

意欲ある担い手を核とした多様な販売による 二ホンナシ産地の活性化

下妻の梨は、県内を代表とする市場出荷中心の大型梨産地ですが、市場単価の低迷・担い手の高齢化・梨の高樹齢化等で元気が無くなりつつあるのが現状です。そこで普及センターは、意欲ある若手を中心としたプロジェクトチームを組織化し、差別化商品の開発と契約販売、梨のもぎ取り体験イベント等を提案し、これまでに無い新たな動きで産地活性化を促進しています。

● 地域内の合意形成を第一に ●

下妻の梨は、大産地ゆえに小回りを利かせた多様な販売やPR活動が難しいという一面がありました。今回、若手プロジェクトチームは、量販店との契約販売など、これまで産地に無かった販売にまで踏み込んだ取り組みを実現するため、常に産地内の役員やJA等と共通認識を確保するよう心掛けて活動してきました。



プロジェクト内容説明会



量販店での試食販売PR

● これまでに無い売り方を ●

通常の商品よりも樹上で完熟させた、食味重視の新品を量販店と契約販売しました。普及センターでは、JAとともにバイヤーとの連絡調整を図り、産地からの価格提案まで実現させました。

販売期間中は、産地から指定した4店舗で、プロジェクトメンバー自らが9日間毎日各売り場に立ち、試食PRを行いました。予想以上の売上を記録し、追加発注も出るほどの盛況ぶりでした。市況に一喜一憂する販売に偏らない産地を目指します。

● ターゲットを絞った効果的な産地PR ●

一連のプロジェクトにおいて中心と定めているターゲットはつくば市の消費者。そこで、つくば市内の保育園に通う親子を対象に梨のもぎ取り体験イベントを開催。予定以上の応募がありました。イベント後のアンケートでは、「また来たい」が46組中45組で、満足度の高さが確認されました。何より、消費者の笑顔に触れた産地の生産者の意識が高揚したように感じます。



梨のもぎ取り体験時の笑顔