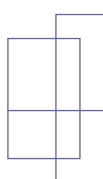


平成25年度 都市農村共生・対流総合対策交付金共生・対流促進計画



グリーン・ツーリズムの推進 ネットワーク構築事業



報告書

平成26年3月

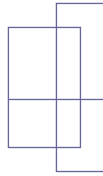
株式会社リクルートホールディングス

目 次

I . はじめに.....	3
1 . 事業の背景と目的.....	5
1) グリーン・ツーリズムの現状と課題.....	5
2) 事業の目的.....	8
2 . 事業内容.....	9
1) 事業の構成.....	9
2) 事業実施体制.....	10
II . 事業実施結果.....	11
0 . 事業者向け研修会の開催.....	13
1) 開催概要.....	14
2) 開催結果.....	23
1 . グリーン・ツーリズムの取り組みに係る支援.....	31
1) 事業者向けセミナーの開催.....	31
2) G T エントリーモデル造成の手引き作成.....	42
2 . グリーン・ツーリズム推進のためのネットワーク構築.....	43
1) 事業者ネットワークの構築.....	43
2) 自治体におけるネットワークの構築.....	48
3) オーダーメイド依頼.....	55
3 . 多様なグリーン・ツーリズムモデルプランの検討.....	57
1) 多様なグリーン・ツーリズムモデルプラン検討ワークショップの開催.....	57
2) 多様なグリーン・ツーリズムモデルプランの課題整理.....	64
4 . 観光事業者とグリーン・ツーリズム実施地域とのマッチング.....	67
1) 事業者向け研修会における交流機会提供.....	67
5 . グリーン・ツーリズムへの誘致方法の検討.....	69
1) プロジェクトサイト「里山・里海タイムトリップ」の構築.....	69
2) G T プランの販売.....	72
3) 情報流通調査.....	82
4) 消費者のエントリーモデルプラン評価調査.....	97
5) G T 事業者の流通取組実態調査.....	113

Ⅲ. 本年度事業の総括と今後の課題 119

1. G T推進に必要なネットワーク構築..... 121
2. 個人観光客向けのプラン造成について..... 122
3. 商品流通について..... 124



1. はじめに

1. 事業の背景と目的

1) グリーン・ツーリズムの現状と課題

○現状

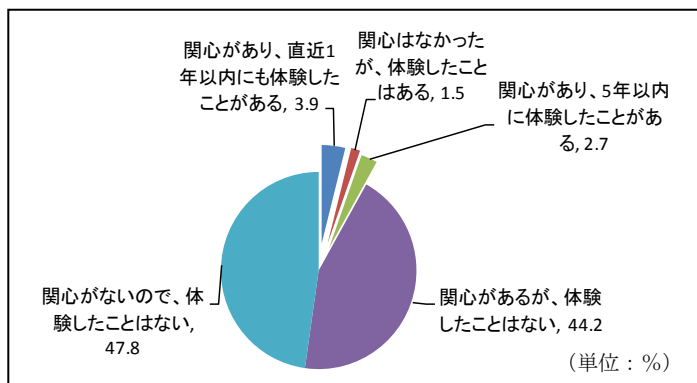
農産漁村においては、人口減少、高齢化に伴い、より一層の地域コミュニティの活性や地域経済に活力を戻すための方策が求められている。また東日本大震災後、特に都市部を中心とした消費者にとって、ライフラインを緩やかに確保する意味合いも含み、あらたな農産漁村との交流、絆が求められ始めている。

その中で、農林水産省で取り組まれてきた、農山漁村地域における自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動として展開してきた農村体験プログラム＝「グリーン・ツーリズム」（以下、G T）に対する期待は、農業関係者のみならず旅行者や観光事業者にとっても高まりつつある。

特に観光旅行実施率および旅行費用が低下傾向にある近年において、一般消費者は、旅行に対してより高い付加価値を求め始め、旅先の土地でしか手に入らない「食」や、その土地にしかないリアルな「体験」を体感できることを求めるようになり、農山漁村での「非日常体験」や「生活に埋もれた知恵」を体感できる旅行にはお金をかける旅行者も少なくない。以上のことから、観光地と農村地域を結び、食や観光の側面からもG Tを推進するメリットは大きいといえる。

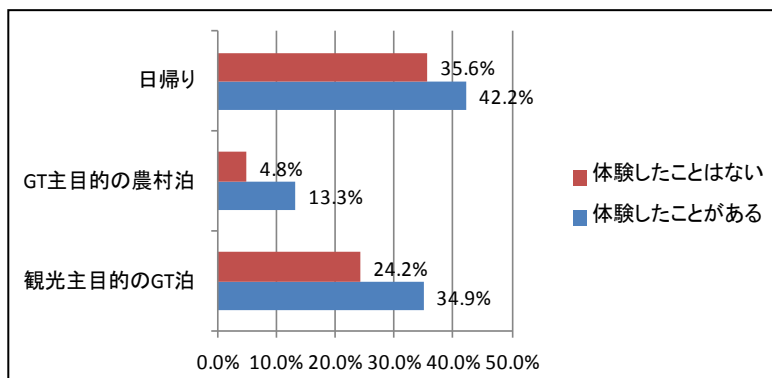
しかし、G Tの国内実施率は、まだまだ高いとはいえず、未経験者も多い状況の中、子供のころの学校行事を加味すると4割弱（2007年リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）、18歳以上の直近1年の経験率は8%（2010年グリーンツーリズムエントリーモデル推進協議会調査）であり、未経験者の半数近くは、農村体験を旅行に取り入れることに関心が高いことから、G Tのすそ野の拡大の重要性が予見される。しかし情報流通及び販売が学校行事を対象としたものなど限定的であることが多く、消費者目線で市場を捉えたと一般の旅行者が購入するプログラムになっているとは言い難い状況である。

図表 GTへの関心や体験有無



出典：2010年グリーンツーリズムエントリーモデル推進協議会調査

図表 GTへの参加意向



出典：2010年グリーンツーリズムエントリーモデル推進協議会調査

○課題

現状を踏まえたGTの課題は、未経験者率の高さにあるのではと考えられる。経験率を高めるためには、関心はあるが始められない人が多い事を踏まえ、きっかけとなる「初めての人向けの短時間かつ簡易なGT体験プログラム」(以下エントリーモデル)の検討が必要である。

以下に想定される課題とその解決の方向性を整理する。

＜市場(ターゲット)の拡大＞

短時間でも一度G Tを体験することにより、G Tを目的とした旅行行動を促すことができるものとする。そのための「初めての体験」自体が現状ではしづらい状況であり、市場(ターゲット)の拡大につながっていないと考えられる。市場の拡大に向け、エントリーモデルの検討が必要である。

＜課題解決の方向性＞

G T未経験者を意識した
体験プログラムの
バリエーション拡大

＜GTプログラムの充実と魅力の向上＞

現状のG Tプログラムの多くは、農山漁村での「非日常体験」や「生活に埋もれた知恵」を体感できるといった、消費者の興味を喚起する商品(キャッチコピー等含む)になっていない。改善に向け、プログラムの精度及び魅力の向上が求められる。

＜受入体制の充実＞

長期滞在を意識したプログラムや観光地との連携がなされていないため、旅程中のすべてを農山漁村で完結するものが多く、気軽に一般の旅行行程に取り入れにくいものとなっている。近隣観光地との連携など、柔軟な受入体制の整備を検討する必要がある。

＜課題解決の方向性＞

近隣観光地との連携

＜流通やPR手法の改善＞

農山漁村では、観光事業や旅行者との接点が薄いため、プログラムを販売する(マッチングの)機会が少ない状況である。事業者同士のネットワーク構築などにより、情報提供やマッチング機会の創出などに向けたプラットフォームを検討する必要がある。

＜課題解決の方向性＞

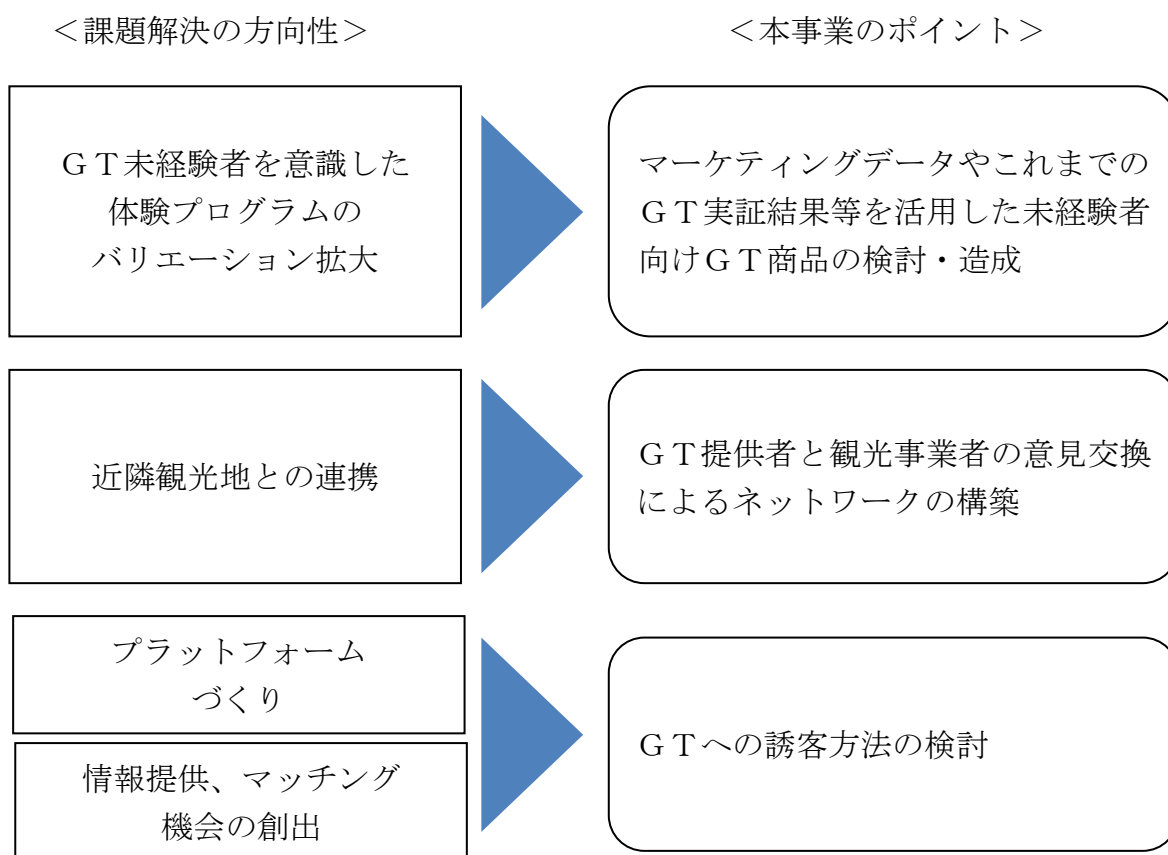
情報提供、マッチング
機会の創出

プラットフォーム
づくり

2) 事業の目的

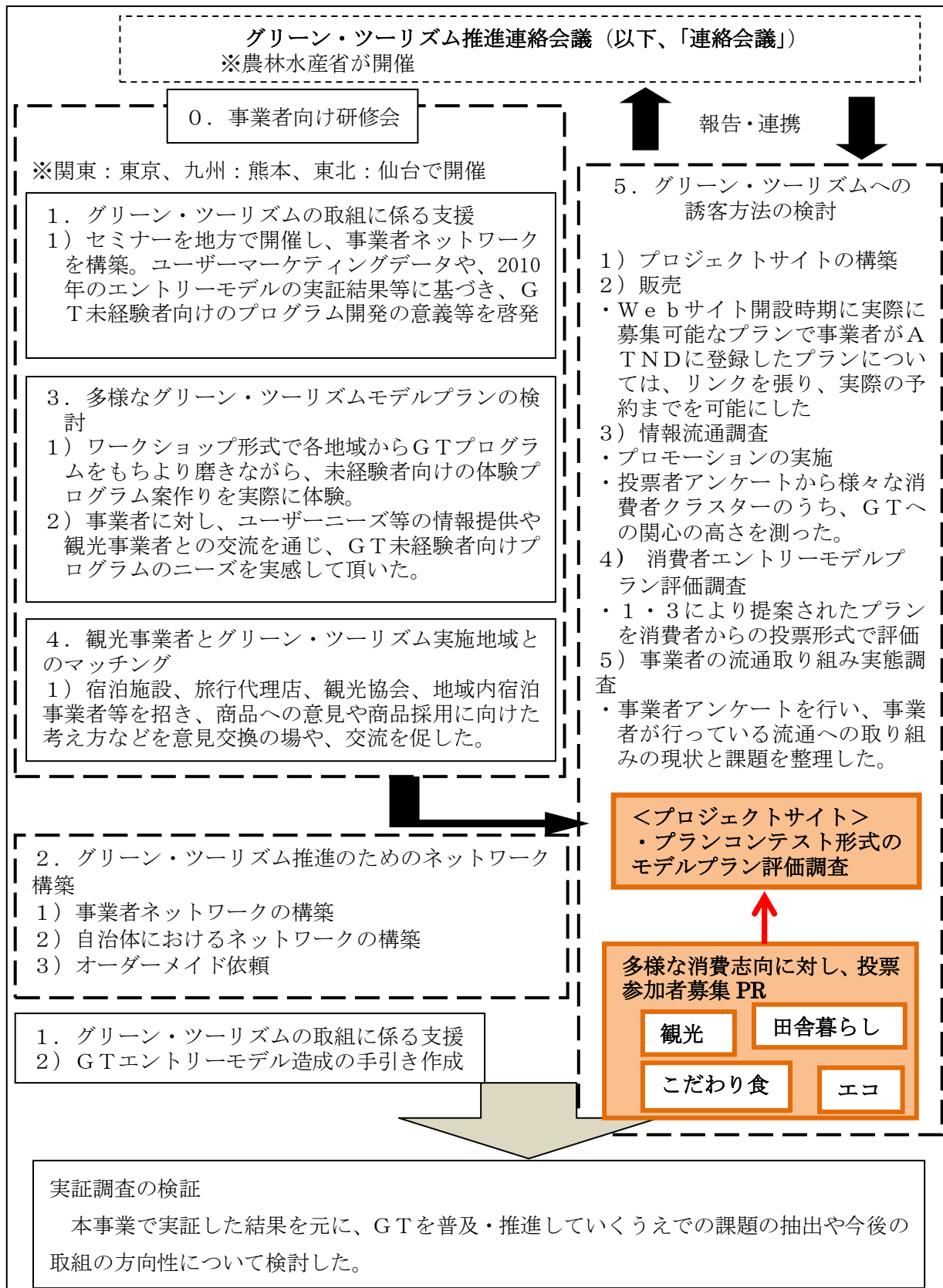
本事業では、未経験者にG Tを体験してもらうことによって経験率を向上し、最終的にはG Tのファンを拡大することを目指し、課題解決の方向性に基づいて未経験者にG Tを体験してもらいやすくする仕組みを構築するとともに、未経験者向けG T商品を造成することを目的とした。

図表 課題解決の方向性と本事業のポイント

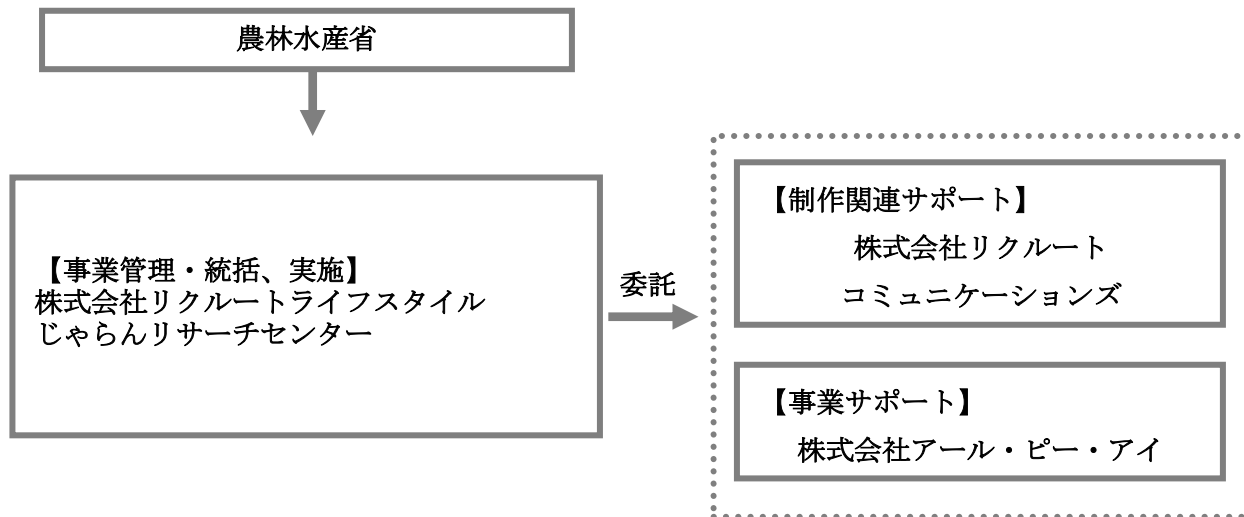


2. 事業内容

1) 事業の構成



2) 事業実施体制



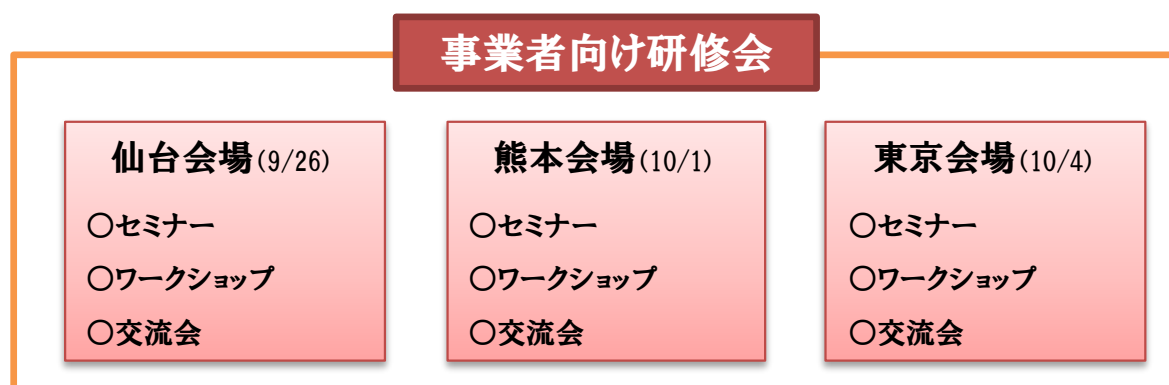


II. 事業実施結果

0. 事業者向け研修会の開催

G T受け入れ事業者に対して、個人観光客のトレンドやG Tへの接続方法等について講義をする「セミナー（グリーン・ツーリズムの取り組みに係る支援）」、既に造成しているG Tプランについて、個人観光客のニーズを踏まえたブラッシュアップを図る「ワークショップ（多様なグリーン・ツーリズムモデルプランの検討）」、観光事業者との交流を促進する「交流会（観光事業者とグリーン・ツーリズム実施地域とのマッチング）」を一連のプログラムとして「事業者向け研修会」を開催した。

図表 事業者向け研修会の構成



1) 開催概要

○事業者向け研修会の開催日時、場所、参加人数

開催地	開催日時	参加人数
	開催場所	
仙台	2013年9月26日(木) 11:00~17:00	計64名 事業団体 40名(26団体) オブザーバー 18名(13団体) アドバイザー 6名
	仙台トラストタワー 11F 1101(第一会議室)	
熊本	2013年10月1日(火) 11:00~17:00	計77名 事業団体 46名(33団体) オブザーバー25名(21団体) アドバイザー 6名
	くまもと森都心プラザ 多目的室	
東京	2013年10月4日(金) 11:00~17:00	計75名 事業団体 45名(32団体) オブザーバー 23名(16団体) アドバイザー 7名
	グラントウキョウサウスタワー41F スカイルームC	

○プログラム

<仙台会場>

個人旅行者向けのグリーン・ツーリズム商品造成・流通に関する研修会

9月26日(木)仙台会場

開催プログラム

11:00 開会
開会あいさつ
二瓶 孝也 様 農林水産省 東北農政局 農村計画部 農村振興課 課長補佐
事業の全体概要とスケジュール説明

11:05 セミナー
テーマ:グリーン・ツーリズムエントリーモデルの必要性と造成のポイント
横山 幸代 株式会社リクルートライフスタイル 副センター長
小林 崇 氏 日本都市ホテル開発株式会社 ベストウェスタンホテル仙台 支配人代理
仲野 大輔 氏 有限会社仲野観光果樹園 取締役専務

12:10 (50分) 昼休憩

13:00 アドバイザー紹介・ワークショップの進め方

13:20 ワークショップ
テーマ:グリーン・ツーリズムエントリーモデル造成・改良
●ファシリテータ
稲垣 昌宏 株式会社リクルートライフスタイル 研究員

15:45 (15分) 小休憩

16:00 最終プレゼン&アドバイザー講評

16:20 流通方法のご提案と今後の流れのご説明

16:50 商談会・懇親会を兼ねた名刺交換タイム

アンケートへのご協力をお願いいたします。ご記入後、スタッフまでお渡しください。

携帯電話はマナーモードに切り替えの上、会場内での通話はご遠慮下さい。

研修会場内は禁煙となっております。おタバコは定められた場所をお願いします。

<熊本会場>

個人旅行者向けのグリーン・ツーリズム商品造成・流通に関する研修会

10月1日(火)熊本会場

開催プログラム

11:00 開会
開会あいさつ
霧 郁夫(つる いくお) 様 (九州農政局農村計画部農村振興課 課長)
事業の全体概要とスケジュール説明

11:10 セミナー
テーマ:グリーン・ツーリズムエントリーモデルの必要性と造成のポイント
横山 幸代 株式会社リクルートライフスタイル 副センター長
松元 健蔵 氏 フェニックスリゾート株式会社 アクティビティ部 部長
みやざきグリーンツーリズム研究会 事務局長
宮崎県観光審議会 委員

12:10 (50分) 昼休憩
近くの飲食店・コンビニ等は裏面をご参照ください。

13:00 アドバイザー紹介・ワークショップの進め方

13:20 ワークショップ
テーマ:グリーン・ツーリズムエントリーモデル造成・改良
●ファシリテータ
稲垣 昌宏 株式会社リクルートライフスタイル 研究員

15:45 (10分) 小休憩

15:55 最終発表&アドバイザー講評

16:20 流通方法のご提案と今後の流れのご説明

16:50 商談会・懇親会を兼ねた名刺交換タイム

アンケートへのご協力をお願いいたします。ご記入後、スタッフまでお渡しください。

携帯電話はマナーモードに切り替えの上、会場内での通話はご遠慮下さい。

研修会場内は禁煙となっております。おタバコは定められた場所をお願いします。

<東京会場>

個人旅行者向けのグリーン・ツーリズム商品造成・流通に関する研修会


開催プログラム

10月4日(金)東京会場


- 11:00 開会**


開会あいさつ
 三善 浩二 様 (関東農政局 農村計画部 農村振興課 課長)
事業の全体概要とスケジュール説明
- 11:10 セミナー**

テーマ:グリーン・ツーリズムエントリーモデルの必要性と造成のポイント
 横山 幸代 株式会社リクルートライフスタイル 副センター長
 大越 未来 氏 稲取温泉観光合同会社事務局


 12:10 (50分) 昼休憩
- 13:00 アドバイザー紹介・ワークショップの進め方**
- 13:20 ワークショップ**

テーマ:グリーン・ツーリズムエントリーモデル造成・改良
 ●ファシリテータ
 稲垣 昌宏 株式会社リクルートライフスタイル 研究員


 15:45 (10分) 小休憩
- 15:55 最終発表&アドバイザー講評**
- 16:20 流通方法のご提案と今後の流れのご説明**
- 16:50 商談会・懇親会を兼ねた名刺交換タイム**



アンケートへのご協力をお願いいたします。
ご記入後、スタッフまでお渡しください。



携帯電話はマナーモードに切り替えの上、会場内での通話はご遠慮下さい。




研修会場内は禁煙となっております。
おタバコは定められた場所をお願いします。

○配布資料

■本日の趣旨<3会場共通>





【目的】


- ①素晴らしいグリーン・ツーリズムの魅力をもっと多くの消費者に知っていただくために。
- ②旅行ついでに気軽に参加できる「入り口」となるプランを造成・普及させましょう。

【ターゲット・手法】

- 大人の個人観光客
- 「短時間で」「気軽に」田舎・農村のありのままの楽しさを感じさせ、GTへの興味を増幅させる

2

■ワークショップの進め方<3会場共通>



■ワークショップ目的

「カスタマーにとって魅力的」な
体験型商品を作るポイントがわかる

↓

最終ゴール 魅力的な商品、売れる商品が
つくられるようになる

達成された商品は
キャンペーンサイトに載りますよ！

◆ワークショップとは

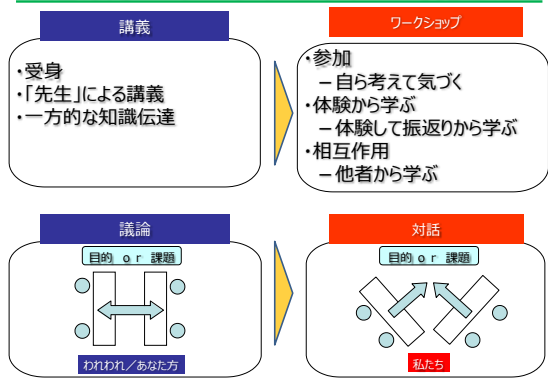
同じ立場の人々や個人観光客に詳しいアドバイザーと
ワークショップを通して、商品を改良・作成するとともに、
観光事業者との流通の連携を合意形成という方法によって
アイデアをまとめていくプログラムです。



事業者主導のアイデアを形にしていけるプログラム

- ▶ 事業者の意見を尊重し合意形成に導きます
- ▶ ワークショップの主体者は「事業者」

◆進め方：ワークショップ・対話とは



◆参加にあたって（ルール）

「本音でどンドン話す」
「否定言葉は使わない」
(どの意見も間違っていない)
「他人・体験から学ぶ」
「関心を寄せ、楽しむ♪」
全員が主役！です

Don't be shy!



◆本日のゴール

■お手元のプラン作成シートの
必要な項目が表裏埋められている状態

→このシートはキャンペーンWEBサイトの
原稿用紙を兼ねていますので
適切に記入いただくことで、消費者に
情報を届けられます



→このシートはそのまま観光事業者様（宿泊施設、
旅行会社、エリアの受入れ中間組織など）との
商談シートに使えますので、ご記入いただくことで
その後の連携交渉がスムーズに進みます

◆プラン作成シートの事前に

■事前にふたつのシートを使って、内容骨子を検討します。それぞれ記入
例をご参考に楽しく考えながら、作成してみてください。



▲「商品価値を磨く」ワークシート

▲「商品化する」ワークシート

◆造成する商品の内容について

①「トータル3時間以内のプランを」

- 個人観光客の7割は1泊2日の旅行。
「チェックイン前」「夕食後」「朝食前」「チェックアウト後」に
GTを組み込める可能性のある時間があります
- 移動を考えると体験時間そのものは1-2時間でOK
- 最終的には本格的なGTを体験いただくために
「最初の一步」は、観光客の時間の都合に合わせても
大切です

◆造成する商品の内容について

②「2名でも催行できるプランを」

- 前ページ同様に、本格的なGTを体験いただくために
「最初の一步」は、個人観光客の旅行スタイルに沿って
- 調査ではGT商品の価格を高いと感じている観光客は
少数派です。2名催行にすることで料金が高くなっても
受容性はありそうです（キャンペーンサイトでは販売予定
価格を表示して人気度を測ります）
- 2名催行の大人一人料金と3名、4名以上の場合の
大人ひとり料金を分けて造成するも一案です

◆ 造成する商品の内容について



③「GT単体プラン
(≠旅行商品) を造成ください」

- シートには交通や宿泊を組み合わせ総額となっている(=旅行商品、旅行業法の対象となる)ではなく、旅行業法の対象にならないGT体験単体のプランをまずは造成いただき単体の販売価格(または予定価格)を設定ください
- 単体として販売する・しないは後で選べます
- 旅行業免許をもっているなど、送迎が可能な場合については、「料金に含まれているもの・いないもの」の欄に送迎付プラン料金や送迎無料を記入ください。

※旅行業免許によらない送迎の可否は各地の運輸局様の判断により可否が異なりますので、直接お問い合わせください。

◆ 造成する商品の内容について



④その他の「あったら嬉しい」視点

- 「申し込み締め切りが前日夕方まで」
→観光客の約半分は旅行前に残り半分は旅行中にやることを決めています。**チェックイン後に申し込みが可能**だと参加のチャンスが大きく膨らみます
→在庫数をリアルタイムに共有できる無料サービスを後ほどご紹介いたします
- 「手ぶら」で参加できるもの
- 「軽食付き」は満足度が高まります
→おにぎりひとつ、みそ汁だけでも大自然の中で食べるかと格別です！
- 「雨天時の代替案」を準備
→ 今日すぐに決められない場合は「天候や、やむを得ない事情が発生した場合は、体験内容を変更する場合がありますのでご了承ください」などの一文を記入

◆ 造成する商品の内容について



⑤ 宿泊施設様との連携では

- 1泊2日(2食付など) + 体験プランのセット料金でじゃらんnetにご登録いただくよう宿泊施設様と調整ください
- 個人旅行者が多く旅行する「休前日に宿泊プランを設定」されることが大事
- 最少催行人員数と部屋タイプのアンマッチに注意
→2名催行を、シングルの部屋プランで予約を受け付けてしまうともう一部屋同じ日に売れないと催行できないなど、難しい状況になります
- オープンブックにも注意
→定員を設定頂ければ、じゃらんnet上ではプラン販売を自動的に停止することが可能です。1日に受け入れ可能な人数と宿泊の受付数の矛盾がないように
→さらに複数の宿泊施設様との連携や宿と宿以外の販売との併用ではそれぞれの宿での受付定員数を決めると、在庫数を越える受付がされないよう 注意が必要
→在庫数をリアルタイムに共有できる無料サービスを後ほどご紹介いたします

◆ 造成する商品の内容について



⑥ シートの書き方について

- 記入例を合わせてご覧ください
- 「設定期間」がはっきり決まらない(収穫体験で収穫時期が今すぐには決まらないなど)の場合は、〇月頃など、曖昧な表現でもOKです
- 「紹介手数料」は「応相談」でもけっこうです。「円」「%」などの単位でも。支払できない場合は0円も可
- 「その他条件」、キャンセル条件などはこちらにお書きください
- 「アクセス」は観光客が一般的に利用する「電車」「車」「バス」などの交通機関に関して、最寄駅、ICなどの所要時間などをご記入ください
- 「事前予約締切日」は「〇日前まで」「〇日前の何時まで」などと記入ください
- 「販売方法」欄はGT事業者様、宿泊施設様別に造成されたプランの販売可否や販売方法をご記入ください。「後日返答」の場合も販売方法がきまっている場合はチェックください。「後日返答」の場合は、**指定期日数日前などに研修会事務局から最終返答をいただくご連絡の電話が入りますので、それまでには結論をお出しください。**

◆ 進め方(時間割)

予定時間	内容	時間
13:20	①チェックイン・自己紹介・資源紹介 自己紹介等の簡単な気持ち(3分×8)	25分
13:45	②個人ワーク「商品価値を磨くワークシート」記入 各事業者様で、随時アドバイザー、ファシリテーターにご質問などどうぞ。	20分
14:05	③個人ワーク「商品化するワークシート」記入 各事業者様で、随時アドバイザー、ファシリテーターにご質問などどうぞ。	20分
14:25	④中間発表 個人ワークを通じて考えた途中経過を各事業者様から(3分×8)。それについてアドバイザーから感想やアドバイス(1分×8)。また、この間、事業者様同士で閉会について話し合う内容についてシゴクの閉会、プラッシュアップのポイントやアイデアについては黄色の附箋でアドバイス渡し、閉会はお互いお話し合いの時間を大切にしてください。	25分
14:50	⑤個人ワーク「プラン造成シート」※1※2 各事業者様で、11月3月に販売できない商品については※1から、販売可能と思われる商品は※2まで、できるだけ記入ください。随時アドバイザー、ファシリテーターにご質問などどうぞ。	15分
15:05	⑥アドバイザーによるプラン造成シート確認 この時間になりましたら、各チームのアドバイザーは各事業者様のプランシート内容を裏表に確認いただき、「時間程度の体験商品であること」「宿泊や交通を伴う旅行商品でないこと」「販売予定プランについてまだおぼつかないこと、販売しない場合も必ずが埋まっていることを個別にご確認いただき、各社しない場合、修正の指示出しを願います。	10分
15:15	⑦個人ワーク「プラン造成シートの完成」 各事業者様でプランシートを完成を。	30分
15:45	-小休憩-	10分
15:55	⑧最終発表 個人ワークを通じて考えたプランを各事業者様から(3分×8)。それについてアドバイザーから感想やアドバイス(各1分)。また、この間、事業者様同士で閉会について、いいと思う閉会についてシゴクの閉会、プラッシュアップのポイントやアイデアについては黄色の附箋でアドバイス渡し、閉会はお互いお話し合いの時間を大切にしてください。	25分

◆ (おさらい) 商品造成にあたり

- ①「約3時間程度のプランを」
- ②「2名催行で」(安くなくてもok)
- ③「プランシートには交通・宿泊を伴わない(≠旅行商品)プランをまずは作成」

「前日まで申し込めると個人観光客取り込みに有利」、
「手ぶら参加」「軽食付き」「雨天時対応」は工夫のしどころ

■商品流通方法の提案と今後の流れの説明<3会場共通>



キャンペーンサイトには全プラン掲載予定です。

販売しない、できない場合も人気投票でユーザーの反応を知ることができます！

販売しない・できない場合

- 季節が合わない（キャンペーンサイトは11月中旬～3月まで）
- 商品内容が検討不十分
- 実施のめどが立たない

などで11月中旬～3月のどの時期も販売できない商品の場合、プラン作成シートの□販売できない→人気投票ページのみに掲載されますにチェックください。

※プラン作成シートの原稿反映項目の内容が掲載されますので、仮の販売予定価格などをくれなくご記入ください

キャンペーンサイト掲載情報について

プラン作成シートを元に原稿内容を作成し、メールにてご提出いたします（スケジュール後述）。原稿の修正は1回とさせていただきます。また、期限内にご返信がない場合は、そのままご入稿とさせていただきます。あらかじめご了承くださいませようお願いいたします。

11月中旬、キャンペーンサイトOPEN予定



造成プランをGT事業者として販売をする場合

販売の方法は3種類。いずれもキャンペーンサイトからのリンクを設けます。

(1) じゃらんnetでGT付き宿泊プランを販売。
GT事業者様が宿泊施設と組んで宿泊プランとして販売可能な場合です。

(2) ATNDで体験チケット販売。
参加チケットとして（宿、交通を含まない旅行商品以外として）販売する場合があります。

(3) GT事業者様の運営サイトにて販売。
※キャンペーンサイトから運営サイトへリンクいたします。ただし宿泊施設のURL以外とさせていただきます。URLはプラン作成シートより転記いたします。

プランを販売する場合、（プランごとに）画像を下記の書式にてメールでお送りください。
※赤字の部分の書き換え忘れにご注意ください。

メール件名：GT画像送付・GT事業者様名・プラン名
例：GT事業者様・じゃらんnet株式会社・村で食べる冬の味覚プラン
メール添付：画像1ファイル（画像名：GT事業者様名・プラン名）
例：じゃらんnet株式会社・村で食べる冬の味覚プラン
※画像の保存形式はjpgもしくはpngでお願いします。
※なるべくプラン内容の能力が伝わる画像をお願いします（各プラン1画像）。
※画像がない場合は「(株)・要時タイムトリップ」ロゴをお入れします。
メール宛先：gt2013@r.recruit.co.jp

「GT事業者」とは？
研修を受講した事業者様を意味します。オフサー参加の方は含みません。宿泊施設でGTプラン単体では販売しない場合は後述します。

大規模なPRを実施

プロモーション予定

- じゃらんnetメールマガジン11月～12月配信（東北圏、関東圏、九州圏計222,1万部×1回、全国版373.4万部×2回）
- FACEBOOK AD（予定）など、有力サイトとのタイアップやキャンペーン（パター等掲載）

キャンペーンサイト

じゃらんnet

新規予約！

貴社WEBサイト

イベントATND（体験チケット販売サイト）

じゃらんnetご紹介

日本最大級の宿泊予約サイト

国内宿・ホテル：2.2万軒、155万プラン掲載
予約数：6,107万泊/年（1日約17万泊）

じゃらんnetでGT付き宿泊プランを販売

- ①近隣のじゃらんnet参加宿泊施設と商談
- ②宿泊施設様がじゃらんnetにGT付き宿泊プランを登録→この際に「ブランドタイトル」の頭に

里旅★
と必ず付けてください。
「プラン内容」の部分で提供されるGTについて概要をご説明ください。

- ③宿泊施設様のじゃらんnet宿番号（3から始まる6ケタの数字）を聞き、掲載に必要な事項を下記の書式にてメールでお知らせください。
※赤字の部分の書き換え忘れにご注意ください。

メール件名：GTじゃらん情報・GT事業者様名
例：GTじゃらん情報・じゃらんnet株式会社
メール本文：

- (1) GT事業者様お名前
 - (2) GT事業者様電話番号
 - (3) GT事業者様メールアドレス
 - (4) GT事業者様ご担当者名
 - (5) 宿泊プランを販売される宿泊施設様名
 - 宿泊施設じゃらんnet宿番号：3xxxxx（6桁）
 - ブランドタイトル1：里旅★○○○プラン
 - ブランドタイトル2：里旅★○○○プラン…
- ※宿泊施設やプランが複数の場合はすべて記入してください
※ブランドタイトルは必ず「里旅★」で始まるようにしてください
- メール宛先：gt2013@r.recruit.co.jp



※今ここで登録したい宿泊プランについては予約数などをキャンペーン事務局でカウンセリングいただき、事業の報告書等に掲載させていただくことがありますので、宿泊施設様にあらかじめご案内ください。

イベントATND（体験チケット販売サイト）

無料イベントチケットが販売できる

- ※有料オプションあり
- 充実した集金方法
- オープンでも仲間内のクローズドでもイベントチケットが販売できる
- 旅行商品（宿泊、交通付き）は販売できない。体験単体の販売となる
- キャンセルなどの管理
- 通常は登録しただけでは売れない
→予約管理・決済機能として使用し、集金は自前で告知するのが基本（ブログパーツなど集客・告知支援機能あり）
→ただし、今回はキャンペーンサイトからの流入があり

II. 事業実施結果

ATNDの販売手数料



- WEB予約&現地払い
 - 手数料0円
 - ただしキャンセルチャージを取る方法がない
- WEB予約&WEB事前決済
 - 決済手数料8%
 - チケットのコンビニ発券を可能にしたい場合、一回315円が別途
 - 決済手数料、コンビニ発券手数料をユーザー課金することも可能
- 同一チケットで現地払いとWEB払いでユーザーに選ばせることも可能

9 変わる掲載順、方になります。

イベントATNDでGTプランの在庫管理も



非公開イベント機能を使って、在庫管理。

- たとえば、1日の定員10名のアクティビティの場合。
 1. 「現地払い」で一回のチケットの在庫数10でチケット登録
 2. 提携販売者（ホテル、観光協会など複数可）のみにURLを周知
 3. 提携販売者は予約できるかどうかをこのURLからリアルタイムに在庫確認
 4. 予約が入った場合は人数分のチケットを予約在庫をバーチャルに引き落とし
 5. 在庫以外の参加者情報や会計のやりとりは別途決めたルールで運用

→限られた在庫の商品を複数の販売者でオーバーブックしないように販売可能！

10 変わる掲載順、方になります。

ATNDで体験チケット販売。

キャンペーンサイトOPENまで

登録・販売は3STEP

- ①リクルートIDの作成（持っていない場合）
- ②チケット内容・販売方法・精算方法などの登録
- ③ATNDに入力したチケットのURL等掲載に必要な事項を下記の書式にてメールでお知らせください。※赤字の部分の書き換え忘れにご注意ください。チケットのURLについては次ページ参照。

メール件名：GTチケット情報・GT事業者様名

※：GTチケット情報・じゃらんnet株式会社
メール本文：
(1)GT事業者様お名前
(2)GT事業者様電話番号
(3)GT事業者様ご担当者名
(4)GT事業者様メールアドレス
(5)ATNDイベント名1
└ ATNDチケットURL1
└ ATNDイベント名2
└ ATNDチケットURL2...

※チケットが複数ある場合はすべてを記入
メール宛先：gt2013@r.recruit.co.jp

※今回ご連絡いただいたURLのチケットについては販売枚数をキャンペーン事務局でカウントさせていただきます。事業の報告書等に掲載させていただくことがありますので、あらかじめご了承ください。

11 変わる掲載順、方になります。

イベントIDの確認方法①

イベント公開完了後に表示される画面(以下キヤチャ)で表示されるURLを確認。
※「公開中」でないURLは生成されませんが、チケットの発売日を先の期日に指定することで実際に売り始めるとURLは見れます
※方角、この画面を隠してしまえば場合は、次頁を参照



12 変わる掲載順、方になります。

イベントIDの確認方法②


管理画面より、「公開中」タブをクリックし、該当イベントの「イベント名」をクリック。



13 変わる掲載順、方になります。

登録・操作などについては電話サポートが受けられます

HELP>疑問・お悩み・ご要望>お問い合わせ



TEL: 0570-026-371
受付時間 10:00~19:00
(土日、祝祭日を除く)

14 変わる掲載順、方になります。

GT事業者様、今後の手順早見表

キャンペーンサイトOPENまで

研修会で作成したプランの販売を？

- する
 - ・プラン作成シートを元に販売商品紹介用の原稿を作成しますので、内容をご確認ください。
 - ・販売商品紹介用の画像をメールにて送付ください。(P4参照)
- しない
 - ・プラン作成シートを元に人気投票用の原稿を作成します。内容をご確認ください。

じゃらんnetでGT付き宿泊プラン販売
・じゃらんnetに「登録」をプランタイトルの先頭に入れて宿泊プランを登録（宿泊施設検索作業）
・プランタイトル、番号、番号6ケタなどをメールで送付（P7参照）

ATNDで体験チケット販売
・ATNDにチケットを作成（GT事業者様作業）
・ATNDに作成したチケットのURLをメールで送付（P11参照）

自社webサイト販売
・プラン作成シートの主権者URLを掲載します。
・自社サイトで予約方法をご案内ください。

キャンペーン期間中は相乗効果が見込めますので、ぜひFacebookなどで積極的に発信・告知ください

15 変わる掲載順、方になります。

スケジュール

キャンペーンサイトOPENまで

	仙台	熊本	東京
販売化意思決定	10/7	10/10	10/16
初校のお届け(メール)	10/9 (15時)	10/15 (15時)	10/18 (15時)
初校ご確認(=責了)	10/15 (15時)	10/17 (15時)	10/23 (15時)
念校提出と 写真&リンク追加後送	10/18 (15時)	10/23 (15時)	10/28 (15時)

※プランの掲載も変更される場合、P7のP16の予定に比べて、このままにメールをお送りください。ご連絡がない場合は、掲載ができなくなる可能性があります。

16 変わる掲載順、方になります。

II. 事業実施結果

手順6 キャンペーンサイト
OPEN後

ご修正の内容を下記の書式にてメールでお知らせください。
※赤字の部分の書き換え忘れにご注意ください。

メール件名: GT修正・宿泊施設情報・キャンペーンサイト記載プラン名
メール本文:
 (1) 宿泊施設様お名前
 (2) 宿泊施設様電話番号
 (3) 宿泊施設様メールアドレス
 (4) 宿泊施設様ご担当者名
 (5) 修正についてご指示ください。修正箇所と内容について明確にご指示をいただけますようお願いいたします。
メール宛先: gt2013@r.recruit.co.jp

25

手順7 キャンペーンサイト
OPEN後

ご修正の内容を下記の書式にてメールでお知らせください。
※赤字の部分の書き換え忘れにご注意ください。

メール件名: GT修正・宿泊施設情報・宿泊施設様名
 例: GT修正・宿泊施設情報・じゃらんグリーンホテル
メール本文:
 (1) 宿泊施設様お名前
 (2) 宿泊施設様電話番号
 (3) 宿泊施設様ご担当者名
 (4) 宿泊施設様メールアドレス
 (5) 宿泊施設様じゃらんnet宿番号: 3xxxxx (6桁)
 (6) プランタイトル1: **里旅★○○プラン**
 プランタイトル1詳細画面URL (※1右参照)
 プランタイトル2: **里旅★○○プラン**
 プランタイトル2詳細画面URL (※1右参照)
※プランが複数の場合は変更の有無を問わずすべて記入
 メール添付: 宿泊施設様の画像1ファイル (画像名: **宿泊施設様名**)
※画像の保存形式はGIFもしくはJPEGでお願いします。
 ※画像がない場合は「里山・里海タイムトリップ」ロゴをお入れします。
 (7) 上記以外の修正についてご指示ください。修正箇所と内容について明確にご指示をいただけますようお願いいたします。
メール宛先: gt2013@r.recruit.co.jp

※(1) じゃらんnet宿泊プラン詳細画面のURLをコピーして送付ください。プランコードにつけ1つのURLをお送りください(部屋タイプが複数ある場合は、代表的なお部屋のURLを選択してお送りください)

※画像のご連絡いただいた宿泊プランについては予約数などをキャンペーン事務局でカウントさせていただきます。事業の報告書等に掲載させていただくことがありますのであらかじめご了承ください。

26

手順8 キャンペーンサイト
OPEN後

①宿泊施設様にてじゃらんnetにGT付き宿泊プランを登録
 →この際にも「プランタイトル」の頭に **里旅★**と必ず付けていただく。「プラン内容」の部分で提供されるGTについて概要をご説明ください。

②掲載に必要な事項を下記の書式にてメールでお知らせください。
 ※赤字の部分の書き換え忘れにご注意ください。

メール件名: GT追加・宿泊施設情報・宿泊施設様名
 例: GT追加・宿泊施設情報・じゃらんグリーンホテル
メール本文:
 (1) 宿泊施設様お名前
 (2) 宿泊施設様電話番号
 (3) 宿泊施設様ご担当者名
 (4) 宿泊施設様メールアドレス
 (5) 宿泊施設様じゃらんnet宿番号: 3xxxxx (6桁)
 (6) プランタイトル1: **里旅★○○プラン**
 プランタイトル1詳細画面URL (※1右参照)
 プランタイトル2: **里旅★○○プラン**
 プランタイトル2詳細画面URL (※1右参照)
※プランが複数の場合はすべて記入
 メール添付: 宿泊施設様の画像1ファイル (画像名: **宿泊施設様名**)
※画像の保存形式はGIFもしくはJPEGでお願いします。
 ※画像がない場合は「里山・里海タイムトリップ」ロゴをお入れします。
メール宛先: gt2013@r.recruit.co.jp

※(1) じゃらんnet宿泊プラン詳細画面のURLをコピーして送付ください。プランコードにつけ1つのURLをお送りください(部屋タイプが複数ある場合は、代表的なお部屋のURLを選択してお送りください)

※画像のご連絡いただいた宿泊プランについては予約数などをキャンペーン事務局でカウントさせていただきます。事業の報告書等に掲載させていただくことがありますのであらかじめご了承ください。

27

商品造成ありがとうございました&おつかれさまでした。
引き続き、販売につながるようご登録作業などをよろしくお願いいたします。



リサーチドール

2) 開催結果

事業者向け研修会に参加したG T事業者を対象として、研修会の評価等についての「研修会参加者アンケート」を行った。

なお、本アンケートでは、G T事業者における流通に対しての取り組み実態や課題認識なども合わせて尋ねている（後述：「事業者の流通取組実態調査」に記載）。

○調査方法

- ・事業者向け研修会において配布、その場で回収

○調査実施日・回収数

- ・仙台会場：2013年9月26日（木） 28件回収
 - ・熊本会場：2013年10月1日（火） 39件回収
 - ・東京会場：2013年10月4日（金） 38件回収
- 3会場で105件回収

図表 事業者アンケート

会場名		
-----	--	--

個人旅行者向けGT商品造成・流通に関する研修会

研修会参加者アンケート

本日は研修会にご参加いただき、ありがとうございました。参加者の皆さまに、今回の研修会のご感想や、貴団体におけるグリーンツーリズム(以下GT)の現状や今後の意向などをお聞かせいただきたく、アンケートへのご協力をお願い致します。

事業者・団体名		ご氏名	
---------	--	-----	--

Q1 この研修会における以下のプログラムについて、いかがでしたでしょうか(それぞれ1つに○)

	とてもよかったです	まあよかったです	どちらともいえない	あまりよくなかった	よくなかった
①セミナー「旅のついでに気軽に参加できるGTエントリーモデル開発事業」	5	4	3	2	1
②セミナー「成功事例に学ぶ、宿泊事業者とGT事業者の連携」	5	4	3	2	1
③「GTエントリーモデル造成・改良」ワークショップ	5	4	3	2	1
④流通方法のご提案	5	4	3	2	1

Q2 この研修会に参加して、以下のそれぞれについてどの程度プラスになったと思いますか(それぞれ1つに○)

	とてもプラスになった	ややプラスになった	どちらかといえばプラスになった	プラスにならなかった
①「体験商品」に対するご自身の意識の高まりや意欲向上の面で	3	2	1	0
②今後、個人旅行者向けGT商品を造成・改良していく上で	3	2	1	0
③GT事業者と宿泊事業者間など連携を推進する上で	3	2	1	0
④GT商品の販売促進を行っていく上で	3	2	1	0

Q3 本日のセミナーとワークショップについて、特に良かった点やもの足りなかった点をご記入ください。(自由記入)

Q4 現在、貴団体に販売しているGT商品は、どなたに対して販売していますか。(あてはまるものすべてに○)

1. 個人観光客(日帰り)	2. 個人観光客(宿泊)	3. 団体観光客(会社・団体)
4. 団体観光客(小中学校)	5. 団体観光客(その他)	6. 地元・近隣の個人客
7. 地元・近隣の団体客	8. 海外の個人観光客	9. 海外の団体観光客
10. その他()	11. 現在は販売していない(これから取り組む)	

Q5 現在、貴団体に販売しているGT商品は、どのような方法で販売していますか。(あてはまるものすべてに○)

1. 自社ホームページで	2. FACEBOOKなどの自社SNSで	3. 旅行会社の店頭で
4. 旅行会社のWEBサイトで	5. 旅行会社の個人向けバックで	6. 旅行会社の団体向けバックで
7. 体験専門予約サイトで	8. 宿泊予約サイトで	9. 観光協会などの公的な場所で
10. 観光協会などの公的なWEBサイトで	11. 近隣の宿泊施設で	12. 近隣の商業施設やお店で
13. 新聞・雑誌・チラシなど	14. その他()	
15. 特に何もしていない		

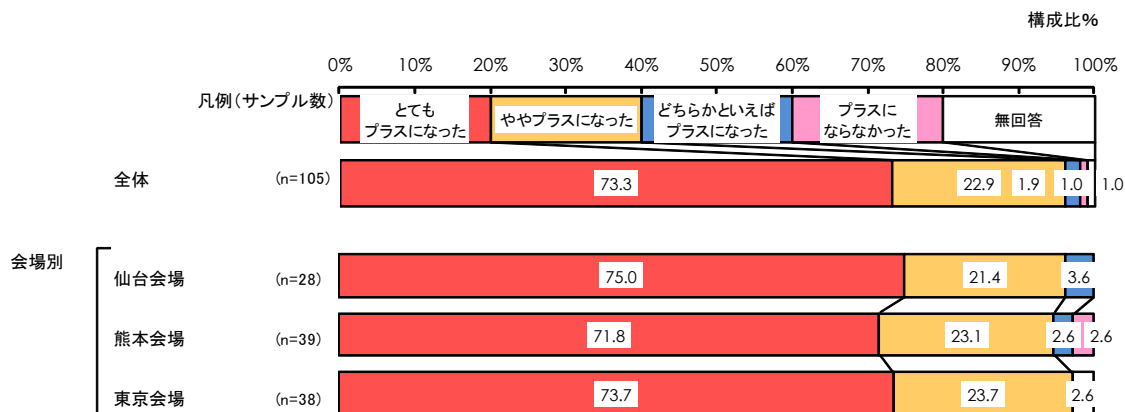
Q6 これまで、貴団体にGT商品を造成・販売してきた中で、どのような課題がありましたか。また、今後、貴団体のGT商品の造成・販売促進に向けて、どのようなことに取り組んでいこうとお考えですか。(自由記入)

お帰りの際にスタッフにお渡しください。

○調査結果

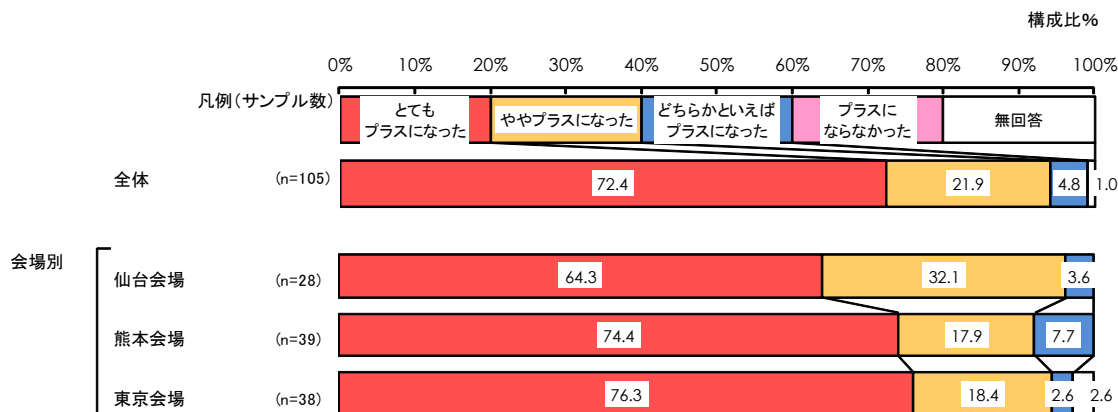
<研修会に参加してプラスになったこと:「体験商品」に対する意識・意欲向上の面で>

図表 研修会に参加してプラスになったこと:「体験商品」に対する意識・意欲向上の面で(全体/単一回答)



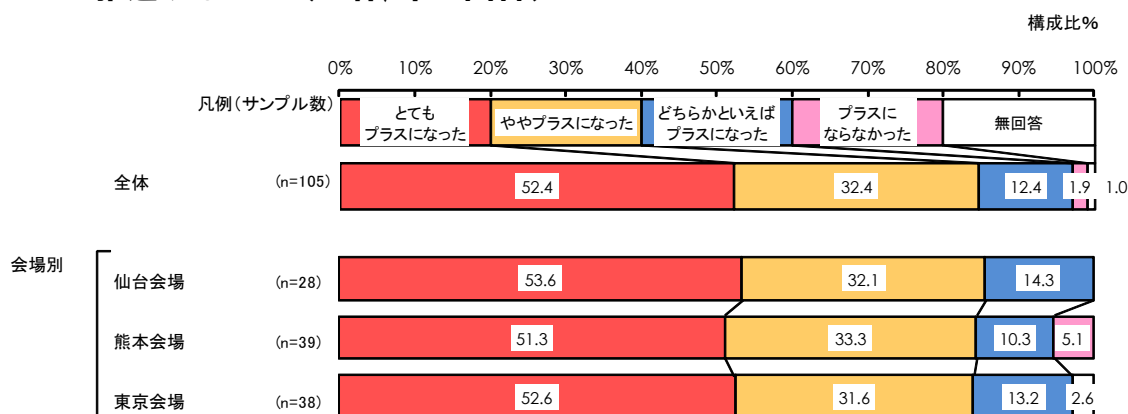
<研修会に参加してプラスになったこと:今後、個人旅行者向けGT商品を造成・改良していく上で>

図表 研修会に参加してプラスになったこと:今後、個人旅行者向けGT商品を造成・改良していく上で(全体/単一回答)



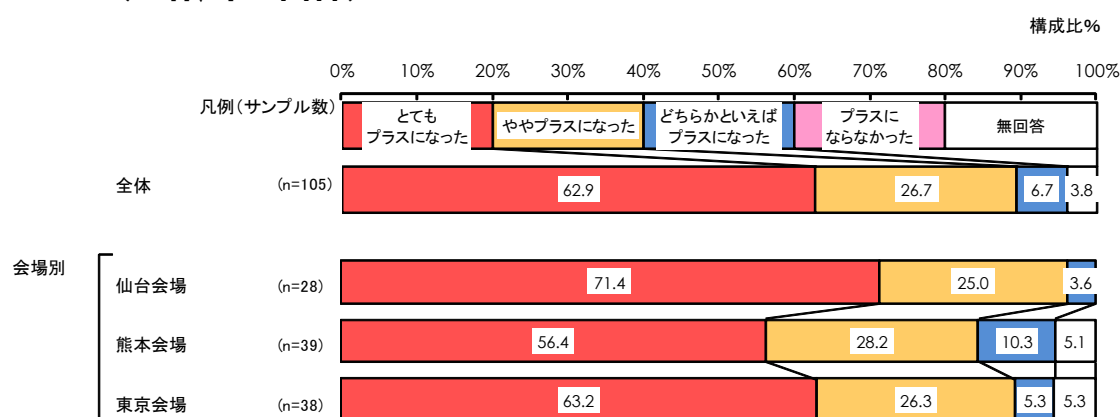
＜研修会に参加してプラスになったこと: 宿泊事業者など連携を推進する上で＞

図表 研修会に参加してプラスになったこと：G T事業者と宿泊事業者間など連携を推進する上で（全体/単一回答）



＜研修会に参加してプラスになったこと: GT商品の販売促進を行っていく上で＞

図表 研修会に参加してプラスになったこと：G T商品の販売促進を行っていく上で（全体/単一回答）



図表 研修会で特に良かった点やもの足りなかった点（自由記入）

<仙台会場>

記述内容
<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップの時間がもっと欲しかった。（他にも色々なプランを知りたかった） ・テーブル内で色々なプラン、特色のあるプランがあっっておもしろかった。
<p>近郊の方々と情報交換を出来たのは良かったけれど、プログラム造成のワークショップの主旨や目的が分かりずらく、（事前の情報と当日の情報把握に喰い違いがあったため）じっくりこない部分もあった。</p> <p>又、旅行会社の方と情報交換や売り出しをしたかったがWS2部目、どこにどの業種がいるのか分からなかったのが残念でした。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・取り組み方、方法を教えていただいて参考になりました。 ・商品造成の仕方を知ることが出来て良かった。
<p>内容的にはとても良かったのですが、時間が足りなかったです。できれば（朝からでも）1泊2日ぐらいにして、もっと交流が深められたら良い商品造成が出来たのでは。</p>
<p>とても良いセミナーでしたが、会場がきつきつで、もう少し余裕があったら、良かったと思う。</p>
<p>他の班の方と交流が少なく、直接その方のGTへの考えや行っている内容が聞けなかったのが残念。もう少し少人数で開催してほしい。</p>
<p>ワークショップでは、いろいろな県の方のセールスが聞いて良かった</p>
<p>事前に指示を頂いていた事と進行内容がうまく伝わっていなかったこと。</p>
<p>他地域の方々と意見交換ができ良かったです。成功事例をもっとくわしく聞きたかったです。時間が短いと思う。このボリュームは半日ではもったいないです。</p>
<p>実践者同士の意見交換ができ良かったです</p>
<p>新人なので、GT開発事業の話が聞けたのはとてもいい勉強になりました。</p>
<p>様々な職種の方々のお話を聞くことができてよかったです</p>
<p>やる気がわいてきました。春にむけてがんばります</p>
<p>時間が足りなかった</p>
<p>GT商品の成功例を多く紹介できたらよかったです</p>
<p>時間が短く、あわただしかったです</p>
<p>商品造成検討方法</p>
<p>個別にブラッシュアップするべく細かく助言いただけると思ってたので時間がありませんでした</p>
<p>GT商品と宿泊施設の連携が必要と強くわかったので、宿泊施設関係者と参加すればよかったですと思う。</p>

<熊本会場>

記述内容
専門の方のお話は、とても面白かった。狭い中で対応してきた者として、広がり求めていけたらと思います。
中間発表時のアドバイスや話し合いで面白い意見がいくつも出たので、この時間がもう少し長ければもっと良かった。
他町村地域の観光への取り組みや工夫など聞くことが出来て良かった。
色々な方と話が出来て良かった。アドバイザーのアドバイスも良かった。
ちょっとした体験プランをいくつも作って良いこと。プラン作りのヒント、ポイントをたくさん頂きました
他の方の意見やプランを聞くことができ、大変勉強になりました。もう少し時間があれば良かった。
他の事例が分かり参考になった。
資料案内が雑に感じました。出席者名簿など、講話資料など
事前告知について、本セミナーのチラシだけでは、主旨が正しく伝わらないと思うので、もう少し研修の内容をかみくだいて表現すべきであると感じました。
多くの業種の人々と交流を持てた。
サイト作成時期（期間）を早目に教えて欲しかった。
良かった点：具体的なプランを作成していく点とターゲット等売りをはっきりさせている点 足りなかった点：時間が少し長い所
現在いろいろな体験をやっている観光協会の方や施設の方の貴重なお話を聞けてとても良かった。
短時間で商品造成が出来た。意見を聞いて、プランが変わりました。
他の事業者のかたとの情報交換
時間とベース。具体化
多角的視点の重要性を痛感した
PRの時間が短かった。ディスカッションの時間も必要ではないか。
商品販売について特に良かった。
他のGTが向いている方向性が参考になった
今までよりも軽い体験をすることで、自分たちにも協力している農家の方々にも負担が減るプログラムを作ることができた。
農業体験の商品開発の考え方が新鮮で、発想転換出来ました。
各アドバイザーにより差があったように思う。
他の事業者の方々の困っていること、強み、またアイデアを聞くことができてよかった。
他のいろいろな意見がきけてよかったです
GTの可能性か今後のチャンス等の内容がもう少し欲しかった
普段会議ですてこない意見や視点があり、とても刺激的だった。
商品のつくり方がよくわかった
アドバイスがとてもためになりました。（専門的なことまでつつこんで話して下さった）
実際に商品造成というものは初めて行ったので勉強になった。様々な地域からの同業者の方の話をきく機会は少ないため参考になった。

＜東京会場＞

記述内容
ワークショップで他の団体のプラン等が参考になった。考え方等いろいろで面白かった。
いろいろな人の意見を聞くことが出来た
時間が足りなかった。
もう少し時間が欲しかった。事前のメールももっと早く。
地域ごとと同じような課題が解決というか刺激が少ない
他のチームの話が聞けなかった
商品造成が具体的にブラッシュアップできた
もう少し交流できるともっと良い
同じテーマで語り、ワークショップでプランをブラッシュアップすることは、地元地域ではムズカシイので大変参考になった。
他の人方から、グループの皆さんの視点や実体験の話が、自分のプランを検討する上で参考になった
商品造成の進め方がとても分かりやすかった。他の方との意見交換でき、グループワークのダイナミズムが感じられた
活発な意見交換ができよかったです
旅行者との動向を知ることが出来ました
各地の様々な事例をもっと知りたかった。
もう少し時間が欲しかった
伊豆稲取温泉の取り組み初めて知りました
いろいろな方の意見がきけてとてもよかったです
もう少し掘り下げた方が良い
グリーンツーリズムの定義から考えると今回の商品造成は体験の観光商品の位置づけだと思う。じゃらんのプロモーションズ商品販売できるのは特に良い
商品造成のコンセプトが限定されていてむずかしい
勉強になりました！ありがとうございます！
GTをもっともっと広めていくために、ぜひ御社からのGTへのバックアップがあるとうれしいです！またの開催をたのしみにしております！
他の所の取り組みなど聞けたので良かったかと思えます
ワークショップは具体的な手順で、企画が分かりやすかった。GTの成功事例、失敗事例、もっと具体的に知りたかった。
他事業者（他市町村）の視点から貴重な意見が聞けてよかった。どこもオリジナルの素材があり、面白そうだった。
グループ内で他地域の様子が分かり、とても参考になった
内容が濃すぎて少々時間が足りなかった
エントリーの先をやってほしい
ワークショップで沢山の意見が聞けた事

1. グリーン・ツーリズムの取り組みに係る支援

1) 事業者向けセミナーの開催

(1) 開催概要

○開催内容

G T事業者や中間支援組織等の関連団体、自治体のG T担当部局等を対象として、消費者のマーケティングデータや、2010年度に実施した『一般旅行者を対象としたグリーン・ツーリズム「エントリーモデル開発」と「宿泊プラン化を意識した流通促進」実証事業』（グリーンツーリズムエントリーモデル開発推進協議会）の実証結果等に基づき、G T未経験者向けのプラン開発の意義等を啓発するセミナーを開催した。

なお、セミナーは、「事業者向け研修会」のプログラムの一部として開催した。

○開催概要

<開催日・開催時間>

- ・仙台会場：2013年9月26日（木） 11：05～12：10
- ・熊本会場：2013年10月1日（火） 11：05～12：10
- ・東京会場：2013年10月4日（金） 11：05～12：10

<参加人数>※再掲

- ・仙台会場：64名
- ・熊本会場：77名
- ・東京会場：75名

<全体テーマ>

- ・グリーン・ツーリズムエントリーモデルの必要性と造成のポイント

<講師・個別講義テーマ>

- ・3会場共通：横山 幸代氏（株式会社リクルートライフスタイル ジャらんリサーチセンター 副センター長）
「旅のついでに気軽に参加できるG Tエントリーモデル開発事業」
- ・仙台会場：小林 崇 氏（日本都市ホテル開発株式会社 ベストウエスタンホテル仙台 支配人代理）
仲野 大輔 氏（有限会社仲野観光果樹園 取締役専務）
「成功事例に学ぶ、宿泊事業者とG T事業者の連携」

II. 事業実施結果

- ・熊本会場 : 松元 健蔵 氏 (フェニックスリゾート株式会社 アクティビティ部 部長、みやざきグリーンツーリズム研究会 事務局長、宮崎県観光審議会 委員)
「観光地域とその周辺地域 (農山漁村) との連携」
- ・東京会場 : 大越 未来 氏 (稲取温泉観光合同会社事務局)
「伊豆稲取温泉グリーンツーリズムの仕組み」

■講師講演資料 横山氏<3会場共通>

都市農村共生・対流総合対策交付金共生・対流促進計画
「グリーン・ツーリズムの推進 & ネットワーク構築事業」
 旅のついでに気軽に参加できる
グリーンツーリズム・エントリーモデル開発事業
 株式会社リクルート ライフスタイル
 じゃらんリサーチセンター
 副センター長 横山幸代

【目次】

1. じゃらんリサーチセンターについて
・国内旅行情報サービス「じゃらん」について
・じゃらんリサーチセンター (JRC) について
2. 旅行者に求められている「グリーンツーリズム」とは？
・「グリーンツーリズムに対する消費者意識調査」より
3. 観光連携事例から学ぶ
「グリーンツーリズム課題解決」のポイント
4. 終わりに

1. じゃらんリサーチセンターについて

- ・国内旅行情報サービス「じゃらん」について
- ・じゃらんリサーチセンター(JRC)について

1. 国内旅行情報サービス「じゃらん」について

じゃらんnet

国内 2.2万軒
155万プラン
6,107万泊/年
1日17万泊

北海道じゃらん
関東・東北じゃらん
関西・中国じゃらん
九州じゃらん
東海じゃらん

全国で、毎月 **約70万部** を発行する旅行媒体です。

じゃらんリサーチセンターについて

消費者と地域の出会いを支援し、笑顔あふれる世の中に。
 H 24 農水省支援事業
[グリーンツーリズムエントリーモデル推進協議会]担当

調査	実証実験	地域集客支援	情報発信
<ul style="list-style-type: none"> じゃらん宿泊旅行調査 インバウンド調査 ご当地調査 若者の国内旅行実態調査 人気温泉地ランキング 	<ul style="list-style-type: none"> 需要創造型テーマや、課題解決型テーマに関するフィールドワーク 	<ul style="list-style-type: none"> 観光振興計画支援 観光資源の調査を元にしたPR戦略支援 観光資源の発掘・魅力づけ支援 など 	<ul style="list-style-type: none"> とーりまかし 観光会議きゅうしゅう 観光会議ほつぷり 観光会議とうほく セミナー・勉強会の開催

2. 旅行者に求められている「グリーンツーリズム」とは？

「グリーンツーリズムに対する消費者調査」より
 (H23年7月 グリーンツーリズムエントリーモデル協議会 調べ)

2-1. 国内旅行市場について

- 1年間に実施されているレジャー国内宿泊旅行は**2.3億泊**。
- 旅の目的は“風呂・めし・観る”。『各種体験』目的は**1.4%**
- GT体験平均金額は5,000円～15,000円に7割集中。



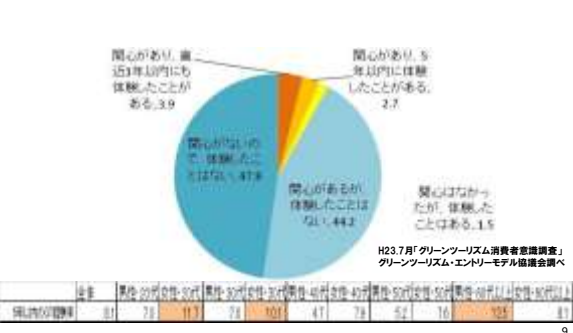
2-2. 新しい旅の目的

地域らしさをより味わいたい旅行者が存在。

項目別	意識した・計	意識 - 実施
① 事前(出発前)に立ち寄り先などの計画をたてる	78.3	14.7
② 費用をできるだけ抑える	70.5	22.3
③ 見学・見物など見て楽しむ	69.3	12.6
④ 時間的に効率的な旅行行程や行動をとる	67.2	19.4
⑤ 旅先での旅行行動(飲食や体験プログラム等)は現地で決める	66.2	18.8
⑥ 地域らしさを感じられるものを選ぶ	61.6	16.4
⑦ 有名でなくても、自分なりにこだわったものを選ぶ	58.3	17.9
⑧ 一度も行ったことがない宿や飲食店を選ぶ	58.1	17.5
⑨ 重視していることに集中的にお金をかけ、他の出費は抑える	57.1	19.5
⑩ なるべく色々な場所をたくさん回る	54.2	20.0
⑪ 1ヶ所ですっぴり過ごす	51.9	19.1
⑫ 旅先での予期せぬ出来事を楽しむ	51.9	23.8
⑬ 老舗・歴史のあるものを選ぶ	50.9	18.8
⑭ 洗練された感じのものを選ぶ	46.0	20.8
⑮ テレビや雑誌で人気、有名なものを選ぶ	41.8	19.7
⑯ 人に勧められたものを選ぶ	41.1	19.5
⑰ 地元の人に積極的に話しかけて情報を聞いたり交流する	36.8	19.0
⑱ ネットになりそうなのに挑戦する	36.8	18.2
⑲ 地域のためになること、貢献できることを選ぶ	36.2	20.8
⑳ 地域に根ざした生活体験をしてみる	32.1	19.3
㉑ 将来のライフスタイルの参考にするために、地域の人と触れ合う旅行をする	27.7	15.5
㉒ 将来の移住先の参考にするために旅行先を選ぶ	23.7	14.0

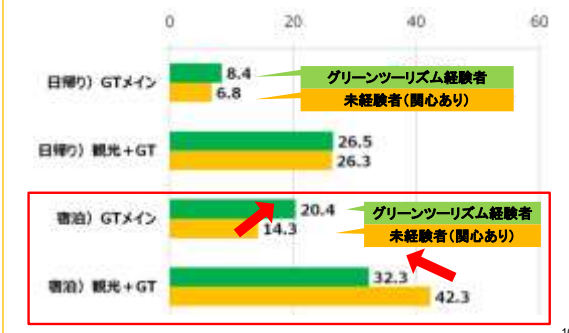
2-3. グリーンツーリズム経験率(18歳以降)

「5年以内のGT体験者」は8%。非体験者のうち約半数が「GTに関心があるが、体験したことはない」と回答している



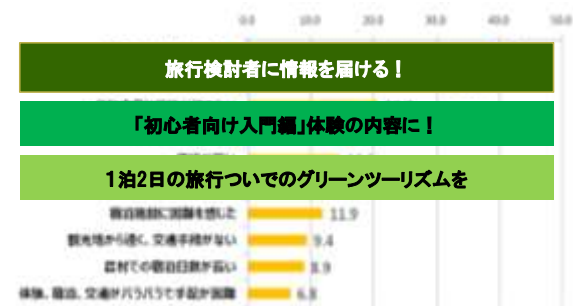
2-4. 希望する形態

「GT体験者」は、グリーンツーリズム目的の農村泊希望者が多いが、「はじめてさん」は、観光+グリーンツーリズムを希望。



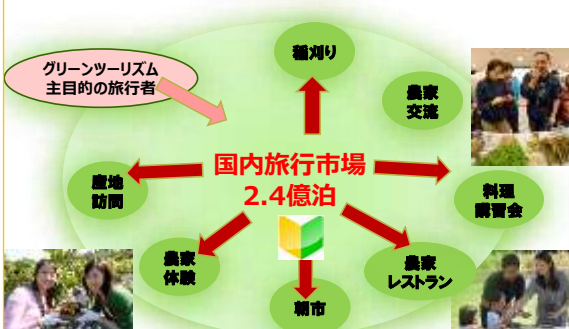
2-5. 消費者側の課題

未経験者に対する、旅行についてのGT推進が必要。より「気軽に安心」、「旅行予約のついでに情報が手に入る」、「1泊2日の旅行に組込みやすい体験」提供を目指します。



2-6. グリーンツーリズムの可能性

旅行ついでに楽しめる体験プログラムを市場に提供することで、需要を増やしていくことが可能。



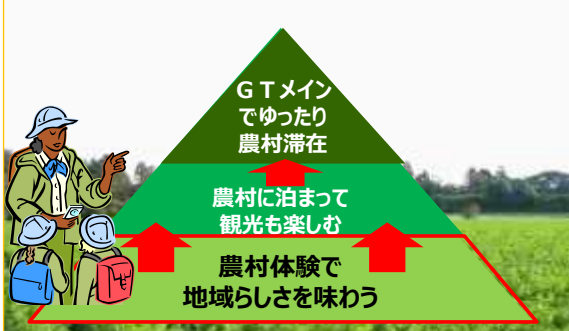
2-8. GT未経験者と経験者の間に流れる深い河

経験者と未経験者の意識の違いは**かなり**大きい。まずは、未経験者に1回体験をさせるエントリーモデルが必要



2-8. グリーンツーリズムの素晴らしさを伝える方法

初回いきなり、飛込みにくいグリーンツーリズム。農村体験ファンを創るためのステップの設計も必要。



3. 観光連携事例から学ぶ「グリーンツーリズム課題解決」のポイント

15

3-1. グリーンツーリズム「観光商品化」の課題

個人客8割、旅行ついでの人を対象にすると課題が大きい

4つの課題	提供側	参加者側
1. 流通が難しい	1泊2日旅行に組込んで解決	
2. 気候変動で内容が決めづらい	地域連携で解決	
3. 日程が事前に決めにくい	宿泊予約時に体験予約で解決	
4. 多人数は受入れられない	2人でも受入可能な設定に!	

16

1. 宿泊プラン化して流通 3. 事前予約

【ポイント】
農村体験の宿泊プラン化による流通事例

ヒスイ海岸で開運石探し & 漁師のタラ汁ランチ付き
源泉掛流し温泉宿で1泊2食+ふるさと体験1名16800円

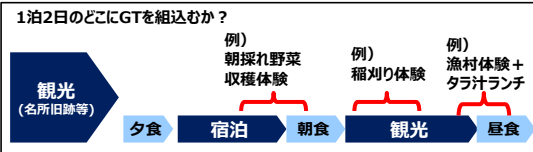


17

【事例】富山県 朝日海岸 ホテルおがわ

① 1泊2日の旅行に組込める短時間の体験に

- 昼食ついでに「2時間」程度の体験時間
- ホテルから無料送迎付きという気軽さ



② GT体験を宿泊予約サイトで販売・事前予約管理可能に

- 宿泊予約時に、体験予約も確定
- 天候が悪かった場合は室内でできることに変更

③ ストーリー性で付加価値アップ!

- 体験に「食事」の魅力プラス!

18

2. 地域連携して解決

【ポイント】
地域連携による気候変動/天候リスクへの対応


有機農業を学ぶ「食から始めるエコ講座&農場プランチ」
宿泊プラン1名15000円/体験&農場プランチ3500円



19

事例) リピートを促すための「1泊2日×複数回」を狙うプラン例。
東京から日帰り圏内のエリアでも宿泊させることも可能なプラン。

ホテル泊(1泊朝食付)	【有機にんじん収穫&農場プランチプラン】 1泊2食+体験(ランチ含む) ・11:00ホテル集合 →農場へ送迎 ・11:30 有機野菜 収穫体験(さつまいも) ・12:30 農場プランチ(野菜バーベキュー) ・13:30 有機野菜 収穫体験(にんじん、大根) ・14:00 ホテル着 チェックイン後フリータイム ・18:00~夕食を楽しみながら、 「食から始めるエコ講座 ~地球に優しい有機野菜とは」 ・翌日~ フリータイム(朝食後11:00チェックアウト)
農業体験&ランチ	
関連講座&ディナー	



20

【参考】千葉県 成田市

① 地域の農業連携

- ・気候により、収穫できるものが異なる場合は、連携している別の農家で受入れ
- ・天候が悪ければ、ハウス農家へ受入れ要請

② 体験よりも知的好奇心をくすぐる体験を!

- ・取り放題、食べ放題は、誰も喜ばない?
- ・司会が一人いれば、農家はエンターテイナー

③ 観光協会に、農家も参加


- ・宿泊受入れは“餅は餅屋”へ。
農家は体験受入れのみでも、同売上額も可能。
- ・観光団体と農家を繋ぐ連携組織を創る

21

4. 少人数を日常に受入れる


【ポイント】
特別なイベントにせず、少人数なら日常で受入れる
「ミニほっとステイ」2時間 1600円-前日まで予約可


※ 2人でも、前日でも受入れ可能な設定に…
→内容検討(脱イベント型)/価格検討(高くなってもOK)



(写真一部情報は信州せいしゅん村より)


22

【参考】長野県 上田市事例 




- ① 短時間、少人数受入れ個所を複数化
 - ・構えず、空いている時間に、その時にやっていることを、そのまま実施
- ② 構えず、ありのまま。特別イベント化をしない
 - ・生きがいとやりがいを生む。
 - ・無理をしないこと、楽しむことが継続のコツ
 - ・プログラムを創らない。
 - ・村で自由にぶらぶらしてもらうのも観光の一つ
- ③ 村全体が資源。地域の楽しみ方を情報提供
 - ・栗林で栗ひろい、川でおよぐ…地図を渡すだけ。
 - ・情報だけ提供し、自由に過ごしてもらう

23

【最後に】 

**旅行のついでに体験できる『エントリーモデル』開発で
グリーンツーリズムの裾野拡大を目指します！**




国内旅行2.3億人泊に向け、
農村での豊かな体験を提供することで、
本格的なグリーンツーリズムの
ファンを増やしていくことを目指します。
情報提供、ご指導ご鞭撻の程をお願いします。



24

■講師講演資料 小林氏、中野氏<仙台>

**グリーン・ツーリズム
「成功事例に学ぶ、宿泊事業者と
グリーン・ツーリズム事業者の連携」**


ベストウェスタンホテル仙台
 ×
仲野観光果樹園 仲野観光果樹園

ベストウェスタンホテル仙台・支配人代理・小林崇様
 仲野観光果樹園・専務取締役・仲野大輔様

<http://www.youtube.com/watch?v=TIZQlvsYo6Q>



施設・設備

 <small>バルコニー</small>	 <small>フィットネスクラブ</small>
 <small>ダブルベッドルーム</small>	 <small>レストラン(六丁目農園)</small>

プラン

 <small>かぶと虫狩り</small>	 <small>さくらんぼ狩り</small>
 <small>仙台ヒルズゴルフクラブ</small>	 <small>パラグライダープラン</small>

仲野観光果樹園



さくらんぼ狩り、モモ狩り、ぶどう狩り、リンゴ狩り、芋煮会など季節のグリーン・ツーリズムメニューを提供

<http://www.nakanofruit.com/>

仲野観光果樹園

 <small>さくらんぼ狩り</small>	 <small>もも狩り</small>
---	--

仲野観光果樹園

 <small>ぶどう狩り</small>	 <small>いも煮会</small>
 <small>フルーツバイキング</small>	



ホテルの課題

- ・ 知名度の不足
- ・ 不利な立地
- ・ 競合とプランの差別化ができない



メリットの整理。 不利を長所に

- ・ 車で来るお客様に絞ってメリットを考える
- ・ 東北の自然の中をドライブすることがお客様にとって癒しに
- ・ 特に国道48号線



- ・ 1時間くらいで行ける仲野観光果樹園とのタイアップが答え



できあがった
プラン
(宿泊+
果物狩りなど、
移動は各自の
マイカーで)



仲野観光果樹園様の他の取り組み1

天童温泉 ほほえみの宿 滝の湯

仙台・秋保温泉 篝火の湯 緑水亭



仲野観光果樹園様の他の取り組み2

- ・ 約70件の旅館・ホテル・近隣観光施設・飲食店と連携
 - ・ 「お客様のご案内」「生産物の提供」「セットプランの造成」など
- 例1 仲野果樹園×(株)天童タクシー
例2 仲野果樹園×心月
例3 仲野果樹園×水車そば

■講師講演資料 松元氏<仙台>

※松元氏講演資料は、先方のご都合により非掲載

■講師講演資料 大越氏<東京>

伊豆稲取温泉 グリーンツーリズムの仕組み

概要

- 1) 稲取温泉のグリーンツーリズム
 - ・稲取温泉観光合同会社の発足
 - ・グリーンツーリズム・着地型ツアーの紹介
- 2) グリーンツーリズムを販売するために
 - ・企画手順
 - ・販売方法
- 3) グリーンツーリズムの利用状況
 - ・予約媒体
 - ・利用人数推移



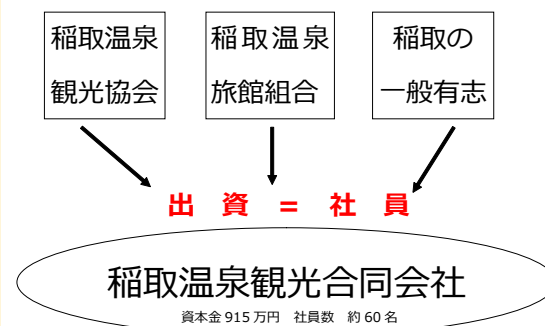
1) 稲取温泉のグリーンツーリズム

(1-1) 稲取温泉観光合同会社の発足について

【発足させた理由】

- ・観光客数の衰退
- ・稲取温泉でしか体験できない事を提供したい
- ・グリーンツーリズムなどの企画・販売をするための資格

【どんな組織なの?】



(1-2) グリーンツーリズム (着地型体験) の紹介



その他、稲取温泉観光合同会社が販売している着地型体験ツアー

【オリジナル：10種】【提携店斡旋：17種】

現状 27 種の販売



2) グリーンツーリズムを販売するために

(2-1) 稲取温泉観光合同会社の企画手順

- ①カテゴリーを分け、チームを作る
- ②地域の自然・風習・食べ物・習慣などを集める
- ③集めた内容を 1 時間～2 時間程度で紹介・体験出来る企画を考える
- ④考えた企画に案内するガイドの時給や必要経費を計算し販売価格を設定する
- ⑤考えた企画に適する人材 (達人) を探す

(2-2) 稲取温泉観光合同会社のツアー販売方法

【紹介方法】

- ・自社公式サイト、自社 SNS、店頭看板等
- ・パンフレット制作→各宿泊施設へ設置、エージェントへ配布
- ・ウェブ上で体験ツアーを販売する会社と提携
- ・諸団体との連携

【販売方法】

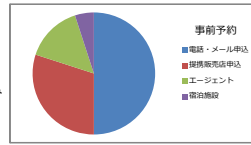
- ・上記方法
- ・エージェントに委託販売

3) グリーンツーリズムの利用状況

(3-1) 予約媒体

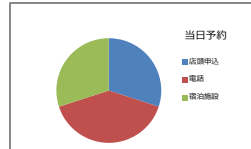
【事前予約】

- ・電話、メールでの直接申し込み
- ・提携販売店（ウェブ上での販売）からの申し込み
- ・エージェントからの申し込み
- ・宿泊施設からの申し込み

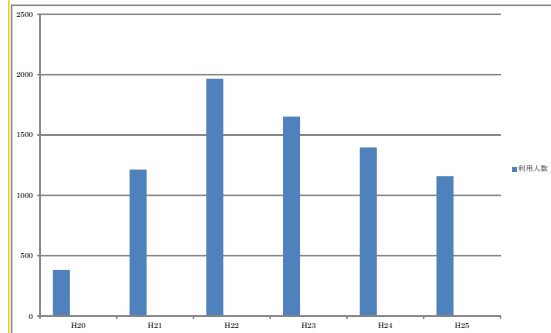


【当日予約】

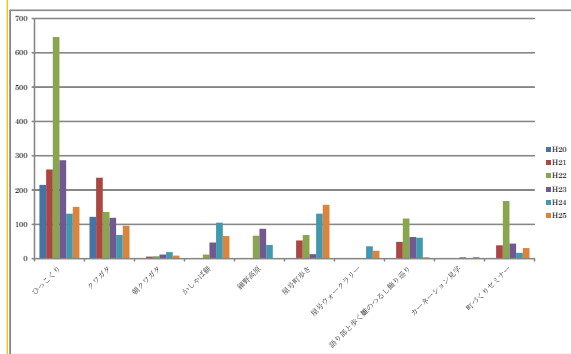
- ・店頭に立ち寄った際に申し込み
- ・電話での直接申し込み
- ・宿泊施設からの申し込み



(3-2) 利用人数推移【全体】



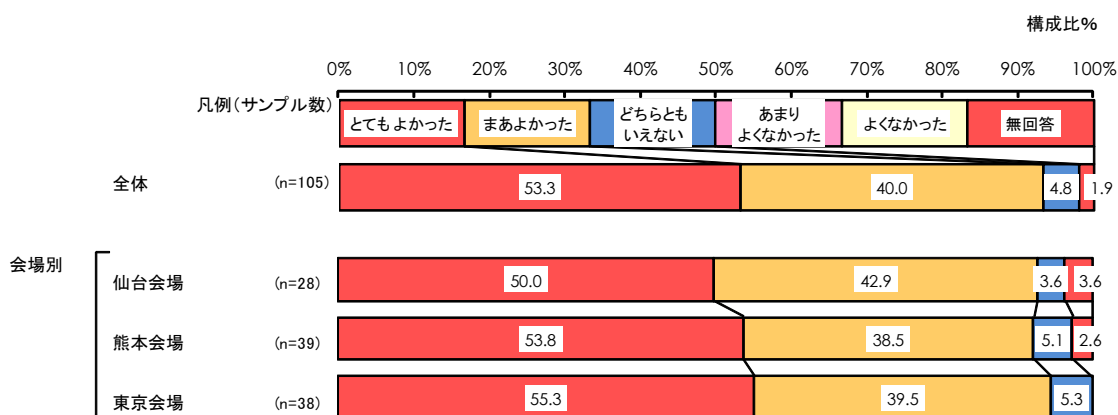
(3-2) 利用人数推移【オリジナル】



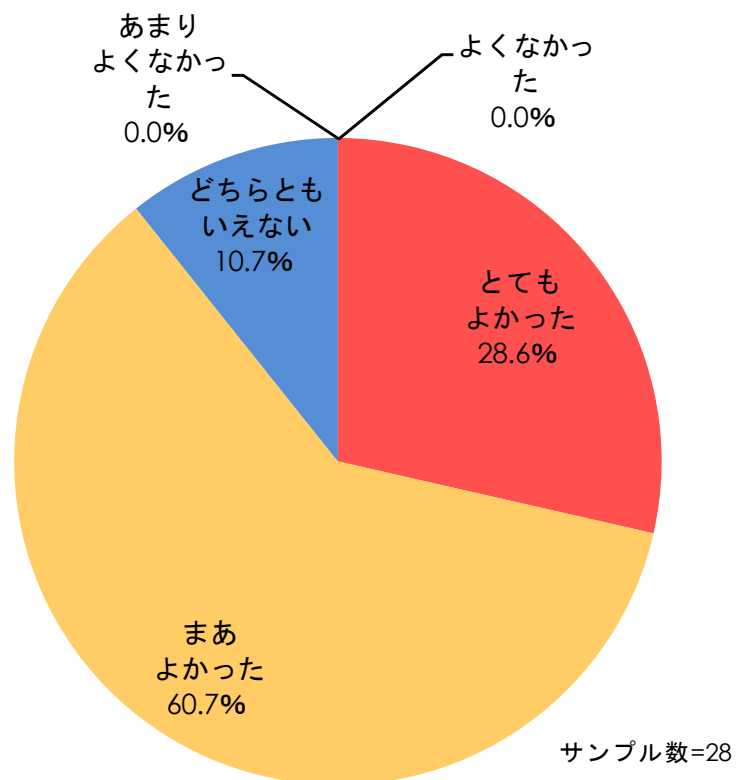
(2) 開催結果（研修会参加者アンケートより）

○セミナーの評価

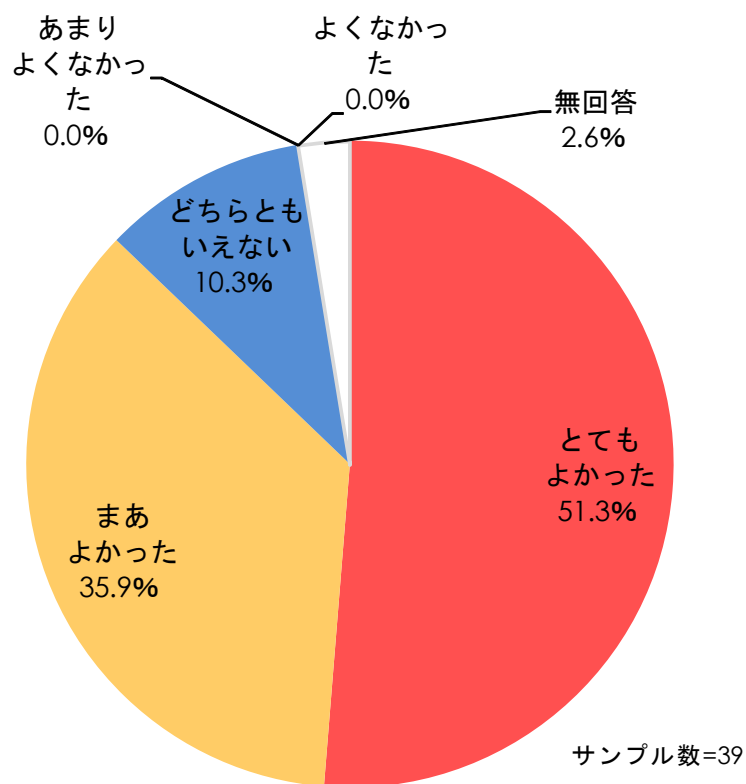
<横山幸代氏:「旅のついでに気軽に参加できるGTエントリーモデル開発事業」>



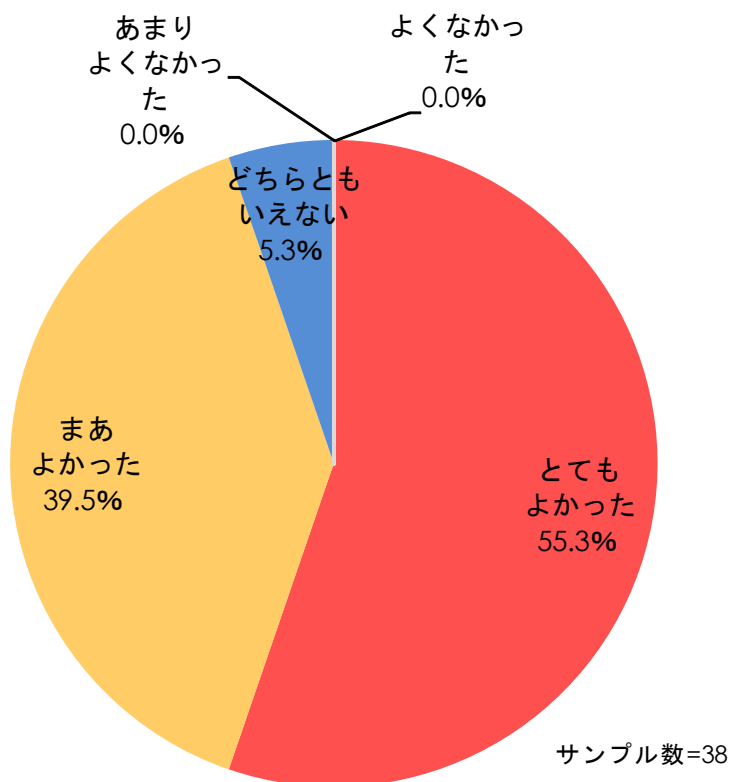
<小林崇氏、仲野大輔氏:「成功事例に学ぶ、宿泊事業者とGT事業者の連携」>



<松元健蔵氏:「観光地域とその周辺地域(農山漁村)との連携」>



<大越未来氏:「伊豆稲取温泉グリーンツーリズムの仕組み」>



2) GTエントリーモデル造成の手引き作成

GT事業者や中間支援組織、行政など、GT関係者に対して、消費者ニーズのトレンドやGTエントリーモデル造成の意義、造成方法などを広く普及するために、「GTエントリーモデル造成の手引き」を作成した。

グリーン・ツーリズム参加者のすそ野を拡げるために、事業者向け研修会で取り組んできたGTプランのブラッシュアップや流通のノウハウをGTエントリーモデル（GT未経験者でも参加しやすいプラン）造成の手引きとしてとりまとめた。

○仕様

A4版・フルカラー16ページ

○内容

- ・旅行者に求められているグリーン・ツーリズムとは？
- ・グリーン・ツーリズムエントリーモデルとは？
- ・グリーン・ツーリズムエントリーモデル造成のポイント

2. グリーン・ツーリズム推進のためのネットワーク構築

1) 事業者ネットワークの構築

○実施内容

G T事業者のネットワーク構築を促進するために、行政担当者、中間支援組織、G T受入事業者、観光事業者などに対して、グリーン・ツーリズムに関わる情報発信や研修会の告知などを行う「グリーン・ツーリズムメールマガジン」を配信した。

○実施方法

メールマガジンの配信は会員制とし、事業者向け研修会の案内をした際に登録を依頼する等の方法で会員を募集し、約520名の事業者等に登録いただいた。

<メールマガジン会員募集方法>

- ・ G T事業者に事業者向け研修会の案内をした際にメルマガ登録を案内
- ・ 農林水産省主催のG T全国連絡会議におけるの広報、登録呼びかけ
- ・ 事業者向け研修会におけるの広報、登録呼びかけ
- ・ リクルートじゃらんリサーチセンターWebサイト内での広報、登録呼びかけ（じゃらん観光ネットワーク等で主に観光関係者向けに広報）

<メールマガジンの主な配信内容>

- ・ 各種研修会やイベントのお知らせ
- ・ 研修会にご参加できなかった方向けの研修テキスト共有
- ・ キャンペーンサイト関連のお知らせ
- ・ Facebook ページ（後述）での消費者からの個別相談の仲介メール

○実施時期・回数

2013年10月11日～2014年3月12日現在まで（概ね隔週で発行）
全14回配信

図表 GT事業者向けメールマガジン 会員登録案内（事業者向け研修会案内時）

2013年8月吉日
㊦
グリーン・ツーリズム実施事業者様 各位
株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター 副センター長 横山 幸代 研究員 稲垣 昌宏
① 「グリーン・ツーリズムメールマガジン」へのご登録、 ② 「グリーン・ツーリズム個人観光客向け商品造成のための研修会」（参加費無料）、 のご案内
拝啓 時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。 日頃より格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
この度、弊社じゃらんリサーチセンター（以下、JRC）では農林水産省「都市農村共生・対流総合対策交付金共生・対流促進計画（広域ネットワーク推進対策）・グリーン・ツーリズムの推進、ネットワーク構築」事業の一環として、①グリーン・ツーリズムの実施に携わる皆様に向けて情報発信や研修会の告知などを行う「グリーン・ツーリズムメールマガジン」へのご登録のお知らせ、②個人旅行者向けのグリーン・ツーリズム商品造成・流通に関する研修会の開催（定員各回30団体。個人旅行者に向けてのグリーン・ツーリズム体験商品の造成・改良及び観光事業者との連携、ITを活用した販売・流通方法に関するセミナー、ワークショップ等）をさせていただき運びとなりました。
<u>この研修を通じて造成・改良された個人旅行者向けグリーン・ツーリズム体験商品は、11月にオープン予定のキャンペーンWEBサイトにて、PRおよび、消費者からの支持の有無や関心者の属性など商品化を見据えたテストマーケティングが行えます。</u>
ぜひ奮って、グリーン・ツーリズムメールマガジンへの登録及び研修会への皆様のご参加を心よりお待ちしております（お申込みは別紙のFAX申込みシートをご利用ください）。
敬具
記
1. グリーン・ツーリズムメールマガジンへのご登録
■目的 グリーン・ツーリズムに携わる方々のEメールアドレス等をご登録いただき、事例の共有、研修会の告知など有益な情報を提供いたします。
■対象 グリーン・ツーリズム実施事業者の皆様、グリーン・ツーリズムに関わる都道府県・地域の行政ご担当者、その他グリーン・ツーリズムに興味をお持ちの方。
■お申し込み方法 <u>【別紙1】にて、FAXにてお申し込みをお願い致します。</u>

図表 GT事業者向けメールマガジン 会員登録案内
(リクルートじゃらんリサーチセンターWebサイト内)

The screenshot shows the website interface for the Recruit J-Ran Research Center. At the top, there is a navigation bar with links for 'JRCについて', 'エリア活性事例', '研究プロジェクト', '調査データ', '研究冊子', 'コラム', '商品・サービス', and 'セミナー'. Below the navigation bar, the main content area features a 'NEWS & TOPICS' section with a highlighted article titled '【申込受付中】グリーン・ツーリズムメールマガジン'. The article text describes the center's mission to support green tourism and provides a sign-up form. To the right, there is a sidebar with another 'NEWS & TOPICS' section listing recent news items and a '月別アーカイブ' (Monthly Archive) section listing dates from 2013 to 2014.

NEWS & TOPICS

2013/10/08

【申込受付中】グリーン・ツーリズムメールマガジン

～グリーン・ツーリズムにご興味をお持ちの方、是非、お申込み下さい～

弊社じゃらんリサーチセンター(以下、JRC)では 農林水産省「都市農村共生・対流総合対策交付金共生・対流促進計画(広域ネットワーク推進対策)・グリーン・ツーリズムの推進、ネットワーク構築」事業の一環として、グリーン・ツーリズム実施事業者の皆様、グリーン・ツーリズムに関わる都道府県・地域の行政ご担当者、その他グリーン・ツーリズムに興味をお持ちの方に向けて、グリーン・ツーリズムメールマガジンを発行しております。

グリーン・ツーリズムにかかわる情報発信や研修会の告知などを 農林水産省からの公的お知らせや事業者同志の発信を含めて随時行っておりますので、ご興味ある方はぜひご登録ください。

FAXにてお申込みをお待ちしております。

[→メールマガの申込はこちらから](#)

[→バックナンバーはこちらよりご覧いただけます。](#)

NEWS & TOPICS

- ▶ 2014/02/25
20歳を「リーグ優勝」無料招待!「J」マジ! 20歳「LEAGUE MAGIC」カフェーズが感動!
- ▶ 2014/02/18
【終了しました】この冬限定!「秘密の想い出チケット」12月16日(日)まで
- ▶ 2014/02/17
2/14から発売!新刊「手紙」【MPOC(エムロック)】で話題「白い川」
- ▶ 2014/02/04
「ゴルフ市場に関する実態調査」をリリースしました
- ▶ 2014/01/23
【申込受付中】観光庁主催「次世代地域リーダー育成フォーラム」

一覧を見る

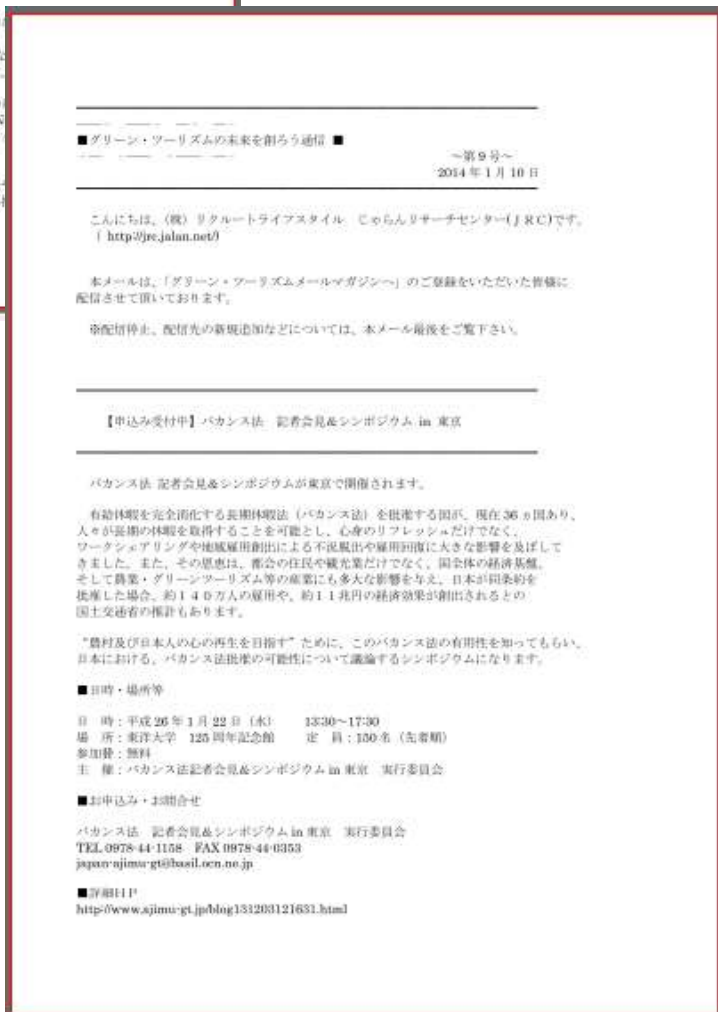
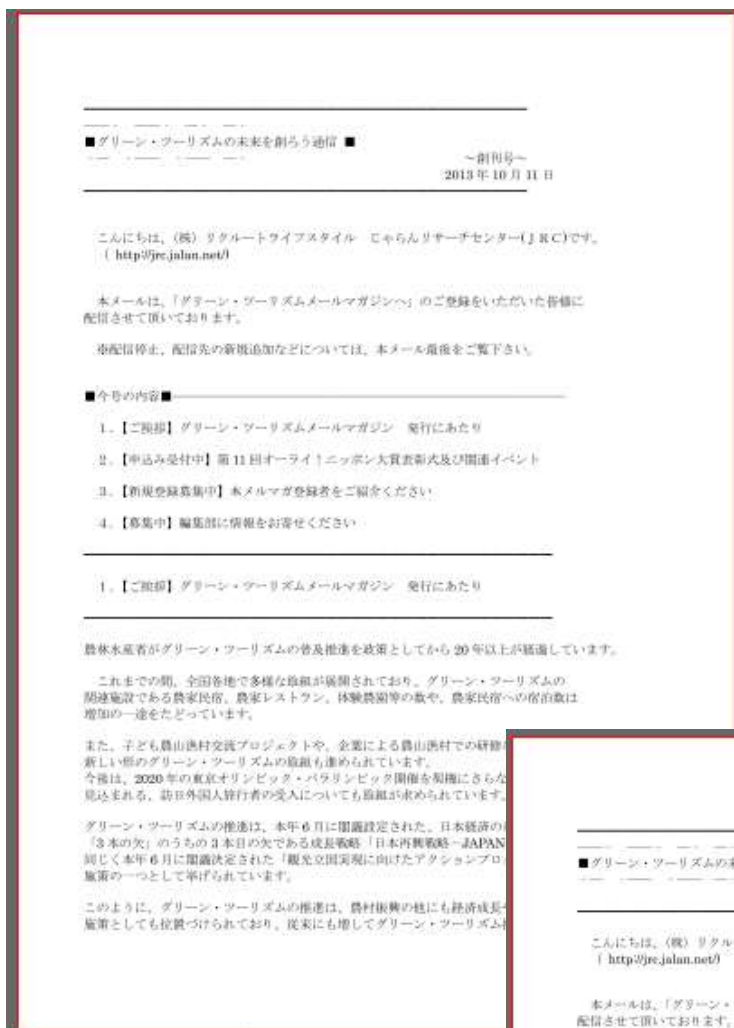
月別アーカイブ

- ▶ 2014年2月(4)
- ▶ 2014年1月(2)
- ▶ 2013年12月(2)
- ▶ 2013年11月(1)
- ▶ 2013年10月(3)
- ▶ 2013年9月(4)
- ▶ 2013年8月(1)
- ▶ 2013年7月(2)

図表 GT事業者向けメールマガジン一覧

号数	配信日	配信数	配信内容
第1号	2013年10月11日	262	・グリーンツーリズム発行についてのご挨拶 ・第11回オーライ！ニッポン大賞表彰式及び関連イベント
第2号	2013年10月18日	305	・平成25年第一回グリーンツーリズム推進連絡会議開催の報告 ・「地域活性フォーラムin三重～企業との協働による地域活性化～」申し込みの案内
第3号	2013年10月25日	372	・グリーンツーリズム事業者向け研修会開催の報告 ・グリーンツーリズムキャンペーンサイト公開の案内
第4号	2013年11月1日	405	・第12回 「全国グリーンツーリズムネットワーク福島大会」申し込みの案内 ・グリーンツーリズム事業者向け研修会の追加資料UPの報告
第5号	2013年11月13日	424	・グリーンツーリズム事業者向け研修会の追加資料UPの報告 ・「リスクマネジメント研修会」申し込みの案内
第6号	2013年11月18日	424	・里山・里海タイムトリップWebサイト開始の報告 ・里山・里海タイムトリップFaceBookサイト開始の報告
第7号	2013年12月6日	530	・里山・里海タイムトリップ参加者200名に金券500円キャッシュバックキャンペーンの開始のお知らせ ・グリーンツーリズム体験型商品の人気投票実施と周知協力のお知らせ
第8号	2013年12月27日	531	・里山・里海タイムトリップ新しい宿泊プラン追加のお知らせ ・「ごちしようさま運動」Webサイト開設のお知らせ
第9号	2014年1月10日	523	・「バカンス法 記者会見&シンポジウムin東京」申し込みの案内
第10号	2014年1月17日	520	・「農山漁村活性化支援人材バンク」開設のお知らせ ・FaceBookページへの消費者からの希望投稿に伴う商談チャンスのお知らせ
第11号	2014年1月29日	519	・「農観連携の推進協定」の締結について（1/17）の報告 ・平成26年度都市農村共生・対流総合対策交付金の公募についてのお知らせ ・「観光立国タウンミーティングin福島」申し込みの案内
第12号	2014年2月7日	519	・里山・里海タイムトリップ」新しい宿泊プラン追加のお知らせ ・魅力を伝える作法と技法研修会について(2/24～2/25) 申し込みの案内 ・「農都交流プロジェクト2013 第2回全国セミナー」(3/6) 申し込みの案内
第13号	2014年2月28日	518	・「農山漁村における訪日外国人旅行者の受入に向けて」セミナー(3/18) 申し込みの案内 ・平成25年度第2回グリーン・ツーリズム推進連絡会議開催の報告
第14号	2014年3月12日	518	・ふるさとふれあいプロジェクト実行委員会からのお知らせ ・平成25年度第2回グリーン・ツーリズム推進連絡会議の意見紹介

図表 GT事業者向けメールマガジン（見本）



2) 自治体におけるネットワークの構築

○実施内容

自治体におけるグリーン・ツーリズムへの取り組み状況や、担当部局間とG T事業者との連携状況、取り組みにおける課題等を把握するため、各都道府県のG T担当者に対して、アンケート調査を行った。

○都道府県G T担当者アンケート調査の概要

<調査時期>

2013年9月

<調査方法>

各農政局を通じて、全47都道府県のG T担当部局にアンケートを配布。回収はFAXで行った。

<回収数>

43都道府県（回収率91%）

○調査結果のまとめ

- ・都道府県内では、G Tと観光部局との連携が進みつつある。
- ・G T担当部局の主な活動は「ネットワーク」「普及啓発」「情報発信」。
- ・最も力を入れている事業は、農林漁村体験と子供の受け入れ（修学旅行）。
- ・G T推進における地域の課題は「教育旅行以外の観光客の誘致」。

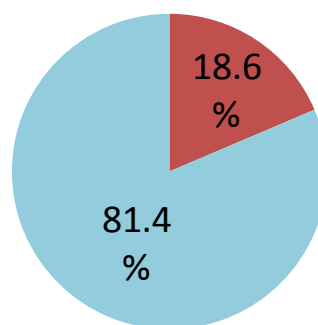
図表 都道府県GT担当者アンケート結果

□ 各都道府県のグリーンツーリズムの観光部局との連携が進みつつある。

■ 主な担当部局について

- 観光部が主担当の自治体が約 1 / 5
- 農政関連部署が主体であるが、観光連携していると回答した自治体は 27.9%であった

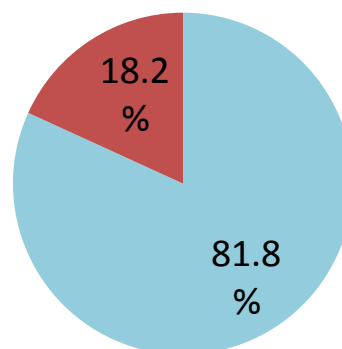
■ 観光部署
■ 農村振興系部署



■ 都道府県が支援している中間組織の有無

- 8割以上の自治体が、中間支援組織があると回答

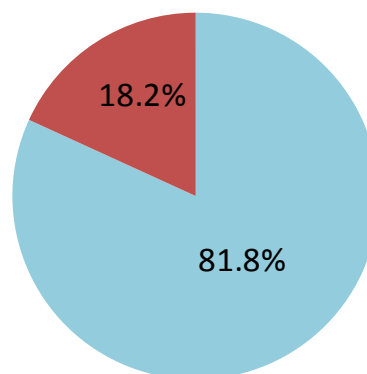
■ 有 ■ 無



■ 県総合計画などでの位置づけ

- 8割以上の自治体が、県の総合計画などにグリーンツーリズムの推進を掲げている

■ 位置づけている ■ 位置づけていない



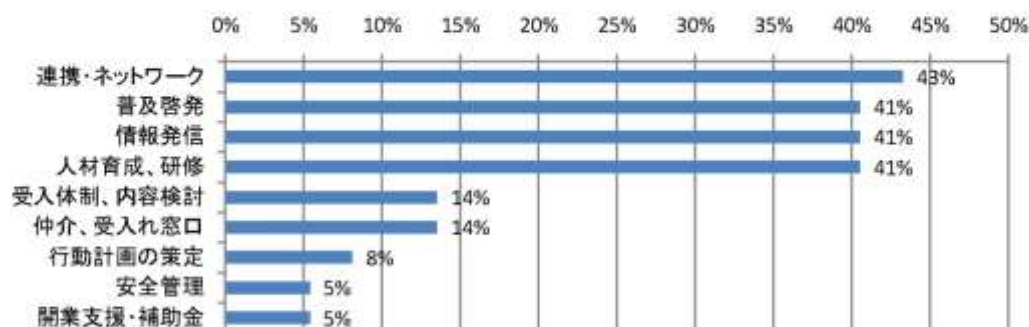
II. 事業実施結果

「グリーン・ツーリズムへの取組について」都道府県担当部局と位置づけ

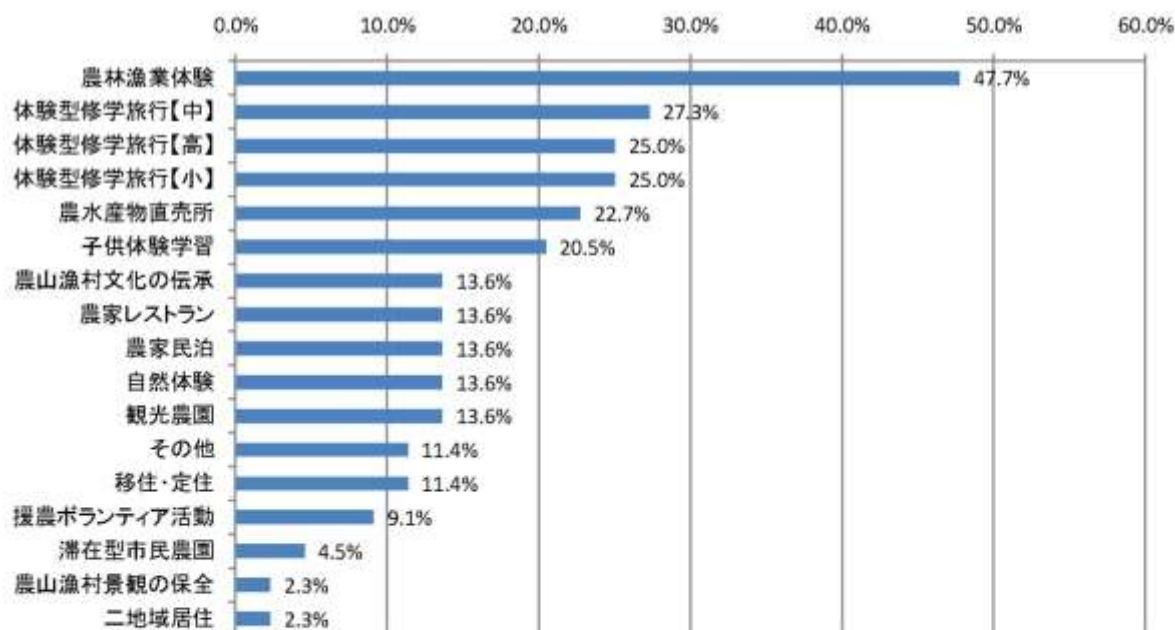
県	推進体制について		県総合計画などでの位置づけ 名称
	主担当部署名	関係部署名	
北海道	経済部観光局・農政部農村設計課	総合政策部地域づくり支援局・ 環境生活部自然環境課・ 水産林務部総務課、 水産経営課、 森林活用課、 農政部食品政策課・ 保健福祉部食品衛生課・ 教育長教育政策課、 義務教育課、 高校教育課	北海道観光のくにづくり行動計画
青森県	農林水産部構造政策課	観光国際戦略局観光交流推進課	青森県基本計画未来への挑戦
秋田県	観光文化スポーツ部観光戦略課	農林水産部農山村復興課、他	ふるさと秋田元気創造プラン
岩手県	岩手県農林水産部農業振興課		いわて県民計画
宮城県	農林水産部農村振興課農村交流 対策班	県内各地方振興事務所	みやぎ食と農の県民条例基本計画
山形県	観光交流課	農村計画課	山形県観光交流プラン
福島県	観光交流課	農林水産部農林企画課、農村復興課他	ふくしま新生プラン
茨城県	農村環境課		茨城県総合計画、茨城農業改革大綱 等
栃木県	農村振興課		
群馬県	農政部農村整備課中山間振興係	県民局農業事務所農業振興課農政係	はばたけ群馬プラン
埼玉県	農業ビジネス支援課	観光課など	埼玉県5カ年計画
千葉県	農村環境整備課	観光誘致促進課	千葉県総合計画「新輝け！ちば元気プラン」
神奈川県	農政部農地保全課	水・緑部森林保全課	
山梨県	観光部観光振興課	農政部農村振興課	やまなし観光推進計画・やまなし農業ルネサンス 大綱
長野県	農政部	観光部	第2期長野県食と農業農村振興計画
静岡県	交流政策課		静岡県経済産業ビジョン(農業、農村振)
新潟県	地域農政推進課		新潟県「夢おこし」政策プラン
富山県	農林水産部農村振興課	観光・地域振興局地域振興課	新・元気とやま創造計画
石川県	観光振興課	中山間地域振興室、生産流通課、 里山創成室等	新ほっと石川観光プラン
福井県	園芸畜産課		ふくいの農業・農村再生計画
岐阜県	農政部農村振興課	商工労働部観光課	ぎふ農業・農村基本計画
愛知県	農業振興課		食と緑の基本計画2015
三重県	農業基盤整備課	地域支援課	みえ県民カビジョン
滋賀県	農村振興課		新滋賀県観光振興指針、滋賀県農山漁村における 都市との交流の推進方向
京都府	農村振興課		
奈良県	農村振興課	南部東部振興課	
和歌山県	果樹園芸課(農家民泊、直売所、 農家レストラン、観光農園、 農作行体験等)	過疎対策課(二地域居住、移住・定住、 子ども交流プロジェクト) 観光交流課(体験型修学旅行等)	和歌山県グリーン・ツーリズム推進行動計画
鳥取県	観光政策課		
島根県	地域振興部しまね暮らし推進課		島根総合発展計画
岡山県	県民生活部、中山間・地域振興課	農林水産部、農村振興課	第3次おかやま夢づくりプラン
広島県	農業担い手支援課		
山口県	中山間地域づくり推進課交流 推進班		山口県中山間地域づくりビジョン
徳島県	農村振興課	観光政策課	いけるよ！徳島行動計画
香川県	農村整備課農村構造改善グループ		せとうち田園都市香川創造プラン
愛媛県	農林水産部管理局農政課		愛媛県長期計画
高知県	地域観光課		高知県産業振興計画
福岡県	食の安全・地産地消課	農山漁村振興課	
佐賀県	生産者支援課		佐賀県政策カタログ2011<佐賀県総合計画2011>
長崎県	農林部農山村対策課	観光復興課、地域復興課、漁政課ほか	長崎県総合計画
熊本県	むらづくり課	地域振興課	熊本県食料・農業農村計画、幸せ実感くまもと 4カ年戦略
大分県	観光・地域振興課	集落広域室、農山漁村・担い手支援課	安心・活力・発展プラン2005
宮崎県	地域農業推進課	観光推進課	第七次宮崎県農業・農村振興長期計画
鹿児島県	農村復興課むらづくり推進係		かごしま将来ビジョン、知事マニフェスト

□ 主な活動は「ネットワーク」「普及啓発」「情報発信」。一方、最も力を入れている事業は、農林漁村体験と子供の受入れだが、受入れ体制拡大を手掛けている自治体は14%にとどまる

■ 主な活動内容



■ 特に力をいれているもの



【その他】

グリーン・ツーリズム活動推進のための地域組織の育成	宮城県
上記農林漁業体験についてはこれから力を入れていきたい事項です。	群馬県
情報提供、人材育成	埼玉県
情報発信	三重県
交流による農山漁村の活性化	滋賀県

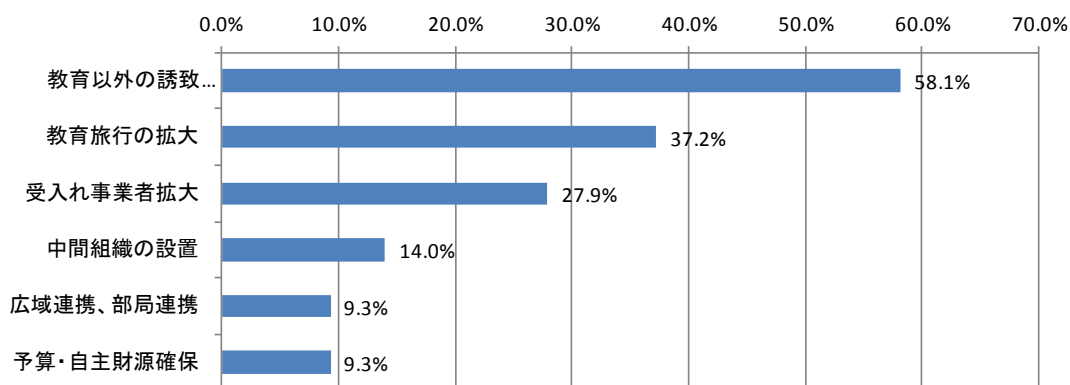
II. 事業実施結果

都道府県別の中間組織と活動内容

県	都道府県が支援している中間組織	
	組織(団体)名	主な活動内容
北海道	北海道グリーン・ツーリズム推進庁内連絡会議	グリーン・ツーリズム推進施策の協議及び庁内の連絡調整
青森県	青森県グリーン・ツーリズム受入協議会・あおりグリーン・ツーリズムネットワーク	受入情報センター(総合受入窓口)の設置、農家民宿受入団体間の連携、誘客活動、グリーン・ツーリズム実践者間の連携・情報交換
秋田県	NPO法人秋田花まるグリーンツーリズム推進協議会	グリーンツーリズムの指導・普及、開業支援
岩手県	岩手県グリーン・ツーリズム推進協議会	会員の相互理解や情報交換、情報発信に関すること
宮城県	みやぎグリーン・ツーリズム推進協議会	グリーン・ツーリズム普及啓発活動、情報発信、交流活動、ワーキングホリデー仲介活動等
山形県	山形県グリーンツーリズム推進協議会	グリーンツーリズムの推進活動
福島県	福島県ふるさと子ども夢学校推進協議会	年2回程度協議会を開催し、観光交流課事業の周知と厚生団体の取組の共有を図っている
茨城県	茨城県都市農村交流推進協議会	都市農村交流推進のための推進方向の検討
栃木県	栃木グリーンツーリズム推進会議	グリーン・ツーリズム実践者のネットワークづくりへの支援
群馬県	NPO法人わくわく体験群馬サポートセンター	グリーン・ツーリズム推進の研修会等の開催を委託している
埼玉県	埼玉県グリーン・ツーリズム推進協議会	GT情報発信や人材育成などを通じて、関係者・関係機関の連携を深める活動
千葉県		
神奈川県		
山梨県	富士の国やまなし農村休暇色協会	情報発信、パンフレット作成、体験受入体制整備事業
長野県	長野県グリーン・ツーリズム協議会	情報発信
静岡県	静岡県グリーンツーリズム協会	都市と農山漁村との交流促進、会員施設相互の交流
新潟県	新潟県グリーン・ツーリズム推進協議会	共通課題の検討や研修会の実施を通じて、情報交換しながら、子供たちの農山漁村体験活動の受入体制づくりや、大人のグリーン・ツーリズムの誘致拡大に取り組んでいる。
富山県	NPO法人グリーンツーリズムとやま	都市農山漁村交流活動
石川県	石川県グリーン・ツーリズム研究会	パンフレットへの情報提供、県大会の開催
福井県	ふくいエコ・グリーンツーリズム・ネットワーク	情報発信・広域連携ふるさとワークステ受入調整
岐阜県	岐阜県グリーン・ツーリズム推進連絡会議	年1回の会議、研修会等による都市側ニーズの情報共有
愛知県		
三重県	心豊かな里づくりネットワーク	ネットワーク大会など
滋賀県	しがグリーンツーリズムネットワーク連絡会	地域連携を図るための情報共有、研修会、情報発信
京都府	京都丹波・食と森の交流協議会	教育体験旅行推進
奈良県		
和歌山県	和歌山県グリーン・ツーリズム推進委員会	県行動計画の策定、地域でのワークショップへの指導・助言など
鳥取県	①とっとり因幡グリーンツーリズム推進協議会、②倉吉市体験型教育旅行誘致協議会	①SNSを利用した情報発信、広報パンフレット作成、研修会の開催、民泊推進補助等を通して会員のヨコのつながりを強める。②体験型プログラム及びグリーンツーリズムを活用した滞在型観光受け入れ。
島根県	しまね田舎ツーリズム推進協議会	都市住民への「しまねの田舎」の良さのアピール、普及啓発事業等の主催やしまね田舎ツーリズムを提供する実践者への助言
岡山県		
広島県		
山口県	やまぐち元気！むらまち交流推進協議会	本県地域特性に即した都市農村交流に係る普及啓発、情報発信、人材育成等について市町、関係団体が一体となって推進する。
徳島県	①そのらの郷山里物語協議会②南阿波よくばり体験	①体験型修学旅行②体験型修学旅行
香川県	かがわグリーン・ツーリズム推進協議会	市町地域協議会担当による情報支援、研修会、連携イベント実施
愛媛県	愛媛県グリーンツーリズム推進協議会	研修、情報発信、人材育成、普及啓発
高知県	四国グリーンツーリズム推進協議会	情報発信(HP、リーフレット作成、キャンペーン実施)、都市部での交流イベント実施、人材育成(指導者育成、交流研修会の開催など)
福岡県	まちとむらネットワーク	都市と農村の交流に関わる活動に対する支援、メーリングリストによる情報提供、会員同士の交流会の開催等。
佐賀県	さがグリーン・ツーリズム研究会	・人材育成等研修会の実施 ・情報の収集、発信
長崎県	長崎グリーン・ツーリズム推進協議会	・農林漁業体験の提案 ・農林漁業体験に関する情報発信 ・グリーンツーリズム実践者間の連携
熊本県		
大分県	NPO法人大分県グリーン・ツーリズム研究会	教育旅行の受入窓口、受入農家の資質向上
宮崎県	みやざきグリーン・ツーリズム研究会	ネットワーク構築等
鹿児島県	かごしまグリーン・ツーリズム協議会	グリーンツーリズムの飛躍啓発、安全管理対策の推進等

□地域の課題は、「教育旅行」以外」の観光客の誘致」に関心が集まる。

■グリーンツーリズム推進における課題



体験型教育旅行以外の一般客向けのグリーンツーリズムの普及	鹿児島県
本県には漁村地域の多様な自然、文化、産業などの地域資源を活用した体験プログラムが多数存在するが、誘客に結びついていない・グリーンツーリズム情報を欲しい人に届ける効果的な発信の仕方がわからない	長崎県
・農家民宿、農家民泊につちえ、阿蘇や天草、八代、球磨以外に広まらない ・体験型修学旅行(小・中)の拡大を図る必要がある	熊本県
原子力発電所事故の風評より、交流人口や修学旅行が激減し、県内全域の受け入れ団体の機能が低下している。	福島県
農家民泊の一層の啓発と推進。	鳥取県
福岡県全体のグリーンツーリズム協議会がないため、地域の要望等を収集、反映する場がない。	福岡県
県内での各地域実践団体の広域連携。学校を中心とした体験型教育旅行から企業研修等への体験型教育旅行への拡大各県のツーリズム施策に関する情報交換の場があっても良い(農政局単位等) 本アンケートの取りまとめ結果を提供いただきたい。	山口県
農村地域の集落機能を維持、再生する為の取り組みを推進しようとしても、住民の意識改革が難しいことが一番の課題。	滋賀県
グリーン・ツーリズムが地域経済の活性化や関連産業の振興に結び付かない。	富山県
中山間地域における農業者の高齢化に伴う、受入農家や体験指導者の確保が課題となっている。	新潟県
・グリーン・ツーリズム推進に関する予算の確保が難しい。 ・県域での連携が進んでいない。 ・一般的に『グリーン・ツーリズム』という言葉が普及していない。 ・高齢化・後継者不足により活動を続けられない団体が増えてきている。	三重県
教育旅行の他県との競争激化、個人客の安定的確保	大分県
グリーン・ツーリズム活動のための人材の育成。活動資金の確保。	宮城県
持続的・自律的に活動が可能となる体制作り	茨城県
本県では、移住・定住促進に力を入れています。都市農村交流から移住・定住へ発展させるための手法や受入体制の整備が課題になっていると思います。	山梨県
・グリーン・ツーリズムの推進成果を数値で表すこと ・グリーン・ツーリズムの収益事業としての成功事例の不足	群馬県
新規の農家民宿実践者の確保、県内外からのグリーン・ツーリズム客の新規開拓、県内グリーン・ツーリズム情報の発信と青森の魅力PR	青森県
観光部だけでなく、農・林など他の部局との連携が必要である。	高知県
受入地域における住民の合意形成、採算性の確保、グリーンツーリズムの企画募集等を行える人材の育成	奈良県
業として取り組む人が少ない	福井県
教育旅行の受入について、農林漁家の高齢化などにより受け入れ農家数が伸び悩んでおり、受け入れ農家数の拡大が近々の課題	北海道
実践者(農家・漁家)の高齢者	香川県

II. 事業実施結果

【参考】県から先のGT事業者への連絡体制ヒアリングまとめ

県名	担当課	周知先	直接GT事業者への連絡の有無
青森県	農林水産部構造政策課	6県民局、マーケティング(54)、GT事業者(21)	有
秋田県	観光文化スポーツ部観光戦略課	8振興局、GT事業者(4)	有
岩手県	農林水産部農業振興課	33市町村、13協議会	無
宮城県	農林水産部農村振興課	地方振興事務所(5)、GT推進協議会	無
山形県	商工労働部観光交流局観光交流課	山形県GT推進協議会一市町、事業者等	無
福島県	商工労働部観光交流局観光交流課	福島県ふるさと子ども夢学校推進協議会一16団体、59市町村	無
茨城県	農林水産部農地局農村環境課	44市町村、40団体	有
栃木県	農政部農村振興課	7事務所一市町村	無
群馬県	農村整備課	事務所⇒35市町村へ、GT事業者(22)	有
埼玉県	農業ビジネス支援課	8農林局、埼玉県グリーンウーリズム推進協議会	無
千葉県	農村環境整備課	54市町村、10農業事務所	無
東京都	農業振興課		
神奈川県	農地保全課	5県政総合センター、農政事務所	無
山梨県	農政部農村振興課	27市町村	無
	観光部観光振興課		
長野県	長野県農政部農業政策課 農産物マーケティング室	77市町村	無
静岡県	文化・観光部交流企画局交流政策課	農林事務所一市町村 団体・県のGT協議会一施設	無
新潟県	農林水産部地域農政推進課	約30市町村	無
富山県	農村水産部農村振興課	グリーンウーリズム富山、15市町村	無
石川県	農林水産部農業政策課中山間地域振興室	5県事務所一市町村	無
福井県	農林水産部園芸畜産課	17市町村、その他43団体	有
岐阜県	農村振興課	グリーンウーリズム関係者への周知ルート 県→県現地機関(10)→市町村(42)→実践者(多数)	無
愛知県	農村振興課	7農林水産事務所	無
三重県	農業基盤整理課	圏内機関8か所一市町、 GTネットワーク心豊かなな里づくりネットワーク→GT132団体、 個人へのメルマガ	無
滋賀県	農政水産部農村振興課	連絡機関6か所一市町村、グリーンウーリズムネットワーク連絡会	無
京都府	農林水産部農村振興課	4振興局一市町村	無
奈良県	農林部農村振興課	市町村	無
大阪府	環境農林水産部農政室 推進課地産地消推進G	43市町村	無
兵庫県	農政環境部農政企画局 総合農政課(農業生活室)	41市町	無
和歌山県	農林水産部農業生産局 果樹園芸課	7振興局→30市町村	無
鳥取県	文化観光局観光政策課	県の観光連盟、19市町村	無
島根県	地域振興部島根暮らし推進課	19市町村(マーケティング)	無
岡山県	農林水産部農村振興課農山村振興班	3県民局一市町村	無
広島県	農業担い手支援課	23市町	無
山口県	総合企画部中山間地域づくり推進室	7協議会一市町村	無
徳島県	農林水産部農村農地政策局農村振興課	2協議会	無
香川県	農政水産部農村整備課	17市町(マーケティング)	無
愛媛県	農林水産部管理局農政課 農村振興係	市町20、協議会10	無
高知県	観光振興部地域観光課	46市町村、四万十川財団	無
福岡県	農林水産部 食の安全・地産地消課	九州グリーンウーリズムシンポジウム実行委員会、6農林事務所	無
佐賀県	農林水産部農工本部 生産者本部 生産者支援課 食と農の絆づくり担当	20市町、県の推進団体(1)、地方の推進団体(4)	無
長崎県	農林部 農山村対策室 地域振興班	21市町村、6振興局、GT事業者(6)	有
熊本県	農林水産部 経営局 むらづくり課 むらづくり推進班	11振興局、45市町村	無
大分県	企画振興部 観光・地域振興局 観光・地域振興課 観光企画班	18市町にメール	無
宮崎県	農政水産部 地域農業推進課	7振興局→26市町村、宮崎グリーンウーリズム研究会	無
鹿児島県	農政部 農村振興課むらづくり推進課	43市町村、県の出先の事務所(7)、鹿児島グリーンウーリズム協議会	無

3) オーダーメイド依頼

○実施内容

グリーン・ツーリズムの普及および、消費者と事業者の交流を目的に「里山・里海タイムトリップ」のFacebook ページを立ち上げた。

サイトでは、消費者からのグリーン・ツーリズムのオーダーメイド希望を受付け、事業者に対応できるかどうかを問い合わせるサイトで報告した。

希望者には、時期、人数、やりたい体験、希望するエリアなどの条件を明記して頂き、管理者による確認を経て、事業者に広報し、事業者または管理者から20日以内に可否などのコメント返信をした。

○実施時期

2013年11月～2014年3月

○「里山・里海タイムトリップ」Facebook ページのURL

URL : <https://www.facebook.com/satotabi>

図表「里山・里海タイムトリップ」Facebook ページのトップページ



II. 事業実施結果

図表 Facebook オーダーメイド依頼内容と事業者の対応状況のまとめ

オーダーメイド希望の内容				事業者の対応状況		
内容	時期	場所	人数	対応有無	対応可の件数	成約状況
友人と山菜採りを体験して、そのあと山菜の天ぷらなどが食べられるプランがあったら参加したいです。	3月頃	関東近郊・中部あたり	3名	○	2	-
ジャムづくり。この時期にどんな果物が取れるのかあまり詳しくない(そもそも取れるのでしょうか…?)のですが、自分の手で収穫した果物をそのままジャムにして食べてみたいです。 □	2月後半～3月中旬	できれば東北から関東甲信越がいいです。	3～4人程度	○	1	-
里山で狩猟について学びたい！ 期間限定だと思いますが、実際に狩猟しているところと同行し、どのようにおこなっているのか体験し、また、狩猟を通じて地域にどのような形で貢献しているのか、今後の問題などお話を伺いたい。	狩猟期間中	東北・関東・中部エリア	5人くらい	○	1	-
旬の筍を目一杯楽しみたい！ 里山に入り、たけのこ掘りから、実際に収穫したたけのこを使った料理までを楽しみます。料理は掘りたてでないと楽しめない「刺身」から「たけのこご飯」「天ぷら」などたけのこフルコースでいただきたいです。できれば普段気にもしない竹の種類について学んだり、竹の違いによる味の食べ比べ(違いがあるのか分かりませんが…)等のちょっとした座学があると面白いと思います。	4～5月初旬(その地域の旬の時期)	関東エリア	10人くらい	○	1	-
牡蠣うち。先日、ひよんなことで牡蠣うちを少し体験させていただきました。牡蠣うちとは、牡蠣の殻むきのことなのですが、これが簡単そうに見えて難しい。だけど、自分でむいた牡蠣を食べてみてビックリ!!!最初に塩味がきて、ひと噛みすると、とろ～んと牡蠣の旨みが口いっぱい広がって…。これが「海のミルク」と言われる所以なんだなーと納得。忘れられないあの海のミルク。どこかで体験できたら嬉しいです。あの味は、産地でしか味わえませんから！ □	牡蠣が旬なうち(寒ければ寒い程美味しい)	牡蠣の特産地	3～5名	○	1	-
日本一の炊き込みご飯を食べたい！	4～5月初旬(その地域の旬の時期)	関東エリア	4人くらい	×	-	-
田植え体験(手植え)。お米は日本人の原点ですからね。水田の泥が足指の間からニユルニユルと通過するあの感じを、子供に体験させてあげたい。	田植え時期は5月くらい?	関東か東北	4人(大人2人&子供2人)	○	3	3つの事業者から、田植え体験受け入れ可能との回答あり → オーダーメイド希望者から、3件の中から選んで参加するとの回答あり。成約予定。