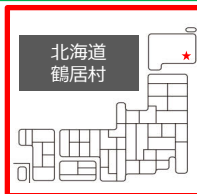


農泊地域における取組事例集

農林水産省
農村振興局都市農村交流課



○農泊を地域全体で推進するため、NPO法人美しい村・鶴居村観光協会が主体となり、地域に賦存する酪農業・林業・タンチョウヅル・釧路湿原・村内にある既存の観光施設、体験施設、ガイド等を活用し、農泊コンテンツを作成。「ガストロノミー・ツーリズム」「ワーケーション」を核として、インバウンドにも通用する観光地域づくりを実現。

地域の課題

- 7～8月の夏場に観光客が集中する
- 外国人観光客が増加傾向にあるが、大半が通過型観光であり、鶴居村を宿泊地として選んでもらえるよう、周辺の有名観光地との差別化できるコンセプト・コンテンツづくりが必要

地域に賦存する資源

- 冷涼な気候を活かした酪農業
- タンチョウヅルの生息地でもある釧路湿原国立公園を始めとした豊かな自然環境と美しい農村景観
- 人里周辺を含め多数生息するシカと、食肉処理が可能な解体施設
- 移住者が廃校を利用して設立した地ビール工場
- 釧路空港や駅からも比較的便利な交通アクセス



農山漁村振興交付金の主な活用方法

H29,
30
ソフト
事業

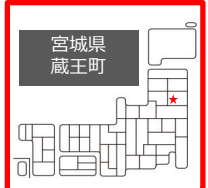
- ①検討会の実施、活動計画の策定
 - ・観光協会事務局長を中心に、農泊や地域づくりに関心のある有志で検討会を開催、活動計画を策定しコンセプトを整理
- ②観光目的ごとの対象者を明確にしたマーケティング調査
 - ・外国人観光客、サイクリングやフットパス愛好者等へのマーケティング調査
- ③農村女性による新メニューづくり、商品開発（6次産業化）、パンフレットの作成
 - ・地元農産物素材による新商品の開発、鶴居村で体験できる食を紹介するパンフレットの作成(多言語対応)
- ④農泊プロモーションの実施
 - ・道央圏、首都圏を対象に地元食材を使った、農泊プロモーションイベント等を開催
- ⑤外国人を含むモニターツアーの開催
- ⑥日本語版・英語版の農泊ウェブサイトの作成
- ⑦滞在型観光ワンストップ窓口の開設
 - ・滞在型観光客へのワンストップ窓口を設置し、夏季の避暑滞在、二地域居住、移住等へ対応
- ⑧農泊ガイドの育成

現在の状況

- 欧米・台湾等のインバウンドからも旅行目的地として認知され、2600人の村に350人が来訪。英語での問い合わせに対応できる者も雇用
- 地域の食の関係者が一体となって来訪者に食コンテンツを提供し、ジビエや乳製品、地ビールを活用したガストロノミー・ツーリズムの村としてのブランドが確立
- ワーケーション対応もできる宿泊施設を整備を通じ、長期滞在客も獲得

K P I 達成状況

- 延べ宿泊者数：12,300名/H28年→13,500名/R3年にアップ
- 宿泊料売上：13,880千円/H28年→15,000千円/R3年にアップ
- インバウンド受け入れ：1,543名（H28年）→1,700名（R3年）にアップ
- ワーケーションの受け入れ：0名（H28年）→85名（R3年）にアップ
- 第14回観光庁長官表彰を受賞（R4年）



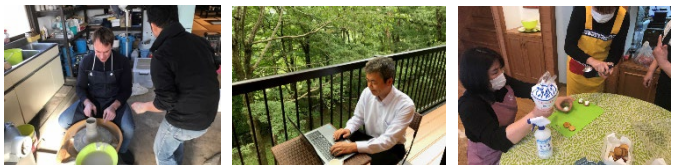
○ブランド力のある観光コンテンツと農泊を掛け合わせ、新たなコンテンツとして磨き上げ発信し農泊ビジネスの実施体制を構築している。インバウンドを含め広域から旅行者を集客し、地域の経済発展のためにさらなる体制、マーケティングの強化に向けて取り組む。また、コロナ禍以降はワーケーションやマイクロツーリズムに切り替え、持続的な所得向上に貢献。

地域の課題

- 少子高齢化、人口流出、農家の後継ぎ不足を原因とする空き家、耕作放棄地問題
- 1970年代に開発され、持ち主が不在になったり未開発のまま放置された別荘地の利活用

地域に賦存する資源

- 蔵王国定公園、蔵王連峰、樹氷、遠刈田温泉などの豊かな自然
- 遠刈田伝統こけしに代表される手工芸文化や、高原野菜、果樹、蔵王チーズなどの豊かな食資源
- 空き家、空き別荘



空き別荘を農泊の宿泊施設に活用

地域食材を活用したメニュー開発

農山漁村振興交付金の主な活用方法

H30, R1
ソフト事業

- ①農泊推進のための実施主体の体制整備
 - ・全体会議、運営会議、部会開催、農泊推進の方針策定
- ②既存の体験コンテンツ（伝統文化・食など）・プログラムの検証、新規造成
- ③宿泊施設開業支援
 - ・農家民宿開業・空き家活用セミナーの実施、農泊ビジネス化に向けた研修会等
- ④販売管理支援
 - ・ICT活用研修、予約管理体制の構築、海外旅行会社との連携
- ⑤地域プロモーション
 - ・協議会HP作成、パンフレット作成、首都圏向けプロモーション活動等
- ⑥研修生の受け入れ、専門家（農泊コンサルティング事業者）の受け入れ



体験コンテンツ フルーツツーリズム

R2
ソフト事業
高度化

- ⑦新規開業施設のサポート、決済のキャッシュレス化
- ⑧OTA掲載用施設紹介記事の作成翻訳（5施設分）
- ⑨OTA初期セットアップに関わる写真撮影、施設基本情報作成、日本語テキスト作成

現在の状況

- 空き別荘のうち27軒の宿泊施設化に成功（一棟貸し、別荘貸切）。ワーケーション目的の長期滞在者を来訪者として獲得（宿泊）
- チーズ作り体験、着付け体験、染物体験、陶芸体験等の斡旋（体験）
- 農泊による関係・交流人口を通じた移住の斡旋

KPI 達成状況

- 農泊関連売上 0円/H29年→3億2,000万円/R3年にアップ
- 空き家・別荘の宿泊施設化による集客 0人/H29年→38,000人/R3年にアップ
- 農泊振興協議会が関わる移住者数 0組/H29年→18組/R3年にアップ
- テレワーク、ワーケーションの促進
- 第8回「ディスカバー農山漁村の宝」選定

キーワード

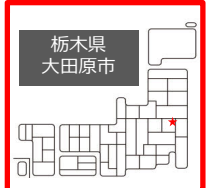
国定公園

別荘地

空き家

ワーケーション

マイクロツーリズム



○平成24年度から農業体験・農家民宿を主とする団体旅行の受け入れを開始し、団体旅行だけでなく個人旅行客もターゲットにしたマーケティングを目指す。子ども達の需要を満たす地域資源を活用したプログラムの提供による、インバウンドを含む国内外の誘客を目指したグリーン・ツーリズムに取り組む。

地域の課題

- 観光目的地としての全国的な知名度の低さ
- 受入農家の質とサービスの最低限の質の確保
- 他地域との差別化、ブランド化（高単価化）
- 教育旅行だけでなく、個人旅行の受け入れ拡大による客層の多様化
- インバウンドの受け入れ

地域に賦存する資源

- 四季折々の自然、農村景観、清流「那珂川」
- 県内2位の農業生産額、那須野ヶ原の穀倉地帯（米どころ）、那珂川の鮎
- 寺社仏閣、松尾芭蕉ゆかりの地
- 母屋、蔵、納屋等の遊休施設



農家民宿の質の向上

農山漁村振興交付金の主な活用方法

- H29, H30 ソフト事業**
 - ①多様な主体と連携し地域内への理解の促進
 - ・パンフレット、ウェブサイトの作成、予約等アプリの開発等
 - ②海外に目を向けるインバウンドの促進
 - ・モニターツアー、外国語版PRツール作成、海外視察研究・出張等
 - ③地域資源の品質の向上
 - ・空き家及び古民家の利活用計画、プロモーション活動等
 - ④地域の観光資源の整理及び評価
 - ・食と農の体験の勉強会、各家庭での竈構築と体験指導、国内視察等
 - ⑤安全管理体制の確立
 - ・リスクマネジメント研修会、勉強会の実施等
- R2 ソフト事業 高度化**
 - ⑥ポケットクの配備、Wi-Fi環境の整備
 - ・専門家を招聘した食事メニューの開発等
- R4 ハード事業**
 - ⑦農家民宿（6邸）の改修・「アグリツーリズム」としてのブランド化（事業費72,848千円、国交付額35,812千円）

現在の状況

○大田原市と地元企業からの出資により外部人材登用による官民パートナーシップ形式の株式会社を設立し、地域の取組の推進役として活躍。あわせて、地域ぐるみの取組とするため、JA、観光協会、商工会、地域住民団体などと協議会を設立
 ○宿泊施設の紹介、多種多様な体験プログラム等の紹介、ウェブサイトでの情報発信等

KPI 達成状況

- 農泊関連売上 57,250千円/H28年→ 64,339千円/R4年にアップ
- 延べ宿泊者数 3,300人/H27年→4,428人/R4年にアップ
- 交流人口 6,419名（H27年）→ 7,987名（R4年）

キーワード

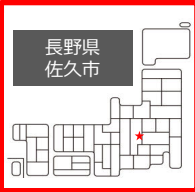
教育旅行

農家民宿

インバウンド

多様な主体の参画

市出資株式会社



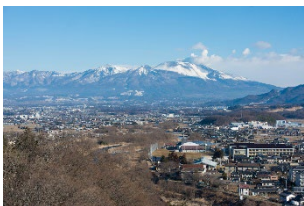
○酒蔵を観光資源として活かし、蔵人体験と宿泊施設を兼ねた日本初の「酒蔵ホテル」や外国人にも対応できる本格的な蔵人体験を主軸に、個性豊かな酒蔵めぐりツアーや千曲川の豊かな自然環境に関連した食・農の体験コンテンツを提供。中核法人の活動を地域協議会がバックアップし、地域連携の強化、インバウンドを中心とした観光客の誘客とPRを実施。

地域の課題

- 周辺の観光地と比べてキラーコンテンツとなり得る強力な集客力のある主要観光地はなく、通過型観光にとどまっている
- インバウンドの誘客につなげたいが、地域としての合意形成や運営体制が整っておらず、収益をあげるノウハウがない
- 地域全体を「酒どころ」として情報発信する機運ができてきたが、他地域との差別化が図られていない
- 海外に向けた効果的な観光としての魅力ある情報発信ツール及び訴求力の不足

地域に賦存する資源

- 周囲を浅間山や八ヶ岳連峰などの国立公園や国定公園に囲まれ、千曲川が市の中央部を南北に還流する、自然環境に恵まれた高原都市、避暑地
- 首都圏への交通アクセスが良く、日本海と太平洋を結ぶ交通の要衝
- 佐久甲州街道としての宿場町や文化遺産
- 佐久鯉、もも、プルーン、リンゴなどの果物
- 江戸時代創業の酒蔵、地酒など



佐久の風景



佐久の地酒

農山漁村振興交付金の主な活用方法

R1, R2
ソフト
事業

- ①合意形成と体制づくり
 - ・農泊実施の計画づくりと運営体制の強化、役割分担の明確化等
- ②体験コンテンツの開発、ツアー造成等
 - ・専門家の指導を受け、新たな体験コンテンツ及び宿泊ツアーの造成、モニターツアーの実施とモニターツアー参加者によるSNSやブログでの情報発信、既存コンテンツの見直し
- ③プロモーション・マーケティング
 - ・コンテンツの多言語化、PR動画の制作、ポスター・ロゴ等の制作、Webサイト・SNSによる情報発信、旅行展示会への出展
- ④人材の活用
 - ・インバウンド関連の複数の専門家を招聘して現地セミナー、講習会の開催
- ⑤体験コンテンツの開発・ツアーの磨き上げ等



酒蔵での「蔵人体験①」



酒蔵での「蔵人体験②」

現在の状況

- 酒蔵での蔵人体験やそば打ち体験、寿司握り体験、着物体験などを実施
- 地域にある13の酒蔵を紹介し、地酒と一緒に味わえる飲食店を斡旋、紹介
- 蔵人が寝泊まりした古民家を改装した「酒蔵ホテル」や市内の宿泊先を斡旋、紹介
- 佐久地域の様々な情報などをWebサイトで発信

K P I 達成状況

- 延べ宿泊者数：0名/R1年→219名/R4年にアップ
- 上記のうちインバウンド受け入れ：0名（R1年）→38名（R4年）
- 売上：0円/R1年→17,000千円/R4年にアップ
- 第8回「ディスカバー農山漁村の宝」に選定（R3）

キーワード

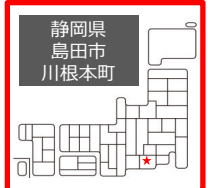
酒蔵

日本酒造り

高原都市

インバウンド

酒蔵ツーリズム



○JA大井川が中核法人となって大井川農泊推進協議会を設立。農泊を持続可能な産業とするため、JAが主導して農業体験プログラムの拡充、地域素材を活かした特産品の開発及び既存農産加工品のブラッシュアップに注力。交流人口の増加と連動した地域農業振興を図り、農業者の所得向上につなげる。

地域に賦存する資源

- 南アルプスユネスコパークに代表される大自然
- 大井川鐵道（トーマス列車などのSLや、全国唯一の apt 式鉄道の運行路線）
- 川根茶（ブランド茶）、レタス、いちご、バラ、菊
- 奥大井湖上駅（クールジャパンアワード受賞）、蓬萊橋（世界一長い木造歩道橋）
- パラグライダー、カヤック、サイクリングなどのアクティビティ



新茶の茶畑のすぐ横をSL走る

地域の課題

- 人口減少・少子高齢化。
- 地域の主要農産物である茶価の低迷、米やみかんの消費減退による農業経営の圧迫や農業従事者の減少、荒廃農地の拡大等
- 食農教育に専門的に対応する人材や体制の整備
- 大井川鐵道などを目的として当地域に年間250万人前後の観光客が訪れるが、通過型観光にとどまっており、滞在に繋がるコンテンツが不足
- 訪日外国人向けの観光コンテンツや宿泊施設が少ないため、インバウンド受入のための体制整備が必要

農山漁村振興交付金の主な活用方法

H30, R1 ソフト事業

- ①体制整備
 - ・各団体へのヒアリング、検討会議及び勉強会の開催、新規体験プログラムの検討・開発、リスクマネジメント研修会、農泊やグリーン・ツーリズム、インバウンドに関する各種研修会への参加、先進地視察研修（紀の里農業協同組合）、お茶を中心とした特産品開発に関する勉強会等
- ②着地型新商品の造成
 - ・地域資源調査、ツアー造成、モニターツアー（首都圏及び中京圏在住の在日外国人留学生、県内及び中京圏在住の20～40代女性、親子連れ）
- ③インバウンド対応の強化
 - ・インバウンド接客研修、パンフレット類等の多言語化
- ④情報発信、PRの強化
 - ・Webプラットフォームの構築、総合版パンフレットの制作、営業・プロモーション活動
- ⑤人材活用
 - ・外部専門家（1名）による、地域資源の磨き上げ、潜在動機を促す着地型商品の造成、将来的に専門的な人材への指導、運営サポート等

現在の状況

- 農泊モデル地区を設定し、県農林事務所と連携して農家民宿開業支援
- JA茶工場見学受入れや、大井川鐵道と連携したツアー造成
- 緑茶・農業・観光の体験型フードパーク「KADODE OOIGAWA」のオープンに伴い、併設する観光案内所「おおいなび」と連携した体験コンテンツを案内

K P I 達成状況

- 延べ宿泊者数：0名/H30年→379名/R4年にアップ
- 売上：0円/H30年→28,081千円/R4年にアップ
- インバウンド受け入れ：0名（H30年）→74名（R4） * 農家民宿集計
- 大井川地域（藤枝市、焼津市、島田市及び川根本町）が「SAVOR JAPAN」に認定



農家民宿では郷土料理の共同調理ができる



16種類のお茶飲みくらべ体験ができる「KADODE OOIGAWA」

大井川鐵道奥大井湖上駅（クールジャパンアワード受賞）

キーワード

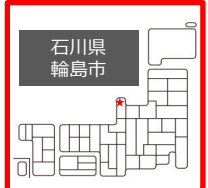
JA参加

農産物活用

アクティビティ

インバウンド

SAVOR JAPAN



○地域全体をひとつのホテルに見立てた能登の里山をまるごと楽しめる「のとの里山まるごとホテル」の実現に向けて、農泊推進事業により、マーケティング、食の磨き上げ、宿泊施設の開業に向けた検討、体験プログラムの作成、法人化に向けた準備・合意形成に取り組む。さらに古民家（空き家）を1棟貸しの宿泊施設として再生し、地域の活性化、雇用や地域の所得向上を実現。

地域の課題

- 高齢化・人口減少による人材不足
- 茅葺民家の減少と時代に合った活用への転換
- 地域が一体となった魅力の発信と地域資源をビジネスへ結びつける磨き上げが出来ていない
- 地元農産物の魅力を認識し、売れる農産物への転換が出来ていない
- 耕作放棄地や空き家の増加による景観の荒廃と空き家の流動性の低さ

地域に賦存する資源

- 日本で初めて「世界農業遺産」に認定された能登半島 (H23)
- 美しい里山風景、茅葺民家、地元の食文化、農産物、能登の自然・文化・生活様式など



集落の空き家をハード事業で改修し、古民家一棟貸しホテル「中右衛門（なかよも）」として再生・活用

農山漁村振興交付金の主な活用方法

- H29, H30 ソフト事業**
 - ① ブランディングの推進
 - ・ブランディングデザイン, H P , 広告物等の制作・旅費交通費、翻訳費等
 - ② 食資源の磨き上げ
 - ・管理栄養士への委託（メニュー開発、講座の開催）
 - ・キッチンカーのレンタル、試作及び試食会の材料費、消耗品費等
 - ③ 古民家の利活用推進
 - ・モデル案の作成（リノベーション案の作成、絞り込み）、空き家調査等
 - ④ 体験プログラムづくり
 - ・リーフレットの製作費、体験プログラムのPR及び講習会の開催、インバウンド用のPR媒体の作成等
 - ⑤ 合意形成・起業準備
 - ・法人化に係る勉強会への参加、シンポジウム講師謝金、シンポジウムチラシ製作費
 - ⑥ プロジェクトマネージャの雇用（時給1,200円）
- R1 ハード事業**
 - ⑦ 古民家（空き家）1棟の再生（R2.7開業）
 - トイレ、風呂、キッチン改修、電気の敷設、寝室のフローリング等（事業費12,368千円、国交付額5,977千円）

現在の状況

- 中核法人として設立した(株)百笑の暮らしを中心として以下の事業を実施。
- 自治体保有施設「茅葺庵」での飲食事業受託
- 古民家を改築した一棟貸しホテル「中右衛門」での宿泊事業
- 物販（ECサイトもオープン）
- 各種里山体験ツアーの開催：サイクリングツアー、オリジナル和紙づくり等



K P I 達成状況

- 延べ宿泊者数：65名/H30年→279名/R3年にアップ
- 売上：1,487千円/H30年→2,224千円/R3年にアップ
- 飲食者：9,571名（H30）→13,143人（R2）にアップ
- 「里山まるごとホテル」のブランドデザインが「Red Dot Award 2019」を受賞

キーワード

世界農業遺産

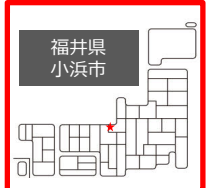
里山風景

茅葺民家

移住者

まるごとホテル

○古くからの海水浴客向けの漁家民宿群の施設陳腐化等が課題となっていた小浜市内外海地区において、小浜市が漁業者・民宿経営者とともに議論を重ね「内外海地区活性化計画」を策定。その一環として、内外海地区の1集落である志積集落の住民が出資して「(株)志積」を設立し、農泊ハード補助を活用して集落の空き家と既存民宿を快適な2棟の宿泊施設と1棟のレストランとしてリノベーションし、DMOやコンサルタントの助言を得つつ集落住民により経営。



地域の課題

- 海水浴ブームと相まって、ピーク時120軒あった漁家民宿が44軒に減少し、合わせて宿泊客数も減少
- 高齢化が進行し、後継者がいない民宿が約半数となり、地区によっては消滅する可能性もある
- 少子高齢化が進む中で、教育旅行の伸びしろは小さく新たな顧客の開拓が必要
- 観光スタイルの変化に対応し、設備の更新や食事の見直し、体験プログラムの充実が必要等

地域に賦存する資源

- 「海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道～」が日本遺産第1号に認定（H27.4）
- 豊富な海産物を背景にした漁業と漁家民宿
- 「若狭ふぐ」などのブランド海産物、「へしこ」などの郷土料理
- 舞鶴若狭自動車道の全線開通（H26）と、北陸新幹線（敦賀以西ルート）全線開通を見越したアクセス性向上への期待（京都から小浜まで19分）



宿泊棟の外観と内観

農山漁村振興交付金の主な活用方法

H30, R1 ソフト事業
R1 ハード事業
R2 ソフト事業 高度化

- ① **ファミトリップの実施**
・季節にあわせた漁業体験について、旅行関係者やメディア関係者を招致
- ② **海外OTAへ登録サポート、民宿プラットフォームに関する学習会**
・インバウンド受入に前向きな民宿にAirbnbへの登録サポート、セミナーの開催
- ③ **ホームページ等の作成**
- ④ **観光コンテンツ制作**
・教育旅行の横展開、女性向け体験プログラム、新規体験プログラムの策定・指導
- ⑤ **宿泊施設環境及び食事施設環境の改善**
・専門家を招聘して顧客満足度の向上やブランド化、差別化を図るための助言・指導
- ⑥ **先進地視察**
- ⑦ **民宿・空き家の宿泊施設2棟、レストラン1棟への改修**
・客室改修、内装、電気、空調換気、風呂・洗面・脱衣所改修、厨房改修、厨房設備、看板等（事業費111,611千円、国交付額50,000千円）
- ⑧ **インバウンド対応**
・インバウンド用の料理メニュー開発、体験プログラムの開発・磨き上げ、多言語への対応、wi-fi環境の整備、情報発信、接客マナーの講習会開催



接客マナー研修会

現在の状況

協議会内の二つの中核法人がプロジェクトマネージャーの機能、漁家レストラン・宿泊等の運営など役割分担を図りながら、ビジネスとして継続できる体制を構築。特に中核法人の「株式会社志積」は、志積集落の住民が設立（H31.1）
 ○宿泊施設2棟、レストラン1棟を運営、泊食分離に対応して内外海地区の食事を提供
 ○各種体験プログラムの開催：タイ釣り体験、シーカヤック体験、へしこ・なれずし加工体験等

K P I 達成状況

- 延べ宿泊者数：23,390名/R2年→33,104名/R4年にアップ
- 売上：201,150千円/R2年→284,695千円/R4年にアップ
- 雇用：1名（H30）→9名（R4）にアップ
- 「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」に認定（H29）

キーワード

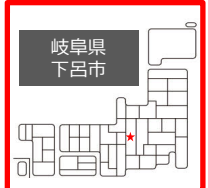
御食国

漁村集落

教育旅行

渚泊

泊食分離



○フランスの山村で観光と農林業、伝統文化の調和を図って地域振興に成果を収める「地方自然公園」制度を参考に、住民総意に基づく「住民憲章」を制定し、地域一体で農泊地域づくりを実施。集落を棚田の農村景観や暮らしの文化をまるごと野外博物館に見立て、「里山ミュージアム」としてE-Bikeで景観を楽しむインバウンド向けサイクリングツアーの実施などにより観光地化。

地域の課題

- 下呂市中心部の温泉街は多くの観光客を集めるが、合併前の旧馬瀬村地域への裨益は限定的。
- 地域の滞在時間が短く、消費金額が少ない。
- 鮎や夏秋トマト等優れた食材はあるが、食のコンテンツとして高付加価値化、高収益化が図られていない
- インバウンドの受け入れに繋がっていない

地域に賦存する資源

- 馬瀬川(清流)、農村景観、自然生態系
- 味日本一の馬瀬川上流鮎、火振り漁(鮎漁)
- 水源米馬瀬ひかりなどのブランド農産物
- 「鶏ちゃん」、「朴葉すし」、「寝寿し(ねずし)」など地域色豊かな料理
- 「住民憲章」を軸に観光を進める地域の総意 など



インバウンド・バイクツアー



馬瀬川の火振り漁



馬瀬地域特産の販売活動

農山漁村振興交付金の主な活用方法

H29,
H30
ソフト
事業

- ①食コンテンツの高付加価値化
 - ・フードコーディネーターを招聘したメニュー開発
 - ・水辺の朝食プラン、篝火夕食プラン等の宿泊を伴う食事プログラムの造成
 - ・一般住民、その他事業者向けのセミナー開催等
- ②農村景観の観光コンテンツ化
 - ・電動アシストバイクを導入し、サイクリングガイドツアーを造成。モニターツアーによる事業検証、ガイドの養成、サイクリングマップの作成
 - ・インバウンド個人客向けに、SNSを活用しつつモニターツアーを実施 等
- ③マネジメント・マーケティング
 - ・インバウンド滞在プログラムづくり、英語での予約受付、決済まで回せる仕組みづくり、馬瀬地域独自の周遊ルートの構築、多言語WEBサイトとパンフレット作成
- ④人材活用
 - ・インバウンド向け農村観光を事業化するため、協議会において地域おこし協力隊を採用 等

現在の状況

- 農泊体験プログラム(火ぶり漁、五平餅づくり体験、魚つかみ体験、E-Bikeツアーなど)の提供
- 馬瀬地域での視察受け入れ、「本物の日本」を求めるインバウンド向けに魅力を発信
- Webサイト等での情報発信、電子パンフレットの提供
- 馬瀬地域産品認定制度

K P I 達成状況

- 農泊自然体験: 1,127名(H28年) → 3,054名(R1年)にアップ
- インバウンド受け入れ: 100名(H28年) → 540名(R1年)にアップ
- 「SAVOR JAPAN(農泊食文化海外発信地域)」「日本で最も美しい村連合」に認定
- 「馬瀬の寝寿司(ねずし)」が文化庁の「100年フード」に認定

キーワード

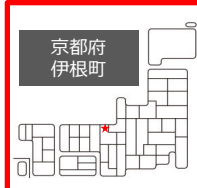
清流馬瀬川

アクティビティ

農村景観

インバウンド

SAVOR JAPAN



○地域資源である「舟屋」への潜在的な宿泊ニーズの高まりから、国内外の宿泊予約に対応できるよう宿泊予約サイトの構築を行うとともに、新たな宿泊施設の開設には食事の提供が課題となっていたため、泊食分離の事業体系モデルを確立し、伝統的な舟屋を地方公共団体が宿泊施設として改修し、新たに開業、管理運営のリーディングモデルとする。

地域の課題

- S45の最盛期には26軒の宿泊施設があったが、H20には10軒を下回る状況
- 伊根の舟屋に宿泊したいとの要望が多いが、宿泊可能な施設が少ない
- 外国人旅行者の要望や予約に対応できていない
- 町内には鉄道駅がなく、来訪者の移動手段が課題
- 本業を抱える舟屋オーナーにとって、新規参入には食事提供が負担 等

地域に賦存する資源

- 伊根湾沿いに230軒の舟屋が並び、国の重要伝統的建造物群に選定（H17）
- 空き家の舟屋
- 海と山の幸、景観、生活文化等



舟屋群の母屋及び舟屋を一棟貸しホテルとして再生・活用

農山漁村振興交付金の主な活用方法

H30
～
R元
ソフト
事業

- ①農泊推進体制の構築
 - ・協議会を設立し、農泊事業を推進するための体制を整備
- ②外国人観光客受け入れ環境整備
 - ・住民や観光事業者、農水産事業者、移住者等によるワークショップを開催し、地域として目指すべき受入環境等を示したランドデザインを策定
- ③伊根町らしい農泊ビジネスの構築
 - ・舟屋の暮らし体験や漁業等の体験プログラムの開発
- ④宿泊施設サービス水準品質保証制度及び地域食材提供店舗認証制度の検討
- ⑤インバウンド宿泊受け入れ予約サイトの構築・拡充
 - ・地域協議会において全宿泊施設の統一的な予約システムを導入
- ⑥人材活用
 - ・専門人材を活用し、農泊に係る運営等に従事等

H30
ハード
事業

- ⑦母屋1棟、舟屋1棟の改修
 - ・客室改修、内装、電気、風呂・洗面・脱衣所改修、トイレ等
 - （事業費74,898千円、国交付額37,449千円）



検討会の要旨

現在の状況

- 宿泊可能な舟屋等をWebサイトで36軒紹介、斡旋
- 伊根町の海と絶景を満喫できるアクティビティや舟屋とともにある生活文化を体感できるガイドツアーなどを多数用意
- 食事処の紹介、斡旋やオンラインショップの紹介等

K P I 達成状況

- 延べ宿泊者数：6,255名/H29年→12,923名/R4年にアップ
- 宿泊消費額：80,253千円/H29年→187,291千円/R4年にアップ
- インバウンド受け入れ可能宿泊施設数：15施設（H29年）→26施設（R4年）にアップ
- 第9回「ディスカバー農山漁村の宝」に認定、第13回観光庁長官表彰

キーワード

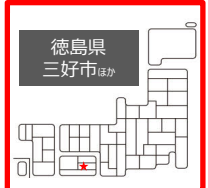
舟屋群

国伝建地区

渚泊

インバウンド

アクティビティ



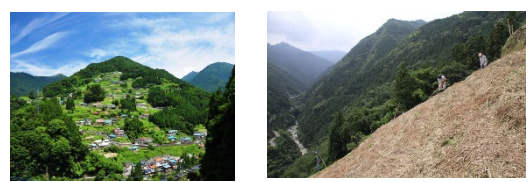
○重点エリアを中心に、農家漁家民宿、古民家ステイ、廃校利用などの滞在拠点の整備とともに、伝統料理、農作業、伝統芸能などのインストラクターを配置し、圏域全体で「桃源郷の営み」を体感する仕組みを構築。日本版DMOである「一般社団法人そらの郷」や年間2千人を超える宿泊者を受け入れる「(株)ちいおりアライアンス」など民間主導の取組と行政が一体となり事業を推進。

地域の課題

- 受入拡大や競争力アップに向け、地域内外の農、観、食関係者との連携を広げるとともに、人材育成と体制強化を図る必要
- 「日本の歴史や文化に関心のある外国人」をターゲットに様々なニーズに即した多様な農泊施設がない
- 体験メニューの開発や周辺農家との連携など、体感コンテンツの充実を図る必要
- ブランドイメージの確立と食・農・観一体となった情報発信力の強化が必要

地域に賦存する資源

- 国重要伝統的建造物群保存地区（落合集落）
- 古民家、郷土料理（そば米雑炊など）
- 「にし阿波の傾斜地農耕システム」（世界農業遺産）



集落ガイドツアー



集落で楽しむジビエランチ



千年のかくれんぼ®
地域の認証ブランド

農山漁村振興交付金の主な活用方法

H29, H30 ソフト事業

- ①「農泊ビジネス・ネットワーク」の構築
 - ・農泊の取組に参加する個人、団体等で「にし阿波・桃源郷ビジネス研究会」を設立、先進地視察や講師等を招聘し勉強会を開催
- ②コンテンツの磨き上げ
 - ・集落におけるフィールドワーク事業の商品化、コーディネートする専門家の招聘、学生向けのモニターツアーの実施
 - ・インバウンドの受入体制整備、日本農業遺産を活用したCSRツアーの商品化とツアーの開催、留学生を対象とした国際交流ツアーの催行
- ③情報発信・ブランド化
 - ・ツーリズムEXPOへの出展、旅行会社等への営業活動、Webページの作成
- ④農泊の人材育成
 - ・食の開発、提供等の検討を行い、農泊施設の受入体制の向上と人材育成を図る
- ⑤Wi-Fiの環境整備、料理メニュー等の多言語化
- ⑥世界農業遺産体験プログラムの開発

R1 ソフト事業 高度化

現在の状況

- ホテル、農家民宿・旅館、コテージなど様々なタイプの宿泊施設の情報を提供
- おすすめ体験、アクティビティ、歴史・文化、食など様々な体験や食事先の予約を一元化
- にし阿波ならではの食品や工芸品で外国人旅行者も安心して購入できる商品を「千年のかくれんぼブランド」として認定
- にし阿波の様々な観光情報等をWebサイトで発信、重点支援DMOに選定（R2）

KPI 達成状況

- 延べ宿泊者数：214,011人泊/H28年→229,738人泊/R元年にアップ
- 一人あたり観光消費額：27,416円/H28年→30,663円/R元年にアップ
- 外国人宿泊者数：23,681人泊（H28年）→31,828人泊（R元年）にアップ
- オーライ！ニッポン大賞「内閣総理大臣賞」受賞（R2）

キーワード

世界農業遺産

日本の原風景

歴史・文化

インバウンド

アクティビティ