令和５年度　事業実績について（報告）

１　総括

〇令和５年度は新型コロナウイルス感染症が５類に移行され、WRC やとよた産業フェスタが盛大に開催されるなど、大型イベントがコロナ前と同規模で開催されました。
〇当協議会では、そうした社会情勢の変化を捉え、品評会の一部品目やイベントなどで試食を実施するなど、市内産農産物の魅力を市民に直接伝える機会を増やしたほか、課題である子育て世代を意識した市内産農産物の消費促進を図るため、当協議会の情報発信媒体を Facebook から Instagram へ移行し、若い世代への情報発信を強化しました。
〇各イベントの集客状況や参加者からいただいた声などから、取組については一定の成果があったと考えておりますが、引き続き、大型イベントを契機とした産地 PR やブランド力向上に取り組む必要があります。

２　協議会の開催

① **第１回幹事会**　５月 17 日（水）　**第１回協議会**　５月 19 日（金）
② **第２回幹事会**　11 月 14 日（火）　**第２回協議会**　11 月 16 日（木）

＜内容＞
① 前年度事業実績及び収支決算報告、事業計画承認
② 前期事業実績報告、後期事業計画及び令和６年度事業の進め方承認

３　2023 豊田市農林畜産物品評会の開催

（１）品評会の開催

品　目	出品数	実施日	実施場所
桃	20 （前年比＋1）	７月 13 日	イオンスタイル豊田
ブドウ	－	－	出品数を確保できず中止
なす	12 （前年比－12）	９月２日	豊田市公設卸売市場（一般開放）
梨	19 （前年比＋7）	９月８日	産直市場いこまい若林
いちじく	20 （前年比－7）	９月 15 日	イオンスタイル豊田

てん茶	8 （前年比－1）	10 月 1 日	豊田スタジアム（とよた産業フェスタ）
かぶせ茶	8 （前年比＋1）		
しいたけ	8 （前年比＋2）	11 月 9 日	グリーンセンター松平店
鶏卵	―	―	出品数を確保できず中止
白菜	8 （前年比＋1）	12 月 14 日	産直プラザ
サニーレタス	10 （前年比＋3）		
ねぎ	―	―	出品数を確保できず中止
いちご	7 （前年比＋1）	2 月 15 日	トヨタ生活協同組合　メグリア本店

＜効果・課題＞

〇品評会を通じて市民に直接市内産農産物を PR するため、「目利きのポイント」の掲示や一部品目で試食を行うとともに、一般市民が審査する消費者賞を４年ぶりに再開することで、市民参加型の品評会を開催することができた。

●試食が難しい品目や会場における、市民が参加しやすい品評会の開催方法の検討が必要。

（２）2023 豊田市農林畜産物品評会金賞授与式の開催

« 日　時»　令和 6 年 3 月 14 日（木）

« 場　所»　あいち豊田農業協同組合本店　ふれあいホール

« 金賞受賞者一覧»

品目	出品者		品目	出品者	
	住所	氏名		住所	氏名
桃	乙部町	梅村　釼二	かぶせ茶	吉原町	山内　雅弘
なす	竹元町	坂本　良二	しいたけ	坂上町	杉山　ちえみ
梨	舞木町	永田　豊明	白菜	青木町	新谷　孝二
いちじく	和会町	鶴田　猛士	サニーレタス	宮町	加藤　政幸
てん茶	吉原町	野場　義尊	いちご	渡刈町	中嶋　徳幸

4　とよたの農産物のブランド力向上

（1）第９回とよた絶品スイーツフェアの開催（7 月 17 日）

豊田プレミアムスイーツクラブと連携し、市内産農産物を使用した和洋菓子をイートインとテイクアウトにて提供することで、若者世代や子育て世代に地産地食を推進した。

＜開催内容＞

・イートイン用の和菓子プレートと洋菓子プレート及びテイクアウト用の和洋混合スイーツ BOX を提供。

・その他、農産物販売、菓子作り体験、豊田産の桃を使ったソフトクリームやかき氷の振舞など。

＜効果・課題＞

○スイーツの提供方法を工夫することで、選ぶ楽しさを維持しつつも課題であった受け取り時の混雑や不公平感が解消することができた。また、チラシの記載を工夫したことで参加者に占める若者世代や子育て世代の割合が大幅に増加した。

●次回が 10 回目の節目を迎えるため、記念回として企画を検討する。

（2）トップアスリートへの特産品贈呈

イベント等で豊田市を訪れたわがまちアスリートなどに対し、当協議会より特産品のお茶・桃・米・梨を贈呈した。

＜取組内容＞

・カヌー　　羽根田　卓也選手（5/6）
・競泳　　世界水泳カナダ代表（7/14）
・大相撲　　隆勝生　薫一さん（7/29）
・野球　　トヨタ自動車硬式野球部（7/29）
・陸上　　福永　凌太選手（8/8）
・ソフトボール　トヨタ自動車女子ソフトボール部（12/13）
・スノーボード　國武大晃選手（12/22）

＜効果・課題＞

○メディア露出による、市外へのブランド産品ＰＲと、市民への郷土愛の醸成ができた。

●一過性のものにしないため、継続的な取組が必要。

（３）市公式 SNS アカウントと連携したブランド産品のＰＲ

すいか、桃、梨などのブランド農産物の旬に合わせた情報発信を実施した。

5　地産地食推進事業

（１）地産地食応援店の拡大

市内産農産物及び農産物を使用した加工品を取り扱う店舗の情報収集を行い、応援店の登録を積極的に呼びかけた。

＜登録店舗数＞　新規登録店舗 15 店、閉店等 7 店

年度	小売店	飲食店	累計
4	108 店舗	112 店舗	220 店舗
5	104 店舗	124 店舗	228 店舗

＜効果・課題＞

○応援店は順調に増加しており、のぼり等の資材により、視覚による PR や市民の市内産農産物を購入しやすい環境づくりが促進できた。

●事務局のみでの情報収集は限界があり、構成員においても情報があれば事務局への提供をお願いしたい。また、登録店舗の閉店などが一部で見受けられており、連携事業や応援店ＰＲなどによる側面支援をいっそう進める必要がある。

（２）地産地食 Facebook、Instagram による情報発信

TOYOTA_BRAND_KUN

＜取組実績＞

【Facebook　～1/31】投稿回数 57 回、フォロワー1,216 人

【Instagram　2/1～】投稿回数 11 回、フォロワー162 人

＜効果・課題＞

○アクティブユーザーが多く、若い世代の利用率が高い Instagram に移行した。

●移行に伴いフォロワー数が減少しており、積極的な PR が必要。

（３）食べまい豊田のお米キャンペーン（10 月 14 日～11 月 30 日）

期間中に新米を購入した方に対し、抽選で特産品があたるキャンペーンをＪＡあいち豊田とトヨタ生活協同組合との共働事業として開催した。

10/14, 15 にはメグリア本店で JA あいち豊田の宣伝部長「こめったくん」ととよた PR 大使が「コシヒカリ」と「にじのきらめき」の新米の試食を提供しながら PR を実施した。

＜効果・課題＞

〇試食を機にお米を購入する方も多く、市内産米の PR、消費促進に寄与した。

●更なる応募数の増加、消費拡大に向けた PR 手法の検討。

（４）地産地食冒険隊～とよたの桃編～（8 月 30 日）

若い世代への産地ＰＲや地産地食を推進するため、小学校高学年及びその親８組を対象とした収穫体験に注力した農業体験型イベントを実施した。

＜開催内容＞

桃に関する講座、ほ場での収穫・コンテナ詰め体験

＜効果・課題＞

〇実施後のアンケート調査では、全ての参加者から「地産地食及び農業・農産物への理解が深まった」、「市内産農産物の優先購買を心がけるようになった」との回答が得られており、地産地食の推進における体験型イベントの高い効果を確認できた。

●更なる農業理解促進につながるイベントとすべく、体験する品目の拡大や生産から消費までを体験できるツアー開催や MEKIKI と連携した体験型イベントの検討。

（５）農産物直売所スタンプラリー（7 月 29 日～10 月 15 日）

農産物直売所の相互周遊性を高めながら市内直売所の認知度向上を図るスタンプラリーを、豊田市農産物直売所連絡協議会との連携により実施。

＜取組実績＞

応募人数　182 人（昨年比 212%）

応募総数（ビンゴ数合計）　1,160 件

＜効果・課題＞

○ビンゴ形式に配置された直売所を巡る方式に変更したことで 87%の参加者が複数地区の直売所を巡っており、豊田市全域の直売所を巡る動機づけを行うことができた。

●一過性のものにしないため、継続的な取組が必要。

（６）他団体と連携したブランド産品の PR

学校給食親子料理教室など「食」をテーマにした講座や卸売市場一般開放に対し、当協議会より特産品のお茶・桃・米・白菜などを提供した。

＜取組内容＞

・豊田市学校給食協会　　：学校給食親子調理教室（7/25）
・豊田市中央図書館　　：給食から探Q「食」から見た豊田（8/6）
・豊田市公設地方卸売市場：卸売市場一般開放（10/28）
・とよた・ゼロカーボンネットワーク：「ぱぱっとレシピ」スペシャルライブキッチン＆トークショー（2/18）

（7）中京大学子どもスポーツフェスタ（11 月 12 日）

＜取組内容＞

子育て世代へ地産地食を推進し、お米への関心を高めるため 3 品種（コシヒカリ、にじのきらめき、ミネアサヒ）の食べ比べを実施した。

＜取組実績＞

参加者数　240 人（大人：120 人／子ども：120 人）

＜効果・課題＞

〇ターゲット層である子育て世代に楽しみながらお米について興味・関心をもってもらえるイベントを実施できた。
●子どもを通じて積極的に参加してくれる家族が多いため、子どもが楽しめるイベントを今後も企画していく。

（8）とよたコメ米マルシェ（3 月 9 日～10 日）

＜取組内容＞

トヨタ生活協同組合が実施した SDGs イベントと連携して、「米」をテーマにマルシェと抽選会を行い、特産品である米・米粉を使用した加工品の魅力を PR した。

＜取組実績＞

事業者	商品名	売上
杉田組	米粉クレープ	504,350 円
はっぴー農産	米粉バームクーヘン	
大野瀬加工場	あんこ餅、からすみ	

抽選数：400 回/日
Instagram フォロワー60 人増

＜効果・課題＞

〇抽選会を実施したことで、マルシェ全体が盛り上がり、集客につながった。
●マルシェ単体での集客力が弱いため、抽選会以外にも集客につながる取組を実施する必要あり。

6　輸出支援

（1）輸出実績

①桃【黄美娘、ゴールデンピーチ】

輸出先：香港、タイ

輸出量：315ｋｇ　　（前年比▲920ｋｇ）
販売額：285,900 円（前年比▲694,100 円）

②梨【愛甘水、幸水、あきづき、愛宕】

輸出先：香港、タイ、シンガポール、アメリカ
輸出量：953ｋｇ　　（前年比▲827ｋｇ）
販売額：663,100 円（前年比▲687,400 円）

＜概況＞

・為替相場は円安が続き、輸出出荷への追い風が期待されたが、感染症予防対策の緩和は食料品や嗜好品への購買意欲よりも、外出や渡航への費用支出が高まった。
・また、航空費用の高騰、船便スケジュールが出荷日と合致しなかったことも輸出減の要因となっている。
・今年度はタイへの輸出適合資格がなく、10 月末では香港のみへの輸出となった。
商社を通じ、11 月から米国へ向け愛宕梨をＥコマース販売し実績は 14 ケース。また、同社を通じ 1 月にシンガポールへ向けて一括 70 ケース出荷した。

（２）輸出に取り組む農業者への支援

・「とよた農産物輸出推進事業助成金」により、輸出に取り組む茶農家に対し、輸出に関するサンプル費、商談会参加費、パッケージ作成費、輸出に係る資格や認証にかかる費用を支援した。

＜効果・課題＞

〇輸出拡大に取り組む農業者の負担軽減。挑戦的取組の動機づけができた。
●事業周知の強化。

（３）輸出拡大に向けた愛宕梨鮮度保持試験の実施

・春節需要での愛宕梨輸出を見据え、保管温度や梱包方法の異なる計 8 パターンの愛宕梨を用意し鮮度保持試験を実施した。

＜効果・課題＞

〇実証実験の採点結果から、最良の保存方法が明確になった。また、一定期間の保存後も贈答品としての評価を得られる結果であった。
●個体によりシャリ感、食味に差があることから、商品価値向上に向けて詳細の検証を続けていく必要がある。

7　イベント出展

とよた産業フェスタ（9 月 30 日～10 月 1 日）@豊田スタジアム

事務局イベントとして市公式 LINE を活用したデジタルスタンプラリーを実施した。

＜農林マーケット来客数及び売上＞

	９月３０日（土）	１０月１日（日）	合計	前年比
延べ来客数	4,713 人	5,013 人	9,726 人	約 139%
総売上	1,792,531 円	1,949,052 円	3,741,583 円	約 121%

＜取組実績（農林マーケット出展者及び出展内容）＞

	団　　体　　名	品　　目
1	豊田みよし４Ｈクラブ	市内産農林水産物（米、茶）
2	農村輝きネット・豊田加茂	五平餅、漬物野菜、花
3	JA あいち豊田梨部会	梨
4	JA あいち豊田　営農生活部	白米、桃ソフト、五平餅、おにぎり
5	ひまわりポーク生産協同組合	とよたひまわりポーク
6	大野瀬加工場	五平餅　くるみ醤油味、ねぎ味噌味
7	株式会社　山恵	猪・鹿の炭焼フランク、ジビエペットフード
8	有限会社　おど観光やな	鮎塩焼き、鮎ご飯
9	（有）はっぴー農産	米粉バウムクーヘン、米、トウモロコシのアイス
10	株式会社杉田組（ブルーベリーのこみち）	ブルーベリー（クレープ、パフェ、パイなど）
11	株式会社三州足助公社　百年草事業部	炭焼きフランクフルト、手作りパン
12	石野竹工芸グループ	竹工芸品と竹細工体験
13	豊田森林組合	豊田市産間伐材を使用した木工用品
14	みのわ食堂	鮎、鮎ご飯、鹿肉、猪ウインナ、うずら
15	愛知県豊田加茂農林水産事務所　林務課	県産木材の PR
16	しもやま観光協会	スパイシーフランク、くるくるソーセージなど
17	松平観光協会	とよたの桃ゼリー、和菓子、かき氷など
18	餅神商店　もものみせ	杵つき餅、赤飯、あんころ餅、焼餅
19	NPO 法人豊田・加茂菜の花プロジェクト	ねぎ、なのはな油、なのはな醤油など
20	豊田農ライフの会	農産物、加工品の販売
21	豊田市茶業組合	お茶
22	事務局ブース・休憩所	
23	豊田鉄工株式会社	

＜効果・課題＞

○出展者と連携してデジタルスタンプラリーを実施したことで、来場者の周遊性を高めることができた。

●LINE の登録やデジタルでのイベント開催に関する、出展者及び来場者へのわかりやすい周知の工夫が必要。

8　WRC 関連事業

（1）ラリーみちまるくんと行く！スタンプラリーへの賞品提供（10 月 23 日～11 月 19 日）

＜取組内容＞

・NEXCO 中日本と WRC 開催エリア 3 市（豊田市・岡崎市・新城市）共催のスタンプラリーの賞品に豊田市賞として愛宕梨を提供した。

（2）農産物直売所スタンプラリー（再掲）に WRC チケットが当たるラリー賞を提供

（3）地産地食応援店デジタルスタンプラリー(11 月 1 日～30 日)

＜取組内容＞

・市内全域の地産地食応援店 123 店舗と連携した。

・市内産農産物や 6 次産業化商品が当たる市公式 LINE を活用したデジタルスタンプラリーを実施した。

＜取組実績＞

参加者数：796 人

応募人数：453 人

応募件数：628 件

＜効果・課題＞

〇1,000 件以上のスタンプ取得実績があり、デジタルで実施したことで子育て世代からの参加が多かった。

●スタンプ取得者のうち約半数からの応募がなかったため応募しやすい期間設定や SNS でのリマインド通知の強化が必要。

（4）Enjoy！秋のスイーツタイム(11 月 1 日～30 日)

＜取組内容＞

・市内産抹茶やイチジクを使用したスイーツを市内 2 ホテルで WRC 特別メニューとして提供した。

＜取組実績＞

ホテル	メニュー
ホテルトヨタキャッスル	豊田市産抹茶のガトーオペラ
名鉄トヨタホテル	豊田市産はちみつとなのはな油を使ったシフォンケーキ

＜効果・課題＞

〇市内産農産物をホテルとのつながりを作る機会にすることができた。

●時期の問題もありホテル側の使用したい食材とマッチしなかった。（最盛期の果樹等）

（５）メディアプレスセンターでの特産品紹介（11 月 13 日～19 日）

・桃・お茶の加工品及び農産物パンフレットを世界各国から集まるメディアプレスセンターへ提供した。

＜取組実績＞

事業者	商品名	設置数
ＪＡあいち豊田	とよた茶	480 本
	桃ゼリー、プリン	480 個
高香園	抹茶、ほうじ茶フィナンシェ	500 個
お茶の純平	抹茶羊羹	100 個
はっぴー農産	米粉バームクーヘン（カット）	300 個

＜効果・課題＞

〇市内産農産物の加工品やパンフレットを用いてメディア関係者に PR することができた。

●SNS 等による外部へ発信してもらえるような PR 手法の検討。

（６）Winter Princess Project（11 月 16 日～26 日）

＜取組内容＞

・豊田花き園芸組合及び JA あいち豊田花き振興会と連携し、コモ・スクエア WEST 1 階　共用スペースにてシンビジウムや鉢花（40 鉢）を展示。

＜効果・課題＞

〇WRC 開催期間に合わせて実施し、市内外からの来訪者にシンビジウムの PR をすることができた。

●Instagram を活用した発信キャンペーンの検討。

（７）WRC 関連イベントでの特産品の贈呈

イベントに出演した選手やWRCで入賞した選手に対し当協議会より愛宕梨を贈呈した。

＜取組内容＞

・ENJOY! Rally Fan Meeting（11/11）

・ラリージャパン　スーパーSS バトルラリーin　豊田スタジアム（11/19）

9　トピックス

○　赤とんぼ米　初めて学校給食で提供！！

環境に配慮した農業や地産地食の取組を知ってもらうため市内産特別栽培米ミネアサヒ「赤とんぼ米」が学校給食で初めて提供されました。

提供初日には平井小学校（百々町）で JA 職員が赤とんぼ米誕生の経緯や生産者の思いを伝える講演と豊田市東部給食センターの栄養教諭が赤とんぼ米の知識を深める授業を行いました。

授業後に給食を食べた児童は「もちもちしていてとてもおいしかった」と話していました。

赤とんぼ米は JA 産直プラザやグリーンセンターで販売しているほか、JA ネットショップ「MEKIKI」でも販売されています。