

## 調査報告

# 観光ぶどう農園の来園者にみる都市農村交流への 関心についての意識調査結果

—和歌山県伊都郡かつらぎ町御所地区を事例に—

## Report on Visitor Attitude Survey of Pick-Your-Own Grape Farm on Rural-Urban Interaction: A Case Study of Gose District in Katsuragi Town, Wakayama Prefecture

田又 あすか<sup>1</sup>、的場 朱里<sup>1</sup>、山根 絵美<sup>1</sup>、山本 彩佳<sup>1</sup>、藤田 武弘<sup>2</sup>、大浦 由美<sup>2</sup>

Asuka Tamata, Akari Matoba, Emi Yamane, Ayaka Yamamoto, Takehiro Fujita, Yumi Oura

1 和歌山大学観光学部生、2 和歌山大学観光学部

キーワード：観光農園、農山村地域、都市住民、地域資源、グリーン・ツーリズム

Key Words : Pick-Your-Own farm (PYO farm), Rural areas, Urban residents, Local resources, Green tourism

### Abstract :

The purpose of this report is to examine the attitude of urban residents concerning hands-on experiences and mingling with local people in rural areas, using the results of the customer attitude survey conducted at a Pick-Your-Own grape farm (PYO farm) in Gose District in Katsuragi Town, Wakayama prefecture. This questionnaire survey was carried out in March 2011 with 463 responses out of 1,018 visitors.

Results are as follows;

- 1) Not only the buying and selling of products but a very close relationship was observed between PYO farm owners and visitors;
- 2) Customers enjoy a close relationship with PYO farm owners through hands-on experiences such as harvesting farm products and/or learning traditional cooking; and
- 3) In order to fulfill the various expectations of visitors, developing further cooperation with other tourism facilities is very important for PYO farm owners.

### はじめに

現代の日本では、少子高齢化・過疎化に伴う農業従事者の不足や農業構造基盤の脆弱化により農山村の地場産業が衰退しつつあると言われて久しい。しかし、近年になってこれら農山村の活性化手法の一つとして、農山村固有の地域資源や多様な価値に着目し、都市と農山村との新たな交流・連携を目指す「グリーン・ツーリズム」に関心が集まっている。

西欧諸国でのグリーン・ツーリズムの考え方は、農山村において、その自然や文化に触れながら楽しむ長期滞在型の余暇活動が主流であるが、日本型グリーン・ツーリズムは、日本人の価値観や長期休暇を取ることが難しい日本人の生活に合致した「質の高い」交流を行えるのが特徴である<sup>1)</sup>。しかしながら、どの農山村でも容易にグリーン・ツーリズムの考え方を導入できるわけではな

い。むしろ多くの農山村が、旧来のしきたりや慣習を崩したくはないという現状追認的な意識と都市住民との交流・連携を通じて見え始めた可能性との間で、せめぎ合いを続けているというのが正しいようにも思われる。

和歌山県伊都郡かつらぎ町御所地区は、和歌山県北部の一画にあり、標高約 200～400 m に位置する中間農業地域である。従来、ミカンが主要農産物であったが、市場価格の低迷により、ぶどう（ピオーネ）づくりに経営内容を転換してきた。雨よけ栽培の導入による低農薬栽培や、ジベレリン処理による無核栽培などに取り組み、市場でも高く評価される高品質のぶどう生産に努めてきた。また、かつらぎ町御所観光ぶどう農園組合を中心に「観光農業（ぶどう狩り）」に取り組んで以来、来園者に満足してもらえ環境を提供しようと、トイレ・駐車場等の施設整備や生活用水施設の整備、進入用道路の整備

などを地域の景観を損ねることなく行ってきた。現在、御所地区では、美味しいぶどう生産へのこだわりと共に、「農家民泊」の導入など生産者と消費者との心のふれあいを意識した取り組みが進められているが、その一方で後継者不足等の課題や次世代に継承すべき地域のあり方を模索しているところである。

筆者らは、かつらぎ町御所観光ぶどう組合の農家との交流や意見交換を積み重ねるなかで、農山村に関心を寄せる都市住民の意識構造を分析するための一助として、かつらぎ町御所地区観光ぶどう農園来園者（顧客）に対するアンケート調査を実施する機会を得た<sup>2)</sup>。

以下、①かつらぎ町御所地区観光ぶどう農園来園者の特徴、②来園者と観光ぶどう農園との交流の実際と評価、③来園者の農業・農山村体験への関心、の三つの視点から分析結果を紹介したい。

## I かつらぎ町御所地区観光ぶどう農園来園者の特徴

### 1. ぶどう農園来園者の特徴（属性）と観光行動

#### ① 性別

回答者の性別は、回答者総数 459 名のうち、男性が 152 名、女性が 307 名であった（無回答 3 名を除く）。割合で見ると、男性 32.9%、女性 66.5%と、女性が 3 分の 2 を占めている。

#### ② 年代

表 1 によると、各年代の内訳（総数 459 名）は、30 歳代未満が 29 名（6.3%）、40 歳代が 43 名（9.3%）、50 歳代が 82 名（17.7%）、60 歳代が 196 名（42.4%）、70 歳代以上が 109 名（23.6%）であった。このように、60 歳代以上の回答者の割合が全体の 3 分の 2 を占めている。

表 1 来園者の年代 (単位：名)

	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳代以上
回答数 (有効 462)	4 (0.9%)	25 (5.4%)	43 (9.3%)	82 (17.7%)	196 (42.4%)	109 (23.6%)

出所：かつらぎ町御所地区観光ぶどう農園来園者に対するアンケート調査（送付回収/2011 年 3 月）による。

#### ③ 「ぶどう農園」への来園回数

表 2 より、来園回数についての回答をみると、「1 回」が 60 名（15.9%）、「2 回～5 回」が 141 名（37.3%）、「6 回～9 回」が 40 名（10.6%）、「10 回以上」が 136 名（36.1%）となっており、リピーター率が極めて高いことが特徴である。農園への来園回数がぶどう狩りシーズンに年に 1 回というのが一般であると考えれば、利用者と農園とが古くから強いつながりをもっていることが伺える。

表 2 「農園」への来園回数 (単位：名、%)

回数	1 回	2 回	3 回	4 回	5 回	6 回	7 回	8 回	9 回	10 回	11 回以上
回答数 (15.9)	60 (15.9)	28 (7.4)	51 (13.5)	16 (4.2)	46 (12.2)	16 (4.2)	10 (2.7)	14 (3.7)	0 (-)	69 (18.3)	67 (17.8)

出所：表 1 に同じ。

#### ④ 来園人数

表 3 から農園への来園人数をみると、「2 人以下」が 77 名（16.7%）、「3 人」が 80 名（17.3%）、「4 人」が 67 名（14.5%）、「5 人」が 57 名（12.3%）、「6 人～10 人」が 77 名（16.6%）、「11 人以上」が 27 名（5.8%）であった。このように、比較的大人数での来園が多いことから、家族以外にも何らかの団体やグループで農園に来園していることが分かる。

表 3 「農園」への来園人数 (単位：名、%)

訪問人数	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人	6 人	7 人	8 人	9 人	10 人	11 人以上
回答数 (1.3)	6 (1.3)	71 (15.4)	80 (17.3)	67 (14.5)	57 (12.3)	31 (6.7)	9 (1.9)	18 (3.9)	5 (1.1)	14 (3.0)	27 (5.8)

出所：表 1 に同じ。

#### ④ グループ構成

次に、表 4 から来園者のグループ構成をみると、「友人」が 171 名（40.0%）、「家族」が 167 名（39.0%）、「夫婦」が 59 名（13.8%）、「その他（互助会や婦人会などの有志のグループや団体を含む）」が 31 名（7.3%）であった。

さらに、表 5 から来園者のグループ構成を年代別にみると、やはりどの年代でも「友人」、「家族」での来園が全体の 7 割を占めている。ただし、「家族」で来園する場合は幅広い年代層に及んでいるのに対して、「友人」で来園する場合は比較的年齢層の高いグループが多いことが分かる。

表 4 グループ構成 (単位：名、%)

	友人	家族	夫婦	その他
回答数 (有効 391)	171 (40.0%)	167 (39.0%)	59 (13.8%)	31 (7.3%)

出所：表 1 に同じ。

表 5 来園者のグループ構成（年代別、クロス集計）（単位：名）

		友人	夫婦	家族	その他
実 数 値	20 歳代	3 (1.7%)	0 (-)	0 (-)	0 (-)
	30 歳代	5 (2.9%)	1 (1.6%)	16 (9.5%)	2 (6.4%)
	40 歳代	10 (5.8%)	2 (3.3%)	23 (13.7%)	0 (-)
	50 歳代	30 (17.5%)	11 (18.6%)	26 (15.5%)	5 (16.1%)
	60 歳代	79 (46.1%)	28 (47.4%)	70 (41.9%)	16 (53.3%)
	70 歳代	43 (25.1%)	17 (28.8%)	31 (18.5%)	5 (16.1%)

出所：表 1 に同じ。

## ⑤ 居住地

表6から来園者の居住地についてみると、「大阪府」が273名(59.1%)、「和歌山県」が163名(35.3%)、「その他(兵庫県、奈良県、京都府他)」が26名(6.6%)のように、大阪府、和歌山県で全体の94%を占めている。

次に、大阪府からの来園者の市町村別居住地をみると、以下の通りである(表7参照)。多い順に、「岸和田市」32名(12.8%)、「泉南郡」30名(12.0%)、「堺市」28名(11.2%)、「泉佐野市」26名(10.4%)、「大阪市」26名(10.4%)、「その他(和泉市、河内長野市、羽曳野市、泉大津市、八尾市、茨木市、吹田市、東大阪市他を含む)」89名(32.6%)であった。上位5市郡で大阪府内の52%を占めているものの、大阪府内でも幅広い市町村から集客していることが分かる。

さらに、和歌山県内からの来園者の市町村別居住地についても同様にみると、「和歌山市」86名(52.8%)、「紀の川市」21名(12.9%)、「伊都郡」17名(10.4%)、「岩出市」17名(10.4%)、「橋本市」17名(10.4%)であった(表8参照)。上位5市町村で和歌山県内の96%を占めているが、紀中や紀南方面から訪れる人は比較的少ない。

表6 居住地 (単位:名)

	大阪府	和歌山県	その他
回答数(有効462)	273(59.1%)	163(35.3%)	26(6.6%)

出所:表1に同じ。

表7 来園者の居住地(大阪府) (単位:名)

大阪府 (n = 273)	
岸和田市	32(12.8%)
泉南郡	30(12.0%)
堺市	28(11.2%)
泉佐野市	26(10.4%)
大阪市	26(10.4%)
阪南市	23(9.2%)
貝塚市	19(7.6%)
その他	89(32.6%)

出所:表1に同じ。

表8 来園者の居住地(和歌山県) (単位:名)

和歌山県 (n = 163)	
和歌山市	86(52.8%)
紀の川市	21(12.9%)
伊都郡	17(10.4%)
岩出市	17(10.4%)
橋本市	17(10.4%)
その他	5(3.0%)

出所:表1に同じ。

## ⑥ 「ぶどう農園」までの所要時間

表9より、ぶどう農園までの所要時間は、「1時間未満」が138名(34.6%)、「2時間未満」が212名(53.1%)、「2時間以上」が49名(12.3%)であった。このように2時間未満が9割近くも占めており、自家用車利用とはいえ相当広域から集客していることが注目される。

表9 所要時間 (単位:名)

時間	30分未満	1時間未満	2時間未満	3時間未満	3時間以上
回答数(有効399)	23(5.8%)	115(28.8%)	212(53.1%)	35(8.8%)	14(3.5%)

出所:表1に同じ。

## ⑦ 「ぶどう農園」での滞在時間

一方で、ぶどう農園での滞在時間について表10からみると、「1時間」が154名(40.1%)、「2時間」が139名(36.2%)、「3時間以上」が91名(23.7%)であった。ここで、滞在時間が「1時間」という回答は、ぶどうを進物用や自宅用に買って帰るだけのリピーターが多いことが考えられる。それに対して滞在時間が「2時間以上」という回答は、筆者らが実施した農家に対するヒアリング調査と合わせて考察すると、昼食持参で農園を訪れ、園主との会話を楽しみながら交流しているものと考えられる。

なお、表出していないが、御所地区での滞在形態についての質問については、「日帰り」が388名(99.0%)であると分かった。近隣には目立った宿泊施設は見当たらないが、御所地区では、ぶどう農園来園者にはまだ周知されていないものの、6件の農家が「農家民泊」の受け入れを開始している。

表10 滞在時間 (単位:名)

時間	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	9時間
回答数(有効384)	154(40.1%)	139(36.2%)	72(18.8%)	11(2.9%)	5(1.3%)	2(0.5%)	1(0.2%)

出所:表1に同じ。

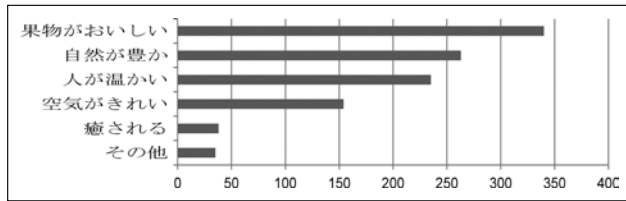
## 2. 来園者と観光ぶどう農園との交流の実態と評価

## ① 御所地区の魅力(複数回答)

御所地区の魅力についての回答によれば、「果物おいしい」と回答した人が340名と最も多かった。続いて「自然が豊か」263名、「人が温かい」235名、「空気がきれい」154名、「癒される」38名、「その他(「訪れた事がないのでわからない」も含む)」35名となった(図1参照)。前出の表で、進物または自宅用に買って帰るのみではなく、ぶどう農園に来園して食べる人が多いことが指摘されたが、ここでも「果物おいしい」ことが御所地区の魅力であると答えた人が多くなった。さらに、注目すべきは「人が温かい」と回答した人が多数みられることで

ある。古くからのリピーター層が多いことなどからも分かるように、御所地区が来園者との人と人との繋がりを大事にしてきた様子が伺える。

図1 御所地区の魅力（複数回答）（単位：名）

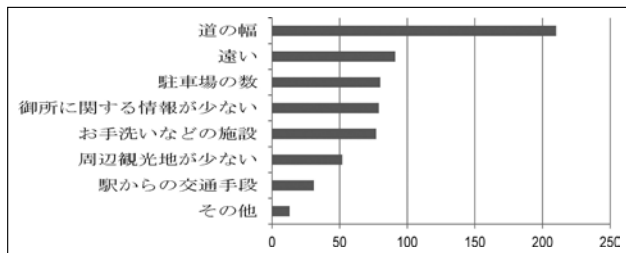


出所：表1に同じ。

## ② 御所地区の不便な点（複数回答）

御所地区の不便な点についての回答によれば、「道の幅が狭い」210名、「遠い」91名、「駐車場の数が少ない」80名、「御所に関する情報が少ない」79名、「お手洗いなどの施設」77名、「周辺観光地が少ない」52名、「駅からの交通手段」31名、「その他」13名となっている（図2参照）。ハード面に関する不便さへの指摘が目立つが、ソフト面でも不便に感じている点もあり、両面に課題がある。なお、ハード面では、「道の幅が狭い」と感じる人も多いが、2011年8月末に県道から地区に通じる新しい道が開通したため、この不便はある程度解消される見込みである。また、「お手洗いなどの施設」については、お手洗いの数が少ないという量的問題と洋式トイレの方が年配の利用者には使い易いなど質的問題の両方が考えられる。また、ソフト面については、「御所に関する情報が少ない」ことや、それに起因して「周辺観光地が少ない」と感じている人もみられた。

図2 御所地区の不便な点（複数回答）（単位：名）



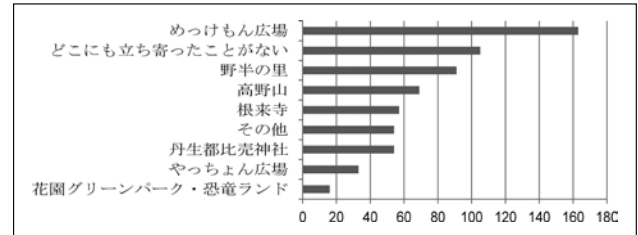
出所：表1に同じ。

## ③ 立ち寄ったことのある周辺観光地（複数回答）

立ち寄ったことのある周辺観光地についての回答によれば、「めっけもん広場」163名、「どこにも立ち寄ったことがない」105名、「野半の里」91名、「高野山」69名、「根来寺」57名、「丹生都比売神社」54名、「その他」54名、「やっちゃん広場」33名、「花園グリーンパーク・恐竜ランド」16名となっている（図3参照）。近年、食の安全・安心に関する関心が高まっており、直売所を利用

する人が増えているが、ここでも直売所に立ち寄る人が最も多いという結果となった。御所地区の観光ぶどう農園を訪れる人も食の安全・安心に関心が高いのではないかと推察される。一方で、「どこにも立ち寄ったことがない」人も多く、御所地区のぶどうを目的にわざわざ訪れてくれる人が多いことは興味深い。また、食事・休憩（温泉）施設を擁する「野半の里」に立ち寄る人が多いことも注目される。

図3 立ち寄ったことのある周辺観光地（複数回答）（単位：名）



出所：表1に同じ。

ところで、地域別にみると、和歌山県内の人はどこにも立ち寄らず、ぶどうだけのために御所地区に来る人が多いのに対して、大阪府内の人には「めっけもん広場」「やっちゃん広場」など直売所にも立ち寄る人が4割を占める（表11参照）。

表11 立ち寄ったことのある周辺観光地（居住地別、クロス集計）（単位：名）

	和歌山県	大阪府
直売所 (めっけもん広場・やっちゃん広場)	46 (22.4%)	141 (39.9%)
どこにも寄らない	57 (27.7%)	43 (12.2%)
野半の里	35 (17.0%)	53 (15.0%)
高野山	24 (11.7%)	39 (11.0%)
根来寺	12 (5.8%)	42 (11.9%)
丹生都比売神社	27 (13.1%)	24 (6.8%)
花園・恐竜ランド	5 (2.5%)	11 (3.1%)

出所：表1に同じ。

## ④ 「ぶどう農園」をいつ知ったか

ぶどう農園をいつ知ったかについての回答によれば、「～1年前」28名(6.1%)、「～3年前」56名(12.2%)、「～5年前」112名(24.3%)、「～10年前」120名(26.1%)、「10年以上前」144名(31.3%)となった。10年以上前から知っている人が最も多く、3割以上を占めるという結果となった（表12参照）。

また、表出はしていないが、訪問回数とのクロス集計によると、古くからぶどう農園を知る人ほど年間に何度も訪れているという傾向もみられた。

表 12 「ぶどう農園」をいつ知ったか (単位：名)

～1年前	28 (6.1%)
～3年前	56 (12.2%)
～5年前	112 (24.3%)
～10年前	120 (26.1%)
～10年以上前	144 (31.3%)

出所：表1に同じ。

⑤ 「ぶどう農園」を知ったきっかけ (情報源)

「ぶどう農園」を知ったきっかけについての回答をみると、「知人からの紹介」337名(74.9%)、その他74名(16.4%)、観光関連のホームページ14名(3.1%)、メディア7名(1.6%)、観光関連の雑誌6名(1.3%)、観光協会などの施設6名(1.3%)、道の駅などの案内所5名(1.1%)、ブログ1名(0.2%)となった(表13参照)。知人からの紹介など口コミで御所地区について知った人が圧倒的に多いことは、「ぶどう園」の来園者の満足度が高いことを示すものと考えられる。また、当初予想した項目よりも、「その他」が多かった。具体的には「通りがかり」17名、「共済・JA女性会・商工会・互助会・生協からの紹介」16名、「農園主が友人」13名、「家族からの紹介」7名、「知人から進物をもたらした」6名などであった。

表 13 「ぶどう農園」を知ったきっかけ (単位：名)

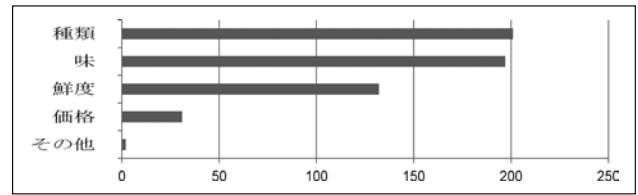
知人からの紹介	337 (74.9%)
観光関連のHP	14 (3.1%)
メディア	7 (1.6%)
観光関連の雑誌	6 (1.3%)
観光協会などの施設	6 (1.3%)
道の駅などの案内所	5 (1.1%)
ブログ	1 (0.2%)
その他	74 (16.4%)

出所：表1に同じ。

⑥ ぶどうについて満足している点 (複数回答)

ぶどうについて満足している点についての回答によれば、「種類」201名、「味」197名、「鮮度」132名、「価格」31名、「その他」2名となった(図4参照)。「種類」が最も多いが、これは御所地区ぶどう農園の主力品種である「種なしピオーネ」に満足していることを意味している。一部農家では、昔ながらの有核栽培(種あり)にこだわったぶどう栽培を行っている所もあるが、多くは無核(種なし)のぶどうを栽培している。「味」に対する評価とはほぼ同等であることをみると、種なしの食べ易さに定評があるのではないだろうか。「価格」を選んだ人は、値頃感のある価格設定に満足していると考えられる。

図 4 ぶどうについて満足している点 (複数回答) (単位：名)

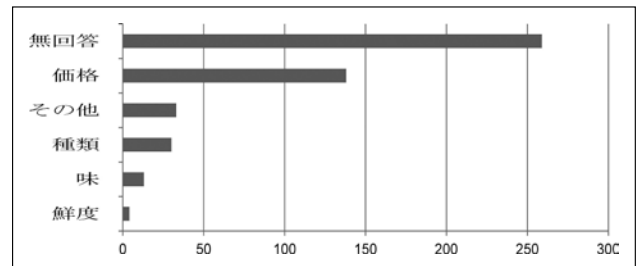


出所：表1に同じ。

⑦ ぶどうについて物足りなさを感じる点 (複数回答)

ぶどうについて物足りなさを感じる点についての回答によれば、「無回答」259名、「価格」138名、「その他」33名、「種類」30名、「味」13名、「鮮度」4名となった(図5参照)。「無回答」が圧倒的に多いが、これは物足りなさを感じていない、つまり満足していることを意味すると考えてよい。「その他」をみると、農業の使用など安全面に関心を寄せる人もいた。たとえば、一言「安心してお召し上がりください」や「農業に関する説明」などのコメントがあれば安心できるという。「価格」については、ぶどう狩り体験の価格(大人1000円、幼児・小学生700円)に対してではなく、進物または自宅発送用ぶどうの価格についての物足りなさであることが推定されるが、なかには送料が高いという不満なども含まれていた。「種類」についてはピオーネだけでなくマスカットなどほかの品種も増やしてほしいという要望もあった。

図 5 ぶどうについて物足りなさを感じる点 (複数回答) (単位：名)



出所：表1に同じ。

3. 観光ぶどう農園来園者の農業・農村体験への関心

① 観光ぶどう農園で取り組んでみたい収穫体験の品目 (複数回答)

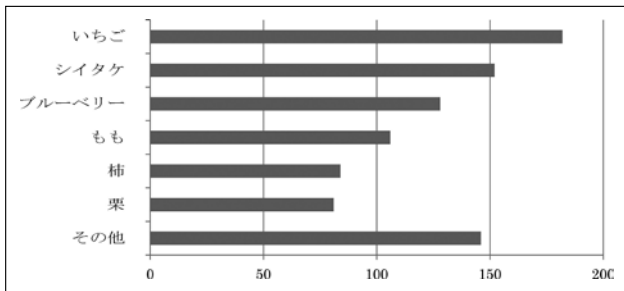
図6は、御所地区の観光ぶどう農園で取り組んでみたい収穫体験の品目について尋ねたものである。なお、アンケートにとりあげた品目はかつらぎ町観光協会のパンフレットを参考にしたため、全てが御所地区で栽培されているものとは一致しないことに注意したい。品目は多い順に、「いちご」182名、「シイタケ」152名、「ブルーベリー」128名、「もも」106名、「柿」84名、「栗」81名、「その他(うめ、みかん等)」146名であった。ここから分かるように、現在観光ぶどう農園で収穫体験をすることができるぶどうやりんご以外に、いちご、ブルーベリー



などの回答も多い。また、例えばシイタケなどのように、観光農園の主力品目と重ならない時期の品目についても要望が寄せられていることが注目される。

なお、表出していないが、年代別にクロス集計を行ったところ、いちごが各世代で幅広い支持を得られていたことが分かった。また、かつらぎ町はフルーツのイメージが強いにも関わらず、シイタケを取穫体験してみたいという回答が50歳代以上の年齢層に多くみられたことも特徴である。

図6 観光ぶどう農園で取り組んでみたい収穫体験の品目 (複数回答) (単位:名)



出所:表1に同じ。

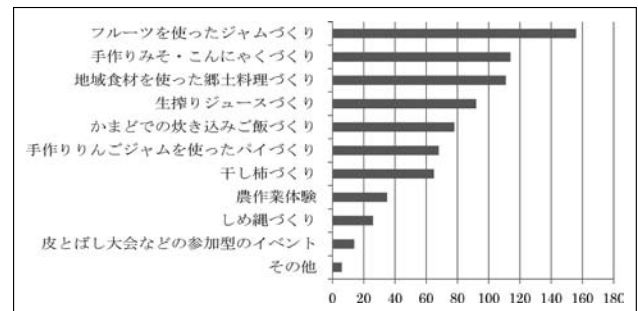
## ② 観光農園で取り組んでみたい体験 (複数回答)

図7は、観光農園で取り組んでみたい体験について尋ねたものである。なおこれらの体験項目は、御所地区で行われてきたものや今後導入できそうなものを、御所観光ぶどう農園組合の方々からのヒアリングを元に作成した。体験項目は多い順に、「フルーツを使ったジャムづくり」156名、「手作りみそ・こんにゃくづくり」114名、「地域食材を使った郷土料理づくり」111名、「生搾りジュースづくり」92名、「かまどでの炊き込みご飯づくり」78名、「手作りりんごジャムを使ったパイづくり」68名、「干し柿づくり」65名、「農作業体験」35名、「しめ縄づくり」26名、「皮飛ばし大会などの参加型のイベント」14名、「その他」6名であった。ここから、「フルーツを使ったジャム作り」への回答が多いのは、御所地区で栽培されるフルーツはおいしいというイメージがあるからではないかと考えられる。また、上記したジャム、手作りみそ・こんにゃくに関しては、一部農家がすでに商品化に着手しているほか、観光シーズン以外の時期に農園来園者に特産品として郵送するなどの取り組みも行われている。これを発展させていけば、体験メニューとして取り入れることができるようになると考えられる。また、自ら農業の生産過程に関わるような「農作業体験」に関心を持つ層が現れたことにも注目したい。さらに、今回のアンケート調査から、来園者の「イベント参加」への要望はそれほど高いわけではなく、むしろ農家と交流しながら何らかの体験を行いたいと考えていることが分かった。こ

いった要望に応えるためには、個々の農家が各々体験を受け入れるのは負担が大きくなる可能性があるため、複数農家やグループなど集落ぐるみで取り組んでいくことが求められるであろう。かつて、御所地区ではぶどう狩りのシーズンに参加型のイベントを開催していたが、イベントを支えるスタッフの人手不足などで集落の取り組み体制が整わず現在は休止されている。今後、交流事業の復活を考える際は、見直し求められる点であろう。

なお、表出していないが、年代別にクロス集計を行ったところ、「フルーツを使ったジャムづくり」への回答が幅広い世代から寄せられていることが分かった。また、「生搾りジュースづくり」も、50歳代以下の年齢層からの回答が多く寄せられたことから、これらを体験メニューとして提供すればどの年代でも気軽に楽しめ、ニーズも高いと考えられる。現在は、農園で収穫したぶどうは、すべてぶどう狩りや宅配など来園者へ販売されているようであるが、来園者から体験への要望が高いことを踏まえると、ジャムやジュース用の加工原料としてぶどうを取り置くなどして、生果販売以外の方法も検討していくことが求められる。加えて、来園者が望んでいるのはあらかじめ用意されているイベントに参加するのではなく、体験を通じて農家と交流するということが分かったため、今後御所地区では、体験メニューを充実させることを考えていくことが重要である。

図7 観光農園で取り組んでみたい体験 (複数回答) (単位:名)



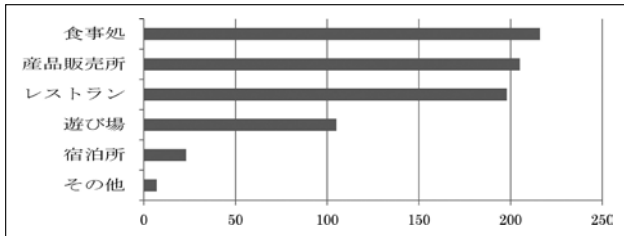
出所:表1に同じ。

## ③ 御所地区に設置して欲しい施設

図8は、御所地区に設置して欲しい施設について尋ねたものである。項目は多い順に、「軽食ができるお食事処」216名、「御所の産品販売所」205名、「農家レストラン」198名、「(家族連れの場合) こどもが遊べる場所」105名、「宿泊所」23名、「その他」7名であった。ここから考察できることは、御所地区の農作物を素材として使ったもので食事がしたい、あるいはぶどう以外にも御所地区の特産物を購入したいという要望があり、昼食を摂りながらゆっくりと滞在したいと考えている人が多いということである。また、滞在時間が2、3時間の人も数多くい

ることを考えれば、現在は来園者が各農園を訪れる際にはお弁当を持ち寄り、農園で食事をしている姿が見受けられるものの、仮りに食事を提供する場所が地区内にできれば利用したいというニーズは高いと予想される。

図8 御所地区に設置してほしい施設（複数回答）（単位：名）



出所：表1に同じ。

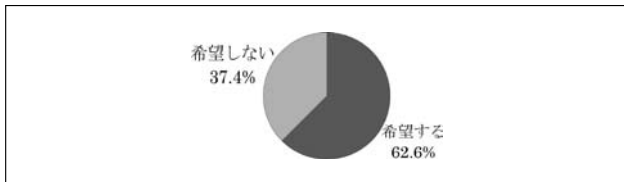
④ 農業・農村体験に関する情報が必要か

図9は、農業・農村体験に関する情報が必要か否かを示したものである。「希望する」264名、「希望しない」158名で、回答者の6割が情報を希望していることが分かる。

なお表出していないが、年代別にクロス集計を行ったところ、どの年代をみても情報を希望するという回答が多くみられた。

また同様に、来園回数とクロス集計を行い考察したところ、来園回数が多い来園者ほど情報を希望していることが分かった。

図9 御所地区に関する情報希望の有無（単位：名）

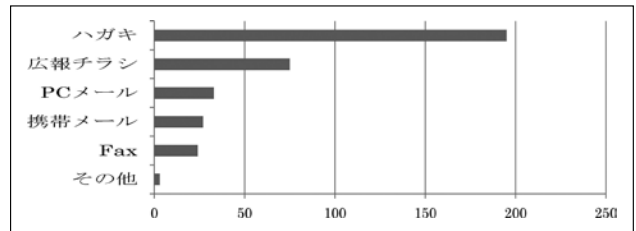


出所：表1に同じ。

⑤ 情報を希望する際の受信方法（複数回答）

図10は、情報を希望する際の受信方法について示したものである。項目は多い順に「ハガキ」195名、「広報チラシ」75名、「PCメール」33名、「携帯メール」27名、「Fax」24名、「その他（twitterを含む）」3名であった。ここでは、幅広く普及しているPCメールや携帯メールよりも、はがきや広報チラシなど、紙媒体での情報受信を希望している人が多いことに注目したい。

図10 情報を希望する際の受信方法（単位：名）



出所：表1に同じ。

また、年代別にクロス集計をした表14をみると、電子メールが普及している若い世代でも紙媒体での受信を希望している人が多いことは注目される。メールなどを利用すれば、こまめにかつ簡単に情報を配信できるが、はがきやチラシでは難しい。だからこそ、はがきなどでは手作り感を出すなど一工夫を加えることによって、顧客の印象に残る温かみのある情報提供ができると考えられる。

表14 情報を希望する際の受信方法（年代別、クロス集計）（単位：%）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
ハガキ	20.0	48.4	57.5	57.3	54.5	56.2
広報チラシ	20.0	22.6	12.5	16.0	24.2	23.3
PCメール	20.0	9.7	15.0	13.3	7.6	4.1
携帯メール	40.0	16.1	15.0	6.7	3.0	6.8
Fax	-	3.2	-	4.0	9.8	9.6
その他	-	-	-	2.7	0.8	-

出所：表1に同じ。

まとめと考察

今回の来園者アンケートでは、回収率が45.5%と高く、またアンケート最後に設けた自由意見欄にはかつらぎ町観光ぶどう農園への激励など数多くのコメントが寄せられたことが特徴的であった。このことから、かつらぎ町御所観光ぶどう農園と来園者との間には単なる商品（ぶどう）の売り買いのみの関係に留まらず、“人と人とのつながり”や“顔と心のみえる関係”があるのではないかと拝察される。実際に、道の幅が狭いことや訪れるのに時間がかかり“遠い”ことを不便だと感じながらも、リピーターとして何度も来園するという行動から分かるように、不便を感じる以上の魅力が御所地区にはあるといえるであろう。しかし、そのような魅力は、来園者の満足度を高め、“顔と心のみえる関係”を維持し続ける不断の努力や工夫があってはじめて発揮されるものである。したがって、アンケートで示された課題に真摯に向き合うことが肝要である。

例えば、御所地区周辺に関する情報が少ないという来園者からの意見については、御所周辺マップの作成や御

所の旬の情報を“手づくり感”のある紙媒体を活用して発信していくことが早急に求められる。さらに、ぶどう狩りの時期に留まらず、周年的に来園者の交流を深める手法として、50歳代以上を中心に「観光農園で取り組んでみたい収穫体験の品目」にシイタケを要望する声が高かったことに注目したい。シイタケは、ぶどう栽培の農閑期に比較的時間や労力を費やすことなく栽培することが可能な品目であり、実際に御所地区の中では栽培に着手している農家も見受けられる。また、御所地区では6戸の農家が“農家民泊”に取り組み始めている。受け入れに伴う個々の農家の負担が過重になりすぎないように一軒がそれぞれに体験メニューを提供するというのではなく、お互いの特徴を生かしながら共同で体験メニューを準備するなど6戸の農家が連携しながら受け入れを進めようとしている点は、身の丈に合った取り組みとして注目できる点である。さらには、軽食処や農家レストラン等の施設の設置を要望する声に対しては、地域内のみで完結して取り組むのみではなく、例えば「野半の里」など周辺地域の施設との連携を模索する必要もあるだろう。

現在、多くの農山村では少子高齢化に伴い、過疎化や後継者不足などの諸問題を抱えており、前述したように御所地区も例外ではない。問題を解決し、地域を活性化・再生していくことは容易ではないが“考える農業・考える農村”への一歩を踏み出すことが地域（ふるさと）を維持し、守り続けていくうえで重要である。こだわりの美味しいぶどうと温かい心のふれあいという御所地区ならではの地域資源をうまく活用し、身の丈に合った規模で都市からの来園者との交流をより一層深化させることが、次世代に誇りをもって継承できる“地域力”を高めることにつながるものと考えられる。

#### 【注】

- 1) 詳しくは、橋本卓爾・山田良治・藤田武弘・大西敏夫編『都市と農村 一交流から協働へー』日本経済評論社、2011年を参照のこと。
- 2) アンケートの回収期間は、2011年3月7日～3月25日の19日間。発送数1,018、回収数463、回収率は45.5%であった。

#### 【付記】

本調査報告は、和歌山大学観光学部の「地域インターンシップ（LIP）」の一環として、和歌山県かつらぎ町御所観光ぶどう農園組合（代表：森下哲士組合長）の協力のもとで実施したアンケート調査結果を取りまとめたものである。来園者（顧客）名簿の提供や現地ヒアリングに際してご協力頂いた組合員農家の方々には調査実施に際して格別のご配慮を賜った。また、アンケート調査の設計・発送・回収およびデータ入力等の作業には、当時の観光学部2年生（大石里美、萩生田有紀、安田優）の3名の学生の協力を得た。記して御礼申し上げたい。

受付日：2011年10月14日

受理日：2011年11月30日