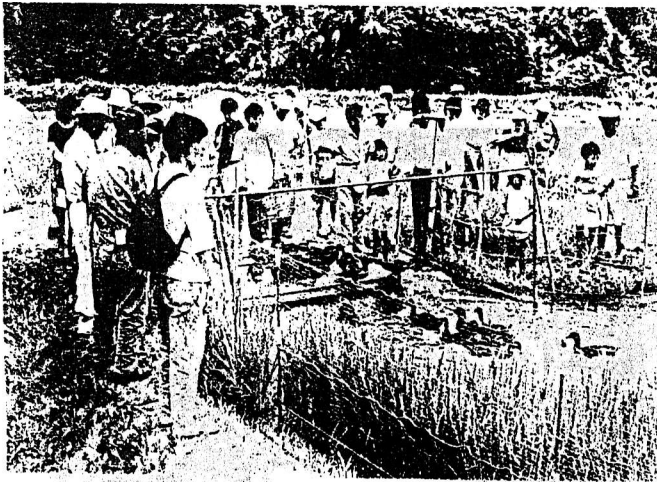


“ひろしまそだち”

発行 平成 6 年 8 月 8 日
事務局 (財)広島市農業振興センター指導課
〒739-17 広島市安佐北区深川 8-30-12
TEL (082) 8445-4770

“ひろしまそだち” 特産化推進協議会発足！！



アイガモ水稲作（特別栽培米）見学会 平成 6 年 7 月 23 日

特色ある農畜産物を“ひろしまそだち”ブランドで消費者に届ける事業が、本年度からスタートした。

この事業を推進する協議会の発足式が、平成六年六月三十日（木）、広島メルパルクに関係者約一五〇名を集めて盛大に開催、記念講演を聴いた後、各分科会に別れて熱心に協議がされた。

なお協議会の会長に(財)広島市農業振興センター振興部吾郷克己部長を選び、事務局を振興部指導課に置くこととなった。

本年は、“ひろしまそだち”を方向づけるための基本計画を策定し、平成十年度を目標に軌道に乗せる計画である。

関係組織：生産者団体、消費者団体、流通業会、行政及び指導機関
協議会組織：四専門部会（青果、花き・花木、米、畜産）

有機野菜は産直システム

青果部会としては、有機低農薬という例が身近にあるので、これをもとに協議を進めた。

・生産者としては、一生懸命作っているが、小売り側からすれば、ロットが少なく扱いにくい。有機無農薬または低農薬というリスクを背負って生産する以上、生産地と特定の小売店が契約する、市場外流通までを想定した、いわゆる産直型のシステムを考えていく必要があるのではないかと、小売店としても、生産コストと、売買する場合の値ごろ感の接点を求めて、お互いが儲かる方法を考えていく必要がある。

・一般消費者は、“有機”多少の虫喰いと理解はしているが、必ずしも納得しているわけではなく、結局小売段階では虫喰いものは売れない。などの意見が出た。

消費者の声を反映した花づくり

花き・花木部会
・スーパー等で購入した花の日もちが悪い。消費者にとって花の産地は問題とならないが、“ひろしまそだち”は、新鮮さが売り物に

なるかもしれない。小売店の取組みとして、“ひろしまそだち”の消費宣伝はできるが高品質のものが必要である。

・花の需要は、業務用は頭打ちであり大きな伸びは期待できないが、まだ伸びる。また、カジュアル的な個人消費の花はますます拡大していくので、消費者の声を反映したものがづくりがさらに必要となってくる。

①全国流通を考えた生産・流通対策と、②地場流通を考えた生産・流通対策の2本立てで考える必要があるのではないかと、

・いずれにしても、“ひろしまそだち”として大規模な消費宣伝を展開し、知名度を上げていかなければならない。

保証は誰がする

米部会
・特別栽培米は、従来の栽培方法とは異なり、有機質肥料を使用したり、農薬の使用回数をゼロ又は半分以下に制限し、通常の栽培米より付加価値を付けている。

・広島市内でも、特別栽培米の取組として①広島市アイガモ研究会、②可部地区の金亀米、広島安佐特別栽培米協議会等がある。
・通常の栽培米は、今後、外国産米や消費者の米離れ等により、苦戦が予想され

る。消費者サイドの協力は、数量の不足や安全性等の付加価値の保証を誰がするのかといった問題提起があった。

・そこで、今後は、消費者、流通業者、生産者にメリットが有るような内容で論議していき、具体的に分かりやすく、小さなテーマで行い、この“ひろしまそだち”を考えていこうということ部会を閉会した。

まず“広島牛”のPRから

畜産部会
畜産部会には、酪農や養鶏も含まれるのにはあるが、今回は肉用牛の特産化について協議した。

“ひろしまそだち”として、差別化を図るのであれば、現状ではA5、A4（肉質等級、上位一番、二番）とかがいった高級品で差別化するしかないが、量が少なすぎる。また、高品質という言葉は高級ブランドというイメージであり、消費に結びつきにくい。

まず、消費者に広島牛がいるということを知ってもらうことが先決で、裾の処理を兼ねて料理教室や宅配方式を試してみたらどうか。
生産者としては、現在の生産量を維持しながら良いものを作っていこうと思う。などの意見が出た。

記念講演：「“ひろしまそだち”ブランド化戦略の方向」

講師：高千穂商科大学 助教授 梅沢昌太郎先生

講演要旨
 農産物のブランド化にあたっては、流通はもとより、消費者までいかに認知させるかが重要な課題であり、現在の流通体制の下では難しいだろう。農産物は、工業製品と異なり、生産者側の意思で価格決定をすることが難しい上に、意図しない売場で売られることも当然あるものである。“博多万能ネギ”にしても、一応の成果は認められるが、他産地のものも“万能ネギ”で売られているのが実状である。農産物のブランド化にあたっては、クレーム処理ができるシステムを確立することも重要である。小売店がブランド化すればストアブランド（ダイエーブランド、西友ブランド等）となる。この機会に、生産者が小売店を指定するくらいの売り方があっていいのではないか。
 “ひろしまそだち”を推進していく上では、何かにつけてこれを狂気のごとく口にするキーマンが必要である。協議会の中にマスコミ、ミニコミの参画を図るのも一つの手ではなからうか。例えば、CATVのチャンネルを買って、”ひろしまそだち”の買える店、食べ方等をPRする方法もあるのではないかと。いづれにしても、ブランド化は一度失敗すると、取り返しがつかないので、この協議会を大切に育てていきたい。

野菜・花の 産地見学に参加しませんか!!

下記のとおり、消費者と農業者の出会いの場を設け、消費者の方に農業に対する理解を深めて頂くため、産地見学および地元農家との交流会を計画いたしました。

- 1 実施日 平成6年8月24日(水)
- 2 日程 県庁前—志路(花)—井原(屋敷)—井原(ネギ)—県庁前
 9:00—10:00
 11:00—11:30
 13:00—13:30
 15:00—16:00
- 3 内容 白木町志路(バラ、トルコギキョウ栽培見学)
 白木町井原(屋敷、地元農家と交流およびネギ栽培見学)
- 4 参加費 一人当たり 1,000円(当日徴収)
- 5 募集人員 45名
- 6 申し込み 往復葉書にて下記事務局まで
 〒739-17 安佐北区深川八丁目-30-12
 (財)広島市農業振興センター 指導課
- 7 〆切 8月15日(月)必着
 (申し込み多数の場合は、抽選とさせていただきます。)
- 8 その他 屋敷には、無農薬米を使用する予定です。
 未修学児の参加は、ご遠慮ください。
 花およびネギのお持ち帰りを予定しております



梅沢昌太郎先生による記念講演会



平成5年11月29日の産地見学会

関連行事

開催日	主催団体名	内容
6月30日	ひろしまそだち特産化推進協議会	設立総会(約150名参加)
8月1日	ひろしまそだち特産化推進協議会	米部会技術スタッフ打合わせ
23日	ひろしまそだち特産化推進協議会	青果部会
9月2日	ひろしまそだち特産化推進協議会	花き部会
9月8日	ひろしまそだち特産化推進協議会	米部会