様式第8号・別紙1

令和２年度埼玉県共助社会づくり支援事業　事業実施報告書

法人名	特定非営利活動法人　北本市観光協会			
事業名	北本市の農家と農産物の魅力発信事業			
①事業の目的	北本市の年間を通した豊富な農作物を育てている農家への取材、農産物の魅力発信や、新規就農者への情報発信を行い、今後の観光農業の事業化と、それに伴う、農業生産額及び農家収入・所得の増加と、農家の世代交代の促進、新規就農者の増加など、遊休農地の活用と農業生産の活性化。			
②地域の状況（申請時）と課題	北本市では産業観光の活性化として、農業の活性化に取り組んでおり、近年では農産物ブランド化事業等、様々な事業を行っている。しかしながら、グローバル化の進行や農家の高齢化などの原因で、農家数は2000年の486戸から2015年の268戸へ減少、同じく経営耕地面積も減少を続けている。不耕作の遊休農地は増加しており、市では新規就農者募集等を行っているが、農家数の減少は続いている。北本市観光協会では、北本市の野菜や果樹などの新鮮な農産物が、北本市の重要な観光資源だと考えており、収穫体験イベントの開催など今までに農産物の魅力を発信するイベントを開催してきたが、新型コロナウイルスの影響もあり、新規イベントなどは開催が難しく、恒常的な農業の活性化には至っておらず、今後も不耕作地などの増加が予想される。 しかし、北本市の農家を細かく見ていくと、数百年続く昔ながらの農家や、年間100種類以上の野菜を減農薬のこだわりの栽培方法で栽培している農家など、歴史があり魅力的な農産物を栽培している農家が多数北本市にはいる。また、北本市の若手農家の団体「農業青年会議所」では、現在20名以上の会員がおり、近隣市では珍しく若手農家の連携がとれており、日々の農業経営に切磋琢磨して取り組んでいる。（2019年時点） 一方で、北本市では、農業にまつわる潜在的な魅力を、PR面でうまく発信できておらず、必要な情報が地域市民や新規就農希望者へと届いていない状況がある。また、栽培している野菜に関しても、品種が近隣と似たものが多く、北本市のオリジナルブランド野菜に認定されたのは、わずか2種類の野菜にとどまっている。 そこで、恒常的で効果的な北本市の農業の魅力発信と、新たなオリジナル農産物のブランド化を通して、今後の観光農業の事業化と、それに伴う、農業生産額及び農家収入・所得の増加と、農家の世代交代の促進、新規就農者の増加など、遊休農地の活用と農業生産の活性化を目的とした事業を行う。			
③事業の対象（者・もの） **※③～⑧の欄は、対象と内容が縦１列になるように記入してください。** ※列は対象の数に合わせて追加・削除してください。	北本市民及び近隣住民	北本市農業青年会議所 新規就農者や就農希望者 北本市		
④事業内容 ※③の対象ごとに具体的に実施した内容を記入してください。	①農産物のPRを目的とした、広報誌「&greenCALENDAR」の作成と、公民館などへの配布 ②農産物のPRを目的とした、農産物PR記事のWEBサイトへの連載 ③農産物のPRを目的とした、農産物PR記事のSNSでの掲載	本事業では、北本市の農家や行政と連携したネットワーク構築と、ブランド野菜の発掘と検討を目的とした、「きたもとで古来種野菜を探す」ワークショップを開催した。（全5回）参加者は、北本市や農業青年会議所に所属している、地元農家の他、一般参加者として、就農希望者や農に関心のある人を募集して行った。第1回目の開催では、市内に加え市外県外から17名が参加した。ワークショップでは、農産物のブランド化を目的に、古来種野菜をキーワードとして講師を招き、他地域での取組、農産物のストーリー作りと発信、地元農産物の発掘リサーチを、連続講座として行った。 古来種野菜‥代々種取をしているその土地固有の野菜。		
⑤事業実施による成果 ※④の事業により達成した成果を具体的に記入してください。	継続的に北本市の農産物の魅力をPRするネットワークや組織の構築 広報誌やWEBサイトでのPRを通した、北本の農家や農産物の知名度の向上・愛着などの醸成 農産物直売所の来訪者の増加	継続的に北本市の農産物の魅力をPRするネットワークや組織の構築 就農希望者とのネットワークの構築		
⑥成果の測定方法 ※⑤の成果を測定する方法を記入して下さい。	「&greenCALENDAR」で取材した農家へのヒアリング	勉強会ワークショップ参加者へのヒアリング フィールドワークを通した、古来種野菜の発掘		
⑦測定結果 ※⑥の内容を**詳細に記入**してください。	「&greenCALENDAR」を発行・WEBサイトに掲載して、約2週間から1か月の配布期間を経た後に、取材農家へ反響のヒアリングを行った。ヒアリング結果としては、各農家共に直売所への来訪者の増加や、実際に冊子を見て訪れた来訪者が多数いたとの意見があった。「&greenCALENDAR3号」で取り上げたさつまいも農家も「いとうふぁーむ」では、実際に冊子を発行したのちにSNS（Instagram）のフォロワー数が伸びており、例年とは比較にならないほど、サツマイモの売れ行きが好調であるとの意見があった。	ワークショップとして、市内の農家へヒアリングを行い、古来種野菜のリサーチを行った結果、北本市内の農家2軒で代々種取を行っている、古来種野菜が2種類発見された。（冬瓜、インゲン） また、第5回目のワークショップでは、参加者へ事業についてのヒアリングを行った。地元の農業者である、農業青年会議所の参加者からは、古来種野菜の事例を通して、ストーリー作りによるブランド化と高付加価値の農産物づくりの重要性が学べた。という意見や、その土地々々の風土と食の関係性が農産物のブランド化にとっても重要だと学べてよかった。との意見が多くあった。 加えて、就農希望者や、農に興味のある参加者からは、自然栽培や有機栽培に興味があり参加したが、北本の既存の農家さんとの交流もでき、ネットワークを作ることができて大変有意義であったとの意見		
⑧事業実施による課題解決の効果 ※どのような地域貢献ができたか、地域課題解決への効果等を具体的に記入してください。	関係者へのヒアリングと、実際の農産物や農家への取材から、農家の課題把握や農産物資源の発掘発信を行い、一体的かつ効果的なプロモーション活動を行った。本取り組みにより、北本の農家や農産物の知名度の向上・愛着などの醸成を図ることができた。また、農業青年会議所及び北本市、市内在住のデザイナー・ライターとの連携による、継続的に北本市の農産物の魅力をPRするネットワークチームの構築を行った。	本事業では、北本市の農家や行政と連携したネットワーク構築と、ブランド野菜の発掘と検討を目的として行ってきたが、実際に北本市内の農家で2種類の古来種野菜が発見された。今後の農産物ブランド化の核となる、古来種野菜が発見されたことは、事業初年度における成果と言える。また、勉強会ワークショップを通した、農産物のブランド化検討と就農希望者とのネットワーク構築だが、ヒアリング結果にもある通り、来年度に向けた土台となる、メンバー間の共有とネットワークを構築できた。 ただ、実施の農家フィールドワークをメインに実施する予定であった、2021年1月2月の会においては、新型コロナウイルス緊急事態宣言の影響により、現地での交流が制限され、参加者も市内近隣者のみとしたため、ネットワークの構築や交流が、一部実施できなかった。		

⑨事業実績

※取組実績について、その内容、実施時期、参加者等を具体的に記入してください。

※広報実績について時期、対象地域、方法、枚数・回数等を具体的に記入してください。

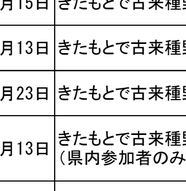
時　期	内　　容
10月24日	きたもとで古来種野菜を探すワークショップ　第1回開催「古来種野菜について学ぶ」 参加者17名
11月15日	きたもとで古来種野菜を探すワークショップ　第2回開催「聞き書きについて学ぶ」 参加者10名
12月13日	きたもとで古来種野菜を探すワークショップ　第3回開催「他の地域の事例や特産農産物を学ぶ」 参加者:10名
1月23日	きたもとで古来種野菜を探すワークショップ　第4回開催「農家リサーチ」（緊急事態宣言の影響で縮小開催） 参加者6名（県内参加者のみ）
2月13日	きたもとで古来種野菜を探すワークショップ　第5回開催「農家リサーチとまとめのヒアリング」（緊急事態宣言の影響で縮小開催） 参加者6名（県内参加者のみ）
7月	&greenCALENDAR7月号発行（1000枚）、市内公共施設等にて配布
9月	&greenCALENDAR第1号発行（500枚）、市内公共施設等にて配布
10月	&greenCALENDAR第2号発行（500枚）、市内公共施設等にて配布
1月	&greenCALENDAR第3号発行（1000枚）、市内公共施設等にて配布
1月	&greenCALENDAR第4号発行（5000枚）、市内公共施設等にて配布、北本市転入者約1400名に送付、市内すべての幼稚園保育園に送付

⑩連携先の名称と役割
※団体名、代表者名、担当課、担当者名、連絡先などを記入してください。
※連携先の数に合わせて、行を追加、削除してください。

連携先の名称	代表者名（役職等）	連絡先（担当課・担当者・電話等）	役割
北本市産業観光課	赤塚浩二　　課長	産業観光課　　髙田　菜月　　048-594-5532	北本市内農業者の紹介、取材や広報協力、ネットワーク構築のサポート、就農希望者情報などの共有
北本市農業青年会議所	新井弘明　　会長	北本市観光協会理事　　正木亨　　048-591-1473	ワークショップの共催・共同運営、ワークショップなどへの参加協力

⑪連携先との調整状況
役割分担・連携体制

※連携先団体とどの程度まで連携体制が構築できているか、図などで示してください。
別紙による提出も可
（Ａ４判１枚以内）



⑫費用面での工夫	印刷物などは、納期を長くとり、出来るだけ費用を圧縮できるように工夫を行った。 また、広報誌の印刷部数については、実際の配下状況をこまめに確認するなどして、適正な配布枚数を発注し、印刷費が無駄にならないような制作を心掛けた。
⑬事業の達成状況 ※③～⑫を踏まえ、事業全体としてどの程度まで目的を達成することができたか自己評価してください。	2020年中は広報誌の作成配布及び、ワークショップの開催について、概ねスケジュール通りに進み目的を達成できた。 2021年は緊急事態宣言の影響もあり、対面でのコミュニケーションなどが、制限された。その様な関係で、フィールドワークや取材、通常でのワークショップができない状況にあったため、交流から生まれるネットワークの作成や、成果測定のための、ヒアリングなどが、完全に実施することができなかった。そのため、目的達成が不明瞭になってしまった。
⑭今年度の反省点	緊急事態宣言中での事業推進について、縮小してのワークショップを開催したが、リモートでの開催検討など、状況に応じた事業構築ができなかった。 また、効果測定についても、関係性構築の目的もあり、ヒアリングでの聞き取りを行ったが、来年度以降の事業継続をする上での定量的な指標づくりの検討を同時に行う必要があった。
⑮来年度以降、この取組をどのように継続、発展させていくか	・来年度の実施に向けて、メンバーとのネットワークを構築し、事業の検証改善を図り、来年度以降も継続した事業として実施する ・広報誌の作成などでかかる経費については、本年度の事業を基として、協賛等で実施する。