



東北
農泊

地域の 取組事例集

AOMORI / IWATE / MIYAGI
AKITA / YAMAGATA / FUKUSHIMA

目次

第1章 ● 農泊地域の現状と目指す姿 2

第2章 ● お悩みと解決策の事例 4

1 ヒトに関するお悩み 地域内で協力者がいない・人材が不足している

こうして解決!!

地域内の人材育成と協力者づくり

受入家庭との丁寧なやり取りを通じた信頼獲得と受入家庭拡大（特定非営利活動法人 SET）	4
徹底した農家民宿へのサポートによる開業支援（栗原市農泊推進協議会）	5
休業中の農家民宿も集めた座談会の実施（大館市まるごと体験推進協議会）	5
各種イベントの継続開催による地域内の協力体制強化（柴田町里山ビジネス振興協議会）	6
クラス（バス）ごとのローテーションによる分業体制の構築（一般社団法人みやぎ大崎観光公社）	7
担当者の任命による農泊再始動（田代村体験協議会）	7

こうして解決!!

地域外の人材活用

移住希望者への丁寧な対応による人材確保（一般社団法人東和作戦会議）	8
協議会メンバーの有機的な連携（一般社団法人仙北市農山村体験推進協議会）	9
地域おこし協力隊の積極的活用とそれを可能にする仕掛け（西会津農泊ビジネス推進協議会）	10
プロボノ人材活用による事業推進（株式会社 GM7）	10

こうして解決!!

将来に向けた発展のための計画づくり

交流に重点をおいた理念策定（蔵王農泊振興協議会）	11
自社の戦略的立ち位置の整理（株式会社 GM7）	12
長期計画の作成と振り返り（雄勝町渚泊推進協議会）	12

2 モノ（コンテンツ）に関するお悩み コンテンツを作ったが、提供する機会がない・売れない

こうして解決!!

コンテンツの変動価格・大量造成・多様化による販売

シーズナリティに応じた価格設定（弘前里山ツーリズム）	13
体験コンテンツの大量造成と着実な実施（栗原市農泊推進協議会）	14
アフターコロナに向けた多様なコンテンツの創出（一般社団法人かなざ元気村）	14

こうして解決!!

旅行者のニーズに応じたコンテンツ提供の工夫・作りこみ

企業向けオーナー制度の作りこみ（食農体験ネットワーク登米協議会）	15
パリアフリービーチでの SUP 体験（特定非営利活動法人自然体験温海コーディネート）	15
旅館と体験事業者が連携した Win-Win の関係づくり（三種町農泊推進協議会）	16
需要の平準化を狙ったインバウンド向けコンテンツづくり（食農体験ネットワーク登米協議会）	16
対象のニーズに応じた地域資源の使い方の工夫（とびしま渚泊協議会）	17
徹底的な作り込みによるサービスの高付加価値化（岩崎発酵するまちづくり協議会）	17
「見る」から「体験」への転換（オール米沢食文化推進協議会）	18
地域の困りごとのコンテンツ化（蔵王農泊振興協議会）	18

こうして解決!!

コンテンツの掛け合わせ

複数コンテンツの組み合わせによる可能性拡大（株式会社 GM7）	19
ビール × スポーツを掛け合わせた農泊コンテンツ（いしのみきグリーンツーリズム協議会）	19

3 資金に関するお悩み 更なる発展のための開発資金がない

こうして解決!!

補助事業の積極活用

県内の補助事業の活用（白河市大信地域交流促進協議会）	20
農林水産省の支援サービスの活用	20

こうして解決!!

連携による費用負担の軽減

企業との連携（川内村のんびり里山暮らし協議会）	21
地域事業者と連携した持続的な体験コンテンツの提供（平泉一関エリア農泊推進協議会）	21

4 情報に関するお悩み 情報発信ツールを上手く活用できない

こうして解決!!

連携による発信力の強化

DMO の情報配信コンテンツの活用（石巻みらい農泊推進協議会）	22
OTA の取捨選択と地域おこし協力隊の活用（大館市まるごと体験推進協議会）	23
潜在的協力者探し（石川町農泊推進協議会）	23

第3章 ● 参考資料集（農泊に関する研修動画） 24

平成28年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」に「滞在型農山漁村の確立・形成」が位置付けられ、特に訪日外国人旅行者を含めた農山漁村への旅行者の大幅増加による所得の向上や雇用の増大を図るため、日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村地域の人々との交流を楽しむ滞在である「農泊」を推進しています。

そのような背景のもと、「農泊」は、持続可能な農泊地域を創出する観点から、500地域創出を掲げた「草創期」から、「年間延べ宿泊者数を令和7年度までに700万人泊」とする目標の下、成果を示す「成長期」へ移行すべき段階にあると考えており、「農泊地域の実施体制を再構築」、「まずはわが農山漁村に来てもらう」、「いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村をつくる」という大きく3つの方向性を示しました。

本事例集では、東北地方の農泊地域の事例をベースに、再構築に向けてどのような一歩を踏み出したのか、また、どのようなコンテンツや情報発信で農山漁村地域に来てもらっているのかなどをまとめました。

今まさに農泊に取り組んでいる皆様や一緒になって取り組んでいる皆様にとって、本事例集が農山漁村地域の発展・活性化推進の一助となれば、幸いです。

農林水産省 東北農政局 農村振興部 都市農村交流課

東北地方では、現在91の農泊地域が活動しています。

コロナ禍に伴い、旅行需要の大幅な減少、インバウンド需要の一時的消滅を受けて農泊推進の機運は一時減退しましたが、現在、農泊の成長に向けた再始動が期待される段階にあります。

そのような状況の中、本会は、「農泊地域の再始動に向けた情報共有促進」、「農泊地域の実態把握と課題解決に向けた協議」という目的のもと、実際に農泊地域を訪問して、さまざまなお話を伺いました。

その結果、多くの農泊地域は人材の不足や活動資金の捻出に悩みながらも、多様なアイデアや工夫を凝らしながら地道に活動を続けていることが分かりました。

本会は、これらの事例から農泊地域の皆様が課題解決のヒントを見つけだし、次への一歩を踏み出すきっかけにしたいと思います。そう願って、本事例集を作成しました。

この事例集では、多くの農泊地域で課題として挙がる「ヒト」「モノ(コンテンツ)」「資金」「情報」という4つの切り口に分類しました。ご自身が悩んでいる課題別に解決のヒントを探してみてください。

また、各事例には窓口の連絡先を載せています。もっと詳しい話を聞きたい場合には、ぜひ地域にお問い合わせください。

何か活動のきっかけを掴みたいというお悩みはもちろんのこと、もう一歩活動を進めたい、他の地域と繋がりを持ちたいという皆様が本事例集をご活用いただければ嬉しく存じます。

一般社団法人 全国農協観光協会

※本書は「東北農政局 令和5年度農泊促進プロモーション事業」を活用して作成しました。

第1章 ● 農泊地域の現状と目指す姿

農林水産省が推進している「農泊」を実施する上で必要とされる体制や地域内で連携することによるメリット、農泊地域の現状、そして今後の目指すべき方向性について、同省が示した資料をもとに紹介します。同省が農泊をどのように進めていこうとしているのかを知ること、今後の活動の方向性や内容を検討していくうえで参考となるはずで

「農泊」とは？

- 「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などを楽しむ「農山漁村滞在型旅行」です。
- 「農泊」の狙いは、古民家・ジビエ・棚田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、農山漁村における「しごと」を作り出し、持続的な収益を確保して地域に雇用を生み出すとともに、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です。

「農泊」の実施イメージ

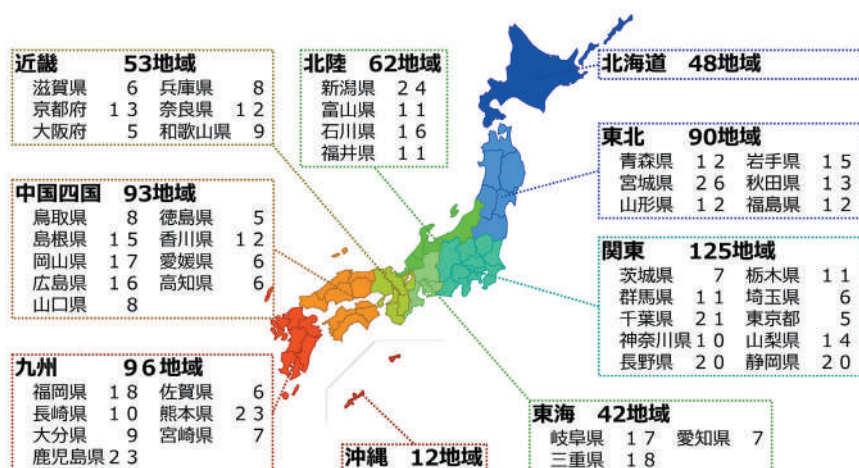
- 地域の景色や文化、農林水産業などを「体験」コンテンツとして、また地場産の食材やジビエなど使った「食」を来訪者に楽しんでもらうほか、農家民宿や古民家の一棟貸しなどで「宿泊」(滞在)を目指します。
- 農林漁業者や飲食店事業者、宿泊事業者など各事業者が一丸となり、地域一体となって実施します。



出典：農林水産省「農泊をめぐる状況について」(令和6年2月)

全国の農泊地域数

農泊地域数 (R4年度末) : 全国計 621地域



※農泊地域とは、農山漁村振興交付金による農泊推進の支援に採択され、農泊に取り組んでいる地域をいう。

出典：農林水産省「農泊をめぐる状況について」(令和6年2月)

- 平成27年度(2015年)から始まり、令和5年(2023年)3月では全国で621の地域で農泊を推進しています。

- 東北地方では、今年度新たに1地域が採択を受け、現在では91の農泊地域があります。

基本方針

農泊推進実行計画によると、

- 「農泊」は、持続可能な農泊地域を創出する観点から、500地域創出を掲げた「草創期」から、「年間延べ宿泊者数を令和7年度（2025年）までに700万人泊」とする目標の下、成果を示す「成長期」へ移行すべき段階にあるとしています。
- 地域自身が、地域の持続的な自立に資する事業を起こすことを目指す起業家精神「農山漁村アントレプレナーシップ」を持ち、「新規来訪者の獲得」「来訪1回当たり平均泊数の延長」「来訪者のリピーター化」に取り組むとともに、農林水産省が都道府県・事業者などと連携して広域的な課題解決に向けた支援を企画・実施することを通じ、目標の達成と農山漁村地域の持続確保を目指すこととしています。

対応方針と目標

農林水産省は、令和7年度（2025年）までに「農泊地域での年間延べ宿泊者数」を700万人泊、そのうち訪日外国人旅行者の割合を10%（70万人泊）以上にすることを目標に掲げています。

対応の方向性

- （訪れた人にとって）
- C** **いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村をつくる**
（これまでに整えたコンテンツを広く可視化し）
- B** **まずはわが農山漁村に来てもらう**
（コロナで疲弊した）
- A** **農泊地域の実施体制を再構築**

主な具体的課題

- A** ■ コロナで疲弊した地域の取組の持続性確保に効果的な支援が必要ではないか
■ 農泊に関わる人材の確保・育成をすべきではないか
■ 地域全体に裨益する体制を確立すべきではないか
■ ICT化による事業合理化やEBPMの促進が必要ではないか
- B** ■ 農家宿泊・農業体験にとどまらない農泊を周知し、イメージを刷新するべきではないか
■ コンテンツの一覧化等による旅マエの情報提供の抜本的な改善が必要ではないか
■ 農泊地域自身による現状認識と課題分析が必要であり、マーケティング戦略が急務
■ 受入環境整備等を通じたインバウンドの地方誘客が必要ではないか
- C** ■ 新たな旅行テーマに応じた農泊の展開に向けた支援が必要ではないか
■ 来訪者満足度の上昇と地域課題の解決を同時に図る取組を促進すべきではないか
■ さらなる農泊地域の裾野拡大が必要ではないか
■ 資金調達が円滑に進むような支援が必要ではないか
■ 中長期滞在者の確保や来訪者の再訪・関係人口化に繋げることが必要ではないか

主な具体策

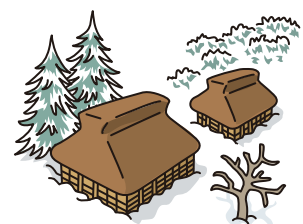
- A** ■ 実施体制の再整備のための先進地視察やコンテンツ充実等への支援
■ 都道府県ネットワークの構築
■ 専門家派遣の活用について意義と効果の周知
■ 地域おこし協力隊員等の活用と農泊関係起業等への働きかけ
■ 関係組織それぞれに期待される役割、地域の取組へのポイントを提示
■ 地域協議会の登録制度の実現
■ 地域共通の宿泊予約システム導入等による農泊版DXの推進
- B** ■ 農泊総合情報プラットフォームによるマーケットに対する「農泊」の可視化等
■ 観光アクセス交通・観光周遊交通を確保できるような情報提供
■ 「インバウンド重点受入地域」の指定による受入体制の重点的な底上げ
- C** ■ 「高付加価値」かつ「持続的」で「関係人口増加に資する」、全国の農泊地域の範となる新たなモデルの実証をソフト・ハード両面で支援
■ 農業労働力支援等、農泊を通じた地域課題解決等につながる取組を支援
■ 資金調達モデル提示
■ 滞在長期化に向けて、関係省庁の観光関連施策との連携と役割分担
■ 「旅マエ・旅ナカ・旅アト」における消費機会拡大等のための取組促進

目標

- 令和7年度目標：（農山漁村の活性化と所得向上を目指す）

農泊地域での年間延べ宿泊者数	700万人泊
訪日外国人旅行者の割合	10%

コロナ禍からの復活とコロナ禍前を超える農山漁村地域への誘客を実現し、農山漁村の活性化と所得向上に繋がります。



出典：農林水産省「農泊をめぐる状況について」（令和6年2月）

第2章 ● お悩みと解決策の事例

1 ヒトに関するお悩み

地域内で協力者がいない・人材が不足している

事務局となる人材が不足している、受入農家が高齢化や家庭の事情で減っているなどは、農泊地域に共通するお悩みです。しかし、以下に例示した農泊地域は、ちょっとした工夫や努力、連携の力によって、人材不足という課題を一歩ずつ克服し続けています。

こうして
解決!!

地域内の人材育成と協力者づくり

受入家庭との丁寧なやり取りを通じた信頼獲得と受入家庭拡大

取組のポイント

- ①地道な民泊受入家庭を増やす働きかけ
- ②研修や訪問による信頼関係の構築

特定非営利活動法人SET

☎ 特定非営利活動法人SET
takataminpaku@nposet.com

取組の目的

各受入家庭での分泊による教育旅行の受入を提供。顧客基盤づくりを丁寧に行い、2019年には東北地方最大ののべ約4,000名の受入を達成。コロナ禍で一時停滞しましたが、地道な活動によって教育旅行の受入を着実に復活させています。

取組のプロセス

震災復興を契機として始まった『(特非)SET』。各受入家庭での分泊による教育旅行の受入は、コロナ禍により一時的に完全に停止しましたが、今年から受入を再開し、受入家庭76軒で約1,200人を受け入れ、来年はさらに増加する見込みです。

この地域でも受入家庭数の減少は危惧されていますが、(特非)SETは受入家庭の新規開拓を継続的に実施。家庭訪問と関係づくり、安全管理研修の徹底や体験プログラム探しなど、受入家庭との丁寧なコミュニケーションにより不安を解消し、受入拡大に取り組んでいます。



徹底した農家民宿へのサポートによる開業支援

取組のポイント

- ①開業準備に向けた講座の開催
- ②改修費用に関する県の補助金の紹介と活用支援

取組の目的

体験プログラムを主体とした観光コンテンツの創出と新たな宿泊など事業者の育成を図りつつ、体験プログラムと宿泊との連携による旅行商品を造成し、新たな観光需要を喚起しています。

取組のプロセス

『栗原市農泊推進協議会』では、コロナ禍であった2020～2022年にかけて5軒の民泊施設が新たに開業しています。その秘密は個別伴走型による徹底した開業サポートにあります。

開業講座を受講した参加者には、研修で終わりではなく、開業に必要な改修などに使える県の補助金の紹介&活用サポートをしているほか、開業後は栗原市農泊推進協議会が実施するツアーや交流事業の宿泊受入を優先的にコーディネートするなど、講座から開業後までの一貫したサポートを行っています。

栗原市農泊推進協議会

- ☎ 一般社団法人 くりはらツーリズムネットワーク
kurihara.tn@gmail.com



休業中の農家民宿も集めた座談会の実施

取組のポイント

- ①休業者・未経験者を巻き込んだ座談会
- ②休業中の農家との丁寧なコミュニケーション

取組の目的

本場のきりたんぼづくり体験や農業体験、農家民宿など秋田弁を交えたコミュニケーションを大切に、団体旅行だけでなく、国内外の個人旅行の受入も増やしなが、交流人口の拡大による地域活性化を行っています。

取組のプロセス

教育旅行において農業体験や、農泊を提供する『大館市まるごと体験推進協議会』。自治体が受入窓口を担うこの協議会では、農泊や農業体験などを最高時18戸の農家が受け入れてきました。しかしながら、近年は高齢化や家族の事情で農家民宿が減少。

そこで、協議会では休業中の農家民宿や未経験者を巻き込んで、軽食をしながら座談会を開催しました。

農家民宿をしていて良かった点・悪かった点などざっくばらんに話してもらい、どのような対策ができるのかを参加者全員で検討。フルパッケージでの農家民宿の受入は難しくても、農家間の協力と分業によって、受け入れできるかもしれないことを全員で確認しました。

大館市まるごと体験推進協議会

- ☎ 大館市観光交流スポーツ部 観光課物産振興係
bussan@city.odate.lg.jp



各種イベントの継続開催による地域内の協力体制強化

取組のポイント

- ① 継続的なイベント開催による若手協力者の参加機会づくり
- ② 年齢に関わらず話せる協議会の雰囲気作り

取組の目的

イベントなどを通じた交流人口やビジネス機会の拡大による地域振興を目指し、各事業者が単体で行っていた農産物の販売や加工を、協議会として連携して取り組むことによって、里山全体をステージとした農泊を提供しています。

取組のプロセス

交流人口やビジネス機会の拡大による地域振興に向けて、2018年に自治体主導で設立された『柴田町里山ビジネス振興協議会』。その後、自治体による助成金頼みからの脱却を目指して農泊交付金を活用。交付金終了後も協議会としての活動が続けられています。

特に、この協議会では地域活性化イベントを継続的に開催しながら、若手協力者の参加を促す努力を続けています。

これまで里山地域のイベントを担ってきた年配層と次世代を担う若者が気さくに話し合える協議会の雰囲気づくりにも配慮。年配層は若手を応援する立場として支援しながら、若手人材の育成にも取り組んでいます。

柴田町里山ビジネス振興協議会

☎ 一般社団法人 かかしの一本足 かえるのあぐら
shimazaki@kaerunoagura.or.jp



インバウンドに選ばれる地域に向けて 観光庁の補助金事業に取り組んでみませんか？

農林水産省の支援を受けて、ヨーロッパに拠点を持つランドオペレーターから、インバウンドの情勢とニーズに応じた作りこみの重要性について話を伺いました。

同社が取り扱うインバウンド旅行者の95%がゴールデンルート(東京～静岡～京都～大阪)を訪れますが、地方を訪れたいニーズは年々増加傾向とのこと。受入に向けて、農泊地域が気を付けるべき点は次の2つ。

- ① 他地域との違いを明確に説明できること。自地域の背景や歴史など、他との違いに焦点をあててストーリーを説明できると良い。
- ② まずFITを狙うこと。有名でない地域で旅行会社がプラン造成するケースはまれ。個人旅行者が訪れて人気になり、旅行会社が後追いでプランを作るのが一般的。

そのためには、まず①地域の概要を簡単に説明できること、②英語のメニュー表を作成すること(それをウェブサイトには張り付けても良い)が重要とのことでした。

これらの作りこみには、観光庁の補助金が活用できます。

古民家などを活用する「歴史的資源を活用した観光まちづくり事業」、食を中心に歴史や伝統を紡ぐ「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」、一貫したストーリーの下で地域連携を促進する「ロングストーリー造成事業」など、インバウンド向けの様々な支援制度があります。

専門家によるアドバイスや商品販売の支援も受けられます。ぜひ活用をご検討ください。

観光庁 観光地域づくりの事例集・支援ツール https://www.mlit.go.jp/kankocho/jirei_shien/index.html



クラス(バス)ごとのローテーションによる分業体制の構築

取組のポイント

- ①クラスごとのローテーションでの受入による
1回あたりの少人数化・分散化
- ②小規模農家による分業体制

取組の目的

第2種旅行業の認可を受け、大崎市発着の着地型旅行を中心に旅行商品の企画・造成・販売・実施を一貫して行っています。特に、農村地域の魅力を若い世代に伝えるべく、教育旅行の受入に注力しています。

取組のプロセス

長年教育旅行を受け入れている『(一社)みやぎ大崎観光公社』では、受入農家数が減少したため大規模な受入が難しい状況にありました。

この対策として、学校のクラス(バス)ごとに、ローテーションで体験を受け入れることを提案し、大規模校の受入を実現しました。

バス3台の受入の場合、1時間目の1組は田植え、2組はトマト収穫、3組はタケノコ収穫、2時間目の1組はトマト収穫、2組はタケノコ収穫、3組は田植えというスケジュールで実施しています。複数の農家が上手にタイミングを合わせる難しさはありますが、これによって、受入農家の1回当たりの負担を減らし、学校は一度に複数の体験ができるというメリットを作り出しました。

一般社団法人 みやぎ大崎観光公社

☎ 一般社団法人 みやぎ大崎観光公社
travel@mo-kankoukousya.or.jp



担当者の任命による農泊再始動

取組のポイント

- ①協議会としての継続的な話し合いの機会づくり
- ②農泊事業の牽引役の任命

取組の目的

地域の道の駅を中心とした農家、産直、着地型体験事業の連携により、羽後町を訪れる教育旅行だけでなく、外国人旅行者の満足度を向上させ、集客の拡大に取り組んでいます。

取組のプロセス

農泊地域の多くが大打撃を受けたコロナ禍。『田代村体験協議会』も例外ではなく、教育旅行の受入予定が全てキャンセルとなり、活動が完全に停止してしまいました。

しかし、農泊交付金終了後も関係者が継続的に将来に向けた協議を続けたことにより、道の駅を運営する(株)おも・しえが中心となって再始動することを決断。これを受けて、同社はグリーン・ツーリズムの担当者1名を正式に配置し、県の支援事業を受けながら次の一歩を踏み出しました。

幾つかの農泊地域では、交付金終了後に協議会が解散状態となり、牽引役もない状況です。これらの地域では、まず協議会として集まり、今後地域をどのようにしていきたいのか、そのために誰が農泊を牽引していくのかを改めて話し合ってみてはいかがでしょうか。

田代村体験協議会

☎ 株式会社 おも・しえ
taiken@hanuinosato.jp



移住希望者への丁寧な対応による人材確保

取組のポイント

- ① 移住希望者に対する丁寧な対応
- ② 移住者による新たな農泊コンテンツの造成

一般社団法人 東和作戦会議

☎ 一般社団法人 東和作戦会議
omoshiro@leaf.ocn.ne.jp

取組の目的

約30年間にわたる都市農村交流の経験を活かし、顔の見える持続的な受入体制を地域ぐるみで構築しています。「東和農旅」をコンセプトに、食や郷土芸能、盛岡藩と仙台藩の藩境を担った歴史など独自コンテンツを磨き上げています。

取組のプロセス

遠野市のNPO法人や、東和地域及び花巻農業協同組合のグリーン・ツーリズム部門と連携しながら、体験旅行を受け入れている『(一社)東和作戦会議』。農業・農村生活体験の提供に加え、地域の特産品の開発・販売やイベント開催など、地域活性化に取り組んでいます。

同法人の特徴は、移住・定住相談への親切な対応。自治体とも連携しながら元行政職員2名が移住希望者の立場に立った対応をしているほか、地域の顔役との橋渡しや移住後の各種相談にも細やかなやり取りを続けることにより、過去2年間で14世帯の移住を実現。

移住者が地域に異文化を持ち込むことによって、これまでなかった演奏会の開催や古民家の活用事例が少しずつ増えています。



異分野との共創で農泊の魅力アップ

令和6年3月6日に米沢で開催された情報交換会では、農泊と親和性の高い異分野の2事例が紹介されました。

ジオパークは、大地とそこに住む生き物や人との関わり、そこから紡ぎだされる歴史、文化、産業を総合的に学び、観光の空間を作る取組。

大地との繋がりを感じさせるジオパーク認定商品(農水産加工品)の販売。地元の生活者が専門的な知識を学び、ジオパーク認定ガイドとして旅行者や修学旅行生に紹介。

まさに農泊!!東北にはジオパークが8か所あります。

情報交換会のアーカイブ動画
<https://www.youtube.com/@user-jl7ze2nz7k/videos>



昨年、東北初のオープンファクトリーが米沢で2日間開催されました。『地域一体でモノづくりの現場を来訪者にひらく』この取組では、生産者自身がガイド役を担い、生産現場を紹介します。

生産現場は汚いから見せられないと、当初は後ろ向きだった生産者の皆さんも、開催後には自分たちの仕事の素晴らしさを来訪者から教えられ、仕事への誇りを再認識するきっかけとなったようです。

地域の一体感を醸成する米沢オープンファクトリー。2024年は9月中旬に3日間開催予定。

情報交換会のアーカイブ動画が公開されています。ぜひご覧いただき、農泊と異分野とのコラボで、農泊地域に隠されたさらに多くの魅力を引き出し出していきたいです。

協議会メンバーの有機的な連携

取組のポイント

- ① 協議会としての一体感の醸成
- ② 自社ビジネスにとらわれない営業協力

一般社団法人 仙北市農山村体験推進協議会

☎ 一般社団法人 仙北市農山村体験推進協議会
info@semboku-gt.jp

取組の目的

2018年に国家戦略特区を活用して国内旅行業務取扱管理者資格及び地域限定の旅行業を取得し、農泊のワンストップサービスを構築しています。国内外の個人・団体旅行への丁寧な対応や地域一丸となった情報収集などにより、独自の農泊事業を展開しています。

取組のプロセス

人材不足に悩む農泊地域が多い中、地域内外との協力体制により課題を克服し、国内外の個人・団体旅行者を受け入れる『(一社)仙北市農山村体験推進協会』。協議会メンバーによる連携は、旅行者のニーズに応じた農泊コンテンツの提供だけに留まりません。

特に驚かされたのが、地域一丸となった営業活動。協議会メンバーである自治体から委託をうけ、様々な事業者が国内で教育旅行誘致キャラバンを組み、数班に分かれて営業展開しています。各事業者は自社ビジネスにとらわれず、地域を代表して地域の様々な魅力を旅行会社や学校などに紹介。地域の一体感がなければ、実現できない活動です。

事業者が独自に営業活動をしている地域が多い中、この地域一体の営業が、旅行会社や学校に「この地域なら大丈夫!」との安心感を与えているのかもしれない。



EPISODE 農家民宿の事業継承

農家の高齢化による農家民宿の廃業は、様々な農泊地域に共通する課題ですが、『(一社)仙北市農山村体験推進協会』で面白い事例をご紹介いただきました。それは、高齢のため廃業を検討していた農家民宿の事業継承。この地域では、地域おこし協力隊OBが事業を引き継ぎました。

家主居住型の農家民宿では難しいのですが、ここでは「はなれ」で農家民宿を営んでいたことも幸いしました。後継者が受入時の全てのサービス(特に食事提供)を完全に引き継ぐことは難しいのですが、新しいコンセプトを定めて、受入を始めています。

農家民宿が減少して団体旅行の受入が難しくなっている地域では、事業継承の可能性を検討してみたいかがでしょうか。特に、農家民宿の開業を希望する方が地域内にいれば、新しく開業するよりも初期投資を抑えた開業が可能ではないかと思われます。



地域おこし協力隊の積極的活用とそれを可能にする仕掛け

取組のポイント

- ①地域おこし協力隊の集中的活用と
任期終了後までを見据えたサポート
- ②自己実現したいクリエイターの受け皿整備

取組の目的

高齢化・過疎が進む山間部の限界集落でも生業として成立する農泊ビジネスの体制構築を目指しています。

取組のプロセス

(一社)BOOTが中心となり、ヤマ(古民家の宿)・ムラ(西会津国際芸術村)・マチ(町の各種店舗)に戦略的に地域外の人材の関わり代を作り、それが波及して地域一体の活性化を図る『西会津農泊ビジネス推進協議会』。

ここでは、自治体が地域おこし協力隊の集中的活用を決断。関係人口を生み出し、地域内外の人材の共創によって新たな価値を生み出す創造拠点:西会津国際芸術村を指定管理運営する(一社)BOOTは、自己実現したいクリエイターを対象に、移住相談から任期後の生活基盤づくりまで隊員をサポートしました。

結果として、協力隊OBがゲストハウスやオルタナティブスペース、広告事業、建築設計事務所などを開業し、農泊地域の更なる魅力向上に結び付いており、これが次の移住希望者・協力隊の呼び水になっています。

西会津農泊ビジネス推進協議会

☎ 一般社団法人 BOOT
boot.common@gmail.com



プロボノ人材活用による事業推進

取組のポイント

- ①専門的スキルを持った人材の活用
- ②ネットワークやビジネスチャンスの機会拡大

取組の目的

外国人観光客をターゲットにした持続可能な農泊ビジネスの構築を目的としています。具体的には、着地型ツアーや教育旅行の推進などを通して、外国人観光客を対象に、地域が持続的に稼いでいける体制づくりに取り組んでいます。

取組のプロセス

『(株)GM7』では、丸森町から齋理屋敷の指定管理を受け、利用者の拡大に取り組んでいます。今後、更なる事業の拡大を目指し、プロボノ人材の活用を検討しているとのこと。

プロボノとは、各分野の専門家が、職業上持っている知識やスキルを提供して社会貢献するボランティア活動のこと。

地域活性化に貢献したいと考えている人たちは大勢いますが、この方々にとって、どこにどんなニーズがあるかを探すのは非常に困難です。また、自分の知識やスキルが農泊に役立つと思っていない方々も大勢いるのではないのでしょうか。人材不足で悩んでいる農泊地域にとってプロボノ人材の活用は有効な打ち手になるかもしれません。

株式会社 GM7

☎ 株式会社 GM7
hamano@wasshoilab.jp



交流に重点をおいた理念策定

取組のポイント

- ①ぶれない理念・目的の設定
- ②理念・目的に沿った着実な活動実績の積み上げ

蔵王農泊振興協議会

📍 蔵王農泊振興協議会
udagawa@zao-sansuien.jp

取組の目的

ブランド力のある観光コンテンツと農泊を掛け合わせ、新たなコンテンツとして磨き上げ、インバウンドを含む広域の旅行者に発信しています。地域の経済発展に向けて農泊ビジネスの実施体制構築に取り組むとともに、マーケティング強化にも積極的に取り組んでいます。

取組のプロセス

『蔵王農泊振興協議会』では、蔵王福祉の森構想の理念にもとづき、観光客の誘客を目的とした観光地域づくりではなく、地域住民との交流機会を生み出すことに重きを置いた地域づくりを目指して、農泊を実施しています。

愚直にこの目的を追求した結果、年々来訪者が増加し、地域住民の所得向上につながっているとのこと。

なお、インバウンドの来訪者は「何もないから来た」という理由が比較的多く、何もないことをいかに売り込めるかが大切だとし、逆転の発想と創意工夫で地域に交流機会を呼び込んでいます。



自社の戦略的立ち位置の整理

取組のポイント

- ①取組みの優先順位の設定
- ②選択と集中による資源の集約

取組の目的

P10に記載しています。

取組のプロセス

丸森町で農泊に取り組む『(株)GM7』は、農泊の交付金活用時において、特にインバウンドの受入拡大に向けて、コンテンツの作成と提供、そしてプロモーション活動にも積極的に取り組んでいました。しかし、コロナ禍によってインバウンド受入は完全に停止。

ここで、(株)GM7はこの活動休止期間を利用して、改めて自社の立ち位置を整理した結果、自社をコンテンツ提供者として再定義し、マスプロモーションをやめました。同社はランドオペレーターの資格を持っており、旅行会社などからの問合せやニーズに応じて、体験コンテンツを組み合わせて提供する部分に特化。選択と集中により、経費を抑えながら事業環境の悪化を乗り越えました。

株式会社 GM7

☎ 株式会社 GM7
hamano@wasshoilab.jp



長期計画の作成と振り返り

取組のポイント

- ①長期的視野に立った計画の立案と文書化
- ②計画に沿った着実な活動の実施

取組の目的

地元で水揚げされる海産物を使った食品メニューの開発、地域資源を活かした漁業と観光の融合プログラムの開発、漁家民泊経営の3本柱によって漁師の所得向上を目指しています。

取組のプロセス

漁村でできる様々なアクティビティと海鮮料理+宿泊で渚泊に取り組む『雄勝町渚泊推進協議会』。順調に拡大していた渚泊もコロナ禍により完全に停止。しかし、この協議会は、農泊交付金の期間中に地域の長期計画であるマスタープランを作成していました。結果として、事業環境が改善されつつある現在、マスタープランに立ち返って渚泊を再始動することができました。今年度は200名超の利用者からの予約が届いており、今後の復活と拡大が期待されます。

コロナ禍により多くの地域は、農泊の停滞を余儀なくされ、一部の農泊実践者は今後の活動を諦めてしまったケースも見られます。しかし、将来を見据えた計画があれば、困難を乗り越えた後にスムーズに再始動できます。コロナ禍を乗り越えた今だからこそ、今後10年を見据えたロードマップを協議会構成員の皆さんと一緒に作りあげていただきたいと思います。

雄勝町渚泊推進協議会

☎ 一般社団法人 Calm Style
abehisayoshi7@gmail.com



2 モノ(コンテンツ)に関するお悩み

コンテンツを作ったが、提供する機会がない・売れない

体験コンテンツの意味づけ・魅力付けの仕方が分からない、体験コンテンツを造成したが、販売の仕方が分からない・売れていないなど、作った後の販売に悩む地域が多く見られます。以下に示す事例は、ターゲットを見据えてコンテンツを造成、また、販売先と連携してコンテンツをすることによって、着実に販売を増やしています。

こうして
解決!!

コンテンツの変動価格・大量造成・多様化による販売

シーズナリティに応じた価格設定

取組のポイント

- ①需要に応じた価格設定の見極め
- ②単なる価格の上昇ではない価値の提供

弘前里山ツーリズム

☎ 農事生産法人 有限会社 ANEKKO
info@anekko.jp

取組の目的

弘前市の観光やグリーン・ツーリズムの課題である「冬期」の誘客、新しい客層の取り込み、アジアを中心としたインバウンドの農泊受入れ体制の強化を行い、農泊ビジネスを足掛かりにさらなる地域の発展を目指しています。

取組のプロセス

弘前では春は桜、夏はねぶた祭りで非常に多くの観光客が訪れます。農家の所得向上を目指す『弘前里山ツーリズム』では、季節の需要に応じた変動価格制を導入しています。

通常期は1泊2食(農業体験付き)で15,000円、ハイシーズンは1泊2食(観光案内付き)で20,000円～。サービス内容と価格を一緒に変えているため、単なる価格上昇とは旅行者に捉えられておらず、変動価格の中でも着実に実績をあげています。

インバウンドにはスマホの翻訳機能を使い、訪問者・受入農家ともに交流を楽しんでいます。



農泊関連の情報が欲しい方へ / 一般社団法人 日本ファームステイ協会をご活用ください!!

(一社)日本ファームステイ協会(略称:JPCSA)には加入されましたか?

同協会は、旅行者が繰り返し訪れたいくなる地域の魅力を創り出し、その品質向上・維持・情報発信によって、国際水準に合致した「Countryside Stay 市場」を確立することにより、日本国内における農山漁村の所得向上、地域の活性化を目指しています。

特にオススメしたいのは、毎月発行されるメルマガ。農泊の最近の動向やセミナー開催情報に加え、農泊地域に関係の深い交付金・補助金関連の情報も毎月届きます。農泊地域や自治体の加入は年会費を含めて無料。ぜひ加入をご検討ください。

[主な事業内容]

- ①ファームステイ品質認証・向上支援事業
- ②専門家派遣・研修事業
- ③アルベルゴディファーズ(AD)認証に係るサポート事業などを実施中。



一般社団法人 日本ファームステイ協会とは

一般社団法人 日本ファームステイ協会 (JPCSA) は、日本の地方を元気にしようとする全国の関係機関・団体の力を結集し、農林水産省の掲げる「農泊」および「ファームステイ」を促す事業者の支援を通して、旅行者が繰り返し訪れたいくなる地域の魅力を創り出し、その品質向上・維持・情報発信によって、国際水準に合致した「Countryside Stay 市場」を確立することにより、日本国内における農山漁村の所得向上、地域の活性化をめざします。

☎ 一般社団法人 日本ファームステイ協会
<https://jpcsa.org/>



体験コンテンツの大量造成と着実な実施

取組のポイント

- ①多様な体験コンテンツの提供
- ②体験コンテンツ実施を通じた地域内の関係構築

取組の目的

P5に記載しています。

取組のプロセス

協議会の年間計画・事業報告を定期的に行い、健全な協議会運営を通じて地域内の連携づくりと農泊の拡大に取り組む『栗原市農泊推進協議会』。協議会の事務局を担う(一社)くりはらツーリズムネットワークは、協議会構成員である体験コンテンツ事業者と連携しながら、年間100回以上の体験イベントを実施。

少人数・短時間・持ち帰り(お土産付き)の3つをキーワードに、イベントを何度も実施しているほか、会員(市民)が自らの趣味や特技、職業を活かし、普段からやっていることを、「体験プログラム」としてリ・デザインしています。

コロナ禍では、農道を走るサイクリングやトレイルハイキングなどのアドベンチャータラベルを積極的に開発・実施したほか、民泊事業者と相談し、民泊施設で日帰りレジャーを楽しむ「民泊で遊ぼう!」を企画・実施しました。

このように旅行者ニーズを事前に掴むのではなく、やりながら改善する姿勢で着実に交流機会を作っています。



栗原市農泊推進協議会

☎ 一般社団法人 くりはらツーリズムネットワーク
kurihara.tn@gmail.com



アフターコロナに向けた多様なコンテンツの創出

取組のポイント

- ①観光庁での補助金を活用した受入整備
- ②多様な宿泊形態による宿の魅力創出

取組の目的

築140年の津軽地方特有の古民家を修復し、次世代への文化伝承やグリーン・ツーリズムなどを目的とするサービスで、ふれあい田舎体験(農作業、大工、ヒバ細工、田舎料理)などのプログラムや、特長ある地域資源の「蔵」やグランピングを活用し、新しい農泊スタイルを提供しています。

取組のプロセス

『(一社)かなぎ元気村』では、コロナ禍の中でも積極的に観光庁の補助金事業などを活用し、コンテンツの多様化に取り組んできました。

同社が営む農家民宿の敷地内には、バーチャル空間でのサイクリングスペースや、縄文時代の体験ができる竪穴式住居、テントサイトがあります。大昔の暮らしから現在の遊びまで幅広く体験することができ、県外の家族連れを中心に好評を博しています。

一般社団法人 かなぎ元気村

☎ 一般社団法人 かなぎ元気村
ito@kanagi-genkimura.org



企業向けオーナー制度の作りこみ

取組のポイント

- ①オーナー制度による支援者への訴求ポイントの設定
- ②自然・農業の成り立ちなどのストーリーの見える化

取組の目的

滞在型観光を目的として、広さ約1ヘクタールの体験農園を整備し、田んぼオーナー制度によるお米作りや、ブルーベリー栽培、レンコン栽培など、参加型農園の開拓を実施。その他、約2ヘクタールの農場整備など、都市から多くの体験希望者がこの地を訪れています。

取組のプロセス

りんごや棚田などのオーナー制度がありますが、『食農体験ネットワーク登米協議会』ではふゆみず田んぼのオーナー制度を作りました。一般的に、オーナー制度は農産物の栽培・収穫を目的としていることが多いですが、このオーナー制度は、ふゆみず田んぼの活動支援を目的として実施しています。ふゆみず田んぼでの支援を通じて、無農薬栽培だからこそ田んぼの生き物が多くいること、鳥が休める

食農体験ネットワーク登米協議会

☎ 有限会社 伊豆沼農産
travel@izunuma.co.jp

場所として活用されているなど、生物多様性に関心が持てるよう工夫を施しています。農作業の体験だけでなく、自然と人との繋がりを感じさせる学習田として、子供たちに多く利用されています。



バリアフリービーチでのSUP体験

取組のポイント

- ①福祉事業者との連携による新たなニーズの発掘
- ②ニーズに応じた体験環境の作りこみ

取組の目的

温海地域の各集落に残る暮らしや文化を深く体験できる農泊プログラムを開発し、泊りがけで滞在するからこそ味わえる暮らし体験プログラムとして売り出しています。

また、自治会と連携し、海から森に至る多様な体験プログラムを構築し、地域全域で教育旅行などの団体の受け入れに対応できる体制を整備しました。

取組のプロセス

体験コンテンツの提供を事業の柱として、地域の旅館と連携しながら農泊に取り組んでいる『(特非)自然体験温海コーディネット』。この団体は、福祉事業者と連携することで、新しいニーズを発掘しました。『(一社)ドリームやまがた里山プロジェクト』が日本財団からの助成を受け、スロープを設置し、各団体と連携を図りながら“ユニバーサルビーチ”と称して障がい者向けの海の体験コンテンツの提供を開始。車いすでのSUP体験は一見危険に感じるかもしれませんが、プロの体験事業者として安全性に配慮しながら体験を提供。今年度は県内の福祉事業者10施設が日帰りの体験を満喫されたようです。

障がい者の方々にとって、マリナクティビティは夢の出来事。そのようなSUPやシーカヤック体験という夢の時間を提供することにより、体験者にとって忘れられない感動を与えています。

特定非営利活動法人 自然体験温海コーディネット

☎ 特定非営利活動法人 自然体験温海コーディネット
info@gb-atsumi.jp



旅館と体験事業者が連携したWin-Winの関係づくり

取組のポイント

- ① 旅館の宿泊プランに体験コンテンツをセット販売
- ② 早朝の体験コンテンツによる宿泊誘因

取組の目的

ウェルネス体験をキーワードにクアオルト健康ウォーキングや、健康に繋がる農業をコンセプトにしているほか、宿泊施設との連携を通じて、農泊の推進を実現しています。

取組のプロセス

じゅんさいが有名な三種町でウェルネス体験を売りとしている『三種町農泊推進協議会』では、秋田犬と散歩できる体験が人気です。

自社サイトやOTAで販売していることに加え、旅館と連携して、体験付きの宿泊プランを平日限定で販売。泊まった翌朝に秋田犬と自然の中を散歩できるのはリフレッシュや癒しになり、好評だそうです。

体験事業者にとっては販路拡大の機会であり、旅館にとっては平日の宿泊客が増えるのでWin-Winの関係と言えるでしょう。旅行者のニーズを踏まえて、地域の事業者間連携により宿泊に繋げている好事例です。事業者間で話し合える関係ができているからこそ、この事例は生まれています。



三種町農泊推進協議会

☎ 一般社団法人 ヘルスケアデザイン秋田
healthcareakita@gmail.com



需要の平準化を狙ったインバウンド向けコンテンツづくり

取組のポイント

- ① インバウンド獲得による需要の平準化
- ② 早朝・夕方のコンテンツ造成による宿泊誘因

取組の目的

P15に記載しています。

取組のプロセス

『食農体験ネットワーク登米協議会』では、数多くの体験プログラムを提供しており、日本人の団体旅行者を中心に好評を博しています。しかし、日本人の多くは土日の利用に限られており、平日の利用者は限定的でした。そこで、平日の利用者獲得を目指し、インバウンド向けのコンテンツ作りに取り組みました。

ラムサール条約登録湿地である伊豆沼・内沼に飛来する渡り鳥に注目して、バードウォッチング企画を造成。多くの渡り鳥を見ることができるのは早朝、夕方であるため、今後はキャンプ場、空き家、農家民泊などを活用した宿泊型観光の増加も期待されます。



食農体験ネットワーク登米協議会

☎ 有限会社 伊豆沼農産
travel@izunuma.co.jp



対象のニーズに応じた地域資源の使い方の工夫

取組のポイント

- ①負の資源を体験コンテンツに変える工夫
- ②連携先のニーズに応じた地域資源の活かし方

取組の目的

山形県唯一の有人離島・飛島において、地域資源を活かした旅行事業を推進し、地区内外の交流を促進することで、飛島の発展と地域振興に寄与することを目的としています。また、渚泊ツアー・体験プログラム推進のための人材を育成し、持続的な誘客を図っていく体制を構築しました。

取組のプロセス

人口160人の飛島で渚泊を提供する『(同)とびしま』。ここでは海ごみが課題になっていました。この負の資源を活用して、“クリーンツーリズム”を山形県庁主催で連携して提供。浜辺でのアクティビティ+ごみ拾いにより、楽しさと美しい自然を守る教育的価値の両方を満たす企画を作りました。

学校との連携にも積極的。海ごみ対策や、地域の固有資源“飛島甘草”の調査・研究に協力し、訪れた先生や学生に食事や宿泊場所を提供。様々なプレイヤーと連携することによって経営の安定化に取り組んでいます。

とびしま渚泊協議会

☎ 合同会社 とびしま
mail@tobi-shima.com



徹底的な作り込みによるサービスの高付加価値化

取組のポイント

- ①地域資源と親和性の高いターゲットの特定
- ②ターゲットに向けた徹底した作りこみ

取組の目的

町内2軒の味噌醤油醸造元の見学ツアーのほか、明治時代の蔵が残る古民家を保存するため宿泊施設や地域交流の場として活用しています。

取組のプロセス

古民家の宿やレストランの運営、江戸時代から続く醸造蔵の見学ツアーなど、地域の歴史・伝統・文化を基軸とした農泊に取り組む『岩崎発酵するまちづくり協議会』。日本人・インバウンドを問わず、食や歴史に深い関心を持つ旅行者に特別な時間を提供しています。

この協議会では、最近、新しい動きが始まりました。高付加価値な食事つき醸造蔵見学ツアー。これが、コンシェルジュを伴って旅行する外国人富裕層に高く評価されています。

事業者が、文化的価値に強い関心がある旅行者に向けて徹底的に企画を作りこんだことがポイント。現在は、醸造蔵で宿泊できるようにしてほしいとの要請に応えるべく、宿泊施設整備を含むさらなるサービス向上に取り組んでいます。

岩崎発酵するまちづくり協議会

☎ 草木ももとせ
toi3@momotose.net



「見る」から「体験」への転換

取組のポイント

- ① 演出方法による異なるターゲットへの対応
- ② 歴史・文化を体験させるための作りこみ

取組の目的

農泊を通じて、米沢の味ABCや伝統野菜を中心とした農畜水産物の需要増加と事業者の所得向上、そして関連地域産業における経済の活性化に取り組んでいます。

取組のプロセス

教育旅行を近隣自治体と連携して受け入れてきた『オール米沢食文化推進協議会』。その事務局を務めている(一社)米沢観光コンベンション協会がプラットヨネザワ(株)と共同で、新しいニーズを発掘すべく、探究学習プログラム「君も戦国武将になろう！リアル戦国探究in川中島合戦まつり」を開催しました。

甲冑を着て、戦国武将が見た景色が味わえる参加型のプログラムを販売したところ、飛ぶように売れたそうです。話して伝えるだけになりがちな歴史学習を戦国武将を体験させる作りこみによって、唯一無二のコンテンツになった事例です。

歴史・文化を見せるだけ、聞かせるだけではなく、実体験させることによって「ここにしかない農泊」を提供できないか、検討してみたいかがでしょうか。

オール米沢食文化推進協議会

☎ 一般社団法人 米沢観光コンベンション協会
info@yonezawa.info



地域の困りごとのコンテンツ化

取組のポイント

- ① 人手不足でできないことを地域資源として着目
- ② 演出の工夫による困りごとの体験コンテンツ化

取組の目的

P11に記載しています。

取組のプロセス

ペンションでの滞在プランが多くのインバウンドを魅了する『蔵王農泊振興協議会』。ここでは、約20の体験コンテンツを作りましたが、この作り方に特徴があります。

コンテンツ造成で特に大切にしているのは、マーケットインによるコンテンツづくりではなく、コンテンツを通じた地域課題の解決という意識。雪かき、落ち葉の清掃などは、人手不足が深刻な地域にとって困りごとでしかないですが、これを体験コンテンツ化することによって、参加者は普段の日常生活では触れることができない貴重な体験と捉えてくれます。地域の人々との交流機会、地域に貢献しているという実感が得られる演出の工夫が、参加者の満足度を高めることに繋がっているのでしょうか。

地域の古い空き家も、今や贅沢な宿泊施設・レストランとして使われるようになっていきます。地域の困りごと、負の資源と思われるものが、実は地域の魅力を作る大事なヒントになるかもしれません。

蔵王農泊振興協議会

☎ 蔵王農泊振興協議会
udagawa@zao-sansuien.jp



複数コンテンツの組み合わせによる可能性拡大

取組のポイント

- ①対象者に応じたコンテンツの演出変更
- ②事業者間連携によるコンテンツの提供機会の拡大

取組の目的

P10に記載しています。

取組のプロセス

宮城県丸森町で農泊に取り組む『(株)GM7』。当初、丸森町へのインバウンド誘客に注力して、様々なイベントコンテンツを造成・実施してきましたが、コロナ禍によりインバウンドの来訪が完全に停止。せっかくのコンテンツがそのまま消滅してしまう危機に直面しました。

ここで、(株)GM7はコンテンツ活用方法の変更を決断。当初は丸森町を訪れたインバウンド向けのコンテンツでしたが、国内向けに切り替え、他の事業者との連携と域外への遠征によってコンテンツの生き残りを図りました。

グループ会社との連携により仙台で伊達武将隊+丸森和太鼓のイベント開催、プロジェクトマッピングを得意とする白Aとのコラボやメタバース活用など、対象と連携先を多角化することによって、造成したコンテンツの生き残りだけでなく、可能性を広げていきました。

株式会社 GM7

☎ 株式会社 GM7
hamano@wasshoilab.jp



ビール×スポーツを掛け合わせた農泊コンテンツ

取組のポイント

- ①ビール×スポーツツーリズムによるイベント企画
- ②イベントの参加者同士の交流機会づくり

取組の目的

石巻をまるごと楽しむことで観光客の満足度を向上させるとともに、地域の農業コンテンツを活かして、石巻の観光業を持続可能な形で発展させていくことを目指しています。

取組のプロセス

『いしのまきグリーンツーリズム協議会』の事務局として、農泊や農福連携を通じた地域の活性化に取り組んでいる(一社)イシノマキ・ファーム。同社では、クラフトビールを製造しており、「Cycle for BEER」、「Run for BEER」などのビアツーリズムを推進しています。

サイクリングした後やランニングをした後にビールを味わうという至ってシンプルなものですが、一緒に走った参加者同士がビールを飲みながら交流できる点が好評を博しているようです。今は地元や近隣の参加者が大半だそうですが、今後「ビアツーリズムといえど石巻」と言われる日が訪れるかもしれません。

地域にある醸造所やワイナリーと一緒にイベントを企画すると、農泊の新しい展開が拓けるかもしれません。

いしのまきグリーンツーリズム協議会

☎ 一般社団法人 イシノマキ・ファーム
info@ishinomaki-farm.org



農泊交付金の交付期間が終わった後、さらなる農泊コンテンツのブラッシュアップや営業活動のための開発資金がないという課題を多くの農泊地域が抱えています。しかし、国・県・自治体の補助事業を活用したり、民間企業との連携により、この課題を乗り越えている地域も多くみられます。

こうして
解決!!

補助事業の積極活用

県内の補助事業の活用

取組のポイント

- ① 県や市町村の事業活用
- ② 担当窓口との関係構築

取組の目的

地域住民が前向きに楽しく交流活動を継続する中で、地域の復興・再生のキズナづくりや地域活性化に繋げるほか、「農・食・自然・文化」の地域資源を活かして、白河市大信地域の「魅力」を創造し、交流人口の増加を図っています。

取組のプロセス

『白河市大信地域交流促進協議会』では、福島県地域創生総合支援事業(サポート事業)および白河市商工会企画事業補助金を活用して、現在、コロナ禍で大きな打撃を受けた農泊の受入体制再整備に取り組んでいます。埼玉県戸田市と以前から交流があることを活かし、稲刈りと味噌づくり体験ツアーを実施。次年度には同様の補助を受けて、農家民宿開業支援や体験コンテンツの再整備に向けた活動を検討しているとのこと。

各県では、農泊への取組を後押しする各種支援メニューが用意されています。各県の農泊、グリーン・ツーリズム、観光の担当窓口と相談されてはいかがでしょうか。

白河市大信地域交流促進協議会

☎ 大信商工会
taishin3@coral.ocn.ne.jp



農林水産省の支援サービスの活用

取組のポイント

- ① 課題を率直に相談する勇気
- ② 課題解決への一歩を踏み出す意欲

取組のプロセス

農泊地域の課題解決の支援を目的として、令和5年度には農泊専門家派遣(農林水産省事業)が活用できました。協議会に不足するノウハウが得られる機会であり、東北地方でも専門家を呼んでインバウンド戦略や商品造成の支援を受けました。

東北農政局でも農泊相談窓口を設置し、農泊に関する多様なご相談に応じながら、専門家が地域を訪問して課題解決への道筋を作る支援を行いました。具体的には、観光庁の補助事業への応募支援、情報発信の強化に向けた地域おこし協力隊やDMOとの連携促進、旅行代理店との情報交換機会の提

参考 農泊地域の経営能力を高度化するための
研修・専門家派遣事業特設サイト
<https://nohaku-businesses.jp/>

供など。これらの支援サービスは、地域の事情に応じて支援方法と内容を地域とともに決めていくため、柔軟な対応が可能でした。支援を受けた地域に共通するのは、漠然とでも課題が何かを意識して、その課題を率直に相談する勇気があったこと。そして、より重要な点は課題解決に向けての一歩を踏み出す意欲があったこと。

農林水産省では、令和6年度も農泊地域向けの支援メニューを検討しています。令和5年度には取り組む時間がなかった地域でも、ぜひ勇気を持って課題を相談してみることを強くお勧めします。

企業との連携

取組のポイント

- ①民間企業による投資
- ②投資を呼び込むための地域内連携

取組の目的

村で最も集客力のある「川内の郷かえるマラソン」参加者や旅先で走ることが好きな人に向けて「走る」×「食べる」×「泊まる」×「体験する」の要素を盛り込んだ「ランナーズ・ヴィレッジ」という新しい観光パッケージを企画し、首都圏を中心にPR活動を実施しています。

取組のプロセス

村内マラソンや地域の祭りなどのイベントを通じて農泊を提供する『川内村のんびり里山暮らし協議会』。川内村には、協議会や地域の枠を超えた民間投資が始まっています。

(株)コドモインターナショナルが運営するCafe Amazon日本1号店に続き、現在、古民家を民間資金で改修し、宿泊施設とコミュニティスペースの整備を検討中。民間投資が始まったきっかけは震災復興でしたが、今も繋がりを持ちながら、川内村の魅力創造への協力は続いています。

川内村のんびり里山暮らし協議会

☎ 一般社団法人 かわうちラボ
info@k-labo.or.jp



地域事業者と連携した持続的な体験コンテンツの提供

取組のポイント

- ①持続性を常に意識したコンテンツ造成
- ②コンテンツ造成とコンテンツ提供の分業

取組の目的

「エリア全体での農泊ビジネス化」を目的に『平泉一関エリア農泊推進協議会』を設立。通過型から滞在型観光へのシフトを目指し、地域のワンストップ窓口を担いつつ、古民家を改修した農泊体験施設も整備しました。

取組のプロセス

主に個人旅行への誘客窓口として、各種イベント・ツアーなどを開催しながら、地域の観光資源開発を手掛けている『平泉一関エリア農泊推進協議会』の中核法人である(一社)世界遺産平泉・一関DMO。同法人は自主財源で観光資源の開発を継続的に行っていますが、特に配慮しているのが持続性。助成金が活用できる間しか提供できない体験コンテンツを作ってしまうケースが見られる中、同法人は、企画開発・初期の企画運営までを主導し、企画が有望であることが分かった後には、地域の事業者が自立的に運営できる形に移行することを目指しています。いちのせき雪上楽園はこれが成功した好事例。

同エリアで活動する『いちのせきニューツーリズム協議会』と有機的に連携し、多様な旅行者のニーズに応える農泊コンテンツを提供しています。

平泉一関エリア農泊推進協議会

☎ 一般社団法人 世界遺産平泉・一関DMO
e.tateo@hiraizumi-dmo.com



4 情報に関するお悩み

情報発信ツールを上手く活用できない

農泊地域の多くは、自社ホームページやSNS、OTAなどのいずれかのツールを使って、地域の魅力を発信しています。しかし、幾つかの地域では、これらのツールが適切に活用されておらず、内容が一切更新されないため、ツールを持つことが逆効果になっているケースも見受けられます。以下の事例では、情報発信が苦手な人でも、情報を更新し続けるための工夫を紹介しています。

こうして
解決!!

連携による発信力の強化

DMOの情報配信コンテンツの活用

取組のポイント

- ①DMOなどの情報発信拠点へ相談する勇気
- ②自身のできること、できないことの明確化

取組の目的

仙台からのアクセスが良い立地、世界三大漁場の1つである金華山沖(三陸沖)を持つ国内屈指の石巻港、金華ブランド(サバ・カツオなど)・牡蠣・帆立・ホヤなどの生鮮製品の強みを活かしつつ、漁業体験を軸として滞在型観光への転換を目指しています。

取組のプロセス

『石巻みらい農泊推進協議会』の中心的役割を担うゲストハウスみらい。地元漁協と連携した体験コンテンツを用意しながらも、パソコンやスマホ操作に不慣れなため情報発信に課題を抱えていました。そこで、(一社)石巻圏観光推進機構(石巻DMO)に悩みを相談したところ、安価で協力してもらえることになりました。

通常は記事・写真を発信者が用意しなければいけないところ、正直に悩みを伝えた結果、DMOのご配慮で、写真さえ提供すれば記事は口頭で伝えた内容でもよいとのこと。DMOも農泊地域との連携促進が必要だと考えていたタイミングでの出来事でした。

石巻みらい農泊推進協議会

☎ ゲストハウスみらい
guesthouse-mirai@kyp.biglobe.ne.jp



農泊手引きはご覧になりましたか？

『農山漁村地域の所得向上・活性化のための農泊手引き』が公開されていますが、皆さんご覧になりましたか。

> 農山漁村地域の所得向上・活性化のための 農泊手引き【概要版】

<https://x.gd/DirKD>

> 農山漁村地域の所得向上・活性化のための 農泊手引き本冊

<https://x.gd/msqTW>

農泊手引きは、はじめて農泊地域づくりにチャレンジする皆さんに参考となる知見の提供、また、農泊地域の取り組みを牽引する担い手の皆さんの課題解決や、質の向上、更なるレベルアップを目的として、農林水産省『令和元年度 農泊マニュアルの作成事業』を活用して作成されました。近々、改訂版が公開予定です。ぜひご確認ください。



OTAの取捨選択と地域おこし協力隊の活用

取組のポイント

- ①負担の少ない情報発信ツールの特定・絞り込み
- ②絞り込んだツールにおける高頻度の情報更新

取組の目的

P5に記載しています。

取組のプロセス

自治体が受入窓口を担う『大館市まるごと体験推進協議会』。近年、台湾への営業活動が奏功してインバウンドからの問合せが増加。英語が堪能な地域おこし協力隊も配置され、さらなる発展が期待されます。

同協議会では、宿泊と体験コンテンツを数多くのOTAに同時に登録しましたが、情報更新に難を抱えていました。結果として、各OTAからの年間予約件数は各1～2件ずつ。Instagramも更新頻度が低い状況でした。

検討の結果、OTAサイトの絞り込みと協力隊を活用したInstagramの高頻度の更新を助言。特に、協力隊に対して、景色やアクティビティ、飲食などの旬を記録してInstagramで公開する機会を与えるよう体制を検討してもらうことになりました。

大館市まるごと体験推進協議会

- ④ 大館市観光交流スポーツ部 観光課物産振興係
bussan@city.odate.lg.jp



潜在的協力者探し

取組のポイント

- ①地域内外の人々との緩やかな関係づくり
- ②潜在的協力者に対する正直な相談

取組の目的

幅広い世代の連携により、磨き上げた地域資源をネットワーク化して、地域の食や文化を伝える新たな農泊ビジネスを確立。都市住民やインバウンドも招き入れ「信頼関係人口」の拡大を図っています。

取組のプロセス

『石川町農泊推進協議会』でインバウンド誘客に取り組む農園Cafeやい子ばあちゃんは、今年からAirbnbに宿を登録しました。パソコンやスマホ操作に不慣れでしたが、農泊を通じて知り合った若い協力者に悩みを相談したことにより、支援を受けながら無事に登録できました。

同協議会では、地域おこし協力隊との連携も模索中。SNSに不慣れな協議会メンバーから協力隊にイベント情報と写真を適宜送ることによって、協力隊がSNSを使って情報発信する体制ができないか、話し合いを続けています。

オンラインの情報発信において、一朝一夕に閲覧者数を増やすことは非常に難しいのが現状です。なかなか情報発信が進まないと悩みの地域では、手始めに地元のDMOや観光協会への相談、またはSNSなどに慣れている地域の協力者探しを始めてはいかがでしょうか。手数料がかかったとしても、そこは広告料と割り切って、まず知ってもらう一歩を踏み出すことが重要です。

石川町農泊推進協議会

- ④ 農園cafeやいこばあちゃん
yaiko-cafe@live.jp



第3章 ● 参考資料集（農泊に関する研修動画）

農林水産省では、農泊に取り組んでいる地域の持続的発展や訪日外国人旅行者に対応した受入体制の強化、農泊地域ごとに直面する様々な課題の解決など、農泊の取組を推進することを目的として、農泊地域ごとの発展段階に応じて対応した人材育成研修を実施してきました。

以下のリンクには、過去の動画アーカイブが保存されています。ぜひ、各農泊地域の状況や課題に応じて、ご視聴ください。きっと農泊地域の発展に向けた一歩を踏み出すためのヒントが見つかるはずです！

令和3年度 農山漁村振興交付金 農泊人材育成研修



1. プレセミナー：「地域にゼロから宿泊ビジネスを立ち上げ、リピーターを呼び込む方法」



[講師] バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野 淳氏
<https://youtu.be/vr1AjqFRdlg>

2. 顧客ターゲット別コース（個人・小グループ旅行向け）

個人や小グループをターゲットにした際の宿、飲食部門の経営の特徴や農泊地域が持続していく方法を学びます。



[講師] 旅行会社 MATA TABI 代表 工忠 照幸氏 ・ 工忠 衣里子氏
<https://youtu.be/Zb1i2a-9lck>

3. 担当領域別・習熟度別コース（マネージャー向け）

協議会事務局等のマネージャーを対象に、経営の具体的方法、体制設計、事業継承など農泊地域が持続していくための実践的な方法を学びます。



[講師] 一般社団法人 麒麟のまち観光局
事務局長 石塚 康裕氏
<https://youtu.be/sLn2YM2dMis>



[講師] 一般社団法人 全国寺社観光協会
企画室長 和栗 隆史氏
<https://youtu.be/TCArngnrnxhl>

4. 担当領域別・習熟度別コース（リーダー・セクション向け）

地域の宿・飲食店としての経営、顧客創造としてのマーケティング、リピーター作りの方法など、農泊地域が持続していくための実践的な方法を学びます。



[講師] バリューマネジメント株式会社
社長室マネージャー 丸岡 直樹氏
<https://youtu.be/Ntk5JGwrUoE>



[講師] 地域のコミュニティデザイナー
金子 哲平氏
<https://youtu.be/Ei-7iBTJIG4>

5. 顧客ターゲット別コース（団体旅行向け）

団体旅行（教育旅行 / 企業等）をメインターゲットとした際の受入先や協議会の経営の特徴や農泊地域が持続していく方法を学びます。



[講師] 仙北市 観光文化スポーツ部 交流デザイン課 参事 田口 聡美氏
一般社団法人 仙北市農山村体験推進協議会 事務局長 伊藤 カオリ氏
<https://youtu.be/7rhFsd9X2Po>

令和5年度 農山漁村振興交付金 経営能力を高度化するための研修・専門家派遣事業

この事業では5つのテーマについて、全国9箇所で研修が実施されました。同じテーマであっても、講師により内容は異なります。ぜひ地域に適した課題解決の答えを探してみてください。

北海道  https://nohaku-businesses.jp/seminar/167/		東北  https://nohaku-businesses.jp/seminar/244/		関東  https://nohaku-businesses.jp/seminar/650/	
北陸  https://nohaku-businesses.jp/seminar/432/		東海  https://nohaku-businesses.jp/seminar/448/		近畿  https://nohaku-businesses.jp/seminar/454/	
中国  https://nohaku-businesses.jp/seminar/453/		四国  https://nohaku-businesses.jp/seminar/452/		九州  https://nohaku-businesses.jp/seminar/451/	

① 経営高度化(講師:会場/所属)

上山 康博氏: 北海道ほか	／	(一社) 日本ファームステイ協会 代表理事	／	(株) 百戦錬磨 代表取締役社長
大野 彰則氏: 四国	／	(一社) 日本ファームステイ協会 事務局長	／	(株) 百戦錬磨 取締役
宮田 久司氏: 東海	／	Meets Nakasendo 合同会社 代表		
藤井 大介氏: 中国	／	(株) 大田原ツーリズム 代表取締役社長		

② 販売戦略

大野 彰則氏: 北海道ほか	／	(一社) 日本ファームステイ協会 事務局長	／	(株) 百戦錬磨 取締役
上山 康博氏: 九州	／	(一社) 日本ファームステイ協会 代表理事	／	(株) 百戦錬磨 代表取締役社長
宮田 久司氏: 東海	／	Meets Nakasendo 合同会社 代表		
藤井 大介氏: 中国	／	(株) 大田原ツーリズム 代表取締役社長		

③ WEB戦略

大野 彰則氏: 北海道ほか	／	(一社) 日本ファームステイ協会 事務局長	／	(株) 百戦錬磨 取締役
大城 琴音氏: 四国ほか	／	(株) BEYOND プロモーション戦略事業部 マネージャー		
工忠 照幸氏: 近畿	／	里山ゲストハウススクチュール オーナー		

④ インバウンド戦略

櫻井亮太郎氏: 北海道ほか	／	(株) ライフブリッジ 代表取締役社長		
小野田金司氏: 関東ほか	／	大阪観光大学 観光学部教授・理事長付特別アドバイザー		
村山 慶輔氏: 東海	／	(株) やまとごころ 代表取締役		
西谷 雷佐氏: 四国	／	(株) インアウトバウンド仙台・松島 代表取締役		

⑤ 農泊実践者セミナー

泉 剛生氏: 北海道	／	(一社) 美瑛町観光協会 次長		
福田 一樹氏: 関東	／	(一社) みなかみ町体験旅行		
世古 乃佑氏: 東海	／	UMESEKO TOUR 代表		
青田 真樹氏: 近畿	／	(一社) 南丹市美山観光まちづくり協会 事務局次長		
出尾 宏二氏: 四国	／	(一社) そらの郷 観光地域づくりマネージャー 事務局次長		
本田 節氏: 九州	／	(一社) 隠れ里ひとくまツーリズム 事務局		



2024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 03-5297-0323 E-mail zennoukan@i-znk.jp