

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	一般社団法人全国農協観光協会
事業名	落ち葉の堆肥作りから始める探究・ゲーム型 体験プログラム創出事業

- 堆肥作りに必要な落ち葉集めや踏込み温床等を体験プログラム化する事で関係人口を創出しながら、作業の負担軽減を目指した。
- その作業には、競技性及びスマートフォンアプリを用いたゲーム性を加える事で、農や環境を遊びながら学べるプログラムを作り上げた。

主な活動内容

1. バイオームアプリの活用

- 有機農業の先進地として、自然と共生しながら取り組んでいる小川町の圃場では、さまざまな昆虫や植物を見ることができる。そこで、生き物観察アプリ「バイオーム」を用いて農業と周辺環境を学べるよう設計した。
- オープンクエスト機能（ダウンロードすればどのユーザーも参加可能な機能）を使い、体験プログラム実施日以外にも、小川町の生き物が投稿できるようにした。

2. 落ち葉の堆肥づくりの体験プログラムの実施

- 落ち葉集め、踏込み温床、野菜収穫など堆肥作りの各行程を全5回の体験プログラムとして企画造成・実施した。
- 各プログラムには、バイオームの生き物集めや落ち葉の計測などゲーム性や環境を学べるような作り込みを行い、通常の体験プログラムとは異なる要素を付け加えた。



バイオームクエストの画面



バイオームアプリを使っている様子



落ち葉掃きの様子



踏込み温床の様子

主な成果

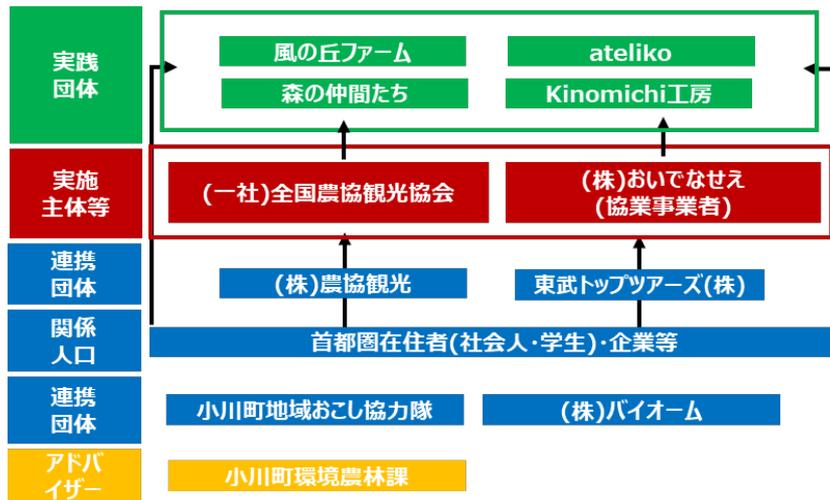
1. 参加者や地域の声

- 参加者（都市部住民等）からは、「小川町のファンになった」、「5回に分けることで、少しずつ小川町を知り、また来るきっかけになる」との声が聞けた。
- 地域住民からは、食の安全性等に興味のあるファミリー層がリピーターになること、複数回体験プログラムを実施したことで、受入れの段取りや運営のノウハウが蓄積された等を聞くことができた。

2. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 5回実施し、申込者数80名、参加者数は77名であった。
- 当体験プログラムを通じて、リピーター（2回以上の参加）となった割合が約16%おり、そこから口コミで参加者を広げるなど定期的なイベントの実施が重要である。

事業実施体制・関係機関



団体名	役割
(株)おいでなせえ	体験プログラムの企画設計・運営
小川町環境農林課	当事業へのアドバイザー
小川町地域おこし協力隊	当事業へのアドバイス・企画設計協力
(株)バイオーム	アプリ制作・生き物ガイド
(株)農協観光	商品化等専門アドバイザー
東武トップツアーズ(株)	商品化等専門アドバイザー
風の丘ファーム	体験プログラムの受入れ協力・ガイド
森の仲間たち	体験プログラムの受入れ協力・ガイド
ateliko	体験プログラムの受入れ協力・ガイド
Kinomichi工房	体験プログラムの受入れ協力・ガイド

食や環境に関する取組状況

- 自然と共生をする有機農業だからこそ、多様な生き物や植物が生成しているという環境を見て・触れて・知って理解するために、生き物観察アプリ「バイオーム」を使いながら、農業とそこに潜む生き物を観察し、理解を深めた。
- 体験プログラム時には、クエストを活用した生き物探検を実施。生き物・植物を5種投稿したらステッカーを配布するなど集める楽しみを作った。
- 生産者、料理人、消費者を集めたファームトゥテーブルによる体験プログラムを実施。食から農業や小川町を知り、ファンを増やすことを目的に実施した。
- 各体験プログラムすべてに食（軽食、BBQなど）の要素を付け加えることで、ライトな層にも興味関心を持てる内容とした。



次年度以降の事業展開

- 本会自主企画としての実施。
本会では、農山漁村地域に興味を持つ会員（5,000名程度）を有しており、小川町での農業・環境をテーマにした日帰り企画などを実施する予定である。
- おいでなせえの自主企画としての実施検討
学習塾や旅行会社等と連携した企画の実施検討。
- 小川町の近隣市町村での企画検討
当事業の広報等を通じて、近隣市町村が興味を持ち、一度打合せを実施した経過にある。次年度以降の体験プログラム実施の場所として、協議を引き続き進める。

令和6年度

4～6月：

本会日帰り企画の検討・協議
小川町の近隣市町村との企画の検討・協議

7～9月：

本会日帰り企画の告知・募集

10～12月：

本会日帰り企画の実施

1～3月：

次々年度の企画の検討・協議

	費目	R 6	R 7	R 8
支出	体験料	280	525	840
	営業活動費	30	50	70
収入	体験販売料	400	750	1,200

単位：千円

自立・自走化にあたっての課題

- 継続的な企画実施のための収益確保。
日本人のファミリー層を中心とした参加者が多く占める形となった。交流という付加価値をさらに磨くことで、販売価格の向上を目指し、インバウンドをターゲットに見据えることも必要だと考える。
- 適正な運営人数による費用の圧縮
モニターということもあり、受付、誘導、ガイドなど通常よりも多い人数で実施した。ガイド1名＋スタッフ1～2名の計2～3名で回せるよう運営の効率化を図りたい。