

4. 日本のルーラル・ツーリズムを商品化する際の形態について(複数回答)

日本のルーラル・ツーリズムを商品化するには、「地域によって検討する」としつつも、「一泊ツアー」とする回答が半数を超えた。
地域別にみると、東アジアは「宿泊滞在」が多く、東南アジアや欧米オセアニアでは「日帰りプログラム」も検討するという意見も見られた。

	長期滞在ツアー (2泊以上)	一泊ツアー	日帰りプログラム	地域によって 検討する
全体 (24人)	3人 (12.5%)	14人 (58.4%)	6人 (25.0%)	9人 (37.5%)
東アジア(中・韓)(7人)	2人	4人	—	1人
東南アジア (11人)	1人	8人	4人	3人
欧米オセアニア (6人)	—	2人	2人	5人

5. 日本のルーラル・ツーリズムの商品化にあたっての課題等(自由回答)

課題として最も多く挙げられたのは「言葉の壁」の問題。特に地域の文化や暮らしをより深く知る、また地元の人と交流するためにもガイドや通訳が必要とする意見が多い。次いで「体験プログラム」についての注文が多い。

◆言葉の壁が課題	
カナダ	・英語の話せる人や英語表記の看板や案内(サイン)が必要
タイ	・外国人旅行者には通訳が重要。地元の人とのコミュニケーションもとりやすくなる。
タイ	・お互いにもっと分かり合う(コミュニケーションできる)ために、英語を学びましょう。
タイ	・タイ語が話せるガイドや通訳がいれば、もっと楽しく有意義になったと思う。
インドネシア	・唯一の問題は「言葉の壁」だ。興味深いことはたくさんあるが、暮らしや文化を理解することは難しい。
フィリピン	・言葉の問題
ニュージーランド	・英語が話せるガイドが必要
マレーシア	・英語が課題。ほとんどの地元の人には英語が話せず、コミュニケーションができない。
マレーシア	・言葉の壁
マレーシア	・コミュニケーション
中国	・通訳がついてほしい。
中国	・地元の人たちと交流するためにも通訳がつくことが必要。
◆プログラムに工夫を	
ロシア	・ロシアからの旅行者は果物(味覚狩り)や食体験を好む。
ロシア	・みんなで協力してかまどでご飯を炊くといったプログラムも考えられる。
カナダ	・外国人学生は地元(日本)の学生との交流を望んでいる。交互に英語と日本語を教え合うのもよい。
中国	・体験活動(アクティビティ)を増やすこと。例えばボルダリングや水泳など。
中国	・会社が内陸にあるので釣りや海に関心がある。
中国	・日本の伝統芸能やアートに関心がある。
中国	・地元の食べ物(郷土食)づくりを豊富にする。
中国	・子どもたちが興味を持つように芸能があるとよい。
中国	・プログラムが少ない。地元の文化や芸能体験を増やす方がよい。
◆事前にもっと情報を発信する	
カナダ	・私たちのお客は旅行前に情報を収集する。ルーラル・エリアでは景色や体験などを紹介するウェブサイトが特に重要だ。
マレーシア	・日本の普通の家庭や文化に関する情報が欲しい。
韓国	・日本の生活習慣や礼儀などを教えてほしい。
◆その他	
フィリピン	・携帯の電波が入らないこと
マレーシア	・学生グループの受入が可能か
マレーシア	・食事の問題(ハラール)
マレーシア	・安心院の場合、マレーシアから福岡や長崎への直行便のフライトがない。
ロシア	・ファムトリップの内容は良かった(すべてOK)。ただもっと時間が欲しかった。
ベトナム	・ルーラル・ツーリズムの目的で、ベトナム政府からビザを発給してもらう方法があるか

Destination Japan

Viewpoints

How much does Japan attract shoppers?

Steven Lee, senior vice president head of leisure & concierge travel, MICE, product & marketing, UOB Travel Planners Singapore

"Singaporeans are very shopping cultured. Some 80 per cent of the travellers we handle ask for shopping recommendations wherever they want to visit (Japan), so this tax-free facility will add to the attraction of shopping in Japan.

As the country wants to open up and bring travellers to new destinations beyond the Golden Route, it needs to provide more information, be it through the website, social media or through its offices overseas on what is available in the country, including its shopping offers."



Rery Sankyo, vice president leisure operations, Panorama Tours Indonesia

"As much as Indonesians like to shop, when they go to Japan they go for its nature and culture. For Indonesians, South Korea offers a better shopping proposition as Indonesians find the current Korean fashion more acceptable and the prices more affordable than Japan.

Indonesians go to Europe for branded products because of the significant price difference after tax refunds as compared with buying the same product in Singapore, for example."

How to sell

DO Send your clients on a one-day ski trip to **GALA Yuzawa ski resort** in Niigata prefecture, 90 minutes from Tokyo by bullet train. The area is famous for its impressive snowfall and has slopes suitable for children and adults alike.

See Japan Tour has different categories of passes for travellers, from a Play in the Snow pass to a ski pass, and a pass including ski gear rental. The resort opens between mid-December to end-March.

SEE Locals make the best guides and they are up for hire on **Twilight Lights** (<http://twilightlights.com/japan>). Guests choose itineraries based on theme or areas of Tokyo that have been created by local guides and range anywhere from three to eight hours. Tours feature concepts like historic and modern Tokyo, first day in Tokyo bus, one-day Muslim tour, etc. Group sizes typically range between five and 15 pax.

EAT One way to enjoy Tokyo by night is having dinner on **yakatabune**, a traditional Japanese houseboat. Seated on tatami inside the boat, guests are served Japanese cuisine as the boats cruise the Sumida River, offering views of Tokyo Skytree, Rainbow Bridge and other landmarks. The Yakatabune Tokyo Association has 29 member companies

with a total 108 jakesabune cruises, able to accommodate up to 6,000 guests at one time.

STAY **Ankiz Tokyo Toranamachi Hills** is a new hotel in the Japanese capital with 164 rooms, including eight suites. The standard guestroom averages 50m², the largest in Tokyo, offering views of the Tokyo skyline. Natural material is used in its décor, reflecting traditional Japanese nature-oriented architectural style. The hotel is located on the 4/7-5/8 floors of the Toranamachi business complex, where many embassies and MNCs are located, providing easy access to government and financial districts.



Check-out from top: Dining at Ankiz Tokyo Toranamachi Hills, yakatabune boats



TRIED & TESTED



Ajimu Green Tourism

WHY Ajimu, a town in Oita prefecture, is the birthplace of rural tourism in Japan, dating back to 1996 when winegrower Seiichi Miyata came up with the idea of creating additional income for farmers in the area through green tourism.

It coincided with the government's move to allow rural households to host guests in their homes for a fee, sparking a new movement in tourism. Half an hour away from Beppu city's hot springs, Ajimu consists of 70 households ready to host travellers, for a total of 250 travellers at any one time. Guests can pick from half-, one- and three-day programmes. Activities include organic farming, making traditional food and sightseeing.

WHAT Upon arrival in Ajimu, visitors are directed to the community house for a briefing about Ajimu Green Tourism and the programmes for their stay. Hosts will pick their guests up here and take them home.

Some of the houses in Ajimu are between 70 and 100 years old and most have retained their traditional wooden structures, though others have added western-style bathrooms like the four-bedroom house belonging to Noriko Ito and her family that my group visited.

Our half-day visit included a sumptuous lunch of nagashi somen, where an open bamboo pipe is held horizontally at an angle and filled with running water. Noriko-san then released somen noodles, tomatoes and grapes bit by bit from the top of the pipe and we tried to catch the food as they flowed downwards. This was followed by a ponper sit-down meal of potato salad, chicken soup, fried rice, sausage chicken, dumplings in soya powder called kimako mochi, and Chinese beans called manjia.

After lunch, Noriko-san showed us the

garden and rice fields around her house, where we picked vegetables. While one group toiled in a rice field harvesting crops the traditional way, another busied themselves making dumplings, and yet another tried their hands at soba-making.

HOW The Ajimamachi Green Tourism Society has sample itineraries to follow but can also tailor-make programmes for visitors.

All families charge the same price for overnight stays but experiences vary according to price, and visitors are encouraged to plan their activities ahead of time.

Booking is compulsory. Ajimu Green Tourism operates year-round but international visitors are advised to avoid May-June and September-October, peak periods for local students on study trips to the area.

Language maybe a barrier as the majority of townsmen only speak Japanese. Travellers booking with travel companies may request for an interpreter but Miyata said many have survived by "communicating with the heart", using sign and body language.

VERDICT A way to enjoy genuine Japanese hospitality and rural life.

Name Ajimu Green Tourism
Price 5,000 yen (US\$42.10) per night per person, including breakfast; in-house lunch, 700 yen; in-house supper, 1,500 yen
Contact details
Ajimamachi Green Tourism Society
Tel: (01-978) 441-158
Fax: (01-978) 440-353
Email: japan-ajimu.gr@castell.com.ne.jp



TTG Asia Media

TTG Asia, TTG mice, TTG association, TTG Luxury

アジア圏で最大の旅行業界メディア

購読者は旅行関連ビジネスの実務者、日本に関する情報はアジア圏、特に訪日旅行を取り扱っている東南アジア諸国での関心が高くなっている。



9月、稲刈りを楽しむエカテリーナ・スボルキナさん(大分県宇佐市)の真・小高頭

暑り込めニッポン ②

「グランマ(おばあちゃん)に見せたいわ」。9月の秋空の下、初めて鎌を持って稲刈りをしたロシア人のエカテリーナ・スボルキナさん(33)は大はしゃぎだった。ここは大分県北部の宇佐市安心院(あじむ)町。ワインやスッポンで有名だが、農村民泊の先駆けとしても知られた町だ。安心院を訪ねた外国人は24人。地方にも外国人客を呼び込もうと観光庁が企画した「VISIT

取って泊まって農村の味

JAPANトラベルマート」に参加した海外旅行会社関係者らだ。カナダから来たローナ・ガウエコさん(57)は「無線LANはあるのか、冬の暖房は」と質問した。宿泊者専用のトイレや風呂がないなど海外の民泊と違う点が課題だが、「日本通の外国人客にはうってつけ」との声もあった。NPO法人安心院町グリーンツーリズム研究会の宮田静一(65)は、「泊すれば農村の良さも理解してもらえ」と手応えを感じている。(大分支局長 藤井利幸)

2. ウェブサイト等を活用したプロモーション支援の実施

(1) プロモーション支援業務の概要

全国のグリーン・ツーリズム先進地域の中から訪日インバウンドに対して既に取り組みをしている地域、また今後力を入れていこうと意欲のある地域を選定。個別に取材を行い原稿を作成し、WEB（ふるさとふれあいプロジェクト 英語サイト <http://f-ouen.jp/eng>）に掲載した。地域の選定にあたっては検討会の中で各委員に推薦いただいた地域も含まれている。

NO	取材地域名	取材内容
1	岩手県遠野市 NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク	民話の里 工芸体験 農家民泊
2	山形県飯豊町 商工観光課	花笠づくり体験
3	長野県飯山市 一般社団法人 信州いいやま観光局	トレッキングと信州そば打ち体験
4	大分県宇佐市安心院町 安心院町グリーンツーリズム研究会	農家民宿宿泊体験 かまどでの飯炊き体験等
5	宮崎県五ヶ瀬市 NPO法人五ヶ瀬自然学校	自然体験(カヌー、トレッキング)
6	鹿児島県出水市 産業振興部観光交流課	武家屋敷体験 牛車体験、着物を着てのまち歩き
7	北海道札幌市、石狩市 株式会社北海道宝島旅行社	茨戸川でのわかさぎ釣り 釣りガイドの指示で、氷上に設置してある釣り場にて、わかさぎ釣りを体験する
8	福島県喜多方市 観光交流課	めんこいくらぶ体験 農家で綿の収穫、たね切り、糸繰り、綿を使った小物づくり、めんこいくらぶ会員に農泊
9	栃木県大田原市 ㈱大田原ツーリズム	黒羽山大雄寺 600年以上の歴史を持つ曹洞宗の禅寺にて座禅体験
10	群馬県みなかみ町 観光課 国際観光グループ	りんご狩り、そばうち、こんにやく作り、乗馬
11	岐阜県高山市 ふるさと体験飛騨高山	高山のまち歩き、郷土料理、雪体験
12	京都府美山町 田歌舎	田歌舎の食・住・遊＋自然エネルギーの営み見学・体験
13	高知県梶原町 観光振興部 観光政策課	かみこや 紙漉き体験など
14	沖縄県大宜味村 NPO法人 おおぎみまるごと ツーリズム協会	おじいとおばあとおんたく交流 長寿の里の大宜味のバワフルなおじいとおばあとお長寿食をたべながら、おんたくおしゃべりするなど
15	富山県南砺市 交流観光まちづくり課	濁酒作り体験と試飲、雪上トレッキング(和カンジキを使った雪中歩行)
16	徳島県三好市そらの郷山里物語協議会(一般社団法人そらの郷)	祖谷溪谷 CHIIOI見学(古民家にて宿泊)
17	秋田県仙北市 農林部総合(秋田) 産業研究所農村体験デザイン室	スキー体験、温泉入浴、農家民宿宿泊
18	広島県北広島町 農山村体験推進協議会	里神楽鑑賞と地元の素材の食事
19	石川県能登町 春蘭の里広域ふるさとづくり地域協議会	春蘭の里交流宿泊所「こぶし」における伝統工芸品製作体験
20	新潟県 雪国観光圏「HOPSTEP JAPAN」	酒蔵体験・寿司職人体験

(2)WEB掲載用原稿の作成

作成したWEB掲載原稿については参考資料を参照

3. 外国人旅行者受入れに関する検討会の開催

(1) 検討会の実施概要

増加する訪日外国人旅行者をターゲットに、日本の農山漁村への来訪を促し、農山漁村の魅力や地域の文化や暮らしなどを体験してもらうことで、日本の多様性への理解を深めるとともに、交流を通じて農山漁村を活性化することを目的として、「外国人旅行者受入れに関する検討会」実施した。

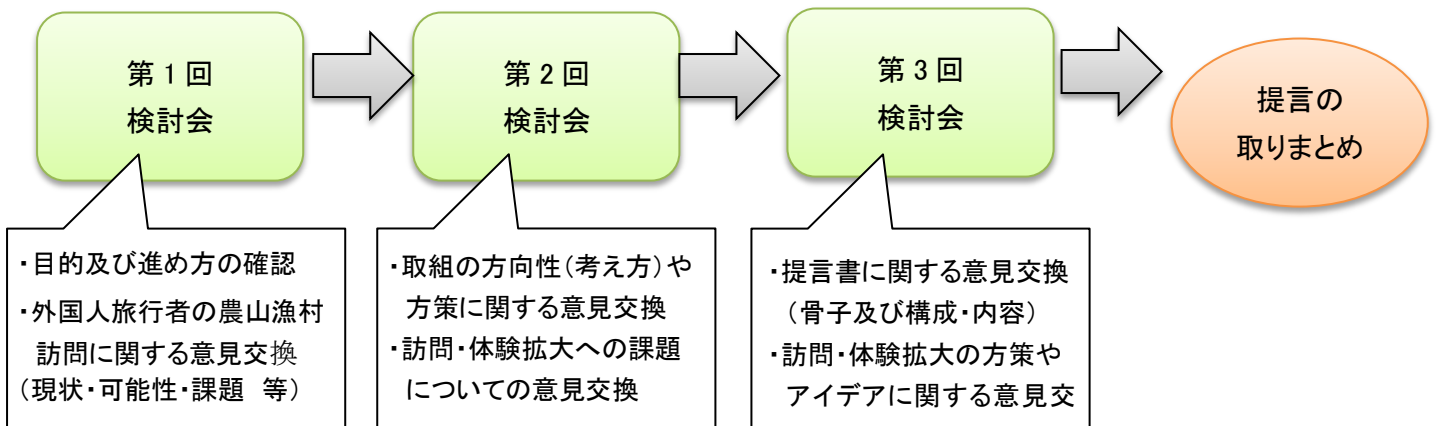
検討会にあたっては訪日外国人旅行者の旅行行動や市場動向に詳しい専門家や、在日外国人、外国人受入に取組んでいる農山漁村地域の担当者などから委員を選考。また外国人旅行者が大きく増加することが見込まれる「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」を一つの目標年次として、2020年を見据えた検討を行った。

【検討会の目的】

日本の農山漁村地域を訪問する訪日外国人旅行者の拡大に向けて、
2020年に向けた取組の考え方(戦略)や方策(戦術)等についての提言を行う
(検討及び提言のポイント)

- ◆農山漁村の暮らしや文化、農林漁業体験、食や景観等の日常生活体験を行う旅行行動(グリーン・ツーリズム)の拡大に向けた取組を重視する
- ◆次の2つの視点から総合的に検討し提言をとりまとめる
 - ①外国人旅行者を農山漁村に誘客するための取組
 - ②外国人旅行者を受け入れる農山漁村地域を拡大するための取組
- ◆農山漁村の活性化とともに「観光立国・日本」の実現に資する取組を視野に入れる

【検討会の進め方】



【検討会委員】

- (座長) 石森 秀三氏 (北海道開拓記念館館長、北海道大学観光学高等研究センター特別招聘教授)
- (委員) 犬石 知子氏 (日本政府観光局事業連携推進部観光情報戦略室シニア・スペシャリスト)
- (委員) 小松 一芳氏 (山形県飯豊町商工観光課長)
- (委員) テリー・ロイド氏 (ジャパン・トラベル株式会社代表取締役社長)