

農協間連携で発展する直売所

紀の里農協(和歌山県)

取組の概要

- 約27億円を売り上げる直売所「めっけもん広場」を運営。同直売所にイートインコーナーを設置し、地元の農産物等を原料とした加工品を販売
- 平成15年には体験農業部会を設立、平成25年にはめっけもん広場の隣接地に指導者付きのふれあい体験農園である「あがらの畑」を開園し、農業のファンづくりに取り組んでいる。

事業化(プロジェクト化)成功のポイント

1 小規模からスタートし、10年で販売高は2倍

- ① 一気に大規模化するのではなく、需要を的確に捉え、固定客の確保と消費者の意向を反映し、店舗規模を拡大し、現在では27億円と全国屈指の販売高
- ② Wi-Fi環境の整備や免税店の登録などインバウンドツアーの受入にも積極的に取り組み。
- ③ リピーターの獲得・関わりの継続を目的として体験交流会員制度「あぐりんクラブ」を設けている。また、イベントなどの集客には若い家族をメインターゲットとして、SNSなどで情報発信し、拡散させる試みを行っている。

2 多彩な品揃えと多様な交流プログラム

- ① 山間部から平野部までの地域特性を活かした多彩な品揃え(果樹、野菜、花卉等)
- ② 端境期等で出荷量が不足する農産物は他県のJA直売所と連携・補完できるシステムを構築(35JAと提携)
- ③ 農作業体験のほか、調理・加工体験など多様な交流プログラムを整備。

3 出荷者への意識付け

出荷者に自主的な商品管理を委ねることにより、出荷者の責任意識の向上を図り、商品の品質向上を促進

4 行政等との連携、企業とのコラボレーション

- ① 地域との連携を強め、持続的かつ組織的な取組とするべく、平成25年7月にJA、紀の川市、関係団体等で「紀の川グリーンツーリズム推進協議会」を設立するとともに、「都市と農村の交流拠点構想」を策定し、都市農村交流による地域コミュニティづくりに取り組んだ。
- ② 平成27年11月に当JAからのアプローチが実りJR西日本と連携。JR和歌山線を利用した「フードトレイン 食育×旅育」を共同して企画。

農協のメリット・農家のメリット

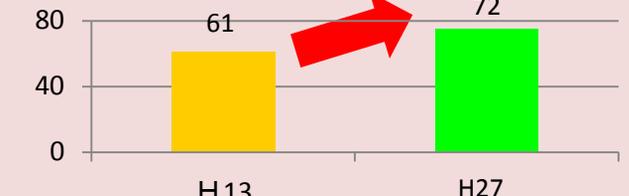
<直売所の販売高>

(億円)



<直売所の来客数>

(万人)



<体験交流プログラム参加者数>

(人)

