

農泊推進実行計画のポイント

農林水産省農村振興局

これまでの国の農泊推進施策

平成29年度から令和4年度までの状況

農林水産省は、平成29年度から農山漁村振興交付金の交付対象事業に「農泊推進対策（令和5年度からは農泊推進型）」を位置付け、農泊に取り組もうとする地域に対し、体制整備、観光コンテンツ開発、古民家を活用した滞在施設等の整備を支援し、令和4年度までに計621の農泊地域を創出。

また、地域横断的に対応が必要な、農泊全体としての需要創出や地域のレベルアップのためのセミナーを通じた指導等については、広域ネットワーク推進事業を通じ、本省・地方農政局・都道府県それぞれの段階において地域の課題解決を図ってきた。



農泊地域数（R4年度末）：全国計 621 地域

近畿 53地域

滋賀県	6	兵庫県	8
京都府	13	奈良県	12
大阪府	5	和歌山県	9

北陸 62地域

新潟県	24
富山県	11
石川県	16
福井県	11

東北 90地域

青森県	12	岩手県	15
宮城県	26	秋田県	13
山形県	12	福島県	12

関東 125地域

茨城県	7	栃木県	11
群馬県	11	埼玉県	6
千葉県	21	東京都	5
神奈川県	10	山梨県	14
長野県	20	静岡県	20

東海 42地域

岐阜県	17	愛知県	7
三重県	18		

※農泊地域とは、農山漁村振興交付金による農泊推進の支援に採択され、農泊に取り組んでいる地域をいう。

OTAを活用した消費者向け農泊プロモーション



経営能力を高度化するための研修・専門家派遣



オンライン商談会の様子

ツーリズムEXPOの様子

これからの農泊が目指す姿

「草創期」から「成長期」へ移行

草創期（これまで）

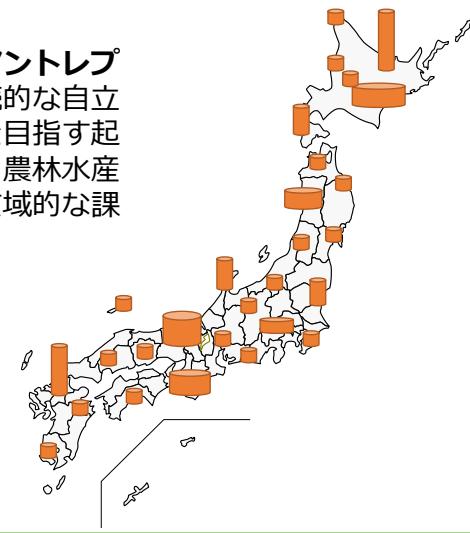
500地域の創出



成長期（これから）

地域自身による「農山漁村アントレプレナーシップ」（地域の持続的な自立に資する事業を起こすことを目指す起業家精神）を持った取組と、農林水産省と関係者との連携による広域的な課題解決に向けた支援を通じ、

700万人泊に深化



地域の活性化・所得向上・雇用創出、
関係人口創出を通じた
持続可能な農山漁村
地域の実現へ

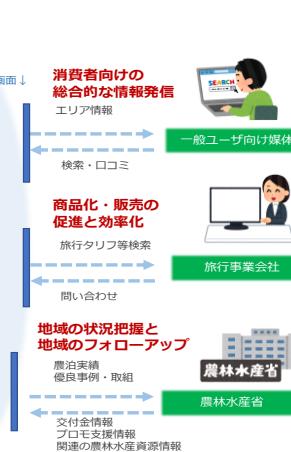
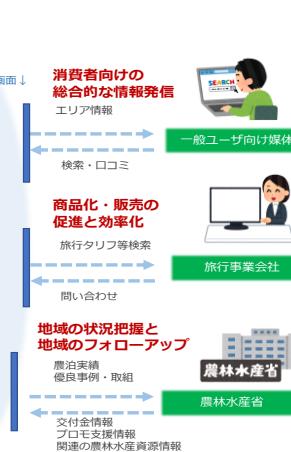
①農泊地域の実施体制を再構築

「農泊」が自立的ビジネスとして継続した運営が実践されているめぐらしき地域像



②まずはわが農山漁村に来てもらう

イメージ



③いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村にする



出典:「農山漁村地域の所得向上・活性化のための農泊手引き」(株式会社農林総合開発)

現在農泊の取組が抱えている課題

①農泊地域の実施体制を再構築する観点

- (ア) **コロナで疲弊した農泊地域の再始動** •コロナ禍により農泊地域の延べ宿泊者数は約6割に減少する等ビジネスの基盤が疲弊。新規地域の創出に加え、既存地域の取組の持続性確保にも軸足を置いた施策展開が課題。
- (イ) **人材の確保と育成** •地域におけるコンテンツ提供者、プロジェクトリーダー、地域協議会業務に専従する人材の確保・育成が課題。
- (ウ) **地域全体に裨益する体制の確立** •地域協議会の持続性確保により地域を挙げた実施体制を確立し、来訪者の満足に加え、農泊に取り組む地域の満足を実現することや、中核法人^{※1}による地域協議会としての活動の広がり・持続性確保が課題。
- (エ) **ICT化とEBPMの促進** •地域協議会と自治体の更なる連携による、中核法人や各コンテンツ提供者がビジネスに専念できる環境の整備が課題。
- ICT化による事業合理化やEBPMの促進が課題。
- ※1 「中核法人」…地域協議会の中心となる組織であり、地域における宿泊、食事、体験等の中核を担うとともに、地域全体のマーケティングやマネジメント等の協議会構成員間の調整を行う。

②まずはわが農山漁村に来てもらう観点

- (ア) **農泊イメージの刷新** •農家宿泊・農業体験に留まらず、さらに幅広く展開した農泊へのイメージ発信が引き続き課題。
- 農泊地域が提供しているコンテンツの一覧化等による情報提供の抜本的な改善が課題。
- (イ) **地域自身によるマーケティング戦略の策定** •地域自身による、自地域のコンセプトや課題を踏まえたマーケティング戦略づくりが課題。
- (ウ) **インバウンドの地方誘客の促進** •的確なターゲッティングの下、OTA^{※2}対応・ランドオペレーター^{※3}等のリアルエージェント（旅行業者）と連携した海外向けプロモーションや、多言語対応・トイレ洋式化・アクセス交通の確保等のハード・ソフト両面での受入環境の整備が引き続き課題。
- ※2 「OTA」…オンライン旅行取引事業者（Online Travel Agent）
※3 「ランドオペレーター」…旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社

③いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村にする観点

- (ア) **農山漁村の豊かな地域資源の活用** •教育旅行の先行きが見通せない中、地域まるごとホテル^{※4}、アグリツーリズモ^{※5}、農業労働力支援^{※6}のような、農山漁村ならではの新たな旅行のテーマを踏まえた農泊のスタイルの提示が課題。
- 空き家・古民家等の地域の遊休資産の活用、泊食分離^{※7}による受け入れ負担軽減など、来訪者満足度の上昇と地域課題の解決を同時に図ることができる取組の更なる促進が課題。
- (イ) **さらなる農泊地域の拡大** •地域によって活動の活発さに濃淡が見られることが踏まえた、さらなる農泊地域の裾野拡大が課題。
- (ウ) **資金調達の円滑化** •空き家・古民家の改修等に必要な資金調達が円滑に進むような支援が課題。
- (エ) **滞在日数の長期化** •中長期滞在者の確保や来訪者の関係人口化（リピーター化）を図ることが課題。
- ※4 「地域まるごとホテル」…「アルベルゴ・ディフゾ」や「オスピタリタ・ディフザ」に代表される、村や集落などを一つのホテルとして捉え、地域一体となつてもなす観光のビジネスモデル。
- ※5 「アグリツーリズモ」…イタリア語の農業を意味する「アグリクトゥーラ」と観光を意味する「ツーリズモ」の2つの単語が合わさった造語。
- ※6 「農業労働力支援」…農業現場における、農繁期等の人手不足問題の解決を目的とした取組。
- ※7 「泊食分離」…サービス提供の負担軽減のため、従来宿泊施設に紐づいていた朝晩の食事の提供を宿泊施設から切り離し、地域の飲食店で食事を提供する取組。

これからの農泊推進の具体策

①農泊地域の実施体制を再構築する観点

- (ア) **コロナで疲弊した農泊地域の再始動** •コロナで疲弊した地域協議会の実施体制の再整備のための先進地視察やコンテンツ充実等への支援。
•農泊地域のフォローアップのための都道府県ネットワークの構築。
- (イ) **人材の確保と育成** •農泊の実践による成功事例を整理し、地域の関係者に対し農泊という選択肢の提示。
•自治体との連携により地域おこし協力隊員等の活用促進。JOIN^{※8}との連携により、現役隊員向けの農泊関係産業での起業・就業の働きかけ。
- (ウ) **地域全体に裨益する体制の確立** •中核法人の取組充実・持続的な収入源の確保に向け、地域の状況に応じ、体制を段階的に構築。
•自治体・JA・DMOなど各組織に期待される役割、地域における取組に際してのポイントを「農泊の手引き」により提示。
•地域協議会の登録制度の実現。
- (エ) **農泊版DXの推進による生産性の向上** •UNWTO^{※9}「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」^{※10}等の国際認証・表彰地域拡大。
•地域共通の宿泊予約システム導入等による農泊版DXの推進。

※8 「JOIN」…一般社団法人 移住・交流推進機構 (Japan Organization for Internal Migration)

※9 「UNWTO」…国連世界観光機関 (United Nations World Tourism Organization)

※10 「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」…地域コミュニティの伝統と文化を保全するために、観光の強みを活かした、地域からの優良事例を求めるべく、持続可能な開発目標 (SDGs) に沿って、地域において新しい形で観光事業を実施する地域を見つけ出すUNWTOの取組。

②まずはわが農山漁村に来てもらう観点

- (ア) **農泊イメージの刷新** •農泊コンテンツ情報等を一元的・適時に集約したプラットフォーム構築により、マーケットに「農泊」を可視化。
- (イ) **地域自身によるマーケティング戦略の策定** •専門人材確保等を通じた明確な戦略づくり・コンセプトの打ち出しを支援。
•農泊地域が交通事業者等と連携し、あるいは自ら立ち上がり、観光アクセス交通・周遊交通を確保できるような情報を提供。
- (ウ) **インバウンドの地方誘客の促進** •インバウンド拡大を図る地域のうち一定の基準に合致する地域を「インバウンド重点受入地域」として指定し、外国語対応・海外OTAへの対応など、受入体制の重点的な底上げ、JNTO^{※11}と連携したプロモーションを図る。

※11 「JNTO」…独立行政法人 国際観光振興機構 (Japan National Tourism Organization)

③いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村にする観点

- (ア) **農山漁村の豊かな地域資源の活用** •各地の農山漁村に賦存する地域資源を活用した「テーマ別観光」を推進とともに、「高付加価値」かつ「持続的」で「関係人口増加に資する」、全国の農泊地域の範となるべき新たなモデルを早期確立。
•空き家や廃校の宿泊施設等としての活用、有害鳥獣のジビエとしての提供、JAグループとも連携した農業労働力支援人材の滞在促進など、農泊を通じた地域課題解決につながる取組への支援。
•宿泊につながる体験コンテンツや公共施設の利活用等の重要性の発信。
- (イ) **さらなる農泊地域の拡大** •成功事例の提示による更なる取り組み地域の掘り起こし。
- (ウ) **資金調達の円滑化** •資金調達のモデルについて、農家・非農家等の事業主体や取組の規模ごとの違い、クラウドファンディング等の多様な資金調達手法も念頭に、「農泊の手引き」において提示。
- (エ) **滞在日数の長期化とリピーターの確保** •関係各省庁、各部局が進める観光関連施策との連携を図り、農山漁村滞在型旅行の推進に寄与する事柄について役割分担しながら取組推進。
•「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」のあらゆる場面における地域での消費機会の拡大、旅行者の再訪・関係人口化を促進。

農泊地域700万人泊の実現を目指すための施策

- 農泊地域の延べ宿泊者数を増加させる3つの視座（「新規来訪者の獲得」、「来訪1回あたり平均泊数の延長」、「来訪者のリピーター化」）から施策を整理すると以下のとおり。

①地域のマーケティング戦略構築、地域資源を活用した「テーマ別観光」の推進（何度も来ても楽しい地域づくり）

②関係各省庁・各部局が進める観光施策との連携、役割分担により観光地域づくりの取組推進

③宿泊を前提とした体験コンテンツ造成、公共施設の利活用

④宿泊施設（滞在後）における周辺コンテンツ情報提供の促進、戦略的な物販、ふるさと納税実施者への来訪マーケティングや来訪者へのふるさと納税の宣伝等、「旅マエ・旅ナカ・旅アト」における消費機会拡大、再訪・関係人口化等のための取組促進等

⑤宿泊施設（予約時・滞在中）における周辺コンテンツ情報提供の促進

⑥観光アクセス交通・観光周遊交通を確保できるような情報提供

⑦関係各省庁・各部局が進める観光施策との連携により、地域一体として充実したコンテンツを提供

⑧宿泊を前提とした体験コンテンツ造成、公共施設の利活用

①地域のマーケティング戦略構築、地域資源を活用した「テーマ別観光」の推進（行ってみたくなる地域づくり）

②農泊総合情報プラットフォームの構築、旅行業者への旅行商品化を訴求

③マーケットインを意識した各ターゲット層への売り込み

④SNSも活用し「農山漁村滞在型旅行」としての多様な農泊のイメージを発信（→丁寧な口コミ対応）

⑤農泊地域・「SAVOR JAPAN」認定地域一体でのインバウンド向けプロモーション、JNTOと連携したニーズ把握や情報発信等

⑥「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」等の国際認証等の地域拡大

⑦観光アクセス交通・観光周遊交通を確保できるような情報提供等

①地域のマーケティング戦略構築、地域資源を活用した「テーマ別観光」の推進（いつまでも滞在できる地域づくり）

②農泊総合情報プラットフォームの構築、旅行業者への旅行商品化を訴求

③マーケットインを意識した各ターゲット層への売り込みを図る

④「インバウンド重点受入地域」の指定による受入体制の重点的な底上げ等

- その他、これらの施策の実施の基盤となる地域協議会への取組持続化に向けた支援を行う。

農泊推進実行計画に記載された事項への取組スケジュール

対応の方向性	主な具体策	令和5年度	令和6年度	令和7年度
A 農泊地域の実施体制を再構築	<ul style="list-style-type: none"> ■実施体制の再整備のための先進地視察やコンテンツ充実等への支援 ■農泊地域のフォローアップのための都道府県ネットワークの構築 ■農泊の実践による成功事例整理 ■地域おこし協力隊員等の活用促進 ■各組織の役割、地域の取組ポイントを「農泊の手引き」で提示 ■地域協議会の登録制度の実現 ■地域共通の宿泊予約システム導入等による農泊版DXの推進 			
B まずはわが農山漁村に来てもらう	<ul style="list-style-type: none"> ■農泊総合情報プラットフォームによるマーケットへの可視化 ■観光アクセス交通・観光周遊交通を確保できるような情報提供 ■「インバウンド重点受入地域」の指定による受入体制の重点的な底上げ 			
C いつも、いつまでも居て楽しめる農山漁村にする	<ul style="list-style-type: none"> ■全国の農泊地域の範となる新たなモデルの実証をソフト・ハード両面で支援 ■農泊を通じた地域課題解決につながる取組を支援 ■体験コンテンツや公共施設の利活用等の重要性の発信 ■資金調達のモデルを「農泊の手引き」で提示 ■関係各省庁の観光関連施策連携と役割分担 ■「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」における地域での消費機会の拡大等を促進 			