事例調査で得られた高付加価値情報の発信
～農業者の取組を伝えるために～

広域　高付加価値化

◇　活動のねらい

釧路管内では牛乳販売や乳製品加工をはじめとして、農業体験、野菜直売など多様な付加価値活動が行われている。普及センターでは取組者の事例調査を行ってきた。

調査から、取組ＰＲや販路確保などの課題が確認できた。

そこで調査結果を活用し、普及センターホームページ（以下ＨＰ）に取組情報を公開し、情報発信を行った。

１　活動の経過

釧路管内では牛乳・乳製品・加工品・野菜・肉類が販売されている。
どのように取組を行ってきたのか？課題は何か？

事例調査を実施

担当者会議で検討し、（H29年度）
調査開始（H30年度）

取組みへの思いやこだわりなどを事例毎に整理する。
課題にある、取組ＰＲや発信手段の増加等へ支援を検討。

発信方法を検討

発信への準備（Ｒ１年度）

普及センターＨＰに取組と商品をまとめ、農場毎に公開。
（販売内容・連絡先・営業時間・購入可能な場所など）

ＨＰ公開（Ｒ２年10月）

２　活動の成果

(1)　事例調査で状況把握と情報提供

取組者(31事例）の「生産物の良さを伝えたい」「地域の食文化をつくり発信していきたい」などの取組目的を把握できた。課題では売上増加や労働力確保、活動ＰＲ、販路確保等を把握した。調査結果は所内で共有し、パンフレットなどの資料は電子化し情報蓄積をすすめた。

食品衛生法の改正や表示の変更に関わる情報を提供した。

表１　所内で共有した情報内容

経営の概要	名称・連絡先・農業の経営規模と形態・事業の構成・加工の規模と人数
取組の状況	目的・経過・開業年と内容・商品の販売先と購入可能先・参考事例
施設・機材	導入機材・購入先
資金	活用した施策・開業の必要資金額
その他	課題・苦労した点・アドバイス

表２　特徴のあった経営方針

事例	参考になったコメント
Ａ牧場	牧場ベースの商品を提供する活動をして、地域に貢献することを考えたい
Ｂ牧場	地域の人に仕事を依頼し、上手く連携する。忙しくなるなら委託する
Ｃ牧場	商品のいいものと悪いものを判断する品質評価の勉強は必要（個性と勘違いしない）

写真１　加工への思いを把握

写真２　直売所運営の工夫を確認

写真３　取組経過を把握

(2)　収集情報の発信（広域　情報・クリーン・有機との連携）

取組ＰＲのため、普及センターＨＰ内に新たに「釧路の農場発！釧路のおいしい商品を紹介」コンテンツを設け、令和２年10月に公開した。取組毎と農場毎のページを作成し、商品と購入可能な場所がわかるように構成した。

また、令和元年と２年はＨＰ内トピックス欄で、野菜直売の営業開始情報を発信した。

情報・クリーン・有機主査との連携により、普及センターＨＰを発信手段として有効に活用することができた。

農場紹介ＨＰの作成目的

付加価値活動と加工品を掲載するＨＰを公開することで、釧路管内の農畜産物を紹介する。また、消費者の釧路農業の理解につなげていくことを目指す。

図１　マップでＨＰに公開し、下段のリストから各農場のサイトへリンク

３　今後の対応

ア　地域係と連携し取組内容の確認を行い、所内及びＨＰ更新により情報蓄積を図る。