

県西地域産農産物の流通ネットワークモデル及びブランド化推進事業について

1 目的

「未病を治す」取組みを重点的に進める県西地域において、農産物のブランド化と、生産者と農産物を利用・販売する事業者を結びつけ、双方のニーズにあった農産物の流通ネットワークの構築に向けたモデル事業を展開する。

2 主な取組み内容

地域の生産者と「里の駅」等の宿泊施設や飲食店等の事業者を結びつけ、双方のニーズにあった農産物を生産・購入できる双方向の流通ネットワークをモデル的に試行し消費者へ県西地域の農産物を供給。

宿泊施設、飲食店等の実需者に、県西地域産農産物の取扱状況等のアンケートやヒアリング調査実施。ブランド化を推進するため、「未病を治す」東洋医学の考えを取り入れ、県西地域の農産物を「食」や「食材」の視点から「未病を治す」啓発を行うため、10品目の販促用チラシ案を作成し、消費者から意見聴取。試行期間は平成27年9月から12月

【流通ネットワーク参加者と品目】

- ・生産者数：31件
- ・宿泊施設：6件、販売店3件
- ・品目：ネギ、キャベツ、ブロッコリー、ハクサイ、ミズナ、ホウレンソウ、ダイコン、カブ、ニンジン、トウモロコシ、サトイモ、ヤマイモ、ミカン、レモン、キウイフルーツなど

3 結果

収支構造をみると、仕入比率が想定よりも高くなってしまった点、販売管理費の割りに売上が伸びなかった点の二点が収支に大きく影響した。

4 課題と今後の方策

- (1)今回参加した事業者のうち、宿泊施設については、3件が送料別途という形でも継続的な取扱いを希望している。また、小売事業者についても「自ら店長の間は必ずコーナーを続ける」とする強い意向も見られ、地元野菜に対する期待は一定程度存在する。
- (2)宿泊施設については、送料を捻出するための最低ラインである一回あたり8,000円以上のハードルが高く、事業者の多くは、2ヶ月～3ヶ月メニューを固定してしまうため、メニュー撮りの段階から3ヶ月以上にわたって安定出荷できるものでないと、継続的な注文が難しいという意見があげられている。また、受発注についても通常は夜発注で翌朝納品であるため、週間発注というのは難しい、という意見が多く、直前の変更連絡などの対応など、人的な負担も大きい。
- (3)当面、県西地域産の農産物を県西地域の事業者に供給するという目的を達成する上では、事業規模を小さく、他の業務と兼務できる規模で、始めることが適切であると考えられる。例えば、個人農家で宿泊施設専門の作付け体系を取っている農家が徐々に周辺農家の農産物を取り扱うようになり、事業規模を大きくしているケースなどが考えられる。

消費者から意見を聴く「未病を治す」東洋医学の考え方を取り入れた販売促進POPと料理用レシピ（慶應義塾大学監修）

