

## 1 目的

当地域の農産物販売において、青果では販売できない規格外品や販売条件が厳しい時期などに低単価での販売や廃棄されている農産物が多くあることから、販売額が低くなり、所得向上が図られないことが課題となっている。

そこで、低価格での販売や廃棄されている農産物を一定の価格で販売するための検討や加工業者及び飲食店等への販路開拓を経験することによって、農業青年クラブ員が販売対策による経営改善手法を学ぶとともに、手法の波及により地域で活用されていない農産物の販路拡大による地域活性化手法の検討を行う。

## 2 実施状況

### (1) 飲食店の仕入れ及び他産地研修の実施

地産地消推進店や給食センターなど仕入れ状況を調査し、規格外品の販路について検討した。飲食店では新鮮な地元産を使いたいとのニーズがあるが、生産状況などの情報が少ないことがわかった。また、1回の使用量が少量で農家が1店舗に搬入するには手間とコストが合わないこともわかってきた。

他産地研修では、熊本県の果樹やタマネギ、ニラ農家を調査した。規格外品は物産館などで市場単価よりも高く販売し、単価の安い加工には回さないようにしていた。また、タマネギは栽培技術は難しいが、単価の高い時期に出荷できる作型を中心に栽培していた。



熊本県芦北地域の玉ねぎ視察研修

### (2) 加工品試作の実施

ニラは加工品製造を産業支援センターと検討したが、ニーズや原材料の量、コストの問題などから加工品製造を取りやめ、単価の安い時期に植え換えを行い、単価の高い時期に安定的に出荷できるような作型に栽培体系を変更することとした。

果樹は規格外品も多く出ることから、不知火の果実丸ごとゼリーやドライフルーツなどの加工品の試作を行い、試食会を開催した。



不知火の果実ゼリー試食会

## 3 今後の課題、取り組み

農産物の販売は、市場出荷だけでなく多くの販売チャンネルがあり、規格外品などを飲食店や物産館での販売も検討していく必要があるが、輸送の手間などの課題がある。

地産地消推進店は地元の生産情報が不足しているため、生産者側から情報発信し、ニーズを掘り起こす必要もある。

加工品は消費者ニーズをとらえ、販売単価やコストも計算しながら慎重に検討する必要がある。できた物を売る考え方から、必要な時期にどのように作るか栽培技術や作型の検討も行っていく必要がある。



不知火ドライフルーツの試作