

ねりまの農業・収穫体験冊子の課題と役割整理

1. 課題

課題① 冊子乱立による役割分担の不明确さ

- ◆ 新たな事業に応じて都度冊子を作成してきた結果、冊子が乱立し、情報の全体像や連携が見えづらい。
- ◆ 誰向けなのか、何を伝えるのかといった役割分担の不明确さが課題。

課題② デジタル化不足による情報一元化の未整備

- ◆ ねりま区報等では電子ブック形式を導入しているが、都市農業課が発行する広報冊子では、デジタル化が進んでいない。
- ◆ アプリ「とれたてねりま」やWebとの連携が不十分で、冊子情報がデジタル上で一元化されておらず、スマートフォンで簡単にアクセスできる仕組みが整っていない。

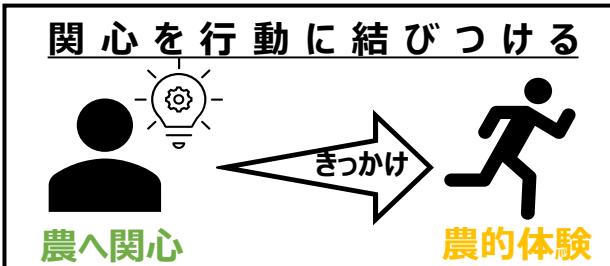
2. 目的およびその背景

【目的】

- ① 練馬の農業の魅力を親しみやすく紹介することで、
都市農業への理解を深めてもらう。
- ② より多くの人々に冊子を手に取ってもらい、収穫体験など、
都市農業への参加を促す。

【背景】

区民意識調査により、農に「関心がある」人は多いが、
実際に農的体験を経験した人は少ないことが判明。



3. 各冊子の位置づけ

【“知る”から“参加する”へ——2冊でつなぐ区民の行動ステップ】

冊子名	位置づけ	役割	対象と重点
ねりまの農業改訂版	都市農業の魅力を伝える “全体メニュー表”	都市農業に関心を持つもらうための 入口情報を広く届け、興味を引き出す	区民全般（子供から大人まで多くの区民） 関心未参加層（元々関心はあるがまだ参加していない層） 対象：区民全般 重点：関心未参加層 <イメージ>：区民全般 重点的に訴求：関心未参加層
収穫体験統合冊子	参加行動を促す “収穫体験カタログ”	都市農業に関心を持った人が実際に 参加・体験できるよう導く、行動促進 につながる実用情報を提供する	関心未参加層（ねりまの農業を読んで初めて関心を持った層を含む） ファミリー層（農園近隣に住んでいる子育て世代） 対象：関心未参加層 重点：ファミリー層 <イメージ>：関心未参加層 重点的に訴求：ファミリー層

ねりまの農業改訂版

都市農業の魅力を浅く広く紹介
(読んで楽しい『全体メニュー表』)

- ①買う
・庭先直売所
・マルシェ



- ②体験する
・果樹ある＆ベジかる
・農業体験農園等



- ③知る・学ぶ
・農業委員会、農地保全
・学校給食との連携



知る

収穫体験統合冊子

収穫体験に興味を持った区民が具体的に
行動に移るために必要な情報を端的に掲載
(実用性を重視『収穫体験カタログ』)



主な客層は、**農園近所のファミリー層**
(スマホと親和性が高い)が多いです。

※収穫体験を実施している農業者からの報告



実用性を重視するため以下①、②の情報に最短でアクセスできる冊子とする。

- ①自転車で行ける範囲の農園で、
- ②いつごろ、どんな収穫体験ができるか

地図も含め詳細情報はアプリで掲載（冊子には農園ごとに二次元コードを掲載）

参加する

とれたてねりま

R3年度にリリース
以降、累計PV件数
80万以上で、区民
の多くが利用
→冊子と連動して発信

＜アプリの特徴＞

- ・農園ごとの詳細情報
- ・地図（ルート検索も）
- ・最新の収穫体験情報
- ・予約受付