

TAMA

event guideline
agritourism

イベントガイドライン
(アグリツーリズム編)

はじめに

都市住民の余暇活動も多様化し、健康志向ともあいまって、「食」や「農」への関心が高まってきています。多摩地域にも、身近なまちなかに畑や庭先販売所、屋敷林など、農にまつわる資源が豊富にあります。多摩地域内の各地ではこうした資源を体験することができる市民農園や農ウォーク、マルシェの開催等、アグリツーリズムの取組が行われています。

このガイドラインは多摩地域でアグリツーリズムを始めたい人や、アグリツーリズムに取り組んでいる人を応援するために作成しました。

アグリツーリズムについて

アグリツーリズムは一般にグリーンツーリズムと呼ばれ、「農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動」(農水省)とされています。

具合的には、多摩地域で育てられた野菜を食べる料理教室や、畑でのヨガ体験などもアグリツーリズムになります。

多摩地域にある自然や食べ物、あなたの感じている魅力や楽しさ、喜びを参加者に味わってもらう体験だと考えてください。

ガイドラインの使い方

このガイドラインではアグリツーリズムやイベントを企画するための知識を学びながら、あなたの考えを整理して実施できる段階まで計画できます。

各項目ごとに記入できるスペースがあるので、あなたの言葉を書き入れながら完成させていきましょう。

イベントの企画や実施、集客への取組について、頭を悩ませている方も多くおられると思います。

イベントを成功に導くためには、企画力と準備が重要です。

企画力は「セオリー」や「ポイント」を押さえることで、見違えるほどよくなります。

本ガイドラインは具体的な事例としてアグリツーリズムの内容を盛り込んでいますが、フォーマット自体は、様々なシーンにおけるイベント企画で汎用できるよう制作されています。

目的

このガイドラインは4部構成になっています。

初めての方は第1章から、すでに取り組んでいる方は第2章から始められますが、せっかくの機会なので最初から進めていくのがオススメです。

第1章：イベントを計画しよう

アグリツーリズムを実施する目的や農業の魅力、参加者の興味・関心について整理しながら、参加者へ提供する体験を考えて、これから実施するアグリツーリズムの全体構成を構築します。

第2章：イベントの魅力を高めよう

多くの人から選んでもらうアグリツーリズムにするために、山場を設けたり、コラボレーションするなど付加価値を高める取り組みやアイデアを考えて、アグリツーリズムの特徴や特別な魅力を創り上げます。

第3章：イベントのファンを増やそう

多くの方にあなたの考えたアグリツーリズムを知ってもらい、ファンになって何度も参加してもらえらるためのコミュニケーション(広告や情報発信など参加者とやり取り)を構築します。

第4章：イベント実施にあたって

イベント実施にあたって、必要な情報を学びます。

第1章

第1章：イベントを計画しよう

05

- (1) イベントの目的を明確にしよう 07
- (2) 一番届けたい人(ターゲット)を決めよう 09
- (3) イベントの流れを考えよう 11
- (4) イベントのテーマを決めよう 16
- (5) 収支計画を考えよう 17

イベントの計画が完成して実施できるようになる

第2章

第2章：イベントの魅力を高めよう

19

- (6) 体験に山場を設けよう 21
- (7) 状況を予測しよう 23
- (8) コラボレーションしよう 25

イベントの付加価値が高まり多くの人に参加してもらえる

第3章

第3章：イベントのファンを増やそう

27

- (9) 参加者の意見を聞きましょう 29
- (10) アグリツーリズムの広告をしよう 31
- (11) 参加者情報を管理して情報を発信しよう 33

参加者と繋がりファンとなって何度も参加してもらえる

第4章

第4章：イベント実施にあたって

35

- (12) 保険について 37
- (13) 支援について 38
- (14) 旅行業法について 39

イベントを実施するための必要な情報が分かる

第1章：イベントを計画しよう

- (1) イベントの目的を明確にしよう
- (2) 一番届けたい人（ターゲット）を決めよう
- (3) イベントの流れを考えよう
- (4) イベントのテーマを決めよう
- (5) 収支計画を考えよう

この章では、頭の中で考えているアイデアを整理し、企画として落とし込みます。

何を目的として、誰をターゲットに、いつ・どこで・どんな内容のイベントを行うのかを明らかにしながら計画を進めます。そして、収支計画を考えて継続可能な計画か確認します。

まず、あなたがおこなっている農業の中で自慢したい・できる”農業の魅力”を探して、理想の参加者について深く考えながら、アグリツーリズムを通じて伝えたいことや、参加者の期待(ニーズ)を考えながら、なぜアグリツーリズムをおこなうのか整理します。

次に、“農業の魅力”を組み合わせながら、参加者が喜んでくれる体験を考えて、アグリツーリズム全体での流れ(スケジュール)を計画します。

最後に、あなたの考えた計画が無理なく続けていけそうかチェックするために、収支計画を立てます。

(1) イベントの目的を明確にしよう

イベントを企画するうえで最も大切なのは目的を明らかにすることです。明文化して定義しておくことでブレのないイベント企画の作成が可能となり、関係者間での認識の共有が行いやすくなります。

アグリツーリズムを考えるヒント

アグリツーリズムを実施する目的や参加者に提供する”農業の魅力”を整理しながらあなたの考えをはっきりとさせていきましょう。

目的を考えましょう

あなたがなぜアグリツーリズムを行うのか考えを整理して、参加者との理想の関係性を考えましょう。

あなたのおこなっている農業から探してみよう

普段あなたのしている生活や仕事を思い返してみて、参加者に伝えたいことや、日常では体験できないことがないか探しましょう。

イベントについての考え方

(1)-1. 参加者との関係性

イベントを通じて、参加者とどのようなつながりを持ちたいですか？

- 例) ① 地域の魅力を知ってもらって地域を訪れてほしい。
 ② 生産物の安定的な購入につなげたい。
 ③ 農業に関わってほしい。サポートしてほしい。
 ④ 農業や農家の暮らしに興味を持ってもらいたい。

あなたの望む関係性は？

(1)-2. おすすめしたいこと、特徴的なこと

参加者におすすめしたい、他にはない特徴的なことはどのようなことですか？

- 例) 伝統野菜を
生産している 旬の食材が
とれたてで味わえる 屋敷林と小川の
田園風景 語れる生産者
こだわりの農法

あなたが自慢したい・できるものは？

(1)-3. 参加者に感じてもらいたいこと

(1)-2.で書いてもらった項目について、参加者に体験してもらった時にどんな気持ち／感想を持ってもらいたいのですか？

- | | | | | |
|----|---|---|---|---|
| 例) | 伝統野菜を
生産している | 旬の食材が
とれたてで味わえる | 屋敷林と小川の
田園風景 | 語れる生産者
こだわりの農法 |
| |  |  |  |  |
| | 希少種の作物を
知れた嬉しさ | とれたての瑞々しさや
美味しさへの驚き | 景色に癒される／
紹介したい | 詳しい話を聞けて楽しい／
応援したい |

あなたが感じてもらいたいことは？

(2) 一番届けたい人(ターゲット)を決めよう

イベントを計画するためにターゲットを絞ります。ターゲットを決めることで効果的かつ効率的な集客につながります。

アグリツーリズムを考えるヒント

あなたが発見した“農業の魅力” を参加者に伝えるためには、相手がどんな人か詳しく知る必要があります。

あなたの考えたアグリツーリズムに興味を持ってくれる人、共感してくれる人はどんな人か想像してみましょう。

理想に近い友人・知人を当てはめてもいいですし、架空の参加者を想像しても大丈夫です。

あなたのイベントに興味を持ちそうなターゲット

(2)-1. ターゲットについて

どのような人(ターゲット)に来てほしいですか？

① 属性

性別／年代／住まいのエリア(市内、都心部など)／アクセス方法／職業

② 誰と一緒に参加するか

家族(夫婦・子供連れなど)、友人(学生・趣味仲間など)、組織・団体(町内会・幼稚園・保育園・企業など)

ターゲットは？

(2)-2. ターゲットの興味・関心のあること

ターゲットの興味・関心のありそうなことはどのようなことでしょうか？

例) 未就学児の親子連れ

年配のご婦人方

就農／週末ボランティア希望者

農業女子(関心層)

食育／親子でできる体験／生き物との触れ合い／収穫

おススメ料理法／生産地情報／土地の歴史や文化／健康促進

農作業／家庭菜園のコツ／土とのふれあい／環境配慮／人との出会い

癒し／魅力的な写真スポット／おいしい食事／生産者の人柄／一人参加

あなたが自慢したい・できるものは？

(3) イベントの流れを考えよう

イベントがイメージしやすくなるように、全体の流れを考えます。

具体的にスケジュールを決めていくことで、滞りなく進行できるか確認できます。

まずは、参加者に体験してもらうことを考えて、それらをスケジュールに落とし込みましょう。

アグリツーリズムを考えるヒント

体験してもらうこと

お膳立てするばかりではなく、参加者が自由に体験できる時間も用意しましょう。

時間

予定通りに進まないこともあるので、余裕を持った時間設定にしましょう。
ターゲットの居住地に配慮して開始・終了時間を設定しましょう。
スケジュールでは参加者の移動や休憩時間を含めて考えましょう。

場所

参加人数に対して余裕のある場所にしましょう。
なるべく長距離の移動は避けましょう。

道具

自分と参加者が用意するものを考えましょう。
大人数を相手にする場合は、説明資料などを用意しましょう。

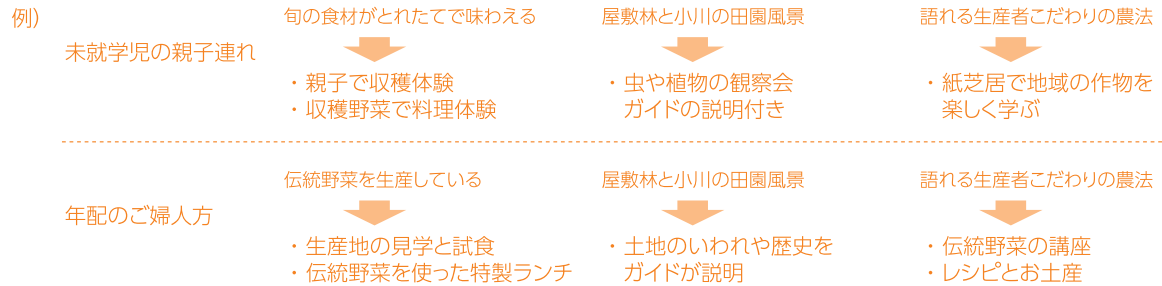
調整が必要なこと

協力が必要な事業者さんと相談して、調整していきましょう。

体験してもらうこと

(3)-1. 参加者に体験してもらうこと

(1)(2)で考えたことを参考に、どのようなことを参加者にしてもらいますか？



参加者に体験してもらうことは？

(3)-2. 体験の魅力ポイント

(3)-1.で考えたことの中で、参加者に一番してもらいたいことを書いて下さい。

イベントのスケジュール 例) パターン① 未就学児童の親子連れ

(3)-1. 参加者に体験してもらうこと

(3)ー1.で考えたことを書きましょう。

里山の虫や植物を見る、知る。

サツマイモ掘りを体験する。

サツマイモのお菓子をつくって、食べる。

1回の最大参加人数 (10 人)

時間	場所・道具	参加者に体験してもらうこと	調整が必要なこと
9:00 } 9:10	〇〇駅 集合	・ 出欠確認、資料配布 ・ スケジュールの説明 ・ 注意事項	
9:10 } 9:50	<徒歩移動> 〇〇湧水地 緑道	・ 歩きながら ガイドが虫や植物を紹介	・ ガイドの確保
9:50 } 10:40	〇〇さんちの畑 軍手／カゴ	・ サツマイモ掘り ・ 記念撮影 ・ お土産付き	・ 生産者との調整 ・ 作物の確認
10:40 } 11:00	<徒歩移動> あぜ道	・ 歩きながら ガイドが虫や植物を紹介	・ ガイドの確保
11:00 } 11:50	公民館 調理道具	・ サツマイモのお菓子づくり	・ 料理講師の先生 ・ 部屋の確保
11:50 } 12:30	公民館	・ ランチ お菓子を食べながら紙芝居で学ぶ お弁当は各自持参	・ ガイドの確保
: } :			
12:30	公民館 解散		

イベントのスケジュール 例) パターン② 年配のご婦人方向け

(3)-1. 参加者に体験してもらうこと

(3)ー1.で考えたことを書きましょう。

伝統野菜の生産現場を見る、知る。

直売所での買い物。

多摩の歴史・文化を知る。伝統野菜のことを知る、食べる。

1回の最大参加人数 (10 人)

時間	場所・道具	参加者に体験してもらうこと	調整が必要なこと
9:00 } 9:10	〇〇駅 集合	・ 出欠確認、資料配布 ・ スケジュールの説明 ・ 注意事項	・ 資料の制作
9:10 } 9:40	<バス移動> 〇〇寺	・ 移動途中、名所、ビュースポットなど紹介	・ バスの手配 ・ 収容人数
9:40 } 10:20	〇〇さんちの畑	・ 伝統野菜の生産現場の見学と試食 ・ お土産付き	・ 生産者との調整 ・ 作物の確認
10:20 } 11:00	<バス移動> 直売所	・ 移動途中で直売場での買い物タイム ・ トイレ休憩	・ ガイドの確保
11:00 } 11:40	レストラン〇〇	・ 江戸野菜と多摩地域の歴史文化のお話	・ 講師の確保 ・ 部屋の確保 ・ 収容人数
11:40 } 12:40	レストラン〇〇	・ 伝統野菜を使った特製ランチの食事 ・ メニューとレシピ付き	・ レストランでの特別メニュー提供
12:40 } 13:20	<バス移動>		・ ガイドの確保
13:20	〇〇駅 解散		

イベントのスケジュール

(3)-1. 参加者に体験してもらうこと

(3)－1.で考えたことを書きましょう。

1回の最大参加人数（ 人）

時間	場所・道具	参加者に体験してもらうこと	調整が必要なこと
: } :			
: } :			
: } :			
: } :			
: } :			
: } :			
: } :			
:			

(4) イベントのテーマを決めよう

イベントの大枠が決まったら、イベントのことがシンプルに伝わるテーマを考えます。
テーマが決まるとターゲットに対して何を届けるのが最適か明確になります。

アグリツーリズムを考えるヒント

(2)の参加者のアグリツーリズムへの興味・関心に合わせて、
(3)の“体験で得られること・魅力となるポイント”を伝えることで、
あなたの考えたアグリツーリズムが分かりやすくなります。

テーマを考えるポイント

- ①できるだけわかりやすく、短く、まとめましょう。
 - ②基本的にポジティブなものにしましょう。
 - ③見ただけでその内容がおおむね想像できるものにしましょう。
 - ④伝えたいことは1つに絞りましょう。
 - ⑤参加してもらいたいターゲットが誰か明らかにしましょう。
 - ⑥凡庸になってしまうのを避けるために、具体例を使いましょう。
 - ⑦普通は組み合わせないものを合わせてギャップを出しましょう。
 - ⑧常識の逆をついて人目を引きましょう。
- 大人数を相手にする場合は、説明資料などを用意しましょう。

イベントのテーマ

(4)-1. テーマ

以下の例を参考にテーマを考えましょう。

あなただけが持つ魅力を組み合わせると、特別なテーマが出来上がります。

例) とれたての野菜の甘味を存分に味わえる、新鮮野菜満喫ツアー
親子で楽しく多摩の棚田で稲を手植えしてみよう
集まれ小学生!ワクワクほうれん草大収穫祭!!

あなたの考えるテーマは?

(5) 収支計画を考えよう

イベントを企画したら収支計画を立てましょう。まずは予算の全体像をイメージし、収入と支出のバランスを確認し、無理なく継続できるか確認しましょう。

アグリツーリズムを考えるヒント

収支計画について

1回のアグリツーリズムでの収入と支出を算出して計画を立てます。収入は最悪の状況を想定して、支出は想定できる範囲で最大に予測します。

広告費について

広告方法によって特徴や費用も異なるので合った方法を選びましょう。

A. ポスティング・折り込み広告

チラシを各家々のポストに入れたり、新聞と一緒に配布してもらう。

費用(参考) ・チラシ代(デザイン費:3万円～+印刷費:50円/1枚)
・ポスティング費、折込費(4円/1軒)

B. ポスター掲載

アグリツーリズムのポスターを掲示板に掲載する。

費用(参考) ・ポスター代(デザイン費:6万円～+印刷費:1,000円/1枚)
・掲載費(36,000円/1駅・1週間)

C. フリーペーパー広告

フリーペーパーに広告を掲載する。

費用(参考) ・掲載費(150,000円/1誌・1/4ページ)

D. SNS

Facebookなどで農業の情報を発信しながら広告する。

費用(参考) ・特になし

- [ポイント] ● **できるだけ細かく項目出しをする** ⇨ 費用の見落とし、赤字のリスクをなくするため。
イベントのシミュレーションを行い見落としをなくす。関係先との密な連携と確認。
- **固定費と変動費の話** ⇨ 損益分岐点がわかり、最小催行人数や参加費の目安がわかる。
固定費は売上とは関係なく発生する経費(例:バス貸し切り、会場費、講師代)
変動費は売上に比例して発生する費用(例:ランチ代、材料費、お土産代、道具使用料)
- **予備費を確保する** ⇨ 想定外の支出や見落とししていた追加の支出。

アグリツーリズム1回分の収支計画

収入		
参加料	1人当たりの金額	① 円
参加人数	1回当たりの参加者	② 円
共催・協力・補助金	1回当たりの金額	③ 円
合計	①×②+③	X 円
支出		
材料費	1人当たりの金額	④ 円
お土産	1人当たりの金額	⑤ 円
外注費	パートナーと相談	⑥ 円
会場費	1回当たりの金額	⑦ 円
保険料	1回当たりの金額	⑧ 円
小計	(④+⑤)×②+⑥+⑦+⑧	A 円
人件費	1回あたりの給与	⑨ 円
	1回あたりの人数	⑩ 円
小計	⑨×⑩	B 円
広告費	1回当たりの金額	C 円
合計	A+B+C	Y 円
利益	X - Y	円

第2章：イベントの魅力を高めよう

- (6) 体験に山場を設けよう
- (7) 状況を予測しよう
- (8) コラボレーションしよう



この章では、3つの方向からあなたの考えたイベントの魅力を高めるアイデアを考えます。

魅力が高まることで、イベントに多くの人に参加してもらえます。

・山場をつくる

参加者を感動させるためにはインパクトのある体験が必要です。そのために、イベントの目玉となるような瞬間の演出を考えます。

・状況を予測する

世の中の流行や注目、自然災害などイベントを取り巻く状況は刻々と変わっていきます。そこで、毎回魅力的な体験を提供できるように、状況に応じた対策を考えます。

・コラボレーションする

友人や知人の力を借りることで魅力を高めることができます。あなた自身も刺激を受けることで、新しい魅力に気付く機会にもつながります。

(6) 体験に山場を設けよう

ターゲットにイベントの印象を残すために、山場を設けましょう。(3)ー2. 体験の魅力ポイントでの体験を強化することで、参加者にテーマがより伝わり、振り返ったときに感動が思い起こされます。

アグリツーリズムを考えるヒント

インパクトを高めるポイント

①詳しく説明する

あなたの思いや専門知識、歴史などいろいろな情報を伝えましょう。

②カスタマイズする

参加者一人一人に合わせた体験や道具を用意しましょう。

③コミュニケーションを促す

参加者同士が関わりあう時間を設けましょう。

④記念にする

思い出に残るように記録を残しましょう。

アグリツーリズムの山場

(3)-2. 体験の魅力ポイント

(3)ー2.で考えた体験してもらうことを書きましょう。



(6)-1. インパクトを高める演出

あなたの体験のインパクトを高める演出を以下の例を参考に書いて下さい。

- 例) ① **詳しく説明する**
農業でこだわっているポイントを資料を用意して話す、これまでの歴史について教える、専門家の人に詳しい話をしてもらう
- ② **カスタマイズする**
参加者が選べるサイズや種類の道具を用意する、女性用や子供用を用意する、季節に応じた食材や料理を用意する、自分の好みに合った味付けを教えてもらえる、自分のサイズに合ったものを作る
- ③ **コミュニケーションを促す**
協力して作業する工程を用意する、一緒にテーブルを囲んで料理を食べる、参加者同士が協力する・交流するゲームや競争ルールを設ける、自己紹介や参加者の名前がわかるツールを用意する
- ④ **記念にする**
収穫や料理が完成した際に記念写真を撮る、郷土料理を作れることを認定して賞状を用意する、お土産として作物や料理を持って帰れるようにする、写真を撮りたくなるようなスポットを用意する

インパクトを高める演出は？

(7) 状況を予測しよう

イベントを取り巻く環境は日々変化しており、それぞれに応じた対策が必要不可欠です。“機会（チャンス）”と“脅威（リスク）”を想定しておくことで参加者に継続的に指示してもらえます。

アグリツーリズムを考えるヒント

チャンス例

- ・無添加野菜が注目されている
- ・インスタ映えなど、貴重な風景での写真が流行っている
- ・その土地ならではのものを味わう体験が好まれている
- ・地域の人々と触れ合う体験が好まれている
- ・スローライフやロハスなど癒しの時間が求められている
- ・農業や漁業、畜産業などをする機会が珍しい
- ・昔の風習や古くからの作業方法が珍しい

リスク例

- ・作業している際に怪我をする
- ・想定していた量の収穫ができない
- ・提供する食材や料理に食中毒・アレルギーなどの危険がある
- ・外での活動は雨が降ったり、真夏や真冬での長時間の作業は難しい
- ・作業中の衣類の汚れや荷物の対応
- ・本格的すぎてお試しコースのように気軽に参加できない
- ・アルバイトを雇えず、対応する人材が少ない
- ・周りに駐車場や駅がない

状況に応じたアイデア

(7)-1. 体験の魅力ポイント

あなたのアグリツーリズムのチャンスを左の例を参考に書いて下さい。



(7)-2. インパクトを高める演出

体験の中でどうチャンスを活用するのか以下の例を参考に書いて下さい。

例) 無添加野菜を美味しく食べられる料理を提供する。
収穫している様子などで撮影できるようにする。

チャンスを活かす取り組みは？

(7)-3. リスク

あなたのアグリツーリズムのリスクを左の例を参考に書いて下さい。



(7)-4. リスクへの対策

体験の中でリスクの予防方法や、起きた際の対応を以下の例を参考に書いて下さい。

例) 作業を開始する際にケガのリスクを説明する。
人数を限定して丁寧な対応するようにする。

リスクへの対策は？

(8) コラボレーションしよう

イベントをより魅力的なものにするために、専門家や企業・団体から力を借りましょう。特に農業や作物に関わる人たちとのコラボレーションは相乗効果によって、より一層体験が上質なものになります。

アグリツーリズムを考えるヒント

相性の良いコラボレーション相手

①生産

農家や動植物の研究者など、農業や農地に関わる専門家・企業・団体

②加工

食品加工会社や加工工場など、作物に関わる専門家・企業・団体

③販売

販売店や市場など、作物を販売している企業・場所

④食

飲食店や料理教室など、調理や料理を提供する専門家・企業・団体

⑤文化・情報

農地を活用したい生産者・企業、イベント主催団体、自治体

コラボレーション

(8). コラボレーションの内容

コラボレーションできそうな企業や団体とその内容を以下の例を参考に書いて下さい。

例) ① 生産

A. コラボレーション相手

農家、JA、農業を専門とした教育機関(専門学校など)や研究機関(大学など)、農地や畑の生物、水路、 街の歴史など畑に関係する専門家

B. コラボレーション内容

複数の農地を回っての農業体験、農業(作物や畑にいる生き物)について学ぶワークショップ、水路を 巡る町歩き

加工

② A. コラボレーション相手

食品加工メーカー、食品出荷工場

B. コラボレーション内容

工場見学、収穫した作物の加工体験や加工サービス

販売

③ A. コラボレーション相手

道の駅、マルシェ、八百屋

B. コラボレーション内容

お土産の買い物、名物の試食、収穫した作物やその加工品の販売

食

④ A. コラボレーション相手

レストラン、料理教室

B. コラボレーション内容

収穫した作物を使用した料理教室、収穫した作物専用の調味料の開発

文化・情報

⑤ A. コラボレーション相手

自治体、習い事教室、地域企業、イベント主催団体

B. コラボレーション内容

虫捕り大会、収穫祭、BBQなどの野外食事イベント、地域学校・企業への農地提供や貸し出し

コラボレーション内容は？

第3章：イベントのファンを増やそう

- (9) 参加者の意見を聞きましょう
- (10) アグリツーリズムの広告をしよう
- (11) 参加者情報を管理して情報を発信しよう

この章では、参加者にファンになってもらうためのコミュニケーション(広告や情報発信など)を考えます。

参加者がファンになると以下のメリットがあります。

ファンになってもらうメリット

- ・ 愛着を持ってくれる

ファンはあなたの考えたアグリツーリズムに愛着を持ってくれます。忠誠心があるとあなたが裏切らない限り何度でも参加してくれたり、新しいものにも積極的にチャレンジしてくれます。

- ・ 伝道師になってくれる

ファンはあなたが提供した体験について口コミやSNSなどを通して発信してくれます。それを見聞きした人は、体験の様子や感動が伝わり、きっとあなたのアグリツーリズムに興味を持ってくれるでしょう。

- ・ アドバイスがもらえる

ファンはあなたに対して素直な意見を伝えてくれます。アグリツーリズムの良いところや悪いところだけでなく、希望する体験やアイデアなど、参考になるアドバイスがもらえます。

(9) 参加者の意見を聞きましょう

イベントが計画通りか確認するために、アンケートを実施して参加者の意見や評価を聞きます。ただし、ただアンケートをとるだけでなく結果を活かしたアクションをとることが重要です。

アグリツーリズムを考えるヒント

アンケートの実施について

リラックスしてアンケートを書ける場所を用意しましょう。参加者から素直な言葉を引き出すためにも、十分な配慮が必要です。

アンケートの質問

①選択回答

体験などの評価を「好き」「普通」「嫌い」のような段階に分けて聞く方法です。簡単に回答できるので意見が集まりやすいです。具体的な意見が欲しい内容については、自由回答方式で聞きましょう。

②自由回答

体験などの感想を自由に書いてもらう方法です。参加者からの詳しい意見や、役に立つ情報が入手できます。しかし、参加者への負担が大きいため、なるべく質問が多くならないようにしましょう。

アンケート方法

(9)-1. アンケートを実施する場所・タイミング

以下の項目についてアンケートを実施状況を設定しましょう。

タイミング ()

場所 ()

(9)-2. アンケートの質問項目

アンケートの質問を以下の例を参考に書いて下さい。

例) ① 選択回答

- ・アグリツーリズムの満足度はどのくらいですか?(満足、普通、不満 など)
- ・ツアーの時間は適切ですか?(長い、適切、短い など)
- ・体験のボリュームは適切でしたか?(多い、適切、少ない など)
- ・難易度はどうでしたか?(難しい、適切、簡単 など)
- ・スタッフの対応は適切でしたか?(満足、普通、不満 など)
- ・説明などはわかりやすかったですか?(満足、普通、不満 など)
- ・金額はいかがでしたか?(高い、適切、安い など)

② 自由回答

- ・お越しいただいた場所や交通手段を教えてください。
- ・このツアーの良かった点・不満だった点を教えてください。
- ・このツアーに参加した理由を教えてください。
- ・他に関心のある農業体験があれば教えてください。

アンケートの質問項目は？

(10) アグリツーリズムの広告をしよう

イベントへの参加者を増やすためには、まず多くの人に知ってもらうことです。そのために、ターゲット応じたイベント情報の発信方法を設計します。

また、申し込みへの対応や、質疑応答、事前連絡など、参加者が当日安心して参加してもらえるように、丁寧な対応を心がけましょう。

発信する内容は、第1章～第2章で考えたことをわかりやすく伝えると効果的です。例えばチラシを作る場合は、以下のようにデザインできます。

例) 内容のレイアウト

アグリツーリズムのテーマ(4)	●
チャンスを活かすアイデアについての説明をしましょう(7)	●
体験の魅力ポイントについてイラストや写真を活用しての紹介(6)	●
リスクへの対策の説明(7)	●
スケジュール(3)	●
料金(5)	●
アクセス	●
申込方法や連絡先など	●

例) 実際に記載する場合

情報を掲載する場所

相手のことを考えて情報を設計しましょう

(10)-1. 宣伝・広告方法

どこにチラシを配ったり、ポスター設置するとターゲットに届くか下記の例を参考に書いて下さい。

例) ① 多摩地域に向けた場合

- ・地域の保育園、幼稚園、小中学校でのチラシの配布
- ・ターゲットの訪れそうなお店やレストラン、カフェにチラシを置いてもらう
- ・市役所や公民館、駅の掲示板にポスターを掲示したりチラシを置いてもらう
- ・アグリツーリズムの会場の近くに住む住民へのDMやポスティング
- ・地域の情報誌やフリーペーパーへの広告の掲載
- ・地域の情報サイトや行政のサイトへの情報掲載
- ・新聞への折り込み広告

② 多摩地域外(23区や関東など、海外など)に向けた場合

- ・イベント情報をまとめたサイトや掲示板への情報掲載
- ・SNSや農家、協力相手のホームページやブログへの情報掲載
- ・Oisixなどの食や農業に興味を持ちそうな定期配送サービスへの折り込み
- ・新聞への折り込み広告

広告・宣伝方法は？

(10)-2. 宣伝・広告の協力相手

宣伝・広告の協力をお願いできそうな人・企業・団体・組織を下記の例を参考に具体的に書いて下さい。

例) 地域の保育園・幼稚園・小中学校、レストラン、カフェ、農家、食品店、商業施設、市役所、公民館、パートナーの農家やお店

広告・宣伝の協力相手は？

(11) 参加者情報を管理して情報を発信しよう

参加者にもう一度来てもらい、他の人にも紹介してもらうために、定期的なコミュニケーションを取れるようにしましょう。そのためには、参加者情報の整理・管理と定期的な情報発信が必要です。

アグリツーリズムを考えるヒント

管理したい参加者の情報

・基本情報

参加者がどのような人かわかる情報です。

・連絡先

参加者に連絡を取る際に必要になる情報です。

・過去の参加状況

参加者がいつ、どんなアグリツーリズムに参加したのか把握するための情報です。

・注意事項

参加者に対応する際に注意が必要なこと。

情報発信

情報を発信するメディア

広告と同じように参加者がよく触れるメディアや、あなたの発信したい情報が伝わりやすいメディアを選びましょう。

発信する情報の内容(コンテンツ)

(2)の参加者が興味・関心のある項目だけでなく、参加者が見たことのない写真などを活用しましょう。

個人情報の保護について

個人情報には参加者が他人に知られたくない情報もあるので、取り扱いには注意しましょう。

管理項目

(11) -1. 管理したい参加者の情報

管理したい参加者の情報を以下の例を参考に書いて下さい。

- 例) ① **基本情報**
氏名、年齢、性別、住所、職業、本人の特徴、参加メンバー
- ② **連絡先**
電話番号、メールアドレス
- ③ **過去の参加状況**
参加時期、参加した体験の内容、興味を引いたコンテンツ、アンケートの評価
- ④ **注意事項**
アレルギー、身体障害、体力的な問題

管理したい参加者の情報は？

(11) -2. 情報発信方法

情報を発信するメディアとそのコンテンツを以下の例を参考に書いて下さい。

- 例) ① **メディア**
・Eメール、メールマガジン、ダイレクトメール
・ホームページ、Facebook、Twitter、Instagram、LINE
・アグリツーリズムのお土産や通販などで商品と一緒に情報を送る
- ② **コンテンツ**
・コラム:農業や生活についての解説・野菜についての解説
・写真 :景色・野菜・農業風景・食事風景・料理風景
・動画 :農業風景、農業や生活についての解説・野菜についての解説

情報発信の方法は？

第 4 章：イベント実施にあたって

- (12) 保険について
- (13) 支援について
- (14) 旅行業法について

この章では、アグリツーリズムを実施するに当たって重要な情報を説明します。事業化していくためにも事前に対応しておきましょう。

・保険

イベントの主催者はイベントを開催するにあたり、参加者や入場者に対する安全配慮義務があります。そこで、事故が生じた際の賠償責任を負うことになった時のために保険に入りましょう。

・イベント支援

各地で開催されるイベントで、「共催」や「協賛」といった肩書を見られると思います。こうした関係性について詳しく説明するので、これらの違いを把握し、正しく使い分けて活用しましょう。

・免許(旅行業法)

バス移動や宿泊を伴うイベントは、旅行業に該当する可能性があり、その場合は免許が必要になります。どのような場合だと免許なしで実施できるのか確認しましょう。

(12) 保険について

多くの人が集まるイベントにおいて、怪我や事故などさまざまなリスクをケアするために保険への加入が必須です。

一般的に「イベント保険・共済」「レクリエーション保険」「行事保険」などといわれており、ネットやJAなどでも申請が可能です。特に屋外で作業する農業体験などでは参加者だけでなく、主催者やアルバイトにも危険が伴う場合があるので、万が一の時のために契約するのがよいでしょう。

アグリツーリズムを考えるヒント

保険の種類

イベントが中止になったときの補償

天候により中止になったり、パートナーの急病で中止になったりした場合の損害を補償します。

イベント施設が原因で人に損害をあたえたときの補償

イベントのテントが倒れて参加者にぶつかるなど、イベント施設が原因で人を怪我させたり人のモノを壊した場合の損害を補償します。

イベント参加者・観客がケガをしたときの補償

農作業中に日射病になるなどして、イベント中に参加者がケガをしてしまったときに支払うお金をまかなうための補償です。

イベント用機材・展示品などに対する補償

貴重な道具が破損してしまったりなど、イベント用の器材や展示品が破損・紛失してしまった場合の損害を補償します。

(13) 支援について

イベントを実施するに当たって、企業や団体から支援を受けることも考えてみましょう。支援を受けることで予算や資源に余裕ができて、より良いものを参加者に提供できるようになります。

支援を得るためには、相手企業や団体の立場に立って、協力したくなるようなイベントになるよう心がけましょう。

アグリツーリズムを考えるヒント

支援には様々なタイプがあるので、状況に応じて活用しましょう。

協賛

イベントの趣旨に共鳴し、運営に協力してもらいます。実質的な役割としては、スポンサーとして金銭的なサポートを担い、人や物、サービスの提供などもします。

協力

イベント実施のために特定の役割を担ってもらいます。金銭的な援助を行う場合もありますが、それよりも、場所や物品の提供など、イベント運営のための特定の役割を担います。

共催

あるイベントの運営を、複数の団体が共同で執り行います。(8)のコラボレーション相手が共催にあたります。

後援

そのイベントの趣旨に賛同し、応援の意を表してもらい自治体などの公共機関や、新聞社といった公共性の高い団体に名義を貸してもらいます。

(14) 旅行業法について

単なるガイドツアー（宿泊を伴わない現地集合、徒歩のみの移動や公共交通機関での移動のみ）であれば免許がなくてもできます。

「運送」と「宿泊」のサービス提供に関わる、企画・募集・手配等の業務については「旅行業」となるため、それ以外のものでの実施であれば免許がなくてもできます。

アグリツーリズムを考えるヒント



行程中の移動手段が徒歩やレンタサイクル等の場合

行程中に食事が含まれる

行程中に公共交通機関を使うルートが含まれる



レンタサイクル



徒歩



食事



路線バス



行程中、貸切バスや観光タクシーを利用して移動する場合

運送・宿泊のサービスに付随して取り扱う場合



貸切バス



観光タクシー



宿泊サービス