

with / after コロナ期における

# 東北農泊 ナレッジ集

TOHOKU NOHAKU KNOWLEDGE



農泊  
やりで  
拓く



一般社団法人

全国農協観光協会



## はじめに

令和5年2月現在、新型コロナウイルス感染症の影響により、農山漁村滞在型旅行である農泊をはじめ、我が国の観光は厳しい状況にあります。一方、新型コロナウイルス感染症の状況下、日本の農山漁村の素晴らしさは再認識が進み、農山漁村回帰の兆候は益々進んでいます。

また、アフターコロナに向けた、国内外の観光客の消費額増加や満足度向上に繋がる観光の目玉として、農泊の推進が益々重要となります。

本ナレッジ集は、東北地方の農泊地域がアフターコロナに向けた実践の取組みの事例やナレッジを紹介しながら、次のステップとして地域全体に拡げていくために必要な考え方や取組みをまとめたものです。

今まさに農泊に取り組んでいる皆様、これから取組もうと考えている皆様にとって、本書が農山漁村地域の発展・活性化推進の一助になれば、幸いです。

農林水産省 東北農政局  
農村振興部農村計画課

## 本ナレッジ集の狙い

令和5年3月現在、全国の農泊地域は590地域を数え、内、東北地方でも90地域が認定をされ、全国的な広まりを見せています。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、活動の停滞を余儀なくされている農泊地域も少なくありません。

本ナレッジ集は、農山漁村滞在型旅行である農泊を活用しながら農山漁村地域の活性化を実現しようとする組織、団体、自治体、DMO、さらには地域に貢献する事業に取り組む意欲の高い事業者や住民の方々が、農泊への理解を深め、推進に役立つことを目的に作成しました。

これから農泊に取り組もうとしている地域の方々、あるいは、アフターコロナに向けた農泊をどのように地域全体の活性化に展開していくべきかお悩みの方々が、地域での実際の取組みを検討する際に、本ナレッジ集を活用いただきたいと思います。

※本書は東北農政局令和4年度農泊促進プロモーション事業により作成いたしました。

一般社団法人 全国農協観光協会

## CONTENTS

### 2 巻頭特集

同志社大学 教授 大和田順子  
「イタリアのアグリツーリズムに学ぶ  
持続可能な農泊・農観連携」

### 第1章 with コロナ期の新たな取組事例

- 4 岩手県遠野市 認定NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク  
「遠野らしい暮らしぶりのおすそわけ」
- 6 山形県グリーン・ツーリズム推進協議会  
「手軽に農泊を楽しめる環境づくりを」
- 8 (一社)日本ファームステイ協会 品質評価支援研究所  
「農泊品質評価支援制度の展開」

### ブレイクタイム

- 10 農泊でも活用できる!  
「Googleビジネスプロフィール活用法」

### 第2章 after コロナ期に向けた支援取組事例

- 12 岩手県陸前高田 NPO法人SET  
「日本一の教育旅行フィールドを目指してSDGsプログラムの構築」
- 14 青森県平川市 株式会社グリーンファーム農家蔵  
「インバウンド再開に向け農泊におけるフードダイバーシティ」
- 16 青森県大鰐町 青森県自然体験活動ネットワーク推進協議会  
「農泊型体験アクティビティの情報発信・OTA販路開拓」

### 第3章 開催報告

- 18 東北農泊スタートアップセミナーの開催報告
- 19 山形紅花意見交換会・ファムトリップの開催報告
- 20 農山漁村滞在型旅行「農泊」の推進について



巻頭特集

イタリアのアグリツーリズムに学ぶ  
持続可能な農泊・農観連携

同志社大学  
政策学部 総合政策科学研究科  
ソーシャル・イノベーションコース 教授

大和田 順子

アフターコロナ期の農泊について学ぼうとイタリア(2023年2月24日〜3月7日)を訪れた。イタリア北部に位置するエミリア・ロマーニャ州(州都はボローニャ市)の「ファッジヨリー農場」に7泊した。同州はアドリア海にも面するが、農業地域としても有名で、ワイン、ハム、チーズ、バルサミコ酢など原産地呼称を得た農産物がイタリアおよびEUで一番多い地域である。

アグリツーリズム・ワークショップの主催者は中央大学法学部工藤裕子教授。工藤氏は2002年から学部生を対象のスタディツアーを開催するようになった。大学の教員や地域活性化関連の社会人も多く参加してきた。一昨年と去年はオンライン開催し、今年は3年ぶりの現地開催。今回の参加者は大学生、社会人3人の計14人だったが、これまでにリピーター参加者も多く、

累計でのべ400人以上にものぼるといふ。ファッジヨリー・ファウスト氏が農泊を始めたのは1982年。1947年ロマーニャ郊外の農家に生まれ、19歳で建設会社に就職し14年勤めた。33歳の時、自然と共に暮らすのが重要だと考え、妻と二人の娘と移住し、農泊(アグリツーリズム)を始めた。その後、標高約400メートルの中山間地域、小高い丘と周辺の農地と施設のある現在の場所に移設した。農場の敷地は約10ヘクタール、野菜や果樹を有機農法で栽培している。建物のベッド数は25、キッチンが付いた部屋もある。共用のダイニングルーム、研修室などがある。電力は太陽光、風力で自給し余剰分を売電している。イタリアではアグリツーリズムは1985年に法制化、2006年の改正を経て現在に至る。2006年には国としての統一した格付け制度も作られた。同農場

も5つのひまわりを表示している。また、州によっても独自の基準があり、例えばロマーニャ州では「自家農産物を最低35%、自家農産物・保護原産地呼称(DOP)・保護地理表示(IGP)・有機農産物を80%以上」など基準が設けられている。アグリツーリズムは全国に25,000程度あるが、イタリアは国土が南北に長いので文化や生物多様性が異なり、それぞれの地域で特徴を出すのが可能であるという。多くの街やワイナリー、チーズ工房などを訪問したが、特に印象的だったのが農場から車で20分、人口約13,000人のフォルリンポポリ市にある体験型食文化博物館「カーザ・アルトゥージ」である。同市出身の商人ペッレグリーノ・アルトゥージ氏は、『厨房の学とよい食の術』の著者で、同書は1891年に出版された後約20年に渡り、著者自ら15回も改訂し、イタリアで最も多



カーザ・アルトゥージ。料理教室のボランティア《マリエッタ》の皆さん

く読まれている料理の本である。イタリア料理790のレシピが掲載されている。施設には図書館、レストラン、イベントスペース、料理学校があるが、今回は地元特有のパン(ピアティーナ)作りを体験した。地元のボランティア女性たちが、大勢手伝ってくれるので皆上手に作ることができた。農場でもパスタ(タリアテッレ)やアルトゥージ・レシピの料理づくり体験、農場内の散策などを行った。出される野菜は農場の有機野菜、ジュースやジャムは果樹の加工品である。料理は次女のフェデリカさんが担当しているがアメリカから家族で戻ってきた。コロナ禍の間、休業した期間もあったが、



農場での夕食風景。農場主と一緒に、皆で作ったタリアテッレ。

同農場の顧客は5,820家族、約15,000人のリピーターがいる。彼らの中にはコロナ期は家族で長期滞在し、オンラインで仕事をしながら過ごしていた人たちも複数あったそうだ。

「これからも世界からの観光客が増えていくが、ライフスタイルやレストランは大都市では飽き足らない、オーセンティックな田舎と連携する必要がある。今、人々は行き先を選ぶのではなく、どんな気持ちになれるのか、を重視するようになった。それがアグリツーリズムの進化系だ。これまでのマーケティングは無駄を生んでいる。単なるお客さんではなく、友人として心を通わせるもの、昔のような人間関係に基づくお買い物、そういうことの回復を願っている。そして、地域全体がネットワークし、仲間づくりをしている。ワイナリー、レストランも皆パートナーだ。」

主語は私ではなく私たち、町全体、地域全体がホスピタリティを提供していきたいというファッジヨリー氏の言葉が印象的

だった。

翻って日本であるが、「和食・日本人の伝統的な食文化」は2013年にユネスコの文化遺産に登録されている。和食文化の特徴として、多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重、健康的な食生活を支える栄養バランス、自然の美しさや季節の移ろいの表現、正月など年中行事との密接な関わりが挙げられている。

また、FAO世界農業遺産に認定されている地域が日本には13ある。筆者は世界農業遺産等専門家会議委員を務めていたことから、現在も各地の認定地域を訪問し、スタディツアーを企画する機会が多くある。認定地域はどれも伝統のある農林業システムに基づいた食文化や生物多様性、景観などがある。農林水産物をはじめ、地元食材や在来作物を使った食材の伝統的な活用方法や郷土料理の価値をもっと前面に出す方が良いと常々思う。伝統料理づくりや伝統工芸、伝統芸能体験や地域の人と歩くフットパスなどの方が、都市にはない農山漁村の暮らし体験といふことで、都市部の大人や外国人には新鮮で魅力的だと思っ



農場の外観。アグリツーリズム認証マークが掲出されている。

〈URL〉  
ファッジヨリー農場  
<http://www.fattoriafaggioli.it/>

ネラティブ(再生)だろう。

〈参考文献〉  
「地域資源を活用した農泊による農村活性化の現状と課題―日本、イタリア、フランスにおける事例を中心に―」第9章 イタリアにおけるアグリツーリズムについて、農林水産政策研究所 ICT活性化プロジェクト【農泊】研究資料第2号(2022年2月)  
ペッレグリーノ・アルトゥージ(著)、工藤裕子他(翻訳)『イタリア料理大全 厨房の学とよい食の術』平凡社(2020年)



東京生まれ・育ち、京都在住。  
東急百貨店、東急総合研究所、英国化粧品ブランド(ザ・ボディショップ)、環境コンサルティング会社等でマーケティングの実務を経て独立。  
2002年、日本にLOHAS(ロハス)を紹介。  
地域力創造アドバイザー(総務省)として、全国各地の農山漁村で世界農業遺産や地域資源を活かしたサステナブルな地域づくりを支援。  
主な著書に『アグリ・コミュニティビジネス』(2011年、学芸出版社) 『新commons論』(共著、2016年、中央大学出版会) 『SDGsを活かす地域づくり』(編著、2022年、見洋書房) 『ソーシャル・イノベーションの理論と実践』(共著、2022年、明石書店)等  
2022年1月、総務省「ふるさとづくり大賞」個人表彰総務大臣表彰を受賞



# 遠野らしい暮らしづくりのおすそ分け 遠野旅産直／超マイクロツーリズムについて

岩手県遠野市 認定NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク



里山での体験「さとぶら」の一幕

岩手県遠野市で農泊などを通してグリーン・ツーリズムを実践してきた認定NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク(遠野山里ネット)。「遠野らしい暮らしづくり」や四季の自然景観を求めるニーズに応えるべく、「遠野旅の産地直売所」を立ち上げ、旅行商品の販売を本格化させていたところ、2020年からの新型コロナウイルスの拡大に直面した。だが、遠野山里ネットはこの期間を「準備期間」に位置付け、農泊の担い手拡大や地元住民を対象にした超マイクロツーリズムの実践、市内の業者との連携に務めた。既にアフターコロナの需要の取り込みにも手応えを得ている。



北上高地最大の盆地である遠野盆地に位置する人口2万5千人の街・岩手県遠野市。「遠野物語」や民話などで知られ、観光客は年間150万人を数えるが、通商型観光が多く宿泊客は約10万人。宿泊客の増加や、観光スポットの認知度向上で立ち寄りを促し、消費を拡大することが課題だ。

遠野山里ネットはこうした観点から、遠野らしい暮らしづくりを観光商品としてコンテンツ化しながら、地域、農家の賑わいの低下を解決するため、旅行者がリーダーになってもらえる旅を提案している。交流によって、地域に誇りや生きがいをもたらす「コミュニティビジネス」という側面も強い。

2003年にNPO法人化し、その後、旅行業第3種を取得。2019年にはグ

リーン・ツーリズムの営業拠点として「遠野旅の産地直売所」を開設し、町場での体験「まちぶら」里山での体験「さとぶら」「民泊」「ツアー」をキーワードに旅行商品の販売を本格化した。「棚田での交流」「文化、歴史巡り」にも取り組んでいる。

「遠野旅産直」の立ち上げまでは農家民泊の送客や募集型旅行企画が中心だった。遠野旅産直を始め、農作業体験や料理作り体験、アクティビティなど農業と絡めた内容をメニュー化して「さとぶら」に、町場もグリーン・ツーリズム的な発想で紹介する「まちぶら」としてメニュー化した。

「まちぶら」は和菓子屋でのお菓子作り体験や商店主のお土産付きの交流など、遠野の街で少し変わった体験をしてみよう。多様な観光客ターゲットにした40〜90分

ほどのメニューになっている。

これらの短時間のメニューと農泊を組み合わせて1泊2日のツアーもできる。午後到着後にまちぶらや買い物を楽しんでもらい、農泊し、2日目の午前はサイクリングを組み込むといった、観光客のニーズに応じた日程が組めるようになった。地域の魅力を感じたい人が農泊を利用する傾向があるが、それを農泊以外のアクティビティにつなぐことに役立っている。

こうした取り組みはスタート直後から反響を呼んでいたが、2020年からの新型コロナウイルス禍が直撃。95%の旅行需要が消滅してしまった。

ただ、遠野山里ネットはこのピンチをチャンスに変えようと挑戦を止めなかった。遠野山里ネットの主任コーディネーターの田村隆雅さん(42)は「コロナ禍は準備期間と農家に伝えて農家民宿と農家レストランの開業を促しました。前向きに頑張ろうと、二人三脚で農家民宿の人と開業したこの時期は転換点だったかもしれないと語った」。

市の助成金を得て、観光メニューをそのまま市民向けに実施し「超マイクロツーリズム」を実践。市民向けマイクロツーリズムは1年で2回実施し8000人が参加した。ケーブルテレビのCMや新聞折り込み広告も積極的にを行い、市内での認知度は急速にアップ。複数の事業者との連携も進んだ。

未だ新型コロナウイルスの緩和が見通せていなかった昨年9月、ホップの一大産地

という土地柄を活かし「ピアワーケーション」も始まった。コワーキング施設で仕事をした後、農家レストランで旬の食材と地ビールを楽しむ、古民家で田舎暮らしを体験、サイクリングで自然を満喫するプログラムだ。

田村さんは「新型コロナウイルス対策で観光需要が減った間、積極的に市内の人と議論してメニューを作るチャンスが生まれ、できあがったと語る。

アフターコロナの活性化策として、昨年末、遠野市のふるさと納税返礼品に旅産直の旅行券を出した。モノだけではなくコト消費をふるさと納税で広げようという取り組みだ。インバウンドツアーはヨーロッパ、韓国、台湾から春の予約が10人20人単位で入っている。海外のエージェントから農家民泊を紹介してほしいという細かい案件も結構来ている。

「遠野には交流を楽しんでやってくれる地元の人がすでにいて、移住者を寛容に受け入れてくれる人も多い。今後も遠野の農泊の魅力を中心に発信していきたい」と田



田村隆雅(42)  
岩手県遠野市在住

【現職】  
認定NPO法人  
遠野山・里・暮らしネットワーク  
主任コーディネーター

岩手県遠野市在住。1980年東京都江戸川区出身。地域コミュニティに興味があり東洋大学社会学部へ入学。担当教員がグリーン・ツーリズムの研究者で、九州や東北でのフィールドワークに同行したのをきっかけに、2004年遠野に移住。同NPO入社。現在は事業計画や資金確保、コーディネートが主な業務。2018年から、いわてグリーン・ツーリズムネットワーク事務局も兼任。2019年秋に遠野のグリーン・ツーリズム販売所「遠野旅の産地直売所」を遠野駅前にオープンさせる。岩手県遠野にある「人」「暮らし」「文化・歴史」等の魅力を確認し、広義のグリーン・ツーリズムの実践を通してここで暮らす方が誇りを持って住み続けられるために事業を展開中。

【資格】  
岩手県グリーン・ツーリズム推進協議会  
「地域指導コーディネーター」  
「体験インストラクター」  
岩手県「移住コーディネーター」  
→ 日本ファームステイ協会  
「農泊品質評価員」

▲遠野旅の産地直売所について

**遠野のグリーン・ツーリズムが目指す(実践者が共有)**

**旅行者】交流を通して人や暮らし息づく遠野を第2のふるさとへ**  
・国内外の旅行者が何度も訪れ、やがて暮らしたくなるような魅力づくり  
・農業をはじめ地域内の様々な産業との連携により、旅の選択肢を増やし、旅の需要拡大

**遠野の暮らしを体感(遠野型グリーン・ツーリズム)**

**地域】交流による、生きがい・地域への誇り・生業づくりへ**

▲遠野のグリーン・ツーリズムが目指すもの



▲遠野旅産直のWEBサイト



# 手軽に農泊を楽しめる環境づくりを やまがた農泊総合ガイド・やまがた農泊体験塾の取組み

山形県グリーン・ツーリズム推進協議会 武田アドバイザー・鈴木事務局長に聞く



山形県グリーン・ツーリズム推進協議会が、新型コロナウイルス禍の令和3年度から続けている取り組みが注目を集めている。県全体の農泊関連情報を集約した冊子「やまがた農泊総合ガイド」は地域資源に関する情報を、農泊に関連する「宿泊」「食事」「体験」「直売」「景観」に分けて一元化。県全体の農泊の実施状況が一冊でわかる内容になっている。さらに「やまがた農泊体験塾」として手軽に農泊を楽しめる環境作りを進めた。旅行需要が高まる中、その効果が期待される。

「やまがた農泊総合ガイド」は、A5版122ページで、53会員による82施設の情報分野ごとにまとめ、60力所にのぼる農山漁村地域での景観ポイントを紹介している。さらに読み物として「農泊を楽しむ」をテーマにした企画も掲載している。

山形県グリーン・ツーリズム推進協議会の武田アドバイザーは、総合ガイドについて「県全体の農泊関連の情報を集約、発信するのが狙い」と語る。農泊体験施設の具体的な情報を提供することを意識して編集されており、アフターコロナ期の旅行者にとっては総合ガイドを手元に旅行プランをつくることにも役立つ。

農泊を体験できる「やまがた農泊体験塾」も令和3年度から実施。新型コロナウイルスの影響で移住や旅行先として地方への関心が高まる中、緑豊かなエリアにある農家民宿やゲ

ストハウス、旧校舎などをリノベーションした施設に1泊2日で宿泊し、地域で採れる新鮮な食材を使った食事やアクティビティ体験や交流等を楽しんでもらう内容だ。武田アドバイザーは「農泊を体験できる企画を提供することを目的にした」と振り返る。

総合ガイド作成や体験塾の実施まで、推進協はさまざまな活動を積み重ねてきた。平成29年に政府が従来のグリーン・ツーリズム(滞在型の余暇活動)から、滞在先で宿泊や飲食を提供することで滞在時間を延ばし、地域が得られる利益を増大させる「農泊」の推進に舵を切った。ただ当時、山形県内は産地直売や食のイベントへの関心が高まっていたが、農家の高齢化や世代交代停滞などもあり農家民宿や農山村体験での受け入れは取り組みが停滞していた。

上する取り組みも進めている。令和4年には農家民宿10軒が評価認証を受けている。武田アドバイザーは「山形県は4地域ごとに独自の文化が育まれてきた。地域に

よって、特徴的な文化や食べ物があ、それぞれ楽しみ方ができる。それを一番色濃く楽しめるのが農泊だと思います」と話している。



置賜エリア飯豊町でのやまがた農泊体験塾の様子



大江町やまさあべでのやまがた農泊体験塾の様子

こうした状況の中、推進協は農泊の取り組みを平成30年に開始。県全体で農泊の新たな担い手を掘り起し、分野別に意欲のある人のネットワーク化に着手。鈴木事務局長は「宿泊、食、体験の3分野を一緒に楽しむことで地域が一丸となる取り組みを始めた」と振り返る。

最初の取り組みは「食」。「地域の食」を活用した「やまがた農園ランチめぐり」を実施した。特典付きのガイドブックを作り、令和元年度が1484冊、令和2年度は2491冊、令和3年度は1585冊を販売。武田アドバイザーは「農泊の実践者に協議会活動の意義を知ってもらいつつ、食を通して農山漁村に人を呼び込むのが目的でした」と語る。

次に取り組んだのは「宿泊」。宿泊施設の連携体制をつくるため「農家のお宿の会」を組織し、利用拡大と質の向上を目指した。当初は7軒の農家民宿で組織したが、現在は25軒まで拡大している。「体験」は、農山漁村を楽しむ体験プログラムの一体的な情報発信のため推進協サイト内に「農山漁村体験情報コンテンツ」を開設。

一方、令和2年に新型コロナウイルスが

発生し、農家民宿、農泊はほとんどが休業となった。農村には高齢者が多く、都市部からの訪問客への警戒感も強かった。ただ、国の調査では若い人が農山漁村への旅行や移住に関心を持っていることがわかり、推進協は取り組みを続けることにした。

このような状況でコロナ後の活用を想定して作ったのが冊子「やまがた農泊総合ガイド」だ。掲載料は1ページ4000円と格安で、販売はこれまで約500冊。購入者からは「これを見て様々な所に行ける」との声が届いており、今後は首都圏での販売増が課題となっている。

体験塾は「農泊を手軽に楽しみたい」という層がターゲット。実践者の連携、または県の出先機関のコーディネートによるプログラムが基本で、スタート時はモニター事業として利用者の意見を整理してWEBで公開し、ブラッシュアップに活用した。

令和4年度からは本格実施に移り、「農家のお宿の会」の参加者による企画も追加。規模拡大を図っている。

令和5年度は夏の体験塾にさくらんぼ収穫体験を入れるなどさらに拡大する予定だ。また、仙台圏や首都圏向けの情報発信をSNSなどで増やしていく。

推進協は日本ファームステイ協会の農泊品質評価支援制度を活用し、農家民宿の質を向

▲やまがた農泊総合ガイド



事務局長  
鈴木 利弘



農泊アドバイザー  
武田 剛

## 山形県グリーン・ツーリズム推進協議会

【目的】グリーン・ツーリズムを推進するために必要な普及、情報発信、受入態勢整備等の条件整備実践者、推進組織、関係機関・団体等が一体となって実施し、都市と農村との交流等による農山漁村地域の活性化を図る。

【設立】1995年(平成7年)6月

【役員】会長八木文明(長井GTネットワーク会長、葉っぱ塾主宰) 副会長4名、監事2名  
※会長・副会長は県内4地域の実践者の代表と県観光部所管課長、幹事12名  
※県内4地域から実践者各1~2名・各総合支庁観光室長+県農林部所管課長

【事務局】事務局長1名(県職員OB)、事務局長2名、農泊アドバイザー(非常勤)

【会員】会員数214  
※令和4年6月1日現在(内訳)実践者132、推進組織・交流施設32、賛助会員6、関係団体8、行政36(県・全市町村)



# 農泊品質評価支援制度の展開

## — その意義と課題 —

(一社)日本ファームステイ協会 品質評価支援研究所 青木辰司(東洋大学名誉教授) 所長に聞く



動き始めたインバウンド — 農泊の真価が問われる時代に —

3年に及ぶコロナ感染問題も、収束への兆しが見え、日本政府も「水際対策」を緩和し、インバウンド事業再始動の動きが急を遂げている。一方、農水省の「農泊」事業は、2017年度から認定が開始され、2022年3月現在、全国で599地域が認定され、都道府県で平均13地域弱が事業対象地域となっている。しかし、大半の事業地域は、コロナ禍で需要が急減し、いわば「休眠状態」が今日まで続き、感染者の減少に伴う政府のコロナ対策緩和によって、外国人観光客への期待が高まっている。他方、都市部においては、テレワークやワーケーションといった新しい働き方や、生活様式が一気に浸透しつつあり、農泊地域は、その受入地域として、こうした新しい需要にも対応できる積極的な取り組みが必要となってきた。

### インバウンド事業再スタートに不可欠な「農泊」の品質確保

当協会では、設立当初からグリーン・ツーリズム及び農泊を担う宿泊施設等の品質確保の重要性を鑑み、品質評価支援研究所を設置し、英国の先進的な品質評価制度を踏まえつつ、日本独自の国際基準となりうる品質評価の在り方を、多面的に検討を続け、2021年度に、「品質評価支援」制度を立ち上げ、全国的な展開に向けて、事業開始に至っている。

その背景には、Withコロナ下における「衛生」「安全」の確保、「快適性」「ホスピタリティ」の保証、「適正な価格設定」等

の客観的な基準の公示、宿泊関連施設間の品質格差や旅行者ニーズとのミスマッチの解消、農泊実践地の品質を底上げするため、客観的な品質基準の必要性等の課題が存在する。

また国内外で、旅行者のF・I・T化個人化が進展しており、受入サイドにおいては客観的な品質基準による情報提供・発信により、「安心・安全」をアピールする戦略が必要である。

さらに、わが国では、制度として「品質」を「評価」し「認証」するスキーム(仕組み)に馴染みが薄いものの、それが海外では広く普及して、訪日客や国内の旅行者が安心して



品質評価員として任命された日本航空(株)の客室乗務員のみなさん

て旅行先に農泊地域を選択するため、客観的な品質評価支援制度の導入が不可欠であることがあげられる。

### 「品質評価支援制度」の目的

この制度の目的は、国際基準を踏まえた、日本独自の「農泊品質評価支援制度」により、農泊地域における各種施設の品質向上に向けた多面的支援を行うことにあり、基本的な考え方としては、以下の3点が重要である。

①「格付け」や「選別」ではない、個々の実践者の品質改善と、農泊地域全体の品質向上支援 ②客観的基準に基づく品質評価・認証による安心・安全の提供 ③改善提案や苦情対応等の支援策を整備・公開による実践者の参加促進。

また、この評価事業によって期待できる効果としては、①実践者の達成すべき水準の明確化と、業務改善への活用、②質の高い施設情報のアピールによる、集客力の向上と適正な価格設定による収益力の向上、③品質評価による、安心・安全の提供と、旅行者ニーズとの円滑なマッチング、④実践者・地域全体の品質の底上げによる、多様な旅行者を呼び込み、地域の活性化、農山漁村の価値の再発見と地域へのプライドの醸成、があげられる。

### 「品質評価支援制度」の内容と課題

農泊宿泊施設に対しては、協会認定の

「品質評価員」が直接面接し、以下9分類150項目に亘って精査し、基準に達したものを認定委員会の承認を経て、協会が正式に認定する。

- ① 調査事前確認項目：地域連携・研修(改善活動)等15項目、② コンプライアンス関連項目：施設の安心・安全に関わるもの等13項目、③ 事前情報提供・情報発信関連項目：予約・価格・フロント対応等18項目、④ 共有、客室等の施設関連項目：18項目、⑤ 浴室、洗面所・トイレ・バリアフリー等設備関連項目26項目、⑥ 料理・食事関連項目(※食事提供のある施設の場合)：15項目、⑦ ホスピタリティ関連項目：17項目、⑧ インバウンド)対応関連項目：22項目、⑨ 環境・立地関連項目：9項目。
- 評価は、①各項目を○または×にて評価、②得点結果を9分類のレーダーチャートにて提示し、施設の強み・弱みを見える化、③項目毎および総合的な評価にコメントを提示、④改善に向けたアドバイスと支援策を提供する。
- 特に、改善支援は、先進地の西欧にはな



青木 辰司

(一社)日本ファームステイ協会  
品質評価支援研究所 所長

世田谷区生涯大学講師。希望郷いわて文化大使。元NPO法人「日本グリーン・ツーリズムネットワークセンター」代表理事。

環境共生の社会学の視点から、日本型の都市農村関係構築について実践的な提案を展開。最近では、政府の農泊政策の定着に向けて、グリーン・ツーリズムの理念を踏まえた持続可能なツーリズムの具現化のため、品質評価支援の制度化に向けた、実践研究及びその支援に着手。岩手県遠野市には、1995年から80回以上の訪問を重ね、東北ツーリズム大学の設立やNPO法人「遠野山くらしネットワーク」の設立支援を行う一方、熊本県人吉球磨地域には2004年から70回以上訪問し、全国初の広域連携型のグリーン・ツーリズムの先駆的実践地域としての、人吉球磨地域の魅力を内外へ発信して、助言・支援。著書は、「グリーン・ツーリズム実践の社会学」、「持続可能なグリーン・ツーリズム—英国から学ぶ実践的農村再生(いづれも丸善)」、「転換するグリーン・ツーリズム」(学芸出版社)等多数。2021年7月には、人吉豪雨災害支援として、絵本「川があふれた! まちが沈んだ日—生きる力をくれたキジ馬くん」(バビラスあい)を刊行。

一般社団法人  
**JPCSA 日本ファームステイ協会**  
**農泊品質評価支援制度のご案内**

■農泊品質評価支援制度の目的

国際基準を踏まえた日本独自の「農泊品質評価支援制度」により、農泊地域における各種施設の品質向上に向けた多面的支援を行います。

■基本的な考え方と期待できる効果

|   |   |
|---|---|
| 農泊品質評価支援制度の実施<br>格付けや選別ではない「品質の底上げ」をめざし、農泊地域全体の向上を支援<br><small>協会の支援策を整備・公開することで評価や審査に積極的な実践者の参加を促進</small> | 「客観的基準」に基づく品質を評価、認証することで利用者に安心・安全を提供<br>宿泊施設のみではなく農泊地域の多様な施設を網羅する支援制度 |
|---|---|

■実施イメージ

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| 旅行者<br>安心して利用できる<br>安心して利用できる | 農泊実践者<br>安心・安全に提供し旅行者ニーズとの円滑なマッチングに貢献<br>農山漁村の価値の再発見を促すとともに実践者の地域プライド醸成を促進 |
|-------------------------------|--|

■認定による効果

- ◆「安全・安心」地域を提供
- ◆「適正な価格設定」による収益力向上
- ◆「やりがい」の向上・継続

**地域活性化・所得向上!**

▲農泊品質評価支援制度

### 結びにかえて

農泊政策の最も重要な政策課題は、多

様な宿泊施設の創出を通じた、滞在型旅行の推進による地域の経済・社会的活性化にある。その要件が、品質の向上と平準化であり、「安かろう、悪かろう」民泊への偏見や既成観念を打破する、上質の心のおもてなしと、交流の実現を具現化するためにも、品質評価支援事業の定着を図りたいものである。





図3) 左: ビジネスプロフィールのレポート「パフォーマンスデータ」  
右: ビジネスプロフィールの表示につながった検索語句

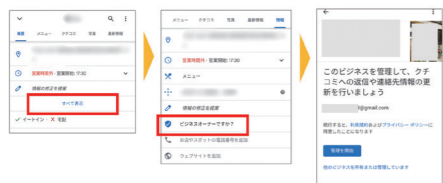
## Googleビジネスプロフィールのレポート例

GBPに登録すると、電話の問い合わせ、経路検索、ウェブサイトのボタンが押された数などの様々な指標が無料で確認できます。特に、ユーザーがビジネスを見つけた方法やユーザーがどのキーワードを使って検索したかも1ヶ月単位で表示でき、季節変動の大きい観光地の商売では季節特有のキーワード(例えば「リンゴ狩り」など)がいつからユーザーに調べられているかがわかります。ユーザーのニーズや動向分析にも役立つほか、情報発信のタイミングの参考になります。これらもすべて無料で利用可能です。

## GBPの登録方法

登録に際しては、ご自身や店舗専用の Google アカウント (無料で登録できます) スマートフォン、タブレットまたは PC 等の電子通信機器が必要です。

1 Google マップアプリで自分の店舗名を検索し、情報を表示させます。「すべて表示」をタップすると、登録されていない店舗であれば「このビジネスのオーナーですか?」と表示されます。Google マップにお店が掲載されていない新規店舗は、直接、Google ビジネスプロフィールを登録できます。  
[https://www.google.com/intl/ja\\_jp/business/](https://www.google.com/intl/ja_jp/business/)



2 「管理を開始」ボタンをタップすると、本当に店舗の関係者であるか、確認手続きが行われます。「電話」の場合は3分以内に Google から自動音声(日本語)の電話がかかり、伝えられたコード番号(6桁)を確認画面に入力します。「郵送」の場合は店舗所在地に確認コードが記載された葉書が約3週間で送付されます。葉書到着後、記載された URL からコード番号を確認画面に入力します。「動画撮影」の場合は指示通りの内容を撮影してアップロードします。

3 登録作業が完了したら、基本情報(営業時間や公式サイト URL、店舗の紹介文、写真など)を追加し、店舗情報を充実させましょう。すでにクチコミが入っていれば返信しましょう。また、最新情報を投稿して、情報を発信しましょう。

## コムサポートオフィスの紹介

家族の民宿経営を立て直し、リピート率80%超、売上高1億円台にしたノウハウを生かして、地方の小規模宿泊施設(民宿、旅館、ゲストハウス)、店舗の集客・経営コンサルティングを行う。経営難に陥った民宿の事例では、安売り思考からの脱却と集客方法の見直しで、2年で売上が2.5倍に。「旦那さんが宿を営んでいるからこそ、我々経営者の気持ちを汲んでくれる」が最も多いお客様の声。観光協会、商工会、商工会議所でWEB集客に関する研修講師を行うほか、夫婦揃って Google ビジネスプロフィールプロダクトエキスパートとして認定されている。



コムサポートオフィス

兵庫県豊岡市小田井町5-3 フラッツオダイ201  
TEL 0796-24-3139 <https://www.com-support-co.jp/>

## Googleビジネスプロフィールとは



図1) Google検索やGoogleマップの表示

あなたが旅先でランチを食べたいと思ったら、どうやってお店を調べていますか? 日本の全世帯の8割以上で普及しているスマートフォンを使って、お店を検索する方が過半数でしょう。Google マップは、お店を検索する時に、日本で最も使われている地図アプリです。その Google マップなどに掲載されている自分の店舗の情報を優先的に加筆編集できるツールが Google ビジネスプロフィール (GBP) です。あなたが店舗の正当な所有者であり、ビジネスプロフィールを管理する権限をもっていることが Google から承認されると、営業時間、写真、最新情報などを追加し情報発信できるほか、クチコミに返信し、顧客と直接メッセージのやりとりもできます。OTA (オンライン旅行会社) と契約している宿泊施設は、宿泊料金や OTA へのリンクボタンも表示されます。GBP は飲食店だけでなく、小売店、宿泊施設、観光農園、観光ガイドなど、顧客と直接対面する店舗や出張型サービスであれば登録できます。

## 農泊でも活用できる!

# Googleビジネスプロフィール活用法

## Googleビジネスプロフィールに登録し、活用するメリット

### 1 店名で検索すると Google の検索結果に表示される

GBPに登録した情報は、店名で Google 検索や Google マップで検索した際、トップページに自店舗の多様な情報(地図、写真、営業時間、電話番号、クチコミ、混雑状況など)として表示され、自分の店舗を Google で検索したユーザーが必ず目にする情報となります。

### 2 新規客の獲得に有効

スマートフォンでお店を検索する際、例えば「近くのランチ」と入力したら、検索場所から近く、ランチを提供する飲食店の候補が3店舗表示されます。ここ数年で検索結果の精度が上がっており、「感じの良いカフェ」という曖昧な言葉で検索しても、該当する店舗がユーザーの好みに合わせて的確に表示されます。ユーザーはこういように店舗を検索して探していることから、特に新規客の獲得に有効なツールとして登録・活用が広がっています。

### 3 Google に掲載される情報の編集が可能

GBPの登録が承認されると、店舗情報を優先的に加筆編集することができます。例えば臨時営業の変更などの店舗情報の編集だけでなく、写真の投稿、クチコミへの返信や、商品/メニューの掲載、お店の最新情報を投稿することもでき、あなたのお店やサービスの独自性をしっかりと Google でアピールすることができます。GBPはスマートフォンでも編集でき、ほとんどの機能は無料で利用できます。



図2) 左:クチコミの返信画面 中央:メニューの掲載 右:最新情報の投稿画面



# 日本一の教育旅行フィールドを目指して SDGsプログラムの構築

岩手県陸前高田市 特定非営利活動法人SET



教育旅行向けSDGsプログラムの構築を目指すNPO法人SETのメンバー

コロナ禍で停滞した教育旅行の誘客を本格化するため、SDGs(持続可能な開発目標)に特化したプログラムの造成が注目されている。一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社は、愛媛県・南予地域4市5町での教育旅行向け体験プログラム「ふるさと南予感動体験」にSDGs学習を含む教育旅行を実践している。竹下明伸事務局長は「地域課題を自分ごと化するプログラムを組むことが重要」と語る。岩手県陸前高田市で「農泊」を修学旅行生などに提供している「特定非営利活動法人SET」の情報交換を通じ、SDGsに特化した農泊プログラムのポイントを探った。



— NPO法人SETは岩手県陸前高田市  
広田町を拠点に2011年の東日本大震災  
をきっかけに設立しました。地元の中高生  
のキャリア教育や、大学生向けのスタディ  
プログラムを行っています。修学旅行向け  
の民泊の受け入れも担っており、2019  
年からの新型コロナウイルス前までは東北で1番の  
受け入れ数がありました。今はSDGsを  
題材とした地域のプログラムを開発できな  
いかと検討しています。八幡浜市ふるさと  
観光公社は、SDGs対応した探究学習を  
どんな形で実践していますか。

八幡浜市ふるさと観光公社・竹下事務  
局長 2019年から「ふるさと南予感動  
体験」のブランドで民泊を修学旅行向け  
などに販売しています。南予地域4市5町  
で10クラス400人を受け入れられる体制

この地域はミカンが有名ですが、魚  
の養殖も盛んで、農林漁業の体験が充実し  
ています。新型コロナウイルスによる休止を経て、  
2021年にSDGs対応した探究学習を  
実施するようになりました。特別な価値を  
提供して修学旅行生を誘致するためです。

— SDGs学習の具体的な内容を教えてください。

竹下●地域のさまざまな課題に向き合っ  
てもうようになっています。高齢化とともに持  
続可能な街づくりが困難になっている地域  
の資源をいかに守り、伝えるのかといった  
課題です。地域では事前に課題集を作成し、  
生徒はそこから課題を選んだり、自分で探  
したりしてもらいます。さらに学校での事  
前学習では、質問内容などを考えてもらい  
ます。

民泊先へのインタビューや具体的な体験  
を通じ、課題解決の方向を探り、地域へ  
フィードバックします。班ごとに滞在中の  
成果をまとめ、閉村式でのポスターセッ  
ションのような発表の形をとります。事後  
学習はSDGsの枠組みへの落とし込み、今  
後自分たちができることの検討、課題解決  
の方向性の検討などをさらに深めます。

2泊3日の場合、2日目を交流体験の日  
に充てます。交流体験には課題解決型学習  
(PBL: Project Based Learning)や  
SDGsのプログラムを乗せられるように  
しています。

— 実践例を教えてください。

竹下●東京の私立高校では1年前から事前  
学習をし、最終日に班ごとに課題解決に向  
けた提案をしました。市長などにも来てい

ただき、発表後には生徒にアンバサダーの  
任命をしました。提案は、地元の人を思いつ  
かないような新鮮なアイデアもありました。  
SDGsには17目標と169のターゲット  
があり、例えば二つめの目標に「飢餓は  
ゼロに」というものがあります。この目標  
に関連し「持続可能な農業」というターゲッ  
トもあります。八幡浜はミカンの産地です  
が、3〜4割が規格外。それを買ってもら  
うにはどうするのか、といった自分事化ま  
でできたらいい。課題解決まで考えてもら  
えれば、関係人口になってくれるという期  
待もあります。

— 課題はありますか。

竹下●フィールドワークやプレゼンテーショ  
ン、交流会といったPBL3種と、体験型SD  
Gs学習1種類を用意し既存の民泊プロ

グラムに乗せていますが、上乗せ料金  
を頂いていないという問題です。民家さん  
にもご協力いただいているので、このまま  
では長続きしないのではと感じてきました。  
京都の高校では3日間のうち、2日目ま  
でに家業体験、選択体験し、さらに3日目  
にSDGs学習を入れた例があります。学  
校から旅行中事前、事後学習の内容を盛り  
込んで、という要望があり、対応しました。  
これなら3日目の午前、午後の部分に家  
業体験の費用を出してもらえます。今までは  
0だったところに生徒1人何千円かいただ  
ける。これだったら、既存サービスの上に  
より高い価値が提供できます。

民家さんには体験の中で課題を生徒と共  
有してもらいます。その後、民家の人と生  
徒がチームを組み、課題をポストイットに  
書いて貼っていく。そして対策を練り、ど  
んなSDGsに関連するかを考えます。

かんきつの話では6次産業化、ミカンを  
どう加工販売するかという課題があります  
が、八幡浜市で開催されている「世界マー  
マレードアワード」を活用して「ママーレ  
ード作る人を増やしたらどうか」という対策  
が生まれました。世界大会には生徒も応募  
し、受賞したものを地域の人が作って  
くれるような流れもできるなどの話です。  
それがSDGsの目標の中で2番かもしれ  
ないなどと、最後に発表します。

民泊が終わってからフィールドワークし  
た例があるのですが、民泊で生徒たちの気  
持ちはピークに達し、その後の学習の意欲  
が湧いてこないという問題例がありまし

た。でも、3日目に体験を組み込む形なら、  
ピークは成果発表になります。

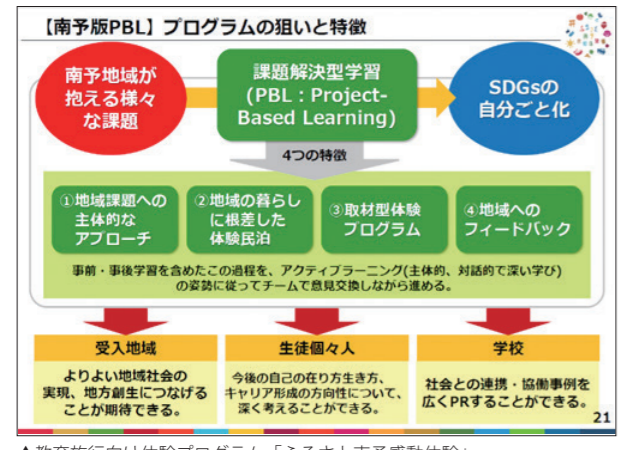
— 課題解決のコンテンツに特化して企画  
した理由や背景はありますか。

竹下●民家さんはみな、それぞれの課題に  
ついて自分ごととして知っていて、語るこ  
とができますし、課題解決に関する体験が  
1番、生徒に刺さると思います。2泊3日  
一緒に過ごしてきた民家の方がこんな課題  
があると話してくれて、解決策を生徒たち  
が自分たちで検討する。修学旅行で民泊や  
るとすれば、これが正解なのかなと思っ  
ているからこそ、実施しています。

旅行会社からの助言もいただきました。  
特に私立大学に進学しようとした時に、  
eポートフォリオというオンラインの履  
歴記録の提出が必要なケースがあつて、そ  
こにSDGsの取り組みが書ければ非常に  
有効になるという話もありました。

— 地域としてSDGsの受け入れはどう  
ですか。

竹下●プログラムのタイトルにSDGsを  
書き込む程度で、できるだけ使わないよう  
にしています。地域の人にとっては具体的  
な課題解決のアイデアを話す方が刺さると  
思います。大切なのは、どう自分事化する  
かということでしょう。SDGsターゲット  
も、生徒が課題解決について提案する時  
にSDGsの何番だと話をすることはあり  
ますが、それを前面に言うわけではありま  
せん。目標の何番かというのは表面的な部  
分もあり、課題に特化して話をした方が良  
いと思っています。



▲教育旅行向け体験プログラム「ふるさと南予感動体験」



# インバウンド再開に向け農泊における フードダイバーシティ

青森県平川市 株式会社グリーンファーム農家蔵



グリーンファーム農家蔵でのインバウンドの受入れのようす



アフターコロナに向け、外国人受け入れの環境整備が課題になっている。海外ではベジタリアンやヴィーガンといった菜食を基本とする人たちが増え、宿泊施設での外国人の受け入れには食の多様化も不可欠になりつつある。外国人観光客の取り込みを本格的に展開しようとしているグリーンファーム農家蔵(青森県平川市)も、農泊を受け入れている農家や地域の食堂で食の多様化に取り組みもうとしている。ベジタリアン認証マークやヴィーガン認証マークの普及などを手がけている特定非営利活動(NPO)法人ベジプロジェクトジャパンの川野陽子代表に、ポイント聞いた。

株式会社グリーンファーム農家蔵は青森県の津軽地方の平川市で、修学旅行生の農家民泊の受け入れをしています。修学旅行以外にも一般客やインバウンドの需要が多くなってきたので別団体とともに受け入れ態勢の整備を進めてきましたが、新型コロナウイルスで集客がストップしました。今後はインバウンドが回復する可能性があり、ハードルの高かった宗教的な対応や、ベジタリアン向けメニューについて検討しています。どのような対応が必要でしょうか。

NPOベジプロジェクトジャパン・川野陽子代表 ●動物の肉や魚介類を食べないのがベジタリアンで、それに加えて動物由来するもの例えば卵や牛乳も口にしない人をヴィーガンといいます。社会にベジタリアンやヴィーガンにも対応した食の選択肢を増やす活動をしています。ベジタリアンには動物の福祉を守り、環境に優しく、健康にも優しいという面があります。大学からの相談も受け、大学食堂にヴィーガンのメニューを入れる支援もしています。

増やす活動をしています。ベジタリアンには動物の福祉を守り、環境に優しく、健康にも優しいという面があります。大学からの相談も受け、大学食堂にヴィーガンのメニューを入れる支援もしています。

ヴィーガン認証のマークも広がりを見せていますね。

川野 ●メーカーや飲食店にも使っていたけど、日本で一番使われているマークになりました。食品メーカーの商品開発のサポート、ベジタリアンの人々を集めたフィードバックもしています。2年前は群馬県の伊香保温泉をベジタリアンもおもてなしできる地域にしようと国土交通省の事業として進めました。

食の多様性について、ベジタリアンに注目することには、どんな意義がありますか。

川野 ●ベジタリアンに配慮をすることで新しい客層を期待できるようになります。例えば宗教上の理由で食の禁忌がある方にも喜んでいただけるケースもあります。もちろん宗教の決まりや人々の実践の仕方などによるため全ての方にびったり当てはまるものではありませんが、イスラム教徒やユダヤ教徒の中にはベジタリアンやヴィーガン用のメニューなら、肉はないから喜んで食べますという方もいます。「できるだけベジタリアン」というフレキシタリアンと

言われる方も増えています。ドイツではフレキシタリアンが人口の半分を占めたといえられ、アメリカでも3割がフレキシタリアンという調査もあります。植物由来の食物という意味でプラントベースという言葉も出てきています。

地域で受け入れを準備するには、どのような対応が必要でしょうか。

川野 ●お客さんはそれぞれの基準があるので、「ごういったものをめし上がりませんか」と聞くのがいいと思います。

普段の郷土料理を生かしてメニュー化する取り組みが有効だと思います。例えば豆腐料理が売りのお店だったら、ぜひ和食系でメニューを作っていたらいいです。厚揚げを普通にトースターで焼いて、大根おろしを上に載せてしょうゆをかけるシンプルな料理が、日本人にも外国人にも受けることがあります。和食のだし汁は魚のエキが入っていると使えませんが、昆布やしいたけのみでだしをとったり、調味料はシンプルなしょうゆだけという味付けにしたりしても、大丈夫です。事業者の方にできるだけ負担にならない中で、お客様に喜んでいただけることを模索されるのが良いと思います。

ポイントはその強みを生かすこと。「ベジタリアンは何に喜びますか」と聞かれますが、「何でも喜びます」と答えます。

食事を囲む人が同じような料理を食べたいというニーズもあります。

川野 ●肉や魚を代替食材に変更した通常メニューを提供すると大変喜ばれます。肉に似せた食材もたくさん出ていますし、肉や魚の代わりに豆腐やがんもどきを使うことも可能です。宗教上の理由で肉が食べられない方にも、元々は肉が好きだけどもやめた方にも、こういうメニューは好評です。デミグラスソース、ホワイトソースなど調味料もベジタリアン向け、ヴィーガン向けの既製品がたくさんあります。ネットなどで既製品を地域で共同購入すれば、コストが下がります。

味や見栄えも含め本来のものになるべく

近づけていただけるといいかなと思います。いきなり全部やろうとすると負担になるので、できることから始めることも大事です。

成功した飲食店は、ベジタリアンだけを特別対応していないという特徴もあります。ベジタリアン対応だとわかる表示は必要ですが、「ベジタリアン用」と打ち出さず、おいしくて価格も普通のものと大きくは変わらない程度にしていたければ、ベジタリアン以外も楽しめる目玉メニューになります。

メニューを作り、発信することが大切です。

川野 ●発信をしていないと、ベジタリアンたちが情報にたどり着きません。ベジタリアンの人々も「私たちが食べるものがないだろう」という所には、近寄りません。皆さんが対応して情報発信したら、「行ってみよう」という人は増えると思います。

理想は、お客さんが選べるようにメニューを創っていただくことだと思いますが、そのために2種類、3種類を別に用意するのは手間がかかるでしょう。ですから、とてもおいしい料理が実はベジタリアン対応だから、ベジタリアンも食べることができ多くの人が選べるものになるというような形が最高です。ベジタリアンがいるからベジタリアンメニューを食べなくてはと思うのではなく、とてもすきな料理が食べられて、「実はベジタリアン向けだからみんな食べられる」という考え方で、そういう取組みができるいいと思います。

グリーンファーム農家蔵 様  
食の多様化への対応  
～ベジタリアン・ヴィーガン～  
2023/2/21

NPO法人ベジプロジェクトジャパン  
代表理事 川野陽子 (かわのはるこ)

Japan  
Vege Project

ベジタリアン・ヴィーガン

|              | 肉 | 魚介 | 卵 | 乳製品 | 蜂蜜 | 五臓 |
|--------------|---|----|---|-----|----|----|
| ノンミートイーター    | × | ○  | ○ | ○   | ○  | ○  |
| ラクトオボベジタリアン  | × | ×  | ○ | ○   | ○  | ○  |
| オボベジタリアン     | × | ×  | ○ | ×   | ○  | ○  |
| ラクトベジタリアン    | × | ×  | × | ○   | ○  | ○  |
| ヴィーガン        | × | ×  | × | ×   | ×  | ○  |
| オリエンタルベジタリアン | × | ×  | △ | △   | △  | ×  |

\*ヴィーガンは動物搾取のないライフスタイル全体に及ぶこともある  
\*五臓: ねぎ、玉葱、にら、にんにく、らっきょう等  
\*基準、考え方、実践の仕方は個人、事業者等により多様。絶対的な基準はない。

▲NPO法人ベジプロジェクトジャパン資料



# 農泊型体験アクティビティの情報発信・OTA販路開拓について

青森県大鰐町 青森県自然体験活動ネットワーク推進協議会



生ハム工房での体験の様子



新型コロナウイルス対策が緩和される中で、自然体験プログラムなどへの集客に向けて動き出す地域が増えている。青森県大鰐町の青森県自然体験活動ネットワーク推進協議会は、廃校を活用した生ハム工房や、自然体験塾を運営しているものの、集客につながる情報発信に課題を抱えている。国内、海外に向けてインターネットで旅行商品を発信しているオンライントラベルエージェント(OTA)のアクティビティジャパンの佐々木心也氏から、OTAの仕組みや特徴、サービス内容について説明を受けた。

青森県自然体験活動ネットワーク推進協議会は、青森県の自然を広めるために複数の団体をネットワーク化して発足しました。7ヘクタールの元リンゴ農園で豚を放牧し、元廃校で生ハムを作っています。生ハム塾には県外からも参加者がいますし、ニホンザリガニや瑠璃色のトンボなどが生息する豊かな自然環境も特徴です。ただ、地元旅行会社を通じたPRには限界があり、さらなる活動の拡大に向けて発信力の強化を目指しています。OTAとはどんなサービスでしょうか。

アクティビティジャパン・佐々木心也氏●アクティビティジャパンは、旅行目的での体験プログラムや農泊などを販売する着地型観光のOTAで、Webサイト、オンラインサイトを運営しています。生ハム工房

や豊かな自然を生かした魅力あるプログラムなどのお役にもお役に立てる可能性があると感じました。

着地型旅行商品の造成のポイントは、売り手側と造成側で地域性、ここでしかない体験、ストーリー性を組み合わせ、有名観光地、京都、北海道、沖縄が中心ですが、OTAは、地域性が強く、ここしかできない体験の販売を進めていくことができます。

海外への発信も得意分野ですね。佐々木●アクティビティジャパンは、インバウンド向けに、日本語のPR文章を自動的に英語、簡体中国語、繁体中国語、韓国語、タイ語に自動翻訳する仕組みを取り入れています。元々は海外旅行に強いHIS

グループでしたが、今は台湾のOTA大手のKKdayと業務提携しており、日本人と外国人の両面へのアプローチができます。登録提携パートナーは4千社、体験項目370種、体験プラン数1万5千種を数えます。

OTAは、他に国内向けがじゃらん、アソビューなどがあります。海外ではトリップアドバイザー、VIATORなど。我々と同様、海外も国内も対応出来るサイトとしてヘルトラなどがあります。

HISや日本旅行などの国内のリアルエージェントとも連携しています。大手旅行会社などのリアルエージェントでも体験メニュー用のページを設けていますので、弊社のサイトでプログラムを登録すると、多くの旅行会社のサイトにも連動して掲載

11 **ACTIVITY JAPAN**

OTAとは「Online Travel Agency」の略称で、インターネット上で取引する旅行手配会社を意味します

**OTAのメリット**

1. 認知度上昇  
OTAの紹介から世界中の旅行者の目に留まり、認知度の上昇が期待。常に予約は入らずとも「広告」として滞在需要の高まりを得られる
2. 多言語対応が容易  
自社サイトが多言語に対応させるためには、ページ制作や翻訳の費用がかかりますが、OTAでは翻訳のサポートを受けられます
3. 販売チャネルの多様化  
販売チャネルネットワークを数多く、ひとつのOTAに登録しただけで多様な販売チャネルを確保することができます
4. 売れなければ戻すリバイス!  
通常のプラットフォームを作ってしまったら、もうリバイス不可。WEBであればいつでも何回でも商品の見直しができる

**OTAのデメリット**

1. 価格競争に参入  
OTAは比較検討サイトであることから、競合他社の登録が増えると、必然的に価格競争に巻き込まれるリスクがあります
2. OTAに払い続けるコスト(コミッション)  
メリットとして初期投資がからない一方で、予約成立によりコミッションを払い続けなければなりません。予約件数が増えることと支払い額が増え、広告や宣伝などの販促にかかる費用を上回る可能性があります

次ページからは弊社アクティビティジャパンを基準にOTAの仕組みをご説明

▲アクティビティジャパン資料

され、一気に予約の導線が作れます。決済は予約時に済ますことになり、現地での現金のやりとりは無くなります。

——メリットについて教えてください。

OTAサイトで予約に至らなくても、多くの人が訪れるサイトで紹介しているだけで、認知度が上がり、自社サイトへ誘導して、直で予約が入ることもあります。多言語対応も自動的に無料で翻訳され、その精度も向上しています。システムに販売プランを登録すれば、その日のうちに、全て5カ国語に変換され世界中で見られます。

インバウンド対応とし、海外向けにSNS発信することも別予算で可能です。アクティビティジャパンは、提携するKKdayが台湾に55万人の登録者を持っていますので、そういったところに向けて発信もできます。

——どんな変化を生み出せますか。

紙のパンフレットは一度作ると作り直しが大変ですが、OTAサイトに掲載した内容は、いつでも何回でも作り込み、直しができるようにになります。

予約のデジタル化も可能になります。今までは電話対応が主で、ホームページを開けていても結局、電話で予約を受ける例もあったと思いますが、それを全てオンラインで管理できるようになります。お客様はWebを見て予約をしたらその時点で決済されます。

決済もPayPayや、クレジットカードなど多様な方法で事前に済ませることができ、当日になって現れないお客様、ノー



廃校を活用した生ハム工房

ショー対策にもなります。クレジットカードで事前決済で予約をしていますし、キャンセル料もシステムで登録していますので、当日無連絡で来なかった場合でも100%、料金を受け取れます。ノーショーは従来、食事や体験の準備をしているので販売側のリスクだったのですが、それが解消されます。

予約管理システムで、お客がどのサイトからどのように来て予約しているのかも分かります。収益アップ、コスト削減を後押しすることになります。

——デメリットはありますか。

OTAの多くは比較検討サイトである点です。他で同じようなプランがあれば比較され、価格競争に参入してしまいます。手数料は、OTAでも必要です。弊社の初期費用はゼロですが、成果報酬型として、成約ごとに決済手数料込みで国内13%、海外18%が必要です。ただ、リアルエージェントは国内分でも2割のケースがあり、OTAのほうが費用は抑えらると思います。

——現場をネットワーク化してコントロールする人も必要ですね。

佐々木●予約のマネージメント、ハンドリングする現地の人は絶対必要です。宿、交通、送迎も含め全て一括してハンドリングと管理をする役目の人材です。各地のDMO(観光地づくり法人)は本来、観光地域を作る役割を担っており、現地でのハンドリングを担っている地域もあります。アクティビティジャパンは旅行業を持っており、福島県の二本松農泊推進協議会と共同で、宿泊も交通も全てワンストップで販売しています。ただ、現地でのハンドリングはどうしても必要です。

——どのようにスタートすれば良いでしょうか。

OTAを、国内や台湾だけに限って対応してみるスモールスタートも可能です。今の価格から少し上げ、高級版のプログラムを構築するきっかけになるかもしれません。値段を安くして集客する例もありますが、周りを巻き込む力をつける意味でも少し高い値段の販売に挑戦するのも良いと思います。



# Report 1

## 東北農泊スタートアップセミナー

### コロナ禍を経て再注目される 農泊の魅力と実践者の事例発表

- と き 令和4年11月30日(水)
- と ころ 宮城県柴田町 古民家宿「柚子のあぜ道雨乞のかえる」

東北農政局では、「東北農政局農泊促進プロモーション事業」として、制度理解の促進及び地域におけるポストコロナを見据えた農泊の取組の更なる推進に向けて、農泊実施地域の掘り起こしに向けた農山漁村振興交付金農泊推進対策事業説明会「東北農泊スタートアップセミナー」を開催した。

晩秋の季節を迎えた宮城県柴田町、築170年の古民家宿「柚子のあぜ道雨乞のかえる」にて、古民家の味わい、農山村の雰囲気堪能しながら開催された。

基調講演として、グリーン・ツーリズムや農泊の第一人者である、東洋大学名誉教授であり、一般社団法人日本ファームステイ協会品質評価支援研究所所長である青木辰司氏より「地域の特性を活かす農泊の魅力」と題して、コロナ禍で再注目をされる農泊の魅力をお伝えいただいた。

また、実践者2名より活動事例を発表いただいた。一人目は、会場である古民家宿「柚子のあぜ道雨乞のかえる」のオーナーでもある一般社団法人かかしの一本足かえるのあぐら代表嶋崎康二氏より、「地域住民と非地域住民による里山づくり」と題して、緩やかな移住者目線での農泊の活動についてお伝えいただいた。

二人目は、秋田県北秋田市で「マタギの

宿ORYAMAKE」を営まれている織山英行氏より、「埋もれかけた文化(魅力)の掘り起こし」と題して、地域資源を活用した宿や農泊の魅力をお伝えいただいた。

農泊事業の説明として、農林水産省農村振興局農村政策部都市農村交流課根井係長から令和5年度の農泊事業や農山漁村振興交付金についての説明をいただいた。

東北各地からオンラインも含め、約60名の参加者が集い、各発表者の発表に耳を傾け、間もなく光が差し始めるであろう、アフターコロナの農泊に向け、活動の重要性を再認識するとともに、新たにチャレンジをしようという地域・人々にとっては、特に意欲を高める内容となった。

セミナーのアーカイブ映像については、Youtubeにて限定公開をおこなっている。  
(<https://youtube/4lrcq0TZW>)




▲東北農泊スタートアップセミナーチラシ

# Report 2

## 山形紅花農観連携ネットワーク構築に向けた意見交換会

- と き 令和4年12月12日(月)
- と ころ 山形県山形市 山形県JAビル

## 山形紅花農観連携ファムトリップ・マッチング商談会

- と き 令和5年2月13日(月)~14日(火)
- と ころ 山形県 河北町・白鷹町・天童市・中山町

東北農政局では、「東北農政局農泊促進プロモーション事業」として日本農業遺産の認定地域である山形県最上川流域において、農業分野と観光分野の連携による地域の魅力向上を図ることで、観光誘客や「最上紅花」の認知度向上、地域活性化等につなげられるような取組を行った。

この取組に当たっては、地域資源の活用方向について、様々なアイデアやコンテンツを抽出し、農観連携体制の構築を目指し、農林漁業者や旅行事業者のほか、地域内外の多種多様な事業者・人材の関わりを拡大する体制としてのネットワークが構築できるよう、地元関係機関の担当者及び農泊関連の取組の実践者の方々を対象にした意見交換会を開催した。

意見交換会では、農観連携に知見があり、世界農業遺産等専門家会議委員でもあった同志社大学の和田順子氏より、「山形県最上川流域における農観連携の重要性について」と題して講義を頂いた。

また、実践者の事例発表として、鳴子温泉もりたびの会 加賀道氏より農観連携の取組について発表を行った。

最後に、「農観連携によるイノベーション創出を考える」と題して、ターゲット別



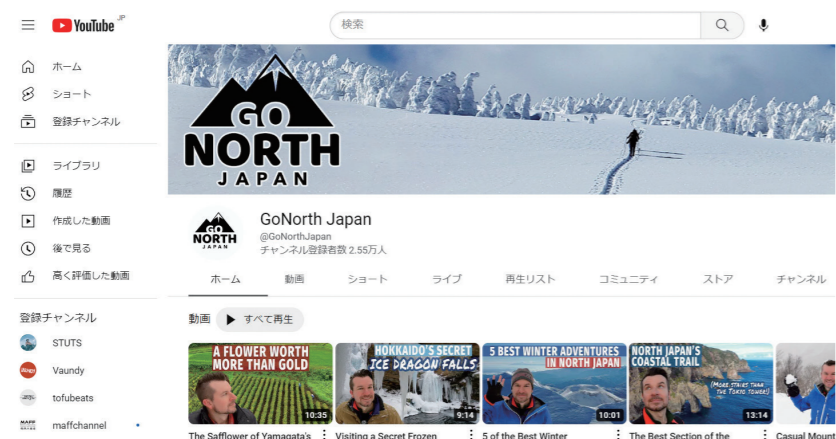
に参加者が分かれ、地域資源のアイデア出しワークショップを行った。

その意見交換会を踏まえ、地域資源を活用した観光誘客のため、旅行事業者等に向けたファムトリップとマッチング商談会を実施し、農観連携の推進、地域資源を使ったテーマ性のある旅行商品等の造成へ向け、農泊推進プロモーションを行った。

ファムトリップには、東京都内・仙台市内・山形県内より旅行事業者・航空事業者・貸切バス事業者・国際誘客プロデューサー等が参加し、山形紅花の魅力を実際に体感するとともに、マッチング商談会では、各

受入自治体・関係者より地域の魅力のPRをおこなった。

ファムトリップに参加をした国際誘客プロデューサーであり、欧米向けに東北地方をPRする動画を制作するYouTuberフェリス氏の動画。<https://www.youtube.com/watch?v=caxAT5jfG8>





# 農山漁村滞在型旅行「農泊」の推進について

## ■農山漁村滞在型旅行「農泊」の推進について

- 「農泊」とは、農山漁村地域に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」。
- 「農泊」の狙いは、宿泊・食事・体験など農山漁村ならではの地域資源を活用した様々な観光コンテンツを提供し、農山漁村への長時間の滞在と消費を促すことにより、地域が得られる利益を最大化し、農山漁村の活性化と所得向上を図るとともに、農山漁村への移住・定住も見据えた関係人口の創出の入り口とすること。



おわりに

人口30万人弱の岩手県盛岡市が、世界の都市の中で注目に値している。令和5年1月、米紙ニューヨーク・タイムズが「2023年に行くべき52カ所」の一つとして、ロンドンに次いで2番目に盛岡市を紹介したのだ。これをきっかけに、観光情報などを求める盛岡市役所への問い合わせが急増するなど、反響が広がっている。

- ▽記事は盛岡市について、混雑を避けて歩いて楽しめる美しい場所
- ▽山に囲まれ、いくつもの川が流れる豊かな自然がある
- ▽盛岡城跡や赤れんがの岩手銀行旧本店本館など和洋折衷の伝統的な建物が並ぶ
- ▽東京から新幹線で約2時間、などと紹介している。

盛岡を推薦したライタークレイグ・モドさん(42) // 神奈川県鎌倉市在住 //

は、日本滞在約23年で、国内各地を巡ってきた。盛岡市は2020年に初めて訪れ、「市民の優しさにプラスして、料理もおいしく、歴史がある街並みは歩きやすい」とひかれました。

冷静に考えると、東北地方のどの農山漁村地域、農泊地域においても同様に当てはまる魅力が同じようにあることに気付かされる。ただ、これまで、東北を訪れる外国人観光客の数は多いとは言えなかった。2018年の訪日外国人のうち、東北で宿泊したのは1.5%というデータもある。

東北地方の農山漁村地域は、ダイヤの原石が散りばめられている。輝かしい光輝く地域の宝石を、地域一体となり磨き、保全していくことが、アフターコロナにおける持続可能な農泊への第1歩ではないだろうか。

一般社団法人 全国農協観光協会

## 農山漁村振興交付金（農山漁村発イノベーション対策）のうち 農山漁村発イノベーション推進・整備事業（農泊推進型）

【令和5年度予算概算決定額 9,070 (9,752) 百万円の内数】

**<対策のポイント>**  
農山漁村の活性化と所得向上を図るため、地域における実施体制の整備、食や景観を活用した観光コンテンツの磨き上げ、ワーケーション対応等の利便性向上、国内外へのプロモーション等を支援するとともに、古民家等を活用した滞在施設、体験施設の整備等を一体的に支援します。

**<事業目標>**  
都市と農山漁村の交流人口の増加（1,540万人【令和7年度まで】）

| 事業の内容   | 事業イメージ   |
|---|--|
| <b>1. 農山漁村発イノベーション推進事業（農泊推進型）</b><br><b>① 農泊推進事業</b><br>ア 農泊の推進体制整備や観光関係者とも連携した観光コンテンツの開発、Wi-Fi等の環境整備、新たな取組に必要な人材確保等を支援します。<br>【事業期間：上限2年間、交付率：定額（上限500万円/年等）】<br>イ 実施体制が整備された農泊地域を対象に、インバウンド受入環境の整備やワーケーション受入対応、地元食材・景観等を活用した高付加価値コンテンツ開発等を支援します。<br>【事業期間：上限2年間、交付率：1/2等】<br><b>② 広域ネットワーク推進事業</b><br>戦略的な国内外へのプロモーション、農泊を推進する上での課題を抱える地域への専門家派遣・指導、利用者のニーズ等の調査を行う取組等を支援します。<br>【事業期間：1年間、交付率：定額】 | インバウンド受入環境の整備<br>多言語への対応 Wi-Fi環境の構築 トイレの洋式化<br>地元食材・景観等を活用した高付加価値コンテンツの開発<br>課題に応じた専門家の派遣・指導<br>古民家等を活用した滞在施設の整備 |
| <b>2. 農山漁村発イノベーション整備事業（農泊推進型）</b><br>① 農泊の推進に必要な古民家等を活用した滞在施設、一棟貸し施設、体験・交流施設等の整備を支援します。<br>【事業期間：上限2年間、交付率：1/2（上限2,500万円※）】<br>※ 遊休資産の改修：上限5,000万円、市町村所有の遊休資産を宿泊施設として改修：上限1億円<br>② 地域内で営まれている個別の宿泊施設の改修を支援します。<br>（農家民泊から農家民宿へ転換する場合、促進費が活用可能）<br>【事業期間：1年間、交付率：1/2（上限1,000万円/経営者かつ5,000万円/地域）】   |  |

**<事業の流れ>**

```

    graph TD
        A[国] -- 定額、1/2 --> B[地域協議会等]
        B -- 定額 --> C[民間企業等  
(郵便貯蓄、一般社団法人等)]
        C -- 1/2 --> D[中核法人等]
        B --- E["(1)①の事業"]
        C --- F["(1)②の事業"]
        D --- G["(2)の事業"]
    
```

【お問い合わせ先】 農山漁村振興局都市農村交流課（03-3502-5946）

広告

## 農泊やグリーン・ツーリズムを中心とした 地域づくりを取り組まれる団体・自治体のみなさまへ

受入地域の体制整備支援プログラムをご提供しております。お気軽に以下の箇所までご相談ください。



□ 北東北支店（岩手・青森・秋田）  
〒020-0024 盛岡市菜園1-4-10 第二産業会館5F  
TEL 019-622-1005

□ 南東北支店（宮城・山形・福島）  
〒980-0011 仙台市青葉区上杉1-2-16 JAビル宮城B1F  
TEL 022-264-8674

□ 本社事業統括部 地域共創事業課  
〒143-0006 東京都大田区平和島6-1-1 TRCアネックス1階  
TEL 03-6436-8204







2023年3月発行

[ 編集・発行 ]

一般社団法人 全国農協観光協会

〒101-0021

東京都千代田区外神田1-16-8

GEEKS AKIHABARA 4階

TEL 03-5297-0321