

県西地域産農産物のブランド化及び販売促進モデル構築調査について

1 目的

農林水産物の地産地消を拡大するため、安全・安心な農産物に関するブランドを創出するとともに、生産者と農産物を利用・販売する事業者を結びつけ、双方のニーズにあった農産物の流通ネットワークの構築に向けた調査を実施。

2 主な取り組み内容

(1) 県西地域ブランド創出に向けた基礎調査

- ・ J G A P やエコファーマー等の認定を受けている農家や生産履歴の情報開示に積極的に取り組んでいる生産者や消費者ニーズにきめ細かく対応している農家を把握し、生産状況を調査。
- ・ 事業者、消費者ニーズを対象に、安全・安心な農産物の生産に関するニーズ調査を実施し、ブランド創出に向けたコンセプトを検討。

(2) 生産者と事業者を結びつける販売促進モデルの試行・検討

- ・ 効果的な販売方法及び販売促進ツールを検討し、「食の駅」や宿泊施設等で販売促進モデルを試行。

【主な意見】

- ・ 今回の取り組みが安定するものならば、年間の生産計画に組み込む（生産者）
- ・ 販売先は積極的に探しているので今後も参加したい（生産者）
- ・ 宿泊客に好評であり、県西地域の野菜を使っていることをPOPを使ってPRできた。継続するならば知人に紹介したい（事業者）
- ・ 産地が明確になっており、旬のものが食べたい(消費者)



慶應義塾大学監修のもと「未病を治す」考え方を取り入れた販促ツールを作成し、PR。



朝ドレファーマーミ♪
(レモン)



四季の里直売所
(長ネギ)



とれたて山ちゃん
(みかん)



一夜城 Yoroizuka Farm
(キウイフルーツ)