

都市人材を農山漁村とつなぐ —多様な関わり方についての試論—

研究員 高木 英彰

目 次

- はじめに
- 農山漁村関わり創出事業と関係人口
- 最後に

1. はじめに

(1) 農業従事者の減少と対応の状況

改めて述べるまでもなく、我が国における「農業」の担い手、労働力不足は長年に亘る問題である。すでに農業生産者の高齢化に伴う大量離農期を迎えており、令和5年農業構造動態調査によれば、我が国の農業経営主の平均年齢は68.5歳、基幹的農業従事者の58.7%が70代となっており、今後10年でさらに急減し、食料安定供給の観点からも担い手不足がいよいよ深刻化するとみられる。その結果として農地集約が進展した面もある一方、荒廃農地の増加や、農業生産に関わる共同活動あるいは祭祀等の地域活動の維持の困難化等諸々の課題が発生しているのは周知のとおりである。このために、農業経営者を志す担い手の確保・育成は当然に重要な課題でありつつ、現在の高齢生産者等が営農を継続できるよう、スポット的にでも手助けしてくれる人材を募集する取組みも各地で進められている¹。また、この動きを国民運動に拡大させるべく、JA全農は農業参加のハードルを下げる「91農業」(今の生活に農的生活を1

割取り入れるライフスタイル)をPRしているところである²。

(2) 農村における対応：農村RMO

人手不足の事情は「農村」に関しても同様である。例えば現在、農林水産省および各都道府県の支援施策の下、農山漁村での農村型地域運営組織（農村RMO）の設立が増えている。農村RMOは、農用地保全、地域資源活用、生活支援を事業の3本柱としており、これまで営農組織や地域の加工・商業者、民生委員等の福祉関係者らによって個々に営まれてきた上記分野を、地域住民を中心となって横断的に運営することを目指している。それによって限られた地域の人手でもより効率的地域活性化・生活サービス維持を図るとともに、各事業の収益により持続的に地域課題への対応を展開することが期待されている。

農村RMO設立にあたっては、「○○地区地域づくり協議会」等の名称で組織を立ち上げ、住民向け説明会や住民参加型のワークショップ等を開催し、5年後、10年後の地域ビジョンをつくることを第一段階のステップとして

1 アルバイト募集、援農ボランティア、農福連携などが該当しよう。募集方法や実施形態については都道府県やJAによって様々であるが、近年ではスマートフォンの普及を背景とする単日アルバイトの登場は注目される。同様に労働参加者にとって制約の少ない短期間の農業従事の例として福岡県・大分県等における労働力支援システムが挙げられる（弊誌No.176の拙稿「農業における短期的労働力の確保－大分県における取組事例－」等を参照）。

2 JA全農「労働力支援・91農業」<https://www.zennoh.or.jp/about/future/cooperation/>

いる。そして地域ビジョンに基づき、具体的な実施施策を上記3項目（農用地保全、地域資源活用、生活支援）に沿って整理し、実行に移していくことになる。しかし、筆者が協議会での議論を拝見した限り「住民（特に現役世代）にも日々の生活がある中、生まれたアイディアを誰が実行に移せるのか」という点は依然付きまとった問題となっている。

したがって、農村RMO（地域づくり）においても外部人材のスポット的な招き入れは必要かつ活動推進に有効な手段であると考えられる。ただし、このような取組みでは「地域の交流疲れ」とも言われるよう、来訪者の

「お客様」的態度によって労多くして功少なしという状況もまま聞かれる。外部人材を、地域にも利益となる関係人口（後述）にしていくには、ただ募集するだけでなく、研修の実施等、一定の準備を施すことが必要となってくる。

2. 農山漁村関わり創出事業と関係人口

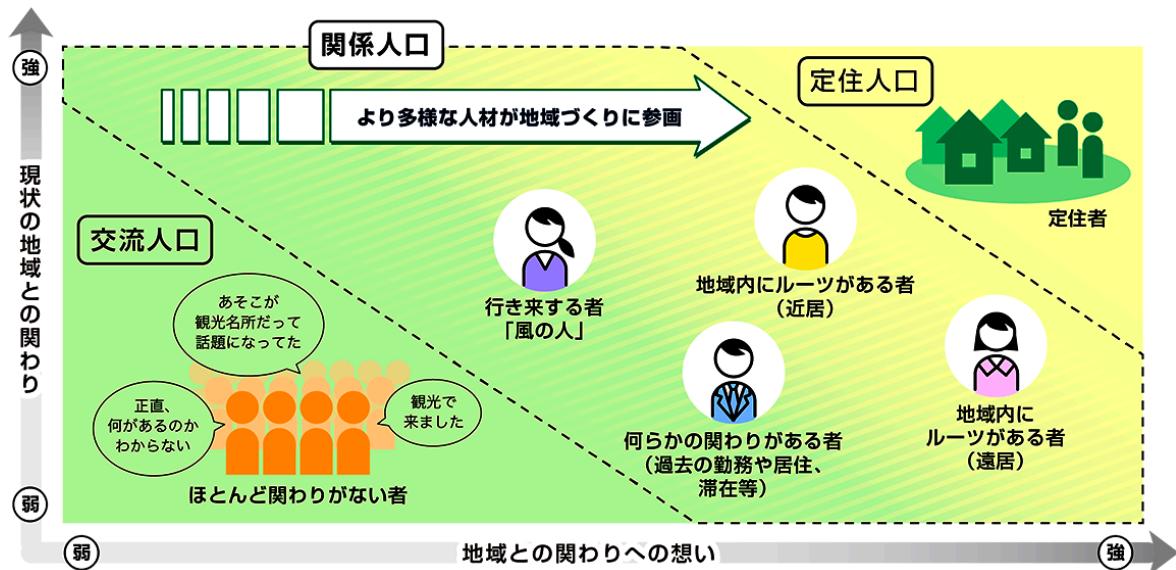
(1) 事業説明

現在、農林水産省では、農村RMOとは別施策として、農山漁村振興交付金の一環として農山漁村関わり創出事業³を実施し、多様な人材が農業・農村に関わることのできる仕組みの構築を目的に、都市と農村の間を取り持つ活動に携わる民間事業者への支援を行っている。これらの研修事業者は、多様な農山漁村との関わり方を具体的に提案し、定住人口および関係人口の創出につなげていることから、冒頭の課題に対しても貢献しうる取組みと期待できる。

(2) 関係人口とは

ここで改めて関係人口について簡単に説明する。定住者（特に農業に着目する場合は営農者や新規就農者）を「定住人口」、一般的な観光旅行者のように住民とのかかわりや地

(図 1) 関係人口説明図



(出所) 総務省「関係人口ポータルサイト」

<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html> (2024年7月19日閲覧)

3 農山漁村振興交付金（農山漁村発イノベーション対策 地域活性化型）のうち農山漁村関わり創出事業。研修内容については広報サイト「おためし農業.com」(<https://otameshi-agri.com/>) を参照されたい。

域に対する思い入れの低い者を「交流人口」とし、その中間的な存在を「関係人口」としている。関係人口には、定期的に地域產品を買って応援する者、ふるさと納税等で支援する者、出身者や昔居住していた者、その地域と別の地域を行ったり来たりしている者（二地域居住）などが含まれるが、こうした関わり方を図1のような「現状の地域との関わり」（行動面）と「地域との関わりへの想い」（意識面）の2軸でマッピングしようとすると、関係人口の中でもその強度には幅があることがわかる。このように曖昧であるがゆえに数量的な把握は困難であるが、しかし多様な地域との関わり方が地域にもたらす意義を認め、包含する概念として関係人口が用いられている。

（3）ターゲット層に基づく事業者マッピング

関わり創出の目的は、交流人口から関係人口へ、関係人口をさらに強度の高い関係人口へ、そして関係人口を定住人口へ、と図1の

右上への流れを促進することと言える。すると、研修事業のありかたは、関係人口の幅の広さゆえに、どういった層を募集ターゲットにするかで多様性が生まれる。そこで、研修事業者へのヒアリングをもとに、各研修事業者のマッピングを試みることとした⁴。各事業者の事業概要として下表も参照されたい。

まず、図2は図1に事業者の募集ターゲット層を重ねたものである。

事業者Aは、地方観光のひとつの商品として、農業体験や農村体験を組み込んでいる。これは、一次産業や農山漁村との縁が薄い人々が主要ターゲットと考えられる。いわばエントリー層に訴求できるモデルであり、自社会員を抱えていることから幅広い呼びかけができる強みとしている。

事業者Bは、DMO（観光地域づくり法人）⁵を擁する地域とともに、グリーンツーリズムによる受け入れを行う。しかし研修としては観光的要素も併せつつ地域の関係者とともに地域づくりに取り組んでおり、事業者Aに比

（表）各事業者の事業説明資料

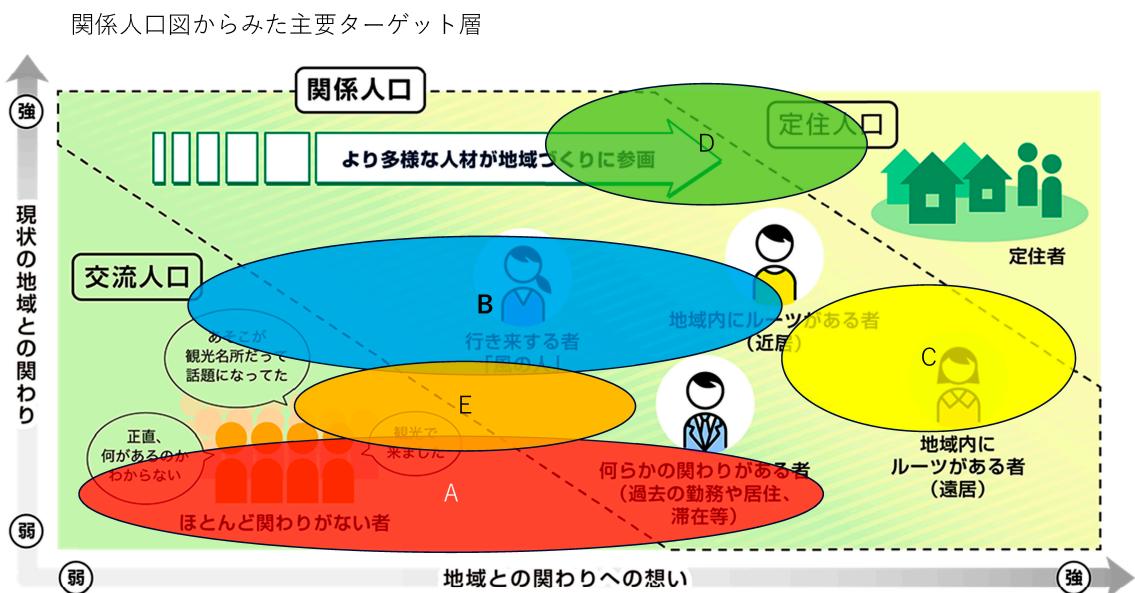
事業者	参加者の皆様へ	地域・自治体の皆様へ
A	農村体験を通じて農村の生活の豊かさを体感します。より良い生き方を探してみたい方におすすめです。	地域の暮らしの豊かさを体感してもらうことで、移住を検討してもらうきっかけとなります。移住者の実績もあります。
B	観光促進に取り組む地域とともに、地域づくりを考えます。より実践的に関わりたい方におすすめです。	農泊促進や地域資源の発掘など、観光基盤づくりにも特長があります。地域課題を通して、起業した方もいます。
C	地域住民の方々や地域づくりNPO等とともに、地域づくりの実践的な活動に取り組みます。深く地域に関わりたい方におすすめです。	地域の声に寄り添い、課題解決の方策をともに考えながら、真剣に課題に取り組む人材をつなぎます。
D	農村起業に向けたレクチャーや卒業生コミュニティを運営します。移住を目指す方や地域おこし協力隊員におすすめです。	農村起業の促進により移住者の定着を図ります。収入づくりに悩まれている方の利用をおすすめします。
E	地域からの依頼を受け、成果物を制作します。今のライフスタイルを変えずに、ご自身のスキルで社会貢献したい、課題解決にチャレンジしたい方におすすめです。	デザインやSNS戦略など、地域づくりにあたって必要な技術がない、プロに頼みたいという部分的なニーズに、プロジェクト型で依頼することができます。

（出所）筆者作成。なお本表は利用希望者が事業者を選択する際の参考資料の案として作成したものである。

4 マッピングは一次案であることから本稿では事業者名は伏せるが、いずれ受入れ地域や参加希望者がどの事業者を利用するかの検討材料になることを想定して作成したものである。

5 「地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔」となる法人（参照：観光庁 https://www.mlit.go.jp/kankoch/seisaku_seido/dmo/dmotoha.html 2024年7月19日閲覧）。

(図2) 事業ターゲット層と関係人口との重ね合わせ



(出所) 筆者作成

べると地域活性化や移住に関心がある者が対象となっていることから中位の関係人口がターゲット層と考えられる。

事業者Cは事業者Bにも近いが、より地域側の事情に寄り添い、地域課題に取り組む人材を厳選している。農山漁村に関心を持っているがこれから関わりをつくっていきたい者、より具体的には、地方移住を考え始めた者、大学で農業や地方創生、SDGs等について学び、論文作成や実践のために農山漁村に関わることを志す者などで、これからアクションを起こすという点で、関係人口の中でも意識面において中～高強度の層がターゲットと位置づけられる。

事業者Dは、移住を本格的に検討している者に対して、農村起業を指導しサポートする事業者である。農山漁村に移住し定着するには、言わずもがな如何に収入源をつくるかが重大な問題である。例えば地域おこし協力隊制度では任期後に自活できる事業を興すことが本来期待されるが、そのためには地域の特

性やビジネス手法を学ぶことが欠かせない。十分な収入をうみだせずに地域への想いは残して地域を離れてしまう事例もある。ここを支えるのが事業者Dの目的である。したがって、ターゲット層としては関係人口の中でも行動面も意識面も高強度の者をメインターゲットに定着に結び付ける役割に当たる。

事業者Eは、これまでの事業者に比べると異色である。職業上で培われた専門的スキルや経験（マーケティング、デザイン、Web制作等）を、社会貢献のために無償提供したいと考える人材（プロボノワーカー）を会員として募集している。こうしたボランティア活動は「プロボノ」（ラテン語で「公共善のために」）と呼ばれる。事業者Eは地域が手伝ってほしい要望をプラットフォームに掲載し、プロボノワーカーがそれに応募する形でマッチングがなされる。プロボノワーカーが現地に足を運ぶことは基本的に打合せ等必要な場合のみで、現在のライフスタイルを大きく変える必要がないため、関わりとしては軽度とい

える。また、プロボノワーカーの関わり強度を高める方向に促すというより、軽い関わりのままで農山漁村の支援者となれるという点は、先述の「91農業」の普及と同じ方向性と言えそうである。

(4) 事業内容に基づく事業者マッピング

このように事業者ごとに事業領域が異なることから、もう一点、別の軸で整理を試みた(図3)。縦軸には地域への関心度、横軸に事業内容をとった。

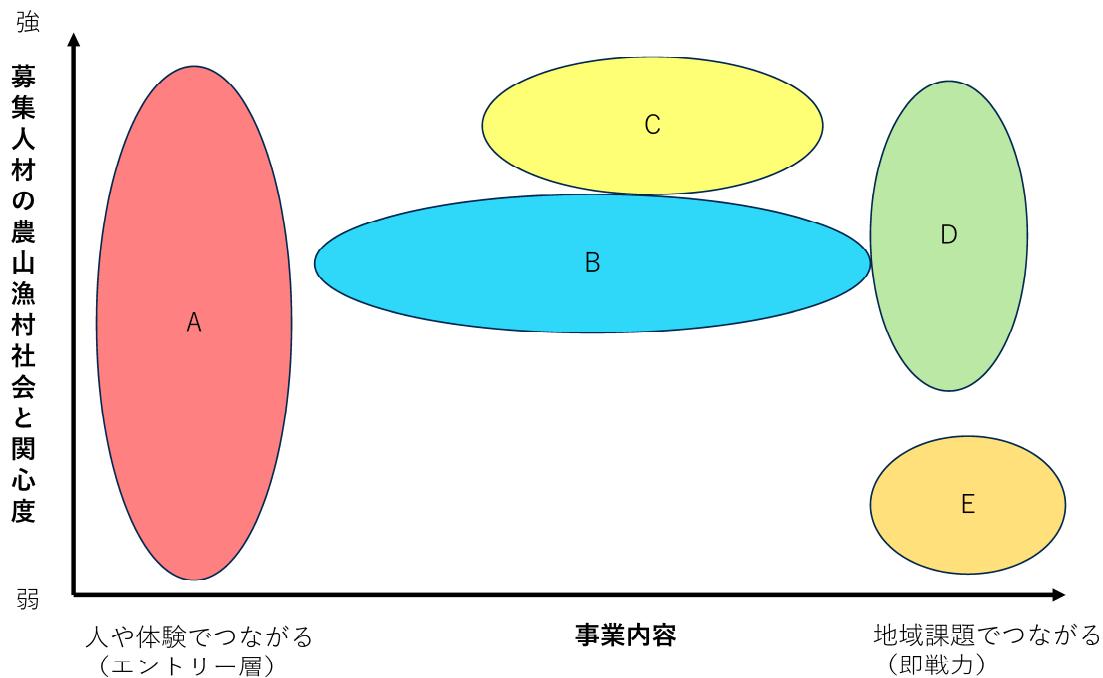
事業者Aは仕事体験を通じて農林水産業への関心を促したり、農林漁業者との縁をつないだりすることがメインテーマと言える。事業者B、Cは地域おこしや地域課題へのチャレンジに携わりながら、その活動の中で関係者との縁も深めていくことになる。そして事業者D、Eは人的つながりというより、起業や受注という地域課題を通じた農山漁村と

のつながりと位置づけられる。こうした多様なメニューが並ぶことは、利用者に関わり方の選択肢をもたらす。今回筆者が試作したマップの空白を埋めるような関わり方も今後発見されるかもしれない。今後の事業の発展に期待したい。

3. 最後に

農林水産省の農山漁村関わり創出事業においては、研修事業が自走化できるよう、採択事業者に対して交付金による2年間のサポートを行っている。筆者は令和5年度の同事業の下で各社の自走化に向けた進捗と課題の分析を目的としたヒアリングを行ったが、その内容に基づき筆者が検討したことを整理したもののが本稿である。対象の事業者のうち多くは就農や移住につなげるなどの実績も挙げている一方、収益源や募集の苦戦など課題も部分的に見られた。

(図3) 事業内容と事業ターゲット層



(出所) 筆者作成

また、実施地域を拡大するにあたっては地域側の受入れ体制が必須になることは言うまでもない。事業者は実施地域に地域コーディネーター（研修経験者など）を配置して、体制づくりや研修のテーマ設定等をサポートしていることが多いが、特に地域づくりに関しては自治体が、農業関連についてはJAが関与することで地域側の要望に沿ったプログラム化がより首尾よく進むものと考えられる。また研修事業者にはベンチャー企業も含まれることから、こうした事業者にとって自治体やJAとの連携は研修生募集にあたってPRに貢献するものと考えられる。

本稿ではマッピングにより関係人口創出の取組みにも多様な位置づけがあることを示した。地域の課題感や目的に応じて、適した事業の活用を検討されたい。

(謝辞)

本稿は農林水産省「令和5年度農山漁村振興交付金（農山漁村発イノベーション対策地域活性化型）」のうち農山漁村関わり創出事業の一環として、情報発信を担当した株式会社時事通信社から業務委託を受け、その成果の一部を活用したレポートである。本稿執筆にあたりコメント並びに取材にご協力くださった農林水産省農村振興局農村政策部 都市農村交流課と時事通信社に感謝申し上げる。