

令和7年度通常総代会資料P86に一部訂正がありました。訂正内容は下記の赤字部分です。

(誤)			(正)		
<b>【責任部署 特販課(販売事業・直売所)】</b> <b>《取組施策》④当地区農産物のアンテナショップとしての機能強化</b>			<b>【責任部署 特販課(販売事業・直売所)】</b> <b>《取組施策》④当地区農産物のアンテナショップとしての機能強化</b>		
年度	目標値(KPI)または 実績値	取組事項	年度	目標値(KPI)または 実績値	取組事項
4	目標 生産者受託品販売金額 :2億8,764万円 来店者数:255,000人 購入単価:1,128円/人	ア.直売所機能を強化する店舗づくり 店内掲示物(ポップ、機能性表示、生産者の声等)、商品陳列・レイアウト等の見直し・改善 イ.消費者ニーズに基づく商品力および品揃えの強化 会員拡大・品目増大のための内部協議、普及センター・種苗メーカー等との検討による新規品目の提案およびJA間連携による仕入強化 ウ.直売所利用者の拡大に向けた取組み  SNS等を活用した情報発信および消費者イベントの開催	4	目標 生産者受託品販売金額 :2億8,764万円 来店者数:255,000人 購入単価:1,128円/人	ア.直売所機能を強化する店舗づくり 店内掲示物(ポップ、機能性表示、生産者の声等)、商品陳列・レイアウト等の見直し・改善 イ.消費者ニーズに基づく商品力および品揃えの強化 会員拡大・品目増大のための内部協議、普及センター・種苗メーカー等との検討による新規品目の提案およびJA間連携による仕入強化 ウ.直売所利用者の拡大に向けた取組み  SNS等を活用した情報発信および消費者イベントの開催
	実績 生産者委託品販売金額 :3億400万円 来店者数:266,106人 購入単価:1,142円/人	ア.店内展示物の強化および生産者の声等を反映 イ.会員拡大と品目拡大のための内部協議と種苗メーカーとの連携強化 ウ. SNS等の活用した情報発信及びマスコミ等による情報配信(テレビ等)		実績 生産者委託品販売金額 :3億400万円 来店者数:266,106人 購入単価:1,142円/人	ア.店内展示物の強化および生産者の声等を反映 イ.会員拡大と品目拡大のための内部協議と種苗メーカーとの連携強化 ウ. SNS等の活用した情報発信及びマスコミ等による情報配信(テレビ等)
5	目標 生産者受託品販売金額 :2億8,790万円 来店者数:255,000人 購入単価:1,129円/人	同上	5	目標 生産者受託品販売金額 :2億8,790万円 来店者数:255,000人 購入単価:1,129円/人	同上
	実績 生産者委託品販売金額 :3億1,131万円 来店者数:264,415人 購入単価:1,177円/人	ア.給食センター・老人ホーム・セイブ等の店舗外の販売強化 イ.会員拡大と品目拡大のための内部協議と種苗メーカーとの連携強化 ウ.SNSやマスコミ等による情報発信		実績 生産者委託品販売金額 :3億1,131万円 来店者数:264,415人 購入単価:1,177円/人	ア.給食センター・老人ホーム・セイブ等の店舗外の販売強化 イ.会員拡大と品目拡大のための内部協議と種苗メーカーとの連携強化 ウ.SNSやマスコミ等による情報発信
6	目標 生産者受託品販売金額 :2億8,815万円 来店者数:255,000人 購入単価:1,130円/人	同上	6	目標 生産者受託品販売金額 :2億8,815万円 来店者数:255,000人 購入単価:1,130円/人	同上
	実績 生産者受託品販売金額 : <b>1億9,848万円</b> 来店者数: <b>171,456人</b> 購入単価: <b>1,158円/人</b>	ア.給食センター・老人ホーム・セイブ等の店舗外の販売強化 イ.会員拡大・品目増大のための内部協議と種苗メーカー連携強化 ウ.SNSやマスコミ等による情報発信		実績 生産者受託品販売金額 : <b>3億193万円</b> 来店者数: <b>260,736人</b> 購入単価: <b>1,130円/人</b>	ア.給食センター・老人ホーム・セイブ等の店舗外の販売強化 イ.会員拡大・品目増大のための内部協議と種苗メーカー連携強化 ウ.SNSやマスコミ等による情報発信