

資料3. 草原再生応援団づくり関連資料

1. 「草原再生シール協力店・商品づくり」今後の展開に向けての関係者座談会 議事概要

- ・ 日時：平成17年1月13日（水） 13:00～15:30
- ・ 場所：一の宮町交流促進センター内会議室
- ・ 出席者
協力生産者：一の宮町／市原啓吉、岩下美津子、甲斐イチヨ、八木恵理子、山口ヒサカ
阿蘇町／畑本卷子、広瀬与一、本田勇、
協力店：四季彩いちのみや／河嶋
もっこす市場なのはな館／畑本卷子
ふるさと薬膳レストラン燦／中本セイ子
オブザーバー：井信行、力丸裕（“かたらんね” 試行販売協力者）
事務局：環境省九州地区自然保護事務所／坂本次長、春野、羽井佐
メッツ研究所／枝松、石原、角田

■生産者から一取り組んでみての感想など

◇八木恵理子さん（一の宮町）

- ・ 入会権を放棄したので草は人に分けてもらって使っており、量的にあまり入れていないのが気になっていた。シールが貼ってあるから買うということはあまりなかったように思う。貼るのが面倒と思うこともあったが、いいチャンスだし活用したいと思った。

◇畑本卷子さん（阿蘇町）

- ・ 父母が作っている自家用野菜の余る分をお店に出している。阿蘇自然農園の福岡販売所にシールを貼ったニンジンを出したらお客さんの反応が大きく、生産方法などいろいろ尋ねられた。都会の人ほど敏感で、安全な野菜を一所懸命作っている人がいて、それが美味しいということをPRする必要があると思った。

◇甲斐イチヨさん（一の宮町）

- ・ 田舎の直売所では買いに来る人数が少ないので、井さんの店などで月に何回か出させていただくような形がいいのではないかと。そうすれば張り合いがあると思う。
- ・ 四季彩の出荷時にお客さんから「このシールは何か」と聞かれることも何回かあり、熊本市内で買った人が電話で注文してきたこともあり、効果を感じた。

◇広瀬与一さん（阿蘇町）

- ・ 食の安全を強調していく必要がある。生産者としては都市の人が安心して食べられる安全な野菜を提供していく責任があり、自覚を持って取り組む必要がある。
- ・ 堆肥がなければ野菜はできない。阿蘇の高菜も堆肥がなければうまくできない。牛を持たなくなると金肥を使うことになるが、やはりうまくできない。

◇本田勇さん（阿蘇町）

- ・ 野菜には金肥や家畜の糞を多く入れると出来が悪く味も落ちる。自然の野草を使うと雑草や病気の発生が少なくなり、農薬の量も少なくてすみ、味も甘い。
- ・ 有畜農家が刈ったあとで野菜農家が野草を刈り、畜産農家から稲ワラと交換にもらう牛糞と野草を混ぜて発酵させて使う。集落で20人位は原野の草を使っているが主に農協出荷であり、農協にも働きかけたら協力者が多くなるのではないかと。

◇市原啓吉さん（一の宮町）

- ・ 品薄の時期だったり、台風の影響もありシールを使う量はあまり多くなかった。
- ・ 化学肥料を一切使わない生産を目指している。今年からは早めに刈った野草を畑に敷き詰めて自然に腐らせ、除草もせずそのまま育てる取り組みも始めた。化学肥料を使った野菜は色が濃くて美しいが腐る時に色が黒くなる。野草の利用を拡大するには、消費者がそういう違いを見分けられるようにPRが必要である。また、統一したやり方で取り組むとPRしやすい。

◇山口ヒサカさん（一の宮町）

- ・ 牛を飼っているので年間1000～1200束の野草を切る。半分は飼料に使い残りの野草にモミヌカなどを混ぜて堆肥をつくる。堆肥で育てた苗は丈夫で、本床に植えた後の追肥が少なくてすみ、畑はやわらかく草取りも容易で連作も可能になる。甘みが違うし野菜の生命力がある。
- ・ 有畜農家がないため野草は余っており、少しでも多く刈って使うよう心がけている。

◇岩下美津子さん（一の宮町）

- ・ 自家用だが種類は沢山つくっており、四季彩ができて初めて販売をしている。苗を自分で作り、カヤを敷き詰めて野菜をつくるが、消毒しなくても虫もつかない。
- ・ シールが貼ってあるとお客さんも関心を持ってくれるので喜んで楽しんで貼っている。

■協力店舗から一組組んでみるの感想など

◇四季彩一の宮／川嶋さん

- ・ 販売していて、草原再生シールに対して興味をもつのは熊本市内や大分の人々が中心で、地元の人あまり反応がなかったように思う。

◇ふるさと薬膳レストラン燦／中本セイ子さん

- ・ レストラン内に「草原再生シール」のポスターを貼っているが、草を使って生産した野菜を使っていることについては特にPRしなかった。ポスターを貼ってから、花あそ美の中でレストラン燦の料理を食べてくださるお客さんが比較的多くなっている。

■“かたらんね”での販売協力者から

◇力丸裕さん

- ・ 熊本の鶴屋の前でチラシを配ったが、阿蘇の野菜でその日「限定販売」、「草原再生」というキーワードに反応があった。家庭で料理を担当する女性を中心に、安全な食に関する関心・要求が高まっており、健康・信用がおける野菜ということに反応するお客さんが多かった。

■今後の展開に向けて―意見交換

○消費者との信頼関係が重要

- ・ 一番最後に残るのは消費者の舌であり、ごまかしはきかない。店では、生産者の名前ですぐに買う人が多く、お客様との信頼関係が重要であり、それを損なったらお店自体もだめになる。(畑本)

○協力者を増やし、シールが浸透するまで頑張っってやっていくことが必要

- ・ 今の生産者の人数では広範囲での販売は難しい。これから野草を使った堆肥で野菜を作っている人を増やして、シールが浸透するまでがんばってやっていく必要がある。品物がなければどうしようもなく、売れ残るように品物がなければしょうがない。青空市場に出荷していた人たちの中にもシールに興味のある人がいる。(山口)

○都市部での販売の可能性追求を

- ・ 野草を使って野菜をつくるのは手間がかかる。本来は、その価値をわかってもらった上で、もう少し高く売るといことが大事だと思うが、阿蘇の直売所ではシールがついているだけで高いということを理解してもらうのは難しい。シールやPRなどの経費が出るようにすることも必要だ。これらのことから、熊本や福岡などにも持って行って、その輸送費やPRなどの経費、生産者のとり分も含めて高く売っていくことが必要ではないか。そのためには量も集めなければならない。環境省の事業で3ヶ月やって、この試みが続くなら、最終的には生産者自身が売っていかなければならないと思う。先日、井さんをお願いして、熊本市内の“かたらんね”で販売して可能性が見えてきたような気がするが、井さんのご意見を伺いたい。(事務局)

○阿蘇の野草を活かした農産物をつくり、生産者が協力すれば活動の展開も可能

- ・ “かたらんね”での販売はきっかけづくりにはなったと思う。全体的に健康志向が強くなっているが、今後は安全・安心を重視する人と、安ければ何でもいい人と2つに分かれていくと思う。田舎にはまだ土が生きている。ちゃんとした土ができていれば農薬を使わなくても美味しいものができる。阿蘇にまだ牛がいて草があることを見直して、消費者も喜ぶ農産物づくりをするべきだろう。消費者とのコミュニケーションをとりながらやっていく「顔の見える農業」は未来が開けるのではないか。完全なものではできなくても、まじめにやることによって消費者に訴える力が出てくる。(井)
- ・ せっかく皆さんがすごい農産物をつくっているの、みんなで集荷して出せたらと思う。出荷先としても、大庭照子さんの南熊本の店や中島町の商店街、福岡の「郷おぐに」などが阿蘇の産品を欲しがっている。きちっとしたものを作って力をあわせてやれば、いつまでも環境省に頼らなくても何とかできるのではないか。現実にやっていくには非常に難しい問題もあるが、皆さんが頑張ればできるのではないか。(井)

○核になる人、組織作りを含め次のステップが課題

- ・ 問題はこの地域のなかで誰が核になって死に物狂いになってやるのか。また、末端に浸透させるために組織作りも含めて、次のステップをどう踏むかがこれからの課題である。井さんや力丸さんが核になってくださるなら、その核を生かしながら前進する

ために何をすべきか、というのが次のステップかと思う。(中本)

○集荷、金額、生産量などの問題は多いが、協力して進めれば可能性はある

- ・ 販売するお店はあるが、持って行く人の問題があり、力丸さんがやってくれるということであれば不可能ではない。(井)
- ・ 金額の問題では、今の価格に上乗せして力丸さんが熊本に行って1万円くらいとれないとできない。量の問題、売れ残りの問題などもあるが、最初の半年間はあきらめてはいけない。売れなくても、少しは赤字が出て我慢しなければできない。(井)
- ・ 生産量の問題があり、ある程度量がないと難しい。皆さんだけでの出荷量は知れており、その辺をクリアするために何がどういう形で必要かも考える必要がある。(中本)

○当面は顔が見える形でやっていくのが確実

- ・ 長期的には、農協を通じた系統出荷にも広げていくことが望ましいが、流通の段階があり末端まで趣旨をきちんと行き渡らせるためには多くの課題がある。当面は、顔が見える形でやっていくのが確実だし量的にも動いていけるのではないかと。力丸さんのところでやっていくとか、産直の方をグループに入れて拡大していくこともあり得るのではないかと。(事務局)
- ・ 例えば、力丸さんの会社が草まで配達することも考えられる。お年寄りが野菜をつくるには野草が必要であり、例えば、ロールを届けて野菜と交換してくるということも考えられる。労働力の派遣も将来的には考えたい。そういう農業ができないと阿蘇の農業はなくなってしまう。(井)
- ・ 阿蘇は市内からそう遠くはなく、恵まれた土地だと思う。都市部との交流が盛んになれば田舎としての活路も見出せるのではないかと。皆さんの情熱をこめて作った野菜の販売も小さい規模からやればできるとし、生産量が少なくてもやり方はあると思う。皆さんの情熱を都市部の人にうまく伝えていけば、注目してくれるようになるのではないかと。(力丸)

○若い人がついてくるような活動に

- ・ 今後10年位はいいが、その先は年寄りばかりで若い人がいない状況になる。若い人に目を向ける体制づくりも必要ではないかと思う。(八木)
- ・ 野菜でお金が取れるようになれば、それを見てついてくる若い人、野菜を作る人も出てくるのではないかと。そのためには、もう少し力強く盛り上げて人から目を向けてもらう必要があるのではないかと。(山口)
- ・ 地域が活性化しなければ自分の将来もない。若い人が地域に残っていくための種まきになるようなことがやればと思うし、自分が生き生きとして活動を発信していくことができれば可能性があるのではないかと。(力丸)

○生産体制の確立に向けて参加への呼びかけ、情報発信が必要

- ・ 取り組む人がいるかどうかの問題。生産体制に参入希望者を募ることが必要で、呼びかけ、情報発信が大事である。そして半年先の生産体制をどうするかなどを話し合い、体制づくりを確立していけば可能ではないか。実際、同じ品物で多少高くてもシール

を貼った商品の方が売れる。あとは宣伝が必要である。(市原)

○生産者のグループができ、その意志により本格的に展開していくのが望ましい

- ・ 今後一番望ましいのは、生産者を拡大していく時のもとになるグループが皆さんを中心としてできて、本格的なスタートに向けて参加を呼びかけることだろう。実務的には1～2年は環境省がお手伝いできるかもしれないが、経済的なベースに乗ってくるようになれば、例えば力丸さんが経済行為として受けていく、だが、基本は生産者グループがある共通の意志のもとに進んでいく、という形が一番いいのではないか。(事務局)

○取り組みに対する、今後の環境省の支援について

- ・ 草の問題、グループの問題も含めて、この取り組みをあと1年間ではできるのか。(井)
- ・ 環境省は草原環境を守るという観点から農業・畜産業の活性化という領域にまで踏み込んでいるが、本来は農水省や県の役割が大きく、すり合わせをした上でバトンタッチしていくことになる。環境省が関われる期間について明確には言えない。自然再生事業は公共事業であり、草原再生シールの取り組みは公共事業を進める上での条件整備や調査の一環として進めている。調査は今年度で終わるが、あと1年は続けられるように予算要求はしている。(環境省)

○できることから着実に進めていく

- ・ 力丸さんは4月から半年間、新規就農インターンがあるので、本格的にやるのは半年後になるが、もし皆さんの要望があれば今の状況で何か所かに出すことは可能なので、着実に少しずつ進めていくのがいいと思う。(井)
- ・ 始めて3ヶ月では結論がでる時期ではない。1年や2年でも効果は出ないので、半年から1年位は現状維持のままで行動を起こし、少しずつやって良くなったとき行動を広げていくという方法がベターではないか。(中本)
- ・ これまで取り組んできたことを活かすために継続していくことが必要。やろうという方々にうまく引き継いでいくことが環境省の役目だと思っている。(環境省)

○現実的な裏付けをもった議論も必要

- ・ “かたらんね”で販売した時は6人の生産者が出荷して3万円売り上げた。あの程度の量でいいのか、もう少し量がないと力丸さんの運賃がでないのか。(事務局)
- ・ 何か所か持って行かないと交通費が出ない。1回で10万円分くらいは持っていかなくはならないだろう。そうすれば手数料も捻出できる。将来的には、力丸さんの仲間でNPOなどを立ち上げてやるように進められたらいい。(井)
- ・ とにかくきちんとしたものを生産することが第一で、いい物を作って評判になればお客さんが増えるが、ごまかしがあれば売れなくなる。(井)
- ・ 農薬を1回使ったら、それを表示するようなことも必要だろう(中本)

○運営母体となる組織づくりが必要

- ・ 個人個人の意志で組織のようなものをつくり、立ち上げていくことが必要。そして現場を定着させ、次に売り場をもう少し広げ、さらに将来の農業を考えて展開していく

のがやり方ではないか。(中本)

- ・ 堅苦しい組織ではなく、何回か打ち合わせをして進めていくのがいい。シール印刷や宣伝はお金がかかる。今回のことは農家側にとっては有難いことで、これを利用しない手はないと思う。(井)
- ・ この場を「会」設立のための準備会と位置づけ、意志がある方は再度集まって頂き進めていくことにしてはどうか。草を使う技術、草の入手・供給体制、PRの仕方、製品の流通方法など共同でやるべきことはたくさんあるし、共同で進める場合、参加条件の統一、コスト負担・利益配分などの勉強・研究も必要だ。これらを進めていくための会合を何回か持っていくということにしたらどうか。(事務局)

○会の合意のうえで基準づくりを

- ・ 漬け物など加工品にもシールを貼っていいか。(甲斐)
- ・ 生産過程や草の利用が明らかな漬け物に貼付している例があるが、漬け物なら何でもいいということになれば問題がある。今後は基準も「会」のなかで検討していくことが必要である。(事務局)
- ・ 「会」をつくって、基準についてきちんと取り決めをしていかないと、いいかげんなことになると価値が落ちてしまう。(井)

○「(仮) 草原再生シール生産者の会」への展開

- ・ 今日、この会を「(仮) 草原再生シール生産者の会」に発展させていくための準備会と考えたらどうか。力丸さんたちには、いずれ事務局をやっていただくとか、そこから販売をお願いするという事になればいい。準備会は3月までにもう1度会合を呼びかけて、今日の議論を基に具体的な形ができるようにしていきたい。(事務局)
- ・ 草原再生が名目なら、生産者のみでなく販売所も会に入るべきではないか。(市原)
- ・ 生産者が主体にならないと販売もできないのではないかとということである。(事務局)
- ・ 将来的に発展させていくためには農協にも参加してもらうべきではないか。(本田)
- ・ オブザーバーになるかもしれないが農協の方にも入っていただくようにしたい。(事務局)
- ・ 草原再生シールを貼ることによる付加価値を生産者の方に活用してもらえればいい。環境省としては草原の野草利用を増やすための手段として実施しているが、結果的に地域が元気になってほしい。自然再生を進めるにあたっては地元が主人公であり、皆さんが主体で進めていくようになれば有り難い。草原を守るということは環境省だけでできるものではなく、いかに多くの方々いっしょにやれるかがカギになる。やり方や目指すものが違っても、トータルで阿蘇の草原が活かされ環境が守られていけばいいと思う。(環境省)

2. 「草原再生シール」アンケート調査結果

(1) 調査概要

1) アンケート調査の趣旨

- ① 「草原再生シール」貼付による効果の検証、手法の評価。
- ② アンケート票に草原再生シールの取り組みや、草原再生ホームページを紹介し、「草原再生の取り組み」をアピール。

2) 調査対象

実施期間内に「阿蘇草原シール」商品を購入した消費者。

3) 配布・回収方法

協力店の商品陳列コーナーやレジ、「草原再生シール」商品を販売したイベント会場にアンケート票を設置したり、購入者に直接手渡すなどして配布、記入してもらった。回収は、店内・会場に設置した「回収ボックスでの回収」と、アンケート票を持ち帰った場合は郵送での回収（送料は、回答者が負担）を行なった。

回収率を上げるため、「抽選で20名様に、阿蘇にちなんだ商品をプレゼントいたします。」というインセンティブを付けた。

4) 調査期間

平成16年10月1日から平成16年12月31日まで。

5) 回収状況（平成17年1月7日時点）

回収数：114枚

（内訳）

店頭の回収ボックス、又は郵送による回収：30枚

阿蘇フォーラムまるごとフェスタでの阿蘇見本市（10/31開催）：33枚

かたらんね歳末感謝祭でのキャンペーン（12/19開催）：51枚

(2) 調査結果

1) 回答者の属性（年齢・性別・居住地）

●半数が40～50歳代、女性が8割。居住地は、阿蘇郡内が約3割。

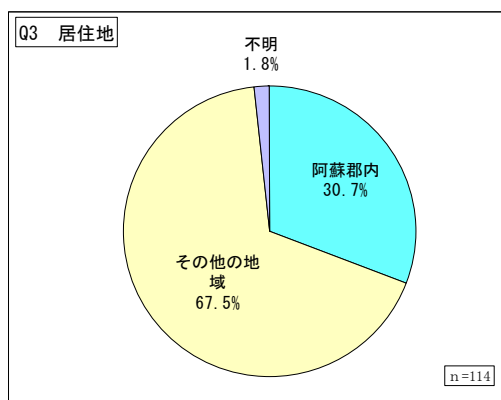
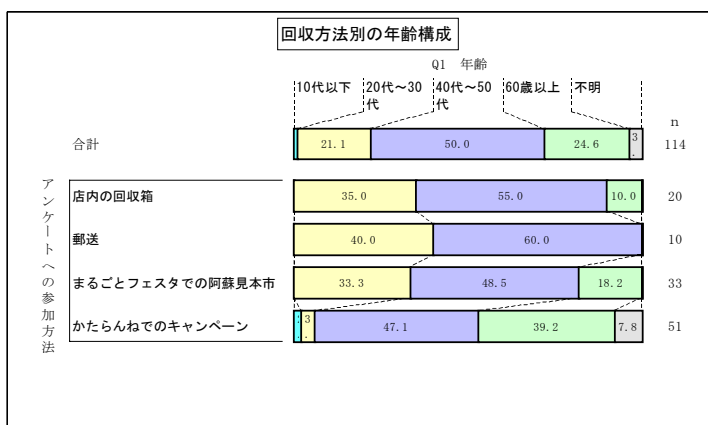
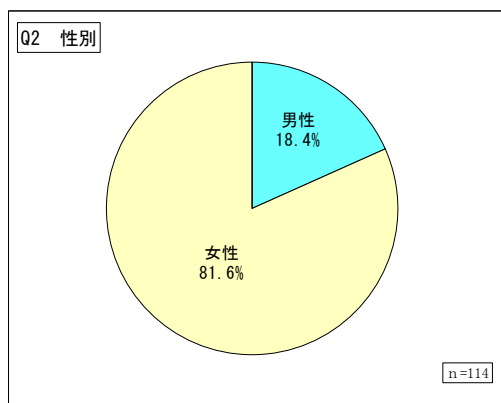
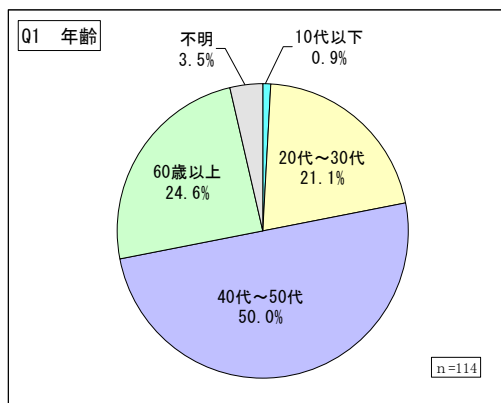
回答者（114人）の半数を40から50歳代が占め、20歳代から30歳代、60歳以上がそれぞれ2割強となった。

回収場所別の年齢構成を見ると、「かたらんね歳末感謝祭でのキャンペーン」は40代～50代47.1%、60歳以上39.2%となっており、他の場所と比較して高い。

男女別では、女性が8割を占める。

居住地については、「その他の地域」が多く、阿蘇郡内に住む地元の人材は3割程度。

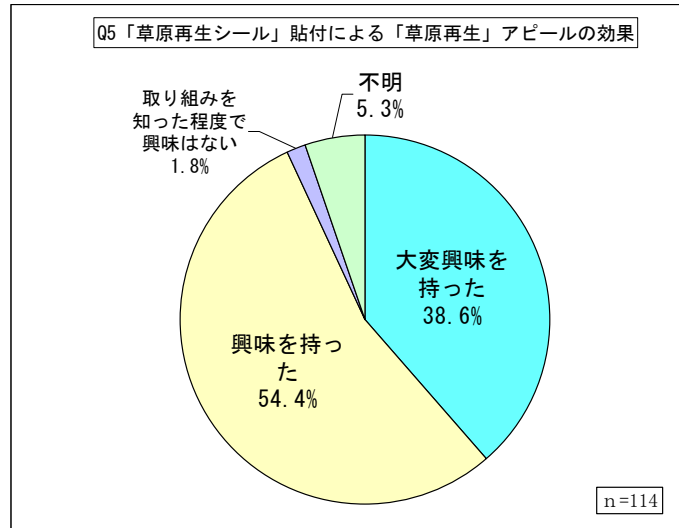
また、「その他の地域」の内訳のほとんどは熊本県である。熊本県以外では福岡県（5人）、長崎県（1人）、大分県（4人）、宮崎県（3人）、鹿児島県（1人）、愛媛県（1人）、静岡県（2人）、神奈川県（1人）などがあつた。



2) 「草原再生シール」貼付による効果

- シール貼り付けに効果あり、93%が「草原再生」に興味を示す。

「シールやメッセージカードを見て「草原再生」に興味を持ちましたか。」という問に対して、38.6%が「大変興味をもった」と回答。「興味を持った」と回答した人と合せると93%にのぼり、回答者の多くは、取り組みに関心を持ったといえる。



3) 「草原再生シール」商品の購入意向

- 「草原再生に貢献できるから購入」も4割。阿蘇郡内居住者にその傾向が強い。

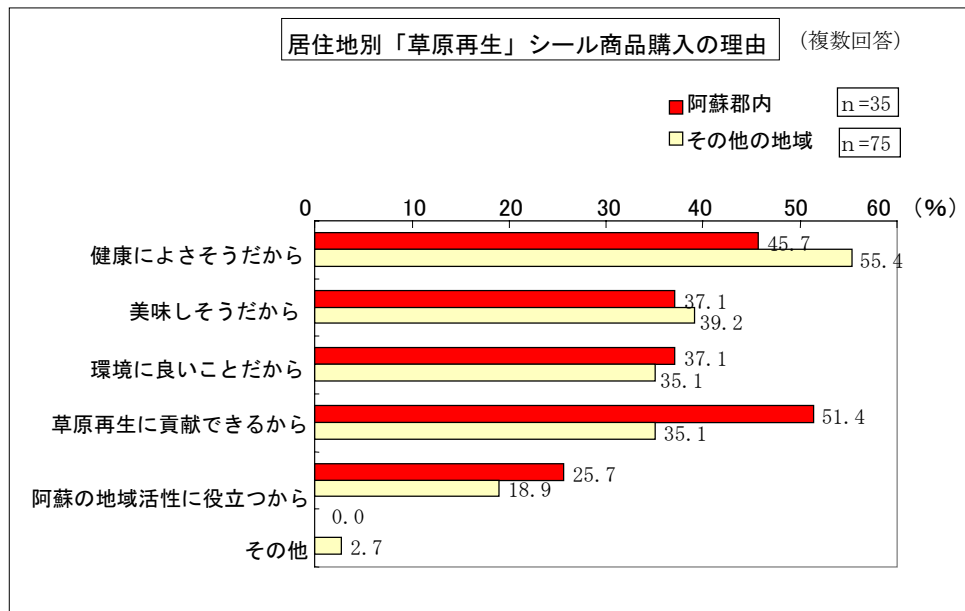
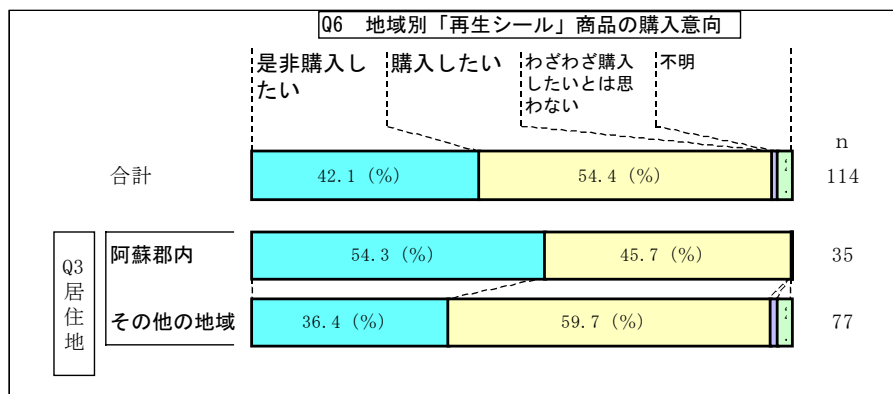
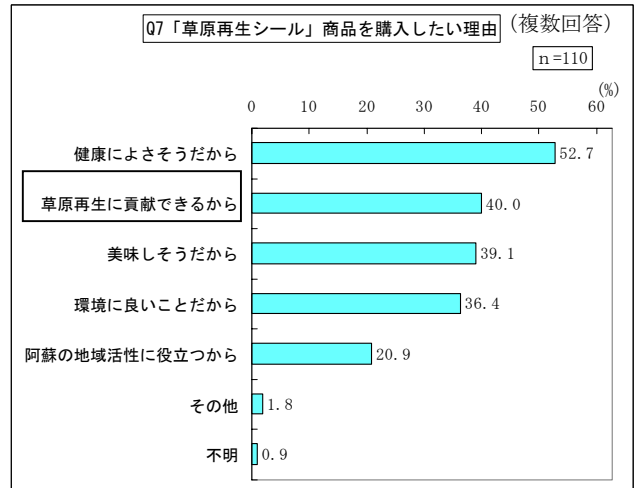
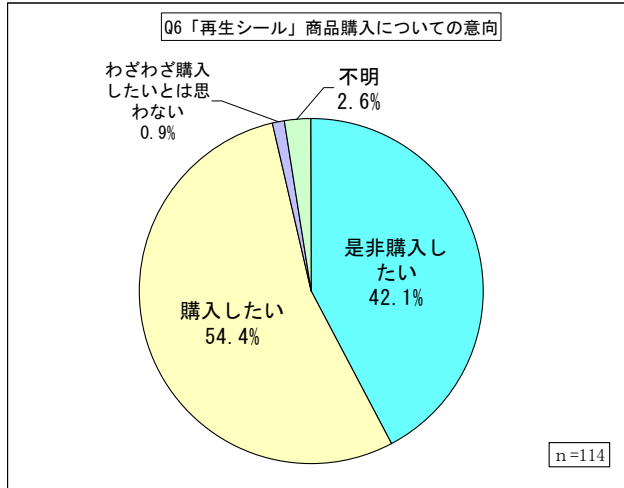
「今後、シールの貼られた商品を購入したいですか。」との問に、54.4%が「購入したい」、42.1%が「是非、購入したい」と回答しており、多くの消費者が「草原再生シール」商品購入に前向き。

また、「是非、購入したい」「購入したい」と回答した110人を対象に「購入したい理由（複数回答可）」を聞いた結果、「健康によさそうだから」との回答が52.7%で最も多く、次いで「草原再生に貢献できるから」40.0%、「美味しそうだから」39.1%、「環境に良いことだから」36.4%だった。

- 阿蘇郡以外に居住する消費者は、「草原再生シール」商品の安全性を評価する傾向。

「草原再生シール」商品の購入意向を居住地別に見ると、阿蘇郡内に居住する消費者の54.3%が「是非購入したい」と回答したが、その他の地域に居住する消費者では36.4%と、阿蘇郡内に居住する人のほうが、より購入に積極的なことがわかる。

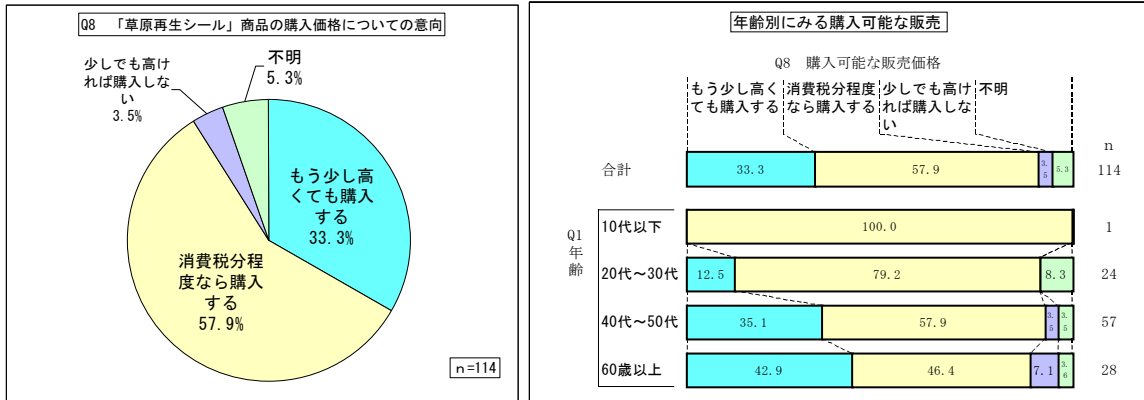
また、「購入したい理由」として、阿蘇郡内に居住する消費者の51.4%が「草原再生に貢献できるから」を挙げたのに対し、その他の地域の消費者では35.1%にとどまった一方、「健康によさそうだから」が55.4%で最も多かった。その他の地域に居住する消費者は、阿蘇郡内に居住している消費者と比較すると「草原再生シール」商品の安全面を評価する傾向が強いといえる。



4) 購入可能な販売価格

●大半の消費者が「高くても購入する」

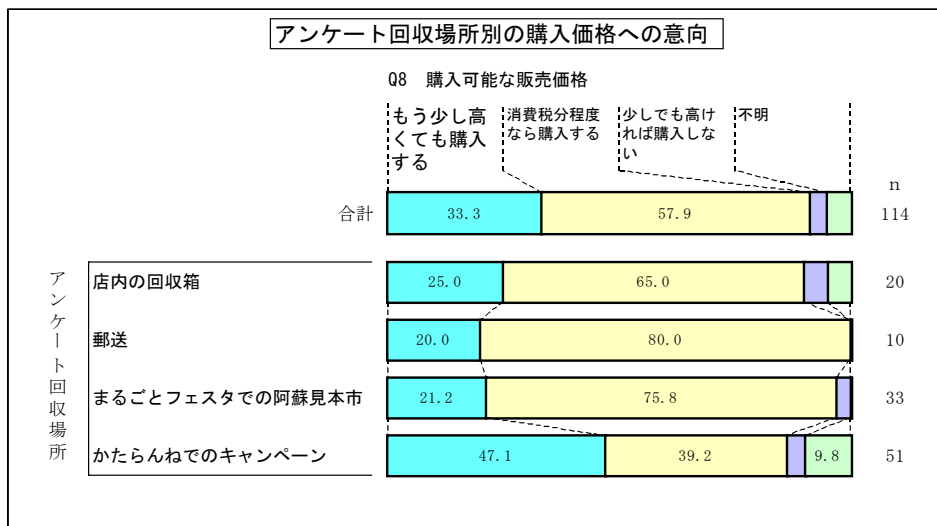
「シールの貼られた商品が、シールの貼られていない商品より高くても購入しますか。」との問には、「消費税程度なら購入する」が57.9%と最も多く、次いで「もう少し高くても購入する」が33.3%であった。また、「もう少し高くても購入する」人の割合は、年齢に比例して高くなる傾向がある。



回収場所別に見ると、かたらんね歳末感謝祭でのキャンペーンでは、他の場所と比較して「もう少し高くても購入する」と回答した人の割合が42.9%と高いことが目立つ。

なお、今回の実証期間中の取り組みでは、シールの作製や貼付の経費は無視し、シールの貼られていない商品と同程度の価格で販売を行なっている。

また、かたらんね歳末キャンペーンでは、阿蘇の直売所価格で販売するなど、今回の価格そのものに、消費者に割安感があったと思われる点にも留意が必要。



5) 消費者の主なコメント

「「草原再生」シールの取り組みについてご意見があればお聞かせ下さい。」より抜粋

(草原再生やシールによる商品づくりの取り組みへの期待)

- ・ 個々の人たちの気持ちと努力で後々の再生に続いていくと思います。良い商品であれば、少々高くても買うと思います。
- ・ 草野利用を促進するきっかけになってほしい。野草を利用することで草原が守られると思う。
- ・ 阿蘇の草原を守るために、ぜひぜひ続けて下さい。いつも手に入ることを願っています。
- ・ 健康に注意しています。自然のものを出来るだけ摂りたいのがんばって下さい。
- ・ この取り組みでは、草原は再生され、環境も守られるし、野菜は減農薬で消費者も安心して口にできるのもっと広めて行って欲しいです。
- ・ 地球あっての私達です。地球にとって良いことは、私達にとっても良い事です。本当の食の大切さを子供達に伝えていきたいと思っています。
- ・ 地球環境のことは前向きに努力したいと思っています。
- ・ 自然を守る為にもしっかり取り組んでもらいたい。
- ・ 阿蘇に住む一人として、しっかりした取り組みを期待します。
- ・ 大変良い事だと思います。これから気をつけて見て、なるべく買っていかうと思います。

(取り組みの展開に向けた課題につながる意見や提案)

〈表示について〉

- ・ 生産者がはっきりしていて安心できる。
- ・ 生産者が身近な人達なので安心して購入しています。
- ・ 取り組みと地域の良さ、野菜づくりに関係しているが分かるので非常に良い。
- ・ 表示のある方が、取り組み状況が分かるので良い。
- ・ シールの柄やデザインにも好感が持てました。

〈販売方法について〉

- ・ 近隣の県やインターネット等での通信販売で購入できるようになるとありがたいです。
- ・ 近頃ジャスコに近場の農家が直接卸している。それを超える鮮度や栄養価がPRされれば購入する。
- ・ 消費税分価格が高くなっても健康上保障されることが出来れば大変望ましいと考えればよい。

〈取り組みの拡大やアピールの必要性について〉

- ・ もう少し徹底して貼った方がよい。貼っている商品が少なすぎる。
- ・ シールの意味を知っている人が少ないかと思う。

- ・ シールを貼ることで、生産者も消費者も草原再生にかかわっていると実感できるシステムであってほしい。

(その他)

- ・ 購入できて良かったです。
- ・ 阿蘇の山が好きだから購入しました。
- ・ 草原は再生されるべきものか自分にはまだ分からない。

以上のほかにも、下記のような感想がみられることから、取り組み自体のアピール効果だけでなく、地域の再認識を促す効果があることもわかった。

- ・ 取り組みのことは、今日初めて知った。簡単なことしか出来なくて申し訳ないけど、草原再生の野菜を買うことで環境に良いのなら購入したいと思うし、周りにも広めて行きたい。
- ・ 地元の人々が草原の大切さを知ることは大切です。
- ・ 初めて知りました。もっと阿蘇の草原のことを知りたくなりました。
- ・ 濃厚飼料に頼らず草で育てた牛を食べよう。
- ・ 子どもを持つ親ならば誰でも、次の世代へ素晴らしい草原を残したいと思う。
- ・ これから興味を持って探して見ます。

3. キャンペーンイベントでの販売結果

草原再生に向けての情報発信と草原再生シール商品に対する消費者の反応を確かめることを目的に、以下のイベントに参加し、シール商品を販売するとともに、アンケートの配布・回収を行った。

イベント名	主催	実施場所	実施日	販売数
阿蘇フォーラムまるごとフェスタ「阿蘇見本市」	阿蘇フォーラムまるごとフェスタ、国立阿蘇青年の家、環境省	国立阿蘇青年の家（阿蘇市一の宮町）	平成16年10月31日（日）	生産者6名の協力により96袋を販売。完売した。
かたらんね歳末感謝祭	（社）熊本県物産振興協会	熊本市テトリア熊本1階（熊本市）	平成16年12月19日（日）	生産者6名の協力により約237袋を販売。完売した。

表3-1 販売結果

阿蘇フォーラムまるごとフェスタ

かたらんね歳末感謝祭

商品	個数	合計
ほうれん草	10袋	1,000円
チンゲン菜	10袋	2,000円
白菜	6袋	600円
かぼちゃ	6袋	600円
さつまいも	6袋	600円
サラダ菜	6袋	600円
じゃがいも	20袋	2,000円
ミニトマト	20袋	2,000円
自然薯	12袋	12,000円
合計	96袋	21,400円

商品	個数	合計
ジャガイモ	10袋	1,500円
里芋	10袋	1,000円
ニンジン	25袋	3,250円
大根	10袋	1,000円
赤カブ	10袋	1,000円
小カブ	5袋	500円
カブ菜	10袋	1,000円
玉ネギ	10袋	1,500円
長ネギ	10袋	1,500円
ネギ	5袋	500円
サニーレタス	5袋	500円
小松菜	5袋	500円
春菊	10袋	1,000円
ハウレンソウ	40袋	4,000円
水菜	10袋	1,000円
キャベツ	17袋	2,550円
白菜	20袋	3,750円
ブロッコリー	15袋	2,500円
ヒゴムラサキ	10袋	1,500円
合計	237袋	30,050円