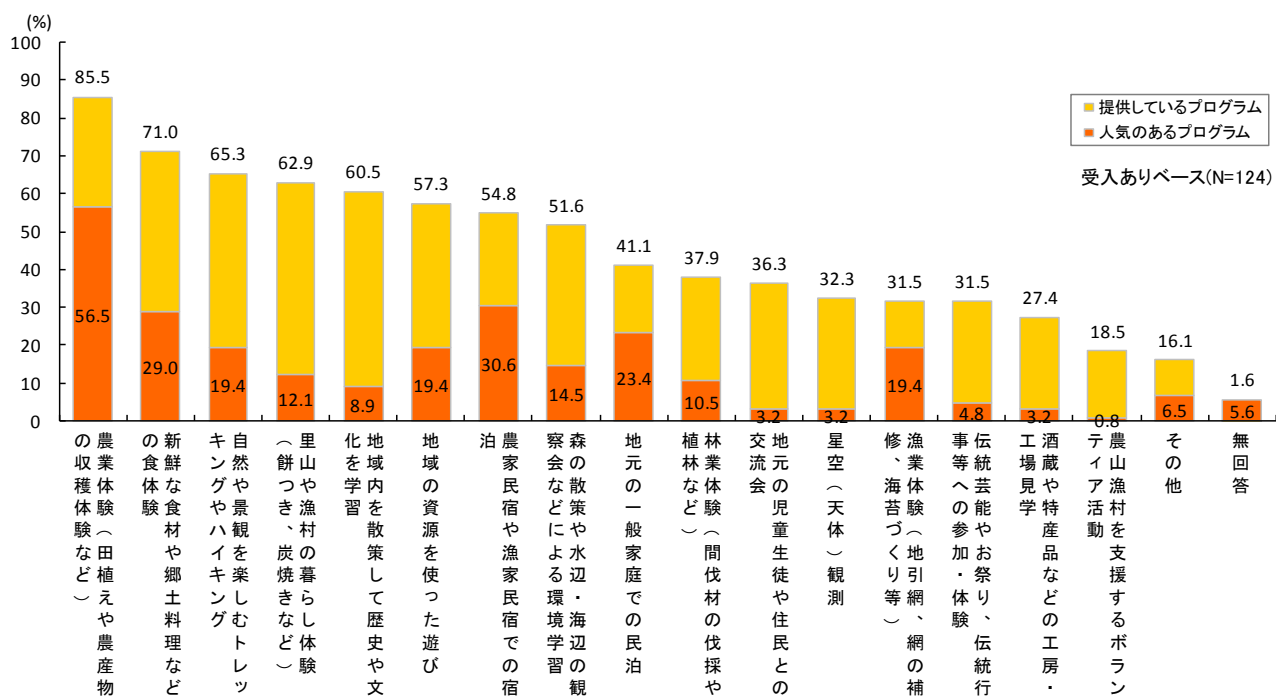


## 【提供しているプログラムと人気のあるプログラム】

- 学校に提供しているプログラムとして最も多いのは「農業体験（田植えや農産物の収穫体験など）」で、全体の85.5%にのぼる。次いで「新鮮な食材や郷土料理などの食体験」や「自然や景観を楽しむトレッキングやハイキング」「里山や漁村の暮らし体験（餅つき、炭焼きなど）」「地域内を散策して歴史や文化を学習」などが60%を超える。
- 人気の高いプログラムとしても「農業体験」が最も多く、56.5%と半数を超えている。次いで提供順位は7位の「農家民宿や漁家民宿での宿泊」（30.6%）が第2位となっている。さらに「地元の一般家庭での民泊」や「漁業体験」なども提供順位の割には人気が高い。



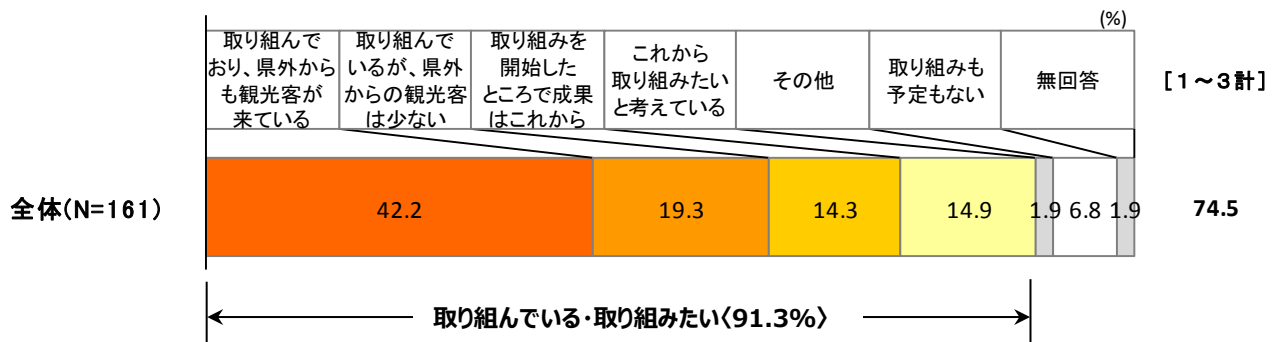
- 岩魚つかみどり  
立札書き  
その他内訳
- 竹細工
  - 漁業体験(カニ、エビ、タコ)
  - 県産間伐材を用いた箸づくり
  - 古民家の暮らし体験
  - 震災復興支援
  - 新聞バッグ教室

- 畜産体験
- 伝統工芸
- 被災地ガイド
- ピザ焼き、草木染め体験
- 平和学習、物づくり  
(木工・シークラフト・藍染・焼き物)
- 防災教育
- マリンスポーツ、伝統工芸
- 宿での共同調理

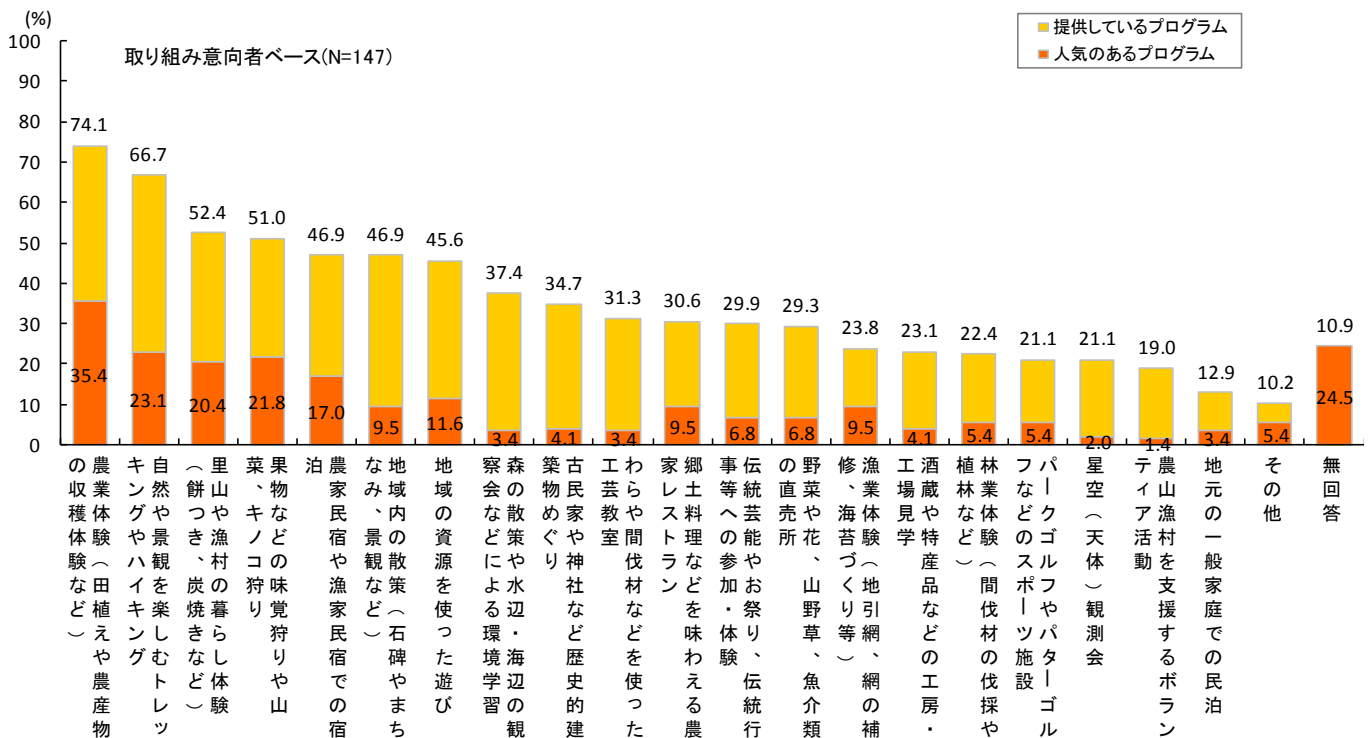
## (2) 都市部の生活者に対する取り組み(ファミリー、グループ、個人など)

- 都市部の生活者との交流に取り組んでいる地域は75%を占める。「これから取り組みたい」とする地域を含めると、9割以上がこの層との交流を考えている。
- 提供している体験プログラムとして最も多いのは「農業体験(田植えや農産物の収穫体験など)」(74.1%)。次いで「自然や景観を楽しむトレッキングやハイキング」(66.7%)が多く、双璧といえる。さらに、「里山や漁村の暮らし体験(餅つき、炭焼きなど)」「果物などの味覚狩りや山菜、キノコ狩り」の2項目は過半数を超える。
- 人気の高い項目も提供プログラムの順位とほぼ類似傾向を示しており、「農業体験」が最も人気の体験プログラムとなっている。

### 【取り組み状況】



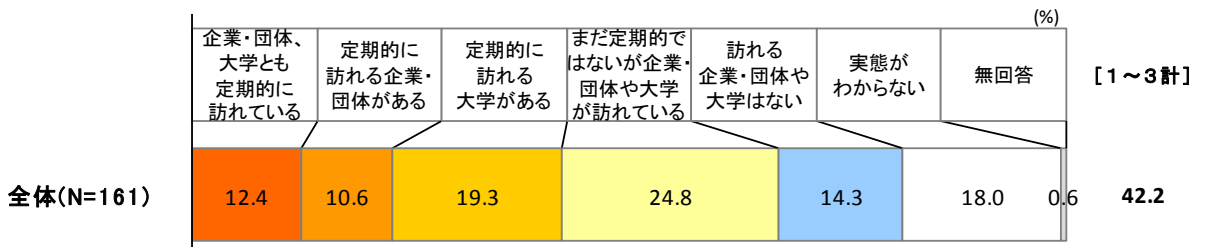
### 【提供しているプログラムと人気のあるプログラム】



### (3) 企業・大学・団体等に対する取り組み

- 都市部の企業・団体や大学が定期的に訪問・交流しているのは、回答のあった地域の42%にとどまった。しかし、「定期的ではないが、企業・団体・大学等が訪れている」とする地域が25%あり、合わせると77%となる。
- 定期、不定期を問わず、受け入れている地域に関して、受入対象を詳しくみると、最も多いのは「大学」で75%、「企業」は44%にとどまった。
- 受入社数や校数では、「1社(校)」や「2社(校)」とする地域が多く、少数の特定企業・大学等との交流が中心となっている。
- 企業・大学・団体等の訪問目的は「社員研修」が32%でトップ。以下「ボランティア活動」「サークル等の合宿」と続く。

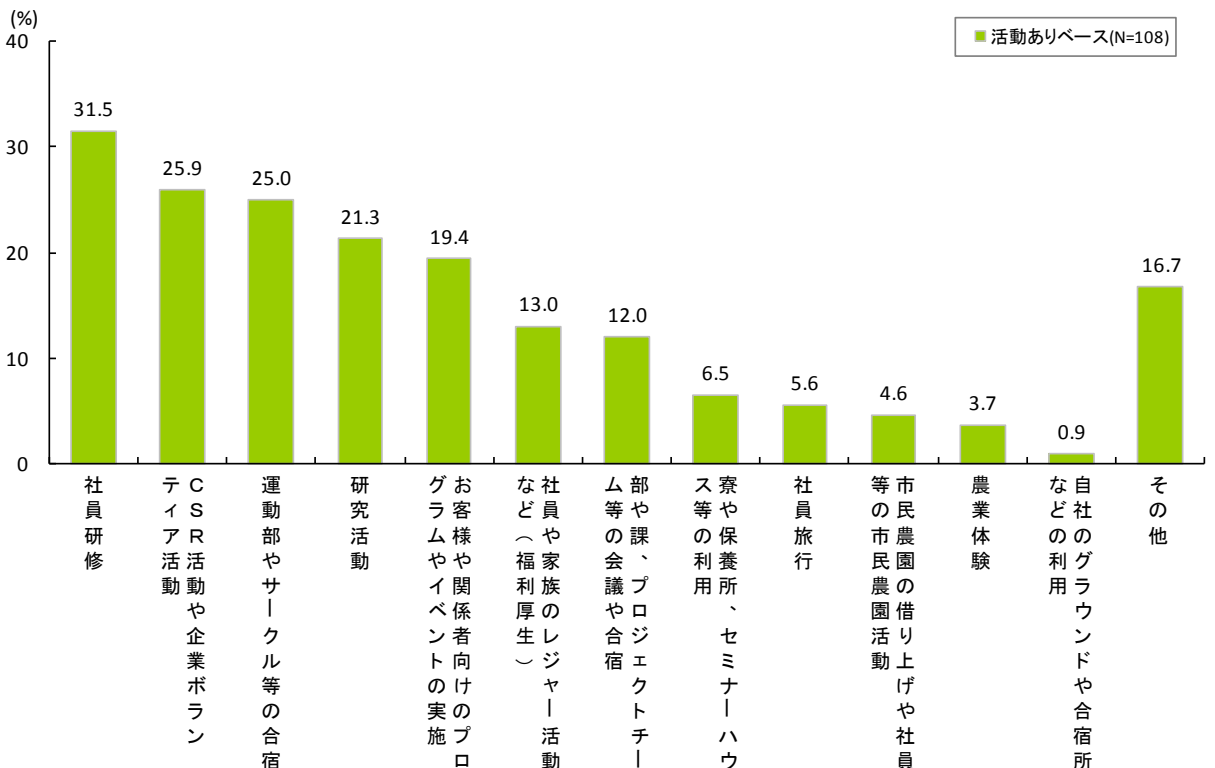
#### 【訪問・交流の状況】



#### 【対象別訪問動向(訪問あり地域のみ)】

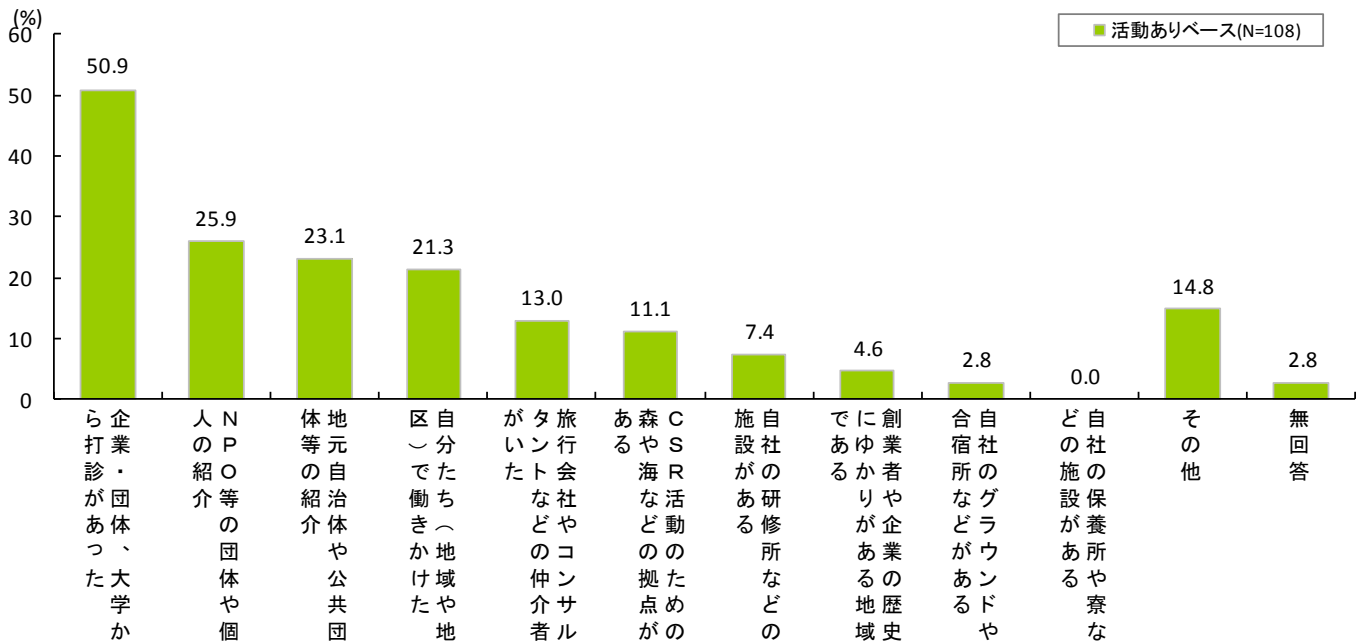
|       | 訪問(受入) |       | 受入社数  |       | 年間受入件数(平均) | 年間受入回数(平均) |
|-------|--------|-------|-------|-------|------------|------------|
|       | あり     | なし    | 1社(校) | 2社(校) |            |            |
| 企業    | 44.4%  | 49.1% | 41.7% | 16.7% | 4.8件       | 5.4回       |
| 大学    | 75.9%  | 17.6% | 56.1% | 15.9% | 2.6件       | 5.1回       |
| その他団体 | 31.5%  | 62.0% | 38.2% | 26.5% | 5.7件       | 9.0回       |

#### 【企業・大学等の訪問目的】

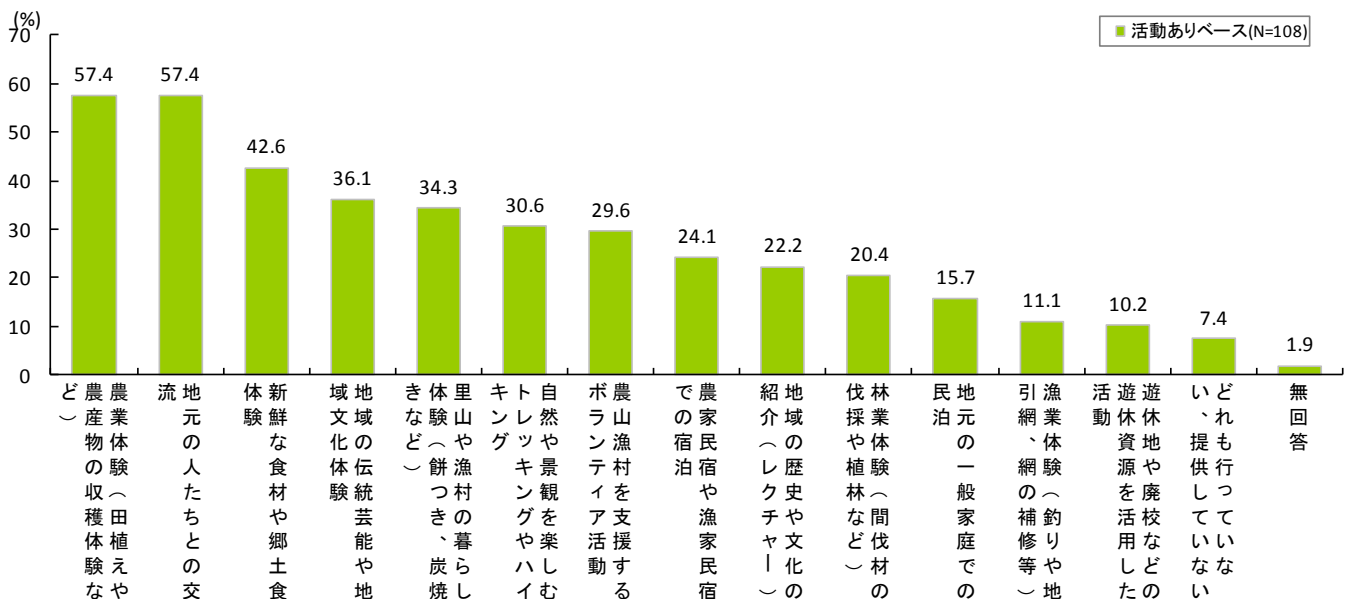


- 企業や大学、団体が訪問するきっかけとしては「企業・団体、大学から打診があった」が図抜けて高く、50.9%と過半数に達している。次いで「NPO等の団体や個人の紹介」「地元自治体や公共団体等の紹介」「自分たち（地域や地区）で働きかけた」などが続いているが、20%台と少ない。
- 「旅行会社やコンサルタントなどの仲介者がいた」などは13.0%とまだ低い。
- 体験や交流プログラムとしては「農業体験（田植えや農産物の収穫体験など）」「地元の人たちとの交流」が双璧で、ともに57.4%と5割を超える。次いで「地域の伝統芸能や地域文化体験」「里山や漁村の暮らし体験（餅つき、炭焼きなど）」など、体験型プログラムが上位を占める。

### 【企業・団体・大学等の受入のきっかけ】



### 【提供しているプログラム】

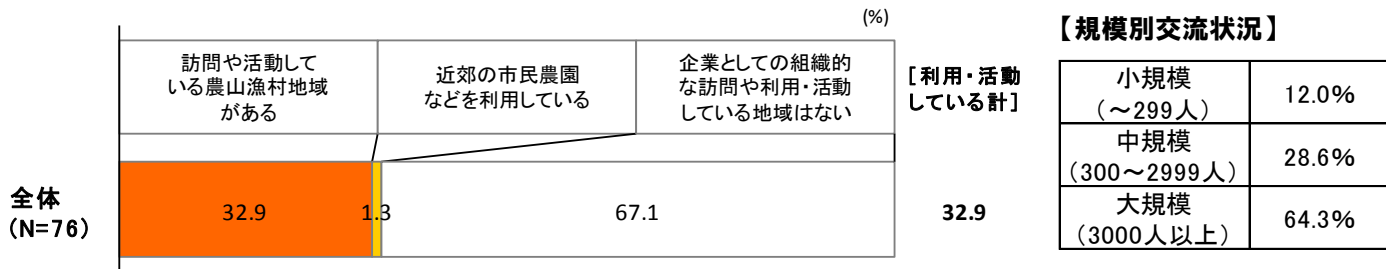


### 3. 企業・団体や大学等から見た交流の状況

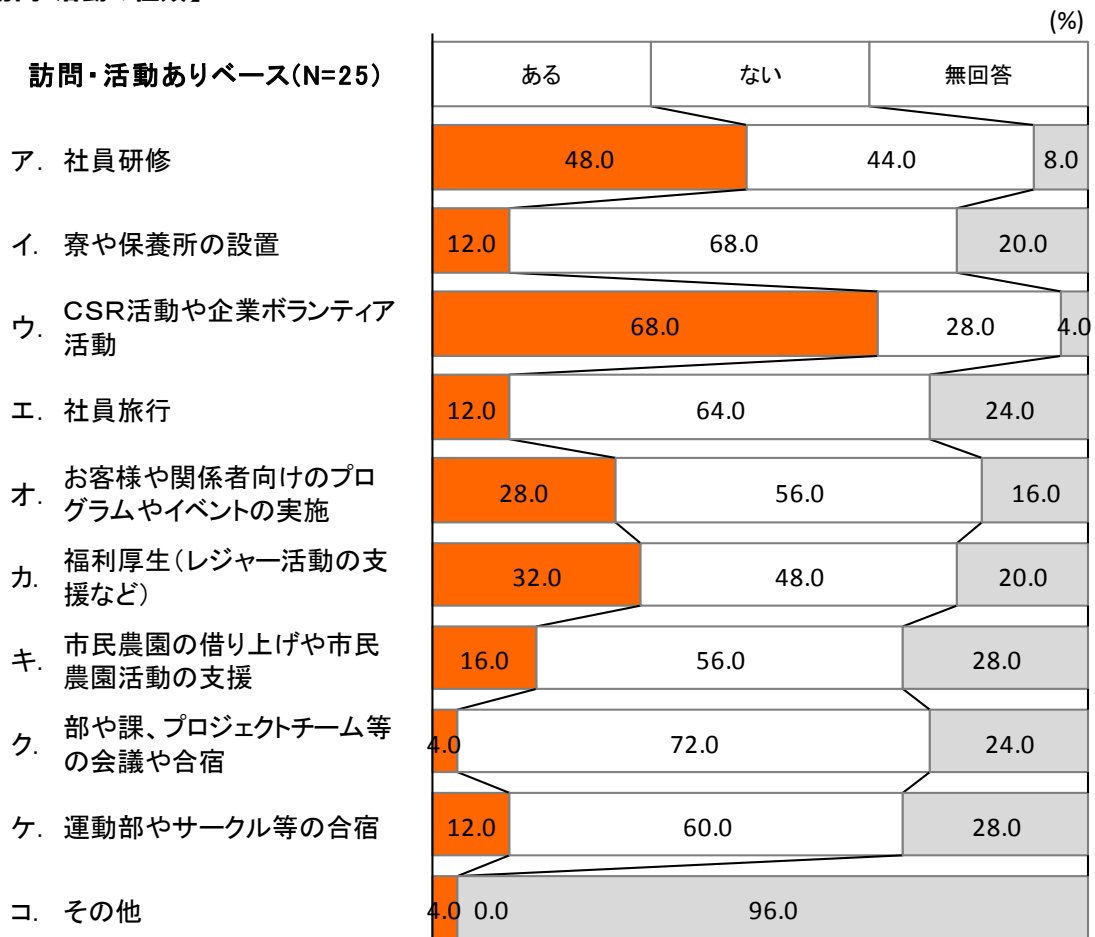
#### (1) 農山漁村との交流の状況

- 農山漁村を定期的に訪問して活動を行っているとする企業・大学等は回答者の3分の1(33%)にとどまる。
- 企業の規模別で見ると、規模の大きい企業ほど農山漁村との交流を行っている。
- 定期的に訪問・活動しているとする企業・大学等が、農山漁村で行っている活動は、「CSR活動やボランティア活動」が最も多く68%を占めた。ついで「社員研修」(48%)、「福利厚生(レジャー活動の支援など)」(32%)が続く。

#### 【農山漁村との交流の状況】



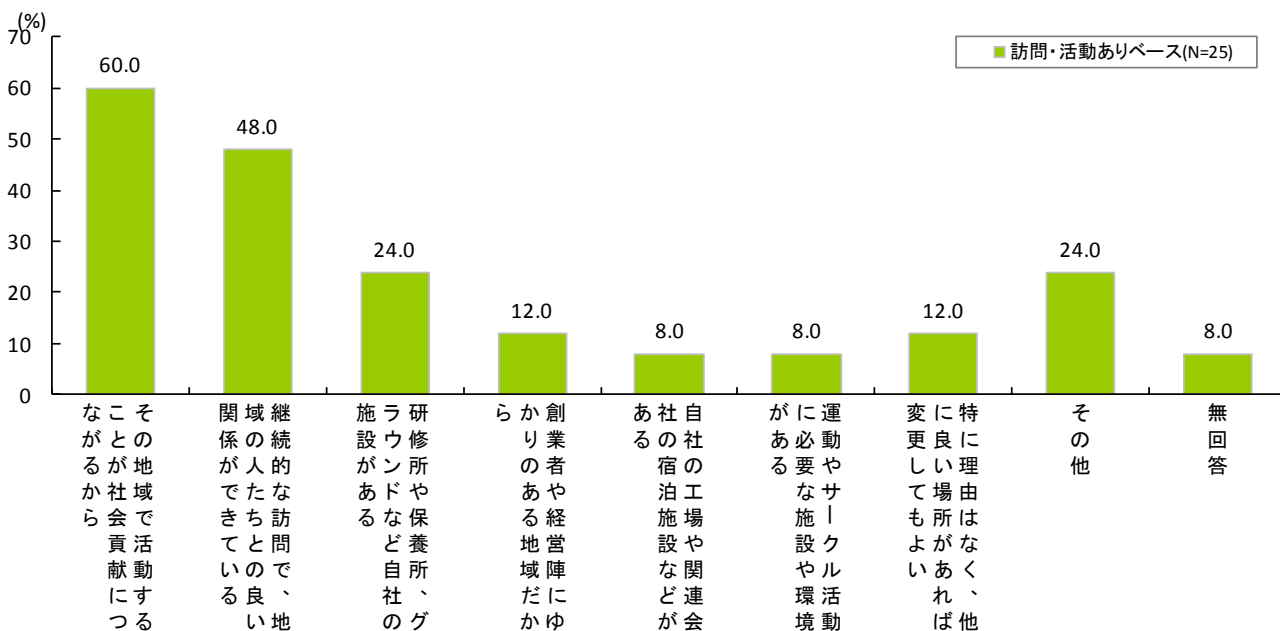
#### 【訪問・活動の種類】



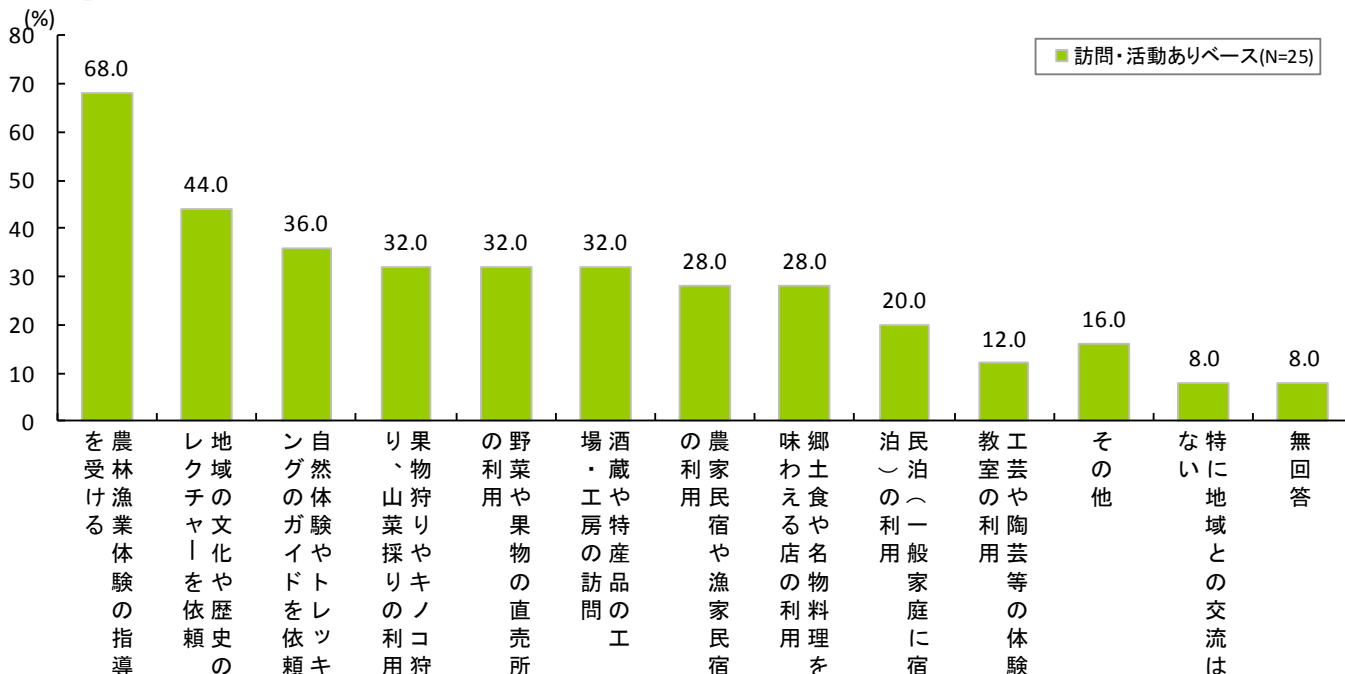
## (2) 農山漁村の選択理由と活動

- 訪問・活動の理由として最も多いのは「その地域で活動することが社会貢献につながるから」が60.0%。次いで「継続的な訪問で、地域の人たちとの良い関係ができている」(48.0%)と、この2つが双璧といえる。
- 「特に理由はなく、他に良い場所があれば変更してもよい」という企業も12.0%を占める。
- 訪問している農山漁村での交流活動としては、「農村漁業体験の指導」が68%を占めトップ。以下「地域の文化や歴史のレクチャー」(44%)、「自然体験やトレッキングのガイド」(36%)が続く。3位以降は30%台で差がなく続いており、多様な交流活動が行われている。

### 【現在の訪問地の選択理由】



### 【農山漁村で行っている交流活動】



#### 4. 企業・団体や大学等と農山漁村の交流活動の現状について

##### ①学校教育の受入に比べて、まだ企業・大学等との定期的な交流活動は少ない。

- ・ 今回の調査では、学校教育の受入を行っている地域は77%に達した。味覚狩りや収穫体験など、観光やレジャーで都市部の生活者を受け入れている農山漁村は75%と多い。
- ・ 一方で企業・団体や大学等については、定期受入は42%にとどまり、不定期と合わせても67%にとどまった。

##### 【対象別にみた農山漁村の受入状況】

| 学校教育   |     | 都市部の生活者 |     | 都市部の企業・大学等 |     |
|--------|-----|---------|-----|------------|-----|
| (受入実施) | 77% | (受入実施)  | 75% | (定期受入)     | 42% |
|        |     |         |     | (不定期受入)    | 25% |

##### ②地域資源を活用して、対象に合わせて多様な体験プログラムを提供している。

- ・ 全国の農山漁村が提供する体験交流プログラムは、資源が似通っているために大きな差はないが、受け入れる対象に合わせてプログラム内容を変えている。
- ・ 例えば学校教育では地域の文化や歴史を知る学習が盛り込まれている。同様に、都市部の生活者（家族やグループ）にはレジャー性の高いプログラム、企業・大学生には地元の人との交流やボランティア活動などが盛り込まれるという傾向がみられる。

##### 【提供しているプログラム(上位7項目)】

( )内は%

| 順位 | 学校教育              | 都市部の生活者           | 都市部の企業・大学等        |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1位 | 農業体験 (86)         | 農業体験 (74)         | 農業体験 (57)         |
| 2位 | 食体験 (71)          | トレッキングやハイキング (67) | 地元の人との交流 (57)     |
| 3位 | トレッキングやハイキング (65) | 暮らし体験 (52)        | 食体験 (43)          |
| 4位 | 暮らし体験 (63)        | 味覚狩りや山菜採り (51)    | 地域文化や芸能体験 (36)    |
| 5位 | 地域の歴史や文化学習 (61)   | 農家民宿等での宿泊 (47)    | 暮らし体験 (34)        |
| 6位 | 地域の資源を使った遊び (57)  | 地域内の散策 (47)       | トレッキングやハイキング (31) |
| 7位 | 農家民宿等での宿泊 (55)    | 地域の資源を使った遊び (46)  | ボランティア活動 (30)     |



##### 【人気プログラム(上位5項目)】

| 順位 | 学校教育                         | 都市部の生活者           |
|----|------------------------------|-------------------|
| 1位 | 農業体験 (56)                    | 農業体験 (35)         |
| 2位 | 農家民宿等での宿泊 (31)               | トレッキングやハイキング (23) |
| 3位 | 食体験 (29)                     | 味覚狩りや山菜採り (22)    |
| 4位 | 地元家庭での民泊 (23)                | 暮らし体験 (20)        |
| 5位 | トレッキングやハイキング<br>漁業体験、遊び (19) | 農家民宿等での宿泊 (17)    |

## **第2章**

### **農山漁村と企業・大学等の交流意識について （農山漁村調査及び企業・大学等調査の結果より）**

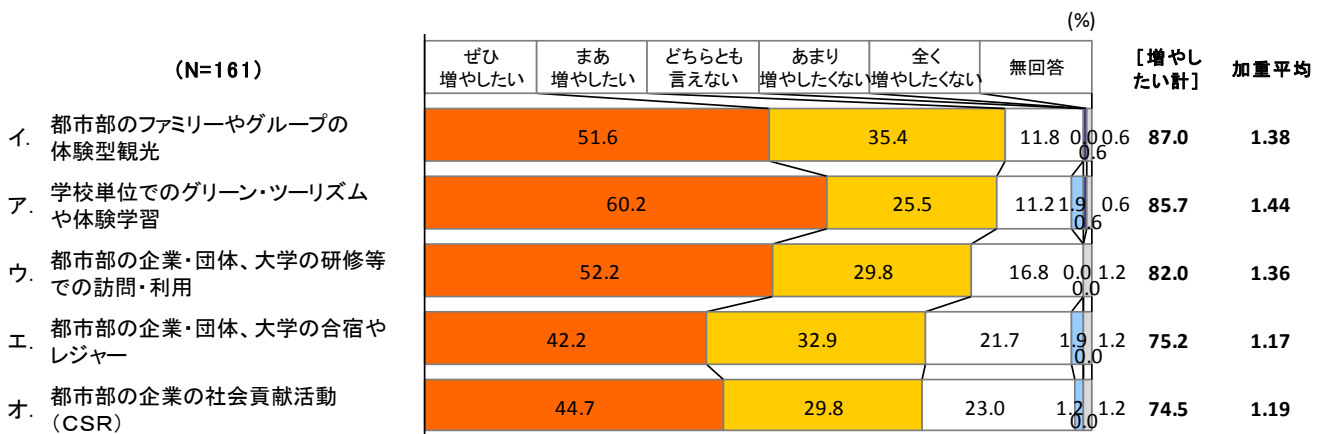


# 第1節 農山漁村における大学・企業等の交流意識

## 1. 農山漁村における企業・大学等との交流活動に対する意識

- 都市部との交流活動はほとんどのテーマで増やしたいと考えており、7割を超える。その中で、『ぜひ増やしたい』という人が最も多いのは「学校単位でのグリーン・ツーリズムや体験学習」で60.2%、『まあ増やしたい』を合わせれば、85.7%、加重平均で1.44と第1位にある。次いで「都市部のファミリーやグループの体験型観光」で増やしたい計が上回るものの、加重平均は1.38で2番目に重視されている。
- 交流活動を増やしたいとする回答者がほとんどであり、その理由としては「地域の活性化につなげたい」「交流人口の増加」「経済効果に期待」が続いている。

### 【今後増やしたい都市部との交流活動】



### 【増やしたい理由】

- 地域の活性化につなげたい …… 44件
- 交流人口の増加 …… 23件
- 経済効果に期待 …… 19件
- 継続性が高い、将来への投資として… 18件
- 地域の自然・生活を知ってほしい …… 12件
- 地域住民の意識改革になる（元気になる等） …… 8件
- 地域、施設の有効活用 …… 6件
- 地域のプロジェクトと合っている …… 6件
- オフシーズン（修学旅行時以外等）の有効活用… 4件
- 学習に役立ててほしい …… 3件
- 団体の方が受け入れやすい …… 2件
- 環境保全につながる …… 2件

#### [否定]

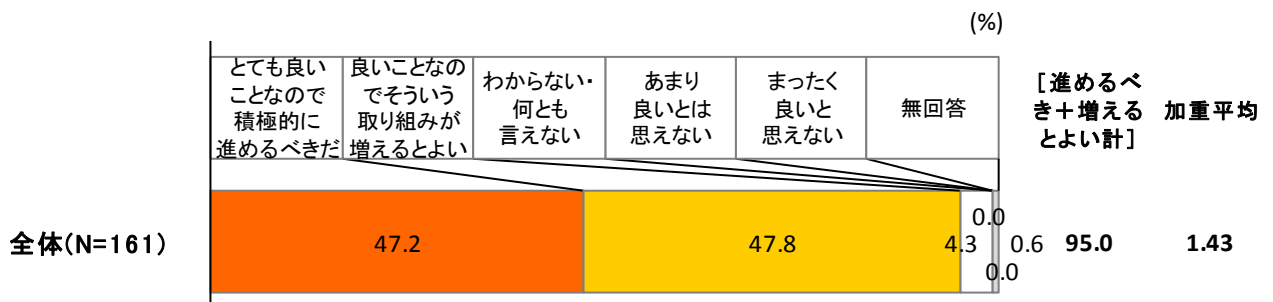
- 受け入れ体制に不安（高齢化等） …… 11件
- その他 …… 6件

## 2. 農都交流プロジェクトに対する評価

※ 農都交流プロジェクト＝都市型企业等が特定の農山漁村と連携し、一過性の観光ではない体験・交流活動を継続的かつ組織的に行う取り組み。双方の抱える課題解決をめざす。

- 「農都交流プロジェクト」の考え方やパンフレット等を提示して、その評価を訪ねたところ、「積極的に進めるべき（47%）」「取り組みが増えるとよい（48%）」と、95%の回答者が好意的に評価した。
- 好意的な評価の理由としては、「地域活性化」がトップを占めたほか、「双方のメリットになる」「継続性に期待」など、従来の観光型交流とは異なる点が評価のポイントとなっている。
- なお「不安」に思うとする意見では「受入体制に不安がある」とする意見が多かった。

### 【「農都交流プロジェクトに対する評価」】



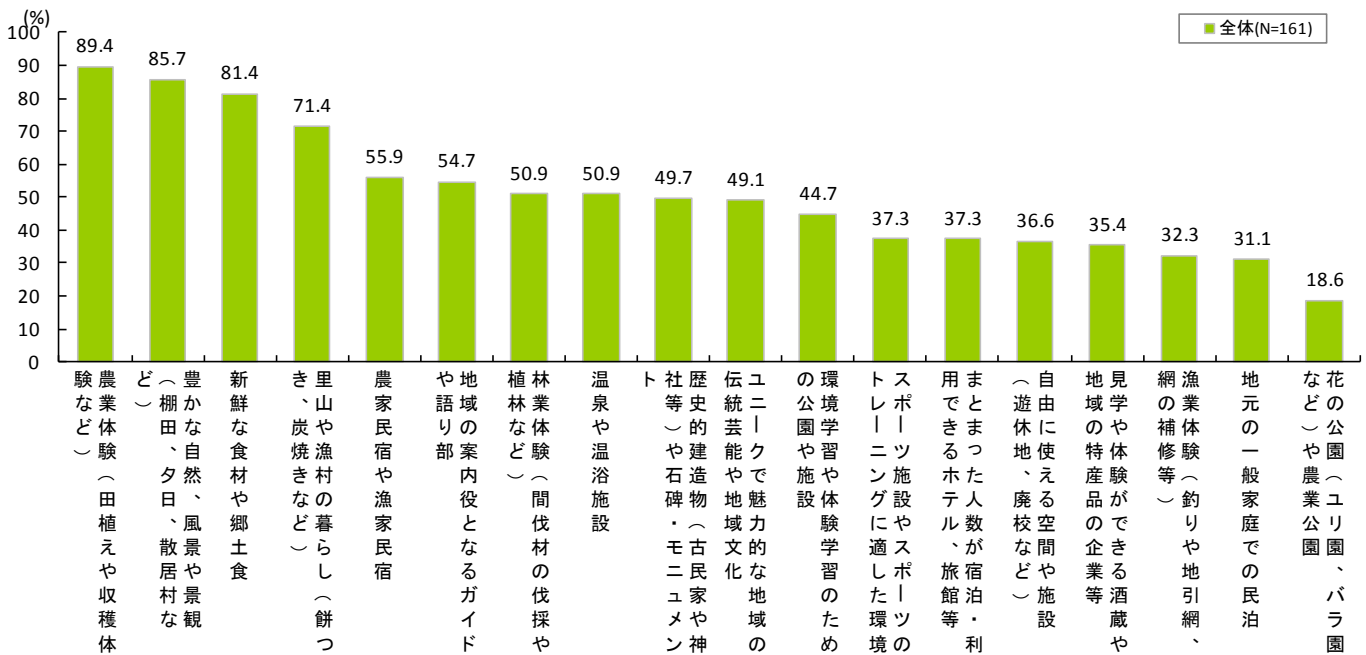
### 【「農都交流プロジェクト」への評価理由】

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| [肯定的意見]                   |     |
| ・ 地域活性化になる                | 34件 |
| ・ 双方にメリット、互いのニーズに合っている    | 25件 |
| ・ 継続性に期待                  | 19件 |
| ・ 交流につながる、交流から得られる効果に期待   | 19件 |
| ・ 新たな事業、安定した経済効果につながる     | 19件 |
| ・ 農山漁村の将来につながる            | 8件  |
| ・ 環境等の地域資源を活かせる、その保全につながる | 6件  |
| ・ 効果・成果があると思う             | 5件  |
| ・ 自分達では連携先を探すことが困難        | 5件  |
| ・ 地域の取り組み方向性と一致している       | 4件  |
| [否定的意見]                   |     |
| ・ 受け入れ体制に不安               | 7件  |
| ・ 継続性に不安                  | 1件  |
| ・ 指導者の不在                  | 1件  |
| ・ その他                     | 3件  |

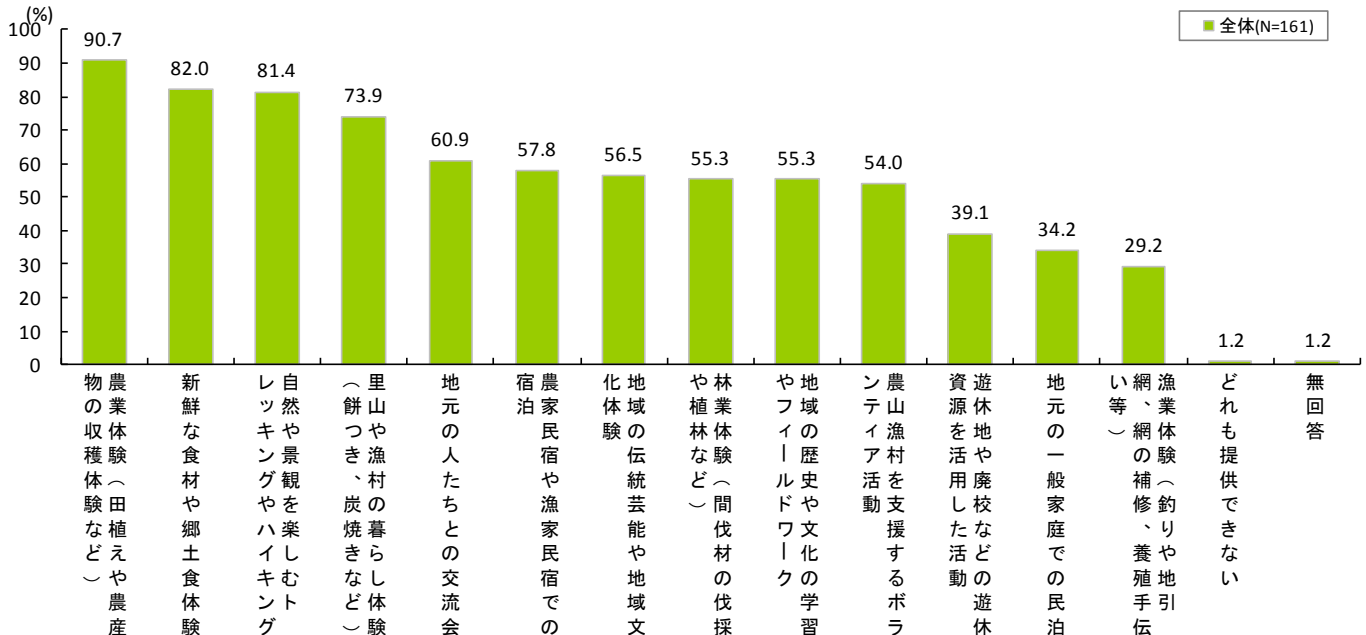
### 3. 交流のための資源と提供プログラム

- 交流のための資源は当然とはいえ、提供プログラムとの相関は高く、最も多い「農業体験」（89.4%）をはじめ、「豊かな自然、風景や景観（棚田、夕日、散居村など）」「新鮮な食材や郷土食」「里山や漁村の暮らし（餅つき、炭焼きなど）」が続き、7割を超える。
- 提供できる体験やプログラムとしては「農業体験」や「新鮮な食材や郷土食体験」「自然や景観を楽しむトレッキングやハイキング」など、期待の高いプログラムが8割を超えている。それ以外でもほとんどが5割を超えており、ポテンシャルは高いといえる。

#### 【交流のための地域資源】



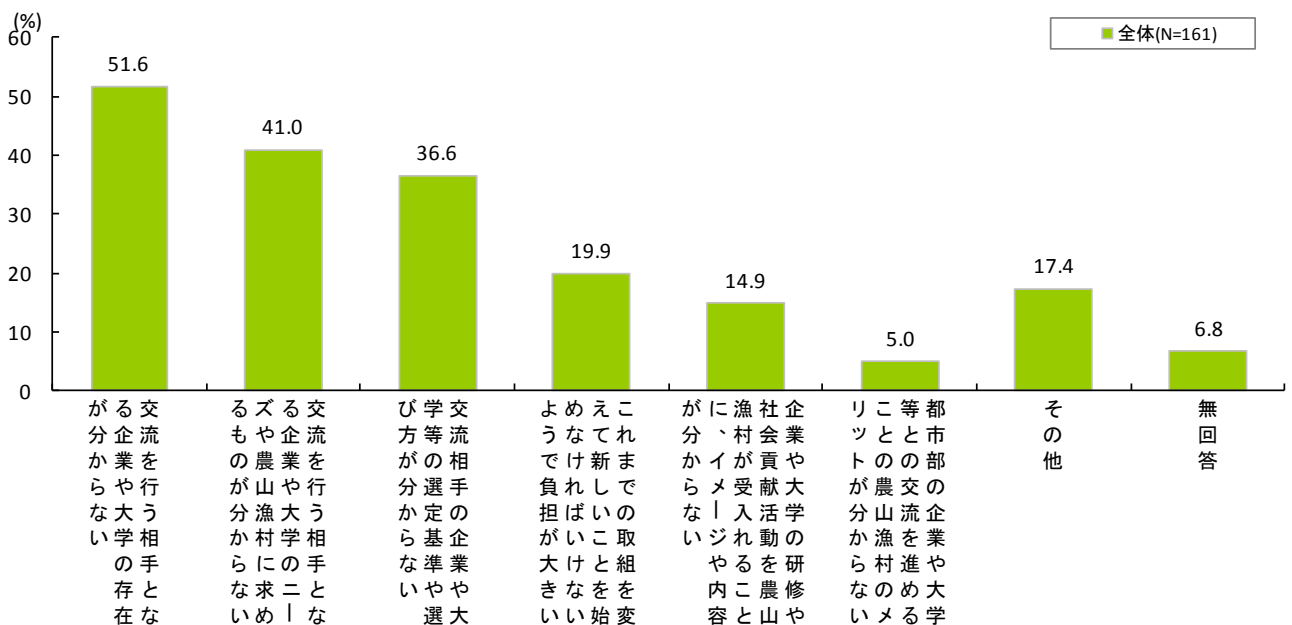
#### 【企業・大学等との交流に提供できるプログラム】



#### 4. 交流活動を進める上での問題点・課題

- 問題点・課題として最も多いのは「交流を行う相手となる企業や大学の存在が分からない」という地域で、51.6%と半数強を占める。次いで「交流を行う相手となる企業や大学のニーズや農山漁村に求めるものが分からない」「交流相手の企業や大学等の選定基準や選び方が分からない」と続いている。
- 「都市部の企業や大学等との交流を進めることの農山漁村のメリットが分からない」や「企業や大学の研修や社会貢献活動を農山漁村が受入れることに、イメージや内容が分からない」という地域は少ない。
- 自由回答では「コーディネート」や「マッチング」を希望する意見が多い。また、「企業のニーズを知りたい」「もっと農山漁村をPRしてほしい」といった声もみられる。

#### 【交流活動を進める上での問題点・課題】



#### その他内訳

- 企業と地域の仲介役、専門者がいない …… 7件
- 受入体制が不十分 …… 6件
- 経済効果の仕組み …… 3件
- 資金不足 …… 3件
- 住民との合意 …… 2件
- 交通手段 …… 2件
- 風評被害 …… 2件
- インフラの不整備 …… 1件
- 保険 …… 1件
- 情報発信、PR …… 1件
- 継続性の不安 …… 1件

#### 【自由回答】

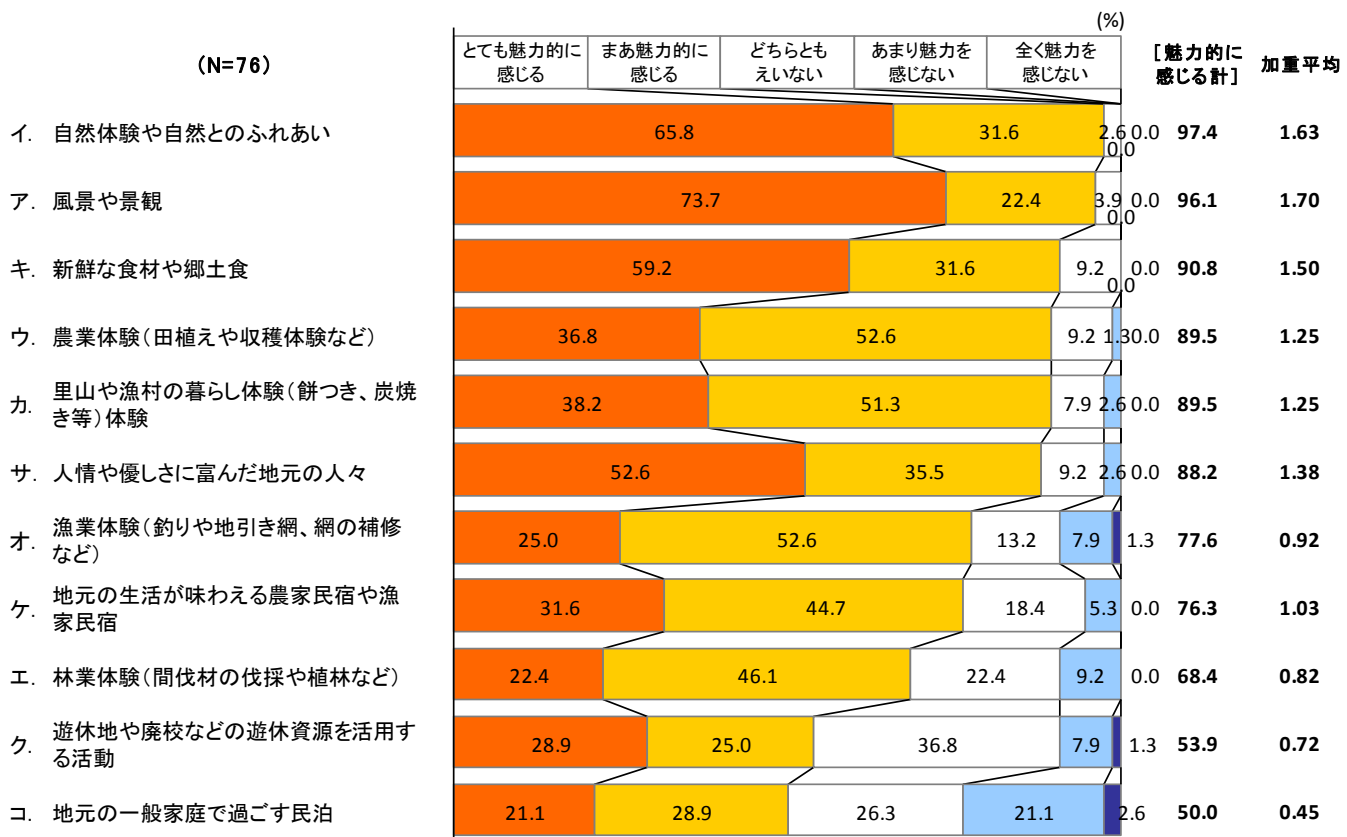
- ニーズに合わせたプログラム作成等に協力してほしい、コーディネートしてほしい …… 12件
- 継続的な活動にしてもらいたい …… 9件
- 企業・学校側を紹介してほしい、マッチングしてほしい …… 6件
- 交流がうまくいくために、もっと支援してほしい …… 6件
- 企業・大学側のニーズを知りたい …… 5件
- 今取り組んでいる交流を、もっと広げていきたい …… 5件
- もっと田舎に来てほしい、田舎生活を体験してほしい …… 4件
- とても重要な取り組みである、もっとすすめてほしい …… 3件
- もっとPRしていきたい、PRしてほしい …… 3件
- 企業が農山漁村とどんな交流をしたいのか疑問である …… 2件
- 生業として農漁業をしている側には、交流は難しい …… 1件
- 風評被害払拭のアドバイスがほしい …… 1件
- いろいろと課題がある …… 1件
- 手続きを簡素化してほしい …… 1件
- 長期休暇制度を導入してほしい …… 1件
- その他 …… 3件

## 第2節 企業・大学等における農山漁村との交流意識

### 1. 農山漁村の有する地域資源の魅力度

- 地域資源に関しては肯定評価が全て過半数を上回る。その中で最も評価が高いのは「自然体験や自然とのふれあい」や「風景や景観」で9割と大きく上回る。特に「風景や景観」は『とても魅力的に感じる』と積極的な評価をする人が多い。次いで「新鮮な食材や郷土食」「農業体験（田植えや収穫体験など）」「里山や漁村の暮らし体験（餅つき、炭焼き等）体験」などが9割内外を占める。
- 評価が低いのは「地元の一般家庭で過ごす民泊」や「遊休地や廃校などの遊休資源を活用する活動」だが、これらは『どちらともいえない』と判断基準のあいまいな人も多い。

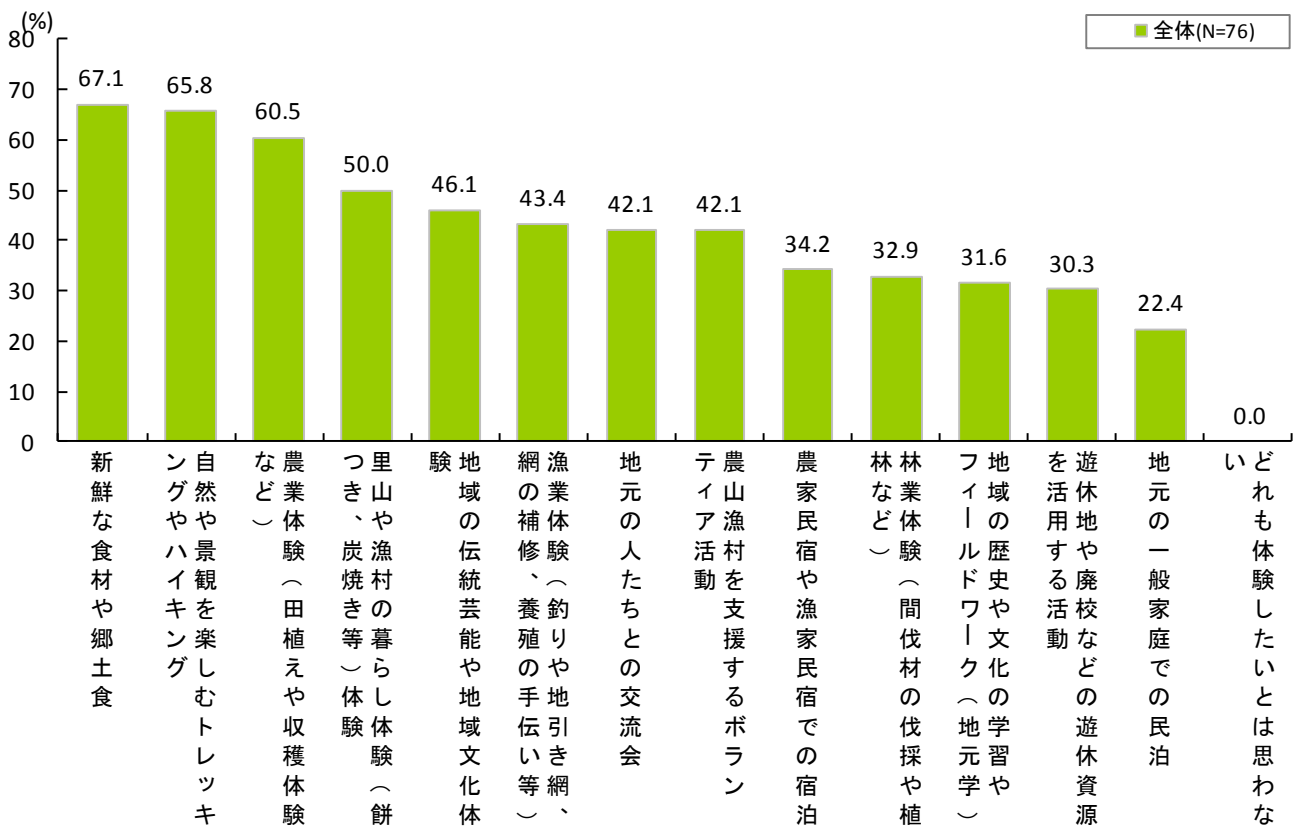
#### 【地域資源の魅力度】



## 2. 農山漁村で体験してみたいプログラム

- 大学・企業等の関心・体験したいプログラムとして最も多いのは「新鮮な食材や郷土食」で、次いで「自然や景観を楽しむトレッキングやハイキング」や「農業体験（田植えや収穫体験など）」など、いずれも6割を超える。
- 逆に評価が低いのは「地元一般家庭での民泊」で、「農家民宿や漁家民宿での宿泊」に比べ関心は低い。ただし「どれも体験したいとは思わない」という人は皆無である。
- その他プログラムでは「新しい郷土食の共同開発」「エネルギー自給（小水力発電）」「家具づくり、井戸づくり」など、都市ではできない体験への期待が挙げられている。

### 【関心がある・体験したいプログラム】



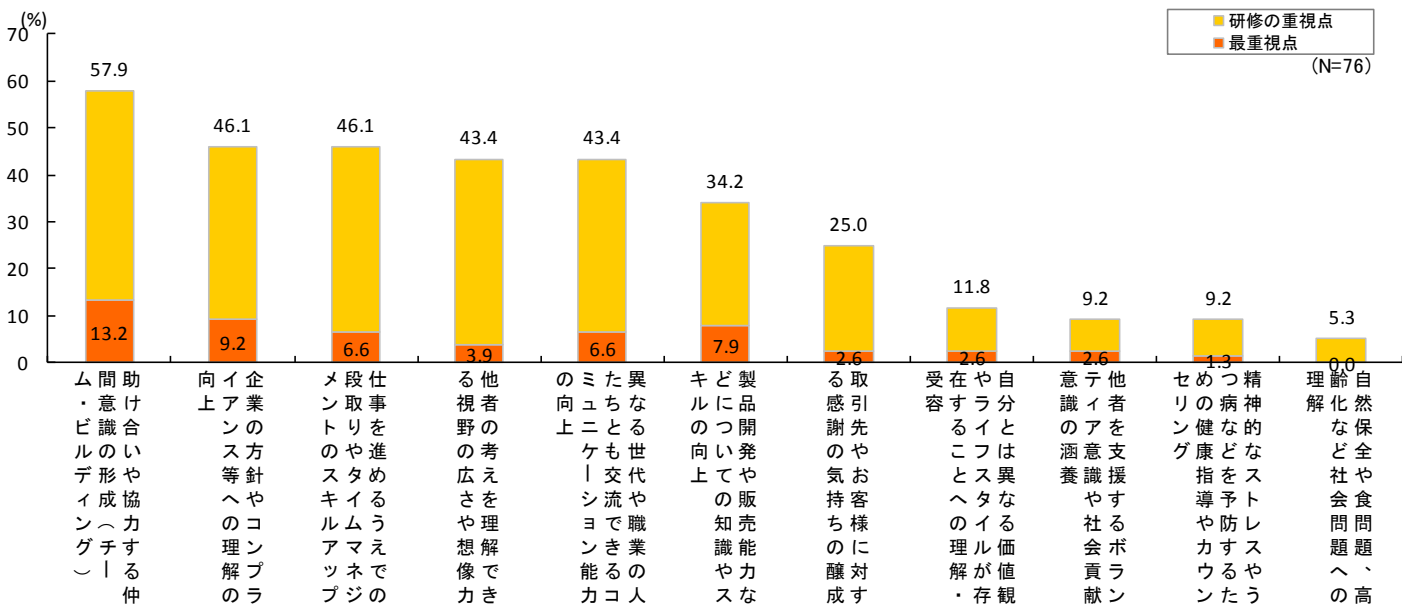
### 【その他期待するプログラム(自由回答)】

- 新しい郷土食の共同開発
- エネルギー自給(小水力発電など)
- 家具づくり、井戸づくり
- 子どもたちを集めて、自然の中で高齢者と触れ合い、昔の遊びを教えてください。“時計のない”生活体験ツアー。電子機器を使わない生活体験。景観を楽しむ(写生・撮影)。森や広大な土地を活かした参加型ゲーム。キャンプファイアーを囲んで交流会
- 社員旅行
- 素材が実際に出荷・商品化されるまでの流れ
- 田植え・野菜づくりに携わり、収穫されたもので料理、バーベキューなど。乗馬、野生動物の保護活動
- 東北であれば、東日本大震災に関する学習会等を、生産者が実際に体験したことを聞くこと
- 牧場暮らしのプログラムおよび他力思想に基づく様々な先進的プログラム
- 私たちの文化や得意分野を紹介する場があると、相互理解が深まり、新しい何かが生まれるきっかけになるかもしれないと思う

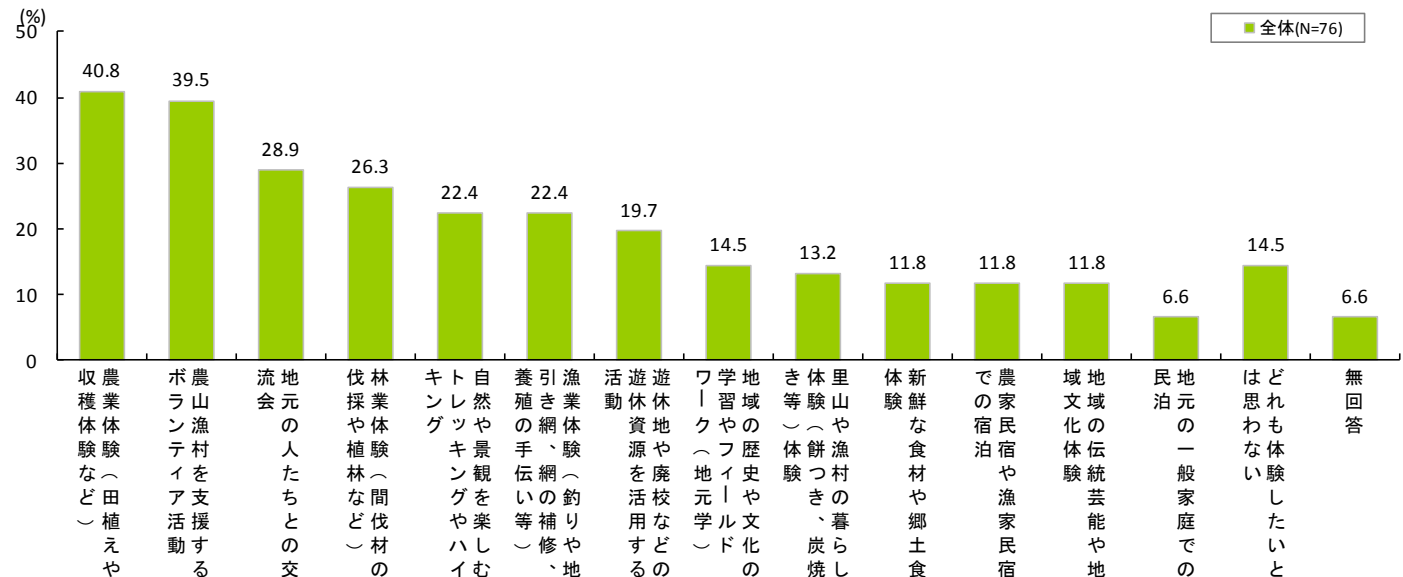
### 3. 人材育成や研修等における重視点と利用できそうなプログラム

- 企業・大学等が研修を行う際の重視点としては「助け合いや協力する仲間意識の形成（チーム・ビルディング）」を挙げる人が58%を占めた。以下次のように続く。
  - 2位「企業の方針やコンプライアンス等への理解の向上」（46%）
  - 2位「仕事を進めるうえでの段取りやタイムマネジメントのスキルアップ」（46%）
  - 4位「他者の考えを理解できる視野の広さや想像力」（43%）
  - 4位「異なる世代や職業の人たちとも交流できるコミュニケーション能力の向上」（43%）
- 上記の主要5項目はいずれも40%を超えており、また最も重視する項目としても「助け合いや協力する仲間意識の形成」を筆頭にいずれも上位にある。
- 人材育成や研修に利用できそうなプログラムとしては、「農業体験（田植えや収穫体験など）」と「農山漁村を支援するボランティア活動」が双璧といえる。次いで「地元の人たちとの交流会」「林業体験（間伐材の伐採や植林など）」などが上位にある。

#### 【人材育成・社員研修の重視点】



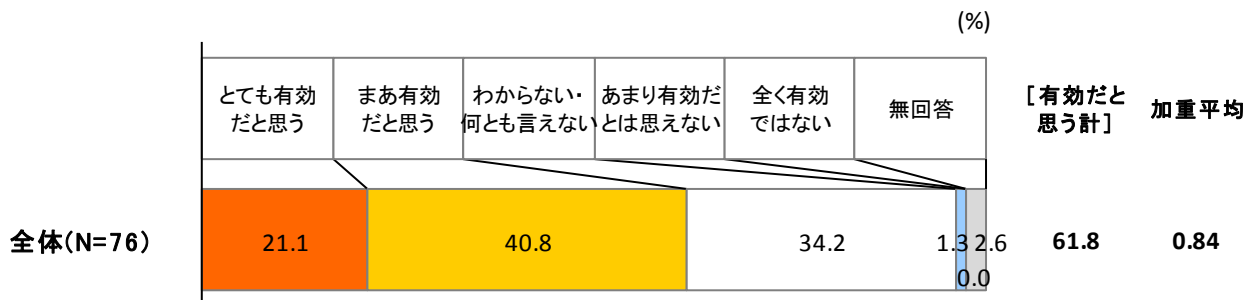
#### 【人材育成・研修活動に利用できそうなプログラム】



#### 4. 農山漁村での研修活動等に対する意識

- 人材育成や研修活動を農山漁村で行うことについては「とても有効」(21%)、「まあ有効」(41%)と、62%が有効だと評価した。一方で、34%が「わからない、何ともいえない」と答えており、農山漁村での活動に対してイメージできない企業関係者が多い。
- 「農都交流プロジェクト」の考え方に対しては、74%が「良いことだ」と評価している。「良い」とする理由は「地域活性化」や「人材育成に有効」などが挙げられた。否定的な意見は少ないが「わからない、何ともいえない」の理由で「メリットや効果が分からない」とする意見が多かった。

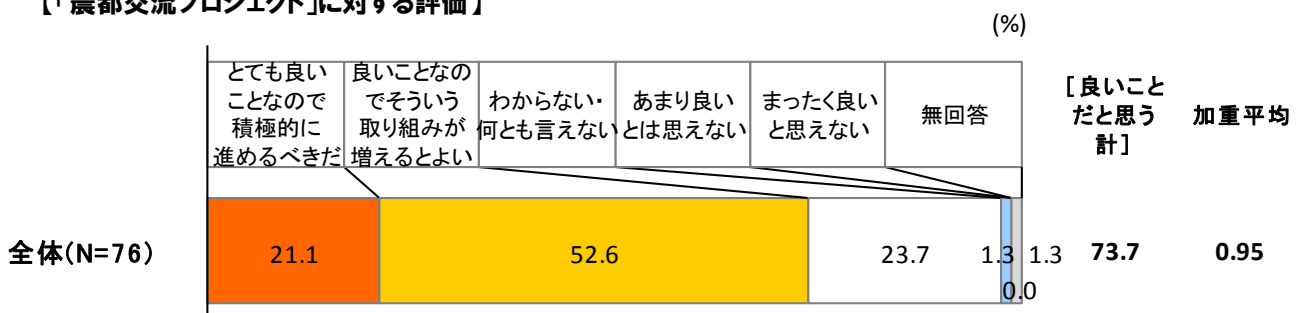
#### 【農山漁村での研修活動に対する考え方】



#### (有効だと思う理由)

- |                        |                                 |
|------------------------|---------------------------------|
| • 異文化体験 …… 12件         | • リフレッシュ …… 4件                  |
| • 生産の大変さを知る …… 9件      | • 農山村と都市のつながり、サプライチェーンを知る …… 3件 |
| • コミュニケーション能力の向上 …… 6件 | • 互いの補完、相互理解の促進 …… 3件           |
| • きづき体験 …… 6件          | • 環境教育 …… 2件                    |
| • 人間性・感受性の向上 …… 6件     | • 地域の活性化 …… 2件                  |
| • 社会貢献、ボランティア精神 …… 5件  | • チームワーク醸成 …… 2件                |
| • 視野・視点の拡大 …… 5件       | • 適応能力発見 …… 1件                  |

#### 【「農都交流プロジェクト」に対する評価】



#### (肯定的評価の理由)

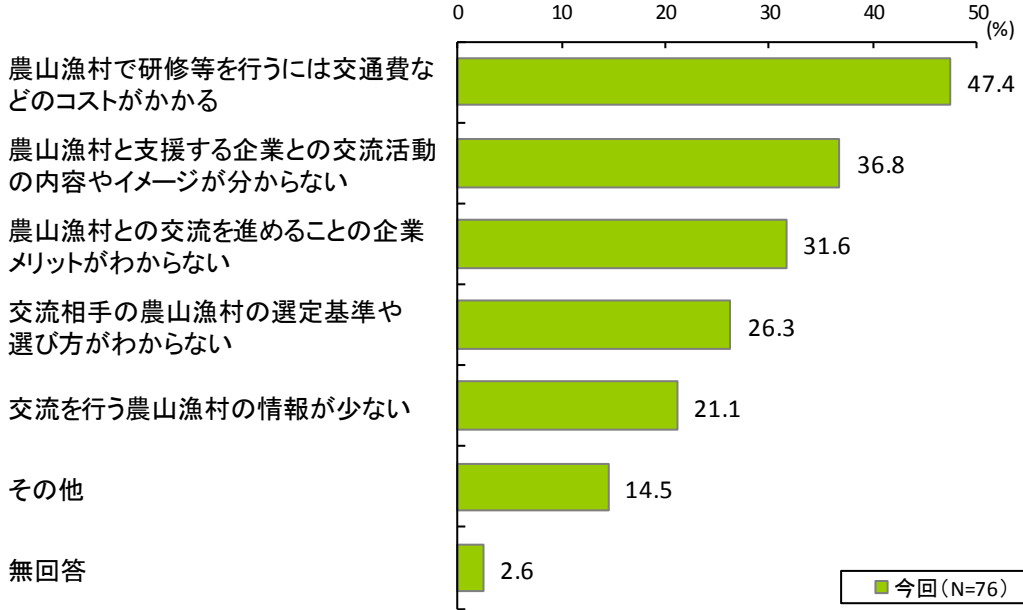
- |                                |                             |
|--------------------------------|-----------------------------|
| • 地域活性化、復興支援 …… 9件             | • 効果がある、可能性がある …… 3件        |
| • 人材育成・人間形成に役立つ …… 9件          | • 産地学習になる …… 3件             |
| • 社会貢献として …… 5件                | • 農村との交流、コミュニケーションになる …… 3件 |
| • 互いの補完、双方にメリット …… 5件          | • 視野・視点の拡大 …… 3件            |
| • ビジネスのヒントになる、業務活性化につながる …… 5件 | • 複数のプロジェクトから選べる …… 2件      |
| • 都市ではできない課題・体験を知る …… 5件       | • 格差の解消 …… 1件               |
|                                | • 日本の成長につながる …… 1件          |



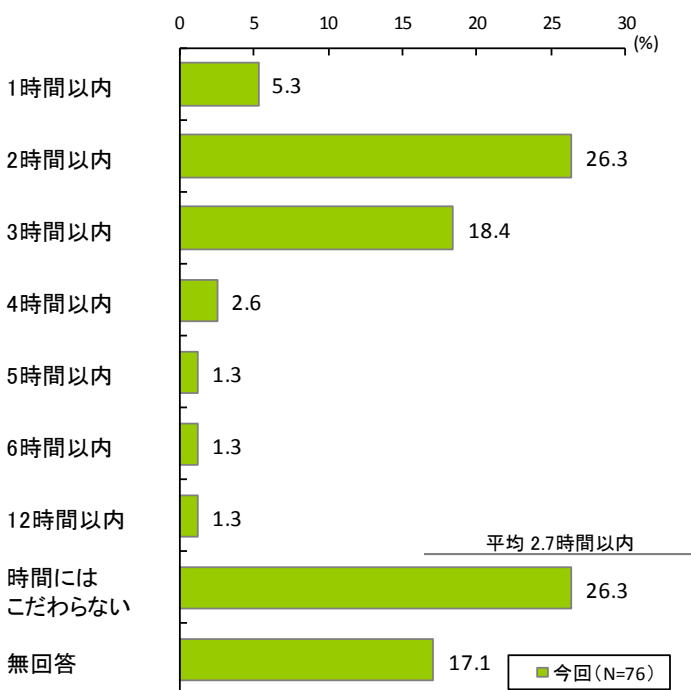
## 5. 農山漁村との交流を進める上での問題・課題

- 都市型企業が農山漁村との継続的な交流活動を行うための問題点・課題としては「農山漁村で研修等を行うには交通費などのコストがかかる」を挙げる人が最も多く、47.4%と半数近い。
- 次いで「農山漁村と支援する企業との交流活動の内容やイメージが分からない」や「農山漁村との交流を進めることの企業メリットが分からない」などが30%台で続いている。
- 交流する農山漁村までの所要時間では「2時間以内」(26%)、「3時間以内」(18%)が多い(平均2.7時間以内)。一方で「時間にはこだわらない」とする回答も26%を占めた。

### 【農山漁村との交流活動を進める上での課題】



### 【交流する農山漁村までの所要時間】



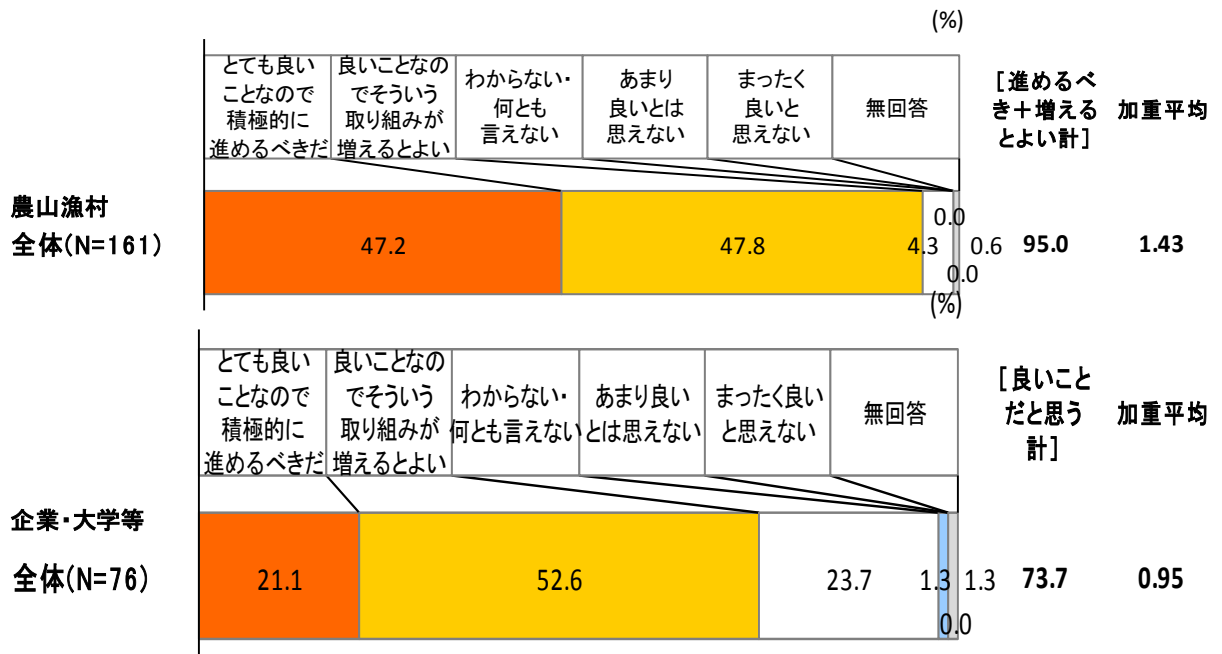
### 【その他意見・感想】

- 推進してほしい …… 7件
- 参加・実行は難しい …… 6件
- 企業側のメリットが不明 …… 6件
- 明確な目的・手段がほしい …… 6件
- コスト等の課題が大きい …… 3件
- 社員の意識向上につながる …… 3件
- 事例紹介のセミナーやモデルの紹介をしてほしい …… 3件
- 協力している、参加していきたい …… 2件
- 新人研修に向いている …… 2件
- 時期尚早 …… 2件
- ビジネスにつながる提案がほしい …… 1件
- 異業種間交流の場としてほしい …… 1件

### 第3節 意識調査に見る交流促進のための課題と方向性

① 企業・大学等及び農山漁村の双方ともに、都市と農山漁村の交流(農都交流)について「良いことだ」と評価している。

都市部の企業・大学等と農山漁村が、一過性の観光ではなく、農山漁村の資源を活用しながら継続的・定期的に交流し、双方の抱える課題解決につなげる「農都交流」の考え方に対して、農山漁村は95%、企業・大学等は74%が「良いことだ」と肯定的に捉えている。



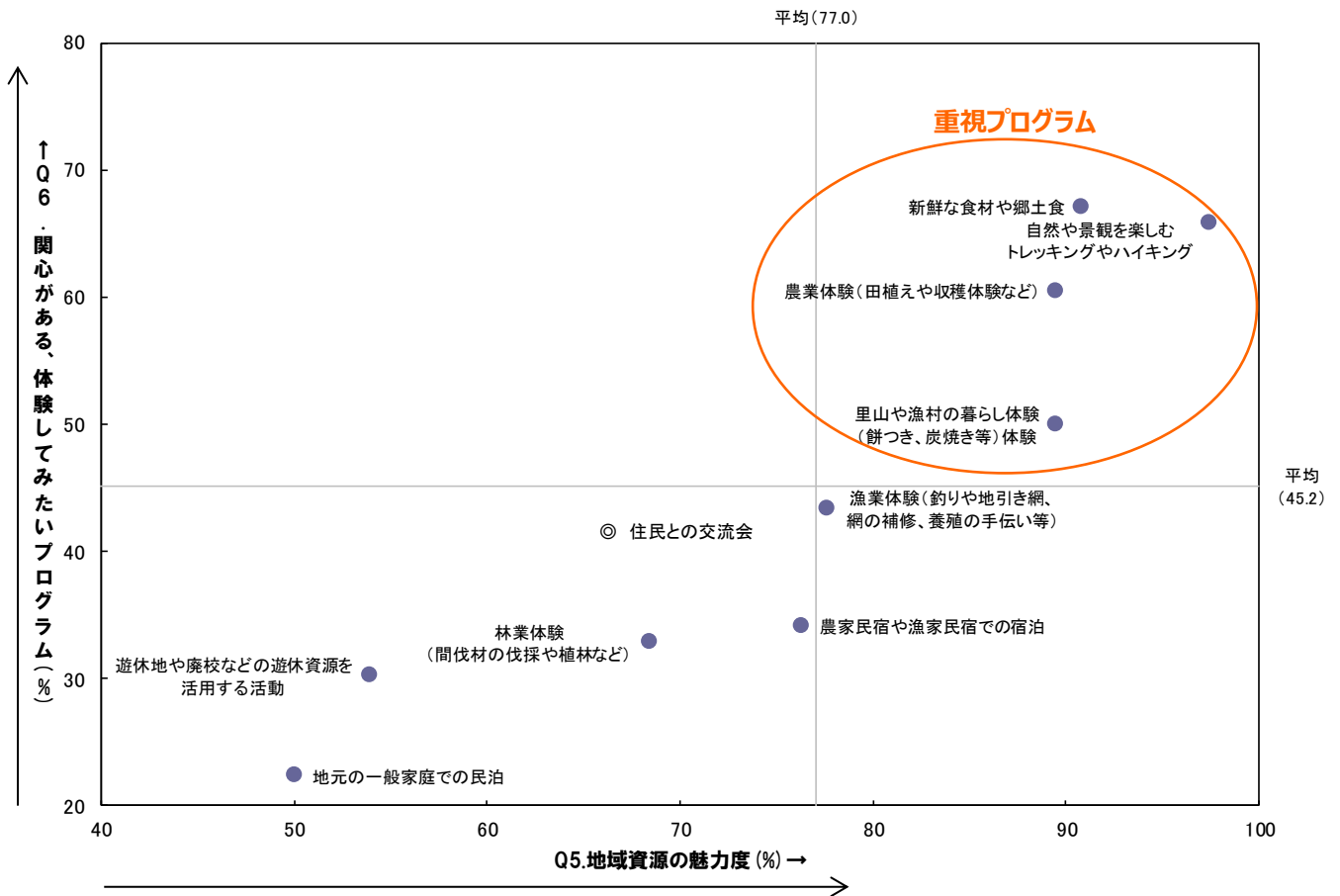
② 受入側である農山漁村に比べて、企業・大学等では「わからない、何ともいえない」と態度を保留する人が多く、双方には若干の温度差がある。

企業・大学等では「分からない・何ともいえない」とする人が24%と4分の1を占め、農山漁村とくらべてやや交流活動に消極的な態度がうかがわれる。この原因としては次の2点が考えられる。

- 1) 農山漁村では、学校教育や都市部の生活者の受入等に取り組んでいる地域が多く、企業・大学等の交流イメージが想定しやすい。これに対して、定期的に農山漁村と交流している企業・大学等はまだまだ少ないため、交流活動のイメージが描きにくい。
- 2) 交流活動の効果として、農山漁村の活性化や経済効果など、受入側のメリットは明確に意識されているのに対して、訪問する企業・大学等の「交流メリットがよく分からない」とする声は多い。農林授業体験や自然体験がチームビルディング等の人材育成や研修活動に「効果がありそう」とは考えられているものの、まだ企業のメリットや課題解決の方策として確信がもてない状態にある。

③ 企業・大学等が重視・期待する「交流・体験プログラム」は、7割以上の地域で提供できる(している)プログラムであり、プログラムに対するマッチングはできている。

企業・大学等の交流・体験プログラムへの関心やニーズを整理すると、下表のようになる。これで見ると、企業・大学等が重視するプログラムは、「新鮮な食材や郷土食」「トレッキングやハイキング」「農業体験」「里山や漁村の暮らし体験」となるが、これらはいずれも農山漁村が提供できる(提供している)プログラムの上に位置している。



④ 今後、都市部の企業・大学等と農山漁村の交流を促すための課題は、農山漁村にはマッチングのための情報提供であり、企業・大学等には交流イメージや企業メリットへの理解形成が必要となる。

農山漁村が問題や課題と考えているのは、交流相手である「企業・大学等の存在が不明」「企業・大学等のニーズが不明」「交流相手の選び方が不明」といったものが上位を占めた。一方、企業・大学等では「コストがかかる」や「交流イメージや内容が明確ではない」「企業メリットが分からない」といった点が上位に挙がっている。