

農業農村地域へ広がるマッチングシステム



茨城大学 西脇淳子

背景

- 農業農村地域には貴重な資源や文化などが多く存在する
- 農業農村地域には、過疎、人的交流の少なさから、問題も多々ある
- 都市部には人的・物的資源や新しい情報があり、多様な想像力をもつ人材が多く存在する

<キーワード>

つながる、ひろがる



需要と供給のマッチング

農村情報ネットワークを利用して 改善が見込まれる分野



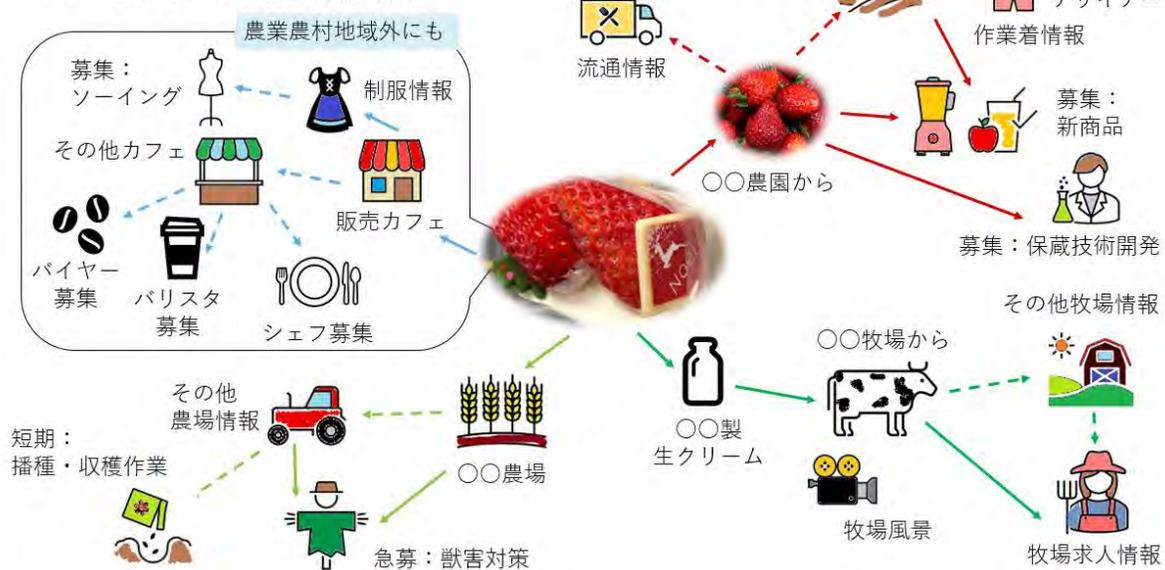
対象	担い手	食品ロス	宅配・ケータリング	顔の見える生産	農福連携
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・人材募集情報の公開範囲が限定 ・希望登録は知っている人のみができる 	<ul style="list-style-type: none"> ・売ります情報が消費者に広まっていない ・買います情報が出ていない 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報が少ない ・対象地域限定 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報が消費者につながっていない ・農家さんの発信の手間 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報公開範囲が限定
改善方法	情報共有 マッチング	情報共有 マッチング	情報共有 流通システムの改善	情報共有	情報共有 マッチング



**情報共有・マッチング
の仕組みが大事**



つながる情報網



需要と供給の情報がうまくマッチングすれば、win-winの関係でさまざまな問題が（完ぺきとは言えなくとも）改善されていく

統計手法やAIを利用したマッチングシステムでマッチングの精度向上

ただし、登録者に限定

ふと目にした情報から新たな世界が広がることもある

広く情報共有できる、人が多く集まるサイトでの情報提供が重要

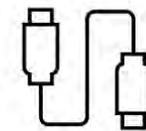
需要と供給のマッチング

- 情報登録
 - データ登録
 - 希望登録
- 通常のマッチングシステム

問題点
対象者が限定、情報が限定

多くの人が集まり、情報共有できる仕組みが必要

➡ 人が集まりたくなるサイト





農村振興局地域整備課

https://www.maff.go.jp/j/budget/pdf/r3kettei_pr64.pdf

本提案での作業の流れ

<これまで>

- 情報収集：消費者の欲しい情報は何か？（嗜好調査、対象は女性購買層）
 - * 欲しい情報：価格、レシピ、旬情報
- 情報発信：消費者の欲しい情報とその他周辺情報を入れ込んだwebサイト作成
 - * 周辺情報：栄養価、生育状況、活動記録

<今後>

- 試行錯誤的に、デザインを変えたwebをいくつか作成し嗜好調査
 - * **生育状況（カメラ設置）、活動記録（Agri-noteなどの利用？）**にIoT利用
- 対象範囲を広げて必要情報を把握し、多くの人に好まれる情報発信サイトを作成
- 農場生産物の販売促進につながるか、サイト公開前後での収益変化を把握