

変化する生活様式、地方は新たな市場

コロナ禍は現代社会の集積（密）の不利益をあらわにし、低密度社会である農村にとって追い風となった。農業・農村の多面的機能は、農村ツーリズム（農泊）の可能性を広げた。農泊は、リモートワークやワーケーションといった新たな需要を取り込むチャンスである。

農村にとっての追い風

2020年代初頭から突然、世界中を混乱に陥れたコロナ禍は、特に大都市圏の経済や社会生活に極めて甚大な影響を及ぼしている。大都市圏ほど、経済のサービス化が進み、多くのサービス産業では対面によるサービス提供がサービスの質を決定づける重要な役割を果たしているからである。一般に、社会経済が高度化することで、モノ消費からコト消費へと経済における比重が移動することになる。

これは、ペティークラークの法則として、古くから知られている経験則である。経済発展とともに、第一次産業から第二次産業、そして第三次産業へと経済の比重が移動するという事実をこの法則は示している。現在のわが国は、すでに

第三次産業が経済活動の主要部分を占めているため、コロナ禍は、サービス部門に深刻な影響を及ぼし、経済全体に波及している。

都市は、これまで人材、資源、情報のすべてを集積することで、発展の原動力としてきた。都市の有利性は、集積の利益が、環境汚染や交通渋滞をはじめとする混雑現象などの集積の不利益を上回るといふ暗黙の前提の上に成立しているといふことができる。しかし、コロナ禍がとりわけ深刻な事態をもたらしているのは、集積の利益を享受してきた大都市部である。人と人との接触で容易に感染が広がるコロナ禍は、思わぬかたちで現代社会に集積の不利益の問題を提起しているといえる。

現在叫ばれているニューノーマルとは、こうした集積の不利益の裏返しである分散の利益を



東京農業大学国際食料情報学部 教授

大江 靖雄 OE Yasuo

おおえ やすお
1954年生まれ。千葉大学大学院園芸学研究科教授を経て2020年より現職。研究テーマは、農村ツーリズムの経済分析および農業・農村の新たな役割。農水省の農泊推進のあり方検討会座長を務め、現在、総合観光学会会長。著書に『都市農村交流の経済分析』（農林統計出版）など。

踏まえた上に成立する新たな生活様式といふことができる。言い換えると、それは集積しないこととの利益、つまり分散の利益を積極的に評価する生活様式といえる。

しかし、それは情報インフラの整備という技術革新が社会全体に進んだことにより、初めて成立しうることから、極めて21世紀的現象である。こうした情報インフラの進展により、従来の農村側の分散の不利益が軽減され、分散の利益がより浮き彫りにされることになる。これまで集積の利益から漏れがちであった農村であるが、コロナ禍は思わぬかたちで、分散の利益というこれまで十分認識されてこなかった農村の社会的機能を認識させることになったといえる。

コロナ禍は、農村側にとっては格好の追い風なのである。しかし、そのチャンスを単なる棚か

表 農業の多面的機能とビジネス化の可能性

区分	種類	ビジネス化の可能性
環境機能	国土の保全機能	△
	水源の涵養機能	△
	自然環境の保全機能	△
	良好な景観形成機能	△
社会・文化機能	文化の伝承機能	△
	保健休養機能	○
	情操教育機能	○

注：△は補助金対応、○はビジネス化が可能を示す。
 出典：大江靖雄『農業と農村多角化の経済分析』（2003年、農林統計出版）

らばた餅として、一時的な現象としてやり過ごすことは、農村側にとって大きなチャンスの喪失である。これを、農村の新たな社会的機能の認知へと高めて、持続的な農村ビジネスへとつなげる必要がある。

農業の社会文化機能を活かす

そうした問題意識から、ここでは筆者が専門としているわが国で農泊と呼ばれる農村ツーリズムの観点から、新たな農村におけるビジネスチャンスとしてその可能性と課題を考察してみたい。

まず、ニューノーマルの意義について、概念的な整理をしておく。農村の新たな機能を明確にして、ビジネス化するために重要なポイント

と考えるためである。分析の視点は、農業の多面的機能の観点から考察する。農業の多面的機能は、農業生産に伴って生じる外部効果と呼ばれる公益的機能で、環境面の機能と社会文化面の機能に二分できる(表)。

環境面の機能は、生物多様性の維持、水源涵養、水田のダム効果のような国土保全、景観形成の機能などである。社会文化面の機能は、文化伝承、保健休養機能、情操教育などの機能である。これらの機能は、農業者が地域で農業生産を続けることで、付随して生じる機能である。多面的機能は、社会に多様な有益な便益をもたらすが、農業生産という経営活動に伴ういわば無償の公益的な効果であり、それ自体を目的としているわけではない。

このため、農業者は多面的機能自体から所得を得られるわけではない。筆者は、多面的機能は、農業や農村の現代的・社会的役割を示しており、それらをビジネス化することで、農村での所得獲得の機会や就業の機会を生み出すことができると考えている。こうした観点から、筆者は、農村ツーリズムは多面的機能をビジネス化する活動と考えている(大江2017)。

ただ、環境面の機能の多くは、国土保全機能など、その便益が広範囲に及ぶことから、受益者を特定することが難しく、補助金での対応が妥当といえる。実際に政策的にも直接支払いとして実施されている。これに対して、農業者のビジネス化に向いているのは、社会・文化面の機能で、保健休養機能や情操教育機能は、農業者が宿泊・食事・農業体験サービスを提供するこ

とで、受益者を特定することができる。実際、農村ツーリズムはこの機能をビジネス化し、所得化している。

他方で、農村の伝統的な景観や資源を商品化するのには、けしからんとする感情的な意見もある。伝統的農村の姿をイメージする懐古主義的感情もわからなくはないものの、そうした意見には、地域資源を自立的にどう維持すればいいのか、地域資源マネジメントに関する現実的な視点が欠けていると言わざるをえない。

地域の方々が自分たちのアイデンティティとアイデアを踏まえて自立的な経営活動をおこなうことで仕事や所得を生み出し、持続的な地域創生に貢献することは、新たな農業や農村の役割を社会に発信する上でも重要な意義がある。と考える。

分散の利益がもたらす需要

次にコロナ禍で新たな農村の役割として重要視される分散の利益について、現代的な意義という観点から考えてみたい。コロナ禍で注目されるのは、冒頭で述べたように集積の利益よりも集積の不利益、つまり分散の利益である。しかし、これまでの多面的機能についての議論では、そうした視点はみられなかった。コロナ禍は多面的機能に関しても、新たな論点を提起しているということが出来る。

分散の利益は、空間的距離が離れていることにより生じる。農村の役割として以下の2点が指摘できる。

第一に、離れているのは空間的距離のみで、情

報インフラの整備で情報のやり取りに関する時間的な距離はほぼなくなったといつてよい。つまり、現代の分散の利益は、情報の時間的距離がほぼゼロとなるという前提で初めて成立する。これは、農村側にとってこれまでのハンディを改善する好条件となり、農村の新たな機能の成立にとり必要な条件といえよう。また、このことは、都市生活者にとって、都市生活の快適性を失わず農村での滞在ができる条件が整ってきたことを示している。

第二に、さらに重要な点として、空間的な距離がネガティブな意味ではなくポジティブな意味で評価されていることである。これまでの多面的機能においても、農業や農村が果たす役割は、都市から空間的に離れた農村で成立することから、空間的な距離が暗黙的に想定はされていた。しかし、これまで空間的距離は、農産物を都市市場へ出荷することに伴う輸送コストや、農村ツーリズムにおける、都市生活者の来訪にかかわるトラベルコストとして、空間的な輸送・移動にかかわるコスト要因として理解されてきた。もちろん、分散の利益を享受する場合にも、移動のコストは発生する。移動のコストには、実際に支払う交通費のみならず、移動に要する時間に対する心理的な負担感などのコストも含まれる。

しかし、コロナ禍では、距離があることに意義がある。つまり距離が価値を持つことになる。このことから、分散の利益を享受する都市生活にとつて移動のコストは、その分、低下することになる。コロナ禍は、距離のコストを縮小する方

向に作用している。

これまでも都市と農村の二つの居住地を行き来する、いわゆる2地域居住などのライフスタイルをとる人もいたし、政策的にも振興が図られてきた。しかし、実際にそうしたライフスタイルが広く都市生活者の間に浸透し一般化したかという点、そうとは言い難い。それは、一部の富裕層や退職者世代などに限定されていたといえる。降つて湧いたコロナ禍は、感染症のリスク回避という新たな観点から、こうしたライフスタイルに思わぬかたちで新たな光を当てることになったといえる。

変化する農村来訪のあり方

ここで注意しなければならないのは、分散の利益の提供者側は、農業者にとどまらないということである。農村でリモートワークやワーケーションなどの場が提供できればよいからである。例えば、農村の非農業者による一般の温泉旅館やロッジも、同様に受け入れ可能である。

つまり受け入れ場所は、受け入れの情報インフラなどの条件がそろっていれば、農村であればよいので、農業・非農業を問わない。この意味で、分散の利益は、厳密には農業の多面的機能のみならず、より広く農村の多面的機能ともいえる(図)。

見方を変えれば、コロナ禍は農業を含む農村の多面的機能という側面に、光を当てることになったといえる。その場合、農業と農村は一体化した地域として理解される。この点で、個別農業者のみならずコミュニティ・ベースでの受

け入れの余地も小さくない。コロナ禍で生じたこうした追い風を、どのように持続的な農村のビジネスチャンスとして取り込むのか、農業者の立場から、さらに考えてみよう。

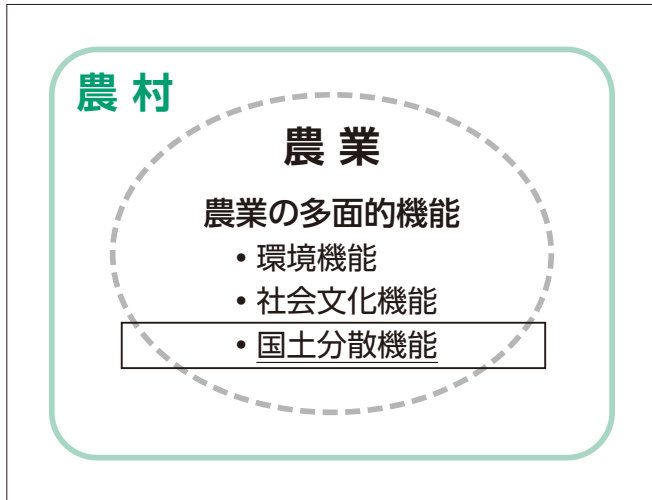
コロナ禍により生じた分散指向は、都市生活者の農村来訪への需要のあり方も変化させることになる。密を避ける旅行の形態がより好まれることになるため、団体旅行や修学旅行の受け入れより、個人、カプセル、家族など少人数単位での来訪がより一般化することになる。一般に、経済発展とともに、嗜好の多様化が進み、旅行の単位は次第に少人数単位となっていくが、コロナ禍はそうした趨勢をさらに加速化させることになったと考える。

こうした都市生活者は、量より質を指向する傾向が強い。サービスの品質に対する評価も厳しいが、現地での自立的な行動を好む傾向にあるので、農村側が必要以上に気を使ひ過ぎるようなかたちではなく、あまりおせっかいは焼く必要はないと思われる。

これまでの都市農村交流活動では、農村のホスト側が気を使い過ぎて、交流疲れという現象がしばしば発生し、交流活動の継続を困難にする一因となっていた。こうしたホスピタリティーの空回りと呼べる現象は、需要と供給のミスマッチに起因する問題である。都市生活者のニーズを的確に把握しないまま、ホスト側の思いのみでのホスピタリティーの押し付けとなり、結果的に収益性が伴わず低収益に終わることが少なくなかった。

つまり、これまでグリーン・ツーリズムと呼

図 農業と農村の多面的機能としての国土分散機能



ばれてきたわが国農村ツーリズムの課題は、多様な場面での確に需要を捉えずにサービス提供がなされ、結果的に低サービスと低収益の悪循環に陥るといったパターンが持続的ビジネス成立の大きな課題であった。

このため、この分散の利益の追い風を首尾よく持続的な農村ビジネスとして成立させるためには、過去の失敗経験を踏まえた取り組みが重要となるであろう。

マーケットインで農村活性化

2017年度より開始された農泊のプログラムは、こうした反省の上に立ち、マーケットの需要特性を踏まえた経済的に自立性を持つ農村ツーリズム活動の育成をめざしている。

持続的な農村ビジネスモデルのあり方を考えてみよう。前述したグリーン・ツーリズムの課題は、プロダクトアウトと呼ばれる発想の限界を示している。これは、需要側の要因を考慮せずに生産者側の都合や思いだけで製品やサービスを提供する行動を意味する。需要と供給のミスマッチが生じる原因もそこにあるが、農村側がこれまで苦手とする領域であったことも事実である。

これに対してマーケットインの考え方は、需要側のニーズを踏まえた製品・サービスを供給する行動を意味する。農村ツーリズムの農泊の背景には、農村ツーリズムの自立性を高めて、若い世代が家族を養えるレベルの経営活動として育成していく必要があるという基本認識がある。

コロナ禍を契機とする分散の利益を求めるリモートワークやワーケーションの需要の取り込みには、来訪者が仕事のできる空間とネット環境も含む最低限のハード面の環境を整備することが必要である。

レクリエーションの側面については、食事や体験など質の高いサービスを提供する必要がある。つまり、都会の快適性と農村のくつろぎの二つの需要を満たすことが重要となる。また、提供サービスやアクセス条件、周辺観光地の情報、および予約を可能とするポータルサイトの機能を充実させる必要がある。

ニューノーマル下の農村の姿

コロナ禍は、図らずも都市集積化にはメリッ

トばかりではなく、大きな不利益も内在しているということを露呈することになった。ニューノーマルとは、分散の利益を評価することを意味する。ニューノーマルは、多様で新たなライフスタイルの確立と国土のバランスある発展に貢献できる可能性がある。農村は、この都市における集積の不利益の問題の軽減に貢献できると考える。

現代的な分散の利益は、情報インフラの発展で現代的な都市生活の機能を維持したままで、分散の利益を享受できる条件が成立していることを意味する。これは、遠距離の農村にとってこれまでの空間的な制約の軽減につながり、農業と農村の新たな社会的な役割として認識すべきといえる。

ニューノーマルの具体的な働き方として注目されているリモートワークやワーケーションの従事者は、デジタル社会での都会の快適性と農村のくつろぎを求めているため、提供するサービスの品質には十分留意する必要がある。同時に、情報検索はネット上でおこなわれるため、予約システムなどポータルサイトの整備も重要なマーケティングの条件となる。

ニューノーマルは、農業と農村の多面的機能としての分散の利益を訴求する農村にとって大きなチャンスである。その際、ユーザーフレンドリーなデジタルマーケティング(DM)の発想がますます必要となっている。この点で、魅力的な現地滞在プログラムの開発、DMのスキルアップとそのため支援策は、農村政策に明確に位置付けるべき課題と考える。