

農山漁村振興推進計画

(農泊推進事業、人材活用事業)

地域・事業実施主体等の概要

・地域の概要

いすみ市は、温暖な気候と豊かな里山を有しているほか、東京からのアクセスは、特急電車だと約 70 分、車だと圏央道アクアライン経由で約 90 分と立地条件に恵まれており、「2018 住みたい田舎ベストランキング」では首都圏総合第 1 位を獲得するなど都会からの移住者も増えつつある。

農業では、県内でも有数の農地面積を誇り、味が自慢のいすみ米を中心に、市場では評価の高い梨などの果実、トマトやナバナなどの野菜、さらにはスプレーストックなどの花卉、特産化を目指すブルーベリーなど多様な農産物が生産されている。一方で、農業従事者の高齢化に伴う担い手不足が顕著になっており、耕作放棄地の増大、キョンやイノシシ有害鳥獣の被害増加が深刻となっている。

水産業では、黒潮と親潮がぶつかる豊かな漁場を有し、近海での漁業を中心とした新鮮な多種多様な海産物に恵まれてきた。しかし、近年は回遊魚の漁獲量が減少しているため、いすみ市沖に広がる器械根呼ばれる漁場において、イセエビ、サザエ、タイ、ヒラメなどの魚介類を育て、稚魚稚貝種苗を放流するなど水揚げ高の確保に貢献している。農業と同様に、漁業従事者の高齢化や後継者不足など水産業を取り巻く環境は厳しさを増している。

千葉県いすみ市の全域（旧夷隅郡大原町・岬町・夷隅町）

人口：38,594 人（H27 国勢調査） 面積：157.44 平方キロメートル

・農山漁村振興交付金（農泊推進関連対策）「いすみ市大原地区活性化計画」認定地域

・事業実施主体の概要

いすみ市農泊・インバウンド推進協議会は、里山里海が育む「食の魅力」、農林漁家の持ち前の知恵や技を活かした「体験」に加えて、滞在の核となる船宿等の「宿泊」の受入体制を整備することにより、外から人を呼び込み農泊・インバウンドの取組を展開していくため、受入組織や人材の土台づくりを担うものである。

・事業実施主体構成員数	8 団体
うち宿泊関係者数	2 団体
うち飲食関係者数	5 団体
うち体験プログラム提供者数	7 団体

・取扱高等

平成 29 年度実績

取扱高： 6 4 6 万円

平成 31 年度（目標年度）

目標取扱高： 1, 7 1 3 万円

取り組みのポイント（10 行以内）

- いすみ市の農水産物・加工品で賑わう「大原漁港・港の朝市」と、隣接する夷隅東部漁協直売所「いさばや」を拠点とした、体験・滞在型農泊コンテンツを開発し、販売する。
- 海外からの集客を進めるのに当たり、メインターゲットとする欧米豪インバウンド向け商品の開発や訪日教育旅行の受入れ拡大を目指すため、農林漁家民宿の受入体制、サービスの向上を図る。
- 「朝市、美食、いすみ鉄道、日本酒、チーズ、農業、釣り船、伝統文化、生活体験」といった「いすみならでは」の豊富な農泊コンテンツをパッケージ化、大手旅行エージェントや多言語チャンネルを介した効果的な web マーケティングにより集客する。
- 地域内のコーディネート業務は協議会に集約化し、食、体験、宿泊サービス実施者は顧客サービスを向上させる。

5. いすみ市農泊・インバウンド推進協議会は、事業完了後に「いすみ地域 DMO」へと発展する。また、農泊コーディネーターとして、語学や異文化交流に長けた人材を育成する。

4. 地区の現状・課題

1. 事業実施地区の現状

- ・千葉県いすみ市は、千葉県房総半島南部に位置し、人口は約 38,000 人。
- ・平成 17 年 12 月 5 日に夷隅郡夷隅町、大原町、岬町が合併。
- ・気候は黒潮の影響で年間を通じて温暖であり積雪も稀である。また、豊かな里山里海を有し、農業や漁業といった第 1 次産業の資源が豊富である。
- ・漁業に関しては、器械根と呼ばれる沿岸の岩礁群が良好な漁場となっており、イセエビやタコ漁をはじめ、ヒラメやマダイ漁などが盛んである。
- ・釣り船との複合経営も盛んで、大原漁港に所属する約 50 隻の遊漁船数は全国でも随一を誇り、年間約 5 万人もの釣り客を抱えている。
- ・農業においては、とりわけ水稻が盛んであり、主に生産される早場米のコシヒカリは「いすみ米」として市場出荷される。
- ・内陸部では乳牛や採卵鶏などの畜産が盛んであり、また、日本梨は名産でもある。
- ・近年は、ブルーベリー・柿・イチゴなどの観光農園や、チーズ工房やパン屋が増えてきた。
- ・太巻き寿司などの郷土料理や大原はだか祭りに代表される祭礼などが数多く残っており、地域アイデンティティが着実に現代に継承されている。
- ・いすみ鉄道（大原～上総中野）は、いすみ市の象徴ともいえるローカル線であり、全国的にも知名度は高く、コアなファンを獲得し続けている。
- ・東京からいすみ市までのアクセスは特急（JR 京葉線・外房線回り）を利用すると電車で約 70 分、車だと圏央道アクアライン経由（市原鶴舞 IC から）で 60 分強である。
- ・成田国際空港、羽田国際空港ともに、いすみ市までのアクセスは車で 60 分強である。
- ・今年度、市として初めて、台湾からの訪日教育旅行（高校生）の受入実績をあげた。日本文化体験やホームステイにおける成功体験を地域で共有し、今後の期待も高まっている。
- ・「2018 住みたい田舎ベストランキング」首都圏総合第 1 位を獲得。「宝島社、田舎暮らしの本」
- ・いすみ市の地域おこし協力隊は現在 17 名おり、千葉県下では一番多い。
- ・「いすみ市まち・ひと・しごと創生総合戦略」により、「地域創生」を着実に進めている。
- ・「美食の街いすみ～サンセバスチャン化計画」ならびに「土着菌完熟堆肥による有機の里づくり事業」で内閣府の地域再生計画が認定され、順調に事業を展開している。

2. 事業実施地区の課題

【第 1 次産業（主に農業）】

- ・都内からの移住は増えているが、少子高齢化等により、毎年約 400 人の市民が減少している。
- ・市の基幹産業である第 1 次産業の担い手不足が深刻である。
- ・農業においては、主産地となる米の需要低下や価格下落により、所得の低下や農地の保全も課題であり、キョンやイノシシ等有害鳥獣の被害も拡大している。
- ・経営耕地が 1 ha 未満の小規模農家が過半数を占め、少量多品種の農産物・園芸作物が生産されているが、産地と呼べる農作物は米だけである。

【観光誘致施策】

- ・観光面では、小さな拠点と観光コンテンツは豊富であるが散逸しており、都市部観光客のニーズに合わせた着地型商品開発への特化が望まれる。また、今後マーケット拡大が見込まれるインバウンド（個人旅行者）の獲得に向けたこれまでの取組実績はほぼない。
- ・滞在の核となる宿泊施設や体験施設が少ないため、地域において未開拓領域となる農家民宿やインバウンド向け滞在施設の開設も望まれる。
- ・鉄道（JR 外房線・いすみ鉄道）の本数は年々減少しており、道路に関しては圏央道（市原鶴舞 IC）からいすみ市への連絡道路の延長などが望まれる。

【地域 DMO】

- ・市内には既存の観光協会はあるものの、web マーケティング、企画・運営・ツアーを手掛ける企業や法人（旅行業者等）がない。
- ・市内の個々には良い地域資源と人的財産があるが、まだ連携が不足している状況である。
- ・上記課題克服のためにも、地域 DMO 確立の土台となる地域協議会は必要不可欠である。

3. 課題に対するこれまでの取組状況

(1)これまでの取組状況

①従来の主な観光拠点・イベント

拠点 海水浴場・ゴルフ場・サーフィン・釣り船ほか

イベント 1.花火大会 2.盆踊り大会 3.源氏ぼたる観賞会 4.祭礼 5.椿まつり 6.サーフタウンフェスタほか

②近年の主な観光拠点・イベント

拠点 港の朝市・いすみ鉄道・ブラウンズフィールド・高秀牧場・チーズ工房ほか

イベント 1.移住ツアー 2.CLUBRED レストラン（美食の街の取組） 3.ガストロノミーウォーキング（美食の街の取組） 4.農産物オーナー制（いすみ米・梨） 5.狩猟体験ツアー 6.郷土料理づくり（味噌づくり・太巻き寿司・干物づくり等） 7.農産物収穫体験（イチゴ・ブルーベリー・柿等） 8.ロケツアーリズム 9.訪日教育旅行（H29：台湾人高校生 33名）ほか

特徴・成果

従来の主な観光拠点・イベントは、行政が主導的役割を果たしており、受入体制の基盤が弱く、プログラムも限定的な側面があったが、近年のイベントは生産者・受益者主体へと移行。都会の客層にターゲットをしばり、里山里海といった都会にはない魅力を体験できる観光も展開する地域にもなってきた。その中でも「いすみの食」に特化した着地型観光で賑わっている拠点が「港の朝市」である。

(2)これまでの取組等を通じて明らかになった課題

①観光マーケティングの欠如

イベントは市や観光協会主催が中心。いすみ市はこれまで行政主体の観光事業がメインだったため、観光協会は現在も法人化されていない状況である。地域資源の強みやニーズを分析するマーケティングの視点が欠如しており、観光客からお金が落ちる受益者を特定せず、主体がぼやけていた点などがその要因であったともいえる。

図表 いすみ市観光入込客数（延べ人数）の推移【過去5年間】（単位：千人地点）

	平成28年	平成27年	平成26年	平成25年	平成24年
千葉県	155,100	165,928	167,667	173,705	177,663
いすみ市	263	311	320	328	291
対千葉県比%	0.16	0.18	0.19	0.18	0.16

- ・千葉県内の入込客数は年々増加している。（外国人観光客の増加）
- ・いすみ市の入込客数は県内の1%にも満たない。（かつ、ほぼ横ばい）

②インバウンド向け誘致の出遅れ

千葉県内には、成田国際空港があることから年々外国人観光客が増加しつつあるが、いすみ市への外国人訪問客はわずかであり、インバウンド誘致に向けた取組が不十分である。

図表 平成28年のいすみ市宿泊客数（延べ人数）（単位：人泊）

	千葉県	いすみ市	対千葉県比%
宿泊客数	17,384,000	25,613	0.147
うち外国人宿泊客数	2,942,000	96	0.003

- ・いすみ市の宿泊者数は県内の1%にも満たない。
- ・外国人宿泊客は全国・千葉県においても年々増加している。

※ 図表①, ②千葉県観光入込調査報告書（千葉県商工労働部観光企画課）をもとに作成

③農泊受入体制の視点

・統計からは、いすみ市は観光誘客の成果がまだ上がっていないとみてとれる。要因には、従来型観光事業からまだ脱却し切れていない部分も大きいですが、市場分析をして事業展開に繋げる体制が不十分であったことが課題であり、滞在を伴う食、里山里海体験を組み合わせた商品開発、一元的なオペレーション機能、マーケティング、販売促進・営業活動を展開していく必要がある。

・人口減、高齢化からの国内旅行減、観光インフラの老朽化など逆風もあるが、千葉県全体では観光入込客も宿泊者数もインバウンドの恩恵もあり、増加傾向である。圏央道の開通・都心、空港へのアクセスを考慮すれば、宿泊客は別としてもいすみ市の入込客数（日帰り客層）は増加しているも本来おかしくはない。美食の街のイベントの成果もあり、多くの市民の体感も増えている。

・いすみ市の市内既存の宿泊施設（ホテル2件、旅館3件、民宿13件）は観光目的よりは労働宿舍・合宿がメインであり、インバウンド拡大・農村回帰志向・SNSの集客力などを活用し、いすみの食や体験と組み合わせれば、観光目的の宿泊客は増加の一途を辿るといえる。

・これからは、「いすみの農泊メインコンテンツ」として、港の朝市に加え、漁協直売所いさばやを整備した海の拠点から、木戸泉酒造見学、いすみ鉄道を二次交通に据え、里海地域から里山地域（みねやの里・チーズ工房・高秀牧場他）に人とお金を動かす流れを構築したい。また、客単価の視点からも日帰りコンテンツばかりではなく、船宿や農家民宿を加えた地域内での宿泊の体制強化に力を注ぐ必要がある。この「食・体験・宿泊」を織り交ぜた農泊の取組が、従来の観光事業の体制を変えることとなり、官民一体となった受益者中心のDMO組織となる。

④地域資源を活用する視点

・漁場や海産物に恵まれ強みと魅力が目立つ漁業がある一方、衰退が目立ついすみ市の農業の担い手確保、所得向上のためには、来訪客や未来の担い手（新規就農者・移住者）に実際に地域の良さを知ってもらう必要がある。いすみ市は、米農家や梨農家にくわえ、味噌づくり団体やチーズ工房、パン屋も多い。そのような地域の良さを知ってもらう意味でも、話をしながら料理を一緒に作ったり、農業・漁業を体験したり、農漁家に泊まり暮らす。つまり、食や宿泊を効果的に組み合わせた農泊（いすみのファンづくり）が最も効果的であり、つながりから生まれる事後的産品購入による農漁家の所得向上や販路拡大、インバウンド等による宿泊施設や飲食店の売上げ増加、半農半X（X=農泊）という域外所得を獲得する生業の成立も期待できる。

・これまでの課題や取組からも、今後、いすみ市は基幹産業である第1次産業の強みを観光客のニーズとして捉え、地域内の受益者を特定することで成果がみえる観光誘客事業を展開する必要がある。また、いすみ市では、人口減少時代の地域創生の鍵を、いすみ市を支えてきた第1次産業と位置付け、他地域に負けない「食」で差別化を図り、人を呼び込む戦略に舵を切っている。（ONSENガストロノミーウォーキングや美食の街の取組等）

(3)課題に対応した、いすみ市の地域創生の取組

①【農泊推進関連対策「いすみ市大原地区活性化計画」認定地域と関連】

・夷隅東部漁協で水揚げされる「器械根アワビ・サザエ・イセエビ」等のブランド化や、漁協直売所（食堂兼加工施設）の整備を行い、加工品開発・販売による地域水産物の売上増加を目指している。

・日本でも屈指といえる食分野の外部有識者等で構成する「いすみブランド認定委員会」を発足。いすみ産の海産物・米・果樹野菜・加工品・日本酒など、現在22品目がブランド認定されており、認定品はいすみ市水産商工課により、一流シェフに向けて販路拡大を行なっている。

②【郷土料理百選に選定された地域「太巻き寿司」と関連】

・郷土料理の名品「太巻き寿司」や「じあじあ」のほか、埋もれていた地元の名店をロケツアーリズムとタイアップさせ、「全国ふるさと甲子園」等でPR・全国展開を図っている。

③【地域再生計画認定地域「美食の街いすみ～サンセバスチャン化計画～」と関連】

・いすみの食材と全国の若手有望株シェフとの連携事業「いすみ CLUB RED」を発足。いすみの旬の食材を活用したメニューを開発し、提携先レストランなどで提供、実際に食べてもらうことで「いすみの食」のPR・販路開拓を実施している。

・「ONSEN ガストロノミーウォーキング in 美食の街いすみ」では、参加者約 300 人に「いすみの食（チーズ・酒・イセエビ・いすみ豚ほか）・体験（ウォーキング）・宿泊（いすみ鉄道～温泉）」・ロケツーリズムを一体的に提供する、新しい農泊コンテンツを成功させた。

④【地域再生計画認定地域「土着菌完熟堆肥による有機の里づくり事業」と関連】

・土着菌堆肥を活用した地域づくりで有名な鹿児島県「やねだん」と提携し、有機の里づくり（自然と共生する里づくりソフトと堆肥普及拠点整備が一体となって推進）による安全安心な農産物の生産・供給体制づくりを実施している。

（自然と共生する里づくり事業のこれまでの取組実績）

- ・子ども達の未来に対する想いが込められた、有機米ブランド「いすみっこ」を開発。
- ・「いすみっこ」の取組や食味が評価され、JAL ファーストクラス機内食にも導入された。
- ・H29 年 10 月、全国初となる有機米の学校給食全量導入を達成した。
- ・イオンとの事業連携（農業体験）の成果から、「いすみっこ」の店舗販売が決定した。

5. 課題に対する対応

1. 課題【第1次産業】

①対応する取組

a ファムトリップ（農泊コンテンツ造成兼ねる）、b 農泊先進地視察、c 農泊セミナー

②本事業（交付金）を活用する部分

協議会の構成員は、いすみの農泊資源（食・体験・宿泊）を商品として提供できる企業、団体、農林漁家などリアルなプレイヤーとし、協議会は、事務局のほかに集客、地域コーディネーター、情報発信、販売促進・営業機能を担う。課題解決に向けた取組として、農業経営の多角化や農地保全、農林漁家の新たなビジネス機会の創出に資する農家民宿の創業を支援する。また、通年での農業体験やクルージング、伝統食等を体験プログラムに盛り込んだ教育旅行・体験民泊に取り組む先進地（長崎県南島原市・松浦市）を視察するほか、いすみならではの泊・食・体験メニューをつなぎ合わせた農泊コンテンツを開発し、ファムトリップを開催する。

③目指す将来像

・いすみ市は他地域に引けを取らない里山里海がありながらも、東京ディズニーランドや都心・空港にもアクセスがよいことから、行程内の選択肢の幅が広く自由度も高い。農泊は、いすみ市の食に加え、宿泊の核となる農家民宿や船宿、ホームステイなど既存の民家の暮らしがベースとなるため、地域経済に直接作用をもたらす。住宅宿泊事業法（民泊新法）は、まさにその追い風ともなっている。

・里山里海の豊かな資源を活用できる農林漁家・市民団体が多数存在し、そのポテンシャルは非常に高い地域ということを示せる。いすみ市の食・体験にくわえ、農林漁家民宿の体制を整えることで、インバウンドを含めたマーケットのニーズと合致する。

2. 課題【観光誘致施策】

①対応する取組

a ファムトリップ、b. インバウンドモニターツアー、c. Web マーケティング

②本事業（交付金）を活用する部分

インバウンド戦略におけるターゲットは、個人旅行においては、今後マーケットが拡大していく欧米豪（消費額より体験機運・滞在日数に強み）とし、教育旅行は台湾・タイ・マレーシア（成功体験・実績・千葉県連携）をメインに据える。

市内にはインバウンドやツアー集客を扱える旅行会社が存在しないため、いすみの農泊資源を多言語でWEBマーケティング・集客・企画販売ができる、いすみの農泊にマッチした企業と事業提携をする。

③目指す将来像

・メインターゲットとする欧米豪はグリーン・ツーリズムの先進地でもあり、自然・食・体験・文化などその価値への理解度も高いことから、いすみ市の農泊にマッチする。また、いすみ市（会場は隣接の一宮町）は、2020年の東京オリンピックサーフィン競技の開催地に決定していることから、本事業への地域全体の機運が高まっている。

・これからは、散逸しているいすみの農泊資源を効果的につなぎ合わせたパッケージツアーなどを開発し、仕入れから販売までが計算された、受益者主体の観光地づくりを目指す。食や体験、宿泊を提供する主体、協議会や構成員などが利益を追求する観光を目指すことが、行政主導かつ単発傾向の観光受入体制を変える起爆剤となり、いすみの農泊資源や観光商品にいつそうの磨きをかけ、潜在しているファンの定着や新規・リピーター観光客の増加も大いに期待できる。

3. 課題【地域DMO】

①対応する取組

a 協議会運営体制整備、b 人材活用事業（農泊コーディネーター育成）

②本事業（交付金）を活用する部分

a 事業実施体制の強化

協議会の中核組織は、「港の朝市」を所管するいすみ市商工会（港の朝市運営委員会）とし、事務局を置く。「港の朝市」と隣接する夷隅東部漁協直売所「いさばや」を拠点とした体験・滞在型農泊コンテンツの事業実施体制を強化する。

b 農泊コーディネーター育成

協議会の持続可能な運営と DMO への発展には、外部若手人材の育成が求められる。協議会では語学や異文化交流に長けた研修生を雇用し、外部専門家の知見などを活用しながら、農泊コーディネーターとして育成する。

③目指す将来像

・いすみ市の豊かな里海里山は、他地域にも負けない豊富な農泊コンテンツを用意できる。また、協議会は将来的な DMO 組織に発展し生業として存続していくためにも、本事業をきっかけとし、その土台づくりを担う。

・首都圏域ではまだ定着の薄い今の段階から、農泊やインバウンドに取り組むことでいすみ市が先駆者となれる。将来的には、いすみ市を中心として、近隣の温泉地や景勝地なども巻き込み、広域連携しながら事業拡大を図る。

6. 目標

(1) 目標

目標項目	29 年度実績	30 年度	目標年 (平成 31 年度)
売上高 (万円)	—	51	171
宿泊者数 (人)	676	1,015	1,595

目標設定の考え方

【売上高】

・協議会の売上高は、宿泊・体験等のサービス部門への手配手数料とする。協議会のオペレーション部門（旅行手配業）のみを対象とし、協議会が紹介した地域内のサービス提供者全体（構成員以外も含む）の取扱高の一部として考える。また、夕食・昼食に関しては、関連団体によりサービスが提供されることから協議会の売上高の対象には含めない。

※売上高＝手配手数料＝取扱高×手配手数料率

※取扱高＝（宿泊者数×販売単価）＋（体験利用者数×販売単価）

- ・目標値の確認方法は、手配数の実績とする。
- ・販売単価は教育旅行 6,500 円、個人旅行 8,500 円（いずれも 1 泊朝食付）、体験（個人）5,660 円（加重平均単価）、体験（教育）3,962 円（30%OFF）
- ・手配手数料率は、平成 30 年度 5%、平成 31 年度 10%の通増方式とした。

【宿泊者数】

- ・体験利用者数は年度ごとに利用率を設定、教育旅行は体験利用率と単価を別に設定。
- ・売上対象は日本人観光客、訪日教育旅行者、訪日個人旅行者による。
- ・宿泊者数は宿泊斡旋数を計上。

(2) 評価指標

評価指標項目	29 年度実績	30 年度	目標年 (平成 31 年度)
外国人宿泊者数 (人)	166	250	320
漁協直営食堂直売施設来場者数 (人)	24,000	24,000	31,000

評価指標設定の考え方

- ・①29 年度の外国人宿泊者数は、台湾からの教育旅行者数及びいすみ市外国人宿泊者数（2016 年千葉県観光入込調査）による。
- ・②30 年度の千葉県実績 1,200 名（前年比 44%増）を参考に設定。
- ・③31 年度の外国人宿泊者数は、32 年度オリンピック年目標（29 年度から 200%増）を参考に設定。
- ・④農山漁村活性化対策整備事業実施計画に基づく。（30 年度末に直売所は完成）
- ・⑤外国人宿泊者数は目標で定めた各宿泊者数の内数

事業実施計画

(農泊推進事業、人材活用事業)

1. 事業実施内容

全 体

【農泊推進事業】

1. ファムトリップ

・いすみの資源や魅力に対してインバウンド等はどう見えるのか、エージェントや留学生などのインフルエンサーからの評価を得るため、港の朝市周遊ツアーや狩猟体験ツアーなどのファムトリップを実施する。食事・体験・宿泊を通じて得られた評価は、情報発信、ターゲットの絞り込みなどに活かす。

2. インバウンドモニターツアー

・既存観光資源（港の朝市・木戸泉酒造・いすみ鉄道、ほか農泊資源）と宿泊先となる農林漁家民宿をインバウンド向け商品等としてつなぎ合わせるため、インバウンド特有の食事・趣向・主義・宗教などに配慮しながら商品化する。また、協議会の集客のメインターゲットとなる欧米豪からの留学生を対象にしたモニターツアーを実施し、コンテンツの評価・検証の機会とする。

3. Web マーケティング

・集客の要となる情報発信部門のパートナーとしては、いすみの農泊資源を多言語でWEBマーケティング・集客・販売ができる企業と事業提携をする。多言語の食レポ記事や体験記事などインフルエンサーなどを活用したアプローチで、いすみ市への旅行動機をつかむところからインバウンド等集客の戦略をとる。

4. 農泊先進地視察

・農泊・インバウンド先進地視察を実施。視察所見は農泊セミナー等で報告し情報共有、運営体制の強化や農泊人材のスキルアップにつなげる。

5. 農泊セミナー開催

・インバウンド等を受け入れるために必要な最低限のスキル（ホスピタリティ・オペレーション・リスクマネジメントなど）や、旅館業法・住宅宿泊事業法などを習得するため、食事・体験・宿泊に関わるプレイヤーに対し、専門家によるセミナーを開催する。

6. 事業実施体制の強化

・本事業完了後の「いすみ地域 DMO」を見据えて、マーケティング、販売促進・営業活動、地域のコーディネート・オペレーション機能を備える一元的な窓口組織として事業実施体制の強化を図る。また、エージェント営業を通じて、農泊・インバウンド関連旅行会社と強いパイプでつながり、将来的にWINWINとなるビジネスパートナー関係を構築する。具体的には、教育旅行については文部科学省や千葉県、大手旅行会社の教育旅行担当部門との連携で集客する。個人旅行については大手旅行会社のほかにAirbnb、Expedia、Booking.com、Trip Adviserなどのオンライン・トラベル・エージェントとも連携し集客する。

【人材活用事業】

・外国語や異文化交流に長けた人材を研修生として2名雇用し、専門家の知見を活用ながら、地域の農泊コーディネーターとして育成する。また、いすみ市の持つ人材ネットワークを活用しながら、他地域の農泊コーディネーターとのつながりを構築する。

【農泊推進関連対策】

・漁協直売施設兼レストラン「いさばや」を拠点とした既存の体験・滞在型農泊コンテンツの見直しを図るほか、新鮮な魚介類や水産加工品の販売と併せて、地元漁港で水揚げされた旬の水産物を活用した昔から伝わるここにしかない漁師飯を提供するなど、「いすみの食」のプラットフォームとしての機能を高める。

1年目（平成30年度）

【農泊推進事業】

1. ファムトリップ【11月】

- ・旅行関係専門家5名の招へい
- ・エージェント営業
- ・外部専門機関による企画・コーディネート
- ・募集広告の作成

2. インバウンドモニターツアー【12月】

- ・外部専門機関による募集企画
 - ・留学生を対象にしたモニターツアー
- 開催時期：12月
回数：1回

3. Webマーケティング

- ・多言語システム構築（多言語への対応）
- ・外部専門機関による取材・動画制作

4. 農泊先進地視察

- ・南島原市・松浦市（農泊・教育旅行先進地）【12月】
- ・飛騨市・高山市（インバウンド先進地）【11月】

5. 農泊セミナー・ワークショップ開催【1月】【2月】

- ・専門家による農林漁家民宿・民泊開設支援に係るセミナーの開催
開催時期：1月
実施回数：1回
- ・専門家によるインバウンド受入に係るセミナーの開催
開催時期：1月
実施回数：1回
- ・地域資源ワークショップの開催
開催時期：2月
開催回数：1回
- ・合意形成ワークショップの開催
開催時期：2月
開催回数：1回

6. 事業実施体制の強化

【人材活用事業】

- ・研修生2名（期間5.5カ月1名、期間5.5カ月1名）
- ・外部専門家の招致（人材育成と事業推進総括アドバイザーを兼ねる）

【施設整備事業】

該当なし。

2年目（平成31年度）

【農泊推進事業】

1. 農泊コンテンツブラッシュアップ
 - ・既存体験ツールの検証・更新
 - ・オペレーションの検証・更新
 - ・情報発信ツールの更新
2. インバウンド向けエージェント営業【9月】
 - ・専門家による企画
 - ・インバウンド向けエージェントへのPR
 - ・イベントスタッフ
 - ・漁協直売施設兼レストラン「いさばや」のPR
3. Webマーケティング
 - ・システム運用
 - ・更新作業
4. 農泊セミナー開催【10月】【11月】【12月】
 - ・専門家による農林漁家民宿・民泊開設支援に係るセミナーの開催
開催時期：10月
開催回数：1回
 - ・専門家によるインバウンド受入に係るセミナーの開催
開催時期：11月
開催回数：1回
 - ・地域資源ワークショップ・合意形成ワークショップの開催
開催時期：12月
開催回数：1回
5. 事業実施体制の強化

【人材活用事業】

- ・研修生2名
- ・外部専門家の招致（人材育成と事業推進総括アドバイザーを兼ねる）

【施設整備事業】

該当なし。

2. 事業計画とその経費の内訳

取組内容と主な経費

(単位：千円)

1年目（平成30年度）					
取組内容	総事業費	本交付金	他の補助金等	自己資金	備考
1. 農泊推進事業	①=②+③+④	②	③	④	
ファムトリップ	1,390	1,390			
インバウンドモニターツアー	750	750			
webマーケティング	2,644	2,644			
農泊先進地視察	1,651	1,651			
農泊セミナー	912	912			
事業実施体制の強化	653	653			
合計	8,000	8,000			
2. 人材活用事業	①=②+③+④	②	③	④	
	2,500	2,500			
合計	2,500	2,500			
3. 施設整備事業	①=②+③+④	②	③	④	
2年目（平成31年度）					
取組内容	総事業費	本交付金	他の補助金等	自己資金	備考
1. 農泊推進事業	① = ② + ③ + ④	②	③	④	
農泊コンテンツブラッシュアップ	250	250			
インバウンド向けPR	1,709	1,709			
Webマーケティング	730	730			
農泊セミナー	619	619			
事業実施体制の強化	692	692			
合計	4,000	4,000			
2. 人材活用事業	①=②+③+④	②	③	④	
	2,500	2,500			
合計	2,500	2,500			
3. 施設整備事業	③ = ② + ③ + ④	④	③	④	

注1 「取組内容」は、「1. 事業実施内容」の各取組項目ごとに記載すること。

注2 「他の補助金等」又は「自己資金」がある場合は、備考欄に資金の性格（相手方、資金の受入時期等）を必ず記載すること。