

高校生や農業者グループと連携した「みえるらべる」PR活動

県拠点の働きかけにより「みえるらべる」を取得した高校生・農業者と連携して、ショッピングモールで「みえるらべる」を消費者に対してPR。

○ 施策分類

- ・みどりの食料システム戦略

○ きっかけ・背景、課題の把握

- ・拠点の働きかけにより、農業者グループ（たき^{どりよく}土力の会）と相可高校が「みえるらべる」の★★★を取得。
- ・地域の消費者に「みえるらべる」を知ってもらうため、拠点が両者に、ショッピングモール（マックスバリュ多気店）でのPRイベントの開催を提案。12月14日に三者が協力してイベントを開催。

○ 取組の内容

- ・拠点は、「みえるらべる」の取得に際しては、算定シート作成のサポートなどの支援を実施。また、「みえるらべる」を取得した農産物をPRするポップを作成。イベントの開催に当たっては拠点からPRイベントの開催を働きかけた。
- ・イベントでは、土力の会メンバーと相可高生による野菜やコメの試食提供・販売とともに、拠点職員による来場者の野菜摂取量の測定（拠点が専用機器を調達）、「みえるらべる」の周知パネルの展示・説明、チラシ配布などを実施。

○ 効果・成果、今後の方向性

- ・イベント来場者からは、「みえるらべるを理解できた」、「今後みえるらべる商品を購入したい」との回答が多数。土力の会メンバーからも「自分の野菜に自信が持てる企画に感謝」との感想。
- ・今後も、地域の農業者や小売業者と連携し、「みえるらべる」のPRなど消費者の購買行動の変容につながる取組を進める。



イベントの様子

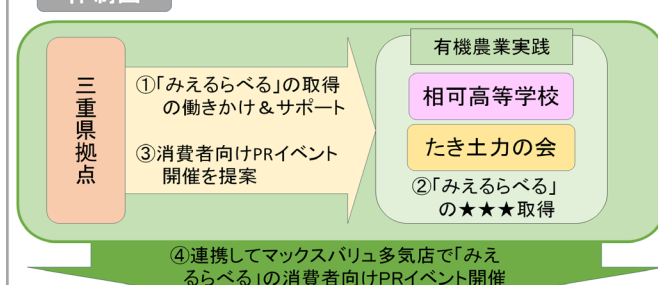


「みえるらべる」を取得した農産物



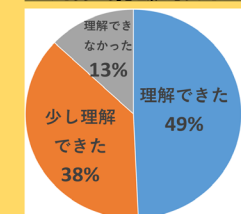
恋するおこめ

体制図



PRイベントでのアンケート結果【抜粋】（回答者数：69人）

Q.「みえるらべる」を理解できましたか？



Q.今後「みえるらべる」商品を購入しますか？

