

JA支店ふれあい企画を促進

着地型グリーン充実へ

東日本大震災を契機に、国全体に「絆」や「ふれあい」を大切にする気運が高まった。その絆やふれあいは、JAグループの組織・事業の原点として脈々と流れている。農協観光は、その本質的な部分を事業サービスの隅々に反映させる旅行会社としての再構築を目指している。今年度からの中期経営計画では、もう一度本来の農協観光の姿を見つめ直し、組織・経営を再生させる動きを「NTOUR WAY 私たち」の未来に向かう道しるべとして示した。その案としていく。



(株)農協観光

田辺 豊 代表取締役社長

とは、グリーンツーリズムも含めた旅行や催しなどの「場」の中に、参加者が共通の体験を通して心をかよわせ、相互理解を深める交流やつながりを演出を加える取り組みである。従来の旅行形態の中でも、交流やふれあいを極力取り込むことを、農協観光ならではの「TOUR WAY 私たち」の未来に向かう道しるべとして示した。その案としていく。

その手段として第26回JA全国大会で提起された「1支店1協同活動」に沿って、「1支店1企業」を掲げている。地域の人達とのふれあいの意を込め「JA支店ふれあい企画」として強化し、支店協同活動を支援して

いきたい。地域住民・シニア・女性・子どもを教育旅行、食農教育等を積極的に進める。これまでに主として都市部からの「発」に力を入れたが、それを受け入れる農村部の「着地」企画も、全国農協観光協会と連携して充実を図り、地域からの交流ニーズにも応えていきたい。

さらに訪日旅行需要が拡大する中で、農村地域における「国際交流事業」の体制を整備し、早期に国際交流事業部門の確立をめざしていく。

「JA都市農村交流全国協議会」の事業活動は、当社の「ふれあいツーリズム」とともに目的を共にし、被災地域での植樹や仮設住宅の集会所の催しなど、幅広く地域の応援につながる取り組みを提案し、震災に関する意識を風化させないよう対応していきたい。

事業士プロジェクトでの、多様な交流の「場」を提供するうえで、当社が果たす役割の重要性を認識している。発型だけでなく、着地の視点も持ち、地域・農業の活性化につなげられるようお手伝いをしていきたい。

東日本大震災復興支援では、24年度から「復興支援型」から「復興支援型」へ移行しつつ、被災者を支援する役割を果たしている会社を実現したい。

NTourグループは...

全国農協観光協会は、今年4月1日から一般社団法人に移行したこと、特に、公益事業については、公益目的支出計画に基づき、社会・地域に求められる事業（地域社会を元気にするための事業）を積極的に展開し、社会的使命を果たすことにより、JAグループへの貢献がはかれるよう新たな事業の展開を始めている。

25年度上期は引き続き、地域振興・活性化を基本に、農村と都市との交流の促進、食と農への理解促進、観光振興や受入地域の人材育成、体制整備に係る地域支援などの事業に積極的に取り組んだ。具体的には、都市農村交流・地域支援事業においては、援農ボランティア組織「快汗！猫の手援農隊」の企画運営に15年連続取り組み、会員総数は1400名を超えた。上

期は、神奈川県における茶摘みやカーネーション片付けなど、新規企画を含め全国12企画を実施し、昨年を上回る参加者を得ている。参加者の援助に求むる事業（地域社会を元気にするための事業）を積極的に展開し、社会的使命を果たすことにより、JAグループへの貢献がはかれるよう新たな事業の展開を始めている。

25年度上期は引き続き、地域振興・活性化を基本に、農村と都市との交流の促進、食と農への理解促進、観光振興や受入地域の人材育成、体制整備に係る地域支援などの事業に積極的に取り組んだ。具体的には、都市農村交流・地域支援事業においては、援農ボランティア組織「快汗！猫の手援農隊」の企画運営に15年連続取り組み、会員総数は1400名を超えた。上

地域活性化へ

都市・農山漁村交流への取り組み

10月以降はWeb機能を拡充して展開している。交流事業受入の体制整備の支援では、特に今年度から各都府県、地域行政やJA等と連携して体制整備や人材育成を強化していくこととしている。

特に、JAグループの都市農村交流事業に係る人材育成を目的として、JA都市農村交流全国協議会の会員を中心としたJAグループ向け研修会

開催の支援を行った。行政の各種交付金事業は、各地域が主体となつた地域活性化への取り組みに有効であり、協会においても、農水省による「都市農村共生・対流総合交付金事業」を中心として、今年JAが主体となつた千葉県君津市や和歌山県紀の川市の2事業を含め、全国5地域で交付金決定を得、受入地域の体制整備を中心として、地域振興・活性化の支援に取り組んでいる。今後JAの取組みと連携した事業の強化をめざしていきたい。

さらに、新たに地域で完結する着地型交流の企画機能を充実させるとともに、受入地域の拡大を目的に、新潟・群馬・山梨の3地域をモデル地区として、企画の整備と関係機関に新たな交流企画情

一般社団法人
全国農協観光協会

藤本 隆明 代表理事専務

一般社団法人へ 地域活性化核に交流促進

農と食理解促進へ「農業検定」創設

「農と食理解促進」を創設

スマホアプリで情報共有

全体最適性の地域づくりへ

まちむら
交流きこう
では...



一般財団法人
都市農山漁村交流活性化機構
専務 齋藤 章一

リーマンショック、東日本大震災を契機に、農山漁村には新しい風が吹き始めている。特に若者達が農山漁村に関心をもち、新しい発想で多様な活動が動き始めている。例えば廃校の活用が、地域の活性化策に必要と思われるノウハウや知恵を生み出している。そこで活動する人達の出会いの場をつくり、情報の共有化と絆づくりを目的に、昨年西日本5ヶ所、今年東日本5ヶ所で廃校セミナーを実施した。来3月頃には全国廃校フォーラムの実施も考えている。情報共有化に新しいツールを用い、それによる地域の新しい活性化策も

プはある。そのギャップを農山漁村コミュニティを埋めることが新しい食ビジネスへの転換期を迎えるの発展に結び付き、地域活性化に跳ね返ってくるのではない。そのためには、食材の歴史や栽培方法、機能成分さらには調理法まで、情報伝達テキスト化が必要で、その一連の流れをSNSで情報提供していくことを考えた。

地方の名産品をテキスト化するだけでなく、着地型のグリーン・ツーリズム「食材探しの旅」で、シェフが現地で採った食材を使って料理を考え、食べてもらう。その結果をスマートフォン等に情報提供すること。さらにその食材が購入できる店の棚も都内に確保すること。バーチャルな情報提供とリアルな食体験を結び付ける。離れた食をテーマに地域の魅力を発信し、グリーン・ツーリズム体験の契機をつくる新しい体系である。

グリーン・ツーリズムは誕生から22年を経て、だきフェアトレードにより採算の合うものに近づけていく。そうした取り組みも運動論として展開していきたい。そのための経営改善のセミナーも開催したいと考えている。

「市町村長と語る旅」「食材探しの旅」「お母さんの宿に泊まる旅」等々、着地型の旅もいくつかのシリーズが定着した。グリーン・ツーリズムの潜在可能性を掘り起こし、広く観光と結びつけ大きな流れとなるよう、より公益性の高い旅をめざしていきたい。全国農林水産物直売所サミットは今年で12回を数えた。バスツアーも首都圏だけでなく中京圏や近畿圏にも活動範囲を広げていこうと考えている。地産地消運動は、これらのベースとなるものとして、ここ十年で大きな盛り上がりを見せている。表彰事業で評価しながらさらに大きな流れにしたい。グリーン・ツーリズムの現場は日々多様に進化している。常に現地を見てニーズを発見し、情報提供し知的創造型の地域政策が回っていくように支援したい。

地域全体での交流体験に高評価

参加者拡大へ新ネットワー構築

日本生協連
では...



日本生協連
旅行部
部長 濱田 慎吾

生協版のグリーン・ツーリズム「グリーンライフ」活動は、自然に親しみ人と交流する、地域の生活や文化を体験する、食を楽しむ、をテーマに都市と農山漁村の交流を目的とした旅行企画で、1995年から展開している。家族向け、子ども向け、そして昨年から大人向けに、それぞれテーマを設けた企画に参加することで、都市部の生協組合員やその家族が、自然や食、農山漁村への理解を深め、それが農山漁村地域の活性化に繋が

9%の伸びをみせた。し、掲載したが、こうしたか子ども企画は、安全管理の問題もあり受入地域や企画数を減らしたことから、参加人数は前年比66.5%、事業高7.3%と低迷した。家族企画の伸びも、受入地域を増やしたことに起因するもので、既存地域のリピートだけでは数字が伸びにくい現状にある。

2013年上期も、企画数や受入地域を増やしたものの、初夏企画、夏企画合わせて参加人数は前年比90.4%、事業高も92.5%と、2012年度同様傾向が続いている。特に、これまで数字を牽引していた定番の山村地域の企画への参加人数の減少が大きく響いている。今年のパンフレットは、79の企画をこれまでの方面・地域別から、キャンプや水遊び、山遊び等々のテーマ別に括っ

参加者の動きは、「今年来たから来年も」ではなく、「今年はこの企画から次はどこへいこうか」の方向が強まっている。従って既存地域では、グ

リンライフの新規参加者に視点を据えた企画も含め、訴え方を抜本的に組み立て直していく必要も感じている。

満足度向上へ行っている参加者アンケート(夏企画回収481組)の結果を見ると「施設」のハード面については各地域とも前年を上回っている。特に「食事」は5点満点に近く受入先の努力が窺われる。「応対」も平均4.5以上。これに比べて地域の方や参加者同士の「交流」への評価は全体的に低い。満点の高い評価を得ている地域は、参加者同士や受入先の民宿・NPO法人等だけでの枠を超えて、地域で様々な交流の機会を設けている。手紙のやり取りをしたり等々、地域全体での体験交流姿勢が高評価に結びついている。

2014年4月から新しいネットワークシステムを構築し、ホームページを拡大し、首都圏だけでなく東海や東北地方の会員にも情報提供し、参加者の拡大につなげたいと考えている。