HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	グリーン・ツーリズムにおける農家キャンプ客の特性分析 ： 北海道におけるSキャンプを事例として
Author(s)	中山, 紗央里; 増田, 清敬; 澤内, 大輔 他
Citation	北海道大学農經論叢, 64, 113-120
Issue Date	2009-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/39861
Type	departmental bulletin paper
File Information	RAE64_013.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

農経論叢　Vol. 64（2009）May. pp. 113－120
The Review of Agricultural Economics

グリーン・ツーリズムにおける農家キャンプ客の特性分析

－北海道におけるSキャンプを事例として－

中山紗央里・増田　清敬・澤内　大輔・桟敷　孝浩・山本　康貴・出村　克彦

Analyzing the Characteristics of Users of 'Camp on Farms' for Rural Tourism: The Case of 'S Camp' in Hokkaido, Japan

Saori NAKAYAMA, Kiyotaka MASUDA, Daisuke SAWAUCHI, Takahiro SAJIKI, Yasutaka YAMAMOTO, and Katsuhiko DEMURA

Summary

This paper aimed to analyze the characteristics of users of 'camp on farms' for rural tourism. We focused on the case of 'S Camp' in Hokkaido, Japan. We investigated the users of 'S Camp' in 2005-06 using the web questionnaire survey. The findings of this paper were as follows. First, they have plentiful positive experiences and good camping manners. Second, they rate very highly the features of 'S Camp' (e.g., landscapes on farms and limiting the number of campers). Third, they need a lavatory and cookhouse in 'S Camp'. Fourth, they respect the preservation of nature.

１．はじめに

キャンプは，自然資源を利用したツーリズムにおいて，従来から親しまれてきた宿泊形態の１つである．キャンプという宿泊形態は，農業農村における自然資源を活用するグリーン・ツーリズムにおいても，農場内にテントを張って宿泊する農家キャンプとして欧州などで発展してきた（註１）．近年では，わが国のグリーン・ツーリズムにおいても，農家キャンプの取り組みがみられるようになった．

農家キャンプでは，本来農業生産の場であり，農家の生活の場でもある農場が，キャンプサイトとしても利用されることとなる．仮に農家キャンプ客が農場内に入り込むことで，農業生産と農家の生活に悪影響が及ぶならば，農家が農家キャンプを事業として継続することは困難である．例えば，ゴミの発生や火の取り扱いなどに起因する農地などの農場内自然資源の劣化や騒音発生による家畜などに対する悪影響などが懸念される．それゆえ，農家キャンプ客の行動や自然資源に対する意識の把握が，農家キャンプの実施にあたり重要となろう．

既に我々は，農家キャンプについて，供給側である農家の取り組み実態からその成立条件を解明する点において一定の成果を得た（中山ら〔6〕）．しかしながら，中山ら〔6〕は，農家キャンプの供給側である農家の分析のみに留まっており，農家キャンプ客がどのような考えを持っており，農場内でどのような行動をとりうる人々であるのかという点について，需要側の視点での解明を試みるに至っていない．

本稿では，農家キャンプを需要する側の視点に基づいて，農家キャンプ客の特性を明らかにすることを課題としたい．分析事例は，中山ら〔6〕と同じく，北海道における農家キャンプ（Sキャンプ）である．

２．Sキャンプの概要

Sキャンプとは，グリーン・ツーリズム関連のNPO法人であるA協会の発案によって2005年10月から取り組みが始まった農家キャンプ事業のことである（註２）．Sキャンプの運営には，A協会

表１　Ｓキャンプの取り組み概況

	農家Ｃ（Ｘ町）	農家Ｄ（Ｙ町）	農家Ｅ（Ｚ町）
主たる経営形態	酪農	酪農	林業
経営規模	採草地36ha，飼料畑7.7ha 経産牛70頭，育成牛50頭	採草地40ha，放牧地20ha 経産牛60頭，育成牛30頭	林地7ha，採草地2ha，露地野菜0.3ha
グリーン･ツーリズム関連事業	農家民宿 体験メニュー（乳搾りなど）	農家民宿 体験メニュー（乗馬など）	農家民宿 体験メニュー（薪のサウナなど）
Sキャンプ開始年	2005年	2006年	2005年
キャンプサイトおよび面積	牧場施設用地内の芝生 0.33ha	牧草地（採草地・放牧地） 60ha	シラカバ樹林 4ha
施設整備状況	トイレ 炊事場兼洗面所	トイレ テント式トイレ	トイレ 炊事場兼洗面所
2005～2006年の合計来客数	52名	9名	44名

資料：中山ら〔6〕より作成.

のほかにアウトドア用品メーカーのＢ社とキャンプサイトを提供する農家３戸（2006年現在）が関わっている.

各組織は，Ｓキャンプの運営およびＳキャンプ客への対応として，以下のような役割を担っている．Ｓキャンプの運営においては，Ａ協会とＢ社が共同でＳキャンプの運営方法を検討し，Ａ協会が各農家にＳキャンプ実施を依頼する．Ｓキャンプ客への対応においては，Ｂ社が自社会員にＳキャンプを宣伝し，Ａ協会が予約・問い合わせに対応する．そして，農家はキャンプサイトを提供し，Ｓキャンプ客の受け入れ対応を行うという役割分担がなされている.

Ｓキャンプの特徴としては，農場内でのキャンプサイト提供，少数組限定（１日２組までＳキャンプ客を受け入れ），キャンプサイトから見える景観が牧場やシラカバ樹林であること，アウトドア用品メーカー（Ｂ社）が運営に関わっていること，乳搾り・薪のサウナなどの各種体験メニューが用意されていること，地元の食材を用いての野外料理メニューがあることなどがあげられる.

表１にＳキャンプの取り組み概況を示した．主たる経営形態は，農家Ｃ・Ｄが酪農であり，農家Ｅが林業である（註３）．いずれの農家もＳキャンプ以外のグリーン・ツーリズム関連事業として農家民宿や各種体験メニューを行っていた.

Ｓキャンプの開始時期については，農家Ｃ・Ｅが2005年，農家Ｄが2006年である．キャンプサイトは農場内に準備されており，農家Ｄ・Ｅは実際に生産に利用している農林地をＳキャンプ客に開放している．Ｓキャンプ客が利用する施設としては，いずれの農家もトイレを整備しており，農家Ｃ・Ｅは炊事場兼洗面所も整備していた（註４）．なお，2005～2006年のＳキャンプ客は３戸合計で105名であった.

３．アンケート調査方法

Ｓキャンプ客に対するアンケート調査は，以下の要領で行った．調査期間は2006年12月30日から2007年１月５日までで，調査対象者は2005～2006年にＳキャンプを訪れたキャンプ客105名とした．アンケート調査にあたり，インターネット上にアンケートを作成した．その上で，Ｓキャンプを予約した際の代表者27名に対してアンケートのアドレスを添付した電子メールを送付し，回答を依頼した．なお，事前にアンケート回収数が少なくなることが予想されたため，電子メールを送付した代表者に対し，18歳以上のＳキャンプ同行者全員にアンケートに回答してもらう点も同時に依頼した.

アンケート調査の結果，回収数は15，うち有効回答数は13であった．回答者の個人属性をまとめたものが表2である．回答割合をみると，性別は男性84.6％，女性15.4％であった．年齢は40歳未満30.8％，40代53.8％，50代15.4％であった．居住地は北海道61.5％，北海道以外38.5％であった.

本稿では，調査対象者がそもそも少ないことからサンプル数が非常に少なくなったが，以下では，少数サンプルという限界がある点に留意しつつ，分析を進める.

表２　個人属性の概要

区	分	回答者数(人)	割合
性　別	男性	11	84.6%
	女性	2	15.4%
年　齢	40歳未満	4	30.8%
	40代	7	53.8%
	50代	2	15.4%
居住地	北海道	8	61.5%
	北海道以外	5	38.5%

資料：アンケート調査より作成.

４．キャンプ経験の概況およびキャンプ一般に対する評価

表３にキャンプ経験の概況をまとめた．Sキャンプ以外のキャンプ経験は回答者全員が有していた．2006年の合計キャンプ回数は，少なくとも６回以上キャンプに行った回答者が８割弱を占めていた．2006年の合計キャンプ泊数は，11泊以上が最も多く，回答者の５割以上を占めていた（註５）.

表３　キャンプ経験の概況

区	分	回答者数(人)	割合
Sキャンプ以外のキャンプ経験の有無	あり	13	100.0%
	なし	0	0.0%
合計キャンプ回数（2006年1月～12月）	５回以下	3	23.1%
	６～10回	5	38.5%
	11回以上	5	38.5%
合計キャンプ泊数（2006年1月～12月）	６泊以下	4	30.8%
	７～10泊	2	15.4%
	11泊以上	7	53.8%

資料：アンケート調査より作成.

表４にキャンプ一般に対する評価をまとめた．キャンプの魅力として回答者が最も多く回答した項目は，「自然と触れ合える」と「のんびりできる」の２つであり，それぞれ約３割の回答率であった．キャンプ場内で困った経験としては，「キャンプ客が多くて快適にキャンプできない」という経験をした回答者が５割弱であった．また，キャンプ場の管理やマナーの問題として，「トイレが汚い」，「ゴミが片付けられていない」という項目もあげられていた．また，回答者自身のマナーとしてキャンプ場の注意事項を守れているかという点については，全ての回答者が「ほぼ完全に守れている」，「だいたい守れている」と回答した.

以上から，Sキャンプ客は，キャンプ経験が豊富でマナーがよいこと，自然と触れ合うことやのんびりすることをキャンプの目的としていること，キャンプ場利用客が多いことやマナーのよくないキャンプ客がいることを原因としてキャンプ場内で困った経験があること，という特徴を持っていることが示された.

５．Sキャンプに対する評価

１）Sキャンプの利用概況

表５にSキャンプの利用概況をまとめた．Sキ

表４　キャンプ一般に対する評価

区	分	回答者数（人）	割合
キャンプの魅力	家族で団らんできる	1	7.7%
	自然と触れ合える	4	30.8%
	あまりお金をかけずに余暇を過ごせる	1	7.7%
	ストレスを解消できる	2	15.4%
	のんびりできる	4	30.8%
	RVやキャンプ道具いじりを楽しめる	0	0.0%
	その他	1	7.7%
キャンプ場内で困った経験	キャンプ客が多くて快適にキャンプできない	6	46.2%
	管理人の対応が悪い	0	0.0%
	トイレが汚い	3	23.1%
	ゴミが片付けられていない	3	23.1%
	テントサイトの水はけが悪い	0	0.0%
	キャンプ場の注意事項が多い	0	0.0%
	自分のテント設営や用具操作が未熟である	0	0.0%
	悪天候（雨や風）でキャンプが続けられない	0	0.0%
	その他	1	7.7%
キャンプ場の注意事項	ほぼ完全に守れている	7	53.8%
	だいたい守れている	6	46.2%
	守れていないことの方が多い	0	0.0%
	ほとんど守れていない	0	0.0%

資料：アンケート調査より作成.

表５　Ｓキャンプの利用概況

	区　　分	回答者数(人)	割合
合計Ｓキャンプ泊数	１泊	5	38.5%
	２泊	5	38.5%
	３泊	1	7.7%
	４泊	1	7.7%
	５泊以上	1	7.7%
Ｓキャンプに行った一番の理由	普通とは違うキャンプをしてみたかったから	12	92.3%
	ホテルや旅館に泊まるよりも安いと思ったから	0	0.0%
	農業体験をしたり，農家や農村の方と交流したかったから	1	7.7%
	その他	0	0.0%
Ｓキャンプにまた行きたいか	是非行きたい	12	92.3%
	どちらかといえば行きたい	1	7.7%
	どちらともいえない	0	0.0%
	どちらかといえば行きたくない	0	0.0%
	行きたくない	0	0.0%

資料：アンケート調査より作成.

ャンプの利用は概ね１～２泊であった．Ｓキャンプに行った一番の理由として，９割以上の回答者が「普通とは違うキャンプをしてみたかったから」をあげており，キャンプ経験が豊富な人々が普通とは違った新しいキャンプ形態を体験してみたかった点が推察される．また，Ｓキャンプにまた行きたいかという点については，全ての回答者が「是非行きたい」,「どちらかといえば行きたい」をあげており，農家キャンプという新しいキャンプ形態はＳキャンプ客から好評を得られたと考えられる．

２）Ｓキャンプの特徴に対する関心度と評価

図１はＳキャンプの特徴に対する関心度の回答割合（Ｓキャンプ利用前）を示したものである．各特徴について「非常に関心があった」と回答した割合でみると，第１位が「少数組限定のためキャンプサイトが静かで広い」（100.0％），第２位が「キャンプサイトから見える景観（牧場やシラカバ樹林など）」（76.9％），第３位が「農場や林の中でするキャンプ」（61.5％）であった．

特に注目すべき点は，全ての回答者が「少数組限定のためキャンプサイトが静かで広い」という特徴に非常に関心があった点である．マナーの問題や利用客数の多さなどからキャンプ場内で困った経験をしたことのあるＳキャンプ客にとって，この特徴が特に新鮮で魅力的なものとして期待されていたことが推察される．また，農家キャンプ

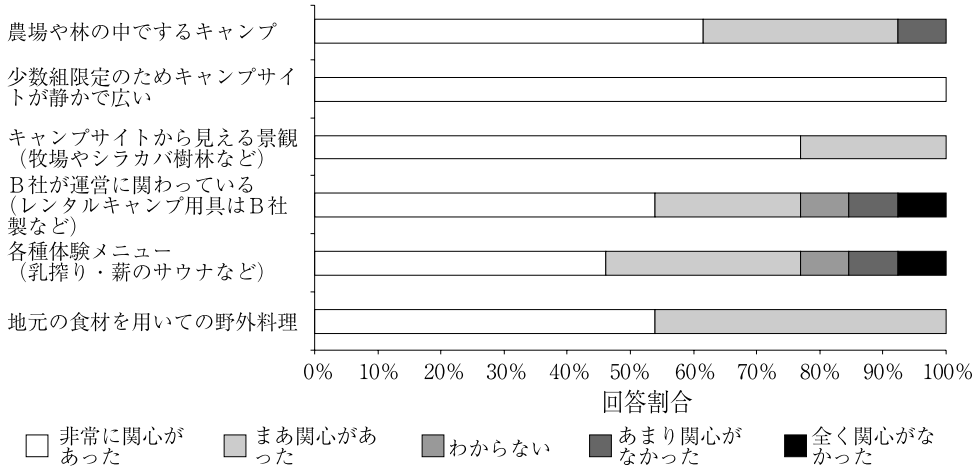

図１　Ｓキャンプの特徴に対する関心度の回答割合（Ｓキャンプ利用前）

資料：アンケート調査より作成.

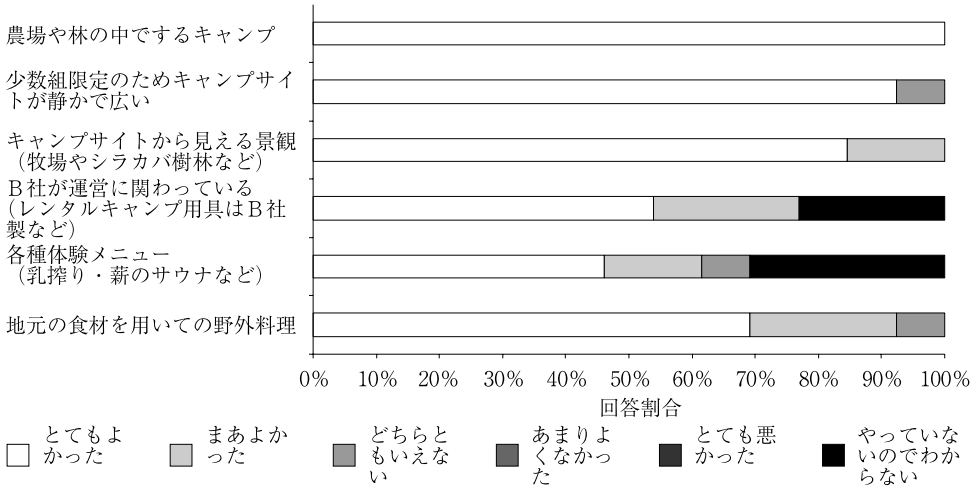

図2　Sキャンプの特徴に対する評価の回答割合（Sキャンプ利用後）
資料：アンケート調査より作成.

固有の特徴である景観やキャンプサイトに対する関心度も高く，キャンプ経験が豊富なSキャンプ客にとって普通とは違うキャンプをしてみたいという期待度の現れと考えられる.

図2はSキャンプの特徴に対する評価の回答割合（Sキャンプ利用後）を示したものである．各特徴について「とてもよかった」と回答した割合でみると，第1位が「農場や林の中でするキャンプ」（100.0%），第2位が「少数組限定のためキャンプサイトが静かで広い」（92.3%），第3位が「キャンプサイトから見える景観（牧場やシラカバ樹林など）」（84.6%）であった.

順番は入れ替わっているものの，上位3項目はSキャンプ利用前に関心度が高かったものと同じであり，「とてもよかった」という割合も上位3項目では8割以上と高い値を示した．したがって，Sキャンプ客は，Sキャンプの特徴について事前に期待していた通りに満足したものと推察される.

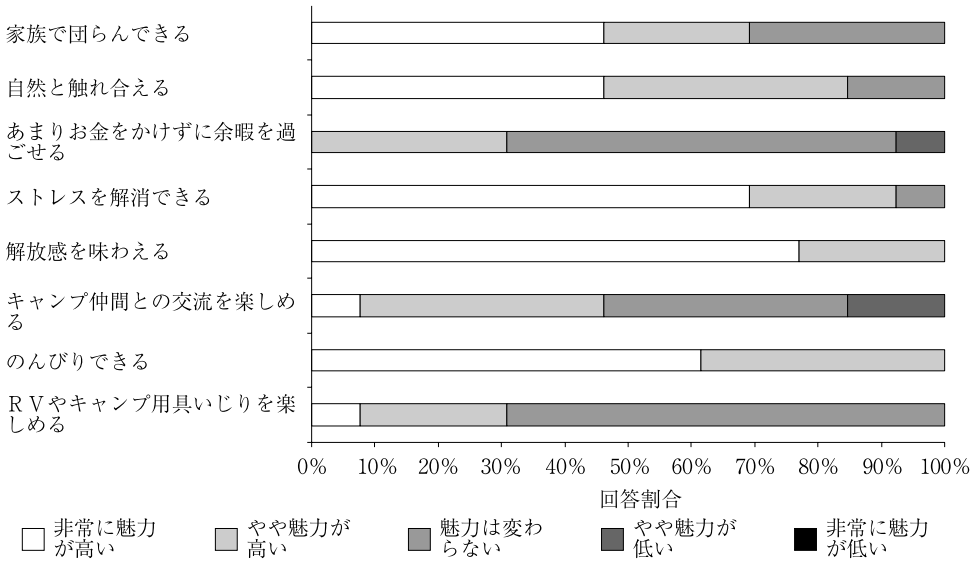

図3　一般のキャンプと比べたSキャンプの魅力に対する評価の回答割合
資料：アンケート調査より作成.

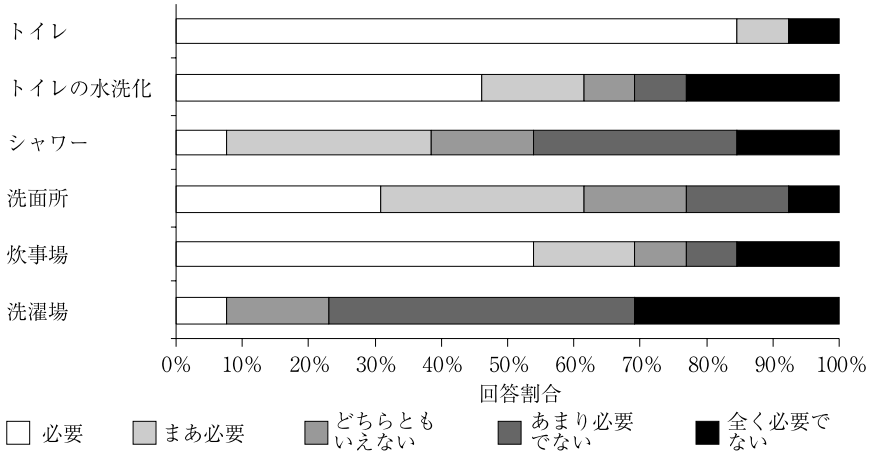

図４　Ｓキャンプに必要な施設に対する意向の回答割合
資料：アンケート調査より作成．

３）Ｓキャンプの魅力に対する評価

図３は一般のキャンプと比べたＳキャンプの魅力に対する評価の回答割合を示したものである．各項目について「Ｓキャンプの方が非常に魅力が高い」と回答した割合でみると，第１位が「解放感を味わえる」（76.9%），第２位が「ストレスを解消できる」（69.2%），第３位が「のんびりできる」（61.5%）であった．

評価が高かった上位３項目は，牧場やシラカバ樹林といった景観の中で，少数組限定のために農場内でのキャンプサイトを静かで広く使えるというＳキャンプの特徴をよく反映しているものと考えられる．

４）Ｓキャンプの施設に対する評価

図４はＳキャンプに必要な施設に対する意向の回答割合を示したものである．回答者の５割以上が必要としたのは「トイレ」と「炊事場」であり，特に「トイレ」は８割以上の回答者が必要としていた．ただし，「トイレの水洗化」については必要と考えている回答者は５割未満であった．

以上から，Ｓキャンプを開設する場合，農家は少なくとも衛生施設である「トイレ」と野外料理を行うための「炊事場」の整備が必要と推察される（註６）．

６．Natural Area Value Scaleによる自然資源に対する価値評価

１）分析方法

Ｓキャンプは農場内の自然資源を利用して行うキャンプであるが，農場は農家の生産基盤そのものでもある．Ｓキャンプが事業として持続可能であるためには，Ｓキャンプに取り組む農家の生産基盤（牧場やシラカバ樹林）がＳキャンプの実施によって劣化しないことが前提となろう．したがって，Ｓキャンプ客が農場内の自然資源を利用することに対し，どのような考えを持っているのかを理解する必要があると考える．

本節では，Winter and Lockwood〔18〕によって開発された個人の自然資源に対する価値評価を定量分析する手法であるNatural Area Value Scale（NAVS）を適用し，Ｓキャンプ客の自然資源に対する考え方の評価を試みる．

NAVSにおける自然資源の価値は，非利用価値，レクリエーション価値，内在的価値，利用価値の４つに分けられ，各価値に対応した23個の設問文（非利用価値６個，レクリエーション価値５個，内在的価値６個，利用価値６個）が用意されている（Winter〔17〕）．回答者は，各設問文について同意するかどうかについてリッカート尺度によって評価し，ポイント換算したものを評価値とする．以下の分析では，Winter〔17〕にしたがって，「まったくそうは思わない」＝１，「そうは思わない」＝２，「どちらかといえばそうは思わない」＝３，「どちらともいえない」＝４，「どちらかといえばそう思う」＝５，「そう思う」＝６，「強くそう

思う」＝７として選択肢をポイント換算し，評価値を算出する．ただし，内在的価値については，各選択肢の評価値を逆に置き換えて算出する．

なお，自然資源の保全を重視するか否かという判断は，評価値が４（「どちらともいえない」という評価）よりも大きいか小さいかでなされる．非利用価値，レクリエーション価値，内在的価値については，評価値が４よりも大きい場合，逆に利用価値については評価値が４より小さい場合，回答者は自然資源の保全を重視していることを示すことになる．

２）計測結果

表６はNAVSの計測結果である．非利用価値が5.27，レクリエーション価値が4.89，内在的価値が4.69であり，いずれも４よりも大きかった．また，利用価値は3.04であり，４よりも小さかった．本節におけるNAVSの計測結果は，Winter〔17〕によるオーストラリアの川辺におけるキャンプ客を対象としたNAVSの計測結果と同様の傾向を示した．

以上の計測結果と判断基準から，Sキャンプ客は自然資源の保全を重視する人々であり，マナーがよいという点とも相まって，Sキャンプで農場内の自然資源を利用する際に，農家の生産基盤を劣化させないような配慮が可能な人々であると推察された．

表６　NAVSの計測結果

区　分	平均評価値
非利用価値	5.27
自然を将来の世代に残したい	6.54
未来の子供たちが今ある自然を見られないのではないかと心配している	5.46
手つかずの自然が残っていて欲しい	6.54
豊かな自然が残されていることがうれしい	6.85
生活水準を下げてでも自然を保護したい	4.69
本や映像だけで充分自然を楽しめる	1.54
レクリエーション価値	4.89
自然は余暇を過ごす場所だ	4.54
自然は余暇を過ごす場所として価値がある	4.77
レクリエーションの場として自然は重要だ	5.46
将来もレクリエーションを行えるように自然を保護すべきだ	6.15
自然はスポーツや趣味のための場所だ	3.54
内在的価値	4.69
自然は人間にめぐみをもたらすので価値がある	1.92
美しいと感じる自然に価値がある	2.15
自然の価値の大きさは，自然が人間にどの程度利益をもたらすかによって左右される	5.92
自然の価値は人間が勝手に考え出したものでしかない	5.23
沼地などの場所には価値はない	6.23
存在そのものに価値があるのは人間だけだ	6.69
利用価値	3.04
自然の一部を破壊するような産業も人間が生きていくためには必要だ	3.15
人間に木材・仕事・収入などをもたらすので森林は重要だ	4.92
自然の保全よりも人間の繁栄が優先されるべきだ	1.69
人間は人間以外の生物より重要だ	2.62
投薬実験には人間でなく動物を用いたほうがよい	3.62
自然を保護することよりも経済を優先することで，将来子供たちはよりよい生活を送れる	2.23

資料：アンケート調査より作成．

７．おわりに

本稿の課題は，農家キャンプを需要する側の視点に基づいて，農家キャンプ客の特性を明らかにすることであった．分析事例は，北海道で取り組みが開始された農家キャンプであるSキャンプとした．

分析結果から，Sキャンプ客は以下のような特性を持つ人々であることが明らかになった．

① キャンプ経験が豊富でマナーがよい人々であり，これまでにない新しいキャンプ形態を体験したいと考えている．

② 牧場やシラカバ樹林といった景観の中で，少数組限定のために農場内でのキャンプサイトを静かで広く使えるというSキャンプの特徴を高く評価している．

③ Sキャンプでは，少なくとも衛生施設である「トイレ」と野外料理を行うための「炊事場」の整備が必要であると考えている．

④ 自然資源の保全を重視する人々である．

なお，本稿の分析は，取り組みが開始されたばかりの事例を対象としたことから，少ないサンプル数に基づいたアンケート調査による一次的接近に留まったが，農家キャンプ客の特性に関する詳細分析は今後の課題である．

（註１） 欧州などでは，農家キャンプは，グリーン・ツーリズム宿泊施設として分類されている（長手〔5〕，竹本〔14〕，Veer and Tuunter〔15〕，山崎ら〔19〕）．

（註２） 本節の記述は中山ら〔6〕を参照した．

（註３） 農家Eはシラカバ樹林における樹液生産を行っている林家であるが，農地も保有していることから，本稿では農家と呼称する．

（註４） 農家民宿や体験メニューの利用客のために既に整備されていた施設が多く，Sキャンプのために新たに整備した施設は，農家Dのテント式トイレと農家Eのトイレである．

（註５） 回答者の合計キャンプ回数および合計キャンプ泊数のデータは，オートキャンプ利用者の平均値（2004年のキャンプ回数3.7回，合計

宿泊数6.0泊，日本オート・キャンプ協会〔7〕）と比較すると大きな数字を示している．

（註６）　2006年現在でSキャンプを開設している農家３戸においては，「トイレ」は３戸全てが，「炊事場」は２戸が整備済みである（中山ら〔6〕）．

引用・参考文献

〔１〕　Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., and Shaw, A.,“Farm-based tourism as an alternative farm,”*Regional Studies,* Vol.32, No.4, 1998, pp.355～364.

〔２〕　岩井吉弥「北海道におけるグリーンツーリズム－ヨーロッパとの比較考察－」『京都大学農学部演習林報告』第69号，1998，pp.68～78.

〔３〕　宮崎猛「グリーン・ツーリズムの発想」『農林統計調査』第42巻第11号，1992，pp.19～21.

〔４〕　森嶋輝也「北海道におけるファームイン経営のためのマーケティング戦略」『農村生活研究』第46巻第３号，2002，pp.32～39.

〔５〕　長手喜典「アグリツーリズムのイタリア州別概況とグリーンツーリズム欧州主要国比較」『北見大学論集』第22巻第２号，2000，pp.69～97.

〔６〕　中山紗央里・増田清敬・澤内大輔・山本康貴・出村克彦「グリーン・ツーリズムにおける農家キャンプの成立条件－北海道のSキャンプを事例とした供給側からみた分析－」『北海道農業経済研究』第14巻第２号，2009（印刷中）.

〔７〕　日本オート・キャンプ協会『オートキャンプ白書2005－生涯オートキャンプ実現をめざして－』，日本オート・キャンプ協会，2005.

〔８〕　大江靖雄「日本型農家民宿の展開に関する一考察」『近畿中国農業研究』第90号，1995，pp.38～43.

〔９〕　大橋めぐみ「日本の条件不利地域におけるルーラルツーリズムの可能性と限界－長野県栄村秋山郷を事例として－」『地理学評論』第75巻第３号，2002，pp.139～153.

〔10〕　去石真佐子・藤崎浩幸「農家民宿に対する意識調査－仙台市民と岩手県浄法寺町・花泉町農家への調査－」『農村計画論文集』第２集，2000，pp.283～288.

〔11〕　末廣泰雄「日本型B&Bの可能性」『総合政策論叢』第７号，2004，pp.187～193.

〔12〕　高田哲也・佐藤洋平・石川雅也「北海道におけるファームインの現状と評価－鹿追町，新得町を事例として－」『農村計画論文集』第２集，2000，pp.289～294.

〔13〕　多方一成「北海道におけるファームイン－本格的なグリーン・ツーリズムへの取り組み－」『経済学論集』第８巻第２号，2000，pp.59～84.

〔14〕　竹本田持『英国農家民宿：泊まりある記』，三嶺書房，1998.

〔15〕　Veer, M., and Tuunter, E., *Rural Tourism in Europe: An Exploration of Success and Failure Factors*, Expert and Innovation Centre, 2005.

〔16〕　若林幸範「農村における内発的発展の担い手形成過程」『北海道大学大学院教育学研究紀要』第100号，2007，pp.99～122.

〔17〕　Winter, C.,“The use of values to understand visitors to natural areas: a study of campers on the Murray River,”*Journal of Tourism Studies,* Vol.16, No.1, 2005, pp.38～47.

〔18〕　Winter, C., and Lockwood, M.,“The Natural Area Value Scale: a new instrument for measuring natural area values,”*Australian Journal of Environmental Management,* Vol.11, No.1, 2004, pp.11～20.

〔19〕　山崎光博・小山善彦・大島順子『グリーン・ツーリズム』，家の光協会，1993.

〔20〕　吉田謙太郎・樋口めぐみ「ファームイン全国調査によるグリーン・ツーリズムの計量分析」『農業総合研究』第53巻第３号，1999，pp.45～97.

〔21〕　吉田茂・福仲憲・大城安弘・轟孝「農業・農村の活性化に関する一考察－オートキャンプ場導入による活性化－」『農業経済論集』第48巻第１号，1997，pp.127～138.