| | |
|---|---|
| 事例No. | 1245 |
| 公表年度 | R2 |
| 団体の属性 | 一般市 |
| 団体名 | 北海道石狩市 |

| | |
|---|---|
| 事例区分 | 地域活性化 |

| | |
|---|---|
| タグ | ・関係人口<br>・移住定住<br>・地域運営組織 |

| | |
|---|---|
| 事例種類 | 関係人口 |

事例内容・タイトル

いしかりアグリ・マッチング事業

出典

令和２年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書

## 2. 各モデル団体の取組

### (1) 北海道石狩市

**事業名：いしかりアグリ・マッチング事業**

**取組の概要**

石狩市の主要産業の一つである農業の担い手不足という課題解決に向けて、都市住民が石狩市の農産物やその生産者と関わる機会を、関わりの深さ（ライト・ミドル・コアの３段階）に応じて提供。

**主な成果**

アグリケーション事業では事業参加者の全員が石狩市への再訪の意向を表明（アンケートによる）。石狩の農業者及び農産物を手軽に「見る」「知る」「食べる」ことが可能となる環境の確立による消費者ネットワークの形成（農業消費額 118 万円）や、石狩のリアル農業にコミットする人材ネットワークが形成され、移住者（1 名）も出現。

#### ①事業の背景・目標

**1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題**

・石狩市の主要産業の一つである農業については近年、農家戸数及び農業従事者数の減少や、農業従事者の高齢化が顕著であり、農業の新たな担い手確保が課題となっている。

**2) 概ね５年後の地域の理想の姿**

・本事業での地域のステークホルダー等、民間ベースの関係人口の受入が恒常的に行われる。また、地域と都市部人材とのコミュニティ形成により、地域情報の疎通や情報交流が手軽に行われ、休暇等を通じ定期的、恒常的に地域に通う都市部人材が増加し、移住や他拠点居住による地域農業に関わる担い手が誕生し、新たな担い手確保に向けた活動に参画している。

**3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果**

・いしかり古民家活用地域活性化協議会が中心となり、市内農村部に位置する五の沢地区の農家古民家をリノベーションした宿泊施設「古民家の宿 Solii」を 2019 年 10 月にオープンするとともに、古民家の宿周辺の農村地域の特色を活かした収穫体験などの農業体験メニューの造成を行いながら、市内農村地域における関係人口創出に取り組んでいる。

**4) 今年度事業の目標**

| | |
|---|---|
| 目標 | 石狩の農業者及び農産物を手軽に「見る」「知る」「食べる」ことが可能となる環境の確立による消費者ネットワークの形成、石狩のリアル農業にコミットする人材ネットワークの形成 |
| 成果指標 | ①消費者ネットワークの農業消費額（今年度事業関連分を積み上げて算出）<br>②人材ネットワーク内からの移住者（事業終了後における独自アンケート調査で把握） |
| 目標値<br>（基準値） | ①100 万円（基準値：０万円）<br>②１人（基準値：０人） |

## ②事業実施体制

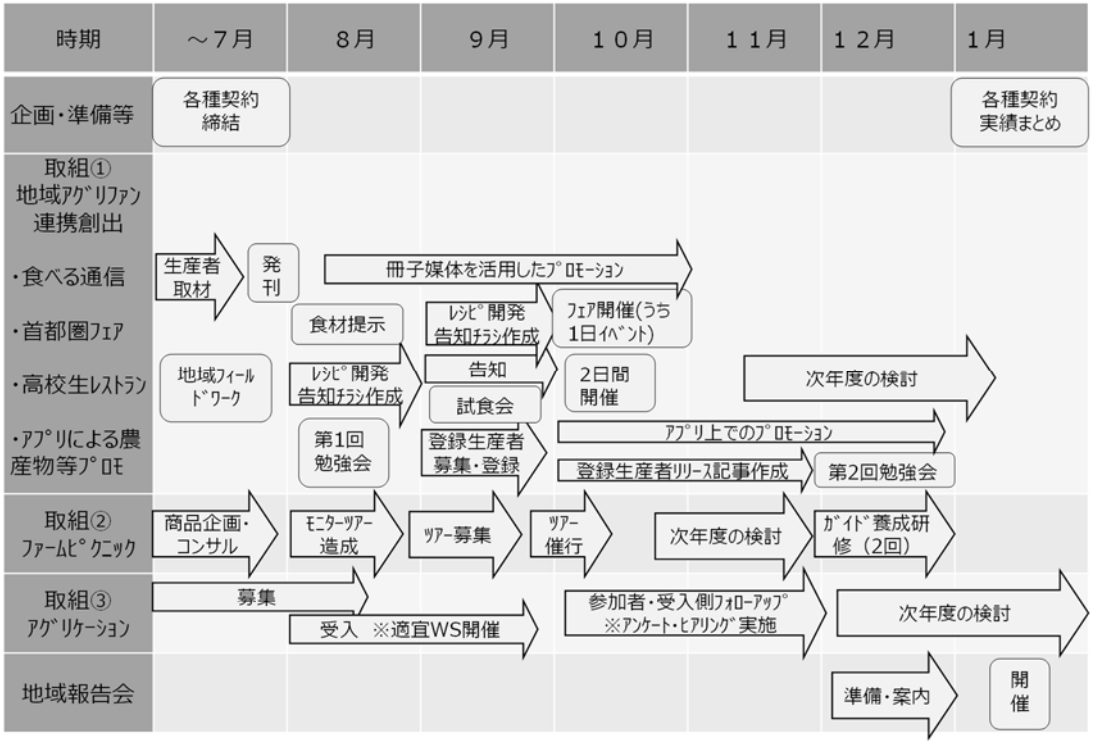
| 区分 | 団体・組織名称 | 役割 |
|---|---|---|
| 行政 | 石狩市農政課 | 全体事業の企画、運営管理、総合調整、参加者募集、プレスリリース |
| 地元関連団体 | 石狩市農業協同組合 | 全体事業の運営 |
| 地元協力団体 | 藤女子大学人間生活学部 | 「出張高校生レストラン in 石狩」の運営サポート |
| 地元協力団体 | キタリスラボ | 「石狩ファームピクニック」の企画・モニターツアー催行 |
| 中間支援団体 | 石狩シェアハピシティ計画 | 全体事業の情報発信、参加者募集サポート、移住相談サポート、関係人口同士によるコミュニティづくり |
| その他 | 札幌国際大学短期大学部 | 「出張高校生レストラン in 石狩」の運営サポート |
| その他 | 北海道三笠高等学校調理部 | 「出張高校生レストラン in 石狩」の運営サポート |
| その他 | ㈱いただきますカンパニー | 「石狩ファームピクニック」の企画・モニターツアー催行サポート、ファームガイド養成 |
| その他 | ㈱グリーンストーリープラス | 「首都圏石狩フェア」の運営サポート、「北海道食べる通信」の発刊、首都圏発モニターツアーの企画・募集・催行 |
| その他 | ㈱ポケットマルシェ | 「アプリによる地域生産者・農産物プロモーション」ノウハウ教示、運営サポート |

## ③ターゲット設定とアプローチ方法

| ターゲット層 | アプローチ（情報発信）方法 | 期待する役割・関わり方 |
|---|---|---|
| 農業に関心のある札幌圏・東京圏・関西圏の大学生 | 全国の大学研究室等へのメール案内、市及び専用 WEB サイト、SNS、チラシ、メディアでの告知 | ・石狩アグリケーション事業への参加、SNS 等を活用した新たな関係人口創出 |
| ワーケーションに興味のある札幌圏及び首都圏 IT 系企業 | 企業へのメール案内及び訪問営業、市及び専用 WEB サイト、SNS、チラシ、メディアでの告知 | ・石狩アグリケーション事業への参加、SNS 等を活用した新たな関係人口創出 |
| 20 代～30 代の農業に関心のある社会人 | JICA 青年海外協力隊専用イントラネット、市及び専用 WEB サイト、SNS、チラシ、メディアでの告知 | ・石狩アグリケーション事業への参加、SNS 等を活用した新たな関係人口創出 |
| 30 代～40 代の農場レクリエーションに関心のある子育てファミリー層 | 市及び専用 WEB サイト、SNS、チラシ、メディアでの告知 | ・石狩ファームピクニックモニターツアーへの参加、石狩ファームガイドの担い手への昇華 |
| 石狩生産者と繋がりたい子育てファミリー層 | 専用アプリ、季刊誌、SNS、メディアでの告知 | ・石狩生産者及び農産物との継続的な関係性構築<br>・SNS 等を活用した新たな関係人口創出 |
| 20 代～40 代の石狩農産物に興味のある札幌圏の子育てファミリー層 | 市及び専用 WEB サイト、SNS、チラシ、メディアでの告知 | ・石狩生産者及び農産物との継続的な関係性構築<br>・SNS 等を活用した新たな関係人口創出 |

| | | |
|---|---|---|
| 20 代～40 代の北海道農産物に興味のある首都圏の OL 層 | 市及び専用 WEB サイト、SNS、チラシ、メディアでの告知 | ・石狩生産者及び農産物との継続的な関係性構築<br>・SNS 等を活用した新たな関係人口創出 |

## ④事業スケジュール




## ⑤取組の内容

＜取組の全体フロー＞



**【取組1　地域アグリファン連携創出プロジェクト】**

・石狩市農業とのライトな関係づくりを目指し、都市部の子育てファミリー層を対象に展開した。

| | |
|---|---|
| 「北海道食べる通信（2020 年夏号）」の発刊<br>※㈱グリーンストーリープラスによる協賛事業 | 石狩生産者にフォーカスした生産物付き季刊情報誌「北海道食べる通信 2020 夏号」を発刊し、特集冊子と共に特集生産者が栽培した、メロン、さくらんぼ等の生産物を販売（420 名が購入）。<br><br> |
| 「石狩フェア」「石狩ナイト」の開催 | 都内飲食店で、石狩食材を活用したメニュー（10 品）を一か月間で計 217 食提供。うち 1 日は同店を貸し切り、地域イベント「石狩ナイト」を開催し、WS 等に 20 人が参加。併せて石狩市の PR 媒体（観光パンフ、食べる通信冊子）の配架、石狩農産物の店内販売を行うなど、石狩食材を通じた関係人口創出を図った。<br><br> |
| 「出張高校生レストラン in 石狩」の開催 | 北海道内唯一の食物料理単科高校である三笠高校がレシピ開発及び調理を、藤女子大学及び札幌国際大学短期大学部の学生が集客チラシ作成や当日接客などを担い、石狩食材を活用したコース料理を提供するイベント「出張高校生レストラン in 石狩」を、２日間（各日 150 食限定）開催した。また開催に先立ち、７月 26 日に石狩市内生産者の元を巡る「地域フィールドワーク」等を実施。<br><br> |
| アプリを活用した地域生産者・農産物プロモーション | 石狩生産者及び生産物のファンづくりを目的に、㈱ポケットマルシェが展開するアプリを活用したプロモーションを実施し、全国の消費者への露出を図った。 |

**【取組2　石狩ファームピクニックプロジェクト】**

・石狩市農業とのミドルな関係を構築するため、主に札幌圏の子育てファミリー層を対象に、石狩市内農場をフィールドに、専属ファームガイドによるアテンドのもと、農場内散策や収穫体験、収穫野菜を使った料理教室をパッケージにした現地集合現地解散のモニターツアーの企画造成及び５回の開催、ファームガイド養成を行った。

| | |
|---|---|
| モニターツアー | 北海道十勝地方の取組「農場ピクニック」をモデルに、十勝で展開している企業のサポートも受けながら、石狩市内での展開を目指すステークホルダーが主体となって、全５回のモニターツアーを実施した。<br>ツアーには 62 人（大人 36 人、中学生以下 26 人※うち２名が道外からの参加者）の参加者があった。<br>モニターツアー参加者アンケートによると、回答者の約 55%が「特産品を購入したい」「ふるさと納税をしたい」と回答し、約 27%が「今後また地域を訪問したい」「二地域居住をしたい」と回答するなど、約８割強の回答者が今後も地域との関係性継続を希望している。<br><br> |
| ファームガイド養成講座 | ㈱いただきますカンパニーの十勝での展開ノウハウ、今回石狩で実施した展開ノウハウなどを共有しながら、実践的にファームガイドのスキルを学ぶ養成講座を２日間の日程で開催した。なお、新型コロナ感染防止のため、オンライン参加も可能とした。講座には７人の参加者があった。<br><br> |

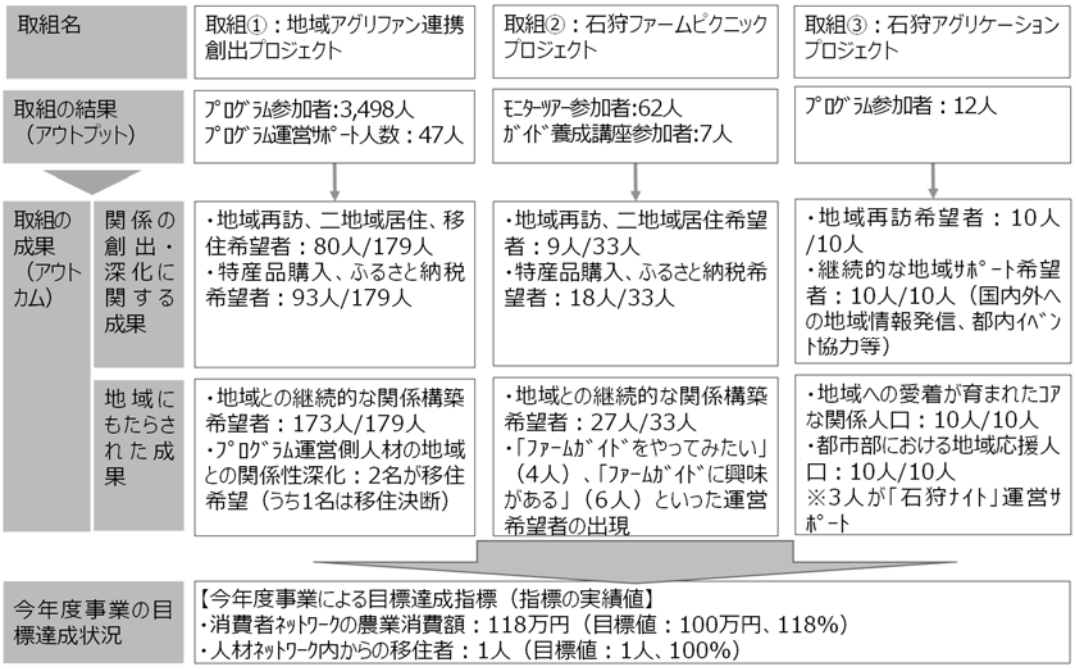
【取組3　石狩アグリケーションプロジェクト】

・石狩市農業とのコアな関係を構築するため、主に都市部の大学生やIT企業といった10代～40代を対象に、石狩市内の農村部に2020年７月～９月の期間中の任意の10日間以上滞在し、週に４～５日のアグリ（農作業）に従事、残りの時間はバケーション（農村休暇）やテレワークなどリアルな農村スローライフを体感できる「石狩アグリケーション」を展開した。
・地域外からは12人（道内４人、首都圏４人、関西圏２人、九州圏２人）、地域内からは32人（地域農家12人、WS参加等地域住民11人、運営９人）の参加があった。
・６月上旬よりHP等を中心に募集を開始し、８月中旬までに定員10人に対して12人の応募があり、募集を終了することとなった。期間中は、受入農家をはじめとした地域関係者との意見交換会を３回開催し、受入農家以外の地域関係者とも交流を深めることができた。また、参加者が主体的に地域住民向けのワークショップを開催したり、受入農家の子供達への家庭教師を担うなど、地域貢献の姿勢が垣間見られた。
・事業参加者アンケートによると、回答者全員が「今後地域を再訪したい」と回答するとともに、今後も継続して地域サポートを希望していることが判明した。実際に、10月29日に東京銀座で開催した地域交流イベント「石狩ナイト」でも首都圏在住者４人のうち３人がイベント当日の運営サポートを担うなど、地域との強固な繋がりが構築された。一方、受入農家ヒアリングでは、「今後も地域に遊びに来て欲しい」「石狩農業をSNS等でPRして欲しい」との声がそれぞれ75%、「来年もまた参加して欲しい」が50%と、地域受入側においても継続的な関係性を求めているとともに、そこを目指した受入を行っていたことが判明した。
・参加者属性は大学生が８人で平均滞在日数は12日強、JICA青年海外協力隊員が４人で平均滞在日数は28日弱であり、まとまった期間の従事を望む地域農業者としては、JICA青年海外協力隊員がマッチすることが実証できた。また、本取組も各種メディアへの露出が高く、注目を集める取組となった。次年度以降、横展開を図るため、また本取組により創出された関係人口との関係性を持続させるための仕組みを構築するための各種取組を実施した。



## ⑥事業成果

### 1) 取組ごとの成果発現プロセス




### 2) 本事業全体を通じた成果

・本事業では、都市住民と地域との関係の濃淡による入口を３段階設け、都市住民が望む段階から気軽に関わってもらいつつ、そこから関係性の深化を図るものであるが、参加者アンケートの結果から、関係度合いの高いプロジェクトに参加した人材の方が、次のステップへの意識が高いと実感した。

＜事業参加者アンケート結果＞

| 今後の関与意向 | 首都圏ﾌｪｱ（ﾗｲﾄ・弱） | 首都圏ｲﾍﾞﾝﾄ（ﾗｲﾄ・中） | 出張ﾚｽﾄﾗﾝ（ﾗｲﾄ・強） | ﾌｧｰﾑﾋﾟｸﾆｯｸ（ﾐﾄﾞﾙ） | ｱｸﾞﾘｹｰｼｮﾝ（ｺｱ） | 各事業ｽﾃｰｸﾎﾙﾀﾞｰ【事業参画者】 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 特産品購入等 | 64.30% | 50.00% | 51.00% | 54.60% | 0% | 11.80% | 47.30% |
| 訪問 | 28.60% | 42.90% | 45.00% | 21.20% | 100% | 82.40% | 45.60% |
| 移住・二地域居住 | 7.10% | 7.10% | 0% | 6.10% | 0% | 5.90% | 2.10% |
| その他 | 0% | 0% | 4.00% | 18. 2% | 0% | 0% | 5.00% |

・事業参加者だけでなく、事業に参画したステークホルダーも貴重な関係人口であることを実感した。実際に、ステークホルダーを対象としたアンケートでは地域の再訪意欲は高く、中には移住を決断した方もいた。こうした人材が、今後地域のインフルエンサーとなり、新たな関係人口創出を担う地域の案内人となることを期待している。

・令和３年１月に本事業に係る地域報告会を開催。参加者からは次年度以降も継続して取り組んでいきたいとの意見が多数を占め、継続した関係人口づくりに向けた地域の機運が高まってきていると感じた。

・各種メディアにおいて各取組が紹介されたことで、視察ヒアリングなどの申込も数件あり、実際に卒業論文やレポートのテーマになったケースが２件あるなど、プログラムの露出による新たな関係人口創出といった想定していなかった成果もあった。

## ⑦事業を通じた課題・気づき等

### 1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

・関係人口の創出に係る、参加者の内面を推し量る指標設定、有効な計測方法については、アンケートを用いて的確な効果検証を行うことができた。

### 2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・JA をメンターに据えたことで地元農業者との意思疎通などが円滑となり、石狩シェアハピシティ計画が中間支援機能を担ったことで、各種情報発信など外部人材へのアプローチが円滑となり、事業がスムーズに進捗した。

### 3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

・SNS やウェブを中心とした情報発信により、石狩ファームピクニックのターゲット層である札幌近郊の子育てファミリー層や、石狩アグリケーションのターゲット層である若年層の参加者を確保できた。一方、石狩アグリケーションのもう１つのターゲットであった IT 系人材の参加がなかったため、IT 系人材のニーズを再度把握する必要がある。

### 4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・３密を回避した農村地域での活動、農産物直販など、コロナによる意識変化や生活様式の変容ニーズに、本事業はマッチしていた。コロナ禍による都市離れを地域のチャンスと捉え、本事業で獲得した都市部の関係人口のニーズなどをきちんとピックアップし、次年度以降の取組へと繋げるとともに、関係人口への適切なフォローを継続実施していく。

## ⑧今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

### 1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

・今年度創出された関係人口に対し、次年度取組募集や地域情報の発信などインフルエンサーとしての役割を担ってもらうとともに、継続的な事業参加やサポートを促し、関係性の深化、地域の担い手への昇華へと繋げる。

### 2) 地域における関係人口への期待について

・地域農業の担い手減少、高齢化が課題であるが、コロナで「田園回帰」のトレンドが強まる中、地域農業者からは継続的に地域を訪れ、何らかの形で農業をサポートしてくれる人材を求める声が高まってきている。

### 3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・「石狩フェア」、「出張高校生レストラン」、「アプリによる農産物プロモーション」は次年度以降、JA 主体の独自事業にて継続予定。「ファームピクニック」は農泊事業者と連携した地域観光商品としての定着を模索中。

・「石狩アグリケーション」は、JICA や大学生特化型、新たに IT 系人材特化型など、ターゲットにより複数のバリエーションを次年度は設定し、実証事業として財団等の調査研究事業を活用して展開予定。

### 4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・本事業でメンターを担った JA が、関係人口と地域農業者とのコーディネーターとしての機能を果たし、本事業で中間支援機能を果たした石狩シェアハピシティ計画が、関係人口と地域との全体コーディネートや情報発信の機能を果たす見込みであり、同組織内の人材育成やさらなる体制強化の必要がある。