

平成28年度 おいしい鳥取PR推進事業費補助金活用実績一覧

交付先	補助金額	事業内容	成果
井上青輝園	国内販路開拓 (販路定着化)	県外店舗でのテスト販売	<ul style="list-style-type: none"> ・AKOMEYA KOKYOのNEWoMan新宿での催事出店(4ヶ月間) ・4月～7月のテスト販売期間中、実際に販売店舗を訪れ、店員やバイヤーから意見を聞き、売上状況と今後の定番化の可能性を探った。 ・ただ、今回の販売を経験し、東京での販売は難しいと実感した。当面は新たな商品開発や東京での販路開拓を行うより、試飲販売のやりやすい地元での販売拡大に力を入れて行きたい。
青谷ようこそ館	国内販路開拓 (販路開拓)	県外でのイベント出展、ふるさと納税礼品への採用提案、新規販路開拓商談	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥取市青谷町との交流都市である大阪府池田市の市観光案内所で実施した青谷町物産展(4/9～10)が、池田市内の和菓子1店舗、洋菓子店1店舗での青谷町産章姫いちごを使用した大福、シュークリーム、クレープの期間限定発売に繋がった。 ・池田市ふるさと納税礼品への秋栗梨、新甘泉、新米セットの新規採用が決定。既存採用品の受注数増加(章姫いちご等)。新規採用品、既存採用品の増加があったが、雪害によるピワ、台風・中部地震による洋梨の発送数がH27年度より減少したため、ふるさと納税礼品としては、前年を下回ってしまった。 ・ダイハツ生協との章姫いちごの取引開始。 ・農業祭にて新規就農者1名の販売研修実施。
鳥取市南商工会物産振興販売協議会	国内販路開拓 (販路開拓)	県外での定期的なイベント出店	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪市中央区空堀商店街のレンタルスペースを月1回借出し、「鳥取トタテ市」として毎月第3土曜日に出店(H28年5月～29年3月の10回 ※8月休業)。 ・姫路市二階町商店街ふれあい新鮮市に、月1回「鳥取トタテ市」として毎月第1金土曜日に出店(H28年5月～29年3月の11回) ・定期的に出店することで固定客が増え、鳥取のファンを増やすことが出来た。 ・お客様の声を直接聞くことにより、生産者の生産、販売意欲の向上に繋がるとともに、今後の販売方法の改善等へつなげることが出来た。 ・定期的に鳥取市河原町あゆ祭りやしゃんしゃん祭りといったイベントなどの告知をレジ時に話したり、ポスターを展示するなどして周知を図った。また空堀商店街では12月にカニ汁を振る舞うなどして鳥取の魅力をPRすることが出来た。
居酒屋大サーカsin京都鳥取県チーム	国内販路開拓 (販路開拓)	居酒屋大サーカsin新潟での販売宣伝	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥取県ブースの出店により、広く県産食材(鳥取和牛、鳥取県産20世紀梨ハイボール)をPRできた。特にハイボールは全国国産部門で銀賞(2位)となった。
はさま屋	国内販路開拓 (販路開拓)	県外商談会への出店	<ul style="list-style-type: none"> ・H28年7月12-13日に東京国際フォーラムで開催された第6回通販食品展示商談会へ、ニンニク及び黒ニンニクで出展。 ・2件の商談が成立し、実績報告時点で商談中のももあり。
菌興椎茸協同組合	国内販路開拓 (販路開拓)	三越日本橋店への期間限定出店	<ul style="list-style-type: none"> ・H28年8月24日～9月13日に、三越日本橋本店の食品フロア「自遊庵」に置いて、試食宣伝販売を実施するとともに、関係団体である日本きのこセンター菌茸研究所の職員によるきのこセミナーを開催した。 ・この出店に併せてイートインスペース「自遊庵嗜み処」で「きのこ」をテーマに提供されるメニューへ食材を提供した。 ・今回の出店が好調だったため、三越日本橋本店に口座開設でき、1月の催事に出席することとなった。
二宮農園	国内販路開拓 (販路開拓)	県外商談会への出店	<ul style="list-style-type: none"> ・H28年9月に大阪、東京で開催された飲食店検索サイト大手ぐるなび主催の展示会に自然薯で出展した。 ・サンプル送付を35件獲得できたため、今後継続した取引に進めていきたい。
鳥取県苗木鉢物生産研究会	国内販路開拓 (販路開拓)	県外商談会への出店	<ul style="list-style-type: none"> ・地方卸売市場大阪植物取引所が開催するトレードフェスタに2回参加(10月5-6日、3月1-2日) ・商品を見ながら実際に購入する買参人と直接話をする事で、仕立て方、ポットの色、ラベルデザイン、希望単価等についていろいろな意見・提案を聞くことが出来た。 ・現在商品化を目指し試験栽培している商品についても意見を聞くことが出来、商品化への将来性、商品に合致するポットサイズへの変更など多くのアドバイスをいただいた。 ・他産地生産者の商品もあり、自身の経営を考える際の参考となった。
やま由農園	国内販路開拓 (販路開拓)	県外での定期的なイベント出店	<ul style="list-style-type: none"> ・姫路市二階町商店街ふれあい新鮮市に、月1回「鳥取トタテ市」として毎月第1金土曜日に農産物を出店(H28年10月～29年1月の4回) ・定期的に出店することで同じ方が毎回買いに来られた。「前回買ったらおいしかった」とお客様が別のお客様にPRしてくださり、購入者が増えていった。 ・近くの商店や自宅への配送依頼もあった。

NIMO	国内販路開拓 (販路開拓)	自社農産物販売者(首都圏学生サークル)との産地交流	<ul style="list-style-type: none"> ・NIMOから野菜を仕入、週に一度渋谷区幡ヶ谷で野菜販売をしている日本大学学生ボランティアグループ「Salamat」の学生6名が11月25～28日鳥取県に来県し、生産現場の視察、農作業への参加、生産者との意見交換を行った。 ・またSalamat出店にあたり協力している幡ヶ谷商店街の消費者3名も来県し、NIMOの生産する野菜や果物の生産現場を視察していただいた。 ・販売者が生産現場を知ってもらうことで、今後の販売に活かしていきたい。
風のマルシェ	国内販路開拓 (消費者・生産者産地交流)	首都圏でのイベント出店及び営業活動	<ul style="list-style-type: none"> ・東京で開催される全国最大規模のマルシェ「太陽のマルシェ」(12/11)と曳舟で出開催された「産直市やっちゃば」(12/10)に出店し、消費者と生産者の直接的な関係作り及び鳥取農産物のPRを行った。 ・東京での農産物販売は関西での販売と大きく違っていることを学んだ。関西に比べると知名度が非常に低く、地域としてではなく、個人で生産した物の品質や希少価値で勝負していく必要があると感じた。そのため、栽培方法や品種などによる特徴付けをしていく必要がある。 ・柿の加工品の試作品を販売し、商品化へ向けて手応えを感じた。 ・イベント販売において同じ会場に出店していた他団体や農家と情報交換することが出来たので、今後の交流につなげていきたい。