

JA都市農村交流・農泊による応援団づくり

JAグループでは、創造的自己改革に取り組んでいるところでありますが、「地域の活性化」ならびに「組合員のメンバーシップ強化」を進めるため、准組合員との関係強化が重要課題となっており、農業体験の受入等の交流事業に力を入れるJAも増えてきています。「食」と「農」を基軸とする「都市農村交流」や「農泊」は、「食農教育」のノウハウを活用し、地域住民をはじめ幅広い方々に、JAグループの活動・事業に参加する機会として、大いに期待されています。

JAが地域の中心組織としての役割を果たし、「食」と「農」の重要性や“協同組合の役割”を直に伝え、理解の輪を准組合員や地域住民に加え、管外の都市住民にまで広げ、「JAの応援団づくり」につなげていく必要があります。

2018年3月 JA都市農村交流全国協議会

取り組みポイント

1. 「JA」を身近に感じてもらう

「食」と「農」をテーマにJAの活動・事業に参加してもらい、組合員・准組合員・地域住民から評価を得られる取り組みです。

2. 「食農教育」のノウハウを活用

「食」と「農」がテーマの「都市農村交流」や「農泊」は、子育て世代から中高年層まで幅広いニーズがあります。これまで蓄積した「食農教育」のノウハウが活かせる取り組みです。

3. 「地域活性化への貢献」を実践

体験を通じて交流人口が拡大し、地域所得の向上が見込まれ、農業者所得の増大および地域の活性化へ貢献する取り組みといえます。

交流事業

都市農村交流
農泊（新規）

- 農業・調理体験・食事等の提供
- ファーマーズ・マーケットへの出荷
- 体験農園の開園
- 農家レストランの開業
- 農家民宿の経営
- 6次産業化商品の開発・販売
など

食農教育のノウハウ活用

地域の活性化への貢献

農業者所得の増大

交流人口の拡大

↓
JAの応援団づくり

- 移住・定住者の増加
- JA総合事業利用者の獲得
- 新規就農者の獲得

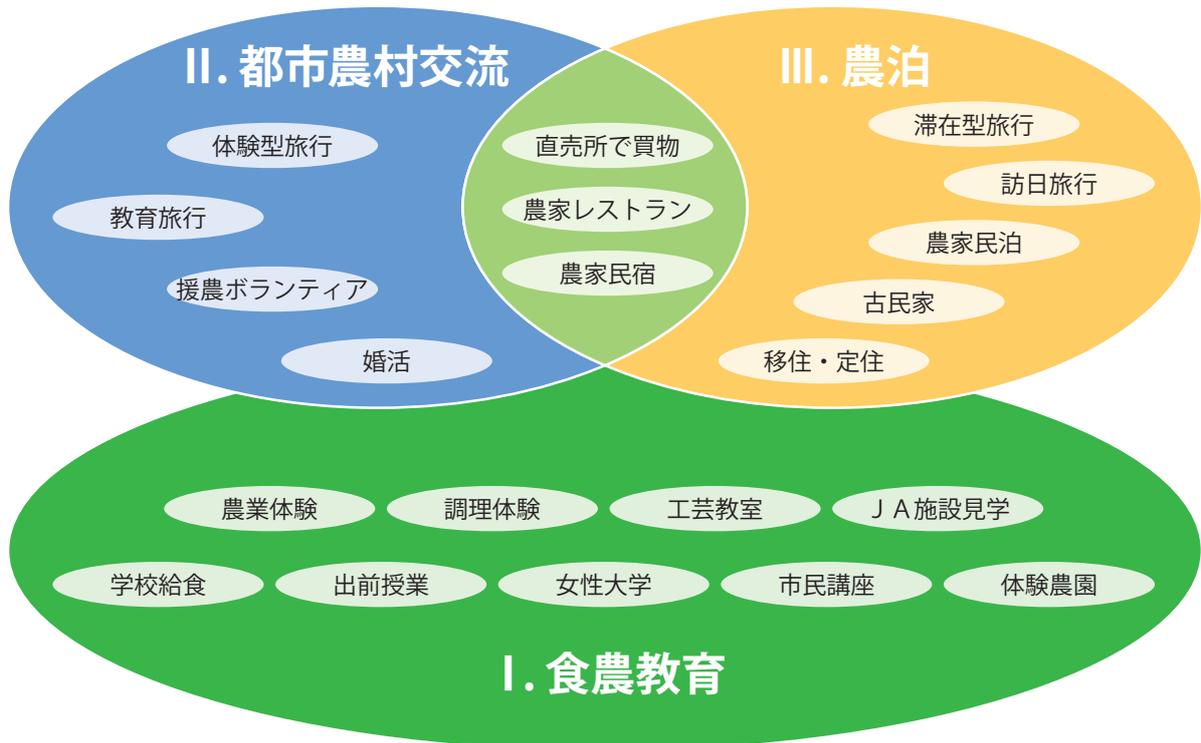
地域所得の増加

↓
農業者所得の増加

- [副業による収益確保]
- 体験
- 圃場利用
- 食材販売
- 宿泊
- 6次化産品販売
などの手数料

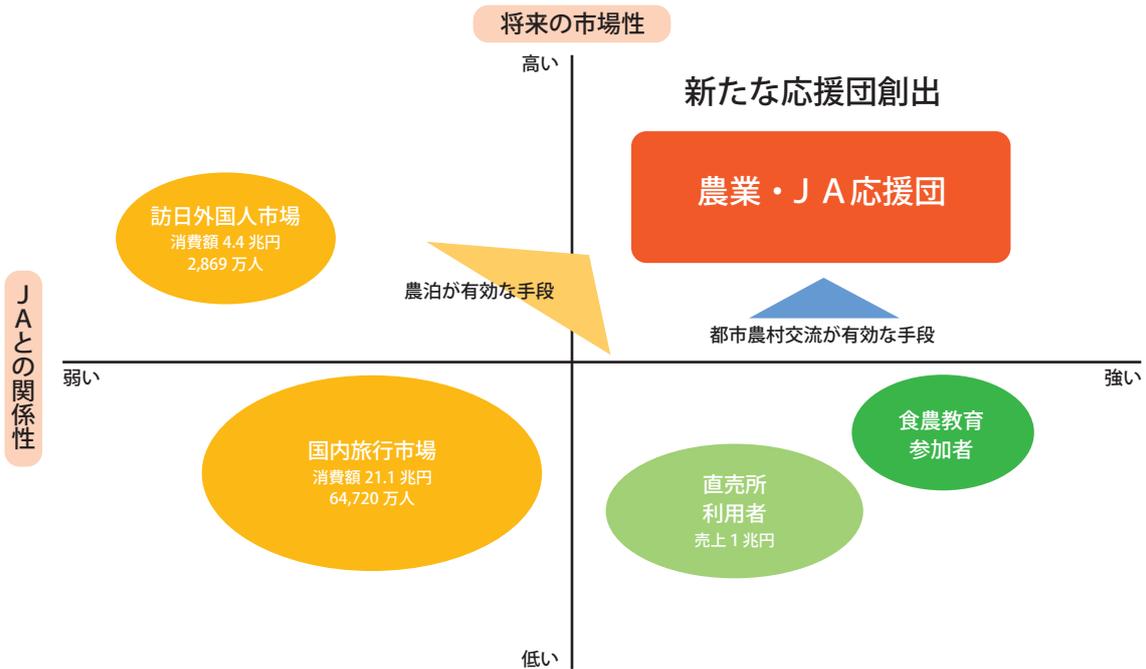
交流の基盤は「食農教育」

J Aは食農教育のノウハウを工夫した都市農村交流や農泊への取り組みが可能



農業・J Aの応援団として期待される市場

観光需要（国内旅行市場・訪日外国人市場）を農村に呼び込むには農泊が有効



■観光需要の数値は、観光庁 訪日外国人消費動向調査「平成 29 年の年間値の推計（暦年）」※速報値
および 旅行・観光消費動向調査「2017 年 1～12 月期（速報）」より引用

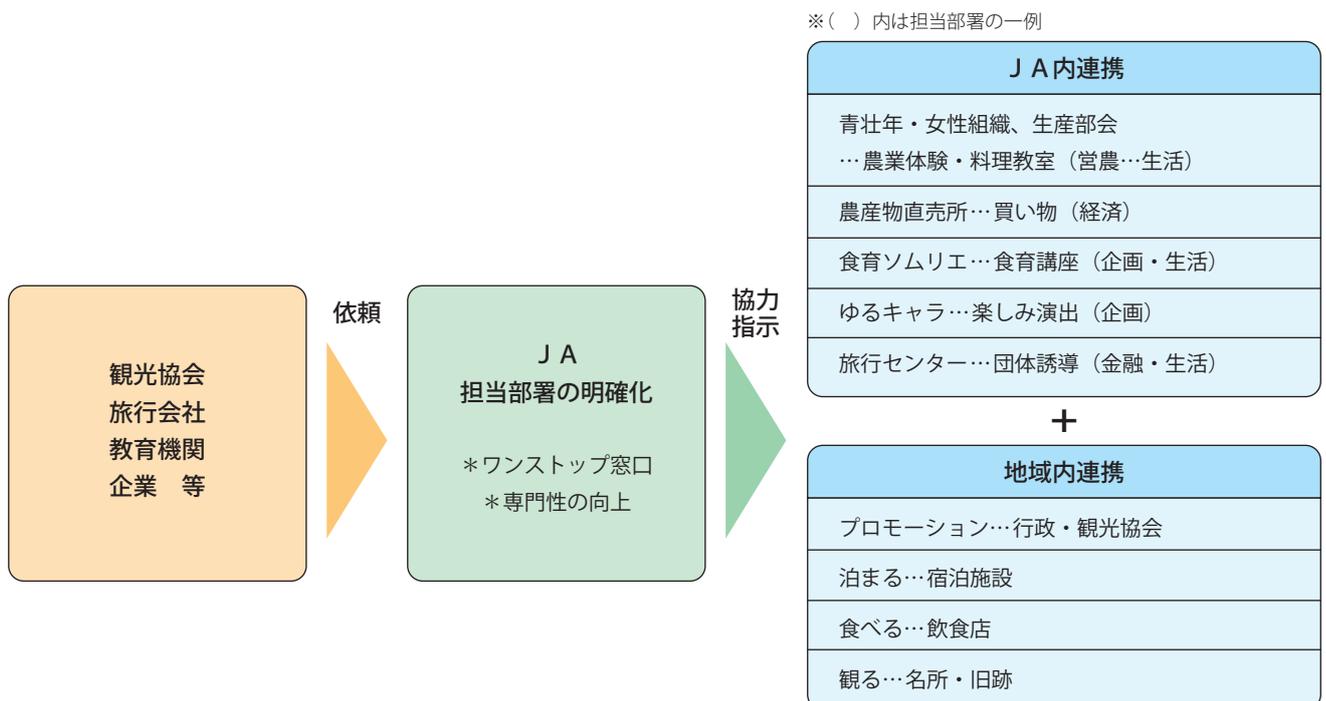
JAと都市農村交流・農泊の推進体制

都市農村交流：「JAに備わっている機能活用+窓口の明確化」

- JAの役割は、交流を通じ、農業者の多様な副収入を得る仕組みをつくり、農業者の交流事業を支援することにあります。
- JAの強みは、青壮年・女性・生産部会等、農業者が組織化されており、交流拠点となる農産物直売所を有していて、都市農村交流の推進体制が整備し易い環境にあることが挙げられます。
- 食農教育の担当部署（担当者）は明確化されていても、都市農村交流においては、企画・営農・経済など事業活動の目的に応じて対応することが多く、担当部署を特定しづらい状況が見受けられます。
- 推進体制を整備するためには、JA内で複数の部署を束ねることができる担当部署（者）を明確にすることが重要です。
- 取り組みが活発化しているJAでは、交流拠点となる農産物直売所に関する部署が、兼務の担当者を配置し対応していることが多いといえます。 ※専任担当者の配置が理想的
- 観光客を呼び込むには、地域の魅力の磨き上げが重要であり、JAだけでなく地域の観光・商工部門（観光協会、宿泊施設、飲食店等）と連携を強化し、地域資源を最大限活用していくことが求められています。
※JAは食や農の部門を担当し、多様な組織・団体へ協力要請が可能

農泊：「専任担当者の配置・育成」

- 地域の課題や交流の事業領域は多様化しており、実践する農業者の期待に応えるためには専任担当者を配置し、事業の継続性を維持することが望まれています。
- 専任担当者には、JA内および地域の多種多様な組織・団体と連携し都市農村交流を実践する、調整力・コーディネート力・実行力が求められます。



都市農村交流・農泊の効果

都市農村交流・農泊の取り組みは幅広い事業領域の交流であることから、下記のような効果も期待されています。

- 「食」・「農」をテーマとした交流体験を通じて、安全・安心な国産農産物、農山漁村の景観保全など、その魅力と重要性の理解が深まり、農業・JAの応援団が増え、JA事業・活動の理解促進の相乗効果が得られる。
- 国内外のツアー客の増加に伴い、農産物直売所での売上増加、さらに通販による新規需要（農産物のお取り寄せ）が開拓される。
- 訪日外国人旅行者による農山村への訪問をきっかけに、地域の特産品の魅力が、旅行者の口コミやSNSによる情報拡散など、海外市場へのPR効果により輸出が促進される。
- 農家民宿・民泊による地域の滞在・回遊が促進され、旅行者による地域での飲食やお土産購入などの経済効果が向上する。
- 民泊新法の施行や簡易宿所開業にあたっての規制緩和により、空き部屋や空き家など遊休資産の活用が進み、農家への副収入の機会増加およびJAによるサポート事業（食材・リネン提供、管理代行業務等）の開発にもつながる。 ※地域の防犯・防災対策効果も期待
- 遊休地を旅行者向けの体験農園や観光農園として活用することにより、利用料による収益確保および環境保全が促進する。
- 新たな雇用の機会が生まれることで、地域に魅了された移住・定住者が増え、新規就農者の増加につながる。

事例1. JAいわて花巻（岩手県）

◎新たな市場開拓・地域連携の強化

動き出した農泊

きっかけ

- 震災後の風評被害、少子化による教育旅行の受入校の減少。
- 高齢化や農業形態の多様化による、体験受入農家の減少。
- グリーン・ツーリズム協議会運営機能の強化（事務局である行政・JAの担当が定期異動により定着化出来ない）。

取り組み

- 受入対象を教育旅行から大人・訪日外国人まで拡大を検討。
- 体験受入、特に宿泊に関しては、食事の提供は泊食分離など農家の要望に応じた多様な受入形態を検討。
- 事務局機能強化（専任担当者の配置）のため組織再編を検討。
- 周辺温泉旅館や他の受入組織との連携に関する協議の開始。

モデルプラン

- 【1日目】
（新花巻駅）
↓
①農業体験
②農家暮らし体験
③温泉旅館（温泉入浴・食事）
↓
④農家民泊（宿泊）
- 【2日目】
⑤直売所「だあすこ」（買い物）
⑥工芸体験
⑦郷土料理（昼食）
↓
（新花巻駅）

効果

- 受入農家を対象としたインバウンド受入研修およびモニターツアーを実施し、地域資源の魅力の再発見、課題の抽出がはかれた。
- 農業者と旅館関係者、観光業関係者、行政と連携し、複数の周遊型観光コースの造成がはかれた。
- JA内の関連部署との横断的な連携の素地が出来始めた。



周遊型観光コース造成研修会



郷土料理作り体験

事例2. JAきみつ（千葉県）

◎直売所を拠点とした訪日外国人の獲得

動き出した農泊

きっかけ

- 直売所を拠点とした交流人口拡大による地域農業の振興のため。
- 都心・各空港（羽田、成田）とのアクセスが良く、訪日外国人もそれなりに訪れているが、食や農の素晴らしさを伝えられていない。
- 行政の訪日外国人受入れ整備方針との連携。

取り組み

- 【28年度】**
 - 1) 受入れ先進地視察
 - 2) プログラム開発
 - 3) シンガポールからのモニターツアー受入れ
- 【29年度】**
 - 1) 英語版パンフ制作
 - 2) 商談会参加
 - 3) キューバ、インドのJICA研修受入れ
 - 4) 体制整備勉強会
 - 5) おもてなし帳制作
 - 6) 多言語 web サイト

※農山漁村振興交付金「地域活性化対策」を活用。
 ※8名以上で交通手段が確保されている団体を受入条件とした。

モデルプラン

- 【1日目】**
 (アクアライン経由)
 ↓
 ①房総名物太巻き寿司作り(昼食)
 ②農業体験(苺収穫他)
 ③酒蔵ツーリズム
 ↓
 ④君津市内宿泊施設
- 【2日目】**
 ⑤濃溝の滝(SNS人気)
 ⑥久留里城(甲冑体験)
 ⑦まち散策(湧水呑み)
 ⑧黒文字爪楊枝づくり
 ⑨名水の里で食べるそば(昼食)
 ⑩JAきみつ直売所味楽団(買い物)
 ↓
 (アクアライン経由)

効果

- 言葉の壁以上に交流は楽しいとインストラクターも感じ、訪日外国人受入に前向きになった。
- 訪日外国人にとって、「房総名物太巻き寿司づくり」は強力なコンテンツであることが判った。
- 宗教上の配慮等の対応ができるようになった。
- 旅行会社との連携体制ができた。



房総名物太巻き寿司づくり



農業体験

事例3. JA紀の里（和歌山県）

◎年間を通じた体験交流の受入

動き出した農泊

きっかけ

- 体験交流参加者数が横ばい状態で、年間を通じた体験プログラムの充実を図らなければならない。
- ホテル等民間の宿泊施設が少なく、農家民泊の受入拡大が喫緊の課題。
- 都市と農村の交流拠点と位置付ける農産物直売所「めっけもん広場」を、より高度な機能・役割を持たせるための整備を進め、地域のトータルコーディネーターの役割を担う専任担当者の配置が必要。

取り組み

- 農家民泊受入農家の拡大に向けた研修実施。
- 農家民泊実践に向け在日外国人のモニターツアー開催。
- 訪日外国人受入れに関する研修会開催。
- 多言語プロモーションツール（パンフレット・動画・MAP）の作成。
- 外部専門家と連携し、地域交流拠点整備計画策定業務の開始、観光農園運営体制の検討開始。

モデルプラン

【1日目】

- ① JA農産物流通センター見学
- ② 青洲の里
- ③ フルーツ寿司の昼食
- ④ 粉河寺
- ⑤ 海神社
- ↓
- ⑥ 農家民泊
(or 和歌山市内のホテル)

【2日目】

- ⑦ 季節のフルーツ収穫
- ⑧ めっけもん広場
- ⑨ オリジナルパフェ作り
- ⑩ 桃ジャム作り
- ⑪ 貴志駅（たま駅長）

効果

- 農家民泊の受入れ時のリスクマネジメントを学び、受入技能の向上およびリスクの再発見、課題の抽出が図れ受入農家と共有できた。
- 在日外国人のモニターツアーを実施し、食事・体験プログラム・農家民泊の有効性についての試行ができ、今後の受入の方向性が固まってきた。
- 和歌山市内のホテルと協議を重ね、「宿泊+体験パック」の商品開発など、今後における連携の方向性が明確になってきた。



JA農産物流通センター見学



フルーツ寿司の昼食

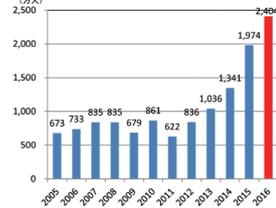
農泊

- 農水省が平成29年より全国500地域を目指して推進。
- 農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行を指す。
- 農村地域が一体となった受け入れ体制を構築し、農山漁村の所得向上を実現し、交流の継続につながるビジネス化が目的。
- 農泊実施事業主体としての役割を果たすJAもある。

農泊のねらい

- 地域所得の向上
- 農林漁家所得の向上
- 観光客の増加
- インバウンドの増加
- 移住者の増加
- 遊休資源の利活用

訪日外国人旅行者数の推移(全国)



増加するインバウンド需要を取り込むことが重要



出典：中国四国農政局作成パンフレット

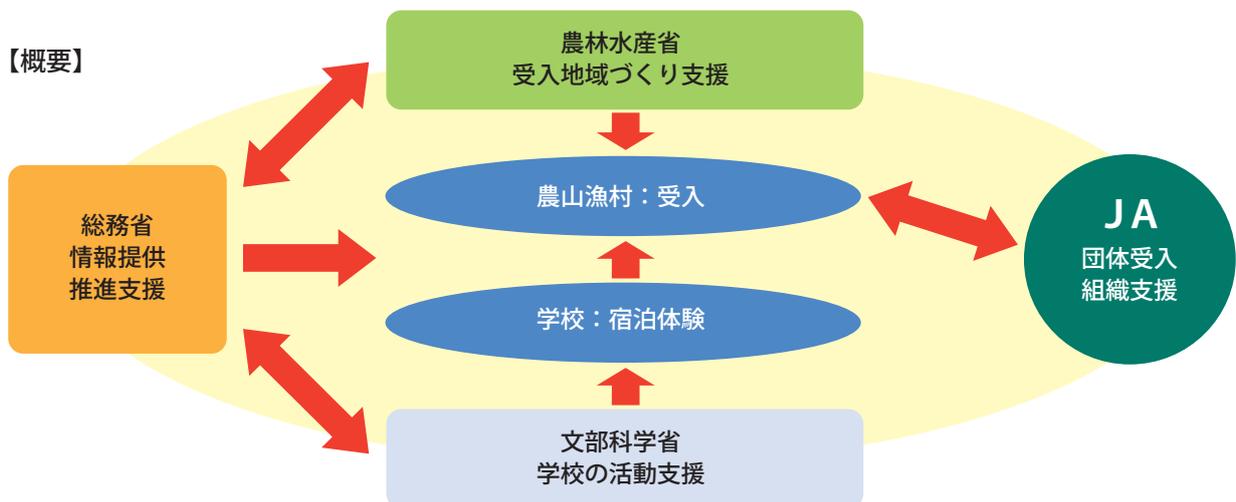
インバウンド（訪日外国人）

- 平成29年の訪日外国人観光客数は2,869万人と、毎年2割程度のペースで増加している。
- 東京・京都・大阪のゴールデンルート以外にも、国際チャーター便や大型クルーズ船などによる訪日客が増えている。
- JAは行政や日本の旅行会社と連携した受入（買い物や農業体験）が出来る。

子ども農山漁村交流プロジェクト

- 平成20年より全国162地域が農家民泊・農家民宿による小中高生の農村生活体験を受け入れ。
- 高い教育効果は関係人口の視点からも見直され、3省が連携支援している。
- JAは地域の実践団体へ、集団でできる体験学習プログラム提供などが出来る。
- 地域の実践団体としての役割を果たすJAもある。

【概要】



出典：農林水産省 HP 資料より事務局作成

《問合せ先》

J A都市農村交流全国協議会 事務局（JA全中 JA支援部 暮らし・高齢者対策課）

HP：http://ja-koryu.com E-mail：ja-koryu@zenchu-ja.or.jp

TEL：03-6665-6241（代）担当：工藤