

直売強化に 4つのメリット PRの工夫を



清水 進矢

SHIMIZU Shinya

株式会社ふるさと支援研究所
代表取締役

私の実家は養鶏場を営んでおり、小さいころから農業が身近でした。約30年前、父は『美黄卵^{ビオウラン}』をブランド化、加工品も開発するなど6次産業化の先駆けとして経営を発展させてきました。

そんな父の姿を見て、農業経営に携わる仕事がしたいと考えようになりました。経営を学ぶために中小企業診断士の勉強を始め、25歳で資格を取得。コンサルタント会社を立ち上げ、農業経営者の経営支援業を始めました。その後、ふるさとの振興に農業で貢献したい。会社名にはその想いを反映しました。

農業経営者から最近、直売を強化したいという相談を多く受けます。新型コロナウイルス感染拡

大の影響で、市場出荷の先行きが不透明なこと、消費者が家で料理する機会が増加したこと、直売所やインターネットで農産物を直接購入する人が増えていることなどが背景にあると思います。

こと。農家ならではの珍しい食べ方や、おいしい農産物の見分け方・保存方法などの知識・ノウハウは大きな価値です。四つ目は規格外品を購入することができること。一般の市場では流通しない大きいサ



©山梨 将典

消費者にとって、生産者の直売を利用することは一般の小売店と比較して価格以外にもさまざまなメリットがあります。そこで、工夫を凝らし、消費者にPRすることが大切です。具体的には、次の4点になります。一つ目は農産物の新鮮さ。朝取り保証をして差別化している生産者もいます。二つ目は誰が生産したかがわかる安心。生産者の顔が見える販売を心がけましょう。直売は人とのつながりが大切です。三つ目はおいしい食べ方や保存方法などを消費者に伝えられる

イズを欲している消費者もいます。「規格外だから安い」という概念を捨て、工夫次第で規格外品を売る方法があるはずです。

コロナ禍で厳しい状況にある農業経営者の方も多いと思いますが、ピンチはチャンスでもあります。市場環境は大きく変化しています。この機会にご自身の経営を変革し、新たな取り組みにチャレンジしていただきたいと思います。そして、私は皆さまのお役に立てるよう現場へはせ参じる所存です。F

しみずしんや

1987年静岡県生まれ。現在33才で最年少の上級農業経営アドバイザー。中小企業診断士。今年の目標は「活動範囲を全国に拡げること」。静岡県農業経営アドバイザー連絡協議会会長。

■ 農業経営アドバイザー

農業経営者のニーズに対応し、経営への総合的で的確なアドバイスを実践する専門家です。2005年、農業経営の発展に寄与することを目的に日本公庫（当時、農林漁業金融公庫）が資格制度を創設しました。本コーナーは、上級資格である上級農業経営アドバイザーが執筆します。