

# 次世代へつなぐ JAの都市農村交流 - コロナ禍を乗り越えて -



JA都市農村交流全国協議会  
2022年3月

# 目次

## 1. 都市農村交流に取り組む意義

はじめに	… 2
都市農村交流とは	… 2
JAの都市農村交流の目的・方法・効果	… 3
交流の範囲と方法	… 3

## 2. 都市農村交流の取り組み事例

直売所を起点とした農業体験の提供（JAレーク滋賀）	… 4
オンラインを活用した交流体験（JA邑楽館林）	… 5
教育旅行の受け入れ（JA大北）	… 7
体験型複合施設の活用と異業種連携（JAおおいがわ）	… 8
「自然栽培」を強みとした交流の体系化（JAはくい）	… 9
コロナ禍における大学生支援と交流（JAふくしま未来）	… 11

## 3. 都市農村交流の到達点

都市農村交流におけるJAの強みと役割	…12
コロナ禍の対応	…12

## 4. 都市農村交流における課題と対応

組織体制に関する課題と対応	…13
都市農村交流の体験内容に関する課題と対応	…14
おわりに	…14

# 1. 都市農村交流に取り組む意義

## はじめに

JAの都市農村交流は農林水産省の子ども農山漁村交流プロジェクト（2008年～）に始まり、今日まで様々な取り組みが展開されてきました。こうした多彩な取り組みは、JAが食と農、そして人と人との交流を強みに、地域や社会の変化するニーズに対応してきたことの現れといえます。

2019年末から蔓延した新型コロナウイルスは私たちの生活を一変させ、なお予断を許さない状況にあります。このような非常事態が続く中で、私たちはこれまで当たり前であった人と人との交流のかけがえのなさに気づかされることとなりました。一方で、在宅時間の増加に伴う自炊、市民農園や農業体験の人気が増すなど食や農への関心が高まっています。

本冊子では、JAの都市農村交流の意義を改めて問い直し、各JAの取り組みをみていく中で、コロナ禍を越えて、今後のJAの都市農村交流をどのように進めていくのか、その道筋を示していきます。

## 都市農村交流とは

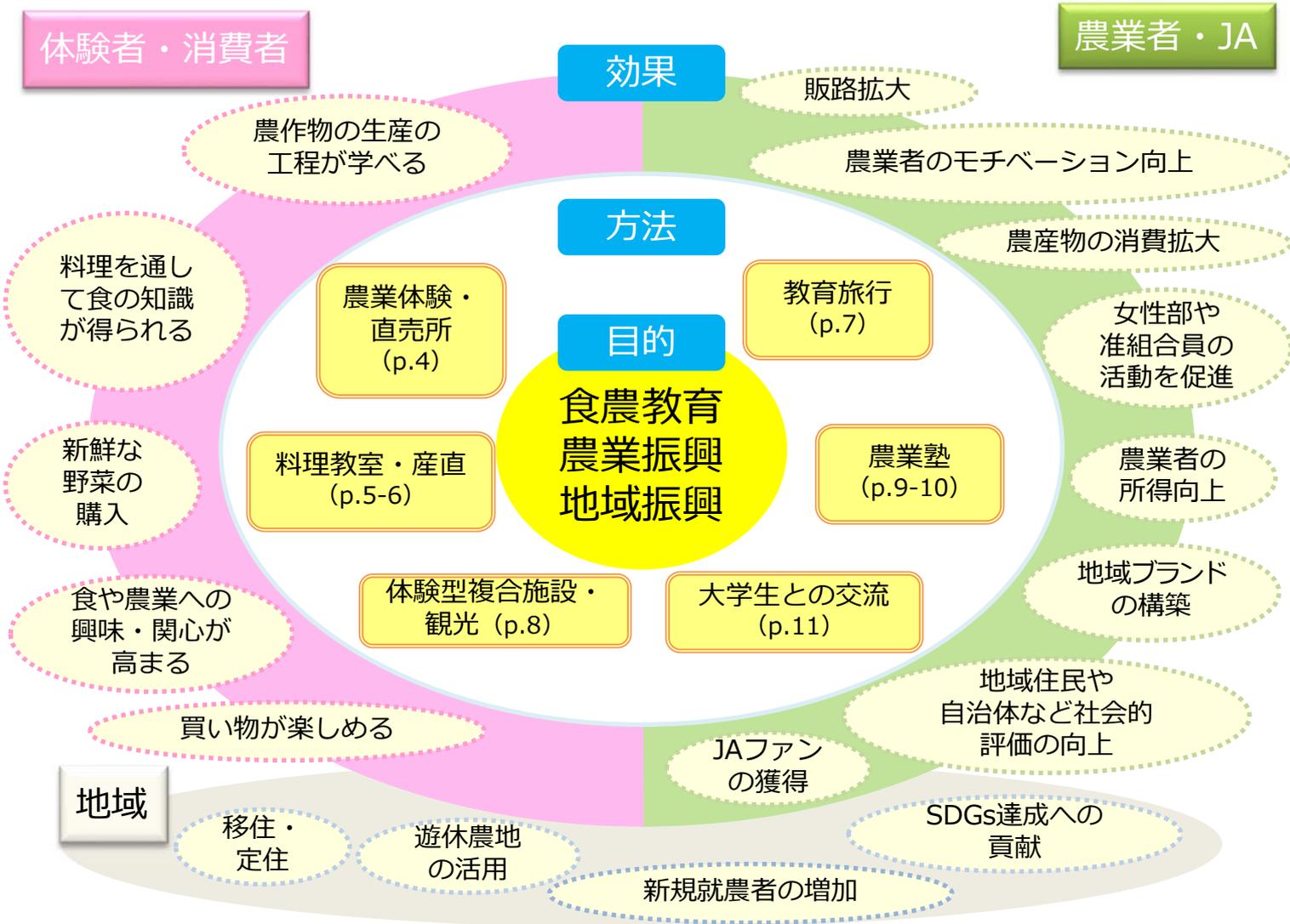
- 都市農村交流…「人・もの・情報」の行き来を活発にし、都市と農山漁村それぞれに住む人々がお互いの地域の魅力を分かち合い、理解を深めるために重要な取り組み（農林水産省「食料・農業・農村白書（平成24年度）」）  
例：定住（U・Iターン）、二地域居住（長期田舎暮らし・週末の田舎暮らし）、一時滞在（グリーン・ツーリズム：農作業体験、子ども交流体験、自然体験、体験型修学旅行、援農ボランティア、郷土料理、食育、郷土芸能体験等）
- 農村政策における都市農村交流の当初（1980年代）の目的は、都市住民に対して自然と人間の触れ合う場としての開かれた緑の空間ややすらぎを農村側が提供することであり、都市農村交流は都市と農村の相互理解を深めるために推奨された。
- 農山村の混住化や農家出身者の減少が進み、今日的な都市農村交流の対象は当初の都市住民だけでなく、地域住民や関係人口にも拡大している。

## JAグループの都市農村交流の位置づけ

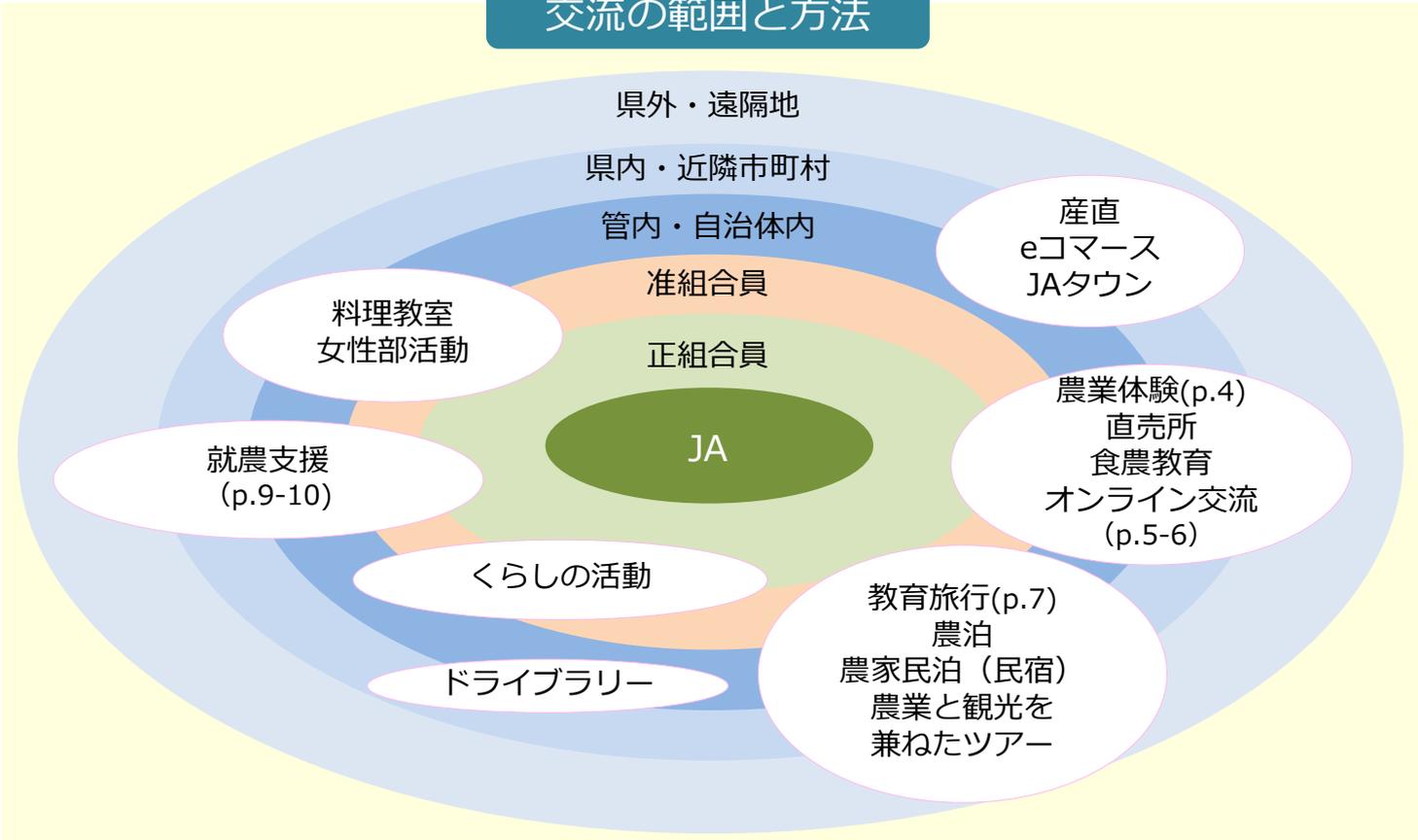
JAグループは、都市農村交流に積極的に取り組み、農業・農村の関係人口の創出・拡大に取り組めます。

【第29回JA全国大会決議（抜粋）】

# JAの都市農村交流の目的・方法・効果



## 交流の範囲と方法



## 2. 都市農村交流の取り組み事例

### 直売所を起点とした農業体験の提供

JAレーク滋賀  
(滋賀県)

#### 取り組みの概要

- ◆ JAの直売所である「おうみんち」に隣接する圃場（およそ1町6反）にて、直売所の来客者向けにサツマイモほか野菜全般の定植・収穫体験の機会を提供
- ◆ 「青空フィットネス」と銘打って2014年より開始（合併前の旧JAおうみ富士が開始）、現在まで月1回程度の頻度で体験イベントを継続
- ◆ 体験1回当たりの所要時間は2時間程度（説明20分、収穫作業60分、定植作業40分）
- ◆ 当初は、遊休農地となっていた圃場を有効利用する目的でスタートした取り組み
- ◆ 参加費・参加人数：一人500円、最大30人程度（参加者の属性は多様）
- ◆ 募集方法：会員制であり、会員登録者向けに案内状（郵便）やSNS等を通じて、開催を都度周知（現在の会員登録数は約300人）
- ◆ 主な対応職員：直販部職員を中心に3人が兼務

#### ポイント

#### ①直売所+圃場の組み合わせによる独自性の強い農業体験の提供

直売所と体験用圃場が隣接している条件を生かして、直売所の来客者に対して、購入品を定植・収穫する体験をワンストップで提供することに成功している。

#### ②消費者ニーズ把握の機会として

消費者との直接の交流が農作物に対する消費者の嗜好を知る機会となり、直売所の売り場づくりに好影響をもたらしている。

#### ③交流体験を通じた多様な連携関係の構築

「青空フィットネス」以外にも、農業体験を通じて、生協（コープしが）、大学（立命館大学、龍谷大学）、近隣の子育てママグループといった多種多様な関係先との継続的な交流関係が生まれている。交流を通じて、協同組合間連携、地産地消、直売所で販売する作物の「見える化」、地域農業の認知向上といった多様な価値が持続的に創出される仕組みが構築されている。



#### 【コロナ禍での取り組み状況】

- 近隣住民中心の取り組みの一部を除き、感染予防の観点からほぼ全て休止状態
- 2022年度中の再開を計画中

#### 課題

#### ①交流体験の社会的意義と収益性のバランス

収益性の低い取り組みであることから、担当職員数を絞り込まざるを得ず、そのことが体験参加人数の上限を規定してしまっている。同様の理由から、外部からの連携の誘いを断らざるを得ない状況も生じている。JA職員だけでなく、組合員の協力を募る体制の構築が課題となっている。

#### ②交流体験の本義への回帰

年月を経て、農業体験が単なる買い物イベントに変質している感があり、体験以外のコンテンツの充実を通じた、参加者への教育・啓蒙的側面を強化する必要性が生じつつある。また、単なる体験に終始せず、農業に関心を持った参加者を就農まで誘い込む仕掛けづくりも必要とされている。

- ◆ オンライン（Zoom）で、特産物であるきゅうり農家のハウス見学と収穫体験（事前に収録した動画を配信）、その後、前日に参加者のところに届けられた食材を使って、JA女性会会員と一緒に女性会のオリジナルレシピ料理づくりを体験
- ◆ 発送商品：きゅうり、上州麦豚 豚バラ、新米こしひかり（2kg）、梨（1個）、トートバック
- ◆ 開催日時：2021年10月2日（土）14時～16時
- ◆ 参加費：4,800円（税込）
- ◆ 募集人数：15名（最小催行人数6名）→参加者：7名
- ◆ 募集方法：JAのHP、SNS（Instagram）、広報誌、  
一般社団法人全国農協観光協会のHP
- ◆ きっかけ：一般社団法人全国農協観光協会からのオンライン企画提案
- ◆ 主な対応職員：総務部・生活部（20代3名）、園芸部（50代1名）



### ① 女性会との連携

女性会がきゅうりのヘルシー料理のレシピなどを提案し、積極的にオンライン企画にも参加

### ② JA職員のモチベーションとスキルの高さ

担当職員が、コロナを機にオンラインにあたっての機材の取り扱いに慣れており、積極的にできることをしたいという思いがあった。また、以前から地元ケーブルテレビと番組制作を一緒に行っており、動画撮影のノウハウなど保有

### ③ 協力農家への負担が比較的小さいこと

農家は、リアルだと圃場の準備や収穫等の指導をしなければならないが、オンラインは撮影が中心なので、農家への協力依頼が比較的容易

### ④ 過去の都市農村交流とグリーン・ツーリズムの経験

コロナ前までの取り組みが活発であり、引き続き何かをしていこうという気風があった。

- 今回のオンライン企画は、コロナ禍でできることとしての第1歩（成功体験として次に継続）
- 結果の分析・改善（参加者からの感想などを活用）をして、今後の企画に反映したい。
- きゅうり以外の旬の野菜を使っての新たなオンライン企画にもつなげていく方針

### 【コロナ前の取り組み状況】

- 2011年6月、農畜産物の収穫や加工体験による都市住民との交流を通じて地域農業を核とする地域活性化を図ろうと、「邑楽館林都市農村交流協議会」を設立（構成員：JA、管内1市5町等）
- 2019年度までは協議会を通じて、野菜の収穫体験やJAの加工施設でのソーセージ作り等のツアーを開催していた（2017・2018年度8回、2019年度5回開催）が、2020年度はコロナの影響で開催はなかった。
- 2021年度の当初計画では開催予定ではなかったが、何か取り組みたいという思いが担当職員にはあった。

## 【オンライン体験の内容】

### ①きゅうり農家のハウス見学



### ②米の収穫体験（録画視聴）



### ④直売所の紹介



### ③料理体験



### ⑤記念撮影



### 参加者の感想・声

「生産者の小林さん、女性会の堀口さんにお会いできてうれしかったです！  
今度は是非、現地に訪れたいと思います！ありがとうございました！」

「オンラインのハウス見学でしたが、貴重な体験でした。料理は、夫婦で説明を聞きながら、ワイワイと作ることができ、久しぶりに夫婦で楽しみました。でんえんまるかわいかったです。トートバックを活用します。今度は家族で、直売所に行きたいです。」

### 【実施後のJAの振返り】

- 次回開催の際はハウスだとタブレットが高温になるので、注意する。
- 今後は特産品のPRに加え、行政とコラボした工場見学や地域のPRを行っても良い。価格は5,000円前後が好ましい。告知方法は一般社団法人全国農協観光協会のホームページやJA広報誌、SNS等を活用していきたい。
- 参加者は生産の様子やアレンジレシピを知ることができ、満足していた。今後も消費拡大に向け、生産者・女性会と協力して実施していきたい。

- ◆ 都市農村交流の目的は①地域と人の活性化、②第二のふるさとづくり、③次世代の消費者づくり
- ◆ 「夏休みこども村」(1971年～)を皮切りに、りんごの木オーナー制度(1983年～)、武蔵野市のセカンドスクール(教育旅行:2003年～)等都市農村交流の取り組みを50年継続
- ◆ 年間受入(宿泊延べ)人数は4,000人
- ◆ 教育旅行の年間受入校数は10～15校、年間宿泊延べ受入数は3,000人(5～7月, 9～10月)
- ◆ 受入農家60～70軒、1軒当たり6名前後を受け入れ。2泊3日が中心
- ◆ 2003年以降、武蔵野市のセカンドスクールの受け入れを毎年実施(コロナ禍除く)。小学4年生(2泊3日)、5年生(6泊7日/7泊8日)、中学1年生(4泊5日)を受け入れ。武蔵野市が宿泊費や農業体験料、バス代等を負担。旅行会社を通さず契約し約1,200万円の実績
- ◆ 担当職員:総務部観光課(職員2名(観光課歴29年、元旅行業の中途採用各1名)、パート1名)
- ◆ スキー観光地の白馬村を中心に受け入れ

## ①JA内における都市農村交流の重要性の認知

観光課単独では都市農村交流の採算性は低いものの、受入農家民宿の地域内消費や農家所得増による地域への波及効果が十分に見込め、長年の実績からJA内で観光課の重要性が認められている。

## ②JA職員と受入農家民宿との信頼関係の構築

29年にわたり観光課のJA職員が受入農家民宿とコミュニケーションをとって都市農村交流を実施。教育旅行の受け入れ時には、JA職員が各農家民宿を回り、受入回数の調整を行っている。

## ③JA職員による受入農家の普及活動の実施

教育旅行の主な受入先であったスキー民宿経営主の高齢化による受入農家民宿の減少にあたり、JA職員が若手のペンション経営者も含めて受入農家民宿の普及活動を積極的に実施。廃業した受入農家民宿が新しい受入農家民宿に畑を貸したり、農業の技術面でサポートしたりと横の連携が生まれている。

## ④体験プログラムのバージョンアップと質の担保

学校側のニーズに合った体験提供を行うため、受入農家民宿の体験プログラムをJA職員が事前にチェックし、質や量のアドバイスを実施。受入農家民宿側も稲の構造や米作りの大変さ等の学びを重視した内容に毎回改善している。教育旅行の方針にそぐわない農家にはJA職員から辞退を勧告し質を担保している。



### 【コロナ禍での取り組み状況】

- 2020、2021年度の教育旅行受入は各2校。2022年度はさらに受入学校数を増やす予定
- 武蔵野市内の中学校と民宿、JAで手紙やメッセージでやりとり。例年通りJAからお米をプレゼント

### 観光課の職員の人材育成

これまで築いてきた受入農家との信頼関係は、観光課在籍歴29年のベテラン職員の取り組みが土台になっているため、引き継ぎにあたっての専門人材づくりが課題となる。

- ◆ 島田市のにぎわい交流拠点整備の事業構想のもと、JAおおいがわ、島田市、大井川鐵道株式会社、中日本高速道路株式会社の4者が連携して、大井川流域の農業振興と地域活性化をコンセプトとした大型体験型施設KADODE OOIGAWA（以下KADODE）を2020年11月にオープン
- ◆ KADODEの運営会社はJAおおいがわの子会社（資本金の7割はJAが出資）でJAから16名出向（他に正社員6名、パート約80名は全て地元雇用）
- ◆ 「緑茶と農産物の体験型フードパーク」をテーマとしており、野菜マルシェ、お茶マルシェ、農家レストラン、カフェ、おおいなび（観光案内）、子どもの遊び場がそろった体験型複合施設
- ◆ お茶マルシェでは、緑茶の製造工程を茶に模して体験できるツアーや好みに合わせて16種類からお茶が飲める体験コンテンツが人気で、茶農家を招いた即売会のイベントも実施
- ◆ 新東名高速道路の島田金谷ICから1分、大井川鐵道の新駅「門出駅」から直通と好アクセスで、島田市の観光案内所としても機能（ターゲットは東京、大阪、名古屋からの観光客）
- ◆ 団体旅行では大手旅行会社のバスツアー、教育旅行、株式会社農協観光関連のツアーを受け入れ
- ◆ 地元利用者と観光客の割合：地元4割、観光6割で、休日は観光が8割
- ◆ 農林水産省の農泊推進事業を活用し協議会を設立。観光協会等と連携し体験の磨き上げを実施

## ①農家の農産物の販路拡大および対面販売の機会創出

野菜マルシェでは約60名の専業農家が地元野菜を出荷。JA管内ではお茶の生産が盛んであるが、JAはお茶と畑作の複合経営を奨励しており、こうした地元野菜の販路拡大にもKADODEは貢献。またKADODEの設立をきっかけにお茶農家が対面販売する機会が生まれ、お客様の声を直接聞けると好評。茶農家や茶農家グループがイベント時に日替わりで対面販売を実施。農家の軽トラ市（25台）も開催し、農家が直接消費者と交流できる場を提供している。



## ②異業種との連携でハード（施設）・ソフト（体験）を充実

中日本高速道路株式会社との連携により高速道路の高架下をKADODEの駐車場として利用。大井川鐵道株式会社との連携による門出駅の開通やSL機関車を間近で見れることが新たな観光スポットとして集客につながった。大井川鐵道株式会社とは農泊の体験とSL機関車の乗車がセットのツアー提供など取り組みが進展している。

## ①鉄道と連携したモニターツアーの企画・販売

11月に大井川鐵道と連携したモニターツアー（1泊2日）を実施。車窓から茶畑を眺めたり、農家民宿に宿泊するツアー。モニターからの意見を反映した農泊ツアーをパックとして企画販売

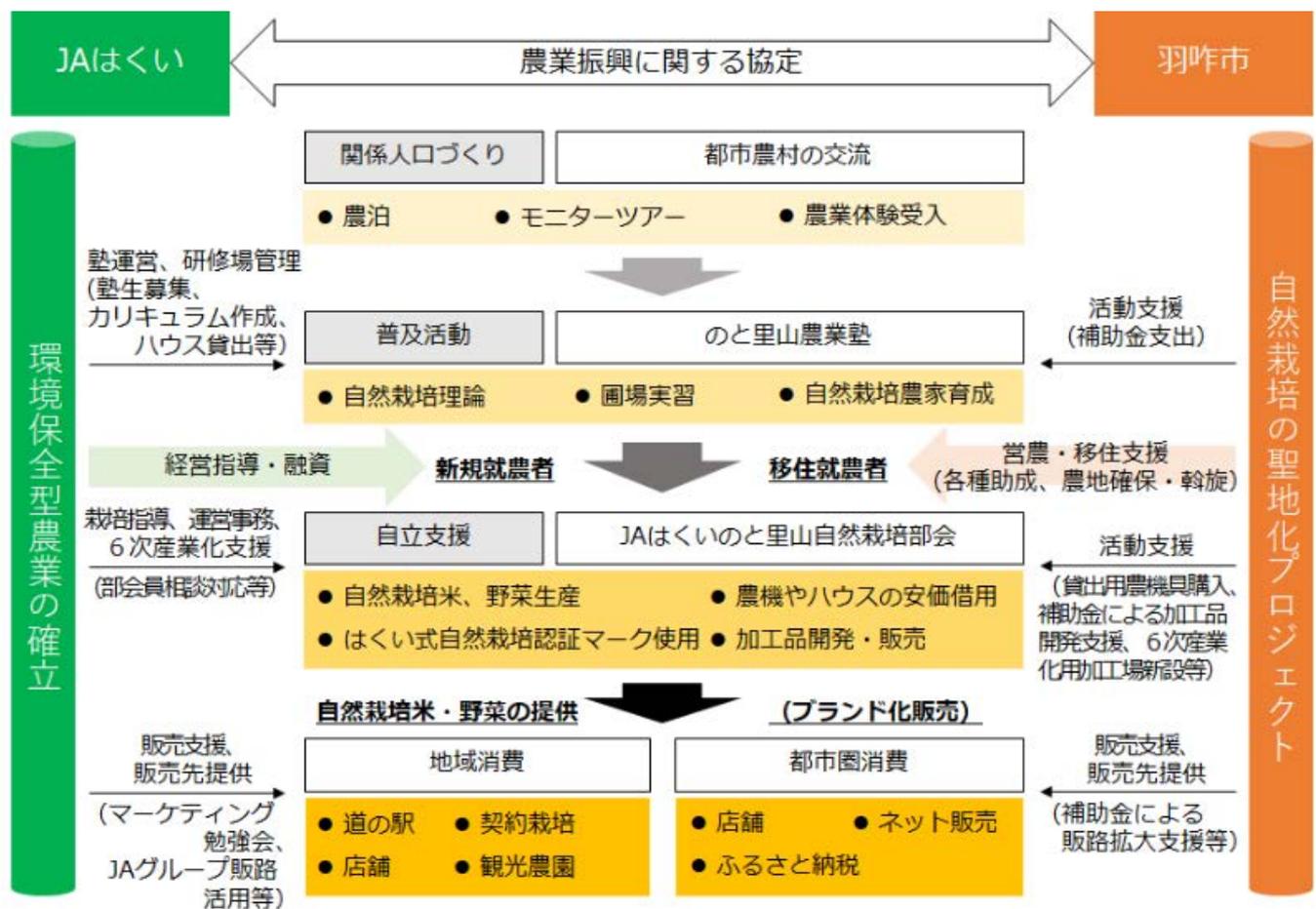
## ②団体旅行の受入拡大

コロナ禍での団体旅行の予約キャンセルが多かったが、様子を見て受け入れを再開予定。関西の大手旅行会社のバスツアーや県内外の教育旅行、JA視察や年金友の会等

# 「自然栽培」を強みとした交流の体系化

JAはくい  
(石川県)

- ◆ 自然栽培（肥料農薬除草剤を無使用）を特長とした、①農業体験・視察等（関係人口づくり）、②のと里山農業塾（普及活動）、③JAはくいのと里山自然栽培部会（就農者の自立支援）、④地産地消・首都圏消費（販売支援・参加型保証システム〔PGS〕・商品を通じたPR）、を羽咋市と連携して、地域・都市住民に提供
- ◆ 各取り組みの役割：④は注目（きっかけ）、①は興味・関心（自然栽培を知る機会）、②は行動（わかる機会）、③就農（できる機会）を提供（各取り組みがトータルで都市農村交流として機能）



取り組みの概要

環境保全型農業の確立

自然栽培の聖地化プロジェクト

- ◆ 関係人口づくりの取り組み：自然栽培農業体験・視察（2021年度）
  - 羽咋市が窓口となり、農業体験や移住希望者を受け入れ、JAがのと里山自然栽培部会から受入農家を選定し、日程調整を実施（受入農家には市の予算で時給2千円が支給（上限あり））
  - 日時：通年 ● 参加人数：都度受け入れ（視察は10名以上）
  - 視察の参加費：基本料金1万円+4,000円/名
  - 募集方法：SNS（Facebook：約14,000名がフォロー）、マスコミ、口コミ
  - 主な対応職員：営農部1名（兼務）

## 【コロナ前の関係人口づくりの取り組み】

- 農泊、モニターツアー、交流イベント（参加者募集のためのJA職員によるイベント・告知活動）
- 2018年度：農泊推進事業を活用して、東京の飲食店等での交流イベント4回開催（約200名と交流）

- ◆のと里山農業塾（はくい式自然栽培米・野菜づくり）
  - 年間12回程度の講義・作業・実習
  - 2022年：第9期（オンラインとリアルを受講が可能）  
[第7期（20年）からオンライン受講を開始]
  - 募集人数：約30名（口コミ、Facebook等で募集）
  - 参加費（年会費）：66,000円（2022年）
  - 主催：JA、羽咋市、連携企業
  - 参加人数（2021年までに延べ568名参加）

	18年	19年	20年	21年
合計	35名	18名	30名	30名
管内	12名	6名	6名	4名
県内	13名	6名	3名	12名
県外	10名	6名	21名	14名

- のと里山自然栽培部会41名のうち11名が移住就農者（のと里山農業塾の参加者）

主催 ■ はくい農業協同組合、羽咋市

# のと里山農業塾

（はくい式自然栽培米・野菜づくり）

## 第9期生募集！

【塾期間】令和4年4月～令和5年3月  
定員に限りがございますので、お早めにご応募ください。

【対 象】 JAはくいの管内（羽咋市・宝達志水町・志賀町甘田）の方  
当地で就農の意向がある方など  
※JAはくいの管外の方は、お問い合わせ下さい

【年 会 費】 66,000円（税込） 年間12回～  
※年会費は期方式で期会にて一括でお支払いください。  
※お預かりした年会費は返金いたしません。  
※カリキュラム詳細は、要項をご参照ください。  
※要項お申込み用紙にて仮予約の受付とし、3月中旬に最終確認をいたします。  
※今後の新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、オンライン受講へ変更する可能性がございますので、ご了承ください。

【申込締切】 令和4年2月末



【お問合せ】 JAはくいのと里山農業塾事務局 ☎0767-26-2385

### ① 地域の強み（自然栽培）を創出

「自然栽培」という他地域と差別化できるコンテンツの創出と地道な定着活動  
※差別化できる地域資源を保有しているところは、そこの磨き上げを推奨

### ② JAと市との連携した取り組み（各組織の役割を發揮）

羽咋市に人を集める・移住を促すという共通目的のもと連携  
「農業振興に関する協定」や「農業の6次産業化に関する基本合意書」を締結

### ③ 体系化した取り組み（参加者が関わり続けることが可能）

農業体験等に参加した後、他の定期的なイベントや農業塾への参加、商品購入等が可能  
Facebookで情報の受発信ができ、つながりが継続

### ④ 参加者からの企画等の提案

参加した人・組織から新たな販路やイベントの提案・協力を通じて取り組みが拡大

- ライブコマース（オンラインによるライブ配信と物販の組合せ）の導入を検討
- 自然栽培を地域に定着させるために、技術力の向上やICTの導入等による生産者の自立化
- 地域ブランドの強化に向けた地域住民への自然栽培の浸透（学校給食への一層の導入等）

#### 【自然栽培に関連する主な動き】

- 2010年2月 木村利則氏の講演会（JAはくい主催）：県内外からの参加者1,000人超
- 2010年12月 JAはくいが「自然栽培実践塾」を企画・開催
- 2013年12月 「のと里山農業塾」（自然栽培実践塾から名称変更）開催、参加型保証システム（PGS）[自称]の導入
- 2015年3月 JAはくいに「のと里山自然栽培部会」を設立
- 2015年4月 羽咋市が自然栽培新規就農支援事業を開始（貸出用農機具準備、移住者・新規就農者への各種助成制度）
- 2015年11月 羽咋市とJAはくいが「農業振興に関する協定」を締結
- 2016年1月 学校給食（小学校6校、中学校1校、幼稚園保育園10施設）への自然栽培米の提供
- 2016年8月 自然栽培農業者とJAはくい、市が「農業の6次産業化に関する基本合意書」を締結
- 2017年2月 「はくい式自然栽培実行委員会」発足（実行委員会が自然栽培農産物の買取価格や生産量を決定、販売計画を策定）
- 2019年5月 第2回「JA都市農村交流優良活動事例表彰」最優秀賞

- ◆①地元の福島大学の学生に対して、コロナ禍での生活支援を目的として、管内産米を提供した。  
実績：計1.1トン（2kg×550袋）を贈呈しており、同大学全体の15%の学生を対象とした（希望制）。その後、管内の他大学（3校）に対しても同様に管内産米を提供した。
- ◆②コロナ禍でアルバイト先を失った同大学生と、春季の労働力不足に悩む管内果樹農家（福島・伊達地区）とのマッチングをJAが担い、学生による援農という形で双方の課題解決を図った。  
実績：延べ30人ほどの学生が計10件ほどの農家で農作業に従事した。  
JAによる組合員への緊急支援の趣旨から、通常であれば農家が支払う作業賃はJAが負担  
作業内容：果樹（もも、ぶどう等）を対象とした受粉、摘花、葉摘み、枝落とし等（5～6月）
- ◆上記の取り組みはいずれも、コロナ禍という特異な状況の中、2020年のみ緊急的に行われた。
- ◆なお、「第4回ジャパンSDGsアワード」特別賞（2020年）受賞の評価ポイントにもなった。

## ①既存の連携関係の活用

福島大学とは教育・研究協力のため2019年より包括連携協定を結んでおり、連携関係が既に構築されていた。そのためスピード感をもって状況に即した取り組みを実行することができた。

## ②当事者・関係者のニーズの的確な把握とマッチング

援農については、学生支援とともに、組合員の困りごとへの対応も念頭に置いて取り組みがデザインされたため、双方にメリットが成立し、それぞれの主体的な参加を促すことに成功した。

## ③交流体験を通じたポジティブな刺激

援農の受け入れは、組合員にとっては期せずして孫世代に当たる学生との交流の機会となり、単なる労働負荷軽減だけではなく、やりがい創出につながる刺激になった。同様に学生にとっても、農業の現場を知る貴重な機会となった。また、同じ体験を共有できたことで、学生同士の人間関係づくりにもつながった。

## ④地域貢献・広報活動としての組合内評価の確立

当JAでは上記以外にも各種の交流事業の実績があり、学生支援活動についても、地域貢献・広報機能を担うものとして、組合内部においてスムーズに取り組みの意義が了解された。



### 【JAふくしま未来におけるその他の交流事業】

- 「地域暮らし活動支援事業」：地域活性化活動を行う管内の団体へのJA独自の活動費助成
- 食育・花育：管内の小学校を対象とする出前事業（料理・生け花教室等）

### 交流の成果をいかに継続・発展させるか

学生支援はコロナ禍におけるスポット的な取り組みのため、それ自体の継続は想定されないが、支援を通じて構築された学生とJA・組合員との結びつきを引き継ぐ仕掛けや受け皿が必要

# 3. 都市農村交流の到達点

## 都市農村交流におけるJAの強みと役割

### 1. 幅広い取り組みと農業者との距離の近さ

- JAの都市農村交流における強みは、食農教育、農業振興、地域振興の目的のもと、農業体験、料理教室、教育旅行、観光、就農支援、大学生との交流など**幅広い取り組み**を行っていることにある。
- 特に**JAは農業者との距離が近い**ことから、都市農村交流の取り組みを通じて**農業者の所得増大**に貢献することが期待できる。
- そのためにJAは、農業者と体験者（消費者）の**仲介的役割**を担い、様々な方法を活用して両者の交流を促進することが重要である。

### 2. 効果の波及範囲の広さ

- 都市農村交流の効果は短期的な収益にはつながりにくいものの、地域内消費や移住、大学との連携、SDGsなどを通じて、地域全体に効果が波及するため、長期的には**地域やJAの持続性に寄与**する。
- よってJAは、農業者、JA女性部など組合員のみならず、学校や様々な地域など多様な主体との**関係性を持続**させながら、**新たな主体との関係構築**（関係人口づくり）を通して都市農村交流の波及効果を高めることが重要である。
- またこれにより、JAのファンの拡大のメリットも同時に得ることができる。
- JA単独で都市農村交流の取り組みが難しい場合には、他地域のJAとの交流や組合員のくらしの活動から発展させる等の取り組みやすいことから始めることもひとつである。

## コロナ禍の対応

- 前ページで紹介した都市農村交流の取り組み事例からもわかるように、コロナ禍で交流が難しくなる中でも交流の手段は様々にあり、都市農村交流の取り組みは柔軟に対応可能である。
  - 交流の工夫：オンライン交流・セミナー、手紙、学校等への農産物贈呈
  - 労働力不足への対応：地元大学生を農業アルバイトに雇用、援農ボランティアの募集
- ✓ 食と農に関心が高まるコロナ禍では、食農教育を軸とするJAの都市農村交流が地域課題の解決につながるものもあり、都市農村交流の取り組みを続けることは重要である。

## 4. 都市農村交流における課題と対応

### 組織体制に関する課題と対応

#### 都市農村交流の取り組みへのJA内での理解不足

- 誰に対しどのような効果があるのか、JAの事業にとってどのようなメリットがあるのか伝わりにくい。都市農村交流にかかる費用に対してのJA内での予算確保が難しい。
- 効果がすぐ出るものとそうでないものがある。
- 都市農村交流の専任の担当者を置けない。活動内容に見合う人員が足りない。休日出勤で対応する場合もある。



#### I. 都市農村交流の多角的な効果および意義を示す

- 当初は、子どもの食農教育を念頭に都市農村交流に取り組んできたため、都市農村交流単独での収益性を求めづらいものの、食農教育、農業・地域振興に貢献し得る都市農村交流の取り組みの意義は大きい。
- 例えば農業振興としては、潜在的な就農希望者に対しての農業体験の提供や視察の受け入れを通して、就農のきっかけづくりや就農の後押しとして機能している。また地域振興としては、農業体験や直売所等で観光客の誘客のための魅力づくりに貢献している。
- これらの取り組みは、JAグループの3つの基本目標である「農業者の所得増大」「農業生産の拡大」「地域の活性化」に即しているだけでなく、関係人口の創出やSDGsといった地域課題の解決にも幅広く貢献している。
- 都市農村交流はJAの事業として確立していないものの、食や農に根ざした協同組合としての特徴を代表する取り組みの一つである。また農業、地域、JAの持続性に資する役目も担っており、これらの意義を示すことが重要である。

#### II. 都市農村交流の効果を可視化する

- 都市農村交流の意義の理解促進には、可能な範囲で視覚的な効果を示す必要がある。
- そのためには、例えば都市農村交流による参加者数の実績や継続年数、リピート者数など数値で可視化したり、都市農村交流の参加者（生産者側、体験者側）の声を集約する等JA内部だけでなく外部からのニーズの高さを示すことも有効である。
- 都市農村交流実施後のJAや生産者との関係の継続状況を把握し、JAのPRやJAのファンづくりに貢献していることを示すことも大切である。

#### III. 収益につながる取り組みを強化する

- 都市農村交流の参加者が、JAのECサイトや直売所、産直等を積極的に利用してもらえよう工夫を行い、JA管内の農産品消費拡大につなげる。

## 農家が受け入れに消極的・農家に負担がかかる

- 専業農家にとって体験の受け入れのメリットは少なく、田植えや収穫期等の繁忙期には体験の受け入れが難しい。高齢化による体力の問題から受け入れが難しい場合もある。
- 参加者のマナーの悪さから農家の受入意欲が喪失してしまった。

## 体験内容の形骸化に伴う参加者の減少、募集しても集まらない

- 体験の回数を増やすことに注力したため体験内容が形骸化してしまい、リピーターが確保できなかった。企画をしても情報が届かず参加者が少なかった。



### I. 農家の希望に合った体験の受け入れの準備や受入農家のサポート

- 受入農家の声を聞き、農家の望みにあった体験の受け入れをセッティングする。
- これまで受け入れを行ってきた農家に新しい受入農家のサポート役に入ってもらおう。

### II. 体験内容の見直し

- 収穫という一時的な喜びだけでなく、収穫物のバックグラウンドである生産工程、農業者の苦労や生産の楽しさ等を学べる体験の提供を行う。
- 体験内容は農家に任せっきりにせず、JA職員も意見交換を行い、新しいアイデアを盛り込む。
- 体験の参加申し込み時に参加者に体験時のマナーを伝達したり、事前学習を促す。

### III. ターゲットに合わせた募集方法の実施

- 都市農村交流の交流範囲は広いため、募集を行う場合はターゲットに合わせた方法を検討する。近隣住民ならJAや交流拠点にチラシ配置、JAのファンであればFacebookや会報、新規のファン獲得ならInstagramや新聞等がある。

## おわりに

JAグループでは、第29回JA全国大会（2021年10月）にて、10年後のめざす姿として「持続可能な農業」「豊かでくらしやすい地域共生社会」「協同組合としての役割発揮」を示しており、これらに対応して「持続可能な地域・組織・事業基盤の確立」に重点的に取り組むこととしています。

「持続可能な地域・組織・事業基盤」の確立には、JAと組合員、地域住民との交流は不可欠であり、地域住民に対する農業・JAの理解促進が重要となります。また、都市部に住む人々の農業・農村への関心の向上を図るために、JAが地域を超えた都市農村交流を行うことで都市と農村の接点を強化し、新たな関係人口（地域と多様に関わる人々）の創出・拡大につなげていくことが重要です。

都市農村交流の手法は千差万別にあります。この事例集を参考にそれぞれのJAでできる都市農村交流の取り組みを進めていただきたいと思います。



### 【都市農村交流に関連する各種支援】

JA都市農村交流全国協議会の支援金、農山漁村振興交付金（農泊推進対策）、農林水産業みらい基金

#### ＜問合せ先＞

JA都市農村交流全国協議会 事務局  
（一般社団法人 全国農業協同組合中央会 JA改革・組織基盤対策課 暮らし・高齢者対策課）  
HP : <http://ja-koryu.com> E-mail : [ja-koryu@zenchu-ja.or.jp](mailto:ja-koryu@zenchu-ja.or.jp)  
TEL : 03-6665-6004 担当者 立川・熊田

＜資料制作＞ 株式会社 農林中金総合研究所