

標 題 産直市の進化を急げ！ ～邑智郡農林産物直売所活性化セミナーを開催～

(ダイジェスト)

11月21日、邑智郡内の農林産物直売所（産直市）が都市住民や地域の消費者ニーズにきめ細かく応え得る産直市へ進展するために、商品力・店舗力を飛躍させる糸口の発見や人材力を活性化する運営手法へ転換を目論んだ、邑智郡農林産物直売所活性化セミナーを開催しました。

邑智郡の産直市は、道の駅インショップ、地域住民で組織した直売所等が中心となり、年間販売額4億円以上と農家にとって重要な販売チャンネルとなっています。また、地域の特色を活かした鮮度のよい農林産物や加工品は、多くの消費者から支持されています。一方、JR三江線が廃止されるなど、交流人口が減ったり、高齢となった出荷者のリタイヤや小規模生産で簡単に出荷を増やせないため、ここ数年販売額は伸び悩んでいます。

11月21日に開催された「邑智郡農林産物直売所活性化セミナー」では、株式会社シンセニアンの勝本吉伸氏を講師に、「田舎の産直市攻防戦～常勝には秘策がある～」と題し、産直市の成功要件やそれを実現するための出荷者の役割について講演がありました。講演の後には、「わが産直市の処方箋」と題し、セミナー前日に講演講師が邑智郡内産直市を巡回調査した結果から、事例研究を行い、具体的な改善手法や考え方について提案をいただきました。

普及部では、今後、学校給食向け出荷の取組拡大や産直GAPの取組についても支援することとしています。



セミナー当日の様子

【産直市の成功要件】

1. 地元産野菜の品ぞろえ充実
  - ・足りないものは栽培量を増やす
  - ・地元が無いものは新たに栽培する
  - ・地元にあるものは集める
2. ターゲットを明確にした集客対策の実施
  - ・大小イベントの定期開催で固定客の来店頻度アップ
  - ・ポイント会員制、メール会員制で最小の費用で最大の効果を
3. 新たな来客の確保を目的とした対策
  - ・広範囲への折り込みチラシ配布（子育ての終わった世代の住宅団地が狙い目）
  - ・道路予告看板の設置（通りがかりの客が思った以上にある）
  - ・一押し商品のぼり旗の複数設置（その商品がたくさんあることをアピール）

【出荷者の役割】

1. 供給量の平準化（早生・晩生、播種時期の分散、トンネル栽培）
2. 手頃な価格（量販店の1・2割引き、100円より90円、複数入りを割安に）
3. 鮮度と品質アップ（朝採り、適切な鮮度保持）
4. 商品説明（味や食感、食べ方も、昔懐かしで郷愁を）