

付属資料3：千葉大学大学院 大江靖雄教授 ヒアリングメモ

2015年12月18日、千葉大学松戸キャンパスにて

対象：千葉大学大学院園芸学研究科食料資源経済学コース 教授 大江靖雄 氏

聞き手：(株)ドゥリサーチ研究所 客員研究員 緒川弘孝

<イタリアのアグリツーリズムの市場状況>

- ・アグリツーリズムも含めたイタリアの観光は、2008年のリーマンショックの時に、国内客も外国人客も冷え込み、現在は、そこから回復したような段階にある。そうした景気の波だけでなく、先進国の経済成長の鈍化に伴い、アグリツーリズムの成長は、そろそろ頭打ちの状態にあり、景気が良い時代は終わった感がある。
- ・イタリアのアグリツーリズムは、大きく成長して来たとは言え、まだまだ観光需要全体の中では、数%を占めるに過ぎず、ニッチな産業に留まっている。とは言え、イタリアの一つの州の農家民宿の数にも、日本の農家民宿の数は届いていない。
- ・イタリアの農家民宿の利用者は、国内客と外国人客が半々である。
- ・外国人客は、オランダ人は節約家が多く、キャンピングカーで来て宿泊費を節約する代わりに、長く滞在する。イギリス人、アメリカ人、日本人は、高級ランクの宿に泊まるが、日本人は、滞在期間が短いなど、国によって傾向が大きく異なる。

<アグリツーリズム民宿の傾向>

- ・農家民宿でのレストラン併設は、南部での割合は高いが、中部では低い。これは、中部では外国人客が多いが、夕食の時間がイタリア人の夜9時以降と遅く、外国人客の一般的な食事の時間とかなり違うことが要因と考えられる。
- ・イタリア中部では、大規模な農家民宿が多く、アパートメント形式で、各部屋にキッチンがあり、宿泊客は自炊することが多い。
- ・最近のイタリアの農家民宿は、部屋数が多いアパートメント型が増え、プールも備えて、大規模な施設型になっている傾向がある。

<経済成長の鈍化と競合の激化>

- ・アグリツーリズムの人気が出て来るにつれ、それを真似て、非農家が行う「ルーラルツーリズム」も大きく成長して来た。利用者には、両者の区別が付かないので、客の奪い合いになり、アグリツーリズムとは競合関係にある。
- ・ヨーロッパの観光市場が成長途上にある時は、アグリツーリズムも歩調を合わせるように伸びてきたが、ヨーロッパ経済の成長も鈍化して来た今では、アグリツーリズム内でも、競争が激しくなっている。

<投資・設備の大規模化>

- ・競争激化に伴い、アグリツーリズムの質が問われるようになり、ニーズに対応して多様化しているが、最近では、エステや結婚式など、農業と直接関係ないようなものも増えてきている。農家レストランも、高級レストランと見まがうようなものもある。
- ・特にドイツ人などの外国人に対する集客力が強いプールの整備も、非常に増えている。し

かし、プールは、元々、イタリアの田舎の農家にはないものであり、地域の伝統的な文化や景観とも合わないものである。

- ・また、プールの整備や維持管理には大きなお金がかかるため、小規模農家が、アグリツーリズムに参入しにくくなっている。逆に金さえかければ、プールを造れて、宿泊設備も大規模化でき、短期的な集客には結び付くが、アグリツーリズム本来の魅力を失うことにもなり、現在のニーズへの過適応は、将来への不安を残す。
- ・こうした、現在のイタリアの課題は、「アグリツーリズムが成功し過ぎたゆえの悩み」とも言え、まだ農家民宿の数が非常に少ない日本からすると、そういう状況にまで至るのはうらやましいとも思える。

<イタリアの支援施策と制度>

- ・イタリアの行政の構造は、国・州・県・コムーネ（日本の市町村にあたる）の四層構造になっており、アグリツーリズムの施策や制度は、その中でも州の力が大きい。
- ・しかし、イタリアは行政効率が悪く、決められたことが実施されなかったり、極めて手続きが遅かったり、実効性がなかったりすることも多いので、あまり行政の施策や制度を重く見ない方が良い。
- ・1985年のアグリツーリズム法では、農家民宿として認められるためには、中山間地等の条件不利地域を除き、農業収入が宿泊・食事提供等のアグリツーリズム収入より大きい必要があったが、2006年の法改正で、その基準が労働時間ベースとなり、農業の労働時間がアグリツーリズムの労働時間を上回れば良いようになった。
- ・しかし、こうした規制があっても、現実にはすり抜けられたり、遵守されなかったりということも多く、中には、自らの農場で作った農産物の全てを、アグリツーリズムの客に提供して、アグリツーリズム収入が100%となっている農家民宿もあった。
- ・建物の改築等の初期投資に対する補助制度もあるが、申請してから認定されて支払われるまで4～5年かかり、行政組織の非効率性もあって使い勝手が悪いいため、利用せずに開業する農家も多いと思われる。
- ・イタリアの農家民宿での体験的な要素は、日本の農家民宿と比べると多くはないが、最近では、「教育農業（子供たちの体験学習などを提供）」と「福祉農業（障害者の労働参加）」が、制度的には「アグリツーリズム」と同様の多角化活動として認められるようになった。

<格付け制度>

- ・格付け制度については、長い長い時間をかけて議論が続き、最近、ようやくまとまって、実施されているようだが、評価項目それぞれの条件をクリアしているかどうかを、自己判断でチェックして、点数を合計し、ランク付けするものなので、「お墨付き」としての性格が弱い。
- ・また、最近では、ヴェーネレ (venere.com) のような宿泊施設の検索・予約サイトが数多く出現し、そこでの利用者の評価やコメントが、利用者の選択に大きな影響を与えるため、こうした格付け制度の意味は、ほとんどなくなっていると思われ、あまり活用されていないのを見かけない。

<アグリツーリズム団体の存在感の低下>

- ・イタリアのアグリツーリズム団体は、保守派、中道派、革新派それぞれに対応した三つの団体があり、それぞれが農家民宿のガイドブックを発行し、ヨーロッパの書店で売られていたため、集客に大きな力があつたが、最近ネットに押され、2年ほど前には、発行をやめてしまった。
- ・これらのアグリツーリズム団体は、研修、コンサルテーション、調査などの事業をやっているが、ガイドブックによるPR・紹介という最大のメリットを失ったこともあり、加入率は高くない。

<優れた中小企業の経営力>

- ・イタリアは、大企業が少ない中小企業主体の産業の国であり、多くの企業は、同族経営である。そうした中で、イノベティブで、クリエイティブなものが数多く生まれて来る。これは農家にも当てはまり、アグリツーリズムがイタリアで大きく成長したのも、企業家としての経営能力や経営センスが優れていることにあると思われる。
- ・イタリアでは、政府がアテにならないということもあり、お上に頼らず自分たちで何とかしないとイケないという意識が強い。同族間を中心とした互助的な人的ネットワークもある。そこから、地域の資源や自分の能力を活かした創意工夫で、市場の多様なニーズにも合ったクリエイティブで多様なアグリツーリズムが、イタリアで生まれて来たと思われる。
- ・また、元々は農家ではない都市からのIターンUターンの新規参入者も多く、農村の旧来的な考え方に囚われず、新しい時代に合ったビジネスセンスを農村に持ち込んだことも大きかったと思われる。
- ・イタリアの若年失業率が高いこともあり（20～30%、現在は40%前後）、都市の若い世代が、「有機農業がやりたい」「農村のライフスタイルで暮らしたい」と、農業を希望することも多いが、農業だけでは生活していけないので、生計を立てる手段として、アグリツーリズムを選択するケースも多かった。

<日本のグリーンツーリズムの農業政策としての位置づけ>

- ・このように、アグリツーリズムが農業の振興や後継者確保につながる意義は、日本でも重視されるべきである。グリーンツーリズムには、農村政策の面だけでなく、農業政策の面もあるものであり、農家の経営力を高める手段としても、グリーンツーリズムを位置付ける必要がある。
- ・農業振興だけを考えると、農地の大規模化も含めて合理化も必要であるが、それを進めると、効率化で農家の数は減り、農村は衰退してしまう。しかし、グリーンツーリズムは、農家の数を減らさずに、農家の収益力と生産性を高めると同時に、農村の衰退に歯止めをかけるものである。このように、農村政策と農業政策の橋渡しとして、グリーンツーリズムは重要である。

<日本でのインバウンド対応>

- ・外国人の誘客に関して、当面は欧米人となるかと思われるが、イタリアのアグリツーリス

ムも、近隣国からの外国人客が数多く訪れているのであり、アジア人も無視すべきでない。中国人などアジア人の有名観光地巡りや爆買いをする「第一世代」に対して、それでは飽き足らない新しい「第二世代」のニーズが、そろそろグリーンツーリズムにも向かってくると思われ、対応を考えていくべきである。

- ・ただし、日本全国あらゆる地域で外国人対応をすべきだとも思わない。金太郎飴のように均一にやるべきではなく、地域の特性や意志に応じて、外国人を受け入れるかどうか、それぞれの地域が自分たちで検討して選択すべきだろう。

<宿泊と体験の関係>

- ・日本の農林漁業体験民宿では、宿泊と体験がセットになっている印象が強い。しかし、民宿側では「教える」という行為に対して抵抗がある人も少なくないし、利用者側では、農村に泊まりたいけど農業体験に抵抗があるという人も多い。すなわち、宿泊と農林漁業体験がセットになることで、対応できる民宿や市場を狭めている。
- ・かと言って、宿泊と体験を完全に分離する必要もない。市場の多様なニーズに対応して、体験を提供する宿、しない宿、あるいは体験を提供する宿でも、体験する利用者も体験しない利用者も泊まる、というように、多様な民宿と多様な利用形態があり、いろんな楽しみ方があることを、広く知ってもらえれば良い。

<数の拡大と質の確保>

- ・最近では、民泊への規制緩和が話題になっているが、簡易宿所であれ旅館業法上の許可を受けるようにして、最低限の質は確保した方が良い。
- ・民泊や農家民宿の数をとにかく増やす施策は、グリーンツーリズムの裾野拡大の初期段階では良いかもしれないが、かつて、そうやって増やした民宿・民泊のサービスの質が、必ずしも高いとは言えず、市場のニーズに合わなくなって来ている。過剰なおもてなしをしたりすることが、利用者には押し付けや窮屈だと捉えられ、足が遠のくことにもなる。

<交流疲れを起こしつつある日本の農家民宿>

- ・農家民宿側でも、修学旅行や国際交流の受け入れで得られる大きな喜びが、強いモチベーションとなって、採算や過重労働も度外視して頑張ってしまうが、長く続けているうちに無理が積み重なり、「交流疲れ」を起こしてしまい、体を壊したりする人まで現れ、今後の持続性に課題がある。
- ・日本人だと、どうしても、自分1人で抱え込んで、何でも自分でやってしまい、過重労働になりがちだが、過重労働になるということは、そこまで忙しいほどお客さんがいて、人を雇う金銭的余裕はあるはずである。人を雇うことで、地域の雇用に貢献するという考え方も必要である。

<日本の農家民宿に求められる経営能力の向上>

- ・そうした需要と供給の両面から考えて、交流の意義と喜びだけでやるのではなく、しっかりと市場のニーズに対応したホスピタリティを持ち、情報発信でき、集客でき、採算が取れ、労務管理ができて、持続性がある経営を行う能力を、農家民宿が身につけることが必要である。

- その経営のセンスとメンタリティを身につけるのは、なかなか大変ではある。それらを身につけている人は、若い頃に海外に行って、広い視野でモノを見た人に多い。
- 日本人は、お金儲けを後ろめたいことのように考える人が多いが、地域でお金を落としてもらい、仕事と雇用を生んで、地域経済を活性化し、地域に貢献しているという意義を認識すべきである。
- 日本でも、グリーンツーリズムに関わる人は、ポジティブで、常に明るい未来を見ている人が多い。
- 地域の意思決定において、全員一致や横並び、現状維持などにこだわりがちな上の世代ではなく、イタリアのように、新しい考えの人や若い世代が力を発揮できるような地域とすることも必要である。

<農家民宿のために必要な公的支援>

- 公的な支援としては、農家民宿の経営力を向上するための、情報リテラシー、マーケティング、マネジメントなどに対するコンサルテーションが必要である。
- 情報発信面でも支援が必要であり、顧客目線で利用しやすく魅力的なポータルサイトも望まれる。
- そうした経営に関するコンサルテーションやポータルサイトの開設・運営は、公的な組織では難しいので、民間企業を活用すると良いが、農家民宿とそうした民間企業とのマッチングを行う公的な組織が必要だろう。
- グリーンツーリズムを政策の一つとして位置づけるならば、しっかりと現状を把握して、戦略や施策を立案するために、グリーンツーリズムに関する政府統計を整備すべきである。統計を整備しないと、グリーンツーリズムが社会的にも意義ある産業としての認識も得られない。イタリアの政府では、アグリツーリズムに関する統計を取っている。

付属資料4：DLGの農村民宿の認証に関する評価項目(2016年)

チェック項目	はい
検索できることと広告メディア	
広告メディアでのDLGロゴ	
さらに下記は最低3項目のクリアが必要	
・DLGカタログに掲載	
・ウェブサイトに掲載	
・www.landreise.deに掲載	
・紙かデジタルのパンフレットに掲載	
・広告メディアでの高解像度の写真	
問い合わせと予約－定期的更新	
確実に回答(返答、自動返信メール、返信メール等)	
さらに下記は最低2項目のクリアが必要	
・空室カレンダーの持続的更新	
・質問に対して36時間以内に回答	
・2014年価格基準(PAngV)に基づいた価格改正	
歓迎/到着	
農場の外観(清潔感と整頓、ファザード、ゲート、門などでの季節の要素等)	
簡単な場所の表示(駐車場のサイン、レセプションの表示等)	
エントランスか民宿の建物にDLGマークを明示	
民宿であることの明確な表示	
到着日が最低でも翌日にあいさつと民宿の案内	
サービス	
直接のサポート(少なくとも1日1回。さらに電話連絡の保証)	
いつでも飲み物が飲めるようにしておくこと	
リビングに情報の掲示(民宿の歴史、地域の情報、アクティビティ、レストラン、価格表、医師や重要な電話、民宿の評価シート等)	
お客様による評価	
民宿の安全性	
消火器の場所の表示、救急箱、医師や緊急連絡先のリストなどが入った非常用袋	

農村民宿専用の項目

チェック項目	はい
お客様が農村ならではの感じる	
農村の雰囲気やムード(少なくとも1項目のクリアが必要)	
・昔の農家の建物	
・歴史的文化財(古いひき臼など)	
・田舎風ホテル	
・田舎風ペンション	
コンセプト的プログラム(必須項目ではない)	
・スペシャル・ウィーク・プログラム(バラバラでない一貫したコンセプト)	
・少なくとも週5日の固定した時間のプログラム等を提供(2週間)	

アクティブなプログラム(ゴルフ、ハイキング、パラグライダー、アーチェリー等)	
クリエイティブなプログラム(絵画、ガーデニング、工芸、手芸等)	
レクリエーション/ウェルネスプログラム(ネイルアート、日光浴、サウナ、マッサージ、水泳、エステ等)	
パッケージ・プログラム	
地域性や自然にふれたり、感じたりできること	
以下の少なくとも3項目をクリアする必要がある	
・ 牧場や農場に接している	
・ 広い庭(落ち着きたい人に向くような)	
・ インテリアなどが、地域性があるデザインや素材	
・ 地場製品の販売	
・ 主に典型的な地元の農産物を使ったサービス(カフェやレストラン等で)	
・ 昆虫観察ケース	
・ フルーツまたは野菜のガーデン	
・ 裸足で歩く道	
・	
・	
定番の交流活動(必ずしも要求に応じてではなく)	
以下の少なくとも4項目をクリアする必要がある(ただし統合的なコンセプトがあるもの場合は少なくなる)	
・ 農家との協力(酪農家など)	
・ 地域の体験ガイドとの協力(干潟ツアー、カヌー・トリップなど)	
・ 農業をテーマとしたタベ	
・ 個人の/特別なテーマのパッケージ(ヨーデルのコースなど)	
・ 専門的テーマ(ハーブ、ビール、ワイン、蜂蜜等)	
・ 料理、パンづくりの教室	
・ リラクゼーション(ウェルネス、ヨガなど)	
・ 地域のフィールドミュージアム	
・ ミニ動物園(少なくとも3種類の動物)	
・ 地場製品に関するテーマのタベ(ワインとチーズ、ビールとソーセージ等)	
・ 料理をテーマとしたバーベキュー	
・ 様々な種類のネイチャー・ハイク(ハーブ、湿地、森、キノコなど)	
・	
・	
交流	
以下のうち少なくとも1項目をクリアする必要がある	
・ 共通スペース	
・ 屋外の座る場所(固定ベンチ/テーブルの組み合わせ、あずまや等)	
・ バーベキュー小屋とバーベキュー	
・ 屋内の活動スペース	
・	
・	

建物の概要

合計宿泊室数	数字
コテージ型	
アパート型	
貸部屋型	
特別な設備（ツリーハウス、テント、キャンピングカー等） 種類： 種類：	
格付け	はい
有効な格付けあり ・有効な格付け証のコピーを FAX または電子メールで提示	
有効な格付けなし ・施設の基準が適用（追加シート）	
格付けされた施設の数（DTV まはた DEHOGA）	数字
コテージ型	
アパート型	
貸部屋型	

特別事項

DLG 認証マーク以外の特別事項	適用
・乗馬（FN 認証）	
・オーガニック・ファーム（オーガニック・ファーム認証）	
・子供農場	
・キャンプ場	
・車いすアクセス宿泊施設(i.A.a. DIN-Norm 18040-2)	

最終評価

経営の特徴	自由記述
施設の環境／景観	
ターゲット層	
目的における特別なコンセプト／経営テーマ	
コンセプト／経営の強み	
コンセプト／経営の弱み	
エコロジーと持続可能性に関するコンセプト	
検査員の結論	

資料：ドイツ農業協会(DLG) "Gütezeichen-Kriterien „Landurlaub“ " <http://www.landreise.de/dlg/>

付属資料5：ジャパニーズ・イン・グループ選考基準（抜粋）

第3項 宿泊施設と宿泊料金について

- (1) 宿泊施設は和室を有し中小規模で家族的接遇が提供できることを原則とする。
 - イ 日本及び日本人の理解促進には和室が最もふさわしい。従って相当数の和室があること。
 - ロ 中小規模とは家族的接遇を主体にしたサービスが可能であること。
- (2) 宿泊料金は明瞭かつ適正でなければならない。
 - イ 料金表示は宿泊料金と食事料金をわけて表示ができること。
 - ロ 適正料金とはグループの趣旨に基づいたリーズナブルな料金をいう。
 - ハ 付帯料金がある場合はわかりやすい表示が必要である。
 - ニ 帳場又はフロントに明示すること。
 - ホ 配布されるパンフレット等と実際の料金が適合しなければならない。

第4項 接遇について

- (1) 施設及び設備の利用方法を和、英両文で表示すること。
- (2) 英語による電話に最低限度の対応が可能であること。
- (3) 外客接遇にあたって最低限度の対応が可能であること。
- (4) 海外からの通信等に対して速やかな対応が可能であること。
- (5) カード決済を含む諸支払い方式に充分対応できること。

第5項 宿泊環境と設備

(1) 環境

宿泊客が安心して1人歩きができ、安眠、休息できる宿泊環境であること。

(2) 客室

- イ 隣室と壁仕切りであること。
- ロ 内外から施錠装置があること。
- ハ 換気、採光、照明が充分であること。
- ニ 適当な冷暖房設備があること。
- ホ 室内調度品が整っていること。

(3) 浴室

- イ 男女区別があること。
- ロ 温水と冷水の水栓があること。
- ハ シャワーの設備があること。
- ニ 循環施設を使用している場合には、レジオネラ菌等に十分注意すること。

(4) 便所

- イ 水洗設備があり洋式も付設されていること。
- ロ 入口から男女別になっていること。
- ハ 防虫、防臭、脱臭の設備があること。
- ニ 手洗設備が完備していること。'

(5) 厨房

食品衛生法に基づく保健所の基準に達していること。

(6) リネン類

- イ 衛生的で清潔であるものを使用すること。
- ロ 浴衣、フトンカバー、シーツ、タオル等身につけるものについてはそのつど交換する。

第6項 防災について

- (1) 消防設備は消防法同施行令に定められた設備を有し、定期点検に合格していること。
 - イ 適マーク対象施設はこれを取得していること。
 - ロ 対象外施設については消防署の指導のもとにたえざる防災への努力をすること。
 - ハ 館内に避難経路案内を和、英両文で表示すること。
- (2) 旅館賠償責任保険に加入し、万一の事故に対し充分補償できること。

資料：ジャパニーズ・イン・グループ『ジャパニーズ・イン・グループ選考基準とその心得』（2003年改正）

付属資料6:観光庁『受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン』 宿泊施設評価項目(抜粋)

1.Web サイトによる情報提供

①外国語で、施設の位置、設備の内容や規模、価格帯、部屋のタイプ、サービス内容、支払い方法等を明示した Web サイトを作成している。

2.事前予約

①施設の Web サイトや宿泊予約サイト等を経由して、オンライン予約ができる

②E メール、電話、FAX 等にて外国語で問い合わせることで、予約をすることができる。

3.施設名の表示

①施設の名称について、その名称を示した看板等に、ローマ字などを利用して、日本語以外でも表記している。

4.コミュニケーション

①外国語会話の能力を有するなど、外国語に対応可能な職員を配置している。

②指さし会話シート等のコミュニケーションを補助するツールを用意している。

5. 宿泊施設の利用

①ルームカード等に関して、独立行政法人国際観光振興機構(JNTO)の外国人客接客基本マニュアルの宿泊施設編に準じた形で、外国語にて用意している。

②温泉・共同浴場・飲食施設等の利用方法やマナーについて、外国語の説明書を用意している。

6.施設内の表示

①外国語やピクトグラムを利用して、館内の主な施設、客室の室番号、避難経路等の施設内の誘導サイン・位置サイン・案内サインを表示している。

②館内の主な施設及び設備の配置に関して、外国語の施設内案内図を用意している。

7.精算

①外貨での精算ができる。

②海外発行のクレジットカードが利用できる。

③中国銀聯カードが利用できる。

8.緊急時への対応

①ケガや急病等の緊急時、火災や地震等の非常時に備え、外国語による「安全の手引き」の設置や、滞在中の外国人旅行者に対応することができる従業員向けマニュアル等を用意している。

9.施設の利便性向上のための取組み等

①外貨両替を行っている。

②ATMを設置している。

③国際電話を利用することができる。

④無料でインターネット接続環境を提供している。

⑤外国語のテレビ放送を導入している。

⑥外国語でのコンシェルジュサービスを提供している。

⑦海外の電化製品等に対応したコンセントを整備している。

⑧周辺地図や観光案内などの情報を、自社又は各自自治体等が作成した外国語による案内書にて提供している。

10.従業員教育 等

①外国人旅行者の受入環境の整備に関して、計画や方針を立てて取り組んでいる。

②外国人旅行者に接する従業員に対する研修を行うなど、従業員が外国人旅行者への理解を深める取組みを実施している。

③外国人旅行者のニーズを把握する取組みを行っている。

資料：観光庁(2011)『受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン』

付属資料7:アンケート調査内容

- (1) あなたは、日本を訪れたことがありますか。(SA)
①ある ②ない ⇒「②ない」を排除
- (2) あなたは今どの国にお住まいですか。(SA)
①米国 ②カナダ ③イギリス ④ドイツ ⑤フランス ⑥スペイン
⑦イタリア ⑧オーストラリア ⑨中国 ⑩香港 ⑪台湾 ⑫タイ
⑬シンガポール ⑭韓国 ⑮その他 ⑯日本(年) ⇒長期滞在者を排除

【基本属性】

- (3) あなたの出身国をお答えください。(SA)
①米国 ②カナダ ③イギリス ④ドイツ ⑤フランス ⑥スペイン
⑦イタリア ⑧オーストラリア ⑨中国 ⑩香港 ⑪台湾 ⑫タイ
⑬シンガポール ⑭韓国 ⑮その他
- (4) あなたの性別をお答えください。(SA)
①男性 ②女性
- (5) 貴方の年齢をお答えください。(SA)
①19歳以下 ②20～29歳 ③30～39歳 ④40～49歳 ⑤50～59歳
⑥60～69歳 ⑦70歳以上

【日本への訪問状況】

- (6) あなたが日本を訪れた回数をお答えください。(SA)
①1回 ②2～3回 ③4回以上
- (7) あなたが日本を訪れた目的をお答えください。(SA)
①観光・レジャー ②親族・知人訪問 ③ビジネス ④学業 ⑤その他
- (8) あなたが日本で宿泊したことがある場所をお答えください。(SA)
①ホテル ②旅館 ③民宿 ④知人・友人の家 ⑤その他
- (9) あなたが日本を訪れた際の旅行手配方法をお答えください。(SA)
①個人で手配した ②団体ツアー ③個人旅行向けパッケージツアー
- (10) あなたが日本を訪れた際の同行者をお答えください。(SA)
①自分ひとり ②夫婦・パートナー ③家族・親族 ④職場の同僚
⑤友人 ⑥その他
- (11) あなたが日本で訪問したことがある地域をお答えください。(MA)
①(東京・大阪などの)大都市 (metropolitan area)
②地方都市 (provincial city) ③田舎 (countryside)
- (12) あなたは日本の田舎や農村地域に対して、知識や関心がありますか。(SA)
①知識も関心もある ②知識はあるが関心はない
③知識はないが関心はある ④知識も関心もない

【ファーム・ステイに関して】

※ファーム・ステイとは・・・農家民宿に宿泊すること。

(13-1) あなたはファーム・ステイを体験されたことがありますか。(SA)

- ①はい ②いいえ

(13-2) 【(13-1) で①の場合】あなたがファーム・ステイを体験された国はどこですか。(MA)

- ①日本 ②米国 ③カナダ ④イギリス ⑤ドイツ ⑥フランス
⑦スペイン ⑧イタリア ⑨オーストリア ⑩その他

(13-3) 【(13-1) で①の場合】あなたは、なぜファーム・ステイを体験しようと思いましたか。また、あなたがファーム・ステイを体験された感想をお答えください。(FA)

(14-1) あなたの日本でのファーム・ステイ意向を教えてください。(SA)

- ①宿泊したい ②宿泊したくない ③わからない

(14-2) 【(14-1) で①の場合】あなたが日本でのファーム・ステイに期待することを教えてください。(MA)

- ①日本の農家等に滞在したい ②日本の農家等のホストとの交流を楽しみたい
③日本の農家等の文化を知りたい ④日本の農作業等を体験したい
⑤フレッシュな食事を楽しみたい ⑥地元ならではの食事を楽しみたい
⑦その他

(14-3) 【(14-1) で②③の場合】あなたが日本でのファーム・ステイを体験したくない理由を教えてください。(MA)

- ①ホームステイ・民宿への宿泊に抵抗感がある ②食生活が不安
③コミュニケーション面が不安 ④農家等の文化に興味が無い
⑤ホストとの濃密な交流を望まない
⑥都会を観光したい ⑦有名な観光地に行きたい
⑧日本のファーム・ステイに関する情報が十分でない
⑨緊急時の対応が不安 ⑩その他

(15) あなたは日本でのファーム・ステイでどのような体験をしたいですか。(MA)

- ①農業体験（収穫体験等）
②伝統文化体験（伝統的工芸品製作体験）
③伝統料理体験・食事
④自然観察体験（ガイドツアー等）
⑤その他
⑥散策・スポーツをしたい
⑦のんびりしたい（何もしない）

(16) あなたは日本でのファーム・ステイについてどのような情報があれば利用を検討しますか。(上位3つ)

- ①交通・アクセス ②料金・支払方法 ③対応可能な言語
④部屋（広さ・浴室・トイレ等）に関する情報 ⑤備品 ⑥Wi-Fi 環境
⑦食事 ⑧利用上のルール・マナー ⑨利用者からの評価・コメント
⑩公的な認証 ⑪（民間による）ランキング ⑫オーナーの雰囲気
⑬民宿の環境・景観 ⑭周辺地域の観光情報

(17) あなたが望ましいと思う農家民宿等のサービス等についてお答えください。

(17A) 民宿の食事サービスについて

【必要な食事について】(MA)

- ①朝食
- ②昼食
- ③夕食
- ④食事はらない

【朝食について】(MA)

- ①日本の伝統的な朝食(ライス・味噌スープ・焼き魚等)
- ②アメリカンブレックファスト
- ③コンチネンタルブレックファスト
- ④自国料理
- ⑤その他

【昼食・夕食について】(MA)

- ①日本の伝統的な家庭料理
- ②寿司やてんぷら等
- ③自分の国の料理
- ④その他

【どこで食べたいですか】(SA)

- ①自分の部屋で食べたい
- ②(他の客と同じ)食堂で食べたい
- ③民宿オーナー家族と一緒に食べたい
- ④どちらでも構わない

(17B) 民宿の宿泊サービスについて

【部屋の形式】(SA)

- ①洋室
- ②和室
- ③どちらでも構わない

【部屋のスタイル】(SA)

- ①民宿オーナーと同じ棟
- ②民宿オーナーとは別の棟
- ③どちらでも構わない

【寝床の形式】(SA)

- ①ベッド
- ②布団
- ③どちらでも構わない

【風呂】(MA)

- ①民宿のお風呂に入りたい
- ②近くの温泉に入りたい
- ③シャワーのみでよい

(17C) 民宿の料金について(1泊・2食付として)(SA)

- ①～\$40
- ②\$40～\$70
- ③\$70～\$100
- ④\$100～

(17D) 1か所の民宿に求める滞在日数をお答えください。(SA)

- ①1泊
- ②2泊
- ③3～4泊
- ④5泊以上

付属資料 8:セミナー案内状

①石川県会場

農林漁業体験民宿への訪日外国人の誘客促進のためのセミナー

1. 趣旨

現在、訪日外国人旅行者の主な旅行先は大都市が中心ですが、2,000万人達成に向けては、地方への誘客促進やリピータの確保が重要となっています。農山漁村への訪問についても一定のニーズがあり、石川県内でも春蘭の里などでは既に訪日外国人が訪れているところです。

本セミナーでは、インバウンドを巡る状況、諸外国の事例や外国人へのアンケートから見えてきた課題、情報発信手法、「Japan. Farm Stay」シンボルマーク※の有効な活用方法等、訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への誘客促進のための情報をお伝えします。

ぜひ、ふるってご参加下さいますようお願い申し上げます。

※「Japan. Farm Stay」シンボルマーク：

訪日外国人旅行者への農林漁業体験民宿のアピールのため農林水産省が制定

2. 日時 平成28年 2月24日(水)
13:00～17:00 (受付 12:30～)
3. 会場 七尾サンライフプラザ 第24会議室 (裏面地図参照)
4. 内容 裏面のプログラムの通り
5. 主な対象者 農林漁家体験民宿経営者、農林漁家民宿体験民宿の開業に興味がある方、行政担当者、観光関連事業者 等
6. 定員 30名
7. 締め切り 平成28年2月19日(金)
8. 受講料 無料
9. 申し込み 下記、お申込書にご記入の上FAX、もしくはメールでお申し込みください。
10. 問い合わせ・申込先 株式会社 綜研情報工芸 担当：齊藤
〒105-0014 東京都港区芝二丁目3番3号芝二丁目大門ビル7F
FAX：03-5441-2587
メール：ksaitou@jk-soken.co.jp 受付時間 月～金 10時～18時

《お申込書》

ふりがな ご氏名	
所属	
ご住所	(〒 -)
ご連絡先	Tel: - - Fax: - -

1.1. プログラム案 (調整中)

時間	講師 (案)	タイトル (案)	内容 (案)
13:00	開講式		
13:05～ 14:35	北海道大学 観光学高等研究センター研究員 / NPO 法人 信越トレイルクラブ 理事 木村 宏氏	基調講演 「DMO先進地、長野県飯山市の事例から着地型観光と集客拠点のマネジメント組織について」	DMO先進地と言われる長野県飯山市において、第一線で実践してきた観光地域マネジメントの手法を、事例を交えながらご紹介いたします。
(10分)	休憩		
14:45～ 15:15	株式会社 綜研情報工業 代表取締役 齊藤 保明	「欧州のファームステイの現状と日本型ファームのヒント (仮)」	ファームステイ先進国における事例・農林漁業体験民宿に関する外国人アンケートから、農林漁業体験民宿の設備・サービス・制度の効果的な活用法について。
(10分)	休憩		
15:25～ 16:25	株式会社 百戦錬磨	1) インターネットの民泊マッチングサイトを活用した地域集客の実践について 2) Japan. Farm Stay、登録農林漁業体験民宿の申請手続きについて	
16:25～ 17:00	意見交換・名刺交換会 ※研修終了後に名刺交換等の時間を設けます。 お気軽に講師へご質問・ご相談ください。		

1.2. 会場アクセス 〒926-0021 石川県七尾市本府中町ヲ部 38 番地
TEL:0767-53-1160 / FAX:0767-53-3260



1.3. 農林水産省 事業担当
農林水産省 農村振興局 都市農村交流課 交流担当専門職 竹内 秀一

②大分県会場

農林漁業体験民宿への訪日外国人の誘客促進のためのセミナー

1. 趣旨

現在、訪日外国人旅行者の主な旅行先は大都市が中心ですが、2,000万人達成に向けては、地方への誘客促進やリピーターの確保が重要となっていますが、農山漁村への訪問についても一定のニーズがあり、大分県内でも宇佐市をはじめ県内各地に既に訪日外国人が訪れているところです。

本セミナーでは、インバウンドを巡る状況、諸外国の事例や外国人へのアンケートから見えてきた課題、情報発信手法、「Japan. Farm Stay」シンボルマーク※の有効な活用方法等、訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への誘客促進のための情報をお伝えします。

ぜひ、ふるってご参加下さいませようお願い申し上げます。

※「Japan. Farm Stay」シンボルマーク：

訪日外国人旅行者への農林漁業体験民宿のアピールのため農林水産省が制定

2. 日時 平成28年 2月29日(月)
13:00~17:00 (受付 12:30~)
3. 会場 大分農業文化会館 研修室 (裏面地図参照)
4. 内容 裏面のプログラムの通り
5. 主な対象者 農林漁家体験民宿経営者、農林漁家民宿体験民宿の開業に興味がある方、行政担当者、観光関連事業者 等
6. 定員 30名
7. 締め切り 平成28年2月26日(金)
8. 受講料 無料
9. 申し込み 下記、お申込書にご記入の上FAX、もしくはメールでお申し込みください。
10. 問い合わせ・申込先 株式会社 綜研情報工芸 担当：齊藤
〒105-0014 東京都港区芝二丁目3番3号芝二丁目大門ビル7F
FAX：03-5441-2587
メール：ksaitou@jk-soken.co.jp 受付時間 月～金 10時～18時

《お申込書》

ふりがな ご氏名	
所属	
ご住所	(〒 -)
ご連絡先	Tel: - - Fax: - -

1.1. プログラム案 (調整中)

時間	講師 (案)	タイトル (案)	内容 (案)
13:00	開講式		
13:05~ 14:35	観光庁 観光地域づくり マネージャー 高砂 樹史 様	基調講演 「日本版DMOと観光 地域づくりが地域を変 える！」	長崎県の島の事例をもとに、海外からも集客できるだ けの魅力的な地域を作っていくための観光の使い方、 組織のあり方などを紹介します
(10分)	休憩		
14:45~ 15:15	為国 孝敏 氏	「ファームステイから 広がる観光まちづくり」	訪日外国人旅行者の誘客促進に向けた環境づくりの ため、ファームステイに関わる皆さんの活動を地域づ くり・地域創生に広げていただくためのきっかけとし て、観光まちづくりの話題を提供いたします。
(10分)	休憩		
15:25~ 16:25	株式会社 百戦錬磨 様	1) インターネットの民泊マッチングサイトを活用した地域集客の実践について 2) Japan. Farm Stay、登録農林漁業体験民宿の申請手続きについて	
16:25~ 17:00	意見交換・名刺交換会 ※研修終了後に名刺交換等の時間を設けます。 お気軽に講師へご質問・ご相談ください。		

1.2. 会場アクセス 〒879-1312 杵築市山香町大字日指1-1
TEL:0977-28-7111



1.3. 農林水産省 事業担当
農林水産省 農村振興局 都市農村交流課 交流担当専門職 竹内 秀一

付属資料 9: セミナーアンケート票

農林漁業体験民宿への訪日外国人の誘客促進のためのセミナー アンケート

Q 1 あなたのご職業をお教えてください。

- | | |
|----------------|-------------------------|
| 1. 農林漁家体験民宿経営者 | 2. 農林漁家民宿体験民宿の開業に興味がある方 |
| 3. 行政担当者 | 4. 観光協会 |
| 5. 一般企業 | 6. NPO・NGO 法人 |
| 7. その他観光関連事業者 | 8. 学生 |
| 9. その他 () | |

Q 2 今回ご参加された主な目的 (知りたかったこと) をお答えください。(複数回答可)

- | | |
|----------------------|-------------------------------|
| 1. 実際の取組事例 | 2. 海外観光客誘客のための具体的方策 |
| 3. 海外のファームステイ事例 | 4. 海外の認証制度等の取組み |
| 5. 外国人の日本でのファームステイ意向 | 6. 認証 (Japan Farm stay) の活用方法 |
| 7. 海外へ発信する情報の内容 | 8. 海外への情報発信方法 |
| 9. その他 () | |

Q 3 今回のセミナーは参考になりましたか。講義ごとにお答えください。(それぞれに○)

	1. 非常に参考になった	2. 参考になった	3. あまり参考にならなかった	4. 参考にらなかった
基調講演 「DMO先進地、長野県飯山市の事例から着地型観光と集客拠点のマネジメント組織について」 /北海道大学 観光学高等研究センター研究員 木村宏氏	1	2	3	4
「欧州のファームステイの現状と日本型ファームのヒント」 /株式会社 総研情報工学	1	2	3	4
1) インターネットの民泊マッチングサイトを活用した地域集客の実践について 2) Japan Farm Stay、登録農林漁業体験民宿の申請手続きについて /株式会社 百戦錬磨	1	2	3	4

Q 4 あなたの地域でインバウンド受入を行う上での課題や問題点は何ですか？(複数回答可)

- | | | |
|---------------------------|------------------|--------------------|
| 1. 言語 | 2. 人材・人手 | 3. 資金 |
| 4. 二次交通のインフラ | 5. 地域 (受入先) への説得 | 6. Wi-Fi などの通信インフラ |
| 7. 海外への発信力 | 8. 宗教・生活様式などへの対応 | 9. 行政の支援 |
| 10. 地域内と地域外 (事業者等) をつなぐ役割 | 11. 飲食店数 | |
| 12. その他 () | | |

Q 6 今回のセミナーを受け、今後実践されたいこと・検討されたいことがあれば、お答えください。

平成 27 年度 農林水産省 事業
訪日外国人旅行者の農林漁業体験民宿への
誘客促進に関する調査委託事業
調査報告書

平成 28 年 3 月発行

発行

株式会社 綜研情報工芸

〒105-0014

東京都港区芝二丁目 3 番 3 号芝二丁目大門ビル 7F

TEL : 03-5441-2581 FAX : 03-5441-2587