

## 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	ZERO株式会社
事業名	都市と地域をつなぐフードロス削減コミュニティ創出事業

- フードロス削減を共通の課題認識に持つ地域と関係人口のコミュニティの創出を目的とし、一次産業やフードロスについての知見を深めるイベントを一連のプログラムとして、オンライン、オフライン両方の形式で継続的に実施した。
- 今年度は東海旅客鉄道株式会社・株式会社ジェイアール東海エージェンシーと連携し、山梨県中央市・三重県津市の2エリアにてメインイベントを実施した。

## 主な活動内容

### 1. 現地体験ツアーの実施

- 23年9,10月に、農家に訪問し、農業体験や交流、インタビューを行う現地体験ツアーを開催した。
- 参加者は山梨県中央市のヨダファーム、ベーストヨトミ、三重県津市のつじ農園の3箇所から関心のある地域、農家を選んで参加する形式。
- 当日は様々な農業体験をメインに、座学、トークセッション、食事提供などを行なった。

### 2. ZERO MEETUPの実施

- 24年1月にプログラム参加者や地域の農家の方々が再度顔を合わせる交流イベント「ZERO MEETUP」を開催した。
- 現地体験ツアーで訪問した農家の方だけでなく、共通課題を持つその他地域の農家、食に関わる事業者に広く参加頂いた。

## 主な成果

### 1. 参加者や地域の声

- 今年度は約25名の方に参加いただき、約5ヶ月間継続してプログラムを行った。
- 実際に訪問した農家（山梨県中央市、三重県津市）からのフィードバックは非常に価値あるご意見を賜り、全員から同様のイベントを継続的に実施したいとお声をいただいた。

### 2. 地域への影響や関係人口側の変容・文化的充足感

- プログラム参加者と農家が継続的に関わることで、より深い関係を築くことができ、農業に関心のある参加者が就農の相談をするなど、今後の継続意義と関係人口創出が期待できた。

### 3. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 若年層から、家族連れ、年配の方まで幅広い層の参加者が多いことが特徴で、それに伴いプログラム内で取り組むテーマ、課題も体験や交流を重視したプログラムが好まれる傾向にあった。



現地体験ツアー（ベーストヨトミ）



現地体験ツアー（つじ農園）



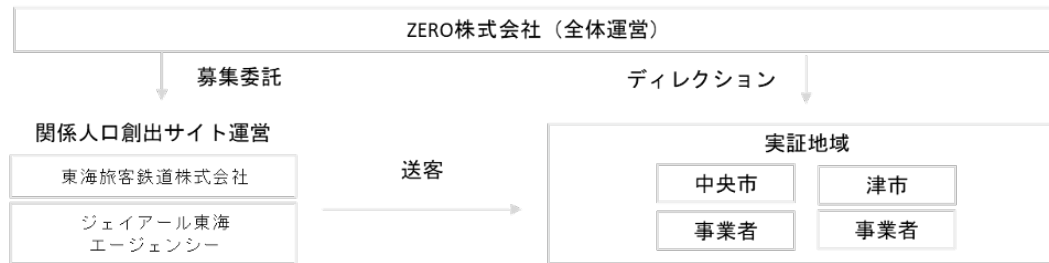
現地体験ツアー（ヨダファーム）



ZERO MEETUP

## 事業実施体制・関係機関

組織名	役割
ZERO株式会社	事業全体の企画・進行管理、イベント運営、委託・発注実施
東海旅客鉄道株式会社	集客様webページの制作・掲載
ジェイアール東海エージェンシー	広告宣伝の統括、PR
津市	市内事業者の調整・情報発信
中央市	市内事業者の調整・情報発信
つじ農園	現地受け入れ
ヨダファーム	現地受け入れ
ベーストヨトミ	現地受け入れ



## 食や環境に関する取組状況

- 24年1月に実施した「ZERO MEETUP」では、プログラムで訪問した農家だけでなく、新たに6事業者、計9事業者に参加、出展をいただいた。イベントは東京都墨田区の共創施設「Sumida Innovation Core」にて開催。施設利用者にも非常に好評をいただき、次回以降の実施を切望されている。
- 一連のプログラムで形成されたコミュニティに対して、食の大切さを共有、ディスカッションできる場を提供し続けることができた。ZERO株式会社が主催者となり、生産者、食の流通、フードロスやCo2など環境の問題を、まとめあげ、発信することで、コミュニティが活性化していく実例を作り上げることができた。



## 次年度以降の事業展開

- 今年度は東海旅客鉄道株式会社、ジェイアール東海エージェンシーと連携し、ウェビナー、現地体験ツアー、ワークショップ、ミートアップイベントを一連のプログラムとして提供したが、来年度以降はZERO株式会社単体にて、イベント単位での開催を計画
- 関係人口創出を目的にした、「地域版ZERO酒場」や、「ZERO MEETUP」に類するイベントを北海道、大阪エリアにて開催予定（24年6月、9月、12月予定）
- 今年度、大変好評だった交流イベント「ZERO MEETUP」はイベント単体での開催を計画中。若年層の人口流出や、観光だけに頼らない事業創出の課題を抱える北海道函館などでは、地域の学生を巻き込んだ運営を行い、持続的な関係性を構築を目指す。
- 今回現地体験ツアーにて連携した事業者（ヨダファーム様）とは上記イベントを初めとして、継続的に連携を行う。また、中央市の他事業社もご紹介をいただき、主にフードロス削減、農業体験ツアーなどの連携を計画。
- 東海旅客鉄道株式会社では、関係人口創出と体験を通して参加者の学びを促進するプログラムとして、24年2月に「地域バイヤープログラム」を実施。（同社conomichiサイトにて展開）

### ・次年度以降の収支計画

	費目	R6	R7	R8
支出	1 ツアー実施による支出	1,600千円	3,200千円	3,200千円
	2 ZERO MEETUPによる支出	1,800千円 (場所代 2倍)	3,600千円 (場所代 2倍)	3,340千円 (場所代 2倍)
収入	1 ツアー実施による収入	1,600千円 (参加者5倍・単価倍)	3,200千円 (参加者10倍・単価倍)	3,840千円 (参加者12倍・単価倍)
	2 ZERO MEETUPによる収入	1,800千円 (参加者5倍・単価倍)	3,600千円 (参加者10倍・単価倍)	3,600千円 (参加者12倍・単価倍)

### ・今後の事業展開スケジュール

	24年3月	24年6月	24年9月	24年12月
本事業終了		ZERO酒場 in函館	ZERO酒場 in姫路	ZERO MEETUP in沖縄

## 自立・自走化にあたっての課題

- 来年度以降に同様のプログラムを実施し、自走化していくためには、参加人数、単価ともに拡大していく必要がある。
- プログラム内容をより専門的、実用的にブラッシュアップをしていく事が、ターゲットの明確化、単価上昇に繋がると考える。
- 地域事業者との連携を強化し、より地域の課題解決に繋がっていく事が必要。  
→自治体の協力を得るためにも、実例を多数作り上げる  
→プログラム参加費以外のキャッシュポイントの模索