

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調査

(1) 取組名	和泉農業ヒト・モノ・カネ活用プロジェクト		
(2) 実施団体名	和泉商工会議所	(3) 対象地域	大阪府和泉市
(4) 代表団体名	和泉商工会議所	(5) 推薦団体名	和泉市

(6)実施した取組の内容	取組①	「農地活用の新戦略」	
	実施主体	和泉商工会議所(NPOいずみきららファーム、和泉市農林課協力)	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	
		実際の取組内容及びその結果	
		1. 実施時期:10月中旬予定 2. 実施場所:和泉市南部地域、泉州東部区域農用地総合整備事業造成地内、道の駅、周辺集落 ①観光農園実施 農業団地において、和泉市、NPOきららファームと連携して農業体験イベントを開催する。 ②観光ルート分析およびパターン分析 農業体験イベントと合わせ、フェリカポケットマーケティングと連携して商業施設、観光地の回遊データを分析する。	1. 実施時期:10月18,19,21,22日の4日間実施した。 2. 実施場所:和泉市農業団地、小川東団地、小川西団地、坪井団地3箇所等をめぐって「和泉ふれあい体験バスツアー」を実施した。 ①観光農園実施(商のネットワークと農の取り組みがマッチング) ・商店街組合に協力を要請、商店街顧客の農業体験イベントへ誘客を行った。イベント参加者総数760名。「来年度も同様の農業体験機会が欲しい」との声が多かった為、次年度以降も商店連合会と共催、同様のバスツアーを実施する。 ・和泉市内の住民に和泉農業への周知と、農へ関わる最初の一步の取り組みとなった。 ②観光ルート分析及びパターン分析 ・農業体験イベント時や、商まつり(会議所主催)開催に合わせてフェリカカード5,000枚を配布し、イベントや施設へのヒトの動き(観光ルート及びパターン:例えば、主に30~40代の主婦が大型スーパーから近隣の商店街に流れるパターン等)が確認できた。 ・基礎データの入手によって、次年度以降にぐるなび等情報会社へ農業の情報発信とイベント等企画を行うこととした。
		実際の取組内容及びその結果	
		1. 実施時期:10月中旬予定 2. 実施場所:市内観光施設等にカードリーダーを設置および全国ぐるなび加盟店で調査を行う。 ③地元商業施設のネットワーク構築 ぐるなび、TMJ研究所と連携して地域内産品ネットワークを確保、地産地消ルートの開拓を行う。 ・トリヴェール商業施設内店舗への地元産品ルート開拓。 ④商業施設回遊ルート分析およびパターン分析 取組①と同様に、フェリカカードを用いて、データを収集・分析をおこなう。 ⑤食の専門機関による飲食店ニーズ調査及びネットワーク確保 ぐるなび、TMJ研究所等と連携して、和泉産品の全国への販路開拓をおこなっていく。「飲食店」をターゲットとし、飲食店のニーズに合わせた作付けをこころみるなど顧客ニーズ対応による農業生産スタイルを目指す。	1. 実施時期:10月18日~11月30日 2. 実施場所:葉菜の森、道の駅、国華園など産地直売所を含めて市内約100箇所カードリーダーを設置および全国ぐるなび加盟店294店舗で調査を行った。 ③地元商業施設のネットワーク構築 ・葉菜の森、道の駅、国華園など産地直売所の現状調査およびイベント協力を行った。 ・ヒアリング等の結果から、トリヴェール和泉での店舗への地産地消ルートの開拓については、時期尚早(店舗計画がまだ未定の状況)と判断し、次年度以降の協力要請とした。 ④商業施設回遊ルート分析及びパターン分析 ・市内商店街や飲食店の協力により、約100箇所にカードリーダーを設置、消費者の属性・場所・時間・回遊ルートを集計し、商業分析を実施した。その結果、調査期間1ヶ月半の間、大型スーパーは利用人数に対して、一人当たりの回遊が5回程度あったのに対して、商店街の回遊は1ヶ月に1回程度しかないことがわかった。 ⑤食の専門機関による飲食店ニーズ調査及びネットワーク確保 ・全国のぐるなび加盟店飲食店294店舗にインターネット調査を実施、野菜の品種、品質、大きさ、価格、有機栽培、トレンド、物流など国産農産品のニーズについて12項目を実施した。結果、飲食店に於ける農産物の仕入れ実態と意識を把握することができ、今後の和泉市の農業生産において有効なデータが得られた。
	取組②	「農業と商業の連携」	
	実施主体	和泉商工会議所	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	
		実際の取組内容及びその結果	
		1. 実施時期:平成20年12月 2. 実施場所:桃山学院大学 ⑥ものづくり大学カリキュラムの農業版、工業版の作成 ものづくりの地域特性を活かし、桃山学院大学に協力を要請し、ものづくり大学の講座開講を検討。	1. 実施時期:2月26日に実施予定 2. 実施場所:道の駅会議室 ⑥ものづくり大学のカリキュラムの農業版、工業版の作成 ・桃山学院大学の協力のもと、ものづくり大学カリキュラムは2月末までに作成。人材育成の観点から、ものづくり大学の講座を来年度に開催する。平成20年12月から平成21年2月にかけて、農業研究会を実施した。 ・農水省のモデル農家である、JA安里市の小泉氏、農業法人森田氏を呼んで、市内農業従事者を対象に勉強会を行い、「農業をビジネス」と捉えて考える会を行う。
		実際の取組内容及びその結果	

(7)実施体制	平成20年度の取組実施における体制・役割分担 「和泉商工会議所」を中心にチームを組織し、和泉商工会議所がプロジェクト統括を担う。 取組①: 「農」再生チームとして、NPO法人いずみきららファームと連携し、ぐるなび協力やフェリカカードとの運動により事業を実施。 取組②: 「商」再生チームとして、和泉商工会議所、ぐるなび・フェリカとともに事業を実施。 取組③: 「工」活性化のために、和泉商工会議所、桃山学院大学の運動により事業を実施。 農商工連携とともに、それらを支える企業ツール、大学ツール、会議所ツールをうまく活用することで、地域連携体制を強化をおこない、プロジェクトを実施していくものとする。 上記、農、商、工連携の体制および役割を最大限活かすために、コーディネート役として商工会議所およびそのサポートとしてTMJ研究所が関係者間の適宜調整をおこなった。		取組の実施を踏まえた反省点 取組①: きららファームと連携し、農業体験ツアー(760名参加)を実施できた。今後は、農協等と連携し、さらなる和泉農業の周知を図る。 取組②: 地元商業施設のネットワーク構築において、商店街連合会等と連携し、商店街の現状基礎調査を行ったうえで、商店街空店舗の活用等の効果的な店舗配置計画作成等の動きへとつなげることが望ましいことがわかった。 取組③: 特に問題はなかった。	
(8)取組により得られた成果	○成果1→			
	H19		H20(当初予定していた目標)	
	和泉市の年間来訪者は総計として年間延べ人数約150万人、うち市外からの来訪者は約50万人と推定(H12)		「農地活用の新戦略」～「和泉農業スタイル確立」による観光客の増加～	
	H20(実際に得られた成果) ・観光農園参加者760名(回答率は31.2%)を対象としたアンケート結果により、農業観光ルート及びパターン等のデータを得られた。参加者感想からは「来年もやってほしい」「農業に関心が高まった」など意見が多数寄せられた。 ・観光農園用に整備していた花畑がロコミで話題になり、通常の情報発信以上の効果が得られた。 ・地元住民の参画(和泉市の新規住民を含む)により、地元住民が和泉農業を知る良い機会となった。			
	○成果2→			
	H19		H20(当初予定していた目標)	
	和泉府中駅や和泉中央駅に商店街、また中部地区にはトリヴェール和泉の商業施設開発計画が進行中		「農業と商業の連携」:地域内外の産品ルート開拓および農業生産新スタイル開拓 ※地域内店舗(飲食店含む)100店、地域外店舗100店へのニーズ調査実施	
	H20(実際に得られた成果) ・地域内店舗100店は期間等制約から達成できなかったが、カードリーダー設置協力95施設(店舗、道の駅など)及びイベント会場において、ニーズ調査を行い、産品販路・ルート先となるネットワークの確保ができた。 ・地域外店舗100店へのニーズ調査は、当初の予定を大きく上回る294店舗への調査が実施できた。 ・ニーズ調査結果から、今後の和泉農業の展開を図る上での基礎データとして活用できる「飲食店に於ける農産物の仕入れ実態と意識」を把握した。			
	○成果3→			
	H19		H20(当初予定していた目標)	
市内コミュニティセンターにおいて農業に関する講演会が年2回開催。また、年間を通じて「和泉農業塾」などが開催。		「農業と商業および工業の連携」～ものづくり大学(産業人材育成)～ ※大学およびものづくり専門企業との連携による産業人材育成カリキュラムの作成		
H20(実際に得られた成果) ・桃山学院大学の協力のもと、ものづくり大学カリキュラムは2月末までに作成。カリキュラムの骨子としては、農業の経営力の向上と技術の習得、連携の強化を中心として和泉の「強い農業」を育てることであり、人材育成の観点から、ものづくり大学の講座を来年度に開催する。今年度は農業研究会を実施した。 ・農業に関連する専門家を招聘し、活発な意見交換をおこなう(平成21年2月26日を予定)。また、次年度以降、本格的に研究会実施をおこなっていく。				
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	本事業では、農業の新展開として、産品の「入口(農業者)」と「出口(飲食店及び道の駅等)」の連携と将来を見通した確保を目標として進めてきた。 「出口」の確保としては、地域内店舗(飲食店、道の駅、その他)とのネットワークが確保ができたことが効果として挙げられる。 また、ぐるなびのネットワークを活用した調査から、将来の出口先となりうる飲食店ニーズを把握することができた。 一方で、「入口」確保の取組は、農地調査や飲食店ニーズ調査などの結果をふまえてからの声かけを想定していたため、出口確保よりは出足が遅い結果となり、次年度への課題となった。平成21年度は、「儲かる農業づくり」を目標として、事業活動を進める。 改善策として、生産体制を構築するため、定期的に農業研究会を開催し、農業者育成をすすめる。また、商業連携を含めた農業経営の動きへとつなげていく。			

	当初提案に予定していた平成21年度以降の展開	今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度
(10)平成21年度以降の活動の見込み	1. 本格的な和泉農業生産体制の確立 ●派遣型農業人材育成 ●二地域居住の推進	1. 本格的な和泉農業生産体制の確立（担い手ヒトづくり） ・実施主体：企画、運営は和泉市農林課。メンバーは、農業研究会参加者。サポートとして、各種専門家により実施。 ・主な活動： ①和泉の農業（農業経営力の向上及び担い手農家育成等）の掘り起こし（農業者・商工業者、両者の視点による掘り起こし） ②定期的に農業研究会・勉強会の開催 ③テーマ別、経営ツール別など、ワーキングによる具体的な検討会 〔活用を希望する制度：地方の元気再生事業の継続支援を希望（想定金額500万円）〕
	2. 農業者育成バックアップ体制づくり ●各農業ゾーンの実践	2. 農業者育成バックアップ体制づくり（事業支援ヒトづくり） ・実施主体：和泉商工会議所、（協力）和泉市農林課 ④和泉へ農業生産者を呼び込む…農業人材のための給付金やサポート制度を活用し、農業に従事することを支援するバックアップ体制を確立する。 〔活用を希望する制度：農業育成者給付金、人材育成サポート制度などの農林水産省等の制度を活用〕 ⑤制度や農業技術の研修など、農業に従事する方法についての情報、機会提供をおこなう。 〔活用を希望する制度：地方の元気再生事業の継続支援を希望（想定金額500万円）〕
	3. インバウンド・グリーンツーリズム ●体験交流農業のブラッシュアップ（サービス内容の改善） ●会員制体験農業（ファットリア） ●ものづくり大学カリキュラムの実践	3. インバウンド・グリーンツーリズム（和泉農業ファンづくり＝内外のヒトづくり） ・実施主体：和泉商工会議所、地元企業、桃山学院大学 ・主な活動 ⑥農業にふれあう機会の提供…地域の魅力を地元の人々が再認識できる体験教室、講座などの充実をはかる。ねらいとしては、地元住民の地域へのロイヤリティを高め、様々な分野で地域振興に貢献する人材輩出する風土を醸成する。 （体験教室、講座、収穫イベント など） 〔活用を希望する制度：地方の元気再生事業の継続支援を希望（想定金額500万円）〕
	4. 農業経営の安定化 ●飲食店・消費者と生産者の販路開拓 ●ぐるなびサイトによる戦略的PR強化 ●HPの運営管理	4. 農業経営の安定化（モノ・カネづくり） ・実施主体：和泉商工会議所、地元企業、地元外協力企業（ぐるなび等） ・主な活動 調査結果に基づいた「営農計画」…計画的な栽培（入口）～取引（出口）の営農計画と、そのための栽培、契約を確保する。 ⑦ぐるなび飲食店マッチング（小規模農業生産対応） ⑧大手百貨店や農業生産法人との生産販売マッチング（大規模農業生産対応） ⑨マッチングのためのPR、HPの運営管理、営業活動 ⑩営農計画の一部をモデル事業で実施（農地、キーとなる農業者とともに進める。） 〔活用を希望する制度：地方の元気再生事業の継続支援を希望（想定金額500万円）〕
	5. 農業と商工業との連携システムの確立 ●観光ルート分析 ●地元商業施設とのネットワークの強化 ●商業施設回遊ルート分析：調査地の拡大 ●農産物出口調査および分析	5. 農業と商工業の連携システムの確立（システム、ネットワークづくり） ・実施主体：和泉商工会議所と協力企業（ぐるなび、フェリカ実施） ・主な活動 ⑪援農ポイント循環ネットワーク…生産者、流通、飲食店、小売店、協賛企業などが連携したネットワーク構築。都市住民が生産者の農作業を手伝い（援農）、その対価として得たポイントを飲食店や協賛企業のサービスと交換できるシステム。ねらいとしては、和泉市内、近隣の都市住民に農業のふれあい機会を提供。 〔活用を希望する制度：地方の元気再生事業の継続支援を希望（想定金額500万円）〕
	当初提案になし	6. 和泉ブランドの確立 ・実施主体：和泉商工会議所と協力企業（ぐるなび実施） ・主な活動 ⑫「和泉」という響きの良い特色ある名称を活かして、和泉ブランドの確立に取り組む。具体的には、インパクトのあるデザインのPRパンフレット、ハッピー及び商品パッケージ等を製作し、各種農業体験等のイベントで使用するにより、和泉ブランドの認知度を高めていく。さらに、活動予定であるヒト（農業者）づくり及び協力企業（飲食店等）との連携により、「入口（生産）」から「出口（消費）」までに渡る、実践的なブランド化を行う。 〔活用を希望する制度：地方の元気再生事業の継続支援を希望（想定金額500万円）〕

◆主な実施取組の内容◆

農地活用の新戦略「モノづくり」

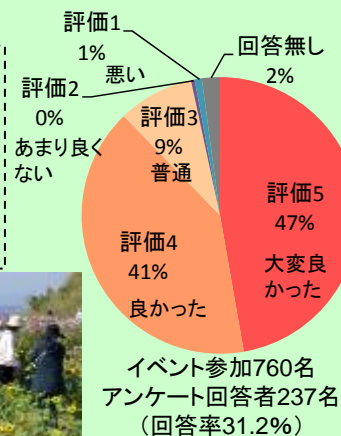
農業を身近なものとしてモノづくりの楽しさを伝えた。

「和泉農業ふれあい体験バスツアー」を実施

実施日: 2008年10月18日、19日、21日、22日の計4日間
参加者: 和泉市商店街連合会主催秋の大売出し抽選会
当選者ペア500組をご招待(最終参加者760名)
場 所: 和泉市農業団地(小川東・小川西・坪井団地)
道の駅、葉菜の森(農林産物直売所)、商店街
内 容: 収穫体験、「食」調理体験、農産物直売所紹介



イベントの全体を通しての評価



農業と商業の連携構築「カネづくり」

農業を改めて基幹産業として発展させるために「出口」の状況把握と確保を試みた。

「飲食店の農産物仕入れに関する意識と実態」調査報告より

【調査目的】飲食店における農産物の仕入れ実態と意識把握
【調査実施期間】2008年10月22日(水)～2008年11月10日
【調査対象と手法】全国のぐるなび加盟飲食店に対してインターネット調査を実施
【有効サンプル数】294サンプル

【全体結果】

- ・こだわりを持って農産物を仕入れている飲食店8割弱
- ・こだわり産品として「じゃがいも」「米」「トマト」「玉葱」「ネギ」など
- ・こだわり野菜は素材を生かした調理法やその野菜をメインにした料理で提供されている
- ・「じゃがいも」「玉葱」などはブランド力の強い地域仕入れに集中、トマトは季節ごとに変動
- ・仕入れのこだわりポイントは「味」「地元性」「安全性」「希少性」の大きく4つ
- ・仕入れへの困りごとは「価格変動」「供給量変動」「品質変動」などの供給不安定について
- ・「良い仕入先情報」と仕入れるべき「旬の時期の情報」が不足しているとの声があがった

農業と商工業の連携構築 ヒトづくり…

地方の元気再生事業をきっかけとした「農業研究会」立ち上げを実施した。

■概要

平成20年度の調査結果をふまえ、21年度に実際にモノづくり、ヒトづくりを進めるための研究会を実施した。「和泉農業の再発見」「農と商の再構築」を新たなテーマとし地域産業の活性化と振興を図った。

■主たるテーマ

- ①競争力のある農家の自立とブランド形成
- ②農業経営
- ③安全・安心・良質な農産物と安全性

農業研究会

実施日: 2008年11月(準備)、12月2日、2月(事務局会議)、15日(講演会および研究会)
参加者: 和泉市内の農業生産者、関係者



農業と商工業の連携構築 地域ネットワークに関する基礎調査および周知

農業観光イベントと合わせ、商業施設、観光地の回遊データを分析した(結果分析中)。

スタンプラリーを活用した和泉商業実態調査

実施日: 2008年11月21日(準備)、12月2日
協 力: 95施設(店舗、道の駅など)
イベント2会場

実施期間: 2008年10月18日(土)～11月末

対 象: 市内在住または
在勤の満20歳以上



◆取組実施による成果・今後の展開◆

- ・「出口」の確保としては、地域内店舗(飲食店、道の駅、その他)とのネットワークを確保。
- ・ぐるなびのネットワークを活用した調査から、将来の出口先となりうる飲食店ニーズを把握。
- ・地元住民の参画(和泉市の新規住民を含む)により、地元住民が和泉農業を知る良い機会となった。
- ・ものづくり大学のカリキュラム農業版・工業版を作成できるようになったことで、人材育成及びそれに伴う勉強会が、今後継続できるようになった。

今後の
展 開

ヒト・モノ・カネづくり

1. 本格的な和泉農業生産体制の確立(担い手ヒトづくり)
2. 農業者育成バックアップ体制づくり(事業支援ヒトづくり)
3. インバウンド・グリーンツーリズム(和泉農業ファンづくり=内外のヒトづくり)
4. 農業経営の安定化(モノ・カネづくり)
5. 農業と商工業の連携システムの確立(システム、ネットワークづくり)
6. 和泉の地名に因んだ、「和泉ブランド」を立ち上げる