

令和4年度（補正予算）

関係人口創出・拡大のための対流促進事業 （中間支援組織の提案型モデル事業）

事業の実施結果 （概要）

団体名	株式会社さとゆめ
事業名	野菜をきっかけに地域の生産者と都市部の消費者の暮らしをつなぐプログラムづくり事業（「野菜がきっかけ」）

- 地域の農家と都市部のワーカーをオン・オフラインにてつなぎ、関係人口を創出する1年間のプログラム造成を、長野県小海町と山形県河北町にて行なった。
- 小海町と接点のある食品メーカーの社員や、河北町がマルシェ出店する丸の内エリアのワーカーに参加を募り、農作業体験や地域課題解決・自社との価値共創につながる事業アイデア創出のプログラムを企画・実証した。

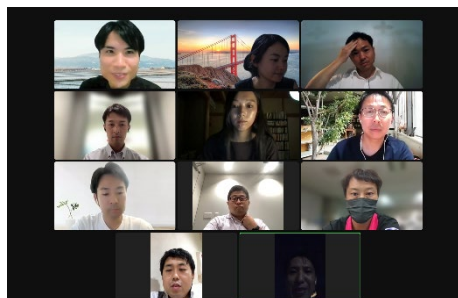
主な活動内容

1. 長野県小海町におけるプログラム造成

- 7月にオンライン交流会、8月に一泊二日の現地訪問を開催した。交流会には町の生産者やJA、町役場と企業参加者7名と役員らが参加した。現地訪問では白菜播種体験や自社と小海町での協働事業案の企画発表などを行ない、その後は播種した白菜の成長経過をオンラインで共有、収穫物は参加者へ届けた。
- 11月には他の食品メーカー社員が同プログラムを体験した。

2. 山形県河北町におけるプログラム造成

- 9月にオンライン交流会と一泊二日の現地訪問を開催した。交流会は6事業者が参加し、うち2事業者が現地訪問した。
- 9月に参加した丸の内企業による食農コンソーシアムの活動を活かし11月に丸の内での活動紹介イベント、12月に現地訪問ツアーを開催した。
- 12月には13事業者が参加し、2月に参加企業との協働PJを開始した。



現地訪問前の事前オンライン交流会



現地での生産者との交流・収穫体験

主な成果

1. 参加者や地域の声

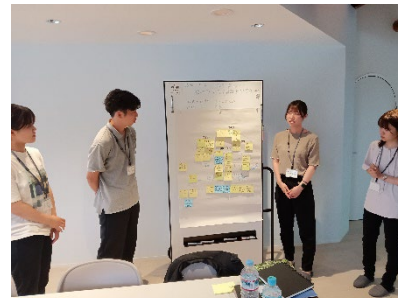
- 参加者（都市部ワーカー）は全員がそれぞれの町を事前に知らず、認知向上への本事業の貢献は100%となった。
- 食品メーカーや飲食業として、一次産業の現場や地域を知ることには良い機会であり、自社の顧客・消費者にも伝えていきたいとの声を聞くことができた。
- 地域側からは、自身の生産現場が誰かの学びの場になるという気づきや都市部での発信につながる機会を評価された。

2. 地域への影響や関係人口側の変容・文化的充足感

- 地域の活動、日常の生産現場が都市部の学びや発信の機会になるという気づきがあり、シビックプライドの醸成に繋がったと考える。

3. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 地域の生産現場などが、食品メーカーや飲食業の新たな事業展開のコンテンツとなる可能性を検証できた。

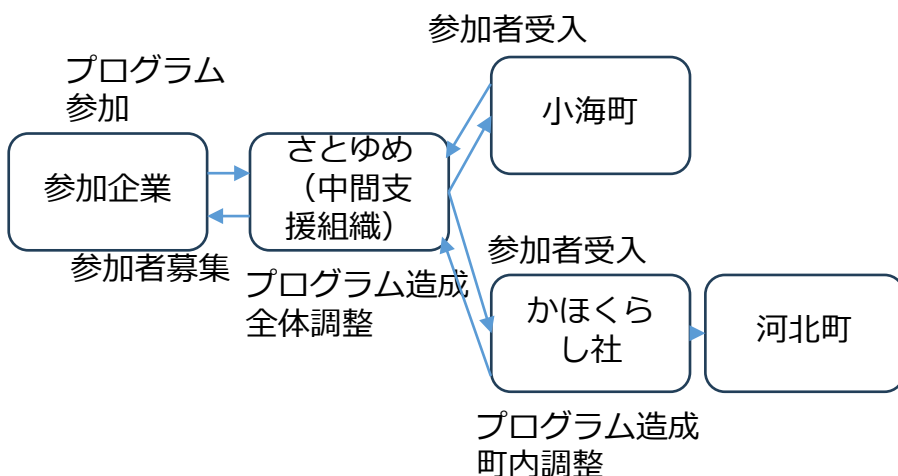


現地訪問を経てのアイデア企画・発表



現地訪問を経てのアイデアまとめ（グラレコ）

事業実施体制・関係機関



団体名	役割
株式会社さとゆめ	事業実施主体。 事業全体の企画運営、地域や参加者との調整、参加者募集 イベントの企画運営、参加者募集
長野県小海町	プログラムの企画支援・受け入れ
山形県河北町	プログラムの受け入れ
株式会社かほくらし社	共同事業者・再委託先。 プログラムの企画運営支援・受け入れ イベントの企画運営支援

食や環境に関する取組状況

- 山形県河北町のプログラムでは、地域商社としてかほくイタリア野菜の供給・販路開拓に取り組むかほくらし社と連携し、町内複数の生産者を訪問するとともに、参加者も収穫体験などを行なった。更に、収穫した生産物を参加者と地域生産者らとで夕食として地域の公民館で調理し共に食事をした。
- その後、同プログラムから生まれたプロジェクト「Sato alla Tavola」を都内の参加事業者とさとゆめが協働して始動。河北町の食材を使い、都内で河北町や町内生産者のことを食を通じて伝え、交流会なども実施。
- 2月には同プロジェクトのローンチと「野菜がきっかけ」参加者の振り返り・交流会として河北町や小海町生産者らや参加者を招いたイベントを開催した。



本プログラムから生まれたプロジェクト



参加者と生産者らの交流食卓



現地での生産者の訪問・ディスカッション



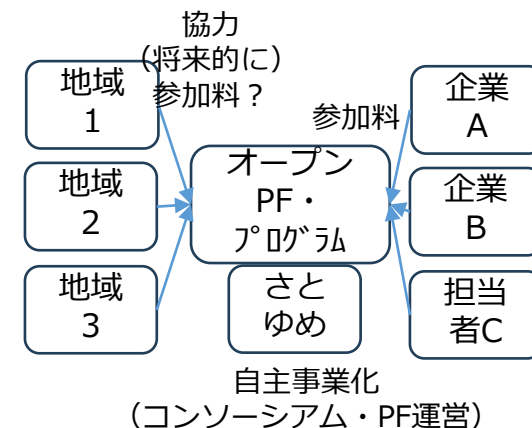
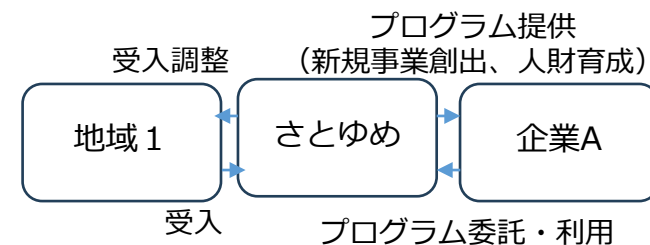
現地での生産者の訪問・収穫など体験



参加者と生産者らの収穫物の調理

次年度以降の事業展開

- 地域の価値・魅力を発信する、域外から関心を持ってもらうきっかけ・発端としての食農テーマのアプローチは引き続き継続する。
- 一方で、造成プログラムのターゲットや提供価値、ビジネスモデルは本年度実証を踏まえてブラッシュアップしていく予定である。具体的には、一企業の社内・社員向けプログラムとしての展開だけではなく、本プログラムを通じた複数企業・事業者の交流や、さとゆめ・地域との協働事業を検討したい担当者が直接、担当者レベル・個別で参加するプログラムとして展開していく。(右図参照)
- また、本年度プログラムから生まれた「Sato alla Tavola」プロジェクトも関係人口創出を目指すものであり、これ自体も事業展開を進める。本プロジェクトは都市部消費者からの収入のほか、地域側のシティプロモーション観点での利用としてもマネタイズ可能性が考えられる。
- 更に、地域の生産物の安定供給のため、さとゆめで繋がりのある全国の自治体・生産事業者をネットワーク化し、地域間連携での安定供給を目指す取り組みも検討・推進していく。



特定企業に対するプログラム提供 (①) と複数社・地域で参画可能なコンソーシアムへの加入 (②) を促す。

プログラムやコンソーシアムの参加・実施にあたり参加費を企業・地域から徴収する。

(R6:300千、R7:500千、R8:700千/社、500千/地域)

支出はフィールドワーク造成の事業費とコンソーシアムなど事務局としての人件費を想定。

	R6	R7	R8
プログラム実施企業数	2	2	3
コンソーシアム参加数	10	13	15
協力地域数	5	7	10

	費目	R6	R7	R8
支出	ツアーなど造成	3,000	5,000	7,000
	運営	1,000	2,500	300
収入	プログラム・コンソーシアム参加	2,100 (300*7)	4,500 (500*9)	7,100 (700*3+ 500*10)

(千円)

自立・自走化にあたっての課題

- 事業の自走を見据え対企業を主軸としたプログラム造成を行なったが、一方で、対企業の場合は前述の通り「なぜそのフィールド・地域なのか」「プログラムの費用対効果」が求められるため時間がかかる。
- そこで、オープンPF・コンソーシアム的な事業展開を進めるが、その場合他の類似モデルとのプロモーション・ブランディング競争となってしまう。
- さとゆめならではの強みとして、既存の複数地域・企業とのネットワークを活かして選択肢・関係性の幅広さを訴求して事業展開したい。