

【農業生産の振興（ふくしま食と農の絆づくり運動の取組み）】

～ 絆づくり運動の周知展開 ～

1 取組趣旨

消費者と農業者の価値観の共有を目指す「ふくしま食と農の絆づくり運動」の展開にあたっては、関係機関・団体が主催する各種イベントなどのあらゆる機会を捉え、運動の趣旨等を周知する必要がある。

このため、収穫の秋で多くの来場者が期待できる「郡山の農業・観光物産展」に昨年度に引き続き参画し周知活動を行うとともに、資材を活用したPR活動を実施した。

2 取組内容

(1) イベントによる周知活動

- ① 名称等 「郡山の農業・観光物産展」
- ② 日程 平成20年10月17日（金）～10月19日（日）3日間
- ③ 時間 10:00～16:00
- ④ 場所 郡山総合体育館（郡山市豊田町3-10）
- ⑤ 概要 ブース運営とステージイベントの実施
- ⑥ 実施内容

ア パネル展示（ブース内）

「ふくしま食と農の絆づくり運動」のPRポスターや農業の現状、農業施策の概要を周知するための統計データ、県オリジナル品種の周知ポスターを展示した。

イ 県オリジナル品種現物展示等（ブース内）

県オリジナル品種のPRを目的に、ぶどうの「あづましずく」、なしの「涼豊」、りんどうの「尾瀬の青華」等を展示した。

ウ 体験コーナー（ブース内）

子どもを対象に、地元農産物・加工品のPRを目的とした「ミニトマトすくい」（17、18日）や「地産地消飴釣り」（19日）を実施した。

また、もりの案内人の方を指導者に、木の葉等を使用した「食・農しおりづくり」を行い、台紙の表面にはロゴマークを、裏面には農業振興に向けたメッセージを刷り込むなど、その啓発に努めた。

エ 「ガッテン！食・農〇×クイズ」（ステージイベント）

来場者の方々を対象として、農林業の現状への理解促進を図ることを目的に、食と農に関する〇×クイズ（17日、19日）を行い、両日とも正解者上位10位には、地元郡山の加工品を景品とし、併せてそのPRを行った。

⑦ 取組結果

パネル・県オリジナル品種現物展示では、ブース内のテーブル配置を工夫した結果、展示物への誘導がスムーズとなり昨年度以上の来場者の姿を見受けることができた。

体験コーナーでは、目の前を通るほどんど子ども達の関心を引くことができ、17日には約120人、18日には約180人、19日には約200人が体験するとともに、保護者には産地の説明を行い、地元農産物への理解促進を図ることができた。

しおりづくりでは、大人から子どもまで思い思いに楽しみながら取り組まれ、17日は約100人、18、19日の両日はともに約150人の方々が賑わった。

クイズでは、17日（金）には70人、19（日）には先着100人の方々が参加の下、盛大に開催できた。しかし、正解者が想定より少ない問題もあり、農林業の現状を地道に伝えいく必要性を感じる結果となった。

なお、一つのブースと短時間のステージイベントの運営であったが、3日間で延べ約1,070人も多くの消費者に訪れていただけた。



パネル・県オリジナル品種来場者



地産地消飴釣り



食・農しおりづくり



ガッテン! 食・農〇×クイズ

(2) 資材による周知活動

① のぼり旗の設置

農業者と消費者の絆づくりの拠点である農産物直売所に、絆づくり運動周知ポスターとともにのぼり旗を管内43箇所に設置した。

なお、農産物直売所運営者の御理解・御協力の下、22年度までの継続設置により、運動の普及展開を図っていくものである。

② エコバック

「ふくしま食と農の絆づくり運動」県推進本部、及び地方推進本部構成員が自ら率先して、絆づくり運動をPRする一手法として、ロゴマーク・キャッチコピー入りのエコバック購入の斡旋を6月に行った。

自己負担にありながら、本地方推進本部をはじめ多くの方々の御賛同を得て、178個の購入をいただくことができた。



のぼり旗設置



エコバック

3 今後の課題

この2年間、絆づくり運動は、イベント、資材の活用をはじめ、ホームページ広報等でも展開しているが、未だ一般県民に浸透したとは言えない状況である。

予算が益々厳しくなる中、イベント・資材配布に頼れない状況も想定できることから、さらなる創意工夫が必要とされている。

まずもって、地方推進本部構成員の意志統一を図り、ロゴマーク・キャッチコピーの積極的な活用、あらゆる機会を生かしての広報活動を地道に続けていく必要がある。