

## 地域としての販売戦略を見据えた イチゴ研修会・意見交換会を開催しました

大津・南部地域では、過去5年間で9名の生産者が新規にイチゴ栽培を開始しました。その結果、高設イチゴ栽培面積は約1ha増加し、生産者32戸、面積4.3haまで拡大しました。生産量が増加しイチゴ生産が活性化する一方で、庭先販売の需要に対して生産が飽和しつつある状況になってきました。

そこで、基本的な生産技術の習得による全体の技術力の底上げと、管内の生産者が連帯意識をもってイチゴ栽培に取り組み、新たな販路を含めた販売に関する議論が活性化することを目的とし、11月6日に培研修会と意見交換会を行いました。栽培に主眼を置いた研修会としては、当地では5年ぶりの開催となりました。

当日は、受付での検温、マスクの着用や換気など、新型コロナウイルス感染症対策を実施したうえで生産者18名、関係機関8名の計26名の参加がありました。

第一部の栽培研修会では、「少量土壌培地耕イチゴ栽培における厳寒期の栽培管理」について当課が講師になり研修を行いました。

第二部の意見交換会では、4グループに分かれて「あなたの経営体における、販売面の課題は？」というテーマで、付箋を用いたブレインストーミングで意見を出し合い、お互いの経営に対してアドバイスをしたり、共通の課題を確認しました。

研修会終了後も、他のグループの結果を参加した生産者とJA職員が議論をしたり、グループが同じであった生産者が再度集まって意見交換をしたりと、熱が冷めやらぬ様子でした。目的として掲げた、生産者同士の連帯意識が形成される様子がはっきりとわかる、有意義な会となりました。

今回の意見交換会で得られた意見をもとに、地域全体の販売面の課題解決も見据えて今後の普及計画につなげていこうと思います。また、今後も引き続き栽培研修会や意見交換会を定期的で開催し、生産者同士のつながりをより強固にするとともに、生産者の声を聞く機会としたいと考えています。

| 分類        | 課題として挙げられた意見  |
|-----------|---|
| 庭先直売・観光農園 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・いかに消費者に選んでもらうか</li> <li>・生産量が安定しない時期の予約の受け方</li> <li>・立地条件(集客に向かない、駐車場の確保など)</li> </ul>                                 |
| 販路        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・1経営体だけでは量が少なく販路拡大ができない</li> <li>・販路が少なくリスク管理ができていない</li> <li>・直売所等で競合している</li> <li>・一方、出荷量が少なく認知されていない直売所もある</li> </ul> |
| B品・規格外品   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・B品や売れ残り品の売り方</li> </ul>   |
| ブランド力     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド力がなく、価格面で産地に劣る</li> <li>・ブランド力がなく、加工品等のコラボ企画ができない</li> <li>・個人ブランドと滋賀県ブランドのどちらで販売するのか</li> </ul>                    |
| 労働力       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・配送手段がない</li> <li>・個人経営の場合、長時間労働である</li> <li>・繁忙期の栽培と販売にかかる労働力の振り分け</li> </ul>   |
| コロナ対応     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・庭先販売客の減少</li> <li>・これまでの直接消費者と会う販売方法が難しくなった</li> </ul>  |
| その他       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・規格・価格設定の難しさ</li> <li>・台風等の災害や、経費の増加等のリスク</li> </ul>   |



第二部の意見交換会の様子

表 意見交換会で出された課題