

直売所への販売に向けた新商品の開発支援

東近江農業農村振興事務所農産普及課

【普及活動のねらい・対象】

あいとう直売館は平成7年にオープンし、地域農業の活性化の拠点施設として中心的な役割を果たしてきました。平成21年度に直売館が改築されたことを契機に運営組織体制および出荷者組織の再編整備が行われ、新たに加工部会が設立される運びとなりました。品揃えの確保のためには加工品を充実させる必要があることから、今年度は加工部員の中から愛東生活研究グループを対象に商品開発に向けた支援を行いました。

【普及活動の成果】

愛東生活研究グループではグループ員の生産物であるブドウ、梨を使ったジャムを加工販売しており、新たな商品開発にも意欲的でした。そこでグループ員と共にどのような商品を開発するのかを検討した結果、「ドレッシング類」「飲む酢」の商品化を目指すことになりました。

ドレッシング類、飲む酢とも県下で農業者が手がけるのは初めてだったことから、加工技術等の情報収集先進地加工組織への聞き取りを十分に行ったうえで支援を行いました。現地ではグループ員と共に何回も試作を重ね、素材の風味を活かした配合割合を確立させるとともに、省力的な加工方法を研究しました。また、グループ員のコンセプトにあったおしゃれなガラス容器の選定と容器の取り扱い方、充填方法、賞味期限の設定方法、価格の決め方、食品表示、ラベルのデザイン等についても支援を行いました。

その結果、「トマトドレッシング」「たまねぎドレッシング」「大根ドレッシング」「柿ドレッシング」「柿のみそだれ」「ブドウの飲む酢」「柿ジャム」の7品の商品化ができ、約3,500本販売できました。今後は「人参ドレッシング」「ブルーベリーの飲む酢」等の商品化を行う予定です。

また、愛東生活研究グループの活動に刺激されて柿生産農家の女性グループでも加工活動への気運が高まってきたため、商品化への取り組みを促し支援を行いました。柿グループでも「柿ドレッシング」「柿みそだれ」「柿ジャム」の商品化ができました。また、セット販売を想定して、同じ容器を用いるように誘導しました。

ただ加工者の大半が果樹農家であり、農繁期と重なるときは加工活動が十分行えないことから、今後は加工体制を検討していく必要があります。



ドレッシングの充填作業



商品化されたドレッシング