食と地域と連携
新たな観光振興政策

総務省地域力創造アドバイザー・内閣官房地域活性化伝道師
一般財団法人地域活性化センター　シニアフェロー
金丸弘美

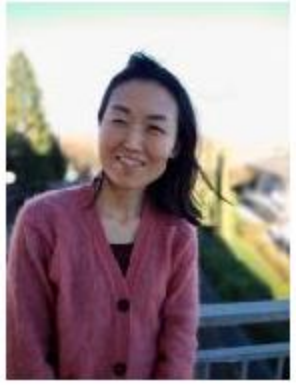
ニーズを考察
地域の個性を掘り起こし横連携を提案国内外へ発信。食と地域と連携させた新たな観光振興政策

- 地域には、豊かな町並、自然環境、豊穣な食文化があります。景観も素晴らしいところが多くあります。これらを再発掘し、食・宿泊・周遊などを新たな横連携を繋ぎ、海外を含む新たな観光イノベーションを提案します。
- 観光では今は団体客が激減し個人客が増加しています。これは観光庁や（公財）日本交通公社の調査でも明らかになっています。アクセス方法も旅行会社ではなくアプリからが圧倒的で若い世代ほど顕著です。またコロナや環境問題がクローズアップするなか、持続社会を取り組むサステナブルツーリズムが注目を浴び、自然体験を観光に連動させるアプリの会社も生まれています。「Gifte」「じゃらん」などです。これまでに観光地ではなかった農村での空き家をリノベーションしたゲストハウスで郷土食や農村体験を打ち出すところが多く台頭。国でも推進しています。こういうところはコロナで需要を伸ばしました。密にならないからです。子供たち仲間と優雅にすごせるからです。そのネットワークも今では注目されています。「日本まちやど協会」「gochi荘」「footprints」などです。しかも多言語対応になっています。海外対応で「日本らしい風景がある」「日本の食が食べられる」と海外客が多く訪ねてきています。海外のニーズは以前から圧倒的に「日本らしい風景」「日本の食」がウエイトが高いものです。
- 　また農村での観光・体験から移住・定住につなぐところも生まれています。長崎県大村市と農村直売所「おおむら夢ファームシュシュ」や、山口県周防大島の離島などです。これらは横繋ぎの連携で、食・体験・農泊・移住対応をしており移住も観光も増えています。
- 　今では、有名観光地ではなかったところで、コト体験を楽しむ人が多く増えています。飛騨市には、豊富にあります。そららを体験し食べて泊まって広域で周遊する形を提示すれば、新たな観光としてクローズアップされることでしょう。農林水産省の令和5年度の予算では、農村振興局農村政策部都市農村交流課「農山漁村発イノベーション対策」があり、さまざまな人・コト・モノを連携しての事業が予算化もされています。

海外への発信ツアーを実践！GEN 齋藤由佳子（パートナー・岡崎啓子）

- 北イタリア・ピエモンテ州在住。人と地域と食文化や環境や営みを繋ぐGEN（げん）主宰。
- パートナー岡崎啓子さん。エミリア＝ロマーナ州在住
- 2015年ミラノ国際万博と三重県の食文化発信、山形県鶴岡市ユネスコ食文化創造都市国際交流。
- 2023年イタリア・フィンランドの国際メンバーと鹿児島、埼玉、群馬、東京、静岡など酢、焼酎、納豆、味噌、醤油、酒造、鰹節など発酵を中心としたサスティナブルな取り組みの交流を実現させた。

岡崎啓子プロフィール



○　1977年 埼玉の兼業農家に生まれ、田畑のある環境や農家の四季の営みを身近に育つ。

○　2000年 東京女子大学 現代文科学部 コミュニケーション学科卒業（現：現代教養学部）

○　卒業後、イベント制作会社に就職。案件ごとに異なる業界を垣間見る中で、自分にとっては「食」に関わるのが一番楽しく、自分のルーツにも深く影響していたことに気づく。当時日本に伝わり始めていたスローフード運動にも注目していたところ、スローフード協会が「食」の全く新しい学びを提供する大学を新設することを知り、2004年渡伊。

○　2008年 イタリア食科学大学（University of Gastronomic Science of Pollenzo） 学部第一期生として卒業。

○　2008-2014年　高品質なイタリアの食品の販売・レストラン・教育事業を行うイータリー社・トリノ市 (Eataly S.p.A.) で、日本を主とする海外展開事業に関わる。生産者とのリレーション、仕入れ、輸出入を日伊両サイドからサポートしたほか、事業コンセプトや生産者を深く知り語れる要員がいなかったために、メディア対応やイベント企画も担当。

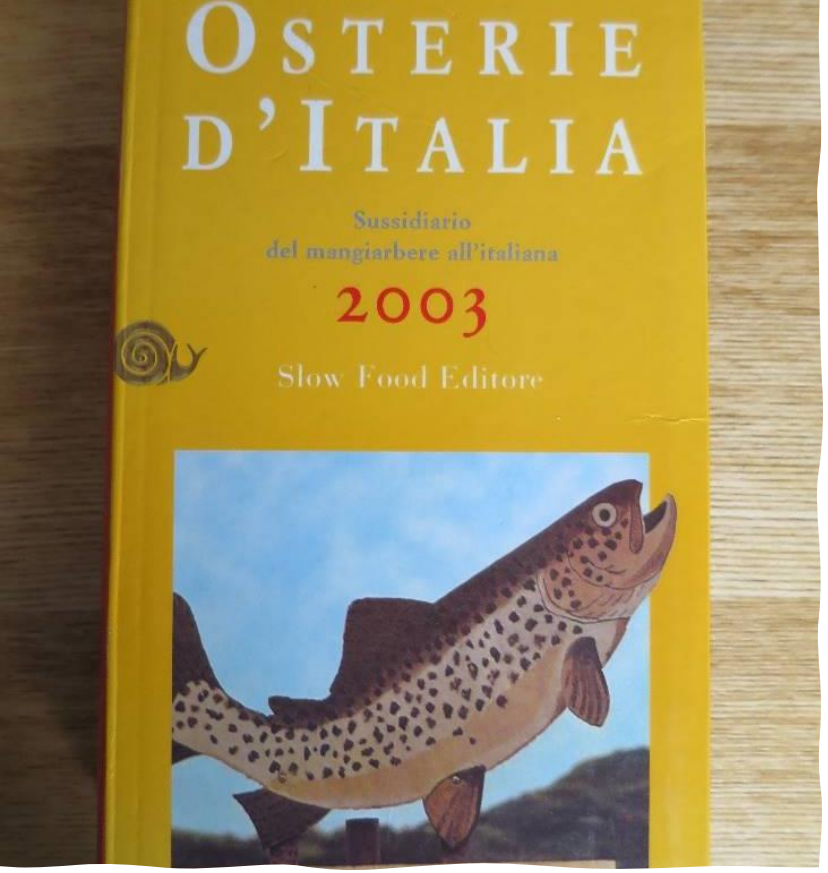
○　その後出産・育児休暇を経て、GEN Japan／JINOWA consortium メンバーとなる。
JINOWA ディレクターとして、食・農・暮らしの伝統の知恵や技術からイノベーションを目指す、体験に基づく学びの機会の提供や、国際人材交流に関わっている。

具体的な食の発見。

１・郷土の食を提供している「地産地消」の美味しい店を選抜。ネットワーク化。SNSでの配信。

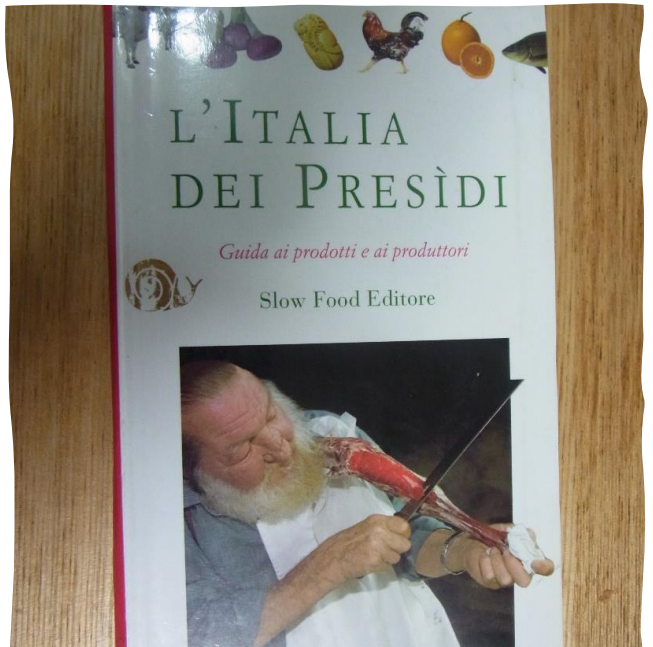
　現地調査を実施。事例としては香川県は公募をし実際に現地に行き採点をして３０店舗を選出することを実施。高知県は県民投票を行い５４店を選出。また高知全体の食マップがありサイトで観れる。農村観光も連携できるようになっています。素晴らしいのは「高知県観光特使」名刺。県内の美術館、博物館など１９か所が5名まで無料で入れます。食のマップを連携させています。イタリアはスローフード協会が覆面調査を行い全国１４００店を選出しています。ガイドブックもあります。郷土の食材を使っている、美味しい、店の雰囲気がいい、仲間と行ける、値段がリーズナブル、清潔などが基準です。観光客が農村まできています。農村観光は日常化。農村体験の農業施設は日本の10倍以上の2万５０００軒以上。ランチや宿泊や農業体験もでき、家族の休日にも多く利用されています。

スローフードの書籍


Osterie d'Italia
Sussidiario del mangiarbere all'italiana
2003
Slow Food Editore

All'olio la famiglia Carli ha dedicato tre generazioni, mille attenzioni e un museo.
Museo dell'Olivo
Non si trova nei negozi.
Si ordina per posta, per telefono o via internet e si riceve a domicilio.
Fratelli Carli
Via Garessio, 11-18100 Imperia.
Tel. 0183 7080
www.oliocarli.it
OlioCarli

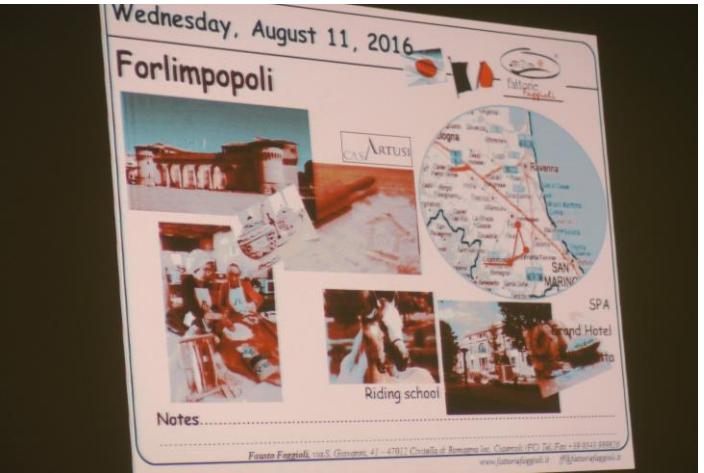
Vezzena


L'Italia dei Presìdi
Guida ai prodotti e ai produttori
Slow Food Editore

Agnello di Zeri

「高知県観光特使名刺」裏は高知県文化施設の無料入場券。牧野植物園をはじめ、高知城、坂本龍馬記念館など１９か所が、５名まで無料で入れる入場券

イタリア
地域の食文化・料理・町を連携



イル・コルニオロ

生業（ワイン＋養蜂）
レストラン・宿泊・乗馬体験

～周辺の環境～

ボスコ・ジェローロの近くを流れるトレッピア川。下流でポー川に合流する。

コルニオラ

生業（食肉用牛の飼育と販売）
レストラン

直売店兼レストランは近代的な内装で一見アグリツーリズムに見えないかもしれないが、畜産農家の優良ビジネスモデルとしても高い評価を得ている。

ボッカパーネ

生業（有機ワイン＋野菜）
レストラン

- ２・美味しいものチョイス事業
- 　地元産であること。添加物や化学調味料などを使っていないこと。何より美味しいものであること。美味しい食べ物をチョイスして紹介していきます。これらも現場を検証していくこととなります。
- 　国では、国際的に通ずる食の認証・地理的表示（GI＝geographical indications ）進めています。

３・ゲストハウス・農家民泊など、
新たな宿泊観光のサイトおよび多言語対応

　現地調査を実施。地元の食を出していること。あるいは、食を出さず1棟貸しで地域で連携。農家レストラン。子ども、親子づれでいっても楽しめる。「gochi荘」「footprints」は主催者が女性で女性目線で快適なところを選抜しています。1棟貸しではオンラインのワーケションをする傾向も広がっています。多言語対応は、兵庫県豊岡市、和歌山県田辺市などの観光協会が実施し大きな成果を生んでいます。注目は「田辺市熊野観光ツーリズムビューロー」。海外の人を雇い海外目線でサイトを運営。個人客対応をメインとしています。宿や町の店でワークショップを開き指さし英語を徹底化しています。コロナで海外客は一時は減りましたが現在は復活し大幅に増えています。また福岡の出版社「書肆侃侃房」が、古民家を活用した『佐賀カフェ散歩』『九州喫茶散歩』どなどをだしていて、すでに下地があります。 http://kankanbou.com/books/cafe/

テーブル・ア・クロス
gochi荘
岡田奈穂子さん

移住・定住に熱心な自治体連携

滋賀県高岡市

奈良県宇陀市

和歌山県田辺市

京都府亀岡市など。農家宿泊・食・地域文化・体験を連携。

サイトは多言語対応

京都府相楽郡和束町
BLODGE LODGE
プロジェット・マイケル
さん育子さん**gochi荘**

田辺市熊野
ツーリズムビュロー

４・空き家活用のノウハウ継承事業

　ゲストハウスや農家宿泊、空き家など、どのような活用ができるか、事業性・新たな活用など、事業計画を創るノウハウ連携事業が各地で開催されています。「日本まちやど協会」など、住民・地権者・不動産・金融機関が連携し投資まで行うものです。佐賀市の町づくりは、公共R不動産ディレクターの佐賀県多久市出身の馬場正尊（東北芸術工科大学教授）さんが有名。和歌山県田辺市では、若い人の人材育成事業「たなべ未来創造塾」があり２０代から40代までしぼり、事業計画をフォローして産官学金融連携で融資をしており、そこから空き家のリノベーションでの有効活用が多く生まれています。これらのノウハウを入れた人材支援も行うべきでしょう。

萩荘
台東区谷中3~10~25

WINE
KAGUA
Montes classic series

５・ツーリストのマップ作成と公共交通の連携

　公共交通のJRの列車に自転車でそのまま乗れるようにし、ツーリストの利用が簡単にできるようにします。ドイツ、イタリアでは普通に行われています。そのことで農村観光に多く人がきています。国内各地でも茨城、千葉を始め、試験的に実施されていて好評です。域内のツーリングマップを作成して標高や走れるルートを明確化し、農村で泊まれる自転車ごとゲストハウス泊まる、などの連携をはかります。日英対応。

ドイツ・フライブルグ郊外の自転車道
家々は再生可能エネルギーが入っている

６・道の駅との連携　地域マネジメントを行う

　国土交通省認定「道の駅」は、現在１２０４か所（２０２３年２月）。道路利用者の休息所と地域情報の発信目的から現在は、地方創生への取り組みへ重点を置く事に位置づけられています。地域の食べるところ、焼き物体験、お茶を飲むところ、ツーリングマップ、再生可能エネルギーの導入、農業体験、農家民泊など、地域全体のマネジメントをするものです。優良事例は、益子焼で知られる栃木県益子町「道の駅ましこ」です。町の人口は21,176人。道の駅には人口の36倍７６万人が訪れています。 売上は7億円です。

Cafe & Restaurant
洋野菜
クレソン
ルッコラ

生産者紹介
Re:raku
COFFEE & TEA
うつわ作家の食器棚
Casa
CAFE

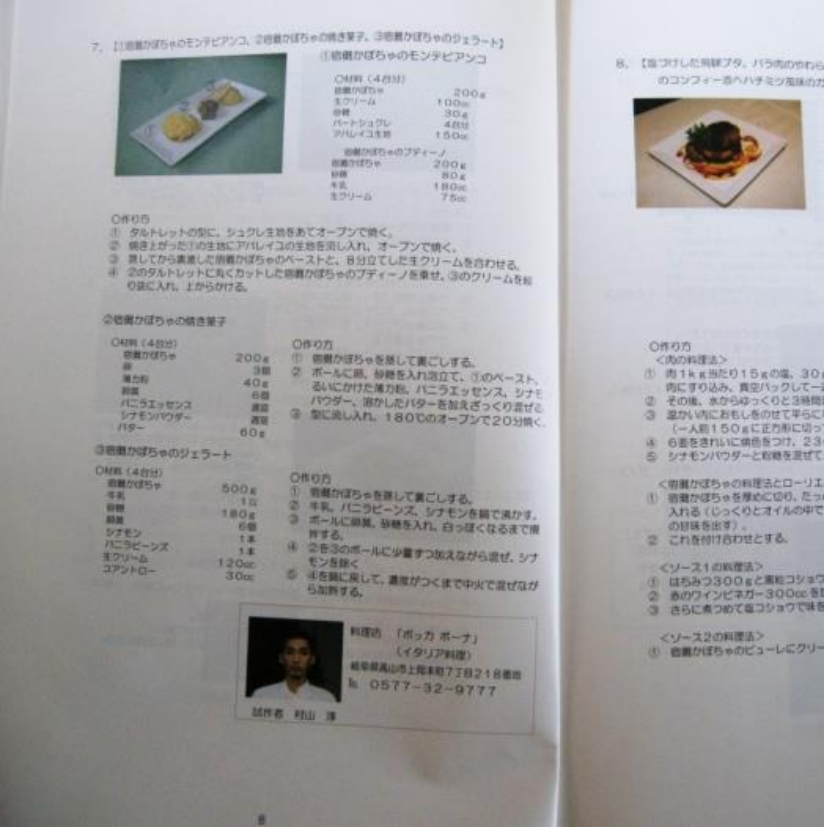
６・食のワークショップの開催

地域の食材を調査。農家、漁師、直売所、道の駅、栄養士などが参加して、食材の背景から、料理、レシピ化まで行ってワークショップで体験し、発信できるようにするものです。このもともとのモデルは、唐津市「唐津・玄海食プロジェクト」、大分県「食育ワークショップ」などで実施され書籍化「創造的な食育ワークショップ」（岩波書店）でされ、総務省で採択され全国で食のブランド事業として各地で実施されるようになりました。実際のツアーまで展開することができます。現在よく話題にされているガストロノミーです。食文化を体験し学ぶツアーです。

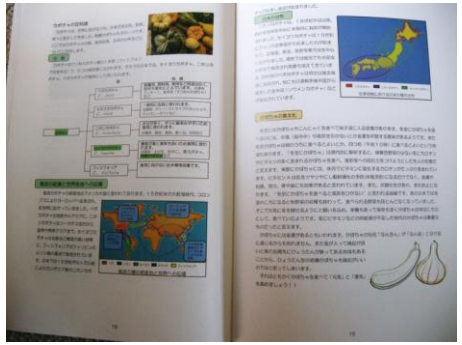
料理家
成澤文子

- ■管理栄養士
- ■日本抗加齢医学会指導士
- ■公益社団法人日本栄養士会会員
- ■公益社団法人神奈川県栄養士会会員
- ■石川県・金沢市　食育推進実践本部専門推進員
  ■神奈川県・横浜市認定　はまふぅどコンシェルジュ
  ■ELLEgourmet公認料理家

宿儺かぼちゃ



食をテキスト化にする　バイヤー・レストラン・メディアに発信



背景から語り
料理を見せて
食べる

伝統的建造物と食を観光に繋ぐ

地域の文化を繋ぐ

料理の
ワークショップ
を開催

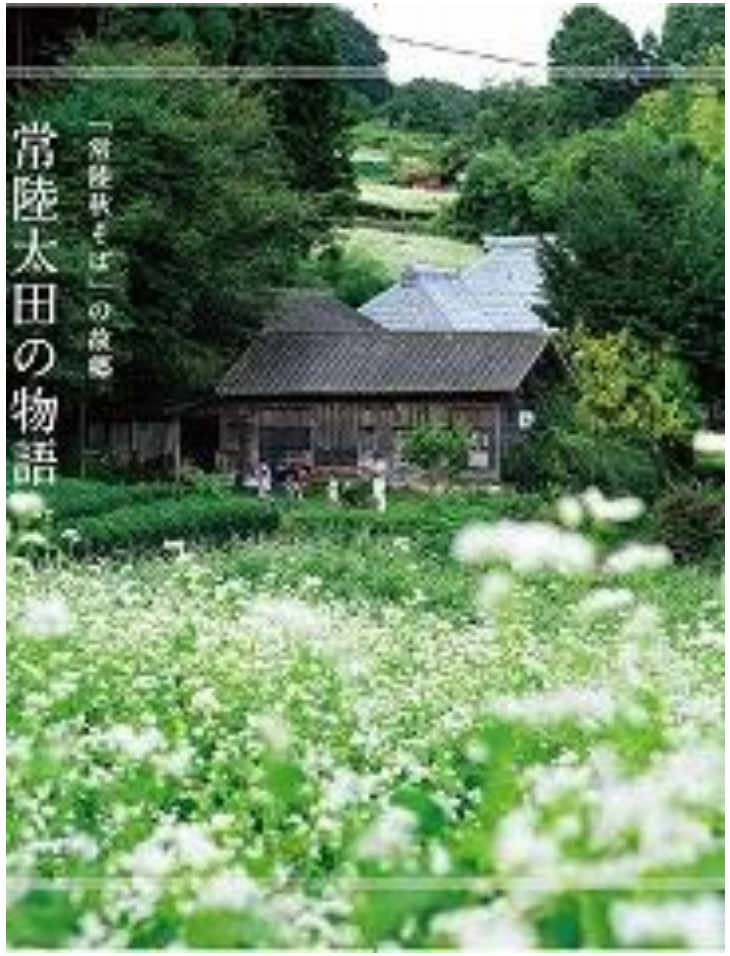
書籍化をして発信する

地域ブランドを
トータルマネジメントが田舎を変える!
引き出す力
金丸弘美[著]

地域の食を
ブランドにする!
食のテキストを作ろう
金丸 弘美
「食」が地域に
持続可能な経済を生む
生産者、自治体、道の駅、食育関係者、必読書

創造的な
食育ワークショップ
金丸弘美

常陸秋そばの
冊子を制作



そばの花と昆虫
◆ そばの花
常陸秋そばの花が実を結ぶには、雄しべから雌しべへの花粉の媒介が必要です。常陸秋そばの花には短柱花と長柱花の２種類の花型があり、一つの花の中では受粉せず、別の株であっても、長柱花同士や短柱花同士では受粉ができない仕組みになっています。つまり、結実するためには、長柱花には短柱花、短柱花には長柱花の花粉が必要です。そばのような他家受粉は、その花粉の運搬を虫や風に頼ることになるので気候などによってその受粉率が大きく左右されます。さらに、結実するための受粉の組み合わせが限られるため、咲いた花が実を結ぶ確率はかなり低くなります。実際、開花時に雨が続き訪れる虫が少ない場合は、受粉しない、いわゆる「無駄花」が多くなり、その収穫量に大きく影響してきます。
花が実になるには、雄しべから雌しべへの花粉の媒介が必要
ソバの花には２つのタイプ（長柱花と短柱花）があり、タイプ間で花粉媒介されないと結実しません。
そば畑には長柱花の株と短柱花の株があり、長柱花どうしや短柱花どうしでは受粉せず、長柱花の花粉が短柱花に受粉し、短柱花の花粉が長柱花に受粉するという性質があります。
雄しべ
雌しべ
花粉
長柱花(長さ：雄しべ>雌しべ)
短柱花(長さ：雄しべ<雌しべ)
《資料提供：森林総合研究所》
〈短柱花と長柱花について〉
めしべが長く、おしべが短い花を「長柱花」、めしべが短くおしべが長い花を「短柱花」といいます。
花型は、株ごとに分かれていて、長柱花と短柱花の出現する比率はほぼ１対１です。
「長柱花」と「短柱花」の間ではよく受精しますが、「長柱花」どうし、「短柱花」どうしではほとんど受精しないという特徴があります。
〈そばの種子の断面図〉
殻
胚乳
胚芽
甘皮
三番粉
二番粉
一番粉
おしべ
めしべ
短柱花
長柱花

常陸太田の「ソバ（蕎麦）の話」
常陸太田市は「常陸秋そば」発祥の地。以前からタバコの後作に、そばの栽培が盛んに行われていました。
ソバとは
学　名：Fagopyrum esculentum
英　名：buckwheat
和　名：ソバ
分　類：タデ科ソバ属の一年草
原産地：中国南部の雲南地域
用　途：実の粉末（蕎麦粉）を用いた麺（蕎麦）や蕎麦菓子、そばがきに用いる。アルコール原料としてそば焼酎がつくられる。また新芽はスプラウト（植物の新芽の総称。カイワレ大根やモヤシもスプラウトの一種。）として利用される。
主産地：国内収穫量･･･北海道、茨城県、長野県
輸入･･･中国、アメリカなどからの輸入量が多い。
輸入のうち中国産が約８割を占める。
国内消費の約半分を中国産が占める。
需給状況：そばの国内消費は年々増加傾向にあるものの、自給率は約２割程度で推移している（右表のとおり）。
平成18年は、国内消費仕向量が151千トンのうち、国内収穫量は33千トンと約２割程度。
そばの需給状況
年度 | 国内消費仕向量（千トン） | 国内収穫量（千トン） | 自給率（%） | 輸入量（千トン）
H14 | 131 | 27 | 20 | 105
H15 | 135 | 28 | 21 | 110
H16 | 142 | 22 | 15 | 119
H17 | 150 | 32 | 21 | 117
H18 | 151 | 33 | 22 | 101
蕎麦（蕎麦粉）は材料・加工品ともにアレルギー物質を含む食品として食品衛生法による特定原材料として指定されており、表示が義務付けられています。
ソバの起源
古代遺跡の発掘資料によると，わが国へは縄文時代に伝播したとみられています。中国南部でできた栽培そばは，その後中国大陸を北上し，北はシベリアまで到達し，一部は朝鮮半島に伝播し，対馬を経て北九州に導入されたようです。
ソバの語源
ソバは，「そばむぎ」を略した語。「そばむぎ」は稜角（物のかど）を意味する古語「そば」と「むぎ（麦）」が複合した語で、角のある麦という意味である。食物のそばの実は，三角形で突起状に

常陸秋そばのできるまで
ポイント
8
9
10
11
上 中 下 上 中 下 上 中 下 上 中 下
適地
は種期
施肥
注意事項
収穫時の目安
乾燥
はだかの状態
中殻・殻土（日向上旬）
開花・受粉（日向中旬）
いただきまーす
そば粉
丸粒状
刈取・乾燥（10月下旬）

◆ さまざまな昆虫が貢献
そばの花はその２割程度しか実を結びません。その実を結ぶための受粉の作業をその周辺に生息している昆虫が担っています。そのため、そば畑の周辺の環境も重要です。
山あいの傾斜地で昼夜の気温差の大きい、霧の立ち込める地形が味のよいソバを育てるとよく言われています。また、山あいであることが、外からの他の品種の遺伝子が入り込むのを防ぎ、そこにいる花粉を運ぶ昆虫が多くいる自然環境が花から実になる確率（結実率）を良くします。花が咲いているときに雨が続いてしまうと昆虫の活動が鈍くなり、受粉ができず収穫量が少なくなってしまいます。そばの周辺の昆虫たちが生息する自然環境がそばの栽培には重要です。
そばの花に集まる昆虫
【ニホンミツバチ】
【アシナガバチ】
【ツチバチ】
【ハナアブ】
【ハエ】
【ハナムグリ】
【クロヤマアリ】
【セセリチョウ】
昆虫の写真提供
独立行政法人
森林総合研究所
※森林総合研究所において、旧金砂郷町常陸秋そばの種子採種ほ場周辺で花粉媒介昆虫の調査が 2007年より実施されています。

蕎麦のテキスト化

イタリアでも1600年代から蕎麦が栽培されている
ピエモンテの伝統的なパスタの蕎麦を入れたタヤリン

常陸秋そばの生産地農家での蕎麦会
東京からツアーを組みこむ

メディア連携で65媒体発信

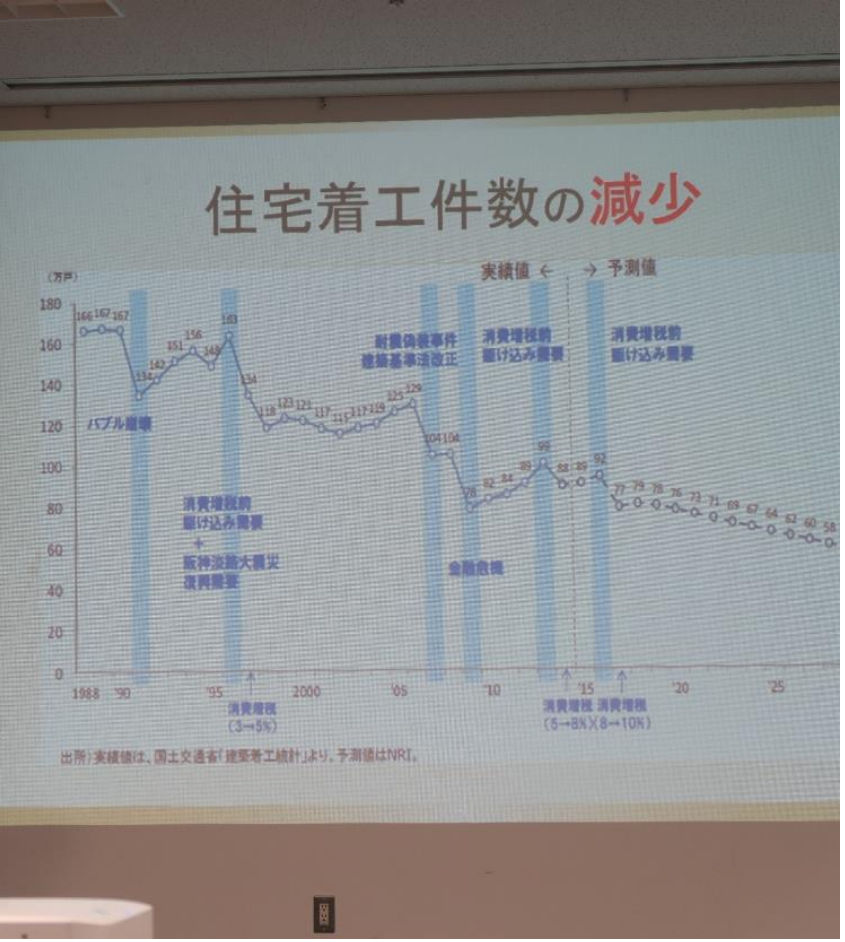
７・食と観光とのノウハウ連携事業

　食と地域の観光連携の優れた取組があります。合宿をしてノウハウ連携を行うといいでしょう。農村の観光と事業化のトップモデルとなった大分県日田市の「大分大山農協」、漁村でのツーリズムと食体験、結婚式、グランピングで著名な福岡県岡垣町「グラノ２４Ｋぶどうの樹」、動員と販売額で九州トップの「道の駅むなかた」など優れた取組があります。今年、10月６，７日、長崎県大村市「おおむら夢ファームシュシュ」でノウハウ連携事業が実施されます。農村観光動員４９万人、新規就農5年で90名。６０坪の直売所で売上７億円。農村観光もされています。主宰は、一般財団法人地域活性化センターで総務省と自治体の連携団体。地方創生を担う活動をしています。

長崎県大村市
おおむら
夢ファームシュシュ

８・人材育成と人材投資

地域の発信・移住・定住・新たな観光誘致には人が必要です。そのためには人材育成が欠かせません。注目は、産官学金融連携の和歌山県田辺市「たなべ未来創造塾」、高知県の「ここプラ」です。
例えば田辺市では、20代から４０代にしぼり、それぞれが持っている計画を事業化する方向でサポートします。大学、金融機関がアドバイスをし融資もされます。高知県は、ここ10年で１０００名が移住。４３の新規事業が生まれました。田辺市は5年で３６の事業が生まれ、２０２０年には70名が移住しています。このノウハウは現在熊本大学と熊本の8自治体にもたらせています。



和歌山県田辺市
「たなべ未来創造塾」

- ●SNSの利用率は78.7％と年々上昇傾向にあり、特に20代の利用率が上回っています 。
- 観光においても、SNSを活用した情報発信が注目
- ●アウトドアアクティビティやグランピングは、コロナ禍による嗜好の変化により特に関心が高まった活動で、今後の実施意向も強い。
- ●オンラインツアーは新たなニーズに対応するコンテンツとして、一層の注目。
- ●サステナブルツーリズムは全体の約7割がサステナブルな取組を重視する意向。若年層が「サステナブルな取組を重視する」と回答した割合が多い。環境保全、地域貢献に関することは若年層ほど選択率が高い。
- ●ワーケーションについては、全体の約1割が「休暇中の旅先でも必要があれば書類作成やオンラインでの会議出席などをしても構わない」との考え
- 公益財団法人日本交通公社　旅行動向・観光統計
- https://www.jtb.or.jp/research/research-theme/traveler-trends/

農山漁村発イノベーションによる雇用・所得の創出

＜対策のポイント＞
「**農山漁村発イノベーション**」とは、従来の６次産業化を発展させて、地域の文化・歴史や森林、景観など農林水産物以外の**多様な地域資源も活用**し、農林漁業者はもちろん、地元の企業なども含めた**多様な主体の参画によって新事業や付加価値の創出を図る取組**です。

＜事業の全体像＞

農山漁村発イノベーション
- ○ 農山漁村のあらゆる地域資源をフル活用した取組を支援
- ○ 他産業起点の取組など他分野との連携を一層促進

農山漁村発イノベーションの事例

「農産物、景観」×「加工販売、観光・旅行」
×「農林漁業者、地元企業」

タケノコや栗の加工販売に加え、美しい竹林景観を活かして、映画のロケ地や観光商品として活用。
（栃木県宇都宮市）

「森林」×「スポーツ」×「ベンチャー企業」

森林をフィールドとしたサバイバルゲーム事業を行うとともに、参加料の一部を森林所有者にも還元。
（栃木県壬生町）

「農産物」×「加工販売、観光旅行、教育」
×「農林漁業者、地元企業」

６次産業化による農産加工品の製造・販売のほか、食育体験や収穫体験など豊富なメニューの取組を展開。
（長崎県大村市）

旅行動態の変化の状況①

国土交通省 観光庁

団体旅行（パッケージツアー）から個人旅行（FIT）への移行

個人旅行手配の割合

2012年：60.8%　2017年：75.7%（7～9月）　⇒ 14.9ポイント増

（参考）中国 28.5%　60.0%　⇒ 31.5ポイント増
香港 70.8%　90.6%　⇒ 19.8ポイント増

スマートフォンを最大限活用した旅行スタイルへの変化

日本滞在中に役に立った旅行情報源としてスマートフォンと回答した割合（複数回答）

2012年：23.5%　2017年：72.1%（7～9月）　⇒ 48.6ポイント増

都市部から地方部への観光の広がり

地方部における外国人延べ宿泊者数

2012年：855万人泊　2016年：2,753万人泊　2020年：7,000万人泊（目標）
3.2倍

（参考）
都市部 1,776万人泊　4,186万人泊
2.4倍

リピーター数の増加

リピーター数

2012年：528万人　2016年：1,426万人　2020年：2,400万人（目標）
2.7倍

⇨ 地方を訪問する個人客の増加に対応し、地方への誘客をさらに推し進めるため、旅客サービスの充実、スマートフォンによる情報発信等の施策の充実が必要

【出典】個人旅行手配の割合・日本滞在中に役立った旅行情報源：訪日外国人消費動向調査（観光庁）/外国人延べ宿泊者数：宿泊旅行統計調査（観光庁）/リピーター数：訪日外国人旅行者数（日本政府観光局）,訪日外国人消費動向調査（観光庁）より観光庁作成

旅行動態の変化の状況②

国土交通省 観光庁

モノ消費からコト消費への移行

娯楽サービス費購入率

2012年：21.5%　2016年：31.6%　⇒ 10.1ポイント増

外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合

2012年：1.1%　2015年：1.9%

（参考）諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合
アメリカ（2012）：10.4%　フランス（2013）：7.8%
カナダ（2014）：10.5%

1人1回当たりの旅行支出

訪日外国人1人1回当たり旅行支出

2012年：13.0万円　2016年：15.6万円　2020年：20.0万円（※）

※2020年4,000万人、旅行消費額8兆円目標の達成のためには、1人1回当たり旅行支出20万円が必要

滞在日数

平均泊数

2012年：12.3泊　2016年：10.1泊

⇨ 「モノ」消費から「コト」消費への移行を踏まえ、国内におけるインバウンド消費をさらに拡大させるため、ＶＲ等の最新技術の活用、ナイトタイムエンターテインメントの充実等の施策の充実が必要

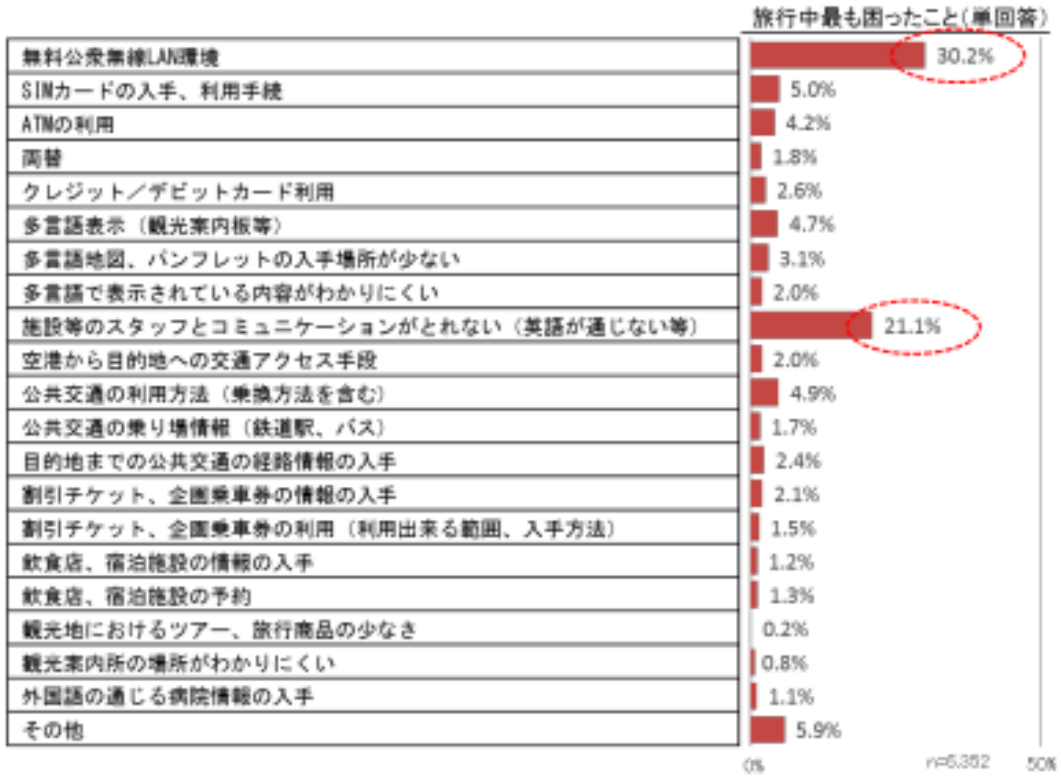
【出典】娯楽サービス費購入率・訪日外国人1人1回当たり旅行支出・平均泊数：訪日外国人消費動向調査（観光庁）

旅行動態の変化の状況③

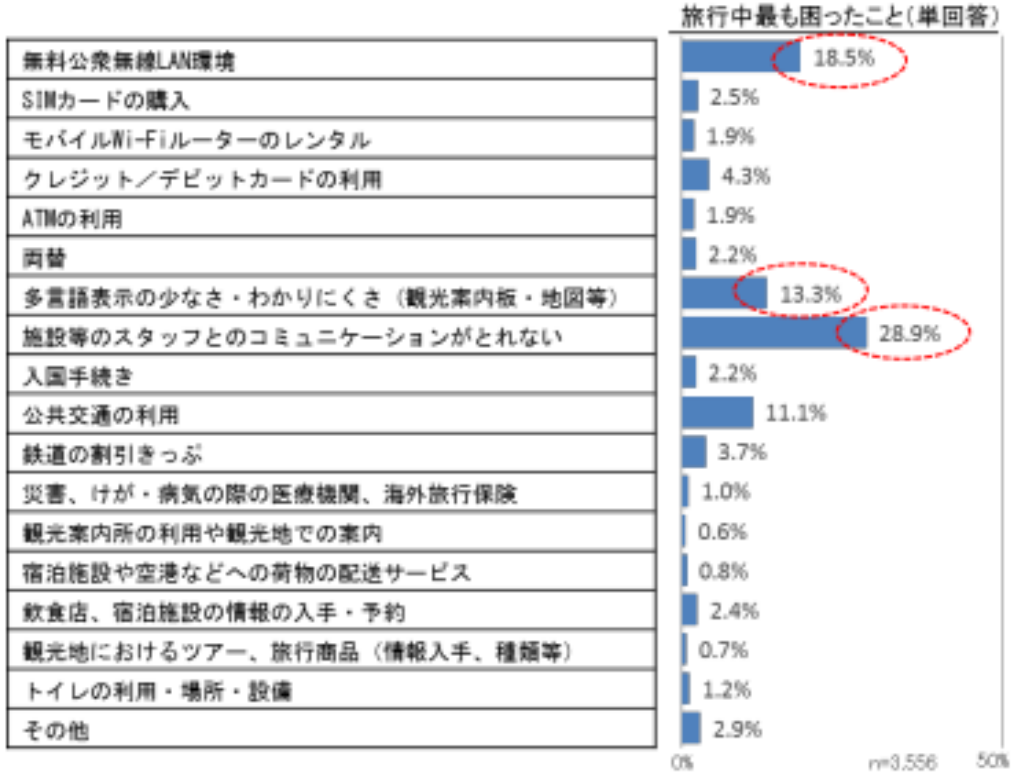
観光庁

「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」調査結果

【平成26年度調査】



【平成28年度調査】



旅行動態の変化に伴い、訪日外国人旅行者が旅行中最も困ったことも変化。コミュニケーションの問題、無料Wi-Fiの整備、外国人に分かりやすい多言語表示等の施策の充実が必要

農泊推進実行計画（概要）

基本方針

○ 「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。

○ 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・事業者等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性確保を目指す。

計画期間：
令和5～７年度
（2023～2025）

対応の方向性

（訪れた人にとっても）
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

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%**

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
- ■**資金調達のモデル提示**
- ■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

令和７年度に向けて目指すべき姿

■ **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つなげていく。

農泊地域700万人泊の実現を目指すための施策

○農泊地域の延べ宿泊者数を増加させる３つの視座（「新規来訪者の獲得」、「来訪１回あたり平均泊数の延長」、「来訪者のリピーター化」）から施策を整理すると以下のとおり。

来訪者のリピーター化

①**地域のマーケティング戦略構築**、地域資源を活用した「**テーマ別観光**」の推進（何度来ても楽しい地域づくり）

②関係各省庁・各部局が進める**観光施策との連携、役割分担**により観光地域づくりの取組推進

③**宿泊を前提とした体験コンテンツ造成、公共施設の利活用**

④**宿泊施設**（滞在後）**における周辺コンテンツ情報提供**の促進、戦略的な**物販**、ふるさと納税実施者への来訪マーケティングや来訪者への**ふるさと納税**の宣伝等、**「旅マエ・旅ナカ・旅アト」における消費機会拡大、再訪・関係人口化**等のための取組促進

等

新規来訪者の獲得

①**地域のマーケティング戦略構築**、地域資源を活用した「**テーマ別観光**」の推進（行ってみたくなる地域づくり）

②**農泊総合情報プラットフォームの構築、旅行業者への旅行商品化を訴求**

③**マーケットインを意識した各ターゲット層への売り込み**

④SNSも活用し**「農山漁村滞在型旅行」としての多様な農泊のイメージを発信**（→丁寧な口コミ対応）

⑤農泊地域・「SAVOR JAPAN」認定地域一体での**インバウンド向けプロモーション、JNTOと連携したニーズ把握や情報発信**等

⑥「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」等の**国際認証等の地域拡大**

⑦**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**

等

来訪1回あたり平均泊数の延長

⑤**宿泊施設**（予約時・滞在中）**における周辺コンテンツ情報提供**の促進

⑥**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**

⑦**関係各省庁・各部局が進める観光施策との連携**により、地域一体として充実したコンテンツを提供

⑧**宿泊を前提とした体験コンテンツ造成、公共施設の利活用**

①**地域のマーケティング戦略構築**、地域資源を活用した「**テーマ別観光**」の推進（いつまでも滞在できる地域づくり）

②**農泊総合情報プラットフォームの構築、旅行業者への旅行商品化を訴求**

③**マーケットインを意識した各ターゲット層への売り込み**を図る

④**「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

等

○その他、**これらの施策の実施の基盤となる地域協議会への取組持続化に向けた支援を行う。**

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＞

1. 農山漁村発イノベーション推進事業（農泊推進型）

① 農泊推進事業

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。

［事業期間：上限2年間、交付率：定額（上限500万円/年等）］

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。

［事業期間：上限2年間、交付率：1/2等］

② 広域ネットワーク推進事業

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。

［事業期間：1年間、交付率：定額］

2. 農山漁村発イノベーション整備事業（農泊推進型）

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。

［事業期間：上限2年間、交付率：1/2（上限2,500万円※）］

（※ 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）

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。

（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）

［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＞

＜事業イメージ＞

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

課題に応じた専門家の派遣・指導

古民家等を活用した滞在施設の整備

［お問い合わせ先］農村振興局都市農村交流課（03-3502-0030）

■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年度予算額　9,070（9,752）百万円の内数】

○ 農泊の運営主体となる地域協議会等に対して、ソフト・ハード両面から一体的に支援を行う。

農泊推進体制

法人化された**中核法人**※を中心として、多様な関係者がプレイヤーとして**地域協議会**に参画し、**地域が一丸となって取り組む。**
（構成員に農林水産業のいずれかに関わる者を含むこと）

※ 中核法人は、地域における宿泊、食事、体験等の中核を担うとともに、地域全体のマーケティングやマネジメント等の協議会構成員間の調整を行う。

○ このほか、国内外へのプロモーション事業を通じた農泊地域の魅力発信を行い、農泊需要の喚起を推進

地域協議会の取組への支援

市町村・中核法人等の取組への支援

＜ソフト対策＞

農泊実施体制等の整備

農泊推進事業	農泊をビジネスとして実施できる体制の整備、観光コンテンツの磨き上げ等に要する経費を支援 （ワークショップの開催、地域協議会の設立・運営、地域資源を活用した体験プログラム・食事メニュー開発　等）	事業実施期間：上限2年間 交付率：定額 上限：1年目、2年目とも500万円/年
＋		
人材活用事業	新たな取組に必要となる人材の雇用等に要する経費を支援 ※農泊推進事業と併せて実施すること	事業実施期間：上限2年間 交付率：定額 上限：1年目、2年目とも250万円/年

完了後

農泊経営の高度化

農泊推進事業完了地区を対象に、集客力の向上や経営の安定等を図るための取組に要する経費を支援

農泊地域高度化促進事業	① インバウンド対応 （Wi-Fi、キャッシュレス、多言語対応、トイレの洋式化、インバウンド向け食事メニュー開発　等） ② 高付加価値化対応（食・景観） ・地元食材を活用した食事メニュー開発 ・景観・歴史・伝統文化等を活用した体験プログラム開発　等 ③ ワーケーション対応 （Wi-Fi、オフィス環境（机、椅子、アクリル板等）整備、企業等への情報発信　等） ※当該事業による支援は１回限り。 また、①とそれ以外（②,③）の同時実施は不可。	事業実施期間：上限２年間 交付率：①定額等 ②③１/２ 上限：①200万円 ※②③100万円、150万円 ※ ②③の助成額について 「食」「景観」「ワーケーション」のうち、 一つのみ実施の場合 →上限100万円（国費） 二つ以上実施の場合 →上限150万円（国費）

＜ハード対策＞

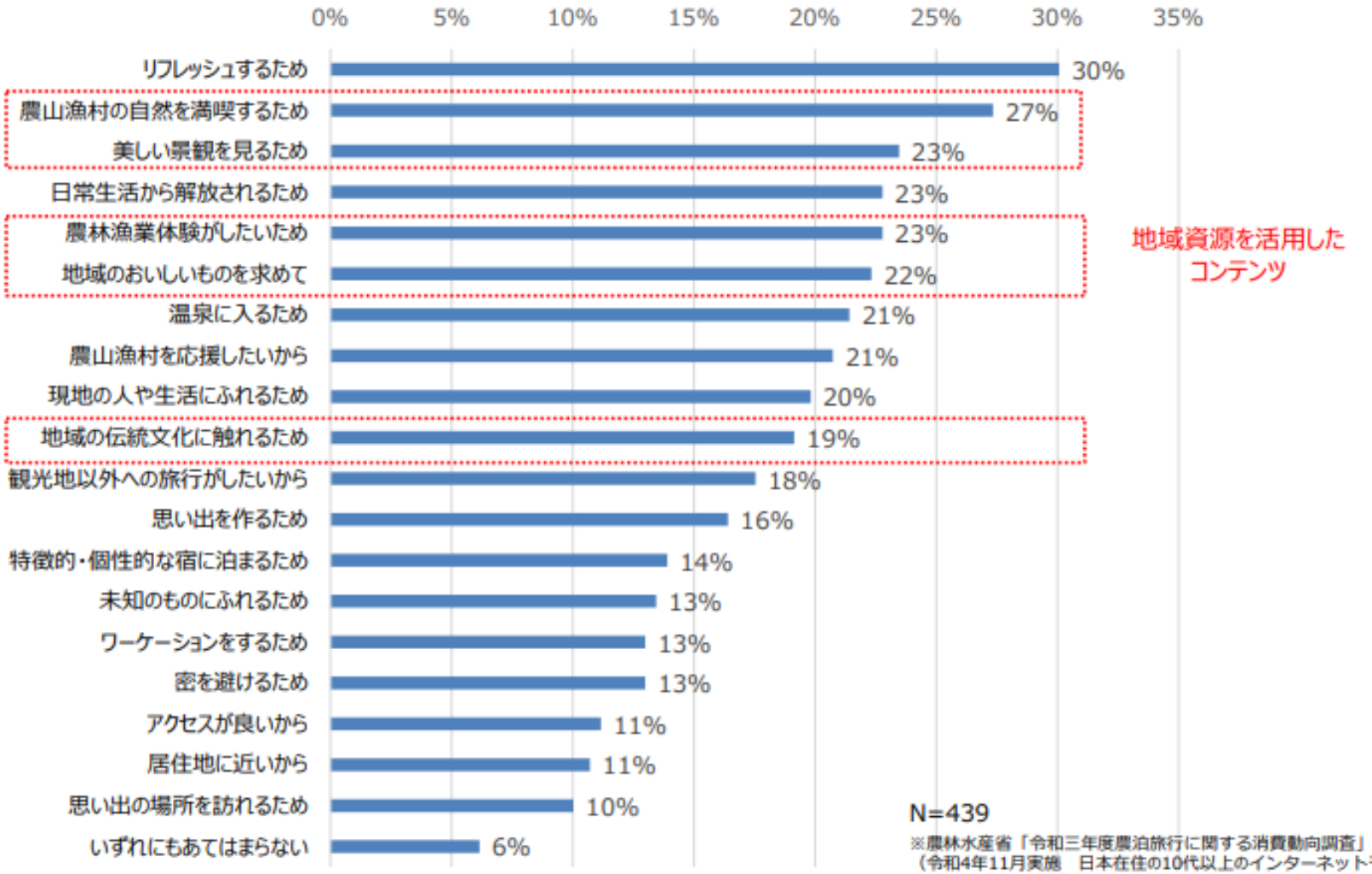
※以下２つの実施形態のうちいずれか。

宿泊施設等の充実

市町村・中核法人実施型	古民家等を活用した滞在施設、体験交流施設、農林漁家レストラン等の整備に要する経費を支援	事業実施期間：上限2年間 交付率：１/２ 上限：原則2,500万円（国費）
農家民泊経営者等実施型	農家民泊経営者等が現在営んでいる宿泊施設の改修に要する経費を支援 ※農家民泊から旅館業法の営業許可を取得した農家民宿に転換するための整備を行う場合、併せて転換促進費の活用が可能（1経営者あたり最大100万円）	事業実施期間：1年間 交付率：１/２ 上限：1,000万円/経営者（国費） （1地域あたり5,000万円）

農泊を経験した人の動機・きっかけ

○令和４年度に実施した農泊を経験した人（男女439人）に対する調査によると、農泊を経験した動機・きっかけは「リフレッシュするため」が30%で最多であった。
○「農山漁村の自然を満喫するため」や「美しい景観を見るため」など、農山漁村地域の地域資源を活用したコンテンツを体験するために農泊を経験したいと考えている人もおり、コンテンツの磨き上げにより農山漁村地域の魅力を向上させる事が重要であると考えられる。



※農林水産省「令和三年度農泊旅行に関する消費動向調査」より（令和4年11月実施　日本在住の10代以上のインターネットモニター439人より回答）

- ●「地方創生」を支援する国の人材派遣事業。

- 国の人材派遣事業：金丸弘美は登録されており、国の制度で現地にうかがうことができます。

- ●総務省の人材派遣事業　総務省地域力創造アドバイザー
- 年間５回以上の派遣。現地にうかがい、1年間を通じ地域の課題を一緒に取り組んでいく制度。市町村が独自に予算をたて総務省に登録の金丸弘美を要請した場合、かかった費用は地方交付税で補てんされる制度。オンラインでのアドバイスも可能。
- 問い合わせ：総務省　〒100-8926　東京都千代田区霞が関2－1－2　中央合同庁舎第2号館　電話03-5253-5111（代表）
- https://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/

- ●内閣官房の伝道師派遣制度　内閣官房地域活性化伝道師
- 地域アドバイスを実施するもの。内閣府からも担当者がきます。現地の取り組みを観て、地域の方に集まっていただき、各地の事例や、今後の展開を協議するもの。１、３回うかがうこととなります。費用は内閣府から出ます。内閣府地方創生推進事務局
- https://www.chisou.go.jp/tiiki/ouentai.html

食のワークショップとは？

①地域食材を組み合わせ「見て」「作って」「食べる」ことで地域の豊かさを再認識すること

②参加者が出来た料理を見て，具体的なイメージを全体に共有できる。見た目、香り、味わい、触感を知る。

③農家の女性起業の促進（２次加工から６次産業へ）

④商品開発のきっかけづくり（事業者と農家がつながる）

⑤環境を明確にして多彩なレシピで食べ方を提案

考案･･･金丸弘美氏（食総合プロデューサー）

※総務省地域力創造アドバイザー

※内閣官房地域活性化応援隊地域活性化伝道師

食材テキストとは？

①地域食材の「歴史」「風土」「品種」「生産量」「栽培」「出荷窓口」を明確にし，ブランドを形成する

②バイヤー（料理人，買付人）と農家をつなぐ手段

③観光産業への展開ができる

④生産者側が「食べる方法」を提案できる

⑤地域側の「環境への取組み」を明確にする

（例）B級グルメ→素材が何かわからないものを使用し，マスコミが取り上げブームになると，似ている商品が売られ始め「紛い物」により混乱する。

profile

【所属】金丸弘美事務所

【名前□金丸弘美(かなまる□ひろみ)

経歴

佐賀県唐津市出身。
食環境ジャーナリスト。食総合プロデュサー。執筆活動のほか食育と地域づくりを連携させた活動を各地で手掛ける。総務省地域力創造アドバイザー、内閣官房地域活性化応援隊地域活性化伝道師、地産地消コーディネーター(農林水産省)、(一財)地域活性化センターシニアフェロー、高知県観光特使などを担当。
著書に『創造的な食育ワークショップ』(岩波書店)、『ゆらしい島のスローライフ』(学研教育出版)、『田舎力 ヒト・物・カネが集まる5つの法則』(NHK 生活人新書)、『実践！田舎力』(NHK 新書)、『里山産業論』(角川書店)など著書39冊、プロデュース・編集などを手掛けた本は30冊がある。
「ウーメンズアクションネットワーク」「ハウジングトリュビューン」「月刊 NOSAI」「味の味」などで連載中。

一言メッセージ

地域にある宝を再発見し繋ぎたい。活力ある活動を紹介しノウハウの連携で元気な町づくりの橋渡しをしたい。
「健康な未来を子どもたちに繋ぐこと」がテーマです。

金丸弘美ホームページ

専門とする分野

食と食育と連携させたワークショップ、ツアーへの組み込み、メディアを連動させての書籍化して発信することを多く手掛ける。現地地域調査を行い食・環境・農業をテキスト化で具体的に紹介。ブランド化と食育に繋ぐ。地方創生の取組を現地に行き毎月取材。雑誌・WEB メディアで連載を現在 5 誌で行う。各地のノウハウ連携事業を実践。

連絡先

マネジメント 金丸弘美事務所
〒 140-0003
東京都品川区八潮5丁目6-37-205号
Email webmaster@kanamaru-jp.com