

# 平成 25 年度日本の食を広げるプロジェクト委託事業

(訪日外国人旅行者に対する地域の食を活用したグリーン・ツーリズム推進事業)

## 報告書

平成 26 年 3 月



三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

## ◆ ◆ 目次 ◆ ◆

### はじめに

1. 事業の概略 .....	1
2. 事業の目的 .....	1
3. 事業の内容 .....	1
4. 報告書の構成 .....	2

### 第1部 インバウンド・グリーン・ツーリズムをとりまく現状

第1章 グリーン・ツーリズムにおけるインバウンド対応の現状.....	4
1. インバウンド対応の概況.....	4
2. 実施地域におけるインバウンド対応の現状と課題.....	10
第2章 グリーン・ツーリズムに対する外国人旅行者のニーズ.....	20
1. 外国人旅行者と接する機会が多い方に対する聞取調査 .....	20
2. 訪日外国人の受入に係る団体・企業等との意見交換.....	23
3. 外国人旅行者向けグリーン・ツーリズムの振興に対する提言 .....	26
第3章 農山漁村地域における外国人旅行者訪問の可能性.....	27
1. 訪日外国人旅行者による農山漁村訪問の可能性.....	27
2. 欧州および東アジアにおける教育旅行の状況 .....	34

### 第2部 実施地域への支援

第1章 ジャパンフードフェスタ 2013 への出展.....	44
1. ジャパンフードフェスタ 2013 (JFF2013) の概要.....	44
2. グリーン・ツーリズムの出展結果.....	44
3. 訪問者のアンケート結果.....	46

第2章 Visit Japan トラベルマートへの出展.....	49
1. VISIT JAPAN トラベルマート (VJTM) 2013 の概略.....	49
2. グリーン・ツーリズムブースの出展.....	49
3. 出展状況とその結果.....	51
4. 留意事項.....	59
第3章 在日外国人に対するモニターツアーの実施.....	60
1. モニターツアーの概要.....	60
2. モニターツアーによるわが国グリーン・ツーリズムへの評価.....	70
第4章 海外メディア、旅行業者に対する招聘事業の実施.....	76
1. 招聘事業の概要.....	76
2. 招聘事業によるわが国グリーン・ツーリズムへの評価.....	81
3. 受入地域による感想.....	87

### 第3部 情報発信と普及促進の検討・実施

第1章 情報発信のあり方.....	90
1. 情報発信検討会の設置・開催.....	90
2. グリーン・ツーリズムにかかるパンフレット作成.....	95
第2章 普及促進の取組.....	100
1. セミナーの開催概要.....	100
2. パネルディスカッションの内容.....	101
第3章 事業効果の測定.....	106
1. JFF2013 への出展効果.....	106
2. VJTM2013 への出展効果.....	106
3. モニターツアーの実施による効果.....	106
4. 招聘事業の実施による効果.....	107

### 資料編

[事業担当]

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

〒105-8501 東京都港区虎ノ門 5-11-2 green-tourism@murc.jp

妹尾 康志	政策研究事業本部	主任研究員
田中 三文	政策研究事業本部	主任研究員
杉本 宗之	政策研究事業本部	副主任研究員
竹内 公文	政策研究事業本部	副主任研究員
楊 岩	政策研究事業本部	研究員

農林水産省農村振興局農村政策部都市農村交流課

沖 和尚	都市農業室	室長
志田 麻由子	課長補佐	
西野 孝徳	交流担当専門職	
丸山 裕二	係長	
石原 直樹	行政事務研修員	

## はじめに

### 1. 事業の概略

#### (1) 調査名称

平成 25 年度日本の食を広げるプロジェクト委託事業  
(訪日外国人旅行者に対する地域の食を活用したグリーン・ツーリズム推進事業)

#### (2) 事業主体

農林水産省農村振興局 (都市農村交流課)

#### (3) 受託者

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

### 2. 事業の目的

国産農林水産物の消費拡大を図るためには、その魅力を海外の消費者に発信することにより、購買行動へつなげていくことが重要となっている。また「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」(平成 25 年 6 月 11 日、観光立国推進閣僚会議)では、訪日外国人旅行者 2000 万人誘致に向け、関係省庁が一丸となって関係施策を確実に実行することが求められており、グリーン・ツーリズムの推進も本アクション・プログラムに位置づけられている。

このため、本事業は「日本の食を広げるプロジェクト」の各事業と連携しながら、訪日外国人旅行者を農山漁村へ誘致し、国産農林水産物を活用した郷土料理の体験や、農山漁村での交流や生活体験等を行うグリーン・ツーリズムを通して、外国人に対して国産農林水産物への理解を深め、消費拡大を図ることを目的として実施する。

### 3. 事業の内容

本事業は、大きく 4 つの調査内容と事業の効果測定で構成されている。

図表 事業における調査内容

事業内容
(1) 地域の食を活用したグリーン・ツーリズム実施地域の状況、ニーズ把握調査
(2) 訪日外国人旅行者を受入可能な、地域の食を活用したグリーン・ツーリズム実施地域の創出に関する調査
(3) 訪日外国人旅行者への情報発信に係る調査等
(4) 訪日外国人旅行者の受入体制整備のための普及促進事業
※事業の効果測定

### **(1) 地域の食を活用したグリーン・ツーリズム実施地域の状況、ニーズ把握調査**

- ・グリーン・ツーリズム実施地域の状況調査
- ・文献・統計資料等の調査及び分析
- ・関係団体及び訪日外国人旅行者と接する機会の多い者へのヒアリングによるニーズ把握

### **(2) 訪日外国人旅行者を受入可能な、地域の食を活用したグリーン・ツーリズム実施地域の創出に関する調査**

- ・モデル地域における在日外国人および訪日外国人モニターツアー
- ・VISIT JAPAN トラベルマート 2013 への実施地域の出展に対する支援
- ・VISIT JAPAN FOOD FESTA 2013 におけるグリーン・ツーリズムの紹介等の実施

### **(3) 訪日外国人旅行者への情報発信に係る調査等**

- ・検討会の開催
- ・訪日外国人旅行者への情報発信に効果的な媒体等の調査
- ・訪日外国人旅行者向けのグリーン・ツーリズム情報を掲載したパンフレット作成

### **(4) 訪日外国人旅行者の受入体制整備のための普及促進事業**

- ・成果を観光事業者や実施地域に周知するためのマニュアル作成及びセミナー開催

## **4. 報告書の構成**

報告書では、本事業の4つの内容とその事業量をふまえて3部構成でとりまとめている。その対応は下記の通りである。

図表 報告書構成と事業内容の対応

報告書構成	事業内容
第1部	(1) 地域の食を活用したグリーン・ツーリズム実施地域の状況、ニーズ把握調査
第2部	(2) 訪日外国人旅行者を受入可能な、地域の食を活用したグリーン・ツーリズム実施地域の創出に関する調査
第3部	(3) 訪日外国人旅行者への情報発信に係る調査等 (4) 訪日外国人旅行者の受入体制整備のための普及促進事業 ※効果測定の一覧

## 第1部

### インバウンド・グリーン・ツーリズムをとりまく現状

## 第1章 グリーン・ツーリズムにおけるインバウンド対応の現状

グリーン・ツーリズム実施地域における外国人受入実績や体制、意欲等の現状を把握するとともに、外国人によるグリーン・ツーリズムの可能性について整理・検討する。

### 1. インバウンド対応の概況

#### (1) グリーン・ツーリズム実施地域にかかる情報収集（都道府県アンケート）

都道府県に対して、域内のグリーン・ツーリズムにかかる資料提供を依頼した結果、下記の通り 40 道府県から資料の提供があった。

東北地方や北陸地方を中心に、教育旅行に関するパンフレットの提供が認められた。外国語版の資料を作成している地域は鳥取県や大分県などごく一部に限られている。

図表 資料の提供状況

団体名	資料点数 (内訳)			団体名	資料点数 (内訳)		
	計	教育旅行	外国語		計	教育旅行	外国語
北海道	5	1	0	滋賀県	1	0	0
青森県	2	0	1	京都府	2	0	0
岩手県	2	0	1	大阪府	—	—	—
宮城県	2	1	0	兵庫県	1	0	1
秋田県	6	0	0	奈良県	—	—	—
山形県	13	2	0	和歌山県	9	1	0
福島県	4	2	1	鳥取県	12	1	3
茨城県	2	1	0	島根県	1	0	0
栃木県	3	0	0	岡山県	4	0	0
群馬県	2	0	0	広島県	×	×	×
埼玉県	1	0	0	山口県	3	1	0
千葉県	1	0	0	徳島県	3	0	1
東京都	×	×	×	香川県	4	0	0
神奈川県	—	—	—	愛媛県	3	0	0
新潟県	4	1	0	高知県	2	0	0
富山県	3	1	0	福岡県	1	0	0
石川県	5	1	1	佐賀県	1	0	0
福井県	2	0	0	長崎県	2	0	0
山梨県	3	0	0	熊本県	1	0	0
長野県	—	—	—	大分県	4	1	2
岐阜県	2	0	0	宮崎県	3	0	1
静岡県	3	0	0	鹿児島県	9	2	0
愛知県	26	0	1	沖縄県	—	—	—
三重県	4	0	0				

【凡例】 ×：該当資料なしとの回答      —：回答なし



## (2) グリーン・ツーリズム実施地域の概況 (市区町村アンケート)

### ① 調査概要

全国各地におけるグリーン・ツーリズムの実施状況について把握するため、下記の通り、1,725 市区町村 (東京都心の 17 特別区を除き悉皆) を対象にアンケート調査を実施した。

1,091 市区町村から回答があり、回収率は 59.1%であった。北海道～三重県の東日本では 63.0%、滋賀県～沖縄県の西日本では 53.0%であり、東日本において回収率が高い傾向がみられた。

実施時期	平成 25 年 11 月 26 日 (火) ~平成 25 年 12 月 6 日 (金)
調査対象	全国の 1,725 市区町村の農政担当部署 ※全 1,742 市区町村から以下の特別区を除外 (千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区、墨田区、江東区、品川区、目黒区、大田区、渋谷区、中野区、豊島区、北区、荒川区、板橋区)
設問内容	問 1. 回答者属性 問 2. 地域内でのグリーン・ツーリズムの実施状況 問 2-1 グリーン・ツーリズムを振興するための施策の実施状況 問 2-2 地域内でグリーン・ツーリズムに取り組む団体、企業等の把握状況 問 3. 地域内でグリーン・ツーリズムに取り組んでいる団体、企業等について 問 4. 農林水産省のグリーン・ツーリズム施策に対する意見
回収状況	回収数：1,019      回収率：59.1%

### ② 調査結果

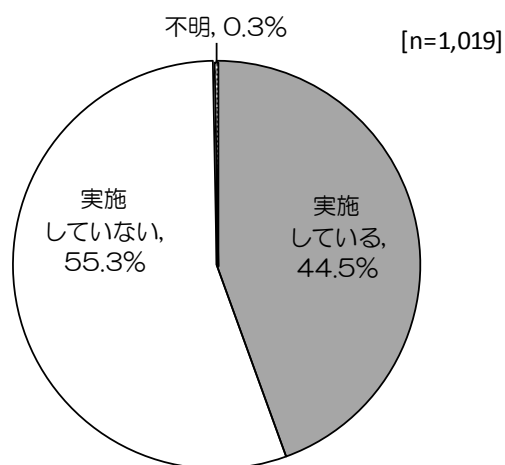
#### 1) 地域内でのグリーン・ツーリズムの実施状況

##### a) グリーン・ツーリズムを振興するための施策の実施状況 [問 2-1]

グリーン・ツーリズムを振興するための施策の実施状況についてみると、「実施している」と回答した市区町村は全体で 44.5% となっており、過半数の市区町村は「実施していない」と回答している。

都道府県別に実施率 (資料編参照) をみると、山形県で 87.5%と最も高く、次いで秋田県 (77.8%)、岩手県 (76.0%) と東北地方の 3 県が上位にきている。一方、下位についてみると、沖縄県 (15.0%)、東京都 (15.8%)、愛知県 (16.7%) となっている。

図表 実施状況 (全国計)

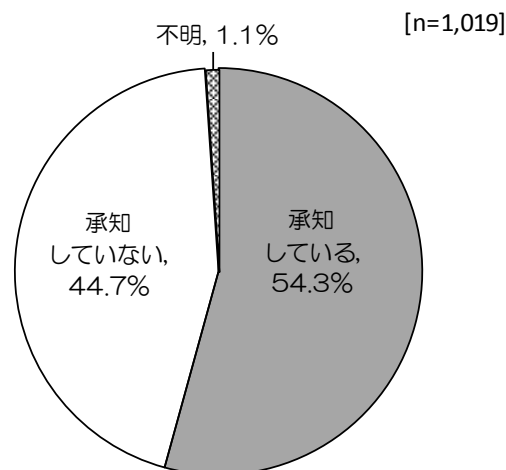


## b) 地域内でグリーン・ツーリズムに取り組む団体、企業等の把握状況 [問 2-2]

グリーン・ツーリズムに取り組む団体、企業等の把握状況についてみると、「承知している」と回答した市区町村は全体で54.3%と過半数を占めている。

都道府県別に把握状況（資料編参照）をみると、山形県で100%と最も高く、次いで静岡県（87.0%）秋田県（83.3%）となっている。一方、下位についてみると、奈良県が6.3%と最も低く、次いで東京都（21.1%）、沖縄県（25.0%）となっている。

図表 把握状況（全国計）



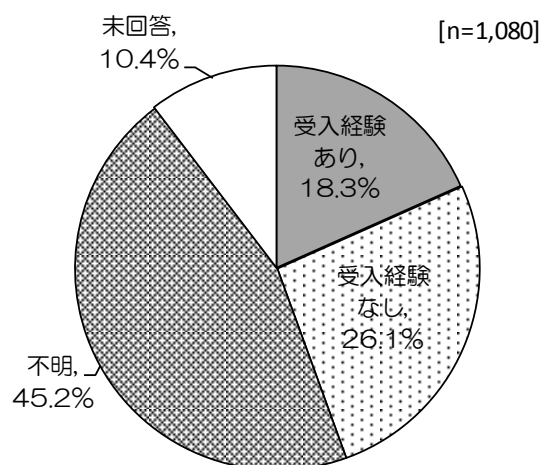
## 2) 地域内でグリーン・ツーリズムに取り組んでいる団体、企業等について [問 3]

### a) 外国人観光客の受入経験

グリーン・ツーリズムに取り組む団体、企業等における外国人観光客の受入経験についてみると、「受入経験あり」と回答した団体は18.3%となっており、「受入経験なし」（26.1%）を下回っている。

外国人観光客の受入経験のある団体数を都道府県別にみると（資料編参照）、北海道で18と最も高く、次いで兵庫県（11）、青森（10）、岐阜（10）となっている。一方、東京都、鳥取県、島根県、山口県では外国人観光客の受入経験のある団体は0となっている。

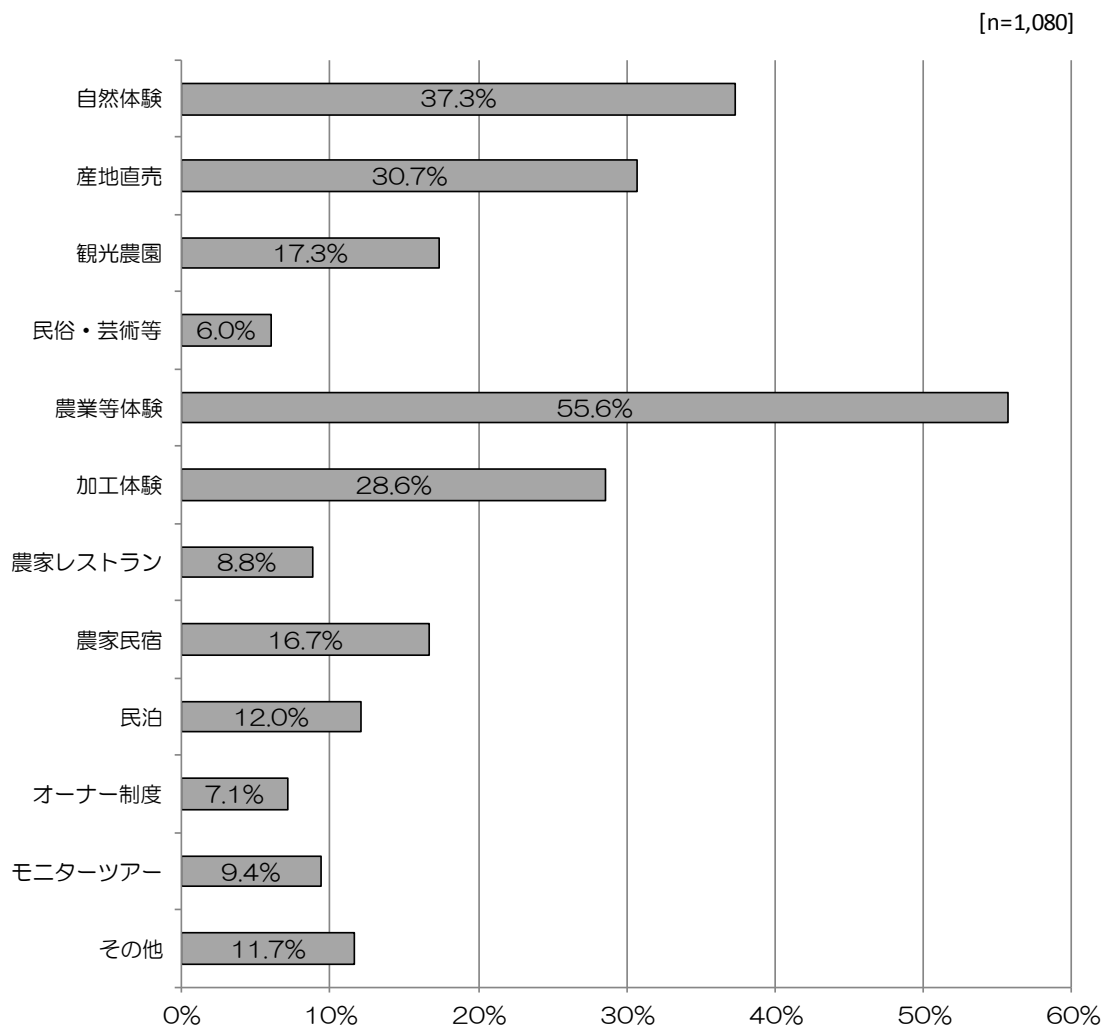
図表 受入経験（全国計）



## b) 取組の概要

グリーン・ツーリズムに取り組む団体、企業等について、取組の概要を項目別にみると、農業体験が 55.6%と最も多く、次いで自然体験(37.3%)、産地直売(30.7%)、加工体験(28.6%)などとなっている。

図表 取組の概要 (全国計)



都道府県別に特徴を比較するため各項目の特化係数<sup>1</sup>を求めた。(資料編参照)

このうち、該当団体数が多い (n>150) となる項目について、特化係数が 2.0 を超える都道府県を下表に整理した。これによると、「自然体験」や「加工体験」では奈良県が突出している。また、「観光農園」では広島県の特化係数が最も高いが、大阪府、東京都、神奈川県、愛知県と三大都市圏で全国平均に比べ観光農園の比率が高くなっている。「農家民宿」では京都府が最も高く、次いで和歌山県、青森県の順となっている。

「農業等体験」及び「産地直売所」については、他の項目に比べ該当団体数が多く、特化係数が 2 を超える都道府県は見当たらない。これは広く各都道府県に該当団体が存在していることを示しているといえる。

図表 特化係数が 2 を超える都道府県

項目	都道府県	特化係数
農業等体験 (n=601)	—	—
自然体験 (n=403)	奈良県	2.7
	岡山県	2.2
	京都府	2.1
加工体験 (n=309)	奈良県	3.5
	長崎県	2.3
	山口県	2.2
産地直売 (n=332)	—	—
観光農園 (n=187)	広島県	3.0
	大阪府	2.9
	東京都	2.3
	神奈川県	2.1
	愛知県	2.1
農家民宿 (n=180)	京都府	3.6
	和歌山県	3.2
	青森県	2.9
	宮崎県	2.5
	秋田県	2.4
	高知県	2.3
	徳島県	2.3

※注 該当団体数が少ない項目については、母数が少ないため特化係数の振れ幅が大きい傾向を示したため、ここでは該当団体数がある程度ある項目に絞って掲載した。

### 3) 農林水産省のグリーン・ツーリズム施策に対する意見等 [問 4]

グリーン・ツーリズム施策に対する意見としては、下記のようなものが挙げられた。

<sup>1</sup> 特化係数は、地域の特色をみるための指標であり、各県の回答構成比を全国の回答構成比で除して算出した。1 を超えると基準となる地域 (全国) に比べて特化していることを示す。

**a) グリーンツーリズムの推進**

意見をみると、交流人口を増やし地域活性化を図る方策としてグリーン・ツーリズムに対する期待が窺え、グリーン・ツーリズムの推進が求められている。

**b) 施策の広報周知**

グリーン・ツーリズムに関する情報の所在が広く認知されていないなど周知不足を指摘する意見がみられる。

**c) 研修機会・参考情報の提供**

セミナーなど研修機会を望む意見や優良事例など参考情報を求める意見がみられる。

**d) 制度・施策事業の改善・充実**

農家民宿や施設整備を進めようとした場合に直面する法規制の壁など規制緩和を求める意見がみられる。また所管省庁が複数にまたがることにより手続きが煩雑化している様子が窺える。

**e) 補助事業の拡充・改善**

グリーン・ツーリズムに関する国の補助事業がいろいろあるが要件が厳しく使いづらいといった意見や事務が繁雑でハードルが高いといった指摘があり、制度の改善を求める意見がみられる。

**f) 実施主体の育成・自立支援**

グリーン・ツーリズムに取り組む団体の収益性強化など自立を促す事業やグリーン・ツーリズムを産業として育成する方策などを求める意見がある。

**g) 関係者間の連携・受入体制**

農家・集落の協力体制が整っていないことや事務局機能を市職員が担当しているなど推進体制の面で課題を抱えているところが見受けられる。

**h) その他**

貸出農園の開設を計画しているところや環境学習で来訪する学校向けに体験プログラムを実施している市区町村がある一方、市街化されているためグリーン・ツーリズムになじまないとするところもみられる。

## 2. 実施地域におけるインバウンド対応の現状と課題

### (1) 訪問対象とする実施地域の選定

都道府県、市区町村から収集した情報をふまえ、全国 10 箇所のグリーン・ツーリズム実施地域を訪問して、現地調査を行った。訪問先は下記の通りである。

図表 実施地域訪問先

日程	訪問先
平成 26 年 1 月 16 日 (木) 15:00~17:00	岩手県遠野市、住田町 遠野市/遠野市観光協会/遠野市教育文化振興財団 住田町観光協会 特定非営利活動法人遠野山・里・暮らしネットワーク
平成 26 年 1 月 27 日 (月) 14:00~15:00	大分県豊後高田市 豊後高田市観光まちづくり(株)
平成 26 年 1 月 28 日 (火) 12:00~14:30	大分県臼杵市 大分県 臼杵市
平成 26 年 1 月 28 日 (火) 13:30~15:30	福島県南会津町 南会津農村生活体験推進協議会
平成 26 年 1 月 29 日 (水) 12:30~17:00	三重県鳥羽市 (有)OZ 海島遊民くらぶ 有限会社兵吉屋 相差海女文化協議会
平成 26 年 2 月 3 日 (月) 10:30~12:00	北海道美深町 美深町/地域おこし協力隊 有限会社 松山農場
平成 26 年 2 月 5 日 (水) 15:30~17:00	京都府舞鶴市 舞鶴市 株式会社農業法人ふるる ふるさと大浦 21
平成 26 年 2 月 7 日 (金) 10:30~12:00	愛媛県今治市 しまなみグリーン・ツーリズム推進協議会/愛媛県東予地方局 上浦町&大三島町地域おこし協力隊
平成 26 年 2 月 10 日 (月) 9:00~11:30	新潟県佐渡市 佐渡市
平成 26 年 2 月 20 日 (月) 16:00~17:30	千葉県南房総市 株式会社ちば南房総

## (2) 実施地域の訪問結果

### ① 岩手県遠野市・住田町

#### 1) 取組のきっかけ

遠野市の地域イメージは「遠野物語」がベースになっており、昔話がキラーコンテンツであることは周知の事実であるが、この強みは、比較的年配者に対しては効果的だが、若者に対しては今ひとつの場合もあることから、グリーン・ツーリズムをもう一つのキラーコンテンツとして育成している。

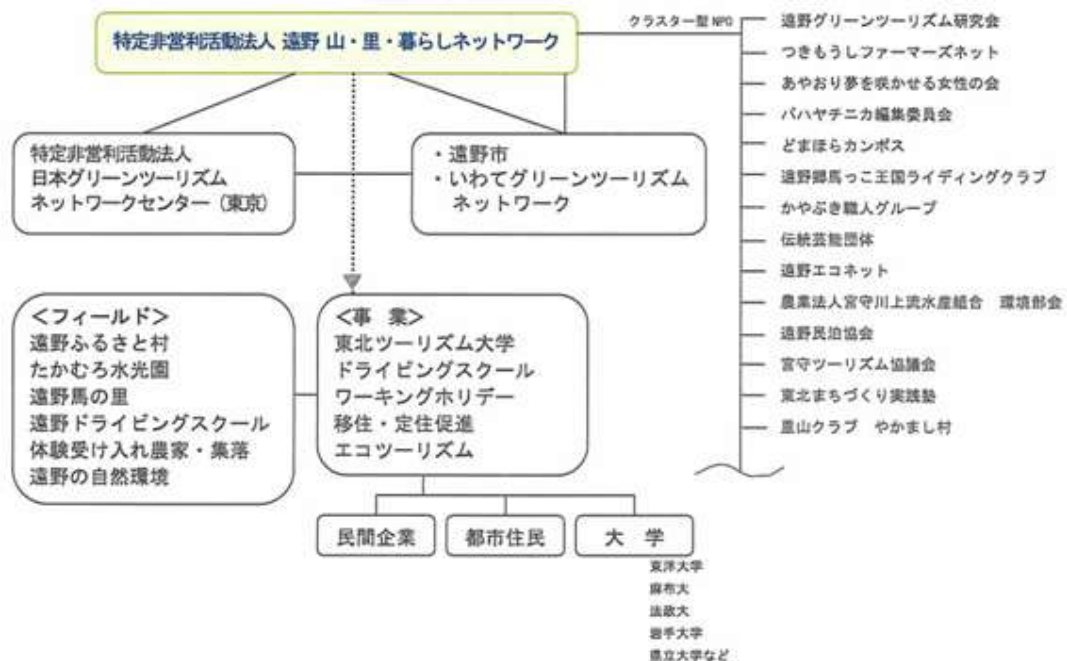
#### 2) 取組の方針

民泊を活用しながら、若者をターゲットとしたグリーン・ツーリズムに取り組む。

#### 3) 取組や受入体制

自発的に発生した集団や団体の緩やかな連携によって構成されており、NPO「遠野山・里・暮らしネットワーク」が、各主体が行う活動の支援や全体コーディネートを行っている。

図表 遠野ツーリズム推進の連携図



資料) 遠野山・里・暮らしネットワーク「遠野ツーリズム」

#### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

現在、遠野を訪問している訪日客の中心的存在はユースホステルに泊まっている欧米系の若者と想定しており、そこをターゲットにしたいが、実態調査がなされておらず、状況の把握が正確でない。

## ②大分県豊後高田市

### 1) 取組のきっかけ

豊後高田市グリーン・ツーリズム推進協議会（豊後高田市観光まちづくり株式会社の組織）を立ち上げ、農家民泊の受入体制を整備して、国内の中学生を中心とする教育旅行の受入を行ってきた。

### 2) 取組の方針

国内の中学生の教育旅行市場だけでは限界があることから、新たな需要創造という位置づけで、外国人も積極的に受け入れて行きたい。

### 3) 取組や受入体制

豊後高田市グリーン・ツーリズム協議会が窓口となって、団体客の受入を実施している。農家民泊は現在 40 軒あるが、うち外国人可の農家は 20 軒である。受け入れている農家が外国語に対応しているわけではなく、指さし会話集なども活用しながら身振り手振りで対応。そういった対応が逆に好感を得ている。詳しい説明が必要な場合は、団体側に通訳を用意してもらっている。自らは手配しない。

立命館アジア太平洋大学（APU）とは大学の事務局（アカデミックオフィス）と連携し、学校主催の体験学習旅行として送客してもらっている。

外国人観光客受入マニュアルが作成されており、マニュアルに沿った受入が可能である。

### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

直接、海外に営業やPRできる体制ではない。その道筋が見えておらず、どのような情報発信をしていけばいいのかが見えていない。九州地区で海外旅行者との商談会などを開催してもらえるとありがたい。

現状では、APUからの留学生送客に限られており、それ以外の市場を掘り起こしたい。団体ならば、日本側の事務局や日本語対応可能な旅行会社との間で受付できるが、直接海外とのやりとりをすることは、語学力の面で現状ではむずかしい。

## ③大分県臼杵市

### 1) 取組のきっかけ

「吉四六さん村グリーンツーリズム研究会」は、平成 14 年に地域の有志が中心となって設立した研究会で、野津の高齢化する農家の人が楽しみながら、また、町の活性化に繋がりたいという思いから発足し、子供や観光客を家庭に受け入れる農泊に取組み始めた。



## 2) 取組の方針

農泊で受け入れた子供たちは、受入家庭の家族と一緒に一日を過ごし、掃除や食事づくり等の家事や農作業等の手伝いを行う。受け入れる家庭では、子供たちをお客様扱いせず、家族の一員として迎えている。この活動を通じて、子供たちが家族のありがたさを知り、家族の一員としての意識を高め、道徳観が育成されることを期待している。

## 3) 取組や受入体制

行政の支援があって、受入家庭は 36 軒まで広がっている。受入の窓口は「ごらく庵」が担当している。

### ④福島県南会津町

#### 1) 取組のきっかけ

南会津町の観光客はゴールデンウィーク、夏休みやスキーシーズンに集中し、それ以外の時期における観光客の来訪は皆無に近い。こうした状況を打開するために教育旅行に注目した。また、他県の市町村の取組事例を勉強し、農村生活体験や農家民泊の経済波及効果が高く、市場のニーズが高いことが分かり、南会津農村生活体験推進協議会を設立した。

教育旅行の受入に成功し、年間計 7 校 700 人程度の生徒を受け入れていた。中にはシンガポールや台湾からの学校もあり、発足から一定の実績を上げてきたところである。しかし、東日本大震災の影響で当町における教育旅行の受入が難しくなっている。平成 23 年度は 30 数校を受け入れる予定だったが、原発事故の風評被害で全てキャンセルとなった。

#### 2) 取組の方針

株主の意向もあり、国内の教育旅行の需要回復に注力することとし、当面は外国人受入に積極的に取り組むことはない。

#### 3) 取組や受入体制

協議会には、みなみやま観光株式会社のほか、南会津町、会津高原リゾート株式会社、各地域の受入農家などが参加している。福島県では、旅館業法に則って民宿業の許可を取るようになっているため、受入農家は当協議会の協力を得て許可を取っている。町には 4 つのエリアがあり、各エリアにおける農家民宿の登録数について 50 軒を目標にしているが、高齢化等の影響で実際に稼働しているのは 100 軒程度である。

#### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

福島県に対する風評被害が大きく、海外向けに情報発信できる環境にない。

## ⑤三重県鳥羽市

### 1) 取組のきっかけ

鳥羽市内の離島をはじめとした鳥羽の魅力を観光客に伝えるために、離島の文化と自然体験をプログラム化する「海島遊民くらぶ」を平成13年に設立した。外国人は全体からすると現状ではまだ少ないが、JICAやJICEなどの研修を受け入れている。

### 2) 取組の方針

現在は国際機関からの研修需要が中心であるが、欧米の個人客を中心（世界中、国や地域にはこだわらない）にマーケットを耕していきたい。そのために、JATAの商談会へも出展しているし、続けていきたい。

### 3) 取組や受入体制

受け入れは自社で実施しており、地域の魅力を伝えるために、地元漁師や漁協、店舗などの協力をいただいている。双方にメリットがあるように、地域の活性化につなげるよう取り組んでいる。鳥羽市エコツーリズム協議会は、地域の活性化につなげられるネットワークとして強固なものとなっており、今後も継続して事業を実施していく。

子どものガイド育成にも力をいれており、鳥羽の離島のひとつである菅島において、島の小学生による「島っ子ガイド」の企画・運営を行っている。

### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

特に問題はないが、直接的な営業活動ができないので、環境省の共同ブースのようなものがあるとありがたい。

## ⑥北海道美深町

### 1) 取組のきっかけ

移住者の増加を目的とした「きたいっしょ推進協議会」を、平成10年度に中川郡を構成する2町1村（美深町、中川町、音威子府村）で設置した。平成22～23年度に北海道庁の予算で地域再生プロジェクト「“元気つけに北でしよう”プロジェクト」に取り組み、道庁職員を招いて地域の観光資源を洗い出したことをきっかけに、グリーン・ツーリズムを推進している。

### 2) 取組の方針

北海道遺産にも登録されている天塩川（日本で4番目、北海道で2番目に長い川）が地域資源の中核であると考えている。国内最低気温を記録した日本一の寒暖差、北海道命名の地、林業と畑作などの地域資源を活用したグリーン・ツーリズムで観光誘客を行い、結果としては移住者につなげていくことが基本方針となる。

### 3) 取組や受入体制

きたいっしょ推進協議会では、グリーン・ツーリズムに関連した観光資源の掘り起こしと、情報交換やPR活動を行っているほか、仁宇布地区での民間によるさまざまな取組を支援することが柱となる。

北海道の指定を受けて、教育旅行に取り組みはじめたところである。

### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

これまでは、外国人向けということは考えてこなかったが、ちらほら姿をみかけるようになっており、今後は対応を考えていきたい。町内にほぼ外国語表記がなく、外国語への対応が最も急務と感じている。

## ⑦ 京都府舞鶴市

### 1) 取組のきっかけ

人口減少が進む大浦半島の活性化に向けて交流事業をスタートし、平成 10 年に市からの要望で「ふるさと塾」を始めた。その際に「ふるさと大浦 21」という組織を立ち上げた。

また、関西電力の火力発電稼働と合わせて大浦半島の活性化に向け、市が「ふるるファーム」を整備、「株式会社ふるる」が指定管理者として管理にあっている。

### 2) 取組の方針

ふるさと塾では、看板整備、大浦農漁村体験イベント、竹炭づくり、花卉・自然薯・レンゲツツジ・山野草などの特産物育成、大浦の案内地図・情報誌の発行などを行っている。

ふるるファームのコンセプトは、農業の 6 次産業化と都市農村交流である。

### 3) 取組や受入体制

ふるさと塾、ふるるファームそれぞれに個別の対応を行っている。

### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

舞鶴港へのクルーズ船の寄港が近年、増加しているが、バスをチャーターして天橋立や京都の寺社仏閣へ行く外国人が多い。外国人観光客に市内観光をして欲しいという思いがあり、中心市街地の商店街を中心に外国人対応の取組を進めている。

グリーン・ツーリズムだけでは外国人を誘客することは難しい。プリンセスクルーズが来た際に、民家体験やお茶のおもてなし体験をしてもらったが、ビジネスベースの取組ではない。ビジネスベースの取組にしていくことが今後の課題であろう。

## ⑧愛媛県今治市

### 1) 取組のきっかけ

都市と農山漁村の交流によって、農山漁村経済の多様化を図り、雇用機会を作り、生活の改善を図ることが必要だとする考え方から、地区の生活研究グループが中心となり、平成 12 年に協議会を設立した。愛媛県しまなみ地域のグリーン・ツーリズム地域連携モデル事業を活用して、しまなみ地域を訪問する人々に対して、農山漁村の暮らしを体験してもらうことを目的に、32 のメニューを選定してパンフレットを作成した。

### 2) 取組の方針

農山漁村の生活を改善するにはどうしたらよいかという考え方からはじまっている。具体的には、「情報の発信」「体験学習の充実」「地産地消」「新たな農業形態の創出」等の展開方向を検討し、推進することを、協議会の基本方針としている。グリーン・ツーリズムの活動を通じて、しまなみ海道地域の自然と歴史、文化、人々、農林水産物の良さを発信し、息の長い静かな余暇の地としてのブームを呼び起こすことを目的として活動している。

### 3) 取組や受入体制

愛媛県のモデル事業からはじまったが、平成 19 年度に規約改正を行い、会費徴収や全員参加で総会を開催するなど体制を見直した。その後も、組織再編を進め、産直活動や農家民泊、地産地消も含めた新たなグリーン・ツーリズムの推進方策を検討し、自主的活動ができる組織へと移行してきている。

### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

しまなみ海道をサイクリングする外国人はあるが、多くが市中心部に宿泊し、しまなみ地区に経済効果が生じていない。

また、外国人のサイクリストが、どのような情報を見てしまなみ地域を訪問しているのかは不明である。

## ⑨新潟県佐渡市

### 1) 取組のきっかけ

平成 25 年 11 月に世界農業遺産国内認定地域連携会議（通称：J-GIAHS ネットワーク会議）が設立され、GIAHS に認定された国内サイト（28 市町村）の情報交換や交流を促進するとともに日本国内における GIAHS の認知度向上を図りたい。当市は平成 26 年度より同会議の事務局を担当する予定である。

## 2) 取組の方針

GIAHS はまだ日本や世界において認知度が低いため観光に結びつきにくい。このため、GIAHS を新たな体験プログラムの 1 つとしてとらえたい。また、当市は平成 25 年 9 月に日本ジオパークに認定されたが、平成 28 年の世界ジオパーク認定を目指して取り組んでいる。さらに、佐渡金銀山遺跡の平成 29 年の世界文化遺産登録を実現したい。この 3 つの資産を有効活用し、グリーン・ツーリズムを取り入れながら国内外の観光客を誘致したい。

## 3) 取組や受入体制

一般社団法人佐渡地域観光交流ネットワークが、佐渡地区農山漁村体験推進協議会の事務局を担当し、農山漁村集落と小さな交流活動を進めている。ただし、グリーン・ツーリズムに関して、外国人を想定した取組はなく、ニーズも把握できていない。

## 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

外国人観光客の受入体制はまだ構築できていないため、当面は国内観光客を主要ターゲットとしたい。

## ⑩千葉県南房総市

### 1) 取組のきっかけ

農産物直売所などお約束の施設で終わってしまう道の駅が多いが、道の駅の個性が大事と考え、他の地域とは異なる取組を行うことで、南房総では観光資源の 1 つとなっている。

### 2) 取組の方針

道の駅とみうら枇杷倶楽部は観光客を対象に特化しており、扱う商品も観光客を意識した品揃えとなっている。東京から近く、国内観光の需要が大きいため、それを狙った取組を継続する。

### 3) 取組や受入体制

観光客の受入にあたって、道の駅枇杷倶楽部がワンストップで J R 東日本や旅行者からの問い合わせや予約を受け付けており、周辺地域のランドオペレーター的な役割を担っている。また当社で一括精算できるため、旅行者は各受入施設へ個別に費用を支払う手間がなくなり、受入施設も確実に体験料金等を受け取ることができる。

#### 4) 外国人受入にかかる課題、問題点

商談会や県の観光PRに参加したことがあるが、効果はほとんどなかった。グリーン・ツーリズムに関しては、国内の旅行会社向けの営業はしているが、海外向けは行っておらず、外国人の受入に向けた連携体制は構築できていない。

団体旅行に外国人が含まれている場合があるので、交流拠点での多言語表示は今後の課題である。外国人が体験メニューの説明を理解できているかという不安がある。また、日本の食文化を外国人に体験してもらいたくても宗教的や文化的理由からそれができないとすると、受入側としては戸惑いを感じる。

JICAの事業でタイ、ベトナムやモザンビークなどの国からの視察団が来ることが多い。視察団のメンバーは外国政府や地方自治体の役人であることが多く、道の駅の仕組みを勉強したうえで自国への導入を図る。こうした目的を持つ人を誘致の対象としたほうが良いのではないかと。農林水産業だけでなく、建築技術や物流システムなど日本の得意分野との組み合わせで視察コースを組めばニーズが高いただろう。

一般の訪日外国人は南房総に魅力を感じていないだろう。何ヶ月間も滞在するのであれば、有名ではないが面白い場所を訪れるかもしれない。在日外国人が大きなマーケットであると思われる。そして在日外国人を通じて海外に向けて情報発信し、将来的には訪日外国人の目的地となることを図ることがよいのではないかと。

#### (3) 実施地域への訪問結果の整理

全国10箇所のグリーン・ツーリズム実施地域を訪問した結果を整理すると下記のようになった。

##### ① グリーン・ツーリズムへの取組の現状やきっかけについて

豊後高田市、南会津町では、教育旅行の受入を中心にグリーン・ツーリズムに取り組んでいた。鳥羽市や南房総市は、地域の特性を打ち出し、魅力をアピールする手段として、臼杵市や今治市、舞鶴市は、地域活性化や農山漁村経済の多様化等、地域活力を産み出す方法としてグリーン・ツーリズムを行っている。美深町は移住者の増加、佐渡市は世界農業遺産の登録をきっかけに、これから本格的に取り組もうとしている地域である。

##### ② 外国人の受入状況と課題について

教育旅行の受入を主軸としている豊後高田市、南会津町などでは、比較的多くの外国人を受け入れてきた。ただし、最も多くの外国人を受け入れてきた南会津町では、東日本大震災後は、福島県というだけでキャンセルされる状況が続いており、現在は、外務省等による招聘者が中心となっている。そのほかにも、遠野市、鳥羽市、南房総市などでは、外務省等の招聘事業をはじめとした研修旅行や視察旅行を受け入れている。また、県の誘致活動による効果で団体旅行者は見かけられるという地域もある。

そのなかでは、遠野市と今治市では、外国人の個人旅行者の姿をみる機会が多くなっているとのことであった。これは、海外のガイドブックなどで紹介されているためと考えられる。ただし、いずれの地域でも、域内での消費額が小さかったり、通過されてしまったりということが懸念され、経済効果は大きくないと感じられている。また、南房総市では、日本人向けバス旅行に外国人が数人含まれている場合があるとのことだが、日本語の水準が高い人が 1 名は含まれているため、現時点では問題は少ない状態である。

外国語対応については、一部の拠点内で英語表記がされているかどうかという水準であることが一般的であり、外国語話者となると非常に不足している状況にある。特に今後増加が期待される外国人個人旅行者を積極的に受け入れるには、地域全体での外国語対応が不十分と認識されている。また、グリーン・ツーリズムについては、多くのプログラムが外国語対応していないことも指摘された。

### ③外国人に向けた情報発信や営業について

外国語での情報発信については、ほとんど実施出来ていないとする地域が多数を占めた。

海外向け営業では、教育旅行誘致のため、見本市に出展した経験を有する地域があるが、南会津町のように、東日本大震災の影響により動きが止まっている地域もある。豊後高田市、鳥羽市などからは、海外の旅行者との商談会に積極的に参加できるようにしてほしいとする希望がえられた。

### ④得られている効果と今後の目標や見通しについて

グリーン・ツーリズムによる効果は多数挙げられたが、外国人を対象としたグリーン・ツーリズムの実施数が少ない現状から、外国人対応による効果といえるものについては把握されなかった。一方で、グリーン・ツーリズム実施地域で、外国人向けの取組が行われていない理由の多くが、これまで考えたことが無かったというものであり、今回の調査における意見交換をきっかけに、わが国グリーン・ツーリズムに対する外国人からの期待が大きいことが共有され、今後は前向きに検討したいとする地域が多数みられたことが特徴的である。

その場合、一地域だけでは外国人対応の経験が少ないため横の情報共有が必要なこと、費用や手段の不足から情報発信や誘客等に取り組みにくいことなどが課題として整理されている。したがって、今後、農林水産省や関係各機関において、地域での外国人対応事例の共有や、情報発信・誘客共同化の取組等が進められるに連れ、今回訪問した地域はその先導的役割を果たすことが期待される。

## 第2章 グリーン・ツーリズムに対する外国人旅行者のニーズ

外国人旅行者に対応する最前線で実際に働いている旅行会社添乗員および空港免税店販売員に対するグループ・インタビューと、訪日外国人の受入に関係している団体・企業との意見交換による結果から、訪日外国人旅行者のニーズを整理する。

また、これらの聞き取りのなかで、今後のわが国におけるインバウンド・グリーン・ツーリズムの振興に対していただいた提案について整理する。

### 1. 外国人旅行者と接する機会の多い方に対する聞き取り調査

外国人旅行者と接する機会の多い方として、グリーン・ツーリズムにかかる訪日旅行の添乗経験を有する添乗員および管理者3名と、空港免税店で外国人に対する販売を行っている現役販売員および管理者4名を対象として、それぞれにグループ・インタビュー形式で聞き取りを行った。

#### (1) グループ・インタビューの概要

##### ①調査目的

訪日外国人によるグリーン・ツーリズムに対するニーズを把握・整理するため、外国人旅行者と接する機会が多いと考えられる人々から、意見を聴取する。

##### ②調査対象者

- ・旅行会社の添乗員（管理者含め3名）
- ・成田空港免税店における現役販売員（管理者含め4名）

##### ③調査項目

いずれの集団に対しても、大きく3つの項目についてご意見をいただいた。

#### 1) 日本の食に対する興味

- 訪日者に対して「食」は魅力の一つとなっているとされるが、どのような料理のどこがどのように魅力的なのか

#### 2) 農山漁村地域への興味や訪問希望

- 食に対する興味をふまえ、農山漁村地域を訪問しての農林水産業体験や郷土食体験、地域の人々との交流について、外国人にとって魅力がありそうか
- 魅力があっても顕在化しない場合、どのような制約によるのか



### 3) インバウンド・グリーン・ツーリズムに対する提言

- 農山漁村地域を訪問する上での制約条件をふまえ、外国人による農山漁村地域への旅行を拡大していくためにはどのような点を改善すればよいか

#### (2) グループ・インタビューで得られた意見

旅行会社添乗員および免税店販売員を対象としたグループ・インタビューのなかでいただいた意見のうち、主なものを整理した。

##### 1) 日本の食に対する興味

水産物の評価が高く、持ち帰りにくいことから国内消費に繋がるとする意見があった。ラーメンやカレーなども広く日本食として考えられており、特にラーメンはお土産需要もあるとのことである。また、人にもよるが日本酒が人気で、小さめの容器のものがよく買われ求めている。

お土産にお菓子を購入するのはアジア系の人々が多く、欧米系の人々は少ない。日本的な要素を加えた(抹茶味チョコレートなど)お菓子が人気である一方、純粋な和菓子はあまり人気がない。北海道に訪問していなくても北海道限定品を成田空港や関西空港で購入することが人気となっており、地域性は意識されず、「日本」のお土産として認識されていることが判明した。

図表 外国人旅行者によるわが国の「食」への評価に対する意見

- ・外国人に対しては、カニをはじめとした水産物の人気が高い。水産物は検疫の関係もあってお土産にできないことが多いので、訪日中に食べる意義がある。
- ・ラーメンや日本酒も外国人には人気がある。これらはいずれも持ち帰って自宅で楽しむことが可能である点は大きい。
- ・初来日の外国人は、やはりラーメンや寿司ということになるだろう。
- ・外国人旅行者はレストランで食事することが多く、日本食と言えば寿司や懐石料理とのイメージが強い。
- ・「日本食＝健康食」という考え方を持つ外国人が多く、日本食にはあこがれがある。
- ・グリーン・ツーリズムでは、単に料理をつくって出すのではなく、食材を採るところから食べるところまでの過程(ground to plate)を楽しめることから、盛りつけなどが高い評価につながっている。
- ・お弁当は海外でも人気があるが、中国の人は冷たいご飯を食べないため、例外である。
- ・グリーン・ツーリズムのツアー参加者の食事をみると、味噌汁はあまり人気なかった。
- ・道の駅などに立ち寄った際に、さまざまな食品を購入していた。特に日本に住んでいる方は、その地域でしか手に入らない、または入りにくい商品(山梨県のほうとう等)を積極的に買い求めており、地域の「食」に対する興味が強い。

## 2) 農山漁村地域への興味や訪問希望

農山漁村地域を訪問したいという外国人はおり、特に都市生活者は農山漁村に興味を持っているとのことである。ただし、訪日経験がよほど豊富な人でないと、定番行程で滞在期間が終わってしまうので、実際に農山漁村に行くことはないだろうと指摘があった。

図表 農山漁村地域への興味や訪問希望に対する意見

- 旅行会社が商品化すれば、農山漁村地域を訪問したい外国人旅行者はいる。特に、外国でも都市に在住している人は農山漁村に興味がある。
- 数回来日した人は日本の農山漁村を訪問したいだろうが、初来日の人は日本の農山漁村に行く可能性が低い。初来日の外国人旅行者はまず秋葉原やお台場などの観光名所を訪れたいだろう。
- 従来は、外国人旅行者向け飲食店を案内することが大半であったが、グリーン・ツーリズムに対するニーズの高まりを感じたので、今後は合致した旅行商品を造成したい。
- 欧米系の人は日本の農山漁村や農家民泊に対する評価が高いが、アジア系の人には母国の故郷と似ていてあまり面白くないという声もある。

## 3) インバウンド・グリーン・ツーリズムに対する提言

外国人については、旅程が確定している人も多いため、誘客するには現地での情報発信が必要だという指摘があった。一方で、国内に居住する外国人にも、グリーン・ツーリズムは初耳であり、まずは国内での情報発信の際に、外国人を意識するようにすることで、効率良く誘客することが提言された。

また、日本人はいきなり完璧を目指そうとしやすいが、取り組みながら改善していくことが望ましいと提言があった。

図表 インバウンド・グリーン・ツーリズムに対する提言

- 外国人の多くは、日本で農山漁村へ行く方法がわからないので、外国人旅行者に向けた情報提供が求められる。出発時には既に予定が決まっている外国人旅行者が多いので、来日前に情報提供する必要がある。
- 国内に居住している外国人にとっても、グリーン・ツーリズムの知名度が高くない。まずは在日外国人に向けて情報発信し、そして彼らを通じて海外への情報発信を促したほうが良い。
- 日本語がわからず商品名が不明なため、販売員に対して写真を提示する人が増えている。お土産需要を考えると、特徴的なデザインにすることは一案である。
- お土産を考えると、今後は成分や原産地等の食品表示が求められるだろう。
- 言葉や慣習の違いはあるが、外国人を一度受け入れてみれば、決して想定ほど困難なことではない。いきなり完璧な受入体制を整えるのではなく、取り組みながら改善することが良い。

## 2. 訪日外国人の受入に関係する団体・企業等との意見交換

外国人旅行者の受け入れに関係している 5 つの団体・企業等と、グリーン・ツーリズムにかかる訪日旅行を主題として、それぞれに意見交換形式で聞き取りを行った。

### (1) 意見交換の概要

#### ①調査目的

訪日外国人によるグリーン・ツーリズムに対するニーズを把握・整理するため、外国人旅行者受入関係団体と意見交換を実施する。

#### ②意見交換先

わが国において、外国人旅行者の受け入れ、特にグリーン・ツーリズムへの取組やその支援などで活動がみられる旅行会社や支援団体等から、5 つの団体・企業等を選定した。

- ・近畿日本ツーリスト
- ・農協観光
- ・国際交流サービス協会
- ・日本政府観光局 (J N T O)
- ・日本旅行業協会

#### ③調査項目

いずれの団体・企業等に対しても、大きく 3 つの項目についてご意見をいただいた。

#### 1) 外国人旅行者によるわが国の「食」への評価

- 外国人旅行者による日本の食に対する評価のポイント

#### 2) 外国人旅行者による農山漁村地域への訪問可能性

- 農山漁村地域への興味と訪問希望
- 農林水産業や食品製造業を対象とした観光に対するニーズ
- 訪問にあたっての制約条件

#### 3) インバウンド・グリーン・ツーリズムに対する提言

- 外国人が参加しやすいグリーン・ツーリズムの形態 (過ごし方)
- 外国人受入体制づくりと課題
- 外国人に対する情報発信、情報提供のあり方

## (2) 意見交換の中で得られた意見

各団体との意見交換のなかでいただいた意見のうち、主なものを整理した。

### 1) 外国人旅行者によるわが国の「食」への評価

一口に日本の「食」といっても、さまざまなものが混在していることから、グリーン・ツーリズムで「食」を考える際には、区別して整理する必要性が指摘された。

図表 外国人旅行者によるわが国の「食」への評価に対する意見

- ・個人旅行（FIT）が主流になりつつあるが、日本語が分からないので海外ガイドブックで紹介されている店で食事を済ませることが多い。
- ・東京はミシュランガイドの☆の数が世界最多で、美食の都とも言われる。食を目的に訪日するというと、それらの人々が含まれるが、農林水産省が想定するグリーン・ツーリズムの「食」はこれらではなく、農山漁村の地方食や地産地消などと思われる。これらは区別して議論する必要がある。
- ・農山漁村の「食」については、教養の高い人ほど興味を示すと考えられる。ただし、それらの人々は、時間がなくて農山漁村を訪問できる機会は限られるだろう。これらの人々に対して郷土料理を提供する場合、なぜ地域で食べられているのか、愛されているのかというストーリーが大事であり、それによって料理の評価が高まるだろう。
- ・日本食の見た目の華やかさに対する評価が高い。
- ・「和食」は無形遺産として登録され、海外での評価が確立、注目度が上昇している。

### 2) 農山漁村地域への訪問可能性

外国人には、わが国の農山漁村地域への興味を有する人は多数有り、訪問希望も一定程度はあるが、実際には、大都市や観光地への訪問に比べて交通面、言語面で障壁が大きく、外国人側で訪問に不安を感じる度合いが高いことが指摘された。

図表 農山漁村地域に対する意見

- ・訪日外国人にとって最大の障壁は言葉である。大都市でも言葉が通じないのに農山漁村はもっと難しい。
- ・欧米の旅行者は日本での滞在期間が長く、少数ではあるが農山漁村を訪れる人もいる。
- ・バックパッカーはユースホテルに宿泊し、グリーン・ツーリズムを体験する割合が高い。彼らはグリーン・ツーリズムの潜在的なターゲットとなり得るだろう。
- ・食通は別だが、東京でも地方料理が食べられるので、外国人はまず東京で食べたい料理を探さるだろう。このため、食を目的に日本の農山漁村を訪れる外国人は少ないと思われる。
- ・団体訪日客は滞在期間中の行程が決まっている場合が多く、名所巡りや買い物等でほとんどの時間がなくなってしまふ。このため、既定のコースから外れて農山漁村に行くのは難しいと思われる。

### 3) インバウンド・グリーン・ツーリズムに対する提言

グリーン・ツーリズムの場合、まずは日本に住んでいる外国人をターゲットとして取り組むことが良いのではないかとする提言があった。また、東京五輪を目途として、農山漁村も積極的に情報発信することが望ましいとされた。

図表 インバウンド・グリーン・ツーリズムに対する提言

- 東京五輪をきっかけに多くの訪日客が訪れるが、その効果が東京だけに留まることのないよう、各地で積極的に情報発信することが大事である。
- プログラムの英語化など、最低限の取組は地域で行うことが必要である。たとえば、風呂の場所、男湯と女湯の交換時間や食事のメニューなど、簡単な英語の説明資料を用意すれば良い。農家民宿が一軒家である場合、外国人旅行者が来た際にホームツアーを行っても良いのではないか。
- 自社ではグリーン・ツーリズムに注力しているが、インバウンド部門の取扱にほとんどグリーン・ツーリズムにあたるものはなかった。インバウンド・グリーン・ツーリズムを一つの分野として取り組めるよう、農林水産省で積極的に推進してほしい。
- 「和食」は訪日旅行における提案として売り出していきたいので、農林水産省の関係部門と連携の上、日本政府観光局も積極的に取り組んでいきたいと考えている。
- 訪れた外国人旅行者にファンになってもらえば、広告費をかけずに宣伝してもらえる。このための Wi-Fi 環境の整備が大事であり、その費用を広告宣伝費として考えたほうが良い。
- 訪日客が増え続ける中、受入体制の整備は大切である。たとえば、通訳案内士の資格保有者は非常に少なく、訪日客の観光需要に対応できないだろう。通訳案内士試験の難易度を下げたほうが良いのではないか。
- 当面は訪日外国人ではなく、在日外国人を対象としたほうが良いのではないか。人数は訪日 10 百万人、在日 2 百万人だが、日本にいる日数を考え合わせると、訪日外国人よりも在日外国人の方が大きな市場とも考えられ、有望である。

### **3. 外国人旅行者向けグリーン・ツーリズムの振興に対する提言**

外国人旅行者について詳しい人々への聞き取りや意見交換を通して、今後、外国人向けグリーン・ツーリズムに取り組む上での提言をいくつかいただいた。複数の方から提案を受けるなど、主たるものを3つ、下記に整理した。

#### **(1) 農山漁村への外国人旅行者誘客における食の利用方法**

「食」は外国人にとって非常に魅力的なコンテンツであることは間違いないが、それを目的として訪日するというよりは、訪日したのだから日本の「食」を楽しみたいというのが基本的な考え方である。そのため、「食」を誘客の決め手にした取組は、成果につながりにくいとする指摘が多数あった。

「食」そのものでなくても、周辺にある関係コンテンツを活かして、農山漁村へと誘客し、訪れた外国人に「食」を堪能してもらうような仕掛けづくりが求められる。

#### **(2) 教育旅行をはじめとした団体旅行での取組**

外国語対応の面でどうしても大都市に劣ることになる農山漁村への誘客にあたっては、個人旅行者のような外国語対応が必須である層を対象とした取組を行うのは難易度が高く、まずは通訳や添乗員が同行するような旅行をターゲットとすることがよいとする指摘が多数あった。

旅行会社からも、個人旅行者の動向は正確には把握できていないとする声があったこともふまえ、旅行会社による支援を受けやすく、誘客も取り組みやすい団体旅行から手がけることは、一つの考え方として存在する。

#### **(3) 在日外国人に対する旅行提案の実施**

訪日外国人側でも、初めての訪日という人がまだ多い現状もあり、大都市を中心とした行程が主流であることについて当面変化はないと思われることから、農山漁村が訪日客を積極的に誘客するには、タイミングが整っていないのではないかとする指摘が多数あった。受入側も、インバウンドや外国人というと構えてしまうことから、まずは日本に居住している外国人をターゲットとして、取り組みを行いながら受入体制を整え、タイミングを計ることも考えられる。

### 第3章 農山漁村地域における外国人旅行者訪問の可能性

既存の文献、資料に基づいて、わが国を訪問する外国人が、グリーン・ツーリズムに参加する可能性を分析するとともに、インバウンド・グリーン・ツーリズムにおいて、現在の主力となっている教育旅行について、特に注目される欧州と東アジアを対象として現状を把握する。

#### 1. 訪日外国人旅行者による農山漁村訪問の可能性

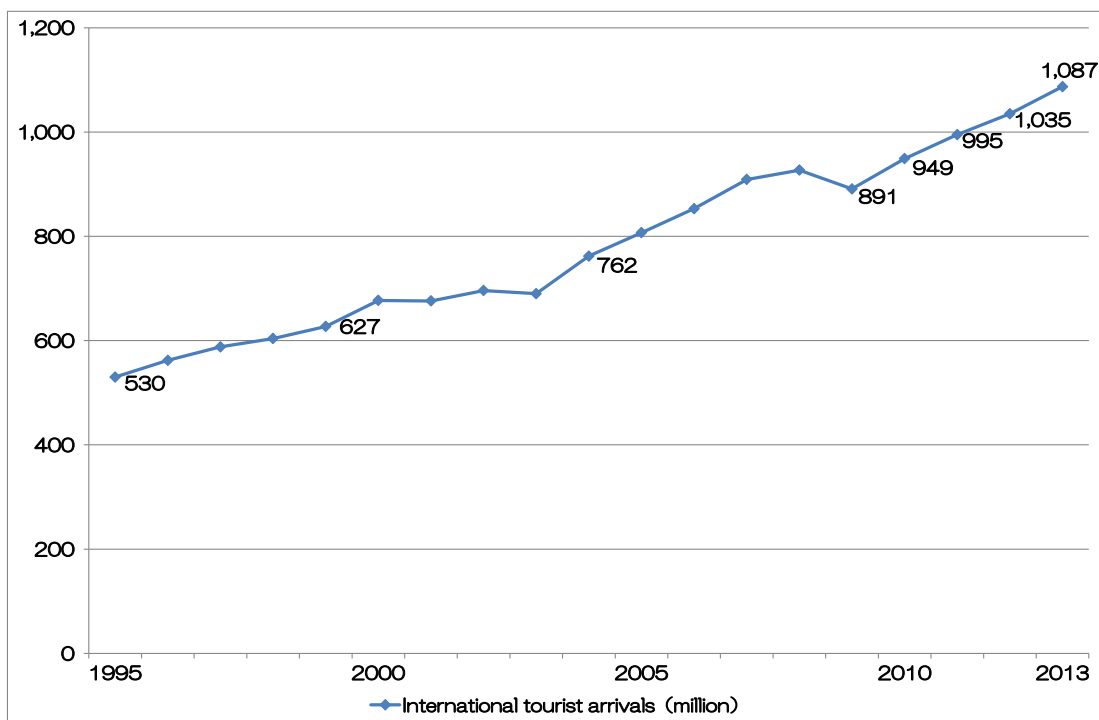
既存文献、統計資料から、訪日外国人旅行者の農山漁村への訪問状況や興味を整理し、あわせて在日外国人旅行者による訪問可能性を整理・検討する。

##### (1) 世界およびわが国における国際旅行の状況

###### ①世界の国際旅行

世界の国際旅行者数(到着)は、平成 24(2012)年には 10 億人を突破している。国連世界観光機関(UNWTO)では、このまま増加すれば平成 32(2020)年に 14 億人、平成 42(2030 年)に 18 億人に到達すると見込んでいる。

図表 世界の国際旅行者数(到着)

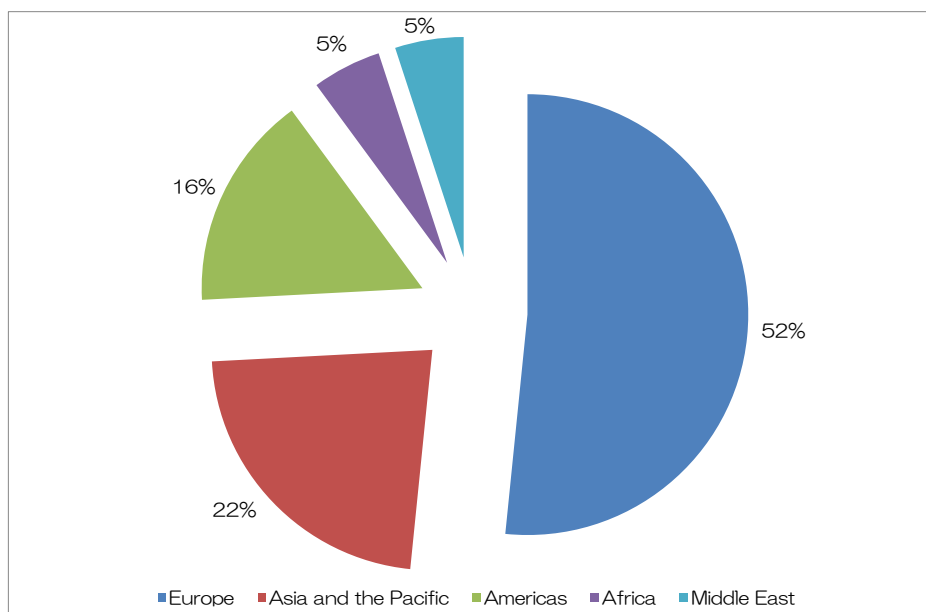


注釈) 2011 年までは確定値、以降は推定値

資料) UNWTO 「World Tourism Barometer」(Jan. 2014) より作成

地域別では欧州が 52% で過半数を占めるが、アジア・太平洋州も 22% で続いている。

図表 国際旅行者（到着）の地域別比率



資料) UNWTO 「Tourism Highlight」 (2013) より作成

増加率ではアジア・太平洋州が欧州を上回り、地域別比率でも徐々に高まりつつある。

図表 国際旅行者数（到着）



注釈) 2012-13 年推計値

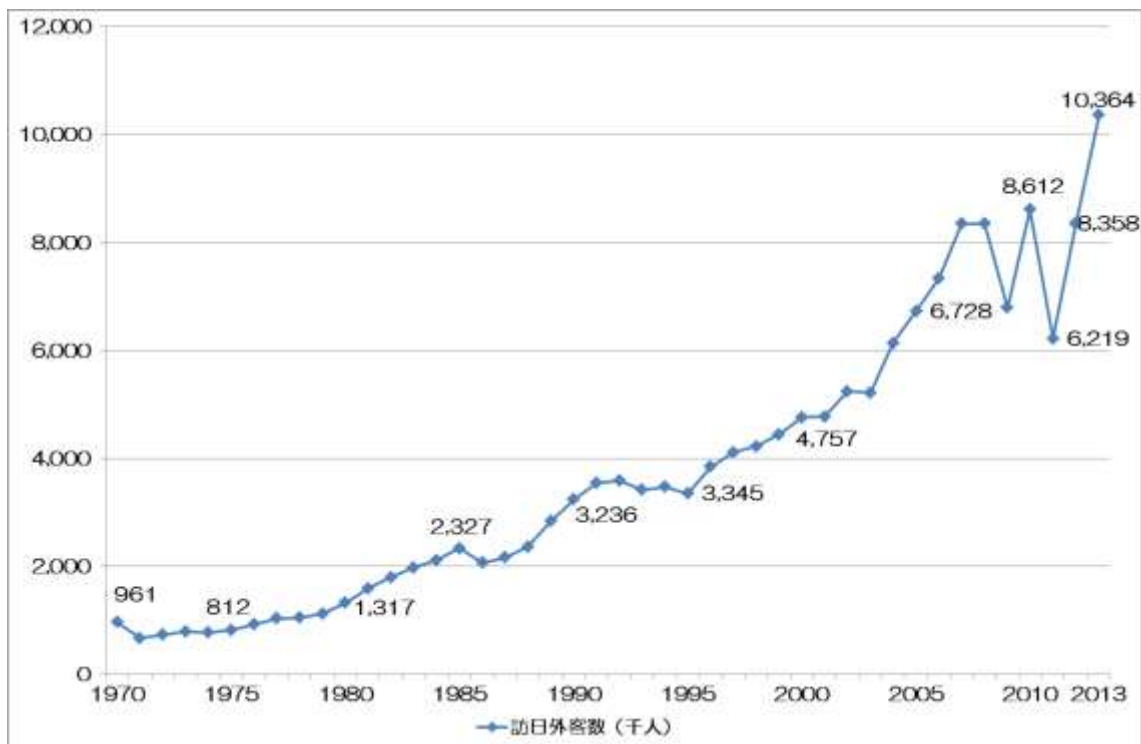
資料) UNWTO 「infographic」 (2014)



## ②訪日旅行

このような世界的潮流のなか、わが国の訪日外客数は、世界の国際旅行者数の増加速度を大幅に上回る速度で増加しており、ビジットジャパンキャンペーン以後急速に増加し、平成 25 (2013) 年にはついに 1 千万人を突破した。

図表 訪日外客数

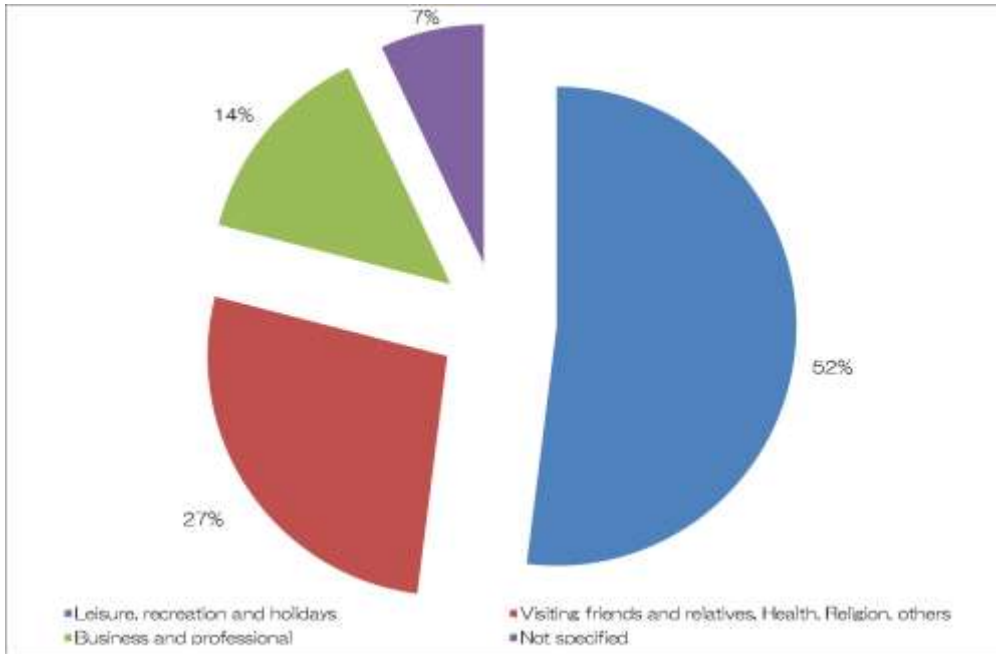


資料) 日本政府観光局 (JNTO) 公表値より作成

旅行目的別にみると、業務目的 (Business and professionals) の占める割合は国際的には 14%であるところ、わが国では 33.2%と圧倒的に多いことが指摘できる。一方で、観光・レジャー目的の占める割合は 49% (国際的には 52%)、親族訪問などの人的交流はわが国ではその他に含まれ 17.8%以下 (国際的には 27%+7%) である。

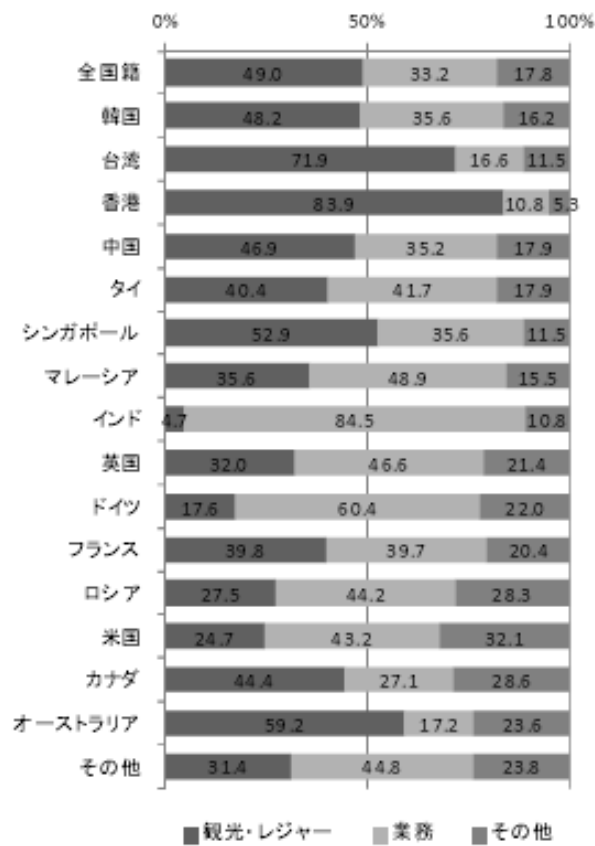
業務目的での訪日者が多いことは、わが国が経済大国であることを表しているが、国際標準に比べて比率が低い、観光・レジャーや人的交流などを目的とした旅行者について、まだまだ成長の余地があるとも考えることもできる。

図表 国際旅行者の旅行目的別比率



資料) UNWTO 「Tourism Highlight」 (2013) より作成

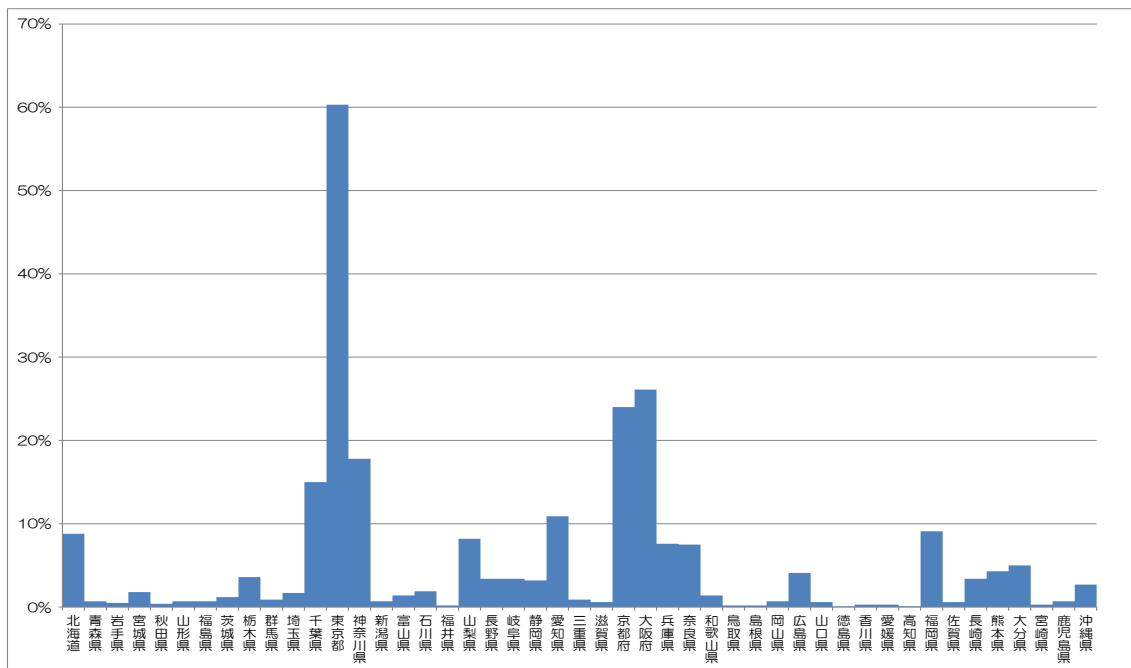
図表 訪日旅行者の旅行目的



資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成 24 年)

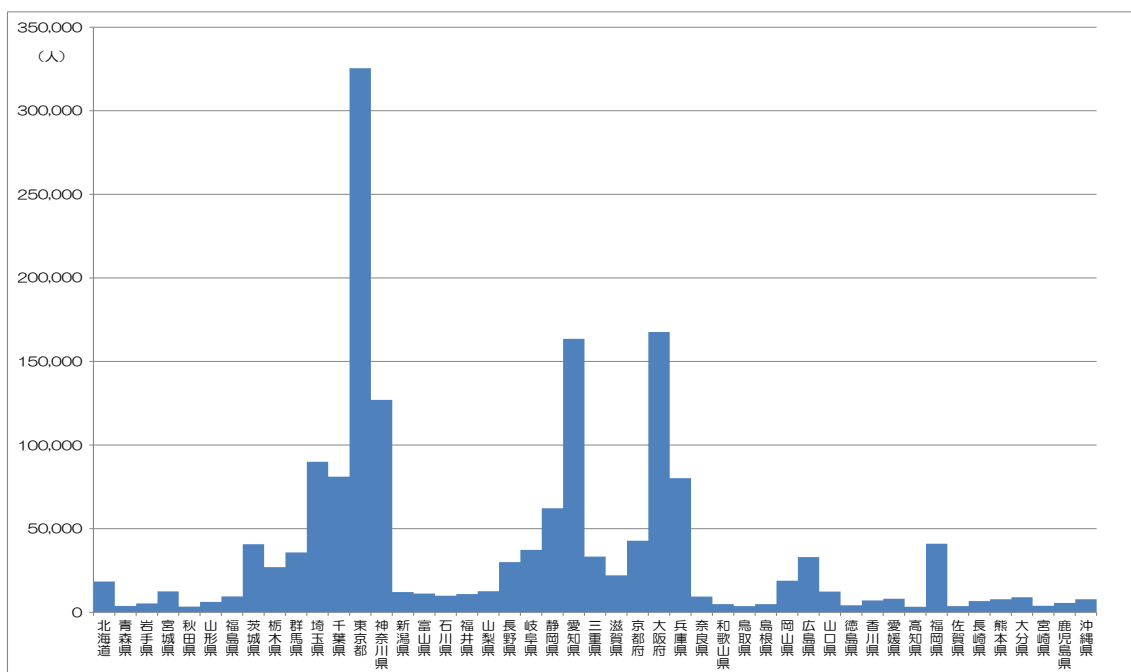
訪日者の訪問先を都道府県別でみると、東京都を中心とする南関東地方、大阪府と京都府を中心とする近畿地方への訪問率が高い。在留外国人都道府県別在留状況と比較しても、訪日者が大都市圏（特に東京圏と関西圏）に集中している状況が顕著なものとなっており、地方圏への訪問については、まだまだ拡大の余地があるものと考えられる。

図表 訪日外客の訪問先都道府県



資料) 日本政府観光局「訪日外客訪問地調査」(平成 22 年)より作成

図表 都道府県別在留外国人



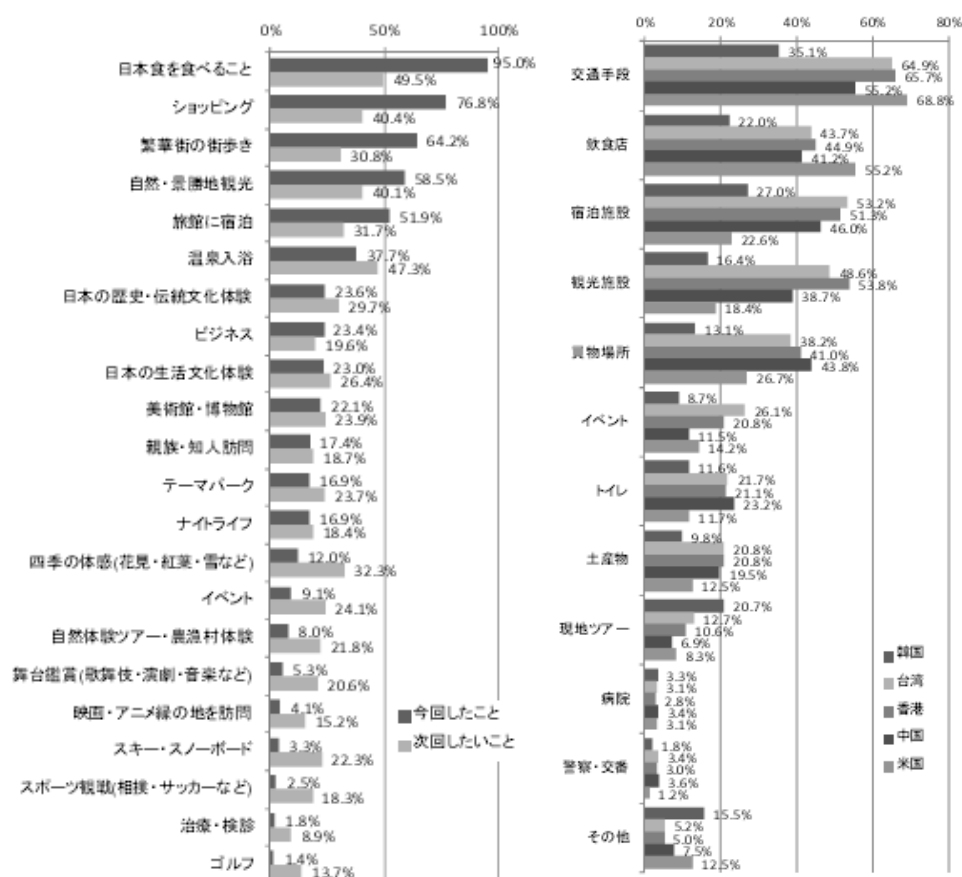
資料) 総務省統計局「国勢調査」(平成 22 年)より作成

## (2) 訪日旅行者による興味やニーズ

訪日外客による今回の旅行で体験したこと（活動経験率）のトップは「日本食を食べること」（95.0%）であり、ショッピング（76.8%）や「自然・景勝地観光」（58.5%）などを上回る。また、次回体験したいこと（活動希望率）のトップも「日本食を食べること」（49.5%）であり、「食」は訪日外客にとって滞在中の活動の大きな部分を占めている。あると便利な情報のトップは「交通手段」であるが、それに次ぐ2位に「飲食店」があることも、訪日外客に対する「食」の重みを示したものと考えられる。

また、「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の生活文化体験」、「自然体験ツアー・農漁村体験」といったグリーン・ツーリズムに関係する項目では、活動経験率は8.0%～23.4%であるものの、活動希望率は21.8%～29.7%でいずれも活動経験率を上回っており、時間があれば体験したかったとする訪日外客の考えが表れている。大都市圏よりも地方圏でより優れた体験が可能な「四季の体感」なども含めると、訪日外客による農山漁村への訪問ニーズ自体は一定程度存在しているが、訪問先都道府県が大都市圏に集中している現状をみる限りでは、顕在化はしていない状況にあると考えられる。

図表 訪日外客による活動経験率・希望率／あると便利な情報



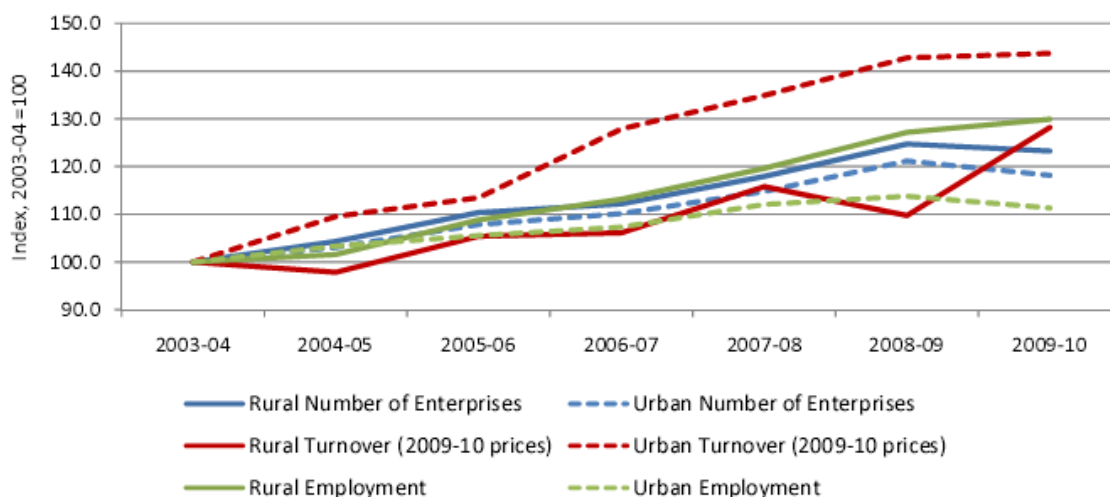
資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成24年)

また、日本政府観光局によれば、岩手県の小岩井農場が中国や台湾、香港、シンガポールのツアーで有力な訪問地となっているほか、各地のわさび農場が韓国、タイ、台湾、香港、オーストラリア、アメリカなどのツアーに組み込まれているとのことである。訪日外国人が日本の農場や牧場を見学するニーズが徐々に顕在化しつつある。

### (3) 海外におけるグリーン・ツーリズムの成長

グリーン・ツーリズムは欧州先進国から広まったと言われている。その中心となる国の一つであるイギリスでは、2003/04 期から 2009/10 期までの 6 年で、旅行業者の数が大都市圏で 1.18 倍に対して地方圏では 1.23 倍となり、雇用者数も大都市圏が 1.11 倍に対して地方圏が 1.30 倍となるなど、地方圏が大都市圏を上回っており、グリーン・ツーリズムの規模が着実に拡大しつつあることが伺える。

図表 イギリスにおける旅行産業の成長



資料) Department for Environment, Food & Rural Affairs, UK 「September 2011 Statistical Feature Report - Tourism」(平成 23 年)

## 2. 欧州および東アジアにおける教育旅行の状況

小中高生の教育を目的とした訪日旅行の推進に寄与するため、既存の文献、統計資料等より、欧州・東アジアにおける教育旅行の状況を整理する。

### (1) 「教育旅行」の一般的な定義

「教育旅行」の意味や範囲は国や地域によってさまざまなものとなっている。わが国の旅行業界等の業界内では、「教育旅行とは、教育を目的に実施される旅行全般を指すと規定し、修学旅行、語学研修、国際交流や親善、遠足・社会見学、林間学校やスポーツ・アウトドア研修、合宿、遠征・大会と内容を分類し、学校教育だけでなく生涯学習や成人教育などを含める」<sup>2</sup>としている。しかし、学校教育の在り方や実態を踏まえ、以下のように定義するのが教育的には望ましいと考えられている。すなわち、「教育旅行とは、学校がその教育目標やミッションを達成するために、学校外で実施する集団的な宿泊等を伴う行事で、教育課程に位置づけられた教育活動をいう。」<sup>3</sup>とされている。また、訪日教育旅行とは、(財)日本修学旅行協会によれば、「主として、学校単位にて引率者が引率し、訪日する団体の旅行（個人は除く）、かつ原則として、日本の学校との学校間交流を実施」するものである。なお、原語である「Educational Tourism」の海外での定義や分類をみると、わが国での用法とは大きく異なっている。

「Educational Tourism in Europe」<sup>4</sup>では、「Educational Tourism」は、「学生が海外の学校（college や university）に通う活動」を指し、さらに広義的には、教育的要素を持つ様々な活動を包含するとされている。英国政府観光庁が運営する「Tourism Insights」というサイトでは、教育旅行について Brent W. Ritchie の定義を採用している。同氏によれば、教育旅行は「Adult Study Tours / Seniors' Tourism」「Edu-Tourism (Ecotourism and Cultural Tourism)」「Schools' Tourism」「University and College Students' Tourism」の4つに整理できる。この分類においては、わが国でいう「教育旅行」は「Schools' Tourism」に該当すると考えられる。したがって、次節より欧州及び東アジアにおける「Schools' Tourism」の状況を整理する。

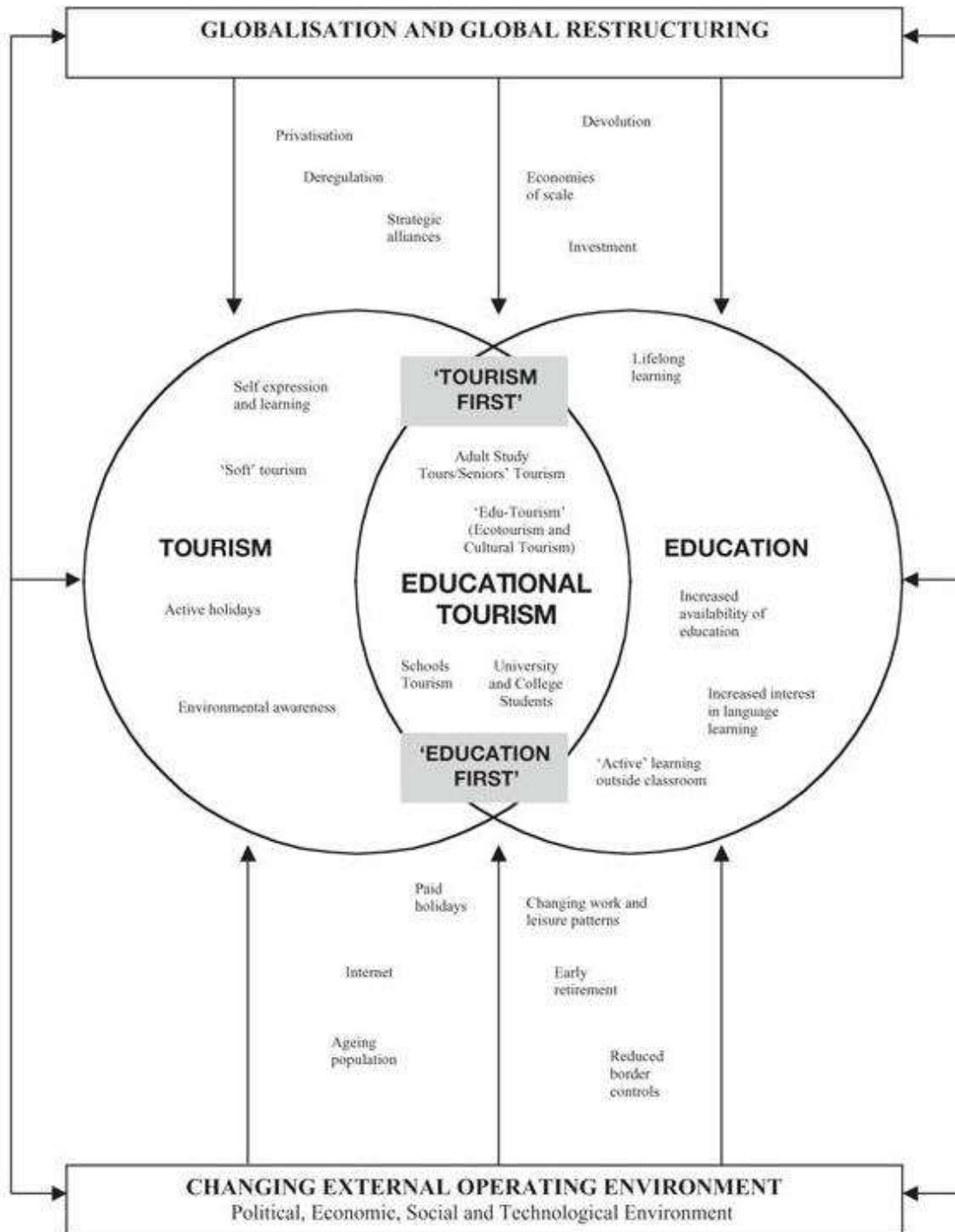
---

<sup>2</sup> 株式会社トラベルジャーナル「教育旅行とは」『TRAVEL JOURNAL』臨時増刊号（平成 15 年）

<sup>3</sup> 「修学旅行を中心とした教育旅行の回顧と展望－創立 50 周年（2002 年）からの 10 年の歩み－」、『データブック 2012 教育旅行年報』（平成 24 年）

<sup>4</sup> Mintel Group Ltd. 「Educational Tourism in Europe – Travel and Tourism Analyst No. 7 – May 2011」（平成 23 年）※Mintel Group Ltd.は「UK Business Superbrand」「British American Chamber of Commerce Award」などの受賞歴を持つ、ロンドン本社の市場調査会社である。

図表 Brent W. Ritchie による教育旅行の分類



資料) Brent W. Ritchie 「Managing Educational Tourism」 (平成 15 年)

## (2) 欧州における教育旅行の状況

教育旅行の前身は18世紀のイギリスで発祥した「Grand Tour」であり、欧州は教育旅行の先進地域である。そこで、本節では、イギリスを事例に欧州における小中高生の教育旅行の状況を把握したい。

### ①実施体制

小中高生の教育旅行の実施においては、学校、旅行代理店、受入施設や認証機関など様々なプレイヤーが存在する。学校は教育旅行の実施者であるが、イギリスでは、旅行中に事故が起きた際の訴訟リスクが教育旅行の催行に影響を与えている。

学校や教員の懸念を払拭するために、HSE<sup>5</sup> (Health & Safety Executive) では、教育旅行のリスク管理に関するガイドラインを公布したほか、Q&Aやケーススタディをホームページにて公開した。また Council for Learning Outside the Classroom (CLOtC)<sup>6</sup> では、2008年よりLOtC Quality Badge という認証システムを導入し、良質な校外学習プログラムを提供するとともに効果的なリスク管理ができる旅行代理店や受入施設等に対して認証を与えている。このほか、一部の受入施設においては教育旅行向けのプログラムの提供に加え、担当教員への情報提供やサポートも行っている。学校や教員は教育旅行を企画・実施するとともに、旅行中の生徒の安全確保に努める。

1 ツアーあたりの参加生徒数については、「小学校」と「中学校・高等学校」の最頻値はそれぞれ30人と40人である。

図表 1 ツアーあたりの参加生徒数

	日帰り		宿泊を伴う／長期滞在	
	平均値	最頻値	平均値	最頻値
小学校	40.79	30	38.79	30
中学校・高等学校	42.71	40	29.77	40

注釈) 対象期間は2010～2011学年の1年間である。

資料) Qa Research 「Out of School Trips Research」(平成24年)より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

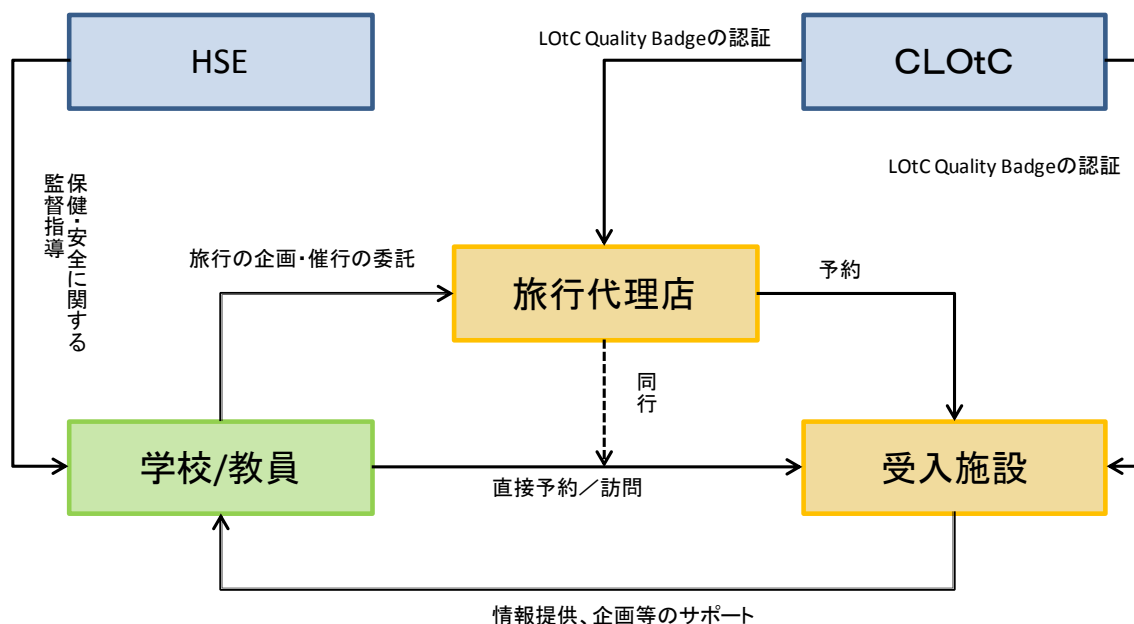
引率教員と生徒の比率は法律で定められていないため、学校側は生徒の学年や活動内容等に応じて判断する必要がある。なお、一部の受入施設(たとえばエジンバラ城、ホリールード宮殿やロンドン自然史博物館など)においては、引率教員と生徒の望ましい比率をホームページにて提示している。

<sup>5</sup> HSE(保健安全執行部)は、イギリスの雇用年金局(Department for Work and Pensions)の政府外公共機関(non-departmental public body)であり、保険や安全に関する規制を担当する。

<sup>6</sup> 2006年11月、当時のイギリス政府閣内相がLOtCマニフェストを打ち出した。CLOtCは2009年4月より同政策の運営主体となる。同団体は現在チャリティ団体として活動している。



図表 実施体制



## ②実施内容

教育旅行の実施内容は歴史、自然、文化や言語などに細分されており、多くの旅行代理店は学校のニーズに応じて旅行商品及び行程を提案する。

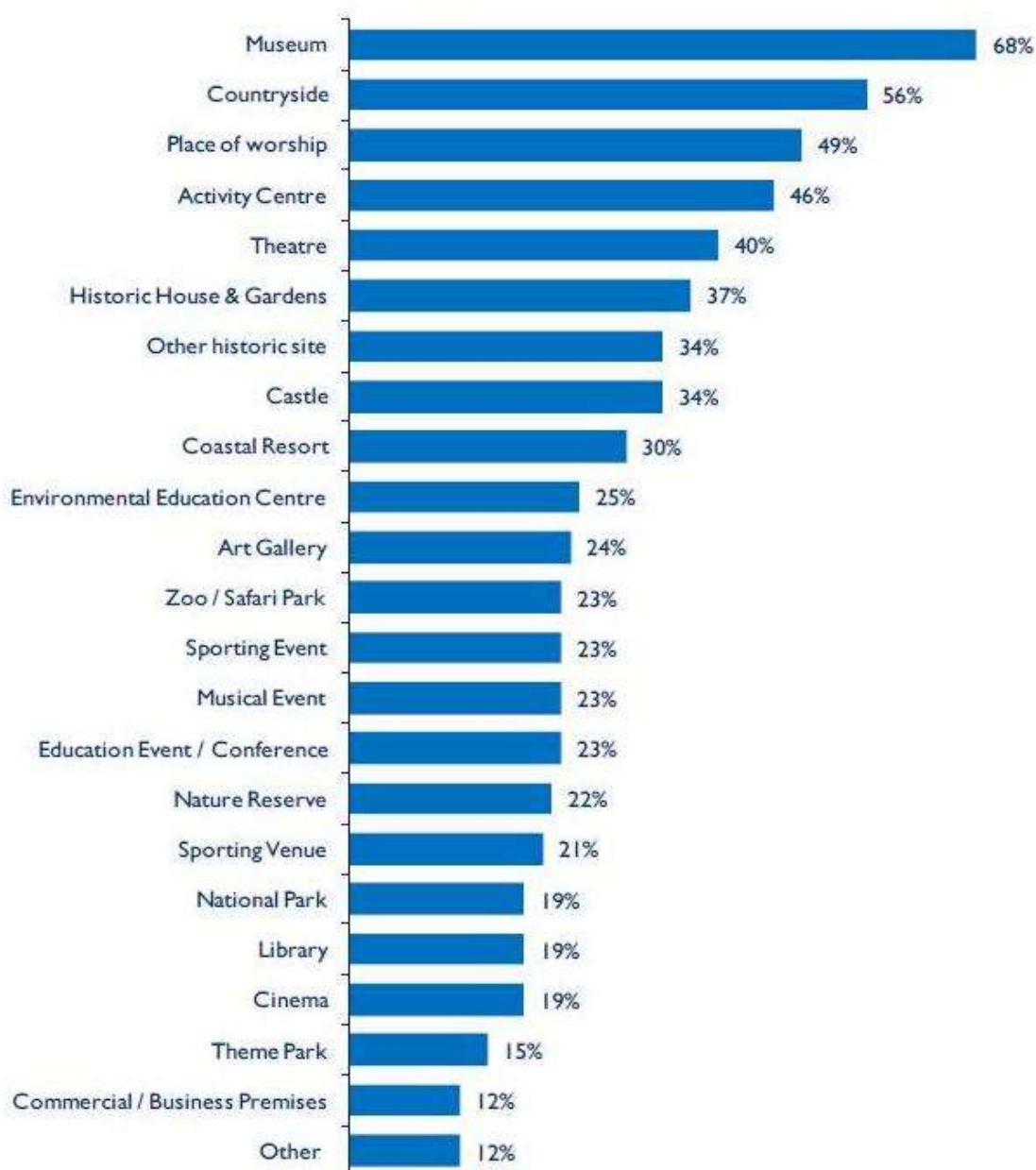
図表 教育旅行の実施内容例（イギリス国内）

日次	行程		
	午前	午後	夜
1	学校より出発	チェックイン	夕食後無料の宝探しゲーム
2	エジンバラ城見学	ダイナミック・アース インタラクティブ体験	夕食後ボウリング
3	スコットランド国立博物館見学	エジンバラ動物園見学	夕食後自由時間
4	リアル・メアリー・キングス・クローズ見学	ホリールード宮殿見学	夕食後ディスコ
5	帰途に就く		

資料) NST「Primary Educational Experiences」(平成 25 年) より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

教育旅行で訪問した施設としては、博物館は最多で全体の 7 割弱を占める。農山漁村 (56%) はこれに続く。このほか、神殿 (49%)、活動センター (46%) や劇場 (40%) 等も上位を占める。

図表 施設訪問



資料) Qa Research 「Out of School Trips Research」 (平成 24 年)

### ③全体人数

イギリスにおける教育旅行の実施人数に関する統計はないが、英国政府観光庁が運営するウェブサイト「Tourism Insights」では、イギリス国内の学校数及び生徒数で教育旅行の潜在市場規模を表している<sup>7</sup>。同算出方法に従えば、イギリスにおける教育旅行の潜在市場は3万校及び932万人程度の生徒によって構成されている。

<sup>7</sup> Nick How 「National Out-of-School Trips Research」 (平成 20 年)

図表 イギリスにおける教育旅行の潜在市場

	学校数 (校)	生徒数 (人)
イングランド	24,372	8,178,200
スコットランド	2,569	673,530
ウェールズ	1,724	473,730
合計	28,665	9,325,460

注釈) イングランドについては平成 24 年のデータである。

資料) Department for Education 「School Census」(平成 24 年)、The Scottish Government 「Pupil census 2013 supplementary data」(平成 25 年)、Statistics for Wales 「School Census Results, 2013」(平成 25 年) より作成

#### ④外国人を対象とした教育旅行の実施状況

イギリスの場合、外国人を対象とした教育旅行には、小中高生の教育旅行のみならず、大学生や語学留学も含まれている。小中高生を含む海外からの教育旅行者数は把握されていないが、様々な教育的目的でイギリスを訪問した旅行者は少なくとも 130 億ポンドの経済効果をイギリスにもたらしたと予測されている<sup>8</sup>。

外国人を対象とした教育旅行の実施内容は概ねイギリスの学生と同様である。なお、ホームステイやイギリス学生との交流等のプログラムが加わる場合がある。さらに、日本や中国など英語圏以外の国や地域の場合、英語の学習プログラムを教育旅行の行程に入れることが多い。

受入体制については、旅行代理店、観光施設や宿泊施設のほか、語学研修施設も含まれることが多い。

<sup>8</sup> Times Higher Education 「True Value of Student Visa」(平成 21 年)

図表 教育旅行の実施内容例（アイルランド）

日次	行程		
	午前	午後	夜
1	午前中の飛行機でアイルランドより出発 ガイドとドライバと合流	エジンバラ・ダンジョン見学	ゴースト・ウォーク - ツアー
2	カメラ・オブスクラと幻想の世界見学	パノラミック・ツアーもしくはエジンバラ城見学	ボウリング・ゲーム
3	ダイナミック・アース見学 買物・自由行動	ディープシー・ワールド見学	帰国

注釈) アイルランドからの教育旅行生がエジンバラを訪問する際の行程例である。

資料) Marathon Travel 「Edinburgh - School Tour」(平成 25 年) より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

### (3) 東アジアにおける教育旅行の状況

東アジアでは、日本が教育旅行の先進地域であり、他の国や地域における教育旅行市場は日本を追従する形で発展しつつある。本節から日本における東アジアの小中高生の教育旅行の受入状況を調査するとともに、東アジアにおける教育旅行市場の発展状況を把握する。

#### ①東アジア小中高生の訪日教育旅行の受入状況

2012 年、訪日教育旅行の旅行者数は 2011 年の 2,700 人を上回る 3,994 人であった。旅行者数の地域別割合をみると、東アジア（中国、韓国、台湾）が全体の 50.8%を占めるが、これは前年の構成比（73.8%）を大きく下回っている。中でも中国と韓国の訪日旅行者数の減少が大きい。これは原発事故及び政治情勢による影響が大きい。

図表 2012 年度国・地域別 訪日教育旅行数

国・地域	中国	韓国	台湾	他のアジア	オセアニア	北米・ハワイ	ヨーロッパ	その他・不明	合計
件数	8	29	33	26	52	28	8	5	189
構成比	4.2%	15.3%	17.5%	13.8%	27.6%	14.8%	4.2%	2.6%	100%
前年比	18.9%	21.7%	18.9%	12.3%	13.2%	7.5%	7.5%		100%
人数	210	644	1,177	402	936	423	147	55	3,994
構成比	5.3%	16.1%	29.4%	10.1%	23.4%	10.6%	3.7%	1.4%	100%
前年比	18.7%	26.6%	28.5%	10.0%	9.0%	3.9%	3.3%		100%

資料) 公益財団法人日本修学旅行協会「教育旅行年報データブック 2013」(平成 25 年)

日本修学旅行協会による実施調査によれば、受入校との交流内容について、セレモニー・レセプションが最多で全体の 18.8%を占める。続いて、授業体験・参観、学校施設見学及び文化交流はそれぞれ 18.5%、14.8%、13.7%を占める結果となった。また日本での平均滞在日数について、中国、台湾、韓国はそれぞれ 13.1 日、5.2 日及び 7.2 日である。

## ②中国における教育旅行市場の発展状況

中国における小中高生の人数は約 1.9 億人 (2012 年)<sup>9</sup>に及び、教育旅行の潜在的規模は非常に大きい。教育旅行に関する統計が未整備なため、正確な実施者数は把握できないが、急速な経済発展に伴い、教育旅行の市場も成長しつつあると考えられる。

中国国務院が 2013 年 2 月に公布した「国民レジャー要綱 (2013~2020 年)」(以下、要綱。)では、小中学生の教育旅行を段階的に推進することを掲げている。これを機に中国における教育旅行市場はさらに拡大する傾向にあり、海外教育旅行に対する需要も高まっている。

海外教育旅行の目的地としては、イギリスやアメリカなどの欧米地域が最も人気があるが、アジアでは、日本、韓国やシンガポールなどが主な訪問地となっている。催行時期は夏休み、冬休み及び国慶節に集中している。訪問先では通常の観光に加え、ホームステイ、語学研修、現地学生との交流などが行程に含まれている。参加生徒の募集及び料金徴収については学校側が行うことが多い。また実施にあたって引率の教員は同行するが、訪問先での活動はランドオペレーターに委ねることが多い。

旅行代理店、語学学校や留学斡旋業者が市場に乱立している中、教育旅行中の安全性問題が浮上した。特に 2013 年に起きたアジアナ航空 214 便の着陸失敗事故では、死者が中国からの教育旅行生であったことから、教育旅行市場に対する規制強化を求める声が高まっている。その背景として、学校、旅行代理店、語学学校や留学斡旋業者などは教育旅行市場から莫大な利益が得られるが、リスク管理責任の所在が不明確という問題が挙げられる<sup>10</sup>。そして斡旋業者の資質にも問題があるとされている。

## ③韓国における教育旅行市場の発展状況

韓国における小中高生の人数は、2010 年国勢調査時点で 734 万人である<sup>11</sup>。教育旅行の実施状況は公開データがないため、把握できない。なお、韓国教育旅行協会は、「修学旅行」「体験学習」「国際交流」という 3 つのメニューを用意し、韓国における教育旅行の情報を提供している。具体的には、テーマに応じたモデルコースの提示、関連施設の紹介、交流推薦学校の掲載などの情報を韓国語、日本語、中国語と英語の 4 ヶ国語で提供している。

<sup>9</sup> 中国教育部「Number of Students of Formal Education by Type and Level」(平成 24 年)

<sup>10</sup> 詳細は広州日報の記事「中介只管攬客抽走 6~8 成利潤」(平成 25 年)に参照されたい。

<sup>11</sup> 韓国統計庁「2012 Statistics on the Youth」(平成 24 年 5 月 2 日)

#### ④台湾における教育旅行市場の発展状況

台湾では、教育旅行について、「本国学校と、国外学校が相互の訪問や、姉妹校提携などにより、学生の学習を多元化し、国際的な視野を持たせる学習方法を指している」<sup>12</sup>と定義している。台湾教育部は日本の修学旅行を参考にし、2001年に高校生を対象とした国際教育旅行の推進計画を策定した。翌年に交通部観光局ならびに台湾観光協会と連携し、「高中職推動国際教育旅行策略聯盟」（高等学校・高等職業学校の海外修学旅行計画推進連盟）を設立した。同連盟は、2004年に「台湾国際教育旅行連盟」に組織名を変更し、台湾地域を6つの分会<sup>13</sup>に分け、各地域の特色やニーズに応じた推進策を講じている。初期段階では、日本との教育旅行の交流が主な内容であった。第二段階は2005年より開始し、対象国を韓国、オーストラリアやニュージーランドなどの国まで拡大している。そして第三段階では、欧米諸国も交流の対象とする。

2011年、台湾教育部は「中小学国際教育白皮書」（小中学校国際教育白書）を発行し、小中学校の国際交流を推進するとともに、推進策の1つとして教育旅行を取り上げた。そして同年の3月より、国際交流に取り組む学校に補助金を支給している。

2012年、台湾における小中高生の人数は約288万人であり、小中高校の数は計3,887校である。教育旅行の潜在的規模は、中国大陸や韓国に比べて小さい。教育旅行の実施にあたって、学校は実施計画を作成し、実施日より一ヶ月前に実施計画、参加者名簿及び連絡先等の資料を所管の教育行政機関に提出しなければならない。関連政府機関は必要に応じて学校をサポートする。

---

<sup>12</sup> 台湾国際教育旅行連盟ホームページ (<http://www.travel-edu.org.tw/jp/establish/index.html>)

<sup>13</sup> 6つの分会とは、「北台湾」「中台湾」「南台湾」「東台湾」「台北市」「高雄市」である。

## 第2部

### 実施地域への支援

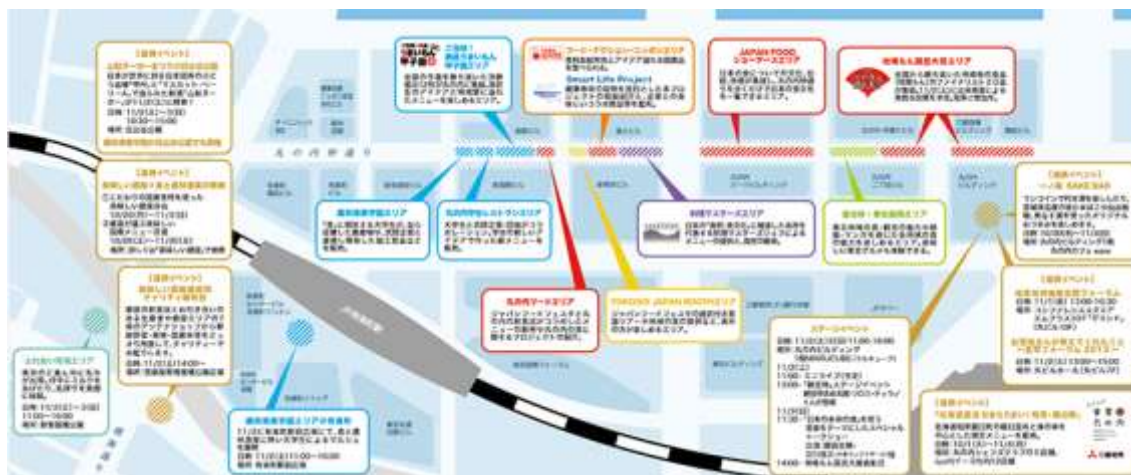
# 第1章 ジャパンフードフェスタ 2013 への出展

グリーン・ツーリズムにかかるジャパンフードフェスタ 2013 への出展の状況と、その成果について紹介する。

## 1. ジャパンフードフェスタ 2013 (JFF2013) の概要

ジャパンフードフェスタは、昨年度から開催がはじまった「わが国最大の食の祭典」である。農林水産省食料産業局が主催しており、2013 年はグリーン・ツーリズムとして、出展した Yokoso! Japan Booth エリアは、外国人に JFF2013 をより楽しんでいただき、より深く「食の国のチカラ」を体験していただくという主旨で企画されたエリアである。

図表 ジャパンフードフェスタ会場図



資料) ジャパンフードフェスタ 2013

## 2. グリーン・ツーリズムの出展結果

グリーン・ツーリズムの出展においては、キッチンカーで株式会社田中屋（山形県飯豊町）による米沢牛の調理販売と、東山いっぷく処（静岡県掛川市）による掛川茶の試飲および物販を実施した。そのほか、山梨県北杜市による梨北米と、茨城県による県内水産加工品を見本として展示した。

また、農林水産省食料産業局の企画により、Yokoso! Japan Booth を拠点に JFF2013 のイベントを英語解説付きで巡るツアーが実施されていた。グリーン・ツーリズムはその立寄先となっており、その参加者も含め、多くの外国人が訪れていた。



写真 「グリーン・ツーリズム」 ブース



### (1) 株式会社田中屋

株式会社田中屋の米沢牛は、串焼き、コロッケ、メンチカツ、牛スジ煮込みの4商品をキッチンカーで調理して提供した。土曜日は天候に恵まれなかったが、日曜日に販売予定であった分まで売れてしまい、急遽取り寄せるほどの人気であった。

写真 株式会社田中屋の出展ブース



## (2) 東山いっぷく処

東山いっぷく処の掛川茶は、試飲とあわせて、「生粋東山茶」（重量と品質が異なる3種類）、「ティーバッグ」（個数が異なる2種類）、和菓子として羊羹と饅頭の全7商品をテントで販売した。

掛川茶の試飲販売にも多くの人が集まり、向かいのキッチンカーにおける米沢牛の購入者と合わせ、開催期間中は常に人が多く集まる状況であった。適宜、通路をふさがないように行列の整理を行ったため、混乱は生じなかったが、予想を遙かに上回る人気となった。

写真 東山いっぷく処の販売物（掛川茶、緑茶ようかん、茶文字まんじゅう）



## (3) その他展示物

販売は行わなかったが、山梨県北杜市の梨北米、茨城県の水産加工品を展示した。また、出展各地域のパンフレット等を配付した。

## 3. 訪問者のアンケート結果

### (1) 回収状況

グリーン・ツーリズムのブースを訪れた外国人に対して、アンケートへの回答をお願いしたところ、11月2日に22人、3日に27人の合計49人の外国人から回答があった。

### (2) 回答者特性

#### ① 性別・年代

回答者の性別は、男性26人、女性21人、無回答2人であった。

図表 回答者の性別と年代

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	総計
男性	10	3	5	5	3		26
女性	7	5	3	3	2	1	21
無回答	1		1				2
総計	18	8	9	8	5	1	49

## ②訪問のきっかけ

グリーン・ツーリズムのブースを訪問したきっかけは、たまたま通りかかった (By Chance) が 23 人 (46.9%) で最も多く、続いて友人から聞いた (Friend) が 16 人 (32.7%) となっている。Web、Facebook の IT 系プロモーションで知った人が、残り 2 割を占めている。

図表 ブース訪問のきっかけ

	Web	Facebook	友人から	たまたま	総計
きっかけ	6	4	16	23	49
	12.2%	8.2%	32.7%	46.9%	100.0%

## (3) 評価

### ①総合的な評価

グリーン・ツーリズムの出展に対する評価は、最上級のとてもよい (Excellent) が 30 人で最も多く、よい (Good) が 14 人、まあまあ (Fair) が 4 人となっている。悪い (Poor) 以下の評価はなかった。

図表 グリーン・ツーリズムのブースに対する評価

	とてもよい	よい	まあまあ	無回答	総計
総合評価	30	14	4	1	49
	61.2%	28.6%	8.2%	2.0%	100.0%

### ②気に入った展示

特に気に入った展示を伺ったところ、掛川茶が 26 人 (53.1%)、米沢牛が 16 人 (32.7%)、その他の展示食品 (山梨県北杜市の梨北米および茨城県の水産加工品) が 11 人 (22.4%) であった。

掛川茶については、過半数から気に入ったとの回答を受けている。

非常に好調な売れ行きであった米沢牛の数値が低くなっているが、これは調査場所であるテントとは道の逆側になるキッチンカーで提供していたため、同一の出展者だと理解されなかったものと思われる。

図表 特に気に入った展示 (MA)

	米沢牛	掛川茶	その他の展示食品	パネル	特になし	総計
気に入った展示	16	26	11	3	1	49
	32.7%	53.1%	22.4%	6.1%	2.0%	100.0%

#### (4) わが国のグリーン・ツーリズムへの興味

##### ①訪日グリーン・ツーリズムへの希望

訪日旅行中に農山漁村へ訪問したいかどうかを尋ねたところ、34人(69.4%)から訪問したいとする回答を得た。残り15人(30.6%)は機会があればという回答であり、訪問しないとする回答はなかった。

図表 訪日グリーン・ツーリズムへの希望

	訪問したい	機会があれば	総計
わが国農山漁村への興味	34	15	49
	69.4%	30.6%	100.0%

##### ②訪日グリーン・ツーリズムで体験したいこと

農山漁村に訪問して何をしたいか尋ねたところ、伝統文化を体験したいとする人が42人(85.7%)、食べ物を体験したいとする人が41人(83.7%)で、この2つはほとんどの回答者が体験を希望している。そのほか、住民との交流、農村風景、生活体験の順となったが、最も少ない生活体験でも23人(46.9%)と半数近くが回答しており、外国人は、わが国の農山漁村でさまざまなことを体験したいと考えていることがわかる。

図表 農山漁村で体験したいプログラム(MA)

	食べ物	伝統文化	生活体験	農村風景	人的交流	その他	総計
農山漁村で体験したいこと	41	42	23	27	30	3	49
	83.7%	85.7%	46.9%	55.1%	61.2%	6.1%	100%

## 第2章 Visit Japan トラベルマートへの出展

グリーン・ツーリズム実施地域のうち、訪日外国人旅行者の受け入れ意欲が高い4地域について、Visit Japan トラベルマート（以下、VJTM）2013に出展した。

### 1. VISIT JAPAN トラベルマート（VJTM）2013の概略

VJTM2013は、国内最大の訪日旅行商談会であり、訪日ツアーの造成と訪日外国人旅行の拡大を図るため、海外の訪日旅行取扱旅行会社の責任者等を招請して開催された。

平成26年度は、新たに開始する「ツーリズムEXPOジャパン」（公益社団法人日本観光振興協会による「旅フェア日本」と一般社団法人日本旅行業協会による「JATA旅博」が統合して9月25日から28日まで東京ビッグサイトで行われる国内最大の旅行イベント。）と同時開催とし、世界最大規模の国際観光イベントの実現を目指すこととなっている。

#### （1）日 程

商談会 平成25年11月27日（水）～29日（金）  
※27日は16:30より事前自由商談会を実施  
※28日は9:30より開会式を実施

ファムトリップ 平成25年11月24日（日）～27日（水）※全国9コース

#### （2）会 場

パシフィコ横浜（展示ホールB）

#### （3）招請者

海外バイヤー 304社（21カ国・地域）（過去最多は2009年の279社）  
海外メディア 13社（10カ国・地域）

#### （4）出展者

国内観光関係企業・団体（セラー） 312社・団体（他PRセラーとして25社・団体が出展）

### 2. グリーン・ツーリズムブースの出展

日本国内の農山漁村地域への外国人旅行者の誘致拡大に積極的な地域を募り、日本のグリーン・ツーリズムを紹介するブースを設置するとともに、海外の旅行業者との商談の場を設けることにより国際観光関係者に対して情報発信を行うことを目的とした。

セラー（出展者）として会場内に地域ごとのブースを設けて、海外の旅行業者との事前アポイントを行い、トラベルマートの商談時間に事前にアポイントを確定している海外の旅行業者に対して、地域のグリーン・ツーリズムの観光素材の紹介を行った。

### (1) 参加者

飯豊町観光協会、信州いいやま観光局、奥能登グリーン・ツーリズム研究会及び東山いっぷく処（静岡県掛川市）の4地域・団体がグリーン・ツーリズムのブースに出展した。

### (2) ブースのコンセプト、特徴

4つのブースをぶち抜きにすることで、開放感を創出するとともに参加者の一体感を高めた。また、4地域の地理的位置を示す地図を壁に貼り出すとともに、大型ディスプレイで各地域のプロモーションビデオを連続して流すことで、海外の旅行者に視覚的インパクトを与え、商談会をより効果的なものにした。

### (3) ブースの配置と外見

ブースの左側に各地域のプロモーションビデオを再生する大型ディスプレイとパンフレットコーナーを設置した。また出展者の背後に4地域の地理的位置を示す地図を掲載したほか、その両側に各地域やグリーン・ツーリズムのPRパネルを展示した。

図表 ブースの立面図

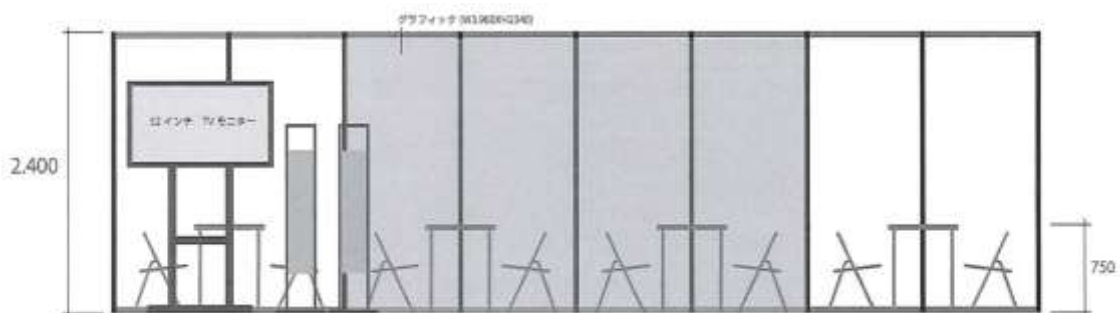


写真 ブースの配置と外見





### 3. 出展状況とその結果

#### (1) 山形県飯豊町

##### ①出展者の概略

飯豊町観光協会の職員 2 名が商談会に参加した。

山形県飯豊町では雪を観光資源として活用し、積極的にインバウンドの受入に取り組んでおり、現在、台湾からの観光客を中心に年間 1,000 人程度受け入れている。

写真 商談状況（飯豊町観光協会）



##### ②当日のアポイントメント

当初は 7 か国・地域の海外旅行業者計 22 社との商談を予定していたが、うち 2 社は当日キャンセルであった。

具体的な商談まで進んでいるのは 8 社で、うち 5 社に対して今後は積極的にフォローする予定である。この 5 社（フィリピン 4 社、台湾 1 社）はいずれも雪の降らない地域で、雪遊びに興味を示したようである。

##### ③参加しての評価

商談会に対する満足度は高く、来年も機会があれば参加したいとの意向を示された。ただし、飯豊町が主要ターゲットとしている台湾の業者の来場数が期待より少なかったとのことで、手応えは低めに回答したとのことである。

図表 出展に対する総合評価と今後の手応え（7段階評価）

	満足度	手応え
飯豊町観光協会	5	4

初日は会場準備の後に自由商談時間を利用して商談会のイメージをつかむことができた。2日目は中身の充実した商談ができた。特に今回の商談会ではセラー固定で行われたことが非常に良かったという。なお、3日目は出展者と海外の旅行業者が疲れてきたため、商談の効果が上がらず、商談会の会期を1日～1.5日程度にしたほうが良いとの見解を示した。

図表 個別商談への評価（飯豊町観光協会）

セッション	商談相手		当日の商談内容			今後の継続期待			関心事項	自己採点	感想・コメント
	会社名	国・地域名	具体的な商談	情報の脱稿のみ	かみ合わず	積極的にフォローしたい	相手の出方をみたい	フォロー不要	自由記入	4段階で記入	自由記入
[2日目] セッション 1: 10:00～	Baron Travel Corporation	Philippines		1			1		雲遊びに興味がありそう	2	
[2日目] セッション 2: 10:25～	TST TOURIST SERVICE AND TRADING CORPORATION	Viet Nam		1			1		特になし	3	
[2日目] セッション 3: 10:50～	around the world JTC(JAPAN TOUR CENTER)	Korea			1		1	1	意味不明	1	目的外
[2日目] セッション 4: 11:15～	PEACE TOUR	Taiwan	1			1			以前商品造成されていた	5	
[2日目] セッション 5: 11:40～	Thai Travel Info Service Ltd.	Thailand		1			1		雲遊びに興味がありそう	3	
[2日目] セッション 6: 13:20～	VIETRAVEL HOCHIMINH	Viet Nam		1			1		特になし	2	
[2日目] セッション 7: 13:45～	FIDI TOUR HANOI	Viet Nam		1			1		田舎民泊に興味がありそう	2	
[2日目] セッション 8: 14:10～	VT - Tour and Sport Company Limited (VIETRANTOUR)	Viet Nam		1			1		田舎民泊に興味がありそう	3	
[2日目] セッション 9: 14:35～	TM TOURS & TRAVEL SDN BHD	Malaysia		1			1		特になし	2	
[2日目] セッション 10: 15:25～	VIETTOURS HCMC	Viet Nam		1			1		田舎民泊に興味がありそう	2	
[2日目] セッション 11: 15:50～	Vacation Club Holidays, Inc.	Philippines		1			1		雲遊びに興味がありそう	4	
[2日目] セッション 12: 16:15～	Swire Travel Ltd	Hong Kong		1			1		田舎民泊に興味がありそう	3	
[2日目] セッション 13: 16:40～	SAIGON TOURIST HOCHIMINH	Viet Nam		1			1		田舎民泊に興味がありそう	2	
[3日目] セッション 14: 9:30～	GUATSON INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURS	Philippines	1			1			雲遊びに興味がありそう	3	
[3日目] セッション 15: 9:55～	FRIENDSHIP TOURS AND RESORTS CORPORATION	Philippines	1			1			雲遊びに興味がありそう	3	
[3日目] セッション 16: 10:20～	Hemispheres Travel Corp. / Philippine Travel Agencies Association	Philippines	1					1	全体的にあまり興味がなさそう	2	地元観光協会
[3日目] セッション 17: 10:50～											
[3日目] セッション 18: 11:15～	H.I.S. (PHILIPPINES) TRAVEL CORP	Philippines	1			1			雲遊びに興味がありそう	3	
[3日目] セッション 19: 11:40～	OCEAN LINK TRAVEL	Viet Nam									当日キャンセル
[3日目] セッション 20: 13:20～	WINTREX TRAVEL CORPORATION	Philippines	1			1			雲遊びに興味がありそう	3	
[3日目] セッション 21: 13:45～											
[3日目] セッション 22: 14:10～	10 hotel	Korea									当日キャンセル
[3日目] セッション 23: 15:50～	Skyenet Travel Corporation	Philippines	1				1		雲遊びに興味がありそう	4	
[3日目] セッション 24: 16:15～											
[3日目] セッション 25: 16:40～	AMKOR TRAVEL AND TOUR INC.	Philippines	1				1		特になし	3	

注)「当日の商談内容」「今後の継続期待」は、該当する箇所に「1」を入力。以下同じ。



## (2) 長野県飯山市

### ① 出展者の概略

信州いいやま観光局の職員 2 名が参加し、同市の旅行商品の説明を行った。

長野県飯山市では自然体験、伝統工芸体験や温泉などの観光資源があり、インバウンドでは欧米地域の外国人を主要ターゲットとして定めている。

写真 商談状況 (信州いいやま観光局)



### ② 当日のアポイントメント

事前の商談マッチングでは、同市はターゲットを絞って商談リクエストを行った結果、11 カ国計 15 社との商談を予定していた。海外の旅行業者の参加キャンセルが出たため、実際に商談を行ったのは 12 社であった。具体的な商談を行った 10 社については、今後積極的にフォローする予定である。

商談相手は、既に観光目的地として確立した地域よりも新しい観光地を探している方が多く、同市の観光資源であるかまくら、スノーシューや森の家等に興味を示した。

### ③ 参加しての評価

初出展で事前の準備が不十分なところもあったが、グリーン・ツーリズムブース事務局のサポートを得て商談準備に集中することができたため、商談会に対する満足度が高く、来年以降も参加したいとの意向を示した。

図表 出展に対する総合評価と今後の手応え (7 段階評価)

	満足度	手応え
信州いいやま観光局	6	6

図表 個別商談への評価（信州いいやま観光局）

セッション	商談相手		当日の商談内容			今後の継続期待			関心事項	自己採点	感想・コメント
	会社名	国・地域名	具体的な商談	情報の説明のみ	かみ合わせ	積極的にフォローしたい	相手の出方をみたい	フォロー不要	自由記入	4段階で記入	自由記入
【2日目】セッション1：10:00～	PHP TRAVEL & TOURS SDN BHD	Malaysia	1			1			スノーシューに興味あり	4	ムスリム観光客の受入は情報提供により可能
【2日目】セッション2：10:25～											
【2日目】セッション3：10:50～											
【2日目】セッション4：11:15～	TRAVEL FORTE SDN. BHD.	Malaysia	1			1			かまくらに興味あり	4	新しい観光地を探していた
【2日目】セッション5：11:40～											
【2日目】セッション6：13:20～	Goway Travel	Canada	1			1			和紙・彫金体験を案内	3	体験内容を探していた
【2日目】セッション7：13:45～	Oku Japan	United Kingdom	1			1			間伐体験に興味あり	4	新ブランドの内容充実のため
【2日目】セッション8：14:10～	Econa Tours GmbH	German	1			1			森の家のコテージを紹介	4	緊急用に現地英語対応が必要
【2日目】セッション9：14:35～	JTB USA Inc.	United States	1			1			戸狩農家民宿に興味あり	5	田舎体験ができる場所を探していた
【2日目】セッション10：15:25～	SPHÈRES TERRA NOSTRA	Canada			1			1	長野県中部の宿泊施設	1	飯山の立地を誤解されていた
【2日目】セッション11：15:50～	TWIN TRAVEL & TOURS SDN. BHD.	Malaysia									参加キャンセル
【2日目】セッション12：16:15～	Dynasty Travel International Pte Ltd	Singapore	1			1			かまくらに興味あり	4	雪は珍しいので言われる
【2日目】セッション13：16:40～											
【3日目】セッション14：9:30～											
【3日目】セッション15：9:55～	Japan Holidays	Australia	1			1			森の家コテージに興味あり	5	オーストラリア人がいない観光地を
【3日目】セッション16：10:20～	Via.com	India									参加キャンセル
【3日目】セッション17：10:50～											
【3日目】セッション18：11:15～	around the world JTC(JAPAN TOUR CENTER)	Korea		1			1		国際交流	3	ネットワークに参加してくれるところを探していた
【3日目】セッション19：11:40～	AntaVaya Group	Indonesia									参加キャンセル
【3日目】セッション20：13:20～											
【3日目】セッション21：13:45～	VIKTOR REISEN	German	1			1			信越トレイルに興味あり	4	スキーパッケージ、登山が中心
【3日目】セッション22：14:10～											
【3日目】セッション23：15:50～											
【3日目】セッション24：16:15～											
【3日目】セッション25：16:40～	PLANETVEO	France	1			1			冬の飯山に興味あり	5	F I T が中心

図表 参加しての評価（信州いいやま観光局）

- 初めての出展だったため、こちらの事前の準備物には不十分なところもありましたが、ブースの設置等をお任せできたお陰で商談準備に集中することができ、大変よかったです。ありがとうございました。飯山に来られた商談相手は、すでにデスティネーションとして確立しているところよりも新しい観光地を探している方が多く、その点では興味を持っていただけだと思います。早く情報がほしいという担当者も多かったため、しっかりフォローをしていく予定です。

### (3) 石川県奥能登地域

#### ① 出展者の概略

石川県奥能登地域は世界農業遺産に認定されている。同地域でグリーン・ツーリズムに積極的に取り組んでいる奥能登グリーン・ツーリズム研究会のメンバーである株式会社 OkuruSky が今回の商談会に参加し、奥能登地域のアピールにあたった。

写真 商談状況 (奥能登グリーン・ツーリズム研究会)



#### ② 当日のアポイントメント

カナダ、ロシアやオランダなどの欧米諸国をはじめとする 13 カ国・地域の海外の旅行業者計 21 社と商談を行った。インバウンドはまだ取り組み始めた時期であるため、情報説明のみ行った。商談相手の多くは奥能登地域の食や伝統文化に高い関心を示した。今後はそのうちの 5 社に対して積極的にフォローする予定である。

#### ③ 参加しての評価

商談全体に関する感触が良く、満足度は高かった。外国人対応の体制を整え、奥能登地域全体で取り組む必要があるとの見解を示した。まだ知名度が高くないため、商談会では同地域の位置を確認できる地図の準備が重要と考えたほか、観光資源を PR する独自サイトを整備する必要性を認識した。

図表 出展に対する総合評価と今後の手応え（7段階評価）

	満足度	手応え
奥能登グリーン・ツーリズム研究会	6	6

図表 個別商談への評価（奥能登グリーン・ツーリズム研究会）

セッション	商談相手		当日の商談内容			今後の継続期待			関心事項	自己採点	感想・コメント
	会社名	国・地域名	具体的な商談	情報の説明のみ	かみ合わず	積極的にフォローしたい	相手の出方をみたい	フォロー不要	自由記入	4段階で記入	自由記入
【2日目】セッション1: 10:00~	VOYAGEURS DU MONDE	France		1			1		日本海側の観光、食	4	
【2日目】セッション2: 10:25~	Kuoni Netherlands	Netherlands		1			1		食、伝統文化、体験	4	
【2日目】セッション3: 10:50~	BENTHANH TOURIST SERVICE COMPANY LIMITED	Viet Nam		1			1		特になし	3	
【2日目】セッション4: 11:15~											
【2日目】セッション5: 11:40~	VAND TRAVEL	Russia		1			1		特になし	3	
【2日目】セッション6: 13:20~	NIHON CHANNEL CO.,Ltd.	Korea		1				1	特になし	2	
【2日目】セッション7: 13:45~	WITA TOUR	Indonesia		1			1		特になし	3	
【2日目】セッション8: 14:10~	【Media】The New Straits Times Press (M) Berhad	Malaysia		1		1			能登の里山里海、伝統文化、祭事	4	食事にに関して、宗教的なことへの対応を求めている。
【2日目】セッション9: 14:35~	FIDI TOUR HANOI	Viet Nam		1			1		特になし	3	
【2日目】セッション10: 15:25~	H.I.S. (PHILIPPINES) TRAVEL CORP	Philippines		1		1			食、伝統文化	4	わさび（調味料）に興味があると話していた
【2日目】セッション11: 15:50~	Comfort Travel Service (COLA TOUR)	Taiwan		1			1		特になし	3	
【2日目】セッション12: 16:15~	Goway Travel	Canada		1			1		特になし	3	
【2日目】セッション13: 16:40~	FukokuAcademyTourCo.,LTD	Korea		1				1	食、体験	2	
【3日目】セッション14: 9:30~	Seniortours Vacations	United States		1			1		食、体験	3	
【3日目】セッション15: 9:55~	Hoteltrees Co.,Ltd	Korea		1				1	特になし	2	
【3日目】セッション16: 10:20~	MillenniumVoyage	Russia		1		1			祭事、食、体験、農家民宿	4	
【3日目】セッション17: 10:50~	BEST-KJ	Korea		1			1		農家民宿、農業	3	
【3日目】セッション18: 11:15~	World Destinations Travel Corp.	Philippines		1			1		特になし	4	
【3日目】セッション19: 11:40~											
【3日目】セッション20: 13:20~	TST TOURIST SERVICE AND TRADING CORPORATION	Viet Nam		1			1		農家民宿	4	
【3日目】セッション21: 13:45~											
【3日目】セッション22: 14:10~	VACATIONS EXOTICA DESTINATIONS PVT. LTD.	India		1		1			体験、農業、食	4	日本の農業への関心が高い。食事に際する対応を求めている。
【3日目】セッション23: 15:50~	ALPINDUSTRIA ADVENTURE TEAM COMPANY	Russia		1			1		食、伝統文化	4	
【3日目】セッション24: 16:15~											
【3日目】セッション25: 16:40~	Eoona Tours GmbH	Germany		1		1			食、体験	4	

図表 参加しての評価（奥能登グリーン・ツーリズム研究会）

- 初参加だったが、フォローが充実していて、大きな不安も無く、開催中は楽しんで交流ができた。通訳もいたため、コミュニケーションもとりやすかった。バイヤーの多くが和食、とくに伝統的な食文化、調味料に関心がたかく、能登の里山里海という一次産業を軸とした生業の中で生まれてくるものに感動されていた。また、習わし、祭りは観光資源であるという事を再認識できた良い機会となった。次回も積極的に参加したい。

#### (4) 静岡県掛川市

##### ① 出展者の概略

静岡県掛川市における訪日外国人の受入に関する取り組みは初期段階にある。同市は世界農業遺産に認定されたことを機に今回の商談会に出展した。同市の担当者、観光協会の職員及び東山いっぷく処の職員の3名体制で、世界農業遺産や茶草場体験ツアーを中心に同市の観光資源をアピールした。

写真 商談状況（東山いっぷく処）



##### ② 当日のアポイントメント

9カ国・地域の海外の旅行業者19社との商談を予定していたが、当日キャンセル等があったため、15社と商談を行ったほか、自由商談においては、バイヤーやメディア関係者10社に積極的にアピールした。初めての取り組みであるため、参加者は掛川市の観光資源の情報提供に力点を置いた。訪日外国人は東京、大阪、京都や富士山等を訪れることが多いが、掛川市に来ることはほとんどない。このため、各セッションではまず掛川市の地理的な位置説明から始めた。世界農業遺産、茶草場体験プログラムや自転車ツアー等を積極的にアピールした結果、多くの海外の旅行業者は興味を示した。

商談を終えた同市の出展者は、東京 - 大阪間の観光ルートを採用している海外の旅行業者が多い中、今後はルート上に立地する掛川市に立ち寄ってもらえるよう同市の魅力を最大限アピールしたいとの意向を示した。



### ③参加しての評価

ハードスケジュールだったが、商談会に参加できて非常に良かったと、出展者からのフィードバックを得た。また同市の出展者は初出展に関わらず3日間でバイヤーやメディア関係者25社と商談し、手応えがあったようである。同市では、ゴールデンルート上の観光地にプラスワンとして掛川市が加わることを第一段階の目標としており、今回の商談会を機に有望な商談相手先に対して積極的にフォローする予定である。

図表 出展に対する総合評価と今後の手応え（7段階評価）

	満足度	手応え
東山いっぷく処	7	7

図表 個別商談への評価（東山いっぷく処）

セッション	商談相手		当日の商談内容			今後の継続期待			関心事項 自由記入	自己採点 4段階で記入	感想・コメント 自由記入
	会社名	国・地域名	具体的な商談	情報の取 得のみ	かみ合わ ず	積極的に フォロー したい	相手の出 方をみた い	フォロー 不要			
[2日目] セッション 1:1000~	PERFECT TOUR SERVICE COMPANY	Viet Nam		1		1				4	アオサイの衣裳で記念撮影しメールで送ってくれ ると。先方にも今後コンタクト取る意思有。
[2日目] セッション 2:1025~											
[2日目] セッション 3:1050~	CITIC TOURISM GROUP CO.,LTD	China		1		1			お茶飲み、養生堂、ヤマ ハ工機、つま恋	4	好感触。今後に繋げたい。
[2日目] セッション 4:1115~											
[2日目] セッション 5:1140~	TM TOURS & TRAVEL SDN BHD	Malaysia		1		1			茶畑、養生堂	4	イスラム教のお祈り1日5回
[2日目] セッション 6:1320~	FIDI TOUR HANOI	Viet Nam		1			1		富士山	3	
[2日目] セッション 7:1345~	SPARKLE HOLIDAYS & TRAVEL CORPORATION	Phillipine		1		1			茶草場体験プログラム、 宿泊	4	好感触。今後に繋げたい。
[2日目] セッション 8:1410~	VIKTOR REISEN	German		1		1				3	
[2日目] セッション 9:1435~	AISC Sales & Marketing Japan Sdn Bhd	Malaysia	1			1			茶草場体験プログラム、 サイクリング、つま恋宿	4	サイクリングガイド付フィー、つま恋宿泊料 金をメールで。掛川泊にチェンジの可能性有り。
[2日目] セッション 10:1525~	CITS GUANGDONG CO.,LTD	China		1			1			3	
[2日目] セッション 11:1550~	Bales Worldwide	United Kingdom		1		1				3	
[2日目] セッション 12:1615~	VIETRAVEL HANOI	Viet Nam									なし
[2日目] セッション 13:1640~											
[3日目] セッション 14:930~	TST TOURIST SERVICE AND TRADING CORPORATION	Viet Nam									
[3日目] セッション 15:955~											
[3日目] セッション 16:1020~	LEON TRAVEL SERVICE CO., LTD.	Taiwan		1		1			茶草場体験プログラム、 サイクリング	4	日本語OK。団体、個人を扱う。茶草場とサイ クリングは今後の可能性を感じる。
[3日目] セッション 17:1050~	VIET MEDIA TRAVEL CORPORATION COMPANY	Viet Nam		1			1			3	
[3日目] セッション 18:1115~	CHINA INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE DALIAN CO.,LTD.	China		1		1				4	通訳の女性と熱心に話しを聞いてくれた。日本 語・英語不可。(日本語・英語でのコンタクト 可?)
[3日目] セッション 19:1140~											
[3日目] セッション 20:1320~	PT BAYU BUANA TRAVEL SERVICES	Indonesia		1		1			7つ星のホテル・つま恋	4	浜松泊から掛川泊にチェンジできる可能性有 り。
[3日目] セッション 21:1345~											
[3日目] セッション 22:1410~	FRIENDSHIP TOURS AND RESORTS CORPORATION	Phillipine		1			1			4	お疲れの様子で一通り説明するにとどまる。
[3日目] セッション 23:1550~	Robert Day Travel	Australia		1		1				4	お急ぎの様子で一通り説明するにとどまるが 何度も来日しているため可能性がゼロではな い。
[3日目] セッション 24:1615~	VIETTOURS HCMC	Viet Nam									なし
[3日目] セッション 25:1640~	VIETRAVEL HOCHIMINH	Viet Nam									当日キャンセル

図表 参加しての評価（東山いっぷく処）

- 日本に来た時に観光する所は、東京、大阪、京都が多かった。富士山も人気があったが、掛川は来たことある方はおらず、どこに位置するかの説明から入った。
- 世界農業遺産、茶草場体験プログラム、自転車ツアーを積極的にアピールした。多くのエージェントで良い反応を見る事ができた。
- それぞれのエージェントがどんなものを求めているのかを引き出し、相手の興味を引く内容を案内するよう心掛けた。

- 成田 in-関空 out ルートを採用しているエージェントが多く、必ず途中の名古屋、豊橋、浜松で宿泊する。掛川は東京-大阪(京都)の間にあるので立ち寄るには便利である。
- 掛川の魅力を伝えながら宿泊先を掛川にチェンジできないか、掛川の魅力を最大限アピールし、検討するという多くの手応えを得た。
- 今回、世界農業遺産の地掛川の茶畑、茶草場体験ツアーのアピールができ、今まで知らなかった国の方々に知っていただく良い機会となった。

## 4. 留意事項

### (1) 一体感の創出

バイヤーに視覚的インパクトを与えるとともに、参加者間の交流やノウハウの共有に資するよう、今回の展示会では、参加地域の一体感を醸成するために下記の取り組みを試みた結果、参加者から高い評価を得た。

#### ① ブースのぶち抜き

4 地域のブースをぶち抜きにすることで開放感及び規模感を創出した。

#### ② 全体地図

全体地図で 4 地域の地理的位置を示すことで商談の効率を上げるとともにバイヤーに視覚的インパクトを与えた。

#### ③ プロモーションビデオ

参加地域のプロモーションビデオを 1 つに編集したうえで、会場にて連続再生し、4 地域のイメージをバイヤーに植え付けた。

### (2) 電子媒体資料の配付

多くのバイヤーは大量のパンフレットを持ち帰ることに負担感を感じており、パンフレットをそのまま会場内に廃棄したケースも散見された。今回の展示会では、紙媒体に加え、各地域の写真、パンフレットやプロモーションビデオなどの電子媒体資料を格納した CD をバイヤーに配付した。こうした取り組みは参加者及びバイヤーの双方から高い評価を得た。

### (3) 商談アポイントの取得方法

セラー固定のアポイント商談は、今回の商談会で設けられていた。商談のマッチングは事前に行われており、バイヤーはマッチング期間中(計 2 回)に、バイヤーやメディアにアポイントを取る必要があった。人気バイヤーやメディアはスケジュールがすぐ埋まってしまうことが多いため、セラーは同様な商談会に参加する場合、参加マニュアルを熟読したうえで、早めにアポイントを取ることが望ましい。

## 第3章 在日外国人に対するモニターツアーの実施

在日外国人を対象に実施したモニターツアーの概略と、その成果について紹介する。

### 1. モニターツアーの概要

山梨県北杜市、長野県飯田市、静岡県掛川市、石川県奥能登地域の4地域に協力いただき、在日外国人を対象としたツアーを実施した。いずれの地域でも1泊2日の行程でモニターツアーを実施し、参加者からは座談会形式で感想や意見を聞き取った。

#### (1) モニターの募集と選定、ツアーの実施

##### ①募集

モニターの募集は、公募によった。

具体的には、ジャパンフードフェスタ 2013 の会場で外国人に対して募集チラシを配付するとともに、在京の主要な外国大使館に対してもファクシミリで情報提供を行った。また、三菱UFJリサーチ&コンサルティングおよびツアーを委託した旅行会社トップツアーによるインターネット上での募集も行った。さらに、各ツアーへの参加者に対して、友人等への案内も依頼することで、応募者数の確保に努めた。

##### ②選定

モニターの選定にあたっては、受入地域の希望を確認し、掛川はアジア系、奥能登は欧米系の在日外国人を中心に選定した。北杜および飯田は、対象国に対する希望はなかったため、応募者の国籍に極端な偏りが発生しないよう配慮することとし、比較的応募者の少ない国・地域の出身者を優先的に選定した。性別についても、極端な偏りが発生しないように配慮した。

また、モニターツアー参加者は学生に偏りやすいという意見をふまえ、職業についても社会人（自身が主婦等であっても、配偶者が社会人である場合も含む）や、高齢者等が多く含まれることで、多彩な顔ぶれとなるように選定を行った。



### ③実施時期と人員規模

在日外国人を対象としたモニターツアーの実施時期と人員規模は下記の通りである。

北杜、掛川、飯田については、それぞれ 12 名×2回の 24 名程度でのツアー実施を想定していたが、農家民泊の日程調整上、飯田での実施は1回のみとなったため、飯田のみ当日の受入可能な上限人数である 17 名で実施することとした。また、掛川の1回目は年末にあたったため、年明けの2回目に希望が集中したことから、掛川の2回目も 18 名で実施することとした。

公募から選定した 70 人のうち、ツアー当日の体調不良で 6 人が欠席したため、実際に参加したのは 64 人となった。

図表 ツアー実施日と参加人数

実施日	訪問地域	参加	欠席	合計
平成 25 年 12 月 7 日 (土) ~8 日 (日)	北杜	11	1	12
平成 25 年 12 月 14 日 (土) ~15 日 (日)	北杜	11	1	12
平成 25 年 12 月 21 日 (土) ~22 日 (日)	掛川	6		6
平成 26 年 1 月 12 日 (日) ~13 日 (祝)	掛川	15	3	18
平成 26 年 1 月 25 日 (土) ~26 日 (日)	飯田	17		17
平成 26 年 1 月 25 日 (土) ~26 日 (日)	奥能登	4	1	5
合計		64	6	70

参加者にはアンケートに回答いただき、日を改めて座談会を実施し、意見を聴取した。

図表 座談会実施日と参加人数

実施日	参加人数	実施日	参加人数
平成 25 年 12 月 15 日 (日)	9	平成 26 年 1 月 17 日 (金)	4
平成 25 年 12 月 21 日 (土)	7	平成 26 年 1 月 19 日 (日)	10
平成 25 年 12 月 23 日 (月)	7	平成 26 年 1 月 24 日 (金)	1
平成 25 年 12 月 25 日 (水)	1	平成 26 年 1 月 29 日 (水)	5
平成 25 年 12 月 28 日 (土)	3	平成 26 年 2 月 1 日 (土)	4
平成 26 年 1 月 16 日 (木)	1	平成 26 年 2 月 2 日 (日)	12
		合計	64

## (2) 北杜地域

### ① モニターツアーにおける協力団体

#### 1) 清里高原教育旅行連絡会

清里開拓の父のひとりである安池興男氏の名前をいただいた八ヶ岳「興」民館では、安池技師にかかる資料を多数保存、展示している。それをみながら、当時を知る語り部から説明をいただける。

小須田牧場では、薪割りや牧草の手入れなど、牧場での生活を体験することができるほか、牧場長自身も清里生まれ清里育ちで、開拓当時を知る語り部としてお話いただける。なお、牧場長の父は八ヶ岳興民館の建設において、中心的役割を果たした人物である。

#### 2) ポール・ラッシュ記念センター（公益財団法人キープ協会）

清里開拓の父のひとりであり、わが国農村振興の父とも言われるポール・ラッシュ博士について、同センターの学芸員から解説をうけるとともに、博士の旧宅や貴重な資料を見学させていただける。

#### 3) 一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント（八ヶ岳観光圏プラットフォーム）

観光圏プラットフォームとして、翌年度以降も継続してインバウンド・グリーン・ツーリズムを展開する上で、中核機関としての活動を想定いただくこととなっている。

### ② 北杜地域モニターツアー行程

図表 北杜地域モニターツアーの行程

日次	場所	現地時間	移動手段	スケジュール
1	新宿	8:00	貸切バス	集合（新宿駅付近を予定）
				北杜へ移動（約2時間半～3時間） ペンション到着
	北杜	11:00		郷土料理ほうとう作り（昼食）
		13:30		八ヶ岳興民館で畑作農業時代の清里開拓の語り部の話を聞く
		15:00		ポール・ラッシュ記念館で酪農への転機について学ぶ
		17:30		ペンションでオーナー夫婦や農家の方など地元の方々との交流
18:30	郷土料理の夕食			
			ペンション宿泊	
2	北杜	9:30	貸切バス	ペンションにて朝食
		12:30		牧場生活体験（小須田農場）
		15:00		昼食（バーベキュー）
		16:00		農畜産物の販売見学（道の駅 南きよさと）
		19:00		東京へ戻る（約2時間半～3時間）
	新宿	解散		

## 1) 1日目

### a) 郷土料理ほうとう作り(11時～13時)

農林水産省「農山漁村の郷土料理百選」にも選ばれている山梨県の郷土料理「ほうとう」は、武田信玄の陣中食からはじまったと言われているが、北杜市は信玄が信濃を攻める際の経路(信玄の棒道)であり最前線でもあることから、縁が深い。

丘の公園(または宿泊先)で、地域の人々の指導のもとほうとうづくりを体験し、昼食とする。

### b) ハヶ岳興民館で畑作農業時代の清里開拓の語り部の話を聞く(13時半～14時半)

ハヶ岳公民館で、清里開拓の父のひとりである安池興男氏の取組と、当時の生活について、展示物を見学するとともに、語り部の話を聞き、地元の人々と交流する。

### c) ポール・ラッシュ記念館で酪農への転換について学ぶ(15時～16時半)

ポール・ラッシュ記念館で、清里開拓の父のひとりである博士の取組と、当時の状況について、展示物を見学するとともに、学芸員の解説を受ける。

### d) 教育旅行連絡会のペンションで交流(17時～)

教育旅行連絡会に加盟するペンションで宿泊する。

宿泊の際には、ペンション・オーナー夫婦や農家の方など地元の人々との交流を行う。

## 2) 2日目

### a) 小須田牧場で牧場生活体験(9時～昼食はさみ14時)

小須田牧場で、馬の世話、牧草運び、馬小屋や水桶の清掃など、実際の牧場生活を体験していただく。

### b) 農産物直売所(道の駅 南きよさと)で農畜産物の販売見学(15時～16時)

帰路にある農産物直売所で、実際に販売されている地元産農畜産物を見学し、希望者は購入いただく。

### (3) 飯田地域

#### ①モニターツアーにおける協力団体

##### 1) 南信州観光公社

南信州観光公社は、平成13年1月に設立された第3セクターであり、長野県南部の下伊那15市町村と民間企業・団体が参画している。体験型観光による旅の創造を提供・運営している。

#### ②飯田地域モニターツアー行程

飯田地域においては、南信州観光公社のプログラムに基づいて農家民泊を行った。

図表 飯田地域モニターツアーの行程

日次	場所	現地時間	移動手段	スケジュール
1	新宿  飯田	7:45  8:00 12:00 13:30 13:45	貸切バス	集合（新宿駅付近を予定） 飯田へ移動（約4時間） 山都飯田にて昼食およびブリーフィング 農家と対面式 各農家へ（農家体験及び農家民泊） ※同性単位で農家に分宿 ※農作業体験や夕食準備などを実施 各農家にて夕食交流 ※食事の片付けや、布団の上げ下ろしの手伝い 農家民泊（飯田）
2	飯田  新宿	8:15  11:30 12:30  14:00 19:00	貸切バス	各農家にて朝食 各農家とお別れ式 体験プログラム（五平餅づくり） 昼食 体験プログラム（りんごジャムづくり） 農畜産物の販売見学 貸切バス新宿へ戻る（約4～5時間） 解散（新宿駅付近を予定）

#### 1) 1日目

##### a) 山都飯田にて昼食およびブリーフィング（12時半～13時半）

飯田の伝統工芸である水引博物館を併設し、飯田について短い時間で知ることができる観光ドライブイン「水引の郷 山都飯田」において、昼食をいただきつつ、農家体験と民泊についての説明を受ける。

**b) 農家と対面式 (13時半～)**

農家と対面式を行い、その後、地域の農家で農作業や農家生活を体験し、宿泊交流を行う。

**2) 2日目**

**a) 農家とお別れ式 (8時15分～)**

宿泊先農家とお別れ式を行う。

**b) 体験プログラム (8時半～14時)**

五平餅づくりを体験した後、昼食を挟んでりんごジャムづくりを行う。

#### (4) 掛川地域

##### ①モニターツアーにおける協力団体

###### 1) 東山いっぷく処

掛川が世界農業遺産になった際の中心的活动をされており、茶草場農法の説明や農場体験を実地的に指導していただける。

###### 2) キウィフルーツカントリーJAPAN

わが国最大のキウィ観光農園であり、体験学習農場である。

平野園長は、自然・農村・本物をキーワードに情報発信する「出会いと学びの体験学習農園」を経営、未知なる可能性を求めた「創造農業」を目指すとして、この体験学習農場を立ち上げた。

##### ②掛川地域モニターツアー行程

図表 掛川地域モニターツアーの行程

日次	場所	現地時間	移動手段	スケジュール
1	新宿	8:15	貸切バス	集合（新宿駅付近を予定）
		8:30		掛川へ移動（約3時間）
	掛川	12:00		昼食（粟ヶ岳登山道近くの民家）
		13:30		茶草場体験（東山いっぷく処） ※草刈り、手もみ、呈茶
		17:00		ファームステイで交流 ※キウィフルーツカントリーJAPANで説明を受け、農家へ 農作業体験（民泊先にて） 夕食（民泊先にて）
農家民泊				
2	掛川	9:00	貸切バス	朝食（民泊先にて） 農作業体験（民泊先にて） 昼食（民泊先にて）
		13:30		農作業体験（キウィフルーツカントリーJAPAN） ※体験後、体験内容についての意見交換を行う 農畜産物の販売見学（サンサンファーム愛菜市）
				貸切バス東京へ戻る（約3時間）
	新宿	19:00		解散

## 1) 1日目

### a) 昼食(12時～13時)

栗ヶ岳登山道近くにある民家で、茶草場の全景を眺めながら、東山いっぷく処の用意する昼食をいただき、説明を受ける。

### b) 東山いっぷく処で茶草場を体験する(13時半～16時)

東山いっぷく処で、茶草場での作業(草刈り、手もみ)を体験する。最後に呈茶を受けてお茶を楽しむ。

### c) ファームステイで交流(17時～)

キウイフルーツカントリー JAPAN で説明後、地域の農家に宿泊し、交流を行う。

## 2) 2日目

### a) ステイ先農家で農作業体験(9時～昼食はさみ13時)

ステイ先農家で農作業を手伝い、昼食をいただく。

### b) キウイフルーツカントリー JAPAN で農作業体験(13時半～14時半)

キウイフルーツカントリー JAPAN に戻り、体験内容についての意見交換を行う。

### c) 農産物直売所(サンサンファーム愛菜市)で農畜産物の販売見学(15時～16時)

農産物直売所(サンサンファーム愛菜市)で農産物の販売状況を確認し、希望者は購入する。

## (5) 奥能登地域モニターツアー

### ①モニターツアーにおける協力団体

#### 1) 奥能登グリーン・ツーリズム研究会

石川県グリーン・ツーリズム研究会の奥能登支部であり、VJTM2013 にも「奥能登グリーン・ツーリズム研究会」として参加している。

その構成団体から、春蘭の里、能登ワイン、四季の丘に協力いただき、農作業体験、農家民泊、ワインの木の剪定等を体験していただいた。

### ②奥能登地域モニターツアー行程

図表 奥能登地域モニターツアーの行程

日次	場所	現地時間	移動手段	スケジュール
1	東京 羽田空港発 能登空港着  能登	9:35 10:30  11:30 14:00  18:00	ANA747  貸切バス	羽田空港発 能登空港着  穴水港へ移動 「能登かき」炭焼きの体験と昼食 春蘭の里（農家体験と民泊） ※農作業体験（もちつき、ほうき作り） 夕食（春蘭の里にて） 地元農民との交流  農家民泊（春蘭の里）
2	能登  能登空港発 羽田空港着	9:00  12:00 13:00  15:00 17:05 18:10	  貸切バス  ANA750	朝食（民泊先にて） 春蘭の里 ※農作業体験（地元の味噌作り） 昼食 能登ワインへ移動 ※ワインの木の剪定作業体験 四季の丘 能登空港発 羽田空港着（解散）



## 1) 1日目

### a) 昼食(11時半～13時)

穴水町の牡蠣祭りに参加して、牡蠣の炭焼き体験と昼食とする。

### b) 春蘭の里で農家体験と農家民泊(14時～)

春蘭の里で、もちつきやほうき作りを体験し、そのまま春蘭の里の農家に宿泊する。

## 2) 2日目

### a) 春蘭の里で農作業体験(9時～13時)

春蘭の里で味噌づくり体験を行い、昼食をいただく。

### b) 能登ワインで木の剪定作業体験(13時半～14時半)

能登ワインで、ワインの木の剪定作業を体験する。

### c) 四季の丘で農園体験(15時～16時)

交流体験型宿泊施設・四季の丘で、農園を体験する。

## 2. モニターツアーによるわが国グリーン・ツーリズムへの評価

モニターツアー参加者に対してアンケートを実施した上、座談会を開催して意見を聴取し、モニターツアーを通してのわが国グリーン・ツーリズムへの評価をいただいた。

### (1) 参加者の概要

参加者 64 人の国籍は 14 か国に及んでいる。欧米 19 人（米国、イタリア、オーストラリア、カナダ、ドイツ、フランス）、アジア 44 人（中国、韓国、台湾、インド、インドネシア、フィリピン、ベトナム）、アフリカ 1 人（チュニジア）となっており、主要な訪日旅行市場を構成する国・地域をほぼ網羅している。

なお、64 人のうち、今回の訪問先に訪問経験があると回答したのは第 2 回掛川に参加した 1 名のみであり、ほぼ全員がはじめての訪問となっている。また、事前知識についても、ある程度知っているという回答したのは第 2 回北杜の 1 名のみであり、ほとんどの参加者は全く事前知識がない状態で参加している。

図表 訪問先の事前知識

	地勢や歴史などを知っている	場所がわかる	名前は聞いたことがある	全く知らない	無回答	総計
第 1 回北杜			1	10		11
第 2 回北杜	1	3	1	6		11
第 1 回掛川		1	1	4		6
第 2 回掛川		3	3	8	1	15
飯田			1	16		17
奥能登		1		3		4
総計	1	8	7	47	1	64

## (2) グリーン・ツーリズムツアーに対する総合評価

### ①総合的な評価

各ツアーへの総合的な評価を7段階でいただいたところ、28人が最高評価、18人が次位評価となっており、全体に非常に高い評価を受けている。ツアー別にみると、北杜ツアーは22人中14人、掛川ツアーも21人中12人が最高評価である。

国籍類型別(チュニジアは欧米に含めた)で集計すると、欧米出身者は5点以下をつけた参加者はおらず20人中9人が最高評価、無回答者を除くと11人中9人が最高評価であった。一方でアジア出身者は4点や5点の回答もあるほか、6点の回答者も多くなっている。そこで、各ツアー参加者の国籍類型別分布を確認したところ、北杜は8人、飯田は6人、掛川は2人、奥能登は全員が欧米出身者であった。このような回答傾向もあわせて考えると、平均点の高い欧米出身者が少ない掛川ツアーの平均点が高く、アジアの人々からの評価が高いことが伺える。

図表 各ツアーの総合評価(7段階)

	4点	5点	6点	7点	無回答	総計	平均点
第1回北杜			4	7		11	6.64
第2回北杜	1		3	7		11	6.45
第1回掛川				6		6	7.00
第2回掛川		1	4	6	4	15	6.45
飯田		1	6	1	9	17	6.00
奥能登			1	1	2	4	6.50
総計	1	2	18	28	15	64	6.49

(国籍類型別)

	4点	5点	6点	7点	無回答	総計	平均点
欧米			2	9	9	20	6.82
アジア	1	2	16	19	5	43	6.39
無回答					1	1	
総計	1	2	18	28	15	64	6.49

### ②再訪意向

訪問しての再訪意向を確認したところ、64人中30人が有料であっても再訪意向があると回答した。いずれの地域でもほぼ半数が再訪意向を示している。また、訪問した地域もよかったが、その経験をふまえて他の地域に行きたいとする回答も27人あり、グリーン・ツーリズム実施地域同士での横の連携も有望と考えられる。

「もう行きたくない」とする選択肢も用意したが、回答者はなかった。

図表 各ツアー参加者における再訪意向

	ぜひまた行きたい	無料なら行ってもよい	他の地域に行きたい	無回答	総計
第1回北杜	3	1	7		11
第2回北杜	6	2	3		11
第1回掛川	3		3		6
第2回掛川	8	2	4	1	15
飯田	8	1	8		17
奥能登	2		2		4
総計	30	6	27	1	64

### (3) 各地域への評価

アンケートに加え、座談会でも訪問した各地域への評価をいただいた。

#### ①北杜地域

北杜ツアーは地域の歴史を順に学び、その成果としての現状を体験する構成となっているが、ストーリーが学べて良かったという意見と、日本語力が高くないと理解できないので、外国人には体験だけに絞った方がよいとする意見に分かれた。

図表 座談会における北杜地域への評価

<ul style="list-style-type: none"> <li>● 農村振興のために地元の人々が力を合わせて土地を開墾したという歴史を知ることができて非常に良かった。</li> <li>● 日本語力が高くないと、現地の歴史に関する説明は理解しにくいと思われる。</li> <li>● 乗馬体験、薪割り体験やBBQなど、牧場での体験がとても印象深かった。</li> <li>● 見学や歴史より体験のほうが印象に残った。特に馬の世話や薪割りなど、牧場での体験が一番印象に残った。</li> <li>● イスラム教徒であることに配慮していただき、ほうとうやおやきなどを作る際は、別の食器と食材を用意していただいてよかった。</li> <li>● 皆さんは、北杜の米がおいしい理由が知りたがっただろう。事前説明があったら餅つき体験の時はもっとおいしく食べたに違いない。</li> <li>● 宿泊先で美味しい料理を食べながら地元の農家と交流できて非常に良かった。</li> <li>● 地元の農家は日本語しかできないため、言語の壁がある。日本語がある程度できる外国人であれば大丈夫であるが、訪日外国人にとってはコミュニケーションが難しいだろう。</li> </ul>
--

## ②飯田地域

飯田ツアーは農家民泊を中心とした構成となっているが、農家での言語の壁が大きかったとする意見と、それが楽しかったとする意見に分かれた。

図表 座談会における飯田地域への評価

- 餅つきや薪割りはテレビで見たことがあるが、実際に体験できて良かった。また、五平餅の作り方は知らなかったので勉強できて良かった。
- 農家民泊の体験が非常に面白かった。また、薪割りや餅つきなどの体験は初めてだったが、非常に良かった。このほか、五平餅については知らなかったので、作り体験ができて良かった。
- 農業体験が初めてで新鮮な感覚だった。また、農山漁村の生活を体験したかったので、今回のツアーで体験できて良かった。
- 農家民泊が最も面白かった。ホストファミリーがとても熱心でいっぱい話しかけてくれた。また、料理も美味しかった。
- ホストファミリーは英語ができなくて、こちらでも日本語があまりしゃべれないため、コミュニケーションが難しかった。
- 自分は日本語が少し分かるので良かったが、外国人観光客だとコミュニケーションが難しいだろう。
- 片道の移動時間が4時間と長かった。

## ③掛川地域

掛川ツアーはお茶の体験と農家民泊が中心となっているが、世界農業遺産に関連した農業技術の高さに対して高い評価が得られた。

図表 座談会における掛川地域への評価

- 一番印象に残ったのは日本人のホスピタリティである。地元の方や旅行会社代理店の職員のおもてなしに関する印象が深かった。
- 人生初めての茶揉み体験が面白かった。茶畑の見学では、日本の農業の機械化の高さに感心した。
- 茶揉み体験が最も印象に残った。単純作業だったが、説明を聞きながら他の参加者と一緒にやるのでとても面白かった。なかなかうまくできないため、ずっと練習していた。ただ見るのではなく、手を動かす体験が良かった。
- ホストファミリーが家族の一員のように接してくれたことがとても印象に残った。お客さん扱いされず、日本の農村生活を実際に体験できてとても良かった。日本語があまり分からないため、通訳ガイドがいてとても助かった。
- 日本語が分かるので特に不自由がなかった。しかし、日本語が分からない外国人に対して事前説明を行ったほうが良い。たとえば、日本ではお風呂に入る前にまずシャワーを洗うことが当たり前だが、海外の人はそれを知らないと思われる。
- 移動時間が長かった。片道の移動時間は3時間以内が良い。
- 言葉の問題はある。農家とコミュニケーションするとき、日本語ができないとなかなか難しい。行程をわかりやすく説明する外国語のパンフレットを作ってはどうか。

#### ④奥能登地域

奥能登ツアーはさまざまな食を主題として、農家民泊をしていただいた。参加者は全員が欧米系であったが、野菜中心の食事に対して、肉が食べたかったとする意見が多かった。

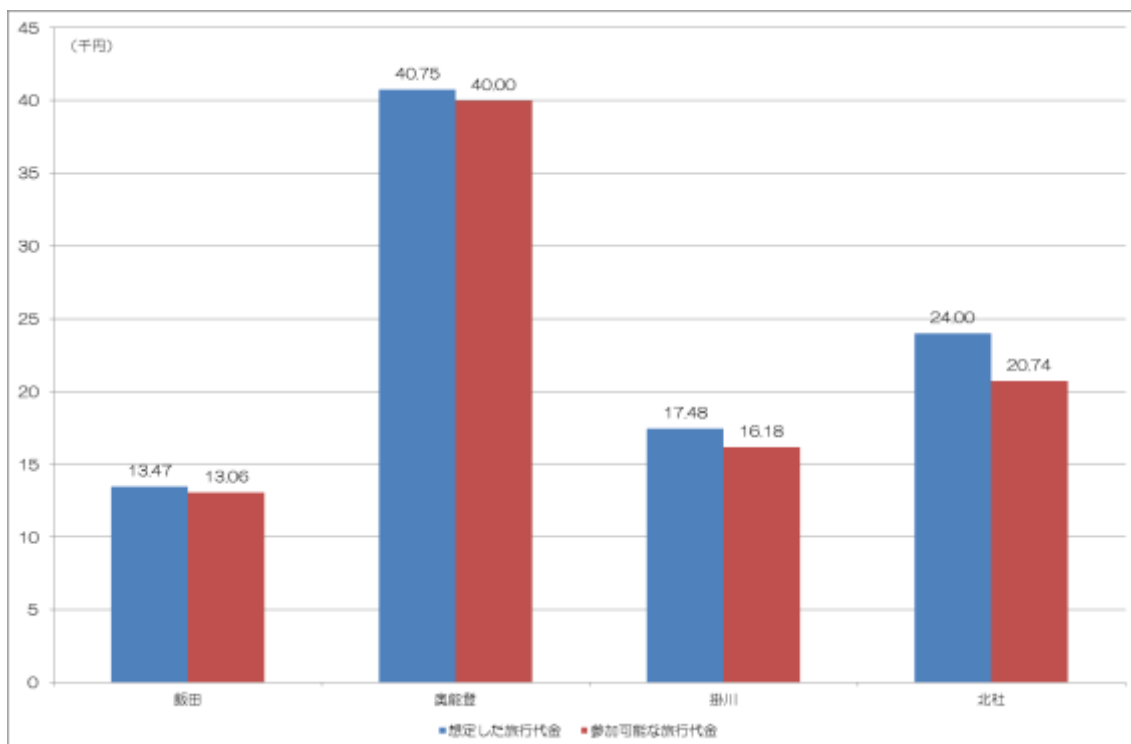
図表 座談会における奥能登地域への評価

- 地元の人が非常に親切だったため、アットホーム的な感じだった。
- 地域の住民と交流できて非常に良かった。家族みたいに接してくれた。
- 味噌づくり体験が非常に面白かった。体験を通じて、味噌を作るのに非常に時間が掛かることや、醤油をたくさんかけることが分かった。
- 外国人観光客は肉が好きな人が多いだろうから野菜だけだと難しい。
- 料理が多すぎて食べきれなかった。量を減らしたほうが良い。
- 参加者はみんなある程度日本語ができたので良かったが、日本語ができない外国人だったらコミュニケーションが難しいだろう。
- 好き嫌いが多く、野菜があまり食べられない。しかし今回のツアーでは野菜が多く、選択肢があまりなかった。野菜以外の食べ物もあったほうが良かったのではないかな。

#### (4) わが国グリーン・ツーリズムへの評価

座談会に参加いただいた際、今回体験した旅行（東京発着往復交通費＋宿泊費＋通訳ガイド費＋体験費＋保険料等）を、旅行会社だったら何円で販売すると思うか、有料で販売された場合、何円なら参加するかを、それぞれ質問した結果、往復航空機利用の奥能登でも平均 40 千円程度、往復バス利用の北杜、掛川、飯田は平均 13 千円～24 千円となった。

図表 座談会参加者が考えた今回の旅行金額



バス利用の 3 地域については、飯田、掛川、北杜の順に東京から遠いが、参加者が想定する旅行金額はその逆になっており、バス料金はほとんど意識されていないと考えられる。

日本語が堪能な外国人のなかには、通訳は不要だとして、その費用は含まない価格で回答したとのコメントもあったため、やや低めにぶれているものとは考えられるが、実際の価格帯よりかなり低めの回答となっている。また、自分が販売する場合と自分が参加する場合での差が大きくないことから、ツアーに感じた価値と支払可能額にも大きな差はないと考えられ、グリーン・ツーリズムに対するニーズは大きいものの、旅行金額が大きな壁となって顕在化していない可能性が指摘できる。

一方、北杜で 50 千円、掛川で 40 千円など、実施可能な価格で回答した人もあった。この回答は無記名で集めたためクロス集計はできないが、記入時の質問や雑談等から判断すると、学生は全体的にかなり低い金額を記入する傾向があったと想像される。その点をふまえると、社会人に対するアピールが重要ではないかと考えられる。

## 第4章 海外メディア、旅行者に対する招聘事業の実施

海外メディア、旅行者を対象に実施した招聘事業の概略について紹介する。

### 1. 招聘事業の概要

招聘事業についても、在日外国人モニターツアーと同じく、山梨県北杜市、長野県飯田市、静岡県掛川市、石川県奥能登地方の4地域に協力いただいた。海外からの滞在期間をふまえ、2地域の組み合わせで各地域に1泊ずつしていただく2泊3日で設定したが、地理的に離れている奥能登地方のみ単独で1泊2日とした。その結果、北杜+飯田、飯田+掛川、掛川+北杜、奥能登の4コースとなっている。

体験内容や行程等は、在日外国人モニターツアーのものを踏襲し、合計30人の海外メディア、旅行者を招聘した。また、参加者からは帰国前日に、座談会形式で感想や意見を聞き取った。

#### (1) 招聘者の募集と選定、招聘事業の実施

##### ①募集

招聘者の募集は、公募によった。

具体的には、Visit Japan トラベルマート2013の会場で、特に参加していた掛川市と奥能登地方の商談相手に対して募集チラシを配付、参加を呼びかけるとともに、それ以外でも、自席にいる旅行者やメディアに対して直接声掛けを行った。

そのほか、ツアーを委託した旅行会社トップツアーより、海外の協力会社に情報提供することで、応募者数の確保に努めた。

##### ②選定

招聘者の選定にあたっては、応募が多かった旅行業関係者については、相手の所在国・地域のバランスがとれるように配慮した。ただし、Visit Japan トラベルマート2013における掛川市と奥能登地方の商談相手については、商談先を実際に目で確認できるように、その地域が行先に含まれるコースに参加できるようにした。

また、在日外国人の場合と同様、掛川はアジア系、奥能登は欧米系の在日外国人を希望していたので、それを意識した選定を行ったが、掛川については、コース設定の都合上、北杜や飯田との組み合わせとなることから、地域の了承のもと、欧米系の招聘者にも参加いただいている。



### ③ 招聘事業の実施時期と参加人数

招聘事業の実施時期と参加人数は下記の通りである。帰国前日に東京で座談会を開催し、意見や提案を聴取した。

図表 招聘事業実施日と参加人数

実施日	訪問地域	参加人数
平成 26 年 1 月 18 日 (土) ~ 22 日 (水)	北杜・飯田	9
平成 26 年 1 月 19 日 (日) ~ 23 日 (木)	飯田・掛川	9
平成 26 年 1 月 21 日 (火) ~ 25 日 (土)	掛川・北杜	9
平成 26 年 1 月 24 日 (金) ~ 27 日 (月)	奥能登	3
合計		30

## (2) 各コースの行程

各コースの行程は下記の通りである。奥能登地域の行程は、在日外国人と同一であるため、省略した。

図表 北杜+飯田コースの行程

日次	場 所	現地時間	移動手段	スケジュール	宿泊ホテル(予定)
1/18 (土)	各地発 成田/羽田空港着  成田/羽田空港発 東京	午後	飛行機  貸切バス	(少人数ならリムジンバス) ホテルチェックイン 夕食	宿泊地(東京)
1/19 (日)	東京  北杜	8:00  11:00  12:30 13:30 15:00 16:30 17:00 18:30	貸切バス	朝食 北杜へ移動(約2時間半~3時間)  牧場生活体験(小須田農場) 畜産の説明(牧場長) 馬のブラシかけ、牧草の作業、 まき割り、もちつき  昼食(バーベキュー)  乗馬体験(小須田牧場)  ポール・ラッシュ記念館で畜産への 転機について学ぶ  ペンションマリオネット到着 畑作農業時代の清田開拓の語り部の 話を知る  夕食を交えながらオーナー夫婦や 農家の方など地元の方々との交流 ※地元農業についての話を聞きながら交流を深める	ペンションマリオネット
1/20 (月)	北杜  飯田	9:30  11:30  14:30		朝食  郷土料理「おやき」「ほうとう」 作り体験  昼食  食後、飯田に移動(約2時間)  農家と対面式  各農家へ(農家体験及び民泊) ※同性の4名×3農家で分宿 ※農作業体験や夕食準備などを実施 各農家にて夕食交流 ※食事の片付けや、布団の上げ下ろしの手伝い	農家民泊(飯田)
1/21 (火)	飯田  東京	午前 8:45 9:00  14:00 18:00	貸切バス	各農家にて朝食  各農家とお別れ式  体験プログラム(五平餅づくり)  昼食 発地へ戻る(約4時間) 東京都内着  夕食 ラップアップミーティング(2時間)	宿泊地(東京)
1/22 (水)	東京  成田/羽田空港着  成田/羽田空港発 各地着	午前	貸切バス	成田/羽田空港へ(少人数ならリムジン)	

図表 飯田+掛川コースの行程

日次	場 所	現地時間	移動手段	スケジュール	宿泊ホテル(予定)
1/19 (日)	各地発 成田/羽田空港着		飛行機		
	成田/羽田空港発 東京	午後	貸切バス	(少人数ならリムジンバス) ホテルチェックイン 夕食	宿泊地(東京)
1/20 (月)	東京	8:00	貸切バス	朝食 飯田へ移動(約4時間)	
	飯田	12:00		山都飯田にて昼食およびフリーフィン <a href="http://www.santo-ida.jp/">http://www.santo-ida.jp/</a>	
		13:30		農家と対面式	
		13:45		各農家へ(農家体験及び民泊) ※同性の4名×3農家で分宿 ※農作業体験や夕食準備などを実施	
				各農家にて夕食交流 ※食事の片付けや、布団の上げ下ろしの手伝い	農家民泊(飯田)
1/21 (火)	飯田	午前		各農家にて朝食	
		8:15		各農家とお別れ式	
		9:00		体験プログラム(アップルパイづくり)	
		10:00		掛川へ移動(約3時間半)	
				途中、昼食	
	掛川	14:30		茶草場体験(東山いっぶく処) ※草刈り、手もみ、呈茶	
		17:30		ファームステイで交流 ※キウィフルーツカントリー-JAPANで説明を受け、農家へ	
				夕食(民泊先にて)	農家民泊
1/22 (水)	掛川	9:00		朝食(民泊先にて) 農作業体験(民泊先にて) 昼食(民泊先にて)	
		13:30		農作業体験(キウィフルーツカントリー-JAPAN) ※体験後、体験内容についての意見交換を行う	
				農畜産物の販売見学(サンサンファーム愛菜市)	
	東京	16:00 19:00	貸切バス	各地へ戻る(約3時間) 東京都内着	
				夕食 ラップアップミーティング(2時間)	宿泊地(東京)
1/23 (木)	東京	午前	貸切バス	朝食	
	成田/羽田空港着			成田/羽田空港へ(少人数ならリムジン)	
	成田/羽田空港発 各地着				

図表 掛川+北杜コースの行程

日次	場 所	現地時間	移動手段	スケジュール	宿泊ホテル(予定)
1/21 (火)	各地発 成田/羽田空港着  成田/羽田空港発 東京	午後	飛行機  貸切バス	(少人数ならリムジンバス) ホテルチェックイン ホテル会議室にて主旨説明等 夕食	宿泊地(東京)
1/22 (水)	東京  掛川	8:30  12:00  13:30  17:00	貸切バス	朝食 掛川へ移動(約3時間~3時間半)  昼食(栗ヶ岳登山道近くの民家) ※東山いっぶく処にて食事手配  茶草体験(東山いっぶく処) ※草刈り、手もみ、呈茶  ファームステイで交流 ※キウィフルーツカントリーJAPAN で説明を受け、農家へ  夕食(民泊先にて)	農家民泊
1/23 (木)	掛川    北杜	9:00  11:00  12:00  16:30  17:00  17:30  18:30  19:30	貸切バス	朝食(民泊先にて)  農作業体験(民泊先にて)  農作業体験(キウィフルーツカントリーJAPAN) ※体験後、体験内容についての意見交換を行う  昼食(民泊先にて)  北杜へ移動(約3時間半)  ペンションマリオネット到着  ペンションマリオネットで畑作農業時代の講堂開拓の語り部の話を聞く  郷土料理ほうとう作り (ペンションマリオネットのリビングにて) オーナー夫婦や農家の方など地元の方々の交流 ※地元産物についての話を聞きながら交流を深める ※郷土料理「おやしき」などを一緒に作る  夕食  交流終了	ペンションマリオネット
1/24 (金)	北杜	9:00  10:00  12:30  15:00  16:00 19:00	貸切バス  貸切バス	朝食  ホール・ラッシュ記念館で酪農への転機について学ぶ  牧場生活体験(小須田農場) 畜産の説明(牧場長) 「もちつき」の作業、牧草の作業、餅割り 馬のブラシかけ  昼食(バーベキュー)  農産物の販売見学(道の駅 栗きよさと)  発地へ戻る(約3時間) 東京都内着  夕食 ラップアップミーティング(2時間)	宿泊地(東京)
1/25 (土)	成田/羽田空港着  成田/羽田空港発 各地着	午前	貸切バス	朝食  成田/羽田空港へ(少人数ならリムジン)	

## 2. 招聘事業によるわが国グリーン・ツーリズムへの評価

招聘事業参加者に対してアンケートを実施した上、座談会を開催して意見を聴取し、事業を通してのわが国グリーン・ツーリズムへの評価をいただいた。

### (1) 招聘事業参加者の概要

#### ① 居住国

招聘者の居住国(旅行会社の所在地)は、10か国に及んでいる。内訳は、中国6社、米  
 国とタイが各5社、マレーシア4社、オーストラリア3社、フィリピン2社のほか、ロシ  
 ア、英国、韓国、台湾が各1社となっており、主要な訪日旅行市場を構成する国・地域を  
 ほぼ網羅している。

#### ② 業種・業態

参加者のうち2社はマスコミで、28社は旅行者であった。

図表 参加者の業種業態

	マスコミ		旅行者			総計
	テレビ/ラ ジオ	新聞/雑誌	団体が主	個人が主	団体・個人均 等	総計
業種・業態	1	1	1	3	24	30

旅行者28社に訪日旅行の取扱状況を確認したところ、9社は訪日旅行に特化した業者  
 であり、14社が主力商品としているとのことであった。

図表 訪日旅行の取扱状況

	訪日旅行に特化	主力商品	取扱あり	無回答	総計
団体が主			1		1
個人が主		1		2	3
団体・個人均等	9	13	1	1	24
総計	9	14	2	3	28

また、取り扱っている地域別では、関西が24社、東京が22社、北海道と九州がそれぞ  
 れ16社であった。そのほかの回答では5社が広島を挙げている。

図表 訪日旅行における取扱地域(複数回答)

東京大都市 圏	関西大都市 圏	名古屋大都 市圏	北海道内	九州内	沖縄県内	そのほか
22	24	10	16	16	8	8
78.6%	85.7%	35.7%	57.1%	57.1%	28.6%	28.6%

2社はグリーン・ツーリズムに特化している業者であり、さらに2社が主力商品として  
いるとのことであった。現時点では全く取り扱っていないとする業者も5社含まれており、  
今後のわが国のグリーン・ツーリズムに対する関心がみられる。

図表 グリーン・ツーリズムへの取組状況

	グリーン・ツーリズムに特化	主力商品	取扱あり	取扱なし	無回答	総計
団体が主					1	1
個人が主			2	1		3
団体・個人均等	2	2	15	4	1	24
総計	2	2	17	5	2	28

### ③わが国のグリーン・ツーリズムへの期待

わが国のグリーン・ツーリズムへの期待としては、生活体験が26社（92.9%）で最も多く、  
風景、交流、食事がそれぞれ21社（75.0%）でこれに続いている。

図表 わが国のグリーン・ツーリズムへの期待

自然や野生動物	農山漁村の風景	農山漁村での生活体験	農産漁家の人々との交流	地元の食材を利用した食事	歴史や伝統的な文化の体験	自然のなかでの運動体験	農林水産業の体験観光
15	21	26	21	21	18	10	10
53.6%	75.0%	92.9%	75.0%	75.0%	64.3%	35.7%	35.7%

## （２）各地域への評価

招聘した30人の専門家から、アンケートおよび座談会で、訪問した各地域への評価をいただいた。

### ①北杜地域

北杜地域を体験した18社による総合評価をみると、個人旅行を主とする2社からの評価が低い  
が、その他は全体に高い評価となっている。

なお、この2社は、掛川地域に対しても同様に3点と評価している。事後の座談会において農山漁村  
ではなく京都のような観光地を売るべきという趣旨の発言を繰り返していることから、訪日旅行として、  
グリーン・ツーリズムではなく有名な観光地を巡る旅行を考えている業者であったことが判明している。

図表 北杜地域の総合評価

	3点	5点	6点	7点	無回答	総計
テレビ/ラジオ			1			1
新聞/雑誌				1		1
団体が主						
個人が主	2					2
団体・個人均等		2	6	2	4	14
総計	2	2	7	3	4	18

図表 座談会における北杜地域への評価

- 食材の収穫から料理を皿に載せるまでのプロセスを体験することが非常に魅力的である。
- 牧場でのBBQは社員旅行や家族旅行に向いている。
- 北杜のペンションはとても印象に残った。1つの屋根の下で、当地の食生活や文化が外国人観光客に披露されたからである。また、手作り体験で作った食べ物を試食できたことも良かった。
- 乗馬体験も非常に印象に残った。タイでは乗馬費用が非常に高いためタイ人はほとんど乗馬したことがない。乗馬体験をツアーに組み込んだらタイ人には非常に人気があると思われる。
- 農家民泊の際、農家が作った郷土料理を食べるだけでなく、現地の食材を使って参加者も母国の料理を作ることができれば、文化交流になる。
- 今回のツアーは移動時間が長かった。
- 北杜では単に農場生活ではなくて、スキーや温泉も体験できることが分かった。フィリピン人にとって、冬だけでなく桜のシーズンも非常に人気が高い。

## ②飯田地域

飯田地域を体験した18社による総合評価をみると、団体旅行を主とする1社からの評価がやや低いが、その他は全体に高い評価であり、回答が6点に集中していることが特徴となっている。

図表 飯田地域の総合評価

	4点	5点	6点	7点	無回答	総計
テレビ/ラジオ			1			1
新聞/雑誌						
団体が主	1					1
個人が主					1	1
団体・個人均等		1	9	3	2	15
総計	1	1	10	3	3	18

図表 座談会における飯田地域への評価

- アルコール類は本来有料だったが、ホストファミリーは今回特別に無料にしてくれた。ただし、一般の観光客を受け入れる際に、アルコール類の料金を明示したほうが良い。観光客が無料だと思って飲んでしまうとトラブルになりかねない。
- 飯田から東京までの移動時間が非常に長く感じた。飯田から名古屋までの移動であれば許容できる。名古屋を中継地にすれば、京都、大阪や広島に行くことができる。

### ③掛川地域

掛川地域を体験した 18 社による総合評価をみると、北杜地域と同じく個人旅行を主とする 2 社からの評価が低いほか、団体・個人均等の 1 社からの評価もやや低いが、その一方で 7 点との回答も最も多いなど、二極化した評価となっている。

図表 掛川地域の総合評価

	3点	4点	5点	6点	7点	無回答	総計
テレビ/ラジオ							
新聞/雑誌				1			1
団体が主					1		1
個人が主	2					1	3
団体・個人均等		1	2	2	5	3	13
総計	2	1	2	3	6	4	18

図表 座談会における掛川地域への評価

- 一番印象に残ったのは、イチゴ農園である。それはイチゴがタイ人に一番人気があるからである。タイ人は来日する際、イチゴをお土産として買う人が多い。イチゴの生産、包装、出荷等のプロセスを見学できれば非常に良い。
- ホストファミリーは英語ができないため、イチゴの生産過程を詳しく知ることができなかった。英語が少しでも話せる農家がいれば、もう少し交流できただろう。そうでないと沈黙で終わってしまう。

### ④奥能登地域

奥能登地域を体験したのは 3 社だけであるが、1 点と 7 点に極端に分かれた。ただし、1 点と評価した業者は、事後の座談会でも高い評価をしており、本当は 7 点をつけようとして誤ったものと考えられる。

図表 奥能登地域の総合評価

	1点	7点	無回答	総計
団体・個人均等	1	1	1	3
総計	1	1	1	3



図表 座談会における奥能登地域への評価

- 海鮮料理はとてバラエティがあっておいしかった。冬だったためか、緑があまり見られず残念だった。緑の時期や収穫の時期に来られたら良かっただろう。
- グリーン・ツーリズムや日本の農山漁村の文化を深く体験できた。特に農業体験がすばらしかった。
- 農家民泊の際は事前説明がなかった。トイレやお風呂がどこにあるかも教えてもらえなかった。事前にハウスツアーがあっても良かったのではないか。
- アクティビティの時間は少し長かった。言葉の問題でアクティビティに時間がかかっただろう。
- 手振りでコミュニケーションを取ることは醍醐味であるが、説明資料があればもっと良い。英語、スペイン語や中国語等の資料を用意すべきである。
- オーストラリア人が対象であれば、商品造成は可能である。オーストラリア人は自然、文化や食べ物に興味があるが、あまり買い物しない。奥能登の文化、食べ物、ワインを体験するのに3泊が必要である。ただし、英語、交通手段の2つの必要要件がなければ商品として売るのは非常に難しい。語学ボランティアがいたら地元住民との交流ができるので、地方政府は語学ボランティアを養成すべきである。

### (3) わが国グリーン・ツーリズムへの興味

実際に招聘事業に参加して、わが国グリーン・ツーリズム実施地域へ興味を持ったかどうかを確認した。個人旅行を主としている3社からは、現状では難しいとの回答があったが、団体が主、団体・個人均等の25社からは、興味深いとの回答が得られた。

個人旅行を主としている3社のうち2社は、当初からわが国グリーン・ツーリズムを対象と考えていない節があったため判断が難しいが、訪日外国人を念頭に置く場合、個人旅行より団体旅行の方が誘客可能性が高いことは、座談会での意見からも抽出されている。

図表 わが国グリーン・ツーリズム実施地域への興味

	大変興味深い	興味深いが他の有力観光地と組み合わせが必要	現状では難しい	無回答	総計
テレビ/ラジオ		1			1
新聞/雑誌	1				1
団体が主	1				1
個人が主			3		3
団体・個人均等	8	15		1	24
総計	10	16	3	1	30

図表 座談会におけるわが国グリーン・ツーリズムへの評価や提案

- 中国人観光客は日本での滞在期間が短く、グリーン・ツーリズムよりも買い物、花見や富士山などに興味がある。グリーン・ツーリズムを中国人向け募集型企画旅行とするのはまだ難しい。受注型企画旅行であれば可能性はある。
- 旅行代理店に日本語ができるスタッフがいる場合、受入地域とコンタクトを取って予約できるかもしれない。そうでなければ難しい。外国人観光客を増やしたいのであれば、政府の補助金で各地域の観光協会のような団体にバイリンガルスタッフを配置したほうが良い。
- 教育旅行もマーケットである。オーストラリアの学校の多くは、日本への修学旅行に興味がある。修学旅行生は日本の農山漁村での体験が気に入れば、将来は家族と一緒に来日するかもしれない。
- グリーン・ツーリズムをオプションとして従来のツアーに加えると良いかもしれない。
- 都市等の観光にプラスワンとしてグリーン・ツーリズムに取り組んだほうが良い。
- 20~30人のグループだと、観光客を受け入れる儀式（たとえば踊りや太鼓など）があると良い。
- 農業体験と農山漁村での生活体験を組み合わせたほうが良い。
- コミュニケーションの問題がある。農家はあまり英語ができないので、観光客は日本語が分からなければ、コミュニケーションが難しい。
- 外国人観光客はツアーガイドを必要とすると思うが、FITは通常ツアーガイドを雇わないので、日本人とのコミュニケーションを取るのが難しい。
- Wi-Fi環境を整備してほしい。最低限、ホテルにはあってほしい。
- 地方自治体に交通網の整備を行ってほしい。交通インフラの整備に時間がかかるが、妙高高原の成功例がある。数年前まではオーストラリア人に最も知られていない地域であった。アクセスをよくすればオーストラリア人が行くと提言し、地方自治体がバスを走らせた結果、とても人気な地域となった。
- 日本に来るロシア人は40代以上が中心で、英語が話せない。若者は英語もできるが、ヨーロッパやタイなど安い国に行くので日本に来ない。したがって、ロシア語の資料を用意したほうが良い。
- 予算がなくてなかなか難しいと思うが、チャーターバスでアクセス状況を改善することが非常に重要である。予算がない場合、ドライバー付きの小型ガイドバスを用意すれば良いのではないか。

### 3. 受入地域による感想

今回、外国人の受入を担当した 4 地域による感想は下記のようなものがあった。

図表 受入地域による感想

- 当初、打診があったときには無理だと思っていたが、事務局等の支援もあって無事に受入ができた。終わってみると、外国人相手でも日本人相手と大きな違いはなく、まずは一歩踏み出すことが大切だと学んだ。
- 今回の受入に取り組んだおかげで、外国人向けのグリーン・ツーリズムにも、もっと積極的に関わっていきたいという前向きな話をいただいた反面、生産者での地域の既存の取り組みは高齢化などにより限界がある話もいただきました。
- 昨年度までの経過から、本年度事業では協力をお断りしようと思っていたが、本調査担当者の熱意に地元が動かされ、当初は反対していた人が最後は受入の中心に立っているような状況だった。これまで、グリーン・ツーリズムの取組だけでなく、観光で地域を動かすことはなかなかうまくいかないと思っていたが、とてもよい体験をした。
- 今回の取り組みでは、食に対する参加者の評価が高かった。初めて外国人を受け入れた農家は多かったが、外国人の受入について良かったと感じた方が多かった。今回の受入は地域にとっても良い刺激になった。



## 第3部

### 情報発信と普及促進の検討・実施

## 第1章 情報発信のあり方

情報発信検討会における専門家の議論を整理し、適切な情報発信のあり方についてとりまとめる。また、その成果をふまえたパンフレットについて報告する。

### 1. 情報発信検討会の設置・開催

外国人旅行者への情報発信のあり方を取りまとめる上で、有識者等により構成される「地域の食を活用したグリーン・ツーリズムの情報発信のあり方検討会」を設置して、幅広いご意見、ご助言をいただいた。

#### (1) 委員構成

##### ① 委員

「地域の食を活用したグリーン・ツーリズムの情報発信のあり方検討会」の委員は下記の3名である。

高橋 徹 委員	株式会社電通 MCプランニング局メディア・マーケティング室 開発部 部長
高橋 充 委員	株式会社南信州観光公社 代表取締役社長
田中 陽子 委員	独立行政法人国際観光振興機構 事業連携推進部観光情報戦略室 シニア・アシスタント・マネージャー

##### ② オブザーバーおよび事務局

同じくオブザーバーおよび事務局は下記の通り（敬称略）である。

#### 1) オブザーバー

農林水産省農村振興局農村政策部都市農村交流課

志田 麻由子	課長補佐
西野 孝徳	交流担当専門職
丸山 裕二	係長
石原 直樹	行政事務研修員

## 2) 事務局

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 観光政策室  
 妹尾 康志 東京本部公共経営・地域政策部 主任研究員  
 田中 三文 名古屋本部研究開発部 主任研究員  
 杉本 宗之 名古屋本部研究開発部 副主任研究員  
 楊 岩 東京本部公共経営・地域政策部 研究員

### (2) 開催の概要

わが国のグリーン・ツーリズムを外国人旅行者に対して紹介する上で効果的なメディア(媒体)、そして提供すべきコンテンツについて、検討するため、地域の食を活用したグリーン・ツーリズムの情報発信のあり方検討会は、年度内に2回開催した。各回の議題をはじめとした概要は下記の通りである。

図表 地域の食を活用したグリーン・ツーリズムの情報発信のあり方検討会 開催概要

開催回	日付・時間	議題
第1回	平成26年1月15日(水) 13時30分～(約2時間)	<事業趣旨の共有> ・事業趣旨および構造の説明  <情報発信の現状共有> ・対外観光情報発信の現状 ・外国人による観光情報収集の現状  <課題の議論> ・論点(仮説)の整理について ・効果的な媒体と調査方法について /等
第2回	平成26年2月26日(水) 13時30分～(約2時間)	<調査結果の報告> ・課題に係る調査報告  <情報発信方法と内容の議論> ・適切な媒体と内容について ・「パンフレット」の作成について /等

### (3) 検討会での議論

検討会における活発な意見交換の結果、下記のような論点が浮かび上がった。

#### ①グリーン・ツーリズムにおける課題

##### 1) 誰に情報を発信するのか? ～対象となる外国人像の確認

わが国のグリーン・ツーリズムに興味を持つ外国人、すなわちターゲットが不明確である。多くの訪日客の目は大都市に向いており、いきなり農山漁村に誘客するのは難しい。姉妹都市をはじめ、国際交流の積み重ねがある先であれば、比較的誘客がしやすい。

海外富裕層は日本の歴史、文化や食に興味を持つ人が多い。ただし、訪日して農山漁村に行く時間がない層でもある。

(事業名とは合致しないが) 在日外国人も対象として考えて良いのではないか。米国では、海外の米軍基地にホームステイしながら異文化体験するプログラムがある。そういった大学生を誘致することは有力である。外国人留学生も有望な情報発信先ではないか。

## 2) どのような情報を発信するのか? ~外国人が求めている情報の検討

日本は都市的イメージが強いため、農山漁村が訪問先としてつながりにくい。農山漁村における伝統的文化の存在を伝えていく必要がある。

## 3) どのように情報を発信するのか? ~多言語情報の発信や更新頻度への対応の検討

実施地域の多くは、多言語による情報発信への対応が困難な状況にある。英語をはじめとした外国語対応の情報発信を進めた地域でも、更新頻度には限界がある。

## ②誰に発信するのかの検討

情報提供によって態度が変容し、農山漁村を訪問してくれる外国人が、「情報発信」を主題とする本検討会が対象とすべきターゲットではないか。また、在日外国人に対する情報提供は、長い目で見れば訪日外国人の誘致に繋がるものと考えられる。

### 1) 訪日外国人

農林水産業や食品製造業者など、日本の農林水産業に注目しており、視察受入先や取引先を探している人々は、わが国のグリーン・ツーリズムにかかる情報の提供に応じて、農山漁村を訪問するものと考えられる。釣りマニアなど、世界中の農山漁村地域を好んで訪問している人々があり、そういった人々を主な顧客としているような旅行業者も存在している。これらの外国旅行業者は、日本の農山漁村地域の情報を求めており、適宜情報を提供することによって、選択肢の一つとして顧客に提案することが想定される。

### 2) 在日外国人

在日外国人は、日本人と触れ合いたい、知り合いになりたい、生活を知りたいというニーズを持っているから、情報発信する意義がある。高い日本語力やITリテラシーがあっても、グリーン・ツーリズムに関する情報を得ることができていない実態から、情報発信によって訪問需要が大きく顕在化する可能性が高い。

訪日外国人が訪日前に役に立った情報源をみると「日本在住の親族・知人」や「個人のブログ」が多く挙げられている。在留経験の浅い日外国人や親族訪問による訪日外国人には、長期滞在している知人・友人や家族に連れられて、農山漁村を訪問したという人も多くみられる。



### ③どのような情報を発信するかの検討

情報提供によって訪日可能性が高まると考えられる外国人観光客群については、いずれも直接アプローチすることは難しいものの、外国旅行業者や J I C A 等の団体を通じてのアプローチが可能なものと考えられる。招聘した外国旅行業者によれば、視察旅行は団体旅行となること、視察のみではなく主要都市での自由時間や観光も組み込む必要があることから、東京または大阪から遠くなく、お薦めできる地域の情報を求められた。

体験プログラムのメニューに加え、どの程度の価格なのかという情報も重要である。

### ④どのように情報を発信するかの検討

#### 1) 訪日外国人

訪日外国人の受入体制については、英語での対応を必須とする人と、逆に通じないのが楽しいとする人に大別されており、必ずしも通常時の外国語対応が求められているわけではないが、情報発信については、少なくとも英語での情報発信が必須である。当面、情報提供の主たる対象は外国旅行業者と考えられるが、J N T O やランドオペレーター等から、国内観光地の情報を得ている業者が多い。また、商談会や展示会も重要な情報収集の場として認識されている。ターゲットを国・地域で絞った場合、その国の言語での情報提供も為されていると効果的である。

#### 2) 在日外国人

日本語力が高い在日外国人は、比較的安価で済む日本人向けの旅行商品を選択するため、交通広告も有効である。ただし、十分な日本語力がある人でも母国語での Facebook や twitter 等の SNS によるクチコミ系情報は非常に効果が大きい。駐日大使館、在日米軍のような組織には、国内の訪問先にかかる情報を提供すれば関係者で共有される仕組みを有している場合もある。

### ⑤想定された情報発信のかたち

#### 1) 商談会や展示会での外国旅行会社に対する情報提供

外国旅行会社に対しては、Visit Japan トラベルマートのような商談会や旅行展示会等への出展による情報提供が効果的である。商談会や展示会に参加するためには、10 分程度でプレゼンテーションできるような紙ベースの資料が必要である。詳細や更新が必要となる項目については、英語情報を中心に Web 上で情報提供することも可能である。

この場合、東京や大阪から 2 時間圏の地域や、東京－大阪間の移動中に宿泊地として立ち寄ることができる地域の情報を中心に提供することが、比較的早く効果を得られると考えられる。

## 2) 更新頻度の高低と国と地方の役割分担に応じた情報の仕訳

更新頻度が高い情報を紙ベースでまとめてしまうと、陳腐化が早すぎて利用出来なくなることがある。一方で、商談会などでの利用を考えると、ある程度の紙ベース資料を備えることは必須である。また、イベント情報など、地域に密着した情報は、国が管理すると後手後手となるため、地方で対応すべきであるし、宿泊や交通の予約サービスをワンストップで行う等の工夫は、民間でなくては実施ができない。

そのため、実施主体と更新頻度の2つの軸を用いて、発信情報を仕訳することが重要である。更新頻度が低いものについては紙ベースでの情報提供とし、高いものは電子ベースでの情報提供とする。基本的には、更新頻度が高い部分は地域への密着性が求められるため、国は更新頻度の低い部分を担当することになる。一方で、外国旅行社や旅行客からは、情報の一元化や予約のワンストップサービスも期待されており、地域の自治体、そして民間による情報をとりまとめたポータル役割は、中央において対応する必要がある。

## 3) 在日外国人を起点とした海外向け情報発信

日本語力の高い在日外国人の場合、外国人と気が付かずに、既に受け入れている例も多々あると考えられる。こういった人々に対しては、日本人に対する場合と同じように情報発信することでよく、日本語によるわかりやすい情報の整理を行うことが必要である。

在日外国人は、Facebook等で母国語の情報を発信・受信しており、友人や家族からのクチコミ情報を非常に重視している。そのため、彼らが情報を発信しやすいような提供方法が必要である。SNSの場合、最初にソーシャルグラフ（SNS内でのつながり）内の誰かに取り上げられることがきっかけとして必要であり、そのためにはモニターツアーのような取組も有効であるほか、外国人が多数居住する地域や店舗などでパンフレットを配付したり、エスニックメディア（外国人向けメディア）を有効活用したりする等の方法も考えられる。

## 2. グリーン・ツーリズムにかかるパンフレット作成

情報発信検討会での議論をふまえ、情報発信用のパンフレットを作成する。

### (1) パンフレット作成の概略

グリーン・ツーリズムの情報を発信するためのパンフレットについて、下記のように定めた。

#### ①目的

- ・グリーン・ツーリズムによる訪日外国人誘客促進
- ・グリーン・ツーリズムを通じた日本の食のPR
- ・日本のグリーン・ツーリズムのイメージ伝達 (PR)

#### ②対象

- ・日本での学習旅行を検討する海外の学校、旅行会社等
- ・農水産業による日本での研修を検討する海外の団体、企業等
- ・JICA、JICE など国際関連機関

#### ③体裁

- ・A3カラー 2つ折 (仕上りはA4サイズ・4ページ)
- ・基本はPDF版で、Web上で掲載するものとし、印刷部数は日本語・英語各150部

#### ④内容

##### 1) グリーン・ツーリズムの勧め

- ・日本のグリーン・ツーリズムで、様々な体験・研修・学習が可能であることを、実際の各地の写真で紹介。

##### 2) 体験内容別に、各地のプログラム等を写真で紹介。

- ・写真でイメージを伝えることを目的とする。

## (2) パンフレット

実際に作成したパンフレットは下記のようなものである。

図表 グリーン・ツーリズムの情報発信用パンフレット





新山山稲刈り



稲刈り



赤く山げの収穫体験

## SCENE 01 農作業を 体験しよう!

自然を感じながら田植えや収穫をしたり、  
 農家の方々と交流したりしませんか。



新山山田植え



稲刈り体験



農作業に学ぶ日本の農業(稲刈り体験)



収穫体験

## SCENE 02 農家の暮らしを 体験しよう!

まつり、餅つきなど農村に今も残る伝統  
 的な行事などを通じて、日本の農村文  
 化に触れてみませんか。



赤木地区 / 赤川餅つき体験



赤川餅つき体験の風景



赤川地区で餅つき体験の様子



餅つき



赤川地区餅つき



餅つき体験の様子



赤川地区 / 餅つき体験の様子





いちごをいれたお茶です！



芋の天婦羅（与野町「農」料理百選）

### SCENE 03 農山漁村でしか 味わえない「食」を 楽しもう！

ユネスコ無形文化遺産にも登録された「和食」、農山漁村にも受け継がれた地域色豊かな「和食」があります。とれたての野菜や魚のおいしさは格別です。



北海道産の「干魚巻」（盛岡「食」百選）



石臼で挽きたて



子どもたちが嬉しそうに食べているお茶



ごまめしらすと大分漬（鶴と料理百選）



鯛の山菜漬（高知県「食」料理百選）

●鶴と料理百選 <http://www.rdpic.or.jp/kyoudoryouji100/recipe/select01/>



田植え



田植え



樹木の様子を観察中



芋ほり体験



芋ほり体験

### SCENE 04 子どもたちに かけがえのない体験を！

自然とふれあったり、人々と交流したりして、自然との共生やいのちの大切さを感じることができます。豊かな人間性を育むきっかけが農山漁村にはあります。



釣り体験体験



## 第2章 普及促進の取組

普及促進に向けたセミナーを開催した。

### 1. セミナーの開催概要

#### (1) 概要

日時：平成26年3月18日（火）13：30～16：00

場所：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社本社24階大会議室

#### (2) 実施規模

資料を60部準備したが、参加者によって51部が持ち帰られた。

#### (3) 次第

(13：30)

##### 1. 開会

(13：35～13：50)

##### 2. 訪日旅行の現状について

講師：観光庁国際観光課

係長 薬丸 裕 氏

(13：50～14：20)

##### 3. 本調査事業における結果報告

講師：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

主任研究員 妹尾 康志

(休憩)

(14：30～15：50)

##### 4. 農山漁村における訪日外国人旅行者の受入に向けて（パネルディスカッション）

講師 パネリスト：観光庁国際観光課 係長 薬丸 裕 氏

農林水産省都市農村交流課 交流担当専門職 西野 孝徳 氏

一般社団法人信州いいやま観光局 事務局次長 木村 宏 氏

株式会社美ら地球 代表取締役 山田 拓 氏

コーディネーター：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

主任研究員 田中 三文

(15：50)

##### 5. 閉会

(閉会后、名刺交換を実施)



## 写真 セミナー会場の様子



## 2. パネルディスカッションの内容

木村パネリストにより飯山、山田パネリストにより飛騨での取組が紹介された。

### 図表 インバウンドに関する取組の概要（一般社団法人信州いいやま観光局）

- 飯山市は長野県北東部に立地しており、豊かな自然や郷土文化を持つ町である。同市では、スキー客の減少を受け、新たな観光客を獲得するためにグリーン・ツーリズムを平成7年より展開した。それ以来、森林セラピー、信越トレイル、サイクリング、カヌー、スノーシューやかまくらなど季節に応じた様々な体験メニューが開発されている。
- インバウンドの受入宿泊数は順調に伸びている。たとえば、飯山におけるスキーシーズンの受入実績（個人旅行者・スキー滞在者は含まない）は平成23年度の300人泊より平成25年度の2,000人泊超まで増加している。
- 主要受け入れ国は中国、韓国、アメリカ、オーストラリアなどである。
- アクセスの改善により観光客が増えるとの予想から、地元では2015年3月新幹線飯山駅の開業に期待を寄せている。
- 飯山市としての主な課題は市内回遊の情報不足、二次交通整備及び人材育成が挙げられている。特に、同市での観光は車がないと非常に不便であるため、二次交通の早急な整備が必要とされている。

### 図表 インバウンドに関する取組の概要（株式会社美ら地球）

- 株式会社美ら地球では、事業の一環として、飛騨地域を中心にインバウンドツーリズムに取り組んでいる。その際、里山という地域資源に注目し、里山風景およびそこに暮らす人々の暮らしを垣間見られるツアーをデザインした。
- 外国人に向けた情報発信については、コスト及び実効性の視点からインターネットが良い。同社の場合、東京や京都などの人気観光地にプラスワンとして、外国人に飛騨地域に来てもらえるよう、田舎に興味を持つ外国人に特化し、英語での情報発信を積極的に行った。その結果、同社が企画したツアーでは、参加者の大半は外国人である。現在、36ヶ国からのゲストを受け入れた経験を持つ。
- 外国人の視点に立って地域資源を活用したツアー商品を組成したり、外国人旅行者の受入環境を整備したりすることが必要である。また、外国人からの農山漁村への期待について、地域の「食」も欠かせない要素である。

両氏による取組の紹介の後、大きく3つのテーマに基づいて、パネルディスカッションが進められた。

#### 写真 パネルディスカッションの様子



#### (1) テーマ① グリーン・ツーリズムによる訪日外国人誘致の可能性

～どこの誰に何を売るのか、何を魅せるのか、マーケットの可能性～

(薬丸氏)

- ・ 飯山や、飛騨での取り組みに見るように、“体験”に対する外国人ニーズは高い。田舎体験や日本の生活体験、農業体験など、あらゆるものに日本の魅力を伝えていく可能性がある。“体験”という切り口での魅力としては大変可能性を秘めている。

(西野氏)

- ・ 農水省としてもこうしたニーズや受入の実態なども把握しながら、情報発信を積極的に行っていきたいと考えている。この6月の公開に向けて英語版のWebサイトを立ち上げる予定でいる。皆様にも協力いただき内容の充実を図っていきたい。

(山田氏)

- ・ ツアー参加者の50%以上は外国人。取組をはじめて4年目になるが年間2万人の参加者（うち外国人1万人）を得ており、順調に増加基調で推移している。これからもますます積極的な受入を継続していきたい。
- ・ 外国人（特に欧米人）にとっての訪日旅行で行きたいところとして、「東京・京都・イナカ」と“田舎体験”は欠かすことが出来ない要素にもなっている。そこにグリーン・ツーリズムは入りこんでいける。飛騨はとても交通不便なところだけれども、海外のロコサイトのトリップアドバイザーでは、日本の紹介されているアイテムとして最

高の評価を得ている。

- ・ 近々行われるパリでの旅行博で、飛騨での滞在を組み込んだ商品を販売してもらおうが、日本での滞在約 10 日間のうち「Hida 5 days」が組み込まれている。それほどニーズはあるということ。

(木村氏)

- ・ まだ本格的な取り組みには至っていないが、外国人は徐々に増えている。来年春の新幹線開通により、さらに外国人を受け入れられるように取り組んでいきたい。

(田中氏)

- ・ 観光庁からも、グリーン・ツーリズムによる外国人受入は大いに可能性があるかと太鼓判を押していただいたと解釈したい。

(西野氏)

- ・ 現状では、訪日外国人はまだ東京、京都、富士山に行きたい人が多い。2～3回来日した外国人は、それ以外の地域を訪れたいニーズがあると考えられる。また、今後は 2020 年東京オリンピックを見据えながら受入の準備をしないといけない。
- ・ 食が目的で来日する外国人はいないだろうが、食を他の要素と組み合わせて誘致したほうが良い。食は訪問先を決める際の 1 つの判断要素であるし、リピーターを増やすための重要な要素でもある。地域では食を含める観光資源が非常に豊富である。こうした観光資源を活用して情報発信したい地域の方をサポートしたい。

## (2) テーマ② グリーン・ツーリズムの受入体制、受入側の心得、受入側のおもてなし

～外国人は受入側に何を求めているのか、何を受入側は用意するべきなのか～

(山田氏)

- ・ 外国人の受け入れに関しては、スタッフは全員英語が話せるが、それ以外の田舎の訪問先においては、全て日本語対応で、ありのままの姿を見せている。そのありのままの姿こそが、田舎の魅力である。
- ・ 外国語対応ができるのであればもちろん良いが、できない場合は整備するのに時間とコストがかかる。言葉の問題に躊躇せず、まず外国人の受入に取り組んでみたら良いのではないかと。

(木村氏)

- ・ 外国人観光客に向けて情報発信ができていないのは受入側の課題である。また、団体観光客の多様なニーズに応えるために、当協会は現地のコーディネーター役としてさらなるトレーニングが必要と感じている。FITへの対応について、英語ができるかど

うかで対応のスピードが異なるので、少なくとも外国人観光客の受入を生業としている方は英語を勉強する必要があると考える。

### (3) テーマ③ グリーン・ツーリズムの海外への情報発信

～どうやってPRし、魅力を伝えていくのか、官にできること、民にできること、相互にできること、協働してできること～

(薬丸氏)

- ・ 海外への情報発信について、以前は国や都道府県が中心に取り組んでいたが、現在は市町村レベルでも注力している自治体が増えている。プロモーションについては、行政の職員は旅行代理店を通じて行う場合もあれば、直接海外の見本市に参加する場合もある。こうした方と連携して一緒に取組むのは良いのではないかと。
- ・ また、地域の情報を如何にインターネットに掲載するかが非常に重要である。実際に地域を訪れた外国人観光客が強い発信力を持っているので、彼らが情報発信しやすくするためのネット環境の整備が必要である。
- ・ 海外への情報発信において大切なのは強力なイメージを伝えること。パンフレットなどでは画像を中心とし、外国人の集合写真ではなく、特に体験している写真を使うとインパクトがある。その意味で、今回の事例の2地域は素晴らしい素材を使っている。
- ・ なお、地域の現状を見極めながら、適度に整備したほうが良い。

(山田氏)

- ・ 当社では基本ウェブを通じてPRし、誘客している。申込みもウェブを通じて受け付ける。一企業でのPR力は限界があるので、国の支援が必要である。
- ・ NHKが作った里山を紹介する動画がBBCで放送されたこときっかけに、SATOYAMAという言葉はごく一部であるが、海外でも認識されるようになりつつある。今後はさらに「SATOYAMA」の認知度を高めていただきたい。

(木村氏)

- ・ 地方の観光局として海外にPRするのは限界がある。飯山市の姉妹都市や友好都市などとの交流から始まり、それ以外は、旅行エージェントへの営業活動が主となる。

### (4) 質疑応答

農山漁村における観光振興で、大きな課題である二次交通について、質問が見られた。

(木村氏)

- ・ 現状、最寄駅からの二次交通は充実していない。バス交通も交通事業者の採算の問題もあり、簡単にはいかない。対応策としては、レンタサイクルを検討している。

(山田氏)

- サイクリングツアーの集合場所は、駅周辺としている。集合時間も電車の時間、あるいは周辺では欠かすことのできない訪問先の白川郷との乗継も考慮した時間になっている。
- 海外では二次交通に関する取組み事例があるが、日本では同様な取組みがなかなかできないのは現状である。

(薬丸氏)

- 北海道では香港やシンガポールからの観光客がレンタカーで移動するスタイルができている。外国語対応の道路標識の整備が必要であるが、レンタカーは二次交通問題を解決するための1つの方策となりうる。空港やターミナル駅にレンタカーを設置すれば、利用が増えるのではないか。

### 第3章 事業効果の測定

本事業において実施した実施地域への支援、情報発信や普及促進については、アンケート等によって事業効果を測定し、各章に記載している。ここでは代表的な指標を再掲する。

#### 1. JFF2013 への出展効果

グリーン・ツーリズムの出展に対する外国人からの評価は、最上級のとてもよい (Excellent) が 30 人で最も多く、よい (Good) が 14 人、まあまあ (Fair) が 4 人となっている。悪い (Poor) 以下の評価はなかった。

図表 グリーン・ツーリズムのブースに対する評価

	とてもよい	よい	まあまあ	無回答	総計
総合評価	30	14	4	1	49
	61.2%	28.6%	8.2%	2.0%	100.0%

#### 2. VJTM2013 への出展効果

出展した4地域に、出展しての満足度と、今後への手応えについて、7段階でいただいたところ、いずれに対しても高い評価であった。飯豊で手応えが4になっているのは、ターゲットである台湾の旅行業者の参加が少なかったことによるものであった。

図表 出展者による評価

	満足度	手応え
飯豊	5	4
飯山	6	6
奥能登	6	6
掛川	7	7

#### 3. モニターツアーの実施による効果

在日外国人のツアー参加者から、各ツアーへの総合的な評価を7段階でいただいたところ、64人中28人が最高評価、18人が次位評価となっており、平均6.49点と、全体として非常に高い評価を受けた。

図表 各ツアーの総合評価

	4点	5点	6点	7点	無回答	総計	平均点
第1回北杜			4	7		11	6.64
第2回北杜	1		3	7		11	6.45
第1回掛川				6		6	7.00
第2回掛川		1	4	6	4	15	6.45
飯田		1	6	1	9	17	6.00
奥能登			1	1	2	4	6.50
総計	1	2	18	28	15	64	6.49

#### 4. 招聘事業の実施による効果

海外から招聘した旅行者やメディアから、各地域への総合的な評価を7段階でいただいたところ、延べ57人中14人が最高評価、20人が次位評価となっており、平均5.84点と、全体として高い評価を受けた。

招聘事業においては、海外旅行会社より自社顧客に対する紹介をしたいとして、具体的な問い合わせもあり、高い効果が生じている。

図表 各地域への総合評価

	3点	4点	5点	6点	7点	無回答	総計	平均点
北杜	2		2	7	3	4	18	5.64
掛川	2	1	2	3	6	4	18	5.71
飯田		1	1	10	3	3	18	6.00
奥能登					2	1	3	7.00
総計	4	2	5	20	14	12	57	5.84

注釈) 奥能登で1点との回答があったが、聞き取り結果から7点の誤りと考えられ、修正を加えた。