地域振興推進費事業実績•自己評価書

		地學拉	灰哭性:	進貝=	尹未夫祺	<u>. </u>	<u> </u>	山舌			•						
提出区分		実績 整理		番号 13 課		課題	夏区分 C					5年	F 3,	月31日			
横圏	f的な課題	木曽らしさを活かした観光振興															
地域	【重点政策	「木曽らしさ」を活かした地域づくり 観光地域づく										木曽地域振興局					
実	施機関	木曽地域振興局						担	所属	木曽	農業農村支援センター						
+	ᅫᅩ	木曽地域の農業振興に向けた農産物加工品PR 事業						.12	電話	8-23	88-2355						
事	業名								E-mail	kiso-	nogyo@pre	ef.naga	ano.lg.	р			
事	目 的	木曽地域の	農産物	を活用し	た農産物 加	加工	品をPRI	し、郡外	への販品	路拡え	大を推進す	ること	により	、農店	産物の		
	(目指す姿)	消費拡大を	図る。														
		・直近3年間、新型コロナの影響で、郡内道の駅等の店舗での農産物加工品の取扱量が減少し、加工組織の販売 額が減少している。															
		(参考:郡内	内農産物力		機の販売額計	(15	団体)F	元年度	244百万	7円 —	→ R3年度 2	212百万	5円 9	農産	物		
業		マーケティング室調べ) →加工業者は地元の農業者から原料を多く仕入れているため、使用する原料が減ることで、農業者の所得が減少															
		し、農業生産意欲の低下につながることが懸念されている。															
		・コロナ禍に加え、担い手の高齢化により、商品に関するPR等のノウハウがないため発信力が弱く、木曽農産物加工品の事業者によるPRが積極的に実施できていない。															
		・加工業者の半数がホームページ等を整備できていなため、インターネット上の検索に引っかかることもなく、受動															
	現状と	的な顧客の發 ・各加工団体				或に	かない	商品が多	るいことか	ら実	雲者からの	評価が	高く、i	商談σ)機会		
	課題	があれば取っ	引につなが	がる可能	能性が高い。												
Ø		・すんき等冬 ないくらい販															
		で、この時期						AJI = <i>N</i>	//X / IXI	31-05	// X/C#J/\	— ID) HH	C //X / C		()/-		
		2課 題 ・原料を提供	する農業	者の所	得安定. 向上	- をほ	図るため.	ウィズ=	コロナを見	ままる	従来の郡に	为中心	での駅	i売で	はな		
		く、郡外での	販路を拡	大に向け	ナ、積極的に	農産	物加工。	品をPRL	ていくこ	とが必	要。						
概		・木曽地域のの販促ツール			の知名度が	低い	·郡外でF	Rしてい	くために	は、農	産物加工品	の魅力	力を発	言する	5ため		
		・郡外との商	談機会を	逃さない	いように、イン	ター	·ネット検	索で商品	品や連絡 タ	先等が	(表示される	らように	、電子	パンフ	フレット		
		の販促ツール	レが必要。	0													
		1 電子パンプ (1)対象加工		作成													
				責極的に	活用する木り	曽地	域の農産	を	業者								
+		(2)パンフレ [・] ア 内容 す。			けいみし士ス	→ 🛱	1の仁幼	5/5 <i>+</i> ≥+0 ⊤	- D O E C	to _ m≠ :	+ <i>★&/</i>	Z L L+	- 1	- 台 - 山	世の曲		
		産物を活用し	した農産物	勿加工品	品のラインナッ	ノプキ	り原料等	へのこだ					ار. ۱۰	、百地	以の辰		
	内容	イターゲットウェディ							T P DD /	 ۱ ، ۲ ، ۱ ، ۱	②旧山口 华	5 /		L +₽≢	!:		
要		プース 活用場面 (リ対面またはWeb問談(②不言地域としての加工品PR1ペント)③県FIP等1フターネット掲載 エー形式 電子パンフレット(pdf及びイラストレーター等加工可能なデータ) ※商品画像の入れ替え等が随時できるよう。電子データとして必要に広じて印刷できる形とする										X.					
	(変更後の内容)																
				・シ(表紙1ペーシ+事業者商品紹介等10ペーシ)+伝統的な加工品紹介2ペーシ ・ ①契約 12月上旬~中旬 ②取材 12月中旬~1月 ③編集・校正 1月~2月上旬 ④2月													
		中旬 完成 2電子パンフレットを活用した木曽地域加工品PR活動															
		1 郡外小売															
等		②中京圏での ③県ホームへ				海キ	・ヨスク等	2~3	3月								
	事業期間	③宗小一五7		- 							 令和5年3月						
	尹 未 初 问		וו אדו	4年11月 ~							「単位:円)						
事	事業を構成する細事業名等			実施内容				実績	責額	備考			1-1107				
	電子パンフレットの作成			外部委託 1 撮影・取材 2 パンフレット構成				290			委託						
等業									290,400	90,400 1~	3まで全て1	含む					
費				2 ハンフレット情成 3 データ納品													
			計					290,400									
			<u>「</u> 成 果 :					P +i	票値		成果	達		 状	 況		
状及	高フ º -					/ 址L								IJι			
	電子パンフレット掲載商品(木曽の伝統的な農産物加					工品)致	22配	9品	4	47商品		達 成				
	郡外量販店	等での新規耳	取引開始i	ì商品数				4商品			4商品		-部達成				
	Ī										LO_ŧ	〇 未達成					

1 電子パンフレットの作成

- 事業者パンフレットの作成を行うため、事業者への取材を12月から開始し、全10事業者の撮影および取材を実施した。
- ・取材をもとに、事業者の紹介、商品づくりへのこだわり、商品紹介等のPRページを委託業者と連携して作成した。
- ・最終的に10事業者の紹介に加え、木曽の代表的な加工品(すんき、赤かぶ漬け、朴葉まき)の紹介ページを完成させた。

成業 果 績

- 2 電子パンフレットを活用した木曽地域加工品PR活動 ・電子パンフレットを活用し、上伊那地域の量販店と取引商談を実施し、すんきをはじめ、赤かぶ漬けやエゴマ加工品等4 品が新たに取引が開始された(1月~)。
- ・名古屋での商談は相手先との調整がつかず実施できなかったが、来年度とうもろこしの出荷前に加工品を含めた商談を行 うことが決まっておりその際に活用する。
- ・事業者にパンフレットデータを提供し、HP等で紹介いただくようにお願いしているほか、朴葉まき等季節商材の写真が足り ない事業者がいるため、全てが更新されたところで、県や広域連合等のHPで紹介していくこととなった。

今後の方向性

商談会や郡外でのPR活動において電子パンフレットを活用し、効果的に新規顧客の獲得を進め、木曽の加工品 の消費額向上を図る。

電子パンフレットの形式であるため、いつでも編集可能というメリットがあるため、随時最新のデータに更新して件H P等で紹介する。

木曽の手づくり美味いもの

木智に古くから伝わる伝統的な漬物で、冬の保存食でも

本部にしていっぱいのないのけば素物で、その味が良くか あります。すかきの限入の体制は、塩を使わす。 お見るするでは、塩をはいます。 山間の水部加坡ではその時、「米は買しても、塩を貸せる な」と言われるほど、塩は大変貴重なものでした。厳しい 冬を超すために先人たらの知恵が生んだ語るべき書物で、 木部地域インナルの実得として地理の表示保護制度(G 1)にも登録されています。

「んきのちから 近年は、健康志向が高まる中で、無塩の漬物として注目さ 近十年、福祉のようのあるができ、「福祉の済かしていません」 れ、人気が年尺高まっています。さらに、すんきの植物性乳 酸鬱には、免疫調整作用により、アレルギーの軽減、感染症 の予防、腸内環境の改善など多くのパワーが秘められてい ます。 特に、漬物でありながらまったく塩を使わないことか サース・マー・マー・マー・マー・マー・マー・マー・マー・マー・マー・マー・マー・ビタミンB12や食物が 高血圧予防の減塩食品として、ビタミンB12や食物繊維を多く含んだ機能性食品としても評価が高まっています。

RAPHICAL

別紙



〇表紙



地元ではすんきの様々な食べ方が考案され、すんき年々





〇事業者紹介