

花の6次産業化の推進 ～ドライフラワーの取組～

県南農林事務所稲敷地域農業改良普及センター

直売所や道の駅の集客の目玉となる新商品の一つとして、花の6次化商品「ドライフラワー」に着目しました。普及指導員自らが、商品の企画立案から販路の確保までの一連の活動をプロデュースした結果、5名の女性農業者がドライフラワーに取り組み、3つの直売所で新商品の販売を開始しました。この一連の取組は、新聞やラジオなどのメディアに多数取り上げられ(新聞5回、ラジオ1回)、現在、ドライフラワー関連商品は直売所の人気商品となっています(年間販売金額が約100万円)。

産地間連携の推進

切り花の規格外品等をドライフラワーとして有効活用するため、乾燥試験や品目適応試験を普及センター内で繰り返し実施した結果、自然風乾で品質の良いドライフラワーが加工できるケイトウ、クラスペディア、アジサイなど約20品目を選定することができました。



ガレージを利用した風乾試験

農業者に対する魅力発信

J A女性部等を対象にドライフラワーを使ったアレンジメントの体験講座を実施し、その魅力を発信し続けたところ、5名の農業者が普及センターの取組に呼応し、ドライフラワーの製作と販売を開始しました(実践農家2名:栽培から加工・販売までを実践、連携農家3名:ドライフラワー用の切り花を花材提供)。



アレンジメントの実演会

商品力の目利き

農業者と一緒にミニブーケやハーバリウム等の新商品を作成し、直売所で試験販売を通して「売れる商品」の目利きを行いました。(売れ筋商品約5アイテムを選定:ギフト用のミニブーケ、母の日用のハーバリウム、アレンジ素材としてパーツパックなど)



直売所における試験販売の様子

販路の確保

販売プロモーションを行った結果、管内3つの直売所でドライフラワー専用の販売コーナーが設置され、人気商品の一つになっています(年間販売金額約100万円)。



大型直売所「ポケットファームときどきつくば牛久店」で販売コーナーを確保