

～なめがた食彩マーケット会議の取り組み～

なめがたの食を全国へ

農水産物をはじめとする地域資源を最大限にPRし、ブランド戦略を展開しながら、知名度の向上を図ることを目的として発足した『なめがた食彩マーケット会議』。

発足から約2年、これまでの取り組みと今後の展開について紹介します。



行方市は広大な農地と湖、温和な気候、首都圏の大消費地に近いなどの恵まれた条件のもと、全国有数の農業産地として発展してきました。しかし、その一方で「つくれば売れる」「出せば売れる」といった環境にあつたため、外食・中食等、食の外部的な消費者の安全・安心志向の高まりなど、消費者・実需者ニーズに合った商品づくりや産地づくりのための販売戦略確立への取り組みが弱いという課題がありました。

そこで、意欲的な農業者や水産業者を中心に、関係機関が一体となつた市レベルでの農水産物の販売推進体制を整備し、効率的・効果的な消費宣伝活動について検討を進め、観光産業や商工業者と連携した販売促進・PRなどの展開を促進していく



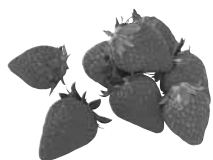
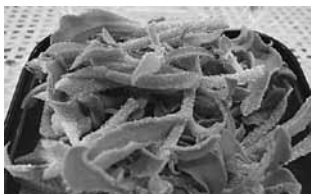
平成22年4月に設立

べく誕生したのが『なめがた食彩マーケット会議』です。

22年4月の発足以来、関係団体と協力しながら市内外でさまざまな取り組みを実施してきました。大消費地での生産者自身によるPR販売や、新鮮野菜の直売、また、トップセールスとして市長自らがJAなめがた中川組合長とともに東京中央卸売市場で行方産野菜のPRを行いました。目の肥えた仲買人の方に直接行方産野菜の良さをPRできたことは販売推進にとってプラスとなりました。震災後は、放射性物質の影響により行方産農水産物が厳しい状況となる中、風評被害払拭のための取り組みも積極的に行ってきました。

また付加価値を生み出すことによる新たな消費ルートの拡大にも取り組みました。『行方豚肉の味噌漬け』は行方市養豚組合と共同開発し、1年がかりで製品化した自信作です。

今後さらに、産地間競争の激化やグローバル化が予測される中で、他産地と区別でき、消費者・実需者に認められる商品価値の高い農水産物を中心として販売促進とブランド化の推進を図る必要があることからよりいっそうの事業の充実を図っていく予定です。



トップセールス in 築地市場

11月22日、東京築地市場で、伊藤市長とJAなめがたの中川組合長が行方産農産物の販売促進活動を行いました。

当日は、大勢の市場関係者が集まったせり台前で安心安全な行方野菜を宣伝したほか、エシャレットとサラダちんげん菜のスティックやわさび菜とみず菜のサラダなどの試食とともに先着150人にサツマイモ1箱ずつをプレゼントしました。



消費宣伝 in 岐阜県駿河屋

行方市産野菜は北海道から関西圏内まで届いています。岐阜県にあるスーパー駿河屋にて消費宣伝を行ってきました。みず菜、わさび菜、エシャレット、サツマイモ等が店頭に並び、サラダちんげん菜の試食はとても喜ばれました。中部地方ではまだあまり知られていないわさび菜やエシャレットの食べ方等の宣伝をしてきました。

とれたて! わかさぎキャンペーン

7月21日から12月10日までの短い期間のみワカサギトロール漁の解禁となります。解禁日より約3週間、市内の飲食店でわかさぎ料理のサービスを実施しました。

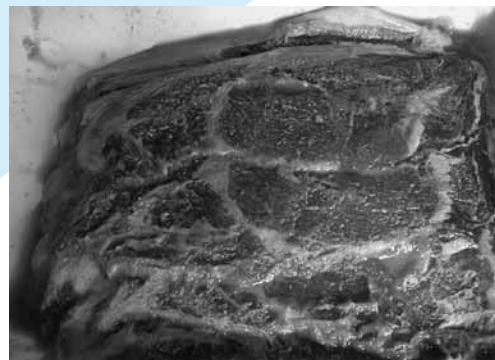
行方市内の飲食店でお食事をした方に霞ヶ浦の初物わかさぎを使った料理を一品サービスし、たいへん好評でした。





行方豚肉の味噌漬け を開発!

行方市養豚組合となめがた食彩マーケット会議による共同開発製品です。ほぼ1年がかりで製品化にこぎつけました。味噌漬けを真空パックすることで、長期保存が可能となりました。また、柔らかく美味しい行方豚肉がさらに柔らかくジューシーになりました。これから本格的に販売していく予定です!!



風評被害を吹き飛ばそう!

風評被害払拭のために様々なPR活動を行いました。県内のスーパーはもとより、大消費地である東京の各所で行方産野菜の安全性をPRし、消費宣伝を行いました。消費者の方からは、被災地ということもあり「頑張ってください」など多くの温かい言葉とともに野菜を購入していただきました。

秋の収穫祭 & 鯉の市

11月5日・6日に道の駅「たまつくり」前において開催しました。行方産の野菜から畜産、水産まですべてがそろう年に1回の収穫祭。焼肉の試食や子牛とのふれあい、鯉のうま煮販売やワカサギ唐揚げ試食など「行方市」ならではのイベントとなりました。各ブースでは行列ができ、鯉の市では販売時間前から並ぶ人もいほどの盛況となりました。

