



福島県産農産物生産、販売PR活動

東日本大震災による原発事故の風評払拭活動としてスタート。現在のはりんご、桃、お米、ぶどう、洋梨を生産している。県内農家さんとのコラボ事業として、果物の木オーナー制度の活用や田んぼを買取り、選手とスタッフで生産する。サッカークラブが農作業に取り組み姿をメディアを通して全国に発信することで、サッカーに興味が無かった方にもクラブとして取り組んでいる活動を知ってもらいきっかけとなり、風評の払拭はもちろん福島県産品のPRとして広く発信できるものだと考える。生産した農産物はWEBでの販売のほか、アウェー会場や提携している南パルマーレの試合会場を中心にブースを出店して販売している。

活動場所 : 大野農園／安斎果樹園／カトウファーム／鈴木農園／
渡辺果樹園／株式会社いちい／福島県／福島市 他

取組テーマ : 防災・震災復興

協働者 : 行政／ 県内農家

協働者名 : 大野農園、安斎果樹園、カトウファーム、鈴木農園、渡辺果樹園、
株式会社いちい、福島県、福島市 他

活動で工夫した点

桃の生産で言えば、大きな作業で年間5回行っている。花が咲く前に摘蕾、花を摘み取る摘花、果実の量を調整する摘果、収穫前に反射シート敷き、そして7月末～8月初旬にかけての収穫。単なる収穫体験ではなく、ガチンコで作業を行う。年間作業を通して農家さんとの関係を築き、地域に根ざしたクラブとして、選手と県民の方との接点（ニュースや新聞で見る機会、サッカーだけではなく活動）を増やす。

活動で大変だった（苦労した）ポイント

屋外での活動のため天候に左右されることと、果物によっては作業時期が限られており、選手のスケジュール調整が難しい時がある。また、5種類の農産物で年間活動回数が約30回あるため、作業時期がかぶる時など選手への依頼も続いてしまうことがあるが、クラブとして力をいれている活動のため、強化部にも理解してもらっている。

クラブや地域の活動後の変化

選手にとって福島のクラブにきた意味を理解してもらう良い機会だと思っている。ほとんどの選手が初めての経験のため、農業と福島県の実情（東日本大震災）についての認識を高める意味もあり、クラブ全体で積極的に取り組む姿勢ができています。



協働者の声

Jリーグ所属のプロサッカー選手が農業と一緒に行うことで、サッカーファンを中心に「果物」「農業」に対しての認知が高まっていると感じる。農業＝古いというイメージではなく、クラブを通して、農業は素晴らしいもの、福島県産品の魅力発信ができています。農家とサッカーチームという異業種で連携を図ることで新しいお客様への購買にも繋がり、チームはさらに別の農家との繋がりも生まれる。（大野農園：大野さん）

参加者の声

この活動の参加者＝選手にとっては、福島のクラブとしての活動事業と福島県への理解を高めている。クラブとしてこの活動を「農業部」という部署を設け、選手の中には「農業部部长」として毎回参加している選手もいる。「ここまで農業に力をいれているクラブは無い。福島のサッカーチームだからこそできる。貴重な経験になる」との声が多い。

活動の「ここぞ！」というPRポイント

生産する農産物の販売とアウェー等での物販を合わせて収入面の1つとしている。ボランティアではなく、しっかりと売上をあげる仕組みができていますのでその場限りではない継続した活動ができています。

補足

福島県産品のPR・販売について言えば、基本的にはアウェー会場での販売に留まっているが、ホームタウン担当間や東北クラブとの繋がりで昨年は大宮、仙台へのブース出店も実施した。シャレンの活動としてご理解いただけるのであれば、J1～J3カテゴリーを超えて今まで行けていない地域にも拡大したい。