

夢づくり協働推進事業の実施状況 14

事業名

ビビッと備中！農林水産いきいきネットワーク

事業の概要

安全で安心な県産農林水産物の安定供給と消費拡大を図る地産地消県民運動を進めるため、管内の農林水産関係団体、行政機関、直売所、食品メーカー、消費者団体等の多様な主体との協働により設立された「ビビッと備中！農林水産いきいきネットワーク」（H18年3月設立、構成104組織 H22年1月末時点）が中心となり、備中地域の多彩な農林水産物やその加工品（6次化商品）等のPRを積極的に行うとともに、直売所の魅力を数多くの方に知っていただくショッピングラリーの開催やウェブサイトの整備を進めた。

また、宝塚アンテナショップを活用した県外への情報発信や商談会を通じた加工品の需要拡大、テスト販売に向けた商品品評会への出展など競争力のある売れ筋商品の開発を支援した。

さらに、女性の生活に密着した感覚を活かし、新たな地域特産品づくりを進めるため、様々な職能・価値観を有する女性が意見交換できるネットワークづくりを進めた。

協働の主体、役割分担

協働の主体	役割分担
幹事会	基本となる組織構成 [県民局（農林水産事業部）、市町・・・連絡調整]
活動本部	具体的な事業実施や活動を行う内部組織（複数） ネットワーク構成団体のうち、目的や事業内容に賛同する団体で構成 ネットワーク構成団体の発起により活動本部を設置

【活動本部の設置例】

- ▼第5回玉島築港桃祭り～子ども達へ食育～（平成21年6月16日～平成21年7月31日）
おかやま玉島市場LLP、倉敷市（農林水産課、特産品推進室）、備中県民局（農業振興課、協働推進室、倉敷保健所）
- ▼備中岡山たべられえ市（平成21年10月24日～平成21年10月25日）
イズミゆめタウン倉敷店、備中県民局（農業振興課、協働推進室）、趣旨に賛同するネットワーク会員（流通・消費関係企業、生産者団体、加工グループ、くらしき作陽大学等）

実施状況

1 直売所の活性化（魅力倍増）

（1）情報発信システムの機能強化

イベントや旬の食材の紹介を各施設管理者が直接入力し、生の声を伝えるWeb形式の「目からウロコの新情報システム」を平成20年度から開設しているが、より魅力あるシステムとして定着するよう、イベント等の情報をより効果的に表示し、参加施設の情報入力を促進するため機能の充実・強化を行った。

掲載施設数：120

直売所 69 体験施設 28

食事処 12 宿泊施設 21

*アクセス数：約850件/月



（2）ショッピングラリーの実施

直売所を広くPRし、地域特産品の購買意欲を喚起するため、直売所の買い物レシートを集めて応募する「ビビッと備中ショッピングラリー」を実施した。

開催期間：8月10日～11月30日 参加直売所：53施設

応募総数：2,256通（抽選会：12月28日）



2 備中地域農林水産物のPR（地産地消をテーマとしたフェアの開催）

フェア名称	月 日	場 所	来場者数
玉島港もも祭り	7月19日	倉敷市玉島	約 3,000人
大地産地消まつり	9月11～13日	総社市門田(天満屋リブ総社店)	約 8,500人
高粱ピオーネ祭	9月26日	高粱市落合町(ゆめタウン高粱ゆめ市場)	約 2,800人
高粱地域地産地消フェア	10月17日	高粱市中原町(ポルカ天満屋ハピータウン)	約 2,500人
新見地域地産地消フェア	10月18、19日	新見市高尾(JA阿新)	約16,000人
備中岡山たべられえ市	10月24、25日	倉敷市笹沖(イスマ倉敷サブリナ店)	約12,400人
エコ&フードフェア2009	11月 1日	岡山市大内田(コンベックス岡山)	約20,000人
うかん風ぐるまフェスタ	11月22日	高粱市有漢町(うかん常山公園)	約15,000人
倉敷市農業祭	11月29日	倉敷市福田町(福田公園)	約12,000人
井笠地域地産地消フェア	12月13日	笠岡市平成町(笠岡ふれあい青空市)	約 2,500人
延べ10回		来場者数	約94,700人

3 県内外に向けた多様な情報発信（物産展・商談会等）

区 分	期日・場所等	概 要
アンテナショップを活用した農産物・加工品のPR	8月1日～2月28日 兵庫県宝塚市 (宝塚店・花のみち店)	アンテナショップを設置しモニタリングを行うとともに、特産品のPR強化に向け、生産者による対面販売(店頭イベント：16回)を実施
売れ筋商品発掘市(商談会)	9月2日 大阪国際会議場	4団体が参加。(商談成立：3件) *商談継続中：5件
神戸*花あかりフェスタ	9月18～19日 3,000人 神戸ポートアイランド	備中地域農産物・農産加工品のPR販売及び宝塚アンテナショップの紹介
全国ふるさと観光物産展	9月21日 10,000人 豊中市せんちゅうパル	備中地域農産物・農産加工品のPR販売及び宝塚アンテナショップの紹介
岡山県人の集い	10月8日 350人 大阪新阪急ホテル	関西地域在住の岡山県出身者等を対象に特産品の紹介と利用推進を啓発
岡山・備中酒蔵めぐりフェア	11月30日 大阪天神橋筋商店街	日本酒に合う特産品(加工品)の提案を実施
岡山備中流いっぴん物産展	3月10日 大阪天神橋筋商店街	天神橋商店街内イベントスペースにて備中地域の農産物・特産品をPR販売
備中の恵み実感！料理人のための農林水産物展示会	3月3日 倉敷アイビースクエア	地域食材や特産品をホテルや飲食店、小売店、消費者に生産者自らがPR *商談PRブース：30ブース



物産展でのPR販売



宝塚アンテナショップでのモニタリング




備中酒蔵めぐりフェア

4 女性の視点や職能を生かした地域特産品づくりの推進

区 分	取 組 内 容
女性の職能を結びつけるネットワークづくり	大学教授、シェフ、野菜ソムリエ、料理研究家、NPO団体、消費者モニター、生産者の7名からなる「ビビット食農！プロフェッショナルチーム2009」を結成(H21.8.4)し、アドバイザー制度を構築。 ・ミーティング等の開催：7回

<p>女性の感性を生かした商品づくり、PR方法の推進</p>	<p>全国の百貨店・スーパー等に向け販売できる加工品開発を目指す「いいものづくり塾」を開催。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・いいものづくり塾：(第1回)10月20日、(第2回)3月3日 <p>良品工房のシステムを活用した半年間の試験販売(実売)を試行。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エントリー品目：農産物2品、加工品8品 ・試験販売予定先：伊勢丹新宿店、紀伊国屋、パレ・マルシェ、天満屋等 <p>シンポジウム「地域特産品が結びつけるネットワーク活動」を開催。 [平成22年3月3日 倉敷アイビースクエア 加工グループ等約100名]</p>
<p>女性の視点による特産品ガイドの作成</p>	<p>女性の視点から地域食材・加工品を見直し、新しい食べ方・利用法を織り込んだ特産品ガイド「大切な人と家ごはん」を作成。</p> <p>A5版、32頁、3,000部作成</p>

5 食料自給率の向上に向けた地産地消運動の啓発推進

<ul style="list-style-type: none"> ・備中地域食料自給率向上対策会議の設立 (H21.10.29) ・倉敷駅西ビル大型テレビSky-TVでのCM放映 (10月1日～11月30日) ・毎月5の付く日を地産地消の日として地域食材使用を推進 <ul style="list-style-type: none"> 天満屋倉敷店での出張朝市の開催 (10月～3月の5・15・25日) 県民局食堂での地産地消弁当の販売 (10月～12月の5・15日) *H22年1月からは毎日限定5食(5日は30食)の地産地消弁当を提供 ・小中学生や消費者を対象とした出前講座の実施：4回 (11/22・11/29・12/18・2/23) 	 <p>Sky-TVでのCM</p>
--	--

成果・効果

- 1 既存の「目からウロコの新情報システム」について、直売所から直に情報提供ができるようシステム改良を行ったことで、各施設からのインターネットを通じた情報発信を効果的に行え、魅力ある直売所情報の発信体制が整備され、内容の充実が図られた。
- 2 直売所のPR、購買意欲向上のため「ショッピングラリー」を開催し、リピーターの定着化と地域イベントと連携したPRによる集客の向上を図ることができた。
- 3 各地域で進めてきた「地産地消フェア」は、各組織での主体的な取組みが定着しつつあり、協働の輪が広がるとともに地域食材への関心が高まっている。また、消費者との交流が生産意欲の高揚や地域の活性化にも役立っている。
- 4 アンテナショップを中心に関西圏への備中地域の売り込みと「食」に関するモニタリングが展開された。販路拡大に向けた各種情報・機会の提供により、民間のノウハウ・システムを活用した百貨店等への商品紹介や生産者自らが参加しPRする展示会・商談会方式による販売戦略が浸透しつつある。
- 5 様々な職能・価値観を有する女性7名からなるネットワーク「ビビッと食農！プロフェッショナルチーム2009」を結成し、既存の地域食材・加工品の魅力アップや新たな魅力づくりを提案し、地域特産品の開発を支援するアドバイザー制度を整備した。また、7名の意見を取り入れた地域特産品ガイドを作成し、地域食材・加工品の新たな利用法を提案した。
- 6 食料自給率の向上を目指した地産地消運動の啓発活動として、CM放映、毎月5の付く日を地産地消の日として地域食材使用の推進を行ってきたことにより、県民の地産地消への理解や意識が高まりつつある。また、飲食店、ホテル等へ備中地域の食材・加工品をPRしたところ、地場産食材に関心を持つ関係者が増えつつある。