課題番号4

課題名		【重点課題3】マーケットインの発想による重点品目の生産振興 万博を見据えたグローアップ品目の取組
対象： 管内生産者・新規就農者・大阪府民		計画期間 R5～R6 事務所名 泉州農と緑の総合事務所
普及課題	活動方法	活動成果
○夏季の栽培における新たな技術 ○販売戦略に基づく消費拡大 ○泉州きくなの魅力発信による需要喚起	○JA や民間企業等と連携したプロジェクト推進 ○出荷量維持(新規就農者の確保・夏季生産対策) ○消費拡大(販売戦略の策定) ○需要喚起(新たな食べ方提案等)	○出荷量維持 VA菌根菌による生育促進を確認 ○消費拡大 販売店舗 延べ協力店舗104店舗増 飲食店舗 延べ協力店舗21店舗 ○需要喚起 イベントPR(8回)、メディアPR(2回)、SNS PR、飲食店PR(21店舗)、販売店PR(104店舗) で、延べ40万人にPRを実施

総合評価 (コメント)
<p>A : 1名 B : 4名</p> <p>■ 今後、夏季の生産をどのように誘導していくのか、技術面、流通面(出荷規格など)、需要面から、関係機関の協力も得ながら展望されることを期待する。</p> <p>■ 課題の少しのずれを修正して需要期の安定生産と生産拡大を実現するための活動に期待している。評価としては辛口になってしまいが、期待値が大きい(伸びしろが大きい)と思って、更なる活動を進めて欲しい。</p> <p>■ 「日本一」のきくな産地をめざすなら、少しずつでもいいので出荷量を増やし、年間を通じて品質を高めることをめざしてほしい。 ・栄養面のPRも強化し、お浸しや胡麻和えといったシンプルなレシピも野菜売り場で掲示すると、手に取る消費者が増えるのではないかと感じる。</p> <p>■ 他の評価でも同様のことを記しているが、いいものをつくるだけでなく、売り込み方の問題もある。デザインの視点が重要だと感じる。</p> <p>■ キクナは「、まだ伸びしろはあると思う。しかし、あくが強いと好みがわかれる。地産地消の商品のため増えすぎると自滅しやすい。</p>

評価 A: おおむね適切である。 B: 部分的に検討が必要である。 C: 見直しが必要である。