

多様な地域資源の更なる有効活用に関する農泊推進研究会(令和5年度)

農泊事業者向け「農泊の手引き」更新の紹介

令和6年 3月4日

株式会社百戦錬磨 取締役

一般社団法人日本ファームステイ協会 事務局長

大野 彰則

本講の内容

「農山漁村地域の所得向上・活性化のための農泊の手引き」 が新しくなります！

■更新のポイント

1. 手引きの対象と更新の特長

- ・ 協議会のスタートアップ+レベルアップ向け
- ・ 農泊推進実行計画に基づき作成

2. 全体構成：ビジネス化に向けたエッセンス

- ・ 体制づくり：マーケティング視点、事業計画策定
- ・ 地域コンテンツ：宿泊施設開業プロセス、質の高いコンテンツ提供の手法
- ・ 販売・プロモーション：OTA、SNS、Googleビジネス、エージェント向け営業
- ・ 体制強化：品質向上支援制度、県域ネットワーク、認証制度への登録

3. 豊富な事例紹介と最新情報

- ・ 各コンテンツの事例
- ・ 住宅宿泊管理業



1. 手引きの対象と更新の特長

- ・ 協議会のスタートアップ+レベルアップ向け
- ・ 農泊推進実行計画に基づき作成

対象者：主に農泊のスタートアップ+レベルアップ向け

特長：農泊推進実行計画に基づき作成

本手引きの対象者は、農泊にこれまで取り組んできた方、これから取り組む方、地域のリーダー、自治体の担当者、中間支援組織の皆様を想定しています。

令和5年6月に発表された、農林水産省の「農泊推進実行計画」に基づき、最新の農泊事情を調査、取材し、情報をアップデート、更新いたしました。

第1章

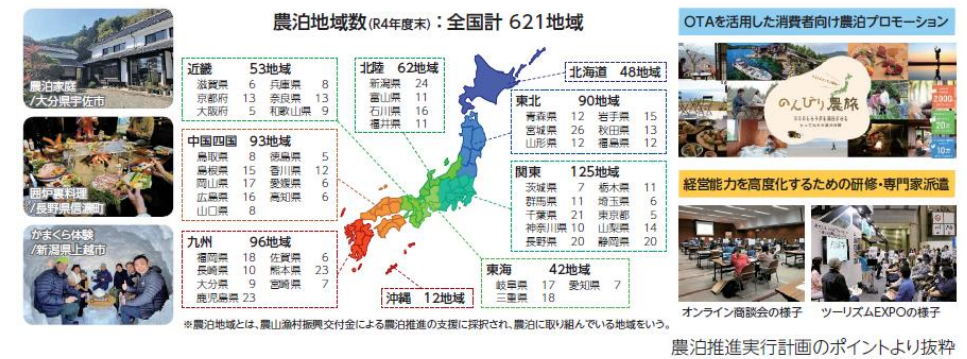
農泊手引きの使い方

本手引きは、地域で取組む「農泊」を自立的かつ持続的にビジネスとして実践していくための手引きとなることを目的としています。

本手引きは、農泊に今後取組もうとする自治体や地域の担当者・代表者、農泊に既に取組んでいる地域協議会等の担当者や代表者、並びに農泊を実践する地域のネットワークの中間支援組織(協議会・法人・*DMO)等の関係者向けに作成しております。

本手引きをご活用いただいた方が農泊に取組むにあたってご留意いただきたいことを整理してお伝えすることを目的として編さんされています。作成にあたっては、先進的な取組を行っている地域の方にもご協力いただき、お読みいただいている方にとって分かり易いものとなるように努めました。本手引きをご活用いただき、皆さんの地域の農泊の取組が自立的かつ持続的なビジネスとなることを願います。

【全国の農泊地域数や農泊推進のイメージ】



3. これからの農泊推進のポイント

- 基本方針(農泊推進実行計画(令和5(2023)年6月2日より抜粋))
 - 農林水産省では、令和4(2022)年12月から令和5(2023)年6月にかけて、3回にわたって有識者による「農泊推進のあり方検討会」を開催し、これからの農泊推進のあり方について議論を重ねました。
 - その結果として、今後の農泊について、コロナで疲弊した「農泊地域の実施体制を再構築する」、これまでに整えたコンテンツを広く可視化し「まずはわが農山漁村に来てもらう」、訪ねた人にとって「いつも、いつもでも居て楽しめる農山漁村をつくる」の3つの方向性に沿って、農泊地域、関係事業者、関係省庁がそれぞれ実際に行動することの重要性や、具体的に取組むべき事項を確認した「農泊推進実行計画」がとりまとめられました。

農泊推進実行計画(概要)

基本方針 ○ 「農泊」は、持続可能な農泊地域を創出する観点から、500地域創出を掲げた「草創期」から、「年間延べ宿泊者数を令和7年度までに700万人泊」とする目標の下、成果を挙げて「成長期」へ移行すべき段階にある。 ○ 地域自身、地域の特性を正しく把握し、成長を促すことと、農山漁村アンブレラ戦略「農山漁村アンブレラ」を持ち、「新規来訪者の獲得」「来訪1回当たり平均泊数の延長」「来訪者のリピーター化」に取り組むとともに、農林水産省が都道府県・事業者等と連携して広域的な課題解決に向けた支援を企画・実施することを通じ、目標の達成と農山漁村地域の持続性確保を目指す。	計画期間： 令和5～7年度 (2023～2025)
対応の方向性 (訪れた人にとって) C いつも、いつもでも居て楽しめる農山漁村をつくる (これまでに整えたコンテンツを広く可視化し) B まずはわが農山漁村に来てもらう (コロナで疲弊した) A 農泊地域の実施体制を再構築	目標 ■ 令和7年度目標：(農山漁村の活性化と所得向上を目指す) 農泊地域での年間延べ宿泊者数 700万人泊 訪日外国人旅行者の割合 10%
主な具体的課題 A コロナで疲弊した地域の取組の持続性確保に効果的な支援が必要ではないか ■ 農泊に関わる人材の確保・育成をすべきではないか ■ 地域全体に裨益する体制を確立すべきではないか ■ ICTによる事業合理化やEBPMの促進が必要ではないか B 農泊地域・農泊事業者と連携し、イメージを刷新するべきではないか ■ コロナ禍による観光客の減少を踏まえ、イメージ刷新が必要ではないか ■ 農泊地域自身による現状認識と課題分析が必要であり、マーケティング戦略が急務 ■ 受入環境整備等を通じたインバウンドの地方誘客が必要ではないか C 新たな旅行テーマに応じた農泊の展開に向けた支援が必要ではないか ■ 来訪者満足度の向上と地域課題の解決を同時に図る取組を促進すべきではないか ■ さらなる農泊地域の裾野拡大が必要ではないか ■ 資金調達や人材確保に必要となる支援が必要ではないか ■ 中長期滞在者の確保や来訪者の再訪・関係人口化に繋げることが必要ではないか	主な具体策 A 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 ■ 都道府県ネットワークの構築 ■ 専門家派遣等の活用について意義と効果の周知 ■ 地域がしきり方策具等の活用と農泊関係団体等への働きかけ ■ 関係組織それぞれに期待される役割、地域の取組へのポイントを提示 ■ 地域協議会の設置制度の実現 ■ 地域共通の宿泊予約システム導入等による農泊DXの推進 B 農泊総合情報プラットフォームによるマーケットに対する「農泊」の可視化等 ■ 観光アクセス交通、観光関連交通を確保できるような情報提供 ■ 「インバウンド」重点受入地域に重点的な受入体制の重点的な底上げ C 「高付加価値」かつ「持続的」で「関係人口増加に資する」、全国の農泊地域の礎となる新たなモデルの構築を「ハード」面でも支援 ■ 農業分野で支援等、農泊を通じた地域課題解決等につながる取組を支援 ■ 資金調達のモデル提示 ■ 滞在長期化に向けて、関係省庁の観光関連施策との連携と役割分担 ■ 「旅マエ・旅ナカ・旅アト」における消費機会拡大等のための取組促進
令和7年度に向けて目指すべき姿 ■ コロナ禍からの復活とコロナ禍前を超える農山漁村地域への誘客を実現し、農山漁村の活性化と所得向上につなげていく。	

2. 全体構成：ビジネス化に向けたエッセンス

- ・ 体制づくり：マーケティング視点、事業計画策定
- ・ 地域コンテンツ：宿泊施設開業プロセス、質の高いコンテンツ提供の手法
- ・ 販売・プロモーション：OTA、SNS、Googleビジネス、エージェント向け営業
- ・ 体制強化：品質向上支援制度、県域ネットワーク、認証制度への登録

全体構成：ビジネス化に向けたエッセンス

農泊推進に向けたプロセスの段階別構成

タスク別の課題となっている項目については3段階の〈発展段階〉で掲載されています。
段階的かつ確実にプロセスを踏んで実践していただき、実践中である項目が課題となった場合立ち止って読み返すこともできる構成となっております。

発展段階	発展段階1 すぐにはじめること	発展段階2
農泊の理解	農泊を知る (P10) 概念・背景・目的めざすべき地域像	
自地域の現状認識	自己診断 (P118) 自地域の現在の姿・特徴、目指そうとしている姿の認識 自地域における農泊実践の認識 重点化すべき取り組みや改善点の見つけ出し	
第3章 体制づくり	1. 事業計画の策定 (P13) 事業計画策定に向けた仮説づくり	2. 戦術 (活動計画・収支計画等)の策定 (P18) ①事業計画策定に必要な項目 (6W2H)の確認と樹形図 (ロジックツリー)の作成 ②活動計画 (アクションプラン)の策定 ③組織の形成、実施体制の整備 ④事務局体制の構築 ⑤収支計画の策定 ⑥経営管理体制の整備
第4章 ニーズ等の把握と訪問者の絞り込み	1. 農泊ニーズの高まり (P69) ①農泊の市場規模 ②農泊における滞在ニーズとマッチングの重要性 2. 訪問者の絞り込み ① STP 分析 ②セグメンテーション ③ターゲティング (標的となる市場の決定) ④ポジショニング (自地域の明確化)	
第5章 地域コンテンツ		1. 魅力的な地域づくり (P66) 2. 訪問者との交流 (P67) ①農泊にとっての大切な交流 ～関係人口の糸口に ②旅マエ・旅アトの交流 3. 宿泊 (P68) ①法律的な分類・種類 ②宿泊施設開業に向けたポイント ③空き家の運営 (住宅訪問管理業の改定) ④廃校施設の利活用 ⑤交流拠点等の様々な活用方法
第6章 販売・プロモーション		1. 販売 (P91) ①OTAの活用 ②OTAの登録 ③OTA活用にあたって重要なこと ④人的営業活動
第7章 インバウンド	1. インバウンドの情勢と傾向 (P103) ①訪日外国人旅行者数と消費内容からみる旅行傾向 ②訪日外国人の地方への誘客の重要性 ③コト消費の動向 ④農泊地域に求められる快適性 2. 国・地域別のニーズ (P107) ①外国人の受入れに際して ②コミュニケーションと留意点 インバウンド受入準備	3. インバウンド環境整備 (P110) ①ストレスフリーの環境整備 ②多言語ホームページ、案内表示等の整備 ③インバウンド向けプロモーション
第8章 体制の強化		

赤枠で囲んだ項目は、農泊に取り組む上で、特に重要な取り組み項目です。

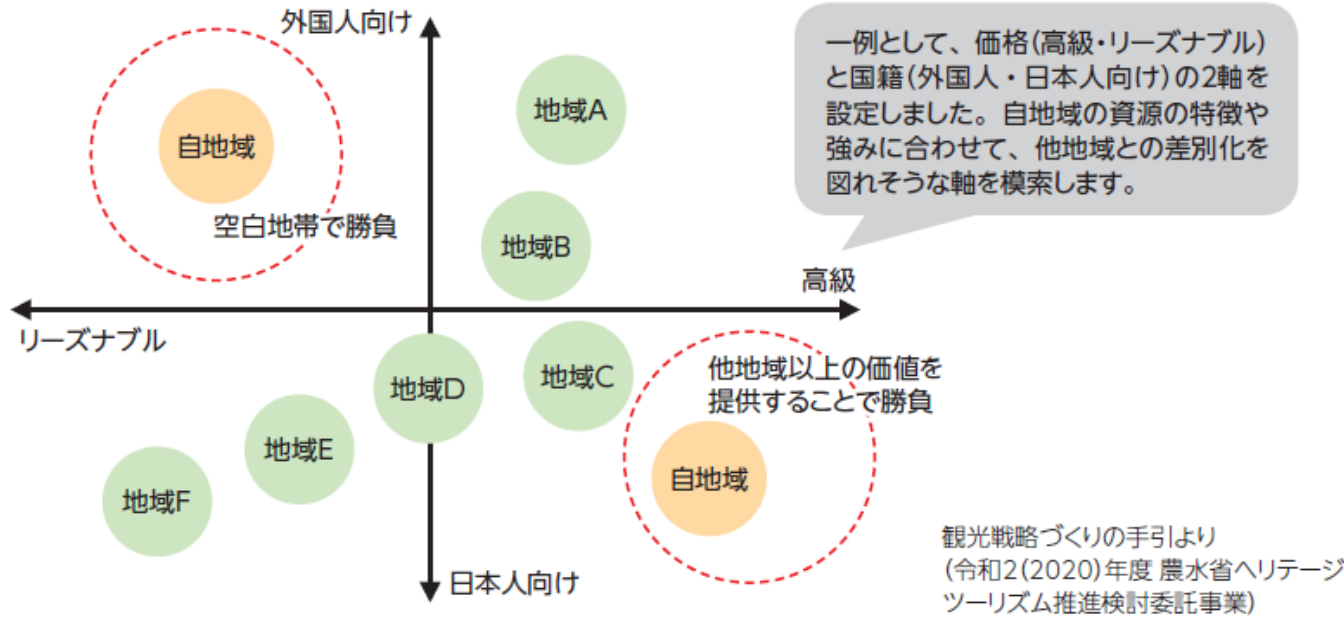
地域一丸で作り上げること	発展段階3 持続的に進めること
3. 資金調達 (P34) ①準備 ②調達方法 4. 合意形成 (P37) ①多様な関係者の参画 ②協議会の設立と役割 ③地域内の人々の合意 5. 法人化 (P39) ①中間支援組織 ②設立手続き ③主な法人形態による相違点・注意点	6. 人材確保・育成 (P43) ①地域内の人材活用・発掘 ②外部人材の見つけ方と受入れの心がまえ ③専門家の受入れや外部研修・地域内勉強会などによる人材育成 ④先進地域への視察 7. リスクマネジメント (P47) ①安全管理体制構築 ②保険の種類・内容 ③宿泊・食事・体験等のリスク
3. 資金調達 (P34) ①準備 ②調達方法 4. 合意形成 (P37) ①多様な関係者の参画 ②協議会の設立と役割 ③地域内の人々の合意 5. 法人化 (P39) ①中間支援組織 ②設立手続き ③主な法人形態による相違点・注意点	3. 検証と見直し (P64) ①訪問者へのアンケート ②集計方法
4. 食事 (P77) ①食事提供における関連業法 ②地場産食材を活用した食のコンテンツの磨き上げ ③泊食分離=地域内連携による促進 ④ガストロノミーツーリズム 5. 体験 (P81) ①ターゲットに応じた体験コンテンツづくり ②年間を通じた体験コンテンツづくり ③宿泊につながるような体験コンテンツ ④体験実施にあたって法令遵守 6. 物販 (P85) ①直売所・道の駅等の活用 ②伝統工芸品の活用	8. 交通インフラ (P87) ①二次交通 ②交通機関との連携 9. 地域の観光・歴史・文化資源との連携 (P88) ①地域にある観光資源と連携したコンテンツづくり ②多様な分野と連携したコンテンツの提供 10. 持続可能な品質の維持向上 (P89)
2. 情報発信 (P98) ①様々な情報発信 ② SNS や動画等コンテンツの整備 ③農泊に関わるポータルサイトの活用	3. プロモーション (P102) ①大規模イベントへの出展 ②ファミトリップの実施 ③メディアの活用
	4. 日本在住の外国人との連携 (P113)
	1. ネットワーク化 (P113) ①都道府県域のネットワーク ②広域連携によるネットワーク 2. 専門家派遣 (P116) 3. 各種認定制度 (P116) 4. 持続的な運営 (P117)

検証・見直し・改善

P D C A サイクルの循環

農山漁村地域の所得向上・地域活性化の実現へ

【ある地域の「中間支援組織」にて設定した事例】



【中間支援組織の形成・実施体制の整備に必要なポイント】

- ① 域内連携
協議会設立、地域内の各種団体との連携体制、行政機関との連携、協議会構成員それぞれのメリットづくり、ターゲット層、目的・目標、そこへの到達手段の協議会内部での共有
- ② 中間支援組織のビジネス化
中核団体設立・法人化、DMO登録、旅行業取得、中期経営計画(持続性)、単年度経営計画と決算、ヒト・モノ・カネの管理(労務管理・財務管理)、規程・規約作成、サービス価格設定・料金表作成 等
- ③ 受入体制整備
必要備品・資器材の調達、一元的受付窓口の整備、交流拠点施設の整備、安全管理体制、営業・PR活動の継続体制、予約管理、業務マニュアル(対外・対地域内) 等
- ④ その他
移動手段確保・交通機関との連携、確かな実績づくり、近隣の協議会との情報交換・連携、周遊ツアーを企画する旅行会社との連携、OTAとの情報交換・連携、教育委員会や学校との連携 等

【実施体制例①：民主導の事例】

団体名：認定NPO法人 遠野山・里・暮らしネットワーク (岩手県遠野市)

- 自発的・草の根的に生まれた遠野の複数のグループをネットワーク化した集積型NPOを設立。
- 農泊を利用した自動車免許合宿、国内外の一般旅行者向けの各種ツアー造成や販売、企業との連携等、多様な活動を通じた地域づくりを行う。コロナ禍ではマイクロツーリズムを実践し、推進体制を維持した。令和5年度からインバウンドの受入も増えている。
- 認定NPO法人を中核として協議会を新設し更なる体制やプロモーションの強化を図る。

事業内容 ()内はおよその事業割合

- 旅行(6)：教育旅行(2)、着地型旅行(1)、GT型合宿免許(2)、企業法人・団体(1)
- 地域活性化(3) 域内活性化事業(RMO事業、移住定住・就業支援等)、域外コンサルティング
- その他(1) 物販等

事業規模

■ 売上(概算) 62,771千円
R4年度実績

宿泊施設数

■ 29件
(旅館等11件、農家民宿等18件)

体制図



事務局体制

- 会長
役割：事業構想[元市職員]
- 事務局長
役割：運営管理[元市職員]
- スタッフA
役割：事業企画・進行[専従]
- スタッフB
役割：庶務[専従]
- スタッフC
役割：窓口・ガイド[専従]
- スタッフD
役割：情報発信[地域おこし協力隊]

Step1 (H7)

研究会の発足

○(H7)農家や移住者が中心となり、ありのままの農山村の暮らしを体感できる交流事業を通して、遠野の地域づくりを行うことを目的に、「遠野グリーン・ツーリズム研究会」を設立。

Step2 (H15~)

NPO法人設立

○(H15) 教育旅行が全国的に人気となり、新たに官民が一体となって、事業収益向上を目指す地域づくりのプラットフォーム組織として、「NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク」を設立。

Step3 (H23~)

東日本大震災被災地への支援

○(H23)震災後は、宿泊施設の不足から、農家宿泊需要が拡大したため、官民が一体となり、企業・大学ボランティアの受入を開始することで、後方支援活動を実施。

Step4 (H28~)

体験協議会の設立 中核法人「認定NPO法人」

○(H28)多様な業務展開している遠野山ネットが「認定NPO法人化」。そこが中核組織となり、更なる官民連携による受入拡大を目的に、「遠野ふるさと体験協議会」を設立。

Step5 (H30~)

インバウンド拡大

○(H28)体験協議会中心となり、事業継続のために、国内観光客からインバウンド受入を重視し、協議会員向けの英語教室開催、外国人視点による市内サインの見直し、多国籍マップの刷新。海外旅行会社の大型国際商談会に参加し、農泊をPR。

Step6 (R1~)

農泊の窓口機能強化

○農泊推進事業を経て、(R1)協議会の事務局・中核法人の遠野山里ネット主体となり多様な関係者と連携しグリーン・ツーリズムの案内・販売所「遠野旅の産地直売所」を運営。