農泊推進過程における情報発信について

一般社団法人日本ファームステイ協会

JPCSA: Japan Countryside Stay Association

株式会社百戦錬磨

2018年12月14日

一般社団法人日本ファームステイ協会(JPCSA)

百戦錬磨、農協観光、全国農協観光協会、時事通信社が設立発起人となって、 本年2月7日に新協会を設立。

【協会理念】

一般社団法人 日本ファームステイ協会は、日本の地方を元気にしようとする全国の関係機関・団体の力を結集し、 農林水産省の掲げる「農泊|及び「ファームステイ|を営む事業者を支援いたします。

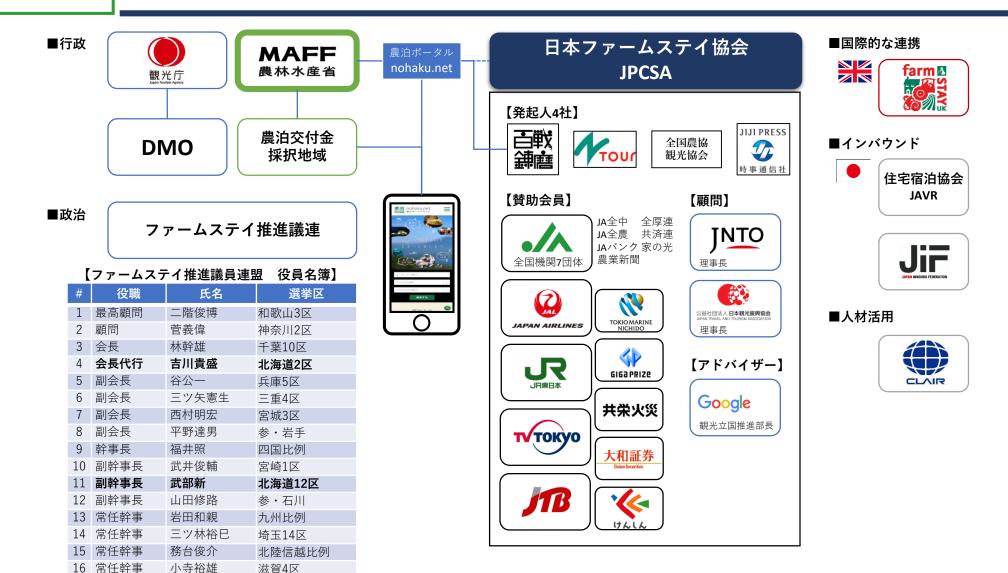
そうした支援を通して、旅行者が繰り返し訪れたくなる地域の魅力を創り出し、その品質向上・維持・情報発信によって、国際水準に合致した「Countryside Stay 市場」を確立することで、日本国内における農山漁村の所得向上、地域の活性化をめざします。

【役員等】

会長理事	平井 伸治	鳥取県知事
副会長理事	皆川 芳嗣	株式会社農林中金総合研究所 理事長 元農林水産省事務次官
代表理事	上山 康博	株式会社百戦錬磨代表取締役社長
理事	岡崎 浩巳	地方公務員共済組合連合会 理事長 元総務省事務次官
	藤本 隆明	株式会社農協観光 代表取締役社長
	清水 清男	一般社団法人全国農協観光協会 代表理事専務
	大室 真生	株式会社時事通信社 代表取締役社長
	田中好明	株式会社JTB 執行役員 法人事業本部事業開発担当
顧問	久保 成人	公益社団法人日本観光振興協会 理事長
	清野 智	日本政府観光局(JNTO) 理事長
評議員	青木 辰司	東洋大学 名誉教授 前東洋大学 社会学部 教授
評議員	本田 俊介	日本航空株式会社 執行役員 路線統括本部国内路線事業本部長
評議員	大島 信彦	株式会社テレビ東京コミュニケーションズ代表取締役社長
評議員	肱岡 弘典	全国農業協同組合中央会常務理事
アドバイザー	- 陳内 裕樹	グーグル合同会社 広告営業本部観光立国推進部長



日本ファームステイ協会を取り巻く関連団体



参・全国比例

進藤金日子

17 事務局長

JPCSA活動の基本的な考え方



農泊とはソーシャルベンチャーである*ソーシャルベンチャー: 社会貢献や社会的問題の解決を主な目的とし、 ビジネスを通じて解決を図るために起業した ベンチャー企業またはベンチャープロジェク

農泊を地域振興の中核に!

【農泊の育成・維持・拡大】が必要不可欠

- (1) インバウンド需要の取り込み
- (2) 国内旅行需要の取り込み
- (3)人材の育成

B

農泊に対する国の取り組みを民間から『積極的に支援』する

- (1)500地域(現在307地域)の農泊実施体制を持った地域のサポート
- (2) インバウンド需要の取り込み、UIJターン、関係人口の増加による地域外から地方への新たな人の流れを創出
- (3)農山漁村の豊かな資源の活用、磨き上げ、新たな需要の発掘による地域活性化
- (4) 国内外への農泊の魅力の発信、デジタルマーケティングを活用した来訪者の増加
- (5) 都市部の子供、親子世帯、ミレニアル世代、アクティブシルバーなどあらゆる層に農山漁村体験を促進

役割

情報発信と共有

継続的、持続的な

課題解決

人材育成

JPCSA来期の取り組みと成果のイメージ

キーワード

マニュアル化

(担い手・地域の底上げ)

ケーススタディ

(タイプ別それぞれの成功事例)

消費者認知

(市場への浸透)

展開ツール

メディア MIX

(1) デジタル (2) 拠点 へント デジタル (農泊ポータルの稼働)



インキュベーションセンター (ラウンジの稼働)



国際品質認証 (質の担保と情報発信)



市場への啓発と深耕・地域への好循環

地場産業 活性化 National 企業参入 6次産業 展開 UIJ ターン 増加 コミュニ ティの 復活

地域へもたらす成果

®MAFF「農泊」は農林水産省の許諾を得て使用しています。 参考:http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/syouhyou.html

農泊取り組みにおける各ステージ毎のキーワード

1. <u>Stage.1:地域づくり</u>

- 1. 地域の「志ある人」を集めチームを作る →協議会
- 2. 多様なプレイヤーで構成する
 - ① 業種の多様性:農林漁家 行政 観光協会 観光業者 物販店 飲食店 企業人 農協 金融
 - ② 住民の多様性:地元民 UIJターン者
 - ③ 協力者の多様性:都市住人 外国人(アジア、欧米豪、他)
 - ④ 年齢性別の多様性:働きざかり お年寄り 若者(時には高校生) 男性 女性

2. Stage.2: 商品づくり

- 1. 地域資源の棚卸し
- 2. 地域の類似性と個別性の整理
- 3. 地域住民以外の目線による検証

3. <u>Stage.3:集客</u>

- 1. マーケティング セグメンテーション ターゲティング
- 2. 日本人とインバウンドの考え方 B to C B to B 団体、個人 教育旅行 視察研修旅行
- 3. 情報発信 インターネット集客 予約サイト SNSの使いこなし 3:6:1(サーロイン)

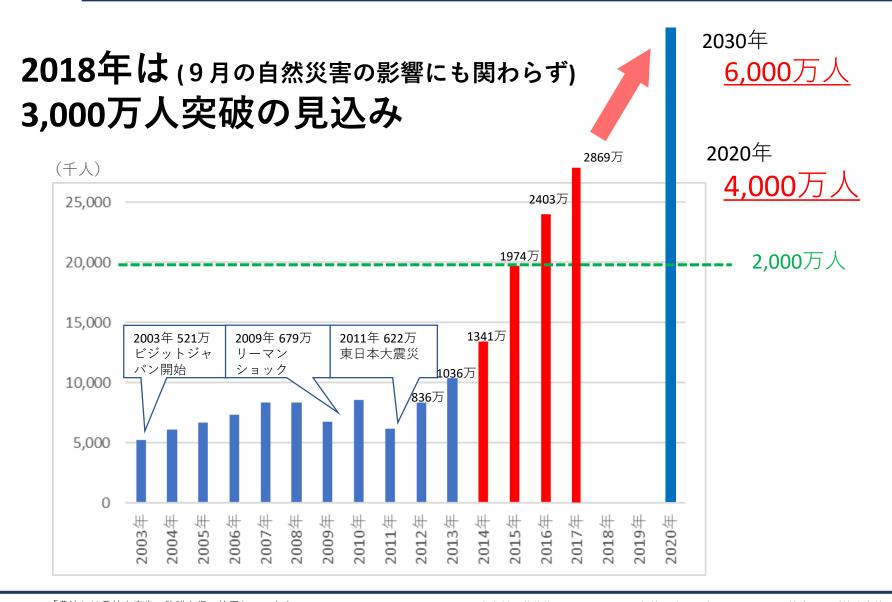
4. Stage.4:経営 (地域協議会 + 個々の農泊サービス提供者)

- 1. ビジネスとしての人的ネットワークを作る
- 2. ノウハウを貯める
- 3. 中の人を育てる
- 4. お金を管理する
- 5. 資金を調達する
- 6. サービスを磨き満足度を高める

農泊市場の概況

(しつこいくらいに是非頭にとめてください!)

訪日外国人の政府目標



訪日外国人の政府目標

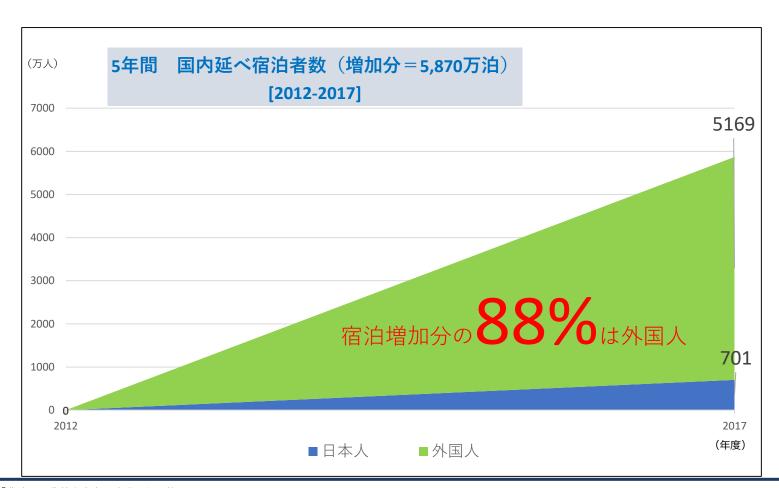
今後は単なる量的増加でなく 地方誘客、リピーターの増加に注力

内閣府 「明日の日本を支える観光ビジョン」より

	2020年	2030年
訪日外国人旅行者数	4,000 万人 (2015年の約2倍)	6,000万人 (2015年の約2倍)
訪日外国人旅行消費額	8 光円 (2015年の約2倍)	15 北円 (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	7,000 万人泊 (2015年の 3倍)	1億3,000万人泊 (2015年の5倍)
外国人リピーター数	2,400万人 (2015年の2倍)	3,600万人 (2015年の3倍)

国内宿泊市場における訪日外国人のインパクト

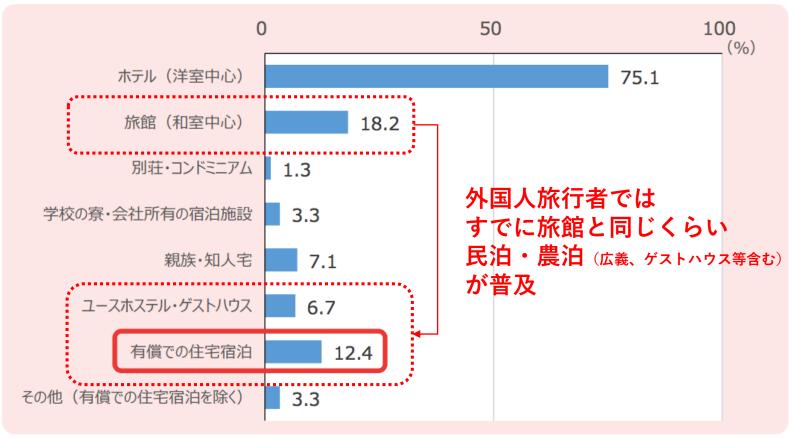
直近5年間で、国内延べ宿泊数は約6,000人万泊弱増加したが うち88%は外国人



訪日外国人の民泊・農泊利用実態

2017年の訪日外国人数を約2,900万人 民泊・農泊利用者はその内の12.4%、<u>約350万人</u>に上る見込み

【図表1】日本滞在中の宿泊施設利用率(平成29年7-9月期、複数回答)

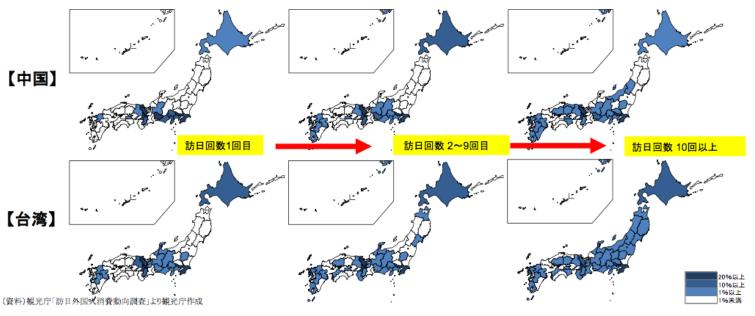


インバウンドなくして、地域活性化なし①

訪日リピーターも急増、伴い地方に訪れる人も増加



(2)訪日回数別都道府県訪問率 ~リピータほど地方に訪れる割合が高くなる傾向~



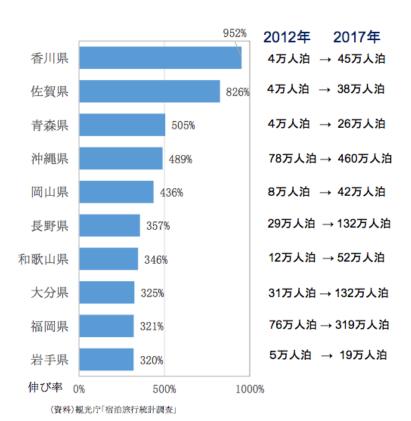
インバウンドなくして、地域活性化なし②

インバウンドが、地方に経済を生み始めている

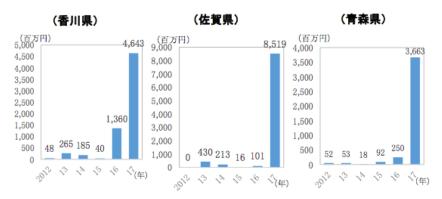
・外国人延べ宿泊者数の伸び率をみると、上位は、香川県、佐 賀県、青森県、沖縄県、岡山県とすべて地方部であり、インバ ウンドの地方への展開が進んでいる。

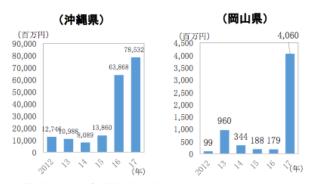
インパウンドの伸びが著しい地方部では、これに対応した宿泊 業の建設投資が大幅に増加

<2012年から2017年の外国人延べ宿泊者数の変化>



く外国人延べ宿泊者数伸び率上位5県における 宿泊業の建築物工事予定額の動向>

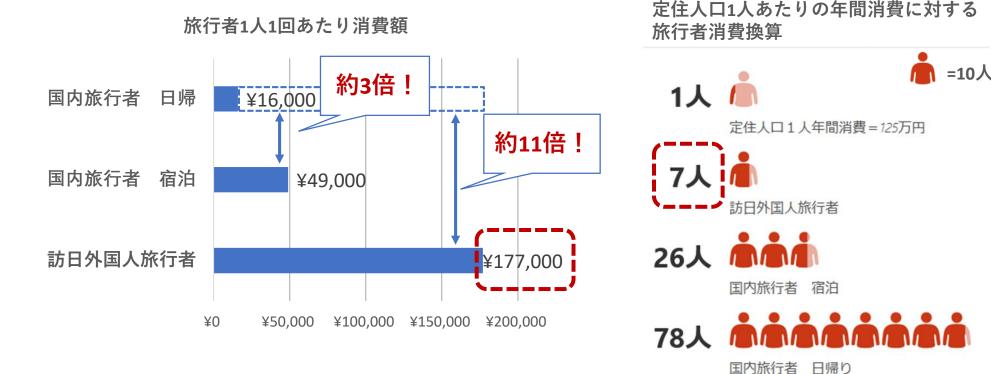




(資料)国土交通省「建築着工統計に基づき観光庁作成

宿泊無くして、地域活性化無し

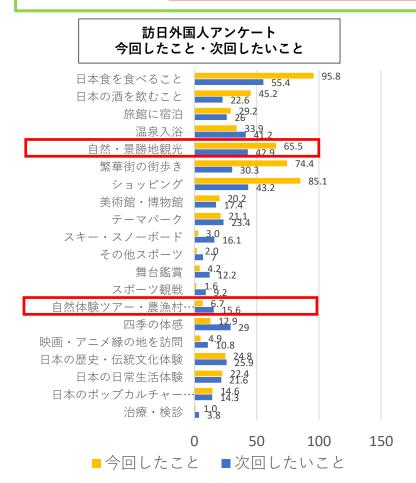
- 農泊を地域活性化につなげるためには、インバウンドと宿泊が重要
- →「インバウンド×宿泊」無くして、地域経済の活性化なし



定住人口は2015年国勢調査(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2014年家計調査(総務省)による。 旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2015年)。国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2015年四半期ごとの速報を足して算出)。 訪日外国人旅行者はJNTO(2015年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2015年四半期ごとの速報を足して算出)。 訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額、国内旅行者1人1回当たり消費額は消費額と旅行者数を割って算出。 小数点第2は繰り上げ。(※観光庁資料)

農山漁村地域への潜在的旅行需要

- 訪日外国人旅行者のアンケート調査では、今回「自然体験ツアー・農漁村体験」を実施した人が6.7% に留まる一方、次回体験したいと答えた人は15.6%に上る。
- 今後、これら**農山漁村地域への高い潜在旅行ニーズに応えていく**必要。



今回の旅行で、「自然・景勝地観光」を行った人は**65.5%**に上るが、「自然体験ツアー・農漁村体験」に参加した人は**6.7%**に留まる

自然・景勝地観光の際、**農山漁村地域に滞在し農山漁村体験に取り込む**よう、<u>魅力的なコンテンツ</u> 提供及び情報発信が必要

一方で、次回「自然体験ツアー・農漁村体験」に 参加したい人は**15.6%**存在

現在でも、**農山漁村に対する期待は高く**、これらの**ニーズに的確に応える必要**

出所:農林水産省「農泊の推進について」

平成29年 訪日外国人消費動向調査(観光庁)をもとに作成

観光先進地域ヨーロッパは世界の観光市場を牽引

- ■国際観光支出、出発数では、ドイツ、イギリスが 3,4位
- ■1人あたり観光支出では イギリス、ドイツが2,3位

■国際到着数(受け入れ) ではヨーロッパが他地域 を抑えてNo.1

		光支出 米ドル)		貨伸び率%)	シェア (%)	人口 (100万人)	人口1人当たり 観光支出(米ドル)		国際出発者(100万人)	
順位	2014	2015*	14/13	15*/14	2015*	2015	2015*	区分	2014	2015
1 中国	234.7	292.2	n/a	26.2	23.2	1,375	213	VD	116.6	127.9
2 米国	105.5	112.9	7.6	7.0	9.0	322	351	TD	68.2	73.5
3 ドイツ	93.3	77.5	2.1	-0.6	6.2	82	946	TD	83.0	
4 英国	62.6	63.3	3.5	8.9	5.0	65	972	TD	58.4	64.2
5 フランス	48.7	38.4	15.4	-5.6	3.0	64	598	TD	28.2	
6 ロシア連邦	50.4	34.9	13.7	10.0	2.8	146	239	VD	45.9	36.8
7 カナダ	33.8	29.4	3.3	0.6	2.3	36	820	TD	33.5	32.3
8 韓国	23.2	25.0	3.0	15.6	2.0	51	493	VD	16.1	19.3
9 イタリア	28.8	24.4	6.9	1.4	1.9	61	402	TD	27.2	27.5
10 オーストラリア	26.4	23.5	-1.3	6.9	1.9	24	978	VD	9.1	9.5



出所:国際世界観光機関(UNWTO)より

ドイツ、フランス、イタリアの農泊規模

欧州では「農泊」が定着

- ■ドイツ、フランスでは個人旅行者を中心に、年間宿泊数2500万~3000万泊
- ■ヨーロッパにおいてはグリーンツーリズム後発のイタリアでも、 1000万泊以上
- ■また、イタリアでは外国人比率44%

(図表 2-31) ドイツ、フランス、イタリアの農家民宿、農村民宿の比較

	ドイツ	フランス	イタリア
農家民宿	約 16,000 ヶ所	約 60,000 ヶ所	18,121ヶ所
•農村民宿	(2008年農家民宿数を	(2015 年ジット・ド・フラ	(2014 年農家民宿
の箇所数	BAG 加盟者数から推計)	ンス加盟者数)	のみ)
	約 2,440 万泊	約 2,870 万泊	約 1,080 万泊
左則空池粉	(2011 年ドイツ内の 14 才	(2014 年ジット・ド・フラ	(2014 年農家民宿
年間宿泊数	以上のドイツ語話者	ンス加盟民宿	のみ)
	のみ)	のみ)	
	約 1,400 億円	約 840 億円	約 1,001 億円
	(2011 年ドイツ内の 14 才	(2014 年ジット・ド・フラ	(2002 年アグリツーリス
直接消費額	以上のドイツ語話者のみ	ンス加盟民宿	卜加盟民宿
	による農家・農村での休	のみ)	のみ)
	暇全体の消費額)		
	不明	13%	44%
	(農家・農村民宿の予約・	(2014 年ジット・ド・フラ	(2014年農家民宿)
外国人比率	検索サイトでは外国語未	ンス加盟民宿)	
	対応のため、小さいと推測		
	される)		
	・ドイツ連邦農家民宿およ	・ジット・ド・フランス全	・アグリツーリスト
	び田園ツーリズム事業	国連盟	・テラノストラ
主な	協会(BAG)と、その下	・ようこそ農家へ(ビア	・ツーリズモ・ヴェルデ
ネットワーク	部組織「農家で休暇を」	ンヴニュ・ア・ラ・フェ	
組織	連盟	ルム)	
	・ドイツ農業協会(DLG)	・農家のもてなし(アキ	
		ュイユ・ペイザン)	

資料:各国資料(前節各国の項参照)

出所:農林水産省(2015)平成26年度食料・農業・農村白書より

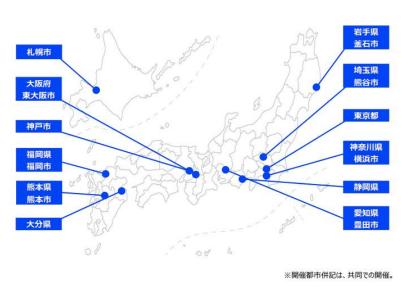
市場環境:農泊/ラグビー&オリンピック

■ ラグビーW杯2019は、農泊・地方民泊にとって非常に大きな契機

- 1. 日本全国12か所で開催され、かつ開催期間が長いため、広域周遊&ロングステイが促進
- 2. 農泊に親しみがあり、かつ、ロングステイ傾向が強いイギリス、ドイツ、フランス等の 欧州各国の旅行者が40万人来日予定
- 3. こららのインバウンド旅行者によるSNS投稿により、2020年の東京オリンピック・ パラリンピックでは更に農泊が拡大することも想定

ラグビーW杯

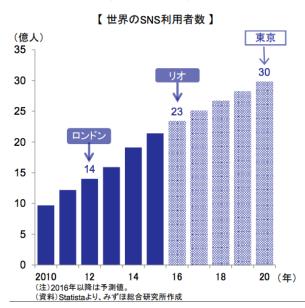
開催期間:2019年9月20日~11月2日 (1.5ヶ月間)



SNS等で 農泊,地方民泊 が多数紹介され 欧州を中心に 拡散

東京オリンピック・パラリンピック

開催期間:2020年7月24日~9月6日 (1.5ヶ月間)



北海道会場の試合日程と各会場への来日国

2019年9月21日 土曜日





キックオフ (現地時間) 午後1時45分 札幌ドーム, 札幌市 あなたの時間 - 午後1時45分, 2019年9月21日

2019年9月22日 日曜日

Rugby World Cup 2019, プール C, Match 7





【北海道】4か国

欧州:イングランド

豪州:オーストラリア、フィジー、トンガ

農泊ポータルサイト: nohaku.net

全国の農泊エリアを網羅的に掲載する唯一の情報発信ポータルサイト







※https://nohaku.net Webサイト参照

農泊地域の情報発信における課題

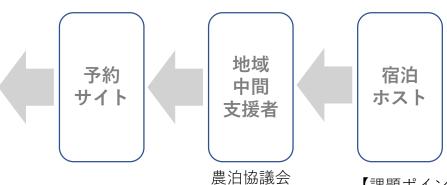
■ 農泊ポータル http://nohaku.net 運営で見えてきた課題

- 1. 平成29年度採択205地域の多くの地域で、取り組みが道半ば
 - ✔ 地域協議会等の組成が未対応の地域が散見される
 - ✓ 宿泊施設を登録している地域が205地域中93地域、10以上登録がある地域はわずか3地域
- 2. 農泊によって地域に持続可能な経済を生み出す仕組みに至っていない
 - ✓ 情報提供を受けた地域のうち、予約(=経済)に直結する「インターネット予約」ができる宿泊施設は**14**となっており、ネットに対する取り組みは現状未整備

→現状では、農泊ポータル上では地域経済にインパクトをもたらす取り組みは少ない



■インターネットを使った集客バリューチェーンが構築できていない



【インバウンド集客 -ホストの課題】

- ・多様な文化圏、多言語での対応
- ・24時間、7days/week 対応
- ・マルチWebサイト
- ・写真、テキスト、カレンダーupdate 等

【課題ポイント①】

ホスト自身で予約サイトを使いこなせない

【課題ポイント②】

中間支援者でも、複数の農泊施設が対象だと予約サイトを使いこなせない場合がある

地域が抱える課題

インバウンドを呼び込もうにも ITの壁、言語の壁、人手不足

民泊・農泊を始めたいけど どう集客すれば良いの?

その他

いろいろ相談したい けど頼れる人がいない もっと集客したいけど

インターネットで予約サイト を運用するのは難しそう

外国語対応が不安

高齢になり

人手が足りなくて 困っている

でも、新たにスタッフを 採用する余裕もないし

. . . .



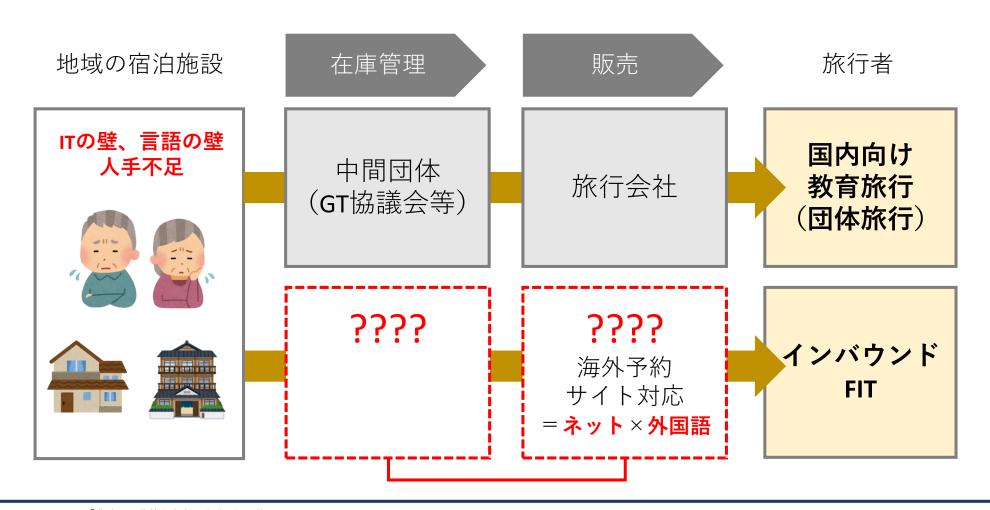
民泊/農泊 オーナー様



旅館/ホテル/民宿 オーナー様

地域が抱える課題

ITの壁、言語の壁、人手不足を乗り越えるための 人的サポートが必要



ご参考

参考: 百戦錬磨の・集客サポート

『集客コンシェルジュ』







オーナー様のあらゆるお悩みに対して専任コンシェルジュがサポート!

インターネット 集客サポート 予約サイトの開設と集客を **完全代行**します。

<mark>ォーナー様の希望に応じて</mark> **外国語予約に対応** 専任 コンシェルジュ 電話にていつでもご相談可能。 **集客アドバイス**や **受入サポート**も電話で対応

安心保険

オーナー様・旅行者様

双方に対応する

安心の民泊保険を完備

旅行者向け:国内旅行傷害保険 ホスト向け:旅館業者賠償責任保険等 特 典

STAY JAPAN 利用クーポン

を進呈いたします。 【10%オフクーポン】 (宿泊代金10万円の場合、 1万円引き!)



集客コンシェルジュ利用施設一覧

46施設79部屋の集客運営サポート (2018年10月現在) 地方のオーナー同居型民泊・農泊を中心に、民宿・旅館やゲストハウス、 別荘、旧学校施設まで幅広く集客運営サポートを実施。

地方のユニーク施設では 国内最大規模

































農泊による地域活性化

70歳を超えてから民泊に挑戦。開業半年でいまや外国人から人気の宿に









別荘の民泊活用による地域活性化









別荘の民泊活用による地域活性化

別荘の未利用期間を、民泊に転用し収益化

- ⇒リゾートエリアの自然景観や風情が、国内外の観光客に人気
- ⇒ 民泊の収益で、管理費をまかなうだけでなく、リフォーム/追加設備投資を行う事例も

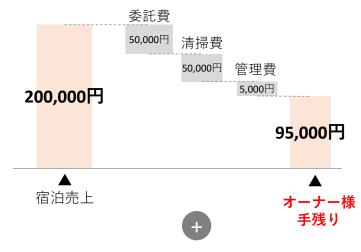
別荘の民泊転用 具体事例

- オーナーの未利用 期間を民泊に転用
- 民泊運営は百戦錬 磨と別荘管理会社 で実施
- 住宅宿泊事業法 (民泊新法)にて運 用[年間180日上限]
- 平均稼働率は35%

民泊実施前 月間収支 -5,000円



民泊実施後 月間収支 +95,000円



民泊活用によるメリット

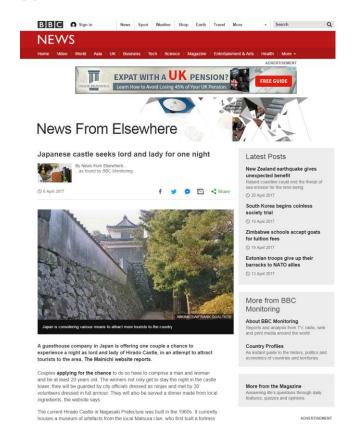
- ・維持費/メンテナンス費の補填
- ・リフォーム、追加設備投資費用の捻出 (エアコンの導入等)
- ・定期的な利用による施設の長期寿命化

歴史的建造物・文化財活用による地域活性化

■ 長崎県平戸城での日本初・天守閣試泊体験



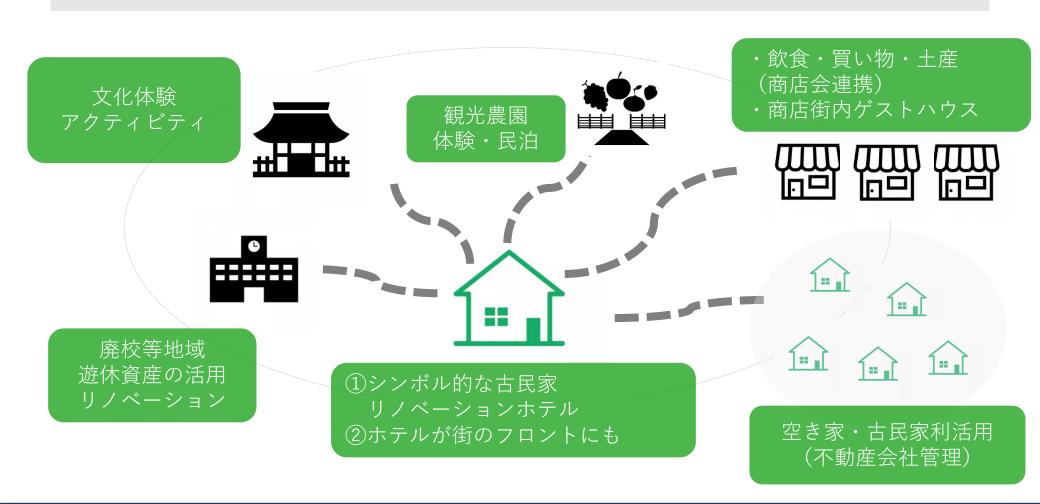




BBCほか国内外メディアに露出し、応募数は**約7500件**。 半数以上が海外からの応募。その後国内外から平戸城へ訪れる旅行者 が倍増しうれしい悲鳴とも。さらなる展開として第2弾準備中。

地域一帯の空き家活用による地域活性化

●基本的な仕組みはイタリアの「アルベルゴ・ディフーゾ」 一般的なホテルが1か所でサービスを提供するのに対して、まち全体をホテルとみなし複数の建物を 利用する地域経営の仕組み



北海道農泊イベント

~みんなで北海道の農泊を応援しよう~

地域プレゼンテーション・PRブース募集!!

主催:株式会社百戦錬磨 協力:一般社団法人日本ファームステイ協会

1. 実施内容

■イベント名称 北海道農泊イベント

■目的 北海道の農泊地域への集客・農泊推進

■テーマ 北海道観光の復興

~みんなで北海道の農泊を応援しよう!~

■開催日時 平成31年1月17日(木) 11時~19時

■開催場所 東京シティアイ・パフォーマンズゾーン

■主催 株式会社百戦錬磨

■協力 一般社団法人日本ファームステイ協会

■入場 無料

※会場スペースの都合上、1団体あたり参加者は3~4名程度とさせていただきます

イベントプログラム予定 (仮)

タイムスケジュール	挨拶・地域プレゼンプログラム	PRブースゾーン プログラム
11:00~13:00		PR物産品展示開始
13:00~13:10	主催者挨拶 (百戦錬磨 代表取締役 上山康博)	
13:10~13:15	関係者挨拶 (農林水産省農泊推進室長)	
13:15~13:25	北海道観光復興と農泊の推進 (観光庁もしくは北海道庁想定)	
13:25~14:15	基調講演トーク (ファームステイUK代表 スティーブンハリス) イギリスの農泊の取組に関して ~イギリスから見た北海道の農泊の良さ~	
14:30~	北海道農泊実践者等の観光PR・農泊の取組 プレゼンテーション (1団体:10分程度)	
19:00	終了	終了

2. 会場①

■会場ロケーション及びアクセス 会場があるJPタワーKITTEはJR東京駅と直結しています

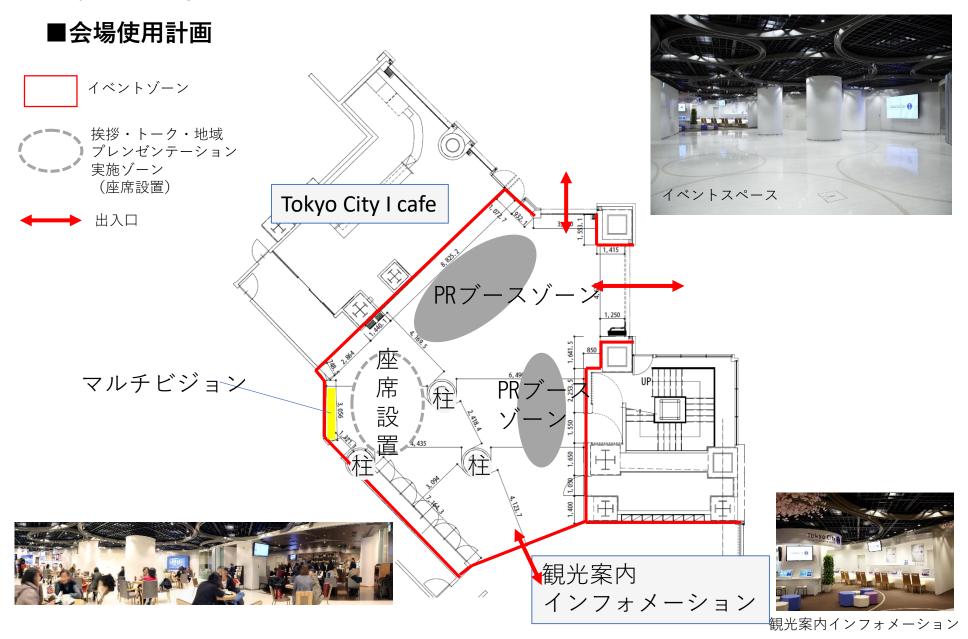


新丸ビル 丸ビル 地下周辺マップ HH 丸の内線 アートロード HH 東京駅 丸の内 地下南口 丸の内 444 地下広場 丸の内 地下中央口 東京シティアイ ←東京ビル JR東京駅

<空港からのアクセス>

羽田空港より約30分 東京モノレール浜松町駅から 山の手線のりかえ東京駅下車

3. 会場②



®MAFF「農泊」は農林水産省の許諾を得て使用しています。 参考:http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/syouhyou.html ※本資料の著作権は、原則として一般社団法人日本ファームステイ協会および株式会社百戦錬磨に帰属します。無断利用、転載はご遠慮いただきますようお願い致します。

4. 地域プレゼンテーション・PRブース募集概要①

■地域プレゼンテーション

イベント会場において、地域のサービス、産品などをPRすることができます。 ※地域プレゼンテーションの順番は、主催者にて決定、通知させていただきます

■地域プレゼンテーションでご使用になられる素材等

地域プレゼンテーションでは、パワーポイントのデータをPCの接続にてマルチビジョンに投影しプレゼンテーションを実施することができます。

PCは事務局にて準備いたしますのでデータを事前に送付してください。 (※事務局PCはウィンドウズ10となります。パワポのバージョンは97以降で対応可能です 他動画や特殊なソフトを活用されたい場合は、PCの持ち込みも可能です。 接続端子は、RGBケーブルのみとなりますので予めご了承ください)





*MAFF「農泊」は農林水産省の許諾を得て使用しています。 参考:http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/syouhyou.html

5. 地域プレゼンテーション・PRブース募集概要②

■PRブース決定及びエリア内配置

PRブースの配置は、主催者にて決定、通知させていただきます

■PRブース分類

ブースの大きさは、W1800×D600×H700 (mm) のテーブルの半分のサイズ W900×D×300×H700 (mm) 以内といたします。

テーブルの設置となります

(参加団体数の決定によりテーブル1つのサイズの利用の可能性もあります。 その際は、ご連絡させていただきます。)



イメージ



幅1800×奥行600×高さ700mm

6. 参考:東京シティアイとは

「KITTE」地下1階にある複合型の観光情報センター

周辺就業者・一都三県の来街者・国内外旅行客を中心に、 **月間約12万人(一日平均4,000人)**が利用する**公共貢献施設**です。



2 パフォーマンスゾーン

『観光・旅』『地域振興』『スポーツ・文化振興』 『日本の魅力発信』をテーマとしたイベントを 年間約150~200日稼働。

- ✓ 平日約4万人の人通り
- √ イベント来場者: 4,000~6,000人/日
- ✓ 平日人通りピークタイム: 12:00台、18:00台
- √ 物販最高売上:約200万円/日

<用途例>

物産展、移住相談会、企業連携、プレス発表会、 テーマ特化型、体験・宿泊施設の紹介 等







1 インフォメーションゾーン 3 レストゾーン "東京シティアイカフェby PRONT"

- ✓ 多言語 (日英中韓) 対応
- ✓ 宿泊・交通・チケットの手配
- ✓ Free Wi-Fi&PC、文化体験
- ✓ 都が運営する「ビジネスコンシェ ルジュ東京」も併設。
- ✓ コラボメニュー展開可
- ✓ るるぶ全巻・旅雑誌あり
- ✓ カフェトレーシート広告有り

出展仕様は年内にご連絡します。

奮ってご参加ください!!