

5 幅広い年代が楽しめる企画を作ろう

(1) タイプ別の企画・イベントへの要望と事例紹介

すべてのタイプが直売所の農産物を使った料理の実演と試食を求めています

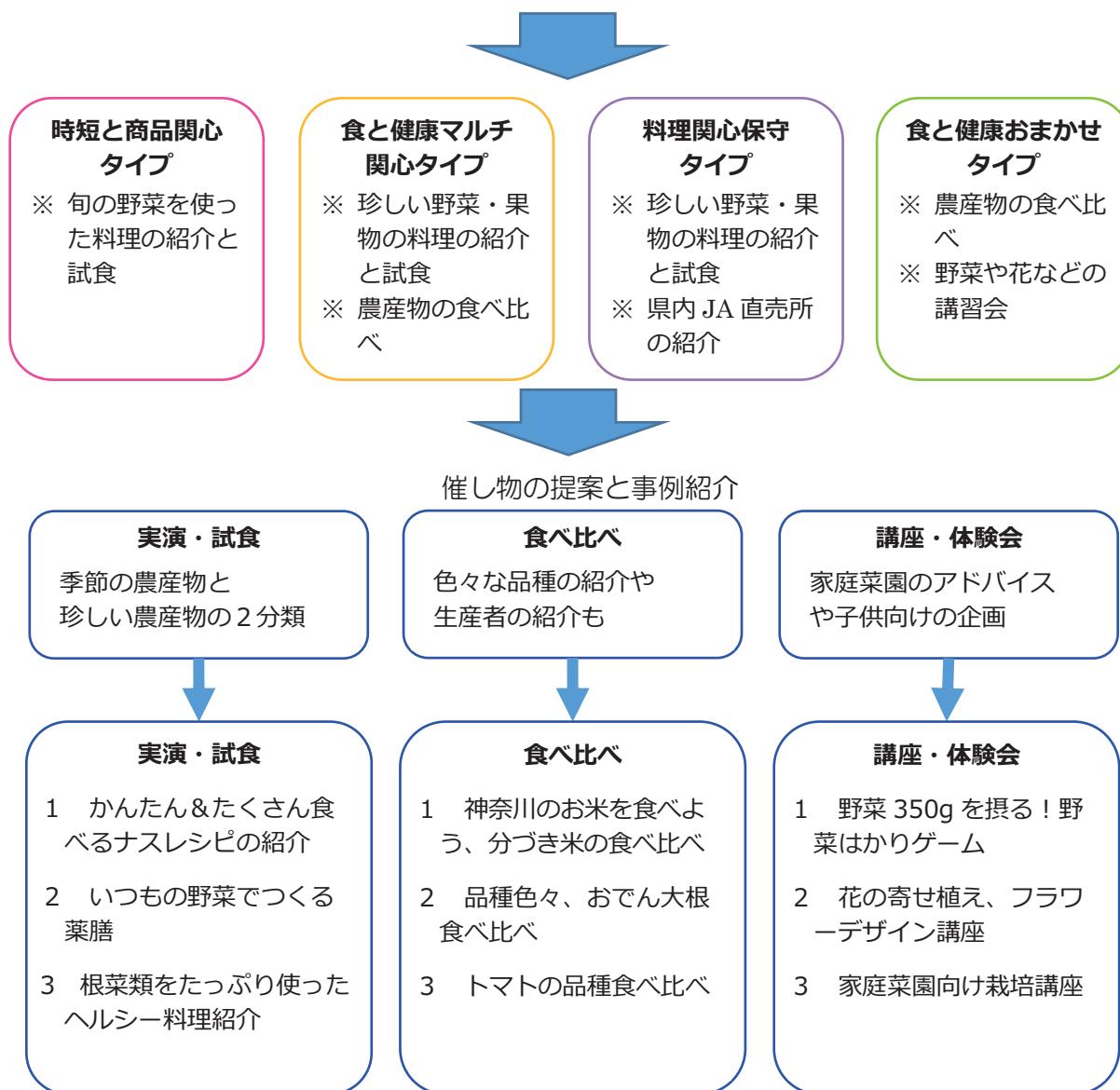


図6 夏野菜を使ったレシピの試食風景



図7 農家がアドバイスする寄せ植え作り

(2) 企画・イベントの効果

直接的な効果は、その日試食で取り上げた食材の売り上げがアップします。

調査では、直売所を利用する利用者は「買う物を決めている」が 54%、「決めていない」が 46%でした（図 8）。

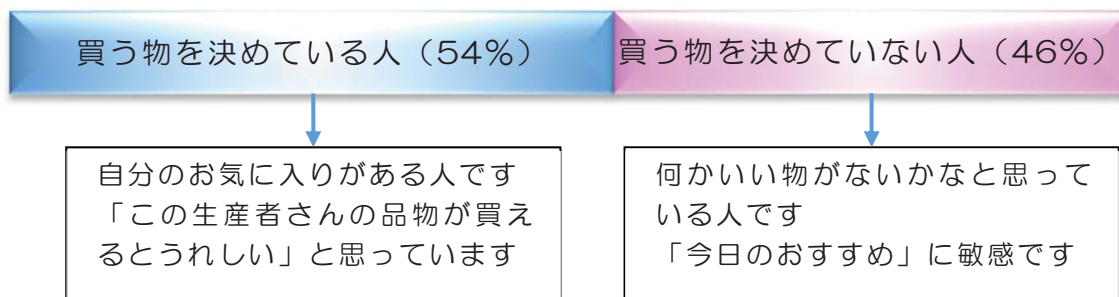


図 8 直売所利用者の購買行動まとめ（2007 年調査）

2016 年に、旬の食材を使った薬膳料理の紹介イベントでの調査では、試食提供をすると、約 6 割が使用した食材を「購入する・購入するつもり」と回答しています。購入の理由として、6 割が「試食がおいしかったから」をあげていました（図 9）。

試食は直売所に「何かいいものを買いたい」と思っている利用者には、動機付けの機会になります。そこで、実演・試食会を積極的に活用しましょう。

また、スタンプカードを発行して複数回のイベントの参加率を調査したところ、お子様と一緒にの利用者は、「リピート率が高い」という結果が出ています。食育、花育の子供向けのイベントを通じて、地域の農業と出荷者の紹介ができます。

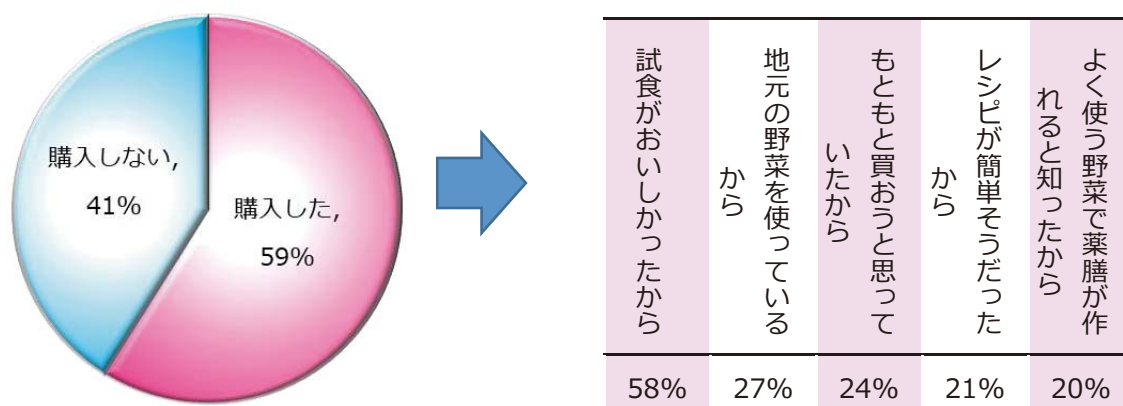


図 9 薬膳イベントでのレシピ提供食材の購入意向とその理由（2016 年調査）

(3) 催し物開催のポイント

イベントが単発に終わってしまっても、その日に買い物に来られた利用者には、印象に残りません。「継続する」こと、「幅広く関心をもってもらう」ことからイベントの効果を発揮します。そこで、長く続けるためのポイントを、以下に整理しました。

- ① 開催回数はできるだけ多く
- ② 実演・試食会は準備も考えて簡単なレシピで
- ③ 平日向け、休日向けに内容を変えて
- ④ 家族向けに楽しめる内容

(4) 開催回数はできるだけ多く

図 10 は、直売所で入荷量が多く、最盛期には品物が過剰になりそうな品目を中心に、レシピの要望を調査した結果です。

レシピが欲しいのは、高い順にダイコン、トマト、キャベツですが、ここでも意識タイプによって、欲しい品目の違いがでています。

色々な食材をとりあげて欲しいのは、'時短と商品関心タイプ'です。このタイプ向けには、「簡単さ、時短」をまずテーマにします。

ダイコンとトマト、タマネギは、お料理好きな'食と健康マルチ関心タイプ'と'料理関心保守タイプ'の回答割合が高くなっています。そのため、「簡単メニュー」以外に「ちょっと凝ったメニュー」も提案します。

そして、旬の季節にあわせて、品目をピックアップして試食会を開催してみてください。

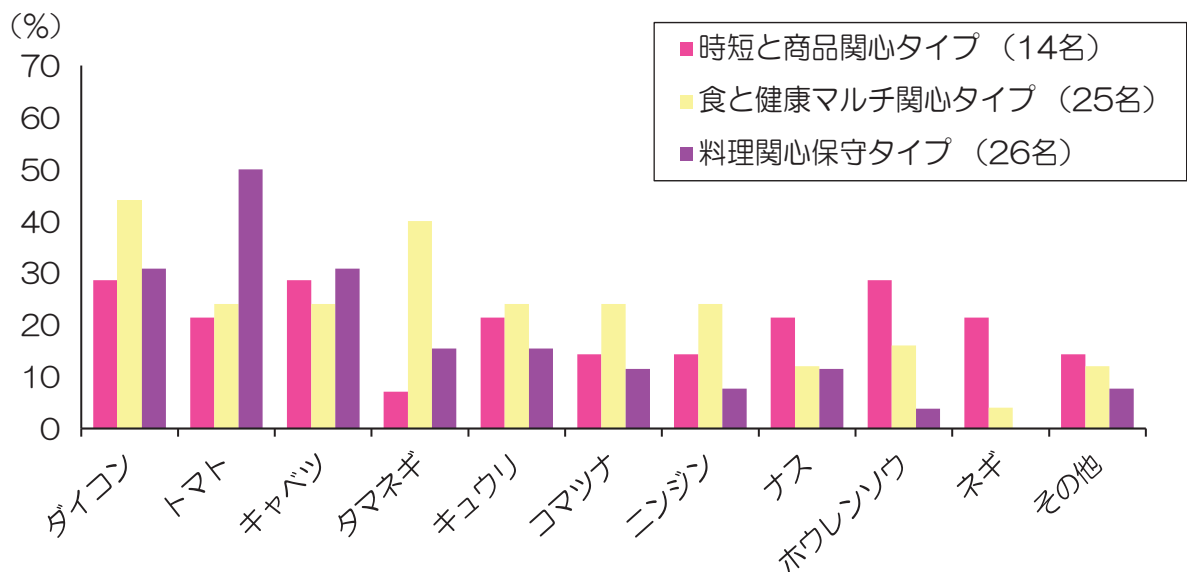


図10 今後レシピや試食会などで取り上げて欲しい食材 (2017年調査)

(5) 実演・試食会は準備も考えて簡単なレシピを

イベントは事前準備が必要になります。日ごろの業務もある中での準備は、担当者の方にとって負です。そこで、長続きできるポイントは、「手間をできるだけかけない」実施です。

実演は「短時間で完成する」メニュー、試食は「一度に大量にできる」メニューを選んで紹介します。調味料は直売所オリジナルドレッシングなども活用すれば、PRの良い機会になります。

例 1：ゆでて 和える

ホウレンソウや小松菜を鍋でさっと湯通しして、タレで和える。ボリュームを出したいときは、しゃぶしゃぶ用のお肉も一緒にさっと茹でる。

例 2：切ってあえる

キュウリ、ナス、キャベツなどジッパー付きの袋で塩もみして、水気を切った後にタレであえる。

例 3：作り置き

代表格は汁物です。野菜のざく切りスープは、冬のイベントで提供すると、体が温まり購買意欲が増します。

実演者、試食提供者は、直売所のスタッフが行うこともありますが、出荷者や大学などと連携することで回数が増加し、魅力もアップします（詳しくは7の項で紹介）。

(6) 平日向け、土日向けに内容を変えて

平日と土日のお買い物スタイルは少し異なります（図 11）。

そこで、「誰と一緒に買い物に来るか」に注目したイベントの提案をします。

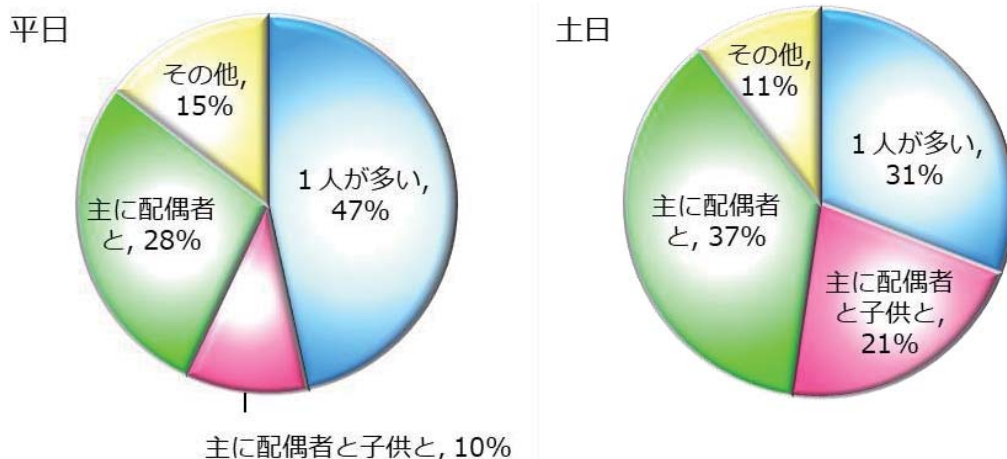


図 11 直売所に一緒に来る人（平日と土日別）（2015年調査）

ア 平日の利用者層

「1人が多い」が47%、さらに「その他」は「友達と」が多く見られます。さらにその多くは女性です。代表的なタイプが、健康への関心が高い「食と健康マルチ関心タイプ」と「料理関心保守タイプ」です。

→関心を高めるイベントは

- ・「健康」をキーワードに、例えば、「減塩」、「カロリーオフ」などをテーマにした料理の紹介や試食
- ・新しい、あるいは珍しい野菜・果物の試食と料理方法の紹介
- ・地域の伝統行事や伝統食の紹介

イ 土日の利用者層

「配偶者と子供」、あるいは「配偶者」の割合が高くなり、合わせると 58% になります。さらに「その他」も「母親、あるいは親と」が多く見られ、家族で利用していることが伺えます。

土日には、「時短と商品関心中タイプ」、「食と健康マルチ関心中タイプ」と一緒に、「食と健康おまかせタイプ」が直売所に来ていることが想像できます。

→関心を高めるイベントは

- ・直売所の農産物の食べ比べ(トマトやキュウリなど。品種別・生産者別に)
- ・「簡単・時間短縮」を意識した料理の実演、試食
- ・野菜や花などの栽培方法をアドバイスする講座
- ・食育や花育をテーマに、家族で楽しめるゲームや企画

(7) 家族向けに楽しめる内容

「目的のものを見つけて、さっとお買い物を済ます」利用者は当然いらっしゃいますが、土日は比較的レジャー気分でお買い物を楽しむ姿が見られます。地域の農業や食のこと、健康のことに関心を持っていただく良い機会です。ゲーム感覚で、または生産者とお話するなどの機会を設けて楽しんでみましょう。

「直売所のスタッフだけでは手に余る」ということも多々あります。以下の食育編のイベントの内容は、直売所と大学の連携事業の中で取り組まれてきたイベントです。他の機関との連携は、直売所の魅力アップに大きくつながります(7の項参照)。

以下にご紹介する食育編の手ばかりゲームは、JA さがみわいわい市藤沢店との連携事業の中で、鎌倉女子大学家政学部管理栄養学科公衆衛生学研究室が実施したイベントです。

【食育編】

ア キャベツ手ばかりゲーム

手のひらで食材をはかる「手ばかり」の方法で、千切りキャベツを 100g はかります。次に、ざく切りキャベツを、同じ 100g を手ばかりではかります。切り方によるボリューム感の違いなどが確認できます。



～ 準備するもの ～

キッチンスケール、千切りキャベツ
ざく切りキャベツ、プラスチックトレイ、手袋

～ ゲーム性を高めるには～

100g ぴったり賞、95g～105g のニアピン賞をつくり、景品を用意します。

※2回チャレンジすると、精度が上がります。学習効果が見られます。

図 12 キャベツ手ばかりゲームの様子

イ 野菜手ばかりゲーム

キャベツと似ていますが、今度はダイコン、ニンジン、ナス、キュウリを色々な大きさにカットして、参加者の一日の野菜を食べた量を思い出しながら、ボウルに入れてもらい、重さを量ります。

「充分野菜を食べている」や、「野菜を食べているつもりでも、食べていない」または、「野菜は食べているけど、種類が少ない」などがわかります。

さらに、ダイコン、ニンジンなど根菜類が摂取量を増加させることなども認識できます。



図 13 野菜手ばかりで重さ確認

ウ 100g サラダ作りゲーム

サラダで使う野菜（キャベツ、レタス、トマト、キュウリなど）をカットして、数種類準備します。器を渡して、サラダバーの形式で、100gのサラダになるよう計量し、その後に盛り付けをしてもらいます。食べることはできませんが、見た目に楽しいカラフルなサラダの盛り付け体験ができます。蒸し大豆などが用意できれば、選択の幅が広がります。



図 14 100g サラダ作りで使用した食材の準備風景



図 15 100g サラダ作りの体験の様子（手ばかりと重さ確認の様子）

野菜の摂取目標量は1日350gです。今までの調査からは、「自分がどれくらい一日に野菜を食べているかわからない」方が多いという結果が出ています。体験をしなければ、目分量で量を把握するのも難しいものです。

そこで、(ア)、(イ)のような方法で自身の手の手ばかりが実感できるようになると、「野菜を充分とっている」あるいは「野菜が不足している」の判断ができるようになってきます。(ウ)では、見た目でだいたいの重さがわかるようになります。

この後に、「野菜がたっぷり食べられるレシピ」の提供は効果的です。

エ お米の品種食べ比べ

新米の時期に、「キヌヒカリ」、「はるみ」、「さとじまん」など、地域で栽培されているお米の品種を食べ比べる試食会をします。

お米は1回の購入量が多いので、味がわからずに買うのは「少し手が出しにくい商品」です。メジャーな品種のお米を購入する傾向があり、実際に「野菜は直売所で買うけれども、お米はスーパーで買う」という利用者も多く存在します。そこで、このような試食は、好きなお米を見つける機会を提供するきっかけになります。

オ お米の分付き米の食べ比べ

精米コーナーのある直売所では、精米歩合を選択できます。7分付き、5分付き、玄米と精白米を炊飯し、食べ比べる試食会をします。過去のイベントでは、「7分付きは、普通と変わらずに食べられる」との意見が寄せられています。

精米歩合が選べるのは、直売所の強みですので有効に活用してください。

【花育編】

「花を手軽に楽しみたい」という需要が潜在的にあります。「花屋は敷居が高いので、いつもの買い物のついでに買いたい」という意見もあります。その点で直売所は最適な場所です。楽しみ方のアドバイスは購入にもつながります。

ア 花苗の寄せ植え教室

好きな花苗を3鉢選んでもらい、準備した鉢に寄せ植えをします。このとき、花の生産者から植え付けの仕方、その後の管理の仕方などを教わります。出荷者を紹介する機会にもなります。

図16は、お子様を主な対象にした花育イベントです。「父の日イベント」にお父さんにプレゼントする寄せ植えを作成し、その後に「勤労感謝の日イベント」に使用した鉢を持ってきてもらえば、1鉢プレゼントする企画にしました。



図16 花育イベント寄せ植え体験

イ フラワーデザイン教室

スプレーバラ、スプレーカーネーションなどを使って、手のひらサイズのミニフラワーデザインを作成できる体験教室です。品種の紹介と共に、花持ちの良さなどをPRできます。

地元でフラワーデザイン教室を開催している先生と連携した取り組みが、無理なく開催できます。

フラワーデザインは、15分から20分程度で完成するボリュームが適当です。

花育の寄せ植え教室は、JAさがみわいわい市藤沢店に御協力をいただきました。「また来てもらう工夫」として、できあがった作品と共に参加者の写真を取りました。了承が得られた方のみ1週間店内に掲示し、写真をお渡ししました。これは、イベントのPR効果も狙っています。

【園芸編】

ア 農業体験

直売所に隣接する圃場があれば、花畑づくり&花摘み体験もあります。全国で見ても、夏休みの時期に合わせたひまわり畑などは開催されています。

この他、田植え体験、サツマイモの掘り取り体験などの事例もあります。

しかし、花の開花時期や収穫時期が天候に左右されるため、スケジュールを組むのが難しいようです。



図 17 ひまわり摘み取り体験の様子

イ 家庭菜園などお客様の声

アンケートの中から、利用者から講習会の要望を集めました。

(ア) 家庭菜園：時期に合わせた野菜の作り方、肥料のやり方、珍しい野菜の育て方

(イ) プランター園芸・屋上園芸：土（畑）のない人の野菜の育て方

(ウ) 寄せ植え教室：季節の花の寄せ植え
（お正月、クリスマス）講座

(エ) 果樹の育て方講座：果樹の剪定方法、
果樹の実らせ方

(オ) 花の育て方講座

(カ) DIY 指導

