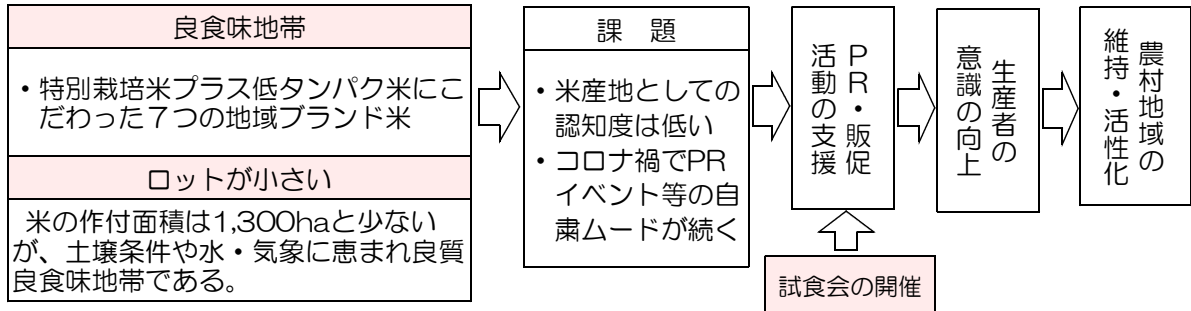


日高管内地域ブランド米PRで地域に活力を ～お米を売り込む日高の挑戦～

(広域推進 高付加価値化)

- ◆活動年次：令和4年度
- ◆対象：静内稲作振興会（JAしずない） 門別町産米改良協会（JA門別）
びらとり米麦改良協会（JAびらとり）

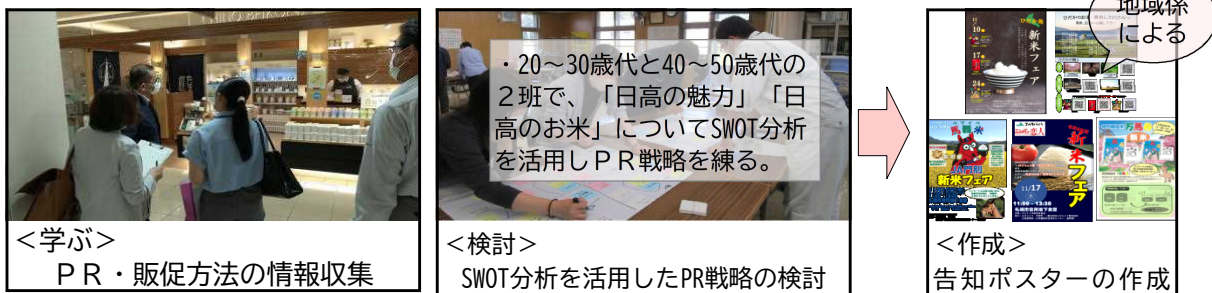
1 課題の背景



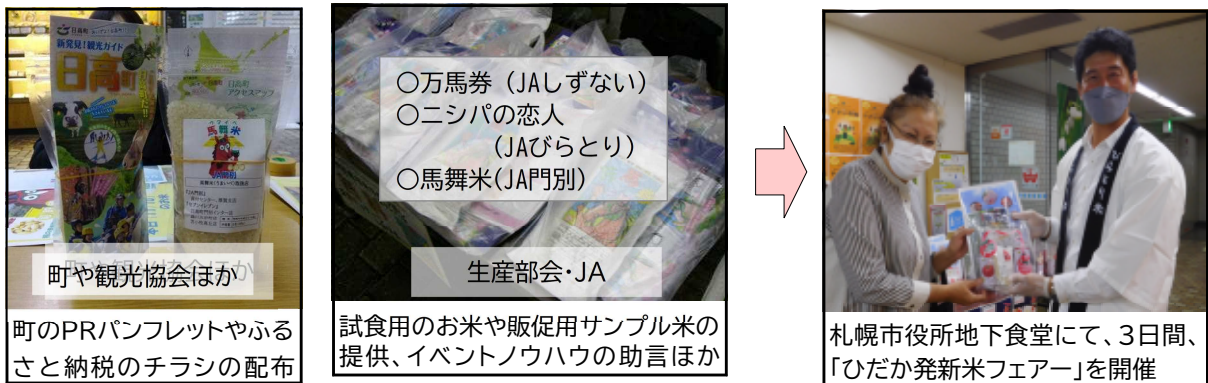
2 活動の経過

普及センターは、コロナ禍で自粛ムードが続く中、関係機関と連携し、農業者の活力を高め、地域に明るい話題を作ろうと“札幌市”での、農業者主体のブランド米のPR活動を支援した。

(1) 管内水稻部会・高付加価値化担当者が連携し、企画および開催支援をする



(2) 生産部会・JA・町（観光協会・商工会）との役割分担で試食会を盛り上げる



(3) アンケート調査を実施に地域ブランド米の”強み”探る

■コレスポネンス分析による地域ブランド米の“強み”を把握する。

- <設問>
- つや(てり)・光沢がある 白い 香り
 - 甘み あっさり もっちり やわらかい
 - 弾力 ふっくら 粒がしっかり

※コレスポネンス分析とは：クロス表の結果をひと目で分かるようグラフに表現する分析手法です。関係の強い要素同士は近く、関係の弱い要素同士は遠くに配置され、一般的に「固有値が1以上」と関連が深いとされます。



3 活動の成果

(1) SWOT分析で共有した「日高の魅力」や「日高のお米の特徴」をチラシに反映する

こんな場所で作られたお米

日高の魅力

①受賞歴
②低タンパク米
③栽培環境
・気候 (冷涼少雪)
・土壌 (土づくり)

①アクセス
②地図
③観光紹介
④販売先 (ふるさと納税)

普及センター内で共有した「日高の魅力」や「日高のお米のこだわり」は、チラシを作成するにあたり、農業者やJA担当者との会話が弾むきっかけとなった！

地域係が中心となり、3銘柄のポスター作成

普及センターの担当で実施したSWOT分析で、世代間で価値の受け止め方や発想、視点、着目などの違いが垣間見られ、歴史や文化など、たくさんの気づきを共有する機会になった。

(2) 協力JAを3JAに増やし“札幌”で3日間開催！「美味しい」の一言に刺激をもらう

お客様の声

「とても美味しかった」「日高でお米つくっているんだね」「日高には、競馬で訪れたことがあるよ」

参加した農業者の声

お米以外の特産品を含めた消費者交流や販売の機会を企画していきたい。次の世代の担い手に消費者と触れる機会を設けていきたい。

食堂の店長の声

「粒がしっかりしている。炒飯や丼物にしてもお米が負けていない」「同じななつぼしでも、甘みやつやなどに違いを感じる」

(3) 日高の地域ブランド米は“うまい！”のセールスポイントを発見？

～調査項目が中心に集中する！～
3つの地域ブランド米の調査項目の差は小さく、安定した品質お米であることが把握できた

美味しいお米

拡大して見よう！

○「粒がしっかりしている」「甘み」「もっちり」が中央に固まっている。美味しさのセールスポイントになりそうだ。○差は小さいが、各銘柄ごとに“味”や“外観”に特徴に違いが見られそうだ。

4 今後の対応

次年度は、地域ブランド米の試食会や販売を強化に向けた支援を行う。