

とわだ産品販売チャレンジ助成金内容

No	事業者名	事業名	補助金額(円)	主な事業内容
1	企業組合ラビアンローズ	「ベルサイユの薔華つたれ」全国販売促進キャンペーン	200,000	薔華つたれPOP、司バラやく焼き大衆食堂PR用パンフレット作成、ギフト用シール
2	本間 まゆみ	新たな商品開発化と観光客がお土産として持ち帰りたくなる商品づくり	150,000	原材料費、パッケージラベル、包装容器
3	ラム肉専門店ラム善	十和田タンシチュー商品化・販売チャレンジ	150,000	奥入瀬の大自然黒豚タンを使用した商品開発
4	やきとり桃太郎	りんご剪定枝の燻液を使った「十和田燻製名産品」の新規開発	100,000	りんご燻液を使ったタン、ほほにく、ホルモンを開発、パッケージ作製
5	(社)日々木の森	十和田産ごぼうブラウニーと十和田産長芋のカシス漬けのブランド化と販路拡大	100,000	イベント参加、商品のラベル開発、真空包装袋の購入等
6	十和田青果(株)	味、品質日本一のにんにく、ながいも、ごぼうの消費拡大	200,000	とってもおいしい料理レシピ集作成
7	沢目 和秀	奥入瀬ガーリックポーク専門店(焼肉等)	150,000	ガーリックポーク、ホームページ開設、名刺
8	ニンニクラブ	十和田市ニンニクをブランド化「日本中のにんにく好きを十和田LOVEにしちゃおう大作戦!!」	150,000	ホームページの制作
9	伝法川魚店	十和田湖名産ひめます等を全国へ販売促進	200,000	ひめます帽子、ラベル作製、トバカット器
10	石田 博志	十和田名産 ごぼうの食べるラー油	192,850	ヒロシの食べるラー油の販売促進
11	熊谷 彰子	市産品農産物を使った菓子製造	100,000	黒にんにくとナガイモクッキー他、十和田産品を使用した菓子の開発
12	(有)丸井精米工場	十和田市産米粉の販売拡大	100,000	ホームページ制作、米粉用ラベル
13	野崎 さち子	自家製の米で作ったおにぎり・加工品をもっと県外の人に食べてもらいたい!	100,000	おにぎり用ラップ開発、顔シール制作
14	(株)イーコンパス	インターネットショッピングサイト「とわだ屋」の開設とその時期・季節の旬の農産物詰め合わせた産直定期便の販売	100,000	インターネットショッピングサイトの開設
合 計			1,992,850	

歳出 6款（農林水産業費） 1項（農業費） 7目（農畜産物等総合販売推進事業費）

農産物等総合販売推進費

(1) 商品づくり戦略 (2,960 千円)	
ア. とわだ産品販売チャレンジ助成金 (2,013 千円)	
・ とわだ産品販売チャレンジ助成金選考委員謝礼	20 千円
・ とわだ産品販売チャレンジ助成金 (14 団体)	1,993 千円
イ. あおもり食産業連携強化促進事業 (県の補助事業費 1,062 千円)	
ウ. 十和田の黒 (516 千円)	
・ 「十和田の黒」商標登録出願手数料	117 千円
・ 「十和田の黒」ブランディング業務委託	399 千円
エ. 農林水産物及び加工品等に係る現状把握のための調査 (431 千円)	
・ 調査分析業務委託料	431 千円
(2) 販売促進戦略 (910 千円)	
ア. イベントでの消費者アンケート (87 千円)	
・ 先進地事例等調査	87 千円
イ. 各種イベント等での販売活動 (395 千円)	
・ 「渋谷表参道 Women's Run」時フルーツ等提供謝礼	120 千円
・ 農産物販促宣伝物〔裃纏 10 着〕	51 千円
・ 事務用消耗品費	129 千円
・ サンプル試供品用食糧費	3 千円
・ 会議資料印刷費	10 千円
・ 販売促進用グッズ等搬送費	11 千円
・ イベント協賛金 (2 件)	50 千円
・ 有料道路通行券〔みちのく有料道路／青森市〕	8 千円
・ ふるさと納税寄付者に対するお礼	13 千円
ウ. 日本一健康な土づくり農産物情報発信事業 (428 千円)	
・ 農産物販売促進活動 (健康な土づくり農産物応援会等)	396 千円
・ 市長トップセールス (健康な土づくり農産物応援会)	32 千円
(3) 地域活性化戦略 (193 千円)	
ア. とわだ米粉 ROAD プロジェクト (53 千円)	
・ 米粉料理講習会講師謝礼	12 千円
・ 米粉料理コンクール審査員謝礼	18 千円
・ 米粉料理コンクール入賞品代	23 千円
イ. ブログやツイッターの開設等及び情報発信	
ウ. 「食」による地域活性化フォーラム in 十和田 (140 千円)	
・ 「食」による地域活性化フォーラム in 十和田時講師等謝礼	124 千円
・ 「食」による地域活性化フォーラム in 十和田開催時の機器借上料	16 千円

合 計 4, 0 6 3 千円

十和田市の野菜に関するアンケート調査結果

1 調査の概要

(1) 調査の目的

首都圏における十和田産野菜の認知度や、主要4品目についての印象などを把握し、販売方法などの検討に活用する。

(2) 調査方法

首都圏における次表の出展機会を活用し、十和田産品の販売をしながら、その場で調査票を記入する「配票調査法」によって行った。

イベント名	開催日	開催地	出展者
すみだまつり	10月2日、3日	東京都墨田区	東京十和田もみじの会
ふくろ祭り	10月9日、10日	東京都豊島区	東京十和田もみじの会
鶴ヶ島産業まつり	11月13日、14日	埼玉県鶴ヶ島市	財団法人十和田湖ふるさと活性化公社
2010 青森人の祭典	11月23日	東京都千代田区	東京十和田もみじの会

(3) 調査対象

上記イベントに来場した一般消費者

(4) 調査内容

回答者の属性

野菜の購入場所に関する事項

野菜購入時に気にとめる点に関する事項

十和田市の野菜生産の認知に関する事項

主要4品目に関する事項

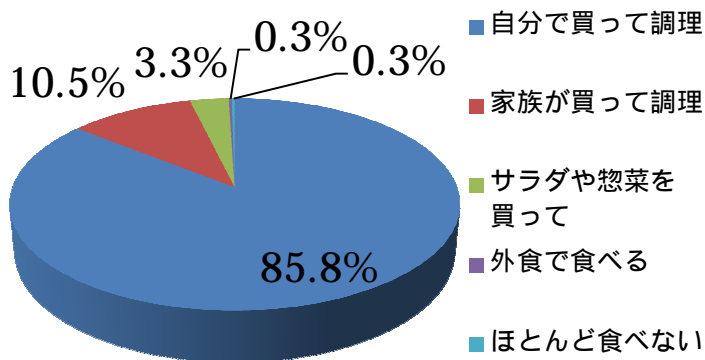
(5) 集計方法

全体集計を行い、項目によって購入場所別または年代別集計を加えた。

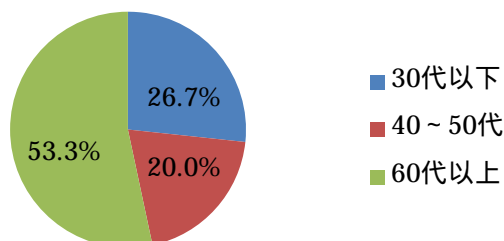
2 調査結果

設問		区分	回答数	構成比
Q1. あなたの性別は？	A	女	335	82.9%
	B	男	69	17.1%
Q2. あなたの年代は？	A	10代	2	0.5%
	B	20代	16	4.0%
	C	30代	48	12.0%
	D	40代	69	17.2%
	E	50代	74	18.5%
	F	60代	136	33.9%
	G	70代以上	56	14.0%
Q3. 何人でお住まいですか？	A	1人	40	10.1%
	B	2人	105	26.6%
	C	3人	117	29.6%
	D	4人以上	133	33.7%

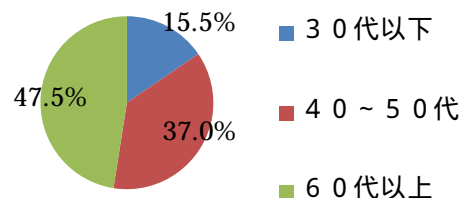
Q4. あなたは、野菜をどのように食べますか？



Q4-1 惣菜を購入する人の年代

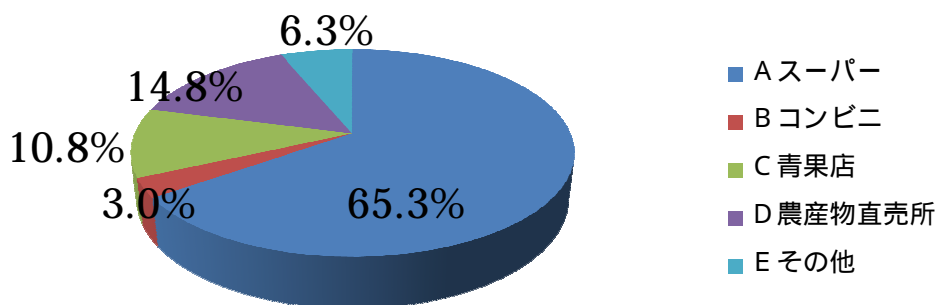


Q2.年代（全体）

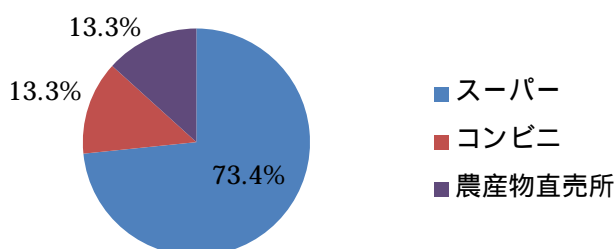


野菜の販売機会を活用しての調査のため、自分で買って調理する者が多かった。
 サラダや惣菜を買うという者を年代別にみると、30代以下と60代以上の年代で割合が高く、この結果は、市内におけるアンケートでも同様の結果となった。
 若年層や高齢層向けの調理済み食材に目を向ける必要がある。

Q5 . Q4で買うとした人は、主にどこで買っていますか。



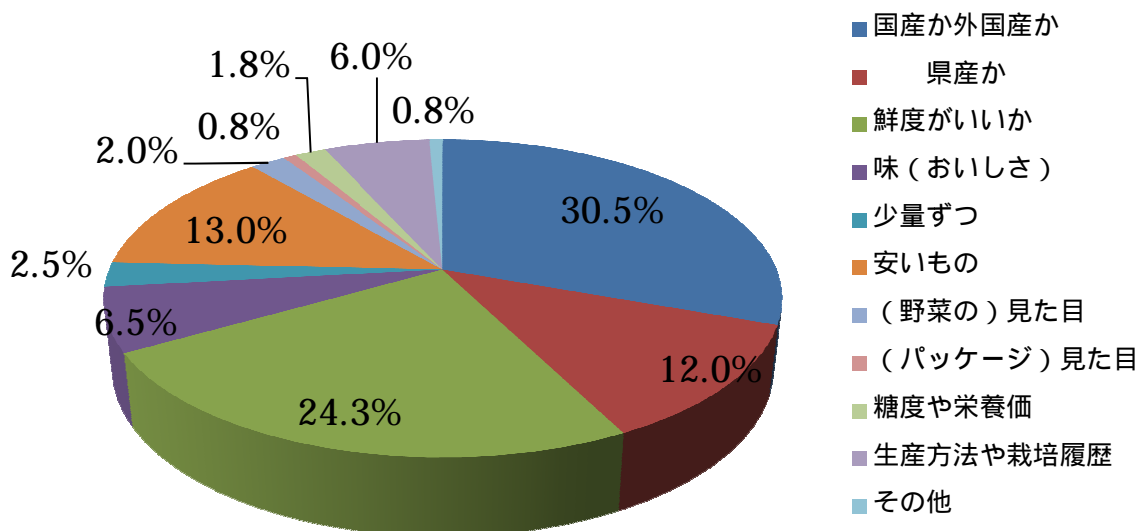
Q5-1惣菜を購入する人はどこで買っているか



複数回答の者は、スーパーがメインで、その他に青果店や直売所を利用するという回答が多かった。

サラダや惣菜などの調理済みの食材を購入する者も、スーパーでの購入割合が高かったが、コンビニや農産物直売所という回答もあった。

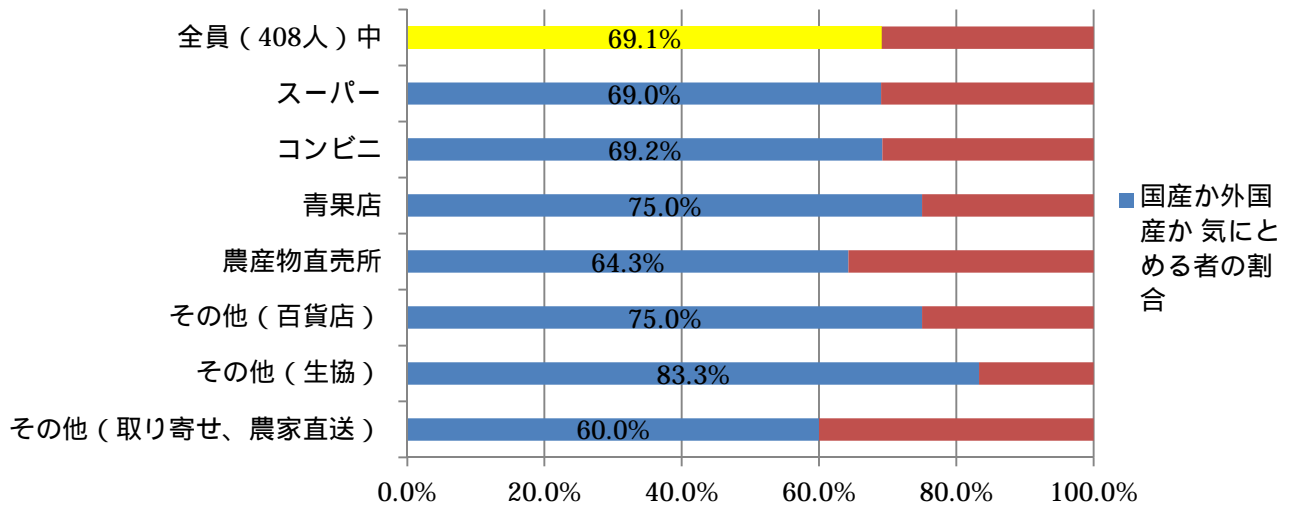
Q6 . あなたは、何を気にとめて野菜を買いますか？(複数回答可・回答間の割合)



気にとめるものとしては、「国産かどうか」、「鮮度がいいか」の順になっており、「価格の安さ」、「県産か」はそれに次いで割合となっている。さらに、「味(おいしさ)」、「生産方法や栽培履歴」が続く。「その他」の回答(自由回答)としても、「農薬を使わないもの」、「管理状態」がそれぞれ1件ずつであり、少量ずつや見た目のきれいさよりは、野菜そのものの品質に関心が高いことがうかがえる。

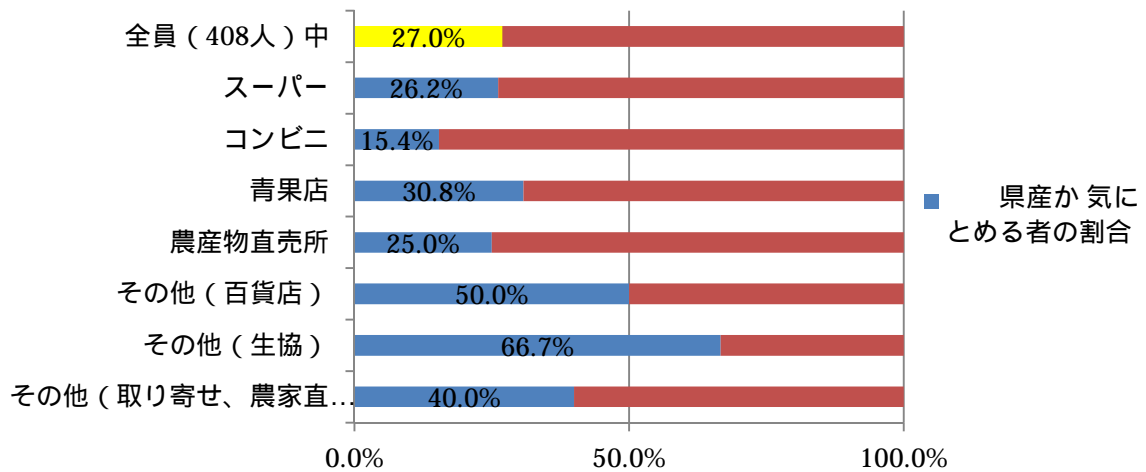
主に購入する場所別回答割合

国産か外国産か



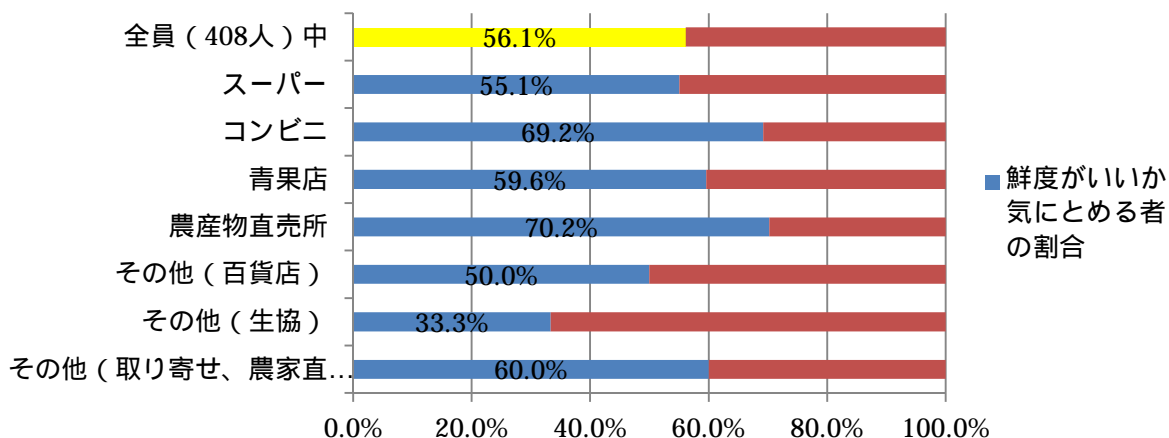
全体では69.1%が「気にとめる」としている。青果店、百貨店、生協での購入者の回答が高いが、農産物直売所や取り寄せでの回答者は、国産ということが自明であるため選択しなかったと思われる。

県産か



全体では27.0%が 県産かを気にとめると回答。
百貨店や生協、取り寄せなどでの購入者は、どこの県産かを気にとめる割合が高い。

鮮度がいいか



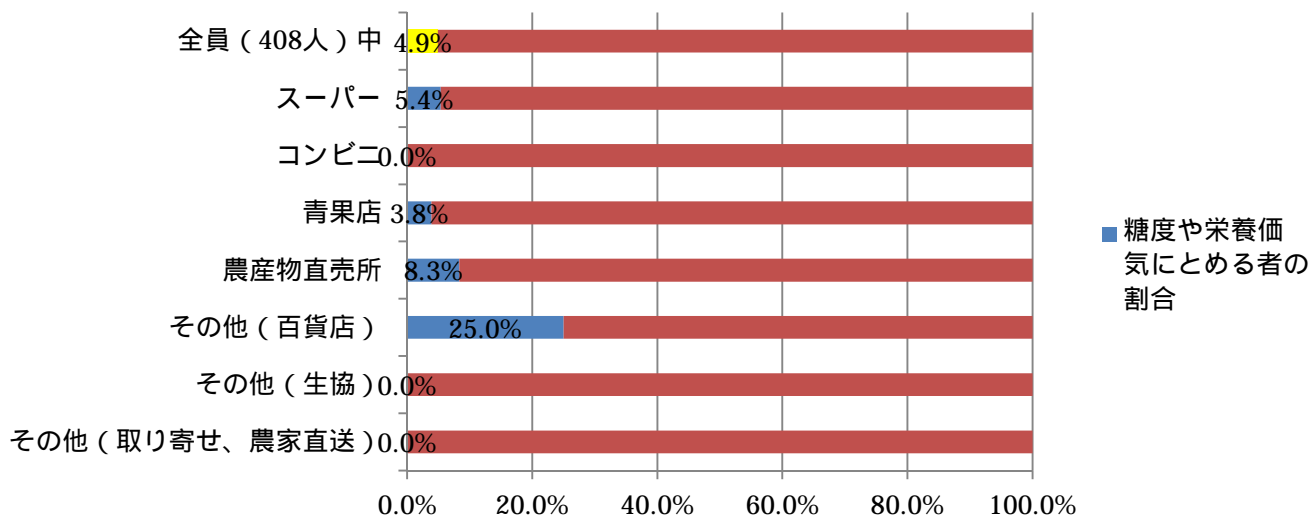
全体として、半数以上が鮮度がいいかを気にとめて購入している。
 農産物直売所や取り寄せ・農家直送での購入者は、鮮度のよさを求めている割合が高い。コンビニでの購入者も、（商品の見た目と思われるが）鮮度の良さを求めている。

価格が安いもの



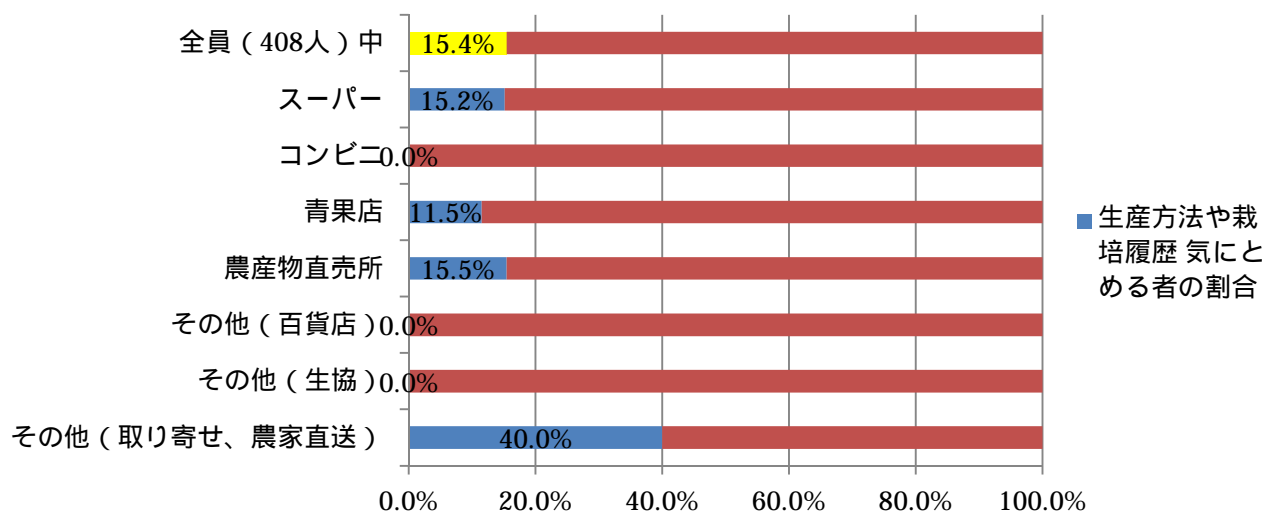
全体として、安いものを志向するという者は、3割であった。
 農産物直売所での購入者は、スーパーでの購入者以上に安さを志向している者の割合が高い。
 生協や取り寄せ、青果店での購入者は価格以外の誘因が強いとみられる。

糖度や栄養価



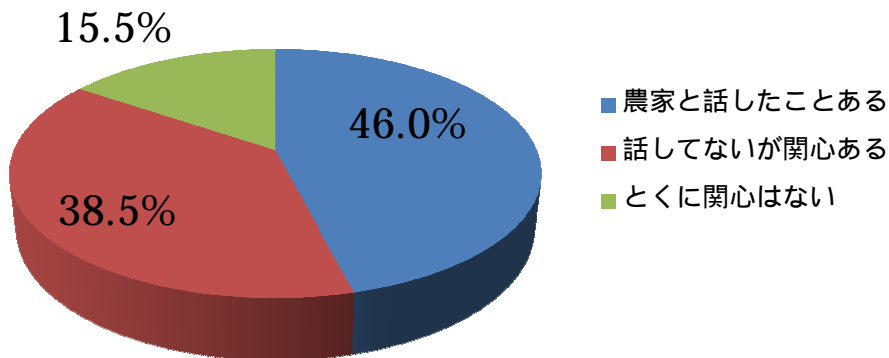
全体では、糖度や栄養価を気にとめるという割合は4.9%であった。
購入場所別では、農産物直売所や百貨店で割合が高くなっている。

生産方法や栽培履歴(トレーサビリティ)



全体では、15.4%が生産方法や栽培履歴(トレーサビリティ)を気にとめると回答している。
農産物直売所や取り寄せ、農家直送の者で割合が高かったが、スーパーでも7人に1人はトレーサビリティを気にとめるとしており、その情報が届く工夫をすることにより、消費拡大につながる可能性があると考えられる。

Q 7 . 野菜の作り方について、農家さんと話をしたことや、関心はありますか？

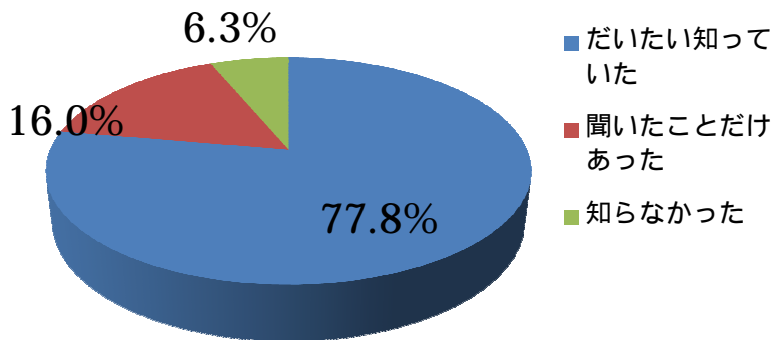


半数近くが農家と話をしたことがあると回答。自治体の特産品販売ブースとしての出展であったため、生産者が直接販売することもあり、高めの割合になっていると考えられる。

「話をしたことはないが関心はある」を含めると、8割以上が関心を示している。

農家との直接対話の機会提供や、野菜の作り方に関するの情報提供が、販売促進の大きな要素になると考えられる。

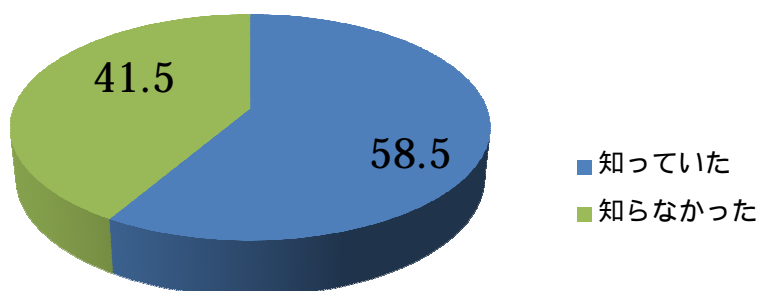
Q 8 . 十和田市を知っていましたか？



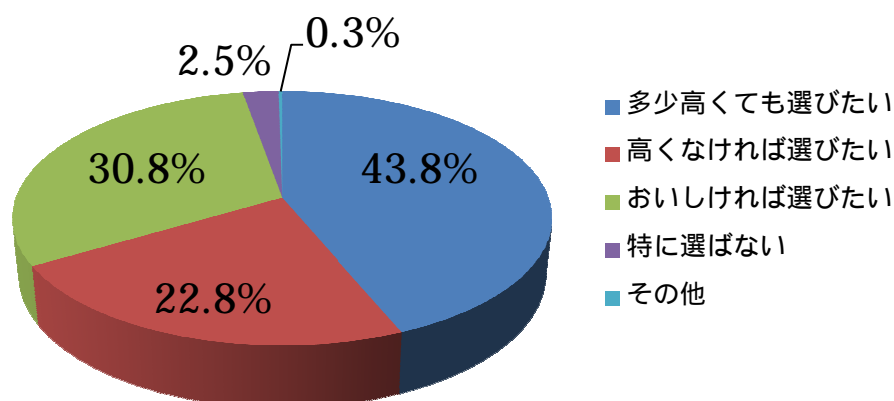
十和田市を「知らなかった」者が6.3%しかいなかったのに対し、野菜産地であることを知らなかった者は4割以上に及ぶ。

観光地としての十和田市というばかりでなく、こだわりの生産をしていて、良質な野菜の産地であることを、よりアピールしていくことが必要である。おいしい食材の宝庫ということは観光資源にもなり、その活用を効果的に行うことにより、相乗効果が狙える。

Q 9 . 十和田市が野菜産地であることを知っていましたか？



Q10. こだわりの生産（栽培）をしていることを知れば、十和田市の野菜を選んでみようと思いますか？

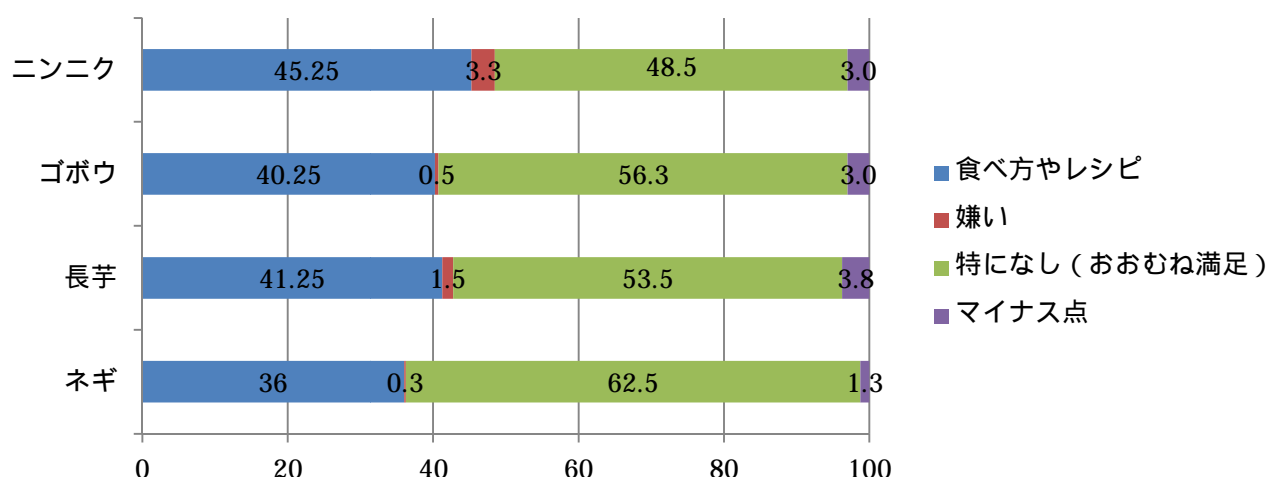


特別栽培やミネラル栽培、耕畜連携などの取組を知れば、多少高くても選びたいという人が4割以上に及び、

「選ばない」という者は2.5%に過ぎず、こだわりの生産（栽培）をしていることを認知すれば、9割以上の人は十和田市の野菜を選ぶという回答であり、その情報をいかに伝えていくかが大変重要である。

この結果を受け、次年度においては、十和田市の土づくりにこだわった農産物の良さの伝達者として、野菜ソムリエを活用する予定である。

Q11. ふだん、これらの品目（ニンニク、ゴボウ、長芋、ネギ）を買ったり、食べたり、調理するうえで、感じることはありますか？



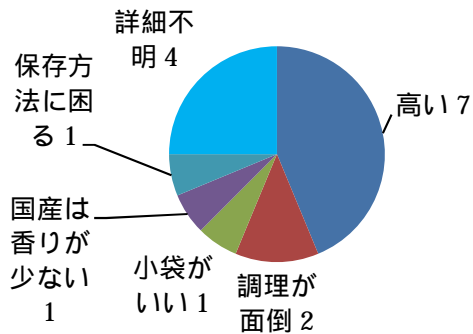
4品目で比較すると、「食べ方やレシピがあるともっと使いやすくなる」と「嫌い」という回答は、ニンニクで最も高かった。

「マイナスに思う点がある」というのは長芋が高く、ネギは「おおむね満足」という割合が高かった。

品目別状況

ニンニク

マイナスに思う点



「食べ方やレシピがあるともっと使いやすくなる」というニーズは、4品目の中ではニンニクが一番多かった。

4品目中「嫌い」の回答が最も多かったのもニンニクである(12件)。そのうち理由を明示した4件は、いずれも「におい」であった。

「マイナスに思う点がある」の回答は16件。そのうち「高い」が7件、「調理が面倒」が2件、その他「小袋がいい」、「香りが少ない」、「保存方法が分からない」が1件ずつ。

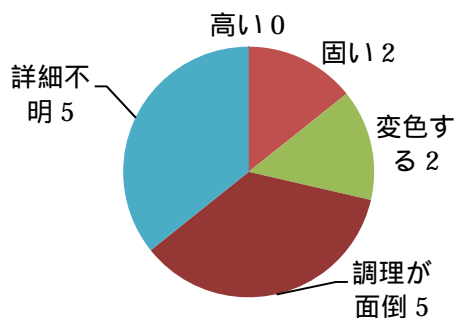
その他、ニンニクに関する自由意見欄には、「青森県産しか買わない」「青森県産に限る」という2件の回答があった。

対面販売時の感触(アンケート回答者以外の反応)として、ニンニクの保存方法を聞く声が多いようだった。冷凍保存しても使えることは知られていないようだった。

風味付けとしてでなく、ニンニクを食べるためのレシピの提供と、保存方法の情報提供・小分けで保存可能な商品の工夫などが必要と考えられる。

ゴボウ

マイナスに思う点



「嫌い」の回答は2件あったが、詳細理由は不明。

「マイナスに思う点がある」の回答は14件あったが、4品目中唯一「高い」の回答者はなかった。「調理が面倒」と思う人が5人おり、20代が2人、30代が1人、40代が2人。回答者の割合からすると若い世代に面倒と感じている人が多いといえる。

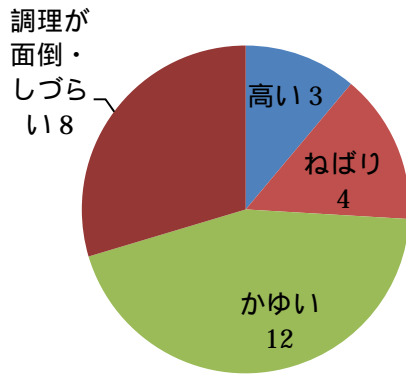
その他、ゴボウに関する自由意見欄では十和田産ゴボウを高く評価する声が多く、「ゴボウをもっと多く持ってきてほしい」「ゴボウを毎回買いにくる」「青森県産ゴボウはやっぱりおいしい」といった回答があった。

対面販売時の感触(アンケート回答者以外の反応)としても、青森県産ゴボウが「おいしい」「軟らかい」「味がある」「変色が少ない」「他県産のゴボウだと木のようでささがきできないが、青森県産は刃のとおりが違う」と、青森県産ゴボウの質を評価する声が多く聞かれた。

若い世代で調理が面倒との声があり、カット済みのものや乾燥を戻して使えるなど、簡単に調理できる工夫が必要である。

長芋

マイナスに思う点



「嫌い」の回答は5件あったが、詳細理由は不明。長芋を「知らない」という回答もあり。

「マイナスに思う点がある」の回答は24人、27件あり、4品目中最も多かった。「かゆい」「調理しづらい」「ねばり」というもので、24人中「嫌い」という人はいなかったことから、食べるのはいいが調理に難ありと感じていることがうかがえる。

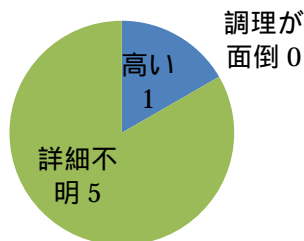
その他、長芋に関する自由意見欄では、「3、4日間食べられるのが良い」という回答があった。

対面販売時の感触(アンケート回答者以外の反応)としては、どのくらいの日数保存できるのかを尋ねる声が多かった。また、火を通して使えることがあまり知られていないようであった。

調理しづらいとの声が多いことから、とろろやカットなど調理済み商品の提供と、加熱して、ジャガイモなどと同様に使える食材であることのPRが必要と考えられる。

ネギ

マイナスに思う点



「嫌い」の回答は1件で、理由は「からい」というもの。

「マイナスに思う点がある」の回答は4品目中もっとも少なかった。

その他、ネギに関する自由意見欄では、「ブランド品にはこだわらない」という回答があった。

対面販売時の感触(アンケート回答者以外の反応)からも、それなりの品質・価格であればどのネギでも構わないという感じの購入者が多かった。

ネギについては、調理が面倒だというような声は聞かれず、加工食材の開発より、品質と価格を保持した安定供給が求められているようである。

その他野菜全般についての自由意見

- ・中国産は買わない。
- ・野菜嫌いを克服する方法をアドバイス下さい。
- ・有機野菜の会に入っています。野菜にはこだわっています。にんにくは大好きで毎年十和田産を買っています。
- ・野菜の栄養が昔と比較すると落ちていると聞くので昔ながらの栽培を望みます。
- ・国産の物を買うようにしています。国の農業を支援したいので。

他課と重なっている事務事業

各種イベントへの参加

- ・観光推進課、商工労政課等の担当であるイベントへの、農産物販売に関する参加手配等。

軽トラ市

- ・観光推進課と室でそれぞれの業務を実施。

パンフレットの作成

- ・観光推進課、商工労政課等のパンフレットと、類似しているパンフレット作成。

新規企業の誘致

- ・誘致企業の担当は商工労政課であるが、野菜加工業者の誘致など、企業誘致にまで発展した対応が必要となる。

東京十和田会

- ・窓口は観光推進課となっているが、東京十和田会が十和田産品を販売するイベント参加の支援及びアンテナショップの開設等に関する事務。

商工業の振興

- ・6次産業等農業関係の加工業の振興や、農産物、加工物の販売について。

十和田市で採用しているマーク一覧

「十和田の黒だすけ」



「十和田の黒」は、十和田市産の黒にんにく（にんにくを発酵熟成させたもの）を統一したイメージで売り込み、認知度を高めるとともに、観光客への土産品等の商品展開を進めることにより、十和田市が豊富な生産量を誇るにんにくの付加価値向上を図ることを目的とする。

「十和田逸品マーク」



十和田市産の農林水産物やその加工品などの十和田産品を広くPRするため。

十和田市内で生産された農林水産物、または、それらを主な原材料として使用して製造された加工品、その他特色ある特産加工品で、一定の生産量または品質を有するものとして市が認めるもの。

セーフコミュニティ



「十和田市男女共同参画推進マーク」



「とわっち」(観光協会)



「十和田GOOD商品」(観光協会)

マークは、現在作成中

十和田観光協会会員の物産品の中で、一定条件を満たしている商品にシール貼付出来る。