

園芸ツーリズムの可能性について

岩本 陽児

(和光大学 現代人間学部 iwamoto@wako.ac.jp)

A Potential of Horticultural Tourism in Japan, a Draft Proposal.

IWAMOTO Yohji

Summary

This article proposes horticultural tourism, a new addition to cultural tourism and perhaps a variation of ecotourism. The horticultural tourism intends mainly to attract overseas visitors to Japan by highlighting locally available resources including Japanese traditional and stylish horticulture ie cultivars of cherry(*Prunus*), *Paeonia*, *Dianthus*, *Iris*, *Hydrangea*, orchids (*Cymbidium*, *Calanthe*, *Dendrobium*, *Vanda/Neofinetia* etc), morning glory(*Ipomoea*), *Chrysanthemum*, *Camellia*, *Acer* and so forth. Events and exhibitions in cities and towns should be enlisted in calendar. Native spot of some plant species in the wild circumstances ie *Lilium*, *Hosta*, *Hepatica*, *Adonis*, *Erythronium* etc, townscape of downtown pot gardening and seasonal landscape of man-made Satoyama of rural Japan will make attractive tourist destination. Potentially local resources are abundant as such, however, these should be regionally and/or locally integrated in calendar. In addition to listing up potential resources to set up information strategy, interpreter training is another key interest of this article. This article has shown some theoretical aspects but many are left for practices and discussions in the future. Setting up of a promoting organisation is another issue for which this article does not argue. Official funding in due course to local governments and NPOs is desirable in order to inaugurate model projects at local level.

はじめに

円安の進行に伴い、外国人旅行客の来日が増加している。当初の政策目標よりは若干遅れたが¹、2013年12月に史上初めて1000万人を突破し²、2014年は早くも10月中旬に1000万人を突破した。内訳を見ると、アジア地域の伸びがとりわけ著しい³。こうした背景のもとに、日本にやってくる外国人旅行客のバックグラウンドは、従来よりも多様化したと見てよいだろう。彼らの日本への関心を、いわゆる日本の伝統として長らくステレオタイプ視されてきたフジヤマ、ゲイシャ、スシ、ニンジャ等にとどめておくことは、もはや難しい。リピーターを獲得するためには、従来の国内客相手の観光地の自己革新に加え、ツーリストアトラクションの新領域開拓が期待される。

本稿でこれから述べる園芸ツーリズムHorticultural Tourismは、そうした新領域のひとつとして構想された。結論を先取りして述べるなら、園芸に関わる伝統文化とそれを生んだ自然環境という既存の地域資源は、しかるべき手続きを踏むことで、新たなツーリストアトラクションとしての顕在化が可能と考えられる。その見通しの元に、魅力的な国づくりのための具体策を提案するのが本稿の課題である。

すでに、大型盆栽、和風の庭木については中国、台湾など新興国の富裕層が重要な顧客となっており⁴、欧州地域への盆栽の輸出可能性についても模索

1 平成16年度の政策群6「外国人が快適に観光できる環境の整備」予算額42億円(国土交通省、外務省、法務省、経済産業省、農林水産省)では、2010年度中の1000万人突破を期待していた。

https://www.mof.go.jp/budget/budger_workflow/budget/fy2004/seifuan16/yosan007_b.pdf 2014年11月24日取得

2 2013年12月20日付朝日新聞、<http://www.asahi.com/articles/ASF0TKY201312200361.html> 2014年11月24日取得

3 「2014年 訪日外客数(総数)」日本政府観光局(JNTO) http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2013_14_tourists.pdf 2014年11月24日取得

4 『『BONSAI』守るものと変えるもの』小西松楽園 園主 小西幸彦さん「国内の盆栽市場は縮小傾向だが、海外ではアジアを中心に、日本の庭木や盆栽のニーズが増えてきた。とくに中国では需要が一気に拡大している。『中国人が大勢きて、盆栽も買いますが、庭木の松を、何千万円も買っていきます』」ビジネス香川プライム パーソン所収 <http://bn.bk-web.jp/2010/0402/person.php> 2014年11月24日取得

されている⁵。かたやデパート屋上等の園芸売場が縮小傾向にあり⁶、たとえば古典園芸植物との接点が従前より減っている現状もある。この古典園芸植物に関しては、近年フウラン園芸種(富貴蘭)を除き人気が低迷し、絶種が懸念されているものもある。

明治期に、多くの日本人が江戸時代以来の伝統文化・美術に対する興味関心を失ったときに、その価値を見だし、日本人に再認識させたアーネスト・フェノロサ Ernest Francisco Fenolosa (1853 - 1908) ら欧米人の存在があったように、外国人のまなごしの導入で現状活性化をとの期待もある。本稿では、日本型園芸ツーリズムを展望する第一歩として、課題の整理と今後考究すべき領域の素描を試みたい⁷。

園芸ツーリズム着想のヒントは、フランスのエコミュゼ運動に負っている⁸。そこでは、エコロジー(地域生態系)とエコノミー(地域経済)の結合と、あたかも博物館展示のように地域から情報発信させる仕掛けづくりで、地域の潜在的資源を顕在化させ、交流人口を拡大させようとした。本稿では、こうしたアイデアを園芸文化の領域とその周辺に特化させて展開することを構想している。

この点で、園芸ツーリズムはエコツーリズムを上位概念とし、その園芸文化に目的特化した一領域と考えることもできるだろう⁹。エコツーリズムの

5 日本貿易振興機構(ジェトロ)香川貿易情報センター農林水産部『平成21年度欧州地域(イタリア、ベルギー)における盆栽輸出可能性調査』JETRO 2010年3月

6 ここ数年の東京都内でも、次のデパートの園芸コーナーが閉鎖となった。順不同で示す:東京駅大丸、池袋東武、新宿三越、上野松坂屋、新宿小田急。

7 地域おこしに関連した道路沿いの芝桜のカーベット、休耕田を活用した一面のコスモスやヒマワリなど、いわゆる洋花の類は本稿では除外している。すでに著名で情報の普及している日本庭園等については、とりあえず本稿の主題からは除外しているが、今後、ネットワーク化が当然必要な領域である。

8 日本観光研究学会『観光研究』が、エコミュージアム特集を組んでいる。22巻(1号)2010年9月 ISSN1342-0208

9 日本エコツーリズム協会は、エコツーリズムについて、次のように規定している。「1.自然・歴史・文化など地域固有の資源を生かした観光を成立させること。2.観光によってそれらの資源が損なわれることがないよう、適切な管理に基づく保護・保全をはかること。3.地域資源の健全な存続による地域経済への波及効果が実現することをねらいとする、資源の保護+観光業の成立+地域振興の融合

蓄積には学ぶことが多々ありそうである。

もうひとつ、ツーリズムの領域には、グリーンツーリズムもあり、一部政策化も進んでいる¹⁰。農業体験、農家民宿との連携が国内各地で取り組まれている段階である¹¹。これは英語ではrural tourismで、直訳すれば農村部のツーリズムとなる。ここで検討する園芸ツーリズムは、内容的にはグリーンツーリズムに近いものを含んでいるが、空間的には都市部と、そこに所在する各種資源をも含めて包括的に考えているという点で、グリーンツーリズムの枠内に収めきれものではない。やはり、文化ツーリズムのひとつとして位置づけることが望ましいと思われる。

1. 地域の潜在的資源の再点検

それでは、園芸ツーリズムの目的、対象としては、どういった場所が考えられるだろうか。次に示したい。提示にあたり、単なる羅列でないある種の統合が望ましいと考えられた。空間的、時間的との2種類の統合integrationについては、ユネスコ成人教育部長であったポール・ラングランPaul Lengrandの着想(水平的統合、垂直的統合)にヒントを得た¹²。

をめざす観光の考え方である。それにより、旅行者に魅力的な地域資源とのふれあいの機会が永続的に提供され、地域の暮らしが安定し、資源が守られていくことを目的とする。」<http://www.ecotourism.gr.jp/> 2014年11月24日取得
この協会は、「エコツーリズムの理念を日本国内に普及し、ひとりでも多くのエコツーリストを育てることを目的」に設立されており、必ずしも外国人ツーリストの誘致には特化していないようである。

- 10 2014年11月16日のNHKニュースは、政府が各府省の事業にムダがないか、先週、有識者による再検証を行った結果、事業見直しを求める意見が多く出されたことから、今月中にも行政改革推進会議を開いて、来年度予算案に反映させる方針を確認する予定と報じていた。例えば「地方創生」関連事業のうち、いわゆるグリーンツーリズム等に取り組む団体を支援する農林水産業の事業について、「成果が明確でなく、・・・ほかの府省の同じような事業とできる限り統合すべきとの意見が出た」とも報じている。日本経済新聞デジタルメディア <http://t21.nikkei.co.jp/g3/CMN0F12.do> 2014年11月25日取得
- 11 斎藤雪彦「グリーンツーリズムと農山漁村地域の再生」、日本住宅会議『住宅会議』第88巻(特集 ツーリズムと地域の再生)2013年6月刊 所収。
- 12 Lengrand, Paul. "An Introduction to Lifelong Education" UNESCO Press, Paris, 1975. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED118876.pdf> 2014年11月24日取得

1-1 空間的統合

南北に長いばかりか、標高差にも富んでいる日本列島の地理的特性を生かし、それぞれのツーリストスポットを情報発信することについて考えたい。

たとえば、高山のお花畑の一例として北岳があるが、北海道ではお花畑は海岸近くとなる。高尾山、大山(おおやま)のような首都圏近郊のツーリストスポットも、園芸ツーリズムの見地から再解釈して提示することが可能である。

人工自然である里山の文化も、自然と人間の関係を示す興味深い例として示しうる。山間のサクラの巨樹は、季節の巡礼地として重要であろう。さらに人工度の高い茶畑の景観、京都鎌倉をはじめとする寺方のハスやアジサイ、ツバキの品種群、紅葉など。いわゆる「花の寺」や、香川県高松市や愛知県三河地方の松盆栽産地。肥後六花に代表される江戸、伊勢、肥後の伝統花物園芸植物。知覧の武家屋敷群のように人工度の高いものも、魅力的な訪問先である。南北の違いという点からは、沖縄の気候に適応した独自の盆栽も、盆栽文化のバリエーションとして注目に値する。

1-2 時間的統合

これは、園芸ツーリズムの訪問対象として魅力的なイベント、行事を、カレンダー上に整理し、情報提供する作業である。歴史ある浅草「お富士さん」の植木市、浅草寺「四万六千日」など、江戸文化につながるもの。早春のサクラソウ、春のサクラ、初夏のハナショウブやアジサイ、夏のアサガオ市や変化アサガオ、秋の菊花展、初冬の紅葉、サザンカ、春先のツバキも重要である¹³。国風盆栽展、大宮盆栽祭や、上野グリーンクラブ、国立歴史民俗学博物館の主要な展覧などの日程を書き込んだカレンダーには、加茂花菖蒲園など、和の園芸にかかわる重要なブリーダーの公開日も含まれるべきだろう。

ほかに、人間と自然との関わりの中でつくられた季節的な景観たとえば、春の水田のレンゲソウ、河川敷のナノハナ類やところによっては藩政時代以

13 信州小布施町では、江戸菊の古典品種巴錦を、葛飾北斎ゆかりの品種であるとして、「北斎巴錦保存会」が特徴ある地域づくり活動を行っている。『須坂新聞』2013年7月13日

来のハゼの紅葉、秋のヒガンバナ¹⁴も、近在の公共施設、道の駅等に解説板、解説員を置くなどインタープリテーションに配慮することで、園芸ツーリズムの候補地となり得るものである。川崎市北部の岡上、柿生地区に見られるような秋の山里のカキの実成りも、多くの外国人にとっては賞賛すべき景観であろう。同様に、軒先のつるし柿のような生活の景観(季節の風物詩)も、年配の日本人にとって「当たり前」のものであるとしても、異文化のまなざしには魅力的に映るものである。

より自然度の高いものとして山間部では、早春のユキワリソウ、フクジュソウ、カタクリ等の群落、初夏のミズバショウ群落も、秋口のキツネノカミソリ類の群落も特徴的である。

園芸ツーリズムの候補地を、地域の条件に配慮した上で積極的に創出するための方策も、今後、取り組まれるべき課題である。特にこれは、信州小川村などの中山間地の地域おこしには有力なツールとなり得るのではないだろうか。夜間に冷え込み気温の日較差が大きいこうした地域では、花の発色がすばらしく、花もちも良い利点がある。

1-3 情報源について

上記したように、あまたの観光情報の中から、園芸ツーリズムの趣旨に沿った目的地を選び出す方法は少なくない。インターネット情報の検索や、地域ごとに刊行されている観光パンフレットを網羅的に調査すれば、園芸ツーリズムのスポットのリストは充実したものとなるだろう。信州に関する、ある観光パンフレット一冊には、次の訪問先が収録されていた。

いいやま菜の花まつり、余里の一里 花桃、白馬五竜かたくり祭り、阿島の大藤祭り、武家屋敷のお庭拝見(NPO法人、夢空間松代のまちと心を育てる会)、奥裾花自然園の水芭蕉(長野市鬼無里)、水芭蕉と原生林ウォーク(鬼無里観光振興会ボランティアガイド)、高遠さくら祭り、南

14 各地の農の景観のほかに、東京の野川公園自然観察園のような公園も重要である。

信州飯田麻績の里舞台桜(樹齢350年)、信州須坂豊丘の五大桜、国指定天然記念物素桜神社の神代桜¹⁵。

1-4 情報提供の方策について

国内移動に要する運賃が、諸外国に比べると高価なこと、また、欧米人には日本的なカミカゼ旅行が好まれないことを勧案すると、北海道、東北といった地域ごと、季節ごとの見所をパッケージとして、提案することが望ましいかと思うが、今後の研究に待ちたい。

現地での情報提供は控えめにして、最低限の事柄以外は聞かれたら答える。観光客に、ゆっくり時間を過ごしてもらうなど、従来の日本標準のおもてなし感覚を押しつけない配慮も、場合によっては必要になるだろう。経験を重ねながら、ノウハウを蓄積、共有していくことが望まれる。

2. その他、普通の土地の見どころ再発見

前節では主に、外国人だけでなく日本人が見ても楽しめる観光地について述べてきたが、植生の違う外国から来た人、とりわけ園芸愛好家にとって、前から親しんでいる園芸種の、原産地日本での自生状況を観察するのは興味深いことだろう。この点につき、若干の方向性を示したい。

2-1 日本原産種の自生状態を楽しむ

日本原産で園芸品が欧米のガーデニングに取り入れられているものは少なくない。さまざまな斑入りのアオキやマサキ、五色葉ドクダミや斑入りのセリ、ヤブソテツ類やイノデ類などの原種シダおよびその葉変わり、ギボウシの斑入りなど改良種は、ガーデンセンターの定番商品となっている。こうした植物の自生状態を観察することは、上級アマチュアガーデナー¹⁶の興味を惹きつけるだろう。さらに、ハナショウブの原種、ノハナショウブや、オリエン

15 『道の駅』旅案内 長野県版 春夏号』株式会社ゼンリン長野営業所 2013年3月

16 何をもって上級アマチュアと見なすかは難しい。仮に、RHSの会員であることをひとつの判断材料と考えている。

タルハイブリッドの親となった鑑賞価値の高いヤマユリ・カノコユリをはじめ、オニユリ、スカシユリ、南島のテッポウユリの自生地松島霊巖寺の杉に着生する北限のセツコクも、園芸ツーリズムの有力な目的地となるだろう。

2-2 路地裏ガーデニングの風景

欧米と異なり、日本の園芸文化は、ハイカルチャーの下方拡散という形態を必ずしも取らなかったところに特徴があるようである。つまり、路地裏園芸の伝統がある。そこで、墨東など下町の散策を通じた庶民的な園芸文化の鑑賞も含めて、園芸ツーリズムを構想したい。東京、根津の「はん亭」、月島のもんじゃ焼きなど、地域の特徴的な建築や食文化とのパッケージ化もひとつの可能性である。

3. 調査研究の領域として

本稿では、園芸ツーリズムの構想にあたり、その大枠に相当する構造を述べ、インターネットなどで得られた情報によりサンプル的な若干の肉付けを行っている段階である。将来的には、こうした情報収集の系統化、精緻化により、現状で利用可能な資源の調査と掘り起こしを進めるばかりでなく、関連する情報を外国人ツーリストに利用できる状態に変えていく作業が必要となる。その方策について、次に述べたい。もちろん、ここで述べるような目的特化した情報提供以外にも、既存の観光メディアに、園芸ツーリズムのコンテンツを追加していく作業は望ましいと言える。

3-1 既存の博物館施設との連携 外国語による解説素材づくり

外国人ツーリスト向けの、上記のコンテンツを含んだ情報を、最終的にインターネットで提供するか紙媒体にするかはともかく、まずは地域単位で集積しておかなくてはならない。その際、地域の観光課、観光協会等と、自然系博物館や植物園の学芸員との協働作業により、質の高いコンテンツづくりが可能となるだろう。こうした作業を基礎自治体レベルで行うか、都道府県レベルで行うか、政府の関与をどうするかは今後、議論と検討の余地がある。政策課題として、少なくとも立ち上げの段階では政府の助成金交付が期待さ

れる。

3-2パッケージ化と情報発信

そうして集めた地域ごと、季節ごとの情報をツーリズム商品として提示するには、パッケージ化が欠かせない。日本旅行の日程の一日を使った園芸ツーリズムからはじめて、近隣地域をネットワーク化し、組み合わせによるメニュー作りでリピーターを確保する方策をさぐることができる。最終的には、こうした園芸ツーリズム情報を公共機関およびNPOがインターネット等で発信し、花に会うのを楽しみに(または、目的の一つとして)日本に來訪するターゲットを創出し、地方圏での交流人口を拡大することが狙いである。

海外からの観光客を誘致するための各国駐在の日本大使館、領事館との連携、政府観光局による写真展の海外展開、各国でのジャパン・フェスティバルなど人が集まる機会にアピールすることも、いずれは重要となるだろう。

その前段階として、国内の在日外国人コミュニティ、企業へ働きかけたり、外国人記者クラブに定期的に情報を提供するなどして園芸ツーリズムのファンを増やしておく働きかけも同じく重要である。本国からの來客の案内人となってくれる可能性がある。さらにその手前の段階として、日本在住の外国人を招待してのパイロット調査を通じた情報収集も有益だろう。

3-3インタープリターの養成

インターネットその他のメディアを使った情報発信をひとつのこととすると、個々の観光客が現地を訪れた際に、対面で語りかける解説者は、旅の印象を決定づける、最終的に重要なものといえる。こうした人の問題を、次に論じたい。これがボランティアによるものか、ロンドンの青バッジ観光ガイドのような高度の訓練を経た職業人育成を目指すのかも、今後の議論によって定めて行くことが求められる。

いずれにしても言葉の問題があることから、当初は退職した高校の外国語教師、例えば、関心ある退職英語教師を母集団にボランティアをリクルートし、園芸ツーリズムのコンテンツを修得してもらうことが便法かもしれない。

い。彼らには、観光客の既存の知識によりそい、そこから日本の原産植物や園芸文化への興味関心をさらに引き出すような姿勢が求められる。総論としてはまず、植物のラテン名への知識があること。欧米のプラントハンターの歴史および、欧米のガーデニングで使用されている日本原産植物への基礎的理解があること。江戸の伝統文化への知識を持っていることなどが求められるのではないだろうか。

それぞれの地域における気候風土、植生に関するデータや知識を、たとえば英語などの外国語で伝えられることに加え、ある程度の質問については即答できる専門性も必要であろう。

4. 具体的な展開案

4-1 資格と養成課程

当初はボランティアを養成してガイド役に当たってもらうにしても、将来的にはインタープリター資格の創設や、観光関連の学科を持つ大学が連携して職員養成課程を議論することも課題となるだろう。人の育成を誰が担うかについては、いずれにしても官民協議の場を設ける必要があると思われる。

4-2 出版活動

それに関連して、編集委員会を組織の上、一般向けの『園芸ツーリズムガイドブック』（仮称）のほか、インタープリターとなりたい人向けの『園芸ツーリズム教本』（仮称）の出版も検討課題となる。日本の園芸ツーリズムのハンドブックを作るとしたら、日本語、英語の他、少なくとも中国語版と韓国語版のテキストは必要だろう。

4-3 園芸ツーリズムのお土産

外国旅行者としては、やはり欲しいのが旅の記念になるお土産である。種子や苗物の通関には、つねに問題がある。セイタカアワダチソウやオオボタタサ、日本原産とされる英国の有害植物ジャパニーズ・ノット・ウィード（雑草イタドリ）の轍を踏まないような最新の注意も必要である。地域のガーデ

ンセンター等との連携、東京山草会の種子交換プログラム等によるバックアップの可能性なども含め、今後の課題としたい。

おわりに

本稿では、日本人の大半にとってはことによると当たり前とされているかも知れない国内原産の植物種や季節の景観、園芸文化を、園芸ツーリズムという名づけのもとに、海外観光客に向けたツーリストアトラクションとして再解釈できないかと提案し、それらを観光商品としてパッケージ化することの可能性を論じたうえで、今後の課題を整理した。

日本の人口は、明治以降一貫して増加を続けてきたが、最近、減少に転じた。国立社会保障・人口問題研究所の予測によれば、2110年には死亡低位仮定・出生高位でも6019万8000人と半減。死亡高位仮定・出生低位なら現在の四分の一の3014万2000人まで激減する¹⁷。地域、特に中山間地の人口減少、高齢化の進展は著しく、交流人口の増大、雇用創出は切実な課題となっているが、これを今いる日本人だけで解決しようとするには限界がある。そうではなく、グローバリゼーションの中で得られる資源を生かし、社会の多文化化を多方面で保障しながら、総合的に取り組むことが重要となるだろう。拙論が、こうしたメガトレンドの中での、日本文化の国際的な発信と地域の課題解決にとって、ひとつの端緒となればと希望する。

謝辞

和光大学の先輩教員である澁谷利雄教授には、本稿の着想段階から、折々にさまざまなヒントをいただいた。夜間中学退職教員の関本保孝元墨田区文花中学校教諭には、最終段階の草稿に目を通していただき、有益なコメントを頂戴した。ここに記して、お礼を申し上げます。

17 「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」
<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/newest04/sh2401shk.html#chapt20-1>
2014年11月24日取得

