

農泊とは、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農山漁村の人々との交流を楽しみ、農家民宿や古民家等を活用した宿泊施設に滞在して、観光客にその土地の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行を指します。農泊をビジネスとして実施できる体制を持った地域を2020年までに500地域創出することにより、農山漁村の所得向上と活性化の実現を目指しています。

(2020年までに、500地域の創出を目指す)

訪日外国人旅行者を含む観光客を呼び込み、ニーズに応じた様々なサービスを提供することで、リピーターや新たな観光客を獲得していくことは、農山漁村の所得向上と活性化に貢献します。観光客の受皿となる農山漁村においては、観光地域づくりの舵取り役を担うDMO¹等との連携を通じ、世界農業遺産²や日本農業遺産³、棚田百選の選定地域を始めとした伝統的な農林水産業や優れた景観等の地域資源を活用した観光コンテンツの創出や、ビジネスとして継続的にサービスを提供できる地域が一丸となった体制の整備が急務となっています。



農山漁村地域で滞在を楽しむ
外国人観光客
(第3回「ディスカバー農山漁村の宝」
選定地区(秋田県仙北市))

農泊は地方創生や観光立国の関連施策にも位置付けられており、2020年までに、農泊をビジネスとして実施できる体制を持った地域を500地域まで増やすことを目標としています。

平成29(2017)年度の農山漁村振興交付金の農泊推進対策では、約400地域の応募の中から206地域を支援しました。

(地域の取組を「知って」もらう機会の創出)

訪日外国人旅行者を含めた観光客を農山漁村に呼び込むため、農泊の魅力を国内外へ発信することにより、地域の取組を「知って」もらう機会の創出を戦略的に実施する必要があります。

農林水産省では、平成29(2017)年度に、情報発信力のある海外のタレント等を起用し、農泊に取り組む地域を紹介する動画を東南アジア7か国でテレビ放



海外のタレントを起用した動画
(東南アジアのCATV放送局
LITVによる放送)

1 Destination Management Organization の略。観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同して明確なコンセプトに基づいた地域の戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人
2 国連食糧農業機関 (FAO) が世界的に重要かつ伝統的な農林水産業を営む地域を認定する制度。平成29(2017)年度末時点で、世界19か国49地域が認定されており、我が国では新潟県佐渡市を含め11地域が認定
3 農林水産大臣が我が国において重要かつ伝統的な農林水産業を営む地域を認定する制度。平成29(2017)年度末時点で、宮城県大崎地域を含め8地域が認定

映するとともに、動画配信サイト等で全世界へ情報を発信しました。

また、外国人や旅行者のモニターに加え、海外のエージェントや情報発信力のあるブロガー等を対象にモニターツアー等を実施し、食・景観・古民家等の地域の魅力をSNS¹で発信しました。

さらに、農泊の先進事例12地域を集めた農泊プロセス事例集を作成するとともに、全国主要都市で14回の農泊シンポジウムを開催し、このうち2月から3月にかけての5回の開催においては、更なる観光客の増大に向け、農泊に取り組む地域と国内外の旅行業者等とのビジネスマッチングを実施しました。



農泊シンポジウムの様子

事例

新名物となるジビエ加工品の開発に挑戦（石川県）

石川県の七尾湾に浮かぶ能登島で民宿業を営む石坂淳さんは、様々な地域資源を活用して島に滞在してもらえる仕組みを構築するため、平成29（2017）年4月に、島内の住民団体等を構成員とする能登島ペスカグリ・ネットワークを設立し、代表に就任しました。

同ネットワークは、これまで埋却していたイノシシを、地域の事業者の協力を得ることで適切な処理が行われた良質のジビエとして確保し、イノシシメンチカツ等の商品開発を進めており、ジビエ加工品には新たな名物として期待が寄せられています。

また、里山里海を象徴する「米」を中心とした暮らしに触れる機会を、サイクリングツアーなどの体験メニューとして提供することで、これまで取り込めていなかった訪日外国人旅行者への訴求力向上を図ることとしています。

同ネットワークでは、感動を与えるモノ（商品）とコト（体験）づくりを通じて能登島のブランド化を図り、採算性が高い持続的な取組への進化を目指すとしています。



交流イベントでのイノシシメンチカツ販売の様子

地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人旅行者を中心とする観光客を誘致する取組も各地で広がっています。農林水産省では、地域の食材の特長や歴史、食べ方、郷土料理や食文化等を、滞在しながら楽しむことのできる地域を「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」として認定し海外向けに情報発信を行っており、これまでに、15地域を認定しました（図表4-1）。

1 Social Networking Service の略。登録された利用者同士が交流できる web サイトのサービス

図表 4-1 「SAVOR JAPAN」認定地域一覧



事例

外国人延べ宿泊者数の倍増を目指し、滞在拠点等を整備 (徳島県)

徳島県西部の2市2町で一体的な観光地域づくりに取り組んできたにし阿波地域は、そば・雑穀等の郷土食や急傾斜の畑で営まれてきた伝統的な農業を核とした訪日外国人旅行者誘致の取組が認められ、平成28(2016)年11月にSAVOR JAPANに認定されました。また、伝統的な農業が評価され、平成29(2017)年3月に日本農業遺産に、平成30(2018)年3月には世界農業遺産に認定されました。

同地域では、「にし阿波・桃源郷」の実現をキャッチフレーズとしています。具体的には、特徴的な景観や歴史を持つ集落において、地域内で訪日外国人旅行者の誘致に成功している落合集落のノウハウを活かし、2020年度までに、農家民宿、古民家再生、廃校利用等により滞在拠点を整備するとともに、伝統料理、農作業等のインストラクターを配置し、桃源郷の営みを体感できる仕組みを構築するとしています。

同地域の外国人延べ宿泊者数については、平成27(2015)年の1万5千人を2020年に3万人に倍増する目標を掲げており、同地域の暮らしをじっくり体験したい旅行者の取り込みを目指しています。



餅つき体験の様子

(訪日外国人旅行者は、訪日回数が多い人ほど地方部への訪問割合が増加)

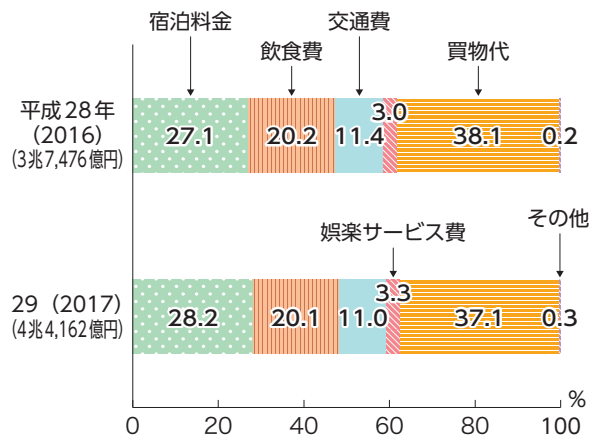
訪日外国人旅行者については、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される2020年までに、人数4千万人、旅行消費額8兆円、地方部における延べ宿泊者数7千万人泊等の目標¹が設定されています。平成29(2017)年においては、旅行者数2,869万人²、旅行消費額4兆4,162億円³、地方部における延べ宿泊者数3,188万人泊⁴となり、いずれも過去最高を記録しました。

消費額の費目別構成割合を見ると、平成29(2017)年は、買物代が減少する一方で、娯楽サービス費が増加しており、モノからコトへの消費のシフトが進んでいます(図表4-2)。

延べ宿泊者数の増加率を都道府県別に見ると、青森県、大分県、佐賀県等で前年に比べ50%以上増加しています(図表4-3)。また、訪問地を訪日回数別に見ると、回数が多い人ほど地方部を訪れる割合が高くなっています(図表4-4)。

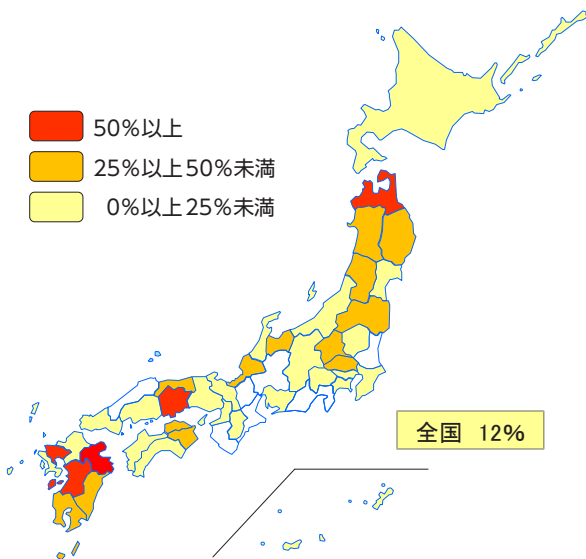
地方には、豊かな自然環境の中で代々継承されてきた独自性のある伝統的な農林水産業、これと密接に関わって育まれた文化等、外国人にとって魅力的な資源が存在し、地方部を訪れる訪日外国人旅行者の中には、このような資源に触れようと中山間地域を訪れる者も見られます。

図表4-2 訪日外国人旅行消費額の費目別構成割合



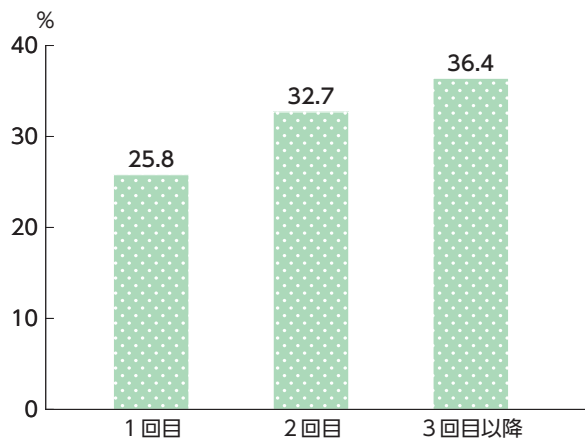
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査(平成29年年間値(速報))」を基に農林水産省で作成
注：()内は訪日外国人旅行消費額の総額

図表4-3 都道府県別に見た訪日外国人旅行者延べ宿泊者数の対前年増加率(平成29(2017)年)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に農林水産省で作成

図表4-4 訪日回数別に見た外国人旅行者の訪問地に占める地方部の割合(平成29(2017)年)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査(平成29年年間値(確報))」を基に農林水産省で作成

注：訪日外国人旅行者が訪問した都道府県の延べ数に占める、三大都市圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県)以外の道県の割合

1 観光立国推進基本計画(平成29(2017)年3月閣議決定)
 2 日本政府観光局(JNTO)「2017年訪日外客数(総数)」
 3 観光庁「訪日外国人消費動向調査(平成29年年間値(確報))」
 4 観光庁「宿泊旅行統計調査(平成29年年間値(速報値))」