

TUMSAT-OACIS Repository - Tokyo

University of Marine Science and Technology

(東京海洋大学)

渚泊取組ガイドライン

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2020-11-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 中泉, 昌光 メールアドレス: 所属:
URL	https://oacis.repo.nii.ac.jp/records/2022

渚泊取組ガイドライン

2020 年 3 月

一般財団法人 漁港漁場漁村総合研究所
東京海洋大学 先端科学技術研究センター

目 次	
前 編	1
1. 渚泊の取組の背景と意義	1
2. 渚泊の取組の概要	7
本 編	10
1. 本ガイドラインの位置付け	11
2. 持続可能な組織・運営体制の構築に向けた課題	13
3. 課題解決のための取組	15
3.1 持続可能な組織・運営体制へのシナリオ	15
3.2 ビジョン・事業計画	25
3.3 組織・運営体制	35
3.4 宿泊・体験プログラムおよび食の提供	60
3.5 宿泊・体験・集客施設	79
3.6 広報	90
参 考	108
1. 事例：持続可能な組織・運営体制を確立している地域	109
1.1 北海道寿都町水産業産地協議会	109
1.2 一般社団法人まつうら党交流公社	116
1.3 伊根浦地区農泊推進地区協議会	123
1.4 一般社団法人若狭三方五湖観光協会	133
1.5 対馬グリーン・ブルーツーリズム協会	141
1.6 NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会	147
2. 事例：地域の課題と解決	157
3. 渚泊・農泊取組地域の組織・運営体制と取組内容の特徴	233

前 編

1. 渚泊の取組の背景と位置付け

少子化にともなう人口減少と急速な高齢化は、日本の経済・社会に深刻な問題を生み出すと言われている。特に漁業地域については人口減少・高齢化が急進しており、水産施策として漁村の活性化対策が行われてきた。こうした中、平成 29 年度より、農山漁村振興交付金（農泊推進対策）がスタートし、日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村地域の人々との交流を滞在して楽しむ「農泊」を持続的な観光ビジネスとして推進する事業が行われている。漁村地域における取組については、特に「渚泊」と呼んでいる。

前編では、漁村の活性化のためにこれまで様々な施策のもとで各種取組が行われてきた中で、今般の渚泊の取組の推進の背景や位置づけについて述べる。

1.1 漁村の活性化とは

漁村の活性化とは、どのような状況を目指すのか、その実現のためにどのような取組を行うことを指すのか、法令、水産白書では次のように記載されている。

【農山漁村活性化法 抜粋】（目的）

第一条 この法律この法律は、人口の減少、高齢化の進展等により農山漁村の活力が低下していることにかんがみ、農山漁村における定住等及び農山漁村と都市との地域間交流を促進するための措置を講ずることにより、農山漁村の活性化を図ることを目的とする。

【水産白書 2017 抜粋】（活力ある漁村とは）

人口減少の過度の進行や高齢化による人口バランスの崩壊は地域の活力を失わせ、漁村が本来持っている水産物を安定供給する機能や多面的機能が十分に発揮されなくなるおそれもあります。活気のある住みよい地域づくりにより、漁村に人を呼び戻し、賑わいを取り戻すことが求められています。

これらに基づく、漁村の活性化とは「人口減少・高齢化の進展に鑑み、かつてにぎわっていたように人を呼び込み漁村の活力を取り戻す」とことと解される。

講じられている施策や取組について、水産基本法の制定以降の水産基本計画と水産白書から分類し整理した結果を表 1.1.1 に示す。施策は、大きく次の 3 つに分類されることがわかる。

- i. 漁業振興を通じた漁村の活性化、
- ii. 担い手確保と人の交流による漁村の活性化、
- iii. 定住環境づくりによる漁村の活性化

なお、「漁村の活性化」や「活力ある漁村づくり」という言葉は、水産白書（漁業白書）では沿岸漁業者や地域振興のための施策として 1990 年度ごろから使われ始めている。

表 1.1.1 漁村の活性化のための施策・取組等

施策や取組の動向	具体的な事例			
漁業振興を通じた漁村の活性化 (1) 状況の変化に対応し得る漁業経営力の強化と所得の向上 ・ 自律的な経営力の強化の必要性 ・ 所得の向上を目指す浜の活力再生プラン ・ 経営力の強化のための共同化・協業化 ・ 漁業への企業参入の促進 (2) 水産業・漁村における地域資源を活かした漁業の振興 ・ 漁村の地域資源の発掘と活用 ・ 「獲るだけ」の漁業からの脱却と他産業との連携 ・ 6次産業化 ・ 地産地消の取組 ・ 輸出拡大に向けた取組 ・ 都市住民や外国人観光客等との交流	生産	新しい漁業・養殖生産	資源管理	
	加工	商品開発	伝統食・郷土料理の商品化 低・未利用資源の活用	品質・衛生管理 ブランド化 異業種連携 6次産業化 付加価値向上 トレーサビリティシテム 地産地消 女性の参画・取組 浜プラン
	流通・販売	直売（店舗・移動販売）	通信販売（ネット・宅配） 食堂・レストラン 海外輸出 魚食普及（イベント・祭り・学校給食） イベント・祭り 古民家・倉庫の宿泊施設や店舗への改良	
担い手確保と人の交流による漁村の活性化 (1) 漁村への人の還流 ・ 地域の活性化を担う人々 ・ 田舎暮らし志向の高まり ・ 他地域からの漁業を中核とした漁村への人の受入れ ・ 都市住民や外国人観光客等との交流（再掲） ・ 漁業労働の負担を軽減する新しい技術等 (2) 女性の地位向上と活躍 ・ 漁業・漁村における女性の地位 ・ 漁村における女性の活躍 (3) 地域活性化における漁業協同組合の役割 (4) 水産業・漁村が発揮する多面的機能 (5) 我が国の漁村を次世代につなぐ「浜の活力再生プラン」	交流	【都市と漁村の共生・対流～ ～漁村における滞在型の余暇活動（ブルーツーリズム）等】 【子どもの農山漁村交流プロジェクト】 漁業・漁村・食・文化体験 民宿・漁家宿泊 イベント・祭り 遊漁・マリンレジャー 環境保全（藻場・干潟・磯清掃） 情報発信（ホームページ、フェイスブック、動画配信）	地域内交流 地域外・都市との交流 多様な主体の参画 リーダーの存在 女性の活躍 U・Iターン者の活躍 地域資源の発掘・活用	
	担い手	地域おこし協力隊派遣 イベント 漁業・漁村体験 新規漁業就業者支援 定住・移住のPR及び支援		
定住環境づくりによる漁村の活性化 (1) 安心して暮らせる安全な漁村づくり ・ 防災機能の強化と減災対策の推進 ・ 若者が定住できる生活基盤の整備 ・ 人口が減少する中でのインフラの維持 (2) 水産業・漁村が発揮する多面的機能（再掲） (3) 省エネルギーと再生可能エネルギーの活用 (4) 「浜の活力再生プラン」（再掲）	生活環境基盤（集落排水処理施設） 環境・生態系の保全 自然環境との調和 循環型社会（環境システム社会）の構築			

1.2 活性化方策とは

「漁村活性化の実践に向けた取組のポイント（平成 26 年度水産業強化対策推進交付金産地協議会活動支援事業）」（一般社団法人漁港漁場漁村総合研究所平成 27 年 3 月）では、実施した事例分析の結果として次のことが報告されている。

i. 「地域資源」または「地域の宝」

直販・加工・飲食といった取組が行われている地域では、安定して獲れる水産物や特徴的な水産物、さらには未利用・低利用の水産物といった地域資源の有効活用を図っている。都市漁村交流においては、水産物や特徴的な地域の文化といった地域資源を活用した取組が行われている。地域の宝である地域資源を掘り起こし、磨き上げることが重要である。

ii. 「地域条件」または「集客のしやすさ」

漁村の活性化において、地域と都市部との距離、アクセス方法など地理的な条件や、周辺の観光スポット・集客施設の有無、宿泊の受入能力、食の提供など、地域条件が重要であり、これは何らかの取組を行うにも「集客のしやすさ」を表すものである。

iii. 漁村活性化方策とは

上記 2 つの指標を十分考慮したうえで、人口減少・高齢化という社会条件の下、漁村特性に応じた取組内容を実施することである。

以上、漁村の特性を踏めた活性化方策の体系を表 1.2.1 に示す。

表 1.2.1 漁村特性に応じた活性化方策の体系化

社会条件		地域条件	
人口減少・高齢化		①地域のある市町村の人口（多いか少ないか） ②周辺都市部とのアクセス（遠いか近い、陸路か海路か） ③首都圏・関西圏等からのアクセス（遠いか近い） ④地域内または周辺の観光スポット・集客施設（有無） ⑤地域の宿泊受入能力（受入可能客数、宿泊施設数） ⑥食の提供施設（多いか少ないか）	
		← (集客しやすい) (集客しにくい) →	
地域資源	水産物 (自然物の利用)	直接訪問してもらい、地元で水産物を食べてもらうことに主眼をおいた取組 (例えば) 直販店舗、定期市、飲食・レストラン、惣菜提供、イベント等	水産物を地域外に販売していくことに主眼をおいた取組 (例えば) 消費者との直接取引、加工、ブランド化、通信販売、移動販売、都市部での直売・飲食店等
	漁港・漁村または所在する施設・設備 (財：インフラの利用)		
	生活・文化・歴史・景観・環境等 (サービスの提供)	短期滞在型・長期滞在型（一時滞在・継続滞在）を含めた総合的な都市漁村交流に主眼をおいた取組 (例えば) 海レク、観光体験・交流、社会科見学・修学旅行、UIJターン移住、二地域居住、漁村留学等	長期滞在型（継続滞在）の都市漁村交流に主眼をおいた取組 (例えば) 修学旅行、UIJターン移住、二地域居住、漁村留学等

「漁村活性化の実践に向けた取組のポイント（平成 26 年度水産業強化対策推進交付金産地協議会活動支援事業）」（一般社団法人漁港漁場漁村総合研究所 平成 27 年 3 月）に掲載されている図を改変

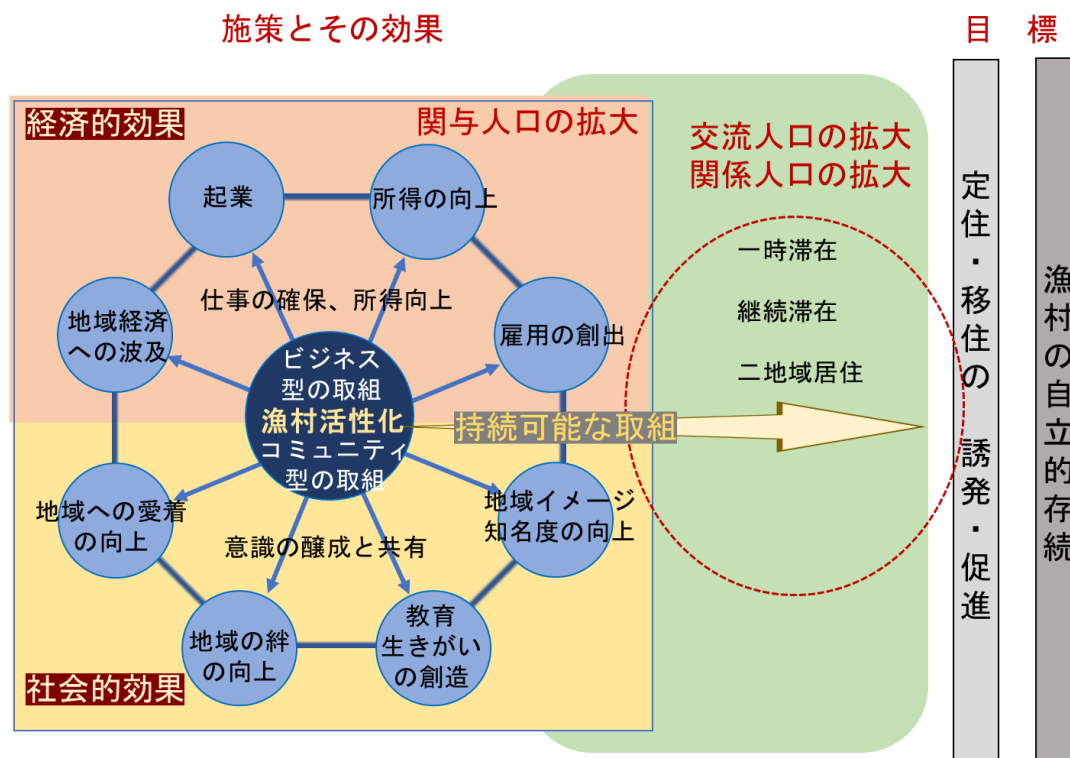
1.3 漁村の活性化の目指す効果と目標

「漁村活性化の実践に向けた取組のポイント」で分析した事例から、活性化の取組は、i) 漁村の活性化方策のとして経済的効果を期待する、または発現する「ビジネス型の取組」と、ii) 社会的効果を重視する「コミュニティ型の取組」に大別され、iii) 個々の施策や取組には両者の効果をもつものもあることが報告されている。いずれにしても持続可能な取組が求められる。

1.1、1.2 を踏まえると、漁村の活性化とは、持続可能な地域の取組を通じて、次の方向を目指すことであり、そのイメージを図 1.3.1 に示す。

- i. 関与人口の拡大～関わる地域の人たちの増加を図る。
- ↓
- ii. 交流人口の拡大～市域外の住民や都市住民たちとの交流の増加を図る。
- ↓
- iii. 関係人口の拡大～一度地域を訪れたボランティア、地域をふるさとにもつ都市住民やファンなど地域に関係した人たちの増加を図る。
- ↓

- iv. イベント等を通じた地域内住民や都市住民との交流だけでなく、漁村滞在型旅行を契機に、さらに一時滞在から継続滞在、二地域居住へと促し、定住や外部からの移住者（Iターン・U者）を誘発・促進し、漁村が自立的存続することを目指す。



（一社）漁港漁場漁村総合研究所「漁村活性化取組ポイント：63 事例」を基に作成

図 1.3.1 漁村の活性化の目指す効果と目標

1.4 これまでの施策と取組

(1) 都市と農山漁村の共生・対流

「都市と農山漁村の共生・対流」は、都市と農山漁村を行き交う新たなライフスタイルを広め、都市と農山漁村それぞれに住む人々がお互いの地域の魅力を分かち合い、「人、もの、情報」の行き来を活発にする取組である。食料・農業・農村基本法（平成 11 年）と水産基本法（平成 13 年）には、国民の水産業及び漁村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりのある生活に資するため、都市との交流の促進が位置付けられた。

(2) 子ども農山漁村交流プロジェクト

本プロジェクトは、平成 20 年度から農林水産省、文部科学省、総務省（後に環境省も参画）の連携で始まった。学ぶ意欲や自立心、思いやりの心、規範意識などを育み、力強い子どもの成長を支える教育活動として、農山漁村に宿泊・滞在させるとともに、農林水産業等の体験を行わせ、地域の人々との交流を深めるなどふるさと生活体験の取組であり、教育的効果と農山漁村への地域活性化の効果が期待されていた。

漁業、農業、林業、自然・環境、食、レジャー等の体験が行われ、組織は、行政、教育委員会、学校、旅行会社、観光協会、旅館・民宿組合等から構成される協議会が太宗を占めている。

「子供農山漁村宿泊体験の現状と課題-宿泊体験受入者の意向調査及び実態調査結果-」（平成 27 年 3 月 農林水産政策研究所 農村活性化プロジェクト研究資料第 6 号）では、「子ども農山漁村交流プロジェクト」に伴って子供の宿泊体験プログラムを受け入れた全国の地域を対象に、現状とその経済効果、今後の課題について分析した結果として次のことが報告されている。このことが、農泊推進対策の創設に繋がっている。

- i. 宿泊業を専門とする受入者は「所得向上」および「地域の観光業振興」を主目的とする傾向があるが、民泊など宿泊業専門でない受入者では「農山漁村に関心をもってもらう」および「子供教育を通じた社会貢献」を主目的とする傾向が強い。
- ii. 「活気再生」および「交流人口増加」を主目的とする傾向は宿泊業専門か否かに関わらない。
- iii. 民泊では 9 割以上が少額収入となっている。旅館営業や一般簡易宿所では経営における収入源としての位置付けは高いものの、民泊では経営上の位置付けは低い。受入意向が高まるのは年間 50 万円以上の収入が見込まれる場合と言える。

2. 渚泊の取組の概要

2.1 渚泊とは

平成 28 年 3 月に、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議で決定された「明日の日本を支える観光ビジョン」に「滞在型農山漁村の確立・形成」が位置付けられた。訪日外国人旅行者を含めた農山漁村への旅行者の大幅増加による所得の向上や雇用の増大を図るため、日本ならではの伝統的な生活体験や農村地域の人々との交流を滞在して楽しむ「農泊」を持続的な観光ビジネスとして推進する「農山漁村振興交付金（農泊推進対策）」が平成 29 年度に創設された。漁村地域については「渚泊」として渚泊の推進に取り組むこととなった。都市と漁村の交流から渚泊・農泊への施策の移行を図 2.1.1 に示す。

渚泊の取組とは、従来の交流は、地域を知ってもらうなど社会的効果や教育的効果を重視していたが、今後は漁村の所得向上を実現する上での重要な柱として渚泊を位置づけ、インバウンドを含む観光客を漁村にも呼び込み、その経済的効果で持続可能なビジネスに発展させ、地域の活性化を図っていくというものである。人口減少・高齢化は急速に進展する中で、地域の活性化の効果と最終目標である「移住・定住の誘発・促進」、「漁村の自立的存続」を目指す。

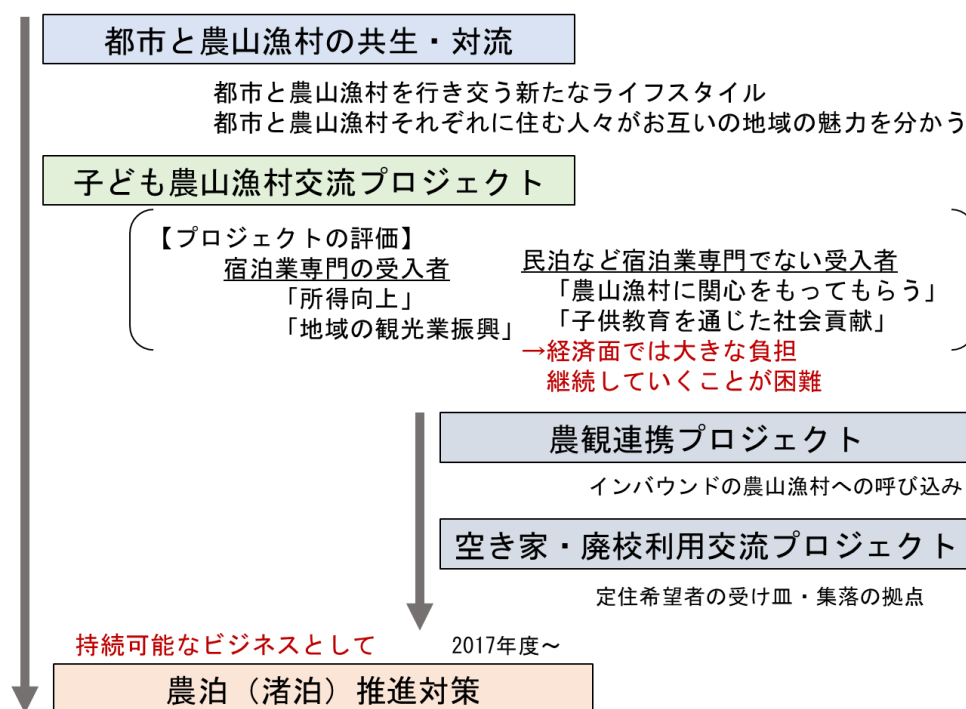


図 2.1.1 交流から渚泊・農泊への施策の移行

2.2 農山漁村振興交付金（農泊推進対策）による支援

農山漁村振興交付金（農泊推進対策）の農山漁村振興推進計画および事業実施計画の承認

を受けると、その活動地域は、持続的に観光ビジネスとして推進するための体制構築に向けた話し合いの経費、漁村地域の魅力を広く発信するためのストーリーづくりやホームページ作成等の経費の支援、市場調査、宿泊・体験プログラムの開発・造成、漁村での滞在に必要な宿泊施設や漁業体験施設等の整備の支援が受けられる。

宿泊の取組としては、例えば、次のような内容がある。

（泊まる）

旅館や民宿のほか、漁家が経営し、趣のある古民家や囲炉裏がある家庭で泊まることもできる民宿（漁家民宿）や一般漁家（漁家民泊）へ宿泊する。魚介類や地域の食材を用いた料理を味わえるだけでなく、漁家の暮らしをそのまま体験。地元の人と語り合う、料理作り等、様々な体験と地域との交流。

（味わう）

食堂や番屋などで、漁師が採った魚介類などで地域の食材を使った料理を味わう。

（買う）

水産物直売所で地元の鮮魚や加工品を手ごろな価格で買う。（楽しむ）釣りや地曳網などの漁業体験、干物など加工品体験、料理体験づくり、マリンスポーツ、漁村風景など。

2.3 平成 29・30 年度の宿泊推進対策地域の概要

平成 29 年度農山漁村振興交付金（農泊推進対策）の農山漁村振興推進計画及び事業実施計画の 1 次承認および 2 次承認、ならびに平成 30 年度の 1 次承認を受けた農泊（渚泊）に取組地域の総数は 289 地域であった。内訳は、農泊のみの取組地域、農泊と渚泊の取組地域ならびに渚泊のみの取組地域は、それぞれ 207 地域、51 地域、そして 31 地域であった。このことから渚泊および渚泊を含む取組地域数は 82 地域であり、全体のおよそ 3 割を占めている。

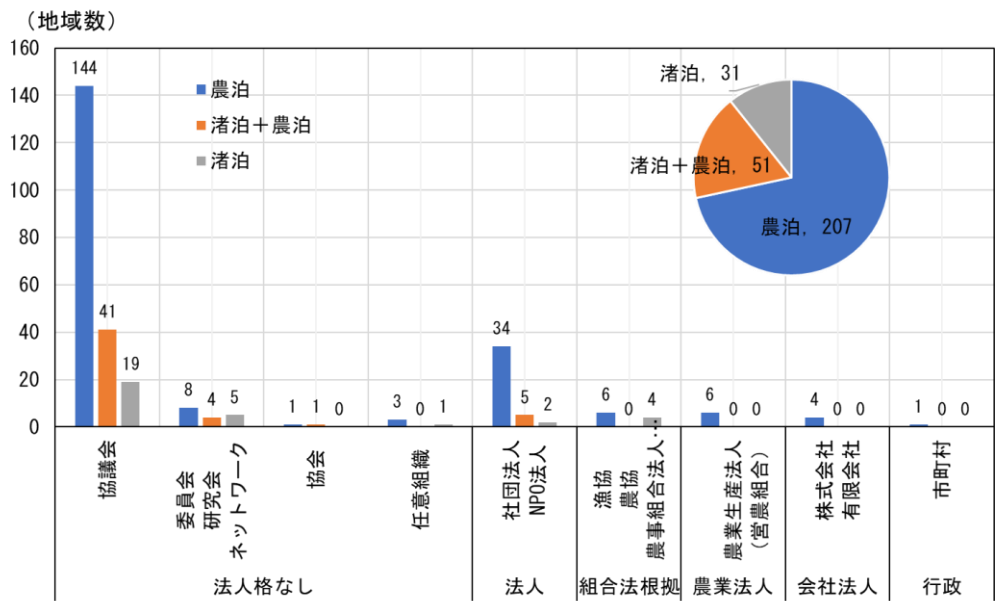


図 2.3.1 農泊（渚泊）推進対策実施地域の活動組織の形態

活動組織を形態別に分類し、その地域数を図 2.3.1 に示す。取組地域の多くは任意団体ではあるが、広く関係者を巻き込みやすい、協議会という形態をとっている。交付金や補助金については、その協議会に経理に対応できる法人が構成員(事務局)として入っていれば、活動組織としてこれを受けることができる。

次に、渚泊の取組地域について、事業実施計画書に記載された課題とそれに対する対応として取組・内容を類型化しまとめた結果を表 2.3.1 に示す。例えば、情報収集という課題に対する取組として、情報収集、マーケティング、人材活用・ツールの活用が選択的に行われている。具体的にはマーケティングの場合には地域内でのマーケティング調査の実施、モニターツアーが選択的に行われている。

表 2.3.1 渚泊推進対策事業地域における課題と取組項目・内容

情報収集		地域の受入体制、窓口づくり	
情報収集	先進地視察 情報収集・分析 地域資源調査の実施	地域の意識向上・醸成	各種研修会、講習会、勉強会の実施 ワークショップ、シンポジウムの開催 先進地視察
マーケティング	地域内外でのマーケティング調査の実施 モニターツアーの実施	地域の受入体制・窓口づくり	受入・運営体制、連携体制の構築、合意形成 観光協会等の窓口設立、旅行会社との役割分担 DMO機能をもった組織の設立 予約から決済までの一元化システム・窓口 コンセプト、将来ビジョン、マスタープランの策定 周辺市町村、町内他地域、宿泊業者との宿泊施設の連携
人材活用・ツールの活用	専門家・専門会社・大学の活用 ICTツール（web・SNS等）の活用	渚泊受入世帯の掘り起こし	渚泊受入者のスキルアップ（先進地視察・研修） 水産業者等への説明会・講習会開催
情報発信		教育旅行の受入	教育部署との連絡・実施体制
情報発信 ツールの作成や広告媒体の活用	パンフレット・VR・HP・PV等作成・充実 広告媒体の活用（TV、新聞、旅行雑誌等） 情報発信（Web、SNS、動画等）によるPR-専用webサイト、ポータルサイト、リンク	インバウンド対応	多言語対応（パンフ等資料、コミュニケーション） インバウンド向け宿泊・体験プログラム インバウンド受入マニュアルの整備、研修会の実施
国内外の業者への営業・誘致活動を通じた情報発信	都市圏への営業、誘致、情報発信 国際関係団体への営業、誘致、情報発信 インフルエンサー活用による情報発信 海外での誘客PR、旅行イベントへの出展 海外エージェント、メディアの招聘によるPR	宿泊・体験プログラムの開発、磨き上げ	
教育機関への営業・誘致活動を通じた情報発信		就業体験	就業（農林水産）体験プログラム
地域関係者（出身者、在住経験者、ファンなど）への情報発信		食と暮らしに関する体験	地元食・郷土料理の体験プログラム 地元食材（農水産物）を活用したメニュー開発 農林漁家の暮らし
地元特産品の開発、ブランド化		運動、遊び、物づくり等に関する体験	アクティビティ、クラフト体験プログラム
取組、商品等の開発、改良	特産品、新商品の開発・販売 ふるさと便の開発、販売 アンテナショップ・レストラン、首都圏飲食店での販売	まち歩き、歴史・文化、自然・環境体験	まち歩き体験プログラム 歴史・文化体験プログラム 自然・環境体験プログラム
ブランド力の向上	観光の品質保証、ブランド力の強化	体験プログラムの開発、強化	プログラムの評価・見直し・磨き上げ 地域内連携・地域全体の設計 宿泊・体験の場づくり、活動拠点づくり 専門家・専門会社・大学の活用 旅行会社との企画開発
値域の食材（農林水産物）と食文化の再評価	専門家・専門会社・大学の活用 異業種・異分野からの評価	人材活用、雇用、育成	
施設整備		専門家の活用	
宿泊施設の整備、活動拠点づくり	空き家、古民家活用 簡易宿泊所（ゲストハウス） 廃校の利用・活動拠点化	専門会社への委託	
集客施設の整備	集客施設（ショップ、レストラン等）の誘致、整備、改良	大学の協力・連携（インターンシップ・学生）	
		人材（ガイド・インストラクター、外国人、事務局）育成・雇用	

本 編

1. 本ガイドラインの位置付け

(1) 目的

「農泊」とは、日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村地域の人々との交流を楽しむ滞在（農山漁村滞在型旅行）であり、平成 29 年 3 月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において、「農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を持った地域を令和 2 年までに 500 地域創出することにより、「農泊」の推進による農山漁村の所得向上を実現する。」と位置付けられたところである。水産分野においても、漁村地域が持つ観光資源を活用し、漁村における滞在型旅行である「渚泊」に取り組む地域が増えてきており、上記目標達成に向け、その一端を担っている。

また、平成 29 年 3 月に閣議決定された「漁港漁場整備長期計画」において、「漁港ストックの最大限の活用と漁村の賑わい創出」が重点的に取り組む課題と位置づけられた。ここでは、滞在型漁村の確立・形成や国内外への漁村の魅力の発信を通じて漁村への訪問・交流促進を図ることとしており、更なる渚泊の推進が重要となる。

今後は、それら渚泊の取組を始めた地域が、持続的にビジネスとして実施できる体制を有することができるよう、取組の高度化を目指す必要がある。

これに対して、平成 30 年度には、渚泊に取り組んでいる地域を対象に、実施体制の構築過程、役割分担、ビジネス化・マーケティング手法などの観点から成功している要因について分析するとともに、モデル地域を選定し、漁村の持つ地域資源を活用しつつ渚泊をビジネスとして実践するための受入体制の整備や誘客手法について検討した。また令和元年度には、ビジネスとして持続的に取組を実施できる体制を有する、または将来的に有する見込みがある）農泊・渚泊実施地域について、体制の確立状況や取組内容を分析するとともに、モデル地区を選定し、インバウンドの取り込み方策や漁港の有効利用等の検討を行った。

本ガイドラインは、これら調査から得られた知見を、各地で渚泊に取り組む団体向けのガイドラインとして取りまとめたものであり、渚泊をこれから始める、または既に実施している地域が持続的にビジネスとして実施できる体制の構築が図られることを目的とする。

(2) 構成と使い方

ガイドラインの構成は表 1.1.1 のとおりとする。

表 1.1.1 ガイドラインの構成

編	章	内容
前編	第1章	渚泊の取組の背景と位置付け
	第2章	渚泊の取組の概要
本編	第1章	本ガイドラインの位置付け
	第2章	持続可能な組織・運営体制の構築に向けた課題
	第3章	課題解決のための取組
参考	第1章	事例：持続可能な組織・運営体制を確立している地域
	第2章	事例：地域の課題と解決の事例
	第3章	渚泊・農泊取組地域の組織・運営体制と取組内容の特徴（アンケート調査結果）

(3) 用語の定義

用語の解説定義 本書の記載内容に関して、基本的な用語を表 1.1.2 に解説する。

表 1.1.2 用語の開設

用語	解説
活性化	人口減少・高齢化の進展に鑑み、かつてにぎわっていたように人を呼び込み漁村の活力を取り戻す取組。
農泊	農山漁村地域ならではの伝統的な生活体験と地域の人々との交流を楽しみつつ、農家や古民家等での宿泊によって、旅行者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。
渚泊	農泊、特に漁村地域についての名称。
民泊	旅行者などが、一般の民家に宿泊することであるが、農泊（渚泊）の取組では、農山漁村地域の農家（漁家）や古民家に宿泊すること。農家（漁家）については、民泊新法に基づく、農家（漁家）民泊と旅館業法（簡易宿所）に基づく農家（漁家）民宿がある。
農林漁業体験民宿（農林漁家民宿）	農業や漁業などの体験を行うことを目的として、人を宿泊させ、宿泊者へ農林漁業体験を提供する施設のことで、平成17年の農山漁村余暇法の改正に伴って、農山漁村余暇法に定める登録基準を満たせば、比較的容易に農林漁業体験民宿業者の登録実施機関の登録を受けることができるようになった。
着地型観光（旅行）	観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態。
滞在型観光（旅行）	一カ所に留まりその地域またはその周辺の観光を楽しんだり、様々なアクティビティを体験しながら旅をする滞在の形態。
教育旅行	教育と結びついた旅行であり、主に学校などで行われる修学旅行であるが、これ以外にも校外学習、野外学習なども含んでいる。
インバウンド	訪日外国人旅行。
FIT	団体旅行やパッケージツアーを利用することなく、個人や少人数でコースや日程・宿泊施設などを自由に決めて行う個人海外旅行。
日本版DMO（候補）法人	日本版DMO法人とは、本登録制度の要件を満たし、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人である。今後該当する予定である場合には、「日本版DMO候補法人」と呼ぶ。
地域資源	地域に存在する特徴的なものや素材を資源として活用可能な物として地域が捉えるものであり、それは人文的な資源をも含む。
商品の開発・造成	宿泊・体験プログラムやこれらを含む旅行商品を企画することであるが、特に商品の造成とは、企画した商品が実際に継続的に販売できる状態を目指すことである。
webサイトとホームページ	インターネット上で特定の「場所」を指定できる「アドレス（ドメイン）」を持ったウェブページの集合体が「ウェブサイト」。「ホームページ」とは「最初にスタートするページ」のこと。
webサイトアナリティクス	Analytics（アナリティクス）とは「分析論」を意味しており、「サイト訪問者の数」「1ページ当たりの訪問数」「どこからやってきたのか」など、サイトへのアクセスに関するさまざまなデータについて詳しく分析すること。
SEO対策	インターネット検索結果で自身のwebサイトを上位表示させる、あるいはより多く露出させるための対策のことであり、検索エンジン最適化と呼ばれる。
ソーシャルメディア	インターネット上で展開される情報メディアのあり方で、個人による情報発信や個人間のコミュニケーション、人の結びつきを利用した情報流通などといった社会的な要素を含んだメディア。ブログやSNSなどが含まれる。
SNS	インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互のやりとりができる双方向のメディアであり、代表的なものとして、ブログ、SNS、動画共有サイト（YouTube等）、LINE等のメッセージングアプリがある。
DIY	Do It Yourselfの略称であり、しろうと（専門業者でない人）が、何かを自分で作ったり修繕したりすること。
インフルエンサー	世の中において影響力の持っている個人や団体のことであり、ネット社会、SNS社会の現代では多くの人に影響を与える人は芸能人に限らず、ユーチューバーや人気ブロガーなども含まれる。
泊食分離	既存の飲食提供施設を活用することで、食事は提供しない宿泊施設。

2. 持続可能な組織・運営体制の構築に向けた課題

(1) 持続可能な組織・運営体制

「1. (1) 目的」に記載したように、今後は、新たに渚泊の取組を始めようとする地域や、渚泊の取組を始めた地域が、持続的にビジネスとして実施できる体制を有することができるよう、取組の高度化を目指すことが求められている。すなわち、宿泊・体験・交流等の取組を実施し、ビジネスとして持続的にこれら取組を継続または拡大できる体制（以下、「持続可能な組織・運営体制」という）を構築することである。

(2) 持続可能な組織・運営体制に必要な要素と課題

渚泊推進対策の取組地域における取組は、「前編 表 2.3.1」より、「情報収集」、「情報発信」、「地元の受入体制・窓口づくり」、「宿泊・体験プログラムの開発、磨き上げ」、「地元特産品の開発、ブランド化」、「人材活用、雇用、育成」、「施設整備」に分類された。これら取組地域では、既にビジョンや事業計画に相当する内容や組織・運営体制に関する内容を盛り込んだ、農山漁村振興交付金（農泊推進対策）の農山漁村振興推進計画および事業実施計画を作成している。

したがって、持続可能な組織・運営体制に必要な事項（以下「要素」という）を抽出し、これら関係と各要素に対する課題を整理した結果を図 2.1 と表 2.1 に示す。持続可能な組織・運営体制の構築に必要な要素は、「ビジョン・事業計画」、「組織・運営体制」、「宿泊・体験・食の提供」、「宿泊・体験・集客施設」および「広報」の5つに集約される。また、個々の要素は、互いに密接な関係を有している。

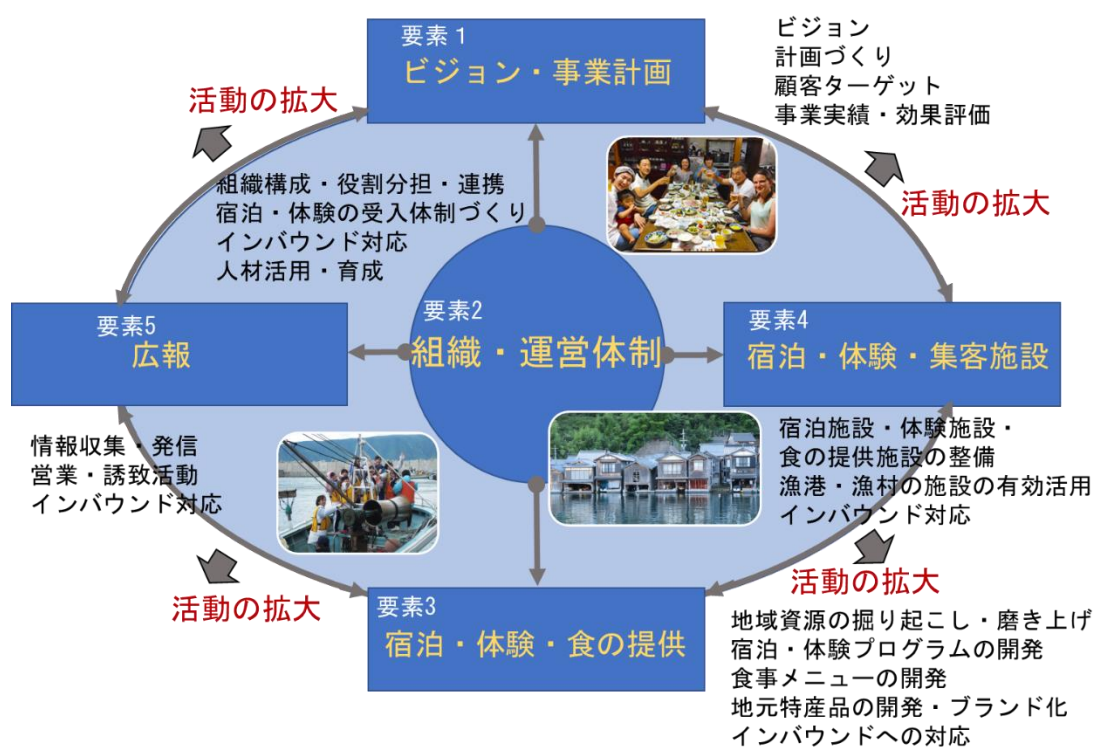


図 2.1 持続可能な組織・運営体制の構築に必要な要素

各要素には活動を開始する、維持する、さらには拡大するための課題がある。その課題を解決（または「取組」という）しながら、活動が始まり、継続し、そして拡大していくことになる。ある要素の課題の解決には他の要素の課題に対する取組も関わることもある。5つの要素における課題に対する取組が適切なバランスを確保しながら、活動が維持・拡大されるということが期待される。

なお、各要素における課題に対する取組は、他の要素の課題と関係するものがあるが、「3. 課題解決のための取組」では、同じ要素内の課題に限って説明することとする。インバウンド対応については、各要素における課題に対する取組であるが、「宿泊・体験等の受入体制づくり」の中でまとめて説明することとする。

表 2.1 持続可能な組織・運営体制の構築に向けた課題

要素	課題
1. ビジョン・事業計画	(1) ビジョンおよび事業計画の構成
	(2) 組織・運営体制
	(3) ビジョン（将来像）
	(4) 事業計画
	(5) 事業実績
2. 組織・運営体制	(1) 組織の形態・構成
	(2) 宿泊・体験等の受入体制づくり
	(3) 人材活用および育成
3. 宿泊・体験プログラムおよび食の提供	(1) 宿泊・体験プログラムの開発・造成の基本的手順
	(2) 宿泊・体験プログラムの開発・造成
	(3) 食事のメニューの開発
4. 宿泊・体験・集客施設	(1) 施設の整備
	(2) 漁港・漁村の施設の有効活用
5. 広報	(1) 情報発信
	(2) 営業・誘致活動
	(3) 情報収集・分析

3. 課題解決のための取組

3.1 持続可能な組織・運営体制へのシナリオ

活動のきっかけから組織の立ち上げまでのプロセスを図 3.1.1 に示す。

(1) 立ちあげ

(きっかけ)

地域の問題を特定し、意識の醸成があり、問題意識を共有する。きっかけづくりに動くひととは、地域に住んでいるひととは限らず、I ターン者あるいはU ターン者の場合もある。

(立ち上げ)

具体的な活動に結びつけていくには、活動組織を「立ち上げ」、さらにその体制を組織化していくことが必要である。活動組織の中で、地域のビジョンを描き、活動組織の目的を定め、理念とコンセプトの下、課題の設定とそれに対する解決としての取り組みを具体化していく。

(地域資源の活用)

地域の問題・課題に対しての取組には、地域の資源の活用が不可欠である。その資源は、地域の人たちにとっては当たり前のもの、あるいは地域の人たちが気づいていないものかもしれない。地域資源に気づき、共有し、利用可能な形に磨き上げる。

(中核となる組織やひと)

きっかけから立ち上げのプロセスにおいては、行政、民間の組織や所属にかかわらず、中核となる組織や“ひと”が存在することが重要である。彼らが中心となって、地域の理解の醸成、共有、合意形成が図られていく。

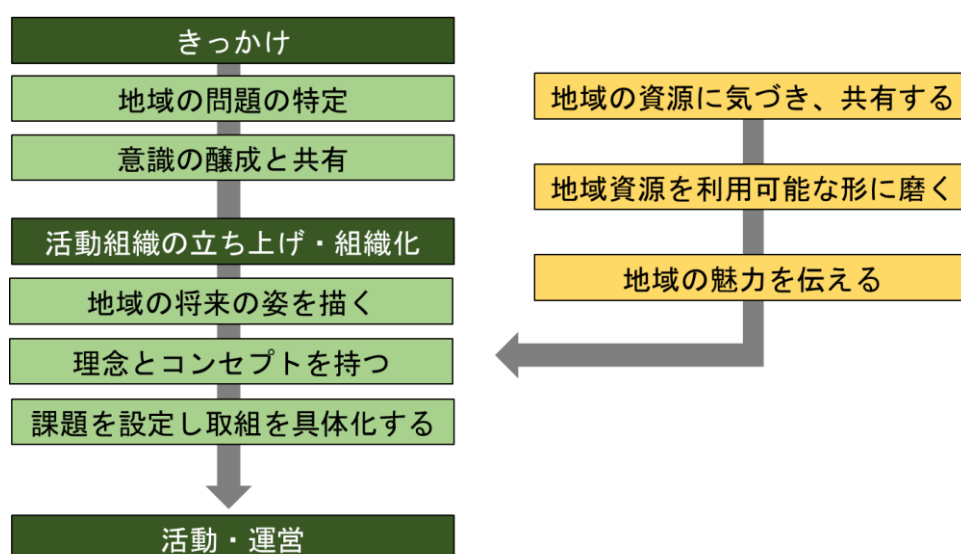


図 3.1.1 きっかけから立ち上げ

取組事例：“廃校は地域の存亡”

伊座利の未来を考える推進協議会

1992年に、かつて”陸の孤島”と呼ばれたころでも人口400人だったのが、100人程度に減少するなか、小中併設校、通称「伊座利校」の廃校問題が起こる。この廃校問題をきっかけに住民による地域おこしが起こる。

学校は地域のシンボル、これがなくなることは地域の存亡”学校の灯を消すな”が合言葉に、行政に留学制度導入の提案や学校存続を陳情・要望するも反応は鈍く、やがて、独自に留学生の受け入れへと立ち上がる。

取組事例：“このままでは”将来無人島になる”との危機感

NPO 法人おぢかアイランドツーリズム

1990年代、人口減少が進む中、このままでは”将来無人島になる”との危機感が高まる。Iターン者が自然と教育の連携した取組による過疎対策-交流の取組-を発案する。今までは第一産業にだけ依存していたが、これからは観光しかないと判断し、そのためには、人懐っこさを売りにしようということになる。

取組事例：まずは自分たちのことを知ること～島の宝さがし

島の旅社推進協議会

鳥羽市は、古くからの自然や歴史、多くの観光資源に恵まれ、全国でも有数の観光地として栄えてきたが、観光客にみられるニーズの多様化や他地域における新規の観光産業の台頭などによって、入り込み客数が大幅に減少していた。

日本国際博覧会「愛・地球博」や中部国際空港の開港に向けて、市の集客交流に効果的に活用していくため戦略プランの中で、答志島をモデルケースとし各種事業に取り組む「島の旅社」構想が提案・承認され、2001年度から3か年、島内地域の資源調査と体験メニューづくりを行うことになった。

まず自分たちのことをよく知ることが重要であり、当該地域においては、島内資源調査が、自分たちの島の資源 - 島の宝 - に気づき、それが島のかあちゃんたちの組織づくりを誘発した。



島内（浮島）資源調査（島の宝さがし）

(2) 活動の拡大プロセス “成長・発展”

活動の拡大プロセスを図 3.1.2 に示す。

(「立ち上げ」から「成長」、そして「発展」へ)

活動組織は、その活動継続とともに、その活動量や内容、あるいは運営の自立の程度などに応じて、組織体制および運営体制を進化させていく。課題の特定と解決を繰り返しながら、成長・発展していく。

(行き詰まりとその打開策)

相当期間にわたりその活動を継続させることは難しい。相当期間、活動を継続してきたが、活動・受入側の高齢化といった問題や自立運営するには、相当の集客と体験や民泊の受入体制の問題などが表面化する。行き詰まりの状況を打開するため、渚泊推進対策事業など国や地方の交付金や補助事業を活用することも効果的である。

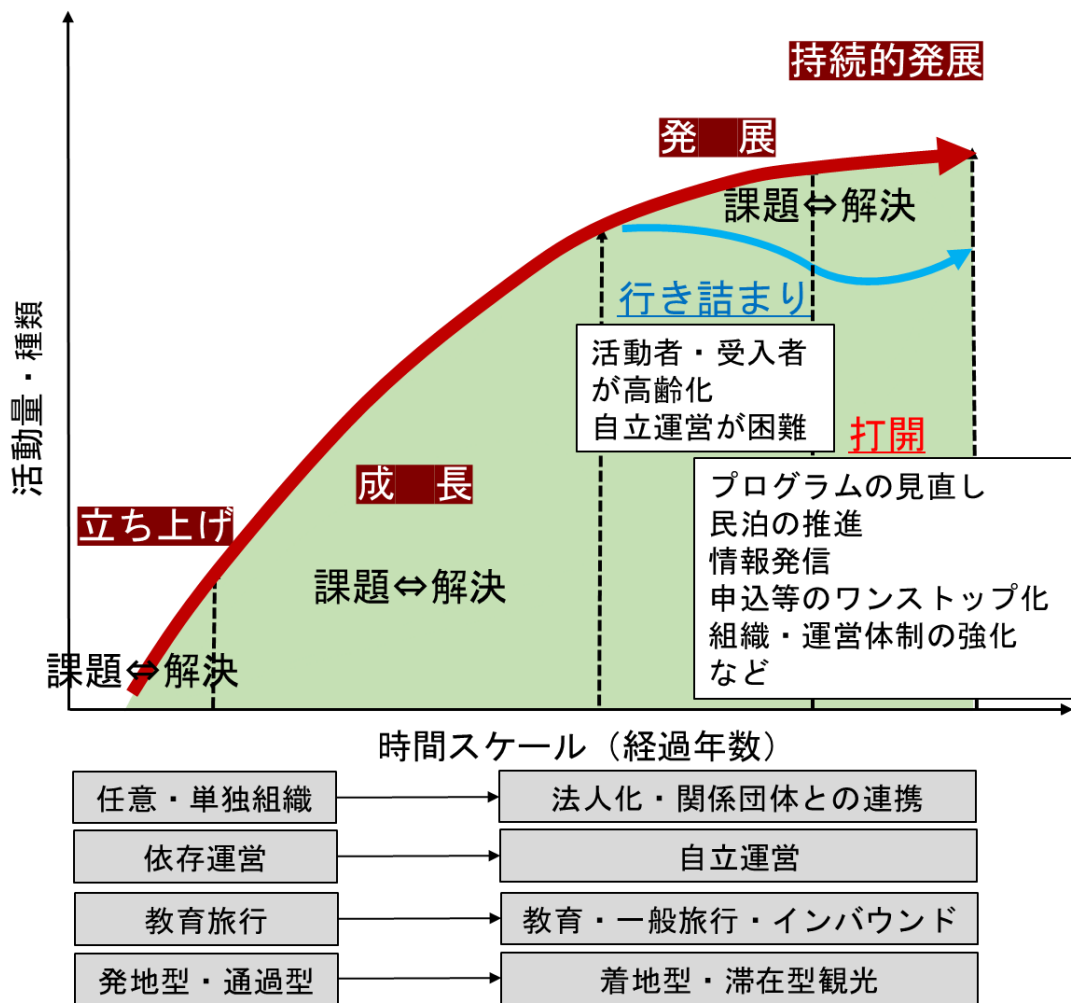


図 3.1.2 立ち上げから成長・発展による活動の拡大プロセス

取組事例：ハード・ソフトの整備を行いながら各組織と連携を図り活動を拡大

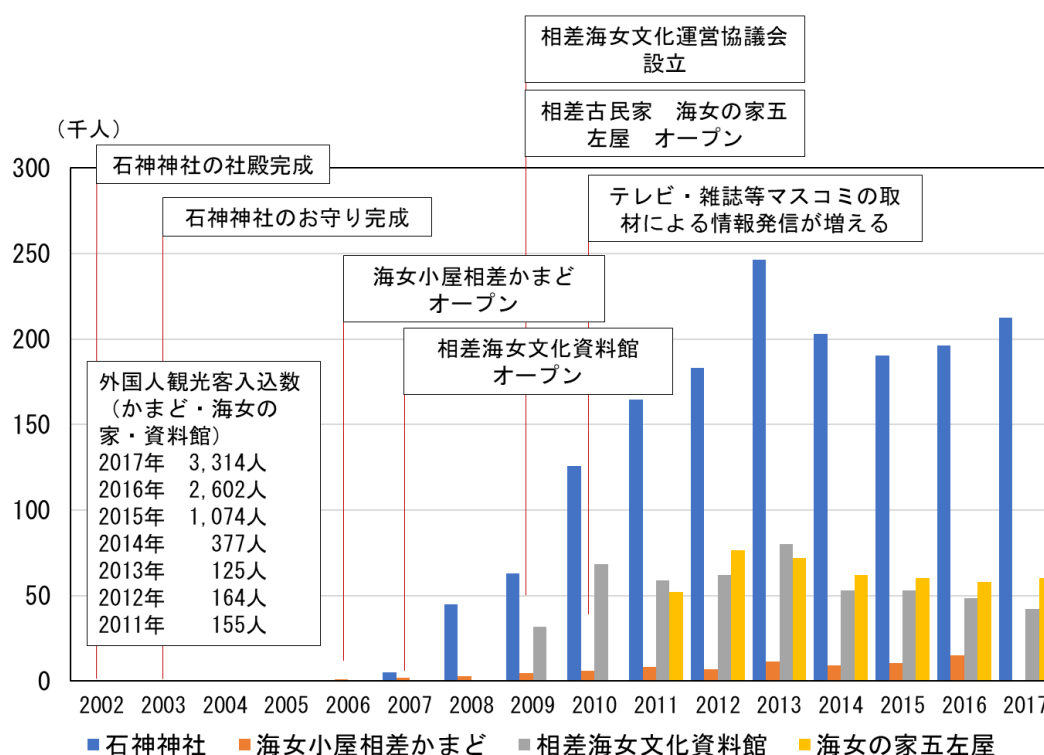
一般社団法人相差海女文化運営協議会

鳥羽商工会議所と相差町内会によるまちづくりを開始して以降、地元の海女が信仰する神明神社「石神さん」を中心に、

- ・相差海女文化資料館（海女文化と歴史）
- ・古民家・海女の家 五左屋（ショップ&カフェ）
- ・相差かまど（海女小屋体験）
- ・石神さんガイド（相差ウォーキング）
- ・海女結びドーマンセーマン（海女さんとの石神さんお参り）

などの整備・運営を行ない、にぎわいを取り戻す拠点づくりを面的に行ってきた。

また、2009 年に「一般社団法人相差海女文化運営協議会」を設立し、法人格を持った組織として、鳥羽商工会議所の運営支援を受けながら、町内会、宿泊の組合、漁協、海女さん等地元の各組織と連携を図って活動を拡大してきた。

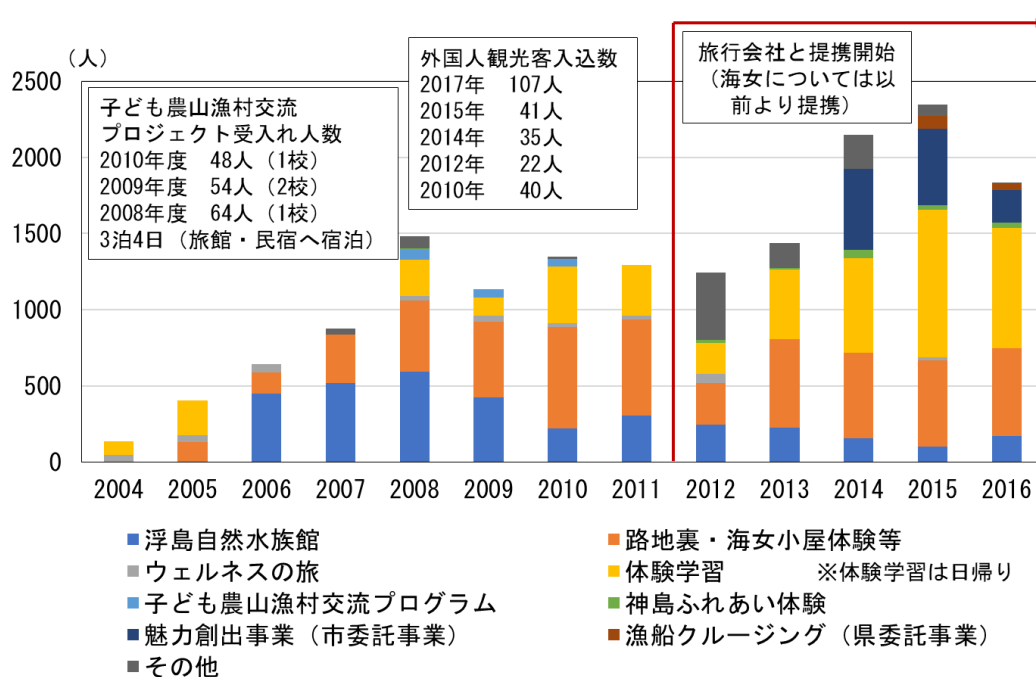


取組事例：島の人たちが島にある資源を使って島旅をプロデュースし活動を拡大

島の旅社推進協議会

豊かな自然と島の人たちが長い年月をかけ培ってきた島の風土は島の大切な資源。この島の魅力であるありのままの島の生活を訪れた方に提供し、体験していただきたいという思いで「島の旅」をプロデュースする。プロデュースするのは島の母ちゃんたちであり、漁業や養殖業、海女業を兼務しており、島の産業を支える。

「島の人々の手で島旅をプロデュース」、「島にある資源を有効に使い地域の活性化」することをコンセプトに活動している。



受入者数の推移

(3) 漁業振興と観光振興の連携

漁業・漁村においては、魚価の低迷や漁業資源の減少による漁業経営や悪化や後継者・担い手不足といった問題に直面している。一方、インバウンドが増大する状況において、海外旅行者も含めて、いかに地域に多くの人を呼び込みかが課題となっている。

漁村に滞在させ、漁業体験や漁村の生活を体験してもらうという取組（渚泊）は、漁業振興や地域振興、さらに従来のマスツーリズムとは異なる新たな観光振興につながるものである。漁業と観光は地方自治体にとっても重要な産業であることから、ここではこれらを連携させることで両産業の維持拡大を図ることが重要である。

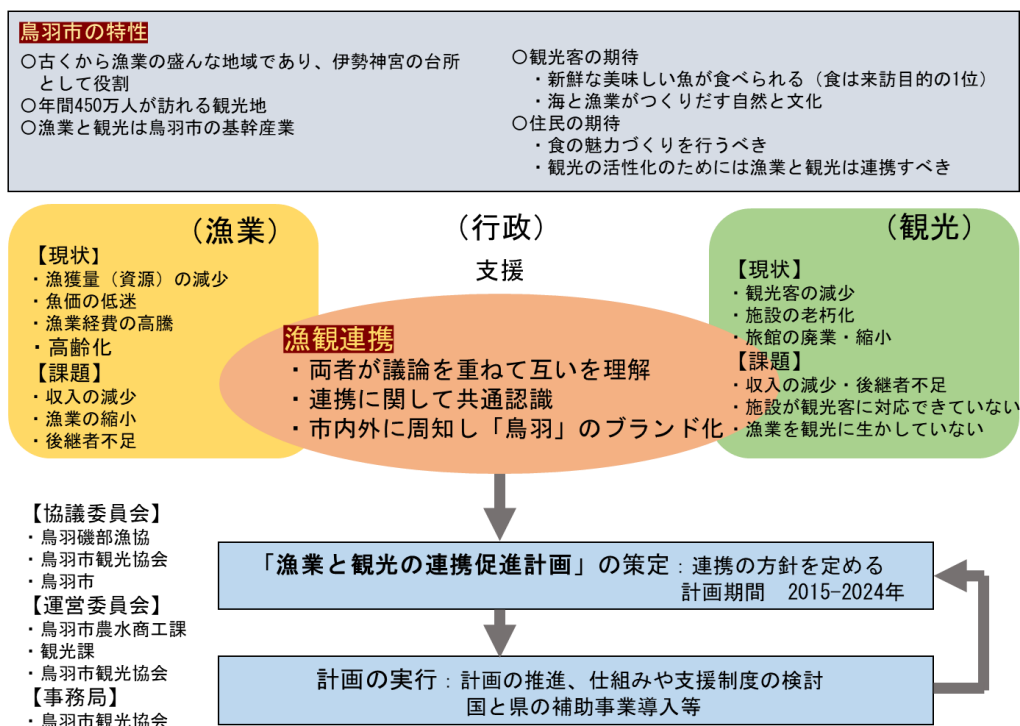
全国の漁業協同組合が取り組んでいる浜の活力再生プラン、北海道で取り組んでいる地域マリンビジョンなど、各活動組織は、関連する計画やビジョンに漁業と観光の協調や連携を盛り込んでいる。活動組織や組織の所在する地域において、「浜の活力再生プラン」が策定されており、その多くのプランでは、基本方針や具体的な取組内容に、漁業体験、民泊・宿泊などの渚泊に相当すると思われる取組が記載されている。

漁業体験や民泊等において、漁業者や漁業協同組合の協力は不可欠であることから、漁業者として彼らの所属する漁業協同組合の理解の下で、協力や連携が図っていくことが重要である。

取組事例：漁業と観光の連携～漁協・観光協会・鳥羽市の三者が協力

鳥羽市～海島遊民くらぶ・島の旅社推進協議会・一般社団法人相差海女文化運営協議会

「鳥羽市・漁業と観光の連携促進計画」（計画期間：2015-2024 年度）を策定し、鳥羽磯部漁業協同組合（漁業者）、鳥羽市観光協会（観光業者）、鳥羽市（行政）の三者が協力し、漁業と観光の連携に取り組む。具体的な活動においては、従来の地域の活動組織である、海島遊民くらぶ・島の旅社推進協議会・一般社団法人相差海女文化運営協議会等が参画する。



鳥羽市・漁業と観光の連携促進計画

(4) 移住・定住施策との連携

漁村の振興や活性化の施策の最終目標は、移住・定住を誘発・促進することで人口減少や高齢化の進行を抑制し、漁村の自立的存続を図ることである。

(移住・定住施策)

移住・定住のための施策は市町村が行っており、その施策は、地域の自然や風土、生活などの情報提供と、住まい、仕事、子育て、子供の学校・教育などの支援制度など多岐にわたる。

まずは地域を知ってもらう、まずは暮らしを体験してもらうということが重要である。具体的には、地域からの情報発信とともに、観光や交流イベントで来訪する、農林漁業や農山漁村での生活を実際に体験してもらう、こうした機会を利用することである。移住・定住施策において、観光や都市漁村交流、渚泊は重要な役割を有している。

(地域おこし協力隊)

都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を移動し、生活の拠点を移した者を、地方公共団体が「地域おこし協力隊員」として委嘱。隊員は、一定期間（1年～3年）、地域に居住して、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組である。

隊員の約4割は女性、約7割が20代と30代、任期終了後に約6割が地域に定住（2019年末調査時点：総務省）するなど、行政ではできなかった柔軟な地域おこし策や住民が増えることによる地域の活性化に寄与している。渚泊においても、その活動のきっかけづくりや立ち上げ、その後の組織化や活動の拡大においても、中核的な役割を果たしている地域がある。

(移住・定住施策との連携と人材活用)

最終目標である、漁村の自立的存続へつなげていくには、渚泊と移住・定住施策との連携は不可欠であり、地域おこし協力隊といった制度を活用して地域外からのIターン者を人材活用していくことは活動の立ち上げや拡大とともに、任期終了後に定住してもらうことの効果は大きい。

取組事例：移住・定住の取組との連携

長門市～通鯨・ツーリズム推進協議会、NPO 法人ゆうゆうグリーン俵山、青海島共和国、向津具・日置・三隅地区の活動組織

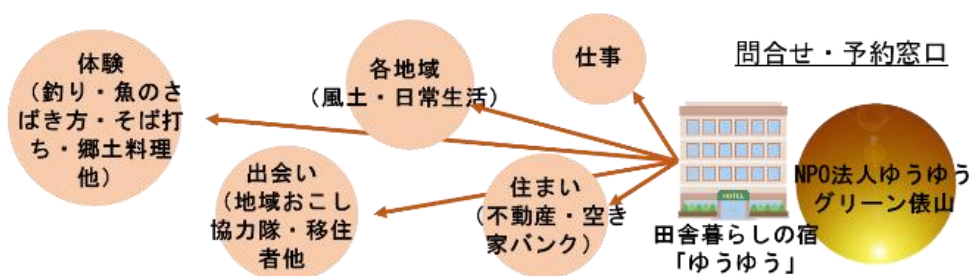
長門市へ移住した I ターン者は、民泊受入れや新たな移住者の受入に貢献している。向津具（むかつく）地区では、元地域おこし協力隊が「NPO 法人むかつく」で地域のコーディネーターとしてそのまま定住（I ターン者）している。地域の移住者が集まる「百姓庵」と農家民宿は I ターン者（家族）が経営している。洪水地区・三隅地区・通地区では、元地域おこし協力隊をはじめとする I ターン者が民泊の受入に協力している。

市内の各活動組織は、田舎暮らし体験モデルコースを提供し、次のような移住・定住の取組に寄与している。

- i. 長門市への移住を検討している人に、俵山で田舎暮らしを体験してもらう。
- ii. 田舎暮らしの宿「ゆうゆう」は、移住者を対象に、一定期間、市内の風土や日常生活の状況を実際に体験してもらうための宿泊施設となっている。



<https://nanavi.jp/>より引用



移住・定住と田舎暮らしツアー

取組事例：地域おこし協力隊～渚泊で人材の有効活用と移住・定住

対馬市～対馬グリーン・ブルーツーリズム協会他活動組織

（対馬市しまぐらし応援室）

- ・対馬への移住をサポート
補助金制度-創業等支援事業補助金や空き家利用の総合窓口である。
- ・島っこ留学制度
市外から対馬市内の小学校・中学校に入学または転学を希望する児童・生徒に対し、対馬市内の受入れ保護者の協力を得て受入れを実施している。
- ・農林水産業インターン情報
担い手の確保や移住・定住へつなげるきっかけづくりとして農林水産業のインターンを受付けている。
- ・地域おこし協力隊制度
島おこし協働隊（地域おこし協力隊）は、対馬の活性化に新たな風をふかせるために、2011年度より市に設置。任期を終えた17名のうち8名が地域で起業定住し、現在、6名が任期活動中である。

取組事例：ほんなもん体験と移住・定住

一般社団法人まつうら党交流公社

松浦市では、移住・定住施策として、就職や結婚などにより新たな生活を始める若者を応援するため、「ふるさと就職奨励金」、「新生活奨励金」、「暮らしの体験」といった制度を設けており、一般社団法人まつうら党交流公社が行う「ほんなもん体験」を移住・定住のための暮らしの体験に位置づけている。

【松浦党の里ほんなもん体験】暮らしの体験

松浦市を中心とした長崎県北松浦半島では、漁村や農村の生活を愛する仲間たちが、農漁村の生活に興味を抱く人々との交流を目的として体験型旅行事業に取り組んでいます。
それが「一般社団法人まつうら党交流公社」がコーディネートする体験事業「松浦党の里ほんなもん体験」です。
松浦の生活をちょっと体験してみたい、地元の人の話を聞きたい、そんな方にオススメです。

- ・民泊体験（1泊2日） 7,600円～10,000円（2人以上）
- ・さまざまな体験プログラム（プログラムごとに料金は異なります。）
 - ① 漁業体験：船釣りなど
 - ② 農林業体験：和牛農家体験など
 - ③ 味覚体験：田舎そば作り、長崎ちゃんぽん作り、魚のおろし方など
 - ④ 伝統工芸：わらび作り、昔玩具作り、竹細工など

※詳しくは一般社団法人 まつうら党交流公社までお尋ねください。

〒859-4501 長崎県松浦市志佐町浦免 1808 番地 1
TEL：0956-27-9333 ✉matsuurato@honmono-taiken.jp
HP <http://www.honmono-taiken.jp/>



長崎県松浦市 UI ターン相談窓口（政策企画課）定住支援パンフレットより抜粋

移住・定住支援における位置づけ（松浦市）

3.2 ビジョン・事業計画

(1) ビジョンおよび事業計画の構成

活動を計画的にかつ持続的に行うためには、地域や活動の将来のあるべき姿を描いたビジョンと、それを実現するために行う取組の内容・経費、収支計画等ならなる事業計画が必要である。その構成と関係を図 3.2.1 に示す。

事業計画は、一定の効果が発現できる一定の期間（複数年度）における事業計画（「全体計画」と呼ぶ）と、毎年度実施する年度別事業計画からなる。毎年度事業を終えると、取組・経費の実績、収支実績、目標の達成状況など、事業実績をまとめるとともに、取組は計画どおりの実施できたのか、あるいはできていないのであれば、どこが問題であったのか評価する。こうした評価を踏まえて、次年度の事業計画を見直すなど、計画→実施→評価→見直しのサイクルにより、ビジョンの達成に取り組む。

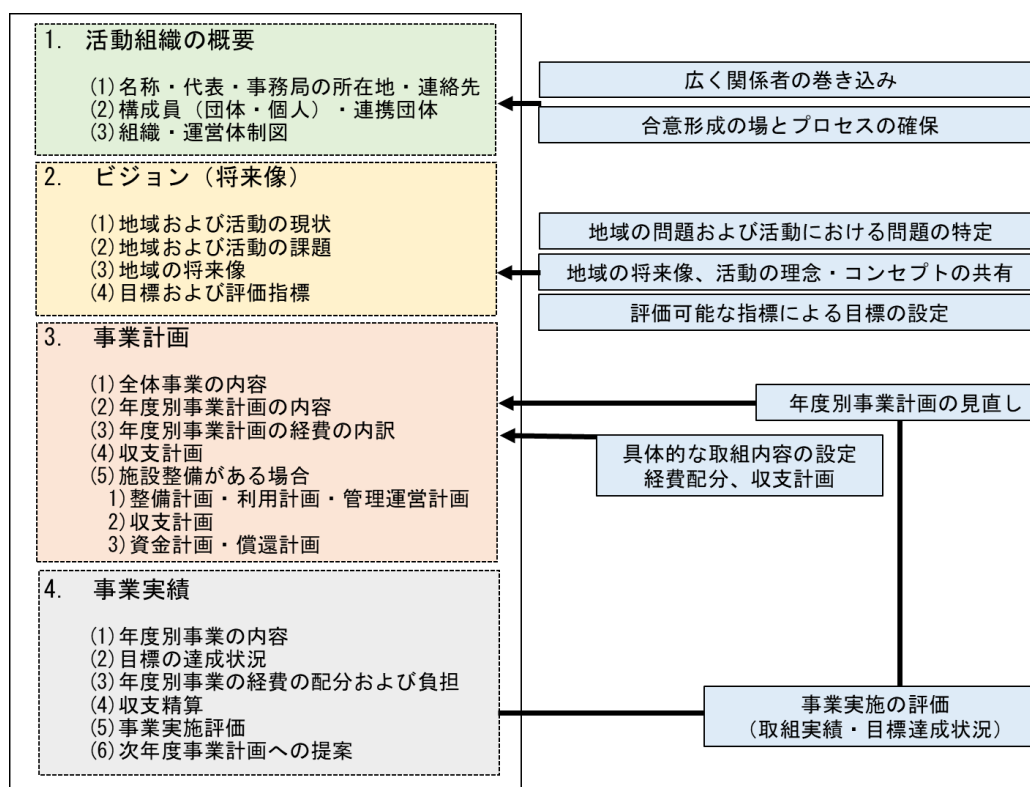


図 3.2.1 ビジョンおよび事業計画の構成

(2) 組織・運営体制

1) 組織・運営体制の明確化

活動組織として存在し、そのことが社会的に認知されるには、その組織がどのような目的で設立し、構成され、どこに所在するのか、またどのような組織・運営体制をもって活動しているのか明確化するとともに、このことを公表する必要がある。

法人の場合には、定款に目的・組織・活動・構成員・業務執行などについての基本規約・基本規則を定款に定めなければならない。任意の活動組織、例えば協議会に場合には、設置要綱などを定める。

2) 合意形成の場およびプロセスの確保

活動の内容や取決めなどなど組織に関することは、構成員の合意形成のもとで決定されなければならない。そのためには、合意形成の場やプロセスが確保されていることが必要である。例えば、部会（宿泊・体験部会、食の提供部会など）ごとの意思決定を経て、構成員が全員参加する総会で最終的に意思決定する場合や、部会での意思決定が組織全体の意思決定として効力を発する場合など、一つの組織の中でも、その構成組織や内容に応じて、合意形成の場を確保することやプロセスを確保する。

取組事例：活動組織の組織構成と役割分担、意思決定過程の明確化

伊根浦地区農泊推進地区協議会

【活動組織】

組織名：伊根浦地区農泊推進地区協議会
 組織形態：任意団体
 取組地域の所在地：京都府・伊根町
 代表者氏名：氏名
 活動組織の所在地および連絡先：京都府与謝郡伊根町字・・・ 電話：・・・
 事務局：（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部
 事務局の所在地および連絡先：京都府与謝郡字・・・ 電話：・・・

【施設整備】

整備主体名：伊根町
 組織形態：地方公共団体
 取組地域の所在地：京都府・伊根町
 代表者氏名：伊根町長 氏名
 整備主体の所在地および連絡先：京都府与謝郡伊根町字・・・ 電話：・・・

【組織の構成員】

構成員の名称	活動組織における役割
舟屋の宿 鍵屋	舟屋の宿の提供
(株) 橋本水産	漁業者 飲食店・宿泊施設への鮮魚の提供
(株) Sabri	飲食店
海上タクシー マリネ	体験プログラムの提供

略

伊根町 行政機関
 （一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部
 事務局
 旅行会社
 会員に舟屋の宿・飲食店の経営者
 体験プログラム（釣り、魚のさばき方等）の提供

【役員】

会 長：氏名（（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部役職）
 副会長：氏名（（株）京都北P&M役職）
 会計監査役：氏名（京都府北部信用金庫伊根支店役職）
 氏名（伊根町商工会役職）・・・外部監査役
 幹事：氏名（舟屋の宿鍵屋店主、（株）Sabri代表）
 氏名（伊根浦舟屋群等保存会役職）
 氏名（丹後海陸交通（株）役職）
 伊根町

【幹事会】

【事務局・農泊体験商品販売】

（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部

【農泊ビジネス】

（株）京都北P&M
 海上タクシー マリネ
 丹後海陸交通（株）
 伊根浦舟屋群等保存会
 向井酒造（株）

【農泊部会】

（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部会員外国人宿泊対応施設

【飲食提供部会】

（株）Sabri
 （株）京都北P&M
 （株）伊根町ふるさと振興公社
 京都府漁協伊根支所
 （株）橋本水産

【会員の役割分担】

■農泊の総合調整：（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部
 ■農泊人材の養成：（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部
 ■農水産物の供給：京都府漁協伊根支所、（株）橋本水産
 ■食事の提供：（株）Sabri、（株）京都北P&M、（株）伊根町ふるさと振興公社
 （一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部会員食事提供施設
 ■宿泊受入：（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部会員外国人宿泊対応施設
 ■農泊体験の造成：（株）京都北P&M、海上タクシー マリネ、丹後海陸交通（株）、伊根浦舟屋群等保存会、向井酒造（株）
 ■農泊体験商品の販売：（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社伊根地域本部

活動組織の概要

(3) ビジョン（将来像）

1) 地域の問題および活動における問題の特定

活動の「きっかけ」や組織の「立ち上げ」において記述したように、地域の現状や既に活動を続けてきた活動組織の現状について明らかにし、なぜそのような状況が生じているのか、その問題を特定するとともに、こうした問題意識を活動組織内で共有することが重要である。

2) 課題の絞り込み

問題が特定されると、その問題を解決可能な形、いわゆる課題として形成、絞り込むことで、取組を行う課題を明確化する。

3) 顧客ターゲットの設定

顧客は、その旅行目的に応じて、次のように分類される。

- i. 教育旅行～中高生の修学旅行客
- ii. 一般旅行～団体、個人・家族
- iii. 企業研修・学生の合宿
- iv. 外国人訪日旅行（インバウンド）～教育旅行、一般旅行（団体、個人・家族）

2008年度から始まった「子ども農山漁村交流プロジェクト」を契機に、教育旅行に取り組む地方自治体や活動組織が増加した。最近では、少子高齢化の影響もあり、教育旅行客の伸び悩みや持続的な運営が困難な状況もでてきている。また、インバウンドが増加するとともに、インバウンドの関心が従来の観光スポットから地方の自然環境や農山漁村の景観や暮らし等に広がりを見せている。また、人口減少により農山漁村の廃屋が問題となっているが、国内外の一般旅行者の間では、改修した古民家での暮らし体験や食事を楽しむことに人気が高まっている。

顧客に応じて受入れ体制を構築し、適当な宿泊・体験プログラムを提供しなければ顧客の満足は得られないし、集客が期待できない。このため、対象とする顧客を明確にする必要がある。

取組事例：顧客ターゲット～交流拡大のポイントはボランティア

雄勝町渚泊推進協議会

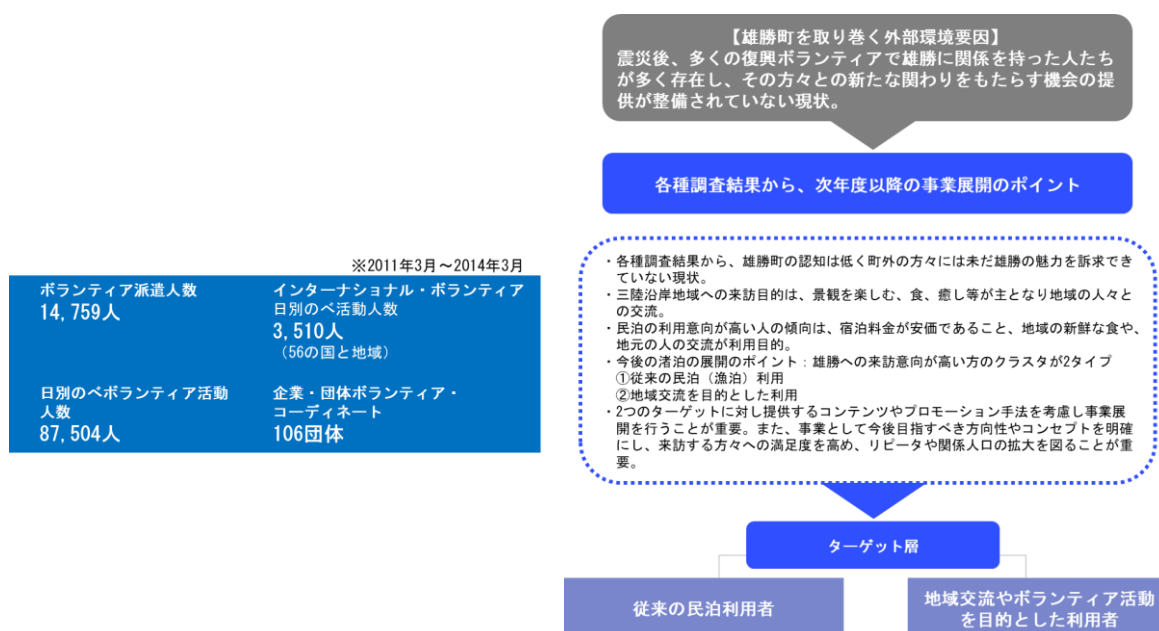
東日本大震災以降、各地域では観光での入込客数を増加させるための施策を展開する中、震災前の水準には及ばないのが現状である。これからの三陸沿岸地域における観光をはじめとする交流人口拡大のポイントとなるのは、震災後、地域外から復興ボランティアで来訪した人たちであり、かれらとの関わりを今後地域交流に活かす仕組みづくりが構築していく。

(石巻市・女川町のボランティアの活動状況)

東日本大震災で、大きな被害を受けた宮城県石巻市と女川町を中心に、いち早く大規模なボランティアを組織し緊急支援を行ってきた。参加したボランティアの数は、のべ87,000人を超える。これまでに、食事支援、物資配布、清掃活動、仮設入居者支援やまちづくりプロジェクトなど、現地ニーズに合わせた多様な支援活動を展開してきた。

(雄勝町ボランティアの活動状況)

雄勝町においても多くの個人ボランティア、学校、企業ボランティアが活動しました。具体的な活動内容として、旧桑浜小学校を子供向け複合研修宿泊施設「モリウミアス」に生まれ変われさせる基礎を築いたのも、多くのボランティア、企業の支援によるもので、今現在も関わった方々との交流が続いている。



雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成29年度事業実績報告書」より引用

石巻市・女川町におけるボランティアの活動状況と顧客ターゲット

4) 地域資源の発掘と利用

渚泊の取組において、地域資源をどう活用するかが重要である。地域にとってありふれたもの、気づかないものなど、地域資源の発掘や利用可能な形への磨き上げも求められる。ビジョンづくりや事業計画（事業内容）の策定において、課題解決のための取組については、こうした地域資源を活用することが不可欠である。

漁村は、漁港を核として形成され、美しい漁村空間を有している。漁港は、産業や生活、祭りなどと密接な関係を構築する。このため、住民の生活・文化、祭り、魚介類、加工や料理など食文化とともに、漁港、漁村自体が地域資源として認識されているものと言える。

5) 地域の将来像、活動の理念・コンセプトの共有

（ビジョンの必要性）

「ビジョン」とは、「活動組織や個々の構成員の、将来なりたい姿の状態や光景のことであり、組織や彼らが実現したいことや実現した時のイメージをクリアに描いた「将来のあるべき姿を描いたもの（青写真）」である。

ビジョンには、人や組織を前進、成長させる力がある。目標が明確になり、将来の姿に向かって、明確な理念とコンセプトを持ち、かつ具体的な計画をたてて取り組みやすくなる。組織や構成員がその活動の意義や、嬉しさ、楽しさなどを感じ、さらなる活動の向上を促す動機づけとなる。

（理念・コンセプトの必要性）

活動のきっかけやその中心となる組織の立ち上げ、さらに活動の拡大へと展開するにおいて、現状・課題の特定とこれに対する解決・取組が繰り返される。こうした活動への参加、具体的な取組の決定など合意形成に至るプロセスや活動の継続において、基本であり原動力となるのは、活動の理念とコンセプトを持つことであり、かつこれを関係者が共有することである。

先進地域に見受けられた理念とコンセプトの事例について後述するが、着地型観光、滞在型観光、地域活性化、漁業と観光の連携、地域資源、ありのまま、ほんものなどの、キーワードが多く見受けられる。

6) 評価指標と目標の設定

ビジョンの実現に向けて着実に取り組んでいくためには、目標年度および年度毎（目標）値については可能な場合とする）の取組の評価可能な指標と目標の設定が必要である。

評価可能な指標とは、例えば、「宿泊施設数」、「体験プログラム・メニュー数」や「イベント数」、「プロモーション数」などの取組実績を代表するアウトプットである。また目標は、例えば「宿泊者数」、「体験プログラム受入者数」や「外国人体験・宿泊受入者数」など、取組実績の結果として達成された定量的なアウトカム目標である。

毎年度の事業実施の評価において、目標の達成状況として評価は行われ、次年度以降の事業計画の見直しの参考となるものであることから、評価可能な指標や目標でなければならない。

取組事例：現状・課題とビジョン

歯舞漁業協同組合〔北海道根室市歯舞〕

（現状と課題）

美しい漁港の景観づくり（桜並木づくり）、地元水産物普及活動（おさかな祭り等）、水産体験学習の実施（地引網等）、都市との交流活動（修学旅行生の受入）、北方領土返還啓発活動（クルージング等）などの活動を行っている。しかし、ホテル・旅館・民宿など宿泊施設がないことから地元漁民家で受け入れを行っているが、宿泊の希望が多い夏休みのころは漁家にとって盛漁期にあたることもあり、受入人数が限られているため、交流希望があっても受入ができない状況にある。

このため、円滑な受入体制とその拡大が課題となっている。

（ビジョン）

歯舞地域には、例年開催している漁業関連イベントに全国各地から多くの観光客が訪れ、本土最北端の納沙布は、世界でも有数の鳥飛来地として、世界各国からバードウォッチャーも多く訪れる。

そこで、歯舞地区浜の活力再生プランや歯舞地区マリンビジョン協議会との連携を図り、地域住民、根室市観光協会の協力をもとに、都市との交流誘致活動、更なる修学旅行や外国人旅行者の増加を目指し、渚泊の取組を行う。また、2022 年度には高度衛生管理型市場・新事務所の建設が計画されており、歯舞漁港の景観の向上が地域観光に寄与する。

相差地域海女文化活性化協議会〔三重県鳥羽市相差町〕

（現状と課題）

海女をテーマに、地域資源を活用し、地域住民と協働でまちづくり事業を推進してきたことで、年間約 20 万人が石神さんを訪れるようになったが、新たな課題が出てきた。

- ・参拝した後の滞在時間を延ばし、宿泊まで至るための魅力ある施設や体験メニューが必要となってきたこと
- ・昼食等食事を提供する施設が不足していることが共通の認識となってきた
- ・日本版 DMO 候補法人として登録されたが、専門的にマーケティングを行う人材、SNS 等を使って定期的にプロモーションを行っていく人材も不足していること

（ビジョン）

- i. 海女日本一の相差として、海女や海女文化を感じてもらえるよう、
 - ・地域食材を活用した施設の整備・運営、海女漁を体験できるガイドツアーの造成など滞在型商品が充実
 - ・鳥羽駅から交通も含めた宿泊施設と連携した商品が充実
 - ・民宿等へ宿泊客にも海女、海女文化を感じてもらえるメニュー・配膳方法を提案
- ii. 相差海女文化運営協議会が地域 DMO として自立している。

取組事例：ビジョンと理念・コンセプト

牡鹿半島浜泊推進協議会

（ビジョン）

- i. 浜をつなぎ、点から面へ
これまでの各浜の取組をつなぎ、牡鹿半島という面にする。
- ii. 牡鹿半島ならではの「農・林・水」多様な体験の提供
牡鹿半島の自然や暮らしをまるごとコンテンツとした本格的な農林水産体験プログラムを提供する。
- iii. 浜の連携で実現する多様な滞在の提供
各浜の取組を集約することで、漁家民宿、コテージ・テント、一日一組の高級宿などニーズに対応した滞在を提供する。

（理念・コンセプト）

浜は、心の拠り所、人の原点、たくましく生きる日本人の暮らしぶり、ありのままの姿の日本である。当たり前が良いものに経済的価値がある。持続可能な浜づくりを目的に、暮らし、産業、教育を柱に、蛤浜を外に開き人の流れをつくり、豊かな浜の暮らしを将来へつなげる。

さらに、これからは震災復興の先を目指す - 蛤浜モデルを他の過疎地域の参考にし、地方を元気にしたい。

- i. 蛤浜・牡鹿でチャレンジする人を受け入る。
- ii. 蛤浜・牡鹿で学び、他地域でチャレンジする人も受け入れる。
- iii. 特技・興味を仕事にカスタマイズし、自分のスタイルを考える。

一般社団法人まつうら党交流公社

（ビジョン）

お迎えする地域には交流による活力をもたらし、訪れた人々の為には心を癒し、明日への活力の原動力となる人間的高まりをもたらし「ほんもの」の体験を目指す。

（理念・コンセプト）

地域振興は、志とモチベーションの共有がすべて

- i. 旅行形態の変化（旅の目的提案、見る観光から体験交流型・滞在型観光への変化）、6次産業化に対応していかなければ、生き残れない。
- ii. 旅館・宿泊事業者や観光事業だけでなく、行政、第一次産業をはじめあらゆる地域産業の人を巻き込み、地域一丸となって取り組む。

(4) 事業計画

1) 具体的な取組内容の設定と経費配分、収支計画

事業期間における全体事業計画は、取り組むべき内容とする。その内容は、「(3) 4) 地域資源の発掘と活用」で説明したように、どのような地域資源をどのように活用するかが重要である。

毎年度実施する年度別事業計画について、取組内容を定めるとともに、取組内容別の経費の配分、事業全体の予算の収支計画を作成する。予算収入の内訳として、自己資金、宿泊・体験プログラム収入、または窓口手数料などの事業収入、会費、受託事業収入などの他、地方自治体や国からの交付金・補助金などがある。持続的な組織・運営体制、組織活動とは、交付金・補助金に依存しない、事業収入によって自立運営されていることである。

2) (施設整備の場合) 施設の整備計画・利用計画・管理運営計画、施設の利用運営の収支計画、整備の資金計画・借入金の償還計画

ゲストハウスなどの宿泊施設や漁家レストランなど、古民家改修を含め施設整備には、自己資金では賄えないまとまった資金が必要である。その場合、事業主体や事業目的に応じて国や地方自治体の交付金・補助金・起債制度の活用や金融機関からの借入などを行われる。

施設の整備には、

- i. 整備内容や整備量、整備費を示す整備計画、整備した施設の利用期間、利用者数や売上などを示す利用計画、管理運営主体や管理運営方法等を示す管理運営計画
- ii. 施設の利用収入とサービス提供に要する人件費、宣伝費、消耗品、起債や借入金の償還などの支出を示す収支計画
- iii. 資金をどう確保するのかを示す資金計画、起債や借入金の償還計画を作成しなければならない。

(5) 事業実績

1) 事業実施の評価（取組実績と目標の達成状況）、事業計画の見直し

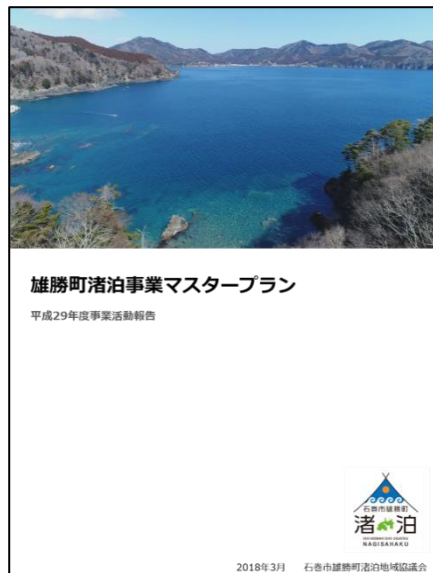
毎年度事業を終えると、事業計画に示された各取組がどのように実施されたか、それに要した経費とともに、取組実績を整理する。取組の結果、目標がどの程度達成されたか、あるいは年度別目標値も設定している場合には計画目標値と比較する。目標が計画どおり達成されていない場合には、その要因について検討するなど、事業実施の評価を行う。

事業実施の評価を踏まえて、必要に応じて次年度の事業計画を見直しするなど、計画→実施→評価→見直しのサイクルにより、ビジョンの達成に取り組む。

取組事例：事業計画の策定と事業実績

雄勝町渚泊推進協議会

“ビジョンを包括した事業計画「マスタープラン」づくり”



第1章 雄勝町渚泊事業計画策定にあたり

- 1 雄勝町の現状・課題
- 2 地区の将来像
- 3 事業実施主体

第2章 平成29年度渚泊事業報告

- 1 調査報告
 - (1) 国内消費者調査
 - (2) 現地受入調査
 - (3) 先進地現地視察等調査
 - (4) 調査結果から事業方向性の明確化
- 2 商品開発
 - (1) 体験プログラム開発
 - (2) 新たな「食」コンテンツ開発
- 3 プロモーション
 - (1) DIYプロジェクト
 - (2) 動画/WEBサイト制作
- 4 受入環境の構築
 - (1) 民泊整備
- 5 平成30年度事業展開への提案
- 6 平成29年度事業実施評価

5 平成30年度事業展開への提案	
※平成30年度の下記事業展開には本事業の中核である民泊の法的環境整備が前提	
民泊運営 - 民泊運営に関する法的整備を対応し、熊鷹・町内民泊運営希望者に対する立上げ支援 「食」の提供フローの整備（料金体系も含み） - 宿泊料金及び宿泊予約対応の整備 - 受入体制＝右側・左側の両方に関する・morimiusとの連携による、受入調整 - 年間宿泊数目標の設定	地域交流やボランティア活動を目指した取り組み - DIYプロジェクトとの連携提供を行う上で、古民家活用に関する建築的側面からの法的・技術的・事業・財政的側面からの支援 - ボランティア組織との連携強化 - 古民家活用後の活用フローの検討 - 年間宿泊数目標の設定 - 宿泊料金及び宿泊予約対応の整備
	さっぽろクルーズ - 田野畑村の観光内容を検証し、継続として、漁業体験との連携検討 - 提供金額・プログラム内容・受入体制等の整備 - 商品造成シート不足事項の整備
体験プログラム - 田野畑村の観光内容を検証し、継続として、ガイド及びインストラクターの育成・対応 - 提供金額・プログラム内容・受入体制等の整備 - 商品造成シート不足事項の整備	プロモーション - 地域の自治体・観光協会・観光客との連携強化 - 町内事業者・観光客・観光客との連携強化 - 町内飲食事業者との「食」の連携 - 漁業体験者との体験プログラム提供の検討 - 右側市域観光客との連携強化 - 地域DMOとの連携強化
	受入環境 - 協議会組織の機能強化 - 町内事業者・観光客・観光客との連携強化 - 町内飲食事業者との「食」の連携 - 漁業体験者との体験プログラム提供の検討 - 右側市域観光客との連携強化 - 地域DMOとの連携強化

6 平成29年度事業実施評価	
平成29年度（1）評価	
計画/計画 - 国内消費者調査 - 現地受入調査 - 先進地現地視察等調査 - マスタープランの策定	計画/計画 - 国内消費者調査：国内消費者調査・アンケート・訪問 - 現地受入調査：現地受入調査・アンケート・訪問 - 先進地現地視察等調査：先進地視察・アンケート・訪問 - マスタープランの策定：マスタープランの策定・アンケート・訪問
商品開発 - 体験プログラム開発 - 新たな「食」コンテンツ開発	商品開発 - 体験プログラム開発：体験プログラム開発・アンケート・訪問 - 新たな「食」コンテンツ開発：新たな「食」コンテンツ開発・アンケート・訪問
プロモーション - DIYプロジェクト - 動画/WEBサイト制作 - リーフレット制作	プロモーション - DIYプロジェクト：DIYプロジェクト・アンケート・訪問 - 動画/WEBサイト制作：動画/WEBサイト制作・アンケート・訪問 - リーフレット制作：リーフレット制作・アンケート・訪問
受入環境の構築 民泊整備	受入環境の構築 民泊整備：民泊整備・アンケート・訪問

雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成29年度事業実績報告書」より引用

マスタープランづくり

3.3 組織・運営体制

(1)組織の形態・構成

目指すビジョンの実現につながり、かつ持続的な活動が確保できる組織をどのように構成するかが課題である。

本課題に対して、組織活動に必要な組織の構成と役割分担を明確にするとともに、他の組織との連携を図る。さらに条件が整う場合には日本版 DMO（候補）法人への構築を目指す。

1)組織の形態、構成と役割分担、連携

(組織形態・構成)

現在の渚泊の取組地域から、組織形態を整理した結果を表 3.3.1 に示す。組織形態組織の基本的な形態としては、協議会、一般社団法人・NPO 法人、民間企業、組合がある。さらに法人格のあるものと任意団体に分かれる。こうした組織形態は、活動を続けていくなかで、その形態を変えていく場合がある。

最終的に自立し、持続的に活動できる組織構成としては、以下の事項を満たすことが重要である。

- i. 事務局の他、中核となる団体が存在すること（事務局が中核となっている場合はこの限りではない）
- ii. 組織が任意団体の場合には、法人格のある団体が事務局を担う（補助金・交付金を扱う、経理を行うことが理由）
- iii. 地域の関係者（団体）を巻き込むこと（関係者（団体）を内包する、または協力・連携体制を構築する）
- iv. 活動全般に関わる地方自治体の観光部局・農林水産業部局や、漁業体験や漁村の暮らし、宿泊・体験に関わる漁業協同組合や漁業者、漁業経験者を巻き込むこと（内包する、または協力・連携体制を構築する）
- iv. 構成員の役割分担と責任を明確化すること（宿泊部会、食の提供部会など目的別や〇〇集落部会や〇●集落部会など地域別の部会を設け、構成員を配置するのも良い）

ivについて、漁業協同組合や漁業者は、漁業という生業を通じて、漁業や漁村の多面的機能（漁村の歴史・文化や暮らしの継承、環境保全等）の発揮にも貢献していることから、環境保全や漁業体験、民泊においては、重要な存在であることが理由である。

(各組織形態の特徴)

i. 協議会

立ち上げやすく、かつ幅広く関係者を巻き込みやすい組織形態である。活動への関わり方の程度に応じて、協議会の構成員となる場合と構成員にならないが協力・連携体制を構築する場合がある。任意団体の場合が多いが、その場合には法人格を有する団体が事務局や中核となっている。任意団体であっても、協議会の目的、事業活動、理事・社員等の役割、理事会および総会、資産および会計（事業計画・事業報告）が明確でなければならない。

表 3.3.1 組織の形態・構成

活動組織	関係団体		
	事務局・中核団体	他主要団体	連携団体
協議会	協議会（構成員：関係団体）		
	協議会（構成員：関係団体）		連携団体
	協議会 （構成員：主要団体）	連携団体	
社団法人・NPO法人	社団法人・NPO法人（会員：関係団体）		
	社団法人・NPO法人（会員：関係団体）		連携団体
漁業協同組合	漁業協同組合	連携団体	

ii. 社団法人・NPO 法人

関係法令に基づく手続きにより設立され、定款に基づく組織の目的、事業活動、理事・社員等の役割、理事会および総会、資産および会計（事業計画・事業報告）が明確にされている。活動への関わり方の程度に応じて、社団法人・NPO 法人の構成員となる場合と構成員にならないが協力・連携体制を構築する場合がある。

iii. 組合

組合とは、主に漁業協同組合の場合である。漁業協同組合が渚泊に取り組む背景・目的は、漁業者の高齢化や担い手不足、漁業経営の悪化であり、これが地域の社会経済の沈滞化や賑わいの喪失につながっていることから、渚泊に取り組むことで漁業者の所得の向上と地域の賑わいを取り戻すことである。

漁業協同組合は、これまで、都市と漁村の共生・対流や子どもたちの宿泊や体験にも協力してきたところである。さらに「浜の再生活力プラン」を策定し、漁業者所得の向上に取り組んでいるところであるが、地域の現状と課題を踏まえ、渚泊を通じて一層の漁業者の所得向上と漁村の賑わいの回復に取り組む漁業協同組合が多い。

渚泊の取組については、漁業体験や漁家民泊を除き、地方自治体（教育旅行）や観光・宿泊施設関係や旅行関係の団体に依存することから、これら団体との連携が不可欠である。

取組事例：地域の各活動組織が観光協会を中心に一体となった協議会

ながとふるさと体験受入協議会

長門市では各地域（青海島、通鯨、俵山）が体験型旅行の受入を行ってきたが、過疎高齢化の影響から、受入家庭数は減少しており、このままでは活動を継続することが困難な状況にある。今後増加する農泊ニーズに対応していくには、長門市の各地域が一体となって受入体制の強化や質の向上、利用者の利便性などを高めていく必要がある。

そこで、新たな地域も含めて、「ながとふるさと体験受入協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を通じて、多様な資源を有する第一次産業との組み合わせによる体験型観光を推進し、長門市全域で都市と農山漁村との交流をより一層深めることを目指した「ふるさと体験ツーリズム」の推進に取り組む。

（取組）

i. 受入・運営体制の強化

各地域組織単独の活動・受入から、協議会全体の連携強化による、新たなプログラムの造成・開発や予約サイトの構築、受入地域のスキルアップ等を通じて、農山漁村体験受入の拡大と運営体制の強化

ii. 安全管理・保険衛生など農林漁家泊等の研修会

iii. 広域連携による誘客に向けたセールスプロモーション

（事務局）

一般社団法人長門市観光コンベンション協会

なお、当協会は、2009年に観光宣伝及び観光客の誘致等観光に関する諸施策を行うこと等を目的に設立された。着地型観光の推進、セールスプロモーション、コンベンション誘致活動、物産品PRや観光施設等の管理運営を行う。

（構成員）

一般社団法人長門市観光コンベンション協会

NPO法人ゆうゆうグリーン俵山

通鯨・ツーリズム推進協議会

青海島共和国

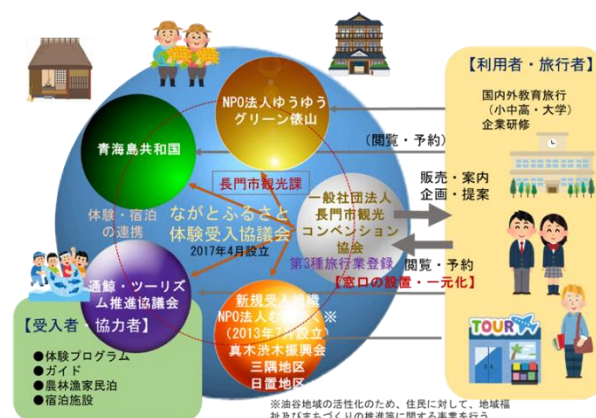
NPO法人むかつく

真木浜木振興会

三隅地区

日置地区

長門市観光課



活動組織および運営体制

取組事例：漁協が主体となって地域の団体・機関と連携

歯舞漁業協同組合

これまで、歯舞漁業協同組合は、組合単独、あるいは、マリンビジョン協議会や地域水産業再生委員会と重要メンバーとして、美しい漁港の景観づくり、地元水産物普及活動、水産体験学習の実施、都市との交流活動、都市との交流誘致活動を行っている。

(取組)

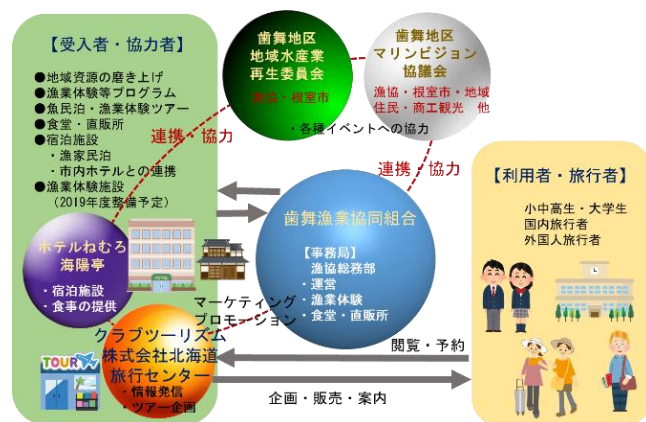
- i. 美しい漁港の景観作り：日本一遅く咲く桜並木景観づくり
- ii. 地元水産物普及活動：歯舞おさかな祭り、歯舞こんぶ祭り、根室さんま祭り
- iii. 水産体験学習の実施：小中学生による地引網、アサリ潮干狩り
- iv. 都市との交流活動(北方領土学習、市場内の見学(セリ))：
大学生による地域社会調査の実施(ホームステイ)、修学旅行の受入(ホームステイ)
- v. 北方領土返還啓発活動：
歯舞漁業協同組合監視船による北方領土境界線までのクルージング
- vi. 都市との交流誘致活動：
修学旅行生等の受入れのための道外の行政機関等への誘致活動

ホテル・旅館・民宿など宿泊施設がないことから地元漁民家で受け入れを行っているが、宿泊の希望が多い夏休みのころは漁家にとって盛漁期にあたることもあり、円滑な受入体制とその拡大が課題となっている。そこで、渚泊推進対策事業を通じて、歯舞地域を訪れる観光客等に対して、歯舞の観光資源のPR及び民泊推進に向けた誘致活動、漁業体験活動等の取組を行うことで地域資源を観光コンテンツとして磨き上げ、更なる集客数を確保し、地域の所得向上及び渚泊を観光ビジネスとして継続的に活動できる体制の構築を図っている。

受入から体験まで円滑な受入体制の確立や受入対応の規模の拡大を図るため、旅行会社、ホテル、マリンビジョン協議会、地域水産業再生委員会が連携している。

(連携団体)

クラブツーリズム株式会社
北海道旅行センター
ホテルねむろ海陽亭
根室地域（歯舞地区）
マリンビジョン協議会
歯舞地区地域水産業再生委員会



活動組織および運営体制

取組事例：NPO 法人が地域の各種団体を構成員としかつ県内外の団体、行政機関と連携

NPO 法人かまえブルーツーリズム研究会

2006 年に、地域の基幹産業である漁業や農業を活性化させることを目的に、来訪者との交流を通じて蒲江の豊かな自然や産業を守り育てることを基本に、地域振興活動について研究や地域づくりの推進、ブルーツーリズムの取組を実践する「かまえブルーツーリズム研究会」を設立。2008 年には、さらに地域内の各種団体との連携を一層強化し、ブルーツーリズムの研究や事業を発展させるため、NPO に法人化した。

(取組)

- i. 水産業等の支援活動（あまべ渡世大学・浦々軒々まつり等）
 - ・ブルーツーリズムの学び舎「あまべ渡世大学」開校
 - ・子ども農山漁村交流プロジェクト
 - ・「田舎で働き隊！事業」で研修生受入
- ii. 伝統・文化の伝承活動（おばちゃんバイキング）
- iii. 環境美化活動（海岸清掃等）
- iv. 都市住民とのマンボウの海・元猿海岸清掃プロジェクト
- v. 道の駅「かまえ」とマリンカルチャーセンターへの来訪者にとっての浦の案内所

(組織構成・役割分担)

事務局	有限会社丸二水産
中核団体	有限会社丸二水産、一般社団法人大分学研究会
宿泊部門	民宿、キャンプ場、ゲストハウス
食事部門	漁家レストラン、道の駅
体験・交流部門	スキルのある漁業、U ターン者、旅行会社、地域団体
その他	行政、学術機関等と連携団体

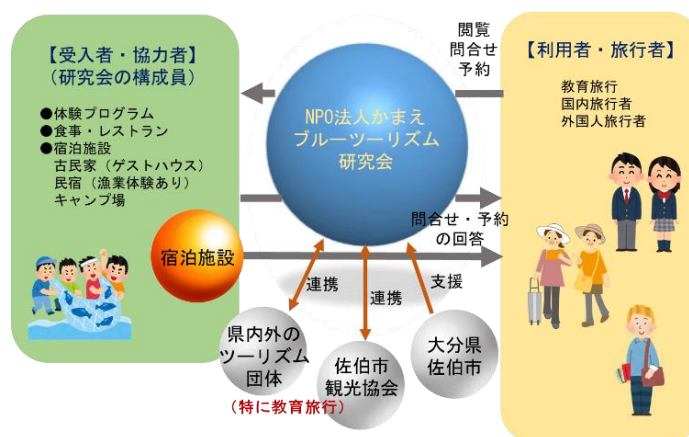
(構成員)

漁業者、水産加工業者、道の駅の運営会社、女性団体、環境団体、神楽保存会、社会教育団体、地域づくり団体などの 19 団体の代表者

（総構成員数は 2,000 人以上）

(連携団体)

県内外のツーリズム団体
観光協会
佐伯市等行政機関



活動組織および運営体制

2) 日本版 DMO（候補）法人

渚泊の取組地域において、日本版 DMO または候補法人の登録の動きが見受けられる。

（観光地域づくり法人 DMO とは）

観光地域づくり法人 DMO（Destination Management/Marketing Organization）とは、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的なアプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人である。

DMO は、欧米の観光先進国を中心に発展してきたが、日本では、2015 年に「日本版 DMO 候補法人登録制度」が創設されたことが始まりである。観光地域づくりの司令塔として、関係者による観光地域づくりの現場を効率的に動かしていくためのプロジェクト・マネジメントを行い、観光客を誘致することで地域経済の活性化を図ることが目的である。具体的な内容は、取組の企画立案、関係者への合意形成、資金調達、予算執行管理、スケジュール管理、PDCA サイクルの実施等である。

DMO は地域経済循環を行っていく地域全体のしくみであり、そのためには地域とつながりのある顧客と地域内のコンテンツ情報をどう一元化していくか、さらにその地域情報をベースにどう地域内でマーケティングしていくかが重要である。

（日本版 DMO 登録制度の要件）

- i. 「日本版 DMO」を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- ii. データの継続的な収集、戦略の策定、KPI の設定・PDCA サイクルの確立
- iii. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーションの実施
- iv. 法人格の取得、責任者の明確化、データ収集・分析等の専門人材の確保。
- v. 安定的な運営資金の確保

なお、既に 5 つの要件を満たしている場合には、「日本版 DMO」、今後該当する予定である場合には、「日本版 DMO 候補法人」と呼ぶ。

（登録フロー）

- i. 観光庁 web サイト：手引き・登録要領の公表
- ii. 観光庁および地方運輸局：相談窓口
- iii. 地方公共団体との連名：「DMO 形成・確立計画」の作成・申請
- iv. 観光庁：まずは「日本版 DMO 候補法人」として登録。

要件を満たすことが確認された後、事業報告書の提出、計画の更新を経て、「日本版 DMO 法人」として改めて登録される。

（関係省庁の施策の重点化）

- i. 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（観光庁）による支援
- ii. 地域の観光戦略推進の核となる DMO の改革（観光庁）による支援
- iii. 地方創生推進交付金（内閣府）による支援

DMO は、法人格を持つ組織であることが要件であり、名実ともに「観光地域づくりの戦略的司令塔」である。渚泊の取組を地域の合意形成の下で、地域振興のための重要な施策の一つとしている地域では、その DMO 登録またはその登録に向けた動きをすることは、「持続可能な組織・運営体制づくり」に向けた重要なステップとして位置づけられる。

他方、渚泊の取組地域が DMO（候補）登録していれば、持続可能な活動ができるということではない。また、渚泊の取組地域は、DMO（候補）登録しなければならないということでもない。現状で DMO（候補）登録している渚泊の取組地域数は限られているが、その活動範囲についてみると様々である。活動エリアが市内の一地域であるもの、市全体であるもの、複数の市町村（以下、「広域地域活動組織」という）であるものがあり、広域地域活動組織にあつては、傘下の各市町村の活動組織と連携体制を構築している。しかし、こうした一地域から市町村全体、さらに広域地域といった広がり、DMO（候補）地域に限り見られるということではない。また、本ガイドラインの事例として紹介している「地域 DMO 一般社団法人気仙沼地域戦略」のように、DMO が戦略・マーケティングを担うとしても、それが具体的な取組に繋がるわけではない。そのために、関係者を可能な限り包括した「気仙沼観光推進機構」を立ち上げ、そこで DMO で検討した成果の具現化に向けた検討とマネジメントを行っている。

戦略・マーケティングは「ビジョン・事業計画」や主たる活動であり収入源である「宿泊・体験プログラムの開発・造成」に最も重要であるが、持続可能な組織・運営体制づくりには十分ではなく、行政機関、漁業関係も含め幅広く関係者を巻き込むこと、連携体制を構築することも重要である。DMO（候補）登録は、持続可能な組織・運営体制づくりに向けたマイルストーンとして位置づけことが適当である。

取組事例：水産のまちから、水産と観光への移行と DMO の本格的構築

地域 DMO「一般社団法人気仙沼地域戦略」

(1) 概要

今も水産のまちであるが、東日本大震災による地域経済の崩壊を食い止め、観光まちづくりによる地域再生を目指した気仙沼市では、その中核となるのが地域 DMO の一般社団法人気仙沼地域戦略である。“水産のまち”の観光プラットフォームの基盤をつくり、市民参加による固定観念に捉われない発想と「クルーカード」で本格的なマーケティングに取り組んでいる。既存の組織の事業内容を検証したうえで設立された DMO 気仙沼地域戦略は、気仙沼観光推進機構と両輪の体制で地域観光を担っている。

地域DMO
一般社団法人
気仙沼地域戦略
2017年4月設立

【目的】

東日本大震災によって未曾有の被害を受けた三陸地域においては、行政の外側に観光戦略を推進していく機関を設けることで、民間の力を生かした観光振興を図ること、また、観光事業者だけでなく、気仙沼で暮らす市民の発意を促しながら、柔軟に観光振興が行えるようにすることが必要である。このため、当法人は、自然、歴史、文化、産業及び被災の現状に立脚した新しい観光戦略を実行し、観光の再生と創造を図ることを目指す。

【コンセプト】

“海と緑、大自然豊かな観光スポットと魅力ある食文化でおもてなします”

- ・漁師を誇る。 日本一の漁師が集まる港
- ・独創を生む。 新しいものを生み出す場としての街
- ・自然を敬う。 自然と向き合い、受け入れる

地域DMOとして気仙沼観光推進機構と両輪の体制で地域観光を担う
気仙沼観光推進機構の事務局

スタッフ6名
うち地域おこし協力隊

：2名 <連携団体> 気仙沼市、(一社) 気仙沼市商工会
漁所、気仙沼観光コンベンション協会、本吉唐桑
商工会、地区観光協会、物産振興協会、気仙沼市
商店街連合会、JA南三陸、気仙沼漁業協同組合、
気仙沼遠洋漁業共同組合、宮城県漁業協同組合、
宮城県北部経産漁業組合、気仙沼魚市場買受入協
会、スローフード気仙沼、気仙沼信用金庫 など

【活動方向】

- 新しい発想の商品開発とまちのオンリーワンづくり
- 「クルーカード」を核にマーケティングを展開

【活動内容】

- ①気仙沼市観光戦略の立案
- ②地元資源を生かした来訪コンテンツの開発
- ③地域マーケティングの仕組み構築と実践
- ④ディステーションプロモーションの実践

地域 DMO 一般社団法人気仙沼地域戦略

(2) DMO 構築までのプロセス

(きっかけ)

東日本大震災の翌年、震災復旧・復興を見据えつつ、気仙沼市では「気仙沼市観光戦略会議」が設置された。2013 年 3 月『観光に関する戦略的方策』が策定され、次の 2 つの基本戦略により、「水産のまちから、水産と観光のまちへ」を目指すことが表明された。

基本戦略：

- ・水産業と観光産業の連携・融合による新たな付加価値創造戦略
- ・気仙沼ならではのオンリーワンコンテンツを活用した誘客戦略

本基本戦略を具体化するため、2013 年 7 月、中核的組織として一般社団法人リアス観光創造プラットフォームが設立され、次のことに取り組むこととなった。

- ・若手経営者を中心に観光商品を開発する「観光チーム気仙沼」
- ・海外DMO視察（スイスのツエルマットDMO視察）と住民目線のDMOの検討

（立ち上げ）

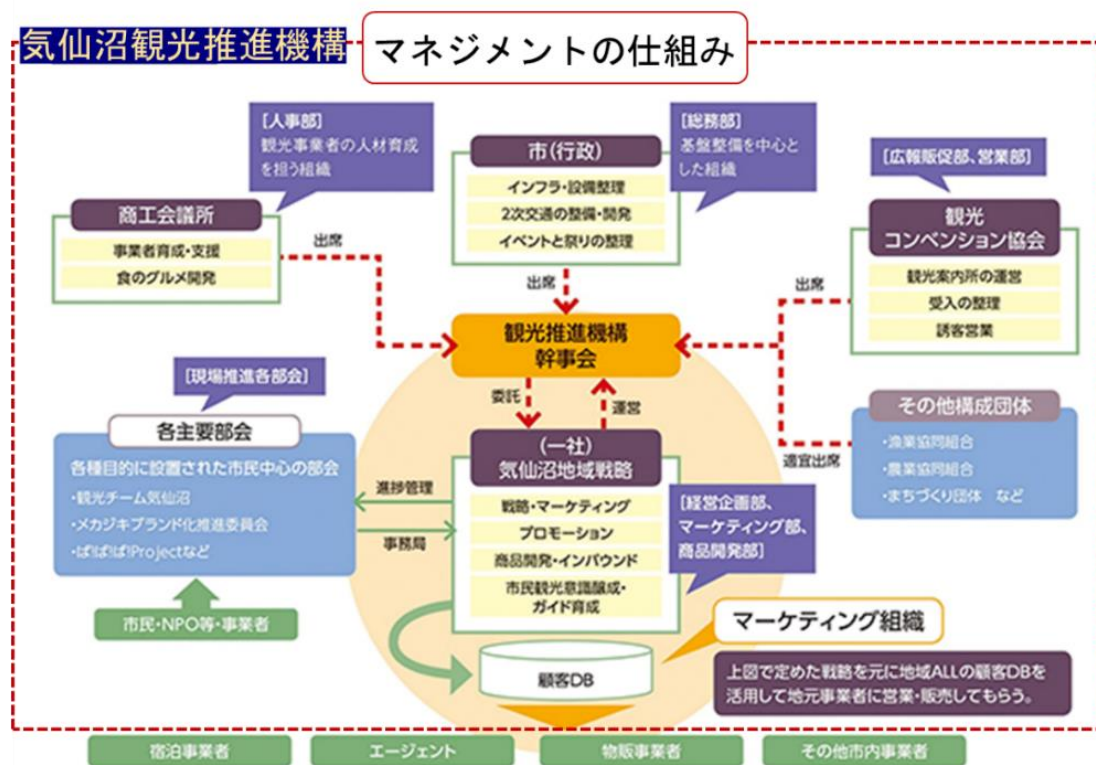
日本版DMOの動きを見つつ、DMOの本格的構築を検討するとともに、これを具現化するため、2017年4月に気仙沼観光推進機構と一般社団法人気仙沼地域戦略が設立された。

（DMO構築）

次の3つに留意し、地域DMOを構築する。

留意1：役割分担を明確にし、無駄をなくす

マネジメントとマーケティングを別々の組織を設立した。



気仙沼観光推進機構（マネジメント）

（マネジメント）

マネジメントは一般社団法人気仙沼観光推進機構が担い、観光で稼げる地域経営を実現するための総合的な観光施策の意思決定を行う。観光に関わる団体の代表者が集まるもの。気仙沼市、気仙沼商工会議所、気仙沼観光コンベンション協会、気仙沼地域戦略、本吉唐桑商工会が幹事会を構成する。

（マーケティング）

既存組織の業務の重複と欠落を検証した結果、これらの役割、機能を整理し、統括する新しい組織が必要となったことから、リアス観光創造プラットフォームを改組し、DMO 組織の「気仙沼地域戦略」を設立した。「マーケティング」は本地域戦略が担うことになり、観光戦略をつくる。

一般社団法人気仙沼地域戦略が企画立案した商品の誘客営業や受入業務を、（一般社団法人気仙沼観光コンベンション協会が行い、これら2つの組織が渾身推進の中心的役割を担う。

留意 2：新しい発想の商品開発とまちのオンリーワンづくり

気仙沼は現在も「水産のまち」であり、カツオ、メカジキ、サメの水揚げは日本一で、優れた加工技術や造船技術を持ち、リアス式海岸などの美しい自然景観もあるが、観光事業では、高い効果は期待できない。そこで、メカジキを使った、食と景観の組み合わせコンテンツ、地域の産業・観光を気軽に体験してもらうツアー商品「ちょいのぞき」の拡大など新しい発想でオンリーワンづくりをしていく。

留意 3：「クルーカード」を核にマーケティングを展開

観光を理論的かつ具体的に行うために「気仙沼クルーカード」の導入に取り組む。カードはポイントカードと同じしくみで、利用者は購入するたびにポイントが貯まり、金銭と同様に利用できる。情報分析により、商品にあった利用者層に集中的にダイレクトメールを出すことや、個々の利用者へ直接メールマガジン等でアプローチすることも可能になる。

(2) 宿泊・体験等の受入体制づくり

新たに宿泊・体験等を受入れる場合にどのような受入れ体制が必要なのか、これまで宿泊・体験等を受入れてきたがこれを継続していくことの困難に直面している場合にはどう受入れ体制を変えなければならないのか、あるいはこれまで教育旅行を主に受入れてきたが、今後の活動の維持・拡大を考えると、インバウンドを新たな顧客対象として受入れなければならない状況の場合に、異なる言語や異文化に対してどのような特別な受入れ体制が必要なのかといった課題がある。

本課題に対しては、民泊・体験等受入マニュアルの作成、研修会等の実施、インバウンドの受入体制の構築、問合せ・予約窓口の設置または一元化などを選択的に実施するものとする。

1) 民泊・体験等受入マニュアルの作成

新たに民泊を受け入れることに関心のある漁家あるいは地域の住民にとって、民泊を開業するに当たりどのような手続きが必要なのか、どのような建物構造や設備の要件があるのか、また、漁業や環境、磯遊び等体験の受入れやインストラクターを務める場合には、どのような安全管理や保健衛生等が必要なのか、など正しい情報と理解が求められる。そこで、民泊を開業するにあたり法的申請・許可・登録・届出等に関する説明や、実際に民泊運営に必要な業務や運営上の重要事項を理解しやすいようにしたマニュアルや安全な体験のための指導マニュアル等について作成する。

(民泊にかかる手続き・規制)

- i. 農業や漁業などの体験を行うことを目的として、人を宿泊させ、宿泊者へ農林漁業体験を提供する施設の中で、「農林漁業体験民宿」、「農林漁家民宿」と呼ばれている。旅館業法、建築基準法及び消防法の規制緩和や、各都道府県独自の弾力的運用により、比較的容易に開業できるようになっている。
- ii. 中学高校生が、学習のために、農家や漁家に滞在し、農山漁村生活を体験する場合であって、地元の市町村等で組織された協議会が受入窓口となり、宿泊料を受けず、提供する体験学習の指導料のみを受け取る場合については、通常、「教育旅行」と呼ばれ、旅館業法による許可が不要になっている。
- iii. 2020年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、急速に増加する民泊について、一定のルールを定め、健全な民泊サービスの普及を図るものとして、2017年6月に民泊新法が成立した。民泊施設とするためには、旅館業法の「許可」ではなく、「届出」制とすること。一般住宅を民泊施設として提供するための要件緩和の条件として、民泊施設としての営業日数を180日以下とするなどが規定されている。

2) 研修会等の実施

新たに民泊・体験等を受け入れることに関心のある漁家あるいは地域の住民を対象に、専門家を招聘し、あるいは活動組織の事務局が講師となって研修会や先進地域の視

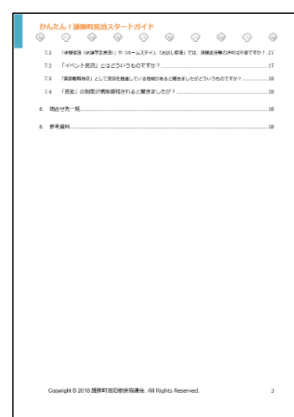
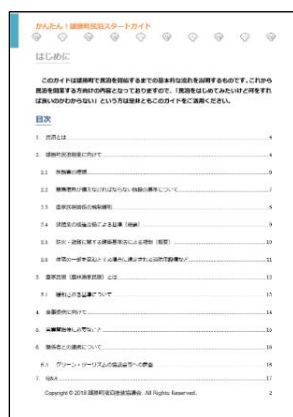
察研修などを実施する。研修会等のテキストとして、「民泊・体験等受入マニュアル」を活用できる。

これまでの顧客の拡大や新たな顧客対象を確保することで集客力を高めるには、これまで宿泊・体験等を受入れている方々の質の向上や新たな顧客の受入れづくりが求められる。専門家を招聘し、あるいは活動組織の事務局が講師となって研修会や先進地域の視察研修などを実施する。

取組事例：研修会と民泊運営マニュアル

雄勝町渚泊推進協議会

- i. 漁師民泊など受入希望者の募集・研修として、協議会関係者、民泊運営検討者を対象に「民泊・農泊理解と促進セミナー」を開催（外部講師招聘）するとともに、沖縄民泊視察の結果を参考に、民泊運営のプログラム化を図る。
- iii. 民泊の運営をはじめるにあたり法的申請・許可・登録等に関する説明から、実際に民泊運営に必要な業務や運営上のポイントを理解しやすいようにマニュアル化した。



3) インバウンドの受入体制の構築

これまでは教育旅行が主体であったが、今晚の訪日旅行者の増加と旅行者の嗜好の変化に対応してインバウンドを顧客対象としている活動組織が多い。しかし、インバウンドの受入に当たっては、活動組織は、言語の違いのある中で異文化の海外の顧客に対して、どのように宣伝や営業をしていくのか、従来の商品で対応できるのかあるいは、新たな商品の開発・造成をどのように行うべきか、どう問い合わせや予約に対応すべきか、不安と懸念を抱きながら多くの問題に直面する。宿泊・体験の受入先にあってはなおさら大きな問題として受け止められる。

そこで、インバウンドの受入体制を構築するには、次のような取組を総合的に行う。

i. 受入環境の姿

インバウンドを地域主導で効率的に取り入れていくには、専門家を招聘したセミナーや先進地域の視察などを行いながら、関係者内での検討を十分に重ね、目指すべき受入環境の姿をしっかりと描いていなければならない。

ii. メディア（媒体）・ツール

インバウンド対策のツールとして、多言語のパンフレット、web サイト、動画、音声ガイドを作成する。こうしたツールを活用して、国際展示会、商談会や旅行代理店への営業や問合せ・予約受付を行う。

iii. 商品（宿泊・体験プログラム）の開発・造成

インバウンドを対象に市場調査やモニターツアーを実施し、これらに基づいて商品の開発・造成を行う。モニターツアーでは、実際にインバウンドを受入れた場合の課題を特定することにも役立つ。

iv. 営業・誘致活動

「3.6(3) 2) 海外エージェント、国際機関等への営業・誘致活動」のとおり。

v. 情報発信、問合せ・予約受付

言語の違いがある中で限られたスタッフで対応しなければならないが、他方、高度情報化とソーシャルメディアが普及している社会にすることを考慮すると、問合せ・予約窓口の設置または一元化を図ること、さらに、web サイトを利用して情報発信と問合せ・予約受付を行うことのメリットは大きい。

取組事例：グランドデザインを描きインバウンド受入れのモニターツアー

伊根浦地区農泊推進地区協議会

i. 外国人観光客の受入れ環境整備（グランドデザイン）

増加する外国人観光客を地域主導で効率的に取り入れ、地域内での消費活動を促すため、住民や観光事業者、農水産業事業者および移住者等によるワークショップを開催する。ワークショップでは専門家やコーディネーターを招き、目指すべき受入れ環境の姿を示したグランドデザインを策定する。



パンフレット（多言語）

～グランドデザイン・マナー啓発の趣旨も含めて地域住民の立場で作成～

ii. 伊根町ならではの暮らし体験を通じた農泊（渚泊）ビジネスの構築

古くから漁業を中心に暮らしてきており、舟屋は漁業の産物であることを理解し、舟屋の暮らし体験として漁業体験を造成する。造成した体験プログラムを宿泊者等へ提供する。



モニターツアー

取組事例：web サイト（情報発信・web サイト申込み）

伊根浦地区農泊推進地区協議会

伊根町観光協会のwebサイトを多言語対応に改修し、宿泊、体験、ガイドなどについて多言語での情報発信を行うとともに、webサイトでの問い合わせや申込みを行っている。

（宿泊予約）

伊根町観光協会のwebサイトに、多言語（繁体字・簡体字・ハングル語・英語）による情報発信とインバウンド対応の宿泊予約システムを構築した。宿泊予約システムは外部委託し、人材活用事業による専門人材と共同で構築した。また、システムの運営も、専門人材が携わっている。専門人材は、特にwebサイトの仕組みや操作に精通した人材である。

宿泊予約システムでは、外国人のニーズを「条件の絞り込み」によりある程度絞り込んだ問合せになるようにしていることや、外部予約ページに誘導することで、対応者の負担を大きく軽減している。

【多言語対応】

The screenshot shows the 'Ine Tourist information[Official]website'. The 'Accommodation' section is highlighted, leading to a page titled 'Choose your plan' with a table of options. A red label '【絞り込み】' (Filtering) points to the table. Below the table is a 'Make a reservation' button. To the right, another screenshot shows the 'Ine Funaya Stay Minagi' website, which also has a 'Make a reservation' button. A red label '【外部予約ページへ誘導】' (Guide to external booking page) points to the button.

Meals	Conditions	When to reserve	Average price(yen)
Two meals	Family	Reservation 2 months in advance	Less than 10,000
Dinner only	Farm inn	Reservation 2 months in advance	10,000~15,000
Breakfast only	One group a day	Reservation 2 months in advance	15,000~20,000
No meals	Child	Reservation 4 months in advance and more	20,000~25,000
Business inn	Pet		more than 25,000
Cribhouse stay	Hot spring		
	Solo trip		
	Bed		
	Pick-up service only is free		
	No smoking		
	Same day reservation		
	Group reservation		
	Credit card		
	English		

【外部予約ページへ誘導】

<http://www.ine-kankou.jp/>

web サイト「インバウンド宿泊予約システム（多言語対応）」

(体験プラン)

体験プランについても、伊根町観光協会の web サイトに多言語対応による情報発信と体験プランの問合せ・予約の手続きを掲載（写真〇）した。体験プランの問い合わせや予約は伊根町観光協会への電話やメールによる。伊根浦の紹介や体験、宿泊を紹介する多言語（繁体字・簡体字・ハングル語・英語）のパフレットも制作（写真〇）し、web サイトからダウンロードできるようにした。



Ine fishing experience



A fishing experience carried out in the ultimate location where you can view the nearby cluster of funaya, is one of the reasons for its popularity is that you can enjoy fishing easily without any for movement from the car park. There are also toilets and sink facilities for washing hands, so ladies and people with small children can also have peace of mind and enjoy the experience. The Ine bay is a rich bay, so you can catch various types of fish from the beach. The local fish are so big that beginners may not be able to catch them. Please participate empty-handed. If you get away one, if you get away one, if you get away one.

Information
Time: Approx. 1 hour 30 minutes
Cost: Adults \3000 Children (Elementary school students) \1500
※Please participate in groups of at least 2 people.
Application contact information: Ine Tourism Association (0772-32-0277)
Phone: (From abroad) 81-772-32-0277
(From Japan) 0772-32-0277
Email inekankou@gmail.com
※Prior reservation is necessary (up to 5 days before)

伊根の魚釣り体験

WEBからのご予約はこちら

<http://www.ine-kankou.jp/>

web サイト「体験プランの問合せ・予約（多言語対応）」

4) 問合せ・予約窓口の設置または一元化

地域に関すること、活動組織や宿泊・体験プログラムに関することなどの問合せや予約窓口の窓口を、個々の会員、受入れ先に代わる窓口を例えば事務局に設置する、あるいは問合せから個々の予約の受付、そして決算までの管理を一元化する。

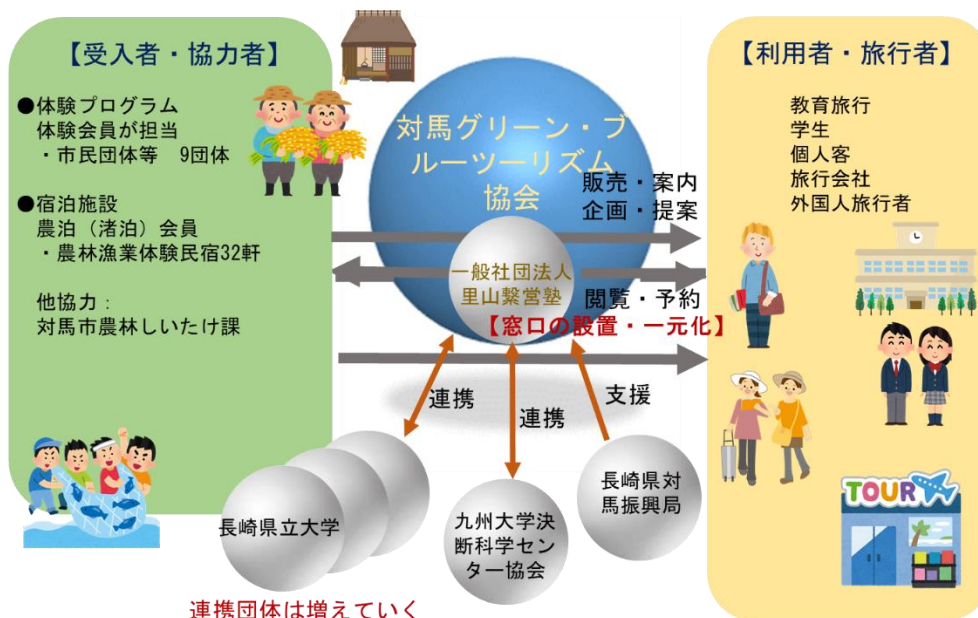
問合せ・予約窓口の設置または一元化において、省力化・省人化、サービス向上および経営力強化の面から web サイトを利用して情報発信とともに問合せ・予約受付を行うことのメリットは大きい。特に、インバウンドを対象としている場合には、異なる言語に起因する課題の解決につながる。

活動組織や宿泊・体験の受入れ先の高齢化の進展や後継者不足の状況を踏まえると、次のような問合せ・予約窓口を設置することは、かれらの負担軽減に寄与する。

- ・活動組織の事務局が問合せ・予約窓口となる。
- ・個々の活動組織が連携した協議会を設立し、その新たな事務局が個々の活動組織およびその傘下の受入れ先の総合的な問合せ・予約窓口となる。
- ・当該活動組織の所在する市町村を超えた広域的な協議会が問合せ・予約窓口となる。

取組事例：web サイトによりインバウンドにも対応した問合せ・予約窓口の一元化

対馬グリーン・ブルーツーリズム協会



組織・運営体制（受入体制・窓口）



Webサイトは2017年12月公開

<https://www.facebook.com/tsushimagbt/>

<http://tsushima-gbt.com/>

対馬 G・B 協会の web サイト (PC・スマホ対応：多言語対応)

事務局は民営化（一般社団法人里山繋営塾）され、そこには国内旅行業務取扱管理者が配置されている。事務局は、観光・体験の案内や宿泊の斡旋など、総合的な窓口としての役割を果たしている。

すなわち、多言語（英語、韓国語）対応の web サイト（PC・スマホ版）を開設し、問合せや予約から決算までの手続きの一元化を行っている。また、情報発信や web サイトへのアクセスを高めるため、Facebook を立ち上げた。当初外国人対応窓口（英語、韓国語）を設けていたが、web サイトでの対応にしたことにより、英語・韓国語対応の専門の人を配置すること必要がなくなった。

(3) 人材活用および育成

活動の立ち上げから組織化、成長・発展を通じて持続可能な活動・運営体制を確立するには5つの課題（ビジョン・目標・事業計画、組織・運営体制、宿泊・体験/特産品・食の提供、設備・施設、広報）がある。これらにおいて、例えば、市場分析、商品開発、ICT技術の活用、外国人客の受入れなど、専門的な知識やノウハウが求められる場合や、新たに渚泊の宿泊や体験の受入れについて、わかりやすく説明し、理解と取組を促進しなければならない場合がある。

専門的なことについて、専門の会社へ委託することも考えられるが、持続的な体制を目指すとするば、活動組織の職員・構成員そして宿泊や体験の受入れ先が自ら知識、ノウハウを有していること、さらに常日頃から研鑽に努めることである。すなわち、専門的な知識やノウハウを有する人材を活用して、諸問題に対処するとともに、組織のスタッフおよび構成員、宿泊・体験の受入れ先を育成していくことである。

どのような人材をどのように活用していくか、またどのように人材を育成していくかが課題である。本課題に対しては、活用する分野、対象者を考慮して、専門家の招聘、研修生・インターンの受け入れ、地元住民の活用、専従職員の雇用等配置、研修会等の実施などを選択的に実施するものとする。

1) 専門家の招聘

活用する分野、対象者に応じて、専門家を招聘し、活動組織のスタッフ、構成員や宿泊・体験の受入れ先が指導を受ける、あるいは知見やノウハウを提供していただく。その指導や知見等の提供の場は、直接行われる場合と対象者が一堂に会して研修会等を通じて行われる場合がある。

なお、専門家が行う指導や提供する知見等は、あくまでも活動組織の取組に対する支援であり、地域の実情と掲げるビジョンを踏まえ、活動組織自らの判断と活動が求められる。

2) 研修生・インターンの受け入れ

地域産業の振興や農山漁村の活性化について研究を行っている大学のインターンや研究機関の研修生を受入れ、地域資源の発掘や磨き上げ、旅行商品の開発・造成、効果的な情報収集・分析や情報発信等に参画していただき、その知見や分析力を活かす。特に、地域に所在する大学等との地域連携は、大学等にとって、調査研究成果を地域で実現する有益な機会でもある。

3) 地域住民の活用

渚泊の活動においては、地域の住民の理解と協力が必要である。組織の構成となるだけでなく、例えば宿泊・体験の受入れ先として、漁家や一般住民が民泊を提供する、地域の魚介類等地域の食材を使った郷土料理・家庭料理の提供、引退された漁師や地域のお年寄りが漁業や漁村文化、暮らしの語り部となるなど、地域住民の活用の場を大きい。

4) 専従職員の雇用等配置

活動組織（事務局）のスタッフの専門的な知識や経験を有する人材を専従職員として配置することで、常日頃から諸問題に迅速に対応できるとともに、組織のスタッフや構成員、宿泊・体験の受入れ先のレベルアップにも寄与する。

この専従職員については、地域の人材と地域外からの人材があるが、後者については地域おこし協力隊の活用が多い。地域おこし協力隊は、人口減少や高齢化等の進行が著しい地方において、地域外の人材を積極的に受入れ、地域協力活動を行ってもらい、その定住・定着を図ることで地域力の維持・強化を図っていく制度である。渚泊の取組や渚泊の最終目標の実現に寄与するものである。

5) 研修会等の実施

活動組織の立ち上げ、組織化においては、研修会等を実施し、関係者の理解と協力を図る。また、宿泊・体験の受入れ先の新たな確保や、サービス向上、新たなにインバウンドの受入れなどといった場合にも、研修会等を実施し、理解とレベル向上を図る。研修会等は、その課題に応じて専門家を招聘して行う場合や活動組織の事務局が行う場合がある。初めて渚泊に取り組む活動組織だけでなく、これまで活動の取り組んできた活動組織も顧客への細かい対応、嗜好の変化、そして受入れ側の状況の変化（高齢化や後継者問題等）に的確に対応できるように、研修会等の実施による会員・関係者の研鑽を重視している。

取組事例：民泊を始める人のためのセミナー

雄勝町渚泊推進協議会

受入環境の整備として、漁家民泊について希望または関心のある方々に対して、理解促進を図るため、民泊・農泊（渚泊）ビジネスに精通した専門家を招聘し、セミナーと民泊施設の視察を実施した。

■セミナー実施風景

古民家改装の簡易宿泊にて、既に運営を開始しツールド東北等で活用いただき実績を積んできました。2018年度は拡大とともに古民家DIYプロジェクトを本格化し、首都圏の企業研修や個人ボランティアの参加のものと一緒に古民家改装を行うことで交流と雄勝のファンづくりに繋げるアクションに繋げる予定です。

一方で漁師民泊については、希望者の集約、調整を行い、まずは理解促進のため「民泊・農泊理解促進セミナー」を実施（外部講師招聘）、東京農大から提案のある沖縄民泊視察活用し、民泊運営のプログラム精緻化を図りました。運営については、2018年度からスケジュールを後ろ倒しにし、そのアクションを起こすための基礎整備のため、民泊運営マニュアルの整備を行いました。

■「民泊・農泊理解促進セミナー」実施概要

実施日：2018年3月4日（日）
実施場所：石巻市大須集会所 石巻市雄勝町大須字船隠1-1
参加対象：協議会関係者、民泊運営検討者等
参加者数：1部 9名
2部 14名

セミナー内容

1部：「渚泊を始める皆さんへ」

2部：「渚泊実施における地域・体制について」

講師 株式会社百戦錬磨 代表取締役 上山 康博様



■古民家民泊施設視察風景



雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成 29 年度事業実績報告書」より引用

取組事例：インターンシップ、学生の力を活用した渚泊の設計と広域連携体制を構築

鳥羽渚泊推進協議会

鳥羽市は、観光資源、農林水産資源が有機的に結びつけ、地域資源のポテンシャルを十分に発揮させることが課題である。そこで、渚泊推進対策事業、インターン事業や地域連携等がかかわりを持っている三重大学や皇學館大学の農山漁村活性化に関する知見を有する研究者を専門家としてアドバイザーになってもらう。具体的には、インターンシップを通じて、地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組に学生に参画してもらうことである。

i. インターンシップを通じた渚泊の設計とツアープログラムの開発

アラメ（鳥羽市国崎）、アサリ（鳥羽市浦村）、キンコ（志摩市阿児町）を対象に学生のインターンシップを実施し、学生を対象とした渚泊の設計を行うと同時に、その活動を通じて、地域の体験型ツアープログラムの開発を行う。

ii. インターンシップを通じた労働調査

インターンシップを通じて、学生やアドバイザーの協力のもとで、アラメ、アサリ、キンコ（ボトルネックが明確でインパクトが大きい）以外にも同様の品目が存在しないか、地域の雇用労働の状況も含めた調査を行う。

iii. 活動拠点の整備に向けた情報収集・議論

将来的には滞在宿泊施設となる学生の活動の拠点の確保、整備に向けた情報収集、議論を行う。具体的には、空き家等を学生自らの手でリノベーションする可能性、こうした活動を応援してくれる宿泊施設等学生の負担軽減の方策等について検討。

iv. リノベーションセミナーの実施

将来的には滞在宿泊施設となる学生の活動の拠点を舞台に、ゲストハウス運営やセルフリノベーションの専門家を講師に招き、ワークショップ形式で実際にリノベーションを行いながら、活動拠点の整備を行う。

v. インターンシップを通じた地域の「食」の魅力化

答志島を対象に、サワラのブランド化に関するインターンシップを通じて、学生やアドバイザーの協力のもとで、新たなブランドの構築、地域の農水産物の魅力の向上を図る。

取組事例：インバウンド対応のための研修

対馬グリーン・ブルーツーリズム協会

- i. 企画・運営スタッフ（研修生）を採用し、窓口業務、web サイトの更新、SNS 情報発信を行う。
- ii. 外国人対応窓口スタッフ（研修生）を採用し、英語、韓国語での情報発信、ツアーガイドを担当してもらう。
- iii. 予約から決算までの一元管理システムを構築し、インバウンドも含めた円滑な受入れを行う。
- iv. 企画・運営スタッフを雇用し、顧客対応や民泊の調整等の窓口業務、会計処理等の事務作業のほか、企画や情報発信する。
- v. 外国人対応窓口スタッフ（英語が担当な韓国人）を雇用し、主として韓国人を中心とした問い合わせや予約の対応、および民泊との調整業務を行う。



通訳研修



ガイド研修

研修の様子

3.4 宿泊・体験プログラムおよび食の提供

(1) 宿泊・体験プログラムの開発・造成の基本的手順

ビジョンの具現化のための宿泊・体験プログラムの開発・造成は、図 3.4.1 に示すように、収益事業となるべき活動組織の重要な部分を占めている。「3.2(1) ビジョンおよび事業計画の構成」で記述したように、事業計画の策定においては、「具体的な取組内容の設定、経費配分、収支計画の策定」を行わなければならない。その後の流れは、次のとおりである。

- i. 地域資源を洗い出し、利用可能な形に磨き上げ、宿泊・体験プログラムの開発・造成や食事のメニューの開発を行う。
- ii. 既存施設の調査を行い、その結果に基づいて空家や古民家の改修や新たな施設整備を行う。
- iii. プログラム等の内容、利用施設が決まり、プログラム等の広報や問合せ・予約窓口の設置や一元化などの受入体制づくり、情報発信や営業・誘致活動などの広報を行う。

次に、地域資源の活用等により宿泊・体験プログラムの開発・造成の基本的手順を図 3.4.2 に示す。

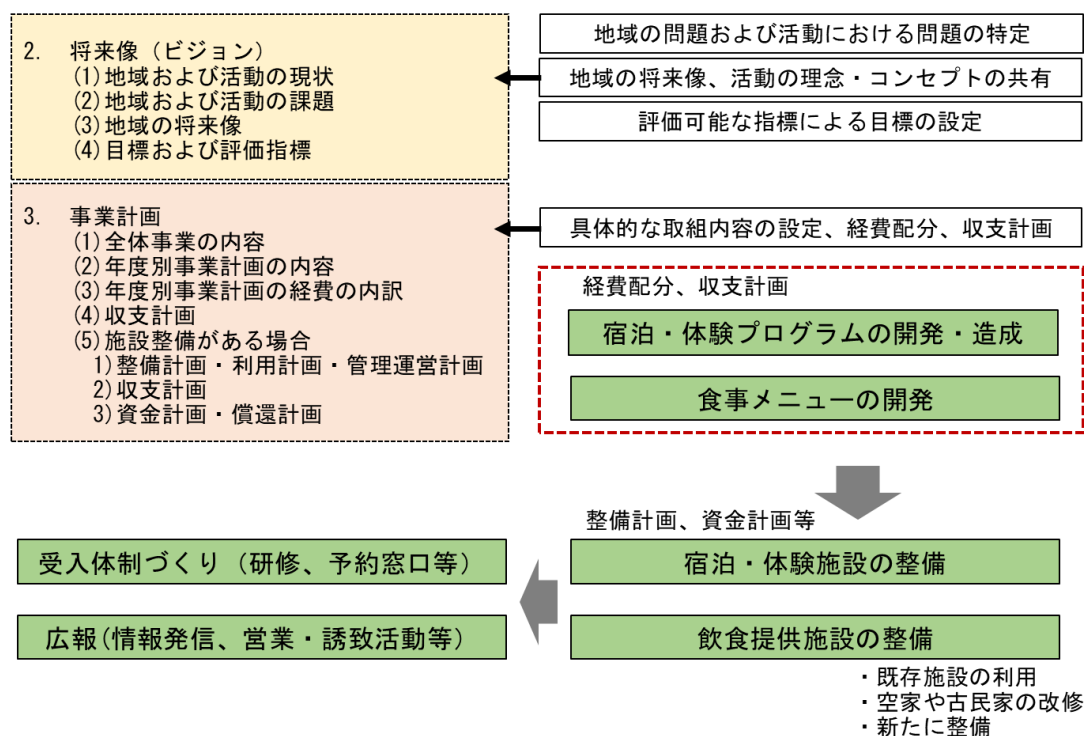


図 3.4.1 「宿泊・体験プログラムの造成および食事メニューの開発」の位置づけ

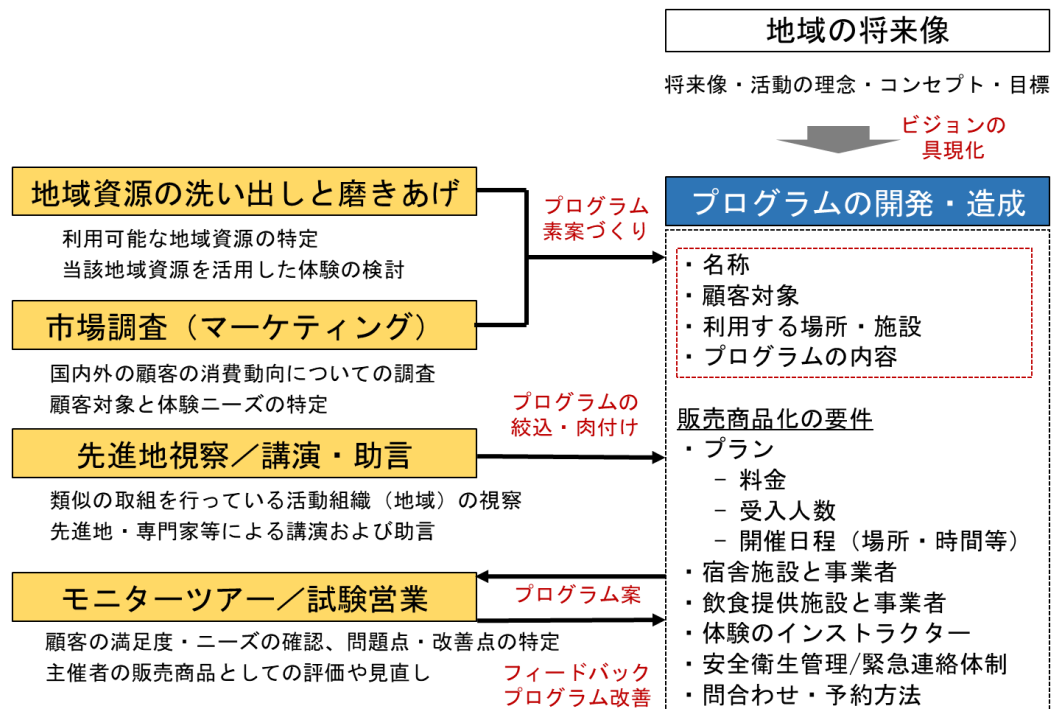


図 3.4.2 プログラムの開発・造成の基本的手順

（基本的手順）

i. 地域資源の洗い出しと磨き上げ

地域資源について調査し、宿泊・体験プログラムや食事の提供メニューとして利用可能なものを洗い出し・特定し、当該地域資源をそのまま、あるいは利用可能な形にして利用した体験プログラム等を検討する。

ii. 市場調査（マーケティング）

市場調査を行い、国内外の顧客の消費動向について調査する。その結果に基づいて、対象とする顧客を確認（ビジョンの策定段階で顧客対象は決まっている）し、顧客対象に対応した体験等のニーズを特定する。

i、ii（両者は並行して実施される）に基づき、シーズとニーズが特定されることから、これらに基づいて、ビジョンの具現化に資する複数のプログラム（素案）が検討される。

iii. 先進地域視察／講演・助言

類似の取組を行っている活動組織（先進地域）を視察することや、先進地域あるいはこうした活動に詳しい専門家を招聘して講演や直接助言を受けることは、有益である。視察結果や専門家の知見・助言等を参考にしながら、複数のプログラム（素案）の絞り込みや個々のプログラム（素案）の実際の現場での運用を想定して肉付けを行う。

iv. モニターツアー／試験営業

絞り込んだプログラム（案）についてモニターツアーや食事メニューであれば試験的に営業メニューに組み込むなどの試験営業を行うことで、顧客の満足度やニーズに対応したプログラム等であるのかどうか、問題点あるいは改善点があるとするればそれを特定する。モニターツアー等の主催者側も、実際にプログラム等を運用することで、販売商品としての評価ができる。優良な商品となりうるものでも、問題点や改善点が指摘されれば、その見直しを行う。

この段階で、プログラムが造成されたこととなるが、商品として販売（販売商品化）されるには、必要な施設整備、受入体制づくり、広報を経て行われることになる。

以下、プログラム等の造成のプロセスにおいて必要となる、地域資源の活用、市場調査、先進地視察・講演、モニターツアー・試験営業について、留意すべきことを述べる。

1) 地域資源の活用（洗い出しと磨き上げ）

（地域資源とは）

地域資源の定義について、「地域資源法（中小企業地域産業資源活用促進法）」（2007年6月施行）では次のように規定している。本法律は、地域資源を活用した新たな商品・サービスを開発することで、取引や雇用を拡大し、地域経済を活性化することを目的とししている。

本法律に基づき、都道府県が地域の産業資源を、

- i. 地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物や鉱工業品（野菜、果物、魚、木材 等）
- ii. 地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術（鋳物、繊維、漆器、陶磁器 等）
- iii. 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの（文化財、自然景観、温泉 等）

の3類型の中から、「地域資源」として指定。それを活用した事業計画を中小企業が策定し、国の認可を受けることで、新ビジネス創出のためのさまざまな支援措置が受けられる、というものである。

本法律では、「その地域ならではのリソース（産業資源）」である、産地の技術、農林水産品、そして観光資源とされている。

渚泊・農泊は、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村・漁村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿・漁家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地や浜の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行を指すものである。実際の取組においては、宿泊に関して、地域のホテルや旅館とも連携しながら、古民家ステイ、農林漁家民宿、一般家庭の民泊、廃校を利用した宿泊施設など、地域資源を活用して宿泊の提供を行っている。また食に関しては、郷土料理、ジビエの活用、農家レストラン・漁家レストラン、外部料理人のアイディアを加えた創作メニューなど、地元産食材で特徴的な食事を提供している。

こうしたことから、渚泊の取組においては、「地域資源とは、地域に存在する特徴的なものや素材を資源として活用可能な物として地域が捉えるものであり、それは人文的

な資源をも含むもの」とする。

(留意すべきこと)

地域資源は日頃から存在しているが、地域に存在する特徴的なものであることや地域外の人にとって、価値があることに地域の人たちが気づいていない場合がある。また、地域資源の価値について、専門的な立場から地域住民に翻訳することも重要である。こうした理由から、地域資源を洗い出しする場合には、地域外の人を参加させる、あるいは専門家 - 例えば、磯生物の調査には、生物や生態系に知見のある専門家 - の指導を仰ぐなどの対応は効果的である。

2) 市場調査

(留意すべきこと)

「3.6(1)情報収集・分析」で述べるように、調査方法においては、web サイトや ICT 機器類を利用するのが時間、経費や精度面において優位が高い一方、こうした調査結果から得られる数値からの判断だけに依存せず、対面や電話等での顧客と直接アンケートやヒアリングを行い、数値の背後にある現象や現場での問題の所在を明らかにしていくことも重要である。

インバウンドを対象とした、例えば国外消費者動向調査の場合には、異なる言語や地理的な距離も問題があり、適切な調査方法を検討しなければならない。例えば、web サイトを使って、異なる言語や地理的な距離の問題を解消する、あるいは専属のスタッフが地域やその周辺の観光地を訪れる訪日外国人に対して、タブレット等端末の web サイトを使って直接対面のアンケート調査を行うことなどが考えられる。

3) 先進地視察・講演

(留意すべきこと)

一般に新たな仕事やプロジェクトを始めるときには、既に取り組んでいる先進地の視察や知見のある専門家を招聘して講演を聴くことが行われている。成功事例ではあるが、立ち上げから成長・発展に至った今日まで、新たな課題に対して解決のための取組が何度も繰り返し行われてきた結果であることを理解しておかなければならない。

渚泊についても同様であり、宿泊・体験プログラムの造成等を行う上での有益な情報を提供してくれるものの、活動組織自ら考え、判断することが基本である。

4) モニターツアー・試験営業

(留意すべきこと)

モニターツアーについては、モニターツアー参加募集の段階から開始することで、問合せの件数や実際の参加の可否も含め、そのプログラムに対する顧客の反応（関心の程度）が明らかになる。

他方、顧客対象が学生の場合やインバウンドの場合には、例えば、地域やその周辺の大学・研究機関との連携の下、学生やインターンシップ生、留学生に参加してもらい、様々な視点から意見や改善点等の指摘をいただくのがよい。

取組事例：地域資源の活用（洗い出しと磨き上げ）

家島諸島都市漁村交流推進協議会

旅館事業者らが都市と漁村の共生と対流による交流人口に根差した新たな産業施策の導入-観光-に取り組むため、「家島観光事業組合」を設立し、まずは“家島を知ってもらおう”ということで地域をPRしたが、具体的な成果にはつながらなかった。

そこで、2013年に本組合を母体として家島諸島都市漁村交流推進協議会を設立し、JTB西日本等旅行会社との連携・協働で都市農村共生・対流総合対策交付金事業を活用し、地域資源の洗い出しを行うとともに、家島諸島内の暮らし・文化や食、自然等の地域資源を活用した着地型体験プログラムを造成し、島内の宿泊客の取り込みに努めている。

i. 地域資源の洗い出し

【家島の魅力/島の地域資源】

島の人たち・・・おもてなし

食・魚介類・・・新鮮な前どれ魚介類-坊勢サバ、坊勢ガニ、アナゴ、ホシガレイ

自然・景観・・・44の島々、港町・漁港の原風景、碎石場、海ほたる ほか

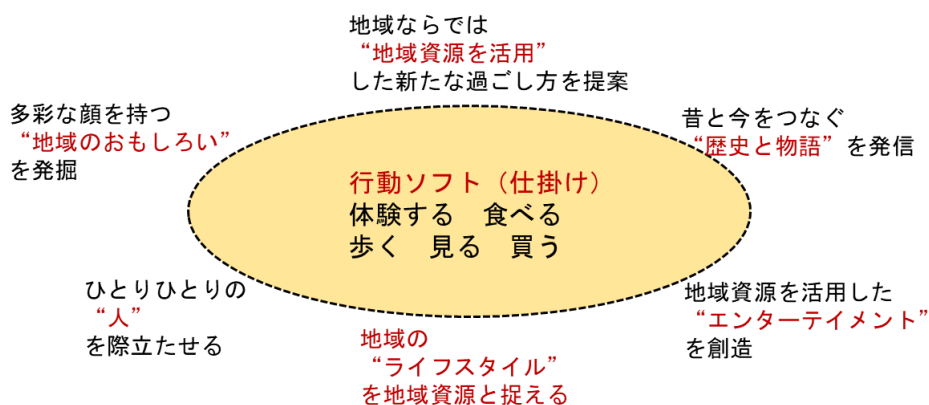
島の産業・・・漁業、碎石業、海運業・造船業、水産加工

町並み・・・暮らし、路地裏散歩、昭和の香り ほか

マリンスポーツ・・・海釣り、カヌー、ペーロンフェスタ、オープンウォーター ほか

歴史・伝統文化・神社、パワースポット

・・・家島神社、国産み伝説、西島頂上石、家島天神祭 ほか



地域資源を洗い出し、地域の魅力へ磨き上げ、ストーリー化

五感に訴える魅力的な島の体験ツアー「家島しまたび」の造成

島の地域資源の洗い出しと磨き上げ、そして体験プログラムの造成

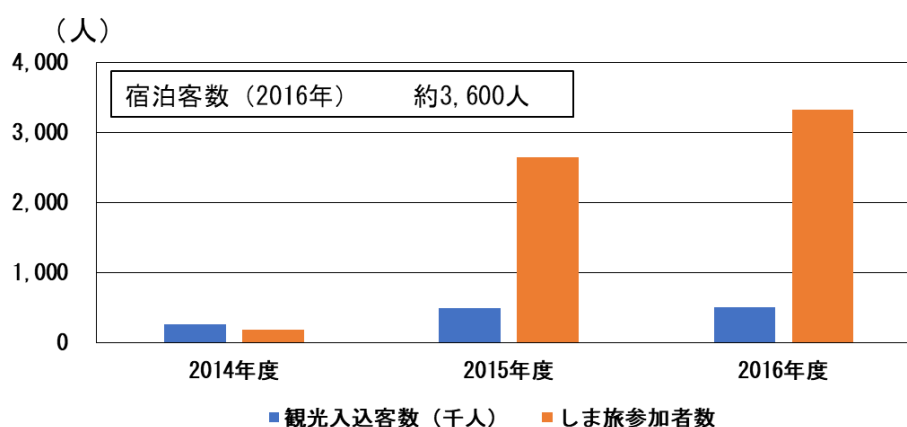
ii. 家島諸島体験ツアー「家島しまたび」の造成

(コンセプト)

- ・家島諸島に息づく農水産業や食、自然、景観や素敵な「人」など島特有の地域資源を活かした体験型観光や島歩きなど島ならではの体験で、新たな人や島との「出会い」をプロデュースする。
- ・都市部からの交流人口を促し、「家島しまたび」を契機に、島内のおもてなしの心を醸成、さらに将来的には、島内の事業者が独自の展開を行い、地域の活性化へつなげ、発展させていく。
- ・新たな物を造るのではなく、家島が独自に持つ「食」「文化」「芸術」「産業」「歴史」「自然・景観」など、島の魅力（＝地域資源）に、さらに価値を付け、観光資源として地元事業者や住民が企画し、育て、島に多くの人々に来ていただくことを目的としたプログラムを提供する。

iii. プログラムについての情報提供と予約

- ・web サイトでは「家島しまたび」の22のプログラムを掲載しており、予約は予約専用サイト「アソビュー」で行う。
- ・島案内「家島ガイド」：「路地裏に誘われる真浦コース」ほか
- ・いえしま食の学校：「家島底引き網体験 de 島ごはん」ほか



しまたびへの参加者数と宿泊者数の推移

取組事例：市場調査

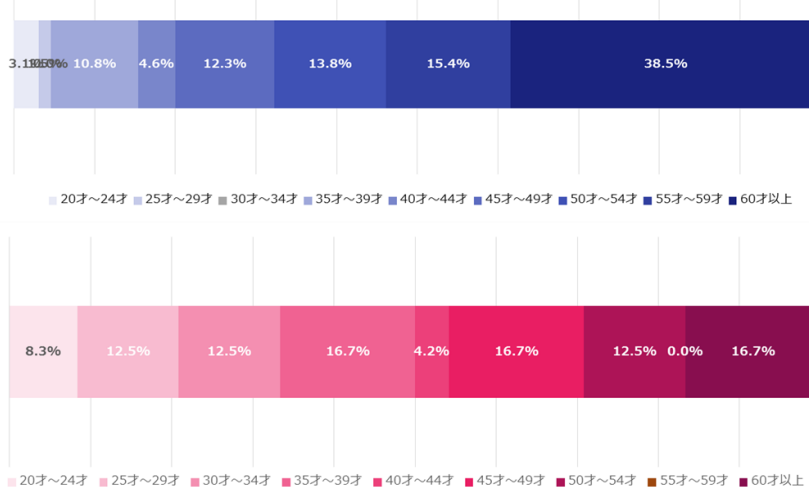
雄勝町渚泊推進協議会

国内消費者調査

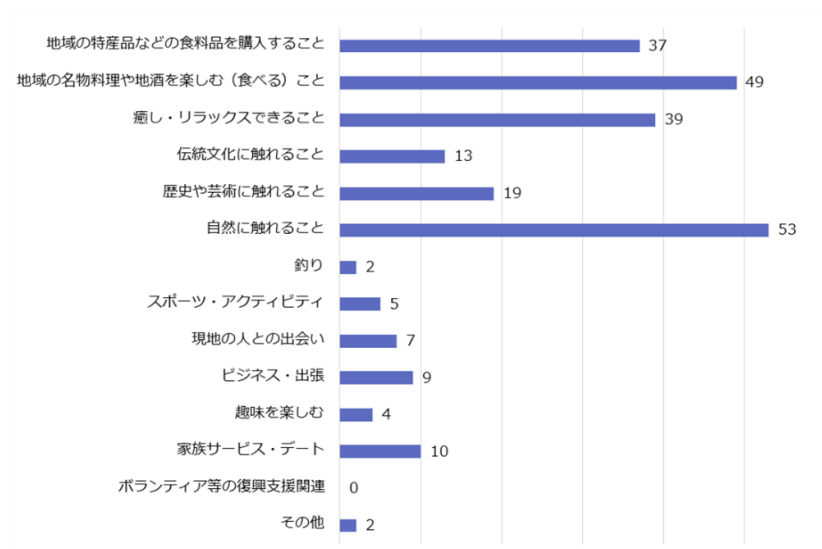
■インターネットによる雄勝町来訪意向調査の実施

雄勝町への来訪意向がある「ぜひ行きたいと思う」と回答した人の属性を見ると、男性では60才以上が最も多く38.5%で中高年層が高く45才以上で80%を占めます。女性に関しては男性同様中高年層の比率も高いが、一方20・30才台50%を占める（男性は15.4%）。また、三陸沿岸地域の来訪目的は、「自然に触れること」が最も多く、次いで「地域の名物料理や地酒を楽しむ（食べる）こと」「癒し・リラックスできること」の回答が多いことがわかります。

■回答者属性：雄勝町への来訪意向があり「ぜひ行きたいと思う」と回答



Q：直近の三陸沿岸地域（岩手、宮城含む）への訪問の目的は何でしたか。
あてはまるものすべてをお答えください。



雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成29年度事業実績報告書」

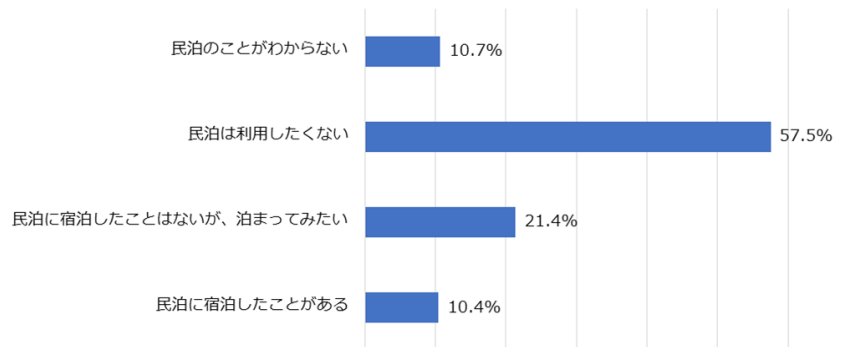
インターネットによる来訪意向調査(1)

■インターネットによる雄勝町来訪意向調査の実施

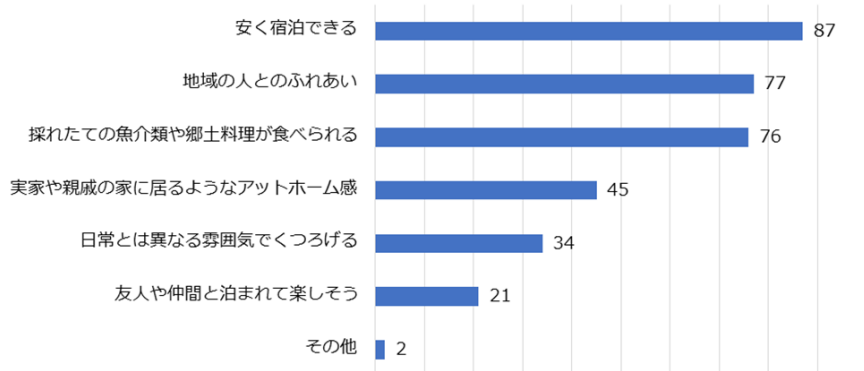
民泊利用意向に関しては、「民泊を利用したくない」の回答が多い中、民泊宿泊経験がある人は10.4%、また宿泊してみたいとの回答する民泊宿泊意向がある人も21.4%存在しています。その他、「民泊のことがわからない」と回答も10.7%あり、今後の民泊自体のサービス理解によって宿泊意向を高めることも可能となると考えられます。

民泊の魅力に関しては、「安く宿泊できる」「地域の人とのふれあい」「採れたての魚介類や郷土料理が食べられる」が上位を占め、宿泊価格は5,000円~6,000円の回答が最も高い。

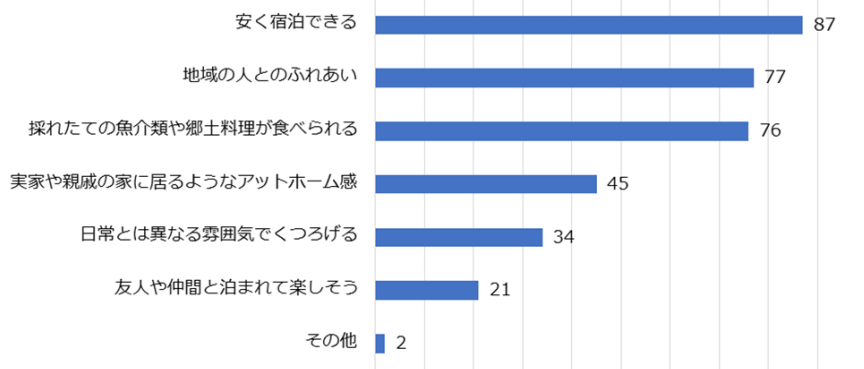
Q: 民泊に宿泊したことはありますか。※三陸沿岸地域に限らずお答えください。



Q: 民泊に対して魅力を感じるものをすべてお答えください。



Q: 民泊に対して魅力を感じるものをすべてお答えください。



雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成 29 年度事業実績報告書」

インターネットによる来訪意向調査(2)

取組事例：モニターツアー

雄勝町渚泊推進協議会

国内消費者調査

■モニターツアー調査の実施

雄勝町全体の満足度や雄勝での「食」、本事業の取組を検証・評価することを目的としたモニターツアー調査を実施しました。

■調査実施概要

実施日：2018年2月10日～2018年2月11日

調査対象：関東地方在住の三陸沿岸地域来訪経験及びボランティア活動経験者

モニターツアー参加者数：12名

2018年2月10日（土）

09:30 仙台駅集合～旧大川小学校慰霊

12:00 おがつ店こ屋街到着 伝八寿司にて昼食（13:00頃まで）

14:00 漁師民宿着

チェックイン後、ピザ窯製作:5名 古民家改修:5名に別れプログラム体験

※古民家改修グループはバス移動で大須古民家に移動

16:30 各体験プログラム終了

18:00 夕食・グループインタビュー

2018年2月11日（日）

06:30 朝食

07:15 チェックアウト

ふ海苔採り体験プログラム～ふ海苔試食

10:30 雄勝ローズガーデンファクトリー ガーデニングボランティア体験

12:00 おがつ店こ屋 昼食

13:00 雄勝町出発

13:40 女川到着

16:00 女川出発

17:30 仙台駅終了

雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成29年度事業実績報告書」

モニターツアーの実施

雄勝町の「食のコンテンツ」に関する評価

雄勝町「店こ屋」の飲食店および漁師民宿での食事に関しては、高い満足度評価が得られた。今後は、更に他の三陸沿岸地域との差別化が図れる「食のコンテンツ」開発を行い、付加価値をつけることにより雄勝への誘客や交流拡大、また本事業の魅力となりうるよう磨き上げていくことが重要と考えられます。

「店こ屋での食事」に関する回答内容

- ・価格、量ともに調度良かった。南三陸のさんさん商店街等と比較して、とてもリーズナブルと感じた。
- ・ネタが美味しく新鮮であり、それに代わるものなし。
- ・ホタテ、アナゴともにとてもおいしかった。量が少し少なかったので、追加料金を出しても、もっと食べたかった。
- ・料理がおいしかった点と色紙がいっぱい貼ってあった点がなぜか良かった。普通、芸能人などの色紙がいっぱい貼ってあるといやらしく感じてしまうのだが、逆につながりや応援のメッセージと感じたからそう感じずに、良く感じたのかもしれない。
- ・旬の物も色々あると思いますので、また食べに行きたいと思います。



「漁師民宿での食事」に関する回答内容

- ・味は大満足。量は多過ぎ。夕食は、出された食事量の半分で十分だと思います。残してしまうのがもったいないので、かなり無理をして食べましたが、そんな量は要らないです。
- ・とても美味しかったです。少しあっさりし過ぎな感もありました。こってり系が一つあると良い。
- ・品数が多く、一品一品がとてもおいしく、手作りの心のこもった料理に満足することができました。特にわかめのしゃぶしゃぶがおいしかった。
- ・私はすごくおいしかったです。お子さんがいる場合のメニューが気になりました。
- ・かき・ホヤ・アワビに加え、ワカメのしゃぶしゃぶがおいしかった。海鮮ビザもよかった。あとで確認したらHPで1泊2日で7500円とあった。格安だと思う。細かなことだが食事の際には御手拭きがほしかった。
- ・丼ぶり、食べるときにはごはんを各自好きなだけよそって、その上に具をかけるようにしたらどうだろうか。
- ・大変美味しかったです。質も量も大変満足しております。四季折々旬の物があると思いますので、その時その時楽しみだと思います。あえて改善提案するなら、昼も魚、夜も魚、朝も魚なので、肉類が少しでもあれば良かったかなと思います。

体験プログラムに対する評価

今回のモニターツアーにおいて、今後企画検討している体験プログラムの造成に対しての参考とさせていただくことを目的としてトライアルにて実施いたしました。

①「食」と連動した体験プログラム

ふのり採り体験

実施時期および天候の都合、ふのり採り体験を選択し実施しました。船を使用できなかったことから、本来雄勝の魅力である海上での収穫体験ができなかったが参加モニターからの一定の評価が得られました。

ビザ釜づくり体験

作業工程に対して所要時間が短く、完成まで至らなかったが協同で作業を行うことに関して評価をいただきました。体験内容と所要時間の調整が今後の課題として認識できたことは成果と受け止めています。

②「ボランティア」と連動した体験プログラム

雄勝ローズガーデンファクトリー ガーデニングボランティア体験

モニター参加者から全員から高い評価が得られました。ビジョンが明確になっているプログラムは参加意欲が高まり充実感が得られることが理解できました。今後、本事業においてもストーリーを持ったプログラム開発を意識し取り組むことの重要性を知ることができました。



ふのり採り体験



ビザ釜づくり体験

雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成 29 年度事業実績報告書」

モニターツアーの評価

DIYプロジェクトに対する評価

DIYプロジェクトに対する参加モニターからの意見

- ・ 古民家再生には、建築や、各種工作・施工のプロフェッショナルが必要だと思います。確かに震災でびくともしなかった建物があるため、そういった心配は不要なのかもしれませんが、素人が作業するには危険も多く難しいと考えます。家屋については、プロの導入、周辺整備をスタッフが進めるということはありません。
- ・ 活動にあたり、道具、方向性、指示が整っていれば、サポートしたいです。
- ・ 空き家を改装し、宿泊施設等として活用するのは非常にいいアイデアだと思いますが、交通の便も悪く、宿泊とは別に大きな目玉がないと集客は難しいかと思っています。
- ・ 古民家再生の発想は良いと思います。しかしながら、今の雄勝町に人が来るかということに、疑問を感じます。



モニターツアーの評価（サマリー）

全体評価

事業全体の満足度や推奨度は低くはないが、コンセプトや事業を推進していく方向性が不明確であるため、高い満足度が得られない状況にあります。今後、事業全体の目指すべき方向性とコンセプトを明確にし、各コンテンツを開発していく必要があります。また町民や行政との連携強化も図ることが重要でもあります。

食コンテンツ評価

食に関するコンテンツには高い満足度が得られていますが、他の三陸沿岸地域と比較しコストパフォーマンスに関して優位であるだけで、競争力がありません。また他地域と比較し、収穫される魚介類に差別化されたものが無いことから、今後は提供方法や新たな雄勝の特産品開発が必要と考えられ、誘客強化のコンテンツとして検討する必要があります。

体験プログラム評価

全体評価にもあるようにコンテンツに対するストーリー性が低いため、満足度が高くなく、コンテンツとしての特別感が訴求できていない現状にあります。雄勝のロケーションを活かし、季節ならではのコンセプトとストーリーを意識した精緻なコンテンツ企画を行う必要があります。また、食と連動した体験プログラムの検討が必要です。

DIYプロジェクト評価

宿泊事業と連携するDIYプロジェクトは中核なコンテンツでありながら、評価は高くないのが現状です。その要因として全体評価等で上げられるコンセプトやプロジェクトの方向性が明確でないことであり、この点が最優先で改善すべき重要事項であると考えられます。しかし、取組自体に関しては、協力意向も多く、展開するプロジェクト自体には有益性はあると考えられ、今後継続的にブラッシュアップを図ることが重要です。

事業必要要素

交通利便性の悪さやロケーションを考慮した事業展開やコンテンツ開発が必要との意見が多く、何か雄勝に訪れるための動機付けやターゲットの絞込みを行う必要があります。また、雄勝石等の特産品のプロモーションを工夫するなど、知られていない雄勝の魅力や町外に訴求することが重要であるとの意見もいただきました。

雄勝町渚泊事業マスタープラン「平成 29 年度事業実績報告書」

モニターツアーの評価

(2) 宿泊・体験プログラムの開発・造成

以下、留意すべきことを述べる。

(留意すべきこと)

漁業体験や漁港の中での体験プログラムを造成する場合には、特に次の点に留意しなければならない。

- i. 漁業活動に支障にならないこと。
- ii. 漁港や施設を利用する場合には、漁業者（所在する漁協）や漁港管理者（地方自治体）に相談すること。
- iii. 乗船して定置見学やホウエールウォッチング、岸壁・護岸や防波堤からの釣りなどに対する安全管理を講じること。

インバウンドを対象とした宿泊・体験プログラムを造成する場合には、特に次の点に留意しなければならない。

- i. 市場調査でニーズをきちんと把握し、造成するプログラムがそのニーズに合致したものかモニターツアーを必ず実施して確認する。
- ii. 宿泊・体験の受入先や体験のインストラクターを確保すること。
- iii. 異なる言語と文化があり、プログラム造成後の受入体制づくりと広報（情報発信等）による販売促進が重要となってくる。

東日本大震災では全国から多くのボランティアが被災地に集まり、復旧・復興に大きく貢献した。かれらは、支援に入った地域を第二のふるさとと認識しており、時には現地を訪れたりするなど、その繋がりが続いている。被災地にとっては、復旧・復興に尽力してくれたボランティアも顧客対象のリピーターとして捉えることができる。

宿泊・体験施設や漁家レストランなどの集客施設の整備と宿泊・体験プログラムを一体化することも考えられる。DIY (do-it-yourself) は、安価につくことができ、かつ充実感・達成感・幸福感が得られることから、我が国でも普及しているところである。例えば、DIY 体験プログラムの中に宿泊・体験施設や漁家レストランなどの集客施設の整備を組み込むことで、宿泊・体験プログラムに必要な施設の整備を促進する。

取組事例：地域の身近な暮らしと仕事を旅行商品化

一般社団法人気仙沼地域戦略

震災後、当地域ならではの仕事や暮らしの文化・伝統、新しい遊びを観光資源化する取組である「しごと場・あそび場ちよいのぞき気仙沼」（週末に開催）の旅行商品としての集客・販売の強化を図るため、旅行商品としての魅力の向上と誘客活動・プロモーションの重点化に取り組む。

（旅行商品としての魅力向上）

i. 随時受入れが可能な旅行商品の造成（年間を通じて企画開発・販売）

個人やグループ旅行、団体旅行等それぞれの旅行形態に応じた商品としてパッケージ化し、観光客が選択しやすいよう商品としてわかりやすく示す。

ii. 宿泊と組み合わせたツアー商品の造成（年間を通じて企画開発・販売）

ちよいのぞきのプログラムを既存の旅館、民宿への宿泊や民泊などと組み合わせたツアー商品として造成する。

iii. 地場の主要産業が融合した新たな商品の造成

水産業や農業と観光とが融合した新たな商品を造成し、地域の魅力をふんだんに盛り込むことで、宿泊へとつながる「稼げる」農泊（渚泊）を目指す。

iii. 参加者の満足度を高める取り組み

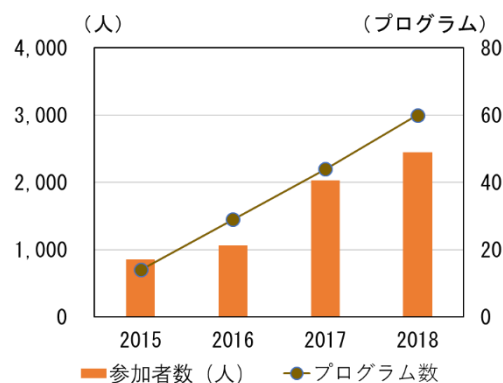
ツアーガイド技術の向上や観光意識の醸成のため、地場産業をイベント化し集客を行っている先進地を視察や外部から講師を招いての観光意識醸成の講演会を開催する。

こうした取組により、プログラムへの参加者からの評価が高く、毎月開催、毎週末開催から、2018年にはプログラム数と内容も益々充実され、参加者は年々増加している。



気仙沼はサメの水揚げ日本一！魚市場から、サメも扱う加工場の見学、気仙沼でもなかなか見られないサメの解体ショーまで見学しちゃいます！ランチは新鮮なサメ肉を使ったこの日だけの特別メニュー。

<https://cyoinozoki.jp/>



2015年	不定期に開催
2016年	毎月開催
2017年	毎週末開催
2018年	宿泊ツアーとちよいのぞき いつでも予約可能なちよいのぞきセレクト

ちよいのぞき体験プログラム

取組事例：防災・減災学習およびスポーツ合宿の体験プログラム化

黒潮町観光ネットワーク（NPO 法人 砂浜美術館）

（防災・減災学習プログラム化）

2011 年の東日本大震災の翌年、南海トラフ大地震による黒潮町の津波高 34m という日本一の想定が公表され、その影響で修学旅行等減少した。他方、切迫する巨大地震津波に対して、ハード・ソフトの防災・減災対策を講じているところ。こうした状況を逆手にとった、「防災学習プログラム」の開発や販売を行い、視察地や防災・減災の体験先としての優位性をもつようになった。

防災・減災学習プログラムは、過去に起こった事例を学ぶのではなく、これから起こり得る近い将来の災害について自分たちがどのような行動ができるのかを考え、一人一人の防災意識を高めることで、地震などの自然災害から身を守り、生きる力を育てるためのプログラムとなっている。



津波避難タワー



津波避難看板等



NHK報道

（スポーツ合宿体験プログラム化）

これまでの各種イベントの開催は、町のイメージアップになっても年間を通じた宿泊客の確保など観光振興につながらなかった。これに対して、町のスポーツ施設が充実していることや、個室対応のできない民宿がほとんどあるがスポーツ合宿であれば受入れが可能であることから、黒潮町では、2011 年から町のスポーツ施設を活用したスポーツツーリズムの推進による町の活性化を図ることとなった。砂浜美術館としては、主に高校生の合宿に体験プログラムを提供する。

【宿泊施設の概要】

ホテル：3 施設 民宿：9 施設 漁家民泊：2 軒 農家民泊：3 軒 以上 360 名収容
その他：であいの里蜷川（廃校となった小学校を利用して経営）60 名収容可能



カツオー本釣り乗船



ホエールウォッチング



サーフィン

取組事例：コンセプトに基づいた体験プログラム「ありのままの島」・「ほんなもの」

島の旅社推進協議会

豊かな自然と島の人たちが長い年月をかけ培ってきた島の風土は島の大切な資源。この島の魅力であるありのままの島の生活を訪れた方に提供し、体験していただきたいという思いで「島の旅」を、漁業や養殖業、海女業を兼務している島の母ちゃんたちがプロデュースする。

クラフト体験・自然体験は、集荷場など町内の施設を借りて島の旅社スタッフで対応、漁業体験などは専従者による説明を行っている。食事体験は、旅館組合の協力を得て実施している。教育旅行については、漁村にある旅館や民宿（漁家民宿を含む）に宿泊する。

「ありのあまの島」体験プログラム

分類	プログラムメニュー
漁業体験	釣り（堤防）、市場見学、干物づくり、ローブ教室、海女小屋見学、漁師・海女の話、魚のつかみ取り、ちりめんモンスター
クラフト体験	シェルキャンドルづくり、ほら貝磨き、貝殻花瓶づくり、貝紫染め
自然体験	無人島磯観察（浮島）、貝殻拾い、海水浴
島の暮らし	路地裏スタンプラリー、島内ウォーキング、ごみ拾い（環境学習）、寝屋子制度
食事体験	海女小屋食事体験、海の幸お料理、島のおやつづくり
ウェルネスの旅	島内ウォーキングと管理栄養士監修の食事付きツアー等



一般社団法人まつうら党交流公社

漁村や農村の生活をこよなく愛する仲間たちが、農漁村の生活に興味を抱く人々との交流を目的として発足。お迎えする地域には交流による活力をもたらし、訪れた人々の為には心を癒し、明日への活力の原動力となる人間的高まりをもたらし「ほんもの」の体験を目指している。84種類の体験プログラムと、日最大1,700名の受入れが可能な漁村・農村民泊体制（約800名のインストラクター/約500軒の受入民泊家庭）を構築している。

「ほんなもの」体験プログラム

分類	数	プログラムメニュー (個人・グループ旅行/教育旅行別)
漁業体験	13	漁村民家ステイ、定置網漁、地引網漁、養殖場エサやり、イワシ網漁、カゴ漁、たこ漁、延縄漁、船釣り、港釣り、刺網漁 ほか
農林業体験	17	農村民家ステイ、いちご収穫、田植え、稲刈り、じゃがいも栽培、酪農家の牛乳豆腐作り、森林間伐、炭焼き、和牛農家 ほか
味覚体験	23	田舎料理、長崎ちゃんぽん、押し寿司、そば打ち、豆腐、よもぎもち、魚のおろし方、かまぼこ、さつま揚げ、アジの開き ほか
自然・歴史体験	11	元寇史跡と星鹿城山、鷹島元寇史跡探訪、阿値賀島自然観察クルージング、志々伎山登山、磯の生物観察、昆虫観察 ほか
アウトドア体験	6	乗馬、シーカヤック、ヨット、和船漕ぎ、筏作り、川釣り
伝統・工芸・文化・平和体験	14	つる工芸、凧作り、わらざうり作り、竹細工、昔玩具作り、押し花作り、茶道 大名茶舗信流、座禅、松浦火力発電所見学 ほか
計	84	



(3) 食事メニューの開発

以下、留意すべきことを述べる。

(留意すべきこと)

地元産食材を使って特徴的な食事を提供することが基本であり、具体的には次のような場合がある。

- i. 外部料理人のアイディアを加えた創作メニュー
- ii. 地域の食材を使った郷土料理や伝統食、おやつ（お菓子）
- iii. 各家庭が普段食べている独自の料理の一品

浦々の漁村や島々の漁村は、独自の食文化を持っており、各漁村が日頃からこうした地域の郷土料理や伝統食、各家庭の一品を持ち寄れば、提供する食事メニューや食事メニューの開発の参考となる。

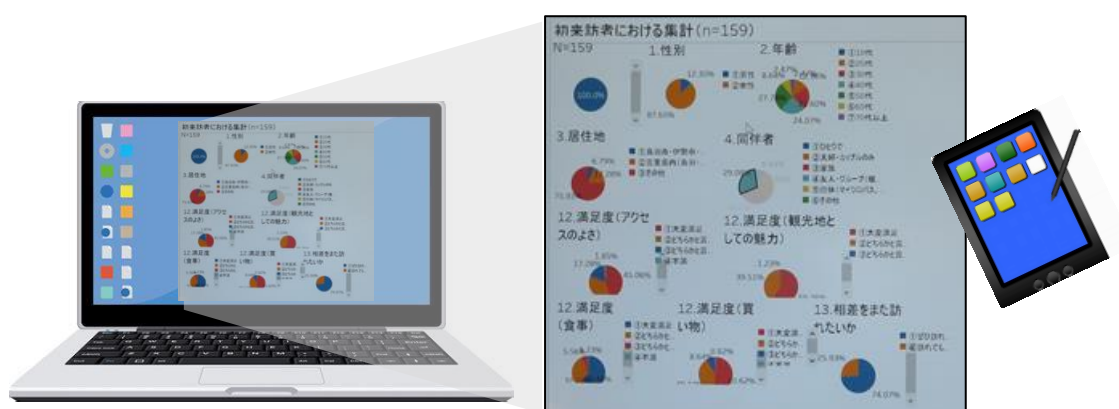
インバウンドを対象とした場合には、ハラール（イスラム法上で食べることが許されている食材や料理）、ベジタリアン（肉や魚などの動物性食品をとらず、野菜・芋類・豆類など植物性食品を中心にとる菜食主義者）、ビーガン（肉類に加え卵・乳製品なども一切食べない）など、国、宗教や個人的な理由等で、食事の提供の際に食材や料理等に配慮しなければならない場合がある。

取組事例：クラウドサービスを使ったアンケート調査と商品開発

相差地域海女文化活性化協議会

i. 来訪者を対象に満足度、再来訪意向等調査分析する仕組みを構築

- ・来訪者を対象に、満足度、再来訪意向、立ち寄り場所、宿泊地域、消費金額など年4回程度調査・分析する仕組みを専門家の助言を受けながら構築する。
- ・クラウドサービスをベースに、タブレット、スマートフォンで回答してもらいクラウドサービス（相差 DMO ネット・サーバー）を使い、タブレット、スマートフォンで回答してもらい自動的に集計分析する。
- ・外国人に対しては、協議会関係者の地域在住の外国人が対面調査を行う。



クラウドサービス（相差 DMO ネット・サーバー）を使ったアンケート調査と分析

ii. 調査分析に基づき海女レストランのコンセプト、商品開発、プロモーション

- ・専門家を入れ、調査結果を分析し、海女レストランのコンセプトや古民家改修の実施設計・収支計画、地元海産物利用の料理メニューを開発する。
- ・キッチンカーを使用した試験販売によりメニュー調査とマーケティングを行う。
- ・web 等を活用しながら顧客対象に応じたプロモーションを行う。

iii. 古民家を改修し海女レストラン

空家の改修で成果をあげている先進地域を視察調査し、海女レストランのための古民家の改修計画を策定する。



キッチンカーを使った試験販売

取組事例：首都圏の飲食店スタッフが地域の食材や伝統食を再評価

須賀利渚泊推進協議会

異業種・異分野の民間企業（外食産業事業者）が超高齢化の漁村地域の一次産業へ参入し、そこで協議会を立ち上げ、持続可能な地域社会の創造をビジョンに取り組む。

首都圏の飲食店スタッフが紀北地域を訪れ、農林水産業や自然を体験し、地域の食材や伝統食を知ること、首都圏で紀北の魅力を発信できる人材を育成するとともに、地域の食材や伝統食を再評価し郷土料理を磨き上げる。また、加工品（干物）を開発し、地域の食として、あるいはお土産として提供する体制を整備する。



須賀利の伝統食：黒砂糖おにぎり



須賀利の郷土料理

取組事例：地域の魚介類を使った商品開発・プロモーション

家島諸島都市漁村交流推進協議会

坊勢さばを使った鯖寿司の開発・プロモーション

- ・「いえしまーけっと」で島の土産品等をプロモーション
- ・持ち帰りおよび宅配梱包技術を開発
- ・web サイト「家島」やしまたびパンフレット、家島情報発信パンフレットに島の料理、土産品として掲載



<http://h-ieshima.jp/mhi/>

坊勢さばを使った鯖寿司

取組事例：地域食材提供店舗の認定制度

伊根浦地区農泊推進地区協議会

飲食店・宿泊施設等に地産地消を推進するため、地域食材提供店舗の認定制度を検討する。



伊根町の食をテーマにした活性化の検討

取組事例：持続可能な浜づくりのコンセプトに基づいた食と提供の仕方

牡鹿半島浜泊推進協議会（一般社団法人はまのね）

震災復興の地域で地域全体が裨益する、生業・暮らし・学びのバランスのある持続可能な浜づくりをコンセプトとして活動している。このコンセプトに基づき、地域資源を活用し、漁業・林業・狩猟・アクティビティ、BBQ など浜まるごとの浜泊ツアー（浜まるごとの体験ツアー）とともに、Café や漁家レストラン、浜において身近な食材を使った食を提供する。

（漁業体験）漁師とフィッシング

子ども漁業体験

牡蠣づくりツアー

（狩猟体験）鹿を捌いてみよう

鹿を美味しく食べよう

（林業体験）自伐林業体験

メープルシロップづくり

（Café・レストラン）

身近な食材を使った食の提供

持続可能な集落づくり
～震災後の限界集落の新たな可能性～

地先で獲れる魚介類



背後の農山地の作物や鹿肉



身近な食材



食のコンセプト

古民家を改修した浜のCafé



かまど 漁師の家で浜料理



背後の山で駆除した
鹿の肉（ジビエ）を
使ったカレーライス



浜の魚介類・海苔、山や畑
のジビエ、山菜・むかごを
使った料理

浜のCaféで身近な食材を使った食を提供



海の家・浜



手ぶらで参加できる浜のBBQ



魚介類・ジビエ

海の家と浜を中心に身近な食材を使ったBBQ

3.5 宿泊・体験・集客施設

(1) 施設の整備

宿泊・体験には、その活動の目的や顧客対象に応じて、宿泊・体験施設が必要となる。宿泊には、ホテル・旅館・民宿や農林漁家民宿、漁家や一般家庭の民泊施設などを利用する。体験には、農林漁家民宿・民泊施設や磯・浜・海を利用する、あるいは市場・荷捌き所、親水施設などの漁港施設や水産加工普及施設・漁業体験施設・交流施設、直販所などの漁港に所在する施設をその施設本来の目的に支障のないように活用する。

また、例えば道の駅、水族館、歴史的施設、観光名所、温泉地、海水浴場、直販所、番屋・漁家レストランなどの集客施設については、これらを利用する顧客を渚泊での宿泊・体験へ誘導すること、あるいは宿泊・体験との相乗効果も期待できる。

これら施設については、既存の施設を利用する場合、新たに整備する場合や、廃校を利用した宿泊・体験施設や空家となった古民家を改修して宿泊施設や漁家レストランとして利用することも行われている。

宿泊・体験・集客施設については、利用および活用可能な施設の調査を行い、その結果を参考に、既存施設の利用および活用や改修または新設などの整備を行う。

1) 利用および活用可能な施設の調査

まずは地域における利用および活用可能な施設の調査を行い、ホテル・旅館・民宿や農林漁家民宿、漁家や一般家庭の民泊施設など軒数や収容能力、活用可能な漁港施設、集客施設の入込数、顧客層について実態を把握する。また、地域の空家、古民家など改修して利用できそうな物件についても把握する。

2) 宿泊・体験施設の整備

- i. 新たに確保する宿泊施設については、ビジョンや目標値を踏まえてゲストハウスや個室、あるいは一棟貸しなど顧客ニーズに対応した部屋の利用・提供の仕方と収容客数を決める。
- ii. 整備方法については、空家や廃校など既存の施設の改修で整備するか、あるいは新設するか、利用可能は建物物件や土地物件について機能面・利便性、概算費用等を勘案して決める。概算費用については、既存の類似施設の建築工事費を参考に算出する。
- iii. 事業計画の策定段階で、施設の整備計画・利用計画・管理運営計画、施設の利用運営の収支計画、整備の資金計画・借入金の償還計画を策定しているが、必要に応じて見直しと等を行う。
- iv. 部屋の利用・提供の仕方、収容人員、建物または土地の物件が決まると、建物の基本設計、詳細設計、そして建築工事を行う。

漁家民宿など、高齢化や後継者不足により営業を継続していくことや資金面から新たな顧客のニーズに対応した施設整備を行うことが困難な状況が多く見受けられる。また新たな宿泊施設の開業には食事提供がネックとなることがある。こうした状況に対応して、既存の飲食提供施設を活用し、泊食分離による宿泊施設（食事は提供しない）の整備も行われている。

新たに確保する体験施設については、その体験プログラムの内容に応じて施設の利用・提供の仕方や概ねの収容人員を決める。以下、宿泊施設と同様な手順で整備を行う。

3) 集客施設の整備

地域の食材を利用した料理などを提供する番屋や漁家レストラン、渚泊において宿泊施設・体験施設とともに重要な施設である。渚泊の取組として新たに確保する飲食提供施設については、提供する食のコンセプトや入込客数を決める。以下、宿泊施設と同様な手順で整備を行うが、開店営業開始までに、市場調査等を参考に提供する料理の食材とメニューを決める。

その他の集客施設については、その施設本来の目的で整備されており、渚泊のために新たに整備するというよりは、渚泊の取組と関連付ける、あるいは連携させることで、集客施設を利用する顧客を渚泊での宿泊・体験へ誘導すること、あるいは宿泊・体験との相乗効果も期待できる。

（活動の拠点・地域内外の交流の拠点「カフェ」）

カフェ（café）は、本来コーヒーの意味であるが、転じて、コーヒーなどを飲ませる飲食店を意味する。ヨーロッパでは、コーヒーに限らず飲食店を意味し、特に観光地パリやウィーンは世界的に知られている。そこでは、飲食が目的ということに限らず、新聞や雑誌を読んだり、スマホを確認したり、あるいは会話を楽しんだりなど、情報交換ができる場として親しまれている。日本では、喫茶店やインターネットカフェ、オープンカフェなどを含めた総称として使われている。

漁村においても、こうしたカフェが整備されており、地域内外の人が気軽に訪れ、地域の食材で作った料理など食べる場だけでなく、自然や暮らし、仕事のこと、地域のこと、あるいは時の話題について話すなど、地域の人たちにとっては情報交流の場であり、地域外の人たちにとってはその“地域”に触れ合う貴重な場でもある。

漁村のカフェは、渚泊の活動の拠点であり、地域内外の交流の拠点であると言える。

取組事例：泊食分離

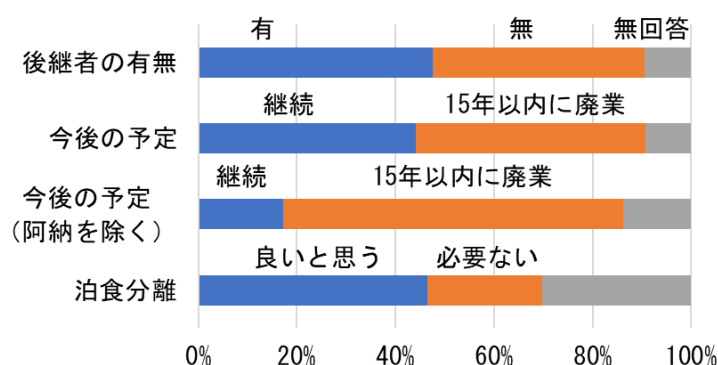
内外海地区活性化プロジェクト推進協議会

2016年度の活性化計画の策定において、各集落の民宿に対して現状の把握に関するアンケート調査が行われ、その結果に基づき現状の課題の分析と課題の絞り込みが行われた。

(民宿の活性化に関する課題)

- ・高齢化が進行し後継者のいない地区が半数で、10～15年以内に民宿は半減または消滅。
- ・高齢化により、積極的な取組ができない。施設の不備や体力が心配。
- ・漁業、体験、食事の提供に関する人手不足。
- ・高齢化や人手不足を背景に、約半数の民宿が漁家レストランと宿泊の分離に賛同。素泊まりは歓迎。

アンケートに基づき、レストランと宿泊施設を整備する泊食分離に賛同が得られ、2018年度の協議会において、志積地区をモデルとすることが合意された。さらに、2019年には、(株)志積が設立され、漁家レストラン、宿泊施設を整備することになった。



出典：2016年度内外海地区活性化計画（民宿へアンケート調査結果）

民宿事業者へのアンケート結果(後継者の有無、泊食分離について)



() 内数字は民宿軒数

(泊食分離：食事は志積レストランへ)
泊食分離を促すレストランや、地域のモデルとなる宿泊棟を整備する

志積地区のレストラン・宿泊施設整備による泊食分離

取組事例：泊食分離

伊根浦地区農泊推進地区協議会

i. 泊食分離の推進

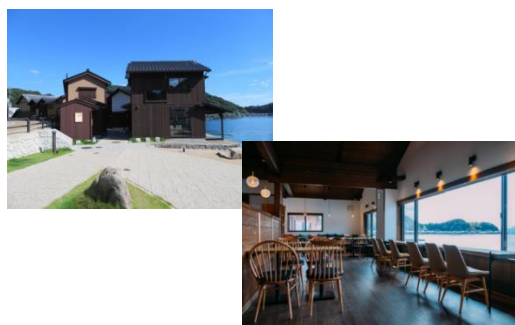
新たな宿泊施設の開業には食事提供がネックとなっていることから、伊根町が整備した飲食提供施設を活用し、泊食分離による宿泊施設の事業体系のモデル化とする。

ii. 観光交流施設（食の提供）の整備

2017年に公設民営の観光交流施設「舟屋日和」をオープンし昼食・夕食の提供、2018年に「舟屋食堂」をオープンし朝食・昼食の提供を行っている。



舟屋食堂



舟屋日和

iii. 舟屋等を活用した宿泊施設の整備

舟屋を、歴史を重ねてきた建物の美しさをそのままに、現代になじむ快適な工夫を加え、使いやすく、そして使い続けられる形で残すことを基本に、伊根町が先進モデルとして改修を行うことで、地域資源としての保存と観光資源としての活用を両立させる。



母屋と舟屋を改修した簡易宿所（鳥屋地区）

取組事例：海鮮 BBQ 施設

田尻漁業協同組合

田尻町は、関西国際空港を擁し、周辺における宿泊施設の増加に伴い、国内外の観光客が増加傾向。これらの観光客を周年安定して呼び込むため、既存のバーベキューガーデンに開閉式囲いを整備し、漁業体験とセットで海産物を提供している。

海鮮バーベキューのみならず、本格的な漁家レストランとしても展開することにより、地元農水産物の消費拡大で所得の向上を図る。また、インバウンドに人気のあるホテルとともに協議会を設立し、地域資源を活用しながら渚泊に取り組む。

i. 地域資源を活用した取組

毎週日曜日に開催している朝市には、近畿圏全域からの集客があるが、近年では東アジアを中心とした海外からの来場客も見られる。

刺網漁やカゴ漁等の漁業体験を実施し、下船後、獲れたばかりの魚介類を漁師が捌いて海鮮バーベキューとして提供している。これによりバーベキューガーデンや周辺施設を活用したイベントを開催している。

ii. 施設整備事業による既存バーベキュー施設の改修

既存施設では冬場（12～3月）及び荒天時には営業できなかったが、2017年に囲いを設置したことで、周年営業が可能となった。近年在生育試験に取り組んでいるカキ養殖の産品によるカキ小屋事業を、漁家レストランの冬場の目玉として展開している。



田尻漁港での各種体験施設および集客施設

取組事例：ふれあい交流施設を利用した体験プログラムと食の提供

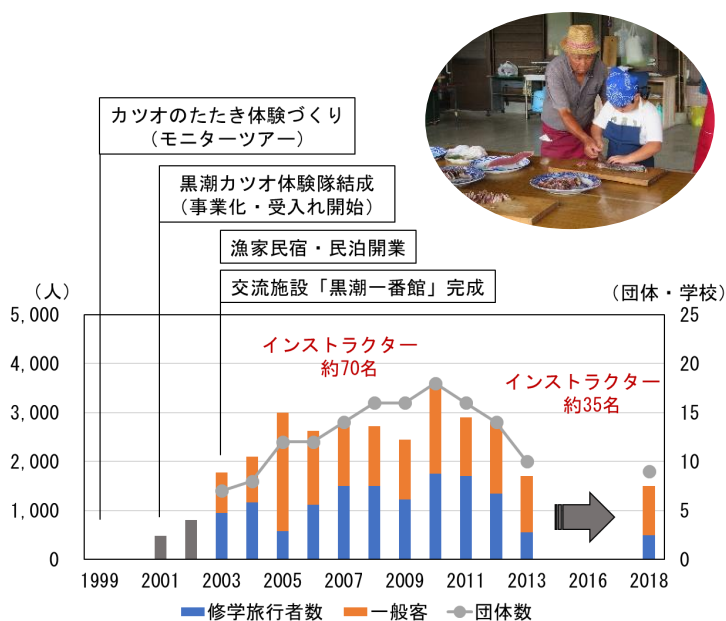
黒潮カツオ体験隊（黒潮町観光ネットワーク）

まちづくり事業をきっかけに、カツオの一本釣りで有名な黒潮町の漁協女性部らが中心となって、2001年に地域の資源（カツオと天日塩）と人材（引退した漁師や漁師の妻ら）を活用し自ら企画運営する「黒潮カツオ探検隊」を結成。佐賀漁港で水揚げされた新鮮なカツオを活かし、昔ながらの「カツオのワラ焼きタタキ作り」体験を事業化し、修学旅行生や一般の受け入れを開始した。

当初の活動は漁港内の仮設テントで行われていたが、2003年に町が交流施設としてカツオふれあいセンター「黒潮一番館」を整備し、ここの利用することで、天候や衛生面の心配が解消され、250人程度までの受け入れが可能となった。さらに、宿泊を希望する声をきっかけに、体験隊では、漁家民宿・民泊を開業することとなり、2009年には8軒の漁家民宿が営業している。また2004年より、黒潮一番館でレストラン事業を開始した。

町役場や一般社団法人幡多広域観光協議会との連携を図り、2005年には、体験の受入れ者数が3,000人にまで拡大するようになった。行政の事業を契機に地域自ら企画し、さらに自ら事業化するとともに、宿泊施設の確保、レストラン事業への展開し、自立運営している。

2013年以降は修学旅行客の減少やスタッフやインストラクター、漁家民宿主の高齢化により継続が難しく、他方新規参入が期待できないことから、受入れ体制の縮小化が生じ、1,600人前後で推移している。今般、黒潮町では、カツオ体験に限らず、町全体での受入れ体制の構築が課題であることから、「渚泊推進対策事業の実施」や「地域DMOの構築と連携による観光地域づくり」に取り組むこととなった。



体験の受入れ者数の推移



取組事例：渚泊の活動拠点・地域内外の交流拠点「カフェ」

伊座利の未来を考える推進協議会

伊座利には食事も宿泊するところがないとの声が多いことから、食べる・泊まることのできる空間、地域内外からの多様な人が集まり、子どもからお年寄りの方までが気軽に利用できるコミュニティ“カフェ”として、2007年に漁港背後に「イザリ café」を整備。

（イザリ café の機能）

- ・地域内外からの多様な人たちの気軽に利用できるコミュニティの拠点
- ・海女さんや漁師のお母さんたちのコミュニティ・ビジネスの拠点
- ・地元で獲れた新鮮な魚介類を使った料理の提供
- ・地元の高齢者へお弁当の宅配サービスを開始



コミュニティ・カフェ「イザリ Café」

牡鹿半島浜泊推進協議会（一般社団法人はまのね）

2012年に、里海の資源を活用した持続可能な浜づくりを目的に「蛤浜プロジェクト」を立ち上げ、2013年に古民家を利用した「Café はまぐり堂」をオープンした。Café はまぐり堂は、協議会のスタッフ（UI ターン者）などの活動拠点や地域内外の人の交流・つながりの拠点となっている。年間約 15,000 人の集客を記録している。

（古民家 Café はまぐり堂の機能）

- ・多くのボランティアの助け（DIY）や寄附金により、古民家をカフェに改修
- ・元住民も立ち寄れる場所、外部の方への魅力発信、6次産業化
- ・魚介、山菜、鹿肉など旬の地場の食材を使ったメニューを提供

カフェは交流・つながりの場

地域課題・資源から事業へ発展



- ・浜の魅力・生業を体験
- ・山から海のつながり
- ・生産と消費をつなぐ

- ・元住民も立ち寄れる場所
- ・外部の方への魅力発信
- ・6次産業化の拠点

古民家Caféはまぐり堂

石巻の魅力発信

獣害

環境保全

産業活性化

物販

販路拡大
狩猟解体

山林

海洋

体験漁業
カキPR

個展・ワークショップ

家具づくり マリンレジャー

コミュニティ・カフェ「古民家 Café はまぐり堂」

(2) 漁港・漁村の施設の有効活用

地域資源を活用し、これを磨き上げ、宿泊・体験等のプログラム（商品）を開発・造成する。漁港や漁村の歴史的形成や都市と漁村の共生・対流の場、自然とのふれあいの場を提供してきたことを踏まえると、漁港、漁村全体やそこに所在する各施設も有用な地域資源として活用を検討することは重要である。

どのような施設が活用可能なのか、施設の本来の目的があることから、これを利用する場合には、どのようなことに留意すべきか明らかにしておかなければならない。

本課題に対して、漁港施設の有効活用、漁村のまち並み・景観・歴史的施設・自然環境の活用や集客施設の活用を選択に行う。

1) 漁港施設の有効活用

漁港の機能や役割、漁業種類、水揚げや陸送されてくる水産物、利用形態、施設の種類特など漁港の特徴を踏まえ、体験プログラムの開発・造成において、漁港施設の有効活用について検討する。

漁港施設を活用した体験としては、例えば、市場の入札・せり見学体験、岸壁・防波堤（親水防波堤・護岸）からの釣り体験、水産物の天日加工、漁港内および周辺での磯やタイドプールでの生き物探し、陸上や漁港内での養殖作業（例：稚貝や半成貝）、定置網漁・養殖筏（漁港から乗船）と漁獲物・養殖物の陸揚げなどが行われている。

漁港施設の有効利用においては、漁業活動に支障にならないこと、事故やけがなどが発生しないように、安全管理が講じられていることが不可欠である。このため、体験プログラムの開発・造成段階から、漁港管理者や漁業協同組合に相談し、インストラクターを配置するなど、適切な安全管理の下で実施する。

2) 漁村のまち並み・景観・歴史的施設・自然環境の活用

漁村の宿泊・体験プログラムの開発・造成や実施において、漁港とその背後集落が形成する特異なまち並みや景観等の活用を検討する。

漁村は漁港を核として形成・発達し、自然環境を活かした、漁業、暮らしと文化・歴史が一体となった環境社会である。多くは平地部の少なく、背後が急傾斜に囲まれたところに密居または集居していることから、狭く曲がりくねった路地、急な狭い坂や階段、蔵などのその特異なまち並み、景観や歴史的施設を巡る体験、漁村の豊かな自然環境の体験などが行われている。

まち並み、景観の活用においては、住民の生活に支障にならないこと、プライバシーの侵害に留意すること、公共施設、歴史的施設、商業施設や住民の財産（家など）等への侵害や損害がないよう、ルールやマナーを設け、ガイドを配置するなど、適切な対策を講じるものとする。

3) 集客施設の活用

漁村の宿泊・体験プログラムの開発・造成や実施において、漁港に立地する集客施設の活用について検討する。

漁港に立地する集客施設としては、漁協の直販所、食堂、水産加工施設、水産物普及施設、漁業体験交流施設や道の駅（海の駅）、観光案内所などがあり、地域で獲れた魚介類の加工体験や魚介類、加工品や特産品の提供や、魚介類等地域の食材を利用した郷土料理、家庭料理などの食を提供するほか、漁港、漁村、地域の情報発信を行う。

取組事例：漁港施設および集客施設の有効利用～漁港・道の駅

北海道寿都町水産業産地協議会（寿都町・寿都漁港）

（漁港の特徴）

寿都漁港（第3種漁港）は、ホッケ底建網、サケマス定置網、イカ釣り、ホタテ・カキ養殖、刺網、イカナゴ敷網等の多様な漁業が営まれ、周辺漁港からも水産物が集まる生産・流通拠点漁港である。港の中央に高度衛生管理型市場と屋根付き岸壁が整備されホッケ、サケ、イカ等の陸揚げが行われる。蓄養水面ではナマコやウニの蓄養が行われている。様々な漁業の様子を見ることができ、春の獲れたばかりの新鮮な小女子の天日干しは風物詩でもある。

（漁港の交流拠点施設）

漁港には道の駅「みなとまーれ寿都」、水産物普及施設「すつつ浜直市場」、漁業体験交流施設があり、集客拠点、交流拠点となっている。道の駅は、情報発信の拠点として、町内の観光案内、名産品をご紹介し、海の幸の軽食を楽しむことができる。浜直市場は、寿都湾の前浜で獲れた魚介類を使った食事を提供するほか、地域特産の各種水産加工品等を販売している。漁業体験交流施設では、水産加工の体験ができる。



寿都漁港：漁港施設等の有効利用と集客施設の活用

（漁港施設および集客施設の有効活用）

寿都町漁業協同組合では、（有）マルベリーと連携して教育旅行として、漁船への乗船体験、地引網体験、鮭の遡上見学、魚釣り体験、磯遊び、ホッケの開きづくり、活ほたて剥き、市場見学などの漁業体験プログラムを実施している。これら体験プログラムは、寿都漁港が、前述の特徴を有していることから提供できる体験メニューであり、さらに、漁港に交流拠点施設が整備されており、加工品づくりの場所や食事の提供の場など当該漁港に所在しているという強みが活かされている。

漁港・漁場および各施設、ならびに交流拠点施設の有効活用の状況は次のとおりである。

蓄養水面	⇒	磯場学習・ウニ獲り体験
高度衛生管理型市場	⇒	市場見学（販売方法・衛生管理・品質管理）
漁港～ホタテ養殖場	⇒	漁船乗船
漁港～漁場（藻場）	⇒	藻場再生
水産加工施設	⇒	加工場見学
漁業体験交流施設	⇒	加工品づくり（ホッケ一夜干し・ウニ漬け）
水産物普及施設	⇒	食事・海鮮バーベキュー

取組事例：漁港施設および集客施設の有効利用～舟屋・漁師まち

伊根浦地区農泊推進地区協議会

伊根の原点“舟屋・漁師まちがあって観光が成りたっている”

伊根浦地区の宿泊施設は、舟屋や母屋を使ったものであるが、1970 年ごろは 26 軒登録されていたが、高齢化や後継者不足により 2000 年ごろには 11 軒に減少した。釣り客や海水浴客が利用していたが、釣り客の減少や道路事情の改善により日帰りの海水浴客が増え、宿泊者数は減少傾向にあった。

2000 年代、人口減少・高齢化が進む中で、漁師は自分たちの獲った魚を食べてもらい、収入を得ることが観光につながることを意識し始め、観光事業者もこのことを意識するようになった。伊根の原点“舟屋・漁師まちがあって観光が成りたっている”ことを互いに意識するようになったわけである。

（泊食分離～観光交流施設）

一方、舟屋に宿泊することが目的化し、宿泊のニーズが高まるなかで、外国人観光客も来訪し始めてきた。伊根町は開業支援制度を創設し、その結果 2014 年までに 5 軒の新規開業者が誕生した。2017 年から 2018 年にかけて、食の提供が新規開業のネックであったことから、伊根町が公設民営型の食を提供する観光交流施設を整備し、舟屋への宿泊とハード面やサービス面でのこだわりを求める宿泊者のニーズには、1 日 1 組限定とする、いわゆる「泊食分離」と「一棟貸し」という伊根浦地区の宿泊スタイルが形成された。

2019 年現在では、一時期 11 軒程度に落ち込んだ宿泊施設は、16 軒までに回復し、そのうち 13 軒が舟屋の宿である。



漁業と漁師、舟屋と街並み



www.ine-kankou.jp/active/ まるごと伊根体験/



伊根町観光協会ガイドツアー 街歩き

3.6 広報

(1) 情報収集・分析

(情報収集・分析の必要性)

宿泊の活動のビジョンづくりや事業計画の立案や、これらを構成する個々の宿泊・体験プログラム、地域資源を活用した商品の開発、web サイトなどの情報発信ツールの制作も含め、あらゆる面において、それが活動組織の合意形成プロセスを経たものであり、共有する目的と理念・コンセプトに基づいたものでなければ、具体的な活動に至らない。さらに、潜在的な可能性も含め市場ニーズに合致するものでなければ、市場価値が認められず、例えば宿泊体験旅行商品が売れないといった状況が発生する。こうしたことから、情報収集・分析は不可欠である。

「3.6 (3) 情報発信」では、まずは地域を知ってもらい、そして地域にきていただく、そのためには自ら情報を発信することが不可欠である、情報の受け手にとって有益な情報を与え、そのことで受け手が行動をとることに繋がれば、情報の発信側もリターンを得る。ということが情報発信の基本となる、と記載している。情報の発信者である、活動組織が情報の受け手から有益なリターンに繋がるようにすることも、情報収集・分析が不可欠な理由である。

一方、インターネットが出現して以降、情報やデータは黙ってても手に入る時代であり、情報やデータが溢れ、むしろそれらの取り扱いは難しくなっている。むしろ、その目的に対応した、あるいは課題解決につながる的確な情報収集とその分析が重要である。

一般に、行政、ビジネス、スポーツ、あるいは活動サービスや商品・製品の開発・販売など、情報収集と分析とは次のように言われている。

(情報収集・分析とは)

課題発見、改善の流れを以下に示すが、“仮説を構築”し、これらを明確にした上で情報収集することが重要である。

- i. 課題解決のための分析ステップ
- ii. 仮説構築
- iii. 適切な情報収集（収集するデータ、およびその収集方法）
- iv. 目的につながる分析・解釈（「定量的な分析（統計等）」、「定性的な分析」、「定量的解釈」）
- v. 情報を課題解決

本課題に対しては、情報発信においてその効果的な情報ツールとして選定する情報ツールの中で、特にインターネットを通じた web サイト、SNS 等ツールを活用することが情報収集においても分析においても、効果的かつ的確な方法である。

1)web、SNS 等ツールの活用

(web サイトの改善のステップ)

i . web サイト改善の目的と目標の確認

「アクセスを増やす」、「コンバージョン率をあげる」、「アクセスの質をあげる」、「SEO を行う」、「広告からのコンバージョンを増やす」など、目的に応じてサイトの分析や対応方法も変わる。

ii . web サイトの現状を確認

目的が明確になれば、web サイトの現状を確認する。現状の確認として、顧客アンケートを実施する、サーチコンソールや Google アナリティクスを使って確認すること。サーチコンソールでは、キーワードごとの web サイトのクリック率、クリック数、キーワードごとの順位、コンテンツキーワード、サイトへのリンクがわかる。検索アナリティクスのデータを活用することでより検索順位を上げるのに役立ちます。

※サーチコンソール：サイトやブログが Google の検索上でどんな動きをしているか？を監視できるツール。その代表的な機能が、検索アナリティクス。検索ユーザーが特定のキーワードで検索すると、キーワードを計測、検索ページ一覧を見ると、ページの表示を計測、好きなタイトルをクリックすると、クリックを計測、サイトを表示すると、サイトの表示速度などを計測。サーチコンソールがこれらのデータを常時計測し、保存してくる。

iii . サイト分析・課題点の発見

目的・目標がわかり、web サイトの現状をざっと把握したところで Google アナリティクスを使って、サイト分析を行い、課題点を発見する。Google アナリティクスでは、サイト訪問者の数、「1 ページ当たりの訪問数、どこからやってきたのか、など、サイトへのアクセスに関するさまざまなデータについて詳しく分析することができます。Web サイトを訪問した人が、あらかじめサイトのオーナーが設定した、いわゆる“Web サイトの目標”を満たす行動をとった数や割合を指す。

問い合わせ型なら、見るべきページを見ているのか？例えば、コンバージョン数を増やすため、TOP ページ→情報提供ページ→問い合わせページ→予約申込みページといった導線がうまくいっているか、ネックになっているページがどこかなど、を特定し、円滑な導線を確保するためのページの内容や動線を見直す。

モバイルアクセスと PC アクセスによる違いを見て、スマホ版の web サイトを制作する。

※Google アナリティクス：Web サイトのアクセス解析のためのツールでアクセス解析とは、Web サイトへのアクセスに対して様々な視点から分析を図り、サイトの状況を把握すること。例えば、i) 流入元（ユーザーがどこから来たか？）、ii) 流入キーワード（どんな目的で来たか？）、iii) ユーザーの属性（誰に見られているか？）、iv) 閲覧ページ（どのページを見たか？）、v) CV(コンバージョン)データ（サイトのゴールまで辿り着いた

か?)。アクセス解析を行うことにより、自社が運営している Web サイトに対するユーザーからの反応を把握できる。Web サイトを通してキャンペーン施策を打ち出した際の、反響や効果を調べる際にも有効である。Google アナリティクスとは、Google が提供する Web サイトのアクセス解析ツールである。広告戦略立案、サイト設計案やマーケティング全般に役立つ。

iv. ホームページの改善案を洗い出し・優先度・実施・評価

web サイトの分析を行うといくつかの改善案が出てくる。まずは、考えられる改善案を出していく。改善案の優先順位はインパクトが大きい順である。インパクトが大きい順というのは、改善した際に効果が大きく変わるページの修正である。一般的には、PV 数が多いページやランディング数の多いランディングページ、エントリフォームやカートの修正を行う。

PV 数が多いページから行うのは、理解できてもエントリフォームやカートは数が少ないので後回しにする方もいらっしゃるかもしれませんが、買う手前、申し込む手前まで来ているので、数は少なくとも改善効果が高いのが、エントリフォームやカートに商品を入れた後のページの改善です。

優先順位をつけた場合、1 つずつ行うのが良いが、あまりにも改善箇所が多く、アクセスもない、コンバージョンも全くない場合には、web サイトをリニューアルすべきである。

web サイトのアクセス数にもよるが、実施後 1 週間～1 か月をめでに実施した施策が機能しているかをチェックする。

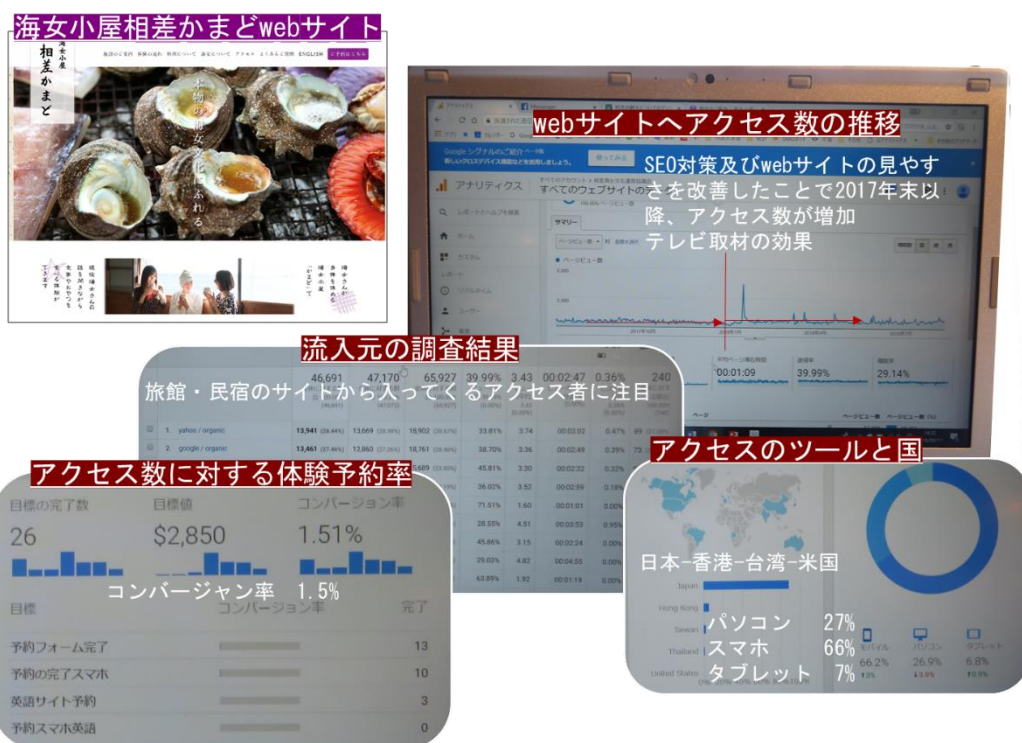
取組事例：web サイト分析

相差地域海女文化活性化協議会

年間約 20 万人が石神さんを訪れるようになった地域滞在時間を延ばし、宿泊まで至るための魅力ある施設や体験メニュー、昼食等食事を提供する施設の整備が課題となっている。そこで、クラウドサービスをベースに、タブレット、スマートフォンでの回答方式により、再来訪意向・満足度等来訪者の調査分析の仕組みを構築するとともに web サイトの分析を行った。

これまで専用 web サイトで、取組紹介や予約・申込の受付けをしていたが、閲覧者の受け止め方や web サイトで情報発信の効果が明らかではなかった。そこで、web サイト分析アプリを使って、アクセス者の属性や使用機器類、流入元等を分析し、その結果、スマホからのアクセス者が多いこと、旅館・民宿からのサイトからのアクセス者が多いこと、web サイトへアクセスした者のうち、実際に予約・申込に至った割合（コンバージョン率）が明らかになった。

これら結果に基づき、SEO 対策（検索エンジン最適化）及び web サイトの見やすさ（スマホ対応の画面）を改善したことで 2017 年末以降、アクセス数が増加し、テレビ取材の効果も表れてきた。



web サイト分析アプリによるアクセス者の属性や使用機器類、流入元等を分析

取組事例：web サイト、Facebook の情報発信のタイミングとその効果を分析し伝える情報発信

北海道寿都町水産業産地協議会

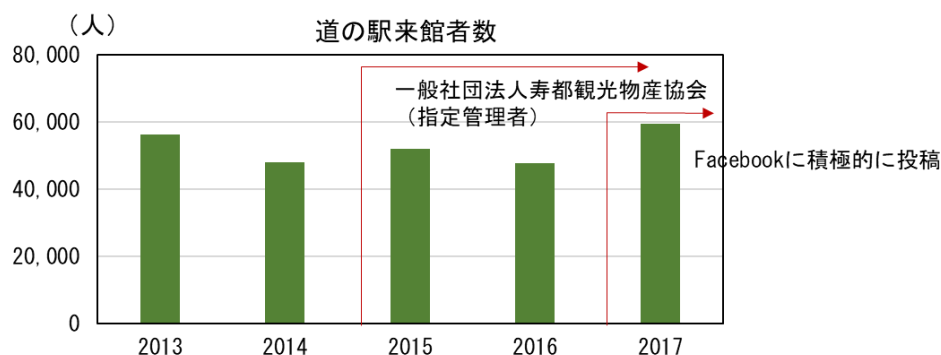
情報発信の大切さと伝え方が重要との認識から、web サイトや Facebook での情報発信の内容とタイミングによる Facebook への「いいね」の数や道の駅来館者数の推移を調査し、次のような知見が得られた。

（情報発信に関する知見）

- ・どんなにすばらしいものがあっても、相手に伝えない、あるいは伝わらないのは「ない」と同じ。「伝える」のではなくて「伝える」ことを目指す。
- ・継続が重要である。
- ・モノの写真だけでなく、ひとの写真を入れるとイベント感と温かさがでる。情報には笑顔の写真が入ると、町の魅力が伝わる。
- ・実際に自分で取材した情報でないと、気持ちが入らない、気持ちや魅力が伝わらない。そして見てくれる相手が知りたい情報を伝える。
- ・例えば、旬の地場食材を使った料理を開発する。

Facebook	2016. 4. 1~2016. 4. 28①	2017. 4. 1~2017. 4. 28②	②/①
投稿記事数（回）	4	32	8.0
総リーチ数（人）	6,577	54,080	8.3
平均リーチ数（人/回）	1,639	1,690	1.0
	2016. 4. 29~2016. 5. 9①	2017. 4. 29~2017. 5. 9②	②/①
来館者数（人）	3,470	4,670	1.3
売上（千円）	2,536	4,241	1.7

Facebook	2016. 4. 1~2017. 3. 31	2017. 4. 1~2018. 1. 31
投稿記事数（回）	-	160
総リーチ数（人）	82,302	270,080
平均リーチ数（人/回）	-	1,688
” いいね ” 数（人）	-	11,165



寿都町役場産業振興課・一般社団法人寿都観光物産協会
「伝える魅力発信と寿都町における漁村観光の取組」より作成

情報発信（Facebook）の効果の分析

(2) 情報発信

(情報発信の必要性)

情報が資源と同等の価値を有し、それらを中心として機能する社会として、1960 年代ごろから情報化社会という言葉が使われ始めた。しかし、当時は情報を集める手段は新聞、雑誌、ラジオ、テレビなどしかなかった。また、これらの新聞、雑誌、ラジオ、テレビの情報は常に一方方向であった。

1990 年代になると、IT（情報通信技術）革命が起こり、コンピューターや通信回線の価格が下がり、インターネットの出現によって、多くの人が手軽にコンピュータネットワークの双方向性と情報の大量伝達を行うことができるようになった。いわゆる高度情報化社会である。2000 年代には広い周波数帯域を利用した、より高速・大容量な通信回線や通信方式であるブロードバンドの普及と Wi-Fi（無線 LAN に関する登録商標）によりデバイス間の相互接続が認められ、無線 LAN が一般に普及するようになった。2010 年代、ネットワーク通信を利用したコミュニケーションによる情報や知識の共有が重要視され、それまでの情報処理だけではなく、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称として ICT（情報通信技術）が進歩。今や公共施設、カフェや空港、コンビニなど、街中でも多くの場所で、Wi-Fi を利用できる。

2000 年代に誕生した SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）は、web 上で社会的ネットワークを構築するサービスである。人と人との社会的な繋がりを維持・促進や友人・知人間のコミュニケーション、新たな人間関係を構築する場を提供する。

SNS は誕生から 10 年足らずで劇的に世界中に広まる。Twitter（ツイッター）、Instagram（インスタグラム）、Facebook（フェイスブック）、Skype（スカイプ）、TikTok（ティックトック）である。その利用者は、2020 年末には 8 千万人に達するものと見られている。

アプリケーションにおいて近年普及が著しいものとしてはソーシャルメディアが挙げられる。ソーシャルメディアとは、インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互のやりとりができる双方向のメディアであり、代表的なものとして、ブログ、SNS、動画共有サイト（YouTube やニコニコ動画等）、LINE 等のメッセージングアプリがある。

(情報発信とは)

まずは地域を知ってもらう、そして地域にきていただく、そのためには自ら情報を発信することが不可欠である。情報の受け手にとって有益な情報を与え、そのことで受け手が行動をとることに繋がれば、情報の発信側もリターンを得る。ということが情報発信の基本的な目的となる。

渚泊の対象は、教育旅行、一般団体・個人旅行、企業研修、大学研修・合宿、インバウンドなどであるが、こうした旅行者に対して、費用とその効果を考慮して、効果的な情報発信を行っておくことが重要である。

本課題に対しては、渚泊の対象を明確にし、新聞、雑誌やラジオ、テレビなどマスメディア、冊子やパンフレット、ソーシャルメディア、web サイトの活用など、伝える、あるいは伝わる情報ツールを選定するとともに、その情報コンテンツをつくる。

1) 情報ツール・コンテンツの制作

(ツールの種類と特徴)

手軽に利用可能なツールとしては次のようなものがある。

パンフレット
Web サイト
Facebook、Twitter
YouTube
ブログ

(インターネットを利用したツール)

これらを使用する場合、こちらからどんどん相手に情報を送ることができる。例えば伝えたいこと、宣伝したいものを継続的に送ることで、相手が興味を持ていただければ、当該地域を訪問するなどの効果が出やすいと言える。また、SNS であれば、友人間、職場内などへの拡散力は大きいと言える。

ブログや YouTube は、相手が能動的に検索してたどり着くケースがほとんどであり、また、SNS でシェアされてたどり着くこともある。いずれも、相手が自ら見たいと思って情報を取りに来たと考えられるので、その場合、実際に地域を訪問するという集客が見込める。

(web サイト)

web サイトの顔となるトップページのグラフィックには、ユーザーに最も伝えたいブランドやプロダクトのメッセージを訴求する役割がある。写真を全画面に表示するヒーローイメージは視覚的なインパクトを強く残したい Web サイトで効果的である。

(留意すべきこと)

- ・この Web サイトの内容がどういったものかを瞬時に伝える。
- ・プロダクトやサービスが最も魅力的に伝わるイメージを選択する。
- ・伝えたい情報を最小限に絞る。

(Facebook)

Facebook は SNS の中でも広告効果を発揮しており、その集客効果も高いと言われている。個人名で行うのではなく、企業名で登録する企業用の Facebook があり、その目的は、企業と Facebook ユーザーがつながりをもつことである。Facebook ページを通じて、ユーザーは企業の情報の情報をみることができ、「いいね」や「コメント」を通じて反応してくれる。活動組織がこれを利用することで、良い情報を発信し続ければ、ユーザーを地域のファンとして確保でき、地域へに集客にもつながる。“いいね” ボタン一つで、良い情報はユーザーが広めてくれるので拡散の手間がかからない。

Facebook と他の SNS と比較して、大きく異なる点の 1 つは「WEB 検索で上位に表示される」、すなわち、SEO (検索エンジン最適化) に強いということである。実際、公式 web サイトを持たない企業において Facebook がその代わりとしてよく使用されている。

(留意すべきこと)

何度も訪問（アクセス）してもらい、リピーター、ファンになってもらい、新しい情報を発信する、情報更新するとすぐにすぐに訪問（アクセス）がある。そのためには、

i. 情報発信力を高める。

- Web サイト自体にコンセプトがあること、これが訪問者にすぐに伝わること。
- 伝えたい情報を伝えるようにする：わかりやすさ、言葉だけでなく視覚や感情で伝えること。
- 受け手側にとって価値のある、知りたい情報、役に立つ情報、いいねと思う情報。
- その情報で地域や活動に対する興味や関心を持ってもらい、考え方が変わったり、さらに、もっとサイトの情報を訪問し情報を得ようとする、宿泊・体験の問合せや予約をするなど新たな行動を起こすことにつながるようにする。

ii. 情報発信の思い込みや誤解がないようにする。

- 情報発信は一方通行ではなく双方向：訪問者からのフィードバックがあること、コメントや賛同、またフィードバックで得られた情報を今後に活かすことができる
- 発信情報に対して実際に訪問者があるかどうか：どのくらいの訪問者があるのか、訪問者の属性等について把握し、分析できるように、例えばweb サイトにアクセス度を記録できるカウンターやweb サイトの分析ツールを組み込んでおくのがよい。

iii. 事前の意向・満足度など情報収集や分析

渚泊の対象者や情報の発信先に対して、その意向・満足度など情報収集や分析を行っておくことが重要である。

取組事例：専用 web サイトを開設し情報発信

魚津市農泊推進協議会

漁業だけの取組では企画や集客に限界があることから、専用の web サイト「JF 魚津 魚津渚泊 体験プログラム」、「うおぶストーリー 魚津市農泊推進協議会」を立ち上げ、国内外に魚津の魅力と体験プログラムの PR を行う。

<http://jf-uozu.or.jp/>

<https://www.jf-uozu.com/>



メッセージ

海、山、川、扇状地といった多様な自然環境に恵まれ、短期間で包括的に体験することが可能な魚津。

魚津渚泊は漁業に特化した体験コンテンツをはじめ、当地域独自の漁村、農村、山村体験を充実させてまいります。

第一産業従事者やその家族、地域の人柄、文化に触れてもらうことを重視し、地域住民の協力を得て運営を行うことを目指しております。

魚津渚泊では、漁業従事者と一緒に漁業体験を提供しています。

水産や海洋を専門的に学ぶ学生、研究者の方々の滞在型体験実習の場としてご利用下さい。

※宿泊については、当漁協所有の土地で宿泊施設を開設する予定です。



<http://uozu-story.jp/>



<http://jf-uozu.or.jp/>



問合せ・申込み先：魚津市観光協会

Information/ お問い合わせ・お申込みフォーム

お問い合わせ：魚津市観光協会 TEL 0765-22-1200 (担当：四方田、石原)
メール：nouhaku@uozu-kanko.jp

魚津市農泊推進協議会の web サイト

取組事例：地域のイメージを伝え、宿泊・プロジェクト参加を呼びかける動画の制作

雄勝町渚泊推進協議会

震災で漁村が消滅する可能性のある地域で、震災復興に関わってきたボランティアや外部のひとに地域の魅力をどう伝えるかが課題となってる。そこで、地域のイメージを伝える、宿泊PR、プロジェクト参加を呼びかける動画及びWEBサイトの制作、リーフレット作成する。

■ ドローンを使用し空中撮影による雄勝町イメージ動画の制作（YouTube配信用）



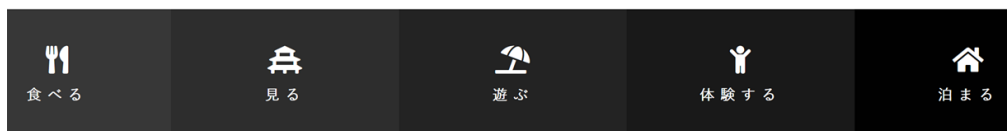
■ 古民家改修（DIYプロジェクト）参加募集と宿泊PR動画の制作（YouTube配信用）



■ 協議会のwebサイトの制作

おがったび

[ホーム](#) [新着情報](#) [雄勝町を満喫するスポット](#) [雄勝町渚泊推進協議会について](#) [リンク](#) [お問い合わせフォーム](#)



ハート型の漁港がロマンチックなコバルトブルーの美しい海。

美しい海と情緒あふれる漁村の風景。
雄勝町でちょっとひと休みしませんか？

<https://ogatsu-cho.com/>

動画/web サイトの制作

取組事例：ライブカメラや定点撮影カメラによる常時映像の配信

NPO 法人かまえブルーツーリズム研究会

i. ライブカメラや定点撮影カメラによる常時情報発信

ライブカメラや定点撮影カメラを設置し、蒲江の海の魅力を web サイトから常時発信する。また PR 動画を制作し、動画サイトで公開する。

ii. 地元の大学の外国人学生や大分県研究会会員を対象としたモニターツアー

個人旅行・インバウンド誘客に向け、地元の立命館アジア太平洋大学（APU）の外国人学生や大分県研究会の会員などを対象としたモニターツアーを開催し、受入体制の整備を行うとともに、モニター参加者にブログや SNS 等で情報発信をしてもらうことでプロモーション活動に努める。

iii. 首都圏・大阪・福岡圏の蒲江にゆかりのある人たちへの情報発信

首都圏や大阪・福岡圏の県人会と連携し、蒲江の海の魅力についてゆかりのある人たちをターゲットに重点的な情報発信に努める。



Web サイトでライブカメラ映像を配信



定置網漁見学ツアー (YouTube)

(3) 営業・誘致活動

1) 学校・団体・旅行会社等への営業・誘致活動

中学・高校の修学旅行など教育旅行、大学の合宿・研修、企業研修、個人や団体など一般客など提供する商品の顧客対象に応じて営業・誘致活動先は学校、団体、旅行会社と異なる。また営業・誘致活動を行うには、地方自治体、旅行代理店、あるいは、当該地域を含む渚泊の広域連携協議会などとの連携は効果的である。

i. 学校-教育旅行、合宿・研修

中学高校の修学旅行等教育旅行については、直接または旅行代理店を通じて学校または学校の所在する教育機関へ営業・誘致活動を行う。営業・誘致活動先としては、活動組織の所在する地方自治体とのつながりのある地方自治体、学校、あるいは海や漁村の所在しないことから渚泊が体験できないような地域、首都圏の学校が多く見受けられる。

教育旅行では、特に安全管理・保険衛生管理について留意する必要があることから、教育機関との連携協力体制は不可欠である。

モニターツアーや渚泊の宿泊体験プログラムの開発には、地域の大学がインターンシップや研究フィールドとして大きく寄与している。今後は地域内外を含め大学の研究やスポーツの合宿・研修も渚泊の対象として期待される。

ii. 企業-企業研修

ICTの進展と働き方改革の推進とともに、関西圏・首都圏の企業がその本社または事務所を地方に移転する動きがある。地域に移転した事務所はサテライトオフィスと呼ばれ、自然豊かな農山漁村での生活と仕事は、渚泊が最終的に目指す移住・定住を実現している。今後は、関西圏・首都圏の企業に対して、企業の研修や企業が顧客とともに渚泊を体験する、あるいは渚泊を通じて顧客とのビジネス関係を構築することも期待される。

iii. 旅行会社-一般旅行（個人・家族・団体）

個人、家族や団体などの一般旅行を対象とする場合には、次のような取組が選択的に必要である。

- ・webサイトを開設し、地域や活動内容、旅行商品のPRとともに、問合せから予約受付までの体制を構築すること。
- ・地域や関西圏・首都圏の旅行会社へ営業活動を行うこと。
- ・活動組織自ら旅行業資格を取得あるいはDMO登録し、商品を販売あるいは旅行会社へ営業活動すること。
- ・地域内外の旅行会社と連携体制を構築し、旅行商品の開発・造成を行うあるいは販売を行うこと。

以上のとおり、顧客対象である教育旅行、企業研修、一般旅行のいずれの場合も、活動組織の体制とその連携体制が大きくかかわっている。すなわち、対象とする顧客に応じて、組織体制・連携体制が構築され、営業・誘致活動先やその営業・誘致活動方法も選択・検討する必要がある。

取組事例：地域横断組織との連携による商品の企画販売

一般社団法人気仙沼地域戦略

震災後、当地域ならではの仕事や暮らしの文化・伝統、新しい遊びを観光資源化した体験型商品「港町しごと場・あそび場 ちょいのぞき in 気仙沼」は、観光業者、水産業、農業などの様々な事業者を巻き込み、「稼げる観光」商品となることを目指して、本プログラムの企画立案、運営が行われてきた。しかし、このプログラム自体を目的として観光客を呼び込める商品とはまだ言えないというのが現状である。今後どのように稼げる商品として昇華させ、旅行商品として造成し、売り込んで行くのが課題である。

そこで、渚泊推進対策事業を通じて、旅館、民宿への宿泊と組み合わせたツアー商品として造成し、個人やグループ旅行、教育旅行などの団体旅行等それぞれのニーズにあう商品として企画販売することを目指す。

一般社団法人気仙沼地域戦略が観光マーケティングとプロモーション機能を担う。企画商品の誘客営業や受入業務は、行政、経済団体、観光協会などで構成された、地域横断組織である一般社団法人気仙沼観光コンベンション協会が行う。具体的な営業・誘致活動は次のとおりである。

- ・教育旅行など法人団体を誘客するための商談会への参加や企業・団体を訪問し、教育旅行等団体旅行に向けたツアー商品を売り込む。
- ・商談会や業界懇談会への参加、企業訪問などとあわせ旅行代理店等へ宿泊パッケージを営業する。
- ・その他旅行業者があつまるイベント等へ参加する。

取組事例：商工観光業界との連携と首都圏、交流市への宣伝・営業

魚津市農泊推進協議会

6次産業化による活性化を目指しているが、これまでの漁業だけの取組では企画や集客に限界があることから、農林水産業全体が力を合わせ、商工観光業界と連携しながら、第1次産業の魅力を最大限に発揮することが課題である。そこで、専用のwebサイトを立ち上げ、国内外に魚津の魅力と体験プログラム等をPR。6次産業化プランナーなどの専門家、観光業界の協力を得ながら、首都圏の他、魚津市と交流の深い自治体へ出向き、宣伝や営業活動を行う。

取組事例：旅行会社や体験サイトとの連携で宿泊・体験の予約販売の仕組み構築

家島諸島都市漁村交流推進協議会

日帰り観光から、滞在型観光へ移行させるため、

- i. 諸島に息づく「人」、「自然・景観」、「歴史・文化」や「産業」等地域資源を活かした体験型観光など「しま旅プログラム」の更なる充実と実施を行う。

- ii. インバウンドも含めて「渚泊」、「しま旅」の情報発信するためのパンフレットやweb サイトなどの制作の他、旅行会社や「アソビュー」等の体験サイトとの連携で宿泊や体験プログラムの予約販売サイトの仕組みを構築する。

取組事例：超高齢化漁村において異業種・異分野企業が立ち上げた協議会

須賀利渚泊推進協議会

異業種・異分野の民間企業（外食産業事業者）が超高齢化の漁村地域の一次産業へ参入して立ち上げた協議会が、企業の知見や経験、資材、ネットワークを活用し、

- i. サテライトオフィスの企業の社員らや企業経営者を対象に企業経営者向け体験プログラムを実施する。また、地域の若手経営者との交流の機会を設け、地域における新たなビジネスの創出・雇用に取り組む。
- ii. 海外のデザイナー招致し、国内の大学生を中心に、地域住民や首都圏からの参加者による古民家改修ワークショップを開催する。漁村での新しい働き方を提案し、地域全体のホテル化、コンベンション・センター化を目指す。

取組事例：広域協議会組織との連携

黒潮カツオ体験隊（黒潮町観光ネットワークの構成団体）

黒潮カツオ体験隊は、佐賀町漁協女性部メンバーが中心となり農協や商工会の女性部らを含む住民グループである「黒潮カツオ体験隊」を結成。カツオのタタキづくり体験を事業化し、町が整備したカツオふれあいセンター「黒潮一番館」を利用して修学旅行生や一般の受け入れを行っている。雑誌等の取材は積極的に受入れ、PRに努めるとともに、町役場や幡多広域観光協議会との連携を図り、web サイトでの情報発信や問合せ・申込みを行っている。修学旅行客の営業は、幡多広域観光協議会が行っている。

一方、少子化の中で修学旅行客を維持し、増やしていくことはむずかしいことに加え、受入れには町内、地域内での一定の規模が要求される。また、黒潮町では、スタッフやインストラクター、漁家民宿主の高齢化により継続が難しく、他方新規参入が期待できないことから、受入れ体制の縮小化が生じている。このため、カツオ体験に限らず、町全体での体験、宿泊など滞在型観光において、その解決として、黒潮町では、黒潮町観光ネットワークの地域DMOの構築と連携による観光地域づくりに取り組んでいる。

2) 海外エージェント、国際機関等への営業・誘致活動 (営業・誘致活動の方法)

i. 海外エージェント・メディアへの PR

海外から教育旅行や一般の団体旅行については、これまで海外旅行団体から直接持ち込まれてきた。インバウンドの増加に対応していくには、積極的に海外で誘客 PR を行っていく必要がある。

ii. 海外での誘客 PR

海外で開催される国際旅行展示会への出展～訪日インバウンドのほとんどを占める中国、韓国や台湾で開催される国際旅行展示会には、国内外から多数の航空、鉄道、旅行会社、地方自治体などがブースを出展する。出展者は、開催国のインフルエンサーを起用した講演、チケットや商品の販売、パンフレットの配布などを行い集客に努める。

こうした展示会に、地方自治体や団体、民間企業等と連携して出展し、日本の文化や地域の特産、食や自然、景観、農山漁村の暮らしなど地域の魅力を直接海外の国民や旅行代理店に PR することができる。同時に、海外の方の目線から日本への旅行の魅力、農山漁村への滞在の魅力に触れることができる。

(留意点)

国際旅行展示会への出展には、相当の組織力と経費を要することから、各地域活動組織が連携、あるいはこれらを包括する広域組織ならびに地方自治体の協力が必要である。

iii. 国際機関や国際交流団体への働きかけ

日本と諸外国との青少年の交流や海外青年の研修の受入れにおいては、これまで国際機関や国際交流団体から依頼があって受入れが始まっている。交流や研修について今後は、国際交流や研修を行う機関や団体に対して積極的に営業・誘致活動していくことが重要である。交流や研修の関係者を地域へ招待し、どのような宿泊・体験ができるか、受入れ体制がしっかりと構築されているかなどを直接体験してもらうことは効果的である。

(留意点)

文化・歴史の異なる青少年に日本や地域を知ってもらい、感じてもらうには、活動組織だけでなく、地方自治体を含め、地域の受入れ体制がしっかりと構築されているかが重要である。

iv. インフルエンサー活用による情報発信（インフルエンサーマーケティング）

インフルエンサーとは世の中において影響力の持っている個人や団体のことである。ネット社会、SNS 社会の現代では多くの人に影響を与える人は芸能人に限らず、ユーチューバーや人気ブロガーなども当てはまる。このように、ファンを持つインフルエンサーに情報を発信してもらい、商品やサービスを宣伝する。このインフルエンサーを活用した情報発信をインフルエンサーマーケティングと言う。時代の流れにあった効果的な情報発信と言える。

日本ではメスメディアや芸能人など有名人の影響が大きいですが、海外の多くの地域ではインターネットを通じて発信するインフルエンサーによる影響力が大きくなっている。

v. 在日外国人の活用

日本には、日本で働く外国人、大学で学ぶ留学生など、旅行で訪日する外国人客のほかに、日本を良く知る在日外国人がいる。在日外国人は、文化・生活が異なる日本に住み、暮らしていることで、海外の人と国内の人の両方の目線から日本や地域、農山漁村をとらえ、日本人が気づかない、魅力を発見してくれることがある。地域の魅力とともに、渚泊を紹介し、外国人旅行客を地域へ誘客するには、かれらを活用することも効果的である。

特に、留学生に関しては、大学のインターシップとして留学生を受け入れる、あるいは大学との協力・連携体制として、留学生に地域資源の発掘や磨きあげ、宿泊・体験プログラムの造成（モニターツアー参加など）、情報発信ツールの制作などに関わってもらうことができる。

vi. メディア（媒体）・ツールの活用

インバウンド対策のツールとして、多言語のパンフレット、web サイト、動画、音声ガイドを作成する。こうしたツールを活用して、国際展示会、商談会や旅行代理店への営業や問合せ・予約受付を行う。

取組事例：国際展示会への出展

台湾最大の旅行展「ITF 台北国際旅展」、国内外から多数の企業出展

2019 年 11 月 15 日 みんなの経済新聞

台湾最大規模の旅行展「ITF 台湾国際旅行展」が 11 月 8 日～11 日の 4 日間、南港展覽館（南港区）で行われ、台湾国内外から多数の航空、鉄道、旅行会社などがブースを構えた。（台北経済新聞）

ITF 台北国際旅展、出展企業による台湾のインフルエンサーを起用した講演や展覧会限定価格でのチケット販売などの集客。

各企業は、台湾のインフルエンサーを起用した講演や、展覧会限定価格でのチケットや商品の販売、パンフレットの配布などを行い集客に努めた。その中でも台湾の野球チームに所属するチアガール「Lami Girls」を起用して PR を行っていた日本企業「デイリー・インフォメーション関西」の山本敏宏さんは「日本に何回も来てくれる台湾人観光客に向け、まだメジャーではない観光地の認知も行っていきたい。展覧会でインフルエンサーを起用しての PR は初めてで、例年以上の大盛況を記録できたのでは」と話す。

日本からはその他、ANA や JR 東日本、阪神甲子園球場などの大手企業、日本各地の特産品を販売する製菓会社、テーマパークなどが多数出展し、台湾人インバウンド増加に向け PR を行った。



<https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20191115-00000000-minkei-cn>

ITF 台北国際旅展 2019

取組事例：インバウンド対策ツール

黒潮町観光ネットワーク

i. インバウンド対策のツールの作成

- ・パンフレット作成（4カ国語）
日本語、英語、繁体語、簡体語
- ・webページの作成（4カ国語） ※日本語・英語・繁体語・簡体語
- ・音声ガイド（英語）
5ヶ所（黒潮町・紙づくり体験・かつおのたたき作り体験・天日塩づくり体験・ホエールウォッチング）

ii. 営業、セミナー参加

- ・セミナー・研修会、商談会
- ・制作したツールを活用して、エージェントや一般団体に向けて営業活動

iii. 受入体制の構築

- ・DMO勉強会を通じた体制構築
- ・中核となるDMO組織としての受入基盤の強化



多言語対応パンフレット

参 考

1. 事例：持続可能な組織・運営体制を確立している地域

1.1 北海道寿都町水産業産地協議会（2017・18年度渚泊推進対策実施地域）

(1) 組織・運営体制と取組内容

（背景・目的）

人口減少や高齢化等に伴い、地域経済が低迷している状況にあるが、一方、都市部においては農山漁村の価値が再認識。農山漁村の自立的発展に向け、農山漁村が持つ食や景観、歴史的建造物や自然など、地域の魅力を観光や教育に活用し、雇用創出と所得向上を図り、地域活性化へつなげていくことは重要である。そこで、「北海道寿都町水産業産地協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を通じて、地域の魅力を活用した滞在型観光商品を開発、観光ビジネスとして展開できる体制を構築し、交流人口の拡大とリピーター獲得に繋げ、地域活性化による農山漁村の自立と発展を図ることを目指す。

（組織・運営体制）

北海道寿都町水産業産地協議会の組織・運営体制を図1.1.1に示す。事務局は、町役場寿都町産業振興課（商工観光係）であり、中核法人は、一般社団法人寿都観光物産協会である。構成員は、寿都町漁業協同組合、寿都水産加工業協同組合、寿都商工会、株式会社寿都振興公社であり、農泊（渚泊）の総合調整、観光商品の開発、情報発信ツールの作成を分担している。



図 1.1.1 組織・運営体制

（2017・18年度渚泊推進対策の主な取組内容）

① 地域体験モデルコースの設定

市場ニーズの収集・分析に基づき、加工品づくり→温泉→漁業体験で漁獲した魚介を食す→サイクリングでの地域散策→寿都ホッケ飯など、寿都の豊かな食と歴史、景観さらに美容と健康を掛け合わせた地域体験モデルコースを造成する。

② 広域連携によるコラボ企画・商品開発

ニセコへ展開する「SUTTU アンテナショップ」の活用を進め、モニターツアーによる効果検証を通じて、新たなコラボ企画・商品開発を行い、地域および広域での寿都ブランドの魅力創造を図る。

③ 町の宿泊施設の有効活用によるリピーターの確保

寿都町が整備する宿泊施設（ゲストハウス）を活用し、滞在時間を拡大させ、乗船、加工品づくり、漁業やまち歩きを体験するなど、地域と観光客が地域の魅力を共有することでリピーターの獲得に繋げる。

④ 情報発信ツールによる魅力発信

地域に滞在しないとわからないコアな地域情報や、体験モデルコースを発信するツールとして、パンフレットや映像コンテンツ（VR・PV）を制作し、渚泊・農泊地域としての寿都を SNS や web サイト、イベント、スキー客等が多く訪れるニセコエリア等で行政の枠を超えた地域の魅力を発信（写真 1.1.1）し、寿都への誘客を図る。

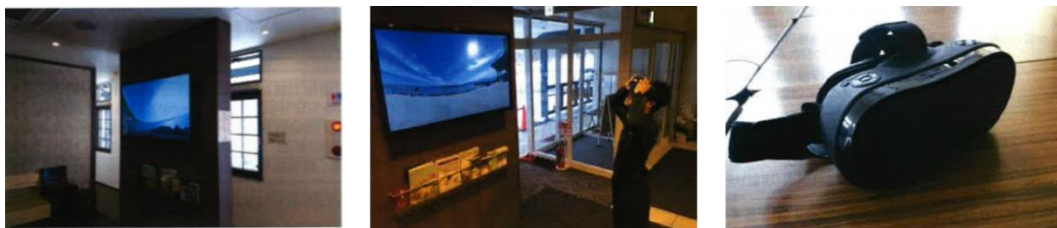


写真 1.1.1 VR カメラ・映像（寿都アンテナショップ神楽）

(2) 活動のきっかけから、立ち上げ、成長・発展

【きっかけ】産学官が連携した「地域資源を活用したまちづくり」

1990 年代後半、漁業や水産加工業を中心とした産業構造であったが、過疎・高齢化の進行、漁獲の低迷と就業者の減少、観光業の低迷など、このままでは漁村の消滅が避けられないという危機感が生まれた。そこで、1996 年に、産学官が連携した「地域資源を活用したまちづくり」が始まった。さらに、2000 年に後志地域市町村の広域連携による「後志・寿都ツーリズム」が組織され、都市と農山漁村との交流が始まった。

【立ち上げ】寿都地域マリンビジョン協議会の設立と地域自らが策定し取り組むビジョン

2005 年、「寿都地域マリンビジョン協議会」が設立され、地域自らが策定し取り組む、「寿都地域マリンビジョン」が 2006 年に策定・公表された。これは概ね 10 年先の水産業を核とした地域の振興ビジョンである。その内容は、コンパクトにまとめた特徴的な自然と水産業を核とした地域産業、自然と共生した生活・文化を活かし、「寿都・後志ツーリズム交流文化圏」の形成をめざすものであった。具体的な取組として、i) 環境保全とツーリズムの連携、海・川・里と漁業・酪農業が一体となったツーリズム、ii) 海の駅・寿都漁港を活用し、商店街との一体的に集客ゾーンの形成による交流拠点づくりなど新たな交流型観光が盛り込まれていた。

【成長】民間企業との連携、漁港周辺の交流観光拠点づくり

（教育旅行の漁業体験と民泊・一般対象の漁業体験）

漁業体験・宿泊の受入れ状況の推移を図 1.1.2 に示す。修学旅行生（教育旅行）の受け入れは、町役場が主導し、日帰りの漁業体験を行っていた。しかし、漁業体験や宿泊への要望が増えるに伴い、町役場が対応するには限界があることから、2008 年より M 社が主催することとなり、漁業体験や宿泊の受入れ（写真 1.1.2）が拡大した。漁協は M 社の依頼により体験プログラムづくりを行い、地域特産の魚介類を使った海鮮弁当を提供することとなった。

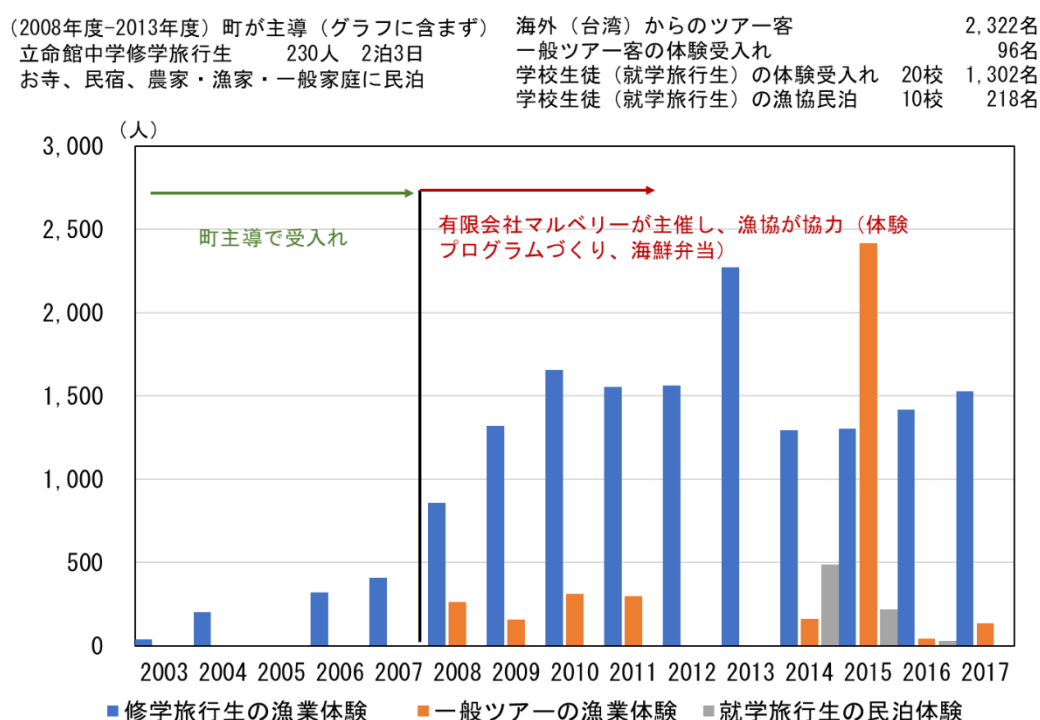


図 1.1.2 漁業体験等の受入れ状況の推移



民泊先での夕食

修学旅行生による漁業体験乗船

地域特産の魚介類を使った海鮮バーベキュー

写真 1.1.2 漁業体験、民泊の様子

（交流観光拠点）

寿都漁港周辺では、新たな交流型観光拠点、道の駅「みなとまーれ寿都」が 2008 年にオープンした。2014 年には「浜の活力再生プラン」が策定され、漁業体験ツーリズムや水産物普及施設「すつつ浜直市場」の整備（2015 年 6 月供用開始）による所得向上、交流人

口と雇用の拡大に取り組むこととなった。2015 年、まちの観光振興を担う組織として「一般社団法人寿都観光物産協会」が設立され、道の駅の管理運営事業を行うとともに、“改めて” まちの魅力の把握し、イベントの企画、広告宣伝、寿都ファンクラブ運営等を通じて、“まちの魅力”を発信することとなった。

（伝わる魅力発信）

2016 年、「ニセコ・アンテナショップ整備構想・プロジェクト」が始まった。これは、ニセコ町に寿都のアンテナショップのオープンし、ニセコと競合しない水産資源をつかって食の提供と魅力発信を提供することで、ニセコ町の観光振興を後押ししつつ、寿都町の知名度を向上させ観光客を地域へと誘導するというものである。

また、「観光・地域活性化戦略」（図 1.1.3）の検討が行われ、i）滞在型観光-寿都町を巡る観光へとつなげ、ii）水産と観光を基軸とした交流人口を拡大することを目的に、地域再生マネージメント、アンテナショップ、浜の再生・漁村地域の再生、伝わる魅力発信に一層取り組むこととなった。

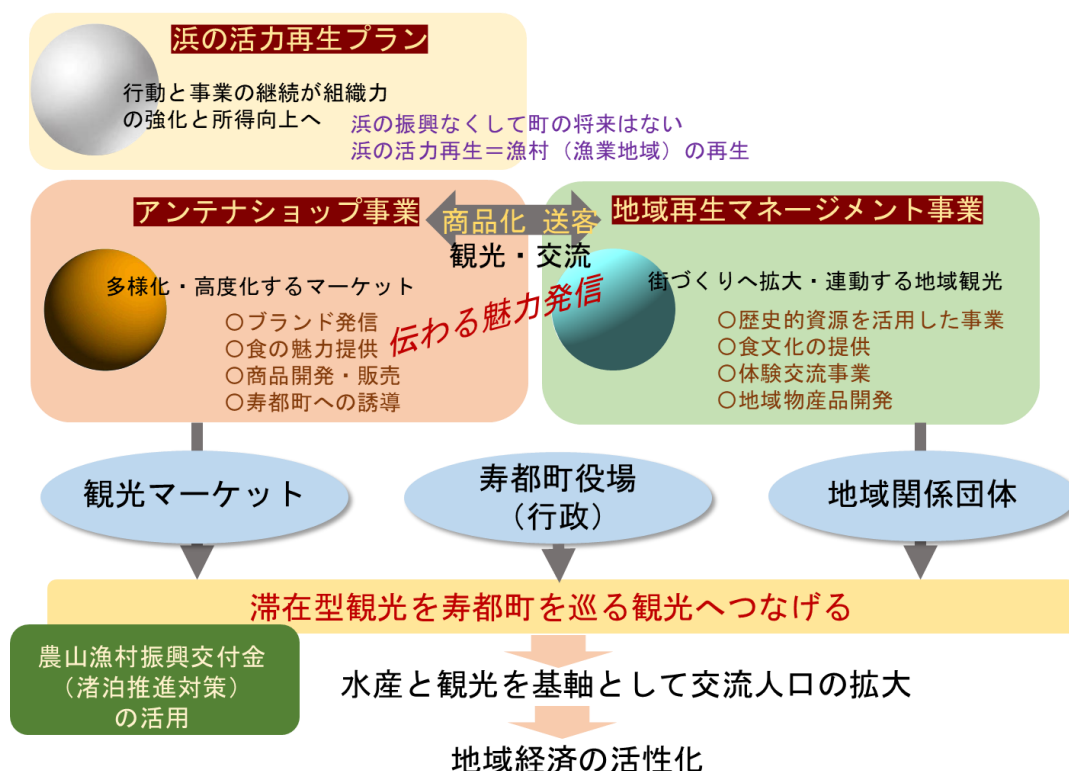


図 1.1.3 観光・地域活性化戦略

【打開・発展】北海道寿都町水産業産地協議会の設立と渚泊推進対策の実施（課題）

寿都町は、人口減少・高齢化と漁業資源の減少の著しい北海道日本側の漁業地域であり、これまで教育旅行を中心に宿泊・体験を受け入れてきた。体験メニューや天候などの影響もあり、観光客の入込は春から夏にかけて集中する一方、冬の味覚などを体験できるメニューが少ないことや、日帰りの観光が多いことから、オールシーズンでの集客が新たな課題として浮上り、観光客の誘致と地域経済の活性化が喫緊の課題として認識された。

な課題となった。

（解決策）

町役場が中心となって水産関係や観光関係の団体・組織に呼びかけ、2017年に「北海道寿都町水産業産地協議会」を設立した。渚泊推進対策（2017・18年度）として、オールシーズンでの集客を図るため、国内外の旅行者を対象に行政の枠を超えた情報発信に取り組むこととなった。

（3）インバウンドへの対応

（専門会社を通じた受入れ）

2008年よりM社が教育旅行を主催することとなったが、受入れ体制が充実したことで、それまでの修学旅行の漁業体験だけでなく、宿泊を伴う修学旅行や一般客の体験、さらに海外からツアー客の受入れが増加した。2015年には、台湾から延べ5日間に約2,300人の民間企業のツアー団体が訪れた（写真1.1.3、1.1.4）。海外旅行者の受入れにはコミュニケーションのことが懸念されたが、受入れが始まるとこうした懸念が払しょくされ、旅行者は漁業体験や漁港で獲れた地域特産の魚料理など町の魅力を体感するとともに、町の住民にとっても海外との国際交流の場になった。



写真 1.1.3 地引き網体験



写真 1.1.4 外国人ツアーの受入れの時の様子

（行政の枠を超えた海外旅行者の集客）

「ニセコ・アンテナショップ整備構想・プロジェクト」では、渚泊推進対策を活用し、国内外からスキー客等が多く訪れるニセコのアンテナショップに地域の魅力を発信するVR・PVを設置し発信中である。

（web サイトでの情報提供と問合せ（英語翻訳表示））

一般社団法人寿都観光物産協会が、web サイトを通じて町の観光や宿泊等に関する情報を提供している。問合せについては電話またはweb サイト（メール）で対応している。インバウンド対応としてweb サイトを英語他多言語（Google 翻訳）表示に選択できるようにしている。

(4) 漁港の施設の有効利用

(漁港の特徴)

寿都漁港（第3種漁港）は、多様な漁業が営まれ、沿岸漁業およびホタテガイ養殖漁業の生産拠点でありかつ周辺漁港から水産物が集約される流通拠点として重要な役割を担っている。港の中央に衛生管理エリアを設けられており、高度衛生管理型市場と屋根付き岸壁が整備され、ホッケ、サケ、イカ等の陸揚げが行われる。蓄養水面ではナマコやウニの蓄養が行われている。様々な漁業の様子を見ることができ、春の獲れたばかりの新鮮な小女子の天日干しは風物詩でもある。

(漁港の交流施設)

漁港には道の駅「みなとまーれ寿都」と水産物普及施設（1F「すつつ浜直市場」、2F 漁業体験交流施設）があり、集客・交流拠点となっている。道の駅は、情報発信の拠点として、町内のお食事処や宿泊情報などの観光案内、名産品の紹介、海の幸の軽食の場となっている。浜直市場は、前浜で獲れた魚介類を使った食事や地域特産の各種水産加工品等を提供するほか、漁業体験交流施設では、水産加工の体験ができる。

(漁港施設の有効利用)

寿都町漁業協同組合では、魚のことを知ってもらう、魚を食べてもらう、漁業を知ってもらうことをコンセプトに、M社と連携して教育旅行の漁業体験プログラム - 乗船体験、地引網体験、鮭の遡上見学、鮭の生体メカニズム学習、魚釣り体験、磯遊び、ホッケの開きづくり、活はたて剥き、市場見学等 - を用意している。

これら体験プログラムは、漁港の特徴を活用することで提供できる体験メニューである。また、実施に当たっては、交流拠点施設が加工品づくりの場所や食事の提供の場など当該漁港に所在しているという強みが活かされている（図 1.1.4）。



図 1.1.4 漁港施設等の有効利用

漁港・漁場の各施設や交流施設の有効利用は次のとおりである。様子を図●に示す。

（漁港・漁港・漁場の各施設や交流施設の有効利用）

蓄養水面	⇒	磯場学習・ウニ獲り体験
高度衛生管理型市場	⇒	市場見学（販売方法・衛生管理・品質管理）
漁港～ホタテ養殖場	⇒	漁船乗船
漁港～漁場（藻場）	⇒	藻場再生
水産加工施設	⇒	加工場見学
漁業体験交流施設	⇒	加工品づくり（ホッケー夜干し・ウニ漬け）
水産物普及施設	⇒	食事・海鮮バーベキュー

1.2 一般社団法人まつうら党交流公社（2017・18 年度渚泊推進対策実施地域）

(1) 組織・運営体制と取組内容

（背景・目的）

一般社団法人まつうら党交流公社は、2002 年から 2006 年の間に設立された活動受入れ組織やコーディネート組織を 2009 年に再編・統合して設立した組織であり、農漁村の生活に興味を抱く人々との交流を目的として、訪れた人たちのために「ほんもの」の体験を目指す。

（組織・運営体制）

本公社の組織・運営体制を図 1.2.1 に示す。公社は、広域エリア（松浦市、佐世保市、平戸市）内に所在する 14 団体の受入組織から構成され、「公社」-「各地区の受入組織」-「民泊受入家庭・インストラクターなどの担い手」が、人と人との信頼の絆で結ばれたネットワークを形成している。すなわち、担い手主導でコーディネートする組織である。問い合わせや予約の手続きはワンストップ化（電話と web サイト・フォーム対応）されている。当該組織の活動の地域における重要性に鑑み、かつ教育・学習や地域振興の効率的な事業展開を図るため、行政（松浦市・平戸市）が人的・経済的な支援を行っている。



図 1.2.1 組織・運営体制

学校は旅行会社へ委託し、旅行会社は公社と契約。公社は旅行会社へ企画書を提出し、旅行会社から事務経費と保険料を合わせ、総額の一定率を徴収する。公社はお客様と受入側の双方にとって安全で充実した民泊・体験になるよう調整し、手配する。

（理念およびコンセプト）

理念およびコンセプトは、次のとおりである。

- i. 地域振興は、志とモチベーションの共有がすべて
- ii. 旅行形態の変化（旅の目的提案、見る観光から体験交流型・滞在型観光への変化）、6次産業化に対応していかなければ生き残れない
- iii. 旅館・宿泊事業者や観光事業だけでなく、行政、第一次産業をはじめあらゆる地域産業の人を巻き込み、地域一丸となって取り組む

地域おこしに関心のある団体、行政、グループ、個人へ研修プログラムでは、理念およびコンセプトの普及に努めている。

（主な取組内容）

日常あるがままの生業等をそのままプログラム化し、達成感や感動に至りそして心高まる「ほんもの」の体験を提供する。

i. まつうら党体験隊

個人やグループ向け体験プログラムの総称。源平合戦や元寇の折に活躍した水軍を率いた「松浦党」にあやかり、13地区で連携してコーディネートシステムを運営する公社は、「まつうら党体験隊」と命名。

ii. 松浦党の里ほんまもん体験

一般団体や教育旅行向けの体験プログラムの総称。「ほんもの」＝「ほんなもの」にこだわり、敢えて中身の無いお手軽体験と区別するために命名。

表 1.2.1 ほんなもんの体験プログラム

分類	数	プログラム内容（個人・グループ旅行/教育旅行別）
漁業体験	13	漁村民家ステイ、定置網漁、地引網漁、養殖場エサやり、イワシ網漁、カゴ漁、たこ漁、延縄漁、船釣り、港釣り、刺網漁 ほか
農林業体験	17	農村民家ステイ、いちご収穫、田植え、稲刈り、じゃがいも栽培、酪農家の牛乳豆腐作り、森林間伐、炭焼き、和牛農家 ほか
味覚体験	23	田舎料理、長崎ちゃんぽん、押し寿司、そば打ち、豆腐、よもぎもち、魚のおろし方、かまぼこ、さつま揚げ、アジの開き ほか
自然・歴史体験	11	元寇史跡と星鹿城山、鷹島元寇史跡探訪、阿値賀島自然観察クルージング、志々伎山登山、磯の生物観察、昆虫観察 ほか
アウトドア体験	6	乗馬、シーカヤック、ヨット、和船漕ぎ、筏作り、川釣り
伝統・工芸・文化・平和体験	14	つる工芸、凧作り、わらざうり作り、竹細工、昔玩具作り、押し花作り、茶道 大名茶鎮信流、座禅、松浦火力発電所見学 ほか
計	84	



写真 1.2.1 ほんなものの体験プログラム

民泊は体験と分離しており、民泊の受入れ家庭は漁家・農家・一般家庭である。宿泊の受入れ体験は、一つの体験時間が2～4時間、「個人やグループのお客様」のお客様2～10人に少なくとも1人、「一般団体や教育旅行」のお客様5～10人に少なくとも1人のインストラクターがそれぞれ対応する。民泊受入れ家庭やインストラクターに対しては、講習会等安全対策を実施している。また安全を最優先し、万が一に備え、全ての民泊・体験に保険を掛けている。

80種類以上の豊富な農林漁業体験プログラム（表 1.2.1、写真 1.2.1）と、日最大1,700名の受入れが可能な漁村・農村民泊体制を有しているが、要望を取り入れたプログラムも提供している。

（2）活動のきっかけから、立ち上げ、成長・発展

【きっかけ】“どれもが大切な宝 - 人間性を取り戻し癒してくれる”

長崎県北松浦半島は、九州の西端にある長崎県、北松浦半島とその周辺の島々からなり、水軍「松浦党」発祥の地である。1996年に「松浦クラスター」を設立し、「新産業創出」、「交流人口拡大」をテーマに、松浦市、県や有志による会議の場を形成した。長い時間をかけて受け継がれてきた言い伝えや食文化、農漁業における自然との共生の考え方、家族や地域社会などの人間関係等々は、どれもが大切な宝であり、私たちの人間性を取り戻し癒してくれる。そこで、人間性回復の「ほんもの」の体験を提供する活動に取り組むこととなった。

【立ち上げ】受入れ組織、コーディネート組織の立ち上げ

i. 「松浦体験型旅行協議会」の設立（2002年）

漁村や農村の生活をこよなく愛する仲間たちが、農漁村の生活に興味を抱く人々との交流を目的に松浦体験型旅行協議会を設立した。

ii. 「松浦党の里体験観光協議会」の設立（2003年）

旧11市町村に跨る「松浦党の里体験観光協議会」を設立し、松浦体験型旅行協議会と一体となって教育効果を重視した「ほんもの体験」プログラムを開発するとともに、広域連携により1日最大2,000名の受入能力を整備。この年、初めての修学旅行生として高校生を受け入れた。

2005年、長崎県農林漁業体験民宿推進方針の策定により、民泊における旅館業法、食品衛生法、浄化槽法の規制緩和が実現し、ほぼ現状家屋のままで簡易宿所営業の許可取得が可能となり、民泊受入れ家庭が増加した。

iii. 「NPO 法人体験観光ネットワーク松浦党」の設立（2006 年）

民間主導のコーディネート組織を松浦市など行政が強力にバックアップする「官民協働」の受入システムを構築。受入家庭・インストラクターへの定期的な安全衛生講習の実施、民泊・体験に対応する傷害保険・賠償責任保険への加入など安全・安心に対する万全の備えを強化した。2008 年には一般旅行者の受入れが始まった。

【成長】「一般社団法人まつうら党交流公社」へ再編・統合

迅速な意思決定機能、機動性の確保、民間主導の自立した事業運営とともに、新たな官民協働体制の構築のため、2009 年に 3 つの組織を「一般社団法人まつうら党交流公社」に再編・統合（図 1.2.2）した。再編・統合された新たな組織の下、修学旅行生を中心とした民泊・体験の受入れは拡大していくこととなった。その効果は次のとおりである。

（民泊・体験から得られる教育的効果・精神的効果）

- i. 体験者：「力強く生きる力」、「豊かな心」、「人格」や「人間力」の成長 多様な価値観の形成 厳しい自然と過疎化の社会と生活 人間関係の絆 自己確認と達成感 自然との共生、環境問題 学習への意欲など
- ii. 受入側：
 - a. 青少年の健全育成に役立っているという実感、生きがい、社会貢献の喜びと誇りを持てた。
 - b. 農家・漁家の担い手が、体験型観光を通じて自らの経験・ノウハウを伝授することを通じて、自信や誇りを取り戻した。
 - c. 農業・漁業が体験型観光と同化しつつあるほど、収入面での効果が大きい。

（経済効果）

2012 年度（受入れ者数が最大時） 約 4 億円

民泊・体験料、旅館等宿泊・弁当代、フェリー代など

上記以外の経済効果 民泊家庭の食材調達、修学旅行生の土産品購入など

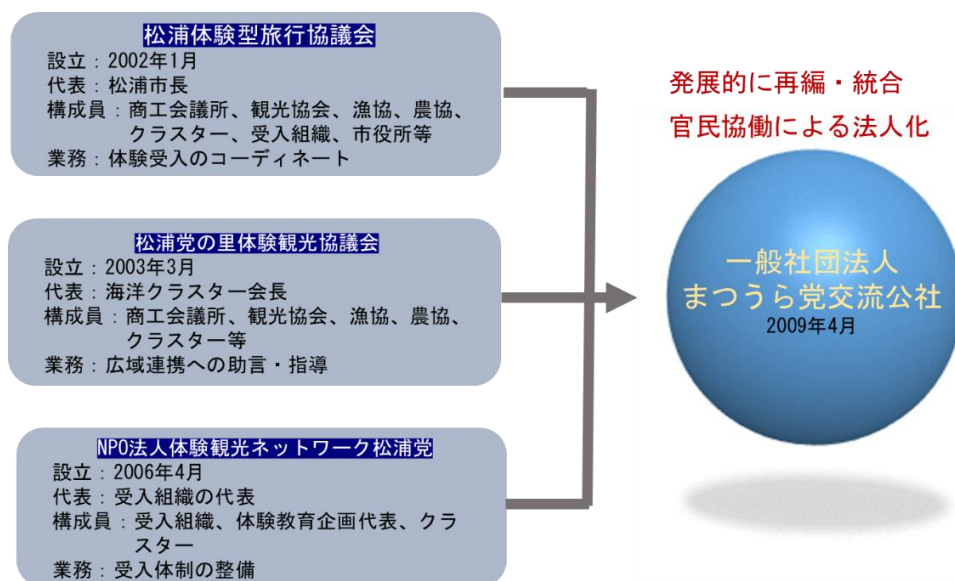


図 1.2.2 再編・統合

2014年には「浜の活力再生プラン」が策定された。当時、修学旅行生を対象とした民泊体験者は、年間約3万人に達していたことから、この集客力を活用し、船曳網漁業者等による漁業体験、加工体験、魚料理体験等を充実していくことや、シラス網漁業体験の拡大、民泊の食事への提供により県外へPRする取組を推進することとなった。

【打開・発展】渚泊推進対策の実施

（課題）

修学旅行生の受入れ状況を図1.2.3に示す。2003年度以降、修学旅行生の受入を中心に体験型旅行を企画・運営してきたが、修学旅行実施までの準備等に多くの手間と時間等が費やされていることや、近年は民泊受入家庭や農林漁業等体験インストラクターの高齢化により、担い手の減少が目立ち、また担い手の確保も困難となってきた。当初約500軒の民泊受入れ家庭があったが、現在は約300軒に減少している。

2012年をピークに修学旅行の受入れ校と修学旅行生数は減少し、近年はやや回復したものの、将来的には修学旅行の受入れだけでは体験や民泊の受入れ組織や交流公社の運営が困難になると思われる。民泊や体験の担い手の確保や一般客の誘致が課題となっている。

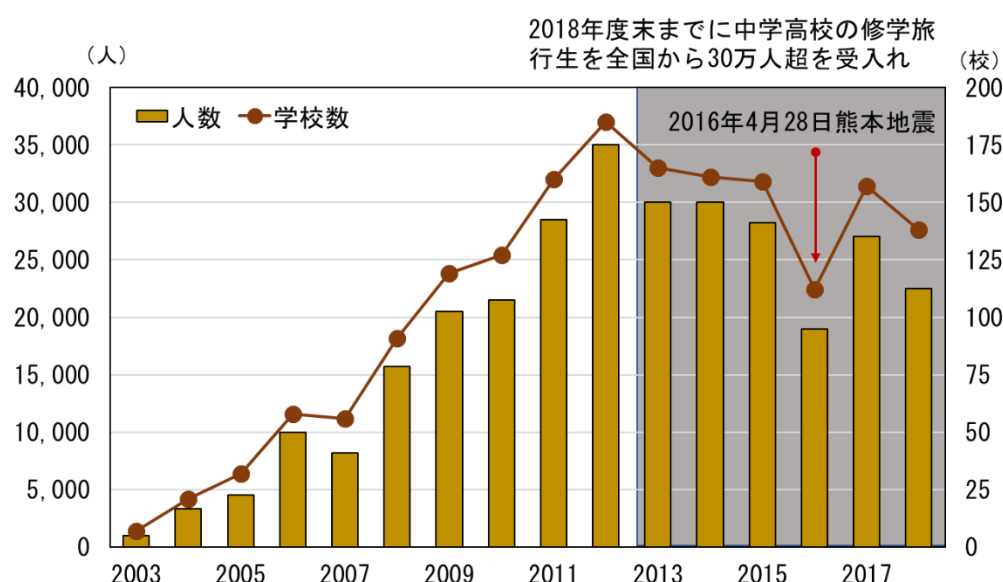


図 1.2.3 修学旅行生の受入れ状況の推移

（解決策）

公社は、渚泊推進対策(2017・18年度)として、体験型旅行の効果について各担い手の再認識を促すため講習会開催・参加呼びかけを行うとともに、新たな顧客を呼び込むため国内外にPRする動画の制作と国際交流取組団体の招聘に取り組む。

（2017・18年度渚泊推進対策の主な取組内容）

① 受入体制の強化

受入体制の強化として、体験型旅行事業の教育的または経済的效果を各担い手が再認識するため、各地域において講習会開催する。

② 体験土産品の開発

自主財源の確保と農林漁業者の所得向上を図るため、土産品の開発と一般客向けの農水産物の販売が行えるシステムを構築する。

③ 受入拡大のための情報発信

新たな顧客の確保のため、受入拡大のための情報発信として、農山漁村の豊かな自然を活かした体験型旅行事業を国内外に PR するための動画を制作するとともに、今後のインバウンド誘客に繋げるため、海外で開催される国際旅行展示会への出展やモニターツアーを実施する。

(3) インバウンドへの対応

渚泊推進対策の取組として、新たな顧客の確保のため、

i. 受入拡大のための情報発信として、農山漁村の豊かな自然を活かした体験型旅行事業を国内外に PR するための動画とパンフレット（いずれも多言語）を制作（写真 1.2.2）した。

ii. 旅行代理店への宣伝・売込みだけでなく、積極的に海外で開催される国際旅行展示会へ出展（台湾の3地域で開催）し、地域や体験・宿泊の旅行商品を PR するとともに、インバウンドを対象としたモニターツアーを実施（写真 1.2.3）した。



写真 1.2.2 インバウンド向け多言語パンフと DVD



写真 1.2.3 インバウンドモニターツアー・体験



<https://www.honmono-taiken.jp/english/>

図 1.2.4 まつうら交流公社の web サイト（PC 対応・スマホ対応：多言語対応）

iii. 制作した動画を掲載するとともに、web サイトを多言語化（図 1.2.4）した。

これまで修学旅行を対象として体験や民泊の受入れを行ってきており、インバウンドの受入れについてはあまりやってこなかった。そこで、受入れ体制をどう改善もしくは強化すべきか明らかにするためにモニターツアーを実施した。その結果は次のとおりである。

- i. 受入れるまでは不安があっても、いったん受入れると、スマホを使うなど何らかの形でコミュニケーションをとることができた。
- ii. ツアーに参加したインバウンド側も受入れした側も互いに満足し、特に次回も受入れを希望する受入れ組織が多かった。

こうした取組により、2019 年度は、約 500 人のインバウンドの受入れを予定している。

1.3 伊根浦地区農泊推進地区協議会（2018・19年度渚泊推進対策実施地域）

(1) 組織・運営体制と取組内容

（背景・目的）

伊根浦地区は、約 230 軒の舟屋が水際に立ち並び、2005 年に国の重要伝統的建造物群に指定された。近年、舟屋の知名度が世界的に高まり、外国人をはじめ多くの観光客が訪れる。しかし、漁業者等による舟屋民宿が十数軒あるのみで、宿泊施設や飲食施設は不足し、宿泊したいというニーズに対応できていない。また、観光消費額も横ばいで、地域経済に十分に寄与できていない。そこで、「海の京都」伊根町実践推進会議をベースに「伊根浦地区農泊推進地区協議会」を設立し、渚泊・農泊推進対策を通じて渚泊・農泊の取組を持続的に展開することを目指す。



図 1.3.1 組織・運営体制

（組織・運営体制）

伊根浦地区農泊推進地区協議会の組織・運営体制を図 1.3.1 に示す。協議会は 13 の団体から構成され、うち宿泊関係 2、飲食関係 5、体験プログラム関係 2 となっている。事務局は、海の京都 DMO 伊根地域本部（伊根町観光協会）であり、中核法人は、（株）京都北 P&M と事務局でもある海の京都 DMO 伊根地域本部である。

役員会・幹事会の下、農泊（渚泊）ビジネス、農泊（渚泊）、飲食提供の 3 つの部会が設置されており、農泊（渚泊）受入れ、農泊（渚泊）体験商品の造成、食事の提供、農産・水産物の供給などが検討される。事務局は、全体の事務の他、農泊（渚泊）の総合調整、農泊（渚泊）人材の育成、農泊体験商品の販売を担っている。

（理念およびコンセプト）

舟屋の景観の根底にある漁業を保護し、観光等の各施策と連携させ、この町ならではの受入れ観光の整備により、漁村における渚泊・農泊ビジネスモデルを目指す。

- i. 地域の主産業である漁業と観光の共存
漁業の付加価値向上、漁業従事者の所得向上、宿泊施設での地元食材の提供
- ii. 生活の場でもある地区と観光との共存
伊根浦地区での滞在を通じた伊根の生活・文化の魅力を体感・発信

（主な取組内容）

- ① 伊根浦に泊まりたいというニーズは増加しているものの、宿泊施設数が不足しているため、空家となっている舟屋等を活用し、一棟貸しのスタイルの簡易宿所に改修し、宿泊施設として運営を行い、先進モデルとしてそのノウハウを公開することで、民間事業者の起業や事業拡大など地域への波及を図る。
- ② 宿泊施設の整備により、「通過型」の観光から、「滞在型」の観光への移行を推進するとともに、体験メニューの提供によって、地域内の農業、水産業の振興に寄与する。
- ③ 伊根浦地区で農泊（渚泊）を持続的に展開するためには、地元で獲れた水産物を宿泊・飲食施設で提供する地産地消の仕組みを構築し、漁業との共存を図る。
- ④ 施設・サービス面とも質の高い農泊（渚泊）ビジネスを構築するため、地域内の宿泊事業者等で連携・協議し、地域内独自の宿泊予約サイトを構築し、外国人宿泊者数の拡大を図る。

（2）活動のきっかけから、立ち上げ、成長・発展

【きっかけ・立ち上げ】伊根の原点“舟屋・漁師まちがあって観光が成りたっている”

伊根浦地区の宿泊施設は、舟屋や母屋を使ったものであるが、1970 年ごろは 26 軒登録されていたが、高齢化や後継者不足により 2000 年ごろには 11 軒に減少した。釣り客や海水浴客が利用していたが、釣り客の減少や道路事情の改善により日帰りの海水浴客が増え、宿泊者数は減少傾向にあった。2000 年代、漁師は自分たちの獲った魚を食べてもらい、収入を得ることが観光につながることに気づき始めた。観光事業者も同じことに気づき始めた。そして伊根の原点“舟屋・漁師まちがあって観光が成りたっている”ことを互いに意識するようになった（写真 1.3.1）。

一方、舟屋に宿泊することを目的に宿泊する観光客が出始めてきた。外国人観光客も来訪し始めてきた。そこで、伊根町は2008年に「宿泊施設の開業支援金制度」を創設し、2014年までに5軒の新規開業者（農林漁業体験民宿で登録）が誕生した。

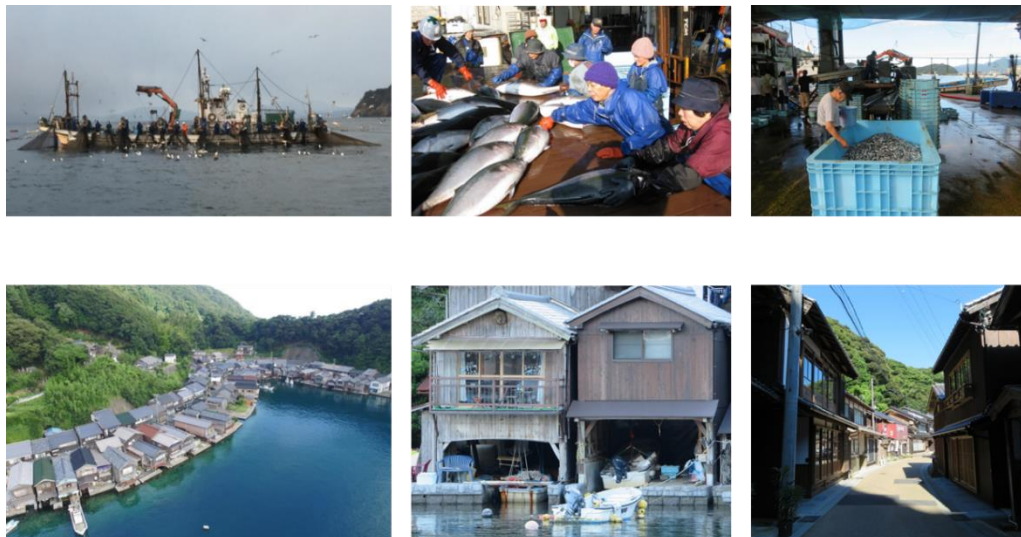


写真 1.3.1 漁業と漁師、舟屋と街並み

（伊根浦観光振興ビジョン）

定住人口の減少、少子高齢化、少ない就業機会など、伊根町は多くの課題に直面していることから、2011年に伊根浦観光振興ビジョン策定委員会（委員長：京都府漁業協同組合長）を設置された。伊根浦舟屋群など今ある資源を十分に活かし、また、磨き上げることによって、住民や訪れた人が他の人に紹介したくなる、自慢したくなるような伊根をめざすため、2012年に伊根浦観光振興ビジョン“伊根浦ゆっくり観光”が策定（図1.3.2）され、「伊根浦観光振興ビジョン評価委員会」がその活動をフォローアップするとともに、新たに始動する「ゆっくり観光の会」をサポート（図1.3.3）する構造となっている。

「ゆっくり観光」とは、住民や小さな事業者が気軽に参加でき無理なく続けられる（外部者の参加も歓迎）、景観や生活環境の手づくり事業である。ゆっくり観光の会は任意組織であり、そこで造成されたガイドツアーは独自の観光商品として伊根町観光協会が販売（写真1.3.2、1.3.3）している。



図 1.3.2 伊根浦観光振興の方向とコンセプト

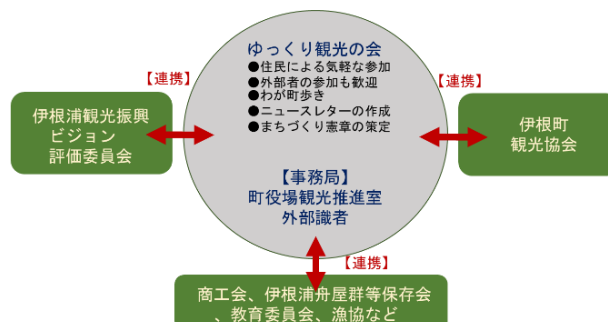


図 1.3.3 推進体制



www.ine-kankou.jp/active/ まるごと伊根体験/

非公開の伊根 見せます



<http://www.slow-ine.jp/eventpostcat/machi/>

写真 1.3.2 伊根町観光協会ガイドツアー 写真 1.3.3 ゆっくり観光の会 街歩き

(海の京都)

京都府北部 7 市町（宮津市・京丹後市・舞鶴市・福知山市・綾部市・伊根町・与謝野町）を「海の京都」と位置付けるとともに、2015 年に京都縦貫自動車道が全線開通し、アクセスが飛躍的に向上することから、地域活性化と観光振興を目指して、さまざまな施策や事業の検討を開始した。

2013 年、「海の京都」伊根町マスタープランが策定され、舟屋が建ち並ぶ鳥屋地区を重点地区として、駐車場の確保、夜間の提灯設置、道路整備、舟屋・母屋の外観修景など町並みを整備して、観光客の散策ルートの動線を確保することが盛り込まれた。

「海の京都観光圏」が強固に連携し、地域主導によるブランド観光圏を形成するため、一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都 DMO）が 2016 年に設立された。海の京都 DMO は北部 7 市町の観光協会が順次、統合参加するものであり、北部地域全体が一体となってマーケティングやプロモーションを行うものである。

【成長】泊食分離の推進と宿泊施設（体験民宿）の新規開業

宿泊スタイルの変化の宿泊施設（体験民宿）の開業の状況を表 1.3.1 に示す。舟屋に宿泊することが目的化し、宿泊のニーズが高まるなかで、2017 年から 2018 年にかけて、次のような伊根浦地区の宿泊スタイルが形成された。

表 1.3.1 宿泊スタイルの変化と開業状況の推移

	宿泊施設	利用（宿泊）目的	宿泊事業の継続および新規開業の課題
1970 年ごろ	舟屋や母屋を使った宿泊施設 26 軒（登録）	釣り客や海水浴客が利用	
2000 年	舟屋や母屋を使った宿泊施設 11 軒（登録）	釣り客の減少と日帰り海水浴客の増加	宿泊事業の高齢化・後継者不足
2008 年	開業支援金制度の創設（町） 農林漁家体験民宿としての登録 （ニーズに対応して舟屋をメインにした宿泊） Uターン者が 1 日 1 組限定の舟屋を開業		食事の提供が新規開業のネック 夕食提供可能な飲食店 1 軒 （定休日に利用できる飲食店はなし）
2009 年～2014 年	新たに 4 軒の体験民宿が誕生		
	新たに 4 軒の体験民宿が誕生 朝食のみまたは素泊まり 3 軒 2 食付き提供 1 軒	舟屋に宿泊することが目的	
2017 年～2018 年	16 棟のうち 13 棟が舟屋の宿 主に 1 日 1 組限定 泊食分離化 2 食付き提供 8 軒 朝食のみ提供 5 軒 素泊まり 3 軒		町が宿泊施設の泊食分離を推進 2017 年に公設民営の観光交流施設「舟屋日和」オープン：昼食・夕食提供 2018 年に “ 「舟屋食堂」オープン：朝食・昼食提供

i. 泊食分離

食の提供が新規開業の障害であったことから、伊根町が食を提供する公設民営型の観光交流施設を2軒整備（写真1.3.4）した。これにより、新たに4軒の体験民宿が開業した。観光交流施設のうち1軒（舟屋日和）は、「海の京都」伊根町マスタープランの重点整備地区である鳥屋地区に景観に配慮して整備された。



写真 1.3.4 観光交流施設（舟屋日和）

ii. 1日1組限定（一棟貸し）

舟屋への宿泊とハード面やサービス面でのこだわりを求める宿泊者のニーズには、1日1組限定の一棟貸しが好評となった。

2019年現在では、一時期11軒程度に落ち込んだ宿泊施設は、16軒に回復し、そのうち13軒が舟屋の宿である。

（宿泊者数）

観光入込者数および宿泊者数の推移を表1.3.2に示す。伊根浦地区の観光入込者数および宿泊者数については、2013年以降の数値しかないが、宿泊施設数の回復とともに、増加傾向にある。外国人の宿泊希望に対応すべく、観光案内所に2016年4月より専門の人員を配置したことで、外国人宿泊者数の増加は2017年劇的に増加した。

表 1.3.2 観光入込者数および宿泊者数の推移

		1989	1993	1998	2003	2008	2013	2014	2015	2016	2017
伊根町全体	観光入込者数（人）	165,000	385,100	257,800	260,700	219,900	259,200	247,800	252,000	275,900	301,400
	海水浴客数（人）	13,000	11,900	8,450	5,145	5,521	5,160	2,959	4,984	4,720	4,088
	宿泊施設数（軒）	35	30	31	25	27	27	29	25	25	25
	宿泊客数（人）	16,800	16,400	33,500	37,200	35,000	34,300	27,000	29,500	41,700	38,700
	うち外国人（人）						106	453	432	340	1,201
伊根浦地区	観光消費額（千円）	187,895	623,469	767,546	915,173	889,534	951,954	891,818	879,251	1,105,771	1,124,285
	宿泊客数（人）						4,580	4,655	5,399	5,662	5,655
	うち外国人（人）						70	228	70	70	818
	観光消費額（千円）						56,068	56,432	63,758	66,114	73,704

1989年：NHK朝ドラの舞台として全国放送

1990年：朝妻地区に大型旅館が開業

2016年：4月より伊根浦地区（観光案内所）に外国人観光客対応のために専門の人員を配置

【打開・発展】渚泊推進対策の実施

（課題）

伊根浦地区は、約 230 軒の舟屋が水際に立ち並び、2005 年に国の重要伝統的建造物群に指定。近年、舟屋の知名度が世界的に高まり、外国人をはじめ多くの観光客が訪れる。しかし、漁業者等による舟屋民宿が十数軒あるのみで、宿泊施設や飲食施設は不足しており、観光入込者数は増加するが、観光消費額は横ばいである。観光客の地域での活発な消費活動を促すとともに、外国人宿泊者数の拡大を図ることが課題である。

（解決策）

「海の京都」伊根町実践推進会議をベースに、2018 年に「伊根浦地区農泊推進地区協議会」を設立した。協議会では、渚泊推進対策（2018・19 年度）として、”「舟屋・漁師まちがあって観光」が伊根の原点 “をコンセプトに、舟屋の景観の根底にある漁業を保護し、観光等の各施策と連携させ、この町ならではの受入れ観光の整備により、漁村における農泊（渚泊）ビジネスモデルを目指すこととなった。

（2017・18 年度渚泊推進対策の主な取組内容）

① 外国人観光客の受入れ環境整備（グランドデザイン）

増加する外国人観光客を地域主導で効率的に取り入れ、消費活動を促すため、専門家等を招き、目指すべき受入れ環境の姿を示したグランドデザインを策定する。

② 伊根町ならではの暮らし体験を通じた農泊（渚泊）ビジネスの構築

古くから漁業を中心に暮らしてきており、舟屋は漁業の産物であることを理解し、舟屋の暮らし体験として漁業体験プログラムを開発し宿泊者等へ提供する。

③ 宿泊施設のサービス水準品質保証制度の検討

宿泊施設のサービス水準を確保するため、研修会を実施するとともに、地域独自のサービス水準の品質保証制度の策定を検討する。

④ 地域食材提供店舗の認定制度の検討

伊根町の食をテーマにした活性化について検討し、飲食店・宿泊施設等に地産地消を推進するため、地域食材提供店舗の認定制度を検討する。

⑤ 泊食分離の推進

新たな宿泊施設の開業には食事提供がネックとなっていることから、伊根町が整備した飲食提供施設を活用し、泊食分離による宿泊施設の事業体系のモデル化とする。

⑥ 舟屋等を活用した宿泊施設の整備

伊根町が先進モデルとして舟屋の改修を行うことで、地域資源としての保存と観光資源としての活用を両立させる。

⑦ インバウンド宿泊予約システムの構築

外国人観光客に対する、インバウンド対応宿泊予約システムを構築し、予約の手続きの効率化や外国人観光客の受入れ体制を強化する。

⑧ 予約サイトの構築や宿泊事業者の品質保証制度の導入等に専門人材活用

⑨ 母屋と舟屋の簡易宿所改修（写真 1.3.5）



写真 1.3.5 母屋と舟屋を改修した簡易宿所（鳥屋地区）

(3) インバウンドへの対応

（外国人とのEメールによる宿泊予約の代行サービス）

増加する外国人観光客に対応するため、伊根町観光協会では2016年4月より町内の外国人を雇用し、伊根町観光案内所に配置した。2016年8月より、それまで外国人からの宿泊予約依頼は施設紹介のみに留めていたものを、外国人とのEメールによる宿泊予約の代行サービスを開始した。これによりホスト、ゲスト双方の課題解決につながり、多くの外国人宿泊希望者に対応できるようになった。また、閑散期の宿泊施設の空室を外国人が埋め、施設の稼働増に繋がっている（表 1.3.3）。

表 1.3.3 外国人宿泊予約代行サービスによる宿泊施設への送客人数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
2016年								10	39	54	74	108	285
2017年	68	83	81	135	139	130	140	96	77	132	172	54	1,307

2016年4月より伊根浦地区（観光案内所）に外国人観光客対応のために専門の人員を配置
2018年4月より伊根町観光案内所が舟屋群の近くに移転

（インバウンド宿泊予約システムの構築）

他方で、新たな問題も発生してきた。伊根町観光協会のメールアドレスにくる内容が多岐にわたることや、何ら事前の調べもなく焦点のない問合せが多く、問合せ内容を絞り込むまでのメールのやりとりが大きな負担となり始めた。そこで、渚泊推進対策では伊根町観光協会のwebサイト（図 1.3.4）に、インバウンド対応（繁体字・簡体字・ハングル語・英語）の宿泊予約システムを構築し、2019年より運用を開始した。宿泊予約システムは外部委託し、人材活用事業による専門人材と共同で構築した。専門人材は、特にwebサイトの仕組みや操作に精通した人材である。



<http://www.ine-kankou.jp/>

図 1.3.4 web サイト「インバウンド宿泊予約システム（多言語対応）」

宿泊予約システムでは、外国人のニーズを「条件の絞り込み」によりある程度絞り込んだ問合せになるようにしていることや、外部予約ページに誘導することで、対応者の負担を大きく軽減できた。

Web サイト予約では、チェックインになっても来ないことや、本当に来るのかといった問題があったが、前日までに連絡してもらうなどの工夫を講じることで解決できた。

（多言語対応の web サイトやパンフレットの制作）

多言語対応の web サイトを制作し、情報発信と体験プランの問合せ・予約の手続きを行うようにした。体験プランの問い合わせや予約は伊根町観光協会への電話やメールによる。伊根浦の紹介や体験、宿泊を紹介する多言語（繁体字・簡体字・ハングル語・英語）のパンフレットも制作（写真 1.3.6）した。パンフレットは印刷製本のほか、web サイトからダウンロードできるようにした。

（外国人観光客受入れ環境整備（グランドデザイン））

増加する外国人観光客を地域主導で効率的に取り入れ、消費活動を促すため、専門家等を招き、目指すべき受入れ環境の姿を示したグランドデザインを策定しているところ。インバウンドの受入れに際して、コミュニケーションをどう図るかなど懸念されるが、一旦受入れてみると、そのような問題もなく受入れが行われている。



写真 1.3.6 多言語パンフレット

(4) 漁港・漁村の施設の有効利用

(舟屋群に囲まれた伊根湾一帯が伊根漁港)

伊根町の南端には、背後は急峻な山、前面は急深な海といった地形的特徴があり、年間を通じ静穏な伊根湾がある。干満の差が少ない等の好条件から全国でも類をみない「舟屋」の景観が形成されてきた。そこはまるで海に浮かぶ集落のような光景である。その特有の景観から、2005年に国の「重要伝統的建造物群保存地区」に選定された。この約230軒の舟屋群に囲まれた伊根湾一帯が第2種漁港の伊根漁港区域である。

「舟屋」は、もともとは舟を格納し、網干し、漁具の保管に使われるなど漁業と密接に関わった建物であった。舟屋の裏に母屋が別棟であり、人は母屋に住んでいた。舟屋は海に向かって妻入り（屋根の八の字が正面）、その後ろの母屋は平入り（屋根が平行な方が正面）である。舟屋と母屋の間の空間は、そこに住む漁師の庭の一部であり、村には道路というものがあった。

戦後には漁船の動力化、大型化により船が入らなくなったことと、船体がFRP化したことで、舟屋に引き上げなくても腐らなくなったこと、さらに核家族化による住宅確保などの事情もあり、1階は漁船漁具の保管、2階に住居を設けるといった形式が一般的になった。生活様式の変化に伴って、舟屋と母屋の空間に道路ができたが、この道路が新たな町並み環境を創出している。

伊根湾沿いに建ち並ぶ舟屋群は、波の洗掘作用や高潮による浸水の影響で、舟屋前面の石積護岸が洗掘および背後用地が沈下することから、護岸の整備が行われている。景観に配慮して、黒っぽく着色した石積み模様のコンクリート護岸である。かなり過去に整備された漁港施設の老朽化については、機能保全計画に基づいた維持補修が行われている。

当区域には日出・高梨・西平田・東平田・大浦・立石・耳鼻・亀山の8漁業集落がある。沿岸域には豊かな漁場が形成されており、大型・小型定置網漁、延縄漁、イカ釣り等が営まれ、湾内ではぶりの養殖のほか、大型クロマグロの畜養も行われている。主な魚種は、いわし類、あじ類、さば類、ぶり類、たい類、いか類である。

伊根漁港の朝7時、操業を終えた漁船が帰港する。それを知らせる町内放送が流れ、近所の舟屋の宿の女将さんやお母さんたちがバケツを持って集まる。伊根には魚屋がないため、ここに買いにくる。フィッシュポンプで陸揚げされ、選別台で載せられた魚は、お母さん達によって、選別される。選別が終わり一定量になったものは、タンクごとフォークリフトで保冷車に積み込まれ搬出される。近所のお母さんたちが集う、浜売り、このいつもの、当たり前の光景だが、朝散歩で訪れる観光客は非常的なものとして体感できる。

(水際に建ち並ぶ舟屋の宿泊施設と舟屋風レストラン)

2019 年現在、農林漁業体験民宿が 16 軒あり、うち 13 軒は舟屋を使用したものである。泊食分離により、2017-2018 年に 2 軒のレストランが舟屋群に整備されたところである。こうした施設を利用することで、伊根浦特有の宿泊、体験そして食を水際で楽しめる唯一の漁港・漁村(図 1.3.5)である。



図 1.3.5 舟屋群のある漁港・漁村-保存と持続可能な利用

(伊根漁港・集落と不可分の舟屋群の保存・利用)

舟屋群は、伊根漁港と背後の漁村集落と不可分のものである。舟屋群を通じて、歴史的に漁業と生活、文化が密接に関わり、持続可能な環境社会を形成されてきた。全国でも類をみない舟屋群を保存していくことは、地域の存続に関わる重要なことであると同時に、こうした特有の地域資源を活用し観光と連携させた渚泊を推進することで地域経済の活性化が期待される。

1.4 一般社団法人若狭三方五湖観光協会

(1) 組織・運営体制と取組内容

(背景・目的)

一般社団法人若狭三方五湖観光協会は、まちづくり推進、経済の発展のため、1964年に三方町観光協会が設立された。その後、2005年の市町村合併により、若狭三方五湖観光協会と名称を変更し、旧三方町と旧上中町の観光振興を行っている。若狭町の海・湖・川・里・歴史や若狭湾で獲れる新鮮な魚介類、特産品の福井梅、米や野菜などの農作物にも恵まれており、これらをPRすることで、観光客の誘致を図り、雇用の確保や町の活性化につなげることを目指す。

(組織・運営体制)

本協会の組織・運営体制を図1.4.1に示す。協会は、各地区の観光組合長らからなる役員18名、職員5名で運営され、会員は町内の宿泊施設（漁家民宿等）、飲食店、土産店や観光施設の事業主らである。1990年から教育旅行として受入れている若狭三方五湖わんぱく隊の専属として職員5名のうち2名が配置されている。2017年以降は、町役場からの出向者のいないプロパー職員だけによる運営が行われている。

(主な取組内容)

① 総合的な観光宣伝活動

多くの方に若狭町を訪れ、泊まり、食事をしてもらうため、紙媒体を利用した情報発信、ホームページやソーシャルネットワークシステムを利用して情報発信。若狭への

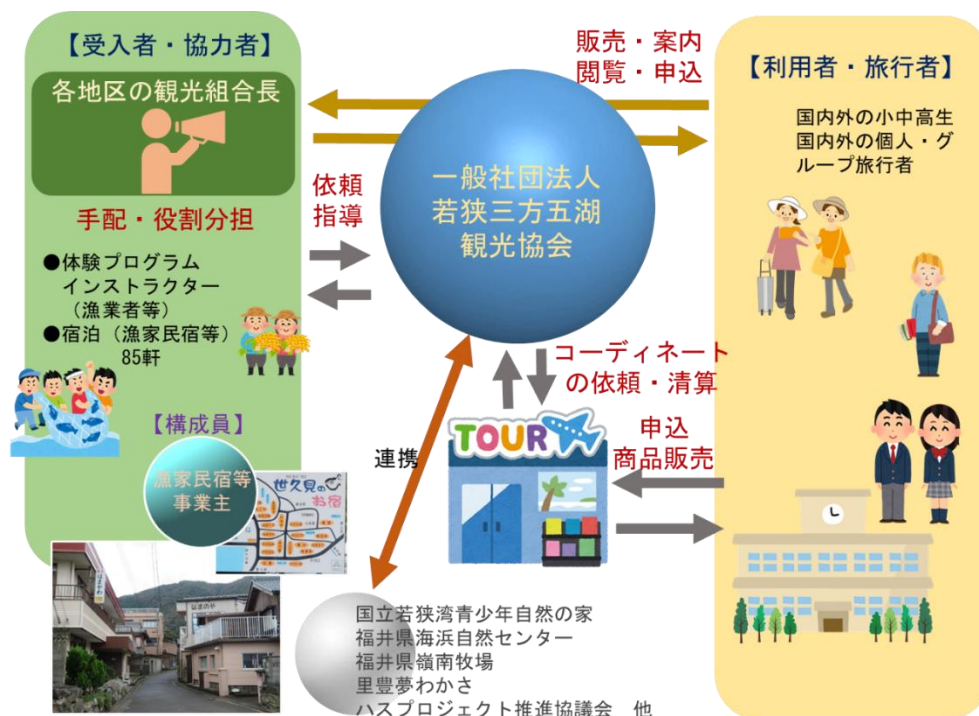


図1.4.1 組織・運営体制

誘客としては、京阪神地方、中京地方が大きなターゲット地域となるため、それらの地域のマスコミに対して町の特産品をPR。

② 総合的な観光宣伝活動

多くの方に若狭町を訪れ、泊まり、食事をしてもらうため、紙媒体を利用したの情報発信、ホームページやソーシャルネットワークシステムを利用して情報発信。若狭への誘客としては、京阪神地方、中京地方が大きなターゲット地域となるため、それらの地域のマスコミに対して町の特産品をPR。

③ 教育旅行活動

1990年から漁業体験を中心とした教育旅行を受入れ、各集落の漁家民宿に分宿（写真1.4.1）。一般の宿泊客の閑散期でもある5月下旬～7月上旬にかけて行われ、現在は毎年約40～50校、約5,000～6,000人の実績。新規利用校の獲得のため、旅行会社訪問や直接学校訪問などの営業活動を行うとともに、教育旅行の実施においては学校との連絡調整、当日の運営補助を行う。

④ 物販活動

若狭町の特産品の販売や友好都市でのイベントがある際に出店し梅干しなどの特産品の販売や観光PR。

⑤ 三方駅、道の駅等の指定管理者

⑥ その他（レンタルサイクル）



写真 1.4.1 海の体験学習・里の体験学習（教育旅行）の様子

（宿泊・体験受入れ先）

町内の宿泊施設（2018年時点）は、ホテル・旅館2軒、漁家民宿79軒（図1.4.2）、農家民宿等4軒である。本協会の主要事業であるわんぱく隊の宿泊先としては、1地区集落に1校としており、1校の規模は50～200人であることから、これを満たす地区は多くの漁家が所在する5、6地区（集落）に限られる。また、経費上の理由や多様な体験ニーズに対応する必要から、国立若狭湾青少年自然の家、福井県海浜自然センター、福井県嶺南牧場里豊夢わかさやハスプロジェクト推進協議会等との連携を図っている。

（2）活動のきっかけから、立ち上げ、成長・発展

【きっかけ・立ち上げ】「漁師としての仕事、生業の海を子供達に伝えたい」との思い

若狭町は、若狭湾をはじめラムサール条約に登録された三方五湖や三十三間山、名水百選に選ばれた瓜割の滝、新鮮な魚介類などの豊かな資源に恵まれた地域。1980年代、未だ

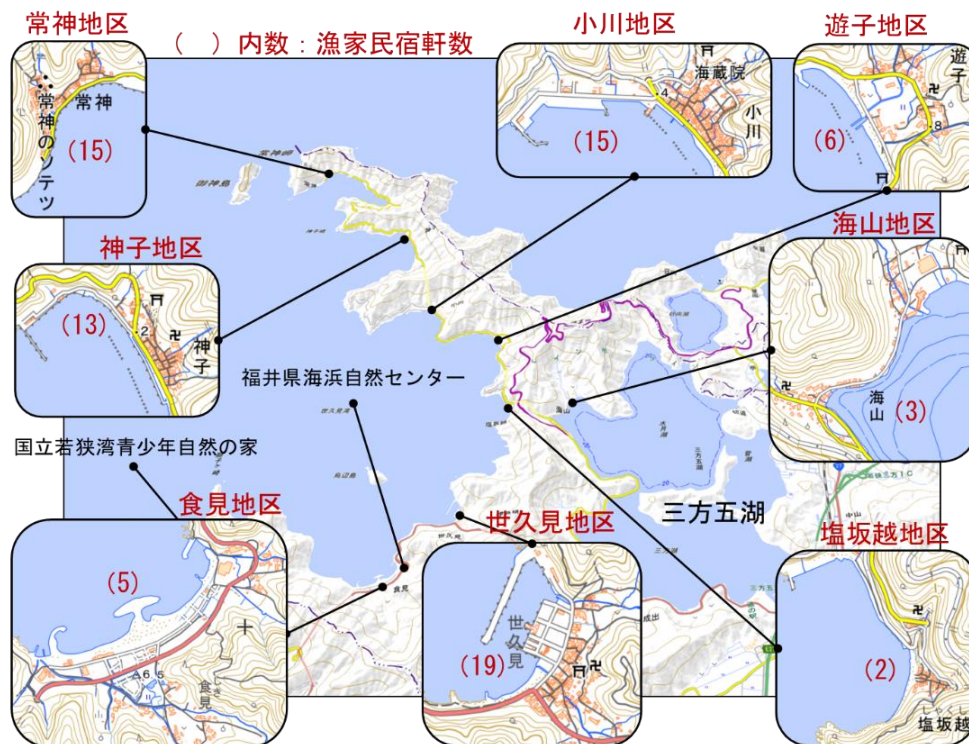


図 1.4.2 各地区（集落）に所在する漁家民宿

「海水浴ブーム」が続いており、日本全国から多くの観光客が若狭の海に来訪していた。その活況により、漁村には「漁師民宿（漁家民宿）」が数多く現れていたが、同時に漁村の高齢化、後継者不足が少しずつ進行していた。漁師であり民宿を経営していた神子地区の観光組合長が「漁業はこれから衰退していくであろう、新しい世代を育てる体験型の取組が必要である」との思いとともに、「漁業者も漁業と民宿を兼業しており、どちらの経営も厳しくなるであろう」と危機感があった。

1990 年、旅行会社から若狭三方五湖観光協会に対して「岐阜県内の中学校の大敷網漁の見学」という体験型の旅行の受入れについての問い合わせがあり、神子地区での漁業体験学習（教育旅行）の取組「若狭三方五湖わんぱく隊（海の体験学習）」が始まった。まだ民宿を利用する一般客がいたことから、体験型旅行の受入れに参画する漁家民宿や地区は限られていた。「漁師の海」に他者が入り込むことは前代未聞、子どもたちに漁業を教えることも初めてのことであったが、「漁師という仕事、生業としての海を子どもたちに伝えたい」という思いが地域や学校関係にも伝わり、以降、受入れ地区も神子地区→世久見地区→小川地区へと拡大していくとともに、学校数、受入れ人数が増加していった。

【成長 1】教育旅行「わんぱく隊」の充実、一般客ツアーの充実

従来のわんぱく隊「海の体験学習」の体験内容は、アジの開き体験、大敷網の見学、魚釣りの 3 プログラムであったが、2002 年に「かみなか農楽舎」に設立された農業体験を中心とした「里の体験学習」も加わり、「若狭三方五湖わんぱく隊」の内容が充実し、海、里、湖での自然体験を田舎の達人たちがゆっくりと案内をする商品が誕生した。この

ころになると、既に表 1.4.1 に示す 24 の体験プログラムが商品化されており、これらと宿泊を組み合わせて、町内での 2～3 日間程度の体験コースを作成していた。

本観光協会の設立以降取り組んでいる一般客向けツアーについても、その充実と誘客が行われた。2000 年頃からは、地元の観光事業者とともに若狭ならではの体験ツアーの造成にも取り組み、「うなぎ獲り体験」「養殖のフグ釣り体験」「野草摘み取り体験」などを実施してきた。また、2007 年に一般個人客向けツアー「若狭三方五湖まるかじりツーリズム」を開始した。

これらのプログラム実施には、農林漁業はもちろん環境教育や地域史学習などの専門的知識を必要とするものも多いことから、地域内連携が求められる。そこで、国立若狭湾青少年自然の家、福井県海浜自然センター、福井県嶺南牧場、NPO 法人里豊夢わかさ（里地里山保全活動）やハスプロジェクト推進協議会（三方五湖の環境保全活動）等との相互協力のもと、ツアー受入れを行っている。

表 1.4.1 体験プログラム（わんぱく隊）

分類	体験プログラム		
漁業・漁村体験	1 大敷網漁見学体験	2 水揚げ見学体験	3 干物づくり体験
	4 養殖魚の餌やり体験	5 海釣り体験	6 漁師との語らい
	7 カッター、漁船で漁村に	8 磯観察体験	9 海藻おしぼり体験
	10 ビーチコーミング体験	11 スノーケリング体験	12 ダイビング体験
	13 カヤック体験		
農業・農村体験	14 田植え・稲刈り体験	15 野菜収穫	16 農産物加工体験
	17 炭焼き体験	18 農村生活体験	
特産品づくり	19 梅ジュースづくり体験		
自然体験	20 三方五湖クルージング	21 三方五湖サイクリング	22 三方五湖トレッキング
クラフト	23 勾玉づくり体験	24 工作体験	

（漁協および漁業者らの役割）

若狭湾では、若狭三方漁業協同組合の 4 統の大型定置網（世久見定置網組合、常神須崎定置網組合、神子定置網組合、小川大敷網組合）を中心に刺網、釣り、採介藻など様々な漁業が営まれていることや、漁師が民宿を兼業していることで、わんぱく隊の体験プログラム「大敷網漁見学体験」「水揚げ見学体験」「海釣り体験」「漁師との語らい」などにおいて、組合や漁業者個人として体験プログラムの準備やインストラクターとして関わっている。また干物づくり体験では地域のおじいさんやおばあさん、宿泊ではご婦人がたが大きな役割を果たしている。

【成長 2】外国人観光客の誘致と受入れ

2007 年から外国人観光客の誘致に取り組んでいる。海外（台湾、香港等）で開催される日本政府観光局の主催する旅行展示会、現地説明会に行政部局（県）とともに参加し、地域の PR とともに旅行商品を紹介する。当初は、一般個人客が 200 人程度であったが、次第に一般団体ツアーも来るようになり、多い時には 1,000 人近くの外国人が来訪者している。2010 年からは教育旅行の来訪もあり、台湾や香港から中高生の修学旅行の団体も来るようになった。

受入れに際して、コミュニケーションをどう図るかなど懸念されたが、教育旅行では海外の旅行代理店が添乗と通訳を兼ねて同行しており、受入れ民宿側や体験のインストラク

ターと子供たちの間のコミュニケーションに問題は生じていない。また個人宿泊客についても、宿泊施設側との意思疎通には図られているとのことである。

外国人観光客の受入れにより、生業としての農林漁業・第一次産業が、大切な日本文化のひとつであるということ、その若狭町の第一次産業が危機的状況にあるということに地域が気づくとともに、田舎の文化、“地域の誇り”をより強く持てるような若狭三方五湖となることを目指したいという思いを強くすることとなったとの認識が生まれている。



<https://www.facebook.com/wakasaPR/posts/2332647633482612> より引用

写真 1.4.2 香港からの修学旅行生の受入れの様子

【打開・発展】

（宿泊施設および宿泊者数の動向）

県内の宿泊施設および宿泊者数の推移を表 1.4.2 に示す。福井県全体のホテル・旅館への宿泊者数は横ばいだが、民宿への宿泊者数は増加傾向にある。若狭町のホテル・旅館、民宿の軒数は 3 分の 2 に減少しているが、入込観光客数は増加している

表 1.4.2 ホテル・旅館、民宿軒数等の推移

	福井県						若狭町				
	宿泊者数(人)		ホテル・旅館		民宿		ホテル・旅館		民宿		全体 入込観光客数 (人)
	ホテル・旅館	民宿	軒数 (軒)	収容人員 (人)	軒数 (軒)	収容人員 (人)	軒数 (軒)	収容人員 (人)	軒数 (軒)	収容人員 (人)	
2006	1,254,000	1,245,000	76	11,626	915	33,541	1	49	130	4,630	1,512,000
2007	1,229,000	1,160,000	76	11,671	904	33,772	1	49	130	4,581	1,594,000
2008	1,237,000	1,304,000	74	11,468	910	35,237	1	49	126	4,729	1,434,000
2009	1,085,000	1,380,000	74	11,457	852	32,486	2	172	119	3,649	1,475,000
2010	1,084,000	1,454,000	71	11,021	811	31,584	2	172	110	3,374	1,357,000
2011	1,083,000	1,394,000	68	10,840	810	31,960	2	172	108	4,083	1,216,000
2012	1,170,700	1,311,800	62	10,855	782	30,584	2	172	108	4,083	1,259,000
2013	1,059,500	1,560,200	57	9,895	756	29,868	2	172	102	3,973	1,301,000
2014	1,092,000	1,611,200	55	9,586	740	29,351	2	172	97	3,793	1,554,000
2015	1,192,500	1,577,200	53	9,368	717	28,718	2	172	97	3,793	1,777,000
2016	1,169,000	1,667,000	52	9,042	675	26,883	2	172	95	3,703	1,725,000
2017	1,135,000	1,810,000	51	8,805	645	26,355	2	172	96	3,748	1,661,000
2018	1,298,000	1,872,000	54	9,269	612	24,448	2	172	83	3,248	1,833,000
2018/2006	1.04	1.50	0.71	0.80	0.67	0.73	2.00	3.51	0.64	0.70	1.21

福井県観光客入込数（推計）より作成

【宿泊施設数（2018年）の内訳】

漁家民宿	79軒
農家民宿他	4軒
ホテル・旅館	2軒

（宿泊・体験の受入れ実績）

宿泊・体験の受入れの取組とその実績を表 1.4.3 に示す。国の施策として、都市と農山漁村の共生・対流や子ども農山漁村交流プロジェクトが創設される 10～20 年近く前の

1990年に、漁村の高齢化、後継者不足が徐々に進行する中、漁業と民宿を兼業する漁師が、漁師としての仕事、生業の海を子供達に伝えたいとの思いから始まった海の体験学習は、さらに里の体験学習が加わったことで教育旅行の受入れが拡大し、インバウンドも含め比較的安定した事業が運営されてきた。

近年、教育旅行については毎年度約40～50校、約5,000～6,000人、インバウンドについては、毎年度1～5校、一般客200～1,000人を受け入れている。

表 1.4.3 宿泊・体験の受入れの取組とその実績

国全体の活性化施策	取組・活動（プログラム作成・誘客・受入れ）	受入れ実績	
		教育旅行	インバウンド
	1964 ■若狭三方五湖観光協会設立		
	1986 ■第2種旅行業登録		
■漁村の活性化	1990 ■「海の体験学習（漁業体験）」開始	1校（約100人）	
	1991		
「若狭三方五湖わんぱく隊」			
	1995		
	1996		
	1997		
	1998		
	1999		
	2000 ■地元観光事業者との体験ツアーの造成	学校数と生徒数が漸増	
	2001 ■「里の体験学習（農業体験）」開始		
■「都市と農山漁村の共生・対流」開始	2003		
	2004		
	2005		
	2006		
	2007 ■「若狭・三方五湖 まるかじりツーリズム」開始 ■外国人客の誘致		
■「子ども農山漁村交流プロジェクト」開始	■受入れ開始	約8,000人（ピーク）	
	2009		
	2010		
	2011		
	2012	毎年度 約40～50校	毎年度 一般客200～1,000人
	2013	約5,000～6,000人	教育旅行1～5校 ※年度で変動
	2014		
	2015		
	2016 ■（農泊（若泊）推進対策事業）開始		
	2018	約4,000人	

（漁家経営：漁業と民宿業）

若狭湾へ突き出た常神半島周辺では、4統の大型定置網を中心に刺網、釣り、採介藻など様々な漁業が営まれ、サワラやハマチ、マアジなど様々な漁獲物が水揚げされている。水揚げ量は1,150t前後で推移しているものの、魚価低下などにより水揚げ金額は上がっていない。漁業収入の伸び悩みから、漁業経営は厳しい状況にある。民宿業を兼業する漁家が多いが、海水浴や新鮮な地魚料理を目的に来訪する観光客が減少傾向にあり、漁家経営の悪化に拍車をかけている。漁業や民宿の後継者不足も深刻な影響を及ぼしている。

（新たな課題）

宿泊施設や宿泊者数の動向、宿泊・体験の受入れ実績、漁業や民宿業による漁家経営の状況を踏めて、新たな課題として福井県や若狭町に来訪する観光客を民宿へ誘客する、新たな顧客を誘致していく、漁家民宿の継続や新たな開業を支援していくことが一層重要となってきた。

【解決策】web サイトでの情報発信と地魚の利用促進

（主な取組内容）

- ① web サイトによる情報発信とネット予約

漁家民宿の間では、独自の web サイトを設け情報発信を行うとともに、ネット予約（web サイト申込み）で顧客の窓口を広げるなどの動きも出ている。2019 年 11 月時点では、漁家民宿 79 軒のうち web サイトを設けているのが 52 軒あり、そのほとんどはネット予約が可能である。

② 浜の活力再生プラン（若狭三方地区（2016-2020 年度））

i. 魚価の向上として、漁家民宿などでの地魚の利用促進・観光事業とのタイアップ
漁協は、地魚の安定供給システムを活用して、漁家民宿や近隣的大型宿泊施設などへの出荷量を順次増やし、販売額の増加による 漁業所得の向上を図る。

ii. 関連機関との連携として、地魚、加工品の PR

近年、交通網が整備され、関西圏、中京圏からの来訪者が増加すると見込まれることから、県や町、観光協会などと連携してサワラなどの地魚 PR イベントの開催、加工品の開発、魚離れの著しい若年層向けの魚さばき教室（若手漁業者で構成する若狭三方水産研究会）などを行い、若狭の魚の価値と魅力を一層高める。

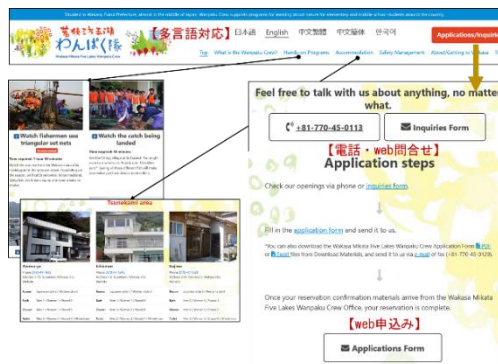
(3) インバウンドへの対応

（web サイト申込み・問合せと英語翻訳表示）

協会の web サイト（図 1.4.3）では、多言語で活動の概要や町の紹介、体験や宿泊等について紹介を行っている。また、わんぱく隊（教育旅行）については電話または web サイトでの問合せと web サイトでの申込み対応を行っている。しかしながら、実態は一般個人客で直接 web サイトを見て問合せや申込んでくる観光客は別として、教育旅行など団体や一般個人客が海外の旅行代理店を通じて問合せや申込みをしてくる場合がほとんどである。このことからインバウンドの誘致については、これまでの実績を踏まえると、海外で開催される旅行展示会、現地説明会に参加し、直接海外の旅行代理店に PR するのが効果的であることが明らかになっている。この場合、多言語対応の web サイトは、教育旅行など団体旅行の場合は、海外に対する情報発信の役割が大きい。



<http://www.wakasa-mikatagoko.jp/>



<https://www.wanpakutai.com/en/>

図 1.4.3 web サイト「申込み・問合せ（多言語対応）」

受入に際し、海外旅行代理店と協会の調整や、外国人客と体験インストラクターおよび漁家民宿側とのコミュニケーションが懸念された。しかしながら、これまでのところでは、海外旅行代理店側の担当者が日本語対応できたことや、通訳を兼ねた担当者を添乗員

として同行させたことで、言葉の差違による問題はなかった。また来訪者と受入れ側の当事者間でも意思疎通に支障はなかったとのことである。

(4) 漁港・漁村の施設の有効利用

(海の体験学習のための漁港と歴史・文化の漁村)

若狭湾の入り江には、5つの第1種漁港（常神、神子、小川、塩坂越、世久見）を中心に8つの漁業集落（常神、神子、小川、塩坂越、世久見、遊子、海山、食見）が所在する。かつては、海路か山越えの道が漁業集落と外を結ぶ唯一の連絡手段であった。海と山の自然にはぐくまれた生活と生業が一体となった漁業集落であり、家々や人のつながり、相互扶助とまとまりが強い。このことから、集落から選出された観光組合長の下で、漁業者や住民が役割分担し体験のインストラクターや宿泊の受入れを集落全体の理解と協力の上で行っている。



図 1.4.4 海の体験学習の漁港と狭い路地・古民家・漁家民宿の漁村

漁港およびその周辺では各種体験が行われ、宿泊する漁家民宿もこれら漁港背後の集落である。世久見の場合を図 1.4.4 に示す。漁港が整備されていることで、安全な漁業が確保されている。また海岸保全施設（離岸堤や護岸）により高波や浸食から漁業集落が防護されているとともに、夏場の海水浴場を維持している。防波堤を利用した「海釣り体験」、荷捌き所での「水揚げ見学」、世久見漁港沖での「大敷網漁の見学」、「養殖生け簀への餌やり体験」など漁港施設を有効利用することで、漁港は安全な海の体験学習の場を創出している。

狭い土地に住居や建物が集居・密居する集落には、狭い路地・曲がり路地、急な坂の路地があり、家と家の軒先が近いあるいは重なり合うなど、独特な景観を創出している。集落の生活や歴史・文化に深く根差したお寺や神社などもある。こうした集落の路地歩きは、集落にとってはありふれた日常的なことであるが、旅行者には興味深いものとなっている。

1.5 対馬グリーン・ブルーツーリズム協会

(1) 組織・運営体制と取組内容

(背景・目的)

2005年、対馬に移住したナチュラリストの働きかけにより、対馬での学びの場づくり、「対馬学」の体系化に向けた活動が開始され、対馬グリーン・ブルーツーリズム協会（対馬G・B協会）が設立された。これを機会に、自然環境や伝統技術・文化を後世に繋ぎ、持続可能な社会を実現するため、対馬での暮らしや体験を通じて自然の恵みを巧みに活用する技術と知恵を身に着けた人材を育成し、持続可能な社会の実現を目指す価値観の醸成を図ること、および対馬の自然資源や人文資源などの地域資源を活かした産業を育成し雇用を創出することで、環境保全および地域振興に貢献することを目指す。

(組織・運営体制)

本協会の組織・運営体制を図1.5.1に示す。構成員は、農泊（渚泊）会員（農林漁家民宿）、体験会員（市民団体等）、対馬市農林しいたけ課であり、事務局は一般社団法人対馬里山繋営塾（当初は一般社団法人MIT）である。会員の農林漁家民宿の受入地区の状況を図1.5.2に示す。対馬の4エリアにおいて32軒が民泊を受け入れしている。長崎県対馬振興局地域づくり推進課とは教育旅行の誘致活動、農泊（渚泊）の活用促進、ラド観光（株）とは販売委託、広報で連携、九州大学決断科学センターと長崎県立大学とはプログラム共同開発として連携している。

2016年に事務局を一般社団法人が担うことで民営化され、自立運営が行われている。活動の中核は、事務局の一般社団法人対馬里山繋営塾である。本法人の活動の目的と内容を図1.5.3に示す。観光・体験の案内や宿泊の斡旋など、総合的な窓口としての役割を果たしている。問い合わせや予約の手続きはワンストップ化されている。事務局には、国内旅行業務取扱管理者が配置されている。

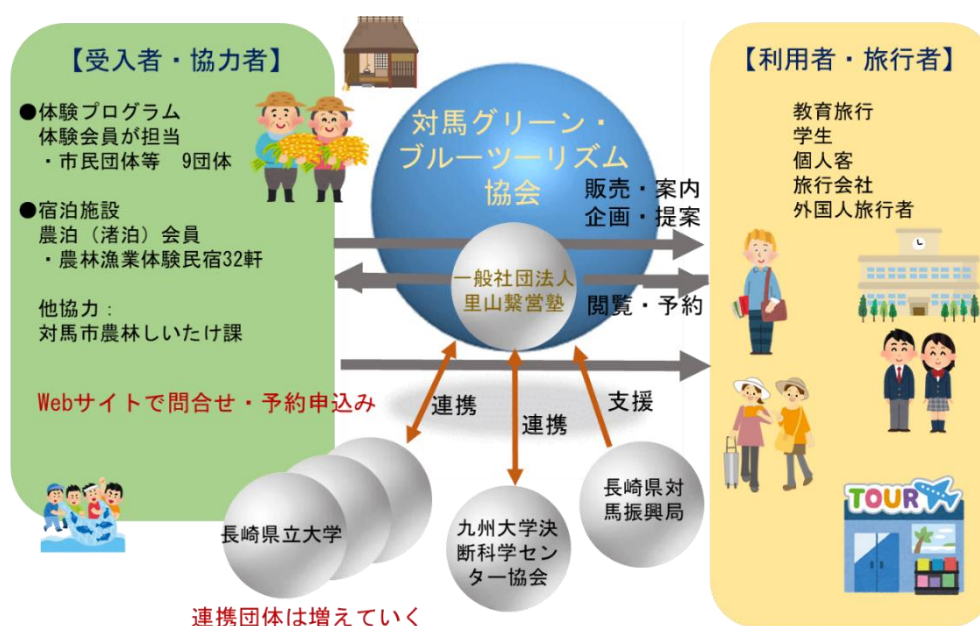


図 1.5.1 組織・運営体制

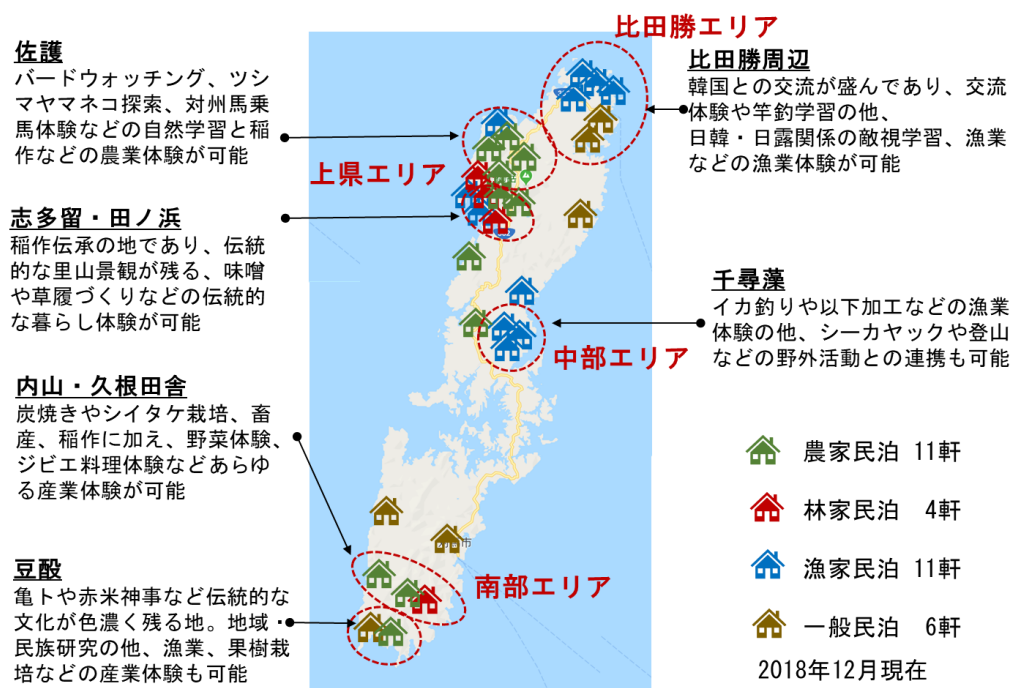


図 1.5.2 民泊マップ（対馬 G・B 協会の会員）

一般社団法人
対馬里山繋営塾

2018年5月設立
(2013年10月)

【理念】

自然の仕組みを熟知し、そこから恵みを頂いてきた人々の営み。そしてその営みが作り出す「里山」という環境。日本が世界に誇るその関係性を、しっかりと後世に伝え、残していきたい。長い歴史の中で培われてきた自然とともにある人々の「営み」を、後世へと「繋ぐ（つなぐ）」という思いを込めて、繋営塾（けいえいじゅく）と名付ける。

里山繋営塾が目指す環境保全は、地域の活性化を図ることで、ヤマネコ「も」住める地域づくりを進めること。人が自然かの二極対立ではなく、人の暮らしの中で意識せずとも生きものが育まれる、そんな地域を作りたいとの思い。

（活動体制の変遷）

- ・ 2011年 地域おこし協力隊生物多様性保全担当として、川口氏が対馬に移住
- ・ 2012年 活動拠点を志多留に移し、第1回「島おこし実践塾」を開催
古民家再生、都市漁村の交流活動、田舎暮らし体験ツアーを開始
- ・ 2013年 川口氏らは中心となって、一般社団法人MITを設立
対馬市域学連携事業の拠点として志多留でインターンの受入開始
志多留地区活性化協議会を発足
- ・ 2014年 耕作放棄地を再生した水田で「田んぼのオーナー制度」開始
- ・ 2016年 志多留地区活性化協議会から「対馬里山繋営塾」に改称
- ・ 2018年 繋営塾を一般社団法人化
対馬グリーン・ブルーツーリズム協会の事務局を担当

図 1.5.3 一般社団法人対馬里山繋営塾の概要

(主な取組内容)

- ① 個人客に対して“農泊に泊まろう”(写真 1.5.1)
 - ・農泊に泊まる 農家や漁師のお家に泊まる「農泊」
 - ・農山漁村体験を体験する 農山漁村体験、郷土料理体験＋農泊のセット
 - ・自然と遊ぶ 対馬の自然を満喫する
 - ・農泊ツアー「対馬を暮らす旅」 農泊＋体験＋観光のセットツアー
- ② 学校・旅行会社に対して“農泊型教育旅行”
 - ・農泊型教育旅行 農家や漁家などに泊まる農泊型教育旅行
国境離島ならではの教育コンテンツ
 - ・対馬が誇る教育コンテンツ
ツシマヤマネコの保全を軸とした環境教育
大陸との交流と国防の歴史を軸とした国際交流・平和学習
離島だからこそ残る文化・風習を学ぶ暮らし体験
 - ・モデルコース(2泊3日)
 - ・受け入れ体制
対応可能な農泊軒数、下見、安全管理など
- ③ 大学生に対して“「しま」を学ぼう”

「対馬は、まさに日本の縮図です。ここ対馬で学び、研究し、日本の未来を考えよう！」

国境の島ならではの地域資源がたくさん
文化・信仰・風習が、未だに残っている
対馬は、課題先進地域でもある

 - ・対馬で地域づくりを学ぶ「島おこし実践塾」
3泊4日の合宿(農泊)型セミナー
 - ・森海里の生物多様性と地域振興を考える「里山繋営塾」
5泊6日の合宿(農泊)型セミナー
 - ・農泊に滞在して研究しよう
 - ・対馬市域学連携事業「フィールドキャンパス対馬学舎」
対馬全体を複数の大学のサテライトキャンパスに見立て、地域づくりを行う



農泊・渚泊体験



防波堤からの釣り体験



魚のさばき方体験

写真 1.5.1 体験等の状況

(2)活動のきっかけから、立ち上げ、成長・発展

【きっかけ・立ち上げ】対馬での学びの場づくり、「対馬学」の体系化

対馬に移住（2002年）したナチュラリスト（鳥類研究家）の発起により、2005年に対馬グリーン・ブルーツーリズム協会が設立した。本協会は、対馬での暮らしや体験を通じて自然の恵みを巧みに活用する技術と知恵を身に着けた人材を育成すること、および対馬の地域資源を活かした産業を育成することで、環境保全と地域振興に貢献することを目的とする団体であり、発起人の働きかけにより6軒の農林漁業体験民宿が誕生した。さらに「島全体博物館構想」を打ち立て、対馬での学びの場づくり、「対馬学」の体系化に向けた活動が始まった。しかし、2010年に発起人が他界し、協会の活動が停滞した。また以降、事務局が対馬市農林しいたけ課内に移動した。

2011年に地域おこし協力隊として着任した移住者による志多留地区活性化協議会（里山繋営塾の前身）が発足した。2013年には川口氏らにより一般社団法人MITが設立した。

【成長】農林漁家民宿の普及拡大と事務局の民営化

農林漁家民宿登録軒数の推移を図1.5.4に示す。2013年度から3年間、長崎県グリーン・ツーリズム受入体制協会事業により、農林漁家民宿について地区説明会の開催や関心を持つ住民への聞き取り、登録申請手続きの支援などを行ったことで、登録軒数が13軒増加した。また2014年に事務局の民営化に向けて、価格やサービス基準の統一、安全&衛生管理体制等の整備が行われた。2016年には事務局が民営化（一般社団法人MIT）され、2015年度以降、登録軒数が13軒増加した。2016年、「志多留地区活性化協議会」が「里山繋営塾」に改称（2018年に一般社団法人化）。2017年、対馬グリーン・ブルーツーリズム協会の事務局の自立運営が実現するとともに、2018年には、一般社団法人対馬里山繋営塾が対馬グリーン・ブルーツーリズム協会の事務局となった。

農泊（渚泊）宿泊者数の推移を図1.5.5に示す（図中に示す2014年以前の数値と集計されたものはデータとして見当たらない）受入体制が拡大するとともに事務局が民営化（一般社団法人MIT）されてからは、農泊（渚泊）宿泊者数（事務局幹旋分）は増加している。

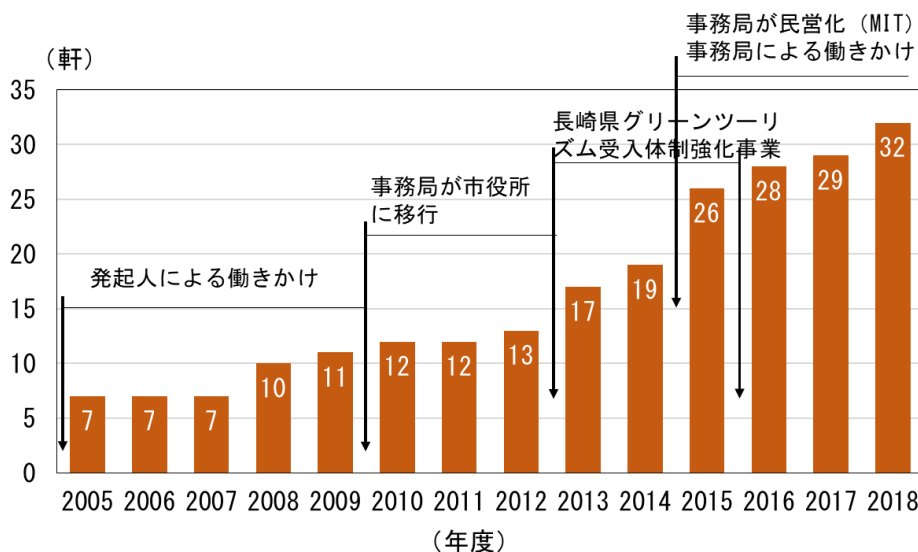


図 1.5.4 農林漁家民宿登録軒数の推移

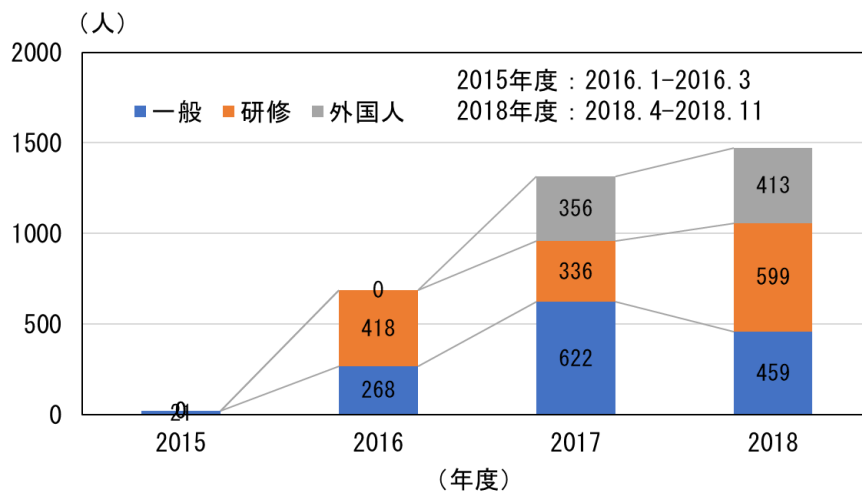


図 1.5.5 農泊（渚泊）宿泊者数の推移

【打開・発展】渚泊推進対策事業の実施 (課題)

韓国人観光客が増加している一方で、日本人観光客は伸び悩んでおり、ユネスコ世界の記憶、日本遺産、アルカ(味の箱舟)などに認定された貴重な地域資源があるにも関わらず、十分に活かしきれていないのが現状である。地域の資源を活用し、安定した国内観光客を呼び込むことが課題である。

(解決策)

協会では渚泊推進対策（2017・18年度）として、“国境の島という特徴をいかし、農林漁家への民泊と体験を通じて、国内外からの交流人口の増加と農林漁家の所得向上”を目指すこととなった。大陸との懸け橋として、日本文化や産業のルーツが存在しているという対馬独特の歴史的背景を活かし、農泊（渚泊）を活用した教育旅行の受け入れや学習意欲の高いアクティブシニア層の取り込みを図り、交流人口の増加および、農林水産業従事者の所得向上を図る。また、国境の島であるという地理的条件を活かして、インバウンドの増加を図る。

(2017・18年度渚泊推進対策の主な取組内容)

① 農泊（渚泊）を活用した着地型観光商品の開発とプロモーション

農林漁家への民泊と体験を組み込んだ「対馬を暮らす旅」、国際交流体験を取り入れた「国境をつなぐ旅」や教育旅行商品として「原点を学ぶ旅」など農泊（渚泊）を活用した着地型観光商品の開発とプロモーションを行う。

② 着地型観光受入のための体制整備

着地型観光受入のための体制整備として、ホームページの更新など情報発信体制の強化・多言語化（英語、韓国語）、問合せや申込みの手続きの一元管理化、サービス向上および経営力強化に向けた研修を実施する。

③ 人材活用

web サイトの更新、SNS 情報発信、外国人対応窓口（英語、韓国語）、ツアーガイドのための人材活用（研修生）。

(2) インバウンドへの対応

渚泊推進対策として、web サイトを制作（図 1.5.6）し、多言語化（英語、韓国語）と、問合せや予約の手続きのワンストップ化を行い、これを公開（PC・スマホ対応）した。同時に、情報発信やweb サイトへのアクセスを高めるため、Facebook を立ち上げた。

問合せや予約の手続きについては、web サイトでの対応にしたことにより、英語・韓国語対応の専門の人を配置することが必要なくなった。



<https://www.facebook.com/tsushimagbt/>

<http://tsushima-gbt.com/>

図 1.5.6 対馬 G・B 協会の web サイト（PC・スマホ対応：多言語対応）

1.6 NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会

(1) 組織・運営体制と取組内容

(背景・目的)

NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会は、小値賀町の特徴を生かした多様な農村漁村のアイランドツーリズム（島暮らし体験）の推進を目指し、体験型観光の担い手の養成、地域に伝わる食文化や生活文化の伝承並びに自然環境保全や島の魅力再発見の形成とともに、企業や行政とのパートナーシップを促進し、地域振興並びに外国や都市と島の交流に寄与することを目指す。

(組織・運営体制)

本協会の組織・運営体制を図 1.6.1 に示す。本協会は、専任スタッフ 9 名、うち地域おこし協力隊員 4 名、地元と移住者が半々である。業務は、総務・企画、旅行事業および自然学塾村・野崎島管理に大きく分かれている。会員は、旅館、民宿、民泊民家、海産物屋、飲食店および役場関係者ら 85 名または団体である。2008 年に町からの経済的支援のない自立運営を実現している。



図 1.6.1 組織・運営体制

(ビジョン)

アイランドツーリズム（島暮らし体験）を通して、

- i. 私たちが日常島に暮らして感じる、島ならではの「よろこび」を伝えたい
- ii. この島で暮らしの糧を得るしくみをつくり、「外貨を稼ぎ」雇用を生み出す
- iii. 元気であることは、私たちの「ふるさと」を未来に伝えること
- iv. 島に住む、島を訪れる人人とともに、再生し、未来へ残し、伝承したい

(主な取組内容)

観光をとおして小値賀の魅力を伝えるため、小値賀のワンストップ窓口として観光案内から、自然体験、民泊、古民家事業など、旅を総合的にプロデュースする。

① 島旅コンシェルジュ

島に旅して「島暮らし」を楽しみたい、けれど、移動や食事に不安、など宿泊、観光、体験、過ごし方ほか、小値賀の旅についての相談にスタッフ一同が「おちか島旅コンシェルジュ」として、「お客さまだけの島旅づくり」をサポート。島の観光のプロが、島旅を案内。問い合わせにはメールや電話で対応。

② フェリーターミナル観光窓口

小値賀島の玄関口「小値賀港」のフェリーターミナル内にある観光窓口・売店を運営。

③ 民泊事務局

島の一般の家庭にホームステイする「民泊」は小値賀の島暮らし体験の柱。民泊受入れ家庭（民泊部会）の窓口として、運営、広報活動等を実施。

④ 古民家事業運営

島に点在する古民家を改修した「古民家ステイ」「古民家レストラン藤松」「ゲストハウス小白山」の運営、広報活動等を実施。

⑤ 自然体験事業

ネイチャーガイド、インストラクターなど

⑥ 子どもキャンプ宝島、島らいふ

⑦ 修学旅行、視察研修旅行受入れ

⑧ ターミナル内売店運営

⑨ 野崎島自然学塾村指定者管理委託事業

⑩ まちづくりにかかわる地域振興活動事業

(2)活動のきっかけから、立ち上げ、成長・発展

【きっかけ・立ち上げ】このままでは”将来無人島になる”との危機感と”観光しかない”との認識

1990年代中ごろ、人口減少が進む中、このままでは”将来無人島になる”との危機感が高まり、Iターン者が自然と教育の連携した取組による過疎対策として交流の取組を発案する。今までは第一産業にだけ依存していたが、これからは観光しかないと判断し、そのためには、人懐っこさを売りにしようということになった。

1996年に、「小値賀町観光協会」を設立し、観光窓口、観光情報の発信、観光客の受入、物産販売等を行うことにする。1998年、環境省のふるさと自然塾事業を活用して「な

がさき島の自然学校（野崎島自然学塾村）」を開校した。2001 年より自然体験型観光が始まり、子どものための本格的な自然体験プログラム（写真 1.6.1）を提供した。

2006 年、「小値賀アイランドツーリズム協議会」を設立し、GTS、21 世紀まちづくりの補助金を活用して、民泊（農林漁業体験民宿）事業を開始する。農家民宿 7 軒からの始まりである。生業である農業や漁業に関連する作業を基本としながら、波止場で魚釣り体験や郷土料理作り、磯場での生き物観察等のプログラム（写真 1.6.2）を提供した。

【成長 1】観光の産業化と雇用の創出のため、組織の一本化、民間経営とサービス向上

観光の産業化と雇用の場の創出のため、i) 組織の一本化（窓口の一本化、責任の明確化、自立運営）と、ii) 民間経営とサービス向上が必要となった。こうした中、2007 年 2 月、小値賀町へ移住してきた人物を中心とした有志による協議会を母体に、観光協会、島の自然学校等を統合し、「NPO 法人おじかアイランドツーリズム協会」を設立（図 1.6.2）した。

本協会は、小値賀町の特色を生かした多様な農村漁村のアイランドツーリズム（島暮らし体験）の推進を目指し、体験型観光の担い手の養成、地域に伝わる食文化や生活文化の伝承並びに自然環境保全や島の魅力再発見の形成とともに、企業や行政とのパートナーシップを促進し、地域振興並びに外国や都市と島の交流に寄与することを目指すものである。



写真 1.6.1 野崎島自然学塾村



写真 1.6.2 釣り体験



写真 1.6.3 米国 PTP

本協会は、2007 年、体験事業、民泊事業及び観光情報の案内に関するワンストップ窓口となった。民泊により町への観光客が増加し、年間旅行取扱人数は約 400 人、受入民泊（農林漁家民宿）軒数は 30 軒に拡大した。2007 年、2008 年に米国 PTP プログラムで各年高校生約 180 人の民泊、自然体験、交流等を受け入れた（写真 1.6.3）。2008 年に農山漁村子ども交流プロジェクト受入モデル地域 6 校 222 人を受入れた。この年に町からの補助金ゼロを実現した。

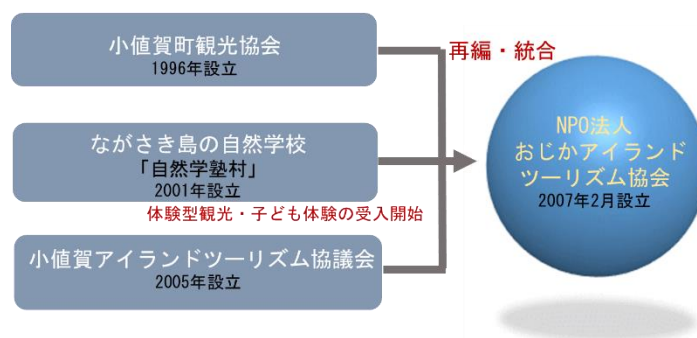


図 1.6.2 組織の再編・統合（2007 年）

【成長2】大人の期待に応えるサービスの提供と小値賀らしい文化の創出のため、株式会社を設立

高校を卒業すると100%島外へ移出するため、20、30代が少ない、他方U・Iターン者はこの年代であることから、i)魅力ある職を創出するため、体験型観光でまちづくりー大人の期待に応えるサービスを提供すること、ii)大人の小値賀ファンを獲得するため、小値賀らしい文化を創出することが必要となった。

2009年4月に、NPO法人が中心となって、「(株)小値賀観光まちづくり公社」を設立した。公社は、古民家再生レストランや宿泊施設の整備、NPO法人は、子ども教育旅行中心から高価格商品の大人島旅(島旅コンシェルジュ)などの企画へ転換し、大人の期待に応えるサービスを提供することで、NPO法人と公社が両輪となって活動(図1.6.3)することとなった。

同年、(株)公社は第3種旅行業の取得と着地型旅行の商品開発を行い、子ども交流プロジェクトでは5校229人を受入れた。さらに2011年に古民家ゲストハウス「小白山」、2012年に古民家ステイ「一期庵」と「一会庵」がオープン(写真1.6.4)するなど、2009年に事業収入が1億円を超えた。

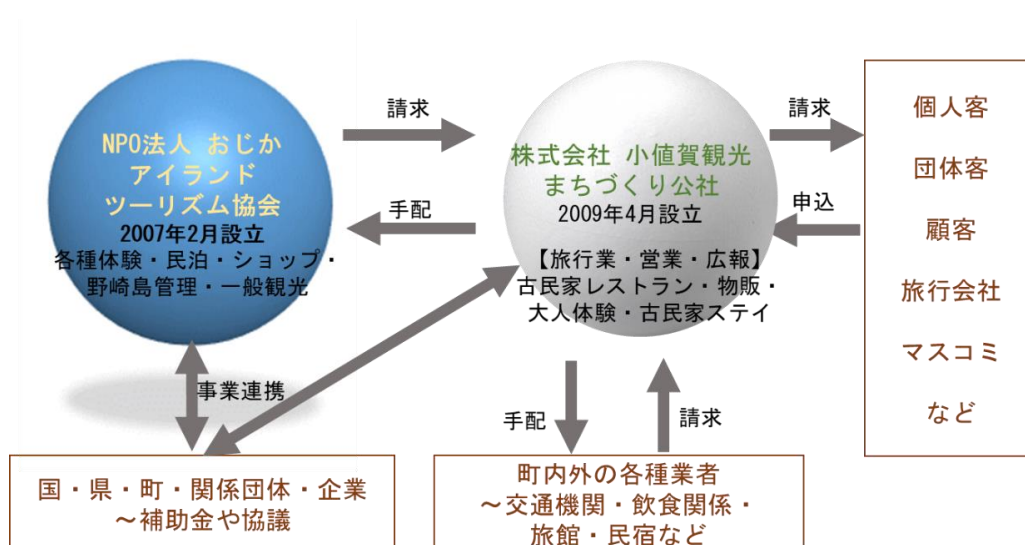
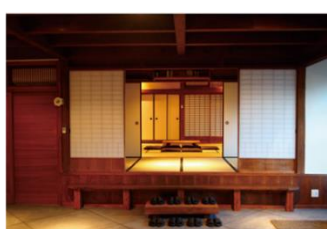


図1.6.3 協会と公社が両輪 (2009年)



古民家ステイ (1棟貸し)



古民家ゲストハウス



民泊

写真1.6.4 宿泊施設(旅館・民宿以外)

【打開・発展】持続可能な体制と「NPO 法人おちかアイランドツーリズム協会」への統合
 管理部門の効率化と島旅ブランドの構築並びに持続可能な体制づくりのため、2016 年 3 月に（株）小値賀観光まちづくり公社」を解散し、同年 4 月、「NPO 法人おちかアイランドツーリズム協会」に組織と事業を統合した。

（宿泊・体験等の受入れ実績）

これまでの実績をまとめると次のとおりである。

・年間旅行取扱人数	約 8,000 人
・農林漁業体験民宿（漁家）	約 20 軒（3 軒）
・町の補助金（2008 年以降）	なし（自立運営）
・事業収入規模（2009 年以降）	1 億円超
・年間旅行者取扱人数	約 8,000 人

小値賀町の日帰り客数、宿泊客数および観光消費額の推移ならびに NPO 法人おちかアイランドツーリズム協会の受入れ（延べ）宿泊客数を図 1.6.4、表 1.6.1 に示す。小値賀町への観光客数は、1990 年代から減少傾向にあり、2007 年に最も減少した。このとき NPO 法人おちかアイランドツーリズム協会の年間年間旅行取扱人数は約 400 人であった。

その後、再編・統合した本協会は、子ども交流プロジェクトを中心に大人を対象にしたプログラムの造成と販売により取扱人数と事業収入（観光消費額）を伸ばし、2017 年に年間取扱人数は約 8,000 人に達成した。2008 年以降は、町からの補助金のない経済的に自立した運営が行われている。

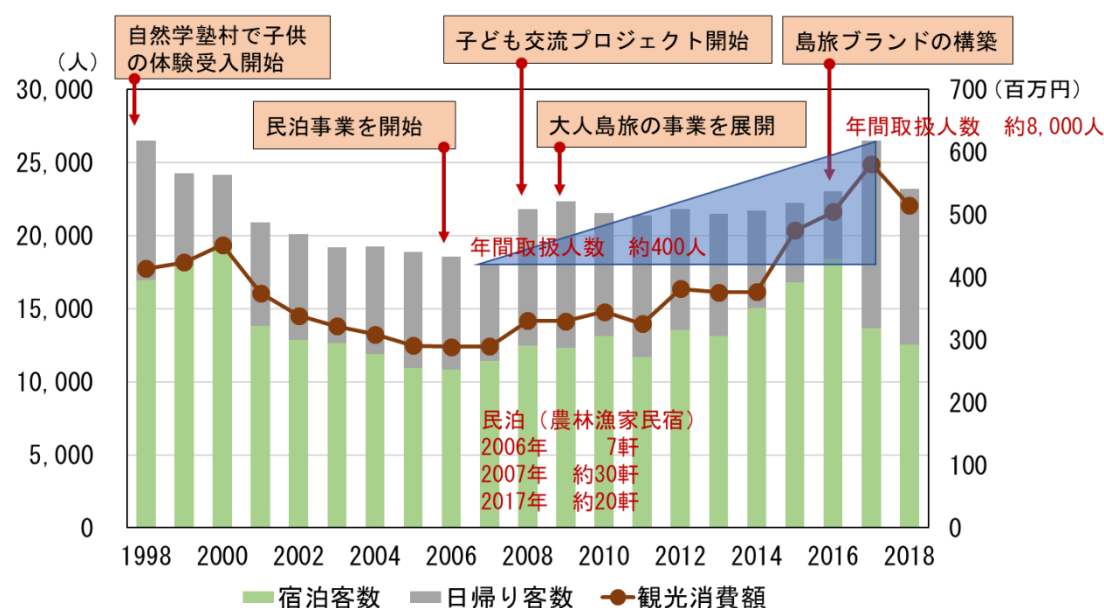


図 1.6.4 観光客数の推移（小値賀町）

表 1.6.1 NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会の受入れ

2010年		延べ宿泊客数 (人)	割合 (%)
		21,375	100.0
NPOおぢか協会	旅館・民宿等	10,650	60.1
	民泊（農林漁家民宿）	2,350	
その他	旅館・民宿等	8,375	29.9

（漁業者・漁協の役割）

漁業者個人として、および漁協として NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会の取組に次のように関わっている。

i. 体験型観光

- ・漁協の組合員が民泊漁家
- ・漁協の組合員が NPO 法人（民泊部会）の会員
- ・漁業に関連する作業を基本としながら、波止場での魚釣り体験や郷土料理作り、磯場での生き物観察等の体験

ii. 浜の活力再生プラン

宇久小値賀地区（2014-2018 年度）

- ・観光事業とのタイアップした取組

iii. U・I ターン支援

- ・町の漁業研修制度のほか、漁業の担い手についてはさらに漁協が指導

（3）移住・定住

人口減少・高齢化が特に著しい島の漁村においては、移住・定住の受入れは、町の重要な施策である。まずは地域を知ってもらい、次に試しに来て住んでもらうことが重要である。小値賀町では、町役場内に「移住者相談ワンストップ窓口」を設け移住希望者に対するサポートを行うとともに、「NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会」の取組も「施策の一部」に位置付け、民泊、古民家ステイ・ゲストハウス、旅館・民宿など小値賀での様々な形の宿泊を提供する「NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会」おぢか島旅を紹介している。また「NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会」のおぢか島旅で観光目的で来島し、これが移住・定住を考える契機になる場合もある。

1997 年以降の移住・定住（転入者数と転出者数）の推移を図 1.6.5 に示す。島の人口の約 6%にあたる約 235 名の転入者があり、そのうち約 6 割（定着率 63%）に相当する 148 名が島で暮らしている。特に、NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会が民泊、子ども交流、大人の島旅などを開始した 2008 年頃から転入者の増加傾向が見られる。

地域力の創造・地方の再生を目的に「アイランドおよび地域おこし協力隊」や「地域おこし企業人」も多く派遣されている。これまでに地域おこし協力隊 26 人が転入してきたが、うち転出 6 人、島定住 10 人、任期中（活動中）10 人である。農業研修、起業、就職や結婚を機に移住してきた人もいる。民泊で訪れた小値賀町の自然や暮らし、島民一人一人のおもてなしのところに触れることにより、小値賀に住んで農業をやろうと決意して移住してきた人もいる。その後 2 年間の研修を受け、現在は施設園芸農家を営んでいる。

移住者・定住者は、観光、農漁業、商業、役場などで仕事に就き、重要なまちづくりの担い手となっている。NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会も雇用の場を創出しており、現在スタッフが9名でうち地域おこし協力隊4名が配置されている。高齢化が進む中で、移住・定住の増加が、出生率の上昇（図 1.6.6）を引き起こしている自治体は全国的にも例が少ない。

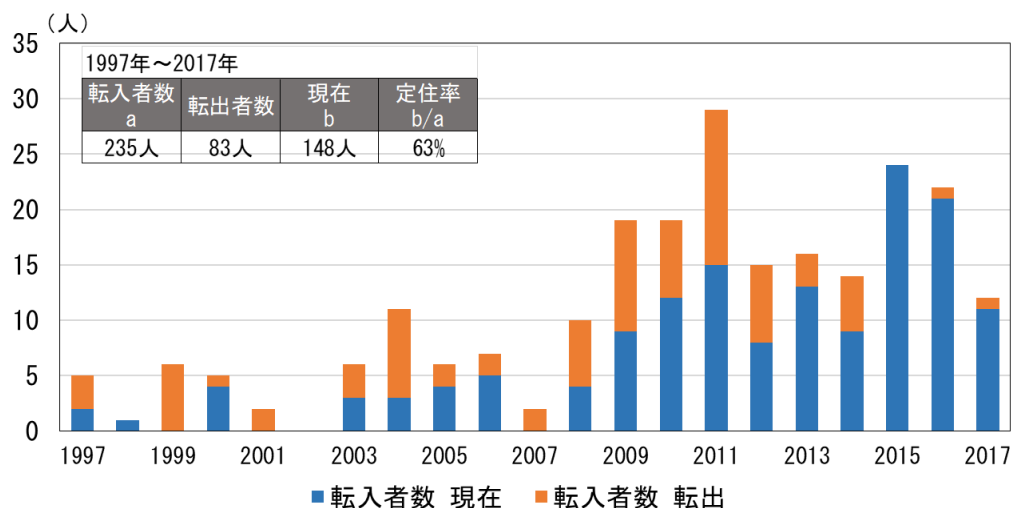


図 1.6.5 移住・定住の状況（小値賀町）

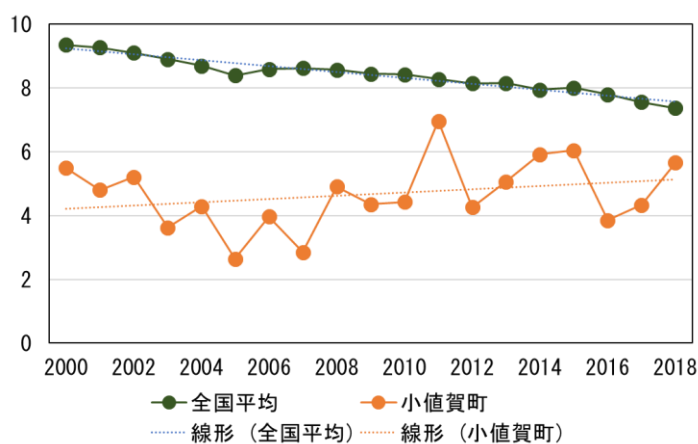


図 1.6.6 人口1,000人当たり出生数の推移

(4) インバウンドへの対応

（web サイト申込み・問合せと英語翻訳表示）

NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会は、小値賀島・野崎島への来島のワンストップ窓口となっている。NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会の web サイト（図 1.6.7）では、活動の概要や島の紹介を行うとともに、申込みや問合せについては電話または web サイトで対応している。インバウンド対応として web サイトを英語（Google 翻訳）表示に選択できるようにしている。web サイトの申込み・問い合わせについては、

web サイトに表示されたフォームに必要事項を入力し送信する。すると、問合わせ内容確認メールが自動返信される。その後、NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会よりメールにて連絡する。

<http://ojikajima.jp/category/contact>

図 1.6.7 web サイト「申込み・問合せ（英語対応）」

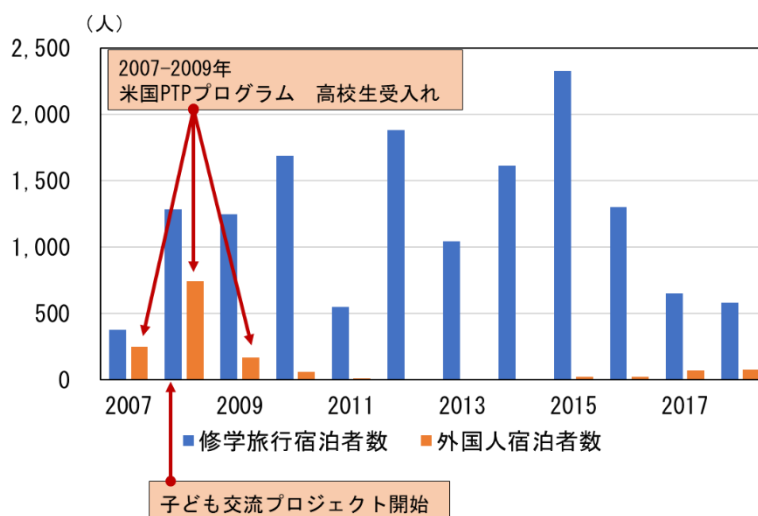


図 1.6.8 修学旅行宿泊者数と外国人宿泊者数の推移（小値賀町）

インバウンドの大きな実績としては、2007年から2007年に実施された米国PTPプログラムによる高校生の受入れ（図1.6.8）である。2018年6月に『長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産』が世界文化遺産登録され、小値賀町の「野崎島の集落跡」も含まれている。これを契機にインバウンドの新たな増加の兆しも現れている。

(3) 漁港・漁村の施設の有効利用

（景観に配慮した漁港漁村が形成する美しい村）

小値賀町は、長崎県五島列島の北端に浮かぶ、小さな島である。美しい独特の景観、海岸美から島全体が西海国立公園に指定され、また、懐かしい日本の原風景が残る島として「日本で最も美しい村」（NPO法人「日本で最も美しい村」連合）にも選ばれている。雄大で美しい独特の景観、暮らしている人々の温かさなどが小値賀の魅力となっている。

町には9漁港、13漁港背後集落が存在し、小値賀漁港（第2種）の背後集落に人口の約7割が集まっている。漁港や集落道、下水道・集落排水施設（污水处理整備率は100%近い）、海岸保全施設が整備されており、漁業-漁船の船溜まり・荷捌き所-、生活-下水道・集落排水・フェリーターミナル・町営定期船-、防災-漁港・護岸-や、観光インフラ-漁港・背後集落-として町の産業と生活を支えている。例えば、漁港へと向かう斜面上に縦横無尽に広がる路地、3階建ての木造建築や石の太鼓橋など、生活の営みにより形成されてきた景観・環境は、下水道や集落道の整備と調和し、観光的付加価値が高められている。



図1.6.9 漁業と生活航路の漁港と曲がり路地・古民家の漁村が形成する美しい村

地域住民にとってはありふれた景観は、島を訪れる観光客には島旅の魅力の一つであり、島旅では「路地をあるく」として提供されている。また島旅の体験プログラムとして、漁港の防波堤・岸壁からの「釣り体験」と荷捌き所 2F 漁協内での「魚のさばき方」が提供されている。(以上、図 1.6.9)

2. 事例：地域の課題と解決

2.1 北海道寿都町水産業産地協議会

北海道寿都町水産業産地協議会〔北海道寿都町〕（2017-2018年度）

人口減少や高齢化等に伴い、地域経済が低迷している状況にあるが、一方、都市部においては農山漁村の価値が再認識。農山漁村の自立的発展に向け、農山漁村が持つ食や景観、歴史的建造物や自然など、地域の魅力を観光や教育に活用し、雇用創出と所得向上を図り、地域活性化へつなげていくことは重要である。そこで、「北海道寿都町水産業産地協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を通じて、地域の魅力を活用した滞在型観光商品を開発、観光ビジネスとして展開できる体制を構築し、交流人口の拡大とリピーター獲得に繋げ、地域活性化による農山漁村の自立と発展を図る。

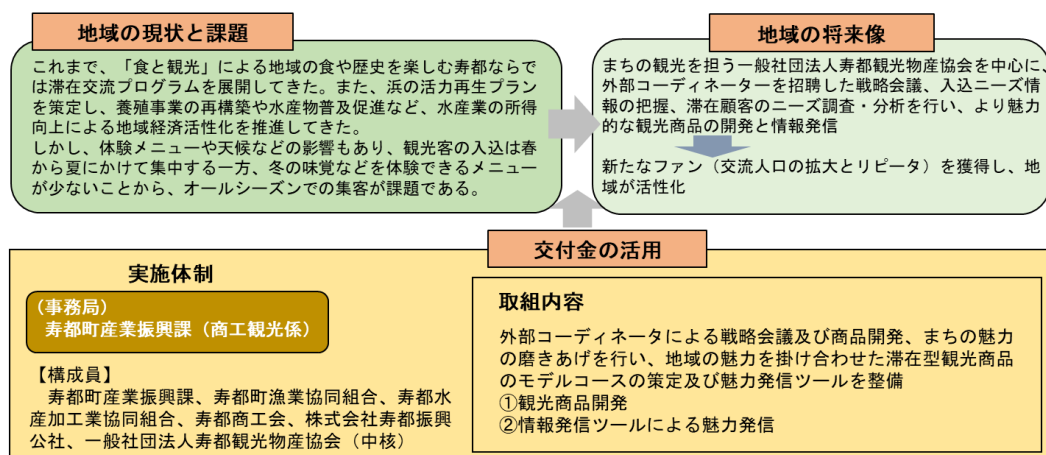


図 2.1.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“通年での集客に対して行政の枠を超えた情報発信”

人口減少・高齢化と漁業資源の減少の著しい北海道日本側の漁業地域であり、これまで教育旅行を中心に宿泊・体験を受け入れてきたが、オールシーズンでの集客を図るため、国内外の旅行者を対象に行政の枠を超えた情報発信に取り組む。

(2) 現状と課題

これまで、「食と観光」による地域の食や歴史を楽しむ寿都ならではの滞在交流プログラムを展開してきた。また、浜の活力再生プランを策定し、養殖事業の再構築や水産物普及促進など、水産業の所得向上による地域経済活性化を推進してきた。しかし、体験メニューや天候などの影響もあり、観光客の入込は春から夏にかけて集中する一方、冬の味覚などを体験できるメニューが少ないことから、オールシーズンでの集客が課題である。

(3) 解決策（取組）

- i. 漁船乗船及び水産物加工品づくり等の漁業体験、まち歩き、近年ニーズの高いサイクルツーリズムなど、地域の魅力を組み合わせたモデルコースを開発し、観光商品として提供可能な体験プログラムを提供する。

- ii. 滞在型観光モデルコースや地域の魅力を発信するツール（VR・PV）を作成し、首都圏や冬期にスキー客等が多く訪れるニセコエリア等の観光客の多い地で広く行政の枠を超えた地域の魅力を発信（寿都への誘客を狙う）する。

(4) 具体的取組内容

① 観光商品開発

(2 か年計画)

- i. 漁船乗船及び水産物加工品づくり等の漁業体験、まち歩き、近年ニーズの高いサイクルーツリズムなど、地域の魅力を組み合わせたモデルコースを開発し、観光商品として提供可能な体験プログラムを提供する。
 - ・寿都湾海岸線沿いサイクリングプランとして、歴史建造物、風力発電、漁港、せり市場等
 - ・漁業体験による寿都の海を満喫プランとして、うに、漁船乗船、船釣り等
- ii. 戦略会議：外部アドバイザーを招聘し戦略会議を開催



写真 2.1.1 戦略会議・商品開発

- iii. マーケティング（市場ニーズ）調査：市場ニーズの調査としてアンケート調査を実施し、農山漁村に求められているものの情報収集・分析
- iv. 滞在型観光商品の開発：乗船体験、農産物加工品づくり、漁業体験などを組み合わせたモデルコースを開発、観光商品として提供可能な体験プログラムを創出
- v. 商品開発に係るコーディネート：商品プログラム構成、価格設定、外国語でのガイドなど今後の受入体制構築を推進（委託）

(2017 年度の実績)

- ・外部アドバイザーを招聘し、戦略会議を開催
- ・地域の魅力を掛け合わせた滞在型観光商品のモデルコースを策定し、モニターツアーも実施
- ・アンテナショップにおいて、国内・国外の観光客に対するニーズ調査・分析など魅力向上に向けたマーケティングを実施

② 情報発信ツールによる魅力発信

(2 か年計画)

- i. 滞在型観光モデルコースや地域の魅力を発信するツールを作成し、首都圏や冬期にスキー客等が多く訪れるニセコエリア等の観光客の多い地で広く地域の魅力を発信（寿都への誘客を狙う）。また、web 環境を整備し、全国・世界に当地区の渚泊の取組を発信する。
- ii. VR 及び PV 制作：滞在型観光モデルコースに組み込んだ地域の景観や観光スポット、食などを VR として整備し地域の疑似体験を強化、また、VR 技術を駆使した 360 度動画を PV として発信
- iii. パンフレット制作：地域での滞在周遊を促進するため、地域の魅力を発信するパンフレットを制作し、体験メニューやモデルコースなど地域の魅力を発信
- iv. web（HP・SNS 等）環境整備と情報発信

(2017 年度実績)

- ・観光情報発信映像（VR・PV）を制作し、寿都町が観光客の多いニセコエリアに整備したアンテナショップ「レストラン神楽」と寿都町の道の駅「みなとまーれ寿都」において地域の魅力を発信。



写真 2.1.2 VR カメラ・映像

2.2 歯舞漁業協同組合

歯舞漁業協同組合〔北海道根室市歯舞〕（2017-2018年度）

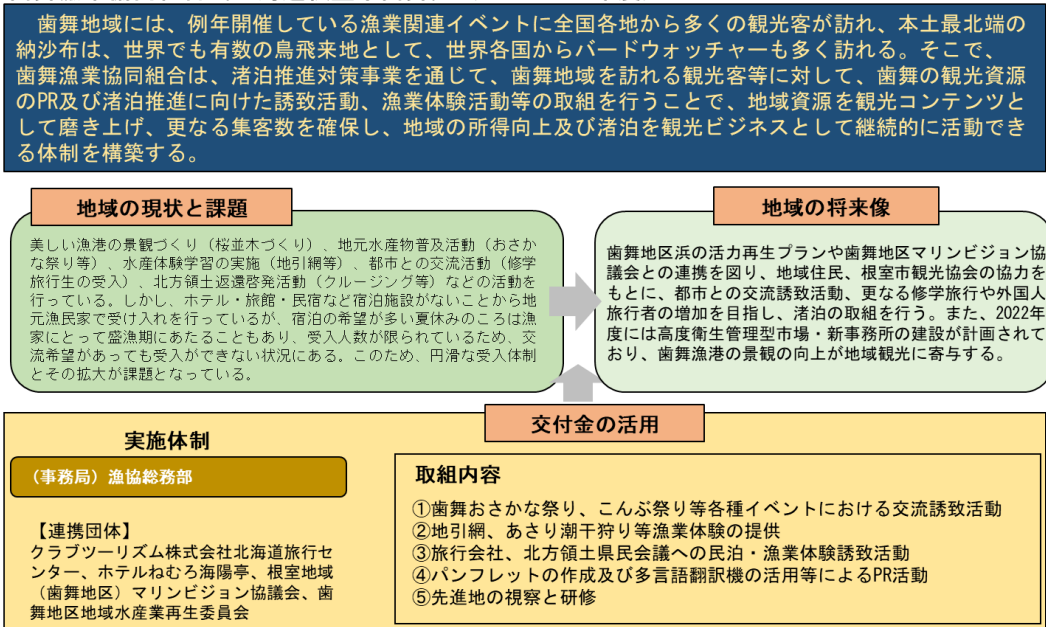


図 2.2.1 渚泊推進対策事業の概要

(1)特徴

“旅行会社との企画開発、地域との連携”

漁業が基幹産業として市の産業経済を支えている漁業地域であり、漁業協同組合はこれまで教育旅行を中心に宿泊・体験を受け入れてきたが、盛漁期にあたる夏休みは受入人数が限られていることから、円滑な受入体制とその拡大を図るため、旅行会社、ホテル、マリンビジョン協議会等団体と連携するとともに、インバウンドについても ICT を活用して、PR 活動や受入拡大に取り組む。

(2)現状と課題

美しい漁港の景観づくり（桜並木づくり）、地元水産物普及活動（おさかな祭り等）、水産体験学習の実施（地引網等）、都市との交流活動（修学旅行生の受入）、北方領土返還啓発活動（クルージング等）などの活動を行っている。しかし、ホテル・旅館・民宿など宿泊施設がないことから地元漁民家で受け入れを行っているが、宿泊の希望が多い夏休みのころは漁家にとって盛漁期にあたることもあり、受入人数が限られているため、交流希望があっても受入ができない状況にある。このため、円滑な受入体制とその拡大が課題となっている。

(3)解決策（取組）

- i. 企画・宿泊・漁業体験の提供等について、漁協が旅行会社、ホテル、マリンビジョン協議会等団体と連携し各団体が役割を果たすことで、受入から体験まで円滑な受入体制の確立と受入規模の拡大、集客する。

- ii. 外国人を含む観光客や地元・地域住民に対して歯舞おさかな祭り、こんぶ祭り等各種イベントにおける交流誘致活動を行う。
- iii. 根室市内の小学生を対象とした地引網、潮干狩り等の漁業体験と地元中学生による水産学習等を行い地元の産業や地元の自然を体験することで理解を深める。
- iv. 北方領土返還啓発活動の一環として修学旅行生等を誘致する活動や、各種漁業体験・民泊を網羅した旅行ツアーについて旅行会社と企画開発する。
- v. インバウンドについて、パンフレットの作成及び多言語翻訳機の活用等により、民泊や漁業体験のPR活動や誘致を行う。
- vi. 先進地の視察と研修を行うとともに歯舞地区の水産物のPRをする。

(4) 具体的取組内容

① 歯舞おさかな祭り、こんぶ祭り等各種イベントにおける交流誘致活動

(2 か年計画)

- i. 歯舞の観光資源を最大限に発信するため、外国人を含んだ観光客や地元・地域住民に対して歯舞おさかな祭り等のイベントを行い都市との交流誘致活動を行う。

(2017 年度実績)

- ・ 歯舞地区マリンビジョン協議会、根室市観光協会と連携し、歯舞漁協でのイベントや首都圏でのイベントに参加し、歯舞水産物のPR・販売及びパンフレットを配布し渚泊の推進を図った。
- ・ イベントの際に民泊に対するアンケート調査を実施した。



写真 2.2.1 民泊・漁業体験

② 地引網、あさり潮干狩り等漁業体験の提供

(2 か年計画)

- i. 根室市内の小学生を対象とした地引網、潮干狩り等の漁業体験と地元中学生による水産学習等を行い地元の産業や地元の自然を体験することで理解を深める。

(2017 年度実績)

- ・ 誘致活動等で歯舞地区に訪れた観光客や地元学生に対し、漁家民泊、漁業・魚食体験、市場見学等の提供を通じて、歯舞地区への関心と理解を深めた。

- ・旅行会社（クラブツーリズム）と連携し、漁協の市場せり見学、漁業体験、組合食堂での食事、直販所立ち寄りをセットにしたツアーを企画した。

③ 旅行会社、北方領土県民会議への民泊・漁業体験等誘致活動

（2 か年計画）

- i. 北方領土返還啓発活動の一環としては、当地域の歴史的認識を深めて頂くために、修学旅行生等を誘致する活動や、各種漁業体験を網羅した旅行ツアーについて旅行会社との検討を行う。

（2017 年度実績）

- ・クラブツーリズム（株）（東京・名古屋）や北方領土県民会議（鳥取・鹿児島・岐阜）に対し、作成したリーフレットを活用し民泊・漁業体験等の誘致活動を実施。
- ・旅行会社と連携し、市場見学を含めた漁業体験、組合食堂での食事、直売所立ち寄りをセットにしたツアーの企画開発を行った。宿泊・漁業体験の提供等、漁協と連携団体が各役割を果たすことにより、受入から体験まで円滑な受入体制を確立。

④ パンフレットの作成及び多言語翻訳機の活用等による PR 活動

（2 か年計画）

- i. パンフレットの作成及びインバウンド対応として多言語翻訳機の活用等により、民泊や漁業体験の PR 活動や誘致を行う。

（2017 年度実績）

- ・「食・漁業・自然を魚民泊で体験」と題したパンフレットを作成し、イベントや誘致活動での PR に使用した。
- ・バードウォッチャーやパノラマクルーズで訪れる外国人のため、多言語対応の翻訳機付き拡声器とタブレット端末を導入し、民泊や漁業体験の PR を実施した。その結果、米国、アイルランド、シンガポール等の旅行者からの予約や受入が増加。

⑤ 先進地の視察と研修

（2 か年計画）

- i. 愛知県、千葉県、長崎県等の先進地を視察するとともに歯舞地区の水産物の PR

（2017 年度実績）

- ・鮮魚活〆販売の先進地である長崎県上五島町に職員を派遣し、活〆技術を習得することで歯舞地区の水産物の PR を行った。

2.3 雄勝町渚泊推進協議会

雄勝町渚泊推進協議会〔宮城県石巻市〕（2017-2018年度）

震災によって壊滅的な被害を受けた雄勝地区では、魅力ある地域資源を活用し、主要観光地に集中しているインバウンドを含めた旅行者を雄勝町に呼び込み、宿泊者や豊富な水産資源、農作物の消費拡大を図るため、行政や自治会、団体、企業の協力のもと「雄勝町渚泊推進協議会」を設立。渚泊推進対策事業を通じて「渚泊」をビジネスとして実施し、雄勝町の復興推進と持続的な街づくりの一翼を担う。

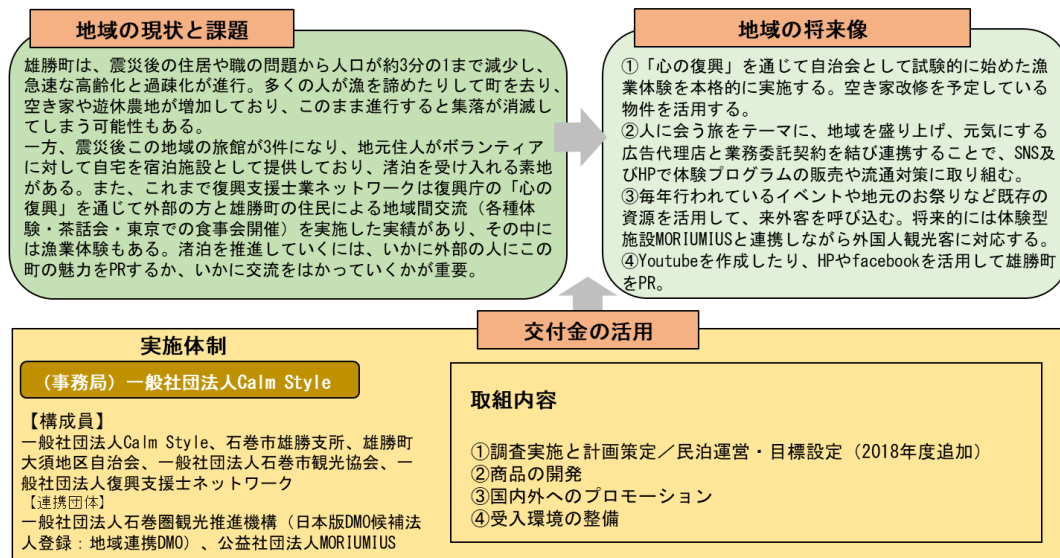


図 2.3.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“震災による漁村消滅の危機に対してまずマスタープランづくりから”

震災後、急速な人口減少と高齢化、漁業者の減少により、漁村消滅の可能性もある地域であり、震災復興に関わってきたボランティアも含め外部の人に地域の魅力を伝えるか、いかに交流をはかっていくかが課題。まず、消費者や現地受入側の調査に基づくマスタープランを策定したうえで、目標、方向、具体的取組を明らかにし、古民家活用した交流プロジェクト型プロモーションや民泊運営マニュアルの作成、民泊希望住民の募集、研修会に取り組む。

(2) 現状と課題

震災後、人口が約3分の1まで減少し、急速な高齢化と過疎化が進行。多くの人が漁を諦めたりして町を去り、空き家や遊休農地が増加しており、このまま進行すると集落が消滅してしまう可能性もある。

一方、震災後、地元住人がボランティアに対して自宅を宿泊施設として提供しており、渚泊を受け入れる素地がある。また、これまで外部の方と雄勝町の住民による地域間交流（漁業体験等・茶話会・東京での食事会開催）を実施した実績がある。渚泊を推進していくには、震災復興に関わってきたボランティアも含め外部の人に地域の魅力を伝えるか、いかに交流をはかっていくかが課題。

(3) 解決策（取組）

- i. 国内消費者調査や現地受入調査を行い、消費者や現地受入側の調査に基づくマスタープラン（目標設定、方向性、具体的取組）を策定する。
- ii. 地元の海産物を活かした食品メニューと観光プログラムを融合させた、新たな「食」コンテンツの開発や季節の漁に応じた漁業体験プログラムの開発を行う。
- iii. 古民家改修を交流拠点とすべく、首都圏の企業や個人のボランティアに改修と一緒に関わる交流プロジェクト型プロモーション「古民家 DIY プロジェクト」を実施する。
- iv. 民泊運営マニュアルを作成するとともに、民泊希望住民を募り、研修会を行い、インバウンド受入のための環境整備を行う。
- v. 空き家を改修して、簡易宿泊施設として活用する手法を検討する。
- vi. 地域のイメージを伝える、宿泊 PR、プロジェクト参加を呼び掛ける動画及び web サイトを制作するとともに、リーフレットを作成する。

(4) 具体的取組内容

① 調査実施と計画策定

(2017 年度実績)

- i. 国内消費調査：調査結果（web 調査・モニターツアー調査）をマスタープランに反映（JTB コーポレートセールス、エフ・カンパニーへ委託）
- ii. 現地受入調査：調査結果をマスタープランに反映
- iii. 先進地現地視察等調査：調査結果をマスタープランに反映
- iv. マスタープラン：マスタープランを策定し、具体的に取り組む方向性・課題を明確化

(2018 年度計画)

(従来の民泊利用者)

- ・ 民泊運営に関する法的環境整備を行い、サービス提供環境を構築
- ・ 町内民泊運営希望者に対する立上げ運営支援及び集客支援
- ・ 料金体系を含む「食」の提供フローの整備
- ・ 宿泊料金及び宿泊予約対応の整備、年間宿泊数値目標の設定

(地域交流やボランティア活動を目的とした利用者)

- ・ DIY プロジェクトとの連動提供を行う上でのコンセプトの明確化
- ・ 古民家改修に関する建築的側面からの法的環境整備
- ・ 首都圏・東北内陸部企業における CSR（民間企業の社会的責任）活動促進企業との

提携協力

- ・ボランティア組織との連携強化
- ・宿泊料金及び宿泊予約対応の整備、年間宿泊数値目標の設定

② 商品の開発

(2017 年度実績)

- 体験プログラム開発：さっぱ船クルーズ、シーカヤック、釣りを実施する方向で取組を実施
- 新たな「食」コンテンツ開発：ホタテ石焼ラーメンのレシピを開発

(2018 年度計画)

(さっぱ船クルーズ)

- ・周遊ルートの確定、漁業体験との連動検討
- ・提供金額・プログラム内容・受入体制等の整備

(シーカヤック)

- ・雄勝としての周遊ルートの確定
- ・ガイド及びインストラクターの育成・対応環境整備
- ・提供金額・プログラム内容・受入体制等の整備



写真 2.3.1 さっぱ船クルーズ

(釣り)

- ・漁協との運営調整、民泊利用と食の提供との連動を検討
- ・提供料金・受入体制等の整備

③ 国内外へのプロモーション

(2017 年度実績)

- DIY プロジェクト：プロジェクト自体のモニター調査を実施
- 動画/web サイト制作、リーフレット制作：動画および web サイトを制作。(リーフレット制作は、サービス概要が明確になる次年度まで延期)

(2018 年度計画)

- ・現状の協議会 web サイトを拡充（ターゲット属性に合致した展開）

- ・DIY プロジェクトの進捗状況をアップデートし配信
- ・地域DMOとの連携により誘客強化
- ・MORIUMIUS との連携促進
- ・Yahoo 主催の「ツールド・東北」とのプロモーション連携
- ・旅行会社との観光商品造成の企画検討
- ・FIT（海外個人旅行）向け商品開発検討

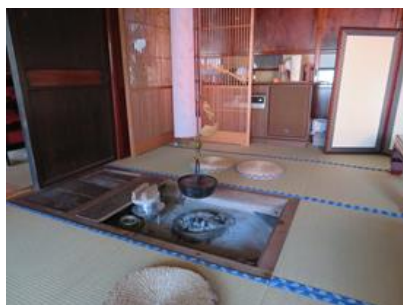


写真 2.3.2 古民家改修（DIY）

④ 受入環境の整備

（2017 年度実績）

- i. 民泊受入希望者の募集・研修：協議会関係者、民泊運営検討者を対象に「民泊・農泊理解促進セミナー」を開催、民泊運営マニュアルを作成
- ii. 空き家活用：古民家改修による施設ハード部分を完了

（2018 年度計画）

- ・町内事業運営協力者の増員
- ・町内の事業者・組織・自治体との協力体制強化
- ・町内飲食事業者との「食」の連携
- ・漁協関係者との体験プログラム協同開発



写真 2.3.3 民泊ガイドライン

2.4 牡鹿半島浜泊推進協議会

牡鹿半島浜泊推進協議会〔宮城県石巻市〕（2018-2019年度）

震災によって壊滅的な被害を受けた牡鹿半島浜地区の各浜では、活動組織が立ち上がり、漁業の担い手育成、水産物のPR・販売、古民家を活用したカフェ、自然体験などアクティビティの提供を進めてきたが、自立、持続性の観点からは限界が見られる。そこでこれまでの各浜の取組をつなぎ、牡鹿半島という面にすることで取組の安定化を図るため、「牡鹿半島浜泊推進協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を通じて持続可能な活動を実現する。

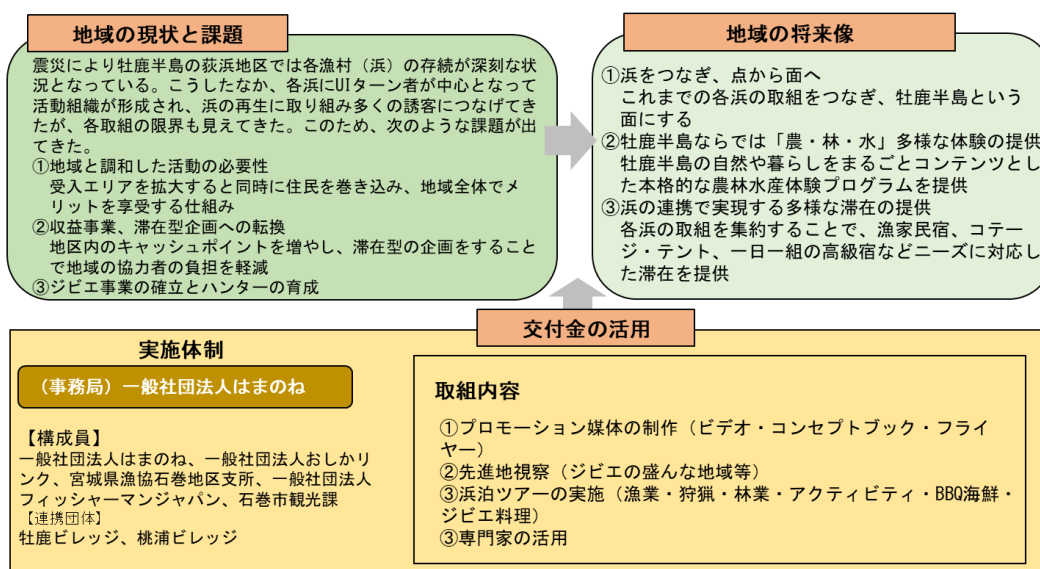


図 2.4.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“震災復興の地域で地域全体が裨益する持続可能なはまづくりへ挑戦”

震災後、各漁村（浜）の存続が深刻な状況となっているなか、UIターン者が中心となって活動組織が形成され、交流・ひとのつながりをつくるCafé、体験・活動拠点となるゲストハウスなど、浜の再生に取り組んできた地域であるが、受入に地元の抵抗感も生じたことから、地域全体でメリットを享受する仕組みづくりを目指して、生業・暮らし・学びのバランスを有する持続可能な浜づくりをコンセプトに、地域資源を活用し、漁業・林業・狩猟・アクティビティなど浜まるごとの体験ツアーの造成に取り組む。

(2) 現状と課題

震災により各漁村（浜）の存続が深刻な状況となっている。こうしたなか、各浜にUIターン者が中心となって活動組織が形成され、浜の再生に取り組み多くの誘客につなげてきたが、各取組の限界も見えてきた。このため、次のような課題がでてきた。

- ・ 受入に地元の抵抗感が生じたことから、受入エリアを拡大すると同時に住民を巻き込み、地域全体でメリットを享受する仕組み、地域と調和した活動が必要
- ・ 地区内のキャッシュポイントを増やし、滞在型の企画をすることで地域の協力者の負担を軽減すること（収益事業、滞在型企画への転換）
- ・ ジビエ事業の確立とハンターの育成

(3) 解決策（取組）

i. プロモーション媒体の制作

- ・ビデオ・コンセプトブック・フライヤーなどプロモーション媒体を制作する。

ii. 先進地視察

- ・ジビエの盛んな地域等である島根県太田市-石見銀山生活文化研究所、丹波篠山市（ジビエ）を視察する。

iii. 浜泊ツアーの実施

- ・生業・暮らし・学びのバランスを有する持続可能な浜づくりをコンセプトとする。
- ・漁業・狩猟・林業・アクティビティ・BBQ 海鮮・ジビエ料理など浜泊ツアー（浜まるごとの体験ツアー）を企画・実施する。

（漁業）漁師とフィッシング、子ども漁業体験、牡蠣づくりツアー

（狩猟）罾を学ぼう、鹿を捌いてみよう、鹿を美味しく食べよう

（林業）山を知りカエデを探そう、自伐林業体験、メープルシロップづくり

（アクティビティ）カヌー、SUP

iv. 専門家の活用

- ・観光コンテンツの知識や経験と地域における豊富な活動実績を有する専門家に事業委託する。
- ・協議会構成メンバーに対して専門的見地から活動をサポート

2.5 鋸南町農泊推進協議会

鋸南町農泊推進協議会〔千葉県鋸南町〕（2017-2018年度）

東京都心から100km圏内にありながら、日帰り観光が主流であり、市街地や農村・漁村の荒廃リスクが高まっている。そこで、「鋸南町農泊推進協議会」を設立し、農泊（渚泊）推進対策事業を通じて、日本らしい農村と漁村の風景の維持及び農村・漁村の暮らし体験の提供、地域の魅力のPRによる認知度の向上、地域経済の向上を図り、「住んでよし働いてよし訪れてよし、三ツ星のふるさと鋸南」の実現を目指す。

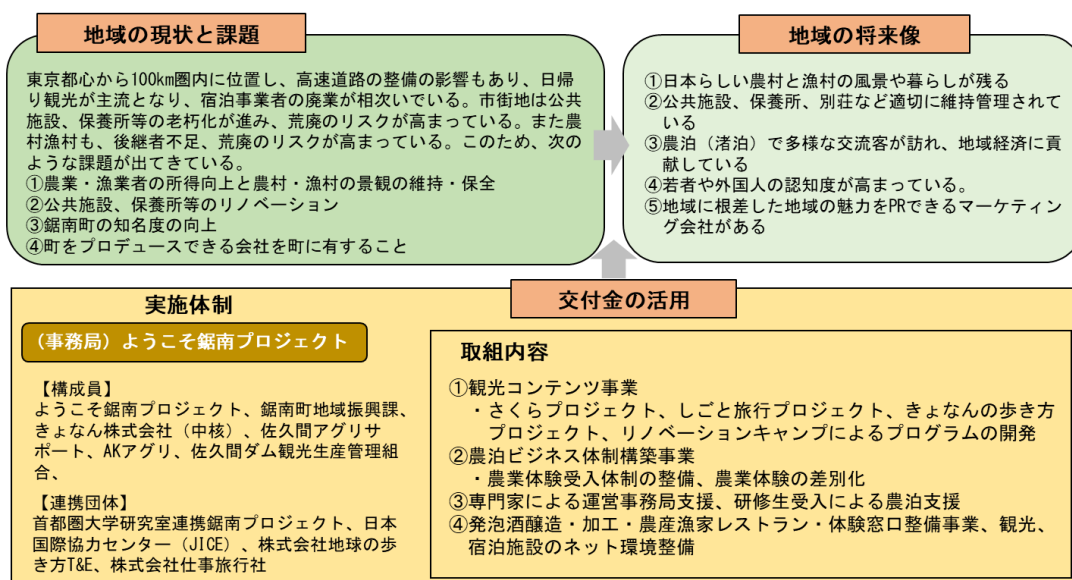


図 2.5.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“東京都心に近いながら荒廃リスクのある地域で、移住・旅専門会社を通じた、プログラムの開発、知名度アップ”

東京都心から 100km 圏内に位置し、日帰り観光が主流となっており、市街地や農村・漁村の荒廃のリスクが高まっていることから、農業・漁業者の所得向上、市街地や農村・漁村の景観の維持・保全、まちのプロデュース、鋸南町の知名度の向上を図るため、移住・旅など専門会社を通じた、プログラムの開発に取り組む。

(2) 現状と課題

東京都心から 100km 圏内に位置し、高速道路の整備の影響もあり、日帰り観光が主流となり、宿泊事業者の廃業が相次いでいる。市街地は公共施設、保養所等の老朽化が進み、荒廃のリスクが高まっている。また農村漁村も、後継者不足、荒廃のリスクが高まっている。このため、次のような課題が出てきている。

- ・ 農業・漁業者の所得向上と農村・漁村の景観の維持・保全
- ・ 公共施設、保養所等のリノベーション
- ・ 鋸南町の知名度の向上
- ・ 町をプロデュースできる会社を町に有すること

(3) 解決策（取組）

- i. さくらプロジェクト、しごと旅行プロジェクト「仕事旅行 鋸南特集」の企画とモニターツアー（仕事旅行社）、きよなんの歩き方プロジェクト-インバウンド対象にモニターツアー（地球の歩き方 T&E）、リノベーションキャンプによるプログラムの開発など観光コンテンツ事業を行う。
- ii. 農業体験受入体制の整備と農業体験の差別化による農泊ビジネス体制の構築事業を行う。
- iii. 専門家による運営事務局支援や研修生受入による農泊支援を行う。
- iv. 発泡酒醸造・加工・農山漁家レストラン・体験窓口整備事業を行うとともに、観光や宿泊施設のネット環境を整備する。

(4) 具体的取組内容

① 観光コンテンツ事業

(2 年計画)

- i. さくらプロジェクト：佐久間ダム周辺に植樹されている頼朝桜（河津桜）について、インバウンド、女性、農ある暮らしに関心が高い層や親子連れをターゲットに、大草刈や剪定作業への参加や染色体験を組み合わせた独自のプログラム開発を行う。
- ii. しごと旅行プロジェクト：農ある暮らしや地域での生活に関心が高い UIJ ターン候補者向けに「きよなん仕事旅行」として、首都圏からの地の利を活かし年間訪問回数の多いプログラムを開発する。

Free Consulting Program : Spring session(Sakura)
Exploration of Japan's Rural Side and Hospitality&Tourism program in Kyonan Town

[Tour Schedule] 1 night & 3 days
Date: Feb. 19th - 21st
Program Fee: Free!!
1 night accommodation, Transportation to Kyonan, all activities included in the schedule
Group size: Max. 30 pax

1 hour from Tokyo

Date	Program Schedule
Feb. Mon 19	8:00 Moving at JR TOKYO Station 8:30-8:45 Tokyo(Ryugasaki) Kyonan Town 10:30-12:30 Mt Asagiri & Mt. Kichu 12:00-14:00 Hotel Inspection "Warm" 14:15-17:15 Experience ① "Katsu" & Experience ② "Making Pickles" 18:00-19:00 Dinner "Oshibana" Staying at the Hotel "Oshibana"
Feb. Tue 20	9:00-10:00 Tour ① "Hoto Primary School" 10:30-12:00 Experience ③ "Sakura Dyeing" 12:30-13:30 LUNCH 13:30-14:30 Experience ④ "Hango" 15:50-17:20 Kyonan Town (Bar) Tokyo
Feb. Wed 21	10:00-12:00 Reporting Session at University 13:30-17:00 Review session at Nishikawa Technology

Project A : Editing Promotional Movie

Explore Kyonan & Experience Japanese culture

Project B : Hotel Inspection & Learning Japanese Hospitality

Orientation Inspection Q&A Session

For Booking & Enquiry
E-mail or Phone to

Globe Trotter T&E : Takahashi or Sakakibara
TEL : 03-5362-7994
E-mail: st-b2b@studyabroad.co.jp
E-mail to here

写真 2.5.1 インバウンド留学生モニターツアー

iii. きよなんの歩き方プロジェクト：インバウンド、親子連れ、F1 層（20 歳から 34 歳までの女性）などターゲットセグメント別に農泊旅行商品を造成する。インバウンドは留学生モニターツアー催行を通じ、移動／飲食／宿泊／体験の適切な組合せ、情報収集と発信を効率よく実現する。

iv. リノベーションキャンプ：首都圏大学の建築系学生と地域内の建設・設備系事業者の協働によりリーズナブルな空き家や空き施設のリノベーション手法を検討し、地域内の空き家・空施設のリノベーションの推進と継続的なプロジェクト運営を目指す。

（2017 年度実績）

- ・農泊先進事例の視察を通じた、農泊プログラムのブラッシュアップ
- ・さくら、しごと旅行、きよなんの歩き方モニターツアーを通じた、農泊プログラムの開発

② 農泊ビジネス体制構築事業

（2 か年計画）

- i. 農業体験受入体制の整備：住民ワークショップの実施、町内全域を活用した回遊性プログラムの開発、新たな体験プログラムの試行、備品や安全管理マニュアルの整備、オペレーションマニュアル、リスクマネジメント研修の実施、情報共有と告知のためのサイト等を整備する。また農家所得向上につながる、営業販売からツアー催行や CRM（顧客管理）までの、統合的なオペレーションフローを確立する。
- ii. 農業体験の差別化：都市住民・学校教育現場・保護者・子どもたちの声にもとづくセグメント別のプログラムづくり、オペレーションづくりとして、①セグメント別の農業体験テキストや語りの基本づくり、研修、②海山が両方あることを活かし里山里海複合プログラムの検討を行う。

（2017 年度実績）

- ・体制構築新進事例の視察を通じた、地域での農泊運営体制の検討
- ・農業体験の差別化のために必要な、構成員の運営基盤整備

③ 専門家による運営事務局支援、研修生受入による農泊支援

（2 か年計画）

- i. 農業研修、さくら染め体験実施、加工品開発販売等に研修生を採用
- ii. 先進地視察からの示唆抽出、運営委員会でのアドバイス業務に専門家活用

（2017 年度実績）

- ・農業研修、加工品やメニュー開発の研修生の採用
- ・マーケティング専門家人材による運営支援

④ 発泡酒醸造・加工・農産漁家レストラン・体験窓口整備事業、観光、宿泊施設のネット環境整備

(2 か年計画)

- i. 発泡酒製造所、農林漁家レストランの施設改修と発泡酒製造免許の取得
- ii. 観光施設や宿泊施設に WiFi 設置

(2017 年度実績)

- ・発泡酒醸造、加工、農産漁家レストラン、体験窓口整備のための施設改修



写真 2.5.2 開発ビール（きょなんビール）

2.6 魚津市農泊推進協議会

魚津市農泊推進協議会〔富山県魚津市〕（2017-2018年度）

漁業だけの取組では企画や集客に限界があることから、「魚津市農泊推進協議会」を設立し、農泊（渚泊）推進対策事業を通じて、農林水産業全体が力を合わせ、商工観光業界と連携しながら、第1次産業魅力を最大限に発揮できるような活動を行う。また、協議会を通じて、構成員が自発的に参加し、農泊（渚泊）事業に関する情報共有や意見交換、研修等によるスキルアップを図る。

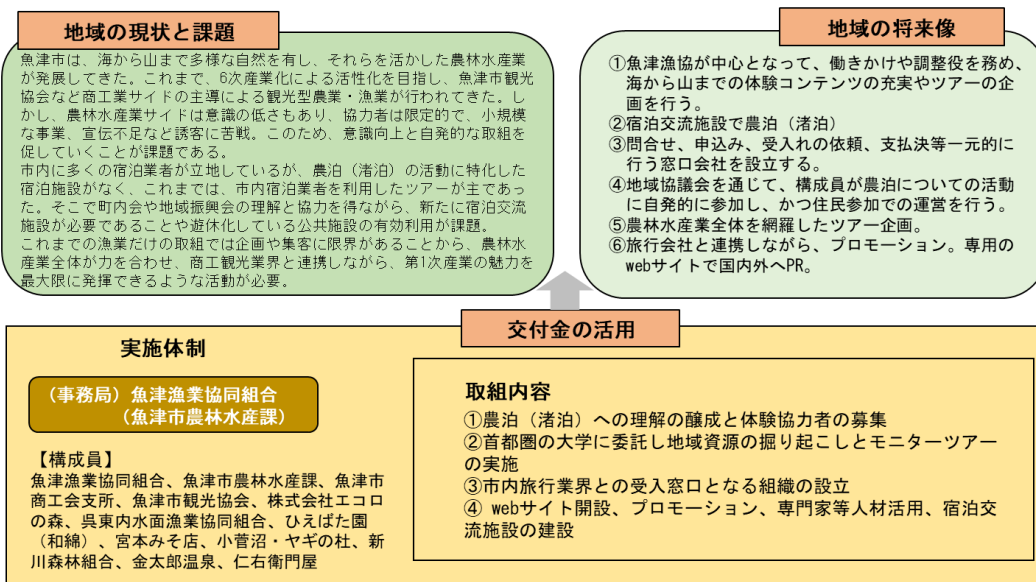


図 2.6.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“農林水産事業者の意識向上、農林水産業全体と商工観光業界の連携”

観光型農業・漁業が行われてきたが、農林水産業サイドの意識が低いことや漁業だけでなく、農林水産業全体と商工観光業界の連携を図ることが必要なことから、第一次産業従事者の農泊（渚泊）への理解の醸成と体験協力者の募集、農林水産業全体を網羅したツアーの企画とともに、専用のwebサイトによる国内外へ魚津の魅力と体験プログラムのPRに取り組む。

(2) 現状と課題

これまで、6次産業化による活性化を目指し、魚津市観光協会など観光商工業サイドの主導による観光型農業・漁業が行われてきた。しかし、農林水産業サイドは意識の低さもあり、協力者は限定的で、小規模な事業、宣伝不足など誘客に苦戦。このため、意識向上と自発的な取組を促していくことが課題である。市内に多くの宿泊業者が立地しているが、農泊（渚泊）の活動に特化した宿泊施設がなく、これまでは、市内宿泊業者を利用したツアーが主であった。このため、町内会や地域振興会の理解と協力を得ながら、新たに宿泊交流施設が必要であることや遊休化している公共施設の有効利用が課題である。

これまでの漁業だけの取組では企画や集客に限界があることから、農林水産業全体が力を合わせ、商工観光業界と連携しながら、第1次産業の魅力を最大限に発揮できるような活動が必要である。

(3) 解決策（取組）

- i. 6次産業化プランナー等も活用しながら、現地説明や、第一次産業従事者を対象に先進地視察を行うことで、農泊（渚泊）への理解の醸成と体験協力者を募集する。
- ii. 首都圏の大学に委託し地域資源の掘り起こしとモニターツアーを実施する。
- iii. 体験コンテンツについて、募集・問合せ・予約申込受付、申込者と体験協力者との仲介を行う受入窓口となる組織づくりを行う。
- iv. 専用のwebサイト「JF 魚津 魚津渚泊 体験プログラム」、「うおづストーリー魚津市農泊推進協議会」を立ち上げ、国内外に魚津の魅力と体験プログラムのPRを行う。
- v. 6次産業化プランナー、観光業界の協力を得ながら 首都圏にプロモーション、地域おこし協力隊の配置や宿泊交流施設の建設を行う。

(4) 具体的取組内容

① 農泊（渚泊）への理解の醸成と体験協力者の募集

(2 か年計画)

- i. 6次産業化プランナー等専門家も同伴し、現地に出向き、説明を行うことや、第一次産業従事者を対象に先進地視察を行うことで、農泊（渚泊）の活動に対する理解と意欲を高めてもらう。これらを通じて、体験コンテンツの実施に協力してもらう農林漁業者を募集。

(2017 年度実績)

- ・ 現地説明会の開催と先進地視察を実施
- ・ 研修会「朝日町での体験型修学旅行「民泊」受入について」を実施

② 首都圏の大学に委託し地域資源の掘り起こしとモニターツアーの実施

(2 か年計画)

- i. 大学に委託し、魚津市の地域資源を掘り起こし、それらを組み合わせたミニツアーを企画、運営。このとき、漁業体験、農業体験等を中心とし、宿泊は市内の宿泊施設（金太郎温泉）を使用。

(2017 年度実績)

- ・ 首都圏の大学へ調査研究委託：域資源の掘り起こしとモニターツアーの企画・運営と調査報告
- ・ 委託した大学が企画したモニターツアーを3回開催し、民泊受入についてのアンケート調査を実施・分析
- ・ 観光協会への委託事業として「ホタルイカツアー」を企画・実施：金太郎温泉と仁右衛門屋の宿泊者を対象

③ 市内旅行業界との受入窓口となる組織の設立

(2 か年計画)

- i. 体験コンテンツについて、募集・問合せ・予約申込受付、申込者と体験協力者との仲介を行う組織づくりを行う。

(2017 年度実績)

- ・組織づくりに向けた業務を実施

④ web サイト開設、プロモーション、専門家等人材活用、宿泊交流施設の建設

(2 か年計画)

- i. 専用の web サイトを立ち上げ、国内外に魚津の魅力と体験プログラム等を PR。6 次産業化プランナーなどの専門家、観光業界の協力を得ながら、首都圏の他、魚津市と交流の深い自治体へ出向宣伝・営業。専門家の他、地域おこし協力隊の配置、漁協の土地に農泊（渚泊）専門の宿泊交流施設を建設する。



写真 2.6.1 専用の web サイトによる体験プログラムへの参加募集

(2017 年度実績)

- ・専用の web サイトを開設
 - － JF 魚津 魚津渚泊 体験プログラム
 - － うおづストーリー 魚津市農泊推進協議会

2.7 鳥羽渚泊推進協議会

鳥羽渚泊推進協議会〔三重県鳥羽市・志摩市〕（2017-2018年度）

高齢化や後継者不足の問題が顕著、特に、特産物（アラメ、キンコ）の生産量の減少は地域の文化、伝統の消失につながりかねない。一方、若い漁業者を中心に様々な取組への挑戦が行われている。伊勢神宮の観光資源・文化、サミット会場のレガシー、農林水産資源を活用する可能性は大きい。そこで、地域の様々な主体が参画した「鳥羽渚泊推進協議会」を設立。渚泊推進対策事業を通じて、「学生の力」を活用し、渚泊を観光ビジネスとして持続的に活動できる体制の構築を目指す。

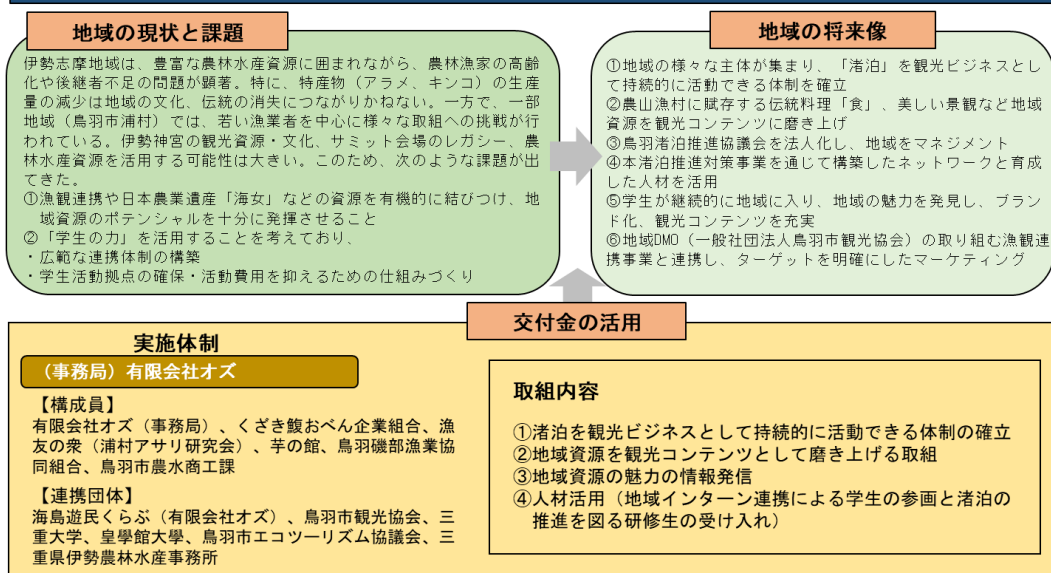


図 2.7.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“学生の力を渚泊の設計の活用”

伊勢神宮など大きな観光資源があるなかで、エコツーリズムや、漁業と観光の連携に取り組んできた地域であるが、農林漁家の高齢化や後継者不足、特産物の生産量の減少は地域の文化、伝統の消失につながりかねないことから、地域資源を有機的に結びつけ、そのポテンシャルを十分に発揮させるため、インターンシップ等、学生の力を活用した渚泊の設計と広域連携体制の構築に取り組む。

(2) 現状と課題

伊勢神宮など大きな観光資源があるなかで、エコツーリズムや、漁業と観光の連携に取り組んできた地域であるが、農林漁家の高齢化や後継者不足の問題が顕著であり、特産物（アラメ、キンコ）の生産量の減少は地域の文化、伝統の消失につながりかねない。一方で、一部地域では、若い漁業者を中心に様々な取組への挑戦が行われている。伊勢神宮の観光資源・文化、サミット会場のレガシー、農林水産資源を活用する可能性は大きい。このため、次のような課題が出てきた。

- ・漁観連携や日本農業遺産「海女」などの資源を有機的に結びつけ、地域資源のポテンシャルを十分に発揮させること

- ・「学生の力」を活用することを考えており、広範な連携体制の構築や学生活動拠点の確保・活動費用を抑えるための仕組みづくり

(3) 解決策（取組）

- 事業推進会議の設置・運営やワークショップ、先進地視察を通じて、渚泊を観光ビジネスとして持続的に活動できる体制を確立する。
- インターンシップを通じて、労働調査、地域の食の魅力化、渚泊の設計など、地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組や学生の活動拠点となる滞在宿泊施設のリノベーションを行う。
- web サイト、SNS 等により、地域資源の魅力を情報発信する。
- 地域インターン連携による学生の参画と渚泊の推進を図る研修生の受け入れを図る。

(4) 具体的取組内容

① 渚泊を観光ビジネスとして持続的に活動できる体制の確立

(2 か年計画)

- 事業推進会議の設置・運営：事業推進会議を設置し、事業全体の推進についての検討、取組の達成度、将来ビジョンや方向性を共有し、関係者の連携を協会。
- ワークショップ・シンポジウムの開催：地域の様々な主体が集まって、地域の課題を洗い出し、取組の方向性を決めるワークショップを開催する。その際にはテーマごとにアドバイザーを入れてファシリテーションを行う。また、年度末にはシンポジウムを開催し、インターンの成果を中心に情報交換を行い、次年度に向けた改善点を明らかにする。
- 先進地現地視察：「学生の活動拠点の確保」の観点から、使われなくなった施設のリノベーションの事例の視察を行う。

② 地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組

(2 か年計画)

- インターンシップを通じた渚泊の設計とツアープログラムの開発：アラメ（鳥羽市国崎）、アサリ（鳥羽市浦村）、キンコ（志摩市阿児町）を対象に学生のインターンシップを実施し、学生を対象とした渚泊の設計を行うと同時に、その活動を通じて、地域の体験型ツアープログラムの開発を行う。
- インターンシップを通じた労働調査：インターンシップを通じて、学生やアドバイザーの協力のもとで、アラメ、アサリ、キンコ（ボトルネックが明確でインパクトが大きい）以外にも同様の品目が存在しないか、地域の雇用労働の状況も含めた調査を行う。

iii. 活動拠点の整備に向けた情報収集・議論：将来的には滞在宿泊施設となる学生の活動の拠点の確保、整備に向けた情報収集、議論を行う。具体的には、空き家等を学生自らの手でリノベーションする可能性、こうした活動を応援してくれる宿泊施設等学生の負担軽減の方策等について検討。

iv. リノベーションセミナーの実施：将来的には滞在宿泊施設となる学生の活動の拠点を舞台に、ゲストハウス運営やセルフリノベーションの専門家を講師に招き、ワークショップ形式で実際にリノベーションを行いながら、活動拠点の整備を行う。

v. インターンシップを通じた地域の「食」の魅力化：答志島を対象に、サワラのブランド化に関するインターンシップを通じて、学生やアドバイザーの協力のもとで、新たなブランドの構築、地域の農水産物の魅力の向上を図る。

③ 地域資源の魅力の情報発信

(2 か年計画)

i. web サイト、SNS 等による情報発信：渚泊推進対策事業での活動及び活動によって得られた情報や地域の魅力を広く情報発信するため、web サイト SNS 等を持ちいった地域主体の情報発信の仕組みを構築する。

④ 人材活用（地域インターン連携による学生の参画と渚泊の推進を図る研修生の受入）

(2 か年計画)

i. 地域インターン連携による学生の参画：本渚泊推進対策事業、インターン事業、地域連携等がかかわりを持っている三重大学や皇學館大学の農山漁村活性化に関する知見を有する研究者（専門家）にアドバイザーになってもらう。

ii. 渚泊の推進を図る研修生の受入：取組をコーディネートし、事業全体をサポートする人材を地域外から募集・採用し、研修を通じて地域の活性化を担う人材に育成する。

2.8 相地域海女文化活性化協議会

相地域海女文化活性化協議会〔三重県鳥羽市相町〕（2017-2018年度）

これまで商工会議所と町内会、そして一般社団法人相海女文化運営協議会として地域と協働で海女をテーマにまちづくり事業を推進し、年間約20万人が石神さんを訪れるようになったが、食事ができるところがない、宿泊滞在には至らないなど新たな課題が出てきた。そこで、行政組織も参画した「相地域海女文化活性化協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を活用して、新たな課題に取り組む。

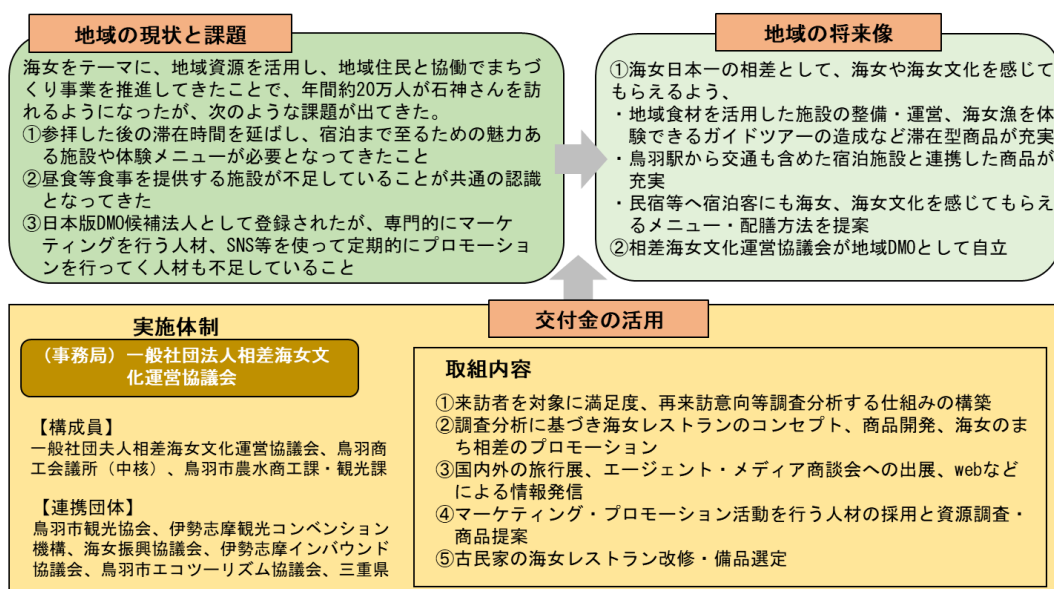


図 2.8.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“ICT を活用したマーケティング調査分析とプロモーション”

海女をテーマに、年間約 20 万人が石神さんを訪れるようになった地域であるが、滞在時間を延ばし、宿泊まで至るための魅力ある施設や体験メニュー、昼食等食事を提供する施設がないことから、ICT を活用してマーケティング調査分析する仕組みの構築や、web サイト分析の結果に基づき、商品開発、レストランの整備、プロモーションに取り組む。

(2) 現状と課題

海女をテーマに、地域資源を活用し、地域住民と協働でまちづくり事業を推進してきたことで、年間約 20 万人が石神さんを訪れるようになったが、次のような新たな課題が出てきた。

- ・参拝した後の滞在時間を延ばし、宿泊まで至るための魅力ある施設や体験メニューが必要となってきたこと
- ・昼食等食事を提供する施設が不足していることが共通の認識となってきたこと
- ・日本版 DMO 候補法人として登録されたが、専門的にマーケティングを行う人材、SNS 等を使って定期的にプロモーションを行っていく人材も不足していること

(3) 解決策（取組）

- i. クラウドサービスをベースに、タブレット、スマートフォンで回答してもらい来訪者を対象に満足度、再来訪意向等調査分析する仕組みを構築する。
- ii. 専門家を活用した調査分析に基づき海女レストランのコンセプト、商品開発、「海女といえば相差」となるようなプロモーションを行う。
- iii. 国内外の旅行展、エージェント・メディア商談会に出展するとともに、効果的な情報発信と誘客のため、web サイトの分析の実施と、これら結果に基づく、SEO 対策（検索エンジン最適化と呼ばれ、インターネット検索結果で自身の web サイトを上位表示させる、あるいはより多く露出させるための対策）と web サイトの見やすさを改善する。
- iv. （構築される）来訪者満足度等調査の仕組みを活用して、マーケティング調査分析を行うとともに、マーケティング・プロモーション活動を行う人材の採用と地域資源調査及び商品提案を行う。
- v. 古民家を改修し、海女レストランをオープンする。

(4) 具体的取組内容

① 来訪者を対象に満足度、再来訪意向等調査分析する仕組みの構築

(2 か年計画)

- i. 来訪者を対象に、満足度、再来訪意向、ほかの立ち寄り場所、宿泊地域、消費金額など年 4 回程度調査・分析する仕組みを専門家の助言を受けながら構築

(2017 年度実績)

- ・クラウドサービス（相差 DM0 ネット・サーバー）を使い、タブレット、スマートフォンで回答してもらい自動的に集計分析
- ・外国人に対しては、協議会関係者の地域在住の外国人が対面調査

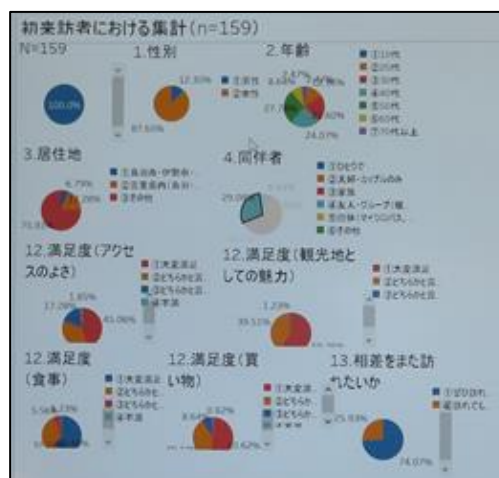


写真 2.8.1 クラウドサービスを使ったアンケート調査と分析

② 調査分析に基づきコンセプト、商品開発、海女のまち相差のプロモーション

(2 か年計画)

- i. 専門家を入れ、調査結果を分析し、海女レストランのコンセプトや古民家改修の実施設計・収支見込、地元海産物利用の料理メニューの開発に活用する。さらにキッチンカーを使用した試験販売によりメニュー調査とマーケティングを行う。
- ii. 「海女といえば相差」となるように、専門家の助言を受けながら、消費者の趣向によってセグメントし、web 等を活用しながらターゲットに応じたプロモーションを行う。

(2017 年度実績)

- ・海女レストランのコンセプト、料理メニューを開発し、キッチンカーで販売調査実施。しかし最近、地域に同様のレストランが 2 軒できたことから、コンセプトとメニュー等を見直し
- ・空家の改修で成果をあげている地域を視察調査

③ 国内外の旅行展、エージェント・メディア商談会への出展、web などによる情報発信
(2 か年計画)

- i. 本事業以外にも国内向けには旅行展などへの出展、web サイトでの情報発信等の誘客活動や外国人向けには、富裕層向け旅行会社が集まる Luxury Showcase、国内最大のトラベルマートなど海外エージェント、メディア商談会へ出展し、海女文化の発信と集客を図る。

④ マーケティング・プロモーション活動を行う人材活用と資源調査・商品提案

(2 か年計画)

- i. 構築された来訪者満足度等調査の仕組みを活用し、マーケティング調査分析。専門家の助言を受けながら人材育成。マーケティングから得られた情報から、効果的なプロモーションを実施し、SNS 等での情報発信を継続。専門家を活用し、地域資源調査を行い、着地型商品を増やす。

(2017 年度実績)

- ・スマートフォンで閲覧している割合が高いことから、それまで PC 中心に作成していた web サイトとは別にスマート対応のサイトを作成。
- ・SEO 対策と web サイトの見やすさを改善

⑤ 古民家の海女レストラン改修・備品選定

(2 か年計画)

- i. 調査結果に基づき、海女レストランの実施設計を行い、内外装、備品、厨房設備を選定し、改修を行う。

(2017 年度実績)

- ・石神さん参道に現在空き家となっている物件を購入（土地は借地）したが、地域に同様のレストラン（2 軒）ができたことから、内容を見直し。

2.9 須賀利渚泊推進協議会

須賀利渚泊推進協議会〔三重県尾鷲市〕（2018-2019年度）

須賀利町は、過疎・高齢化が進む典型的な漁村であるが、地域が育んできた“地域の宝”がある。漁業者の高齢化や水揚げの減少が続いているが、首都圏で飲食店等を営む企業が漁業に参入し定置網が再開される、首都圏の企業がサテライトオフィスを設置するなど、新たな動きもでてきている。そこで、「須賀利渚泊推進協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を通じて、豊かな自然と漁業体験などを組み合わせた漁村観光を推進するとともに、漁村での新しい働き方を提案し、地域全体のホテル化、コンベンション・センター化し、国際デザイナー会議の招致を目指す。

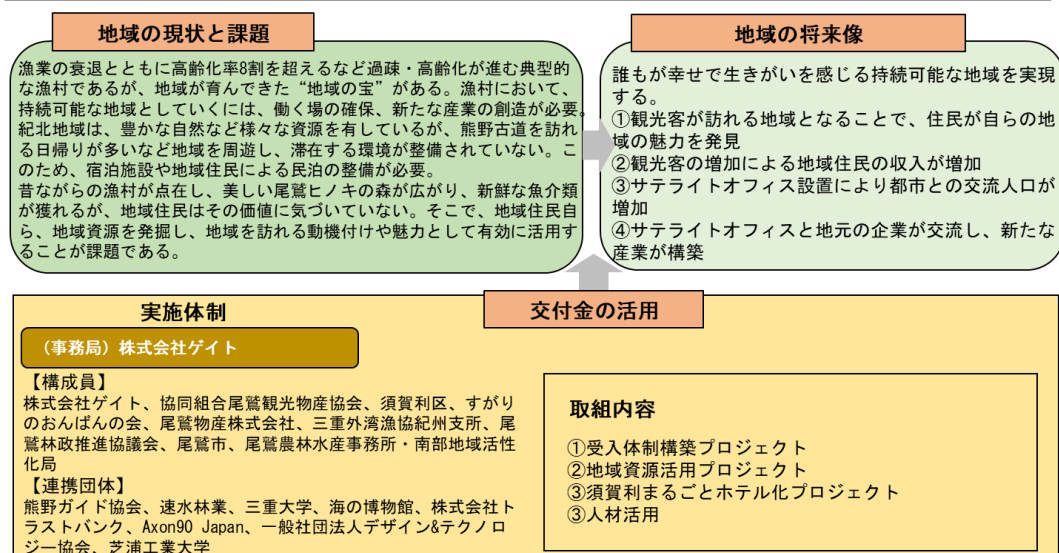


図 2.9.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“超高齢化漁村において異業種・異分野企業が立ち上げた協議会”

異業種・異分野の民間企業（外食産業事業者）が超高齢化の漁村地域の一次産業へ参入し、そこで協議会を立ち上げ、持続可能な地域社会を創造するというビジョンの実現に取り組む。

企業や構成及び関係団体の知見や経験、資材、ネットワークを活用した、

- ・スタッフによる地域の食材や伝統食の再評価と磨き上げ
- ・サテライトオフィスの企業の社員らや企業経営者を対象
- ・常時開設の民泊施設による受入窓口システムの構築
- ・漁村での新しい働き方を提案し、地域全体のホテル化、コンベンション・センター化

(2) 現状と課題

漁業の衰退とともに高齢化率8割を超えるなど過疎・高齢化が進む典型的な漁村であるが、地域が育んできた“地域の宝”がある。漁村において、持続可能な地域としていくには、働く場の確保、新たな産業の創造が必要である。

紀北地域は、豊かな自然など様々な資源を有しているが、熊野古道を訪れる日帰りが多いなど地域を周遊し、滞在する環境が整備されていない。このため、宿泊施設や地域住民による民泊の整備が求められる。

昔ながらの漁村が点在し、美しい尾鷲ヒノキの森が広がり、新鮮な魚介類が獲れるが、地域住民はその価値に気づいていない。そこで、地域住民自ら、地域資源を発掘し、地域を訪れる動機付けや魅力として有効に活用することが課題である。



写真 2.9.1 日本の小さな漁村 須賀利

(3) 解決策（取組）

- i. 受入体制構築プロジェクトとして、地域住民自ら体験プログラムに参加することや須賀利町の将来像を地域住民が検討するワークショップを開催する。
- ii. 地域資源活用プロジェクトとして、大学のアウトドア実習を誘致し学生による地域の魅力発掘を行う。
- iii. 首都圏の飲食店スタッフが地域の農林水産業や自然を体験し、地域の食材や伝統食を知ることで、地域の魅力を発信できる人材を育成するとともに、地域の食材や伝統食を再評価し郷土料理を磨き上げる。加工品（干物）を開発し、地域の食として、あるいはお土産として提供する体制を整備する。
- iv. サテライトオフィスの企業の社員らや企業経営者を対象に企業経営者向け体験プログラムを実施する。また、地域の若手経営者との交流の機会を設け、地域における新たなビジネスの創出・雇用に取り組む。
- v. 須賀利まるごとホテル化プロジェクトとして、地域住民向けに民泊の開業セミナーを開催するとともに、整備する常時開設の民泊施設が地域のクロックとなって、予約や宿泊客の受入窓口として機能するためのシステムの構築に取り組む。
- vi. 海外のデザイナー招致し、国内の大学生を中心に、地域住民や首都圏からの参加者による古民家改修ワークショップを開催する。
- vii. 漁村での新しい働き方を提案し、地域全体のホテル化、コンベンション・センター化を目指す。

(4) 具体的取組内容

① 受入体制構築プロジェクト

(2 か年計画)

- i. 地域住民の渚泊への理解促進：世界遺産、日本農業遺産などの地域資源の魅力を伝えるシンポジウムを開催し、地域の魅力についての理解を深める。観光客とともに地域住民が体験プログラムに参加することで、渚泊への理解の促進と地域間交流を図る。
- ii. 須賀利ビレッジ・デザインの検討ワークショップ開催：須賀利町の将来像を地域住民が検討するワークショップを開催する。建築家やデザイナーにも参加してもらい、専門家の目から見た地域の魅力を共有し、守るべきもの、変えていくべきものを整理し、持続可能な地域としていくためのアクションプログラムを策定する。
- iii. 先進地視察：世界遺産、日本農業遺産などの地域資源を活用する観点から、先進地を視察し、課題解決や取組に必要なスキルやノウハウを学ぶ。(2018 年度のみ)

② 地域資源活用プロジェクト

(2 か年計画)

- i. 体験プログラムの開発・整備：須賀利町に宿泊し、紀北地域で体験してもらうモニターツアーを開催し、体験プログラムのブラッシュアップと地域の受入体制の整備を行う。また、大学のアウトドア実習を誘致し、学生による須賀利町の魅力の発掘、活用法を検討するとともに、須賀利の魅力を PR できる人材を育成する。



写真 2.9.2 自然環境リテラシー学：野営



写真 2.9.3 カヤック学習



写真 2.9.4 須賀利の伝統食：黒砂糖おにぎり



写真 2.9.5 須賀利の郷土料理

ii. 食の磨き上げ：首都圏の飲食店スタッフが紀北地域を訪れ、農林水産業や自然を体験し、地域の食材や伝統食を知ること、首都圏で紀北の魅力を発信できる人材を育成するとともに、地域の食材や伝統食を再評価し郷土料理を磨き上げる。また、加工品（干物）を開発し、地域の食として、あるいはお土産として提供する体制を整備する。

iii. 企業経営者向け体験プログラム実施：首都圏の起業家を対象に、紀北の体験ツアーを開催する。また、地域の若手経営者との交流の機会を設け、地域における新たなビジネスの創出・雇用に取り組む。

iv. 須賀利のPRツール：「日本の小さな漁村 須賀利」を紹介する冊子を作成する。また、須賀利の豊かな自然、海、美しい街並みをPRする動画を制作する。

③ 須賀利まるごとホテル化プロジェクト

(2か年計画)

i. 体験交流の核となる人材の育成：地域の農林漁業者や宿泊施設の担当者に対して、体験プログラムの構築セミナーや安全管理研修を実施する。

ii. 民泊の推進：地域住民向けに民泊の開業セミナーを開催するとともに、整備する宿泊施設が地域のクロークとなって、予約や宿泊客の受入窓口として機能するためのシステムの構築に取り組む。

iii. 海外のデザイナー招致によるワークショップの開催：海外のデザイナーを招致し、デザイナーから見た紀北地域の暮らし、風景にマッチしたデザインをもとに、国内の大学生を中心に、地域住民や首都圏からの参加者による古民家改修ワークショップを開催する。（多様な参加者が古民家改修にかかわることで、自分たちの施設と感じられる施設整備、地域の資材（尾鷲ヒノキ）の活用や整備コストの縮減を図る）

④ 人材活用

(2か年計画)

i. 人材活用として、須賀利ビレッジ・デザインの検討ワークショップの運営を担う専門家、海外からのデザイナー、古民家改修の運営や体験プログラムの開発・整備を担う大学教員と契約する。

2.10 家島諸島都市漁村交流推進協議会

家島諸島都市漁村交流推進協議会〔兵庫県姫路市家島町〕（2017-2018年度）

これまで家島観光事業組合、家島諸島都市漁村交流推進協議会が中心となって地域資源を活用した観光産業の取組を推進してきたことで、メディアにも取り上げられることも多くなり徐々に効果が出てきているものの、まだまだ収益につながるまでには至っていない。そこで地域資源を活用した体験型観光の更なる充実や「渚泊」「しま旅」の情報発信と宿泊体験プランの実施、収益に繋がる土産商品の開発などを通じて、日帰り観光が主である家島諸島において、宿泊型観光への取組を行い、持続可能な推進を図る。

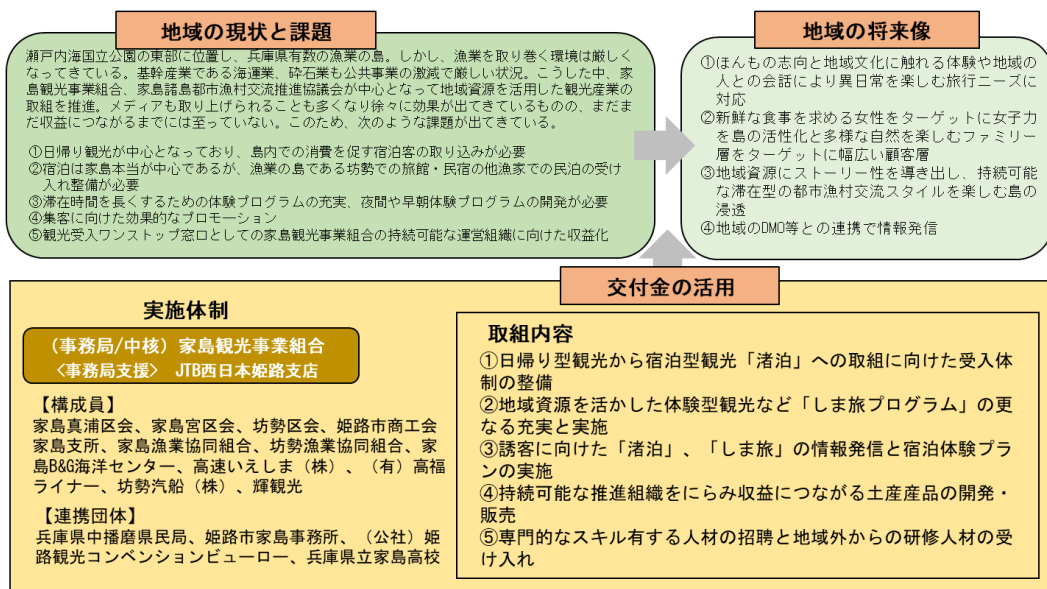


図 2.10.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“旅行会社や体験サイトとの連携で宿泊・体験の予約販売の仕組み構築”

兵庫県有数の漁業の島であるが、漁業を取り巻く環境や基幹産業である海運業、砕石業も厳しい地域であり、観光産業の取組を推進しているが収益につながるまでには至っていないことから、日帰り観光から、滞在型観光へ移行させるため、情報発信するための多言語パンフレットやweb サイトなどの制作、旅行会社や体験サイトとの連携で宿泊・体験の予約販売サイトの仕組みの構築に取り組む。

(2) 現状と課題

兵庫県有数の漁業の島であるが、漁業を取り巻く環境や基幹産業である海運業、砕石業も厳しい状況。こうした中、家島観光事業組合、家島諸島都市漁村交流推進協議会が中心となって地域資源を活用した観光産業の取組を推進し、メディアも取り上げられることも多くなり徐々に効果が出てきているものの、まだまだ収益につながるまでには至っていない。このため、次のような課題がでてきた。

- ・日帰り観光が中心となっており、島内での消費を促す宿泊客の取り込みが必要
- ・宿泊は家島本島が中心であるが、漁業の島である坊勢での旅館・民宿の他漁家での民泊の受入整備が必要

- ・滞在時間を長くするための体験プログラムの充実、夜間や早朝体験プログラムの開発が必要
- ・集客に向けた効果的なプロモーション
- ・観光受入ワンストップ窓口としての家島観光事業組合の持続可能な運営組織に向けた収益化

(3) 解決策（取組）

- 「渚泊推進会議」を設置し、インバウンドも含め諸島内の受入状況の調査したうえで、実行可能な渚泊の在り方を検討するとともに、日帰り型観光から宿泊型観光「渚泊」への取組に向けた受入体制を整備する。
- 諸島に息づく「人」、「自然・景観」、「歴史・文化」や「産業」等地域資源を活かした体験型観光など「しま旅プログラム」の更なる充実と実施を行う。
- インバウンドも含めて「渚泊」、「しま旅」の情報発信するためのパンフレットやwebサイトなどの制作の他、旅行会社や「アソビュー（アソビュー株式会社の遊びや体験・レジャーなどの遊び場検索サービス）」等の体験サイトとの連携で宿泊や体験プログラムの予約販売サイトの仕組みを構築する。
- 持続可能な推進組織をにらみ収益につながる土産産品を開発・販売する。
- 専門的なスキル有する人材の招聘と地域外からの研修人材の受け入れを行う。

(4) 具体的取組内容

① 日帰り型観光から宿泊型観光「渚泊」への取組に向けた受入体制の整備

(2 年計画)

- 事務局内に渚泊推進会議を設置し、インバウンドも含め諸島内の受入状況の調査のうえ、実行可能な渚泊の在り方を検討するとともに、本島以外での受入施設を整備。

(2017 年度実績)

- ・協議会総会、推進会議、プログラム開発ミーティングの開催
- ・更なる宿泊客増に向け、現在の諸島内の受入の状況の調査
- ・地域の事業者向けおもてなし研修セミナー（多言語対応に向けた整備検討、受入施設の多言語指差し対応カードの制作）を実施。

② 地域資源を活かした体験型観光など「しま旅プログラム」の更なる充実と実施

(2 年計画)

- 島内滞在時間を長くするための、諸島に息づく「人」、「自然・景観」、「歴史・文化」や「産業」等の地域資源を活かした体験型観光など「しま旅」の更なる充実。

(2017 年度実績)

- ・既存体験プログラムの内容を精査の上、新しいタリフ（一覧表）を整備

(例：夜間、早朝の体験や漁業をテーマとした体験プログラムの充実)

- ・家島しま旅 2017 として出発日限定のツアーや「いつでもしまたび」プログラムを実施
- ・宿泊受入者数 1,362 人



写真 2.10.1 多言語パンフレット 写真 2.10.2 家島しまたび体験ツアー

③ 誘客に向けた「渚泊」、「しま旅」の情報発信と宿泊体験プランの実施

(2 か年計画)

- i. 「渚泊」や「しま旅」をインバウンドも含めて情報発信するためのパンフレットやweb サイトなどの制作の他、地域コンテンツ管理・販売システムとして、旅行会社や「アソビュー」等の体験サイトとの連携で宿泊や体験プログラムの予約販売サイトの仕組みを構築。

(2017 年度実績)

- ・「渚泊」や「しま旅」を情報発信するためのパンフレット、家島しまたび web サイトを制作
- ・姫路城訪日客を対象としたパンフレット及び多言語PRサイトを構築
- ・JTB のツアー販売サイト「たびと」との連携でしまたびツアーを販売
- ・「アソビュー」体験サイトでのしま旅プログラムの予約販売の仕組みを構築し販売をスタート
- ・地域資源と連動した季節ならではの体験プランや渚泊体験モニターツアー等を実施
- ・「帆船みらいへ」と連携した家島渚泊ツアーを実施
 - 大阪発着 3 日間コース 人員不足で中止
 - 家島発着 日帰りコース 参加者数 66 人

④ 持続可能な推進組織をにらみ収益につながる土産商品の開発・販売

(2 か年計画)

- i. 家島の魚介類には素晴らしいものがあるが、主に島内での飲食に限られることから、島の特産品を活かした土産商品の開発、プロモーション、販売を推進。

(2017 年度実績)

- ・家島しまたびパンフレット、家島情報発信パンフレットに島の土産品を掲載

- ・坊勢さばを使った鯖寿司のプロモーション強化と持ち帰り及び宅配梱包技術を構築
- ・真空包装を活用した島ジャムや佃煮商品を開発、ラベル、包装も新たに試作
- ・家島観光まちづくり協議会が主催する「いえしまーけっと」で島の土産品等のプロモーションを実施



写真 2. 10. 3 坊勢さばを使った鯖寿司のプロモーション強化と持ち帰り及び宅配梱包技術の開発



写真 2. 10. 4 web サイトで家島フォトギャラリー

⑤ 専門的なスキル有する人材の招聘と地域外からの研修人材の受け入れ (2 か年計画)

- 受入整備や着地商品の専門的なスキルを有する人材や誘客に向けた広報戦略推進の専門スキルを持つ人材を島外から招聘する。受入整備や開発した体験プログラムのプロモーションや土産商品の販売を推進していく人材を受け入れ、広報担当としても島の情報を web サイトや SNS を通じて発信。

(2017 年度実績)

- ・渚泊推進会議、検討会、勉強会やプログラム開発に専門家を招聘しアドバイス
- ・事業全体の推進のサポートとして、専門家及び事業者に委託
- ・島の食や景観の素晴らしさを伝えるためプロのカメラマン等専門家を招聘し、媒体向けの写真や映像素材、イラストマップデザイン等を整備（家島観光事業組合 web サイトに家島フォトギャラリーと家島諸島 PR 動画を掲載）

2.11 ながとふるさと体験受入協議会

ながとふるさと体験受入協議会〔山口県長門市〕（2017-2018年度）

これまで3地域で体験型旅行の受入を行ってきたが、過疎高齢化の影響で受入家庭が減少。今後増加する農泊ニーズに対応していくには、長門市の各地域が一体となって受入体制の強化や質の向上、利用者の利便性などを高めていく必要がある。そこで、新たな地域も含めて、「ながとふるさと体験受入協議会」を設立し、渚泊推進対策事業を通じて、多様な資源を有する第一次産業との組み合わせによる体験型観光を推進し、長門市全域で都市と農山漁村との交流をより一層深めることを目指した「ふるさと体験ツーリズム」の推進に取り組む。

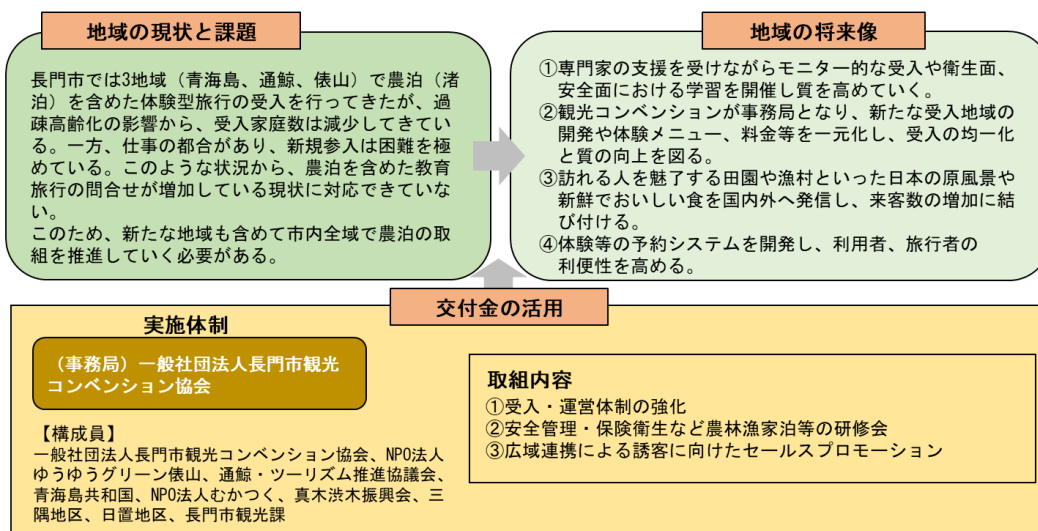


図 2.11.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“地域組織単独の受入から、協議会全体の連携強化による受入拡大”

各地域組織が体験型旅行の受入を行ってきたが、過疎高齢化の影響から、受入家庭数は減少していることから、新たな地域も含めて市内全域で農泊（渚泊）の取組の推進を図るため、各地域組織単独の活動・受入から、協議会全体の連携強化による、新たなプログラムの造成・開発や予約サイトの構築、受入地域のスキルアップ等を通じて、農山漁村体験受入の拡大と運営体制の強化に取り組む。

(2) 現状と課題

長門市では3地域（青海島、通鯨、俵山）で農泊（渚泊）を含めた体験型旅行の受入を行ってきたが、過疎高齢化の影響から、受入家庭数は減少してきている。一方、仕事の都合があり、新規参入は困難を極めている。このような状況から、農泊を含めた教育旅行の問合せが増加している現状に対応できていない。

このため、新たな地域も含めて市内全域で農泊の取組を推進していく必要がある。

(3) 解決策（取組）

- i. 協議会、各地域組織及び受入家庭の取組の推進や協議会全体の連携強化を図るとともに、プログラムの造成・開発や予約サイトを構築し、体験型教育旅行及び一般旅行のグループの農山漁村体験受入と運営体制を強化する。

ii. 安全管理・保険衛生など農林漁家泊等の研修会やモニターツアー、先進地域の視察研修を実施し、受入に対するスキルアップを図る。

iii. 関西・福岡・関東及び中部地区の旅行エージェント・学校等へセールスプロモーションを行い、広域連携による誘客を図る。

(4) 具体的取組内容

① 受入・運営体制の強化

(2 か年計画)

- i. 協議会、各地域組織及び受入家庭の取組の推進や協議会全体の連携強化を図るとともに、プログラムの造成・開発や予約サイトを構築し、体験型教育旅行及び一般旅行のグループの農山漁村体験受入を推進する。

(2017 年度実績)

- ・ 渋木地区において民泊研修会、三隅地区において体験型旅行の講習会と受入報告会
- ・ 俵山地区でのモニターツアー
- ・ 農家民泊料理研修会

② 安全管理・保険衛生など農林漁家泊等の研修会

(2 か年計画)

- i. 専門機関や専門家を活用しながら、安全や保険衛生に関わる研修会やモニターツアー、先進地域の視察研修を実施し、受入に対するスキルアップを図る。

(2017 年度実績)

- ・ 地域資源を活用した体験ツアーづくりセミナーでプランニングのノウハウを学ぶ
- ・ 児童・生徒や外国人とのコミュニケーション研修
- ・ 農泊推進対策交付金勉強会で、農泊の現状と課題、農泊推進対策交付金の使い方、宿泊施設開業の手続き等について学ぶ
- ・ 都市農山漁村交流魅力向上セミナーで、交流産業の創出による地域活性化の実践について学ぶ
- ・ 福岡圏と沖縄県の先進地視察研修

③ 広域連携による誘客に向けたセールスプロモーション

(2 か年計画)

- i. 旅行エージェント・学校等へのセールスプロモーションによる大型校の受入誘致を行う。

(2017 年度実績)

- ・ 関西・福岡・関東及び中部地区において、教育旅行取扱旅行業者等を訪問し、修学旅行動向のヒアリング、体験プログラム等の紹介及び送客要請
- ・ 体験型修学旅行（2017 年度実績） 2 団体（中学校・高校） 550 人
- ・ 宿泊体験活動（子ども農山漁村交流プロジェクトを含む、2017 年度までの実績）
11 団体（小学校・中学校・大学・韓国高校・外国人留学生） 357 人

2.12 一般社団法人まつうら交流党

一般社団法人まつうら党〔長崎県松浦市〕（2017-2018年度）

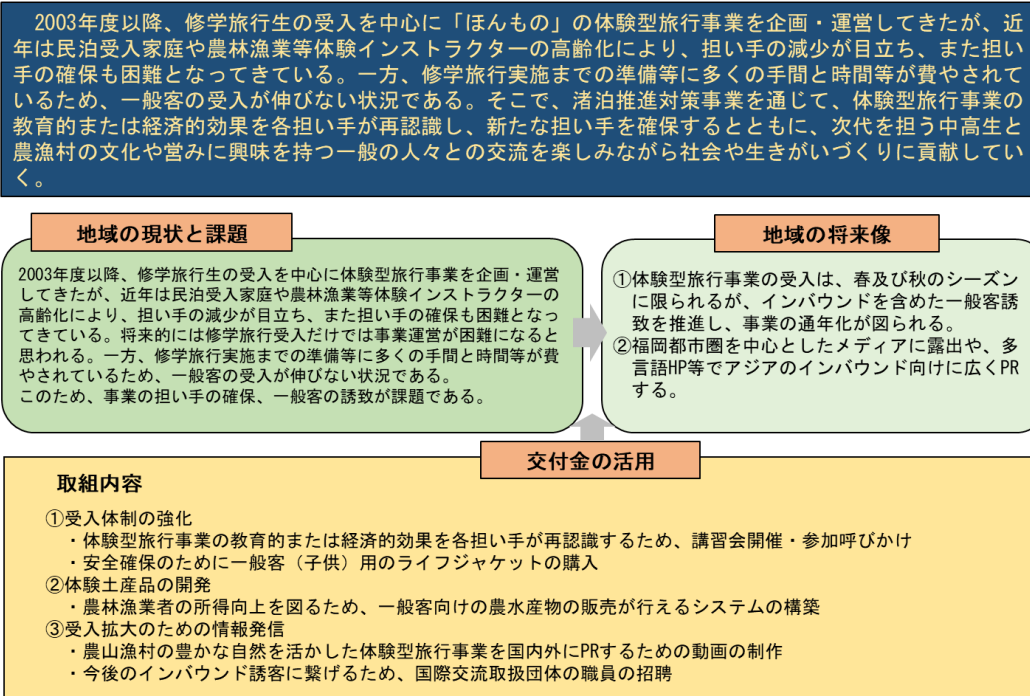


図 2.12.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“担い手の啓発普及と国内外へのPR”

15年近く、体験型旅行事業を企画・運営してきた地域であるが、近年は民泊受入家庭や農林漁業等体験インストラクターの高齢化により、担い手の減少が目立つことから、担い手の確保や一般客の誘致を図るため、体験型旅行事業の教育的または経済的効果を各担い手が再認識するため、講習会開催・参加呼びかけを行うとともに、国内外にPRするための動画の制作と国際交流取扱団体の招聘に取り組む。

(2) 現状と課題

2003年度以降、修学旅行生の受入を中心に体験型旅行事業を企画・運営してきたが、近年は民泊受入家庭や農林漁業等体験インストラクターの高齢化により、担い手の減少が目立ち、また担い手の確保も困難となってきた。将来的には修学旅行受入だけでは事業運営が困難になると思われる。一方、修学旅行実施までの準備等に多くの手間と時間等が費やされているため、一般客の受入が伸びない状況である。このため、担い手の確保、一般客の誘致が課題である。

(3) 解決策（取組）

- i. 受入体制の強化として、体験型旅行事業の教育的または経済的効果を各担い手が再認識するため、講習会開催・参加呼びかけるとともに、安全確保のために一般客（子供）用のライフジャケットの購入を行う。

ii. 土産品の開発として、農林漁業者の所得向上を図るため、一般客向けの農水産物の販売が行えるシステムを構築する。

iii. 受入拡大のための情報発信として、農山漁村の豊かな自然を活かした体験型旅行事業を国内外にPRするための動画を制作するとともに、今後のインバウンド誘客に繋げるため、国際交流取扱団体の職員を招聘する。

(4) 具体的取組内容

① 受入体制の強化

(2 か年計画)

i. 講習会開催・参加呼びかけ：体験型旅行事業の教育的または経済的効果を各担い手が再認識するため、公社傘下の各受入組織においてコンサルタントによる講習会を実施する。併せて、各受入組織別に講習会を行うことで、既存の担い手とは別に地域内に存在する体験受入に興味がある者にも講習会参加を呼びかけ、新規担い手の掘り起こしを行う。また、インバウンド受入の手法等についての講習会も実施する。

ii. ライフジャケット購入：安全確保のために一般客（子供）用のライフジャケットを購入する。

(2017 年度実績)

- ・民泊受入世帯の確保、インバウンド受入講習を含めた受入組織ごとの講習会の開催、体験型修学旅行の受入
- ・子供用ライフベストの購入

② 体験土産品の開発

(2 か年計画)

i. 一般客への農水産物販売システムの構築：農林漁業者の所得向上を図るため、一般客向けの農水産物の販売が行えるシステムの構築を図る。

(2017 年度実績)

- ・企画検討、先進地視察研修、受入組織との協議・検討

③ 受入拡大のための情報発信

(2 か年計画)

i. PR 動画の制作：農山漁村の豊かな自然を活かした体験型旅行事業を国内外にPRするための動画（修学旅行用および一般客用（多言語対応））を制作する。

ii. 国際交流取扱団体の招聘：取引実績のある国際交流取扱団体の職員やその他国際交流団体職員を招聘し、実際にほんまもん体験を実感してもらう事業を実施する。

(2017 年度実績)

- ・PR 動画の制作、国際交流団体職員の招聘

2.13 対馬グリーン・ブルーツーリズム協会

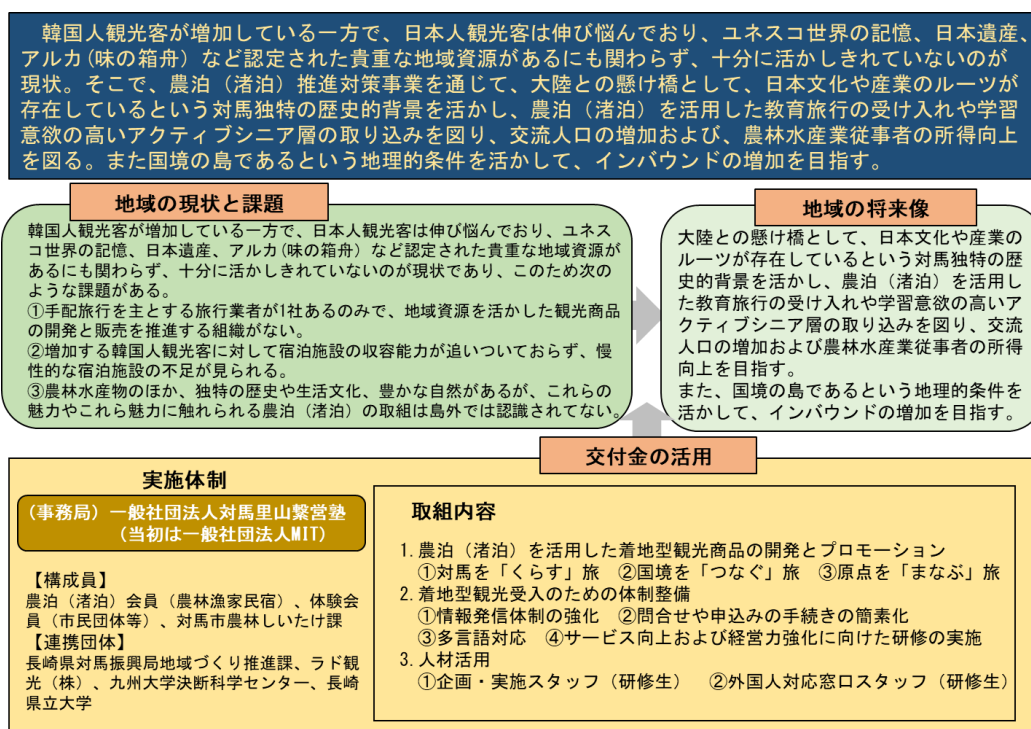


図 2.13.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

”国境の島という特徴をいかし、農林漁家への民泊と体験を通じて、国内外からの交流人口の増加と農林漁家の所得向上”

韓国人観光客が増加している一方で、日本人観光客は伸び悩んでおり、貴重な地域資源があるにも関わらず、十分に活かしきれていないのが現状。そこで、大陸との懸け橋として、日本文化や産業のルーツが存在しているという対馬独特の歴史的背景を活かし、農泊（渚泊）を活用した教育旅行の受け入れや学習意欲の高いアクティブシニア層の取り込みを図り、交流人口の増加および、農林水産業従事者の所得向上を図る。また、国境の島であるという地理的条件を活かして、インバウンドの増加を目指す。

(2) 現状と課題

韓国人観光客が増加している一方で、日本人観光客は伸び悩んでおり、ユネスコ世界の記憶、日本遺産、アルカ(味の箱舟)など認定された貴重な地域資源があるにも関わらず、十分に活かしきれていないのが現状であり、このため次のような課題がある。

- ・手配旅行を主とする旅行業者が1社あるのみで、地域資源を活かした観光商品の開発と販売を推進する組織がない。
- ・増加する韓国人観光客に対して宿泊施設の収容能力が追いついておらず、慢性的な宿泊施設の不足が見られる。

- ・農林水産物のほか、独特の歴史や生活文化、豊かな自然があるが、これらの魅力やこれら魅力に触れられる農泊（渚泊）の取組は島外では認識されていない。

(3) 解決策（取組）

- i. 農林漁家への民泊と体験を組み込んだ「対馬を暮らす旅」、国際交流体験を取り入れた「国境をつなぐ旅」や教育旅行商品として「原点を学ぶ旅」など農泊（渚泊）を活用した着地型観光商品の開発とプロモーションを行う。
- ii. 着地型観光受入のための体制整備として、ホームページの更新など情報発信体制の強化・多言語化（英語、韓国語）、問合せや申込みの手続きの一元管理化、サービス向上および経営力強化に向けた研修を実施する。
- iii. web サイトの更新、SNS 情報発信、外国人対応窓口（英語、韓国語）、ツアーガイドのための人材活用。

(4) 具体的取組内容

① 農泊（渚泊）を活用した着地型観光商品の開発とプロモーション

(2 か年計画)

- i. 対馬を暮らす旅
農林漁業体験、郷土料理体験、自然体験等を組み込んだ滞在型（民泊＋体験）観光商品の開発とプロモーション
- ii. 国境をつなぐ旅
国境の島だからこそ体験できる国際交流体験を取り入れた観光商品の開発とプロモーション
- iii. 原点を学ぶ旅
教育旅行商品の開発と受け入れ体制の整備

(2017 年度実績)

- ・対馬を暮らす旅：滞在型観光商品の開発とプロモーションと受け入れ側のレベルアップのための研修会を実施。
- ・国境をつなぐ旅：日韓海岸清掃フェスタという国際交流体験を取り入れた観光商品の開発と販売を行い集客（台風のため、中止）。
- ・原点を学ぶ旅：教育旅行商品の開発と受け入れ体制を整備し、広報用のパンフレットを作成。

② 着地型観光受入のための体制整備

(2 か年計画)

- i. 情報発信体制の強化
ホームページをリニューアル
- ii. 問合せや申込みの手続きの簡素化

iii. 多言語対応

ホームページの英語、韓国語対応ページを構築

iv. サービス向上及び経営力強化に向けた研修の実施



対馬を暮らす旅



国境をつなぐ旅



原点を学ぶ旅

写真 2.13.1 各種パンフ

(2017 年度実績)

- ・申し込みや問合せの手続きの簡素化：予約から決算までの一元管理システムを構築。
- ・情報発信体制の強化：web を使ったプロモーションのための戦略分析を行ったうえで、ホームページ（英語、韓国語対応ページ）を更新。
- ・サービス向上及び経営力強化に向け、特定非営利活動法人グリーンウッド自然体験教育センターにて、マネジメント研修。



図 2.13.2 多言語 web サイト

③ 人材活用

(2 か年計画)

- i. 企画・運営スタッフ（研修生）
窓口業務、web サイトの更新、SNS 情報発信
- ii. 外国人対応窓口スタッフ（研修生）
英語、韓国語での情報発信、ツアーガイド

(2017 年度実績)

- ・企画・運営スタッフを雇用し、顧客対応や民泊の調整等の窓口業務、会計処理等の事務作業のほか、企画や情報発信。
- ・外国人対応窓口スタッフ（英語が担当な韓国人）を雇用し、主として韓国人を中心とした問い合わせや予約の対応、および民泊との調整業務を行う。



通訳研修

写真 2.13.2 研修の様子

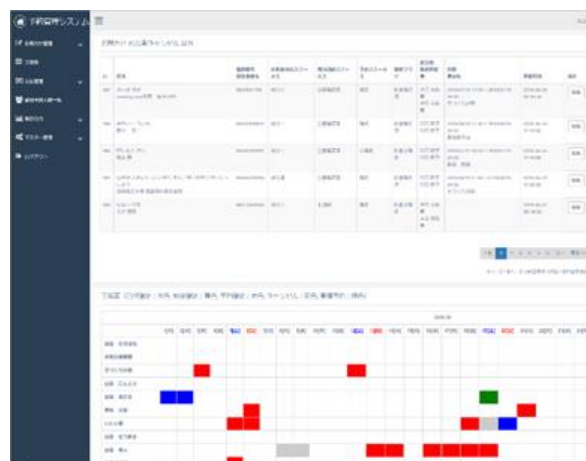


図 2.13.3 予約から決算までの一元管理システム

2.14 NPO 法人かまえブルーツーリズム研究会

NPO法人かまえブルーツーリズム研究会【大分県佐伯市】（2017-2018年度）

蒲江地域は、入り組んだ典型的なリアス式海岸が続き、12の集落（浦）に分かれて、眼前には九州と四国に囲まれた豊後水道と太平洋が広がる。入り江を利用した養殖業が盛んであるが厳しい状況が続いている。2006年以降、研究会は漁業をメインにした様々な体験を提供するブルーツーリズムを実施してきたが、来訪者を十分に惹きつけるに至っておらず、体験と宿泊の連携、地域の関係者の有機的連携、また周辺地域の浦や活動との連携が課題となってきた。そこで、渚泊推進対策事業を通じて、地域の関係団体の調整を行うDMO機能を持つ組織とプログラムの造成・販売・予約・決済の一元化システムの構築、地域全体を食のレストランに位置付け周遊させる地域波及の大きいプログラムの造成を行う。

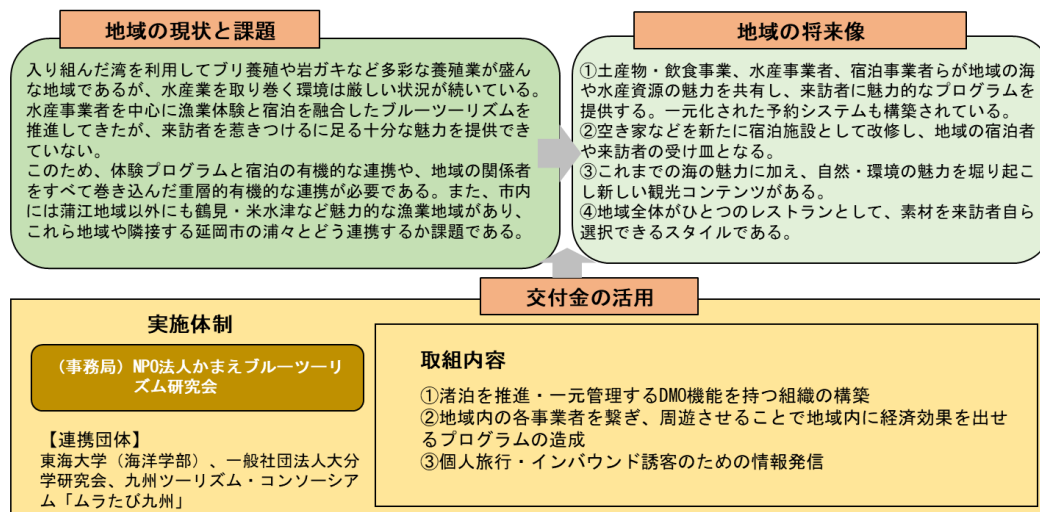


図 2.14.1 渚泊推進対策事業の概要

(1)特徴

“地域内連携と地域経済波及のあるプログラムの造成”

10 年間程、漁業体験と宿泊を融合したブルーツーリズムを推進してきた地域であるが、来訪者を惹きつけるに足る十分な魅力を提供できていないことから、地域の旅館や民宿、道の駅などの飲食店や加工グループ等と連携し、地域内を周遊させ、地域経済効果を出せるプログラムを造成するとともに、大学との連携による観光コンテンツの掘り起こし、個人旅行・インバウンドをターゲットにライブカメラや動画による情報発信に取り組む。

(2)現状と課題

入り組んだ湾を利用してブリ養殖や岩ガキなど多彩な養殖業が盛んな地域であるが、水産業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。2006 年以降、水産事業者を中心に漁業体験と宿泊を融合したブルーツーリズムを推進してきたが、来訪者を惹きつけるに足る十分な魅力を提供できていない。

このため、体験プログラムと宿泊の有機的な連携や、地域の関係者をすべて巻き込んだ重層的有機的な連携が必要である。また、市内には蒲江地域以外にも鶴見・米水津など魅力的な漁業地域があり、これら地域や隣接する延岡市の浦々とう連携するか課題である。

(3) 解決策（取組）

- i. DM0 機能を持ち地域全体のマネジメントを行う組織を設立するとともに、地域の海と水産資源の魅力を共有し、来訪者に魅力的なプログラムの提供や予約システム、予約から決済まで一貫してできるシステムを構築する。
- ii. 専用 web サイトを開設し、動画やライブカメラ映像を常時発信する。
- iii. 大学との連携により学術的な魅力も持つ観光コンテンツを掘り起こす。
- iv. 地域最大の魅力「新鮮な水産物」の強みを生かし、地域の旅館や民宿、道の駅などの飲食店や加工グループ等と連携し、地域を食で巡る「回転レストラン」として位置付け、地域内を周遊させる。また、養殖筏の上で飲食できるようにするなどにより、地域内に経済効果を出せるプログラムを造成する。
- v. 個人旅行・インバウンドをターゲットに誘客のための情報発信を行う。

(4) 具体的取組内容

① 渚泊を推進・一元管理する DM0 機能を持つ組織の構築

(2 か年計画)

- i. DM0 機能を持つ地域全体のマネジメント組織の設立：宿泊事業者及び体験プログラムや飲食の提供事業者により、「一般社団法人あまべマリンスティ協議会（仮）」を設立し、地域の関係団体との調整を行う DM0 機能を持つことで地域全体のマネジメントを目指す。
- ii. プログラムの造成～告知・販売～受付までを一元的に実施できるシステムの構築：地域の海と水産資源の魅力を共有し、来訪者に魅力的なプログラムの提供や予約システム、予約から決済まで一貫してできるシステムの構築に向けた合意形成を図る。合意形成の上で、一元的情報発信・予約・決済システムのための web サイトを制作・公開する。また、地域にある利用可能な空き家を利用者の幅広いニーズに対応できるゲストハウスとして活用する。



写真 2. 14. 1 蒲江漁港



図 2. 14. 2 専用 web サイトの開設

(2017 年度実績)

- ・「九州のムラ」と連携し組織研修会、統合予約システムの検討会の開催、新たな組織の設立・登記
- ・新たなプログラムの造成、蒲江の魅力情報・各関係事業者紹介・予約問合せ・ライブカメラ映像等を中心とした web サイトの運用・公開、大分学研究会のサーバーを利用し、日々のメンテナンスの委託

② 地域内の各事業者を繋ぎ、周遊させることで地域内に経済効果を出せるプログラムの造成

(2 か年計画)

- i. 大学との連携による学術的な魅力も持つ観光コンテンツの掘り起こし：大分学研究会や東海大学海洋学部と連携し、蒲江地域をフィールドにした海洋調査を行い、従来のアクティビティに加え、学術的な魅力を持った観光コンテンツを掘り起こす。
- ii. ツーリズムコンソーシアムと連携したターゲットを絞ったマーケティング調査：九州ツーリズムコンソーシアム「ムラたび九州」などと連携し、消費者ニーズや、個人旅行・インバウンドをターゲットにしたマーケティング調査を行い、地域内事業者への研修や勉強会などを実施してサービス提供の質の向上を図る。
- iii. 地域を周遊させるプログラムの造成：地域最大の魅力「新鮮な水産物」の強みを生かすため、地域の旅館や民宿、道の駅などの飲食店や加工グループ等と連携し、地域を食で巡る「回転レストラン」として位置付け、地域内を周遊させる。また、養殖筏の上で飲食できるようにするなど、蒲江らしい取組で魅力の向上を図るとともに、地域への経済波及効果が生み出せるプログラムの造成を行う。

(2017 年度実績)

- ・大学・学生らによる観光コンテンツの掘り起こし
- ・ムラたび九州によるマーケティング調査



写真 2. 14. 2 定置網漁見学ツアー (YouTube)

③ 個人旅行・インバウンド誘客のための情報発信

(2 か年計画)

- i. ライブカメラや定点撮影カメラによる常時情報発信：ライブカメラや定点撮影カメラを設置し、蒲江の海の魅力を web サイトから常時発信できるようにする。

- ii. 地元の大学の外国人学生や大分学研究会の会員などを対象としたモニターツアーの開催・活用：個人旅行・インバウンド誘客に向け、地元の立命館アジア太平洋大学（APU）の外国人学生や大分学研究会の会員などを対象としたモニターツアーを開催し、受入体制の整備を行うとともに、モニター参加者にブログや SNS 等で情報発信をしてもらうことでプロモーション活動に努める。
- iii. 蒲江にゆかりのある人たちへの情報発信：首都圏や大阪・福岡圏の県人会と連携し、蒲江の海の魅力についてゆかりのある人たちをターゲットに重点的な情報発信に努める。

(2017 年度実績)

- ・ライブカメラ等の設置及び web 上での公開
- ・APU 学生を対象にした体験モニターツアーの開催、大分学研究会会員を対象にした体験モニターツアーの開催
- ・福岡圏への情報発信

2.15 伊根浦地区農泊推進地区協議会

伊根浦地区農泊推進地区協議会〔京都府伊根町〕（2018-2019年度）

近年、舟屋の知名度が世界的に高まり、外国人をはじめ多くの観光客が訪れるようになったが、漁業者等による舟屋民宿が十数軒あるのみで、宿泊施設や飲食施設は不足し、宿泊したいというニーズに対応できていない。また、観光消費額も横ばいで、地域経済に十分に寄与できていない。そこで、渚泊推進対策事業を通じて、伊根浦地区で農泊（渚泊）等を持続的に展開するために、地元で獲れた水産物を宿泊・飲食施設で提供する地産地消の仕組みを構築し、体験メニューの提供によって地域内の農業、水産業の振興に寄与する。また、施設・サービス面とも質の高い農泊ビジネスを構築するため、地域内の宿泊事業者等と連携・協議し地域内独自の宿泊予約サイトを構築し、外国人宿泊者数の拡大を図る。

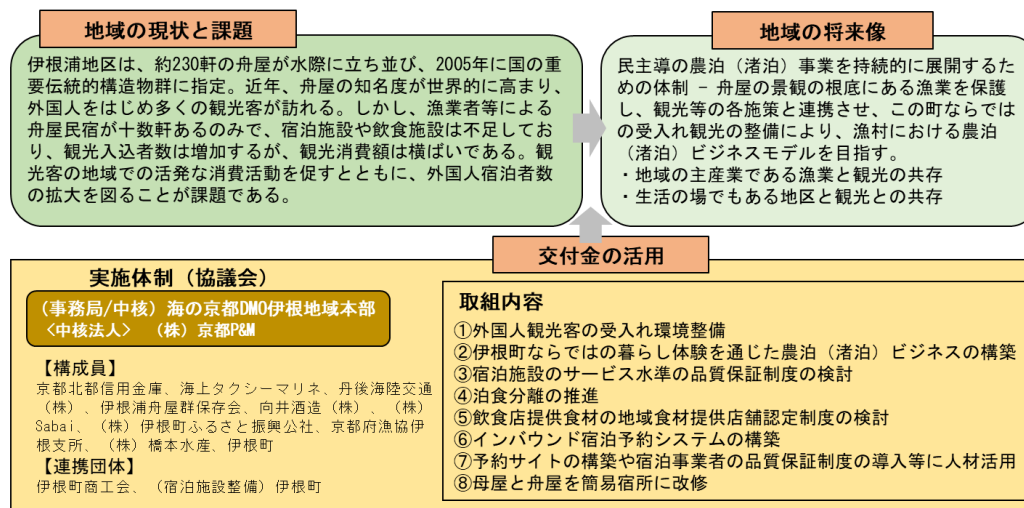


図 2.15.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“「舟屋・漁師まちがあって観光」が伊根の原点“

近年、舟屋の知名度が世界的に高まり、外国人をはじめ多くの観光客が訪れるようになったことから、伊根浦地区で農泊（渚泊）等を持続的に展開するために、地元で獲れた水産物を宿泊・飲食施設で提供する地産地消の仕組みを構築し、体験メニューの提供によって地域内の農業、水産業の振興に寄与する。また、地域内独自の宿泊予約サイトを構築し、外国人宿泊者数の拡大を図る。

(2) 現状と課題

伊根浦地区は、約230軒の舟屋が水際に立ち並び、2005年に国の重要伝統的建造物群に指定。近年、舟屋の知名度が世界的に高まり、外国人をはじめ多くの観光客が訪れる。しかし、漁業者等による舟屋民宿が十数軒あるのみで、宿泊施設や飲食施設は不足しており、観光入込者数は増加するが、観光消費額は横ばいである。このため、観光客の地域での活発な消費活動を促すとともに、外国人宿泊者数の拡大を図ることが課題である。

(3) 解決策（取組）

民主導の農泊（渚泊）事業を持続的に展開するための体制を整備する。すなわち、舟屋の景観の根底にある漁業を保護し、観光等の各施策と連携させ、この町ならではの受入れ観光の整備により、漁村における農泊（渚泊）ビジネスモデルを目指す。

- i. 地域の主産業である漁業と観光の共存
漁業の付加価値向上、漁業従事者の所得向上、宿泊施設での地元食材の提供
- ii. 生活の場でもある地区と観光との共存
伊根浦地区での滞在を通じた伊根の生活・文化の魅力を体感・発信

(4) 具体的取組内容

- i. 外国人観光客の受入れ環境整備（グランドデザイン）
増加する外国人観光客を地域主導で効率的に取り入れ、地域内での消費活動を促すため、住民や観光事業者、農水産業事業者および移住者等によるワークショップを開催する。ワークショップでは専門家やコーディネーターを招き、目指すべき受入れ環境の姿を示したグランドデザインを策定する。



図 2.15.2 マナー啓発の趣旨も含めて地域住民の立場で作成したパンフレット（多言語対応）

- ii. 伊根町ならではの暮らし体験を通じた農泊（渚泊）ビジネスの構築
古くから漁業を中心に暮らしてきており、舟屋は漁業の産物であることを理解し、舟屋の暮らし体験として漁業体験を造成する。造成した体験プログラムを宿泊者等へ提供する。



写真 2.15.1 モニターツアー

iii. 宿泊施設のサービス水準品質保証制度の検討

地域内の宿泊施設の多様化が予想されることから、宿泊施設のサービス水準を確保するため、研修会を実施するとともに、地域独自のサービス水準の品質保証制度の策定を検討する。

iv. 地域食材提供店舗の認定制度の検討

飲食店・宿泊施設等に地産地消を推進するため、地域食材提供店舗の認定制度を検討する。

v. 泊食分離の推進

新たな宿泊施設の開業には食事提供がネックとなっていることから、伊根町が整備した飲食提供施設を活用し、食泊分離による宿泊施設の事業体系のモデル化とする。

vi. 舟屋等を活用した宿泊施設の整備

舟屋を、歴史を重ねてきた建物の美しさをそのままに、現代になじむ快適な工夫を加え、使いやすく、そして使い続けられる形で残すことを基本に、伊根町が先進モデルとして改修を行うことで、地域資源としての保存と観光資源としての活用を両立させる。



写真 2. 15. 2 伊根町の食をテーマにした活性化の検討



写真 2. 15. 3 母屋と舟屋を改修した簡易宿所（鳥屋地区）

vii. インバウンド宿泊予約システムの構築

外国人観光客に対する、インバウンド対応宿泊予約システムを構築し、予約の手続きの効率化や外国人観光客の受入れ体制を強化する。

viii. 予約サイトの構築や宿泊事業者の品質保証制度の導入等に専門人材活用

ix. 母屋と舟屋の簡易宿所改修

(5)web サイト（情報発信・web サイト申込み）

伊根町観光協会の web サイトを多言語対応に改修し、宿泊、体験、ガイドなどについて多言語での情報発信を行うとともに、web サイトでの問い合わせや申込みを行っている。

（宿泊予約）

伊根町観光協会の web サイトに、多言語（繁体字・簡体字・ハングル語・英語）による情報発信とインバウンド対応の宿泊予約システムを構築した。宿泊予約システムは外部委託し、人材活用事業による専門人材と共同で構築した。また、システムの運営も、専門人材が携わっている。専門人材は、特に web サイトの仕組みや操作に精通した人材である。

宿泊予約システムでは、外国人のニーズを「条件の絞り込み」によりある程度絞り込んだ問合せになるようにしていることや、外部予約ページに誘導することで、対応者の負担を大きく軽減している。



<http://www.ine-kankou.jp/>

図 2.15.3 web サイト「インバウンド宿泊予約システム（多言語対応）」

(体験プラン)

体験プランについても、伊根町観光協会の web サイトに多言語対応による情報発信と体験プランの問合せ・予約の手続きを掲載した。体験プランの問い合わせや予約は伊根町観光協会への電話やメールによる。伊根浦の紹介や体験、宿泊を紹介する多言語（繁体字・簡体字・ハングル語・英語）のパンフレットも制作し、web サイトからダウンロードできるようにした。

The screenshot displays the official website of the Ine Tourism Association. At the top, there is a header with the association's name in Japanese and English, along with contact information: 伊根町観光協会へのお問い合わせ (Ine Tourism Association Inquiry), 受付時間: 9:00~17:00 (Reception Time: 9:00~17:00), and 電話/0772-32-0277 (Phone/0772-32-0277). Navigation links include HOME, 伊根に泊まる (Stay in Ine), 伊根の見どころ (Ine's Highlights), 伊根で食べる (Eat in Ine), ガイドツアー (Guided Tour), and アクセス (Access). The main heading is 'Ine Tourist information[Official]website'. Below this, there are links for Welcome, How to enjoy, Accomodation, Eating, and Access. A central message reads '⇒ A wish from Ine inhabitants' and 'The closest lifestyle to the sea in Japan'. The 'Ine fishing experience' section features a photo of two women fishing and a detailed description in English. To the right, there is a button for '伊根の魚釣り体験' (Ine Fishing Experience) and a link for 'WEBからのご予約はこちら' (Reservations from the Web). A sidebar on the right contains contact information in Japanese: '伊根町観光協会への電話またはEmail' (Phone or Email to Ine Tourism Association), 'Time: Approx. 1 hour 30 minutes', 'Cost: Adults ¥3000 Children (Elementary school students) ¥1500', and '※Please participate in groups of at least 2 people.' It also provides application contact information: 'Application contact information: Ine Tourism Association (0772-32-0277)', 'Phone: (From abroad) 81-772-32-0277', '(From Japan) 0772-32-0277', 'Email inekankou@gmail.com', and '※Prior reservation is necessary (up to 5 days before)'.

<http://www.ine-kankou.jp/>

図 2. 15. 4 web サイト「体験プランの問合せ・予約（多言語対応）」

2.16 一般社団法人気仙沼地域戦略

一般社団法人気仙沼地域戦略〔宮城県気仙沼市〕（2017-2018年度）

震災後、当地域ならではの仕事や暮らしの文化・伝統、新しい遊びを観光資源化した体験型商品「港町しごと場・あそび場 ちよいのぞき in 気仙沼」は、観光業者、水産業、農業などの様々な事業者を巻き込み、「稼げる観光」商品となることを目指して、本プログラムの企画立案、運営が行われてきた。しかし、このプログラム自体を目的として観光客を呼び込める商品とはまだ言えないというのが現状である。今後どのように稼げる商品として昇華させ、旅行商品として造成し、売り込んで行くのが課題である。そこで、渚泊推進対策事業を通じて、旅館、民宿への宿泊と組み合わせたツアー商品として造成し、個人やグループ旅行、教育旅行などの団体旅行等それぞれのニーズにあう商品として企画販売することを目指す。

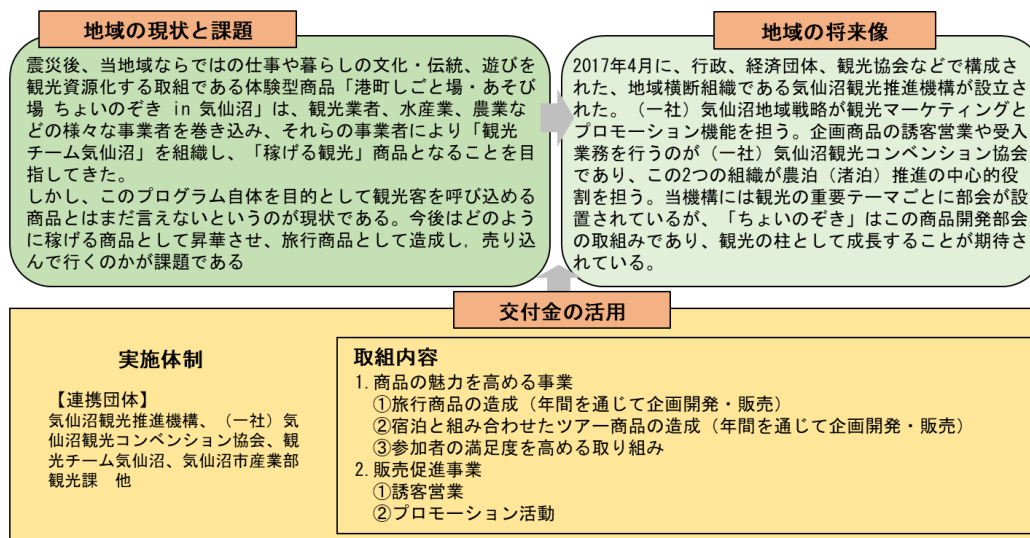


図 2.16.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“「港町しごと場・あそび場 ちよいのぞき in 気仙沼」稼げる観光商品を目指す”

震災後、当地域ならではの仕事や暮らしの文化・伝統、新しい遊びを観光資源化した体験型商品「港町しごと場・あそび場 ちよいのぞき in 気仙沼」は、観光業者、水産業、農業などの様々な事業者を巻き込み、「稼げる観光」商品となることを目指して、本プログラムの企画立案、運営が行われてきた。しかし、このプログラム自体を目的として観光客を呼び込める商品とはまだ言えないというのが現状である。今後どのように稼げる商品として昇華させ、旅行商品として造成し、売り込んで行くのが課題である。そこで、渚泊推進対策事業を通じて、旅館、民宿への宿泊と組み合わせたツアー商品として造成し、個人やグループ旅行、教育旅行などの団体旅行等それぞれのニーズにあう商品として企画販売することを目指す。

(2) 現状と課題

震災後、当地域ならではの仕事や暮らしの文化・伝統、新しい遊びを観光資源化する取組である体験型商品「港町しごと場・あそび場 ちよいのぞき in 気仙沼」は、観光業者、水産業、農業などの様々な事業者を巻き込み、それらの事業者により「観光チーム気仙沼」を組織し、「稼げる観光」商品となることを目指して本プログラムの企画立案、運営が行われてきた。しかし、このプログラム自体を目的として観光客を呼び込める商品と

はまだ言えないというのが現状である。今後はどのように稼げる商品として昇華させ、旅行商品として造成し、売り込んで行くのかが課題である。

(3) 解決策（取組）

2014 年から取り組んできた、観光客が楽しめる観光アクティビティ商品「港町しごと場・あそび場 ちょいのぞき」の集客・販売の強化に力点を置き、

- i. ちょいのぞきそのものが旅行目的として選択されるよう、旅行商品としての完成度を高める、
- ii. プロモーションする活動に重点的に取り組む。

すなわち、週末に開催してきたちょいのぞきを、随時受入れが可能な商品として整備し、宿泊と組み合わせられたパック商品やツアー商品として造成されることで、これまで以上に参加しやすく、収益を上げやすい構造とする。また、地場の主要産業である水産業や農業と観光とが融合した新たな商品となり、地域の魅力をふんだんに盛り込むことで、宿泊へとつながる「稼げる」農泊（渚泊）事業となることを目指す。

(4) 具体的取組内容

① 商品の魅力高める事業

i. 旅行商品の造成（年間を通じて企画開発・販売）

個人やグループ旅行、団体旅行等それぞれの旅行形態に応じた商品としてパッケージ化し、観光客が選択しやすいよう商品としてわかりやすく示す。

ii. 宿泊と組み合わせたツアー商品の造成（年間を通じて企画開発・販売）

ちょいのぞきのプログラムを既存の旅館、民宿への宿泊や民泊などと組み合わせたツアー商品として造成する。

iii. 参加者の満足度を高める取り組み

- ・ ツアーガイド技術の向上や観光意識の醸成のため、地場産業をイベント化し集客を行っている先進地を視察する。
- ・ ちょいのぞき事業関係者や観光事業者等に向けて、外部から講師を招き、観光意識醸成の講演会を開催する。
- ・ 事業当事者に向けた講演会を開催する。

② 販売促進事業

i. 誘客営業

- ・ 教育旅行など法人団体を誘客するための商談会への参加や企業・団体を訪問し、教育旅行等団体旅行に向けたツアー商品を売り込む。
- ・ 商談会や業界懇談会への参加、企業訪問などとあわせ旅行代理店等へ宿泊パッケージを営業する。
- ・ その他旅行業者があつまるイベント等へ参加する。
- ・ 誘客営業で使用する資料として小冊子を作成する。

ii. プロモーション活動

- ・web サイトを旅行等の商品造成にあわせ、目的にあった商品を探しやすく、見やすくする改修・更新する。
- ・チラシ・パンフレットなどの販促ツールを開発・制作する。

(ちょいのぞきとは)

「しごと場・あそび場ちょいのぞき気仙沼」とは、郷土の様々な地域資源を観光資源として発掘し商品化する体験型観光の取組である。

気仙沼の産業、暮らしの中にある文化・伝統、自然の中での遊び等の様々な観光資源に着目し、普段見ることのできない産業の現場や気仙沼ならではの体験など、観光客が楽しめる個人向け体験プログラムを開催している。プログラムへの参加者からの評価が高ことから、毎月開催、毎週末開催から、2018年にはプログラム数と内容も益々充実され、参加者は年々増加している。



気仙沼はサメの水揚げ日本一！魚市場から、サメも扱う加工場の見学、気仙沼でもなかなか見られないサメの解体ショーまで見学しちゃいます！ランチは新鮮なサメ肉を使ったこの日だけの特別メニュー。



船が日本中から入港し、新鮮な水産物が全国に向けて出荷されている魚市場。東日本大震災から復活した魚市場で漁業や魚、防災についてご案内。気仙沼自慢の地酒や珍味もちよい食べしちゃいましょう！



図 2. 16. 1 ちょいのぞき体験プログラム 写真 2. 16. 2 ちょいのぞきパンフレット

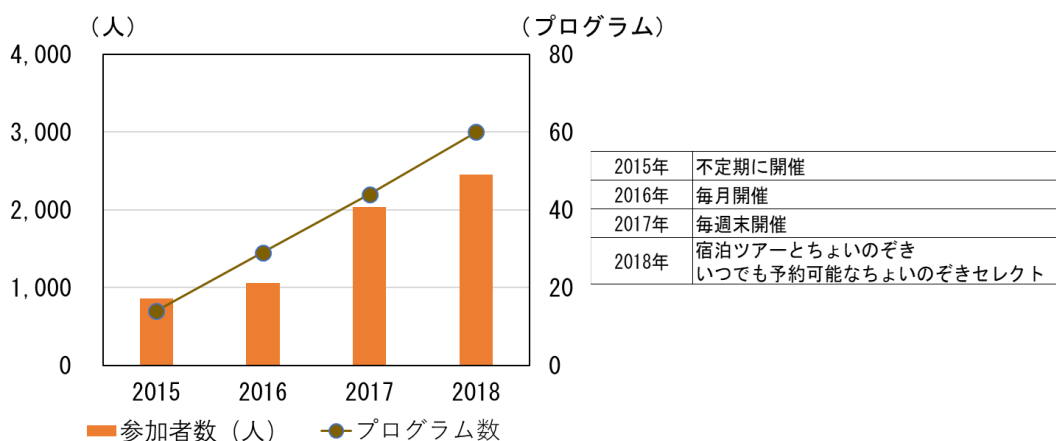


図 2. 16. 2 ちょいのぞき体験プログラムの拡大

(5) web サイト（情報発信・web サイト申込み）

（一社）気仙沼地域戦略の web サイトを改修し、ちょいのぞき体験とクルーカード等について多言語での情報発信を行うとともに、web サイトでの問合わせや申込みを行っている。



図 2. 16. 3 web サイト（情報発信・web サイト申込み）

地域 DM0 一般社団法人気仙沼地域戦略
「水産のまちから、水産と観光への移行と DM0 の本格的構築」

(1) 概要

今も水産のまちであるが、東日本大震災による地域経済の崩壊を食い止め、観光まちづくりによる地域再生を目指した気仙沼市では、その中核となるのが地域 DM0 の（一社）気仙沼地域戦略である。“水産のまち”の観光プラットフォームの基盤をつくり、市民参加による固定観念に捉われない発想と「クルーカード」で本格的なマーケティングに取り組んでいる。既存の組織の事業内容を検証したうえで設立された DM0 気仙沼地域戦略は、気仙沼観光推進機構と両輪の体制で地域観光を担っている。

(2) DMO 構築までのプロセス

DMO とは地域経済循環を行っていく地域全体のしくみのことであり、そのためには地域とつながりのある顧客と地域内のコンテンツ情報をどう一元化していくか、さらにその地域情報をベースにどう地域内でマーケティングしていくかが重要である。

(きっかけ)

東日本大震災の翌年、震災復旧・復興を見据えつつ、気仙沼市では「気仙沼市観光戦略会議」が設置された。2013 年 3 月『観光に関する戦略的方策』が策定され、次の 2 つの基本戦略により、「水産のまちから、水産と観光のまちへ」を目指すことが表明された。

(基本戦略)

- ・水産業と観光産業の連携・融合による新たな付加価値創造戦略
- ・気仙沼ならではのオンリーワンコンテンツを活用した誘客戦略

基本戦略を具体化するため、2013 年 7 月、中核的組織として（一社）リアス観光創造プラットフォームが設立された。本プラットフォームでは、次のことに取り組むこととなった。

(取組)

① 市民による動きも活発化-地域

- ・若手経営者を中心に観光商品を開発する「観光チーム気仙沼」
水産業・アクティビティ・モノづくりから商品開発 “ちょいのぞき”
- ・市民らの有志グループ「ば！ば！ば！」誕生

② 海外 DMO 視察

- ・スイスのツエルマット DMO 視察
- ・住民目線の DMO と観光コンシェルジュ

(立ち上げ)

日本版 DMO の動きを見つつ、DMO の本格的構築を検討するとともに、これを具現化するため、2017 年 4 月に気仙沼観光推進機構と（一社）気仙沼地域戦略が設立された。

- ・気仙沼観光推進機構の設立
(市、商工会議所、観光コンベンション協会ほか 20 団体の地域内組織で構成)
- ・（一社）気仙沼地域戦略の設立
(（一社）リアス観光創造プラットフォームの後継法人、気仙沼観光推進機構の事務局)

(成長：DMO 構築)

次の 3 つに留意し、地域 DMO を構築する。

留意 1：役割分担を明確にし、無駄をなくす

マネジメントとマーケティングを別々の組織を設立した。

気仙沼観光推進機構 マネジメントの仕組み

市(行政)
インフラ・設備整理
2次交通の整備・開発
イベントと祭りの整理

観光推進機構幹事会

(一社) 気仙沼地域戦略
戦略・マーケティング
プロモーション
商品開発・インバウンド
市民観光意識醸成・ガイド育成

観光コンベンション協会
観光案内所の運営
受入の整理
誘客営業

商工会議所
事業者育成・支援
食のグルメ開発

各主要部会
各種目的に設置された市民中心の部会
・観光チーム気仙沼
・メカジキブランド化推進委員会
・はなはなProjectなど

その他構成団体
・漁業協同組合
・農業協同組合
・まちづくり団体 など

マーケティング組織
上図で定めた戦略を元に地域ALLの顧客DBを活用して地元事業者に営業・販売してもらう。

顧客DB

市民・NPO等・事業者

宿泊事業者 **エージェント** **物販事業者** **その他市内事業者**

図 2.16.4 気仙沼観光推進機構（マネジメント）

「マネジメント」は気仙沼観光推進機構が担い、観光で稼げる地域経営を実現するため、総合的な観光施策の意思決定を行う。観光に関わる団体の代表者が集まるもの。現在、気仙沼市、気仙沼商工会議所、気仙沼観光コンベンション協会、気仙沼地域戦略、本吉唐桑商工会が幹事会を構成。2 か月に 1 回程度開催される幹事会には市長をはじめ、各組織のトップが出席し、方向性を共有し、市の年間予算も含めて、観光に関わるほぼすべてをまとめていく権限を持っている。

(マーケティング)

（一社）気仙沼地域戦略の設立にあたり、既存組織の業務の重複と欠落を検証した結果、これらの役割、機能を整理し、統括する新しい組織が必要となったことから、リアス観光創造プラットフォームを改組し、DMO 組織の「気仙沼地域戦略」を設立した。

「マーケティング」は地域 DMO（一社）気仙沼地域戦略が担うことになり、本組織は地域を活性化させる観光戦略をつくる。組織自体の収益は求められない。一社）気仙沼地域戦略が企画立案した商品の誘客営業や受入業務を行うのが（一社）気仙沼観光コンベンション協会であり、この 2 つの組織が農泊（渚泊）推進の中心的役割を担う。

留意 2：新しい発想の商品開発とまちのオンリーワンづくり

気仙沼は現在も「水産のまち」であり、カツオ、メカジキ、サメの水揚げは日本一で、優れた加工技術や造船技術を持ち、リアス式海岸などの美しい自然景観もあるが、観光事業では、高い効果は期待できない。そこで、新しい発想でオン

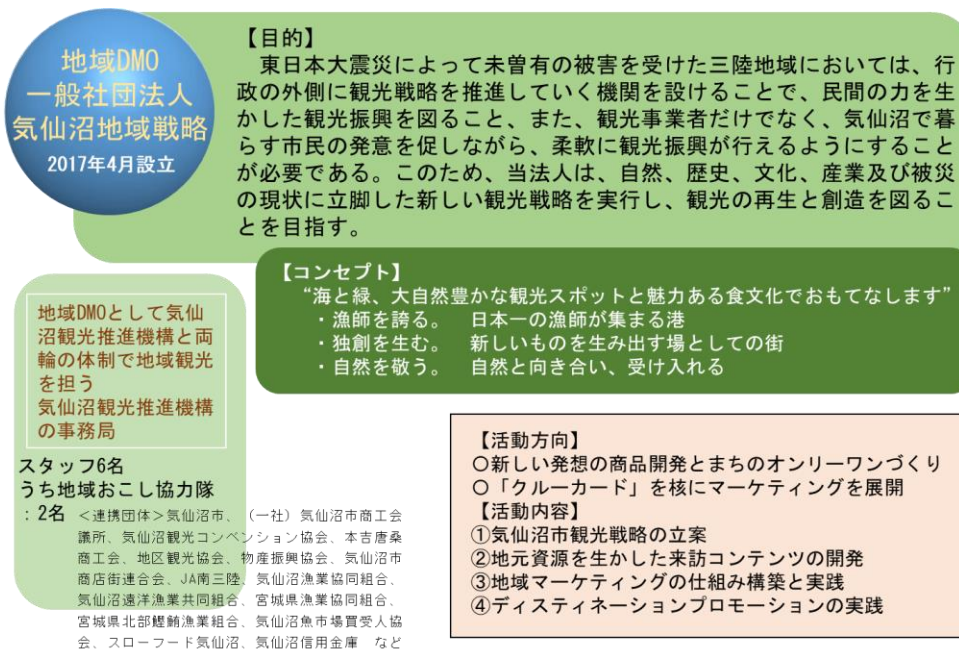


図 2. 16. 5 地域 DMO 一般社団法人気仙沼地域戦略（マーケティング）

リーワンづくりをしていく。「メカジキ」を使った、季節に合わせたイベント、食と景観の組み合わせコンテンツ。地域の産業・観光を気軽に体験してもらうツアー商品「ちょいのぞき」の拡大、ニーズに対応した「ちょいのぞきセレクト」の開催など。

留意 3：「クルーカード」を核にマーケティングを展開

観光を理論的かつ具体的に行うために「気仙沼クルーカード」の導入に取り組む。カードはポイントカードと同じくみで、利用者は購入するたびにポイントが貯まり、金銭と同様に利用できる。域内の商店等が加盟店となり、購入の際に利用してもらうことで、利用者の属性や嗜好などを調査し、事業者がその情報を新たな商業活動に活用できるツールとなっている。情報分析により、商品にあった利用者層に集中的に DM を出すことや、個々の利用者へ直接メールマガジン等でアプローチすることも可能になる。



図 2. 16. 6 クルーカード

2.17 黒潮町観光ネットワーク

黒潮町観光ネットワーク〔高知県黒潮町〕（2017・2018年度渚泊推進対策事業）

これまで砂浜を美術館にみたてた活動やカツオのたたきづくりや天日塩づくりなど体験プログラム、町内の充実した施設を活用したスポーツツーリズムに取り組んできた。しかし、イベント中心の観光振興では一時的な交流人口の増加にとどまり、宿泊の有効な拡大には至っていない。宿泊施設が不足しているが受入れ民泊家庭や体験受入れ先の高齢化のため、継続や新規参入が厳しい状況にある。さらに日本一の津波高が想定されることから、修学旅行のキャンセルなどの影響が発生。このため、防災学習プログラムの開発・販売や通年を通して滞在時間を延長する宿泊と体験を組み合わせた旅行商品の開発・販売が課題である。そこで、渚泊推進対策事業を通じて地域資源についてストーリーをもって編集し宿泊と体験等を組み合わせた旅行商品を販売するとともに、地域のワンストップ窓口として機能強化を図る。スポーツツーリズム以外の観光客も対象に、また近年増加傾向にあるインバウンド旅行者も対象にマーケティングや受入れ体制の構築に取り組む。

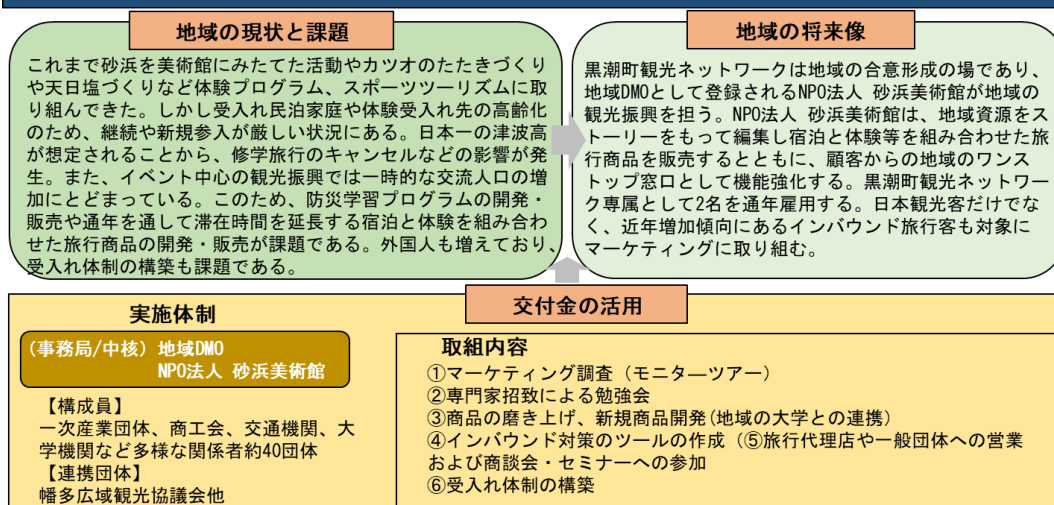


図 2.17.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“連携の強いを活かし宿泊と体験を組み合わせた旅行商品による観光地域づくり”

これまで砂浜を美術館にみたてた活動やカツオのたたきづくりや天日塩づくりなど体験プログラム、町内の充実した施設を活用したスポーツツーリズムに取り組んできた。しかし、イベント中心の観光振興では一時的な交流人口の増加にとどまり、宿泊の有効な拡大には至っていない。宿泊施設が不足しているが受入れ民泊家庭や体験受入れ先の高齢化のため、継続や新規参入が厳しい状況にある。さらに日本一の津波高が想定されることから、修学旅行のキャンセルなどの影響が発生。

このため、防災学習プログラムの開発・販売や通年を通して滞在時間を延長する宿泊と体験を組み合わせた旅行商品の開発・販売が課題である。そこで、渚泊推進対策事業を通じて地域資源についてストーリーをもって編集し宿泊と体験等を組み合わせた旅行商品を販売するとともに、地域のワンストップ窓口として機能強化を図る。スポーツツーリズム以外の観光客も対象に、また近年増加傾向にあるインバウンド旅行者も対象にマーケティングや受入れ体制の構築に取り組む。

(2) 現状と課題

これまで砂浜を美術館にみたてた活動やカツオのたたきづくりや天日塩づくりなど体験プログラムを観光素材として取り組んできた。しかし受入れ民泊家庭や体験受入れ先の高齢化のため、継続や新規参入が厳しい状況にある。日本一の津波高が想定されることから、修学旅行のキャンセルなどの影響が発生。また、イベント中心の観光振興では一時的な交流人口の増加にとどまっている。

このため、防災学習プログラムの開発・販売や通年を通して滞在時間を延長する宿泊と体験を組み合わせた旅行商品の開発・販売が課題である。外国人も増えており、受入れ体制の構築も課題である。

(3) 解決策（取組）

黒潮町観光ネットワークは地域の合意形成の場であり、地域 DMO として登録される NPO 法人 砂浜美術館が地域の観光振興を担う。（NPO 法人 砂浜美術館は、）地域資源についてストーリーをもって編集し宿泊と体験等を組み合わせた旅行商品を販売するとともに、地域のワンストップ窓口として機能強化を図る。スポーツツーリズム以外の観光客も対象に、また近年増加傾向にあるインバウンド旅行客も対象にマーケティングや受入れ体制の構築に取り組む。

(4) 具体的取組内容

① マーケティング調査

i. モニターツアーの実施

② 専門家招致による勉強会の開催

③ 商品の磨き上げ、新規商品開発

i. 各体験プログラム施設と意見交換等を実施

ii. 紙漉き体験（若山椿）、ホエールウォッチングの磨き上げ

④ インバウンド対策のツールの作成

i. パンフレット作成（4 カ国語）

日本語、英語、繁体語、簡体語

ii. web ページの作成（4 カ国語） ※日本語・英語・繁体語・簡体語

iii. 音声ガイド（英語）

5 ヶ所（黒潮町・紙づくり体験・かつおのたたき作り体験・天日塩づくり体験・ホエールウォッチング）

⑤ 営業、セミナー参加

i. セミナー・研修会、商談会

ii. 制作したツールを活用して、エージェントや一般団体に向けて営業活動

⑥ 受入体制の構築

i. DMO 勉強会を通じた体制構築

ii. 中核となる DMO 組織としての受入基盤の強化



図 2.17.2 多言語対応パンフレット

(5)web サイト（情報発信・web サイト申込み）

NPO 法人 砂浜美術館の web サイトを改修し、渚泊関係の体験や宿泊、イベント等についても多言語での情報発信を行うとともに、web サイトでの問い合わせや申込みを行っている。



<http://www.sunabi.com/>

図 2.17.3 web サイト（情報発信・web サイト申込み）

地域 DMO NPO 法人砂浜美術館と黒潮町観光ネットワーク
「地域 DMO の構築と連携による観光地域づくり」

(1) 概要

2003 年に、地域の観光分野の 4 団体（砂浜美術館・大方町公園管理協会・大方町観光協会・大方遊魚船主会）が NPO 法人 砂浜美術館に統合される。観光窓口をワンストップ化するとともに、2012 年に旅行業登録し、自主財源確保を目指す。また、指定管理者として公園の管理運営を担当し、管理エリアに含まれるスポーツ施設を活用したスポーツツーリズムを本格化させる。

宿泊、体験、地域住民団体、公共交通、金融機関など、多様な関係者で観光について議論し、合意形成を図る場として、2013 年に「黒潮町観光ネットワーク」が設立される。さらに、NPO 法人 砂浜美術館は、2016 年 8 月に日本版 DMO 候補法人に登録され、黒潮町観光ネットワーク等との連携の下、自然体験をベースにした観光地域づくりを推進する。

(2) 地域 DMO の構築までのプロセス

DMO とは地域経済循環を行っていく地域全体のしくみのことであり、そのためには地域とつながりのある顧客と地域内のコンテンツ情報をどう一元化していくか、さらにその地域情報をベースにどう地域内でマーケティングしていくかが重要である。

（きっかけ・立ち上げ）

1989 年、高知在住写真家の「自分の撮影した写真を T シャツにプリントして砂浜で展示したい」というアイデアと、「大方の砂浜がいい」と思っていた当時の大方町役場職員のイメージが結びついた、美しい砂浜での T シャツアート展が開催された。これを単発のイベントではなく、意義や目的をはっきりさせた「考え方」のあるものにしたいとの思いから、「私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です。」というコンセプトの砂浜美術館が生まれた。箱モノの整備やお祭りイベントが「地域おこし」とされていた当時、『砂浜美術館』は対極の方向へ歩み始めた。



写真 2.17.1 T シャツアート展

（成長 1：NPO 法人に統合化）

2003 年に当時大方町では、砂浜美術館、大方町遊漁船主会、大方町公園管理協会、大方町観光協会という 4 つの任意団体を 1 つの NPO 法人にまとめ、それぞれが行っていた観光業務を連携させ、町を活性化させていくことを決定。砂浜美術館は NPO 法人砂浜美術館として始動した。

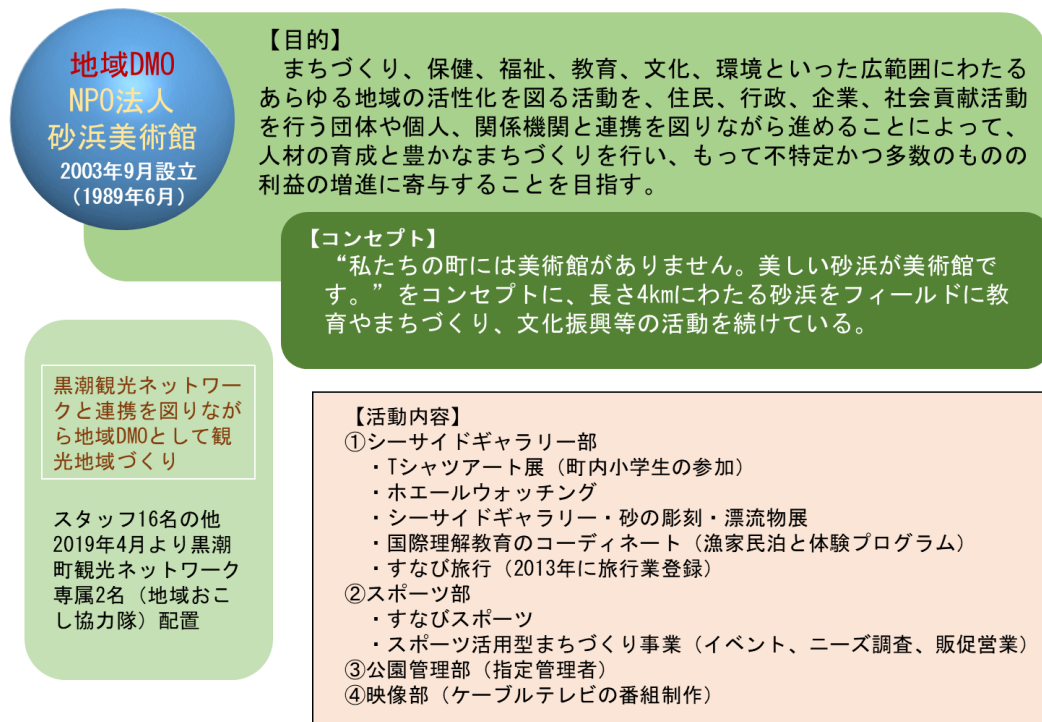


図 2. 17. 4 NPO 法人 砂浜美術館の概要



写真 2. 17. 2 ホエールウォッチング



写真 2. 17. 3 砂浜でのアクティビテ

（成長 2：スポーツツーリズムの推進）

これまでの各種イベントの開催は、町のイメージアップになっても年間を通じた宿泊客の確保など観光振興につながらなかった。これに対して、町のスポーツ施設が充実していることや、個室対応のできない民宿がほとんどあるがスポーツ合宿であれば受入れが可能であることから、黒潮町（2006 年に大方町は佐賀町と合併して黒潮町が誕生）では、2011 年から町のスポーツ施設を活用したスポーツツーリズムの推進による町の活性化を図ることとなった。砂浜美術館としては、主に高校生の合宿に体験プログラムを提供する。

【宿泊施設の概要】

ホテル：3施設

民宿：9施設

漁家民泊：2軒

農家民泊：3軒

以上 360名収容可能

その他：であいの里蜷川（地域集落が廃校となった小学校を利用して経営）

60名収容可能



図 2.17.5 町内スポーツ施設と宿泊施設



津波避難タワー



NHK報道



津波避難タワー



津波避難看板等

写真 2.17.4 津波避難施設

2011 年の東日本大震災の翌年、南海トラフ大地震による黒潮町の津波高 34m という日本一の想定が公表され、その影響で修学旅行等減少したが、これを逆手にとった、「防災学習プログラム」の開発や販売を行い、視察地としての優位性をもつこととなった。防災学習プログラムは、過去に起こった事例を学ぶのではなく、これから起こり得る近い将来の災害について自分たちがどのような行動ができるのかを考え、一人一人の防災意識を高めることで、地震などの自然災害から身を守り、生きる力を育てるプログラムためのプログラムとなっている。

（成長・発展：地域 DMO の構築と連携による観光地域づくり）

スポーツツーリズムの推進と防災学習プログラムに販売促進を行う中で、町の活性化にはやはり観光だということで、関係者が観光について議論し、合意形成を図る場を確保する必要があるとの認識が高まり、2013 年に「黒潮町観光ネットワーク」が設立された。津波被害が想定される中で、どう集客を図っていくか、来訪者の消費がどう地域経済に寄与しているのかなど、検討が行われ、日本版 DMO 候補法人の登録に向けた準備を進めることが決まった。その結果、NPO 法人砂浜美術館は、本ネットワークとの連携の下、自然体験をベースにした観光地域づくりを推進するため、2016 年 8 月に日本版 DMO 候補法人に登録された。

（実施体制の概要）

母体となる NPO 法人砂浜美術館が、一次産業団体、商工会、交通機関、大学機関など多様な関係者が参画する黒潮町観光ネットワーク（会員数約 40 団体）の事務局機能をもち、密接に連携した運営を実施する。

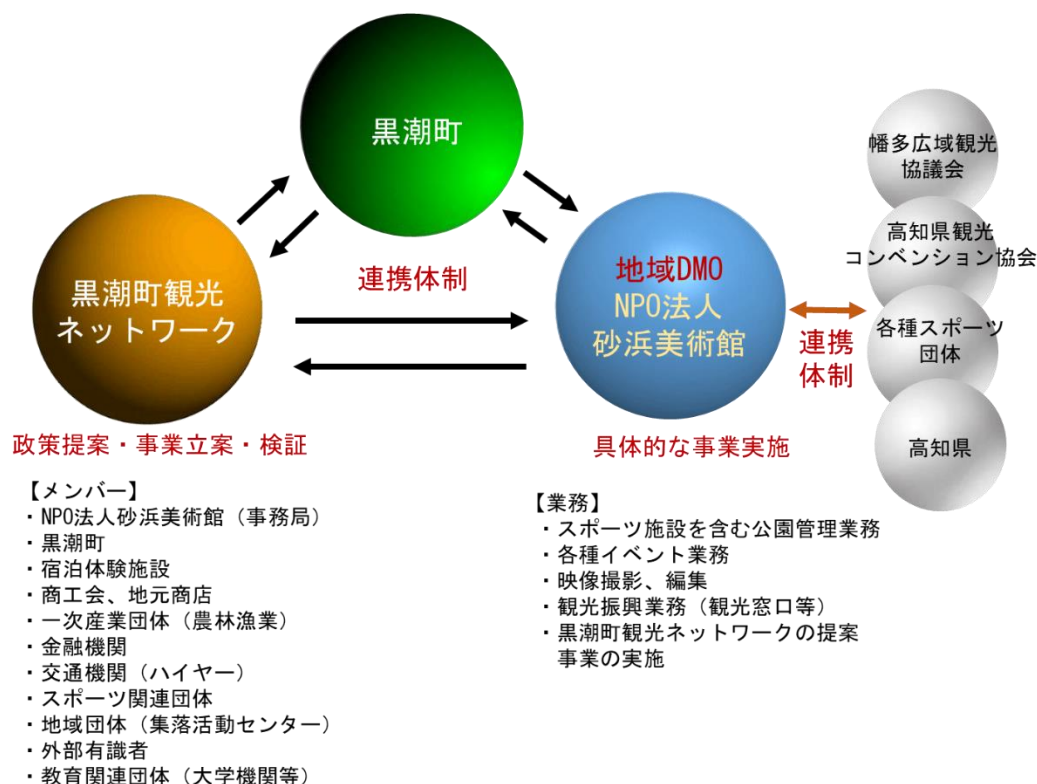


図 2.17.6 地域 DMO としての運営体制

(3) 黒潮町観光基本構想の策定

スポーツツーリズムを推進しつつ、自然・体験型観光を軸にして更に誘客を図り、町内への周遊促進につなげるため、観光コンシェルジュ機能を有する宿泊施設の整備を行い、土佐西南大規模公園大方エリアを中心として、町全体への入込客数と周遊を増やす仕組みの構築を図る黒潮町観光基本構想を策定（2019年）。

(黒潮町の強み)

豊かな自然環境、認知度の高い食資源（カツオ、天日塩）、充実したスポーツ施設、防災（ストーリー）、地域の多様な連携体制

(入込客数・宿泊者数の推移)

- ・スポーツツーリズム客は大幅に拡大しているが、町外宿泊者数・割合とも年々増加しており、町内消費の機会損失が発生
- ・視察・研修・教育旅行は近年増加しており、今後も防災視察等の需要拡大が見込める
- ・イベントへの入込客は年々増加傾向であるが、施設・体験利用者は減少傾向
- ・スポーツツーリズム客の宿泊が拡大している一方で、一般客の宿泊は減少

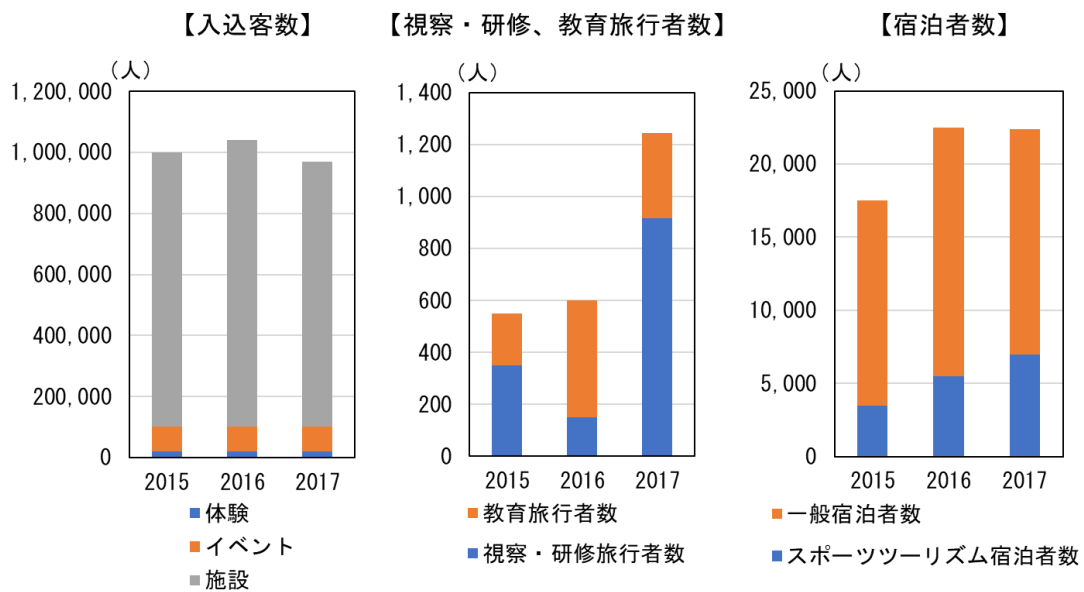


図 2.17.7 入込客および宿泊者数等の推移

(観光における課題)

- ・町の認知度が低い
- ・来訪者が町内での周遊や宿泊につながっていない
- ・スポーツツーリズム客の町外宿泊が増加しており、町内消費の機会損失になっている
- ・町の強みを活かして滞在時間を延長させる宿泊施設がない
- ・体験利用者が全体として減少傾向

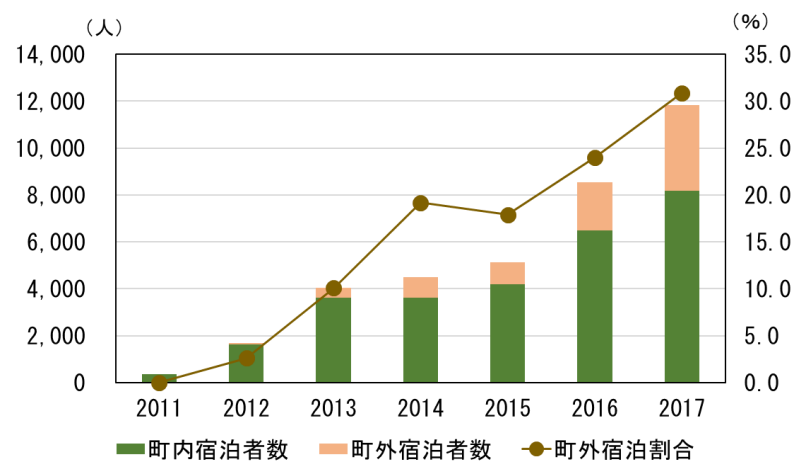


図 2.17.8 スポーツツーリズム客宿泊者数の推移

(基本方針)

- ・地域ブランドの確立
- ・交流人口の拡大
- ・地域での観光意識の醸成
- ・地域経済の活性化
- ・地域デザインによる豊かな蔵種の実現

(誘客コンセプト)

黒潮町の観光資源＝「砂浜美術館の作品」、「黒潮町の作品」
本ストーリーをしっかりと伝える

(誘客ターゲット)

- ・メインターゲット：スポーツツーリズム客
自然体験を求める子ども連れのファミリー層
視察・研修・教育旅行客
- ・サブターゲット：女性層・カップルなどの若年層
外国人旅行者

(誘客エリア)

- ・第1ターゲット：四国エリア・近畿エリア
- ・第2ターゲット：関東エリア・中国エリア
- ・第3ターゲット：海外

黒潮カツオ体験隊

「地域の資源と人材を活用した地域自ら企画運営する体験事業」

まちづくり事業をきっかけに、カツオの一本釣りで有名な黒潮町（旧佐賀町）の漁協女性部らが中心となって、地域の資源と人材を活用した「黒潮カツオ探検隊」を結成。漁港で水揚げされた新鮮なカツオを活かし、昔ながらの「カツオのワラ焼きタタキ作り」体験を中心とした事業を展開している。

（きっかけ・立ち上げ）

黒潮町（旧佐賀町）の主な産業は「カツオ一本釣り漁」を中心とした漁業であり、県下一の水揚量を誇る。毎日漁港に戻る日戻り漁も盛んで、釣ったカツオがその日のうちに水揚げされ、新鮮なカツオが佐賀漁港をにぎわせている。

1999年の高知県「県民参加のまちづくり助成事業」として、当時の佐賀町漁協女性部が、地域内外の人に美味しいカツオを食べながら、カツオ漁のことについて知ってもらい、地元のカツオの普及と、県内外の人との交流を進めようと「カツオのタタキづくり体験」を企画提案した。漁協女性部メンバーは、観光協会や商工会など地域全体を巻き込んだモニターツアーを実施したところ、それが大好評を得た。

このことを契機に、女性部メンバーは活動の組織化を決心。2001年に農協や商工会の女性部らを含む住民グループである「黒潮カツオ体験隊」を結成し、カツオのタタキづくり体験を事業化し、修学旅行生や一般の受け入れを開始した。インストラクターは、地区内に住んでいる漁業を引退した人や現役漁師の妻などである。インストラクターのレクチャーを受けて、佐賀漁港・市場から購入した新鮮なカツオを捌き、藁で焼いて皿鉢への盛りつけまでを行い、その後、タタキに加えスタッフが用意したアラの塩焼きや天ぷら、吸い物等で食事をするという体験プログラムである。

（成長）

当初の活動は漁港内の仮設テントで行われていたが、2003年に町が交流施設としてカツオふれあいセンター「黒潮一番館」を整備し、ここの利用することで、天候や衛生面の心配が解消され、250人程度までの受け入れが可能となった。さらに、宿泊を希望する声をきっかけに、体験隊では、漁家民宿・民泊を開業することとなり、2009年には8軒の漁家民宿数が営業している。また2004年より、黒潮一番館でレストラン事業を開始した。

雑誌等の取材は積極的に受入れ、PRに努めるとともに、町役場や幡多広域観光協議会との連携を図り、webサイトでの情報発信や問合せ・申込みを行っている。これにより、修学旅行客は、幡多広域観光協議会を通じて申込みがあるが、一般客については、同じく幡多広域観光協議会を通じて、あるいは直接黒潮カツオ体験隊へ申込みがある。2005年には、体験の受入れ者数が3,000人にまで拡大するようになった。

地域の資源（カツオと天日塩）と人材（引退した漁師や漁師の妻ら）を活用した体験事業を通じて、体験や食事のリピートを確保するまで、地域外からの来訪者や地域の住民間の交流が盛んになり、地域へ社会的かつ経済的効果をもたらすまでに成長した。地域の少子高齢

化、若者の流出が続く中で、行政の事業を契機に地域自ら企画し、さらに自ら事業化するとともに、宿泊施設の確保、レストラン事業への展開し、自立運営していることは注目すべきことである。

（新たな課題）

2005 年以降、体験の受入れ者数は 3,000 人前後で推移していたが、2013 年以降は修学旅行客の減少により 1,600 人前後で推移している。修学旅行客の営業は、幡多広域観光協議会が行っているが、少子化の中で修学旅行客を維持し、増やしていくことはむずかしいことに加え、受入れには町内、地域内での一定の規模が要求される。また、黒潮町では、スタッフやインストラクター、漁家民宿主の高齢化により継続が難しく、他方新規参入が期待できないことから、受入れ体制の縮小化が生じている。

カツオ体験に限らず、町全体での体験、宿泊など滞在型観光において、少子高齢化の中での受入れ体制の構築が課題である。黒潮町では、その解決として、「渚泊推進対策事業の実施」や「地域 DMO の構築と連携による観光地域づくり」に取り組むこととなった。

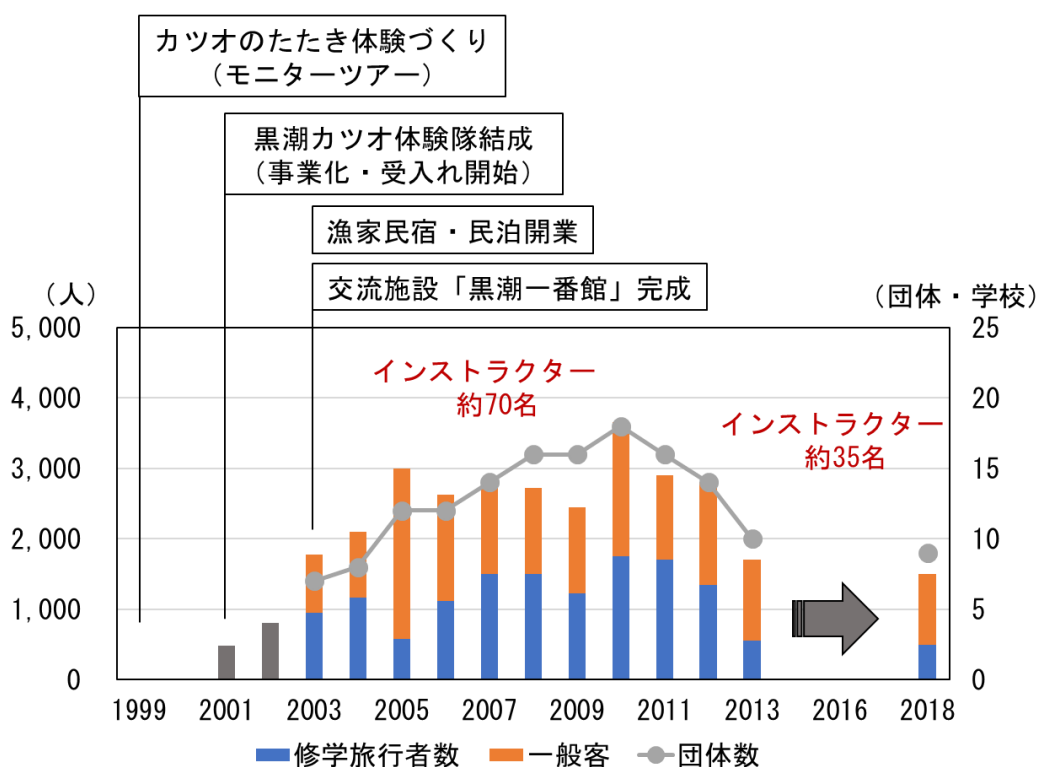


図 2.17.9 体験の受入れ者数の推移

2.18 内外海地区活性化プロジェクト推進協議会

内外海地区活性化プロジェクト推進協議会〔福井県小浜市〕（2018・2019年度渚泊推進対策事業）

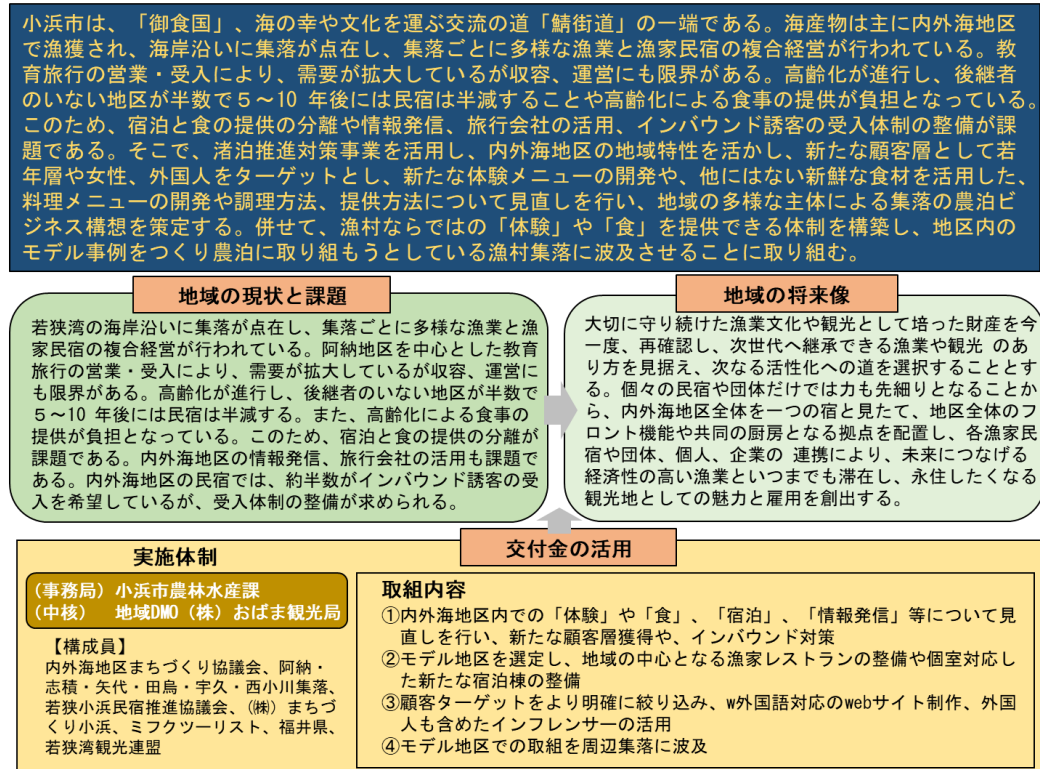


図 2.18.1 渚泊推進対策事業の概要

(1) 特徴

“内外海の風景と漁業、民宿を活かし次世代へつなげる未来漁業と滞在型観光の創出”

内外海地区は、全面が美しい日本海の風景と豊かな漁場を活かし、漁家民宿というスタイルで漁業と宿泊業を営んできた財産がある。後継者不足や観光スタイルの変化など取り巻く社会・経済環境が刻々と移りゆく中、内外海地区全体の海の美しさや新鮮な魚は古来より変わることはない、大切に守り続けた財産でもある。

大切に守り続けた漁業文化や観光として培った財産を今一度、再確認し、次世代へ継承できる漁業や観光のあり方を見据え、次なる活性化への道を選択することとする。個々の民宿や団体だけでは力も先細りとなることから、内外海地区全体を一つの宿と見立て、地区全体のフロント機能や共同の厨房となる拠点を配置し、各漁家民宿や団体、個人、企業の連携により、未来につなげる経済性の高い漁業といつまでも滞在し、永住したくなる観光地としての魅力と雇用の創出を目指す。

(2) 現状と課題

小浜市は、古代より都の食文化を支えた「御食国」であり、海の幸や文化を運ぶ交流の道「鯖街道」の一端である。海産物は主に小浜市の北部に位置する内外海地区で漁獲され、若狭湾の海岸沿いに集落が点在し、集落ごとに多様な漁業と漁家民宿の複合経営が行われている。阿納地区を中心とした教育旅行の営業・受入により、評判を得て需要が拡大

している。阿納地区だけでの収容、運営にも限界があり、他地区との連携を強く希望しているが、高齢化が進行し、後継者のいない地区が半数で5～10年後には民宿は半減し、地区によっては民宿そのものがなくなる可能性が高くなっている。また、高齢化による食事の提供が負担となっている。

このため、宿泊のみ可能な民宿や漁家レストランや共同の厨房設備による飲食機能の集約化・共同化・拠点化が課題である。内外海地区での連携による多彩なプログラムの企画・運営や、口コミ・リピーター・SNSによる情報発信、旅行会社の活用も課題である。内外海地区の民宿では、約半数がインバウンド誘客の受入を希望しているが、受入にあたっては、未整備のWifi整備、英語対応、夕食場所、問合せや予約の総合窓口機能などの確保に取り組まなければならない。



ブルーパーク阿納

漁家民宿



魚釣り



魚をさばく



BBQ

下写真 : <https://bluepark-ano.com/guide/>

写真 2. 18. 1 阿納地区

(3) 解決策（取組）

内外海地区の現状の把握から、問題を特定し課題を絞り込み、これら課題に対応した活性化の方針や方向、主要プロジェクト、事業メニューから構成される活性化計画の策定から、SAVOR JAPAN（農泊食文化海外発信地域）の認定と実施計画、さらにこれら計画の実現のに向けた地域協議会の設立と取組までの流れを図 2. 18. 2 に示す。

1) 内外海地区活性化計画の策定 2016 年度

小浜市では、2016 年度に「海を活かした産業活性化プロジェクト」を立ち上げ、漁業者や民宿経営者、地域 DMO である「おばま観光局」、行政等を構成員とした「内外海地区活性化計画策定委員会」を開催し、「内外海地区活性化計画」を策定した。本計画では、「内外海の風景と漁業、民宿を活かし、次世代へつなげる未来漁業と滞在型観光の創出」を基本方針とし、内外海地区全体を一つの宿と見立て、フロント機能や共同の厨房となる拠点を配置し、各漁家民宿の連携により、未来につなげる漁業と滞在したくなる観光を創出するとしている。

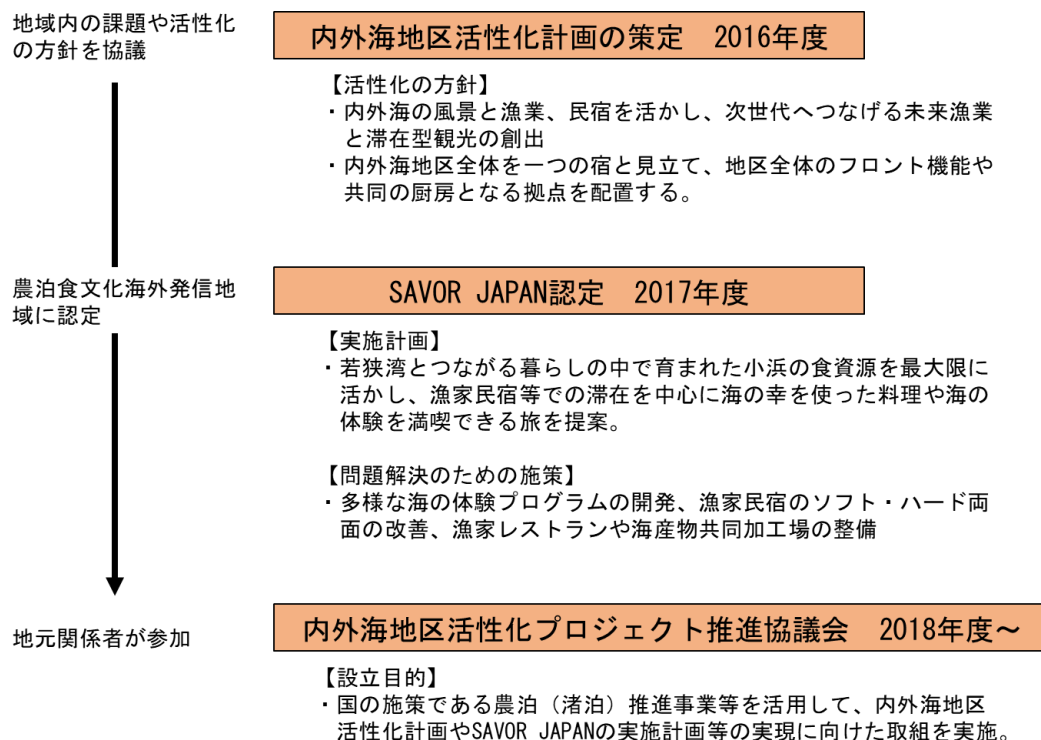


図 2.18.2 内外海地区活性化の取組の流れ

本計画は、4つのプロジェクトと3つの事業メニューで構成されている。

① 実施プロジェクト

i. 未来漁業プロジェクト

鯖街道の起点である小浜で地元産のサバを鯖街道のストーリーとともに提供することを目指し、マサバの養殖事業や廃校となった田島小学校を共同水産加工施設に改修する取組を進める。

ii. 教育旅行の聖地プロジェクト

教育旅行をさらに拡大するため、積極的に県外の中学校や旅行代理店を訪問する。併せて、体験プログラムの磨き上げや開発・造成を行う。webサイトの制作、旅行関係者等のファムトリップによる情報発信にも取り組む。

iii. 新機能創出プロジェクト

地域DMである「おばま観光局」と連携し、集落が一体となって宿泊や食事、体験プログラムを提供していくための拠点となる地産地消レストランを整備していく。

iv. 民宿快適プロジェクト

女性や外国人など新たな顧客層に対応した快適な宿泊施設に改善（個室対応やトイレなど）をしていくことや新たな顧客層が求める食について、改善に取り組む

② 事業メニュー～既存の施設の有効利用と新事業への取組

i. 共同加工場&海の学習室整備事業（旧田鳥小学校の活用）

- ・地区全体の製造・加工・販売拠点および学習・研究拠点として、旧田鳥小学校に新たな養殖開発と種苗生産施設、未利用魚を活かした加工品の開発、研究、製造、販売できる共同加工場を整備する。
- ・新たに商品開発をする発酵加工品の保存室、地元の小中高生や教育旅行の生徒が内外海の漁業を学び、体験できる空間を整備する。
- ・高齢化等により飲食サービスが困難な民宿への料理提供として、仕出し等の調理・配達サービスを担う共同の厨房設備を検討する。

ii. 内外海ガイドセンター整備事業（旧阿納尻小学校）

- ・地区の教育旅行、体験旅行、インバウンド旅行の総合窓口・案内機能とツアー企画・運営を担うガイドセンターを検討する。
- ・核となる教育旅行の支援や女性や外国人をターゲットにした体験プログラムツアーの企画・運営、ショップやカフェ・レストランなど滞在空間づくりを行う。

共同加工場&海の学習室整備事業
（旧田鳥小学校の活用“さかなの学校”）
2019年7月開校



事業イメージ

内外海ガイドセンター整備事業
（旧阿納尻小学校）



事業イメージ

蔵ツーリズム（集落の蔵）



写真 2.18.2 内外海地区活性化計画の事業メニュー
（既存の施設の有効利用と新事業の取組）

iii. 蔵ツーリズム（集落の蔵）

- ・各集落に点在し、独特の景観となっている蔵を各集落のサテライト拠点として活用を検討する。用途として、蔵ツーリズムとして、海の図書館、ブックカフェ、伝承拠点、海の展示（網、浮、舟など）、タラソセラピー、アロマセラピー施術場、癒しと美のカフェなど、小さな空間で表現できる新機能の導入や教育旅行の休憩所など、集落間の連携ツールとしての可能性を検討する

2) SAVOR JAPAN（農泊食文化海外発信地域）の認定 2017 年度

小浜市は、2017 年度に SAVOR JAPAN（農泊食文化海外発信地域）に認定され、漁家民宿等での滞在を中心に海の幸を使った料理や海の体験を満喫できる旅の実現に向けて、体験プログラムの開発、漁家民宿のソフト・ハード両面の改善、漁家レストランや海産物共同加工場の整備に取り組む実施計画が策定された。

3) 内外海地区活性化プロジェクト推進協議会の設立～渚泊推進対策事業 2018 年度～

2018 年度には、内外海地区活性化計画や SAVOR JAPAN の実施計画等の実現に向けた取組を実施するため、「内外海地区活性化計画策定委員会」と SAVOR JAPAN の認定に向けて取り組みを進めてきた「小浜市食と農の景勝地実行委員会」を整理・統合し、「内外海地区活性化プロジェクト推進協議会」を立ち上げ、海を活かした交流人口の増加と漁業集落の活性化に取り組む。

(4) 具体的取組内容（渚泊推進対策事業）

本事業を活用し、内外海地区の地域特性を活かし、新たな顧客層として若年層や女性、外国人をターゲットとし、新たな体験メニューの開発や、他にはない新鮮な食材を活用した、料理メニューの開発や調理方法、提供方法について見直しを行い、地域の多様な主体による集落の農泊ビジネス構想を策定する。併せて、漁村ならではの「体験」や「食」を提供できる体制を構築し、地区内のモデル事例をつくり農泊に取り組もうとしている漁村集落に波及させる。

① 内外海地区内での「体験」や「食」、「宿泊」、「情報発信」等について見直しを行い、新たな顧客層獲得や、インバウンド対策に向けた課題について取り組む。

i. 体験プログラム部門

受入れを検討しているワカメ刈り体験、タコカゴ体験、サザエ網漁体験、養殖魚の絵さやり体験、シーカヤックによる海の宝探し等の体験プログラムについて、ターゲット層に対応した体験方法や値段設定について、専門家を招聘し、現地指導・見直しを行う。

ii. 宿泊部門

全ての民宿を対象に、施設の現状や食事・体験プログラムの提供、今後の事業展開等に関する意向調査を行い、地域が一体となって取り組めるよう意欲の向上を図る。

- ・講師を招聘し、現地指導・宿泊施設の見直し
- ・先進地の視察の実施
- ・インバウンド対策のための英会話教室の実施

iii. 飲食部門

専門家（料理人）を招聘し、民宿料理の改善および漁家レストランの整備に向けた構想づくりを行う。

- ・料理メニュー開発・試食会、料理教室の

iv. 情報発信等の見直し

- ・PR 資材の作成、今後の発信方法の見直しを行う。
- ・インスタグラムによる効果的な情報発信を行うための体制を整備する。
- ・専門家を招聘し新たな販路拡大の取組を実施する。

v. 人材活用

- ・（一社）食と農人材育成センターより、地産地消レストランの立ち上げおよび運営に関するノウハウをもつ専門家に来訪していただき、地元の漁業者当とともに、漁家民宿の食事の見直しやレストランの実現に向けた構想づくりを行う。

② 上記取組を進めるため、意欲ある集落をモデル地区として選定し、地域の中心となる漁家レストランの整備や個室対応した新たな宿泊棟の整備も視野に、漁村ならではの食や宿泊サービス、体験プログラムを提供できる体制を構築する。

なお、2019 年 1 月に、地区の中で協議を行い、合意形成により「区民が中心とした法人」が設立されたところ。

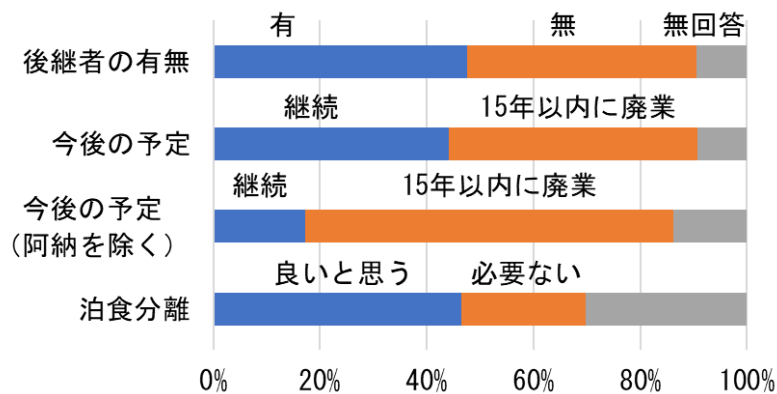
③ モデル地区において具体化した施設（漁家レストラン、宿泊棟）の整備を行うとともに、顧客ターゲットをより明確に絞り込み、web サイトを外国語対応に改修するとともに、外国人も含めたインフルエンサーに来訪いただき、体験プログラムを発信していく。また、モデル地区での取組を周辺集落に波及させていく。

宿泊～民宿の活性化の問題の特定から課題の設定、解決策（取組）の決定までのプロセス

（民宿の活性化に関する課題）

2016 年度の活性化計画の策定において、現状の把握に関するアンケート調査が行われ、その結果に基づき、現状の課題の分析と課題への絞り込みが行われた。絞り込まれた課題は次のとおりである。

- ・高齢化が進行し、後継者のない地区が半数で、10～15 年以内に民宿は半減または消滅。
- ・高齢化により、積極的な取組ができない。施設の不備や体力が心配。
- ・漁業、体験、食事の提供に関する人手不足。
- ・高齢化や人手不足を背景に、約半数の民宿が漁家レストランと宿泊の分離に賛同。素泊まりは歓迎。
- ・リピーターが多く、常連客頼み。宣伝不足。



出典：2016 年度内外海地区活性化計画（民宿へアンケート調査結果）

図 2. 18. 3 民宿事業者へのアンケート結果（後継者の有無、泊食分離について）



() 内数字は民宿軒数

（泊食分離：食事は志積レストランへ）
泊食分離を促すレストランや、地域のモデルとなる宿泊棟を整備する

図 2. 18. 4 志積地区のレストラン・宿泊施設整備による泊食分離

各集落の民宿へのアンケートに基づき、レストランと宿泊施設を整備し、泊食分離に賛同が得られ、2018 年度の協議会において、志積地区をモデルとすることが合意された。さらに、2019 年 1 月には、（株）志積が設立され、事業実施主体として漁家レストラン、宿泊施設を整備することになった。

（協議会における解決策（取組）：渚泊推進対策事業 2018 年度～）

- ・内外海地区活性化プロジェクト推進協議会において、志積地区をモデル地区とすることに合意。
- ・外部専門家を交え、志積区民と志積や内外海の魅力を再発見するワークショップを開催。プロジェクトのコンセプト“三世代でかけがえのない思い出を作る町”を策定。
- ・志積区民を中心となり、漁家レストラン・宿泊施設の整備に向けた基本設計に向けた検討を開始。京都の料理人などプロジェクトのサポート体制が整う。

（今後の取組（2019 年度～））

- ・（株）志積が事業実施主体となり、レストラン・宿泊施設の整備を行う。
- ・小浜が誇る京都とのつながりを活かし、新たなターゲット層（三世代の家族、インバウンド）を誘客し、地域の賑わいを創出するとともに SAVOR JAPAN 認定地域としての小浜市のブラン向上を図る。
- ・泊食分離を促すレストランや、地域のモデルとなる宿泊棟を整備することにより、地域全体の活性化につなげる。

3. 渚泊・農泊取組地域の組織・運営体制と取組内容の特徴 (アンケート調査結果)

渚泊・農泊の取組地域に対して、組織・運営体制や取組内容に関するアンケート調査を行い、その特徴や課題と対応について整理した結果をここに示す。

アンケート調査の対象地域は、2017 年度農山漁村振興交付金（農泊推進対策）の農山漁村振興推進計画および事業実施計画の 1 次承認および 2 次承認、2018 年度 1 次承認された 292 地域から、次の要件を満たす地域を 122 地域選定した。なお、渚泊を取組地域はこの要件にかかわらず対象地域に含めた。

(要件)

- i 宿泊・体験・交流等の取組をすべて実施する
- ii 持続的に活動ができる、あるいはその見込みがある
- iii 渚泊・農泊としての魅力ある活動内容となっている

122 地域にアンケート調査を実施したところ、52 地域 (n=52) から回答 (回収率 42. 6%) が得られた。

3.1 組織・運営体制とその維持のための取組について

(1) 組織の構成 (図 3.1.2)

- ① 中核的な法人として観光協会、DMO 等が関わっている地域が約半数あり、これが最も多い。これは、中核的な法人が事務局を兼務している場合が多いことや観光協会、渚泊・農泊の取組が、DMO の本来の業務である観光産業と地域振興に最も密接であるという事実がその理由である。
- ② 構成員については、宿泊事業者が最も多く、次いで漁協・農協、行政が続く。連携する団体については、宿泊事業が最も多く、次いで観光協会・DMO 等、行政がこれに続く。

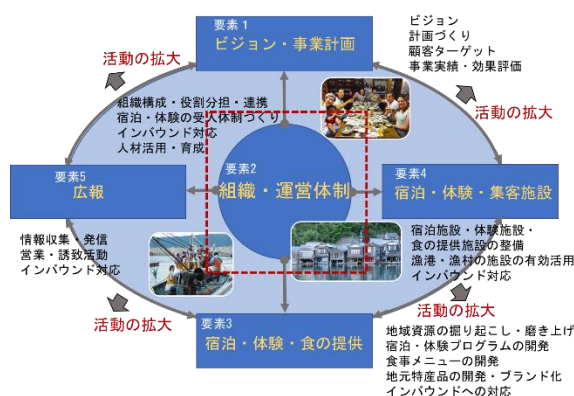


図 3.1.1 持続可能な活動体制の構築に必要な要素

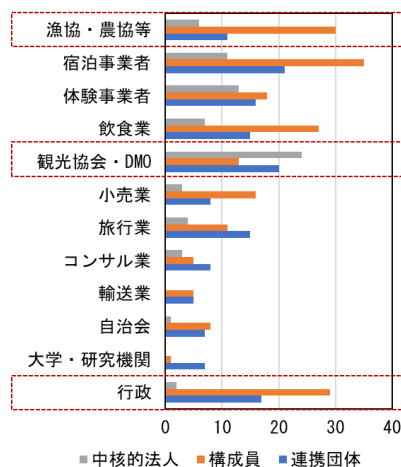


図 3.1.2 組織の構成

(2) 役割分担 (図 3.1.3)

- ① 中核的な法人が、宿泊対応及び施設管理以外の全ての役割に関わっており、中核的な法人に役割が集中しているものと言える。
- ② 宿泊対応と施設管理については、構成員が担当している地域が多い。

(3) 人材活用と育成 (図 3.1.4)

- ① 人材活用については、外部講師・専門家の招聘を実施した地域が最も多く、専従職員の雇用、地元住民のボランティアがこれに続く。インターンの受入は一部の地域である。
- ② 人材育成については、講習会、研究会、勉強会などの開催や参加がほとんどすべての地域で実施している、もしくは実施する予定である。

(4) 地域間の連携 (図 3.1.5)

- ① 情報交換はほとんどすべての地域で実施している、もしくは実施する予定である。
- ② 体験プログラムの共同開発・共同販売、共同プロモーションも実施している、もしくは今後実施予定の地域も多い。

情報交換については引き続き連携を実施していき、そのうえで、新たに共同でプログラム開発・販売やプロモーションを実施するといった連携の強化等の展開が考えられる。

(5) 補助金等の受給

- ① (農山漁村振興交付金以外の) 補助金を受給している地域は 4 割程度であり、補助金の交付元について、市町村からのものが最も多い。

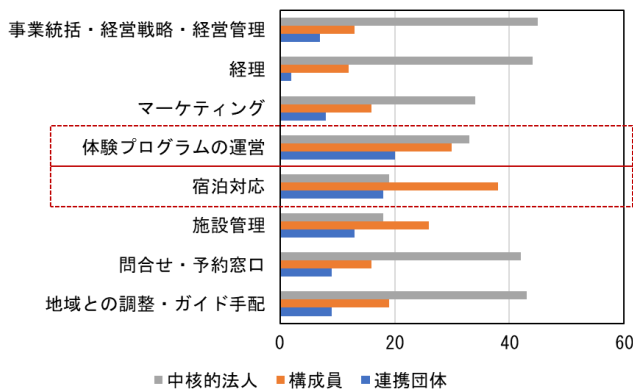


図 3.1.3 役割分担

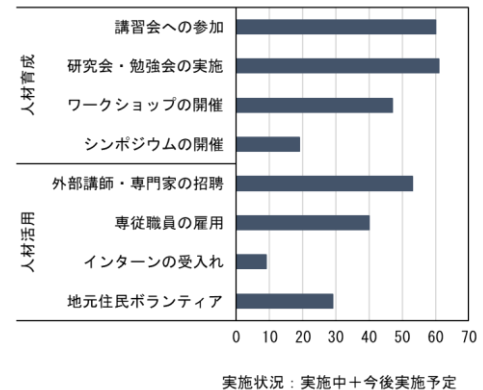


図 3.1.4 人材活用および育成

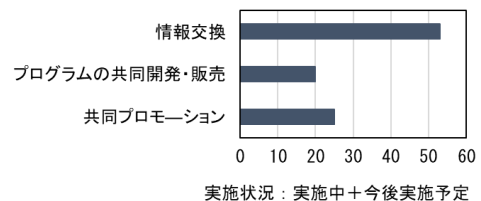


図 3.1.5 地域間の連携

3.2 体験プログラムの開発・造成について

(1) 体験プログラムの企画・準備

1) プログラムの企画・準備の内容（図 3.2.1）

- ① 体験プログラムの企画・準備は、一般に市場調査→地域資源の掘り起こし→先進地視察→モニターツアー→試行的営業の流れで行われることとなっているが、地域の状況、活動組織の取組状況、企画するプログラムの内容に応じて選択的に行われている。

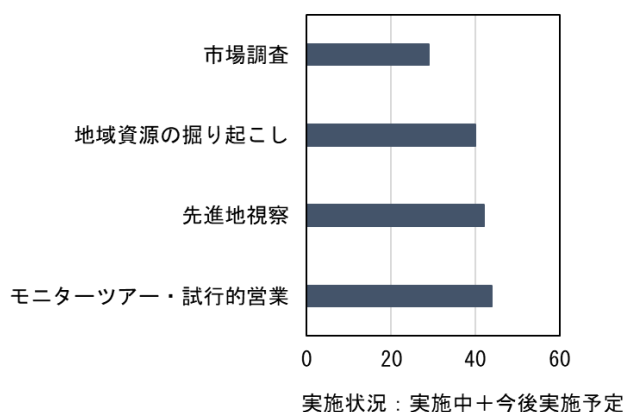


図 3.2.1 プログラムの企画・準備の内容

表 3.2.1 モニターツアー・試行的営業で明らかになったニーズや課題（インバウンド・旅行会社）

インバウンド対象のモニターツアー・試行的な営業		
分類	実施内容	明らかになったニーズや課題
受入れ体制の整備	地域の伝統行事体験、食の体験、歴史見学、漁業体験ツアー	トイレ、言語、時間感覚
	宿泊を伴う体験観光メニューを提供	宿泊施設の不足、ガイドの不足、外国語マニュアル
	農業・漁業体験、BBQ、伝筆体験、農業・漁業者との意見交換、学生・教育旅行	食事量、外国語案内、Wi-Fi環境、地域ならではの食の提供
	宿泊・漁業体験ツアー	インバウンド対応、宿泊室のインテリア
ニーズに対応したプログラムの開発・造成	複数国混合、台湾向けツアー	外国語対応、体験プログラムの充実、インバウンドからの視点での商品開発
	木造の小学校を改修した宿泊施設、地域のイベント、体験プログラムを提供するツアー	商品開発・造成（実際の集客）に長期間

旅行会社対象のモニターツアー・試行的な営業		
取組の段階	実施内容	明らかになったニーズや課題
受入体制の整備	教育旅行の旅行会社を対象に宿泊・体験ツアー	宿泊・体験施設の手配を行うワンストップ窓口
	旅行会社を対象に体験ツアー	受入れ先の不足、体験メニューの整備不足
	芸能会社と連携し農泊と体験の映像制作	
	マスコミ・旅行会社を対象に宿泊・体験ツアー	飲食店の数、トイレの整備、二次交通
プログラムの開発・造成と受入体制の整備	ネット、SNS、地域情報紙でPR、旅行会社へ営業	教育旅行の民泊ニーズに対する受入家庭の確保
	旅行会社を対象に魚捌き体験ツアー	参加者目線でのコンテンツの精査、インストラクターの不足
	ファームトリップ、メディア招聘	常時販売可能なツアーコンテンツを開発・造成するため、外国語対応可能なガイドの育成
	教育旅行担当の旅行会社へ営業	地域ならではのプログラム、探求学習できるプログラム

2) モニターツアー・試行的営業で明らかになったニーズや課題（表 3.2.1、3.2.2）

- ① インバウンドを対象にモニターツアーでは、ニーズに対応した体験プログラムの開発・造成と、Wi-Fi 環境の整備、トイレ・宿泊施設、ガイドの確保などハード・

ソフトの受入体制についての課題が明らかとなった地域が多かった。

- ② 旅行会社を対象としたモニターツアーでは、旅行商品として販売するにあたって①と同様、体験プログラムの開発・造成とハード・ソフトの受入体制の整備に、宿泊・体験の予約窓口の設置や受入先の確保が課題として明らかとなった地域が多かった。
- ③ 全般的には（対象を限定しない）、ニーズに合わせたツアーや体験プログラムづくり、受入体制の整備り、情報発信を課題として明らかになった地域が多かった。

表 3.2.2 モニターツアー・試行的営業で明らかになったニーズや課題（全般）

モニターツアー・試行的な営業（全般）		
分類	実施内容	明らかになったニーズや課題
受入体制の整備	—	高齢化による宿泊施設の運営継続不可、施設改修の資金不足
	—	地元の体験型料理、伝統料理の継承、担い手の確保
	収穫作業、田舎寿司づくり、カツオのたたきづくり、民泊	体験に対する高いニーズ、受入れ側の体制整備（旅行業取得、スキルアップ）
	提灯づくり、神楽体験、田舎料理体験と宿泊	体験に対する高いニーズ、情報発信と受入れ窓口の整備
キャンセル対応	職人の技、茶の湯の世界の体験ツアー	天候不良の際の代替体験、キャンセル対応
	海釣り選手権、お魚捌き体験、インバウンド商談会参加	受付方法の見直し、地域の観光協会との連携、キャンセルの要因分析
事業収支	農業体験	事業収支の黒字化へ価格設定
	防災合宿、イカ合宿	継続的な実施に向けた収支面での検討
施設整備	一般客と専門家の参加による体験ツアー	食事・宿泊施設、地元住民との交流
	—	プログラム数の不足、受入れ施設の整備
情報発信	農業・漁業体験、乗馬体験、シュノーケル体験、島内散策ガイド	（これまで教育民泊が主体）インバウンド・一般観光客向けの情報発信、外国語対応可能な人材不足、インバウンド誘客への抵抗感
	学生・一般客を対象に体験ツアー	PR不足
	環境学習（アママ稲種）、漁業体験、朝市	広範囲へのPR、漁業体験の時間帯
ニーズに対応したプログラムの開発・造成	地域の食材発見	食に関する高い関心
	漁業体験、食をテーマにしたツーリズム	地域資源を活用した体験に対する高いニーズ
	自然体験プログラムの開発	都会の女性をターゲット：日帰り体験から宿泊とのセット
	里山まるごとホテルで食と体験を提供	プログラムと食事のブラッシュアップ
	体験プログラムの開発	市場ニーズに対応したプログラム
	防災学習、食の体験	ニーズを踏まえて、常時ツアーから定期的ツアーへ
	体験ツアー	地域の体験の魅力を広く都市圏へ発信

(2) 体験プログラムの提供

1) 顧客ターゲット（図 3.2.3）

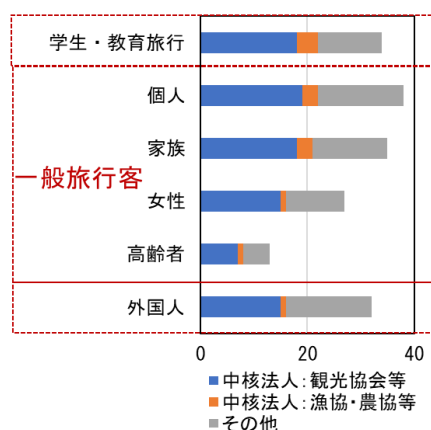
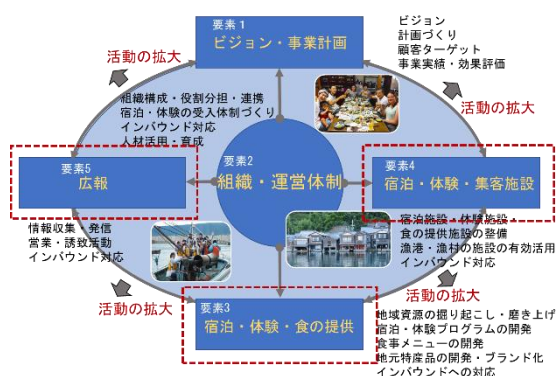
- ① 顧客ターゲットについては、個人や家族を対象としている地域が最も多いが、個人・家族・女性・高齢者を一般旅行者客として括ると、一般旅行者、学生・教育旅行と外国人（インバウンド）の間には大きな差異はない。
- ② 中核的な法人別にみると、漁協・農協等が中核法人となって地域においては、学生・教育旅行や個人・家族旅行を対象としており、外国人（インバウンド）をターゲットにしている地域が少ない。

2) プログラムの内容（図 3.2.4）

- ① 体験プログラムの中で、漁業・農業体験、地元食の提供・料理体験、自然・環境体験、漁業・農業者との交流、地域内での宿泊が多い。
- ② 中核的な法人が漁協・農協等の地域では、漁業・農業体験、地元食の提供・料理体験、自然・環境体験、漁業・農業者との交流が多い。これらプログラムでは、漁協・農協等や漁業・農業者が継承してきた知見、技術、暮らしと文化などが活かされて

いる。

- ③ 中核的な法人が観光協会・DMO等の地域では、漁業・農業体験、地元食の提供・料理体験、自然・環境体験、漁業・農業者との交流に加えて、歴史・文化体験、地域内の宿泊が多いなど、幅広いプログラム内容を有している。観光協会・DMOの本来の業務が観光、漁業・農業、宿泊と食の提供、歴史・文化など各種産業や業種に広く関わっていることが理由として挙げられる。

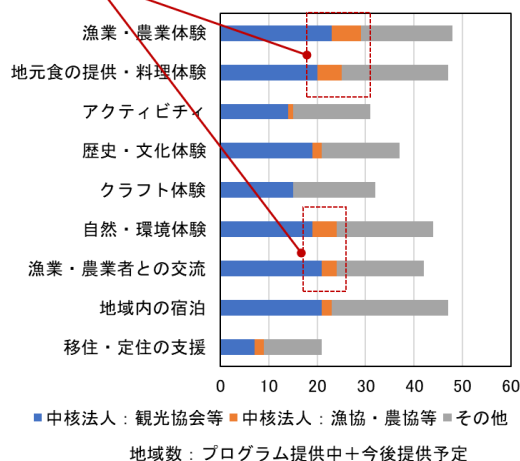


地域数：現在プログラム提供中

図 3.2.2 持続可能な活動体制の構築に必要な要素

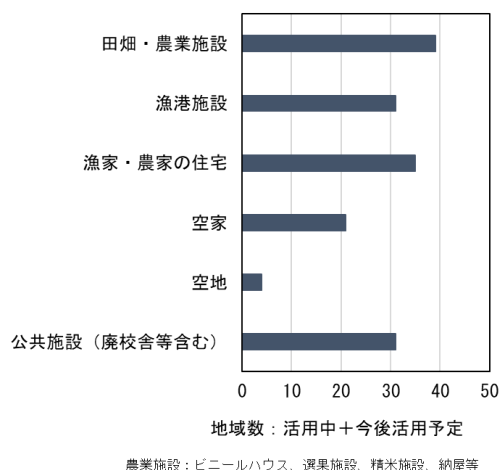
図 3.2.3 顧客ターゲット

中核的法人：漁協・農協等



地域数：プログラム提供中+今後提供予定

図 3.2.5 プログラムの内容



地域数：活用中+今後活用予定
農業施設：ビニールハウス、選果施設、精米施設、納屋等

図 3.2.4 活用している施設（地域資源）

3) 活用している施設（地域資源）（図 3.2.5）

- ① 活用している施設（地域資源）の中で、田畑・農業施設、漁港施設、漁家・農家の住宅、公共施設（廃校舎等の使われなくなった施設を含む）が多い。例えば、廃校舎を改修して利用するのは、大きな収容人数の確保や宿泊者の増加に対応し易いという強みがあるからである。

4) 広報の方法（図 3.2.6）

- ① 体験プログラムの広報の方法については、電子媒体と紙媒体に分けてみると、前者では、web サイト（HP）が最も多く、SNS がこれに続く。後者では、パンフレット・チラシ・ポスターが最も多く、これに TV・新聞・雑誌等の広告媒体が続く。
- ② YouTube 等の動画サイト・ブログや DM・メールマガジン・季報が少ないのは、先の方法と比較して、その制作に手間と時間を要することが理由として考えられる。

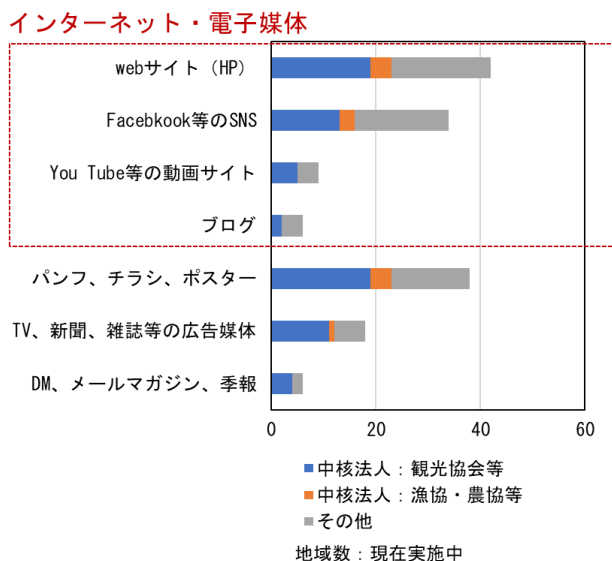


図 3.2.6 広報の方法

(3) インバウンドへの対応

1) 顧客ターゲット（図 3.2.8）

- ① インバウンドの顧客ターゲットについては、個人や家族を対象としている地域が最も多いが、個人・家族・女性・高齢者を一般旅行者として括ると、一般旅行者と学生・教育旅行との間には大きな差異はない。

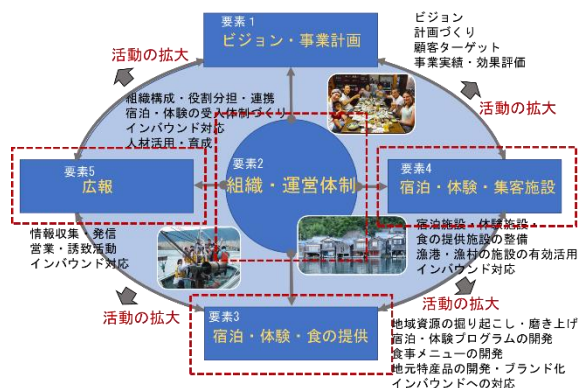


図 3.2.7 持続可能な活動体制の構築に必要な要素

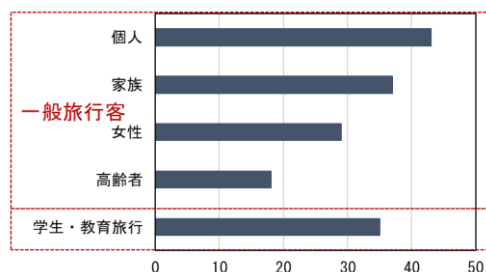


図 3.2.8 顧客ターゲット（インバウンド）

2) インバウンド対応での実施状況と課題（図 3.2.9）

- ① インバウンド対応での実施状況については、言語の対応、施設の対応（Wi-fi、トイレ等）および情報発信（ネット予約対応等）の地域が多く、プログラム内容の対応、食事の対応がこれらに続く。インバウンド対応の課題についても、同様である。
- ② インバウンド対応にあたっては、言語の対応、プログラムの対応、食事の対応、施設の対応および情報発信 - すなわち、これらハード・ソフトの受入体制の整備が課題であり、具体的な対応が行われている。

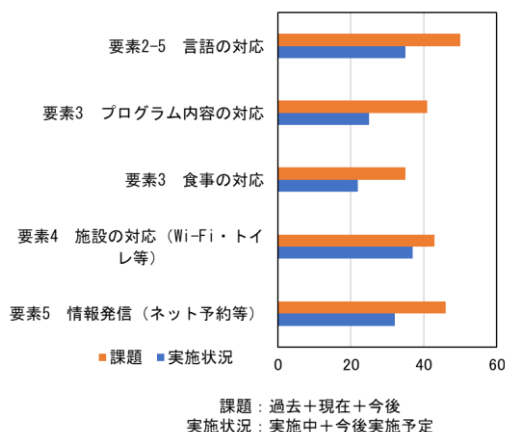


図 3.2.9 インバウンド対応での実施状況と課題

3) インバウンド対応での各課題への対応（表 3.2.3）

- ① 課題「言語の対応」については、多言語に対応した資料の作成、コミュニケーションツールの活用、人材活用・育成、セミナー・勉強会の実施等、受入において基本的な内容の対応となっている。
- ② 課題「プログラム内容の対応」については、①の「言語の対応」への対応に加えて、ニーズの把握、新たなプログラムの開発が主な対応となっている。
- ③ 課題「食事の対応」については、ベジタリアンやハラル等へ対応した食、多様な食の提供や、そういった食事を提供するためのセミナー・研修会の実施が主な対応となっている。
- ④ 課題「施設の対応」については、Wi-fi 等ネット環境の整備とトイレの整備が主な対応となっている。
- ⑤ 課題「情報発信・ネット予約等」については、web サイト（ホームページ）の多言語化、ポータルサイトや SNS への掲載等情報発信と web サイト予約、民間の宿泊予約サイトの活用が主な対応となっている。

表 3.2.3 インバウンド対応での各課題への対応

課題：言語の対応 要素②-⑤		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	多言語に対応した資料 ②-⑤	多言語のパフレット、PR動画、メニュー、注意書き、サイン、HP等
	コミュニケーションツールの活用 ②-⑤	指さし言語ガイド、携帯できる通訳/翻訳機・携帯アプリ
	人材活用・育成 ②	外国語対応のできるガイド・スタッフの配置や育成（語学研修・講座）
	セミナー・研修会・勉強会 ②	受入れのためや抵抗感をなくすための研修会等
課題：プログラムの内容の対応 要素③		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	ニーズの把握 ③	営業・モニターツアー・アンケート・webサイト分析によるニーズの把握
	新たなプログラムの造成 ③	インバウンドが関心があり満足するコンテンツ、多言語での企画・実施
	多言語対応のPR資料の作成 ③	多言語のパンフ、PR動画
	コミュニケーションツールの活用 ②-⑤	指さし言語ガイド、携帯できる通訳/翻訳機・携帯アプリ
	セミナー・研修会・勉強会 ②	受入れのための研修会等
	人材活用・育成 ②	外国語対応のできるガイド・スタッフの配置や育成（語学研修・講座）
課題：食事の対応 要素③		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	ベジタリアン対応、宗教対応の食の提供 ③	ベジタリアン・ハラル・ビーガン・国別・宗教別・アレルギー等対応または多様な食の提供
	相手国の食を考慮したアレンジ③	受入れに必要な相手国の食を考慮した食のメニューやアレンジ
	地域ならではの食の提供 ③	田舎らしい食、体験を通じた食の提供、海鮮BBQ
	セミナー・研修会・勉強会 ②	食の多様性・食と宿泊の提供・受入れのための研修会等
	情報発信 ⑤	外国語版飲食店ガイド・パンフの作成
課題：施設の対応 要素④		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	ネット環境（Wi-Fi）の整備 ④	観光施設、公共施設、食・宿泊の提供施設や体験施設でのインターネット環境の整備、フリーWi-Fiの導入
	トイレの整備 ④	洋式化、水洗化
課題：情報発信・ネット予約等 要素⑤②		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	webサイト（HP）の制作、多言語化 ⑤	webサイト（HP）の制作（多言語化、予約サイト、ワンストップ窓口、体験プログラム等の紹介動画）
	ポータルサイト、SNS等による情報発信 ⑤	情報発信と予約機能の整備
	ネット予約（webサイト予約）、宿泊予約サイトの活用 ②	多言語対応の予約管理システムと事前決済システムの構築 Arbnb、OTA、トリップアドバイザー等民間の宿泊予約サイトの活用

(4) 漁港施設の有効利用

1) 活用している漁港施設と体験プログラム（表 3.2.4）

- ① 活用している漁港施設は、漁港の基本施設である岸壁、用地、泊地から荷捌き所、加工場、漁具倉庫などの上物施設の他、漁業・養殖見学等のための漁船、養殖場、交流体験施設等の活性化施設、さらには漁港や漁村全体が体験プログラムに活用されている。これらの中で、漁港施設の岸壁が最も多くの地域で体験プログラムに活用しており、そのプログラムの内容は主に釣りである。

表 3.2.4 活用している漁港施設と体験プログラム

活用する施設等	体験プログラムの内容
岸壁・用地	釣り、BBQ、ワカメ・コンブ干し
泊地(養殖施設用地)	ウニ・アワビ取り
加工場・加工施設	加工品(イカの一晩干し、干物等)づくり、魚捌き方、加工見学
荷捌き所・市場	市場見学、朝市、魚の網外し、魚捌き方、BBQ、タコ浜茹見学
漁具倉庫・作業場	見学、漁具の手入れ、魚捌き方
交流体験施設	魚捌き、加工、試食・ランチ
浜辺	海女小屋体験、地引網
養殖場・中間育成場加工場	見学、養殖生簀で餌やり
漁船	刺し網・養殖見学、船釣り、ホエールウォッチング
漁港漁村全体	乗船体験、ガイドとの漁港散策、漁村まち歩き、防災学習・復興地視察

2) 漁港施設の有効利用での課題 (図 3.2.11)

- ① 漁港施設の有効活用における課題として、既存利用者(漁業者、地元住民、釣り客等)との調整を挙げた地域が最も多く、次いでプログラム内容の検討である。施設の維持管理や行政上の手続きを課題として挙げる地域は少ない。

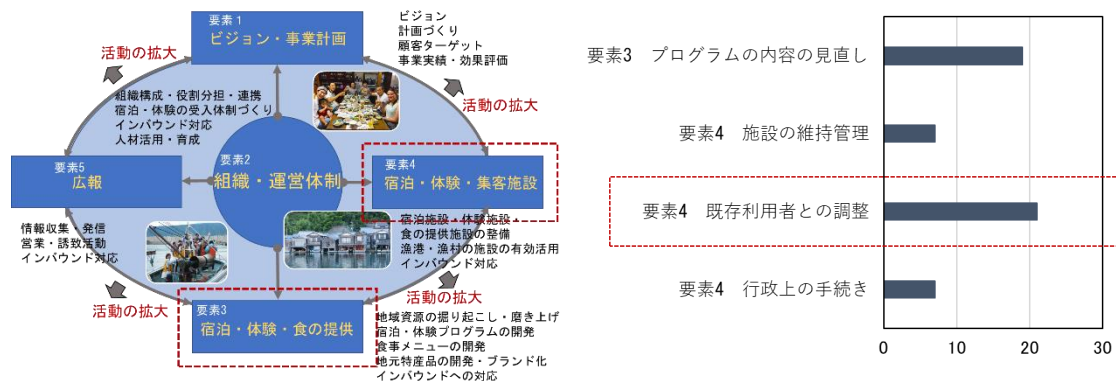


図 3.2.10 持続可能な活動体制の構築に必要な要素 図 3.2.11 漁港施設の有効利用での課題

3) 漁港施設の有効活用での各課題への対応 (表 3.2.5)

- ① 課題「プログラム内容の検討」については、プログラムの充実、ニーズの把握と対応、専門家の活用や漁業者等の関係者との調整が主な対応となっている。
- ② 課題「施設の維持管理」については、経費の削減のため、関係各所との連携、既存施設の活用が主な対応である。
- ③ 課題「既存利用者との調整」については、漁業者への協力依頼や、協議会やワークショップ等の開催、話し合いが主な対応となっている。
- ④ 「行政上の手続き」には「既存の利用者との調整」にかかる手続きも含まれている。課題「行政上の手続き」については、関係各所との協議と、漁業権との調整や許可申請等が主な対応となっている。

表 3.2.5 漁港施設の有効活用での各課題への対応

課題：プログラムの内容の見直し 要素③		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	プログラムの充実 ③	プログラム数、多様なプログラム、観光漁業体験のプログラム化
	ニーズの把握と対応 ③	モニターツアー・アンケート調査、ニーズに対応したプログラムの改良・開発、集客方法の検討
	課題の把握と対応 ③	指導者不足・高齢化、繁忙期の漁船・施設の使用困難
	専門家の活用 ③	市町村・漁協と旅行代理店との共同企画・運営、専門事業者への委託
	漁業者等関係者との調整 ②③	漁協等への相談、漁協等を巻き込んだプログラムの造成、既存利用者もメリットを感じるプログラム内容

課題：施設の維持管理 要素④		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	関係機関との連携 ②④	地方自治体、漁協と連携
	既存施設の活用 ④	維持管理を要しない地方自治体の施設を活用
	改装・資金確保 ④	老朽化した設備・施設の改修のための資金確保

課題：既存利用者※との調整 要素④		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	※漁業者、地元住民、釣り客等	
	漁業者・漁協への協力依頼 ②③④	漁業者・漁協への協力依頼・連携、漁業者の副業的な位置づけの確立
	協議会・ワークショップ・説明会の開催、話し合い ②④	漁業者・地元住民の入った協議会・ワークショップ・説明会等の開催と話し合い、既存利用者もメリットを感じる説明

課題：行政上の手続き 要素④		
対応	対応の分類	対応の内容
過去 現在	関係各所との協議 ②④	地方自治体・漁協等との連携・調整、事業目的・コンセプトの共有
	資格取得 ③④	漁業体験提供者・指導者の関係資格の取得
	漁業権との調整、許可申請 ③④	漁業体験などの場合の漁業権と調整、施設への立ち入り・利用の許可

3.3 活動の維持・発展について

(1) 活動の維持・発展での課題（図 3.3.2）

活動の維持・発展における課題として、多くの地域が事業戦略、組織維持・役割分担、運営の自立化、経営管理、集客の維持・増加を挙げている。これらは、「ビジョン・事業計画」、「組織・運営体制」や「宿泊・体験・食の提供」という3つの要素に関わる課題であり、組織・運営体制や活動の根幹にかかわる課題である。

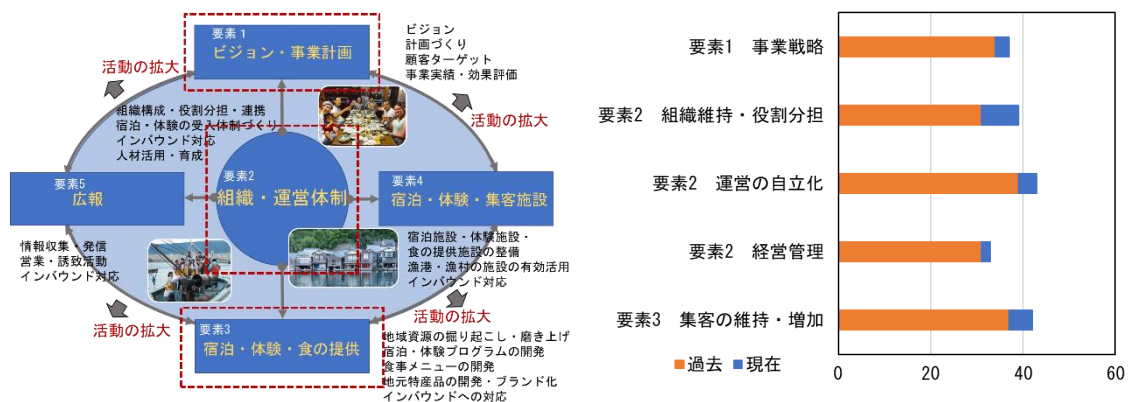


図 3.3.1 持続可能な活動体制の構築に必要な要素 図 3.3.2 活動の維持・発展での課題

(2) 活動の維持・発展での各課題への対応（表 3.3.1）

- ① 課題「事業戦略」については、これまで総合的な対応等が主な対応となっており、現在はマーケティングの実施、外部人材の活用や新たなプログラムの開発が主な対応となっている。
- ② 課題「組織の維持、役割分担」については、これまで役割分担・連携体制の構築や事業への理解の促進が行われ、現在は担い手の確保や人材育成、運営費の確保が主な対応となっている。
- ③ 課題「運営の自立化」については、これまで事務局の移管、人材育成やプログラムの充実が行われ、現在は組織・運営体制の強化や収益の確保が主な対応となっている。
- ④ 課題「経営管理」については、これまで理解者による取組が行われ、現在は外部人材の活用・人材育成や経営の安定化が主な対応となっている。
- ⑤ 課題「集客の維持・増加」については、これまで広範囲への宣伝や旅行会社への営業等が行われたが、現在は新たなプログラムの開発、様々なツールを活用したPRの強化や、一般旅行客・インバウンド対応が挙げられる。

表 3.3.1 活動の維持・発展での各課題への対応

課題：事業戦略 要素①		
対応	対応の分類	対応の内容
過去	総合的な対応 ①②③	目標とコンセプトの共有、地域資源の活用、人材育成、理解の醸成
	外部人材の活用 ①	地域おこし協力隊、外部専門家によるアドバイス・研修・講義
現在	マーケティング ③	市場ニーズの把握
	新たなプログラムの造成 ③	利用可能な施設の調査、体験メニューの造成

課題：組織の維持、役割分担 要素②		
対応	対応の分類	対応の内容
過去	役割分担・連携体制 ②	漁協、観光協会、観光事業者との役割分担と連携体制の構築
	事業への理解の促進 ②	協議会、情報交換会やワークショップ等の開催
現在	担い手の確保・人材育成 ②	農泊・渚泊にかぎらず観光振興関係の担い手確保、人材育成
	運営費の確保 ②	補助金等の活用や安定した収益の確保

課題：運営の自立化 要素②		
対応	対応の分類	対応の内容
過去	事務局の移管 ②	事務局を行政から民間へ移管
	人材育成 ②	関係者間の調整、プログラムを自主運営できるガイド育成
	プログラムの充実 ③	多様なニーズに対応したプログラム数の拡大
現在	組織・運営体制の強化 ②④	農泊・渚泊専門部の創設、窓口組織づくり、施設の整備・運営組織づくり、外部専門家によるアドバイス・研修・講義
	収益の確保 ③	収益事業の確立、安定した集客、受入れ家庭の拡大

課題：経営管理 要素②		
対応	対応の分類	対応の内容
過去	理解者による取組 ②	事業に理解のある人より取組開始
	外部人材の活用・人材育成 ②	地域おこし協力隊、会計業務等のアウトソーシング、人材育成
現在	経営の安定化 ②③	行政から民間ベースへの経営体質改善、集客による収益増、経営手法の学習

課題：集客の維持・増加 要素③		
対応	対応の分類	対応の内容
過去	広範囲への宣伝 ⑤	チラシ配布、イベント告知、出向宣伝・営業、webサイト掲載
	旅行会社への営業 ⑤	国内外の旅行会社への営業・誘致活動
現在	新たなプログラムの造成 ③	プログラム内容の見直し、新たな体験メニューの造成
	運営費の確保 ②	補助金等の活用や安定した収益の確保
	一般客・インバウンド対応 ②③	一般客（インバウンド含む）の増加、新たにインバウンド対応
	様々なツールを活用したPR ⑤	様々な紙媒体（チラシ、パンフ）、電子媒体（webサイト、SNS、動画等）による宣伝・販促活動