

キャンプサイトで農産村風景を商品化。農産村を魅力ある宿泊地へ。

【新川・田籠地域協議会(うきは市姫治地域)】

【地域の現状・課題】

- 人口減少、高齢化による耕作放棄地・遊休施設の増加。
(人口H29:427人→R1:369人)
(高齢化率H29:48%→R1:51%)
- 農業の後継者不足・空き家問題。
- 平成24年7月の九州北部豪雨により 地域資源の多くが被災。
- 都市との交流活動が、地域全体での収益向上につながっていない。
- 山間部に人が来ない、来る動機・理由がない。
- 農家民宿馬場が閉館したことで、地域で運営し地域に宿泊出来て魅力を発進する場所がなくなった。

【取組地域の概要】

うきは市浮羽町新川地区、田籠地区
(特定農山村、振興山村)

<新川・田籠地区>

* 集落名
内ヶ原、鹿狩
栗木野、本村
分田、葛籠
探野、尾谷
田籠

* 農家戸数
・新川 79戸
・田籠 37戸



【取組内容】

定例会による課題整理・活動計画

- ・専門家を交えた定例会を毎月開催し、課題整理、活動計画を策定

地域資源を活用した商品の開発販売

- 体験プログラムや地域資源を活用した商品の提供
- ・自然を楽しむアウトドアプログラムを構築
- ・キャンプ客への薪や棚田米の販売

キャンプサイトの開発と情報発信

- 受入体制の強化として、新たなキャンプサイトを整備
- ・キャンプ場の視察調査を実施
- ・遊休農地を活用したキャンプサイトの整備
- ウェブサイトとSNSでの情報発信と予約の受付

木材を活用した商品開発

- 地元木材を利用した組立式のバンガロー試作・開発



遊休地を活用したキャンプ場(馬場 つづら)



組み立て式木製バンガロー

成果・効果

地域全体の収益の向上

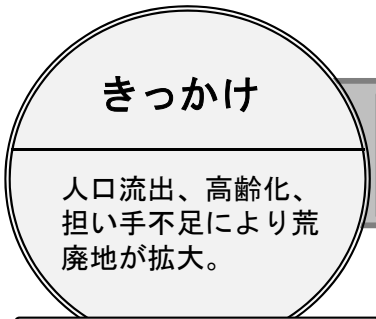
- 宿泊客の高い評価によりシビックプライドが構築される。
- 棚田を活用した収益確保と耕作放棄地の発生防止が図られる。
- 木材資源を有効利用した収益確保が見込まれる。

【目標項目】

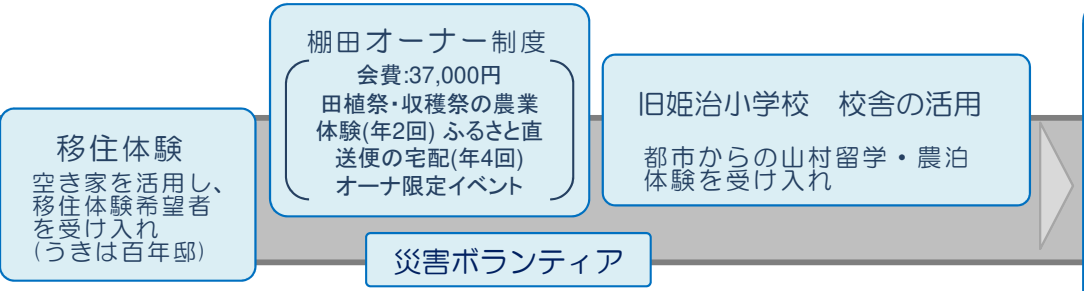
- ① 農業者の副業構築
- ② キャンプ場の利用・農産物の販路拡大
- ③ 木材を活用した商品開発

令和3年2月のサイト運用開始から約1年間で287組(延べ1289名)利用を頂く。
上記期間中で約170万円の売上となり、環境整備等の費用として約50万円を地域還元することができた。
また、リピート率は43.2%(124組)であり、この1年間で着実な顧客獲得ができた。※令和4年1月12日現在

(取組のプロセス)



H24. 7月 九州北部豪雨
H30. 3月 姫治小学校閉校



Step 1 (R1~)

新川・田箆地域協議会の設立

- 中山間地域等直接支払制度の取組む様々な会合中で、更なる取組が必要との意識
- 遊休地・遊休施設の活用、山間部の地域資源を活用し地域の後継者不足・過疎化を抑制する。
- 地域で稼ぐ、コミュニティビジネスの確立。
- キャンプ事業で、利用者に地域の良さを知ってもらい移住・定住の候補地として認識してもらう。
- 木材製品・棚田米・薪など地域商材の販売。

中山間地域農業・農村振興支援事業 活動計画 (R1~)
「キャンプサイトで農産村風景を商品化。農産村を魅力ある宿泊地へ。」

- ① 遊休地のアウトドアスペースとしての貸出事業
- ② キャンプサイトの整備
- ③ 地域商材の開発・販売体制の構築
- ④ 体験プログラムの開発
- ⑤ ITを活用した情報発信と効率化

遊休地ならではの景観や環境で他と差別化 & 低価格なブルーオーシャン戦略を目指す

専門人材の活用

- ・遊休地でのキャンプ事業の可能性についてのアドバイス
- ・運営体制についてのアドバイス
- ・客単価や価格設定についてのアドバイス

Step 2 (R1~3)

キャンプサイトの整備

- 他地域事例を視察
 - ・棚田を活用したキャンプサイト「ふれあい自然塾びぜん」と、吉野ヶ里の遊休地を活用したキャンプサイトを視察。うきはでの可能性を探る。
- キャンプサイト候補地の選定
 - ・視察で得た見地を基に3つのキャンプサイトを選定。
- 運営体制の検討
 - ・運営体制と役割分担を検討

組み立て式木製小屋開発
レンタルプラン作成
薪・棚田米の販売検討

将来に向けて

- 子ども・家族向け集客イベントの定期開催による交流人口増大
- キャンプサイトの増強による景観維持エリア拡大
- 薪・棚田※の販売量拡大
- 移住希望者の増大と受け入れ
- 活動の核となる若手人材の育成
- キャンプサイト周辺の集落の活性化

今後の展望

Step 5 (R3~)

体験プログラムの提供

- 沢登りや棚田でのこども運動教室等

LINE開始

予約後のきめ細やかな対応や要望等の拾い上げに活用。

Instagram開始

季節ごとの情報やイベントの告知で集客。アルペン（福岡春日店）とのコラボ効果もありフォロワー1500人近くに。

リーフレット作成

観光案内所やアルペン福岡春日店等で配布。集客ツールに。

プロモーション強化

TV取材・ラジオ取材・インスタ・フェイスブック等、(月毎の実績を振り返り合わせ、顧客分析・セグメント分析を実施)

Step 3 (R1~)

WEBサイト構築

地域イベント等も掲載できるキャンプ情報ページを開発。