

とちぎの農村グローバルビジネス推進方針概要

令和6(2024)年10月 農政部農村振興課

趣旨等

【農村を巡る情勢】

(平成以降) 農産物直売所や農村レストラン等農村地域への来訪者が増加
(平成後半～) 田園回帰の動きを背景に農泊*の動きが活発化
(コロナ以降) 働き方改革・テレワーク・ワーケーションの動きやインバウンド
のコト消費需要が拡大

*農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」

【本県の現状】

豊かな自然や世界に誇る文化遺産、いちごに代表される食など数多くの魅力
を有し、国内外から観光客が訪れているが、農村地域では受入体制が十分
でないことから、その優位性を活かしきれていない

【推進の考え方】

インバウンド需要を見据え、農村が持つ様々な資源(モノ)、多様な事業
分野(コト)、多様な人材(ヒト)を掛け合わせた「農村地域のグローバル
ビジネス」を創出し、農村地域の稼ぐ力を強化する

目指す姿

農村地域のグローバルビジネスが創出されることで、国内外から多くの人
が訪れ、食や体験を通じて地域が賑わいに溢れるとともに、農村への誘客と
県産品の需要拡大の好循環が生まれ、とちぎの農村の稼ぐ力が向上する

【キャッチフレーズ】

～モノ・コト・ヒトで創る地域の魅力を
グローバルに活用し
農村の稼ぐ力に変える～

【計画期間】 令和6(2024)年度～令和10(2028)年度

目標設定(R10年度)

- 農村地域での滞在の長期化
農泊取組地域の延べ宿泊者数 30,000人泊 <コロナ禍以前19,946人泊>
うちインバウンド宿泊者数 2,000人泊 <コロナ禍以前 1,259人泊>
- インバウンド来訪者の増加
観光いちご園における外国人入園者数 25,000人 <コロナ禍以前 18,121人>

推進方向・方策

県域での機運醸成、地域での体制づくりを推進の土台とし、関係者それぞれの役割のもと、来訪者に向けて旅マエから、旅ナカ、旅アトまでを一貫して
アプローチすることで、農村地域のグローバルビジネスを県内で広く展開する

○県の取組、●地域の取組

旅マエのアプローチ ～発信・認知・関心～

魅力ある農村体験や農産物の戦略的なPR

①戦略的なプロモーション

- ニーズ調査に基づくターゲットの明確化
- 旅行会社等を招請したFAMツアーの開催や
旅行博等商談会への出展支援
- 商談会出展や旅行会社への営業、OTAの活用

②発信力の強化

- 外国人インフルエンサーによる発信力強化
- 多言語観光サイト「Visit Tochigi」や
「とちぎの農村めぐり」等Webサイトの充実
- 地域ならではの魅力発信(多言語・複線化) 等

旅ナカのアプローチ ～おもてなし・感動・長期滞在～

来訪者に感動を与える農泊地域の創出

①多様な主体の連携強化

- ツーリズム商品造成を目的としたワークショップ

②魅力ある地域コンテンツの造成

- 幅広い地域資源の掘り起こし・磨き上げ
- 多様な人材や事業分野の連携による長期滞在に
つなげるコンテンツのメニュー化・ルート設定

③滞在環境の充実

- モデル地域の受入環境高度化の取組への支援
- 現地満足度を高める案内表示等の多言語対応
- 快適性を高める宿泊環境・体験施設の整備 等

旅アトのアプローチ ～関わり・つながり～

農村ファンの獲得と県産品の需要拡大

①農村ファンの獲得

- 来訪の興味関心を高めるオンライン交流会の開催
- 国内外の来訪者向けの農産物等の宅配・輸出
やオーナー制度等の新サービス開発
- SNS等による来訪者と地域との交流

②県産品の需要拡大

- 県内農村への誘客による県産農産物の購買
意欲促進
- 越境EC取引導入によるPRと販売強化
- 来訪者の声を反映した新商品の開発 等

県域での気運醸成 ～共有・波及～

農村グローバルビジネスの創出に向けた現状把握、意識の醸成

- ①現状把握 ○インバウンドのニーズや受入施設の実態調査
- ②意識の醸成 ○事例やインバウンド対応を学ぶセミナーの開催 等

地域の推進体制構築 ～参画・ビジョン～

あらゆる関係者の参画による地域のビジョンづくり、人材の育成

- ①地域の伴走支援 ○農村プロデューサー・専門家による伴走支援
- ②地域のビジョンづくり ●地域検討会の開催、ビジョン作成
- ③組織づくりと人材の確保・育成 ●事務局機能の確保、体験を提供する人材づくり 等

来訪者への農村の
アプローチ

土台づくり