

HAL だより

Hokkaido
Agricultural Laboratory
for Business Development

夏

北海道農業の未来を拓く広報誌

HAL BUSINESS REPORT #2

北海道に適するジュース・調理用トマト 品種開発の取り組み

The Fellowship

農業経営モデル紹介 メンバーズ・インタビュー

第2回HAL農業賞 経営部門優秀賞
有限会社 十勝しんむら牧場
代表取締役 新村浩隆氏

HAL共販ネットワークの構築

From北海道農業法人会議

「第1回運営委員会」及び
「第1回専門委員会」を開催「第2回組織委員会」を開催



Vol.08
2007.Summer

HAL BUSINESS REPORT #1 ビジネスとしての農業を考える

HAL
だより
夏
Vol.08

発行日 2007年8月30日発行(通巻8号)

発行 財団法人北海道農業企業化研究所 企画業務部門 広報普及部
〒0600111 北海道札幌市中央区北1条西7丁目1番地118
TEL 011-2816761 FAX 011-2816764

編集協力 北海道農業法人会議

〒0600111 北海道札幌市中央区北1条西7丁目1番地118
TEL 011-2816761 FAX 011-2816764

編集責任者 大沼 康介



第3回 HAL 農業賞表彰式



日時:平成19年9月20日(木) 13時
場所:ホテルニューオータニ札幌 2階 鶴の間
札幌市中央区北2条西1丁目1-1
TEL 011-222-1111

表彰式後、14時30分よりレセプションを行います。
HAL農業賞受賞者が生産した農産物を使用した料理をご紹介します。

「HAL流通センター」本年9月25日稼働開始!

北海道農業の自立と活性化を目的として取り組んでいる北海道農業元気プロジェクトの基本理念に基づく貯蔵・集荷・発送の機能を備えた流通開発拠点施設が完成しました。この施設は先端の設備、機能を備えており、多くの流通事業者から高い評価を得られることが期待されます。北海道の農業者の拠り所として、機能を発揮していきたいと考えています。



「HAL流通センター」イメージ

流通センターの 主な機能と特徴

- 野菜予冷庫
- 玉葱貯蔵庫 (CA、冷蔵)
- 馬鈴薯貯蔵庫 (保湿低温庫)
- 選別選果機 (玉葱、馬鈴薯)
- カット野菜施設
- パック施設
- 氷蔵庫 (長期貯蔵研究・開発用)
- 製品保管庫 (農畜産加工品)

所在地 〒061-1403 恵庭市戸磯193番5 TEL 0123-35-3131 FAX 0123-35-3232

<http://www.hal.or.jp>

財団法人 北海道農業企業化研究所
URL:<http://www.hal.or.jp> E-mail:info@hal.or.jp



資源の保護と環境への配慮を考え、本紙には古紙100%再生紙、インクは大豆油インキを使用しています。



ビジネスとしての農業を考える

企画業務部門 企画部

農業がビジネスだという違和感があるかもしれません。しかし、農業も他の産業と同じようにビジネスという枠組みの中で事業展開しており、競争という時代の流れに否応なしに組み込まれています。このような時代の中で、HAL財団では農業をビジネスの面、産業として成立する仕組みなどを調査・研究しています。今回は、農業をビジネスとしての側面から見て、現在の課題や将来の可能性について触れてみます。

ビジネスの観点

最近では農業の話題が、ビジネス関係のテレビ番組や雑誌でも取り上げられることが多くなってきました。農業の危機的状況をクローズアップするもの、他の産業から農業への進出の様子、WTOに代表される貿易にまつわることなど視点は様々です。さらに、流通や販売との結びつきや、食品加工や外食など企業との連携を取り上げたものなど、農業経営と直結する内容のものも多数あります。

これは、言い換えるとビジネスとしての農業あるいは農業の将来性への期待の現われでしょう。ところが、農業の現場ではこの期待感や将来性というものを感ずることはなかなかありません。どちらかというと、現状の経営を維持できないのではないかと不安感や悲壮感さえ感じてしまいます。

変化をチャンスと捉える視点は残念ながら農業界にはあまりあり

営の視点から見ると、収入の大部分を同じ収穫という構造(生産物ビジネスモデル)に依存すること自体を見直さなくてはいけないことなのです。より多くの収入機会を捉え、事業の領域に組み入れて行く。従来の規模の拡大による収入の増加という考えを改め、それぞれに合った業態開発が事業領域を広げ、それを収入の拡大につなげて行く。これが今後の経営のポイントではないでしょうか。

収入の多様化。そこには課題も。

現金収入を得る方法として、農業者自らが販売を行う「直売」に対して期待が高まっています。かなり以前から、交通量の多い道路沿いでは自宅敷地内で販売スペースを設けて農産物の販売を行っているケースがありました。また、地域で共同の直売所を開催し、個々の農家が販売コーナーを運営し販売を行う例、都市部で催されるフェアなどへの出

ませんでした。今、農業の方向は日々変化しています。従来のように国や自治体、あるいは団体が収入を保証するという時代から、自己責任がいつそう求められる時代に変化しています。この変化をチャンスとして見る目が必要なのです。

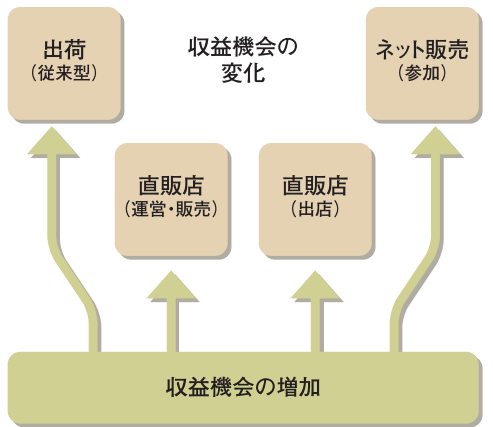
収入は収穫だけか？

収穫の喜び。丹精こめて栽培し、育ててきた作物を収穫する喜びは非常に大きなものです。ところが、販売額は収穫と比例するわけではありません。

豊作による価格暴落。価格調整のために野菜を廃棄しようものなら、その映像が取り上げられ消費者からは非難を浴びる。不作になると価格は高騰。この天候に左右されてしまうということが、農業を計画的な経営から遠ざける大きな要因になっていったことは否定できません。しかし、それを理由に計画的な経営ができないというのは厳しく記せ

店など、直売という方法だけでも様々な運営形態があります。さらに、最近ではインターネットを利用した販売などもあり、農産物を農業者が自ら販売する手法は多様になってきました。特にインターネット販売は、ここ数年で増加の傾向にあるようです。その背景には、事実上24時間営業が可能になる、広くマーケットを求めることができる、実際の店舗に比べ運営費が低廉に抑えられるなど多くのメリットがあるためだと思われれます。

また、最近では特色のある農産



ば言い訳に過ぎないのではないのでしょうか。経営の視点を生産の現場にだけ求めるとどうしても限界があります。もっとトータルな視点で経営を捉え、事業化していくことが必要でしょう。

他の産業で活躍する企業が生産分野になかなか参入しえない理由には、製造や流通、販売という分野の中でリスク回避策を含んだ事業展開をできるからで、生産分野に限定的な事業展開はリスクヘッジを取り入れることが困難になります。今後の農業経営にはリスクヘッジを考慮した複数分野の事業展開を行うことが肝心です。

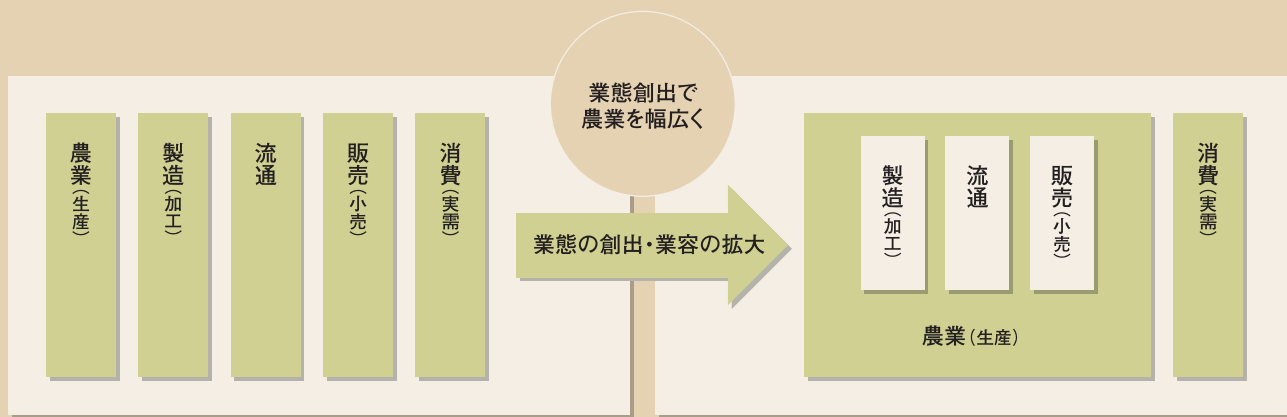
収穫が収入のベースと考えると、収穫だけが収入と考えるのは違います。どこに収入源があるのか、そこを見極めたうえでリスク分散をしていく工夫が必要でしょう。

収入は収穫だけではない。この当たり前の仕組みも、収入の大部分を収穫に頼る現状ではなかなか実感できないことでしょう。しかし、経

物の生産が増え、従来の流通にはなかなか乗らない作物や品種もあります。どのように流通させ、どのように販売するのか。そのことが解決できないと、売れない商品を大量に製造するのと同じことになります。

みんなが直売をしているから：みんながインターネットで販売しているから：このような理由で販売方法を決めるのは大変危険です。販売する商品(商品を作っているという意識は少ないと思いますが、購入者にとっては明らかに農産品も立派な商品です。)によっては、店頭ではなかなか売れない商品もあります。これはせっかくの商品も不良在庫になってしま

うだけです。何が売れるのか？どのようにしたら売れるのか？いくら売らなければ売れるのか？売るための工夫を重ねて行かなくてはならないのです。



このように、直販に限っても収入源の多様化はいくつかの方法があり、それぞれメリット・デメリットがあります。メリットだけに目を向けず、デメリットも十分検討し、自身の強み・弱みを見極め収入源の多様化を進めることが肝心です。

しかし、このメリット・デメリットを見極めることや、多様化する収入確保の方法を選択することは非常に難しいことです。そのため、直販所を開設したがるように収入が得られない、インターネットショップを始めるにはどうしたら良いかわからない、などの疑問や悩みも多々あると思います。

HAL財団では、農業をビジネスの面で調査・研究すると同時に、具体的なパッケージやデザインをアドバイスし、共通のデザインを低廉で利用できるV・I(ビジュアル・アイデンティティ)事業や、インターネットを利用した販売システムなど、農業の分野で活用できるプラットフォームを整える事業も行っています。さらに、

高い栽培基準による高品質生産物とロットの問題を解決するために生産者を組織化し、市場対応が可能になることを目指した農産物流通の実証実験である北海道農業元気づプロジェクトを展開しています。

今、農業経営に必要なのは収入の確保・拡大という視点です。そのために、HAL財団では、調査研究から、収入基盤を強化するプラットフォームの提供までを行っています。

このように、収入のあり方を収穫だけではなく、直接販売にも求める動き、さらには加工や飲食など複数の収入源を有する状況が今後ますます増えていくでしょう。収入源の多様化は、単に収入を得るという現実的な目的だけではなく、リスク回避にもつながります。従来は収入のほとんどが天候に左右されていると思われていた農業も、リスク回避策を上手に取り入れることでビジネスとしての可能性が一層増えていくと思われれます。

経営を多面的に捉え、強みを活か

携していただくことが肝心です。また、他の産業の経営手法もおおいに参考になります。力強い農業のカギは、農業を産業として捉え、しっかりと経営を展開していくことでしょう。

HAL財団の取り組み

現在HAL財団と道立農業試験場、札幌大学などが共同で農業法人のビジネスモデル調査を行っています。収入を複数の事業分野から得ている法人もいくつかのパターンがあるようです。例えば、水田と園芸のように種類は違うが同じ構造の生産に収入をおくビジネスモデルもあれば、製造加工、飲食、観光分野という収入を得る過程が違うビジネスモデルを展開している法人もあります。また、収益拡大を共同で目指すために、生産者が共同で販売機能を有する会社を立ち上げ、付加価値の高い商品を販売しているケースもあります。



し、弱みを克服する。同じ事象でも、生産の面と採算の面では評価が違うということはままあることです。評価の軸をいくつか持ち、最終的には経営の面で評価できるようにスタンスがビジネスを展開するうえで大事になっていくでしょう。

農業を1次産業で終わらせない

ビジネスとしての農業が持つ可能性。今後さらに調査を進め、地域ごとあるいは営農形態別に展開が可能となる経営スタイル、ビジネスモデルを取りまとめ、提言していく予定です。

さらに、前節でも記しましたが、いわゆるプラットフォームの整備です。農業法人のビジネスモデル調査で明らかになってきたことは、多くの法人で事業領域の拡大をするときに、必要な基盤が整備されていないという実態です。

従来の基盤整備は、土地そのものの整備や改良に代表される、生産量の向上に主眼を置いたものがほとんどでした。しかし、今後必要になるのは、収入を確保、拡大、安定化させるために利用できるもの、さらにみんなが利用できるという視点のものでしょう。これは今までの概念からすればインフラとはいえないかもしれませんが、今後必要になるのはビジネスの激流に耐えうる仕組みや新たな流れではないでしょうか。そして、それが農業分野の社会基盤に

性。それは農業が多くの産業の出発点になっており、いわゆる川下にある加工、流通、販売、サービスという産業群と深い関わりがあるからでしょう。今までの農業は生産に始まり、生産に終わっていました。しかし、これからは積極的に加工、流通、販売といった分野を取り入れていく必要があるでしょう。そのことが、収入のリスク分散になると同時に年間を通じた季節変動の少ない安定収入につながるからです。

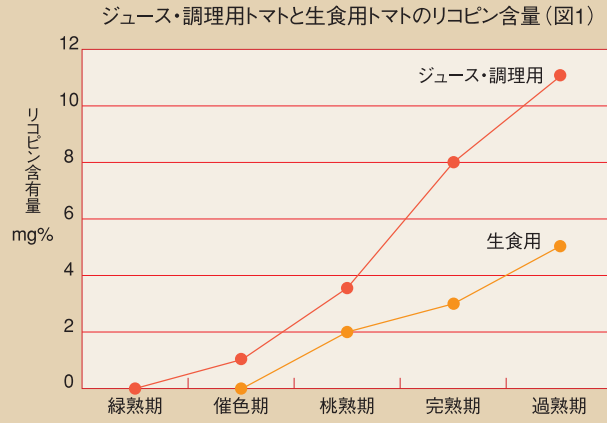
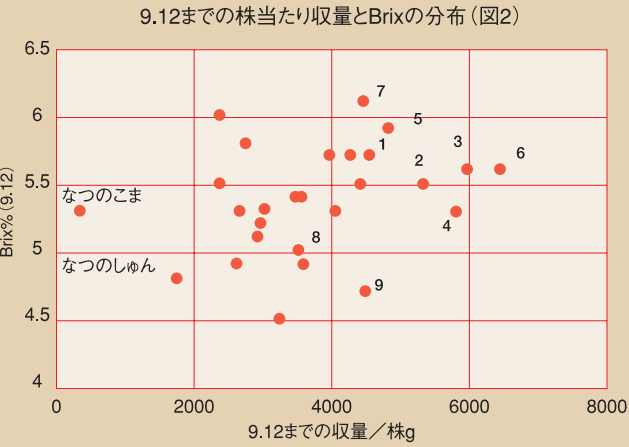
また、川下にある産業群との関連が深いということは、関連する事業の成功が本業である農業生産に還元される仕組みを有することになります。農業生産に還元されるビジネスモデルを構築し、農業生産との連携で力強い法人経営を展開することが可能になります。

従って、農業を1次産業というカテゴリーで考える必要はもうありません。ビジネスという視点で考えれば、主軸である生産分野を拡大していく形で、他の事業を取り入れ、連

なっていくとすれば、概念は違ってもインフラと呼べるのではないのでしょうか。

HAL財団が現在取り組んでいるのは、前述のとおり市場での差別化を図る重要なツールであるV・Iや販売機会の創出を狙い、簡便に参加できる仕組みをもったインターネット販売のシステム、また中間の経路を大幅にカットした新たな流通の仕組みなど、収益向上に結びついた実用実証事業です。

このように調査研究を通して、明らかになってきたことを実用レベルの事業として展開する、ここにこの調査の意義があり、より多くの方に利用していただきたいものなのです。調査研究から実用プラットフォームの整備までを一体化して取り組む、このような取り組みが農業を産業として確立していく、あるいはビジネスとして成熟させていくためには必要なことでしょう。みなさまからのご要望やご相談をお待ちしております。



北海道に適するジュース・調理用トマト 品種開発の取り組み

研究開発部門 客員研究員 伊藤 喜三男

北海道の水田転作作物としてジュース・調理用トマトの導入を検討しています。トマトは緑黄色野菜の代表ですが、中でも赤色系のトマトはリコピン含有量が多く、栄養価値が優れています。しかしながらこれらの既存品種は全て本州で開発されたもので、必ずしも北海道の気候に適していません。そこで新品种の開発に取り組みを進めています。その概略をご紹介します。



ジュース・調理用には赤色系トマトがよい

世界的にトマトは赤色系が大勢を占めています。ところが、わが国では生食トマトは桃色系が好まれて発達しました。桃色系も果肉は赤色系と同じですが、赤色系の果皮(表皮)が黄色なのに対して桃色系は透明なのです。トマトの赤色はリコピンという色素です。

赤色系も桃色系も果実が熟すにつれて葉緑素が消失して、リコピン(赤色)とカロチン(黄色)が増えて赤くなります。特に赤色系トマトは生食用の桃色系に比べると糖分

は少ないが、リコピンとカロチンを多く含む、ジュースと料理の色が赤く優れています(図1)。リコピンは抗酸化物質で、ガンや心臓病など生活習慣病の原因の一つとなる活性酸素を抑制することで注目されています。またカロチンは人体に入るとビタミンAに変わる大切な栄養素です。

品種開発の取り組み

一般栽培者は大手加工会社が育



将来考えられる手振るいによる一挙収穫

て終わる)による無支柱の這い栽培をします。

心止まり品種は主枝と側枝が心止まりするので集中して着果することから収穫期が集中し、収穫の省力化ができます。さらに果実の日持ち性を高めることによって機械を利用した二斉収穫も可能になります。

成果の活用

1、ジュース・レトルトパック加工による販売、ファームレストラン・イ

来の素材と育成系統の後代から厚生性・収量・糖度・品質の優れた数系統を選抜しました(図2)。現在、これらの間に一代雑種を育成して試験を行っています。

栽培のしかた

生食用トマトでは、主枝の各側枝を摘み取り主枝一本仕立てにし、支柱に誘引しますが、ジュース・調理用トマトでは省力のために露地で心止まり品種(第1花房の着生後1、2葉で最後の花房が着生し



将来考えられる機械による一挙収穫収穫労力は慣行の収穫法に比べ1/5

成した品種を入手できないので、公的機関等の育成品種の中から「なつのま」「なつのしゅん」「KRN201」などを用いています。現在、北海道で栽培している品種は、いずれも晩生であることから、異常低温の年には収量が少なく、着色不良になるなどの弱点があります。

そのため、早生で収量が安定して高く、品質の優れる品種開発を開始しました。その結果、カナダ由



選抜した早生系統の結実状況

タリアンレストラン等との調理用の契約栽培が見込まれます。

2、畑作、水田転作に導入されて経営の安定、雇用の確保により地域の振興が期待されます。また自家用の利用も見込まれるので健康維持増進に役立つと思われます。

今後の課題

1、心止まり型品種は収穫量が短期間に集中します。これは加工原料の生産には好都合ですが、調理用には不都合で、継続的に安定供給ができる対策が必要です。

2、調理適性の評価、加工時期の集中対策、加工品の開発、土壌病害抵抗性の付与などが必要です。

以上、本品種の開発は急務であり、栽培、加工、流通、工場探業など各方面から総合的な対策の検討も必要です。

The Fellowship

フェロシップ

※フェロシップ(fellowship)とは仲間であること、友情、協力などを意味する言葉。HAL財団では北海道農業に携わる方々とのフェロシップを大切に、それぞれの経験や事例を共有・意見交換をすることで、北海道農業の発展に貢献したいと考えています。

酪農を一生続けられる「職業」に

酪農家の長男として生まれた私は、四代目として家業を継ぐことを期待されていました。小さい頃はそれを当然と思っていましたが、中学生の頃には「農業は仕事もきつく、休みもなく、社会からそれほど認められていない職業なのでは」と思うように。農業以外の分野でやりたいことを見つけようと、「とりあえず」大学に進学しました。

職業としての農業を改めて意識したきっかけは、大学の先輩たちの就職活動ぶりでした。バブル崩壊後の就職難の中、10社20社と面接を受けて「どこでもいから就職できれば幸運」という状況。それを見て、「そんなふうには自分の人生を決めたくない」と思

いました。「一生続けられる仕事に携わりたい、「これだ」と思った仕事をやり通したい。」

農業は人の生命を支える、生活に不可欠な産業です。上司の考えや流行に簡単に左右されることもない。そこにゼロから取り組み、泥臭いですが「一生続けられるやりがいがあるのではないか。そう考えて、実家の酪農を継ごう」と決意しました。

農業の自立をめざし、放牧酪農に取り組む

農業を生涯の職業とするためには、政策の変化などに左右されない、自立した農業経営の確立が必要だと考えました。具体的な目標は、化石燃料や輸入穀物に頼らないこと、価格決定権を自分で持つこと、



member's interview VOL.6

メンバーズ・インタビュー

放牧酪農で酪農業の魅力創出に取り組む



有限会社 十勝しんむら牧場
代表取締役 新村 浩隆氏



十勝しんむら牧場は、上士幌町で四代続く酪農家です。平成6年から山間部における循環型の放牧酪農に取り組み、現在の経営総面積は70ha、年間生産乳量は約570トン。生乳生産のほか、自社牧場産の牛乳を使用した乳製品開発や牧場内でのティーサロン「クリームテラス」の経営を手がけるなど、酪農業の新しいビジネスモデルとして注目を集めています。こうした、多角的・先進的な酪農経営への取り組みが評価され、第2回HAL農業賞・経営部門優秀賞、第3回コープさっぽろ農業賞・農業大賞北海道知事賞など数多くの賞を受賞しています。

今年、新たに排水処理施設を設置。処理後の水を利用した水耕栽培の実験にも取り組んでいる。

健康な土が健康な牧草を育むようになると、牛が牧草をどんどん食べて健康になった。土づくりの大切さを牛に教えてもらいました。

将来につながる農業・酪農の魅力づくり

ミルクジャムの販売を開始したのは平成12年です。乳製品加工は当初からの目標なので、早くから勉強会に積極的に参加するなどして商品構想を練っていました。「牛乳をそのまま売るのではなく、付加価値を付けるのが商売の基本」ということを学び、さまざまなアイデアを検討する中で、お世話になっている外食産業の方から教えてもらったのがミルクジャムです。原材料は牛乳と砂糖だけというシンプルさから「これ

こそ牛乳の良さを伝えられる商品では」と思い、2年間の試行錯誤を経て商品化しました。当時、ミルクジャムは知名度もなく、市場もゼロでしたが、それが珍しく、逆に興味を持ってもらえたのだと思います。

平成17年にはティーサロン「クリームテラス」を牧場内に開きました。このサロンに来ることで牛乳や乳製品が作られている環境を消費者に知ってもらい、「ここでできたものならまた食べたい」と思ってもらうのが狙い。いわば、ティーサロンは牧場のショールームなのです。こうしたアグリビジネスへのトータルな取り組みが評価され、18年には、コープさっぽろ農業賞の大賞である北海道知事賞をいただきました。

今後の目標ですが、環境に負荷をかけずに、食肉加工なども手がけてみたい。今までは環境ビジネスと

自分で作ったものは責任を持って販売することなど。その実現に向けてさまざまな勉強をするうちに、たどりついたのが放牧酪農です。大学を卒業するときには、漠然とながら「牛を放して自由に草を食べ歩かせて、健康に育てよう。そして乳製品の加工まで手がけたい」という夢を描いていました。

放牧酪農を行っている別海町の農家や、放牧酪農の先進国であるニュージーランドとオーストラリアの農家で研修させてもらい、実家に戻って就農したのは卒業一年後のことです。最初に手がけたのは、土づくり。牧場の土を牧区ごとに分析し、コンサルタントに依頼してそれぞれの土地に合わせた施肥設計を行いました。また、柵張りや牛専用の通路づくり、放牧地の整備なども行いました。お金はかかりましたが、放牧酪農や乳製品加工ができないなら農業をやるつもりはなかったもので、そのことではあまり悩みませんでした。

精神的に辛かったのは、結果がなかなか出ないことです。農業は5年、10年で1サイクル。牛の草の食べ方や糞の分解が変わったり、牧草の密度が高くなると雑草が減ったりといった変化が見られるようになったのは、3〜5年目からですね。13年目の今は、全体に良くなったなと実感できます。お金と時間を費やして、ゆっくりと変化してきました。

放牧酪農への移行は、少しずつ行いました。いっぺんに変えると牛にストレスを与えますし、それ以前に土が良くなると、牛を放牧しても意味がないのです。バランスの悪い土で育った草を、牛は食べません。

アグリビジネス、経営のビジネスが分離していましたが、本来はすべてがひとつの経営体のはずです。そうした視点から、町や十勝、北海道の地域づくりになる仕事をしていきたいと考えています。

酪農にもさまざまな経営スタイルがありますが、大切なのは50年後、100年後にも継続可能な酪農であることだと私は考えています。私が環境負荷の少ない放牧酪農にこだわるのは、これこそが次の世代に残せる農業のスタイルだと思っているからです。また、酪農の付加価値を高めることによって、消費者や地域の人たちに理解を深めてもらい、それが結果的に酪農の地位向上につながるのでは嬉しいですね。まだ漠然としています。HAL財団からも情報をいただきながら「この牧場で何ができるのか」を考えていきたいと思っています。

有限会社 十勝しんむら牧場

所在地
北海道河東郡上士幌町字上音更西1線261番地
設立
平成12年6月1日
代表者
代表取締役 新村浩隆
資本金
300万円
従業員数
17名
売上高
1億1500万円(平成18年度)

From 北海道 農業法人 協議会

「第1回運営委員会」及び「第1回専門委員会」を開催

6月6日、札幌市内にて、平成19年度第1回の運営委員会を開催しました。

今回の運営委員会では、冒頭、谷口会長から、(社)日本農業法人協会等で議論となっている農業法人をめぐる最近の情勢について報告があり、より一層の経営意識向上に向けての決意が述べられました。

続いて、2月の総会で了承された北海道農業会議とHAL財団との「共同事務局」について、平成19年度の移行期間を経て、平成20年度から

は法人会議事務局をHAL財団に全面移管することが了承されました。委員からは、「農業委員会その他の縦系列の連携はどうなるのか。これまで同様の支援体制が構築できるのか。」という意見もありましたが、農業会議が引き続き各種支援情報を提供することが確認されました。民間であるHAL財団のネットワークと合わせ、平成20年には、全国に先駆けた事務局機能に移行することになります。

「第2回組織委員会」を開催

7月17日に札幌市内のギャラリープク(北区北12条西1丁目北12条パークマンション1F)にて組織委員会の構成員6名、谷口会長、事務局2名(HAL財団)の計9名で開催しました。

今回の組織委員会では、岡田組織委員長のもと、今後の展開を予定する次の2つの議題を話し合いました。



- 1、若手部会と農業経営塾、農業者サロンの検討
- 2、財源確保に向けたサポーター会員制度の検討

①農業経営塾及びサロン
「農業経営塾及びサロン」は、外部機関が企画運営する従来の方式とは異なり、農業者自らが企画し、事務局と連携して運営する方向で検討することとなりました。

その準備として、30歳代の若手経営者を中心にコアとなる青年事務局を結成し、これからの農業を見据えた開催方法やカリキュラム内容

の検討を進めることになりました。一方、幅広い農業者の参加、地域差、業種間、経営スタイルを越えた適切なステージの設定、女性事務局の設置、参加しやすい地域開催の考え方など、多くの課題も挙げられ、「できることから着実に！」の基本姿勢が確認されました。

今後は、青年事務局のできるだけ早い時期の結成とともに、これらの課題を解決し、楽しく、魅力ある経営塾の開設に向け具体的に準備を進めていくこととなります。

②サポーター会員制度

「サポーター会員制度」は、法人会議の正副会長や若手農業者が全国の農業者や異業種との交流を積極的に行うための財源基盤として期待されますが、会員入会・運営のルールが固まるまで、当面は法人会議会員による紹介制とすることとなりました。

右記2件については、次回運営委員会の場で進捗状況の報告、議題として提起する予定です。



HAL共販WEBサイト「ほっかいどう本舗」 10月より実験稼働

本WEBサイトはもとよりさまざまな販売機会の相互紹介を図るべく、「共販ネットワーク」を立ち上げることになりました。

HAL共販ネットワークとは

「共販ネットワーク」とは、農産加工品の製造・販売に求められる品質の標準化を図り、消費者に支持されつつある加工品の一層の信頼向上と、北海道農業ブランドの確立に努める生産者とHAL財団との連携グループです。

HAL共販ネットワークへの支援

HAL財団では、「マーケティング」、「原材料・表示」、「製造・衛生管理」、「製法・品質」の4つの加工品製造基準を設け、生産者の自己評価をもとに、消費者に安全で安心、そして美味しい食をお届けするための改善支援を実施します。

HAL財団では通信販売による農業収益向上をめざし、インターネットショップによる加工品を主とした販売システム「ほっかいどう本舗」の構築に取り組んでまいりました。いよいよ10月から実験稼働しますが、問題・課題を解決しながら、本格稼働(平成20年予定)に向け、より幅広い生産者の皆様にご利用いただきやすい仕組みを検討してまいりますので、ご協力をよろしくお願いいたします。

■HAL共販ネットワークの仕組み

