

## 普及活動の成果

課 題 名	地域資源を生かす魅力ある経営体支援	振 興 局 名	県北振興局
活 動 対 象	直売所、6次産業化志向農業者、農産加工品製造者	実 施 期 間	平成30年4月～平成31年3月

## 【対象の概要】

県北管内の地産地消を推進する農産物直売に取り組み9つの直売所で組織された県北地区農産物直売所ネットワーク、直売所レベルアップセミナー参加直売所、6次産業化志向農業者、農産加工品製造者

## 【課題設定の背景】

- 1 県北管内での直売所全体の売上は横ばい傾向にあるが、食品スーパーや他の直売所との競争で一部直売所における売上は減少傾向にある。
- 2 新たに6次産業化に取り組む意向のある農業者からは年間数件の相談を受けており、具体的な相談については、市町、6次産業化サポートセンター等関係機関と連携して対応している。農産加工品認証制度「長崎四季畑」については管内で13商品が認証されているが、制度の周知が十分ではない。

## 【活動目標】

- 1 直売所の売上は品揃え（多品目、出荷量）や来客数及び客単価等に比例して増減している。各項目について具体的な問題点の理解、課題の解決を促し、直売所レベルアップセミナーや県立大との産官学連携により大学側の新たな発想を活用することで売上向上を目指す。
- 2 関係機関と連携し、6次産業化に取り組む農業者への支援をはかるとともに長崎県ブランド農産加工品認証制度「長崎四季畑」の周知をはかる。

## 【関係機関との連携（活動体制・役割分担）】

各関係機関より対象組織の活動に対する支援、助言実施。

## 【活動経過】

- 1 魅力ある直売所支援
  - (1) 県北地区農産物直売所ネットワークへの支援
 

直売所のPR及び販売額向上を目的にスタンプラリー実施(準備、マスコミ等へのPR等)に対する支援を行った。実施後、直売所からは、全体で実施ができるのでよいとの声がある一方、場所によるばらつき、応募券配布方法の違いに対する意見が出された。

県立大学経営学科との連携活動として、ネットワーク内の8直売所に対して、県立大学学生の体験学習の受け入れ、現地調査の対応、意見交換会および最終報告会開催の支援を行った。実施後は、県立大学経営学科及び各直売所で今年度提案された案の活用状況の確認及び評価反省を行った。

H31年10月の軽減税率制度の導入をにらみ、制度内容を勉強する研修会の開催支援を行った。

地産地消を推進している農業者主体の皿山直売所に対し、ネットワークへの加入推進を図ったが、今後時間をかけて検討したいと回答があり、加入については保留となった。
  - (2) 直売所レベルアップセミナーに対する支援
 

県主催の「直売所レベルアップセミナー」の内容に直売所の意見を反映させるため、直売所ネットワークに対して事前アンケートを実施した。同セミナーについて、直売所ネットワーク及び売上3,000万円以上の直売所に対し周知を行い、参加推進を図った。また、参加4直売所(瀬戸市場、ひらど新鮮市場、柚木よかもん市、わくわくふれあい市)に対し、セミナー内での助言やセミナーに必要な資料及び運営改善計画書作成支援を行った。
  - (3) 地産地消祭りおよび直売所PRへの支援
 

地産地消祭りについて実行委員会等で農協と協議し、祭り開催支援を行った。祭り当日は、米新品種「なつほのか」の試食や県スタンプラリーを実施した。

直売所ネットワークの商品リストの更新支援を3直売所で行い、商品リストを県HPへの掲載や管内にある「ながさき地産地消こだわりの店」に15店舗に送付した。
- 2 6次産業化を志向する者への支援
  - (1) 6次産業化志向者への支援
 

6次産業化を支援する研修会・個別相談会を開催し、26人の参加があった。

同日に個別相談会を開催し、3件の相談に対応した。
  - (2) 四季畑推進
 

6次産業化研修会において四季畑制度の説明を実施し、四季畑への誘導を行った。

更新及び新規申請の計画作成支援を行い、現地確認および総合審査会に対応した。

**【普及活動の成果】**

## 1 魅力ある直売所支援

## (1) 県北地区農産物直売所ネットワークへの支援

スタンプラリーは84名の応募が得られた。応募券のアンケート結果より、スタンプラリーは、直売所PRや売上向上に繋がっていることが確認できた。

県立大学経営学科と直売所ネットワークの連携活動では、学生視点で見出された各直売所の課題や魅力を再発見する機会となり、提案の実践や直売所の意識向上に繋がった。

軽減税率の研修会を開催することで、軽減税率制度について理解を深めることができた。

## (2) 直売所レベルアップセミナーに対する支援

参加4直売所の運営改善計画書を作成することができた。また、県内各地の直売所と情報交換等で、直売所間の繋がりを強化することができた。

## (3) 地産地消祭りおよび直売所PRへの支援

米新品種「なつほのか」試食については、2日間で842人の参加者があり、おいしいとの意見が約99%だった。県スタンプラリーは572部の応募が確認できた。

3直売所において商品リストを更新し、商品リストを県HPへの掲載や管内の「ながさき地産地消こだわりの店」に15店舗に送付することで、直売所をPRすることができた。

## 2 6次産業化を志向する者への支援

## (1) 6次化に取り組む意向のある農業者・漁業者や関係機関に対して6次化や県の支援制度への理解を深めてもらうことができた。

6次化に取り組む相談に対応し、専門家のアドバイスを受けながらロゴマークの製作に取り組むことになった。

## (2) 生産者や食品企業に四季畑制度を周知することができた。

新規10商品（4事業者）、更新4商品（4事業者）が長崎四季畑に認証された。

**【対象の声】**

- ・直売所では、出荷量の確保、特に、平準出荷が課題。新規出荷者の確保や豊作時の売れ残り商品の活用等対策を考えていきたいので、今後とも支援をお願いしたい。
- ・出荷者の高齢化に伴い、栽培はできても、直売所へ出荷できないという問題が増えてきている。その対策として、将来的には直売所で集荷用車を導入し、従業員が集荷する必要がでてくると思われる。集荷用車の購入助成等あれば良いと考える。
- ・出荷者の高齢化に伴い、栽培はできても、直売所へ出荷できないという問題が増えてきている。その対策として、将来的には直売所で集荷用車を導入し、従業員が集荷する必要がでてくると思われる。集荷用車の購入助成等あれば良いと考える。

**【今後の課題】**

## 1 魅力ある直売所支援

## (1) 県北地区農産物直売所ネットワークへの支援

スタンプラリーについて、直売所PRや売上向上に繋がったことは確認できたが、実際に費用対効果について各直売所の売上分析を行い、今後の継続について判断する。

県立大学経営学科と直売所ネットワークの連携活動は、直売所の課題改善や意識向上に繋がった一方で、学生視点で出されたアイデアを両者と協議し、直売所運営に活かしていく。

## (2) 直売所レベルアップセミナーに対する支援

本年度参加4直売所が作成した運営改善計画の実施に向け支援を行う。来年度の同セミナーについて、直売所ネットワークおよび売上5,000万円以上の直売所に対し参加推進を図る。

## (3) 地産地消祭りおよび直売所PRへの支援

県スタンプラリーの参加者のほとんどが、1箇所のみでの来場での提出であったため、県民に県内各祭りをめぐって頂く効果的な手法を検討する。

商品リストについては、今後さらなる活用法について検討を行う。

## 2 6次産業化を志向する者への支援

6次産業化に取り組む意向の有る農業者に対し、必要に応じてプランナー派遣を実施し、マッチング会などへの参加を推進する。

**【成果の活用及び普及活動上の留意点】**

1. 直売所の現状、要望に似合う支援や事業を引続き支援していく必要がある。
2. 地域の農産物を活用した商品開発が産地のPR、農業者の所得向上に繋がるような取組を支援する。

**【発表・参考資料】**

なし。