農泊ナレッジ集

持続可能な農泊地域を目指して

2025年3月発行

株式会社JTB総合研究所

本書は「令和6年度農山漁村振興交付金（農山漁村発イノベーション対策 農泊推進型）のうち
広域ネットワーク推進事業（全国事業）」を活用して制作しました。

農泊ナレッジ集

持続可能な農泊地域を目指して

はじめに

「農泊」とは、農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」のことです。農家民宿に泊まって、郷土料理作りや農作業を体験する形だけでなく、古民家を活用したゲストハウスに泊まりながら地域の文化を体験したり、旅館に泊まって地域の農水産物を味わったりと、様々な楽しみ方があります。

2024年3月31日現在、農泊に取り組む地域は656地域あり、それぞれの地域のもつ魅力を活かした活動を行っています。このナレッジ集は、持続可能な農泊地域の確立を目指して、モデルとなる地域を5つ選定し、支援を行った成果をもとに取りまとめています。農泊に関心のある方や、農泊に取り組んでいる方にご活用いただけることを願っています。

旅行者にとって

- より深い体験
- 自分ならではの体験
- 人とのふれあい
  （第二のふるさとができる）

地域の資源（魅力）

- 農水産物
- 景観
- 歴史文化
- 食
- 人とのふれあい　など

地域にとって

- 地域の魅力向上
- 収入アップ
- 農漁業への関心向上
- 関係人口
- 地域課題の解決
  （雇用、空き家など）

持続可能な農泊地域づくりに向けて

地域で農泊の取組を続けていくためには、「持続可能」「高付加価値化」「関係人口」の3つが重要と考えられます。

	持続可能	高付加価値化	関係人口
農泊地域を訪れる方にとって	● 地域で守り伝えられてきた文化・景観・食など、他ではできない体験ができる	● 他ではできない、より地域の暮らしに迫った体験ができる	● 何度でも訪れたくなる魅力ある「ふるさと」が持てる ● 地域の人との関わりを通して豊かな気持ちになれる
農泊地域の人や事業者にとって	● 地域資源が持つ魅力（価値）を損なうことなく、人が訪れ体験・交流することが事業として持続でき、次世代への継承につながっている	● 多くの方が訪れ、地域で消費をすることで、経済的・社会的な利益が生まれている	● 地域課題の解決や、地域のにぎわいにつながる ● 何度も訪れる人がいることで安定して集客できる

目　次

はじめに／持続可能な農泊地域づくりに向けて …… P01

目次／モデル地域の一覧 …… P02

●キーパーソンインタビュー …… P03 ー P12

農泊モデル地域のキーパーソンに、農泊に取り組んできた思いや、
大切にしていることなどをお聞きしました。地域の魅力や、
持続可能な農泊地域づくりに向けたヒントが得られれば幸いです。

■取組成果と今後の展望 …… P13 ー P22

農泊モデル地域の 2024 年度の取組と今後の展望を紹介し、
高付加価値化や関係人口創出などにつながる仕組みづくりや
取り組みのポイントをまとめています。

●選定委員のコメント …… P23

農泊モデル地域の選定に関わった外部有識者から、モデル地域を
はじめとした農泊地域への応援メッセージをいただきました。

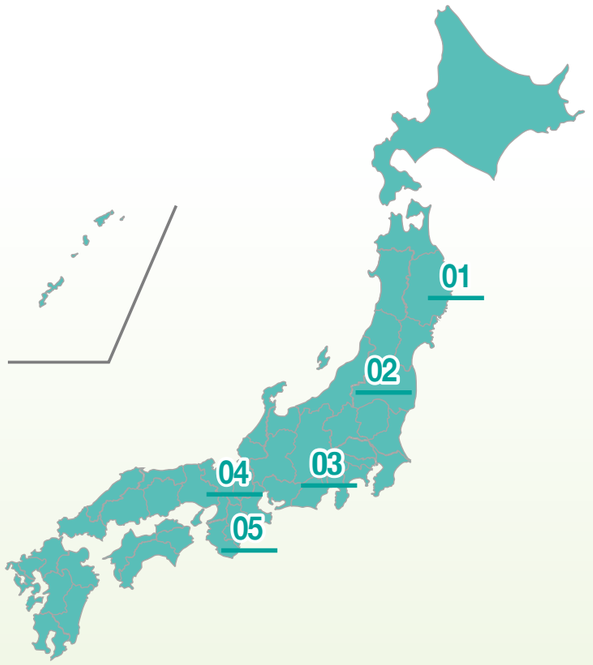
■用語集 …… P23

●参考資料 …… P24

農泊について詳しく知りたい方や、農泊地域づくりのポイントを
知りたい方に向けて、参考となる情報を紹介しています。

本書は、対象とする読み手に応じてページの色を変えています。農泊のことや、農泊に関わる人の思いを知りたい方（旅行者・観光事業者・学生など）は**●緑のページ**を中心に、農泊地域づくりに取り組んでいる方（農泊関係者・伴走支援者など）は**■青のページ**も併せて読んでいただくことをお勧めします。

モデル地域の一覧



01 遠野ふるさと体験協議会
（岩手県遠野市）
● P 03　● P13

02 逢瀬いなか体験交流協議会
（福島県郡山市）
● P 05　● P15

03 みのぶ農泊連携協議会
（山梨県身延町）
● P 07　● P17

04 （一社）南丹市美山観光まちづくり協会
（京都府南丹市）
● P 09　● P19

05 太田川流域農泊振興協議会
（和歌山県那智勝浦町）
● P 11　● P21

01 遠野ふるさと体験協議会

多様な世代が「ありのままの遠野旅」を体験できる農泊

カッパをはじめとする民話や神楽等の郷土芸能など地域固有の体験資源、遠野産のホップのクラフトビールやジンギスカンなどの伝統料理、雲海やホップ畑等の美しい農業景観等の観光資源。これら多様なコンテンツが国内外の旅行者に好評です。

岩手県遠野市
https://tono-yamasatonet.com/tabisite/

概　要

100軒の実践者が農家民宿や生活体験を受入。「ありのまま」の農的暮らし体験は、教育旅行や合宿免許、視察研修など様々な場面で好評です。「旅の産地直売所」では、「まちぶら」「さとぶら」「農村民泊」を組み合わせた体験の提供などを行っています。

メンバー

遠野ふるさと体験協議会
- 認定NPO法人 遠野山・里・暮らしネットワーク
- 遠野民泊協会（約100名）
- 遠野ふるさと商社（DMO）
- 遠野畜産振興公社、遠野市観光協会
- ほか、市内観光・交通事業者等

連携：農業法人／漁協 農村RMO／飲食事業者／等

沿　革

2003年　遠野山・里・暮らしネットワーク設立
2004年　合宿免許型グリーン・ツーリズム開始　東北ツーリズム大学開校
2019年　遠野旅の産地直売所設立
2024年　「世界の持続可能な観光地TOP100選」に遠野が選出、「遠野遺産」の取組が文化・伝統部門で1位

写真提供:認定NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク

Interview

話

認定NPO法人 遠野山・里・暮らしネットワーク
マネージャー　田村 隆雅様

東京都出身。大学でグリーンツーリズムを研究し、2004年に遠野に移住。事業計画・資金確保・コーディネートなど幅広く地域づくりに取り組む。

― 農泊実践者は、どうして100軒まで広がったのですか。

私が移住した翌年、2005年に教育旅行における体験民泊の受け入れの要件が緩和され、教育旅行の受入に取り組みました。事務局やメンバーが既に持っていたネットワークを活用し30軒ほど受け入れ先を確保しました。移住したての私はそのサポートが役割でした。

最も多いときで130軒近くいましたが、コロナ禍で引退した方などがいたので現在は100軒近くになっています。全員が宿泊の受入をしているわけではないですが、体験の受入を行う方もいたり、会に入ることで得られる情報があったりと、縁をつなぐことが大事だと考えています

― 宿泊と体験で会を分けなかったのですね。

泊まることがメインではありますが、メンバーであることが大事です。「やめようかな」という人がいても、ご家庭の事情がひと段落して数年後に戻ってくることもあります。縁を続けることが遠野流のネットワークの継続の仕方ですね。

そういうゆるやかで細やかな方が継続性があると思います。

受け入れること自体が目的ではなく、受け入れる人が楽しむことを大事にしています。

― 熱量の差が問題になることはありませんか。

行政の資金に頼らず受入を行っているため、数の公平性ではなく、気持ちの公平性を目指しています。1回の受入で満足する方もいれば、年間数百名を目指す方もいます。

一人ひとりの個性と、何を目的として受け入れているかをコーディネーターが意識しています。苦労もありますけどね。笑

教育旅行の受入のみを行う体験民泊は、県の指針に沿って研修を定期的に行うほか、自主的な勉強会も行っています。

当日はスタッフが巡回し、改善点や危ないと感じる点があれば、次の受入をしたくなるような言い方で伝えています。

実践者同士の情報交換がされていて、横のつながりがあり、困ったことがあれば助け合っています。

― コーディネーターとして意識していることは。

場づくり・コミュニティづくりを当初から目指していました。実践者自身も遠野の暮らしを体感し、交流しながら楽しみ、誇りを持って住んでもらえればと思います。関係者の想いや現状を知り、日々コミュニケーションをとるなど丁寧にやらないとこうはならないと思います。手間はかかりますが、楽しんで受け入れる方々あってこそ成り立つものです。SNSは皆さんやっていますので情報交換の場にもなっています。協議会としての発信は、外向きなように見えて、実は内向きの発信にもなっているんですね。世間話をしているようなものです。

― 起業する方も増えているそうですね。

仲間ができて、受入も楽しくなってくると、起業したいと思う方もいます。起業したくなるような雰囲気が生まれています。

コーディネートをしている山里ネットの存在以外にも様々な活動をしている個人・団体が、グリーン・ツーリズムを通して地域づくりをしようと考えるから、起業しやすくなるのではないでしょうか。起業支援を通して、他の企業とのネットワークができたり、グリーン・ツーリズムを起点に農村RMOに取り組むなど市内の新たなネットワークが生まれています。

受入に際して、農家による農作業体験を含む「農村の暮らしを体感」という軸をブラさず、暮らしぶりを資源ととらえて多様な客層に取り組んできたのが良かったと思います。コーディネート機関の柔軟性と運営費獲得のためにも、グリーン・ツーリズム以外も含めた複合的な事業が必要だと考えています。

― 地域内でのネットワークが生まれています。

教育旅行や国内外の旅行者などに限らず、大学や企業、JICA（国際協力機構）の研修なども受け入れています。それぞれのニーズに合わせて現場の学びを提供できたのは、今までグリーン・ツーリズムをやってきた経験や地域内のネットワークがあったからだと思います。

ある企業から、「農業の新しい形を見たい」という依頼がありました。関西から移住したご夫婦で、ブルーベリー農園をしながら農家民宿・農家レストラン・ドッグランを営む方をご紹介しました。ふだんは農家民宿の受入をしていただく関係ですが、他の仕事も知っていたので視察をお願いしました。

ちょうどブルーベリーの収穫時期で人手が足りず困っていたので、30人の参加者に1時間収穫体験をしてもらって、30時間分の仕事ができました。まさにWin-Winですね。

― ネットワークが危機を迎えたことはありますか。

社会の変化に対応できなければ、ネットワークが途絶えていたかなと思います。東日本大震災とコロナ禍では、人の流入がまず減りました。会長が「グリーン・ツーリズムは土地に住んでいる人のためにやっているから、軸をブラさず別の方法を試せばいい」と言っており、農泊以外のことに取り組みました。東日本大震災のときはボランティアの拠点として、コロナ禍では市民に向けて活動しました。スタッフとは前々から「良いことをやっているのに、市内で認知されていない」と話していました。この取り組みを通して地域の中で接点が広がったのは良かったと思います。

コーディネートをすること自体が目的ではなく、地域の方が活躍する場を作ることが大切だと思います。

コロナ禍では農家民宿の開業支援に力を入れました。最近は年に3～4軒、移住して農家民宿を開業する方がいます。

― 山里ネットの経営についても教えてください。

非営利団体ですが、持続的に運営するためには収益事業が必要です。現在は、観光施設の指定管理や交付金などが6割、他が4割といったところです。旅行事業で黒字を維持することを目指していますが、利益を上げることは容易ではないし、薄利多売ではグリーン・ツーリズムの理念に反するとも思います。

グリーン・ツーリズムだけでなく、他業種もやる方が発展的だと感じます。土淵地区の農村RMO（農村型地域運営組織）が運営するレストラン「でんパラ」でも、グリーン・ツーリズムで関わっている方が日替わりシェフを務めてくれています。数年後に小さく自立することを目指して、小さなビジネスがたくさん生まれています。結果的に事業が広がっていく感じですね。

地域の資源をフル活用して活躍の場をつくり、ここに住む人の誇りにつながるコミュニティビジネスをつくることが、私たちの役割だと考えています。

― 事業の種はどのように見つけているのですか？

社会的なきっかけ、補助事業、遠野のチャンスの3つじゃないかなと思います。地域のそれぞれの人の顔が見えて、それぞれが色々なことをやっているから、顔を思い浮かべながら次の展開を考えることができます。旅行者の動向やターゲットの見直しも考慮します。

― 教育旅行から新たな市場への転換を目指しています。

東日本大震災は、遠野のグリーン・ツーリズムが大きく変わったきっかけになりました。外国人、学生、行政の関係者など復興支援を担う方々の受け入れが増えました。今まで教育旅行のみを受け入れていた方も、復興のためにと快く受け入れてくれました。今まで築いた縁をつなぐために、山里ネットで一般の方を受け入れる力をつけて行くことになります。

今振り返ると、震災は活動の節目でした。地域や社会の状況を見ながら、進みたい方向を後押しするために、様々な補助事業も活用しながら取り組んできました。

― 今後の展望を教えてください。

旅の産地直売所と、地域づくりをうまく両立させたいです。まちぶら・さとぶら・農家民宿を軸に考え、オーダーメイドツアーなどの収益事業をしっかりやっていきたいです。

地域づくり系の事業を新しいチャンスにつなげるために、補助事業の活用も必要だと考えています。ベースには人材育成があるかもしれません。社会の状況を見ながら柔軟に変えていくことが必要だと思います。

― 持続可能な農泊地域とは何だと思いますか。

最近、「コーディネーターは窮屈な仕事なんじゃないか」と思っている人が増えているのではないかと気になっています。何のためにコーディネートするかがわかって、次の仕事につながる必要があります。依頼した通りに手配しなければいけないだけでは、不健全だと思います。

コーディネーターはプレイヤーの感覚がわかり、マネージャーの要素もあり、ジェネラリストである必要があります。訪れた人と地域をつなぎ、経済的・社会的な価値が生まれるモデルが必要ではないでしょうか。次の仕事につながり、前向きに取り組める土壌でなければ、コーディネーターが機能しなくなるのではないでしょうか。

住民の方が「自分たちがやっていることが地域のためになる」と口にするようになりました。地域づくりに関わる人が増えています。旅行者に満足していただくことは前提ですが、農泊でも、そうした「地域のため」という視点を持ちながら、やりがいを持って取り組めることが必要ではないかと感じています。

02 逢瀬いなか体験交流協議会

いなかのぬくもり、再び訪れたくなるつながりと貢献の農泊

概　要

「いなか」の良さや豊かさを都市で暮らす人に体験してもらうことを目的として、農家民宿の運営・農業体験の受入・各種体験交流の提供などに取り組んでいます。
農業体験・郷土料理作り体験などに加え、危険予知訓練、味噌作り体験、企業農地づくりなども提供しています。

メンバー

逢瀬いなか体験交流協議会
おおせのとおり（ランドオペレーター）
協力農家8軒
農家民宿4軒
旅館・ゲストハウス
ポケットファームおおせ

運営協力・広報
- 逢瀬町観光協会
- 逢瀬町商工会

連携
- 6大学

沿　革

2004年　「逢瀬いなか体験交流協議会」設立
2006年　文京学院大学との交流を開始、その後も大学生の受入を拡大
2017年　農林水産省の農泊協議会に登録
2020年　旅行サービス手配業「おおせのとおり」開業

写真提供:逢瀬いなか体験交流協議会

Interview

話

逢瀬いなか体験交流協議会
コーディネーター　中潟 亮兵様

東京都出身。学生時代に逢瀬町を訪れ、卒業後すぐに移住。様々な仕事を組み合わせて働き、逢瀬町で学生交流や農泊の受入を行う。
現在は、埼玉・栃木・福島で3拠点生活。

― 東京出身の中潟さんが、地域での暮らしに興味を持ったきっかけは何だったのですか？

大学2年の時、大学のゼミで逢瀬を訪れたのがきっかけでした。はじめて農家さんと話し、目の前のことが国際情勢とつながっている。「こんなにスケールの大きな話をしているんだ！」と尊敬し、また新しいことをやっていることがかっこいいと感じました。東日本大震災の3年後で、観光農園をワイン用のブドウ畑に切り替えているところでした。

ゼミでは毎年逢瀬でスタディツアーを行っており、私が参加したときは8年分の思いがぎゅーっと詰まっていて、思いに共鳴した感じです。スタディツアーの前には、先輩から福島のこと、逢瀬のこと、震災のことなど、資料をまとめて教えてもらいました。

それまでは目的意識もなく過ごしていたのですが、にわかに勉強がしたくなりました。キャンパスの近くで農業をする方の手伝いをしたり、キャンパスの端で野菜を育ててみたり、色々やっていました。まぁ、遊びでしたけど。

でも残り2年の大学生活で、「これに時間を使おう」と本気で思いました。結構感動しちゃったんですね。

― 移住しようと思ったきっかけは何ですか。

大学3年生で、スタディツアーを企画する側になりました。どんなツアーが良いのか、私が味わった感動をどうやって味わうかを考えていました。楽しかったし、達成感もあった。

卒業研究もこれでいこうと考え、色々な人を巻き込むうちに、将来もこれをやっていきたいと思うようになりました。「逢瀬町はもっとこうしたらよくなる」という内容の卒論だったので、これは実践しなければ、と。そのために移住した感じです。

逢瀬の人たちは「こんなところに来ても責任が取れないから来るな」と言っていたんですよ。彼らを説得したくて、色々な賞にエントリーしました。東北復興のビジネスコンテストで良い評価を頂き、このプランを持って移住しようと思いました。

― どんなビジネスプランだったのですか？

ブドウの木をオーナー制にして、自分だけのラベルを貼ったワインが手に入るというものです。諸事情で実現ができなくなり、考えるだけなら誰でもできるなと痛感しました。

残ったのは、学生を逢瀬に連れてくることだけでしたね。

― コーディネーターの仕事はどうでしたか

当時お世話になった事務局長がコーディネーターの役割もしていたのですが、私が移住した直後に急逝してしまい、見よう見まねでコーディネーターをすることになりました。

みんな優しかったと思います、たぶん。笑　学生が希望する体験ができるかどうか、地域の方に確認するのですが、はじめはみんな「いいよ、いいよ」って。でも慣れてきたころに「なんでやるの」「大変なんだけど」と言われるようになりました。

今は程よい距離感でやれていると思います。お客さんが満足するようにいかにやるかという考えでやっていますね。

息子や孫のように思われることも多いのですが、どちらかといえば友達のように思ってほしい。

― 誰かのやり方を参考にしたのですか？

自分の感覚でやってきました。お客さんとして訪れるときは孫のように接してもらえると楽しいですが、仕事をするときは違うなと。「いくらで、何をお願いします」というやり取りをしないといけないので、家族になっちゃうと、仕事を頼みにくくなっちゃうんですよね。

移住者として、地元の人とは異なる感覚を残すことが大事だなと感じています。

― 協議会の運営の方はどうでしたか。

元々、農家民宿がメインで教育旅行の問い合わせがたくさん来ていました。農家さんが多く、やればプラス、やらなくても困らない状況でした。当時は結構どんぶり勘定でしたね……。

このままではいけないと思い、事務を申し出ました。会計を見て、適切な価格まで上げていこうと提案しました。はじめは「値上げしたらお客さんが来なくなるのではないか」と言われましたが、「お客さんも私たちの実入りを心配していますし、儲からなければお子さんも後を継ごうと思わないですよ」と伝え、プログラム化をしていきました。逢瀬の人たちは柔軟ですね。

― コーディネーターとして生計を立てるのは難しくないですか。

旅行サービス手配業の資格を取り、手配手数料をもらえるようにしていますが、手数料は売上の1割前後が相場。そこから経費を差し引けば、ほとんど残りません。

移住してから、色々なところで仕事をしていました。税理士事務所のアルバイトでは、お金の勉強のためと鍛えられましたね。それでも、自分で時間をコントロールできないとチャンスを逃す気がしていて、独立したかったんです。独立したのは2020年2月。独立してすぐコロナ禍になったので、大失敗でした。笑

― コーディネートは大学生の受入が多いのですか。

文京学院大学と日本女子大学は、私が移住する前からつながりがあります。コロナ禍でスタディツアーは変わりました。

郡山市内に工学部がある日本大学と、郡山女子大学も来るようになりました。私たちの存在は知られていたようですが、メールアドレスがなく、問合せ先がわからなかったようです。笑

専門学校とかも来るようになりましたね。

市内の小学生も日帰りで農業体験に来ています。子ども達には逢瀬町のことを知ってほしいですね。同じ市内でも、市街地に住む方は農村地域を訪れることが少ないので、将来遊びに来てほしいな、と種をまくような気持ちです。

― 受入を続けられているコツは何でしょうか。

受入に疲れたという声は聞いたことがないですね。色々な学生が来るから、同じ体験を提供しても相手にも飽きられないし、こちらも飽きないです。

学生が失礼な言動をとってしまうなど、ヒヤヒヤするタイミングはめちゃくちゃあるんですよ。基本的には、事前学習として来る前に授業を行うので、気になることがあれば事前にフォローを入れています。

お互い悪意なくトゲのあることを言ってしまうかもしれないですが、傷ついてほしくないですよね。誰かのモヤっとした様子が見えたら、距離を空けさせるようにしています。常に両手両足を動かせるよう、当日は何もしないことを心がけています。

受入が終わってから反省会でしっかりと話し合うので、やる気がない学生がいれば「体験にのめりこめるようにしよう」など、前向きな方向にもっていきます。毎回アンケートをとって、良いことも悪いことも共有しています。

― あえて当日は「何もしない」のですね。

良い体験ができれば自然と未来につながっていくので、当日私が何かする必要がない状態が理想です。はじめは何もしていないことを気にする方もいましたが、「動けるときに動ける必要があるので」と伝えて理解してもらっています。

― 学生に期待することは何ですか。

私が期待するのは「当事者になってほしい」。体験して、感動して、学びにつなげていく。それを周りに伝えることで、参加者から関係者になってほしいですね。移住の手前にも、地域課題の解決策はあるんじゃないかなと思っています。

協議会の人たちは、大学生に地域の魅力を教えてほしいと思っています。「こんな町なんもねんだ」と言いながら、町のことにはめちゃくちゃ詳しいので、自慢げに話すんですね。学生と交流する中で、「もっとこんなことをしたい」「もっとこんなことを知りたい」という思いを、私も引き出していきたいです。

― 今回の活動を通して、新しい「関係者」が生まれています。

できれば、自走してほしいですね。今回来てくれた学生がスタッフとして、新たなプログラムを企画・実施する。学生からの企画を協議会と調整し、できるものを行い、新たに来た人が次のツアーを企画するような流れがつながっていけば、糸車のようにつながりが広がっていって、太い関係性ができていくのではないかと思います。

集客が課題で、解決するためには、友達を連れて来てもらうのがいいのかなと。来るたびに連れてくる側の学生も愛着が高まっていくと思います。そうなると、コーディネーターが私じゃなくても良くなるかもしれません。コーディネーターをやめたいとは思っていませんが、できることが増えていきますよね。

― 持続可能な農泊地域とは何だと思いますか。

お客様が関係者となって、新しい関係者を連れてくることですね。細い糸が紡ぎ合っていくような。

こちらの無理を減らしていくことが大事で、受入は自信をもってできるのですが、集客がどうしても負担になるので。案内するのは地域のことを知っている人の方がいいじゃないですか。参加者が関係者になって、次の参加者を連れてくる循環型の農泊で、関係人口を増やしていきたいです。

5

03 みのぶ農泊地域連携協議会

750年の仏教文化体験×精進（ヴィーガン）料理×本物の日本体験ができる農泊

創建750年以上の歴史をもつ「日蓮宗総本山身延山久遠寺」の門前町として多くの宿坊が立ち並び、「幻の大豆」と呼ばれる「あけぼの大豆（GI認定）」を活かした精進料理も体験できます。日本の伝統文化を体験できる地域としてヴィーガンやベジタリアンを含む海外の方からも好評です。

山梨県身延町
http://minobu-navi.jp/

概　要

伝統的な宿坊に泊まって、仏教文化や日本文化、地域の食など様々な体験ができまることから、本物の文化を体験できると人気になっています。「あけぼの大豆」や身延山が育んだ精進料理など、地域の農業や食の魅力を体験できるプログラムの開発・提供にも取り組んでいます。

メンバー

みのぶ農泊地域連携協議会

- 株式会社鶴林精舎
- 覚林坊
- クレアシオンファーム
- みのぶゆばの里とよおか
- 地域の宿坊　・食・農関連団体等

連携：巨摩地域まちづくり協議会 合同会社 お寺のちから

沿　革

2019年　みのぶ農泊地域連携協議会設立
　　株式会社 鶴林精舎 設立
2021年　古民家オーベルジュ「えびすや」開業
2022年　「あけぼの大豆」が文化庁「100年フード」認定
　　GI（地理的表示）認定も受ける

写真提供:みのぶ農泊地域連携協議会

Interview 話

株式会社鶴林精舎
樋口 純子様

創建550年の宿坊「覚林坊」の大黒（女将）を務める傍ら、「鶴林精舎」を起業。仏教文化の活用に取り組む。

クレアシオンファーム
小川 貴志様

「相手の顔が見える仕事がしたい」と農家を目指し、国家公務員を退職して移住・就農。あけぼの大豆等の生産を行う。

― 農泊に取り組んだきっかけは何ですか。

（樋口）寺町の活性化のためには、お金を出し合ってできることに限りがあり、補助金を活用した取組が必要でした。

　私は1日の8割を厨房で過ごすような暮らしでしたから、食に特化した観光に取り組みたいと思っていました。その頃、小川さんのような新規就農者の悩みも耳にしていたので、それぞれが持つスキルや考えを活かして何かできないかと考え、農泊協議会を設立しました。

　しかし、実際にカタチにしてツーリズムにするのは難しいです。コロナもあって1年ごとに環境が変わっていく中で、少しずつ活動してきました。

　小川さんの作ったあけぼの大豆を、宿坊に泊まった国内外の方に召し上がっていただき、今度は小川さんの畑に行ってみようと思ったりといったつながりがあると良いなと考えています。

　それぞれの人生の輪がどこかで重ねれば、できることがあると思っています。上では涼しい顔をしながら、下では走り回って、白鳥のように頑張っています。

　移住しても食べていける小川さんのようなロールモデルが、ちゃんと花開くと、都市部で悩んでいる方の移住促進につながるのではないかと考えています。一緒に夢を見られればと思います。

（小川）農作物をつくって販売するだけではなく、体験を通してお客さんの顔が見える形で、農業の新たな付加価値の提供をしたいです。その中で観光と融合できているのが新鮮ですし、農業の価値の新しい発信の仕方になると思います。自分にも収益が出るという結果にはこだわった上で、取り組んでいきたいです。

― 樋口さんと小川さんが出会ったきっかけは。

（小川）共通の知り合いがいて、移住前からお会いしていました。えびすやの改装工事中だったので、農泊協議会の事務などを手伝うようになりました。

　農繁期と観光のピークが重なってしまうのでカフェに関わることはできませんでしたが、今も農作業の合間に事務作業を手伝っています。

（樋口）宿坊ではお客様を急遽ご案内することもあり、予定が立てにくい時があります。小川さんにはいつも助けてもらっています。

― 移住・就農し、農泊にも関わってみて、いかがですか。

（小川）誰が買って誰が食べたかわからないよりも、お客さんと顔が見える関係を構築していきたいと思っていました。

　自分と一緒に体験するのが一番なので、それが実現したのはよかったです。体験する前と後で表情が変わるのを見ると、「自分がやりたかったのはこれだ」と感じますね。

　新しい価値の提供ができていると思います。

― 覚林坊では、海外のお客様が非常に多いのが特徴です。

（樋口）ターゲットは日本人に限らず、海外からも私たちに会いに来てくれるのは嬉しいです。

　今朝のお客様も、ある動画を見て「お寺の奥さんはこんなに大変なんだ」と感じて、目的地を変えて身延に来てくれました。ここにいながら、フランスやドイツへ発信ができるのはすごいことじゃないですか。

　コロナ禍で、お金がないながらも、日本に住む外国の方などに来ていただいて、プロモーションに取り組んでいました。インバウンドの回復によって、どんどんお客さんが来ています。周りの宿坊では受入を不安に感じる場合もあるようですが、私は「やってみて、問題が起こったら改善する」と楽天的な思いではじめて、今どうにかなっています。

― 海外の方には、何が喜ばれているのでしょうか。

（樋口）「閑」の雰囲気や、ホンモノの自然と歴史がありホンモノの建物が建っていると思っていただけることが、良いのだと思います。私たちから見れば、商店街がさびれて恥ずかしく思う時もありますが、それも含めて日本の地方の現実を知ることが、旅の面白みになっています。

　ある方から、人がくつろぐ空間は環境になじむように作ってほしいと言われました。門前町に建つえびすやは環境になじみ、とっても心地よく過ごせたと言ってもらえました。

　これから色々やっていく中でも、地域の環境は守っていきたいですね。

　昨日も、京都に行くのをキャンセルして身延で延泊して帰国された方がいらっしゃいました。旅の最後でお疲れになっていたのもあると思いますけれども、京都だけでなく身延にも豊かな文化資源があることを知ってもらえたのかなと思っています。

― 海外の方を受け入れるコツはなんですか？

（樋口）私たちは昔ながらの宿坊ですから、鍵がかからない部屋もあるのですが、クレームになったことはありません。和室にふわふわのお布団があれば十分。宿坊は体験なので、あまり設備は問題になりません。

　スタッフには、お客様と話せるチャンスは3回しかないと伝えています。チェックインで親しくなり、夕食でさらに親しくなり、チェックアウトで別れるのが寂しくなるおもてなしを心がけています。言葉がうまく話せなくても、にこやかに接して、わからないことがあればすぐに報告すること、頼まれたことを忘れずにすることが大切です。

　スタッフと仲良くなれば、悪いクチコミを書かなくなります。滞在中にもし悪いことがあっても、クチコミを書く前に本人に伝えてもらえます。さらに、帰り道ですぐにInstagramをフォローしてくれたり、帰りの電車の中で早速投稿してくださる方もいらっしゃいます。

　田舎のおもてなしをすればよく、高級ホテルのようにする必要はありません。スタッフには、「女将だったらどのようにおもてなしするか」を常に意識してもらっています。

― 活動が特に勢いづいたと感じた場面はありますか。

（小川）えびすやの開業は大きかったです。今まで一棟貸しの宿泊施設はなかったので、新しい宿泊施設ができたことでできることも広がりました。

（樋口）鶴林精舎という新しい会社を作って、融資を受けながら取り組んでいます。

　会費を集めてイベントを打つだけのお遊戯会のようなことではなく、今年よりも来年、来年よりも再来年と、インバウンドをどんどん呼び込もうと必死になっています。私たちの渦に小川さんが巻き込まれていって、人が集まっている。小川さんのところに問い合わせがきて、うちに宿泊を頼まれるような関係になると良いですね。

― 地域のとらえ方も変わってきていますか。

（樋口）地域の子どもには期待しています。社会科の授業で「食や職業を知る」というプログラムがあり、外国のお客様を受け入れるとはどういうことかなどをお伝えしています。子どもたちはとっても良い反応で、授業の後にお母さんと会うと「今度覚林坊でご飯を食べに行こう」と、ご家庭の中で話すこともあると言います。

　若い人にうけることも大事だと思っていますが、こうした純和風のものを良いと感じてもらえるのは、すごく嬉しいですね。

　他の地域からも、大学生が研究で訪れることもあります。私たちがやっていることに興味を持っていただけるのは、喜ばしいことです。

― 持続可能な農泊地域とは何だと思いますか。

（樋口）私には高校生の子どもがいます。鶴林精舎に入社したいと言われたら、胸を張って勧められるようになりたいです。お母さんの立場では「東京で進学・就職して修行をしてきなさい」と言ってしまうのではないかと思います。

　会社の規模だけでなく、付加価値で「あなたには似合っていると思うよ」と言ってもらえる企業にしていきたいです。企業だけでなく、農泊協議会としても同じです。規模の大小ではなく、やっていることの面白さで人を惹きつけられるようになればと思います。

― 小川さんの今後の目標は。

（小川）なりわいとして一人一人が持続できているのが必要だと感じます。農業が自分たちのなりわいになると感じられ、地方でも不安に感じることなく暮らしを成り立たせることが持続可能と言えるのではないかと思います。

　地域には様々な仕事がありますが、それぞれがしっかり利益を出せば、地元から出ていきたいと思う人が減っていくでしょう。都会にはない魅力に気付くことが大切ではないでしょうか。

　稼げることが分かれば農業の魅力の向上につながります。色々な人に、地域の農業の良さや自然と触れる心地よさを感じてもらえれば、仕事として農業に取り組んだり移住したりだけでなく、関係人口や遊びに来てくれる関係も考えられます。まずは都市部の人が関わるきっかけを作っていきたいです。

04 （一社）南丹市美山観光まちづくり協会

かやぶきの里をともに守り伝える農泊

「美山かやぶきの里」を核として、古民家を改装した宿泊施設や農家民泊などで地産地消の食事を楽しめます。国連世界観光機関（UNTourism）のベストツーリズムビレッジに認定されるなど、来訪者と住民が共に守り育てる地域づくりが、国内外から高く評価されています。

概　要

「日本一の田舎」を掲げて、かやぶきの里の景観や里山の自然環境などを活用したエコツーリズムに取り組んでいます。
美山DMOでは、着地型旅行商品の造成・販売、教育旅行の受入などに取り組みながら、持続可能な観光地域づくりを進めています。

メンバー

（一社）南丹市美山観光まちづくり協会

・観光事業者　・農林漁業者　・住民団体
・自然体験活動 支援団体

連携団体

（南丹市美山エコツーリズム推進協議会

・南丹市　・協力団体
・オブザーバー（大学・行政・地域団体）

沿　革

2010年　南丹市美山エコツーリズム推進協議会設立
2016年　エコツーリズム推進協議会と観光協会が一体となった「南丹市美山観光まちづくり協会」設立
2021年　美山観光ビジョン2021を策定
　　国連観光機関（UNTourism）「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」に認定される

写真提供：（一社）南丹市美山観光まちづくり協会

Interview

話

（一社）南丹市美山観光まちづくり協会
事務局長　青田 真樹様

兵庫県出身。教育・観光に関する非営利組織等を経て、立ち上げ時に美山DMOに参画し、マネジメント業務を中心に活動を行い現在に至る。

（一社）南丹市美山観光まちづくり協会
コーディネーター　井本 環様

美山の隣町の京北町（京都市）出身。2020年に美山DMOに転職し、農泊のコーディネーターを務める。

― 美山に関わるようになったきっかけは。

（青田）美山に関わりだしたのは2014年からで、地域の起業支援などを行ってきました。エコツーリズム推進全体構想が環境省に認定され、森の京都DMOが設立される時期でした。

2017年くらいから美山に住み始めたので、3年ほどは京都市内から通っていたんですね。よく通っていたと思います。

（井本）私は京北の出身で、高校から京都市内に住んでいたんですけど、暮らしが肌に合わなくて、いつか農山村で住みたいと思っていました。大学を卒業してすぐに田舎で働くのか、一度都市部で就職して経験を積むか迷っていましたが、当時の事務局長の高御堂和華さんに「一度は都市部で働いた方がいい」というアドバイスをもらって、京都市内で就職をしたんですけれども。

大学4回生のときにインターンに来させてもらって、魅力ある仕事だな、いつかここで勤めたいなと感じていました。空きが出たら募集してくださいと伝えていて、2020年の夏ごろに声をかけてもらいました。

― 地域の変化をどう感じていますか。

（井本）コロナ真っただ中の就職だったので、当初はお客さんの入りがすごく穏やかでした。コロナが明けてからインバウンドを含めてすごく動き出して、今かやぶきの里では外国語の方が聞こえてくるくらいです。こんな山の中にも世界中から人が来るのだなぁと思いますね。

コロナ禍では地元の人と話して関係性を築いたり、町内をめぐったり、受入再開に向けた準備ができたかなと思います。今就職してきたら、ここまで丁寧にやれなかったなと思います。

（青田）コロナ明けからは担い手の減少を自覚しています。来た時から比べれば、ほんとにまずい状況だと思います。南丹市に合併後、毎年100人ずつ美山町の人口が減っているので、10年で1,000人以上減っているんですね。65歳以上が約50%となり、当時の取り組みの中心だったが皆さんが、一線を退いていかれておられます。

事業活動も、地域のコミュニティ活動、農泊でも重要となる景観や昔ながらの暮らしぶりなど、そうしたものをどうやって維持するかは大きな課題です。

全体的には大きく変わらないと思っていたのですが、同じメンバーでやってきたので徐々に年齢が上がってきているのは感じますね。

― どのように地域の方と関係を築いているのですか。

（青田）一人の生活者として住民の方と話すことは多いですし、地域のイベントには顔を出すようにしています。出会った人たちとは丁寧に関わろうと思います。地域の役なども務めているので、良好な関係ができているかなと思います。

田舎での暮らしは社会関係資本があると思います。たとえば、私の家は薪で暖房や給湯をしていますが、倒れた木をもらったり、「余ったから持っていき」と薪をもらえたりと、暮らしの豊かさにも繋がっています。

そうした会話の中から、DMOの仕事も知ってもらい、私たちのことも受け入れられていると思います。前の代表も「人との関係がとにかく大事だ」「地域にもっと入っていけ」と言っていましたが、そうしたことの先にあるものが観光地域づくりだと思います。

（井本）商品を造成するのも地域事業者や住民との丁寧な打ち合わせが不可欠なのだと感じました。誰のための観光か考えないといけないよ」と和華さんがいつも言っていて。私も、地域にお金が落ちる仕組みや、地域の負担にならないやり方が必要だと考えています。商品造成に限らずイベントでも地域の人の暮らしを大事にしなければいけないと感じます。地域の方は私の祖父母と同じ世代の方もいるんですけど、DMOにもご理

― DMO（観光まちづくり法人）として活動していますが、観光まちづくりに求められることは何でしょうか。

（青田）まずは観光をしているということ、関わった人や地域のマイナスにならないことをしていると、知ってもらいたいですね。「こんなこともお願いしたら解決してくれるんじゃないか」などと感じてもらえるのが一番だと思います。

DMOは半分公共的、半分民間な組織で、地域の困っていることを解決できる組織は他にありません。外のニーズと地域のニーズをマッチングさせ、お互いの考えが伝わるように翻訳するのがDMOだと思っています。

外の人には地域の論理を知ってもらいたいですし、中の人にはお客さんの都合も知ってほしい。地域の側の考えだけでは産業にならないので、翻訳家やインタープリターのような役割が必要だと思います。

―「翻訳」に求められることは何でしょうか。

（青田）受入側が送り側も見に行くことが重要だと考えています。送り側の事情を実際に見て学ぶ機会があって、体験した人たちが地域の中で話し合うと、説得力や感覚が違います。

第三者からフィードバックをもらうことが受入に関わる住民や事業者の質を担保することにつながると思っています。

（井本）顔を合わせないと伝わらないことが多いと思っています。地域の要望と、旅行者の要望とのバランスが難しいです。美山町は広くて、まだ出会っていない事業者さんもいるので町中出かけたいですね。

― 美山と言っても広いので、まとまるのは難しそうです。

（青田）「まとまらんでええやろ」とは思うんですけど、どうやって見せるかのブランディングの部分が大事で、それが「DMO」の「M（マネジメント）」だと思います。いろんな人が面白いことをやっていて伸びていくのが良いと思っているのですが、「その中でここは守ってほしい」という部分をどうするか。共通の言語や価値観でつないでいくことが重要だと思います。

何を基軸にするかが難しいと思っていて、総論では皆さんOKでも各論が違うので、話し合いを重ねていく必要がある。

短期間に判断してPDCAを回していくこともビジネス的には大事なんですけど、扱っているのはモノではなく人の価値観や暮らしなので、時間がかかりますよね。

― 観光の仕事をしていない住民との接点は、どのように持っていますか。

（青田）観光地づくりをしようとしてきたわけでなく、結果的に観光ができたのかなと思います。

「日本一の田舎」とか「田んぼは四角く、心はまるく」とか、色々な言葉がありますが、「豊かな地域にするために観光をしていきましょう」という目標があって、地域の資源を活用しようと思っています。「守り貸す」という言葉が使われていて、景観・風景・自分たちが大切にする価値観を守っていく必要があると思います。

― DMOとしてどのように地域を守っていきますか。

（青田）経済的に守っていくことに貢献ができていればと思います。私たちが直接作業をするのは限界があるので、人やお金で還元することかなと思います。

2021年に作った美山観光ビジョンでは「人の仕事を作る」「住む人を増やす」の2つを大きなゴールに掲げ、観光をなりわいとして所得を増やし、雇用を増やすことを考えています。景観を守る担い手である住民を増やせば、守っていける確率が上がっていくかなと思います。

― 集落ごとの観光への濃淡をどうとらえていますか。

（青田）観光をやるかどうかは地域の選択だと思います。あまりやりたくないところもあって、全員から手が上がるわけではありません。

見せたいものがあって、やる人がいてはじめて観光になっていきます。全体をボトムアップしていくのは難しいので、どうマネジメントするかが重要です。DMOも人やお金、時間などの資源があって、条件ができたところからやっていくと思います。

― 農泊は、美山のまちづくりにどう関わっていきますか。

（井本）どうしても人口は減っていくし、家の数も限られている。人口が減っていく中で地域を守らなければいけないので、DMOは関係人口を増やすことが必要だと考えています。

そこで、地域住民だけでは手が足りないイベント運営や茅刈りなどに参加するサポーターを募集してきました。地元の中で完結させずに、文化を継承していくことを大事にしながら、来ていただいた方も何度も足を運ぶ場所にしていきたいです。商品造成も、再訪を促せるような仕掛けを考えています。景観を見るだけでなく、体験や交流につなげるアプローチが必要だと考えています。

（青田）様々な稼ぐ手段の一つに農泊があると良いと思います。農村の景観を維持するには、地域出身の方（Uターン者）が重要だと思います。農泊が稼ぐ手段の一つになり、地域に戻る方が増えると良いですよね。

大規模な投資をせずに地域にあるものを活用できるのは農泊の良いところです。DMOが集客を支援するといった好循環を続けていきたいです。

05 太田川流域農泊振興協議会

学び、感じて、繋がる お寺から始まる 心を満たす農泊

創建1200年のお寺を「Temple Hotel 大泰寺」として再生させ、熊野古道の巡礼や、地域の自然・食・文化体験の拠点になっています。この取り組みを無人化した住職不在の無住寺院に広げ宿坊として再生し、新たなコミュニティや防災の拠点を地域に生み出すことを目指しています。

和歌山県那智勝浦町

https://otagawa-life.jp/

概　要

住職不在の無住寺院を宿坊として再生させ、地域コミュニティの拠点や災害時の避難場所としても維持していくことを目指しています。
Temple Hotel大泰寺・Temple Camp大泰寺を皮切りに、地域の農業者・漁業者・住民などと一緒にお寺の活用を進めています。

メンバー

太田川流域農泊振興協議会

- (株)al Stay in KUMANO
- (合)WhyKumano
- 宿泊事業者
- 飲食事業者
- 農業者、製炭事業者、農協・漁協

連携

町・観光協会
交流センター太田の郷
漁協
シェアウィング
ほか

沿　革

2019年　Temple Hotel 大泰寺 開業
2021年　太田川流域農泊振興協議会 設立

写真提供:太田川流域農泊振興協議会

Interview

話

太田川流域農泊振興協議会
会長　西山 十海様

英語教師から大泰寺の住職に転職。株式会社al Stay in KUMANOを設立し、お寺を活用した事業にも取り組む。

― 大泰寺の住職になったきっかけは。

隣のお寺で生まれ育ったのですが、急遽引き継ぐことになりました。大きなお寺なので、人を雇って手伝ってもらわなければ維持できません。今は一人でできるとしても、檀家さんは減っていくし、自分も歳を重ねたら体力が落ちていきます。

まずは人を雇える経営を目指すことにしました。

― お寺の活用にあたり、観光に着目したのはなぜですか。

自分の英語のスキルを活かして何かしたいと考えていました。熊野古道では外国からの観光客が増えており、チャンスだと感じていたこともあります。大泰寺の目の前に熊野古道が通っており、那智勝浦町の市街地に泊まる方が多かったので、少しでもうちに来てもらえればと思いました。

日本の地方部では言語が通じないことが多く、自分が感じた疑問を解決できないなど、外国人観光客の方はコミュニケーションに関する不満を抱えていました。私は英語で仏教や文化の解説ができるので、旅行者のニーズにマッチしたのだと思います。

インバウンドに限らず、お寺を訪れる方が増えればと考え、RVパーク*や、川を水風呂に見立てたテントサウナなど、色々と取り組んでいます。

― 日本文化に関心のある外国の方が来ているのですね。

神社とお寺の違いなど、日本の宗教観について聞かれることが多いですね。日本人以上に禅に詳しい方ばかりです。

禅問答の体験を行うと、日本人では「名前は知っているけど詳しくは知らない」という方が多いですが、外国の方では内容を知っている方もいます。

＊RVパーク＝日本RV協会が認定する、快適に安心して車中泊ができる場所。

― 農泊協議会が設立されて4年目になりました。地域の人たちとはどのように連携していますか。

総会を開くと、地域の様々な人が集まり会話が生まれています。たとえば、今までは大泰寺で食事の提供が難しく、周囲にも飲食店がないため、冷凍食品を置いていました。すると町内の飲食店の方が、「せっかくだから地域の食を楽しんでほしい」とBベジ（B品）のほうれん草の胡麻和えや、マグロの塩焼き、熊野牛の牛丼などの冷凍食品を作ってくれました。

彼女にとっても、店にお客さんが入らない時に加工品を作って売ればプラスになりますし、農家さんにとっても今まではなかなか売れなかったB品を活用できるとプラスになります。

― 宿坊と農漁業体験の組合せはいかがですか。

大泰寺では1泊2日の滞在が多く、仏教文化の体験を目的に来る方が多いので、お寺の中でできる体験が人気ですが、いちご狩り体験など様々な体験を整備しています。

現在は日帰りの体験と宿泊で客層が分かれてしまっていますが、連泊を促すことで宿にとってもメリットがありますし、地域でできる体験に参加してもらえるチャンスにもなると思います。連泊ができれば、本格的な禅問答の体験など、じっくりと時間をかけて仏教文化も学べます。地域で宿坊を増やしているところなので、連泊に適した宿が増えれば、そうした体験をより多くの方にしていただけると考えています。

いちご狩りは非常に人気の体験ですが、田植えの時期と重なりこれ以上受入ができないという課題もあります。今後は、農泊協議会やal Stay in　KUMANOでスタッフを雇い、地域の農業者や事業者に派遣する仕組みにも取り組みたいです。

― 協議会の話し合いから具体的な取組につなげるコツは。

「交流センター太田の郷」という拠点があることが大きいですね。農泊に取り組む前に地域でNPOを作り、廃校を活用して様々な取組を行ってきました。

地元の方が思いをもって作った団体・施設なので、濃厚な関わりが生まれていますが、集客力が弱かった。私たちは集客力はありますが、地域との関わりが薄かったので、補完し合っているのがよかったと思います。

太田の郷には加工所もあるので、境内でとれたタケノコを加工してお客様に提供したり、お土産として販売したりしたいですね。加工所を自前で持つことは難しいので、自分たちでできないことを互いに補っています。

地域の方々も、協議会で活動するメリットを少しずつ感じているのではないかと思います。

― 地域外の人とも、強み・弱みを補完しあっています。

シェアウィングさんには、大泰寺の予約対応と販売をお願いしています。もともとはAirbnbに掲載して自分で問い合わせ対応をしていましたが、海外から深夜にも問い合わせが来るなど、対応が難しくなっていました。

大泰寺改装のクラウドファンディングに協力していただいた方から、予約対応や集客を外部に任せた方が良いのではないかというアドバイスをもらいました。その方が複数の会社をあたってくれて、シェアウィングさんを紹介してもらいました。

シェアウィングさんには、自分たちではついつい安くしてしまう値付けを客観的にアドバイスしてくれます。時期に応じたプランや料金の設定などもきめ細かく対応してくれています。

町内の他の民泊施設も、集客は地域外の企業に依頼しています。

― 地域でできることと、外に頼ることの見極めは。

民泊の集客をしてくれている会社はタイに接点があり、タイからの誘客も目指しているところです。こうした人の入口になるのは地域外の企業の強みではないかと思います。

他のお寺からも相談がありましたが、「まず企業とマッチングすることが大事だ」とお話ししました。和尚さんはビジネスの経験がないので、自分でイチから事業を起こすことが難しいです。今なら企業も、お寺が活用できることをあまり知りません。

まずは、地域外の企業に向けてお寺にチャンスがあるということを知ってもらいたいと思います。ある程度軌道に乗ると一気に進んでいくと思いますが、エビデンス（成功事例）がないと企業も踏み出せないと思います。収益をしっかりあげて、取組の過程も整理し、実績を積み上げていきたいですね。

― お寺を活用する難しさは何でしょうか。

全国には2万軒近い無人化したお寺があります。地域の心のよりどころであるだけでなく、災害時の避難場所になるなど、地域に必要な場だと考えています。しかし多くの檀家さんは、法事などがなければあまりお寺に足を運ぶことがないため、課題に気づきにくいと思います。

他のお寺から大泰寺に和尚さんが来ると、まずその広さに驚かれますが、地域の方にとってはそれが当たり前になっています。地域の方とお寺との関わりを増やしていきたいですね。

訪れた方が地域の人とふれあう機会が増えて、外から来た方に地元の人が褒めてもらえる機会を増やしていきたいです。

― アイデアの源泉は何ですか。

教えてくれる人、手伝ってくる人に恵まれています。教えてもらって「やってみよう」という感じです。キャンプ場やサウナも、友人から勧められて始めました。

課題や目指すことなどを色々な方に相談してみること、最初から諦めたり否定したりせず、まずは可能性を考えてみることが良かったのかなと思います。

― 持続可能な農泊地域とは何だと思いますか。

ある地域ではトップクラスのガイドは年収が1000万円を超えるのだそうです。稼げる仕事になれば、募集せずとも人が集まって来ます。そのような姿が持続可能だと考えています。

薄利多売では疲弊していくので、高付加価値化が必要です。富裕層だけを相手にするのではなく、もらうところからもらうことが必要です。

奈良県山添村に、村長の家を改装して農泊を行っている「ume, yamazoe」という宿があり、高単価・高稼働率で山間地域で稼げるモデルになっています。

オーナーさんのご家族に障がいのある方がいることから、年に1回障がいのある家族を無料招待するHAJIMARIというプログラムを始めました。このように、稼ぐことで社会貢献もしやすくなるのではないかと考えています。

適切な値段設定とそれに見合った商品造成により、人が集まると自然とアイデアが出てきます。それらを形にしながら、持続できる地域コミュニティを作っていきたいですね。

01 遠野ふるさと体験協議会

多様な世代が「ありのままの遠野旅」を体験できる農泊

ロードマップ

教育旅行受入に取り組む農泊地域のモデル転換を目指し、「遠野旅の産地直売所」を活用した個人旅行者の受入や、視察・研修の受入などを通して、農泊の高付加価値化や新たな農泊実践者の巻き込みによる経営強化を目指しています。

	これまでの取組	これから目指すこと
農泊の取組	• 2005年から教育旅行の受入を開始、現会員は100名。民間団体として経営を自走している。2019年に「遠野旅の産地直売所」を開設し、農泊や体験型まち歩きやサイクリングツアー、日帰り体験等を提供。 • 地域の所得向上につなげ、無理をしない受入を続けることで、移住者やセカンドライフのなりわい創出にもつなげている。	• 「遠野旅の産地直売所」を中心に高付加価値コンテンツの提供を通して地域経営を強化し、持続可能な農泊に取り組む。 • 市全体の消費額増・適正価格での取引を農泊事業が牽引するとともに、新規開業者や協力者を中心に人材の育成に取り組み、生きがい創出や所得向上につなげる。
農山漁村地域への貢献	• 一般旅行者や研修視察、合宿免許との組み合わせ、大学生やJICAの職場実習の受入等、持続可能な地域活性に貢献する市場を開拓してきた。 • 農的な暮らしを楽しむ「ありのまま」を体感させることで、所得向上と誇りの醸成につなげ、地産地消や担い手不足の解消、多様な活躍の機会の創出などに寄与している。	• 持続可能ななりわい・いきがいとして遠野に住むことを誇りに思う担い手を増やし地域活性化の効果を高める。 食材・飲料を地域で調達できる仕組みを整え、食材ロスを減らし適正な取引を進めることで、生産者の所得向上を強化。 高付加価値コンテンツの販促とプロモーションを継続する。

今年度の取組

① 研修会の開催　2024年11月

台湾からの教育旅行受入に関する研修を行い、受入家庭30人が食の多様性などに関する理解を深めました。

教育旅行の受入に特化した体験民泊もあるため、研修会が協議会の会員同士の交流や学び合いの場になっています。

県のインバウンドコーディネーターを務める台湾出身の講師に、食の多様性や家庭料理で対応できることなどを教えてもらい、「これなら受入ができそうだ」といった実感が持てました。

② ジビエツアーの開催　2024年12月～

ジビエの加工を行う事業者が新しくできたため、持続可能な社会について体験するきっかけになるツアーを造成しました。

ジビエ加工場も地域との接点を増やしたいと考えていたところだったため、見学の受入を快諾。夜に鹿が歩いている様子は、地域にとっては鳥獣害を思い起こさせるネガティブなものですが、都市部から訪れた方にとっては非日常の光景。

画像提供：認定NPO法人 遠野山・里・暮らしネットワーク

プログラム

- 遠野の文化と暮らしに関する解説（市立博物館）
- ジビエ解体体験（公民館の調理室）
- ジビエディナー（飲食店）
- ナイトサファリ（郊外）

鹿の解体作業を専門家の指導のもと体験

地域での宿泊を促す観点からも、“ナイトサファリ”として旅の最後に組み込みました。

参加者からは「普段できない体験ができた」「鳥獣害について考えるきっかけになった」と好評でした。

加工所の仕事を知ってもらうきっかけになったなど、地域の新たな資源の活用につながりそうです。一方で、ナイトサファリでは暗闇で素早く動く鹿を、参加者に見てもらうには工夫が必要など、新たな課題も見えてきました。

③ 旅の産地直売所 Web サイトの改修　2024年10月～2025年3月

2019年に設立した「遠野旅の産地直売所」のWebサイトを、個人の旅行者を対象とした情報発信の手段として磨き上げるため、伴走支援専門家のアドバイスを受けながら改修しました。

遠野では3つのプログラムを提供しており、来訪者の目的に応じてこれらを組み合わせた過ごし方を伝えることが課題となっていました。

まちぶら	さとぶら	農家民宿
• 遠野の町の魅力を体験する	• 遠野の農業や田園風景を楽しむ	• 遠野の暮らしを体験する

また、遠野を訪れている・呼び込みたいターゲットを整理し、今回改修するWebサイトは特に若者向けに活用したいと整理しました。「遠野」は聞いたことがあっても、どんな体験ができるのかわからない段階の人にアプローチすることを目指し、「遠野の暮らし」が伝わる構成としました。

◆Webサイトの工夫したポイント

アイキャッチ（サムネイル画像）
効果音をつけるなど、体験の様子や雰囲気が伝わる構成にしました。

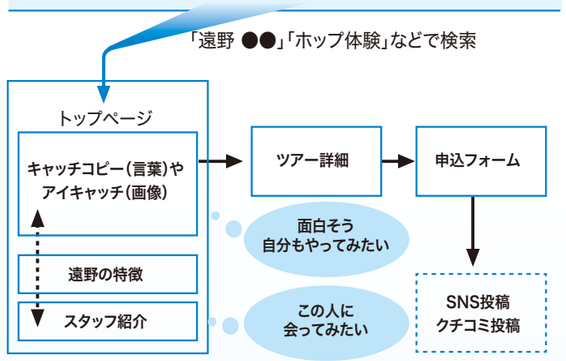
問合せフォーム
ボタンを目立たせ、気軽に問い合わせができるようにしました。

ツアータイトル
地元のガイドがオリジナルな体験を提供するという強みが伝わるよう、どんな気持ちになれるかなどが伝わるキャッチフレーズをつけました。

最新ニュース
改修によりスタッフが更新しやすくなり、季節の情報や期間限定のツアーなどを紹介しやすくなりました。

スタッフ紹介
遠野を熟知したスタッフがコーディネートやガイドをすることを強みとして、人柄が伝わるページを作成。

ターゲット層	情報接点
学校（教育旅行）	● 学校からのリピート利用 ● 旅行会社・県からの紹介
企業（視察・研修）	● メディアやセミナーなどで興味を持ち、Webや電話で問合せ
個人旅行者（シニア）	● 県内在住などで元々遠野を知っている方が興味を持って問合せ
個人旅行者（若者）	● 「遠野」という言葉を聞いて興味を持ち、WebやSNSで情報収集



当初のWebサイトはおしゃれな構成でしたが、伴走支援専門家が現地を訪れた印象から、人とのふれあいや方言など、地元ならではのものを大切にして、現地の様子が伝わる方向性にしました。「遠野でしかできない体験を売り出していこう」と方針が定まってからは、スタッフが実際に体験したり、ガイドをしたりしたときの経験を出し合い、体験のキャッチコピーがどんどん思い浮かんできました。

新しいツアーを検討する際にも、どんな体験をしてほしいか、何が目玉になるかなど、キャッチコピーを考えながら企画することで、より魅力的なプランが生まれそうです。

体験メニューや新着情報など、Webページの更新方法・留意点をスタッフ間で共有し、今後はまめに更新していくことでさらに遠野の楽しさが蓄積されていくでしょう。

振り返り・今後に向けて

認定NPO法人　遠野山・里・暮らしネットワーク
マネージャー　田村 隆雅様

個人旅行者の視点に立って、遠野らしい農泊のあり方を検討し、親しみが持てるデザインでコンテンツや地域の魅力などをより見つけやすいWebサイトを構築できました。また、視察・研修の受入にも対応できるよう、問合せフォームの改善等も行いました。

今後は、「旅の産地直売所」という現地来訪での対応と、Webサイトによる情報発信や予約受付を通して、遠野に興味のある方がより深く地域の魅力を体験できることを目指していきたいです。FIT（個人旅行者）が少なかったのが課題だったので、今年度の取組を販売までつなげていきたいです。

地域でジビエや農泊などで起業する方が増えているので、新たな事業者と連携したコンテンツは今後も充実させたいです。

伴走支援者のコメント

(株)地域ブランディング研究所　代表取締役　吉田 博詞様

広島県出身。㈱リクルート等を経て、2013年㈱地域ブランディング研究所設立。全国の地方自治体や企業と連携し、持続可能に稼げる地域づくりを支援。日本の地域がもつ魅力を後世に残し、地域の文化・精神性を通して自己啓蒙につながる滞在プログラムの造成に携わる。インバウンドや地域活性化に関する専門委員を歴任。

支援にあたり、「遠野らしさとは何だろう」と考え続けていました。山里ネットの皆さんが遠野を愛していて、外の人にも知ってほしいと思っている熱量が印象的でした。チームとしても良い雰囲気で、和気あいあいとした中から旅のキャッチコピーなどのアイデアが生まれていきました。

また「個人旅行者」「若者」とターゲットを設定し、Webサイトの位置づけが明確になるとともに、実際に体験をしている様子が思い浮かびアイデアが豊富に出てきました。遠野では、既に個人の旅行者が訪れているからこそ、伝え方がすぐに見えてきたと思いますが、他の地域でもターゲットを明確にしてから取り組む点をぜひ参考にしてほしいと思います。

02 逢瀬いなか体験交流協議会

いなかのぬくもり、再び訪れたくなるつながりと貢献の農泊

ロードマップ

関係人口が新たな関係人口を呼び込む「貢献型旅行」を目指し、これまでの関係者との関わりを強化し、新たなつながりを生み出す仕組みづくりに取り組みました。

	これまでの取組	これから目指すこと
農泊の取組	• 農家民宿5軒・宿泊施設3軒・体験プログラム10軒で、首都圏の大学からゼミ研究等を受け入れ、関係人口を創出 • コロナ以降、郡山市内のファミリー層に日帰り体験を提供 • 地域の受入家庭を対象に料理講座を開いたり、単発のスタッフを募集し、協議会員の増加・受入体制強化を図っている	• 「貢献型旅行」として、既に関係人口になっている方と地域で一緒にプログラムを作り、新たな関係人口を呼び込むサイクルを作ることで、地域課題解決に寄与する人を増やす。 • プログラム作りや旅行後の交流により、一度訪れた方を関係人口に変える仕組みを構築する。
農山漁村地域への貢献	• 農業人材不足の解消に向け、収穫期の手伝いを確保したり、農業に対する関心を高め将来的な就農につなげる。	• 農業人材不足の解消に向け、収穫期の手伝いを確保したり、農業に対する関心を高め将来的な就農につなげる。

今年度の取組

① 東京で開催する マルシェへの出店　2024年11月

文京学院大学との関わりを活かして、文京区で11月に開催されたマルシェに出店しました。

学生の頃に逢瀬でのスタディツアーに参加した方や、今も参加している学生などが訪れ、野菜や加工品などをアピールしに来た地域の方との交流を深めました。

伴走支援専門家を通して現在逢瀬に関わっている学生へのヒアリングを行い、学生と地域との関わり方に対する課題や、学生の今後の関わり方の意向などを確認しました。

② SNSによる関係人口との ネットワークづくり　2024年12月～

これまでに様々な形で関わった関係人口との関わりを広げ、深めるために、SNSのコミュニティを整理しました。

ツール	対象者	目的
LINE	逢瀬を訪れたことがある方（各自で登録）	ツアー情報等の発信・問合せ対応
Facebook	逢瀬と関わっている方（地域関係者が招待）	地域の最新情報共有・交流

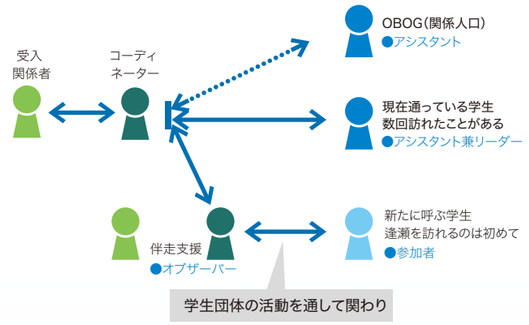
↓関わり【深】

③ 貢献型旅行の実証　2024年12月～2025年2月

学生から聞き取った課題をもとに、次の方向性で新たなスタディツアーを企画しました。

- 学生たちが内容を決め、準備を行う
- 長い日数滞在し、地域でじっくりと過ごせる
- 地域への貢献が明確になっている

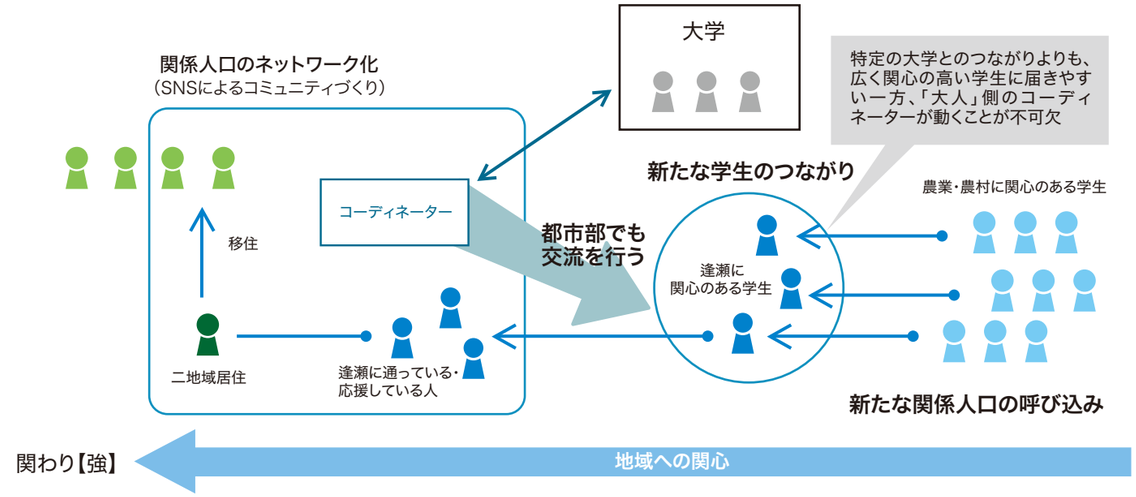
学生が春休みに入っている2月の開催に向けて、11月から準備を進めました。



多くの学生が利用しているInstagramにツアー募集の投稿を行ったほか、農業・食等に関心の高い学生への声掛けを行い、参加者を募集しました。参加者とは事前にやり取りを重ね、関心を高めてもらいました。

相手	確認事項	手法
OBOG（関係人口）	当日の流れ 手伝ってほしいこと	個別のLINEグループ等
現在通っている学生	学生が体験したい・学びたいこと当日手伝ってほしいこと	大学のメール・オンラインツール
新たに参加する学生	学生が体験したい・学びたいこと不安・気になること	Instagramのメッセージ機能（個別のやり取り）

◆貢献型旅行のイメージ



1月には都内で事前説明会を行い、逢瀬町の魅力や学べること、参加者/地域に期待することなどを共有しました。

逢瀬での体験に期待すること

- 雪国の暮らしが知りたい
- 自分のふるさととの違いを感じ取りたい
- 不便そうなイメージがある

当日のプログラムでは、半日または1日ごとに、地域の農家や住民の自宅で体験・手伝いを行い、夜の交流会で全員集まって振り返りを行いました。

プログラムは4泊5日で、逢瀬を何度か訪れている学生も、普段の実習やゼミ合宿等より長い滞在で、地域のことをより深く学ぶ機会となりました。

初めて訪れた学生からは、「生産者の思いが伝わった」「命の大切さを実感した」などの感想が共有され、長年受入をしてきた地域の方にとっても刺激となりました。

事後課題として夏の体験プログラムの企画を検討。訪問後もオンラインや都内での交流を続けることで、大学が異なる参加者同士や、地域と学生との関わりが続いています。

振り返り・今後に向けて

逢瀬いなか体験交流協議会 コーディネーター　中潟 亮兵様

逢瀬町の特徴は、OBOGのつながりが長く続いていることです。今後は地域と関わる学生の幅が広がるため、内輪感が出ないよう、コーディネーターを介して、地域の最新情報の発信や交流を続けていきたいと思います。

今回の実証を通して、学生が求める体験や交流を把握し、学びを引き出すコツをつかめました。無理なく学生の力を引き出す方法をこちらが勉強しないと、「期待と違った」「辛かった」といった感想になりうるといった課題が見えました。

今回のツアーは冬の開催でしたが、夏の様子はわからない学生がすぐに次のツアーの企画をするのは難しいかもしれません。状況を見ながら、地域や周囲の大人から情報提供を重ねることが、次の来訪につながると考えています。

伴走支援者のコメント

Ichido株式会社　取締役　小澤 航汰様

明治大学在学中に起業し、卒業後も複数社の経営に関わる。Ichido社では、福島県富岡町で花の酵母を使ったお酒の醸造などに取り組む。株式会社OReNAS代表取締役、（一社）日本マルシェ協会 代表理事。

地域の方々が望んでいることと、地域の担い手たちの状況次第で地域づくりは変わってきます。

学生の社会貢献をしたい気持ちを汲み上げ、活動がどのように地域に貢献しているのかを説明しながら、現地で細かくフィードバックすることで地域に貢献できているという実感が持てるようになります。　私たちが支援している他の地域でも、地域の方が目指すことを指標やプログラムに落とし込み、学びや成長実感など、定性的な効果との結び付けを意識しています。

地域が何を望みどうなっていきたいか。その要望に向かう筋道を設計することがまちづくりへの一歩だと思います。

03 みのぶ農泊地域連携協議会

750 年の仏教文化体験 × 精進（ヴィーガン）料理 × 本物の日本体験ができる農泊

ロードマップ

伝統文化を活用した高付加価値化を目指し、宿坊で提供されている文化体験の磨き上げや、地域ならではの「あけぼの大豆」生産者と連携した新たなコンテンツの造成などに取り組みました。

これまでの取組	これから目指すこと
農泊の取組 ・宿坊や一棟貸し宿泊施設に泊まりながら、料理体験・食事の提供（ヴィーガン・ベジタリアン含む）や仏教文化に関連する体験を提供。ドイツなど欧米を中心にインバウンドに訴求。	・仏教文化に関連する体験や食の体験等に、新たなプレイヤーを交えて、既存のプログラムの再整理・ストーリー化を通して高付加価値化する。 ・地域の宿坊が共通して体験を販売できるプラットフォームを整備し、宿坊の収益強化と体験の利用増をはかる。
農山漁村地域への貢献 ・GI表示や文化庁の100年フードなど、各種認証を通して地域の食材や食文化が評価されている。 ・農泊との連携を通して6次産業化に取り組んでいる。	・WWOOF（有機農家へのボランティア応募サイト）への掲載等を促し、農業の担い手不足解消に向けた支援を推進 ・あけぼの大豆に関する体験プログラムの磨き上げと受入時期を伸ばすことで、地域の農業・食文化に対する理解を促進するとともに収益化をはかる

今年度の取組

① インバウンド向けプロモーション映像の制作

2024年10月～2025年2月

インバウンド客の増加にともない、新たな言語への対応が必要になっていました。

- 英語…多くの訪日客に訴求できる（アメリカ・オーストラリア等を含む）
- ドイツ語…日本の伝統文化に関心が高い
- フランス語・イタリア語…食への関心が高く、精進料理を訴求できる
- スペイン語…中南米からの来訪が増えており、他地域に先んじて誘客することでニッチ市場で優位になれる

特にあけぼの大豆の栽培や、生産者の思いなどにもフォーカスし、食や仏教文化などの地域のキラーコンテンツに着目した新たな映像としました。

映像は字幕で多言語対応することで、複数の言語に対応しています。また、今後修正が必要になった際も、撮影した素材を組み合わせて比較的容易に対応できます。

今後は、旅行博等での放映や、関心を持った方が各国語で検索し動画にたどり着く動線を確保することで、動画視聴から来訪につなげます。複数の市場に地域からの発信でアプローチするのは難しいですが、各国からのインフルエンサーや一般来訪者がSNSで投稿することで、身延の認知度向上につながっています。SNS投稿を位置情報やハッシュタグなどで確認し、市場別の傾向も見えてきました。

写真提供：みのぶ農泊地域連携協議会

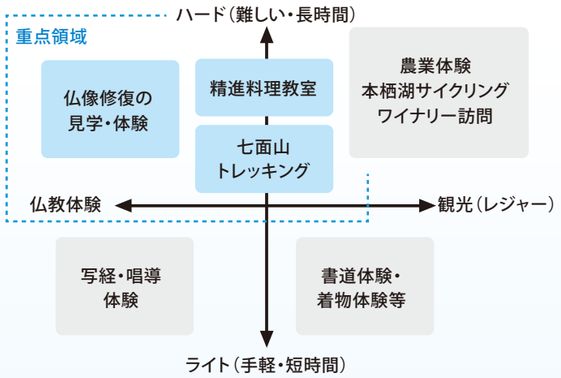
② コンテンツの再整理

2024年11月

みのぶ農泊地域連携協議会では、25の体験メニューを開発・提供してきましたが、多くが数千円台で所要時間1～2時間だったため、高付加価値化を模索していました。

身延の文化や食を気に入って連泊していく方が多いことに着目し、長時間のプログラムが有効と判断。既存の和文化体験や、精進料理のランチなども取り入れながら、あけぼの大豆産地の見学や農業体験、身延山の本格的な仏教体験なども検討しました。

移動手段の確保も課題でした。公共交通機関で来訪する方が多く、宿坊の内部や門前町で提供する体験と異なり、他所で提供する場合は足の確保が不可欠です。集合場所を決めてEバイクを貸し出すプランや、宿坊から体験場所へのタクシー料金込みのプランを検討しました。

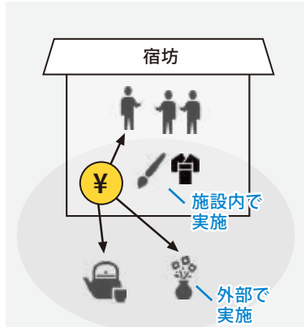


③ コンテンツ販売 プラットフォームの実証

2024年12月～2025年2月

既存のコンテンツを整理し、新たなコンテンツの方向性を確認しながら磨き上げに取り組みました。

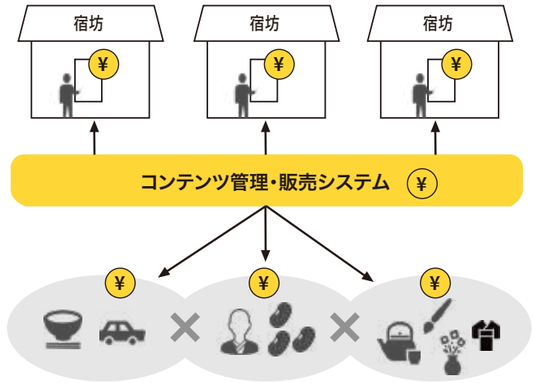
コンテンツの管理・販売を一元管理できるシステムを試験導入し、地域の収益もイメージしながら目標とする価格帯を検討しました。



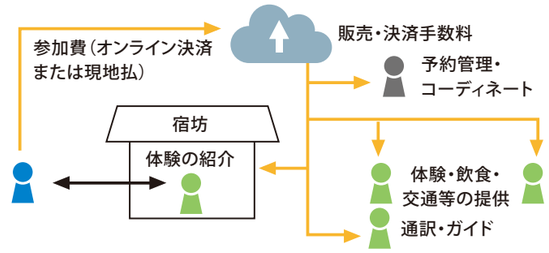
❶ 体験メニューの紹介
❷ その日/翌日できるメニューの確認
❸ 講師と個別調整
❹ 体験の提供
❺ 体験料の精算（外部で実施する場合）

❶ 来訪前や、複数の宿坊で販売機会を確保
❷ メニューの提供可能日をオンラインで可視化
❸ 体験の提供事業者とオンラインで調整
❹ 体験の提供
❺ 体験料の精算・販売元へのインセンティブ還元

高付加価値化により単価を上げ、農泊協議会と、販売元の宿坊それぞれに還元されるしくみ



農業や仏教文化など地域ならではの資源を活用し、昼食や交通と組み合わせるなど、滞在時間を伸ばすしかけ



地元のあけぼの大豆（GI表示）をふんだんに使った精進料理のランチと、写経体験等を組み合わせた半日のプランを試験的に販売しました。

＊予約サイトのイメージ（2025年3月時点の内容）

Webや複数の宿坊などに販路を広げると、インストラクターや施設の状況によらず予約が入るようになるため、安定した提供体制が今後の課題となります。通訳ガイドや翻訳アプリ等を活用しながら、複数名のインストラクターが対応できる体制を整えたり、特定の曜日にのみ販売し、その日は対応ができるよう事業者に依頼するといった対応が考えられます。

なお、今回の取組を通して、仏像修復や霊山登拝など、新たな仏教のコンテンツとの連携の方向性も見えてきました。連泊する外国人の中には、本栖湖まで数十キロの距離をEバイクで出かける方もいます。こうしたアクティブな方に向けたプランや、仏教や美術に対する関心の高い方に向けた、新たなコンテンツの提供も目指しています。

振り返り・今後に向けて

みのぶ農泊地域連携協議会 会長　　樋口 純子様

体験の販売にあたってはスタッフの説明やホスピタリティがカギを握っています。私が海外旅行をするときのことを想像しても、「翻訳機がありますよ」「一緒にやってみましょう」といった一言に動かされると思います。

体験を販売できる宿坊を増やすにあたり、予約サイトや動画、パンフレットなどの素材は不可欠ですが、お客様の要望に応じて体験の内容や魅力をスタッフがご案内できることも必要です。体験メニューの特徴や、販売に向けたモチベーションの共有をしていきたいです。

一つひとつ取り組み、軌道に乗せられれば、農泊地域として活動資金を確保し、さらに魅力的なコンテンツの開発につながっていきます。みんながWin-Winになれる仕組みを作っていきたいです。

伴走支援者のコメント

魅力R合同会社　代表社員　　大河原 宏様

大手旅行会社で経営企画・市場開発等を経てOTA部門で宿泊施設向け営業を統括。徹底的に現場分析（Respect）を行い、魅力の発見（Recognition）・磨き上げ・発信を通して、持続可能（Regenerative）な地域に向けて伴走する。

少人数で運営されプレイヤーが限られているといった課題を共有し、農業・文化財・霊峰七面山などの自然資源を、地域の有力コンテンツとして確認できました。「高付加価値化」のイメージを共有し、新たなターゲット層も見えてきました。

農泊協議会を持続的に運営していくため、地域としての取組に関わった人や事業者に報酬が支払われ、協議会としての収益を確保する仕組みに向けて支援できればと思います。地域の誇りである身延山を軸に活動する中で、地域の巻き込みも進んでいくでしょう。

身延山は、比叡山・高野山に並ぶ日本三大仏教霊山で、歴史・自然・産業がそろう魅力的な地域です。誇りある当地に、新たな活気が戻ることを願っております。

ロードマップ

農泊と持続可能な観光地域づくりとの関わりを再整理し、持続可能な農泊地域に向けた指標や、ガイドラインの策定を目指しました。

	これまでの取組	これから目指すこと
農泊の取組	・持続可能な観光地域づくりに関する取組が国内外から高く評価されている。地域内での食材や人材の調達を意識しており、社会経済的に地域に貢献している。 ・海外の教育旅行やFITを対象に、伝統文化や食体験を訴求している。	・地域の滞在時間・消費額・域内調達率の向上を通して、地域の経済や暮らしに貢献する。 ・海外からの教育旅行誘致を推進する。
農山漁村地域への貢献	・食材の自給率が高く、農泊を通して地域の農業者の収益向上に寄与している。	・農作業の補助や茅刈りなど、美しい景観を守る取組に関わる機会を作るなど、持続可能な観光により貢献するプログラムを造成する。 ・地域課題解決に貢献する農泊推進に向け、自主ガイドラインに基づく施設運営をDMO会員に呼びかける。

今年度の取組

❶ 受入家庭に向けた 研修会の開催

2024年12月・2025年1月

海外からの教育旅行を受け入れている方を対象に、食の多様性に関する研修会を行いました。

他の農泊地域の実践者や、現地の食のニーズに詳しい専門家を招き、受入地域同士の意見交換の機会にもなりました。

「純和風の料理にこだわらず、家庭料理（日本食）で良い」「事前に作るものを決めなくても、その日手に入る食材で作れば良い」といった学びが得られ、受入に前向きに取り組めそうです。

また、美山に訪れる生徒のニーズを知り、相互理解を深めることを目的に、1月に台湾での研修を行いました。現地のサステナビリティコーディネーターを務める方に、台湾での持続可能な観光の取組を教えてもらいながら、文化の違いや共通点などを理解しました。

研修を通して、オリエンタルヴィーガン*など食に対するニーズの背景を学び、台湾での農村景観保全に対する取組なども理解しました。

現地の様子を知ることで、受入のイメージを事前に持つことができました。また、参加者同士の交流が、受入のモチベーションを高めるだけでなく、周囲に受入を勧めるクチコミになることも期待できます。

＊オリエンタルヴィーガン…動物性食品に加え、五葷（ごくん）と呼ばれるニラやニンニクなど香りの強い野菜も食べないスタイル。

写真提供：（一社）南丹市美山観光まちづくり協議会

❷ 持続可能な農泊地域の指標・ガイドライン策定

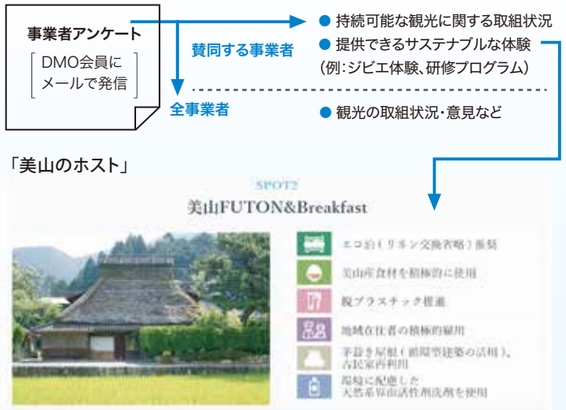
2024年10月～2025年2月

新たに開業する事業者が増えている一方で、地域の高齢化により、今後観光に関わる方の減少も懸念されるため、地域として大切にしていることを再確認しながら、新たな体験や宿泊の提供者の掘り起こしを目指しました。

まずは、地域で取得しているデータを整理し、持続可能な観光ガイドラインに沿って対応状況を確認しました。その上で、2020年に開設した「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」の更新にも取り組みました。

美山DMO会員に加入する事業者を対象にアンケートを実施し、美山の文化や暮らしを体験してもらいたい、何度でも訪れてほしいといった考えを確認できました。

アンケートの中で「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」に関心を示した方には登録を依頼。登録に際して、再生可能エネルギーの利用状況や、地域産食材（米・ジビエ等）の利用状況を把握しました。地域として大切にしていることを示し、趣旨に賛同する方が具体的な取組につなげていくことを促します。



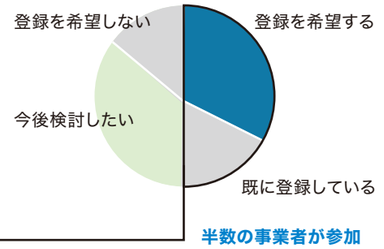
◆ 美山でモニタリングしている指標

カテゴリ*	目的（例）	取得者
マネジメント	観光に対する住民満足度	美山DMO
	住民を対象とした講座の回数・受講者数	美山DMO
	来訪者の満足度	美山DMO
	地域の宿泊者数	美山DMO
	WebサイトのPV数	美山DMO
社会経済	観光消費額（日帰り・宿泊）	市
	美山産食材の利用率	（今後検討）
文化	かやぶきの里 来訪者数（駐車場利用件数）	地域団体
	協力金等の地域への還元状況	（今後検討）
環境	芦生の森 入林者数・ツアー参加者数	地域団体
	再生可能エネルギー利用事業者数	（今後検討）

「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」で公表中のデータの一部を継続的にモニタリングし、地域全体の指標とすることを検討

来訪者へのガイドライン（案）
- 地域文化の尊重
- 地元の農産物等の利用
- 地域の人とのふれあい
- 環境美化
- ⋮

Q.「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」の「美山のホスト」に登録を希望しますか？



＊カテゴリはGSTC-D（持続可能な観光ガイドライン：地域向け）に沿って整理

アンケートからは、美山DMOに対して地域資源の掘り起こしや、事業者への支援を手厚く行っていることを評価する意見がみられた一方で、美山DMOとの関わりが少ない方を中心に、地域への波及が見えにくいといった意見もありました。

今後は、地域内での情報発信・共有を強化するとともに、持続可能な観光に賛同する事業者を新たなコンテンツ提供者として発信していくことを目指します。

住民に対しては、観光の満足度などをこれまでも市の調査でモニタリング（継続的に把握）していましたが、今後は観光客との関わりや地域への誇りなどを確認することも検討しています。

<住民アンケート案>
- 基本情報（年代、住んでいる地区など）
- 美山の観光客が増えることに賛成するかどうか
- 観光が地域にどのような効果をもたらしていると思うか
- 観光客が来ることが、自身の生活環境にどのような影響があると感じているか
- 観光客とふれあうことへの関心・取り組み状況
- 観光客に知ってほしいこと・体験してほしいこと
- 美山で活用するべき地域の資源
- 生活への満足度

これらの調査結果や、地域との対話を通して、地域としてのガイドラインの取りまとめを目指しています。

相手	目的（例）
住民向け	● 観光が地域に果たす役割の確認・理解 ● 地域資源の保全・活用などへの協力
事業者向け	● 地域内での調達（人材・食・エネルギー等）による波及効果の拡大 ● 地域資源の保全・活用などへの協力
観光客	● 地域文化の尊重やマナー遵守などによるプラスの効果拡大

振り返り・今後に向けて

（一社）南丹市美山観光まちづくり協会 事務局長 青田 真樹様

教育旅行の受入は、観光事業者ではない方が海外から訪れる人と交流し、美山の魅力を再確認できる貴重な機会であり、美山DMOの主力事業でもあります。

観光事業者においても、農村の景観や資源を活用しており、これらの取組を一体となって進めることが持続可能な観光地域づくりにつながると考えています。

事業者アンケートでは、美山の観光事業者の方が、持続可能な観光に賛同し、実践している・実践したい方がたくさんいることを確認できました。今後改訂を迎える「美山観光ビジョン」においても、農村ならではの魅力の活用・保全を盛り込み、持続可能な地域づくりにつなげていきたいです。

伴走支援者のコメント

追手門学院大学 地域創造学部　教授　　岡田 美奈子様

英国で観光マーケティングを研究し、観光系シンクタンク等で日本における持続可能な観光の普及・実践を政策・地域両面で支援し、委員等も歴任。観光地域とウェルビーイングの関係についても研究を行う。

既存データの整理と、新たな調査を通して、美山の観光の方向性について、多様な示唆が得られたものと思います。今後は住民を対象にした調査も、できるだけ多くの方々の声を聞けるような形で進められるとよいでしょう。

「美山が目指す姿」に向けて、どのような観光や農泊を推進するのか、地域の様々な人と対話を重ね、地域で共有できるビジョンを通して地域一体となった取組が求められます。

特有の地域資源をベースに、住民主体の持続可能な観光を推進する基盤が美山にはあります。地域住民、観光客、そして、観光や地域づくりに携わる方など、美山に関わるあらゆる人々が幸福を感じるとともに、よりよい地域づくりにつながる美山の農泊に期待をしています。

05 太田川流域農泊振興協議会

学び、感じて、繋がる お寺から始まる 心を満たす農泊

ロードマップ

Temple Hotel 大泰寺を皮切りに、地域の無住寺院を特色ある宿坊として観光の拠点にすることで、地域の農林漁業と組み合わせた新たな滞在につなげ、地域コミュニティの持続にも貢献します。

これまでの取組	これから目指すこと
農泊の取組 ・無住化した寺院を宿坊に改装し、熊野古道を訪れる海外の方などが訪れている。英語で禅を語れる西山会長を中心に、日本文化の体験などが好評で、オンラインでも集客している。 ・新たな無人宿坊の整備に向けて国内外から投資が集まっている。	・新たな寺社の改装を通して、地域全体でインバウンド客等の受入を伸ばすとともに、防災やコミュニティを再構築。 ・宿坊と熊野古道の拠点と位置づけ、オーバーツーリズムの解消や、熊野古道・大辺路三十三ケ所のような広域で仏教文化を周遊するルートの整備を目指している。
農山漁村地域への貢献 ・平飼いの卵、ジビエ、牡蠣などの食材を活用し、地域の食材の活用を進めている。 ・寺院に観光客が訪れ、収益化することで、地域のよりどころが維持されている。	・農泊協議会と農家が連携し、農作業を体験メニューとして来訪者に提供することで、農業の人手不足を解消する（いちご、お米、茶など）。 ・宿坊で地域産品（加工品等）を販売し、収益向上・販路拡大を目指す。

今年度の取組

① クラウドファンディングと新たなコンテンツの開発

2024年11月・2025年1月

大泰寺の更なる活用に向けて、「禅サウナ」開設に向けたクラウドファンディングを行いました。既に地域との関わりがあるDAO（自律分散型組織）の開発会社と連携し、写真素材の制作や文面の検討、情報発信などに取り組みました。

これまでも大泰寺ではテントサウナを設置し、寺のすぐ近くを流れる川を水風呂と見立て、坐禅とともに「ととのい」を提供していました。これからは天候に左右されずに体験を提供できます。また、護摩木をサウナストーブにくべるなど、これまでにない禅とサウナの融合を予定しています。

大泰寺の更なる活用に向けて、「禅サウナ」開設に向けたクラウドファンディングを行いました。既に地域との関わりがあるDAO（自律分散型組織）の開発会社と連携し、写真素材の制作や文面の検討、情報発信などに取り組みました。

- Planet DAO（出資）
- クラウドファンディング（寄付）
- 補助金・交付金等（予定）
- 自己資金

出資者も情報発信に協力

写真提供：太田川流域農泊振興協議会

楞厳寺
色川集落の奥に建つ寺院。江戸時代後期に作られた本堂、石段と石垣が国の有形文化財に登録。

大泰寺
開創1200年あまりの、南紀地方屈指の薬師霊場。平安から江戸時代までの仏像や、樹齢400年の椎の巨木などが特徴。

© Open Street Map and Contributors

楞厳寺は、大型車両の通行ができない山あいの集落にあり、さらに道路から15mの石段をのぼったところに立っています。資材の搬入や、開業後も宿泊者の導線確保が難しくなることが考えられます。

太地町に拠点を置く建築士のアドバイスをもらいながら、制約条件や概算の事業費などを検討し、改装アイデアを公募で募ることにしました。

<目指すこと>

- 地域の方が活用できること
- 宿泊者と地域住民の動線が確保されていること
- 地域のにぎわいに貢献すること
- 各種条件をふまえ、施工できるもの

時期	実施要項
2018年	楞厳寺の活用について検討
2019年	県内の建築士協力のもと、図面を作成 （若手建築士の育成活動として）
2020年	観光庁「寺泊・城泊による歴史的資源の活用事業」を活用、宿泊施設としての活用可能性を検討
2021年	本堂・石段・石垣が国の有形文化財に登録
2024年	出資募集開始。当初予定していた株が完売 改装に向けたプロポーザルを実施

② 楞厳寺改装のプロポーザル

2024年12月～2025年2月

大泰寺に次ぐ宿坊として、大泰寺から約20km離れた色川地区の「楞厳寺（りょうごんじ）」の活用を構想していました。改装には多額の資金が必要になることから、様々な資金源の活用を目指しています。また、資金を募ることは、寄付／出資した人が楞厳寺に関心を持つことになり、開業後の集客にもプラスになると考えています。

地域のよりどころを改装するため住民との対話が不可欠で、何度も現地に足を運んでほしいとの思いから、応募は和歌山県・奈良県・三重県・大阪府の建築士に限定しましたが、全国から問い合わせがあるなど、注目されたプロジェクトとなりました。

Webサイトを開設して、ドローン撮影映像や図面等の情報を提供し、提案を募りました。

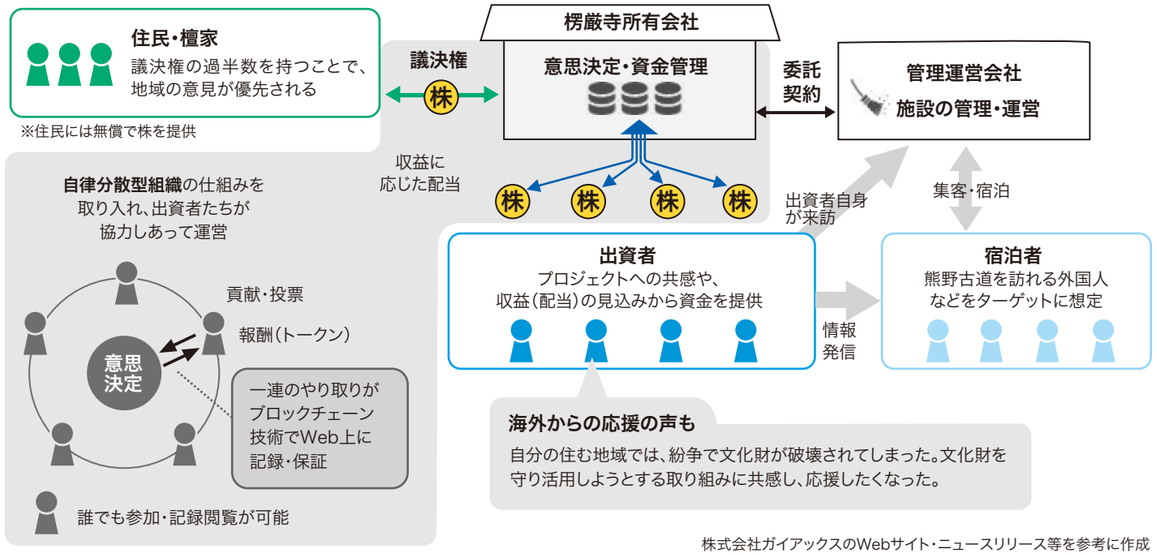
- 公募開始：11月20日
- 参加表明締切：12月5日
- 質問締切：12月15日
- 提案書締切：1月15日
- 1次審査（書類）：1月20日
- 2次審査（プレゼン）：2月5日

検討期間：2カ月弱
実施期間：3カ月弱

審査には檀家総代をはじめとする地域の方にも関わってもらいました。はじめは専門知識がなく評価することに不安を感じていた方も、それぞれの提案の良いところや気になる点などを出し合って選びました。15件の提案から3件が2次審査に進み、現地での審査会では集まった住民がそれぞれの発表に耳を傾けました。地域の方からは「このような形で楞厳寺が残されるのは楽しみだ」「設計者の熱意を感じた」といった感想が聞かれました。

今後は改装工事と並行して、段々畑に囲まれた色川地区ならではの体験や、長期滞在者向けの食事の開発などにも取り組んでいきます。

◆DAO（自律分散型組織）を活用した楞厳寺の運営イメージ



株式会社ガイアックスのWebサイト・ニュースリリース等を参考に作成

振り返り・今後に向けて

太田川流域農泊振興協議会 会長　西山 十海様

楞厳寺の改装は数年間にわたって取り組んできたプロジェクトで、地域の方との合意形成に注力しました。これまで地域のよりどころだったお寺が宿泊施設として地域外から人が訪れること、地域外の資金やアイデアが入ることに対して、はじめは不安に感じる方も少なくありませんでしたが、お寺を残すためにと話がまとまっていきました。

文化財に登録されるなど、楞厳寺の価値が外部の専門家に評価されるなど、どのように残していくかに注目するようになりました。プロポーザルでは多くの素晴らしい提案が集まり、関心の高さがうかがえました。

地域の方々にもこのプロジェクトを前向きにとらえていただいています。楞厳寺が、訪れた人と地域の人が交流する新たなよりどころになることを目指しています。

伴走支援者のコメント

シェアウィング株式会社　代表取締役　佐藤 真衣様

独立系ベンチャーキャピタルでライフスタイル分野を担当。26歳でスパプランニングを行う(有)ホットマークを創業。2016年にシェアウィング(株)を共同代表として創業。「お寺ステイ」を中心に、シェアリングエコノミー事業を展開する。

既存データの整理と、新たな調査を通して、美山の観光の方向性について、多様な示唆が得られたものと思います。今後は住民を対象にした調査も、できるだけ多くの方々の声を聞けるような形で進められるとよいでしょう。

太田川地域は、素晴らしい自然と歴史が残り、とても魅力的な地域です。移住者が多い特徴が、新たなまちづくり、観光産業振興にどのような影響があるか、この地域が先進事例となり、のちに「太田川モデル」と注目され、参考になるのではないかと期待しています。

楞厳寺は建物や立地の難しさから、リノベーション・運営・経営いずれもかなり難しく、挑戦しがいのある物件です。単に資本主義的な思想で運営や事業を行おうとしてもうまくいかないでしょう。顧客・サービス提供者・地域住民　3者の関係デザインが肝になります。単なる無人で運営される宿ではない、新たなサービスをデザインし、日本初の成功事例を目指していってほしいです。

選定委員のコメント

帝京大学経済学部　准教授

五艘 みどり氏

移住やインバウンドで農村が注目されるなか、ツーリズムは地域を知る最良の方法です。
人口減少や高齢化で農村の活力を生むのは難しいと言いますが、皆様を見たらそんなことはありません。新たなアイデアで、切磋琢磨しながら地域を盛り上げる皆様は、他地域の方々をも勇気づける存在です。
これからも農村ツーリズムのロールモデルとして頑張っていただき、食や水といった日本の源を生み出す農村を守っていただきたいと思います。

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社　パートナー

平林 知高氏

日本の古き良き魅力が詰まった農山漁村は、未来へ引き継がなければいけない日本の資産です。こうした資源を単に体験してもらうだけでなく、地域に住まわれている方々との交流や追加情報により、その価値が高まります。そして、体験者には「自分ごと化」してもらい、自身の成長やこの価値をどう次につなげていくか、こうした意識を持ってもらうことも大切です。
皆さまの取組が農山漁村の再定義につながり、本当の豊かさとは何かを考える体験につながると信じています。

株式会社 JTB 総合研究所 主席研究員
(一社) ジャパン・サステナブル・ツーリズム・イニシアティブ（JSTi）　常務理事事務局長

熊田 純一

サステナブルツーリズムの進め方は大きく 2 つあると考えています。
一つは地域の人々が大切に育んできた自然や有形無形の文化を守り・育む循環を創り出すこと、一つは、未知の地域や楽しみ方に光を当て、新たな感動を創り出すことです。それぞれの取り組みには、守り・育む循環と感動を創り出す素敵な要素が散りばめられていました。
日本の大切な産業である農林水産業は、観光と大変親和性のある産業です。農泊が世界に羽ばたくよう日本サステナブルツーリズムイニシアティブとしても心から応援をしております。

用語集

本書で出てきた用語の一部をご紹介します。

ヴィーガン	肉・魚・卵・乳製品など、動物性の食品を食べない菜食主義者。
クラウドファンディング	インターネット上で不特定多数の人々から、寄付や購入などにより資金を集める手法。
持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）	訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光。 ※国連世界観光機関（UNTourism）駐日事務所 Web サイト（https://unwto-ap.org/why/tourism-definition/）より引用
農村 RMO（農村型地域運営組織）	複数の集落の機能を補完して、農用地保全活動や農業を核とした経済活動と併せて、生活支援等地域コミュニティの維持に資する取組を行う組織 ※農林水産省 Web サイト（https://www.maff.go.jp/j/nousin/nrmo/index.html）より引用
DAO（分散型自立組織）	管理者や所有者がおらず、参加者同士で自律的に運営するフラットな組織。
DMO（観光地域づくり法人）	地域経営の視点に立って、官民で連携しながら、観光地のマーケティングやマネジメントを行い、観光関連事業者・住民を支援する法人。
GSTC（国際持続可能な観光協議会）	持続可能な観光に関する基準づくり・第三者認証機関の審査・人材育成を行う非営利団体。地域向けの基準「GSTC 観光地向けクライテリア」をもとに JSTS-D が作られた。

参考資料

農泊についてもっと知りたい方や、農泊に取り組んでいる方に向けて、参考となる情報をご紹介します。

● 農泊についてもっと知りたい

農泊総合情報プラットフォーム　FARM STAY japan　　**(一社) 日本ファームステイ協会**

テーマや特徴に応じて、全国の農泊体験や農泊協議会に登録された施設を探せる、農泊専門のプラットフォーム。宿泊施設や体験のページには予約サイトへのリンクがあり、すぐに予約ができます。
URL : https://farmstay-japan.jp/

Countryside Stay Japan　　**株式会社ぐるなび**

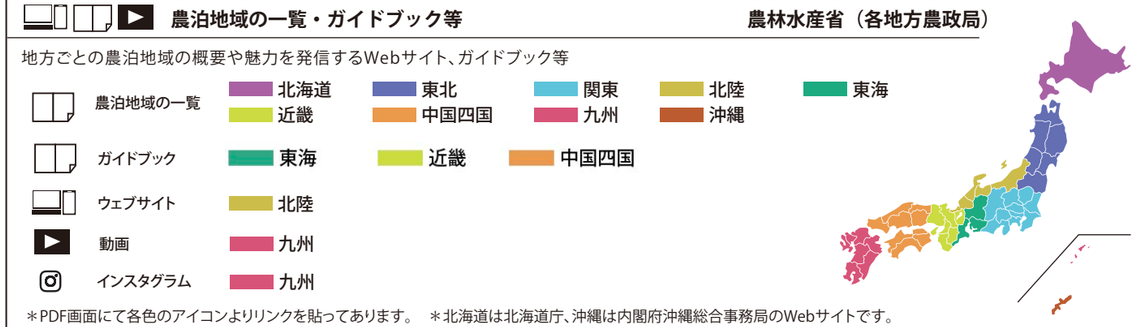
訪日外国人を対象とした、英語と中国語（繁体字）による農泊の紹介サイト。全国の農泊地域の風景や食、体験などを紹介する動画も豊富に掲載。
URL : https://countrysidestays-japan.com/（英語）　https://countrysidestays-japan.com/zh-tw/（繁体字）

BUZZMAFF はずまふ YouTube チャンネル　　**農林水産省**

農林水産省職員による、我が国の農林水産物や農山漁村の良さを発信する動画チャンネル。
農泊の体験動画も多数掲載中。
URL : https://www.youtube.com/@BUZZMAFF/search?query=農泊

農泊地域の一覧・ガイドブック等　　**農林水産省（各地方農政局）**

地方ごとの農泊地域の概要や魅力を発信するWebサイト、ガイドブック等



＊PDF画面にて各色のアイコンよりリンクを貼ってあります。　＊北海道は北海道庁、沖縄は内閣府沖縄総合事務局のWebサイトです。
＊ガイドブック等は、九州農政局インスタグラムを除き、それぞれの事業実施主体となった企業が制作しています。

■ 農泊に取り組んでみたい（地域の方向け）

「農泊」の推進について　　**農林水産省**

農泊の概要から支援制度の紹介、関連資料まで様々な情報が掲載。
URL : https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/nouhaku_top.html

農山漁村の所得向上・活性化のための 農泊手引き　　**株式会社百戦錬磨**

はじめて農泊地域づくりに取り組む方から、取組のレベルアップを目指す方まで、ビジネス化に向けて幅広い課題に対応したノウハウ・事例を紹介
URL : https://www.hyakuren.org/202404010_news01/

■ 農泊を通して持続可能な地域づくりに取り組みたい（地域の方向け）

日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）　　**国土交通省観光庁**

国際基準に沿って、国内の自治体・DMO等が持続可能な観光地をマネジメントするために開発された指標。地域の現状分析や目標・課題の共有、地域外へのプロモーション等に活用できる。
URL : https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/ jizoku_kankochi/jizokukano_taisei/torikumi/jsts-d.html

観光を活用した持続可能な地域経営の手引き　　**一般財団法人 運輸総合研究所　国連世界観光機関駐日事務所**

地域の資源を活用して、住民の生活の質（QOL）向上にもつながる持続可能な観光地域づくりのステップ・事例などを紹介。
章ごとの要点をまとめたスライド形式の「はやわかり版」も公開。
URL : https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2022/04/220322kanko_tebiki_hayawakari.pdf（はやわかり）
URL : https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2022/04/220322kanko_tebiki.pdf（全体版）

農泊モデル地域ロードマップ

地域名 ○○地域農泊推進協議会　　作成日　　記入例

目指す姿・地域における農泊の位置づけ

	これまでの取組	中長期的な目標（めざす姿）
農泊の取組	●教育旅行による体験民宿を地区内35軒で取り組んできた。首都圏や海外などから学生が訪れていたが、高齢化による軒数の減少や、物価高等による影響で事業継続が困難になっている。	●子ども世代が農泊事業を継承したいと思えるよう、収益化をはかるとともに、地域一体となった運営体制を構築し、農業などのなりわいと負担なく掛け持ちができる仕組みを作る。 ●法人研修の受入を通して収益増・小団体の受入を図るとともに、企業のCSR活動などによって地域活性化につなげる。
農山漁村地域への貢献	●地域の農産物を使った郷土料理作りなどを通して、道の駅に出荷するような高齢の小規模農家の副収入になっていた。 ●交流人口によって、大人になっても地域を訪れる方が着実に増えてきている。	●農家民宿での食事だけでなく、加工品の販売やタビアト消費など、地域の農産物を消費する仕組みを作り、収益を増やす。 ●農作業体験をサービス提供から、地域貢献に位置づけを変えて、日々の作業に旅行者が関与する仕組みを作ることで、農業の人手不足解消や関心向上に貢献する。

目標設定

◆定量目標	現状	今年度末	来年度末
のべ宿泊者数	2,000人泊	2,100人泊	2,200人泊
消費額	2,000万円	2,200万円	2,400万円
客単価	1万円	1.1万円	1.1万円
法人研修実施数	0件	4件	10件
農家民宿の継承	0	0	0

◆定性目標

法人研修の受入を通して、企業とのつながりを広げ、地域の誇りを再確認するきっかけにする。農家民宿を活用した地域貢献のモデルが、都市部に出た子ども世代が帰りたいと思うきっかけにする。

地域の現状分析

項目	ターゲット・コンセプト	地域資源の活用	商品化・販売	マーケティング・プロモーション	農林漁業との連携・貢献	組織体制・人材育成
現状	●教育旅行の農家民宿が中心で、首都圏や海外の中高生が多い。 ●地域の人との交流・ふれあいを大切にしている。	●地域食材を使った郷土料理体験が好評を得ている。	●教育旅行で訪れた学生向けの体験メニューを40ほど開発しており、学校や旅行会社のニーズに応えている。	●現状は、県観光協会からの紹介が多く、自ら営業をしていない。 ●SNSはあるが、フォロワーが伸び悩み、更新できていない。	●小規模農家が自分の畑でとれた野菜を提供したり、体験の場として活用しているが、収益化には至っていない。	●農家民宿35軒があるが、高齢化が進み後継者がいない。 ●コーディネーターが1人だけで、対応力が不足している。
中長期目標	●交流から関係人口に広げていき、大人や企業などかかわりを広げ、深化していく。	●タビアト消費につなげる仕組みなどにより、販路拡大にも貢献する。	●企業のニーズに応える新たなプログラムを開発・提供する。 ●サービス提供ではなく、地域の課題解決に参加してもらう。	●企業との関わりを長期的に持てるよう、地域のファンを増やす。 ●自ら営業活動を行い、新規の顧客を獲得する。	●農業の課題解決に貢献する農泊のあり方を作る。	●子ども世代が農家民宿を継ぎたいと思えるようにする。 コーディネーターを育成する。
達成手段	●旅行会社との商談や、企業の人事・CSR担当者への営業活動により、法人研修の受入に取り組む。	●農家民宿だけでなく、地域の加工事業者を巻き込み、民宿でお土産販売をしたり、ふるさと納税の案内を行う。	●先進地域への視察や、企業担当者への聞き取りにより新たなプログラムを開発する。	●タリフを整理し、商談会に出展し旅行会社とつながりを持つ。 ●地域の日常をSNS投稿し、訪問者にフォローを促す。	●農繁期の手伝い等を受け入れられるよう、農協と協議する。 ●農家の日常体験を試験的に提供する。	●若手との意見交換を行う。 ●地域の観光協会と連携し、デジタル活用も組み合わせてコーディネートを効率化する。

今年度の取組

いつ	何をするか
10月	・企業研修の先進地域を視察する
10月	・アグリワーケーション等の情報収集、旅行会社ヒアリング
11月	・既存プログラムをタリフに落とし込み、有識者に見てもらう
12月	・農協にヒアリングを行い、旅行者が手伝える作業を検討
12月	・企業の人事・CSR担当者にヒアリングを行い、ニーズを検討
1月	・WEBサイトのリニューアルを行う
随時	・SNSによる情報発信の専門家によるアドバイスをもらう
2月	・新たなプログラムを試験的に実施する

中長期の取組

取組事項	1年後	2年後	3年後
法人研修プログラムの開発・販売	新たなプログラムの提供 旅行会社への商品提供による誘客	プログラムの磨き上げ、農業支援につなげるあり方を検討 参加企業からの紹介による営業活動	
タビアト消費につなげる仕組みづくり	加工業者との協議 新たなお土産品の開発	ふるさと納税等との連携をはかる	
農業の課題解決に貢献するプログラムの開発・販売	アグリワーケーションワーケー等の導入を検討 市の移住定住課と連携し、お試し移住と農泊の連携を検討		
農家民宿の事業継承に向けた取組	若い農家や移住者、農村　RMO等との意見交換（継続） 農家民宿の継続意向を確認	新たな担い手とのマッチング	

コメント

農泊モデル地域ロードマップ

地域名　　作成日

目指す姿・地域における農泊の位置づけ

	これまでの取組	中長期的な目標（めざす姿）
農泊の取組		
農山漁村地域への貢献		

目標設定

◆定量目標	現状	今年度末	来年度末
のべ宿泊者数	人泊	人泊	人泊
消費額	万円	万円	万円
客単価	万円	万円	万円
法人研修実施数	件	件	件
農家民宿の継承	0	0	0

◆定性目標

地域の現状分析

項目	ターゲット・コンセプト	地域資源の活用	商品化・販売	マーケティング・プロモーション	農林漁業との連携・貢献	組織体制・人材育成
現状						
中長期目標						
達成手段						

今年度の取組

いつ	何をするか

中長期の取組

取組事項	年後	年後	年後

コメント