

概要

- しまなみ地域では温暖少雨な気候を生かした魅力的で多彩な小規模産地があるが、商品の増加に伴う販路の確保が共通の課題と分析。
- そこで、地域産物の認知度やブランド力の向上による有利販売や販路開拓を進め、産地化を後押しした。
- 農産加工事業者で構成するグループを立ち上げ、その産品を市内イベントへの出展と実店舗で販売。またSNSやマスコミの活用、県内外の販売イベント開催等で宣伝し、地元飲食店でのメニュー化を行うことで販路を拡大した。

具体的な成果

1 農産加工事業者のグループ活動支援

■ 認証制度の創設と事業者のグループ化

- ① 他業種のアドバイザーによるこだわり商品を持つ事業者を認定、組織化 **グループ参加事業者10→31**
- ② SNSポータルサイトでグループの情報発信 **販売商品数109アイテム**

2 マルシェ、常設店舗での販売実証

■ 市内で定期開催中のマルシェや、地元のこだわり産品販売店への出展

- ① 「せとうちみなとマルシェ」にグループのブースを設け出展 **マルシェへの出展13回**
- ② 市内3店舗に常設販売コーナーを開設、販促を実施 **販売実績348万円**

3 マスコミ等での情報発信と地元飲食店でのメニュー化

■ TV料理番組とコラボし情報発信

オリジナル版TV番組2本を製作し動画配信

■ 県内外でのイベント開催・出展、地元料理店へのPR活動実施

地元食材を用いたメニューの提供開始



せとうちみなとマルシェへの出展



オリジナル版TV番組の制作

普及指導員の活動

令和5年

- 普及指導員の提案によりグループ「しまなみみんなのディッシュ」を設立
- 「せとうちみなとマルシェ」への出展を支援し、ブースの設置、商品管理、販売指導を実施
- 市内店舗への働きかけにより、グループの常設販売コーナーを3店舗に確保
- SNSポータルサイトの構築、運営指導により、グループ員と販売商品数の増加
- 市内外のレストランへの働きかけにより、しまなみ産食材によるメニュー完成と商品の提供開始

普及指導員だからできたこと

- ・ コーディネート力を生かして農業および加工・販売業種のアドバイザーと連携し、グループの販売促進を支援できた。
- ・ 各販売コーナーやイベントの商品別・時期別の売り上げを確認・分析し、各商品の魅力と課題・適した販売先や効果的な販売方法を検討した結果、グループ員の販売商品数が増加。

しまなみ地域農業ブランドの育成

活動期間：令和5年度～（継続）

1. 取組の背景

これまで普及ビジョンで産地化を進めてきた「オリーブ」や「醸造用ぶどう」を含め、しまなみ地域では温暖少雨な気候を生かした魅力的で多彩な小規模産地が根付きつつある。これらの産地化が進む中で、商品の増加に伴う販路の確保が共通の課題になっており、地域産物の認知度やブランド力の向上による有利販売や販路開拓の対応が必要である。

2. 活動内容（詳細）

（1）認証制度の創設と農産加工事業者のグループ化支援

多業種のアドバイザー3人を選定し認証制度を開始。グループの参加希望者に対しては、現地訪問等により「こだわり」の商品を持つ事業者を認証した。グループ化支援のツールとして、グループの情報を発信する専用のSNSポータルサイト「しまなみみんなのディッシュ」を開設し、サイト内で認証制度を周知し随時参加希望を受け付けた。

（2）マルシェ、常設店舗での販売実証

今治港で定期開催中の「せとうちみなとマルシェ」にグループのブースを設け、グループ構成員の事業者に呼びかけ出展を促した。事業者と共に試食販売や陳列、POP作成等による効果的な販売手法を検討した。

また、市内の土産物・飲食販売店に対し、グループの常設販売コーナーの設置を依頼した。

（3）SNSや各種メディアを活用した情報発信

専用のウェブサイトを開設し、イベント等の関連情報を随時記入・更新して情報発信を行った。

また、局予算「しまなみ地域の魅力ある農業産地化事業」の委託業務として、人気料理番組「Tai飯」とコラボし、グループの食材をふんだんに使ったオリジナル番組2本を撮影した。番組はTai飯公式サイト及びグループのウェブサイトにて動画配信し情報発信を図った。

また、アドバイザーの協力により東京都での飲食イベントへ出展したほか、「儲かるモデル産地育成システム確立実証事業」を利用して県内外の販売イベントを開催し、グループと製品の認知度向上に努めた。

（4）地元飲食店への食材供給と連携によるイメージ創出

地元飲食店を訪問し、グループ商品を使ったメニュー化と店内でのグループ活動PRを依頼。また、アドバイザーの経営するレストランにて、グループと連携した商品の販売を企画した。

3. 具体的な成果（詳細）

（1）認証制度の創設と農産加工事業者のグループ化支援

アドバイザーによる認証によりこだわりの商品を持つ事業者を掘り起こした結果、グループ参加者数は31事業者に、販売商品数は109アイテムになった。

（2）マルシェ、常設店舗での販売実証

「せとうちみなとマルシェ」に設けたグループのブースに、グループ内の事業者の有志が計13回出展した。また、市内の土産物店等3店舗に常設販売コーナーを設置することができ、グループの事業者らの商品を定期的に納品し販売した。これらイベントや各販売店の常設コーナーでの、商品別・月別の売上を計上し、その推移を確認することで各商品の持つ魅力や課題、適した販売先等を検証した結果、全体の販売実績は348万円となった。

（3）SNSや各種メディアを活用した情報発信

ポータルサイトとInstagramを開設し、イベントの開催、事業者や商品の紹介、販売店情報などを随時発信した結果、令和6年1月26日時点で合計閲覧数が合計8,388件得られた。

（4）地元飲食店への食材供給と連携によるイメージ創出

グループ活動をPRしグループの商品を使ったメニュー化を依頼した結果、地元レストラン1件でメニュー化が決定。さらに、アドバイザーが経営するレストランでグループの事業者と連携したオリジナルの商品が開発・販売された。

4. 農家等からの評価・コメント

今治市 W氏

「せとうちみなとマルシェ」への出展を年間継続したことにより、自社商品の売れ筋や売れる時期などを把握することができたため、今後の経営を考える上で十分価値があった。また、グループの産品を消費者によく周知することができたと考えている。

5. 普及指導員のコメント

東予地方局今治支局産地戦略推進室

担当係長 越智英直

当地域では、高齢化の進展より小規模な農業者が多く、また、新たな農産物の栽培を模索する試みもあることから、魅力的な産物があるにも関わらず販路に問題を抱えている場合がある。当課題の取り組みは、このような農業者や新規品目の受け皿となるほか、地域の農産物を特色あるブランドとして位置付けることができるため、農産物の有利販売を図るうえで有用である。

6. 現状・今後の展開等

今後も販売面に課題を有する農業者の受け皿となるべく、新たなグループ員確保に取り組むとともに、グループ員の新商品開発を支援することで取扱商品数を増やし、商品のブランド力向上と販売拡大を目指す。

現地にて生産者や商品情報を取材し、新たな観光体験イベント等を含めたグループの動きを随時情報発信していく。