

1 目的

本校の有機生産科は、将来の農業経営者や技術者としての知識や技術の習得を目指し、野菜や果樹、豚等の生産を行い、食品工学科では、それらを使った加工品の製造を行っており、校内のアンテナショップや地域のイベント会場等で販売している。

しかし、生産物の販売に苦勞し、予定販売数量を達成できないことも多く、これらの解決策として、消費者の安心・安全志向に対応した商品表示やPR、販売手法を学ぶ必要がある。

そこで、本校で生産された農産物や、県内農業系高等学校では唯一本校だけが製造・販売しているチューブ入り豚味噌を取り上げ、6次産業化を念頭においた農業経営の安定化と農業後継者確保・育成、しいては、地域農業の活性化に向けた販売戦略の研究に取り組む。

2 実施状況

(1) 生産物販売会の実施

大きな販売会として博多阪急での「うま地下甲子園」や3月に感謝祭「黒豚祭り」を行い、チューブ入り黒豚みそや黒豚肉の販売を行った。

また、鶴翔高校との青春市場での販売会では、「黒豚対決」というキャッチフレーズで販売会を行う等、販売会の工夫も行った。

校外や地域との連携では、南さつま市の米を豚味噌と一緒に試食してもらい、両方のアピールにも努めた。

このような販売戦略を研究して、チューブ入り黒豚味噌の2万本販売を目標としたが13,130本にとどまってしまった。



博多阪急での販売

(2) 販売用パネルやポスター、POPの研究

多くの販売会を通して、加世田常潤高校の生産物や加工品のPRを行ってきた。

その販売会で活用するために、パネルやPOP作りも段階的に行った。また、授業の中でも販売物を紹介するためにPOP作りをして、PR力を向上させる方法がとられ、生徒・職員ともに購買意欲を高める工夫をした。

このような研究をしたことにより、さらに生産物を心を込めて作ったり、丁寧に仕上げたりするようになってきた。



豚味噌のチューブ VS 缶詰のパネル

(3) 先進地視察研修の実施

1年生は、JA食肉かごしまとカネゼン枕崎工場、薩摩酒造を、2年生は、内ファームと鹿児島都市農業センター、ヒガシマル串木野工場を視察した。

教科に基づいた学習の延長として、食品製造関係の職場を見学し、加工や流通形態、衛生管理等を理解し、これまでの学習の意義と今後の興味・関心・意欲を喚起し、学習効果を向上することが出来た。



視察研修・JA食肉かごしま

3 今後の課題、取組

農産物や豚味噌等の販売戦力の研究ということで、生徒 職員ともにキャッチコピーやパネル・POP製作等を行い、生産物の販売会に利用してきた。今後とも、先進地視察研修等を実施し、農業への興味・関心を引き出したり、接客技術の習得や多面的な見方を育成するために、積極的な活動を行っていききたい。