



決め手くん通信!



こんにちは。ボクは、県産品PR用キャラクター「決め手くん」。県や関係団体などが取り組んでいる県産品販売促進活動の情報を、毎月インフォメーションで紹介します。

◆「青森の正直」展示商談会2009 in TOKYO 開催!

2月17日(火)と18日(水)の2日間、東京都立産業貿易センターにおいて、「青森の正直」展示商談会2009 in TOKYOを開催しました。

この展示商談会は、「攻めの農林水産業」を進める県と、地元企業の育成の一翼を担う金融機関等が強力に連携し、県内各地から優れた県産品を掘り起こすとともに各団体等が持つ人脈を活用し、有力バイヤーを一堂に集めて、県産品のイメージの向上と販路拡大を図ることを目的に昨年度から開催しているものです。

今年度は、昨年度を上回る57事業者が、首都圏初お目見え商品を多数取り揃えて出展しました。

また、会期も1日から2日間へと見直ししたことで、多くのバイヤーにご来場いただき、約800件の商談が行われました。

今後、出展事業者は、商談が取引につながるよう、更に売り込みをしていくこととしています。



盛大に行われたオープニングセレモニー バイヤーへ商品の特長を熱く語る出展者



熊谷喜八氏と三村知事のトークショー
バイヤーに魅力的な青森県産品を紹介

◆健康果実「青森りんご」ハッピーキャンペーンを実施

平成20年産のりんごは、経済不況による消費減退などから価格が低迷していることから、県では関係団体と一緒に価格向上をめざす総合的な対策に取り組み、その消費拡大対策として『健康果実「青森りんご」ハッピーキャンペーン』を実施しました。

全国13地区の青森りんごの会が主体となって、1月24日から2月1日に全国500店舗で一斉に試食・宣伝会を開催し、りんごや旅行が当たる応募はがきを配布したほか、マスメディアなどを活用した宣伝活動を展開しました。

プレゼントへの応募は全国から約36,000通も寄せられたほか、全国の青森りんごの会からは、「いつもの土日よりも数倍売れ、荷が動き出した」「売り場面積が確保できた、継続してほしい」などの報告があり、青森りんごが一層周知され消費拡大に効果があったと思われ、今後の価格向上が期待されます。



大阪地区での試食宣伝の様子



キャンペーンのポスター

決め手は、青森県産。

◆県産りんごジュース緊急販売促進会を開催！

平成20年産のりんごは、春と秋の降霜・降ひょう、つる割れ被害により、りんごジュースや加工用りんごに大量の在庫が発生していることから、2月14日(土)～15日(日)及び2月21日(土)～22日(日)の4日間、JAアオレンをはじめとするジュースメーカーと株式会社マエダをはじめとする販売店の協力・支援のもと、「りんごジュース緊急販売促進会」を開催し、来店のお客様にたくさんのお買い上げをいただきました。

この緊急販売促進会を契機として、県産りんごジュースのおいしさを再認識していただき、お買い求めいただければ幸いです。



おいしい県産りんごジュースをどうぞ！

◆平成20年度「売れる商品づくり」成果発表会 開催！

2月9日(月)、アピオあおもり(青森市)において、平成20年度「売れる商品づくり」成果発表会を開催し、県内の生産者、製造事業者、販売店及び関係団体等約200名の参加者で賑わいました。

午前の部は、食品コンサルタントの(有)良品工房・白田典子氏が首都圏消費者モニター3名を率いて登場し、「首都圏で買ってもらえる商品とは何か」をテーマに公開井戸端会議を開催しました。

午後の事例発表では、(株)ディメールが「冷凍押し寿司、鯖の冷燻」、おりづるの会が「あけび蔓・南部裂織・津軽こぎん刺しのコラボバッグ」について、商品開発・改善に取り組んだ成果等を、また、「決め手塾」(地域特産品ブランド化リーダー育成事業)から、ふかうら雪人参チーム(深浦町観光協会)と十和田ミネラル野菜チーム(JA十和田おいらせ)がそれぞれのブランド化プランを発表しました。

消費者モニターの本音トーク、事例発表者の商品開発にまつわる話及び専門家のアドバイスに熱心に耳を傾けていた参加者にとっては、商品づくりを考える良い機会となりました。

また、別会場の「売れる可能性のある商品」の選定品等の展示・試食PRコーナーでは、「決め手塾」参加チームによる「地域連携鍋」などに多くの人が列をなし、さらに、商品づくりに関する相談コーナーでも多くの相談が寄せられるなど、盛況のうちに終えることができました。

県では、今後も商品づくりについて、意識啓発と意欲的な事業者を応援していくこととしています。



公開井戸端会議



事例発表会



商品展示・試食PR

決め手は、青森県産。