

農山漁村を訪問する旅行商品を募集します！

募集中

グリーン・ツーリズム 商品コンテスト2012

応募締切 平成24年11月26日(月)
(当日消印有効)

日本国内の農山漁村地域を訪れ、豊かな自然や美しい景観、郷土料理や特産品、農林漁業体験、地元の人たちとの交流など、地域ならではの魅力に触れることのできる“旅”、それがグリーン・ツーリズムです。

グリーン・ツーリズムを都市生活者の皆さんに楽しんでいただくための地域ならではの体験や文化のユニークな体験を旅行商品として企画・開発することは、これからの地域活性化に極めて有効です。そこで、農山漁村の魅力をたっぷり楽しむグリーン・ツーリズム商品を募集して、優れた商品を優秀賞として表彰するほか、全商品をオーライ！ニッポンWEBサイトに掲載するなどグリーン・ツーリズムの商品化を推進するために、コンテストを実施します。



都市と農山漁村の共生・対流推進会議
(オーライ！ニッポン会議)

<http://www.ohrai.jp>

趣 旨

自然・景観や農山漁村の生活文化を体験することができるグリーン・ツーリズムは、持続可能な社会の構築を目指すうえで自然環境と調和したライフスタイルとして国民的な関心を集めることができると期待されています。都市と農山漁村が相互にメリットを感じつつ自然と調和したライフスタイルを楽しむためには、もっと気軽に参加できる農林漁業体験ツアーなどのグリーン・ツーリズムに関する商品情報を幅広く収集し、WEBサイト等を通じて効果的に情報発信していくことが必要となります。

そこで、オーライ！ニッポン大賞受賞地域をはじめとした農山漁村地域をフィールドとした旅行商品・プログラムを公募し、それらの中から優れた事例を選定・表彰する「グリーン・ツーリズム商品（通称「グリーン旅」）コンテスト」を実施します。

応募要件

- (1) 国内の農山漁村を対象地域とした旅行商品・プログラムであること。
- (2) 農山漁村地域の自然、歴史文化、生活習慣、農林漁業体験、農林漁家等の人々とのふれあい、協働作業等が盛り込まれているものとする。現地集合・現地解散型の応募も可能。
- (3) 都市との交流に取り組む、あるいはこれから取り組もうとしている農山漁村地域の団体・関係者（地域協議会、JA、NPO、市町村及び農業者等）と旅行業の登録している事業者（旅行会社、鉄道・バス等の交通事業者、観光協会など）との共同提案であること。（交渉中も可）
- (4) ツアー催行の意志があること。受入可能な体験プログラムであること。既にツアーを実施しているものであっても、今後も催行する予定があるものは応募可。

応募・応募先

応募用紙に必要事項を記入し、郵送もしくは電子データにて、下記までご提出ください。

応募用紙は、オーライ！ニッポンWEBサイト（<http://www.ohrai.jp/>）からもダウンロードすることができます。

○提出および問い合わせ先

〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町45番地 神田金子ビル5階
(財)都市農山漁村交流活性化機構内 オーライ！ニッポン会議事務局
TEL 03-4335-1985 FAX 03-5256-5211 E-mail yokoso@ohrai.jp

その他

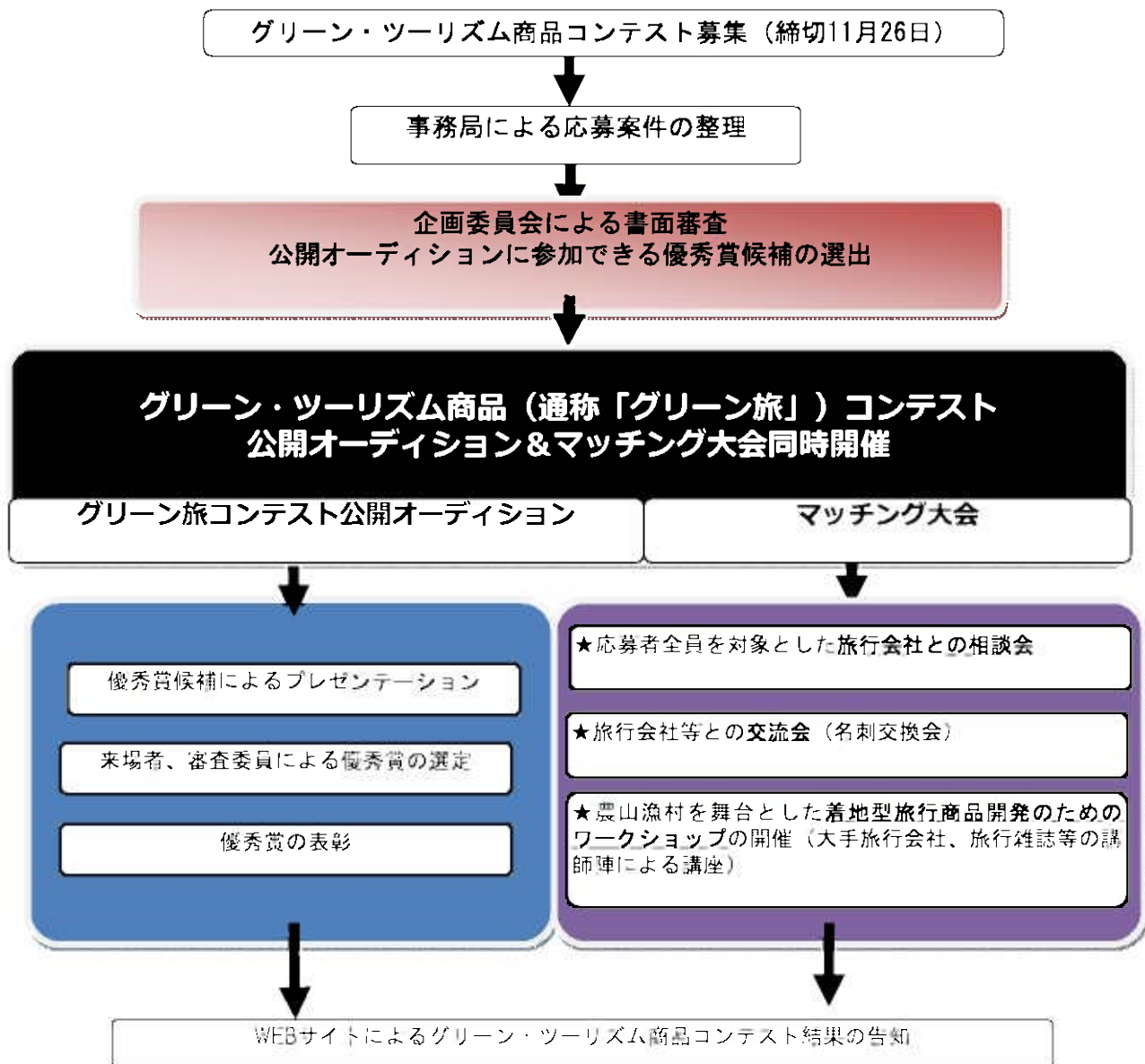
- [1]審査：オーライ！ニッポン会議企画委員会において、以下のような審査基準に鑑み、総合的に判断しグリーン旅オーディション出演候補（数団体）を選出し、平成25年2月～3月に開催するグリーン旅オーディション（東北で開催予定）で、公開プレゼンテーションを行っていただき、優秀賞を決定します。
- [2]審査基準
 - ・旅行のテーマや目的、セールスポイント、販売対象などが明確であり、適正な価格設定等により、継続的な商品販売が可能か。
 - ・地域固有の資源を活用した独自性、新規性のある旅行商品か。
 - ・農林漁業者等多様な地域関係者とのふれあい、接点のあるツアーであるか。
 - ・地場産品の購入や体験プログラム等への参加で、農山漁村地域の振興に結びつくことが期待できるか。
 - ・ターゲットに即した適切な集客手法により、ツアーの催行が確実に見込めるか。
 - ・継続的な商品化に向けての意志があり、そのための体制が整っているか。
- [3]結果の通知と表彰式
オーディション出演候補（数団体）選出結果については、平成24年12月を目途に、各代表提案者に個々に通知するほか、オーライ！ニッポンWEBサイトでも公表します。平成25年2月～3月に開催するグリーン旅オーディション（東北で開催予定）で、公開プレゼンテーションを行っていただき、優秀賞を決定し表彰します。この結果についてもWEBサイトで公表します。優秀賞の受賞団体には特典として、グリーン・ツーリズム商品のPRのため、平成25年2～3月に開催予定の表彰式に各受賞団体から1名を招待し、受賞内容の発表機会を設定します。
- [4]その他 応募いただいた全ての商品についてはコンテスト終了後、オーライ！ニッポンWEBサイトに掲載し消費者等に向けた告知面でのサポートをするほか、商品概要をとりまとめたパンフレットを作成し、旅行会社や旅行雑誌等に配付する予定です。農業体験や自然体験等、その地域でしか経験できないユニークな体験や一風変わった郷土料理（食体験）など商品を是非お寄せください。旅行会社の担当者の眼に過えば、新たな商品化の機会も高まります！
- [5]コンテストへの応募がマッチング大会への必須条件ではありませんが、コンテストに応募いただいた関係者は、マッチング大会（仮称）に優先的にご案内します。

グリーン・ツーリズム商品コンテストの審査・選定と マッチング大会の流れ

優れたグリーン・ツーリズム商品を発掘・宣伝するために、旅行会社、旅行雑誌等の国内旅行の市場形成に関わる関係者及び都市生活者の志向詳しいマスメディア関係者を審査員とした企画委員会によるグリーン旅（ツーリズム）オーディションを行います。

グリーン旅（ツーリズム）オーディションでは、グリーン旅（ツーリズム）コンテストで応募のあった商品のうち、企画委員会で選出した優秀賞候補の公開プレゼンテーションを実施するとともに、グリーン旅（ツーリズム）コンテストに応募者のグリーン・ツーリズムや観光に関わる関係者等と旅行会社等による相談会を兼ねた研修会と名刺交換会の機会を設けます。

開催地については、大震災の傷跡深い東北地方の復興を支援することも念頭において、東北で開催し、東北各県の協力を得ながら復興から立ち上がりつつある東北の農山漁村を応援する場として、「集い」「語らい」「つたえる」をテーマに、全国に発信するものとします。





グリーン・ツーリズム商品コンテスト オーディションとマッチング大会 概要



グリーン旅商品コンテストの優秀賞を選ぶ公開オーディションと旅行会社等との相談会」G T関係者と旅行会社とのマッチング)

★グリーン・ツーリズム商品（グリーン旅）コンテストの優秀賞候補のプレゼンテーションにより優秀賞を決定する公開オーディション

★応募者全員を対象とした旅行会社との相談会

★旅行会社等との交流会（名刺交換会）

★農山漁村を舞台とした着地型旅行商品開発のためのワークショップの開催（大手旅行会社、旅行雑誌等の講師陣による講座）

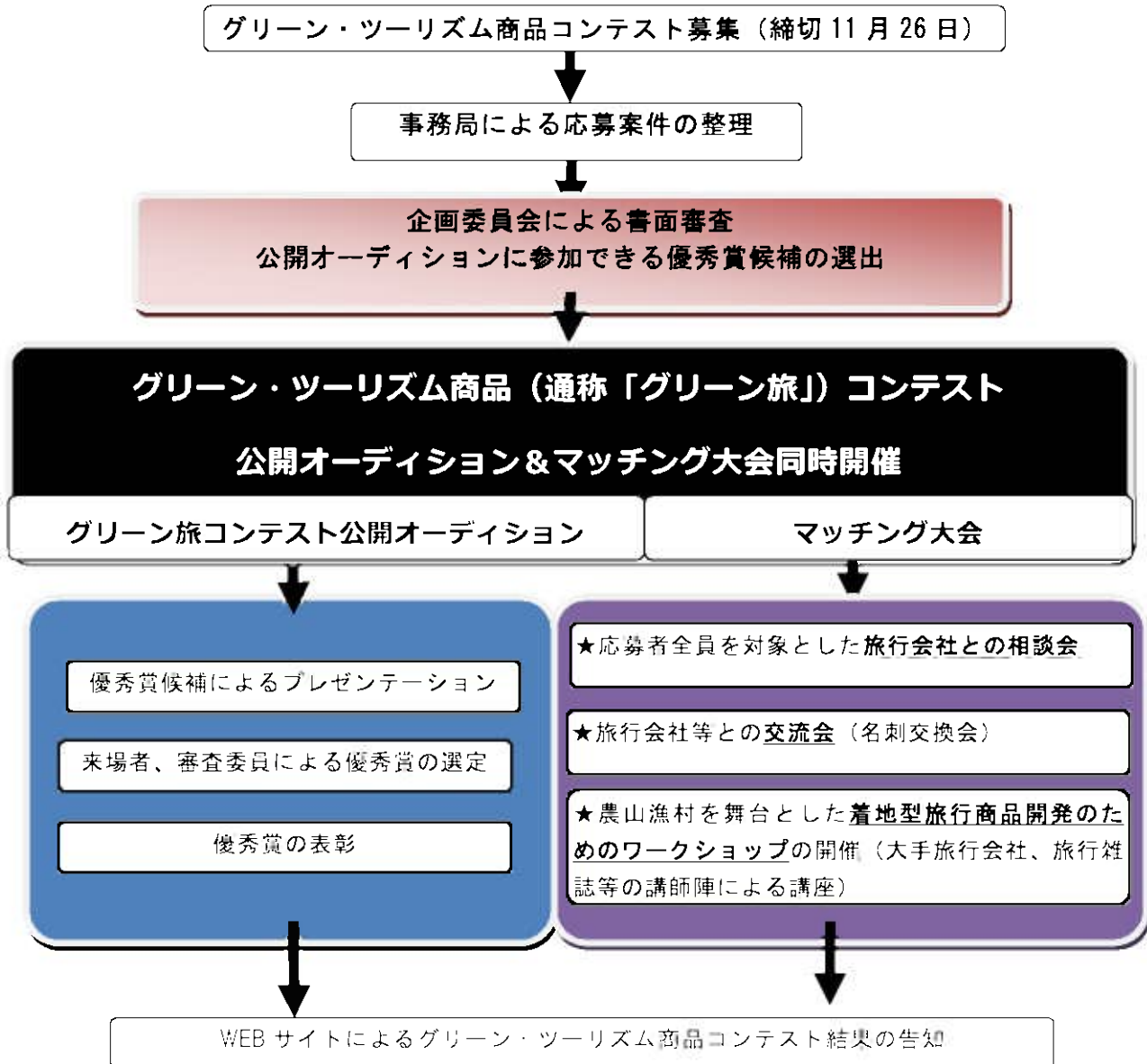
★同時に、農林漁家民宿のホスピタリティ等をまとめた「おもてなしハンドブック」活用を提案

★グリーン・ツーリズム商品（グリーン旅）コンテスト応募一覧の印刷配布

開催時期：平成25年3月頃
開催地：東北

企画内容は今後の検討によって、変更になることがあります。

★コンテストの審査及びマッチング大会の流れ



グリーン・ツーリズム商品(通称「グリーン旅」)コンテスト 応募用紙

都市と農山漁村の共生・対流推進会議 代表 養老 孟司 殿

提案者(代表団体)				
団体等名称				
所在地	〒	県	市	
連絡先	TEL	FAX	E-mail	
代表者氏名				
担当者氏名				
所属・役職				
旅行業登録番号				
共同提案者				
団体等名称				
所在地	〒	県	市	
連絡先	TEL	FAX	E-mail	
代表者氏名				
担当者氏名				
所属・役職				
旅行業登録番号				
1. 企画のコンセプト				
(1) ツアータイトル/テーマ・キーワード				
(2) ツアーの強調したい特長(該当するものの番号に○を囲む)	①食(地域の食材を活用した料理づくり体験等)	②農業、漁業、林業、酪農等の体験	③自然(自然景観や散策、観察会、エコツアー等)	④伝統、風習等の文化(神楽、歌舞伎などの芸能や地域に伝わる伝承体験等)
	⑤暮らしの知恵、匠の技(四季の行事や生活道具等の匠の)	⑥健康づくり(薬膳料理、ヨガ教室、森林浴、セラピー体	⑦農作業、林業ボランティア、ワーキングホリデイ等	⑧その他 (

<p>(7) 料金に含まないもの</p>	<p>●ツアー参加中に個人で支払いが必要となるものがあればご記入ください。</p>
<p>(8) 行程表</p>	<p>●出発地、集合時間・場所、目的地、到着予定時間、宿泊地など</p> <p>★主たる体験内容</p> <p>【体験①】</p> <p>【体験②】昼食:</p> <p>【体験③】</p> <p>【体験④】</p> <p>【体験⑤】</p> <p>★旅行行程</p>
<p>(9) 地域における受入体制</p>	<p>●飲食・宿泊施設や体験指導団体、行政等、受入に関わる主体間の役割分担や相互の連携・協力体制、緊急時の連絡体制などについて簡潔にご記入ください。</p>
<p>3. 参加者募集に結びつく情報発信の取り組み (ウェブサイトやブログ、ツイッターの活用、大学や労組など特定の団体とのコラボレーション等、日頃の情報発信の取り組み状況を踏まえ、ツアーの参加者募集方法(対象やツールなど)を具体的にご記入ください。)</p>	

(写真用紙)

応募団体名：

2012年 月 日

商品名：

【 主な体験内容のポイント紹介（農山漁業体験・自然体験・景観・地域生活文化・観光地・観光箇所の歴史、由来など）の写真と概要 】

①タイトル【 】	②タイトル【 】	③タイトル【 】
体験プログラム、地域資源等の画像などを添付	体験プログラム、地域資源等の画像などを添付	体験プログラム、地域資源等の画像などを添付
【概要】	【概要】	【概要】
④タイトル【 】	⑤タイトル【 】	⑥タイトル【 】
体験プログラム、地域資源等の画像などを添付	体験プログラム、地域資源等の画像などを添付	体験プログラム、地域資源等の画像などを添付
【概要】	【概要】	【概要】

--	--	--

記入事例 グリーン・ツーリズム商品(通称「グリーン旅」)コンテスト 応募用紙

都市と農山漁村の共生・対流推進会議 代表 養老 孟司 殿

提案者(代表団体)				
団体等名称	〇〇〇〇〇地区都市農村交流推進協議会			
所在地	〒〇〇〇〇-〇〇〇〇 〇〇県〇〇〇市〇〇〇22-2 〇〇〇〇〇内			
連絡先	TEL〇〇〇-〇〇〇-〇〇〇〇 FAX〇〇〇-〇〇〇-〇〇〇〇 E-mail 〇〇〇〇〇.co.jp			
代表者氏名	会長 〇〇 〇〇〇			
担当者氏名 所属・役職	事務局長代理(経理責任者)〇〇 〇〇			
旅行業登録番号				
共同提案者				
団体等名称	〇〇〇〇交通(株) 観光部			
所在地	〒 - 〇〇県 〇〇市 〇〇番地〇〇号			
連絡先	TEL〇〇〇-〇〇〇-〇〇〇〇 FAX 〇〇〇-〇〇〇-〇〇〇〇 E-mail 〇〇〇〇〇.co.jp			
代表者氏名	代表取締役社長 〇〇〇〇			
担当者氏名 所属・役職	総合旅行業務取扱管理者 〇〇〇〇			
旅行業登録番号	〇〇〇県 第〇種〇〇〇〇〇号			
1. 企画のコンセプト				
(1) ツアータイトル/テーマ・キーワード 「地産地消 土地自慢の〇〇を農家と一緒に作って食べる体験ツアー」				
(2) ツアーの強調したい特長(該当するものの番号に〇を囲む)	①食(地域の食材を活用した料理づくり体験等)	②農業、漁業、林業、酪農等の体験	③自然(自然景観や散策、観察会、エコツアー等)	④伝統、風習等の文化(神楽、歌舞伎などの芸能や地域に伝わる伝承体験等)
	⑤暮らしの知恵、匠の技(四季の行事や生活道具等の匠の技の体験等)	⑥健康づくり(薬膳料理、ヨガ教室、森林浴、セラピー体験等)	⑦農作業、林業ボランティア、ワーキングホリデイ等	⑧その他 (鉄道の車掌体験)

(3)ターゲットとする客層(年齢・性別・居住地等の属性、趣味・関心事など)

〇〇〇〇や〇〇〇〇、食の原点である農業に関心を持ち、〇〇〇を楽しみながら〇〇〇〇をしたいと思っている消費者層。将来的な着地型旅行のプログラムづくりに備えて、まずは、〇〇〇〇〇を対象として、農山漁村地区の暮らしや歴史、文化・自然等に触れてもらう「体験ツアー」を企画・実施しました。

(3)商品のセールスポイント(地場産の新鮮な食材を使ったこだわりの夕食、地元住民との心温まるふれあい、その地域しかできないユニークな体験など、特に(2)の協調したい特長に〇をしたものを中心にセールスポイントを記してください。)

〇〇〇は、〇〇〇〇年頃から生産が開始され、当地の名産品として知られています。この特産品を活かして、都市との交流を推進している当市では、冬の寒い時期の農閑期の名物となるものとして、加工品、料理づくりを広めています。乾燥に適した寒風が吹くなどの自然条件に恵まれていたことから、加工生産が盛んとなり、質の良い〇〇〇〇を作り『消費者に喜んで食べてもらえるモノづくり』と『食に対する安全・安心志向』に応じて次の取り組みを消費者にアピールするとともに、特産品にブランド化を図るために、体験ツアー等の機会に食加工体験のツアーを企画し、〇〇〇の加工を農家自らが指導する体験プログラムを開発して、食べるだけでなく、作る楽しみも消費者の皆さんと共有していきたいと考えています。

(4)商品化の背景(地域の現状や活性化に向けたこれまでの取り組み、旅行の参加者に伝えたい思い・メッセージなど)

〇〇〇〇市は、〇〇〇県中央部、〇〇〇〇から約110キロに位置し、面積は〇〇km²、人口は約〇万人の小都市です。

〇〇に面し、歴史的な街道杉として栄え文化と古くから水産業も盛んでした。

近年は、農業の〇〇の生産地としても知られ生産量は県内でも有数のシェアを占め、農産物直売所や6次産業化などにも積極的に取り組んでいます。

しかしながら小都市へ若者が大都市に流出し、工業導入も商工業の活性化も大きな課題を抱えており、様々な自然資源や農業を活かした体験型観光や着地型旅行商品を推進することで地域の交流人口を増加せしめ、食と観光の分ブランド化を目指しています。

農業においては、温暖な気候、災害等の少なさから近年、様々な農産物が作られ、農産物直売場所等においての販売促進により新たな観光資源課の光明が見えてきたところです。

しかしながら、知名度の加工品の商品化が少ないために、地産地消による産業化を推進が大きな期待とともに、大きな課題ともなっています。歴史に埋もれた史跡や独特な行事などの文化は存在するものの、著名な観光施設、自然景観がないために、グリーン・ツーリズムによる生産者と消費者の連携や街並み散策など新しい形の体験プログラムにより地域活性化を推移しようと関係者が一丸となって取り組み始めたところです。

今回のグリーン・ツーリズム商品を開発を通じて、地域の様々な資源を活かした体験型旅行・着地型商品づくりのきっかけとし、このツアーでの出会いをきっかけにリピーターとして、都市と農村の相互の交流づくりを目指しています。

(9) 地域における
受入体制

●飲食・宿泊施設や体験指導団体、行政等、受入に関わる主体間の役割分担や相互の連携・協力体制、緊急時の連絡体制などについて簡潔にご記入ください。

〇〇〇地区推進協議会が地域の農林漁業関係者との調整を行いつつ、旅行会社の旅行実施を支援します。

3. 参加者募集に結びつく情報発信の取り組み

(ウェブサイトやブログ、ツイッターの活用、大学や労組など特定の団体とのコラボレーション等、日頃の情報発信の取り組み状況を踏まえ、ツアーの参加者募集方法(対象やツールなど)を具体的にご記入ください。)

〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇と連携して、〇〇〇の会員に告知するほか、地方新聞及びコミュニティーペーパーにもツアーの紹介を依頼します。

【 主な体験内容のポイント紹介（農山漁業体験・自然体験・景観・地域生活文化・観光地・観光箇所の歴史、由来など）の写真と概要 】

①タイトル【サツマイモ】

②タイトル【干し芋】

③タイトル【○○花の公園】



【概要】

Red dotted lines for writing the summary of the sweet potato experience.

【概要】

Red dotted lines for writing the summary of the dried sweet potato experience.

【概要】

Red dotted lines for writing the summary of the flower park experience.

④タイトル【農家のお昼五ご飯】

⑤タイトル【○○加工品づくり体験】

⑥タイトル【お魚市場】



【概要】

Red dotted lines for writing the summary of the farm lunch experience.

【概要】

Red dotted lines for writing the summary of the food processing experience.

【概要】

Red dotted lines for writing the summary of the fish market experience.