

○平成19年度の都市農村交流推進チームの活動について（案）

現 状

農村サイド

- 農産物直売所をはじめ、観光農園や交流イベントなどで都市住民との交流が行われている。
- 農作業体験やオーナー制への取組が増えてきている。
- 単発的にはあるが農家民泊に取り組む農家がでてきた。
- 一部の地域で農産物直売所での地域案内の取組が始まった。

都市サイド

- 食や農に関する消費者の関心が高まり、農家レストラン、農家民宿などが人気。
- 観光業界で、茶がゆ、伊万里牛ハンバーグなど食をキーワードとした取組が始まった。

課 題

農村サイド

- イベント型の都市農村交流では、主催者側の農業者に負担がかかり、イベント疲れがみられる場合がある。
- 農家グループが開催する農業体験などでは、参加者が集まりづらい。
- 継続的な農家民泊や、農家民宿に取り組む農家が少ない。
- 都市農村交流では、なかなか収益をあげにくい。
- 過疎化、高齢化等に伴い、放置された農地や施設がでてきた。

都市サイド

- 参加しようと思っても、農作業体験や農村景観などの情報が手に入りづらい。
- 農作業体験など農業分野のみの交流活動となっており、観光資源として物足りない点もある。
- 農産物直売所の利用など短時間の交流が中心で、長時間・反復的な都市農村交流が少ない。

GTチームとしての取組テーマ（例）

- イベント疲れのないような日常的な都市との交流のあり方の検討（ありのままの農村を体験してもらう都市農村交流など）
- 地域の都市農村交流の核となる農家民宿・民泊をやってみたいと考える人に対する支援（講習会の開催など）
- 地域の農業者がメリットを感じ、都市農村交流に取り組んでもらうためにはどうすればよいか。（荒廃した農地や遊休施設を活用した都市農村交流ができないか）
- より農村に人を集めるための方法の検討（PR方法の検討、イベント内容等のブラッシュアップ、企画力のある人材の育成など）
- 農村と観光業との連携（旅館・ホテル等での農業体験イベント等の紹介や、地域の「食」をテーマにした連携など）

取組方法

- ・会議室での検討会
- ・現地での取組事例の調査
- ・地区推進会議との連携（合同会議）
- ・研修会の開催（農家民宿・民泊など）