

ツーリズムEXPOジャパン2019
農泊PRブース 運営報告書
並びに現在、今後の取り組みについて

2020.2.25

全国農業協同組合連合会

「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪・関西」は 総来場者数は151,099人を記録！

世界100カ国の国と地域、日本全国から過去最高の1,475（前年比102%）の企業・団体が出展し、会期中の来場者数は想定の13万人を大きく上回り、151,099人（4日間合計）を記録しました。

会 期 : 2019年10月24日(木)～27日(日) 4日間
※10月24日（木）インバウンド・観光ビジネス総合展のみ10：00開場
10月24日（木） 25日（金）は業界関係者の商談会

会 場 : インテックス大阪 〒559-0034 大阪府大阪市住之江区南港北1丁目5-102

来 場 者 数 :

日付	天気	人数
10月24日（木）	曇りのち雨	19,933人（業界日）
10月25日（金）	雨	28,375人（業界日）
10月26日（土）	曇りのち晴	51,173人（一般日）
10月27日（日）	曇りのち晴	51,618人（一般日）
合計		151,099人 (参考：2018年合計：207,352人)

主 催 : 公益社団法人 日本観光振興協会
一般社団法人 日本旅行業協会（JATA）
日本政府観光局（JNTO）



※公式HPより

農泊PRブースは、パネル展示・プレゼンステージ・ワークショップを開催！ アンケート調査は、想定を大きく上回り、1,081人に参加いただきました。

各地から集まっていたいた10の事業者様によるプレゼンステージ、関係団体主催による「精米体験ワークショップ」などを実施。各事業者様をPRしたパネルの展示やパンフレットの配布も行い、多くの来場者に向けてアピールを行いました。

- 日 程 : 2019年10月24日(木)~27日(日) 計4日間
小 間 : インテックス大阪6号館内、6小間(9,000×6,000mm)
コンテンツ : ①農泊の現状、農泊推進の状況をまとめたパネル展示
②各地域の農泊関連取り組み状況がわかるパネル展示
③農泊PRのための映像の放映
④農泊、農泊推進の取り組みに関する関係団体のPRステージ、ワークショップ
⑤農泊認知度アンケート調査(事前目標400)



アンケート : 総回収数 1081 (対目標値270%)

運営協力 : 農林水産省、JA全農、農協観光、全国農協観光協会、日本ファームステイ協会
JA都市農村交流会全国協議会、百戦錬磨、大館市まるごと体験推進協議会、
仙北市農山村体験協議会、矢祭町、KADODE OOIGAWA、相模海女文化運営協議会、
Landing in HAKUSAN、立山町観光協会、朝日町民泊推進事業実行委員会、
かわち夢楽、高取エクスペリエンス協議会、神石高原町観光協会、
庄原古民家ステイ推進協議会、まつうら党交流公社、宇久地域協議会、ルート黒島、
安心院NGTコンソーシアム、高千穂ムラたび、五しの里、秋津野ガルテン、
大田原グリーンツーリズム、花巻グリーンツーリズム、(順不同)

イベントステージ概要

「登壇事業者様と発表タイトル」

事業者	(一社)仙北市農山村体験推進協議会(秋田県仙北市)
タイトル	仙北市のインバウンドグリーンツーリズムについて
事業者	KADODE OOIGAWA(株)(静岡県島田市)
タイトル	2020年秋オープン!「KADODE OOIGAWA」施設のご案内
事業者	高取エクスペリエンス協議会(奈良県高取町)
タイトル	『くすりのまち・奈良ツアー〜薬草の薫り香る飛鳥』
事業者	庄原古民家ステイ推進協議会(広島県庄原市)
タイトル	瀬戸内の新しい旅行体験『Setouchi Cominca Stays』のご紹介
事業者	未来ある村 日本農泊連合(大分県宇佐市)
タイトル	日本農泊連合が目指すもの
事業者	矢祭町(福島県矢祭町)
タイトル	伝統と伝統の融合が産んだ「幻のこんにやく」
事業者	(一社)相模海女文化運営協議会(三重県鳥羽市)
タイトル	日本一海女が多く暮らすまち 相模(オウサツ) ～伊勢志摩国立公園・鳥羽市～
事業者	(一社)神石高原町観光協会(広島県神石高原町)
タイトル	仙境の里「神石高原町」での田舎体験のすすめ
事業者	宇久地域協議会(長崎県佐世保市)
タイトル	西の果ての島から贈る「しま時間」
事業者	JAおうみ富士(滋賀県守山市)
タイトル	近江観光のご紹介

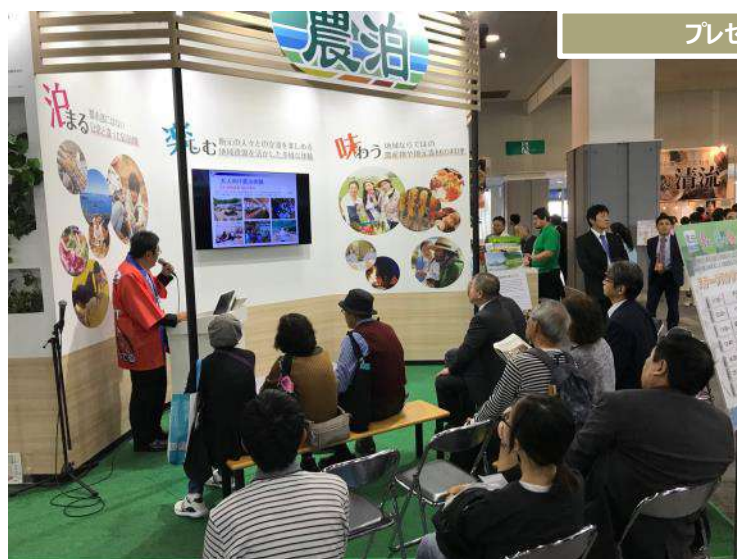
「ステージスケジュール」

対象	日程	時間	ステージ出演者
業界日	24日	11:00	
		11:40	
		12:00	
		13:00	JA全農
		13:40	KADODE OOIGAWA(株)(静岡県島田市)
		14:00	
		14:20	(一社)神石高原町観光協会(広島県神石高原町)
	25日	15:00	(一社)相模海女文化運営協議会(三重県鳥羽市)
		16:00	
		11:00	Nツアーグループ
		11:40	
		12:00	
		13:00	矢祭町(福島県矢祭町)
		13:40	
		14:00	日本ファームステイ協会
一般日	26日	14:20	JA全農
		15:00	
		16:00	
		11:00	宇久地域協議会(長崎県佐世保市)
		11:40	
		12:00	ワークショップ
		13:00	庄原古民家ステイ推進協議会(広島県庄原市)
	27日	13:40	未来ある村 日本農泊連合(大分県宇佐市)
		14:00	
		14:20	(一社)神石高原町観光協会(広島県神石高原町)2
		15:00	(一社)仙北市農山村体験推進協議会(秋田県仙北市)
		16:00	JAおうみ富士(滋賀県守山市)
		11:00	未来ある村 日本農泊連合(大分県宇佐市)
		11:40	Nツアーグループ
		12:00	ワークショップ
		13:00	KADODE OOIGAWA(株)(静岡県島田市)2
		13:40	
		14:00	高取エクスペリエンス協議会(奈良県高取町)
		14:20	
		15:00	日本ファームステイ協会
		16:00	

ステージ風景



精米体験イベント



プレゼンステージ



実施風景



パネル/パンフレット展示コーナー



アンケート調査

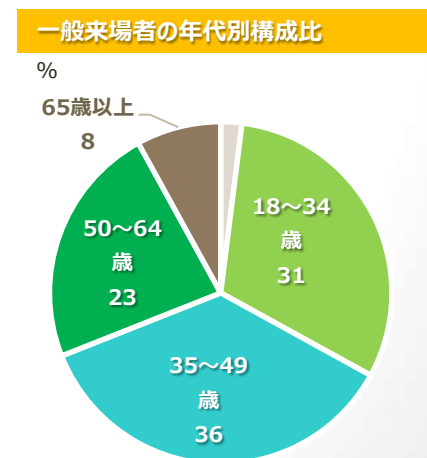
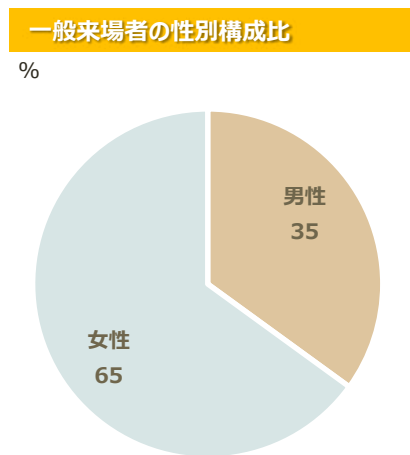
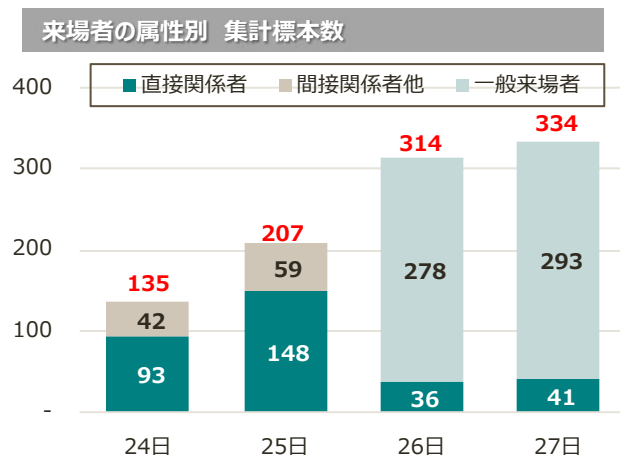


アンケート調査結果ハイライト

調査の期間	2019年10月24日（木）～27日（日）
調査の地域	ツーリズムEXPOジャパン2019会場：インテックス大阪（大阪市港区）
調査の対象	農泊ブース来場者
標本の抽出	来場者の無作為インターセプト
調査の方法	①対象者所有のスマホによるオンライン調査②準備したタブレットによるオンライン調査③自記式紙アンケート調査
回収目標数	400s
回収標本数	1080s_有効990s（関係者342s/一般648s/計990s）

■一般来場者の3人に2人が女性

JTB総合研究所が女性を対象に実施した「女性の時間の使い方と旅行に関する調査（2014年）」では、旅行の決定権を持つ人は「自分＝女性」という回答が59%で、「配偶者・パートナー」は27%でした。このように、女性が主導権を持つと言われる旅行需要を対象とした今回の「ツーリズムEXPOジャパン」で、農泊ブースへの一般来場者の35%が男性、65%が女性でした。年代別では35～49歳が36%を占め、次いで18～24歳が31%となっています。これを性・年代別で見ると、女性の25～49歳が全体の42%を占めており、ミドルミセスが農泊ブースへの一般来場者の中心層となっていました。



アンケート調査結果ハイライト

■ 来場者はアクティブな旅行好きが「基本特性」

今回の一般来場者の「農泊への関連行動」項目で最も多かったのが、ツーリズムEXPOという事もあり、「家でじっとしているより、旅行やグルメが好きで、よく出かける」というアクティブな旅行行動です。

女性で60%、50～64歳で62%、35～49歳で60%と、今回の一般来場者で構成比多かった層が回答しています。

次いで「キャンプやアウトドア」が20%とこれもアクティブなライフスタイルが続き、18%とほぼ同率で「田舎のお米や農作物をもらう」という農山漁村との「つながり」が農泊の重要なポイントとなっていました。

		該当数	家でじっとしているより旅行やグルメが好きで、よく出かける	キャンプやアウトドアに関心があり、田舎暮らしを夢見ている	実家や親せきから、田舎のお米や農作物をよくもらう	子どもたちに農村留学や宿泊の農業体験などをさせたい	草花や自然の風景などを写真やインスタにあげている	故郷が農山漁村地域で、お盆や正月などに帰省している	農山漁村で働ける場があれば引越して生活したい	故郷が農山漁村地域で、忙しい時期は手伝いに帰る	いわゆる「田舎暮らし」には、関心がない・したくない
全体		648	56	20	18	12	9	6	4	2	6
性別	男性	224	49	29	12	11	9	6	4	3	6
	女性	423	60	15	21	12	9	5	4	2	6
年代別	高校生以下	14	57	43	7	7	-	21	7	-	-
	18～34歳	202	49	21	19	10	18	5	4	3	8
	35～49歳	230	60	18	19	14	6	3	3	2	5
	50～64歳	151	62	21	14	11	5	6	5	3	6
	65歳以上	50	52	16	18	6	6	12	2	2	4

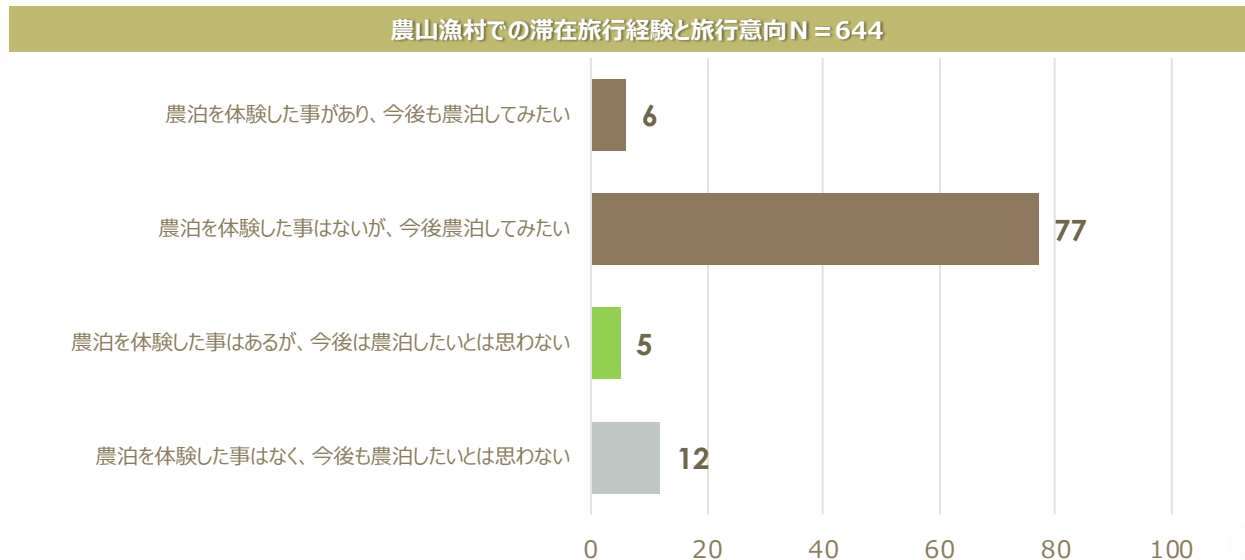
アンケート調査結果ハイライト

■ 一般来場者の「農泊」知名率は77%

「農泊」というネーミングの認知は、「言葉を知っている」という「知名率」と、「言葉の意味まで認識している」という「認識率」で見する必要があります。「認識」のためには、まず「知名」が必要であり、「知名率」は、認知の広がりを示し、「認識率」は認知の深まりの指標です。今回の「ツーリズムEXPOジャパン」一般来場者では、農泊の知名率/77%、認識率/30%でした。実施前調査や、内閣府調査を上回り、旅行が好きな人や農業に関心のある一般来場者には「農泊」が着実に浸透している状況が見えてきます。

■ 農泊体験意向は83%、特に未経験者の参加意欲が高い

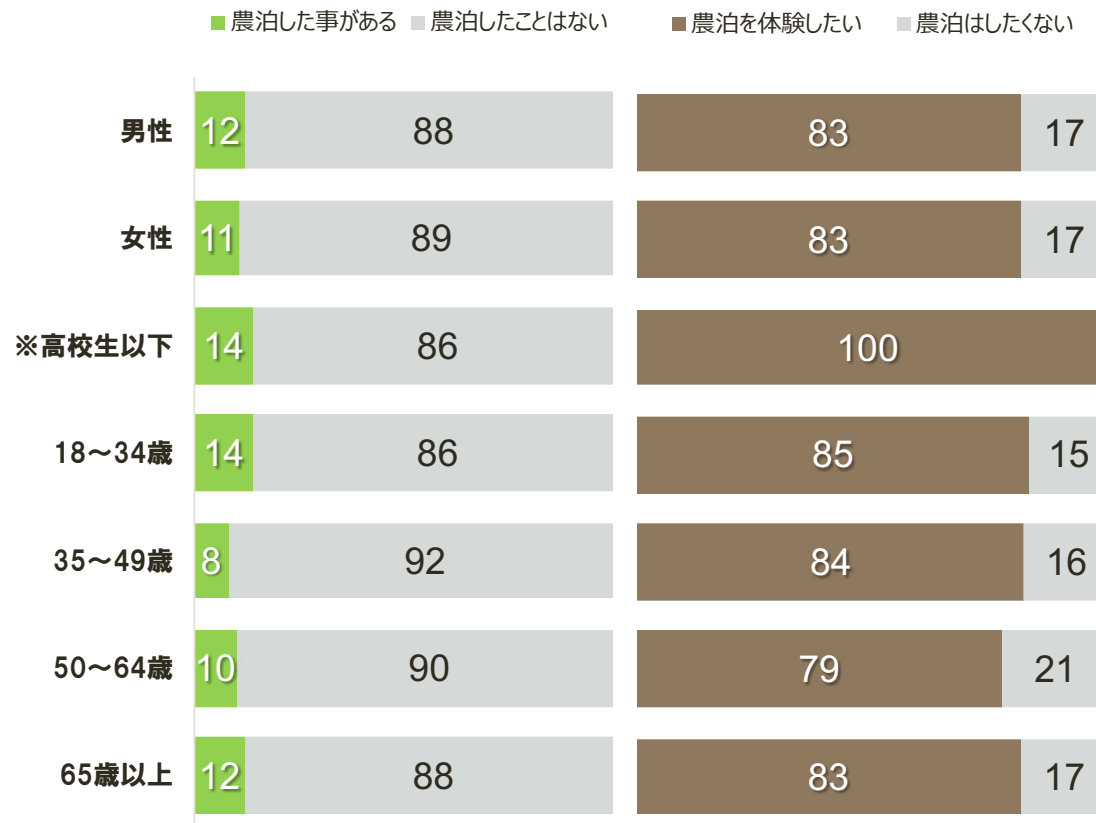
既に「農泊」を体験したことがある方は11%、未経験者は89%。
未体験者の今後の農泊への参加意欲を見ると85%以上が参加意欲を持っており、今後の広がりに大きな期待が持てる。



アンケート調査結果ハイライト

■ どの年代も8割が「農泊」体験に期待

18歳から世代別に農泊体験意向を見ると79～85%。性別、世代を超えて農泊への高い体験意向が見られました。



アンケート調査結果ハイライト

■「農泊」の魅力は多様な“農泊体験”

農泊体験に期待することの項目トップは、「その地域のおいしい食材や料理などグルメを楽しみたい」（42%）の“食体験”でした。

次いで「その地域の人たちとの交流や地域ならではの体験をしたい」の29%が続き、「その地域の伝統文化や生活・暮らしの知恵を学びたい」「仕事を手伝ってみたい」「子どもたちに農山村の生活を体験させたい」などの“体験”と“地域交流”などへの期待が累計で118%あり、多様な農泊体験への意向が見られます。

「多様な農泊体験とその地域の食」という、従来の「見てまわる、外者としての“観光”」ではない、新しい“体験”需要です。

しかし、その一方で、「家族や仲間だけで過ごしたい」が27%で、見方によっては「交流をわずらわしいと思う需要」が見られ、「ひとりでゆっくりと過ごしたい」の21%など、非交流型の“自然の中で静かに癒されたい”という農泊体験の需要もあります。

農泊体験とは、動的な交流体験だけでなく、ひとりや家族・仲間だけにしておく、癒し体験なども、農泊体験の一部として組込む、多様な体験提案が必要なのかも知れません。

農泊体験への期待/性・年代 %

	その地域のおいしい食材や料理などグルメを楽しみたい	その地域の人たちとの交流や地域ならではの体験をしたい	農山村の自然の中で、家族や仲間だけで過ごしたい	農山村の自然の中で、ひとりでゆっくりと過ごしたい	その地域の伝統文化や生活・暮らしの知恵を学びたい	その地域ならではのキャンプやアウトドアを体験したい	実際に農山村での仕事を手伝ってみたい	観光客ではなく、家族・友人のような農泊を楽しみたい	子どもたちに農山村での生活体験をさせたい	子どもたちに自然の動物や鳥、虫を体験させたい	何度か利用して、その地域の季節の変化を楽しみたい	その他
■は、有意差が見られる ■は、項目の中の上位値												
全体	42	29	27	21	21	18	13	13	12	12	8	1
男性	37	25	35	25	18	22	14	10	13	11	8	-
女性	45	31	24	18	23	16	13	15	12	12	8	1
高校生以下	21	21	43	14	-	14	14	14	14	14	7	-
18～34歳	52	36	32	21	28	23	14	11	9	12	8	-
35～49歳	45	27	23	19	21	16	13	14	17	14	6	1
50～64歳	31	28	26	23	19	20	13	16	11	7	11	1
65歳以上	28	18	30	24	12	6	18	8	4	10	2	-

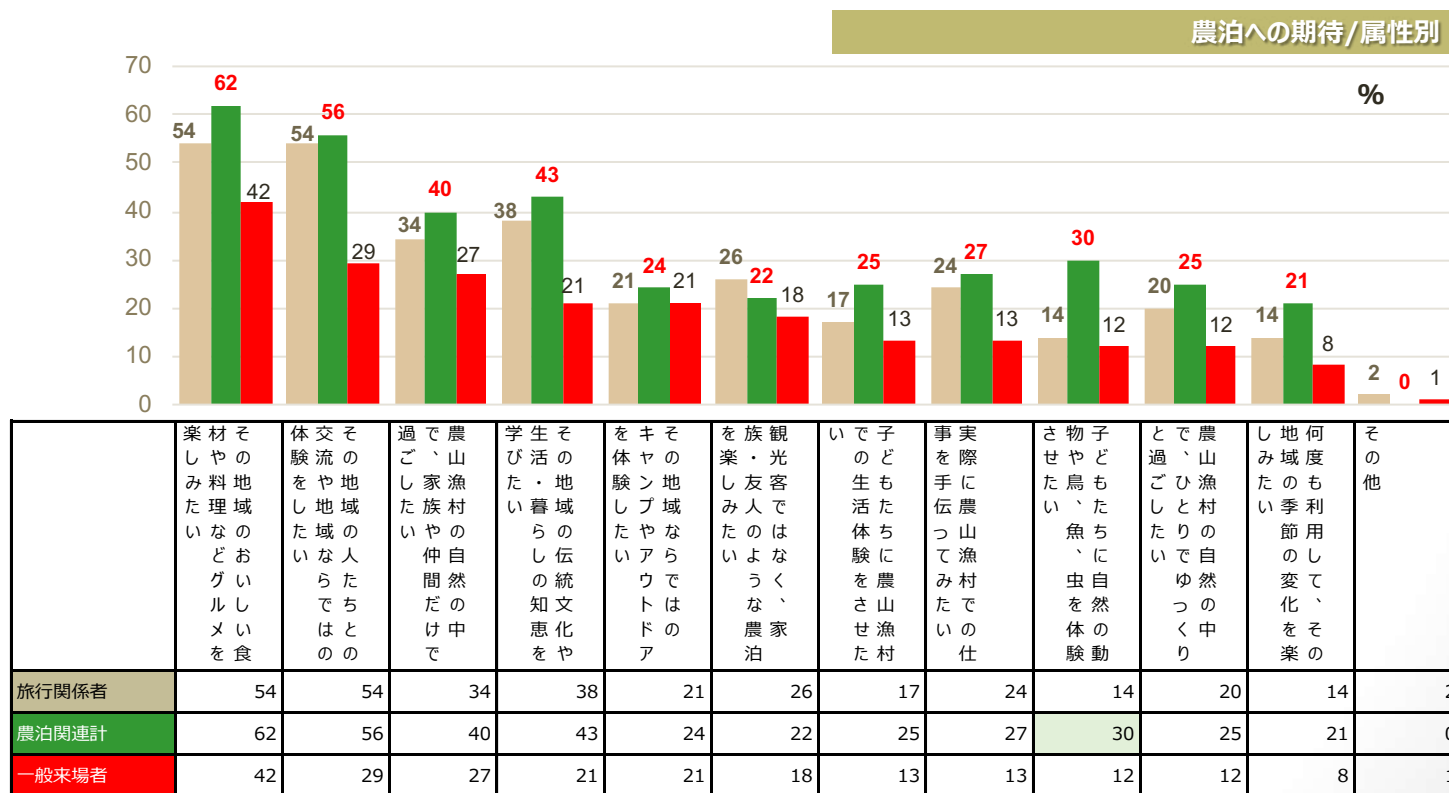
アンケート調査結果ハイライト

■ “地域”志向の農泊関係者と“コト”志向の旅行業界

旅行関係者と農泊関係者の考える「農泊体験」は、ほぼ同じで、一般生活者とも大きな相違はありません。

しかし、旅行関係者と農泊関係者では、**若干の意識の差**が見られます。農泊関係者は**地域に根差した「自然（モノ）体験」**を強く推したい意識が強く見られ、旅行関係者では、**単に観て通過する「観光客」需要**ではなく、「**交流の時間を楽しむ“コト”体験の農泊**」を期待しているようです。

この双方の視点を活かし、各地域・自然に合ったコトの仕掛けづくりが、旅行関係者と農泊関係者の協調によって提案されると、さらに農泊需要が活性化するものと思われます。



アンケート調査結果ハイライト

■交通の便と救急医療体制が課題

農泊の課題は、利用者と呼ぶための訴求ポイントでもあり、基本情報として提供すべき項目です。調査の結果、5つのチェック項目が見えてきました。

①交通の利便性

遠い・時間がかかるという事は非日常へのトリップであり、問題ではありません。

「交通の利便性」とは列車やバスの便数、道路の整備、アクセスです。「行きやすさ」をしっかりと訴求する必要があります。

②救急医療体制

大きな事故や病気はもちろん、ケガや体調不良等の対応の救急体制の構築、訴求が、安心をもたらします。

③遮音性と清潔感

特にマンションなど遮音性が当然の生活環境では、民家での隣への音が気になります。

事前調査で多くの女性たちは遮音性が高い「ホテルに泊まりたい」と回答していました。清潔で遮音性の説明が求められます。

④虫や動物

農山漁村で当たり前の虫や動物が、実は農泊の大きなリスクのようです。女性の27%が苦手と回答しており、

有害な虫や動物などのリスクの少なさ、緊急時の対応などを構築、明記する必要があります。

■ は、有意差が見られる ■ は、項目の中の上位 値	道路や鉄道などの交通の便が悪く、行きにくい	急な病気や事故の医療や救急体制が不安	衛生面や清潔感、部屋の鍵、遮音性などが不安	蛇、動物などが苦手なの自然は好きだけど、虫や	仕事や個人的事情で宿泊旅行ができない	実際に農山漁村が故郷なので農泊の魅力は感じない	対応が親切すぎて、おせっかいに感じるのでは	泊施設は、変わり映えしない	どこのへ行って体験や宿泊施設は、変わり映えしない	農山漁村の素朴さを感じない	観光色が強くて、素朴な	地域文化や歴史に興味がない	自然は好きだが、あまり	あまり農山漁村そのものに関心がない	その他
全体	31	23	22	22	8	5	3	3	3	3	2	2	2	2	6
男性	28	24	25	13	6	5	4	4	5	3	1	8			
女性	32	22	21	27	9	5	3	2	2	2	2	5			
※高校生以下	21	-	14	29	-	7	-	-	-	7	-	7			
18～34歳	37	20	31	24	8	5	4	3	4	2	2	3			
35～49歳	33	23	21	23	7	6	4	4	3	2	3	3			
50～64歳	24	28	15	20	8	4	3	1	1	3	1	10			
65歳以上	18	28	16	12	10	6	2	4	2	-	-	18			

アンケート調査結果ハイライト

■ 農泊関係者の男女・年代別の視点を活かす

農泊事業の課題は、交通の便と宿泊施設の衛生面や遮音など、旅行関係者と農泊関係者に大きな意識の違いはありません。

しかし、男女の視点に違いが見られました。最も大きいのは「虫や動物」への対応です。

女性は虫や動物に男性の2倍近いリスクを感じています。また、35～49歳の男性は「交通の便」を16%を軽く考える傾向があり、同世代の女性は36%と「交通の便の悪さ」をリスクと見ています。

一方、「どこへ行っても体験や施設は変わり映えない」と自虐的な男性に対し、女性は「それでも、体験する場所に価値がある」と考えています。

このような、男女や年代別の視点の違いは財産です。農泊をさらに高めるために、お互いの考え方を認め、価値を共有することで、さらなるサービス力の向上が図られるものと思われま

	く、道路や鉄道などの交通の便が悪く、行きにくい	衛生面や清潔感、部屋の鍵、遮音性などが不安	自然は好きだけど、虫や蛇、動物などが苦手なので	急な病気や事故の医療や救急体制が不安	どこへ行っても体験や宿泊施設は、あまり変わり映えない	仕事や個人的事情で宿泊旅行ができない	観光色が強くて、素朴な農山漁村の素朴さを感じない	実際に農山漁村が故郷なので農泊の魅力は感じない	対応が親切すぎて、おせっかいに感じるのですっとうしろ	自然は好きだが、あまり地域文化や歴史に興味がない	あまり農山漁村そのものに関心がない	その他
関係者計	32	30	21	19	8	6	5	4	3	2	2	11
旅行関係者	32	29	19	19	12	6	6	4	2	-	1	11
農泊関連計	36	38	18	22	11	6	7	7	4	2	2	4
農業・地域振興者	39	42	18	24	9	6	6	8	6	3	2	2
農泊業・検討者	33	37	13	17	17	7	7	3	3	-	-	7
民泊業・検討者	32	29	24	21	9	6	9	9	-	-	3	6
男18～34歳	36	29	20	20	9	5	2	7	2	2	2	13
男35～49歳	16	33	12	16	12	10	6	6	2	-	-	16
男50～64歳	34	20	5	18	11	5	7	2	2	5	5	14
女18～34歳	37	31	31	16	6	5	7	7	3	2	2	6
女35～49歳	36	39	24	31	5	7	3	-	2	2	3	5
女50～64歳	21	18	25	14	-	4	-	-	11	4	-	18

アンケート調査結果を受けて

農泊事業者様へ 今後の取り組みのご提案

1. 女性向け、その土地ならではのコンテンツ開発や、既存コンテンツの充実化
2. 実際に農泊していただけるよう、事業者様情報掲載Webサイトの内容の充実化、展示会等への積極的な出展や、広報活動の展開
3. 利用者の安心感を得ることができる救急医療体制の構築

引き続き、農泊ポータルサイト「農泊.net」のご活用、
またツーリズムEXPOジャパン他へのブース出展の際にはご出展、協力のほう、
よろしくお願い申し上げます。