

3. ウェルシーフード構想は なぜ挫折したのか？

- 現在ウェルシーフード構想が伊達市に定着しているとは言い難い
- なぜ挫折したのか？
→3つの原因が考えられる
- ①一部の企業・市民しか参加していない
- ②人材不足
- ③生産者との関係不足
- ④情報公開不足

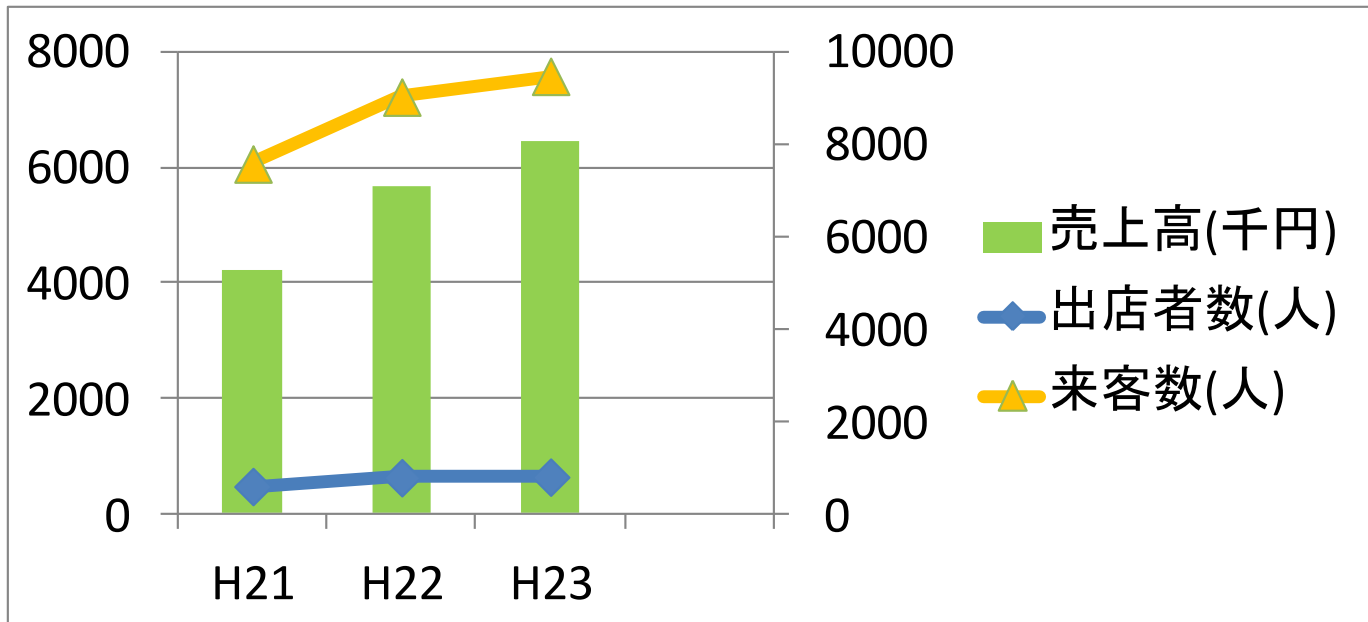


4. あらたな希望

平成21年25回	<u>売上高</u>	<u>5,205千円</u>	<u>来客数</u>	<u>6710人</u>
平成22年25回	売上高	7,081千円	来客数	10990人
平成23年26回	<u>売上高</u>	<u>8,060千円</u>	<u>来客数</u>	<u>11350人</u>

来客数・参加者の増加

農家の積極的な参加



4. あらたな希望

- こうした反省点を活かし、実際に生産者である農家が主体となって活動を行う

「道の駅」

が誕生することとなる。



4.道の駅の創設と地域経済の展望

道の駅の創設経緯

- 当初、黎明館で刀鍛冶・藍染を販売していた。
- 文化・地場産品 PRのため
- 外の小さい一画で農産物の販売、また軽トラ朝市での販売
- しかし、伊達市民が伊達の農産物を買う場所が少ない。
- そこで、市・商工会・JAが50%以上出資を行い道の駅を移転新築した。
- 農産物の直売所コーナーを設ける。

直売所のメリット

- 消費者のメリット

- 生産者の顔がわかる(安心・安全)
- 様々な生産物が購入できる

- 生産者のメリット

- 少量販売が可能(小規模農家の参加可能)
- 規格化されてなくても販売可能
- 重量作物以外でも販売可能
- 自ら価格を設定できる(収入増)

・特に多品目でなければ
直売所は成立しない

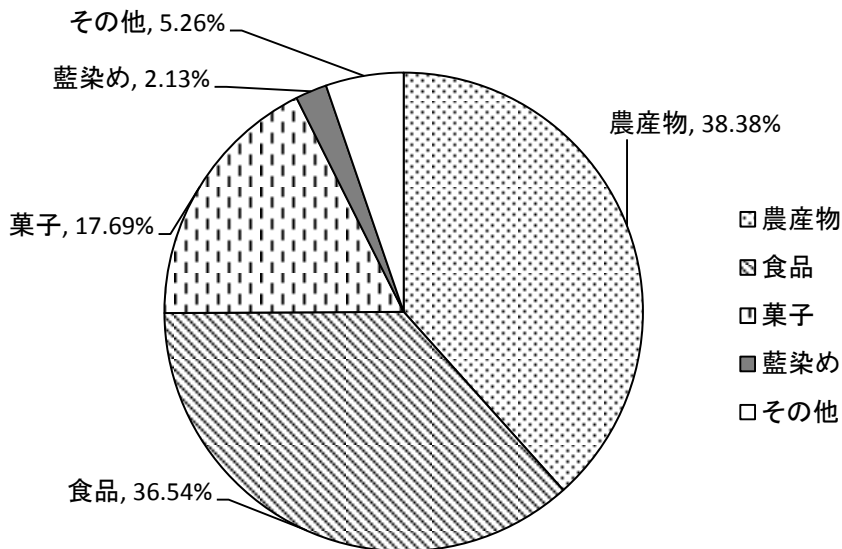


道の駅開設とその効果

- 直売所に出典している農家は70戸以上ある。
- 来場割合は平日が市内7割、市外3割、土日祝は市内3割、市外7割
- 売上総額は4月が2,835万円、5月が3,995万円

→ **前月比1,160万円(140%)の売上げ増加**

道の駅での販売実績(部門別構成比)



・売上の約75%が農産物とその加工品をしめている。
・伊達市の農産物に対する需要はある！

道の駅と地域農業

- 伊達市は色々な種類の農作物が生産されているため直売所という販売形態に対応可能。
- 地元農産物の消費拡大や生産性の向上につながる。
- 道の駅という場所を使い、農業を核にした地域活性化を狙う。
- 課題
 - 冬に販売する農産物をどうするか(周年販売)
 - 安定的に供給してくれる農家が少ない(生産者の確保)
 - 伊達の特産物を食べる場所がない(消費・交流の場)

5.終わりに

～政策提言にかえて～

○伊達市の地域経済活性化の課題

- 伊達市内で生産された農産物を消費する場所がない
 - 地産地消ができていない
- 農業と他産業との連携が弱い
 - ウェルシーフード構想の挫折
- 高齢化に対応した産業・雇用を創出する必要がある
 - 農業を核にした高齢化時代の新しいビジネスモデル

～政策提言にかえて～

ウェルシーフード構想を豊富化させるためには？

- 地域農業を再建するための媒介項としての道の駅
 - 地元農産物の消費拡大や生産性の向上につながる
 - 他産業との連携により域内経済循環が期待できる
 - 重量作物以外の農作物でも販売が可能のため高齢化にも対応できる。

しかし、道の駅で伊達の特産物を食べるところがない

→「食」と「農」のつながりが弱い

～政策提言にかえて～

以上より...

- ・地域内再投資を意識した産業集積が必要
- 伊達産のものを食べられる施設の創設
- 地元住民に向けたPRを行う

これらの事により地域連携を高め、再編ができると私たちは確信している