

2. 「企業連携」モデルツアー

(1) 企業のOB会組織内での募集ツアー

ア. 実施内容

足助地区コース（2月13日）

時間	行動
9:00	組合会館前を出発 三州足助屋敷の見学、五平もち作り体験
11:30	昼食の後、「中馬のおひなさん」で賑わう足助の散策へ
15:30	帰着後、解散

< 行程概要 >

足助の中心部にある「三州足助屋敷」内で五平もち作りを体験。米をついて、木べらに形をつくり、炭で焼く。天候に恵まれ、出来たての餅を外で食べることができた。そばと鮎の塩焼きの昼食の後、各家に雛人形が飾られた街並みの散策を楽しんだ。



< 参加者の様子など >

- ・家でよく五平もちを作っているという参加者から、初めて作るというという参加者まで、指導を受けながら真剣な眼差しで焼けるのを見守り、アツアツのものを美味しそうに食べていた。



稲武地区コース（2月14日）

時間	行動
8:00	組合会館前を出発 「どんぐり工房」に到着後、うどん作り体験 わら細工体験
16:30	帰着後、解散

< 行程概要 >

稲武地区の体験施設「どんぐり工房」にて、うどん作り体験を行い、作ったうどんと五平もちの昼食を取った。昼食後、わら細工体験を行い、亀を作った。



<参加者の様子など>

- ・うどん作りは、粉からはじめ、力をたくさん使うので大変そうだったが、慣れるにつれ、楽しそうにやっていた。
- ・わら細工は、民芸品の手作業の難しさに苦労していた。参加者それぞれに個性的な作品に仕上げていた。
- ・地域の方との交流を、参加者一同楽しんでいた。

旭地区コース（2月16日）

時間	行動
8:30	組合会館前を出発
9:40	旭地区の古民家に到着。各種体験 (五平もち作り、こんにゃく作り、豆腐作り)
16:30	帰着後、解散

<行程概要>

旭地区の太田町で、日頃から町外からの来訪者との交流などに活用されている空き農家を使い、五平もち作り等の各種体験プログラムを実施した。昼食は、作った五平もちと、地元野菜を使った猪汁、こんにゃくの刺身などの郷土料理を味わった。

<参加者の様子など>

- ・特にレシピがあるわけではないが、地元の人々との会話を楽しみながら、それぞれの方法で料理作りしていた。
- ・豆腐作りは失敗してうまくできなかったようだが、それもまた楽しい経験になったようだった。
- ・同じ豊田市内で、このような生活体験ができることに、参加者の多くは、新しい発見をしていたようだった。



小原地区コース（2月22日）

時間	行動
8:30	組合会館前を出発 小原地区の西村自然農園に到着。各種体験 (野草探し、豆腐作り、など)
16:00	帰着後、解散

< 行程概要 >

小原地区で自然体験や無農薬野菜料理などを提供している「西村自然農園」を訪問し、周辺の散策や郷土料理作りなどの体験を行った。昼食は、周辺で取れた野草の天ぷらやこんにゃくなどの自然食を味わった。

< 参加者の様子など >

- ・施設のオーナーから受ける説明を、参加者はメモを取るなどして真剣に聞き入っていた。
- ・野草探しを行ったが、時期が少し早いこともあり、見つけることに苦労していた。



下山地区コース（2月22日）

時間	行動
9:00	組合会館前を出発
10:00	下山地区の「山遊里」に到着。各種体験 (ソーセージ作り、五平もち作り、みそ作り)
14:15	「香恋の館」にて絵手紙制作体験
16:30	帰着後、解散

< 行程概要 >

下山地区の体験施設「山遊里」を訪れ、ソーセージ作りを約1時間で実施。その後、五平もちを作り、外で焼いて昼食を取った。午後はみそ作り体験の後、「香恋の館」に移動して絵手紙制作の体験を行った。

< 参加者の様子など >

- ・参加者はそれぞれ、初めての方や昔を思い出しながら、時間を忘れて楽しそうに作っていた。
- ・1回の日帰旅行で、ソーセージ・五平もち・みそ作りと、絵手紙の制作など盛り沢山で充実した内容であり、好評であった。



イ．参加者アンケート結果

(ア) 調査方法等

調査対象：ツアー参加者

調査方法：ツアー終了後に配布、その場で記入回収

回答数：58件

調査項目：参加動機、今後の参加意向、都市農山村交流について、等

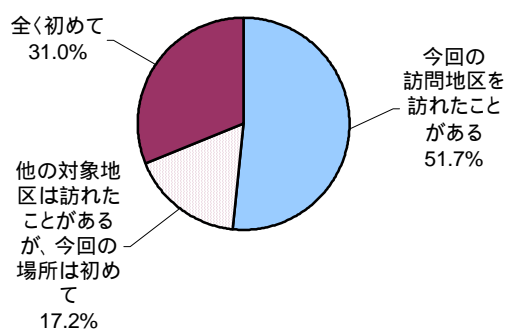
(イ) 結果概要

問1 今回参加のツアーについて

訪問地周辺への来訪経験

- ・51.7%と約半数が「今回の訪問地を訪れたことがある」一方で、31.0%が「全く初めて」としており、市内でありながら農山村部を訪れたことのない回答者も多い。

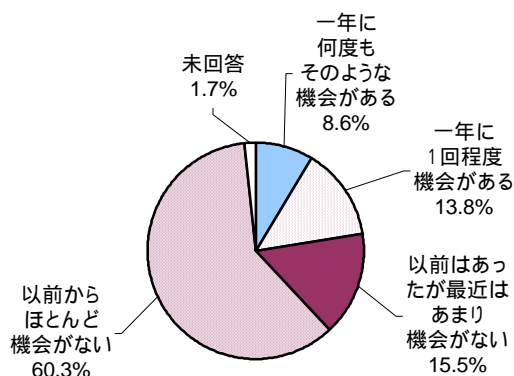
(N=58)	
今回の訪問地を訪れたことがある	30 (51.7%)
他の対象地区は訪れたことがあるが、今回の場所は初めて	10 (17.2%)
全く初めて	18 (31.0%)
計	58 (100.0%)



農山村での自然体験、農林業体験、生活文化体験などを行う機会

- ・「以前からほとんど機会がない」が60.3%と最も多い。1年に1～数回程度「ある」とした回答はあわせて20%強と少ない。

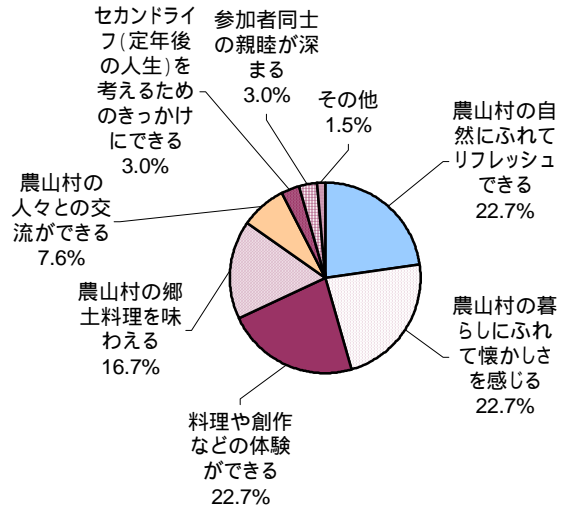
(N=58)	
一年に何度もそのような機会がある	5 (8.6%)
一年に1回程度機会がある	8 (13.8%)
以前はあったが最近あまり機会がない	9 (15.5%)
以前からほとんど機会がない	35 (60.3%)
未回答	1 (1.7%)
計	58 (100.0%)



最も期待したこと

- ・「農山村の自然にふれてリフレッシュできる」「農山村の暮らしにふれて懐かしさを感じる」「料理や創作などの体験ができる」が、それぞれ22.7%で多い。
- ・一方で、「セカンドライフを考えるためのきっかけにできる」との回答は2名のみから得られた。

(N=66)	
農山村の自然にふれてリフレッシュできる	15 (22.7%)
農山村の暮らしにふれて懐かしさを感じる	15 (22.7%)
料理や創作などの体験ができる	15 (22.7%)
農山村の郷土料理を味わえる	11 (16.7%)
農山村の人々との交流ができる	5 (7.6%)
セカンドライフ(定年後の人生)を考えるためのきっかけにできる	2 (3.0%)
参加者同士の親睦が深まる	2 (3.0%)
その他	1 (1.5%)
計	66 (100.0%)

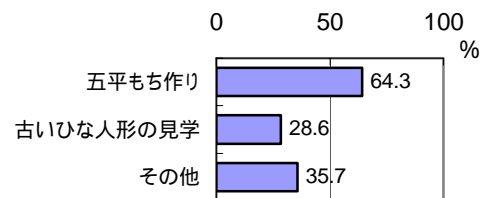


最も印象に残った(良かった)こと

- ・足助で「五平もち作り」、稲武で「うどん作り」、旭で「こんにゃく作り」、小原で「豆腐作り」、下山で「ソーセージ作り」の回答が、それぞれ多い。郷土料理等の創作を昼食に合わせて実施するものの人気が高いことが窺われる。

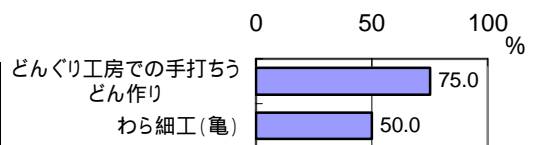
< 足助コース >

(N=14)	
五平もち作り	9 (64.3%)
古いひな人形の見学	4 (28.6%)
その他	5 (35.7%)
計	18



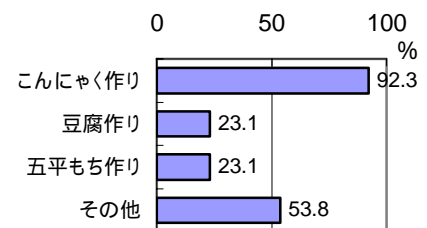
< 稲武コース >

(N=8)	
どんぐり工房での手打ちうどん作り	6 (75.0%)
わら細工(亀)	4 (50.0%)
計	10



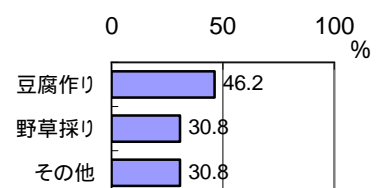
< 旭コース >

(N=13)	
こんにゃく作り	12 (92.3%)
豆腐作り	3 (23.1%)
五平もち作り	3 (23.1%)
その他	7 (53.8%)
計	25



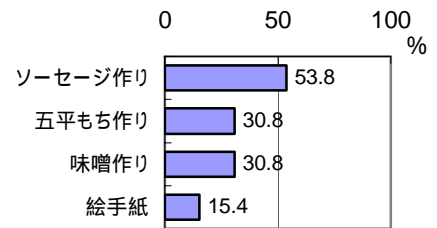
< 小原コース >

(N=12)	
豆腐作り	6 (46.2%)
野草採り	4 (30.8%)
その他	4 (30.8%)
計	14



< 下山コース >

		(N=11)
ソーセージ作り	7	(53.8%)
五平もち作り	4	(30.8%)
味噌作り	4	(30.8%)
絵手紙	2	(15.4%)
計	17	



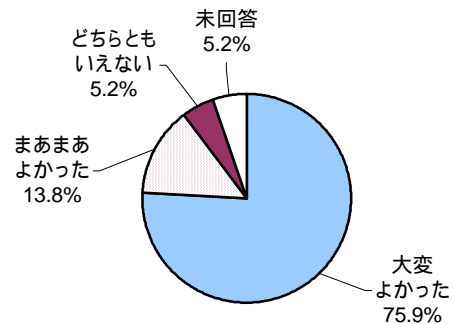
さらに改善すべきこと

- ・体験プログラムの説明方法や、全体の行程スケジュールについての意見が多い。

ツアーの評価

- ・「大変良かった」が75.9%であるなど、全体的に評価は高い。
- ・良かった理由としては、体験の内容が充実していたというものが多い。

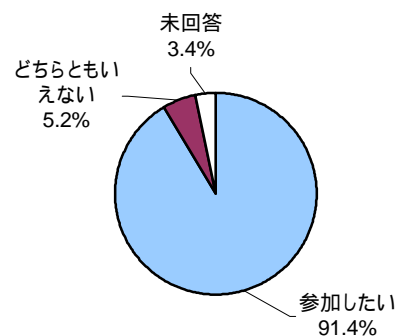
		(N=58)
大変よかった	44	(75.9%)
まあまあよかった	8	(13.8%)
どちらともいえない	3	(5.2%)
あまりよくなかった	0	(0.0%)
よくなかった	0	(0.0%)
未回答	3	(5.2%)
計	58	(100.0%)



今後の参加意向

- ・「参加したい」が91.4%を占めており、参加意向は高い。
- ・理由として、「体験が楽しかった」「自然にふれたい」などが多く挙げられている。

		(N=58)
参加したい	53	(91.4%)
参加したくない	0	(0.0%)
どちらともいえない	3	(5.2%)
未回答	2	(3.4%)
計	58	(100.0%)



今後実施を希望するツアー内容や体験

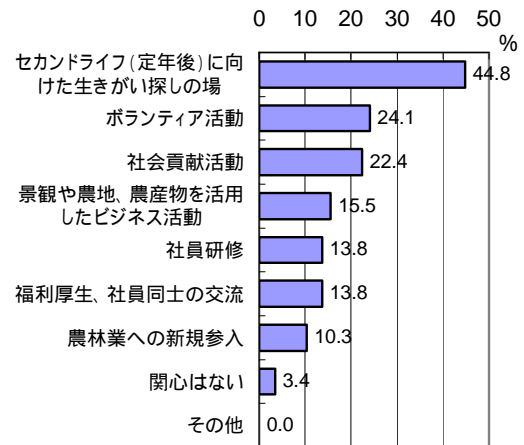
- ・創作体験や農山村に滞在しての農業体験などが挙げられている。

問2 都市と農山村交流における企業の役割について

会社に期待すること

- ・「セカンドライフに向けた生きがい探しの場」が44.8%と最も多い。
- ・一方、「社員研修」や「福利厚生、社員同士の交流」は13.8%に止まっている。

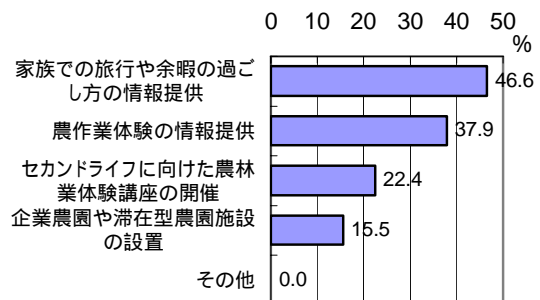
(N=58)	
セカンドライフ(定年後)に向けた生きがい探しの場	26 (44.8%)
ボランティア活動	14 (24.1%)
社会貢献活動	13 (22.4%)
景観や農地、農産物を活用したビジネス活動	9 (15.5%)
社員研修	8 (13.8%)
福利厚生、社員同士の交流	8 (13.8%)
農林業への新規参入	6 (10.3%)
関心はない	2 (3.4%)
その他	0 (0.0%)
計	86



希望するメニュー

- ・「家族での旅行や余暇の過ごし方の情報提供」が46.6%と最も多く、次いで「農作業体験の情報提供」37.9%などとなっており、自分達で行う活動の「情報提供」を求めるものが多い。

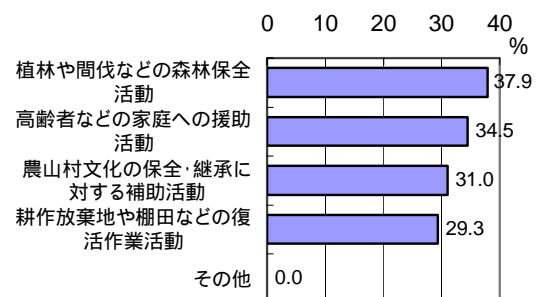
(N=58)	
家族での旅行や余暇の過ごし方の情報提供	27 (46.6%)
農作業体験の情報提供	22 (37.9%)
セカンドライフに向けた農林業体験講座の開催	13 (22.4%)
企業農園や滞在型農園施設の設置	9 (15.5%)
その他	0 (0.0%)
計	71



企業の社会貢献やイメージアップにつながるもの

- ・例示としてあげたものは、いずれも30%前後の回答を得ている。最も多いのは「植林や間伐などの森林保全活動」で37.9%となっている。

(N=58)	
植林や間伐などの森林保全活動	22 (37.9%)
高齢者などの家庭への援助活動	20 (34.5%)
農山村文化の保全・継承に対する補助活動	18 (31.0%)
耕作放棄地や棚田などの復活作業活動	17 (29.3%)
その他	0 (0.0%)
計	77

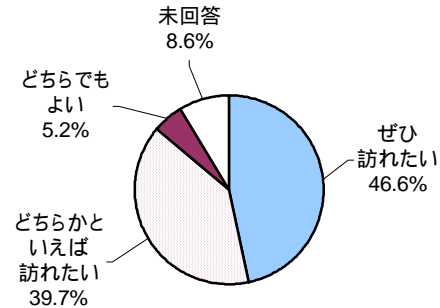


問3 都市と農山村の交流促進に向けて

農山村地域への来訪意向

- ・「ぜひ訪れたい」46.6%、「どちらかといえば訪れたい」39.7%となっており、大半の参加者が農山村への来訪意向を有している。

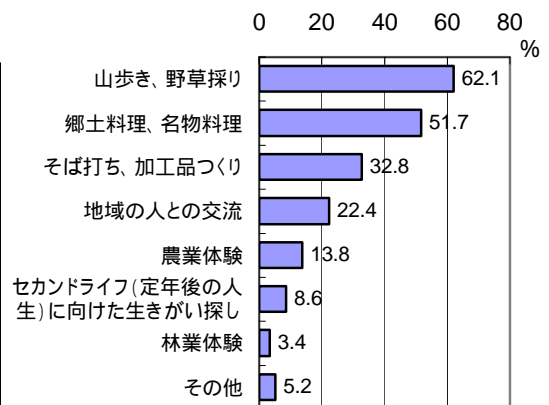
ぜひ訪れたい	27 (46.6%)
どちらかといえば訪れたい	23 (39.7%)
どちらでもよい	3 (5.2%)
あまり訪れたくない	0 (0.0%)
訪れたくない	0 (0.0%)
未回答	5 (8.6%)
計	58 (100.0%)



農山村を訪れたい理由

- ・「山歩き、野草採り」が62.1%と最も多く、次いで「郷土料理、名物料理」51.7%、「そば打ち、加工品づくり」32.8%、などとなっている。農山村の自然や産品に直接触れることへの期待が高いことが窺われる。

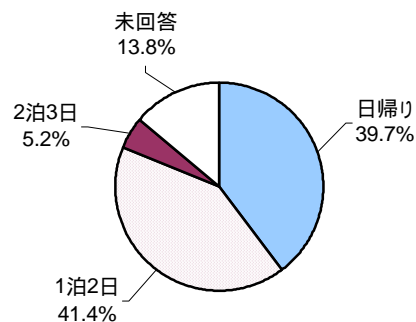
山歩き、野草採り	36 (62.1%)
郷土料理、名物料理	30 (51.7%)
そば打ち、加工品づくり	19 (32.8%)
地域の人との交流	13 (22.4%)
農業体験	8 (13.8%)
セカンドライフ(定年後の人生)に向けた生きがい探し	5 (8.6%)
林業体験	2 (3.4%)
その他	3 (5.2%)
計	116



理想の訪問期間

- ・「1泊2日」41.4%、「日帰り」39.7%となっており、あわせて8割以上を占める。短期間の滞在が求められているといえる。

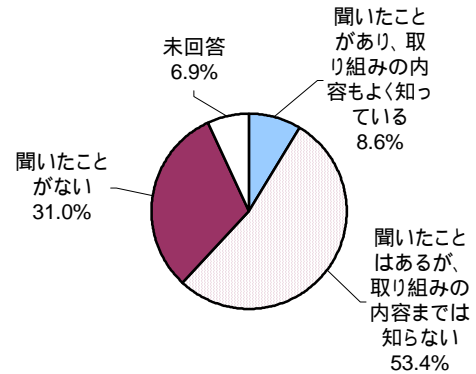
日帰り	23 (39.7%)
1泊2日	24 (41.4%)
2泊3日	3 (5.2%)
3泊4日以上	0 (0.0%)
未回答	8 (13.8%)
計	58 (100.0%)



「都市と農山村の共生」の認知度

- ・「聞いたことはあるが取組の内容までは知らない」が53.4%を占める一方、「取組の内容もよく知っている」は8.6%と少ない。フレーズの認知度は一定程度みられるが、内容の周知までは十分にされていないと考えられる。

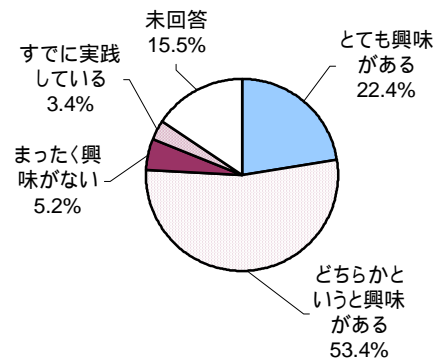
聞いたことがあり、取組の内容もよく知っている	5 (8.6%)
聞いたことはあるが、取組の内容までは知らない	31 (53.4%)
聞いたことがない	18 (31.0%)
未回答	4 (6.9%)
計	58 (100.0%)



農山村での生活や農林業体験の実践意向

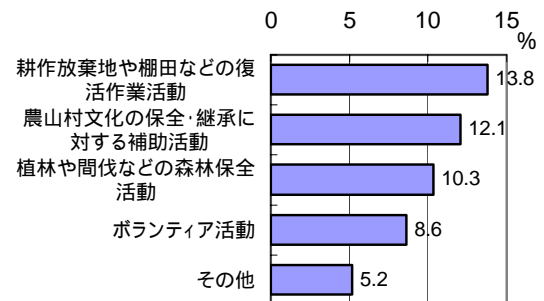
- ・「どちらかというに興味がある」が53.4%と半数以上を占める。一方、「既に実践している」は3.4%に止まっている。緩やかな興味はあるが、実践にむけて積極的に情報収集等を行うところまでは至っていないことが窺われる。
- ・「興味がある」「実践している」内容としては、「耕作放棄地や棚田などの復活作業活動」や「農山村文化の保全・継承に対する補助活動」などが多い。

とても興味がある	13 (22.4%)
どちらかという興味がある	31 (53.4%)
まったく興味がない	3 (5.2%)
すでに実践している	2 (3.4%)
未回答	9 (15.5%)
計	58 (100.0%)



「興味がある」「実践している」内容

耕作放棄地や棚田などの復活作業活動	8 (13.8%)
農山村文化の保全・継承に対する補助活動	7 (12.1%)
植林や間伐などの森林保全活動	6 (10.3%)
ボランティア活動	5 (8.6%)
その他	3 (5.2%)
計	29

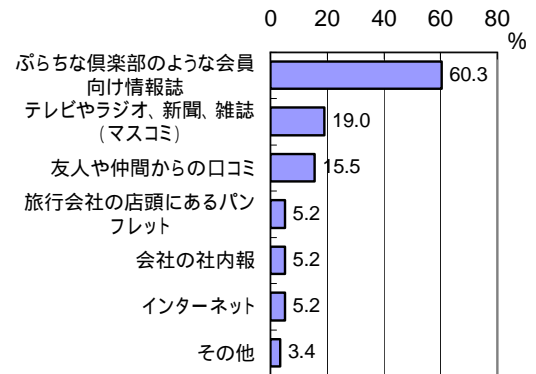


情報の入手手段

- ・「ぶらちな倶楽部のような会員向け情報誌」が 60.3%と最も多い。この他では、「テレビやラジオ、新聞、雑誌(マスコミ)」が 19.0%、「友人や仲間からの口コミ」が 15.5%、などとなっている。

(N=58)

ぶらちな倶楽部のような会員向け情報誌	35 (60.3%)
テレビやラジオ、新聞、雑誌(マスコミ)	11 (19.0%)
友人や仲間からの口コミ	9 (15.5%)
旅行会社の店頭にあるパンフレット	3 (5.2%)
会社の社内報	3 (5.2%)
インターネット	3 (5.2%)
その他	2 (3.4%)
計	66

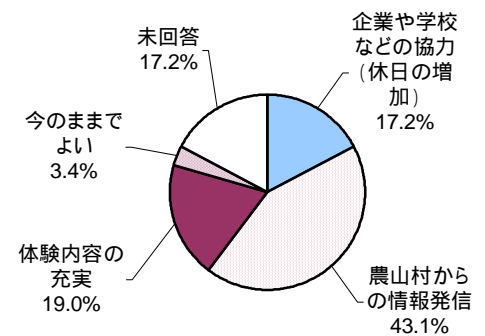


都市部と農山村部の交流促進に必要なもの

- ・「農山村からの情報発信」が 43.1%と最も多い。次いで「体験内容の充実」19.0%、「企業や学校などの協力(休日の増加)」17.2%、などとなっている。

(N=58)

企業や学校などの協力(休日の増加)	10 (17.2%)
農山村からの情報発信	25 (43.1%)
体験内容の充実	11 (19.0%)
今のままでよい	2 (3.4%)
その他	0 (0.0%)
未回答	10 (17.2%)
計	58 (100.0%)



ウ．実施結果まとめ

今回のツアーは、自動車製造業のOB会組織を通じて募集した。この組織では、退職後の社員や家族向けに、趣味やカルチャー、スポーツ、健康増進など様々なメニューを提供しており、今回はその一つとして各地区での農山村体験ツアーを提供したところ、5コース計で58名の参加があった。中には、複数のコースを体験した参加者もあった。

日頃は農山村地域へ訪問する機会があまりない参加者が、自然や暮らしに触れてリフレッシュすることや郷土料理などに期待して参加したようであった。各体験プログラムが充実していたことなどについて、高く評価している。

都市と農山村交流においての企業の役割としては、セカンドライフに向けた生きがい探しの場の提供という意見が多く、余暇の過ごし方についての情報提供が求められている。

また、農山村での生活や農林業体験には興味があるが、実際に行っているという参加者は少なく、実践にむけて積極的に情報収集等を行うまでには至っていないことが窺われる。

このように、全体的に今後も機会があれば何らかの農山村体験に参加したいという意向は強い。さらなる促進のためには、参加しやすい機会の提供と、企業のOB会組織などを通じての情報提供が求められている。

(2)人事福利厚生担当者対象の研修モデルツアー

ア．実施内容

実施日：2月22日

時間	行動
8:30	豊田市役所前を出発
10:00	稲武地区・黒田湖畔の市有林に到着 オリエンテーション、伐倒作業体験 昼食の後、枝打ち作業体験
14:30	「どんぐりの館」へ 入浴、休憩等
17:00	市役所前に帰着後、解散

<行程概要>

稲武地区の黒田湖畔にある市有林を訪問し、間伐体験を行った。地区の森林ボランティア「どんぐりの里・森づくりの会」のメンバーの指導により、人工林の間伐がなぜ必要なのか、安全作業の心得等のレクチャーを受けた後、山に入って作業を開始。のこぎりを使っての伐倒作業や、枝打ちなどの作業を体験した。



<参加者の様子など>

- ・参加者はいずれも市内の製造業に勤めており、自前のヘルメットを持参するなど、屋外作業に慣れた感じではあったが、ノコギリを使って木を倒すという体験は初めてで、切り方などに苦労していた。しかしながら、苦労して木を倒した時の喜びを味わっていた。
- ・安全のために守るべきルール、環境への意識づけ、作業の達成感など、組織で活動するために必要な事項を改めて学ぶことができることから、企業の新人研修などで活用出来るのではないかという感想を持たれたようだった。



イ．実施結果のまとめ

今回のツアーは、市内に事業所を有する企業に対して 12 月に実施したアンケート調査にあわせて募集し、3 企業から人事担当者等の参加があった。

参加者が期待した点は、「自社の研修プログラムとして採用できるかどうか」や、「企業の CSR の一環として活動出来るか」などについて、その可能性を検討するというものであり、その点では大変参考になったとの評価が高い。

中でも、「間伐の意義」についての説明が、印象に残ったようである。

各参加者とも、企業の研修メニューとして、「取り入れたい」という意向を持っている。特に、4 月が新入社員教育の時期であるが、間伐体験を行うにも適当な時期であり、検討が可能とのことである。インストラクター一人あたりの受入人数（4～5 名程度までが適当）や、全体の運営方法など、受講者の人数によって体制を整える必要はあるが、検討できる。

また、研修のプログラムとして、初級～上級などのステップを踏んだものを設定するべきではという意見もあった。1 回で終わるのではなく、2 回、3 回と繰り返し訪れることになり、最初は新入社員研修で行い、次回は中堅社員向け研修として行ったり、プライベートのレクリエーションとしての体験も考えられる。

一方、企業を離れて後の「セカンドライフ」の一環としても、参加者は関心を持っていた。企業として主体的に研修を行うまで至らなくても、これらの体験プログラムの情報提供を行うことなどはできるのでは、との意見もあった。

企業の研修プログラムとして、このような農林業体験を導入する際に必要と思われることとしては、各参加者とも「活動の成果が、CSR や企業 PR として発表されること」を挙げていた。企業としては、目に見える形で活動の成果が現れることが求められていることが窺われる。