

多様な地域資源の更なる活用に関する農泊推進研究会（第1回）
各委員からの主なコメント

【上山委員】

- 各農泊地域の宿泊施設や体験コンテンツが流通にのっていないのが大きな課題。オンライン予約への対応が必要。
- 人材不足・育成も課題であり、都市部で経験を積んだ人に農泊に携わってもらえるとよいのではないかな。
- 農泊の発展のために観光業界でまずはこれまでのグリーンツーリズムと農泊との違い、そして農泊の可能性をしっかりと共通認識として持って頂きたい。
- 農泊自体が、観光収入という直接の効果のみならず、人口減少、空き家、就労問題など地域の重要な課題を解決するゲートウェイであると考えられる。そして滞在先で食事し、食材が気に入れば、訪れたことによる人流から「お取り寄せ」など物流につながる効果があり、さらに SDGs の視点では、移動に伴うカーボンオフセットの仕組みを入れるなど、農泊には様々な可能性と大変重要な意義があるものとする。

【熊野委員（蔵持委員代理）】

- 地域経済の活性化のためにインバウンド旅行者に日本の隅々まで訪問してもらうことが重要であり、コロナ後の旅行者は密を避ける旅を選好することが予想され、農泊はこうしたニーズに非常にマッチしている。
- 世界では SDGs への貢献の重要性も増しており、農泊は SDGs への貢献度が高いと認識している。海外 PR の際には SDGs の視点で打ち出すべきとする。

【杉野委員】

- 地域にいかにお金を落とすか、人流のみならず、物販・物流も含めた総合的な取組が必要。
- 農泊でのワーケーションも、単に農泊地域に行くというだけでなく、地域の人と言葉を交わして新しいアイデアが浮かぶといった肉付けがないと消費者に選んでももらえないのではないかな。
- 海外でのオーガニック食品への関心も重要な視点である。

【高井委員】

- 農泊の宿泊、食事、体験をワンショットでアレンジしてくれる窓口が少ないので、DMO や協議会でこれを受けられる体制整備をお願いしたい。
- 販売商品化にあたって宿泊施設等の情報が霧散しており、情報集約に苦労している。ひとつのプラットフォームで農泊地域の情報を一覧できると、旅行会社、一般ユーザーが農泊を選択するために役立つ。

【中村委員】

- コロナ禍でもテーマ型や目的がはっきりした旅行はある程度好調であり農泊はまだまだ伸び代がある。特にこれからは交流型が重要となるのではないか。
- 農泊についての情報の集約及び一元化されたものがあると、業界の中でさらに企画を推進できる。

【中山委員】

- 販売チャネル、流通経路の確保に加え、販売手数料の確保や利幅の大きい団体旅行の誘致なども旅行業者が動くために必要。
- 農泊は、感染リスクを避け安全安心な旅行を提供する「新しい旅のスタイル」とマッチするところが大きく、まだまだ伸び代があり、旅行素材として期待。

【藤井委員】

- コロナの影響により、教育旅行をメインにした自立出来ている農泊地域は悲惨な状況になっているほか、農家民宿等のモチベーションの維持も課題。観光庁の既存観光拠点再生の事業のように、面的な大きな補助金を入れるサポートを農泊についても新たにつくるべき。
- 農家民宿は、教育旅行ばかりで個人向けの誘客ができていない。このコロナで危機感あるので、この分野でモデルとなるニッチトップの農家、施設をつくりあげていくためのサポートが必要ではないか。

【矢ヶ崎委員】

- かつての農村旅行から脱却し、個人旅行者や少人数での農山漁村での明確なテーマ型の来訪を惹きつける農泊であってほしい。
- 個人旅行に焦点を当てると、農泊のイメージをより明確に世の中に訴えることが大事。海外向けのレベルの高いガイドブックの作成も必要ではないか。また、若者にはSDGsの切り口も効果的。

【柳原委員】

- 地方、東京で食べ物の均一化が起きている中、生きた郷土料理を食べられるのが農泊の魅力。
- ただし、地元で昔からつくってきたものをつまらないものになってしまう地域の人は多い。そうではないのだというアドバイスが大事。

以上