

# ファムトリップで都市近郊果樹園の魅力を発掘

～札幌市～

## 1 課題設定の背景

### 札幌市南区果樹園の課題

(観光農園19戸、直売所10カ所)

- 小規模多品目  
地域としての特色が不明確
- 都市近郊なのに認知度不足

### 課題解決に向けて

- ファムトリップを用いた販売・PR方法のビジョン整理
- 果樹農家の課題解決に向けた学習活動の支援

各農家の  
販売・PR  
ポイント  
の把握と  
具体化

## 何度も訪れたいくなる観光果樹園づくりを目指す

ファムトリップ (Familiarization trip) とは  
旅行会社や地域自治体等が特定の観光地に他地域の旅行事業者や有識者、メディア関係者を招聘して地域のPRを図る観光地PR手法の一つ。  
PRと同時に外部の視点から観光資源や受入体制についての助言を得ることできるメリットがある。



おうとう



りんご

## 2 活動の経過

### (1) 果樹農家への事前聞き取り調査

- 対象農家 PR・販売方法改善に関心のある果樹農家
- 内容 経営概要・販売実態 (顧客層・来客者数・来店周期・売れ筋商品・販売面で困っている点)・今後の意向 (PRポイント・宣伝したい果物等)



果樹園後継者の意見も聞き取り

### (2) ファムトリップ

#### 「札幌市南区果樹園ツアー・意見交換会」

果樹園訪問と意見交換会を3回開催し、5戸の果樹園の魅力発掘に取り組んだ。商品や売り場改善点の洗い出し、PR方法に対する有識者からの助言をもらい、農家・関係機関とともに整理検討を行った。

時期	内容
平成30年 4月	地域関係機関への計画説明打合せ
4～5月	果樹農家への事前聞き取り調査
4～6月	有識者への参加協力依頼・呼びかけ
7月	第1回ツアー (おうとう収穫期)
10月	第2回ツアー (りんご・プルーン収穫期)
12月	第3回ツアー (ワークショップ・報告会)

### ツアーに参加協力した有識者

地元大学・専門学校の教諭・学生  
6次産業化プランナー  
区役所地域振興担当者  
生鮮商品包装業者  
乾燥野菜専門家など

札幌市内を中心に、関係機関と連携して幅広く協力を呼びかけた。

## 果樹園訪問



この品種に向く加工方法は？

訪れる顧客の世代は？

園地を歩きながら、有識者からさまざまな質問があがる

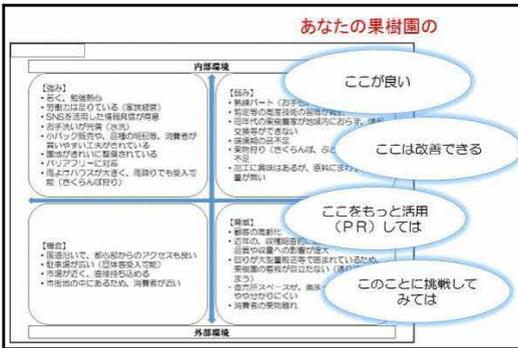
## 意見交換会



直売所の動線は改良の余地あり！

それぞれの果樹園への助言を集約

## 農業者にフィードバック



果樹園への助言をSWOT分析で整理し返却

## ワークショップ



魅力発掘は顧客ニーズから！

果樹農家・有識者・関係機関職員で提案事項をとりまとめ

### (3) 果樹園魅力アップ勉強会

ファムトリップでの助言から各果樹農家が得た気づきを基に果樹園のPRや販売・加工方法等に関する勉強会を年5回開催した。



包装パッケージ業者の実演



りんごバタージャム加工に挑戦



顧客の行動心理を学ぶ

時期	内容
平成31年4月	第1回「直売で使える包装パッケージ」
令和元年5月	第2回「海外客対応の果樹園ガイド」
11月	第3回「果物の加工品づくりのノウハウ」
12月	第4回「直売活動のノウハウ」
令和2年3月	第5回「農園PRで活用できるSNS」

## 3 活動の成果

助言提案に対して農家から「自分たちだけでは気づきにくい果樹園が持つ価値を認識するいい機会となった」と高い評価が得られた。

それぞれの果樹園の課題が明確化できたことで、一部の農家が直売所の改築や加工品の開発について個別の取組みを始めている。

## 4 今後の対応

- ・販売・加工・PRに関する冬期勉強会の継続開催。
- ・果樹園体験ガイド導入によるPR方法の検討。

