

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

提出区分	実績	整理番号	6	課題区分	C	令和6年(2024年)5月9日
横断的な課題	1 上田地域の魅力の向上と発信による人を惹きつける観光地域づくり					
地域重点政策	1 上田地域の魅力の向上と発信による人を惹きつける観光地域づくり					上田地域振興局
実施機関	上田地域振興局			担当課	所属	農業農村支援センター
事業名	農産物直売所魅力アップ支援事業				電話	0268-25-7126
					E-mail	ueda-nogyo@pref.nagano.lg.jp
事業	目的 (目指す姿)	地元農産物の販売拠点として更なる直売所の魅力向上を図るとともに、観光客の利用も多い農産物直売所の「地域の農業や食に関する情報発信」機能を強化することで、農業と観光業双方の活性化につなげる。				
	現状と課題	<p>【現状】</p> <p>管内常設直売所は15施設でR4年度の売上高総額18億円に留まったが、R5年度はコロナが明け順調に客足も戻り売上げも伸びていることが見込まれるが、①取扱品目拡大②組合員拡大③集客力拡大が依然課題となっており、特に、冬場は取扱品目(新鮮な野菜・果実等)が少なくなり集客数も減少している。</p> <p>【課題】</p> <p>これまで消費者アンケートや端境期品目試験。出荷組合間で課題解決方法を語り合う魅力アップセミナー等を開催してきたが、地域の農業や食、更には観光業とつながった情報発信の強化により、コロナ明け後の集客力の強化を図ることも重要になっている。</p>				
概要	内容 (変更後の内容)	<p>1「農産物直売所運営案内人」による経営相談(農政部予算活用)や専門コーディネーター派遣(長野県よらず支援拠点との連携)による経営改善・販売方法など運営サポート[通年]</p> <ul style="list-style-type: none"> 直売所が抱える課題解決に向け、経営改善や販売方法の工夫など運営面でのサポートを希望する直売所へ、県が認定する「農産物直売所運営案内人」を派遣する取組。 5年度、管内では1件の希望する直売所(ひだまり農園:東御市)に対して、4回派遣を実施。 <p>2端境期出荷用野菜等の調査研究(農業改良普及活動)[通年]</p> <ul style="list-style-type: none"> 新鮮さや旬の野菜等を売りにする直売所としては、冬場の野菜や果実などの生産物が少ない時期(端境期)は経営が厳しい時期に当たり改善が求められている。 支援センターでは農産物直売所(あさつゆ)とともに、大根や白菜などの秋野菜を長期貯蔵(囲い野菜)して冬場までの出荷期延長、あるいは、冬になる前にほ場のキャベツにべたがけ(被覆資材)をして早期出荷(春出し)に取組んだ(4月~3月)。 <p>なお、調査結果を取りまとめ、次年度4月からの直売所指導に役立てる予定。</p> <p>3直売所魅力アップセミナーの開催[2月]</p> <ul style="list-style-type: none"> 管内に15ある常設直売所を主対象に、課題(取扱品目拡大解決、組合員拡大、集客力拡大など)解決につながる研修会(セミナー)を2月に開催し、直売所の魅力をアップさせる取組を実施。 今回の研修テーマは接客に係るサービス向上についてグループワークにより研修を深めた。 <p>4観光情報等も盛り込んだ農産物直売所マップの電子媒体化に向けた業者との検討[3月]</p> <ul style="list-style-type: none"> 上田地域の観光情報とリンクさせた農産物直売所マップ(現状は紙媒体のみ)をスマートフォンやパソコンでも見られるように電子媒体化を図っていくため、業者とも検討したが、発注をかけるための仕様書の作成には至らず、また、維持管理(データ更新費用等)について答えが出せず、電子媒体化は諦めざるを得なくなった。 				
		事業期間	令和5年(2023年)4月 ~ 令和6年(2024年)3月			
事業費等	(単位:円)					
	事業を構成する細事業名等	実施内容	計画(実績)額	備考		
	直売所魅力アップセミナー開催	管内直売所関係者を対象にセミナー開催	116,440	講師謝金100,000円 旅費日当:16,440円		
	合計		116,440			
達成状況指標	成果指標		目標値	成果	達成状況	
	直売所魅力アップセミナー参加者数の増加(R4:15人)		20人	30人	● 達成	
	アンケートの次回セミナー参加希望割合の増加(前回:73%)		80%	96%	○ 一部達成	
					○ 未達成	

事業実績・成果	<p>【実績】 ①東御市内の開設間もない農産物直売所への経営アドバイス及び実践支援により主力の出荷農産物づくりを行った。②端境期の野菜出荷を目指した調査研究を実施しデータ取り等ができた。③各直売所から事前に研修要望などを聴き取り、それらを盛り込んだ研修内容で魅力アップセミナーを開催することができた。④観光情報等も盛り込んだ農産物直売所マップの電子媒体化に向けた検討を関係者と開くことができた。</p> <p>【成果】 ①運営案内人の経営アドバイスを取り入れ取り組んだところ、出荷者の手取りが増え支援の効果と実感が得られた。②今後(次年度)各直売所への端境期出荷用野菜等に関する情報提供と栽培指導の基となる調査研究結果を取りまとめることができた。③接客サービス向上や社内労働環境の改善につながるセミナー内容となり、出席者から魅力アップ、売上アップにつながる高評価が得られた。④直売所マップの電子媒体化については、作成後の継続維持に難題があることが分かり、従来どおりの紙媒体であっても観光情報等内容の充実を図ることで次年度作成していくこととなった。</p>
今後の方向性	<p>農産物直売所とのつながりを大切にして意見・要望を吸い上げ、より経営改善して魅力アップする支援を継続する。また、農産物直売所の魅力を地域の観光情報と併せてPRできるマップを作成、配付する。</p>