館事業の一環として実施されている那須疎水体験学習や那須野が原入門講座も、もともと石ぐら会によって実施されていたイベントが踏襲されたものである。

一方、コミュニティ単位での地域住民の結びつきの強さも田園空間博物館事業の進展にとって重要であった。旧西那須野町では各コミュニティ単位での地域活動が盛んであったため、田園空間博物館事業におけるサテライトの指定やルートの考案も個々のコミュニティに委ねられた。この際、それまでの住民団体などによる活動で注目された事物よりも、さらに細かなものまで取り上げることが重視された。こうした事業がコミュニティ単位で面的に実施されたことで、地域の中で見過ごされていた史跡をはじめとする様々な事物が地域資源として注目されるようになり、それらの保全活動が進んだ。この結果、観光的要素は乏しいものの、地域農業や地元農村に関わる日常的な事物

がサテライトに数多く取り入れられた。また、東北新幹線的那須塩原駅開業以降増えている東京方面で勤務する新住民に、那須地域の歴史を知ってもらうことやコミュニティに溶け込んでもらうことも、田園空間博物館事業のなかで進められた。このように、田園空間博物館事業は実施当初から地域住民の積極的な協力を得たことで、地域ぐるみの活動として定着することとなった。

なお、田園空間博物館事業を継続していくうえで、今後は以下の課題に取り組むことが重要であると考えられる。それらは、田園空間博物館事業の存在や意義を旧西那須野町内だけでなく、より広範な地域の人々に認知してもらうことと、田園空間博物館事業に関わる諸団体やコミュニティ同士の連携をさらに強化することの2点である。

V 農村空間の商品化による広域的・複合的観光地域の形成

これまで述べたことを踏まえて、ここでは那須地域における個々の観光地の1970年代からの変遷過程を検討し、近年ではそれぞれの観光地が農村空間の商品化によって停滞傾向を脱却する試みを始めたこと、さらには個々の観光地の連携によって、那須地域全域に広がる観光地域が形成される可能性を、空間的に提示することにしよう。

那須地域を代表する古くからの観光地である塩原温泉と那須高原は、いずれも温泉地から発達し、1950年代までは基本的には長期滞在客を主体とした湯治場としての機能をもっていた。塩原温泉は泉質も周辺の景観も異なった11の温泉地から成り立っており、温泉地の複合体という性格をもっていた。他方、那須高原にも那須湯本温泉の他に8つの温泉地があったが、那須湯本温泉を除くといずれも規模が小さく、むしろ温泉地と別荘地、登山・ハイキング地が複合した観光地であっ

た。1950年代後半から始まる高度経済成長にもなって団体慰安旅行客が急増し、塩原温泉も那須高原も大衆温泉観光地として大きく発展した。1961年に鶏頂山スキー場が開設され、塩原温泉では冬季にはスキー客でにぎわった。那須高原でも1960年代初めにスキー場の開設、ロープウエーの開業で、温泉客とともにスキー客や登山・ハイキング客が押し寄せた。那須サファリパークや那須ハイランドパークなどのレジャー施設も開設された。2つの観光地の中間にある板室温泉は、宿泊施設が20軒余りの小規模な温泉地であったが、1970年代になっても従来ながらの湯治場という性格が強かった。1970年代にはいずれの観光地も、温泉を中心としたそれぞれの魅力で、多くの観光客を引きつけ繁栄していた(図18-a)。

1980年代から1990年代前半までは、団体旅行客に加えて、個人旅行客や家族旅行客が増えた。塩原温泉では増改築による宿泊施設の大型化が進められ、周辺ではメイプルスキーリゾートやハンターマウンテンスキー場が開設され、ますます多くの観光客を受け入れるようになった。那須高原ではこの時期に別荘地開発がさらに進み、別荘地の間をペンションが埋めるようになった。レジャー施設もさらに充実した。そして、那須地域のそれぞれの観光地は、最盛期を迎えた(図18-b)。この頃には、那須扇状地の千本松牧場の観光化が始まり、依然として湯治場としての性格を残していた板室温泉でも、公共の日帰り入浴施設がつくられた。

ところが1990年代の初めにバブル経済が崩壊すると、いずれの観光地でも観光客が減少するようになった。それに対して、塩原温泉では新たに足湯をつくったり、明治期から昭和戦前期にかけて訪れた文人の足跡をたどる散歩道と施設を整備したりした。さらに自然散策路の設置や農産物直売所の開設、農業体験プログラムやヘルスツーリ

ズムの導入といった、自然景観や農業・農村資源を観光に活用した観光振興を模索するようになった。那須高原では観光目的の美術館や博物館が建設され、ペンションが増加したが、ここでも農産物直売所や農業体験といった農業・農村資源の活用がめだつようになった。板室温泉でも周辺の沼ッ原湿原や乙女の滝などの自然景観をめぐる散策が重視されるようになった。那須扇状地では、千本松牧場が観光事業を拡大するとともに、那須野が原博物館が新たに建設され、さらには田園空間博物館事業が実施され、日常的な農業・農村景観を文化遺産として顕彰・保存しようとする動きがでてきた。図18-cにみるように、それぞれの観光地が、農業・農村資源を活用し、観光活動の多様化と外縁的拡大を目ざすようになった。

那須地域が今後さらに発展するには、塩原温泉と那須高原、そして板室温泉といった個々の観光地がそれぞれの地域条件を活かして観光開発を進めるとともに、観光地相互の連携による多様な広域観光地域が形成される必要がある。個々の観光地を外縁的に拡大させ、観光地と観光地の間を埋め、面的に広がる観光地域の形成を可能にするのが、農業・農村資源の観光への活用である(図18-d)。旧西那須野町を中心に実施された田園空間博物館事業の価値が広く認識されたり、那須疎水やそれによって開かれた水田そのもの、開拓にまつわる様々な史跡、博物館、農産物直売所、食文化、農業体験、農村景観全体などを観光に活かそうとする傾向は強まっている。これらのことこそ、都会での生活を離れ、非日常性を体験するという重要な意味をもっている。すなわち、グリーンツーリズムやエコツーリズム、あるいは教養観光といった新しい形態の観光・レクリエーションの需要に応えることがますます必要になってくる。すなわち、農村空間の商品化によって、新たな観光地域の発展が期待されるのである。

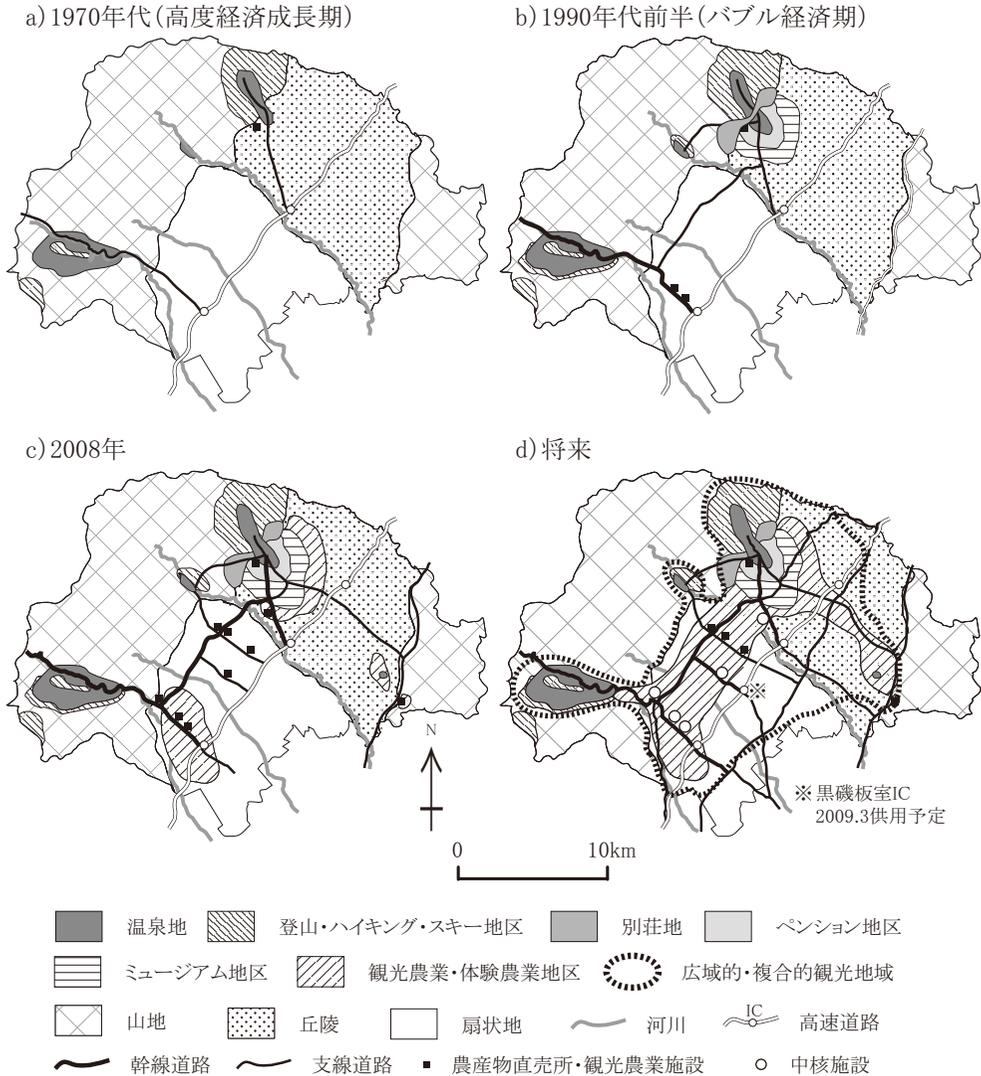


図18 那須地域における農村空間の商品化による広域的・複合的観光地域の形成

広域的・複合的観光地域の形成にとって大きな課題は、広範な領域に広がる個々の観光地相互を有機的に結びつけるための核となる拠点施設の整備、そして全域を掌握する組織づくり、さらには具体的な交通手段の整備であろう。

拠点施設として2008年7月に開設された那須ガーデンアウトレットや那須野が原博物館などが

考えられる。前者の中には農産物直売所が設けられ、那須町と那須塩原市、大田原市が連携した観光案内所が設けられている。那須地域を管轄する組織づくりについては、現在のところ行政や観光協会が協力している程度で、今後の課題として残されている。

交通手段としては、観光資源や観光施設が高密

度に分布し、多くの観光客が集中する都市観光地域ではバスなどが考えられるが、那須地域では現在のところ個人の自家用車を前提にして移動を考えざるを得ない。そのうえで、東北自動車道路の西那須野インターチェンジと那須インターチェンジ、そして2009年3月に供用開始予定の黒磯板室インターチェンジから北西-南東方向へ延びる国道400号線と主要地方道の53号線と17号線、そして那須地域を北東-南西方向に貫く国道4号線と主要地方道30号線の整備が重要となる。

VI むすび

現代の観光活動の1つの特徴として、棚田の景観や里山、伝統的な町並み、農山村の景観や産物、食文化、生活様式などを観光資源化する傾向が強まっていることがあげられる。特に、グリーンツーリズムやエコツーリズムといった農業・農村資源の活用、言い換えれば農村空間の商品化による観光活動が盛んになっている。他方、1990年以降農業の担い手不足や不耕作農地の増加、生産性の低下、輸入農産物との競合、農村コミュニティの弱体化など様々な問題を抱えるようになった農村地域でも、後退する農産物生産機能に代わって、余暇や癒し、文化的・教育的価値、環境保全などの機能を強調する傾向が強まっている。

このような観光地と農村地域の状況を踏まえ、本稿では、バブル経済崩壊後停滞傾向がみられる既存の観光地が、農村空間の商品化によって発展する可能性を、栃木県那須地域で検討した。温泉観光を中心に発展してきた塩原温泉や那須高原など既存の観光地では、近年になってハイキングコースの整備や体験農園、農産物直売所、地元の食材を提供するレストランの設置など、いわゆる農村空間の商品化による観光開発が進んでおり、この点に今後の観光地活性化の展望を求めている。

さらに、両観光地の中間に位置する広大な那須扇状地の農村景観や開拓の歴史、そして最近完了した農林水産省の田園空間博物館事業の成果などを観光資源化する動きがあり、これによって、板室温泉なども含む個々の観光地が統合され、面的に広がる広域的・複合的な観光地域が形成され、それが那須地域全体の発展に結びつく可能性がある。ただし、これが実現するための大きな課題は、広範な領域を結ぶ交通手段と核となる拠点施設の整備、そして全域を掌握する組織づくりであろう。

この研究を実施するにあたり平成19-20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」(課題番号:19202027, 代表者:田林 明), 平成20年度科学研究費補助金特別研究員奨励賞「土地利用型農業における農地利用をめぐる農家間ネットワークに関する地理学的研究」(課題番号:20521, 吉田国光)による研究費の一部を使用した。現地調査にあたっては、那須塩原市役所と那須町役場をはじめとする関連機関や団体・組織の方々、多くの農産物直売場や観光施設、農家の皆様のご協力を得た。東京学芸大学の矢ヶ崎典隆教授には英文要旨の校閲をお願いした。以上の方々から心からお礼申しあげる。この研究の骨子については、2008年日本地理学会秋季学術大会(岩手大学)において発表した。

注

- 1) 香川(2007)によると、観光地とは「人々に観光目的を実現させるために観光資源ないし観光施設、さらには宿泊施設などの複合的な要素が一体的に形成している空間」である。また、観光地域とは「個々の観光地が相互に周辺観光地とルート上で有機的に統合されている空間的広がり」である。そこでこの報告では、塩原温泉や那須高原を観光地とし、それらを含む

那須地域全域を観光地域と表現する。

- 2) 板室温泉と三斗小屋温泉は那須塩原市内の会津中街道沿いに立地し、これ以外は那須町内の茶臼岳山麓の湯本温泉を中心に立地している。
- 3) 気候療法とは、地形の高低差を利用して人体に刺激と鎮静を与える療法である。
- 4) むしろ新しく設立された「ふれあいの郷直売所」が、商品価格の決定方法をはじめとした直売所の運営方式を、「ふるさと物産センター」から学んだ。
- 5) 旧西那須野町におけるコミュニティとは、小学校区を単位とする地区のまとまりであり、その空間的な範囲は旧村よりは狭いが自治会などが存在する行政区よりは広い。各コミュニティ内で様々な地域イベントが毎年開催されており、各コミュニティに存在するコミュニティセンターには市職員が常駐している。

文献

- 安達曜理・高山宗之・酒川 準 (2006) : 那須扇状地とその周辺地域における広域観光エリア形成の可能性。自然とくらし (筑波大学大学院修士課程教育研究科教科教育専攻社会科教育コース), **13**, 1-24.
- 荒樋 豊 (2008) : 日本農村におけるグリーン・ツーリズムの展開。年報村落社会研究, **43**, 7-42.
- 石井英也 (1970) : わが国における民宿地形成の予察的考察。地理学評論, **43**, 607-622.
- 石井英也 (1977) : 白馬村における民宿地域の形成。人文地理, **29**, 1-25.
- 石井英也編 (2008) : 『景観形成の歴史地理学－関東縁辺の地域特性－』二宮書店。
- 石ぐら会編 (1999) : 『那須野が原歴史探訪』石ぐら会。
- 石ぐら会編 (2003) : 『石ぐら会20年の歩み』石ぐら会。
- 池 俊介 (2006) : 『村落共有空間の観光的利用』風間書房。
- 井口 粹・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－静岡市増地区を事例として－。新地理, **56**(2), 1-20.
- 馬野友之・川野和美・多田野清人・今野良祐 (2006) : 那須野ヶ原における農業用水利用の変容と那須疎水の現代的意義。自然とくらし (筑波大学大学院修士課程教育研究科教科教育専攻社会科教育コース), **13**, 25-50.
- 香川 真編 (2007) : 『観光学大事典』木楽舎。
- 菊地俊夫 (2008) : 地理学におけるルーラルツーリズム研究の展開と可能性－フードツーリズムのフレームワークを援用するために－。地理空間, **1**, 32-52.
- 呉羽正昭 (2006) : 観光開発と環境保全。山本正三・谷内 達・菅野峰明・田林 明・奥野隆史編 (2006) : 『日本の地誌2 日本総論Ⅱ (人文・社会編)』朝倉書店, 379-386.
- 財団法人日本交通公社編 (2004) : 『観光読本第2版』東洋経済新報社。
- 塩原町誌編纂委員会編 (1980) : 『塩原町誌』塩原町。
- 白坂 蕃 (1976) : 野沢温泉村におけるスキー場の立地と発展。地理学評論, **49**, 341-360.
- 白坂 蕃 (1986) : 『スキーと山地集落』明玄書房。
- 高橋 誠 (1999) : ポスト生産主義、農村空間の商品化、農村計画－農村性の社会的構築に関するノート (2)－。情報文化研究, **21**, 143-152.
- 田林 明 (2007) : 日本農業の構造変容と地域農業の担い手。経済地理学年報, **53**, 3-25.
- 立川雅司 (2005) : ポスト生産主義への移行と農村に対する「まなざし」の変容。年報村落社会研究, **41**, 7-40.
- 那須疎水百年史編さん委員会編 (1985) : 『那須疎水百年史』那須疎水土地改良区。
- 那須町教育委員会編 (2005) : 『那須温泉史－写真と絵葉書で見る温泉の歴史－』那須町。
- 西那須野町史編さん委員会編 (1997) : 『西那須野町の産業経済史－西那須野町史双書⑤－』西那須野町。
- 西那須野町史編さん委員会編 (2000) : 『西那須野町の開拓史－西那須野町史双書③－』西那須野町。
- 日本観光協会編 (2001) : 『平成12年度観光の実態と志向－第19回観光に対する動向調査』日本観光協会。
- 日本地誌研究所 青野壽郎・尾留川正平編 (1981) : 『日本地誌 第1巻 日本総論』二宮書店。
- ネスト (2005) : 『い～旅しよう！塩原温泉郷2005』ネスト。
- 林 琢也 (2007) : 青森県南部町名川地域における観光農業の発展要因－地域リーダーの役割に注目して－。地理学評論, **80**, 633-659.
- 樋口めぐみ (1999) : 日本における市民農園の存立基盤－川口市見沼ふれあい農園の事例から－。人文地理, **51**, 291-304.
- 溝尾良隆 (2007) : 『観光まちづくりの現場からの報告』原書房。
- 南ヶ丘牧場編 (1998) : 『南ヶ丘牧場50年のあゆみ』南ヶ丘牧場。
- 村田啓介 (1995) : 通信販売方式による産地直送事業の展開過程－山形県の「サクランボ小包」を事例として－。地理学評論, **68**, 367-386.
- 山村順次 (1990) : 『観光地域論－地域形成と環境保全－』古今書院。
- 山村順次 (1995) : 『新観光地理学』古今書院。

- 山村順次 (1998) : 『新版・日本の温泉地－その発達・現状とあり方』日本温泉協会.
- 山村順次 (2006) : 日本における観光の現状と役割. 山本正三・谷内 達・菅野峰明・田林 明・奥野隆史編 (2006) : 『日本の地誌2 日本総論Ⅱ (人文・社会編)』朝倉書店, 360-364.
- 山本正三・石井英也・田林 明・手塚 章 (1981) : 中央高地における集落発展の一類型－長野県菅平高原の事例－. 人文地理学研究, 5, 79-138.
- Butler, R. (1998) : Rural recreation and tourism. Ilbery, B. ed. *The Geography of Rural Change*. Longman, 211-232.
- Cloke, P. (1993) : The countryside as commodity: New rural spaces for leisure. Glyptis, S. ed., *Leisure and the Environment: Essay in Honour of Professor J.A. Patmore*. Belhaven Press, 53-67.
- Ilbery, B. and Bowler, I. (1998) : From agricultural productivism to post-productivism. Ilbery, B. ed., *The Geography of Rural Change*. Longman.
- Hall, C.M. and Page, S.J. (2006) : *The Geography of Tourism and Recreation 3rd Edition*. Routledge.
- Woods, M. (2005) : *The Rural Geography*. SAGE Publication. 農林水産省田園空間博物館ホームページ <http://www.maff.go.jp/nouson/nouson/denenkuukan/index.htm> (最終閲覧日2008年9月29日).

**Proposed Development of Tourist Industries based on the Commodification of Rural Spaces
in the Nasu Region, Tochigi Prefecture**

TABAYASHI Akira

Graduate School of Life and Environmental Sciences, University of Tsukuba

TANNO Yasuhiko, YOKOYAMA Takafumi

Graduate Student, University of Tsukuba

and YOSHIDA Kunimitsu

Graduate Student, University of Tsukuba, JSPS Research Fellow

Traditional and popular tourist areas such as hot spring resorts have stagnated since the collapse of the bubble economy around 1990 in Japan. However, as the tourism for practical experiences and educational purposes attracts many people, it may be necessary to discover and exploit new tourist resources. One of the important and promising means is the commodification of rural spaces for tourism, leisure and recreations. At present one of the most important elements of rural changes in the developed countries including Japan is the transition from an economy based on production to an economy based on consumption. The most visible component of the consumption-based rural economy is tourism (Woods, 2005).

This paper depicts the possibilities of developing tourist industries based on the commodification of rural spaces by presenting a case study of the Nasu Region in Tochigi Prefecture in Central Japan. In the Nasu Region attractive hot springs played an important role in forming famous tourist areas such as the Shiobara Hot Spring resort and the Nasu Highland resort. However, they are now attempting to revitalize their tourist industries by building hiking routes, introducing farm experiences, establishing farmers' markets, and opening restaurants to serve dishes using local agricultural products. This strategy of redeveloping tourist industries firmly depends on the commodification of the rural spaces.

In addition, a huge alluvial fan extending between the Shiobara Hot Spring resort and the Nasu Highland resort has many rural resources such as beautiful rural landscapes, historical sites of settlement, museums, repaired and improved irrigation canals, country roads, and monuments, that could be all used for the tourism for practical experiences and educational purposes. If the new types of tourist industries develop successfully, the Nasu Fan will integrate the two traditional tourist areas. In other words, the commodification of the rural space of the Nasu Fan will contribute to develop a vast and compound tourist region of Nasu extending from the Shiobara Hot Spring resort through the Nasu Fan to the Nasu Highland resort.

Key words : Nasu region, rural space, commodification, tourist area, hot spring resort