



決め手くん通信part2



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。

◆県外でも大人気！青森県産品！！

県外大手量販店での「青森県フェア」が、下記の日程で開催されました。各フェアには三村知事も参加し、お客様に青森県産品の良さをPRしました。フェアでは、今が“旬”の青森りんご、米、にんにくやながいも、ごぼうなどの野菜、県産米「つがるロマン」、活ホタテやマグロなどの水産物のほか、りんごジュースやお菓子などさまざまな県産品を販売し、売り切れ商品が出るなど大盛況でした。

また、知事が飛び入り参加して「マグロ」の解体ショーも行われ、大勢のお客様で店内は賑わいました。このフェアに併せて、知事と県内の産地代表者による大手量販店側への提案活動も行いました。

県では、今後も大手量販店でのこうしたフェアを通じて、青森県産品の通常取引拡大に向けた取り組みを進めて行くことにしています。

| 開催期間 | 場所 | 開催店舗 |
|--------------------|---------|------------------|
| 10月30日(水)～11月3日(火) | 埼玉県越谷市 | ジャスコレイクタウン店他64店舗 |
| 11月11日(水)～16日(月) | 東京都江東区 | イトーヨーカドー木場店他16店舗 |
| 11月20日(金)～23日(月) | 福岡県筑紫野市 | ジャスコ筑紫野店他42店舗 |



マグロ解体販売状況



大手量販店幹部への提案活動

◆地域特産品ブランド化リーダー育成事業「決め手塾」無事終了！！

「決め手塾」は、地域特産品のブランド化を促進するため、その成功のカギを握るブランドづくりの知識・ノウハウを兼ね備えた地域のリーダーを育成する場として、昨年度から実施しています。

今年度は、生産者や関係する農協、漁協、商工会、市町村職員により構成された8チーム46名が11月までの全6回をとおしてブランド化の成功事例の検証、首都圏の市場調査を行い、その中で学んだノウハウに基づき、各チームが地域特産品ブランド化プランづくりを行いました。

今後、各チームは、地域のリーダーとしてプランに基づき、地域特産品のブランド化を目指していきます。



各チームによる地域特産品



修了証書交付式

決め手は、青森県産。

◆りんごスイーツコンテスト入賞者決定!!

県ではさらなる県産りんごの消費拡大を図っていくため、近年のスイーツブームに着目した「りんごスイーツコンテスト」を開催しました。

コンテストには、県内のプロ、一般の方から316作品ものご応募をいただき、一次書類審査、3地区で実施された二次試食審査を経て、11月14日(土)の最終審査会において、プロ、一般の部各5作品計10作品が優秀作品として選定されました。

コンテストの様子は、来年1月16日(土)にドキュメント番組として放送されるほか、入賞作品は、商品化の上、県内外に積極的に販売支援していくことにしており、これを契機として、青森から新たなりんごスイーツ文化を発信していきたいと考えています。



最終審査会の様子



入賞者記念写真

◆香港・シンガポールで県産「つがるロマン」が高い評価!!

～青森県産米輸出研究会が現地商談を実施～

県とJA全農あおもりなどの関係団体が昨年度設立した「青森県産米輸出研究会」(会長:中谷幸茂 全国農業協同組合連合会青森県本部米穀部長)は、去る11月9日(月)～13日(金)に、香港、シンガポールにおいて、現地商談を実施しました。

香港では、商談した4社のうち3社から県産米を取り扱いたいとの申し出があり、このうち1社については、11月25日(水)にテスト輸出しました。

また、シンガポールでは、商談した7社のうち1社について、年内の輸出が決定し、2社とは現在も商談中であるほか、伊勢丹スコッツの年末フェア(12月25日(金)～1月4日(月))において、県産米のPRを行う機会をいただきました。

現地では、高品質で値頃感のある日本産米が求められており、県産「つがるロマン」に対する現地バイヤーの試食評価が高いことから、今後の県産米の輸出拡大が期待されます。



熱の入る商談の様子



貯蔵状況を調査

決め手は、青森県産。