

a 調査課題名

渚泊の効果的な推進方策検討調査

b 実施機関及び担当者名

「渚泊の効果的な推進方策検討調査」共同研究機関

一般財団法人漁港漁場漁村総合研究所 高原裕一、後藤卓治、浪川珠乃

一般社団法人 全日本漁港建設協会

長野 章、森田正博、田原正之、近藤愛子、國武裕一

c ねらい

現在、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有した「農泊地域」を平成 32 年度までに 500 地域創出することとしており、水産分野においても、漁村地域が持つ観光資源をフルに活用し、誘客体制整備を行うこととなっているが、渚泊に取り組む地域の数は限定的な状況となっており、今後、この取組を加速化させる必要がある。

また、SNS、HP 等を活用した漁村の魅力の情報発信プラットフォームについて、情報の発信側、受信側にとってより使いやすく、また効果的なものとなるよう、発展させる必要がある。

そのため、本調査では、渚泊取組地域の拡大に向け、成功要因の分析やモデル地域における検討、得られた成果の全国への普及を行うほか、漁村の魅力情報発信プラットフォームについて、情報の発信側・受信側双方の意向側を調査し、それを踏まえた改良及び全国への普及を行うことを目的とした。

d 方法

本調査は、2 カ年の調査期間を予定しており、初年度に当たる平成 30 年度は、以下の内容・方法で調査を実施した。

1. 渚泊取組地域の拡大調査

既存の渚泊取組地域のマクロ分析を行うとともに、その結果から抽出したモデル地域を抽出、その内容等を検討するとともに、調査結果のとりまとめと全国への普及を実施した。

(1) 既存の渚泊取組地域の分析

ア. 成功事例の抽出

渚泊等（渚泊事業着手地区に限らない漁村活性化事例を含む）に取り組んでいる地域を対象として、地域が一体となった推進体制の構築過程、地域内での役割分担、成功要因、ビジネス化・マーケティングの手法などの観点から成功している要因についてマクロ的な調査・分析を行った。

イ. 成功事例の詳細分析

渚泊等に取り組む成功事例を 15 地区抽出し、その成功要因について詳細調査及び分析を行った。

(2) モデル地域における検討

ア. 渚泊等の取組地域が抱える課題・問題点の傾向把握

モデル地域を選定するにあたり、現状において、漁村地域が持つ観光資源を活用した取り組みを考えているものの、取り組みが進まない地区の情報を収集し、生じている課題・問題点の傾向を把握した。

イ. モデル地域の選定

上記ア) で整理した結果を踏まえ、渚泊等を実践しているより多くの地域で課題・問題となっている項目を優先し、多様な課題を検討出来るよう配慮して 10 地区のモデルを選定した。ここでは、企業化等ビジネスとして実践するための漁村側の受入体制整備や漁港を核とした誘客手法などに課題がある地域を含むよう留意した。

ウ. モデル地域における詳細な課題・問題点の分析と受入体制や誘客手法等の課題解決策の検討

課題の解決策を検討するにあたっては、上記イ) で選択したモデル地域の実態をより詳細に把握する必要があるため、上記ア) で収集した地域の情報の詳細についてヒアリング調査により把握し、課題・問題点が生じている要因について分析した上でその解決策を検討した。

(3) 調査結果のとりまとめと全国への普及

2 年度目に行うガイドライン取りまとめに向け、本調査で得られた知見の整理を行った。その際、各地域の漁業関係者にとって活用しやすくなるよう、分かりやすい形で取りまとめる点に留意した。

ア. 成功事例及びモデル調査結果のとりまとめ

今後、渚泊等の取組を進める地域が参考としやすいよう、本調査の検討結果を、取組みの内容ごとに整理した。整理にあたっては、成功により得られた効果のみならず、取組を始めたきっかけ、取組により生じた課題・問題点及びその解決方法についても整理し、他地域で同様な課題が生じた際の参考となるよう留意した。また、成果のとりまとめにおいては、各地域の漁業関係者等にわかりやすい形で取りまとめるとともに、より詳細な内容を盛り込んだとりまとめも行い、多様な受け手に対応できるよう実施した。

イ. 渚泊等の取組普及の説明会の開催

上記ア) で整理した資料について、より広く普及を図るため、漁業関係者、行政関係者、連携が想定される観光関係者等、今後、渚泊の実践を検討している方を対象とした普及のための説明会を全国 3 箇所で開催した。

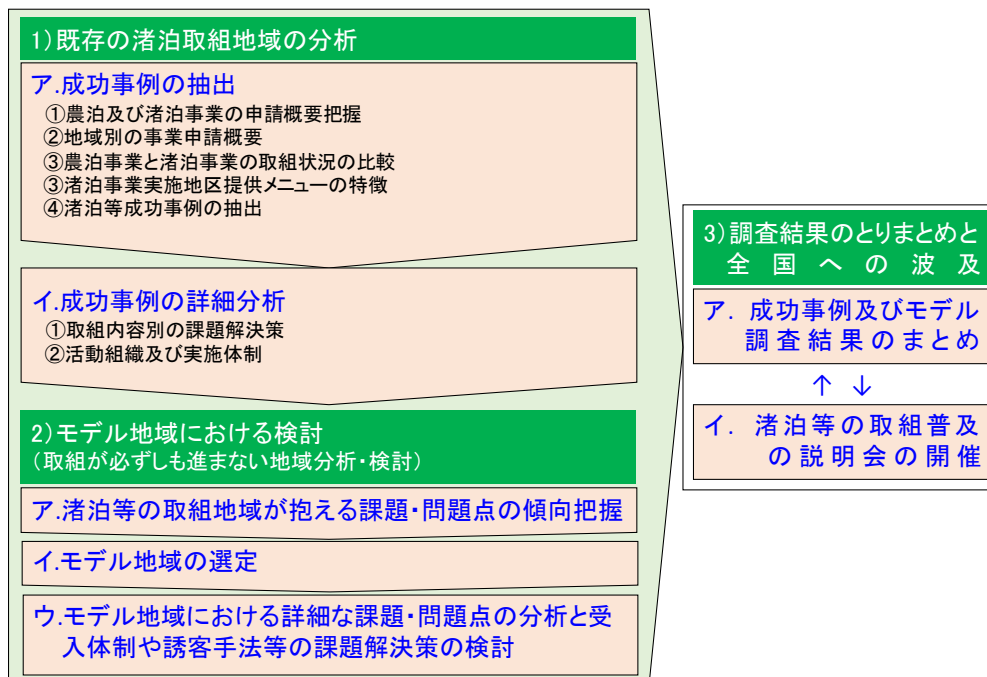


図 d-1 調査フロー

2. 情報発信システムの改良・普及

SNS、HP を活用した漁村の魅力情報発信プラットフォームについて、漁村情報の発信側、その情報を閲覧する都市住民等の受信側双方の意向を調査する。また、インバウンドへの対応も考慮し、それらの結果を踏まえて、発信側の作業が簡便で効率的に操作可能であること、受信側においては、漁村情報に関して容易に得たい情報にアクセスできるよう改良を行う。

また、各地域の漁村情報発信サイトがこの改良したプラットフォームへ多様な発信媒体をもって参加するよう、全国にプラットフォームを広報、普及する。

① 漁村情報発信ポータルサイトへの意向調査

平成29年度に構築した情報発信プラットフォームポータルサイトについて、以下の視点で求められる改良内容を把握するための調査を、ポータルサイトを閲覧受信する側、ポータルサイトームに登録しているサイトの発信する側、閲覧受信するインバウンドの側からの3つの視点から行う。

i) 閲覧受信側の意向調査

多くの都市住民等にポータルサイトを閲覧・活用してもらい、最終的には漁村を訪れる人を増加させることが重要である。そのため、システムを活用して受信閲覧する側のニーズについてポータルサイト上でアンケート調査を実施する。

ii) 個々の登録サイトの発信側の意向調査

既にポータルサイトに登録し運用している団体のサイト担当者に日々のサイト更新及びSNS発信の情報について、「自らが期待するようにポータルサイトにアップロードされているか」、「今まで以上に簡易な方法で情報をポータルサイトに反映できるか」についてポータルサイト上でアンケート調査を実施する。

iii) インバウンド意向調査

ポータルサイトを、google 自動翻訳を用いて、11か国語（日本語、英語、中国語（簡体）、中国語（繁体）、フランス語、ドイツ語、イタリア語、韓国語、ロシア語、スペイン語、タイ語）にて表示させ、一週間に一回の頻度で1か月間外国人によるモニター調査を実施する。

② プラットフォームの改良

上記の調査結果を踏まえ、閲覧受信者である都市住民側と発信側の実態を踏まえ、システム検討委員会の検討を経て、情報発信プラットフォームで改良が必要となる項目を抽出しプラットフォームを改良する。それとともに、各種の発信媒体に関するマニュアルを作成し、サイトの管理者に対し発信スキルの向上についても普及を行う。

③ 全国への普及

情報発信プラットフォームへの登録サイトの追加及び発信媒体の多様化及び発信スキルの向上のための説明会を3箇所程度で実施する。

本説明会は、上記 d-1(3)イ. の「渚泊等の取組普及の説明会」とあわせ開催する。また、上記 d-1(2)ウ. で情報発信に課題を抱える地域の課題解決策としての活用を図る。

④ プラットフォームのアクセスアナリシスの実施

ポータルサイト改良後、ポータルサイトの閲覧の状況を示すサイトおよび各 SNS の閲覧状況を示すアクセスアナリシスを分析する。

e 結果

1. 渚泊取組地域の拡大

1) 既存の渚泊取組地域の分析

ア. 成功事例の抽出

①農泊及び渚泊事業の申請概要把握

農泊・渚泊事業着手 298 地区（平成 29 年採択及び 30 年 1 時採択分）を分析すると、渚泊のみの申請は 41 地区（14%）にとどまるが、農泊と渚泊を組み合わせたスタイルの取組地区 30 地区を加えると 71 地区（約 24%）に達する。

農泊及び渚泊事業の平成 29 年度の 1 次及び 2 次採択地区と平成 30 年度の 1 次採択地区の合計 298 地区のうち、農泊対象が 9 割近い 257 地区（86%）を占め、渚泊対象は 41 地区（14%）にとどまっている。一方、農泊及び渚泊事業 298 件中、農業・農村対象事業がその 164 件（55%）で最も多いが、漁業・漁村や林業・山村と農業・農村を組み合わせた取組タイプ（農泊+渚泊、農泊+林泊、林泊のみ、農泊+渚泊+林泊）も 93 地区（約 33%）含まれており、農業・農村と漁業・漁村、つまり農泊+渚泊タイプの取組が 41 地区（14%）に達している点は、特筆すべきと言えよう（下図参照）。

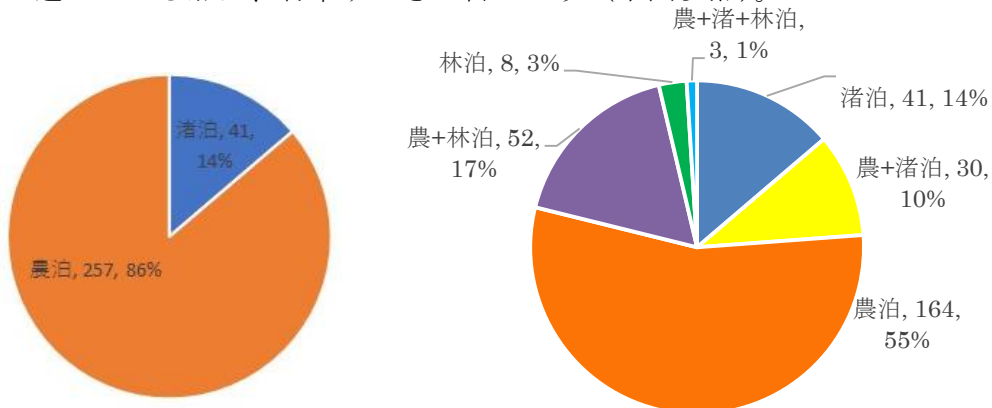


図 e-1-1 農泊と渚泊の申請地区数

図 e-1-2 農林水産業の組合せ別の申請地区数

②地域別の事業申請概要

農泊・渚泊申請地区の地域別件数は、農山漁村の多い北海道でやや少ない感はあるが、ほぼ全国均等に分散している。

渚泊の申請地区（41 地区）の地域別件数は、中国・四国地方が最も多く 10 地区（25%）、次いで東北、九州地方 7 地区（17%）の順である。一方、申請がみられないのは、関東地方及び沖縄であり、農山漁村と同様に漁村が多い北海道で 3 地区にとどまっている。

農泊及び渚泊（全 298 地区）の地域別の申請地区数は、次図に示すように基本的には全国均等に分布している。

詳細に実施地区数を見ると、関東地方が最も多く 53 地区（18%）、次いで中国・四国地方 46 地区（16%）、東北地方 43 地区（14%）、北陸 35 地区（12%）の順である。一方、沖縄が 10 地区（3%）、比較的農山漁村数の多いにもかかわらず北海道が 20 地区（7%）と少ないのが特徴的である。

一方、渚泊実施地区（41 地区）では、中国・四国地方が最も多く 10 地区（25%）で、

九州地方及び東北地方がいずれも 7 地区（17％）で次いでいる。以下、東海地方と近畿地方が 5 地区（12％）、北陸地方が 4 地区（10％）と続いており、農泊・渚泊合計の場合と同様、北海道が 3 地区（3.7％）とやや少なく、関東地方及び沖縄では渚泊事業申請地区は皆無という状況であることがわかる。

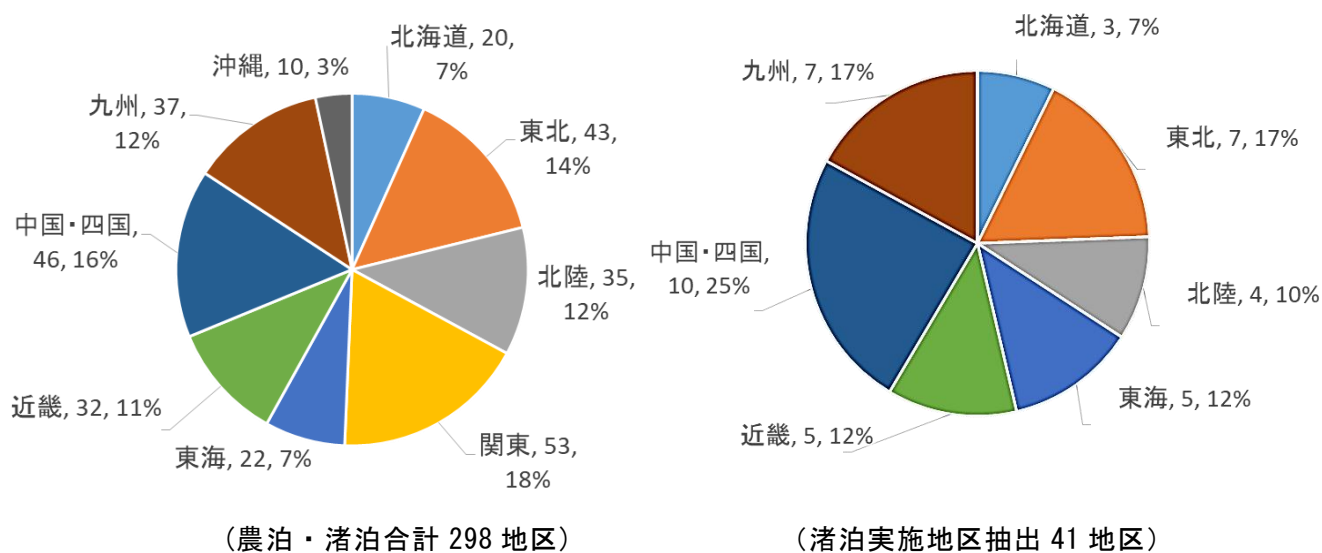


図 e-1-3 農泊・渚泊の地域別の申請地区数

③農泊事業と渚泊事業の取組状況の比較

農泊・渚泊事業地区双方の取組内容の差異と特徴を概観すると、取組実績の多い農泊地区に比べ、渚泊地区は、受入組織づくりや取組みビジョンやマスタープランづくりなど初期段階の取組内容が比較的多いのが特徴的である。

一方、宿泊・体験プログラムの開発や、特産品の開発といった来訪者への提供メニューに関する部分は、双方共に共通して多い。

渚泊事業採択 41 地区における取組内容を農泊事業採択地区（257 地区）と比較して次表に整理したが、双方の取組内容を比較した場合の渚泊事業の主な特徴を抽出すれば、以下のとおりである。総括的すれば、既に多くの実績を持つ農泊全体の取組に比べ、渚泊の場合、運営体制構築等の初期段階の取組内容が多い傾向がみられる。

- ・農泊・渚泊双方に共通している傾向として、宿泊・体験プログラムの開発や、特産品の開発など提供する内容に関する項目は、いずれの事業の場合も共通して多くの地区で取り組まれている。
- ・農泊事業の方が、渚泊事業の取組よりも歴史や実績があり、取組内容の磨き上げや宿泊施設の整備、インバウンド対応など、渚泊に比べてより進んだ段階の取組が多い傾向がある。
- ・渚泊事業では、取組内容として、運営体制の構築や国内への広報活動に取組地区が多い傾向がある。

表 e-1-1 渚泊、農泊の取組結果

大分類	中分類	取組項目	渚泊(41地区)		農泊(257地区)		
			地区数	%	地区数	%	
1 渚泊運営体制の構築	地元の受入体制・窓口づくり	DMO機能をもった組織の設立	1	2%	15	6%	
		農泊管理団体の法人化	3	7%	13	5%	
		将来ビジョン、マスタープランの策定	9	22%	5	2%	
		観光協会等の窓口設立	6	15%	12	5%	
	他の組織と連携	旅行会社との役割分担	6	15%	23	9%	
		周辺市町村、町内他地域、宿泊業者との宿泊施設の連携	2	5%	12	5%	
		一般企業と連携（農商工連携）	1	2%	67	26%	
		福祉・医療と連携	0	0%	5	2%	
		大学と連携	7	17%	40	16%	
		生産者、消費者との情報交換・ネットワーク作り	0	0%	0	0%	
	人材活用、雇用（元々体験プログラムの開発、強化）	外部講師、専門家の招聘	27	66%	135	53%	
		人材（ガイド、外国人、事務局）育成・雇用	12	29%	85	33%	
		研修生の雇用	3	7%	49	19%	
		インターンの受入（学生、研修生）	2	5%	9	4%	
		高齢者の活躍	1	2%	7	3%	
		女性の活躍	2	5%	6	2%	
		ボランティアの受け入れ	0	0%	3	1%	
	2 企画の 報収集 のための 情	情報収集	先進地視察	18	44%	115	45%
			情報収集・分析	5	12%	49	19%
			地域資源（既存ストック等）調査の実施	11	27%	76	30%
		マーケティングの実施	マーケティング調査の実施	9	22%	55	21%
モニターツアーの実施			23	56%	139	54%	
3 メニューの 開発、 地域内の ソフト・ ハードの 整備	体験プログラムの開発、強化	宿泊、体験プログラムの開発、商品化、実施	26	63%	182	71%	
		コンテンツの磨き上げ（PDCA活動）	10	24%	88	34%	
	地元特産品の開発、ブランド化	特産品、新商品の開発・販売	14	34%	92	36%	
		観光の品質保証、ブランド力の強化	1	2%	25	10%	
	施設整備の実施	民宿施設整備、空き家、古民家活用	12	29%	87	34%	
		拠点的な宿泊施設（廃校）の整備、改修	2	5%	40	16%	
		集客施設（ショップ、レストラン等）の誘致、整備、改良	4	10%	55	21%	
		廃棄物の有効活用	0	0%	1	0%	
	地元の意識向上・醸成	各種研修会、講習会、勉強会の実施	14	34%	131	51%	
		ワークショップ、シンポジウムの開催	12	29%	75	29%	
	インバウンドへの対応・取組	インバウンド対応（実施体制構築、多言語化等）	16	39%	145	56%	
		インバウンド向け滞在、体験プログラム	2	5%	58	23%	
		インバウンド向けツールの整備	3	7%	25	10%	
	4 広報活動	PR、情報発信・広告媒体の活用	パンフレット・VR・HP、動画等作成・充実	28	68%	173	67%
広告媒体の活用（TV、新聞、旅行雑誌等）			5	12%	38	15%	
情報発信（Web、SNS、動画等）によるPR			13	32%	117	46%	
国内外の業者への営業・誘致活動の実施		都市圏への営業、誘致、情報発信	14	34%	66	26%	
		アジア向けインフルエンサー活用による情報発信	1	2%	9	4%	
		海外での誘客PR、旅行イベントへの出展	1	2%	30	12%	
		海外エージェント、メディアの招聘によるPR	1	2%	11	4%	

渚泊と農泊実施地区における取組内容の違いや特徴を、詳細にみると以下のとおりである。

③-1. 渚泊運営体制の構築

1) 地元の受入体制・窓口づくり

農泊実施地区では「DMO 機能を持った組織の設立」や「農泊監理団体の法人化」が進んでいる一方、取組年数が短い渚泊実施地区では「将来ビジョンやマスタープランの策定」、「観光協会等の窓口設立」など、農泊に比べ、活動初動段階の取組が多く、農泊で多い次段階の組織づくりの取組は少ない傾向にある。

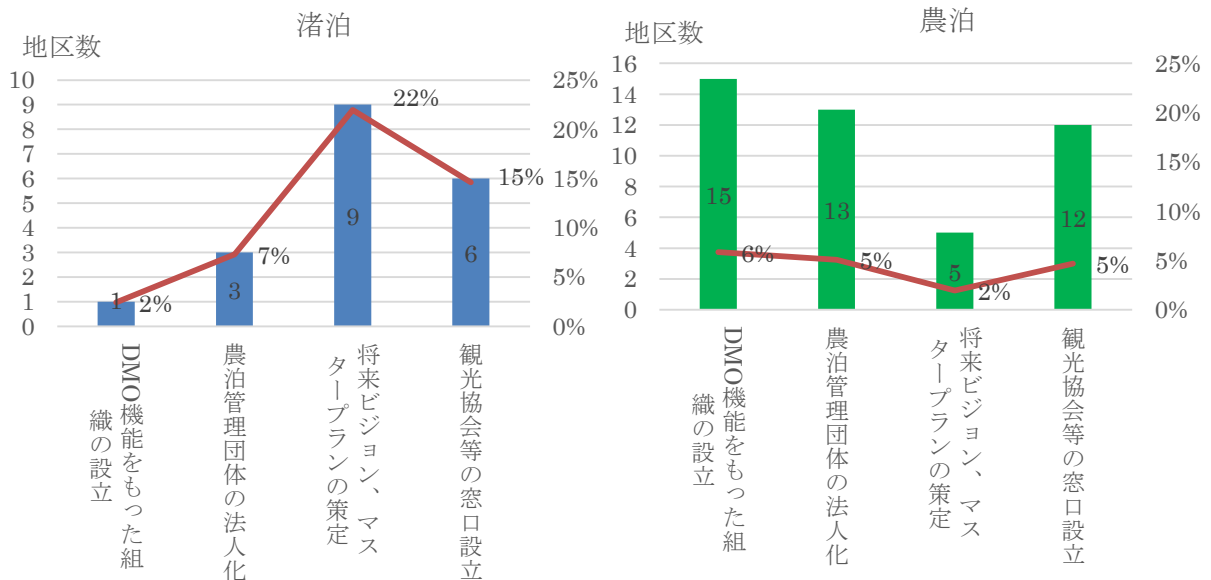


図 e-1-4 地元の受入体制窓口づくり（渚泊、農泊）

2) 他の組織との連携

渚泊実施地区では「旅行会社との役割分担」に取組む地区が比較的多く、一般企業との連携（農商工連携）が、農泊実施地区に比べて進捗していないことがわかる。「大学との連携」については、双方の差はみられない。また、「福祉・医療、生産者連携」及び「消費者情報交換等」については、渚泊は皆無、農泊も少ない状況にある。

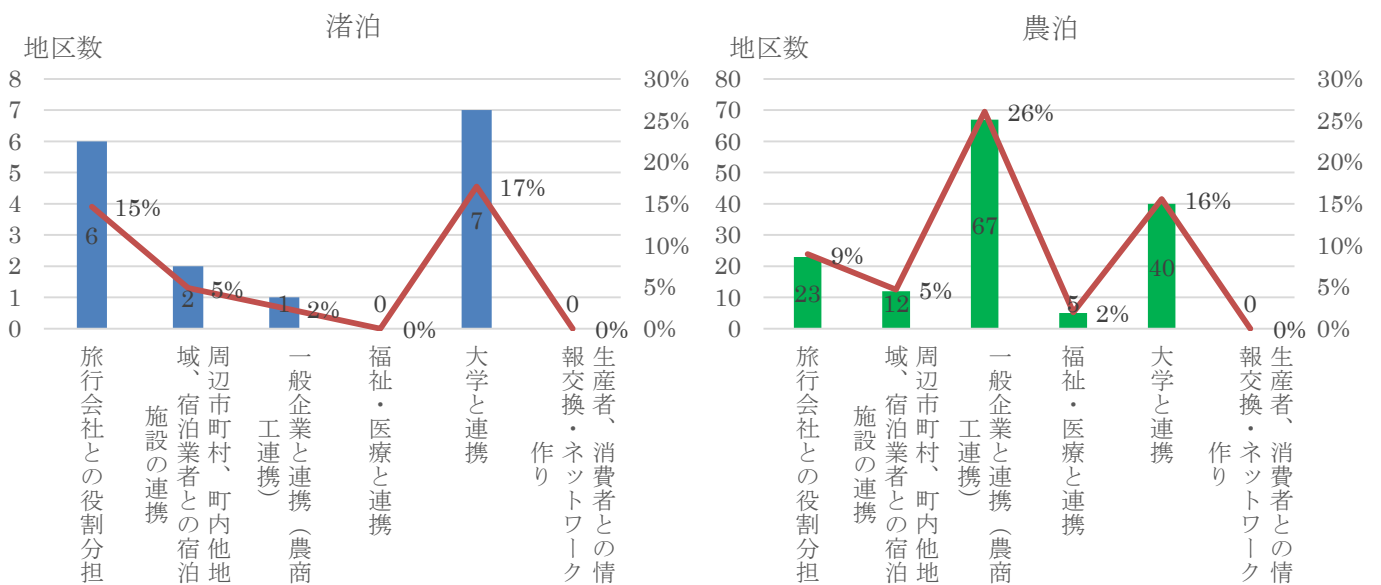


図 e-1-5 他の組織との連携

3) 人材活用、雇用

渚泊実施地区では「外部講師、専門家の招聘」を行うなど、初動段階の取組がやや多い。農泊実施地区では「研修生の雇用」が渚泊より比較的進んでいる。高齢者や女性の活躍など実際の取組では多く含まれると想定されるが、申請計画書上は見えない。

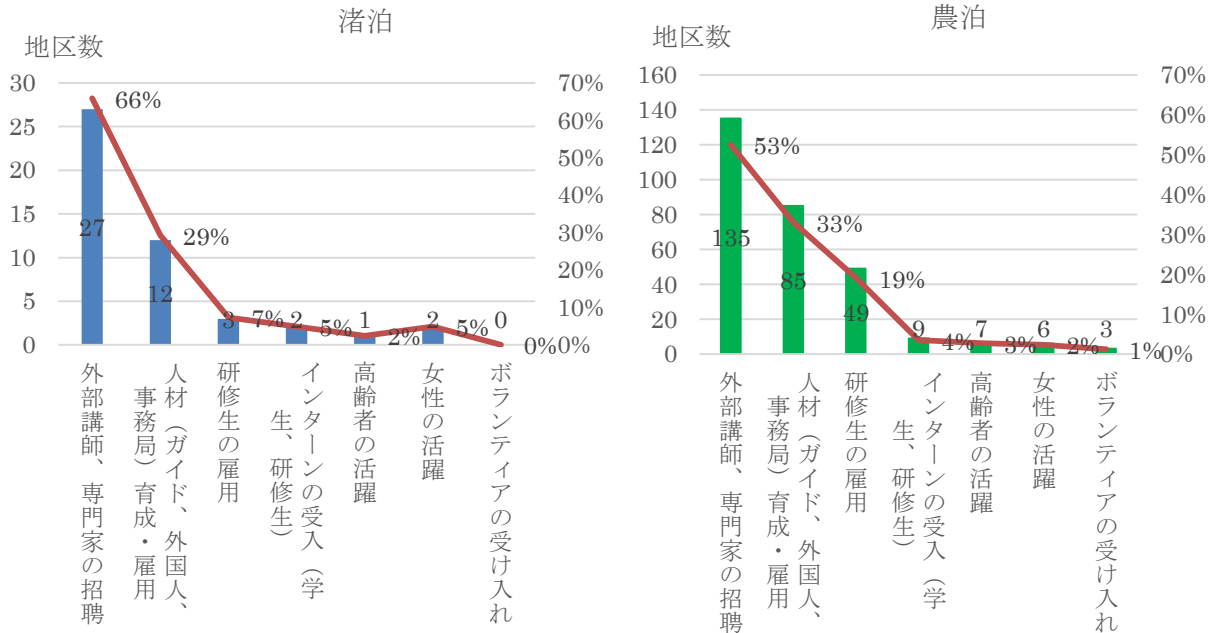


図 e-1-6 人材活用、雇用

③-2. 企画のための情報収集

1) 情報収集

「先進地視察」は事業申請時において農泊、渚泊地区ともに半数近くで取組がみられ、「地域資源(既存ストック等)の調査」も双方に大きな差はみられない。一方、「情報収集・分析」については渚泊地区に比べて、農泊地区がやや多い傾向がみられる。

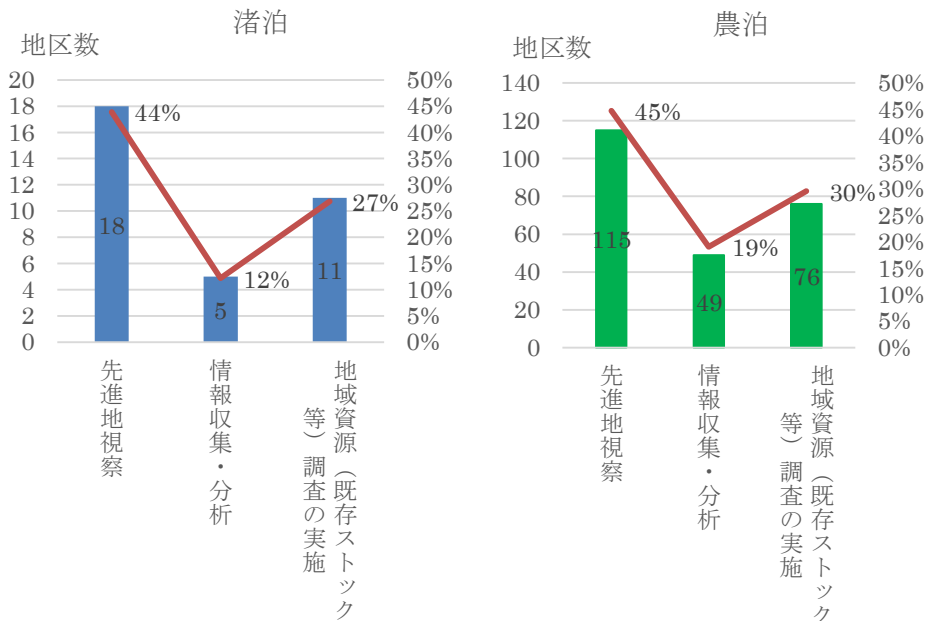


図 e-1-7 情報収集

2) マーケティングの実施

農泊、渚泊地区ともに「マーケティング調査」の実施地区数は全体の約2割程、「モニターツアー」の実施についても双方6割近くと、あまり差異は見られない。

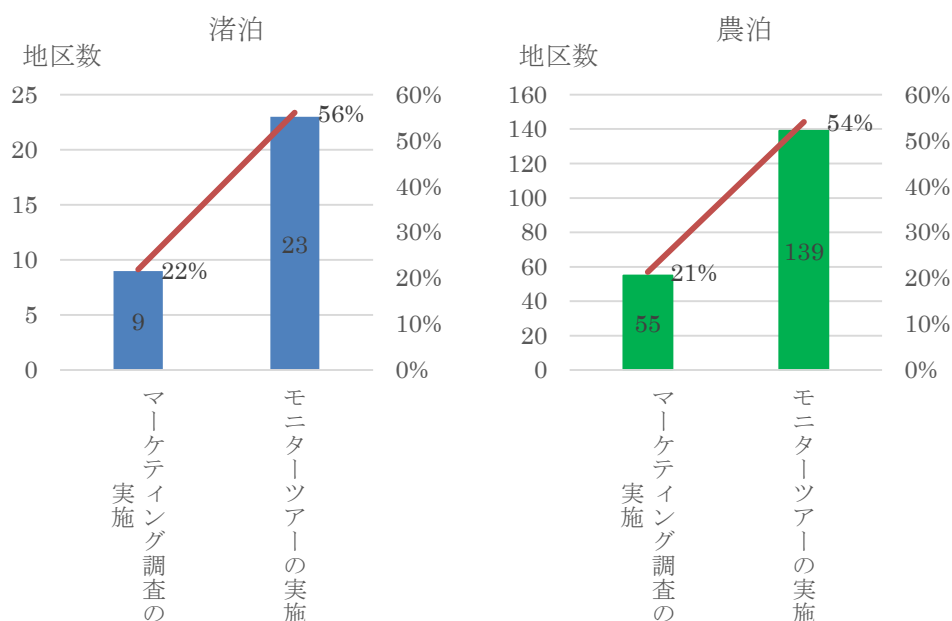


図 e-1-8 マーケティングの実施

③-3. ニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備

1) 体験プログラムの開発、強化

「宿泊、体験プログラムの開発、商品化、実施」については農泊で7割、渚泊でも6割強と双方で比較的多く取組む計画がみられる。「コンテンツの磨き上げ」は、農泊で3割強、渚泊では2割強であり、農泊実施地区が渚泊のそれよりも取組が若干進んでいるが、大きな差はない。

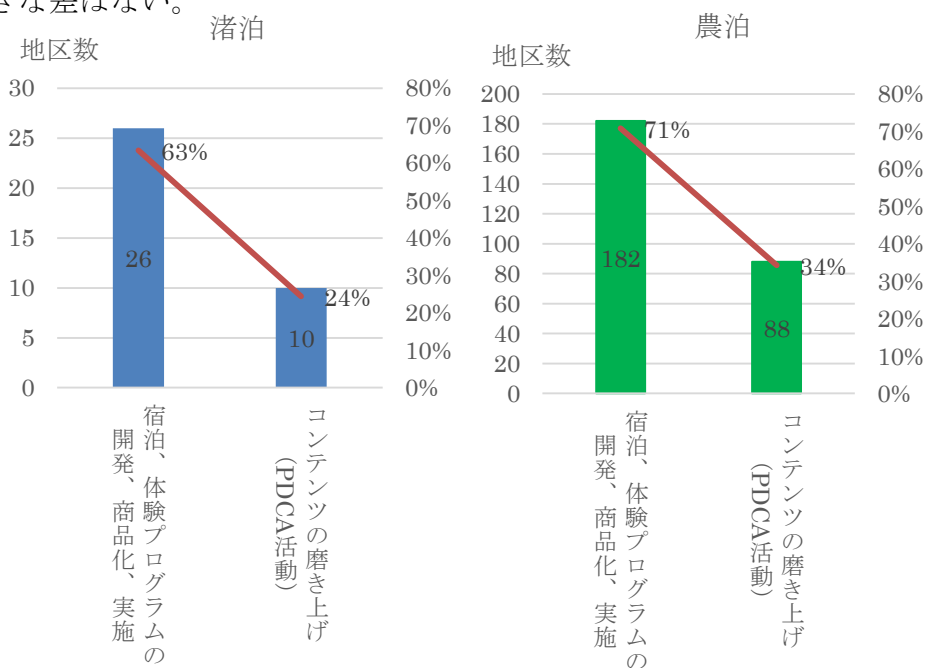


図 e-1-9 体験プログラムの開発、強化

2) 地元特産品の開発、ブランド化

農泊、渚泊地区ともに「特産品、新商品の開発販売」は3割強で同程度の取組状況であるが、「観光の品質保証、ブランド強化」は農泊実施地区の方が進んでいる。

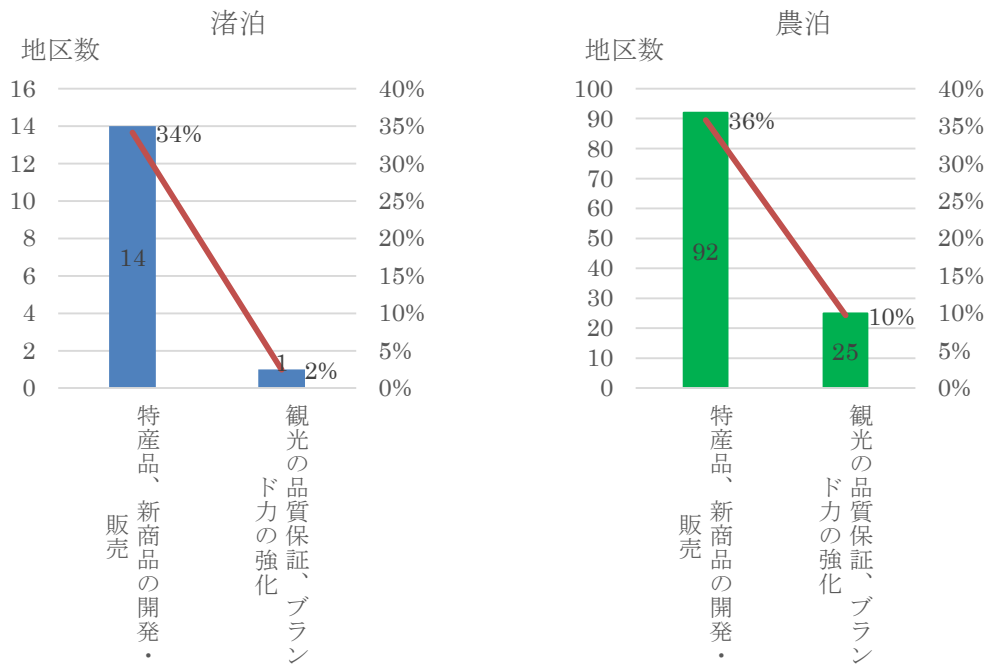


図 e-1-10 地元特産品の開発、ブランド化

3) 施設整備の実施

「民宿施設整備、空き家・古民家活用」の取組は、農泊、渚泊地区ともに3割程であるが、「拠点的宿泊施設（廃校）整備・改修」や「集客施設の誘致・整備・改良」については、農泊地区の取組の方が、渚泊に比べて進んでいる傾向が見られる。

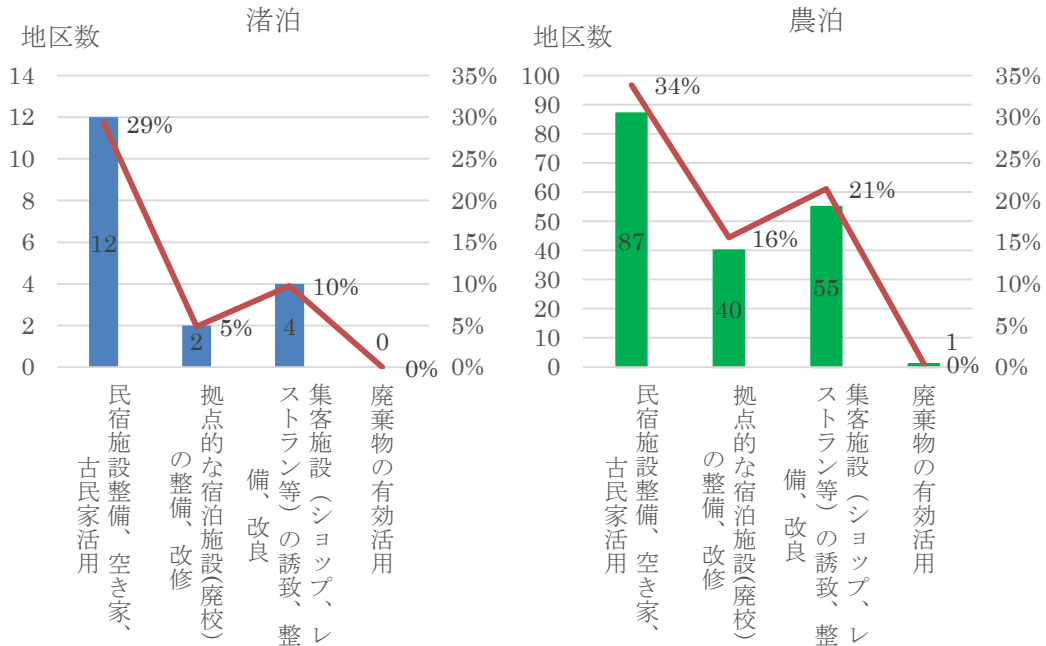


図 e-1-11 施設整備の実施

4) メニュー提供者（民泊受入漁家、ガイド等）の意識向上、スキルアップ

「各種研修会、講習会、勉強会の実施」については、農泊地区で約5割、渚泊で3割強と農泊の方がやや進んでいる。「ワークショップ、シンポジウムの開催」は、双方共に約3割程で取り組まれており、取組地区数全体の割合としての差異は見られない。

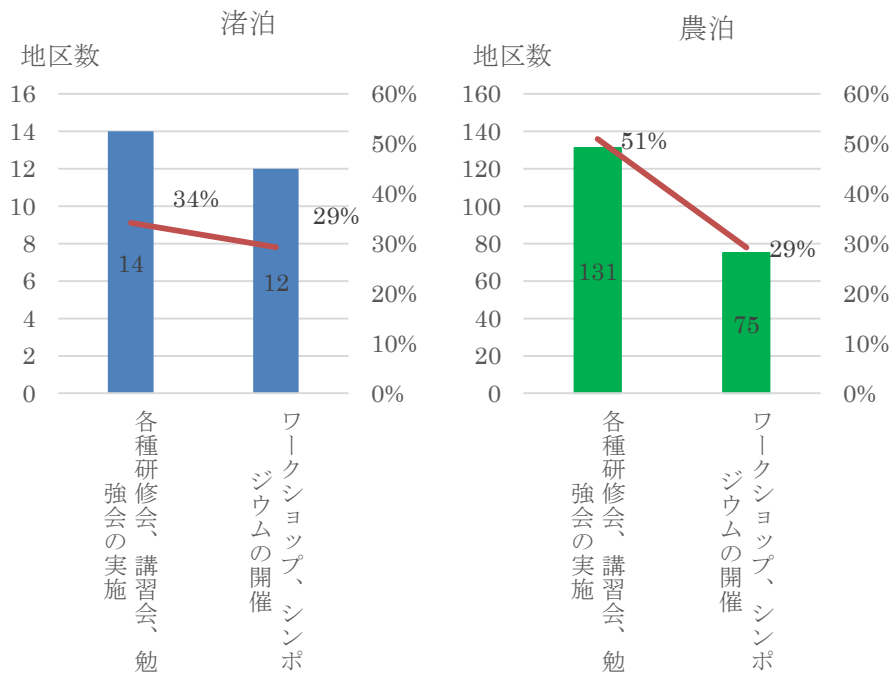


図 e-1-12 メニュー提供者（民泊受入漁家、ガイド等）の意識向上、スキルアップ

5) インバウンドへの対応

「インバウンド対応（体制・多言語化等）」の取組は、農泊地区で約6割に対して渚泊地区では約4割とやや少ない。「インバウンド向け滞在、体験プログラム」についても同様の傾向であるが、「インバウンド向けツール整備」地区割合は双方ほぼ同程度である。

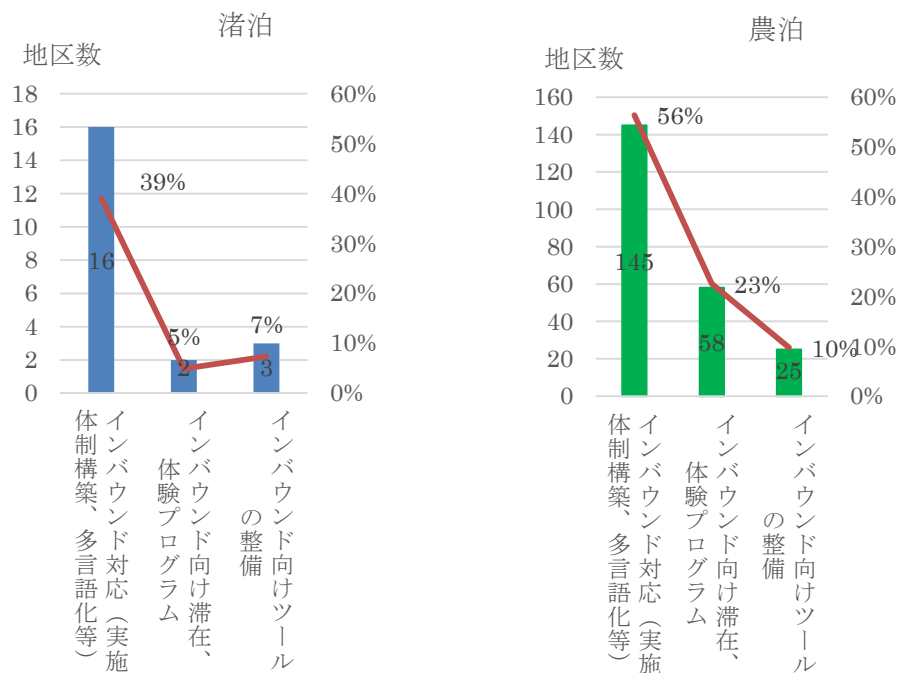


図 e-1-13 インバウンドへの対応

③-4. 広報活動

1) 情報発信ツールの作成や広告媒体の活用

「パンフレット、HP、動画の作成・充実」の取組は、農泊、渚泊地区ともに約7割近くで取組まれており、殆どの地区で行われている。しかし、実質的な「情報発信によるPR」については、農泊地区で約5割、渚泊地区で約3割とやや農泊の取組が進んでいる。一方、「既存の広告媒体の活用」は、双方共にやや低調である。

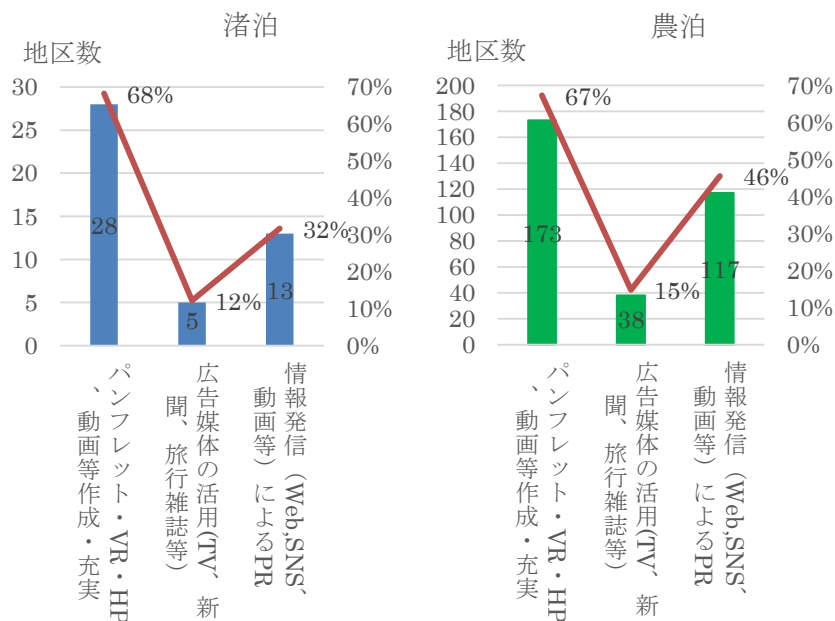


図 e-1-14 情報発信ツールの作成や広告媒体の活用

2) 国内外の業者への営業・誘致活動の実施

「都市圏への営業、誘致、情報発信」等国内向けの取組は、渚泊地区の方が3割強と農泊の実施地区割合より多いが、「海外特にアジアへの誘客PR」や「旅行イベントへの出展」等は、農泊地区で1割強の取組がみられ、海外向け営業は農泊地区がやや進んでいる。

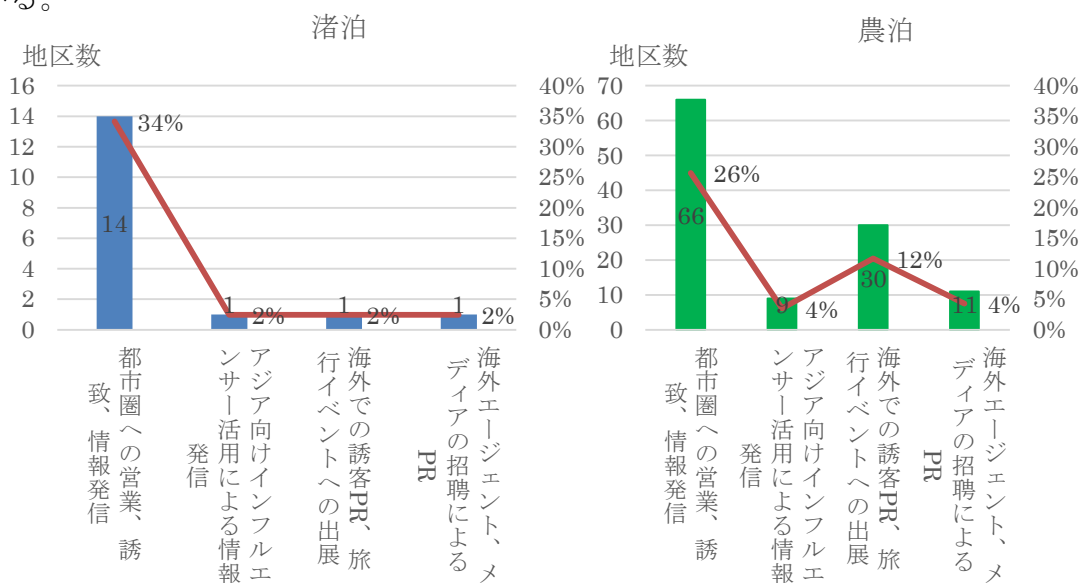


図 e-1-15 国内外の業者への営業・誘致活動の実施

④ 渚泊事業実施地区提供メニューの特徴

- ・ 渚泊における来訪者への代表的提供メニューは、地元食の体験に関する取組である「郷土料理・地産地消メニューの提供(80%)」が最も多く、次いで「生産体験プログラム(78%)」、「特産品をテーマにしたイベントの開催(71%)」が上位を占める。
- ・ 宿泊に関する取組については、「民泊(56%)」、「古民家や空き家の改修(27%)」にとどまっている。

渚泊事業実施 41 地区の、提供メニューの取組計画結果を、分類ごとに下表に整理した。

表 e-1-2 渚泊提供メニューの取組結果

大分類	中分類	提供プログラム	渚泊(41地区)		
			地区数	%	順位
1 来訪者 への 提供 メ ニ ュ ー	就業（農林水産業）体験プログラム	乗船体験	21	51%	7
		生産作業体験	32	78%	4
		加工体験	13	32%	10
		市場、施設見学	17	41%	8
		漁業者とのコミュニケーション	35	85%	1
	地元食の体験プログラム	郷土料理を作る体験	10	24%	14
		飲食店での郷土料理・地産地消メニューの提供	33	80%	2
		飲食店での鳥獣害対策、ジビエメニューの提供	1	2%	28
		食育	33	80%	2
	アクティビティプログラム	ガイド付きの集落散策	1	2%	28
		マリンスポーツ	11	27%	12
		サイクリング	3	7%	19
		ウォーキング、トレッキング	8	20%	16
		海水浴	2	5%	22
	クラフト体験プログラム	木や貝等を材料にした工作	4	10%	18
		伝統工芸品の作成	1	2%	28
		古民家や空き家の改修	11	27%	12
	歴史・文化体験プログラム	史跡（寺社、歴史的建造物等）めぐり	3	7%	19
		地域の伝統文化の体験	3	7%	19
		地域の伝統的な暮らしの体験	2	5%	22
	自然・環境体験プログラム	景勝地ツアー	7	17%	17
		自然観察	10	24%	14
		ごみ拾い	2	5%	22
	地域活性化の取組への参加	地域行事への参加	0	0%	31
		災害復興の取組への参加	0	0%	31
	地域内での宿泊	民泊	23	56%	6
		古民家へ宿泊	2	5%	22
	教育旅行・修学旅行	修学旅行、教育旅行、漁村留学	17	41%	8
		企業向け研修旅行	2	5%	22
	イベント等の開催	朝市、直売所	12	29%	11
		特産品をテーマにしたイベントの開催	29	71%	5
特産品（農林水産物、加工品）の販売	輸出	0	0%	31	
その他	移住・試住プログラム	2	5%	22	
	地域通貨の利用	0	0%	31	
	クラウドファンディングによる取組への参加	0	0%	31	

渚泊実施地区に限った提供メニューを詳細に分析した結果を以下に整理する。

④-1. 就業体験プログラム

就業体験プログラムでは、「漁業者とのコミュニケーション」が41地区中35地区(85%)と高い値を示している点が注目される。次いで、「生産作業体験(漁業体験等)」がほぼ8割、「(漁船等)乗船体験」が約5割と続いている。「加工体験」、「市場・施設見学」は約3～4割とやや低い取組割合にとどまっている。

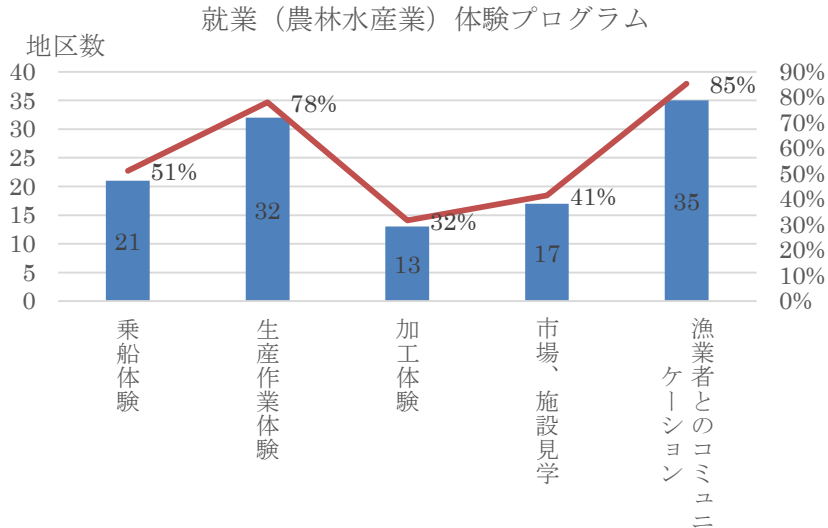


図 e-1-16 就業体験プログラムの取組

④-2. 地元食の体験プログラム

地元食の体験プログラムでは、「飲食店での郷土料理・地産地消メニューの提供」と「食育」がいずれも41地区中33地区(80%)で取組がみられ、「郷土料理を作る体験」は前出の加工体験同様に、2割強と少ない。

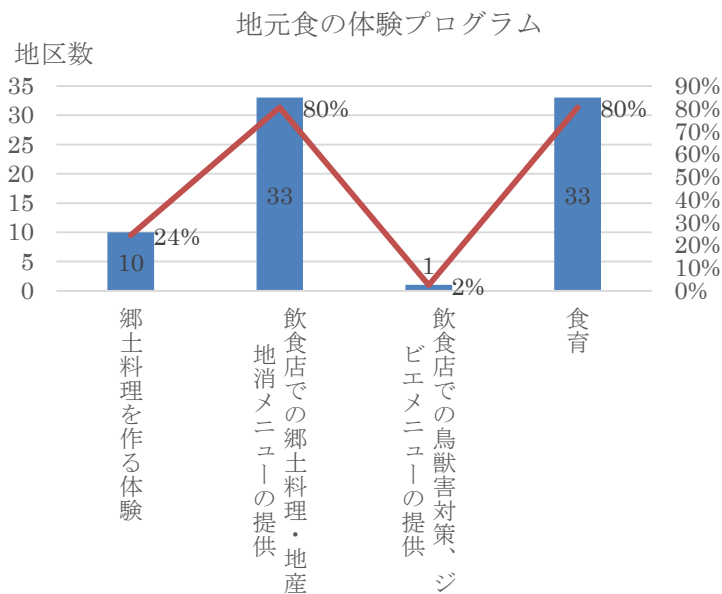


図 e-1-17 地元食の体験プログラムの取組

④-3. アクティビティプログラム

渚泊実施地区でのアクティビティプログラム分野では、当然ながら「シーカヤックなどのマリンスポーツ」が3割弱で最も多くの取組がみられ、次いで、「ウォーキング、トレッキング（2割）」、「サイクリング（7%）」が一定の取組割合を示す反面、「海水浴やガイド付き集落散策」は1～5%と極めて少ないのが実状である。

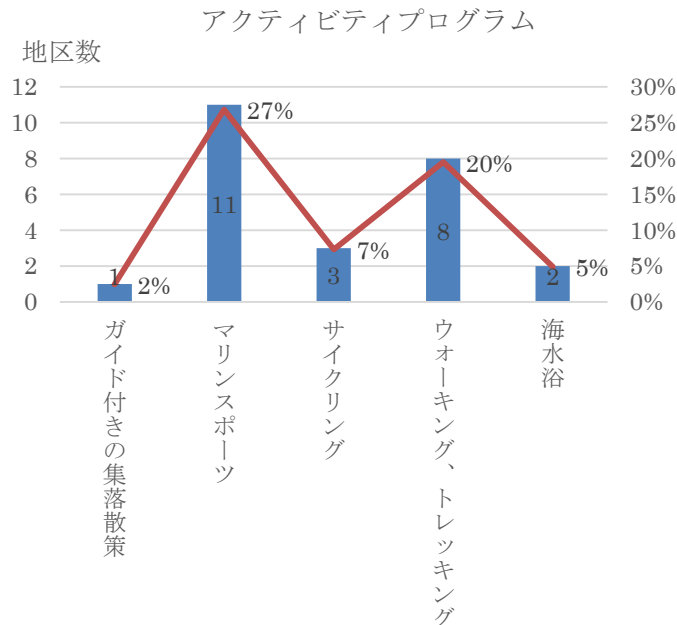


図 e-1-18 アクティビティプログラムの取組

④-4. クラフト体験プログラム

クラフト体験プログラム分野は、設問自体が農泊を念頭に置いており、渚泊の実態を反映していない感が強い。地域の既存ストックを活用して宿泊施設を整備するため、「古民家や空き家の改修」取組が3割弱の地区でみられる他は少ない。

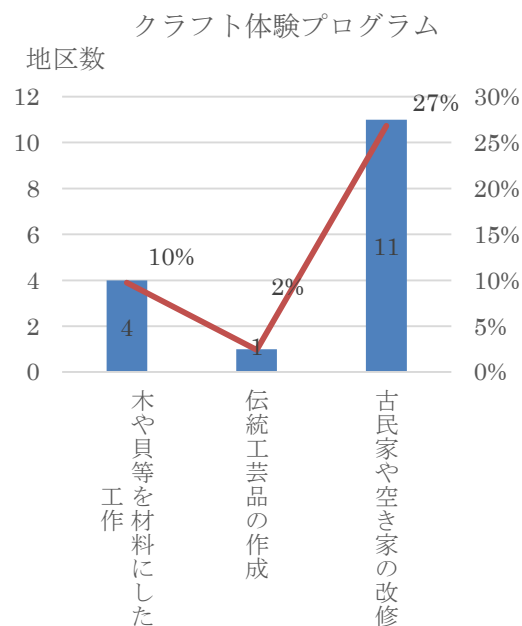


図 e-1-19 クラフト体験プログラムの取組

④-5. 歴史・文化体験プログラム

歴史・文化体験プログラム分野では、渚泊地区での取組地区数は少なく、いずれも1割以下（5%～7%）の状況である。漁村地域は、歴史・文化的資源の宝庫でもあり、今後、このような資源を活用したプログラム開発にも積極的に目を向けていく必要がある。

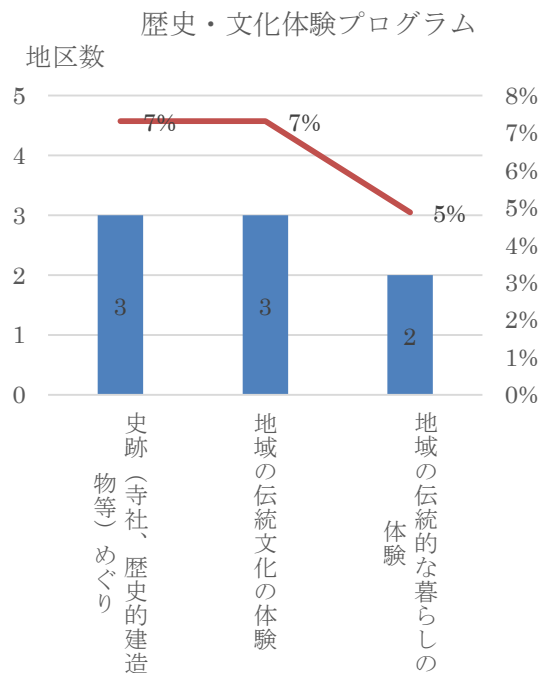


図 e-1-20 歴史・体験プログラムの取組

④-6. 自然・環境体験プログラム

渚泊地区の自然・環境体験プログラムの取組状況は、「自然観察（磯場や干潟などの生き物観察などが想定される）」が1/4程（24%）の地区で取組がみられる他、「景勝地ツアー」で2割弱の取組がみられる。「ごみ拾い」は少ない（5%）が、一方で、いくつかの先駆的地区では、砂浜清掃などをメニューとした体験プログラムが定着している例もあり、児童・生徒を含めた都市住民に海辺の環境保全の大切を知ってもらう重要な機会になる可能性を有していることから、今後の積極的なメニュー化が期待される。

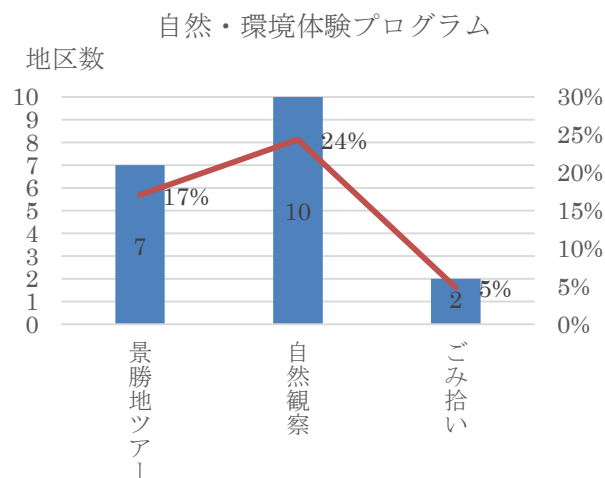


図 e-1-21 自然・環境体験プログラムの取組

④-7. 地域活性化の取組への参加

地域活性化の取組への参加分野においては、「地域行事への参加」、「災害復興の取組への参加」とともに、全ての渚泊地区での取組がみられない。これらについては、体験交流観光メニュー化することが難しい面もあるが、より深い関係性を交流人口と共有しようとする場合、重要な視点であり、今後の検討が期待される。

④-8. 地域内での宿泊

渚泊地区における地域内宿泊は、「民泊」が6割弱（56%）と思いの外多い結果となっている。これは、渚泊の計画書段階の数字であることから、実際に実施したか否かについては今後の検証が必要である。一方、「古民家への宿泊」は5%にとどまっている。

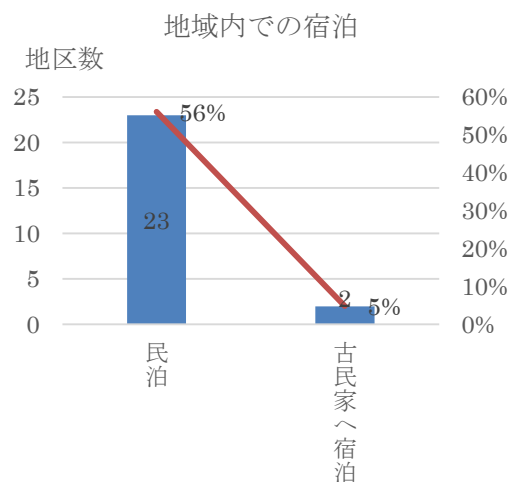


図 e-1-22 地域内での宿泊の取組

④-9. 教育旅行・修学旅行

渚泊地区では、教育旅行・修学旅行の面では、「修学旅行や教育旅行・漁村留学」がほぼ4割の取組が見られる一方、企業向け研修旅行は41地区中2地区（5%）にとどまっている。

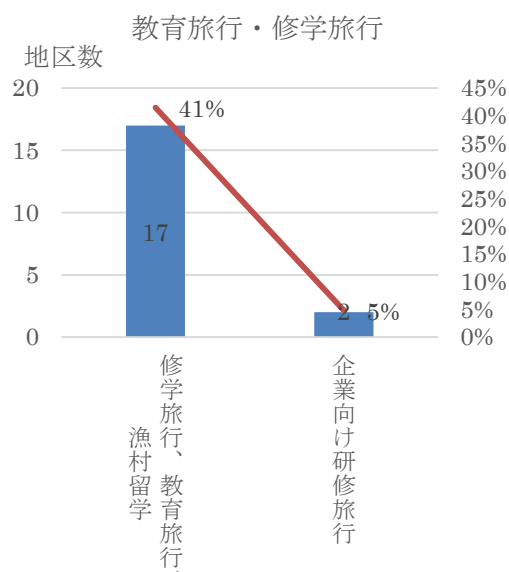


図 e-1-23 教育旅行・修学旅行の取組

④-10. 特産品（農林水産物、加工品）の販売

渚泊地区では、「特産品をテーマにしたイベントの開催」は 41 地区中 29 地区(71%)と地場の水産物や加工品等を活用したイベント型の取組が多くみられる一方、「直売所や市場の開催」は3割弱（29%）にとどまっている。これは、施設の有無や市場運営あるいは市場の有無など地域特性に起因するものと考えられ、漁村地域独自の取組可能性の大きい分野だけに、更に調査検討が必要な課題である。

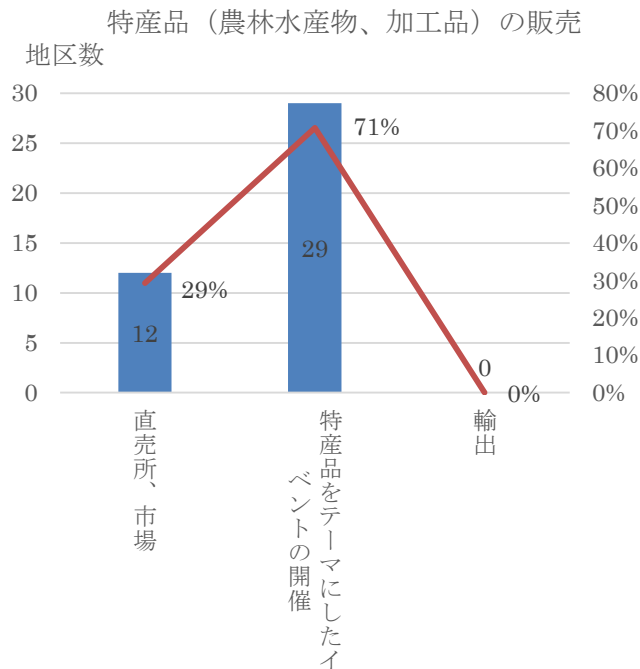


図 e-1-24 特産品（農林水産物、加工品）の販売の取組

④-11. その他

その他については、「移住・定住支援の取組」が 2 地区（5%）で見られるのみであり、「地域通貨の利用」や「クラウドファンディングによる取組」などはまだみられない。

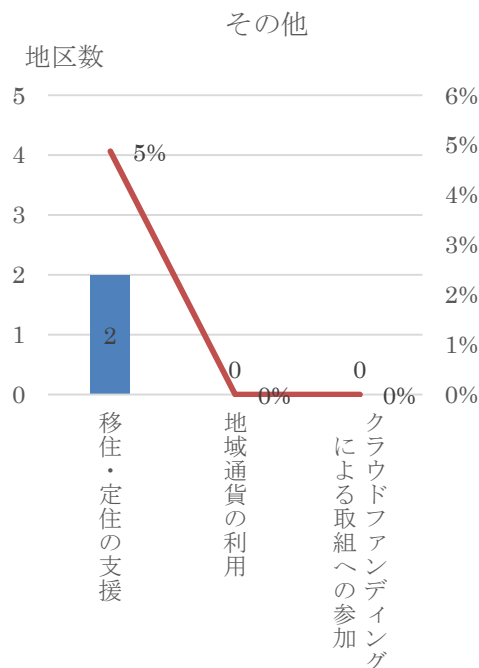


図 e-1-25 その他の取組

⑤ 渚泊等成功事例の抽出

渚泊推進対策の現状における取組と趣旨を踏まえ、平成 29 年度及び平成 30 年度に渚泊推進対策事業を実施又は実施中の地区の中から、成功事例の選定要件を以下のとおりとし、15 地区を抽出した。

- ・渚泊の取組について、提供するメニューについては多くの事例があり、実際さまざまな地域で取組が進められている。
- ・今後、渚泊の取組を継続するためには、いかに渚泊の取組を運営していくかが重要となる。
- ・渚泊の運営に課題が生じている地域の参考となるよう、各地域での取組を分析・整理した。

要件 1：地域の現状と課題を踏まえ、代表的、特徴的な地域選定

- ・人口減少や高齢化の程度と漁業の程度に応じた選定

客観的な分類を行うため、前者について「都市・過疎地域指定」、後者については「漁港の種別」で分類（※震災地域を含む）

要件 2：総じて特徴的な解決策（取組）を講じる地域選定

- ・下記諸条件に合致する地域を優先的に選定
 - ・地域内の関係団体を一体的にまきこんだ取組地域
 - ・教育旅行から一般旅行、インバウンドを対象に取り組む地域
 - ・近年期待される ICT を活用する地域
 - ・異業種・異分野（企業、大学、2・3・6 次産業）と連携する地域

要件 3：取組項目及び対象者が偏ることなく、バランスよくカバーされている地域

要件 4：ニューカマー地域とキャリア地域のバランスに留意する

渚泊に取り組んでいる地域または活動組織としては、2017 年度に創設された農山漁村振興交付金（農泊（渚泊）推進対策）を受けている地域と交付金を受けずに渚泊の取組を行っている地域（以前から渚泊の取組を行っているキャリア）がある。また前者は、渚泊推進対策事業を活用して今回初めて渚泊に取り組む地域（ニューカマー）と渚泊推進対策事業が創設される以前から取り組んでいる地域（キャリア）がある。

要件 1 について、人口減少・高齢化の程度の客観的なものとして条件不利地域（過

漁業が盛んでない地域 (第1種漁港背後集落)			相差地域海女文化活性化協議会 ながとふるさと体験受入協議会	須賀利渚泊推進協議会 雄勝町渚泊推進協議会 東日本大震災被災地域 牡鹿半島浜泊推進協議会
	魚津市農泊推進協議会	家島諸島都市漁村交流推進協議会	一般社団法人まつら党交流公社 歯舞漁業協同組合 NPO法人かまえブルーーツーム研究会 鳥羽渚泊推進協議会 北海道寿都町水産産地協議会 鋸南町農泊推進協議会	
漁業が比較的盛んな地域 (第2種以上の漁港背後集落を含む)	都市計画区域 非都市計区域 非条件不利地域		条件不利地域	
				超人口減少・高齢化 条件不利地域

集落が存在し得ないカテゴリ
 青字：キャリア地域
 赤字：ニューカマー地域

図 e-1-26 人口減少・高齢化及び漁業の程度によるモデル地域の分類

疎地域自立促進特別措置法（平成 12 年法律第 15 号）第 2 条第 1 項に規定する過疎地域（同法第 33 条第 1 項又は第 2 項の規定により過疎地域とみなされる区域を含む。）の全部又は一部の地域とする）か否か、また、漁業が盛んであるかどうかを客観的に評価するため、第 1 種漁港の背後集落か否かにより判断した。

これらの要件を踏まえ、抽出した成功事例の一覧を表 e-4 に示す。さらに、成功事例として抽出した地域を 2 つのスケールで分類したカテゴリーへの分布状況を表 e-5 に示す。

イ. 成功事例の詳細分析

①取組内容別の課題解決策

成功事例と考えられる事例において、渚泊の運営にあたっての地域内での取組内容と来訪者への提供メニューを総括整理すると、次表のとおりである。

表 e-1-5 渚泊の運営にあたっての地域内での取組内容の総括（成功事例）

1 渚泊運営体制の構築	地元の受入体制・窓口づくり	DMO機能をもった組織の設立 農泊管理団体の法人化 将来ビジョン、マスタープランの策定 観光協会等の窓口設立
	他の組織と連携	旅行会社との連携 周辺市町村、町内他地域、宿泊業者と宿泊施設の連携 一般企業と連携（農商工連携） 福祉・医療と連携 大学との連携 生産者、消費者との情報交換・ネットワーク作り
	人材活用、雇用	外部講師、専門家の招聘 人材（ガイド、外国人、事務局）育成、雇用 研修生、インターン受入 高齢者の活躍 女性の活躍 ボランティアの受入
め2の 企画 情報 収集 のた	情報収集	先進地視察 情報収集・分析 地域資源（既存ストック等）調査の実施
	マーケティングの実施	マーケティング調査の実施 モニターツアーの実施
3 ソフ トニ ュー ・ハ ー ド の 開 発 、 地 域 内 の	体験プログラムの開発、強化	体験プログラムの開発 コンテンツの磨き上げ（PDCA活動）
	地元特産品の開発、ブランド化	特産品、新商品の開発 ブランド力の強化
	施設整備の実施	民宿施設整備、空き家、古民家活用 拠点的な宿泊施設（廃校）の整備、改修 集客施設（ショップ、レストラン等）の誘致、整備、改良 廃棄物の有効活用
	メニュー提供者（民泊受入漁家、ガイド等）の意識向上、スキルアップ	各種研修会、講習会、勉強会、説明会の実施 ワークショップ、シンポジウムの開催
	インバウンドへの対応	実施体制構築、多言語化等 インバウンド向け滞在、体験プログラム インバウンド向けツールの整備
4 広 報 活 動	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、動画等作成・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 都市圏への営業、誘致、情報発信
	国内外の業者への営業・誘致活動の実施	アジア向け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

表 e-1-6 渚泊における来訪者への提供メニューの総括（成功事例）

1 来訪者への提供メニュー	就業（農林水産業）体験プログラム	乗船体験 生産作業体験（漁業、農作業） 加工体験 市場、施設見学 漁業者とのコミュニケーション
	地元食の体験プログラム	郷土料理を作る体験 飲食店での郷土料理、地産地消メニューの提供 飲食店での鳥獣害対策、ジビエメニューの提供 食育
	アクティビティプログラム	ガイド付きの集落散策 マリンスポーツ サイクリング ウォーキング、トレッキング 海水浴
	クラフト体験プログラム	木や貝等を材料にした工作 伝統工芸品の作成 古民家や空き家の改修
	歴史・文化体験プログラム	史跡（寺社、歴史的建造物等）めぐり 地域の伝統文化の体験 地域の伝統的な暮らしの体験
	自然・環境体験プログラム	景勝地ツアー 自然観察 ごみ拾い
	地域活性化の取組への参加	地域行事への参加 災害復興の取組への参加
	地域内での宿泊	民泊 古民家へ宿泊
	教育旅行・修学旅行	修学旅行、教育旅行、漁村留学 企業向け研修旅行
	特産品（農林水産物、加工品）の販売	直売所（常設）、市場（定期的を実施） 特産品をテーマにしたイベントの実施 輸出
	移住・定住の支援	
	地域通貨の利用	
	クラウドファンディングによる取組への参加	

対象モデル地区の詳細調査より導かれる、渚泊を運営するにあたって効果的と考えられる解決策を、以下に取組項目ごとに示す。

1) 渚泊運営体制の構築

1)-1. 地元の受入体制・窓口づくり

成功事例より、渚泊運営体制の構築として地元の受入体制・窓口づくりの取組事例を以下に示す。

(1) 相差海女文化活性化協議会（三重県鳥羽市）

○日本版DMO候補法人として登録を受け活動を実施

(2) 須賀利渚泊推進協議会（三重県尾鷲市）

○地域住民が町の将来像を検討するワークショップを開催し、自らアクションプログラムを策定。

○地域全体のホテル化を目指す取組として、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を検討。

(3) 魚津市農泊推進協議会（富山県魚津市）

○市内旅行業者と連携し、観光客の問い合わせ・予約申込受付や、申込者と体験協力者との仲介を行う窓口の組織づくりを実施。

(4) ながとふるさの体験受入協議会（山口県長門市）

○各地区への窓口を一元化するために、予約受付用のホームページを作成。

(5) 島の旅社推進協議会（三重県鳥羽市）

○協議会が窓口となり、旅行者からの申込を受けてサービス提供者を手配

(6) NPO おぢかアイランドツーリズム（長崎県小値賀町）

○島内観光の様々な窓口をNPOに一本化。

・民泊事務局、島旅コンシェルジュ、フェリーターミナル観光窓口・島の観光案内、古民家事業の運営・広報活動

1)-2. 他の組織との連携

成功事例より、渚泊運営体制の構築として他の組織との連携の取組事例を以下に示す。

(1) 北海道寿都町水産業産地協議会（北海道寿都町）

○年間 150 万人の観光客で賑わう近隣観光地に、アンテナショップをオープン
(H29. 11)

○広く寿都の魅力を発信し、寿都町への誘客を推進。

(2) 歯舞漁業協同組合（北海道根室市）

○旅行会社と連携し、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を企画

(3) 家島諸島都市漁村交流推進協議会（兵庫県姫路市）

○大手旅行会社等と連携し、宿泊体験プログラム等の予約販売サイトの仕組を構築

(4) 福井県若狭町（福井県若狭町）

○大学が施設の指定管理者となり、予約受付等の窓口を担当

○施設で開催するイベントの企画運営を地区住民と大学が連携して実施。

1)-3. 人材活用・雇用

成功事例より、渚泊運営体制の構築として人材活用・雇用の取組事例を以下に示す。

(1) 北海道寿都町水産業産地協議会（北海道寿都町）

○プログラム開発にあたり専門家を招聘。

○漁港や歴史的建造物等を眺める湾岸線沿いのサイクリングプランを提供。

(2) 須賀利渚泊推進協議会（三重県尾鷲市）

○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

○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。

(3) 鳥羽渚泊推進協議会（三重県鳥羽市）

○水産物のブランド化やプログラム開発へのインターンシップ受入。

(4) 牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）

○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。

○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。

(5) 相差海女文化活性化協議会（三重県鳥羽市）

○専門家を活用し、来訪者の満足度、再来訪意向、消費金額等を調査・分析する仕組みを構築。

(6) 家島諸島都市漁村交流推進協議会（兵庫県姫路市）

○都市部から研修生を募集し受入。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。

2) 企画のための情報収集

2)-1. 情報収集

成功事例より、企画のための情報収集として情報収集の取組事例を以下に示す。

(1) 牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）

○ジビエの利用の先進地である石見銀山生活文化研究所（島根県太田市）、兵庫県丹波篠山市を視察。
○宿泊や食事、体験メニューの提供者となると想定される地元関係者に対し、実施可能性や課題についてヒアリング調査を実施。

(2) 島の旅社推進協議会（三重県鳥羽市）

○答志島内の自主組織とともに島内の資源調査を実施し、体験プログラムを作成。

2)-2. マーケティングの実施

成功事例より、企画のための情報収集としてマーケティングの実施の取組事例を以下に示す。

(1) 牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）

○専門業者へ委託し、首都圏エリアにおける web 調査やモニターツアーを実施
○体験予約を受け付けるためのHPを作成。

(2) 相差海女文化活性化協議会（三重県鳥羽市）

○来訪者の満足度、再来訪意向、消費金額等を調査分析する仕組み構築（アクセス解析）

(3) 魚津市農泊推進協議会（富山県魚津市）

○首都圏の大学へ調査研究委託し、地域資源の掘り起こしのためモニターツアーを3回開催。また、民泊受入についてのアンケート調査を実施・分析。

(4) 須賀利渚泊推進協議会（三重県尾鷲市）

○首都圏の起業家を対象に、紀北の体験ツアーを開催し、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・雇用を期待。

3) メニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備

3)-1. 体験プログラムの開発、強化

成功事例より、メニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備として体験プログラムの開発、強化の取組事例を以下に示す。

(1) 家島諸島都市漁村交流推進協議会（兵庫県姫路市）

○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等）。

(2) 太地町漁業協同組合（和歌山県太地町）

○「クジラ」という独自性の高い資源を活かし、体験プログラムを開発。

(3) NPO おぢかアイランドツーリズム（長崎県小値賀町）

○教育旅行中心から、高価格商品の大人向けのプランへの企画転換、ブランドを具体化した商品の開発。

(4) 牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）

- 漁業、狩猟、林業、アクティビティの開発、提供。
- ・漁業：漁師とフィッシング、子ども漁業体験、牡蠣づくしツアー
 - ・狩猟（ジビエ）：罨を学ぼう、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、メープルシロップをつくろう
 - ・アクティビティ：カヌー、SUP

(5) 雄勝町渚泊推進協議会（宮城県石巻市）

○さっぱ船クルーズ等の体験プログラムを開発。

(6) 鳥羽渚泊推進協議会（三重県鳥羽市）

○インターンシップにより学生を対象とした渚泊の検討、地域の体験型ツアープログラムの開発を実施。

(7) 鳥羽渚泊推進協議会（三重県鳥羽市）

○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新たなブランドの構築、地域の農水産物の魅力の向上を検討。

3)-2. 地元特産品の開発、ブランド化

成功事例より、メニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備として地元特産品の開発、ブランド化の取組事例を以下に示す。

(1) 歯舞漁業協同組合（北海道根室市）

○鮮魚活〆の先進地である長崎県五島町に職員を派遣し、活〆技術を修得することで地元水産物のブランド力を強化。

(2) 鳥羽渚泊推進協議会（三重県鳥羽市）

○学生やアドバイザーの協力のもと、地域の水産物の魅力向上や新たなブランドの構築を検討。

(3) 家島諸島都市漁村交流推進協議会（兵庫県姫路市）

○真空包装を活用したジャムや佃煮商品を開発。

(4) 須賀利渚泊推進協議会（三重県尾鷲市）

○水産加工品を開発し、地域の飲食店やみやげ物店に提供する体制を整備。

(5) 雄勝町渚泊推進協議会（宮城県石巻市）

○地元食材を活用した新たな「食」コンテンツを開発。

3)-3. 施設整備の実施

成功事例より、メニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備として施設整備の実施の取組事例を以下に示す。

(1) 福井県若狭町（福井県若狭町）

- 廃校を宿泊・体験が可能な交流拠点施設に改修
- 宿泊、魚さばきや干物・糠漬け作成等の体験が可能。
- 大学の公開講座や合宿の会場とするなど、大学のセミナーハウスとしても活用。

(2) 田尻漁業協同組合（大阪府田尻町）

- 冬期営業を実施するためにバーベキューガーデンを改修
- 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、周年営業が

可能。

○生育試験に取り組んでいる養殖カキを使ったカキ小屋事業を、漁家レストランの冬場の目玉に展開予定。

(3) 伊座利の未来を考える推進協議会（徳島県美波町）

○海女さんや漁師のお母さんたちが経営するカフェを整備。地元水産物を使った料理を提供し、来訪者や地域住民が利用できるコミュニティ空間としても機能。
○カフェの2Fにゲストハウスを整備。

(4) NPO おぢかアイランドツーリズム（長崎県小値賀町）

○古民家を改修し宿泊施設を整備。

(5) 牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）

○古民家をカフェに改修し、地場食材を利用したメニューの提供、ギャラリー、ハンドメイド雑貨店として利用。

(6) 相違海女文化活性化協議会（三重県鳥羽市）

○「海女のまち」を感じるスポットを整備。
○相違海女文化資料館（海女文化と歴史）、古民家・海女の家 五左屋（ショップ & カフェ）、相違かまど（海女小屋体験）。

3)-4. メニュー提供者（民泊受入漁業者、ガイド等）の意識向上、スキルアップ

成功事例より、メニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備としてメニュー提供者の意識向上、スキルアップの取組事例を以下に示す。

(1) 雄勝町渚泊推進協議会（宮城県石巻市）

○民泊運営検討者を対象に民泊運営マニュアルを作成、セミナーを開催

(2) 須賀利渚泊推進協議会（三重県尾鷲市）

○農林漁業者等に対し、体験プログラムの構築セミナーや、安全管理研修を実施
○地域住民向けに民泊の開業セミナーを開催。

(3) ながとふるさの体験受入協議会（山口県長門市）

○勉強会に出席し、農泊施設開業手続き等の情報を収集
○都市農山漁村交流魅力向上セミナーにて、交流産業の創出による地域活性化の実践について情報を収集。

(4) 魚津市農泊推進協議会（富山県魚津市）

○6次産業化プランナー等専門家と共に、市内の集落における農泊（渚泊）についての説明会を実施。
○第一次産業従事者を対象にした先進地視察を実施し、農泊（渚泊）の活動に対する理解と意欲の向上を促進。

3)-5. インバウンドへの対応

成功事例より、メニューの開発、地域内のソフト・ハードの整備としてインバウンドへの対応の取組事例を以下に示す。

(1) 歯舞漁業協同組合（北海道根室市）

○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。

(2) 家島諸島都市漁村交流推進協議会（兵庫県姫路市）

○インバウンド対応のため地域の事業者向けにおもてなし研修セミナーを実施。

(3) 田尻漁業協同組合（大阪府田尻町）

○インバウンドに人気のあるホテルと共に協議会を設立。

(4) 雄勝町渚泊推進協議会（宮城県石巻市）

- インバウンドを意識した商品開発を行い、多言語対応可能なオペレーションを検討。
- インバウンド商談会などに積極的に参加してPR。

4) 広報活動

4)-1. 情報発信ツールの作成や広告媒体の活用

成功事例より、広報活動として情報発信ツールの作成や広告媒体の活用の取組事例を以下に示す。

(1) 北海道寿都町水産業産地協議会（北海道寿都町）

- 地域を疑似体験できる地域内の景観や観光スポットのプロモーション映像（VR）を作成。
- 観光商品、街の魅力発信するパンフを作成。
- WEBを活用した情報発信（HP、SNS等）。

(2) 牡鹿半島浜泊推進協議会（宮城県石巻市）

- 浜の活動を紹介するためのビデオ、コンセプトブック、フライヤーを作成

(3) 雄勝町渚泊推進協議会（宮城県石巻市）

- 地域や体験プログラム等を紹介する多言語リーフレットの制作や動画の制作、配信。

(4) 太地町漁業協同組合（和歌山県太地町）

- 29年8月にオープンした道の駅「たいじ」にて、観光情報の発信と地元水産物や名物料理の提供を実施。

(4) 家島諸島都市漁村交流推進協議会（兵庫県姫路市）

- プロのカメラマンに委託したフォトギャラリーとPR動画をwebサイトに掲載

(5) 魚津市農泊推進協議会（富山県魚津市）

- 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。

4)-2. 国内外の業者への営業・誘致活動の実施

成功事例より、広報活動として国内外の業者への営業・誘致活動の実施の取組事例を以下に示す。

(1) 歯舞漁業協同組合（北海道根室市）

- 大手旅行会社、北方領土県民会議に対し、民泊・漁業体験等の誘致活動を実施。
- 歯舞おさかなまつり、歯舞昆布まつり等各種イベントにおいて、渚泊のPR、誘致活動を実施。

(2) 魚津市農泊推進協議会（富山県魚津市）

- 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。

(3) 相差海女文化活性化協議会（三重県鳥羽市）

- 海外へのプロモーションとして、日本政府観光局主催の商談会等へ出展し、訪日外国人の誘客を促進。

(4) ながとふるさの体験受入協議会（山口県長門市）

- 旅行エージェント・学校等へのセールスプロモーションを実施。

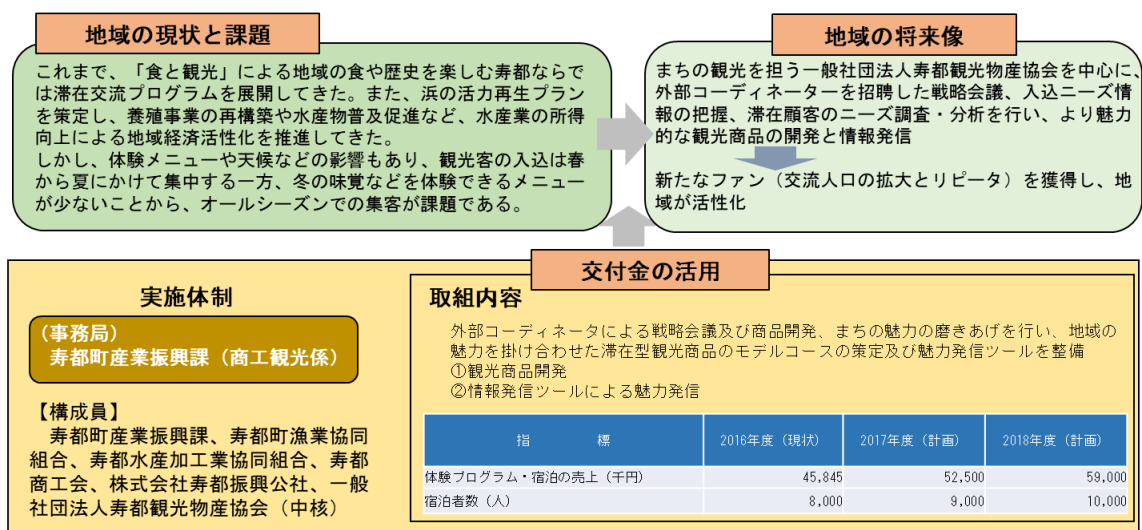
参考：詳細事例調査結果

参考-1. 北海道寿都町水産業産地協議会

- ・ 渚泊推進対策事業（2017-18年度）
- ・ 北海道寿都町水産業産地協議会（2017年度設立）
- ・ 所在地：北海道寿都町
- 〔関連取組〕 寿都地域マリンビジョン協議会

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。



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）

- ・ 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。
- ・ 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

4)-1. 観光商品開発

(2か年計画)

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
- ・ 戦略会議：外部アドバイザーを招聘し戦略会議を開催
- 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
- 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
- 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

4)-2. 情報発信ツールによる魅力発信

(2か年計画)

- ・ 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。
- ・ 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
- ・ 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
- ・ 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。

参考表-1 渚泊推進対策事業の目標（計画・実績）

指 標	2016年度 (現状)	2017年度 上：実績 下：計画
体験プログラム・宿泊の売上 (千円)	45,845	54,723 52,500
宿泊者数(人)	8,000	10,405 9,000



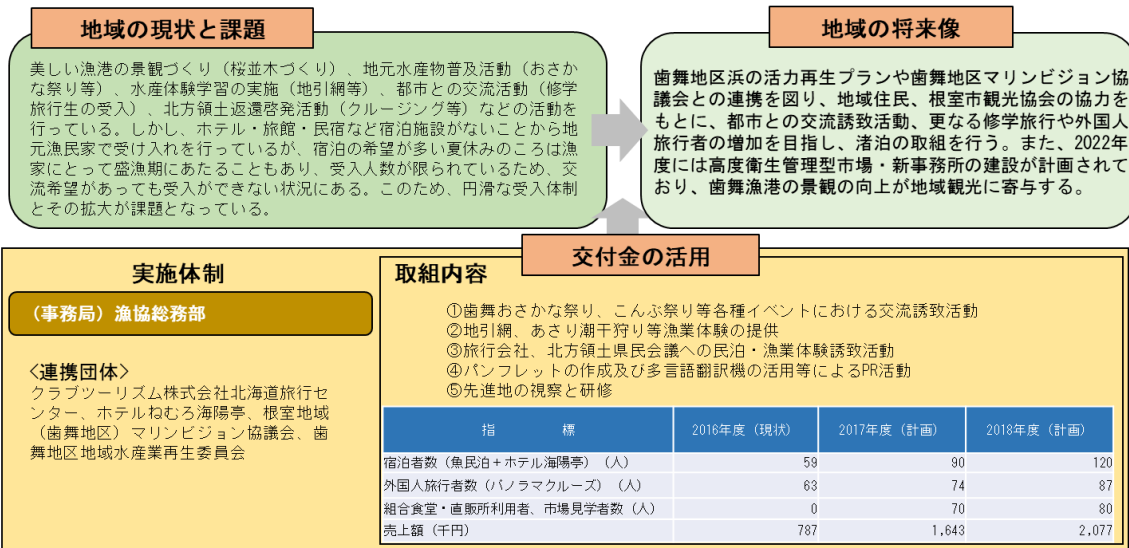
写真（VR、PVの制作展示）

参考-2. 歯舞漁業協同組合

- ・ 渚泊推進対策事業（2017-18年度）
- ・ 所在地：北海道根室市
〔関連取組〕 根室地域（歯舞地区） マリンビジョン協議会

歯舞漁業協同組合〔北海道根室市歯舞〕（2017-2018年度）

○ 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、歯舞漁業協同組合は、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及び渚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を構築する。



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）

- ・ 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。
- ・ 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。

- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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

4)-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)

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、その結果、マリビジョン協議会との協力により受入対応の規模が拡大しより多くの人へ歯舞地区のPRが実現。



写真（漁家民泊、潮干狩り体験）

4)-2. 地引網、あさり潮干狩り等漁業体験の提供

(2か年計画)

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。
このことにより、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ことで、多くの観光客が訪れるようになった。

4)-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)

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 (鳥取県・鹿児島県・岐阜県) 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い、その結果、北方領土県民会議への誘致活動により、地域を訪れる小中学生が増加した。また、企画・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が確立された。

4)-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)

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、その結果、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たことで、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した。

4)-5. 先進地の視察と研修

(2 か年計画)

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。

参考表-2 渚泊推進対策事業の目標 (計画・実績)

指標 (インバウンド含む)	2016年度 (現状)	2017年度 上：実績 下：計画
宿泊者数 = 魚民泊利用者 + 海陽亭利用者数 (人)	59	82 90
日帰り観光客数 (人) = 組合食堂・直販所利用者数、市場見学者 数 + 遊覧船 (国内外) (人)	63	500 144
売上額 (千円)	787	2,149 1,643

参考-3. 魚津市農泊推進協議会

- ・ 渚泊推進対策事業（2017-18年度）
 - ・ 魚津市農泊推進協議会（2017年度設立）
 - ・ 所在地：富山県魚津市
- 〔関連取組〕 魚津漁業協同組合・魚津市観光協会

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、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。

地域の現状と課題

魚津市は、海から山まで多様な自然を有し、それらを活かした農林水産業が発展してきた。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。そこで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。

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。

地域の将来像

- ① 魚津漁協が中心となって、働きかけや調整役を務め、海から山までの体験コンテンツの充実やツアーの企画を行う。
- ② 宿泊交流施設で農泊（渚泊）
- ③ 問合せ、申込み、受入れの依頼、支払決等一元に行う窓口会社を設立する。
- ④ 地域協議会を通じて、構成員が農泊についての活動に自発的に参加し、かつ住民参加での運営を行う。
- ⑤ 農林水産業全体を網羅したツアー企画。
- ⑥ 旅行会社と連携しながら、プロモーション。専用のwebサイトで国内外へPR。

交付金の活用

実施体制

(事務局) 魚津漁業協同組合
(魚津市農林水産課)

【構成員】
魚津漁業協同組合、魚津市農林水産課、魚津市商工会支所、魚津市観光協会、株式会社エコーの森、呉東内水面漁業協同組合、ひえばた園（和線）、宮本みそ店、小菅沼・ヤギの社、新川森林組合、金太郎温泉、仁右衛門屋

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 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
- ③ 市内旅行業界との受入窓口となる組織の設立
- 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

指 標	2016年度（現状）	2017年度（計画）	2018年度（計画）
体験プログラムの販売額（千円）	0	135	225
体験プログラム従事者数（人）	18	45	75
宿泊者数（人）	30	50	150
農林漁業体験者数（人）	110	150	220

指標（漁協宿泊交流会館）	2016年度（現状）	2019年度（計画）
利用人数（人）	0	350
宿泊者数（人）	0	300
売上額（千円）	0	1,620

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）

- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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

4)-1. 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）

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

4)-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）

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
（地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）

4)-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）

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)-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）

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。



参考図-1 体験プログラムのパンフレット

(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

②-4. 鳥羽渚泊推進協議会

- ・ 渚泊推進対策事業 (2017-18 年度)
- ・ 鳥羽渚泊推進協議会 (2017 年度設立)
- ・ 所在地：三重県鳥羽市

[関連取組] 海島遊民くらぶ (有限会社オズ)

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。

<p>地域の現状と課題</p> <p>伊勢志摩地域は、豊富な農林水産資源に囲まれながら、農漁業者の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。一方で、一部地域(鳥羽市浦村)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。</p> <p>① 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</p> <p>② 「学生の力」を活用することを考えており、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広範な連携体制の構築 ・ 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 	<p>地域の将来像</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 地域の様々な主体が集まり、「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 ② 農山漁村に賦存する伝統料理「食」、美しい景観など地域資源を観光コンテンツに磨き上げ ③ 鳥羽渚泊推進協議会を法人化し、地域をマネジメント ④ 本渚泊推進対策事業を通じて構築したネットワークと育成した人材を活用 ⑤ 学生が継続的に地域に入り、地域の魅力を発見し、ブランド化、観光コンテンツを充実 ⑥ 地域DMO(一般社団法人鳥羽市観光協会)の取組む漁観連携事業と連携し、ターゲットを明確にしたマーケティング 																								
<p>実施体制</p> <p>(事務局) 有限会社オズ</p> <p>【構成員】</p> <p>有限会社オズ(事務局)、くさぎ鎮おべん企業組合、漁友の衆(浦村アサリ研究会)、芋の館、鳥羽磯部漁業協同組合、鳥羽市農水商工課</p> <p><連携団体></p> <p>海島遊民くらぶ(有限会社オズ)、鳥羽市観光協会、三重大学、皇学館大学、鳥羽市エコツーリズム協議会、三重県伊勢農林水産事務所</p>	<p>取組内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組 ③ 地域資源の魅力の情報発信 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け入れ) <p>交付金の活用</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>指 標</th> <th>2016年度(現状)</th> <th>2017年度(計画)</th> <th>2018年度(計画)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>体験プログラムによる売上額(千円)</td> <td>0</td> <td>200</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td>渚泊料売上・学生(千円)</td> <td>60</td> <td>1000</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>渚泊者数・学生(人)</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>350</td> </tr> <tr> <td>渚泊料売上・一般(千円)</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>350</td> </tr> <tr> <td>渚泊者数・一般(千円)</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>	指 標	2016年度(現状)	2017年度(計画)	2018年度(計画)	体験プログラムによる売上額(千円)	0	200	500	渚泊料売上・学生(千円)	60	1000	150	渚泊者数・学生(人)	0	0	350	渚泊料売上・一般(千円)	0	0	350	渚泊者数・一般(千円)	0	0	50
指 標	2016年度(現状)	2017年度(計画)	2018年度(計画)																						
体験プログラムによる売上額(千円)	0	200	500																						
渚泊料売上・学生(千円)	60	1000	150																						
渚泊者数・学生(人)	0	0	350																						
渚泊料売上・一般(千円)	0	0	350																						
渚泊者数・一般(千円)	0	0	50																						

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、地域資源の魅力情報を発信する。
- ・ 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

4)-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orkshop・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。

4)-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。
- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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。

4)-3. 地域資源の魅力の情報発信

(2か年計画)

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)-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)

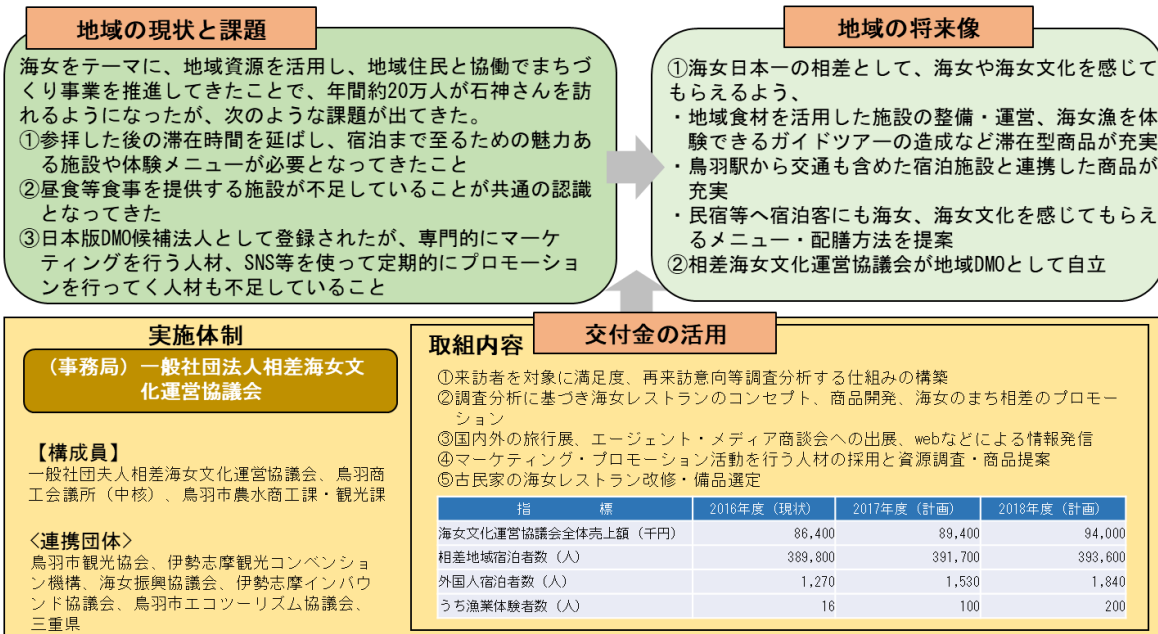
- ・ 地域インターン連携による学生の参画：本渚泊推進対策事業、インターン事業、地域連携等がかかわりを持っている三重大学や皇學館大学の農山漁村活性化に関する知見を有する研究者（専門家）にアドバイザーになってもらう。
- ・ 渚泊の推進を図る研修生の受入：取組をコーディネートし、事業全体をサポートする人材を地域外から募集・採用し、研修を通じて地域の活性化を担う人材に育成する。

参考-5. 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 2017-18年度（2017年度設立）
- ・三重県鳥羽市
- 〔関連取組〕 一般社団法人相地域海女文化運営協議会

相地域海女文化活性化協議会〔三重県鳥羽市相地域〕（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地域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。



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）

- ・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。

- ・ 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、「海女といえは相違」となるようなプロモーションを行う。
- ・ 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対策とwebサイトの見やすさを改善する。
- ・ (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。
- ・ 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

4)-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)

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(相違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
- ・ 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中

4)-2. 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、海女のまち相違のプロモーション

(2か年計画)

- ・ 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テストマーケティングを行う。また、「海女といえは相違」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中
- ・ 空家の改修で成果をあげている地域を視察調査



写真「海女の家」キッチンカーでの販売

4)-3. 国内外の旅行展、エージェント・メディア商談会出展、web などによる情報発信 (2 か年計画)

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 Show case、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)-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)

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

4)-5. 古民家の海女レストラン改修・備品選定

(2 か年計画)

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)

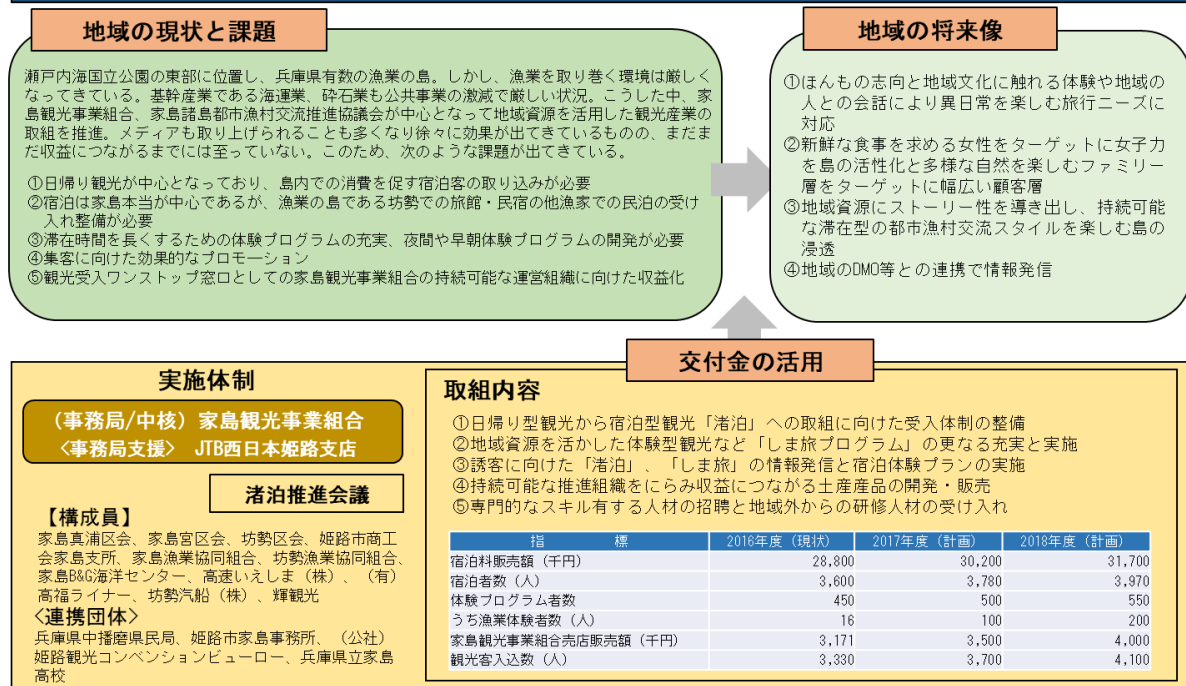
- ・石神さん参道に現在空き家となっている物件を購入（土地は借地）したが、地域に同様のレストラン（2 軒）ができたことから、内容を見直し中。

参考-6. 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 2017-18年度（2013年度設立）

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）

○ 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。



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」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商品を開発・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

4)-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か年計画)

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さし対応カードの制作）を実施。

4)-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か年計画)

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（家島しま旅のパンフレット）

4)-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)

「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)-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)

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



参考図-2 さば寿司パンフレット、家島情報発信 HP

4)-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、専門家及び事業者へ委託
- ・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）

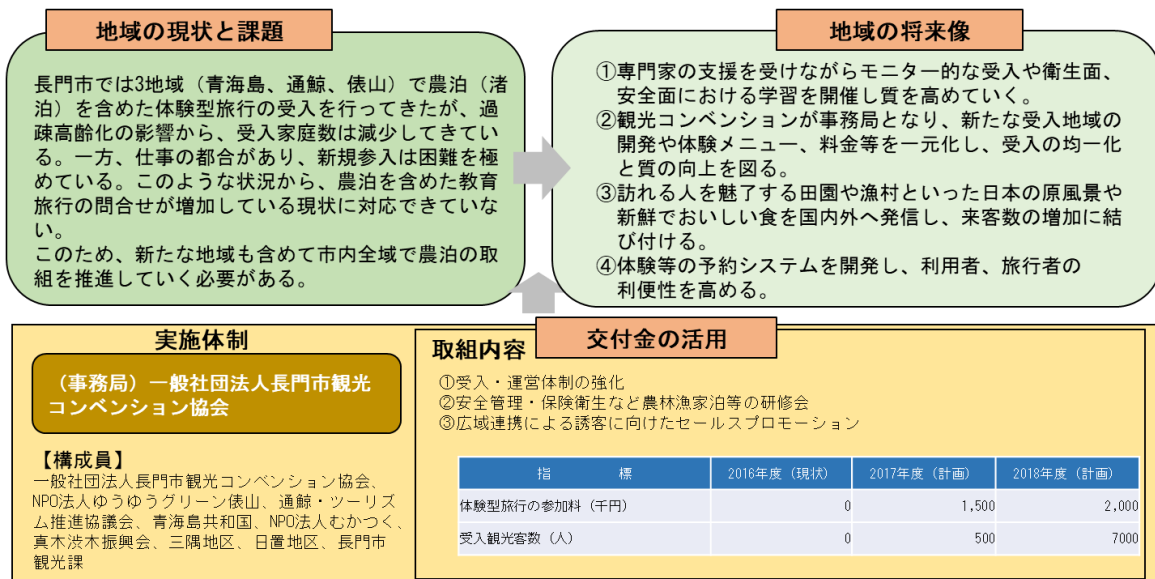
参考-7.ながとふるさと体験受入協議会

- ・ながとふるさと体験受入協議会 2017-18年度（2017年度設立）
- ・山口県長門市

〔関連取組〕通鯨・ツーリズム推進協議会、青海島共和国

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、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。



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）

- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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

4)-1. 受入・運営体制の強化

(2 か年計画)

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

4)-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)

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

4)-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)

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。

(2017 年度実績)

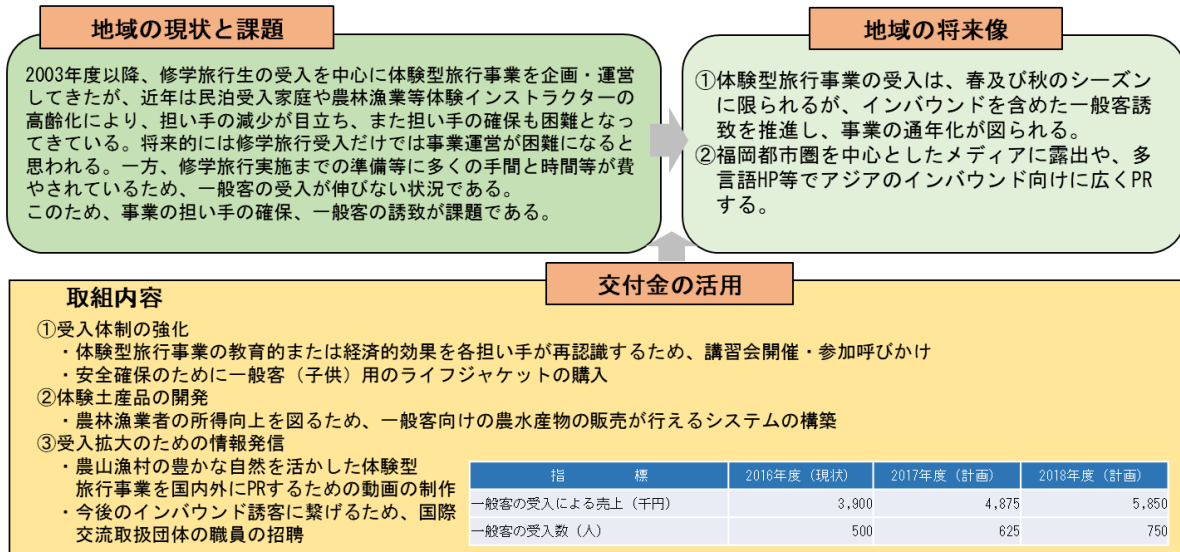
- ・ 関西・福岡・関東及び中部地区において、教育旅行取扱旅行者等を訪問し、修学旅行動向のヒアリング、体験プログラム等の紹介及び送客要請
 - ・ 体験型修学旅行（2017 年度実績）：2 団体（中学校・高校） 550 人
 - ・ 宿泊体験活動（子ども農山漁村交流プロジェクトを含む） 2017 年度までの実績 11 団体（小学校・中学校・大学・韓国高校・外国人留学生） 357 人
- 受入地域（受入地区の連携）：通・青海島地区、俵山・渋木地区、三隅・油谷地区、通地区、俵山地区、通・三隅地区

参考-8. 一般社団法人まつうら党交流公社

- ・一般社団法人まつうら党交流公社 2017-18 年度（2009/01 年度設立）
- ・長崎県松浦市

一般社団法人まつうら党〔長崎県松浦市〕（2017-2018年度）

○ 2003年度以降、修学旅行生の受入を中心に「ほんもの」の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ている。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。そこで、渚泊推進対策事業を通じて、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し、新たな担い手を確保するとともに、次代を担う中高生と農漁村の文化や営みに興味を持つ一般の人々との交流を楽しみながら社会や生きがいがいづくりに貢献していく。



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ている。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）

- ・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。

- ・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。
- ・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

4)-1. 受入体制の強化

(2 か年計画)

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。

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

4)-2. 体験土産品の開発

(2 か年計画)

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
※商品・デザインの決定、土産品のパンフの作成は2018年度に予定

4)-3. 受入拡大のための情報発信

(2 か年計画)

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。

国際交流取扱団体の招聘：今後のインバウンド誘客に繋げるため、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)

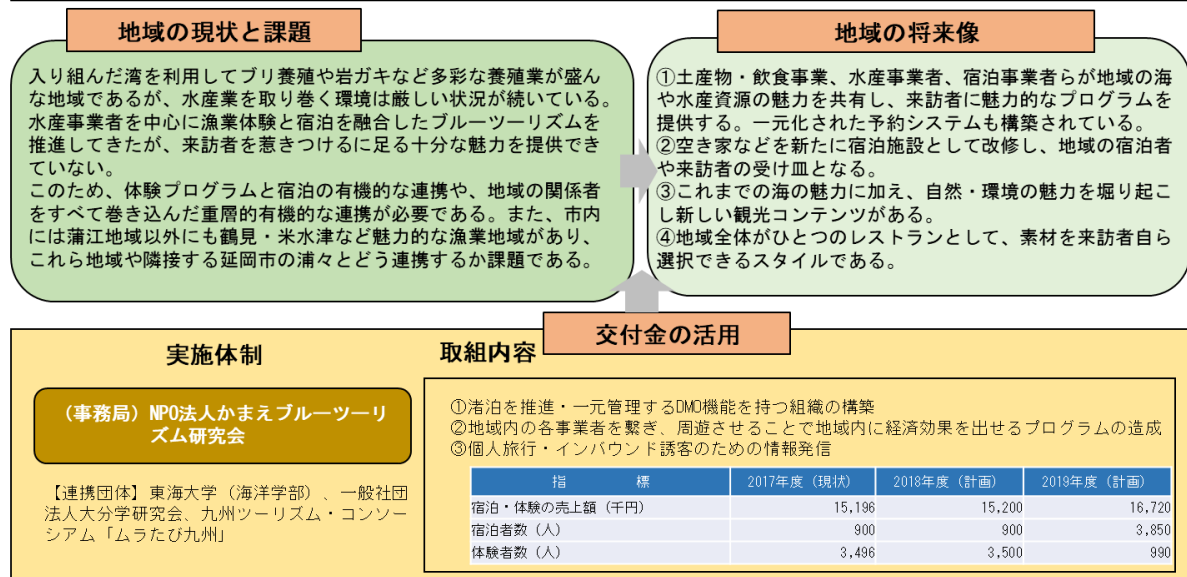
- ・PR動画の制作、国際交流団体職員の招聘

参考-9. 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 2017-18 年度（2008/06 年度設立）
- ・ 大分県佐伯市

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く、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ならず、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。



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どう連携するか課題である。

3) 解決策（取組）

- ・ DMO 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持共有し、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。

- ・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。
- ・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。
- ・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、地域内を周遊させたり、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。
- ・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

4)-1. 宿泊を推進・一元管理する DMO 機能を持つ組織の構築

(2 か年計画)

DMO 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イ協議会(仮)」を設立し、地域の関係団体との調整を行う DMO 機能を持つことで地域全体のマネジメントを目指す。

- ・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。

(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



参考図-3 海業のパンフレット

4)-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づくり

(2 か年計画)

- ・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。

- ・ 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。
- ・ 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、地域内を周遊させたり、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

4)-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)

- ・ 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。
- ・ 地元の大学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。
- ・ 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、大分県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



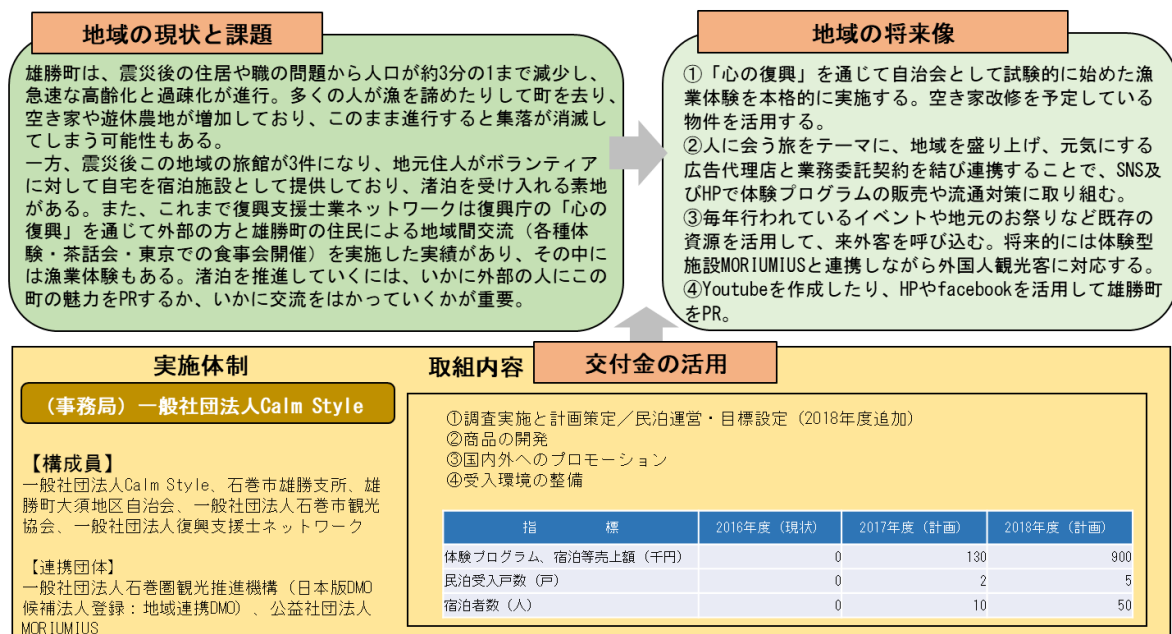
写真（ライブカメラによる定置網の映像）

参考-10. 雄勝町渚泊推進協議会

- ・雄勝町渚泊推進協議会 2017-18年度（2017年度設立）
- ・宮城県石巻市

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。



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）

- ・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。

- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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

4)-1. 調査実施と計画策定

(2017年度実績)

- ・ 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）
- ・ 現地受入調査：調査結果をマスタープランに反映
- ・ 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
- ・ 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

4)-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（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



写真 さっぱ船クルーズの状況

- ・提供料金・受入体制等の整備

4)-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）
- ・DOY 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

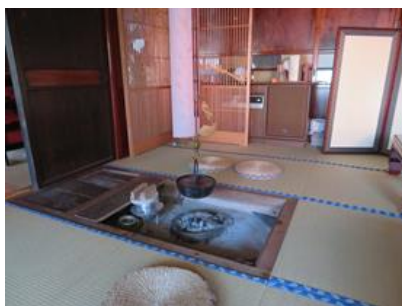


写真 古民家改修による活用

4)-4. 受入環境の整備

(2017 年度実績)

- ・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
- ・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
- ・交通事業者との県外来訪者の送迎連携の検討



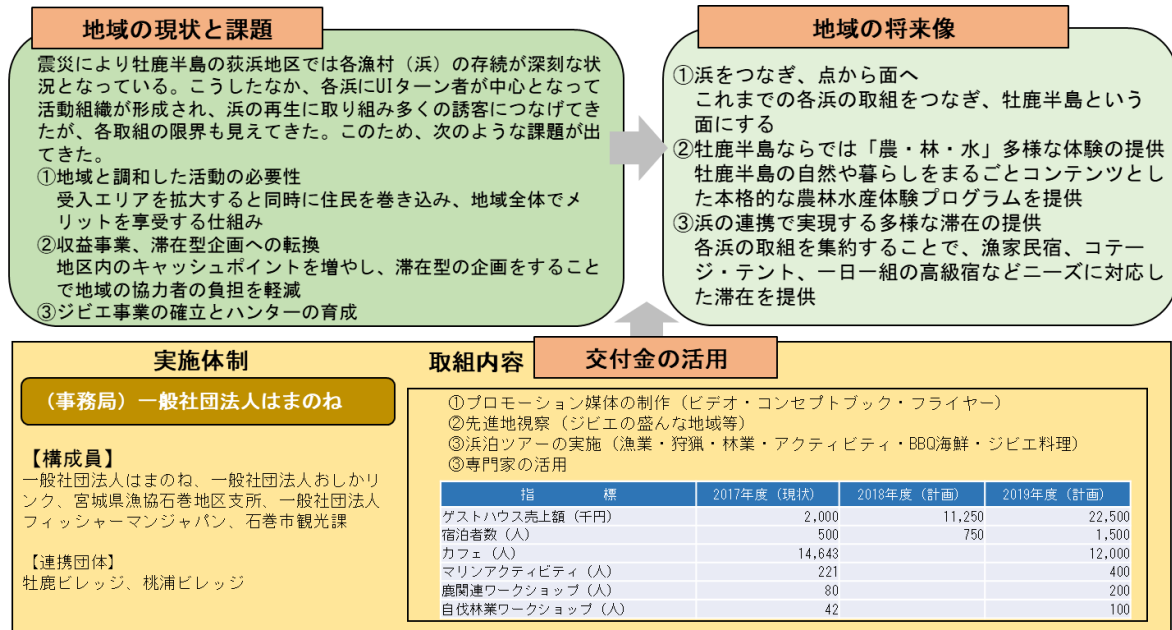
参考図-4 民泊マニュアル

参考-11. 牡鹿半島浜泊推進協議会

- ・牡鹿半島浜泊推進協議会 2017-18年度（2017年度設立）
- ・宮城県石巻市

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荻浜地区の各浜では、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。



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）

- ①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。
- ②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。

③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、牡蠣づくしツアー
 - （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

④専門家の活用

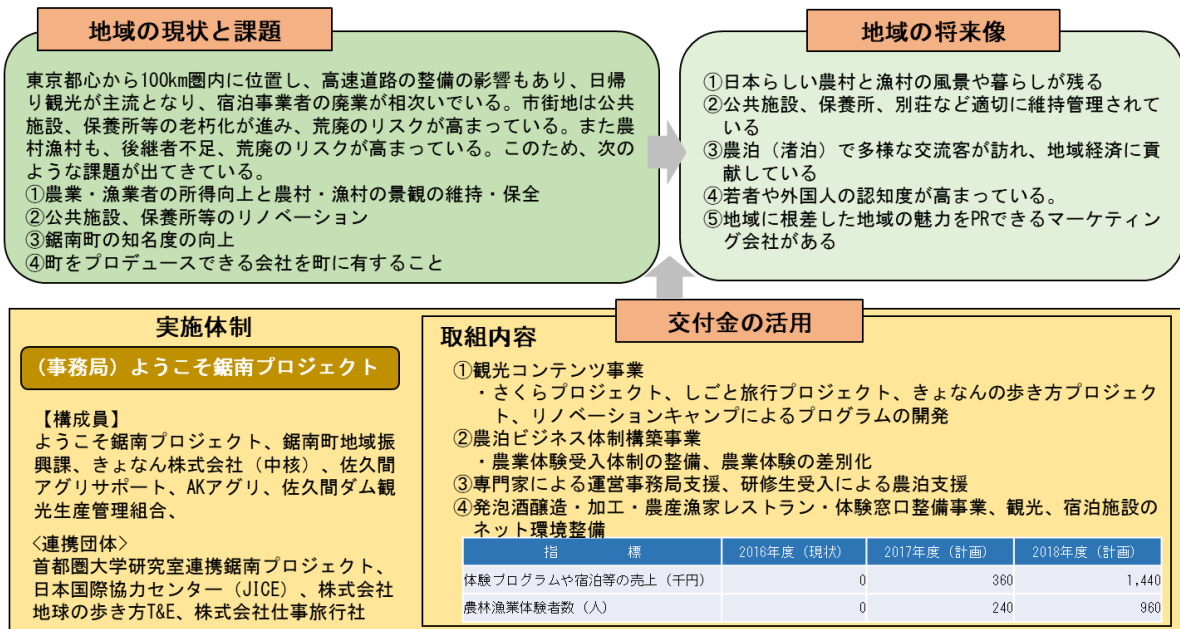
- ・観光コンテンツの知識や経験と地域における豊富な活動実績を有する専門家に事業委託する。
- ・協議会構成メンバーに対して専門的見地から活動をサポート

参考-12. 鋸南町農泊推進協議会

- ・鋸南町農泊推進協議会 2017-18年度（2017年度設立）
- ・千葉県鋸南町
- 〔関連取組〕 ようこそ鋸南プロジェクト

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、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。



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）

- ・さくらプロジェクト、しごと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。
- ・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構築事業を行う。
- ・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。
- ・発泡酒醸造・加工・農産漁家レストラン・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

4)-1. 観光コンテンツ事業

(2 か年計画)

- ・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。

- ・しごと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。

- ・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。

Globe Trotter T&E
Presents
Free Consulting Program : Spring session(Sakura)
Exploration of Japan's Rural Side and Hospitality&Tourism program in Kyonan Town

[Tour Schedule] 1night & 3days	Date	Program Schedule
(Date) Feb.19 th 21 st Program Fee) Free!! 1 night accommodation, Transportation to Kyonan all activities included in the schedule Group size)Max. 30 pax	Feb. Mon. 19	8:00 Meeting at JR TOKYO Station 8:30-9:45 Tokyo(Rail)-Kyonan Town 10:30-12:30 Mt.Ashigari/MSMCH 13:00-14:00 Hotel Inspection "Kuro" 14:15-17:15 Experience ① "Gummy" & Experience ② "Making Pickles" 18:00-19:00 Dinner "Oshirou" Staying at the Hotel "Oshirou"
1 hour from Tokyo	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 "Nagay" 15:00-17:30 Kyoto's Town (Rural Japan)
	Feb. Wed. 21	10:00-12:00 Reporting Session at University 15:30-17:00 Review session of NHK Media Technology

Project A : Editing Promotional Movie
Explore Kyonan & Experience Japanese culture
Promotional Movie(Sample)

Project B : Hotel Inspection & Learning Japanese Hospitality
Orientation
Inspection
Q&A Session

For Booking & Enquiry
Globe Trotter T&E : Takahashi or Sakaki@era
TEL : 03-5362-7994
E-mail: st-b2b@studyaabroad.co.jp
E-mail to here. =

参考図-5 インバウンド向けパンフ

- ・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

4)-2. 農泊ビジネス体制構築事業

(2 か年計画)

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 までの、統合的なオペレーションフローを確立する。

- ・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

4)-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)

- ・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
- ・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)-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)

- ・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
- ・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 発泡酒の醸造・販売

参考-13. 須賀利渚泊推進協議会

- ・須賀利渚泊推進協議会 2018-19年度（2018年度設立）
- ・三重県尾鷲市

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。

地域の現状と課題	地域の将来像																												
<p>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。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必要。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。</p>	<p>誰もが幸せで生きがいを感じる持続可能な地域を実現する。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①観光客が訪れる地域となることで、住民が自らの地域の魅力を発見 ②観光客の増加による地域住民の収入が増加 ③サテライトオフィス設置により都市との交流人口が増加 ④サテライトオフィスと地元の企業が交流し、新たな産業が構築 																												
<p style="text-align: center;">実施体制</p> <p style="text-align: center;">（事務局）株式会社ゲイト</p> <p>【構成員】株式会社ゲイト、協同組合尾鷲観光物産協会、須賀利区、すがりのおんぼんの会、尾鷲物産株式会社、三重外湾漁業協同組合紀州支所、尾鷲林政推進協議会、尾鷲市、三重県尾鷲農林水産事務所・南部地域活性化局</p> <p>【連携団体】熊野ガイド協会、速水林業、三重大学、海の博物館、株式会社トラストバンク、Axon90 Japan、一般社団法人デザイン&テクノロジー協会、芝浦工業大学</p>	<p style="text-align: center;">取組内容</p> <p>①受入体制構築プロジェクト ②地域資源活用プロジェクト ③須賀利まるごとホテル化プロジェクト ④人材活用</p> <p style="text-align: center;">交付金の活用</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #4f81bd; color: white;"> <th>指 標</th> <th>2017年度（現状）</th> <th>2018年度（計画）</th> <th>2019年度（計画）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上額（千円）</td> <td>0</td> <td>2,310</td> <td>3,950</td> </tr> <tr> <td>宿泊者数（人）</td> <td>0</td> <td>300</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td>体験者数（人）</td> <td>0</td> <td>30</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>加工品販売額（千円）</td> <td>0</td> <td>300</td> <td>600</td> </tr> <tr> <td>訪問企業数（社）</td> <td>8</td> <td>15</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>サテライト累積設置数（社）</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	指 標	2017年度（現状）	2018年度（計画）	2019年度（計画）	売上額（千円）	0	2,310	3,950	宿泊者数（人）	0	300	500	体験者数（人）	0	30	150	加工品販売額（千円）	0	300	600	訪問企業数（社）	8	15	20	サテライト累積設置数（社）	1	4	6
指 標	2017年度（現状）	2018年度（計画）	2019年度（計画）																										
売上額（千円）	0	2,310	3,950																										
宿泊者数（人）	0	300	500																										
体験者数（人）	0	30	150																										
加工品販売額（千円）	0	300	600																										
訪問企業数（社）	8	15	20																										
サテライト累積設置数（社）	1	4	6																										

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。

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必要。

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。

3) 解決策（取組）

- ・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。
- ・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。
- ・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、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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。

4) 具体的取組内容

4)-1. 受入体制構築プロジェクト

（2 か年計画）

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。

- ・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。
- ・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）

4)-2. 地域資源活用プロジェクト

（2 か年計画）

- ・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。
- ・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。
- ・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。

- ・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。

4)-3. 須賀利まるごとホテル化プロジェクト

(2 か年計画)

- ・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。
- ・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。
- ・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)-4. 人材活用

(2 か年計画)

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活動組織及び実施体制

成功事例について、その活動組織及び実施体制、構成員及び連携団体を分類すると共に、これら事例から活動組織及び実施体制として求められる事項を抽出した。

【分類】

- i) 協議会方式をとっているものや社団法人等組織をとっているもの
 - ii) 協議会または社団法人が単一のものや関係団体と連携をとっているもの
 - iii) 漁業協同組合等が活動の中心的役割を果たしているもの
 - iv) 漁業協同組合等が関係団体と連携をとっているもの
- i ~ iv といった差違はあるが、いずれもどこが中核であるか、また役割分担を明確化しつつ、広く地域の関係者を巻き込んでいるところが共通している。また、活動組織及び実施体制においては次のことが明らかになっている。

【活動組織及び実施体制に求められるもの】

- 地域の意識向上・醸成(渚泊の意義、効果の認識・共有)、地域の理解と合意形成が前提であること
 - 渚泊をどうしたいか、地域をどうしていきたいかのコンセプトやビジョンを持つ
 - 地域全体が連携し、地域(まち)自らが渚泊を企画・設計し、これを実現する
- 言い換えれば、活動組織及び実施体制の構成員や連携団体等関係者については、そのタイプは、活動のきっかけや活動の成長プロセスにより異なるものの、次のことが重要であるということの意味する。
- 地域の関係者を巻き込むこと
 - 役割分担と責任を明確化すること
 - 事務局・中核団体による企画・運営、主要団体による活動、ほか関係団体との連携による円滑な実施に努めること
 - 漁村の暮らしや食、漁業、水産資源、海辺の環境に精通した漁業者や漁業者らの団体を関与させること

組織組織	関係団体		
	事務局・中核団体	他主要団体	連携団体
協議会方式	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(会員)	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
漁業組合(組合員)	漁業協同組合	連携団体	

活動組織・実施体制及び関係団体の類型化

以上の成功事例に関する詳細分析結果を要約整理すれば、渚泊の取組は、新規で渚泊に取り組んでいる地区（ニューカマー）や従来から渚泊に取り組んでいる地区（キャリア）の違いによらず、ほぼ現状や課題が同じであった。

ここでは、渚泊成功事例の分析から現状と課題に対する解決策の基本的事項を整理し、以下に示す。

【現 状】

- 漁村の自然、暮らし、生業は持続可能な社会、そしてその価値を評価できる。
- 地域資源の活用のポテンシャルは大きい。
しかし、
- 辺地・離島などの条件不利地域に限らず、都市近郊の漁村も含め、人口減少・少子高齢化は急速に進み、漁業やその他産業も厳しい状況が続く。
- このままでは集落を維持することの難しさがあり、消滅の恐れと将来への不安がある。
他方、
- 地域の観るものがない、魅力がない、知名度が低い（地域の資源や魅力に地域が気づいていない、魅力を発揮できていない）
- 漁業だけの集客では限界、働く場がない
- 交流や宿泊・体験の受入には対する抵抗感が根強い。
- 交流や宿泊・体験を受け入れてきた担い手も高齢化、減少している。
- 限られた期間の交流や宿泊・体験の受入になっている。



【課 題】

- 年間を通じて、日帰り・通過型から漁村滞在型観光-渚泊-へ移行すること
- 地域の理解を醸成すること、地域の資源“宝”を再発見すること
- 低い知名度、地域の魅力をどう伝えるか“伝わる魅力”
- 地域の負担軽減と受入拡大、収益拡大による持続可能なビジネスへ展開すること



【解決策】

- 地域の意識向上・醸成（渚泊の意義、効果の認識・共有）、地域の理解と合意形成が前提。
- 渚泊をどうしたいか、地域をどうしていきたいかのコンセプトやビジョンを持つ。
- 地域全体が連携し、地域（まち）自らが企画する渚泊、地域設計し、これを実現する。

(2) モデル地域における検討

ア. 渚泊等の取組地域が抱える課題・問題点の傾向把握

これまで渚泊事業に着手した地区においては事業終了後に残った主に渚泊の地域での定着、持続に関する課題を有している地区を、平成 31 年度以降渚泊事業に申請を検討している地区では、正式の申請に向けた議論がありながら解決できない課題があるため、事業申請の動きが鈍っている地区などを電話調査で確認した。

このような地区が基本的に抱えている主な課題・問題点は、以下のとおりである。

- ①既に渚泊事業を実施したが、2年間の限られた実施期間内に、必ずしも当初目指した運営体制や地域内連携など基本的な推進体制が構築できず、本来の目的である持続的な渚泊が、地域に根差し、定着するために、更に一定の支援を要する地区が存在する。このような地区は、特に小規模な過疎高齢化漁村地域に多くみられる。
- ②全般に、渚泊事業の採択必須条件である持続的なビジネスを担保、継続する主体が組織化されていない地区があり、申請をあきらめる場合がある。

表 e-1-7 渚泊等の取組地域が抱える課題・問題点の傾向

<p>①これまで渚泊事業に関し着手した地区</p> <p>既に渚泊事業を実施したが、2年間の限られた期間内に、当初目指した「地域経済波及型の信頼性の高い持続的・安定的運営体制やシステムが必ずしも構築できていない」場合が散見される。</p> <p>【傾向】</p> <p>このような問題や課題を有する地区は、特に、小規模な過疎高齢化の進む漁村地域で、運営主体の規模や能力に限界がある場合が多い。</p>
<p>②平成31年度以降に渚泊事業に申請を検討している地区</p> <p>今後、渚泊事業に着手する発意は存在するものの、「渚泊事業採択の必須条件である持続的なビジネスを担保・継続する事業主体や体制が申請時点で実質的に組織化されていない」他、「行政や一部住民等に取組みの意思はあるが、地域一体となった取組のビジョンやプランが共有されていない」ことがネックとなり、申請をあきらめる場合が散見される。</p> <p>【傾向】</p> <p>このような問題や課題を有する地区は、ニューカマー地区に比較的多いが、キャリア地区においても、具体的採択要件の整理に当たって課題が顕在化する場合が多い。</p>

イ. モデル地域の選定

渚泊を始め漁村、漁業地域の観光を軸とした地域活性化に取り組んでいるが、前述アによる検討の結果、さまざまな課題や問題を抱えるモデル地区を、①情報発信に関する問題を有している地域（3地域）、②事業申請に当たって事前の準備不足によって申請に至らなかった地域（4地域）、③事業主体要件の不備により申請に至らなかった地域（1地域）、④渚泊事業は実施したものの事後のフォローアップが必要と判断される地域（1地域）、⑤事業申請に着手しようとしている地域（1地域）を、既存の渚泊事業実施地域一覧及び、今後事業申請意向のある地域一覧より、電話調査等により合計 10 地域をモデルとして選定した。

ウ. モデル地域における詳細な課題・問題点の分析と受入体制や誘客手法等の課題解決策の検討

モデル調査地域の取り組みの概要と、主に地域が一体となった推進体制の構築過程、地域内での役割分担等の受入体制、誘客手法を含めたビジネス化やマーケティング手法等のテーマに着目した主要な課題・問題点を整理するとともに、それらの課題解決方法に関する現地調査の詳細成果を以下に整理する。

①情報発信

取組に関する情報発信に関し、課題・問題点を抱えるモデル地域の主な課題・問題点とその課題解決策検討内容を以下に整理する。

区分	No	都道府県	地区	主要な課題・問題点	課題解決策の検討
情報発信	1	北海道	A	キャリア地区であるが、渚泊をはじめとした取組情報は事業主体ではなく、町観光協会中心で、町、漁協など中核的取組主体間の情報受発信連携不足が課題となっている。	<ul style="list-style-type: none"> ・組織・町内・地域内ポータル化を図る ・H P:RSSで情報リンク ・SNS:タイムライン表示・リンク ・YOUTUBE:最新投稿表示 ・クックパッド:リンク ※SNSにはTwitter、Facebook、インスタグラムを含む ・全国版の情報受発信ポータルサイトとのリンク
	2		B	同じくキャリア地区であり、渚泊をはじめとした取組情報を各種SNSツールで独立運営しているため、情報の統括・一体化による情報受発信力向上が課題となっている。	
	3	長崎県	C	同じくキャリア地区であり、農泊事業実施済み地区である。 農泊その他の取組情報を各種SNSツールで独立的に運営しているため、情報の統括性や一体性にかけ、情報受発信力向上が課題となっている。	

②事前準備不足

事業申請に当たって事前の準備不足によって申請に至らなかった地域について、課題・問題点を抱えるモデル地域の主な課題・問題点とその課題解決策検討内容を以下に整理する。

区分	No	都道府県	地区	主要な課題・問題点	課題解決策の検討
事前準備不足 (抽出)	4	北海道	D	<ul style="list-style-type: none"> ・夏季のみ観光客が訪れるため、通年での宿泊の受入ができない。 ・申請時点で、鯨番屋を改修し、活用したいが、ハード整備費用の目的が立たない。 ・過去に体験メニューや特産品開発も行ったが、対応可能な民間事業者がいない。 	①渚泊の人材活用事業のための助言・支援
	5	福井県	E	<ul style="list-style-type: none"> ・ハードが先行し、ハードを活用した漁業振興・漁村活性化ソフトが未形成。 ・行政は、ハード整備が目前に迫るH30年度渚泊に申請、漁協や漁業者への経済波及システム構築を検討したが、申請上不可欠の事業主体が未形成。 	①事前の事業主体法人化促進のための助言・支援 ②6次産業運営会社、町観光協会との連携模索
	6	千葉県	F	<ul style="list-style-type: none"> ・事業が山村先行で、渚泊対象(海側)の体制・計画づくりは遅れていた。 ・渚泊着手が検討されたが、準備段階で、不可欠の責任ある事業主体が未形成 ・漁協本所が別でF地区は支所のため意思決定が困難。 	①事前の体制・計画ビジョンづくり(市単事業)着手
	7	愛媛県	H	<ul style="list-style-type: none"> ・同地区は離島であるが、自治体では、本土側漁村対象に農泊事業実施。 ・H地区(本四架橋離島)の若手漁業者を中心に、渚泊着手気運が盛り上がったが、事業主体が見つからず申請保留。 	①単費小規模県支援事業で体制確立に着手予定

③事業主体要件不備・事後のFUを要する地域及び事業申請以前事例

渚泊事業の不可欠要因である事業主体要件が不備な地域、事後のフォローアップが必要と判断される地域及び事業申請以前地域について、課題・問題点を抱えるモデル地域の主な課題・問題点とその課題解決策検討内容を以下に整理する。

区分	No	都道府県	地区	主要な課題・問題点	課題解決策の検討
事業主体要件の不備	8	山形県	D	<ul style="list-style-type: none"> ・D地域協議会は、地区の活性化活動に取組む自由な任意組織であり、キャリア地区。 ・長年の取組を補強・拡充するため、渚泊事申請→計画内容自体は承認されたが、事業主体法人として認められず、申請は却下。 	<ul style="list-style-type: none"> ①事前の事業主体法人化促進のための助言・支援 ②会計・法人経営ノウハウを持つ人材との連携等
事業後のFUの必要	9	和歌山県	G	<ul style="list-style-type: none"> ・G地区はキャリア地区で、渚泊を、G漁協を事業主体として実施済み。 ・しかし、小規模漁協で職員も少ないため、運営体制はぜい弱なままで、継続的活動の担い手不足が未解消。 	<ul style="list-style-type: none"> ①H30年度初年度の漁業・異業種連携促進事業(マッチング支援事業)に参加。 ②H31年度農山漁村振興交付金(農泊推進対策/農泊地域高度化促進事業)に申請予定。
事業申請以前事例	10	鹿児島県	J	<ul style="list-style-type: none"> ・地域振興NPO(平成27年設立)が既に離島内小集落における地域振興キャリア地区。 ・民泊許容量拡大と特産土産物開発が課題。 <p style="text-align: center;">↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・渚泊事業を契機として体制構築を含め取組を更に拡充する方向で申請予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ①NPO法人は、渚泊事業の事業主体が、地域協議会など地域組織でないことで、むしろやりやすい面がある。 ②渚泊を契機にで、むしろやりやすい面がある。

(3) 渚泊等の取組普及の説明会の開催

ア. 成功事例及びモデル調査結果のとりまとめ

本調査結果の結果を事例集として整理した。以下に、事例を作成した地域を示し、次頁に事例整理の一例を示す。

表 e-1-8 成功事例及びモデル地区成果整理一覧

番号	事業実施主体名	地域
1	北海道寿都町水産業産地協議会(寿都地域マリンビジョン協議会)	北海道寿都町
2	歯舞漁業協同組合(根室地域(歯舞地区)マリンビジョン協議会)	北海道根室市
3	雄勝町渚泊推進協議会(一般社団法人 Calm Style)	宮城県石巻市
4	牡鹿半島浜泊推進協議会(一般社団法人 はまのね)	宮城県石巻市
5	魚津市農泊推進協議会(魚津漁業協同組合)	富山県魚津市
6	福井県若狭町	福井県若狭町
7	鳥羽渚泊推進協議会(海島遊民くらぶ(有限会社オズ))	三重県鳥羽市
8	島の旅社推進協議会	三重県鳥羽市
9	相模海女文化活性化協議会(一般社団法人相模海女文化運営協議会)	三重県鳥羽市
10	須賀利渚泊推進協議会(株式会社 ゲイト)	三重県尾鷲市
11	田尻漁業協同組合	大阪府田尻町
12	家島諸島都市漁村交流推進協議会	兵庫県姫路市
13	太地町漁業協同組合	和歌山県太地町
14	ながとふるさと体験受入協議会(一般社団法人長門市観光コンベンション協会)	山口県長門市
15	伊座利の未来を考える推進協議会	徳島県美波町
16	NPO法人おぢかアイランドツーリズム	長崎県小値賀町
17	一般社団法人まつら党交流公社	長崎県松浦市
18	NPO法人かまえブルーツーリズム研究会	大分県佐伯市

(成功事例及びモデル調査結果のとりまとめの例)

他の組織との連携 人材活用 インバウンド対応 情報発信ツール作成 農林水産業体験 アクティビティ 地域内宿泊 教育旅行・修学旅行

1. 北海道寿都町水産業産地協議会(寿都地域マリンビジョン協議会)(北海道寿都町)

経緯・取組概要

- 寿都町では、これまで修学旅行生を中心とした**教育旅行の受入体制**を整備し、年間約20校の1500名以上の生徒を受け入れ、**漁業体験**や**漁家民泊**などを通じた**交流事業**を展開。
- さらに、**一般観光客の増大を図るため**、地元漁協等で作る**協議会**において、①漁船の乗船や水産物の加工品作り等の**地域資源を活用した観光体験プログラム**の開発や②**地域の魅力発信ツールの制作**を実施(農水省の交付金を活用)。
- 加えて、**一大観光地であるニセコとも連携**し、ニセコの観光滞在客への直接的なPRやニセコから寿都への**観光誘導**を推進。

取組内容

教育旅行の受入

- 地元の旅行会社との連携により、修学旅行生の受入を実施。**漁業体験は旅行会社が主催、民泊は町が主催**している。
- 2015年には台湾からのツアー客も受入。



体験プログラムの開発、提供、人材活用

- プログラム開発にあたり**専門家**を招聘。
- **漁港や歴史的建造物等を眺める湾岸線沿いのサイクリング**プランを提供。

漁業体験を提供。



情報発信ツールの作成

- 地域を疑似体験できる**地域内の景観や観光スポットのプロモーション映像(VR)**を作成。



- **観光商品、街の魅力発信するパンフ**を作成。
- **WEBを活用した情報発信**(HP、SNS等)。

他の組織(ニセコ)との連携

- 年間150万人の**観光客で賑わうニセコに、寿都の魅力発信するアンテナショップ**をオープン。(H29年11月)



- **ニセコエリアで広く寿都の魅力**を発信し、**寿都町への誘客**を推進。

成果指標	H28実績	H29実績
売上(体験・宿泊)	45.8百万円	54.7百万円
宿泊者数	8,000人	10,405人

他の組織との連携 ブランド化 インバウンド対応 国内営業 農林水産業体験 自然・環境体験 地域内宿泊 特産品販売

2. 歯舞漁業協同組合(根室地域(歯舞地区)マリンビジョン協議会)(北海道根室市)

経緯・取組概要

- これまで、歯舞漁協は**単独で様々な都市漁村交流活動**を行ってきたが、**受入可能な規模が限られていた**ことが課題。
- 漁協と地域マリンビジョン協議会、地元ホテル、旅行会社が**連携**することで、**円滑な受入体制の確立**や**受入対応の規模の拡大**を期待。
- 地域を訪れる**観光客やバードウォッチャー**等に対し、**歯舞の観光資源のPR**や**漁業体験活動の誘致**等を行うことで、**宿泊の更なる集客数**を確保し、**地域の所得向上及び宿泊をビジネスとして継続的に活動**できる体制を構築。

取組内容

インバウンドへの対応

- 歯舞地区は、**世界有数の渡り鳥の飛来地**であり、**ケイマフリ**や**オジロワシ**といった世界的にも珍しい鳥も見られる**本土最東端パノラマクルーズ**には多くの**外国人**が来訪。
- 外国人対応のため、**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。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**。



地元特産品のブランド化

- **鮮魚活**販売の先進地である**長崎県上五島町に職員を派遣**し、**活**技術を修得することで、**歯舞水産物のブランド力**を強化。

他の組織(旅行会社)との連携

- **旅行会社と連携**し、**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**を企画。



特産品の販売

- 歯舞おさかなまつり、**歯舞昆布まつり**等、**地元特産品をテーマにしたイベント**を開催し、**特産品**を販売。
- **札幌市内、首都圏での産直やフェスタ**に出展。



国内向けの営業、誘致活動の実施

- **大手旅行会社、北方領土県民会議**に対し、**民泊・漁業体験誘致活動**を実施。
- 歯舞おさかなまつり、**歯舞昆布まつり**等**各種イベント**において、**宿泊のPR、誘致活動**を実施。

取組効果

指 標	2016年度	2017年度(上:実績/下:計画)
宿泊者数 = 漁家民泊利用者+ホテル利用者数(人)	59	82 90
日帰り観光客数(人) = 組合食堂・直売所利用者数、市場見学者数+遊覧船(国内外)(人)	63	500 144
売上額(千円)	787 26	2,149 1,643

3. 雄勝町渚泊推進協議会(一般社団法人 Calm Style) (宮城県石巻市)

経緯・取組概要

- 震災によって壊滅的な被害を受けた石巻市雄勝地区では、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地区に呼び込み、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」を平成29年に設立。
- 消費者需要や、地域内での実施可能性、先進地事例等を調査し、今後の商品開発やターゲットの方向性を決めて取組の検討を開始。
- 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に寄与。

取組内容

情報収集(先進地視察)、マーケティングの実施

- 専門業者に委託し、首都圏エリアにおけるweb調査やモニターツアーを通じて、渚泊の体験メニュー等に対する消費者需要の調査を実施。
- 宿泊や食事、体験メニューの提供者となると想定される地元関係者に対し、実施可能性や課題についてヒアリング調査を実施。
- 先進地を視察し、成功要因や課題等について調査を実施。

体験プログラム、地元特産品の開発

- さっぱ船クルーズ等の体験プログラムを開発。



さっぱ船クルーズ

- 地元食材を活用した新たな「食」コンテンツを開発。



ホタテ石焼ラーメン

情報発信ツールの作成

- 首都圏の企業や個人のボランティアが古民家改修と一緒に関わるプロジェクト型プロモーションを実施。



プロジェクト紹介動画の一部(Web配信)

- 地域や体験プログラム等を紹介する多言語リーフレットの制作や動画の制作、配信。

インバウンドへの対応

- インバウンドを意識した商品開発を行い、多言語対応が可能なオペレーションを検討。
- インバウンド商談会などに積極的に参加してPR。

メニュー(民泊)提供者の意識向上・スキルアップ

- 民泊運営検討者を対象に、民泊運営マニュアルを作成し「民泊・農泊理解促進セミナー」を開催。

民泊運営マニュアル
(法的手続きの説明や民泊運営のポイントを整理)



石巻市の位置



4. 牡鹿半島浜泊推進協議会(一般社団法人 はまのね) (宮城県石巻市)

経緯・取組概要

- 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、農林水産資源を活かし、漁業の担い手育成、水産物のPR・販売、古民家カフェ、鹿肉加工、角・革製品作製、林業体験、自然体験等の提供を進めてきたが、自立、持続性が課題。
- そこで、これまでの各浜の取組をつなぎ、牡鹿半島全体で取組の安定化・持続化を図るため、「牡鹿半島浜泊推進協議会」を設立。
- 牡鹿半島の自然や暮らし、農林水産業をまるごとコンテンツとした、本格的な体験プログラムを提供。

取組内容

人材活用

- 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。
- 協議会構成メンバーに対して専門の見地から活動をサポート。

情報収集(先進地視察)

- ジビエの利用の先進地である、石見銀山生活文化研究所(島根県太田市)、兵庫県丹波篠山市を視察。

施設整備(古民家改修)

- 古民家をカフェに改修し、地場食材を利用したメニューの提供、ギャラリー、ハンドメイド雑貨店として利用。



古民家カフェ

情報発信ツールの作成

- 浜の活動を紹介するためのビデオ、コンセプトブック、フライヤーを作成。

- 体験予約を受け付けるためのHPを作成。



ホームページ

体験プログラムの開発、提供

- 漁業
漁師とフィッシング、子ども漁業体験、牡蠣づくしツアー
- 狩猟(ジビエ)
罫を学ぼう、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、メープルシロップをつくらう
- アクティビティ
カヌー、SUP



漁業体験



林業体験



SUP

石巻市の位置



5. 魚津市農泊推進協議会(魚津漁業協同組合) (富山県魚津市)

経緯・取組概要

- 魚津市では、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が、**農林水産漁業者の協力があまり得られず、事業が小規模になり誘客に苦戦**。
- そのため、**漁協が主導となり、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ため、「魚津市農泊推進協議会」を設立**。
- 協議会を通じて、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実施。

取組内容

マーケティングの実施

○ **首都圏の大学へ調査研究委託し、地域資源の掘り起こしのためモニターツアーを3回開催**。また、民泊受入についてのアンケート調査を実施・分析。

情報発信ツールの作成、国内営業

○ 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外向宣伝・営業**。



魚津漁業協同組合HP

他の組織(旅行者)との連携、窓口づくり

○ **市内旅行者と連携し、観光客の問い合わせ・予約申込受付や、申込者と体験協力者との仲介を行う窓口の組織づくりを実施**。



人材活用、メニュー提供者(農林漁業者)の意識向上

○ 6次産業化プランナー等専門家と共に、市内の集落における**農泊(渚泊)についての説明会を実施**。
○ **第一次産業従事者を対象にした先進地視察を実施し、農泊(渚泊)の活動に対する理解と意欲の向上を促進**。
○ 体験コンテンツの実施に協力してもらった農林漁業者を募集。

6. 福井県若狭町(福井県若狭町)

経緯・取組概要

- 福井県南西部の常神半島に位置する岬小学校は、生徒数の減少によりH29.6に廃校。
- 若狭町では、**同小学校を漁獲した魚の加工体験を行う調理場や宿泊室などに改修・再利用し、滞在可能な都市漁村交流施設とすることを計画**。
- また、**福井工業大学(金井学園)と連携し、同大の学生を漁村に誘致するほか、都市部からの教育旅行を受け入れ、大数網(定置網)等の漁業体験や水産加工体験メニューを提供することにより、地域全体の活性化を推進**。

取組内容

施設整備(廃校改修)

○ 昭和57年築、平成29年に閉校した小学校を**改修し、観光交流拠点、農山漁村体験拠点として、平成30年4月にオープン**。
○ **宿泊、魚さばきや干物・糠漬け作成等の体験が可能**。
○ **大学の公開講座や会合の会場とするなど、大学のセミナーハウスとしても活用**。



施設外観

改修した施設内の様子



他の組織(大学)との連携、窓口づくり

○ **大学が施設の指定管理者となり、施設利用や体験の申込受付窓口を担当**。
○ 施設で開催する**イベントの企画運営を地区住民と大学が連携して実施**。



第1回みさき祭の様子



第1回みさき祭の様子

体験プログラムの提供

- 漁業・加工体験
 - ・ 大数網(定置網) 漁体験
 - ・ 船釣り体験
 - ・ 魚さばき体験
- マリンスポーツ
 - ・ シーカヤック
 - ・ シュノーケリング
 (上記2種の方法で洞窟を探検するツアーを実施)



大数網(定置網)漁体験



魚さばき体験

7. 鳥羽渚泊推進協議会(海島遊民くらぶ(有限会社オズ))(三重県鳥羽市)

経緯・取組概要

- 鳥羽市では、**漁業者の高齢化や後継者不足**や特産物(アrame、キンコ)の**生産量が減少による地域の文化や伝統の消失が危惧**されており、また、**観光客の減少や観光業の後継者不足が課題**。
- そこで、地域の様々な主体(ツアー企画会社、漁協、市、若手漁業者、水産加工販売業者、農産加工販売業者)が参画した「鳥羽渚泊推進協議会」を設立し、「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検討。
- 地域の自然や文化・産業を体験するエコツーリズムや、特産品の販売、インターンシップによる観光コンテンツの充実化を実施。

取組内容

地元の受入体制づくり

- 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。
- 地域の様々な主体を集め、地域の課題の洗い出し、取組の方向性を決めるためのワークショップを開催。

人材活用、体験プログラム開発、地元特産品開発・ブランド化

- **インターンシップ**により学生を対象とした渚泊の検討、地域の体験型ツアープログラムの開発を実施。
- 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、**新たなブランドの構築、地域の農水産物の魅力の向上**を検討。
- 学生やアドバイザーの協力のもとで、アラム、アサリ、キンコ(ボトルネックが大きい)以外の**地域資源の掘り起こし**を実施。

体験プログラムの提供

- **漁業と観光業を繋ぎ、地域の自然や文化、産業を体験するツアー**を実施。



エコツーリズムのメニュー

人材雇用

- 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。

特産品の販売

- **農協と連携し、ビュッフェ形式のレストランを併設した、水産物や農産物の直売所**を運営。



直売所のホームページ



8. 島の旅社推進協議会(三重県鳥羽市)

経緯・取組概要

- 「島の旅社推進協議会」は、**町内会、旅館組合、漁協、市等の構成員**により、**答志島の魅力である、ありのままの島の生活を訪れた方におすすわけし、体験していただきたい**という思いで**島の人人々**の手で「島の旅」をプロデュースすることを目的に設立。
- プロデュースするスタッフは、**漁業や養殖業、海女業を兼務している「島の母ちゃん」**たちであり、少しでも**対価が地域に落ちるような観光客、商品開発、情報発信を行い、島の産業へ寄与**。
- **リピーターを含む来訪者が増加し、事業へ協力する島民も増加**。今後は**周辺の離島へと活動エリアを広げる**ことも検討。

取組内容

情報収集(地域資源の掘り起こし)

- 答志島内の自主組織とともに**島内の資源調査**を実施し、体験プログラムを作成。

体験プログラムの提供

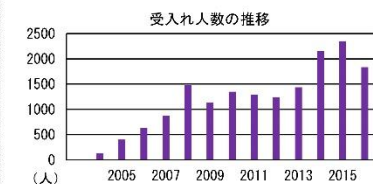
- **島の暮らしそのままの、島民自らが実施可能なサービス**を提供。
- 食事体験は**地元旅館との連携**により実施。



分類	体験プログラムのメニュー
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、流師・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	島のかあちゃんのガイドによる路地裏散策、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

窓口づくり

- **協議会が窓口となり、旅行者からの申込を受けてサービス提供者の手配**を。



9. 相違海女文化活性化協議会（一般社団法人相違海女文化運営協議会）（三重県鳥羽市）

経緯・取組概要

- 一般社団法人相違海女文化運営協議会は、日本一現役の海女が多いまちとして「海女文化」を保全・継承し、町民の誇りとまちの価値を高めていく活動を推進することを目的に設立。
- 日本版DMO候補法人として登録を受け、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実施。
- 海女が信仰する神明神社「石神さん」を中心に、来訪者が海女文化に触れながら周遊できる拠点づくりを面的に実施。

取組内容

人材活用、マーケティングの実施

- 専門家を活用し、来訪者の満足度、再来訪意向、消費金額等を調査・分析する仕組みを構築。
- Webサイトに対するアクセス解析の実施。



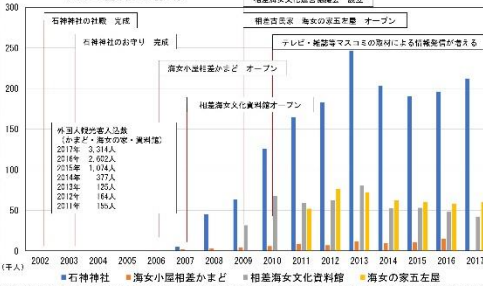
国外に対する営業

- 海外へのプロモーションとして、日本政府観光局主催の商談会等へ出展し、訪日外国人の誘客を促進。

施設整備、体験プログラムの提供

- 「海女のまち」を感じるスポットを整備。
 - ・ 相違海女文化資料館（海女文化と歴史）
 - ・ 古民家・海女の家 五左屋（ショップ&カフェ）
 - ・ 相違かまど（海女小屋体験）
- 海女の文化・歴史を体験するガイドツアーを実施。
 - ・ 地元ガイドが相違の歴史などの説明しながら石神さんを参拝するツアー
 - ・ 海女さんとの石神さん参拝ツアー

入込客数の推移



鳥羽市の位置



10. 須賀利渚泊推進協議会(株式会社 ゲイト)(三重県尾鷲市)

経緯・取組概要

- 須賀利町は、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たり、首都圏の企業がサテライトオフィスを設置したりするなど、新たな動きも散見。
- こうした中、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、都市との交流をするため、「須賀利渚泊推進協議会」が設立。
- 来訪者の増加による持続可能な地域の実現、またそういった地域づくりについて議論する国内・国際会議の開催誘致等を目指す。

取組内容

地域の受入体制・窓口づくり

- 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し、建築家やデザイナー等の専門家の目から見た地域の魅力を共有し、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。
- 地域全体のホテル化を目指す取組として、整備する宿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を検討。

マーケティング、プログラムの開発

- 須賀利町に宿泊、紀北地域で体験するモニターツアーを実施。
- 首都圏の起業家を対象に、紀北の体験ツアーを開催し、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・雇用を期待。
- 水産加工品を開発し、地域内の飲食店での提供やおみやげ品として販売店に提供するための体制を整備。

メニュー提供者の意識向上

- 地域の農林漁業者や宿泊施設の担当者に対し、体験プログラムの構築セミナーや、安全管理研修を実施。
- 地域住民向けに民泊の開業セミナーを開催。

人材活用

- 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。
- 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。

尾鷲市の位置



11. 田尻漁業協同組合(大阪府田尻町)

経緯・取組概要

- 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。田尻町漁業協同組合は、これらの観光客を周年安定して呼び込むため、既存バーベキューガーデンに開閉式囲いを整備、**漁業体験とセットで海産物を提供**。
- 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、加工品の開発、お土産物等の直売所としての機能も充実させ、更なる収益増を企図。

取組内容

体験プログラムの提供

- 刺網漁やカゴ漁等の漁業体験を実施し、下船後、**獲れた魚介類を漁師が捌いて海鮮バーベキューとして提供**。
- 漁業体験の**荒天時代替メニューとして釣り堀を設置**。
- バーベキューガーデンや周辺施設を活用したイベントの開催。



指標	平成28年度実績	平成31年度(目標年)
海鮮バーベキュー関連売上高	16,991,139円	43,631,850円
漁業体験利用者数	1,983人	2,450人

インバウンドへの対応、他の組織(ホテル)との連携

- 朝市には、**近年東アジアを中心に外国人も来訪**。
- 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**。

施設整備(既存施設の改修)、プログラム強化

- 既存のバーベキューガーデンに**開閉式の囲いを設置**。
- 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、**周年営業が可能に**。
- 生育試験に取り組んでいる養殖カキを使った**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予定**。



田尻町の位置



特産品の販売

- 毎週日曜日に朝市を開催。**自分が漁獲した水産物を漁業者自ら販売**。
- 近畿圏全域から集客。



12. 家島諸島都市漁村交流推進協議会(兵庫県姫路市)

経緯・取組概要

- 家島諸島では、2000年代に、**基幹産業の海運業、採石業の低迷から、地域資源を活用した新たな産業として観光業に取組を開始**。
- 家島諸島4島は「**渚泊推進会議**」を設置し、**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**。
- 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、大手旅行会社等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。

取組内容

他の組織(大手旅行会社)との連携

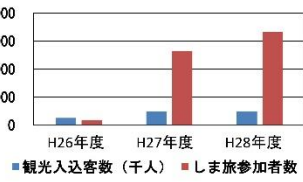
- 大手旅行会社や体験サイトと連携し、宿泊や体験プログラムの予約販売サイトの仕組みを構築**。



体験予約サイト

体験プログラムの強化

- 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等)**。



インバウンドへの対応

- インバウンド対応のために**地域の事業者向けおもてなし研修セミナーを実施**。

地元特産品の開発

- 坊勢さばを使ったさば寿司のプロモーション強化**



さば寿司

- 真空包装を活用したジャムや佃煮商品を開発**

家島諸島の位置



人材活用、情報発信ツールの作成

- 都市部から研修生を募集し、受入。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**。
- プロのカメラマンに委託した家島フォトギャラリーと家島諸島PR動画を、家島観光事業組合ホームページに掲載**。



家島観光事業組合ホームページ

13. 太地町漁業協同組合（和歌山県太地町）

経緯・取組概要

- 太地町では、これまで、クジラと触れあう空間の提供を通じて、交流人口の増大、地元水産物の消費拡大等を図り、地域活性化を目指すことを構想。
- その一環として、これまでのハード整備に加えて、太地町のクジラと自然環境という独自性の高い地域資源を観光コンテンツとして磨き上げ、「クジラとふれあう体験」や「漁業体験」を主軸とした、同町だけで楽しむことができる体験型プランを開発。
- 太地町漁協が中心となり、町内宿泊施設、商業施設等と連携し、広く観光プロモーションを展開。

取組内容

体験プログラムの開発

- 古式捕鯨発祥の地である太地町は、「クジラ」という独自性の高い資源を活かし、この町でしか体験できないプログラムを開発、提供。
- 各種体験プログラムや施設整備の方向性を示したまちづくりの将来構想図をとりまとめ。



捕鯨船試乗



くじらと泳げる海水浴場

指標	28年度実績	30年度目標
シーカヤック体験事業売上	2,147千円	3,710千円
シーカヤック体験者数	672人	1060人
体験事業による道の駅売上げ波及	0円	1,332千円
体験事業による道の駅利用者数	0人	1,110人

難波崎くじらの海を基地とした、活力ある自然とくじらのまちづくり将来構想図



まちづくりの将来構想図

情報発信、地元食の提供

- 29年8月にオープンした道の駅「たいいじ」にて、観光情報の発信と地元水産物や名物料理の提供を実施。



道の駅レストラン



名物 鯨スタミナ丼

太地町の位置



他の組織(博物館)との連携

- 「くじら博物館」と連携し、学芸員によるレクチャーやイルカの餌やり体験を実施。



学芸員によるレク



イルカの餌やり体験

14. ながとふるさと体験受入協議会(一般社団法人長門市観光コンベンション協会) (山口県長門市)

経緯・取組概要

- 長門市では、これまで3地域で個々に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。
- そこで、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」の推進に取り組むため、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。
- 長門観光コンベンションを事務局・中核組織となり、協議会にて長門市全域の活動組織を包括して、受入組織間での役割分担や連携、企画・販売や予約申込の窓口の一本化を実施。

取組内容

メニュー提供者のスキルアップ、インバウンドへの対応

- 勉強会に出席し、農泊の現状と課題、交付金の使い方、農泊施設開業手続き等の情報を収集。
- 都市農山漁村交流魅力向上セミナーにて、交流産業の創出による地域活性化の実践について情報を収集。
- 児童・生徒や外国人とのコミュニケーション研修を実施。

国内向け営業の実施

- 旅行エージェント・学校等へのセールスプロモーションを実施。

■体験型修学旅行 2017年度実績
2団体 550人(中学校・高校)

■宿泊体験活動(子ども農山漁村交流プロジェクトを含む)
11団体 357人(小学校・中学校・大学・韓国高校・外国人留学生)
～受入地域(受入地区の連携)～
通・青島地区、俄山・洪水地区、三隅・油谷地区、通地区、俄山地区、通・三隅地区

情報発信ツールの作成、窓口づくり

- 各地区への窓口を一元化するために、予約受付用のホームページを作成。
- 市内各地区の取組をホームページにて紹介。



〒759-4102 山口県長門市長門4-2-1
TEL: 0837 22 0074 FAX: 0837 22 0079
〒759-4102 山口県長門市長門4-11-399-2
TEL: 0837 23 1197 FAX: 0837 22 6487

(一社)長門市観光コンベンション協会のホームページ

長門市の位置



15. 伊座利の未来を考える推進協議会（徳島県美波町）

経緯・取組概要

- 伊座利地区では、90年代に小中併設校の通称「伊座利校」の**廃校問題をきっかけに、住民による地域おこしを開始。**
- 2000年4月に設立した「伊座利の未来を考える推進協議会」では、子どもからお年寄りまで**全住民が加入し、町内会や漁協、学校、婦人会など、地区内のあらゆる団体とも連携しながら運営。**
- 地区外の中学生以下の子どもを伊座利校に受け入れる「漁村留学」をきっかけに、全国各地から移住者が集まってきており、現在では人口の6割が移住者であり、高齢化率も減少。

取組内容

体験プログラムの提供

○地区外の子どもが地区に家族で引越して伊座利校に通う「**漁村留学**」を実施。これまでに首都圏、関西圏、徳島県内などから**100人を超える転入生**を受入。
○その他の体験プログラムとして、1日漁村留学体験や、海女の仕事を体験を実施。



1日漁村留学体験



海女の仕事体験

施設整備(カフェ、宿泊施設)

○海女さんや漁師のお母さんたちが経営するカフェを整備。**地元水産物を使った料理を提供し、来訪者や地域住民が集まれる、利用できるコミュニティ空間として機能。**
○カフェの2Fに**ゲストハウス**を整備。



カフェ(1F)、ゲストハウス(2F)

美波町の位置



移住・定住の支援、情報発信ツールの作成

○移住者希望者のために「伊座利を知りたい人のためのガイドブック」、「伊座利を知りたい人のためのガイドサイト」を作成。**移住に向けたフローを提示。**
○移住受入について、地区への移住には協議会との話し合いが必要。また、協議会が住居を紹介。
○現在では人口の約6割が移住者。**漁業後継者、1ターン就漁者も増加。**



移住希望者向けのホームページ

16. NPO法人おぢかアイランドツーリズム（長崎県小値賀町）

経緯・取組概要

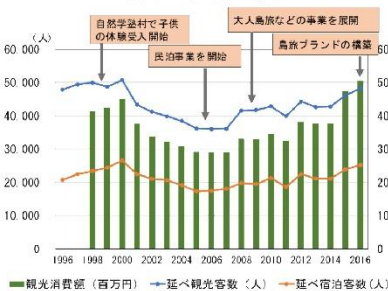
- 小値賀町では、90年代に、**人口減少が進む中で“このままでは将来無人島になる”との危機感**をもち、これまで自然と教育の連携した観光、アイランドツーリズムによる**過疎対策を複数の組織にて実施。**
- **島内観光のブランド化と持続可能な体制づくりのため、島内受入組織を「NPO法人おぢかアイランドツーリズム」に統合。**
- 同NPOでは、観光を通して島の課題を解決するソーシャルエンタープライズとして、自然体験事業、古民家事業運営、島内観光窓口、島の観光ワンストップ窓口など多岐にわたる事業を実施。

取組内容

体験プログラムの強化

○教育旅行中心から、**高価格商品の大人島旅**などへ企画を転換。
○地域の特色を生かした**多様な農山漁村のアイランドツーリズム（島暮らし体験）**の推進。
○ブランドを具体化した商品の開発。

小値賀町観光客数の推移



受入体制・窓口づくり、情報発信ツールの作成

○島内観光の様々な窓口をNPOに一本化。
・民泊事務局
・島旅コンシェルジュ
・フェリーターミナル観光窓口・島の観光案内
・古民家事業の運営・広報活動
○島旅の情報発信、予約受付のための**ホームページ**の作成



ホームページ

小値賀町の位置



施設整備(古民家改修)、人材活用

○古民家を改修したレストランや宿泊施設を整備。
○外部の**専門家が古民家の再生、活用**についてプロデュース。
○宿泊施設では、**地元食材を使って自炊が可能。**



古民家を改修した宿泊施設

17. 一般社団法人まつら党交流公社（長崎県松浦市）

経緯・取組概要

- 2003年度以降、「ほんなもの(ほんもの)」の体験型旅行事業を企画・運営、次代を担う中高生を中心とする若者の人間関係を築く能力を育み、農漁村文化や自然への理解を促すための修学旅行受入と共に、農漁村の文化や営みに興味を持つ一般の人々との人間味溢れる交流を楽しみながら社会への貢献や会員自らの生きがいがつくりだすことを目的に設立。
- 近年は民泊受入家庭や農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、事業担い手の確保が課題。
- 修学旅行実施までの準備等に多くの手間と時間等がかかるため、一般客の受入が伸びないことが課題。

取組内容

受入体制の強化

- 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・参加呼びかけを行い、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人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、インバウンド受入手法等についての講習会も実施する。
- 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。



漁業体験プログラム

情報発信

- PR動画の作成
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（修学旅行用及び一般客用（多言語対応））を制作する。
- 国際交流体験団体の招聘
今後のインバウンド誘客につなげるため、取引実績のある国際交流取扱団体の職員やその他交流団体職員を招聘し、実際にほんなもの体験を実感してもらう事業の実施。

松浦市の位置



体験土産品の開発

- 一般客への農水産物の販売が行えるシステムの構築。
- 商品・デザインの決定、土産品のパンフレットの作成など。



味覚体験（押し寿司作り、さつま揚げ作り）

18. NPO法人かまえブルーツーリズム研究会（大分県佐伯市）

経緯・取組概要

- 2006年度以降、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。
- 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どう連携するかが課題。

取組内容

受入体制の強化(DMO機能を持つ組織構築)

- 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エインスティ協議会(仮)」を設立し、地域の関係団体との調整を行うDMO機能を持つことで地域全体のマネジメントを目指す。
- 地域の海と水産資源の魅力共有し、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。



ホームページ

個人旅行・インバウンド誘客のための情報発信

- ライブカメラや定点撮影カメラによる常時情報発信として、ライブカメラなどを設置し、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。
- 地元の大学の外国人留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・活用として、インバウンド誘客に向け、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等で情報発信を見て貰い、プロモーション活動に努める。
- 蒲江にゆかりのある人々への情報発信として、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重点的な情報発信に努める。



定置網漁見学ツアー (Youtube)



佐伯市の位置

地域内に経済効果を出せるプログラムづくり

- 大学（大分学研究会、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、学術的な魅力を持った観光コンテンツを掘り起こす。
- ツーリズムコンソーシアムと連携しターゲットを絞ったマーケティング調査
- 地域を周遊させ、地域への経済波及効果を生み出すプログラムの造成。

イ. 渚泊等の取組普及の説明会の開催

渚泊の取組を全国的に推進するため、下表に示す3カ所（大分市、青森市、東京都）で説明会を実施した。

説明会では、渚泊に取り組む地域の当事者にも登壇していただき、取組事例をご紹介いただいた。

表 e-1-9 渚泊等の取組普及のための説明会の開催概要

開催概要	説明内容	参加人数
<p>『都市と漁村の交流に向けた取組を学ぶ』 in 大分 平成30年12月11日（火） 13:00～16:40 ※都市漁村推進協議会との共催</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 漁村活性化と渚泊 (水産庁漁港漁場整備部) ■ 全国の渚泊の取組事例の紹介 (一般財団法人漁港漁場漁村総合研究所) ■ 漁村情報発信のためのポータルサイト構築について (一般社団法人全日本漁港建設協会) ■ かまえブルーツーリズム研究会の取り組み (NPO 法人かまえブルーツーリズム研究会) ■ 坊勢漁協の都市漁村交流の取り組み (坊勢漁業協同組合) ■ イタリアの漁村観光の紹介 (一般財団法人漁港漁場漁村総合研究所) 	約 60 名
<p>『渚泊の推進に向けた取組を学ぶ』 in 東北 平成31年1月28日（月） 13:30～16:30</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 漁村活性化と渚泊 (水産庁漁港漁場整備部) ■ 全国の渚泊の取組事例の紹介 (一般財団法人漁港漁場漁村総合研究所) ■ 漁村情報発信のためのポータルサイト構築について (一般社団法人全日本漁港建設協会) ■ 下北ジオパークの取組について (下北ジオパーク推進協議会) ■ 伊根地域の渚泊の取組について (伊根町観光協会) 	約 60 名
<p>『渚泊の推進に向けた取組を学ぶ』 in 東京 平成31年1月29日（火） 13:30～16:30</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 漁村活性化と渚泊 (水産庁漁港漁場整備部) ■ 全国の渚泊の取組事例の紹介 (一般財団法人漁港漁場漁村総合研究所) ■ 漁村情報発信のためのポータルサイト構築について (一般社団法人全日本漁港建設協会) ■ 漁村の活性化に向けた観光・交流に関する情報公開・拡散のポイント (一般財団法人都市農山漁村交流活性化機構) 	約 50 名

2. 情報発信システムの改良・普及

e-2-1. 漁村情報発信ポータルサイトへの意向調査

漁村情報発信プラットフォームポータルサイトについて、ポータルサイトを受信閲覧する側、ポータルサイトに登録しているサイトの発信する側、受信閲覧するインバウンドの側からの3つの視点から行った。

i) 受信閲覧側の意向調査

多くの都市住民等にポータルサイトを閲覧・活用してもらい、最終的には漁村を訪れる人を増加させることが重要である。そのため、システムを活用して受信閲覧する側のニーズについてポータルサイト上でアンケート調査（web アンケート）を実施した。

アンケートの内容は、参考資料-1 のとおりである。このアンケートを漁村情報発信ポータルサイトに組み込み、web アンケートを行った。

結果を図 e-2-1 から図 e-2-4 に示す。

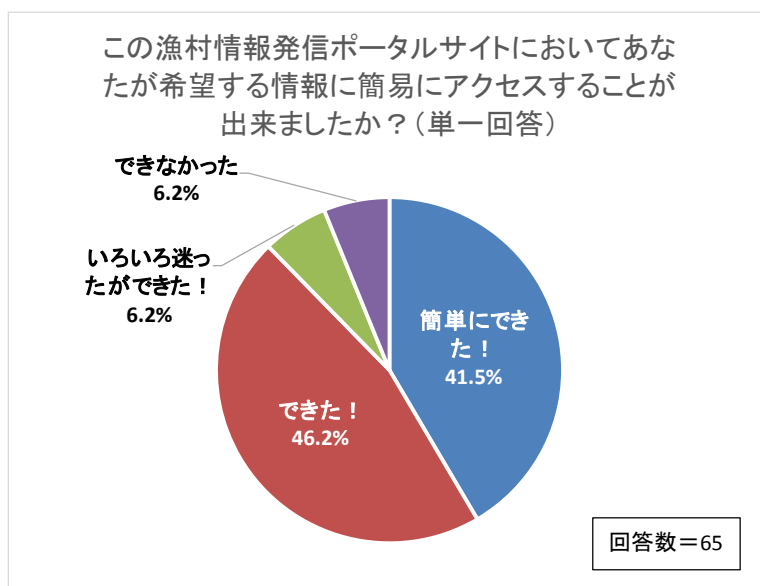


図 e-2-1 ポータルサイト内の希望情報へのアクセス性

図 e-2-1 は、サイトのコンテンツへのアクセスの難易度についてみたものである。ポータルサイトの閲覧者が、希望する情報のあるページに到達できたかどうかを聞いたものである。各情報のページは、「はじめに」、「最新ニュース」、「空から漁港漁村をしてみよう」、「何から探すか?」、「地図から探す」、「地方から探す」、「漁村関連団体向け」のラベルがついてある。さらに「何から探すか?」には「漁港めし」、「漁村で味わう」、「漁村で買い物をする」、「漁村で学び・遊ぶ」、「漁村で泊まる」、「漁村の絶景を見る」の6つのサブメニューがある。「地方から探す」には各地方のサブメニューにそれぞれの登録サイトが表示されるようになっている。このようなメニューとサブメニューの構成であるが、ほとんどの閲覧者ができたとの回答で、アクセス性には問題がないことが分かる。

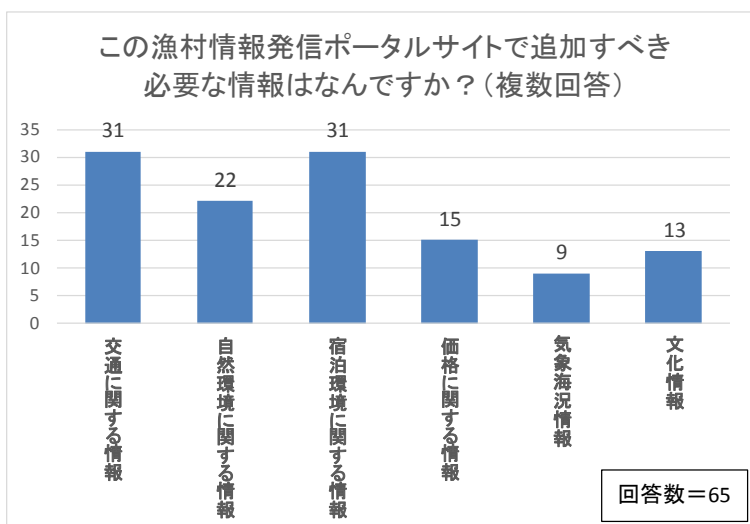


図 e-2-2 ポータルサイトに追加すべき情報

図 e-2-2 は、現在ポータルサイトで取得できる各種の情報に加えて、さらに追加すべき情報を聞いたものである。漁村を訪問する場合あるいは、登録サイトの地域を訪問する場合に必要な「交通に関する情報」と「宿泊に関する情報」を追加すべきとの回答が多い。これらの情報は、ポータルサイト側で提供することは非常に困難で、それぞれの登録サイトで準備すべき情報である。従って、サイトの閲覧者がこれらの情報を取得したいとの希望を各サイトの管理者に伝達し、追加するように要請する必要がある。

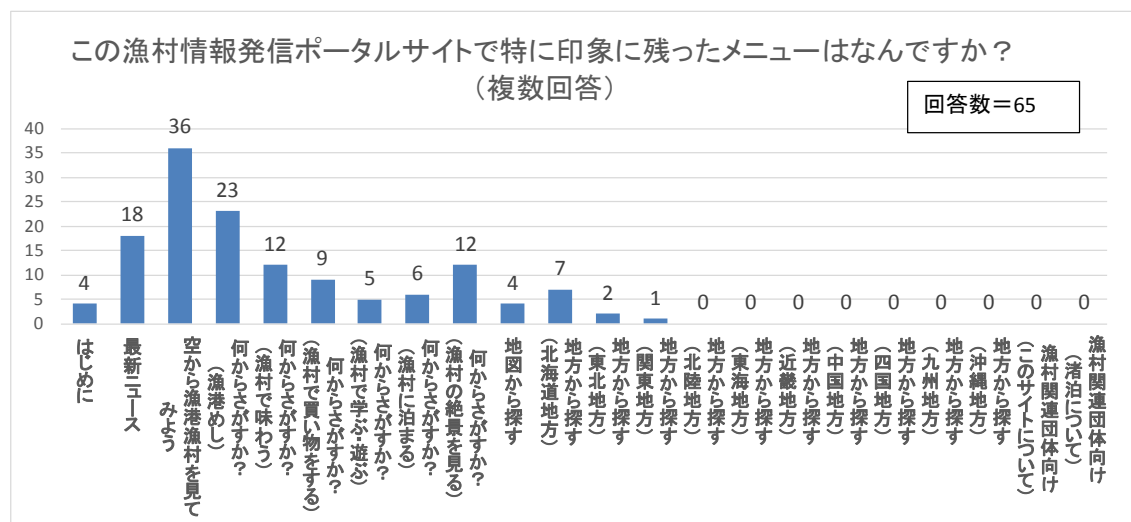


図 e-2-3 ポータルサイト内で印象に残ったメニュー

図 e-2-3 は、ポータルサイト閲覧者が、印象に残ったメニューを聞いたものである。「空から魚港漁村をしてみよう」、「何から探そうか?」のサブメニューである「漁港めし」、「最新ニュース」、「何から探そうか?」下の「漁村で味わう」と「漁村の絶景を見る」のサブメニューが印象に残るものとなっている。それぞれ、空からの動画、ニュース性そしてグルメと景観が印象に残る情報となっている。そのうち空からの動画は、「漁村の絶景を見る」に通じる景観情報に分類されると考えられる。

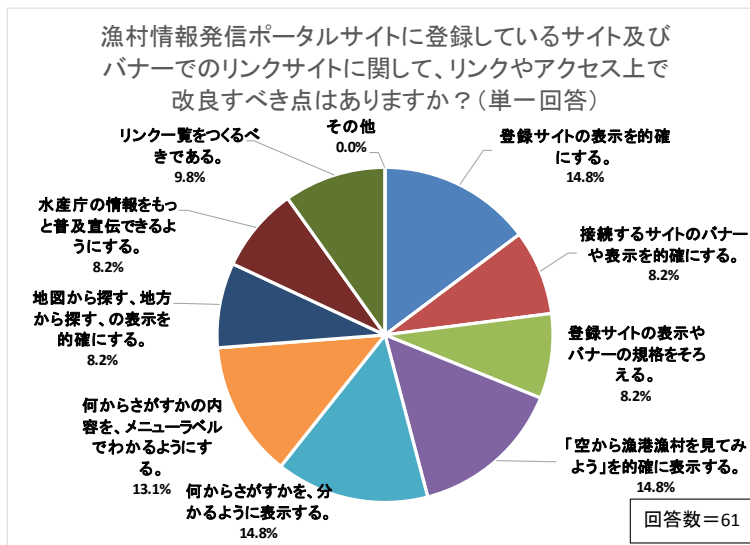


図 e-2-4 登録サイト等での改良点

図 e-2-4 は、ポータルサイト自身ではなく、登録サイト及びバナーでリンクされている関係団体のサイトについて、その改良点を聞いたものである。各サイトのコンテンツについての改良点と言うより、登録サイトの表示やバナーの表示を揃える、的確にすべきとの回答が多かった。また、サブメニューである「何から探すか？」を内容が分かるように表示すべきとの要求も多い。それらに対応する一つの方法として、サイトマップやリンキー一覧で示す必要がある。

閲覧者へのアンケート結果である図 e-2-1 から図 e-2-4 を通して、ポータルサイトの改良点をまとめると次のようになる。

- ・ ポータルサイトでの各メニュー、サブメニュー及びバナーリンク先へのアクセス性については、概ね問題はない。
- ・ ポータルサイトおよび登録サイトで追加すべき情報は、交通に関する情報と宿泊に関する情報であった。これらの情報は、登録サイト側に、このような要望が多いと連絡し、これらの情報を表示してもらう必要がある。
- ・ 閲覧者の印象に残ったメニューは、空からの動画、ニュース性そしてグルメと景観に関するものである。これらに関する情報をいっそう強化する必要がある。
- ・ 登録サイト及びバナーでリンクされているサイトについての改良点については、表示を揃える、的確にすべき及びサブメニューについて内容が分かるように表示すべき、であった。対応として、サイトマップ及びリンキー一覧を設けることが考えられる。

ii) 個々の登録サイトの発信側の意向調査

既にポータルサイトに登録している団体のサイト担当者に、日々のサイト・SNSの更新情報が「自らが期待するようにポータルサイトにアップロードされているか」、また「ポータルサイトをどのように改良すればよいか」についてポータルサイト上でアンケート調査（webアンケート）を実施した。アンケート内容は、参考資料-2のとおりである。

結果を図 e-2-5 から図 e-2-7 に示す。

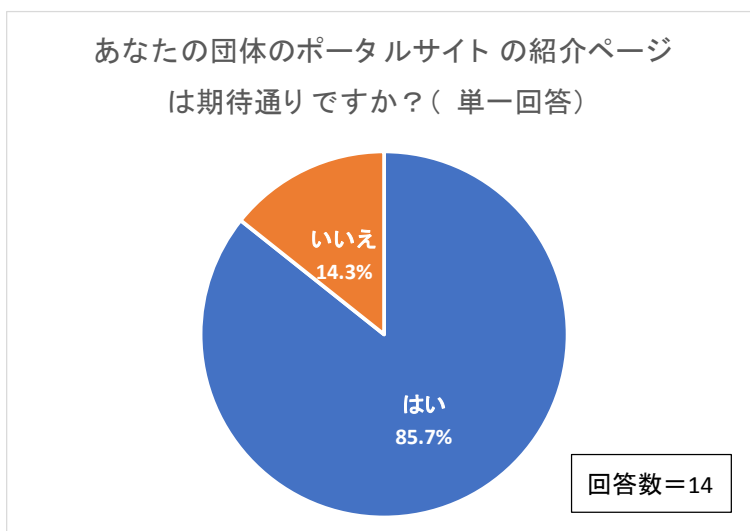


図 e-2-5 ポータルサイト上の団体紹介ページへの評価

図 e-2-5 に、各団体のサイトがポータルサイトに登録され、開示閲覧されていることについて、期待通りであるかを聞いたものである。概ね期待通りであるとの回答であった。経費及び手間等が不要であることから、ポータルサイトで登録サイトが拡散されるだけで「期待通り」との回答となると思われる。

「いいえ」については、少ないが、図 e-2-6 にあるようにポータルサイト上での表示に関する期待であると思われる。登録サイトの表示については、各団体のサイトのバナーを貼り付けることや、その他 SNS のタイムライン等を見やすくすることを検討する必要がある。

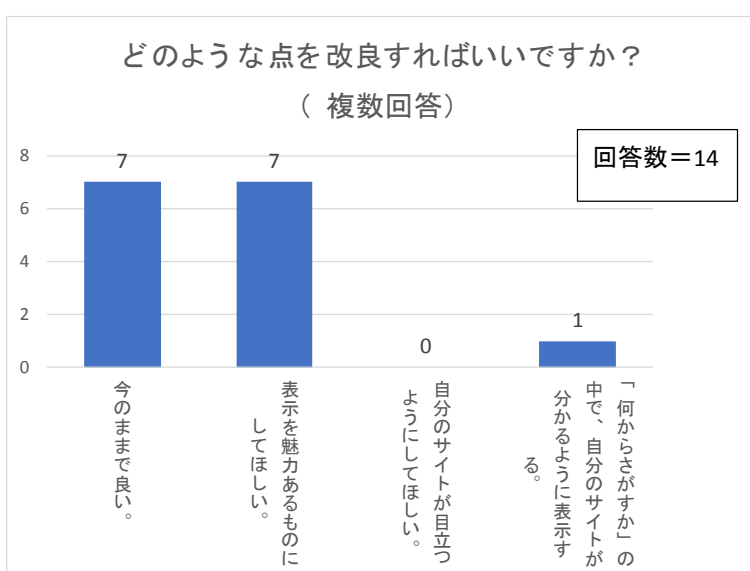


図 e-2-6 ポータルサイトの改良点

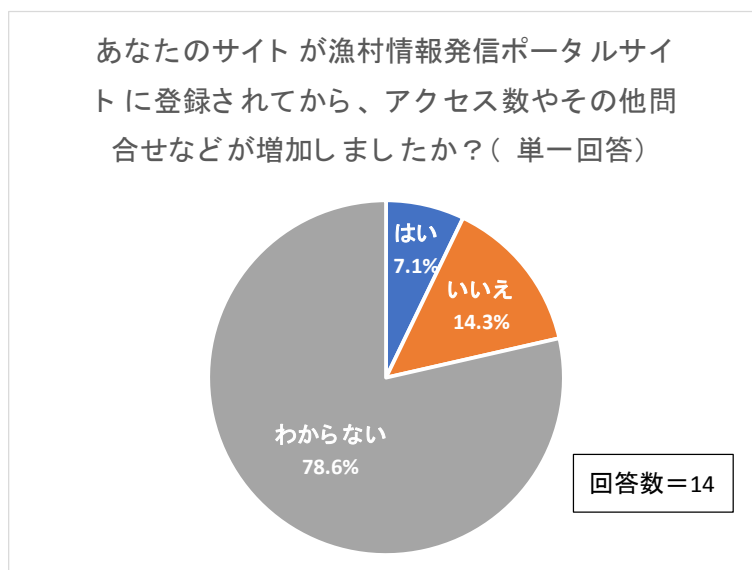


図 e-2-7 ポータルサイト登録の効果

図 e-2-7 は、ポータルサイトへの登録の効果についての実感を聞いたものである。「はい」が非常に少なく、ポータルサイトへの登録の効果について各団体とも実感をしていない。しかし、後述するアクセスアナリシスを見ると、ポータルサイトから各登録サイトへ移動している実績があり、また閲覧数も多数にのぼっている。この原因の一つとして、各登録サイトがアクセスアナリシスを実施していないことが考えられる。その場合はポータルサイト管理者から、「お知らせ」という形で、ポータルサイトから各団体への移動数及び閲覧数について情報を送る必要があると思われる。そのことにより、ポータルサイトの効果を実感し、閲覧者を意識した情報のアップロードなども行うこととなる。

登録サイト団体へのアンケート結果である図 e-2-5 から図 e-2-7 について、ポータルサイト及び登録サイトへの改良点をまとめると次のようになる。

- ・ ポータルサイトで登録され、開示閲覧されていることについて、概ね期待通りであった。
- ・ 「いいえ」については、少ないが、ポータルサイト上での表示に関する期待であり、各団体のサイトのバナーを貼り付けることや、その他 SNS との表示について関連を見やすくする必要がある。
- ・ ポータルサイトへの登録の効果を、各団体とも実感をしていない。しかし、アクセスアナリシスでは、各登録サイトへの移動、閲覧は実績がある。各登録サイトへの移動数及びポータルサイトの閲覧数について情報を随時知らせる必要がある。

iii) インバウンド意向調査 (外国人留学生のアンケート調査)

ポータルサイトを、google 自動翻訳を用いて、11 か国語 (日本語、英語、中国語 (簡体)、中国語 (繁体)、フランス語、ドイツ語、イタリア語、韓国語、ロシア語、スペイン語、タイ語) にて表示させ、すべてのサイトをアジアから九州大学に留学している学生 7 人に、アンケートを行った。

調査の流れは図 e-2-8 のとおりである。アンケート対象者は表 e-2-1 の 7 人で、九州大学の工学部・農学部 に在学中の大学生・大学院生であり、英語は全員が読み書き可能である。

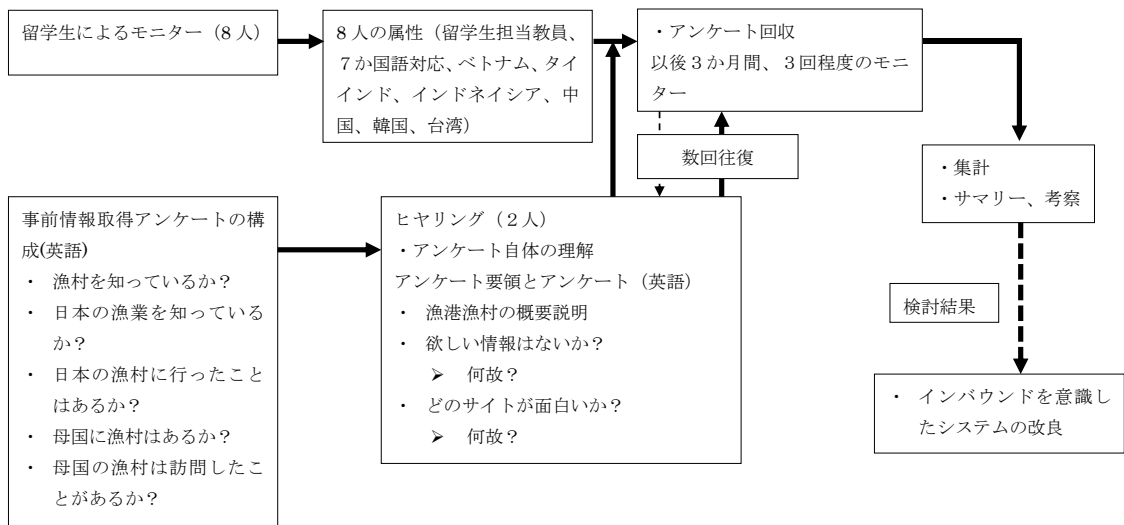


図 e-2-8 外国からの留学生へのアンケートの流れ

表-e-2-1 アンケート対象者一覧

調査対象者	国籍	学部	コース名	学年	年齢	性別
1	インドネシア	農学部	生物資源環境	B3	20	女
2	インド	工学部	機械工学	M1	23	男
3	インドネシア	工学部	建設都市工学	B3	20	男
4	タイ	工学部	航空宇宙工学	B3	21	男
5	台湾	工学部	機械航空工学	B1	19	男
6	韓国	工学部	機械航空工学	B1	23	男
7	ベトナム	工学部	機械工学	B4	21	男

(※B=学部、M=修士課程)

また、アンケートの前に、漁村情報発信ポータルサイトの google の自動翻訳の精度について事前ヒアリングを行った。以下にその結果を示す。

日時：2018年12月12日 12:30-15:00

場所：九州大学伊都キャンパス工学部会議室

ヒアリング者：清野聡子准教授、田村美香助教、長野章、國武裕一（全漁建）

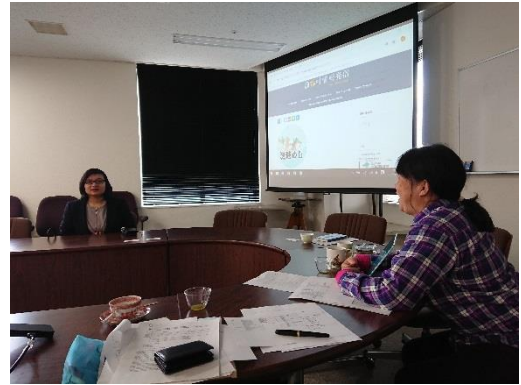
1. 調査対象者1（農学部生物資源環境コース3年生：インドネシア）

①アンケートの内容について

・アンケートの英訳は、日本語のアンケートが理解できたので、すぐできた。

②ポータルサイトについて

- ・グーグルの自動翻訳でよくわかった。
- ・アクセスメニューの「地方から探す」下のサブメニューにおいて、各登録サイトの一覧の下部（九州地区）が表示されない。
- ・「はじめに」の概要は掴み易い。文章の大意は理解できるが、一部文法がおかしいところがある。
- ・「最新ニュース」と「漁村の最新情報」の違いがよくわからなかった。
- ・「漁港めし」は自動翻訳で「fishing port rice」と翻訳されているが、「fishing port cuisine」の方が適切ではないか。
- ・「地図から探す」ページの地図と一覧表の位置関係は、ページの上部に一覧表が表示される方が良いのではないか。
- ・メニューの「地図から探す」と「地域から探す」では、「地域から探す」の方が探しやすい。
- ・最低限の情報、紹介文は、自動翻訳に頼らずに、ちゃんと翻訳した方がいい（田村、清野）
- ・Google 翻訳を活用している点で、このサイトがインバウンドを意識している姿勢は良く伝わってくる。



2. 調査対象者 2（工学部機械工学コース 修士 1 年：インド）

①アンケートの内容について

- ・英訳アンケートは分かり易い。

②ポータルサイトについて

- ・ポータルサイトは、オーソドックスなウェブサイトのフォーマットに則していたので見易い。
- ・自動翻訳の精度については、改善すべきところは、都度 google 社に要望を出せば修正してくれるはず。
- ・Google map の地名の言語については、サイト閲覧者の環境（OS の設定言語）に応じた表示になっているのではないか。
- ・メニューの「地図から探す」と「地域から探す」では、日本の地域名がわからない自分としては「地図から探す」の方が探しやすい。
- ・「漁港めし」は重要なメニューであると思う。



アンケートの内容は、巻末の参考資料-3 に、それを英訳したものを参考資料-4 に、さらに英語での回答を参考資料-5 に示す。参考資料-5 については、登録サイトを閲覧して、インバウンドからの各サイトへの意見を記述しており、大変参考となる。

図 e-2-9 から図 e-2-19 にアンケート結果を示す。

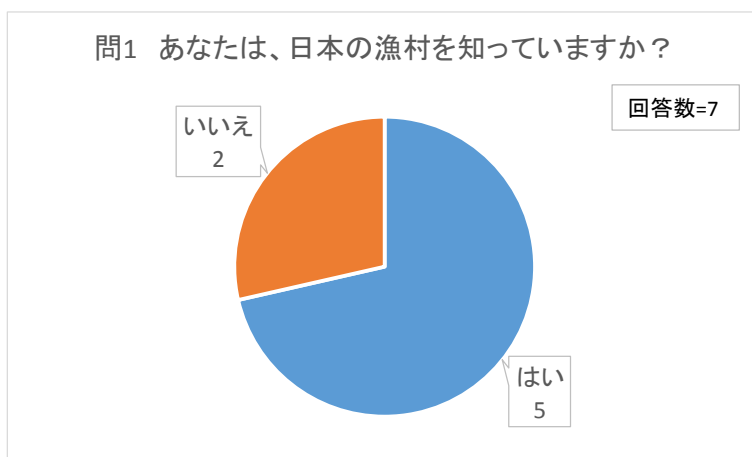


図 e-2-9 日本の漁村の認知度

図 e-2-9 は、日本の漁村についての認知度を、図 e-2-10 は日本の漁村への訪問経験を、図 e-2-11 は日本の漁業の認知度を、図 e-2-12 は自国の漁村への訪問経験を聞いたものである。これらから、回答者の半数は日本の漁村や漁業の知識を持ち、訪問した経験がある。また自国の漁村への訪問経験もある。従って、ポータルサイトを閲覧して漁港漁村及び漁業についてある程度の正確なイメージを持つことができると思われる。

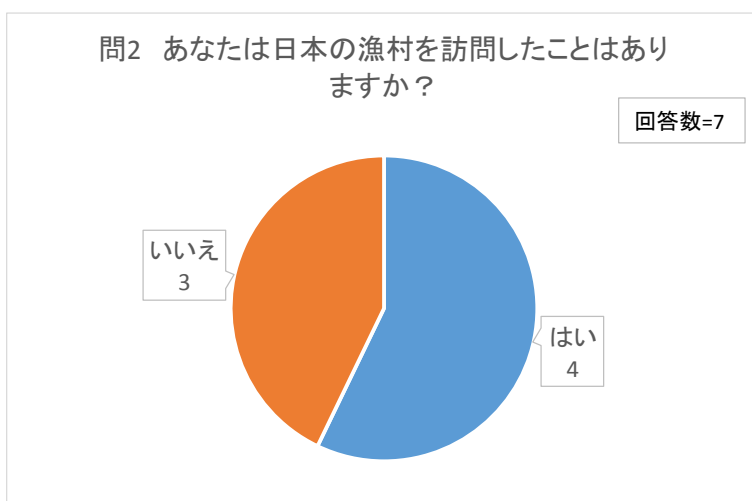


図 e-2-10 日本の漁村の訪問経験

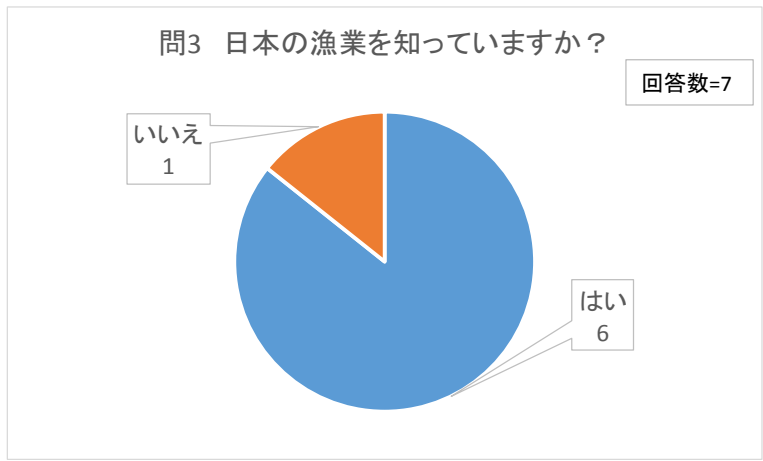


図 e-2-11 日本の漁業の認知度

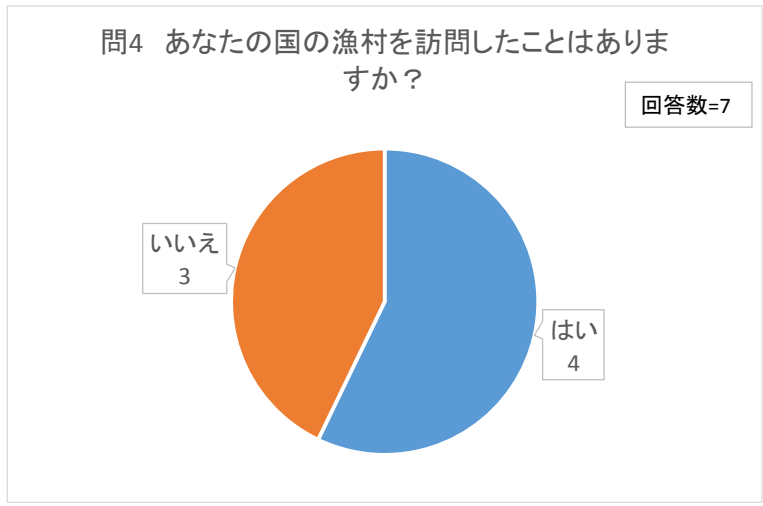


図 e-2-12 自国の漁村の訪問経験

図 e-2-13 は、ポータルサイトのメニュー構成に関する評価で、全員がこのページメニューで、登録サイト等を検索できるとしている。また、このような回答が戻ってきたことは、ポータルサイトの自動翻訳機能が十分であることもうかがえる。

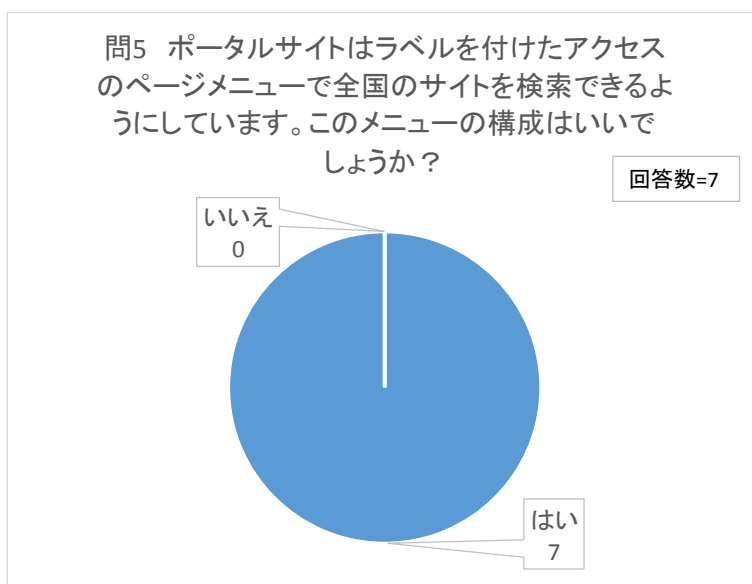


図 e-2-13 ポータルサイトのメニュー構成に対する評価

図 e-2-14 と図 e-2-15 は、現在のポータルサイトについて、さらに必要な情報及びメニューページが必要かどうかを聞いたものである。現在のページメニューは「はじめに」、「最新ニュース」、「空から漁港漁村を見てみよう」、「何から探すか?」、「地図から探す」、「地方から探す」、「漁村関連団体向け」である。さらに「何から探すか?」には「漁港めし」、「漁村で味わう」、「漁村で買い物をする」、「漁村で学び・遊ぶ」、「漁村で泊まる」、「漁村の絶景を見る」の6つのサブメニューがある。「地方から探すには」には「北海道地方」「東北地方」「関東地方」「北陸地方」「東海地方」「近畿地方」「中国地方」「四国地方」「九州地方」「沖縄地方」と、各地方のサブメニューがある。これらの他に必要なメニューがあると回答している外国人留学生がほとんどであった。必要な情報は、「地方から探す」、「漁港めし」をはじめとするグルメ情報及び「泊まる」に関する情報であった。

日本の地方名と場所を十分理解できていない外国人留学生にとっては、「地方から探す」のサブメニューの地方名だけでは、情報不足と考えられる。地図表示等と相互補完できるようなシステムや、地方名の他に外国人留学生が連想できるアイコンや紹介を表示できるようなことを希望していると思われる。

「漁港めし」は、グルメ情報を登録サイトへのアクセスなしに直接検索できるページである。しかし、現在は日本全国で12件しか情報が集まっておらず、まだ不十分である。この数を増やすとともに地域とのリンクやグルメの種類別の表示が必要と思われる。

「泊まる」については、登録サイトへアクセスした上で検索することとなるが、外国人留学生にとっては、宿泊情報へのアクセスが煩雑であると思われる。ポータルサイト上で宿泊情報を直接検索できるようにすると、閉店や休館といった情報の変更や、問合せへの対応が現実的には困難であることから、登録サイトの側で「泊まる」の情報を充実させることが必要である。

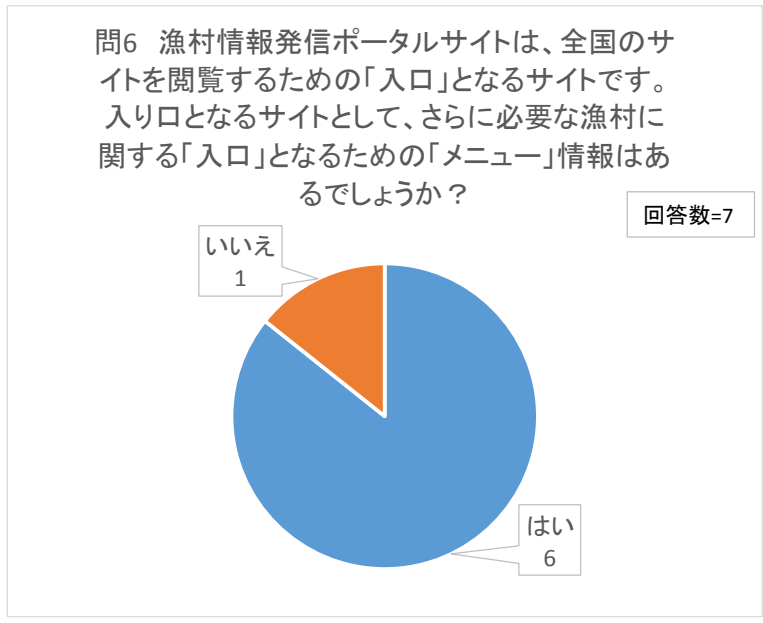


図 e-2-14 必要な「メニュー」情報の有無

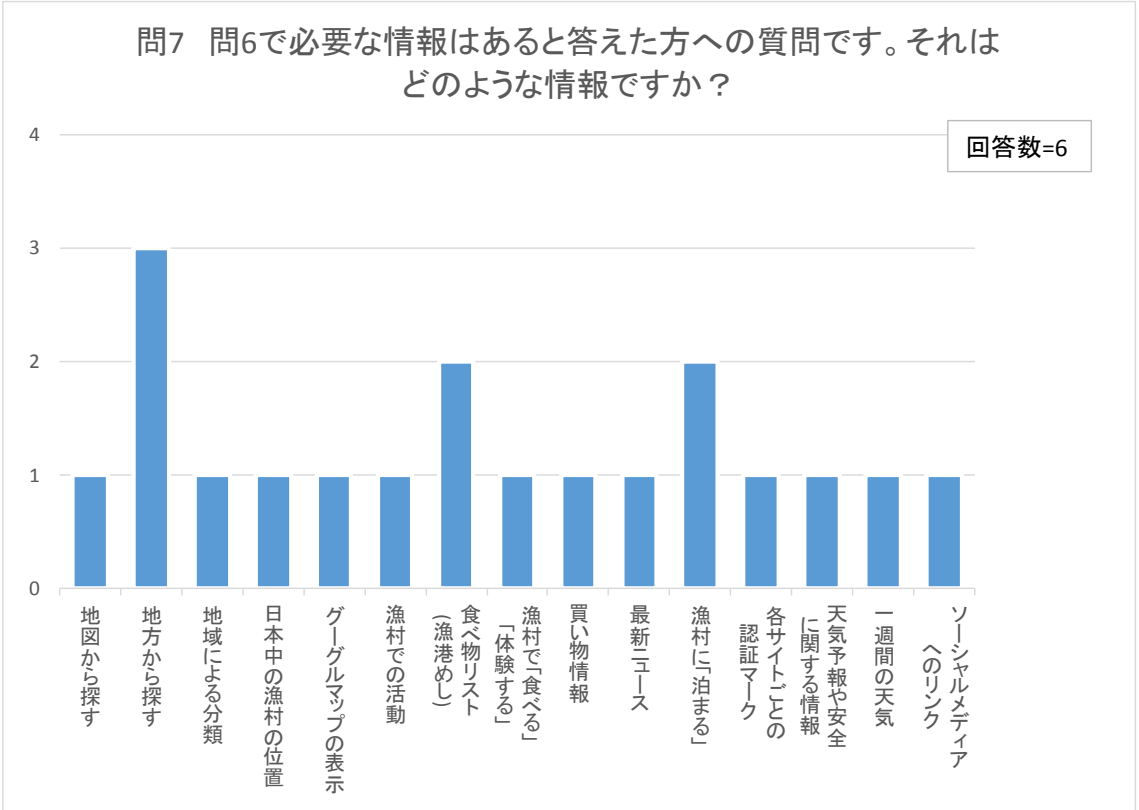


図 e-2-15 必要な「メニュー」情報

図 e-2-16 と図 e-2-17 は、外国人留学生が「楽しい」・「訪問したい」と感じた登録サイトについて聞いたものである。回答された登録サイトは、3つの類型に分類出来る。一つは外国人留学生自信にとって身近な九州北部のサイト、逆に遠方の北海道のサイト、そして静岡うなぎ漁協のような動画が多くアップロードされているサイトである。ここでも動画はアク

セス誘引の大きな要素である。

図 e-2-17 は、登録サイトを閲覧して、行ってみたいと思ったサイトについて問うたものである。観光協会が運営するサイトが多いが、それぞれのサイトを分析してサイトの内容を充実する必要がある。今後、外国人留学人の自由回答を分析し、サイトのどのようなコンテンツに訪問誘引要素があるのか検証する必要がある。それらをもって、インバウンド対策として登録サイトが情報アップロードの内容を充実していくことが必要と思われる。

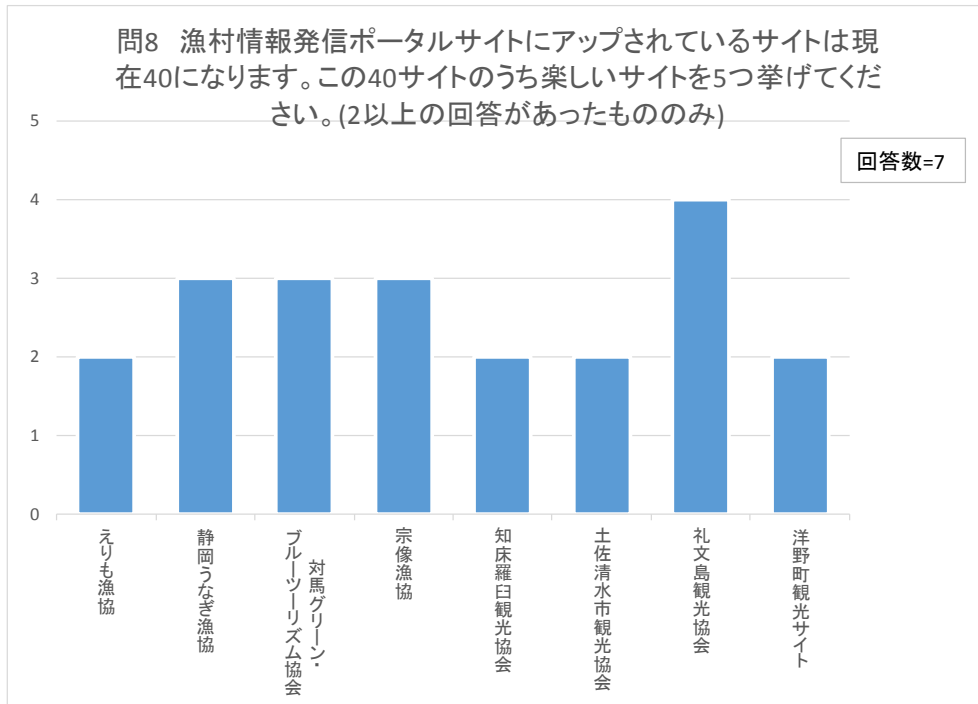


図 e-2-16 登録サイトのうちで楽しいと感じたサイト

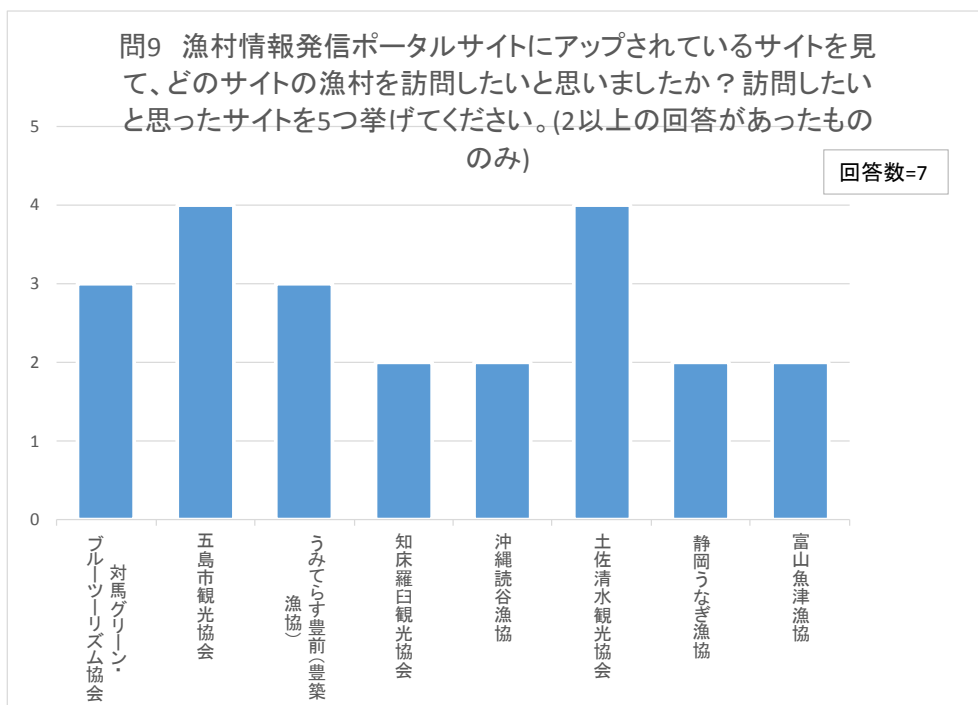


図 e-2-17 訪問してみたいと思った登録サイト

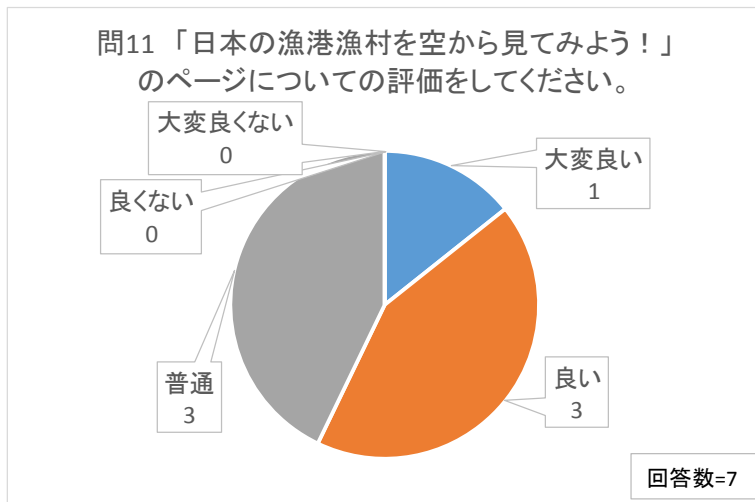


図 e-2-18 「空から漁港漁村を見てみよう」のページに対する評価

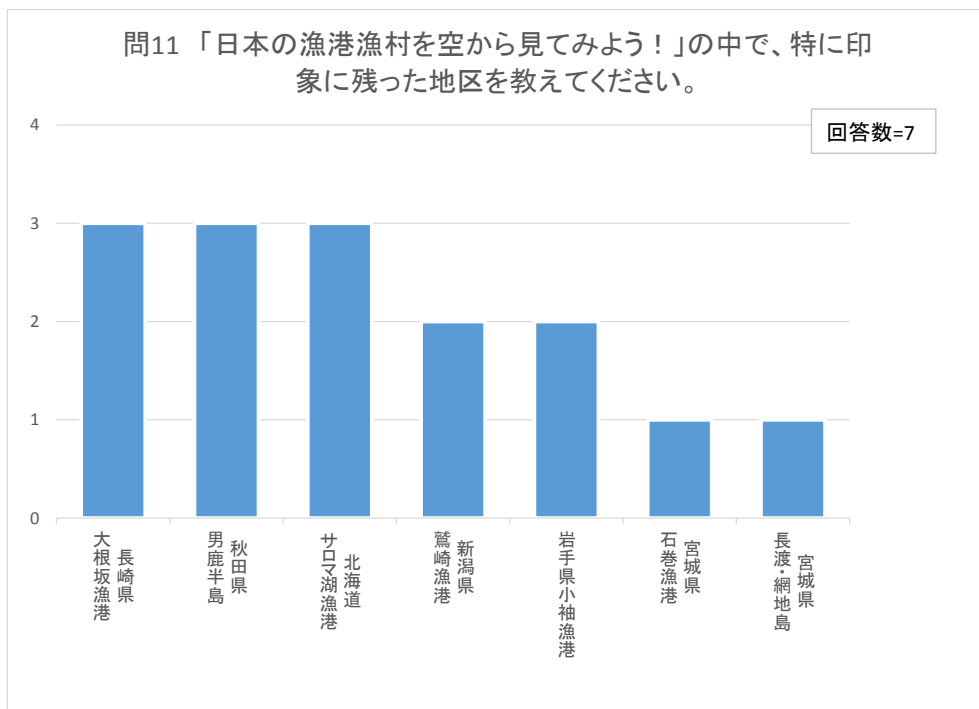


図 e-2-19 「空から漁港漁村を見てみよう」の中で特に印象に残った地区

図 e-2-18 と図 e-2-19 は、「空から漁港漁村を見てみよう」のページに掲載されている 11 箇所の漁港漁村の空撮映像についてのアンケートである。図 e-2-19 はそれらがいいか悪いかを聞いたもので、「悪い」という回答はなく、「大変良い」「良い」と好意的な回答が半数以上であった。空撮動画は外国人留学生にとって印象深いものとなっていることが伺える。また、その中でも印象に残った映像を選んだのが図 e-2-19 で、「長崎県大根坂漁港」、「秋田県男鹿半島」、「北海道サロマ湖漁港」が挙げられており、いずれも雄大な自然の中に存在する漁港漁村が映し出されていることが共通点である。

外国人留学生に対するアンケートは、インバウンドがポータルサイトを閲覧してどのような印象を持つかを掴むためのものとして実施した。そのような観点から、図 e-2-9 から図 e-2-19 について、まとめると次のようになる。

- ・ アンケートに回答した外国人留学生は、漁村・漁業の知識を持ち訪問経験もある。また自国の漁村についての訪問経験もあることから、ポータルサイトを閲覧した感想は、十分に自国及び日本の漁村も理解した上でのものと考えられる。
- ・ ポータルサイトのメニュー構成に関する評価で、全員がこのページメニューに必要な各登録団体のサイトにアクセスできている。また、このことからポータルサイトの自動翻訳機能が十分であることもうかがえる。
- ・ ポータルサイトで更なる必要な情報は、「地方から探す」、「漁港めし」をはじめとするグルメ情報及び「泊まる」に関する情報であった。
- ・ インバウンドにとっては、「地方から探す」について地図表示等と相互補完できるような表示が必要である。
- ・ 「漁港めし」のようなグルメ情報の充実が必要である。また、グルメ情報と地域とのリンクやグルメの種類別の表示が必要と思われる。
- ・ 「泊まる」について、登録サイト側で宿泊情報を充実させることが必要である。
- ・ インバウンドが志向するサイトは、三つの類型に分類できる。自分に身近なサイト、北海道のようなより遠方のサイト、そして、動画情報の豊富なサイトである。
- ・ インバウンドの、地域への訪問希望を喚起するサイトは、観光協会が運営するサイトが多く、その内容を分析する必要がある。
- ・ インバウンドが志向する景観は、「空から漁港漁村を見てみよう」のドローンによる空撮映像についてのアンケートから見ると、自然の中の漁港漁村である。

e-2-2 漁村情報発信ポータルサイトの改良

i) ポータルサイトへの登録サイト

登録サイト数は、3月10日現在で47サイトとなっている。これらのサイトは、「地図から探す」、「地方から探す」のページの中で一覧できるようになっている。また、登録時に「何から探す」の「漁港めし」、「漁村で味わう」、「漁村で買い物をする」、「漁村で学ぶ・遊ぶ」、「漁村で泊まる」、「漁村の絶景を見る」コンテンツがある、と申告があった場合は、それぞれのページからも各団体のサイトにジャンプできるようになっている。

表 e-2-2 には、3月10日現在の登録サイトの一覧が示されている。その登録サイトを運営する団体が、ホームページの他、フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、YouTube 及びクックパッド等 SNS を開設しているかを示している。また、登録サイトにどのようなコンテンツが盛り込まれているかも示している。

表 e-2-2 登録サイト一覧（3月10日現在）

団体名	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	クックパッド	漁港めし	味わう	買い物	学び・遊び	泊まる	絶景
知床羅臼町観光協会	○			○	○						
歯舞漁業協同組合	○			○							
寿都観光物産協会	○	○									
綾里漁業協同組合	○										
大船渡市観光物産協会	○	○									
窪津漁業協同組合	○	○									
土佐清水市観光協会	○	○		○							
上対馬漁業協同組合	○										
対馬グリーン・ブルーツーリズム協会	○		○								
対馬観光物産協会	○	○		○							
五島市観光協会	○										
茅ヶ崎市農業水産課											
(一社)茅ヶ崎市観光協会	○	○		○							
宗像漁業協同組合 鐘の岬活魚センター	○							○			○
特定非営利活動法人 室戸ドルフィンプロジェクト	○	○	○	○					○		
田子の浦漁業協同組合	○	○									
三浦市			○								
静岡うなぎ漁業協同組合		○									
うみてらす豊前(豊築漁業協同組合)	○	○				○	○	○			
安芸漁業協同組合	○										
読谷村漁業協同組合	○		○			○	○	○	○		○
重茂漁業協同組合											
本部漁業協同組合	○										
山口県											
焼津市水産振興会	○					○	○		○		
魚津漁業協同組合	○	○	○								
能登小木港スマイルプロジェクト	○			○							
洋野町観光協会	○										
(一社)境港水産振興協会	○						○	○	○		○
さかいみなと中野港漁村市	○										
新潟漁業協同組合	○										
由良地域協議会「ゆらまちっく戦略会議」	○								○	○	○
(一社)山田町観光協会		○									
坊勢漁業協同組合	○										
久慈町漁業協同組合	○										
企業組合こもねっと	○			○							
大井川港漁業協同組合		○									
福岡市漁業協同組合	○		○								
森観光協会	○										
松前町	○										
遠別町	○								○		○
えりも漁業協同組合	○										
厚岸漁業協同組合		○	○	○				○			
厚岸町	○	○		○							
礼文島観光協会	○	○									
(一社)くるくる佐井村	○			○							
平塚市漁業協同組合	○	○	○	○							
神奈川県(環境農政局農政部水産課)											
小田原地魚大作戦協議会	○			○							
平塚市役所農水産課											
深浦マグロ料理推進協議会	○					○					
八戸みなと漁業協同組合	○	○									
鏡町漁業協同組合カキ生産部会	○			○							

多くの登録団体は、フェイスブックを開設しており、ツイッターも半数ほどが開設している。Instagram及びYouTubeについては少なく、クックパッドはほとんど開設しておらず1団体のみである。閲覧者及び外国人留学生（インバウンド）が動画、景観及びグルメ情報に興味を持っていることを考えれば、これらのSNSをホームページに加えて併用することが必要である。

コンテンツについて見ると、全ての項目を網羅しているサイトは少なく、今後の充実が必要である。

ii) 「漁港めし」の直接検索

ポータルサイトの開設当初は、「漁村で味わう」のページにおいて、その漁村で食べられる食材やレストランを調べる場合、それぞれの登録サイトに移動してその中で検索する必要があった。昨年度のアンケートにおいて、漁村訪問の一番の魅力は新鮮な海鮮料理やグルメとの回答であった。そこで今年度は、求められているグルメ情報をポータルサイト上で探しやすくするため、漁港周辺のレストランあるいは料理店で、ご当地の新鮮な魚介類を使用した料理「漁港めし」を、一覧できるページをポータルサイト内に新しく設置した。

「漁港めし」ページへの登録手順は図 e-2-20 のとおりである。また、現在登録されている「漁港めし」の一覧表を表 e-2-3 に示す。さらにポータルサイト上での表示を図 e-2-21 に示す。

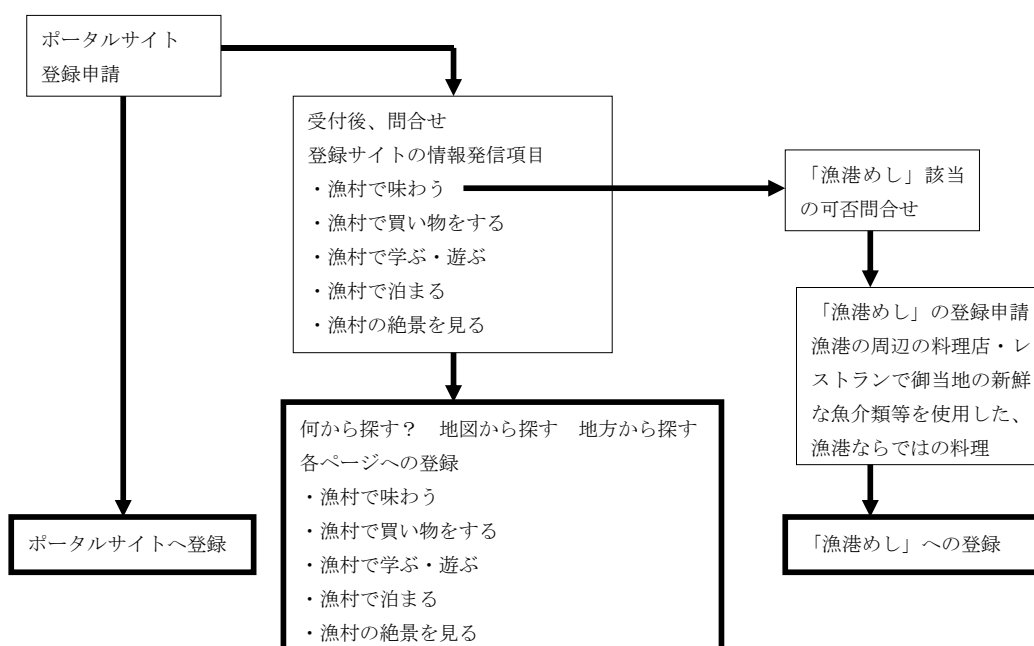


図 e-2-20 漁港めし登録手順

表 e-2-3 漁港めし一覧表

NO	団体名	場所	食材	漁港めし	アドレス	コメント
1	遠別町(遠別町観光協会)	道の駅「富士見」(レストラン とんがりかん)	たこ	蛸(たこ) おこわセット	http://www.tongarikkan.com/html/restaurant/restaurant.html	「北海道産の蛸」にも認定されている「蛸(たこ)おこわ」です。遠別で水揚げされたみずだこを柔らかく炊き上げたおこわは、かむほど旨みを感じる事ができます。一日20食限定。お土産用に持ち帰りも出来ますので、その場合は御注文時にお伝えください。
2	直野漁業協同組合	根室市内 寿司屋7店舗	さんま、昆布	根室さんまロール寿司	サイト無し	「食べている昆布」の食習慣を北海道でも普及・定着させようという思いで開発した、根室産のサンマを根室産の榊前昆布で巻いた「昆布ロール寿司」である。
3	深浦マグロ料理推進協議会	深浦町内7店舗	マグロ	深浦マグロステーキ丼	https://www.fukauramaguro.com/shop.html	深谷町産の天然マグロを三個の小どんぶり(マグロ刺身丼、マグロ片面焼きステーキ、マグロ両面焼き丼)で楽しむ、天然マグロの産地ならではのマグロ尽くしどんぶり御前が楽しめます。
4	大船渡市観光物産協会	碓石海岸レストハウス	さんま	さんまラーメン	http://ogawa-corp.hp.gogo.jp/pc/index.html	あっさり味の醤油ラーメンに、豪快に乗ったさんまの特製みりん干しが特徴的。さんまをほぐしながら食べればスープに旨味が流れ込み、一口ごとに変化に富んだ味を楽しめます。
5	綾里漁業協同組合	りょうり丸	さんま、他	生さんま丼、他	http://nagisa-portal.jp/gyokoumeshi/ryouri_sanma.jpg	三陸と内陸をもっとつなげたいというコンセプトから生まれた『りょうり丸』は、綾里の浜から新鮮な海産物を毎日直送。店頭で三陸の旬のものを買ったり、綾里出身の板長が作る綾里ならではの「食」を楽しむことができます。
6	新潟漁業協同組合	地魚食道 瓢	各種地魚	海鮮ちらし、他	http://www.nigyokyo.jp-net.ne.jp/hisago.html	新潟県水産会館の2階にある隠れ家のような食堂です。海鮮ちらしや、日替わり定食をはじめ、各種魚料理を提供しています。ボリューム満点でしっかりと味わえる本格的な海鮮食堂です。
7	田子の浦漁業協同組合	田子の浦漁協食堂	しらす	しらす丼各種	http://tagonoura-gyokyo.jp/	日本地理的表示(GI)に登録された「田子の浦しらす」を使用した丼の専門店です。屋根は有るけど壁は無い、漁港を眺めながら食事をする、開放的な空間です。隣接する直売所でしらす入りのコロッケやお惣菜、土産物等も販売しております。
8	大井川港漁業協同組合	直営食堂 さくら	桜えび、しらす	桜えび釜揚げ丼、生桜えび丼、生しらす丼、他5品	http://www.oigawako-gyokyo.com/dining/	全国で駿河湾でしか水揚げされていない桜えびを幅広くPRしようと本年5月に漁協直営食堂をオープンしました。前浜で水揚げされた鮮度抜群な大井川産桜えび・しらすをふんだんに使用した各種丼ぶりを提供しています。
9	静岡うなぎ漁業協同組合	吉田売店	うなぎ	鰻腹弁当	http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-420/guide/uyoshida.html	静岡県産のうなぎを贅沢に尾使用したお弁当です。強めに焼くことで余分な脂を落とし、蒸しを入れふっくらと焼き上げた関東風の蒲焼になっています。地元はもちろん、遠方から鰻腹弁当を求めてお越しただくお客様も多く、根強いファンにご好評いただいております。
10	坊勢漁業協同組合	姫路とれとれ市場	各種地魚	海鮮丼、他	http://boze.or.jp/choku.html	どれどれ食堂では、魚を使ったさまざまな料理を堪能することができます。野外にバーベキュー会場があり、野外でバーベキューを楽しむこともできます。鮮魚販売コーナーで購入した魚介類などを焼いて食べることができます。
11	窪津漁業協同組合	海鮮館 大漁屋	各種地魚	刺身定食、他	http://if-kubotsu.or.jp/index.php?id=34	食事処 海鮮館大漁屋へようこそ！当店では地元の食材を使っておいしい郷土料理をご提供しております。地元の食材を知り尽くしたおばちゃんたちが作る郷土料理は絶品です照明は軽く落とし、落ち着きのある店内です。皆様のご来店をお待ちしております。
12	うみてらす豊前(豊前漁業協同組合)	漁師食堂うのしま豊前丸	各種地魚	秋サワラあぶり丼、他	http://boze.or.jp/choku.html	当店では、その時期の旬の魚介を使った定食を提供しています。どの魚介も水揚げされる期間が限られていますので、メニューは季節ごとの入替制となっています。過年で提供できるメニューはありませんので、季節ごとに旬の魚介をお楽しみください。



図 e-2-21 漁港めしのサイト上の表示

漁港めしの登録は、3月10日現在で12件のみである。各登録サイトとも、各地域内で地元の新鮮な魚介類を使用した料理があるはずである。これらを広く周知する必要がある。また、ポータルサイト管理者へのアンケートにおいても、閲覧者及び外国人留学生へのアンケートにおいても、「漁港めし」に興味があるページと回答しており、今後いっそう充実していく必要がある。

iii) 「空から漁港漁村をしてみよう」のページ

漁村情報発信ポータルサイトを魅力あるものとするために、昨年度調査における都市住民向けのアンケート調査で、漁村を訪問する目的として2番目に回答が多かった、「漁村や海の風景を見るため」に応えるため、ドローンで漁港漁村を空撮し、3分前後に編集した映像を「空から漁港漁村をしてみよう」のページを設置した。

この空撮映像は、(一社)全日本漁港建設協会の会員企業が撮影し、(一社)全日本漁港建設協会が編集した映像を、(一社)全日本漁港建設協会の YouTube チャンネルにアップロードしたものを、ポータルサイト上でも検索・閲覧できるようにしたものである。今後とも(一社)全日本漁港建設協会へ協力を依頼し、他に提供を依頼する予定である。(一社)全日本漁港建設協会での編集要領を参考資料-6に示す。

「空から漁港漁村をしてみよう」のページに現在登録されている映像一覧は表 e-2-4 のとおりである。

表 e-2-4 「空から漁港漁村を見てみよう」映像一覧

撮影会員	漁港	動画タイトル
株丸本組	石巻漁港・渡波漁港	空から見た全国の漁港漁村～牡鹿半島①～石巻・渡波
	宮城県谷川・寄磯漁港・女川漁港	空から見た 全国の漁港漁村～牡鹿半島②～谷川・寄磯・女川
	長渡漁港(網地島)	空から見た全国の漁港漁村 ～宮城・牡鹿半島③～長渡、網地
	網地漁港(網地島)	
宮城建設株	岩手県久慈市宇部町小袖漁港	空から見た全国の漁港漁村～岩手県小袖漁港～
	岩手県普代村太田名部漁港	空から見た全国の漁港漁村～岩手県太田名部漁港～
	岩手県堀内漁港	空から見た全国の漁港漁村～岩手県堀内漁港～
黒徳建設株	島根県大田市和江漁港	空から見た全国の漁港漁村～島根県和江漁港～
株清水組	秋田県男鹿市	空から見た全国の漁港漁村 ～男鹿半島～
株西海建設	長崎県樺島漁港・大瀬戸漁港・新	空から見た全国の漁港漁村 ～長崎～樺島、大瀬戸、長崎
増山建設株	長崎県平戸市大根坂漁港	
大石建設株	長崎県平戸市生月島	空から見た全国の漁港漁村 ～長崎～館涓・生月
株西村組	サロマ湖漁港	空から見た全国の漁港漁村 ～サロマ湖漁港～
株本間組	新潟県佐渡市鷲崎漁港	空から見た全国の漁港漁村 ～新潟鷲崎漁港～

この「空から漁港漁村を見てみよう」のページに対して、映像の提供元である(一社)全日本漁港建設協会の会員企業へのアンケート結果は図 e-2-22 から図 e-2-24 のとおりである。また、アンケートの内容は巻末の参考資料-7 に示す。

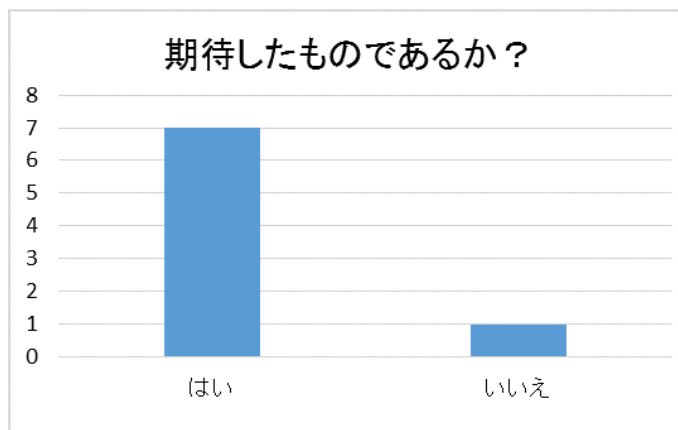


図 e-2-22 動画ページへの評価

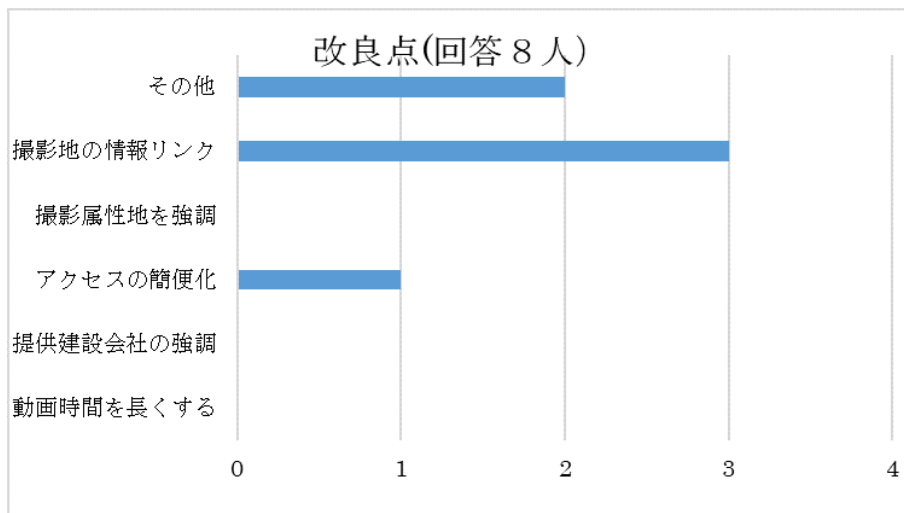


図 e-2-23 動画ページの改良点

図 e-2-22 を見ると、ドローンの空撮動画を提供した漁港建設会社の期待通りであったと言える。図 e-2-23 は空撮動画を掲載している「空から漁港漁村を見てみよう」のページについて、改良点を聞いたものである。空撮動画の撮影地のより分かり易い表示が、求められていると言える。

また、自らが提供した空撮動画への感想を図 e-2-24 で見ると、非常に好意的なもので、漁港建設及び会社のイメージが向上するとともに漁港漁村への理解が進むとの回答がある。動画の提供者から、このような感想をもらっているので、さらにこれからもこの空撮動画の提供を、全国の漁港建設業に働きかけていくべきである。

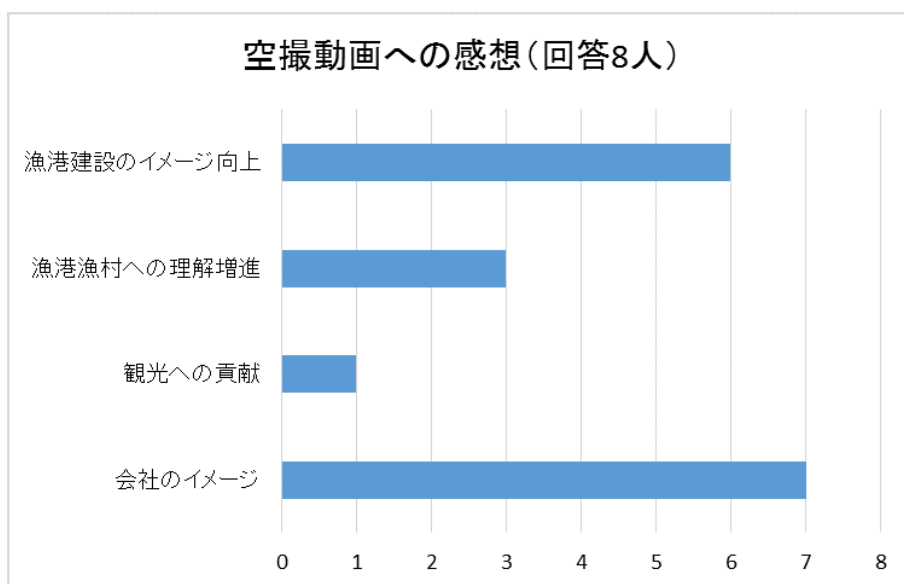


図 e-2-24 動画掲載への期待

その他の意見は次のようであった。

- ・空撮された漁港が増えて漁港漁村の名物、観光、水産物などがリンクされると良い。
- ・漁港のアピールになり、漁港整備の機運も高まる。
- ・漁場、漁港、漁村とそれをつなぐ漁船の関係がよくわかり、漁村の理解につながる。

- ・消波工のないところ等、整備の弱点がよく分かる。
- ・空から水揚げ風景等漁師の働く姿も見たい。

この空撮映像についての外国人留学生の評価は、先に述べた図 e-2-18、図 e-2-19 のとおりである。箇所別には長崎県大根坂漁港、秋田県男鹿半島、北海道のサロマ湖漁港についての評価が高い。それぞれの映像は典型的な漁港漁村、風光明媚な海岸風景及び流水など、特徴的なものである。

iv) 連携リンク等

ポータルサイトのコンテンツの充実、登録サイトの充実の他に、他のメディア、漁村関連情報発信及び他のサイトにおける漁村情報発信ポータルサイトのリンク貼り付けも、ポータルサイト情報の拡散にとって重要である。

それらの状況について、雑誌 FUSO magazine と「漁港めし」のコラボレーション企画、北海道開発局との連携の事例を示す。

①他メディアとの連携

他メディアとの連携の事例として、雑誌 FUSO magazine とのコラボレーション企画を挙げる。FUSO magazine では、ポータルサイトに掲載されている「漁港めし」情報を基にした連載企画を 2019 年 1 月より開始した。雑誌においては、漁港で味わうことのできる「漁港めし」の紹介文・写真とともに、ポータルサイトの QR コードと URL が紹介されている。FUSO magazine の記事とポータルサイトとの連携についてのフローを図 e-2-25 に示す。



図 e-2-25 外部メディア（FUSO magazine）とポータルサイトの連携フロー

②災害復興の情報発信

漁村地域において災害等があった場合、その風評が流布して、観光へ悪影響を及ぼす場合がある。このような時に様々な情報媒体を通じて影響がないこと、あるいは現状に復帰したことを情報発信する必要がある。

そのような事例として、2018年9月に発生した北海道胆振東部地震について、地震の影響が無くなったことを告知するために、北海道開発局が漁村情報発信ポータルサイトを活用した事例を次に示す。

The screenshot shows a post with a light blue header containing the text: 【お知らせ】北海道は安心して観光していただけます。 Below the header, it says 'シェアをお願いします！' followed by social media icons for Facebook, Twitter, Google+, LINE, and a plus sign. The main text reads: 北海道胆振東部地震により心配をおかけしましたが、北海道は安心して観光していただけます。 Below this, it says: 詳しくは、北海道開発局のホームページをご覧ください。下のリンクより該当ページに移動できます。 At the bottom, there is a logo for the Ministry of Land, Infrastructure, and Transport (国土交通省) and the Hokkaido Development Bureau (北海道開発局).

図 e-2-26 ポータルサイト上での災害復興情報発信（北海道開発局との連携）

③漁村情報発信ポータルサイトのバナーの提供

他のサイトにおいて、漁港情報発信ポータルサイトをリンクする場合のバナーを図 e-2-27 に示す。ポータルサイトとのリンクを希望する他サイトにおいて、リンクを貼る場合にいずれかのバナーを利用してもらうこととしている。



図 e-2-27 提供を開始したリンクバナー

e-2-3 漁村情報発信ポータルサイトの普及活動

漁村情報発信ポータルサイトの普及活動は、表-e-2-5 に見るとおり、渚泊の普及及び都市漁村交流の促進活動と一緒に実施した。場所については、大分市、青森市及び東京都の3か所で開催した。登録サイトの推移を見ると、普及講習会後に参加申し込みの劇的な増加が見られるわけではない。地道に根気強く普及活動を続けていく必要があると思われる。

その他、ポータルサイトの普及活動を、各種の会議や講習会において実施した。表 e-2-7 のとおり、合計 5 か所において実施している。これらは、年度の後半に実施しているため、普及活動の成果はこれから出ることが期待される。

表 e-2-5 ポータルサイト普及活動一覧（普及説明会・講習会）

1. 普及説明・講習会

会議名	『都市と漁村の交流に向けた取組を学ぶ』 in 大分	実施日時	2018/12/11 13:00~17:00
対象・参加人数	関係団体、近隣自治体、コンサルタント、一般参加者約60名		
概要			
大分リーガルホテル（大分県大分市）にて開催され、長野会長が「漁村情報発信のためのポータルサイト構築について」と題して講演を行った。また、漁村情報発信ポータルサイトのポスター掲示を行った。			

会議名	『漁村と都市との交流に向けた取組を学ぶ』 in 東北	実施日時	2019/1/28 13:30~16:30
対象・参加人数	関係団体、近隣自治体、コンサルタント、一般参加者約70名		
概要			
ウェディングプラザアラスカ（青森県青森市）にて開催され、長野会長が「漁村情報発信のためのポータルサイト構築について」と題して講演を行った。			

会議名	『渚泊の推進に向けた取組を学ぶ』 in 東京	実施日時	2019/1/29 13:30~16:00
対象・参加人数	関係団体、近隣自治体、コンサルタント、一般参加者約50名		
概要			
全日通霞ヶ関ビルディング（東京都千代田区）にて開催され、長野会長が「漁村情報発信ポータルサイトの新しい機能について」と題して講演を行った。また、漁村情報発信ポータルサイトのポスター掲示を行った。			

表 e-2-6 ポータルサイト普及活動一覧（各種会議・講演・発表）

2. 各種会議・発表

会議名	都市漁村交流推進協議会 トーク&トーク『まちに元気を！～全国初、 まちおこしに向けた都市漁村交流の可能性』	実施日時	2018/8/29 13:30～15:30
対象・ 参加人数	都市漁村交流推進協議会会員他関係者合わせて約60名		
概要			
エッサム神田ホール（東京都千代田区）にて開催され、長野会長、國武書記が「漁村情報発信のためのポータルサイトについて」と題して講演した。			

会議名	(一社)岩手県漁港漁村協会 平成30年度漁港漁場漁村講習会	実施日時	2018/9/28 15:00～17:50
対象・ 参加人数	(一社)岩手県漁港漁村協会会員等		
概要			
ホテル東日本盛岡（岩手県盛岡市）にて開催され、長野会長が「漁村情報発信ポータルサイトの新しい機能について」と題して発表を行った。			

会議名	第17回全国漁港漁場整備技術研究発表会	実施日時	2018/10/10 9:30～17:45
対象・ 参加人数	水産庁、全国自治体、建設業者、コンサルタント等約340名		
概要			
長崎ブリックホール国際会議場（長崎市）にて開催され、田原課長が「効果的な漁村情報発信のためのポータルサイト構築について」と題して発表を行った。			

会議名	対馬学フォーラム2018	実施日時	2018/12/9
対象・ 参加人数			
概要			
対馬市交流センター（長崎県対馬市）にて開催され、会長が出席しポスター発表を行った。			

表 e-2-7 ポータルサイト普及活動（その他）

3. その他

会議名	全日本漁港建設協会各県支部総会	実施日時	2018/4/26～ 2018/7/9
対象・参加人数	一般社団法人全日本漁港建設協会の各支部会員		
概要			
（一社）全日本漁港建設協会の各支部総会において、長野会長または森田事務局長の講話の中で漁村情報発信ポータルサイトの紹介説明を行い、会員企業への周知と協力要請を行った。			

e-4 漁村情報ポータルサイトの評価

漁村情報ポータルサイトの評価は、ポータルサイトへのアクセス数の多寡、ページごとの閲覧数の多寡でなされる。これらを示したのが図 e-2-28 のページ閲覧数である。また、ポータルサイトのポータル（玄関口）としての効果は、ポータルサイトから各登録サイトへの移動数で示される。それを示したのが図 e-2-29 のポータルサイトから各登録サイトへの移動数である。これらは、平成 30 年 1 月 1 日から平成 30 年 12 月 31 日の期間で集計・整理している。

i) アクセス状況

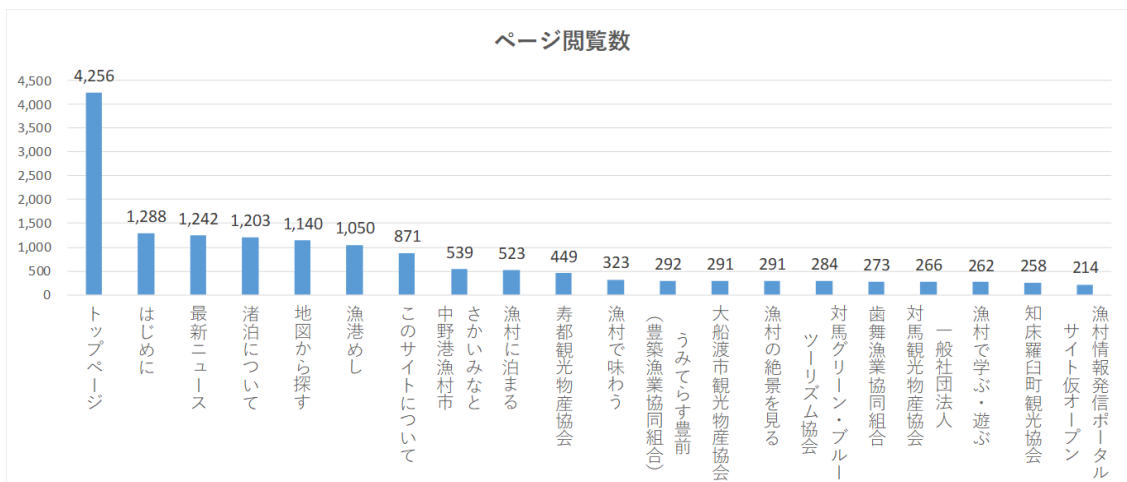


図 e-2-28 ポータルサイトのページ閲覧数（2018.01.01～12.31）

図 e-2-28 は、各ページの閲覧数である。トップページの閲覧数はポータルサイトを訪問した人の総数で、4,256 人が一年間のサイト来訪者と言える。よく閲覧されたページは、「はじめに」、「最新ニュース」、「渚泊について」、「地図から探す」、「漁港めし」の順であった。「空から漁港漁村を見てみよう」のページは、平成 30 年 12 月末に公開されたものであり、この集計にはほとんど反映されていない。

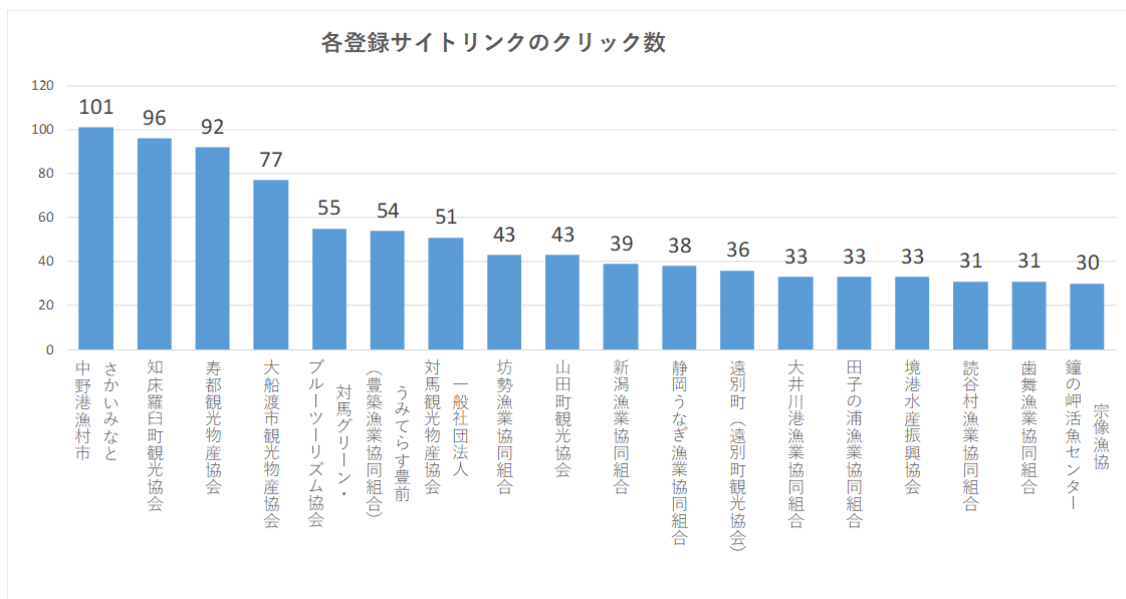


図 e-2-29 ポータルサイトから各登録サイトへの移動数（2018.01.01～12.31）

図 e-2-29 は、ポータルサイトから各登録サイトへ移動した数を示すものである。さかいみなと中野港漁村市、知床羅臼町観光協会、寿都観光物産協会、大船渡市観光物産協会が概ね100前後の移動数をカウントしており、ポータルサイトへの登録が一定の効果を持っていると言える。しかし、図 e-2-7 で先に述べたように、各登録団体はほとんどその効果を実感していない。その原因の一つとして、個々の登録サイトでアクセスアナリシスを行っていない可能性が考えられるが、各サイトでのアクセス数が非常に大きく、100程度のアクセス数の増加は感知できないことも一因だと考えられる。

図 e-2-30 は、ポータルサイトから各バナーリンク先への移動数を示すものである。ポータルサイトから、農泊ポータルサイト及び北海道開発局の災害サイトへの移動が多い。リンク先の内容から、行政関係の閲覧者がリンク先へ移動閲覧したと思われる。いずれにせよこれはリンクバナーの効果である。また、この逆として言えることであるが、他のサイトへ漁村情報ポータルサイトのバナーを貼りリンクしてもらうことは情報発信の効果があると考えられる。

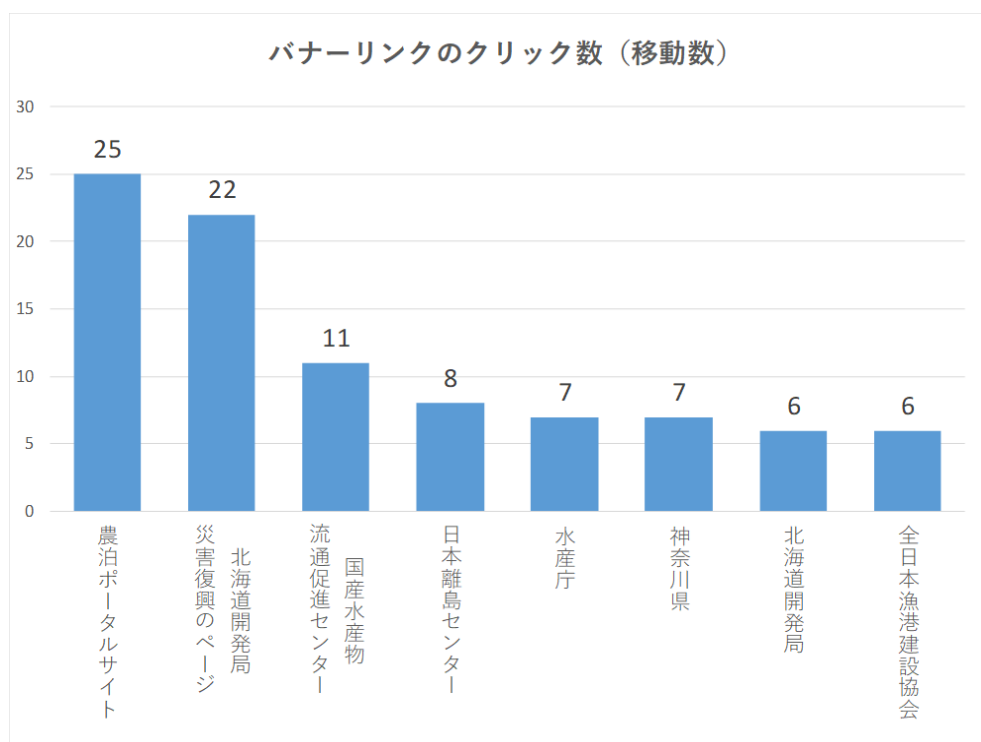


図 e-2-30 ポータルサイトから各バナーリンクへの移動数（2018.01.01～12.31）

図 e-2-28 から図 e-2-30 について、次のことが言える。

- ・ 4,256 人のサイトへの来訪者で、「はじめに」、「最新ニュース」、「渚泊について」、「地図から探す」、「漁港めし」の閲覧数が多い。「空から漁港漁村を見てみよう」のページはこの集計には反映されていない。
- ・ ポータルサイトから各登録サイトへの移動数は、さかいみなと中野港漁村市、知床羅臼町観光協会、寿都観光物産協会、大船渡市観光物産協会が概ね 100 前後の移動数であった。
- ・ 個々の登録サイトでアクセスアナリシスを行っていない可能性が示唆される。各サイトへのアクセスアナリシスの普及が必要である。
- ・ ポータルサイトから、農泊ポータルサイト及び北海道開発局災害復興ページへの移動が多い。他のサイトへ漁村情報ポータルサイトのバナーを貼りリンクすることは効果があると思われる。

ii) 海外からの評価

図 e-2-31 は、ポータルサイトへの国別アクセス数を見たものである。インドネシア及びアメリカが多い。このアナリシスは、NIR（国別インターネットレジストリ）で管理された IP アドレスで識別されており、その国別に示されている。全体の 7.9%が海外からのアクセスであり、海外からも一定のアクセスがあると考えられる。

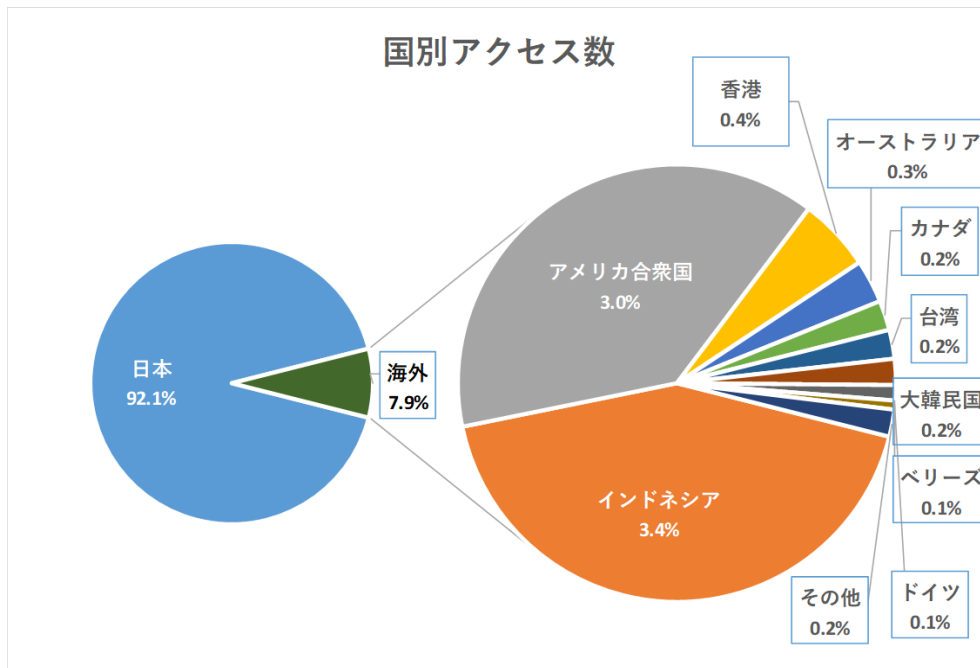


図 e-2-31 ポータルサイトへの国別アクセス数 (2018. 01. 01~2018. 12. 31)

F 課 題

渚泊の取組は全国各地で進められているものの、まだその数は少なく、本調査においては事例分析等により、渚泊の取組を実践する地域の参考となる資料を整理したが、今後、より一層渚泊の取組を推進するためには、以下のような課題が考えられる

また、漁村情報を一元化して発信するポータルサイトについて構築したが、今後、より閲覧者のニーズに対応した内容を充実するとともに、より多くの方が閲覧できるよう、以下に示す項目について対応すべくポータルサイトを改良する必要がある。

課題 1. 渚泊推進に向けた事前・事後の支援システムの検討

渚泊事業実施地区、申請を予定している地区およびキャリア地区、ニューカマー地区に共通な課題は、事業着手 2 年間の前後のきめ細かな支援システムの構築と言えよう。

①事 前

事業採択の前提条件である持続的ビジネスを構築する信頼性の高い実施主体（法人）の用意が、多くの対象地区で課題となっている。本格的事業申請の前段階として、「事業主体（法人）設立」、「渚泊取組ビジョンや計画策定」、「複雑な申請書類作成事務」などに関する支援措置が円滑な渚泊推進に資するものと考えられる。

②事 後

渚泊実施地区（特に小規模・過疎高齢化漁村地区）では、事業実施期間中はコンサルタント委託等により、一定の成果を得ることが多いが、一方で事業完了までに自立的な運営母体や地域一体となった推進システムが構築できていない場合も見られる。漁業・異業種連携促進事業（マッチング支援事業）や山漁村振興交付金（農泊推進対策／農泊地域高度化促進事業）の他、渚泊の取組を地域に持続的に定着させるためのきめ細かなフォローアップ体制の構築が期待される。

課題 2. 農泊推進に向けた“渚泊”自体の周知

渚泊は、農泊事業の一部の位置付けの下、各地域農政局が窓口となり推進しているが、海や漁業・漁村資源を活用した渚泊自体の知名度が低く、農山村に比べて漁村地域もソフトの地域振興事業に慣れていないこともあり、今後更に渚泊取組地区を増やしていくためには、事業着手のメリットを含めた渚泊事業自体の関係者への周知が重要である。

課題 3. 情報発信ポータルサイトの改良

情報発信ポータルサイトについて、今後、改良が必要な項目を以下に整理した。

(1)「渚泊」等漁港漁村交流事業との連携

漁村情報発信ポータルサイトは、漁村情報発信して、都市住民及びインバウンドを漁村に来訪してもらうためのサイトである。したがって同じ目的を持つ「渚泊」事業と連携を取り、相乗的効果を発現させる必要がある。そのため次の二つの活動が必要である。

- ・ポータルサイトにおいて「渚泊」地区の情報発信
- ・渚泊事業地区の登録サイトの充実。そのため、モデル地区等を設けモデル的な事例を構築する必要がある。

(2) インバウンド対応の強化

外国人留学生の反応を見ると、非常に漁港漁村に興味を持っており、訪問したいと言う意志も持っている。このことはインバウンドも同様であると思われる。インバウンドに情報発信するためには、ポータルサイトにある google の自動翻訳機能を各登録サイトに付加する必要がある。そのためのマニュアルを作成し、配布する必要がある。その他に次のような方策も効果があると考えられる。

- ・外国人留学生をモニターとして、漁業体験企画を行い、その情報をポータルサイトにアップロードする。
- ・訪日観光業者とタイアップをする。
- ・多くの外国人労働者を受け入れている漁業及び水産加工業は漁村地域に立地しているため、その外国人たちへのポータルサイトの普及を通じて、海外へ情報を拡散する。

(3) 漁村への誘引情報発信の方策検討

(ア) 魅力的な情報発信を行う

人気のあった次の事項を強化充実する。

- ① 漁港めし
- ② 空撮映像
- ③ 水中映像

(イ) 他メディア等との連携

(4) アンケートからのサイト構築の技術上の課題

- ・リンクするサイトのバナーや表示を的確にする。
- ・登録サイトの表示やバナーの規格をそろえる。
- ・リンク一覧をつくる。
- ・「何からさがすか」を、分かるように表示する。
- ・「空から漁港漁村を見てみよう」を的確に表示する。
- ・「地図から探す」、「地方から探す」、の表示を的確にする。
- ・「何からさがすか」の内容を、メニューラベルで分かるようにする。
- ・水産庁の情報をもっと普及宣伝できるようにする。

(5) 効率的普及のための方策

(ア) ガイドラインの作成

(イ) 説明会、講習会

(6) 情報発信の効果の測定を的確にする。

(ア) ポータルサイト登録の効果

- ① 閲覧、移動の測定
- ② 海外からの反応測定
- ③ 登録サイトとポータルサイト管理者の意見交換

(イ) ポータルサイト及び登録サイトが直接的な漁村活性化への効果

- ① 登録サイト地区の活動活性化
- ② 漁港めし等水産物の販売数の変化

(7) サイトの維持運営管理体制

ポータルサイトは、継続的な資金的裏付けを必要とする。その試案を、図 e-2-32 に示す。

ポータルサイトの維持管理は、管理主体、維持費の確保及び人材の確保は今後の大きな課題である。

プラットフォームの運営管理(試案)

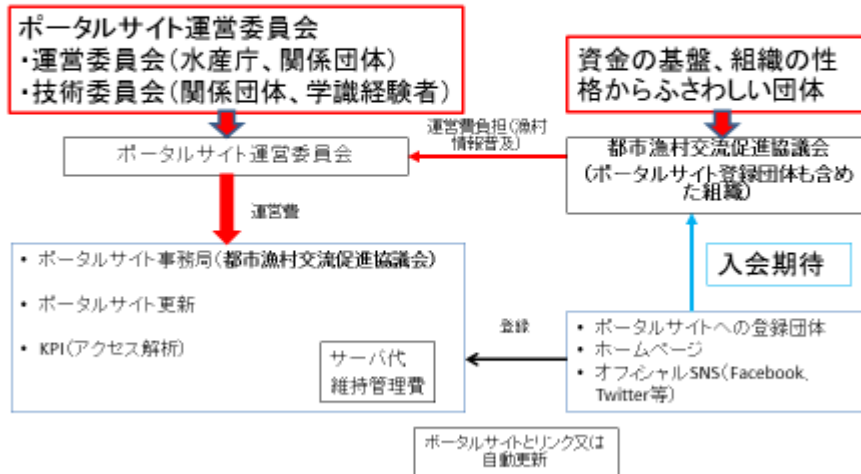


図 f-1 ポータルサイトの運営管理案

【参考】

本調査で構築した漁村情報情報発信ポータルサイトの URL 及び QR コードを以下に示す。

漁村情報発信ポータルサイト：<http://nagisa-portal.jp/>

