

(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	自由記入	4段階 で記入	自由記入
[2日目] セッション 1:1000~	PERFECTOUR 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~	CTIC TOURISM GROUP CO.,LTD	China		1		1			お茶飲み、養生堂、ヤマ ハ工通、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活動として、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)

粟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は回答したのは第 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"> ● 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。 ● 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。 ● 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。 ● 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。 ● 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。 ● 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。 ● 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。 ● 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。
--

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。

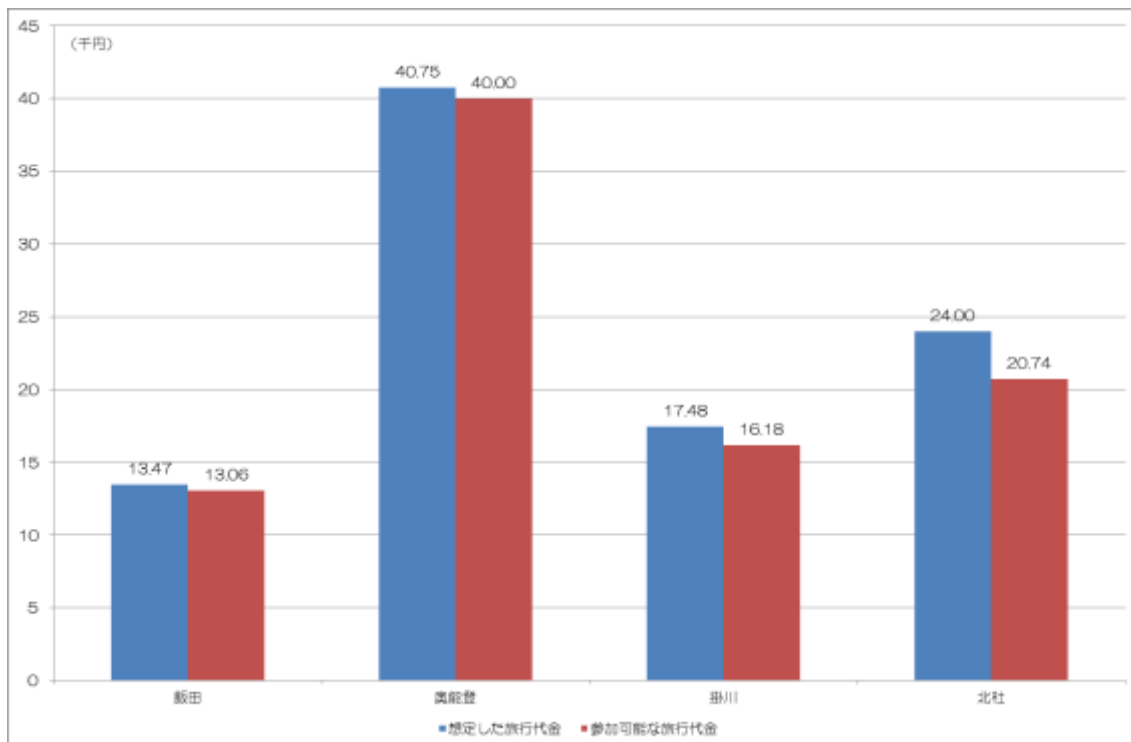
図表 座談会における奥能登地域への評価

- 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、地域の下承のもと、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 http://www.santo-ida.jp/	
		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義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 南きよさと) 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。在留経験の浅い在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、外国旅行社や旅行者からは、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





新山山麓おひ



高野田



赤く山げの産種体験

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。



新山山麓おひ



高野田おひ



高野田山麓おひ(おひおひおひおひ)



高野田

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。



高野田山麓おひ / おひおひおひおひ



高野田山麓おひおひおひ



高野田山麓おひおひおひおひ



高野田



高野田山麓おひおひ



高野田山麓おひおひ



高野田山麓おひおひおひ



いちごをいれたお菓子です！



芋の皮揚げ「お味噌汁」料理（白旗）

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「イクラ」(産地直産品)



石臼で挽かれた



子どもたちが喜ぶ「お味噌汁」料理（白旗）



ごまめしらすと大分漬(郷土料理白旗)



「お味噌汁」料理(郷土料理白旗)

●郷土料理白旗 <http://www.rdpic.or.jp/kyoudoryou/100/nd/pa/select03/>



田舎まつり



お祭り



お祭りの様子(白旗)



お祭り



お祭り

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。



お祭り

SCENE 05

農山漁村には魅力がいっぱい!

トレッキング、サイクリング、カヤック、桜の観賞や雪遊びなど四季折々の活動を
楽しむことができます。自然とともに生きる知恵が農山漁村には息づいています。
語り尽くせない魅力に溢れた日本の農山漁村で過ごしてみませんか。



Green
Tourism



夏のアウトドア(霞波湖緑道)



秋の牧場



青森から見える美しい山景(山形県)



五湖山荘



桜の満開サイクリング



雪山歩き



夕べカヤック



秋の風景(長野)

【ご紹介いただいた地域】

北海道釧路市 / 北海道釧路市 / 山形県鶴岡市 / 福島県喜多方市 / 長野県飯山市 / 静岡県掛川市周辺地域 / 新潟県佐渡地域 / 岩手県胆野地域 / 大分県国東半島半島地域 / 長崎県長崎市高島町 / 熊本県阿蘇地域 / 鹿児島県出水市

本資料の問い合わせ先

〒100-8950

東京都千代田区霞が関一丁目2番1号

農林水産省農村振興局都市農村交流課

TEL 03-3502-0030

FAX 03-3595-6340

E-mail: rural_tourism@nm.maff.go.jp

写真提供: 日本政府観光局(JNTO)

制作協力: 三晃UFJリサーチ&コンサルティング株式会社



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ると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。