

兵庫県西宮市におけるオープンファーム開催を通じた体験事業づくり

兵庫県推薦都市農村交流アドバイザー（分野：商品開発）

光岡大介（ファームアンドカンパニー株式会社 代表取締役）

1 取組概要

- ・アドバイザー派遣事業を活用した、兵庫県のオープンファーム施設の開設に向けた生産者による体験事業づくりの伴走支援
- ・西宮市内の百貨店と連携したマルシェ開催、および親子向け農業体験の実施
- ・地域の生産者がマルシェや農業体験を通じて、顧客づくり・ファンづくりを行う仕組みづくり

2 取組地域の状況

2018 年より農業委員を務める兵庫県西宮市は、農家の大半が兼業農家で、高齢化が進み、担い手や後継者不足が課題である。それに伴って農地面積も年々減少している。西宮市の農業は都市近郊型で、耕作面積は比較的小さいが、消費地に近いという強みを持っている。そのため、大規模化を目指すよりは、都市部の消費者ニーズを捉えた安心・安全な野菜作り、直売等による新鮮な商品の流通、農に触れる体験提供、相互交流などが求められている。一方で専業農家を目指す就農者にとっては、日々の生産に追われ、流通整備や顧客との接点づくり、体験を含めた商品開発に注力するのは容易ではない。自分なりの農業経営の形を確立するまでに試行錯誤を続けるケースも多く、様々なサポートを必要としている。

3 具体的なアドバイス・取組内容

市内は農地が限られるため、物量や価格面で他地域・他産地との競争は難しい。また、丹波や淡路島のようなブランド力があるわけではないため、異なる作戦、差別化が必要である。

そこで、できるだけ顧客との接点を増やし、生産者とのつながり、関係性が購入動機となるように、各種取り組みを実施。具体的には、市内の百貨店で毎月開催するマルシェを基点に、親子向け農業体験や食事交流会などを企画開催し、顧客が生産者のファンになり、サポーターにまでなっていく道筋をコーディネート。



マルシェを通じて親しくなった生産者、百貨店スタッフ、お客様と定期的に食事交流会を開催（毎回約 40 名が参加）



百貨店と共同で、親子向けの農業体験イベントを年2回開催（植え付けと収穫&ピザづくり、毎回20～30名が参加）市内では他にも体験に特化した、農園主によるアテンド付き「ブルーベリー摘み取り園」を開園された新規就農者も。農業は生産現場としてだけでなく、都市住民の体験の場としても求められている。

4 取組の状況とその効果

これまでに西宮市内で新規就農した生産者3名を含めた4軒の生産者が定期的にマルシェに参加するようになり、販路づくりと共にファンづくりにも取り組んでいる。

中でも都市近郊である強みを活用し、消費者との接点を生み出す「オープンファーム」「農業体験」の取組は、参加者にとっても食や農に触れる貴重な機会となり、日々食事をしていてもあまり意識しなかった自然とのつながりや生産者の存在を感じるようになる。また子どもたちにとっては、農業や野菜だけでなく、そこにいる虫や花や流れる水、季節ごとの情景に強い好奇心を持って参加してくれているのを感じる。

一方生産者にとっては、顧客・参加者との交流が農業に対するやりがいを感じさせてくれる機会になるほか、関係性ができることで、安定した顧客・ファンづくりへとつながる。また、オープンファームや農業体験自体を収益性のある事業として実施することも可能であり、農地面積は小さくとも、収益性を高めることで、農業経営を継続・発展させることができる。

これらの取組により、生産者がやりがいをもって農業に向き合うことができれば、地域の農地が維持され、都市部の市民もまた農業に関心と接点を持ち続けることができる。

5 地域が変化するために必要なこと

必要なことは、地域の特徴や強みを活かした取り組みを継続して行うことであり、地域住民のニーズを捉えること。また、農業や農業者の役割を、生産して出荷することだけにとどめず、農業の持つ多面的な役割や魅力を様々な角度から活用することが大切である。そのためには、農業者以外の連携先や地域のプレーヤーとの連携も欠かせない。

6 アドバイザー自身のPR

これまでに20年以上かけて、3,000名以上の方を農漁業の現場にお連れし、生産者との交流を図ってきました。兵庫県をはじめ広域の関西圏は産地と消費地が比較的近い地域も多く、地産地消をベースに関係性やファンづくりを通じた取り組みが可能です。里山や産地を守っていくのは決して生産者やその地域の方たちだけではありません。より多くの人に関心を持ってもらうためにも、様々なきっかけと機会を生み出していくことが、ひいては安定した農業経営や地域づくりにつながります。ぜひその一歩を踏み出していきたいと考えています。