

## 平成28年度青森県あおりり産品消費宣伝対策強化促進事業募集要領

### 1 趣 旨

県では、消費者が求める安全・安心で良質な農林水産物やその加工品を生産し、強力に売り込んでいく販売を重視した「攻めの農林水産業」を展開しています。

この「攻めの農林水産業」の取組の一環として、県産品販売に関する基本的な考え方や姿勢、目指すべき方向性を明らかにした「青森県総合販売戦略」を策定し、県産品の販売促進活動に取り組んできたところです。

しかし、県産品の販売を取り巻く状況は、他産地産との競合が激化していることに加え、急激な高齢化社会の進行や食の外部化の進展、通信販売業態の躍進など、大きく変化しています。

このような変化に対応し、県産品の販売により地域経済をさらに活性化させていくためには、県産品の消費拡大に向けて戦略的かつ効果的な宣伝活動を展開することがますます重要となっています。

このため、本事業により、県の施策と連動する戦略的かつ効果的な消費宣伝活動を自ら又は関係団体等と連携して実施する場合に、その経費の一部を支援することとし、事業者の公募は本要領に定めるものとします。

### 2 事業実施期間

平成28年度

### 3 補助対象団体

主要な県産農林水産物等の消費宣伝活動を行う県内全域に構成員を有する団体

### 4 事業を採択する上で重視する点

- (1) 青森県総合販売戦略サードステージに示す県の施策（別紙）と連動していること（ただし、消費宣伝に係る取組に限ります。）
- (2) ターゲットやねらいが明確かつ具体的で、最大の効果が期待できる戦略的な取組となっていること（前年度の取組の検証結果が適切に反映されている取組であること。）
- (3) 関係団体や異業種団体等と連携することで、より効率的かつ効果的な消費宣伝になっていること。
- (4) 自らが主体となって行う事業であり、企画・運営のほとんどを広告代理店等の外部に委託するものでないこと
- (5) 団体の経常的な取組でないこと（人件費、看板の維持管理費等）

## 5 補助対象経費

補助対象となる経費は、本県の主要な農林水産物等の消費宣伝活動に要する経費とします。

## 6 補助金の額

補助対象経費の総額の3分の1以内とします。ただし、1団体当たりの補助金の上限は25,000千円とします。

## 7 事業の申込み

(1) 募集期間 平成28年3月23日(水)～4月6日(水)17時00分

(2) 申込方法

以下の書類を総合販売戦略課(宣伝・販売グループ)に持参又は郵送してください。

ア 事業計画書

イ 団体の規約

ウ その他必要と認める書類

(3) 申込み先

〒030-8570 青森県青森市長島1丁目1-1

青森県農林水産部総合販売戦略課 宣伝・販売グループ

## 8 事業採択の手順

事業の採択は、別に定める「あおりり産品消費宣伝対策強化促進事業推進委員会」を設置し、以下の手順で決定します。

(1) 事業計画書の提出

(2) あおりり産品消費宣伝対策強化促進事業推進委員会の開催

・事業実施希望団体のプレゼンテーション

・委員による事業計画の評価

(3) 評価結果の通知

・評価結果及び助言を応募者に通知

(4) 事業実施計画書の再提出

・評価結果及び助言に基づき計画を見直して再提出

(5) 事業内容の再審査

・再提出された事業実施計画書を県が書面で審査

(6) 審査で合格と認められた実施団体及び事業計画を採択

## 9 お問い合わせ先

名 称：青森県農林水産部総合販売戦略課 宣伝・販売グループ

住 所：〒030-8570 青森市長島1-1-1

電 話：017-734-9607

FAX：017-734-8158

## 10 その他

- (1) 採択された事業については、県のホームページ等で紹介する場合があります。
- (2) 応募用紙はあおり産品情報サイト「青森のうまいものたち」からダウンロードできます。 <http://www.umai-aomori.jp/>

(別紙) 青森県総合販売戦略サードステージ 重点キーワード

I 全体戦略

- (1)信頼・人のつながりを生かした総合的な販売戦略の展開
  - ①さらなる産地との連携強化
  - ②関係団体・民間企業との協働推進
  - ③販路拡大に向けた新たな連携の創出
  - ④民間主導による取組の推進
- (2)安全・安心を支える産地体制の強化
  - ①トレーサビリティ等の着実な実施による信頼獲得
  - ②GAP手法の導入やHACCP等の取得による輸出をも視野に入れた生産の推進
- (3)青森県産品の総合的なブランドイメージの確立
  - ①「安全・安心」「高品質」に裏打ちされた、信頼されるブランドイメージの形成

II 商品づくり分野戦略

- (1)お客様から支持され選ばれる商品の創出
  - ①市場ニーズを踏まえた高付加価値ブランド商品づくりの推進
  - ②地域の魅力ある一次産品を活用した商品づくりの推進
- (2)商品価値を高めるブランド力の強化
  - ①魅力あるこだわり商品の発掘や地域独自の活動によるブランド化の推進
  - ②地域ブランド化を担うリーダーや、商品力強化に向けたコーディネーターの育成
  - ③本県を代表するフラッグシップ商品づくりの推進
- (3)農商工連携や6次産業化による付加価値の高い商品づくりの推進
  - ①6次産業化の推進
  - ②中間加工分野の強化と業務用加工食品の生産・利用拡大

III 流通戦略

- (1)産地と連動した国内外市場の新たな販路開拓
  - ①トップセールスなどによる信頼関係の構築とそのフォローアップ
  - ②展示商談会など産地と連動した多様な売り込みの推進
  - ③ニーズに応じた提案型セールス活動の積極的な推進
  - ④北海道新幹線開業を契機としたマーケットの拡大
  - ⑤世界トップレベルの品質を生かした市場開拓による県産農林水産品の輸出拡大
- (2)新たな市場の創出に向けた成長分野への販路開拓と物流システムの構築
  - ①通信販売市場など成長分野への販路開拓
  - ②物流関連企業と連携した新たな流通ルート・手法の構築

IV 情報戦略

- (1)関係団体・民間企業との連携による情報戦略の展開
  - ①関係団体・民間企業との連携による県産品に係る情報発信の強化
  - ②大都市圏における県産品の認知度向上と販路拡大に向けた、アンテナショップの機能強化
  - ③マスメディアなどを有効活用した全国的な宣伝活動の展開

V 地産地消戦略

- (1)さらなる県産品の愛用に向けた地産地消の推進
  - ①地元食材をフル活用する「ふるさと産品消費県民運動」の充実・強化
  - ②県産品の商品開発・販売促進に向けた、県内量販店や加工事業者などとの連携強化
  - ③産地直売施設の経営力や機能の強化に向けた取組の推進
- (2)多様な分野との連携の推進
  - ①食育や健康づくり、観光など多様な分野との連携による地元の「食」の活用推進
  - ②学校給食や社会福祉施設などにおける地元食材等の活用に向けた体制づくりの推進

(別紙)

番 号  
平成 年 月 日

青森県農林水産部  
総合販売戦略課長 殿

住 所  
事業主体名  
代表者氏名  
印

平成28年度青森県あおりり産品消費宣伝対策強化促進事業  
実施計画書

このことについて、平成28年度に事業を実施したいので、下記のとおり事業実施計画書を提出します。

記

1 事業申請者の概要

|         |   |       |  |
|---------|---|-------|--|
| 事業実施主体名 |   |       |  |
| 代表者名    |   | 担当者名  |  |
| 所在地     | 〒   |       |  |
| 電話      |   | F A X |  |
| 対象品目    |   |       |  |
| 前年度の取組  | <p>※成果があった主な取組内容を簡潔に記載してください。また、平成28年度も継続する取組についても必ず記載してください。</p> |       |  |
|         | 事業費   | 円     |  |
|         | 補助金額(予定含む)  | 円     |  |
| 前年度の成果  | <p>※事業を実施することによってもたらされた具体的な成果を記載してください。(成果はなるべく数値化すること)</p>       |       |  |

2 事業内容（対象品目： ）

| 事業区分           | 実施項目              | 事業に要する経費<br>(円) | 実施事項                   |               |  |                  | 前年度の成果反映の有無 | 前年度の成果反映及び期待される効果  |
|----------------|-------------------|-----------------|------------------------|---------------|--|------------------|-------------|--|
|                |                   |                 | 実施時期                   | 実施場所          | 実施内容   | 連携区分             |             |  |
| 記入例<br>I-(1)-① | 記入例<br>新米親子おにぎり教室 | 記入例<br>300,000  | 記入例<br>10～12月<br>(10回) | 記入例<br>県内の小学校 | 記入例<br>・幼稚園及び県調理師会と連携し、幼稚園児親子を対象として、県産米と県産食材を使用した料理教室を開催する。<br><br>【積算】□□□円<br>食材代 ○○×○回=○○円<br>講師代 ・<br>交通費 ・<br>会場費 ・<br>○○○ ・ | 記入例<br>異業種<br>連携 | 記入例<br>○    | 記入例<br>・平成27年度に幼稚園児親子おにぎり教室を開催したところ、子どもが自分でおにぎりを作ることによって、お米に対する関心が高まり、また、親がおにぎりのレシピを習得することによって、家庭でのご飯の提供回数が増えた。（アンケート調査実施） |
|                |                   |                 |                        |               |  |                  |             |  |
| 合計             | 事業費               |                 |                        |               |  |                  |             |  |
|                | 補助金要望額            |                 |                        |               |  |                  |             |  |

### 3 成果を検証するための指標

| 項 目 | 目標（現状） | 調 査 方 法 |
|-----|--------|---------|
|     | ( )    |         |

#### 記入上の注意事項

- (1) サイズはA4判またはA3判で作成すること。
- (2) 「事業区分」には「青森県総合販売戦略サードステージ」の重点キーワードの番号を記入すること。
- (3) 「事業に要する経費」は実施項目ごとに記入し、「実施内容」には実施項目ごとに事業費の積算根拠を記入すること。（積算は別紙可）
- (4) 「連携区分」は実施項目ごとに「単独」、「連携」（関係団体との連携）、「異業種連携」（全く異なる業界団体との連携）のいずれかを記載すること。  
なお、本事業では、青森県との連携は「連携」及び「異業種連携」として扱わないので、青森県以外の連携団体がいない場合は「単独」と記載すること。
- (5) 「前年度の成果反映の有無」は実施項目ごとに記入し、「○」を記入した場合は、「前年度の成果反映及び期待される効果」に、前年度の成果をどのように反映させているのかが分かるように記載すること。
- (6) 事業の実施効果を検証するための指標となる数値目標を1つ以上設定すること。なお、「( )」内には現状の数値が分かっている場合に記入すること。