平成30年度　農山漁村振興交付金
（農泊推進事業・人材活用事業）
飛騨地域里山資産活用協議会　調査業務

報　告　書

平成31年3月

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社

目　　次

１．　業務概要 1

１-１　業務の目的 1

１-２　実施フロー 1

１-３　事業期間・実施体制 1

２．　現地調査及び課題解決策の検討 2

２-１　宿泊施設受入実態調査 2

２-２　農泊実践担い手候補者ヒアリング 3

（1）　飛騨みんなの博覧会（大橋氏） 3

（2）　HIDAIIYO（松場氏） 4

２-３　事例調査 6

（3）　京都府和束町（（一社）和束町活性化センター、和束町役場） 6

（4）　京都府南丹市美山町（（一社）南丹市美山観光まちづくり協会） 9

（5）　徳島県三好市（三好市産業観光部観光課） 11

（6）　東三河レストランバス（豊鉄観光サービス㈱、（公社）東三河地域研究センター） 14

３．　セミナーの開催 16

３-１　中間報告 16

３-２　最終報告 25

４．　農泊の手引き作成 33

1. 業務概要

1-1 業務の目的

本業務は、農泊をビジネスとして持続的に取り組める体制の確立、農山漁村地域にある伝統料理等の「食」および美しい景観等の自然資源を農泊のコンテンツとして磨き上げ、情報発信の取り組み、外部人材の専門的スキル等を活用しながら飛騨市に適した「農泊」のあり方を探ることを目的として実施した。

1-2 実施フロー

（１）現地調査及び課題解決策の検討

①宿泊施設受入実態調査

・飛騨市の統計等を活用した文献調査
・市内主要施設へのヒアリング調査

②農泊実践担い手候補者ヒアリング

・飛騨市内で農泊を実践する担い手へのヒアリング調査を実施
（取組内容、課題等）
・ヒアリング対象者は飛騨市により選定
・調査内容：農泊の取り組み意向、取り組む上での課題　等

③事例調査

・農泊先進地域（４か所）へ、実施地域連携の手法、事業化のポイント、情報発信・集客に係る取組等についてヒアリング調査を実施

（２）セミナーの開催

・地域内関係者向けのセミナー実施：
中間報告１回（２月）
最終報告１回（３月）

（３）農泊の手引き作成

・地元事業者向けの農泊推進ガイド「農泊のススメ」

※適宜、合同会社地域と協力の向こう側　　代表　中川誠志氏　からアドバイス予定

1-3 事業期間・実施体制

本事業の実施期間および実施体制を下記に示す。

事業期間	平成 30 年 10 月～平成 31 年 3 月
事業実施主体	飛騨地域里山資産活用協議会
調査担当	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社　研究開発部（名古屋）

2. 現地調査及び課題解決策の検討

2-1 宿泊施設受入実態調査

飛騨市内の宿泊者の動向を把握するため、市内宿泊施設へのヒアリング調査を実施した。

対象：ともえホテル（柴田氏）

■来訪者の動向

・来訪者のうち外国人の割合は 10%程度。外国人団体客の受け入れはリスクもあることから行っていない。ただし個人旅行者は受け入れている。Expedia,Agoda は前払い制であるが、Booking.com は前払いがないため使っていない。
・繁忙期は、4～11 月、閑散期は、12～3 月。
・日本人旅行者はシニアが多い。東京圏からが多い。日本人は基本的に 1 泊。
・来訪者の利用交通手段は、車が多い。他、関東からは列車。
・外国人旅行者は飛騨市を拠点に市外に移動。外国人旅行客は 2,3 泊。
・外国人旅行者には身振り手振りで対応。複雑な要望（乗り継ぎ等）があったときは観光協会の方に来てもらう。

■プロモーション・集客

・ウェブ、ホームページ、じゃらん、楽天からの予約が多い。
・体験プラン、食プランを設けている。
・農家とコラボし収穫体験を実施。

■地域内連携

・田中ファームと連携して体験商品を販売している。

■現状の課題

・飛騨市には滞在できる場所が少ない。神岡町にガッタンゴーはあるもののそれしかない。
・資源はいっぱいあるのでどう見せていくか。
・高山が観光客が増えているのに対し、飛騨市では横ばい。
・旅館組合、観光協会、行政が連携できていない。

■今後の展望

・農家、飲食店とコラボし収穫等の体験プランを作りたい。

■農泊

・儲かる仕組み・制度の構築が必要
・商工・観光・まちづくり・農家が一緒になって話しあう場が必要

■その他

・様々な事業者**が**ワークショップを 10～20 回位やることでいろいろなコラボがうまれるといい。
・行政には初期支援をお願いしたい。
・高山とは違った魅力を創出する必要がある。

2-2 農泊実践担い手候補者ヒアリング

飛騨市内で既に農泊に取り組んでいる団体の現在の受入状況、今後の意向等を把握するため、ヒアリング調査を実施した。

（1）　飛騨みんなの博覧会（大橋氏）

■事業・施設概要

・プレ開催、秋 2 回、冬 1 回開催した。
・趣味で出店される方も多い。
・マーケティングリサーチの場に利用してもらう。
・45 プラグラムぐらい集まっている。（4 回開催し、全体で 100 ぐらいのメニューがある）
・パートナーの 7～8 割は継続して出店される。
・土日は家族向け、平日は主婦向けのプログラムになっている。

■来訪者の動向

・来訪者の 7 ～8 割が地元の方。
・地元の方向けのプログラムのほうが集客はいい。
・体験プログラムは事前予約制。
・来訪者はリピーターも多い。
・来訪者は複数のプログラムに参加される方が多い。

■プロモーション・集客

・冬に集客が減るため、冬にイベントをやってほしいという声で始めた。
・富山、岐阜、愛知方面に PR している。
・道の駅、観光案内所、金沢の美術大学、美術館、博物館にパンフレット設置。
・今年、富山の北日本新聞に広告掲載。
・外からの評価が上がれば、自然と市の評価が上がる。

■地域内連携

・宿と連携し、商品化をしていきたい。

■現状の課題

・PR する場を増やしたい。
・事務局も収益を得る仕組み作りが必要。

■今後の展望

・市外からも集客していきたい。
・今後は市からの委託事業として開催される。
・観光課と農業振興課の依頼で農家の自立に向けたプログラム作り。

■農泊

・4 町の交流。
・ターゲットは市外から。

・旅館組合と共存していくために、体験と宿は区別し、宿は自由に選択できるように。

■その他

・長良川おんぱくは、7 年で 160 プログラムほどやっている。（広告料 1 パートナー15000 円）
・当日受付ができるプログラムも作っていきたい。

（2）　ＨＩＤＡＩＩＹＯ（松場氏）

■事業・施設概要

・宿泊施設 11 棟（高山 6 棟、古川 5 棟）。運営委託 3 件。
・基本的には外国人旅行者をターゲットにした事業を行っている。（体験事業は 100%外国人旅行者、宿泊事業は一部日本人の利用も含まれる）
・飛騨市に限らず飛騨地域の 3 市 1 町が活性化する事業を行っていきたい。
・体験ツアーのカテゴリーは、フード（料理教室、酒など）ネイチャー系（ハイキング、サイクリングなど）

■来訪者の動向

・近年の来訪者数の内訳は、アジア：欧米：日本人＝４：４：２。日本人は、名古屋や東京からである。
・繁忙期・閑散期について、3 月、6 月、9 月が閑散期である。
・来訪者の旅行形態は、宿は 100%個人旅行。団体旅行～～
・来訪者の属性は、ファミリーが半分くらい。
・来訪者の利用交通手段は、外国人旅行者は欧米はジャパン・レール・パス、アジア 3 割は、レンタカー利用が増加している。日本人は車が多い。
・来訪者の主な立寄り先は、飛騨市内の瀬戸川街並み、高山まで足を延ばす人もいる。夜　は宿でゆっくりする。
・日本人は 1 泊が多いが、外国人旅行者は 2 泊程度が多い。
・来訪者から飛騨市の観光についてよく聞かれること、要望、不満については、飲食店がない。焼き肉店がないのは勿体ない。バーがない。（夜に過ごせる場所）
・外国人旅行者の受入体制として、ウェブサイトの多言語対応、多言語対応スタッフの配置は行っている。
・アメリカの富裕層向けツアー会社と提携し、35 歳以下の若者団体ツアーを受けている。
・人気の商品・コンテンツは、SNOWSCOOT（10 分程度練習すれば初心者でも楽しめる手軽さがある）、下呂馬瀬のウメセコツアー（e-bike を活用。飛騨萩原からの移動自体がツアーになっている。ランチ付き）、
・体験ツアーの予約は、飛騨に到着する前に行う人がほとんどである。（1 か月～1 週間前）
・リピーターも訪れており、彼らの口コミでさらに客を獲得している。
・体験メニューの提供者は、すべて地元の人である。
・団体料理体験教室を全国でも先駆けて実施した。（お寺で開催）

■プロモーション・集客

・すべて自社ウェブサイトに掲載。
・旅行会社への営業、自社ウェブサイトでの情報発信、OTA への掲載、SNS の活用等。

・口コミが大事である。
・リピーターを大切にしている。

■地域内連携
・飛騨市での滞在魅力を高めるための地域資源の活用・地域との連携状況
・地域にある体験プログラム（自社で行っているもの以外）の情報提供方法

■現状の課題
・オーバーツーリズムが課題となってきている。昨年は白川郷のライトアップの入場制限を行い、入場料をとることで収益が倍となった。スペインでは、オーバーツーリズムの対処法として、宿泊施設の建設規制やベッドを買う制度を設けた。
・飛騨市に観光戦略・ビジョンがないことが一番の課題である。これが定まっていないために事業がぶれている。
・人材不足

■今後の展望
・宿泊施設は 20 棟程度まで増やしたい。上質な宿を提供したい。古川町には団体客を受け入れる観光形態は合っていない。
・シェアオフィスの運営により飛騨地域で起業する人を増やしたい。
・コンテンツを増やし、客の満足度をあげていきたい。

■農泊
・お金をかけるのではなく、今ある資源を活かして取り組むべきものである。
・農泊は狙ってやるのではなく、お客さんのニーズに合わせて体験メニューを造成していたら、自然と農泊と呼ばれるメニューも含まれていた。
・外国人向け体験メニューは民間事業者が取り組んでいる。みん博では、日本人向けツアーをやるべき。通年でないと意味がない。
・毎年、明治大学農学部の学生を受け入れている。
・飛騨市の人たちのとの交流会を行っている。
・朝食は地域の人と提携し提供している。そうや？農園の有機野菜を使っている。

■その他
・飛騨地域は民泊新法にほぼ影響を受けていない。

2-3 事例調査

農泊を取り組む上での地域連携の手法、事業化のポイント、情報発信・集客に係る取組を把握するため、国内農泊先進地域に対しヒアリング調査を実施した。

日時	地域名・取組名	対応者
2018 年 11 月 28 日(水)	京都府和束町	・（一社）和束町活性化センター　下村氏 ・和束町役場地域力推進課　課長　犬石氏
2018 年 12 月 1 日(土)	京都府南丹市美山町	・（一社）南丹市美山観光まちづくり協会事務局長　高御堂氏
2018 年 12 月 5 日(水)	徳島県三好市	・三好市産業観光部観光課　近藤氏
2019 年 3 月 12 日（火）	東三河レストランバス	・豊鉄観光サービス㈱　取締役　鎌田氏 ・(公社）東三河地域研究センター調査研究室長　髙橋氏 ※２者同時に実施 ※ヒアリング結果の詳細は内部資料として活用（本報告書には概要のみ掲載）

（3）　京都府和束町（（一社）和束町活性化センター、和束町役場）

①（一社）和束町活性化センター

■当センターについて

・当センターは、特産品の開発・普及、観光客の誘客、農園事業、宿泊施設の運営等を行っている。

・観光分野は、教育旅行と一般観光の 2 本柱で取り組んでおり、ウェブサイト「いいとこ和束～茶源郷（http://wazukanko.com/）」にて情報発信を行っている。当センターに事前連絡があれば、オーダーメイドプランの提案をし、コーディネート料を含めて販売している。

■観光客の受入状況・動向

・日本人旅行者は、所要時間 1 時間圏内の地域からの来訪が多い。外国人旅行者は、中国の団体客が多いが、京都市内から公共交通機関で来訪する個人旅行者もみられる。

・ロードバイクで和束町に訪れる人もいるが、滞在時間が短く、食事はコンビニで済ませる傾向にある。

■教育旅行の受入

・当町は2014年から訪日教育旅行を中心に受入を開始(初年度は台湾の女子中学生30名を受入)した。(2017 年度の受入実績：海外 11 団体、国内 3 団体)

・教育旅行を受け入れる目的は、地域の人同士のつながりや地域の人の自己表現の場、外部評価を得て生きがいを感じるきっかけづくりである。教育旅行の受入は、地域の人に観光を自分事として捉えていただく契機になると思われる。

・国内は関東からの中学生を受け入れている。京都市内とセットで訪れており、京都市内から車で 1 時間強というアクセスの良さが強みとなっている。

・教育旅行の受入は飛鳥や紀州、滋賀と比べて後発ではあるが、日本文化の代表であるお茶文化を学べることを強みに営業を行っている。
・人数の多い学校の受入にも対応するため、2018 年 3 月に京都やましろ体験交流協議会を組成し、近隣の笠置町、南山城村と連携した受入を行っている。
・当町では昔からお茶の勉強を志す人や、農業ボランティアを受け入れてきた歴史があり、人を家に泊めることについて比較的抵抗が少ないようである。

■着地型体験プログラム
・ウェブサイト「いいとこ和束～茶源郷」に体験プログラムを掲載している。ウェブサイトに掲載してほしいと地元の人から自ら連絡をもらうことが多いが、地元の人と日常的にコミュニケーションをとることで常に体験プログラムになり得る素材を探している。ウェブサイトに体験プログラムを掲載できるようにすることで、地域の人の自己実現の場になっている。
・体験プログラムを継続していただけるよう、予約者との金銭的なやりとり等、手間のかかる手続きは当センターが担っている。
・ウェブサイトに掲載しているプログラムは、事前申込が必要であり、事前に情報を知っていただく必要がある。
・d:matcha Kyoto（輸出・販売も行う茶農家）が茶園ツアー等の体験プログラムを実施しており、外国人旅行者も参加している。（https://dmatcha.jp/hpgen/HPB/entries/2.html）

■地域内の有休資源（空き家等）活用
・町が 2 年前に実施した調査では、100 軒程の空き家があったが、活用は進んでいない。

■プロモーション・ターゲット
・情報発信はウェブサイト「いいとこ和束～茶源郷」で行っているのみである。最近ではテレビで取り上げていただけることもある。
・京都市内のフリーペーパーに和束町が掲載されたようであり、問い合わせが増加した。

■移住・定住対策
・茶農家でのアルバイトがきっかけとなり移住する人もみられる。

②和束町役場地域力推進課

■観光客の受入状況・動向
○観光入込客数等の状況
・2017 年 1～12 月の観光入込客数 152,984 人、消費額は 758,333 千円（5,119 円／人）。
・2016 年から急増した主な要因はゴルフ場の入込客数と消費額を追加したため。なお、これらを除いたとしても 2013 年以降、右肩上がりとなっている。
・また、2015 年（平成 27 年）に「日本茶 800 年の歴史散歩」が日本遺産第 1 号に指定された翌年（2016 年）は、観光入込客数、消費額ともに、前年から大きく増加した。

○観光の現状・特徴
・観光庁による観光の定義が細かいため（特に日帰り観光）、当町では「交流」という広義な定義を持って取り組んでいる。

・当町の特徴は、茶の一大生産地であること。てん茶生産量全国一位の京都府（1,072 トン、平成
28 年実績）の約 7 割のシェアを担っている（725 トン、平成 28 年実績）。そのため、日常的にお茶の購入を目的とした来訪も交流の対象としている。
・近隣の大都市圏に近いことも特徴である。京都府の南部地域 55 万人、奈良市 36 万人、生駒市 12 万人、大津市 34 万人と、30 分～1 時間圏内で 100 万人以上がターゲットの対象となる。とくに、京都府南部地域は奈良市が経済圏となっている。さらに、近鉄による大阪市へのアクセスが良いこと、関西文化学術研究都市（学研都市）が隣接し地下鉄でアクセスできるという立地的な優位性もある。
・観光客の目的は、日本自然遺産にも認定されている茶畑景観（山なり茶面）とお茶（カフェ）。近年は移住してカフェ経営を始める方も出てきた（最近では d:matcha Kyoto CAFE & KITCHEN）。
・お茶の最盛期である 5～6 月の観光客が最も多い。
・観光客の年齢層は日常的にお茶を飲む高齢者が多く、茶畑景観を楽しみつつ、お茶を買っていく傾向にある。
・最近は、外国人の観光客も多くなった。宿泊施設が少ないため日帰り客を含めた詳細な数値は把握できていないが、観光案内所で確認しているだけでも明らかに増加している。団体で来る中国人が最も多いが、FIT の欧米人も増加していると感じている。

■地域内の有休資源（空き家等）活用例
・農家民宿は 5 軒あり、茶農家が経営している。平成 26 年度から教育旅行を受け入れ、その成功
を機に開業したところがほとんど。例えば、「農家民宿えぬとえぬ」は母娘で経営しており、お茶を使った懐石の評判が良く、ランチ客も多いと聞いている。
・平成 28 年には、農家民宿の開業補助として国の地方創成加速化交付金を活用して 2 軒が開業した。しかし、その後は予算化できず 1 年だけの開業補助となった。
・その他には、和束荘をリニューアルし、活性化センターが指定管理で運営している。

■地域内連携の推進（観光事業者、農家、交通事業者等）
・観光事業を運営している茶農家は、以前から茶工場見学、茶摘み体験など茶を活用した交流を実施している農家（やまじん（カフェ）、やのえんなど）で、茶生産を主産業としながら実施している。10 年前に開業した「おぶぶ茶苑」では外国からインターンを受入れ、お茶の生産方法を学ばせている。一方で、他の茶農家は茶生産だけで手一杯で、それだけでも十分に生活できる水準の収益を得ている。
・移住者が少ないため地域内の調和は図られている。新規で開業した店舗も既存店舗と競合しないように対応している。
・京都府と連携体制を構築しており、当町地域力推進課の課長ポストは京都府職員が出向して務めることになっている。そのため、京都府が対外的なプロモーションを実施し、町は茶畑景観の維持、茶生産の維持などの資源の磨き上げに集中できる体制となっている。
・「日本で最も美しい村」連合（平成 25 年発足）に所属し、各地の自治体と定期的に意見交換を実施ししている。各地の自治体ともに小規模であるため、農泊の持続可能性が課題として挙げている。

■着地型体験プログラム組成

・具体的なプログラムとして、マウンテンバイク、ドローンを活用したアクティビティの定着に向けた検討を進めている。また、ゴルフカートの導入によるグリーンスローモビリティにも取り組んでいる。

・今後、過疎地自家用車有償運送制度を活用し、有料のガイド付き運送に向けた取組を進めたいと考えている。

■現状の課題

・茶生産ありきの観光であり農泊ではあるが、人口減少（平成 7 年の国勢調査から 5 年ごとに 100 人ずつ減少）、農家の高齢化が最も大きな課題。5 年、10 年先を見据えて、新規農家を積極的に受け入れていく必要がある。

・また、移住や農泊経営についての問い合わせもあるが、空き家が無いという現状もある。空き家の流通は、親が亡くなった後、子も管理できなくなり手放す 20～30 年度となるため、すぐに活用できるような状態ではないことも課題である。

■その他

・平成 30 年 3 月に近畿日本ツーリスト京都支店のサテライトオフィスが開業した。週 1 回の営業ではあるが、当町の観光の営業窓口として機能している。

（4）　京都府南丹市美山町（（一社）南丹市美山観光まちづくり協会）

■観光客の受入状況・動向

〇全体

・旅行者 1 人あたりの宿泊費を除く消費額は 900 円程度であるため、地域にお金を落としてもらえる宿泊者の増加を目指している。

・延べ宿泊者数は、22,734 人であり、内訳は、日本人が約 8 割、外国人が約 2 割。外国人宿泊者の国・地域は、台湾（53.9%）、香港（13.8%）、中国（8.5%）の順に多い。

〇日本人旅行者

・来訪地域は、関西圏が主である。電話での問い合わせ件数では、大阪、東京の順に多い。

・交通手段は、団体バスの他、マイカーや京都駅からレンタカーで来訪する人もいる。

・シニア層が主であるが、近年はインスタグラムでかやぶきの里を見て来訪する若者もみられるようになった。土日はファミリーの来訪もある。

〇外国人旅行者

・台湾や香港は雪、タイやマレーシアは温泉を目的に来訪している。

・冬期は日本人旅行者の来訪が減少するが、外国人旅行者は雪を目当てにした来訪が多く、冬期の来訪者の底上げに繋がっている。今後も外国人旅行者に冬の美山を売り出したい。

・交通手段について、台湾は団体バスの他、京阪京都交通が運行する周遊バス（JR 園部駅発着）で来訪する人が多い。中国、香港は、関西国際空港からレンタカーで訪れる人もいる。

・団体バスは、京都市内から美山、天橋立を巡るコースが多い。

・金沢からサイクリングツアーで訪れる人もいる。

■教育旅行の受入

・2005 年から教育旅行の受入を開始しており、当協会では訪日教育旅行の受入窓口を担っている。国内教育旅行については、2 市 1 町を対象エリアとする（一社）京都丹波・食と森の交流協議会が受入窓口を担っている。

・訪日教育旅行は年間 20 件程度受け入れている。国内教育旅行では 1 校 200～300 人であるのに対し、訪日教育旅行は 1 団体 20～30 人と小規模のため、美山町内のみで対応が可能。

・地域の副収入を得るために教育旅行を受け入れている。イベントを開催するよりも継続してできることとして、普段の当たり前の生活を見ていただくことが重要と捉えている。

・受入家庭は農家のみに限定しているわけではないため、「農家民泊」ではなく、「教育民泊」という名称を用いている。

・農家民宿を運営する人は、教育旅行の受入経験を経る人が多いと思われる。

・各家庭での体験メニューは、お任せにしているが、受入れにあたる基本的な留意点等はセミナーで説明している他、受入れ終了後には反省会を開催し、情報共有を行っている。その他、特に台湾からの教育旅行では、質を求められるため、伝統食や中国語のセミナーを開催し、質の担保を図っている。

・訪日教育旅行 1 人当たりの受入れ金額は、8,640 円である。（学校交流等のオプションが付く場合は追加料金が発生する）

■主な観光資源・宿泊施設

・かやぶきの里の見学後、食事をして帰るパターンが多い。

・かやぶきのお宿またべ、民宿久やは、かやぶきの里内にあるため、外国人旅行者に人気である。

■交通

・今年から超小型モビリティ「日産ニューモビリティコンセプト」（3 台）の貸出を行っている。（地域連携 DMO である森の京都 DMO の事業）

■地域内連携

・これまで、地域資源をコーディネートする人、観光を産業にする人がいなかったが、3 年前に地域 DMO となった当協会がこの役割を担っている。

■着地型体験プログラム

・スノーシューや語り部ウォーク、狩猟・収穫体験、ラフティング等の体験メニューがあり、通年で何かしらの体験が可能。

・今冬から外国人旅行者を対象としたかやぶきの里ガイドツアーを実施する。（1 人 1,000 円）

・今年度は、外国人旅行者に向けて地域の人から自分の言葉で美山を発信していただくため、美山英語案内ガイド養成講座を開催している。現在 6 名が参加している。（I ターン者、老後夫婦等）

■地域内の有休資源（空き家等）活用にあたる取組

・空き家が多くあるものの、改修が必要であり、すぐに住める空き家がないことが課題である。また、空き家は 1 人で住むには大きすぎるという欠点もある。（シェアルームにするという方法はある）

・茅葺き職人が古民家を活用し、かやぶき民家の一棟貸し宿泊施設（全 3 棟）を運営している。

（参考）美山 FUTON&Breakfast（http://www.miyamafandb.com/）を

■プロモーション・ターゲット

・エコツーリズムに力を入れているため、エコツーリズムへの理解促進を行っていきたい。
・京都市内の旅館、京都総合観光案内所（JR 京都駅内）、関西国際空港でチラシを配架いただいている。京都総合観光案内所では、コンシェルジュに美山のチラシを手持ち資料として持っていただき、美山を勧めていただきやすくしている。
・広告としては、JR 電光掲示板や京阪駅のポスターで発信している。
・日本在住の外国人が、友人を連れて旅行するケースも多くみられるため、日本在住外国人に美山を知ってもらうことも重要である。
・外国人向けの主要な日本情報サイトであるジャパンガイドに掲載されている美山の情報を定期的に見回り、情報が古い場合は最新版への差替えをお願いし、常に最新の情報が発信されるよう心掛けている。

■移住・定住対策

・美山は移住者（I ターン者、U ターン者ともに）が比較的多く、移住者が体験プログラムを担う等、観光で果たす役割が大きくなっている。一方で、入れ替わりが激しい面もあり、I ターン者が趣味で宿泊施設・飲食施設を始めることもあるが、持続しない例も見受けられる。
・行政の他、美山ふるさと株式会社が移住者の受入れサポート（土地や古民家の紹介、分譲地・エコビレッジの販売等）を行っている。

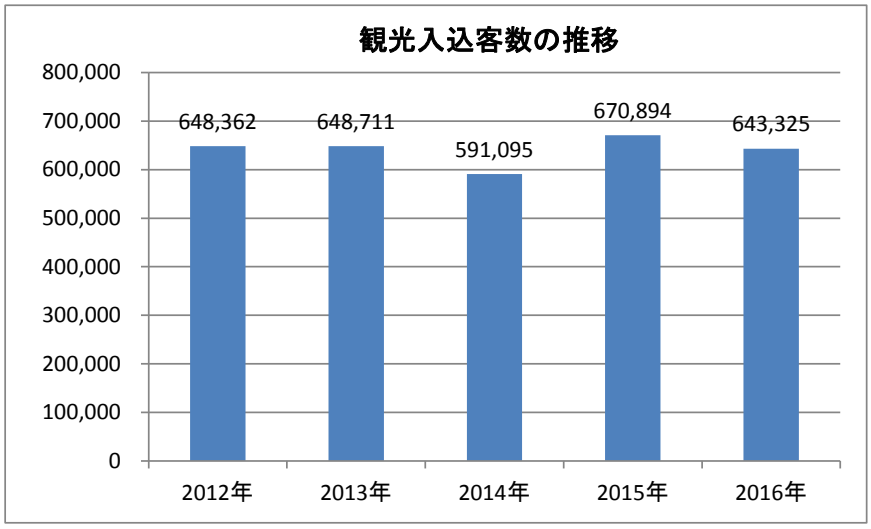
■その他

・美山町内には、今年度農泊事業に取り組む組織として当協会の他 2 団体ある。（美山ふるさと株式会社、美山分散型ホテル協議会）

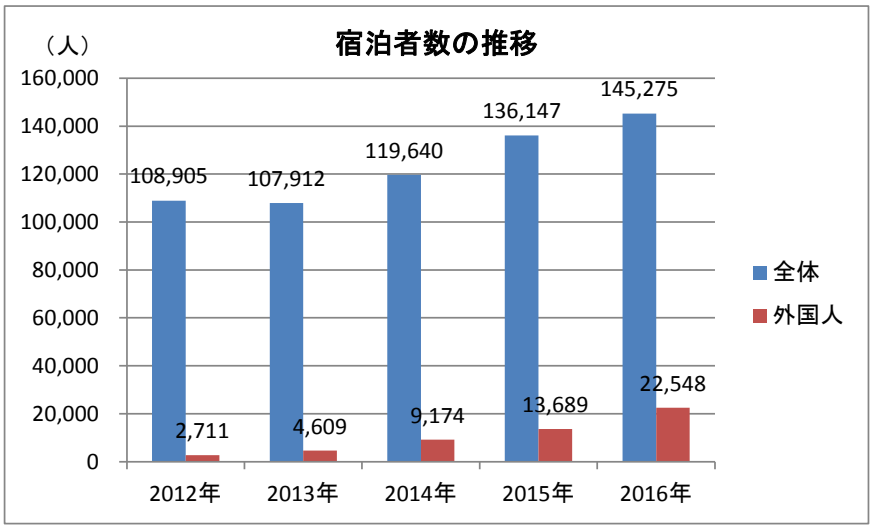
（5） 徳島県三好市（三好市産業観光部観光課）

■観光客の受入状況・動向

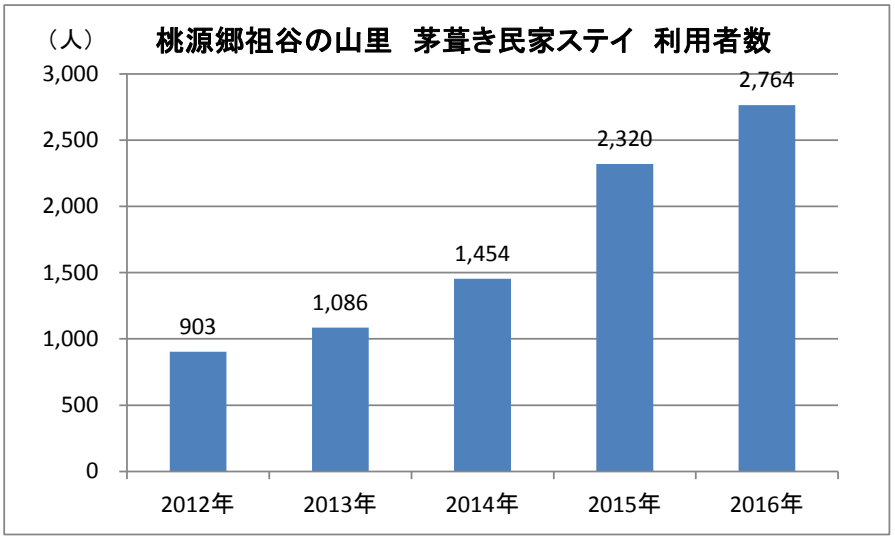
・観光入込客数は横ばいであるものの、宿泊者数は増加傾向にある。
・外国人宿泊者数が増加しており、延べ外国人宿泊者数は、2012 年（2,711 人）から 2016 年（22,548 人）で 8.3 倍増加している。特に「桃源郷祖谷の山里の茅葺き民家ステイ」（以下、落合集落の茅葺き民家ステイ）が人気である。



※出典：三好市勢要覧資料編



※出典：三好市勢要覧資料編



※出典：三好市勢要覧資料編

・外国人旅行者の来訪国・地域は、統計データはないが、アジア 8 割、欧米豪 2 割程度である。アジアは、香港が半数を占める。
・団体客は、大歩危・祖谷訪問後に宿泊をせずに高知や道後方面へ向かう通過型が多い。個人旅行者は、大歩危・祖谷の他、奥祖谷の二重かずら橋にも訪れることが多く、特に外国人旅行者には落合集落の茅葺き民家ステイが人気である。
・大歩危・祖谷から奥祖谷間では、登山やラフティングを楽しむ人もいる。

■教育旅行の受入

・教育旅行は、主に関西圏の中学校を受入れている。今年は、香港やニューヨークから教育関係者が視察に訪れており、今後は訪日教育旅行の受入が増加する見込みである。
・受入協力家庭数は、現在約 170 軒であり、一度に 600 人程度まで受入可能であることが強みとなっている。
・2017 年度の年間受入校数は 17 校である。
・受入窓口・受入家庭向けの研修は、（一社）そらの郷が担っており、「にし阿波」（三好市、美馬市、東みよし町、つるぎ町の 2 市 2 町）が一体となって受入を行っている。

■主な観光資源・宿泊施設

・主な観光資源は、北部（カルチャーエリア）は、雲辺寺、箸蔵寺（ともに空海ゆかりの寺院）や池田の町並み、大歩危・祖谷（アクティビティエリア）ではかずら橋、祖谷渓、遊覧船、奥祖谷（秘境エリア）では、剣山、二重かずら橋、落合集落の茅葺き民家ステイがある。

・宿泊施設は、ホテル、旅館、簡易宿所（ゲストハウス、民宿（農家民宿含む）等）、キャンプ場を合わせて 74 施設があり、現在、民泊の届出はない。

・旅行者の主な宿泊先は、大歩危・祖谷温泉郷の旅館・ホテルであるが、外国人旅行者には落合集落の茅葺き民家ステイも人気である。

■交通

・2018 年 7 月より、高松駅・空港から大歩危・祖谷までの直行バスの運行（琴平バス㈱）が開始された。

・大歩危・祖谷では人気観光スポット（かずら橋、大歩危峡、祖谷渓谷）を巡る期間限定の観光バス（四国交通㈱）が運行されている。

・大歩危・祖谷では、タクシーで巡るプラン（4 種類）があり、タクシー会社 3 社が対応している。（例）「雲海、八合霧鑑賞プラン」（所要時間 90 分まで）では、宿泊施設を朝 6 時に出発し、雲海、八合霧を鑑賞することが可能である。

■地域内連携

・にし阿波地域の地域連携 DMO である（一社）そらの郷が中心となり、民間事業者や関連団体、行政との調整や旅行商品の企画等を行っている。

■着地型体験プログラム

・にし阿波地域で 2008 年より体験プログラムイベント「あわこい」を開催している。（事務局：（一社）そらの郷）プログラムは秋～冬期に実施しており、今年のプログラム数は 102 であり、毎年増加している。あわこい開催の主目的は、住民に自分の居住地域の魅力を再発見するきっかけづくりである。

■地域内の有休資源（空き家等）活用にあたる取組

〇落合集落の茅葺き民家ステイ

・空き家問題が課題となっていた奥祖谷の落合集落では、2011 年より、アレックス・カー氏（東洋文化研究者）の総合プロデュースのもと、集落の景観保護・活性化を目的としたプロジェクトを開始した。空き家 8 軒が伝統工法により改修され、古民家宿泊施設となっており、宿泊の他、食・生活・文化等の各種体験が可能。（http://www.tougenkyo-iya.jp/index.html）

・利用者の地域別割合（2016 年）は、関東（25.5%）、関西（21.2%）、海外（20.4%）、四国（19.1%）、中国（7.5%）、東海（2.9%）である。海外（外国人旅行者）の内訳は、香港（40%）、欧州（32%）、その他アジア（17%）、北米（7%）、オーストラリア（3%）、中東（1%）、中南米（1%）である。

・企画・運営・広報等は、市から直営で施設管理を委託している NPO 法人が担っている（来年度から指定管理者制度を活用した委託に切り替えることを検討中）。地域住民もスタッフとして関わっており、食材提供や料理提供、掃除、体験の先生等、目的ごとにチームが組成されている。

〇その他

・落合集落以外では、古民家を活用した宿泊施設・飲食店・スペースが 10 軒以上ある。中には移住者が運営する施設もあり、移住者が空き家バンク登録物件を利用・改修する場合に「空き家改修補助金」を交付していることも貢献していると思われる。

■プロモーション・ターゲット

・（一社）そらの郷では、欧米豪、台湾や香港を中心としたアジアをターゲットとし、海外旅行会社への営業活動や旅行博への出展を行っている。

■移住・定住対策

・移住・定住促進のため、専任の移住コーディネーターを配置している。
・移住者が空き家バンク登録物件を利用する場合に、移住等に要する経費として移住者奨励金を支給しており、改修する場合には「空き家改修補助金」（前述）を交付している。
・移住検討者が日常生活を体験や住民との交流、仕事・住居探しの拠点とすることができるお試し住宅を提供している。

■その他

・にし阿波地域（2 市 2 町）は農林水産省の SAVOR JAPAN（食文化海外発信地域）に認定（2016 年度）されている他、今年世界農業遺産にも認定された。これらを上手く活用して地域のブランディングを図っていきたい。

（6）　東三河レストランバス（豊鉄観光サービス㈱、（公社）東三河地域研究センター）

愛知県の東三河地域において、1 階はキッチン、2 階はオープントップのレストランになっているレストランバスを期間限定で運行しており、人気を博している。主な訪問先となっている渥美半島・田原市は農業生産、花き生産では日本一の地域である。

生産地を巡りながら生産者の食材へのこだわりを聞き、地元の有名ホテルシェフがその場で美味しく仕上げる料理を堪能できる、“ここにしかないツアー” でお客さんに地域の魅力を丸ごとアピールしている。また、園芸農家への訪問など、このツアーならではの魅力も盛り込まれている。

プログラム内容は、地元の経済・観光団体や行政、事業者等から成る実行委員会で企画検討し、豊鉄観光サービス㈱が旅行主催者となり商品販売・運行を行っている。（レストランバスは WILLER㈱から借り受け）

NIPPON
Travel

3. セミナーの開催

本調査の結果報告を中心としたセミナーを開催することで、地域内関係者の意見交換及び気運醸成を図った。

3-1 中間報告

タイトル	飛騨農泊ミーティング　第１回
開催日	2019 年 2 月 4 日（月）
時間	15:00～17:00
開催場所	飛騨市役所　大会議室
プログラム	・開催挨拶：飛騨地域里山資産活用協議会　会長挨拶 ・本事業概要説明：飛騨「農泊」推進における今後の展開や必要性と具体的な取り組み －飛騨市役所　地域振興課 ・飛騨「農泊」推進に関する実施調査中間報告、全国の先進的な事例からみる今後の動向 －三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング㈱ ・飛騨市での農泊推進に向けて －合同会社　地域と協力の向こう側　中田氏 ・「食と農」地産外消！外需と内需のお話「有機栽培・特別栽培・慣行栽培から学ぶ飛騨ならではの野菜選びと顧客選び！」 －オーベルジュ飛騨の森 オーナー 中安氏 ・飛騨市ＰＲ動画紹介 －㈱ネクサス　手塚氏 ・体験型観光イベント「飛騨みんなの博覧会」参加者アンケート結果と分析結果の報告 －飛騨市地域おこし協力隊　大橋氏
対象	飛騨市にお住まいの方もしくは農泊に関連する活動・事業に興味関心のある方
参加者数	約 30 名

（三菱ＵＦＪリサーチ&コンサルティング㈱の報告内容抜粋）

Ⅰ．農泊の受入れ実態と可能性

“農泊”の動き

●“農泊”とは？

「農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設等、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行」

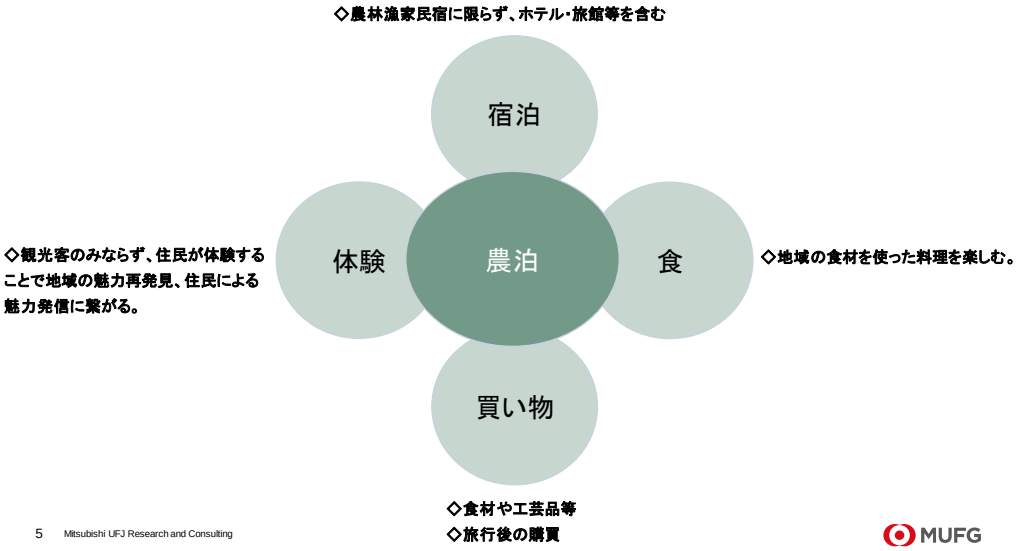
目　標	2020年までに農泊地域を500地域創出
農泊に取り組む目的	インバウンドを含む観光客を農山漁村にも呼び込むことで活性化を図り、農山漁村の所得向上を実現する。

	従来の農山漁村滞在型旅行	今後の農山漁村滞在型旅行（農泊）
地域の目標	生きがいづくりに重点	持続可能な産業へ
資金	主に公費を活用	自立的な運営
体制	任意協議会	法人格を有する推進組織
受入組織機能	農家への宿泊の斡旋が中心	マーケティングに基づく多様なプログラム開発・販売・プロモーション・営業活動

出典：農林水産省ウェブサイトより三菱UFJリサーチ＆コンサルティング作成

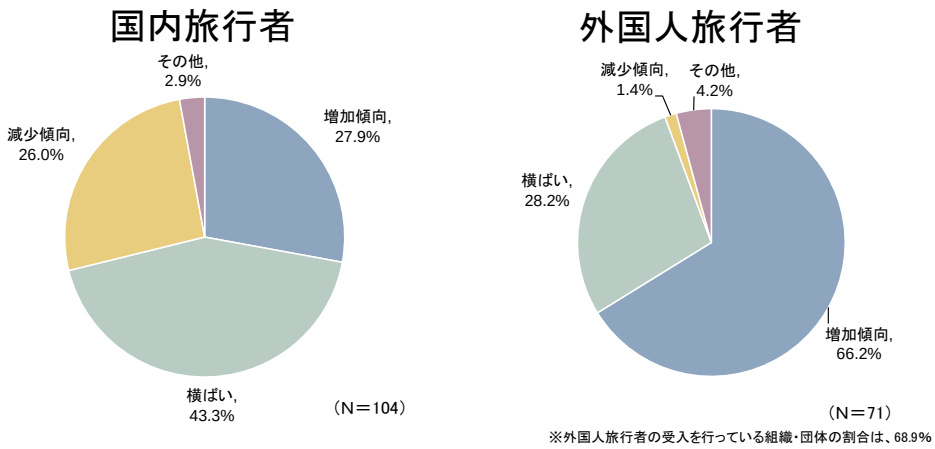
農泊のコンテンツ

・地域内連携



MUFG

農泊の実態～受入れの状況



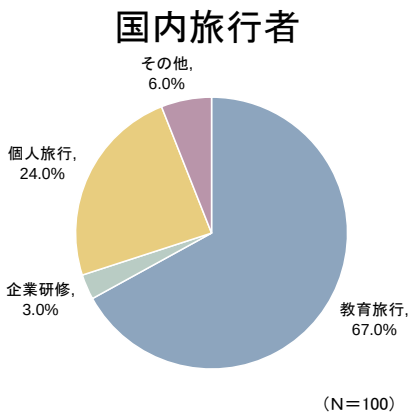
※外国人旅行者の受入を行っている組織・団体の割合は、68.9%

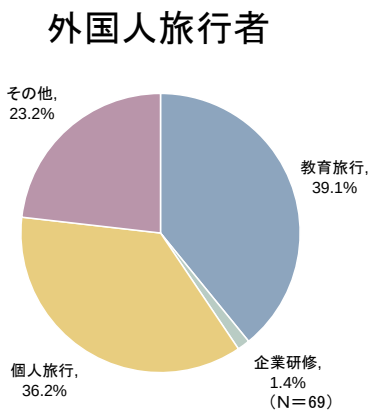
出典：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「農泊に関する実態調査」

（農泊に取り組む組織・団体を対象に実施。107団体・組織が回答）

MUFG

農泊の実態～旅行形態

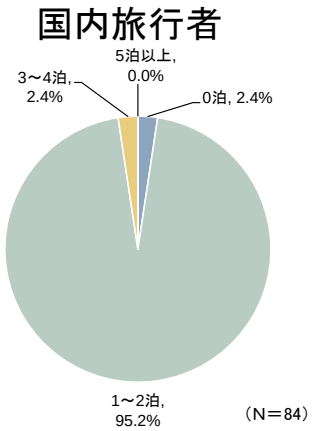


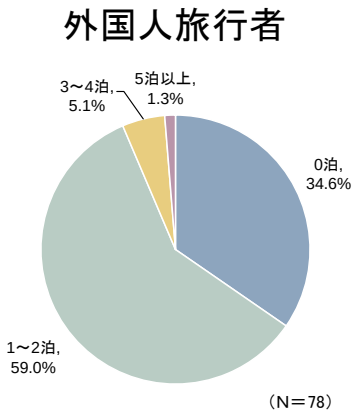


出典：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「農泊に関する実態調査」

（農泊に取り組む組織・団体を対象に実施。107団体・組織が回答）

農泊の実態～平均宿泊日数

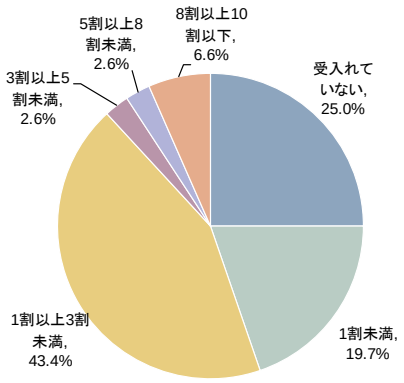




出典：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「農泊に関する実態調査」

（農泊に取り組む組織・団体を対象に実施。107団体・組織が回答）

農泊の実態～外国人旅行者の割合

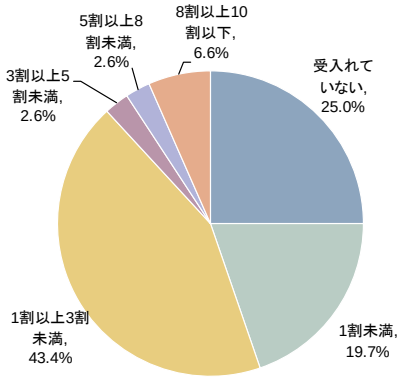


（N＝76）

出典：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「農泊に関する実態調査」

（農泊に取り組む組織・団体を対象に実施。107団体・組織が回答）

農泊の実態～外国人旅行者の割合



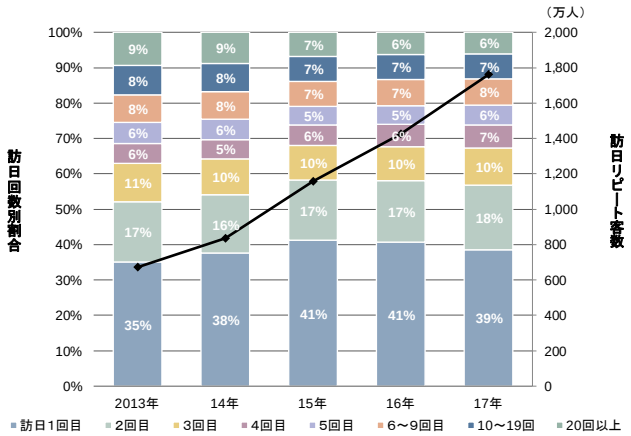
（N＝76）

出典：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「農泊に関する実態調査」

（農泊に取り組む組織・団体を対象に実施。107団体・組織が回答）

9 Mitsubishi UFJ Research and Consulting

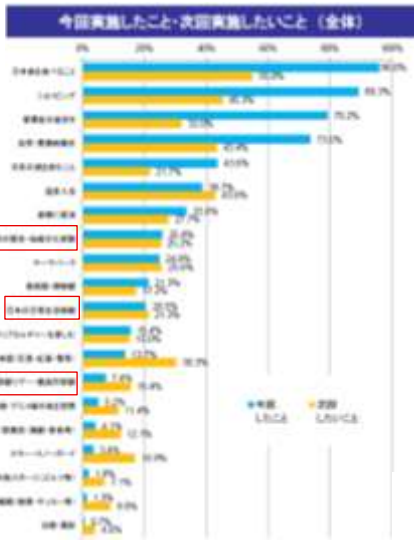
農泊の可能性～訪日外国人旅行者の訪日回数別割合と訪日リピーター数の推移



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」を基に三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

MUFG

農泊の可能性～訪日外国人旅行者の日本滞在中の活動



出典：観光庁「訪日外国人をめぐる情勢について（平成29年訪日外国人消費動向調査）」（2018年12月）

MUFG

Ⅱ. 他地域での取り組み紹介

①みなかみ町（群馬県）

■農泊に取り組んだきっかけ

・温泉への宿泊者数の減少を補うため、国内教育旅行（「子ども農山漁村交流プロジェクト」）をターゲットに農家民泊の受入れを開始

※現在では、国内外の教育旅行の他、企業研修や個人旅行者を受け入れている

■地域で農泊に取り組む目的

・地域の観光資源の掘り起しと地域の魅力向上

・都市と農村の交流促進による、観光事業者に限らず地域全体の活性化

■推進主体

・一般社団法人みなかみ町体験旅行（※）

・観光資源の発掘、新たな滞在　型周遊コースの作成、着地型旅行商品の提案・販売等

※みなかみ町観光協会内にあった「みなかみ町教育旅行　教育協議会」が2014年に法人化、旅行業取得。

②和束町（京都府）

■農泊に取り組んだきっかけ

・台湾からの訪日教育旅行の受入

■地域で農泊に取り組む目的

・地域の人同士のつながりや地域の人の自己表現の場、外部評価を得て生きがいを感じるきっかけづくり

・地域の人に観光を自分事として捉えていただくきっかけづくり

■推進主体

・（一財）和束町活性化センター

・ウェブサイト「いいとこ和束～茶源郷」を運営し、体験プログラムを掲載

・予約者との金銭的なやりとり等、手間のかかる手続きを請け負い

③三好市東祖谷落合集落（徳島県）

■農泊に取り組んだきっかけ

・空き家問題の解決

■地域で農泊に取り組む目的

・集落の景観保護・活性化

■推進主体

・NPO法人篪庵トラスト

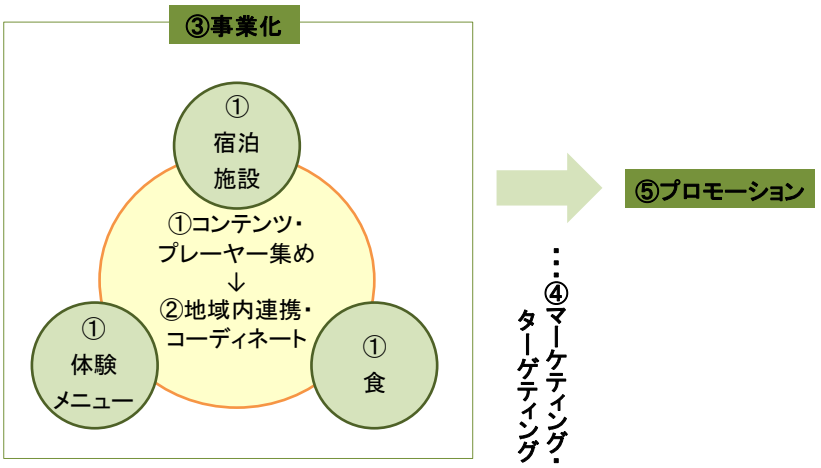
・地域住民もスタッフとして関わっており、食材提供や料理提供、掃除、体験の先生等、目的ごとにチームを組成。

（参考）

三好市を含む「にし阿波」では、日本版　DMOである（一社）そらの郷が事務局となり、住民が自分の居住地域の魅力を再発見するきっかけづくりを目的に、体験プログラムイベント「あわこい」を実施。

今後の調査

・農泊ハンドブック「飛騨農泊のススメ（仮称）」の作成
・“飛騨ならでは”の農泊づくりの第一歩として、さまざまな人が農泊のプレーヤー・応援者となるきっかけづくり（下図①）



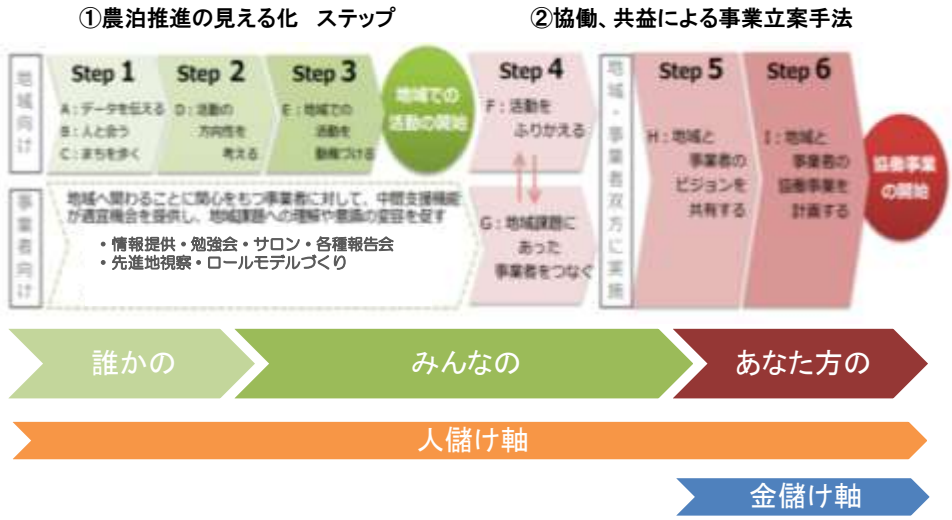
22 Mitsubishi UFJ Research and Consulting

MUFG

（合同会社　地域と協力の向こう側　中田氏の報告内容）

・飛騨市は魅力的な里山・文化・人的資源の宝庫であり、これらを活かした魅力的な体験プログラムもたくさん出てきている。
・今後、持続発展可能な飛騨農泊を進めるには、これらの資源を時にはくっつけたり離したり、新たなパッケージをして今までとは違う届け方をすることが重要であり、そこを担える人材や中核組織の成長・確立が必要不可欠である。それには地域振興軸「人儲け」と農泊に関わる事業者の所得向上軸「金儲け」をバランスよく回していく必要がある。
・時には一歩進んで二歩下がることもあるかと思うが、それも地域が一丸となって進むための前進と捉え根気強く取り組んでいけると良い。

飛騨農泊推進 コーディネーターとしての実務



（オーベルジュ飛騨の森 オーナー 中安氏の報告内容）

・自身の宿ではイタリア料理を提供しており、現在、お客様の８割以上は海外からのお客様であり、外国人旅行者からは、高山は落ち着いてリラックスできる場所と評価をいただいている。

・なぜ高山はリラックスできると感じていただけるのか、飛騨市の魅力は何なのか、農泊やインバウンドは必要なのか。昨今地方創生や時代の転換期といろいろな場所で耳にすることが増え、SNS やソーシャルネットワークにより時代は便利で情報にあふれているが、物質文明から精神性に物事が移り、お客様のニーズも変化し、対応に迫られているのが現状である。しかし、地方は都市からの情報によりマーケット先行で思考することにより、地域の独自性、優位性を失い平たい世の中になっていると感じている。

・今こそ飛騨の歴史や文化、長年培って築いた農作物などをしっかり考え独自性や優位性を皆で一緒に考えてみるときだと考える。

・外国人旅行者は一回の旅行でたくさんの地域をまわり比較しながら楽しんでおり、都市にはない飛騨ならではの魅力を発信することに自信をもって取り組むことによりビジネスポイントが沢山生まれると確信している。

3-2 最終報告

タイトル	飛騨農泊ミーティング　第２回
開催日	2019 年 3 月 24 日（土）
時間	14:00～16:00
開催場所	山腰楼（割烹旅館）
プログラム	・開催挨拶：飛騨地域里山資産活用協議会　会長挨拶 ・本事業概要説明：飛騨「農泊」推進における今後の展開や必要性と具体的な取り組み －飛騨市役所　地域振興課 ・農泊実践担い手候補者ヒアリング、国内先進事例調査、農泊の手引き －三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング㈱ ・クロストーク～各視点から見る「ひだ農泊」について －合同会社　地域と協力の向こう側　中田氏 －オーベルジュ飛騨の森 オーナー 中安氏 ※飛騨の食材を使った試食料理の提供

	ー地域活性化伝道師・総務省地域力創造アドバイザー　善井氏 ーフューチャーデザインコンサルティング株式会社　代表取締役　小山氏 ー幻冬舎　雑誌・広告本部　広告局局次長　広告二部部長　小池氏
対象	飛騨市にお住まいの方もしくは農泊に関連する活動・事業に興味関心のある方
参加者数	約 20 名

（三菱ＵＦＪリサーチ&コンサルティング㈱の報告内容）

1. 農泊とは？

・“農泊”とは？

「農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設等、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行」

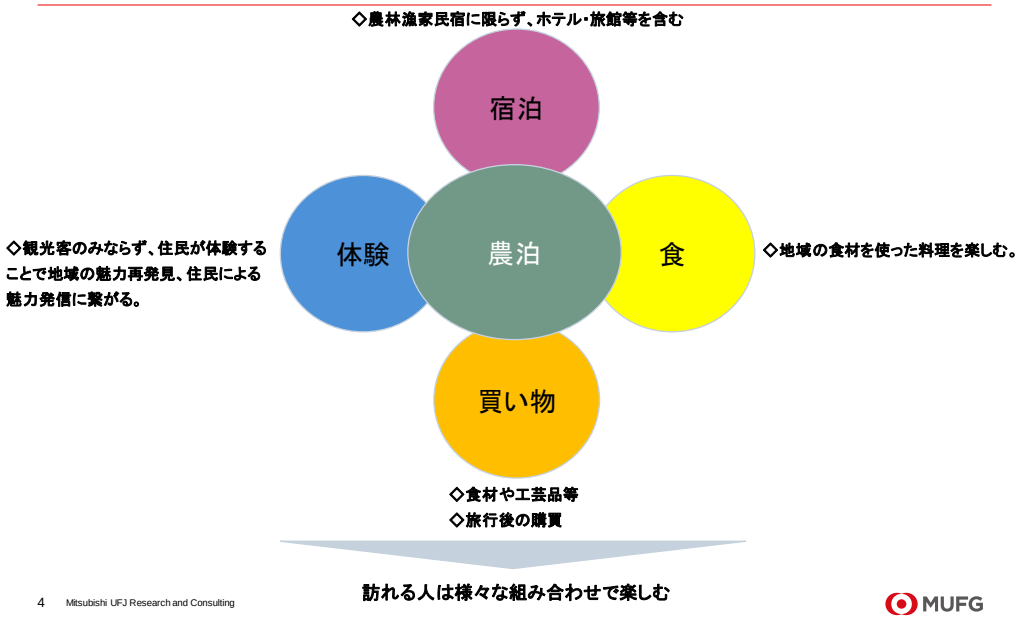
目　標	2020年までに農泊地域を500地域創出
農泊に取り組む目的	インバウンドを含む観光客を農山漁村にも呼び込むことで活性化を図り、農山漁村の所得向上を実現する。

	従来の農山漁村滞在型旅行	今後の農山漁村滞在型旅行（農泊）
地域の目標	生きがいづくりに重点	持続可能な産業へ
資金	主に公費を活用	自立的な運営
体制	任意協議会	法人格を有する推進組織
受入組織機能	農家への宿泊の斡旋が中心	マーケティングに基づく多様なプログラム開発・販売・プロモーション・営業活動

出典：農林水産省ウェブサイトより三菱UFJリサーチ＆コンサルティング作成

3　Mitsubishi UFJ Research and Consulting　MUFG

農泊のコンテンツ



4　Mitsubishi UFJ Research and Consulting　MUFG

２．他地域での取り組み紹介～①東三河レストランバス（愛知県田原市）

6 Mitsubishi UFJ Research and Consulting

■東三河レストランバスのポイント

①渥美半島・田原市の資源の最大限活用（農業・園芸・漁業＋景観）

②有名シェフによる料理＋新鮮食材（現場調達）の活用による高付加価値化
⇒高くても価値があれば売れる（全席満席）

③生産物のPR効果⇒知る⇒買う（即買・ネット販売）⇒伝える⇒販売拡大

④農水産業従事者と観光客とのふれあい⇔相互に満足（いきがい、楽しみ）

⑤観光のみならず、産業を含めたブランド力向上と地域活性化

14 Mitsubishi UFJ Research and Consulting

MUFG

２． 他地域での取り組み紹介～②京都府南丹市

■美山町のポイント

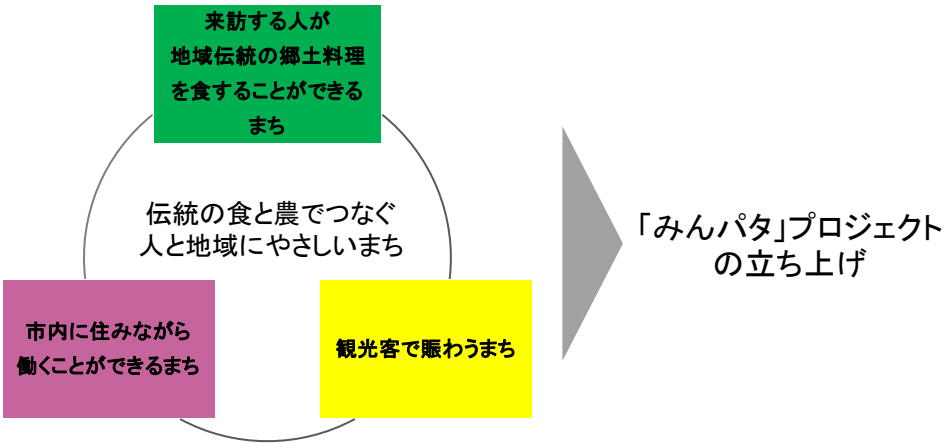
①一棟貸しの宿泊施設とすることで、旅行者にまちに溶け込むディープな体験を提供
（宿泊そのものが体験）
⇒宿泊施設、飲食施設、体験メニュー提供者が連携した美山分散型ホテル協議会の設置により、まち全体でディープな体験を演出

②朝食がつかないゲストハウス⇒地元食材を活用して朝食を提供
⇒地元食材のPRの場

③飲食店と連携した夕食供給サービス（食材調達、ケータリング、出張料理人等）

④特徴ある宿泊施設+美山の自然を活かした四季の体験メニューのパッケージ化
⇒別の季節にも訪れたくなるきっかけづくり（リピーターの創出）

2. 他地域での取り組み紹介～③みんパタ食堂（愛知県津島市）



■みんパタ食堂のポイント

①柔軟なメニュー構成⇒農業者の無理のない範囲での協力

②食・農に関するセミナーを開催することで、食堂を市の食・農の拠点化
⇒新たな市の魅力スポットに

③セミナーには農業者が登場
⇒生産者と消費者をつなぐ場の創出
⇒地元食材のPRの場⇒地元食材の購入につなげる

④開業前のセミナー開催
⇒店舗のPR、市民の食への意識向上、常連客・スタッフの確保

⑤地元食材を使ったメニューがある飲食店では“みんパタ食堂”という名前を使用可能に
⇒まち全体で地元食材をPR

3. 飛騨市での取り組み～①農泊実践例

■飛騨みんなの博覧会

MUFG

3. 飛騨市での取り組み～②飛騨市が目指す農泊

飛騨市が目指す農泊とは･･･？

家族のように気軽に訪れる事ができ、
飛騨のディープな生活や自然を体験することができる農泊

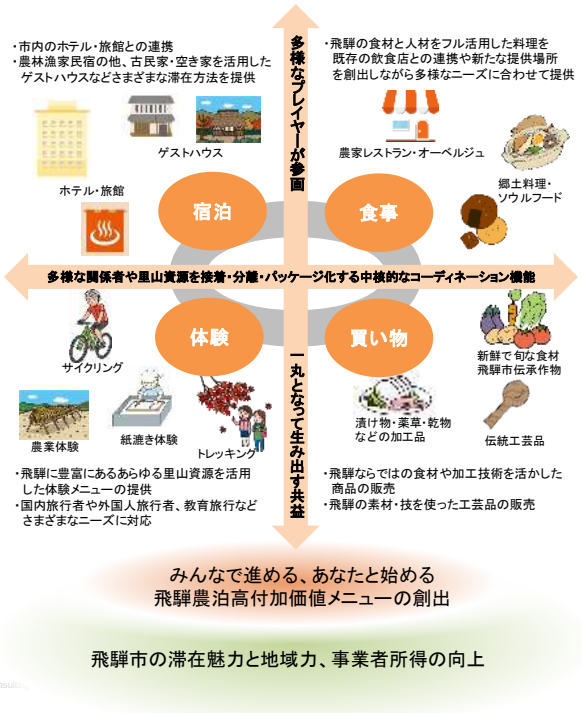
▼

飛騨の食ブランド･農泊ブランドの確立=事業所得の向上

▼

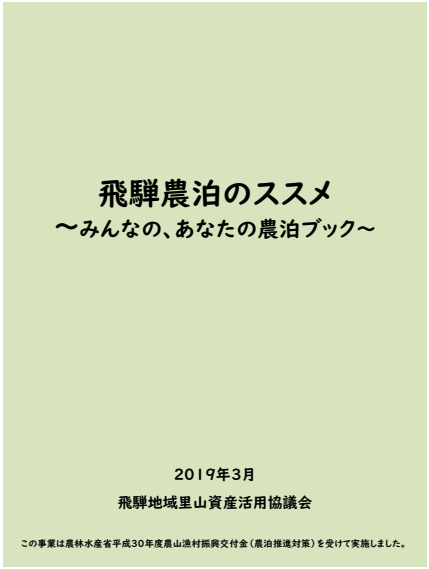
訪れたくなるまちづくり

MUFG



4. 農泊のススメ（ハンドブック）について

お手元のハンドブックをご覧ください。



（クロストーク要旨）

・農泊は地域振興の一つの切り口であり、交流人口の創出という目標を忘れてはいけない。

・観光に絡めたまちづくりをする上では、ＤＭＯを作ることが重要となってくる。今後、ＤＭＯがない地域では観光庁から補助を受けられなくなる可能性がある。

・地域が自走する仕組みづくりが重要となる。

・農泊のターゲットとして、国内客、インバウンドがあるが、ビジネスモデルは分けて考えるべきである。

・おもてなしすることに囚われ過ぎず、地域でできることをＰＲした方が良いだろう。こびない

おもてなしが人の心を掴む。旅行者はホテルのようなおもてなしを求めて飛騨に来るのではない。

・都市を目指すのではなく、都市になく、飛騨にあるものをＰＲすることを考えると良いだろう。都市では生活の本質が失われる傾向にあり、飛騨にある本質を求めて人は訪れる。本質を見極めて、他はそぎ落とす作業も必要になってくる。

・ないものねだりではなく、ここにあるものをしっかりと活かすことが重要である。

4. 農泊の手引き作成

上記のヒアリング調査、他地域事例調査等を踏まえ、飛騨市内でこれから農泊に取り組むことを検討している、もしくは既に農泊に取り組んでいる事業者（宿泊施設、飲食施設、農家、漁協等）向けに農泊の手引き（ハンドブック）を作成した。

（以下、農泊の手引きの内容）

飛騨農泊のススメ

～みんなの、あなたの農泊ブック～

2019年3月

飛騨地域里山資産活用協議会

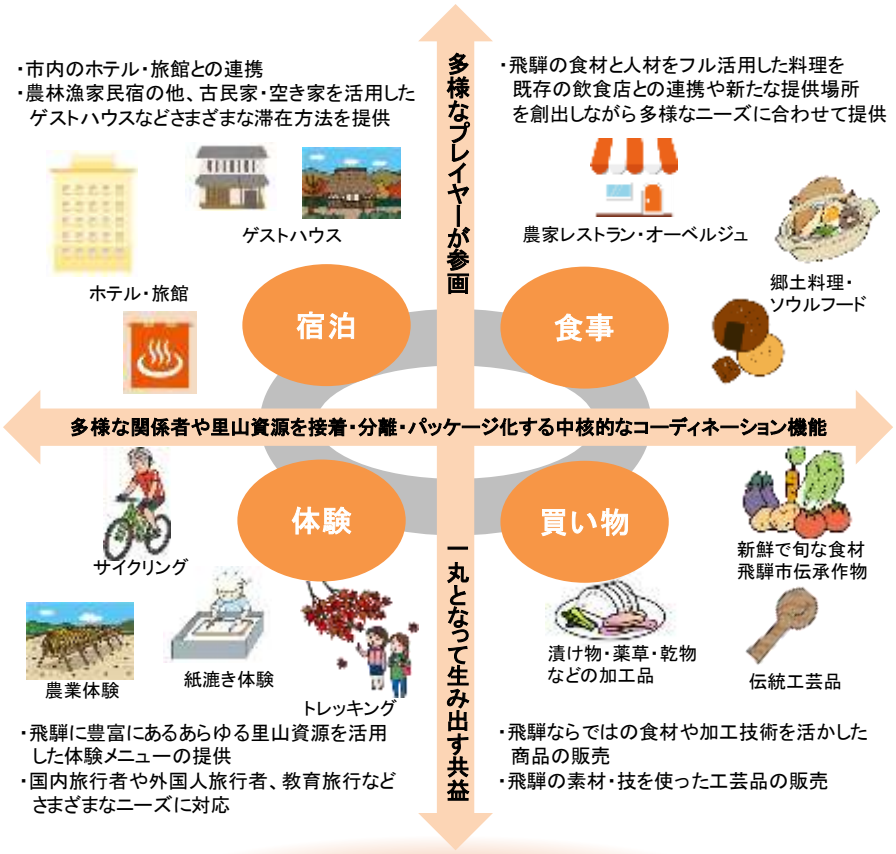
この事業は農林水産省平成30年度農山漁村振興交付金（農泊推進対策）を受けて実施しました。

Ⅰ．飛騨市の目指す農泊

■ 飛騨市では、“訪れる人に気軽に飛騨市の豊かな自然を体感し、自然の恵みである食を味わってもらう”ため、家族のように気軽に訪れる事ができ、雪の下を深く掘ると顔を出す赤カブのようなディープな生活や自然を体験することができる農泊を目指します。

■ この農泊への取り組みをきっかけに、飛騨市にあるたくさんの資源をみんなで磨き上げ、新たな魅力とすることで飛騨の食ブランド・農泊ブランドを確立し、訪れたくなるまちづくりにつなげます。

◇飛騨農泊取り組みイメージ



みんなで進める、あなたと始める
飛騨農泊高付加価値メニューの創出

飛騨市の滞在魅力と地域力、事業者所得の向上

参考：農林水産省「農泊推進の現状と課題について」（平成30年12月）

1

◇コラム～飛騨農泊推進に向けて

美濃地方の関市で地域おこし協力サービスをしている合同会社地域と協力の向こう側の中田と申します。日本の地方を農山村の現場から応援すべく地域おこし協力隊や岐阜県農業農村整備委員の経験などを通して県内各地の地域おこしに携わってきました。

飛騨市は魅力的な里山・文化・人的資源の宝庫であり、これらを活かした魅力的な体験プログラムもたくさん出てきています。今後、持続発展可能な飛騨農泊を進めるには、これらの資源を時にはくっつけたり離したり、新たなパッケージをして今までとは違う届け方をすることが重要であり、そこを担える人材や中核組織の成長・確立が必要不可欠です。

それには地域振興軸「人儲け」と農泊に関わる事業者の所得向上軸「金儲け」をバランスよく回していく必要があります。時には一歩進んで二歩下がることもありますが、それも地域が一丸となって進むための前進と捉え根気強く取り組んでいきましょう。

合同会社 地域と協力の向こう側　中田誠志氏

◇飛騨農泊での素敵な過ごし方イメージ

≪ご家族・女子旅向け≫

■1日目
前日の夜（飛騨市入り）
・特色ある古民家ゲストハウス滞在
・夕食はここ（泊食分離でお薦め店舗紹介（飛騨産食材活用店舗等）、飛騨の地酒等アルコールもあり）

■2日目
・午前（朝から出来る体験プログラム）
　飛騨野菜朝もぎ体験、農場散歩等
　飛騨農家さんとの交流
・昼食（飛騨産食材購入でバーベキュー）
・午後(ゆっくり体験プログラム）
　飛騨の地域文化体験、自然体験等
・夕食（お土産（飛騨特産品）買って、お薦め店で早目の夕食（飛騨食材））
帰路につくor次の着地点へ

≪教育旅行団体向け≫

■1日目
前日の昼（飛騨市入り）
・飛騨市内の学校と交流
・農林漁業者民宿に分宿
・民宿での食事（飛騨産食材料理提供、農家とのふれあい）

■2日目
・午前（朝から出来る体験プログラム）
　飛騨野菜の朝もぎ体験　等
・昼食（飛騨産食材活用レストラン等））
・午後(ゆっくり体験プログラム）
　飛騨の地域文化体験
　自然体験
　レールマウンテンバイク　等
・帰路につくor次の着地点へ

≪外国人旅行者向け≫

■1日目
前日の夜（飛騨市入り）
・市内宿泊施設滞在
・夕食はここ（泊食分離でお薦め店舗紹介（飛騨産食材活用店舗等）、飛騨の地酒等アルコールもあり）

■2日目
・午前（サイクリングツアー参加）
・昼食（お薦め店舗紹介（飛騨産食材））
・午後(ゆっくり体験プログラム）
　飛騨古川町並み散策（着物体験、組みひも体験等）
・夕食（お土産（飛騨特産品）買って、お薦め店で早目の夕食（飛騨食材））
帰路につくor次の着地点へ

農泊とは？

★「農泊」とは、「農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設等、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行」（出典：農林水産省ウェブサイト）を指します。

農林水産省では、農泊の推進により、近年増加する外国人旅行者も含め多様な人に農山漁村地域の魅力を届け、訪れてもらうことで交流人口を拡大し、地域を活性化に繋げることをねらいとしています。

2

２．農泊の体験プログラム例

■ **飛騨古川まちゼミ、飛騨みんなの博覧会では、飛騨の暮らしの魅力を活かしたさまざまな体験講座・プログラムづくりが行われており、そのまま農泊の体験プログラムとして活用できるものも多く生まれています。**

◇飛騨古川まちゼミの取組

古川町商工会が中心となり、2013年から地域住民の暮らしに密着した地元専門店の店主らが講師となり、店内でオリジナル講座を展開する「まちゼミ」を開催しています。

まちのお店や企業の人が講師となり、普段知ることができないプロの知識を教えてもらえます。少人数制で、アットホームな雰囲気もウリになっています。

2018年に開催された第7回まちゼミでは、全60講座を開講しました。

（講座例）今さら聞けないお酒の豆知識/古民家の匠の技と耐震工事について語らんかな！/伝わる書き方・話し方講座/防災士が伝える自然災害への備え！防災の話の後は非常時の食事の話/家紋アートをやってみよう！　等

（参考）飛騨古川まちゼミウェブサイト https://www.facebook.com/hidafurumatizemi/

◇飛騨みんなの博覧会の取組

飛騨市では、2017年より、体験プログラムを集めた、“飛騨みんなの博覧会”（通称：飛騨みんぱく）を秋・冬に期間限定で開催しています。

これまで開催されたメニュー数は約100にのぼり、最近ではリピーター客も増え、“飛騨みんぱくファン”が増えてきています。

体験プログラムを開催する人の中には、はじめて開催する人も多くおり、事業化する前に売れ行きやお客さんの反応を確かめるマーケティングリサーチの場としても活用いただいています。

（参考）飛騨みんなの博覧会ウェブサイト　https://hidaminpaku.com/

3

■ **飛騨市にあるたくさんの里山資源・日常風景・暮らしが農泊の体験プログラムの素材となり、売り出し方・見せ方次第でプログラムの魅力がさらに高まります。**

＜飛騨の農泊体験プログラム例＞

農林漁業・食体験（例）		
収穫	トマト収穫体験	トマト作り名人の畑でもぎたてトマトをいただき、トマトの栄養を一番摂取しやすいスムージーを楽しむ。身体にやさしいトマト作りの話も聞ける。
	りんご狩り体験	通常は販売のみのりんご農園で特別にりんご狩りを体験焼　きりんご作りも体験。
食べる	在郷料理探検ツアー	飛騨古川の地に古くから伝わる様々な郷土の味を集めた在郷料理の美味しさの秘密を解き明かす。農園でお話を聞きながらの収穫体験、酒造で美味いお酒となる秘密を知り、米屋さんから精米の奥深さを学び、最後は囲炉裏端で五平餅を自分で作り、在郷料理をいただく。
	焚火で森ランチ	森の中で焚火を囲み、自然案内人とともにピクニック気分でプチキャンプを楽しむ。
	家畜とふれあい体験	豊かな自然に包まれて、家畜（牛、馬、山羊、猪）と触れ合う飛騨の里山体験。お肉がどうやってお家のテーブルにたどり着くのか、畜産から流通、お肉の知識も学びながら、最後はバーベキューでお肉を食べ比べ。
作る	わらび粉づくり体験	わらび粉づくりマニアとともにわらび粉100%のわらび粉を作り、極上本わらびもちをいただく。
	風味豊かなそば打ち体験	地元のお母さんたちに教えてもらいながら、自分で作った出来立てのそばをいただく。
	寒干し大根お料理会	山之村の厳しい寒さの中で作られる寒干し大根の簡単で美味しいレシピを山之村のお母さんが伝授。究極のスローフードを体験。
	地元料理体験	地元のお母さんと地元の食材で調理。
	薬草ティーセレモニー	飛騨の薬草を使って、体調に合わせて自分のためのブレンドティー作り。薬草話も交えながら、癒しの時間を楽しむ。
釣る	初心者釣り　仕掛け入門	自分の釣りあげた魚をバーベキューでいただく。釣り糸・釣り糸の結び方を覚え、仕掛けづくりに挑戦。

※既に実施されている、もしくはかつて実施されたもの

4

生活・文化体験（例）		
生活	漆喰塗り体験	飛騨の古民家でスローな暮らしぶりを体験しながら外壁の漆喰塗りを体験。プロの左官職人の指導付き。
	瀬戸川の鯉引越し体験	飛騨古川の名所、鯉が泳ぐ瀬戸川で、鯉の引っ越しを体験する。引越しの後はお風呂で汚れを落とし、昔懐かしい囲炉裏を囲みながら飛騨伝承の蕎麦をいただく。
歴史・文化	和紙づくり体験	雪国ならではの製法で作られる山中和紙の歴史を受け継ぐ数少ない職人と和紙づくりを体験。自分で漉いた紙はお土産として持ち帰り。
	和綴じ本制作体験	飛騨が誇る手漉き和紙、山中和紙を贅沢に使い、プロの製本職人から世界でひとつの自分の本を作る。
	ふところ提灯づくり	祭り文化が根付く飛騨には欠かせない「提灯」。河合の山あいの集落で昔ながらの製法を守り、１枚１枚丁寧に手漉きされる「山中和紙」。２つが出合ってうまれた提灯づくりワークショップ。
	ワラ細工リースづくり体験	山之村で長年ワラ細工をしているおばあちゃんたちから、ワラ細工のリース作りを教わる。
	つるしかざり体験	昔、蚕を飼い、繭から生糸を生産していた歴史のある飛騨地方。その絹織物を利用して自分だけのつるし飾りを作る。
	漆学講座	飛騨に残る塗師（ぬし）から400年続く飛騨の伝統工芸『春慶塗』について学び、オリジナル銘々皿を作りを体験。
木工	スツールづくり体験	飛騨市の森から切り出された広葉樹を使ったスツール組立ワークショップ。座板に脚を組み立てて、磨いて、オイルを塗って仕上げ、オリジナルの一脚を作る。
	箸づくり体験	触り心地や香りが様々な飛騨の広葉樹から自分に合った木を見つけ、カンバで削ってマイ箸づくりを体験。広葉樹の豆知識も学べる。

農業体験

クアオルト

テレマークスキー&スノーシュー

自然・アクティビティ（例）		
ウォーキング	クアオルト健康ウオーキング	専門ガイドとともに自然豊かな森の中にあるクアオルト認定コースを体力に合わせて心拍数や体表面温度を測りながらウォーキング。ウオーキングのあとは、薬草スイーツ・ハーブティーでリラックス。
	観音山三十三カ所巡り	飛騨の恵みいっぱいの『森弁』(森のお弁当)を持って、秋の気持ちよい山歩き。
	薬草ツアー	古川町内にある薬草園「朝霧の森」を散策し、飛騨の森を良く知る案内人とともに身近な薬草について学ぶ。散策後は、二胡の演奏を聴きながら、コーヒーとスイーツを楽しむ。
トレッキング	カフェトレッキング	自然案内人とともに樹齢300年以上の巨木が立ち並ぶ錦秋の天生の森をトレッキング。森の中では自分で淹れた珈琲と地元スイーツを味わう。
サイクリング	サイクリングツアー	里山の風景、生活文化や史跡などを専属ガイドと巡るエコツアー。
雪	テレマークスキー体験	北欧発祥で現在のスキーの原型であるテレマークスキーを体験。テレマークスキー歴25年の達人からスキージャンプの着地姿勢でおなじみの膝カックンのターンの基本を学ぶ。
	スノーシューハイク	雪が降り積もった里山を森の案内人とともにスノーシューで散策。最後はとうじ蕎麦ランチであたたまる。
	親子で楽しむスノーモービルアドベンチャー	白銀の特設コースをスノーモービルで爽快に走る。運転講習付き。

◇コラム～外国人旅行者の動向

訪日外国人旅行客数は、2018年には3千万人を突破し、国は目標とする2020年の4千万人達成も目指し、さらにプロモーションを強化しております。各国マーケットともに訪日客は伸びており、東アジア各国においては、団体から個人へのシフト、また訪日リピーターが急増しています。

訪日の嗜好も多様化し、個人の嗜好を重視する自由な旅行が増加しており、農泊もその選択肢に含まれています。「まだ見ぬ日本」「日本的なライフスタイル観光／田舎観光」「日本食好き」「見る観光から体験観光」「日本人との触れ合い」などの訪日トレンドは今後の農泊の可能性を示すとともに、飛騨市の環境に十分マッチします。農泊には個人客の宿泊先あるいは体験アイテムとしての利用のほか、学校の教育旅行（分泊対応）の場としても全国他地域では受入実績があります。

飛騨地域では、飛騨高山、白川郷の人気が高く、飛騨市内でも、サイクリングガイドツアーが欧米客に人気を呼んでいるほか、古川の町にも外国人客の増加傾向が見られます。

３．みんなの農泊づくり

①　農業事業者

■　**体験メニューとして提供できるもの決める**

：農林漁業作業の行程や生活の一部を体験商品化します。体験の提供だけではなく、背景にある歴史・云われ等のストーリーの説明もメニューの一部になります。

■　**時期・時間を決める**

：通年で行うのか、期間限定で行うのか、実施時期を決めます。また、プログラム全体の構成・所要時間を決めます。

■　**ターゲットを決める**

：どのような人に体験してほしいかを決めます。

■　**体験メニュー名を決める**

：ターゲットに体験メニューの情報を届ける際、どのような名前なら魅力的に感じてもらえるかを考え、体験メニュー名を決めます。

■　**値段・体験人数を決める**

：労力に見合った、継続して販売できる値段・受入人数を決めます。

実践イメージ①

- 夏はトマト生産、冬は和紙の製造を行っており、和紙づくり体験を実施しています。和紙体験中にはトマトカレーを提供しています。
- 体験メニューの提供は年中行っているわけではなく、本業は農業なので、余力のある時期に数回行っています。これから取り組む方は、少しずつはじめてみればいいと思います。
- 体験をきっかけに地元農産物のファンづくりを目指しています。
- 今後は、和紙の原材料であるトトロアオイの時期に合わせて年に数回プラグラムを開催予定です。

実践イメージ②

- 生産しているわらび粉を使い、わらびもちの食べ比べ体験を行っています。
- わらびもちの由来や作り方を話しながら、食べていただいています。ついでに飛騨での暮らしも話していますが、ふだんの当たり前の暮らしも他の地域の人からは新鮮に感じていただけます。
- 体験メニューの提供だけで稼ごうとはしていません。体験メニューを提供する場を農産物のＰＲの場と捉え、次のビジネスにつなげ、本業を活性化させるために取り組んでいます。

◇コラム～飛騨市ならではの食材紹介

飛騨市には豊かな水で育まれた自慢の食材があります。飛騨市ならではのご当地食材は、農泊の素材としての活用にも期待できます。

（例）
・飛騨みょうが
・飛騨市産コシヒカリ（米食味分析鑑定コンクール国際大会金賞受賞米）
・飛騨牛
・飛騨トマト
・飛騨市伝承作物（※）
・えごま（飛系アルプス1号）
・飛騨ほうれん草
・奥飛騨山之村寒干し大根
・飛騨ジビエ
・野草
・薬草
・わらび粉

飛騨トマト

なつめ、あずきな、あぶらえ、みょうが

※飛騨市では市内で古くから栽培されている作物を「飛騨市伝承作物」として認定することで、後世に種を継承するとともに、地産地消の推進や伝承作物の利活用による地域振興を目指す取り組みを、2017年度から開始しました。

初年度には「白たまご」、「種蔵紅かぶ」、「臼坂かぶら」、「船津かぶら」の4品目が伝承作物として初めて認定され、2018年度には、新たに「なつめ」、「あずきな」、「あぶらえ」、「みょうが」が加わりました。

◇コラム～東三河レストランバス

愛知県の東三河地域では、１階はキッチン、2階はオープントップのレストランになっているレストランバスを期間限定で運行し、人気を博しています。主な訪問先となっている渥美半島・田原市は農業生産、花き生産では日本一の地域です。

生産地を巡りながら生産者の食材へのこだわりを聞き、地元の有名ホテルシェフがその場で美味しく仕上げる料理を堪能できる、“ここにしかないツアー”でお客さんに地域の魅力を丸ごとアピールしています。また、園芸農家への訪問など、このツアーならではの魅力も満載です。

プログラム内容は、地元の経済・観光団体や行政、事業者等から成る実行委員会で企画検討し、豊鉄観光サービス㈱が旅行主催者となり商品販売・運行を行っています。（レストランバスはWILLER㈱から借り受け）

（コース例）
畑レストランと海食堂を巡る渥美半島
三河湾コース
15,980円（税込、ワイン付き）

11：00　ホテルアークリッシュ（豊橋駅前）発
：食前スープ
↓
蔵王山：山頂からの景色を見渡しながらコース料理を堪能
↓
福江漁港
：漁師さんから貰った獲れたてのアサリの酒蒸し
↓
キャベツ畑：キャベツの濃厚スープ
↓
伊良湖市場：その場で捌く獲れたての魚試食
↓
伊良湖岬：夕日を眺めながらメインディッシュ
↓
19：30　豊橋駅着

※写真出典：東三河レストランバス facebook（2019年3月13日現在）
https://www.facebook.com/higashimikawa.restaurantbus/

② 飲食提供者

■ **ターゲットを決める**

：どのような人に売りたいか（どこに住む何歳の人か、誰と訪れる人か（家族・夫婦・友人同士等）、飛騨に来るのは何回目ぐらいの人か）を決めます。

■ **価格を決める**

：決定したターゲットをもとに、販売価格を決めます。

■ **提供する時期を決める**

：春夏秋冬いつ提供するメニューかを決め、その時期に使える地元食材を把握します。

■ **利用食材を決める**

：価格・提供時期をもとに原価を定め、利用食材を決めます。そのうち、どのように地元食材を利用するか決めます。

■ **メニュー・レシピを決める**

：利用食材からメニュー・レシピを決め、下準備時間・提供時間を定めます。

■ **メニュー名を決める**

実践イメージ①

- 田園風景を眺めながら、目の前の農園の採れたて野菜を使った料理を楽しめるレストランを開業しました。
- メニューでは、目の前の農園と市内で生産される農作物を材料として半分以上使っています。地元食材の仕入れ先確保に苦労しましたが、地元の農業者さんを直接尋ねるうちにネットワークも広がり、食材を確保することができました。
- 夜は営業せず、朝メニュー（2種類）、昼メニュー（3種類）、カフェの営業をしています。
- 開業にあたり、クラウドファンディングも活用して資金集めを行いました。

実践イメージ②

- 会員登録したシェフが日替わりで調理を担当するワンデイ・シェフ方式のレストランを運営しています。フロアスタッフも日替わりで担当しています。
- 旬の野菜・地の食材をなるべく取り入れ、添加物に頼らない調理を心がけています。
- 別の仕事を持ちながら休日にチャレンジする人や将来自分の店を持ちたい人がシェフになることもあります。

◇コラム～飛騨の食を活かした体験メニュー

地元食材を活かした飲食施設や宿泊施設での体験メニュー提供も可能です。店舗単独で開催するほか、複数店舗での企画実施も考えられます。

（アイデア例）

・漬物ステーキをソウルフード化してみよう！　・飛騨のお米(金賞受賞米)が色々なところで味わえる！
・お店ごとにおかずが違う！飛騨市産コシヒカリの贅沢おかゆを味わおう！　・栄養たっぷり飛騨のドライベジタブル！
・野草、薬草、珈琲のオリジナルブレンドが体験できる！・農家直伝「飛騨トマト＆ほうれん草カレー」が食べられる！
・肉の名は「とんちゃん、飛騨牛、ジビエ肉　等」美味しい出会い！　・アユ釣り名人に聞く飛騨で利きアユ！

◇コラム～オーベルジュ飛騨の森の取り組み例

高山市街から車で約10分の場所にある「オーベルジュ飛騨の森」のオーナーシェフの中安俊之です。宿ではイタリア料理を提供しており、現在、お客様の8割以上は海外からのお客様です。外国人旅行者からは、高山は落ち着いてリラックスできる場所と評価をいただいております。

□なぜ高山はリラックスできると感じていただけるのでしょうか？
□飛騨市の魅力はなんでしょう？
□農泊やインバウンドは必要？

昨今地方創生や時代の転換期といろいろな場所で耳にすることが増えました。SNSやソーシャルネットワークにより時代は便利で情報にあふれていますが、物質文明から精神性に物事が移り、お客様のニーズも変化し、対応に迫られています。

しかし、地方は都市からの情報によりマーケット先行で思考することにより、地域の独自性、優位性を失い平たい世の中になっているのを感じずにはいられません。今こそ飛騨の歴史や文化、長年培って築いた農作物などをしっかり考え独自性や優位性をみなさんで考えませんか？

特に外国の方は一回の旅行でたくさんの地域をまわり比較しながら楽しんでいます。 都市にない飛騨ならではの魅力を自信をもって取り組むことによりビジネスポイントが沢山生まれると確信しています。

オーベルジュ飛騨の森　中安俊之氏

（参考）地元食材を活かす「農家レストラン」開業フロー

ステップ１ 人生設計 他の事業機会 タイミング 無理なく	基盤となるコンセプトづくり ・本当に達成したい目的は何か ・経営方針、目標を立てる 「どのような業態にしようかな？」 「この食材を使ってこのような料理とストーリーを提供したい」 「いつ頃までに開業したいな～」				各種セミナー 勉強会 ※商工会や行政各課でも多く開催されている （観光・商工・農林課）
ステップ２ 1年前	企画立案 ・事前調査（消費者ニーズ、施策の披露など） ・食材となる作付け計画及び農業者との連携づくり ・競合他社の情報収集及び自社のポジション確認（アピールポイント）				オープンデータの活用 リサーチ情報取得 マーケティング ※独自で行うもの支援や委託が必要なものを選択
ステップ３ ６ヶ月	事業計画作成 ・人材採用計画 ・物件探し（開業場所、スタイル）　※農地法の理解 ・店舗設計（外装、内装、移動型車両など） ・営農計画 （食材調達、体験プラン、規格外農産物の加工など）			資金計画 ・自己資金 ・融資準備 ・助成金検討	各種専門家の招聘 協力、応援者（知人友人） 先進地視察なども友好的
ステップ４ ３ヶ月	計画を具体化 ・人材募集、採用、育成 ・物件契約、改修業者選定 ・メニュー開発（構成・価格）、仕入れ先の選定 ・設備什器導入、各種備品購入 ・営業許可に向けて各機関と調整			資金準備 ・投資計画 ・融資申請 ・助成金申請 ※年度によるものも多くあるので注意が必要 各種許認可 ・建築 ・消防 ・保健所など	プロモーション計画 ・サービスとのバランス ・ネットツール製作 ・チラシ、ショップカード
ステップ５ １ヶ月	店舗オペレーション確認 ・パートさん募集、採用、トレーニング ・料理、サービスの最終確認 ・プレオープンや本格的な試食会など ・販売品の検討、チェック				オープン前プロモーション ・プレスリリース ・ご近所まわり ・内覧会
オープン～	労務管理 インナー対策	発注管理 コスト管理	売上管理 経営状況分析	お客様の反応、アンケートからの改善	食と地域と独自性のあるPRとリピーターづくり

10

③ 宿泊施設

■ **宿泊形態を決める**

：生活環境、予算、所有資源（土地、建物、人材等）を踏まえ、ホテル、旅館、簡易宿所、農家民泊のうち、どの宿泊形態にするか決めます。
いずれの施設も旅館業法が適用されます。

■ **コンセプトとターゲットを決める**

：自身の得意分野、競合、流行りなどを踏まえ、宿泊施設の「コンセプト」と、宿泊していただきたい顧客となる「ターゲット」を決めます。

■ **経営方針、経営形態を決める**

：年間目標（利益、宿泊人数等）、通年営業、季節営業、土日祝のみ営業、運営方法（自前または委託）、営業時間などを決めます。

■ **提供するサービス内容を決める**

：食事の提供の有無、アクティビティの提供の有無などを決めます。

■ **価格を決める**

：他社の動向（市場動向）を確認しながら、顧客が納得しつつ、無理なく継続して経営・運営できる価格を決めます。

■ **開業準備をする**

：市役所の担当窓口で、必要な手続きの流れ、申請機関及び申請方法などを確認、申請書類を準備します。
該当する主な関係機関は、市役所、保健所、土木事務所、消防局等です。

実践イメージ①

- 亡くなった祖父母の家が空き家になっています。定年を控え、地元に帰って農業をしながら宿泊施設を経営・運営したいです。
- 商社勤務の経験を活かし、国外からの旅行客を積極的に受け入れられる、安くて便利な宿泊施設にしたいです。
- 食事は近くの食堂やレストランからのデリバリーで対応し、ゆっくりくつろいでもらえるよう宿泊サービスに特化していきたいです。

実践イメージ②

- 地元には無い新しいコンセプトの宿泊施設開業を考えています。
- 美術大学卒業の経験を活かし、「和のアート」をテーマにした宿泊空間を提供したいです。
- 旅行代理店勤務とSEの友人に、PRと予約システムの構築に協力してもらい、顧客応対は家族にも協力してもらいます。

※ 農家民宿に特化する場合は、「グリーンツーリズム　農林漁家民宿　開業・運営の手引き」（農林水産省）をご参照ください。

（参考）宿泊施設開業にあたる関連条例・相談窓口

■ 宿泊施設の主な規制内容

	ホテル・旅館業		簡易宿所	農家民宿
概要	施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業で、簡易宿所営業及び下宿営業以外のもの。		宿泊する場所を多数人で共用する構造及び設備を主とする施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業	農山漁村余暇法に基づく農林漁業体験民宿業のうち、農林漁業者が営むもの
旅館業法	適用あり			適用あり
名簿	氏名、住所、職業等を記載した宿泊者名簿を備えること			同左
客室数	規制なし			規制なし
客室床面積	7㎡以上／室（ベッドを置く場合は9㎡以上／室）		延床面積33㎡以上	規制なし
玄関帳場	厚生労働省令で定める基準を満たす設備（映像などによる顔認証での本人確認機能等のICT設備を想定）を、玄関帳場等に代替する機能を有する設備として認める。		規制なし（注）	同左
換気等	適当な換気、採光、照明、防湿及び排水の設備を有すること			同左
入浴設備	宿泊者の需要を満たすことができる適当な数の洋式浴室又はシヤワー室を有すること	当該施設に近接して公衆浴場がある等入浴に支障をきたさないと認められる場合を除き、宿泊者の需要を満たすことができる適当な規模の入浴設備を有すること		同左
その他	都道府県（保健所を設置する市又は特別区にあっては、市又は特別区）が条例で定める構造設備の基準に適合すること。			同左

注）国の法令上の基準はないが、通知で玄関帳場（フロント）又はこれに類する設備を設けることを求めており、これを条例で基準化しているケース（47都道府県中15道県）がある。岐阜県の場合は、「設備が必要（例外的にICT対応等可）」となる。

■ 旅館業許可までの手続きの流れ

事前相談
申請場所・構造設備について、図面等を持参のうえ、事前相談。関係機関にも要相談。

▶ **申請手続き**
許可申請書、見取図、配置図、配管図、手数料等が必要。

▶ **関係機関手続き**
申請書受理後、関係法令（建築基準法、消防法）の手続きの記載文書を交付。

▶ **施設の検査**
施設完成後、保健所職員が施設基準の適合可否を検査。

▶ **許可**
書類審査及び検査により基準適合の確認後、許可。許可されるまでは営業不可。

保健所の通知先

通知
申請書受理後、消防機関に通知。

▶ **通知書**
消防機関からの通知書の受理。

※学校、児童福祉施設等に近接する場合は、照会・回答書受理の場合あり。

【参考1】飛騨地域の相談窓口：飛騨保健所（住所）高山市上岡本町7-468 飛騨総合庁舎内（電話番号）0577-33-1111
【参考2】岐阜県における旅館業営業関係の申請書等の様式
https://www.pref.gifu.lg.jp/kurashi/dobutsu/seikatsu-eisei/11222/kanyosiki.html#ryokan

◇新たに宿泊施設を開業する方々へ

名古屋の円頓寺商店街にある「喫茶、食堂、民宿。なごのや」のオーナーの田尾大介です。
「なごのや」は、老舗喫茶「西アサヒ」をカフェ＆レストランとしてリニューアルしました。
開業にあたってもっとも苦労したのは、保健所や消防局などの関係機関との調整でした。
そして、最も重要なのがコンセプト作りです。「なごのや」は、「喫茶店」というキーワードをもとに組み立てていきました。コンセプトづくりに迷ったら「ゲストハウスガイド100」（著：前田有佳利）をおススメします。「なごのや」も前身の「西アサヒ」として掲載いただいています。
また、私自身、中小企業基盤整備機構（中小機構）の経営支援アドバイザーとして活動していますので、ゲストハウスなどの開業・運営に関する相談があれば、是非、お声がけください。

12

４．情報発信

- ■ 体験プログラムが出来上がった後は、情報発信を行います。
- ■ 団体旅行者向けとして旅行会社への営業や、個人旅行者向けとして、広告・宣伝、自社ウェブサイト、SNSを活用した情報発信が挙げられます。
- ■ 最近はウェブやSNSから情報を収集・予約する人の割合が増えているため、ロコミサイトやOTA（オンライン・トラベル・エージェント）への登録も効果的です。
- ■ 自ら発信する情報の他、来訪者がロコミとして発信する情報の影響も大きいため、上手く情報を発信してもらう工夫も必要となります。

実践イメージ①

- 来訪者が体験メニュー実施中の写真を撮影し、無料で提供することで、来訪者が発信しやすくなる仕掛けをしています。

実践イメージ②

- SNSから毎日情報を発信している他、自社の情報が掲載されているウェブサイトを巡回し、情報が古いままになっているものは掲載元に最新の情報に差し替えてもらうようにすることで、常に新しい・新鮮な情報を届けています。

◇コラム～外国人旅行者受け入れに向けて

今後、農泊として外国人を受け入れていくことを考えている方は、まずは外国人が満足できる各種プログラムを充実させることと、合わせて受入環境の充実も求められます。ウェブサイト上での予約システムの構築（あるいは外部サイト（※1）への登録）、受入対応マニュアルの整備、クレジットカード（あるいは国によってはモバイル決済環境（※2））などの支払環境の充実、そして何よりも外国人を受け入れるおもてなし意識を持つことが重要です。飛騨市における農泊は、インバウンド需要を受け入れる大きな可能性を秘めています。まずは、受入環境体制を整え、情報発信へと展開することにより、その可能性は高まります。

※1　例：トリップアドバイザー（https://www.tripadvisor.jp/）
Booking.com(https://www.booking.com/index.ja.html)
Expedia(https://www.expedia.co.jp/）等

※2　例：アリペイ、ウィーチャットペイ　等

13

５．他地域での取り組み例

①みなかみ町（群馬県）～雪を活用した冬期の誘客

- 温泉への宿泊者数の減少を補うため、国内教育旅行をターゲットに農家民泊での受入れを開始した。
- 降雪のある地域性を活かし、雪を活かした体験プログラムを造成することで冬期にも旅行者を受け入れている。
- 一般社団法人みなかみ町体験旅行（※）が中心となり、観光資源の発掘や新たな滞在型周遊コースの作成、着地型旅行商品の提案・販売等を実施している。

※みなかみ町観光協会内にあった「みなかみ町教育旅行教育協議会」が2014年に法人化し、同時に旅行業取得

②和束町（京都府）～特産品（お茶）の活用

- 地域住民の自己表現の場や、横の繋がりをつくること、茶文化を後世に守り伝えることを目的に、（一財）和束町活性化センターが中心となり農泊を推進。2018年には笠置町、南山城村とともに「京都やましろ体験交流協議会」を設立。
- ウェブサイト「いいとこ和束～茶源郷」に体験プログラムを掲載
- 地域の特産品であるお茶に関連した体験プログラムが体験可能
  （茶畑の風景を楽しむハイキング、茶摘み体験、
  美味しいお茶の淹れ方体験、煎茶飲み比べ体験　等）

③三好市東祖谷落合集落（徳島県）～古民家の活用

- 空き家問題の解決を目的に、㈱籠庵トラストが“桃源郷祖谷の山里の茅葺き民家ステイ”を運営。
- 地域住民がスタッフとして関わっており、食材提供や料理提供、掃除、体験メニュー（そば打ち等）の講師等、目的ごとにチームを組成。

◇コラム～飛騨市のゲストハウス開業補助
飛騨市にはゲストハウス開業の際に活用できる補助制度があります。
①起業化促進補助制度
②中心市街地店舗拡大促進補助制度
実際に制度を活用して開業するゲストハウスも出てきています。①2件、②5件（制度開始以来の累計）です。
その他、2019年4月からは電子決済端末導入促進補助が開始となり、宿泊者がより利用しやすい環境整備を行うことが可能となります。
（詳細は市ウェブサイトをご覧ください↓　※8頁、9頁参照）
https://www.city.hida.gifu.jp/uploaded/attachment/4810.pdf