

ロードマップ

教育旅行受入に取り組む農泊地域のモデル転換を目指し、「遠野旅の産地直売所」を活用した個人旅行者の受入や、視察・研修の受入などを通して、農泊の高付加価値化や新たな農泊実践者の巻き込みによる経営強化を目指しています。

これまでの取組

これから目指すこと

農泊の取組

- 2005年から教育旅行の受入を開始、現会員は100名。民間団体として経営を自走している。2019年に「遠野旅の産地直売所」を開設し、農泊や体験型まち歩きやサイクリングツアー、日帰り体験等を提供。
- 地域の所得向上につなげ、無理をしない受入を続けることで、移住者やセカンドライフのなりわい創出にもつなげている。

- 「遠野旅の産地直売所」を中心に高付加価値コンテンツの提供を通して地域経営を強化し、持続可能な農泊に取り組む。
- 市全体の消費額増・適正価格での取引を農泊事業が牽引するとともに、新規開業者や協力者を中心に人材の育成に取り組み、生きがい創出や所得向上につなげる。

農山漁村地域への貢献

- 一般旅行者や研修視察、合宿免許との組み合わせ、大学生やJICAの職場実習の受入等、持続可能な地域活性に貢献する市場を開拓してきた。
- 農的な暮らしを楽しむ「ありのまま」を体感させることで、所得向上と誇りの醸成につなげ、地産地消や担い手不足の解消、多様な活躍の機会の創出などに寄与している。

- 持続可能ななりわい・いきがいとして遠野に住むことを誇りに思う担い手を増やし地域活性化の効果を高める。食材・飲料を地域で調達できる仕組みを整え、食材ロスを減らし適正な取引を進めることで、生産者の所得向上を強化。高付加価値コンテンツの販促とプロモーションを継続する。

今年度の取組

① 研修会の開催

2024年11月

台湾からの教育旅行受入に関する研修を行い、受入家庭30人が食の多様性などに関する理解を深めました。

教育旅行の受入に特化した体験民泊もあるため、研修会が協議会の会員同士の交流や学び合いの場になっています。



県のインバウンドコーディネーターを務める台湾出身の講師に、食の多様性や家庭料理で対応できることなどを教えてもらい、「これなら受入ができそうだ」といった実感が持てました。

② ジビエツアーの開催

2024年12月～

ジビエの加工を行う事業者が新しくできたため、持続可能な社会について体験するきっかけになるツアーを造成しました。

ジビエ加工場も地域との接点を増やしたいと考えていたところだったため、見学の受入を快諾。夜に鹿が歩いている様子は、地域にとっては鳥獣害を思い起こさせるネガティブなものです。都市部から訪れた方にとっては非日常の光景。



プログラム

- 遠野の文化と暮らしに関する解説(市立博物館)
- ジビエ解体体験(公民館の調理室)
- ジビエディナー(飲食店)
- ナイトサファリ(郊外)



鹿の解体作業を専門家の指導のもと体験

地域での宿泊を促す観点からも、「ナイトサファリ」として旅の最後に組み込みました。

参加者からは「普段できない体験ができた」「鳥獣害について考えるきっかけになった」と好評でした。

加工所の仕事を知ってもらうきっかけになったなど、地域の新たな資源の活用につながりそうです。一方で、ナイトサファリでは暗闇で素早く動く鹿を、参加者に見てもらうには工夫が必要など、新たな課題も見えてきました。

③ 旅の産地直売所 Web サイトの改修

2024年10月～2025年3月

2019年に設立した「遠野旅の産地直売所」のWebサイトを、個人の旅行者を対象とした情報発信の手段として磨き上げるため、伴走支援専門家のアドバイスを受けながら改修しました。

遠野では3つのプログラムを提供しており、来訪者の目的に応じてこれらを組み合わせた過ごし方を伝えることが課題となっていました。

まちぶら

- 遠野の町の魅力を体験する

さとぶら

- 遠野の農業や田園風景を楽しむ

農家民宿

- 遠野の暮らしを体験する

また、遠野を訪れている・呼び込みたいターゲットを整理し、今回改修するWebサイトは特に若者向けに活用したいと整理しました。「遠野」は聞いたことがあっても、どんな体験ができるのかわからない段階の人にアプローチすることを目指し、「遠野の暮らし」が伝わる構成としました。

◆Webサイトの工夫したポイント

アイキャッチ(サムネイル画像)

効果音をつけるなど、体験の様子や雰囲気が伝わる構成にしました。

問合せフォーム

ボタンを目立たせ、気軽に問い合わせができるようにしました。

ツアータイトル

地元のガイドがオリジナルな体験を提供するという強みが伝わるよう、どんな気持ちになれるかなどが伝わるキャッチフレーズをつけました。

最新ニュース

改修によりスタッフが更新しやすくなり、季節の情報や期間限定のツアーなどを紹介しやすくなりました。

スタッフ紹介

遠野を熟知したスタッフがコーディネートやガイドをすることを強みとして、人柄が伝わるページを作成。

ターゲット層

情報接点

学校(教育旅行)

- 学校からのレポート利用
- 旅行会社・県からの紹介

企業(視察・研修)

- メディアやセミナーなどで興味を持ち、Webや電話で問合せ

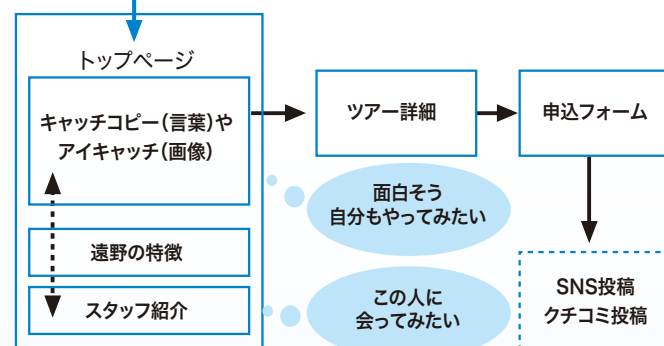
個人旅行者(シニア)

- 県内在住などで元々遠野を知っている方が興味を持って問合せ

個人旅行者(若者)

- 「遠野」という言葉を聞いて興味を持ち、WebやSNSで情報収集

「遠野 ●●」「ホップ体験」などで検索



当初のWebサイトはおしゃれな構成でしたが、伴走支援専門家が現地を訪れた印象から、人とのふれあいや方言など、地元ならではのものを大切に、現地の様子が伝わる方向性にしました。「遠野でしかできない体験を売り出していこう」と方針が定まってからは、スタッフが実際に体験したり、ガイドをしたりしたときの経験を出し合い、体験のキャッチコピーがどんどん思い浮かんできました。

新しいツアーを検討する際にも、どんな体験をしてほしいか、何が目玉になるかなど、キャッチコピーを考えながら企画することで、より魅力的なプランが生まれそうです。

体験メニューや新着情報など、Webページの更新方法・留意点をスタッフ間で共有し、今後ははめに更新していくことでさらに遠野の楽しさが蓄積されていくでしょう。



振り返り・今後に向けて

認定NPO法人 遠野山・里・暮らしネットワーク マネージャー 田村 隆雅様

個人旅行者の視点に立って、遠野らしい農泊のあり方を検討し、親しみが持てるデザインでコンテンツや地域の魅力などをより見つけやすいWebサイトを構築できました。また、視察・研修の受入にも対応できるよう、問合せフォームの改善等も行いました。

今後は、「旅の産地直売所」という現地来訪での対応と、Webサイトによる情報発信や予約受付を通して、遠野に興味のある方がより深く地域の魅力を体験できることを目指していきたいです。FIT(個人旅行者)が少なかったのが課題だったので、今年度の取組を販売までつなげていきたいです。

地域でジビエや農泊などで起業する方が増えているので、新たな事業者と連携したコンテンツは今後も充実させたいです。

伴走支援者のコメント

(株)地域ブランディング研究所 代表取締役 吉田 博詞様

広島県出身。㈱リクルート等を経て、2013年㈱地域ブランディング研究所設立。全国の地方自治体や企業と連携し、持続可能に稼げる地域づくりを支援。日本の地域がもつ魅力を後世に残し、地域の文化・精神性を通して自己啓蒙につながる滞在プログラムの造成に携わる。インバウンドや地域活性化に関する専門委員を歴任。

支援にあたり、「遠野らしさとは何だろう」と考え続けていました。山里ネットの皆さんが遠野を愛していて、外の人にも知ってほしいと思っている熱量が印象的でした。チームとしても良い雰囲気、和気あいあいとした中から旅のキャッチコピーなどのアイデアが生まれていきました。

また「個人旅行者」「若者」とターゲットを設定し、Webサイトの位置づけが明確になるとともに、実際に体験をしている様子が思い浮かびアイデアが豊富に出てきました。遠野では、既に個人の旅行者が訪れているからこそ、伝え方がすぐに見えてきたと思いますが、他の地域でもターゲットを明確にしてから取り組む点をぜひ参考にしてほしいと思います。

ロードマップ

関係人口が新たな関係人口を呼び込む「貢献型旅行」を目指し、これまでの関係者との関わりを強化し、新たなつながりを生み出す仕組みづくりに取り組みました。

これまでの取組



農泊の取組

- ・農家民宿5軒・宿泊施設3軒・体験プログラム10軒で、首都圏の大学からゼミ研究等を受け入れ、関係人口を創出
- ・コロナ以降、郡山市内のファミリー層に日帰り体験を提供
- ・地域の受入家庭を対象に料理講座を開いたり、単発のスタッフを募集し、協議会員の増加・受入体制強化を図っている



農山漁村地域への貢献

- ・農業人材不足の解消に向け、収穫期の手伝いを確保したり、農業に対する関心を高め将来的な就農につなげる。

これから目指すこと

- ・「貢献型旅行」として、既に関係人口になっている方と地域と一緒にプログラムを作り、新たな関係人口を呼び込むサイクルを作ること、地域課題解決に寄与する人を増やす。
- ・プログラム作りや旅行後の交流により、一度訪れた方を関係人口に変える仕組みを構築する。

- ・農業人材不足の解消に向け、収穫期の手伝いを確保したり、農業に対する関心を高め将来的な就農につなげる。

今年度の取組

① 東京で開催する マルシェへの出店

2024年11月

文京学院大学との関わりを活かして、文京区で11月に開催されたマルシェに出店しました。

学生の頃に逢瀬でのスタディツアーに参加した方や、今も参加している学生などが訪れ、野菜や加工品などをアピールしに来た地域の方との交流を深めました。



伴走支援専門家を通して現在逢瀬に関わっている学生へのヒアリングを行い、学生と地域との関わり方に対する課題や、学生の今後の関わり方の意向などを確認しました。

② SNSによる関係人口との ネットワークづくり

2024年12月～

これまでに様々な形で関わった関係人口との関わりを広げ、深めるために、SNSのコミュニティを整理しました。

ツール	対象者	目的
LINE	逢瀬を訪れたことがある方(各自で登録)	ツアー情報等の発信・問合せ対応
Facebook	逢瀬に関わっている方(地域関係者が招待)	地域の最新情報共有・交流

↓関わり【深】

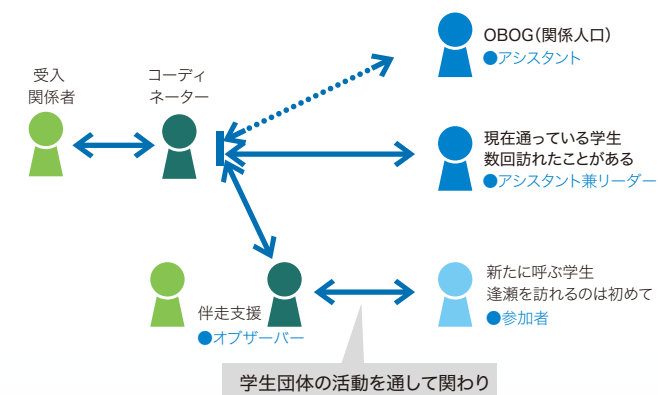
③ 貢献型旅行の実証

2024年12月
～ 2025年2月

学生から聞き取った課題をもとに、次の方向性で新たなスタディツアーを企画しました。

- 学生たちが内容を決め、準備を行う
- 長い日数滞在し、地域でじっくりと過ごせる
- 地域への貢献が明確になっている

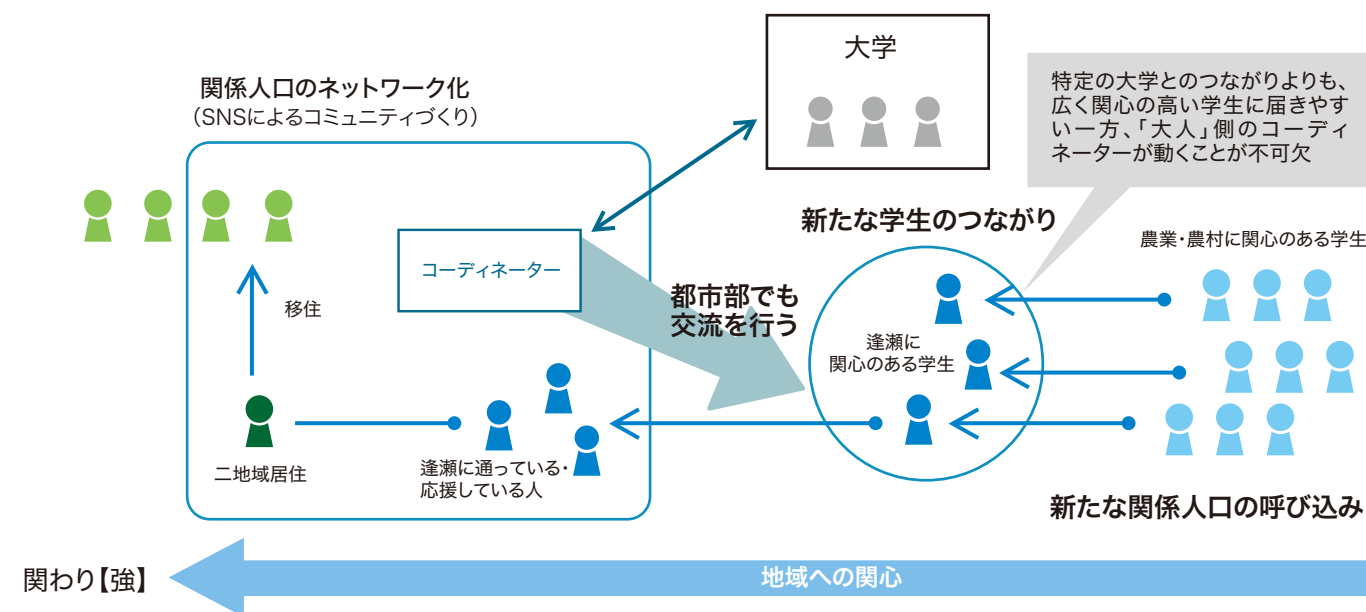
学生が春休みに入っている2月の開催に向けて、11月から準備を進めました。



多くの学生が利用しているInstagramにツアー募集の投稿を行ったほか、農業・食等に関心の高い学生への声掛けを行い、参加者を募集しました。参加者とは事前にやり取りを重ね、関心を高めてもらいました。

相手	確認事項	手法
OBOG (関係人口)	当日の流れ 手伝ってほしいこと	個別のLINE グループ等
現在通っている学生	学生が体験したい・学びたいこと当日手伝ってほしいこと	大学のメール・オンラインツール
新たに参加する学生	学生が体験したい・学びたいこと不安・気になること	Instagramのメッセージ機能(個別のやり取り)

◆貢献型旅行のイメージ



関わり【強】

地域への関心

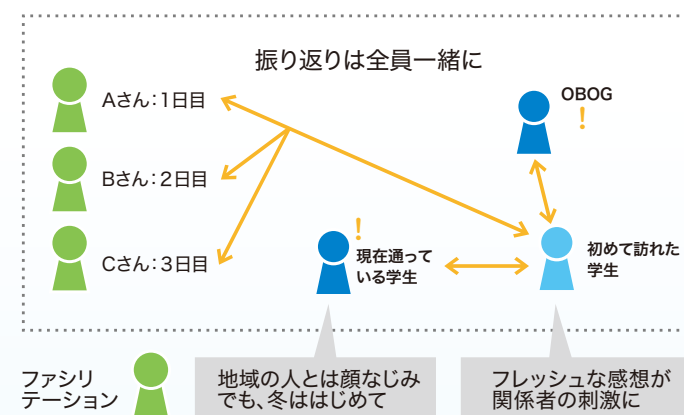
1月には都内で事前説明会を行い、逢瀬町の魅力や学べること、参加者/地域に期待することなどを共有しました。



逢瀬での体験に期待すること

- ・雪国の暮らしが知りたい
- ・自分のふるさととの違いを感じ取りたい
- ・不便そうなイメージがある

当日のプログラムでは、半日または1日ごとに、地域の農家や住民の自宅で体験・手伝いを行い、夜の交流会で全員集まって振り返りを行いました。



プログラムは4泊5日で、逢瀬を何度か訪れている学生も、普段の実習やゼミ合宿等より長い滞在で、地域のことをより深く学ぶ機会となりました。初めて訪れた学生からは、「生産者の思いが伝わった」「命の大切さを実感した」などの感想が共有され、長年受入をしてきた地域の方にとっても刺激となりました。

事後課題として夏の体験プログラムの企画を検討。訪問後もオンラインや都内での交流を続けることで、大学が異なる参加者同士や、地域と学生との関わりが続いています。

振り返り・今後に向けて

逢瀬いなか体験交流協議会

コーディネーター 中瀬 亮兵様

逢瀬町の特徴は、OBOGのつながりが長く続いていることです。今後は地域と関わる学生の幅が広がるため、内輪感が出ないように、コーディネーターを介して、地域の最新情報の発信や交流を続けていきたいと思います。

今回の実証を通して、学生が求める体験や交流を把握し、学びを引き出すコツをつかめました。無理なく学生の力を引き出す方法をこちらが勉強しないと、「期待と違った」「辛かった」といった感想になりうるという課題が見えました。

今回のツアーは冬の開催でしたが、夏の様子はわからない学生がすぐに次のツアーの企画をするのは難しいかもしれません。状況を見ながら、地域や周囲の大人から情報提供を重ねることが、次の来訪につながると考えています。

伴走支援者のコメント

Ichido株式会社 取締役 小澤 航汰様

明治大学在学中に起業し、卒業後も複数社の経営に関わるIchido社では、福島県富岡町で花の酵母を使ったお酒の醸造などに取り組む。株式会社ORENAS代表取締役、(一社)日本マルシェ協会 代表理事。

地域の方々が望んでいることと、地域の担い手たちの状況次第で地域づくりは変わってきます。

学生の社会貢献をしたい気持ちを汲み上げ、活動がどのように地域に貢献しているのかを説明しながら、現地で細かくフィードバックすることで地域に貢献できているという実感が持てるようになります。 私たちが支援している他の地域でも、地域の方が目指すことを指標やプログラムに落とし込み、学びや成長実感など、定性的な効果との結び付けを意識しています。

地域が何を望みどうなっていきたいか。その要望に向かう筋道を設計することがまちづくりへの一歩だと思います。

ロードマップ

伝統文化を活用した高付加価値化を目指し、宿坊で提供されている文化体験の磨き上げや、地域ならではの「あけぼの大豆」生産者と連携した新たなコンテンツの造成などに取り組みました。

これまでの取組



農泊の取組

- 宿坊や一棟貸し宿泊施設に泊まりながら、料理体験・食事の提供（ヴィーガン・ベジタリアン含む）や仏教文化に関連する体験を提供。ドイツなど欧米を中心にインバウンドに訴求。



農山漁村地域への貢献

- GI表示や文化庁の100年フードなど、各種認証を通して地域の食材や食文化が評価されている。
- 農泊との連携を通して6次産業化に取り組んでいる。

これから目指すこと

- 仏教文化に関連する体験や食の体験等に、新たなプレイヤーを交えて、既存のプログラムの再整理・ストーリー化を通して高付加価値化する。
- 地域の宿坊が共通して体験を販売できるプラットフォームを整備し、宿坊の収益強化と体験の利用増をはかる。

- WWOOF（有機農家へのボランティア応募サイト）への掲載等を促し、農業の担い手不足解消に向けた支援を推進
- あけぼの大豆に関する体験プログラムの磨き上げと受入時期を伸ばすことで、地域の農業・食文化に対する理解を促進するとともに収益化をはかる

今年度の取組

① インバウンド向けプロモーション映像の制作

2024年10月
～ 2025年2月

インバウンド客の増加にともない、新たな言語への対応が必要になっていました。

- 英語…多くの訪日客に訴求できる（アメリカ・オーストラリア等を含む）
- ドイツ語…日本の伝統文化に関心が高い
- フランス語・イタリア語…食への関心が高く、精進料理を訴求できる
- スペイン語…中南米からの来訪が増えており、他地域に先んじて誘客することでニッチ市場で優位になれる



特にあけぼの大豆の栽培や、生産者の思いなどにもフォーカスし、食や仏教文化などの地域のキラコンテンツに着目した新たな映像としました。

映像は字幕で多言語対応することで、複数の言語に対応しています。また、今後修正が必要になった際も、撮影した素材を組み合わせることで容易に対応できます。

今後は、旅行博等での放映や、関心を持った方が各国語で検索し動画にたどり着く動線を確保することで、動画視聴から来訪につなげます。複数の市場に地域からの発信でアプローチするのは難しいですが、各国からのインフルエンサーや一般来訪者がSNSで投稿することで、身延の認知度向上につながっています。SNS投稿を位置情報やハッシュタグなどで確認し、市場別の傾向も見えてきました。

写真提供：みのぶ農泊地域連携協議会

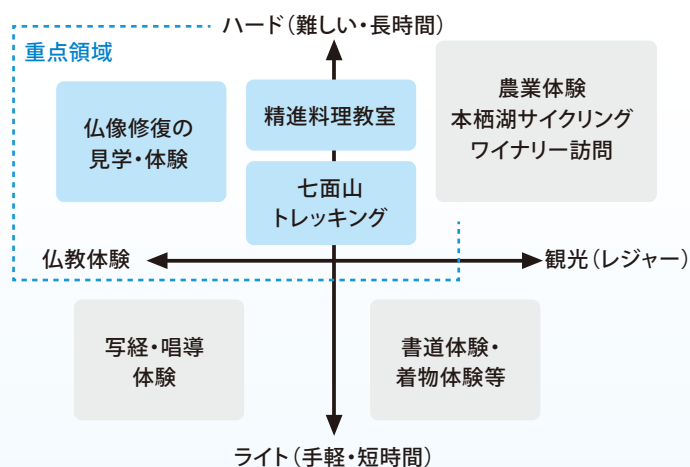
② コンテンツの再整理

2024年11月

みのぶ農泊地域連携協議会では、25の体験メニューを開発・提供してきましたが、多くが数千円台で所要時間1～2時間だったため、高付加価値化を模索していました。

身延の文化や食を気に入って連泊していく方が多いことに着目し、長時間のプログラムが有効と判断。既存の和文文化体験や、精進料理のランチなども取り入れながら、あけぼの大豆産地の見学や農業体験、身延山の本格的な仏教体験なども検討しました。

移動手段の確保も課題でした。公共交通機関で来訪する方が多く、宿坊の内部や門前町で提供する体験と異なり、他所で提供する場合は足の確保が不可欠です。集合場所を決めてEバイクを貸し出すプランや、宿坊から体験場所へのタクシー料金込みのプランを検討しました。

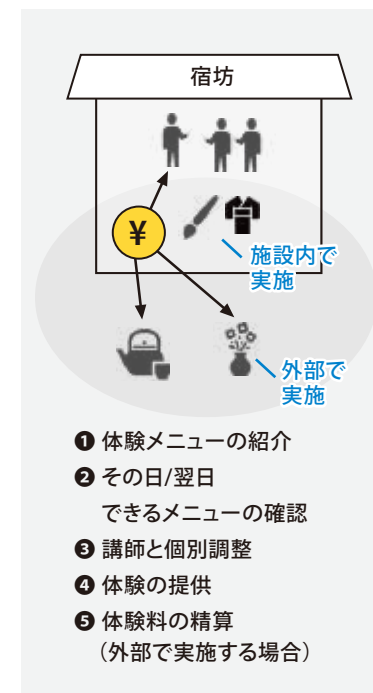


③ コンテンツ販売 プラットフォームの実証

2024年12月
～ 2025年2月

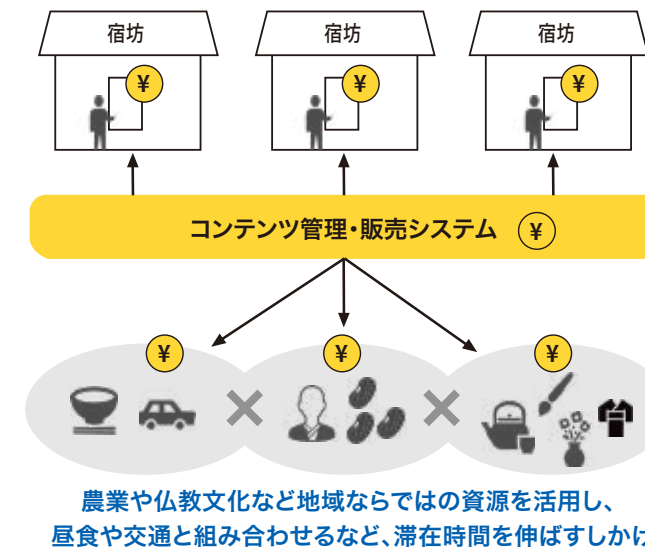
既存のコンテンツを整理し、新たなコンテンツの方向性を確認しながら磨き上げに取り組みました。

コンテンツの管理・販売を一元管理できるシステムを試験導入し、地域の収益もイメージしながら目標とする価格帯を検討しました。

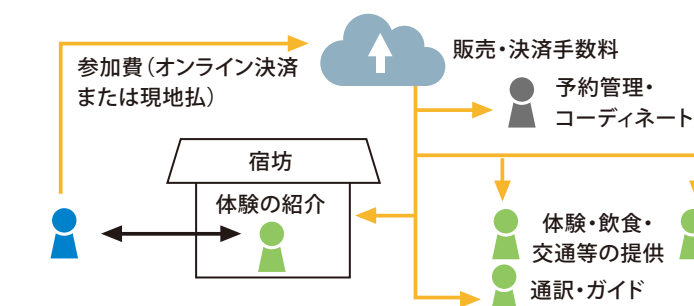


- 来訪前や、複数の宿坊で販売機会を確保
- メニューの提供可能日をオンラインで可視化
- 体験の提供事業者とオンラインで調整
- 体験の提供
- 体験料の精算・販売元へのインセンティブ還元

高付加価値化により単価を上げ、農泊協議会と、販売元の宿坊それぞれに還元されるしくみ



農業や仏教文化など地域ならではの資源を活用し、屋食や交通と組み合わせるなど、滞在時間を伸ばすしかけ



地元のあけぼの大豆（GI表示）をふんだんに使った精進料理のランチと、写経体験等を組み合わせた半日のプランを試験的に販売しました。



* 予約サイトのイメージ（2025年3月時点の内容）

Webや複数の宿坊などに販路を広げると、インストラクターや施設の状態によらず予約が入るようになるため、安定した提供体制が今後の課題となります。通訳ガイドや翻訳アプリ等を活用しながら、複数名のインストラクターが対応できる体制を整えたり、特定の曜日のみ販売し、その日は対応ができるよう事業者へ依頼するといった対応が考えられます。

なお、今回の取組を通して、仏像修復や霊山登拝など、新たな仏教のコンテンツとの連携の方向性も見えてきました。連泊する外国人の中には、本栖湖まで数十キロの距離をEバイクで出かける方もいます。こうしたアクティブな方に向けたプランや、仏教や美術に対する関心の高い方に向けた、新たなコンテンツの提供も目指しています。

振り返り・今後に向けて

みのぶ農泊地域連携協議会 会長 樋口 純子様

体験の販売にあたってはスタッフの説明やホスピタリティがカギを握っています。私が海外旅行をするときのことを想像しても、「翻訳機がありますよ」「一緒にやってみましょう」といった一言に動かされると思います。

体験を販売できる宿坊を増やすにあたり、予約サイトや動画、パンフレットなどの素材は不可欠ですが、お客様の要望に応じて体験の内容や魅力をスタッフがご案内できることも必要です。体験メニューの特徴や、販売に向けたモチベーションの共有をしていきたいです。

一つひとつ取り組み、軌道に乗せられれば、農泊地域として活動資金を確保し、さらに魅力的なコンテンツの開発につながっていきます。みんながWin-Winになれる仕組みを作っていきたいです。

伴走支援者のコメント

魅力R合同会社 代表社員 大河原 宏様

大手旅行会社で経営企画・市場開発等を経てOTA部門で宿泊施設向け営業を統括。徹底的に現場分析（Respect）を行い、魅力の発見（Recognition）・磨き上げ・発信を通して、持続可能（Regenerative）な地域に向けて伴走する。

少人数で運営されプレイヤーが限られているといった課題を共有し、農業・文化財・霊峰七面山などの自然資源を、地域の有力コンテンツとして確認できました。「高付加価値化」のイメージを共有し、新たなターゲット層も見えてきました。

農泊協議会を持続的に運営していくため、地域としての取組に関わった人や事業者へ報酬が支払われ、協議会としての収益を確保する仕組みに向けて支援できればと思います。地域の誇りである身延山を軸に活動する中で、地域の巻き込みも進んでいくでしょう。

身延山は、比叡山・高野山に並ぶ日本三大仏教霊山で、歴史・自然・産業がそろった魅力的な地域です。誇りある当地に、新たな活力が戻ることを願っております。

ロードマップ

農泊と持続可能な観光地域づくりとの関わりを再整理し、持続可能な農泊地域に向けた指標や、ガイドラインの策定を目指しました。

これまでの取組

これから目指すこと

農泊の取組

- 持続可能な観光地域づくりに関する取組が国内外から高く評価されている。地域内での食材や人材の調達を意識しており、社会経済的に地域に貢献している。
- 海外の教育旅行やFITを対象に、伝統文化や食体験を訴求している。

農山漁村地域への貢献

- 食材の自給率が高く、農泊を通して地域の農業者の収益向上に寄与している。

- 地域の滞在時間・消費額・域内調達率の向上を通して、地域の経済や暮らしに貢献する。
- 海外からの教育旅行誘致を推進する。

- 農作業の補助や茅刈りなど、美しい景観を守る取組に関わる機会を作るなど、持続可能な観光により貢献するプログラムを造成する。
- 地域課題解決に貢献する農泊推進に向け、自主ガイドラインに基づく施設運営をDMO会員に呼びかける。

今年度の取組

① 受入家庭に向けた 研修会の開催

2024年12月・
2025年1月



海外からの教育旅行を受け入れている方を対象に、食の多様性に関する研修会を行いました。

他の農泊地域の実践者や、現地の食のニーズに詳しい専門家を招き、受入地域同士の意見交換の機会にもなりました。

「純和風の料理にこだわらず、家庭料理(日本食)で良い」「事前に作るものを決めなくても、その日手に入る食材で作れば良い」といった学びが得られ、受入に前向きに取り組めそうです。



また、美山に訪れる生徒のニーズを知り、相互理解を深めることを目的に、1月に台湾での研修を行いました。現地のサステナビリティコーディネーターを務める方に、台湾での持続可能な観光の取組を教してもらいながら、文化の違いや共通点などを理解しました。

研修を通して、オリエンタルヴィーガン*など食に対するニーズの背景を学び、台湾での農村景観保全に対する取組なども理解しました。

現地の様子を知ること、受入のイメージを事前に持つことができました。また、参加者同士の交流が、受入のモチベーションを高めるだけでなく、周囲に受入を勧めるクチコミになることも期待できます。

*オリエンタルヴィーガン…動物性食品に加え、五葷(ごくん)と呼ばれるニラやニンニクなど香りの強い野菜も食べないスタイル。

写真提供：(一社)南丹市美山観光まちづくり協議会

② 持続可能な農泊地域の指標・ガイドライン策定

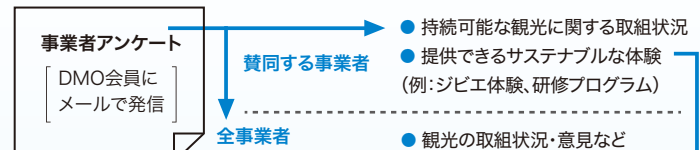
2024年10月
～ 2025年2月

新たに開業する事業者が増えている一方で、地域の高齢化により、今後観光に関わる方の減少も懸念されるため、地域として大切にしていることを再確認しながら、新たな体験や宿泊の提供者の掘り起こしを目指しました。

まずは、地域で取得しているデータを整理し、持続可能な観光ガイドラインに沿って対応状況を確認しました。その上で、2020年に開設した「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」の更新にも取り組みました。

美山DMO会員に加入する事業者を対象にアンケートを実施し、美山の文化や暮らしを体験してもらいたい、何度でも訪れてほしいといった考えを確認できました。

アンケートの中で「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」に関心を示した方には登録を依頼。登録に際して、再生可能エネルギーの利用状況や、地域産食材(米・ジビエ等)の利用状況を把握しました。地域として大切にしていることを示し、趣旨に賛同する方が具体的な取組につなげていくことを促します。



「美山のホスト」



◆ 美山でモニタリングしている指標

カテゴリ*	目的(例)	取得者
マネジメント	観光に対する住民満足度	美山DMO
	住民を対象とした講座の回数・受講者数	美山DMO
	来訪者の満足度	美山DMO
	地域の宿泊者数	美山DMO
	WebサイトのPV数	美山DMO
社会経済	観光消費額(日帰り・宿泊)	市
	美山産食材の利用率	(今後検討)
文化	かやぶきの里 来訪者数(駐車場利用件数)	地域団体
	協力金等の地域への還元状況	(今後検討)
環境	芦生の森 入林者数・ツアー参加者数	地域団体
	再生可能エネルギー利用事業者数	(今後検討)



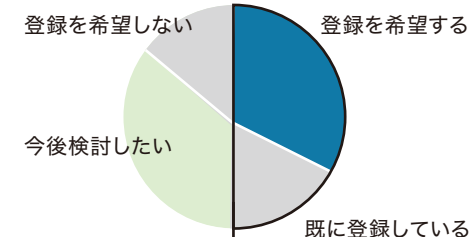
「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」で公表中のデータの一部を継続的にモニタリングし、地域全体の指標とすることを検討

来訪者へのガイドライン(案)

- 地域文化の尊重
- 地元の農産物等の利用
- 地域の人とのふれあい
- 環境美化

…

Q.「京都美山サステイナブルエクスペリエンス」の「美山のホスト」に登録を希望しますか？



半数の事業者が参加

*カテゴリはGSTC-D(持続可能な観光ガイドライン：地域向け)に沿って整理

振り返り・今後に向けて

(一社)南丹市美山観光まちづくり協会 事務局長 青田 真樹様

教育旅行の受入は、観光事業者ではない方が海外から訪れる人と交流し、美山の魅力を再確認できる貴重な機会であり、美山DMOの主力事業でもあります。

観光事業者においても、農村の景観や資源を活用しており、これらの取組を一体となって進めることが持続可能な観光地域づくりにつながると思っています。

事業者アンケートでは、美山の観光事業者の方が、持続可能な観光に賛同し、実践している・実践したい方がたくさんいることを確認できました。今後改訂を迎える「美山観光ビジョン」においても、農村ならではの魅力の活用・保全を盛り込み、持続可能な地域づくりにつなげていきたいと思います。

伴走支援者のコメント

追手門学院大学 地域創造学部 教授 岡田 美奈子様

英国で観光マーケティングを研究し、観光系シンクタンク等で日本における持続可能な観光の普及・実践を政策・地域両面で支援し、委員等も歴任。観光地域とウェルビーイングの関係についても研究を行う。

既存データの整理と、新たな調査を通して、美山の観光の方向性について、多様な示唆が得られたものと思います。今後は住民を対象にした調査も、できるだけ多くの方々の声を聞けるような形で進められるとよいでしょう。

「美山が目指す姿」に向けて、どのような観光や農泊を推進するか、地域の様々な人と対話を重ね、地域で共有できるビジョンを通して地域一体となった取組が求められます。

特有の地域資源をベースに、住民主体の持続可能な観光を推進する基盤が美山にはあります。地域住民、観光客、そして、観光や地域づくりに携わる方など、美山に関わるあらゆる人々が幸福を感じるとともに、よりよい地域づくりにつながる美山の農泊に期待をしています。

<住民アンケート案>

- 基本情報(年代、住んでいる地区など)
- 美山の観光客が増えることに賛成するかどうか
- 観光が地域にどのような効果をもたらしていると思うか
- 観光客が来ることが、自身の生活環境にどのような影響があると感じているか
- 観光客とふれあうことへの関心・取り組み状況
- 観光客に知ってほしいこと・体験してほしいこと
- 美山で活用すべき地域の資源
- 生活への満足度

これらの調査結果や、地域との対話を通して、地域としてのガイドラインの取りまとめを目指しています。

相手	目的(例)
住民向け	● 観光が地域に果たす役割の確認・理解 ● 地域資源の保全・活用などへの協力
事業者向け	● 地域内での調達(人材・食・エネルギー等)による波及効果の拡大 ● 地域資源の保全・活用などへの協力
観光客	● 地域文化の尊重やマナー遵守などによるプラスの効果拡大

ロードマップ

Temple Hotel 大泰寺を皮切りに、地域の無住寺院を特色ある宿坊として観光の拠点にすることで、地域の農林漁業と組み合わせた新たな滞在につなげ、地域コミュニティの持続にも貢献します。

これまでの取組

これから目指すこと

農泊の取組

- ・無住化した寺院を宿坊に改装し、熊野古道を訪れる海外の方などが訪れている。英語で禅を語れる西山会長を中心に、日本文化の体験などが好評で、オンラインでも集客している。
- ・新たな無人宿坊の整備に向けて国内外から投資が集まっている。

農山漁村地域への貢献

- ・平飼いの卵、ジビエ、牡蠣などの食材を活用し、地域の食材の活用を進めている。
- ・寺院に観光客が訪れ、収益化することで、地域のよりどころが維持されている。

- ・新たな寺社の改装を通して、地域全体でインバウンド客等の受入を伸ばすとともに、防災やコミュニティを再構築。
- ・宿坊と熊野古道の拠点と位置づけ、オーバーツーリズムの解消や、熊野古道・大辺路三十三ヶ所のような広域で仏教文化を周遊するルートの整備を目指している。

- ・農泊協議会と農家が連携し、農作業を体験メニューとして来訪者に提供することで、農業の人手不足を解消する(いちご、お米、茶など)。
- ・宿坊で地域産品(加工品等)を販売し、収益向上・販路拡大を目指す。

今年度の取組

① クラウドファンディングと新たなコンテンツの開発

2024年11月・
2025年1月

大泰寺の更なる活用に向けて、「禅サウナ」開設に向けたクラウドファンディングを行いました。既に地域との関わりがあるDAO(自律分散型組織)の開発会社と連携し、写真素材の制作や文面の検討、情報発信などに取り組みしました。



これまでも大泰寺ではテントサウナを設置し、寺のすぐ近くを流れる川を水風呂と見立て、坐禅とともに「ととのい」を提供していました。これからは天候に左右されずに体験を提供できます。また、護摩木をサウナストープにくべるなど、これまでになく禅とサウナの融合を予定しています。

大泰寺の更なる活用に向けて、「禅サウナ」開設に向けたクラウドファンディングを行いました。既に地域との関わりがあるDAO(自律分散型組織)の開発会社と連携し、写真素材の制作や文面の検討、情報発信などに取り組みしました。

② 楞嚴寺改装のプロポーザル

2024年12月
～ 2025年2月

大泰寺に次ぐ宿坊として、大泰寺から約20km離れた色川地区の「楞嚴寺(りょうごんじ)」の活用を構想していました。改装には多額の資金が必要になることから、様々な資金源の活用を目指しています。また、資金を募ることは、寄付/出資した人が楞嚴寺に関心を持つことになり、開業後の集客にもプラスになると考えています。

- Planet DAO(出資)
 - クラウドファンディング(寄付)
 - 補助金・交付金等(予定)
 - 自己資金
- 出資者も
情報発信に協力



楞嚴寺は、大型車両の通行ができない山あいの集落にあり、さらに道路から15mの石段をのぼったところに立っています。資材の搬入や、開業後も宿泊者の導線確保が難しくなることが考えられます。

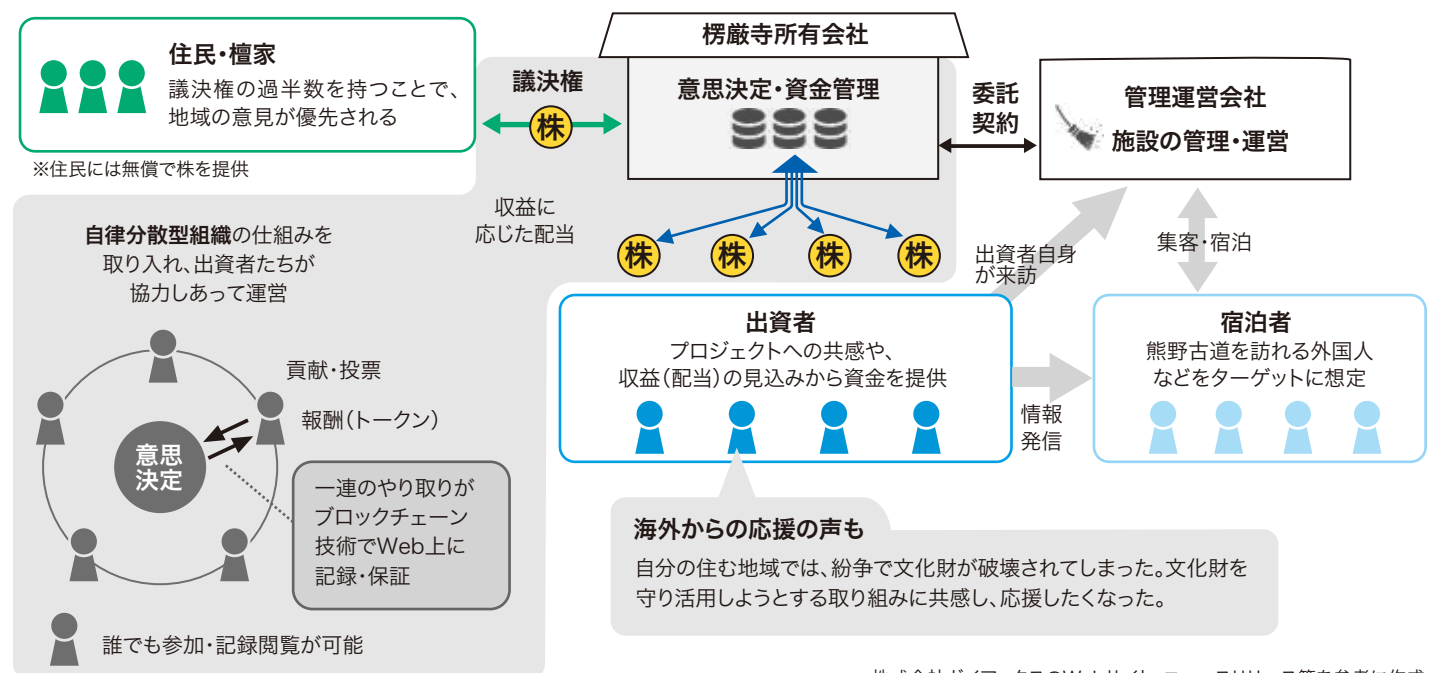
太地町に拠点を置く建築士のアドバイスをもらいながら、制約条件や概算の事業費などを検討し、改装アイデアを公募で募ることにしました。

<目指すこと>

- 地域の方が活用できること
- 宿泊者と地域住民の動線が確保されていること
- 地域のにぎわいに貢献すること
- 各種条件をふまえ、施工できるもの

時期	実施要項
2018年	楞嚴寺の活用について検討
2019年	県内の建築士協力のもと、図面を作成(若手建築士の育成活動として)
2020年	観光庁「寺泊・城泊による歴史的資源の活用事業」を活用、宿泊施設としての活用可能性を検討
2021年	本堂・石段・石垣が国の有形文化財に登録
2024年	出資募集開始。当初予定していた株が完売 改装に向けたプロポーザルを実施

◆DAO(自律分散型組織)を活用した楞嚴寺の運営イメージ



株式会社ガイアックスのWebサイト・ニュースリリース等を参考に作成



地域のよりどころを改装するため住民との対話が不可欠で、何度も現地に足を運んでほしいとの思いから、応募は和歌山県・奈良県・三重県・大阪府の建築士に限定しましたが、全国から問い合わせがあるなど、注目されたプロジェクトとなりました。

Webサイトを開設して、ドローン撮影映像や図面等の情報を提供し、提案を募りました。

- 公募開始: 11月20日
 - 参加表明締切: 12月5日
 - 質問締切: 12月15日
 - 提案書締切: 1月15日
 - 1次審査(書類): 1月20日
 - 2次審査(プレゼン): 2月5日
- 検討期間: 2カ月弱
- 実施期間: 3カ月弱

審査には檀家総代をはじめとする地域の方にも関わってもらいました。はじめは専門知識がなく評価することに不安を感じていた方も、それぞれの提案の良いところや気になる点などを出し合って選びました。15件の提案から3件が2次審査に進み、現地での審査会では集まった住民がそれぞれの発表に耳を傾けました。地域の方からは「このような形で楞嚴寺が残されるのは楽しみだ」「設計者の熱意を感じた」といった感想が聞かれました。



今後は改装工事と並行して、段々畑に囲まれた色川地区ならではの体験や、長期滞在者向けの食事の開発などにも取り組んでいきます。

振り返り・今後に向けて

太田川流域農泊振興協議会 会長 西山 十海様

楞嚴寺の改装は数年間にわたって取り組んできたプロジェクトで、地域の方との合意形成に注力しました。これまで地域のよりどころだったお寺が宿泊施設として地域外から人が訪れること、地域外の資金やアイデアが入ることに対して、はじめは不安に感じる方も少なくありませんでしたが、お寺を残すために話がまとまっていきました。

文化財に登録されるなど、楞嚴寺の価値が外部の専門家に評価されるなど、どのように残していくかに注目するようになりました。プロポーザルでは多くの素晴らしい提案が集まり、関心の高さがうかがえました。

地域の方々にもこのプロジェクトを前向きにとらえていただいています。楞嚴寺が、訪れた人と地域の人が交流する新たなよりどころになることを目指しています。

伴走支援者のコメント

シェアウィング株式会社 代表取締役 佐藤 真衣様

独立系ベンチャーキャピタルでライフスタイル分野を担当。26歳でスバランニングを行う(有)ホットマークを創業。2016年にシェアウィング(株)を共同代表として創業。「お寺ステイ」を中心に、シェアリングエコノミー事業を展開する。

既存データの整理と、新たな調査を通して、美山の観光の方向性について、多様な示唆が得られたものと思います。今後は住民を対象にした調査も、できるだけ多くの方々の声を聞けるような形で進められるとよいでしょう。

太田川地域は、素晴らしい自然と歴史が残り、とても魅力的な地域です。移住者が多い特徴が、新たなまちづくり、観光産業振興にどのような影響があるか、この地域が先進事例となり、のちに「太田川モデル」と注目され、参考になるのではないかと期待しています。

楞嚴寺は建物や立地の難しさから、リノベーション・運営・経営いずれもかなり難しく、挑戦がいのある物件です。単に資本主義的な思想で運営や事業を行おうとしてもうまくいかないでしょう。顧客・サービス提供者・地域住民 3者の関係デザインが肝になります。単なる無人で運営される宿ではない、新たなサービスをデザインし、日本初の成功事例を目指してほしいです。