



東北ハイク研究会セミナー（2025.9.8）報告

交流・観光の活性化による農業の新たな付加価値の創造 －農業・地方文化を都市住民・インバウンドにどう発信するか－

令和7年度の東北ハイク研究会主催のセミナー「交流・観光の活性化による農業の新たな付加価値の創造－農業・地方文化を都市住民・インバウンドにどう発信するか」を2025年9月8日（月）に仙台市で対面方式で開催しましたので、主たる講演内容の概要について紹介します。

セミナーの目的

2011年3月に発生した東日本大震災は、東北の太平洋沿岸地域に壊滅的な被害をもたらした。特に津波・放射能汚染が東北の基幹産業である農林水産業に与えた被害は大きく、その復興に多くの人々が尽力し、14年が経過した現在、新たな地域・農林水産業の姿が明らかになってきた。こうした東北の地域・農林水産業の更なる発展のためには、東北を応援してくれる交流人口の確保、さらには、急増するインバウンドへの対応が不可欠である。そのためには、豊かな東北の資源、心暖かい人財、独特の地域文化等、東北の魅力を積極的に発信することが大切である。本セミナーでは、東北の地域・農林水産業の更なる発展のために、交流人口の確保、さらには、急増するインバウンドへの対応を考えるため、「交流・観光の活性化による農業の新たな付加価値の創造－農業・地方文化を都市住民・インバウンドにどう発信するか」と題して4名の専門家による講演を行った。

開催日時等

日 時：令和7年9月8日（月） 13：15～16：15

開催場所：TKPガーデンシティ PREMIUM 仙台西口 7階

（住所：宮城県仙台市青葉区花京院 1-2-15 ソラプラザ）

参集範囲：農業生産者、農業関係団体、行政機関、観光関係の企業・行政機関の担当者、地域おこしNPO等の関係者

プログラム

セミナー司会進行（東北ハイテク研究会 門間 敏幸）

セミナーの趣旨説明：東北大学 大学院農学研究科・農学部教授 藤井 智幸 氏

総括講演 インバウンドに対応した観光開発と農業への期待

講師：株式会社 JTB 総合研究所 主席研究員 亀山 秀一 氏

話題提供1 アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の動向と東北訪問者の特徴

講師：株式会社 日本政策投資銀行 東北支店 小山 瑛士郎 氏

話題提供2 台湾から見た東北の観光地

講師：公益社団法人 日本観光振興協会 総務部担当部長 村上 旭 氏

話題提供3 秋保ワイナリーが進めるワイン産業を通じた地方創生の実践

講師：株式会社 仙台秋保醸造所 代表取締役 毛利 親房 氏

総合討論 交流・観光の活性化による農業の新たな付加価値の創造とその発信方法

ファシリテーター 藤井 智幸 氏

セミナーの概要

東北ハイテク研究会企画委員会委員長の藤井智幸東北大学教授の座長解題を受けて 4 名の専門家による講演を行いましたので、その概要を紹介します。セミナーの資料については、東北ハイテク研究会の HP（URL：<https://www.tohoku-hightech.jp/seminar.html>）に掲載してある資料をダウンロードしてご覧ください。

総括講演 インバウンドに対応した観光開発と農業への期待

株式会社 JTB 総合研究所 主席研究員 亀山 秀一 氏

コロナ禍以降、急速に増加している訪日外国人旅行者の推移を国別に詳しく説明し、アジア以外では米国の伸びが大きいこと、東北では台湾直行便の就航の影響で台湾からの旅行者が多いことが示された（図 1-1）。外国人旅行者の消費額も 8.14 兆円で過去最高を記録し、一人当たり消費額も 22.7 万円と増加している。消費の内訳は、宿泊費、飲食費、買物が多くを占めている。

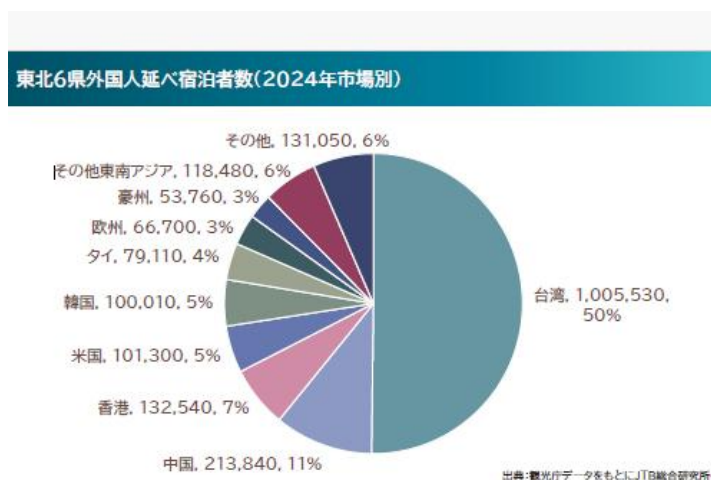
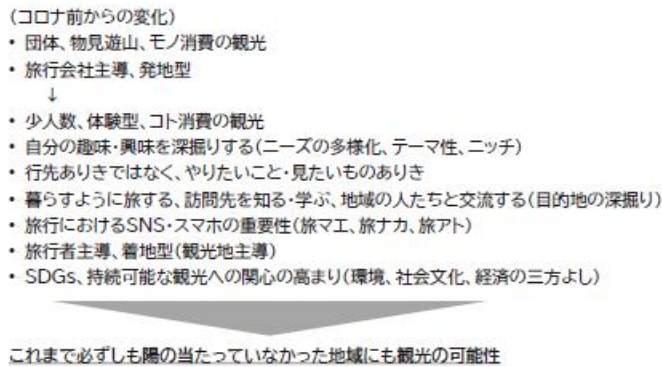


図 1-1 東北訪問外国人延べ宿泊者数

コロナ前後からの観光トレンド



コロナ前後からの外国人の観光トレンドの変化を見ると、団体旅行的観光・消費から、少人数で体験・コト消費、さらには自分の趣味や興味を優先、訪問先を知る・学ぶ、SNS・スマホ情報の活用、持続可能な観光へと変化している。また、アンケート調査などからも、持続的な観光に対する旅行者の意識変化がうかがえる(図 1-2、図 1-3)。

図 1-2 コロナ前後からの観光トレンドの変化

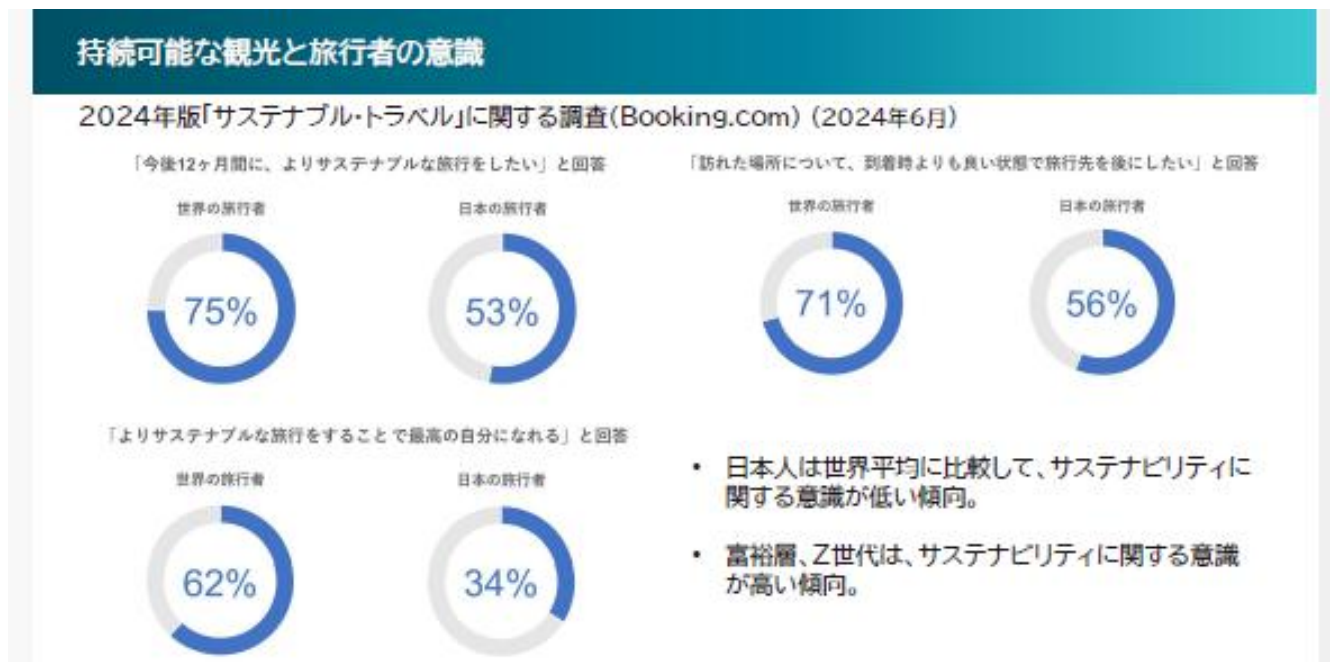


図 1-3 持続可能な観光に対する旅行者の意識

政府が樹立した観光立国基本計画における農業関連項目を見ると、地域の食材を活用したコンテンツの整備、農泊の推進、戦略的な訪日プロモーションの実施等に関する具体的な取り組みの重要性が指摘されている。インバウンド誘客における農業への期待は大きく、現在の観光のトレンドに合致している。また、インバウンド旅行者にとっての日本の農業・農村体験への期待が大きいことを示している。インバウンド受け入れの課題としては、農家のモチベーションを高めること、地域間連携で誘客を行うこと、取り組みが持続可能であること、食の安全・安心に配慮すること、体験コンテンツの充実、多言語対応での情報発信・提供、決済方法の電子化が不可欠である。

農泊の取り組みは滞在型観光振興の必要な柱として期待されており、宿泊・体験コンテンツの充実、質の高い農泊地域の創出が期待される(図 1-4)。農業体験では、単に体験するだけでなくプラス α の価値を加えることが重要である。地域の食については、郷土料理や地域ならではの料理法にも外国人の興味は広がっており、食材や料理のストーリー性を高めることが重要である。また、最近の観光政策の柱として、地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人の誘致を図る地域の取組を認定する制度が実施され、全国で 43 地域、東北では 6 地域が認定されていることが報告された(図 1-5)。

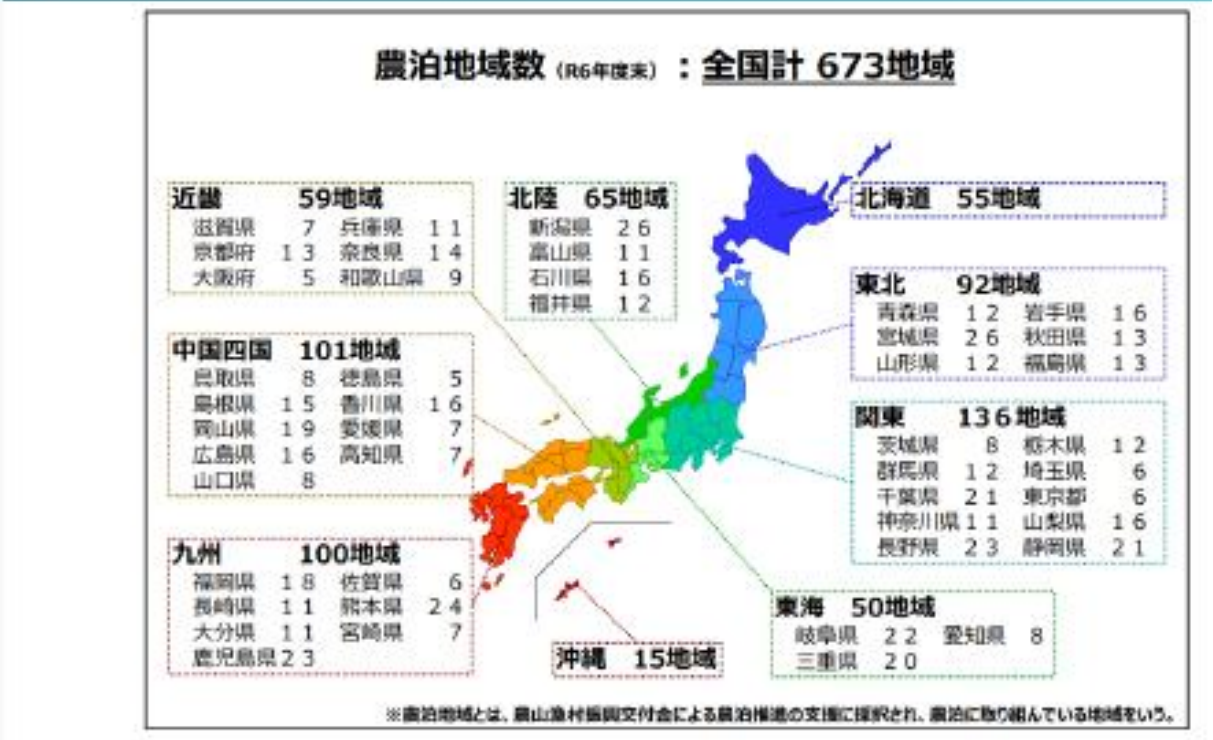


図 1-4 全国で展開する農泊の取り組み

SAVOR JAPAN

SAVOR JAPANとは

- ・地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人の誘致を図る地域の取組を認定する制度
- ・全国で43地域、東北では6地域が認定



図 1-5 SAVOR JAPAN の取り組み

最後に報告のまとめとして、以下の3点が強調された。

- ・地方のインバウンドは伸びしろが大きい
- ・農業や食は人気のコンテンツ
- ・人とのふれあいを含むストーリー性のある食体験や農業体験が求められる

話題提供 1：アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の動向と東北訪問者の特徴

株式会社 日本政策投資銀行 東北支店 小山 瑛士郎 氏

小山さんからは、日本政策投資銀行が2024年に実施した「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」の結果を中心に、「山形県山形市の観光ビッグデータ分析」レポートより山形県山形市に来訪する外国人観光客の動向について報告が行われた。前者の調査は、世界各国からの訪日外国人旅行者7,796人に対して実施されたものであり、以下のように多くの興味深い結果が得られている。

- ① 旅行したい国・地域の1位はアジア居住者・欧米豪居住者ともに「日本」であり、旅行先として日本の人気は高い、新型コロナウイルスを契機とした訪日旅行経験者ではアジア・欧米豪居住者ともに高収入層が増加している、米豪はアジアと比較して円安の影響は小さい。
- ② 日本の観光地について、認知が高まるほど訪問意向が高まる傾向があり、東北の観光地で最も知名度・訪問意向が高いのは福島であった。「東北」に対する認知度は4割程度と、「北陸」、「四国」に次いで低く、訪問意向は12.9%に留まった、「東北」で最も認知度が高いのは「福島」(27.7%)であり、「青森」(11.5%)、「仙台/松島」(11.4%)が続く(図2-1)。
- ③ 「東北訪問経験者における東北地方への再訪希望率」は68.2%であり、他地域と比較するとやや低い。東北訪問経験者の中でアジア居住者は、配偶者以外の家族・親族の割合が高く、家族連れでの旅行者が多い傾向があり、「温泉のある日本旅館」の人気の高い。東北訪問経験者は、訪日経験者全体に比して、アドベンチャーツーリズム経験者の割合が高く、経験内容(レベル)も多岐にわたっている。

Ⅱ.調査結果 2. 東北の認知度・訪問意向

(2) 他地域と比較した東北の認知度・訪問意向

- 「東北」に対する認知度は4割程度と、「北陸」、「四国」に次いで回答割合が低かった。
- 「東北」への訪問意向は12.9%に留まった。
- 「東北」で最も認知度が高いのは「福島」(27.7%)であり、「青森」(11.5%)、「仙台/松島」(11.4%)が続いた。

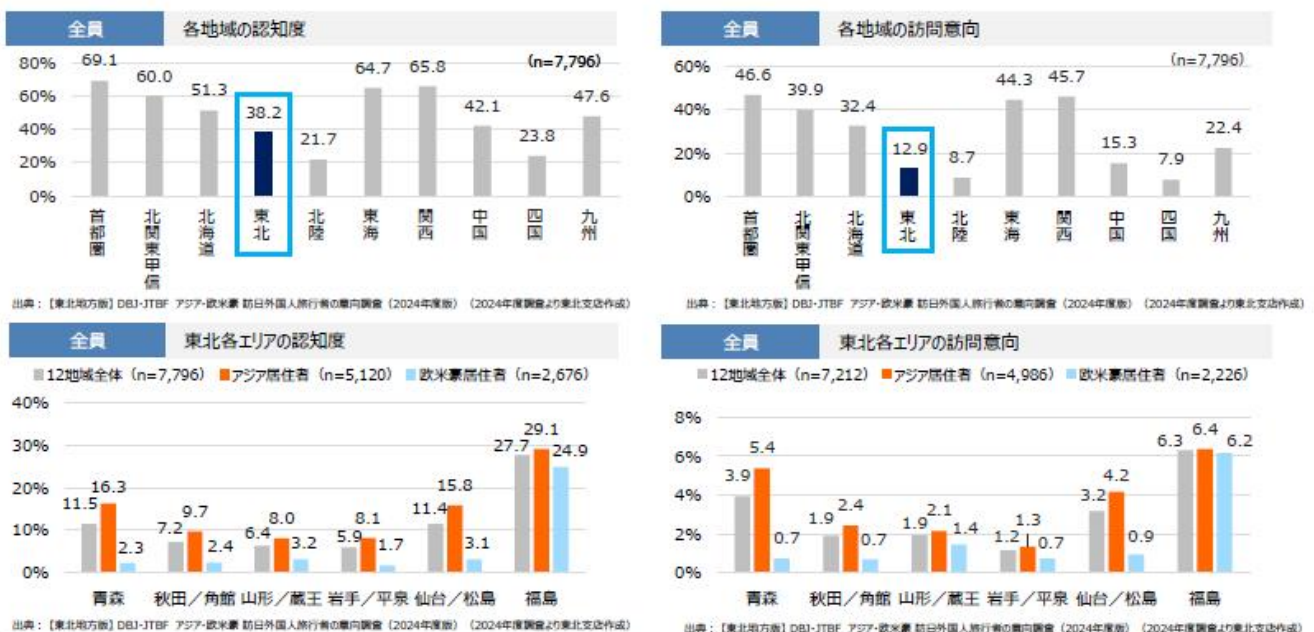


図2-1 東北の認知度と訪問意向の特徴

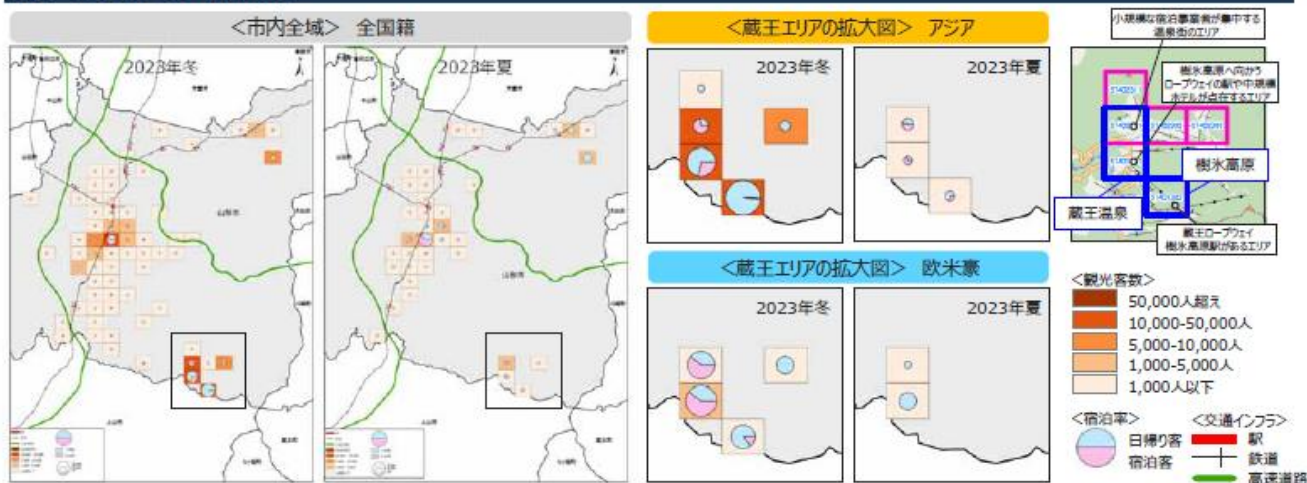
次に山形市を訪問した外国人観光客を対象に、1時間以上もしくは2時間以上滞在した訪日外国人の位置情報を把握してモバイル空間統計手法を用いてその行動特性を把握した。その結果、以下の特徴が確認された。

- ① 国・地域別の平均滞在日数は、オーストラリア(3.88日)が最長。オーストラリアからの観光客は、冬季だけでなく夏季においても平均4日以上滞在しており、山形市を目的地もしくは宿泊拠点として中長期期間滞在する観光客が一定数いるものと考えられる。アジア圏では、香港(2.78日)・中国(2.77日)・シンガポール(2.62日)が比較的長めに宿泊する傾向にあった。
- ② 冬季の蔵王エリアについて、蔵王温泉の中でも、小規模な宿泊事業者が集中する温泉街のエリアを訪れたのは、樹氷観光に訪れた客の4割程度であるが、他のメッシュと比較して宿泊率は高い。樹氷等を目的に来訪した観光客の周遊取り込みのさらなる工夫が必要であることが示唆された(図2-2)。
- ③ 欧米豪からの観光客を誘客する際には、目的地へ訪問するための公共交通機関も踏まえて商品作りをすることが効果的である。観光客はツアーバスのほか、レンタカーなどを使って地域を周遊している可能性が考えられるため、複数の地域が連携し周遊観光を提案・促進することの必要性が示唆された。

4. 山形市の訪日外国人観光客数（メッシュ分析）

- 冬季の蔵王エリアについて、蔵王温泉の中でも、小規模な宿泊事業者が集中する温泉街のエリアを訪れた観光客数は、樹氷高原へ向かうロープウェイの駅や中規模ホテルが点在するエリアを訪れた観光客数の4割程度であり、その一方で、他のメッシュと比較して宿泊率は高い傾向にあった。樹氷等を目的に来訪した観光客の周遊取り込みが上手くなされていない可能性や、旅館・ホテルのキャパシティの制限から宿泊を目的とした観光客を受け入れられていない可能性などが考えられる。
- また、メッシュ単位の観光客数について、山形市内では、蔵王エリアの樹氷高原周辺の観光客数が最多となった。同エリアでは、1km四方のメッシュに、冬季の3ヶ月間で5万人近くの外国人観光客が訪れたが、夏季の観光客数は1千人以下であった。

メッシュ別観光客数・宿泊客数



出典：「山形県山形市の観光ビッグデータ分析—山形県山形市に訪れる外国人観光客の動向とビッグデータの活用について—」（データ提供元）(株)ドコモ・インサイトマーケティング/モバイル空間統計
モバイル空間統計は(株)NTTドコモの登録商標である。

24 (※)宿泊率の円の大きさは各図表ごとにメッシュ間の相対的な観光客数の多さを示す。



図 2-2 山形市の訪日外国人観光客数の特徴に関するメッシュ分析

以上の調査結果から、東北地方は、認知度は 38.2%と低位であるが、訪日回数が多くなるほど、訪問意欲は高くなる傾向があるため、1) 訪問回数を増やすことが重要である、2) 「温泉のある日本旅館」はアジア居住者に、米豪居住者は「豪華で快適なホテル（西洋式）」を希望する割合が相対的に高いので、こうした嗜好への配慮も大切である、3) 東北訪問経験者が直近の訪日旅行で体験したことは、「桜の観賞」や「雪景色観賞」等の自然体験、「イベント・祭りの見物」等の歴史・文化体験の

実施率が高い。アドベンチャーツーリズムの経験度を分析したところ、東北地方は訪日経験者全体の平均より高く、今後の取り組みが期待できる、といったことが明らかになった。

今後は訪問者層を分析し、適切なターゲットを定め、効果的な広告・宣伝を行っていくこと、訪問者が希望する体験を中心に受入体制を東北地域全体として整備して観光需要を創出していくことが重要であることが強調された。

話題提供 2：台湾から見た東北の観光地

公益社団法人 日本観光振興協会 総務部担当部長 村上 旭 氏

村上さんの話題提供は、「台湾からの訪日旅行者は、日本と東北をどう見ているか」をテーマに、豊富な台湾観光客との交流を続けた経験に基づく楽しくも興味深い報告であった。まず、台湾の人たちの国民性について、村上さんの経験に基づいた整理がおこなわれており、それを見ると、日本人に似ているようでもあり、細かいことは気にしない、熱しやすく冷めやすい、時間に寛容すぎる等は、若干日本人とは異なるような気がする。こうした台湾の人々の国民性を図 3-1 のように整理されている。訪日台湾人のおもてなしに当たって、考慮すべき重要なポイントである（図 3-1）。

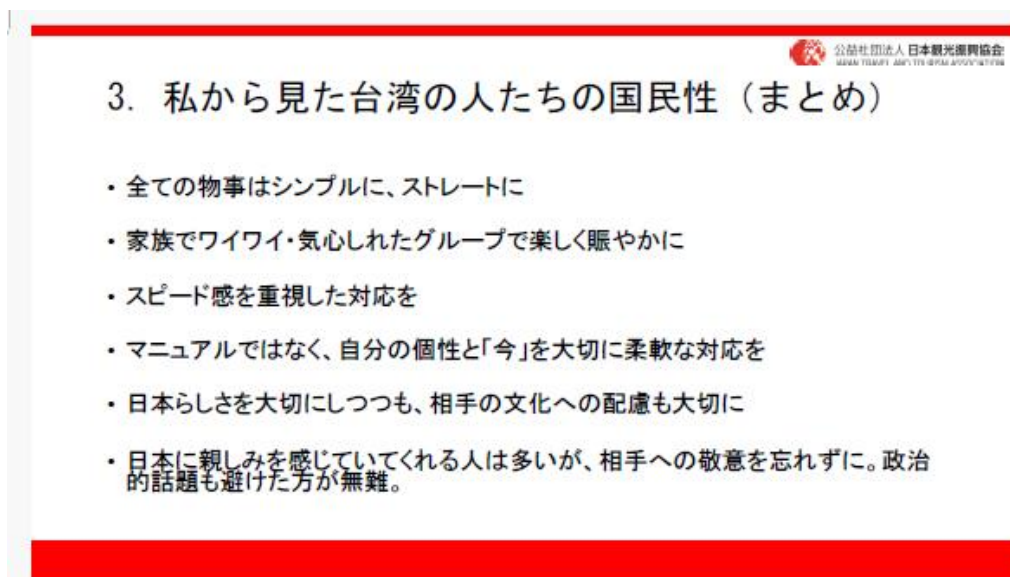


図 3-1 台湾の人たちの国民性

人口は日本の 6 分の 1 程度の台湾であるが、出国率は 72.2%と海外に良くでている（日本は 10.5%とかなり低い）。台湾からの 2024 年の訪日客数は 6,044,316 人で外客全体の約 16.4%とかなり多くを占めている。観光・レジャー目的で訪日した台湾人のうち、23.4%は 10 回以上のリピーターであり、リピーター比率が非常に高い。台湾からの訪日旅行者の特徴をみると、東北地方への訪問者の宿泊割合が日本の他の地域に比較してかなり高いことがわかる。特に岩手県、福島県では 50%を超えている（図 3-2）。

台湾からの訪日旅行者の特徴は、次のように整理されている。1) 滞在日数は、訪日外客全体に比べるとやや短く、団体での場合は 3～5 泊程度で、同一空港または近隣で同一航空会社が飛んでいる空港を結んだルートが選ばれている、2) 個人旅行化が進んでいるが、団体旅行も健在で町内会、家族、職域での視察などの小グループでの旅行も多い、3) 宿泊費・交通費・飲食費・娯楽サービスなどの日本国内での購入率は団体旅行割合が高いことから、他の訪日外国人全体に比べ低い、4) レンタカーの利用率は高い、

5) 買い物での購入品として他の外国人と比較して多いのが生鮮農産物、医薬品、健康グッズ、トイレタリー製品であり、特に医薬品や健康グッズ、日本の農産物（持ち帰りができない）の人気の高い。

東北訪問は、定期便の運航で便利になった。台湾人は東北の四季について、春…弘前などの桜、夏…東北の夏祭り、秋…奥入瀬などの紅葉、冬…蔵王の樹氷や横手のかまくら等の雪についての画一的なイメージがある。しかし、もっと日本を深く知りたいと感じている個人旅行者に対する情報提供を強化すべきであることを村上さんは強く訴えた。

4. 台湾からの訪日旅行者の特徴⑤

施設所在地	A	B	B/A	施設所在地	A	B	B/A
外国人宿泊者数 (人泊)	台湾人宿泊者数× (人泊)	外国人宿泊者数 における 台湾人割合 (%)		外国人宿泊者数 (人泊)	台湾人宿泊者数× (人泊)	外国人宿泊者数 における 台湾人割合 (%)	
全国	138,527,580	18,406,300	13.3%	全国	138,527,580	18,406,300	13.3%
青森県	389,040	130,500	33.5%	北海道運輸局	9,286,950	2,006,690	21.6%
岩手県	364,780	212,500	58.3%	東北運輸局	2,105,290	1,005,530	47.8%
宮城県	743,370	367,530	49.4%	関東運輸局	58,244,540	5,287,150	9.1%
秋田県	107,870	46,400	43.0%	北陸信越運輸局	4,024,720	916,160	22.8%
山形県	211,080	94,000	44.6%	中部運輸局	6,832,550	1,083,710	15.9%
福島県	289,160	154,510	53.4%	近畿運輸局	39,273,470	4,220,100	10.7%
				中国運輸局	2,379,890	337,370	14.2%
				山陽運輸局	1,369,860	435,390	31.8%
				九州運輸局	10,629,980	1,824,800	17.2%
				沖縄総合事務局	4,380,330	1,288,400	29.4%

1) 国別（出身地）を詳しき。

2) 長野県は北陸信越運輸局、福井県は中部運輸局に含まれる。

出典：観光庁「観光庁宿泊旅行統計調査（2024年版）」

図 3-2 台湾からの地域別・東北地方訪問旅行者の特徴

話題提供 3：秋保ワイナリーが進めるワイン産業を通じた地方創生の実践

株式会社 仙台秋保醸造所 代表取締役 毛利 親房 氏

秋保ワイナリーは、東日本大震災で大きな被害を受けた宮城県の生産者をワインと食のマリアージュを通して応援するために、2015年12月に震災後宮城県初のワイナリーとして仙台の奥座敷と言われる秋保温泉郷にオープンした。ワイン産業の持つ力を活かし、人・食・文化・産業をつなぎ育んでいくことを目指し、ぶどう栽培、ワイン醸造、担い手育成、地域振興、ツーリズムに取り組んでいる。その活動は、多方面にわたるとともに、様々な表彰をうけている（図 4-1）。

毛利さんは、「ワイン産業の可能性」として次の3つの力を活かした取り組みを展開している。1）人と人、人と地域、地域と地域をつなぐ力、2）農業、商業、観光など多様な産業を繋ぎ、はぐくむ力、3）食、工芸、音楽など多様な文化と融和し、引き立てる力。具体的には異業種と連携した数々の商品の開発、次世代の担い手育成、ITを活用した草刈りロボット等先端技術の開発である。こうした毛利さんの取り組みの発信力は強く、現在宮城県各地で9件のワイナリーが稼働し、その後も建設計画が各地で進んでいる。

COMPANY PROFILE AKIU WINERY

株式会社 仙台秋保醸造所 秋保ワイナリー

秋保ワイナリーのめざすもの ーひと・地域・文化・産業をつなぎ、はぐくむワイナリーを目指してー
 ・宮城の食・工芸・芸術との連携による新たな価値の創造とPR
 ・ツーリズムやイベントの醸成(テロワージュ東北、秋保クラフトバレー)
 ・宮城県産のワイン産地形成と担い手の育成
 ・高品質なぶどうとワインの生産

現在東北が抱える、東日本大震災による諸問題をはじめ、農業の後継者不足など様々な問題が東北の復興・発展を妨げております。それらの問題に対し、地域資源をつなぎ、はぐくみ、活性化させ、地域の活性を促す拠点。それが秋保ワイナリーです。仙台市中心部より近く、東北各地へのアクセスが良好であり、かつ、ぶどう栽培に適した気候・風土およびワイナリーにふさわしい自然豊かな景観を有する秋保温泉郷を創設の地と決めました。



会社概要

会社名 株式会社 仙台秋保醸造所

代表者 毛利親房

資本金 1,715万円 平成26年3月10日 設立

住所 宮城県仙台市太白区秋保湯元字枇杷原西6

連絡先 022-226-7475

e-mail info@akiuwinery.co.jp

URL akiuwinery.co.jp

業務概要

- ・農産物の生産、加工販売業務
- ・ワイン、果実酒の製造、販売
- ・セミナー開催、研修受入などワイン文化の普及活動
- ・ぶどう栽培、ワイン製造指導、コンサルタント業務
- ・ワイン、食に関する商品の企画開発
- ・ワインツーリズムの普及活動
- ・ぶどう栽培(2017年現在2haに16品種7,000本を栽培)

受賞歴等

- ・ SENDAI for Startups! ビジネスグランプリ2015(仙台市) 優秀賞
- ・ 2016 第7回地域再生大賞(共同通信社、地方新聞45紙) 優秀賞
- ・ 2017 フジ・サイダー・チャレンジ2017(国際コンクール) 銀賞、銅賞ダブル受賞
- ・ 地域未来牽引企業選定 2017(経済産業省)
- ・ ジャパン・シードル・アワード2019 テイスト審査 最高評価 3つ星 獲得
- ・ 2019 フジ・サイダー・チャレンジ(国際コンクール) 銀賞、銅賞ダブル受賞
- ・ ジャパンワインチャレンジ 2019 銅受賞(甲州シュールリー2018)
- ・ ジャパンワイナリーアワード2020 コニサズワイナリー賞受賞
- ・ ジャパンワインチャレンジ2020 銅賞受賞(シャルドネ2019、MBAロゼ2019、甲州2019)
- ・ サクラアワード2021 ゴールドメダル受賞(リパーウインズブラン2020)
- ・ ジャパンワインチャレンジ2021 銅賞受賞(シャルドネ2020、甲州2020)
- ・ フジ・サイダー・チャレンジ2021(国際コンクール) バンジーシードル辛口、甘口 銅賞受賞
- ・ ジャパンワイナリーアワード2022 コニサズワイナリー賞受賞
- ・ 第51回 日本農業賞 食の架け橋部門 優秀賞受賞
- ・ 米国 Great Lakes International Cider and Perry Competition (GLINTCAP) Bronz Prize(シ)
- ・ 日本ワインコンクール2022 銀賞(甲州)、銅賞(シャルドネ)受賞
- ・ ジャパンワイナリーアワード2023 ★★★(三ツ星)受賞
- ・ JAPAN CIDER CUP2024 銀賞2銘柄、銅賞1銘 トリプル受賞
- ・ サクラアワード2025 シルバーメダル受賞(寿司ワイン2023)

図 4-1 秋保ワイナリーの目指すもの・特徴と各種の受賞歴

異業種との連携商品

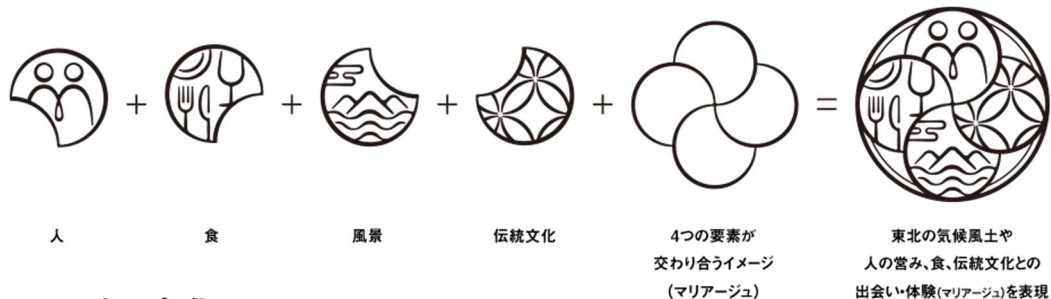


異業種との連携商品



図 4-2 秋保ワイナリーと異業種が連携して開発された商品の数々

テロワージュとは、気候風土と人の営みを表す「テロワール」と
 食と酒のペアリング、結婚を意味する「マリージュ」を掛け合わせた造語
東北の人・食・風景・文化の協奏による新しい感動体験



「テロワージュ東北」のミッション

テロワージュ東北は、東北各地の魅力をテロワージュを通して世界に発信し、国内外から観光客の誘致を図ります。
 各地域のテロワージュを結び、東北の広域なツーリズムを構築していきます。

図 4-3 「テロワージュ東北」の取り組み

毛利さんが現在進めているユニークな取り組みが「テロワージュ東北」である。テロワージュとは、気候風土と人の営みを表す「テロワール」と食と酒のペアリング、結婚を意味する「マリアーージュ」を掛け合わせた造語であり、東北の人・食・風景・文化の協奏による新しい感動体験を生み出す目的をもって活動が展開されている。東北各地の魅力をテロワージュを通して世界に発信し、国内外から観光客の誘致を図る、また、各地域のテロワージュを結び、東北の広域なツーリズムを構築することを目指している。

テロワージュ東北ナイト @東京有楽町micro FOOD&IDEA market 2023年1月12日（復興庁ハンズオン支援）



テロワージュ東北にご支援参頂いている首都圏在住の企業人やインフルエンサー55名を招き、東北の食の魅力をトークとペアリングでPRするイベント「テロワージュ東北ナイト」を、東京有楽町micro FOOD&IDEA marketで開催。トークイベントではロバートキャンベルさん、フィッシャーマン・ジャパン阿部さんをゲストに東北の食の可能性をテーマに、ペアリングイベントでは秋保ワイナリーのワインと合わせて、藤田シェフ・松田シェフ・吉田シェフの3名がこの日のために創作したスペシャルメニューを楽しみました。

その他イベントはこちら→ <https://www.tohoku-bishu-shoku-tourism.jp/blog/>

図 4-4 「テロワージュ東北ナイト」でのワインと食のイベント風景

30分という短い時間で毛利さんの取り組みの全貌を知ることは難しかったが、果てしない夢と行動力で東北の人・食・風景・文化を発信し続けている活動に感動しました。

質疑討論

なお、講演者の熱意ある講演が長引き質疑討論は行えなかったが、講演終了後における秋保ワインの試飲会では、様々な意見交換・交流が生まれとても有意義であった。

（参加者数：48名）

・本セミナーは、農林水産省が実施する「知」の集積による産学連携支援委託事業により開催しました。