

普及情報

10 女性グループががんばれば、佐用が元気になる

ねらいと成果

佐用郡内の加工・直売施設は、消費者と生産者を結ぶ交流施設として、女性グループが重要な役割を果たし、来客数、売上げ（総額約3億円以上）ともに着実に伸ばしてきた。

しかし、ここ近年、類似施設が多くできる中、思ったようには、販売拡大が図れなくなってきた。また、町の合併を目前に控え、今後の行政との関わりへの不安が各施設に広がっていた。そこで、加工施設間のネットワーク化を図り、新たな交流の取組や協力体制づくりを行った。

直売所の主力である加工施設のネットワークが、直売所にも刺激を与え、佐用郡直売所連絡協議会が結成された。加工と直売それぞれの施設が、特長を生かしながら連携し、情報発信することの難しさもあったが、佐用の魅力をもっと伝えられる、と実感できた。

内容

1 さようまるごと体験ツアーを企画

まず始めに、佐用郡のPRに取り組むことにした。話合いの結果、直売所や加工品だけをPRするのではなく、佐用郡に少しでも多くの人に来てくれることが大切であり、そのためには佐用郡の良さを知ってもらおうと、“さようまるごと体験ツアー”を企画することにした。

そこで必要となる経費は、県民局の地域づくり活動応援事業を活用し、加工体験と佐用の自然や観光を組み合わせた4コースのバスツアーを企画し、各町行政の協力を得ながら事業を進めていった（参加者のべ133名）。

2 食と農のフォーラムを開催

1月には、活動報告を兼ね、より多くの地元の人



こんにゃくづくり体験（バスツアー）

にPRするため、食と農のフォーラムを開催した。

フォーラムには、地元佐用郡の人だけでなく、ツアーの参加者等に呼びかけた結果、郡外からの参加も約50名あり、253名が参加するにぎやかな交流会となった。

3 直売所巡回研修

外への発信だけではなく、内部の充実へも動き出した。それぞれの直売所を見て回り、お互いにチェックしあう巡回研修を行った。

最近、販売活動がマンネリ化し、陳列・接客等いろいろな面で、消費者のニーズがつかめていないのでは、との声もあり、お互いに気が付いたことを注意しあうことで、より直売所の向上を図る糧となっている。

4 行政機関との話合い

協議会構成員の情報交換を密にし、現状、今後の課題等を整理した。その結果をもとに、4町の産業課長と加工施設代表者の合同検討会を開催した。

検討会では、合併後の不安や、町おこし施設として、合併がより発展に結びつくよう話合いを行い、新生佐用町の誕生を迎えることとなった。

今後の方針又は普及上の注意事項

「佐用に来て良かった」というファンを一人でも多く作るため、生産者同士のネットワークや消費者とのネットワークの充実を図る。

新しいネットワークが、新たな情報発信・新たな取組につながり、佐用の加工品や農産物の消費拡大が図られるよう、普及センターとして支援していく。

藤井 久美（佐用農業改良普及センター）
（問い合わせ先 電話：0790 - 82 - 2103）



各施設の代表による検討会