

＜「農泊推進のあり方検討会における」各委員からの意見の論点整理＞

1. 今後の農泊推進に必要な取組内容

農泊の目標とは、「農山漁村において、農泊が自立的なビジネスとして継続されること」であり、そのためには課題の分析と併せてその解決を図るための方策を示していくことが必要である。

○農泊実践地域の自立化・持続化に向けた課題

- ▶ 農泊の自立的なビジネスとは、
 - －農泊地域が自らの収益によって農泊事業を継続していくこと
 - －数字に基づく経営管理を行うこと
- ▶ ただし、現状では、
 - －数字に基づく経営管理がどこまでできているか不明瞭である
 - －各地域が個別での取組に留まっており、事業戦略に発展性がない
 - －体制面では、地域協議会と中核法人との役割分担が曖昧である
- ▶ 他方、集客を増やすためには魅力ある商品作りが欠かせず、農泊コンテンツの多様化や深掘りが必要である。そのためには
 - －地域に気づきを与えて、農村文化等も含めた地域全体の魅力を高める必要がある
 - －日本遺産、文化財、国立公園等、地域に賦存する観光資源との連携が重要である
- ▶ また、地域毎の自主的な取組を促すためには、従来の基本的な属地的コミュニティの概念の拡大が必要であると同時に、発展段階に応じた支援が必要となってくる
- ▶ さらに、団体旅行から個人旅行、訪日外国人という流れの中、インバウンドの受入体制の整備や効果的なプロモーションの実施が必要となってくる

○農泊実践地域の体制強化に必要な取組方向

過去 2 回の検討会での意見を踏まえ、農泊を自立的なビジネスとして継続していくために必要な課題を以下の通り分類するとともに、それぞれの取組を進める際の観点を提示する。

(1) 経営能力の向上

- ・地域ごとに地域協議会と中核法人の役割分担、責任を明確化する
- ・通年で収益を上げるためには事業計画書が必要。事業計画を作るためには様々な指標を定量化する必要がある、PDCAサイクルを回す仕組みが必要である
- ・収益を出すためには月次単位でのデータ分析が必要で、経営能力の向上にもデータが必要。月次サイクルを回すためには、参画する事業者は売上げ等のデータを提供しなければならない

- ・KPI等の数値目標はツールであり、作って終わりといった間違っただ誘導をしないことや、その使い方まで提示することが重要である
- ・経営の専門人材やマーケティングの専門人材を確保していくことが必要である
- ・形がないものを売る場合は価格が品質保証となる。世界の常識では良い物は高い
- ・教育旅行は旅行業界では最低価格となっているが、グリーンツーリズムの先行地域ではそれが自分たちの価値だと思っている地域が多い。マーケットがどのように評価するのか再度見直して価格設定する必要がある

(2) コンテンツの開発

- ・SNSの時代は物や体験が良ければ売れるので、コンテンツ作りに専念すべき
- ・地域にある他の観光資源との連携による多様性が重要である
- ・訪問者が自ら宿泊と観光コンテンツを組み合わせることが可能な都市部とは違い、農山漁村では宿泊と他のコンテンツとの連携が重要である
- ・地域がその貴重な資源や文化に気づいていないことが多く、気づきを与えるべき
- ・一つのコンテンツを深掘りして経済的価値を出すことも重要である
- ・コンテンツ開発の視点を示す必要がある
- ・農泊コンテンツの一つとして景観は重要。農村文化にももっと着目すべき
- ・形ではない各々の地域で伝えたいストーリーを伝えていくことに価値が出る
- ・ホテルや旅館が農林水産業に取り組むなど、一次産業に他産業が参入することで地域全体の魅力を高めるコンテンツが作られる

(3) 多様な主体との連携

- ・観光客は農泊のみを目当てに来るとは限らないので、広く連携していく必要がある
- ・農泊地域はDMOと連携することが重要であり、様々な観光資源を一体となって商品化を進めることが望ましい
- ・農泊コンテンツをしっかりと作り課題を解決してから前向きな連携を図る必要がある
- ・宿泊業者が宿泊業に専念できるような仕組みやネットワーク作りが必要である
- ・地域の在住外国人にネットワークに入ってもらいか応援団になってもらうべき
- ・農泊実践者の他地域との交流に対する要望は大きい
- ・農家民宿の本場であるヨーロッパの実践者との交流も推進していく必要がある

(4) 宿泊施設の質の向上と量の拡大

- ・経営の拡がりのためには、家主不在型の古民家等の活用が重要。農泊はファームステイ、ホームステイという先入観があるが、ヨーロッパは家主不在型が基本である
- ・家主不在型、カフェ、ゲストハウスに長期滞在できるような宿泊施設への支援、指導が必要。様々なニーズにあった宿泊施設を多様に整備していくことが重要である
- ・古民家を改修する際に単に壁紙を貼るだけの事例も見られるが、宿泊施設の質の向上という観点からは地域の風土に合った宿泊施設の整備が必要である
- ・空き家を活用する場合には地域の不動産業者や金融機関との連携が重要である

(5) インバウンドの受入拡大

- ・インバウンドについてはインターネットを活用した予約が必要であり、海外マーケットの難易度は高いため、それを支援する組織が必要。インバウンド受入の初期の段階では、言葉やICTに関する支援も必要である
- ・インバウンドをターゲットとすると家主不在型の宿泊施設が重要である
- ・インバウンドは日本人に比べて多くのお金と時間を投資しており期待も大きい反面評価も厳しくなる。地域が全面的にレベルアップする必要がある
- ・インバウンドの国による特性を理解して受け入れる必要があり、特性に応じた滞在空間の演出が必要である

(6) 効果的なプロモーション

- ・国立公園と同様にJNTOと連携して情報発信すべきである。また予約等の受け皿となるサイトの充実も重要である
- ・発信は届くかどうか重要であり、JNTOはデジタルマーケティングを進めているところであり、これを活用すべき
- ・SNSの時代にはコンテンツが良ければネットで拡散していく反面、悪い評価も拡散していくので、とにかくコンテンツ作りにこだわるべき
- ・対応言語や食事内容に関する情報が一覧できる農泊全体の予約サイトが必要である
- ・WEBでの高評価は過剰サービスとなっている可能性があるためコントロールする必要がある。その反面、初期の評価が低いと誰も来なくなるうえ、その評価は残る。スタートを大切にする必要である

2. 2020年以降の農泊推進の展開方向について

○農泊推進の方向性

高齢化や人口減少が進行している農山漁村では、食をはじめとする豊かな資源を活用して新たな需要を発掘することにより、農林水産業の振興と地域の活性化を表裏一体で進める必要がある。今後も引き続き農泊の推進により地域の活性化を図っていくためには、農泊実践地域の体制強化に向けた取組に加え、以下の観点を考慮する必要がある

- ・第一次産業そのものに価値や魅力があるため農山漁村に観光客が来るわけであり、農泊は地域の農林業者、漁業者との関わり合いが重要である
- ・農泊が発展することで農村政策だけではなく農業政策にもフィードバックされる
- ・若者の農村移住の流れが増えており、少子高齢化のなかではこれを地域活性化の手法として活かすべき
- ・今後は、農泊に取り組むことにより、地域で若者が自立・定着して家族を養っていくことが可能となるのが理想である

○今後進めるべき取組（素案）

以上を踏まえ、2020年以降の農泊推進に当たっては以下の取組が必要ではないか。

（1）500地域の更なる活性化

・経営能力の向上

農泊による地域の所得向上を図るためには各地域が経営能力を向上させることが重要であり、経営やマーケティングの人材育成を進めていく必要がある

また、各地域での実践を通して農泊経営モデルの確立を図っていく必要がある。これは経営の継承という観点から、中長期的な視野のもと、新規参入者、特に若い世代が農泊に挑戦しやすい環境を整備していくうえで特に重要である

・宿泊施設の整備

今後増大することが想定されているインバウンド需要へ対応し、また、農山漁村での長期滞在を促進していくためには、宿泊施設の量的拡大と質の向上を引き続き進めていく必要がある。旅行形態の多様化が進み様々な宿泊ニーズが存在しているなか、特に、地方部での延べ宿泊数を増大させるためには、農山漁村において多様な宿泊形態を整備していくことが重要である

また、旅行者の宿泊先の選択肢を広げるためにも、ネット予約環境を整備することも重要である

・農泊地域のネットワーク化

農泊地域の自立化に向けては、各地域の自主的な取組を促す仕組みが必要であるとともに、DMOや交通事業者など農泊以外の多様な主体との連携も重要であることから、農泊推進にかかるネットワーク化を推進していく必要がある

また、農泊地域の取組状況は地域によってまちまちであることから、地域の発展段階に応じ、地方単位で農泊地域のネットワーク化を形成していくことも有効である。

・情報発信

SNSの時代は高評価も悪評価も拡散していくため、まずは旅行者のニーズを捉えた観光コンテンツを充実させることが重要である

また、インバウンドに対する情報発信については、JNTOと連携して戦略的かつ効果的に進めていくべきであり、国内旅行者に対しては、多様な切り口で農泊地域の情報をウェブ等で発信していく必要がある

（2）500地域以外の新たな取組

第1次産業がベースとなっている地方部では、地域の観光資源や文化にはまだ高いポテンシャルがあるが、これらを観光コンテンツに磨き上げ農泊に取り組むことで、地域活性化を図ることが期待できることから、引き続き推進していく必要がある