

- ・ 宿泊者は郷土料理である「牡丹鍋」(夕食)に感動していた。翌朝、雪が降る中、雪で遊んでいた。
- ・ 宿泊者は、友人、知人から美山町を奨められたのでツアーに参加したと話していた。
- ・ 英語催行のツアーであったが、英語を理解できる参加者は少なかった。

美山かやぶきの里 散策の様子



②美山町を訪問した外国人旅行者へのアンケート調査の実施

美山町のバスツアー（日帰りツアー2種）及び宿泊ツアーに参加した外国人旅行者を対象に、ツアーに対する感想等を聞くアンケート調査を実施した。

（調査結果は次ページ以降を参照）

③海外旅行博におけるプロモーション活動の実施

アジア太平洋地域最大規模の旅行博である「2015 台北国際旅行博」において販売プロモーションを実施した。

【「2015 台北国際旅展」概要】

（開催日）2015年11月6日～11月9日

（開催場所）台北世界貿易センター

（出展者）60カ国・地域、950組の観光団体、1,450個のブースが出展

（入場者数）4日間の合計来場者数は34.8万人

◆美山町の成果・課題と今後の取組について

(成果)

- ・春節時期の中華圏の外国人旅行者を誘客する日帰りツアーは350人近くの販売を達成し、「雪資源」+「春節」による商品化という当初の想定は有効だったことが実証された。
- ・ツアー参加者へのアンケート調査の結果でも、「雪体験をしたかった」が参加理由のトップに挙げられており、資源としての可能性は高い。また「かやぶきの里」のまちなみや古民家、ライトアップへの関心や満足度も高く、資源としての可能性の確認ができた。
- ・ツアー参加者が美山町から、雪や建物などの風景をSNS等で発信しており、美山町の知名度は上昇していると思われる。

(課題)

- ・中華圏向けの商品販売が好調だった反面、東南アジアや欧米の旅行者を狙った「英語ガイド」によるツアーは今一つ販売数が伸びなかった。所要時間が長くなり価格も上昇する要因となった「天橋立」との組み合わせ、東南アジアでの情報発信やプロモーション活動の不足などの要因が考えられるが、精緻な検討が必要だと考えられる。
- ・雪体験を付加価値として企画した宿泊プランも、人気は今一つだった。アンケートでは有料体験だった「雪灯籠づくり体験」「雪かき体験」の評価はやや低い。宿泊を促すためのプログラムの検討が必要である、
- ・バスツアーの「屋台での夕食」や「道の駅での買い物」についても、評価がやや低くなっている。こうした点も今後改善していくべき点だといえる。

(今後の取組について)

- ・美山町にとって「雪」が中華圏の旅行者を誘客する資源となることが確認できたが、美山町での滞在をより満足度の高いものにする取り組みをさらに検討する。例えば雪体験プログラムの見直しや食体験の充実化などが考えられる。
- ・茅葺きの町なみはライトアップも含めて好評だったが、冬期以外の時期における可能性については未知数である。冬期以外のグリーン・ツーリズムの商品作りにも取り組む。
- ・バスツアーのような団体以外の個人旅行者（FIT）や東南アジア、欧米への情報発信やプロモーションも検討を始める必要がある。

【ツアー参加者へのアンケート調査結果】

①日帰りバスツアー「雪体験コース」参加者へのアンケート調査

〈調査概要〉

- 調査対象 美山町への日帰りバスツアー「雪体験コース」に参加した外国人旅行者
- 調査手法 調査票を使用しての自記入式調査法
- 調査日及びサンプル数

| 調査日 | 1月30日(土) | 1月31日(日) | 2月2日(火) | 2月4日(木) | 2月6日(土) | 合計 |
|-------|----------|----------|---------|---------|---------|------|
| サンプル数 | 60人 | 73人 | 71人 | 37人 | 73人 | 314人 |

〈回答者のプロフィール〉

◆ 国籍及び性別

台湾からの旅行者が77%を占めた。女性の比率が64%と高い。

| | 台湾 | 中国 | 香港 | その他 | 無回答 | 合計 |
|-----|-----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|------------------|
| 男性 | 74人 | 12人 | 7人 | 1人 | 2人 | 96人 (30.6%) |
| 女性 | 153人 | 17人 | 20人 | 2人 | 9人 | 201人 (64.0%) |
| 無回答 | 14人 | - | 2人 | - | 1人 | 17人 (5.4%) |
| 合計 | 241人 (76.8%) | 29人 (9.2%) | 29人 (9.2%) | 3人 (1.0%) | 12人 (3.8%) | 314人 (100.0%) |

(その他:アメリカ1人、オーストラリア2人)

◆ 年代別

年代別では10代から40代までが多く、比較的若い世代が訪れている。

| | ~19才 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代~ | 不明 | 合計 |
|---|------|------|------|------|-----|-----|------|-----|-------|
| N | 35人 | 64人 | 94人 | 77人 | 25人 | 10人 | 6人 | 3人 | 314人 |
| % | 11.1 | 20.4 | 29.9 | 24.5 | 8.0 | 3.2 | 1.9 | 1.0 | 100.0 |

◆ 同伴者

家族連れでの参加が6割を占めた。一人での参加は少ない。

| | 一人 | 家族 | 友人 | 無回答 |
|-----|---------------|-----------------|----------------|---------------|
| 台湾 | 18人 | 152人 | 58人 | 13人 |
| 中国 | 1人 | 25人 | 3人 | - |
| 香港 | 5人 | 9人 | 11人 | 4人 |
| その他 | - | 8人 | 4人 | 3人 |
| 合計 | 24人 (7.6%) | 194人 (61.8%) | 76人 (24.2%) | 20人 (6.4%) |

◆ 訪日回数

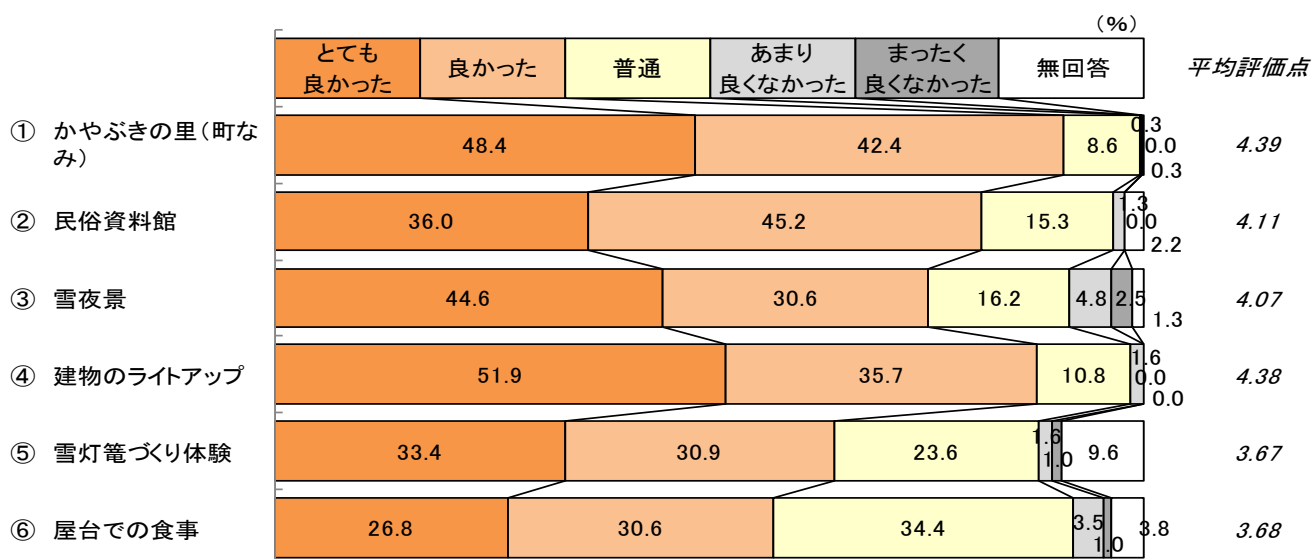
回答者の訪日回数では「初めて」は18%で、訪日旅行のリピーターの参加が多かった。訪日の平均回数は4.51回と、日本に何度も来ている旅行者の参加が多い。

| | 初めて | 2回目 | 3～5回 | 6～9回 | 10回以上 | 平均訪日回数 |
|-----|----------------|----------------|-----------------|----------------|---------------|--------|
| 台湾 | 35人 | 49人 | 85人 | 41人 | 9人 | 4.13回 |
| 中国 | 6人 | 8人 | 8人 | 4人 | 3人 | 3.93回 |
| 香港 | 8人 | - | 13人 | 1人 | 6人 | 5.03回 |
| その他 | 3人 | 2人 | 6人 | 2人 | 1人 | 4.40回 |
| 合計 | 52人 (17.9%) | 59人 (20.3%) | 112人 (38.6%) | 48人 (16.6%) | 19人 (6.6%) | 4.51回 |

Q1. 美山町の資源・体験への評価

今回のバスツアーのプログラム等の評価では「かやぶきの里（まちなみ）」と「建物のライトアップ」の評価が高い。中では「雪灯籠づくり体験（有料プログラム）」と「屋台での夕食」の評価がやや低いが、「とても良かった」と「良かった」を合わせると、どちらも6割前後に達しており評価は良好である。

※平均評価点は「とても良かった」5点、「良かった」4点といった具合に点数を与えて、回答の平均点を計算したもの。5点に近いほど評価が高いことを表わす。



〈個別評価点〉

| | 全体 | 台湾 | 中国 | 香港 | その他 |
|--------------|------|------|------|------|------|
| ①かやぶきの里(町なみ) | 4.39 | 4.43 | 4.21 | 4.31 | 4.40 |
| ②民俗資料館 | 4.11 | 4.23 | 4.07 | 4.03 | 4.07 |
| ③雪夜景 | 4.07 | 4.18 | 4.18 | 3.50 | 4.20 |
| ④建物のライトアップ | 4.38 | 4.45 | 4.10 | 4.10 | 4.27 |
| ⑤雪灯籠づくり体験 | 3.67 | 4.05 | 4.04 | 3.96 | 4.08 |
| ⑥屋台での食事 | 3.68 | 3.82 | 3.79 | 3.72 | 4.07 |

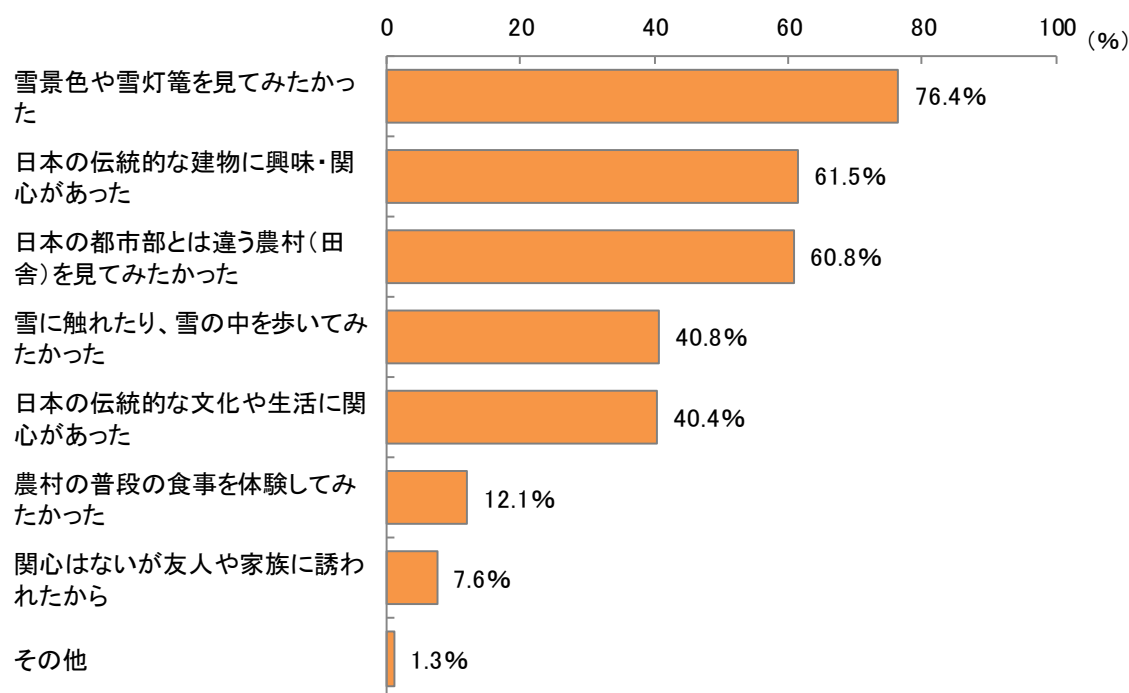
Q2. 美山町でのツアーで印象に残ったこと、良かったこと。

印象の残ったこと、良かったことでは以下のような回答が多かった。

- ・雪景色や雪灯籠
 - ・茅葺きの里の町なみ、伝統的な建物
 - ・建物のライトアップと花火
 - ・雪合戦や雪遊びができたこと
 - ・ガイドさんがとても良かった
- ※雪が少なくて残念だった

Q3. バスツアーに参加した理由

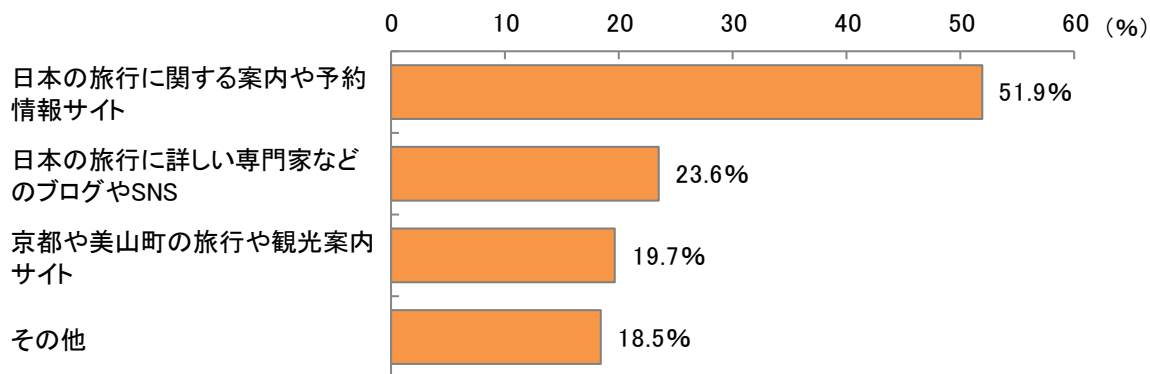
今回のバスツアーに参加した理由で最も多かったのは「雪景色や雪灯籠を見てみたかった」で8割近くに達した。次いで「日本の伝統的な建物に関心がある」(62%)、「都市部とは違う農村(田舎)を見てみたかった」(61%)と続く。



Q4. バסטツアーに関して情報収集を行ったサイト

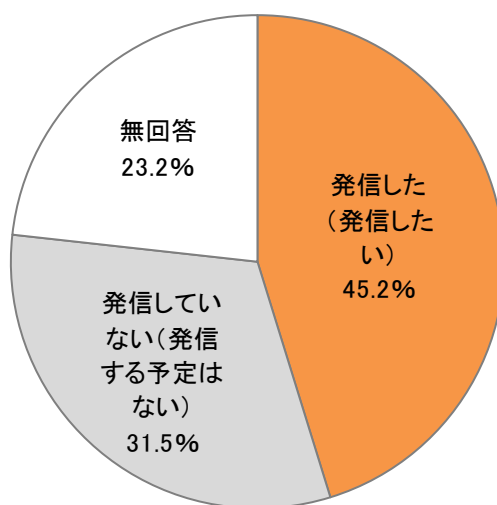
今回のバストツアーに関する情報を入手したサイトでは、「日本の旅行に関する案内や予約情報サイト」が52%と半数を超えている。

具体的なサイト名が多かったのは「Japancan」「小気少年（ブログ）」など。また友人や家族の紹介（口コミ）も大きな情報源となっている。



Q5. SNS 等によるツアーの発信

ツアー中や日本滞在中に、美山町での体験のことを SNS 等で発信した回答者は45%に達している。発信した内容が多かったのは、「雪灯籠」「夜景」「一面の雪」「茅葺きの家」などで、写真とともに発信するケースが多かったようである。



②日帰りバスツアー「天橋立コース」参加者へのアンケート調査

〈調査概要〉

- ・調査対象 美山町への日帰りバスツアー「天橋立コース」に参加した外国人旅行者
- ・調査日時 平成28年2月9日（日）、2月12日（金）、2月15日（月）
- ・調査手法 調査票を使用しての自記入式調査法
- ・サンプル数 30通（2/9：25通、2/12：3通、2/15：2通）

〈回答者のプロフィール〉

◆ 国・性別

(人)

| | 香港 | 中国 | シンガポール | カナダ | 台湾 | タイ | 無回答 | 合計 |
|----|----|----|--------|-----|----|----|-----|-------------|
| 男性 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | - | 16 (53.3%) |
| 女性 | 6 | 2 | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 12 (40.0%) |
| 不明 | - | - | - | - | - | - | 2 | 2 (6.7%) |
| 合計 | 9 | 6 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 30 (100.0%) |

◆ 年代別

| | ～20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代～ | 不明 | 合計 |
|---|------|------|------|------|-----|------|-----|-------|
| N | 5 | 4 | 5 | 10 | 2 | 2 | 2 | 30 |
| % | 16.7 | 13.3 | 16.7 | 33.3 | 6.7 | 6.7 | 6.7 | 100.0 |

◆ 同伴者

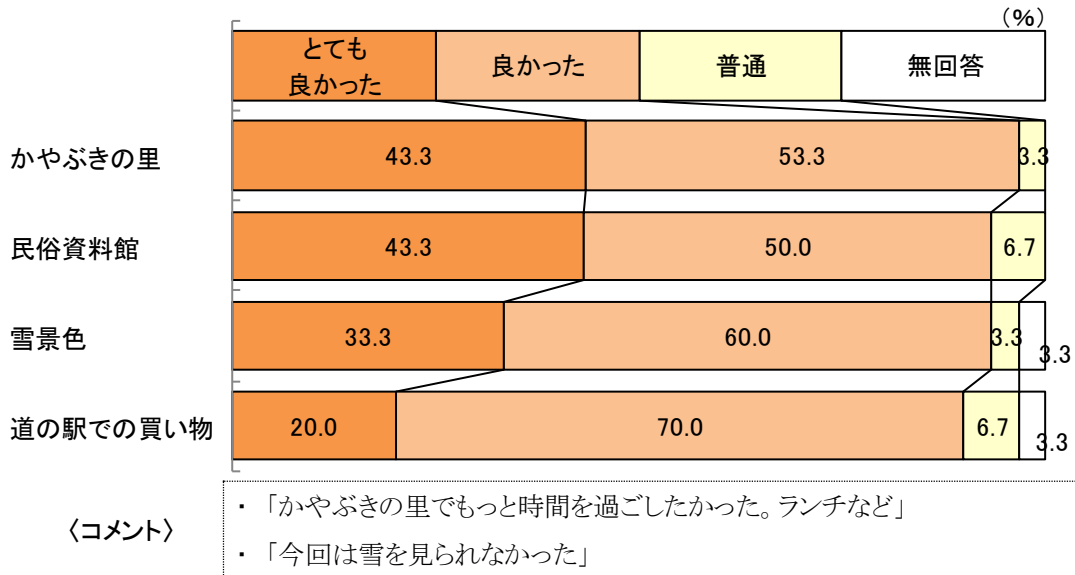
家族と一緒に 30人

◆ 訪日回数

| | 初めて | 2回め | 3回め | 4回め | 5～9回 | 10回以上 | 不明 | 合計 |
|---|------|-----|------|-----|------|-------|-----|-------|
| N | 8 | 2 | 5 | 1 | 5 | 8 | 1 | 30 |
| % | 26.7 | 6.7 | 16.7 | 3.3 | 16.7 | 26.7 | 3.3 | 100.0 |

Q1. 美山町の資源・体験への評価

美山町の資源や体験等に対する評価では、主要な4つの項目ともに「良かった」とする人が9割を超えている。（「とても良かった」+「良かった」の合計）

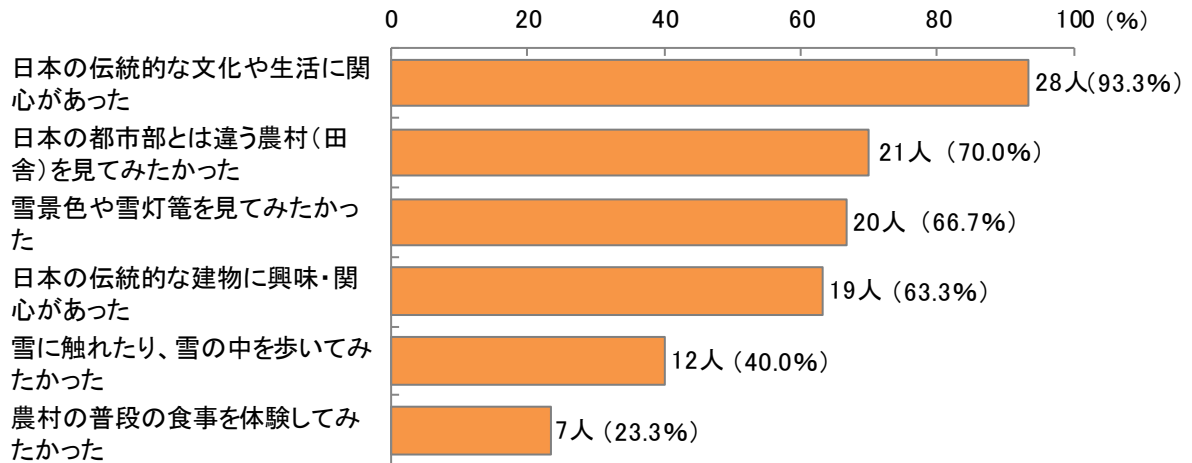


Q2. 美山町でのツアーで印象に残ったこと、良かったこと。

- ・何より雪！
- ・(雨で悪天候だったが)天橋立の景色
- ・日本についてガイドから丁寧な説明があった。
- ・寒さとキレイさ
- ・ガイドが良かった
- ・美しい景色とプロフェッショナルなガイド
- ・古民家での暮らしぶり(伝統館)
- ・昔からある民家
- ・古民家での暮らしぶり(伝統館)
- ・自然
- ・ツアーガイドのアミーさんが良かった。彼女の英語は素晴らしい。色々な情報を教えてくれた。
- ・雪景色
- ・ツアーガイドがとても素晴らしかった。バスの運転も上手だった。
- ・食事、サービス共に良し

Q3. バスツアーに参加した理由

今回のバスツアーに参加した理由では、「日本の伝統的な文化や生活に関心があった」がトップで、次いで「都市部とは違う農村(田舎)を見てみたい」(70%)「雪景色や雪灯籠を見てみたい」(67%)と続いている。「雪体験コース」に比べて、雪体験への関心はやや低い。



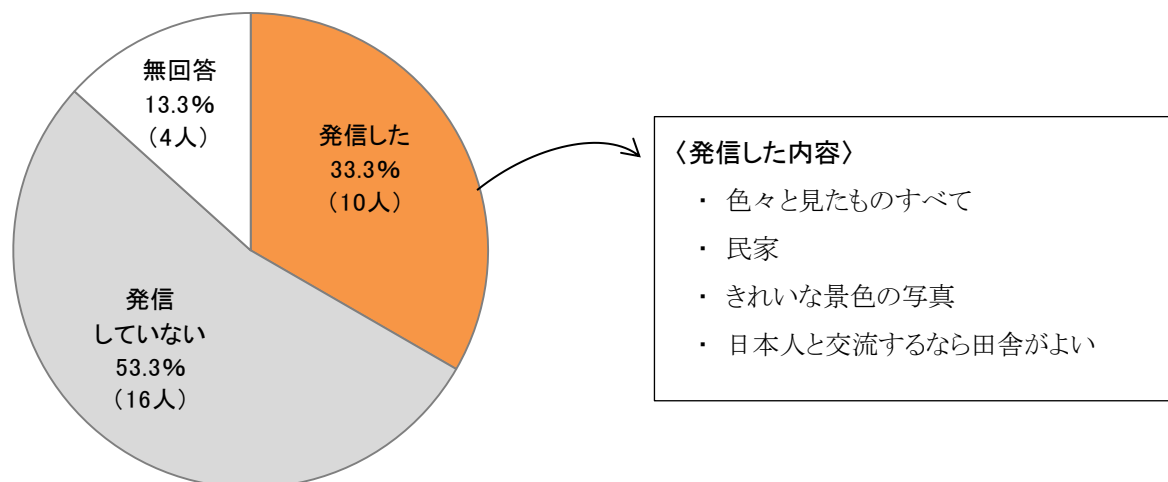
Q4. バスツアーに関して情報収集を行ったサイト

バスツアーに関する情報収集を行ったサイトでは、「日本の旅行案内や予約情報サイト」がトップで9割以上を占めた。情報を入手してその場で予約に移れるという「ワンストップ」型のサイトが利用されている。

| | |
|----------------------------------|-------------|
| 日本の旅行に関する案内や予約情報サイト (JAPANCAN 等) | 28人 (93.3%) |
| 日本の旅行に詳しい専門家などのブログやSNS | 1人 (3.3%) |
| 無回答 | 1人 (3.3%) |

Q5. SNS 等によるツアーの発信

SNS 等で美山町を発信したのは回答者の 33%にとどまった。



③宿泊ツアー参加者へのアンケート調査

〈回答者（2人）のプロフィール〉

A) 香港からの家族連れ（回答者は20代の女性）、訪日は4回め

B) 香港からの家族連れ（回答者は40代の女性）、訪日は4回め

Q1. 美山町の資源・体験への評価

()内は評価ポイント

| 資源・体験 | Aさん(20代) | Bさん(40代) |
|-------------|------------|----------|
| かやぶきの里と雪景色 | 良かった(2) | 良かった(2) |
| 民俗資料館 | 普通(3) | 良かった(2) |
| 雪灯籠づくり体験 | 普通(3) | 良かった(2) |
| 河鹿荘での夕食 | 良かった(2) | 良かった(2) |
| 露天風呂 | とても良かった(1) | 良かった(2) |
| 河鹿荘のもてなしや宿泊 | とても良かった(1) | 良かった(2) |
| 雪かき体験 | とても良かった(1) | 良かった(2) |

Q2. 今回のツアーで良かったこと、印象に残っていること(コメント)

| | | | |
|--------------|------|--------------|------|
| Aさん (20代) | 良かった | Bさん (40代) | 良かった |
|--------------|------|--------------|------|

Q3. 今回のツアーの認知経路

| | |
|---------|--|
| Aさん、Bさん | 日本に来る前に友人や知人から話を聞き、インターネットなどで確認して予約した。 |
|---------|--|

Q4. 今回のツアーに関して情報収集したサイト

| | |
|---------|---------------------|
| Aさん、Bさん | 日本の旅行に関する案内や予約情報サイト |
|---------|---------------------|

Q5. 今回のツアーに関する検索ワード

| | |
|---------|--------|
| Aさん、Bさん | 大阪、自由行 |
|---------|--------|

Q6. 美山町へのツアーに参加した理由

| Aさん(20代) | Bさん(40代) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本の伝統的な文化や生活に関心があった ・ 雪景色や雪灯籠を見てみたかった ・ 雪に触れたり、雪の中を歩いてみたかった | <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本の都市部とは違う農村(田舎)を見てみたかった ・ 日本の伝統的な文化や生活に関心があった ・ 雪景色や雪灯籠を見てみたかった ・ 雪に触れたり、雪の中を歩いてみたかった |

Q7. SNSによる美山町の発信について

(1) 発信の有無

| Aさん(20代) | Bさん(40代) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 友人などにメールで発信した | <ul style="list-style-type: none"> ・ 滞在中に SNS で発信した |

(2) 発信した写真や情報

| Aさん(20代) | Bさん(40代) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 雪景色(美山町の風景) ・ 雪の中のイルミネーション ・ 美山町での食事や菓子 ・ 日本の暮らしの風景 ・ 自分や同行した家族、友人 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 雪景色(美山町の風景) ・ 雪の中のイルミネーション ・ 雪灯籠 ・ 伝統的な建物の外観 ・ 伝統的な建物の部屋や内装 ・ 博物館の展示物や美術品 ・ 美山町での食事や菓子 ・ 美山町の人たち ・ 日本の暮らしの風景 ・ 雪かき体験(アクティビティ) ・ 自分や同行した家族、友人 |

Q8. 滞在中に不満や不便に感じたこと

| | |
|---------|-------------------|
| Aさん、Bさん | 何も不満や不便に感じたことはない。 |
|---------|-------------------|

(4)遠野市

◆訪日外国人旅行者の誘客に向けての遠野市の動向

- ・遠野市は早くからグリーン・ツーリズムに取組み、地域内での受入環境が整っている地域である。また「民話の里」として国際的な知名度も持っており、訪日外国人旅行者を誘客するための条件は比較的整っている。
- ・海外向けの情報発信やプロモーション活動にも積極的であり、各種ツールの整備も進んでいるが、これまでの外国人旅行者は教育旅行や企業研修といった団体客が多く、個人が住民と個人的な交流をするといった点が不足している。
- ・これまでの取り組みを基盤としつつ、より多くの海外旅行者や関係者とのネットワークを形成し、FIT（個人旅行者）への拡大を目指している。

◆遠野市の取組テーマと方向性

(取組テーマ)「ファミトリップ」の実施による海外の旅行関係者ネットワークの形成

【取組の具体的方向性】

- 1) 「トラベルマート 2015」におけるファミトリップの誘致と実施
- 2) ファムトリップ参加者との意見交換による課題・改善点の確認
- 3) ファムトリップの受入を通じての地域関係者のスキルの向上

◆今年度の活動

①ファミトリップの誘致と実施

※詳細は第1章3「外国人バイヤー等を対象とする遠野へのファミトリップの実施」を参照

◆今年度の成果と課題

NPO遠野山・里・暮らしネットワークと自治体の連携がより一層強まった。

インバウンドの取組の必要性から地域として「遠野民泊協会」員向けおもてなし(指さし)英語講座の開催、更に、市内観光者を対象とした英会話教室は、来年度から最長5年継続で市が主催のもと実施が決定。「市内観光関係者インバウンド体制情報共有」の会議の開催。県による台湾招致活動や観光施設による台湾とタイへの商談会参加。

◆今後の取組

インバウンド向けプログラムメニューの作成

地域内農家民宿の登録（簡易宿所許可）の必要性

ターゲットに応じたの販売プロモーションの必要性。旅行会社に向けたグループ向けプログラム販売、個人旅行者向けの着地型商品の開発が必要である。

第2章

ウェブサイトを活用した情報発信

1. 業務内容及び業務実施の考え方

農林水産省が所有するウェブサイト「ふるさとふれあいプロジェクト」を活用し、サイト内のコンテンツ、構成を大幅に見直した。外国人旅行者向けに、日本のグリーン・ツーリズムに関する情報を充実させ、当該ウェブサイトの認知度の向上及びアクセス数の向上に向けた改善（リニューアル）を行った。

新しいサイト名は「Authentic Visit Japan」とした。サイトの管理・運営は引き続き、ふるさとふれあいプロジェクトの日本語サイトとして、農山漁村活性化のための交流事業推進に向け、その管理、運営、普及を行った。

2. リニューアルの方針と実施概要

リニューアルにあたっては、以下の方針を設定して実施した。

- 1) できるだけ更新性を高めてアクセスする度に発見があるサイトとする。
- 2) SEO対応をしアクセス数を増やす。
- 3) 文字より写真で見せる情報設計を行う。
- 4) 訪日外国人が自国にいる時にメディアとして触れるだけでなく、スマートフォンでの見易さも考慮し、実際に日本に来た時にも見ながら巡れるような作りにする。

【リニューアル後の主要コンテンツ】

(1) Topics

体験アクティビティやツアー、農家民宿に係る情報を提供した。
日帰り、宿泊ツアーの情報など、常に新しい情報を提供した。

(2) Location

農家民泊や体験アクティビティができる地域のロケーションを日本地図内に落とし込み、主要都市（東京、大阪、京都、福岡、札幌など）との位置関係をビジュアルで示した。

地図上の都市名をクリックするとその地域に関連した Topics 等のレポートにアクセスができるようにリンクさせ、地理関係で分かりやすい表示とした。

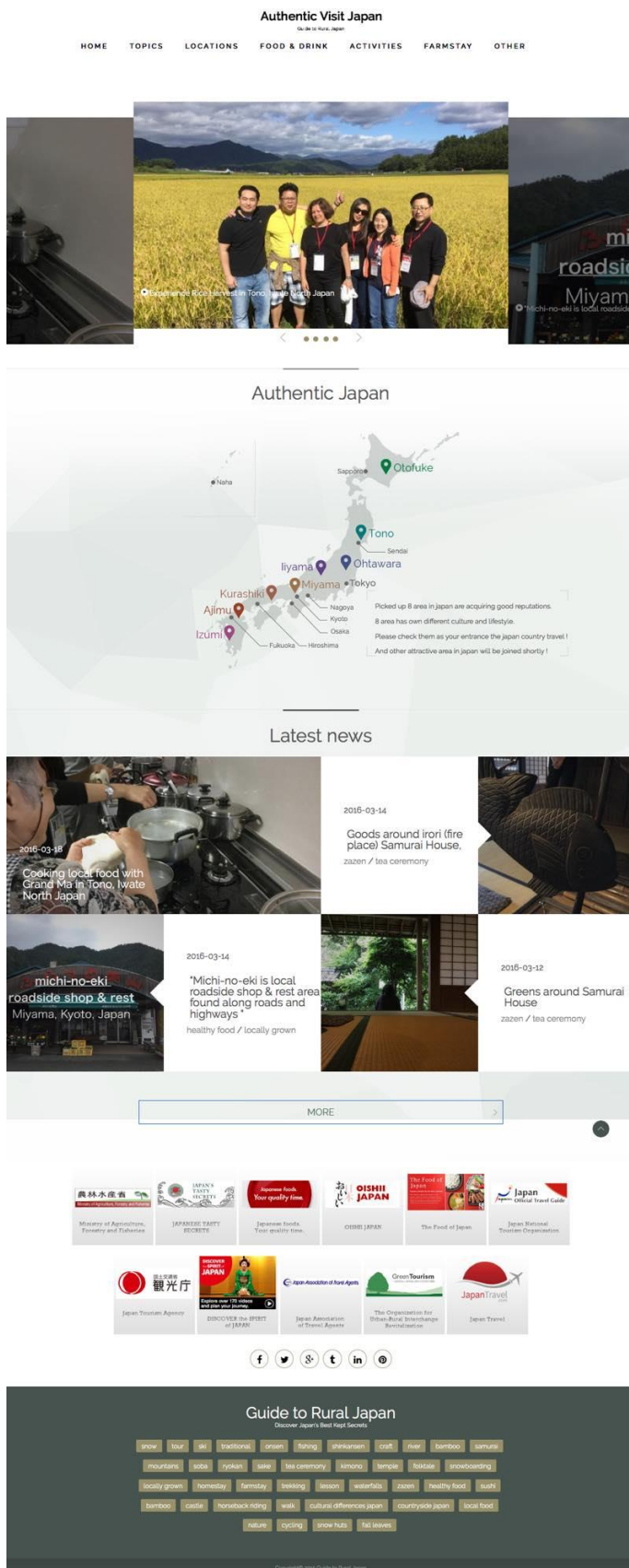
(3) Food&Drink activity

農山漁村地域で体験ができる蕎麦打ちや、日本食である茶わん蒸し、寿司の作り方などを紹介した。2016年度は、外国人の興味・関心が高い日本食（郷土食など）も紹介し、関連する地域の情報についても提供した。

(4) Farm Stay

Japan Farm Stay に登録された民宿等の情報（施設名、住所、連絡先）を一覧で提供した。

【制作したコンテンツ】



【TOP】

①メインビジュアル

AVJ サイトに入ってまず最初に目にするところになるため、常に更新されているように制作した。サイト内に定期的にアップされるレポート記事やトピックスのメイン写真を表示し、ここをクリックすることですぐ最新の情報を閲覧できるようになっている。

②地図

今回、重点的に取り上げたエリアが、主要都市とどのような位置関係にあるかを示した地図を設置している。

③Latest news

メインエリアで取り上げたものの以外の最新のレポート記事や、トピックス、投稿写真などを取り上げている。

更新性の高いサイトかつ、写真で魅せるサイトのため、できるだけ写真を多用する。

④SNS シェアボタン

各ページに SNS ボタンを設置している。AVJ サイトや記事、写真などをシェアしてもらい易くしている。