

テーマをもった特産農地活用

数値目標

コラボ商品の開発（年1つ）
（担い手同士の連携）
耕作放棄地の減少
（集落行事の参加数）

前回までの意見

課題

- ・資源同士の活用ができていない
- ・地域の魅力としての商品がPRできていない
- ・売り先の確保

取り組みの方向性

- ・地域内の情報キャッチボールの場づくりが必要
- ・今あるブランド・担い手同士の連携（生産から加工、販売までの体験）

重点プロジェクト

コラボ商品の展開

- （生産・加工・販売）+α
→都会の人・子どもに夢前の面白さを
知ってもらい、ファンになってもらう
- 学校給食に使用
→子どもたちに味を伝えて地域への理
解を深めてもらう
- クレソン・みつまたの栽培

地域イメージづくり

- ぼたん株の植樹
- ライトアップ（シーズン企画）

荒地・農地の活用

- がんび、ナツメ、ザクロの栽培

実施体制

■カット野菜をつくる（1人暮らし向け）

例）特色のある鍋の材料

■高級白あずきの活用

生産：JA（進藤さん）、村上ポーター

生産：ホンモノを生み出す場

■野菜の収穫体験

- ・中野ファーム
- ・ファーマーズヤード
- ・ひょうご伝来種保存会
- ・村上ポーター
- ・安富ゆず組合
- ・農家（飯塚さん、橋本さん、進藤さん）
- ・中はりま森林組合（地域材）

加工：創造の場

- ・企業（化粧品、石鹸）
- ・安富ゆず組合
- ・姫そだちブランド

販売：伝える場

■カット野菜の販売

- ・静かな向かい風（卵かけごはん提供）
- ・ホテルシーショリゾート
（取引先：中野ファーム）
- ・Mama n（取引先：ファーマーズヤード）

情報発信・共有の場づくり

- 地域情報の受発信集約基地の設置
- 商品紹介、意見交換、+αの提案

農林業班（B班）

前回までの意見

- ・北部地域に人を呼ぶために、ここにしかないものを発見する必要がある
- ・山の管理の知識・技術不足
- ・多様な販路の確保
- ・有機、無農薬への取り組みを拡大させ、所得向上につなげる必要がある
- ・農家（ヒト）の特徴を伝えるツールの活用



目的意識を忘れずに！
・人材確保 ・流通拡大



森林整備・維持管理・人材育成

- 幹線林道の整備
- 間伐の実施
- ペレットの生産などバイオマスへの供給
- 植林、木の育成、管理
- 施業は森林組合、補助金は市・県・国、指導関係は市・県に頼む

地域資源（ヒト）の再発見と情報発信

- 地域資源を発掘・整理して発信する
- ① 地域資源のルール（ならではの素材 etc）や発信の基準（毎日更新 etc）を決める
- ② 昔話や地元の口コミから情報を整理していく（名物おじいさんおばあさんに光を当てる）
- ③ SNSで発信、とりあえず100個！（得意分野によって、文章・写真など要・役割分担）
- ④ 成果がまとまってきたらツールづくりに取り組む
- 南部など他の地域も巻き込んで取り組む
- 分野別（農業・林業など）や地域別で分けて取り組む
- 取り組みを、発掘の準備段階からタイムリーに発信してアピールしていく

野菜を作り広める

- 「北部といえばコレ」というモノを決める（例：菊芋、バターナッツ etc）
- イベントなどで販売・発信する（×個々、○連携）

持続可能な農林業

- 農家も山へ行く
- 堆肥、おが屑・チップ、竹などを農家が見えるようにする
→有機野菜、無農薬野菜をつくる（個々の商品価値向上へ）

北部地域の拠点づくり

- メインターゲットは地域外
- 今は個々で販売しているのを集約して販売する



