

4 「三遠南信地域資源」の商品化可能性調査事業

4 - 1 . 商品評価会

(1) 実施目的

三遠南信地域において、人やモノ、情報の循環による地産地消の流れを起こすため、三遠南信地域内から最近販売を開始した商品や小地域で循環している商品、地域内の稀少な素材を使用した商品などの一次・二次産品を集め、商品開発や商品化のための市場調査を目的に、小売業者・卸売業者の視点による商品評価会を実施し、商品価値や需要状況を把握する。

(2) 実施概要

- 1) 実施日 平成 2 2 年 3 月 1 2 日 (金)
- 2) 場 所 ホテルコンコルド浜松 2 階 銀木犀の間
- 3) 商品出展事業者 1 5 社
- 4) 出展商品数 5 8 品目
- 5) 商品評価会参加事業者 3 0 社 (3 7 名)

(3) 商品及び商品出展事業者選定基準

1) 候補の抽出

地域資源データから抽出した 3 2 1 の農林水産品や加工品、郷土料理などに、三遠南信地域ブランド研究会専門委員の推薦や地域推薦の商品を加えた 4 3 0 品目の中から、下記の基準により選出した。

2) 選定基準

< 地域資源リスト、専門委員の推薦から選定した際の基準 >

最近販売を開始した商品

広く流通していない商品

(三遠南信地域の各市町村内などの小地域で循環している商品)

地域内の稀少な素材、及びそれらを使用した商品

バイヤー向けに紹介する商品として相応しいもの

< 本商品評価会の出展にかかる基準 >

当日、出展事業者の出席を得られること

バイヤー向けに商品紹介を行い、取引可能な一定の供給量、体制が整っていること

平成 2 2 年 3 月 1 2 日開催の商品評価会において商品が出展できること (特に 1 次産品)

出展事業者が当該商品の販路拡大を考えていること

以上を基準として出展事業者を選定し、出展事業者の意思を確認した上で決定した。

< 出展候補リスト >

基準点が3点以上の商品について出展依頼を行い、了承が得られた事業者に対して、「バイヤーと取引が可能な一定の供給量・体制が整っていること」「出展事業者が当該商品の販路拡大を考えていること」「商品評価会において商品が出展できること」を確認して、決定した。

	前提条件		商品評価会に選ぶ基準					基準点	出品事業者 が参加条件 に了承	バイヤーと 取り引き可 能な一定の 供給量・体 制が整って いること	出店事業者 が当該商品 の販路拡大 を考えてい ること	商品評価会 において商 品が出展で きること
	食品である こと	最近販売を 開始した商 品	広く流通し ていない商 品(小地域 で循環して いる商品)	地域内の稀 少な素材、 及びそれら を使用した 商品	バイヤー向 けに紹介す る商品とし て相応しい もの	地元の人 の推薦						
条件に該当する商品数	404	11	360	79	61	34		63	63	61	58	
大葉							0					
デルフィニウム							0					
キャベツ							1					
施設園芸							1					
花卉園芸							1					
エディブルフラワー							1					
鶏卵							1					
千両さつま芋							2					
スプレーマム							1					
とまと							1					
ミニトマト							1					
バラ							0					
いちじく							1					
メロン							1					
いね							1					
蒲郡(温室)ミカン							0					
アカザエビ							1					
スヒカリ							1					
ニギス							1					
蒲郡みかん							1					
八名丸							1					
作手自然薯							1					
三河猪蹄肉							4					
自然薯(夢とろろ)							1					
へば(クロスヌバチ)							2					
みかわボーク							0					
田原牛							1					
あつみ牛							1					
どうまい牛乳							1					
キャベツ・トマト・ロケット							0					
しらす							0					
ルネッサンストマト							1					
絹姫サーモン							3					
スごま							1					
天狗なす							1					
チェンソーアート							1					
三信鮎丁							1					
電照菊							0					
ブルーベリー							1					
遠州灘天然とらふぐ							1					
遠州灘天然ハマ							1					
もちガツオ							1					
浜名湖クルマエビ							1					
浜名湖ドーマン(蟹)							1					
浜名湖アオリ							1					
浜名湖アサリ							1					
浜名湖の牡蠣(養殖)							1					
すっぽん(養殖)							1					
しらす							1					
三ヶ目みかん							0					
とびあみかん							0					
浜北のみかん							1					
丸浜みかん							1					
とびあみ松皮オーネ							0					
都田ピオーネ							1					
とびあみネーブル							0					
白柳ネーブル							1					
森田ネーブル							1					
浜北次郎柿							0					
ガーベラ							0					
菊							0					
エシャレット							0					
浜松洋菜セルリー							0					
三方馬鈴薯							0					
織原のたまねぎ							0					
浜松茶							1					
大亀茶							1					
春野茶							1					
やら米か							1					
チンゲン菜							0					
天童杉							0					
阿多古ビノキ							1					
すみれ菜							1					
自然薯							1					
大亀産しいたけ							1					
ホオズキ(鑑賞用、浜松市)							1					
とびあみオーネ							0					
玉葱							0					
甘藷							0					
うなぎ							0					
海老芋							1					
白ネギ							1					
温室メロン							1					

	前提条件		商品評価会に選ぶ基準				基準点	出品事業者 が参加条件 に了承	バイヤーと 取り引き可 能な一定の 供給量・体 制が整って いること	出店事業者 が当該商品 の販路拡大 を考えてい ること	商品評価会 において商 品が出品で きること
	食品である こと	最近販売を 開始した商 品	広く流通し ていない商 品（小地域 で循環して いる商品）	地域内の稀 少な素材、 及びそれら を使用した 商品	バイヤー向 けに紹介す る商品とし て相応しい もの	地元の人 の推薦					
シラス							1				
子ソゲン菜							0				
浜名湖うなぎ							0				
あさり							0				
浜名湖かき							0				
ハウスいちご							1				
果物(掛川市)							0				
野菜等(掛川市)							1				
深蒸し茶							1				
トマト							1				
ブルーベリー							1				
アロエ							1				
サツマイモ							1				
一黒じゃも							3				
クラウンメロン							0				
ふくろいブランド米「龍の瞳」							1				
治郎柿							0				
トウモロコシ							1				
レタス							1				
椎茸							1				
牧之原のお茶							0				
南水							0				
南信州牛							0				
千代幻豚							0				
飯田幻豚							0				
極太アスパラ							0				
黒タリア(黒蝶)							0				
柏原ねぎ							3				
下栗芋							3				
小野子人参							3				
飯田かぶ菜(源助無菜)							3				
飯田冬菜							3				
やまびこしめじ							0				
雪姫茸							5				
ハナピラタケ							5				
サニーマッシュ							5				
カットしめじ							5				
二十世紀梨							0				
赤石銘茶(北限茶)							1				
ほうすき(鑑賞用・松川町)							1				
りんご・梨・桃							1				
ブルーベリー							1				
さくらんぼ							1				
りんご(いろいろ)							1				
なし(赤梨、西洋梨、日本梨)							1				
貴陽(すもも)							1				
さんさん黒豚							3				
アマゴ							1				
清内路伝統野菜							1				
浪合のトウモロコシ							0				
親田辛味大根							3				
とうもろこし							1				
平谷イモ							1				
ゆず							1				
ていざなす							0				
源助かぶな							1				
ごま							1				
うなぎ料理							1				
菜めし田菜							1				
かつおくろみ							3				
しじみ志ぐれ							3				
ちりめん							3				
まくろかぶと煮							3				
切るめ							3				
くるみ小女子							3				
たつくり							3				
どっ幸いわし							3				
山椒ちりめん							3				
帆立旨煮							3				
さんまみりん焼							3				
たまり炊き小女子							3				
にしんうま煮							3				
子持ちからふとしじゃも							3				
さんま蒲焼							3				
ちよい辛さんま							3				
ピーナッツいわし							3				
生姜いわし							3				
キャベツキムチ							3				
天日干しぬか漬大根							3				
上千漉菜一丁漬							3				
焼きちくわ							1				
ゼリー(豊橋市)							1				
漬納豆							1				
いなり寿司							1				
森豆腐店の大あげ							1				
じよじよ切り							0				
あさり汁							0				

	前提条件	商品評価会に選ぶ基準					基準点	出品事業者 が参加条件 に了承	バイヤーと 取り引き可 能な一定の 供給量・体 制が整って いること	出店事業者 が当該商品 の販路拡大 を考えてい ること	商品評価会 において商 品が出品で きること
		食品である こと	最近販売を 開始した商 品	広く流通し ていない商 品（小地域 で循環して いる商品）	地域内の稀 少な素材、 及びそれら を使用した 商品	バイヤー向 けに紹介す る商品とし て相応しい もの					
あさりの押し寿司						1					
渥美半島どんぶり街道						1					
ゆべし(設楽町)						1					
五平オープンサンド						1					
ハーブティ						1					
渥美あさりの押し寿司						1					
中川屋(うなぎ)						1					
六軒京本舗(しそ巻)						1					
奥浜名湖みそまん物語						1					
三方原ポテトチップス						1					
更紗屋カレー						1					
浜納豆せんべい						1					
超美味(うま)ソース						1					
静岡まるごと佃煮						1					
姫様カレー						1					
魔除酒						1					
三ヶ日みかんシャーベット						3					
はちみつマーガリン						0					
とんまいの豚肉						1					
三方原コロッケ						1					
雑穀料理						1					
山肉料理						1					
浜松餃子						1					
浜名湖のアサリ						1					
猪(しし)なべ						1					
遠州風お好み焼き						1					
白柳ネーブル						1					
姫カレー						1					
とんきいカレー						1					
ゆかいなジャムの仲間たち(いちご・いちじく・う め・ネーブル・ぶどう・ブルーベリー)						1					
とんきい牧場の肉						1					
とんきい牧場のソーセージ						1					
お米 光郷城 金銀						1					
いなほクッキー						1					
栃もち						1					
雑穀料理						1					
はやしやのレモン入りラーメン						1					
ふじやのホルモン						1					
鮎寿司						1					
松本屋旅館の玉子焼き						1					
新橋屋の鉄火丼						1					
月花園の栗入りあおねり						1					
奥野養魚場の若魚の骨酒						1					
磐田カレー						1					
遠州夢咲牛						1					
つゆひかりまんじゅう						1					
かつおジャーキー						1					
亀まんじゅう						1					
波乗りバーガー						1					
クエ料理						1					
がわ						1					
たまごふわふわ						1					
どんどこあさひ陽だまり						0					
亥のちゃんドック						1					
遠山ジンギス						1					
南信州グルメサミット(B級グルメイベント)						0					
山肉料理(飯田市)						1					
馬刺し(飯田市)						1					
地酒						1					
天龍峡そばまつり(そば)						1					
郷土料理(南信州)						0					
こへいもち(阿智村)						1					
箱寿司						1					
ゆべし(天龍村)						0					
栃のそば						1					
駒ヶ根ソースかつ丼						0					
蒲郡みかんわいん						1					
三河の綿スフ織物						1					
三河木綿						1					
三河のローブ・網						0					
奥三河 鳳来茶						1					
奥三河 鳳来特産 梅づけ 梅ジャム、梅みそ						1					
奥三河 鳳来特産 梅うどん						1					
耳かき一刀彫り						1					
とまデル(リキュール)						3					
めろんハート(リキュール)						3					
あさりせんべい						0					
ちりめんせんべい						1					
にんじん芋ようかん						1					
五平餅(設楽町)						1					
とうもろこし						1					
トマトジュース						1					
東栄子キン						1					
渥美あさりの押し寿司						1					
渥美たくあん						1					
ブルーベリージャム						1					

	前提条件		商品評価会を選ぶ基準				基準点	出品事業者 が参加条件 に了承	バイヤーと 取り引き可 能な一定の 供給量・体 制が整って いること	出店事業者 が当該商品 の販路拡大 を考えてい ること	商品評価会 において商 品が出品で きること
	食品である こと	最近販売を 開始した商 品	広く流通し ていない商 品（小地域 で循環して いる商品）	地域内の稀 少な素材、 及びそれら を使用した 商品	バイヤー向 けに紹介す る商品とし て相応しい もの	地元の人 の推薦					
栃もち(豊根町)							1				
ブルーベリー酒							1				
トマトケチャップ							1				
遠州灘シラス							1				
湿漑海苔							1				
三方原男爵いもポテトチップス							1				
三方原コロッケ							1				
富口小梅							1				
鮎のしぶうるか							1				
鮎の子うるか							1				
天童杉のはし							1				
地酒あまはみち							1				
出世城							1				
日本酒三種類 山・田・錦							1				
花の舞 限定純米大吟醸							1				
源馬の塩辛							1				
浜名湖産うなぎ限定 勝美のうなぎ焼きおにぎり							1				
しそ巻							1				
入妻の田煮							1				
みかん蜂蜜							1				
浜納豆							1				
茶そば							1				
うなぎパイ							0				
遠州灘天然とらふぐクッキー							0				
治一郎のパウムクーヘン							0				
小豆餅							1				
手焼出世「大風干」							0				
遠州風お好み焼きソース							0				
はままつ地ビール工房マインシュロス(地ビール)							0				
いわた茶							1				
ころ柿							1				
うなぎぼく飯							1				
しらす干し							0				
宿場町のお菓子							1				
ヨコスカラムヨコスカラム～甘蔗の酒～							3				
落花生							1				
芋切干							1				
地酒(開運)							1				
お茶							0				
しらす干し							1				
海と風(焼酎)							1				
クラウンメロンケーキ							1				
宇焼酎「幸浦」							1				
まるごと豆腐							3				
どんどこ米粉							3				
あまば一万石(酒)							1				
森の茶							0				
治郎柿ワイン							1				
紅茶(うまいんだに)							1				
山肉(シカ、イノシシ、クマ)							1				
信州大そば							1				
宇焼酎							1				
高野豆腐							0				
漬物(源助かぶ菜・竜峡小梅・野沢菜)							0				
喜久水(酒)							1				
凍豆腐							0				
納豆							0				
なまだれ							2				
市田ヨーグルト							1				
茶芽玄米パン							1				
コーンスープ							1				
ネバ杉							1				
みる(工房遊牧館(ヨーグルトなど)							0				
干し柿							0				
中井侍銘茶							0				
ゆず果汁							1				
ゆずチョコレート							1				
やすおかプリン							1				
飲む酢(りんご)							1				
飲む酢(柿)							1				
こんにゃく							0				
新九郎(焼酎)							1				
こまをつかったお菓子・パン							1				
アロエ不夜城 手延べ麺							3				
アロエ不夜城 ティーバック							3				
アロエワイン 不夜城							3				
子メロンの漬物(みりん粕漬)							3				
子メロンの漬物(しば漬)							3				
子メロンの漬物(さわやか漬)							3				
生の子メロン							3				
子メロン入りきんざんじ							3				
三ヶ日みかんごはん稲荷寿司バージョン							3				
三ヶ日牛ごころコロッケ							3				
三ヶ日青島みかんビュレ							3				
がんこつまい いら辛味噌							1				
かぼちゃまんじゅう							1				
とろけるみそまん							1				

	前提条件		商品評価会に選ぶ基準					基準点	出品事業者 が参加条件 に了承	バイヤーと 取り引き可 能な一定の 供給量・体 制が整って いること	出店事業者 が当該商品 の販路拡大 を考えてい ること	商品評価会 において商 品が展覧で きること
	食品である こと	最近販売を 開始した商 品	広く流通し ていない商 品（小地域 で循環して いる商品）	地域内の稀 少な素材、 及びそれら を使用した 商品	バイヤー向 けに紹介す る商品とし て相応しい もの	地元の人 の推薦						
あおしまくん(三ヶ日みかん瓶詰め)							1					
青島みかんゼリー							1					
青島みかんジュース(280g缶)							1					
みかん果汁入り焼肉のたれ							1					
えひすがお(菓子)							1					
すっぽんザプレー(菓子)							1					
はまなごフリアン							1					
浜名湖からのおくりもの(菓子)							1					
みそまん(大和屋)							1					
みそまん(近江屋製菓)							1					
浜名湖青のりどら焼							1					
浜名湖青のり通行手形(菓子)							1					
浜名のりっ湖(菓子)							1					
猪ウインナー							4					
猪チャーキー							4					
猪ハム							4					
さしみこんにゃく(スライス2色)							1					
厚切り板こんにゃく							1					
きんぴらこんにゃく							1					
金山寺みそ(大)							2					
金山寺みそ(小)							2					
ミニ五平餅(大)							2					
ミニ五平餅(小)							2					
天狗米(ミネアサヒ)							2					
鳳来生うどん							2					
べらべら餅							2					
名古屋コーチン自然卵(6個)							2					
名古屋コーチン自然卵(10個)							2					
名古屋コーチン手作りプリン							2					
梅そーめん							1					
生梅あめ							1					
乾燥トマト(大)							1					
乾燥トマト(小)							1					
やっとかめ(茶)							1					
和紅茶 ほんのりちゃ							1					
ふーろん茶							1					
紫黒米(うるち米 おくのむらさき)							1					
紫黒米(もち米 みねのむらさき)							1					
虹ます甘露煮							3					
虹ます一夜干し							3					
あゆ甘露煮							2					
あまご甘露煮							2					
どろろの夢							1					
焼のり キズの言い分							1					
味付のり のり仲間							1					
つまみ海苔セット							1					
トマトケチャップマイルド							2					
トマトケチャップスパイシー							2					
トマトジュース(飲むとまと)							2					
とまとせんべい							2					
ゆべし 柚っ子							2					
天龍村の味みそ(柚子)							2					
天龍村の味みそ(くるみ)							2					
天龍村の味みそ(えごま)							2					
天龍村の味みそ(露のとう)							2					
天龍村の味みそ(山椒)							2					
しめじごはんの素							2					
しめじ甘露煮							2					
しめじピリ辛							2					
馬肉カレー							2					
信州牛肉みそ							2					
馬肉みそ							2					
天日干し黄鯀小梅							2					
うめみそドレッシング							2					
ごまみそドレッシング							2					
キクイモ漬(たまり)							2					
キクイモ漬(しそ)							2					
信州みそ(二年)							2					
信州糀みそ							2					
ししなべ							2					
伊那谷の屋台獅子(菓子)							1					
天竜若鮎(菓子)							1					
五平餅(飯田)							1					
駒ヶ岳山麓産 黒ごま							1					
駒ヶ根名物ソースかつ丼							1					
旨味ソース							3					
ごぼとん丼							3					
ラ・フランスジュース							3					
すりおろしりんごジュース							3					
無添加ソーセージ類							4					
紅玉ジャム							1					
ラ・フランスジャム							1					
よこすかしろ							3					
えごまドレッシング							2					
菊芋めん							5					
菊芋粕漬							2					
浜名湖のりつくた煮 プレーン							2					
浜名湖のりつくた煮 舞阪しらす入り							2					
浜名湖のりつくた煮 北濃しいたけ入り							2					

(4) 商品出展事業者

商品評価会に参加した出展事業者15社および、出展商品58品目の内訳は以下のとおり。
未利用資源の公募結果から、商品評価会出展に結びついたものが3アイテムある。

- ・大須賀町商工会：よこすかしろ よこすかラム
- ・三河猪家：猪肉

【三遠南信地域商品評価会 出展事業者一覧】

地域	出展者名	出展品	出展品	出展品	出展品
遠州	菊川市 南風園	アロエ不夜城 手延べ麺	アロエ不夜城 ティーバック	アロエワイン 不夜城	
遠州	磐田市 メロンの松香園	生の子メロン	子メロンの漬物 3種 (みりん粕漬・しば漬・ さわやか漬)	子メロン入りきんざんじ	
遠州	浜松市 株式会社フードランド	三ヶ日みかんごはん 福寿司バージョン	三ヶ日牛 ごころコロッケ	三ヶ日青島みかんビュレ	三ヶ日みかんシャーベット
遠州	袋井市 有限会社どんどこあさば	まるごと豆富	どんどこ米粉		
遠州	御前崎市 鳥工房かわもり	一黒しゃも			
遠州	掛川市 大須賀町商工会	よこすかしろ	ヨコスカラム ～甘蔗(かんしゃ)の酒～		
東三河	新城市 株式会社三河猪家	三河猪精肉	猪ハム	猪ウィンナー	猪ジャーキー
東三河	田原市 株式会社ミマス	とまテル(リキュール) 500ml・200ml	めろんハート(リキュール) 500ml・200ml		
東三河	北設楽郡 設楽町 愛知県淡水養殖漁業協同組合	絹姫サーモン	虹ます甘露煮	虹ます一夜干し	
東三河	豊橋市 LLP三河佃煮販売	かつおくすみ	くすみ小女子	さんまみりん焼	さんま蒲焼
		しじみ志くれ	たつくり	たまり炊き小女子	ちよい辛さんま
		ちりめん	どっ辛いわし	にしんうま煮	ビーナッツいわし
		まぐるかぶと煮	山椒ちりめん	子持ちからふとししゃも	生姜いわし
		切するめ	帆立旨煮		
東三河	田原市 キムラ漬物株式会社	キャベツキムチ 250g	天日干しぬか漬大根	上干漉美一丁漬	
南信州	下伊那郡 下條村 下條村親田辛味大根生産者組合	親田辛味大根			
南信州	下伊那郡 松川町 さんさんファーム	さんさん黒豚	無添加ソーセージ類	信州特産の果実ジュース 2 種(ラ・フランスジュース・ すりおろしりんごジュース)	ごぼとん丼
南信州	飯田市 JAみなみ信州	雪姫茸	ハナピラタケ	サニーマッシュ	カットしめじ
南信州	飯田市 南信州きいもカンパニー (丸井醸造株式会社)	菊芋めん			

(5) 商品評価会参加事業者

商品評価会に参加した事業者の内訳は次のとおりである。小売業者と宿泊事業者が多く、三遠南信地域で裾野の広い食品関連業界と宿泊業界の関心が集まっている。

業態	東三河	遠州	東京	総計
卸売		1	1	2
卸売・小売	1			1
小売	2	6	2	10
惣菜		2		2
宿泊	4	6		10
飲食		3	1	4
インターネット			1	1
総計	7	18	5	30

(6) アンケート集計結果

1) 出展者アンケート

< 商品評価会への出展経験と頻度 >

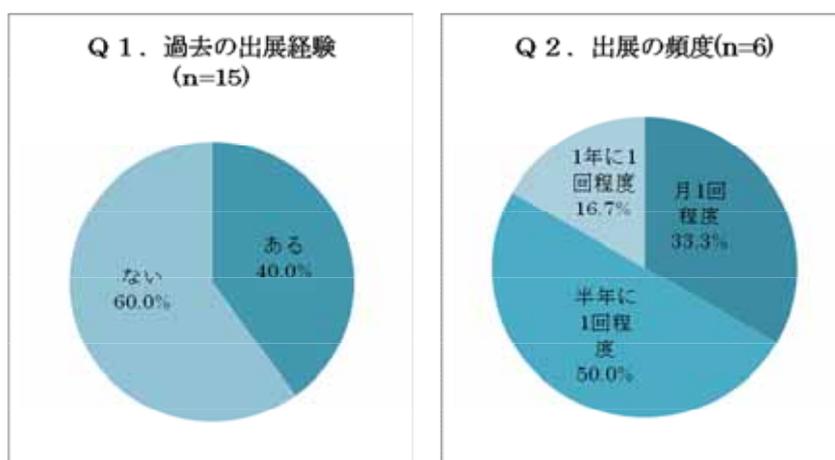
商品評価会出展事業者15社のうち、今回のような商品評価会への出展経験のある事業者は6社(40%)であった。出展経験のある6社のうち2社は月1回程度の出品をし、半数にあたる3社は、半年に1回程度出展している。意欲的にこのような評価会に参加している事業者が多くみられた。

商品評価会の出展地域については、首都圏(4件)、遠州以外の静岡県(4件)、名古屋圏(3件)、関西圏(3件)などの回答が多い。

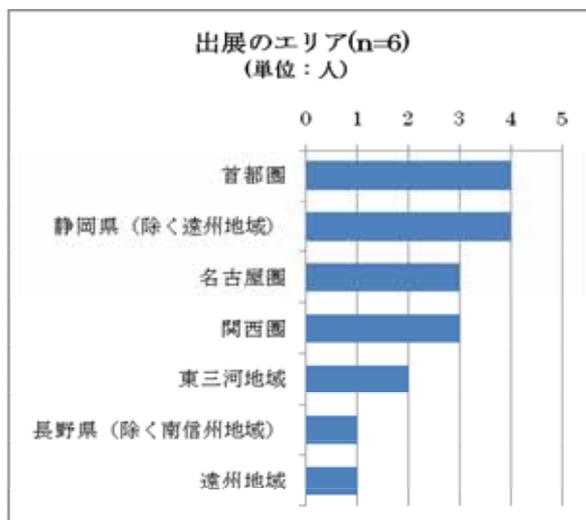
商品評価会への出展についてお伺いいたします。

Q1. これまでに、貴社(貴団体)の商品を本日のような商品評価会にご出品された経験はありますか。
(Q1にて1. あると回答された方にお伺いします。)

Q2. 商品評価会にご出品をされる頻度はどのくらいですか。



Q3. これまで、どのエリアの商品評価会にご出品をされた経験がありますか。
(当てはまるもの全てをお答えください)



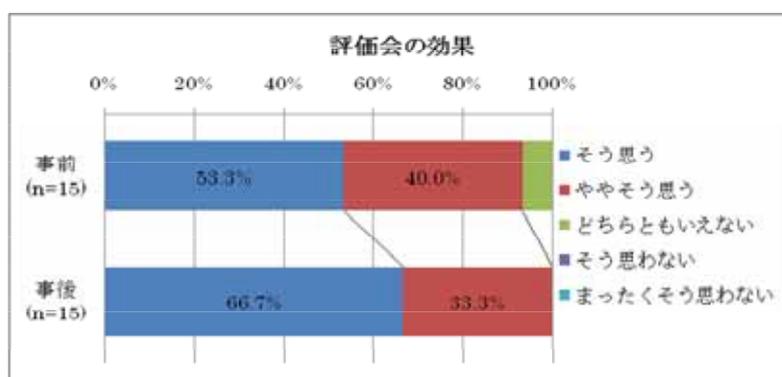
< 商品評価会に対する事前の期待と事後の実感 >

商品評価会について、「三遠南信地域の県境を超えた広域的な地産地消を推進する上で効果的である」との印象は、事前(53.3%)よりも、事後(66.7%)の方が多く、今回の評価会に実際に参加して、その意義や効果に対する評価が高まったと言える。

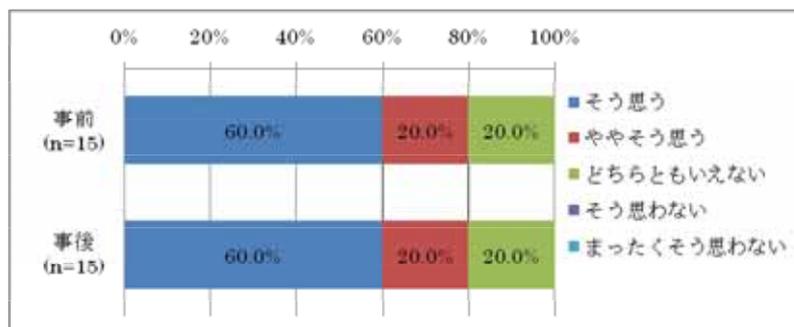
一方、今回のような評価会に参加することで、新しい商品企画やアイデアに役立つ情報が得られるという点に関しては「得られると思う」との回答が60%と高いが、事前と事後での変化はみられない。

本日の商品評価会に対する事前の期待と事後の実感についてお伺いします。

Q4．今回の商品評価会は、三遠南信地域の県境を超えた広域的な地産地消を推進する上では効果的であると思う。



Q5．商品評価会のような場合は、新しい商品企画・アイデアに役立つ情報が得られると思う。

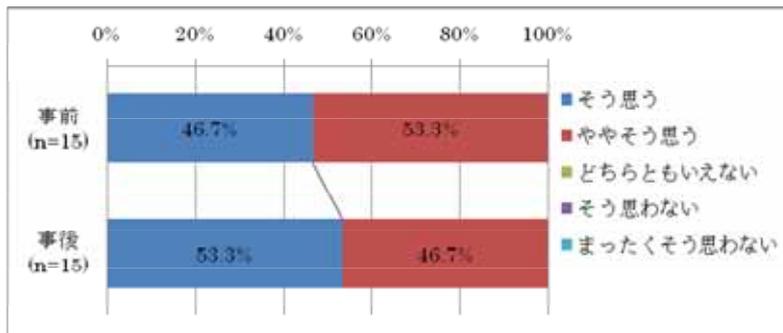


< 商品評価会に参加するバイヤーの業態と事業者数 >

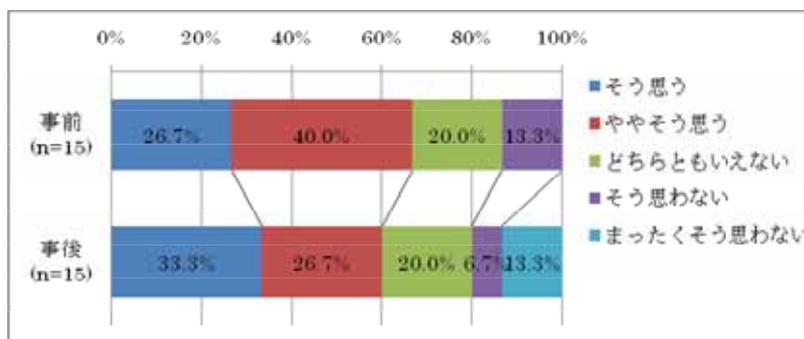
商品評価会について、「自社の商品を紹介する上で効果的である」との回答は、事前(46.7%)よりも、事後(53.3%)の方が多く、今回の評価会に実際に参加して、自社商品を紹介する上での効果に対する評価が高まったといえる。

一方、商品評価会に参加するバイヤーの数(34事業者)については、「そう思う」(26.7%)、「ややそう思う」(40.0%)で、事前の段階では概ね評価されていたが、事後では「そう思う」が33.3%に増えたものの、一方で「まったくそうは思わない」も13.3%あり、見解が分かれている。

Q 6 . 商品評価会に参加されるバイヤーの業態（小売事業者・卸売事業者・宿泊事業者・飲食事業者・インターネット販売事業者）は、自社の商品を紹介する上で、効果的であると思う。



Q 7 . 商品評価会に参加されるバイヤーの数（34事業者）は適切だと思う。

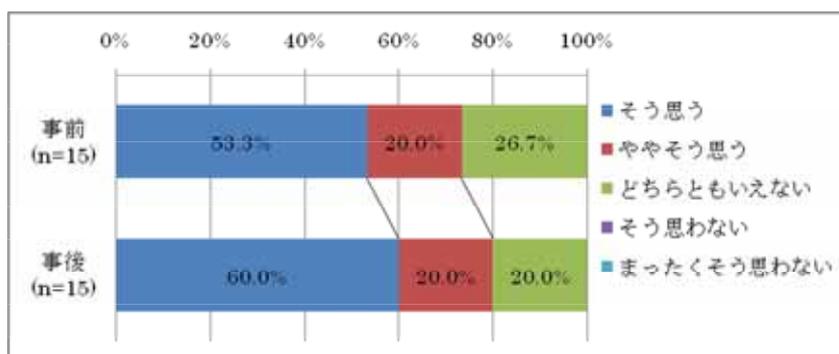


< 商品評価の重要性と商品評価会の開催地域 >

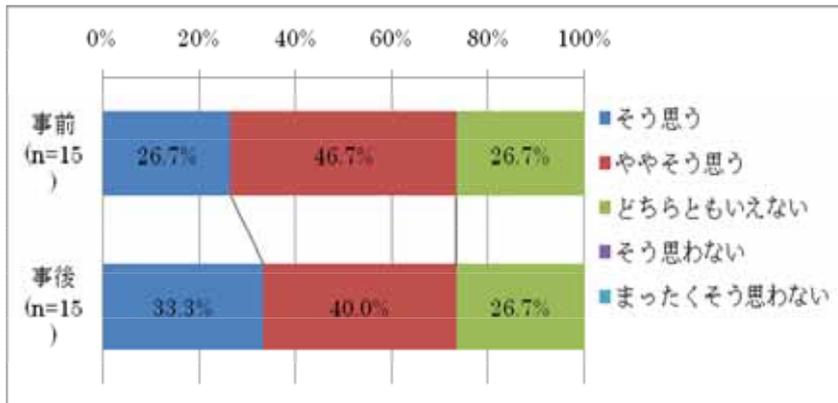
三遠南信地域内のバイヤーの商品評価が、他地域へ売り出す上で重要だと思うかどうかについては、「重要」と答えた割合が事前では53.3%、事後では66.7%と増加しており、地元三遠南信での評価の意味を強く感じた事業者が多い。

また、三遠南信地域の商品評価会を静岡県浜松市で開催することが自社の商品を紹介する上で効果的であると思うかどうかについては、「そう思う」が26.7%とやや低く、「ややそう思う」が46.7%であったが、事後では「ややそう思う」が減る一方「そう思う」が増えており、これまで首都圏や遠州以外の静岡県での参加が多い事業者にとって、浜松市での開催にも意味があると捉えられていることがわかる結果となっている。

Q 8 . 三遠南信地域内のバイヤーの商品評価が、他地域へ売り出す上で重要だと思う。



Q 9 . 三遠南信地域の商品評価会を静岡県浜松市で開催することは自社の商品を紹介する上で効果的であると思う。

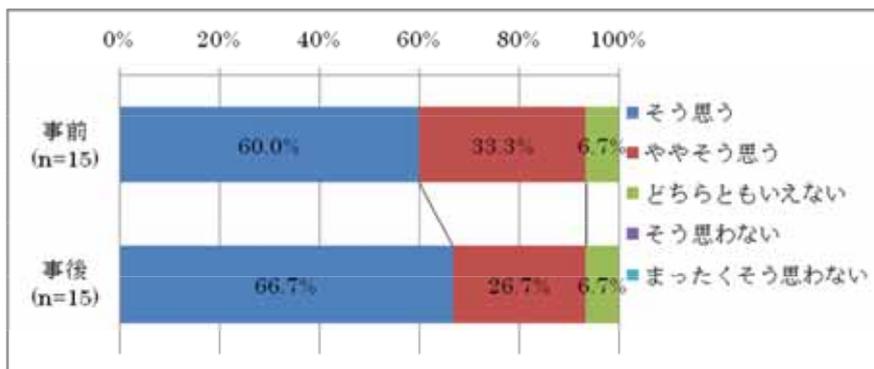


< 商品評価会の会場と開催時期 >

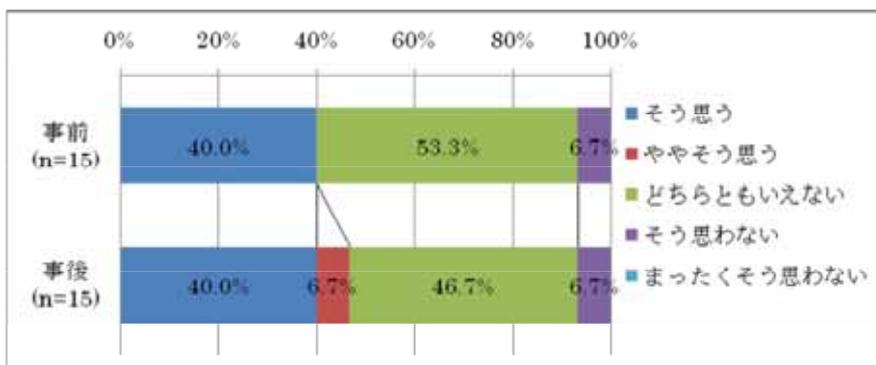
ホテルでの開催については、事前にも60%が「適切だと思う」と評価しており、事後にはさらに評価が高くなっている。

開催時期が3月であることが適切であるかどうかについて、「適切だと思う」との回答はやや低く40%にとどまっており、「どちらともいえない」との回答が半数近くを占めている。事前と事後での変化はあまり大きくはない。季節的には彼岸が近く繁忙期にあたる事業者も多く、また一次産品については端境期であるなど、この時期の開催については課題が多い。

Q 10 . 商品評価会の会場をホテルで開催することは適切だと思う。



Q 11 . 今回の商品評価会（年1回開催の場合）の開催月として3月は、適切だと思う。

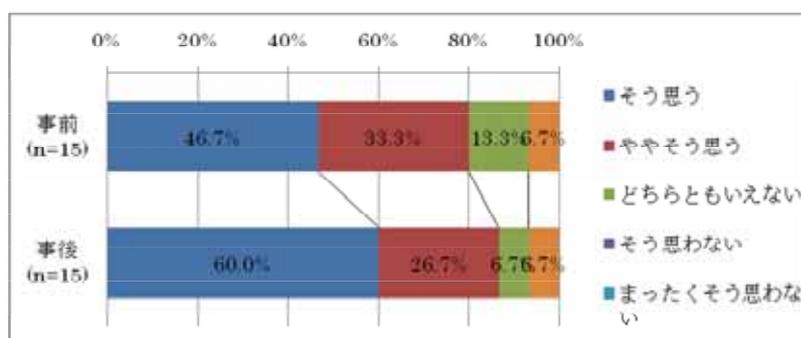


<地域のストーリー性の重要度と商品評価会への参加意向>

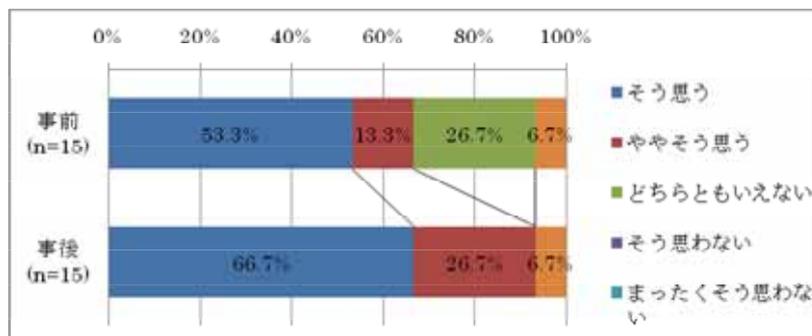
バイヤーに紹介する上での地域のストーリー性の重要度について、「重要と思う」との回答は事前では46.7%、事後では60%になり、今回の商品評価会に参加して、ストーリー性の重要度に気付いた事業者が多かったことを示している。

商品評価会のような場への参加について、「積極的に参加したい」と答えた割合は、事前が53.3%、事後が66.7%と増えており、今回の評価会が次の参加への意欲に結びついたものと考えられる。

Q12. バイヤーに自社の商品を紹介する際には、地域のストーリー性（産地情報・開発エピソードなど）が重要だと思う。



Q13. 商品評価会のような場には、積極的に参加したいと思う。



2) 評価会参加事業者(バイヤー)アンケート

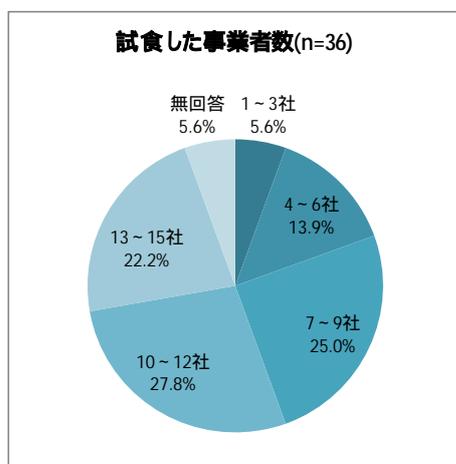
< 試食した商品数と商談した事業者数 >

商品評価会の参加事業者が試食をした商品数は、「10～12社」(27.8%)、「7～9社」(25.0%)、「13～15社」(22.2%)の順に多い。参加事業者の多くは、商品を求めて精力的に試食をしている。

商談については約53%の事業者が「商談した」と答え、商談相手の出展事業者の数は「2社」(32.6%)、「1社」(26.3%)、「3社」(21.1%)の順に多い。

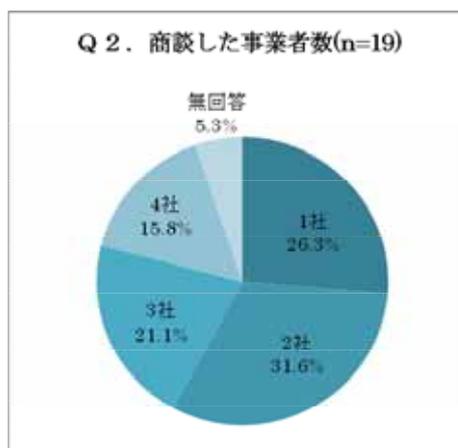
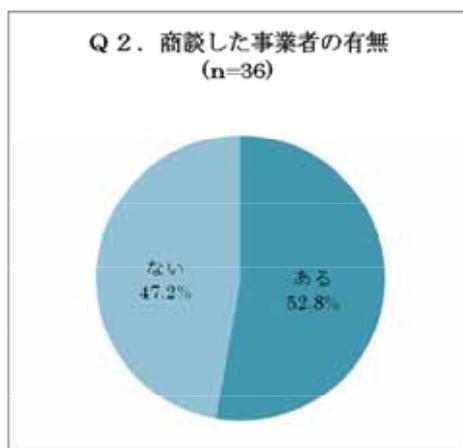
本日の商品評価会内容について

Q1. 本日の商品評価会では何社の出品事業者のご試食をされましたか。



Q2. 本日、具体的な商談をされた出品事業者はございますか。

・あると回答された方(何社と商談されましたか)



< 商談した分野と取引の意向 >

商談の内容については「商品売買」が約68%で最も多く、次いで、「プライベートブランドへの対応」(10.5%)。

実際に取引を考えている事業者については約90%が「ある」と答えている。取引を開始しよう

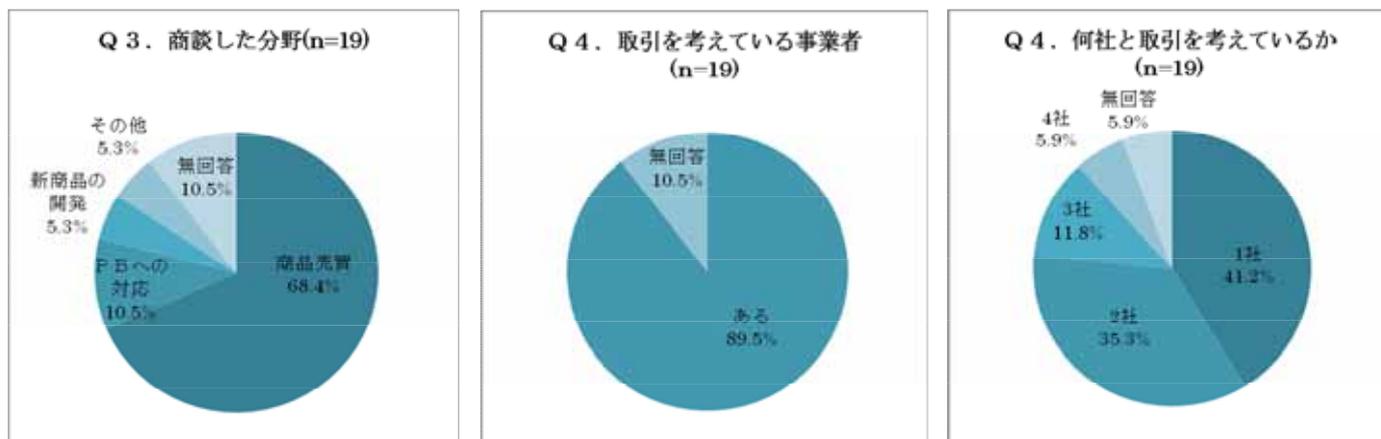
と考えている出展事業者の数は「1社」(41.2%)、「2社」(35.3%)が多い。

[Q2で1.あるとご回答いただきましたバイヤー様にお伺いいたします。]

Q3.どの分野で商談を行われましたか。(当てはまるもの全てに をつけてください。)

Q4.具体的取引を考えている出品事業者はございますか。

・あると回答された方(何社と商談されましたか)

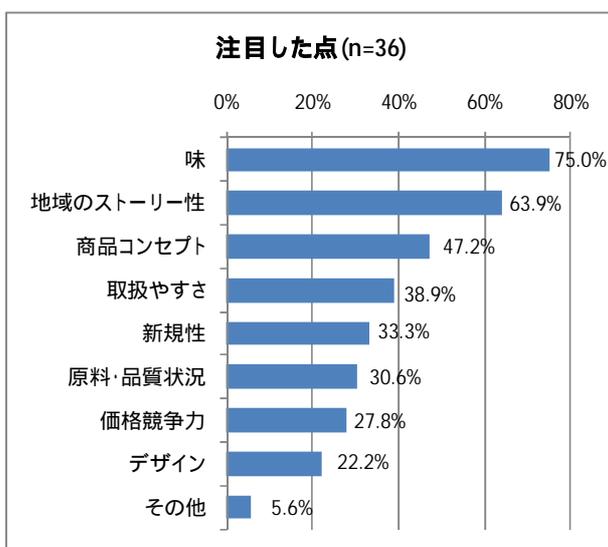


<商品評価の注目点>

出展事業者に対する評価基準は、「味」(75.0%)、「地域のストーリー性」(63.9%)などが上位にある。「味」が最重要視されるのは当然として、2番目に「地域のストーリー性」が重要視されていることは注目すべき点である。三遠南信の地域風土や文化に根ざした商品が、市場に受け入れられるというバイヤーの判断が表れている。特に、多くの来訪者を受け入れる宿泊施設においては、地域性を活かした料理の提供が望まれているため、ストーリー性が求められることになる。

Q5.出品事業者の商品を評価するにあたり、特に注目した点はどこですか。

(当てはまるもの全てに をつけてください。)



その他の回答	回答数
高級感、独自性	1
取引し易さ、地元	1

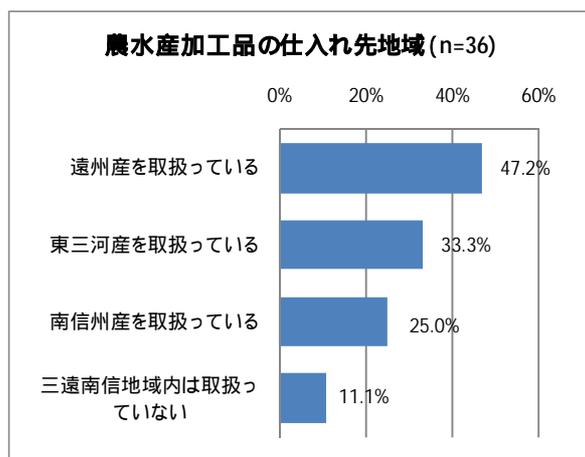
<三遠南信地域の農水産品・加工品の取り扱い意向>

農水産加工品の仕入れ先地域では、遠州地域のバイヤーが多かったこともあり、遠州、東三河、南信州の順に多くなっている。

今後の三遠南信地域の一次産品や加工品の取り扱いについては、約22%が「積極的に取り扱っていききたい」と答え、約53%が「条件さえ合えば取引していききたい」と回答した。

三遠南信地域内の産品を取り扱う魅力については、「地産地消は会社のイメージに寄与する」が約60%で最も多く、次いで「地域のストーリー性が高い」が続いている。「安全・安心」よりもストーリー性が上位にあり、昨今の市場ニーズの変化をうかがわせる結果となっている。

Q6. 貴社では、三遠南信地域内から農水産品・加工品の仕入（取扱）をされていますか。

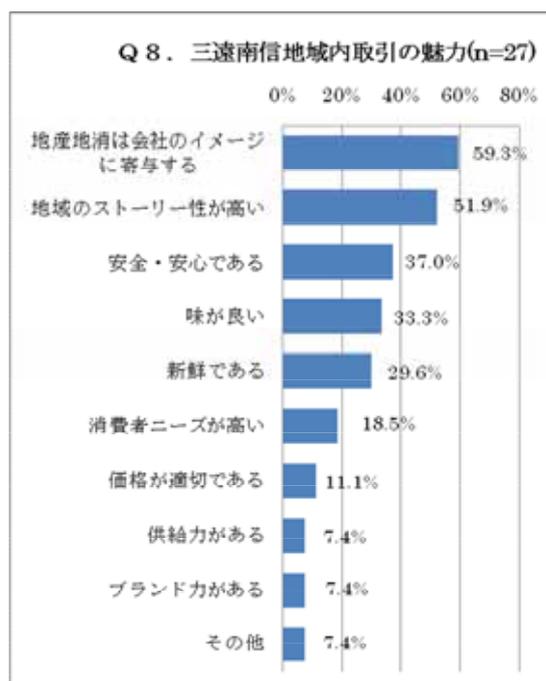
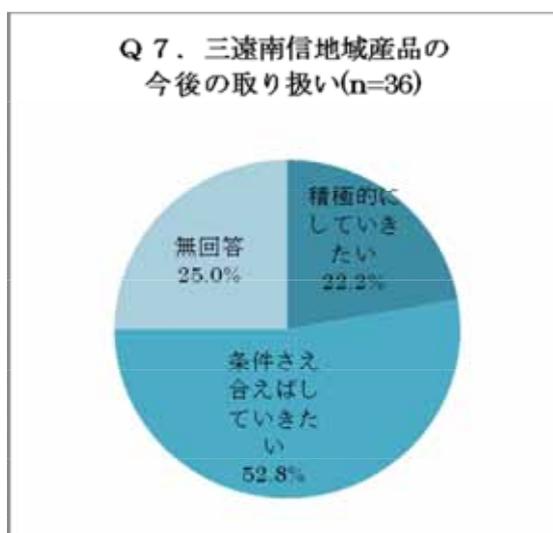


三遠南信地域内を取扱っていない理由	回答数
蒲都市だから	1
知らなかったら	1
魅力ある商品がない	1

Q7. 今後、三遠南信地域の農水産品・加工品の仕入（取扱）を行っていききたいと考えていらっしゃいますか。

〔2において1.2.をご回答された方にお伺いいたします。〕

Q8. .三遠南信地域内から農水産品・加工品の仕入（取扱）を行う魅力はなんですか。



<少量分散型商品の取り扱い>

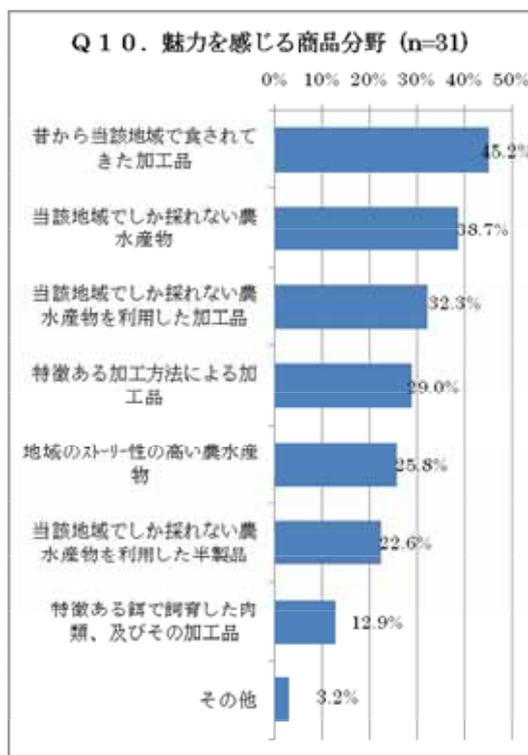
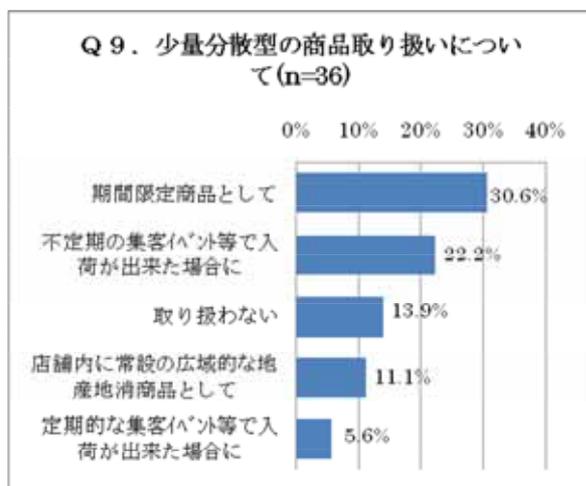
少量分散型の商品についての取り扱いに関しては、「期間限定商品として扱う」が約31%で最も多く、次いで「不定期に集客イベントなどで入荷できた場合」が上位にあり、一時的な取り扱いを受け入れる回答が多い。商品供給の安定を求め、少量分散型のものは「扱わない」との回答も約14%（36社中5社）ある。

少量分散型商品の中でも魅力を感じる商品分野では、「昔から当該地域で食されてきた加工品」（45.2%）が最も多く、次いで「当該地区でしか取れない農水産物」「当該地区でしか取れない農水産物の加工品」などが続いている。

Q9. 三遠南信地域の農水産品・加工品には、少量ながら特徴のある少量分散型の農水産品・加工品が多数あります。貴社で、これらの商品を取り扱う場合の考え方についてお答えください。

Q10.（Q9で1~4にご回答いただきましたバイヤー様にお伺いいたします。）

少量分散型の農水産品・加工品の中で、魅力を感じる商品分野についてお答えください。



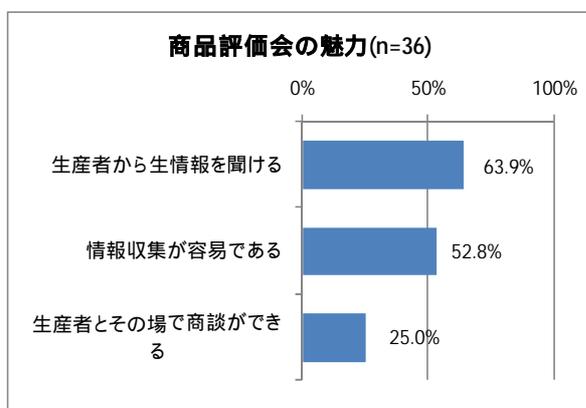
<商品評価会について>

商品評価会の魅力についての回答では、「生産者から生の情報を聞ける」が約64%で最も多く、次いで「情報収集が容易」「生産者とその場で商談ができる」の順に多い。生産者の情報に直接触れることと、商談のスピードが魅力ととらえられている。

今回のような商品評価会が三遠南信地域の「県境を越えた地産地消」を促す上での効果について回答は、「効果がある」(38.9%)、「やや効果がある」(41.7%)で、8割の参加事業者が効果を認めている。

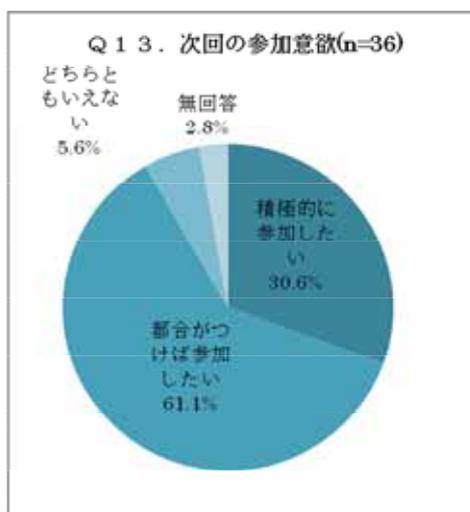
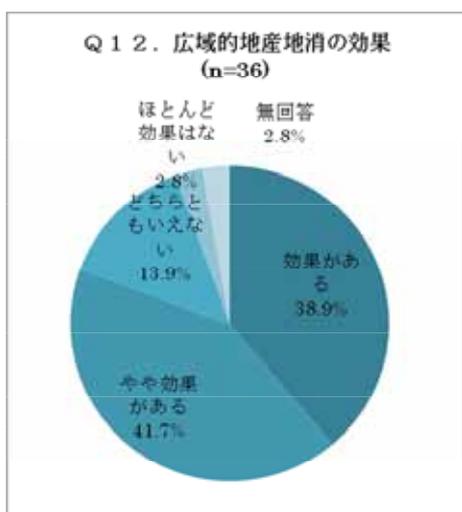
次の機会の参加意向についても、「積極的に参加したい」(31.6%)、「都合がつけば参加したい」(61.1%)で、このような機会を望む声が多い。

Q11. 三遠南信地域の商品が出品される商品評価会は、貴社にとってどのような部分で魅力的ですか。(当てはまるもの全てに をつけてください。)



Q12. 本日のような商品評価会は、三遠南信地域の「県境を越えた広域的な地産地消」を促す上で効果的だと思いますか。

Q13. 今後、三遠南信地域内の農水産物・加工品を紹介するイベントが開催されたら、ご参加いただけますか。



その他自由回答

ご意見（自由回答）
イベント可・不可など、取引可能な条件等明確にもらえるとうありがたい。
具体的な価格表示があるとわかりやすい。
今後も情報収集や共有のため、こういったイベントの開催を期待しています。
三遠南信地域のそれぞれの地域の商品を組合せた商品があればよいのでは。
三河地区の参入も必要。
出展の規模をもう少し広げて実施していただきたい。
事業者の数をもっと増やしていただき、三遠南信地域での横のつながりにより、新しい商品開発を積極的に行っていただきたいと思います。今回の出展者の中でも、ただブースを出しているだけ等になっているところもあると思いますが、このようなチャンスを積極的に活かして、新しい商品などで地域活性を行ってほしいです。
スーパーマーケットで取扱のできる商品が少なかった。むしろ、出展者が販路を限定しているような印象があったのが少々残念。
加工商品は現地の材料だけを使用したものであるのか。安全食品であれば品質書を付けるべき。
各ブースにゴミ袋が欲しい、割り箸はもったいない。三遠南信よりも静岡県というくくりの方がまだじっくりくる。信州だったら、もっとフルーツ関連商品を見たい
生産者と情報交換する事は商品の知識を高める上で重要であったが、営業の話術に能力が必要。もっと積極的に自信をもってセールストークをしっかりと行っていただければ、足も止まる
次回も楽しみにしています。

（ 7 ）商品評価会の総括と課題

今回の商品評価会は、参加した出展者と事業者双方から一定の評価を得た。

出展者からは、商品評価会の効果、開催場所などについて、事前の印象よりも参加した後の評価が高く、満足のいく結果が得られたことをうかがわせている。

また、バイヤー側からも今回の評価会の効果は高く評価されており、出展者との間での商談も多くなされ、次回の同様な機会への参加意欲も強くみられた。

また、出展者とバイヤー双方に共通してみられるのは、「地域のストーリー性（産地情報・開発エピソードなど）」の重要性についての認識である。三遠南信のストーリーを背景にした商品戦略が重要であると言える。流通小売チャンネルにおいては、「三遠南信地域」という認識は今のところない。したがって今後は三遠南信ブランドの構築を視野にいれた、商品開発の検討も必要となってくる。

この地域でバイヤーが求める商品は、強い地域性を持った商品であり、広範囲なエリアでの流通がない限定地域で流通する商品である。

4 - 2 . 社会実験

(1) 実施概要

- 1) 実施日 平成22年3月20日(土)・21日(日) 9:00~19:00
- 2) 実施場所 ジャスコ豊橋南店(愛知県豊橋市野依町字落合1-12)
- 3) タイトル 「三遠南信『塩の道』物産展 ええじゃないか市」
- 4) 商品提供事業者 42社 99品目

そのうち未利用資源の公募結果の中から、社会実験出品に結びついたものが4品目ある。

- ・大須賀町商工会 :よこすかしろ よこすかラム
- ・三河猪家:猪肉
- ・伊藤海苔店:のり仲間(味のり)

5) 体験コーナー参加事業者 3社

	体験メニュー	体験指導
東三河	豊橋筆づくり	豊橋筆伝統工芸士会
遠州	森の武家凧づくり	北川 鼎氏
南信州	飯田水引づくり	(有)関島水引

(2) 商品及び商品出品事業者選定基準

- 1) 地域資源データから抽出した181の加工品や郷土料理などに、三遠南信地域ブランド研究会専門委員の推薦や地域推薦の商品を加えた212品目の中から、下記の基準により選出した。

最近販売を開始した商品

広く流通していない商品(小地域で循環している商品)

地域内の希少な素材、及びそれらを使用した商品

商品にストーリー性(こだわり・開発背景等)を持っているもの

素材はメジャーなものだが、加工品としては広くは流通していない商品

保存性の高い商品であること(一次産品は原則として対象外とした)

2) 出品に関する条件

原則として販売価格の70%で買い取りを了承していただいた事業者

社会実験当日に商品の販売が可能なこと(一定量の供給ができること)

以上を基準として出品事業者を選定し、出品事業者の意思を確認した上で決定した。



< 出品商品候補リスト >

出品商品は、原則的に一次産品を対象外とし、保存性の高い商品を選んだ。

基準点が3点以上の商品について出品を依頼し、了承が得られた事業者の商品を出品した。

	前提条件			社会実験に選ぶ基準							出品事業者が参加した条件に了承	
	食品であること	アルコールが含まれないこと	会場での調理をしないこと	地元の人の推薦	最近販売を開始した商品	広く流れている(小循環商品)	流通地域が広い(小循環商品)	地域内での流通	素材が流通している品	メーダ工場で加工して流通している品		商品に「背」の付いたもの
条件に該当する商品数	206	185	210	78	8	189	60	58	99		99	
蒲郡みかんわいん											1	
三河の綿スフ織物											1	
三河木綿											1	
三河のロープ・網											0	
奥三河 鳳来茶											1	
奥三河 鳳来特産 梅づけ・梅ジャム、梅みそ											1	
奥三河 鳳来特産 梅うどん											4	
耳かき一刀彫り											1	
とまテル(リキュール)											2	
めろんハート(リキュール)											2	
あさりせんべい											0	
ちりめんせんべい											1	
にんじん芋ようかん											1	
五平餅(設楽町)											1	
どうもろこし											1	
トマトジュース											1	
東栄チキン											1	
渥美あさりの押し寿司											1	
渥美たくあん											1	
ブルーベリージャム											1	
栃もち(豊根町)											1	
ブルーベリー酒											1	
トマトケチャップ											1	
遠州灘シラス											1	
混ぜ海苔											1	
三方原男爵いもポテトチップス											1	
三方原コロック											1	
宮口小梅											1	
鮎のしぶうるか(菓子)											1	
鮎の子うるか(菓子)											1	
天竜杉のはし											1	
地酒あきはみち											1	
出世城(酒)											1	
日本酒三種類 山・田・錦											1	
花の舞 限定純米大吟醸											1	
源馬の塩辛											1	
浜名湖産うなぎ限定 勝美のうなぎ焼きおにぎり											1	
しそ巻											1	
入妻の佃煮											1	
みかん蜂蜜											1	
浜納豆											1	
茶そば											1	
うなぎパイ											0	
遠州灘天然とらふぐクッキー											0	
治一郎のパウムクーヘン											0	
小豆餅											4	
手焼出世「大風干」											0	
遠州風お好み焼きソース											0	
はままつ地ビール工房マインシュロス(地ビール)											0	
いわた茶											1	
ごろ柿											1	
うなぎぼく飯											1	
しらす干し											0	
宿場町のお菓子											1	
ヨコスカラム～甘蔗の酒～											1	
落花生											1	
芋切干											1	
地酒(開運)											1	
お茶											0	
しろした菓子											1	
海と風(焼酎)											1	
クラウンメロンケーキ											1	
芋焼酎「幸浦」											1	
まるごと豆富											4	
どんどこ米粉											4	
あさば一万石(酒)											1	
森の茶											0	
治郎柿ワイン											1	

	前提条件			社会実験に選ぶ基準					基準点	出品事業者が参加条件に了承					
	食品であること	アルコールが含まれないこと	会場での調理ともの	地元の人への推薦	最近販売を開始した商品	広い商圏(小循環品)	流通地帯(小循環品)	通な品(地域限定品)			内な及らし(地域限定品)	素材が流通品	メな加工しては商	商ト性わ発等持	品一(り・背)つもの
紅茶(うまいんだに)														1	
山肉(シカ、イノシシ、クマ)														1	
信州大そば														1	
芋焼酎														1	
高野豆腐														0	
漬物(源助かぶ菜・竜峡小梅・野沢菜)														0	
喜久水(酒)														1	
凍豆腐														0	
納豆														0	
ねぎだれ														4	
市田ヨーグルト														1	
発芽玄米パン														1	
コーンスープ														1	
ネバ杉														1	
みるく工房 遊牧館(ヨーグルトなど)														0	
干し柿														0	
中井侍銘茶														0	
ゆず果汁														1	
ゆずチョコレート														1	
やすおかプリン														1	
飲む酢(りんご)														3	
飲む酢(柿)														3	
こんにゃく														0	
新九郎(焼酎)														1	
ごまをつかったお菓子・パン(駒ヶ根市)														1	
アロエ不夜城 手延べ種														3	
アロエ不夜城 ティーパック														3	
アロエワイン 不夜城														3	
子メロンの漬物(みりん粕漬)														3	
生の子メロン														3	
子メロン入きんざんじ														3	
三ヶ日みかんごはん稲荷寿司バージョン														4	
三ヶ日牛ごころコロック														4	
三ヶ日みかんシャーベット														3	
がんこうまい いら辛味噌														3	
かぼちゃまんじゅう														3	
とろけるみそまん														3	
あおしまくん(三ヶ日みかん瓶詰め)														3	
青島みかんゼリー														3	
青島みかんジュース(280g缶)														3	
みかん果汁入り焼肉のたれ														3	
えびすがお(菓子)														6	
すっぱんサブレ(菓子)														5	
はまなこフリアン(浜名湖からのおくりもの(菓子))														6	
みそまん(大和屋)														4	
みそまん(近江屋製菓)														4	
浜名湖青のりどら焼														5	
浜名湖青のり通行手形(菓子)														5	
浜名のりっ湖(菓子)														5	
猪ウインナー														4	
猪ジャーキー														4	
猪ハム														4	
さしみこんにゃくスライス2色														4	
厚切り板こんにゃく														4	
きんぴらこんにゃく														4	
金山寺みそ(大)														4	
金山寺みそ(小)														4	
ミニ五平餅(大)														4	
ミニ五平餅(小)														4	
天狗米(ミネアサヒ)														4	
鳳来生うどん														4	
べらべら餅														4	
名古屋コーチン自然卵(6個)														4	
名古屋コーチン自然卵(10個)														4	
名古屋コーチン手作りプリン														4	
梅そーめん														4	
生梅あめ														4	
乾燥トマト(大)														4	
乾燥トマト(小)														4	
やっとかめ(お茶)														3	
和紅茶 ほんのりちゃ														3	
ふーろん茶														3	

	前提条件			社会実験に選ぶ基準						基準点	出品事業参加者が条件に了承				
	食品であること	アルコールが含まれないこと	会場での調理を必要としないこと	地元の人への推薦	最近販売を開始した商品	売れやすい(小循環商品)	流通地域が広い(地元商社・小規模流通品)	通な品域(地産地消品)	域内普及品(地産地消品)			の素びをたない(アレルギー等)	メな加工品(加工品)	はーの加しにくい(加工品)	材ヤ、と広通な品
紫黒米(うるち米 おくのむらさき)														3	
紫黒米(もち米 みねのむらさき)														3	
虹ます甘露煮														3	
あゆ甘露煮														3	
あまご甘露煮														3	
とろろの夢														3	
焼のり キズの言い分														4	
味付のり のり仲間														4	
つまみ海苔セット														4	
トマトケチャップ マイルド														3	
トマトケチャップ スパイシー														3	
トマトジュース(飲むとまと)														3	
とまとせんべい														3	
ゆべし 柚っ子														3	
天龍村の味みそ(柚子)														3	
天龍村の味みそ(くるみ)														3	
天龍村の味みそ(えごま)														3	
天龍村の味みそ(露のとう)														3	
天龍村の味みそ(山椒)														3	
しめじごはんの素														3	
しめじ甘露煮														3	
しめじピリ辛														3	
馬肉カレー														4	
信州牛肉みそ														4	
馬肉みそ														4	
天日干し竜峡小梅														5	
うめみそドレッシング														4	
ごまみそドレッシング														4	
キクイモ漬(たまり)														3	
キクイモ漬(しそ)														3	
信州みそ(二年)														4	
信州糴みそ														4	
ししなべ														3	
伊那谷の屋台獅子(菓子)														3	
天竜若鮎(菓子)														3	
五平餅(飯田)														3	
駒ヶ岳山麓産 黒ごま														3	
駒ヶ根名物ソースかつ丼 旨味ソース														3	
ごぼとん丼														3	
紅玉ジャム														3	
ラ・フランスジャム														3	
よこすかしろ														4	
えごまドレッシング														4	
菊芋めん														5	
菊芋粕漬														4	
浜名湖のりつくだ煮 プレーン														3	
浜名湖のりつくだ煮 舞阪しらす入り														3	
浜名湖のりつくだ煮 北遠しいたけ入り														3	
浜名湖のりピン														2	
香り巻														2	
遠州風お好み焼ソース														2	
勝美のうなぎ焼きおにぎり														2	
人妻の佃煮														2	
キーマカレー														2	
鹽田特産「アローマメロン」														2	
梅えーら(梅酒)														2	
しらすサブレ														2	
お茶カレー														2	
いもの花(いも切干し)														3	
緑茶入りクリームどら焼き														2	
板もち														2	
手折り銘菓そば														2	
うなぎまがし														2	
いかの塩辛														2	
青じそ寄せ豆腐														3	
しそ丸ごと餃子														3	
コンティキの青じそベーコン														3	
わおんのお米しそチーズ														3	
青じそうどん														3	
それぞれうめしそ豆(豆ちくわ)														3	
漬物各種(桜洲加工組合)														3	
漬物各種(下田さんざ漬物クラブ)														3	

(3) 社会実験の周知ポスター・チラシ

社会実験を広く周知するため、ポスターおよびチラシを作成した。

チラシ : 8,000枚 設置場所: 市町村窓口、商工会・商工会議所窓口ほか
 ポスター : 400枚 掲示場所: 市町村窓口、商工会・商工会議所窓口ほか



チラシ(表面)



チラシ(裏面)

(4) 社会実験実施結果概要

1) 特産品の試食・販売

来場者総数は4,103人を数え、うち10.4%にあたる426人が商品を購入した。

ジャスコ豊橋南店は、土曜日・日曜日には1日20,000人ほどの来店があるが、その1割を超える4,100人が来場し、多くの方の目に触れたことから、「圏域内への周知と情報共有を図る」という今回の社会実験の目的の一つは達成できた。

来場者の反応の良い商品と、そうでない商品がみられるが、その差異を分析すると、以下のようなことがいえる。

来場者の反応の良い商品の特徴

- ・中身が見えるパッケージのもの(漬物、佃煮など)
- ・すぐに食べられるもの(菓子類)
- ・ストーリー性によるもの(POPで商品開発の経緯などを伝えた商品)

逆に、来場者の反応があまり良くなかった商品に共通する特徴として、以下の諸点が挙げられる。

- ・中身が見えない商品
- ・贈答品のようにパッケージに入り、親近感が沸きにくい環境にあること
- ・菊芋は、昨年来の健康ブームを反映して人気商品と捉えていたが、菊芋自体の知名度が未だ低いため、健康に良いという理由だけでは好反応は得られなかった。

社会実験の実績（来場者、購入者、売上金額、アンケート回収）

	来場者数	購入者数	売上金額	アンケート回収数
3月20日(土)	2,152人	175人	199,052円	84
3月21日(日)	1,951人	251人	312,626円	144
計	4,103人	426人	511,678円	228

アンケートの対象者は購入者（426人）、アンケート回収率は53.5%

出品商品と仕入・販売個数

出品商品	最終仕入数	販売個数	出品商品	最終仕入数	販売個数
アロエ不夜城 手延べ麺	50	46	あゆ甘露煮	20	9
アロエ不夜城 ティーパック	20	6	あまご甘露煮	20	11
子メロン漬(みりん粕漬)	20	20	とろろの夢	20	19
生の子メロン	20	20	焼のり キズの言い分	20	18
きんざんじ	20	13	味付のり のり仲間	120	30
三ヶ日みかんごはん稲荷寿司ver.	40	36	つまみ海苔セット	120	28
三ヶ日牛ごろごろコロッケ	40	37	トマトケチャップマイルド	10	7
まるごと豆腐	20	20	トマトケチャップスパイシー	10	8
がんこうまい にら辛味噌	20	8	トマトジュース(飲むとまと)	20	20
小豆餅	20	13	とまとせんべい	25	21
かぼちゃまんじゅう	20	14	ゆべし 柚っ子	20	16
とろけるみそまん	20	14	天龍村の味みそ(柚子)	7	7
あおしまくん	20	17	天龍村の味みそ(くるみ)	6	6
青島みかんゼリー	120	108	天龍村の味みそ(えごま)	3	3
青島みかんジュース(280g缶)	248	244	天龍村の味みそ(露のとう)	5	5
みかん果汁入り焼肉のたれ	10	9	天龍村の味みそ(山椒)	4	4
えびすがお	30	4	しめじごはんの素	20	19
ずっぱんサブレ	60	37	しめじ甘露煮	20	11
はまなこフリアン 浜名湖からのおくりもの	30	14	しめじピリ辛	20	18
みそまん(大和屋)	230	194	馬肉カレー	20	17
浜名湖青のりどら焼	30	15	信州牛肉みそ	10	10
浜名湖青のり通行手形	35	17	馬肉みそ	10	9
浜名のりっ湖	30	12	天日干し竜峡小梅	12	8
イノシシウインナー	5	5	ねぎだれ	10	10
イノシシジャーキー	5	5	うめみそドレッシング	10	10
イノシシハム	5	5	ごまみそドレッシング	10	10
さしみこんにゃくスライス2色	20	15	キクイモ漬(たまり)	20	8
厚切り板こんにゃく	20	14	キクイモ漬(しそ)	20	11
きんぴらこんにゃく	20	4	信州みそ(二年)	10	10
金山寺みそ(小)	20	10	信州糀みそ	10	10
金山寺みそ(大)	20	16	ししなべ	19	19
大吉五平餅(小)	20	7	飲む酢(りんご)	20	16
大吉五平餅(大)	20	11	飲む酢(かき)	20	15
天狗米(ミネアサヒ)	10	10	伊那谷の屋台獅子	60	54
鳳来生うどん	15	15	天竜若鮎	100	74
べらべら餅	15	15	五平餅	20	20
名古屋コーチン自然卵(6個)	15	15	駒ヶ岳山麓産 黒ごま	10	10
名古屋コーチン自然卵(10個)	15	15	駒ヶ根名物ソースかつ井 旨味ソース	10	10
名古屋コーチン手作りプリン	40	40	ごぼとん丼	10	5
梅うどん	20	7	紅玉ジャム	10	10
梅そーめん	20	10	ラ・フランスジャム	10	10
生梅あめ	20	20	よこすかしる	20	3
乾燥トマト(小)	30	30	えごまドレッシング	12	7
乾燥トマト(大)	30	28	菊芋めん	10	3
やっとかめ	20	4	菊芋粕漬	20	6
和紅茶 ほんのりちゃ	20	6	浜名湖のりつくだ煮 プレーン	10	8
ふーろん茶	20	8	浜名湖のりつくだ煮 舞阪しらす入り	10	8
紫黒米(うるち米 おくのむらさき)	10	10	浜名湖のりつくだ煮 北遠しいたけ入り	10	8
紫黒米(もち米 みねのむらさき)	10	10	みそまん(近江屋製菓)	250	215
虹ます甘露煮	20	7			

2) 地域情報コーナー

社会実験の物産展会場の一部に、「地域情報コーナー」を設置した。物産展コーナーに立ち寄る前に、地域情報コーナーに立ち止まって地域情報のパンフレット等を手にする来場者も多くみられ、三遠南信の地域情報への関心度の高さがうかがえた。



3) 体験コーナー

今回の事業の中で実施したweb調査で、認知度や購入率の低かった「伝統工芸」について、それぞれの地域から一つずつ選び、体験コーナーとして実施した。

2日間における体験参加者とアンケート回答者は以下のとおりである。

体験メニュー	受講者数	アンケート回収数
水引づくり	5人	4
豊橋筆づくり	12人	9
武家凧づくり	11人	9
計	28人	22



4) 「音声ガイド機器」体験コーナー

今回の社会実験に出品する生産者や開発事業者の生の声が、消費意欲にどのような影響を及ぼすかについて実験を行った。来場者に対して音声ガイド機器の説明し、実際に音声ガイド機器を使い、生産者の苦労話や、地域資源を支える地元の話の話を聞かせ、111サンプルのアンケートを回収した。音声によるガイドを聞く前に比べて、聞いた後の方が特産品に対する購入意欲が増大するという結果が明らかになった。



三遠南信「こだわりの味と技

99種の商品並び伝統工芸体験も

ええか市
ええか市
ええか市
ええか市

愛知・静岡・長野 国交省から委託されて
地域の発展を目指す三遠南信地域連携ビジョ
ン推進会議(略称SE
NA、会長・鈴木康友
浜松市長)は20日、シ
ヤスコ豊橋南店で、地
域特産物の実演販売イ
ベント「三遠南信ええ
じゃないか市」を始め
た。21日も開かれ、地
域の珍しい食材や隠れ
たヒット商品、伝統工
芸などPRする。
SENAが今年度、
国交省から委託され
て取り組む「県境を越え
た広域的な地域産地消
の形成プロジェクト」
の一環で、販路拡大に
関する社会実験という
位置付け。昨年度は経
産省の委託により、浜
松と東京でも同市を開
いており、商品価値や
消費者ニーズなどを調
べてきた。
3回目となるこの日
の市では、いのししウ
インナーソーセージ、
乾燥トマト、紫黒米(東
三河)▽手延べアロエ
めん、三ヶ日みかんご
はん稲荷ずし、子メロ
ン漬(遠州)▽リン
ゴの里信州牛肉みそ、
しめじごはんの素、馬
肉カレー(南信州)な
ど99種の商品が並ん
だ。
このうち子メロン漬
けは、摘果されたマス
クメロンの小さな実を
有効活用したもので、
サラタにも使ったりで
きる。三ヶ日みかんご
はん稲荷ずしは、みか
ん汁を使った香りのよ
い酢飯からつくり、独
特のヘルシーな香りが
人気。
朝から多くの買い物
客らが訪れ、すすめら
れた試食皿に次々手を
伸ばし、財布のひもを
ゆるませる姿が見られ
た。また観光スポット
など紹介するパンフレ
ットもたくさん並び、用意さ
れた封筒に、いっぱい
詰り込んで持ち帰るこ
とができる。地域の伝
統工芸を知ろうと、豊
橋筆づくり(東三河)、
森の武家たこづくり
(遠州)、飯田水引づ
くり(南信州)が体験
できるコーナーも設け



地域を代表する
「こだわり商品」
が並んだ、ええじ
やないか市―豊橋
市野依町のジャス
コ豊橋南店で
務局長は「もっと多く
の人たちに、三遠南信
について知ってもらい
たい」と話す。来年の
ええじゃないか市は、
南信地域で開く予定だ
という。(藤田彰彦)

三遠南信特産品
98品すらり販売
豊橋で物産展
三遠南信地域の特産
品を集めた「三遠南信
「塩の道」物産展―ええ
じゃないか市」が二
十日、二日間の日程で
豊橋市野依町のジャス
コ豊橋南店で始まっ
た。
同地域の広域的な地
産地消を目指した社会

実験の位置付けで、関
係市町村などをつくる
三遠南信地域連携ビジ
ョン推進会議(SENA)
の主催。九十八品
目の特産品が並んだ。
会場には南信州の馬
肉みそなど特色ある産
品がすらり。買い物客
が足を止め興味深そう
に手を伸ばしていた。
同地域の伝統工芸に触
れる体験コーナーもあ
り、にぎわっていた。

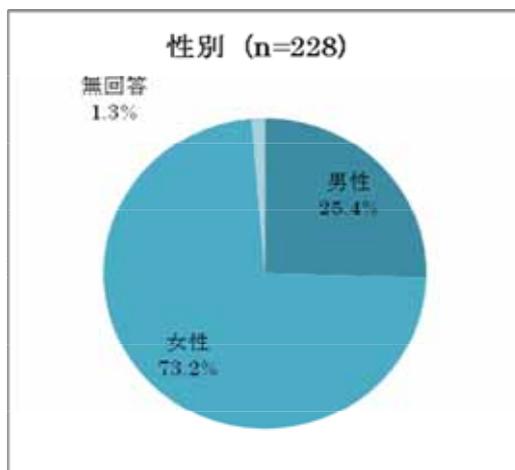
中日新聞(3月21日朝刊)

東愛知新聞(3月21日朝刊)

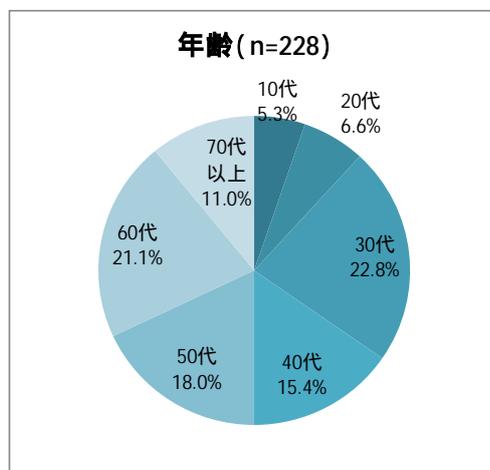
(6) 購入者アンケート調査結果

1) 回答者の属性

【性別】



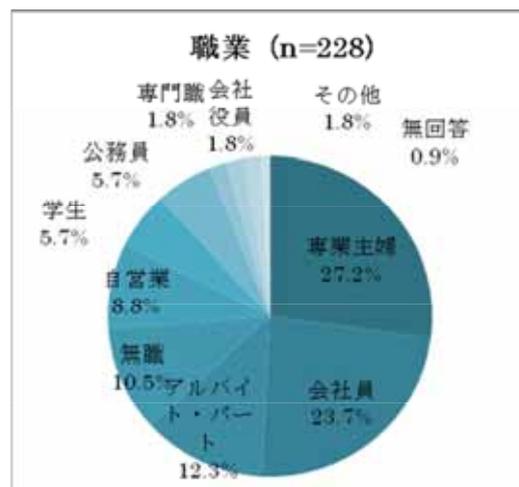
【年齢】



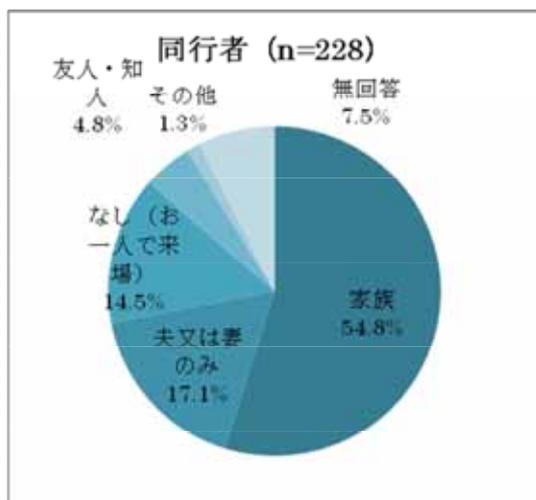
【居住地】

居住地	回答数	回答率
豊橋市	176	77.2%
田原市	17	7.5%
豊川市	10	4.4%
湖西市	9	3.9%
浜松市	6	2.6%
新城市	4	1.8%
掛川市	1	0.4%
新居町	1	0.4%
磐田市	1	0.4%
蒲郡市	1	0.4%
上記以外	2	0.9%
総計	228	100.0%

【職業】



【同行者】

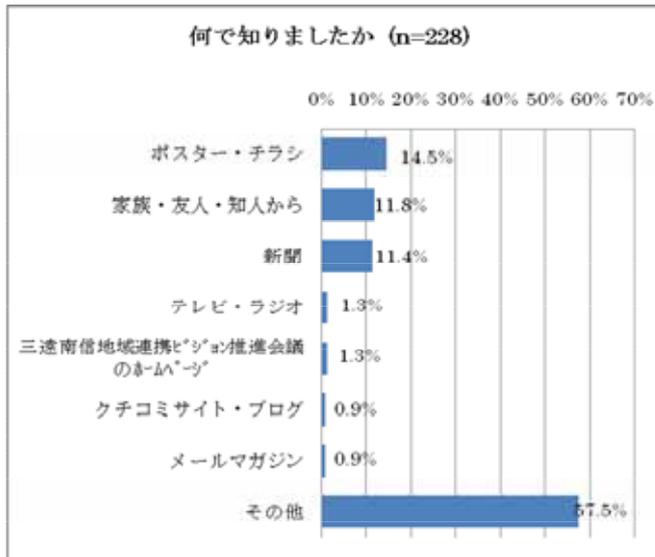


2) 集計結果

< 認知ルート >

社会実験の認知ルートでは、ジャスコ豊橋南店に来て初めて知った回答者が多い。事前を知っていた回答者の中では、「ポスター・チラシ」に次いで、「家族・友人・知人からの口コミ」が多くなっている。

問1. 三遠南信「塩の道」物産展～ええじゃないか市～をどのようにしてお知りになりましたか。



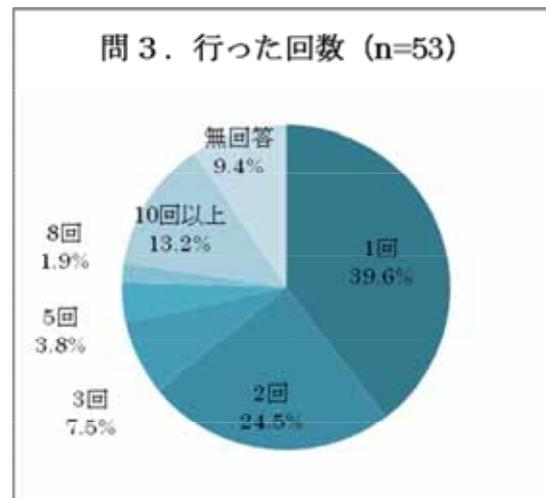
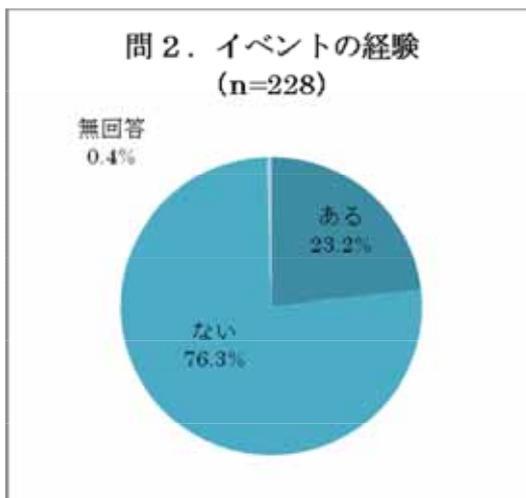
その他の回答	回答数
ジャスコに来て	100
豊橋市広報	5

< 参加経験 >

三遠南信地域の特産品販売イベントへの参加経験は23%ほどである。参加経験数では「1回」「2回」の順に多いが、「10回以上」の回答も13%ほどある。

問2. これまでに三遠南信地域の特産品が出品される特産品販売イベントに行ったことがありますか。

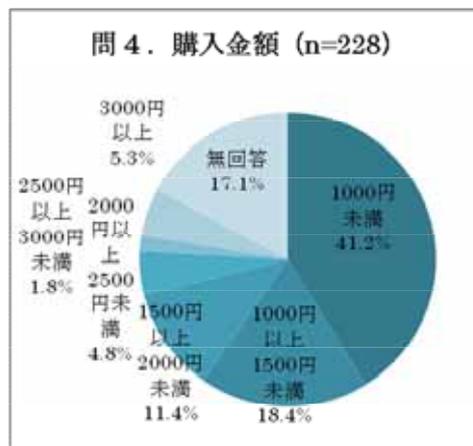
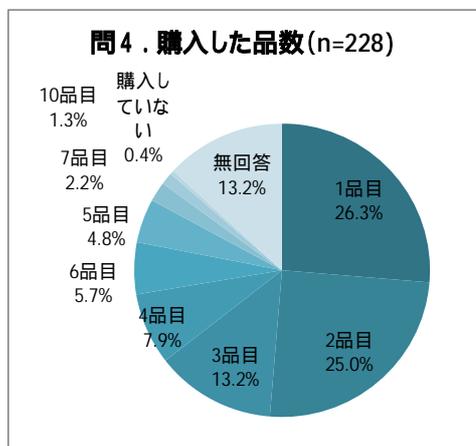
問3. 2で1.あるとご回答された方にお伺いいたします。何回行ったことがありますか。



< 購入品目と購入経験 >

購入品目は、「1品目」「2品目」がそれぞれ25%前後で多く、購入金額では「1,000円未満」が41%で最も多くなっている。

問4. 本日は何品目ご購入されましたか。また、ご購入いただきました合計金額についてご記入ください。

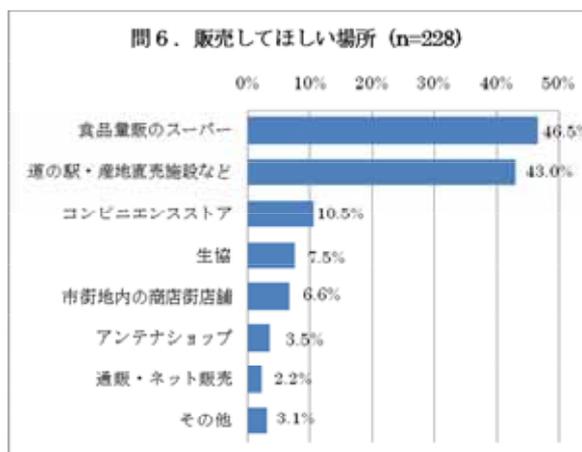
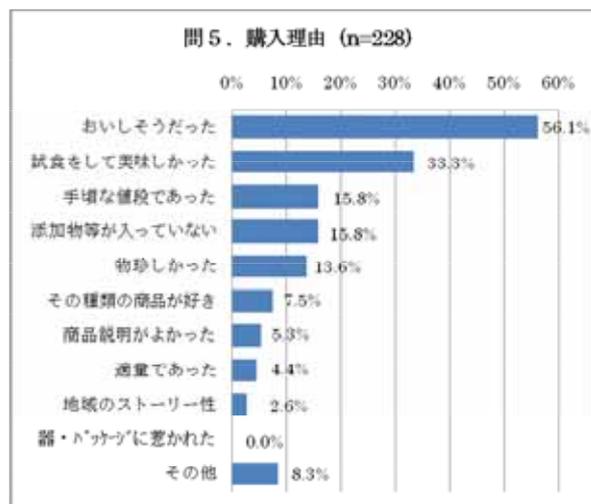


< 購入動機と販売場所 >

購入動機は「おいしそうだった」「試食をして美味しかった」など、味覚に関する内容のものが多く、パッケージや値段によって人気の違いがあったことを裏付けている。

問5. 特産品をご購入した理由は何ですか。(当てはまるもの全てにをつけてください。)

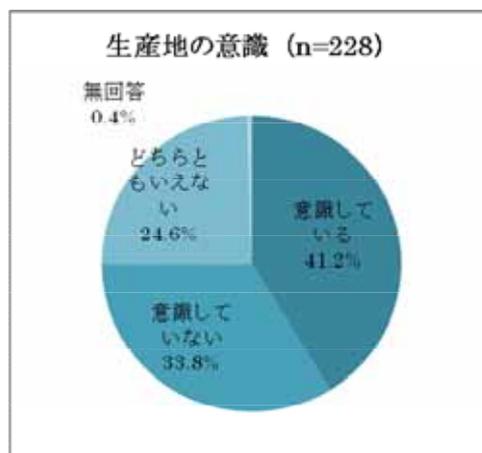
問6. 今回、購入された商品(三遠南信地域の特産品)をどのような店(場所)で販売してほしいですか。



< 生産地の意識 >

生産地について、「三遠南信かどうかを意識している」のは41%であり、多くの回答者が三遠南信地域の産品であるかどうかを意識していることがわかった。

問7. 普段、農水産品・加工品を購入する際に、生産地が三遠南信地域かどうかを意識されていますか。

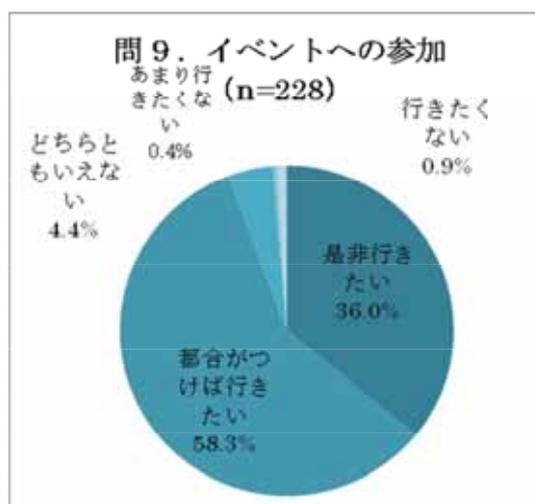
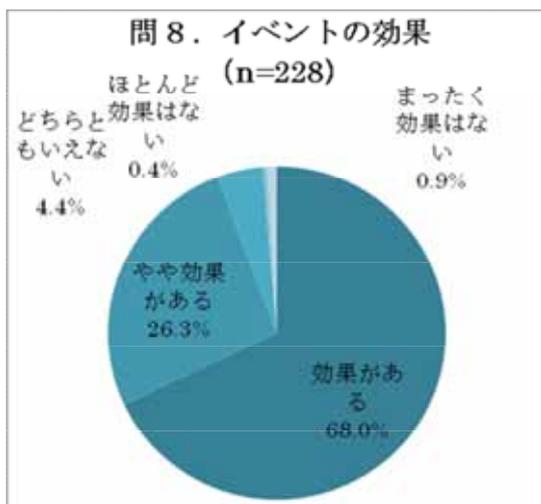


< 社会実験の効果 >

今回のような取組が、県境を超えて広域的な地産地消の流れを起こす上で効果的であると捉えた回答者は68%に上る。同種のイベントへの参加意欲も高い。

問8. 本日のような特産品の販売イベントは、三遠南信地域内で県境を越えて広域的に地産地消の流れをおこす取組みを促す上で効果的だと思いますか。

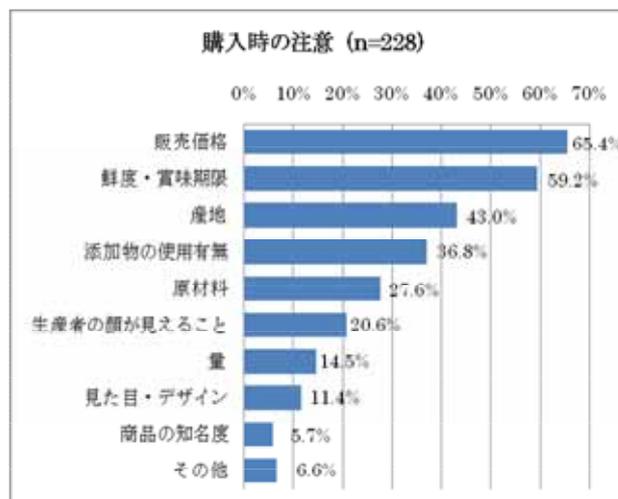
問9. 今後、三遠南信地域内の農水産物・加工品を紹介・販売するイベントが開催されたら、行きたいと思いますか。



< 購入時に注意すること >

購入の際に「産地を気にする」割合は43%で、「販売価格」「賞味期限」について3番目に多い。

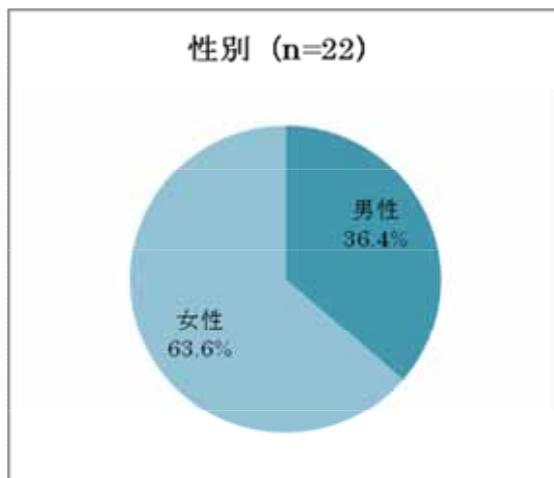
問10. 購入の際に注意することは何ですか。(当てはまるもの全てに をつけてください。)



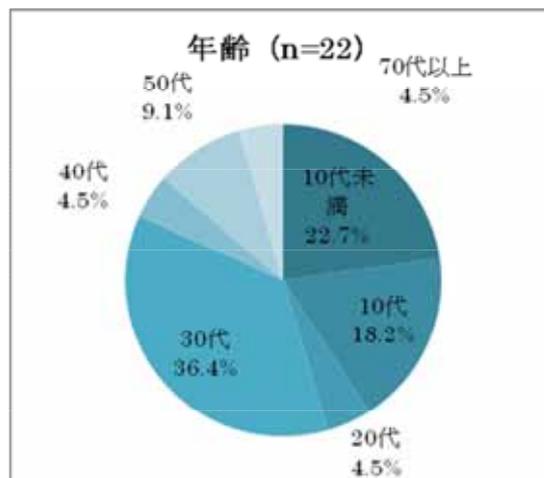
(7) 体験プログラム参加者アンケート調査結果

1) 回答者の属性

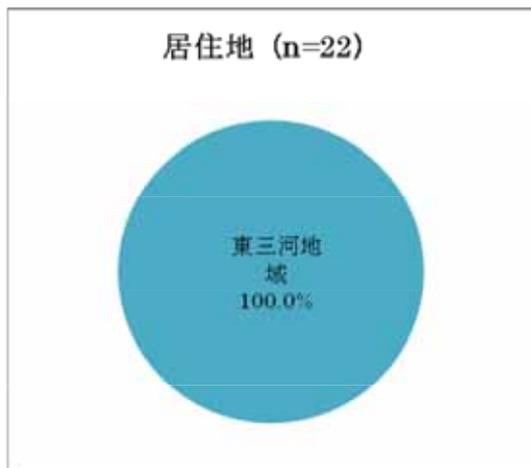
【性別】



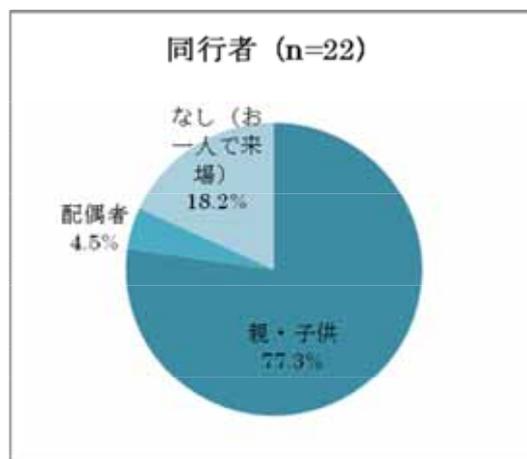
【年齢】



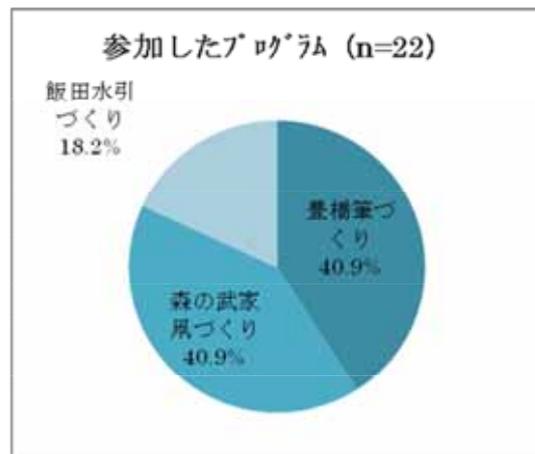
【居住地】



【同行者】



【本日参加された体験プログラム名】



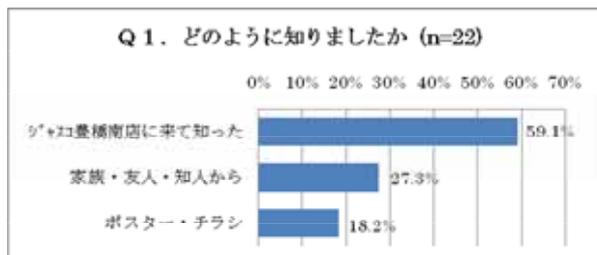
2) 集計結果

認知ルートでは、当日知った人が最も多いが、「家族・友人・知人の口コミ」の効果も大きい。また参加の理由では「伝統工芸に興味があった」が最も多く、「子どもに体験させてみたかった」を含め、伝統工芸との触れあうニーズがあることがうかがえる回答である。

また、参加者の満足度は非常に高く、全員が「次回も参加する」と答えている。

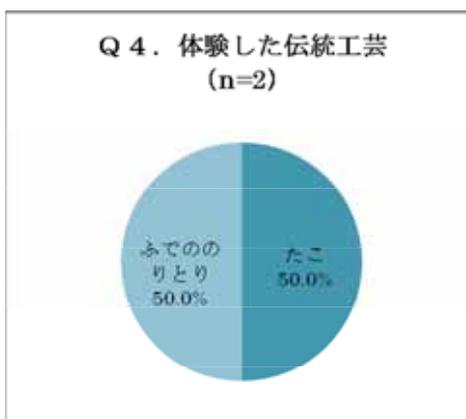
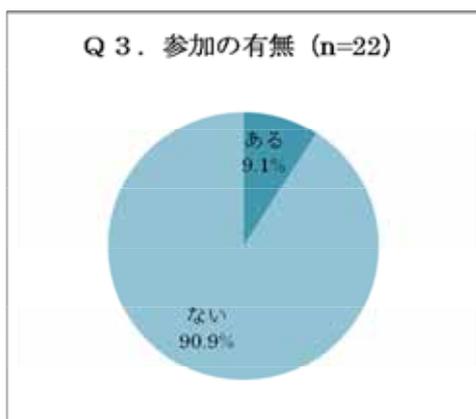
Q1. 本日の体験プログラムをどのようにしてお知りになりましたか。(複数回答)

Q2. なぜ体験プログラムにご参加されようと思われましたか。(複数回答)



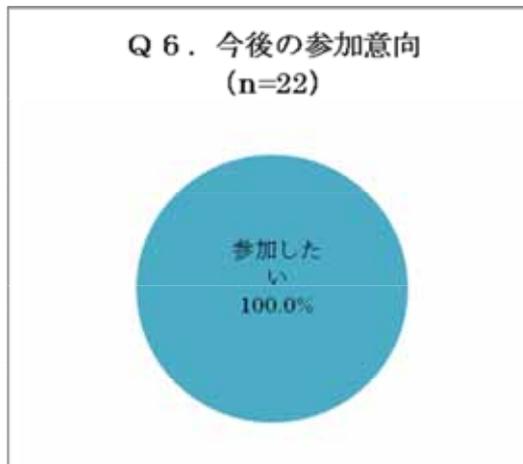
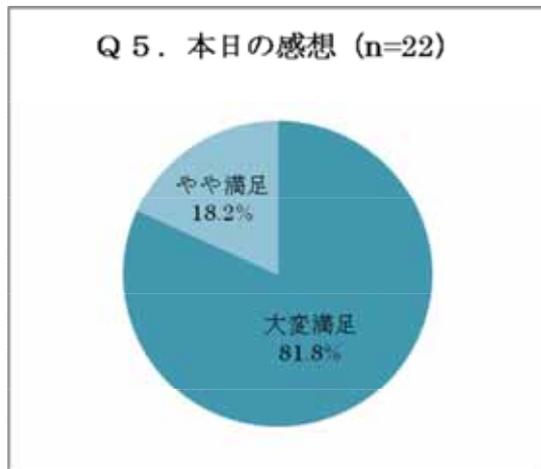
Q3. これまでに三遠南信地域の伝統工芸に関する体験プログラムに参加されたことはありますか。

Q4. Q3にて「1.ある」とご回答いただいた方にお伺いいたします。具体的に体験された伝統工芸をお答えください。



Q5. 本日の体験プログラムはいかがでしたか。

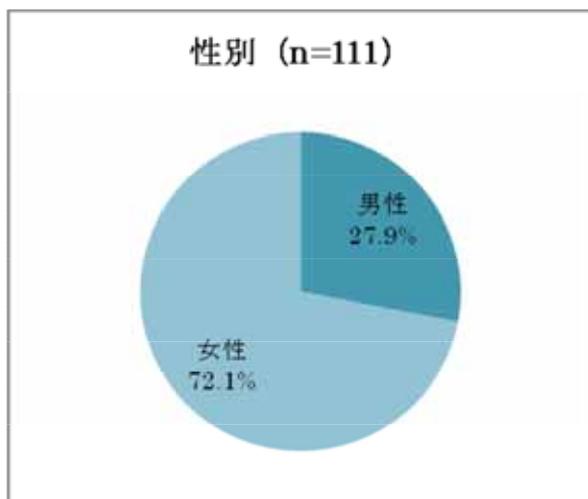
Q6. 今後も、本日のような三遠南信地域の伝統工芸体験プログラムに参加してみたいと思いますか。



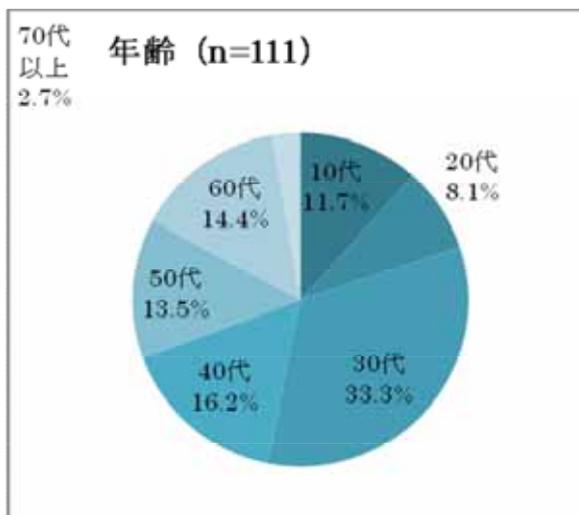
(8) 音声ガイド機器に関するアンケート調査結果

1) 回答者の属性

【性別】



【年齢】



【居住地】



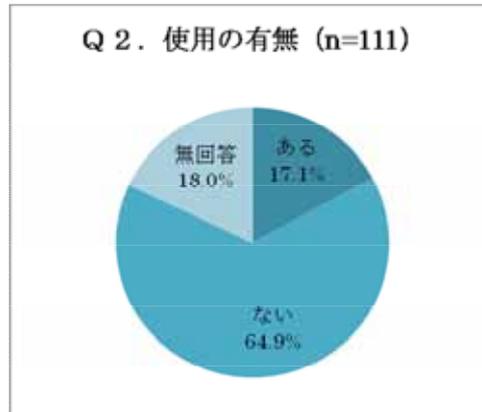
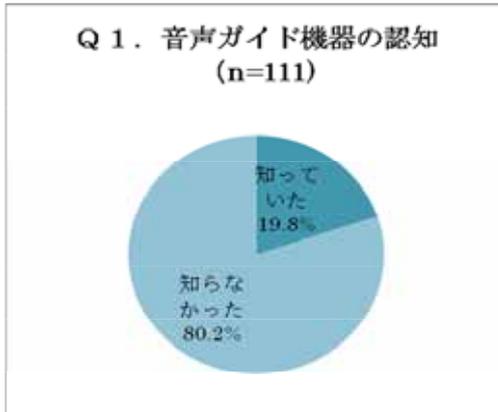
2) 集計結果

<音声ガイドの認知度及び使用について>

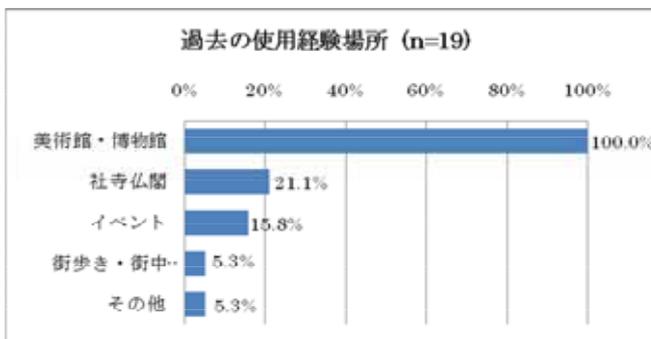
音声ガイドの認知度は約20%。使用経験は約17%である。また、これまでの使用経験では、参加者全員が「博物館・美術館」と答えている。

85%近くの回答者が、今後観光シーンで使ってみたいと答え、聞きたい内容は「観光スポットの解説」そして「地元の口コミ情報」の順に多い。

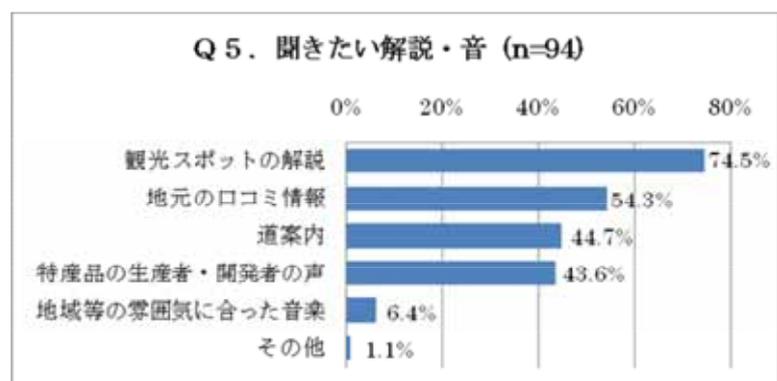
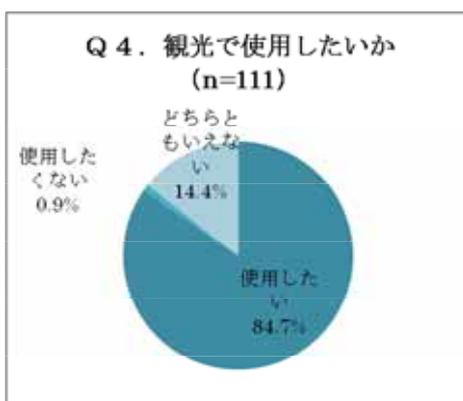
- Q1. 音声ガイド機器があることをご存知でしたか。
 Q2. これまでに音声ガイド機器を使用したことがありますか。



- Q3. Q2.にて「ある」をご回答した方にお伺いいたします。どちらで使用しましたか。
 (当てはまるものすべてに をつけてください。)



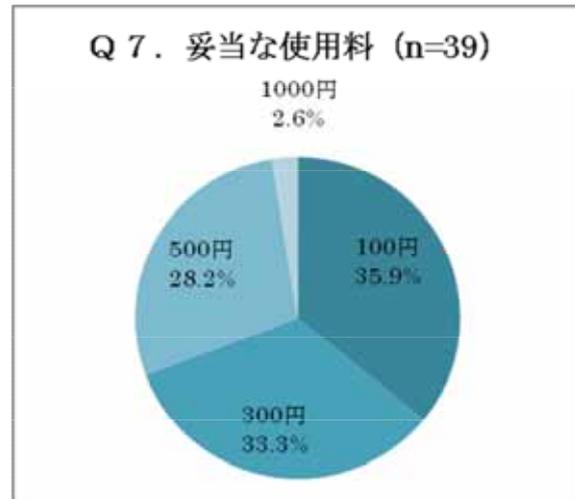
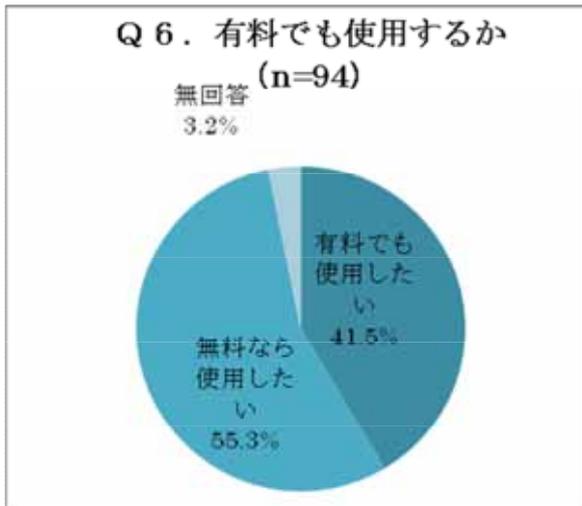
- Q4. 音声ガイド機器を観光でご使用になりたいと思いますか。
 Q5. Q4にて「使用したい」をご回答した方にお伺いいたします。音声ガイド機器でどのような解説・音を聞きたいですか(複数回答)



<音声ガイドの使用条件について>

音声ガイドの使用条件では、「有料でも使用したい」が約42%、利用金額の目安は「100円」、「300円」、「500円」の3つの回答がほぼ同じ程度である。

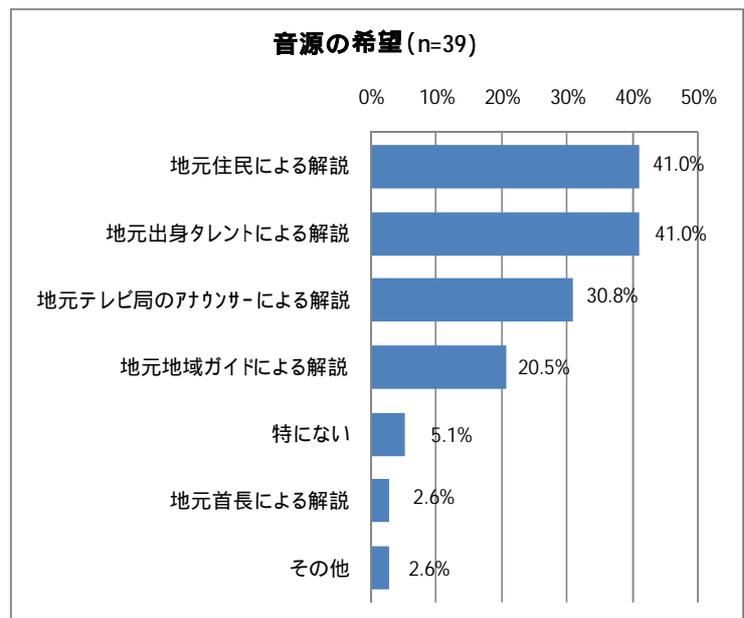
- Q6. Q4にて「使用したい」をご回答した方にお伺いいたします。音声ガイド機器を有料でも使用したいですか。
- Q7. Q6にて「有料でも利用したい」をご回答した方にお伺いいたします。音声ガイド機器の使用料は2時間でいくらくらいが妥当ですか。



<音声ガイドの仕様について>

音声による解説は、「地元住民」「地元出身のタレント」など、三遠南信にゆかりのある人物が望ましいと考えられている。口コミでの伝達にあたっては、身内感覚を感じられるつながりが求められる。

- Q8. Q6にて「有料でも使用したい」をご回答した方にお伺いいたします。音声ガイド機器の音源の希望はありますか。
(当てはまるものすべてに をつけてください。)



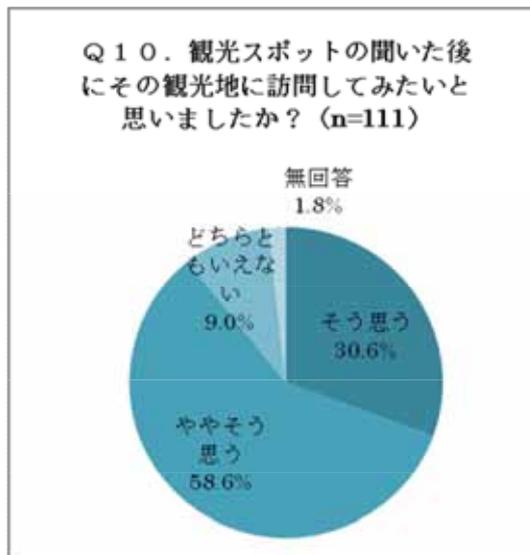
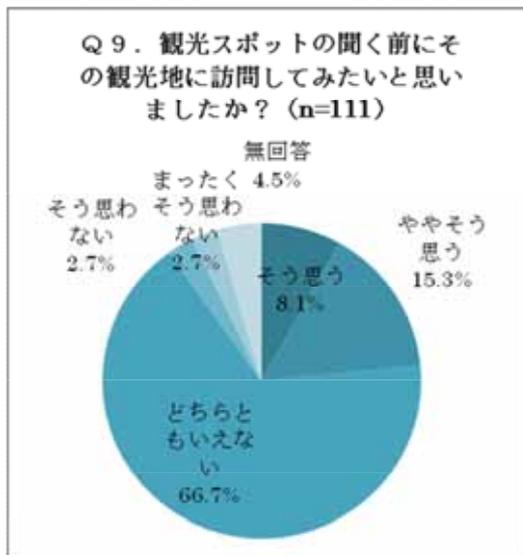
<音声ガイドの使用前と使用後の変化について>

音声ガイド機器を通じて聴覚からの情報を取り込むことにより、訪問意欲または購買意欲が増すことが明らかになった。

音声ガイドによる解説を聞く前と聞いた後の印象についてお伺いします。

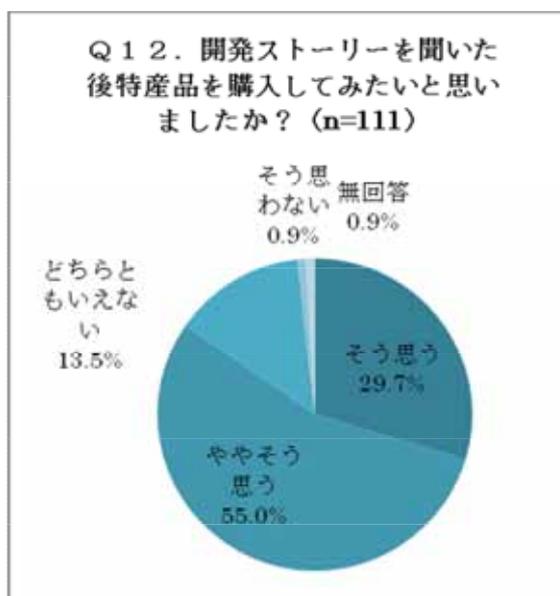
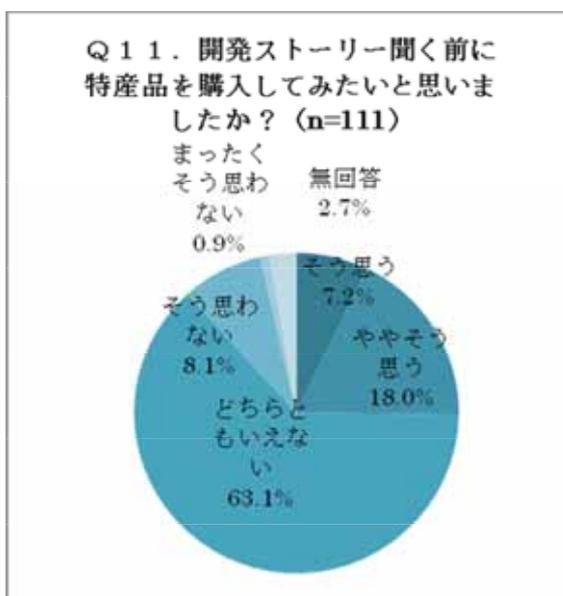
Q9. 音声ガイド機器による観光スポットの解説を聞く前に、当該観光スポットを訪問してみたいと思いましたが。

Q10. 音声ガイド機器による観光スポットの解説を聞いた後に、当該観光スポットを訪問してみたいと思いましたが。



Q11. 音声ガイド機器による特産品の開発ストーリー（解説）を聞く前に、当該の特産品を購入してみたいと思いましたが。

Q12. 音声ガイド機器による特産品の開発ストーリー（解説）を聞いた後で、該当の特産品を購入してみたいと思いましたが。



(9) 社会実験商品出品事業者のアンケート調査結果

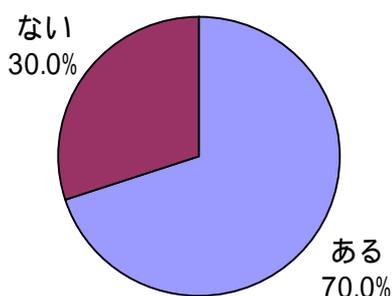
過去の特産品販売イベントへのご出品又はご提供についてお伺いいたします。

Q1. これまでに、貴社（貴団体）の商品を特産品販売イベントにご出品又はご提供された経験はありますか。

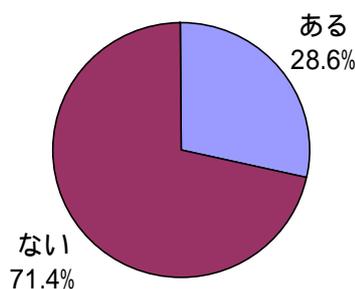
Q2. (Q1. あると回答された方にお伺いします。)

三遠南信地域の特産品のみを集めた特産品販売イベントにご出品又はご提供された経験はありますか。

過去の出品経験 (n=20)



三遠南信地域の特産品販売への出品経験 (n=14)



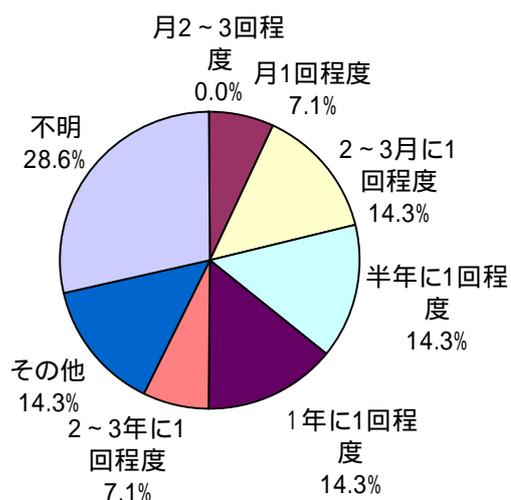
Q3. (Q1. あると回答された方にお伺いします。)

特産品販売イベントにご出品又はご提供される頻度はどのぐらいですか。

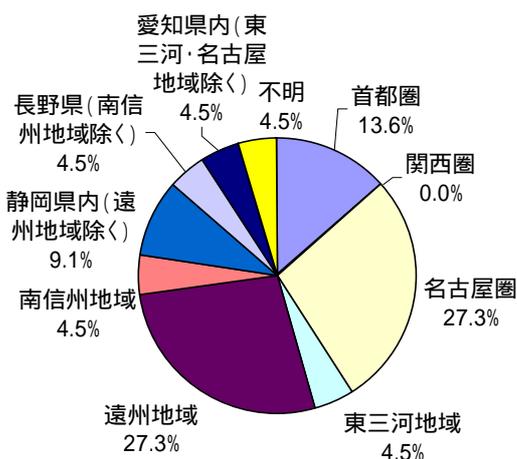
Q4. (Q1. あると回答された方にお伺いします。)

これまで、どのエリアの特産品販売イベントにご出品又はご提供をされた経験がありますか。(当てはまるもの全てをお答えください)

出品頻度 (n=14)

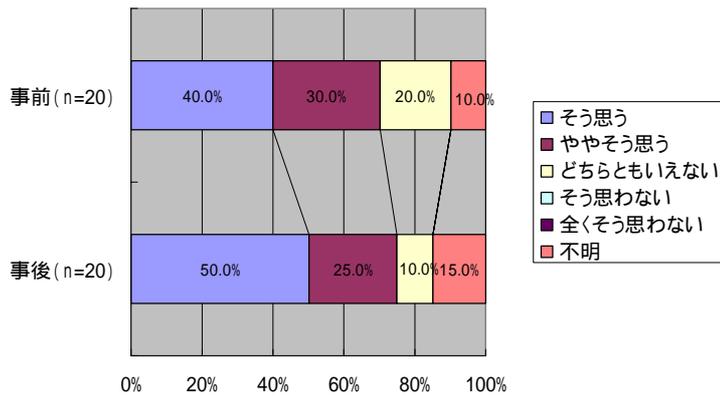


出品地域 (n=14)

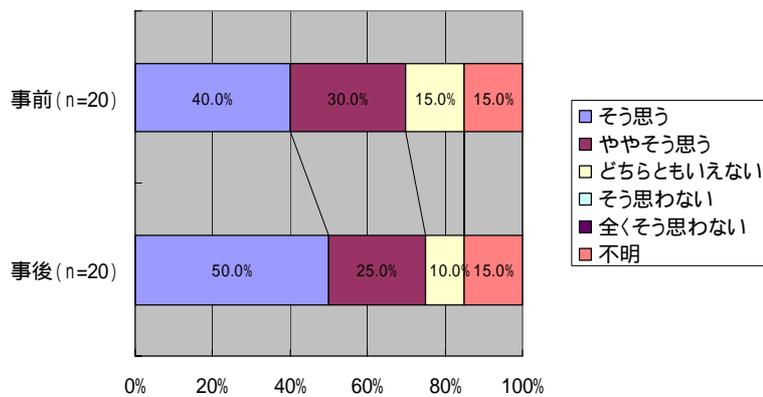


三遠南信地域の取組みについてQ5~Q14までの質問に対し、今回の社会実験へご出品又はご提供する前のお考えに近いもの(事前)と社会実験へご出品又はご提供された後のお考えに近いもの(事後)についてお伺いいたします。

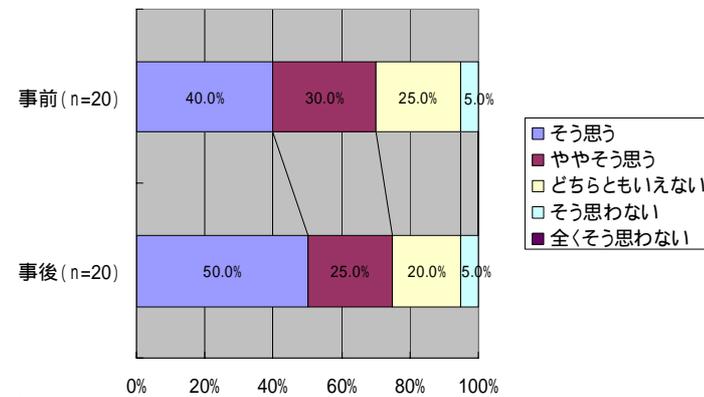
Q 5 . 社会実験（特産品販売イベント）は、三遠南信地域内で県境を越えて広域的に地産地消の流れを起す取り組みを推進する上で効果的であると思う。



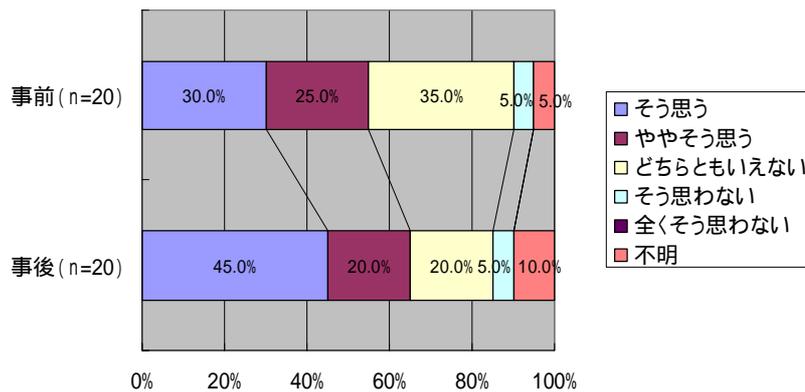
Q 6 . 社会実験（特産品販売イベント）で自社の商品を販売することは、消費者の開拓に繋がると思う。



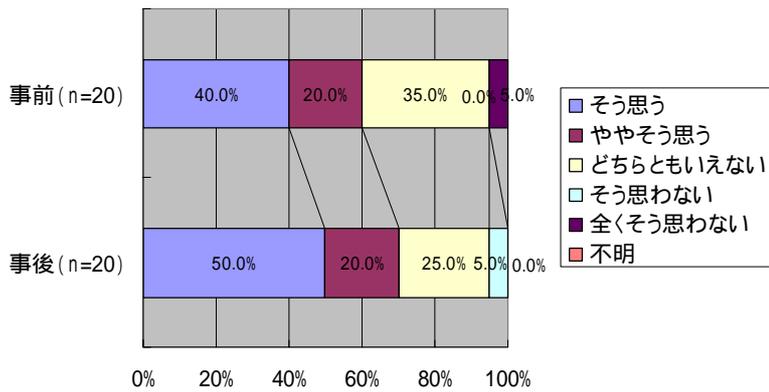
Q 7 . 三遠南信地域内の消費者の商品評価が、他の地域へ商品を売り出す上で重要だと思う。



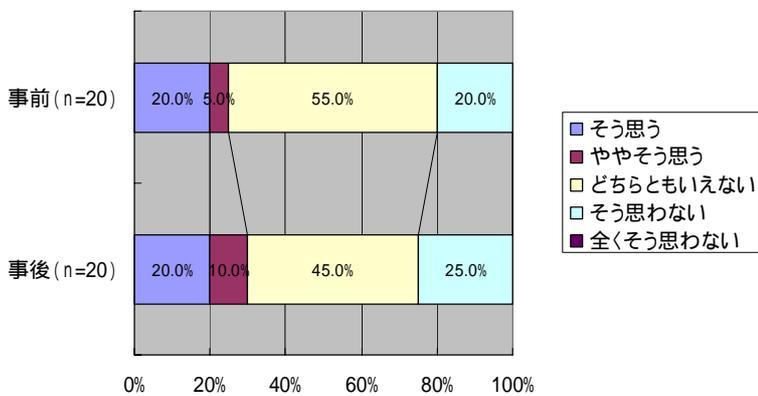
Q 8 . 三遠南信地域の社会実験（特産品販売イベント）を愛知県豊橋市で開催することは自社の商品を紹介する上で効果的であると思う。



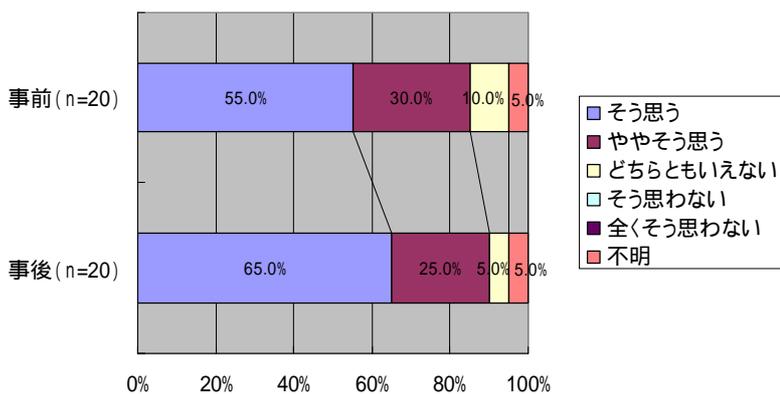
Q 9 . 三遠南信地域の社会実験（特産品販売イベント）の会場をジャスコのようなショッピングセンターで開催することは適切だと思う。



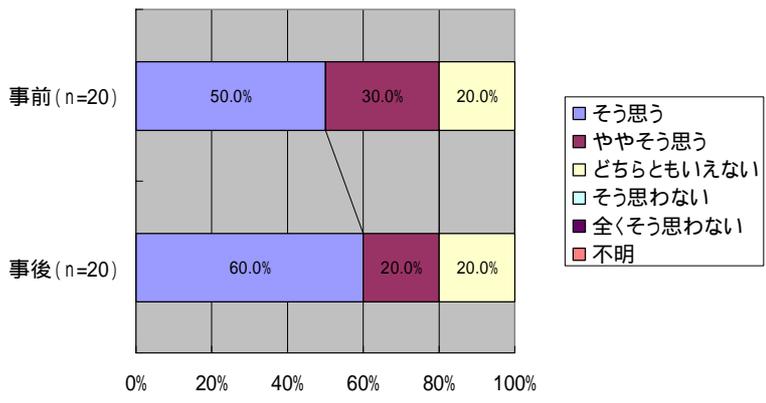
Q10 . 今回の社会実験（特産品販売イベント）を年1回開催する場合、開催時期として3月が適切だと思う。



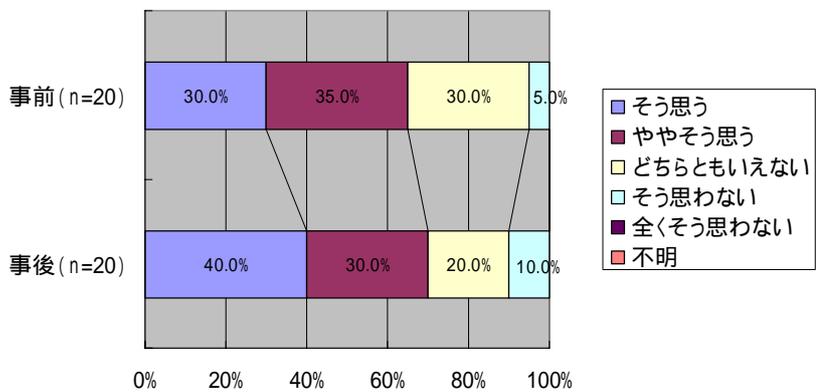
Q11 . 消費者に自社の商品を紹介するには、地域のストーリー性（産地情報・開発エピソードなど）が重要だと思う。



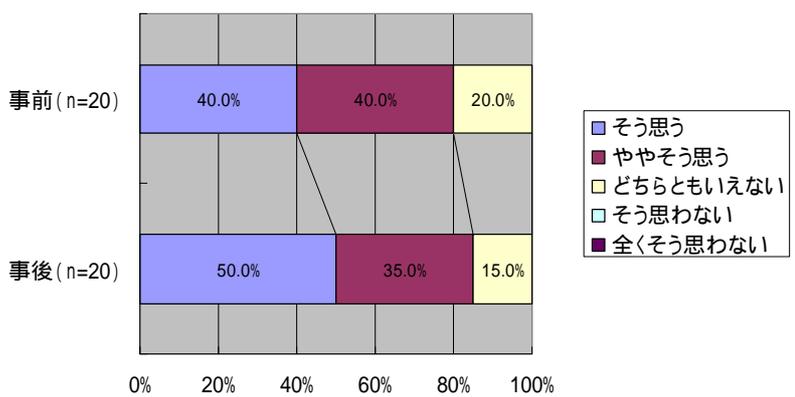
Q12. 三遠南信地域で実施する社会実験（特産品販売イベント）に自社の商品を積極的に出していきたいと思う。



Q13. 自社の商品は三遠南信地域を代表する地域資源になりうると思う。



Q14. 今回の社会実験（特産品販売イベント）以外にも三遠南信地域で取り組む事業には積極的に参加していきたい。



(1 0) 社会実験の総括と課題

今回は豊橋市郊外にある量販店「ジャスコ豊橋南店」で社会実験を行った。販売結果を見ると、単価千円前後の価格帯が売れ筋とみられる。単価の低い商品やまんじゅうなどのようにすぐに食べられる商品は売れ行きが良く、化粧箱に入った商品は売れ行きが悪かった。

販売シーンに合った品揃えが大切であり、販売シーンごとに客層とリンクした品揃えについて、常に研究が必要なところである。

今回の社会実験は、参加した出品事業者からも高い評価を得たが、今後の課題としては、物産展などの短期イベントのノウハウの蓄積、百貨店や大型スーパーとの連携の構築、アンテナショップなど常設店の開設の可能性を探ることなどがある。最近では、大型店でも空き店舗テナントスペースが目立っている。三遠南信地域の物産展を、大型店の空き店舗テナントスペースで実施することによって、相互にメリットのある展開がなされることが理想である。

地域のストーリー性（産地情報・開発エピソードなど）が、自社の販売商品にとって重要であると答えた出品者が多い。2日間程度の催事展開においては、地域の情報にある程度精通した地元販売員の確保が重要である。ストーリー性をもった販売を行うためには、それを語れる地元の販売員がいることが望ましい。しかしながら費用対効果を考えるとき、ストーリーを語れる販売員を必ずしも確保できない。今回の社会実験で行った音声ペンによる生産者の生の声を伝えるシステムなど、販売員に替わるシステムの研究も必要である。

また、物産販売以外に「地域情報コーナー」を設置し、三遠南信の地域情報を発信した。この「地域情報コーナー」では、各地域のパフレット等を求めて来場する人も多くみられ、三遠南信の地域情報への関心度の強さが窺える結果であった。個別の情報発信ではなく、三遠南信地域のまとまりある情報提供が非常に効果的であるということがわかった。地域情報を集約したコーナーでの情報発信の効果は、評価できる。

