

【別紙】

令和 8 年度園芸産地マネージャー養成事業 J A えちご上越 伴走型支援委託業務仕様書

1 産地名

糸魚川地域・少量多品目

(産地支援チーム：J A えちご上越、糸魚川市、JA えちご上越日本なし研究会、NOSAI にいがた、新潟県糸魚川地域振興局農林振興部)

2 業務の目的

糸魚川市は水稻中心の地域であり、園芸の産地化はほとんど進んでいないものの、新潟県園芸振興基本戦略に基づいて少量多品目の園芸産地発展ビジョンを策定し、現在少量多品目の 1 品目として日本なし「新碧」の産地化に取り組んでいる。

「新碧」は、新潟県が開発した日本なしで、大玉、高糖度という特徴を持ち果皮の美しい緑色は糸魚川市の石「ヒスイ」が連想される。そこで糸魚川市の新ブランドにすべく、令和 5 年に試験栽培を開始し、令和 7 年度時点では栽培者 6 名、栽培面積は 5 a となっている。令和 10 年度の本格出荷を目指して、ブランド化戦略と販売戦略を作成し取組を進める必要がある。

そのため、外部専門家の指導のもと「新碧」の販売戦略・ブランド戦略のための取組を検討しながら産地化を進めるとともに、産地支援チーム員のマネジメント能力向上を図る。

3 業務実施期間

契約締結日～令和 9 年 3 月 31 日（水）

4 業務内容

(1) ブランド戦略、販売戦略の作成支援

以下の取組に対し、サポート、フォローアップし、必要に応じて情報の提供を行い、ブランド戦略書、販売戦略書及び取組実施計画の作成を支援する。

ア ブランド戦略書の作成

- (ア) 商品コンセプトの設定
- (イ) ブランド名の決定の手法検討、スキームの作成
- (ウ) 規格、パッケージの検討
- (エ) ストーリーテリングの構築

イ 販売戦略書の作成

- (ア) 市場分析
- (イ) ターゲットの設定
- (ウ) 販路の検討

ウ プロモーション

- (ア) SNS による情報発信
- (イ) イベント出展

(ウ) メディア露出の戦略

エ 取組実施計画の作成

(ア) ブランド戦略、販売戦略の取組をスケジューリング

オ 支援回数

上記ア、イの取組について、産地支援チームとの検討は、4～5回程度を想定。

(2) 実施結果の報告

ア 業務の終了にあたっては、本年度の実施結果の記録を取りまとめ、今後の産地の対応方針を整理すること。

イ 上記アに記載の内容を取りまとめた報告書を作成し、成果品として委託者及び産地支援チームに提出すること。

5 成果品

提出先は、新潟県農林水産部農産園芸課とする。

成果品の著作権は、新潟県農林水産部農産園芸課に帰属する。

6 その他

仕様書に定めのない事項については、新潟県農林水産部農産園芸課及び産地支援チームと協議の上、決定する。